

## 신한류와 동아시아 문화 네트워크

진행남 (제주평화연구원 연구위원)

**한류**는 전통적 유교문화와 현대적 서구문화를 성공적으로 조합하여 아시아적 정서에 맞게 세련시키면서 아시아적 공통 가치를 창출해 온 셈이다. 이에 따라 한류는 동아시아에서 비교적 용이하게 받아들여져 왔다.

**작년** 유튜브를 통한 K-Pop 조회 수가 세계 229개국에서 약 8억 건에 달한 것은 시사하는 바가 크다. 이는 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 활용으로 신한류가 동아시아를 넘어 세계 각지로 확산될 수 있고 확산시간도 크게 단축될 수 있음을 뜻한다.

**오늘날과** 같은 정보화시대에는 정부가 나서서 아날로그시대의 제조업을 육성하는 방식으로 문화강국을 달성하려는 ‘발전국가’ 발상은 더 이상 통하지 않는다. 따라서 21세기 문화 전략은 ‘네트워크 지식국가’라는 맥락에서 강구되어야 할 것이다.

**동아시아** 문화협력도 반드시 공동체적 의식의 함양에 의해서만 확보되는 것은 아니며, 네트워크적 협력관계를 구축하는 과정에 의해서도 만들어 나갈 수 있다. 즉, 어떤 본질적인 문화적 동질성의 추구보다는 다양한 차원에서 부분적으로 존재하는 문화적 유사성을 확인하고, 동시에 다양한 문화적 차이가 공존하는 양상을 인식하고 수용하는 방식으로 동아시아 문화협력을 추구해 나갈 수 있는 것이다.

**신한류**는 문화 분야의 ‘동아시아 스탠더드’가 ‘글로벌 스탠더드’로 변환되고, ‘동아시아 문화 네트워크’가 ‘글로벌 문화 네트워크’와 호환이 되는 인류 보편적 가치를 지닌 문화의 생성을 지향해야 할 것이다.

## 목 차

1. 한류의 진화 과정과 신한류 현상
  - 가. 한류의 진화 과정
  - 나. 신한류 현상
2. 동아시아에서의 한류 열풍의 배경 및 현황
  - 가. 중국에서의 한류 열풍의 배경 및 현황
  - 나. 일본에서의 한류 열풍의 배경 및 현황
  - 다. 동남아에서의 한류 열풍의 배경 및 현황
3. 한류와 아시아적 가치
  - 가. 한류에 대한 기존의 시각 및 평가
  - 나. 한류와 아시아적 가치
4. 신한류와 동아시아 문화 네트워크
  - 가. 세계화·정보화 시대의 문화정책
  - 나. 신한류와 동아시아 문화협력

## 1. 한류의 진화 과정과 신한류 현상

### 가. 한류의 진화 과정

- ‘한국의 TV드라마·음악·영화 등 대중문화 콘텐츠가 동아시아를 비롯하여 세계 각지에서 유행해 라이프스타일에 영향을 미치는 사회문화적 현상’을 뜻하는 한류(韓流)<sup>1)</sup>는 아래 <표 1>처럼 그 진화과정을 크게 3단계로 나뉘볼 수 있음.

<표 1> 한류의 진화과정

	한류 1기	한류 2기	한류 3기
시기별 특징	생성기 (1997년~2000년대 초반)	확산 및 정체기 (2000년대 중·후반)	신한류기 (2000년대 후반 이후)
주요 지역	중국, 베트남, 대만	일본, 중국, 동남아, 중앙아, 중동, 아프리카	일본, 동남아, 중국, 유럽, 미국, 중남미
대표 콘텐츠	드라마: ‘사랑이 뭐길래’ 댄스 음악: H.O.T.	드라마: ‘겨울연가’, ‘대장금’	아이돌 그룹의 K-Pop

- 중국에서 드라마 ‘사랑이 뭐길래’가 방영된 1997년부터 2000년대 초반까지는 한류 1기, 즉 한류의 생성기로서, 생동감 있게 현실을 반영한 한국의 드라마가 중국과 베트남 등 시장경제로 전환해 성장 가도를 질주하던 사회주의 국가 시청자들에게 신선한 충격으로 다가섬. 1990년대 말에는 H.O.T.(5인조 남성그룹), 클론(2인조 남성그룹) 등의 댄스음악이 중국·대만에서 드라마의 인기를 이어감.
- 2000년대 중·후반은 한류 2기, 즉 한류의 확산 및 정체기로서, 드라마 ‘겨울연가’가 일본에서 큰 히트를 하면서 ‘윤사마(배용준) 신드롬’을 일으킴. 그 후 드라마 ‘대장금’은 중국, 동남아는 물론 중앙아시아, 중동, 아프리카 등지로 확산되어 한식의 세계화 등에도 긍정적인 영향을 미침. 하지만 현지에서의 ‘반한류’ 정서 대두와 자국 문화 보호정책 등으로 인해 이러한 한류 붐은 시들어감.
- 2000년대 후반 이후 ‘동방신기’, ‘슈퍼주니어’, ‘원더걸스’, ‘소녀시대’ 등 아이돌<sup>2)</sup> 그룹의 한국 대중가요인 ‘K-Pop’<sup>3)</sup>이 일본, 동남아, 중국, 유럽 등지에서 히트해 ‘신한류’ 붐에 불길을 당기면서 한류 3기를 형성하고 있음. K-Pop은 2011년 6월 파리공연을 계기로

세계적인 확산의 가능성을 보여주고 있음.

## 나. 신한류 현상

- 연예기획사 ‘SM엔터테인먼트’ 소속 아이돌 그룹의 지난 6월 파리공 연은, 표를 구하지 못한 팬들이 루브르박물관 앞에서 공연 연장을 요구하는 ‘퍼포먼스 시위(플래시 몹)’를 벌이는가 하면, 유럽 14개국에서 관객이 운집하는 등 술한 화제를 뿌림. K-Pop을 중심으로 하는 새로운 한국 대중문화 열풍을 일컫는 ‘신한류’ 현상은 기존의 한류와 비교할 때 다음과 같은 특징을 찾아 볼 수 있음.
  - 첫째, 기존의 한류 현상은 TV나 라디오와 같은 전통적인 대중매체와 현지 콘서트 등을 중심으로 이뤄진 반면, 신한류 현상은 디지털 환경의 세계적인 동영상 공유 사이트인 유튜브(YouTube)를 통해 배포된 음원과 영상물이 현지 이용자들에게 퍼지면서 형성되고 있음.
  - 둘째, 기존의 한류는 연예기획사나 대중매체가 소개하는 한국 문화 콘텐츠를 현지 이용자가 수용하는 방식인 하향식(Top-down)으로 확산된 반면, 신한류는 현지 애호가들이 자체적으로 한국 문화콘텐츠를 소개하는 웹사이트를 만들어 전파하는 방식인 상향식(Bottom-up)으로 확산되고 있음.
  - 셋째, 기존의 한류에서는 TV드라마 등의 영상물이 주류를 이뤘다면, 신한류는 아이돌 그룹의 K-Pop이 중심이 되고 있는데, 그 이유로는 유튜브·페이스북 등과 같은 SNS(Social Network Service)를 통해, 짧은 시간에 다양하게 소비할 수 있고 쉽게 익숙해질 수 있는 K-Pop의 특성이 강점으로 작용하고 있기 때문임(NRS, 2011).
  - 넷째, 기존의 한류에 대한 소비형태가 감상과 동경이라면, 신한류는 좋아하는 아이돌 가수의 의상과 춤을 따라하는 열혈 팬 문화인 ‘커버(Cover)문화’를 확산시키고 있음(박영일, 2011).
  - 다섯째, 기존 한류의 확산은 체계적인 준비를 바탕으로 한 게 아니지만, 신한류의 K-Pop은 연예기획사를 중심으로 오랜 기간 해외진출을 목표로, ‘기획(연습생) → 제품 출시(데뷔) → 홍보(방송출연) → 수출(해외진출)’로 이어지는 체계적인 준비과정을 거치고 있음.
- 2010년 유튜브를 통한 K-Pop 조회 수가 세계 229개국에서 약 8억 건에 달한 것은 시사하는 바가 큼.<sup>4)</sup> 이는 SNS의 활용으로 신한류가 동아시아를 넘어 세계 각지로 확산될 수 있고 확산 시간도 크게 단축될 수 있음을 뜻함.

*2000년대 후반 이후  
‘동방신기’, ‘슈퍼  
주니어’, ‘원더걸스’  
‘소녀시대’ 등  
아이돌 그룹의  
한국 대중가요인  
‘K-pop’이 일본,  
동남아, 중국,  
유럽 등지에서 히트해  
‘신한류’ 붐에 불길을  
당기면서 한류 3기를  
형성하고 있어*

2010년 유튜브를 통한  
K-pop 조회 수가  
세계 229개국에서  
약 8억 건에 달한 것은  
시사하는 바가 커...  
SNS의 활용으로  
신한류가 동아시아를  
넘어 세계 각지로  
확산될 수 있고 확산  
시간도 크게 단축될 수  
있음을 뜻해

- 세계적인 음악 순위 집계 업체인 ‘빌보드’가 최근 아시아에서는 일본에 이어 두 번째로 K-Pop 차트를 신설함(연합뉴스, 2011년 8월 26일자). 1950년대 중반부터 대중음악의 인기 순위를 집계해온 빌보드 차트는 독보적 영향력과 전통 때문에 세계 대중음악의 흐름을 파악할 수 있는 가늠자로 인식돼 옴. 이번 빌보드의 K-Pop 차트 신설은 K-Pop의 본격적인 세계 음악무대 진입을 뜻함.
- 글로벌한 서구 팝음악의 보편적 특성을 공유하면서 동시에 독자적인 스타일을 창조해낸 K-Pop은 ‘문화적 혼종화(cultural hybridization)’의 산물이라 하겠음. 현지의 언어로 녹음, 현지 소비자의 기호를 반영한 선곡, 현지에서 음반 제작 등 현지 콘텐츠화가 확대되면서 K-Pop은 점차 초국가적 문화현상으로 자리 잡고 있음.<sup>5)</sup>

## 2. 동아시아에서의 한류 열풍의 배경 및 현황

### 가. 중국에서의 한류 열풍의 배경 및 현황

- 중국에서의 한류는 1997년 TV드라마 ‘사랑이 뭐길래’가 중국 중앙 TV 8채널(CCTV-8)에서 방영돼 커다란 반향을 불러일으키면서 시작됨. 그 뒤 2002년 드라마 ‘가을동화’가 인기를 끈 후 ‘보고 또 보고’, ‘인어아가씨’, ‘목욕탕집 남자들’, ‘명성황후’ 등이 잇달아 히트함. 그러다 2005년 ‘대장금’ 방영을 계기로 한류 열풍이 절정에 달함.
- 한류 열풍과 관련해서 중국의 대표적 포털사이트인 ‘시나(新浪, sina.com)’가 2005년 10월부터 2006년 8월에 실시한 인터넷 여론조사 결과에 따르면, 중국인들은 유교적 가치관을 포괄적으로 구현하는 한국 드라마를 가장 좋아하는 것으로 나타남. 이는 주로 전통적인 가부장제 중심의 가정을 소재로 가족들 간의 사랑이나 삶의 애환을 묘사하는 현실적인 내용을 담은 드라마들임.
- 한국 드라마가 중국에서 성행할 수 있었던 요인 중 하나는 바로 중국 드라마의 ‘현실 반영’ 부족 때문이라 할 수 있음. 이는 중국 정부의 각종 규제와 간섭에 따른 작가·제작자들의 현실 회피적인 경향에 기인한 것임. 현실과 동떨어진 무협 드라마나 역사 드라마, 사회주의 혁명사를 다룬 드라마 등이 주류를 이룬 틈을, 현실을 생동감 있게 반영한 한국 드라마가 파고든 셈임.
- 1997년 9월 중국 공산당 제15차 전국대표대회에서 당시 장쩌민 총서

기가 ‘정신문명의 건설’을 강조한 시점은, 마침 ‘사랑이 뭐길래’가 방영되던 때임. 그 이후 유교적 미덕을 유지하면서 서구의 대중문화를 수용 내지 변용한 한국 드라마들이 중국에서 적극적으로 받아들여지기 시작해 한류 열풍으로 확산됨.

- 중국 정부는 반세기 이상 유물론적인 사회주의 토대 아래, 특히 문화 대혁명을 통해 실종된 전통적인 가치관의 회복에 한류가 도움이 될 것으로 봄. 1978년 덩샤오핑의 개혁·개방 이래 점차 약화된 사회주의 이념 대신 전통사상인 유교를 이용해 인민을 단합시키려는 중국 정부의 의도에 한류가 부합된 셈임.
- 한류가 중국의 복고적인 사회분위기와 맞물리던 중에 2004년 한·중간의 ‘단오제 논쟁’은 중국의 문화정책을 변화시키는 일대 전환점이 되었음.
- 한국이 강릉 단오제를 유네스코 세계무형문화유산으로 등록 신청을 하자 중국의 언론들은 중국 문화를 보호해야 한다며 이를 비판했고, 수많은 중국 네티즌들은 ‘문화적인 약탈’이라며 반발함. 강릉 단오제와 중국의 단오절은 내용과 성격이 다를뿐더러 유네스코 세계문화유산 등록의 평가방식이 엄밀하고 복잡하다는 사실에도 불구하고, 왜곡된 언론 보도가 대중적 애국심과 결합되어 ‘반한류’의 불길로 번진 것임(김광억, 2011). 중국 당국이 2006년 한국 드라마와 영화의 수입을 대폭 제한한 것도 이런 맥락에서 이해할 수 있음.
- 한류 열풍이 이와 같이 2000년대 중반을 지나면서 중국에서 한풀 꺾이기 시작했는데, ‘문화 민족주의’의 등장이 이에 가장 큰 영향을 미친 것으로 보임.
- 문화 민족주의란, 실종된 전통문화에 대한 중국인의 자괴감에서 우러나온 것 외에 중국 연예계의 문화산업 보호 촉구에 대한 정책적 표현이기도 함. 또 ‘동북공정’에 대응한 한국의 드라마 ‘주몽’, ‘연개소문’, ‘태왕사신기’, ‘대조영’ 등의 방영에 대한 중국 측의 불만과, 강릉 단오제의 유네스코 세계무형문화유산 등록에 대한 피해의식의 의미도 포함됨. 따라서 중국의 한류 수입제한 정책은 실무 차원을 넘어선 정치적 결정으로 보는 것이 타당함(박영환, 2008).
  - 이에 따라 중국 내 해외 방송 프로그램 중 한국이 차지하는 비율이 2005년의 경우 단연 1위였고 그 뒤를 홍콩, 대만, 미국 순으로 이어졌던 것이, 2006년에는 한국이 홍콩, 대만에 이어 3위로 밀려난 뒤 계속 그 순위를 회복하지 못하고 있는 상황임. 2009년의 경우 드라

*유교적 미덕을  
유지하면서 서구의  
대중문화를 수용 내지  
변용한 한국 드라마들이  
중국에서 적극적으로  
받아들여지기 시작해  
한류 열풍으로 확산돼...  
중국 정부는 반세기  
이상 유물론적인  
사회주의 토대 아래,  
문화 대혁명을 통해  
실종된 전통적인  
가치관의 회복에 한류가  
도움이 될 것으로 봐*

**한류 열풍이 2000년대  
중반을 지나면서  
중국에서 한풀 꺾이기  
시작했는데, ‘문화  
민족주의’의 등장이  
이에 가장 큰 영향을  
미친 것으로 보여...  
실종된 전통문화에 대한  
중국인의 자괴감에서  
우러나온 것 외에 중국  
연예계의 문화산업 보호  
촉구에 대한 정책적  
표현이기도 해**

마 ‘소문난 칠공주’가 꽤 인기를 끌었지만 2010년에는 공중파에서 큰 인기를 끈 드라마가 없으며, 공중파를 통해서 방영된 한국 드라마 자체가 손에 꼽을 정도임.

- 한국 영화의 경우 중국에서 2002년 불법 DVD로 발매된 ‘엽기적인 그녀’의 여주인공 전지현이 큰 인기를 모으며 일약 스타로 떠오름. 그 후 전지현 주연의 ‘내 여자친구를 소개합니다’와 배용준 주연의 ‘외출’ 등이 다소 흥행을 거뒀지만, 극장 개봉에서 한국 영화는 ‘한류’라 불릴 만한 현상을 가져오지는 못함. 여기에는 중국 당국의 엄격한 심의, 수입 쿼터제와 함께 불법 DVD의 범람을 그 이유로 들 수 있음(박희성 외, 2006).
- 1998년 H.O.T의 댄스음악이 크게 사랑받았던 중국에서 K-Pop은 오늘날 붐을 이루고 있는 정도는 아니지만 음악 장르로는 자리 잡고 있음. 과거 동방신기, 슈퍼주니어 등 소수의 아이돌 그룹이 인기를 얻었다면, 최근 들어 K-Pop 동영상도 신속하게 퍼지면서 포미닛, f(x), 티아라 등 다양한 아이돌 그룹들이 주목받고 있음. 아이돌 그룹의 인기가 높아지다 보니, 중국 내에서 이들을 모방하거나 벤치마킹한 그룹들이 나오고 있음. 2010년 9월 11일 상하이 홍커우(虹口) 경기장에서 아이돌 그룹이 출연한 ‘SM타운 라이브’ 공연이 열렸는데, 티켓이 예매 3일 만에 매진될 정도로 K-Pop은 이제 중국의 신한류를 주도하고 있다고 하겠음(한국문화산업교류재단, 2011).

**나. 일본에서의 한류 열풍의 배경 및 현황**

- 드라마 ‘겨울연가’가 2003년 4월 최초로 NHK 위성 제2방송에서 방영된 후, 2004년 4월부터는 지상파인 NHK 종합TV로 옮겨 방영되는 등 4차례나 방송된 것은 이 드라마의 반향이 워낙 커 이른바 ‘후유소나(冬ソナ, 겨울연가의 줄임말) 현상’이 일어났기 때문임. ‘겨울연가’ 이후 NHK에서는 ‘아름다운 날들’, ‘울인’, ‘대장금’, ‘다모’, ‘첫사랑’, ‘국희’, ‘봄의 왈츠’, ‘황진이’, ‘태왕사신기’, ‘이산’ 등이 방영됨. 각 민영방송국에서도 정기편성 시간대를 마련해 다수의 한국 드라마를 경쟁하듯 방영함.
- 오늘날 일본에는 한류 드라마에 깔린 전통적인 유교적 가족관 등이 거의 존재하지 않음. 따라서 한·일 대중문화의 ‘근접성’은 현대적·

소비문화적 감수성, 문화의 초국가주의에 근거한 문화시장의 지역권화 및 문화적 혼종화 과정의 산물로 볼 수 있음.

- 일본 드라마는 내용이 복잡하고 메시지가 추상적이며 한 인물에 선악 자질이 공존하는 데에 비해, 한국 드라마는 착한 여자·악녀·헌신적 남성 등 성별 정형성이 부여되고 선악 이분법으로 전개되는 경우가 많음. 이는 유가의 현실주의적 사고와 일맥상통함. 또 결말(다테마에)과 본심(혼네)이 다른 일본인들에게 한류 드라마나 영화에서의 직설적이며 솔직한 대화 등 적극적인 의사교환 방식은 신선함을 주고 대리만족을 느끼게 함. 1991년 이후 ‘헤이세이(平成) 불황’, 이른바 ‘잃어버린 10년’으로 상실감과 소외감에 빠져 있던 일본인들로서는 순수한 사랑과 가족의 중요성이 담긴 휴머니즘적인 한류 드라마에 신선한 충격을 받음. ‘겨울연가’ 유행이 ‘헤이세이 불황’이 최악에 이른 시점인 점은 이를 시사함(박영환, 2008).
- 2010년 경술국치 100주년을 맞아 KBS와 NHK가 한일 양국의 국민 의식을 공동 조사한 결과는 일본에서의 한류의 영향과 관련, 시사하는 바가 큼.
  - 만 20세 이상 2,473명(한국 1,000명, 일본 1,473명)을 면접 조사한 결과, 일본에서는 ‘한국을 좋아한다’는 응답이 62.2%, ‘싫어한다’는 24.8%였음. 반면에 한국에서는 ‘일본을 좋아한다’는 응답이 27.9%, ‘싫어한다’는 70.8%로 크게 대조적임(KBS 방송문화연구소, 2010). 11년 전인 1999년의 조사에서도 같은 질문을 했는데, 일본에서 ‘한국을 좋아한다’는 응답이 43%, ‘싫어한다’는 51%였고, 한국에서 ‘일본을 좋아한다’는 응답이 36%, ‘싫어한다’는 64%였음. 따라서 일본에서는 ‘한국을 좋아한다’는 응답이 43%에서 62%로 대폭 증가하고, ‘싫어한다’는 응답은 51%에서 25%로 반감한 데에 반해, 한국에서는 ‘좋아한다’는 응답이 36%에서 28%로 줄어들고, ‘싫어한다’는 응답은 64%에서 71%로 늘어난 것임. 이처럼 일본에서 한국을 좋아하는 사람이 큰 폭으로 증가한 배경에는 한류 붐이 자리 잡고 있다고 하겠음(하라 유미코, 2010).<sup>6)</sup>
  - 일본인에게 ‘한국인 하면 가장 먼저 떠오르는 사람’을 묻은 결과, 배용준이 20.8% 1위로, 2위 김대중(7.6%), 3위 이명박(7.3%)과 차이가 컸음. 4위에는 최지우(4.3%), 5위 이병헌(3.9%) 등 한류스타가 이어짐. 반면 한국인에게 ‘일본인 하면 가장 먼저 떠오르는 사람’으로는 이토 히로부미가 20.8% 1위였고, 2위 고이즈미 준이치로(9.7%), 3위

*오늘날 일본에는 한류 드라마에 깔린 전통적인 유교적 가족관 등이 거의 존재하지 않아... 한·일 대중문화의 ‘근접성’은 현대적·소비문화적 감수성, 문화의 초국가주의에 근거한 문화시장의 지역권화 및 문화적 혼종화 과정의 산물로 보여*

**일본에서 한국을 좋아하는 사람이 큰 폭으로 증가한 배경에는 한류 붐이 자리 잡고 있어... 일본인에게 ‘한국인 하면 가장 먼저 떠오르는 사람’을 묻은 결과, 배용준이 20.8% 1위로, 2위 김대중(7.6%), 3위 이명박(7.3%)과 차이가 커**

아사다 마오(8.4%), 4위 스즈키 이치로(6.4%), 5위 도요토미 히데요시(6.0%)였음. 한류의 영향을 보여주는 결과임.

- 일본에서의 한류 열풍은 2000년대 중반을 지나면서 민간주도의 반한류 역풍을 만남.<sup>7)</sup> 그러다 2010년 들어 다시금 한국 드라마 방영이 증가함. 지상파 민영방송국 TBS는 2010년 4월부터 6개월에 걸쳐 매주 수요일 오후 9시부터 ‘아이리스’를 방영했고, 후지TV도 오후 시간대에 정기편성을 부활시킴. 위성방송에선 1주일에 30개 이상의 한국 드라마를 방영함. 이는 특정 대상에 강하게 소구하는 콘텐츠로 한국 드라마가 자리매김 되고 있음을 의미함. 요컨대, ‘겨울연가’ 방영으로부터 8년이 흐른 오늘날 일본에서의 한국 드라마는 붐이 아닌 하나의 장르로서 정착했다고 할 수 있음.
- 일본에서 한국 영화는 2000년 ‘쉬리’의 성공에 이어 역시 남북관계를 소재로 한 ‘공동경비구역 JSA’가 큰 호응을 얻었지만, 이는 순수한 영화 팬들에 국한된 흥행이었음. 2004년 드라마 ‘겨울연가’의 대 히트는 남녀 주인공인 배용준, 최지우가 각각 출연한 영화 ‘외출’, ‘누구나 비밀은 있다’의 인기로 이어졌고, 전지현 주연의 ‘엽기적인 그녀’, ‘내 여자친구를 소개합니다’의 흥행에도 그 영향이 미쳤음. 하지만 전반적으로 한류 영화 ‘열풍’이라고 말하기는 어려움(박희성 외, 2006).
- K-Pop은 일본에서의 ‘신한류 열풍’을 일으키고 있음. 2009년까지는 동방신기의 폭발적 인기와 보아의 활약이 K-Pop을 견인해 왔다면, 2010년 들어 카라, 소녀시대, 포미닛, 브라운아이드걸스 등의 걸그룹이 일본에서 잇따라 데뷔하면서 K-Pop 붐이 형성됨. 특히 소녀시대는 일본 데뷔 한 달여 만에 오리콘 차트 1위에 오르며 ‘Gee(히트곡) 신드롬’이란 말을 유행시킴. 이는 해외 여성그룹으로는 30년 만의 최고 기록임. 카라도 오리콘 차트 2위에 오름. 2011년 8월 2일~4일 일본 최대 규모의 실내경기장인 도쿄돔에서 소녀시대·동방신기 등 K-Pop 스타 36명이 출연한 ‘SM타운 라이브’ 공연에서는 15만 장의 티켓이 매진되는 등 열광적인 호응을 얻음. 이에 따라 한류의 주 소비층이 10~20대 등으로 점차 변화함(한국문화산업교류재단, 2011; 연합뉴스, 2011년 8월 5일자).

**다. 동남아에서의 한류 열풍의 배경 및 현황**

동남아에서의 한류 열풍과 관련해서는 그 특징이 각기 다른 베트남과 대만, 태국의 경우를 중심으로 살펴보고자 함.

**1) 베트남**

- 베트남에서의 한류 붐은 한국 정부가 문화교류 일환으로 무상 공급한 드라마 ‘아들과 딸’이 1998년에 방영되고, 현지진출 한국기업이 TV광고를 끼워 넣는 조건으로 제공한 드라마 ‘의가형제’ 등이 1999년에 방송되면서 시작됨. 암으로 사망하면서 장기를 기증하는 의사의 이야기를 그린 ‘의가형제’에 출연한 장동건, 이영애의 인기는 ‘베트남 국민배우’로 불릴 정도로 대단했음. 특히 베트남 한류 역사에 한 획을 그은 드라마는 ‘우리구두’로, 2003년 매주 3회씩 밤 9시~11시에 방영돼 베트남 전체인구의 약 4분의 1에 해당하는 2천 1백만 명이 시청함. 그 후 ‘대장금’, ‘천국의 계단’도 큰 인기를 얻음.
- 드라마의 인기에 힘입어 한국 영화도 베트남에 적지 않은 편수가 소개됨. 이 가운데 로맨틱 코미디 장르에 속하는 ‘찜’과 ‘엽기적인 그녀’가 상당한 성공을 거뒀는데, 그 요인은 베트남 사람들이 영화를 오락물로 여기는 경향에서 찾을 수 있을 것임(박희성 외, 2006).
- ‘도이모이(Doi Moi)’ 정책으로 인한 경제성장에 따라 질 높은 문화상품에 대한 베트남인의 소비욕구가 증대됐는데, 한국 대중문화의 상대적 우수성이 이러한 욕구에 부응함. 한류로 인해 베트남인은 한국을 자국발전의 이상적 모델로 인식함으로써, 과거 베트남 파병으로 한국에 대해 가졌던 부정적 감정과 앙금이 크게 해소됨.
- 한류 붐은 한국 드라마의 세련미와 극적 재미, 주연 배우에 대한 호감에다 현지 한국기업 취업이 곧 성공이라는 사회적 맥락이 더해져서 증폭됨. 특히 한국의 드라마는 경로효친, 장유유서 등 가족 간 정을 진하게 느끼게 하는 유교적 유산을 지니면서도, 자립적 생활 등으로 이를 변용해 가는 특징을 보임으로써 급속한 변화 속의 베트남에 전통과 현대가 잘 결합된 모형을 제시해 폭넓은 공감을 얻음(이한우, 2006).
- 한국 드라마는 근래에도 여전히 인기를 이어가고 있는데, 2010년에

*K-pop은 일본에서의 ‘신한류 열풍’을 일으켜... 2009년까지 동방신기의 폭발적 인기와 보아의 활약이 K-pop을 견인해 왔다면, 2010년 들어 카라, 소녀시대, 포미닛, 브라운아이즈 걸스 등의 걸그룹이 일본에서 잇따라 데뷔하면서 K-pop 붐이 형성*

**한국의 드라마는**

**경로호친, 장유유서 등  
가족 간 정을 진하게  
느끼게 하는 유교적  
유산을 지니면서도,  
자립적 생활 등으로  
이를 변용해 가는  
특징을 보임으로써  
급속한 변화 속의  
베트남에 전통과 현대가  
잘 결합된 모형을  
제시해 폭넓은 공감을  
얻어**

는 ‘보석비빔밥’, ‘솔약국집 아들들’, ‘힘내라 금순아’ 등 일상생활과 가족을 소재로 누구나 쉽게 공감할 수 있는 드라마에 베트남인들이 빠져들.

- 베트남에서는 최근 들어 2AM, 씨엔블루, 애프터스쿨, 빅뱅 등 아이돌 그룹이나 이효리 등 한국 스타의 이름을 모르는 젊은이가 거의 없을 정도로 K-Pop 열풍이 일고 있음. 한류로 인해 한국어 교육 기관이 크게 늘어남(한국문화산업교류재단, 2011).

**2) 대만**

- 대만에서의 한류는 1998년 클론의 댄스음악이 크게 히트하면서 시작됐는데, 클론은 ‘대만의 국민가수’로 불릴 정도였음. 그 뒤 S.E.S., 핑클, 젝스키스, 유승준 등이 인기를 끌었고, H.O.T는 댄스음악 유행의 절정을 이룸.
- 1999년 GTV가 방영한 드라마 ‘불꽃’, ‘초대’ 등이 높은 시청률을 기록하자 많은 유선 방송국들이 앞다퉀 한국 드라마를 내보내기 시작함. 2001년에 방영된 ‘가을동화’는 시청률 1위로 주인공 송승헌·송혜교의 인기가 급상승하면서, 드라마 촬영지를 찾는 단체 관광객의 한국 방문이 줄을 이음. 그 후 ‘겨울연가’, ‘대장금’, ‘궁’, ‘아내의 유혹’, ‘미남이시네요’ 등의 드라마뿐만 아니라 ‘X맨’과 같은 예능 프로그램이 황금시간대 등에 방영됨.
- 대만 드라마의 소재는 고부간 갈등이나 돈 문제를 둘러싼 것이 많은 반면, 한국 드라마는 순수한 사랑이나 정열, 생동감 있는 현대적 주제를 다룬다는 평을 받음.
- 스페인·네덜란드·일본 등의 식민통치를 오랜 기간 받아 온 대만은 이런 역사적 경험을 통해 외래문화를 비교적 이질감 없이 받아들이는 데에 익숙해짐. 그동안 대만인의 문화 소비욕구를 충족시켜 온 것은 일본의 대중문화였음. 한류 열풍은 일본 문화의 강세 속에 한국문화가 차별성을 지닌 대안문화로 받아들여짐을 의미함. 한류는 1992년 단교로 인해 대만인들이 그동안 가지고 있던 한국에 대한 부정적 이미지를 씻고 우호적 분위기를 조성하는 데에 기여함(전성홍, 2006).
- 대만에서 한국 영화의 인기는 미미한 실정임에도 불구하고 ‘엽기적

인 그녀'는 성공을 거둠. '엽기적인 그녀'의 초반에는 '엽기적'인 여성 캐릭터와 온순한 남성 캐릭터의 대조를 통해 웃음을 안겨주지만, 후반에는 순수한 사랑으로 인해 가슴 아파하는 여주인공의 사연이 감동을 자아내는 이 영화의 줄거리가 할리우드 영화는 물론, 기존의 아시아 영화에서도 찾아보기 어렵기 때문에 보임(박희성 외, 2006).

- 동방신기, 슈퍼주니어, 샤이니, 원더걸스, 소녀시대 등 아이돌 그룹의 K-Pop이 대만에서 인기를 얻음. 슈퍼주니어의 3집 앨범이 KKBOX 차트에서 1위에 오르기도 함. 2010년 11월 광저우 아시안게임 태권도 경기에서 대만선수의 실격패로 야기된 격렬한 반한감정이 반한류 운동으로 변질. 그 후 소녀시대는 2011년 9월 9일~11일 대만에서 공연한 해외 걸그룹 최초로 타이페이 아레나에서 3회에 걸친 콘서트를 개최해 3만 1천여 명의 최다 관객 동원 기록을 세움(한국문화산업교류재단, 2010/2011; 연합뉴스, 2011년 9월 13일자).

### 3) 태국

- 태국에서의 한류는 2003년 한국 드라마 23편이 방송되면서 붐을 이루기 시작함. iTV에서 방영된 드라마 중 '가을동화'가 시청률 1위로 히트함. '가을동화'의 여주인공으로 인지도를 얻기 시작한 송혜교는 2005년 방영된 드라마 '폴하우스'의 출연으로 인기를 모음. 특히 이 드라마는 태국의 유명 휴양지인 푸켓에서 신혼여행 장면을 촬영함으로써 태국인에게 친숙하게 다가섬. '맛있는 청혼', '호텔리어', '겨울연가'도 큰 호응을 얻었고, 2006년 CH3에서 '대장금'이 인기리에 방영됨. 2010년 CH9에서 방영된 드라마 '같은 태양 아래 지평선'은 전북 전주의 한옥마을과 덕진공원 등 한국에서 전체의 80%를 촬영했고, 한국과 태국 배우의 공동 주연으로 화제를 낳음(한국문화산업교류재단, 2011).
- 태국에서 한국 영화는 2001년 개봉된 '시월애'의 흥행으로 주목받기 시작함. 거의 모든 아시아 국가에서 한국 영화의 가능성을 시험하고 붐을 이끈 '엽기적인 그녀'는 태국에서도 한국 영화 중 가장 큰 인기를 끌.
- 태국에서 가수로는 초기에 '베이비복스'와 '세븐'이 인기를 누렸음. 가수 '비'는 그의 출연 드라마 '폴하우스'가 CH7에서 점유율 70%로 큰 반향을 일으키면서, 2006년 2월 방콕 콘서트에선 티켓 1만여 장이

*스페인 · 네덜란드 · 일본 등의 식민통치를 오랜 기간 받아 온 대만은 이런 역사적 경험을 통해 외래문화를 비교적 이질감 없이 받아들이는 데에 익숙해져... 한류는 1992년 단교로 인해 대만인들이 그동안 가지고 있던 한국에 대한 부정적 이미지를 씻고 우호적 분위기를 조성하는 데에 기여*

**태국에서의 한류는  
2003년 한국 드라마  
23편이 방송되면서  
붐을 이루기 시작...  
iTV에서 방영된 드라마  
중 '가을동화'가  
시청률 1위로 히트함.  
'가을동화'의  
여주인공으로  
인지도를 얻기 시작한  
송혜교는 2005년  
방영된 드라마  
'풀하우스'의  
출연으로 인기를 모아**

이들 만에 매진되는 등 인기스타로 급부상함. 이후 동방신기, 슈퍼주니어, 빅뱅, 원더걸스, 2PM, 소녀시대 등이 '태국 아이돌'로 떠오름.

- 태국은 인도의 영향을 크게 받은 불교문화권 국가지만 역사적으로 많은 중국계 인종이 거주해 옴으로써 사회적으로 중국적·유교적 분위기가 엄존함. 불교에도 효와 연장자 존경 등 유교적 가치관과 공통적인 것이 많아 두 문화는 이질적이면서도 친화성을 갖고 있음. 태국인은 외국인과 외국문화에 관대한 편이어서 한국 드라마나 영화는 별 무리 없이 공감을 얻음.
- 태국 드라마는 성공한 한 남자를 놓고 벌이는 두 여자의 치열한 경쟁이나 남자를 통해 신분상승을 노리는 내용 등 대부분 통속적임. 태국인들은 '가을동화'와 같은 한국 드라마에서 순수한 사랑과 수채화 같은 화면배경에 끌림. 한국 드라마나 영화에 나오는 가을 단풍이나 겨울 설경은 4계절이 맛있는 태국의 시청자들에게는 환상적임(김홍구, 2006).
- 2006년 5월 한-태교류센터(KTCC)가 태국인을 대상으로 실시한 여론조사 결과, 5년 전에 비해 한국의 이미지를 묻는 질문에 '좋아졌다'는 응답이 97%나 났음. 그 이유로 'TV드라마의 영향'이 62.2%, '한국제품의 영향'이 20%를 기록함. 가수 '비'를 아느냐는 질문에 78%가 '안다'고 응답함(이유현, 2010).

### 3. 한류와 아시아적 가치

#### 가. 한류에 대한 기존의 시각 및 평가

- 한류에 대한 기존의 시각은 '실력론', '매력론', '비판론'으로 나눠 살펴볼 수 있음.
  - '실력론'에 의하면, 한류는 좀 더 나은 문화상품을 만들 수 있게 된 한국의 경제적 '실력(hard power)'의 상징이자 CT(Culture Technology)로 불리는 기술력의 표상임. 따라서 문화 비즈니스 차원의 한류는 한국 기업들의 마케팅 전략이나 현지 합작 등을 통해 동아시아 차원에서 역은 문화산업 분야 생산 네트워크의 덕을 본 셈임. 한류 스타 '보아'와 '비'를 각각 길러낸 연예기획사 SM엔터테인먼트와 JYP

엔터테인먼트가 대표적인 사례임. 이러한 견지에서는 한류의 성공은 문화현상이라기보다는 경제 또는 산업 현상임.

- ‘매력론’은 상품으로서의 한류를 넘어서 한류의 문화적 측면을 강조함. 한류에 담기는 한국 대중문화의 ‘매력(soft power)’에 초점을 맞춤. 한류 드라마나 영화의 저변에 깔리는 내용은 경제적으로 발전하고 민주주의를 이뤘으나, 시민사회의 역동성을 잃지 않은 ‘다이내믹 코리아(Dynamic Korea)’의 모델이라는 것임. ‘매력론’에 따르면 한국 문화 고유의 가치관도 한류에 담기는 콘텐츠임. 이를테면, 드라마 ‘대장금’은 한국이 동아시아의 전통적인 유교적 가치관을 한국적 시각에서 소화해 냈기 때문에 ‘대장금’으로 대변되는 한류는 단순한 상품이 아니라 문화적 가치의 전도사인 셈임.
- ‘비판론’에 따르면, 한류란 한국 대중문화의 질적인 우수성이나 문화적 고유성 때문에 생겨난 것이라기보다는 ‘급격한 산업자본주의적 발전을 겪은 동아시아 지역에서 새롭게 부상하는 욕망들과 다양한 갈등을 가장 세속적으로 포장해내는 능력의 산물’일 뿐임(김현미, 2003). 이는 한류가 미국 중심의 글로벌 문화질서에서 단지 동아시아의 틈새시장을 공략한 것일 뿐이라는 인식으로, 대부분의 기존 한류는 미국적 문화상품의 형식에 한국적 터치를 가미한 정도라는 것임.

- 각기 다른 나라에서 유행한 한류를 하나의 잣대로만 바라보게 되면 실상을 놓칠 수 있음. 현지인의 문화적 해석과 선택적 수용이 이뤄지는 한류를 ‘실력론’, ‘매력론’, ‘비판론’으로만 분석하는 것은 공급자 입장에 치우친 것임. 그 나라의 역사적·사회문화적 맥락에 따라 한류를 받아들이는 수용자 입장도 고려해야 함.

#### 나. 한류와 아시아적 가치

- 아시아인의 심금을 울리는 한류는 아시아적 가치를 수면 위로 끌어올림으로써 아시아인의 집단 정체성의 형성에 밝은 가능성의 빛을 던지고 있다고 하겠음.
- 한류는 아시아인에게 ‘비슷하면서도 다르고, 멀게 보이면서도 가깝게 느껴지는’ 이중적 매력을 지녀 신선함을 줌. 한류는 전통과 현대의 조화, 친숙함과 생소함의 병존이란 특성에다 열등감을 대리만족시켜 주고, 수용 국가 내부로부터 제기되는 대안적 문화 욕구에 부응하는 측면이 있음(전성홍, 2006). 한류는 전통적 유교문화와 현대적 서구문화를 성공적으로 조합하여 아시아적 정서에 맞게 세련시

**한류에 대한 기존의 시각은 ‘실력론’, ‘매력론’, ‘비판론’으로 나눠 살펴볼 수 있어... 현지인의 문화적 해석과 선택적 수용이 이뤄지는 한류를 ‘실력론’, ‘매력론’, ‘비판론’으로만 분석하는 것은 공급자 입장에 치우친 것으로 그 나라의 역사적·사회문화적 맥락에 따라 한류를 받아들이는 수용자 입장도 고려해야**

**한류는 전통과 현대의  
조화, 친숙함과  
생소함의 병존이란  
특성이다 열등감을  
대리만족시켜 주고,  
수용 국가 내부로부터  
제기되는 대안적 문화  
욕구에 부응하는  
측면이 있어**

켰기 때문에 아시아지역에서 비교적 용이하게 받아들여짐(김홍구, 2006).

- 한류에 내장되어 있는 아시아 공통의 문화적·미학적 자산은 타자와의 끊임없는 ‘화해를 통해 도달하고자 하는 동일성’의 가치관으로, 이는 타자와 분열된 주체의 소외를 전제로 하거나 타자의 파괴와 정복에서 쾌감을 찾는 할리우드식의 폭력적 동일성과는 뚜렷이 구분됨.
  - 한류 드라마와 영화는 이러한 ‘타자와의 화해를 통한 동일성’의 가치관을 바탕으로, 초심을 잃지 않는 항상심(恒常心)과 낭만적 열정, 감상주의(感傷主義)적 취향이 융합된 독특한 미적 체험을 아시아인들에게 제공함으로써 이들과 문화적 공감대를 넓혀 옴. 이를테면 대표적 한류 드라마인 ‘겨울연가’, ‘천국의 계단’, ‘울인’, ‘가을동화’, ‘폴하우스’ 등과 영화 ‘엽기적인 그녀’, ‘내 여자친구를 소개합니다’ 등은 ‘항상심’을 ‘사랑’에 대입해 유일하고 영원한 사랑으로 변주하고, 드라마 ‘대장금’, ‘허준’ 등은 ‘항상심’을 ‘신념’에 대입해 장인정신과 지조, 불굴의 의지로 변용한 것임.
  - 전자의 작품들이 사랑에 대한 낭만적 열정을 미학적 장소와 물건, 주인공의 아름다운 외모 등의 세부장치를 통해 그려내는 반면, 후자의 작품들은 신념에 대한 낭만적 열정을 수많은 시련과 초인적 극복의 과정, 신성한 물건 등을 통해 형상화함. 이들 작품의 주인공들은 모두 자신이 처음에 지닌 열정과 믿음을 결코 포기하지 않는 점에서 삶에 대해 일정 부분 감상주의적 입장을 취함. 또 아름다운 배경, 섬세한 심리묘사, 미묘한 상황의 연쇄, 감각적인 대사, 세련된 이미지의 소품 등도 한류 드라마와 영화의 낭만적이고 감상주의적인 면모에 일조하는 장치들임(김수이, 2006).
- 한국은 세계적으로도 보기 드문 다종교 사회이자, 동·서양의 다양한 가치관, 다양한 사상과 행동양식이 어떠한 터부나 제약 없이 존재하고 한데 어우러지고 융합하는 일종의 ‘문화적 용광로(cultural melting pot)’라 할 수 있음. 한류는 이러한 문화적 용광로에서 아시아적 가치를 창출하고 있는 셈임.
  - 헌팅턴(Huntington, 1996)은 문화적 특질의 집합체로서의 문명의 핵심적 요소는 종교라며, 21세기에는 종교 간 갈등이 최대변수로 작용하는 ‘문명의 충돌’을 예측했지만, 한국의 경우는 다종다기한 종교가 별다른 갈등 없이 뿌리내리는 ‘문명의 공존’의 전형을 이루고 있음.

- 한국은 6·25 직후 아프리카의 저개발국에도 못 미치는 극빈국에서, 서구의 수세기에 걸친 근대 산업국가로의 발전 과정을 불과 30년의 압축 성장을 통해 소화하여 ‘선진국 클럽’ OECD 멤버로 우뚝 서면서 강력한 하드파워를 갖추. 이러한 하드파워가 시간이 흐르면서 한류라는 아시아적 가치를 담은 소프트파워로 변환된 셈임.
- 아시아를 넘어 세계적 확산 가능성을 보여주고 있는 신한류는 기존의 한류보다 더욱 인류보편적인 가치와 감성에 어필하고 있음.
  - SM엔터테인먼트 소속 아이돌 그룹의 지난 6월 파리 공연의 성공에 뒤이은 9월 도쿄 공연, 10월 뉴욕 공연과 최근 세계 도처에서 자발적으로 열리고 있는 K-Pop 경연대회 등만 봐도 신한류는 기존의 한류가 발전시켜온 아시아적 가치를 서구적 가치와 혼용, 인류 보편적 가치와 상상력, 감수성으로 승화시켜 갈무리하고 있다고 하겠음.

*한국은 세계적으로도 보기 드문 다종교 사회이자, 동·서양의 다양한 가치관, 다양한 사상과 행동양식이 어떠한 터부나 제약 없이 존재하고 한데 어우러지고 융합하는 일종의 ‘문화적 용광로(culture melting pot)’라 할 수 있어... 한류는 이러한 문화적 용광로에서 아시아적 가치를 창출하고 있는 셈*

## 4. 신한류와 동아시아 문화 네트워크

### 가. 세계화·정보화 시대의 문화정책

- 국경 개념이 사라져 가고 있는 세계화·정보화 시대의 문화는 네트워크 구조를 바탕으로 한다는 사실을 경시하거나 간과해서는 안 됨.
  - 세계화·정보화로 인해 빠르게 확산되는 상호연결과 상호의존은 모든 영역을 보다 밀도 높은 초국가적 교환체계의 네트워크로 묶어냄. 문화의 세계화는 지배와 피지배 혹은 중심과 주변과 같은 이분법적 구도로는 독해할 수 없는 복합적 양상을 띠. 세계화·정보화 시대의 문화는 고착된 특성이라기보다 지속적으로 변화하는 ‘흐름(flows)’으로서, 시대와 상황에 따라 ‘구성되는’ 것인 동시에 끊임없는 교류와 변환을 바탕으로 하는 동적 ‘섞임(blending)’의 과정으로 자리매김하게 됨(민병원, 2006).
  - 문화는 서로 섞고 섞이면서 스스로를 바꿔나가는 복수의 연체동물과도 같음. 기어츠(Geertz, 1998)는 이를 ‘낙지’에 비유함. 낙지의 발은 따로따로 움직이지만 머리 부위에서는 한데 뭉쳐 있다는 점에서, 다원적이면서 복합적인 공존으로서 직렬방식이 아니라 병렬방식으로 상호작용하는 세계화 시대의 문화가 지닌 속성을 잘 드러낸 비유임. 즉, 세계화의 통합추세 속에서 ‘렉서스’와 같은 공통분모에 대한 열정이 세계를 하나로 묶어가고 있지만, ‘올리브나무’로 상징되는

**세계화·정보화 시대의  
문화는 고착된  
특성이라기보다  
지속적으로 변화하는  
'흐름(flow)'으로서  
시대와 상황에 따라  
'구성되는'것인 동시에  
끊임없는 교류와 변환을  
바탕으로 하는 동적  
'섞임(blending)'의  
과정으로  
자리매김하게 돼**

지역적·토착적 문화들은 여전히 수그러들지 않고 있음.<sup>8)</sup>

- 세계화·정보화 시대의 '네트워크 사회성'을 바탕으로 하는 문화의 새로운 양상은, 단일하고 침투 불가능한 종전의 '당구공 국가모델'로는 설명할 수 없음(Wittel, 2001).
  - 국제관계의 구조가 네트워크 형태로 바뀌어가고 있다는 것은 곧 전통적 행위자인 국민국가의 사고방식으로 해결할 수 없는 문제들이 많아짐을 의미함. 특히 군사력이나 경제력만으로는 해결하기 힘든 상황에 있어서 소프트파워, 즉 문화적 영향력 등을 활용해야 한다는 목소리가 높아짐(Nye, 2004).
- 문화에 대한 자국 중심의 시각은 갈등을 낳기 십상이기 때문에 문화를 네트워크적 관점에서 바라보는 일이야말로 갈등 방지와 상호협력 을 위한 최선의, 그리고 최선의 출발점이라고 하겠음.
  - 중국의 경우, 개혁·개방이 되자 홍콩과 대만의 대중문화가 가장 먼저 유행함. 아울러 일본 문화도 소개되기 시작해 '나를 분노의 바다에 빠뜨려라'와 같은 액션 영화가 처음 인기를 끌었고, 이후 일본 정부가 무상 제공한 TV드라마 '오싱'이 히트하면서 80년대 중반까지 일본 드라마와 영화는 중국인의 사랑을 받으며 '일류(日流)'라는 말을 낳음. 90년대 들어서는 일본의 애니메이션까지 가세하여 일본 문화의 유행은 꽤 오랫동안 유지됨. 하지만 중일 양국 간의 외교관계 악화로 반일감정이 고조되고 일본 영상물의 가격이 높아지면서 일류의 기세는 꺾였고, 한류가 일류를 대체하기 시작함.
  - 한류가 아시아 여러 나라에서 형성된 배경에는 이처럼 일류의 쇠퇴도 한몫을 하고 있다고 할 수 있음. 그런데 중국에서 일류가 쇠퇴하게 된 주요인으로 꼽히는 것이 당국의 일류 배제 정책임. 중국에서 일본 문화가 지나치게 부상하자 이를 정책적으로 견제해 일류를 잠재운 것임(박희성 외, 2006). 이는 문화민족주의 대두로 중국 당국이 한국 드라마 등의 수입제한 정책을 펴면서 중국에서 한류가 정체된 것과 유사한 패턴임. 일류의 쇠퇴나 한류의 정체에는 문화의 일방향적 유입만 있었을 뿐 네트워크적 쌍방향적 문화 교류가 결여된 공통점이 있어 이에 대한 깊은 성찰을 필요로 함.
- 한 나라의 문화정책은 과거와 같은 통제형, 하향식, 중앙집중형 구도를 넘어 자발적이면서 분산형 구도를 띤 네트워크 연결망이 문화의 새로운 패러다임으로 자리 잡을 수 있도록 돕는 게 바람직함.

- 오늘날과 같은 정보화시대에는 정부가 나서서 아날로그시대의 제조업을 육성하는 방식으로 문화강국을 달성하려는 ‘발전국가(developmental state)’ 발상은 더는 통하지 않음. 따라서 21세기 문화전략은 ‘네트워크 지식국가’라는 맥락에서 강구되어야 할 것임(김상배, 2007).
  - 한국 정부는 중국이나 일본에서 제작된 방송콘텐츠의 지상파TV 방영을 장려하고 관련 규제를 없애 나가는 ‘열린 방송’ 정책을 추진해야 함. 이러한 문화의 상호교류 활성화야말로 한류의 지속가능성에도 기여할 것임.
  - 정부가 한류 유행국의 드라마와 다큐멘터리 등 일부 영상물을 수입해 케이블TV를 통해 방영하고 있는 것은 다문화 가정을 위한 문화적 배려 차원뿐만 아니라 일방적 한류 수출의 부작용 해소 차원에서도 확대 추진되어야 함.
- 국제 공동제작·공동투자·기술협력 네트워크를 구축해 현지 지향의 콘텐츠 제작을 간접 지원하는 문화정책이 요청됨. 특히 국제 공동제작은 일부 어려움에도 불구하고 반한류 정서의 완화를 위해서라도 더욱 장려되어야 함.
- MBC 프로덕션과 일본의 TBS가 양국 최초로 공동 제작해 2002년 방송된 드라마 ‘프렌즈’는 한국 남성과 일본 여성이 집안의 반대, 문화적 차이 등을 극복하고 사랑의 결실을 이룬다는 내용임. 모두 4부작으로, 1·2부는 일본 측, 3·4부는 한국 측이 연출하고, 극본 역시 공동집필하는 등 대등한 의미에서의 공동제작이 이뤄진 사례임. KBS와 중국의 CCTV가 2004년 양국 최초로 공동 제작한 20부작 드라마 ‘북경 내 사랑’은 중국 측의 일부 제작비 부담 및 배우 기용, 중국 올 로케이션 촬영, 양국 동시 방영 등으로 화제를 모음. 또 2004년 드라마 ‘비천무’는 한류 스타가 중국 배우들과 함께 출연해 중국 로케이션 촬영으로 문화적 할인율<sup>9)</sup>을 최소화함(한국문화산업교류재단, 2009).
  - SBS와 일본방송작가협회, TV아사히가 실험적으로 공동 제작한 ‘텔레시네마(Telecinema)’ 7편(‘천국의 우편배달부’, ‘트라이앵글’, ‘결혼식 후에’, ‘내 눈에 콩깍지’, ‘돌맹이의 꿈’, ‘낙원’, ‘19-Nineteen’)은 문화교류의 새로운 모델을 제시함. 일본 정상급 드라마 작가들이 현대인의 꿈과 사랑, 현실을 키워드로 하는 텔레 시네마의 시나리오를 집필했는데, 한류 스타가 출연하고 한국 제작진에 의해 완성된 이들 작품은 2009년~2010년 양국의 TV와 극장에서 상영됨.

**한 나라의 문화정책은  
과거와 같은 통제형,  
하향식, 중앙집중형  
구도를 넘어  
자발적이면서 분산형  
구도를 띤 네트워크  
연결망이 문화의  
새로운 패러다임으로  
자리 잡을 수 있도록  
돕는 게 바람직해**

**신한류는 기존의  
한류가 ‘대박’을 노린  
상업주의로 드라마  
가격을 천정부지로  
올리고 유사한 코드의  
콘텐츠를 마구잡이로  
수출해 반한류를  
자초한 측면이 컸음을  
유념해야**

- 신한류의 경우 K-Pop 아이돌 그룹에 타국 출신을 의도적으로 캐스팅함으로써 기존의 한류의 일방향성을 완화하고 자연스러운 문화적 섞임을 도모하는 경향이 나타나고 있음. 이를테면 아이돌 그룹 2PM의 태국 출신 ‘닉쿤’, f(x)의 중국 출신 ‘빅토리아’와 미국 출신 ‘엠버’, 미쓰에이의 중국 출신 ‘페이’와 ‘지아’가 대표적인 사례로, 이는 이들 아이돌 가수의 출신 국가에서의 활동에도 도움이 되고 있음.

#### 나. 신한류와 동아시아 문화협력

- 영토 및 역사 문제로 인한 원심력과, 경제적 상호작용의 증대로 인한 구심력이 충돌하는 동아시아에서 국가 간 집단 정체성은 문화의 교류 및 융합을 통한 공통된 의식기반의 확장에서 배태되고 성장할 수 있음.
  - 동아시아의 지역통합으로 가는 도정에서 이처럼 중요한 문화변수에 대한 인식은 경제적 수익 위주의 산업논리와 자율성을 훼손하는 정책논리에 의해 심대한 영향을 받음으로써 자연스런 ‘흐름’과 ‘섞임’으로서의 문화의 속성을 저버린 정도가 결코 가볍지 않음. 2000년대 중반 이후 동아시아에서 한류가 한풀 꺾이는 과정은 이를 시사함. 한류에 대해 ‘반한류’, ‘혐한류’로 표상되는 정서적 반발은 편협한 자민족 중심주의와 근대적 국민국가의 성장 제일주의적 발상이 문화에 가하는 부작용이 어떠한 것인지를 교훈적으로 일깨워줌. 민족문화의 우수성만 강조하거나 문화 제국주의적인 측면에서 접근해서는 결코 국가간 집단 정체성의 형성에 기여할 수 없음.
  - 신한류는 기존의 한류가 한풀 꺾였던 전철을 밟지 말아야 함. 기존의 한류가 ‘대박’을 노린 상업주의로 드라마 가격을 천정부지로 올리고 유사한 코드의 콘텐츠를 마구잡이로 수출해 반한류를 자초한 측면이 컸음을 유념해야 함. 신한류도 ‘높은 몸값’의 아이돌들이 일시에 해외를 휩쓸고 다님으로써 현지인들을 식상케 해서는 안 됨. 신한류는 상대국과의 문화적 일체감을 형성하고 진출과 소비의 단계에서 현지와의 협업을 더욱 활성화함으로써 ‘반신한류’가 싹트지 않도록 해야 함.
- 한류의 유행은 동아시아인에게 대중문화의 스펙트럼을 넓혀주고 활력과 개방성을 불어넣는 계기가 되었으며, 동아시아인끼리의 문화적인 공통분모를 확대해 가는 과정으로 볼 수 있음. 특히 한류가 창출하는 아시아적 가치는 동아시아 문화공동체의 기반을 형성하는 데에

‘중추(backbone)’의 역할을 하거나 동아시아 문화 네트워크의 노드(node)로 작용할 수 있을 것임.

- 문화공동체란 근대 서구에서 국민국가를 모델로 해서 생겨난 개념으로, 문화 통합을 성취하려는 국가 프로젝트와 밀접한 연관을 갖는 것으로 연상되기 쉬움(니시카와 나가오, 2004). 이에 비해 문화 네트워크란 국가뿐 아니라 시민사회를 문화교류의 주체로 인식하고, 문화적 통합보다는 차이와 유사성을 동시에 인정하고 경험하는 과정을 강조함. 공동체란 개념은 타자를 우리로부터 배제하는 닫힌 공간을 어느 정도 상정할 수밖에 없기 때문에, 공동체에 포함되지 않는 국가로부터 배타적인 내용을 담은 것으로 오해받을 소지가 있음. 반면에 네트워크란 개념은 개별 주체를 중심으로 맺어지는 연결망을 의미하는 것으로, 외부로 무한히 확장될 수 있는 개방성을 지님.
  - 신한류를 통한 동아시아 문화협력을 모색하기 위해서는 문화 공동체적 접근방법보다는 오히려 문화 네트워크적 접근방법이 나올 수 있음. 문화공동체라는 개념이 집단 내부에서는 보다 강력한 유대와 협력을 표상하지만, 동시에 타자를 배제하는 성격을 내포하고 있고, 집단 내부에서도 어떤 문화요소를 중심적인 것으로 상정함으로써 집단 내부에 또다시 중심과 주변의 분화를 초래할 가능성이 크기 때문임. 지역적 폐쇄성을 뛰어넘는 방식으로 진행되기 십상인 오늘날의 문화현상을 문화 네트워크라는 보다 열린 개념으로 이해하고 활성화하는 것이 바람직함. 이는 신한류가 동아시아라는 지역공간을 넘어서서 세계적으로 확산되고 있는 현상과도 부합됨.
  - 동아시아 문화협력도 반드시 공동체적 의식의 함양에 의해서만 확보되는 것은 아니며, 네트워크적 협력관계를 구축하는 과정에 의해서도 만들어 나갈 수 있음. 말하자면, 어떤 본질적인 문화적 동질성의 추구보다는 다양한 차원에서 부분적으로 존재하는 문화적 유사성을 확인하고, 동시에 다양한 문화적 차이가 공존하는 양상을 인식하고 수용하는 방식으로 동아시아 문화협력을 추구해 나갈 수 있음 (오명석 외, 2004).
- 신한류는 이러한 문화 네트워크라는 인식틀 아래 한국문화의 고유성을 잃지 않으면서도 동아시아에서 새로운 문화적 혼종 및 협력 과정을 거쳐 초국가적인 대중문화의 교류형태로 나아가야 함. 신한류는 단순히 문화상품의 경쟁력을 높이는 차원을 넘어, 그 문화내용의 보편성과 포용력을 배양함으로써 네트워크 시대의 소프트파워로 자리매김 돼야 함.

**한류가 창출하는  
아시아적 가치는  
동아시아 문화공동체의  
기반을 형성하는 데에  
‘중추(backbone)’의  
역할을 하거나 동아시아  
문화 네트워크의 노드  
(node)로 작용할 수  
있어**



- 신한류는 문화 분야의 ‘동아시아 스탠더드’가 ‘글로벌 스탠더드’로 변환되고, ‘동아시아 문화 네트워크’가 ‘글로벌 문화 네트워크’와 호환이 되는 인류 보편적 문화코드의 생성을 지향해야 함.

**기획 및 감수:** 진행남 (제주평화연구원 연구위원)

**편집:** 고정선 (제주평화연구원 연구원)

오은정 (제주평화연구원 인턴)

## 저자 약력

### ■ 진행남

現 제주평화연구원 연구위원. 경희대학교에서 언론학 박사 학위 취득했음. 연구 분야는 동아시아 문화 네트워크, 남북관계, 동아시아 다자협력(제주프로세스), 한류와 문화공동체 등임.

### 주석

- 1) ‘한류(韓流)’는 1999년 중국 베이징(北京)의 「청년보(青年報)」에서 한국의 대중문화와 연예인들에 빠져 있는 젊은이들의 유행을 경계하는 뜻으로 처음 사용한 말임 (유상철 외, 2005).
- 2) 영어로 ‘우상’을 뜻하는 아이돌(idol)은 주로 청소년들에게 꿈과 환상을 심어주면서 큰 인기를 얻는 젊은 가수를 지칭함.
- 3) K-Pop은 대한민국의 국가 영문 이니셜인 ‘K’와 대중음악을 나타내는 ‘pop’의 합성어.
- 4) 중앙일보가 2010년 유튜브에 등록된 아이돌 가수들(SM·YG·JYP 엔터테인먼트 소속)의 전체 동영상(923개)을 분석한 결과, 총 조회수는 7억 9357만여 건으로, 대륙별로는 아시아(5억 6,627만여 건), 북미(1억 2,347만여 건), 유럽(5,537만여 건) 순이며, 나라별로는 일본(1억 1,354만여 건), 태국(9,951만여 건), 미국(9,487만여 건) 순이었음(중앙일보, 2011년 1월 17일자).
- 5) 지난 6월 K-Pop 파리공연을 성공리에 연 SM엔터테인먼트의 경우 각국 작곡가들과 네트워크를 구축해 콘텐츠를 만들어 왔음.
- 6) 한류는 동아시아에서 일종의 ‘공공외교(Public Diplomacy)’ 역할을 수행해 음. 홍콩의 시사주간지 『Far Eastern Economic Review』는 ‘겨울연가’가 한일관계에 미친 긍정적 영향을 ‘연속극 외교(Soap-opera Diplomacy)’로 빗대기도 함.
- 7) 일본에서는 2005년 7월에 한류를 직접적으로 비판하는 『만화협한류』가 출판되어 약 30만 권이 팔렸고 반한류 사이트와 블로그가 우후죽순 생겨남(박영환, 2008).
- 8) ‘렉서스’가 글로벌 시장과 금융기관, 컴퓨터 기술을 상징한다면, ‘올리브나무’는 정체성과 고향, 지역공동체 의식의 보유를 상징함. 프리드먼(Thomas L. Friedman)은 그의 저서 『렉서스와 올리브나무』에서 이러한 렉서스와 올리브나무의 공존을 강조하고 있음.
- 9) 문화할인율(cultural discount rate)은 문화권 간 대중문화의 교류 가능성을 평가하기 위한 지표로, 문화할인율이 낮다는 것은 한 나라의 문화상품이 다른 나라에 수용되기 쉽다는 의미임.

## 참고문헌

- 김광익(2011), “문화친밀감 형성을 위한 인문교류와 소통”, 베이징대 비교문화연구  
 구소·이화여대 중국문화연구소·한국문화산업교류재단 공동주최 2011  
 한중문화산업포럼 「한-중 문화소통과 협력을 위한 방안 모색」(2011.5.27)  
 기조연설문.
- 김상배(2007), “한류의 매력과 동아시아 문화네트워크”, 『세계정치 7: 문화와 국  
 제정치』 제28집 1호, 서울대학교 국제문제연구소, pp.193-233.
- 김수이(2006), “한류, 21세기 한국문화의 국가적 아젠다”, 『한류와 21세기 문화비  
 전』, 서울: 청동거울, pp.11-29.
- 김현미(2003), “대만 속의 한국 대중문화: 문화 ‘번역’과 ‘혼성화’의 문제를 중심  
 으로”, 조한혜정 외, 『‘한류’와 아시아의 대중문화』, 서울: 연세대학교 출  
 판부, pp.155-156.
- 김홍구(2006), “동남아 한류의 새로운 메카: 태국의 한류”, 『동아시아의 한류』, 신  
 윤희환·이한우 외, 서울: 전예원, pp.193-220.
- 니시카와 나가오(2004), “동북아시아 문화공동체의 가능성”, 인문사회연구회 주  
 관 국제학술회의 「평화와 번영의 동북아 문화공동체 형성을 위한 정책 연  
 구」(2004.10.25) 발표논문.
- 민병원(2006), “네트워크 시대의 문화 세계정치”, 『네트워크 지식국가: 21세기 세  
 계정치의 변환』, 하영선·김상배 엮음, 서울: 을유문화사, pp.442-479.
- 박영일(2011), “신한류를 넘어서...”, 『콘텐츠칼럼』, 한국콘텐츠진흥원.
- 박영환(2008), 『문화한류로 본 중국과 일본』, 서울: 동국대학교 출판부.
- 박희성 외(2006), 『영화 분야 한류 현황과 활성화 방안 연구』, 서울: 커뮤니케이  
 션북스, 영화진흥위원회.
- 연합뉴스, 2011년 8월 5일자; 2011년 8월 26일자; 2011년 9월 13일자.
- 오명석 외(2004), 『동북아 문화공동체 형성을 위한 협력적 아시아 인식의 모색』,  
 인문사회연구회 협동연구총서 04-10, 통일연구원.
- 유상철 외(2005), 『한류 DNA의 비밀』, 서울: 생각의 나무, p.1.
- 이유현(2010), “태국 한류: 성장 역사, 경제에 미치는 영향, 미래 제언을 중심으  
 로”, 『관광시장 동향』 2010년 9월, 서울: 한국관광공사, pp.155-170.
- 이한우(2006), “대장금 식당에서 보는 한국 드라마: 베트남 한류”, 『동아시아의  
 한류』, 신윤희환·이한우 외, 서울: 전예원, pp.123-151.
- 전성홍(2006), “타이베이 시면명의 ‘하한쭈’: 대만의 한류”, 『동아시아의 한류』,  
 신윤희환·이한우 외, 서울: 전예원, pp.51-71.
- 중앙일보, 2011년 1월 17일자.
- 하라 유미코(2010), “일본에서의 한류 드라마”, 한국언론학회/충청언론학회 주최

- 세미나 「일본내 한류의 재점화, 지속적 확산 방안」(2010.9.10) 발표자료집.
- 한국문화산업교류재단(2009), 『한류, 아시아를 넘어서 세계로』, pp.25-93.
- 한국문화산업교류재단(2010), 『한류 포에버: 중국·대만편』, pp.98-104.
- 한국문화산업교류재단(2011), 『2010 해외 한류 동향』, pp.1-74.
- KBS 방송문화연구소(2010), 『KBS-NHK 한일 공동 국민의식 조사』 결과보고서.
- NARS(2011), “신한류 현상의 특징과 향후 과제”, 『이슈와 논점』 254호, 국회입법조사처.
- Friedman, Thomas L.(2003), *The Lexus and the Olive Tree*, 신동욱 역, 『렉서스와 올리브나무』, 서울: 창해.
- Geertz, Clifford(1998), *The Interpretation of Cultures*, 문옥표 역, 『문화의 해석』, 서울: 까치.
- Huntington, Samuel P.(1996), *The Clash of Civilization and the Remaking of World Order*, 이희재 옮김(1997), 『문명의 충돌』, 서울 : 김영사.
- Nye, Joseph S.(2004), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, 홍수원 역, 『소프트파워』, 서울: 세종연구원.
- Wittel, Andreas(2001), “Toward a Network Sociality”, *Theory, & Culture Society* 18, No. 6.

## JPI 정책포럼 현황

- 양창석 『독일 통일 교훈과 한반도 평화통일 비전』 (2011년 6월)
- 박동훈 『경제위기이후 중·미관계 변화와 한반도』 (2011년 6월)
- 임수호 『북·중경협 현황과 전망』 (2011년 6월)
- 이기현 『중국의 대북정책과 북·중동맹의 동학』 (2011년 5월)
- 박상현 『에너지 안보의 동학과 일본 원자사태』 (2011년 5월)
- 김종선 『원자력 사고의 국제 대응체제의 강화 필요성: 동북아시아를 중심으로』 (2011년 5월)
- 이면우 『대지진 이후의 일본 위상과 동북아질서』 (2011년 4월)
- 김병로 『한반도 통일: 비전과 전략』 (2011년 4월)
- 김동성 『북한 정치경제 체제의 본질과 남북교류협력사업 방향』 (2011년 4월)
- 김중섭 『미중관계의 정상화와 대만』 (2011년 3월)
- 고성준 『새로운 통일 필요성 논리의 개발: 청소년 대상 통일교육과 관련하여』 (2011년 3월)
- 이홍섭 『러·중 군사협력의 동향과 장래』 (2011년 3월)
- 김두진 『동아시아 경제통합과 거대기업의 역할: EU사례의 함의와 적용』 (2011년 2월)
- 염돈재 『독일통일의 쟁점과 한반도 통일에의 시사점』 (2011년 2월)
- 정영태 『서해해상 긴장완화와 평화정착 방안』 (2011년 2월)
- 김태환 『21세기 신공공외교와 포럼외교』 (2011년 1월)
- 안찬일 『북한의 다각적 평화공세와 체제전환 가능성』 (2011년 1월)
- 황지환 『남북관계의 국제정치』 (2011년 1월)
- 성원용 『러시아 극동지역의 전력공급체제와 남-북-러 전력계통 연계』 (2010년 12월)
- 고상두 『동북아 다자협력체 구축조건: 통일독일의 경험이 주는 함의』 (2010년 12월)

- 김갑식 『북한 당대표자회와 김정은 후계체제 전망』 (2010년 12월)
- 박홍영 『전후 일본 ODA 정책의 변화상: 한국에 주는 함의』  
(2010년 11월)
- 최희식 『중일 침각열도 해양영토분쟁: 평화적 관리 방식의 전환기?』  
(2010년 11월)
- 김미경 『일본의 반핵평화주의와 안보현실』 (2010년 11월)
- 김수암 『탈북자의 현황 및 인권』 (2010년 10월)
- 원동욱 『중국 대외원조의 현황과 추세: ‘불량국가’ 지원과  
그 시사점』 (2010년 10월)
- 손기웅 『독일통일 20주년에 비춰본 한반도통일의 과제와 전망』  
(2010년 9월)
- 이선진 『중국의 대미안마 전략』 (2010년 9월)
- 최경수 『북한에 대한 인도적 지원과 북한의 변화 전망』 (2010년 9월)
- 전진호 『일본의 한국병합 100년 한일관계의 과제와 전망: 동아시아  
평화를 위한 한일갈등의 해결방안과 협력의 전망』 (2010년 8월)
- 정성장 『북한의 파워 엘리트 변동: 동향과 전망』 (2010년 8월)
- 최명해 『중국의 대북 정책: 변화와 지속』 (2010년 8월)
- 김재철 『중국과 동아시아 지역협력』 (2010년 7월)
- 이성우 『두만강 개발과 동아시아 다자협력의 전망: 동아시아  
다자협력체의 건설을 중심으로』 (2010년 7월)
- 이해란 『북한이탈주민 여성의 사회정착 현황과 조기정착 방안』  
(2010년 7월)
- 안병민 『남북해운합의서상 통항 통제조치의 효과 및 전망』  
(2010년 6월)
- 서상문 『한국전쟁의 국제정치적 의의와 현재적 함의』 (2010년 6월)
- 손병권 『오바마 행정부 등장 이후 미중관계의 전개양상과 전망』  
(2010년 6월)
- 권태진 『북한의 식량위기: 배경 및 전망』 (2010년 5월)
- 오경택 『오바마 정부의 기후변화 정책 평가 및 전망』 (2010년 5월)

- 김기석 『신 공동체 구상과 신아시아 외교』 (2010년 5월)
- 전성훈 『핵비확산 체제와 원자력의 평화적 이용: 한·미 원자력협정 개정에 대한 합의』 (2010년 4월)
- 김석수 『해적과 해양안보: 소말리아 해적 문제를 중심으로』 (2010년 4월)
- 유달승 『이란의 권력구도와 정치운동 및 핵 문제』 (2010년 4월)
- 조동호 『통일비용 논의의 바람직한 접근』 (2010년 3월)
- 이영훈 『북한 경제난의 현황 및 전망』 (2010년 3월)
- 이선진 『동남아에 대한 중국 전략: 현황과 대응』 (2010년 3월)
- 문흥호 『마잉주 정부 출범 이후 양안관계의 변화와 지속』 (2010년 2월)
- 조성렬 『한반도평화협정 논의의 재등장 배경과 향후 전망』 (2010년 2월)
- 이종서 『EU의 대북정책의 특징: 규범적 권력 vs. 전략적 이익추구』 (2010년 1월)
- 박병광 『최근의 중국 군사력 발전 현황과 합의』 (2010년 1월)
- 송화섭 『일본의 군사전략과 군사력 증강 추세』 (2010년 1월)
- 고주현 『ARTE TV 정책형성 과정과 한중일 공동채널의 가능성 모색』 (2009년 12월)
- 김강일 『중국의 동북아전략과 대한반도정책』 (2009년 12월)
- 윤이숙 『한중일 환경산업기술발전과 정부의 역할』 (2009년 12월)
- 김영희 『독일통일이 한국에 주는 교훈』 (2009년 12월)
- 박원화 『항공 안전: 국제 및 국내법적 대처』 (2009년 12월)



# Jeju Forum for Peace & Prosperity

Community Building in East Asia



[www.jejuforum.or.kr](http://www.jejuforum.or.kr)

## 제주포럼 기획단

제주특별자치도 서귀포시 중문관광로 227-24, 제주평화연구원 (697-120)  
Tel. 064-735-6532 또는 533 email. [jejuforum@jpi.or.kr](mailto:jejuforum@jpi.or.kr)  
homepage. [www.jejuforum.or.kr](http://www.jejuforum.or.kr)

### 제주평화연구원은

2011년 5월 27일부터 29일까지 3일간 해비치 호텔 & 리조트, 제주에서 '제6회 평화와 번영을 위한 제주포럼'을 주관하였습니다. 제6회 제주포럼은 '새로운 아시아: 평화와 번영을 위하여(New Asia for Peace and Prosperity)'라는 대주제 아래 평화와 안보, 경제, 경영, 환경, 문화, 여성, 의료, 도시디자인 등 여러 분야에서 다양한 의제를 가지고 진지한 토론과 의견 교환을 통해 새로운 국제 환경변화에 부응하는 아시아 지역내 협력방안을 모색하는 좋은 계기가 되었습니다.

제6회 제주포럼은 김황식 국무총리, 아로요 필리핀 전대통령, 자오칭청 중국 인민정치협상회의 외사위원회 위원장 등 국내외 고위인사 등이 참석하여 새로운 아시아 지역협력의 방향에 대한 의견을 제시하여 주었고, 64개 세션에 세계 22개국에서 해당분야 최고의 전문가들이 참여하여 포럼의 질적 수준을 향상시켰으며 중국 중견기업인 100여명을 포함, 국내외저명인사 1,800여명이 참여함으로써 규모면에서도 가장 큰 회의로서 종합국제포럼으로서 면모를 갖추고 성대하게 마무리 되었습니다.

제6회 제주포럼 개최식에서 공식화된 바와 같이 이제 제주포럼은 격년제 개최에서 매년 개최하기로 되었으며, 이에 따라 제주평화연구원은 **제주포럼 기획단을 발족하여 2012년 5월-6월 중 제7회 제주포럼 개최를 목표로 준비하고 있습니다.** 제주평화연구원은 앞으로 '평화와 번영을 위한 제주포럼'이 명실상부하게 국내 최대의 종합국제포럼으로 발전할 수 있도록 제7회 제주포럼 부터는 포럼의 의제와 목적에 동의하는 국내외 기관과 단체가 세션에 직접 참여할 수 있도록 세션을 대폭 개방할 예정입니다. **제7회 제주포럼에 대해 귀기관과 귀단체의 많은 관심과 참여를 기대합니다.**

제주포럼에 대해서는 포럼 공식홈페이지를 참조하여 주시기 바라며, 포럼 참가문의는 제주포럼 기획단으로 연락하여 주시기 바랍니다. 감사합니다.

2011년 8월  
제주평화연구원 제주포럼 기획단





제주특별자치도 서귀포시 중문동 2572 (697-120)

전화: 064)735-6500 팩스: 064)735-6512

E-mail: [policyforum@jpi.or.kr](mailto:policyforum@jpi.or.kr) <http://www.jpi.or.kr>

『JPI 정책포럼』에 게재된 의견은 필자 개인의 의견으로,  
제주평화연구원의 공식입장과는 무관함을 알려드립니다.

ISSN: 2005-9760