

푸바오 귀국 보도에 나타난 한·중 언론의 공공외교 담론 비교: 수사학 이론과 프레임 이론을 중심으로

차희원*

(이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 교수)

주자선**

(이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학과 석사과정)

< 초 록 >

본 연구의 목적은 푸바오 귀국이라는 초국가적 공공외교 사례를 중심으로, 한국과 중국의 주요 언론 보도가 어떠한 수사학적 전략과 프레임링을 통해 국가 담론을 형성하는지를 비교·분석하는 데 있다. 연구 방법으로는 2024년 4월 푸바오 귀국 전후 한 달간 한국과 중국 주류 언론 보도 각 10편씩 총 20편을 선정하여, 단어 빈도 분석을 통해 수사학 이론 및 프레임 이론을 적용한 질적 내용 분석을 실시하였다. 분석 결과, 한국 언론은 주로 파토스(Pathos) 중심의 감성적 호소와 이별과 감정 프레임을 활용하여 푸바오를 국민적 상징이자 가족 구성원으로 묘사하며 대중 감정 결집을 유도하였다. 반면 중국 언론은 에토스(Ethos)와 로고스(Logos)를 강조하여 국가 기관, 과학 연구, 협약 이행 등을 부각시키고, 외교 정당성·이성적·문화적 주권 프레임을 통해 제도적 권위와 국가 이미지를 강화하였다. 결론적으로 동일한 사건을 보도하는 데 있어 서로 다른 공공외교 전략을 구사함을 확인하였으며, 이는 향후 국가 이미지 구축과 전략적 공공외교 방안에 대한 시사점을 제공한다.

핵심어: 푸바오, 공공외교, 수사학 이론, 프레임 이론, 한중 언론

* 제 1저자, heewon@ewha.ac.kr

** 교신저자, zhuzx@ewhain.net

1. 서론

자이언트 판다는 지구상에서 800만 년 이상 생존해온 생물로, 중국에서는 ‘국보’이자 ‘살아있는 화석’으로 불린다. 중국 정부의 보호 및 사육 정책, 외국과의 연구 협력 등의 조치에 힘입어, 세계자연보전연맹(IUCN, 2016)은 2016년 9월 4일 하와이에서 열린 세계자연보전대회에서 발표한 최신 ‘멸종위기종 적색목록’에서 자이언트판다의 등급을 ‘위기종’에서 ‘취약종’으로 하향 조정하였다.

판다는 ‘판다 외교’ 전략의 일환으로 오랫동안 국가의 상징 자원으로 활용되어 양자 간 우호 관계를 구축하고 국가의 소프트 파워를 드러내는 데 사용되어 왔다. 특히 최근에는 국제적 보호 및 협력 연구의 주요 방식으로서 판다 외교가 자이언트판다 보호에 중요한 역할을 하였고, 버킹햄, 데이비드와 켈슨(Buckingham, David, & Jepson, 2013)의 연구 결과에 따르면, 판다 외교는 단순한 외교 수단을 넘어 보전 과학과 협력을 촉진하는 새로운 단계로 확장되었으며 전 지구적 생태보호의 상징으로 자리매김하게 되었다. 이는 판다 외교가 보호 연구 및 국제 협력에서 핵심적인 역할을 하고 있음을 보여준다.

중국 외교부가 2020년에 발표한 외교 공보(외교부, 2020)에 따르면, 2014년 7월 시진핑 주석의 방한 당시, 한중 양국은 공동성명을 통해 양국 유관 기관의 판다 공동 연구를 지지한다고 발표하였다. 이에 따라 2016년 3월 자이언트판다 ‘아이바오’와 ‘러바오’가 한국으로 이송되어 삼성 에버랜드에 입주하였으며, 2020년 7월 20일 이들 사이에서 태어난 새끼 판다 ‘푸바오’는 한국에서 자연 번식으로 태어난 최초의 판다가 되었다.

디지털 미디어와 소셜 플랫폼의 발전과 함께 공공외교는 보다 감정적인 전달 방식과 대중 참여라는 새로운 특징을 보이기 시작하였다. 특히 ‘전지적 할부지 시점’이라는 기획 영상 시리즈에서는 ‘푸바오’와 사육사 간의 단일 영상 조회수가 1,500만 회를 넘기기도 하였으며, 이들의 친밀한 상호작용은 매체를 통해 ‘가족 구성원과 같은 존재’라는 이미지로 구축되었다(Yu Wanying, 2023).

2024년 4월, 한중 협정 만료에 따라 판다 ‘푸바오’가 중국 청두 판다 기지로 반환될 예정이라는 소식은 양국 언론과 대중의 광범위한 관심을 불러일으켰고, 소셜 미디어상에서도 활발한 논의로 이어졌다. 귀환 전후의 보도에서 한국 언론은 ‘이별’과 ‘감정’이라는 키워드를 중심으로 서사를 구성한 반면, 중국 언론은 ‘반환’, ‘협정 이행’, ‘국가 간 협력’ 등의 표현을 중심으로 보도하였다. 예를 들어, 한국 언론의 기사에서는 ‘새로운 판생’, ‘행복’, ‘응원’, ‘1354일’ 등 한국 푸바오 팬들의 감정을 표현하는 키워드들이 많이 등장한다(남호철, 2024). 반면, 중국 언론 기사에서는 ‘귀국’, ‘반환’, ‘旅韩(한국여행)’ 등 중립적인 공식 키워드가 많이 나타난다(Wu, Zhou, 2024).

이와 같은 현상은 동일한 사건이라 할지라도, 각국이 처한 입장에 따라 매체 보도와 공공외교 담론에서 서로 다른 프레임 구성과 수사 전략을 선택할 수 있음을 시사한다. 본 논문은 ‘푸바오 귀국’ 사건이 한중 양국에서 많은 언론 보도와 사회적 반향을 불러일으킨 점에 주목하여, 혼합적 내용 분석법을 통해 한중 양국의 뉴스 텍스트와 이미지 분석 및 프레임 구성 논리를 파악하고자 한다. 이를 통해

두 국가 언론이 동일한 공공외교 사건을 통해 어떤 프레임과 수사 전략을 구사하며 공공외교 담론을 어떻게 형성하는지를 밝히고자 한다.

본 연구의 의의는 판다와 관련된 외교 행위를 더 이상 중국이라는 ‘발신국’의 일방적 외교 수단으로 바라보는 데 그치지 않고, ‘발신국(중국)’과 ‘수신국(한국)’ 양자의 시각에서 이 사건을 새롭게 조망함으로써 공공외교 전략, 국가 이미지 구축, 미디어 담론의 메커니즘을 다각도로 분석하고자 한다는 점에 있다. 현재까지 판다 외교 관련 연구는 주로 중국 내부의 담론 구성과 대외 전략 분석에 집중되어 있는데, 예를 들어 알렉상드르 황과 왕 루이(Huang Z. A. & Wang R., 2020)의 전략적 디지털화 연구나 장외, 기군혁(Zhang & Ji, 2024)의 국제 커뮤니케이션 내 역할 분석 등이 이에 해당한다. 또한 수신국 언론과의 비교를 다룬 선행 연구로는 미국, 일본, 독일 등에서의 판다 외교에 관한 보도 내용 및 프레임 분석이 일부 존재하며, 중국의 판다 외교 역사를 종합한 논문도 다수 확인된다. 그러나 한중 양국의 판다 외교에 관한 언론 보도를 비교 분석한 연구는 현재까지 거의 전무한 실정이다. 따라서 본 논문은 ‘푸바오 귀국’ 사건에 대한 한중 주요 매체의 보도 프레임과 수사학을 분석함으로써, 한중 양국이 공공외교에서 어떻게 다른 담론을 형성하는지 밝히고 향후 공공외교 효과를 제고할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

1) 공공외교의 개념과 미디어의 역할

공공외교(Public Diplomacy)란 국가가 외국 대중을 대상으로 수행하는 정보 전달, 이미지 구축, 문화 교류 등의 활동을 말하며, 이는 타국의 정책 환경과 여론 기반에 간접적으로 영향을 미치는 것을 목적으로 한다(Cull, 2009). 공공외교의 수신자는 더 이상 정부 간의 상호작용에 국한되지 않고, 외국의 일반 국민과 미디어 생태계까지 확장되고 있다. 최근에는 국가 이미지 구축, 공공외교 등 관련 주제를 설명함에 있어 소프트파워 이론이 폭넓게 적용되고 있다. 소프트파워(Soft Power)는 나이(Nye, 2004)가 제시한 중요한 외교 전략 개념으로, 강제가 아닌 매력을 통한 영향력 행사를 강조한다. 즉, 타국이 협력을 통해 행동하게 하고, 위협이나 강압이 아닌 자발적 수용을 유도하는 방식으로 국제 영향력을 형성하는 것이다. 소프트파워는 주로 한 국가의 문화, 가치관, 정책의 매력에서 비롯되며, 국가 또는 비국가 행위자의 정책과 입장이 도덕적 권위를 지니거나 외부로부터 정당하다고 인식될 때 소프트파워는 더욱 강화된다. 이와 같은 소프트파워를 대외적으로 실현하는 과정에서 미디어는 핵심적인 역할을 수행한다.

미디어는 오늘날 세계에서 가장 기본적인 전달 도구 중 하나로서, 공공외교 수행에 있어 핵심 매개

체로 작용하며, 정보 전달, 의제 설정, 이미지 구축 등 복합적인 기능을 담당한다(Entman, 2008; Cull, 2009). 소프트파워 중심의 국제 커뮤니케이션 체계 속에서 국가는 전통적 주류 언론 및 신홍 플랫폼을 통해 문화 콘텐츠를 수출하고, 국가 이미지를 구축하며, 선택적 보도와 감성적 상징 자원의 활용을 통해 대중 인식을 형성한다(Wang, M., 2022). 따라서 미디어 공공외교는 단방향적인 도구적 관계에 머무르지 않고, 상호 작용하며 국가 이미지 형성에 공동으로 기여하는 복합 구조를 이루고 있다.

현재의 뉴미디어 시대에서는 소셜미디어 기반의 뉴스 생산과 인터넷에서 입지를 확보한 전통 언론 간의 공생적 뉴스 생태계를 보여준다. 온라인으로 뉴스를 발행하는 전통 언론은 여전히 일정 부분 의제 설정, 게이트 키핑, 그리고 여론 영향력을 유지하고 있다(Güran, M. S., 2022). 또한 디지털 플랫폼은 국가가 자국의 정체성과 외교 정책을 해석하고, 자국의 외교적 시도와 행동을 정당화하는 데 기여한다(Holmes, M., 2015). 따라서 뉴미디어 환경 속 전통 언론 역시 여전히 공공외교 실행에서 핵심적인 역할을 담당하며, 국가 이미지의 형성과 전파에 중요한 영향을 미친다. 이처럼, 네트워크 중심의 현대 미디어 환경에서 뉴미디어는 단순히 대외 커뮤니케이션의 도구적 기능을 넘어서, 공공외교의 실행과 효과 구현에 있어 깊은 영향을 미치는 소프트파워 자원의 일환으로 작용하고 있다.

이상의 연구 내용을 종합해보면, 한중 양국의 주요 언론이 온라인상에서 게시한 ‘푸마오 귀국’ 관련 뉴스 보도는 이번 초국가적 공공외교 사건에서 일정 수준의 국가 이미지 구축 목적을 내포하고 있을 가능성이 있다. 따라서 본 연구는 중국과 한국의 주류 언론의 푸마오 중국행 관련 뉴스 기사를 분석 대상으로 삼아, 뉴스 보도를 통해 나타난 수사학과 프레임을 비교 분석하고자 한다.

2) 수사학 이론 (Rhetorical Theory)

고대 그리스 철학자 아리스토텔리스는 수사학을 “특정한 상황에서 사용 가능한 설득 수단을 관찰하는 능력”으로 정의하고, 설득력을 가지는 세 가지 청중 호소 방식인 에토스(Ethos, 신뢰성/권위성), 파토스(Pathos, 감성적 호소), 로고스(Logos, 논리/이성적 논증)를 제시하였다. 그는 언어와 기호가 어떻게 타인을 설득하고 특정 관점을 수용하게 만드는지를 연구하며, 언어가 이미지 구축, 정체성 형성, 인식 조작에 미치는 영향을 강조하였다. 이 이론은 전통적으로 공적 연설 등의 분야에서 널리 사용되었으며(Andersen & Clevenger, 1963), 현대에는 공공외교 및 커뮤니케이션 연구에서 정치적 커뮤니케이션, 국가 이미지 구축, 미디어 담론 전략을 분석하는 주요 도구로 점차 발전하였다. 국가는 외교적 커뮤니케이션을 수행할 때 수용자와 전달 맥락에 따라 특정 수사 전략을 의도적으로 강화함으로써 설득 효과의 극대화를 도모한다.

장 쉰(Zhang, 2010)의 공공외교 수사 전략 연구에서는, 오바마(Obama)의 ‘핵 없는 세계’ 연설을 분석 대상으로 삼아 수사학적 접근을 적용하였고, 그 결과 에토스가 주된 전략으로 사용되었으며, 파토스가 그 뒤를 이었고, 로고스는 상대적으로 적게 사용되었음을 보여주었다. 이는 정치적 수사에서 감

정과 신뢰 형성이 차지하는 비중을 보여준다. 최근 수사학 이론은 온라인 뉴스 분야에서도 활용되고 있으며, 마돈 등(Madon et al., 2021)은 블룸버그(Bloomberg)의 ‘재택근무’ 관련 뉴스 기사에 대한 수사학적 분석을 수행하여 에토스, 로고스, 파토스의 세 가지 차원에 따라 텍스트의 신뢰성, 논리성, 감성 측면을 체계적으로 부호화하고, 각 요소의 사용 빈도 및 하위 범주를 보고하였다.

(1) 에토스(Ethos)

에토스(Ethos)는 설득적 수사 전략의 첫 번째 요소로, 화자가 보여주고자 하는 성격이나 자질을 의미한다. 데미르도엔(Demirdöğen, 2010)은 에토스를 화자의 매력과 신뢰성을 통해 청중과 신뢰를 형성하는 방식으로 정의하였다. 앤더슨과 클레벤저(Andersen & Clevenger, 1963)의 실험 연구에 따르면, 에토스 요소가 정치·사회적 태도에 미치는 영향, 예술과 문학에 대한 평가, 학습 효과, 다수 의견과 전문가 의견의 상대적 효능 등을 측정하였고, 측정 변수로는 직업적 정체성, 사회적 지위, 전문 지식 등이 사용되었다. 체니(Cheney, 1983)는 화자와 청중 간의 유사성이 에토스에 대한 인식을 강화한다고 주장하였으며, ‘우리’, ‘너와 나’ 등의 대명사 선택을 통해 유사성을 암시하고, 청중의 동일시와 응집력, 조화로운 집단 이미지를 형성할 수 있다고 보았다.

(2) 파토스(Pathos)

파토스(Pathos), 즉 감성적 호소는 청중에게 특정한 감정 반응을 일으킬 수 있는 표현 전략이다. 볼라티토(Bolatito, 2012)는 파토스의 효과가 전달하고자 하는 메시지에 따라 긍정적이거나 부정적일 수 있다고 보았다. 라흐마트(Rahmat, 2016)은 청중을 의식하는 능력이 뛰어난 연설가가 훌륭한 작가이며, 훌륭한 작품은 저자의 의도대로 청중과 연결된다고 하였다. 마돈 등(Madon et al., 2021)의 분석에서는 파토스를 감정적 어조—긍정적/부정적 톤—와 강조 표현, 즉 특정 단어나 관점을 부각시키는 방식으로 정의하였다. 데미르도엔(Demirdöğen, 2010)은 감정을 불러일으키고 공감을 유도할 수 있는 언어 표현, 예컨대 감정 어휘의 사용이 파토스를 구성한다고 보았으며, 히긴스와 워커(Higgins & Walker, 2012)는 은유 표현이 감성적 호소를 구축하는 데 활용된다고 주장하였다.

(3) 로고스(Logos)

로고스(Logos)는 논증의 명확성과 완결성을 강조한다(Holt & MacPherson, 2010). 마돈 등(Madon et al., 2021)은 로고스가 수용자의 이성적 사고 과정에 의존하며, 설득자는 수용자의 정보 처리 방식을 고려해 논리적인 방식으로 메시지를 구성해야 한다고 설명하였다. 히긴스와 워커(Higgins & Walker, 2012)는 로고스를 논증 구조의 식별 요소—데이터, 주장, 근거—와 텍스트에 나타나는 정당화 논리 등을 통해 측정하였다.

이상의 세 가지 수사 전략(Ethos, Pathos, Logos)을 바탕으로, ‘푸바오의 중국 귀환’이라는 공공외교 사

건은 중국과 한국 언론 보도의 차이를 분석하는 데 효과적인 이론적 틀을 제공한다. 각국의 주류 언론은 동일한 외교 사건을 보도할 때, 상징적인 어휘나 감성적 언어를 통해 특정 입장과 국가 이미지를 강화하려는 경향이 있다. 따라서 본 연구는 수사학 이론과 위의 이론적 연구에서 제시한 개념 정의를 바탕으로, 중·한 양국 주요 언론이 보도한 푸바오 귀국 관련 뉴스에서 세 가지 수사 전략의 상대적 사용 양상을 분석하고, 현대 공공외교 맥락에서 수사 전략이 실제로 어떤 역할을 수행하는지를 고찰하고자 한다.

3) 프레임 이론 (Framing Theory)

프레임 이론은 사회학자 고프먼(Goffman, 1974)에 의해 처음 제안되었으며, 인간이 프레임을 통해 어떻게 경험을 이해하고 조직하는지를 강조함으로써 현실 세계를 설명하는 인식의 틀을 제시한다. 이후 엔트먼(Entman, 1993)은 커뮤니케이션학의 관점에서 프레임 이론을 확장하여 문제 정의, 원인 분석, 도덕적 평가, 해결 방안 제시라는 네 가지 핵심 기능을 규정하였다.

쿠이퍼스(Jim A. Kuypers)는 엔트먼의 네 가지 기능에 기반하여 수사학적 관점에서 프레임 분석의 개념을 정교하게 설명하였다. 그는 “프레임 분석은 전달자가 의식적 혹은 무의식적으로 특정한 관점을 구성하는 과정이며, 이를 통해 수용자가 특정 상황 속의 사실을 특정 방식으로 해석하도록 유도하는 것”이라 설명하였다(Kuypers, 2009). 프레임은 대체로 어떤 문제나 사건을 설명하는 서사 속에 포함되어 있으며, 이는 해당 담론의 중심 사고를 형성한다. 위버와 데이비드(Weaver & David H., 2007) 또한 프레임이란 특정 문제의 일부 측면을 선택하여 강조함으로써, 그 문제에 대한 특정한 해석이나 평가를 유도하는 것이라고 보았다.

미디어 커뮤니케이션 영역에서 프레임은 뉴스 보도가 공중 여론을 어떻게 형성하는지를 결정짓는 중요한 요소이다. 맥리어드 등(McLeod et al., 2022)의 연구에 따르면, 뉴스 미디어는 특정 가치, 사실, 기타 고려 요소를 강조하여 모든 뉴스를 구성하고, 그것들이 보다 뚜렷하게 인식될 수 있도록 하여 수용자가 판단을 내릴 수 있는 기반을 제공한다. 탱커드(Tankard, 1991)는 프레임을 “뉴스 콘텐츠의 핵심적 조직 사고로서, 선택, 강조, 배제, 설명 등의 방식으로 문제를 부각시키는 것”이라 설명하였으며, 실제 보도에서는 특정한 단어나 이미지 선택을 통해 이러한 기능이 실현된다. 브라이언트(Bryant, 2012)는 프레임 효과가 뉴스 보도에서 매우 일반적으로 나타나며, 동일한 정보라 할지라도 이를 어떻게 프레임 하느냐에 따라 독자의 인식이 달라질 수 있다고 주장하였다. 즉, 사실 자체를 변경하지 않고도, 정보 배열 방식만으로 수용자의 인식을 변화시킬 수 있다는 것이다.

프레임 이론 관련 연구는 일반적으로 다음과 같은 요인을 중심으로 수행된다. 슈펠레(Scheufele, 2000)는 사회 규범과 가치, 조직적 압력과 제약, 이해집단의 압력, 뉴스 관행, 기자 개인의 이념 성향 및 정치적 입장 등을 주요 요인으로 제시하였다. 로델로(Rodelo, 2020)는 기자가 콘텐츠를 구성하는 데 영향

을 미치는 요인을 세 가지 범주로 정리하였다. 첫째, 시스템 요인으로 특정 매체 환경이나 정치 체도의 구조적 특성, 둘째, 조직 요인으로 언론사의 특성, 정치적 성향, 정부와의 관계 등, 셋째, 시간-상황 요인으로 사건 발생 이후 경과 시간 등이 영향을 미친다. 벤퍼드(Benford, 2000)는 효과적인 프레임이 공중의 인식을 변화시키거나 집단 정체성을 강화함으로써 행동 동기를 증진시킬 수 있다고 보았으며, 이는 뉴스 프레임이 공공외교의 효과 제고에도 기여할 수 있음을 의미한다.

프레임 이론에서 프레임을 분류하는 방식은 매우 다양하다. 예를 들어 딩원후이(Ding, W)의 뉴스 프레임 및 담론 분석 연구에서는 뉴스 내용을 ‘국내 프레임’과 ‘국외 프레임’으로 나누어 비교 분석하였다. 그중에서도 ‘이성-감성 프레임’은 정치 및 설득 커뮤니케이션 연구에서 널리 활용되는 대표적인 프레임 유형이다. 프리에스타드와 소슨(Fricstad & Thorson, 1986)은 이성 프레임을 논리와 사실 중심의 정보 표현 방식, 감성 프레임을 감정을 자극하고 공감을 유도하는 표현 방식으로 정의하였다.

즈레이크(Zreik, 2022)는 중국의 소프트파워와 판다 외교 연구에서, 중국이 ‘판다 외교’를 수행함에 있어 문화적 상징성을 강조할 뿐만 아니라, 과학 연구 및 보전 협력이라는 과학적 프레임에 크게 의존함으로써 공공외교 행위를 정당화하고 있다고 지적하였다. 공공외교 연구에서뿐만 아니라, 뉴스 보도 연구에서는 프레임 유형을 적용한 연구가 많았다. 세메트코와 발켄버그(Semetko & Valkenburg, 2000)의 연구에 따르면, 뉴스 보도에서 책임 귀속 프레임은 사건이나 이슈의 원인, 책임 소재, 그리고 해결책을 제시할 수 있는 주제를 강조하는 방식이다.

특히 이성-감성 프레임은 미디어 내러티브 방식을 구별할 수 있는 기준을 제공하며, 후속 내용 분석에서 ‘프레임 유형’ 변수를 설정하는 이론적 근거가 된다. 뉴스 텍스트가 외교 협정, 정부 입장 등 사실의 제시에 중점을 두는지, 혹은 애국심, 국가 감정, 슬픔 유발 등의 감정 호소에 중점을 두는지를 기준으로 해당 보도를 이성 프레임 또는 감성 프레임으로 분류할 수 있다. 이러한 프레임 분류 방식은 국가 간 미디어 보도 비교 분석의 기초 자료로 많이 활용된다.

4) 이론 통합 및 연구 프레임

‘푸바오 귀국’ 사건은 단순한 생물학적 이송이나 국제 협정 이행을 넘어, 공공외교적 의미와 감정적 담론이 얽힌 초국가적 사건으로 기능한다. 동일한 사건을 두고도 한국과 중국 언론이 서로 다른 감정 구조와 의미 체계, 그리고 국가적 입장을 반영한 보도 프레임을 통해 이를 구성하고 있다는 점은, 국가 이미지 구축 및 문화 외교 전략을 이해하는 데 있어 매우 중요한 의미를 갖는다.

이를 분석하기 위해 본 연구는 앞서 살펴본 수사학 이론, 프레임 이론을 통합적으로 적용한다. 특히 디지털 미디어 환경에서 뉴스 기사는 단순한 정보 전달을 넘어, 국가 정체성과 감정 동원을 동시에 구현하는 수단으로 작용한다는 점에서 프레임 이론을 주요 이론으로 적용하였다. 다음으로, 수사학 이론은 한중 양국의 언론이 어떤 수사 전략(ethos, pathos, logos)을 활용하여 특정 감정과 태도를 독자에게

유도하는지를 해석하는 도구로 활용하였다.

프레임 이론은 이러한 수사 전략이 어떤 프레이밍 방식으로 텍스트 내에서 조직되고, 보도 대상이 어떻게 ‘문제화’되고 ‘도덕화’되며 ‘해결’되는지를 파악할 수 있는 분석의 틀을 제공한다. 특히 엔트먼(Entman, 1993)의 네 가지 프레임 구성 요소(문제 정의 - 원인 진단 - 도덕 판단 - 해결 제안)는 본 연구의 텍스트 분석 기준의 핵심 기반으로 작용한다. 본 연구는 수사학 이론과 프레임 이론을 분석틀로 삼아, 주요 개념들을 다음과 같이 조작적으로 정의하고, 실제 기사 분석에 적용 가능한 기준을 마련하고자 하였다.

<표 1> 텍스트 분석 기준

카테고리	정의	실제 기사 분석 예시
문제 정의	어떤 사건을 중심으로 의미를 설정하는가	“이별” vs “귀환”
원인 진단	왜 이런 상황이 발생했는가에 대한 설명	국제 협약, 사육사 결정 등
도덕 판단	사건을 어떻게 평가하는가	“고귀한 희생”, “의무”, “아쉬움” 등 표현
해결 제안	앞으로 무엇을 해야 하는가	“응원”, “정서적 극복”, “기억”
감정 동원 (Pathos)	독자의 감정을 자극하는 수사 표현	눈물, 작별, 가족, 팬 등
신뢰 구축 (Ethos)	화자의 신뢰성 강조	“사육사 인터뷰”, “관계자 인용” 등
논리 정당화 (Logos)	정책, 법적 제약, 과학적 설명 등	“협약 규정”, “중국 보건센터” 등

본 연구는 기술통계 분석 결과로 도출된 고빈도 키워드들과 수사-프레이밍 전략 간의 교차 관계를 분석함으로써, 각국 언론이 동일한 공공외교 사건을 어떠한 방식으로 조직하고 있는지를 보다 구조적으로 규명하고자 한다. 이를 위해 본 연구는 한중 양국의 주요 언론 매체에서 각 10편씩의 온라인 보도 기사를 선정하였으며, 해당 기사들의 어휘 출현 빈도 순위를 기준으로 주요 키워드를 도출한 뒤, 프레임 이론에 기반하여 각 기사에서 나타나는 주요 프레임을 분석한다. 이러한 분석을 바탕으로, 다음과 같은 연구 문제를 제시한다.

RQ1. 푸바오 귀국 보도에서 한국과 중국 언론은 수사학의 세 가지 요소(Logos, Pathos, Ethos)를 사용하는 데 어떤 차이가 나타나는가?

RQ2. 한국과 중국의 주류 언론은 푸바오 귀국 사건 보도의 프레임 구성에서 어떤 차이를 보이는가?

RQ3. 양국 보도 프레임의 차이는 국가 이미지 인식 및 외교 인식 형성에 어떤 의미를 갖는가?

3. 연구 방법

1) 조사 대상 및 자료선정 방법

본 연구는 2024년 4월 푸바오가 중국으로 돌아간 이 사건이 중국과 한국의 언론 담론 속에서 어떻게 다른 프레임과 수사학을 구성했는지 분석하고자 한다. 이는 '사실'을 하나의 정보로서 전달하기 보다 공공외교 전략에 따라 이 사건에 특정한 의미를 부여하고 형성한다는 구성주의적 시각(Berger & Luckmann, 1966)에 기반한다.

자료 선정 과정은 다음과 같은 절차를 거쳐 이루어졌다. 우선, '푸바오(福宝)'를 핵심 검색어로 설정하여 2024년 3월 4일부터 5월 4일까지(푸바오의 귀국일인 4월 3일을 전후한 한 달간) 보도된 기사를 검출하였다. 중국의 경우 인민일보, 광명일보, 신화사, 중국중앙텔레비전(CCTV) 등 주요 언론사의 공식 웹사이트를 활용하였으며, 한국의 경우 조선일보, 한겨레, 국민일보, 세계일보 등 주요 일간지를 포함한 빅카인즈(BIGKinds) 데이터베이스를 이용하였다.

다음으로, 사전에 설정한 기준을 적용하여 기사를 선정하였다. 연예·오락성 기사, 단순 동물 흥미 기사, SNS 기반의 가십성 보도는 제외하고, 푸바오 귀국 당일에 대한 내용을 중점으로 다른 보도만을 남겼다. 이 과정을 통해 중국 기사 79편과 한국 기사 113편이 분석대상으로 최종 확보되었다.

마지막으로, 본 연구는 확보된 기사에서 랜덤 샘플링 방식을 적용하였다. 구체적으로, 중국과 한국의 기사 각각에 대해 Excel의 난수 생성 함수(RAND)를 사용하여 고정 난수 시드를 설정한 후 무작위로 10편씩을 추출하였다. 최종적으로 국가별 10편, 총 20편의 기사가 비교 분석의 핵심 자료로 선정되었다. 한국 언론 보도는 K1~K10, 중국 언론 보도는 C1~C10으로 일괄 표기하였으며, 이후 질적 분석에서는 기사 제목 대신 해당 번호를 사용하였다.

<표 2> 한중 분석 대상 언론 보도 목록

기사 번호	매체	날짜	제목	기자
K1	세계일보	2024-04-02	푸바오와 이별 앞둔 강철원 사육사 모친상... "예정대로 함께 중국행"	이예림
K2	세계일보	2024-04-03	푸바오 탄 특수차 붙잡고 '토닥토닥'... 작별 순간, 송 사육사 눈물 터졌다	박윤희
K3	국민일보	2024-04-03	고개 '푹' 숙이고 토닥토닥...푸바오 보내는 송바오	박은주
K4	국민일보	2024-04-03	'안녕 푸바오', 1354일 추억 남기고 이별... 새로운 '관생' 응원할게	남호철
K5	조선일보	2024-04-03	자연으로 돌아가야 제 천성이 풀려요... 中 언론이 만든 푸바오 환영 영상	유재인

<표 2> 한중 분석 대상 언론 보도 목록

(계속)

기사 번호	매체	날짜	제목	기자
K6	세계일보	2024-04-04	1354일의 행복·추억... 푸바오, 韓 떠나 ‘엄마의 나라’로	권이선 · 조성민
K7	한겨레	2024-04-04	“푸바오, 백년 지나도 우리의 판다”... 6천명 눈물의 배웅	김지숙, 고경주
K8	조선일보	2024-04-05	사랑하는 푸바오, 널 두고 간다 중네티즌 울린 할부지의 편지	김가연
K9	한겨레	2024-04-06	강바오가 모친상에도 푸바오와 중국 갔던 이유는...	고경주
K10	국민일보	2024-04-11	푸바오는 푸바오, 걱정마세요” 강 사육사가 전한 근황	박은주
C1	央视新闻	2024-03-04	“福宝”回国前最后一日公众展出，数千韩国民众前往送别 “푸바오 귀국 전 마지막 날 공개, 수천 명의 한국 시민이 작별 인사를 위해 방문”	张昀
C2	熊猫频道 ipanda央视网	2024-03-04	熊猫中心专家曾文：返回中国，“福公主”将得到最适宜的照顾 판다센터 전문가 쟁원: 중국으로 돌아오면, “푸공주”는 가장 편안한 돌봄을 받게 될 것이다	中国报道
C3	人民日报	2024-03-28	旅韩大熊猫“福宝”将于4月3日返回中国 한국 여행한 자이언트 판다 ‘푸바오’; 4월 3일 중국 귀환 예정	吴三叶, 周玉波
C4	光明日报	2024-04-03	刚刚，“福宝”启程返回中国！ 방금, ‘푸바오’ 중국 귀환길 올라!	光明网
C5	新华社	2024-04-03	旅韩大熊猫“福宝”启程回国 한국 여행한 자이언트 판다 ‘푸바오’; 귀국길에 올라	焦鹏
C6	人民日报	2024-04-03	“福宝”启程回国！中国专家最新揭秘→ ‘푸바오’ 귀국길 출발! 중국 전문가 최신 공개→	王嵘
C7	新华社	2024-04-03	“再见‘福宝’，要继续幸福啊！”——韩国民众惜别旅韩大熊猫 “잘 가, ‘푸바오’... 앞으로도 행복해야 해!” - 한국 국민, 한국 여행한 자이언트 판다와 아쉬운 이별	冯亚松, 陆睿
C8	光明日报	2024-04-04	外交部：欢迎大熊猫“福宝”回国 외교부: 자이언트 판다 ‘푸바오’의 귀국을 환영	光明网
C9	人民日报	2024-04-04	旅韩大熊猫“福宝”启程回国抵达成都 한국 여행한 자이언트 판다 ‘푸바오’; 귀국길 올라 청두 도착	袁勃, 赵欣悦
C10	央视新闻	2024-04-05	“福宝”回家啦！国外出生的大熊猫回国将闯过这三关 ‘푸바오’ 집으로! 해외에서 태어난 자이언트 판다 귀국, 넘어야 할 세 가지 관문	施韶宇, 武力

2) 분석 방법

분석 단위는 기사 제목, 리드문, 본문 문단으로 설정하였으며, 우선 기술통계(Descriptive Statistics)를 활용하여 기사에 빈번히 등장한 핵심 키워드를 추출한다. 이는 본격적인 분석에 앞서 담론의 주요 논점을 파악하기 위한 탐색적 절차로 기능한다. 이후에는 수사학 이론(Aristotle; Gill & Whedbee, 1997)에 따라 기사에 나타난 감정 동원(pathos), 신뢰 구축(ethos), 논리적 정당화(logos)의 전략을 중심으로 대표적 표현과 서술 방식을 분석한다. 더불어 엔트먼(Entman, 1993)의 프레임 이론에 제시된 네 가지 기능—문제 정의, 원인 진단, 도덕 판단, 해결책 제시—을 기준으로 주요 보도에 내포된 프레임 구조를 분석한다. 본 연구는 의미 있는 표현과 맥락적 해석을 중심으로 한 질적 분석을 통해 양국 언론의 보도 관점과 프레임 전략의 차이를 비교하고자 한다.

(1) 기술 통계와 키워드 분석

앞서 설명한 바와 같이, 기술통계는 질적 분석에 앞서 기사 텍스트 내 핵심 키워드의 출현 경향을 파악하고, 주요 프레임 및 수사 전략 설계를 위한 기반 자료로 활용되었다. 이는 텍스트에 반복적으로 등장하는 단어와 표현을 계량적으로 분석함으로써, 분석 범주 설정의 객관성을 높이기 위한 목적이다.

한국 언론 보도와 중국 언론 보도를 시간 순으로 정렬하여 한국 언론 기사 10편의 제목과 본문 텍스트를 빅카인즈(BIGKinds, www.bigkinds.or.kr)를 이용하여 형태소 분석 및 빈도수를 추출하였다. 중국 언론 보도의 제목과 본문 텍스트는 파이썬(Python) 기반 자연어처리 라이브러리인 지예바(jieba)를 활용하였다. 특히 중국어 기사 분석의 경우, 사전 정의한 불용어 리스트를 적용하여 맥락상 의미 있는 단어만을 추출하였다. 한국 기사에서 총 854개, 중국 기사에서 808개의 키워드가 도출되었으며, 이 중 빈도수 10 이상의 주요 키워드를 기준으로 분석하였다. 이러한 기술통계 분석은 단순 수치 제시를 넘어, 각 프레임 또는 수사 전략이 어떤 키워드와 연결되며 양국 언론의 어떤 서사 구성 방식으로 이어지는지를 예비 탐색하는 기초 작업으로 기능한다. 최종적으로 도출된 빈도표는 기준 수립에 활용되며, 한국과 중국 언론 보도에 공통적 또는 상반되게 나타난 주요 키워드군의 양적 분포 비교를 가능하게 한다. 이는 프레임 구성의 구조적 특성을 비교하는 데 있어 실증적 기반을 제공하게 된다.

(2) 수사학 및 프레임 분석

앞선 기술통계를 통해 도출된 고빈도 키워드는 수사 전략 및 프레임 기능의 해석적 분석을 위한 참조 지점으로 활용되며, 한·중 언론 보도의 맥락과 시각 자료에 대한 프레임 이론 적용을 통해 각국이 구성하는 국가 이미지의 특성을 심층적으로 고찰하고자 한다. 다음은 실증 분석을 통해 한·중 언론이 동일한 공공외교 사건을 어떻게 상이하게 구성하고 있는지를 실증적으로 살펴본다.

본 연구는 수사학 이론과 선행연구에서 정립한 기준에 따라, 한·중 언론 보도에 나타난 수사 전략을 키워드 기반으로 비교 분석한다. 이를 위해 각국 주요 언론 보도 중 10편씩을 선정하여, 기술통계를 통해 도출된 고빈도 키워드 중 출현 빈도가 5회 이상인 어휘를 대상으로 분석을 진행하였다. 수사 전략의 범주는 아리스토텔레스(Aristotle)의 고전적 구분에 따라 다음 세 가지 차원으로 조작적 정의하였다.

첫째, 로고스(Logos)는 정책적 주장, 법적 근거, 과학적 설명 등 논리적·사실적 정당화를 포함하며, 데이터, 주장의 이유, 객관적 설명 등 이성에 기반한 표현이 해당된다.

둘째, 파토스(Pathos)는 독자의 감정을 자극하는 표현으로, 정서적 어휘, 감정 유도 표현, 강조된 표현, 은유적 문장 등을 포함한다.

셋째, 에토스(Ethos)는 화자의 신뢰성과 사회적 정체성을 기반으로 한 전략으로, 직업, 지위, 전문성 언급, 독자의 신뢰 형성 및 소속감 유도 표현이 해당된다.

이러한 조작적 정의를 바탕으로 고빈도 키워드를 세 범주로 분류한 후, 한중 언론 간 수사 전략 유형의 비율을 비교·분석하였다. 분석 결과는 표와 그래프를 통해 시각화하였으며, 국가별 수사 전략의 차이를 중심으로 논의하였다.

4. 결과 분석

1) 수사학 전략 비교

10편의 한국 보도에서 통계된 총 854개의 단어 중, 수사 유형과 관련 없는 단어를 제외하여 핵심 키워드를 분류한 결과 도출된 총 392개의 단어는 다음과 같으며, 이는 전수 수작업 분석을 통해 도출된 것이다.

10편의 중국 보도에서 통계된 총 806개의 단어 중, 수사 유형과 관련 없는 단어를 제외하여 핵심 키워드를 분류한 결과 도출된 총 376개의 단어는 다음과 같으며, 이는 전수 수작업 분석을 통해 도출된 것이다.

차희원 · 주자선 / 푸바오 귀국 보도에 나타난 한·중 언론의 공공외교 담론 비교: 수사학 이론과 프레임 이론을 중심으로

<표 3> 한국 보도 키워드 수사유형 분포

구분		빈도	비율
Pathos(감성적 호소)	집단 감정(팬들, 가족)	41	10.5%
	특수 호칭(푸바오 할부지, 할부지)	38	9.7%
	감성 어휘(사랑, 행복, 응원, 사랑해, 희망, 영원, 마음, 모친상, 동행)	91	23.2%
	이별 맥락(마지막, 마지막 인사, 눈물, 이별, 작별)	38	9.7%
	총	208	53.1%
Ethos(신뢰 · 권위 호소)	신뢰(사육사, 관계자)	91	23.2%
	전문성(특수, 특수차, 특수이송차, 무진동, 반도체)	29	7.4%
	소속감(용인 푸씨)	3	0.8%
	총	123	31.4%
Logos(이성 · 논리 호소)	정책 타당성(검역, 절차, 협약)	50	12.8%
	사실 서술(귀국, 출국)	11	2.8%
	총	61	15.6%

<표 4> 중국 보도 키워드 수사유형 분포

구분		빈도	비율
Pathos(감성적 호소)	집단 감정(팬들)	13	3.5%
	감성적 어휘(좋아하다, 작별 인사, 축복)	26	6.9%
	이별 맥락(떠나다, 마지막, 고향)	19	5.1%
	총	58	15.4%
Ethos(신뢰 · 권위 호소)	국가기관 신뢰(기지, 연구, 센터)	117	31.1%
	전문성(사육사, 曾文, 과학연구, 전세기, 작업팀)	36	9.6%
	정통성(旅韩, 园欣, 华妮)	26	6.9%
	총	179	47.6%
Logos(이성 · 논리 호소)	정책 타당성(귀국, 근거, 협력, 반환, 검역, 번식, 필요)	114	30.3%
	국제적 제도(의식, 국제, 협약)	25	6.7%
	총	139	37%

(1) 한국 수사 전략 유형별 분포 분석

한국 언론 보도에 사용된 키워드를 분류·통계한 결과(표3 참고), 파토스(Pathos, 감정적 호소) 수사 전략 기준에 부합하는 고빈도 단어는 총 19개로, 누적 등장 횟수는 208회였다. 그중에서도 “팬들, 가족(집단 감정, 41회)”, “푸바오 할부지, 할부지(사육사를 푸바오 할아버지로 비유한 특수 호칭, 38회)”, “사랑, 행복, 응원 등(감성 어휘, 91회)”, “마지막, 눈물, 작별 등(이별 맥락, 38회)” 등의 단어가 높은 빈도로 사용되었다. 이는 푸바오의 중국행을 보도하는 한국 언론이 대중의 감정을 자극하거나 감정적 공감을 유도하는 수사적 전략을 통해 감정 이입과 참여 의식을 이끌어내고자 했음을 보여준다.

에토스(Ethos, 신뢰·권위 호소) 전략 기준에 따라 분류된 단어는 총 9개, 누적 등장 횟수는 123회였으며, 이 중 “사육사(88회)”가 단연 두드러진다. 이는 푸바오의 성장과 귀국 과정에서 사육사가 맡은 전문적 책임과 윤리적 이미지를 강조함과 동시에, 한국이 ‘돌봄 제공자’이자 ‘감정적 주체’로서 적극적인 역할을 했음을 부각시킨다. 또한 “관계자”, “전세기” 등의 표현은 공식 기관 및 관계자의 참여를 드러내고 있으며, “특수차”, “반도체”, “무진동” 등 기술 용어는 삼성과 같은 한국 기업이 푸바오의 안전한 귀환을 위해 제공한 전문적 지원을 상징한다. 이들은 단순한 기술 설명을 넘어서, 기술력·제도·인적 자원을 동원한 윤리적 책임감 및 국가 이미지 구축 전략의 일환으로 기능하고 있다. “용인 푸씨”라는 표현은 푸바오에 대한 집단적 애정과 국민적 소속감을 이끌어내는 대표적인 사례이다.

끝으로 로고스(Logos, 이성·논리 호소) 전략 기준에 따라 식별된 단어는 총 9개, 누적 등장 횟수는 61회로 집계되었다. 예를 들어 “검역(14회)”, “출국(6회)”, “절차(6회)”, “협약(4회)” 등의 단어는 언론 보도 속에 법적 절차, 행정 조치, 국제 협정 등의 이성적·논리적 프레임이 포함되어 있음을 보여준다. 이는 보도의 정책적 타당성과 사실 기반을 부각시키며, 감정적 공감에만 의존하지 않고 현실을 규정하는 도구로 기능하여 독자가 사건의 제도적 배경과 외교적 맥락 또한 이해할 수 있도록 돕는다.

이상의 분석을 종합하면, 한국 언론은 푸바오 귀국 관련 보도에서 파토스 수사 전략을 가장 많이 활용하고 있음이 드러난다. 전체 키워드 중 53.1%가 감정적 언어에 해당되며, 이는 언론이 독자의 정서적 공감과 이입을 주요 전략으로 삼고 있음을 시사한다. 특히 팬심, 이별, 눈물, 가족 관계 등을 강조하는 표현을 통해 푸바오를 하나의 ‘국민적 존재’로 감정화하고, 사건을 공공외교를 사회문화적 정서 사건으로 재구성하였다.

에토스 전략은 31.4%로 나타났으며, 이는 사육사, 전문가, 기업 및 장비 명칭을 통해 신뢰성과 책임성을 강조하는 방식으로 나타난다. 한국 측이 얼마나 진정성과 전문성을 갖고 이 대상을 돌봐왔는지를 통해, 국가 이미지 및 도덕적 우위를 정당화하는 전략으로 활용된다.

반면 로고스 전략의 비율은 15.6%에 그쳤으며, 이는 한국 언론이 ‘푸바오가 중국으로 가는 일’에 대해 법적 절차나 과학적 설명보다는 정서적 메시지 전달에 우선순위를 두고 있다는 점을 보여준다.

(2) 중국 수사 전략 유형별 분포 분석

중국 언론 보도에 사용된 키워드를 분류·통제한 결과(표 4 참고), 파토스(Pathos, 감성적 호소) 수사 전략 기준에 부합하는 고빈도 단어는 총 7개, 누적 등장 횟수는 58회였다. 이 중 “粉丝(팬, 13회)”, “喜爱(좋아하다, 11회)”, “送别(작별 인사, 9회)”, “祝福(축복, 6회)” 등의 단어는, 중국 언론이 푸바오 귀국 과정을 서술함에 있어 비교적 절제된 태도를 보이면서도 따뜻한 정서와 공감의 분위기를 형성하려는 감성적 색채를 포함하고 있음을 보여준다. “离开(떠나다)”, “最后(마지막)”, “故乡(고향)” 등의 표현은 보도에 의례성과 귀속감을 부여하며, 해당 사건을 ‘상실’이나 ‘손실’이 아닌 ‘귀환’과 ‘완결’의 의미로 프레임하고 있음을 보여준다.

에토스(Ethos, 신뢰 및 권위 호소) 전략 기준으로는 11개 키워드, 누적 179회가 확인되었으며, “基地(기지, 71회)”, “研究(연구, 24회)”, “中心(센터, 22회)” 등 단어가 자주 등장하였다. 이는 국가 연구기관과 전문 시스템이 자이언트판다의 양육 및 귀환 과정에서 주도적 역할을 수행하고 있음을 강조하며, 국가적 담론 권위와 전문성을 부각시키는 효과를 지닌다. “饲养员(사육사)”, “曾文(푸바오를 돌보게 될 중국 사육사)”, “科研(과학연구)”, “包机(전세기)”, “工作组(작업반)” 등 표현은 중국이 자이언트판다의 소유국으로서 돌봄의 주체이자 정당한 보호자임을 부각하며, 인물·제도적 장치를 구체화함으로써 도덕적 정당성과 제도적 신뢰성을 강조하고 있다. 또한 “园欣(웬신)”, “华妮(화니)”와 같이 푸바오 부모(러바오와 아이바오)의 본래 중국 이름을 언급하고 강조하는 방식은, 개별적 존재에 대한 서사를 통해 판다의 중국 정체성에 대한 공감을 이끌어내며, 동시에 전문 기관의 지속적 노력과 책임의 연속성을 드러낸다.

로고스(Logos, 이성과 논리 호소) 전략과 관련해서는 15개 키워드, 누적 139회가 식별되었다. 예컨대 “回国(귀국, 28회)”, “根据(근거하여, 19회)”, “合作(협력, 12회)”, “检疫(검역, 11회)”, “繁育(번식, 10회)”, “协议(협약, 4회)” 등의 표현은 푸바오 귀환이 법적 근거와 정책적 정당성, 협력 프레임에 따라 이뤄졌음을 강조한다. 이와 함께 “模式(모델)”, “国际(국제)”, “仪式(의례)” 등의 키워드는 해당 사건이 제도화된 절차와 국제 협력 속에서 진행되었음을 드러내며, 단순한 감성적 서사를 넘어 논리적 구조와 정책적 합리성을 강조한다. 이러한 표현들은 주로 텍스트 내에서 논리적 정당화와 정책 기반을 제공하는 기능을 하며, 독자가 푸바오 귀국이라는 사건을 감정적 사건이자 국제 협약 이행의 실천 사례로 인식할 수 있도록 돕는다.

요약하자면, 중국 언론은 푸바오 귀국이라는 공공 사건을 보도함에 있어 가장 빈번하게 사용한 수사 전략은 에토스로, 전체 키워드 등장 횟수의 47.6%를 차지하였다. 이를 통해 국가 기관 및 과학 연구 주체로서의 중국의 권위와 정당성을 강조하였으며, 자이언트판다의 ‘원산국’이자 ‘보호자’로서의 전문 이미지를 구축하였다. 이는 공공외교적 관점에서 국가 신뢰도 제고는 물론, 국제 여론 속 도덕적 우위 확보에 기여한다.

한편, 로고스 전략은 약 36.9%를 차지하여, 논리성과 제도적 구조의 강조가 주요한 보도 방식이었음

을 보여준다. 특히 ‘협약에 기반한 귀환’과 ‘과학적 관리 체계’의 제시를 통해, 이 사건을 감성적 프레임 넘어 정책적 실행 프레임으로 전환하는 기능을 수행하였다.

마지막으로, 파토스 전략은 전체의 약 15.4%에 불과하여, 중국 언론이 해당 사건을 다룰 때 감정 표현을 비교적 절제하며, 제도적 논리와 정체성 서사를 중심으로 여론을 유도하는 전략을 선호했음을 시사한다.

(3) 한국과 중국 언론 보도의 수사 전략 차이

앞선 분석 결과를 종합하면, 한국과 중국 언론은 푸바오 귀국 보도에서 각각 파토스(Pathos)와 에토스/로고스(Ethos/Logos)를 우선적으로 활용하는 뚜렷한 차이를 보였다. 한국 언론은 파토스 요소의 비중(53.1%)이 가장 높게 나타나고 중국 언론은 에토스(47.6%)와 로고스(36.9%) 전략이 우세하였다. 특히 양국 언론의 파토스(Pathos) 사용에는 질적 차이가 있다. 한국 언론은 감정을 전면적으로 드러내며 ‘작별의 눈물’과 같은 감성적 극대화를 추구한 반면, 중국 언론은 ‘祝福(축복)’, ‘故乡(고향)’ 등 비교적 절제된 어휘를 사용하여 푸바오 귀환을 ‘상실이 아닌 귀환·완결의 과정’으로 프레임하였다. 즉, 한국은 ‘감정 고조’, 중국은 ‘감정 절제’를 통해 각기 다른 방식으로 공감을 유도하였다.

2) 프레임 유형 비교

(1) 한국 보도에 나타난 감성 프레임과 이별 프레임

엔트먼(Entman, 1993)의 네 가지 프레임 구성 요소에 따라, 본 연구는 10편의 선정된 한국 보도를 내용 분석 대상으로 하였다. 분석대상 기사중 9편은 명확히 감정과 이별 프레임을 사용하였고, 한 편은 외교 정당성 프레임을 채택하였다. 매체는 ‘고별 의식’ 서사와 ‘공감 동원’ 보도 전략을 구성함으로써, ‘푸바오 귀국’을 단순한 국제적 공공외교 협력 사건이 아니라, 광범위하게 감정을 동원하고 국민 정서를 결집시키는 공공 의식으로 만들었다.

한국 매체는 ‘푸바오가 중국으로 돌아간다’는 문제를 이별로 정의하였으며, 푸바오가 한국을 떠나는 서술에서 여러 차례 의인화·친족화된 호칭과 담화를 도입하였다. 예컨대, “할부지의 영원한 아기판다야”(K2), “푸바오 사랑해”(K2, K6, K7), “할부지에게 와줘서 고맙고 감사하구나”(K2)와 같은 표현을 통해 푸바오를 가족 구성원과 같은 존재로 만들었다. 이러한 언어 전략은 자이언트 판다가 국가 상징으로서 지니는 기능을 가족 공동체 정서로 전환시켰으며, 나아가 ‘외교 사건’과 ‘정서 의식’의 경계를 더욱 모호하게 만들었다. 또한 매체는 장면 묘사와 분위기 연출을 통해 감정 프레임을 심화시켰다. 예컨대 사육사 송바오가 “푸바오가 탄 특수차를 붙잡고 ‘토닥토닥’(K2,K3)한 행동, “푸바오를 안심시키듯 차량 걸면을 손바닥으로 두어 번 두드렸다”(K3)는 서술은 미세한 동작을 감정적 상징으로 확대하여 보도의 ‘정서적 수용성’을 제고하였다. 그리고 “유족들 역시 강 사육사의 동행에 따뜻한 격려를 보냈

다”(K1)는 서술은 사육사의 개인적 고통을 국민의 공동 정신적 지지로 승화시켰다.

보도는 특히 사육사와 푸바오의 깊은 정서적 작별과 개인 사건의 상실을 강조하여, 판다 사육에 대한 ‘감정적 투입’과 ‘책임 담당’을 강화하였다. 예컨대, 보도는 “강 사육사는 이날 새벽 모친상을 당했다는 부고 소식을 주변에 전했다”(K1)고 지적하면서, 어머니의 사망 당일에도 푸바오의 귀국에 동행한 사실을 보도하였다. 이는 그의 직업적 정신을 부각하는 동시에 ‘헌신자’의 도덕적 이미지를 부여하였다. 또한 “오늘 아침 루이바오·후이바오(푸바오 동생)에게 ‘아이고, 너희가 있어서 천만다행’이라고 했다”(K1)며 감정에 북받친 듯 몇 초간 말을 잇지 못하는 모습을 보였다는 세부적 묘사는, ‘억눌린 감정의 속의 사육사’라는 이미지를 한층 더 구축하여, 대중의 강한 공감을 불러일으켰다.

나아가 매체는 ‘균중 장면 묘사’를 통해 이별의 공공성과 집단성을 강화하였다. 이로써 작별은 더 이상 사육사와 푸바오 간의 사적 감정이 아니라, 전 국민이 함께 참여하는 정서적 배출 과정으로 전환되었다. 예컨대, “푸바오 팬들, 새벽 4시부터 정문 앞 장사진”(K2), “비가 오고 추운 날씨에도 아랑곳하지 않고 자리를 지켰다”(K2), “6000여 명이 모인 현장에서는 안타까움에 흐느끼는 소리가 터져 나왔다”(K6, K7) 등과 같은 표현은 반복적으로 시간·날씨·인원 요소를 감정표현을 덧붙여 강조하였다. 이를 통해 ‘장시간 대기 + 악천후 + 균중의 울음’이라는 삼중 구조로 이별을 의례화·감정화하였다. 또한 기업 역시 이 ‘정서적 확산’에 참여하였다. 예컨대, “에버랜드는 SNS로 사전 모집한 고객들의 응원 메시지를 유채꽃 모양 디자인에 담아 푸바오를 위한 꽃길을 마련했다”(K2, K4), “음료를 무료로 제공했다”(K2), “푸바오 사진과 특별 영상을 게시해 팬들과 추억을 함께 했다”(K4) 등의 보도는 ‘기업의 공공 정서적 책임’ 이미지를 보여주었으며, ‘정서적 이별 의식’의 확산 공간을 더욱 확대하였다.

종합하면, 한국 매체는 푸바오의 중국 귀국 사건을 보도하면서, 프레임을 명확히 감정과 이별로 규정했을 뿐 아니라, 장면과 분위기의 연출, 사육사 감정과 책임에 대한 묘사, 대중 집단 참여와 기업 문화 활동의 결합을 통해 다층적인 “감정/이별 프레임”을 구축하였다.

(2) 중국 보도에 나타난 외교 정당성 프레임과 과학적 이성 프레임

엔트먼(Entman, 1993)의 네 가지 프레임 구성 요소에 따라, 본 연구는 10편의 선정된 중국 보도를 제목과 내용 분석 대상으로 하였는데, 그중 4편은 외교 정당성 프레임을 사용하였고, 4편은 감정 프레임을 사용하였으며, 2편은 과학·이성 프레임을 사용하였다. 이들 보도에서 매체는 ‘푸바오 귀국 사건’에서 중국의 담론적 정당성, 감정적 공명, 제도적 권위를 다각도로 구성하였으며, 중국 매체가 공공외교 담론에서 복합적이고 국가 입장을 중심으로 한 외교 모델을 선호함을 보여주었다.

외교 정당성 프레임에서는 매체가 ‘푸바오가 중국으로 돌아온다’는 문제를 판다의 반환으로 정의하였으며, 이는 국가 간에 체결된 공식 협정에 근거하고 국제 규범과 양자 협정에 부합하는 외교 행위로 제시되었다. 예컨대 “외교부 대변인 왕원빈은 중·한 쌍방이 체결한 협력 협정 규정에 따라, 푸바오가 오늘 중국으로 돌아오게 된다”(C8)고 밝히는 문장은 중국 외교부의 공식 발언을 직접 인용하여

국가 행위의 합법성과 제도적 배경을 구성하였다.

또한, “중·한 간에 체결된 관련 협정에 따라, ‘푸바오’는 만 4세 이전에 중국으로 돌아와야 한다”(C2, C3, C6, C9)는 보도 역시 조약과 법적 조항을 근거로 하여 판다 귀국 행위를 한·중 협력의 일부로 규정하였으며, 이를 감정적 여론이 아닌 제도적 행위로 제시하였다. 이러한 프레임은 중국 공공외교에서 규칙 기반의 주권 담론을 반영하며, 판다 외교를 국가 역량과 국제 협력 규범의 구현으로 전환하였다.

감정 프레임을 담은 보도에서는 매체가 ‘푸바오가 중국으로 돌아온다’는 사건을 한·중 양국 민중이 ‘푸바오’를 통해 형성한 감정적 유대라고 정의하였다. 예컨대, “‘푸바오’는 태어난 이후 한국 국민들의 사랑을 받으며, 중·한 국민 간 우호 감정 증진에 적극적인 역할을 해왔다”(C3)라는 인용, “주한 중국 대사 싱하이밍은 … 두 나라의 우호 사자가 되어 중·한 국민의 거리를 좁혔다고 말했다”(C5, C7, C9)는 보도 등이 그것이다. 또한, “사육사 송영관은 ‘오늘은 푸바오와 이별하는 날이지만, 동시에 푸바오가 새로운 생활을 시작하는 날이기도 하다’고 깊은 감정을 담아 말했다”(C7)는 내용은 사육사의 개인적 언어를 통해 감정적 가치를 전달하며, 대중의 공감과 동일시를 이끌어내려는 의도를 보여준다.

보도 내용에는 과학 연구 배치, 격리 절차, 사육 세부 사항에 관한 서술도 다수 포함되어 과학·이성 프레임의 일부를 구성하였다. 예컨대 “현재 자이언트 판다 ‘푸바오’가 머물고 있는 신수평 기지 격리구역의 물자와 시설은 이미 완비되었다”(C2,C6,C10), “각 작업조가 전용 비상 대책을 마련해 푸바오가 건강하고 안전하게 격리기를 보낼 수 있도록 보장했다”(C2, C10)라는 보도는 판다 번식 관련 과학적 관리와 전문 기술의 투명성과 신뢰성을 강조하였다. “격리기는 점진적·개별적 적응 전략을 채택할 것이며”(C2, C10), “기지 입지 선정, 원구 설계, 관리 체계와 운영 방식 모두 자이언트 판다의 주요 증족을 최우선으로 삼았다”(C2)는 보도는 중국이 국가 소프트 파워의 중요한 부분으로서 판다 보호에서 과학적 수준과 체계적 역량을 보유하고 있음을 부각하였다.

주목할 점은, 언론 보도에서 “자이언트 판다는 중국의 국보이다”(C10), “이러한 판다 협력을 통해 우리는 판다가 상징하는 평화·우호·녹색 공유의 문화 이념을 전한다”(C10)는 점을 강조한 것이다. 이는 일부 중국 매체가 문화 주권 프레임을 구성하고 있음을 보여주며, 단순히 물리적 소유권을 넘어 판다를 중국 문화의 상징으로 격상시키고, 대외 전파에서 “문화 자산 주권”의 의식을 강화하고자 하는 것이다. 또한, “쓰촨 판다가 된다”(C2), “그들이 준자연 환경에서 ‘반야생화’된 생활을 누리게 하겠다”(C2)는 보도는 문화적 정체성과 자연 문화 융합을 강조하려는 의도를 드러내고 있다.

(3) 한국과 중국 언론 보도의 프레임 차이

앞선 프레임 분석을 통해 볼 때, 한국 매체는 주로 감정 프레임과 이별 프레임을 중심으로 “푸바오 귀국” 사건을 집중 보도하였다. 보도에서는 푸바오를 가족 구성원으로 의인화하고 동물원 사육사의 개인적 서사와 대중의 반응을 강조함으로써, 해당 사건을 국가의 공공외교 차원에서 국민 정서 의식

으로 전환하였다. 반면 중국 매체는 감정 프레임의 활용에 비해, 외교 정당성, 과학적 이성 프레임과 문화적 주권 프레임을 더 많이 사용하였다. 이에 따라 “푸바오 귀국” 사건을 국제 협정에 부합하는 합법적 외교 행위, 판다 보호 기술의 과학적 성취, 그리고 국보이자 문화적 상징으로서의 판다 이미지로 제시하였다. 즉, 한국은 감정적 공명과 집단적 참여를 통해 사건을 정서적 의례로 확장한 반면, 중국은 제도적 차원 등 다양한 프레임을 통해 국가 중심의 공공외교 담론을 강화한 것으로 나타났다.

5. 결론 및 논의

본 연구에서 제시한 3가지 연구문제에 대한 결론은 다음과 같다.

RQ1. 푸바오 귀국 보도에서 한국과 중국 언론은 수사학의 세 가지 요소(Logos, Pathos, Ethos)를 사용하는 데에 있어 어떤 차이가 나타나는가?

한국 언론의 수사 전략은 파토스(Pathos, 감성적 호소)에 뚜렷하게 치우쳐 있으며, 전체의 약 53%를 차지하는 것으로 나타났다. 언론은 사육사의 눈물, 팬들의 작별 행위, 가족화된 호칭(예: “푸바오 할부지”) 등을 강조함으로써, 고도로 감정화되고 몰입감 있는 국가적 서사를 구성하고 있다. 에토스(Ethos, 신뢰성) 요소는 사육사의 전문성 이미지나 특수 장비 등을 통해 돌봄의 책임감과 전문성을 부각시키며 나타났고, 로고스(Logos, 논리적 호소)는 15% 수준에 불과하여, 이성적 설명은 보도에서 주된 표현 방식으로 나타나지 않았다.

반면 중국 언론은 에토스와 로고스가 수사 전략의 중심을 이루고 있으며, 각각 47.6%와 36.9%를 차지하였다. 언론은 국가 과학 연구기관, 사육 기지, 전문가 발언 등을 통해 권위와 신뢰를 부각하고, “협약 근거”, “검역 절차” 등의 표현을 통해 푸바오 귀국이 제도적·과학적 기반 위에서 이루어진 정당한 조치임을 강조한다. 파토스는 15.4%로 비교적 낮게 나타났으며, 감정 표현은 절제된 편으로, 푸바오의 ‘귀환’에 초점을 맞추되, 한국 측의 ‘상실’ 정서는 부각하지 않는 태도를 보인다.

양국 언론의 파토스 사용에는 질적 차이가 있다. 한국 언론은 감정을 전면적으로 드러내며 ‘작별의 눈물’과 같은 감성적 극대화를 추구한 반면, 중국 언론은 ‘祝福(축복)’ 등 비교적 절제된 어휘를 사용하여 푸바오 귀환을 ‘상실이 아닌 귀환·완결의 과정’으로 프레이밍하였다. 즉, 한국은 ‘감정 고조’, 중국은 ‘감정 절제’를 통해 각기 다른 방식으로 공감을 유도하였다.

이러한 차이는 곧 한국은 대중의 정서적 결집을, 중국은 국가의 제도적 정당성을 우선시한다는 점에서 두 나라가 ‘푸바오 귀국’ 사건의 공공외교적 접근 방식의 상이성을 드러낸다.

RQ2. 한국과 중국의 주류 언론은 푸바오 귀국 사건 보도의 프레임 구성에서 어떤 차이를 보이는가?

연구 결과, 한국 언론 보도는 주로 '감성 프레임'과 '이별 프레임'을 중심으로 구성되어 있으며, 특히 '푸바오'와 '사육사' 간의 감정적 유대감과 국민 전체가 참여한 작별 장면을 강조하고 있다. 보도에서는 "눈물", "작별", "가족" 등의 키워드가 자주 등장하며, '푸바오'를 '국민 정서 공동체의 일원'으로 상징화하는 경향이 뚜렷하게 나타난다.

이에 비해 중국 언론은 '외교 정당성 프레임', '과학적 이성 프레임', '문화적 주권 프레임'이 결합된 복합 구조를 채택하고 있으며, '푸바오 귀국'이 양국 간 외교 협정에 기반한 정당한 절차임을 강조하고, 과학적 관리 체계의 정밀성과 자이언트판다의 중국 문화 자산으로서의 상징성을 부각하고 있다. "귀국", "협약", "문화 상징" 등의 키워드가 여러 차례 사용되며, 제도적 논리와 문화적 주권 의식이 동시에 강화되는 보도 구조가 특징적이다.

즉, 한국은 감정적 공명과 집단적 참여를 통해 사건을 정서적 의례로 확장한 반면, 중국은 제도적 협약임을 강조하면서 과학적 이성 프레임과 문화적 주권 프레임을 활용하는 등 다양한 프레임을 통해 국가 중심의 공공외교 담론을 강화한 것으로 나타났다.

RQ3. 양국 보도의 구조적 차이는 국가 이미지 및 외교 인식에 어떤 시사점을 주는가?

한국 언론은 감정적 묘사와 집단 기억의 구성 방식을 통해 '푸바오'를 마치 한국 가족의 일원처럼 묘사하였으며, 이 외교적 사건을 정서적 동일시와 문화적 소속감을 형성하는 매개로 전환하였다. 이러한 구성 방식은 '시민 참여형 공공외교'의 효과를 강조하는 바이며, 감정 프레임을 통해 푸바오의 중국 송환이라는 사건을 단순한 공공외교 관련 정책 이슈가 아닌, 문화와 감정이 중첩된 사건으로 재구성하였다. 이는 언론 보도를 통해 '국민 정서적 동일시'를 강조하고, 대중과의 감정적 연결을 형성함으로써 '문화·감정형 공공외교'의 새로운 실천 사례로 작용하게 되었다(Zhang & Wang, 2021). 따라서 이번 외교 사건에서 한국 언론 보도의 주요 대상 독자는 국내 국민으로 설정되었으며, 감성 호소(Pathos) 중심의 보도 전략을 활용하여 국민의 공감과 감정적 참여를 유도하였다.

반면, 중국 언론은 협약의 기반, 과학적 관리, 문화적 주권을 강조함으로써, 판다 외교에서의 제도적 집행력과 글로벌 거버넌스에서의 신뢰 가능한 국가 이미지를 보여주고자 하였다. 이는 자이언트판다의 소유국으로서의 정당성과 문화적 담론권을 강화하는 보도 전략이며, 이러한 이성 중심의 프레임은 외교 이슈를 다루는 중국 언론의 보도 방식과 맞닿아 있다. 이는 국가 이미지 관리 논리에 부합하며, 쑹잉과 위수징(Su Ying, Yu Shujing 2021)이 제시한 바와 같이 중국 공공외교의 뉴스 실천에서 채택되는 '이성 권위형 커뮤니케이션 모델'을 반영한다. 이에 따라 중국 언론의 수용자 대상은 자국민을 넘어

국제사회 독자층까지 포함되며, 보도 내용은 국가 이미지와 판다 외교 정책의 정당성을 전달하고, 국제 대중의 이성적 사고와 정책적 공감대를 형성하는데 초점을 둔다. 이로 인해 보도 전략에서도 권위성과 이성 논리(Ethos, Logos)를 중시하는 경향이 나타난다.

또한, 단어 빈도 분석 결과는 연구문제를 보완하는 흥미로운 발견을 제시하였다. 양국 보도에서 모두 '푸바오'와 '자이언트판다' 관련 표현이 등장하였지만, 한국 보도에서는 '푸바오'라는 이름이 더 자주 사용되었으며(한국: 196/251, 중국: 137/239), 이를 통해 푸바오에게 감정과 인격적 상징성을 부여하여 '가족 구성원'으로 상징화하고 감정적 유대를 강화하는 '생명 개체성'을 부각하였다. 반면 중국 보도는 '자이언트판다', '문화 상징' 등의 표현을 더 자주 사용하여 푸바오를 국가 문화 자산으로 간주하고, 귀속권 및 제도적 정당성을 강조하였다.

이상의 분석을 종합하면, 양국 보도는 동일한 사건에 대해 상이한 수사학과 프레임링 전략을 취하고 있으며, 이는 국가 이미지 구축과 공공외교 담론에서의 서로 다른 접근 방식을 반영한다. 감정적 참여 vs. 제도적 권위, 감정 프레임 vs. 과학적 이성 프레임. 한국 보도는 국민 중심의 '문화 감정형 공공외교' 모델을 실천하며, 언론의 감정 구성 방식을 통해 외교 사건을 국민 정서의 상징으로 전환하였다. 중국 보도는 정책 기반, 과학적 관리, 문화 주권을 강조하며 제도와 국가 역량 중심의 '권위형 공공외교' 전략을 구현하였다. 또한 공공외교 대상을 한국과 중국 언론은 국내공중과 세계공중으로 다르게 적용하여 다른 공공외교 전략을 구사하였다.

기존의 '판다 외교' 관련 연구는 주로 중국 내부 담론이나 서구 국가 언론의 단편적 보도 분석에 집중되어 왔다. 그러나 본 연구는 한·중 양국 언론의 '푸바오 귀국' 보도를 체계적으로 비교 분석함으로써 해당 분야의 연구 공백을 보완하고자 하였다. 이는 공공외교에서 '발신국-수신국' 간의 쌍방향적 상호작용을 보다 포괄적으로 이해할 수 있도록 한다. 또한 본 연구는 수사학 이론과 프레임 이론을 결합하여 종합적 분석 틀을 제시하였으며, 이를 통해 언론 보도 속에서 다양한 수사 전략이 어떠한 역할을 수행하는지 뿐만 아니라 그것들이 특정 프레임과 어떻게 상호작용하는지를 규명함으로써, 수사학 및 프레임 이론의 미디어 공공외교 연구에 대한 적용 가능성을 심화시켰다.

아울러 한·중 언론의 비교를 통해 한국 언론의 '문화 감정형 공공외교'와 중국 언론의 '권위형 공공외교'라는 두 가지 공공외교 전략 모델을 도출하였다. 이러한 유형화는 기존 공공외교 연구가 '소프트파워'나 '문화 전파'에 치중하던 단일한 시각을 넘어, 국가가 공공외교 실천 과정에서 어떻게 언론 프레임과 수사를 통해 국가 이미지를 구축하는지 이해할 수 있는 새로운 이론적 기반을 제시한다. 이는 향후 유사한 공공외교 사건에서 공공외교 대상을 어떻게 설정하고 보도할 것인가라는 과제와 직결되며, 공공외교 실천의 차원에서는 대상의 특성에 부합하도록 국가 입장과 국민 정서를 어떻게 조율하고, 감성과 이성 간의 커뮤니케이션 전략을 어떻게 균형 있게 설계할 것인가에 대한 중요한 시사점을 제공한다.

본 연구는 '푸바오 귀국' 사건을 중심으로 중한 양국 언론 보도의 프레임과 수사 전략을 분석하였

지만, 여전히 몇 가지 연구 한계가 존재하며 후속 연구에서는 다음과 같은 방향으로 확장할 수 있다.

첫째, 향후 연구에서는 푸바오 귀국과 관련된 한국 대중의 SNS 및 온라인 커뮤니티 반응을 함께 분석하는 확장이 가능할 것이다. 이를 통해 언론의 프레임이 공중 인식과 담론 형성에 어떠한 영향을 미쳤는지를 보다 다층적으로 탐구할 수 있으며, 공공외교 담론의 사회적 파급 효과를 심층적으로 논의하는 데 기여할 수 있을 것이다.

둘째, 영상 콘텐츠의 감정 분석을 도입하여 기존의 텍스트 중심 분석을 다중 양식 접근으로 확장하는 것이 바람직하다. 예컨대, 웨이보(微博), 유튜브, 인스타그램 등 소셜미디어 플랫폼에서의 사용자 댓글, 숏폼 영상과 같은 인터랙션 데이터를 결합하여, 매체가 이미지와 음성 자료를 통해 대중 감정과 외교 인식을 어떻게 형성하는지를 분석할 수 있다.

셋째, '감정의 정치화' 현상을 주목할 필요가 있다. 이는 감정 프레임이 국가 이데올로기 및 외교 커뮤니케이션 도구로 어떻게 활용되는지를 분석하는 관점이다. 특히 역사적 맥락이나 양국 관계 배경 속에서 언론이 어떻게 '감성적 언어'를 통해 특정 정치적 목적을 실현하는지를 고찰하는 것은 국가 담론 구성 및 감정 동원 메커니즘 이해에 중요한 기여를 할 수 있다.

마지막으로, 수용자 차원을 연구에 포함시키는 것도 권장된다. 설문조사나 심층 인터뷰와 같은 질적 방법을 활용하여 중한 양국 일반 국민이 해당 보도에 대해 어떤 감정적 반응을 보였는지, 그리고 국가 이미지에 대해 어떻게 인식했는지를 파악할 수 있다. 이는 단순한 메시지 분석을 넘어, 커뮤니케이션 효과 차원에서 공공외교의 사회적 상호작용을 보다 총체적으로 이해하는 데 도움을 줄 수 있다.

참고문헌

남호철. (2024.03.04). 中 푸바오 데려간다...에버랜드 '안타깝지만 돌려보내야'. 국민일보.

URL: <https://www.kmib.co.kr/article/view.asp?arcid=0019959516>

Andersen, K., & Clevenger, T., Jr. (1963). A summary of experimental research in ethos. *Communications Monographs*, 30(2), 59-78.

Berger, P. L., & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge*. Anchor Books.

Bolatito, O. (2012). Linkage between persuasion principles and advertising. *New Media and Mass Communication*, 8.

Buckingham, K. C., David, J. N. W., & Jepson, P. (2013). Environmental reviews and case studies: Diplomats and refugees: Panda diplomacy, soft "cuddly" power, and the new trajectory in panda conservation. *Environmental Practice*, 15(3), 262-270.

Chao, F.-Y. (2021). *China's giant panda diplomacy*. *Review of Global Politics*, 75, 173-214.

- Cull, N. J. (2009). *Public diplomacy: Lessons from the past* (CPD Perspectives on Public Diplomacy, Paper 1). Figueroa Press.
- Demirdöğen, Ü. (2010). The roots of research in (political) persuasion: Ethos, pathos, logos and the Yale studies of persuasive communications. *International Journal of Social Inquiry*, 3(1), 189-201.
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51-58.
- Entman, R. M. (2008). Theorizing mediated public diplomacy: The U.S. case. *The International Journal of Press/Politics*, 13(2), 87-102.
- Friestad, M., & Thorson, E. (1985, May). The role of emotion in memory for television commercials [Paper presentation]. 35th Annual Meeting of the International Communication Association, Honolulu, HI.
- Gill, A., & Whedbee, K. (1997). Rhetoric. In T. van Dijk (Ed.), *Discourse as structure and process* (pp. 157-184). SAGE Publications.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Güran, M. S., & Özarslan, H. (2022). Framing theory in the age of social media. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 48, 446-457.
- Higgins, C., & Walker, R. (2012, September). Ethos, logos, pathos: Strategies of persuasion in social/environmental reports. *Accounting Forum*, 36(3), 194-208.
- Holmes, M. (2015). Digital diplomacy and international change management. In C. Bjola & M. Holmes (Eds.), *Digital diplomacy: Theory and practice* (pp. 13-32). Routledge.
- Huang, Z. A., & Wang, R. (2020). 'Panda engagement' in China's digital public diplomacy. *Asian Journal of Communication*, 30(2), 118-140.
- IUCN. (2016, September 4). *Four out of six great apes one step away from extinction - IUCN Red List*. <https://iucn.org/news/species/201609/four-out-six-great-apes-one-step-away-extinction---iucn-red-list>
- Jim, A. K. (2009). *Bush's war: Media bias and justifications for war in a terrorist age*. Rowman & Littlefield.
- Madon, H., Mohd Fadzil, I., & Rahmat, N. H. (2021). A rhetorical analysis of a news article on work from home. *European Journal of Applied Linguistics Studies*, 3(2), 23-35.
- McLeod, D. M., Choung, H., Su, M., Kim, S., Tao, R., Liu, J., & Lee, B. (2022). Navigating a diverse paradigm: A conceptual framework for experimental framing effects research. *Review of Communication Research*, 10, 1-58.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Rahmat, N. H. (2016). Audience awareness in academic writing among undergraduates. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra*, 16(1), 88-95.

- Rodelo, F. V. (2020). Antecedents of strategic game and issue framing of local electoral campaigns in the Mexican context. *Comunicación y Sociedad*, 14(1), 1.
- Scheufele, D. A. (2000). Agenda-setting, priming, and framing revisited: Another look at cognitive effects of political communication. *Mass Communication & Society*, 3(2-3), 297-316.
- Semetko, H. A., & Valkenburg, P. M. (2000). Framing European politics: A content analysis of press and television news. *Journal of Communication*, 50(2), 93-109.
- Zhang, J. (2010). Exploring rhetoric of public diplomacy in the mixed-motive situation: Using the case of President Obama's "nuclear-free world" speech in Prague. *Place Branding and Public Diplomacy*, 6(4), 287-298.
- Zhang, J., & Wang, Q. (2021). The role of Chinese internet celebrities in shaping national image from the perspective of new public diplomacy: A case study of Li Ziqi on YouTube. *Journal of Journalism & Communication Review*, 7(5), 108-120.
- Zreik, M. (2022). Chinese soft power. *Journal of Global Politics and Current Diplomacy*, 10(1), 19-37.
- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of Communication*, 57, 142-147.
- Holt, R., & Macpherson, A. (2010). Sensemaking, rhetoric and the socially competent entrepreneur. *International Small Business Journal*, 28(1), 20-42.
- Ding, W. (2014). 事实框架与情感话语:《环球时报》社评和胡锡进微博的新闻框架与话语分析[Factual framework and emotional discourse: News frame and discourse analysis in editorials of *Global Times* and Hu Xijin's microblog]. *Chinese Journal of International Communication*, 8, 38.
- 馬秀秀.(2024).淺析德媒對中德“熊貓外交”的報道——以德國之聲(德文版)為例. *西部廣播電視*(08),135-138.
- 苏颖, & 于淑婧. (2021). 权威性沟通及其变革——中国共产党百年政治传播制度变迁研究. *政治学研究*, (04), 50 - 63+156.
- 王蕊.(2024).外交禮物或是人氣偶像：美日媒體對中國大熊貓的形象呈現與框架分析碩士學位論文,西安外國語大學). URL: <https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202501&filename=1024702036.nh>
- 王智穎 & 洪優.(2020).中日熊貓外交與新媒體時代中國國家形象建構. *傳播力研究*(18),34-35.
- 吴三叶, 周玉波. (2024 March 28). 旅韩大熊猫“福宝”将于4月3日返回中国. 人民日报.
URL: <http://korea.people.com.cn/n1/2024/0328/c407926-40205553.html>
- Wang, M. (2022). 意大利主流媒体有关“一带一路”报道中“形象”分析. *传媒论坛*, 5(05), 8-11.
- 于婉莹. (2023, December 19). 新时代熊猫魅力助力中国公共外交. 澎湃新闻.
- 中华人民共和国外交部.(2020, July 22).关于中韩大熊猫合作研究的情况介绍. 中华人民共和国外交部
URL: https://www.mfa.gov.cn/web/zwbd_673032/ywfc_673029/202007/t20200722_7344281.shtml
- 張磊 & 紀君奕.(2024).從國禮到情感紐帶：國際傳播史視野下的熊貓外交. *國際傳播*(01),35-44.

Abstract

**A Comparative Analysis of Public Diplomacy Discourses in
Chinese and Korean Media Coverage of Fubao's Return to China:
Focusing on Rhetorical Theory and Framing Theory**

Cha, Heewon^{*}

(Professor, Division of Communication & Media, Ewha Womans University)

Zhu, Zixuan^{**}

(Master's student, School of Communication & Media, Ewha Womans University)

The purpose of this study is to compare and analyze how major Korean and Chinese media reports on the transnational public diplomacy event of Fubao's return to China construct national discourse through rhetorical strategies and framing. For the research method, a total of 20 news articles—10 each from Korean and Chinese mainstream media—published within one month before and after Fubao's return in April 2024 were selected. Using word frequency analysis, qualitative content analysis was conducted by applying rhetorical theory and framing theory. The results show that Korean media primarily employed Pathos-centered emotional appeals and farewell/emotional frames, depicting Fubao as a national symbol and family member in order to mobilize public sentiment. In contrast, Chinese media emphasized Ethos and Logos, highlighting state institutions, scientific research, and treaty implementation, while reinforcing institutional authority and national image through diplomatic legitimacy, rationality, and cultural sovereignty frames. In conclusion, the findings confirm that the two countries adopted different public diplomacy strategies in reporting the same event, offering important implications for balancing national image building and strategic public diplomacy communication.

Keywords: *Fubao, Public Diplomacy, Rhetorical Theory, Framing Theory, Korean and Chinese Media*

투고일: 2025. 08. 20.

최종심사일: 2025. 09. 10.

게재확정일: 2025. 09. 10.

* First author, heewon@ewha.ac.kr

** Corresponding author, zhuzx@ewhain.net