

ASEAN Talks

아세안 토크

Vol. 2018-03

Korean Media Coverage of ASEAN in 2017: An Analysis, Implications, and the Way Forward

아세안 인식의 현 주소: 2017년 주요 언론의 아세안 보도 분석

Hwang Ji-seon, Senior Officer, Information and Data Unit



ASEAN Talks

Aims and Scope

ASEAN Talks is a monthly publication produced by the ASEAN-Korea Centre, aiming to provide better understanding on ASEAN for its readers both in and out of Korea.

ASEAN Talks features articles written by staff members of the Centre. We hope to contribute to bringing ASEAN and Korea closer together by providing articles on topics including, but not limited to: ASEAN-Korea relations, ASEAN economy, society, and culture. For any questions or comments regarding the contents, please send an e-mail to aseantalks@aseankorea.org.

목적 및 범위

본 보고서는 한-아세안센터에 의해 발간되었습니다. ASEAN Talks는 한-아세안 관계, 아세안 경제, 사회, 문화 등의 주제를 다룬 한-아세안센터 직원들의 글을 통해 국내·외 독자들에게 아세안에 대한 이슈 및 현안을 제시하고, 아세안에 대한 이해를 높이고자 매달 발간되고 있습니다.

게재된 내용에 대한 문의사항은 aseantalks@aseankorea.org로 보내주시기 바랍니다.

Contents

Korean Media Coverage of ASEAN in 2017: An Analysis, Implications, and the Way Forward	Pg. 1
아세안 인식의 현 주소: 2017년 주요 언론의 아세안 보도 분석	Pg. 10



Ms. Hwang Ji-seon
Senior Officer at Information and Data Unit



Korean Media Coverage of ASEAN in 2017: An Analysis, Implications, and the Way Forward

Hwang Ji-seon, Senior Officer
Information and Data Unit

Abstract

The year of 2017 saw abundant issues related to ASEAN on many occasions. The purpose of this study is to draw possible implications by analyzing how these issues were reported by the Korean media in 2017. To this end, a ‘content analysis’ of 2,900 ASEAN-related articles in 14 major media outlets from January to December 2017 was conducted. Of these articles, 52% were categorized as political-security, 39% as economy, and 9% as socio-culture. Also, 21% of the total coverage was reported in November of that year, 20% in August, and 10% in May. These results revealed that government-level approaches have mainly determined the quantity of ASEAN-related articles. In terms of the type of the articles, straight articles accounted for 71.4%, analytical articles 23%, columns 2.8%, interviews 1.4%, and feature stories 1.4%. The tone of the articles was mostly positive or neutral, while there were some articles with a negative tone in relation to human right issues in individual countries. What these results suggest is that there is a room for the Korean media to shed more light onto the socio-cultural aspects of ASEAN and publish a greater number of in-depth stories to contribute towards building a more comprehensive and balanced perception of ASEAN among the Korean public. Furthermore, to support and complement the media’s role, the ASEAN-Korea Centre can play an important role by providing the media with quality content on ASEAN, collaborating on features stories on particular topics, and continuously bringing attention to ASEAN through various platforms and communication tools.



How the Perception Is Made: The Importance of Media Article Analysis

In 2017, ASEAN was under the spotlight. Embarking on its journey as a regional cooperative organization among Southeast Asian countries in 1967, ASEAN marked its 50th Anniversary of founding. It was also the ASEAN-ROK Cultural Exchange Year that was designated by the 11 Leaders of ASEAN and Korea at the ASEAN-ROK Commemorative Summit in 2014. The year also marked the 10th Anniversary of ASEAN-Korea FTA and the 20th Anniversary of ASEAN+3. In addition, with a growing need for Korea to diversify its economic relations amid the conflicts with China over the deployment of THAAD in Korea, ASEAN countries such as Vietnam and Indonesia emerged as 'Post-China' partners. In November, President Moon Jae-in unveiled the 'New Southern Policy' that aims to upgrade Korea's relations with ASEAN during his visit to ASEAN. ASEAN also received a great attention as a key diplomatic partner in dealing with North Korean nuclear issues in the numerous ASEAN-led multilateral fora, such as the ASEAN Summit, the ASEAN Regional Forum (ARF), and the East Asia Summit (EAS).

Few issues, however, can be recognized by the general public, and in turn lead to social agenda-setting, unless they are reported by the media. Furthermore, the way the media covers a certain issue greatly affects its public perception. In particular, some studies suggest that for international issues that are not routinely encountered through the media, an increase in the coverage of such issues has a greater impact on public opinion (Son & Weaver, 2006; Son & Choi, 2011).

Recently, the acquisition of information through social media and messenger services has increased significantly. However, traditional media, such as TV and newspapers, still remain as major sources for news in daily lives. According to a study by the Korea Press Foundation, the rate of news acquisition through TV is the highest, followed by PC, mobile, and newspapers (Korea Press Foundation, 2017). Above all, the study found that traditional media constitutes the most reliable sources. A poll conducted by the Korea Press Foundation measured the reliability of the different individual media outlet with a 5-point scale (1 point: no trust at all, 5 points: highly trustworthy). The result was that the terrestrial television channels scored 4.07, comprehensive channels 4.02, channels specialized in reporting 3.94, news agencies 3.75, and economic and specialized newspapers 3.75 on this scale. Meanwhile, the reliability of the news provided on social

media platforms showed the lowest rate at 2.94 points, while that of messenger services was only 3.3 (Korea Press Foundation, 2017).

Therefore, it can be assumed that analyzing media reports on ASEAN is the most important and primary process in understanding how ASEAN is perceived in Korea.

Analysis of 2,900 ASEAN-related Reports in 14 Media Outlets

To analyze how ASEAN was reported by major media outlets in Korea in 2017, a content analysis was conducted. Content analysis is the most fundamental and important research method in communication studies. This method focuses on the messages and symbols delivered by the media (Kim, 2005). Berelson (1952) defines content analysis as “a research technique for the objective, systematic, and quantitative description of the manifest content of communication.” Holsti (1969) suggests three conditions for the analysis: objective and clearly formed rules (objectivity), consistency of rules by either including or excluding research subjects (system), and the theoretical suitability (generality).

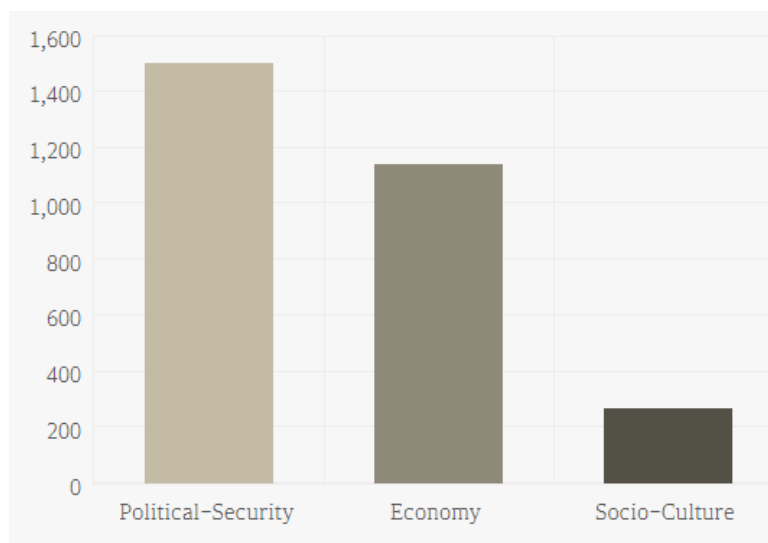
This paper analyzed the articles containing the keyword “ASEAN” on Naver Portal – a widely-used portal for news search in Korea – from 1 January to 31 December 2017. The reason for limiting the keyword to only “ASEAN” is that the purpose of this paper is to analyze public perception not on the Southeast Asian region as a whole, nor on individual countries, but on ASEAN, the regional grouping. Daily newspapers were selected based on circulation figures¹, while maintaining a careful balance between comprehensive papers, economic papers, and evening papers. Through the selections, the following papers were included for the study: *Chosun Ilbo*, *JoongAng Ilbo*, *Dong-A Ilbo*, *Kyunghyang Shinmun*, *Hankyoreh*, *Maeil Business Newspaper*, *Korea Economic Newspaper*, and *Munhwa Ilbo*. The news agencies that were part of the study are *Yonhap News Agency* and *Newsis*, which are the two most viewed agencies in Korea. Among broadcasting companies, KBS, MBC, and SBS were selected as the terrestrial TV channels, as well as

¹ According to a survey conducted by the Korea Press Foundation, the 8 selected papers ranked top 9 (Korea Press Foundation, 2017). *Nongmin News* (Farmers' News), which was ranked 6th, was excluded as it targets limited readers.



JTBC, which has the highest viewership among the comprehensive channels.² English newspapers were not included, as their target readers are mostly foreigners. Furthermore, duplicate internet articles by daily newspapers were not counted, and news clips of broadcasting companies were taken into consideration only if they had actually been broadcasted. To prevent the case that the articles were missed on the portal, searches were carried out twice on the websites of the individual news outlets. As a result, a total of 2,900 articles was analyzed based on topic, period, type, and tone.

[Table 1. Comparison of the Number of ASEAN-related Articles by Topic]



Analysis by Topic: Political-Security (52%) > Economy (39%) > Socio-Culture (9%)

As a result of analyzing entire articles by topic, 1,497 articles (52%) were categorized as political-security, 1,136 (39%) as economy, and 267 (9%) as socio-culture. Specific issues that were reported in each category are as follows:

Political-Security: #North Korea, #New Southern Policy, #South China Sea

In the political-security category, 633 articles (42%) covered North Korea, which account for the largest number. Most of these articles featured the murder of Kim Jong-nam, the

² A survey by Nielson Korea, which provides reports on TV ratings, JTBC's Newsroom records the much higher ratings at a 5-7% average than those of other comprehensive channels (Nielson Korea, 2018).

half-brother of the North Korean leader, which happened in Malaysia in February 2017, as well as ASEAN's role in dealing with the North Korean nuclear issue through the ASEAN-led fora, such as the ASEAN Summit, the ARF, and the EAS. This was followed by articles on the government-level efforts such as the dispatch of a special envoy to ASEAN in May, the official unveiling of the New Southern Policy on the occasion of the President's visit to ASEAN in November, as well as the growing needs to diversify Korea's diplomatic relations, which was reported in 411 articles (27%). Also, territorial disputes in the South China Sea were covered in 80 articles (5%).

Economy: #Post-China, #ASEAN-Korea FTA, #RCEP

Among articles in the economy category, 462 reports (41%) were on the potential of ASEAN to become a 'Post-China' or 'Next China' partner of Korea amid the political and economic tensions with China after the THAAD deployment in Korea. In celebration of the 10th Anniversary of the ASEAN-Korea FTA, 58 (5.1%) articles featured the ASEAN-Korea economic cooperation in the past 10 years, various measures to increase the utilization rate of the FTA, and the negotiations to upgrade the Agreement. Amid the global protectionist wave with the Brexit and the decision by the Trump Administration to withdraw from the Trans Pacific Partnership (TPP), 57 articles (5%) argued for Korea's need to sign the Regional Comprehensive Economic Partnership (RCEP), and reported on the 20th Round of RCEP negotiation, which was held in Incheon in October 2017.

Socio-Culture: #Education, #ASEAN-Korea Centre, #50th Anniversary of ASEAN

Educational exchanges between ASEAN and Korea were the most frequently covered topics in the socio-cultural category, being reported by 39 articles (15%). These include student exchanges between universities in Korea and ASEAN countries, capacity-building programs for government officials from ASEAN, E-Learning projects for universities in ASEAN, and the high interest in the Korean language across the ASEAN region. 38 articles (14%) were on various programs carried out by the ASEAN-Korea Centre to promote ASEAN awareness and people-to-people exchanges. Meanwhile, 21 articles (8%) looked back on the 50 years of development of ASEAN as a successful regional cooperative organization and reported on various commemorative programs. There were also 18

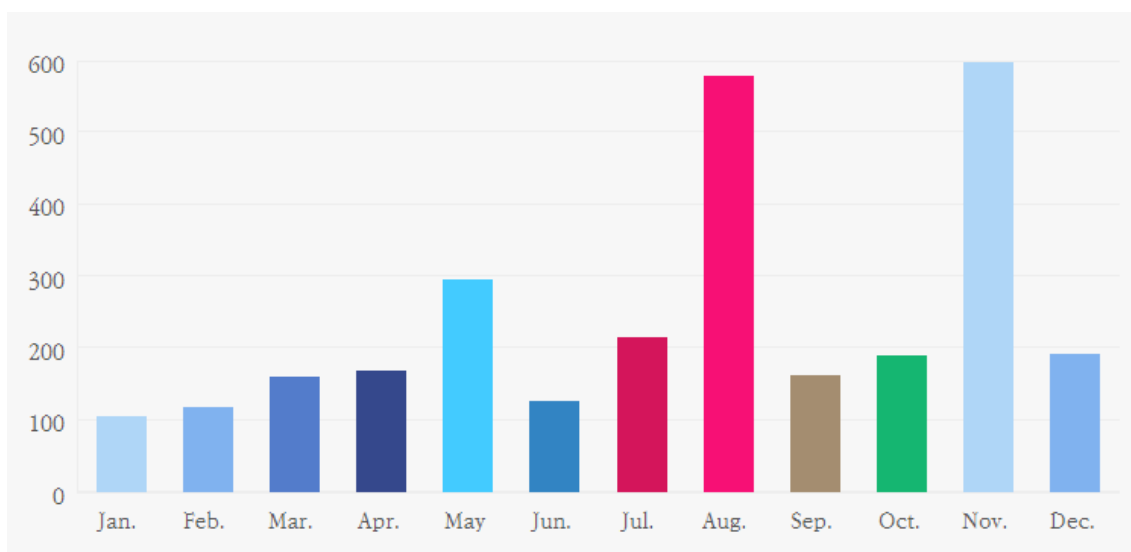


articles (7%) suggesting that Korea should attract more ASEAN tourists as alternative sources of tourists after the sharp decrease in Chinese tourists to the country.

Analysis by Period: Government-level Measures Brought Attention to ASEAN

According to the month-based analysis, the number of articles in November was 597 which not only accounts for 21% of all coverage, but also exceeds twice the monthly average of 241.7 articles. This number was followed by August with 578 (20%), and 294 articles (10%) in May. In November, the official announcement of the New Southern Policy on the occasion of the President’s visits to Indonesia, Vietnam, and the Philippines led to a significant increase in the media coverage of ASEAN. The ARF in August increased the coverage amid the heightened expectation on a peaceful resolution of the North Korean nuclear issue by the concerning parties, including Korea, the US, China, and ASEAN. In May, the Mayor of Seoul City was dispatched as a special envoy to ASEAN right after President Moon took office, visiting the Philippines, Indonesia, and Vietnam. This trip brought great attention to the need to expand the diplomatic horizons of Korea to ASEAN. The result showed that the government-level approaches or the Summits greatly determined the level of the media’s interests in ASEAN.

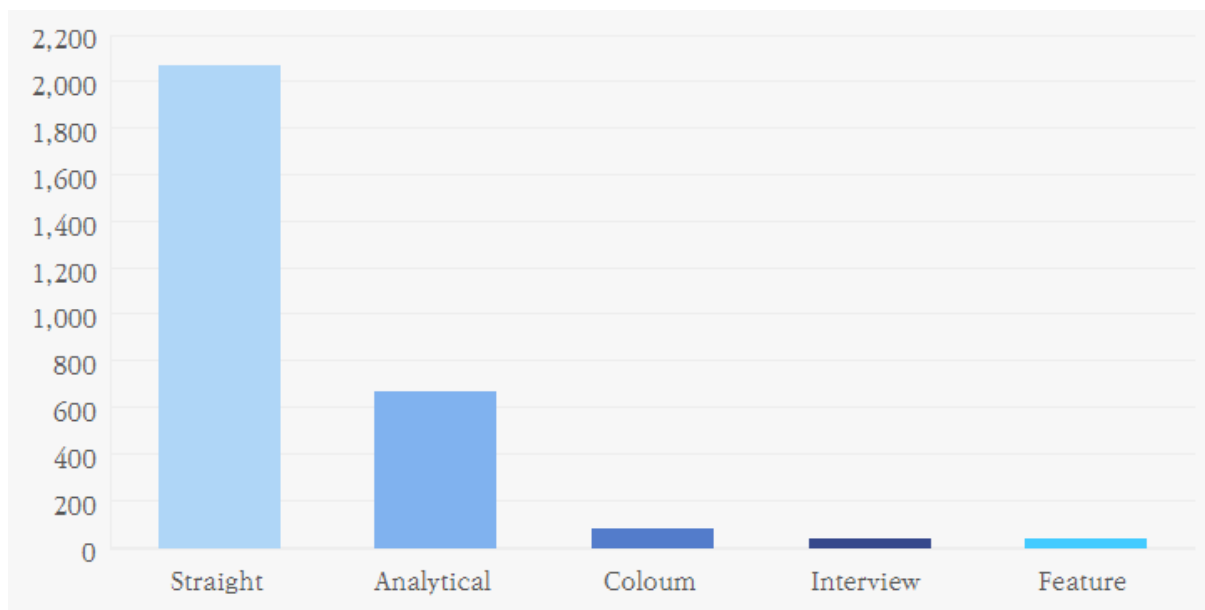
[Table 2. Comparison of the Number of ASEAN-related Articles by Month]



Analysis by Type: Straight (71.4%) > Analytical Article (23%) > Column (2.8%)

When analyzed by type, 2,070 articles (71.4%) were straight news that simply conveyed information or only cited the comments of government personnel. Next, there were 668 analytical articles (23%) that include analysis and commentary on the issues, and 80 columns (2.8%), 42 interviews (1.4%), and 40 feature stories on ASEAN (1.4%).

[Table 3. Comparison of the Number of Articles by Type]



Analysis of Tone: Key Partner vs. Human Rights Issues

The tone of the majority of articles (99.4%) was positive or neutral. The strategic importance of ASEAN, which has been relatively underestimated, was highlighted with the announcement of the New Southern Policy and the growing need to diversify Korea's diplomatic and economic relations. Nevertheless, there were articles with negative tones that could lead to a negative perception of ASEAN. Most of these were about the humanitarian issues regarding the Rohingya people in Myanmar, criticizing somewhat lukewarm stance of ASEAN countries on this matter. Also, some articles covered the European Union's condemnation of the War on Drugs by the Philippines who was the ASEAN Chair for 2017. Furthermore, some articles reported the conflicts between the followers of the Islamic State and the Philippine government in the Island of Mindanao,



and the ensuing travel ban to the country by the Australian government due to the possible threat for tourists. In addition, there was also an article about ASEAN countries illicitly copying Korean brands.

The Media's Role in Forming a Right Perception on ASEAN

The Korean media's coverage and tones largely affect the formation of the public's perception and images on ASEAN. In this sense, the role of the media is highly important for the government to win people's support on its policy toward ASEAN. In 2017, governmental efforts, such as the official announcement of the New Southern Policy, the President's visits to ASEAN, and the dispatch of a special envoy, greatly increased the attention the media paid to ASEAN. In order to take the ASEAN-Korea relations to the next level, we need to expand the interests in and the understanding of ASEAN to a wider range of fields.

In this regard, the implications suggested by this study are as follows: First, socio-cultural aspects such as religion, society, culture, tourism, and history of ASEAN, should be more exposed to news reports. The Korean media intensively highlighted the importance of ASEAN as a partner for diplomatic and economic diversification in 2017. There was, however, not enough number of articles that suggest Korean people to perceive ASEAN as a close and friendly neighbor. Considering that the perception of Korean people on ASEAN people is still biased, seeing them primarily as marriage migrants and workers, the Korean media should play a bigger role in shedding more light on diverse aspects of ASEAN. Second, there is a need for more in-depth and analytical articles to provide a comprehensive understanding of ASEAN. The straight articles, which account for more than 70% of the total coverage, are meaningful only in the sense that they deliver information, but they do not allow for a deeper and more comprehensive understanding on ASEAN. In the mid- to long term, it would be necessary for the media to increase news gatherings in ASEAN and interviews to report on ASEAN in deeper and more diversified ways. Most media organizations have sent their correspondents only to the United States, China, Japan, and Europe. To report more vivid and in-depth stories, however, sending

the correspondents to ASEAN countries such as Vietnam, Indonesia, and Thailand should be considered.

Lastly, the ASEAN-Korea Centre can play an important role in supporting and complimenting the media in the following ways. First, the ASEAN-Korea Centre can provide the media with quality contents on socio-culture topics related to ASEAN, as these issues can be difficult to continuously follow-up. Based on its extensive network with the players in the fields of trade, investment, culture, tourism, education, youth, and the media of the 10 ASEAN Member States, the ASEAN-Korea Centre should develop various contents and explore joint projects with the Korean media to contribute to the increased coverage of the socio-culture of ASEAN. Second, the ASEAN-Korea Centre should continue to stimulate interests in ASEAN, even when no major governmental events are taking place. It can contribute to forming a better perception of ASEAN by utilizing various platforms and tools such as publications, public lectures, blogs, and social network services.



Reference

- 김성태. (2005). “국내 내용분석 연구의 방법론에 대한 고찰 및 제언”. 「커뮤니케이션 이론」, 1(2), 39-66.
- 손영준. (2011). “한국 언론의 러시아 보도 분석: 내용분석과 심층인터뷰 방법론을 중심으로”. 「중소연구」, 35(2), 171-197.
- 닐슨코리아, “시청률 순위”. Retrieved from
http://www.nielsenmedia.co.kr/tv_terrestrial_day.asp?menu=Tit_1&sub_menu=1_1&area=01
- 한국언론진흥재단. “일간신문 발행부수 현황(2016 년도 기준)”. Retrieved from
<http://www.kpf.or.kr/site/kpf/ex/board/View.do?cbIdx=237&bcIdx=20266>
- 한국언론진흥재단. (2017.12). “2017 언론수용자 의식조사(2017.12)”. Retrieved from
<http://www.kpf.or.kr/site/kpf/mediasta/selectReceiverCodingList.do?cbIdx=249#close>
- Berelson, Bernard. (1952). Content Analysis in Communication Research. Glencoe, III., Free Press.
- Holsti, Ole, R. (1969). Content Analysis for the Social Sciences and Humanities. Addison-Wesley Pub. Co.
- Son, Young Jun. & Weaver, David, H. (2006). Another Look at What Moves Public Opinion: Media Agenda Setting and Polls in the 2000 U.S. Election. International Journal of Public Opinion Research, 18(2), 174-197.



아세안 인식의 현 주소: 2017년 주요 언론의 아세안 보도 분석

황지선 정보자료국 과장

요약

2017년은 아세안 창설 50주년, 한-아세안 문화교류의 해, 한-아세안 FTA 체결 10주년, 문재인 정부의 대(對) 아세안 정책인 ‘신(新)남방정책’ 발표, ‘포스트 차이나’ 등 아세안과 관련된 굵직한 이슈들이 쏟아진 한 해였다. 본 연구는 이러한 이슈들이 언론을 통해 얼마나 어떻게 보도됐는지를 분석해 함의를 도출하고자 했다. 이를 위해, 2017년 1월부터 12월까지 국내 14개 주요 매체의 아세안 관련 기사 2,900건에 대해 ‘내용 분석(content analysis)’을 실시했다. 그 결과, 주제별로는 정치·안보가 52%로 가장 많았고, 경제 39%, 사회·문화 9% 순이었다. 월별 기사량을 분석해보면 11월이 전체의 21%, 8월이 20%, 5월이 10%를 차지했다. 이는 신남방정책의 공식 발표, 대통령의 아세안 순방, 아세안 지역안보포럼(ARF), 아세안 특사 파견 등 정부 차원의 조치들이 기사의 수를 주로 결정했음을 보여줬다. 기사 유형별로는 스트레이트 기사가 71.4%로 가장 많았고, 분석 기사(23%), 칼럼(2.8%), 인터뷰(1.4%), 기획기사(1.4%) 순이었다. 기사의 논조는 대부분 긍정적이거나 중립적이었는데, 일부 국가들의 인권 문제를 제기하는 부정적 논조의 기사들도 있었다. 이를 통해, 언론이 아세안의 사회·문화적 측면을 조명하는 보도를 늘리고, 현지 취재나 인터뷰를 활용한 심층 보도를 확대함으로써 아세안에 대한 종합적이고 균형적 인식이 형성되는 데 기여해야 한다는 함의를 도출할 수 있었다. 이러한 언론의 역할을 지원하고 보완하기 위해 한-아세안센터는 아세안과 관련된 양질의 콘텐츠를 언론사에 제공하거나 공동 기획보도를 추진하는 한편, 다양한 플랫폼과 커뮤니케이션 수단을 활용해 아세안에 대한 관심을 지속적으로 환기하는 등의 역할을 할 수 있을 것이다.



아세안에 대한 인식은 어떻게 형성되는가: 언론보도 분석의 중요성

2017 년은 아세안 관련 이슈가 넘쳐났던 한 해였다. 1967 년 동남아시아 국가 간 지역협력체로 출발한 아세안이 창설 50 주년을 맞았고, 2014 년 한-아세안 특별 정상회의에서 한국과 아세안 10 개국 정상들이 지정한 ‘한-아세안 문화교류의 해’이기도 했다. 또한, 한-아세안 FTA 체결 10 주년, 아세안+3 정상회의 20 주년을 맞는 해였다. 뿐만 아니라, 사드 배치에 따른 중국과의 갈등으로 인해 경제관계 다변화에 대한 필요성이 부각되면서 베트남, 인도네시아를 비롯해 아세안이 ‘포스트 차이나’로 주목 받았고, 11 월 아세안 순방 기간 동안 문재인 대통령은 아세안과의 관계를 한반도 주변 4 강 수준으로 격상한다는 ‘신(新)남방정책’을 공식 천명했다. 아세안 정상회의(ASEAN Summit), 아세안 지역안보포럼(ASEAN Regional Forum, ARF), 동아시아 정상회의(East Asia Summit, EAS) 등 여러 다자 협의회를 통해 아세안이 북핵 해결의 핵심 외교 파트너로서 부각되기도 했다.

그러나 아무리 중요한 이슈라도 언론에 보도되지 않는다면 일반 국민들이 이를 인식하고, 나아가 사회적 의제로 형성되기 어렵다. 언론이 특정 이슈를 얼마나, 어떻게 보도하느냐는 해당 이슈에 대한 우리의 인식에 영향을 미친다. 특히, 사람들은 통상적으로 접하는 이슈에 대해서는 언론 보도량이 늘어나더라도 그 의제에 대한 생각에 큰 차이가 없지만, 일상적으로 접하지 못하는 국제적 이슈 등에 대해서는 언론 보도 증가 자체가 집단적 차원의 여론 변화에 영향을 미친다는 과학적 연구도 제시된 바 있다(Son & Weaver, 2006; 손영준, 2011).

최근 소셜미디어, 메신저 서비스 등을 통한 정보의 획득이 두드러지게 증가하고는 있으나, 여전히 TV, 종이신문 등 전통 미디어를 통해 뉴스를 접하는 비율이 가장 높다. 2017 년 미디어 별 뉴스 이용 추이를 살펴보면, TV 가 가장 높고, PC, 모바일, 종이신문 순이었다(한국언론진흥재단, 2017). 무엇보다, 신뢰도에 있어 전통 언론이 SNS 보다 현격히 높게 나타난다. 한국언론진흥재단의 분석에 따르면, 언론에서 제공하는 뉴스 신뢰도를 5 점 척도(전혀 신뢰하지 않는다 1 점~매우 신뢰한다 5 점)로 조사한 결과, 지상파 텔레비전(4.07), 종합편성채널(4.02), 보도전문채널(3.94), 뉴스통신(3.75), 경제 및 전문신문(3.67) 순이었다. 반면, SNS 를 통해 접한 뉴스의 신뢰도는 2.94 로 가장 낮았고, 메시징 서비스도 3.03 에 불과했다(한국언론진흥재단, 2017).

따라서, TV, 종이신문, 인터넷 등을 통해 보도된 아세안 관련 언론 보도를 분석하는 것은 국내에서 아세안에 대한 인식이 어떻게 형성되는지를 파악하는 데 있어 가장 핵심적이고 일차적인 과정이라고 할 수 있다.

14 개 매체의 아세안 관련 2,900 건 기사 내용 분석

2017 년 한 해 동안 아세안이 주요 언론에 의해 어떻게 보도 되었는지를 분석하기 위해 ‘내용 분석(content analysis)’ 기법을 활용했다. 내용 분석은 미디어가 전달하는 메시지나 상징 등을 주요 연구대상으로 삼는 커뮤니케이션 학문에서 가장 기본적이고 중요한 연구 방법이다(김성태, 2005). 베렐슨(Berelson, 1952)은 내용 분석을 “명시적인 커뮤니케이션 내용을 객관적, 체계적, 계량적으로 기술하는 연구 방법”으로 정의한다. 홀스티(Holsti, 1969)는 내용 분석의 조건으로서 연구자의 주관적 기준이 아닌 객관적이고 명확하게 형성된 규칙(객관성), 연구의 대상을 포함하거나 제외할 때 적용되는 규칙의 일관성(체계성), 연구를 통해 도출된 결과의 이론적 적합성(일반성)의 3 가지를 든다.

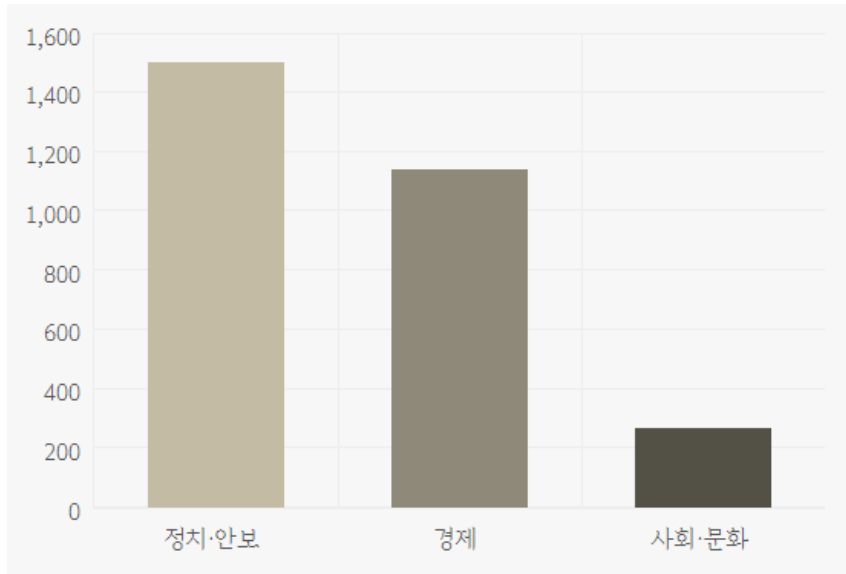
저자는 한국인들이 가장 많이 뉴스를 검색하고 접하는 채널인 네이버 포털에서 2017 년 1 월 1 일부터 12 월 31 일까지 “아세안” 키워드를 포함한 기사를 검색해 직접 분석했다. 키워드를 “아세안”으로 제한한 것은 “동남아”라는 지역이나 개별 국가가 아니라 10 개국으로 구성된 지역협력체 아세안에 대한 보도만을 분석하고자 했기 때문이다. 분석에 포함된 언론사는 종합지, 경제지, 석간지, 통신, 방송 등 총 14 개였다. 일간신문은 구독 부수를 기준으로 하되, 일간 종합지, 경제 전문지, 석간지를 균형적으로 포함해 조선일보, 중앙일보, 동아일보, 경향신문, 한겨레신문, 매일경제, 한국경제, 문화일보를 분석 대상으로 했다.³ 통신사는 연합뉴스와 뉴시스를 포함했고, 방송 뉴스는 KBS, MBC, SBS 등 지상파 텔레비전과 종합편성채널 중 시청률이 가장 높은 JTBC 를 포함했다.⁴ 영자지의 경우 주 독자가 주한 대사관, 외국인임을 고려해 제외했다. 지면 보도는 같은 내용으로 인터넷에도 올라오는 기사는 중복 포함하지 않았고, 사진과 간략한 설명만 올라오는 사진 기사는 제외했다. 방송의 경우 실제로 방송에 보도된 뉴스만 포함하고, 인터넷에만 올라오는 기사는 포함하지 않았다. 네이버 포털을 통해 검색되지 않는 기사들이 있을 수 있음을 감안해, 각 매체 홈페이지에서 한번 더 검색해 누락 여부를 확인했다. 그 결과, 총 2,900 건의 기사가 분석 대상이 됐다. 각 기사는 주제, 시기, 유형, 논조로 분류해 분석했다.

³ 한국언론진흥재단이 제공하는 일간신문 인증부수에 따르면, 선정된 8 개 매체가 구독부수 상위 9 위까지 차지했다(한국언론진흥재단, 2017). 구독부수 6 위인 농민신문은 기사 내용 및 독자의 특수성을 고려하여 제외했다.

⁴ 시청률 조사기관 닐슨코리아에 따르면, JTBC 뉴스룸의 시청률은 평균 5~7%로 다른 종합편성채널 뉴스 프로그램에 비해 현저히 높게 나타난다(닐슨코리아, 2018).



[표 1. 이슈별 아세안 관련 기사 수 비교]



주제별 분석: 정치·안보(52%) > 경제(39%) > 사회·문화(9%)

전체 기사를 주제별로 분석하면 정치·안보 기사가 1,497 건(52%), 경제 기사가 1,136 건(39%), 사회·문화 기사가 267 건(9%) 순으로 나타났다. 이슈별로 세부 주요 내용을 살펴보면 다음과 같다.

정치·안보: #북한, #신남방정책, #남중국해

정치·안보 관련 기사 중에는 북한과 관련된 기사가 633 건(42%)으로 가장 많았다. 2017년 2월 말레이시아에서 벌어진 김정남 피살 사건과 아세안 정상회의, ARF, EAS 등 아세안 주도의 다자 무대에서 당사국들 간의 북핵 해결을 위한 협의, 그리고 북한의 주요 외교 파트너로서 아세안 국가들의 역할론에 대한 기사들이 주를 이뤘다. 지난해 5월 박원순 서울시장의 아세안 특사 파견, 11월 문재인 대통령의 아세안 순방에 따른 ‘신남방정책’ 발표, 4강 중심 외교에서 아세안으로의 외교 다변화를 꾀해야 한다는 내용의 기사가 411 건(27%)으로 그 뒤를 이었다. 남중국해 영유권 분쟁으로 인한 중국과 필리핀, 중국과 베트남 간 갈등에 대한 기사도 80 건(5%)이었다.

경제: #포스트차이나, #한-아세안 FTA, #RCEP

경제 관련 기사 중에서는 중국과의 경제 협력이 어려워지면서 ‘포스트 차이나’, ‘넥스트 차이나’로서 아세안의 가능성과 진출 방안 등에 대한 기사가 462 건(41%)으로 가장 많았다. 한-아세안 FTA 체결 10주년을 맞아 10년 동안의 한-아세안 경제 협력 발전을 돌아보는 기사나 한-아세안 FTA의 활용률을 높이기 위한 다양한 지원책, 개정 협상에 대한 기사들도 58 건(5.1%)이었다. 트럼프 대통령의 환태평양경제동반자협정(TPP) 탈퇴 선언, 브렉시트(Brexit) 등 전세계적인 보호무역주의 물결에 대응해 역내 포괄적 경제동반자협정(RCEP) 체결의 필요성을 제기하는 기사나 지난해 10월 인천에서 있었던 RCEP 공개협상에 대한 기사도 57 건(5%)이었다.

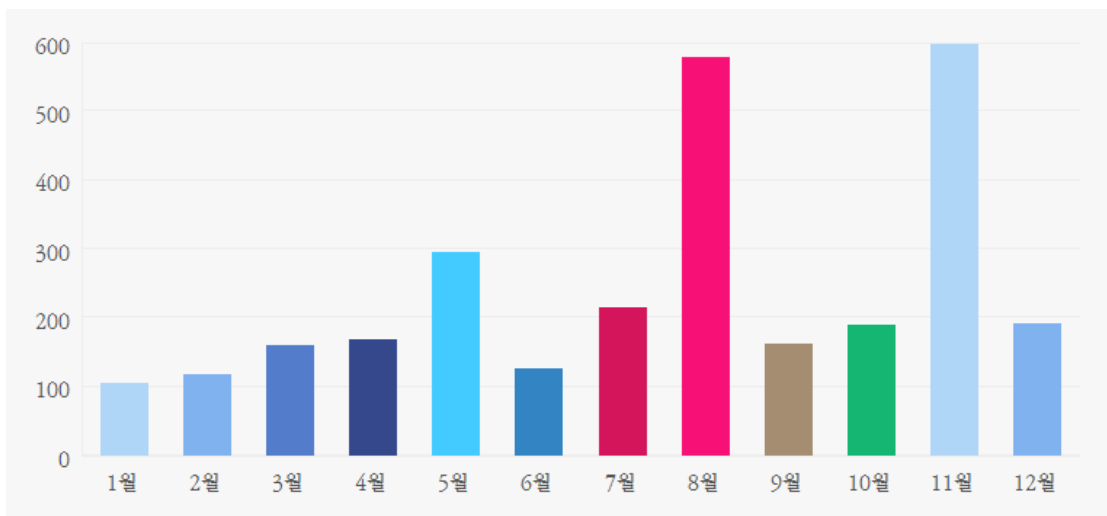
사회·문화: #교육, #한-아세안센터, #아세안 50주년, #관광다변화

사회·문화 관련 기사 중에서는 교육 분야에서 한-아세안 간 협력에 대한 기사가 39 건(15%)으로 가장 많았다. 한국 대학과 아세안 대학 간 학생 교류, 아세안 공무원 초청 연수, 아세안 대학 이러닝(e-learning) 지원 사업, 아세안 내 한국어 교육 열기에 대한 기사 등이 주를 이뤘다. 문화·예술 교류, 청년교류, 인식제고 등 한-아세안센터의 인적교류 및 인식도 제고 프로그램들이 38 건(14%)으로 뒤를 이었다. 아세안 50주년을 맞아 성공적인 지역협력체로 거듭난 아세안의 50주년을 돌아보는 기사나 관련 기념 행사들에 대한 기사가 21 건(8%)이었고, 사드 후폭풍으로 중국 관광객이 급감하면서 대체 관광 수입원으로서 동남아 관광객들을 유치해야 한다는 기사들도 18 건(7%)이었다.

시기별 분석: 정부 차원의 조치들이 언론 관심 끌어올려

전체 기사를 월별로 분석하면 11월이 597 건으로 전체의 21%를 차지해 월별 평균 보도수인 241.7 건의 2 배를 넘어섰다. 다음으로는 8월이 578 건으로 20%, 5월이 294 건으로 10% 순이었다. 11월 문재인 대통령이 인도네시아, 베트남, 필리핀을 차례로 방문하며 아세안과 협력을 확대 필요성을 강조하고 신남방정책을 발표한 것이 아세안 관련 언론 보도를 크게 증가시켰다. 8월에는 ARF가 개최되면서 북핵 해결을 위해 한국, 미국, 중국, 아세안 등 관련 당사국들의 합의에 대한 기대감이 고조되면서 언론보도 확대로 이어졌다. 5월에는 문재인 대통령이 취임 직후 박원순 서울시장을 아세안 특사로 임명하고, 박 시장이 특사로 필리핀, 인도네시아, 베트남을 방문하면서 아세안으로의 외교 지평 확대 필요성이 강조됐다. 이를 통해, 정상회의나 정부 차원의 정책들이 아세안에 대한 언론의 관심을 크게 좌우했다는 것을 알 수 있었다.

[표 2. 월별 아세안 관련 기사 수 비교]

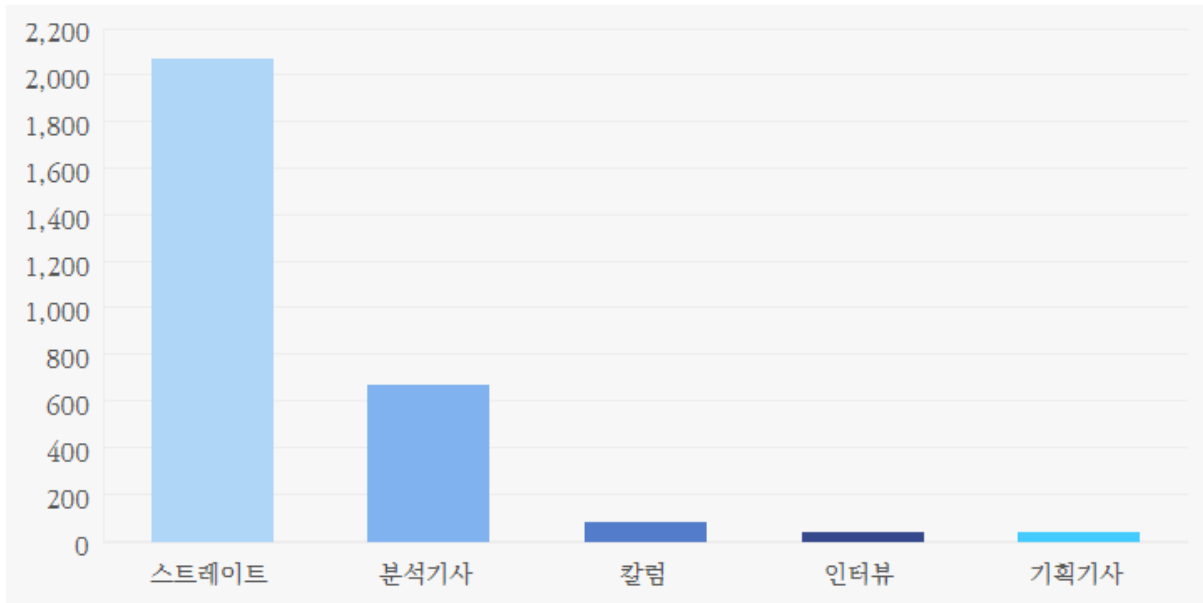




유형별 분석: 스트레이트(71.4%) > 분석기사(23%) > 칼럼(2.8%)

유형별로 분류했을 때는 단순 정보를 전달하거나 정부 인사의 코멘트만을 인용한 스트레이트 기사가 2,070 건(71.4%)으로 대다수를 차지했다. 그 다음은 현상에 대한 기자의 분석이나 해설을 포함한 분석기사가 668건으로 23%를 차지했고, 아세안 관련 이슈에 대한 언론사 내부, 외부 기고나 칼럼이 80 건(2.8%), 관련 인사의 인터뷰가 42 건(1.4%), 기획기사가 40 건(1.4%) 순으로 나타났다.

[표 3. 유형별 기사 수 비교]



논조 분석: 협력 확대 파트너 vs 인권 문제

99.4%에 이르는 압도적 다수의 기사들은 아세안에 대해 긍정적이거나 중립적이었다. ‘신남방정책’이 발표되고, 외교·경제 관계 다변화를 위한 주요 파트너로서 아세안이 부각되면서 그 동안 상대적으로 주목을 덜 받았던 아세안의 전략적 중요성을 강조하는 기사들이 주를 이뤘다. 그럼에도 불구하고, 아세안에 대해 부정적인 인식을 불러올 수 있는 기사들은 있었다. 예를 들어, 미얀마 정부의 로힝야족 이슈에 대한 대응 방법과 이에 대한 아세안 국가들의 미온적 입장을 비판하는 기사들이 가장 많았다. 또한, 2017년 아세안 의장국이었던 필리핀 정부의 마약에 대한 강경책이 유럽연합(EU)의 지적을 받아 이를 자극적인 언어를 통해 비판하는 기사, 필리핀 민다나오 지역에서 이슬람국가(IS) 추종세력과 필리핀 정부 간 전투 상황이 벌어지면서 호주 정부가 필리핀을 테러 공격 위험이 있는 국가로 분류했다는 기사 등이 있었다. 그 밖에, 아세안 국가들이 우리나라 제품 브랜드를 도용했다는 내용의 기사도 있었다.

아세안에 대한 올바른 인식 형성을 위한 언론의 역할

아세안 관련 이슈들에 대한 한국 언론의 보도와 논조는 아세안에 대한 우리 국민들의 인식 및 이미지 형성에 큰 역할을 한다. 따라서, 신남방정책 등 한국 정부의 대 아세안 정책이 국민적 지지를 얻기 위해서는 언론의 역할이 매우 중요하다. 지난 해는 신남방정책의 공식 발표, 아세안 순방, 아세안 특사 파견 등 정부 차원의 노력들이 아세안에 대한 국내 언론의 관심을 집중시킨 한 해였다. 이제 한국과 아세안 관계를 한 차원 높은 단계로 올리기 위해서는 다양한 영역으로 관심과 이해의 폭을 넓혀야 한다.

이와 관련해 본 연구가 주는 함의는 다음과 같다. 첫째, 언론이 아세안의 종교, 사회, 문화, 관광, 역사 등 사회·문화 분야 관련 이슈를 더 많이 다룰 필요가 있다. 한국 언론은 지난해 외교 및 경제 관계 다변화를 위한 파트너로서 아세안의 중요성을 크게 부각시켰다. 그에 비해 일반 국민들이 아세안을 가깝고 친근한 이웃으로 인식하고 제대로 이해할 수 있게 하는 보도는 상대적으로 충분치 않았다. 특히, 한국 국민의 아세안에 대한 인식이 아직도 결혼이주여성, 노동자 등 지역적인 이슈에 편향되어 있음을 고려할 때, 한국 언론이 아세안의 다양한 모습을 조명하는 역할을 수행하는 것이 매우 중요하다. 둘째, 아세안 관련 심층, 분석 기사를 통해 아세안을 종합적으로 이해할 수 있도록 해야 한다. 전체 분석 기사 중 70%가 넘는 스트레이트 기사는 아세안과 관련된 단편적 정보를 전달하는 데는 의미가 있겠으나, 아세안에 대해 깊이 있는 종합적 이해로 이어지기는 어렵다. 중장기적으로는 언론이 현지 취재, 인터뷰 등을 활용해 아세안에 대한 보다 심층적이고 다각적인 기사를 확대해 나가는 것이 필요해 보인다. 특히, 대부분의 언론들이 미국, 중국, 일본, 유럽 등에만 특파원을 보내고 있는데, 이를 베트남, 인도네시아, 태국 등 아세안 지역으로 확대하는 것을 고려할 필요가 있어 보인다.

마지막으로, 이러한 언론의 역할과 기여를 지원하고 보완하기 위해 한-아세안센터가 할 수 있는 역할들은 다음과 같다. 첫째, 언론사들이 아세안의 사회·문화 관련 이슈를 지속적으로 취재하고 추적(follow-up)하기 어려운 만큼 한-아세안센터가 양질의 관련 콘텐츠를 제공할 수 있다. 아세안 10 개국의 무역, 투자, 문화, 관광, 교육, 청년, 언론 등 정부 및 민간 기관과의 탄탄한 네트워크를 바탕으로 다양한 콘텐츠를 발굴하고, 공동 기획 등을 통해 다각적으로 보도함으로써 아세안 사회·문화 관련 보도 확대에 기여할 필요가 있다. 둘째, 아세안과 관련해 정부 차원의 주요 행사가 없을 때에도 한-아세안센터가 아세안에 대한 관심을 지속적으로 환기하는 역할을 해야 한다. 다양한 주제의 출판물 발간, 대중 강연을 비롯해 블로그, 소셜미디어 등 다양한 플랫폼과 툴을 활용함으로써 아세안에 대한 올바른 인식 형성에 기여할 수 있을 것이다.



Reference

- 김성태. (2005). “국내 내용분석 연구의 방법론에 대한 고찰 및 제언”. 「커뮤니케이션 이론」, 1(2), 39-66.
- 손영준. (2011). “한국 언론의 러시아 보도 분석: 내용분석과 심층인터뷰 방법론을 중심으로”. 「중소연구」, 35(2), 171-197.
- 닐슨코리아, “시청률 순위”. Retrieved from
http://www.nielsenmedia.co.kr/tv_terrestrial_day.asp?menu=Tit_1&sub_menu=1_1&area=01
- 한국언론진흥재단. “일간신문 발행부수 현황(2016 년도 기준)”. Retrieved from
<http://www.kpf.or.kr/site/kpf/ex/board/View.do?cbIdx=237&bcIdx=20266>
- 한국언론진흥재단. (2017.12). “2017 언론수용자 의식조사(2017.12)”. Retrieved from
<http://www.kpf.or.kr/site/kpf/mediasta/selectReceiverCodingList.do?cbIdx=249#close>
- Berelson, Bernard. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. Glencoe, III., Free Press.
- Holsti, Ole, R. (1969). *Content Analysis for the Social Sciences and Humanities*. Addison-Wesley Pub. Co.
- Son, Young Jun. & Weaver, David, H. (2006). Another Look at What Moves Public Opinion: Media Agenda Setting and Polls in the 2000 U.S. Election. *International Journal of Public Opinion Research*, 18(2), 174-197.

ASEAN Talks Volume 2018-03

© ASEAN-Korea Centre, 2018

Published by ASEAN-Korea Centre

Address: 8th fl., Sejong-daero, Jung-gu, Seoul, Republic of Korea

Tel.: 02-2287-1143

E-mail: aseantalks@aseankorea.org

Website: www.aseankorea.org

ISSN (printed): 2586-6753

ISSN (online): 2586-6842

Edited by: Won Ji-hyeon, Lee Su-ji, Ha Chae-kyoun, Kim Hyun-ji

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or distributed in any form or by any means, without the consent of the ASEAN-Korea Centre. Enquiries concerning reproduction should be sent to the ASEAN-Korea Centre.

The publisher does not guarantee the accuracy of the data included in this publication and accepts no responsibility for any consequence of their use. The responsibility for facts and opinions in this publication rests exclusively with the authors.

ASEAN-Korea Centre

The ASEAN-Korea Centre is an intergovernmental organization mandated to promote economic and socio-cultural cooperation between the ASEAN Member States and Korea. It was officially inaugurated on 13 March 2009, the year that marked the 20th Anniversary of the Dialogue Partnership between ASEAN and Korea.



ASEAN-KOREA CENTRE

www.aseankorea.org