

# 한국과 독일의 다문화 관련 미디어 이용에 관한 연구

박경숙\* · 이지현\*\*

< 차례 >

- I. 서론
- II. 독일 다문화가정의 미디어 접촉과 이용
- III. 논의 및 결론

## 국문요약

본 연구는 한국 방송프로그램에 나타난 다문화 현상과 독일에 거주하고 있는 이민자들의 미디어 이용행태를 고찰함으로써 향후 다문화 연구의 발전을 도모하고자 하였다.

이를 위해 먼저 한국 다문화 관련 TV방송프로그램들을 살펴본 결과, 국내 방송은 다문화의 현실을 제대로 반영하지 못하고 있으며, 다문화 현상을 호기심이나 오락의 대상으로만 접근하여 그들이 겪고 있는 문제점들에 대해 피상적으로 접근하고 있는 것으로 나타났다. 한편 독일에 거주하는 이민자의 미디어 접촉과 이용에 대해 살펴본 결과, 이민자들은 미디어 중 TV를 가장 많이 시청하고 있으며, 주로 정보를 얻기 위해 미디어를 이용하는 것으로 나타났다. 또한 독일의 사건뿐만 아니라 모국에 대한 이해를 통해 정체성을 확립하고 의견을 형성하기 위해 모국어 미디어를 이용하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 대부분이 독일어 미디어를 이용하고 있어 독일에 대한 이해는 통합의 전제조건이

\* 제주대학교 언론홍보학과 교수, 제주대학교 사회과학연구소 연구원.

\*\* 제주대학교 언론홍보학과 강사.

된다고 할 수 있다.

미디어가 본토민과 거주 이민자와의 원활한 소통을 도와 사회통합기능을 수행한다는 점을 감안할 때 향후 다문화와 관련한 미디어 연구가 질적, 양적으로 다양하게 전개되어야 할 것이다.

주제어 : 다문화, 미디어, 독일 이민자, 미디어 이용, 방송프로그램

## I. 서론

### 1. 연구배경 및 목적

2010 남아공월드컵 결승전에서 보여준 독일팀과 스페인팀의 박진감 넘치는 경기력은 인종과 지역을 넘어선 화합의 결과라고 평가받고 있다. 독일팀의 경우, 1990년대 중반까지 게르만 순혈주의를 표방하던 독일축구협회는 알제리 출신의 지단, 가나계인 드사이 등을 중심으로 1998 프랑스월드컵에서 우승을 거둔 프랑스 사례를 보고 다음해 ‘독일인 부모를 둔 선수만 국가대표 선수가 될 수 있다’는 규정을 삭제하였다. 특히, 유로 2004 조별 리그에서 탈락한 후, 독일 축구의 문은 더욱 개방되어 이민자 출신 청소년들이 독일 축구 제도권에서 대거 성장하는 계기를 만들었으며 그 결과, 2010 남아공월드컵 엔트리 23명 가운데 11명이 외국계 선수였고, 터키계 선수 외칠의 활약은 독보적이었다고 보도된 바 있다 (조선일보 2010. 7. 7).

국내의 경우 2006년 한국계 흑인 혼혈인이자 유명한 미식축구선수인 하인즈 워드의 한국 방문을 계기로 혼혈 가정과 국제결혼, 이주노동자 실태가 언론을 통해 집중적으로 등장하였다. 특히, 동아일보의 경우 ‘다문

화가 힘이다'라는 다문화정책 점검 기획 기사를 통해 다문화에 대한 이슈를 부각시켰고 국내 대학의 외국인 유학생의 수가 크게 늘어나면서<sup>1)</sup> 외국인 유학생 문제를 다루기 시작하였다(동아일보, 2011. 3. 9). 문화체육관광부(장관 정병국)와 한국문화예술교육진흥원(원장 이대영)은 다문화교육 확대를 지원하기 위해 일반인을 대상으로 다문화 강사 양성·파견을 담당할 지역운영 기관을 공모하기로 하였다(조선일보, 2011. 3. 21).

이처럼 국내에 체류하는 외국인의 수가 빠른 속도로 증가하고, 저출산, 고령화에 따른 노동인력의 감소로 외국인 노동력 유입이 불가피해지면서 오랫동안 단일 민족주의를 유지해 오던 한국 사회 또한 글로벌 시민사회로의 이행이 빠르게 전개되고 있다.

행정안전부에 따르면, 2009년 5월 1일 기준으로 등록된 외국인 주민은 1,106,884명으로 우리나라 전체 인구의 2.2%를 차지하고 있다. 이러한 국내 체류 외국인수는 1990년 0.11%에서 2006년에는 1.88%로 17배 상승하였고, 2010년 2.8%, 2020년 5%, 2050년에는 9.8%로 상승할 것으로 예상하고 있다. 한편, 이 가운데 외국인 근로자는 575,657명으로 전체 외국인 주민의 52%에 이르며, 결혼이민자는 125,673명으로 11.4%를 점유하고 있다.<sup>2)</sup>

우리나라에 외국인 노동력이 본격적으로 유입된 시기는 1980년대 말로 노동운동이 격렬하게 발생하고 국내 생산직 노동자의 임금이 급속도

1) 2010년 현재 2005년에 비해 4.5% 증가했다.

2) 외국인 근로자는 중국이 60.3%이며, 이 가운데 조선족은 55.9%에 해당한다. 다음으로 동남아시아(베트남, 필리핀, 태국, 인도네시아 등)가 24.3%, 남부아시아(인도, 파키스탄, 방글라데시, 스리랑카, 네팔, 부탄, 몰디브 등) 5.7%, 중앙아시아(카자흐스탄, 우즈베키스탄, 투르크메니스탄, 타지키스탄, 키르기스스탄 등) 2.4%, 몽골이 2.3%이다. 결혼이민자는 중국이 54.8%(조선족은 28.2%)로 가장 많고 다음으로 동남아시아 32.1%, 일본 4%, 몽골 1.8%, 중앙아시아 1.5% 순이다. 성별로는 여성이 87.9%로 대다수이며 이들 외국인주민은 수도권 지역에 65.1%가 거주한다.

로 상승되면서 '3D 업종'을 기피하는 현상이 크게 확산되었다. 그 결과, 중소 제조업체들은 저임금 노동력의 확보가 어려워졌고, 이른바 '3D 업종'은 심각한 인력난을 겪게 되었다. 이것은 소득 수준의 향상과 함께 대부분의 나라에서 발생하는 현상으로<sup>3)</sup> 우리나라도 예외는 아니었다. 이후 1997년 IMF 외환위기를 겪으면서 고학력 실업자는 증가한 반면, '3D 업종'의 기피현상은 더욱 증가하면서 국내기업은 값싸고 풍부한 노동력을 가진 중국과 동남아로 공장을 이전하고 부족한 국내 인력은 외국 근로자를 고용해서 해결하려는 양상을 띠게 되었다.

이와 유사한 현상은 독일의 경우에서도 나타난다. 1950년대 중반에서 1973년까지 경제 붐으로 많은 외국인 노동자들이 독일로 유입되었는데, 독일로 유입된 외국인 노동자들은 처음 3년의 계약기간을 인정받았으나 기간 만료이후에도 많은 사람들은 독일에 체류하면서 가족과 친지를 부르며 그 규모를 확산시켜 나갔다. 1988년부터 1993년까지 140만 명이 난민을 신청하였으나 페레스트로이카 이후에 많은 러시아인들이 난민을 신청하면서 단지 57,000명만 받아들여졌다. 이후 2005년에는 이민법을 개정하여 숙련기술자를 받아들이고 있다.

국경을 넘는 이주 노동의 증가는 세계적인 추세이나 우리나라의 경우, 가부장적 핵가족 보호를 목적으로 국제결혼을 통한 여성이민자의 대거 유입이 특징이다. 이러한 외국인 이주자와 함께 공존하는 삶은 사실 그 숫자가 미미할 때는 자연스럽게 다양한 삶의 형태를 접하면서 민주주의

3) 1973년 제1차 오일쇼크는 제4차 중동전쟁 발발 이후 페르시아 만의 6개 산유국들이 가격인상과 감산에 돌입, 배럴당 2.9달러였던 원유(두바이유) 고시 가격은 4달러를 돌파했다. 74년 1월엔 11.6달러까지 올라 2-3개월 만에 무려 4배나 폭등했다. 이 파동으로 74년 주요 선진국들은 두 자릿수 물가상승과 마이너스 성장이 겹치는 전형적인 스태그플레이션을 겪어야 했다. 우리나라의 경우, 1973년 3.5%였던 물가상승률은 1974년 24.8%로 수직상승했고, 성장률은 12.3%에서 7.4%로 떨어졌다.

적 이상과 문화적 다원주의를 실현할 수 있다. 그러나 이들의 숫자가 증가하면서 현실적으로 새로운 갈등과 불평등의 문제를 낳고 있다. 이것은 곧 민족 정체성에 대한 의문이라 할 수 있다.

한편, 미디어는 뉴스나 다양한 프로그램 등을 통해 인종, 종교, 문화적 차이를 전달함으로써 사회통합에 기여하는 중요한 기제로 사회 각계각층의 사람들이 자신의 의사를 표현하고 수렴할 수 있는 공론장이다. 즉, 다양한 이해관계를 가진 사회문화적 주체들은 그들의 원활한 소통을 위해 미디어를 활용하고 있으며, 미디어는 문화 다양성이 특수한 현상이 아니라 일상적 현상임을 전달할 수 있는 채널로 활용된다는 것이다.

이러한 미디어의 기능에 주목하여 독일<sup>4)</sup>과 호주 등 다문화의 역사가 깊은 국가들은 대중매체를 활용하여 사회통합을 위한 정책을 제시하고, 다문화사회 시민의 소통과 통합을 향상시키며 시민의 다문화적 감수성을 진작시키고 있다. 이를테면, 국내 거주 외국인이나 일반 미디어 수용자 대상으로 다문화의 이해 증진을 위한 다양한 프로그램을 개발하여 제공하고 있다.

본 연구는 이와 같이 올바른 다문화 사회 정착과 사회통합을 위해서는 미디어의 기능이 중요하다는 점에 주목하여 우리나라의 다문화 관련 방송프로그램에 나타난 다문화 현상을 분석하고, 좀 더 일찍 다문화를 경험하여 발전시킨 독일 거주 이주 외국인의 미디어 이용행태를 고찰함

---

4) 독일 인구는 유럽의 거울이다. 독일에는 독일 정주민과 유럽, 아시아계 사람들이 이주하여 살고 있다. 2007년 기준, 8,200만 독일인구 가운데 730만이 외국인이며, 그 중 200만이 터키계이다. 인구출산율은 1.37명이며, 독일은 지구상에서 14번째로 인구가 많은 나라이나 전체적으로 인구가 감소하여 인구 피라미드에서는 젊은 독일인이 감소하고 고령화 사회가 되고 있다. 외국 이민자의 다수는 터키계이며, 이태리, 그리스, 세르비아, 인도, 스리랑카 등에서 시민권을 획득하였다. 1990년 10월 3일 독일이 통일된 이후에 정치적 망명자에게 특혜를 부여한 바 있다.

으로써 향후 국내 미디어가 올바른 다문화 정착을 위해 기여할 수 있는 시사점을 찾고자 한다.

국내의 경우 아직 다양한 다문화 관련 연구가 축적되어 있지 못하여 한국 이민자들의 미디어 이용 행태와 독일 이민자들의 미디어 이용 행태를 비교분석하는데 어려움이 있어 먼저 다문화가 아직 정착되지 않은 우리나라의 경우 다문화와 관련하여 과연 어떠한 방송프로그램과 콘텐츠가 제공되고 있는지 시기별로 분석하였다. 다음으로 이미 다문화가 정착되어 다양한 미디어에서 다양한 다문화 관련 콘텐츠를 제공하고 있는 독일의 경우 독일 이민자의 미디어 이용 동기와 행태는 어떠한지 고찰하였다.

## 2. 한국과 독일의 다문화 정책 환경

다문화 정책에는 유입국 사회가 이민자를 특정 경제적 영역에만 받아들이고 복지혜택이나 국적 시민권 등 사회 정치적 영역에서 차단하는 차별 배제 모형, 이민자가 자신의 언어와 문화 사회적 특성을 포기하고 주류사회에 동화되어 그 사회의 구성원으로 살아가는 동화모형, 다른 문화, 다른 언어, 다른 종교 집단의 정체성을 인정하고 사회통합을 지향하면서 공존을 추구하는 다문화주의 모형을 구분할 수 있다.

다문화가정의 증가는 인종적, 종교적으로 이질적 요소를 내포하고 있어 정주민들과의 사회문화적 통합의 필요성을 제기하면서 다문화주의를 생산하였다. 이질적인 다종의 문화적 배경을 가진 사회구성원이 단일문화에서 부정적으로 수용하는 가치를 재조명하고 다양성 속에서 사회통합을 이룰 수 있도록 문화적, 제도적 기반의 조성을 추구한다. 즉, 이주 외국인들을 주도사회의 문화와 가치체계로의 용해를 추구하는 동화정책

과 함께 정주사회 안으로의 정치 경제적 동화를 진행시키면서 이주민 문화의 고유성을 보호하여 새로운 문화적 다양성을 추구한다는 것이다.<sup>5)</sup>

한국은 1997년 국적법 개정을 통해 법률적으로 가족의 국적 다양성을 인정하고 있다. 이것은 단일민족, 단일 문화에서 다인종, 다문화 국가로 이행해 가고 있음을 뜻한다. 한국은 1980년대까지만 해도 노동력 수출이 활발했으나 1988년 올림픽 개최를 계기로 아시아의 주요한 노동력 유입국가가 되었다. 한국은 1965년에 ‘한국해외개발공사’를 설립하여 노동력 수출을 전담해 오다가 1992년 세계화를 국정 목표로 수립하면서 외국인 근로자 고용허가제에 관한 정책이 수립되기 시작하였다. 이것은 외국인 노동력 확보하기 위함이었는데 이들을 일정 기간 후에는 본국으로 귀환시키는 차별적 배제적 성격이었다. 한국의 다문화 정책은 외국인 근로자, 유학생 등이 훨씬 많지만 가정을 이루고 한국인 2세를 출산, 양육하여 국내 정착을 목적으로 유입되는 결혼 이민자, 다문화 가정에 대부분 초점이 맞추어 있다.

법무부는 ‘다문화 가족 지원법’을 제정하여 다문화 가정의 안정적 체류 및 인권보장에 힘쓰며 여성부는 여성 이민자에게 자녀 양육법, 한국어/한국문화를 이해시키고 보건복지부에서는 사회복지 차원에서 기초생활 보장을 지원하며 문화관광체육부에서는 다문화 가정 자녀를 위해 문화 예술교육 사업을 한다. 다문화 정책이 매우 세분화되어 있어서 실질적 혜택을 받을 수 있는 외국인이 제한되어 있어 대상이 포괄적이지 못하다. 이주자를 주류 사회에 적응시키는 한국의 동화주의 정책모형은 프랑스, 호주 등에서 겪은 사회 문제를 경험할 수 있다.

---

5) 이는 독일의 동화정책, 일본의 다문화공생정책, 미국의 문화다원주의정책, 프랑스의 공화적 동화주의정책, 대만의 사회통합정책, 호주의 다문화조화정책 등으로 실현되고 있다.

한편 독일은 혈통주의를 국적법에서 규정하며 자국의 이익과 관련해서 차별적 배제 모형(이주정책<sup>6)</sup>)을 유지했다. 자국민이 유입된 이주자로 인해서 이익이 침해 받지 않도록 생산기능직 이주노동자는 교환 순환하게 하고 전문 기술직은 장려하였다. 라인강의 기적으로 인한 경제발전은 외국 노동자를 충원하고 노동자의 장기체류를 허용하게 되었다(이용승, 2007). 1970년대 오일쇼크로 인해 외국인 노동자의 충원을 공식적으로 금하였으나 외국인 노동자는 지속적으로 증가하였다. 그러나 1980년대 이후에는 독일에서 태어난 2,3세 외국인들의 증가와 함께 다문화 국가 형태를 띠게 되었다. 독일 다문화정책은 1999년 국적법 개정으로 국적 취득요건 완화와 함께<sup>7)</sup> 정치적 참여의 기회를 확대하는 사회통합 정책을 펴기 시작하며 제 3국민에게 EU 회원국에 준하는 권리와 의무를 부여하는 EU의 공동이민통합정책을 바탕으로 이루어진다(김선영, 2009). 따라서 외국인 노동자에게 차별적 배제 모형을 유지하다가 EU협약 후 그들의 인격과 문화를 존중하는 정책으로 바뀌면서 동화주의 모형 및 다문화주의모형을 띠고 있다.

독일은 이주민의 정착을 돕기 위해 이주민의 모국어로 된 독일에 관한 안내서를 발간하여 일상생활에 필요한 정보를 제공한다. 또한 언어강좌는 필수적이며 이것은 이민법에 명시되어 있다. 독일의 다문화 정책은 이주민 통합정책으로서 연방내무부가 담당하며 각 주와 지역기초단체가

6) 서독의 경우 1950년대 이후부터 동독으로부터 유입된 이주민 및 해외이주자들에게 대해서도 혈통주의에 따라 우호적 정책을 펴 왔으나 통일 이후 재정적, 사회 통합적 측면의 현실적 문제와 함께 변화되고 있다. 1989년 이후 급증한 이주민으로 인해 구동독 이주민과 해외 이주자를 위한 다양한 법적 토대(긴급수용법, 연방추방자 및 탈출 이주민법, 손해보상법 등)가 만들어졌으나 통독과정에서 발생한 구소련과 동구권의 이주자를 제한하기 위한 법도 마련되었다(신이주자수용법).

7) 독일에서 태어나는 외국인 자녀의 부모 중 한쪽이 8년 이상 독일에 거주하는 장기 체류자이거나 영주권을 소유한다면 자동적으로 독일 국적을 취득한다.



함께 지원한다(김선영, 2009). 연방내무부는 양육, 직업, 사회복지 관련 사항을 담당하고 청소년부는 청소년 대상 정책을 담당하며 노동/사회부는 직업재교육, 출신국 직업자격증 인증 향상교육, 교육/연구부는 취업 관련 지원 프로그램을 담당한다. 또한 이주청소년서비스와 이민 상담소를 전국에 설치하여 상담망을 구축하고 있다. 합법적으로 독일에 살고 있는 외국인 전체를 상대로 매우 포괄적으로 중앙정부, 지방정부 및 다양한 파트너들이 협력하여 사회통합을 위한 정책을 추구한다(송종호, 2007).

독일 인구 5명 가운데 1명은 이민역사를 가지고 있다. 이민과 통합은 독일 및 유럽의 정치 사회 발전에 있어서 중요한 이슈이다. 독일은 소극적인 통합정책을 실시해 오다가 터키를 비롯한 이슬람 문화권의 비대화로 인해 정책의 인식전환이 요구되었다. 주류문화에 대한 교육적 노력은 문화적 통합의 필요성을 인식하며 2007년 ‘통합을 위한 계획’을 수립하였다. 언어교육 강화, 균등한 교육기회, 양성평등, 지역적 연대성, 법적 참정권, 문화적 교류를 통한 다양성 강화, 스포츠를 통한 통합, 미디어를 통한 사회적 통합의제 제시, 과학적 역량 등이 그 이슈였다.

독일은 이주민들의 사회통합을 위해 해야 할 세부과제로써 보도를 통해 문화적 다양성을 계몽하고, 이주민 출신을 언론인으로 교육하고 채용하며, 이주민의 미디어 수용에 대한 연구를 꾸준히 하면서 이주민을 위한 특수 미디어를 지원하는 것을 고려하고 있다. 이주민이 정주민과 다르지 않다는 전제에서 이주민을 독일 사회의 일부로 인정하여 보편적 보도 원칙에 입각하여 보도한다는 것이다. 여기에는 언론인의 의식이 바뀌어야 한다는 보편적 의식이 전제되어야 하며 이주민 2세들이 언론인으로 교육받고 자신들의 언어로 방송과 신문, 인터넷에서 작업할 수 있도록 지원이 필요하다.

### 3. 한국 미디어에 나타난 다문화 현상

다문화 시대에 있어 미디어는 이민자들을 등장시키고 그들에 관해 알림으로써 원주민들에게 이민자들에 대한 현실적인 상을 그릴 수 있도록 도와준다. 이러한 과정들을 통해 미디어는 이주민과 원주민이 서로 이해하고 소통하는 데에 도움을 주며 사회통합의 역할을 수행하게 된다.

특히, 방송의 경우 한국인들이 가장 많이 이용하는 정보습득경로<sup>8)</sup>이며 독일 이민자들 또한 가장 많이 이용하는 매체인 것으로 나타났다. 이러한 방송 매체가 프로그램을 통해서 문화적 다양성을 구현하는 것뿐만 아니라 사회의 현실을 프로그램에 녹아내는 것은 사회통합기능을 수행하는 데에 매우 중요하다고 할 수 있다. 그러므로 우리나라 방송프로그램이 다문화를 어떻게 그려내며 반영하고 있는지 살펴보는 것은 현재 다문화의 현실을 짚어볼 수 있는 중요한 일이며 향후 다문화사회의 발전적인 방향을 모색하는 데에도 큰 의미가 있다고 할 수 있다.

그래서 본 연구는 국내 언론이 본격적으로 다문화에 관심을 갖기 시작한 2000년대 초기부터 2010년까지를 전기, 중기, 후기로 나누어 고정편성되었던 다문화 관련 방송프로그램을 중심으로 다문화 특성을 고찰해보았다.

시기별로 구분하여 고찰한 이유는, 다문화 관련 방송프로그램의 소재 및 장르가 시기별로 트렌드를 보이고 있어 이러한 트렌드 추이 분석은 향후 다문화 관련 방송프로그램의 발전적인 방향을 모색하는데 도움이 될 것이라 여겼기 때문이다.

8) 2008년 한국언론재단이 실시한 '수용자의 미디어이용행태' 조사결과를 살펴보면 우리나라 미디어 수용자들이 가장 많이 이용하는 매체는 TV이며, TV방송매체의 경우 '흥미, 오락'을 위해 주로 이용하는 것으로 나타났다.

## 1) 2000년대 초기

국내 언론에서 본격적으로 다문화를 다루기 시작한 것은 2000년대 초기이다. 1990년대 이후 외국인 노동자의 유입이 늘어나고, 2000년 이후 중국 및 동남아 여성들의 결혼이민이 급증하면서 이들에 대한 인권 피해 문제 등이 사회문제로 떠오르기 시작하였다. 이에 국내 언론들은 뉴스나 시사 프로그램 등을 중심으로 외국인 노동자의 인권 문제와 국제결혼의 실태를 사회적 이슈로 제공하였다<sup>9)</sup>.

2003년에는 MBC 오락프로그램 ‘느낌표’의 ‘아시아! 아시아!’ 코너를 통해 이주민 문제가 처음으로 정규프로그램에서 다루어지기 시작하였다. 2004년에는 스리랑카 출신 외국인 노동자가 악덕 한국인 사장에게 푸대접을 받는 상황을 개그화한 KBS ‘폭소 클럽-웁니까 이게’라는 코너가 인기리에 방송되었다.

위에서 살펴본 바와 같이 2000년대 초기 국내 방송에 비춰진 다문화는 불법이주노동자의 문제, 외국인 노동자와 국제결혼여성의 인권 피해 등과 같은 사회문제의 대상이다.

## 2) 2000년대 중기

2000년대 중반에는 다인종, 다문화 소재가 다양한 장르의 정규 프로그램에 등장하였다.

2005년 KBS1-TV 시사교양 프로그램 ‘러브 人 아시아’ 신설에 이어 2006년에는 KBS2-TV 토크쇼 프로그램인 ‘미녀들의 수다’가 신설되었

---

9) 2002년 MBC 뉴스특집 ‘심층취재 - 외국인 노동자 시리즈’에 이어, ‘MBC PD수첩 - 뒷에 걸린 여성들(2003. 4)’ ‘어느 외국인 노동자의 실종 1,2부(2004. 9)’, SBS ‘그것이 알고 싶다 - 국제결혼의 그늘 편’(2003. 2), KBS 추적60분 ‘실태보고-외국인 여성 인신매매’(2002. 10) ‘프로그램이 그 예이다’(이상기, 2008).

다. ‘미녀들의 수다’<sup>10)</sup>의 경우 주로 서구 여성과 일본 여성들이 출연하는 프로그램으로, 외국인을 낯설지 않고 익숙하게 받아들이는데 긍정적인 역할을 했다는 긍정적인 평가와 더불어 다문화라는 관점보다 호기심과 오락으로 접근하고 있어 본질적인 문제에 접근하지 못하고 있다는 부정적인 평가를 받았다(홍숙영, 2007).

2007년 신설된 SBS-TV 오락프로그램 ‘일요일이 좋다 -사돈 처음 뵙겠습니다.’ 코너<sup>11)</sup>는 대부분 동남아 출신 여성이 출연, 한국에서의 결혼 생활이 가난으로부터의 탈출을 의미하는 것처럼 그려내 그들보다 우월적인 시선에서 연민과 동정을 자아내게 한다는 부정적인 평가를 받기도 하였다.

2005년 베트남 출신 여성이 한국 며느리로서 겪게 되는 어려움을 그린 SBS 특집드라마 ‘하노이 신부’는 시청률 30%를 기록하였고, 2007년 한국에 건너온 연변 처녀의 힘겨운 한국 가족 만들기 과정을 그린 KBS1-TV 일일드라마 ‘열아홉 순정’ 또한 줄곧 시청률 1위를 놓치지 않았다. 그 외 KBS1-TV ‘산 너머 남촌에는’ 베트남 출신 결혼이주여성이 등장하고, 2007년 방송된 KBS1-TV의 일일드라마 ‘미우나 고우나’에서는 카자흐스탄 출신 이주여성이 등장하였다.

위에서 서술한 바와 같이 2000년대 중반 국내 방송은 다양한 장르에서 다양한 인종을 다루었으나 그들이 그려내는 외국인의 모습은 정형화되어 있다는 지적에서 자유롭지 못했다.

아시아계 이주여성은 여전히 동정과 시혜의 대상으로 이 주인공들은

10) 대한민국에 거주하는 젊은 외국 미혼 여성들의 눈을 통해 한국인의 현주소를 앙케트와 토크로 풀어보는 토크쇼 프로그램이다.

11) 한국 농촌에 시집 온 아시아 여성의 친정가족을 한국에 초대해 사돈과의 첫 만남을 추천하는 프로그램이다.

한국 남성에 의해 구원되는 존재로 그려진다. 또한, 아시아계 이주여성들은 다양한 문화적 차이는 드러나지 않고 한국의 가부장적인 가족문화 속에서 아내나 며느리 혹은 어머니로서 과거의 한국 어머니를 연상시키는 순수한 존재이거나 고향을 그리워하며 온갖 역경을 극복하는 캔디와 같은 여성이라는 동질성만 부각된다. 즉, 강도 높은 가사 노동(돌봄노동) 등이 정당화 되고 착한 며느리, 순종적인 아내라는 정형화된 여성의 이미지로 꾸준히 재현된다(김세은·김수아, 2007). 이와 반면에 서구의 여성들에게는 이들이 한국에 대해 어떻게 평가하고 있는지, 한국이 이들에게 어떻게 맞추어나가야 하는지에 관심을 둔다(이경숙, 2008). 즉, 다문화 프로그램에서는 서구화된 외국인에 대해서는 동경심을 부여하고, 제3세계에서 온 결혼이민자 여성에 대해서는 동정심을 재생산하고 있다고 볼 수 있다(홍숙영, 2007; 이경숙, 2008).

### 3) 2000년대 후기

2000년대 후반에는 다양한 미디어와 채널을 통해 다문화 관련 프로그램이 생산되었다. 자국방송 서비스는 물론 이주민들이 직접 참여한 프로그램이 생산되었다.

아리랑 TV경우 국제교류프로그램 ‘스왑 아시아’를 만들어 아시아 방송을 그대로 들여와 송출하기 시작하였고, 위성방송 스카이라이프는 이주노동자들에게 한국의 뉴스와 본국의 뉴스를 전달하는 다국어 뉴스 방송인 ‘이주 노동자 뉴스’를 방송하고 있으며, ‘다문화 가족 음악방송’라는 다문화 가정을 타깃 수용자로 하는 음악 방송 채널을 신설, 하루 종일 중국, 베트남, 필리핀, 태국 4개 국어로 번갈아 방송하고 있다. IPTV메가 TV는 KBS프로그램을 베트남어, 태국어, 필리핀어, 중국어 자막으로 서비스하고 있다.

또한, 대한민국 거주 외국인이 스스로 여론을 형성하고 한국 사회와 소통하기 위해 인터넷 방송국 설립 또한 활발하였다. 현재 이주민들이 직접 프로그램 제작에 참여하는 인터넷 방송 프로그램들은 8-10개 가량의 다국어틀 통해 제공되고 있다.<sup>12)</sup>

#### 4) 제주지역방송의 다문화 관련 프로그램 현황

지역방송의 경우, 지역사회의 변화를 수용하고 역동적인 지역 정체성을 형성해 나가야 하는데 그 존재의 의미가 있다. 제주도의 경우 국제자유도시를 지향하고 있으며 외국인과 다문화 가족이 차지하는 비율이 해마다 증가하고 있어<sup>13)</sup> 제주지역방송의 다문화 현상에 대한 관심은 당연한 일이라고 할 수 있다. 그러나 제주지역방송은 이를 반영하는데 매우 소극적인 것으로 나타났다. 제주지역 지상파 방송사의 경우 다문화 관련 프로그램을 고정적으로 편성한 사례는 없으며, 생활정보 프로그램, 다큐멘터리 프로그램 등에서 1회성 주제로 결혼이민여성 또는 거주외국인의 생활을 다루는 경우가 간혹 발견되기도 하였다. 또한, 외국인이 리포터가 되어 제주지역 곳곳을 취재하고 소개하는 코너를 고정 편성한 정규 프로그램이 방송되기도 하였다. 그러나 이러한 프로그램은 1회성 주제로 끝나버려 지속성을 지니지 못하였으며 외국인을 이해하는 입장이 아닌 외국인들이 제주도를 바라보는 시선은 어떠한가라는 호기심을 자극하는 프로그램으로 기획되어 제주지역사회에 다문화 의제를 형성하는데

12) 이주민들이 운영하는 인터넷 방송으로는 'MWTV', 'MNTV', '샐러드TV', '나비TV', 'TKI방송국' 등이 있다.

13) 제주특별자치도의 '도내 외국인 주민 현황' 자료에 따르면, 도내 거주 외국인의 수는 2006년부터 2009년까지 각각 51.8%, 25.8%, 37.5%라는 높은 증가율을 보이고 있으며 도내 거주 다문화 가정 또한 매해 20% 이상의 증가율을 보이고 있다.

크게 도움을 주지 못하였다. 그리고 지역 채널로서 24시간 내내 지역 정보 제작 및 송출이 가능한 KCTV(한국케이블TV제주방송)의 경우 지상파 TV에 비해 지역성<sup>14)</sup>과 민주성<sup>15)</sup>을 실현할 수 있는 비교적 좋은 조건임에도 불구하고 지상파 TV와 마찬가지로 다문화를 다룬 프로그램을 고정 편성한 예는 지금까지 찾아볼 수 없었다. 그러나, 최근에 다문화를 직접적으로 다룬 프로그램은 아니지만 English News KCTV(월-토, 20분간, 영어뉴스), KCTV 中文新聞(토-월, 10분간, 중국어뉴스)를 신설, 고정 편성하여 제주의 생생한 뉴스를 영어와 중국어로 제공하고 있다. 라디오방송의 경우 접근이 용이하고 제작비가 비교적 적게 들기 때문에 다문화 미디어 콘텐츠를 생산하는 매체로 적합하다고 볼 수 있다(홍숙영, 2008). 제주지역의 경우 제주MBC, KBS제주, JIBS, 제주극동방송, CBS제주, 아리랑 TV(radio) 등 적지 않은 라디오 방송사가 존재하고 있다. 그러나 라디오 방송 프로그램 또한 TV방송 프로그램과 마찬가지로 다문화를 다룬 프로그램을 고정 편성한 예는 그리 많지 않은 것으로 나타났다. 먼저, 지상파 3사 방송의 경우 TV 프로그램과 마찬가지로 외국인과 관련한 별도의 정규 프로그램을 편성하지 않고 있다. 반면 제주극동방송의 경우, 새벽 5시부터 저녁 8시까지 한국어 방송, 저녁8시-새벽4시까지 중국, 일본, 러시아에서 직접 제작된 프로그램을 송신해 주고 있다. 그 외 주한외국인을 대상하는 채널이라는 설립취지를 가지고 개국한 아리랑 TV의 경우 24시간 영어라디오방송을 실시하고 있다. 이처럼 제주지역방송에서 외국인을 다루는 프로그램은 매우 미약한 실정

14) 케이블TV는 지역 채널을 설립하여 지역 정보를 제작, 송출할 수 있다.

15) 기존 공중파 방송의 주 수입원은 광고이기 때문에 광고주에 의해 많은 영향을 받는다. 그러나 케이블TV는 시청료가 주된 수입원이기 때문에 광고주에 의한 영향이 상대적으로 제한적일 수 있다. 이는 시청자 중심의 방송을 가능하게 할 수 있다는 점과 맥을 같이 한다.

이며, 외국인 프로그램이 편성되었다 하더라도 모두 다국어(다언어) 서비스 수준에 그치고 있음을 알 수 있다.

## II. 독일 다문화가정의 미디어 접촉과 이용

다문화의 이해를 돕기 위한 독일방송사들의 노력은 다양하다. WDR은 프로그램 가이드라인 지침을 통해 문화적 다양성을 표현하고 모든 프로그램에 이민자들의 일상적 사회상을 표현하도록 하고 있다. ARD/ZDF 또한 방송 내용에 이민자의 등장을 강화시키고 있으며 뉴스, 다큐먼트, 레포트리뷰, 드라마 등 다양한 장르에서 문화적 다양성과 통합을 중요한 이슈로 다루고 있다.<sup>16)</sup>

실제로 ARD의 한 지역방송인 WDR은<sup>17)</sup> 독일 거주 터키 이주민의 눈으로 본 이주 과정의 어려움을 제작하여 호평을 받은 바 있으며, ARD의 대표적 일요 수사극인 ‘Tatort’(현장)에 터키계 수사관이 배역을 맡았다. 이주민 출신을 위한 교육프로그램을 운영한 후에 그들을 채용하여 중요 프로그램에서 기자, 앵커, 논설위원으로 활약하고 있으며, 이주민 출신 기자, 제작자들이 적극적으로 프로그램을 제작하면서 사회통합 주제에 관해 활발하게 활동하고 있다. 공영방송 감독기관인 방송평의회에도 이주민 대표의 참여를 허용하고 있다.<sup>18)</sup> ZDF는 아프리카계 이주민

16) 이러한 프로그램에는 ‘희망의 시간’(BR/WDR), ‘화’(WDR), ‘마드리드(ZDF)’, ‘시작하는 터키인’/‘린덴가’(ARD) 등이 있으며, ‘코끼리와 함께’는 WDR에서 제작한 어린이 대상 프로그램으로 제2언어로써 독일어를 재미있게 습득하도록 촉진하는 프로그램이다.

17) ARD는 각 주에 속한 11개의 독립 방송국으로 구성되어 있으며, 이 중에 콜로뉴의 WDR과, 함부르크의 NRD가 프로그램 제작과 편성의 대부분을 담당하고 있다.

18) 독일은 공영방송과 민영방송에 대한 개별적인 기구와 법을 통하여 이원적으로 규제하



2세를 아침뉴스 쇼의 메인 앵커로 기용하였고, 사회통합 프로그램에 이슬람신자를 진행자로 기용하였으며, 이주민 출신 인턴사원을 채용하고 있다. 드라마 주인공, 개그맨, MC, 뉴스 사회자에 이주민 출신들을 기용하고 독일 직원을 대상으로 사회통합을 주제로 한 교육을 실시하고 있다. 해외 홍보 방송인 'Deutsche Welle'도 이주민 2,3세를 대상으로 교육을 실시하고 있다.

한편, 독일정부는 2007년 이주민에 대한 사회통합의 중점과제를 선정 한 후 2008년에 사회연구 및 사회정책 연구소(ISG)와 베를린 사회연구 학술센터(WZB)에 실행 결과를 통합지수로 평가하도록 하였다. 이들 기관이 이주민의 미디어 이용시간, 이주민 출신의 언론인 비율 등을 분석한 결과, 1229개 신문사 중 부모의 한 쪽이라도 이주민 출신의 기사는 16%로 나타났다.

2006년 ARD/ZDF 미디어 위원회는 독일 이민자의 미디어 이용도에 관해 독일어 및 외국어 언론매체의 보급률을 비롯한 각각의 매체별 기능을 고찰하여 『이민자와 미디어 2007』<sup>19)</sup>을 발간하였다. 이 연구는 2006

---

고 있다. 공영방송인 ARD와 ZDF는 방송사 내부의 평의회(Rundfunkrat)에 의하여 자체적으로 규제되며, 민영방송은 정부 기구인 주미디어국(Landesmedienanstalten)의 관할이다. 각 주 미디어국은 각 주의 방송법에 의거하여 민영방송을 규제, 감독하는 역할을 한다. 방송 평의회는 독일에서 방송의 공영성을 보장하는 핵심적 기구로서, 방송국 내의 최고 의사결정 기구이며, 방송 내용에 대한 감시, 감독권을 행사하며 공중의 이익을 대표하기 위한 기관이다. 의원들은 정당, 의회, 주정부, 교회, 대학 등 공인된 기관으로부터 파견되거나, 주의회에서 선출된다. 평의회는 각 주 방송사의 행정관(intendant)을 선출하고, 이 행정관은 방송법에 따라 방송국 내에서 최고 결정권자의 역할을 한다.

19) 『이민자와 미디어 2007』은 ARD/ZDF 미디어연구소와 Hertie 재단에서 지원하고 TNS Emnid가 전화조사를 맡았다. 2007년 6.5. Mainz 학술대회에서 그 결과에 대해서 논의가 이루어지고 미디어의 통합 기능에 대해서도 심도 있는 분석이 이루어졌다. 이 연구에서는 미디어 이용 빈도, 시청률 및 청취율, 좋아하는 프로그램, 기능, 장르에 관한 관심도, TV프로그램 이미지, 가구별 가전제품 조사, 인구사회학적 데이터, 통합

년 10월부터 2007년 2월까지 독일의 6개 이민자 집단인 터키, 이태리, 그리스, 폴란드, 코로아티아, 세르비아/몬테그로, 보스니아/헤르체고비나를 포함한 구유고 그룹과 구소련에서 온 이민자들<sup>20)</sup>을 대상으로 미디어 접촉과 이용에 관하여 다음과 같은 점을 살펴보았다. 첫째, 이민자들은 어떠한 미디어를 선호하며 그들이 인식하는 미디어의 기능은 무엇인가 둘째, 이민자들의 TV 미디어 이용행태는 어떠한지 선호하는 프로그램은 무엇인가 셋째, 이민자들은 독일어 및 모국어 미디어를 얼마만큼 이용하고 있으며 이민자 그룹에 따라 어떠한 차이가 있는가에 대해서 알아보았다.

## 1. 독일 이민자들의 미디어 이용도와 미디어의 기능

이민자들에게 있어 생존과 경쟁의 한 부분으로써 다양한 정보를 얻고, 새로운 문화에 접촉하기 위한 미디어의 접촉은 중요하다고 하겠다. <표 1>에서는 이민자들의 출신국가별 일일 미디어 이용도에 대해서 살펴보았다.

---

지표 등이 그 목적이었다. 인터뷰는 전문적인 훈련을 받은 사람들이 맡았으며 전화번호부 리스트에 올린 성, 이름, 성과 이름의 혼합 형태를 통해 단계별로 채택된 표집대상과의 인터뷰를 통해 이민자 그룹을 선정하고 그들이 원하는 언어로 인터뷰를 실행하여 14세 이상 3010명을 대상으로 분석하였다. 한편, 이 연구를 통해 이민자를 포함하여 부모에게서 태어난 2세 등을 표현하는 ‘이민의 배경(MH: Migrationshintergrund)’이라는 개념이 도입되었는데, 여기에는 독일에 거주하는 외국인, 이민을 통해 독일 시민권을 획득한 자, 적어도 부모 한 쪽이 타 국적을 소지했거나 소지한 자, 적어도 한쪽 부모가 독일 국적을 획득한 자가 포함된다. 실제 독일 인구 가운데 1,530만 명이 MH에 속하는데 이들은 전체 인구의 20%이다. 이러한 수치는 Stuttgart나 Frankfurt am Main 같은 대도시에서는 더 높게 나타나며, MH 그룹 중 어린이와 청소년이 40%이상을 차지한다. 독일 전역에서 5세 이하 어린이의 1/3이 MH에 속하는 것으로 나타났다.

20) 6개의 이민자 그룹은 전체 독일 이민자 그룹의 60%에 해당한다.

<표 1> 이민자들의 일일 미디어 이용도

(단위: %)

매체	평균	러시아	터키	구유고	이태리	그리스	폴란드
TV	83	80	83	82	87	83	87
라디오	47	56	22	52	57	58	72
인터넷	22	23	20	21	22	25	29

\*ARD-ZDF 『이민자와 미디어 연구 2007』, Media Perspektiven 2007년 9월호, 436쪽 재구성

적어도 하루에 한 번 이상 사용한 적이 있는 미디어를 조사한 결과, 독일 이민자들은 TV를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 이민자의 83%가 매일 텔레비전을 시청한다는 결과는 독일인 TV시청률인 89%와 근접한 수치라 할 수 있다. 반면 이민자들이 매일 라디오를 청취하는 비율은 47%로 독일인이 매일 라디오를 청취하는 비율 84%(평균 221분)와 비교할 때 매우 낮은 수치임을 알 수 있다. 이러한 라디오 청취율은 출신국가에 따라 차이를 보이고 있는데 폴란드(72%)가 가장 많이 청취하는 것으로 나타난 반면 터키는 가장 낮은 22%로 집계되었다. 인터넷 사용의 경우 22%로 그 이용 빈도가 낮게 나타났는데 이는 독일인이 46%로 나타난 것과 비교해볼 때 다소 차이를 보였다.<sup>21)</sup>

국가별 문화와 관습이 다르기 때문에 이민자의 출신국가는 특정 미디어를 어떠한 이유로 이용하고 있는지에 대해 다양한 의미를 부여할 수 있다. 다음의 <표 2>에서는 출신국가별로 이민자가 인식하는 미디어의 기능에 대해서 알아보았다.

각각의 미디어를 사용하는 이유를 네 개의 기능으로 나누어 살펴본 결과, 정보의 획득이 가장 중요한 요소로 작용했음을 알 수 있다.

각 매체별로 보면, TV의 경우, 정보, 휴식, 습관, 유사사회성 기능 순

21) 독일인 통계의 출처는 2005년 미디어 ARD 연구소 자료임.

으로 중요하게 인식하는 것으로 나타났다. 특히 이민자들은 정보습득을 위해 신문(95분), 인터넷(90)을 TV(83분), 라디오(80분)보다 선호하는 것으로 나타났으며, 휴식을 위해서는 TV(66분)와 라디오(61분)를 선호하는 것으로 나타났다.

〈표 2〉 출신국가별 이민자가 인식하는 미디어의 기능

(단위: 분)

구분		평균	러시아	터키	구유고	이태리	그리스	폴란드
TV	정보	83	82	79	87	84	84	89
	휴식	66	65	57	75	75	71	67
	유사사회성 <sup>22)</sup>	22	15	28	22	28	16	16
	습관	49	46	48	56	60	51	41
라디오	정보	80	83	73	83	87	80	79
	휴식	61	51	62	61	65	59	74
	유사사회성	28	30	25	28	30	21	28
	습관	60	58	55	63	65	51	64
신문	정보	95	96	95	94	98	92	98
	휴식	38	25	53	40	35	28	36
	유사사회성	11	8	22	9	9	6	4
	습관	49	42	57	52	50	35	48
인터넷	정보	90	90	88	91	88	87	94
	휴식	38	36	45	29	27	30	45
	유사사회성	15	10	20	14	14	7	16
	습관	41	39	52	36	33	34	37

\*ARD-ZDF 『이민자와 미디어 연구 2007』Media Perspektiven 2007년 9월호 440쪽 재구성

이민자들에게 있어 미디어의 이용은 매우 중요하다 할 수 있으며, 미디어의 이용에 대한 동기는 수용자의 인구사회학적 변인인 나이와 교육 정도에 따라 다르게 나타날 수 있다. 왜냐하면 독일어에 대한 이해가

22) 혼자 있지 않는 느낌을 줌.

독일 미디어의 통합적 기능을 이해하는데 필수적이기 때문이다. <표 3>은 이민자의 나이와 교육정도에 따라 미디어의 어떤 기능을 중요하게 여기고 있는지를 알아보았다.

<표 3> 이민자의 나이와 교육정도에 따른 미디어의 기능 (단위: 분)

구분		나이			교육정도			
		14-29	14-49	50이상	초등생	중고생	고졸	독일학교 미졸업
TV	정보	72	82	86	79	62	90	86
	휴식	70	67	63	63	65	68	63
	유사사회성	14	17	35	18	15	10	31
	습관	57	49	51	46	63	47	46
라디오	정보	73	79	83	75	62	79	82
	휴식	64	63	58	57	64	63	60
	유사사회성	16	24	36	32	12	20	36
	습관	64	62	54	54	59	60	55
신문	정보	97	96	94	89	97	99	94
	휴식	37	38	40	32	17	36	44
	유사사회성	4	9	17	12	2	3	21
	습관	57	50	47	53	56	43	48
인터넷	정보	89	90	86	76	82	96	91
	휴식	43	38	37	30	40	33	42
	유사사회성	19	15	12	12	32	4	14
	습관	54	42	26	39	67	38	21

\*ARD-ZDF 『이민자와 미디어 연구 2007』, Media Perspektiven 2007년 9월호, 441쪽 재구성

이민자의 연령에 따른 미디어의 이용 동기를 보면, 14-29세 이민자에게 있어서 TV와 라디오의 정보적 기능은 각각 72분과 73분으로 나타나고 있으며 연령이 증가하면서 TV와 라디오의 정보적 기능을 더 중요하게 평가하는 것으로 나타났다. 반면, 14-29세 이민자들은 TV와 라디

오의 정보적 기능보다는 휴식과 같은 기능을 더 중요하게 여기고 있다.

교육정도에 따른 각 미디어별 이용 동기에서는 전체적으로 각 미디어 별로 정보를 가장 중요하게 여기고 있음을 알 수 있다. 그러나 중고생 집단의 경우, TV와 라디오의 활용에 있어 그들은 휴식에 대한 동기에서 각각 65분, 64분 집계되는 등 정보를 얻기보다는 휴식을 취하기 위해 미디어를 이용하는 것으로 나타났다.

한편, TV시청 시간대는 이민자와 독일인 사이에 별다른 차이가 없었다. 월요일부터 일요일까지 시청 시간대는 꾸준히 증가하고 있으며 오후 2시 이후부터는 저녁 프로그램이 중점적으로 이용되고 있지만 프라임타임 시청시간은 독일인보다 낮게 나타났다. 특히 저녁 7-11시까지 독일인보다 그 비율이 저조하게 나타나고 있으며 오전은 오히려 조금 높은 것으로 나타났는데 이는 이민자들의 나이가 전체적으로 어리기 때문인 것으로 파악된다. 이는 연령이 높아지면서 증가하는 경향을 보인다. 연령별로는 14-49세 36분, 50세 이상 58%가 프라임 타임 프로그램을 시청하고 있다(Mignon Walter 외, 2007: 439쪽).

## 2. 이민자들의 TV 미디어 이용행태와 선호 프로그램

앞서 <표 1>에서 보아지듯이, 이민자들이 가장 선호하는 미디어는 TV로 나타났다. 이 장에서는 이민자들의 TV 이용행태는 어떠하며 이민자들이 선호하는 프로그램은 무엇인지에 대해서 알아보았다.

### 1) 이민자들이 선호하는 TV 채널 점유율

독일에서 시청할 수 있는 채널에는 공영방송으로 ARD/Das Erste, ZDF, Dritte Programme, EinsPlus, 3Sat, Arte 등이 있다. ARD는

Dritte Programme을 통해 지역방송 내용을 취급하고 EinsPlus는 ARD의 디지털 채널이다. 어린이를 위한 채널 KI.KA가 있으며 위성 및 케이블로 Phoenix채널을 운영한다. 또한 프랑스와 독일이 함께 방송하는 Arte 채널, 독일어를 사용하는 독일/오스트리아/스위스(ZDF, ORF, SRG)가 공동으로 프로그램을 제작하는 3Sat은 유럽의 문화를 촉진시키고자 한다. 해외 홍보방송으로 Deutsche Welle가 있다. 상업방송으로는 RTL, RTLII, Sat.1, Vox, ProSieben 등이 있는데 독일어로 방송된다. 터어키 방송에는 ATV, EuroD/KanalD, Show TV가 있으며 Rai Uno, Rai Due, Italia1 채널은 이태리어로 방송한다. 이밖에 크로아티아 HTV1, HTV2, 그리스 방송 ERT, Antenna, 폴란드 방송인 TVPolonia 등이 있다.

〈표 4〉 이민자들의 TV 채널 점유율<sup>23)</sup>

(단위: %)

순위	채널	점유율
1	ProSieben	13.4
2	RTL	11.7
3	Euro D/Kanal D	6.2
4	SAT1	5.5
5	ZDF	5.4
6	ARD/Das Erste	5.3
7	ATV	5.0
8	RTLII	4.5
9	VOX	4.0
10	Show TV	3.8

\*ARD-ZDF 『이민자와 미디어 연구 2007』, Media Perspektiven 2007년 9월호, 440쪽 재구성

25) 점유율 =  $\frac{\text{특정채널 or 프로그램 시청 가구 수}}{\text{TV시청 가구 수}}$

일일 30분 이상 미디어를 이용한 수용자를 대상으로 이민자들이 가장 선호하는 채널을 분석한 결과, ProSieben가 13.4%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 RTL가 11.7%, Euro D/Kanal D가 6.2%, SAT1 5.5%, ZDF 5.4%, ARD/Das Erste 5.3% 순으로 나타났다.

## 2) 이민자들의 채널별 일일 TV 시청시간

출생지는 사회화와 관련하여 중요한 역할을 한다. 모국이든 독일이든 어디에서건 미디어 이용태도와 관련한 1차적 사회화는 일생동안 중요한 역할을 하기 때문이다. <표 5>에서는 이민자들이 어떤 채널을 선호하며, 어느 정도 시청하고 있는지 알아보았다.

<표 5> 이민자들의 채널별 일일 TV 시청시간

(단위: %)

채널	평균	러시아	터키	구유고	이태리	그리스	폴란드
ARD Das Erste	26.9	26.7	17.5	37.2	25.3	42.1	33.7
ZDF	23.4	25.1	13.3	33.5	22.4	38.3	28.6
Dritte Programme der ARD	13.1	13.6	6.8	21.2	12.1	23.0	15.5
RTL	44.7	52.1	32.4	60.0	41.7	44.9	46.9
SAT1	30.1	30.3	24.8	42.0	27.4	32.1	31.0
ProSieben	46.1	55.0	39.9	54.8	33.0	46.2	46.4
RTL II	28.6	34.6	28.5	32.3	18.2	29.7	22.2
Arte	5.7	4.2	5.2	7.3	3.6	12.6	6.9
3sat	4.6	4.7	3.0	5.4	4.8	9.4	5.5

\*ARD-ZDF 『이민자와 미디어 연구 2007』, Media Perspektiven 2007년 9월호, 444쪽 재구성

이민자들의 채널별 일일 TV 시청시간을 살펴본 결과, ProSieben이 46.1%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 RTL이 44.7%, SAT1



30.1%, RTL II 28.6% 순으로 집계되었다. 각 출신국가별로 살펴보면, 러시아 55.0%, 터키 39.9%, 그리스 46.2%로 집계되어 ProSieben이 가장 선호하는 채널로 나타났고, 구유고 60.0%, 이태리 41.7%, 폴란드 46.9%로 RTL을 가장 선호하는 것으로 나타났다.

### 3) 출신국가별 이민자의 TV 장르 선호도

미디어는 이민자들에게 있어 그들이 거주하는 독일의 사건뿐만 아니라 모국에 대한 이해를 통해 정체성 확립과 의견 형성을 도와주는 중요한 역할을 한다. 즉, 이민자들은 정보를 얻기 위해 미디어를 이용하기도 하지만 두 국가의 문화를 연결하는 다리로서 모국의 미디어를 이용하기도 한다. <표 6>에서는 각 출신국가별 이민자가 선호하는 TV 장르분석과 함께 모국 관련방송을 어느 정도 시청하고 있는지를 알아보았다.

<표 6> 출신국가별 이민자의 TV 장르 선호도

(단위: %)

구분	평균	러시아	터키	구유고	이태리	그리스	폴란드
뉴스	92	91	92	92	88	91	94
영화	78	81	77	73	81	74	81
다큐멘터리	78	75	76	83	75	83	84
모국 관련방송	74	65	83	67	82	83	70
과학	70	75	69	68	57	74	77
코미디	65	69	67	72	51	63	60
음악	62	59	63	59	64	58	66
가족시리즈물	54	51	60	62	49	49	45
지역방송	51	51	51	52	45	51	53
스포츠	49	43	50	58	53	53	45
TV쇼/퀴즈	47	43	45	57	52	48	44

정치	46	41	47	49	38	55	49
범죄물	43	43	44	42	49	41	38
충고	41	34	43	51	38	46	42
토크쇼	41	33	53	41	34	44	32
daily soap	32	24	36	37	34	31	28

\*ARD-ZDF 『이민자와 미디어 연구 2007』, Media Perspektiven 2007년 9월호, 446쪽 재구성

대부분의 이민자들은 뉴스(92%)를 가장 많이 선호하는 것으로 나타났다. 그 다음으로는 영화와 다큐멘터리가 각각 78%를 차지하였고, 모국관련방송 74%, 과학 70%순으로 나타났다. 각 출신국가별로 살펴보면, 뉴스의 경우, 6개의 이민자 그룹 전반적으로 높게 나타나고 있으나 폴란드가 94%로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 터키와 구유고가 각각 92%, 러시아와 그리스가 각각 91%로 나타났다. 모국관련방송의 경우, 터키와 그리스에서 각각 83%로 나타났고, 이태리가 82%로 집계 되는 등 다른 출신국가에 비해 다소 높게 나타났다.

### 3. 이민자들의 독일어 및 모국어 미디어 이용행태

미디어의 통합적 기능에 관해서는 논의가 다양하다. 미디어가 간접적으로 영향을 미친다는 것에는 동의하지만 미디어가 추구하는 통합적 기능이 긍정적으로 수행되고 있는지 그 인과관계를 밝히기는 쉽지 않다. 이 장에서는 이민자들의 모국어 및 독일어 미디어의 이용행태를 출신국가별로 살펴보았다.

미디어에 나타나는 이민자의 출현이 정치 사회적인 논의를 얼마만큼 반영하는지, 편견과 사회적 거리감을 감소시키는 역할을 다하고 있는지를 알아보는 것은 얼마나 다양한 미디어를 이용하며 다양한 사회적 그룹

에 대해 많은 정보와 가치체계, 의미체계에 관해 얼마만큼 소통하는가에 달려있다.

〈표 7〉 이민자들의 독일어 및 모국어 미디어의 이용도

(단위: %)

구분		평균	러시아	터키	구유고	이태리	그리스	폴란드
TV	비고정 시청	13	16	15	10	10	12	11
	독일어 및 모국어	25	19	35	19	25	24	18
	독일어	48	61	21	68	44	57	66
	모국어	14	5	30	4	21	8	5
라디오	비고정 청취	45	42	60	40	41	36	25
	독일어 및 모국어	3	1	3	6	3	6	5
	독일어	48	56	28	49	54	56	68
	모국어	4	1	9	6	2	2	1
신문	비고정 이용	57	62	64	52	60	60	49
	독일어 및 모국어	4	8	13	9	8	12	14
	독일어	36	29	20	38	31	27	34
	모국어	4	1	3	1	2	1	3
인터넷	비고정 독자	59	62	64	52	60	60	49
	독일어 및 모국어	11	8	13	9	8	12	0
	독일어	28	29	20	38	31	27	34
	모국어	2	1	3	1	2	1	3

\*ARD-ZDF 『이민자와 미디어 연구 2007』 Media Perspektiven 2007년 9월호, 438쪽 재구성

고정적인 수용자를 주당 4일 이상 특정한 채널의 프로그램을 이용하는 사람으로 볼 때, 이들 가운데 모국어로 된 프로그램만 시청하고 독일어로 된 프로그램을 시청하지 않는 비율은 14%로 나타났으며, 독일어와 모국어로 된 두 국가의 프로그램을 시청하는 비율은 25%로 나머지 13%

는 고정적 시청자가 아닌 것으로 나타났다.

각 출생국가별로 보면, 모국어 TV 프로그램만 시청하는 사람은 터키계가 30%로 가장 많았고, 그 다음으로 이태리계 21%, 그리스 8% 순으로 나타났다. 독일어로 된 TV 프로그램을 고정적으로 시청하는 그룹은 구유고계 68%, 폴란드계 66%, 구소련계가 61%로 나타났고, 이들이 모국어 TV 프로그램을 시청하는 비율은 각각 5% 이하로 나타났다.

고정적으로 신문을 보는 이민자는 43%로 이는 인터넷 이용자 비율인 41%와 유사하게 나타났다. 이들 가운데 36%는 독일 신문을 이용하고 있고, 출신국가별로는 구유고가 38%, 폴란드가 34%로 다소 높게 나타났다. 한편, 모국어 신문을 읽는 이민자 그룹은 출신국가별로 별다른 차이를 보이지 않았으나 터키와 폴란드가 각각 3%로 나타나 상대적으로 높게 집계되었다.

인터넷 이용에 있어서 독일어는 단연 우세하게 나타났다. 고정적 인터넷 사용자는 41%이며 28%는 독일어를 사용하고 있었다. 인터넷을 가장 많이 사용하는 그룹으로는 폴란드계가 51%로 나타났고, 그 다음으로 구유고계가 48%로 집계되었다. 한편, 모국어 이용은 터키와 폴란드가 각각 3%로 나타나 다른 출신국가에 비해 상대적으로 높은 것을 알 수 있다.

전반적으로 살펴보면, 터키계 이민자들은 그들의 모국어 미디어를 많이 이용하고 있는 것을 알 수 있는데, 통합의 측면에서 바람직한 것은 이들이 많은 독일어 미디어를 통한 정보의 축적 및 다양한 문화에의 노출일 것이다.

### Ⅲ. 논의 및 결론

최근 우리나라에서는 국제결혼을 통한 이주 여성과 국내 거주 외국인들이 급격히 증가하면서 다문화에 대한 이슈가 부각되고 있다. 이는 다문화 현상의 확산으로 다양한 인종이 조화롭게 공존할 수 있는 사회통합에 대한 필요성을 제기하고 있으며, 지역사회 통합을 위한 정부와 외국인 주민 지원기관, 단체의 적극적인 협력적 지원이 요구되고 있다. 특히, 다양한 프로그램을 통해 다문화의 실상을 보여주고 있는 미디어는 문화 다양성이 특수한 현상이 아닌 우리사회 다문화의 현주소를 전달할 수 있는 중요한 채널로 활용되고 있다.

본 연구는 이와 같이 올바른 다문화 사회 정착과 사회통합을 위해서는 미디어의 기능이 중요하다는 점에 주목하여 우리나라의 다문화 관련 방송프로그램에 나타난 다문화 현상을 분석하고, 좀 더 일찍 다문화를 경험하여 발전시킨 독일 거주 이주 외국인의 미디어 이용행태 고찰을 통해 향후 국내 미디어가 올바른 다문화 정착을 위해 기여할 수 있는 시사점을 찾고자 한다.

특히, 방송미디어의 경우 국내 미디어 수용자들이 가장 접하는 미디어이며 독일 거주 이민자 또한 가장 많이 접촉하는 미디어인 것으로 나타났다.

그리하여 먼저 다문화가 아직 정착되지 않은 우리나라의 경우 다문화와 관련하여 과연 어떠한 방송프로그램과 콘텐츠가 제공되고 있는지 시기별로 분석하였다. 그 다음으로 이미 다문화가 정착되어 다양한 미디어에서 다양한 다문화 관련 콘텐츠를 제공하고 있는 독일의 경우 독일 이민자의 미디어 이용 동기와 행태를 고찰하였다.

본 연구에서는 우리나라의 다문화 관련 프로그램에서 나타난 다문화

현상과 독일에 거주하고 있는 이민자들의 미디어 이용행태 고찰을 통해 향후 발전적인 다문화 연구를 도모하고자 하였다.

먼저 2000년부터 약 10여 년간 국내의 다문화 관련 프로그램들을 살펴본 결과, 국내언론은 다양한 장르에 다양한 인종을 등장시키며 다문화 시대를 맞는 한국사회의 현상을 녹여내기 위해 노력하고 있었다. 그러나 국내언론은 다문화의 현실을 제대로 반영하지 못하고 있었으며, 다문화 현상을 호기심과 오락으로 접근하여 그들이 겪고 있는 문제점들에 대해 피상적으로 접근하고 있었다. 이러한 시선은 자칫 다문화가정과 거주 외국인에 대한 왜곡된 인식을 생산할 수 있다는 우려 섞인 목소리로 나타나고 있다.

특히 제주지역의 경우, 국제자유도시를 지향하고 있으며 외국인과 다문화 가정이 차지하는 비율이 해마다 증가하고 있음에도 불구하고 다문화 현상을 포용하는데 무관심한 태도를 보이고 있어 다양한 민족과 문화가 공존하는 소통의 공간 조성을 위한 노력이 요구되고 있다.

한편 독일에 거주하는 이민자의 미디어 접촉과 이용에 대해 살펴본 결과, 이민자들은 TV를 가장 많이 시청하고 있었으며, 주로 정보를 얻기 위해 미디어를 이용하는 것으로 나타났다. 한편, 이주민들은 그들이 거주하고 있는 독일의 사건뿐만 아니라 모국에 대한 이해를 통해 정체성을 확립하고 의견을 형성하기 위해 모국어 미디어를 이용하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 대부분이 독일어 미디어를 이용하고 있어 독일어에 대한 이해는 통합의 전제조건이 된다고 할 수 있다. 독일은 이민 국가가 아님에도 외국인의 숫자가 10% 정도에 이르고 있다. 1970-80년 경제개발에 필요한 인구를 터키에서 충원했고, 유고 내전의 종식과 함께 구유고에서 이민자가 유입되었으며, 동유럽 국가에서도 인구가 유입되고 있다. 노동이민으로 시작한 독일 이민의 역사는 EU 이외 국가로부터의

이민에 대해서 엄격한 제한을 두고 있으나 거주 외국인을 사회보장체제에 편입시켜 혜택을 주는 등 상당한 통합을 이루고 있는 것으로 평가된다. 그러나 2010년 10월, Angela Merkel 독일 수상은 독일의 다문화정책이 완전히 실패했다고 말한 바 있다. 다문화정책의 성공을 위해서는 일차적으로 독일어 능력의 신장이 요구된다고 하였다. 고용의 기회를 얻기 위해 독일어 능력이 요구될 뿐만 아니라 이민자 가정의 아이들도 학교의 체험학습시간에 동참해야 하며, 동시에 범죄율을 낮추고 경찰이 수색을 꺼리는 지역이 있어서는 안 된다는 것이다.<sup>24)</sup>

1970년대까지 ‘melting pot(용광로 이론)’을 통해 다양한 사람들이 미국문화에 녹아들어갈 것을 주장했던 미국도 1980년대 이후로 들어서면서 다양성, 다원주의를 주장하기 시작하여 다양한 언어, 종교, 문화가 병존하고 있다. 그러나 그 내면에는 흑인, 히스패닉 등 인종문제가 항상 잠복해 있고, 2050년이 되면 히스패닉 수가 백인 수 보다 많아진다고 한다.

이러한 배경아래 최근 미국에서는 ‘minority 집단’에 대한 적대감, 반감, 이질감이 노골적으로 표현되기 시작했다. 미국의 한 백인 국회의원이 히스패닉에게 ‘내 눈에는 당신도 아시아인처럼 보인다’라며 공개적이고도 노골적으로 소수민족에게 감정을 표현한 것이 그 사례이다.<sup>25)</sup> 톨레랑스<sup>26)</sup>의 나라라고 하는 프랑스에서도 정교 분리 원칙에 따라 공공장소에서의 종교표현을 제한한다는 취지로 공립학교에서 히잡 금지령을 내린 바 있다. 과거 2005년, 가난의 대물림과 지속적인 차별로 고통 받던

24) Merkel: ‘Multikulti ist absolut gescheitert’, Sueddeutsche Zeitung, 2010. 10. 16.; 사회통합은 독일의 기본 원칙인 기독교 가치, 인본주의, 계몽주의에 의해 함께 사는 것이다.

25) James Carroll, “Xenophobia on the Rise”, Boston Globe, 2010. 10. 26.

26) 상대에 대한 존중이며 공존의 논리

무슬림 청소년들에 의한 소요사태가 일어났던 사례가 말해주듯이 유럽 전체에서 이슬람 이민자들에 대한 이질적인 적대감이 문제시되고 있다. 이러한 현상은 외국인의 비율이 낮을 때는 문제가 되지 않지만 그 비율이 높아질수록 문제가 발생할 개연성을 갖는다. 우리나라의 경우, 외국인의 증가가 필요에 의한 것이라는 이유에서 기인함에도 불구하고 그들의 수가 상당수에 이르면 이들에 대한 편견, 배척이 나타나게 될 것이라는 가정은 전 세계에서 공통적으로 나타나는 현상이라고 할 수 있다.

한편 본 연구는 실제 다문화가정 구성원들이 겪고 있는 문제점들과 그들이 인식하고 있는 다문화에 대한 논의가 이뤄지지 않았다는 데 한계가 있다. 따라서 향후 다문화에 대한 담론이 질적, 양적으로 깊은 논의가 이루어지기 위해서는 다문화 현상 그 자체뿐만 아니라 다문화 현상으로부터 파생되는 문제들에 대해 좀 더 깊이 있게 고찰할 것이 요구된다.



## 참고 문헌

- 구수연(2010), 「다문화 현장이 갖는 딜레마」, 『다문화 콘텐츠 연구』 2010상반기, 문화콘텐츠기술원.
- 김선영(2009), 「한국과 독일의 다문화 비교: 다문화정책 환경과 정책 특성을 중심으로」, 『한국정책연구』 제9권 제1호, 경인행정학회.
- 김세은·김수아(2007), 「저널리즘과 여성의 이중 재현」, 『한국언론학회』 제51권 제2호, 한국언론학회.
- 류정아 외(2009.4), 『다문화지표 개발연구』, 한국문화관광연구원.
- 박정윤(2009), 「다문화 가족 지원센터의 다문화 가정을 위한 지원 서비스」, 『다문화 콘텐츠 연구』 2009상반기, 문화콘텐츠기술원.
- 송종호(2007), 「단일민족환상 깨고 다문화주의로의 전환시대」, 『민족연구』 30호, 한국민족연구원.
- 이경숙(2008.9), 「드라마 주인공이 된 불법체류자」, 『신문과 방송』, 한국언론재단.
- 이상기(2008.9), 「익숙해졌을 뿐 여전히 우리 밖의 남」, 『신문과 방송』, 한국언론재단.
- 이용승(2007), 「독일의 다문화 가족 정책」, 『민족연구』 31호, 한국민족연구원.
- 조선일보(2010/07/07), 「독일·스페인 순혈주의·지역감정 비웠더니 채워지더라」.
- 정성미(2010), 「여성 결혼이민자들의 자녀 교육 참여를 위한 의사소통적 접근」, 『다문화 콘텐츠 연구』 2010상반기, 문화콘텐츠기술원.
- 정의철·이창호 외(2009), 『대중매체를 통한 다문화사회 시민교육 활성화 방안』, 한국여성정책연구원 외.
- 최홍 외(2010), 「다문화 사회 정책과 이민정책」, 『CEO Information』 756호, 삼성경제연구소.
- 한승준(2008), 「프랑스 동화주의 자문화정책의 위기와 재편에 관한 연구」, 『한국행정학보』 제42권 제3호, 한국행정학회.
- 홍숙영(2007), 「외국인에 대한 TV 담론과 다문화주의」, 『프랑스문화예술연구』 제2권, 프랑스문화예술학회.
- \_\_\_\_\_(2008), 「지역방송의 지역성 및 다문화주의 반영에 관한 연구」, 『디지털정책

연구』 제6권 제3호, 한국디지털정책학회.

동아일보 2010년 11월 19일

조선일보 2011년 2월 8일

동아일보 2010년 11월 23일, 2010년 2월 8일

Carroll, J. (2010. 10. 26.), “Xenophobia on the Rise”, *Boston Globe*.

Dieter Oberndörfer(2006), “Nation, Multikulturalismus und Migration - auf dem Weg in die postnationale Republik”, *IMIS-Beiträge* 30/06.

Geißler, R.(2003), “Multikulturalismus in Kanada - Modell für Deutschland?”, *Aus Politik und Zeitgeschichte* B 26.

Integrations-Debatte(2010. 10. 16.), Merkel: “Multikulti ist absolut gescheitert”, *Sueddeutsche Zeitung*.

Joppke, C.(2000), “Einwanderung und Staatsbürgerschaft in den USA und Deutschland”, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, Nr. 1.

Klingler, W., & Mueller, D. K. (2007), “Radio behauptet seine Position im Wettbewerb”, *Media Perspektiven* 9.

Kymlicka, W.(1999), *Multikulturalismus und Demokratie. Über Minderheiten in Staaten und Nationen*, Deutsch Hamburg.

Michael Bommers(2006), “Einleitung: Migration- und Integrationspolitik in Deutschland zwischen institutioneller Anpassung und Abwehr”, Michael Bommers/Werner Schiffauer ed., *Migrationsreport 2006. Fakten - Analysen - Perspektiven*. 14. Frankfurt am Main.

Oehmichen, E. (2007), “Radionutzung von Migranten”. *Media Perspektiven* 9.

Rau, J.(2000), “Ohne Angst und ohne Träumereien: Gemeinsam in Deutschland leben”, *Rede des Bundespräsidenten am 12. Mai 2000 in Berlin*.

Simon, E. (2007), “Migranten und Medien 2007”, *Media Perspektiven* 9.

Walter, M., Schlinker, U., & Fischer, C. (2007), “Fernsehnutzung von Migranten”, *Media Perspektiven* 9.

UN DESA, *Population Division*

<http://www.dw.-world.de>(2010. 11. 6.), President Wuff heads to Turkey as German integration debate heats up.

<http://www.euroactiv.com>(2010. 11. 6.), Merkel's ethnic remarks add fuel to fire.

<http://www.worldlingo.com>. Demographics of Germany

<http://office.kbs.co.kr>. 『프랑스 미디어의 문화적 다양성에 대한 관심』. 『KBS 해외방송정보』, 5월호

<http://article.joinsmsn.com>. 톨레랑스 없는 '톨레랑스'의 날

<http://www.unicom.unizh.ch/unimagazin/archiv/2-96/schmelztiegel.html>. Bitterli, U. Die USA - Schmelztiegel der Kulturen

[http://www.migrationinfo.de/migration\\_und\\_bevoelkerung/artikel/030609.htm](http://www.migrationinfo.de/migration_und_bevoelkerung/artikel/030609.htm). Bundeszentrale für politische Bildung / Netzwerk Migration in Europa, USA. Grundsatzurteil zur Förderung von Minderheiten.

<http://www.bundesregierung.de/artikel>. Die Bundesregierung: Zuwanderung.

## Abstract

The Study of Korea and Germany's Usage of  
Multiculture Related Media

Park, Kyong-Suk\* · Lee, Ji-Hyun\*\*

This study investigated multi-cultural television programs of Korea and media usage patterns of immigrants in Germany. And it attempted to suggest the direction of future media studies regarding the issues of multi-cultural society. Our research results show that Korean television programs do not adequately reflect multi-cultural realities. They seem to treat multi-cultural phenomenon as the objects of entertainments and curiosity. Korean television by and large appear to have a superficial understanding of the problems that minorities are suffering. Media usage survey in Germany showed that immigrants watched television most for the purpose of information-gathering. Immigrants also used the media of their own language, thereby were able to maintain their own identity and form their own opinions. Most of immigrants, however, also contacted German media, and this can be a promising fact to their integration to the host culture. Considering the fact that mass media should play social integration function via interactive communication between natives and immigrants, there should be more both quantitative and qualitative media research

---

\* Professor of Journalism and Public Relations, Jeju National University;  
The Institute for Social Science Research at Jeju National University,  
Research Fellow

\*\* Instructor of Journalism and Public Relations, Jeju National University

concerning the issue of multi-culture.

**Key Words**

multi-culture, German immigrants, media usage, broadcast programs

**교신 : 박경숙** 690-756 제주특별자치도 제주시 제주대학로 66  
제주대학교 언론홍보학과 교수

E-mail : pksuk@jejunu.ac.kr 전화 : 064-754-2941, 010-4019-2941

논문투고일 2011. 04. 18.

심사완료일 2011. 07. 27.

게재확정일 2011. 08. 17.