

제출양식(Proposal)

한국이해자료활용

호주로 유학 와서 취직한지 7년, 대학생이 된 이후 한국문화전파, 공공외교에 지속적인 관심이 있었고 국제관계학을 공부한 후 호주 지방정부, 한국총영사관에서 근무하며 한국의 긍정적인 이미지를 어떻게 하면 전파할 수 있을까 많은 고민을 했었다. 대학원생 시절 한국학중앙연구원의 적극적인 지원으로 한국관련자료를 받아 배포를 해보기도 하고 각 지역정부(Council) 자료를 한국어로 번역하는 자원봉사활동도 제안하는 등 지속적인 노력을 해왔다.

약 4년 전 호주에서의 인지도는 생각보다 너무나 낮았다. 최근 수년간 한국에 대한 인지도가 많이 올라갔지만 이는 한국정부의 노력이나 현지교민, 유학생들의 노력보다는 아시아계 이민자, 유학생들의 증가에 따른 한류의 전파효과가 더 크다. 3년 전, 한국학중앙연구원에서 한국 알리기 자료를 받았을 때 컨텐츠는 나무랄 데 없는 구성이었다. 기대 이상의 질과 설명이 담긴 깊이 있는 자료는 애국심 고취는 말할 것 없고 개인적인 한국문화를 알리려는 노력에 힘을 북돋아주었다. 당시 받은 많은 자료를 당시 아르바이트를 하던 지역정부 사무실에 비치할 부탁하기도 하였고 몇몇의 자료는 관심을 가지는 개인에게 나누어주기도 하였다. 하지만 그렇게 배포를 하다 보니 자료의 개선이 아닌 시스템의 개선이 필요함을 느꼈다.

주재국의 관련정부기관 또는 도서관에 비치하거나 한글학교를 지원하는 자료도 필요한 반면 청소년들을 위한 또한 식자층이 아닌 독자들을 위한 만화와 같은 쉬운 접근이 필요한 것은 모두가 동감하는 사안이고 그 동안 한국학중앙 연구원도 무던한 노력을 해온 것으로 보여 진다. 하지만 국내에서 배포되는 자료에서도 장소와 대상에 따라 자료가 달라지듯이 전 세계로 배포되는 자료는 각 국가에 따른 차별화가 이루어져야 그 효과가 극대화 될 것이라 생각한다.

(1) 각 국가별 차별접근

자료를 받아보고 무엇보다 시급하다고 느낀 것은 '각 국가별 차별접근'이다. 각 국가별로 활동하고 있는 개인이나 기관에 자료를 보내줄 때 패키지로 보내주는 것도 효과적일 수 있지만 그 국가에서 주로 필요한 자료를 보내주는 것이 같은 인력과 같은 비용을 들여서 더 큰 효과를 낼 수 있는 방법이라고 생각한다. 한 국가에 형성

된 상대국가에 대한 인식이 있다. 하지만 모든 국가가 일치하는 것은 아니기 때문에 이에 따른 적절한 이미지 상승전략이 필요하다.

각 국가별 상대국가에 대한 관심 정도를 단계로 나눈다면 간단히 4단계로 나눌 수 있다고 생각한다. 그 국가에 대해서 이름은 알고 있지만 정확한 위치나 특징, 언어, 문화 등에 대해서는 대부분의 국민들이 알지 못하는 단계가 인지 단계라고 하겠다. 또한 그 단계를 넘어 미디어 상에서 그 국가에 대한 이야기가 나타나는 빈도가 증가하거나 또는 그 나라 문화행사 등을 통해 사람들이 알아가고자 하는 상태가 되면 관심(Attention)의 단계로 분류할 수 있다. 이를 이어 대다수의 국민들이 그 국가에 대해 좋은 이미지를 가지고 있고 기본적인 문화나 언어에 대해 배우려는 노력을 보이는 단계가 호감(Impression). 많은 학자들이나 학생들이 해당 국가의 언어나 문화에 관한 논문을 발표하고 특히 대중들이 외교관계에 까지 집중하기 시작하는 단계는 집중(Focusing)단계이다.

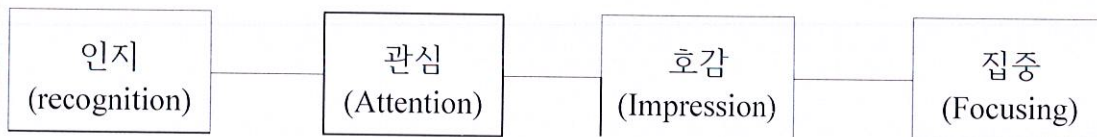


도표1. 타 국가 인지 4단계

좋은 예로 한국과 호주와의 관계를 살펴볼 수 있다. 한국의 대다수 국민들이 인지하는 호주는 관심의 단계이다. 하지만 최근 이민국가에 대한 관심이 높아지고 호주의 여유 있는 생활방식에 대한 가치가 호주에서도 증가함에 따라 점차 호감으로 이동하고 있다. 4단계 중 어느 단계에 있다고 딱 잘라 말하기 어려운 경우가 많지만 단계로 분류하는 것은 하나의 지표가 될 수 있다. 이 지표에 따라 적절한 자료를 배포함으로써 같은 비용과 인력으로 더 높은 효율을 낼 수 있는 것이다.

(2) 해외통신원의 활용

이러한 국가에 대한 사회의 이미지는 단순히 통계자료로 나온 숫자로 파악하거나 그 지역에 있는 국가공관의 자료에 의존해서는 객관적이지 못하다. 경제지표와 문화적 지표는 상이할 수 있기 때문이다. 비견한 예로 호주를 들 수 있다 호주의 제 3 수출 대상국 4번째로 큰 수입상대인 한국에 대한 호주사회의 인식은 앞에서 언급했다시피 미비한 상태이다. 해외통신원의 역할은 개개인이 한국문화, 역사를 알리는 자료를 배포하는 개인적인 수준에서 그치는 것이 아니라 실질적으로 그 지역에서 생활하며 국민들이 한국에 대해 어떻게 느끼는지, 어느 정도로 인지하고 있는지를 실질적인 경험과 설문지 배포 등의 객관적 지표를 제시할 수 있는 중요한 수단이 된다. 이에 따라 한국학중앙연구원을 비롯한 관련기관들이 적절한 자료를 적절한 수

순으로 알맞게 배포할 수 있는 것이다. 그리고 그 효과를 통신원을 통해 기록하고 평가를 할 수 있어야 한다.

(3) 내용(Contents)의 경중분류

배포되는 자료의 종류도 국가의 단계에 따라 차별화를 두어야 한다. 같은 노력과 비용을 투자한다고 가정 시 인지단계에 있는 국가에 논문중심의 자료를 배포하면 그 효과는 미비할 수밖에 없다. 차별적으로 각 국가들을 등급화 시킨다고 할 때 각 단계들에 맞는 자료들은 다음과 같이 나뉘볼 수 있다.

1. 인지단계: 문구, 포스터, 문양 등
2. 관심단계: 만화, 음식, 의복 등 문화적 접근자료
3. 호감단계: 행사, 책자, 가벼운 국사 관련 역사책
4. 집중: 논문(별다른 배포가 필요하지는 않음)

각 단계에 맞는 자료들이 집중적으로 배포 될 때 최대한의 효과를 문화전파 효과를 낼 수 있으며

기본적으로 우리문화를 전파할 때 우리나라의 문화나 역사가 다른 나라의 것보다 우수하다는 접근이 항상 이루어져서는 안 된다고 생각한다. 물론 한국의 문화에 대한 자부심은 항상 가지되 그에 대한 객관적인 평가는 타 문화권의 선호에 따라서 이루어지는 것이다. 하지만 이러한 평가가 제대로 이루어지기 위해서는 문화의 전파와 이해를 돕기 위한 노력이 수반되어야 된다. 이러한 노력을 기울임에 있어 좀 더 효율적이고 적극적인 방안을 계속해서 찾아나가는 것이 문화외교의 주체인 국민들의 역할일 것이다.

날짜(Date) 2015109.30

서명(Signature)

