

북한이탈주민에 대한 한국 사람들의 인식 형성 과정 연구

미디어 보도와 수용자 인식에 대한 의미 연결망 분석을 중심으로*

김대욱 인천가톨릭대학교 문화예술콘텐츠학과 교수**

배경 및 목적

이 연구는 한국 사람들은 북한이탈주민을 어떻게 생각하고 있는지를 살펴보기 위해서 미디어 효과 이론에 근거해서 북한이탈주민에 대한 미디어 보도와 수용자 인식을 비교, 분석하였다.

방법

미디어 보도를 분석하기 위해서 2017년 1월 1일부터 2019년 12월 31일까지 14개 신문사에서 북한이탈주민 관련 기사 757건을 수집하였다. 북한이탈주민에 대한 수용자의 인식을 살펴보기 위해서 일반인을 대상으로 하는 개방형 설문을 진행하여 의미 연결망 분석을 시행하여 미디어 보도와 비교, 분석하였다.

결과

북한이탈주민 관련 신문 보도에서 새터민과 북한이탈주민은 통일 문제와 같은 국내적 이슈들과 연결되어 있는 반면에 탈북자는 난민, 인권 문제와 같은 국제적 이슈들과 연결되어 있었다. 북한이탈주민에 대한 수용자들의 인식 네트워크에는 관심, 지원, 도움, 적응, 동포 등과 같은 핵심어들이 자리 잡고 있었다.

논의 및 결론

신문 보도에서 북한이탈주민은 국내적 시각과 국제적 시각으로 구분해서 바라보고 있었다. 수용자는 북한이탈주민과 연관된 이야기를 이성적인 단어에 의존해서 기억하기보다는 이미지나 감정적인 단어에 의존해서 기억하고 있었다. PR의 공공 캠페인 차원에서 신문의 목적에 따른 용어 혼용을 제한하고 일관된 용어 사용을 위한 노력을 기울여야 할 것이다. 북한이탈주민에 대한 수용자의 인식에서 존재하는 부정적인 단어들을 개선하기 위한 노력들이 필요하다.

KEYWORDS 북한이탈주민, 신문 보도, 수용자 인식, 의미 연결망 분석, PR 공공 캠페인

* 이 논문은 2020년 롯데장학재단의 학술연구비 지원을 받아 수행된 연구임.

** simonkim1026@gmail.com

서론

2000년 이후로 매년 2000여 명 이상 한국 사회로 이주했던 북한이탈주민은 2016년을 기점으로 점점 감소 추세에 들어가고 있지만, 매년 1000여 명 정도 한국 사회로 이주하고 있다(Ministry of Unification, 2020). 한국 사회로 북한이탈주민들의 이주가 늘어나면서 어떻게 하면 북한이탈주민들을 한국 사회에 적응할 수 있도록 경제적, 사회적, 문화적 차원에서 제도를 만들고 지원할 수 있는지에 대한 관심이 증가하였다(Choo, 2011; Lee, 2005; Lee, 2014; Park, 2002).

하지만, 2019년에 사회적으로 큰 관심을 불러 일으켰던 북한이탈주민 모자의 사례에서 나타나듯이 정책적인 지원뿐만 아니라 추가적으로 북한이탈주민들이 한국 사회에 적응할 수 있도록 도움의 노력이 필요하다. 이러한 차원에서 생각해 볼 수 있는 것이 북한이탈주민이 한국 사회에 적응하는 데에는 정책 지원뿐만 아니라 한국 사회에서 같이 살아가는 한국 사람들과의 소통과 관계도 중요하다는 점이다(Shin, 2009; Yang & Chung, 2005). 예를 들어, 통일 독일의 과정에서 동·서독 사람들이 지니고 있는 상대방에 대한 인식이 매우 중요한 것이었음을 감안하면(Kim, 2000), 한국 사회 또는 사람들의 북한이탈주민에 대한 인식을 파악하는 것은 북한이탈주민이 한국 사회에 적응하는 데 필수적일 것이다.

일반적으로 북한이탈주민에 대한 인식에 대한 연구들은 인식 형성에 영향을 주는 요인들에 집중하고 있으며, 이러한 영향 요인으로 사회 구조적

요인들을 비중 있게 다루고 있다(Chung, 2019). 커뮤니케이션학에서는 사회 구조적인 요인들뿐만 아니라 개인의 인식 형성에 영향을 미치는 요인으로 미디어에 대한 관심이 높다. 전통적인 미디어 효과 이론들은 이러한 인식을 지지하는, 즉 미디어가 전달하는 메시지에 따라서 수용자의 인식이 형성되거나 의사 결정을 실행한다는 것을 연구의 기본 전제로 삼고 있다. 미디어 효과를 지지하는 연구들은 수용자가 잘 모르는 주제나 이슈일수록 미디어의 효과가 높게 나타난다고 주장한다. 한국 사람들은 대체적으로 북한이탈주민을 거의 만난 적이 없거나 경험한 적이 없기 때문에(Kim, Kim, & Jung, 2011; Yang & Chung, 2005), 미디어 효과를 지지하는 연구들이 주장하는 것처럼 미디어의 시각에 따라 수용자들의 인식이 형성되는지 검증해 볼 필요성이 제기되지만, 북한이탈주민에 대한 한국 사람들의 인식이 미디어의 시각을 통해서 형성되는지를 통시적으로 살펴보는 시도는 많이 부족하였다. 특히, 북한이탈주민에 대한 미디어의 시각을 분석한 선행 연구들은 주제적으로는 특정 이슈에, 시기적으로는 단기간에 혹은 일회성 사건에 집중하는 등의 한계점이 있어 보다 통시적인 차원에서 전반적인 미디어 보도 경향을 파악하여, 수용자의 인식과 연결 지어 관계적인 차원에서 분석하지 못하고 있다.

이러한 점들을 보완하고자 이 연구에서는 미디어가 북한이탈주민을 어떻게 바라보는지에 대해서 의미 연결망 분석을 통해 살펴보고자 한다. 북한이탈주민에 대한 미디어의 시각과 수용자들의 인식에서 드러나는 핵심어들의 특징과 그러한 특

징들의 관계를 분석하여 북한이탈주민에 대한 한국 사람들의 인식이 어떻게 형성되는지를 살펴볼 수 있는 기회를 마련하고자 한다.

선행 연구 검토

북한이탈주민에 대한 미디어 시각

한국 사람들은 북한이탈주민에 대해서 어떻게 생각할까? 일련의 연구들은 이러한 궁금증을 해소하는데 도움을 주고 있다. 예를 들어, 북한이탈주민은 반항적이고 이기적이거나(Lee & Kim, 2005), 국제결혼 자녀, 중국 조선족, 외국인 노동자와 비교해서 가장 부정적이며 거리감이 있는 존재로 바라보거나(Yang, Chung, & Kang, 2008), 때로는 북한이탈주민으로 인해서 피해를 보고 있다는 생각도 가지고 있고(Yoon & Chae, 2010), 북한이탈주민에 대해서 우호적 지지형(북한이탈주민에 대해서 존중과 배려가 필요), 부정적 고정관념형(북한이탈주민에 대해서 부정적으로 생각), 중립 추구형(북한이탈주민에 대해서 기본적으로 동정의 감정이 있지만 자기의 이익에 해가 된다고 생각하면 언제든지 부정적으로 생각을 변화) 등과 같이 복합적인 시각으로 바라보기도 한다(An, 2018). 하지만, 북한이탈주민에 대한 이러한 다양한 인식들은 북한이탈주민과의 만남이나 경험의 과정이 없이 형성되고 있다(Kim, Kim, & Jung, 2011; Yang & Chung, 2005).

그렇다면, 만나거나 경험의 시간이 없이 북한이탈주민에 대한 다양한 인식들은 어떻게 형성되

는 것일까? 이러한 의문에 대해서 미디어 연구자들은 미디어의 역할을 강조한다. 권금상(Kwon, 2013)은 수용자는 미디어가 재현하는 북한이탈주민에 대한 담론을 수용하면서, 일정한 고정관념을 형성한다고 주장한다. 한국 사회의 수용자들은 북한이탈주민에 대해서 만나거나 경험한 적이 거의 없기 때문에 미디어가 생산해 내는 북한이탈주민에 대한 상징성이나 사회적 의미를 수용할 수밖에 없다. 이러한 과정에서 미디어가 한국 사회의 주류 인식을 반영하기 때문에 수용자는 북한이탈주민을 바라보는 한국 사회 주류들의 인식을 수용하게 되는 것으로 보고 있다. 마찬가지로 김희상과 윤인진(Kim & Yoon, 2017)의 연구에서도 미디어의 북한이탈주민에 대한 긍정적인 보도를 본 수용자들은 북한이탈주민을 수용하려는 경향을 보이며, 미디어의 보도 방향에 따라서 수용자의 인식은 강화되거나 변화되는 것을 발견하였다. 결국, 북한이탈주민을 만나거나 경험해 보지 못한 수용자의 북한이탈주민에 대한 인식은 미디어의 시각에 따라 달라질 가능성이 있다. 이러한 시각을 기반으로 미디어 연구자들은 북한이탈주민에 대한 수용자들의 인식을 살펴보기 위해서 북한이탈주민에 대한 미디어 메시지를 분석하였다.

곽정래와 이준웅(Kwak & Rhee, 2009)은 미디어가 북한이탈주민과 관련된 이슈에 대해서 부정적으로 바라보고 있다는 것을 발견하였다. 이러한 부정적인 시각에는 정부의 북한 인권 문제에 대한 안일한 태도와 대응에 대한 부정적인 시각이 내포되어 있으며, 이러한 부정적인 시각들 속에서 미디어는 상황 귀속, 인권 보장, 체제 개선, 사회 통

합 순으로 프레임을 활용하고 있었다.

태지호와 황인성(Tae & Whang, 2012)은 텔레비전 프로그램이 북한이탈주민을 어떻게 바라보고 있는지를 살펴보았다. 텔레비전 프로그램은 북한이탈주민을 통해서 기존의 북한에 대한 부정적인 인식을 강화하고 있었고, 북한이탈주민을 한국 사람들과 구별되는 존재로서 바라보고 있었다. 북한이탈주민에 대한 감정적인 면에 집중하면서 북한에 대한 이성적인 정보 소비를 가로막고 있었다. 즉, 수용자들을 감정에 집중하게 만들면서 수용자들이 북한에 대한 정치적 문제, 국제적 상황, 남북한 갈등 문제에 대한 진지한 논의들을 진행하는 것을 가로막고 파편적이고 분열적인 정보만 소비하게 하는 것이다. 유사한 맥락에서 권금상(Kwon, 2013)도 미디어는 여성 북한이탈주민들을 문화적, 사회적으로 배제하며 사회적 차별을 하고 있다고 주장한다. 즉, 여성 북한이탈주민들은 저항하는 것이 아니라 인내하며 순종하는 여성으로서 재현되고 있었다. 이러한 미디어의 틀은 수용자들과 상호작용하며 한국 사회 속에서 북한이탈주민을 타자화하거나 이주 여성과 같은 다른 여성 집단들과 비교하며 서열화를 조장하고 있었다. 이선민(Lee, 2014)도 미디어는 여성 북한이탈주민을 북한에 대한 정보원으로 활용하고 있으며, 이러한 정보를 신뢰할 만한 정보로서 인정해 주는 역할을 남성 북한이탈주민이 수행하고 있다고 지적하였다. 또한, 미디어가 북한이탈주민을 다루는데 있어서도 정치적 망명가, 선진화된 한국 사회에 부적응하는 이등 시민, 대한민국 국민으로서 인정을 받아야 하는 존재로서 표현하며, 한국 사

회에서 '같은 존재'로서 정체성을 재현하기보다는 '다른 존재'로서 정체성을 타자화하며 구별 짓고 있다고 주장하였다.

임종섭과 김명준(Lim & Kim, 2015)은 보수적인 시각의 신문들과 진보적인 시각의 신문들의 기획 기사를 통해서 북한이탈주민을 바라보는 시각들을 살펴보았다. 보수적인 시각의 신문들은 북한이탈주민의 남한 정착 그리고 남북한을 이어 주는 연결 고리로서 비중 있게 다루는 반면에, 진보적인 시각의 신문들은 이들의 가정 해체 문제, 희망, 무국적자 문제 등을 비중 있게 다루며 다른 시각을 보이고 있었다. 그럼에도 불구하고 신문들은 공통적으로 비교적 부정적인 맥락에서 탈북자 차별, 탈북자 지원, 일탈 행위, 인권 침해, 생활고, 무국적자, 가정 해체, 신변 안전 등과 같은 문제들을 비중 있게 다루고 있어서 한국 사회에 적응하지 못하는 부적응자 또는 문제를 일으키는 범죄자, 도움이 필요한 사회적 약자로서 북한이탈주민의 이미지를 강화시키고 있는 것으로 나타났다.

방희경과 박혜영(Pang & Park, 2018)은 미디어가 통일에 대한 담론 논의나 관련 정보를 충실하게 전달하지 않고 북한이탈주민의 개인적 경험에 집중하고 있다고 지적하며, 특히, 북한이탈주민의 고통과 슬픔을 강조하면서 북한과 한국의 대립적인 구도 또는 한국 사회의 우월성을 전달하려는 이데올로기적 구조를 지닌 메시지를 전달하고 있다고 주장하였다. 주재원(Joo, 2018)의 연구에서도 북한이탈주민 관련 뉴스에서 북한이탈주민은 북한 관련 정보를 전달하는 전문가로서 활용되면서 자신들의 목소리를 전달할 수 있는 기회를 마련하

고 있지만, 그들의 독립적인, 주체적인 의견을 전달하기보다는 특정 정치 집단 혹은 이데올로기에 이용되고 있음을 비판하였다.

앞서 언급한 북한이탈주민에 대한 프로그램 또는 뉴스를 분석한 일련의 선행 연구들은 미디어가 북한이탈주민을 바라보는 데 있어서 한국 사회에서 구분지어 타자화하거나, 여성 북한이탈주민을 성 상품화해서 이용하거나, 특정 정치 지향성이나 이데올로기를 강조하기 위한 수단으로 활용하고 있는 부분들을 발견하고 비판하고 있다는 점에서 의미가 있다. 하지만, 이러한 선행 연구들은 전반적으로 텔레비전 프로그램의 경우에 북한이탈주민의 젠더나 이데올로기 문제에 집중하고 있거나 신문의 경우에 기획이나 사실 등과 같은 한정적인 섹션의 기사들에 집중하고 있다. 또한, 이러한 연구들은 미디어 메시지에 따라서 수용자들의 인식이 형성될 것이라는 미디어 효과론의 전제를 인정하고 연구를 진행하기 때문에 미디어와 수용자들의 인식 형성 관계를 실제적으로 밝히지 못하는 연구의 한계점이 있다.

이러한 한계점을 보완하고자 몇몇의 연구들이 미디어의 경향과 수용자의 소비 경향을 비교, 분석하려고 시도하였다. 오원환(Oh, 2016)은 미디어에서 젊은 여성 북한이탈주민들을 ‘탈북 미녀’라는 용어로 포장하는 것에 대해서 친근감을 유도하며 관심을 끌기보다는 수용자들에게서 타자화되며 부정적인 인식을 형성하는 것을 발견하였다. 이러한 미디어의 시각은 한국 수용자 집단에게는 북한이탈주민을 구별하게 만드는 역할을 하고 있으며, 북한이탈주민 집단에게는 개인적인 경험이

전반적인 북한이탈주민의 경험으로 일반화되는 것에 대한 부정적인 감정이 형성되고 있다고 주장하였다. 남궁찬과 김예란(Namgoong & Kim, 2016)은 북한이탈주민에 대한 텔레비전 프로그램이 한국 사회의 전형적인 가부장제적인 시각과 자본주의적인 시각을 반영하고 있었고, 북한이탈주민을 한국 사회에서 타자화하고 있음을 발견하였다. 이러한 미디어 메시지에 대해서 수용자들은 교섭적이거나 저항적인 모습을 보였다. 일차적으로 너무 감정적인 소구를 하는 것에 대해서 부정적으로 받아들이고 있으며, 정보의 신뢰에 있어서도 낮은 수준을 보였다. 또한, 북한이탈주민에 대해서도 남북한의 대립이라는 구도 아래서 획일화된 시각보다는 다양한 시각으로 접근하기를 바라고 있었다.

이러한 선행 연구들은 북한이탈주민 관련 텔레비전 프로그램이나 뉴스를 수용자들이 어떻게 소비하는지를 비교, 분석해서 수용자들이 어느 부분에 집중하고 있는지를 발견하였지만, 한정적인 장르나 프로그램에 대한 소수의 소비 행태를 분석하였다는 점에서 일반적인 인식을 파악하기에는 무리가 따른다. 따라서 북한이탈주민에 대한 미디어의 시각을 수용자의 시각과 비교, 분석하여 인식 형성 과정을 살펴볼 수 있는 시도가 필요하다.

수용자의 정보처리과정에 대한 미디어 효과

앞서 논의한 바대로, 한국 사람들의 북한이탈주민에 대한 인식 형성에 있어서 미디어는 다양한 정보를 제공하면서 효과적으로 자신들의 시각을 전달하고 있으며, 수용자들은 이러한 미디어 메시지를

수용, 교섭, 저항하고 있는 것으로 볼 수 있다. 이러한 과정들을 보다 계량화하고 일반화하려는 노력들은 주로 문화 계발 효과, 프레이밍, 의제 설정 이론 등에 기반을 두고 진행하고 있다.

문화 계발 효과는 미디어 강효과에 기반을 두고 있기에, 미디어가 전달해 주는 현실의 모습에 따라서 수용자들은 현실을 인식하게 된다고 주장한다. 문화 계발 효과를 제안한 거브너와 동료들(Gerbner, Gross, Signorielli, Morgan, & Jackson-Beeck, 1979)은 문화 계발 모델이 지지되기 위해서는 미디어가 전달하는 메시지의 획일성과 수용자의 무비판적인 수용을 전제 조건으로 제안하였다. 미디어 환경의 변화와 사회 구조적 변화가 진행되면서 이러한 전제 조건들이 현실에서 진행되기에는 많은 제한들이 따르게 되었고, 문화 계발 효과를 검증하는 과정에서 미디어보다는 수용자의 요인(e.g., 성별, 연령, 교육 수준, 사는 동네 등)이 더 효과가 있는 것으로 인정받게 되었다(Lee & Niederdeppe, 2011; Woo & Dominick, 2003). 이와 같은 맥락에서, 이민규와 우형진(Lee & Woo, 2004)은 북한이탈주민의 텔레비전 드라마 시청이 남한 사회 인식에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보았는데, 북한이탈주민들은 초기에 남한 사회에 대한 부정적인 인식을 가지고 있지만 남한 사회에 적응해 가면서 부정적인 인식은 감소하는 것으로 나타났다. 즉, 남한 사회를 잘 모르는 초기에는 미디어의 문화 계발 효과가 높지만, 점차 사회에 적응하고 다른 정보를 소비하면서 문화 계발 효과는 감소하는 것으로 나타났다. 따라서 문화 계발 효과 관련 선행 연구들에서 제안하는 것처럼

미디어 노출만으로 수용자의 인식이 결정되는 등의 미디어의 무조건적인 효과는 제한적으로 볼 수 있다.

이러한 전제 조건의 한계들을 반영, 수정하여 포터(Potter, 1991)는 문화 계발 효과의 인지심리학적 모델을 제안하였다. 포터는 미디어를 통한 학습과 구성이라는 틀을 제안하면서, 미디어 효과를 1차적 효과와 2차적 효과로 제안하였다. 1차적 효과는 구체적인 정보를 통한 현실 구성을 설명하고, 2차적 효과는 추상적인 정보 전달을 통한 현실 구성을 설명한다. 이러한 포터의 1차적, 2차적 효과는 초기의 문화 계발 효과의 연구자들처럼 ‘노출 = 효과’의 식을 수정하여 세 가지(요술창문, 유용성, 동일시) 조건들이 충족되어야 한다고 주장하였다. 손현정과 이종혁(Son & Lee, 2012)은 성범죄 보도의 문화 계발 효과를 살펴보았는데, 문화 계발 효과는 제한적이었으나 미디어 보도에 동일시가 동반되는 경우에 유의미한 매개 효과가 나타났다.

문화 계발 효과를 확장하여 측정하기 위해서, 쉬럼과 동료들(Shrum, Lee, Burroughs, & Rindfleisch, 2011)은 문화 계발의 1차적, 2차적 효과를 텔레비전 시청을 통해서 검증하였는데, 텔레비전 시청은 텔레비전이 전달하는 주제나 이슈에 대한 수용자의 태도나 가치 형성 등과 같은 2차적 효과에 직접적인 영향을, 시청 빈도를 통한 기억에 대한 접근성과 같은 1차적 효과에는 간접적인 영향을 미치는 것을 발견하였다. 문화 계발 효과 연구들이 주로 텔레비전을 기반으로 진행되는 것과 달리, 아렌트(Arendt, 2012)는 신문에서 문화 계발 효과를

검증하면서 암시적인 문화 계발 효과(implicit cultivation effect)를 제안하였다. 암시적인 문화 계발 효과는 미디어의 특정 주제나 이슈에 대한 정보 전달이 수용자의 인식 형성에 영향을 준다는 문화 계발 효과의 기본 전제를 기반으로 하지만 주제나 이슈의 직접적인 관계보다는 미디어가 전달하는 정보 또는 개념과 그것에 대한 수용자의 평가적 특성 또는 귀인(evaluative attribute)들 간의 관계에 주목한다. 이러한 암시적 문화 계발 효과에 대한 검증에서 신문에 대한 노출은 암시적 문화 계발 효과에 영향을 미치는 것이 나타났다(Arendt, 2010, 2012). 이와 같이 초기의 문화 계발 효과 연구들이 제안한 미디어의 강력하고 무조건적인 효과에 대한 비판을 보완하고자 조건적 효과의 차원에서 문화 계발 효과를 검증하고 있다. 특히, 이러한 조건적 효과를 측정하는 과정에서 인지심리학적 접근, 1, 2차 문화 계발 효과, 암시적 문화 계발 효과 등과 같이 방법론적인 한계를 보완하기 위한 노력들을 진행하고 있다.

유사한 맥락에서 프레이밍과 의제 설정 이론도 방법론적 한계를 보완하고자 노력하고 있다. 예를 들어, 북한이탈주민과 연관된 선행 연구들은 미디어 효과를 측정하기 위해서 내용 분석을 통해서 미디어의 텍스트를 분석하고 유형화하여 미디어가 바라보는 이슈의 특성을 파악한다. 하지만, 이러한 내용 분석은 연역적 추론에 기반한 미리 제작된 분석틀에 의해서 바라보기 때문에 유연한 유형화에 있어서 제한점이 있으며, 특히 연구자의 주관성이 개입될 수 있는 가능성이 높다는 점에서 방법론적인 한계를 비판받고 있다.

이러한 부분에 대한 한계를 보완하고자 네트워크 의제 설정 모델이 제안되었다(Guo & McComb, 2011; Guo, 2013). 네트워크 의제 설정 모델은 프레이밍 이론에서 제안하는 이슈의 특성뿐만 아니라 특성들의 관계를 살펴볼 수 있다는 점에서 효과적이다. 프레이밍 이론이 제안하는 이슈의 유형들 속에 내포되어 있는 맥락적, 의미적 차이(nuance)에 대한 검증이 가능한 것이다(Kiousis & Ragas, 2015). 이러한 점들을 때문에, 3차 의제 설정 모델로서 네트워크 의제 설정 모델은 미디어가 사회적 의제의 특성(징)들의 관계에 따라서 수용자들이 인식 형성 과정에 영향을 줄 수 있다고 가정한다(Guo, 2013). 방법론적으로도 이러한 텍스트 분석이 내용 분석을 통해서 파악하는 것보다 다양한 연구 결과를 도출하는 장점이 있는 것으로 평가받고 있다(Lee & Lim, 2018).

마찬가지로 일련의 연구들은 네트워크 의제 설정 모델을 이론적, 방법론적 차원에서 검증하였다. 부, 구오, 그리고 맥콤(Vu, Guo, & McComb, 2014)은 5년 동안 미디어들의 네트워크 의제 설정 기능을 살펴본 연구에서 미디어는 수용자의 인식 형성 과정에 영향을 미칠 뿐만 아니라 미디어들 간에도 영향을 미치는 것을 발견하였다. 네트워크 의제 설정 모델을 검증하려는 시도는 아시아 지역에서도 진행되었다. 우와 구오(Wu & Guo, 2017)는 대만 선거에서 미디어가 어떠한 이슈의 특징에 관심을 가지고 있는지, 그러한 미디어의 관심이 수용자의 관심에도 영향을 미치는지를 살펴보았다. 연구 결과에서 대만의 미디어들은 후보자의 개인적 특성에 집중하는 경향을 보였으며, 수용자

들도 선거를 이해하는 데 있어서 후보자의 개인적 특성을 중심으로 판단하는 것으로 나타나서 수용자의 인식 형성에 있어서 미디어가 영향력을 발휘하는 것을 발견하였다.

앞서 논의했던 미디어와 수용자들 간의 인식 형성 과정에 대한 이론적 논의를 기반으로 한국 사회에서 수용자들의 북한이탈주민에 대한 인식을 형성하는 데 있어서 미디어가 어떠한 역할을 수행하는지 살펴보고자 아래와 같은 연구문제를 설정해 제안하였다.

연구문제 1: 북한이탈주민 관련 신문 보도에 나타난 주요 핵심어들은 무엇이며, 이러한 핵심어들 사이의 연결 관계는 어떠한가?

연구문제 2: 북한이탈주민 관련 신문 보도에 나타난 주요 핵심어들과 연결 관계는 시기별(2017년, 2018년, 2019년)로 어떠한 변화가 있는가?

연구문제 3: 수용자들이 생각하는 북한이탈주민과 관련한 주요 핵심어는 무엇이며, 이러한 핵심어들 사이의 연결 관계는 어떠한가?

연구문제 4: 북한이탈주민 관련 신문 보도에 나타난 주요 핵심어들의 연결 관계는 북한이탈주민에 대한 수용자들의 인식과 어떠한 연결 관계를 지니는가?

연구 방법

앞서 언급한 연구 문제들을 살펴보기 위해서 이 연구에서는 2017년 1월 1일부터 2019년 12월 31일 까지 네이버에 포함된 14개 일간지(경향신문, 국민일보, 내일신문, 동아일보, 매일일보, 문화일보, 서울신문, 세계일보, 아시아투데이, 조선일보, 중앙일보, 천지일보, 한겨레, 한국일보)를 대상으로 기사 제목에 ‘북한이탈주민’, ‘새터민’, ‘탈북자’, ‘탈북민’ 등의 키워드가 포함된 757건을 수집하였다. 미디어 뉴스 검색 채널로 네이버를 선택한 이유는 한국 사람들의 인터넷 포털 뉴스 이용률은 75.8%이고, 그중에서 네이버의 이용률은 68.8%로 압도적이기 때문에 한국 사람들이 많이 활용하는 뉴스 소비 채널이기 때문이다(Korea Press Foundation, 2020). 또한, 네이버는 대부분의 뉴스 정보를 신문사를 통해서 전달하고 있기 때문에, 수용자들이 북한이탈주민에 대한 신문 뉴스에 노출될 가능성이 높다.

기사 제목을 기준으로 자료를 수집한 이유는, 첫째로 기사 제목은 전체 기사의 핵심을 요약하면서 본문을 보완하는 기능을 지니고 있기 때문이다(Chung, 1995; Song & Kang, 2006). 둘째로, 기사 제목은 수용자의 시선을 본문으로 유도하는 속성을 지니며(Condit et al., 2001; Rothman, 1998), 수용자들이 기사를 선택할 때 제목이 중요한 영향력을 발휘하기 때문이다(Cho, 2005).

수집 자료에 대해서 구체적으로 살펴보면, 연도별로는 2017년에 222건(29.3%), 2018년에 261건(34.5%), 2019년에는 274건(36.2%)이 수집되

Table 1. The number of collected newspaper articles from 2017 to 2019

The name of newspapers	The number of articles	%
Chosun	117	15.5
Choong-Ang Daily	32	4.2
Hankyoreh	71	9.4
Kyunghyang Shinmun	94	12.4
Kukmin Ilbo	73	9.6
Dong-A Ilbo	45	5.9
Maeil Ilbo	45	5.9
Munhwa Ilbo	42	5.5
Seoul Sinmun	33	4.4
Segye Ilbo	55	7.3
Asia Today	75	9.9
Cheonji Ilbo	36	4.8
Hankook Ilbo	36	4.8
Naeil Shinmun	3	0.4
Total	757	100.0

었다. 언론사별 수집 자료는 <Table 1>을 통해서 살펴볼 수 있다.

또한, 수용자의 인식을 살펴보기 위해서 리서치 회사에 등록된 328명의 패널들을 대상으로 설문 조사를 시행하였다. 설문 조사에서는 ‘북한이 탈주민’, ‘새터민’, ‘탈북자’, ‘탈북민’ 등과 같은 용어들에 대한 이미지나 생각을 물었고, 설문 참여자들은 자유롭게 자신들의 생각에 대해서 응답하는 형식으로 진행하였다. 설문에 참여한 사람들에 대한 인구통계학적인 정보를 살펴보면, 연령별로는 20대가 64명(19.5%), 30대가 147명(44.8%), 40대가 96명(29.3%), 50대가 21명(6.4%)이 참여

한 것으로 나타났다. 성별로는 남자가 128명(39%), 여자가 200명(61%)로 나타났다. 학력별로는 전문대학을 포함하는 대학 졸업이 263명(80.1%)로 가장 높게 나타났고, 대학원 이상 졸업이 36명(11%), 고졸 이하가 29명(8.8%) 순으로 나타났다.

수집된 자료들을 분석하기 위해서 의미 연결망 분석을 4단계로 진행하였다. 1단계는 신문 기사와 수용자의 응답으로 수집된 자료에 제시된 단어나 개념에 대한 빈도 분석을 시행하였다. 2단계에서는 형태소 분석을 통한 핵심어 선정을 하였다. 핵심어를 선정하기 위해서 손청난(Sun, 1992)의 공

식을 활용하였다. 손칭난의 공식은 핵심어의 빈도수에 따라 높은 빈도수의 핵심어와 낮은 빈도수의 핵심어를 구분하는 공식(Donohu, 1973)을 수정해서 고빈도 핵심어를 선정할 수 있는 방식을 제안하여 보다 효과적으로 핵심어를 선정할 수 있다. (Zhang & Hong, 2014에서 재인용). 신문과 수용자에 따른 핵심어 선정 과정을 세부적으로 살펴보면, 신문에서는 형태소 분석을 통해 총 1911개의 핵심어가 추출되었다(4361회 등장). 위에서 논의한 핵심어 선정 공식에 따르면 43개가 적절한 것으로 나타났다. 하지만, 43개로 했을 때, 같은 등장 빈도를 보이는 경우를 고려해서 최종적으로 46개 핵심어(9회 이상, 1371회 등장)를 분석 대상으로 선정하였다. 이러한 핵심어들은 전체 네트워크의 31.4%를 차지하고 있다. 수용자의 응답으로 수집된 자료에서 형태소 분석을 통해 총 155개의 핵심어가 추출되었다(총 292회 등장). 핵심어 선정 공식을 고려해서 12개가 적절한 것으로 나타났다(5회이상, 105회 등장). 하지만, 포괄적인 분석을 시행하기 위해서 핵심어의 범위를 넓혀서 2회 이상 등장한 28개(2회 이상, 145회 등장, 전체의 49.55%)를 분석 대상으로 선정하였다.

3단계에서는 2단계에서 선정한 핵심어들을 한국어 텍스트 분석 프로그램인 KrKwic(Park & Leydesdorff, 2004)을 활용하여 핵심어와 핵심어 사이의 공동 출현 빈도를 이용한 행렬 자료를 생성하였고, 4단계에서는 3단계에서 만들어진 행렬 자료를 바탕으로 Ucinet을 이용하여 최종 연결망 분석을 실시하였다(Borgatti, Everett, & Freeman, 2002).

연구 결과

〈연구문제 1〉에 대한 결과

〈연구문제 1〉에서는 북한이탈주민 관련 신문 보도에 나타난 주요 핵심어들은 무엇인지, 그리고 이러한 핵심어들 사이의 연결 관계는 어떠한지에 대해서 살펴보고자 하였다. 〈Table 2〉에 제시된 연구 결과에서, 신문 보도의 상위 10대 핵심어로 탈북, 북한, 북한이탈주민, 중국, 새터민, 탈북자, 탈북민, 북송, 지원, 미국 등으로 나타났다. 북한이탈주민, 새터민, 탈북자, 탈북민과 같은 검색 핵심어를 제외하면 통일, 모자, 정부, 한국 등과 같은 핵심어들이 상위 10대 핵심어로 등장하고 있다.

신문 보도에서 나타난 주요 핵심어들의 연결 관계를 살펴보기 위해 주요 핵심어들의 네트워크를 〈Figure 1〉에서 제시하였다. 〈Figure 1〉을 살펴보면, 전체적인 네트워크는 탈북, 정부, 탈북민, 미국, 중국 등과 같은 핵심어들을 중심으로 연결되어 있는 것을 볼 수 있다. 〈Figure 1〉에서 한 가지 흥미로운 점은 새터민, 북한이탈주민, 탈북자의 연결 관계가 각기 다르게 나타나고 있다. 즉, 새터민과 북한이탈주민은 통일 문제와 같은 국내적 이슈들과 연결되어 있는 반면에 탈북자는 난민, 인권 문제와 같은 국제적 이슈들과 연결되어 있다. 세 개의 핵심어들은 공통적으로 북한 출신 사람들을 지칭하는 용어이지만, 신문 보도에서는 각기 다른 상황과 맥락에서 이용하고 있다는 것을 알 수 있다.

Table 2. Key words from newspaper

Key word	<i>N</i>	TF-IDF	Key word	<i>N</i>	TF-IDF
Escaping from North Korea	310	281.806	Human rights	13	52.83738
North Korea	128	232.5989	Moon Jae-in	12	49.73348
Resident escaping from North Korea	125	226.1352	Empahty	12	49.73348
China	71	172.1516	A group of North Korean defectors	12	49.73348
Saetemin	59	150.5577	Coercion	11	46.54615
Person escaping from North Korea	52	139.2622	Distribution	11	46.54615
North Korean defector	47	130.6231	Investigation	11	46.54615
Repatriation to the North Korea	32	101.2361	Event	11	46.54615
Support	32	101.2361	Kim Jung-eun	10	43.26778
USA	30	96.84498	Propaganda flyers to North Korea	10	43.26778
Unification	27	90.00521	Meeting	10	43.26778
Mother-Son	26	87.65293	Death	10	43.26778
Government	26	87.65293	Management	10	43.26778
South Korea	25	85.26219	Chinese People	10	43.26778
Donald Trump	24	82.83143	Consolidation	9	39.88925
Opening	22	77.84306	Roundup	9	39.88925
Origin	16	61.70839	Public security officer in China	9	39.88925
Refugee	16	61.70839	Kim Jung-nam	9	39.88925
Forced repatriation to the North Korea	15	58.8197	Starvation	9	39.88925
Mike Pence	15	58.8197	UN	9	39.88925
National Intelligence Service	13	52.83738	Incheon	9	39.88925
Deportation	13	52.83738	Lim Ji-hyun	9	39.88925
Arrest	13	52.83738	Discrimination	9	39.88925

〈연구문제 2〉의 결과

〈연구문제 2〉에서는 〈연구문제 1〉에서 확인한 북한이탈주민 관련 신문 보도에 나타난 주요 핵심 어들과 연결 관계가 시기별(2017년, 2018년, 2019년)로 어떠한 변화가 있는지 살펴보았다. 이를 위

해서 QAP 상관관계를 살펴보았는데, 2017년과 2019년의 신문 보도는 $r = .795$ ($p < .01$)로 가장 높은 상관관계를 나타냈고, 그 다음으로는 2018년과 2019년의 신문 보도가 $r = .781$ ($p < .01$), 마지막으로 2017년과 2018년의 신문 보도

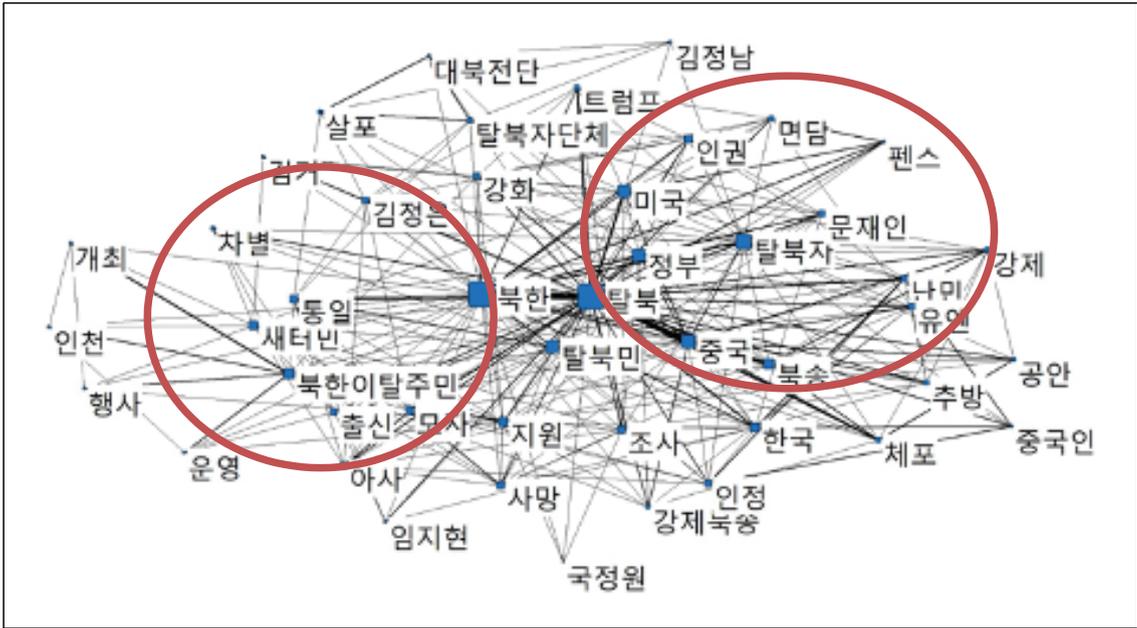


Figure 1. Overall key words network of newspapers

Table 3. Periodical comparisons of QAP correlation analysis

	2017 year	2018 year	2019 year
2017 year	1		
2018 year	0.707*	1	
2019 year	0.795*	0.781*	1

* $p < .01$

가 $r = .707$ ($p < .01$) 순으로 나타났다. 이러한 결과는 북한이탈주민 관련 신문 보도가 비교적 높은 상관관계를 보이고 있으며, 특히 상관관계의 정도는 2017~2018년($r = .707$), 2018~2019년($r = .781$)로 해가 갈수록 높아지는 경향을 보이고 있다. 이러한 경향은 북한이탈주민에 대한 신문 보도가 거의 비슷한 경향을 보이고 있는 것을

의미한다.

〈연구문제 3〉의 결과

〈연구문제 3〉에서는 북한이탈주민에 대한 수용자들의 인식은 어떠한지를 살펴보기 위해서 북한이탈주민과 관련한 주요 핵심어는 무엇이며, 이러한 주요 핵심어들은 어떠한 연결 관계를 지니는지 살

Table 4. Key words from the audiences

Key word	N	TF-IDF	Key word	N	TF-IDF
People	20	51.14455	The weak	3	13.36304
Think	12	36.81664	Foreigners	3	13.36304
One nation	11	34.70571	Hope	3	13.36304
Concerns	11	34.70571	Not good	3	13.36304
North Korean people	10	32.50374	Adaptation	3	13.36304
Needs	9	30.20162	North Korea	3	13.36304
Compatriot	6	22.5672	General person	2	9.719625
Help	6	22.5672	Saetemin	2	9.719625
Regret	5	19.71761	Our people	2	9.719625
Escaping from North Korea	5	19.71761	Pity	2	9.719625
Stranger	5	19.71761	Support	2	9.719625
Positive	5	19.71761	Ordinary person	2	9.719625
Bravery	3	13.36304	Settlement	2	9.719625
Courage	3	13.36304	migratory bird	2	9.719625

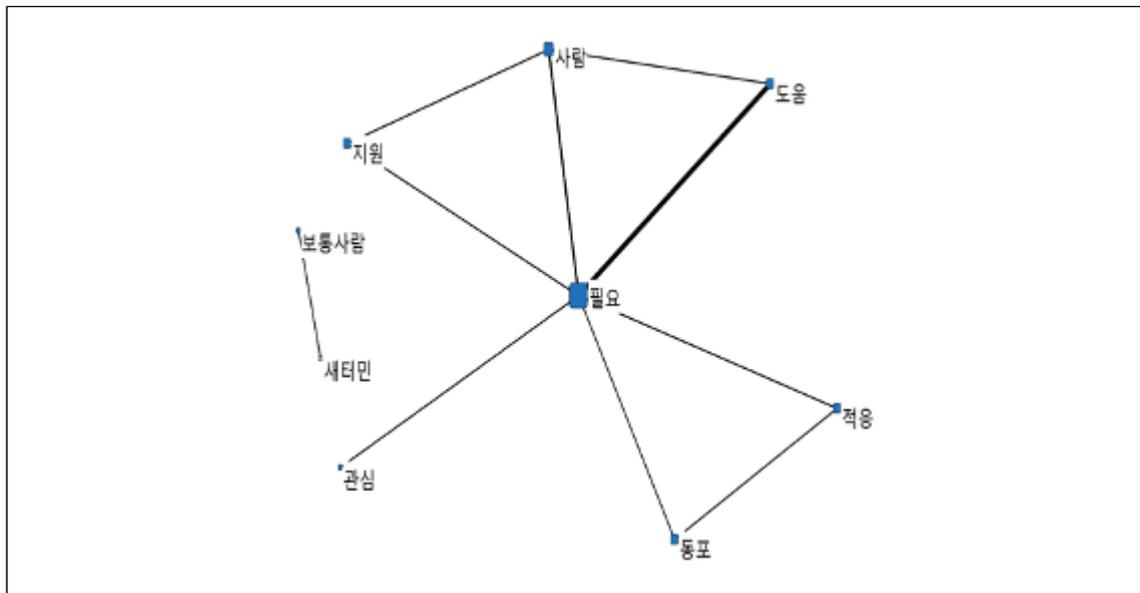


Figure 2. Overall key words network of the audiences

용자 인식 사이에서 연결되어 있는 것으로 나타나고 있다.

논의 및 결론

이 연구는 북한이탈주민에 대한 미디어 보도와 수용자 인식을 비교, 분석하여 북한이탈주민에 대한 수용자의 인식 형성 과정을 살펴보고자 하였다. 이러한 목적에 도달하기 위해서 미디어 효과 이론들이 제안하는 이론적 틀에 기반해서 북한이탈주민에 대한 신문 보도와 수용자들의 인식을 비교, 분석하였다.

연구 결과에서 북한이탈주민 관련 신문 보도에 나타난 주요 핵심어들은 탈북, 북한, 북한이탈주민, 중국, 새터민, 탈북자, 탈북민, 북송, 지원, 미국 등으로 나타났다. 북한이탈주민, 새터민, 탈북자, 탈북민과 같은 검색 핵심어를 제외하면, 통일, 모자, 정부, 한국 등과 같은 핵심어들이 상위 10대 핵심어로 나타났다. 이러한 핵심어들의 전체 네트워크는 탈북, 정부, 탈북민, 미국, 중국 등과 같은 핵심어들을 중심으로 연결되어 있었다. 특히, 새터민과 북한이탈주민은 통일 문제와 같은 국내적 이슈들과 연결되어 있는 반면에 탈북자는 난민, 인권 문제와 같은 국제적 이슈들과 연결되어 있다. 이러한 북한이탈주민에 대한 신문 보도의 경향이 연도별로 어떠한 차이가 있는지 살펴보면, 전반적으로 높은 상관관계를 보이고 있었으며, 2017년에서 2018년, 2019년으로 갈수록 그 상관관계의 정도는 높아지는 것으로 나타났다.

북한이탈주민에 대한 수용자들의 인식은 어떠한지를 살펴보면, 수용자들이 생각하는 북한이탈주민과 연관되어 연상되는 상위 10대 핵심어로는 사람, 생각, 한민족, 관심, 북한사람, 필요, 동포, 도움, 안타까움, 탈북, 이방인, 긍정 등과 같은 핵심어들로 나타났다. 이러한 핵심어들의 전체 네트워크에서도 네트워크의 중심에 관심, 지원, 도움, 적응, 동포 등과 같은 핵심어들과 연결되어 있는 것으로 나타났다. 북한이탈주민에 대한 신문 보도와 수용자의 인식을 비교해서 살펴본 결과에서, 미디어와 수용자는 북한이라는 국가를 배경으로 북한이탈주민을 바라보고 있다는 점에서 공통적인 접근을 보였다.

이러한 연구 결과들을 통해서 좀 더 심도 있게 생각해 볼 점들이 있다. 첫째로, 미디어는 북한이탈주민을 국내적 시각과 국제적 시각으로 구분해서 바라보고 있다. 국내적 시각에서는 북한이탈주민을 새터민과 북한이탈주민이라는 용어를 사용하며, 이들의 적응 문제와 지원 문제에 집중해서 바라보고 있으며, 국제적 시각에서는 탈북자라는 용어를 사용하며 난민, 인권 문제로서 중국, 미국 등과 외교적 시각에서 바라보는 점이다.

이러한 이분법적인 용어의 사용은 이전 선행 연구에서도 지적한 바와 같이 한국 사회에서 북한이탈주민에 대한 정체성의 혼란을 불러일으키고 있으며, 특정한 정치적 목적 또는 지향 등과 같은 정치적 이데올로기를 강화하기 위한 수단으로서 활용한다고 볼 수 있다. 유사한 맥락에서 오원환(Oh, 2016)은 탈북자 정체성의 정치학을 비판하고 있다. 한국 사회는 북한에서 한국으로 이주해

은 사람들은 지칭하는 용어들을 다양하게 사용하였다. 귀순 용사, 귀순 동포에서 시작해서, 탈북자, 탈북민, 새터민 등으로 불러 왔었다. 이러한 무분별한 용어들을 통일하기 위해서 통일부에서는 2008년부터 공식적인 용어로 북한이탈주민을 사용할 것을 권고하고 있다. 하지만, 오원환(Oh, 2016)은 이러한 용어 변화는 북한이탈주민에 대한 고려보다는 국내외의 정치적 이해관계를 고려한 결과로, 오히려 한국 사회 안에서 북한이탈주민에 대한 구분이 발생했음을 지적하고 있다.

마찬가지로 이 연구의 결과에서 미디어는 자신들의 목적 또는 의도에 따라서 용어를 구분해서 사용하면서 일종의 북한이탈주민의 정체성을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 미디어의 이러한 이분법적 접근에서 등장하는 북한이탈주민과 새

터민은 국내적으로는 지원해 줘야 하는, 도움을 줘야 하는 불쌍한 존재(동포)이며, 국외적으로는 탈북자라는 용어를 사용하며 중국, 미국 등과 외교적 문제를 일으키는 국제적 문제아로서의 존재이다. 이렇게 미디어가 북한이탈주민에 대한 이분법적인 접근을 시도하는 이유로 정부의 정책 비판을 추론해 볼 수 있다. 즉, '인권'을 강조하는 정부가 불쌍한 또는 도움이 필요한 북한이탈주민이 한국 사회에 정착하는 데 충분한 지원을 하지 못하고, 외국에서 국제 미아로 떠돌아다니고 있는데 외교적 지원을 하지 못하는 것을 비판하기 위한 것이다(Kwak & Rhee, 2009; Lim & Kim, 2015).

미디어의 이러한 이분법적인 또는 대립적인 정보는 수용자들로 하여금 북한이탈주민에 대한 양립적인 혹은 복합적인 인식이 형성되게 할 것이

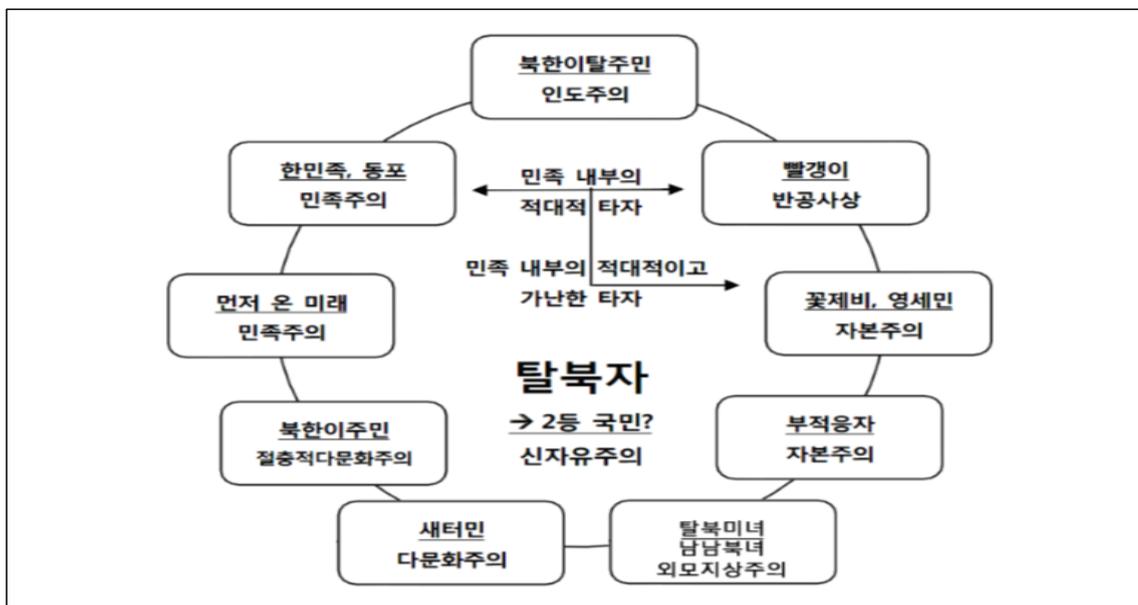


Figure 4. Word politics for North Korean defectors excerpted from p. 12 in Oh (2016)

다. 즉, 미디어의 목적에 따라서 다르게 비춰지는 북한이탈주민에 대한 이미지는 수용자들로 하여금 복합적인 이미지의 존재로서 인식될 수 있다. 앞서 언급한 대로 국내적으로 보호와 도움의 대상으로서의 새터민과 북한이탈주민은 국외적으로는 외교적 문제야 또는 떠돌이와 같은 이미지를 형성하고 있다. 특히, 북한이탈주민이라는 용어도 ‘북한 출신 한국 사람’이라는 정체성이 드러나기 보다는 ‘북한’이라는 사회에서 벗어난 또는 탈출(이탈)한 사람이라는 부정적인 의미가 내포되어 있는 것과 같이 북한이탈주민과 관련한 용어들은 북한이탈주민을 객관적으로 소개하는 용어라기보다는 다양한 정체성을 지닌 복합체로서 활용되고 있다.

이러한 미디어의 용어 혼용은 수용자들의 북한이탈주민에 대한 다양하고 복잡한 이미지 또는 인식 형성에 기여할 가능성이 높다. 예를 들어, 안이수(An, 2018)는 북한이탈주민에 대한 인식이 우호적 지지형(북한이탈주민에 대해서 존중과 배려가 필요), 부정적 고정관념형(북한이탈주민에 대해서 부정적으로 생각), 중립 추구형(북한이탈주민에 대해서 기본적으로 동정의 감정이 있지만 자기의 이익에 해가 된다고 생각하면 언제든지 부정적으로 생각을 변화) 등과 같은 세 가지의 복합적인 인식이 형성되어 있는 것을 발견하였다. 마찬가지로, 이 연구의 결과에서도 전반적으로 감정적으로 연민의 정을 바탕으로 하는 인식이 형성되어 있지만, ‘북한 사람’, ‘이방인’, ‘별로’ 등과 같은 부정적이며 남한 사람과 구분 지으려는 인식들도 공존하고 있다. 이러한 대립적인 감정이 존재하는 것은 미디어의 복합적인 또는 대립적인 용어 사용

과 관계있을 것으로 추론한다.

둘째로, 신문의 보도와 수용자의 인식 관계 분석에서 직접적으로 핵심어들 간의 연관 관계가 많이 등장하지는 않은 부분이다. 이점에 대해서 이해하기 위해서는 우선 신문의 북한이탈주민 보도 방식에 대해서 생각해봐야 할 것이다. 신문의 북한이탈주민에 대한 상위 핵심어들을 살펴보면, 탈북, 북한, 중국, 북송, 지원, 미국, 통일, 모자, 정부, 한국 등으로 나타나며, 이러한 핵심어들은 탈북해서 한국 사회로 귀화하기까지의 고통, 잘못하면 잡혀서 북송되는 안타까움, 한국 사회에 적응하지 못해서 극단적 선택을 한 모자 등과 같은 감정적인 이야기들이 포함되어 있다. 또한, 새터민이라는 용어가 미디어와 수용자의 인식 사이에서 공통적으로 연결되어 있는 것으로 나타났는데, 새터민이라는 용어는 미디어에서 국내 상황에서 주로 쓰이며 도움이 필요한 맥락과 연결되어 사용하고 있었다.

이러한 결과는 북한이탈주민에 대한 선행 연구들이 주장하는 것처럼 북한이탈주민을 감정적으로 소비하는 것으로 볼 수 있다. 북한이탈주민에 대한 미디어의 메시지를 감정적으로 소비하는 수용자들은 체계적인 정보 처리를 진행하는 것이 아니라 자신들의 기억에서 가장 빨리 연상될 수 있는 정보에 근거하는 휴리스틱(heuristic) 정보 처리를 진행하거나(Shrum, 2001), 암시적인 문화 계발 효과에 기반한 정보 처리를 하거나(Arendt, 2010, 2012), 미디어 프레임에 정서적 반응을 하는 정서의 프레임링(Na, Song, Kim, & Rhee, 2008)을 하게 되는 것이다. 즉, 북한이탈주민에 대한 신문 보

도에서 드러나는 핵심어나 개념이 수용자의 기억에 직접적으로 저장되기보다는 관련 보도에서 드러나는, 또는 관련 보도를 읽고 난 느낌, 뉘앙스, 분위기 등이 기억에 남게 되는 것은 아닌지 추론해 본다. 이러한 감정적 정보 처리로 인해서 앞서 논의한 대로 북한이탈주민에 대한 신문 보도를 통해서 신문사가 전달하려 했던 정부 비판에 대한 의도 등이 수용자들에게 제대로 전달되지 않는 것으로 볼 수 있다.

이러한 논의들을 바탕으로 PR의 공공 캠페인 차원에서 제안하고자 하는 점은, 우선 미디어의 목적에 따른 용어 사용을 제한하고 일관된 용어 사용을 위한 노력을 기울여야 할 것이다. 일관된 용어의 사용은 일관된 이미지나 정체성 형성에 기여할 수 있을 것이다. 하지만, 앞서 논의한 대로 북한이탈주민과 관련된 용어들이 미디어 메시지의 상황이나 맥락에 따라서 다르게 사용되는 것은 미디어 노출이나 미디어 메시지의 이해도에 따라서 북한이탈주민을 다르게 인식할 수 있는 가능성이 있다. 따라서, 미디어에서 북한이탈주민, 탈북민, 새터민 등과 같은 용어들이 혼재되어 사용되는 부분을 해소하여 일관된 이미지나 정체성이 형성되도록 노력할 필요가 있다.

또한, 북한이탈주민에 대한 수용자의 인식에서 '이방인', '별로', '철새' 등과 같은 부정적인 단어들 이 등장하고 있다. 앞서 논의한 북한이탈주민에 대한 선행 연구에서도 다른 국가에서 온 이주민들 보다 북한이탈주민을 더 부정적으로 인식하는 경우도 등장하고 있다. 이러한 부정적인 인식을 감소시키기 위해서는 선행 연구(Potter, 1991; Son

& Lee, 2012)에서 주장한 대로 한국 사람들이 북한이탈주민과 동일시를 느낄 수 있는 상황을 보여주는 PR 캠페인 메시지를 전달할 필요가 있다. 하지만, 이러한 PR 캠페인 메시지에서 막연한 동포애를 강조하는, 또는 도움이 필요한 불쌍한 대상으로 북한이탈주민의 정체성을 드러내어 지원해야 하는 수동적인 객체로서 표현하기보다는 사회 발전에 함께 기여하는 부분을 강조하여 사회의 동반자 또는 파트너로 북한이탈주민에 대한 이미지나 정체성이 형성되도록 할 필요가 있을 것이다.

연구의 한계점과 향후 연구 제안

이 연구는 북한이탈주민에 대한 미디어 보도와 수용자 인식을 비교, 분석하여 수용자들의 북한이탈주민 인식 형성 과정을 살펴보았다. 연구의 목적에서 제안한 대로, 미디어의 보도는 직접적인 인식 형성에는 영향을 미치지 못하지만, 간접적으로 추상적인 느낌이나 이미지를 기억에 남게 하여 북한이탈주민에 대한 인식을 형성하는 것을 발견하였다는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 하지만, 이러한 의의에도 불구하고 연구에는 몇몇의 한계점이 존재한다.

첫 번째로, 이 연구에서는 북한이탈주민을 바라보는 미디어로 신문을 선택하였다. 신문은 인터넷을 통해서 수용자들에게 이슈와 관련한 핵심어를 전달하는 데 있어서 탁월한 효과가 있고, 또한 수용자들은 신문에서 제시하는 핵심어를 기반으로 뉴스를 선택하기도 하는 등의 영향력을 발휘하

는 측면을 고려해서 선정하였다. 하지만, 수용자들이 소비하는 미디어는 신문뿐만 텔레비전 등과 같은 뉴스 생산자적인 미디어가 있고, 온라인 커뮤니티 등과 같이 수용자 측면에서 뉴스 생산자적인 미디어들이 존재하는 것도 사실이다. 따라서 신문뿐만 아니라 다양한 미디어들이 북한이탈주민을 어떻게 바라보는지를 살펴보면 더 넓고 다양한 측면에서 수용자들의 인식 형성 과정을 분석해 볼 수 있을 것으로 기대한다. 향후 연구에서는 이러한 연구의 한계를 반영하여 수용자들의 인식 형성 과정을 좀 더 체계적으로 분석할 수 있는 기회를 마련하기를 기대하겠다.

두 번째로, 이 연구에서는 분석 기간을 2017년부터 2019년까지 3년간으로 한정하여 자료를 수집, 분석하였다. 이러한 기간을 설정한 것은 기존의 미디어 효과 연구들이 1개월에서 6개월 사이로 분석하는 것보다는 기간을 넓혀서 좀 더 장기적인 차원에서 분석하고자 하는 의도로 시행하였다. 하지만, 연구 결과에서도 나타나듯이 전반적으로 미디어 보도는 비교적 높은 상관관계를 보이며, 유사한 형태의 시각들이 존재하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 현상이 3년에 국한되는 것인지, 아니면 더 오래 지속적인 미디어의 시각인지를 파악한다면 수용자의 인식이 3년 안에 형성된 것인지 아니

면 보다 장기적으로 북한이탈주민에 대한 고정관념이 형성되어 있는 것인지를 파악해 볼 수 있을 것이다. 또한, 시기적으로 2017년 이후로 남북한 관계 등과 같은 시기적, 환경적 특성들이 반영되었을 가능성도 높을 것이다. 따라서 향후 연구에서는 보다 장기적인 차원에서 미디어 보도를 분석하고 수용자의 인식과 비교해서 수용자의 인식 형성 과정을 좀 더 체계적으로 분석하기를 기대한다.

마지막으로, 연구 참여자들을 모집하면서 정부에서 시행하는 인구주택총조사 기준으로 비례 할당 표집을 한 것이 아니라 성인들을 대상으로 하였기 때문에 한국 사회 수용자들의 일반적인 의견을 반영하기에는 무리가 따른다고 생각한다. 향후 연구에서는 연구 참여자들이 대표성을 지닐 수 있는 표본으로 구성하여 연구 결과의 외적 타당도를 높일 수 있기를 기대한다. 또한, 연구 참여자들의 뉴스 소비 채널에 대한 추가 조사를 시행하지 않았다. 한국 사람들의 뉴스 소비 채널로서 네이버가 차지하는 비중이 높은 이유를 기반으로 네이버를 뉴스 검색 채널로 선정하였으나, 실제로 연구 참여자들이 네이버를 많이 사용하는지에 대한 조사를 추가적으로 시행하지 않았다. 향후 연구에서는 이러한 점을 반영하여 보다 연구 결과의 타당도를 높일 필요가 있을 것이다.

References

- Ahn, L. S. (2018). Subjectivity about North Korean refugee: A Q-methodology approach. *Journal of Digital Convergence*, 16(2), 37-45.
- Arendt, F. (2010). Cultivation effect of a newspaper on reality estimates, explicit and implicit attitudes. *Journal of Media Psychology*, 22, 147-159.
- Arendt, F. (2012). A newspaper's effect on the strength of automatic associations in memory. *Journal of Media Psychology*, 24(1), 1-8.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., & Freeman, L. C. (2002). *Ucinet for windows software for social network analysis*. Harvard, MA: Analytic Technologies.
- Choi, Y. H., & Kim, S. Y. (2013). South Korea embraced us, but South Koreans have never accepted North Korean defectors: An analysis of the comments posted on major internet portal sites concerning North Korean defectors and the role of public relations in communicating unification. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 15(3), 187-219.
- Choo, B. (2011). Teaching strategies for reducing students' stereotypes toward North Korean refugee. *The Korean Journal of Unification Affairs*, 23(1), 29-62.
- Chung, J. W. (2019). Analysis of the determinants of an individual's attitude toward North Korean defectors in South Korea. *Journal of Social Science*, 30(1), 155-182.
- Chung, T. C. (1995). The increase of headline consuming and understanding of headlines in newspapers. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 33, 203-228.
- Condit, C. M., Ferguson, A., Kassel, R., Thadhani, C., Gooding, H. C., & Parrott, R. (2001). An exploring study of the impact of news headlines on genetic determinism. *Science Communication*, 22(4), 379-395.
- Donohue, J. C. (1973). *Understanding scientific literature: A bibliographic approach*. Cambridge: The MIT Press.
- Gerbner, G., Gross, L., Signorielli, N., Morgan, M., & Jackson-Beeck, M. (1979). *Violence profile No. 10: Trends in network television drama and viewer conceptions of social reality 1967-1978*. Philadelphia, PA: University of Pennsylvania.
- Guo, L. (2013). Toward the third level of agenda setting theory: A network agenda setting model. In T. Johnson (Ed.), *Agenda setting in a 2.0 world: New agendas in communication* (pp. 112-133). New York, NY: Routledge.
- Guo, L., & McCombs, M. (2011). Toward the third-level agenda-setting theory: A network agenda-setting model. Paper presented at the annual conference of the AEJMC, St. Louis, MO.
- Guo, L., & Vargo, C. J. (2017). Global intermedia agenda setting: A big data analysis of international news flow. *Journal of Communication*, 67, 499-520.
- Joe, S. (2005). The Effects of headline & leadline in the online newspaper. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 49(2), 5-32.
- Kim, H. S. (2000). Prejudice, feeling, and attitude toward North Korea. *The Korean Journal of Culture and Social Issues*, 6(2), 115-133.
- Kim, H. S., & Yoon, I. J. (2017). Change of adopting North Korean defectors. *Social Science Studies*, 25(1), 8-42.
- Kim, D. S., Kim, D. H., & Jung, T. Y. (2011). Cognition of Korean college students for six foreigner groups. *The Korean Journal of Social and Personality Psychology*, 25(1), 1-23.
- Kim, G. D., Kim, H. B., Lee, J. M., Jung, J. D., Oh, K., & Eom, K. Y. (2018). South Korean attitudes toward North Korean refugees: A perspective of symbolic politics and economic interests. *Korean and World Politics*, 34(2), 1-36.
- Kiousis, S., & Ragas, M. (2015). Implications of third-level agenda-building for public relations and strategic

- communication. In L. Guo & M. McCombs (Eds.) *The power of information networks* (pp. 161-174). New York, NY: Routledge.
- Korea Press Foundation (2020). *Media users in Korea 2020*. Research report, Korea Press Foundation.
- Kwak, J. R., & Rhee, J. W. (2009). News media framing of the issue of north korea defectors during the Kim Dae-joong and Roh Moo-hyun governments: Comparing conservative and progressive news media. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 53(6), 196-217.
- Kwon, K. S. (2013). Social implication of migrant women represented on the mass media to produce: Focusing on marriage migrant and North Korean defector in the TV programs. *The Journal of Multicultural Society*, 6(2), 39-81.
- Kwon, S. H., & Song, Y. H. (2015). Blood brothers or distant relatives? Determinants of individuals' social distance toward North Koreans in South Korea, 2007-2014. *Onghtopia*, 30(2), 123-160.
- Lee, C. -J., & Niederdeppe, J. (2011). Genre-specific cultivation effects: Lagged association between overall TV viewing, local TV news viewing, and fatalistic beliefs about cancer prevention. *Communication Research*, 38(6), 731-753.
- Lee, J. C., & Kim, Y. M. (2005). The influence of North Korean defectors' psychological characteristics on their alienation. *The Korean Journal of Culture and Social Issues*, 11(3), 41-66.
- Lee, K. (2005). Development of social adaptation programs. Research report. Korea Institute for National Unification.
- Lee, M. -K., & Woo, H. -J. (2004). A study on the dislocated North Koreans' perceived social reality about South Korea influenced by television drama viewing: Focusing on cultivation effect and acculturation theory. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 48(6), 248-273.
- Lee, S. -M. (2014). How can North Korean women defectors speak?: A critical analysis of television talk show <Now, Going To Meet> (Channel A). *Media, Gender & Culture*, 29(2), 75-115.
- Lee, Y. (2014). Socioeconomic determinants of the South Korean perception on the North Korean refugees. *Legislation and Policy Studies*, 6(2), 197-222.
- Lim, J., & Kim, M. (2015). Review of grounded theory method and its implications for journalism studies: An analysis of feature stories about North Korean defectors in conservative and liberal newspapers. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 59(2), 427-452.
- McCombs, M. (2014). *Setting the agenda* (2nd ed.). Cambridge, UK: Polity Press.
- Ministry of Unification. (2021, 3, 9). Recent status of residents escaping from North Korea. Retrieved from <https://www.unikorea.go.kr/unikorea/business/NKDefectorsPolicy/status/lately>
- Na, E. K., Song, H. J., Kim, H. S., & Rhee, J. W. (2008). News framing effects on discrete emotional responses. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 52(2), 378-406.
- Namgoong, C., & Kim, Y. R. (2016). Emotional economy about female North Korean defectors. *Journal of Communication Research*, 53(1), 105-148.
- Oh, W. H. (2016). The politics of identity of North Korean refugees. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 30(3), 5-41.
- Pang, H., & Park, H. (2018). The North Korean defector TV shows and affective politics. *Korean Journal of Communication & Information*, 87, 135-171.
- Park, H. W., & Leydesdorff, L. (2004). Understanding the KrKwic: A computer program for the analysis of Korean text. *Journal of The Korean Data Analysis Society*, 6(5), 1377-1387.
- Park, H. S. (2002). The current situation of refugee's local

- adjustment policy and future direction. *North Korean Studies Review*, 6(1), 209-240.
- Potter, W. J. (1991). Examining cultivation from a psychological perceptible. *Communication Research*, 18, 77~102.
- Rhee, J. W., & Kim, S.-H. (2018). News frames in the coverage of fine-dust disaster: Application of Structural Topic Modeling. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 62(4), 125-158.
- Rothman, B. K. (1998). *Genetic maps and human imaginations: The limits of science in understanding who we are*. New York: Norton.
- Shin, M. N. (2009). The study on the general awareness between South Korean and the displaced people from the North Korea. *North Korean Studies*, 5(2), 119-143.
- Shrum, L. J. (2001). Processing Strategy Moderates the Cultivation Effect. *Human Communication Research*, 27(1), 94-120.
- Shrum, L. J., Lee, J., Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2011). An online process model of second-order cultivation effects: How television cultivates materialism and its consequences for life satisfaction. *Human Communication Research*, 37, 34-57.
- Son, H.-J., & Lee, J. H. (2012). Effects of TV news about sexual crimes on female viewers perception of reality: A mediation analysis on the two-step model of cultivation theory. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 56(2), 357-378
- Song, K.-H., & Kang, B. M. (2006). Aspects of language use in newspaper articles: A corpus linguistic perspective. *Korean Journal of Cognitive Science*, 17(4), 255-269.
- Tae, J.-H., & Whang, I.-S. (2012). How does television talk show, Now, Im Coming to Meet You (Channel A) reconstruct North Korean women defectors personal memories?. *Korean Journal of Communication & Information*, 60, 104-124.
- Vargo, C. J., & Guo, L. (2017). Networks, big data, and intermedia agenda setting: An analysis of traditional, partisan, and emerging online U.S. news. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(4), 1031-1055.
- Vu, H. T., Guo, L., & McCombs, M. E. (2014). Exploring the world outside and the pictures in our heads: A network agenda-setting study. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 91, 669-686.
- Woo, H.-J. (2006). Re-exploring the resonance effects of the cultivation theory: Focusing on television news effects on the risk perception. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(6), 254-276.
- Wu, H. D., & Guo, L. (2017). Beyond salience transmission: Linking agenda networks between media and voters. *Communication Research*, 47(7), 1-27.
- Yang, K. M., & Chung, J. K. (2005). Impacts on trust and adaptability of South Koreans. *The Korean Journal of Culture and Social Issues*, 11(1), 97-115.
- Yang, K. M., Chung, J. K., & Kang, H. (2005). *A study for exploring multi-cultural education*. Research report. National Youth Policy Institute.
- Yoon, I., & Chae, J. (2010). *Co-perceptions between North Korean defectors and South Koreans*. Seoul, KR: Korean Hana Foundation.
- Zhang, L. L., & Hong, H. J. (2014). Examining the intellectual structure of reading studies with co-word analysis based on the importance of journals and sequence of keywords. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 25(1), 295-318.

최초 투고일 2021년 12월 30일

논문 심사일 2021년 02월 02일

논문 수정일 2021년 02월 20일

게재 확정일 2021년 03월 05일

A Study on the Perception-Building Process of South Korean People about the Residents Escaping North Korea

Semantic Network Analysis for Media Reports and Audiences' Perceptions*

Daewook Kim

Professor, Dept. of Culture and Arts Contents, Incheon Catholic University**

Objectives

Based on media effects theories, this study attempted to analyze and compare between media reports and audiences' perceptions in order to explore how South Korean people consider residents escaping from North Korea.

Methods

For analyzing media perspectives, this study collected 757 newspaper articles from 14 newspaper organizations from January 1st 2017 to December 31st 2019. For analyzing audience perspectives, this study conducted an online survey for the general South Korean people. Finally, a series of semantic network analysis was conducted for analysing those data.

Results

In the newspapers, words such as Saetemin and residents escaping North Korea were used to closely associate with internal issues like unification between South and North Korea; while a word like North Korean defectors was closely linked to international issues like human rights. The perceptions of audiences included key words like concerns, support, and help.

Conclusions

Newspapers in South Korea have utilized the residents escaping from North Korea with internal and international perspectives. The audiences has perceived of residents escaping from North Korea with pitiful images and emotions. In the PR campaign, PR professionals should attempt to decrease multi-purpose uses of the newspapers and potential negative images of the audiences.

KEYWORDS Residents escaping North Korea, Newspaper reports, Perceptions of the audiences, Semantic network analysis, PR campaign

* This research was supported by the Lotte Foundation.

** First Author: simonkim1026@gmail.com