

러시아 언론에 나타난 한국, 중국, 일본, 북한의 국가이미지 비교연구: 뉴스 텍스트 마이닝 분석을 중심으로*

계용택(러시아리서치 대표)

논문요약

본 연구는 러시아 언론에 나타난 한국, 중국, 일본, 북한에 대한 국가별 이미지를 비교 분석하였다. 텍스트마이닝 방법으로 키워드 상관분석을 하였으며 국가 간 상대적 이미지 연관성을 도출하였다. 연구결과 한국은 러시아에게 외교 및 군사·안보 상대국으로 인식되며 한국에 대한 이미지는 약간의 무관심 속에서 중립적이다. 중국은 경제 및 외교 상대국으로 인식되며 전체적으로 긍정/우호 이미지가 매우 강하다. 그러나 사안에 따라서는 부정/비판 이미지도 있다. 일본은 외교 및 경제 상대국으로 긍정/우호 이미지가 부정/비판 이미지보다 조금 강하다. 그러나 러시아와 관련된 사안에는 부정/비판 이미지가 매우 강하다. 북한은 외교 및 군사·안보 상대국으로 인식되며 군사적 강국 및 빈곤국 이미지가 강하다.

주제어: 국가 이미지, 한국, 중국, 일본, 텍스트 마이닝

* 이 논문 또는 저서는 2021년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2021S1A5B5A17049795).

I. 서론

국가이미지란 특정 국가나 민족, 사람들에 대한 총체적 심상(image)을 말하며, 신뢰도나 호감도 등과 같이 긍정·중립·부정 태도를 포괄한다. 이러한 심상과 태도는 해당 국가의 정치적 안정, 민주화 정도, 경제발전 수준, 범죄 상황, 공공질서, 역사와 전통, 문화예술, 국민성, 교육수준, 자연경관과 기후, 국가 호감도, 외국과의 교류 정도, 대상 국가와의 접촉 정도 등의 요인들이 다차원적이고 복합적으로 작용하여 형성된다.¹⁾

본 연구는 ‘한 국가의 이미지란 언론이 어떻게 보도하느냐에 의해서 설정될 수 있다’는 전제에서부터 시작된다. 왜냐하면, 타 국가를 직접 방문하기 전에는 자국 언론의 보도를 통해서 타 국가에 대한 이미지를 형성하기 때문이다. 한 나라의 국가이미지를 구성하는 경로는 여러 가지가 있지만 언론의 보도가 가장 큰 영향을 차지한다. 대부분 사람이 다른 나라에 대해 직접 경험하는 것이 어렵기 때문에 신문, 잡지, 방송, 인터넷뉴스 등 대중매체에 의존하여 그 나라에 대한 이미지를 형성하게 되기 때문이다. 그런 점에서 언론에 나타난 한 국가의 이미지는 좋은 연구대상이 된다.

한반도와 접하고 세계 강대국 가운데 하나인 러시아에서 한국, 중국, 일본, 북한 등 동북아시아 주요 국가들에 대한 이미지는 러시아-동북아시아 국제관계 및 외교통상 분야에서 매우 중요한 요소가 된다.

한국의 대중문화가 한류(K-Pop, K-Culture)라는 유행을 타고 세계 각국에 확산되고 있는 상황에서, 러시아에서의 한국 이미지 향상방안을 도출시키려면 단지 한국뿐만 아니라 이들 4개국에 대한 이미지 비교연구도 필요하다.

국제뉴스의 수용과 국가에 대한 이미지는 대인매체보다 매스미디어라는 대중매체를 통해서 이루어질 가능성이 높아 뉴스 텍스트 자료를 통해 한국, 중국, 일본, 북한에 관련된 뉴스 보도의 특성과 이들 국가이미지를

1) 김용상, "국가이미지에 대한 이론적 고찰." 『한국전통상학연구』 13집 2호, 1999, pp. 251~252; Moffitt, M. A., "A cultural studies perspective toward understanding corporate image: A case study of state farm insurance." *Journal of Public Relations*, Vol. 6, No. 1, 1994, pp. 41~66; Parameswaran, R. and R. M. Pisharod, "Facets of country of origin image: An empirical assessment." *Journal of Advertising*, Vol. 24, No. 1, 1994, pp. 43~56.

분석하는 것이 매우 중요하다.

언론의 기사 작성에서 기자를 비롯하여 언론사의 수많은 게이트 키퍼가 연관되므로, 기사 텍스트 분석은 개인별 문답식 여론조사와는 달리 일반인, 언론인, 국가기관의 의견이 반영될 수 있다는 것이 특징이다.

러시아 언론에 나타난 한국, 중국, 일본, 북한에 대한 국가이미지 연구를 위해 본 연구에서는 ‘인테르팍스 통신사’ 기사 헤드라인을 분석 대상으로 하였다.

헤드라인은 기사의 내용과 전체 맥락이 무엇인지 예상하고 원하는 기사가 어디 있는지 찾아내어 선택적 뉴스 읽기를 할 수 있도록 길잡이 역할을 한다.²⁾ 또한 기사 헤드라인은 해당 기사 내용을 요약하여 핵심 논점을 제시하고 중요성을 부각시켜 준다.

제목(헤드라인) 소비자에게는 기사 열독에 대한 대체효과를 유발하고, 기사 내용을 모두 읽는 독자에 대해서는 기사 내용의 해석을 특정 방향으로 유도하기 때문이다.³⁾ 따라서 헤드라인에서 등장하는 단어 간 의미 관계망을 살펴본다면 해당 기사의 성격을 발견할 수 있다.

러시아 언론에 보도된 한국, 중국, 일본, 북한 관련 국제뉴스 보도특성과 보도에 나타난 이미지를 도출해내기 위해 적절한 보도주제별 및 이슈 성격(긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지)별로 분류한 후 통계기법을 이용하여 체계적으로 정리하는 내용분석 방법을 이용할 것이다.

이와 더불어 본 연구는 기사 헤드라인 내용의 심층분석을 위하여 키워드의 네트워크 구조와 바이그램으로 내용을 가시화하는 텍스트 분석기법 및 연관분석 기법을 활용할 것이다.

연구내용으로 러시아 언론에 반영된 한국을 비롯하여 중국, 일본, 북한의 이미지 분석과 더불어 한국-중국-일본-북한 4개국 간 및 한국-일본, 한국-중국, 중국-일본 등 2개국 간 상대적 이미지를 분석할 것이다. 이러한 국가 간 상대적 이미지 분석은 러시아에서의 국가 간 이미지 상관관계

2) 조수선, "온라인 신문 기사의 제목과 개요 효과." 『한국언론학보』 49권 2호, 2005, pp. 5~32.

3) 이준웅, "프레임, 해석, 그리고 커뮤니케이션 효과." 『언론과 사회』 29권 가을호, 2000, pp. 85~152.; 이준웅 외, "기사 제목에 포함된 직접인용부호 사용의 문제점과 원인." 『한국언론학보』 51권 3호, 2007, pp. 64~90.

를 보여줄 것이다.

II. 선행연구 분석

외국 언론에 나타난 한국 이미지에 관한 연구는 주로 미국이나 일본 언론에 반영된 이미지를 중심으로 연구됐다. 연구자들에는, 미국, 영국, 일본과 중국 언론사의 기사를 분석하여 한국의 이미지를 조사한 이병중⁴⁾, 일본과의 비교연구를 통해서 국가이미지를 분석한 최진봉·유찬열⁵⁾, 2002년 한일 월드컵 전후에 미국 언론에서 한반도의 이미지 보도를 연구한 오미영⁶⁾, 뉴욕타임스의 기사에 나타난 한반도의 이미지를 분석한 이현송⁷⁾, 뉴욕타임스와 LA타임스에 나타난 한·중·일의 이미지를 비교분석한 김정탁 외⁸⁾ 등이 있다.

연구자들의 공통적인 인식은 한국에 관련된 기사가 중국 및 일본 관련 기사와 비교했을 때, 전체 기사량이 적고 심층적인 기사는 드물었으며 주제 또한 한정되어 있다는 점이다. 이는 한국 이미지가 중국과 일본에 비해서 단편적인 모습으로 묘사된다는 것을 말해주는 것이다.

한편 ‘뉴스 빅데이터 분석’을 분석 방법으로 사용한 논문들에는 “한국 언론에 나타난 러시아 국가이미지 연구 : 러시아 관련 언론 보도 빅데이터 내용분석을 중심으로”⁹⁾, “빅데이터를 활용한 한국 언론에서 형성된 인도 이미지 연구(2009년~2019년) - 네트워크 분석을 통한 뉴스 이슈를 중심

-
- 4) 이병중, “국제 언론에 비친 한국의 이미지 연구 : 국가별 차이를 중심으로.” 『홍보학 연구』 Vol. 16, No. 3, 2012, pp. 62~97.
 - 5) 최진봉·유찬열, “<뉴욕타임즈>와 <로스앤젤레스타임즈>에 보도된 한반도와 일본의 국가 이미지 분석.” 『동서언론』 제9집, 2005, pp. 407~436.
 - 6) 오미영, “2002한일월드컵 전후 미국언론에 제시된 한반도의 이미지:국가이미지 제고 및 해외홍보를 위한 제언.정책분석.” 『한국정책분석평가학회보』, 제 16권 4호, 2006, pp. 325~352.
 - 7) 이현송, “미국 신문에 나타난 한반도 및 한반도인의 이미지:지난 20여년간 New York Times지의 사례분석.” 『미국학논집』 36·2004, 2004, pp. 232~233.
 - 8) 김정탁·박진서·김소형, “미국 언론에 나타난 동북아 3국의 국가이미지 비교연구.” 『광고연구』 Vol. 54, 2002, pp. 167~189.
 - 9) 정세원, “한국 언론에 나타난 러시아 국가 이미지 연구 : 러시아 관련 언론 보도 빅데이터 내용분석을 중심으로.” 『한국과 국제사회』 제5권 6호, 2021, pp. 81~106.

으로”¹⁰⁾ 등이 있다.

이들 논문은 빅데이터 분석기법을 사용하였지만, 외국 언론에서의 한국 이미지가 아닌 한국 언론에서의 외국 이미지를 연구하였다. 이처럼 외국 뉴스 기사에 반영된 한국 이미지 연구는 영어권 등 일부 외국어 사용권에 한정되고, 특히 러시아어권 언론에서 한국 및 중국, 일본 국가에 대한 이미지 분석은 거의 없는 실정이다.

Ⅲ. 연구방법 및 자료수집

1. 텍스트 데이터 분석방법

텍스트 분석은 일반적으로 문서 수집, 파싱(Parsing) 및 필터링(Filtering), 구조화, 빈도 분석 및 유사도 분석의 순서로 수행되며, 분석결과로는 워드 클라우드(Word Cloud), 워드 네트워크(Word Network), 토픽 모델링(Topic Modeling), 문서 분류, 감성 분석 등의 형태로 나타나게 된다. 특히 최근 다양한 소셜미디어(Social Media)를 통해 급증하고 있는 텍스트 데이터로부터 주요 토픽을 파악하기 위한 수요가 증가함에 따라, 방대한 양의 텍스트 문서로부터 주요 토픽을 추출하고 각 토픽별 해당 문서를 묶어서 제공하는 토픽 모델링에 대한 연구 및 적용 사례가 다양한 분야에서 생성되고 있다.

텍스트 분석에 필수적인 데이터 정제 과정기법 중의 하나인 텍스트마이닝은 자연어처리 기술을 이용하여 비정형 혹은 반정형 텍스트 데이터로부터 유용한 정보를 추출 및 가공을 목적으로 하는 기술이다.¹¹⁾

텍스트마이닝 기술을 통해 방대한 텍스트 문치에서 유의미한 정보를 추출하고, 다른 정보와의 연계성을 파악하거나 텍스트가 가진 범주를 찾아

10) 신진영, “빅데이터를 활용한 한국 언론에서 형성된 인도 이미지 연구(2009년~2019년) - 네트워크 분석을 통한 뉴스 이슈를 중심으로.” 『남아시아연구』 제25권 제2호, 2019, pp. 23~58.

11) 전체남·서일원, “빅데이터 분석의 기술마케팅 활용에 관한 연구: 잠재 수요기업 발굴을 중심으로.” 『마케팅논집』 제21권. 2호, 2013, pp. 181~203.

내는 등 단순한 정보검색 그 이상의 결과를 얻어낼 수 있다.¹²⁾

동시출현(Co-occurrence)은 두 단어(키워드)가 얼마나 같은 문헌에 자주 등장했는지에 대한 개념으로, 단어 간의 연관관계를 따지는데 가장 기초적이면서도 중추적인 역할을 수행한다.

동시출현 단어 분석은 단어들 사이의 의미상의 관계성을 파악하기 위해 일정한 문맥 내에서 두 단어가 동시 출현하는 빈도를 구한다. 그리고 다양한 통계적 방법을 활용하여 유의미한 단어 쌍을 추출하여 단어 간의 관계를 파악하고 키워드의 동시출현 패턴을 발견한다. 이를 통해 단어 간의 동시 출현 행렬을 생성하여 네트워크 형태로 나타내어 네트워크의 전체 형태와 개별 단어 간의 역할 설명을 가능하게 한다.

텍스트 데이터 분석에 주로 쓰이는 문자열 분석은 영어의 음운이나 한국어의 글자 개수(n-gram)를 지정하여 전체 텍스트 코퍼스를 분석함으로써 해당 문자열이 나왔을 때 그다음에 어떤 글자가 나올지를 확률분포를 통해 예측하는 N-gram¹³⁾ 알고리즘을 사용한다.

머신러닝 등에서 사용되는 벡터 공간 모델은 솔튼(Salton) 등에 의해 주창되었고, 지금도 활발히 활용되는 방법이다¹⁴⁾. 벡터 공간 모델에서는 문서(document)와 단어(term)를 각각의 벡터(vector)와 차원(dimension)에 대응시켜 통계적 가중치를 구한다. TF-IDF(Term Frequency - Inverse Document Frequency), 카이제곱 검정, 코사인 유사도 등을 통해 중요하지 않은 단어를 제거하고, 문서의 유사도를 구한다.

이 모델을 적용한 기법으로 의미연결망 분석이 있으며 키워드 동시출현 분석법에 기반 한다. 또한 단어 간의 의미 혹은 맥락상의 연결 관계를 정의하고, 해당 연결 관계를 시각화하거나 중요한 컨셉을 네트워크 속의 위상(centrality)에 따라 추출하는 방법이다.¹⁵⁾

12) 박만희 “동시단어분석을 이용한 품질경영분야 지식구조 분석.” 『품질경영학회지』 제44권 2호, 2016, pp. 389~408.

13) n-gram은 n개의 연속적인 단어 나열을 의미한다. n값이 1이면 유니그램(unigram), 2이면 바이그램(bigram), 3이면 트라이그램(trigram)이다.

14) Salton, G. and M. J. McGill, *Introduction to modern information retrieval*. New York: McGraw-Hill, 1983.

15) Wasserman, S. and Faust. K., *Social network analysis: method and applications*. New York: Cambridge University Press, 1994.

의미연결망 분석은, 단어출현 빈도수 및 하나의 문장에서 동시 출현하는 단어들의 관계로 텍스트의 의미화 패턴을 분석한다. 이때, 정보단위가 되는 단어나 구를, 각각의 노드(node)를 형성하는 개념으로 놓고 개념 간의 연결 상태를 링크(link)로 나타낸다. 여기서 링크로 드러나는 단어들의 동시출현 관계를 통해 의미를 해석한다.¹⁶⁾

동시출현의 관계는 개별 문서, 혹은 문서 집합으로부터 어느 정도 추상화된 정보를 얻을 수 있게 하는데, 추상화된 정보란 문서로부터 추출가능한 개념, 의미, 지식을 의미한다.¹⁷⁾

토픽 모델링은 대량의 텍스트로부터 숨겨져 있는 주제 구조를 발견하고 카테고리화를 위한 통계적 추론 알고리즘으로, LDA(Latent Dirichlet Allocation) 모델이 주로 활용된다.¹⁸⁾

2. 본 연구에서 사용한 방법

본 연구는 우선 분석대상인 기사 헤드라인의 내용분류를 실시하고, 분류된 자료별로 단순 통계기법을 사용하여 분석한다. 다음으로 동시출현 단어 빈도수 분석 기법을 적용하는데, 여기서 키워드의 의미연결망 모델과 바이그램 모델을 사용하여 텍스트 의미를 가시화한다. 이를 바탕으로 기사 텍스트 내용 및 키워드 간의 의미연결망 구조를 파악한다.

빅데이터 텍스트 마이닝 분석도구로, 방대한 데이터를 기반으로 수행되는 연구에서 주로 사용되는 R(Rstudio)를 사용하였다. 또한 텍스트마이닝을 위해 R(Rstudio)의 TM(Text Mining) Package(프로그램 모듈)를 이용하였다. TM 패키지는 R에서 텍스트 마이닝을 위해 가장 빈번히 사용되는 패키지로 텍스트 전처리, Corpus, Document Term Matrix, Term Document Matrix 생성 기능이 있다.

본 연구에서 수행한 주요 연구 절차, 연구내용, 연구 방법론을 개략적

16) Wang, W. and R. Rada., "Structured hypertext with Domain Semantics." *ACM Train Inform System*. Vol. 16, 1998, pp. 372~412.

17) Wang, W. and R. Rada., *Ibid*.

18) Blei, D. M., Ng A. Y. and M. I. Jordan, "Latent Dirichlet allocation" *Journal of machine Learning research*, Vol. 3. No. 1, 2003, pp. 993~1022.

으로 설명하면 다음과 같다.

먼저 뉴스 기사를 수집한 다음 데이터베이스에 저장한다, 이후 데이터베이스에 저장된 텍스트를 불러와 텍스트 정제를 위해 텍스트의 공백제거, 소대문자 변환, 마침표 제거, 불용어 처리, 단어 형태소 변환 등을 실시한 다음 정제된 텍스트를 데이터베이스에 저장한다.

단어 간의 관계를 파악하기 위해 단어문서행렬(Term document matrix)을 생성하는 기법을 사용하고 결과 도출 시각화를 위해서는 바이그램(bigram) 및 의미연결망 모델을 사용하였다.

구체적인 작업 환경은 다음과 같다. 러시아어 텍스트 불용단어 삭제 등 텍스트 정제작업에는 파이썬(Python) 및 러시아어 정제 패키지 모듈을 사용하였다. 또한 의미연결망 및 바이그램 분석에는 R(Rstudio) 및 분석 패키지 모듈을 활용하였다. 데이터 정리 및 처리를 위한 기본 데이터베이스 관리 시스템(DBMS: DataBase Management System)으로 마이크로 소프트웨어 액세스(MS Microsoft Access) 및 마이크로 소프트웨어 윈도우 서버(MS Window Server)에서 작동되는 마이크로 소프트웨어 에스큐엘 서버(MS SQL Server) 등을 사용하였다.

그밖에 스크립트 코딩(Script Coding) 작업에는 비주얼 스튜디오(Visual Studio)를 그래픽 처리작업에는 아도브 포토샵(Adobe Photoshop) 및 일러스트레이터(Illustrator)를 사용하였다. 작업 진행과정은 웹 브라우저에서 파이썬 코드를 작성하고 실행까지 해볼 수 있는 아나콘다 주피터 노트북(Anaconda Jupyter Notebook)을 사용하였다.

3. 자료수집

본 연구는 2022년 1월 1일부터 2022년 12월 31일까지 1년간의 ‘인테르팩스 통신사’¹⁹⁾의 뉴스 기사 가운데 한국(коря), 북한(кндр),

19) 러시아 통신사 인테르팩스(러시아어: Интерфакс, 영어: Interfax)는 국영 통신사인 TASS 및 RIA Novosti와 더불어 러시아의 3대 대형 통신사중의 하나이며, 러시아의 비국영 통신사로 모스크바에 본사를 두고 있다. 1989년에 출범되었다. 현재 인테르팩스는 유럽과 아시아에 회사를 두고 있다. 인테르팩스 통신사는 비국영 통신사로 보도내용이 국영 통신사 보다 객관적일 것으로 판단되어 분석대상으로 삼았다.

일본(япония), 중국(кнр, Китай)으로 검색된 기사 헤드라인을 분석의 대상으로 삼았다.

2022년은 러시아-우크라이나 전쟁의 발발로, 전쟁을 둘러싼 한국, 중국, 일본, 북한의 태도 및 대응 관련 내용이 기사에 많이 반영되었을 것으로 판단된다.

논문의 분석에 사용된 기사 헤드라인은 검색된 헤드라인에서 중복 및 관련 없는 것들을 제외하여 최종적으로 선정된 헤드라인은 한국 326건(전체 건수의 13.0%), 중국 1385건(55.3%), 일본 470건(18.7%), 북한 326건(13.0%)건으로 전체 2507건(100%)이다.

IV. 연구내용 및 분석결과

1. 한국, 중국, 일본, 북한 관련 기사 헤드라인의 보도 주제분야별 비교분석

보도주제는 '특정 기사가 다루고 있는 주제'를 의미하는 것으로, 본 연구에서는 <국내외 정치>, <외교·국제관계>, <군사·안보·전쟁·테러>, <경제·금융·시장·산업>, <과학·기술·의학·환경>, <문화·예술·학술>, <사회일반>, <오락·연예·스포츠>, <사건·사고·재해·재난> 등으로 나누었다.

<표 1> 보도주제별로 분류된 기사 헤드라인 수 및 전체에서 차지하는 비율
(단위: %, (건))

	한국	중국	일본	북한
국내외 정치	1.8(6)	1.0(14)	1.9(9)	0.6(2)
외교·국제관계	35.9(117)	27.0(374)	52.8(248)	65.0(212)
군사·안보·전쟁·테러	31.9(104)	10.1(140)	9.2(43)	23.0(75)
경제·금융·시장·산업	14.7(48)	42.0(582)	23.6(111)	0.6(2)
과학·기술·의학·환경	1.2(4)	7.4(102)	3.4(16)	1.0(3)
문화·예술·학술	0(0)	0.2(3)	0(0)	0.0(0)
사회일반	0.6(2)	0.1(2)	0.4(2)	0.0(0)
오락·연예·스포츠	2.2(7)	1.7(23)	3.0(14)	0.0(0)
사건·사고·재난·재해	11.7(38)	10.5(145)	5.7(27)	9.8(32)
전체	100(326)	100(1385)	100(470)	100(326)

<외교·국제관계> 기사 헤드라인 수는 4개국 모두 높은 비율을 차지하고 있으며, 특히 일본과 북한 관련 기사 헤드라인 수가 큰 비중을 차지한다. 이것은 일본이 미국을 비롯하여 중국, 북한, 러시아와의 상당한 외교적 이슈를 만들고 있다는 것을 보여준다. 또한 북한은 한국과 미국, 일본과의 군사적 대응에서 국제적인 이슈를 생성하고 있다.

<군사·안보·전쟁·테러> 보도건수는 한국과 북한이 매우 높은 비율을 차지하고 중국과 일본은 한국의 3분의 1 수준을 유지하고 있다. 이것은 러시아 언론이 남북한의 군사적 긴장관계에 많은 관심을 가지고 있음을 보여준다.

<경제·금융·시장·산업> 기사 헤드라인 수는 중국이 42%로 가장 높은 비율을 차지하고 일본(23.6%), 한국(14.7%)이 그 뒤를 따른다. 이것은 러시아 언론이 중국의 경제 관련 소식에 매우 높은 관심이 있다는 것을 보여준다. 반면에 북한 관련 기사에서 <경제·금융·시장·산업> 보도가 거의 없을 정도다.

<사건·사고·재난·재해> 보도건수는 한국, 중국, 북한이 약 10%를 차지하고, 일본만 절반 수준인 5.7%를 차지하고 있다. 이것은 <사건·사고·재난·재해> 관련, 일본이 다른 국가보다 안전성이 높다는 인식을 러시아 국민에게 심어주는 계기가 될 수 있다.

<국내외 정치>, <문화·예술·학술>, <사회일반> 관련 보도는 한국, 중국, 일본, 북한 모두 매우 낮은 비율을 차지하고 있다. 이것은 일반적인 국제뉴스 특성상 외국의 정치 및 문화, 사회현상 등에 대한 이슈는 독자들의 시선을 끌지 못한다는 것을 반영한다.

2. 한국, 중국, 일본, 북한 관련 기사 헤드라인 이슈의 성격별 비교분석

다루는 이슈에 따라 기사 헤드라인의 성격을 긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지 등 3가지 형태로 나누어 분석하였다. 보도 대상이나 행위 주체를 긍정적으로 묘사하면 긍정/우호로, 공격하거나 비판적이면 부정/비판으로, 그밖에 특정한 호불호의 묘사 없이 단순한 사실정보만 제공하면 중립/모호 이미지로 선정하였다.

<표 2> 기사 헤드라인 이슈 성격(긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지)별 차지하는 비율 및 건수

(단위: %, (건))

	한국	중국	일본	북한
긍정/우호	31.9(104)	49.0(678)	30.8(145)	16.0(52)
중립/모호	34.7(113)	17.5(243)	42.6(200)	62.3(203)
부정/비판	33.4(109)	33.5(464)	26.6(125)	21.7(71)
전체	100(326)	100(1385)	100(470)	100(326)

긍정/우호 이미지 비율이 높은 국가는 중국, 한국, 일본 순으로 특히 중국은 한국 및 일본에 비해 약 1.5배 높다. 중국이 다른 국가보다 긍정/우호 이미지가 많은 이유는 러시아-중국 간의 친밀성이 반영되었다고 볼 수 있다. 한국 및 북한은 부정/비판 이미지 비율이 긍정/우호 이미지 비율

보다 높고, 중국 및 일본은 긍정/우호 이미지 비율이 부정/비판 이미지 비율보다 높다.

특히 북한은 중립/모호 이미지 비율이 62.3%로 타 국가들에 비해 약 1.5배에서 3.6배까지 높다. 이것은 러시아 언론이 북한 관련 기사에서 중립적 시각으로 사실 자체만 보도하는 경향이 반영되었을 것으로 판단된다.

3. 보도주제 분야별 이슈의 성격(긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지)별 비교분석

<표 3> 보도 주제분야별 이슈의 성격(긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지)별 차지하는 비율 및 건수

(단위: %, (건))

		한국	중국	일본	북한
국내외 정치	긍정/우호	0(0)	21.4(3)	33.3(3)	50.0(1)
	중립/모호	100(6)	64.28(9)	44.4(4)	50.0(1)
	부정/비판	0(0)	14.28(2)	22.2(2)	0
	전체	100(6)	100(14)	100(9)	100(2)
외교·국제관계	긍정/우호	22.2(26)	39.6(148)	17.4(43)	8.5(18)
	중립/모호	71.8(84)	32.1(120)	66.5(165)	71.2(151)
	부정/비판	6.0(7)	28.3(106)	16.1(40)	20.3(43)
	전체	100(117)	100(374)	100(248)	100(212)
군사·안보·전쟁·테러	긍정/우호	45.2(47)	42.1(59)	58.1(25)	17.3(13)
	중립/모호	8.7(9)	7.9(11)	7.0(3)	66.7(50)
	부정/비판	46.1(48)	50.0(70)	34.9(15)	16.0(12)
	전체	100(104)	100(140)	100(43)	100(75)
경제·금융·시장·산업	긍정/우호	39.6(19)	59.4(346)	51.4(57)	100(2)
	중립/모호	22.9(11)	13.6(79)	16.2(18)	0(0)
	부정/비판	37.5(18)	27.0(157)	32.4(36)	0(0)
	전체	100(48)	100(582)	100(111)	100(2)
과학·기술·의학·환경	긍정/우호	100(4)	84.3(86)	68.8(11)	100(3)
	중립/모호	0(0)	6.9(7)	0(0)	0(0)
	부정/비판	0(0)	8.8(9)	31.2(5)	0(0)
	전체	100(4)	100(102)	100(16)	100(3)

문화· 예술· 학술	긍정/우호	0(0)	66.7(2)	0(0)	0(0)
	중립/모호	0(0)	33.3(1)	0(0)	0(0)
	부정/비판	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
	전체	100(0)	100(3)	100(0)	100(0)
사회 일반	긍정/우호	50(1)	100(2)	0(0)	0(0)
	중립/모호	0(0)	0(0)	0(0)	0(0)
	부정/비판	50(1)	0(0)	100(2)	0(0)
	전체	100(2)	100(2)	100(2)	100(0)
오락· 연예· 스포츠	긍정/우호	42.9(3)	52.2(12)	28.6(4)	0(0)
	중립/모호	14.2(1)	26.1(6)	28.6(4)	0(0)
	부정/비판	42.9(3)	21.7(5)	42.8(6)	0(0)
	전체	100(7)	100(23)	100(14)	100(0)
사건· 사고· 재난· 재해	긍정/우호	10.52(4)	13.8(20)	7.4(2)	46.9(15)
	중립/모호	5.26(2)	7.6(11)	14.8(4)	3.1(1)
	부정/비판	84.2(32)	78.6(114)	77.8(21)	50.0(16)
	전체	100(38)	100(145)	100(27)	100(32)

보도주제 분야별 각국에 대한 긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지 비율을 보면 다음과 같다. 한국, 중국, 일본, 북한 관련 <국내외정치> 분야 기사 헤드라인에서 대체로 중립/모호 또는 긍정/비판적인 이미지가 강하다. <외교·국제관계> 분야 기사 헤드라인에서는 한국, 일본, 북한 모두 중립/모호 이미지가 약 70%대를 유지하는 반면 중국만 약 절반 수준인 32.1%를 차지한다. 또한 긍정/우호 이미지에서 한국, 일본은 약 20%를 차지하지는 반면 중국은 39.6%로 약 2배 수준을 보여주고 있다. 그밖에 부정/비판 이미지 비율은 중국이 28.3%를 차지하여 다른 3개국 보다 높다. 이는 러시아 입장에서 중국을 우호적인 국가로 받아들이면서도 부정적인 면을 적극적으로 드러내 중국을 견제하는 태도로 보인다.

한국, 중국, 일본 관련 <군사·안보·전쟁·테러> 분야 기사 헤드라인에서 7-9%의 중립/모호 이미지가 차지하였으나 북한의 경우 매우 높은 66.7%를 기록하였다. 또한 한국과 중국의 경우 긍정/우호 이미지보다 부정/비판 이미지 비율이 거의 같거나 약간 많았다. 그러나 일본의 경우 긍정/우호 이미지 비율이 부정/비판 이미지 비율보다 1.7배 많았다. <경제·금융·시장·산업> 기사 헤드라인에서 한국은 긍정/우호 및 부정/비판

이미지 비율이 비슷한 반면, 중국은 약 2배, 일본은 약 1.5배 긍정/우호 이미지 비율이 높았다. 이것은 러시아 언론이 한국에 비해 중국과 일본의 전반적 경제상황을 긍정적으로 판단한다고 볼 수 있다.

<과학·기술·의학·환경> 분야는 중국 관련 기사 헤드라인이 대부분을 차지한다. 여기에는 우주선 발사체, 인공위성, 우주정거장 관련 기사가 많은 부분을 차지하며 긍정/우호 이미지 비율이 압도적으로 높다. <문화·예술·학술> 분야는 중국 관련 기사에만 3건 있을 정도로 매우 적다. 러시아 언론에서 한국, 일본, 북한 관련 문화·예술 관련 기사는 거의 없다고 볼 수 있다.

<오락·연예·스포츠> 분야는 대부분 스포츠 기사 헤드라인이 차지한다. 한국과 일본의 경우 긍정/우호 및 부정/비판 이미지 비율이 같거나 부정/비판 이미지 비율이 높은 반면, 중국의 경우 긍정/우호 이미지 비율이 부정/비판 이미지 비율보다 2배 이상 높다.

<사건·사고·재난·재해> 분야에서 북한을 제외한 대부분 국가에서 부정/비판 이미지 비율이 높다. 북한은 한국, 중국, 일본에 비해 긍정/우호 이미지 비율이 높고 부정/비판 및 긍정/우호 이미지 비율이 각각 거의 50%를 차지하기도 한다.

4. 러시아와 연관된 기사 가운데 러시아에 대한 이슈의 성격 (긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지)별 비교분석

<표 4> 러시아와 연관된 한국, 중국, 일본, 북한 관련 기사 헤드라인 가운데 러시아에 대한 이슈의 성격(긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지)별 차지하는 비율 및 건수

(단위: %, (건))

	한국	중국	일본	북한
긍정/우호	3.4(11)	15.5(214)	3.2(15)	3.4(11)
중립/모호	0(0)	0.6(8)	0.2(1)	0.6(2)
부정/비판	5.2(17)	3.9(54)	15.5(73)	2.1(7)
전체	100(326)	100(1385)	100(470)	100(326)

한국, 중국, 일본, 미국 관련 기사 헤드라인 가운데 러시아가 연관된 기사에서 러시아에 대해 긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지 비율을 살펴보면, 대체로 한국, 일본, 북한은 3% 전후로 러시아에 대한 긍정/우호 이미지 비율을 보여주고 있지만, 중국은 이보다 약 5배 정도나 많게 긍정/우호 이미지 비율을 보여주고 있다. 이는 러시아와 중국의 우호적인 관계를 반영한다고 볼 수 있다. 반면 부정/비판 이미지 비율은 한국, 일본이 높은 비율을 차지하는데, 특히 일본은 15.5%를 기록하여 한국이나 중국보다 약 3배 정도 많다. 이는 일본의 러시아-우크라이나 전쟁 관련 러시아에 대한 제재 동참과 우크라이나에 대한 물자 지원에서 비롯된다고 볼 수 있다.

협성이 있는 지역으로 인식시킬 수 있다. 특히 러시아는 남북한 관계에서 러시아 역할의 중요성을 독자들에게 심어주려는 의도를 보인다.

한국의 외교·국제관계 관련 기사 헤드라인으로 <바이든의 한일 방문>, <한국대사관 키이우에서 업무 재개>, <러시아인 무비자 입국 재개>, <대만 해협 상황에 우려 표명> 등이 있다. 러시아에 부정적인 헤드라인으로는 <우크라이나에 3 천만 달러 원조>, <러시아 및 벨라루스에 대한 수출제한>, <러시아 중앙은행과의 업무 거부>, <미국·유럽연합의 러시아에 대한 제재 동참> 등이 있다.

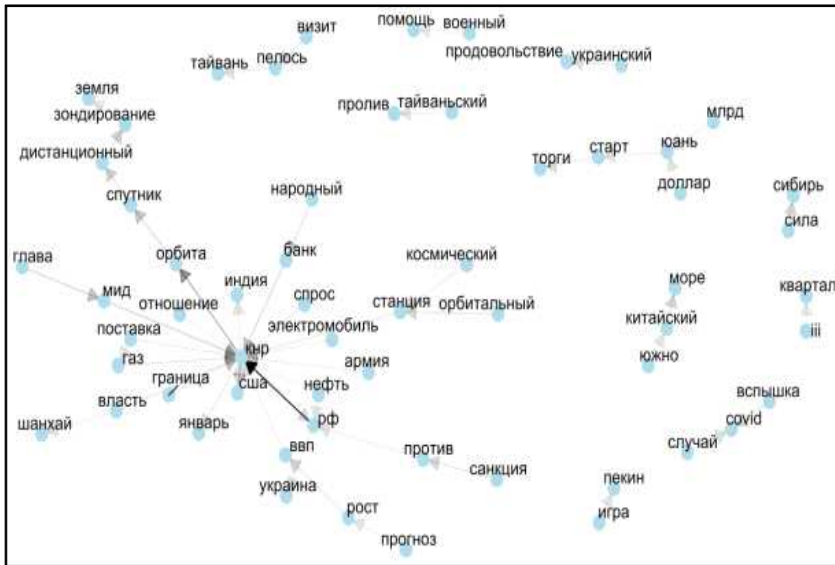
한국의 외교·국제관계 분야 기사 헤드라인에서는 러시아-우크라이나 전쟁으로 러시아에 부정/비판 이미지 비율이 절반 이상을 차지하고 있다. 한국의 경제·금융·시장·산업 분야 기사 헤드라인으로 <현대차 미국에 전기자동차 공장 건설>, <중앙은행 기준금리 인상>, <전략 비축유 소비 시작>, <인플레이션 최고치 도달>, <유럽연합 대우와 현대중공업 합병 거부>, <러시아 미르 신용카드, 한국에서 사용 시작>, <중앙은행 역사상 최초 기준금리 인상>, <LG Display, 구부러지는 LED-디스플레이로 주가 상승>, <러시아 법원, 현대자동차 러시아 자회사 자산 압류>, <현대자동차, 미국에 전기자동차 공장 건설 시작> 등 기업 관련 분야가 많다. 러시아 시각에서 부정/비판 이미지 헤드라인으로 <삼성전자, 러시아로 제품공급 중단>, <현대자동차, 러시아 자동차 공장 직원 해고> 등이 있다.

경제 관련 기사는 한국 관련 기사 가운데 제일 큰 비중을 차지하며 상세히 보도되고 있다. 특히 LG, 삼성, 현대자동차 등에 보도가 집중되는 것은 러시아 언론이 한국 대기업 활동에 많은 관심이 있음을 보여준다.

한국의 사건·사고·재난·재해 관련 기사 헤드라인으로 <코로나바이러스 관련 제한 조치 해제>, <코로나 감염자 폭발적 증가>, <쇼핑몰 화재로 2명 사망>, <북한으로 전단지 살포 중단 요구>, <개인정보 이용한 Google 및 Meta 에 과태료 부과>, <태풍·폭우로 인한 홍수 및 대규모 정전>, <병원서 화재로 5명 사상자 발생>, <폭염 경보발생>, <화물자동차 파업>, <서울 중심가에서 기차 탈선 30명 사상>, <푸틴, 이태원 참사에 대한 한국 대통령에게 애도 표명> 등이 있다. 러시아 시각에서 부정적인 기사 헤드라인으로 <러시아인, 살인 혐의로 한국에 억류>, <이태원 참사서 러시아인 4명 사

<그림 4> 중국 관련 기사 헤드라인 텍스트 바이그램

(러시아어 기본형 표시)



<그림 4> 기사 헤드라인 텍스트 바이그램에서도 중국-미국-러시아 연 관성이 매우 높은 것을 보여주고 있다. 그밖에 중국의 위성발사 및 우주기지 건설, 러시아의 석유·가스 공급, 중국과 러시아에 대한 제재, 펠로시의 대만 방문, 대만해협, 중국해, 위안화-달러화, 코로나 펜데믹 등이 키워드로 제시되고 있다.

중국의 외교·국제관계 관련 기사 헤드라인에는 러시아에 긍정적인 이미지가 높은 편이다. 그 예로 <중국, 러시아와 우크라이나 사이의 직접대화 지지>, <푸틴-시진핑 전화로 우크라이나 사태 논의>, <중국, 모스크바의 안보위기 이해>, <중국, 러시아에 대한 제재 반대>, <중국, 우크라이나 위기 대화로 해결 요구>, <러시아 및 중국 지도자들 학생 복귀 논의>, <푸틴, 코로나바이러스와의 전쟁에서 중국과 협력>, <중국, 카자흐스탄내 폭동 관련하여 카자흐스탄 정부 지지>, <시진핑, 카자흐스탄에서 색깔 혁명 반대>, <중국, 나토 및 미국에게 러시아와의 대화 요구>, <미국, 중국에 대

한 제재 가능성 시사>, <중국, 러시아와 학교 협력 지속할 것> 등이 있다. 러시아에 부정적인 기사 헤드라인에는 <미국, 중국의 러시아 지원에 경고>, <유럽위원회 의장, 중국에게 러시아 대한 제재 불간섭 요구>, <나토 국가 리더들, 중국에게 러시아 지원 중단 요구>, <유엔 주재 미국 대표, 신장 위구르족 문제로 중국 비난> 등이 있다. 중국의 외교 관련 기사 헤드라인에서, 러시아-우크라이나 전쟁을 배경으로 러시아에 긍정적인 이미지가 매우 높은 편이다.

중국 관련 군사·안보·전쟁 분야 기사 헤드라인이 차지하는 비율은 매우 적은 편으로 일본과 비슷하고, 한국의 30%에 불과하며 <러시아-중국 해군 아라비아해에서 합동훈련>, <러시아-이란-중국 아라비아해에서 해군 훈련> 등이 있다.

중국의 경제·금융·시장·산업 관련 기사 헤드라인은 러시아와 관련된 내용이 많다. 그 예로 <가스프롬, 몽골을 거쳐 중국으로 가는 가스파이프 설계>, <러시아, 마이크로장비 중국에서 구입>, <중국 공항서 가스프롬 위안화로 연료비 결제>, <푸틴, 중국과 자국 화폐 사용 교역 논의>, <로스네프치, 중국 국립석유가스회사와 석유·가스공급 계약>, <스베르방크, Alipay 와 개인 송금에 대한 협약체결>, <중국회사, 블라디보스토크 환상 승용차도로 건설 계획>, <러시아철도, 중국과 컨테이너에 의한 석탄 운반 협약>, <러시아 선박들 중국항구 대련 및 칭다오에서 물고기 하역 재개>, <러시아-중국 상품유통 기록적으로 확대>, <러시아철도, 중국-유럽 컨테이너 운송 트랜짓 확대>, <러시아-중국 제 3 국에 독자적인 은행 설립 제안>, <러시아, 중국에서 항공기 부품 조달 모색>, <중국, 루블화 사용 확대>, <중국·인도, 러시아에서 석유구매 증대>, <러시아철도와 중국철도, 화물기차 증대 합의>, <중국 산동의 정유공장 Urals 석유 구매> 등이 있다.

러시아에 부정적인 기사 헤드라인으로 <중국, 러시아에 대한 스마트폰 공급 삭감>, <러시아, 철도를 이용한 중국으로의 화물운송 제한>, <중국의 드론 제조자 DJI 러시아 업무 중단>, <Huawei, 러시아 미르 신용카드 거부> 등이 있다.

중국의 경제·금융·시장·산업 관련 기사 헤드라인은 외교·국제관계 분야와 더불어 친밀한 러시아-중국 간의 우호 관계를 시사하고 있다. 대부분

은 러시아에 긍정적인 것으로 러시아-중국 양국의 경제협력을 확대하는 인상을 주고 있다.

과학·기술 분야에는 <지구탐사위성 발사>, <중국학자들, 코로나-19 검출 바이오센서 개발>, <중국 로켓-운반기 테스트>, <중국학자들 달의 토양에서 물 발견>, <중국 통신위성 궤도에 안착>, <원격탐사 위성 지구궤도에 발사>, <중국 우주정거장 건설 1 단계 완료>, <러시아-중국 달 기지 건설 협약> 등이 있다. 과학·기술 분야 기사 헤드라인이 전체 기사 건수에서 차지하는 비율이 한국 및 일본, 북한보다 2 배에서 8 배가량 많다. 이것은 러시아가 중국의 과학·기술 발전에 관심을 가지고 중국과의 협력을 모색하는 것을 의미한다.

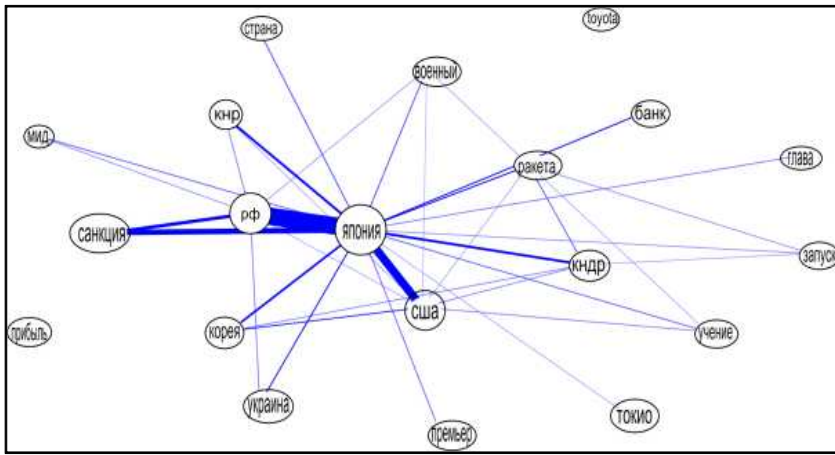
스포츠 분야 기사 헤드라인에서는 <캐나다 하키팀 중국에 승리>, <베이징 올림픽 게임 중계>, <올림픽에서 미국 아이스하키팀 중국에 승리>, <중국 선수단 쇼트-트랙에서 올림픽 금메달>, <중국, 올림픽 기간에 공해 발생 산업 제한>, <덴마크와 네덜란드, 외교적 베이징 올림픽 보이콧> 등이 있다. 러시아 언론은 중국의 스포츠 분야를 적극적으로 보도함으로써 중국이 스포츠 강국이라는 이미지를 독자들에게 심어줄 수도 있다.

사건·사고·재난·재해 관련 기사 헤드라인은 주로 중국의 코로나·오미크론 바이러스 및 지진 발생에 관한 내용이 주를 이룬다. 그 예로 <코로나 감염자·사망자 발생>, <올림픽 기간 코로나 환자 발생>, <코로나로 방문 제한 및 건물 격리>, <코로나로 공항·학교 폐쇄>, <코로나로 상하이 봉쇄> 등이 있으며, 지진 발생과 관련하여 <몽골과의 국경에서 강진 발생>, <지진으로 만리장성 붕괴> 등이 있다.

(3) 일본 관련 기사 헤드라인 분석

<그림 5> 일본 관련 기사 헤드라인 단어 간의 네트워크 모습

(러시아어 기본형 표시)



<그림 5> 단어 간의 네트워크 모습을 보면 일본은 러시아에 대한 제재를 토픽으로 하는 러시아와 관련된 기사 헤드라인이 많고 그 뒤를 이어 미국과 관련된 헤드라인이 많은 것을 볼 수 있다. 그러나 일본과 한국, 일본과 중국, 일본과 북한 관련된 헤드라인은 상대적으로 매우 적다.

러시아 시각에서 부정적인 기사 헤드라인으로 <화학 방호장비 및 무인 비행기 우크라이나에 제공>, <일본, 쿠릴열도에서의 러시아 군사훈련 중단 촉구>, <러시아와 중국의 군사협력은 일본 안보에 위협>, <일본 최남단 섬에 러시아 정찰선 출현>, <일본 국방부, 일본 근해에서 러시아·중국의 선박 통행에 불안>, <조지아에서 미국·일본 참여 군사훈련 실시>, <러시아·중국 군용기 접근에 일본 전투기 출격> 등이 있다. 일본의 군사·안보 분야에서는 북한과 중국을 상대로 한 미국·일본의 군사훈련이 많이 강조되고 있다. 이와 더불어 러시아-우크라이나 전쟁이 원인이 되어 러시아에 관한 부정적인 이미지 헤드라인이 절반이상을 차지한다.

일본 관련된 기사 헤드라인 가운데 외교·국제관계 분야가 절반 이상을 차지한다. 러시아로서는 일본과의 외교관계가 매우 중요하다는 것을 시사한다. 주요 헤드라인으로 <인도-일본 총리 우크라이나 사태 외교적 해결 촉구>, <러시아 외무부, 남쿠릴이 러시아 영토임을 강조>, <일본, 수산물 거래 러시아와 논의 지속>, <러시아, 당분간 일본과의 평화조약 협정 중단>, <일본, 북한의 5개 기관 자산 동결>, <일본 총리, 전제조건 없이 북한 지도자와 만나기 희망> 등이 있다.

외교·국제관계 분야에서 특히 러시아에 대한 부정적인 헤드라인이 많다. 그 예로 <일본, 우크라이나와 1억 달러 차관협정>, <일본 Marubeni, 러시아에 대한 제재 준수>, <러시아 외교관 8명, 일본에서 추방>, <일본, 우크라이나에 대한 차관 3억 달러까지 증액>, <일본, 러시아에 대한 제재 확대>, <일본 신용평가기관, 러시아 신용등급 강등>, <일본, 러시아 개인과 회사에 대한 자산 동결>, <고급차 및 보석제품 러시아로 수출 금지>, <일본 외무장관, 나토국가 회담 참석 계획>, <일본, 러시아에 대한 최혜국 지위 취소>, <일본, 러시아로 첨단기술 수출제한>, <일본, 러시아 농업은행 및 모스크바 크레디트 은행에 대해 제재>, <일본, 단계적 러시아산 석유 수입금지>, <영국과 일본, 에너지 러시아 의존도 감소 정책에 합의>, <일본, 러시아로의 여행 금지 실시>, <일본, 러시아의 쿠릴 방문 간소화 협정 중단 비난>, <우크라이나 사태로 일본 및 핀란드 협력 강화> 등이 있다.

이 밖에 쿠릴열도를 둘러싼 영토갈등 및 러시아에 대한 일본의 외교적 압박 관련 기사 헤드라인이 많이 보인다. 쿠릴열도에 관한 러시아 언론의

보도는, 쿠릴열도가 자국 영토라는 인식을 러시아 국민에게 심어주려는 의도가 보인다.

일본 관련 경제·금융·시장·산업 기사 헤드라인 비율은 외교·국제관계 분야 다음으로 큰 비중을 차지하고 있다. 그 예로 <일본 사할린-1 및 사할린-2 프로젝트 잔류>, <몇몇 러시아 상품에 대한 관세 인상>, <러시아 회사들, 일본산 중고차 구매 중단>, <토요타 부품 부족으로 생산 중단>, <Sony PS4 출하 지속>, <Sony 전기자동차 생산 참여>, <Sony, 스피어맨 영화 덕분 이익 상승>, <Sony 수익증가>, <코로나 때문에 Panasonic 수익 감소>, <Sony PlayStation 5 가격 인상>, <Nintendo 3 일 동안 1천만 개 이상 판매> 등이 있다.

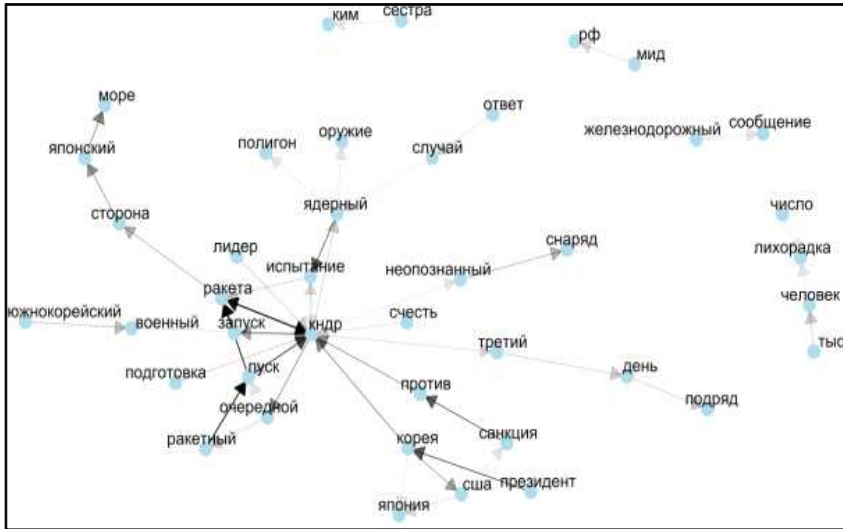
일본 관련 경제·금융·시장·산업 기사 헤드라인에서도 러시아에 부정적인 비율이 절반 이상 된다. 그 예로 <도시바, 러시아에 대한 투자 중단>, <일본 미쓰비시 자동차, 러시아에서 자동차 생산 중단>, <일본 KOMATSU, 러시아에서 특수기기 생산 중단>, <석유대금 루블로 지급 거부>, <일본 Bridgestone, 러시아서 타이어 생산 중단>, <일본, 벨라루스 은행 3 곳 자산 동결 및 루카셴코에 대한 제재>, <일본, 결제 시스템 JCB, 러시아서 중단>, <Honda 및 Mazda, 러시아로의 수출 중단>, <일본, 러시아 은행 SWIFT 로부터 차단 지지>, <일본, 러시아로부터 금 수입 금지>, <일본의 Sharp, 러시아에 대한 장비공급 중단>, <토요타, 러시아 자동차 공장 직원 해고 시작>, <토요타, 러시아에서 생산 재개 불투명> 등이 있다.

러시아-우크라이나 전쟁으로 촉발한 러시아와의 갈등에도 불구하고 일본이 사할린 프로젝트 잔류의지를 밝히면서, 일본이 외교-경제문제 사이에 실질적 이익을 추구한다는 이미지를 러시아 국민에게 보여주고 있다. 이러한 일본의 자세에 대응하여 러시아는 일본을 협력 대상이 아닌 이해관계의 대상으로 인식하는 계기가 될 수 있을 것이다.

사건·사고·재난·재해 분야 기사 헤드라인으로 <일본, 강진 발생으로 최소 10명 사상자 발생>, <일본 연안 강진 발생>, <사쿠라지마 화산 분출>, <강력한 태풍 일본 규슈섬 강타> 등으로 지진·태풍 등 자연재해에 관한 헤드라인이 주를 이룬다.

과학·기술 기사 헤드라인으로 <스푸트니크 V 및 스푸트니크 라이트

<그림 8> 북한 관련 기사 헤드라인 텍스트 바이그램
(러시아어 기본형 표시)



<그림 8> 기사 헤드라인 텍스트 바이그램에서 북한의 일본해 겨냥 미사일 발사, 한국-일본-미국의 대응, 한국의 군사훈련, 김정은과 김정은 여동생의 동향, 코로나 관련 ‘열병’ 발생 등에 관한 키워드가 보인다.

북한 관련 군사·안보·전쟁 분야 기사 헤드라인으로 <북한, 대륙간 탄도 미사일 발사>, <북한 핵실험 가능성>, <김정은, 북한의 국방력 강화 필요성 강조>, <미국, 북한에 대한 단호한 대응 역설>, <북한, 한국과 군사분쟁시 핵사용 가능>, <북한 지도자, 서해 우주선 발사장 현대화 명령>, <북한, 초음속 미사일 테스트>, <북한, 남한에 대한 드론 침투>, <북한 해커들, 한국 공격>, <한미 공군훈련에 대한 북한의 경고>, <북한, 해상 국경선에서 경고 사격>, <북한 미사일, 일본 경제수역 낙하> 등이 있다.

한편 북한의 외교·국제관계 관련 기사 헤드라인은 전체 헤드라인 수의 65.4%로 압도적인 비중을 차지한다. 그 예로 <북한, 도네츠크 및 루간스크 공화국 인정>, <중국·러시아, 유엔에서 북한에 대한 제재 거부투표>, <미국, 핵문제 및 코로나-19 관련 북한과 대화용의>, <러시아, 코로나 발생한 북한에 원조 준비>, <한국, 북한에 대화 재개 요구>, <유엔안보보장이

사회, 북한의 미사일 시험 비난>, <북한 지도자 누이, 한국 대통령 모욕>, <북한, 러시아에 대한 무기공급 소식 부인>, <한국의 경제적 원조, 북한 거부>, <한국, 북한 변화를 위한 무력사용 거부>, <푸틴과 김정은, 한국 광복절 축하 교환> 등이 있다.

한편 러시아-우크라이나 전쟁 관련 북한의 러시아에 대한 지원과 이에 보답한 러시아의 북한 코로나 사태 해결 원조, 양국 정상 간의 광복절 축하 메시지 교환 등 우호적인 관계 유지 관련 보도가 눈길을 끈다.

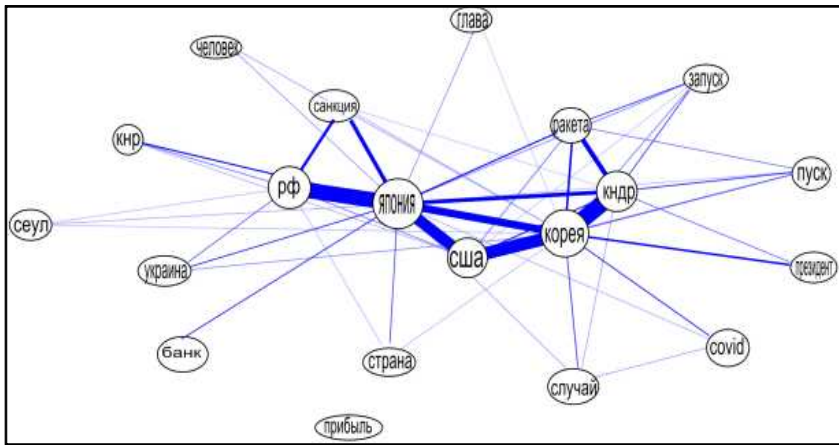
러시아에 부정적인 기사 헤드라인으로 <러시아 경비대 공격 북한 어부들 재판 회부>, <평양에서 러시아 대사관 코로나바이러스로 격리> 등이 있다. 그밖에 사건·사고·재난·재해 관련하여 <코로나(열병) 환자 증가>, <35만명 코로나 감염>, <김정은 누이의 코로나 팬데믹 극복 선언> 등이 있다.

경제·금융·시장·산업 분야 기사 헤드라인으로 <북한-프리모르예(Приморье) 지방간 철도교통 재개>, <도네츠크 공화국 재건에 북한의 노동자 유치> 등이 있으며 과학 분야에는 <코로나바이러스 팬데믹 극복 약품 및 전통적 약재 생산 확대>, <북한 정찰위성 개발> 등이 있다. 경제 관련 기사 헤드라인은 아주 적은 편으로, 빈약한 북한의 경제상황과 러시아와 북한 간의 경제교류가 매우 적다는 것을 보여주고 있다.

(2) 러시아 시각에서의 한국, 일본의 상대적 이미지 분석

<그림 10> 한국, 일본 관련 기사 헤드라인 단어 간의 네트워크 모습

(러시아어 기본형 표시)

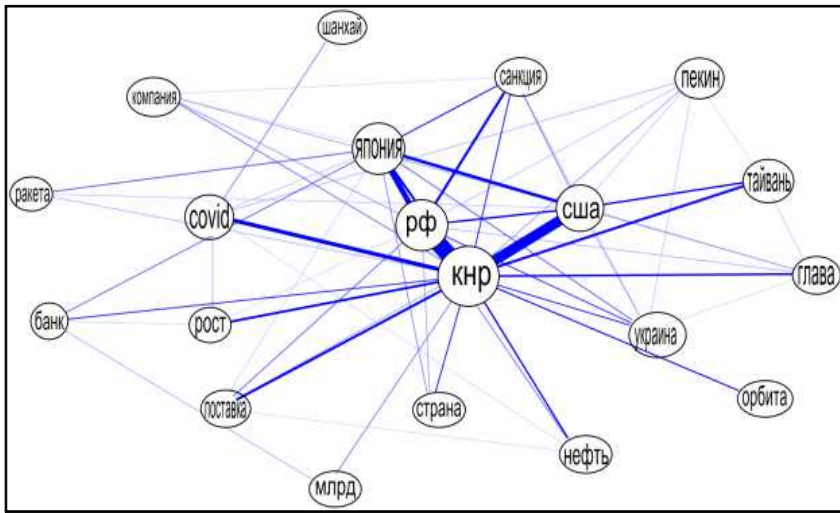


<그림 10> 기사 헤드라인 단어 간의 네트워크 모습은 한국, 일본 관련 기사들에서 토픽 간의 상관관계를 보여주고 있다. 여기서 주요 키워드는 일본이며 일본-러시아 키워드가 들어간 기사들이 제일 많고 다음으로 일본-미국, 일본-한국, 일본-북한 관련 순이며, 일본을 제외하면 한국-북한, 한국-미국 순이다.

(4) 러시아 시각에서의 중국, 일본의 상대적 이미지 분석

<그림 12> 중국, 일본 관련 기사 헤드라인 단어 간의 네트워크 모습

(러시아어 기본형 표시)



<그림 12> 헤드라인 단어 간의 네트워크 모습은 중국, 일본 관련 보도에서 토픽 간의 상관관계를 보여주고 있다. 핵심 키워드는 중국이며 그밖에 러시아, 미국, 일본 순으로 나타내고 있다. 중국-러시아 관련 보도가 제일 많고 다음으로 중국-미국이 뒤를 따른다.

상대적으로 중국-일본 관련 보도가 적은 것은 러시아 독자들이 중국-일본 간의 관계에 관심이 적다는 것을 보여준다. 중국을 제외하면 일본-러시아 관련 보도가 많고, 일본-미국 관련 보도는 아주 적은 부분을 차지한다.

V. 결론

본 연구는 기사 헤드라인 내용 분류작업을 거쳐 자료별 단순 통계기법을 사용하여 분석하였다. 또한 보다 심층적인 연구를 위해 텍스트마이닝 기법을 사용하여 단어 간의 상관분석 및 바이그램 분석을 하였으며 지금까지 시도하지 못했던 국가 간 상대적 이미지 관련성 도출을 시도하였다. 상대적 이미지 관련성 도출은 2개국 간 또는 3개국 간 이미지 평가를 비교할 때 매우 높은 효용성을 가져온다.

즉 2개국 간 또는 3개국 간 이미지 향상 경쟁에서, 상대국보다 경쟁력 있는 분야를 선택하여 집중적인 홍보 정책을 시행할 수 있게 한다. 이상과 같은 연구방법을 사용한 연구결과를 보면 다음과 같다.

한국은 러시아에 있어서 외교·국제관계 및 군사·안보 상대국으로 인식되어 진다. 또한 한국 관련 보도에 미국과 일본이 자주 등장함으로써 한국에 대한 미국, 일본의 영향력을 러시아는 인식하게 된다. 한국 관련 보도에서 긍정/우호, 중립/모호, 부정/비판 이미지 비율이 비슷하고 러시아 연관된 기사에서 긍정보다 부정 이미지 비율이 약간 높다. 이것은 러시아의 한국에 대한 이미지가 약간의 무관심 속에서 좋지도 싫지도 않은 중립적 이미지가 형성되었다고 볼 수 있다.

중국은 러시아에게 경제·산업 및 외교·국제관계 상대국으로 인식되어 진다. 또한 중국 관련 보도 가운데 중국-러시아, 중국-미국 관련 내용이 자주 나오면서, 러시아 국민은 러시아와 중국의 친밀함과 미국을 상대하는 중국에 대해 강한 이미지를 가지게 될 수 있다.

중국 관련 보도에서 긍정/우호 이미지 비율이 거의 50%를 차지하여 한국이나 일본보다 약 1.5배 많다. 중립/모호 이미지 비율은 4개국 가운데 제일 낮는데 이는 중국에 대한 관심이 매우 높은 것을 의미한다. 또한 부정/비판 이미지 비율도 33.5%를 차지하여 4개국 가운데 가장 높다. 그밖에 중국 관련 기사 가운데 러시아가 연관된 경우 긍정/우호 이미지 비율이 부정/비판 이미지 비율보다 4배나 높고, 한국, 일본, 북한의 긍정 비율보다 약 3배나 높다. 러시아에게 있어 중국의 전체적 이미지는 러시아와 관련된 사안에 대해서는 긍정적인 이미지가 강하지만, 그 밖의 사안에 따라

서는 부정적 이미지도 높게 가지고 있다.

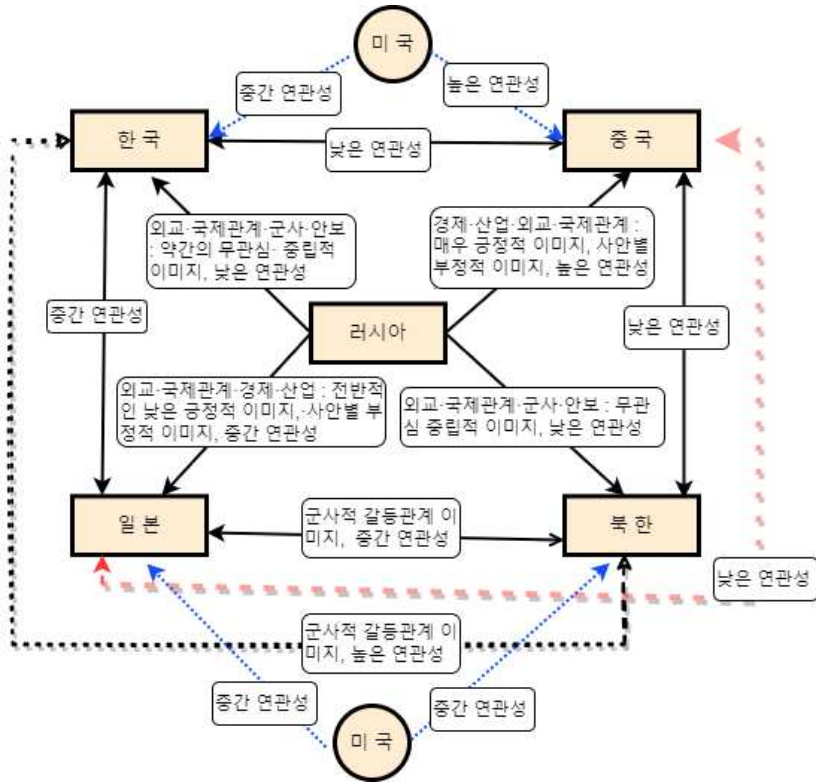
일본은 러시아에 있어서 외교·국제관계 및 경제·산업 상대국으로 인식되어 진다. 또한 일본 관련 기사에서 일본-러시아, 일본-미국 기사가 많은 것은 러시아 언론이 러시아와 일본과의 관계 중요성, 일본과 미국의 연관성을 인식한다고 볼 수 있다. 일본 관련 기사에서 중립/모호 이미지 비율이 가장 높고, 긍정/우호 이미지 비율이 부정/비판 이미지 비율보다 약간 높다. 러시아가 연관된 경우 부정/비판 이미지 비율이 긍정/우호 이미지 비율보다 약 5배 이상 높다.

러시아의 일본에 대한 이미지는 러시아와 관련된 사안에 대해서는 매우 부정적이지만, 러시아와 관계되지 않으면, 사안에 따라 긍정적 이미지도 높게 가지고 있다.

북한은 러시아에 있어서 외교·국제관계 및 군사·안보 상대국으로 인식되어 진다. 외교·국제관계 및 군사·안보 기사가 전체 기사의 90%를 차지한다. 북한 관련 기사 가운데 북한-한국 관련 기사가 주를 이루며, 다음으로 북한-미국 관련 기사가 많다. 이는 러시아 국민에게 북한을, 한국·미국과 과도하게 높은 연관성을 가지는 국가로 각인시킨다. 북한 관련 기사에서 중립/모호 이미지 비율이 매우 높고 긍정 비율이 부정/비판 이미지 비율보다 약간 더 높다.

중립/모호 비율이 매우 높은 것은 북한에 대한 관심이 적은 것을 의미하는 것으로 보인다. 러시아에 있어 북한은 핵실험·미사일 등 군사적 강국 이미지와, 경제·산업 관련 기사가 거의 없는 빈곤국 이미지가 새겨져 있다. 전체적으로 북한에 대해서 전반적인 무관심 속에 중립적인 이미지가 형성되었으며 사건에 따라 '작은 조력자'로서의 이미지도 있다고 볼 수 있다.

<그림 13> 한국, 중국, 일본, 북한에 대한 러시아의 이미지, 연관성 및 한국, 중국, 일본, 북한 상호 연관성



<그림 13>은 한국, 중국, 일본, 북한에 대한 러시아의 이미지, 연관성 및 한국, 중국, 일본, 북한 상호 연관성을 보여주고 있다. 러시아와의 관계에 있어서 중국만이 경제·산업 분야가 우선시되고 나머지 한국, 일본, 북한의 경우 외교·국제관계가 우선시 된다. 연관성은 기사에서 2개국 관련 키워드가 동시에 등장하는 정도를 의미하는데, 한국, 일본, 북한은 상호 간 중간 이상의 연관성을 가지고 있다.

또한 미국은 한국, 중국, 일본, 북한과는 중간 연관성을, 중국과는 높은 연관성을 보여주고 있다. 이것은 미국이 한국, 중국, 일본, 북한에 대

해 상당한 영향을 주고 있는 것을 의미한다.

이상과 같이 본 연구는 러시아에서의 한국, 중국, 일본, 북한의 이미지, 연관성을 비롯하여, 개별국가 이미지에 영향을 주는 국가 상호 간의 연관성 분석 결과를 제시하였다. 이는 러시아 언론 분석을 통한 국가이미지 연구에 있어 기초자료가 될 것이다.

또한 국가이미지 연구에 있어, 조사대상국뿐만 아니라 관련 국가와의 연관성을 고려한 분석 방법은 학자들의 연구에 새로운 방법론이 될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 김용상, “국가이미지에 대한 이론적 고찰.” 『한국전통상학연구』 13집 2호, 1999.
- 김정탁·박진서·김소형, “미국 언론에 나타난 동북아 3국의 국가이미지 비교연구.” 『광고연구』 vol. 54, 2002.
- 박만희, “동시단어분석을 이용한 품질경영분야 지식구조 분석.” 『품질경영학회지』 제44권 2호, 2016.
- 신진영, “빅데이터를 활용한 한국 언론에서 형성된 인도 이미지 연구(2009년~2019년) - 네트워크 분석을 통한 뉴스 이슈를 중심으로.” 『남아시아연구』 제25권 제2호, 2019.
- 오미영, “2002한일월드컵 전후 미국언론에 제시된 한반도의 이미지:국가이미지 제고 및 해외홍보를 위한 제언.정책분석.” 『한국정책분석평가학회보』, 16(4), 2006.
- 이병중, “국제 언론에 비친 한국의 이미지 연구 : 국가별 차이를 중심으로.” 『홍보학 연구』 Vol. 16, No. 3, 2012.
- 이준용, "프레임, 해석, 그리고 커뮤니케이션 효과." 『언론과 사회』 29권 가을호, 2000.
- 이준웅 외, “기사 제목에 포함된 직접인용부호 사용의 문제점과 원인.” 『한국언론학보』 51권 3호, 2007.
- 이현송, “미국 신문에 나타난 한반도 및 한반도인의 이미지: 지난 20여년간 New York Times지의 사례분석.” 『미국학논집』 36, 2004.
- 전채남·서일원, “빅데이터 분석의 기술마케팅 활용에 관한 연구: 잠재 수요기업 발굴을 중심으로.” 『마케팅논집』 제21권 2호, 2013.
- 정세원, “한국 언론에 나타난 러시아 국가 이미지 연구 : 러시아 관련 언론 보도 빅데이터 내용분석을 중심으로.” 『한국과 국제사회』 제5권 6호, 2021.
- 조수선, “온라인 신문 기사의 제목과 개요 효과.” 『한국언론학보』 49권 2호, 2005.
- 최진봉·유찬열, “<뉴욕타임즈>와 <로스앤젤레스타임즈>에 보도된 한반도와 일본의 국가 이미지 분석.” 『동서언론』 제9집, 2005.
- Blei, D. M., et al., “Latent Dirichlet allocation.” *Journal of machine Learning research*, Vol. 3. No. 1, 2003.
- Moffitt, M. A., “A cultural studies perspective toward understanding corporate image: A case study of state farm insurance.” *Journal of Public Relations*, Vol. 6, No. 1, 1994.
- Parameswaran, R. and R. M. Pisharod, “Facets of country of origin image: An empirical assessment.” *Journal of Advertising*, Vol. 24 No. 1, 1994.
- Salton, G. and M. J. McGill, *Introduction to modern information retrieval*. New York: McGraw-Hill, 1983.

Wang, W. and R. Rada., "Structured hypertext with Domain Semantics." *ACM Train Inform System*, Vol. 16, 1998.

Wasserman, S. and Faust. K., *Social network analysis: method and applications*, New York: Cambridge University Press, 1994.

러시아 통신사 인터팩스, <https://www.interfax.ru/>(2023년 04월 01일 검색).

Abstract

A Comparative Study of the National Images of South Korea, China, Japan, and North Korea in Russian Media: Focusing on News Text Mining Analysis

Yong Tek Ke(CEO, Russia Research)

This study compared and analyzed the country-specific images of Korea, China, Japan, and North Korea in the Russian media. Keyword correlation analysis was performed by text mining. In addition, relative image correlations between countries were derived. As a result of the study, Korea is recognized as a diplomatic, military, and security partner for Russia. The image of Korea is neutral with some indifference. China is recognized as an economic and diplomatic partner. Overall, the positive/friendship image is very strong, but there are also negative/critical images depending on the case. Japan is a diplomatic and economic partner and has a slightly stronger image of positive/friendliness than negative/criticism. However, the image of negative/criticism is very strong on issues related to Russia. North Korea is recognized as a diplomatic, military and security partner. North Korea has a strong image of a military power and a poor country.

Keywords: National Image, Korea, China, Japan, Text Mining

투고일: 2024년 1월 11일, 심사일: 2024년 1월 31일, 게재확정일: 2024년 2월 23일