

# 재미한인의 문화변용전략과 미디어 콘텐츠

## Acculturation Strategies and Media Contents

박정희, 성지연  
인하대학교 언론정보학과

Cheong Yi Park(cheongyi@inha.ac.kr), Jiyeon Sung(sjiyeon@inha.edu)

### 요약

본 연구는 베리의 문화변용이론을 중심으로 재미한인의 문화변용전략과 미디어 콘텐츠이용에 대해서 살펴보고자 했다. 이를 위해서 미국 포틀랜드에 거주하고 있는 한국인 이민자 및 유학생을 모집단으로 하여, 비 확률표본 표집 방법을 이용하여 표본을 선정하였다. 설문지는 영어와 한국어 두 종류를 준비해 응답자가 선택토록 하였으며, 총 391부의 설문지 중 일률적으로 특정 번호를 표시하거나 결측 값이 지나치게 많거나 응답자 답변이 비일관성을 띤 표본20개를 제외한 총 371부의 설문지를 최종 분석대상으로 했다. 연구결과에 의하면, 재미한인들은 통합전략(M=4.57)과 분리전략(M=4.49)을 주로 사용하며 미국의 주류사회로 동화(M=2.92)되는 경향은 낮은 것으로 나타났다. 분리전략을 취하는 정도가 강화될수록 모국인 한국미디어 콘텐츠 이용을 많이 하는 것으로 밝혀졌으며, 미국사회에 동화하고자 할수록(동화전략을 선호할수록) 미국미디어 콘텐츠를 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 나아가 미디어 콘텐츠의 장르별 이용 차이가 동화와 분리 전략 집단에서 나타나고 있다. 동화전략 구사 정도가 전체 응답자의 평균 2.96보다 높은 응답자들의 경우, 미국 엔터테인먼트 콘텐츠(M=4.64)를 미국 뉴스콘텐츠(M=4.00)보다 많이 이용하는 것으로 분석됐다. 이에 반해, 분리전략 구사 정도가 전체 응답자의 평균 4.49보다 높은 응답자들은 다른 결과를 보여 주고 있다. 미국미디어 콘텐츠의 이용의 경우, 뉴스(M=3.11)보다는 엔터테인먼트(M=4.10)를 더 많이 이용하는 것으로 나타났으며, 이와 반대로 한국미디어 콘텐츠의 경우 엔터테인먼트(M=4.53)보다는 뉴스(M=4.84)를 더 이용하는 것으로 분석됐다.

■ 중심어 : | 문화변용전략 | 미디어 콘텐츠 |

### Abstract

The study examined acculturation patterns of Korean-Americans living in Portland, USA and their relationship to the consumption of media contents. Under the academic guidance of Berry's acculturation model, the four strategies of acculturation model were extensively inquired that immigrants and sojourner would adopt in host culture: Integration, Assimilation, Separation and Marginalization. Furthermore, how differently the four acculturation modes are related to media contents was examined. For this study, the survey questionnaires were administered among Korean Americans in Portland, USA. The total 371 data were collected and analyzed. The result indicated that 1) they preferred integration(M=4.57) and separation modes(M=4.49) over assimilation (M=2.92); 2) as separation tendency increased, the preference of Korean contents over American contents increased while as assimilation tendency increased, the preference of American contents over Korean contents; 3) high assimilation persons consumed more news than entertainments in American media contents. Compared to it, high separation persons used more entertainments than news in American media contents and more news than entertainments in Korean media contents.

■ keyword : | Acculturation | Media Content |

\* 본 연구는 2012년 인하대학교 교내연구비 지원을 받았습니다.

접수번호 : #121019-003

접수일자 : 2012년 10월 19일

심사완료일 : 2012년 12월 13일

교신저자 : 박정희, e-mail : cheongyi@inha.ac.kr

## I. 서론

2010년 현재, 전 세계의 이민자 수는 2억1천4백만 명으로 2000년 이후로 3천 5백만 명이 늘어났으며, 이는 전세계인구의 3.1%에 해당하는 수치다[1]. 주요 이민지인 미국 내 한국인의 증가도 2000년에 비해서 38.9%가 증가한 1백 70만 명 가량이다[2]. 이처럼 세계화의 물결은 이민을 일상의 풍경 속으로 가져오고 있으며, 재외국민에 대한 관심과 연구의 중요성도 함께 부각되고 있다. 그 중 미국 내 한인에 대한 연구가 가장 활발하다고 할 수 있는데 이는 미국으로의 이민이나 유학이 가장 많기 때문일 것이다. 미국 내에서 다른 아시아계 미국인들처럼 재미한인 역시 미국 사회에서 상당한 사회경제적 성공을 이룬 것으로 평가받고 있다[3]. 그러나 아시아계 이민자들은 백인과는 구분되는 걸모습으로 인해 유럽계 이민자들과 달리 인종적 갈등에 노출되어 있으며, 주류 사회에 바로 편입하기 어려운 편이다. 실제 많은 수의 재미한인은 코리아타운 안에서 한국 문화를 유지하며 살아가고, 타 문화와의 교류는 경제활동에 국한되어 있는 실정이다. 코리아타운의 형성과 이를 중심으로 한 재미한인의 모습에는 문화적응 혹은 문화변용<sup>1)</sup>이라는 문제가 내재되어 있다.

문화변용에 영향을 미치는 요인들로는 미디어 사용, 대인커뮤니케이션, 체류기간, 이민국가의 언어숙달, 자아구성, 인구사회학적변인 등이 있다[4-8]. 특히, 미디어가 한 사회의 가치와 규범을 한 문화에서 다른 문화로 전달해주는 역할을 하는 쌍방향 통로임을 고려할 때, 이주민 혹은 체류자들의 문화변용과정에 직간접적으로 영향을 미친다 하겠다. 또한 미디어는 다양한 문화적 경험의 축적을 도우며 동시에 대인 커뮤니케이션에서 느낄 수 있는 부정적인 심리적 부담감을 줄일 수 있다는 것 때문에 대인 커뮤니케이션 보다 선호될 가능성이 높다[9]. 구체적으로 살펴보면, 이수범과 김동우는 미디어 이용과 문화적응 사이에 높은 상관관계가 있음

을 밝혀냈으며[10], 안수근은 뉴질랜드 거주 교민의 한국어 매체 이용 및 문화적응 요인 연구에서는 현지 문화에 적응을 잘 한 사람일수록 현지 미디어 이용량이 많았다고 보고하고 있다[11].

그러나 위의 연구들은 문화적응적 시각에서 미디어 자체의 이용량에만 주목하고 있으며, 다차원적 문화변용시각에서 미디어 콘텐츠에 따른 차이는 고려하고 있지 않다. 따라서 본고에서는 이민자나 장기 체류자들이 경험하게 되는 다양한 문화변용전략 즉 동화, 분리, 통합, 주변화 전략에 따라서 그들의 미디어 콘텐츠 이용의 차이를 살펴보겠다.

## II. 이론적 배경

### 2.1 문화변용

국제화란 주제는 문화적응의 문제와 맞닿아 있다. 이민을 통한 장기 혹은 영구 체류자부터 유학생이나 노동허가를 받고 이주하게 되는 근로자에 이르기까지 다양한 형태의 문화이동자 들이 증가하고 있다. 이들이 경험하게 되는 문화적응(cultural adaptation)의 문제는 문화간 커뮤니케이션 연구의 핵심으로 자리 잡은 것은 어쩌면 당연한 일이다.

문화적응이란 문화변용(acculturation)의 결과물이며 동시에 문화변용의 과정이기도 하다[12]. 문화변용의 결과로서 적응은 개인들의 삶의 건강성과 관련 있다면 과정으로서의 적응은 개인들이 변화된 환경에 대해서 대처해나가는 방식과 관련이 있다. 문화변용에 대한 초기연구자인 레펠드 린튼 그리고 헤르스코비츠[13]는 문화변용을 상이한 문화 배경을 지닌 이주 집단이 새로운 문화와 반복적이고 직접적으로 접촉함에 따라 발생하는 변화 현상이라고 정의 하고 있다. 이들의 문화변용 정의는 궁극적으로 이민자들의 고유문화에 대한 몰입으로부터 출발해서 이주한 사회의 주류문화에 대한 몰입으로 종결되는 하나의 연속선으로 개념화한 고든의 문화변용[14]과 그 맥을 같이 한다. 이에 비해 베리는 문화변용은 문화적 접촉이 동반하는 문화적 심리적 변화의 과정이라고 정의하고 있다[15][16]. 문화적 변화는

1) 문화변용(acculturation)과 문화적응(cultural adaptation)은 혼용하여 쓰는 경향이 있으나, 문화적응은 고유문화의 정체성을 포기하고 주류문화에 적응하는 것에 방점을 두고 있으며 문화변용은 문화 이동자가 경험하는 모든 종류의 심리적 정서적 변용과정을 가리킨다. 따라서 본고에서는 주류문화로의 동화만을 강조하는 의미의 문화변용을 지칭할 때는 문화적응으로 표기하겠다.

한 집단내의 관습, 경제적, 정치적 삶의 방식의 변화를 의미하며, 심리적 변화는 개인들이 자신의 문화적 정체성과 문화변용에 대해서 갖게 되는 태도의 변화를 포함한다고 하겠다[17].

레펠드 린튼 그리고 헤르스코비츠의 문화변용 개념이 집단 차원의 포괄적 변화에 초점을 맞추고 고등은 이민자들의 주류사회편입과정이라는 단선적 문화변용 개념을 제시한데 비해, 베리나 핀니의 정의는 집단적, 개인적 차원에서 나타나는 변화 모두를 포괄하고 있다. 특히 베리는 문화변용이 이주 집단의 고유문화에 대한 문화적 유지(cultural maintenance)와 이민사회의 주류 문화화에 대한 방향성이라고 할 수 있는 접촉과 참여(contact and participation)라는 두 개의 축으로 구성된다는 다차원적 접근방법을 제시한다[16]. 나아가 그는 문화변용은 개인의 고유문화를 유지하느냐와 이주사회의 주류문화에 적극적으로 참여하고 관계를 유지하느냐에 따라 동화(Assimilation), 통합(Integration), 분리(Segregation), 주변화(Marginalization) 4가지 유형으로 구분할 수 있다고 주장한다.

구체적으로 살펴보면, 주류사회와의 관계를 유지하면서 동시에 고유문화의 문화적 정체감과 특성도 유지하는 문화변용 전략은 통합유형으로 분류하며 개체가 주류사회와 관계는 유지하지만 기존의 고유문화의 문화적 정체감과 특성을 포기하는 경우는 동화유형으로 분류한다. 또한 주류사회와의 관계는 유지하지 않고 고유문화의 문화적 정체성과 특성을 유지 하는 분리, 주류사회와의 관계도 유지하지 않으며 동시에 고유문화와의 접촉도 거부하는 주변화유형을 제시한다.

표 1. Berry의 문화적응 전략 2차원 모델

		1차원	
		문화적 정체감과 특성을 유지할 것인가	
2차원	주류 사회와 관계를 유지할 것인가	Yes	No
		통합 (Integration)	동화 (Assimilation)
	No	분리 (Segregation)	주변화 (Marginalization)

Berry(1997)

베리의 4가지 문화변용 유형은 새로운 환경에 대한 인간의 대처전략(coping strategy)이라는 특징을 지니

고 있다. 문화적응(cultural adaptation)은 이러한 전략적 선택의 결과물이며 특정적인 하나의 전략을 선택할 지라도 상황에 따라 문화변용전략이 달라질 수 있으며, 인간의 발달과정에 따라서, 즉 청소년기인지 혹은 장년층인지에 따라서 그에 상응하게 문화변용전략의 선택도 달라질 수 있다. 또 한 개인이나 집단이 선호한 문화변용 전략을 주류사회에서 인정하지 않을 수도 있다는 특성을 지니고 있다[18].

## 2.2 미디어 의존이론

볼 로키치(Ball-Rokeach)와 드폴로(DeFleur)가 주장한 미디어의존이론은 미디어, 수용자, 사회라는 삼자간의 순환적 영향력 관계를 조망하고 있다. 즉 사회는 수용자의 미디어 의존도에 영향을 미치고 그 의존도에 따른 영향력은 수용자 인지, 정서, 행동적 변화를 동반하게 되며, 나아가 개인들의 이러한 변화는 사회와 미디어시스템 자체를 변화시킨다는 것이다. 개인과 사회의 순환적 관계에 연결 고리로서 미디어의 역할을 강조한 것이다[19].

첫째, 개인과 미디어의 관계측면에서 살펴보면, 개인들의 미디어 이용 목적은 이해(understanding), 정향(orientation), 놀이(play)로 구분할 수 있다. 사람들은 자신과 주변 환경을 이해하기 위해서, 특정 행동을 위한 지침을 얻기 위해서, 그리고 마지막으로 놀이를 위해서 미디어를 이용한다는 것이다. 특히 놀이(play)란 목적은 머리 식히기용 오락이나 재미뿐만 아니라 사람들의 문화적 개발과 사회화란 의미를 지니고 있으며, 사회의 규칙과 규범, 가치 등을 학습하는 것을 의미하는 것이기도 하다[20]. 즉 놀이는 사회화와 오락이라는 두 가지 미디어 이용동기를 의미한다.

따라서 수용자들의 이용 동기는 크게 주변 환경에 대한 정보를 얻거나 특정 행동의 지침을 얻고자 하는 정보적 특성과 사회적, 오락적 특성으로 구분해 볼 수 있으며 이 동기에 따라서 미디어 콘텐츠 선택도 달라진다. 특히, 텔레비전의 경우 수용자들은 특정 채널이나 장르 기반으로 콘텐츠로 선택한다. 수용자들은 특정 출연자와 제작진, 작가 등의 정보에 따라 콘텐츠를 선택하기도 하지만 영화와 달리 텔레비전은 일차적으로 장르 중심의 콘텐츠 선택이 이루어지는 경향이 있다[21].

오미영과 정인숙역시 미디어를 통한 수용자 동기의 충족은 매체별이 아닌 장르별로 차이가 있다고 지적하고 있다[22]. 즉, 뉴스는 정보 동기의 충족을 드라마는 오락 동기의 충족을 가져올 수 있다는 것이다. 물론 특정 장르가 하나의 이용 동기만을 충족시키는 것은 아니다. 전범수와 김정기는 위성방송연구에서 드라마콘텐츠의 경우 오락성, 사회성 정보성 등의 모든 이용 동기가 있으며 뉴스는 정보성 동기가 유의미한 요인으로 나타났다고 보고하고 있다[23].

이와 같은 수용자의 이용 동기가 미디어 콘텐츠의 선택은 물론 미디어 의존도에 영향을 미치며, 이 미디어의 의존 강도에 따라 수용자의 인지적, 정서적, 행동적 변화는 다르게 나타난다[24].

둘째, 수용자와 미디어의 관계 측면에서 살펴보면, 사회가 불안정하거나 사회내의 미디어의 기능이 크거나 강조될수록 수용자의 미디어 의존도가 커진다고 한다. 즉 사회의 큰 변화는 사람들로 하여금 높은 불확실성의 상황에 놓이게 하며, 이 때 미디어가 제공하는 정보에 대한 사람들의 의존도는 증가하게 된다[25][26]. 러브리스는 중동 유럽 국가들의 민주화 과정에서 사람들이 매스 미디어에서 정치 정보를 추구하고 정치적 감각을 배양하는 것을 실증적으로 밝히고 있으며[27], 보어와 벨츠키는 뉴스에 대한 의존이 높을수록, 뉴스에 많이 노출되었고, 관련 주제의 대화에 많이 참여하는 것을 밝혀냈다[21]. 또한 자연재해 등과 같은 이유로 외부에 대한 불확실성이 커질 때 사람들의 미디어 의존 현상은 더욱 증가하는 것으로 나타났다[28][29]. 이처럼, 자연재해나 사회적변기와 같은 특수한 사회적 상황에서 개인들의 미디어에 대한 의존도는 심화된다 하겠다.

### 2.3 문화변용과 미디어 콘텐츠

외국으로의 이민이나 유학은 한 사회에서 다른 사회로 이동하는 것이며, 동시에 한 문화에서 다른 문화로 이동하는 것이다. 따라서 문화이동자로서 그들이 경험하게 되는 상황은 미디어의존이론에서 상정하고 있는 사회의 불안정 그 이상이라고 할 수 있겠다. 이민자나 유학생들은 새로운 사회에 대한 높은 불확실성으로 인해서 적응에 대한 욕구가 커질 것이다. 이 욕구를 해결

하기 위한 커뮤니케이션 통로로 미디어를 선택하는 경향이 있는데, 이는 언어와 문화적 장벽으로 인해서 대인커뮤니케이션이 어렵기 때문이다.

즉, 한국사회에서 미국사회로의 문화 이동자에 해당하는 이주민들은 궁극적으로 자신의 사회 시스템 전체가 바뀌기 때문에, 이에 적응하기 위해서 미디어 의존이 심화될 것으로 예측된다. 이민 사회에 대해서 동화하려는 경향이 강하면 강할수록 그들의 미디어 의존은 이민 사회의 미디어 콘텐츠 이용으로 나타날 것이며, 여전히 고국의 문화를 유지하려는 경향이 강한 분리전략을 취하는 사람들은 모국의 미디어 콘텐츠를 더 활발히 소비할 것이다.

또한 문화변용 전략에 따라서 미디어 콘텐츠의 장르별 소비에 있어서도 차이가 있을 것으로 판단된다. 샤피로와 초크는 미국에 거주하는 사람들을 대상으로 미국과 브라질 콘텐츠에 대해서 그들이 전형성과 현실감을 어떻게 지각하는지 연구했다. 그 결과, 브라질에서 발생한 사건에 대한 뉴스 보다 자국인 미국에서 일어난 일에 대한 뉴스에서 더 정보적 가치를 찾는 것으로 나타난 반면, 엔터테인먼트 스토리의 경우 미국보다 먼 나라인 브라질 콘텐츠의 스토리를 더 현실적으로 받아들이는 것을 발견했다[30].

같은 맥락에서 동화전략을 취하는 미주한인은 보다 적극적으로 미국 정보를 추구함으로써 미국 뉴스에 영향을 더 받을 수 있다. 반면, 분리전략을 취하는 문화이동자는 미국 문화에 편입되기보다는 미국문화를 바라보는 즉, 미국 내에서 다른 문화권에 있는 사람들로서, 미국뉴스 보다는 미국 엔터테인먼트 스토리를 더 현실적으로 느끼고 그것을 정보적으로 해석할 가능성이 있다. 드라마와 같은 엔터테인먼트 콘텐츠를 통한 정보습득이나 사회화의 경향이 클 것으로 판단된다.

정리하면, 문화이동자로서의 이주민들 특히, 동화전략을 구사하는 사람들은 새로운 사회에 적응하기 위해 무엇보다도 정보 추구를 위한 뉴스 프로그램에 의존하는 경향이 나타날 것이다. 새로운 사회로의 이주는 불확실성 증가를 의미하기 때문에 그 사회에 대한 불확실성을 감소하기 위하여 정보적 프로그램을 추구하게 되는 것이다. 반면, 분리전략을 취하는 사람들은 고유문화

향유를 위해 사회성을 강조하는 드라마나 오락 등의 엔터테인먼트 콘텐츠를 더 소비할 것으로 예상된다.

- 연구문제 1. 재미한인의 문화변용전략이 한국과 미국과 미디어 콘텐츠 이용에 영향을 미치는가?
- 연구문제 2. 재미 한인의 문화변용 전략에 따라 미디어 콘텐츠의 장르별 이용정도에 차이가 있는가?

### III. 연구방법

#### 1. 표본

본 연구는 미국 포틀랜드에 거주하고 있는 한국인 이민자 및 유학생을 대상으로, 비확률표본 표집 방법을 이용해 표본을 선정하였다. 포틀랜드에 위치한 한인 교회 등지에서 2010년 4월 1일에서 4월 15일 2주에 걸쳐 설문지를 실시했으며, 총 391부의 설문지를 확보했다. 이 중 결측값이 지나치게 많거나 불성실한 응답으로 일관한 경우 등을 표본에서 제외한 371개를 최종 분석대상으로 했다.

표 2. 응답자 인구사회학적 속성

특성	구분	N	백분율
성별	남성	175	47.2
	여성	192	51.8
	결측값	4	1.1
연령 (M=37.4세)	19세 이하	19	5.1
	20-29세	127	34.2
	30-39세	52	14.0
	40-49세	86	23.2
	50-59세	60	16.2
	60세 이상	21	5.7
결혼여부	미혼	178	48.0
	기혼	186	50.1
	결측값	7	1.9
교육수준 (M=14.6년)	중졸 이하	25	6.7
	고등학교 졸	38	10.2
	4년제 대학교 졸	215	58.0
	대학원 졸	74	19.9
	결측값	19	5.1
체류기간 (M=15.4월)	5년 이하	114	30.7
	6-10년	80	21.6
	11년-15년	35	9.4
	16-20년	40	10.8
	21년 이상	94	25.3
	결측값	8	2.2

응답자의 인구사회학적 속성을 살펴보면, 우선 연령의 경우 16세에서 88세까지 분포되었고, 평균 연령은 37.4세로 조사됐다. 성별의 경우 남성 47.7%(175명), 여성 51.8%(192명)로 나타났고, 미혼인 응답자가 48.0%(178명), 기혼이 51.1%(186명)였다. 교육기간은 평균 14.6년으로 나타났고, 체류기간은 최대 504개월로 평균 154개월 동안 거주한 것으로 조사됐다.

### 2. 변수의 측정

#### 2.1 독립변수

문화변용 전략의 경우 베리의 The East Asian Acculturation Measure(EAAM)를 이용해 측정했다 [31]. 동화의 경우 “나는 한국어보다 영어로 글쓰기를 더 잘한다.” 등 8개 항목, 분리는 “나는 주로 한국 음악을 듣는다.” 등 7개 항목, 통합은 “나는 한국어와 영어로 농담을 할 수 있다.” 등 5개 항목, 주변화의 경우 “나는 일반적으로 한국인이든 미국인이든 사람과 어울리는 것 자체에 어려움을 느낀다.” 등 8개 항목으로 구성되어 있다. 총 29개 진술문에 대한 응답자의 동의정도를 ‘매우 동의하지 않는다’에서 ‘매우 동의한다’까지의 7점 척도에서 표시하도록 하였다. 동화, 분리, 통합, 주변화 전략의 각각의 신뢰도 지수(Cronbach’s α)는 .836, .677, .758, .823이다.

#### 2.2 종속변수

종속변수는 응답자들의 미디어 콘텐츠 이용량이다. 한국과 미국 각각의 뉴스 콘텐츠와 엔터테인먼트콘텐츠( 드라마, 영화, 오락/쇼)의 이용정도를 ‘전혀 사용하지 않는다’에서 ‘매우 많이 이용한다’까지의 7점 척도로 측정하였다.

### IV. 연구결과

#### 1. 재미한인의 문화변용전략과 미디어콘텐츠 이용

응답자들의 각 문화변용전략 사용 정도를 살펴보면, 통합전략이 7점 만점에 평균 4.57으로 가장 높으며, 이어 분리전략이 평균 4.49점으로 분석됐다. 주변화 전략

사용정도는 평균 3.13이었으며, 동화전략 사용 정도는 평균 2.96로 가장 낮았다. 즉 응답자들은 주변화나 동화 되기보다는 통합이나 분리전략을 주로 사용하는 것으로 판단할 수 있다.

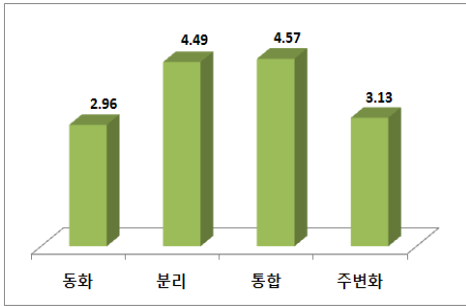


그림 1. 재미한인의 문화변용전략

문화변용 전략과 상관없이, 응답자들 전체의 미디어 콘텐츠 이용정도를 살펴보면, 한국미디어 콘텐츠 이용은 평균 4.14, 미국미디어 콘텐츠 이용은 평균 4.00로 나타났다. 한국뉴스콘텐츠 이용이 가장 많았으며(M=4.24), 이어 미국엔터테인먼트(M=4.21), 한국엔터테인먼트(M=4.11)를 이용했고, 미국뉴스 이용은 평균 3.37로 가장 낮았다.

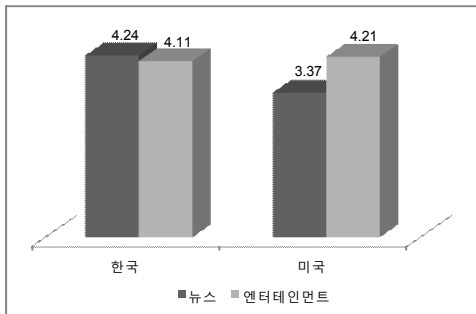


그림 2. 재미한인의 국가별/장르별 콘텐츠 이용

### 1.1 한국미디어 콘텐츠이용

문화변용전략 중 분리전략만이 한국미디어 콘텐츠 이용에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다 (F(4,359)=17.023, Adjusted R<sup>2</sup>=.150 p<.001). 통합, 주변화, 동화 전략을 사용하는 사람들과는 달리, 분리전략을 사용하는 사람들은 한국미디어 콘텐츠 이용을 많이 하

는 것으로 밝혀졌다(β=.351, p<.001). 즉 이주사회인 미국으로부터 분리되어 한국의 고유문화와 한인사회에 가치를 두는 사람들의 한국 미디어콘텐츠 이용이 두드러진다 하겠다.

표 3. 문화변용전략과 한국미디어 콘텐츠 회귀분석

	비표준화계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	베타		
상수	1.480	.566		2.615	.009
동화	-.092	.093	-.068	-.999	.318
분리	.595	.093	.351	6.425	.000
통합	-.014	.085	-.011	-.168	.867
주변화	.101	.082	.069	1.239	.216

### 1.2 미국미디어 콘텐츠이용

미국 콘텐츠 이용에 있어서는, 동화전략만이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다 (F(4,359)=16.872, Adjusted R<sup>2</sup>=.148 p<.001). 미국사회에 동화하고자 할수록 미국미디어 콘텐츠를 더 많이 이용하는 것으로 판단된다(β=.303, p<.001).

표 4. 문화변용전략과 미국미디어 콘텐츠 회귀분석

	비표준화계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	베타		
상수	3.382	.503		6.725	.000
동화	.375	.082	.303	4.547	.000
분리	-.128	.083	-.085	-1.540	.125
통합	.095	.076	.079	1.257	.209
주변화	-.114	.073	-.086	-1.554	.121

## 2. 장르별 미디어 콘텐츠 이용

한국과 미국 미디어 콘텐츠를 이용하는데 있어서 유의미한 문화변용전략으로 드러난 동화와 분리전략이 장르별 콘텐츠이용과는 어떤 관계를 갖는지 살펴보았다.

### 2.1 동화전략과 장르별 미디어콘텐츠 이용

동화전략을 구사하는 정도가 높은 사람들일 수록 한국뉴스(r=-.166, p<.01)와 한국엔터테인먼트(r=-.188, p<.01) 이용을 덜하며, 미국뉴스(r=.370, p<.01)와 미국

엔터테인먼트( $r=.325, p<.01$ ) 이용량은 많은 것으로 나타났다.

특히 동화전략 구사 정도가 전체 응답자의 평균 2.96보다 높은 응답자들의 경우, 미국콘텐츠에 한해서만 장르별 이용정도의 차이가 유의미 것으로 나타났다. 즉 동화전략 구사정도가 높은 응답자들은 미국 엔터테인먼트 콘텐츠( $M=4.64$ )를 미국 뉴스콘텐츠( $M=4.00$ )보다 많이 이용하는 것으로 나타났다( $t(167)=-5.717, p<.001$ ).

표 5. 동화전략과 장르별 콘텐츠 이용 차이에 대한 paired-t test

	뉴스	엔터	평균차	t	자유도	p
미국	4.00	4.64	-.636	-5.717	167	.000
한국	3.92	3.74	.184	1.517	167	.131

## 2.2 분리전략과 장르별 미디어콘텐츠 이용

분리전략을 구사하는 정도가 높을수록 한국뉴스( $r=.360, p<.01$ )와 한국엔터테인먼트( $r=.376, p<.01$ )의 이용이 많으며, 미국뉴스( $r=-.265, p<.01$ )와 미국엔터테인먼트( $r=-.175, p<.01$ )의 이용은 적은 것으로 검증되었다. 분리전략 구사 정도가 전체 응답자의 평균 4.49보다 높은 응답자들은 미디어 콘텐츠의 장르에 따라서 그 이용정도에 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로, 미국미디어 콘텐츠의 경우 뉴스( $M=3.11$ )보다는 엔터테인먼트( $M=4.10$ )를 더 많이 이용하는 것으로 나타났으며( $t(202)=9.495, p<.001$ ), 이와 반대로 한국미디어 콘텐츠의 경우 엔터테인먼트( $M=4.53$ )보다는 뉴스( $M=4.84$ )를 더 이용하는 것으로 분석됐다( $t(202)=2.684, p<.05$ ).

표 6. 분리전략과 장르별 콘텐츠 이용 차이에 대한 paired-t test

	뉴스	엔터	평균차	t	자유도	p
미국	3.11	4.10	-.992	-9.495	202	.000
한국	4.84	4.53	.303	2.684	202	.008

## V. 결론 및 토의

본 연구는 재미한인의 문화변용전략과 미디어 콘텐츠

츠이용에 대해서 살펴보고자 했다. 첫째, 재미한인들은 통합전략( $M=4.580$ )과 분리전략( $M=4.565$ )을 주로 사용하며 미국의 주류사회로 동화( $M=2.882$ )되는 경향은 낮은 것으로 나타났다. 미디어 콘텐츠 이용에 있어서는 한국미디어 콘텐츠 이용( $M=4.14$ )이 미국미디어 콘텐츠 이용( $M=4.00$ )보다 다소 높은 것으로 드러났다. 통합전략을 취하는 사람들도 한국문화를 포기하는 것이 아니라 미국문화 함께 향유한다는 점을 고려하면, 많은 수의 재미한인들이 한국미디어 콘텐츠를 이용하며 한국문화를 유지 향유하는 것으로 해석해도 무방할 듯하다. 둘째, 문화변용전략 중 분리전략만 한국미디어 콘텐츠 이용에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 분리전략을 취하는 정도가 높을수록 한국미디어 콘텐츠 이용을 많이 하는 것으로 밝혀졌다( $\beta=.351, p<.001$ ). 미국 콘텐츠 이용에 있어서는, 동화전략만이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 미국사회에 동화하고자 할수록 미국미디어 콘텐츠를 더 많이 이용하는 것으로 판단된다( $\beta=.303, p<.001$ ). 이는 이주민들이 자신만의 문화변용전략에 따라서 미디어 콘텐츠를 선택한다는 것으로써 동기에 따른 미디어 의존과 선택에 대한 미디어 의존이론으로 설명된다 하겠다. 셋째, 미디어 콘텐츠의 장르별 이용 차이가 동화와 분리 전략 집단에서 나타나고 있다. 동화전략 구사 정도가 전체 응답자의 평균 2.96보다 높은 응답자들의 경우, 엔터테인먼트 콘텐츠( $M=4.64$ )를 미국 뉴스콘텐츠( $M=4.00$ )보다 많이 이용하는 것으로 분석됐다( $t(167)=-5.717, p<.001$ ). 이에 반해, 분리전략 구사 정도가 전체 응답자의 평균 4.49보다 높은 응답자들은 다른 결과를 보여 주고 있다. 미국미디어 콘텐츠의 이용의 경우, 뉴스( $M=3.11$ )보다는 엔터테인먼트( $M=4.10$ )를 더 많이 이용하는 것으로 나타났으며( $t(202)=9.495, p<.001$ ), 이와 반대로 한국미디어 콘텐츠의 경우 엔터테인먼트( $M=4.53$ )보다는 뉴스( $M=4.84$ )를 더 이용하는 것으로 분석됐다( $t(202)=2.684, p<.05$ ). 본 결과에서 주목할 부분은 분리전략을 사용하는 것으로 판단되는 응답자들이 고국인 한국의 미디어를 이용할 때는 정보적 가치가 있는 뉴스 콘텐츠를 오락 콘텐츠보다 더 이용한다는 것이다. 이는 한국에서 일어나는 사건이나 사고가 미국 내에 거주하는 그들의 한인으로

씨의 사회화 과정 안에서 한 축을 담당하는 것으로 해석될 수 있겠다. 또한 분리, 동화 전략을 막론하고 미국 미디어 콘텐츠 중에서는 뉴스 보다는 엔터테인먼트 콘텐츠를 더 이용하는 것으로 나타났는데 이는 재미한인의 미국 내에서의 사회화가 엔터테인먼트 콘텐츠를 통해서 일어나는 것으로 해석 해 볼 수 있겠다.

본 연구결과의 가장 큰 시사점은 콘텐츠에 주목한다는 것이다. 본 논문은 이주자들의 문화변용 전략에 따라서 선택하는 미디어 콘텐츠가 달라진다는 부분에 초점을 맞추으로써 매체 이용량에 머물고 있던 논의를 미디어 콘텐츠 쪽으로 진일보 시켰다. 기존의 연구들이 현지 문화에 적응을 잘 한 사람일수록 현지 미디어 이용양이 증가한다는데 초점을 맞추거나 여러 요인 중 미디어 이용이 문화적응과 밀접한 상관관계가 있음을 밝혀내고 있다면 본 논문은 미디어 이용량이 아닌 문화별 미디어 콘텐츠 이용량과 장르별 콘텐츠의 역할로 논의의 중심을 옮겨왔다는 것이다. 매체의 융복합 과정이 활발히 진행되고 있음을 고려할 때, 문화변용과정에서 미디어 영향력을 매체 중심으로 연구하는 것은 상당한 제한점을 지닌다 하겠다. 드라마, 쇼, 뉴스, 영화 모든 것이 온라인을 통해서 전 세계로 퍼져나가며 손바닥만 한 스마트폰에서도 구현되어지기 때문이다. 더 이상 콘텐츠는 매체에 갇혀 있지 않다. 물론 매체적 특성에 따른 콘텐츠 효과의 가감은 존재하지만 매체의 역할이 미디어 융 복합 시대 이전 만큼은 아니라고 판단된다. 그런 의미에서 본 논문은 미디어 콘텐츠에 초점을 맞추고 문화별, 장르별 차이점을 보려고 했다는 부분에서 그 의미가 있다 하겠다.

마지막으로, 본 연구에는 두 가지 정도의 제한점이 있다. 하나는 무작위 표집방법에 의한 표본구성이 아니라 편의 표본을 사용함으로써 인한 일정정도 연구결과를 미 전역에 있는 재미한인으로 일반화 시키는 데는 제한이 있다는 것이다. 물론, 이 제한점은 이주민 연구의 속성상 불가피한 부분도 있다. 외교부에서 이주민에 대한 통계치를 가지고 있기는 하나 이는 합법적 체류자들로 국한되며 또 이들 모두를 모집단으로 한 표집을 하기에는 실제적으로 어려움이 크기 때문이다. 동일한 이유로 재미한인들에 대한 대부분의 연구가 편의표본에 의존

하는 경향이 있다. 다른 하나는 본 연구의 범위가 문화변용전략에 따른 문화별, 콘텐츠별 이용정도의 차이로 제한되어 있다는 것이다. 이는 문화변용 전략과 미디어 콘텐츠사이의 관계에 대한 선행 연구가 없는 까닭에 우선 두 변인의 관계를 살펴보는 것을 주 목적으로 하였기 때문이다. 따라서 후속 연구들은 문화변용 전략과 문화별, 장르별 콘텐츠의 활용도와 이용동기 등에 대한 보다 심층적인 연구를 기대해 본다.

### 참고 문헌

- [1] UN, *International Migration Report 2009: A Global Assessment*, 2010.
- [2] US Census, *The Asian Population: 2010*, 2011.
- [3] M. Tuan, *Forever Foreigners or Honorary Whites? - The Asian Ethnic Experience Today*. New Jersey: Rutgers University Press, 2001.
- [4] S. Moon and C. Y. Park, Media Effects on Acculturation and Biculturalism: A Case Study of Korean Immigrants in Los Angeles' Koreatown, *Mass Communication and Society*, Vol.10, No.3, pp.319-343, 2007.
- [5] D. Drbohlav and D. Džúrov, "Where Are They Going?," *Immigrant Inclusion in the Czech Republic (A Case Study on Ukrainians, Vietnamese, and Armenians in Prague)*. *International Migration*, Vol.45, No.2, pp.69-95, 2007.
- [6] 김귀성, 황지인, "제한 중국 유학생들의 문화적응 스트레스와 대학생활 적응간의 관계 연구", *학생생활연구*, 제29호, pp.1-25, 2009
- [7] 최경린, 박정의, "자아구성이 문화변용에 미치는 영향: 제한 중국인 유학생을 중심으로", *한국언론학보*, 제55권, 제5호, pp.185-204, 2011.
- [8] 마사, 전범수, "중국 유학생의 한국 드라마 및 오락 프로그램 몰입 결정 요인", *한국콘텐츠학회논문지*, 제12권, 제6호, pp.111-119, 2012.
- [9] 김현주, 전광희, 이혜경, "국내 거류 외국인의 한



- 국사회 적응과정에 관한 연구: 문화간 커뮤니케이션과 사회적 연결망을 중심으로”, 한국언론학보, 제40호, pp.105-139, 1997.
- [10] 이수범, 김동우, “중국 유학생의 문화적응에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 스피치와 커뮤니케이션, 제11호, pp.47-49, 2009.
- [11] 안수근, “뉴질랜드 거주 교민의 한국어 매체 이용 및 문화적응 요인”, 언론과학연구, 제6권, 제4호, pp.203-242, 2006.
- [12] R. Dubos, *Man Adapting. New Haven and London: Yale University Press*, 1965.
- [13] R. Redfield, R. Linton, and M. J. Herskovits, “Memorandum on the study of acculturation,” *American Anthropologist*, No.38, pp.149-152, 1936.
- [14] M. Gordon, *Assimilation in American life: The role of race, religion, and national origins*. New York: Oxford University Press, 1964.
- [15] J. W. Berry, Immigration, acculturation, and adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, No.46, pp.5-68, 1997.
- [16] J. W. Berry, *Cross-cultural psychology: Cambridge, UK: Cambridge University Press*, 2002.
- [17] J. Phinney, Ethnic identity and acculturation. In K. Chun, P. B. Organista, and G. Marin (Eds.), *Acculturation: Advances in theory, measurement, and applied research (pp.63- 81)*. Washington, DC: American Psychological Association, 2003.
- [18] 정진경, 양계민, “문화적응이론의 전개와 현황”, 한국심리학회지, 제23권, 제1호, pp.101-136, 2004.
- [19] S. J. Ball-Rokeach and M. Defleur, A dependency model of mass media effects. *Communication Research*, Vol.3, No.1, pp.3-21, 1976.
- [20] C. Boer and A. S. Velthuisen, Participation in conversations about the news. *International J. of Public Opinion Research*, Vol.13, No.2, pp.140-158, 2001.
- [21] 전범수, “매체별 장르 선호도가 지상파방송 채널 시청 정도에 끼치는 영향”, 방송통신연구, 여름호, 2011.
- [22] 오미영, 정인숙, *커뮤니케이션 핵심이론*, 서울:커뮤니케이션북스, 2005.
- [23] 전범수, 김정기, “위성 DMB 이용동기와 장르 소비: 장르 선호도 레퍼토리, 소비유사성을 중심으로”, 한국언론정보학보, 제36호, pp.374-479, 2007.
- [24] S. W. Littlejohn, *Theories of human communication (5th ed)*. Belmont, CA: Wadsworth, 1996.
- [25] S. J. Ball-Rokeach and W.E. Logers, Making choice: Media roles in the construction of value-choices, In C. Seligman, J. M. Olson, and M. P. Zanna, eds., *The psychology of values: The Ontario Symposium (Vol.8)*, Mahwah, N.J.: Lawrence Erlbaum, 1996.
- [26] 임지혜, 최정화, “미디어 이용 실태와 문화적응에 관한 연구 - 국내 중국인유학생을 중심으로”, 교육문화연구, 제15권, 제2호, pp.183-206, 2009.
- [27] M. Loveless, Media dependency: Mass media as source of information in the democratizing countries of Central and Eastern Europe, Vol.15, No.1, pp.162-183, 2008.
- [28] W. E. Loges, Canaries in the coal mine: Perceptions of threat and media system dependency relationships, *Communication Research*, Vol.21, No.1, pp.5-23, 1994.
- [29] P. L. Hirshburg, D. A. Dillman, and S. J. Ball-Rokeach, Media system dependency theory: responses to the eruption of Mt. St. Helens. In S.J. Ball-Rokeach and M.G. Cantor, eds., *Media, audience, and social structure(pp.117-126)*, Newbury Park, CA: Sage Publications, 1986
- [30] M. A. Shapiro and M. Chock, Media dependency and perceived reality of fiction and news, *J. of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.48, No.4, pp.675-695, 2004.
- [31] D. T. Berry, Development of a new scale for

measuring: The East Asian Acculturation Measure(EAAM), J. of Immigrant Health, Vol.3, No.4, pp.193-197, 2001.

저 자 소 개

박 정 의(Cheong Yi Park)

정회원



- 1989년 2월 : 한국외국어대학교 (신문방송학과 학사)
- 1999년 5월 : Michigan State University(커뮤니케이션학박사)
- 2000년 2월 ~ 2002년 2월 : 한국 언론재단 연구원

▪ 2002년 3월 ~ 현재 : 인하대학교 교수

<관심분야> : 문화간 커뮤니케이션, 문화콘텐츠, 문화 정책

성 지 연(Jiyeon Sung)

정회원



- 2003년 2월 : 인하대학교
- 2007년 2월 : 인하대학교 대학원 (커뮤니케이션석사)
- 2007년 1월 ~ 2012년 2월 : 미디어미래연구소 연구원
- 2012년 3월 ~ 현재 : 인하대학교

언론정보학과 박사과정

<관심분야> : 문화간 커뮤니케이션, 문화콘텐츠, 방송 영상콘텐츠, 문화정책