

2020年 7月 10日 創刊發行

文化領土研究

JOURNAL OF CULTURE-TERRITORY STUDIES

2020년 7월 10일 創刊 (通卷 第7號)

第4卷 2號

2023年 12月 31日 發行



(財)文化領土研究院
RESEARCH INSTITUTE FOR CULTURAL TERRITORY

題字：友山 宋河璟

文化領土研究

2023년 12월 30일 인쇄

2023년 12월 31일 발행

(財)文化領土研究院

RESEARCH INSTITUTE FOR CULTURAL TERRITORY

(우)02837

서울특별시 성북구 성북로24길 47

전화 : (02) 741-1690

FAX : (02) 741-1691

E-mail : kish1691@naver.com

<http://www.rict.or.kr>

진행/홍현묵·편집/조미슬

인쇄 제작/대양문화사

文化領土研究는 비매품입니다.

차 례



‘2023 K-콘텐츠 국제학술대회’ 특집호

『문화영토연구』 제4권 2호에는 (재)문화영토연구원이 공동주최한 ‘2023 K-콘텐츠 국제학술대회’ 발표 논문들을 엄정한 심사를 거쳐 수록하였습니다.

VR 영상 콘텐츠의 현황과 프레즌스(Presence) 향상을 위한 과제/05

김영옥(용인예술과학대학교 겸임교수)

영토 개념의 재고와 홍일식의 문화영토 개념의 함의/35

- 『文化領土時代의 民族文化』, 『문화대국으로 가는 길』을 중심으로
박치완(한국외국어대학교 교수)

미국 저널리즘의 한국 대중음악 인식/93

- 롤링스톤 선정 ‘한국 대중가요 역사상 가장 위대한 100곡’ 기사의 텍스트마이닝적 해석
서영호(경희대학교 포스트모던음악학과 겸임교수)

중국 연구자는 K-드라마를 어떻게 읽는가?/119

- 의미 네트워크(Semantic Network)로 보는 중국의 K-드라마 연구 담론
이유정(한남대학교 인문과학연구소 연구교수)

K-Culture의 핵심 동력, 한국어의 세계화 전략/155

- 전 세계 한국어 보급 관련 문화체육관광부 정책 ‘한국어 세계화 전략’을 중심으로
정원기(한국교원대학교 강사)

(재) 문화영토연구원 소식/176

(재) 문화영토연구원 회칙/179

문화영토연구 편집위원회 규정/188

문화영토연구 투고 규정/194

문화영토연구 간행 규정/202

문화영토연구 학술 연구 윤리 규정/204

제4권 2호 논문 심사 경위/210

임원 명단/211

VR 영상 콘텐츠의 현황과 프레즌스(Presence) 향상을 위한 과제

김영욱¹⁾

[국 문 초 록]

이 글은 VR 영상 콘텐츠의 확장을 위하여 VR 산업의 현황과 우리가 해결해야 하는 과제와 이에 대한 일부 해결방안을 제시하고자 한다. 2023년 11월 국내 걸그룹 ‘에스파’의 VR 콘서트가 열리며 VR 영상 산업의 확장성을 기대할 수 있게 되었다. VR 영상은 일반 영상과 달리 특수성을 가지며 넓은 공간을 볼 수 있는 사용자의 자유도가 높은 특징을 갖고 있다. 이러한 VR의 특수성을 뒷받침하기 위하여 중요한 요소인 프레즌스와 일반 영상과 다른 VR 공간의 인식에 대한 이해의 필요성에 기인하며, VR 영상 콘텐츠 제작을 위해 필요한 기본적인 요소를 제시하고자 한다. 본 연구에서는 프레즌스를 “VR 콘텐츠를 체험하는데 그 공간에 내가 있는 것과 같은 체감을 할 수 있는 현존감”으로 정의하고자 한다.

VR을 체험하는 대상은 주인공이 되기도 하고, 관객이 되기도 하고 경험하는 사람이 되기도 한다. VR 영상은 가상의 공간에 몰입감, 실재감, 입장감과 같은 특징이 있음에도 대중화되지 못한 원인을 찾고자 하였다. 이를 해결하기 위하여 일반 영상처럼 다양한 앵글의 사용이 아닌

1) 용인예술과학대학교 겸임교수

론테이크 기법의 필요성과 체험자의 자유도에 대한 중요성을 조사하였다. VR 공간의 인식과 프레즌스를 기반으로 VR 영상 콘텐츠 제작 환경에서 앞으로 우리가 해결해야 하는 과제를 3가지로 정리하였다. 첫째, VR의 공간인식과 프레즌스를 기반으로 한 기획의 한계를 넘어서는 것이다. VR 영상은 가상의 공간에 몰입되어 내가 그곳에 존재하는 것처럼 느끼는 입장감을 주어야 하며 전체 공간에 다양한 이야기 구조가 배치되어야 한다. 둘째, VR 촬영 장비는 발전해 나가고 있지만 플랫폼의 개발은 미비한 실정이다. 양질의 VR 콘텐츠가 개발되어도 상영할 기술, 장비, 장소가 미비하다는 것이다. 최근 ‘에스파’ VR 콘서트 영상을 제작한 업체는 VR 전용관을 만들겠다고 발표하였는데 VR 전용관이 만들어지고 대중화된다면 플랫폼과 관련한 문제점은 해결될 것으로 기대된다. 셋째, 디바이스와 장비의 한계점으로 VR 콘텐츠 체험에 가장 중요한 요소인 오감의 요소가 충족되어야지만 실재감이나 현존감, 몰입감을 최대한 느낄 수 있다. 하지만 아직은 대중화된 HMD는 시각적 요소와 청각적 요소에만 중점을 두고 있다.

본 연구에서는 VR 영상 콘텐츠의 발전을 위하여 해결해야 하는 과제와 VR 영상 콘텐츠에서 가장 중요한 요인으로 가상공간에서의 프레즌스의 중요성에 대하여 제시하였다.

본 연구는 VR 영상이라는 제한된 연구범위를 갖고 있으며, 대중적으로 공개된 VR 콘텐츠의 수가 미비하기에 다양한 사례를 제시하지 못한 한계점을 갖는다. 그러나 ‘에스파’의 VR 콘서트를 시작으로 새로운 가능성을 발견하고 프레즌스의 중요성과 VR영상의 과제를 해결하기 위한 필요성을 제기했다.

주제어 : 가상공간, 프레즌스, 공간인식, 자유도, 론테이크

1. 서론

2023년 11월 국내 걸그룹 ‘에스파’의 VR 콘서트가 열렸다. 지금까지의 콘서트와 달리 영화관에서 각자 VR 디바이스 ‘HMD’를 착용한 상태로 콘서트를 즐기는 형태이다. ‘에스파’의 VR 콘서트는 현실과 가상의 경계를 지우며 엔터테인먼트의 산업에 VR이 대중화되면서 산업 범위가 확장되는 하나의 계기가 되었다. ‘에스파’ 공연을 기획한 ‘어베이즈 VR’은 K팝 아티스트 VR 전용관을 마련할 것이며, 향후 뮤지컬이나 오페라에도 VR 콘서트 기술을 적용할 것이라는 계획을 발표하였다.²⁾

대중문화는 콘서트와 같은 공연 형태를 포함하여 드라마와 영화처럼 배우가 등장하여 연기를 보여주는 것 역시 포함된다. 향후 공연 산업에서는 ‘에스파’의 VR 콘서트를 계기로 많은 성공사례가 이루어질 것이다. 하지만 아직 연극적 요소가 담긴 콘텐츠의 성공사례를 찾아보기 힘들다.

가수들의 공연이나 콘서트, 무대에서 연기가 이루어지는 뮤지컬과 달리 이야기 구조와 연기가 포함되는 드라마, 영화와 같은 연극적 콘텐츠는 기획부터 다르다. 가수와 음악이 정해진 상황에서 영상을 제작하는 VR 콘서트와 달리 연기는 모든 공간에 다양한 이야기를 담아줘야 한다, 그러므로 360도 공간과 프레즌스에 대한 이해도는 매우 중요하다. 본 연구에서는 VR 영상 콘텐츠의 영역 안에서 연극적 요소를 담고 있는 VR 영상 콘텐츠로 연구범위에 제한을 두었다.

2) 배한님, 「공연자석 차등제, VR 콘서트가 해결할 것」, 『머니투데이』, 2023.12.06.(검색일자 : 2023년 12월 07일)

영상은 체험자가 콘텐츠를 감상하는 범위를 넘어서 영상 속에 함께 존재하는 것을 체감할 수 있는 경험을 제공한다. VR 영상은 기존의 영상 문법이 완전하게 해체된 구조로 프레임의 조화를 중심으로 구성하는 의미가 없어지고 모든 공간을 연출해야 한다. VR 영상에 가장 큰 문제점으로 지적받는 것은 사이버 멀미 현상으로 이러한 문제를 해결하기 위하여 롱테이크 연출로 제작하는데 대표적인 영상이 구글에서 제작한 VR 단편 영화 ‘HELP’이다. VR 콘텐츠의 장점은 체험자가 VR 영상에서 공간에 몰입된 현존감과 실재감을 크게 느낄 수 있는데, 영상에 함께 참여하고 있다는 느낌을 받을 수 있다.

메타 창업자 마크 저커버그는 과거 VR 대중화 시대를 예고하며 전 세계적으로 VR은 많은 관심을 끌게 되었고, 글로벌 기업은 대규모 투자를 하며 시장성을 확장하려 많은 시도를 하기도 했다. 하지만 기대에 미치지 못하고 VR 산업은 미디어 산업에 가치를 입증하지 못한 것이 사실이다. 2D 영상과 달리 VR 영상의 특징과 장점이 분명히 존재함에도 VR 산업이 크게 성장하지 못한 요인에 대한 분석이 필요하다.

전 세계 팬데믹 현상으로 비대면이 활성화되고 메타버스 시대가 열리며 VR 산업이 다시 활성화 되는가 했지만, 여전히 VR 콘텐츠는 아쉬운 점을 나타내고 있다. 본 연구에서는 VR 영상이 일반 영상에 비하여 어떤 현실 효과가 있는지, VR 영상 콘텐츠의 유형과 한계점을 분석하고자 한다. VR 영상 콘텐츠 산업이 발전하기 위하여 체험자들의 만족감을 높일 수 있도록 VR 콘텐츠를 제작할 수 있는 방향을 제시하고 나아가 VR 산업의 발전에 도움이 되길 기대한다.

2. VR 산업의 등장

VR은 Virtual Reality의 약자로 ‘가상현실’이라고 불리는데 “컴퓨터 등을 사용하여 인공적인 기술로 만든 실제와 유사하지만, 실체는 아닌 특정한 환경이나 그 기술 자체를 의미”한다.³⁾ 시간과 공간을 초월한 공간으로 VR 콘텐츠는 가상의 공간이나 디지털로 제작된 공간을 모두 포함한다.

VR은 영화 제작자 모든 헤이릭(Morton Heirig)이 1962년 개발한 센소라마(Sensorama)에서부터 시작되었다. 센소라마는 영상을 시청하면서 청각, 후각적 요소를 느낄 수 있게 고안한 것으로 지금의 VR의 초기 형태이다. VR 기술은 1960년대 군사훈련 시뮬레이션 때문에 개발되었지만, 현재는 VR 기기의 상용화로 사회적 영향력이 커지고 있다. VR 산업의 확산은 페이스북이 VR HMD 제작업체 오쿨러스를 인수하면서 본격적으로 시작되었다. HMD가 등장하기 전 VR은 미디어를 통하여 간접적으로 이해할 수 있었지만, 오쿨러스가 개발한 HMD가 대중화되면서 VR은 더 이상 상상으로 구현하는 것이 아니라 실제 체험할 수 있게 된 것이다.

글로벌 기업들이 디바이스를 제작하거나 콘텐츠를 제작하면서 VR 산업이 활성화되었고 일반인들이 사용하기 편리한 360도 카메라의 대중화 역시 VR 산업에 큰 발전을 이바지하였다. 이렇게 제작된 콘텐츠들은 유튜브와 같은 미디어 플랫폼을 통하여 누릴 수 있게 된 것이다. 구글, 페이스북의 과감한 투자와 스마트폰 산업의 강자인 삼성과 애플이 VR 산업에 투자하면서 차세대 새로운 산업 분

3) 강장훈, 「차세대 방송영상 흐름, VR 콘텐츠의 현황과 전망」, 『한국콘텐츠학회지』, 제14권 제2호, 한국콘텐츠학회, 2016, 15쪽.

야로 VR이 많은 관심을 받게 되었다.⁴⁾ 하지만 단순히 관심만으로 산업의 발전을 일으킬 수는 없다.

VR 콘텐츠 개발을 위하여 구글은 2016년 VR 기반 단편 영화 ‘Help’를 공개하였다. 5분 정도의 단편 영화로 영화를 보는 새로운 방법을 경험할 수 있었는데 기존의 콘텐츠와 다른 형식의 기획으로 VR의 특성을 잘 살린 영화라고 평가받고 있다. VR 콘텐츠의 발전에는 기술의 발전과 콘텐츠 기획의 변화가 큰 역할을 하게 되었다. 차영란(2017)은 VR을 미래 디지털 콘텐츠 시장의 화두로 부상할 가능성과 뉴미디어의 등장으로 인하여 새로운 형태의 광고, PR 콘텐츠 제작에 관심을 기울일 필요성을 주장하였다.⁵⁾

3. K-VR 콘텐츠의 산업의 가능성

VR 콘텐츠는 전 세계적으로 많은 관심을 받으면서 영화, 뮤직비디오, 교육 체험, K-POP, 테마파크, 노래방, 드라마, 게임, 의료, 광고, 공연, 전시, 관광, 레저, 군사 등 다양한 산업 분야에서 활용되었다. 홍보, 광고, 드라마, 엔터테인먼트 분야에서는 K-콘텐츠를 알리기 위한 다양한 시도가 있었고, 의료와 군사 같은 전문 분야에서는 교육용 콘텐츠가 제작되어 활용되었다. 하지만 제작된 대부분의 VR 콘텐츠는 디바이스의 보급과 기술력의 한계로 대중적으로 시사되지 않았다.

전 세계적으로 우리나라의 다양한 콘텐츠는 많은 관심을 받고 있

4) 위의 글, 14쪽.

5) 차영란, 「광고, PR 산업 분야의 VR 콘텐츠 활용 가능성에 대한 탐색 : 심층 인터뷰를 중심으로」, 『한국콘텐츠학회지』, 제17권 제9호, 한국콘텐츠학회, 2016, 108쪽.

다. 드라마, 영화를 비롯하여 특히 K-POP은 전 세계적으로 팬덤을 유지하고 있으며, IDOL 퍼포먼스를 실감 나는 3D로 감상할 수 있는 플랫폼 내에서는 4K 화질의 선명한 VR 콘텐츠를 감상할 수 있다. 기존의 3D 형태의 뮤직비디오와는 다른 형태로 K-POP 그룹의 공연, 뮤직비디오 영화 제작, 팬 미팅, 브이로그 등 다양한 형태의 콘텐츠를 제공하고 있다. 엔터테인먼트사는 VR 제작사와 협업 구조로 벤처를 설립하며 VR 산업에서 엔터테인먼트 분야의 미래에 대한 기대가 높아지고 있으며, 무대 영상 콘텐츠와 공연 콘텐츠를 제공하고 있다.

2023년 11월 ‘에스파’의 VR 콘서트는 K-VR 산업 대중화의 가능성을 보여주었다. ‘에스파’ 공연은 가상의 공간에 그룹의 멤버를 눈앞에서 보는 것과 같은 체험을 할 수 있다. 공연이 이루어지는 가상의 공간에 몰입되어 실재 그곳에 있는 것과 같은 체험 즉 현존감을 느낄 수 있는 것이다. 이를 위하여 단지 VR 영상 제작 기술만을 사용한 것이 아니라 인공지능 기술과 언리얼 엔진을 활용하여 콘텐츠를 제작하였고 VR 영상의 상업적 성공을 보여주었다.

영화 산업 역시 VR을 활용한 다양한 시도를 하였다. 과거 VR 형식의 영화를 제공하였지만, 제작 환경에서의 어려운 부분을 완벽하게 해결하지 못한 문제점이 있었다, 스텝이 노출되거나 180도 화면을 나머지 영역에 보여주는 미러링 영상으로 보여주면서 360도의 전체적인 공간 활용에 아쉬움이 있었다. 프레즌스의 역할이 제대로 이루어지지 못한 경우가 많았다. VR 콘텐츠의 경험이 없었던 VR 산업 초기에 제작되면서 앞서 언급한 일반 영상과 VR 영상의 차이점을 제대로 이해하지 못해서 발생한 문제라고 볼 수 있다. 하지만 이후에도 VR 콘텐츠는 360도 공간을 제대로 활용하기 위한

과제에서 벗어나지 못하고 있다. 이는 앞으로 우리가 VR 산업에서 해결해야 하는 매우 중요한 과제 중 하나이다.

과거 K-POP VR 뮤직비디오 역시 360도가 아니라 180도 구조의 VR 콘텐츠를 선보이고 있는데, 과연 진정한 VR 콘텐츠인가에 대한 기준은 아직 없는 상황이다. 하지만 K-POP을 감상할 수 있는 플랫폼 서비스를 시작하면서 국내 대형 엔터테인먼트사와 협업하여 많은 K-POP 스타의 공연과 뮤직비디오를 선보이고 있다, 또한 전 세계적 흥행에 성공한 영화 속 장면을 VR로 체험하게 하는 등 해외 팬들에게 K 콘텐츠를 즐길 수 있도록 VR 콘텐츠는 다양한 시도를 하고 있다. 그 외에도 국내 방송사에서 그리운 가족을 만날 수 있는 특별한 VR 콘텐츠를 제작하면서 사후 디지털 제작에 관한 많은 반향을 불러일으켰다. 이후 시즌이 지속되면서 사회적 이슈와 공감에 관한 이야기를 담은 VR 콘텐츠를 선보이며 K-VR은 국내를 넘어 해외시장에 많은 관심을 받게 되었다.

2019년 세계적 영화 축제 칸 영화제와 2020년 아카데미 시상식에서 수상한 영화 ‘기생충’은 영화의 장면을 VR 콘텐츠로 제작하여 전 세계 팬들에게 ‘기생충’ 영화 속 장면이 직접 들어와 있는 것과 같은 체험을 할 수 있는 콘텐츠를 만들었다. ‘기생충’ IP를 활용한 최초의 VR 필름으로 ‘기생충’의 원본성과 의미를 보존한 형태로 시간과 공간을 뛰어넘어 영화 속 공간들과 숨겨진 메타포들을 초현실적인 시각언어로 풀어낸 VR 콘텐츠이다. 대부분의 VR 콘텐츠가 자극적인 요소를 활용하여 몰입감과 극대화를 끌어내고자 하지만 ‘기생충’ VR은 영화적 연출로 체험자들에게 원작과 교감을 중요시하며 제작되었다.

‘사랑하는 사람을 잃었을 때, 기술의 힘을 빌려 다시 만날 수 있을까?’

VR 다큐멘터리 '너를 만났다'는 시즌3에 이르기까지 VR 기술과 인간의 감정을 결합한 이야기를 담고 있다. 디지털 기술과 모션 캡처 기술, 보이스 컨버전 기술을 활용하여 실감 나는 VR 콘텐츠를 제작하였다. 디지털 기술로 가상현실 속 추억의 공간을 구현하고 사진, 영상, 가족의 기억에 남은 모습으로 그리운 가족의 모습을 재현하였다. '너를 만났다'는 2020년 시즌1을 시작으로 시즌 3까지 세상을 떠난 가족의 이야기, 사회적 이슈에 대해 공감을 시도하는 VR 저널리즘 프로젝트, 일반인이 화재 현장을 체험해 보는 가능성에 도전하는 VR 콘텐츠 등 다양한 시도를 하였다. 시즌 1은 시청자의 입장에서 프레즌스를 체험하는 경험자를 바라보며 간접 체험하는 형태로 제작되었다. 시즌 2의 마지막 편 '용균이를 만났다'는 2018년 태안화력발전소에서 작업 중 사고를 당한 스물넷 청년 김용균이 이야기로 VR 기술을 통해 그의 시간과 공간을 경험하며 타인의 삶에 대한 큰 이해와 공감을 시도하였다. '너를 만났다'는 제 33회 한국PD대상, 2020 아시아태평양방송연맹(ABU) TV 다큐멘터리 부문 대상에 이어 '프리 이탈리아'⁶⁾ 수상까지 더해지며 프로그램의 깊이와 우수성을 전 세계로부터 인정받으며 VR 콘텐츠 산업의 가능성을 보여주었다.

4. 일반 영상과 VR 영상의 구성 비교

VR 콘텐츠는 일반 콘텐츠와 달리 특수장비를 사용하거나 시각

6) 1948년부터 방송 콘텐츠 분야에서 우수한 작품을 시상하기 위해 시작된 전통 있는 국제 상으로, 세계 각국에서 개최되는 각종 국제상 중 가장 깊은 역사를 자랑한다.

적 개념을 다양하게 바라보며 기획해야 한다. 영상 제작 사례를 살펴보면 일반 영상 제작을 위하여 여러 대의 카메라로 촬영하고 여러 클립을 활용하여 편집 작업을 하지만 VR은 2개 이상의 렌즈가 달린 카메라를 이용하여 촬영한다. 모든 공간이 동시에 촬영되는 VR 카메라는 하나의 리그에 여러 대의 카메라가 장착되기도 하고, 한 대의 카메라에 여러 렌즈가 삽입된 형태로 전문가용이 있으며, 대중적으로 사용하기 편리한 렌즈 2개가 앞, 뒤로 달린 360 카메라를 많이 사용하기도 한다.



[그림 1] Insta360 ONE RS⁷⁾



[그림 2] Insta360 Pro 2⁸⁾

VR 산업 초창기에는 여러 글로벌 기업들이 경쟁적으로 VR 카메라를 출시하였지만, VR 산업의 거품이 빠지면서 일부 기업들만 남아 VR 관련 제품을 출시하고 있다. 과거 전문가들이 사용하는 VR 장비와 대중적으로 사용할 수 있는 VR 장비의 사용 영역이 뚜렷하게 구분 지어졌지만, 현재는 이러한 구분 없이 누구든 고해상도의 촬영이 가능한 VR 카메라를 쉽게 다룰 수 있도록 출시되고 있다.

1) 영상 연출과 룩테이크의 필요성

7) [Insta360 ONE RS], https://store.insta360.com/product/one_rs?c=1742&from=nav, (검색일자: 2023년 11월 28일)

8) [Insta360 Pro 2], https://store.insta360.com/product/Pro_2?c=361&from=nav, (검색일자: 2023년 11월 28일)

일반 영상 콘텐츠는 카메라 프레임을 제외한 영역(non-shooting area)의 설정이 자유롭다. 촬영 영역 외에 스탭프나 촬영 장비들이 위치하여 촬영 현장 가까이 함께 할 수 있다. 반면 VR 영상은 콘텐츠 기획 단계에서부터 기존 영상의 쇼트의 개념이 통용되지 않는다. 체험자를 중심으로 모든 방향이 노출되기 때문에 촬영 장비와 스탭프들이 배치할 수 없는 어려움이 예상되고 콘텐츠를 이용하는 사람의 시선이 카메라의 시선이기 때문에 카메라 샷의 사용이 매우 제한적이다.

뮤직비디오 제작 사례를 살펴보면 일반 뮤직비디오는 다양한 앵글의 영상과 컷을 자유롭게 사용한다. 반면 VR 형태로 제작된 뮤직비디오는 여러 멤버가 등장하는 경우 이동 동선이 크게 벗어나지를 못한다. 이는 카메라 사이의 스티칭 라인으로 인하여 영상의 틀어지는 부분을 만들지 않기 위함이다. 또한 다양한 앵글 역시 사용하지 못하고 일반적인 성인의 시선에 맞는 높이의 앵글에서만 바라볼 수 있다. 디바이스를 통하여 VR 콘텐츠를 접하는 경우 시선의 높이가 중요하다 보니 앵글의 자유도가 높을 수 없는 것이다. 일반 영상에서 컷 어웨이⁹⁾처럼 여러 장면을 보여주는 방식을 VR 영상에 사용하는 경우 멀미 현상이 나타나거나 감정의 몰입이 유지되기 힘든 문제점이 있다. 또한 일반 영상은 하이 앵글(High angle)과 로우 앵글(Low angle)을 교차하면서 편집하지만, VR 영상에서는 카메라의 움직임을 컨트롤 하기 어렵기 때문에, 기존의 영상 연출 방식을 사용할 수 없는 것이다.

가장 큰 이유로는 현실 공간에서 미디어를 경험하는 것이 아니라

9) 장면 내에서 어동을 강조하거나 정보를 전달하기 위하여 사용하는 것으로 주요 이야기가 이끌어내는 인물과 같은 공간에서 그와 관련성을 가지는 다른 어떤 장면을 보여주는 컷을 의미한다.

가상공간에서 몰입된 형태로 경험하다 보니 잦은 장면 전환은 시각적으로 피로를 증가시키고, 인지부조화 현상이 나타날 수 있다. 그러므로 VR 콘텐츠에서의 연출은 체험자가 몰입에서 벗어나지 않도록 롱테이크 기법을 사용해야 한다. 다만 동시에 지루함을 느끼지 않도록 다양한 연출 요소가 영상에 포함되어 있어야 한다. 결국 영상 속 공간에 내가 존재하는 것과 같은 몰입도를 유지하기 위한 장치가 필요한 것이다.

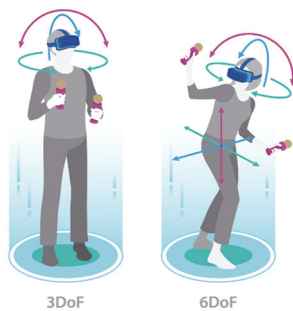
구글에서 제작한 VR 영화 ‘HELP’는 카메라 무브먼트와 앵글이 다양하게 등장하고 VR 영상에서 지양하는 카메라 무빙 장면이 등장한다. 야외에서 이동하고, 계단을 내려가고, 좁은 통로가 등장하면서 다양하게 장소 변화가 이루어지고 있다. 하지만 콘텐츠 체험자들은 인지부조화 현상을 크게 느끼지 못하는데 이유 중 하나가 롱테이크 기법을 사용하였기 때문이다. 또한 VR 콘텐츠는 체험자가 어느 시점을 바라보는가에 따라 다양한 연출이 이루어질 수도 있다. 그러므로 기획 단계에서 영상의 여러 지점에 이야기를 담아 내야 한다. 앞서 언급한 구글이 제작한 ‘HELP’에 등장하는 주인공들은 블로킹을 통하여 관객의 시선을 유도하면서 시선이 분산되거나 몰입에서 이탈하는 것을 최소화하였다.

2) 체험자의 자유도(DOF) 변화

다양한 플랫폼을 통해 접하는 영상 대부분은 기획자의 의도에 맞게 연출된 영상으로 기획 의도에 맞춘 쇼트로 구성되어 있다. 해당 영상을 시청하는 사람의 대부분은 영상의 기획 의도적 시선에서 영상을 바라볼 수밖에 없다. 우리는 다양한 채널을 통하여 우리가 영

상을 선택하여 본다고 하지만 체험자들은 영상 속 내용을 접하는데 있어서 자유도가 높을 수 없다. 영상에 본인의 지식과 생각이 일부 영향을 끼칠 수는 있지만, 결국 연출자의 기획 의도를 고스란히 노출된다. 하지만 VR 영상은 모든 공간이 노출된 상태로 체험자가 어디를 바라보는가에 따라 기획자의 의도가 노출될 수도 있고, 영상의 핵심적 내용을 경험하지 못할 수도 있다. VR 영상은 체험자에게 높은 자유도를 제공하지만 기획 의도를 전달하기에는 일반 영상보다 어려운 것이 사실이다. 그러므로 VR 콘텐츠는 주제 선정부터 매우 제한적이다.

VR 콘텐츠에서 경험하는 자유도는 DOF(Degree of Field)라고도 불리는데 내가 실제 그곳에 있는 것과 같은 몰입감과 입장감을 느끼는 데 매우 중요한 역할을 한다. 사물이 움직이는 기반 방향으로 이해하면 되는데 3DOF와 6DOF로 구분한다. 3DOF는 병진운동으로 앞/뒤, 위/아래, 왼쪽/오른쪽으로 움직이는 것을 말하고, 6DOF는 병진운동에 회전운동 피치(Pitch), 요(Yaw), 롤(Roll)의 움직임을 말한다.



[그림 3] 3DOF와 6DOF¹⁰⁾



[그림 4] 6DOF 방향¹¹⁾

10) [3DOF와 6DOF], https://terms.tta.or.kr/dictionary/dictionaryView.do?word_seq=035149-4, (검색일자: 2023년 12월 01일)

11) [6자유도], https://ko.wikipedia.org/wiki/6_%EC%9E%90%EC%9C%A0%EB%8F%84, (검색일자: 2023년 12월 01일)

VR 콘텐츠 산업 초창기에는 병진운동에 해당하는 3DOF로 움직이는 구조가 대부분이었지만 장비와 기술의 발전으로 6DOF(병진운동 + 회전운동)가 가능하게 되었다. 병진운동은 그 자리에서 고개를 돌리면서 체험할 수 있는 구조이지만 회전운동이 결합하면 신체が 움직이는 값에 따라 VR 콘텐츠 속 화면이 이동하는 경험을 할 수 있다. 이렇듯 자유도가 높아지면 신체의 움직임과 VR 화면의 미스매치가 최소화되어 오래 볼 수 있으며 멀미 현상도 줄어들게 된다. 체험자에게 실생활과 같은 체험을 느끼게 하려면 6DOF는 필요한 요소이다.

5. 가상공간과 프레즌스(Presence)

VR 콘텐츠를 즐기기 위하여 가상의 공간이 필요하다. 현실의 공간이 아닌 가상의 공간은 미디어와 기술을 활용하여 만들어진 공간으로 물리적 공간이 아닌 심리적 공간이다. 시각적으로 보여지는 가상의 공간은 체험자가 체감하며 느끼는 공간으로 얼마나 실재감이 있고, 몰입감을 느낄 수 있는가에 따라 콘텐츠 속에 자신이 존재하는 프레즌스의 정도를 체험할 수 있을 것이다.

가상공간에서 즐기는 VR 콘텐츠의 중요한 요소 중 하나로 프레즌스를 이야기할 수 있다. 실감 미디어와 실감 콘텐츠의 특징을 설명하기 위한 대표적인 개념이 ‘프레즌스(presence)’로 현존감, 실재감, 몰입감, 임장감이라고도 부른다. ‘프레즌스’는 현실을 넘어 콘텐츠 속에 자신이 존재하는 느낌으로 콘텐츠에 몰입되는 상태로 체험자가 인터페이스를 제대로 인식 못할 정도로 가상공간에 존재

하는 느낌이라고 할 수 있다. 본 논문에서는 프레즌스를 “VR 콘텐츠 체험을 하는데 내가 그 공간에 있는 것과 같은 체감을 할 수 있는 현존감”이라고 정의한다.

VR 콘텐츠 산업은 교육, 공연, 전시, 영화 등 다양한 분야에서 활용되고 있으며 주로 교육과 전시를 중심으로 VR 콘텐츠를 체험할 수 있었다. 지금까지 제작된 VR 콘텐츠의 가장 기본적인 요소는 가상공간의 프레즌스로 체험자의 몰입감과 입장감¹²⁾을 어떻게 만족시키는가에 중점을 두고 있다. 이러한 프레즌스라는 용어는 1980년대 인공지능 연구자 Minsky(1980)가 원격 기술을 활용하는 체험자 간의 피드백 시스템에 관한 연구를 하면서 관심을 받기 시작했다.

롬바드와 디튼(Lombard & Ditton, 1998)은 ‘프레즌스’를 환영에 대한 지각적 착각이라고 정의하며 6가지 특성으로 설명하였다. 첫째, 사회적 풍부성(social richness)으로 친근감과 근접감을 말한다. 둘째, 현실성(realism)으로 사실주의로 현실이 미디어에 재현되는 정도를 말한다. 셋째, 이동성(transportation)으로 체험자가 가상과 현실 세계를 자유롭게 이동하고 공간을 공유하는 것과 같이 느끼게 하는 것이다. 넷째, 몰입(immersion)으로 인터넷과 매개 환경에 대한 몰입감을 말한다. 다섯째, 체험자와 영상에 미디어에 등장하는 인물이 실제 대화하는 듯한 경험을 하게 해주는 사회적 관계의 형성이다. 여섯째, 체험자가 미디어와 접촉을 통해 체험자가 그 내용을 사실인 것처럼 인식하는 미디어의 사회적 역할로 특성을 설명하였다.

Slater and Usoh(1993)는 자신이 실제로 있는 장소가 아니라 다른 환경에 있다고 확신하는 정도를 프레즌스로 정의하였고,

12) 콘텐츠에 집중할 수 있는 요소는 VR 공간 속 내가 머물러 있는 것과 같은 느낌을 말한다.

Schlober(1995)는 체험자가 멀리 떨어진 곳에 자신이 실제로 존재한다고 인지하는 것이라고 정의하였다. 나은영(2015)은 하나의 존재가 다른 존재 또는 환경을 실제 눈앞에서 보는 것과 같은 현상을 프레즌스라고 정의하였다.¹³⁾ 이렇듯 프레즌스의 개념에 대해서는 연구자들마다 다양한 정의가 존재한다. 하지만 프레즌스를 다차원적 개념이라고 정의하고 있다.

현존감을 느끼는 상태에서는 운동신경과 인지 체계가 물리적 세계에서와 유사한 방식으로 상호작용하며, 이러한 현존감에 가장 큰 영향을 미치는 요소를 크게 ‘감각적 생동감’과 ‘상호작용성’으로 제시하였다.¹⁴⁾ 감각적 생동감은 시각과 청각, 촉각 등 다양한 감각을 제공하는 감각의 풍부함과 실제 신체와 가상공간에서 나의 행동을 보여주는 대상 간의 연동을 통한 운동적 요소로 이루어진다. 상호작용성은 환경에서의 물리적 제어 기능과 즉각적으로 반응하는 피드백을 포함하여 체험자의 자연스러운 움직임으로 인한 맥락적 상호작용으로 이루어진다.¹⁵⁾

VR 영상과 어포던스(affordance)의 상호작용은 매우 중요한 요인이다. 어포던스는 실감 콘텐츠를 통하여 관람객들은 몰입감을 느끼는 것을 의미한다.¹⁶⁾ 가상공간에서 우리가 체감할 수 있는 오감의 요소와 공간적 요소는 감각적 어포던스에 해당하고, 시각적 요소로 인하여 실제로 신체가 움직이지는 않지만 움직이는 것처럼 느

13) 나은영·나은경, 「미디어 공간인식과 프레즌스:심리적 공간 이동의 단계 모델」, 『한국언론학보』, 제59권 제6호, 한국언론학보, 2015, 514쪽.

14) 김태룡, 「VR 콘텐츠의 서사적 현존감 연출 연구 : 〈베이더 이모탈〉 시리즈를 중심으로」, 『인문콘텐츠학회』, 제64호, 인문콘텐츠, 2022, 177쪽.

15) 조지희·정의철, 「VR 인터랙션 현존감 향상을 위한 제스처 기반 UI 디자인 제안」, 『한국과학예술융합학회』, 제37권 제4호, 한국전시산업융합연구원, 2019, 402쪽.

16) 김영욱·김정우, 「국립 박물관 실감 콘텐츠의 관람객 몰입을 위한 어포던스 요소 분석」, 『인문콘텐츠학회』, 제67호, 인문콘텐츠, 2022, 238쪽.

끼는 것은 인지적 어포던스에 해당한다.¹⁷⁾

VR 가상공간에서 체험자가 콘텐츠를 쉽게 이해하고 상호작용할 수 있는 장치가 필요하지만 기술과 디바이스의 한계점¹⁸⁾으로 오감의 모든 요소를 활용하지 못하고 대부분 시각과 청각적 요소가 활용되고 있다. 그렇기 때문에 VR 영상에서는 체험자 경험을 최적화하기 위하여 시각적 힌트를 제공하여 어포던스를 강화하는 요소가 필요하다.

가상공간에서 공간 음향을 통하여 체험자들에게 인지할 수 있는 정보를 제공할 수 있는 요소가 필요하다. 또한 VR 시스템이 사용자의 몸의 동작을 정확하게 감지하여 상호작용성을 높여준다. 예를 들면 ‘에스파’ VR 콘서트에서 HMD를 착용한 상태에서 손의 움직임 감지하고 가상공간에서 내 손에 응원봉을 쥐여주는 것과 같이 체험자의 행동이 가상공간에서 이루어지는 것을 말한다. VR 영상과 어포던스의 상호작용을 통하여 더 나은 가상공간의 경험을 제공하고, 사용자와 가상 환경 간의 상호작용성을 극대화하는 데 영향을 줄 것으로 기대한다.

6. VR 콘텐츠의 과제

VR 산업은 단독적으로 살아남기에는 많은 제약이 있다. 장비와 SW 기술이 발전하면서 제작 현장에서 시간과 노동의 단축이 이루어진 것은 사실이지만, 디바이스 착용의 불편함과 360도 전면 노

17) 위의 글, 242쪽.

18) 촉각을 체험할 수 있는 기술과 장치는 개발되었지만, 대중화되지 않았기 때문에 한계점으로 정리하였다.

출로 인한 기획의 어려움은 여전하다. 이런 이유로 VR 산업은 세계적으로 많은 관심을 받기도 하였지만, 쉽게 외면당하며 산업의 발전이 이루어지지 못하였다. COVID-19로 인한 비대면 생활의 일상화로 메타버스 붐이 일어나면서 VR 산업 역시 관심의 대상이 되었고, 발전을 기대하였다. 하지만 VR 산업 자체의 발전보다는 타 산업 기술과 융합의 형태로 VR의 확장이 이루어지게 되면서 VR 콘텐츠의 한계점이 뚜렷하게 나타났다.

1) 콘텐츠 기획의 한계

일반 콘텐츠와 달리 VR 콘텐츠는 체험자가 선택권을 갖게 된다. 체험자의 자유도가 높아진 것이다. 제작자의 의도적 연출에 의해 제공되는 장면을 볼 수밖에 없는 일반 콘텐츠와 달리 VR 콘텐츠는 체험자가 원하는 공간을 직접 선택하여 볼 수 있다. 그러므로 기존의 연출 방법에서 벗어나 360도 공간의 다양한 위치에 이야기를 구성해야 한다. 이것이 일반 영상과 VR의 가장 큰 차이점이다. VR 콘텐츠를 경험하는 사람은 관객이 되기도 하고 체험자가 되기도 하고, 주인공이 되기도 한다. 앞서 언급한 6DOF 기술이 포함된 콘텐츠라면 내가 직접 이야기를 이끌어 나갈 수도 있는 것이다. 이렇듯 VR 콘텐츠는 물리적 상호작용 여부에 따라 구분된다.¹⁹⁾ 무대 영상이나 뮤직비디오가 180도 형식의 콘텐츠가 제작되면서 VR 콘텐츠라는 명칭을 사용하고 있지만 단순히 화면의 화각을 넓히는 것만으로 VR 콘텐츠 범위에 포함하기에는 무리가 있다. 특히 공연이나 뮤직비디오에 180도 형태의 콘텐츠가 많이 등장하는 이유는 무대를

19) 가상공간에서 활동을 말한다.

제외한 나머지 공간에 대한 기획 요소의 부재다. VR 콘텐츠의 몰입감을 높이기 위한 콘텐츠 기획의 필요성이 요구된다.

2) 플랫폼의 부재

콘텐츠 산업에 하드웨어와 소프트웨어가 질적으로 같이 성장한다면 산업에 큰 영향을 줄 수 있다. 게임 인력이 풍부한 한국은 메타버스를 포함하여 가상현실 VR 콘텐츠 분야에 최고 수준이라고 평가받고 있지만, VR 기기와 플랫폼 면에서는 최약체이다. 과거 삼성이 만든 HMD는 최상위급은 아니었지만, 대중적인 디바이스로 자리 잡을 수 있었다. 하지만 삼성은 2019년 11월 이후 기어 VR의 업데이트를 중단하면서 더 이상 VR 플랫폼과 디바이스의 국내화가 이루어지지 않았다. VR 콘텐츠를 게시하는 플랫폼이 없다면 K-VR 생태계는 자리를 잡지 못하고 경쟁력에서 뒤처지게 될 수 있다. K-VR 콘텐츠의 안정화와 활성화를 위하여 국산 플랫폼을 개발하여야 하며 이를 해결하지 못한다면 기업의 마케팅이나 퍼블리싱에 많은 자본을 투자하더라도 결국 오кул러스와 같은 외국의 플랫폼을 키워주는 역할을 하게 될 것이다. 결국 이는 국내 K-VR 시장 투자의 약화가 악순환될 수 있는 요인이 된다.

최근 ‘어메이즈 VR’ 한국법인은 K-POP 전용 VR 상영관의 가능성을 시사하면서 IMAX처럼 극장에 VR 전용관을 만들고 VR 콘서트를 제작하여 해외 팬들에게 보여주고자 하는 계획을 발표하였다.²⁰⁾ 영화관이라는 공간은 VR 콘텐츠의 몰입감을 주기에 적합

20) 김주완, 『"눈앞에서 K팝 스타 볼 수 있죠"...글로벌 VR 산업 이끄는 어메이즈VR』, 『한국경제』, 2023.11.20. (검색일자 : 2023년 12월 07일)

한 장소이다. VR 콘텐츠를 즐기면서 HMD를 통하여 시각적으로 체험하지만, 청각적 요소가 뒷받침되지 않으면 프레즌스의 영향력은 낮을 수밖에 없다. 그러한 면에서 영화관에서의 실감 오디오 (Immersive Sound)의 기술을 활용한다면 VR 콘텐츠의 장점을 살리기에 매우 적합한 공간이 될 것이다.

VR 상영관이 만들어진다면 VR 콘텐츠를 경험할 수 있는 플랫폼 문제의 한계점을 일부 해결할 것으로 기대되며 이러한 기술력을 바탕으로 VR 영상 산업에 많은 기회가 제공될 것이다.

3) 디바이스와 장비

VR 콘텐츠를 체험하는 체험자들의 자유도를 부여하기 위하여 6DOF의 구현이 필요하다. 이는 콘텐츠 기획과 달리 장비 즉 디바이스의 기능이 중요한 역할을 하게 된다. VR을 체험하는 HMD는 종류별 기능의 차이를 가지고 있으며 6DOF가 지원되는 디바이스는 일부에 해당한다. 이렇듯 일반 콘텐츠와 달리 VR 콘텐츠는 디바이스의 역할이 콘텐츠 체험의 실재감에 중요한 역할을 하게 된다. 앞서 언급한 ‘에스파’의 VR 콘서트는 제작사 자체 기술력을 활용하여 마치 6DOF가 적용된 것과 같은 경험을 제공하였다.

영상 플랫폼에 공개되는 콘텐츠의 경우 HMD를 착용한 상태에서 콘텐츠를 즐기는 것과 모바일, 컴퓨터 등의 화면을 돌리면서 콘텐츠를 보는 것의 차이는 매우 클 수밖에 없다. 가장 큰 이유로 몰입감과 임장감을 느낄 수 없기 때문이다. 또한 VR 체험에 가장 중요한 것은 신체적으로 체감을 할 수 있는 오감의 요소가 충족되어야 실재감을 최대한으로 느낄 수 있다. 하지만 기술의 발전과 장비

의 한계로 인하여 오감을 모두 느끼며 VR을 체험하기에는 한계가 있다. 그렇다 보니 지금의 VR 콘텐츠는 대부분 시각적 요소와 청각적 요소에 중점을 두고 있다.

VR 콘텐츠 제작과정의 한계적 요소로 공간의 이동이 자유롭지 못하다. 전면이 동시 촬영되는 구조이다 보니 공간을 이동하기 위한 장비가 별도 필요하다. 또한 좁은 공간을 촬영하게 되면 폐쇄적 공간으로 느껴지기 때문에 VR 콘텐츠를 체험하는데 답답함을 느낄 수 있다. 좁은 장소의 폐쇄적 요소는 해결할 수 없지만, 이동이 편리한 VR 장비는 매우 필요한 실정이다.

또한 국내 VR 시장의 확장성을 위하여 국내에서 출시한 디바이스의 필요성에 대하여 고려해야 한다. ‘에스파’ VR 콘서트에 사용된 HMD²¹⁾는 오쿨러스사에서 출시한 제품으로 아무리 K-POP 스타가 IP 사업화가 되었지만, 콘텐츠를 체험할 수 있는 디바이스 역시 앞서 언급한 플랫폼과 마찬가지로 해외 기업을 키워주는 악순환이 될 것이다.

7. 결론

한국의 문화는 전 세계적으로 많은 관심을 받고 있다. K-POP을 비롯하여 영화, 드라마, 게임 등 많은 문화적 요소가 다양한 형태로 제작되고 있다. 과거 VR은 세계적으로 붐을 일으키며 큰 산업 구조를 이룰 것이라고 예상되었지만, 그 결과는 그다지 성공적은 아니었다. 하지만 COVID-19로 인한 온라인 생활이 확장, 지속되면서

21) ‘오쿨러스 퀘스트 3’로 오쿨러스사에서 최근 출시된 HMD를 말한다.

새롭게 관심을 받게 되었다.

지금의 VR 제작자들은 과거 한순간의 거품과 같은 산업이 아니라 새로운 시도를 통하여 다양한 콘텐츠를 체험할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 국내 기업들 역시 다양한 산업들과 융합으로 새로운 시도가 이루어지고 있다. 아직은 엔터테인먼트와 게임 위주의 산업에서 제작이 이루어지고 있지만, 점차 다양한 분야로 이어질 것이다.

엔터테인먼트 분야에서 아이돌은 IP 산업이 되었다. ‘에스파’ VR 콘서트가 최근 가장 대표적 사례로 디바이스를 통하여 콘서트를 즐길 수 있는 것이다. HMD를 활용하여 공연을 즐기다 보니 자연스럽게 가상공간에 몰입되는 경험을 할 수 있게 된다. VR의 중요한 요소인 가상공간과 프레즌스가 실현된 것이다. 결과적으로 팬들은 색다른 경험과 나만을 위한 공연인 것처럼 느낄 수 있다. 하지만 VR 산업의 지속적인 발전을 위해서 해결해야 하는 과제들이 남아 있다.

특히 공연 형태의 VR 영상과 연극적 요소가 담긴 드라마, 영화를 VR 영상으로 제작하는 경우 많은 차이점이 존재한다. 공연을 즐기는 사람은 사방을 둘러보며 공연을 즐기게 되는데 VR 영상의 특성에 맞게 높은 자유도를 체험할 수 있다. 하지만 공연의 특성상 무대라는 공간의 위치가 존재하다 보니 정면을 바라보면서 가상의 공간에서 무대를 즐기면 된다. 즉 자유도는 높아졌지만, 무대를 제외한 공간을 굳이 바라볼 필요는 없다는 것이다. 하지만 가상이라는 공간에 몰입되어 프레즌스의 역할이 충실히 이행되며 한 곳을 바라보는 것만으로도 만족스럽게 공연을 즐길 수 있는 것이다.

반면 드라마나 영화의 경우 모든 공간에서 이야기 구조가 이루

어지는 형태이기 때문에 콘텐츠를 즐기는 대상의 시선이 어디를 바라볼 것인가, 어느 곳에서 이야기가 이루어지는가에 대한 콘텐츠의 기획은 매우 중요하다. 모든 공간을 이야기가 이루어질 수 있는 무대라는 공간으로 이해하고 기획해야 하는 것이다. 우리가 지금까지 일상적으로 보아왔던 일반 영상의 기획과는 다른 관점에서 시작해야 하는 것이다. 그렇다 보니 VR 영상의 기획은 다양한 변수를 고려하여 기획해야 하는 것이고 주제 또한 한정적일 수밖에 없는 한계점을 가지고 있다. 그런데도 VR 영상은 일반 영상과 달리 공간에 몰입되는 경험과 그곳에 내가 있는 것과 같은 현존감, 현실과 가상의 경계가 허물어지며 가상공간에서 현실과 구분하기 힘든 실재감을 느낄 수 있는 콘텐츠임에는 부정할 수 없다. VR 콘텐츠가 대중화되기 위하여 지금의 문제점과 해결해야 하는 과제가 남아 있다.

첫째. 자체적인 플랫폼의 부재이다. 국내에는 VR 콘텐츠를 제공해 주는 플랫폼이 미비한 상황이다. 과거 삼성이 HMD를 제작하면서 재차 플랫폼을 운영하였지만, 지금은 업데이트를 중지한 상태로 자체 플랫폼은 일부 업체들이 운영하는 것에 그치고 있다. K-VR 콘텐츠의 활성화를 위한 플랫폼의 구축이 시급한 실정이다. 2023년 ‘에스파’의 VR 콘서트를 시작으로 전용관을 구축하겠다는 계획을 발표하며, VR 콘텐츠를 체험할 수 있는 플랫폼이 구축된다면 대중들은 VR 콘텐츠를 통하여 다양한 경험을 할 수 있게 된다.

둘째. 자체 디바이스의 부재이다. 메타의 오쿨러스, 마이크로소프트 등 해외 기업들이 개발한 HMD를 주로 사용하게 되는데 과거 삼성이 만든 기어VR은 많지 않았지만, 자체 콘텐츠를 만들어 제공해 주는 네트워크 역할을 할 수 있었다. 오쿨러스는 새로운 버전의 디바이스를 출시하면서 VR 산업을 이끌어 나가고 있지만 국내의

산업은 멈춰있는 상황이다. K-VR 콘텐츠를 확장하기 위하여 국내 디바이스가 개발되어 탑재된다면 우리의 K-VR 콘텐츠 시장이 확장되고 좀 더 활성화될 것이다. 안경 형태의 디바이스가 개발되거나 주변 환경을 인식하여 VR을 체험할 수 있도록 기술이 발전되고 있지만, 디바이스 무게와 불편함은 개선되지 않고 있다. 앞서 언급한 플랫폼이 공간 VR을 체험할 수 있을 수 있지만, 디바이스를 활용한 VR 체험은 다른 경험을 제공하게 된다. 그러므로 좀 더 간소화된 사용법을 탑재한 디바이스와 경량형 디바이스의 개발이 시급하다.

셋째. VR 콘텐츠의 기획이다. 앞서 언급한 플랫폼과 디바이스는 콘텐츠 제작자들의 역량이기보다 국가와 기업의 역량에 해당한다. 하지만 콘텐츠의 기획은 제작자의 역량이다. VR 콘텐츠는 일반 콘텐츠와 달리 사방의 모든 장면이 오픈되어 있으므로 제작자의 의도대로 콘텐츠 체험자가 바라보지 않는다는 특이점을 갖고 있다. 즉 어디를 바라보는가에 따라 다른 이야기 구조가 이루어질 수 있는 것이다. VR 콘텐츠 체험자의 자유도가 높아지지만 다른 의미로는 하나의 콘텐츠 속에서 여러 이야기가 이루어질 수 있는 것이다.

대부분 공간을 보여주는 VR 콘텐츠는 장소를 담아내어 보여주면 되었지만, 이야기 구조가 실린 콘텐츠의 경우 공간의 많은 곳에 이야기를 담고 있어야 한다. 이야기 구조를 제작자가 아니라 콘텐츠 체험자가 선택하게 되는 것이다. 이렇듯 일반적 기획과 다르다는 것에 대하여 제작자들은 인지해야 한다. ‘기생충 VR’은 영화의 원본성과 의미를 보존한 형태로 영화 속 공간을 시각언어로 풀어내어 관객들이 영화의 장면 속에 들어와 있는 것과 같은 체험을 제공하였다. 이렇듯 VR 콘텐츠는 체험자에게 자유도를 보장해주지만,

체험자를 이끌어주는 역할을 해야 한다. VR 콘텐츠 기획단계에서 현존감, 몰입감, 실재감을 제공할 수 있도록 VR 제작사, 기획자들은 여러 상황을 고려해야 한다.

또한 VR 콘텐츠의 프레즌스를 높이기 위한 요소로 Immersive Sound의 활용이다. VR 콘텐츠는 체험자의 높은 자유도를 제공하고 있지만, 기획 의도를 완전하게 무시할 수는 없다. 그래서 체험자들에게 입체 오디오를 통하여 연출자의 기획이 담겨 있는 주요 장면을 놓치지 않고 볼 수 있는 기회를 제공해 줘야 한다. 이를 위하여 VR에 포함하는 오디오를 멀티트랙으로 사용해야 하는 어려움이 있지만, 이는 분명히 필요한 작업 과정이다.

본 연구는 현상학적 연구로 문제 해결을 위한 방법적 절차에 관하여 한계점을 갖는다. VR 영상 콘텐츠는 대부분 비공개 형식으로 체험자들은 다양한 경험을 할 기회가 그다지 많지 않았다. 하지만 2023년 11월 ‘에스파’의 VR 콘서트를 시작으로 VR 영상 산업의 다양성과 시장의 확장성을 기대할 수 있게 되었고, 시장의 확장성은 결국 많은 VR 영상을 체험할 기회를 제공한다는 의미이기도 하다. 특히 지금의 K-콘텐츠는 전 세계적으로 많은 관심을 받고 있다. 그리고 K-VR 콘텐츠는 세계적으로 한국의 문화를 알릴 수 있는 미디어 제작 방식 중 하나이다. K-VR 콘텐츠의 자리매김을 위하여 제작자들의 기획의 새로운 시도와 국내 자체 플랫폼의 구축이 시급하다. 무엇보다 콘텐츠 제작 기술력이 뛰어난 국내 기술력과 다양한 K-콘텐츠를 제작할 수 있는 소재들이 있어서 우리의 K-VR 콘텐츠의 시장은 가능성이 있는 것이다. 본 연구에서는 VR 영상에서의 중요한 요인과 해결해야 하는 요소에 관한 내용이 주를 이루었으며, 이를 기반으로 성공적 K-VR 콘텐츠가 제작되어 진다면 현

재보다 심도 있는 논의가 가능할 것이다. VR 콘서트의 성공의 가능성을 넘어 연극적 요소가 담긴 여러 K-VR 콘텐츠의 성공적 가능성을 보여주기 위한 해결과제를 제시함으로 의의를 찾을 수 있다.

〈참 고 문 헌〉

□ 참고논문

- 강장훈, 「차세대 방송영상 흐름, VR 콘텐츠의 현황과 전망」, 『한국콘텐츠학회지』, 제14권 제2호, 한국콘텐츠학회, 2016, 14-18쪽.
- 김영옥·김정우, 「국립 박물관 실감 콘텐츠의 관람객 몰입을 위한 어포던스 요소 분석」, 『인문콘텐츠학회』, 제67호, 인문콘텐츠, 2022, 229-260쪽.
- 김태룡, 「VR 콘텐츠의 서사적 현존감 연출 연구 : 〈베이더 이모탈〉 시리즈를 중심으로」, 『인문콘텐츠학회』, 제64호, 인문콘텐츠, 2022, 173-192쪽.
- 나은영·나은경, 「미디어 공간인식과 프레즌스:심리적 공간 이동의 단계 모델」, 『한국언론학보』, 제59권 제6호, 한국언론학보, 2015, 507-534쪽.
- 조지희·정의철, 「VR 인터랙션 현존감 향상을 위한 제스처 기반 UI 디자인 제안」, 『한국과학예술융합학회』, 제37권 제4호, 한국전시산업융합연구원, 2019, 397-413쪽.
- 차영란, 「광고, PR 산업 분야의 VR 콘텐츠 활용 가능성에 대한 탐색 : 심층 인터뷰를 중심으로」, 『한국콘텐츠학회지』, 제17권 제9호, 한국콘텐츠학회, 2016, 107-119쪽.

□ 기타자료

- 김주완, 「"눈앞에서 K팝 스타 볼 수 있죠"...글로벌 VR 산업 이끄는 어메이즈VR」, 『한국경제』, 2023.11.20.(검색일자 : 2023년 12월 07일)
- 배한님, 「공연자석 차등제, VR 콘서트가 해결할 것」, 『머니투데이』, 2023.12.06.(검색일자 : 2023년 12월 07일)
- 위키백과, <https://ko.wikipedia.org/>
- 한국정보통신기술협회 정보통신용어사전, <https://terms.tta.or.kr/>
- Insta 360, <https://store.insta360.com/>

ABSTRACT

The state of VR video content and the challenge of improving presence

Kim Young-wook²²⁾

In this article, I would like to present the current status of the VR industry, the challenges we need to solve, and some solutions to expand VR video content. In November 2023, a VR concert by Korean girl group 'aespa' was held, and we can expect the expansion of the VR video industry. Unlike general videos, VR videos are characterized by a high degree of freedom for users to view large spaces. In order to support this specialty of VR, it is necessary to understand the important factors of presence and the perception of VR space, which are different from general images, and we would like to present the basic elements necessary for creating VR video content. In this study, we define presence as "the feeling of being present in the space while experiencing VR content".

The person experiencing VR can be a protagonist, a spectator, or an experiencer. We wanted to find out why VR videos have not been popularized even though they have

22) Yongin University of Arts and Sciences, Adjunct Professor

features such as immersion, presence, and sense of urgency in a virtual space. To solve this problem, we investigated the need for long-take techniques and the importance of experiential freedom, rather than the use of various angles like regular videos. Based on the perception and presence of VR space, we summarized three challenges that we need to solve in the VR video content production environment. First, we need to go beyond the limits of planning based on VR spatial perception and presence. VR videos should immerse you in a virtual space and give you the sense of being there, and various story structures should be arranged in the entire space. Secondly, while VR filming equipment is advancing, the development of platforms is underdeveloped. Even if quality VR content is developed, there is a lack of technology, equipment, and venues to showcase it. Recently, the company that produced the 'aespa' VR concert video announced that it will build a dedicated VR hall, and it is expected that the problems related to the platform will be solved if the VR hall is built and popularized. Third, due to the limitations of devices and equipment, the five senses, which are the most important factors in experiencing VR content, must be satisfied to maximize the sense of reality, presence, and immersion. However, the popularized HMDs still focus on visual and auditory elements only.

In this study, we presented the challenges that need to be solved for the development of VR video content and the importance of presence in virtual space as the most important

factor in VR video content.

This study has a limited scope of VR video, and the number of publicly available VR contents is insufficient, so there are limitations in presenting various cases. However, starting with the VR concert of 'aespa', we found new possibilities and raised the importance of presence and the need to solve the challenges of VR videos.

Keywords: presence, virtual reality, spatial awareness, degree of freedom, long take

김 영 욱

전 자 우 편 : whiteuk@naver.com

논문 접수일 : 12월 10일

심사 완료일 : 12월 25일

게재 확정일 : 12월 26일

영토 개념의 재고와 홍일식의 문화영토 개념의 함의

- 『文化領土時代의 民族文化』, 『문화대국으로 가는 길』을 중심으로

박치완¹⁾

[국 문 초 록]

영토가 존재하지 않는다면 국민이 존재하느냐고 물을 수조차 없다. 영토권은 한 국가가 국가로서 존재하기 위한 최소한의 조건이다. 개인의 자유도 주권도 영토권이 보장된 국민에게만 부여된다. 공동체 구성원의 삶의 지평이자 무대인 영토의 중요성은 이런 점에서 아무리 강조해도 지나치지 않을 것이다. 오늘과 같은 탈영토·탈경계의 시대에 역으로 ‘영토 전환적 사고’가 필요한 이유가 여기에 있다.

영토-국민-국가는 ‘하나의 생명체’나 같다. 국권의 수호도 민권의 신장도 모두 영토 위에서 요구되고 실천되는 권리이다. 일찍이 홍일식은 제 문화의 가치를 망각하고 외래의 식민지 이론에 낮이 빠져 방향성 없이 갈팡질팡하는 대한민국의 지식인들을 겨냥해 “민족문화에 대한 지식인의 대오각성과 분발”이 필요한 때라고 강조한 바 있다. 그에 따르면 “민족의 문화영토가 지닌 역사”를 망각한 국민에게는 식민의 역사만 반복될 뿐이다.

홍일식이 정치-경제영토가 아닌 문화영토가 견고해야만 경계들을 부수고 자국의 영토 내로 권력을 장악해 들어오는 부정의·불평등한 외부적 패권에 맞설 수 있다고 강조한 이유가 여기에 있다. 본 연구에서는 이와

1) 한국외국어대학교 교수

같은 홍일식의 ‘문화영토론’을 제2장에서는 인류 공동문화의 창조에 초점을 맞추어, 제3장에서는 인본·민본주의로서 세계시민론에 초점을 맞추어 새로운 해석을 시도할 것이다. 그리고 결론에서는, 문화영토론의 메시지를 ‘호모 글로칼리쿠스적 관점’에서 재평가해 볼 계획이다.

주제어 : 영토 전환적 사고, 문화영토, 인본주의, 세계시민론, 홍일식

“문화영토론은 기본적으로 오늘의 인류문명에 대한 비판적 토대 위에 서 있[으며] (...) 새로운 시대를 예비하려는 저항의 논리일 수 있다.” - 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」, 『文化領土時代의 民族文化』, 454쪽.

“내가 주장하는 ‘문화영토론’(…)은 결코 지난날의 서구인들 처럼 문화 외적(外的)인 힘을 앞세운 지배의 논리, 억지 통합의 논리가 아니라 조화와 극복의 논리다.” - 「책 머리에」, 『文化領土時代의 民族文化』, 2쪽.

1. 왜 영토 전환적 사고가 필요한가?

신자유주의가 지구촌의 불가역적 이데올로기로 자리를 잡게 되면서 경제-자본-시장을 중심으로 모든 경계가 허물어지고 있다. 경제-자본은, 필요하다고 판단되면 심지어는 무도(無道)하게 군사력까지 동원해 시장을 전쟁의 도가니로 몰아넣기도 한다. 세계 경제를 출렁이게 했던 러-우 전쟁을 ‘경제전쟁’으로 분석한 것도 이런 이유 때문이며²⁾, 미·중 갈등을 무역 패권의 충돌로 보는 것도 같은 이유에서다.³⁾ 시장주의자들에게 ‘영토’는 오직 ‘경제영토(economic territory)’만을 지칭할 뿐이다. 한때 대한민국 정부도 세계 제3위의 경제영토를 확보했다며 국민을 상대로 대대적인 홍보를 펼치면서 경제 성장의 장밋빛 청사진을 제시한 적이 있다.⁴⁾ 미국, 유럽연합,

2) L Liadze et al., “The Economic Costs of the RussiaUkraine Conflict”, *National Institute of Economic and Social Research*, No. 32, 2022, pp. 1-10 참조. 보다 구체적 연구는 M. Hess, *Economic War: Ukraine and the Global Conflict between Russia and the West*, Hurst, 2023 참조.

3) J. D. Sachs, “The US economic war on China”, *The New World Economy*, August 22, 2023 - <https://static1.squarespace.com/static/.../The+US+economic+war+on+China....+Sachs.pdf>, pp. 1-3 참조.

4) 박민철, 「FTA 영토, 전 세계 57.3%로 확장」, 『문화일보』, 2014.04.08 일자 기사; 이미영, 「한·중 FTA 타결, 경제영토 ‘세계 3위’로... 의미는?」, 『시사포스트』, 2014.11.10. 일자 기사; 이현주, 「한국, FTA 경제영토 세계 3위 ‘우뚛」, 『대한민국 정책브리핑』, 2017.03.20 일자 기사 참조.

중국 등 세계 3대 경제권과 FTA를 체결한 결과 대한민국의 경제영토는 단군 이래 최대치로 확장되었다는 것이다.

일반적으로 ‘경제영토’ 개념은 교역국 간의 무역자유화, 교역량의 증대, 관세 절감 효과, 해외 투자유치의 확대 등을 기준으로 국가의 영토를 새롭게 정의한 것이기에 지리적 의미의 영토 개념의 범위를 초월하는 측면이 있다. 여기서 우리가 주목해야 하는 것은 경제영토에서는 상품의 자유-유통 외에도 사람과 자본은 물론이고 범죄까지도 경제영토 개념에 포함된다는 사실이다.⁵⁾ 주지하듯, 경제영토의 3대 구성요소는 사람, 상품, 자본이다. 그런데 경제영토에서 중심은 결코 ‘사람’이 아니다. 중심은 어디까지나 상품이고 자본이다. ‘사람’(즉 생산자, 근로자, 노동자)을 ‘인적 자본(human capital)’으로 계측하는 것도 철저히 자본의 논리에 따른 것이다. 인간의 가치를 이렇게 자본의 논리에 따라 측정해서(수치화) ‘자본의 일종’으로 바라본다는 것은 그 자체로 이미 “인적 자본”에서의 ‘인간(human)’은 그가 지지고 있는 잠재적·창의적 능력은 철저히 무시되며, 그의 문화적 배경, 종교, 가치관 등이 고려되지 않는다는 것은 더 이상 부연이 필요치 않을 것이다.

경제영토 개념 내에서의 ‘인간’은 이렇게 오직 그가 작업장(workplace)에서 발휘할 수 있는 수치화 가능한 업무능력으로 그 가치와 의미가 축소되고 왜곡된다. 인간의 능력을 수치화·지수화(Human Capital Index)한다는 것은 기본적으로 인간을 사물처럼 대한다는 뜻이다. 인간 존재가 이렇게 사물화되고, 자본을 척도로

5) 경제영토는 사전적 정의로 “사람, 상품, 자본이 자유롭게 유통되는 정부가 관리하는 지리적 영토”를 말하며, “해당 국가의 지리적 경계 내에 물리적으로 위치한 외국 정부 또는 국제기구가 사용하는 영토는 포함되지 않는다” - UNSD_KH, “Economic Territory and Statistical Territory”(UN Statistics Wiki) - <https://unstats.un.org/wiki/> 참조(검색일자: 2023년 10월 21일).

평가받는다. 이는 배금주의, 물신주의가 이 시대의 철학이고 종교란 뜻이다.⁶⁾ 경제-자본-시장의 장악력·지배력은 달러로 표시되며, 기축 통화인 달러는 무기화되고 있다(being weaponized). 이는 결국 우리의 시대가 ‘경제지배의 시대(l’époque de l’écorègne)’라는 징표다.⁷⁾

경제-자본-시장은 마치 “지지 않는 태양”(G. Debord)처럼 지구촌을 권모와 술수가 판치는 스펙터클의 도가니로 몰아넣어 “낭비적 소비”(J. Baudrillard)를 조장함으로써 경제-자본 부풀리기에 일로 매진할 것이다. 신자유주의자들은 자신들이 소비시장으로 개척하고자 하는 국가의 형편과 사정을 전혀 고려하지 않으며, 심지어는 빈곤에 허덕이는 저개발국가에도 세력을 뻗친다. 이미 ‘제어 불가능한 무기’로 둔갑한 경제-자본에 의해 지구촌은 철저히 관리·통제되면서 마치 ‘현대판 신’처럼 군림하고 있다.⁸⁾

이런 상황에서 한 국가의 경계를 지리적으로 한정해 왔던 영토 개념은 글로벌 거대 경제-자본의 개입으로 인해 지속적 위협을 받게 된다. 영토를 기본 단위로 하는 국가가 글로벌 다국적 기업의 지적재산권을 보호하는 로컬 대리점 수준으로 그 지위가 추락한 것도 이런 이유 때문이다. 이것이 결코 과장이 아니라는 것은 한 국가보다

6) A. Bruce-Lockhart, “What is Human Capital? Everything You Need to Know”, *World Economic Forum*, Jun 27, 2019 - <https://www.weforum.org/agenda/...-capital-know/> 참조(검색일자: 2023년 10월 22일). 2004년 독일에서는 〈Humankapital〉을 독일어 어휘집에서 삭제하기로 언어학자들이 결정했다는 점에 우리는 주목할 필요가 있다. 반면 시카고대학교 출판부에서는 *Journal of Human Capital*을 발간하고 있으며, 2023년 가을호(Vol. 17, No. 3)가 출간된 상태다.

7) J.-C. Guillebaud, *La refondation du monde*, Paris: Seuil, 1999, p. 97.

8) G. Debord, *Society Of The Spectacle*, Black & Red, 2002. 원문은 다음과 같다: “It is the sun that never sets over the empire of modern passivity. It covers the entire surface of the globe, endlessly basking in its own glory.”(I-13); J. Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures*, Sage, 1970, p. 48 참조.

몇백 배, 몇천 배의 자산 규모를 가진 글로벌 다국적 기업들이 수백, 수천 개가 넘는다는 사실이 그 명백한 증거라 할 수 있다. 미국의 대표적 IT 기업인 애플의 자산평가액은 아프리카나 중남미 대륙의 모든 국가의 전체 GDP를 합한 것보다 몇 곱절 높다. 국제 무대에서 “공유재의 생산과 재생산에 기반을 두어야 할 공공선”⁹⁾이 아무런 역할을 하지 못하는 것도 결국은 경제-자본-시장의 논리가 지배적인 데서 그 원인을 찾을 수 있지 않을까 싶다.

경제-자본-시장의 논리와 글로벌 공공선은 양립할 수 없다. 경제 영토와 영토를 동일시해서는 안 되는 것도 같은 이유 때문이다. 비록 현대사회가 ‘경제지배의 시대’라고 해도 실제 ‘영토’ 개념의 본래성이 사라지거나 ‘경제영토’ 개념으로 대체되는 것은 아니란 뜻이다. J. 브라이언도 언급하듯, “당장, 개념으로서(as a concept), 영토는 사라지지 않을 것이다.”¹⁰⁾ 그런데 문제는 오늘날처럼 영토에 대한 신자유주의적 접근과 분석이 우세한 지위를 누리는 한, 사람들의 의식 속에서 “오늘날과 같은 탈경계의 시대에 ‘영토’가 웬 대수냐?”며 영토 자체에 대한 부정적 의식이 꿈틀거리는 한, 국가를 기본 단위로 하는 영토 개념은 분명 그 의미가 희석될 수밖에 없는 운명이라는 점이다. 세계화론자들이 노리는 것이 정확하게 이것이다. 세계화론자들에게 개별 국가들의 영토는 자유무역, 시장의 확대, 자본축적의 휘방꾼일 뿐이다. 그래서 영토의 경계를 허물고 세계화되는 길이 경제적 번영의 첩경이라고 입에 게거품을 물 듯 “세계화!”를 외치고 책동한다. 그러나 ‘영토 의식’을 강고히 하고, 로컬을 기반으

9) M. Svampa, “Neo-extractivism in Latin America: Socio-environmental conflicts, the territorial turn, and new political narratives”, In: *Elements in Politics and Society in Latin America*, Cambridge University Press, 2019, p. 47.

10) J. Bryan, “Rethinking Territory: Social Justice and Neoliberalism in Latin America’s Territorial Turn”, *Geography Compass*, Vol. 6, No. 4, 2012, p. 223.

로 세계화의 폐해를 극복해야만 하는 처지에 있는 국가들도 있기 마련이다. 이들 국가에서는 탈영토화된 영토를 국민의 참여로 재영토화시키는 과제보다 더 시급한 일이 있을 수 없다. ‘국경 없는 세계’라는 세계화론자들의 구호를 ‘국경 없는 영토’로 오인해서는 곤란하다. ‘국경 없는 영토’에 대해 깊이 숙고하면 할수록 영토의 경계는 더 선명하게 다가올 것이다. 단적으로 미국-멕시코 사이의 국경 장벽, 서안지구의 이스라엘-팔레스타인 간의 장벽을 떠올려 보라. 그러면 왜 국경에 의존하지 않은 영토는 존재할 수 없다는 말이 성립하는지 즉각적으로 이해될 것이다.

국경이 있고 영토가 있는 법이다. 그 때문에 재영토화가 시급한 국가에 있어서 영토는 단지 지리적 경계선에 그치는 것이 아니라 국민의 참여에 힘입어 “행위자의 영토(the territory of an actor)”로 바뀌게 된다.¹¹⁾ 평상시 영토는 생산, 교환, 협력의 공간이자 ‘삶의 공간’으로 정의된다. 하지만 재영토화가 시급한 국가에 있어 영토는 국가-문화의 정체성을 지켜내야 하는 ‘투쟁’의 공간으로 전화(轉化)된다. 삶의 공간이 외부 세력(그것이 무력을 동반한 것이든 아니면 경제적인 것, 문화적인 것이든)에 의해 탈영토화되었을 때 공동체 구성원으로서의 선택지는 재영토화를 위한 ‘공동 투쟁’ 이외에는 없다. 탈영토화된 영토의 재영토화를 위한 투쟁의 결과가 어떻게 될지는 물론 오늘날과 같이 하늘을 찌르는 세계화 세력에 맞서 낙관하기는 어렵다. 하지만 그렇다고 미리 비관할 일도 아니다. 투쟁에서 소기의 성과를 거두느냐 그렇지 못하느냐는 탈영토화된 ‘지금 여기’의

11) F. Pollice, “The Role of Territorial Identity in Local Development Processes”, In: P. Claval, M. P. Pagnini, M. Scaini (eds.), *The cultural turn in Geography*, Proceedings of the Conference, 18~20th September 2003, Gorizia Campus, Edizioni Università di Trieste, 2003, p. 107 참조.

시민들이 어떤 태도로 임하느냐에 따라 결정될 것이다. 이들이 물려 설 곳은 없다. ‘나-우리’의 삶의 공간에서의 투쟁은 후방에 다른 방어선이 있을 수 없다. 구성원들의 공동 참여-투쟁으로 재영토화에 반드시 성공해야 하고, 그런 국가만이 무소불위의 신자유주의적 개입으로부터 정치적 자주권, 영토주권, 문화적 정체성을 오롯이 지켜 낼 수 있다. 신자유주의 시대에 영토는 이제 더 이상 안전하고, 우리가 생각해 왔던 것처럼 그렇게, “당연한 [국가의] 범주로 취급”¹²⁾되지 않는다는 자각이 필요한 이유다.

이 자리에서 필자가 강조하려는 것은 영토, 국경의 배타성에 있지 않고 영토, 국경 개념에 대한 의식의 약화가 불러들일 무관심의 위험성에 있다. 필자 역시도 영토는 생성되고 재형성된다는 것에 십분 동의한다. 하지만 이러한 표준적 정의는 지정학적·지경학적 갈등이 없는 평화 시기의 영토에 관한 정의일 뿐이다. 영토분쟁이 있는 경우와 비교할 때 정도 측면에서 차이는 있지만 전쟁도 불사하는 글로벌 자유 시장으로부터 자국의 영토를 보호하는 일 역시 결코 한 국가의 정책에 있어 후순위로 치부될 수 없다. A. 에스코바도 역설하듯, “영토를 다시 생각하는 과업(the task of rethinking territory)”은 이론적인 동시에 정치적인 탐구이므로 “어디에서, 누구와, 어떤 목적으로 제기된 질문”인지 숙고해야 하는 이유가 바로 여기에 있다.¹³⁾

12) J. Bryan, *op. cit.*, p. 223.

13) A. Escobar, “Latin America at a crossroads: Alternative modernizations, post-liberalism, or post-development?”, *Cultural Studies*, Vol. 24, Iss. 1, 2010, p. 3. 지난 30여 년간의 신자유주의적 개혁에 대해 비판적으로 접근한 이 글에서 에스코바는 라틴 아메리카의 많은 국가(단적인 예로, 베네수엘라, 볼리비아, 에콰도르 등)가 워싱턴 컨센서스 이후 “영토적·문화적 자율성(territorial and cultural autonomy)”을 잃게 되었다며, 신자유주의적 “권력 패턴에 대한 저항과 그에 대한 대안 생산의 중심”에 라틴 아메리카가 주체적으로 나설 때라고 강조한다(*ibid.*, p. 2). 그에 따르면 “경제, 권력, 지식의 독점에 대한 극단적 변화는 근대적/식민적 사회의 연장”과 다르지 않다(*ibid.*, p. 11). 그래서 그는 “상호존중과 관용을 바탕으로” 한 대안 마련에 대해 고민하

영토 의식이 희박(稀薄)하거나 전무(全無)한 국민에게 국가관을 기대하기는 어려울 것이다. 국가관이 뚜렷하지 않은 국민에게 영토 의식이 있을 리 만무하다. 영토가 존재하지 않는다면 국민이 존재하느냐고 물을 수조차 없다. ‘국경개방’이나 ‘탈경계’, ‘탈영토’를 무리(無理)하게 외쳐대는 신자유주의적 담론은 기본적으로 국가 간의 상호성, 호혜성에 기초한 착상이라 할 수 없기에 자국의 영토가 경제적으로 만일 붕괴 위기에 처해 있다면, 이를 다시 일으켜 세우는 것이 최우선 과제가 될 수밖에 없다.

세계화의 포화에 맞서거나 대응할 수 없는 국가는 국민도, 영토도 보호할 수 없다. 그 때문에 주권, 시민권, 문화권 등은 결코 영토권과 분리해서 생각해서는 안 되는 것이다. 영토권은 국가가 국가로서 기능하기 위한 최소한의 조건이다. 개인의 자유도 주권도 영토권이 보장된 국민에게만 주어진다. 유대인들이 히틀러 치하에서 ‘파리아’로서 떠돌이 신세를 면치 못했던 것도 그 직접적 원인은 그들에게 그들의 삶을 일굴 영토, 권리를 보호해 줄 국가가 없었기 때문이다.¹⁴⁾ 국가가 없는(stateless) 난민은 아렌트가 『전체주의의 기원』에서 강조한 대로 “세계 속에서의 ‘장소’를 박탈” 당한 사람을 지칭한다.¹⁵⁾ 실존의 장소가 보장되지 않은 이들은 세계에서 철저히 소외된

며, 라틴 아메리카의 시민들(subaltern groups)이 “보편적 문화, 사회적 질서로부터 가장 많은 혜택을 누렸던 집단들(Europeans)보다 다원적 사회(plural societies), 다원적 우주(pluriverse)에서 살아갈 준비가 더 잘 되어있다”며, 요는 “공존의 방법을 찾는 것(find ways to co-exist)”에 있지 않겠느냐고(*ibid.*, p. 47) 반문하며, 라틴 아메리카의 진정한 변화는 “문화적·정치적 주체들이 탈식민성(식민해방성), 관계성, 다원-보편성(decoloniality, relationality and pluriversality)의 노선을 따라 사회적·자연적 구조를 내부로부터 재구성”할(*ibid.*, p. 48) 때만 성공할 수 있다고 제안한다.

14) H. Arendt, “The Jew as Pariah: A Hidden Tradition”, *Jewish Social Studies*, Vol. 6, No. 2 1944, pp. 99-122 참조

15) H. Arendt, *The Origins of Totalitarianism*, New York: Harcourt, Brace, Jovanovich, 1968[1951], p. 296.

자들이다. 이들이 세계에서 소외되었다는 것은 일반적으로 한 국가의 국민이면 가질 수 있는 모든 권리를 박탈당했다는 의미와 같다. 역으로 말하면, 권리는 “‘특정한’ 공동체의 삶에서만 구체화된다.”¹⁶⁾

공동체 구성원의 삶의 지평이자 무대인 영토의 중요성은 이런 점에서 아무리 강조해도 지나치지 않다. 말머리로 우리가 ‘영토 전환적 사고(territorial transformation thinking)’를 감히 꺼낸 이유가 여기에 있다. 거듭 강조하지만, 영토가 존재하지 않으면, 국민도 국가도 존재할 수 없다. 영토는 국민과 국가의 존재 조건이며, 따라서 양자는 상호 조건부(mutually conditional)인 셈이다. 그런즉 국민과 국가는 영토를 참조하지 않고서는 정의 자체가 불가능하며, 그 역도 마찬가지다. 영토-국민-국가는 ‘하나의 생명체’나 같다. 국권의 수호도 민권의 신장도 모두 영토 위에서 요구되고 실천되는 권리이다.¹⁷⁾

일찍이 홍일식이 제 문화의 가치를 망각하고 외래의 식민지 이론에 넘어 빠져 방향성 없이 갈팡질팡하는 대한민국의 지식인들을 겨냥해 “민족문화에 대한 지식인의 대오각성과 분발”이 필요한 때라

16) 리처드 J. 번스타인, 김선옥 옮김, 『한나 아렌트와 유대인 문제』, 아무르문디, 2009, 141쪽.

17) 홍일식, 『民權과 國權의 조화』, 『文化領土時代의 民族文化』, 육문사, 1987, 173쪽 - 아래서는 『文化領土時代』로 약칭함. 『文化領土時代』는 홍일식이 다양한 지면(誌面)에서 발표한 글과 학술발표문 등을 묶은 것으로, 1980년대에 쓴 것들이 대부분이지만 『國學이 걸어온 길』은 『高大新聞』에 1966년의 글이다. 그리고 ‘문화영토’ 개념을 국내 매체에 첫선을 보인 것은 1981년 5월 13일자 『東亞日報』 칼럼 「領土 概念의 새로운 認識」에 서이며, 학계에는 같은 해 4월에 이미 소개했다. 이는 <책 머리에>서도 홍일식이 거듭 천명하고 있다: “지난 1981년 4월, 고려대학교 민족문화연구소 안에 새로 발족시킨 ‘領土問題研究室’을 기념하는 학술회의 석상에서, 나는 ‘새로운 文化領土의 概念과 그 展望’이라는 제목으로 개회사를 겸한 논문을 발표한 바 있다. 이것이 文化領土란 말을 학계에 처음으로 내놓은 효시였다.”(『文化領土時代』, 1쪽) - 물론 이 글은 1983년 『영토문제연구』 제1호(141-144쪽)에 같은 제목으로 수록된다. 본 연구에서의 인용은 글의 제목과 페이지를 표시하는 것을 원칙으로 하지만 본문과 각주에서 괄호 안에 페이지만을 표시하는 예도 적지 않음을 밝힌다.

고 강조한 것도 같은 취지로 이해할 수 있다.¹⁸⁾ 홍일식에 따르면 “민족적·문화적 자존심”을 지켜갈 수 있을 때 대한민국은 대한민국 고유의 “고도의 전통문화·예술 창조”의 원동력이 무엇인지가 정확히 인식될 수 있다.¹⁹⁾ “민족의 문화영토가 지닌 역사”²⁰⁾를 망각한 국민에게는 식민의 역사만 반복될 뿐이다. 홍일식은 경제영토나 정치영토가 아닌 문화영토가 견고해야만 경계들을 부수고 자국의 영토 내로 권력을 장악해 들어오는 부정의·불평등한 외부 패권에 맞설 수 있다고 본 것이다.

본 연구에서 홍일식의 『문화영토 시대의 민족문화』(1987)를 분석하면서 ‘영토’, ‘문화영토’ 개념이 갖는 함의와 전망을 대안적 경제-자본-시장주의, 즉 대항적·대척적 세계화의 관점에서 성찰함과 동시에 소위 ‘신자유주의적 탈경계의 시대’를 살아가는 우리에게 왜 영토 전환적 사고가 필요한지, 홍일식이 강조한 대로 “문화영토적 각성(cultural and territorial awakening)”²¹⁾이 시급한 때인지를 심찰(審察)해 보려는 이유가 여기에 있다. 홍일식의 ‘문화영토론’은 영토 전환적 사고에 기초해 안으로는 “민족문화”를 창조적으로 계승하고, 밖으로는 “민족 간의 화합”을 꾀해 궁극적으로는 “인도(인본)주의” 정신으로²²⁾ 지구촌에 “평화공존주의”를 전파하고 실천하는데 있다고 요약할 수 있다.²³⁾ 본 연구를 진행하는 과정에서 우리는

18) 홍일식, 「종속문화와 추월문화」, 『文化領土時代』, 181쪽.

19) 홍일식, 「문화적 궁지」, 『文化領土時代』, 175쪽.

20) 홍일식, 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」, 『文化領土時代』, 458쪽.

21) 위의 글, 465쪽.

22) 홍일식, 「領土 概念의 새로운 認識」, 『文化領土時代』, 471쪽.

23) 홍일식, 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」, 『문화대국으로 가는 길』, 범우사, 2017, 91쪽 - 아래서는 『문화대국』으로 약칭함. 『문화대국』은 『文化領土時代』를 세상에 선보인 지 30년 만에 출간된 책이라는 점에 주목할 필요가 있으며, 특히 제1부 3장의 제목이 <문화영토론>이란 점에서 우리는 ‘문화영토’, ‘문화영토론’이 홍일식의 사상을 관통하는 씨줄이자 날줄이라 할 수 있을 것이다.

홍일식의 『文化領土時代의 民族文化』(1987)의 제2부 2장의 〈시련기의 민족문화〉와 제3부 4장의 〈문화영토 시대의 도래〉를 주 분석 텍스트로 삼을 것이며, 『문화대국으로 가는 길』(2017)에서의 제1부 3장의 〈문화영토론〉도 같은 비중으로 연구에 반영할 계획이다. 제2장에서는 그간 홍일식의 ‘문화영토’ 개념과 관련한 연구들에서 충분히 언급·검토되었으나 이론적으로 보완이 필요한 부분은 없는지를 고민하면서 〈문화영토 = 인류 공동문화의 창조〉에 중점을 두고 새로운 해석을 시도해 볼 계획이며, 제3장에서는 문화영토를 견인하는 주체가 군왕이나 지배자가 아닌 백성이고 민중이며, 국가사(國家史)나 통치사(統治史)가 아닌 민족사(民族史)나 민중사(民衆史)라는 홍일식의 언급에 기대²⁴⁾ 그의 문화영토론은 곧 〈인본(·민본)주의로서 세계시민론〉에 핵심이 있다는 견해를 개진해 볼까 한다. 그리고 결론에서는 문화영토론의 메시지를 ‘호모 글로칼리쿠스적 관점’에서 재평가하는 공간으로 할애할 것이다.

2. 문화영토 개념의 궁극은 인류 공동문화의 창조에 있다

“두 발 앞으로 나아가기 위해 한 발 뒤로 물러선다”라는 아프리카의 속담이 있다. 본 연구에서 이렇게 홍일식의 문화영토론을 ‘인류 공동문화의 창조’와 ‘인본(·민본)주의로서 세계시민론’에 역점을 두고 재해석을 시도한 것은 그동안의 관련 연구들이 주로 한류와 문화영토의 비교로 구체성의 담보에는 충분히 성공적이었다고 평가를

24) 홍일식, 「한국인이 달려온다」, 『文化領土時代』, 472-475쪽; 「壯한 교포들」, 『文化領土時代』, 476-477쪽; 「옛 新羅坊과 美洲韓人」, 『文化領土時代』, 478-489쪽 참조.

할 수 있지만²⁵⁾ 이는 오히려 홍일식의 문화영토론이 내포하고 있는 보다 큰 그림과 이상적 지향점을 놓칠 수 있다는 필자 나름의 판단에 따라 구체적 적용 사례를 발굴해 의미를 부여하기보다 이론의 체계화에 더 공력을 기울여 본 것이며, 문화영토론이 국제적으로 통용되는 ‘신문화론’으로 거듭나기 위해서도 ‘인류 공동문화의 창조’와 ‘인본(·민본)주의로서 세계시민론’에 초점을 두고 해석하는 것이 더 많은 세계의 독자로부터 마음을 살 수 있을 것이란 필자 나름의 확신에 따른 것이다.²⁶⁾

홍일식에게 ‘문화’는 한 민족/국가가 대대로 지키고 보존하며 대를 이어 계승해 온 전통이자 정신이며, 정기(精氣)이자 사상이고, 백성(민중)의 삶 그 자체를 대변한다. 그 때문에 정치, 경제, 사회와 문화를 독립적으로 논할 수 있는 개물(個物)로 여기거나 치부해서는 (cf. 221) 곤란하다. 문화는 이 모든 것과 복합체(群體)를 구성하며, 이 모든 것 안에 은밀히 깃들여 있는 생명선(生命線)과도 같다. 생명선으로서 문화는 자기 생성성(autopoiesis)에 의해 자체적으로 진화하기도 하지만²⁷⁾ 정치·경제·사회를 어머니의 품처럼 아우르며 또한 서로가 조화를 유지하게도 한다. 정치, 경제, 사회가 한 민족/국

25) 참고로 『文化領土研究』 창간호(2020년 7월 10일 발행)에 실린 논문 모두가 문화영토론의 전망을 ‘한류’에 기대고 있으며, 그 이후에 출간된 논문들에서도 동일 경향성을 보이고 있다. <한국문화의 세계화 = 한류 = 한국문화영토의 확장>이란 논리는 국내의 독자들을 위한 연구로는 충분히 주목을 끌만 하지만 외국인들은 이에 선뜻 동의하지 않을 것이라는 게 필자의 판단이고, 그래서 이와 같은 주제적 선택을 한 것이다.

26) 그 밖에도 ‘문화적 세계주의’에 대한 영역(English translation)을 어떻게 하는 것이 홍일식의 본의를 살리는 데 더 도움이 될 것인지와 ‘영토’ 개념을 ‘문화영토’ 개념에 타당성을 부여하기 위해 목욕물을 버리다 애도 함께 버리듯 내박쳐서는 안 된다고 생각해서 쓴 제목을 <왜 영토 전환적 사고가 필요한가>로 붙인 것이다.

27) 박치완, 「한국인의 문화유전자, 그 연속성과 단절의 변화 추이 탐색」, 『인문학논총』 제34집, 경성대학교 인문과학연구소, 2014, 330쪽 이하 참조. 이 논문에서 필자는 <autopoiesis>를 단지 생명현상을 신경계의 자극반응으로 설명하는 개념으로 국한하지 않고 문화의 유지·보존과 자기 변화(생성)를 설명하는 데 응용했으며, 한 국가의 문화정체성을 개인의 오토포이에시스와 집단의 오토포이에시스의 상관관계로 설명했다.

가의 기표(signifiant)라면, 문화는 기의(signifie)라 할 수 있다. 기의로서 문화는 한 민족/국가에 자양분을 제공하며 떠받치는 비가시적 집단 무의식으로 자리 잡은 상태로 의식적으로 표현된 다양한 기표의 모근(母根)으로 작용한다.

“문화는 박물관이나 예술의 전당에만 있는 것이 아니다. 우리의 일상적 삶 속에, 기업의 경영체제와 노사관계 속에, 그리고 국가 전체를 움직이는 정치 속에 문화가 깃들여 있다. 문화는 이 모든 현상을 통어(統御)하는 힘이며 질서의 원동력이다.”²⁸⁾

문화가 정치, 경제, 사회와 분리되지 않는다는 홍일식의 인식에서 우리는 문화가 국가, 국민, 영토와 분리되지 않는다는 것을 자연스럽게 유추해 낼 수 있다. 그리고 이러한 그의 ‘총체적 문화 인식론’은 현금의 자기 생성력과 창조력을 상실한 한국문화의 현주소를 진단하는 메스의 역할을 하게 된다. 그는 「미래를 향한 문화 역량」에서 현재의 한국문화 상태를 “퇴락과 황폐화”로 진단하고 있다.²⁹⁾ 그런데도 이런 사정을 아직도 자각하지 못하고 대한민국 사회는 자본주의의 특이종인 신자유주의를 좇아 경제영토의 확장, 인적 자본(기능주의적 실용주의자)의 양산에만 정부나 대학이 몰두몰신(沒頭殞身)하고 있다. 홍일식은 “21세기의 새로운 문명 속에서 [대한민국은] 또 다시 심각한 위기에 당면 하게 될 것”³⁰⁾이라고 경고한 바 있다. 돌려 말해, 이제는 ‘용기문화(글로벌 시장에서 거래될 수 있는 상품문화, 대표적으로 소비문화 콘텐츠 상품 등)’로 대표되는 서구

28) 홍일식, 「미래를 향한 문화 역량」, 『문화대국』, 120쪽.

29) 위의 글, 121쪽.

30) 위의 글, 121쪽.

물질문명의 이기(利器)에 더 이상 현혹되지 말고 유서 깊은 대한민국의 전통문화, 민족문화, 정신문화를 되살리는 데 두 발 벗고 나서야 한다는 것이다.

이런 의미에서 홍일식의 한국문화에 대한 비판적 인식은 한국인에게 체화된 정신이자 만대(萬代)의 진리라 할 수 있는 온고지신(溫故知新), 법고창신(法古創新)의 정신을 되살려 한국문화의 정체성을 정확히 진단하고 미래의 방향을 잡아야 한다는 일종의 ‘문화적 치유학’이라 평가할 수 있다. ‘문화가 치유되어야 한다’는 말 속에는 현재의 퇴락하고 황폐화된 상태의 문화를 본래의 상태로 되돌리는 것이 일차적 목표이겠지만 이차적으로는 창조적 계승을 통해 새로운 정체성을 만들어 가는 데 있으며, 아래에서 다시 언급하겠지만 이러한 홍일식의 문화관은 단지 로컬(한국문화)에 국한된 이야기가 아니라 글로벌(세계문화, 인류문화)을 염두에 둔 것이다.

앞서 우리는 문화는 자기 생성력을 가지고 있다고 했다. 그렇게 본래 모습을 되찾아 자기 생성력을 통해 창신(創新)하고 선변(善變)하는 문화여야만 비로소, 앞서 에스코바를 통해 역설한 “어디에서, 누구와, 어떤 목적으로” 문화를 논하는지가 분명해진다. “우리가 ‘누구(Korean)’인가?”의 물음은 “우리는 ‘어디(Korea)’에 사는가?”의 물음과 둘이 아니다. 부연컨대, 우리는 대한민국이라는 영토 안에 사는 자랑스러운 한국인이다. 그리고 우리가 문화를 연구하는 목적 역시 “‘어디’의 ‘누구’(Korean’s Korea)”의 물음과 맞닿아 있다. 대한민국은 “지난 수천 년간 (...) 고유한 영토와 고유한 주권, 고유한 언어와 문자, 고유한 혈통을 지켜 온 (...) 당당한 민족국가(...)다.”³¹⁾

이처럼 홍일식이 거의 전 생애에 걸쳐 ‘한국문화의 미래상’ 구축

31) 홍일식, 「21세기, 우리는 어디로 가야 하나」, 『문화대국』, 95쪽.

에 온 열정을 쏟아부었다는 것은 그 자체로 그에게 대한민국의 현주소를 진단하고 성찰하는 현미경과 한국문화의 고유성을 어떻게 하면 전 세계에 당당히 알릴까를 고민하는 만리경(萬里鏡)이 동시에 작동된 결과라 할 수 있다. 이렇게 국내적·국외적 염려와 미시적·거시적 관점을 동시에 겸비하고 있었기에 홍일식의 문화영토론은 로컬문화(한국문화) 중심의 배타성에서 벗어나 글로벌문화(세계문화)로 그 실천의 지평을 확대한다.

“오늘날 우리의 꿈, 우리의 목표가 단순히 살아남아서 현상 유지나 하려는 것이 아닐진대 진실로 민족사의 도약과 웅비를 원한다면 마땅히 (...) 새로운 문화영토의 개척자로서 크게 떨치고 나서야 한다. 이것이 곧 우리 자신을 위하고 인류와 세계를 구하는 인문주의 운동이다.”³²⁾

자신이 “‘어디’에서 삶을 영위하는 ‘누구’”인지를 되돌아보지 않는 사람은 그가 해야 할 바가 무엇인지를 정확히 이해하고 있다고 볼 수 없다. 그런 그들에게 문화적 정체성이나 소속감에 대한 고민이 있을 수 없다. 반면 자신이 “‘어느 장소’의 ‘어떤 사람’”인지 정체성의 물음 앞에 서 본 경험의 있다면 민족/국가에 대한 고민이 필연적으로 수반될 수밖에 없다. 홍일식이 “우리의 민족사와 국가사”에서 “인류 역사 창조의 지류(支流)가 아닌 주류(主流)”, “수동적 객체가 아닌 능동적 주체”, “따라만 가는 주변부가 아니라 앞장서서 이끌어 가는 중심부”³³⁾라는 확신에 찬 주장을 펼 수 있었던 것도 그의 영

32) 홍일식, 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」, 『문화대국』, 91-92쪽.

33) 홍일식, 「文化 앞에는 敵이 없다」, 『문화영토연구』 창간호, 2020, 16쪽.

토 정체성에 대한 심찰·숙고가 낳은 성과라 할 수 있다.

여기서 우리가 주목해야 하는 것은 홍일식이 1987년에 출간한 『文化領土時代』에서는 영토문화론을 “당위적”이나 아직은 “선언적”이라고 했고, “문화영토 시대의 도래”, “새로운 시대의 예비”를 위한 “저항의 논리”라 했으며, “서구중심주의와 이에 호응하는 숭백주의(崇白主義)”에 대해 비판적이었다면³⁴⁾, 2017년에 출간한 『문화대국』에서는, 내용상 상당 부분 『文化領土時代』와 중복되고 핵심적 내용은 크게 바뀐 게 없지만, ‘문화적 제국주의’에 대한 비판과 ‘문화적 민족주의’에 대한 언급이 대폭 축소되었고³⁵⁾ “인류와 세계를 구하는 인문주의 운동”을 결어(結語)로 제시하고 있는 점이다. 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」(1986)을 발표할 당시는 주지하듯 국내적으로 민주화 운동 시기이며 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」(1993)을 발표할 당시는 국내외적으로 세계화를 외치던 시기이다. 전자의 시기가 “서구의 문화적 제국주의의 영향으로부터 각 민족문화를 분리해” 재영토화하는 것이 당면과제였다면³⁶⁾, 후자의 시기는 우리의 전통문화[효(孝) 사상, 보은(報恩) 사상, 인(仁)의 사상 등] 속에 “인류가 공동으로 향유할 문화”가 있음을 자각하고 이를 계승·발전시켜 “우리 민족의 역할과 위상”을 세계문화 차원에서 재평가하고 새롭게 자리매김하는 데 초점이 맞추어져 있으며³⁷⁾, 홍일식의 전기와 후기를 하나로 관통하는 것은 두말할 것도 없이 ‘문화적 세계주의’이다.

34) 홍일식, 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」, 『文化領土時代』, 453-456쪽.

35) 그렇다고 ‘문화적 민족주의’의 의미가 간과해서는 곤란하다. 그는 명시적으로 그의 문화영토론의 “궁극적 이상은 문화적 세계주의”에 있지만 “문화적 민족주의로 구체화”된다는 점을 강조하면서(『文化領土時代』, 457쪽) “우리의 전통문화”가 “민족적 차원을 넘어 세계적 의미를 부여받는 것”(『文化領土時代』, 461쪽)이라 밝히고 있다.

36) 홍일식, 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」, 『文化領土時代』, 457쪽.

37) 홍일식, 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」, 『문화대국』, 89쪽.

① “영토문화론은 궁극적으로 문화적 세계주의를 지향한다. 그것은 무엇보다도 각 민족의 문화들이 언젠가는 하나의 문화로, 최고(最高)·지선(至善)의 인류문화로 통일·승화될 수 있다는 믿음 위에서 출발한다. 그리고 문화통일의 추진력은 문화 자체가 갖는 원리, 즉 ‘높은 곳에서 낮은 곳으로 흐르는’ 고유의 운동성에서 오는 것이다. 이를 다시 정리하면 ‘인류문화는 문화 고유의 운동법칙에 의해 하나로 조화·통일되어야 한다’는 것이 된다. 물론, 그 같은 이상적인 시대가 인류에게 자동적으로 주어지는 것이라고는 생각되지 않는다. 더욱이 ‘하나의 세계’에 대한 지향은 지난날 세계주의 또는 보편주의의 미명하에 자행된 제국주의적 독선과 아집을 재현시킬 여지조차 있다. 그러므로 여기서 말하는 ‘하나의 세계’는 반드시 문화의 고유한 운동성을 통해 달성되어야 할 것이다.”³⁸⁾

② “문화영토론은 장기적으로 궁극적으로는 문화적 세계주의를 지향한다. 각개 민족의 다양한 문화들이 상호 자유로운 교류를 통해 언젠가는 하나의 지고지선(至高至善)의 인류문화로 통일 승화될 수 있다는 믿음 위에서 출발한다. 하지만 그 추진력은 문화 자체의 고유한 운동법칙에 맡겨야 한다.”³⁹⁾

이 자리에서 굳이 ①과 ②를 함께 소개한 것은 ‘문화적 세계주의’에서의 ‘세계주의’를 오늘날 우리가 의심 없이 받아들이고 있는 ‘경제적 세계화’로 오인할 수도 있다는 점이 염려돼서다. ‘문화

38) 홍일식, 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」, 『文化領土時代』, 457쪽.

39) 홍일식, 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」, 『문화대국』, 88쪽.

적 세계주의’를 영어로 직역하면 <cultural globalism, cultural globalization>이 될 것이다. 그러나 홍일식은, 이제까지의 논의에서도 충분히 파악할 수 있듯, 분명 <cultural cosmopolitanism>을 ‘문화적 세계주의’라 표현한 것이라 짐작된다. 필자의 판단에 이들의 차이는 결코 적은 것이 아니다. 그 때문에 필자는 이 자리에서 홍일식의 ‘문화적 세계주의’를 감히 <cultural cosmopolitanism>으로 번역할 것을 제안해 본다. 그리고 이를 다시 필자가 그간 연구해 온 용어로 전환하면 <cultural locallobalism>이 될 것이다. <cultural locallobalism>을 조금 더 구체적으로 설명하면 ‘모든 로컬의 문화가 중심이 된 세계-문화’를 뜻한다. 한마디로 로컬이 중심이 된 새로운 세계 문화론(Local-centered cultural theory of the New World)이 <cultural locallobalism>이다.⁴⁰⁾

그런데 만일 홍일식의 ‘문화적 세계주의’를 <cultural globalism, cultural globalization>으로 번역하게 되면, 맥도날드나 스타벅스의 사례에서 보듯, 패스트 푸드 체인을 전 세계의 주요 대도시로 확대해 세계의 즉석식품 시장을 선점·장악하는 데 목표를 둔다는 의미로 받아들일 확률이 높다. 그 결과는 불을 보듯 자명하다. 글로벌 다국적 기업의 획일화된 소비 문화가 로컬의 소비 문화를 잠식하게 되는 것이다. <cultural globalism, cultural globalization>은 서론에서도 비판적으로 언급한 바 있듯, 경제-자본-시장을 최우선시하기 때문에 타문화를 손톱만큼도 배려하지 않은 것은 말할 것도 없고 심지어는 ‘인간’도 배려하지 않을 만큼 ‘야만적’이다. 게다가 글로벌 시장을 겨냥해 만든 상품들을 일방적으로 공급·전파·배급만 하려

40) 박치완, 「로컬 중심의 대안적 세계화 기획: <세계 → 지역화>에서 <지역 → 세계화>로」, 『인문콘텐츠』 제58호, 2020, 49-52쪽 참조.

하기 때문에 타문화와의 상호적·수평적 교류는 애초에 기대할 수조차 없다.

세계화론자들에게 있어 ‘문화를 세계화한다(globalizing culture)’는 것은 곧 로컬 국가들이 현재의 상태보다 더 미국화/서구화/유럽화[Americanized/Westernized(Europeanized)]되는 것을 의미한다. 이들에게 ‘문화의 세계화’는 문화의 미국화, 서구화, 유럽화를 의미하지 결코 전 세계의 문화가 ‘중국화’되거나 ‘인도화’되는 것에 관대하지 않다.⁴¹⁾ 세계가 문화적으로 ‘한국화’되는 것을, 한류 현상에 빚대, ‘한국문화의 세계화’로 착각하는 것은 전 세계에서 아마 한국인이 유일하지 않을까 싶다. 미국-서구 중심의 문화적 세계주의나 문화의 자유주의적 세계화에 대해 제3세계의 국가

41) E. Husserl, “Philosophy and the Crisis of European Man”, http://www.markfoster.net/struc/philosophy_and_the_crisis_of_european_man.pdf(검색일자: 2013년 10월 13일), p. 5 참조. 우리가 참조한 이 글은 훗설이 1935년 5월 10일 오스트리아의 빈에서 했던 강연록이며, 종종 ‘비엔나 강의(The Vienna Lecture)’라고도 불린다. 훗설은 이 강의뿐 아니라 다양한 경로로 ‘유럽의 위기’, ‘유럽인의 위기’, ‘유럽 학문의 위기’ 등 많은 ‘위기’ 담론을 제시했으며, 위기 극복을 “유럽의 정신적 이미지(the image of Europe)”의 회복에서 찾고자 했다. 그에 따르면 비록 유럽 국가들이 서로 적대적일지라도 여전히 “특별한 내적 정신의 친밀감(a special inner affinity of spirit)”을 가지고 “일종의 형제적 관계(a sort of fraternal relationship)”를 유지하고 있는 것이 바로 ‘유럽’이라는 것이다(*ibid.*, p. 4). 이런 맥락에서 훗설은 “유럽인들의 정신적 자율성(spiritual autonomy)의 유지를 위해 끊임없는 유럽화(Europeanize)”가 필요하며, 유럽인이 유럽을 제대로 이해했다면 결코 “인도화(Indianize)하지 않을 것”(*ibid.*, p. 5)이라고 비유하면서 “인도나 중국에서는 세대에서 세대로 공통된 결과가 전달되고 심지어는 발전”하고 있다고 평가한다. 반면 유럽에서는 오직 “그리스인들에게서만 보편적인 것을 발견”(*ibid.*, p. 8)할 뿐이며, 유럽의 위기는 유럽인 “각자가 개인이기를 중단할 때(each ceasing to be the individual he is)”가 아니고서는 유럽, 유럽인이 직면한 위기 극복은 가능치 않을 것(*ibid.*, p. 9)이라고 경고한다. 여기서 우리는 훗설에게 과연 ‘세계시민의식’이 있는지 의심하지 않을 수 없다. 훗설의 유럽화 담론 역시도, 헤겔 그랫듯, ‘유럽중심주의’에 경도된 측면이 있다는 것이다. 이러한 ‘지역중심주의’가 결국은 국가 간, 문화 간의 대화·교류를 가로막는 장애물이라는 것은 이론의 여지가 없다. 본 연구의 핵심 키워드인 ‘문화영토’ 개념도 바로 이 부분에 대한 오해가 없도록 해야 할 것이다. 참고로, 훗설의 저서 중 가장 많은 독자를 확보한 책도 *The Crisis of European Sciences and Transcendental Phenomenology*(Published by Martinus Nijhoff Publishers in 1954)이며, 국내에서도 번역되어(E. 훗설, 이종훈 옮김, 『유럽학문의 위기와 선험적 현상학』, 한길사, 2016) 널리 읽히고 있다.

들이 경계심을 강하게 표하는 것은 ‘본능적 저항’이라 보는 것이 상식적일 것이다. 제3세계 국가들이 미국-서구 중심의 문화적 세계주의나 문화의 자유주의적 세계화에 비판적 입장을 드러내는 것은 “서구제국주의의 팽창”, “자본주의의 확산”(342)으로부터 자국의 문화를 방어하기 위한 필사적 몸부림의 일종이라 할 수 있다. 두말할 것도 없이, 이들은 세계화의 수혜자가 아니라 피해자다. 자유무역, 규제 완화, 공공 부분의 민영화, 시장의 자본화 및 자유화를 통해 이들에게 돌아오는 것은 거의 전무(全無)하다. 모든 수혜와 보상은 “새로운 규칙”을 만들고 활용하는 세계화 행위자들에게만 돌아간다는 뜻이다.⁴²⁾ 역설적으로 말해 “약소민족들[/국가]은 [이런 이유 때문에] 서양의 식민지 또는 반(半)식민지”(342) 상태에서 벗어나야 하고, 식민지 상태에서 벗어나기 위해서는 불평등하고 부정의한 게임 규칙을 따르며 순종할 것이 아니라 맞서야 한다. 이것이 대한민국을 비롯한 비서구권·제3세계가 처한 현실이고 당면한 과제이다.

비서구권·제3세계의 이러한 반작용 또는 저항을 감지한 세계화론자들이 임시변통으로 들고나온 전략이 현지화(localization)이다. 현지화는 로컬문화를 심분 반영하면서 로컬 시민들과의 충돌을 최소화하려는 계교(計巧)라 할 수 있지만 문제는 그들이 가

42) D. Conversi, “The Limits of Cultural Globalisation?”, *Journal of Critical Globalisation Studies*, Iss. 3, 2010, p. 40. 캔버시는 문화의 자유주의적 세계화의 폐단에 대해 비판하면서 국가의 보호나 규제에서 벗어나 글로벌 문화기업에 ‘자비’를 베푼 결과 로컬문화가 탈영토화되는 것은 물론이고 “로컬의 문화생산자가 사실상 사라졌다”고 비판하고 있다. 문화의 세계화는 “세계시민적 이론가들(cosmopolitan theorists)이 구상한 종류의 세계화가 아니라 문화적 초강대국[미국]의 주장으로 이어지고” 있는(*ibid.*, p. 41)데 문제가 있다는 것이다. 캔버시는 문화의 세계화는 〈McDonaldization, Disneyfication(Disneyization), Walmarting, Coca-Colonization, Hollywoodization〉 등과 한 뿌리이기에 ‘문화의 미국화’라고 감히 단언하면서 그가 언급한 모든 개념의 포괄 용어(umbrella term)는 ‘미국화’라고 요약하고 있다. 한마디로, “미국의 패턴(US patterns)”이 현재 “글로벌 문화의 생산과 소비를 위계적 구조로 장악”하고(*ibid.*, p.44) 있다는 것이다.

졌던 애초의 세계화 전략에는 아무런 변화가 없다는 점에서 결국은 세계화의 ‘파생-세계화’일 뿐이다. ‘문화의 세계지역화(cultural glocalization, glocalization of culture)’ 개념이 탄생된 배경이 이러하며, 우리 학계에서도 이를 널리 수용하고 있지만 본질은 놓치고 있다. ‘문화의 세계지역화’는 ‘글로벌이 로컬이 되고, 로컬이 글로벌이 되는 것’이라는 감언이설로 포장돼 있고, 로컬과 글로벌의 현실적 상호 연계성의 불가피성이 강조된다. 하지만 ‘문화의 세계지역화’의 결과는 항상 미국-서구의 문화만 확장되고 거대해지는 것으로 귀결된다. 그러다 보니 로컬문화는, 앞서 홍일식이 지적한 대로, 점점 더 “퇴락하고 황폐화되어” 그 뿌리마저 뒤흔들리게 된다. 세계화 과정에서 국가 간, 문화 간의 상호 연계성의 심화와 가속화로 인해 되려 경제-자본-시장의 세계화(달러화)만 강화되는 결과를 낳는 것이다. 이에 그치지 않고, 범죄며 지식, 가치관이나 생활양식, 심지어는 욕망이며 취미까지도 미국-서구의 문화로 획일화, 동질화되어 가고 있다는 데 문제의 심각성이 있다.

미국-서구 중심의 문화적 세계주의나 문화의 자유주의적 세계화는 결국 ‘문화·문명국들’의 “개입의 증대(growing engagement)”⁴³⁾만 허용할 뿐이기에 로컬문화의 토대며 경계는 시간이 경과하면 할수록 더 허약해질 수밖에 없으며, 그럴수록 이에 비례해서 미국-서구 중심의 패권만 더 강화된다. 이렇게 ‘문화·문명국들’의 개입만의 심화되고 강화되어 로컬문화가 점점 더 탈영토화되는 것이라면, 문화의 세계지역화 역시 기본적으로 다문화의 공생·공유의 원리를 존중하기보다 이에 정확히 반하는 지배 논리의 연장에 불과하기에 재

43) S. Magu, “Reconceptualizing Cultural Globalization: Connecting the “Cultural Global” and the “Cultural Local””, *Social sciences*, Vol. 4, No. 3, 2015, p. 632 참조.

고·비판받아 마땅하다.⁴⁴⁾

문화의 자유주의적 세계화나 세계지역화가 노정하고 있는 이와 같은 문제점을 인식한 이상 우리는 문화영토 개념에서 ‘영토’에 방점을 두어서는 안 되는 것과 마찬가지로 『文化領土時代』와 『문화대국』를 하나로 잇는 ‘문화적 세계주의’에서도 ‘세계주의’를 <globalism, globalization>과 관련해 그 의미를 마냥 ‘종거나 선향’ 이미지로만 연상하는 것은 위험천만한 태도라는 점을 직시했으면 한다. 홍일식의 ‘문화적 세계주의’를 <cultural cosmopolitanism>으로 번역·이해해야만 문화영토론의 본래 의미와 부합할 수 있을 것이라는 데 필자의 생각이 미치게 된 것 배경이 여기에 있다.

홍일식의 문화영토론 논의에서 두 번째로 우리가 주목하고자 하는 것은 위 인용문 ①에서의 ‘하나의 세계’ 개념이다. ①에서 ‘하나의 세계’는 “하나의 문화”와 의미가 동체(同體)를 이루며 또한 후술(後述)되는 문장에서 보면 “인류문화”로 재명(再名)되고 있다. 그리고 이 ‘하나의 문화’는 “각 민족의 문화들”이 “문화 고유의 운동법칙에 의해 하나로 조화·통일”되었을 때를 전제한 ‘미래 문화’라 통칭(通稱)할 수 있다. 그러하기에 홍일식은 ‘문화적 세계주의’는 결코 아무런 노력도 없이 “자동적으로 주어지는” 것이 아니라는 점을 강조한다. 그런가 하면 자신의 ‘문화적 세계주의’를 “지난날 세계주의와 구분하는 것은 물론이고 보편주의의 미명하에 자행된 제국주의적 독선과 아집을 재현시킬 여지”가 있다고 여겨 그의 글을 접하는 독자들에게 오해하지 않기를 당부하는 것 또한 잊지 않는다. 문화

44) J. Tomlinson, “Cultural Globalization Reconsidered”, In: *The Multiple Faces of Globalization*, BBVA, 2009, pp. 214-227 참조.

적 민족주의마저도 홍일식은 자신이 제시한 ‘하나의 문화’ 안에 결국은 포함되어야 한다는 것을 익히 인지하고 있었기에 “종래의 민족주의에 대해서도 ‘열린 마음’을 갖도록 요구”한다.⁴⁵⁾ “자신의 영토에 대한 전투적이고 맹목적인 애착심”을 갖는 것⁴⁶⁾은 홍일식에게는 ‘닫힌’ 문화적 민족주의로써, 결국 그가 완성하고자 하는 “인류문화”(①, ②)를 예비하기 위해서 반드시 극복되지 않으면 안 될 안티테제라는 점이다.

요인즉 [〈하나의 세계 = 하나의 문화〉 = 인류문화]가 홍일식의 영토문화론의 종합적이고 최종적인 디자인이라 할 수 있으며, 이를 완성해 가는 것은, 본 장의 서두에서 이미 언급한 “문화의 자기 생성성(autopoiesis)”의 원리, 즉 ①에서 언급된 “문화의 고유한 운동성”과 ②에서 재천명하고 있는 “문화 자체의 고유한 운동법칙”을 따를 때이다. 이렇게 고유한 원리와 법칙을 따르며 문화는 자체적인 생태계를 유지해 간다.

이런 까닭에 우리는 홍일식의 ‘문화영토’ 또는 ‘문화영토론’에서 ‘영토’에 방점이 있을 것이라 선불리 판단했거나 “영토확장이나 시장 확대”로 해석하는 시도⁴⁷⁾는 오해의 소지가 적지 않다는 점을 미리 밝혀두는 바이며, 그 책임은 반드시 본인이 짊어지게 될 것이란 점을 미리 계고(戒告)해 둔다. 영토확장(정치영토)이나 시장의 확대(경제영토)는 홍일식의 문화영토론의 변증법적 전개 과정에서 보면 어디까지나 극복의 대상(안티테제)일 뿐이다. 그리고 21세기의 신자유주의적 경제-시장의 확대는 물론이고 19세기를 전후해 서구의 제국주의에 의한 정치영토의 확장에 대해 왜 홍일식이 “그 어떤 인

45) 홍일식, 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」, 『文化領土時代』, 458쪽.

46) 홍일식, 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」, 『문화대국』, 87쪽.

47) 위의 글, 87쪽.

문화적 가치를 부여할 수 없다”⁴⁸⁾고 단언한 것인지 그 의미를 되새겨볼 필요가 있다. ‘영토문화(territorial culture)’가 자신이 소속한 민족/국가의 영토에 대한 배타적 애착에 뿌리를 두고 있는 것이라 정의할 수 있다면(대표적으로 ‘유럽중심주의’나 ‘미국중심주의’ 그리고 홍일식이 언급한 ‘지난날의 세계주의’, ‘종래의 민족주의’ 등과 같이), 홍일식이 이의 극복 차원에서 제안한 문화영토(cultural territory)는 어디까지나 “인류의 공동 파멸을 예방할 수 있는 대안의 하나”이고, “인류가 공동으로 향유할 수 있는 문화”를 함께 만들어 가자는데 그 핵심이 있다.⁴⁹⁾

이렇게 인류가 공동으로 함께 만들어 가야 할 문화, 문자 그대로 ‘인류문화’의 향유는 결코 어느 한 국가의 전유물일 수 없고, 당연히 그것은 인류의 공동자산이어야만 한다. 한마디로, <문화 = 글로벌 공공재(global common good)>여야 한다는 것이다. 그래서 홍일식은 우리에게 다음과 같이 권고하기를 잊지 않는다: “지고지순한 인류 공동문화의 창조에 누가 더 기여하느냐?”와 관건이라고!⁵⁰⁾

이와 같은 이론적 이상(理想)을 로컬문화권의 참여를 통해 구현하는 것이 홍일식의 문화영토론의 목표이기에 각각의 민족/국가가 계승·발전시켜 온 문화적 특수성은 서로 간에 충돌해야 할 까닭이 하등 없고, ‘하나-인류의 문화’와 결코 충돌하는 일도 없을 것이다. 오히려 ‘하나-인류문화’ 안에서 그 특수성, 그 개별성, 그 각자성은 존중되고 보호받는 것이 문화영토론의 기본적 인식이고 원리이다. 그런즉 다양할수록 조화가 돋보이고 빛나는 것이 ‘하나-인류문화’라 할 수 있다. 각 로컬의 개별문화와 ‘하나-인류문화’와 결코 독립적일

48) 위의 글, 87쪽.

49) 홍일식, 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」, 『문화대국』, 88-89쪽.

50) 위의 글, 89쪽.

수 없으며 어떤 형태가 되었건 기여하는 바가 있다는 것이다.

모든 문화는 이렇게 ‘하나-인류문화’의 구현을 위해 상부상조·상호의존하면서 ‘하나-인류문화’의 생성·발전에 일익을 담당하게 된다. 홍일식의 문화영토론이 문화다양성을 전제로 한 ‘신문화인식론’이라 마땅히 평가받아야 하는 이유가 바로 여기에 있다. 거듭 강조하지만, 문화영토론에서의 ‘문화’는 이제 더 이상 특정 국가의 영토에 국한되지 않고 “‘인류’의 영토[지구촌]” 위에 피어난 감로수로써의 역할을 할 것이라 믿어 의심치 않은 이유다. 특정 민족만의 전유물이 아니라 ‘세계시민의 공공·공유재’인 문화는 지구촌 전체 시민을 위해 공공선으로 실천될 것이며, ‘전쟁사’로 특징되는 인류의 역사에 문화를 매개로 새로운 역사를 쓰면서 인류 평화의 길 내기에 기폭제요 추진력으로 작용할 것이다.⁵¹⁾

그런데 그동안 문화영토 관련 연구들에서, 홍성걸도 지적하듯, ‘문화영토’를 “특정 국가나 민족의 시각에서 그 국가의 혹은 민족문화의 세계화의 결과로 확장되는 것으로 오해하는 시각이 없지 않[았고] (...) 문화영토의 확장을 문화제국주의적 위험성의 증가로 오인하[기도 했]다.”⁵²⁾ 그러나 위에서 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」과 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」를 중심으로 해서 살펴본 바와 같이, 홍일식의 문화영토, 문화영토론은 ‘영토’가 아닌 “인류가 함께 창조해 가야 할 미래의 문화”에 방점이 있다는 점을 거듭 강조하며, 왜 홍일식이 문화를 “모든 현상을 통어(統御)하는 힘이며 질서의 원동력”이라 정의한 것인지 되새겨볼 필요가 있다.⁵³⁾

51) 이런 점에서 홍일식의 문화영토론은 일종의 ‘평화예비학’이라는 정의도 가능해 보인다.

52) 홍성걸, 「왜 세계인들이 한류에 열광하는가?: 문화영토 개념의 확장성 연구를 위한 소고」, 『문화영토연구』 제3권 2호, 2022, 9쪽.

53) 홍일식, 「미래를 향한 문화 역량」, 『문화대국』, 120쪽.

‘문화’가 이렇게 지구촌에 새로운 질서를 만들어 가는 데 원동력이 되고, 그 새로운 질서가 대한민국 고유의 효(孝) 사상과 효(孝) 문화를 원형으로 ‘인간에게 인간의 얼굴을 되찾아 주는’ 인본(·민본)주의에서 발원된 것이라면⁵⁴⁾, 홍일식의 문화영토론은 문화의 자유주의적 세계화의 대안으로써 새로운 ‘하나-인류문화론’이라 평가하기에 전혀 손색이 없다.

3. 문화영토론은 인본(·민본)주의로써 세계시민론이다

앞서 홍일식의 ‘문화적 세계주의’의 영어 번역을 <cultural cosmopolitanism>, 즉 ‘문화적 세계시민주의’로 제안한 까닭은 ‘인류문화’ 창조의 주체는 ‘세계시민(Cosmopolitan)’이라는 필자 나름의 판단이 작용한 것이다. 이는 문화영토론에서도 ‘영토’가 아닌 ‘인류가 함께 창조해 가야 할 미래의 문화’에 방점이 있다고 앞서 언급한 내용과 맥락을 같이한다. 이 둘을 결합해 문화영토론을 다시 정의하면 ‘미래 문화’의 주인은 결국 ‘인류’라는 정의가 가능하며, ‘인류’는 곧 ‘세계시민’의 다른 호칭이라는 점은 더 이상 부연이 필요치 않을 것이다.⁵⁵⁾ 결국 문화영토론의 주인이자 주인공은 <인류

54) 홍일식, 「효 교육과 효 문화의 세계화」, 『문화대국』, 335쪽: “새로운 21세기는 기계문명으로 잃어버린 인간의 얼굴을 찾는 데서 다시 출발해야 한다.”

55) 홍일식의 ‘문화적 세계주의’ 개념에서 우리가 ‘세계주의’에 대한 새로운 해석이나 용어의 재정의가 필요하다고 문제를 제기한 것은 그의 「민족주의는 휴머니즘이다」(『文化領土時代』, 323-330쪽)에서도 그 전거(典據)를 찾을 수 있다. 그는 기본적으로 세계주의는 “휴머니즘에 역행”하는 것으로 판단하고 있으며, 겉으로는 “사해동포(四海同胞)의 정신을 표방”하고는 있지만 “궁극적으로는 강자들의 정치적·경제적 지배를 뒷받침”하고 있음을 비판하면서 “세계 포용의 논리가 될 수 없음”을(『文化領土時代』, 325-326쪽) 분명히 밝히고 있다.

= 세계시민>이라는 것이다. 경제·기술·군사 강대국 문화의 자유주의적 세계적 전파와 확산이 특정 민족/국가의 국민에게만 그 수혜가 환류되는 것이라면, 문화영토론에서는 ‘인류’가 그 수혜자이며, 새롭게 창조해야 할 미래 문화의 주체 또한 ‘인류’이다. 그 때문에 문화영토론은 특정 민족/국가의 국민이 아니라 ‘세계시민’을 전제하고 있다고 보는 것이 타당하며, 정확히 이런 까닭에 우리는 ‘문화’, ‘문화영토’를 논하는 과정에서 경제적 시선, 정치적 목적으로 이에 접근하는 숙습(熟習)과 구태(舊態)를 과감히 떨쳐내고 ‘인본주의적’ 관점에 초점을 두고 새롭게 접근할 필요가 있다.⁵⁶⁾

인본주의(人本主義)의 핵심은 인종, 민족, 계급, 국적을 초월한 ‘인간’에 있고, ‘인간’에게 있어 가장 확장된 의미의 공동체는 당연 ‘지구촌’이며, 이 ‘지구’라는 단일 공동체에서 인간(인류)은 사고하고 노동하며, 서로 사랑하고 교류하면서 늘 새로운 세계를 꿈꾸는 존재다. 지구(촌)은 인류에게 삶터이며 행동의 무대이자 상상의 우주인 셈이다. 이 무대 위에서 인류는 문화적인 것을 매개로 서로 교류하고 공감하며, 서로 사랑하고 존중하며, 행복을 나누고 평화를 꽃피운다.⁵⁷⁾ 이것이 문화영토론의 이상(理想)이자, 홍일식이

56) 앞서 우리는 홍일식의 문화영토론을 “인류와 세계를 구하는 인문주의 운동”으로 정리한 바 있다. 그런데 ‘문화적 세계주의’에서 ‘세계주의’가 문제가 되는 것과 마찬가지로 ‘개인’이 중심이 된 서구의 인문주의(humanism)와는 구분하기 위해서는 아무래도 ‘인본주의’가 더 적절하지 않을까 싶다. 실제 홍일식은 휴머니즘[특히 「휴머니즘의 東과 西」(1981), 「민족주의는 휴머니즘이다」(1985) 참조] 외에도 인문주의, 인도주의, 인본주의 등을 혼용하고 있지만, 『문화대국으로 가는 길』의 제3부 타이틀을 〈신인본주의와 효 사상〉으로 정한 것이나 제1부 2장의 「우리의 통일과 ‘신인본주의’ 시대」(2023)에서 신인본주의를 “그 누구도 거역할 수 없는 이 시대의 보편적 가치”(『문화대국』, 65쪽)로 강조한 것 그리고 제1부 3장의 「21세기, 우리는 어디로 가야 하나?」(2003)에서 “효 사상을 중심으로 꽃피어 낼 ‘신인본주의’의 개발”(『문화대국』, 102쪽)과 같은 주장을 펴는 것으로 미루어 ‘인문주의’보다는 ‘인본주의’ 또는 ‘신인본주의’가 문화영토론과 관련해서는 더 적절한 개념이라는 게 필자의 소견이다. 2000년대에 접어들어 홍일식은 특히 한반도 통일에 관한 글에서 ‘신인본주의’를 타이틀로 또는 개념으로 빈번히 사용하고 있다.

57) 참고로 김정우는 ‘소프트 파워’로서 한류의 가치를 평가하면서 한류가 전 세계의 팬들

스스로 강조하듯, 문화영토론의 ‘본래 의미’(364)이다.⁵⁸⁾ 문화가 공감과 사랑, 행복과 평화의 꽃으로 피려면 세계시민(cosmopolitan citizenship)의 도덕으로 연마되고 인류애로 실천되어야 할 것이며, 이때 문화제국주의, 문화의 자유주의적 세계화, 문화의 세계지역화에서의 ‘수탈’, ‘착취’, ‘종속’, ‘지배’와 같은 단어 등으로 오염된 과거의 문화 문법은 비로소 자취를 감추게 될 것이다.

그런데 경제영토는 서론에서도 언급한 바 있지만, “선진국 자본이 개도국 경제를 수탈”하는 것이 유일한 목표이다. 그래서 지난 세기에는 “매판자본론”, “종속이론”을 통해, 이번 세기에는 탈식민주의 연구, 반세계화론, 대안적 세계화론에 의해 직접적 표적이 되고 있으며, 정치영토는 19세기의 서구열강의 제국주의와 식민 지배, 1~2차 세계대전, 최근의 러-우 전쟁이나 이-팔 전쟁에서도 확인되듯, 자국의 정치력(政治力)의 확장을 위해 상대국을 무차별적·비인륜적으로 공격하면서 살상과 인권 탄압을 무도하게 자행하고 있다. 이것이 우리가 목도(目睹)하는 경제영토와 정치영토가 보여주는 일반적 현상이자 실상이고 폐단이다. 개방성, 공유성, 포용성, 공감성을 모토로 문화영토론이 등장하지 않을 수 없는 배경이 여기에 있다.⁵⁹⁾

에게 ‘행복 나눔’의 전도사 역할을 하고 있다고 분석한다. 한류의 전 지구적 확산은 결국 ‘행복의 전 지구적 확산 현상’이라 할 수 있고, 대한민국의 문화영토가 이렇게 한류를 통해 확대되는 과정에서 한류는 분명 ‘인류문명의 보편주의’의 구축과 확산에 기여하고 있다는 것이다 - 김정우, 「오늘의 관점에서 본 문화영토론의 실현 방안: 한류를 중심으로」, 『문화영토연구』 창간호, 2020, 114-117쪽 참조.

- 58) 홍일식은 한국의 전통문화를 언급하는 자리에서 효(孝) 사상은 “새롭게 인류를 구원할 정신문화”이며, 효(孝) 사상이야말로 오랫동안 그가 주장해 온 “‘문화영토’의 의미”라 강조한다. 효(孝) 사상의 확산만이 “전체 인류의 평화와 복지와 사랑”을 실천하는 초석이 될 것이라고, 그는 심신(深信)하고 있다 - 홍일식, 「民權과 國權의 조화」, 『文化領土時代』, 364쪽. 참고로 『문화대국』에서는 「우리의 효 문화, 세계화 가능한가?」(317-332쪽), 「효의 세계화」(33-37쪽) 등에서 전통문화로서 효(孝) 사상(문화)을 ‘세계화’ 가능성의 관점에서 고찰하고 있는 점이 눈에 띈다.
- 59) 홍성걸, 앞의 논문, 10-13쪽 참조. 홍성걸은 ‘영토’ 개념을 정치영토, 경제영토, 문화영토로 구분해서 설명하면서, 본문에서 우리가 인용·약술한 경제영토, 정치영토와 달리

거듭 강조하지만, 문화영토론은 “기존의 영토 개념이 갖는 한계와 인류사회가 안고 있는 문제점들을 극복하기 위한” 대안적 이론이다.⁶⁰⁾ 그리고 무엇보다도 홍일식의 문화영토(론)의 핵심은 경제영토, 정치영토에서처럼 지배/종속의 논리에 따라 단지 ‘영토’를 확장하는 데 초점이 있는 것이 아니라 인류문명의 미래를 ‘인본주의’를 통해 새롭게 창조해 가는 데 초점이 있다.

“호모 사피엔스(Homo Sapiens- 理性-知性人)를 자처해 온 인간이 유사 이래 얼마나 많은 전쟁을 도발해 왔는가. 지금 이 시간에도 저 중동에서, 동남아에서 갖가지 형태의 분쟁과 살육이 계속되고 있다. (...) 여기서 우리는 역사상 수많은 전쟁의 원인이 거의가 영토분쟁, 즉 땅 빼앗기 놀음이었다는 사실에 유의할 필요가 있다. 오늘날 이 지구 위에 수많은 선을 그어놓고 서로 배타적 권리를 행사하는 행위는 그것이 어떤 명분을 표방하건 간에 도덕적 존재로서의 인간과는 거리가 먼 지극히 동물적 본능에서 못 벗어나고 있다는 증표일 뿐이다.”⁶¹⁾

모든 분쟁과 전쟁의 도화선인 정치영토, 경제영토가 호모 사피

문화영토는 개방성, 공유성, 포용성, 공감성에 기초한 것임을 강조한다. “문화영토의 확장은 세계시민의 공감과 공유, 포용성의 증진을 통해 화해와 협력, 평화를 추구하지만 동시에 그 과정에서 새롭게 다양한 문화가 만들어진다.”(같은 논문, 13쪽)

60) 김정우, 앞의 논문, 101쪽. 김정우는 국가 간의 대립만을 야기(惹起)할 뿐인 종래의 영토 개념을 ‘이념적 영토’로 그리고 평화, 화합, 타협에 기초한 홍일식의 영토 개념을 ‘문화영토’로 새롭게 정의하면서, 국가 간의 경쟁이 아니라 글로벌 기업 간의 자유 경쟁에 착안해 ‘시장적 영토’를 새롭게 제안하고 있다. 하지만 이 ‘시장적 영토’ 역시 ‘이념적 영토’처럼 폐쇄적인 영토 개념은 아니지만 그럼에도 시장 확대 과정에서 ‘독점적 영토’를 지향한다는 점에서 보면 ‘문화영토’와 대척점에 있다(같은 논문, 99-100쪽). 본 연구에서는 논의의 편의를 위해 정치영토(이념적 영토와 같은 의미), 경제영토(시장적 영토와 같은 의미), 문화영토로 통일해 사용하기로 한다.

61) 홍일식, 「「문화영토(文化領土)시대」의 새 지평을 열자」, 『문화대국』, 86-87쪽.

엔스의 타고난 자질에 반하는 동물적 본능의 발로로써 반인간적·반인륜적 행동을 유발하는 원인이라면 문화영토는 기본적으로 인간을 도덕적 존재로 전제한다. 인간이 진정 ‘이성-지성인(Homo Sapiens)’이라면, 국가 간, 문화 간 갈등과 대립을 조장할 뿐인 “땅 빼앗기 놀음”을 이제 멈추어야 할 것이다. 홍일식이 인본주의의 원형을 대한민국 전통의 효(孝)에서 찾은 것도 어쩌면 국학도(國學徒), “우리 전통의 창조적 계승자로서 ‘지성인’”(316), “진정한 주체적 지식인의 시대”(345)를 맞이하고자 했던⁶²⁾ 홍일식으로서는 너무도 천연(天然)한 발견이었는지 모른다. 물론 효(孝)의 미래적 가치는 A. 토인비도 아래와 같이 높이 평가했던 바다.

“한국에서 장차 인류문명에 크게 기여할 것의 하나는 효(孝) 사상이다.”⁶³⁾

홍일식은 효(孝)는 “한국인의 관념문화”(98)를 대표하는 것으로써 한국인에게 “거의 신앙에 가까운”(98) 것이라고까지 강조한다. 한국인을 한국인이 되게 하는 체화된 문화이자 생활이며 슬기가 효

62) 홍일식은 대한민국의 지식인들이 고유의 전통문화에 대해 무책임한 것에 대해 일종의 ‘분노’를 느끼고 있다고 해도 과언이 아니며, 그 원인을 일제의 식민지 교육에서 찾는다. “식민지통치자들은 서구 문화의 우수성만을 강조하고, 그 반대로 우리 전통문화의 비생산성, 비합리성, 비과학성만을 더욱 왜곡해서 강조·주입시켰다.” - 홍일식, 「현대 생활과 전통문화」, 『文化領土時代』, 342쪽. 식민지 지식인이 이렇게 탄생한다. 식민지 지식인이 비주체적일 수밖에 없는 이유가 여기에 있다. 광복 이후에는 식민지 지식인의 제자들이 미국, 유럽에 유학을 마치고 돌아와 ‘신식민지 지식인’이 된다. 대한민국 지식인의 역사가 이와 같다는 것을 그 누구보다 잘 알기에 홍일식은 “진정한 ‘주체적 지식인의 시대’”가 열리기를 학수고대(『文化領土時代』, 345쪽)한 것이리라.

63) 홍일식, 「현대인과 孝 사상」, 『文化領土時代』, 96쪽에서 재인용. 그 밖에도 홍일식은 「文化領土 時代의 到來과 韓國文化의 展望」을 비롯해(『文化領土時代』, 463쪽), 「한국대학의 사명과 진로」(『문화대국』, 384쪽) 등 여러 발표문과 글에서 A. 토인비를 인용하면서 효 사상에 대해 강조하고 있다.

(孝)라는 것이다.⁶⁴⁾ 토인비는 이 효(孝)를 서구의 물질문명을 대체할 수 있는 동양의 대표적 정신문화로 평가했다. 홍일식이 그랬듯 토인비도 효(孝)가 “금후 우리[인류]의 생존·번영을 위하여 절대적, 숙명적으로 필요 불가결하다는”(95) 점에 주목한 것이다.

홍일식도 서술하고 있듯, 한때 “서양인에게 있어서의 동양은 계몽시켜야 할 곳, 가르쳐줘야 할 사람들로만 인식되어 왔던” 게 사실이다, “그러나 그로부터 백여 년이 지난 지금은 분명히 상황이 달라졌다.”(97-98) 그리고 문명의 이기나 이로부터 야기된 인류의 위기, 인간성의 파괴와 파멸, 인간 상실의 수렁에서 벗어날 수 있는 예방책과 치유책으로써 홍일식은 우리 전통문화로 면면히 흘러오고 있는 효(孝) 사상에서 그 가능성을 발견한다.

“효 사상이야말로 앞으로 우리 자신뿐만 아니라, 불확실성의 미로에서 방황하고 있는 서양 문화까지를 구제할 전체 인류의 일대 르네상스가 바로 이에서 비롯될 것이 분명하다.”⁶⁵⁾

“효란 본래 동양 사상의 근간으로서 인간 윤리의 알파요 오메가다.”⁶⁶⁾

“효 사상은 진정 금후의 인류를 구원할 유일한 등불이요 활로(活路)다.”⁶⁷⁾

64) 홍일식, 「한국의 노인」, 『文化領土時代』, 83쪽 참조. 이 글에서 홍일식은 효(孝)를 “한국인의 속성”으로 정의하고 있으며, “어떠한 형태로든 유지 계승되어야 할” 문화 전통, “새로운 ‘한국적 근대화’”(같은 글)와 현대화의 정신적 자원이자 “고귀한 문화유산”(『孝와 東勢西漸의 時代』, 『文化領土時代』, 105쪽)이라고까지 확신하고 있다.

65) 홍일식, 「현대인과 孝 사상」, 『文化領土時代』, 98쪽.

66) 홍일식, 「孝는 百行之源」, 『文化領土時代』, 99쪽.

67) 위의 글, 102쪽.

지난 세기 “도시화·산업화·공업화”(100)에 이어 금세기의 세계화·디지털화·AI화로 세계는, 인류는 “가공할 자기 파괴의 길로 치달리고”(100) 있다. 원자화된 개인들은 “인간소외, 인간 상실의 비극”(100)을 사회적 관심과 도움 없이 홀로 버텨내야 한다. 도시화가 더 가속화되고 모바일에 더 익숙해진 현대인들은 더 정치화되고 있다. 기성세대와 비교할 때 더 교육을 많이 받아 요구사항도 더 많아졌다. 그런데 현대의 신자유주의적 경제 시스템은 이렇게 변화된 개인을 보호하고 통제할 힘이 없다. 사회적 박탈감은 커질 수밖에 없고 무한경쟁에 내몰려 사회적·경제적 조건은 더욱 악화(惡化)될 것이 불 보듯 뻔하다. 정확히 이러한 사태를 예견했던 홍일식이기에 인간은 ‘개인’의 차원이 아닌 ‘관계’의 차원에서, 다시 말해 공동체를 모근(母根)으로 재고되어야 한다고 역설한 것이며, 효(孝)에서 인간관계의 존재론을 새롭게 정립한 것이다. 효(孝) 사상에서 홍일식은 새로운 동양만의 고유한 인본주의 배아와 성체, 이론과 실천의 가능성을 본 것이다.

공동체를 모태로 인간의 사회적 관계를 중시한 것이 홍일식의 인본주의라면, 서양의 인문주의(humanism)는 데카르트의 〈Cogito, ergo Sum〉 명제로 대표된다고 해도 과언이 아니다. ‘나’, 즉 자아, 다시 말해 ‘개인’이 서양 인문주의의 중심을 차지하고 있는 점에서 서양 인문주의는 일종의 개인주의(individualism)라 할 수 있다. 17-8세기의 근대화 과정에서 개인주의는 자본주의, 자유주의, 민주주의로 갈래 치기를 하면서 서양의 사회와 정치 및 도덕 이론의 골격을 이루게 된다.⁶⁸⁾ 하지만 서양의 인문주의는 사회나 공동체 내에

68) G. Baldwin, “Individual and Self in the Late Renaissance”, *The Historical Journal*, Vol. 44, No. 2, 2001, pp. 341-364 참조. 서양철학은 근대 이후에도 줄곧 개인(주체성)에게 포인트가 맞추고 있으며 개인주의의 성공이 곧 근대성이라고 A.

인간을 뿌리내리게 하는 데 실패했고, 그 결과가 홍일식의 분석대로 “‘인간의 고립’을 자초”하는 원인이 된다.⁶⁹⁾ 근대화, 산업화가 가속화될수록 개인주의는 물신주의와 결합돼 인간소외를 낳고 급기야 개별자 인간은 포디즘의 노예가 되기에 이른다. 사회적으로는 물질적·경제적 풍요를 누리는 시대는 되었건만 개인은 점점 더 “절대 빈곤”의 상태로 추락하게 되며, 반대급부로 사회는 “무한 욕구, 무한 탈출, 무한 평등, 무한 상승”이라는 제어 불가능한 개인들의 욕망과 충돌하게 된다.⁷⁰⁾

서구 문명이 봉착한 난관이 여기에 있으며, 홍일식이 “인간·자연·사회·우주를 연결하는 조화로운 질서와 유대”⁷¹⁾를 통해 전통을 유지·발전시켜 온 대한민국의 전통문화에 대한 자긍심을 가질 수 있었던 배경이 여기에 있고, 한국인이 “새로운 문화영토의 개척자”⁷²⁾로서 책임자라 판단한 까닭도 여기에 있다. 인본주의적 효(孝) 사상에 대한 언급은 아래에서 더 살피기로 하고, 왜 개인 또는 개인주의에 뿌리를 둔 서양의 인문주의는 인간의 고립, 소외, 상실의 문제를 해결할 수 없는지 J.-P. 사르트르의 『실존주의는 휴머니즘이다』에서 그 단적인 빙거(憑據)를 제시해 볼까 한다. J. 존스가 사르트르의 실존주의를 분석한 글에서 밝히듯, 서양의 인문주의에는 “인간 주관성의 우주(the universe of human subjectivity)” 외에는 아무 것도 없다.”⁷³⁾ 부언컨대, 실존주의는 인문(인본)주의가 아니라 “광

르노는 분석하고 있다 - A. Renaut, *The Era of the Individual*, Trans. by M. B. DeBevoise and F. Philip, Princeton University Press, 1997.

69) 홍일식, 「휴머니즘의 東과 西」, 『文化領土時代』, 168쪽.

70) 홍일식, 「불확실성 시대의 동양 윤리」, 『文化領土時代』, 192-193쪽.

71) 홍일식, 「우리 文化의 좌표와 전통문화」, 『文化領土時代』, 190쪽.

72) 홍일식, 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」, 『문화대국』, 91쪽.

73) J. Jones, “Was Existentialism a Humanism?”, *Philosophy Now*, Iss. 53, 2005, p. 1 - https://philosophynow.org/issues/53/Was_Existentialism_a_Humanism

적인 개인주의적 철학(rabidly individualistic philosophy)”의 일종으로써 오직 개인(자기 자신)에게만 관심이 집중돼 있기에 사회나 공동체를 위한 사회적·윤리적 행동은 포기한 “절망의 정적주의(the quietism of despair)”에 그친다는 것이다.⁷⁴⁾

주지하듯 사르트르의 실존주의는 “실존은 본질에 앞선다”는 명제로 우리에게 널리 알려져 있다. 그런데 그의 철학의 핵심은 “개인, 주관성, 의식, 세계 내에서의 실존(existence in the world)”으로 요약되며, 사르트르에게는 “근본적 자유(radical freedom)의 경험”이 최우선 과제다. 그 때문에 사르트르는 사회, 종교, 철학에서 이미 논의된 또는 정립된 그 어떤 원리나 원칙도 거부한다. 사르트르에게는 “개인의 자유(individual freedom)”만이 지상(至上)의 가치이며, “이러한 자유가 새로운 형태의 실존적 인문주의의 뿌리(the source of a new form of existential humanism)”라고 주장한다.⁷⁵⁾ 한마디로 사르트르 철학의 이상은 자유 그 자체를 인간(인류)의 본질로 자리매김하는 데 있고, 그러다 보니 심지어는 타인과의 관계 문제도 자아의 자유와의 상호성으로 설명한다. 사르트르에게 나와 타인의 관계는 자유로 매개된 상호주관성이다.⁷⁶⁾ 심하게 표현하면, 이념으로서의 자유가 인간 위에 군림하는 격이라 할 정도로 사르트르의 실존적 인문주의는 “자유에 모든 가치의 토대가 있다.”⁷⁷⁾

자칭타칭 ‘자유인’의 사도(師徒)인 사르트르가 “그 자신 이외의 어떤 입법자도 받아들이지 않았다”⁷⁸⁾는 것은 놀랄 일이 아니다.

(검색일자: 2023년 10월 20일).

74) *Ibid.*, p. 2.

75) *Ibid.*, p. 2.

76) *Ibid.*, p. 2. 참조.

77) *Ibid.*, p. 3.

78) *Ibid.*, p. 3.

사르트르에게 있어서는 ‘진정으로 자기를 실현한다는 것(realise himself as truly human)’만이 “진실로 인문주의(a humanism indeed)”라 할 수 있으며, 같은 논리 하에서 사르트르적 의미의 ‘자유인’이 선택하고 실존적으로 결단한 것은 모두 인류 전체(the whole of humanity)를 위한 선택이라는 논리 비약이 일어난다. 존스가 사르트르의 인문주의를 ‘자유의 보편화’로 해석한 것도 이런 이유에서다.

“그러므로, 내가 스스로 내 자신의 자유로운 선택할 때마다 나는 또한 인류 전체를 위한 자유를 기꺼이 선택한 것이다. 나는 자유를 보편화하는(universalising freedom) 존재다.”⁷⁹⁾

여기서 우리는 사르트르의 『실존주의는 휴머니즘이다』가 출간된 해에 주목할 필요가 있다.⁸⁰⁾ 1945년에 행한 강연이 1946년에 출판되었다. 2차 세계대전의 포화가 멈추기가 무섭게 사르트르는 무(無)의 지평 위에 인간을 ‘자유’로 멍에로 씌워 무엇을 ‘선택(실존적 결단)’하건 상관없고, 최선의 선택도 없고, 어떤 것이 올바른 선택인지를 보장해 줄 것도 없으니 원하는 바대로 선택하고, 그 선택과 행동을 통해 자기 자신이 정의(定義)된다는 점만 이해하라고 역설한 것이다. 전쟁의 경험은 사르트르를, 자신은 극구 부인하지만, 철저히 비관주의, 허무주의로 인도한 것이 분명하다.⁸¹⁾ 사르트르에게 미래는 예측할 수도 없고 준비할 수도 없는 그런 유형(類型)의 것이다. 그에게는 역사도 전통도 우연의 소산일 뿐이다. 사르트르의 인문주

79) *Ibid.*, p. 3.

80) J.-P. Sartre, *L'existentialisme est un humanisme*, Paris: Nagel, 1946.

81) J. Jones, *op. cit.*, p. 3.

의는 전쟁의 폐허로 고통스러워하는 유럽인들에게 위안이 될 수 있는 담론이라고 평가하기엔 무리라는 생각이 들 수밖에 없는 까닭이 바로 여기에 있다. 감히 말하지만, 『실존주의는 휴머니즘이다』에서 우리는 사르트르가 과연 유럽인들이 직면한 위기를 철학적으로 극복하려는 의지가 있었는지 심히 의심하지 않을 수 없다.⁸²⁾

홍일식이 왜 동양의 인본주의가 서양의 인문주의의 대안이 될 수 있다고 역설했는지를 이해하는 데 사르트르의 실존적 인문주의는 충분히 그 반면교사가 될 것이라 본다. 홍일식에게 동양의 효(孝)는 서양의 개인주의적 인문주의에서와 달리 개인을 기본적으로 ‘단독의 개인’으로 보지 않는다. 동양에서 개인은 인(人)이 아닌 두 사람이 서로 의지한다는 의미의 인(仁)이다. 결국 인(仁)은 “두 사람이 서로 마주 서서 공경과 사랑을 주고받는다”는 뜻으로 곧 인간관계의 본령”(100)이며, 여기서 효(孝)는 “곧 인(仁)의 구체적 실천의 처음이자 마지막”(100)이다.

“인간 회복, 인간의 부활은 결국 인간 본성인 仁에서 찾을 수 밖에 없고 그 구체적 실천은 효에서부터 시작되지 않으면 안(…) 된다.”⁸³⁾

홍일식이 이렇게 인간과 인간의 관계를 중시한, 즉 인(仁)에 기초한 효(孝) 사상을 “인류를 구원할 유일한 등불이요 활로”(102)이며, “제2의 르네상스”(100)라고 역설한 까닭이 여기에 있다.⁸⁴⁾ 이렇게

82) 이런 이유 때문에 A. 드 발렌스는 사르트르의 휴머니즘을 인문주의라 할 수 있느냐고 반문하는 것 아닐까 - A. de Waelhens, “L'existentialisme de M. Sartre est-il un humanisme?”, *Revue Philosophique de Louvain*, Tome 44, No. 2 1946 참조.

83) 홍일식, 「孝는 百行之源」, 『文化領土時代』, 100-101쪽.

84) 홍일식은 이러한 효 사상(경로사상, 조상숭배 사상)은 “일본이나 중국에서는 볼 수 없는

인류의 미래를 예비하기 위한 실천적 도덕론으로 그 지위를 새롭게 획득한 효(孝) 사상은 홍일식에게 이제 더 이상 “유교 사상의 한 부분”이라거나 “중국문화의 산물”(463)에 그치는 것이 아니다. 한국인에게 이미 사상이나 철학으로, 관습이나 문화로 체화된 효(孝)는 우리 민족과 역사 속에서 운명을 같이 해 왔으며, 무엇보다도 효(孝)는 인격 수양을 기본으로 하기에 이기심을 뛰어넘는 이타주의로 [그 지평이] 확대”(464) 된다.

이렇게 개인주의, 이기주의에서 이타주의, 공동체주의, 평화공존주의로 효(孝) 사상이 지구촌 시민들에게 널리 전파된다면, 효(孝)는 결국 “절충과 조화의 질서”(464)를 구현하는 도덕적 이념으로써, 실천적 도덕론으로써의 역할을 실행하는 데 손색이 없을 것이며, 인류에게 “평화 지향”(464)의 미래를 열어줄 디딤돌이 될 것이다. 효(孝) 사상에서 홍일식이 새로운 ‘인본주의의 빛’을 발견한 배경도 여기에 기인한다.

“효(孝) 사상은 인본주의의 구현을 목표로 한다. (...) 우리의 전통적인 효(孝)의 세계에서 보자면 (...) [동학의 ‘인내천(人乃天) 사상에서도 그 구체적 발현태를 발견할 수 있듯] 사람이 곧 신(神)일 수 있다는 인식 (...) [이 계승되고 있다.] 인간 위에 무수히 많은 권위를 쌓고 그 무게에 눌려 인간이 의미 없이 희생되어 가는 오늘의 시점에서 효(孝) 사상이 던지는 인본주의의 빛은 (...) [눈부시] (...)다.”⁸⁵⁾

한국인 특유의 사상”이기에 “더 이상 우리의 의식에서 멀어지기 전에 오늘에 적합한 새로운 효 사상으로 되살리는 방법을 강구해야”(『文化領土時代』, 102쪽) 한다고 강조한다.
 85) 홍일식, 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」, 『文化領土時代』, 464쪽.

이렇게 보면, 우리는 왜 홍일식이 효(孝) 사상을 “문화영토의 중요한 내용”일 뿐만 아니라 “인류문화 창달에 기여”할 수 있는(465) 한국 고유의 정신문화라고 역설한 것인지를 충분히 이해하고도 남음이 있다. “오늘에 적합한 새로운 효 사상”(102)이 과연 어떤 형식과 내용일지는 후학인 우리 세대가 물론 더 깊이 고민해야 할 과제일 것이다. 그런데 홍일식은 그 원형과 실천의 방도를 인효(仁孝)에서 발견·제시했고, 젊은 세대를 향해 단지 구호만 외칠 것이 아니라 홍일식 자신을 포함한 기성세대부터 이를 스스로 실천해 보이자고 제안하는 것을 잊지 않는다.⁸⁶⁾ 이렇게 기성세대, 젊은 세대가 함께 효(孝) 사상을 실천할 때, 효(孝) 문화는 ‘대한민국’이라는 국경을 넘어 전 세계에서 ‘사랑(인류애)’으로 실천되면서 ‘지구촌 시민이 한 가족’이 되는 날이 올 것이라 홍일식은 감히 자신(自信)한다.

“효의 세계화는 지구촌을 위기에서 구하는 마지막 히든카드가 될 것이다. 효는 사랑이다. 전 세계가 한 가족이 되는 눈부신 사랑의 실천이다.”⁸⁷⁾

“오늘날 인류 최대의 고민은 고독이다.”⁸⁸⁾ 그런데 우리에게는 대한민국의 공동체를 지지(支持)해 온 효(孝) 문화를 “원초적 윤리와

86) 홍일식, 「孝와 東勢西漸 時代」, 『文化領土時代』, 104-105쪽 참조. 홍일식은 효 사상이 “현대 문화 속에서 새로운 생명을 지니고 재현될 것이 틀림없다”고 확신하면서 이에 빗대 “서세동점(西勢東漸)의 시대”는 막을 내렸고 이제 “동세서점(東勢西漸)의 시대”가 도래하고 있다(같은 책, 105쪽)고 예견하고 있다. 이와 같은 홍일식의 확신은 「21세기, 우리는 어디로 가야 하나」(2003)에서는 “신인본주의(新人本主義)의 개발”을 통해 “인류문명의 보편주의를 우리가 주역이 되어 창조해 내는” 것이 필요한 시점이라고 강조한다(『문화대국』, 102쪽).

87) 홍일식, 「효(孝)의 세계화」, 『문화대국』, 337쪽.

88) 위의 글, 334쪽.

도덕”의 전통으로 고이 간직하고 있다. 홍일식이 “21세기를 위기에 서 구하는 새로운 ‘메신저’ 역할”을 효(孝)에서 발견할 수 있었던 것은⁸⁹⁾ 그가 효(孝)를 “지구촌이 한 가족이 되는 사랑⁹⁰⁾의 종자(種子)로 보았기 때문이다. 효(孝) 문화가 이렇게 지구촌에서 서로-사랑, 서로-존경 및 존중으로 실천될 때 인류는 한마음이 되고, 지구촌이 ‘하나의 문화(문화영토)’로 수렴될 때 효(孝)는 대한민국의 또 다른 정신문화 전통인 ‘널리 인간 세상을 이롭게 하는’ 홍익인간(弘益人間) 이념과 결합돼 상승작용을 한다면 곱절의 실천력을 발휘할 수 있을 것이다.⁹¹⁾ 홍일식의 문화영토론이 ‘신인본주의’로, 새로운 세계시민론으로 만구(萬口)되며 전 세계의 지성계를 자극할 때 그가 꿈꾸는 인간 중심의 “제2의 르네상스”(100)는 결코 먼 미래의 일만은 아닐 것이라, 감히 호언(豪言)해 본다.

4. ‘호모 글로칼리쿠스적 비전’ 없이는 인류의 미래를 내다볼 수 없다

오늘날 지구촌의 대부분 국가는 이주 노동인구의 확대, 노동 현장의 자동화, 글로벌 시장과의 네트워크화, 빈부 격차의 심화, 사회

89) 위의 글, 337쪽.

90) 위의 글, 336쪽.

91) 본 연구에서 상론(詳論)할 지면은 없지만, 홍일식은 ‘홍익인간’의 이념도 자신의 문화영토론의 모태가 되었다고 밝히고 있다: “우리에게 조상적부터 물려받은 귀중한 보물이 있다. 바로 ‘홍익인간’의 이념이 그것이다. 그동안 돌아보지 않아서 그러니 이제부터라도 이것을 갈고 닦기만 하면 엄청난 힘의 원천이 될 수 있는 보배다. 필자의 ‘문화영토론’의 이론적 시발도 실상 이 ‘홍익인간’의 이념에서 출발한 것이다. 넓게 인간을 이롭게 한다는 것, 이것이 장장 5천 년간이나 우리 겨레의 영원한 이상으로 전해져 내려온 것이 결코 우연일 수 없다. 따라서 이제 우리가 세계를 향해 이 큰 뜻을 펴나가게 된 것 또한 역사적 필연이다.” - 홍일식, 「대통령론」, 『문화대국』, 249쪽.

의 전반적 구조조정, 도시와 농촌 간의 소득 격차 등으로 인해 정치적으로, 사회적으로 몸살을 앓고 있는 지경이라 해도 과언이 아니다.⁹²⁾ 지구촌 생활환경이 뿌리 들린 사람들의 수가 늘 수밖에 없는 현실이다. 뿌리 들린 사람들의 수가 늘다는 것은 결국 국가마다 공동체 구성원들의 소속감이 떨어지고 공동체의 정체성이 흔들리고 있다는 증거라 할 수 있다. 여기서 문제가 될 수 있는 것은 소속감의 저하, 정체성의 흔들림에 비례해서 민족/국가의 경계에 대한 국민의 인식·의식도 점점 약해지고 있다는 점이며, 젊은 세대일수록 기성세대와 비교할 때 로컬-국가 의식보다 글로벌-세계 의식이 더 강한 편이다.

오늘날 기성 세계는 젊은 세대에게 국가 의식, 영토 의식, 자신의 공동체에 대한 ‘소속감을 가지라’고 강요할 수도 없는 일이며, 글로벌-세계 의식을 갖지 말라고 강권을 행사할 수도 없다. 주지하듯, iGen, Gen Tech, Gen Wii, Net Gen, Digital Natives 등의 별칭을 가지고 있는 이들 젊은 세대는 현실 세계보다 가상 세계에 더 몰입해 있다.⁹³⁾ “Google Earth”의 자식들이라 호명할 수 있는 이들에

92) 이런 까닭에 최근 유럽에서는 점점 붕괴, 고립 되어가는 유럽 내의 농촌들 간의 결속, 즉 ‘영토적 결속’을 통해 도시민과 농촌노동자들 간의 사회경제적, 문화적 격차를 해소하려는 공동의 노력을 기울이고 있다는 점도 본 연구를 위해서는 시사하는 바가 크다고 생각된다 - A. Copus & P. de Lima, *Territorial Cohesion in Rural Europe: The Relational Turn in Rural Development*, Routledge, 2015 참조. 소유권을 포기한 토지는 영토에 속하지 않는다. 같은 논리로 경작을 포기한 땅은 주인이 없는 땅이란 말과 같다. 주인이 없는 땅에 무법자들이 판치듯, 자신의 영토 위에서 신자유주의적 세계화론자들이 무도한 행동을 자행하는 데도 그저 바라만 보고 있는 것은 국민의 도리를 다한 것이라 할 수 없다. 유럽 내에서 이렇게 ‘영토적 결속(territorial cohesion)’을 통해 경제적 세계화에 맞서는 사회적 운동이 일고 있다는 것은 농촌이 점점 해체되어 가는 우리의 현실에 비추어 볼 때도 시사하는 바가 크다고 생각된다.

93) J. Palfrey & U. Gasser, *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. Basic Books, 2008; M. McCrindle & E. Wolfinger, *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*, McCrindle Research, 2014, pp. 1-22 참조.

게 자신의 조국은 그들이 현실 생활을 영위하는 속지(屬地)에 국한되지 않는다. 가상의 디지털 세계에서 이들은 무국적자로 자유 유희를 즐긴다. 이들이 ‘군중(crowd)’으로 또는 ‘대중(mass)’으로 통칭이 되기도 하지만, 중요한 것은 이들에게는 ‘얼굴(face)’이 없다는 사실이다. 자유 유희의 형벌은 사회적 소외로 귀결될 수밖에 없다. 역으로 말해, 현실의 국가에 반드시 소속되어 있어야만 비로소 자신의 ‘얼굴’을 가질 수 있다는 뜻이다. 얼굴을 가져야 사회적 지위가 보장되며, 국민으로서 국가의 보호를 받을 수 있다.

그렇다면 얼굴도 이름도 없는 이들이 현실 세계에서 직면하게 될 소외와 불평등의 문제를 과연 누가 해결해 줄까? 이런 의문의 시각에 기초해서 다시 보면 디지털 네이티브 세대의 글로벌-세계 의식도 뿌리가 들려 있기는 마찬가지라 할 수 있다. 이들의 거처는 가상의 디지털 세계이기에 현실 세계에서는 장소상실감에 빠질 수밖에 없고⁹⁴⁾, 이는 이들에게 이미 정해진 운명과도 같은 것인지 모른다. 정확히 이런 까닭에 우리는 공동체 구성원들의 “권리가 향유되고 보호되는 영역”이 바로 ‘영토’라는 사실을 결론에 이르러 재삼재사(再三再四) 강조해 두는 바이다.⁹⁵⁾ ‘여기(로컬, 현실 세계)’가 없는 사람에게 ‘저기(글로벌, 디지털 가상 세계)’는 결코 “나”의 삶의 보금자리”를 위한 위안처가 될 수 없다. 개인의 입장에서 ‘자기’가 정립되어 있지 않은 상태에서는 타자, 세계를 향해 자신이 원하고 요구하는 바를 큰 소리로 외친다고 해서 메아리가 되어 돌아오지 않을 것이다. 개인에게 자아정체성이 중요하듯, 국가가 공동체 구성원들의

94) M. Arefi, “Non-place and placelessness as narratives of loss: Rethinking the notion of place”, *Journal of Urban Design*, Vol. 4, Iss. 2, 1999, pp. 179-193 참조.

95) J. Bryan, *op. cit.*, p. 223.

민족적·문화적 정체성을 강화하는 것을 등한시하거나 게을리해서
는 안 되는 이유가 바로 여기에 있다.

자아가 존재하지 않은 데 타자, 세계가 존재할 수 없듯, 국가가 존재하지 않은 데 국민이 고유한 정체성의 얼굴을 가질 수 없다. 라틴 아메리카를 필두로 한 제3세계 국가들에서 영토 전환적 사고의 필요성에 대한 목소리를 높이고 있는 것도 이런 이유 때문이며, 영토 전환적 사고는 신자유주의적 탈영토화에 대한 비판에 그 핵심이 있다는 것은 이론이 여지가 없다.⁹⁶⁾ 3세계 국가에는 영토 밖에, 즉 국가의 보호권 밖에 내팽개쳐진 서민(시민)들의 수가 헤아릴 수 없을 정도로 많기에 영토적 관점, 즉 개별 로컬 국가들이 처한 상황을 심분 고려하고 인류가 함께 공존하는 방법을 모색하는 것이 시급한 시점이 되었다는 것이다.

J. 브라이언도 직시하고 있듯, 물론 세계화의 팽대(膨大)로 인해 야기된 다양한 글로벌 현안들을 해결하는 데 있어 “영토를 더 잘 정

96) *Ibid.* 국내에는 거의 알려진 바가 적지만, 제3세계에서는 최근 제1세계와의 대척지적 관점에서 지정학, 지정학에 대한 연구를 필두로 해서 인류학, 사회학, 교육학, 철학 등 그동안 우리가 “소위 보편적이고 지배적인 지식과 이론(the so-called universal and dominant knowledges and theories)”으로 받아들였던 것에 대한 대대적인 비판 작업이 시도되고 있으며, 특히 “장소[본 연구와 관련해서는 ‘영토’라 할 수 있는]에 대한 열린 참여(an overt engagement with place)”를 추구하면서 대척지가 처한 상황과 조건에 대한 적극적 배려가 필요한 시점이라고 입을 모으고 있다. 어떤 지식이나 이론이 그것이 등장한 역사나 문화를 간과하고, 특히 그것이 어디서 생산되었고, 어떻게 생산지 안팎에서 수용되고 있는지, 즉 “어디성(whereness, 장소성)”을 놓치게 되면 “얼마나 많은 지식과 이론이 영미 중심(Anglo-American core) 밖에서” 생산되고 있는지를 망각하게 된다는 것이다. 세계 지식계를 지배하는 영미 중심의 개념과 방법, 이론을 반복적으로 재생산하는 것이 과연 그 누구도 이론화하지 않은, 경험적으로 참여한 적이 없는 장소(지역)에 사는 학자들이 취해야 할 태도냐는 것이다. 이런 취지에서 심지어는 호주나 뉴질랜드의 학자들까지도 나서서 “우리 자신의 위치성(our own positionalities)을 인식하고 성찰해야” 할 때라 강조하고 있다는 사실을 우리는 그저 남의 일처럼 볼 일은 아닌 것 같다 - F. Wary, R. Dufty-Jones et al., “Neither here nor there or always here and there? Antipodean reflections on economic geography”, *Dialogues in Human Geography*, Vol. 3, Iss. 2, 2013, pp. 193-194.

의하는 것만으로는 충분치 않[을 수 있]다”.⁹⁷⁾ 이는 결국 영토에 대한 새로운 정의(定義)보다 중요한 것이 영토 자체가 수행하는 역할이 무엇이고, 어떻게 영토에 대한 지정학적·지경학적 갈등이 지속되는지 그리고 왜 영토 전환적 사고가 필요하다는 주장이 제3세계의 학자들로부터 끊임없이 제기되고 있는지의 물음을 심찰(審察)하는 것이 중요한 이유이다. 평화의 시기에 영토는 타국가나 타문화를 향해 열린 창이고 관문이라 정의할 수 있지만 전쟁의 시기라면 어떤가? 상황은 예상을 뛰어넘는다. 전쟁의 시기라면 영토는 일순간에 전장(戰場), 주검의 무덤으로 뒤덮일 수 있다.

홍일식이 “인류의 역사를 ‘전쟁의 문화사’(454)라고 정의하면서 “평화 지향적 문화영토”(453)를 강조한 이유가 어디에 있겠는가! 서론에서 우리는 “영토가 존재하지 않는다면 국민이 존재하느냐고 물을 수조차 없다”고 했다. 거듭 강조하지만, 우리는 국가를 영토와 구분해 생각해서는 안 된다. 국민은 단지 영토 위에 ‘사물’처럼 존재하는 즉자존재가 아니라 자신의 영토를 문화적으로 구성해 가는 창의적 존재이다. 국민은 국가, 영토와 공통 분모를 이룬다. 개인과 공동체의 실존적 장소가 포화(砲火)에 휩싸여 있거나 파괴되면 국민도, 역사도, 문화도 덩달아 초토화되기 마련이다. 현대처럼 폭력과 전쟁이 조직화된 사회에서는 국가도 안전하지 않다는 것을 직시해야 한다. 국가가 안전하지 않은 상황에서 인권이 존중될 수 없다는 것은 너무도 자명하지 않은가?

“폭력[과 전쟁]은, [COVID-19를 통해 인류가 경험한 바 있듯] 질병과 마찬가지로, 본질적으로 생명에 반(反)하는 것이며, 인간의

97) J. Bryan, *op. cit.*, p. 223.

안전에도 반한다.”⁹⁸⁾ 그런데 폭력, 전쟁과 같은 무도한 짓을 국제 뉴스를 장식해 가며 백주의 대낮에, 세계시민들이 지켜보는 가운데, 보란 듯이 감행하는 그런 국가도 존재한다는 것은 인류가 기나긴 역사를 통해 이룩해 놓은 모든 지혜가 무용지물이란 말과 다르지 않다. 설상가상으로 러-우 전쟁이나 이-팔 전쟁에서 보듯, 국제사회와 세계 시스템은 군사화된 구조(militarized structures)를 마치 ‘불변의 진리’처럼 여기는 경향이 있다. “석유와 무기가 국제무역에서 첫 번째와 두 번째 큰 거래 상품이라는 사실은 세계의 정치경제 구조의 군사화 정도(the extent of militarization)를 나타낸다.”⁹⁹⁾ 홍일식이 맹자(孟子)를 인용해 우리에게 전달하는 메시지가 필자의 폐부를 찌르는 이유다: “인간이 인간의 존엄을 어찌 이 지경에 이르게 했던 말인가?”¹⁰⁰⁾

위기가 곧 기회라고 주장하는 것은 위기의 경험이 인류에게 희망으로 진화할 때나 유의미한 경구이다. 그러나 오늘 우리의 현실은 위기가 희망의 씨앗이 되기는커녕 위기에 더 크고 새로운 위기가 계속해서 덧대지고 있다. 그 결과 “사람이 사람을 죽이는”(79) 것을 “국제적 국가 시스템의 정상적인 조건[내지 수단]”으로 받아들이는 웃지 못할 시대에 우리는 내몰려 있다.¹⁰¹⁾ 그러다 보니 사람이 사람을 겨냥해 국제적으로 사용이 금지된 가공할 화학무기인 백린탄까지 민간 거주지역에서 마치 불꽃 축제하듯 쏘아 올리면서도 소위 ‘글로벌 리더’라는 위인들은 부끄러워하기는커녕 오히려 뻔뻔하기

98) S. S. Kim, “Global Violence and a Just World Order”, *Journal of Peace Research*, Vol. 21, Iss. 2, 1984, p. 181.

99) *Ibid.*, p. 188.

100) 홍일식, 「孟子의 率獸而食人」, 『文化領土時代』, 79쪽.

101) C. Tilly, “War Making and State Making as Organized Crime”, In: *Bringing the State Back In*, edited by P. Evans, D. Rueschemeyer, and T. Skocpol, Cambridge: Cambridge University Press, 1985, p. 184.

만 하다. 인류의 미래가 그저 암울하고 참담하게 느껴질 뿐이다.¹⁰²⁾ 왜 홍일식이 정치영토, 경제영토가 아닌 문화영토를 통해 인류 공동문화의 창조에 힘쓰고 인효(仁孝) 사상에 기초한 신인본주의를 통해 인류의 미래를 한국인이 주체가 되어 예비해야 한다고 역설했는지가 이제 조금은 선명하게 이해되리라 생각된다. 한마디로, “세계의 새로운 지평”(311)을 “인간과 인간, 인간과 세계 사이의 관계를 상호 포용과 조화의 시각”(310)으로, “조화롭고 균형된 도덕적 연대”(311-312)로 확대해 갈 때가 아니고서는 인류는 영영 야만 상태에서 벗어날 수 없다고 판단했기 때문 아니겠는가!

홍일식의 문화영토론의 의의는 무엇보다도 “인류 구원의 대도(大道)”(467)를 목표로 “인류문화의 창달에 보다 적극적으로 기여”하기 위해 효(孝) 사상과 문화를 “다채로운 대안 확보의 틀”(465) 중 하나로 제시했다는 데서 찾을 수 있다. 홍일식은 자신의 문화영토론은 “이상(理想)을 문화적 세계주의에 두면서” “문화적 민족주의로 구체화된다는 점”(457)을 여러 글에서 누차(屢次) 역설하고 있다. 우리는 그가 “기성의 문화제국주의”(466), “지난날의 세계주의 또는 보편주의의 미명 하에서 자행된 제국주의적 독선과 아집”(457)을 극복하는 길을 왜 로컬(Korea)에서 찾고자 했는지 영토 전환적 사고의 관점에서 재평가할 필요가 있다. 그 이유를 일차적으로 우리 대한민국의 형편과 상황이 제1세계가 아니라는 점에서 찾을 수 있다. 대한민국에서 학문을 하는 것은 제1세계에서 학문을 하는 것과 태도 면에서 같을 수 없다. 그 때문에, F. 워리, R. 더프티 존스 등 7인이 공저한 글에서도 잘 언급되어 있듯, 두 번째로는 학문적으로 우

102) 한지수, 「“달는 순간 뼈까지 태운다” … 이스라엘, ‘악마의 무기 백린탄 사용 의혹」, 『아시아경제』, 2023년 10월 12일자 기사 참조, (검색일자: 2023년 11월 01일)

리의 위치가 어디인지(positionality, whereness)를 정확히 인식해야 한다. 우리의 위치는 분명 ‘여기(Korea)’이고, 그 때문에 ‘우리(Korean)’가 이론을 구성하고 재구성하는 것도, 세계를 바라보고 해석하는 것도 항상 ‘여기’라는 사실을 망각해선 안 된다.

대한민국, ‘여기’는 내가 부인한다고 해서 부인되는 장소가 아니다. 공동체의 존재는 한 개인의 결정 사항이 아니라 국민/민족의 것으로 이미 주어져 있다. 그리고 우리에게 ‘여기’는 제1세계가 아니라 분명 제3세계이다. 다시 말해 제1세계의 대척지(antipode)가 ‘여기-대한민국’이란 뜻이다. 그 때문에 세 번째로는 대척지적 관점, 즉 글로벌-탈영토적 관점이 아니라 로컬-영토적 관점에서 우리만의 서사(national and cultural narrative)를 개발해야 한다. ‘인류문화’에 공헌할 수 있는 문화원형을 발굴하고 개발하는 일이 제일 과제가 되어야 하는 이유가 여기에 있다.

홍일식이 대한민국의 전통문화에서 위기에 처한 인류의 미래를 위한 대안으로 문화영토론을 제시했다는 것은 따라서 그것이 ‘국수주의적’이라거나 혹은 국가주의적 발상과 유사할 것이라 오판해서는 곤란하다. 개방성, 공유성, 포용성, 공감성이 전제된 홍일식의 로컬 기반의 문화 비전은 오히려 “세계 시민사회 공통의 문화영토를 확장”하고 “새롭게 다양한 문화가 만들어지는” 것을 기본전제로 시발(始發)된 것이다.¹⁰³⁾ 홍일식이 이렇게 자신의 문화영토론을 통해 그의 ‘호모 글로칼리쿠스적 비전’을 펼칠 수 있었던 것은 로컬이 탈영토화된 상태에서의 글로벌이란 글로벌에의 종속과 다르지 않다는 사실을 그 누구보다 통감하고 있었기에 가능했던 창안이라 할 수 있다. 대한민국의 전통문화에 대한 자존심과 긍지가 없어서야 어떻게

103) 홍성걸, 앞의 논문, 13쪽.

우리의 문화적 민족주의에서 문화적 세계(시민)주의의 가능성을 읽어낼 수 있겠는가!¹⁰⁴⁾

우리가 주체적으로 “인류문화 발전에 크게 기여”하기 위해서도 우리는 “우리 민족과 국가를 유지·발전시키는”(359) 것이 선행되지 않으면 안 된다. 그런 점에서 홍일식에게 로컬(Korea)은 곧 세계(global world)로 나아가는 발판이며, 세계는 다시 <Korea>로 수렴되면서 ‘대한민국’이라는 공동체의 정체성은 한층 강화된 채 다시 세계로 개방될 것이다. 공동체의 정체성은 경제적으로, 정치적으로 조성되는 것이 아니라 문화적으로 형성된다. 경제영토, 정치영토에서처럼 문화영토에서는 로컬과 글로벌이 서로 대립하는 개념이 아니다. 로컬과 글로벌은 늘 공존해 왔고, “공존해야(should co-exist) 한다. 두 차원은 상호보완적이며 확실히 하나가 다른 것을 대체할 수 없다.”¹⁰⁵⁾

경제영토, 정치영토로 인해 보존해야 할 로컬의 정체성을 상실하는 것이 문제가 되는 것이지 각 국가/민족이 로컬의 정체성을 강화하는 것이 문제가 되지 않는다는 뜻이다. 거듭 강조하지만, 문화영토론은 “[대한민국의] 민족문화의 특수성”과 “특수성을 바탕으로 한 다양한 민족문화들”이 “무한반복적 상호작용”을 통해 “세계의 보편 문화”를 형성해 가는 데 최종 목표가 있다.¹⁰⁶⁾ 이를 익히 터득한 필자가 본 연구에서 굳이 영토 전환적 사고를 강조한 것은 기본적으로 로컬이 건재하지 않고서는 문화영토론의 전개가 인식론적으로 불안정하다고 판단했기 때문이다. 문화는 ‘여기’에만 있고 ‘거기’에는 없는 것이 아닐뿐더러 ‘여기’와 ‘거기’에 항상 존재하기 때문에

104) 홍일식, 「문화적 궁지」, 『文化領土時代』, 174-175쪽 참조.

105) F. Pollice, *op. cit.*, p. 115.

106) 홍성걸, 앞의 논문, 13쪽.

지리적 경계의 안과 밖을 동시에 성찰해야 하고, 즉 로컬과 글로벌을 글로벌적 시선으로 아우르는 것이 중요하고, 그래야만 홍일식이 강조한 대로 대한민국의 문화적 특수성을 세계적 보편성으로 승화시킬 수 있는 길이 열린다. 그리고 영토 전환적 사고는 ‘새로운 세계(New World)’를 열기 위한 단계적 전략으로써 선행적으로 정립되어야 한다는 것을 말하기 위한 것이지 결코 어떤 별난 로컬의 ‘여기’로 모든 문화가 재회귀하는 것을 의미하지 않기 때문에 정치영토나 경제영토에서의 ‘영토’ 개념과 문화영토에서의 ‘영토’ 개념은 반드시 구별할 필요가 있다.

홍일식의 소위 ‘글로벌 문화영토론’은 세계학계에서 2000년대에 이르러서야 본격적으로 불붙기 시작한 문화의 세계지역화(globalization of culture) 논의보다 시기적으로도 반세기 정도 앞선다는 점에 그 선도성이 돋보이며, 문화인식론의 차원에서도 1980년대 초에 이미 이와 같은 선도적·선진적 이론을 제안했다는 것은 홍일식의 시대를 앞서가는 혜안과 국량이 없고서는 불가능한 일이라는 점을 이 자리에서 거듭 강조해 두고자 한다.

뿌리가 없는 꽃은, 트렌드만을 좇는 문화콘텐츠 상품들처럼, 아무리 화려하고 대중의 호오(好惡)에 기대 요란스러워도 오래갈 수도 없고, 전 세계의 대중으로부터 지속적인 사랑을 받을 수가 없다는 것은 삼척동자라도 알 수 있는 일이다. 그래서 어느 국가 할 것 없이 각기 고유의 전통문화를 재영토화하는 작업에 심혈을 다해 온 국민이 공력(公力)을 집중해야 할 때라는 것이다. “문화의 식민화의 피해”(186)가 큰 국가일수록 “문화 전통의 바탕으로부터”(190) 공동체를 재건하는 일이 지상의 과제가 될 수밖에 없는 이유 또한 여기에 있다.

문화의 재영토화가 시급한 국가는 대한민국만일까? 글로벌 경제-자본-시장에서 소외된 제3세계의 대부분 국가, 즉 “비서구 국가들이 모두 우리와 유사한 곤경”(460)에 처해 있다. 대안적 세계화의 관점, 대척지적 관점에서 재고할 때 홍일식의 문화영토론을 일방향적으로 한국문화(한류)의 세계화로 해석하거나 타문화와의 쌍방향적 교류에 대한 진지한 고려 없이 일방적인 한국문화의 전파나 문화상품의 수출만으로 일반화하는 것은 다소 조급하고 충분히 위험한 발상이라는 생각이 드는 것도 이 때문이다.¹⁰⁷⁾ 이는 물질적 풍요나 맹목적 성장주의보다 참다운 인본주의적 가치와 전통과 조화로운 삶을 일상에서 실천하는 것을 중시했고, 용기문화보다 정신-관념 문화에 주장의 무게를 실어 설파한 홍일식의 문화영토론이 전하고자 하는 메시지를 정확히 거스르는 태도라 생각되기 때문이다.¹⁰⁸⁾

107) 광영진, 「한국문화의 세계화, 그 성과와 전망: 한류진흥책을 중심으로」, 『문화영토연구』 제2권 1호, 2021, 26-27쪽 참조. 해외문화홍보원의 <국가 이미지 조사보고서>에 따르면(2019년 조사) 외국인들에게 ‘Korea’라고 하면 가장 먼저 떠오르는 것이 ‘K-pop/가수(12.5%)’가 가장 높고, 부정적 인식에서도 높은 퍼센트를 차지하는 것이 ‘지나치게 상업적임(28.9%)’, ‘획일적이고 식상함(28.0%)’, ‘자극적이고 선정적임(12.6%)’이라는 것(같은 논문, 59-60쪽)으로 결과값이 나왔다는 것만으로도(참고로 2018년은 각각 27.4%, 21.8%, 14.%로 큰 변화가 없다는 것을 알 수 있다) 우리의 자문화 중심적 한류 이해가 갖는 문제점이 무엇인지를 여실히 증거한다 하겠다. 같은 문맥에서 김정수도 “한국기업의 문화상품을 더 많은 나라에 수출하자”는 식의 21세기 판 수출드라이브 정책을 “한류를 통한 문화영토 확”로 받아들여서는 곤란하다고 지적하고 있다 - 김정수, 「세계화 시대의 한류와 문화영토」, 『문화영토연구』 제2권 1호, 2021, 130-131쪽. 필자가 서론에서 본 연구는 “구체적 적용 사례를 찾아 밝히기보다 이론의 체계화에 더 공력을 기울여 보겠다”고 했던 것도 이런 이유 때문이었다. 이런 점에서 김솔이 ‘문화공토(cultural commonland)’ 개념을 새롭게 제안하며 “문화영토를 확대한다는 관점보다 문화공토를 공동으로 형성한다는 마인드의 변화를 통해 해당 문화권과의 정치적·문화적 갈등을 최소화하려는 전략적 노력이 필요하다”는 주장은 향후 연구를 위해서도 시사하는 바가 크다고 판단된다 - 김솔, 「한류문화영토의 발전 방향에 관한 연구: 문화공토(文化共土)의 개념을 중심으로」, 『문화영토연구』 제2권 1호, 2021, 73쪽.

108) 홍일식은 문화인류학의 분류 방식을 원용해 문화를 용기문화(用器文化), 규범문화(規範文化), 관념문화(觀念文化)로 구분하고, 가장 고차의 문화를 관념(정신)문화라 강조하면서 우리의 효(孝) 사상을 우기에 처한 “인류문명의 대안 제시” 차원에서 “만드시 회복되고 계승되어야 할 우리의 정신 유산”이라고 부연한다(「文化領土 時代의 到來와

더더군다나 홍일식은 자신의 문화영토론을 “각양각색의 꽃들로 구성”(457)된 ‘문화의 꽃밭’에 비유하고 있지 않은가! 그 꽃밭의 주인이면서 수혜자가 대체 누구이겠는가? 대한민국 국민만이겠는가?

문화의 꽃밭의 주인은 당연히 일국의 국민이 아니라 ‘세계시민’, 즉 ‘인류’라는 것은 이론의 여지가 없다. 그의 문화설계도는 지구촌 전체가 각 로컬이 보유한 ‘문화들’로 ‘꽃밭’을 창조해 가는 데 있는 것이지 결코 어떤 하나의 화려한 꽃이 꽃밭 전체를 독점하는 데 있지 않다. “인류와 세계를 구하는 인문주의 운동”¹⁰⁹⁾에 문화영토론의 최종 지향이 있다는 사실을 우리가 정념(正念)하지 않으면 안 되는 이유 또한 여기에 있다.

세계시민들이 앞을 다투어 동참·실천하지 않고서는 홍일식이 꿈꾸는 ‘문화영토의 시대’는 도래할 수 없을 것이다. 홍일식도 강조하듯, “이 지구상의 모든 나라, 모든 민족들은 저마다 실질적으로 고유한 문화영토를 보유하고 있다.”¹¹⁰⁾ 문화영토의 시대의 도래는 결국 각 로컬 국가와 민족이 보유한 이와 같은 고유의 문화들이 ‘문화의 꽃밭’을 형성하는 데 주체가 되어 자신들이 보유한 문화적 차이들을 맘껏 뽐내면서도 하나의 조화로운 미래의 꽃밭을 함께 창조해 가려는 의지에 달려 있다. “전 인류가 공동으로 향유(享有)할 그 문화”, 즉 “인류문화”¹¹¹⁾에 “국경을 비롯한 경계 개념 자체가 [있을 수] 없

韓國文化의 展望, 『文化領土時代』, 463쪽). 본 연구에서도 이를 반영해 제3장에서 효사상을 인본(·민본)주의, 세계시민론과 연결해 설명해 보았다. 참고로, 홍일식에게 문화란 곧 정신문화를 의미한다는 점을 이 자리에서 거듭 강조해 둔다: “문화란, 특히 정신문화란 인간이 창조하는 모든 가치 중에서 가장 고귀하고 값진 것이어서 마침 물이 높은 곳에서 낮은 곳으로 흐르는 것처럼, 앞선 문화는 반드시 뒤진 문화 쪽으로 흘러 들어가 동화시키게 마련이다.” - 홍일식, 「領土 概念의 새로운 認識」, 『文化領土時代』, 471쪽.

109) 홍일식, 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」, 『문화대국』, 92쪽.

110) 홍일식, 「文化領土 時代의 到來와 韓國文化의 展望」, 『文化領土時代』, 465쪽.

111) 홍일식, 「‘문화영토(文化領土)시대’의 새 지평을 열자」, 『문화대국』, 88-89쪽.

[다는]”¹¹²⁾는 것은 너무도 자명하다.

인류 공동체의 미래는 ‘문화영토’에서 영토가 문화로 꽃피고, 문화가 영토에 스며들 때 완성될 것이다. 영토가 문화로 꽃피고, 문화가 영토에 스며든 지구촌, 지구촌이 만일 이와만 같이 ‘문화’를 모태로 인본주의적 공동체로 거듭난다면, 세계시민들에게 삶은 안정과 평화, 가정은 사랑과 행복, 사회는 정의와 관용으로 넘쳐날 것이다. 이것이 홍일식이 꿈꿔 온 문화영토론의 궁극 지향이며, 그런 점에서 그의 문화론은 『文化領土時代』와 『문화대국』 중심의 텍스트 내적 논의에서 한 발 벗어나 향후는 각 로컬의 상황과 형편을 더 심층적으로 들여다보면서 일종의 ‘지구문화론(Glocal Cultures Theory)’이나 ‘문화지구론(Cultural Geoscience)’ 등과 어깨를 나눈다면 아마도 구체성은 더 심화시키면서 포용력은 더 넓히는 신(新)문화론의 위치를 공고히 할 수 있지 않을까, 라는 제안과 함께 가능성을 점쳐본다.

112) 홍성걸, 앞의 논문, 14쪽.

〈참 고 문 헌〉

□ 기초자료

- 홍일식, 『文化領土時代의 民族文化』, 육문사, 1987.
——, 『문화대국으로 가는 길』, 범우사, 2017.
——, 「文化 앞에는 敵이 없다」, 『문화영토연구』 창간호, 2020.

□ 단행본

- 리처드 J. 번스타인, 김선옥 옮김, 『한나 아렌트와 유대인 문제』, 아무르문디, 2009.
훗설(E.), 이종훈 옮김, 『유럽학문의 위기와 선험적 현상학』, 한길사, 2016.
Arendt, H., *The Origins of Totalitarianism*, New York: Harcourt, Brace, Jovanovich, 1968[1951].
Baudrillard, J., *The Consumer Society: Myths and Structures*, Sage, 1970.
Copus, A. & De Lima, P., *Territorial Cohesion in Rural Europe: The Relational Turn in Rural Development*, Routledge, 2015.
Debord, G., *Society Of The Spectacle*, Black & Red, 2002.
Guillebaud, J.-C., *La refondation du monde*, Paris: Seuil, 1999.
Hess, M., *Economic War: Ukraine and the Global Conflict between Russia and the West*, Hurst, 2023.
McCrindle, M. & Wolfinger, E., *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*, McCrindle Research, 2014.
Palfrey, J. & Gasser, U., *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. Basic Books, 2008.
Renaut, A., *The Era of the Individual*, Trans. by M. B. DeBevoise and F. Philip, Princeton University Press, 1997.
Sartre, J.-P., *L'existentialisme est un humanisme*, Paris: Nagel, 1946.

□ 참고 논문

- 곽영진, 「한국문화의 세계화, 그 성과와 전망: 한류진흥책을 중심으로」, 『문화영토연구』 제2권 1호, 2021, 23-65쪽.
김 솔, 「한류문화영토의 발전 방향에 관한 연구: 문화공토(文化共土)의 개념을 중심으로」, 『문화영토연구』 제2권 1호, 2021, 37-86쪽.
김정수, 「세계화 시대의 한류와 문화영토」, 『문화영토연구』 제2권 1호, 2021, 119-137쪽.
김정우, 「오늘의 관점에서 본 문화영토론의 실현 방안: 한류를 중심으로」, 『문화영토연구』 창간호, 2020, 97-118쪽.
박치완, 「한국인의 문화유전자, 그 연속성과 단절의 변화 추이 탐색」, 『인문학논총』 제34집, 경성대학교 인문과학연구소, 2014, 307-341쪽.
——, 「로컬 중심의 대안적 세계화 기획: 〈세계 → 지역화〉에서 〈지역 → 세계화〉로」, 『인문콘텐츠』 제58호, 2020, 31-56쪽.
홍성걸, 「왜 세계인들이 한류에 열광하는가?: 문화영토 개념의 확장성 연구를 위한 소고」, 『문화영토연구』 제3권 2호, 2022, 5-28쪽.

- Arefi, M., "Non-place and placelessness as narratives of loss: Rethinking the notion of place", *Journal of Urban Design*, Vol. 4, Iss. 2, 1999, pp. 179-193.
- Arendt, H., "The Jew as Pariah: A Hidden Tradition", *Jewish Social Studies*, Vol. 6, No. 2 1944, pp. 99-122.
- Baldwin, G., "Individual and Self in the Late Renaissance", *The Historical Journal*, Vol. 44, No. 2, 2001, pp. 341-364.
- Bryan, J., "Rethinking Territory: Social Justice and Neoliberalism in Latin America's Territorial Turn", *Geography Compass*, Vol. 6, No. 4, 2012, pp. 215-226.
- Conversi, D., "The Limits of Cultural Globalisation?", *Journal of Critical Globalisation Studies*, Iss. 3, 2010, pp. 36-59.
- Escobar, A., "Latin America at a crossroads: Alternative modernizations, post-liberalism, or post-development?", *Cultural Studies*, Vol. 24, Iss. 1, 2010, pp. 1-65.
- Kim, S. S., "Global Violence and a Just World Order", *Journal of Peace Research*, Vol. 21, Iss. 2, 1984, pp. 181-192.
- Liadze, L et al., "The Economic Costs of the RussiaUkraine Conflict", *National Institute of Economic and Social Research*, No. 32, 2022, pp. 1-10.
- Magu, S., "Reconceptualizing Cultural Globalization: Connecting the "Cultural Global" and the "Cultural Local"", *Social sciences*, Vol. 4, No. 3, 2015, pp. 630-645.
- Pollice, F., "The Role of Territorial Identity in Local Development Processes", In: P. Claval, M. P. Pagnini, M. Scaini (eds.), *The cultural turn in Geography*, Proceedings of the Conference, 18~20th September 2003, Gorizia Campus, Edizioni Universita di Trieste, 2003, pp 107-117.
- Svampa, M., "Neo-extractivism in Latin America: Socio-environmental conflicts, the territorial turn, and new political narratives", In: *Elements in Politics and Society in Latin America*, Cambridge University Press, 2019.
- Tilly, C., "War Making and State Making as Organized Crime", In: *Bringing the State Back In*, edited by P. Evans, D. Rueschemeyer, and T. Skocpol, Cambridge: Cambridge University Press, 1985.
- Tomlinson, J., "Cultural Globalization Reconsidered", In: *The Multiple Faces of Globalization*, BBVA, 2009, pp. 214-227.
- Wary, F. Dufty-Jones, R., et al., "Neither here nor there or always here and there? Antipodean reflections on economic geography", *Dialogues in Human Geography*, Vol. 3, Iss. 2, 2013, pp. 179-199.
- Waelhens, A. de, "L'existentialisme de M. Sartre est-il un humanisme?", *Louvain*, Tome 44, No. 2, 1946, pp 291-300.

□ 기타 자료

- 박민철, 「FTA 영토, 전 세계 57.3%로 확장」, 『문화일보』, 2014.04.08. (검색일자: 2023년 10월 21일)
- 이미영, 「한·중 FTA 타결, 경제영토 ‘세계 3위’로... 의미는?」, 『시사플러스』, 2014.11.10. (검색일자: 2023년 10월 21일)
- 이현주, 「한국, FTA 경제영토 세계 3위 ‘우뚱」, 『대한민국 정책브리핑』, 2017.03.20. (검색일자: 2023년 10월 21일)
- Bruce-Lockhart, A., “What is Human Capital? Everything You Need to Know”, *World Economic Forum*, Jun 27, 2019– <https://www.weforum.org/agenda/2019/06/what-is-human-capital-know/>
- Husserl, E., “Philosophy and the Crisis of European Man”, http://www.markfoster.net/...of_european_man.pdf(검색일자: 2013년 10월 13일.).
- Jones, J., “Was Existentialism a Humanism?”, *Philosophy Now*, Iss. 53, 2005 – https://philosophynow.org/issues/53/Was_Existentialism_a_Humanism
- Sachs, J. D., “The US economic war on China”, *The New World Economy*, August 22, 2023 – <https://static1.squarespace.com/static/..../.on+China...Sachs.pdf>

ABSTRACT

Reconsideration of the Concept of Territory and Implications of Hong Il-Sik's Concept of Cultural Territory

Park, Tchi-Wan¹¹³⁾

If a territory does not exist, we cannot even ask whether people exist. Territorial rights are the minimum conditions for a nation to be a nation. Personal freedom and sovereignty are only given to citizens whose territorial rights are guaranteed. In this regard, the importance of territory as a community member's horizon and stage of life cannot be overemphasized. That is why "territorial transformation thinking" is necessary in today's era of de-territoriality and de-bordering.

Territory-nation-state is like "one living thing." The protection of national sovereignty and the promotion of civil rights are rights required and practiced on the territory. Hong Il-Sik had previously emphasized that it was time for "a great awakening and eruption of intellectuals toward national culture," targeting intellectuals in the Republic of Korea who had forgotten the value of their own culture and were wandering without direction due to being enchanted by foreign colonial theories. For people who forget, according to Hong Il-Sik, the "history of the nation's cultural territory," only the history of colonialism is repeated.

113) Hankuk University of Foreign Studies, Professor

Hong Il-Sik believed that only when the cultural territory, not the economic or political territory, is solid, can one fight against the unjust and unequal external hegemony that breaks the boundaries and seizes power within the country's territory. In this study, we will attempt a new interpretation of Hong Il-Sik's "cultural territory theory" by focusing on creating of a common human culture in Chapter 2, and on cosmopolitan citizenship as a humanism and democracy in Chapter 3. In the conclusion, I would like to provide an opportunity to reevaluate the message of cultural territory theory from a "homo glocalicus perspective".

Keywords : Territorial Transformation Thinking, Cultural Territory, Humanism, Cosmopolitanism, Hong Il-Sik

박 치 완

전 자 우 편 : chwpark001@hanmail.net

논문 접수일 : 12월 04일

심사 완료일 : 12월 22일

게재 확정일 : 12월 25일

미국 저널리즘의 한국 대중음악 인식

- 롤링스톤 선정 '한국 대중가요 역사상 가장 위대한 100곡' 기사의 텍스트마이닝적 해석

서영호¹⁾

[국 문 초 록]

미국의 주요 팝 음악 매체인 '롤링스톤'은 '한국 대중가요 역사상 가장 위대한 100곡'을 선정하고 각 곡에 대한 코멘터리를 담은 특집 기사를 발표했다. 이에 이 연구는 이 기사를 통해 드러나는 미국 저널리즘의 한국 대중음악 인식을 100곡의 코멘터리에 대한 텍스트마이닝 분석을 통해 살펴보고자 하였다. CONCOR, TF, TF-IDF, N-gram, Semantic network 분석 등을 통해 밝혀낸 주요 결과는 다음과 같다. 첫째, 롤링스톤의 선정 목록은 그것이 한국 대중가요 역사 전반을 다루고 있음에도 다분히 아이돌 그룹의 음악에 치중되어 있다. 둘째, 곡에 따라 인기, 상업적 성공, 음악사적 가치, 미학적 성취 등이 주요 선정 기준으로 작용했음을 알 수 있다. 셋째, 동시대의 영미권 팝음악을 수용하고 그 표준에 부합하는 결과물을 내놓는 것을 한국 대중가요 진화의 궁극적 방향으로 이해하고 있으며 오늘날의 케이팝의 성과 역시 이러한 관점에서 의미 부여되고 있다. 넷째, 이와 같은 관점에서 90년대를 포함해 2000년대 이전의 음악사가 현재의 케이팝 산업으로의 진화나 발전이라는 맥락 속에서 의미를 부여받고 있으며 특히 이와 관련해

1) 경희대학교 포스트모던음악학과 겸임교수

60-70년대의 신중현의 음악적 성과가 부각되고 있다. 다섯째, 아이돌 음악 관련 장르 이외의 장르에 대한 논의나 로컬 콘텐츠로서 한국대중가요에 대한 의미 있는 통찰은 상대적으로 빈약한 것으로 나타나는 이 기사는 아직 미국 저널리즘의 한국 대중음악에 대한 이해와 인식이 최근의 케이팝 현상에 치중되어 있으며 케이팝 담론 이외의 관점에서 한국대중음악의 역사나 미덕에 대한 심도 있는 이해는 부족한 것으로 이해된다.

주제어 : 케이팝, 롤링스톤, 아이돌, 한국대중음악사, 한국대중가요사, 한류

1. 서론

2023년 7월 미국의 ‘롤링스톤’에서는 ‘한국 대중가요 역사상 가장 위대한 100곡’을 선정하고 각 곡에 대한 현지 비평가들의 코멘터리를 담은 특집 기사를 발표했다. 롤링스톤은 대중음악 분야에서 빌보드와 함께 미국을 대표하는 매체이자 전 지구적 대중성과 영향력을 갖는다. 따라서 케이팝의 가장 주요한 수용자이자 전 세계 대중음악산업의 중심지로서 의제 설정자인 미국 저널리즘의 생각을 대리한다고 볼 수 있는 이 기사는 한국 대중음악에 대한 글로벌 인식과 이데올로기 형성에 큰 영향을 준다는 점에서 유의미하다. 특히 케이팝의 글로벌 성취 이후 케이팝의 정체성 문제나 한국 대중음악사에서 그것이 갖는 맥락적 의미²⁾가 케이팝 관련 논의의 중심에 늘 있었음에 그에 대한 외부의 인식을 읽을 수 있다는 점에서도 눈여겨볼 만하다.³⁾

이에 이 연구는 롤링스톤 선정 ‘한국 대중가요 역사상 가장 위대한 100곡’의 코멘터리를 분석함으로써 미국 저널리즘의 한국 대중음악 인식과 그 함의를 읽어내려 하며 100곡의 코멘터리-주석에 대한 텍스트마이닝 분석을 통해 이를 밝혀내려 한다. 이 작업은 롤링스톤이 뚜렷이 밝히지 않은 100곡의 선정기준이나 선정 결과에 대한 경위를 이해하는 데 도움을 줄 지표들을 발견하고 해석함으로써 각 주석의 행간에 담긴 함의는 물론 여러 필자에 의해 분담

2) 국내의 학술적 논의들은 케이팝의 정체성 문제를 본래성(오리지널리티), 진정성 개념과의 연관성 속에서 풀어내고 있으며 이는 한국전통음악을 포함한 한국적 색채의 전승이나 보존 등 음악사적 논의를 포함한다는 점에서 본 연구와 관련 있다.

서영호, 「케이팝 정체성 담론의 비판적 검토와 과제」, 『문화영토연구』, 제2권(제2호), 문화영토연구원, 2021.

3) 이 글에서는 K-pop과 Korean Pop Music을 구분하며 이에 관해서는 후술한다.

작성된 주석들을 관통할 지배적 인식을 읽어내려 하는 것이다.

이 연구는 비정형의 텍스트 정보의 정형화를 통해 유의미한 빈도, 패턴, 관계 등의 정보를 도출함으로써 텍스트의 이해를 도모하는 빅데이터 분석방법으로서 텍스트마이닝 방법론을 동원한다. 이는 양적 데이터를 기반으로 하지만 단어의 단순 출현 빈도를 넘어 관계와 패턴 등에 대한 정보를 함께 분석함으로써 질적 통찰력을 도출할 수 있는 방법이라 할 수 있다.⁴⁾ 이에 CONCOR, TF, TF-IDF, N-gram, Semantic Network 분석 등 그 주요 기법들을 통해 얻어낸 정보를 통해 원문의 함의를 해석할 것이다.

2012년 싸이의 단발적 성공 이후 최근의 BTS, 블랙핑크 등을 위시한 케이팝의 전례없는 글로벌 성과 이후 미국이나 영국의 매체에서 이루어지는 한국 음악에 대한 보도는 더 이상 특별한 것은 아니게 되었다. 따라서 이에 대해 자연스럽게 뒤따르는 한국 비평계의 반응을 넘어 상대적으로 빈약했던 학술적 논의가 이루어질 시점이다.

2. 롤링스톤과 ‘한국 대중가요 역사상 가장 위대한 100곡’ 기사

1) 롤링스톤

1967년 잰 워너와 랄프 J. 글리슨이 격주 잡지로 창간한 롤링스

4) Drieger, P., “Semantic Network Analysis as a Method for Visual Text Analytics,” *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 79, 2013, p. 6.
이정락 외, 『빅데이터와 텍스트네트워크 분석』, 영남대학교 출판부, 2022.

톤은 미국의 음악 매체로 유명하나 정치, 대중문화 관련 내용도 다룬다. 처음에는 로큰롤 음악 관련 보도와 정치기사로 주목받기 시작하였으며 출판물의 형태에서 시작해 디지털화에 부응하여 온라인으로 비중을 옮겨왔다. 음악과 정치 외에 영화, 게임, 패션 등에 관한 내용도 다루는 종합 미디어 저널로 볼 수 있다. 시대의 록과 팝 음악의 중요한 트렌드와 취향을 정의하게 되면서 음악가로서 롤링스톤의 표지에 등장하는 모습은 시대의 아이코닉으로서의 상징으로 여겨지게 되었다. ‘롤링스톤 재팬’ 지부가 따로 있으며 케이팝이 국제적으로 두드러진 성과를 드러내는 데 힘입어 2021년에는 ‘롤링스톤 코리아’ 지부를 추가 출범하였다. ‘역사상 가장 위대한 앨범 500선’, ‘역사상 가장 위대한 가수 100인’ 등을 비롯해 각종 대중음악사 선정목록을 제시함으로써 대중문화에 영향력을 미쳐왔다.⁵⁾

2) ‘한국 대중가요 역사상 가장 위대한 100곡’ 기사

기사의 원제는 “The 100 Greatest Songs in the History of Korean Pop Music”이며 “BTS, Blackpink, NewJeans, and many more”를 부제로 하고 있다.⁶⁾ “Korean Classics”라는 섹션에 2023년 7월 20일 게시되었으며 10명의 비평가에 의해 작성되었는데 성과 이름으로 보아 이 중 5명이 한국인으로 추정된다. 서

5) [브리태니커 사전, 롤링 스톤], <https://www.britannica.com/topic/Rolling-Stone>, (검색일자: 2023년 11월 8일)

6) [The 100 Greatest Songs in the History of Korean Pop Music - BTS, Blackpink, NewJeans, and many more], <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/best-korean-pop-songs-1234727955/>, (검색일자: 2023년 11월 5일)

문에서 밝히는 것처럼 기사 기획과 작성은 “미셸 김현이 주도하였으며 한국과 미국에 기반을 두고 한국 음악에 대해 수년간 글을 써 온 음악 저널리스트와 평론가들로 구성된 패널이 작성”⁷⁾하였다.

한편 이 기사의 제목에서 ‘K-pop’이라는 용어 대신 ‘Korean pop music’이라고 표현한 점을 주목할 필요가 있다. 전자는 물론 기본적으로 후자의 약어 표기이지만 그간 양자의 의미를 다소 구분해서 사용해왔던 것이 사실이다. 케이팝이라는 용어는 한류 발생의 초기 단계에서 한류라는 표현과 마찬가지로 외부에서 부여된 이름이며 해외에서 인기 있는 한국가요의 일부, 즉 아이돌 중심의 음악을 한정적으로 지칭하는 용어였다.⁸⁾ 또 현재의 한국 음악의 해외 수용 양상을 볼 때 그 용례에 대한 지적과 현실은 아직 유효하다고 할 수 있다.⁹⁾ 따라서 용어 문제와 관련하여 한국인을 다수 포함한 기고자들이 이 차이를 간과했을 가능성은 적어 보이지만, 기사의 서문에서 K-pop과 Korean pop music이 모두 사용되고 있으며 각각 지칭하는 바가 완전히 같지는 않음을 알 수 있으면서도 명확한 구분을 제시하지는 않는다는 점에서 다소 모호하다. 이는 결과적으로 이들의 선정 목록이 아이돌 케이팝 음악을 넘어선 곡들을 아우르고 있다는 점에서 드러난다. 따라서 이 기사는 아이돌 중심인 케이팝을 넘어, 그간 그들이 그다지 관심을 갖지 않았던 것으로 여겨지는 한국 대중음악사 전체에 관한 논의가 되었으며, 이 기사는 제목 그대로 ‘한국 대중가요사를 통틀어’ 역사상 가장 위대

7) 그러나 이들의 이름은 한국 주요 음악 저널이나 평단에서 쉽게 찾아볼 수 있는 것이 아니었으며, 따라서 아마도 롤링스톤 코리아에서 주로 활동한 기고자들인 것으로 추정된다.

8) 신현준, 『가요, 케이팝, 그리고 그 너머: 한국 대중음악을 읽는 문화적 프리즘』, 돌베개, 2013, 31쪽.

9) 싸이 정도의 예외가 있다. 아이돌 그룹 멤버가 솔로 활동으로 발표한 음악 역시 아이돌 유래 음악이라 보는 것이 타당하다.

한 100곡을 선정한 것이다.

한국의 음악 평단에서는 이 기사의 선정 결과에 대한 비판과 불신의 목소리가 많았다.¹⁰⁾ 하지만 오히려 그렇기 때문에 이 기사는 한국 내부의 시선과는 다른 롤링스톤-미국 음악 저널의 한국 대중음악 인식을 보여준다는 점에서 의미를 갖는다. 중요한 점은 이처럼 방대한 범위를 다루고 다양한 관점에서의 점검이 고려되어야 하는 작업에서 선정기준이나 그 결과의 신뢰성이나 객관성 담보를 위한 일정의 체계에 대한 언급이 제시되지 않았다는 점이다. 그리고 이 점이 연구가 분석을 통해 읽어내어야 할 중요한 지점 중 하나가 되며 그것은 곧 ‘미국 저널리즘은 한국 대중가요에서 어떤 음악을, 그리고 왜 위대하다고 보았는가?’의 문제이다. 나아가 ‘이들이 위대한 한국 대중가요로 꼽은 곡의 집합을 통해 읽어낼 수 있는 함의는 무엇인가’ 역시 연구가 주목하는 주요 논점이다.

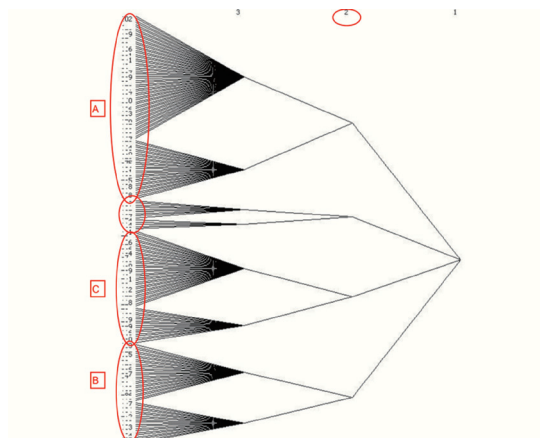
3. 코멘터리의 텍스트마이닝 분석

1) CONCOR 분석

10) [‘롤링스톤’ 케이팝 최고의 노래 선정... 왜 논란이 될까?], https://star.ohmynews.com/NWS_Web/OhmyStar/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002947169, (검색일자: 2023년 11월 8일)
[소녀시대 'Gee'를 1위로 선정한 롤링스톤의 기괴한 '한국가요 위대한 100곡'], <https://www.pressian.com/pages/articles/2023081809392094339>, (검색일자: 2023년 11월 8일)
[‘한국 대중음악사 명곡’의 60%가 2000년 이후 노래인 이유는], https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1007292501&plink=ORI&cooper=NAVER, (검색일자: 2023년 11월 8일)

CONCOR 분석(Convergence of Iterated Correlation Analysis)은 전체 텍스트 단어가 노드로서 링크(link)로 연결된 네트워크에서 상관계수를 토대로 구조적 등위성의 반복 수렴 과정을 거쳐 유사한 구조의 노드가 군집을 이루는 분석이다.¹¹⁾ 여기서 같은 군집을 이루는 어휘들은 곧 이들이 하나의 대주제 아래 모인 것임을 의미하는 것으로 볼 수 있다.

텍스툼(Textom)¹²⁾에서 롤링스톤 100곡의 코멘터리의 TF 상위 200개의 매트릭스를 구성하여 Ucinet 프로그램¹³⁾에서 CONCOR 시각화를 수행하였다. 각 단어들이 이루는 군집의 응집도를 층위별로 시각화한 덴드로그램(Dendrogram)은 다음과 같다. 이 연구에서는 4개의 군집으로 수렴된 결과를 시각화하여 [그림 2]과 같이 제시하였다.



[그림 1] TF 200의 덴드로그램

11) 김기탁, 「소셜네트워크 빅데이터를 활용한 코로나 19에 따른 프로야구 관람문화조사」, 『한국엔터테인먼트산업학회논문지』, 제14권(제6호), 한국엔터테인먼트산업학회, 2020, 139-150쪽.

12) 텍스트마이닝 기술을 이용한 빅데이터 분석 솔루션 제공 플랫폼.

13) 데이터 간 연결의 시각화를 위한 프로그램으로 텍스툼에서 제공하는 시각화 정보의 미흡함을 위해 추가적으로 활용하였다.

유사한 의미 구조를 갖는 단어들이 군집으로 형성되기 때문에 각 군집에 밀집한 단어 노드는 같은 주제를 지시한다고 볼 수 있다. TF 상위 200의 수렴 반복 결과로 생성된 텐드로그램의 2단계 군집화는 한 개의 대형 군집 A와 두 개의 중소 군집 B와 C로 형성됨을 보인다. 가장 작은 군집은 하나의 주제군으로 묶일만한 의미를 형성하지 못해 주제군으로 의미를 부여하지 않았다. 각 군집의 주제와 핵심 상위 10개의 노드는 다음과 같다.

〈표 1〉 TF 200 군집별 주제 및 핵심 노드

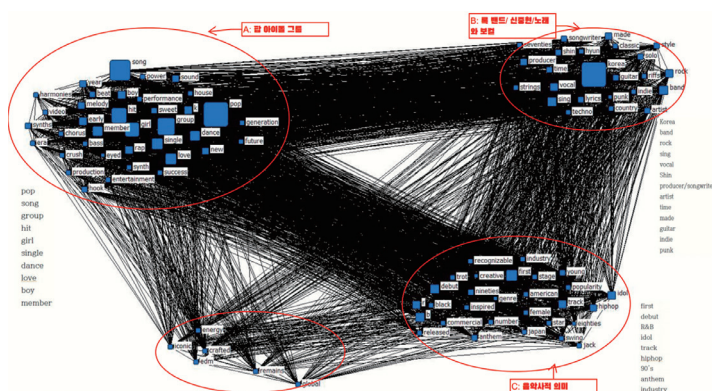
군 집	A	B	C
주 제	팝 아이돌 그룹	록과 신중현/보컬	90년대 흑인음악/음악사적 의미
핵심 노드 10개	pop song group hit girl single dance love boy member	Korea band rock sing vocal Shin producer songwriter guitar indie	first debut R&B idol track hiphop 90's anthem industry popularity

군집 A는 pop, song, group, hit, girl, single, dance, love, boy, member 등을 핵심 노드로 갖는다. 상위권을 차지하지만 분석 텍스트 전체에 걸친 범박한 주제를 암시한다고 볼 수 있는 팝과 송을 제외하면 girl과 boy group, 그리고 이와 관련된 단어들로 이루어져 있어 ‘팝 아이돌 그룹’이라는 주제로 명명하였다. B 그룹의 경우 Korea, band, rock, sing, vocal, Shin, producer,

songwriter, guitar, indie 등의 핵심 노드로 이루어져 있다. 록 (밴드), 프로듀서이자 송라이터인 기타리스트 신중현 그리고 보컬과 노래에 관한 3개의 소주제로 세분할 수 있으며 록 밴드와 신중현은 친연성을 가지므로 하나의 주제를 지시하는 것으로도 볼 수 있다. 따라서 ‘록과 신중현/보컬’의 주제군으로 명명하였다.

다음 C그룹은 first, debut, R&B, idol, track, hiphop, 90's, anthem, industry, popularity 등의 단어를 핵심으로 한다. 한국 대중음악사에서 90년대 유래라 할 수 있는 몇몇 흑인 음악 장르에 대한 단어들과 더불어 음악사적 의미를 나타내는 단어들로 이루어져 있다. 따라서 ‘90년대 흑인음악/음악사적 의미’의 주제군으로 명명하였다. 이에 대해서는 이후의 TF, TF-IDF, N-gram 분석을 통해 구체화될 것이다.

이상 CONCOR 분석은 이 연구의 텍스트인 롤링스톤의 100곡 코멘터리가 크게 ‘팝 아이돌 그룹’, ‘록과 신중현/보컬’, ‘90년대 흑인음악/음악사적 의미’의 세 가지 주제에 대한 논의를 중심으로 이루어져 있음을 알려준다. 다음의 그림은 Unicet을 활용해 CONCOR 분석을 시각화한 것이다.



[그림 2] TF 200의 CONCOR

2) TF, TF-IDF 분석

Term Frequency를 의미하는 TF 지표는 곧 용어의 빈도수를 의미하며 가장 기본적인 지표라 할 수 있다. 전체 2743개의 단어 중 상위 59개¹⁴⁾를 제시하였다. TF-IDF(Term Frequency-Inverse Document Frequency)는 전체 텍스트에서 특정 단어가 빈번하게 출현하여 그 단어에 의해 전체 텍스트의 의미가 결정되는 단점을 보완하기 위하여 개발된 분석 기법이다. 출현 빈도는 낮더라도 중요한 의미와 위치를 갖는 단어에 가중치를 부여하여 순위에서 제외되는 것을 방지한다. 상위 60개를 제시하였다. 이 연구는 TF 순위와 TF-IDF 순위가 거의 대동소이한 양상을 보이는 경우로 두 지표를 종합하여 해석했다. 아래에 TF와 TF-IDF 상위권 순위의 단어를 각각 표로 나타낸 것이다.

〈표 2〉 TF

순위	단어	빈도	순위	단어	빈도
1	pop	106	31	new	17
2	Korea	100	32	singer	16
3	song	86	33	hiphop	16
4	group	76	34	sweet	15
5	hit	57	35	singing	14
6	girl	55	36	became	14
7	music	40	37	young	14
8	first	38	38	style	13
9	love	37	39	hook	13
10	single	36	40	producer	13
11	member	34	41	lyrics	13

14) 출현 빈도 10회까지의 단어를 제시하였다.

12	band	31	42	guitar	12
13	dance	31	43	beat	12
14	debut	30	44	melodies	12
15	boy	26	45	career	12
16	B	25	46	title	12
17	vocal	25	47	sings	11
18	rap	24	48	crush	11
19	synth	24	49	chorus	11
20	idol	23	50	years	11
21	track	23	51	anthem	11
22	R	22	52	solo	11
23	rock	21	53	time	11
24	album	20	54	nineties	11
25	sound	20	55	production	10
26	made	20	56	remains	10
27	early	18	57	come	10
28	best	17	58	songwriter	10
29	k	17	59	shin	10
30	park	17	60		

〈표 3〉 TF-IDF

순위	단어	가중치	순위	단어	가중치
1	girl	64.09	31	early	31.68
2	member	63.27	32	hiphop	30.29
3	Korea	52.52	33	Shin	29.23
4	love	51.69	34	style	28.99
5	sing	51.02	35	singer	28.16
6	vocal	49.98	36	singing	27.54
7	band	46.13	37	young	27.54
8	group	44.18	38	became	27.54
9	first	41.74	39	own	27.36
10	music	41.44	40	sweet	27.36
11	dance	40.72	41	guitar	26.76

12	song	39.13	42	vocals	26.50
13	boy	38.69	43	synths	26.50
14	rock	38.31	44	crush	25.68
15	hit	37.69	45	melodies	25.61
16	idol	36.52	46	hook	25.57
17	single	36.22	47	producer	25.57
18	rap	35.71	48	lyrics	25.57
19	made	35.20	49	career	24.57
20	debut	34.95	50	title	24.57
21	B	34.92	51	beat	24.57
22	track	34.22	52	time	24.53
23	album	33.98	53	chorus	24.53
24	R	33.81	54	years	23.48
25	K	33.45	55	solo	23.48
26	Park	33.45	56	nineties	23.48
27	pop	33.18	57	anthem	23.48
28	sound	32.84	58	good	23.28
29	new	32.19	59	industry	23.28
30	best	32.19	60	songwriter	22.30

먼저 girl, boy, group, band, single, idol, crush, solo 등의 단어를 아이돌 음악과 관련한 단어들로서 주목한다. group이라는 용어는 90년대에는 아이돌을 포함하는 힙합, 알앤비, 댄스 음악을 하는 집단에 주로 사용되었고 2000년대 이후에는 거의 집단으로 활동하는 여자 아이돌 가수에 사용되었다. 집단으로 이루어진 남자 아이돌의 경우 boy band라는 용어도 많이 사용한다. 록 장르의 경우 역시 대부분 band라는 용어가 따라붙긴 하지만 순위 안에 록 밴드는 소수임을 볼 때 boy band를 위해 사용되었을 가능성이 높다, 이에 대해서는 추후 N-gram 지표에서 구체적으로 드러난다.

다음, 앨범 형식을 나타내기 위해 등장했을 것이 분명한 ‘싱글’

은 음악 감상의 주요 방식이 온전히 스트리밍으로 넘어온 2000년대 중반 이후 본격적으로 활성화된 발매 방식이다. 가수의 활동 형태에 관한 solo라는 단어는 애초부터 솔로 가수로 데뷔하여 활동하고 있는 상황을 서술할 때 쓰이는 경우는 거의 없으며 그룹이나 밴드로 활동하다가 독립적으로 활동할 경우 사용되기 때문에 역시 아이돌 그룹과의 관련성이 높다. crush는 girl crush의 일부로 등장했을 가능성이 크다. 이에 관해서는 N-gram 지표를 통해 확인한다.

이상의 결과는 이 선정 목록이 의도적이지는 결과적이든 아이돌 음악을 위시한 케이팝에 치우쳐 구성되었음을 드러낸다. 따라서 아이돌 음악의 글로벌 성취를 음악사적, 산업적, 스타일적, 음악적 면 등 여러 측면에서 한국대중가요의 진화(변화가 아닌)나 고양의 결과로서 과거의 음악에 비해 더 ‘위대한(great)’ 음악으로 보고 있다고 해석할 수도 있다. 이처럼 두 지표의 순위 상위권 단어는 사실 이 기사가 선정한 목록이 2000년대 이후에 치중된 것으로 나타나는 통계를 통해서도 어느 정도 드러난다. 약 100년에 달하는 한국 대중음악사에서 20년 남짓한 2001년 이후의 곡이 절반이 넘는 59곡이다.

다음, 시대나 음악사적 의미를 담은 단어로 first, new¹⁵⁾, nineties¹⁶⁾ 등에 주목했다. 어떤 작품의 음악사적 가치는 이전에 없던 혁신성으로 이후에 이어질 변화의 시작점을 제공함으로 인해 부여받는 경우가 많다. 따라서 보통 그것은 전에 없던 새로운

15) 이후의 N-gram 결과에서 나타나는 것처럼 new jack swing을 표현하기 위해 사용된 5회를 빼더라도 순위권에 드는 것은 마찬가지이다.

16) 숫자로 표현된 90's와 1990's의 출현이 별도 6회로 등장하며 이를 합치면 nineties의 빈도 순위는 20위권 후반으로 상승한다.

(new) 것이며 그러므로 (최소한 한국에서라도) 최초의(first) 것이다. 음악사적 의미가 있는 곡들이 선정기준의 하나가 되었음을 알 수 있다. 90년대가 많이 언급된 것은 100곡 안에 20개가 포함된 90년대 노래 때문이기도 하지만, 오늘날의 케이팝의 시원으로서 90년대가 종종 언급되는 점을 고려할 때 관련 가능성을 염두에 두고 다음 지표를 확인한다.

어떤 노래의 인기를 의미할 hit, 그리고 이의 주된 요인 중 하나인 hook¹⁷⁾와 melodies, sound 등 역시 하나의 선정기준이 되었음을 알 수 있다. 상업적, 대중적 성과나 미학적 성취 측면의 요소들이라고 볼 수 있다.

장르 혹은 음악 스타일과 관계되는 dance, hiphop, rap, synths의 단어들 역시 90년대 이후의 음악들과 연관성이 높다. 이에 대해서는 N-gram 지표를 함께 고려하여 해석한다. 80년대 이후 한국의 인기차트에서 댄스 장르와 더불어 가장 많은 비중을 차지하고 있는 발라드가 순위권에 없다는 점이 특이한데¹⁸⁾ 이 역시 이 목록의 선정 경향성을 가늠할 수 있도록 해준다.

3) N-gram 분석

N-gram은 단어 연관성 분석(Term Association Analysis) 기법으로 텍스트에 나타나는 N개 문자열의 연쇄적 출현을 말한다.¹⁹⁾

17) hook는 기억에 잘 남는 후렴구 등을 언급할 때 종종 사용되는 표현으로 보통 히트곡의 일반적인 요소로 꼽힌다.

18) 단어 '발라드'는 TF에서는 90위, TF-IDF에서는 107위에 올랐다.

19) Kondrak, G., "N-gram similarity and distance.", In: *International symposium on string processing and information retrieval*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2005. pp. 115-126.

TF 지표가 단순히 출현 빈도만을 알려준다면, N-gram은 인접한 단어들을 2개 이상으로 묶어 표현하는 기법으로 다빈도 출현 단어들의 맥락적 의미를 파악할 수 있다는 점에서 있어 중요하다. 여기서는 상위 35개를 제시하였다.²⁰⁾

상위를 차지한 girl group과 boy group, boy band, pop idol를 통해 아이돌 케이팝 그룹이 많은 지분을 차지하고 있음이 더 확실해졌다. 한국에서 girl crush라는 수식어가 빈번히 사용되게 된 것 역시 여자 아이돌에서이다. music video가 음악 콘텐츠의 중요한 일부분으로 정착한 것은 90년대 이후이며 2000년대 중반 이후 유튜브 등의 동영상 플랫폼 등장 이후 더욱 큰 비중을 차지하게 되었다.²¹⁾ 특히 뮤직비디오를 위시한 콘텐츠의 ‘시각적 상품성’에서 강점을 갖는 케이팝의 글로벌 진출을 가능하게 한 요인 중 하나로 유튜브를 비롯한 동영상 플랫폼의 등장과 일상적 미디어로서의 부상이 종종 거론된다는 점에서 first Korea²²⁾와 first K(-pop)는 음악사적인 측면에서 ‘최초의 것’이었던 노래들이 중요하게 다루어졌음을 다시 한번 지지해주고 있다. commercial success는 앞선 hit와 더불어 상업적 성공, 즉 인기가 중요한 기준이 되었음을 강조해주고 있다.

20) 반복 등장 횟수가 4회로 나타나는 공동 순위까지를 분석 대상으로 삼았다.

21) 한국에서는 1985년 조용필의 〈허공〉 뮤직비디오를 시작으로 뮤직비디오가 제작되기 시작하였으나 90년대 이전까지 그것은 주로 음원에 대한 부차적인 콘텐츠의 역할에 치중되어 있었다. 하지만 댄스를 포함한 화려한 퍼포먼스를 대동한 그룹들이 등장하기 시작하는 90년대를 거치며 뮤직비디오는 대중음악콘텐츠에서 음원과 더불어 가장 중요한 자리를 차지하게 되었다. 특히 아이돌 음악에서 수려한 외모는 물론 이른바 칼군무를 포함한 다양한 볼거리와 여기에 정교한 스토리텔링 등의 요소를 덧대어 만든 완성도 있는 뮤직비디오는 시장 소구의 가장 중요한 콘텐츠가 되었다.

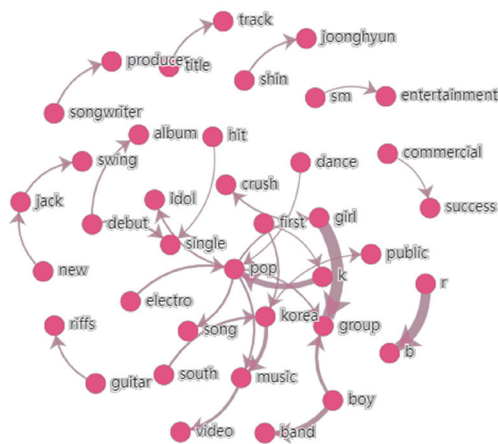
김진곤, 『뮤직비디오의 이해』, 커뮤니케이션북스, 2018, 96-100쪽.

서영호, 「대중음악콘텐츠에 나타난 성장서사」, 『인문콘텐츠』, 제65호, 인문콘텐츠학회, 2022, 158쪽.

22) 정제단계에서 Korean과 Korea를 Korea로 통일하였다.

〈표 4〉 N-gram

순위	단어 1	단어 2	빈도	순위	단어 1	단어 2	빈도
1	girl	group	25	19	songwriter	producer	5
2	R	B	21	20	pop	idol	5
3	K	pop	13	21	title	track	5
4	boy	band	12	22	debut	album	5
5	Korea	music	9	23	first	Korea	5
6	boy	group	8	24	Shin	Joonghyun	5
7	music	video	7	25	SM	entertainment	4
8	pop	song	6	26	dance	pop	4
9	debut	single	6	27	first	K	4
10	south	Korea	6	28	hit	single	4
11	electro	pop	6	29	Korea	public	4
12	pop	music	6	30	commercial	success	4
13	guitar	riffs	5	31	Gangnam	style	4
14	pop	group	5	32	late	nineties	4
15	girl	crush	5	33	Jin	Young	4
16	pop	girl	5	34	Korea	pop	4
17	new	jack	5	35	Korea	rock	4
18	jack	swing	5				



[그림 3] N-gram의 시각화

장르나 스타일과 관련한 단어에서는 R&B, electro pop, dance pop, new jack swing 등이 있다. TF, TF-IDF에서 높은 순위권에 있던 hiphop을 포함해 이러한 장르들은 90년대를 통해 본격 수용된 것들이며 특히 한국 대중음악이 당대의 글로벌 경향성을 적극적으로 반영하기 시작한 것이 90년대이다. 그리고 일본 아이돌 산업의 벤치마킹으로부터 시작한 케이팝이 그것과 차별화를 꾀하고 글로벌 수용자에 어필하게 된 중요한 계기를 90년대 블랙뮤직의 수용에서 찾는 점²³⁾을 감안할 때, ‘90년대’와 상기 장르들에 대한 빈번한 언급과 발라드의 소외 등은 역시 이 목록이 케이팝 논의의 수렴을 강하게 지시하고 있는 것으로 해석할 수 있다. 즉 케이팝 아이돌 음악은 물론 여타의 90년대의 선정 목록 역시 케이팝의 역사적 태동으로서 연결점을 갖는 곡들이 많이 선정된 것으로 해석된다.

특기할 만한 점은 ‘신중현’의 의미이다. 케이팝 아이돌의 박진영과 테디박 등의 프로듀서를 제외하고 단일 인물로는 가장 많이 언급되고 있으며 전체에서 몇 안되는 60-70년대 곡 중에 신중현 자신의 음악(신중현과 엽전들)은 물론 그가 양성한 다른 가수들(김추자, 펄 시스터즈, 김정미 등)의 곡을 올려 비중 있게 다루어지고 있다. 특히 펄 시스터즈가 한국 최초의 걸그룹 중 하나로 인식된다는 것도 주목할 점이다. 신중현의 음악적 커리어는 미8군 부대를 통해 미국의 음악을 수용, 모방하는 과정에서 형성되었다. 특히 상기 가수들을 포함한 이른바 ‘신중현 사단’의 음악은 당대의 미국 음악을 완성도 있게 한국화하면서도 대중성을 획득함으로써 한국 대중음악사에서 그 의미를 갖는다는 점이 오늘날의 케이팝의 모습과 유

23) 김성민, 『케이팝의 작은 역사』, 글항아리, 2018, 68-71쪽.

사하다는 측면에서 눈에 띈다.²⁴⁾

4) 의미 연결망(Semantic Network Analysis) 분석

의미 연결망 분석은 관계를 갖는 단어를 각각의 노드로 전제하고 노드(node) 사이의 연결을 시각적으로 표현하는 네트워크 분석 기법이다. 이 연구에서는 연결정도 중심성(degree) 지표를 기반으로 의미 연결망을 포착했다. 중심성 분석은 네트워크에서 특정 노드가 갖고 있는 상대적 중요성을 수치화한 값을 계산한 것이다. 중심성 분석을 통해 구조적 관점에서 보다 영향력 있는, 즉 의미있는 노드를 파악할 수 있다. 이는 구체적으로 전체 텍스트에서 단어를 개별 노드(node)로 보고 단어 간의 연결을 링크(link)로 하여 네트워크화 하였을 때 노드의 중심화, 노드 간의 연결 정도, 밀집 정도를 통해서 전체 텍스트에서 중요한 단어와 의미 연결을 파악하는 것이다.²⁵⁾ 전체 텍스트에서 중요한 단어의 공출현 빈도 매트릭스를 구성하고 중심성 분석 과정을 통해 텍스트의 단어를 네트워크 시각화할 수 있다.

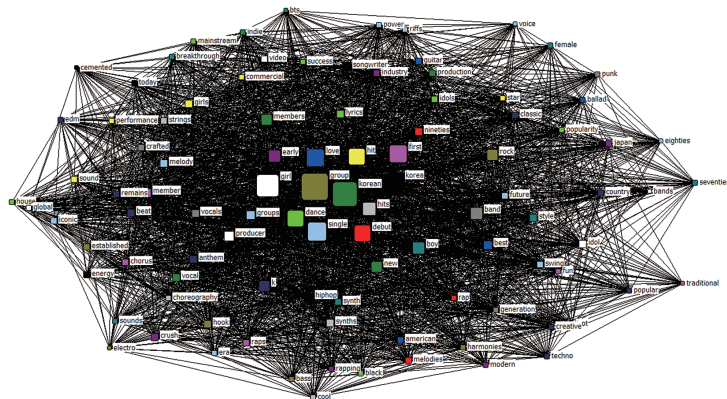
이 연구에서 코멘터리의 의미연결망은 TF 상위 100 순위의 매트릭스에서 연결 중심성 값을 적용하여 Ucinet 프로그램에서 시각화하였다. 이를 시각화 한 것이 [그림 3]이다. 그림에서 가장 중심에 밀집한 가장 큰 노드의 단어군을 중심으로 바깥으로 갈수

24) 특히 롤링스톤은 팝에서 음악의 진정성과 팝의 뿌리로서 록 장르에 가치에 큰 의미부여를 하는 매체로 알려져 있다

25) Freeman, Linton C., "Centrality in social networks: Conceptual clarification", *Social network: critical concepts in sociology*, Londres: Routledge 1, 2002 pp. 238-240.

곽기영, 『소셜네트워크분석』, 청람, 2019, 6-13쪽.

록 차등의 중심 지향성을 갖는 단어들이 자리한 것으로 볼 수 있다. Korea, group, girl, single, first 등의 단어가 가장 강한 연결을 보여주고 있으며 debut, dance, hit, love, 등의 단어가 차등의 그룹을 이룬다. 다음으로는 new, boy, nineties, member, k, hip-hop, band, rock 등의 단어가 다음의 그룹을 이룬다. 큰 틀에서는 TF, TF-IDF 지표의 분석결과와 대동소이한 의미를 나타낸다고 볼 수 있으나 그 순위의 상하가 조금씩 다른 모습을 볼 수 있다. 즉 의미연결망에서는 음악사적인 의미를 지시하는 first, nineties, debut 등의 단어가 조금 더 주요한 단어로 부상한 것을 알 수 있다.



[그림 3] TF 100의 의미 연결망

4. 결론

이상의 5가지 지표 결과의 분석을 종합적으로 정리하면 다음과 같다.

첫째, ‘위대한 한국 대중가요’의 목록이 걸그룹, 보이밴드(그룹) 위주인 소위 아이돌 중심의 케이팝과 관련 주요 장르에 치중되어 있으며 이는 가수의 활동양상, 시대, 장르와 스타일 등과 관련된 단어 지표로 드러난다.

둘째, 곡에 따라 인기, 상업적 성공, 음악사적 가치, 미학적 성취 등이 주요 선정 기준으로 작용했음을 알 수 있다. 다만 그것이 일관되게 적용된 것이 아니라 곡마다 자의적으로 작용하고 있다는 것이 한국에서의 주요 비판 지점이지만, 이 연구를 통해 얻은 지표들만으로는 이를 확인할 수 있는 것은 아니다.

셋째, 동시대 영미권의 팝음악을 수용하고 그 표준에 부합하는 결과물을 내놓게 되는 것을 한국대중가요사의 진화로 보고 따라서 오늘날 케이팝의 글로벌 성취를 그 진화의 완성된 결과물로 보는 시각이 전체 목록을 관통하는 것으로 이해된다. 이에 상대적으로 소수를 차지하는 2000년대 이전의 목록 역시 케이팝 산업으로의 진화나 발전이라는 큰 맥락 속에서 그것의 시원이나 여정의 일부로서 의미를 부여받는 곡들이 선정된 것으로 해석된다.

넷째, 이와 같은 맥락에서 60-70년대 신중현의 음악적 성과는 오늘날 케이팝의 성공적인 글로벌라이제이션을 위한 역사적 경험이라는 측면에서 부각되고 있으며, 특히 그것이 롤링스톤이 가장 진중하게 다루어 온 록 장르의 뮤지션에게서 이루어졌다는 점에서 신중현에 대한 주목은 좋은 선정 명분을 갖게 된 것으로 보인다.

다섯째, 목록 전체를 관통하는 이러한 시각은 일견 서구 중심의 근대화론을 떠오르게 하며 이는 다른 장르에 대한 논의나 로컬 콘텐츠로서의 한국 대중가요에 대한 의미 있는 통찰은 상대적으로

잘 담아내지 못하고 있는 것과는 관계가 있다고 볼 수 있다. 결국 아직 미국 저널리즘의 한국대중음악 이해가 글로벌 시장에서 포착된 케이팝이라는 가시적 현상에 치중되어 있으며 케이팝 담론 이외의 관점에서 한국대중음악의 미덕에 대한 입체적이고 깊이 있는 이해는 부족해 보인다.

〈참 고 문 헌〉

□ 단행본

- 곽기영, 『소셜네트워크분석』, 청람, 2019.
김진곤, 『뮤직비디오의 이해』, 커뮤니케이션북스, 2018.
김성민, 『케이팝의 작은 역사』, 글항아리, 2018.
신현준, 『가요, 케이팝, 그리고 그 너머: 한국 대중음악을 읽는 문화적 프리즘』, 돌베개, 2013.
이정락 외, 『빅데이터와 텍스트네트워크 분석』, 영남대학교 출판부, 2022.

□ 참고논문

- 김기탁, 「소셜네트워크 빅데이터를 활용한 코로나 19에 따른 프로야구 관람문화조사」, 『한국엔터테인먼트산업학회논문지』, 제14권(제6호), 한국엔터테인먼트산업학회, 2020, 139-150쪽.
서영호, 「케이팝(K-Pop) 정체성 담론의 비판적 검토와 과제」, 『문화영토연구』, 제2권(제2호), 문화영토연구원, 2021, 39-61쪽.
----, 「대중음악콘텐츠에 나타난 성장서사」, 『인문콘텐츠』, 제65호, 인문콘텐츠학회, 2022, 157-177쪽.
Drieger, P., "Semantic Network Analysis as a Method for Visual Text Analytics", *Procedia-Social and Behavioral Sciences* 79, pp. 4-17.
Kondrak, G., "N-gram similarity and distance", In: *International symposium on string processing and information retrieval*. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg, 2005. pp. 115-126.
Freeman, Linton C., "Centrality in social networks: Conceptual clarification", *Social network: critical concepts in sociology*, Londres: Routledge 1, 2002, pp. 238-263.

□ 기타자료

- [브리태니커 사전: 롤링 스톤], <https://www.britannica.com/topic/Rolling-Stone>, (검색일자: 2023년 11월 8일)
[The 100 Greatest Songs in the History of Korean Pop Music - BTS, Blackpink, NewJeans, and many more], <https://www.rollingstone.com/music/music-lists/best-korean-pop-songs-1234727955/>, (검색일자: 2023년 11월 5일)
[소녀시대 'Gee'를 1위로 선정한 롤링스톤의 기괴한 '한국가요 위대한 100곡'], <https://www.pressian.com/pages/articles/2023081809392094339>, (검색일자: 2023년 11월 8일)
[‘롤링스톤’ 케이팝 최고의 노래 선정... 왜 논란이 될까?], https://star.ohmynews.com/NWS_Web/OhmyStar/at_pg.aspx?CNTN_CD=A0002947169, (검색일자: 2023년 11월 8일)
[‘한국 대중음악사 명곡’의 60%가 2000년 이후 노래인 이유는], <https://news.sbs.co.kr/>

news/endPage.do?news_id=N1007292501&plink=ORI&cooper=NAVER,
(검색일자: 2023년 11월 8일)

ABSTRACT

American journalism's perception of Korean popular music

- Text mining analysis of the commentary of Rolling Stone's
'The 100 Greatest Songs in the History of Korean Pop Music'

Suh, Youngho²⁶⁾

Rolling Stone, a major American pop music media outlet, selected the 'The 100 greatest songs in the history of Korean pop music' and published a special article containing commentary on each song. And this article is to examine American journalism's perception of Korean popular music revealed through this article by text mining analysis of the commentary of 100 songs. The key results derived from the study are as follows. First, Rolling Stone's selection list focuses on the music of idol groups. Second, it can be seen that popularity, commercial success, music historical value, and aesthetic achievement served as major selection criteria. Third, the article finds the goal of the ultimate evolution of Korean pop music history in the achievements of today's K-pop. This means that the direction of Korean popular music history is seen as conforming to Western standards. Fourth, from this perspective, most of the music history before the 2000s, focusing on the 90s, is given meaning in the context of the evolution or development of the current K-pop industry. In particular, Shin Jung-hyeon's musical

26) Kyung Hee University, Department of Postmodern Music, Adjunct Professor

achievements in the 60s and 70s are highlighted in this regard. Fifth, discussions on genres other than idol music-related genres or meaningful insights into Korean pop music as local content appear to be relatively poor. Therefore, it is understood that American journalism's understanding and perception of Korean popular music is still limited and focused on the recent K-pop phenomenon, and that there is a lack of in-depth understanding of the history or virtues of Korean popular music from perspectives other than K-pop discourse.

Keywords : K-pop, Rolling Stone, Idol Music, Korean Popular Music History, Korean Wave, Hallyu

서 영 호

전 자 우 편 : traraa@naver.com

논문 접수일 : 12월 10일

심사 완료일 : 12월 23일

게재 확정일 : 12월 26일

중국 연구자는 K-드라마를 어떻게 읽는가?

- 의미 네트워크(Semantic Network)로 보는 중국의 K-드라마 연구 담론

이유정¹⁾

[국 문 초 록]

중국의 한국드라마 연구는 한국 드라마의 대중적 인기에 힘입어 시작되었다. 한중 양국의 정치외교 갈등으로 인해 양적 감소가 있었으나 한국 드라마에 대한 관심과 학술적 연구는 지속되어 왔다. 이 연구는 한류 연구의 한 축으로 본 중국의 한국드라마 연구 담론에 대한 보완적 성격을 가지며 최근의 중국 학술 담론의 변화와 동향을 고찰해 보고자 한다.

중국 최대 학술문헌 아카이브 知網(CNKI)에서 핵심 학술지를 대상으로 ‘한국드라마(韓劇)’을 키워드로 학술문헌 총 149편을 수집하여 논문 초록을 텍스트 마이닝과 네트워크 분석한 결과, 1단계 2013~2016년 기간 중국 연구자는 한국드라마 〈별에서 온 그대〉, 〈태양의 후예〉 등 중국 사회에서 인기 있었던 한국드라마의 성공 요인을 분석하는 학술 담론이 주를 이루었다. 특히 한국 드라마를 매개로 한국의 문화산업 발전 전략, 세계 대중문화에의 영향을 ‘문화수출’의 관점에서 분석하고 중국 문화산업에 참고할 것을 주문하는 연구가 많았다. 중국 시청자가 한국드라마를 좋아하는 원인 분석에서 한국드라마 텍스트가 지닌 서사적 특징, 영상 편집을 유미주의(唯美主義) 경향으로 보고, 이를 중국드라마 발전에 활용 방

1) 한남대학교 인문과학연구소 연구교수

안을 제언하는 연구가 주를 이루었다.

2단계 2017~2023년에는 <오징어게임>의 글로벌 대유행에 주목하고 그 원인이 넷플릭스와 같은 글로벌 플랫폼의 활용에 있다고 인식하면서 한국드라마를 매개로 주로 미디어 플랫폼을 둘러싼 매체 효과와 전략에 관한 학술 담론이 등장하였다. 또한 중국 드라마의 해외진출, 한국을 사례로 드라마를 통한 국가 소프트파워 증진에 인터넷과 미디어를 활용하는 정책 시행을 제언하는 실용적 담론이 많았다. 주목할 만한 점은 2013~2023년 기간 동안 중국 연구자는 한국드라마가 중국에서 대중화되면서 시청자 특히 여성, 대학생의 가치관 형성에 미치는 영향력을 분석하는 수용자 연구 담론이 증가 추세하고 있는 것이다.

주제어 : 중국 학술문헌, 한국드라마, 연구담론, 문화전파, 가치관

1. 들어가며

1999년 중국 대륙의 한 신문에서 당대 청년들 사이에 유행한 한국 대중문화 현상을 한류(韓流)라고 언급하면서 중국 언론 매체와 학계에서 한국 대중문화의 유행이 주목받기 시작했다.²⁾ 하지만 본격적으로 언론 매체에서 한류(韓流)를 한국 대중문화의 유행 현상으로 주목하기 전부터 중국에서는 한국 드라마를 통해 한국 대중문화를 수용하고 있었다.

중국은 동란의 문화대혁명 시기를 지나 전면적인 개혁개방을 선언하였지만, 정치 사상과 거리를 둔 문화 활동과 제작은 공백의 상황이었다. 1980년대 이후 중국 방송국의 드라마는 항일전쟁과 고대 영웅 역사 전기 드라마와 홍콩, 대만을 비롯한 중화권 드라마와 일본 드라마가 방송 시간대를 채웠다. 90년대 들어서 최수종, 최진실 주연의 한국 드라마 <질투>가 처음 방영되면서 주목받기 시작하였다.³⁾ 이후 1997년 <사랑이 뭐길래> 드라마가 관영 방송국인 중앙전시대(中央電視臺)에서 방영되면서 중국 대륙 시청자에게 한국 드라마가 인기를 끌게 되었고, 클론, H.O.T, 젝스키스 등 한국 대

2) 1999년 11월19일 『북경청년보(北京青年報)』이 신문기사에서는 중국 대륙에서 중국 당대 청년들 사이에서 한국 대중문화 유행 현상을 비유한 표현으로 사용되었고, 이후 중국 학계 내에서는 ‘한류=한국문화, 대중문화+유행+현상’을 비유하는 용어로 사용되고 있다.

용어 한류(韓流)의 기원에 대해서는 홍유선·임대근은 문헌, 인터뷰를 통해서 1998년 12월17일 대만『연합만보(聯合晚報)』에서 한국가수의 대만 진출과 인기 기사의 표제어로 한류(韓流) 용어를 처음 등장하였다고 실증하였다. 한파 의미인 한류(寒流)의 동음이의어로 한류(韓流)를 한국(韓國)+조류(潮流)의미로 만들어졌고, 대중문화 현상을 의미하는 한류는 대만음반회사에 의해 한국 그룹 가수들의 대만 진출 흐름을 의미하는 현상으로 시작되었다. 홍유선·임대근, 「용어 한류(韓流)의 유래」, 『인문사회21』제9권6호, 2018, 1232쪽.

3) 1993년을 시작으로 2000년대 초반까지 중국에서 방영한 한국 드라마는 60여편에 달한다. 그중 대중적인 인기를 끈 드라마로는 <질투>(1993년), <사랑이 뭐길래>(1997년), <별은 내가슴에>(1997년), <안녕 내사랑>(1999년)가 있고, 2000년대 들어서는 <가을동화>, <겨울연가>, <인어아가씨>, <천국의계단>, <풀하우스> 등이 있었다. (바이두(百度), www.baidu.com, (검색일: 2023년 10월 15일))

중음악 그룹 가수들의 음악, 패션 등이 중국 청년세대 사이에서 유행하면서 한국 드라마는 중국의 한류(韓流) 유행을 이끌게 되었다.

한류의 태생은 해외 관점에서 바라본 한국의 대중문화라고 할 수 있다. 중국 대륙의 경우, 한국 그룹 가수의 대중음악 유행으로 인해 언론매체에 한류가 주목받기 이전부터 방송국에서 한국 드라마를 통해서 한국 대중문화의 유행의 징후를 보였다고 할 수 있다.

중국에서 한국 드라마를 통해 대중적으로 ‘한국’과 ‘한국 문화’를 인식하게 된 계기는 2005년 중국 호남위성TV에서 방영한 <대장금>(2003년 MBC)이 인기를 끌면서부터 드라마를 통해 한국의 전통문화, 한복, 음식이 중국 대중의 뇌리에 각인되기 시작했고 일상에서도 한국 음식을 즐기게 되었다. 이후 2013년 한국 드라마 <별에서 온 그대>는 중국에서의 한국 드라마 인기의 정점에 등극하게 되었고 드라마의 스토리, 배우, 영상은 중국 대중에게 드라마의 ‘모범’이 되었다. 특히 2014년 중국 전국인민대표대회에서 정치국 상무위원 왕치산(王岐山)이 한국 드라마 <별에서 온 그대>를 극찬하면서 학계에도 한국 드라마 연구가 증가하게 되었다.

드라마 <별에서 온 그대>와 중국 지도자의 발언 이후 중국에서 한국 드라마 연구는 꾸준히 증가하다가 2016년 한중 정치외교 갈등 발생 이후 한국 드라마 연구는 양적 감소를 보였고, 관심은 중국 국산 드라마의 질적 향상을 위한 연구와 제언에 집중되었다.⁴⁾

중국의 연구자의 한국 드라마 연구는 한국 드라마의 대중적 인기에 힘입어 시작되었고 한중 양국의 정치외교 갈등으로 인해 양적 추이의 변화를 보여왔지만, 드라마 연구의 관점과 방향에 있어서

4) 중국 知網에 아카이빙된 2016년 이후 2023년 중국의 국산 드라마(國產劇) 학술 문헌(학위 논문 제외)은 총 201편으로 한국드라마(韓劇)의 10배에 달한다. (2023년 11월27일 검색)

한국 드라마에 대한 시선의 변화는 분명히 존재한다. 따라서 이 연구는 중국의 한국 드라마 연구 담론에 대한 기존 메타 분석의 보완적 성격을 가지며 최근까지 중국의 한국 드라마 연구 담론의 변화와 동향을 고찰해 보고자 한다.

2. 중국의 한국 드라마 연구

중국에서 해외 드라마 수입 방영은 개혁개방 이후 황폐해진 대중문화 콘텐츠 영역을 채우기 위해 시도되었고, TV 해외 드라마는 서구 대중문화의 이해와 수용의 주요 창구 역할을 하였다.⁵⁾ 90년대 이후 〈질투〉, 〈사랑이 뭐길래〉, 〈보고 또 보고〉 등의 드라마가 방영되면서 중국 대중은 한국 드라마에 대해 기존 중화권 드라마와 미국, 일본 드라마와 다른 신선한 재미와 감동을 느끼게 되면서 한국 드라마 주요 해외 드라마로 자리잡게 되었다.

2000년대 인터넷의 보급과 디지털 기술의 발달로 전문 영상 플랫폼이 등장하면서 드라마의 수입 방영은 국적, 장르에 있어 다양화되었다. 특히 중국 드라마(國產劇)의 경우 주선율 드라마, 고장극(古裝劇)이라는 다분히 중국적인 장르가 형성되었고, 해외 드라마는 국적별로 다양한 장르의 드라마를 향유할 수 있게 되었다. 특히 이 중에서 중국 대중이 가장 즐기는 드라마는 단연 ‘한국 드라마’라고 할 수 있다.⁶⁾

5) 중국 최초 해외 수입 드라마는 1980년 미국 드라마 〈대서양에서 온 사나이(大西洋底來的人)〉이다. 이밖에 일본 드라마 〈자삼사랑(姿三四郎)〉가 1981년에 수입 방영되면서 중국 사회에 미국, 일본 문화 수용에 영향을 주었다. 고운실, 『드라마를 보다 중국을 읽다』, 나람북스, 2020, 55쪽.

6) 중국 대표 포털 바이두(百度) 트렌드 분석에서 검색 및 화제성 지수에서 한국드라마가 다

한국 드라마의 대중적 인기는 중국 학계에서도 주목하기 시작했고 그동안 한중 양국의 학계에서 한국 드라마를 매개로 한 학술 연구가 다양하게 이루어져 왔다. 김경훈(2007)은 중국에서 드라마를 매개로 유입된 한류가 중국에서 유행하면서 중국 대중의 가치관 형성에 직접적인 영향을 주고 있음을 실증하였고, 드라마를 매개로 시작된 중국의 한류가 지속 가능하기 위해서는 한중 양국의 상호 문화 이해를 바탕으로 한 드라마 제작을 제언하였다.⁷⁾

강명구 외(2015)는 한국과 중국 시청자의 드라마 소비 취향을 프로파일 분석하였다. 중국 대중이 한국 드라마 애호 취향은 공상적 설정에서 과감한 감정 표현과 현실 문제를 과장 없이 표현하는 냉철함과 그 속에서 갈등을 넘어 새로운 이상에 도전하는 낭만 추구 감성 때문이라고 실증 분석하였다.⁸⁾

중국 연구자의 한국 드라마 연구는 1999년부터 볼 수 있으며, 학술논문 형식을 갖춘 논문은 2002년부터 보이기 시작했다. 쥘광원(鄒廣文)(2002)은 현대 대중문화 연구는 사회 문화 연구의 핵심으로 국가 공업화 정도와 속도에 따라 대중문화가 다양화되어 나타난다고 하였다. 특히 한국의 대중문화는 한국의 공업화 성공에 따른 결과물로 현대화 과정 중인 중국 대중 문화에 큰 영향을 주고 있다고 지적하였다. 쥘광원은 한국의 대중문화는 미국과 일본의 영화와 드라마의 영향과 실천에서 문화적 특징이 형성되었다고 하였다. 특히 드라마 〈사랑이 뭐길래〉, 〈엄마의 바다〉의 대중적 성공은 사회문화

른 국가에 비해 중국 대중의 한국 드라마에 대한 관심과 인식을 보여준다. 이유정, 「의미 네트워크(Semantic Network)를 활용한 중국 내 한국드라마 인식 분석」, 『문화영토연구』 제4권1호, 문화영토연구원, 2023, 76쪽.

7) 김경훈, 「중국에서의 한류의 변화 양상 연구-드라마를 중심으로」, 『비교한국학』 제15권 1호, 국제비교한국학회, 2007, 91쪽.

8) 강명구 외, 「한국과 중국 시청자의 드라마 취향 프로파일 비교」, 『한중인문학연구』 제49호, 한중인문학회, 2015, 193쪽.

의 초점이 서민 생활로 전이되는 계기가 되었다고 평가하였다.⁹⁾

천위에(2002)는 중국에서 한국드라마가 인기를 끌게 된 가장 큰 이유는 한국 전통문화와 가치관이 범(泛)중국 문화의 속성을 가지고 있기 때문에 드라마가 재현하는 도덕 관념, 심미 의식 등이 중국과 매우 유사하기 때문이라고 하였다. 또한 한국 드라마의 드라마적 속성 예를 들면, 배우의 연기, 영상미, 스토리의 짜임새 등이 중국 대중 특히 개혁개방 이후 청년 세대의 미래 지향적인 태도에 부합한다고 하였다.¹⁰⁾

중국에서 한류 유행 이후, 중국 연구자의 한국 드라마 연구 담론에 대한 분석은 이귀옥 외 2인의 논문이 대표적이다. 이귀옥 외 2인은 중국 학술문헌을 연구대상으로 2000년~2014년까지 중국 학계의 한류 학술 담론을 키워드 언어네트워크 분석을 하였다. 연구에 따르면, 한국 학계의 한류 시기 구분에 따라 한류확산기, 한류저항기, 신한류기 기간마다 한류 연구는 양적 변화와 연구 주제 키워드의 변화를 보였고, 한국 드라마를 매개로 한 한류 연구도 시기별로 다르게 나타났음을 실증하였다.¹¹⁾

2014년 중국 양회(兩會) 기간 국가부주석을 지낸 당시 중앙기율위원회 서기 왕치산(王岐山)이 공식 석상에서 한국 드라마 <별에서 온 그대>를 언급하면서 한국드라마에 대한 관심이 집중되었었다. 당시 <별에서 온 그대>가 중국에서 폭발적인 인기를 얻으면서 한국 문화에 대한 관심과 더불어 한국 관광, 한국 상품 판매가 급증하

9) 鄒廣文, 「當代韓國大眾文化的發展」, 『蘭州大學學報(社會科學版)』 第30期2號, 2002年, p.17.

10) 陣月, 「論韓劇的火爆及其他」, 『當代電視』 第12期, 1999年, p. 15.

11) 이귀옥 외, 「중국의 학술문헌을 통해 본 중국한류 15년:한류 관련 학술문헌 키워드의 언어네트워크분석」, 『미디어, 젠더&문화』 제31권1호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2016, 153쪽.

는 현상이 발생할 정도였다. 중국 학계에서도 한국 드라마 관련하여 상당히 많은 논문이 양적 증가를 보였다.¹²⁾ 그러나 2016년 이후 문화 규제 정책 한한령(限韓令)에 따른 한류 콘텐츠 수입을 제한하면서 중국 학계에서 한류에 대한 관심과 학술 담론은 양적으로 크게 감소하는 경향을 보였다. 반면 중국 대중은 현재 인터넷 플랫폼을 통해 다양한 한국 드라마를 수용하면서 ‘追劇’¹³⁾라는 신조어를 한국 드라마 시청에 일반적으로 사용할 만큼 한국 드라마를 애청하고 있다. 이는 일반 중국 대중의 한류 콘텐츠 특히 한국 드라마 향유 양상과는 상반된 현상이다.

본 연구는 정치 외교적 관계 및 문화 규제에도 불구하고 중국 연구자의 드라마 연구 담론의 질적 변화를 탐색하여 한류 핵심 소비자인 중국의 한국 드라마 연구 관점 및 경향의 변화를 도출하고 향후 중국 한류 연구에 시사점을 제시하고자 한다.

12) 강필임 외, 「중국의 한국드라마 연구와 수용-‘별에서 온 그대’ 관련 중국학술논문 내용 분석」, 『中國學報』 제74집, 한국중국학회, 2015, 205쪽.

이 밖에 한국 학계에서 중국 한류 및 한국 드라마 담론에 관한 주요 연구는 다음과 같다. 유일청·이승연, 「중국 연구자가 한류를 바라보는 관점에 대한 연구-한국 문화 산업 중심으로-」, 『한국엔터테인먼트산업학회학술대회논문집』 6호, 한국엔터테인먼트산업학회, 2023; 손승혜 외, 「중국 문헌에 나타난 한류 관련 자료 톤과 프레임의 통시적 변화-2000~2014년 중국 신문과 정기간행물 제목 분석」, 『방송과 커뮤니케이션』 제17권 2호, 문화방송, 2016; 양카이·정정주, 「중국 언론의 한류 보도 프레임 연구」, 『언론과 학연구』 제15권2호, 한국지역언론학회, 2015; 유세경 외, 「중국 일간지의 ‘한류’ 보도에 나타난 프레임 분석: 2001~2010 기간에 보도된 기사 분석을 중심으로」, 『언론정보학보』 제57집, 한국언론정보학회, 2012.

13) 직역하면 ‘드라마를 쫓다’의 뜻으로 요즘 한국 신조어 ‘정주행’에 해당한다. 중국 대중은 한국 드라마가 재미있기 때문에 시청을 시작하면 끝까지 추적하여 시청 완성한다는 뜻으로 한국드라마와 자주 언급되는 단어이다.

3. 학술 담론 연구방법으로서 의미 네트워크(Semantic Network) 분석

현대 사회에서 텍스트는 정보 획득과 교류에 있어 매우 중요한 수단이 되었다. IBM 보고서에 따르면, 디지털화된 현대 사회에서 전 세계 데이터의 80%가 텍스트와 같은 비정형 데이터로 이루어져 있다.¹⁴⁾ 빅데이터 분석 기술이 발전하면서 방대한 양의 텍스트 데이터를 분석하여 유의미한 정보와 패턴을 추출하는 알고리즘이 출현하였고, 텍스트 분석에 효율적으로 사용되기 시작했다. 텍스트 마이닝(Text mining)은 알고리즘을 적용하여 분석하고자하는 비정형의 텍스트 데이터에서 의미 있는 정보를 추출하고 이해하기 위한 분석 방법이다. 비정형 텍스트 데이터에서 유용한 지식을 도출하는 방법으로 텍스트 문서의 단어, 구문, 패턴, 관계를 추출하고 이를 통해 정보를 도출하고 분석하는 것이다.¹⁵⁾

빅데이터 분석 방법인 텍스트마이닝과 의미 네트워크(Semantic Network)분석의 원리는 텍스트의 해체와 조합에 있다. 즉 문자로 구성된 텍스트를 데이터로 보고 컴퓨터의 분석 알고리즘을 적용하여 텍스트를 해체한 후 재조합하는 과정을 수반한다. 그 과정에서 도출된 분석 지표에 근거하여 텍스트의 패턴을 추적하고 텍스트의 행간의 의미와 정보를 해석해 내는 것이다. 결과적으로 디지털 기술에 의존하여 텍스트를 과학적으로 해체하고 조합하는 과정에 연구자의 해석과 분석력이 더해지는 연구방법이라고 할 수 있다. 즉

14) [Big Data and Analytics], <https://www.ibm.com/analytics/big-data-analytics>, (검색일자: 2023년 11월 27일).

15) 이유정, 『텍스트 마이닝 기반 한·중 관객의 영화 수용 특성 연구』, 고려대학교 일반대학원 박사학위논문, 2022, 17쪽.

양적 연구 방법에 질적 연구의 분석 태도가 더해진 것으로 볼 수 있다. 학술 담론 분석에서 기존의 연구 방법은 주로 연구자가 범주화한 요목에 따른 분류를 통한 연역적 분석이 주를 이루어왔다면 디지털 기술이 발전하면서 방대한 비정형 텍스트 데이터를 해체하고 일정 기준에 따라 조합하여 행간에 내재된 의미 맥락을 파악하는 귀납적 연구방법이라고 할 수 있다.

의미네트워크 분석은 사회 네트워크 분석의 개념을 텍스트 즉 문자 언어에 적용한 것이다. 사회 네트워크 분석이 개체를 노드, 개체 간의 연결을 링크로 전제하고 개체 간의 연결 빈도, 강도, 거리를 통해 개체 혹은 속한 집단의 구조적 패턴을 통해 정보를 얻는 분석 방법이라면 의미 네트워크는 개체 노드를 텍스트 단어 노드로 치환하고 단어 노드 사이의 연결 구조를 텍스트의 의미 패턴으로 보고 그 맥락을 해석하는 것이다.¹⁶⁾

의미 네트워크 분석의 최종 목적은 텍스트 단어의 연결 구조를 파악해 맥락을 파악하는 것이라면, 분석 지표 적용과 도출된 결과에 대한 해석이 중요하며, 여기에 연구자의 해당 연구과제에 대한 배경 지식과 성실한 분석 과정의 이행이 요구된다고 할 수 있다.

16) 의미네트워크 분석에서 중요한 분석 지표는 각 단어의 출현 빈도를 계산한 단어 빈도, 빈도는 낮지만 전체 문서에서 중요한 단어임을 나타내는 TF-IDF, 연관어 검색과 같이 직접 연결되어 동시 출현 빈도를 보여주는 N-gram, 네트워크 구조에서 단어 간의 직접 연결 정도, 최단 거리, 단어 간의 매개, 중심 단어 주변의 단어를 알 수 있는 중심성 분석(연결 중심성, 근접 중심성, 매개 중심성, 위세 중심성)이 있다. ‘연결 중심성(degree centrality)’은 특정 노드가 다른 노드와 직접 연결된 정도를 측정한 값으로 이를 통해 네트워크에서 중심이 되는 노드를 파악할 수 있다. 연결 중심성이 높은 단어는 전체 네트워크에서 다른 키워드가 등장할 때 가장 많이 등장하는 단어로 연구 의제에 대한 논리를 구축할 때 가장 주도적인 역할을 하는 단어라고 할 수 있다.

4. 연구 대상 및 방법

이 연구는 기존 중국의 한류 연구 특히 한국 드라마 연구 동향 분석의 시기적 보완의 성격을 가지며, 한국 드라마를 대표적인 한류 콘텐츠로 인식하고 있는 중국 연구자의 관점의 최신 경향을 실증 탐색을 목적으로 한다. 중국 최대 학술문헌 아카이브 中國知網(CNKI)에서 ‘한국드라마(韓劇)’ 키워드로 검색 결과, 학술논문 1,912편, 학위논문 417편, 기타 문서 275편 총 3,401편이 검색되었다. 하지만 CNKI에는 학술 논문 이외에 일반잡지, 회의록, 신문 기사, 연감 등의 학술 목적 이외의 문서까지 검색되기 때문에 전문 학술 논문의 형식과 성격을 갖추고 권위를 인정받은 등재지 성격의 ‘북대핵심(北大核心)’과 ‘CSSCI’로 출판된 학술논문으로 범위를 좁혔다. 기간은 이귀임 외 2인의 연구 기간 이후이자 중국의 한국드라마 열풍과 인식이 새롭게 전환된 〈별에서 온 그대〉 방영 시점인 2013년부터 현재 2023년으로 설정하고 총 151편의 학술논문을 추출하였다.¹⁷⁾ ‘한국드라마(韓劇)’ 키워드의 ‘北大核心’과 ‘CSSCI’ 논문 총 151편 중에서 한국드라마와 관련이 없는 논문 2편을 제외한 149편의 논문의 제목, 저자, 출판단위, 주제어, 초록을 엑셀(Excel)에 텍스트 데이터화하였다.

이 연구에서는 중국어 데이터 분석 알고리즘을 제공하는 텍스트톰 차이나(Textom China)에서 중국어 형태소 분석, 불용어 제거, 반복어 통일 및 교정의 정제 과정을 거치고 텍스트 마이닝 분석 과정을 수행하였고, UCINET 6 프로그램을 이용해서 의미 네트워크와

17) 학위논문의 경우, 동일 기간 박사논문 9편, 석사논문 247편 총 256편이 검색되었다. 학위논문의 연구 동향은 구분하여 분석할 필요가 있어 이번 연구에는 포함하지 않았다.

CONCOR 군집 분석을 진행하고 시각화하였다. 연구 흐름은 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 연구 흐름

단 계	내 용
1	수집 채널: 중국 학술문헌 아카이브 知網(CNKI) 수집 키워드: 한국드라마(韓劇)
2	텍스트 마이닝: 텍스트마이닝(Textom China) 단어 빈도, TF-IDF, N-gram, Word Cloud
3	네트워크 분석 : Ucinet 6 중심성 분석, 네트워크 시각화
4	CONCOR 군집 분석: Ucinet6 Dendrogram, 주제군 분석

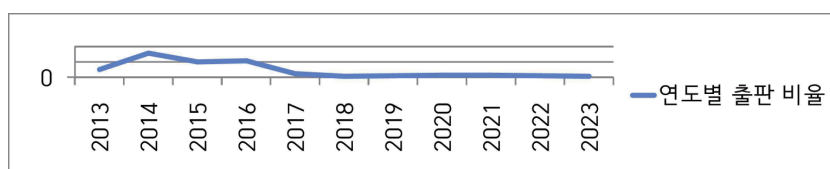
분석 대상 총 149편 중국 학술논문의 주제어와 초록을 2016년을 기준으로 두 단계로 나누어 분석을 수행했다. 2016년은 사드(THAAD) 배치에 따른 한중 정치 외교 갈등이 한국 관광 제한 등 중국 정부의 보복성 조치로 한한령(限韓令)이 시작된 시기로 보기 때문에 이 시점 이후 중국 연구자의 대표적인 한류 콘텐츠인 ‘한국 드라마(韓劇)’에 대한 연구 동향을 살펴볼 필요가 있다고 판단했다. 1단계는 한국드라마 연구가 뚜렷하게 양적 증가를 나타낸 2013~216년까지로 설정하였고, 2단계는 정치 외교 갈등으로 인한 보복 조치가 시행된 2016년 이후부터 2023년까지로 구분하였다.

연도별 중국 핵심 학술지 ‘북대핵심(北大核心)’과 ‘CSSCI’의 ‘한국드라마(韓劇)’ 키워드 학술문헌은 <별에서 온 그대>가 중국에서 인기를 끈 2014년에 가장 많았고, <태양의 후예> 드라마가 인기를

끈 2016년까지 꾸준히 많은 학술 문헌이 출판되었다. 그러나 사드배치와 같은 외교 갈등이 있었던 2017년부터 핵심 학술 문헌에서 ‘한국드라마’ 관련 연구는 그 숫자가 급격하게 감소한 것을 알 수 있다.

〈표 2〉 2013~2023년 중국 핵심 학술지 학술논문 편수

연도	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	
편수	15	47	30	32	7	2	3	4	4	3	2	149
비율	10.1	31.5	20.1	21.5	4.7	1.3	2.0	2.7	2.7	2.0	1.3	100



[그림 1] 연도별 핵심 학술지 논문 출판 비율 추이

1단계 2013~2016년에 출판된 ‘한국드라마’ 키워드 핵심 학술 문헌은 총 124편이고, 2017~2023년에는 총 25편이 있다. 각 단계별 학술문헌의 주제어와 초록을 수집하여 엑셀로 데이터화하였고, 텍스트롬 차이나(TEXTOM CHINA)에서 형태소 분석, 교정, 통제, 제거의 정제 작업과 텍스트마이닝 분석을 시행하였다.

5. 연구 결과 및 시사점

1) 텍스트 마이닝 지표와 시각화

(1) 단어 빈도, TF-IDF, N-gram

중국 학술문헌 아카이브 知網에서 ‘북대 핵심(북대핵심)’과 CSSCI 논문 총 149편을 2013~2016년 1단계 124편과 2017~2023년 2단계로 나누어 각각 논문의 초록을 텍스트마이닝한 결과, 1단계는 총 2,162개 단어가 추출되었고, 2단계는 총 614개 단어가 추출되었다. 정제 과정을 거친 1단계와 2단계 학술 문헌 초록의 빈도, TF-IDF는 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 1단계(2013~2016년) 학술문헌 초록 단어 빈도와 TF-IDF

단어빈도			TF-IDF	
1	한국 드라마(韩剧)	215	한류(韩流)	92.9
2	한국(韩国)	97	한국(韩国)	67.2
3	중국(中国)	93	별에서온그대 (来自星星的你)	66.5
4	한류(韩流)	67	드라마(电视剧)	65.2
5	시청자(观众)	50	중국(中国)	64.5
6	별에서 온 그대 (来自星星的你)	48	중국드라마(国产剧)	58.2
7	드라마(电视剧)	47	문화(文化)	58.2
8	발전(发展)	44	시청자(观众)	54.9
9	중국드라마(国产剧)	42	문화산업(文化产业)	48.4
10	영향(影响)	31	발전(发展)	48.3
11	문화(文化)	28	우상 드라마(偶像剧)	48.3
12	전파(传播)	28	전파(传播)	45.1
13	문화산업(文化产业)	27	대학생(大学生)	43.3
14	우상 드라마(偶像剧)	22	영향(影响)	43.0
15	인기 방영(热播)	20	태국드라마(泰剧)	40.8
16	분석(分析)	19	소비(消费)	39.7
17	중요(重要)	17	인기 방영(热播)	38.9
18	원인(原因)	17	시각 (视觉)	37.1
19	대학생(大学生)	16	중요(重要)	35.4

20	국가(国家)	15	국가(国家)	34.5
21	소비(消费)	14	분석(分析)	34.0
22	참고(借鉴)	14	태양의후예(太阳的后裔)	34.0
23	성공(成功)	14	성공(成功)	33.6
24	영향력(影响力)	13	원인(原因)	33.1
25	문화 수출(文化输出)	13	문화 수출(文化输出)	31.2
26	스토리(剧情)	13	스토리(剧情)	31.2
27	열풍(热潮)	13	유행(时尚)	31.2
28	아시아(亚洲)	12	심미(唯美)	31.2
29	태양의후예(太阳的后裔)	12	영향력(影响力)	29.9
30	세계(世界)	12	세계(世界)	29.8
31	심미(唯美)	11	문화상품(文化产品)	29.8
32	태국드라마(泰剧)	11	참고(借鉴)	29.1
33	문화상품(文化产品)	11	아시아(亚洲)	28.8
34	유행(时尚)	11	열풍(热潮)	28.6
35	미국드라마(美剧)	10	미국 드라마(美剧)	28.3
36	미디어(媒体)	10	소프트파워(软实力)	27.5
37	가치관(价值观)	10	한국드라마열풍(韩剧热)	27.0
38	로맨스(爱情)	10	음악(音乐)	27.0
39	생산(产生)	10	여성(女性)	26.0
40	뉴미디어(新媒体)	9	생산(产生)	25.6

1단계 2013~2016년 기간 학술문헌 초록 텍스트에서 단어 빈도 상위에는 ‘한국 드라마’, ‘한국’, ‘중국’, ‘한류’, ‘시청자’, ‘별에서 온 그대’, ‘발전’, ‘중국 드라마’, ‘문화’, ‘원인’ 순으로 나타났다. 1단계 기간 학술 문헌은 주로 한국 드라마의 인기 방영 현상이 중국 내 한류 열풍의 원인으로 보고 있었으며, ‘중국 드라마’의 발전에 참고해야 한다는 분석이 주를 이루었다. 특히 <별에서 온 그대>가 중국에서 인기를 얻게 된 배경과 원인을 드라마에 내재된 한국 문화가 중국의 문화 사상과 매우 유사하기 때문이라고 보았다. 또한, 한국 드라마가 주로 뉴미디어를 이용하여 시청자에게 전달되는 전

파 현상에 주목하고 있었다.

전체 초록의 단어 빈도와 대비하여 TF-IDF는 빈도수는 적지만 전체 문서에서 중요한 의미를 생산하는 핵심 단어라고 할 수 있다. 따라서 1단계 기간 전체 초록에서 단어 빈도에 비해 상위에 나타난 TF-IDF 핵심 단어를 살펴보는 것은 매우 중요하다. 1단계 전체 초록에서 빈도수에 비해 TF-IDF 순위가 높은 핵심 단어는 ‘한류’, ‘별에서 온 그대’, ‘드라마’, ‘중국 드라마’, ‘문화산업’, ‘우상 드라마’, ‘대학생’, ‘영향’, ‘태국드라마’, ‘소비’, ‘태양의 후예’, ‘성공’, ‘아시아’ 등이 있다. 중국 연구자는 기존의 한국 드라마가 유행하게 된 문화 현상에 주목하였다면, 2013년 이후에는 ‘별에서 온 그대’의 아시아 지역에 문화콘텐츠 수출되는 ‘문화 산업’의 경제적 효과에 주목하여 ‘중국 드라마’로 대표되는 중국의 문화산업의 경제 효과 창출에 참고해야 한다고 하였다. 또한 중국 내부적으로는 한국 드라마 특히 스타 배우가 출연하는 ‘우상 드라마’의 중국 대학생과 여성의 가치관에 미치는 영향에 주목하기 시작하였다.

〈표 4〉 2단계(2017~2023년) 학술문헌 초록 단어 빈도와 TF-IDF

	단어빈도		TF-IDF	
1	한국 드라마(韩剧)	35	대학생(大学生)	21.6
2	한국(韩国)	22	대중(公众)	15.7
3	중국 드라마(国产剧)	18	전파행위(传播行为)	15.7
4	중국(中国)	14	질시(鄙视链)	15.7
5	영향(影响)	10	한국(韩国)	15.2
6	미국 드라마(美剧)	10	시청율(收视率)	14.4
7	대학생(大学生)	9	미국드라마(美剧)	13.9
8	시청자(观众)	8	시장 매출액(市场份额)	12.5
9	글로벌(全球)	7	시청각 전파(视听传播)	12.5
10	발전(发展)	7	중국 드라마(国产剧)	12.5

11	시청율(收视率)	6	한류(韩流)	12.0
12	넷플릭스(奈飞)	6	넷플릭스(奈飞)	11.7
13	전파행위(传播行为)	5	글로벌(全球)	11.3
14	한류(韩流)	5	영향(影响)	11.0
15	전략(策略)	5	중국(中国)	9.7
16	대중(公众)	5	소셜미디어(社交媒体)	9.6
17	질시(鄙视链)	5	오징어게임(鱿鱼游戏)	9.6
18	시청각 전파(视听传播)	4	시장(市场)	9.6
19	시장 매출액(市场份额)	4	봄밤(春夜)	9.4
20	드라마(电视剧)	4	혼합성 주체(混合性主体)	9.4
21	전략(战略)	4	소극적 주체(消极性主体)	9.4
22	시장(市场)	4	대만(台湾)	9.4
23	소셜미디어(社交媒体)	4	교차식(交叉式)	9.4
24	참고(借鉴)	4	생성적 주체(生成性主体)	9.4
25	문제(问题)	4	동질화(同质化)	9.4
26	현저하다(显著)	4	서사공간(叙事时空)	9.4
27	분석(分析)	4	문제해결(解决问题)	9.4
28	오징어게임(鱿鱼游戏)	4	국가소프트파워(国家软实力)	9.4
29	조사(调查)	3	몽골(蒙古国)	9.4
30	데이터(数据)	3	일본(日本)	9.4
31	내용(内容)	3	TV엔터테인먼트산업(电视娱乐产业)	9.4
32	혼합성 주체(混合性主体)	3	시청자(观众)	8.8
33	본토화(本土化)	3	책략(策略)	8.0
34	성공(成功)	3	문제(问题)	7.8
35	구조(结构)	3	현저하다(显著)	7.8
36	인지(认知)	3	전략(战略)	7.8
37	정책(政策)	3	발전(发展)	7.7
38	몽골(蒙古国)	3	동영상플랫폼(视频网站)	7.2
39	자본(资本)	3	중요(重要)	7.2
40	서사 공간(叙事时空)	3	구조(结构)	7.2

2단계 2017~2023년 기간 학술문헌 초록 텍스트에서 단어 빈도 상위에는 ‘대학생’, ‘대중’, ‘전파 행위’, ‘시장매출액’, ‘시청각 전

파’, ‘한류’, ‘넷플릭스’, ‘소셜미디어’, ‘오징어게임’, ‘혼합성 주체’, ‘교차식’, ‘동질화’ 등이 있다. 2단계 기간 학술 문헌의 편수는 1단계 기간에 비해 현저하게 감소하였으나, 연구의 방향은 1단계에 비해 뚜렷한 변화를 보인다고 할 수 있다. 중국 연구자들은 ‘별에서 온 그대’와 ‘태양의 후예’ 이후 비록 중국에서는 공식 서비스되지는 않지만 한국 드라마가 전 세계적으로 인기를 얻고 있는 현상의 기제는 소셜미디어와 글로벌 플랫폼에 있다고 보고 있었다. 특히 ‘넷플릭스’를 통해 전세계에 전파된 <오징어게임>의 인기와 문화 현상에 주목하여 한국 드라마를 매개로 한 문화 현상의 전파에 관한 연구가 주를 이루고 있었다. 또한 시청자를 문화 소비 주체로 보고 드라마를 매개로 한 문화 수용 효과 등 수용자 분야 연구가 구체적으로 이루어지고 있었다.

빈도 순위에 비해 TF-IDF 순위가 높게 나타난 핵심 단어는 ‘대학생’, ‘대중’, ‘전파행위’, ‘질서’, ‘시청율’, ‘소셜미디어’, ‘오징어게임’, ‘동질화’, ‘서사공간’, ‘국가 소프트파워’, ‘엔터테인먼트 산업’, ‘동영상 플랫폼’ 등이 있다. 한국 드라마의 글로벌 대중 전파와 인기 현상의 원인은 ‘소셜 미디어’와 ‘동영상 플랫폼’의 핵심이며 이로 인해 한국의 ‘국가 소프트파워’가 증대되었다고 분석하였다. 또한 이를 거울 삼아 중국 드라마 산업의 해외 진출에 있어 뉴미디어 구성과 역할이 매우 중요하다고 제언하는 경향을 보였다. 특히 뉴미디어를 통한 한국 드라마의 전파가 대학생에 미치는 영향에 관한 커뮤니케이션 연구는 지속적인 연구 주제임을 알 수 있다. 1단계와 2단계 학술문헌 초록의 핵심어 상위 40개의 워드클라우드 시각화 결과는 다음 [그림 2]와 [그림 3]과 같다.



[그림 2] 1단계 초록 핵심어 워드클라우드 [그림 3] 2단계 초록 핵심어 워드클라우드

N-gram은 단어 연관성 분석(Term Association Analysis)으로 인접한 단어들을 2개 이상으로 묶어 표현하는 기법으로 텍스트의 의미 파악에서 매우 중요하다.

중국 학술 문헌 아카이브 知網에서 한국 드라마(韓劇) 키워드로 수집한 핵심 학술지 149편을 2013년~2016년 1단계와 2017년~2023년 2단계로 나누어 학술 문헌의 초록 문서를 교정, 통제, 제거의 정제 작업을 거친 추출된 N-gram 상위 40개 단어 연결은 다음 <표 5>와 <표 6>과 같다.

<표 5> 1단계(2013~2016년) 학술문헌 초록 핵심 단어 N-gram

	단어1	단어2	빈도
1	한국 드라마(韩剧)	중국(中国)	20
2	한국 드라마(韩剧)	별에서 온 그대(来自星星的你)	14
3	한국(韩国)	우상 드라마(偶像剧)	9
4	한국(韩国)	문화산업(文化产业)	7
5	별에서 온 그대(来自星星的你)	한국 드라마(韩剧)	6
6	다문화(跨文化)	전파(传播)	6
7	별에서 온 그대(来自星星的你)	중국(中国)	6

8	문화산업(文化产业)	발전(发展)	5
9	중국(中国)	인기 방영(热播)	5
10	중국(中国)	아시아(亚洲)	5
11	한국(韩国)	문화수출(文化输出)	4
12	한국드라마(韩剧)	미국드라마(美剧)	4
13	한국드라마(韩剧)	한국(韩国)	4
14	소비(消费)	문화(文化)	4
15	중국 내부(中国内地)	중국드라마(国产剧)	4
16	시각(视觉)	심미(审美)	4
17	한국드라마(韩剧)	성공(成功)	4
18	유행(时尚)	문화(文化)	4
19	중국(中国)	시청자(观众)	4
20	한국드라마(韩剧)	한국드라마(韩剧)	4
21	옥탑방(屋塔房)	왕세자(王世子)	3
22	발전(发展)	한국(韩国)	3
23	불평등(不平等)	소비문화(消费文化)	3
24	전통문화(传统文化)	승화(升华)	3
25	생산(生产)	소비(消费)	3
26	아이치이(爱奇艺)	동영상플랫폼(视频网站)	3
27	한국드라마(韩剧)	아내를버리는스토리드라마(弃妇剧)	3
28	우상드라마(偶像剧)	별에서 온 그대(来自星星的你)	3
29	중국(中国)	일본(日本)	3
30	한국(韩国)	청년 하위문화(青年亚文化)	3
31	드라마(电视剧)	중요(重要)	3
32	한국(韩国)	드라마(电视剧)	3
33	별에서 온 그대(来自星星的你)	인기 방영(热播)	3
34	중국(中国)	드라마(电视剧)	3
35	시청율(收视率)	성적(成绩)	3
36	영향력(影响力)	한국(韩国)	3
37	한국드라마(韩剧)	성공경험(成功经验)	3
38	중국드라마(国产剧)	생산(生产)	3
39	영향(影响)	한국드라마(韩剧)	3
40	한국드라마(韩剧)	태양의 후예(太阳的后裔)	3

1단계 학술문헌 초록에서 두 개의 핵심단어가 연결된 N-gram 상위 40개를 보면, ‘한국 드라마 - 중국’, ‘한국드라마 - 별에서 온 그대’, ‘한국 - 우상 드라마’, ‘한국 - 문화산업’, ‘다문화 -전파’, ‘문화산업 - 발전’, ‘한국 - 문화수출’, ‘유행 - 문화’, ‘전통문화 - 승화’, ‘한국 - 청년 하위문화’ 순으로 나타났다. 중국 연구자는 ‘별에서 온 그대’와 같은 한국 드라마는 주로 스타 배우를 중심으로 내세운 ‘우상 드라마’라고 인식하고 있으며, 한국 드라마를 비롯한 한류 문화 현상은 ‘청년 세대의 하위문화’로 인지하는 경향을 보였다. 또한 동영상 플랫폼을 통해 한국 드라마가 세계로 진출하여 ‘한국 문화산업’의 성공 비결은 드라마가 내재한 ‘전통문화-승화’와 서구의 대중문화와 융합한 ‘다문화 - 전파’라고 분석하였다.

〈표 6〉 2단계(2017~2023년) 학술문헌 초록 핵심 단어 N-gram

	단어1	단어2	빈도
1	미국 드라마(美剧)	한국 드라마(韩剧)	4
2	영향(影响)	대학생(大学生)	3
3	소셜미디어(社交媒体)	전파행위(传播行为)	3
4	일본(日本)	한국(韩国)	3
5	불평등(不平等)	사회구조(社会结构)	2
6	자본(资本)	부권제(父权制)	2
7	정서 변량(情境变量)	해결문제(解决问题)	2
8	한국드라마(韩剧)	미국드라마(美剧)	2
9	혼합성 주체(混合性主体)	생성적 주체(生成性主体)	2
10	한국(韩国)	국가이미지(国家形象)	2
11	대학생(大学生)	혼인관(婚恋观)	2
12	한국드라마(韩剧)	낭만적 로맨스(浪漫爱情)	2
13	도전(挑战)	불평등(不平等)	2
14	산업화(产业化)	운영(运作)	2
15	동질화(同质化)	현상(现象)	2

16	시청자(观众)	중국드라마(国产剧)	2
17	소극적 주체(消极性主体)	혼합적 주체(混合性主体)	2
18	네트워크(网络)	도전(挑战)	2
19	구조(结构)	한국(韩国)	2
20	조사(调查)	데이터(数据)	2
21	몽골(蒙古国)	시장매출액(市场份额)	2
22	분석(分析)	중국드라마(国产剧)	2
23	형태(形态)	대학생(大学生)	1
24	해외진출(走出去)	후발(后发)	1
25	한국드라마(韩剧)	이익(赚取利益)	1
26	한류(韩流)	특징(特点)	1
27	유행(时尚)	산업(产业)	1
28	대학생(大学生)	편리(便利)	1
29	위챗(微信)	대학생(大学生)	1
30	형성(形成)	비영어권국가(非英语国家)	1
31	중국(中国)	거대성공(巨大成功)	1
32	한국드라마(韩剧)	몽골(蒙古国)	1
33	개체(个体)	전파행위(传播行为)	1
34	증강(增强)	흡입력(可看性)	1
35	중국드라마(国产剧)	인기드라마(时装剧)	1
36	중국(中国)	대학생(大学生)	1
37	글로벌(全球化)	배경(背景)	1
38	짊어지다(肩负)	문화전파(文化传播)	1
39	시청자 집단(收视群体)	방대하다(很大)	1
40	중년층(中年男女)	연애심리(恋爱心理)	1

위 <표 6>의 2단계 학술문헌 초록에서 두 개의 핵심단어가 연결된 N-gram 상위 40개를 보면, ‘미국드라마 - 한국드라마’, ‘영향-대학생’, ‘소셜미디어 - 전파행위’, ‘불평등 - 사회구조’, ‘자본 - 부권제’, ‘한국 - 국가 이미지’, ‘동질화 - 현상’, ‘네트워크 - 도전’, ‘해외진출 - 후발’, ‘형성 - 비영어권국가’, ‘위챗 - 대학생’, ‘한국드라마 - 흡입력’ 등이 있다. 2단계 기간은 한중 정치외교 갈등 이

후 학술 문헌의 수가 급격하게 감소하였지만, 동일 기간 글로벌 플랫폼 넷플릭스를 통해서 <오징어 게임> 등 한국 드라마의 글로벌 확산에 주목하여 한국 드라마의 글로벌 확산에 있어서 뉴미디어의 역할, 한국의 국가 소프트파워의 향상을 연구 주제로 한국 드라마를 분석하였다. 1단계 시기에 비해 <오징어 게임> 등 한국 드라마가 한국의 ‘자본-부권제’ 사회 현실에서의 ‘불평등 사회구조’를 팝진성 있게 그려낸 것이 시청자의 흡인력을 높인 요소로 분석하면서 중국 내부적인 가치관 형성의 영향력을 전망하였다. 또한 중국 드라마의 해외 진출에 있어서 적극적인 뉴미디어 활용을 제언하고 있었다.

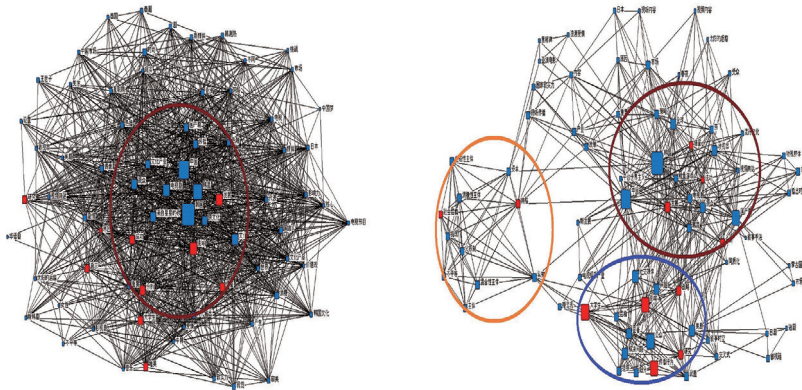
1단계와 2단계 핵심 학술지 학술 문헌 초록의 단어 빈도와 TF-IDF 비교 결과, 1단계의 경우, ‘한류’, ‘별에서 온 그대’, ‘드라마’, ‘중국 드라마’, ‘문화산업’, ‘우상극’, ‘대학생’, ‘영향’, ‘태양의 후예’, ‘성공’ 등의 단어가 핵심어로 나타났다. 핵심어의 연결을 통해 보면, <별에서 온 그대>가 중국에서 선풍적인 인기를 끌면서 다시 한번 ‘한류’로 대표되는 한국 대중문화가 왜 인기를 끌게 되었는지에 주로 성공 요인 분석이 학술 담론을 이루고 있었다. 마침 한중 합작의 선제작 드라마 <태양의 후예>가 한중 양국에서 모두 성공을 거두면서 산업적 관점에서 스타 작가, 스타 배우의 드라마의 산업적 성공을 분석하는 논문이 많았다.

2단계(2017~2023년)의 경우, ‘대학생’, ‘공중’, ‘전파행위’, ‘시청율’, ‘시장매출액’, ‘시청각 전파’, ‘한류’, ‘넷플릭스’, ‘소셜미디어’, ‘오징어게임’, ‘혼합성 주체’, ‘교차식’, ‘동질화’ 등이 핵심어로 나타났다. 2단계는 비록 학술문헌의 편수는 1단계에 비해 현저히 작지만 ‘한국 드라마’를 대상으로 한국 드라마가 소셜미디어를 통해 화제성을 갖게 되면서 미디어 커뮤니케이션 분야의 연구와 한국

드라마의 성공 요인을 텍스트의 서사 전개에서 찾는 서사 담론 등 다양한 학술 담론을 보였다.

(2) 의미 네트워크와 CONCOR분석

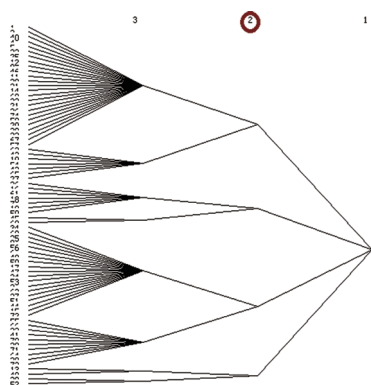
텍스트의 의미 네트워크(Semantic Network)는 단어 노드의 중심화(Centralization)를 기준으로 노드 간의 연결 밀집, 근접, 강도 등을 네트워크로 시각화할 수 있다. 정제 과정을 거친 수집된 1단계, 2단계 학술문헌 초록 정제 데이터의 상위 100개 핵심 단어를 텍스트 차이나에서 행렬 매트릭스 데이터를 구성하고 UCINET 6에서 네트워크 분석을 하였다. 중심성 값을 적용하여 시각화한 의미 네트워크는 다음 [그림 4], [그림 5]와 같다.



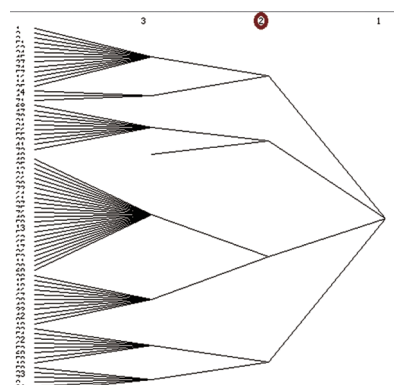
[그림 4] 1단계 초록 핵심어 의미네트워크 [그림 5] 2단계 초록 핵심어 의미네트워크

위 [그림 4]와 [그림 5]는 1단계와 2단계 학술 문헌 초록 핵심어 매트릭스의 연결 중심성, 근접 중심성을 반영한 의미 네트워크이다. 1단계의 네트워크는 ‘한국’ 노드를 중심으로 ‘한류’, ‘중국’, ‘별에서 온 그대’, ‘다문화’, ‘발전’, ‘영향’, ‘성공’이 밀집 연결되어 있

다. 1단계 기간 중국에서 한국 드라마 연구는 <별에서 온 그대>의 인기를 계기로 한국 드라마의 성공 요인과 중국 대중에 대한 영향을 분석하는 학술 담론이 주를 이루는 것을 알 수 있다. 반면 2단계 기간에는 ‘한국’ 노드를 중심으로 한 밀집과 ‘대중’에의 ‘영향’과 ‘전파 행위’를 중심으로 한 밀집이 구분되어 나타나는 것을 볼 수 있다. 2단계 기간에는 비록 적은 수의 노드 밀집이지만 <오징어 게임>의 성공으로 시작된 한국 드라마의 글로벌 미디어 전략과 커뮤니케이션 영향을 분석하는 학술 담론이 주를 이루는 것을 알 수 있다. 의미 네트워크가 전체 네트워크에서 중심화된 노드의 밀집과 연결의 경향을 파악할 수 있는데 비해 CONCOR 분석은 단어 간의 상관 관계에 의해 산출된 구조적 등위성에 따라 단어 간의 군집을 형성함으로써 전체 텍스트에 형성되는 뚜렷한 토픽(주제)을 파악할 수 있다. 정제 과정을 거친 텍스트 데이터에서 빈도와 TF-IDF를 반영한 상위 100개 단어로 행렬 매트릭스를 구성하고 UCINET 6에서 CONCOR 분석을 수행하였다. 매트릭스 내 노드들이 주제군 형성과 깊이(Depth)를 보여주는 덴드로그램은 다음 [그림 6], [그림 7]과 같다.

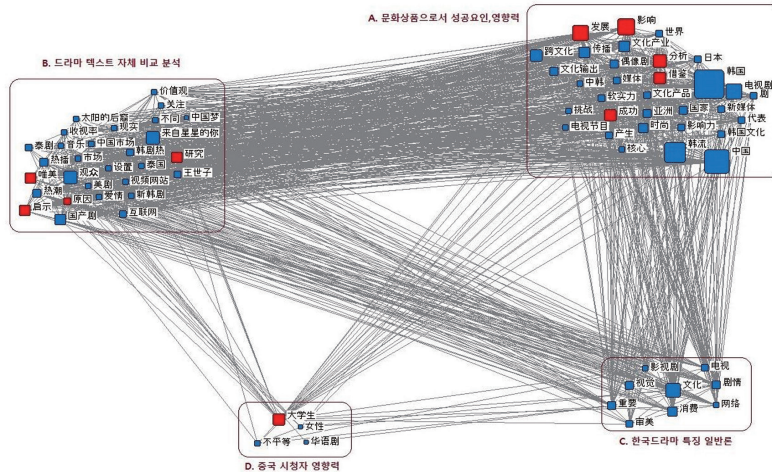


[그림 6] 1단계 핵심어 덴드로그램



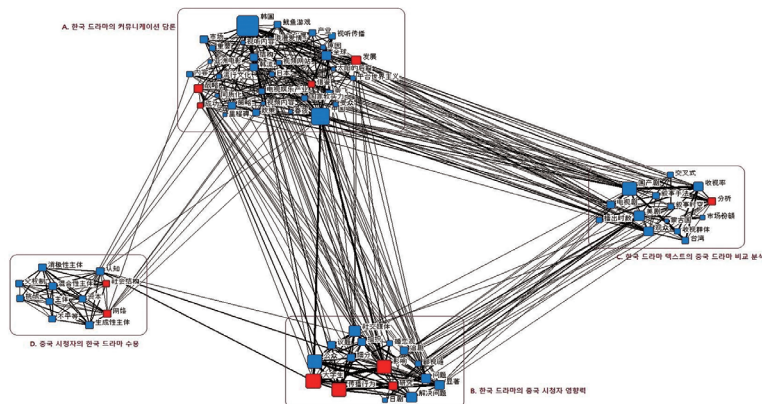
[그림 7] 2단계 핵심어 덴드로그램

1단계와 2단계의 노드가 군집별로 밀집하여 주제군을 형성한 CONCOR 분석의 시각화 결과는 다음 [그림 8], [그림 9]와 같다.



[그림 8] 1단계 CONCOR 분석 시각화

위 [그림 8]과 같이 1단계 학술 문헌의 초록 매트릭스 CONCOR 분석 결과, 깊이와 노드 개수가 많은 대형 군집 2개와 소형 군집 2개의 주제군이 도출되었고, 대형 군집 A와 B 사이는 주제군 크기 뿐만 아니라 군집 간의 연결이 강하게 나타났다.



[그림 9] 2단계 CONCOR 분석 시각화

위 [그림 9] 2단계 학술 문헌 초록 핵심어 CONCOR 군집 분석 결과, 대형 군집 1개와 중형의 군집 2개, 소형 군집 1개 총 4개의 주제군이 도출되었고, 가장 큰 대형 군집은 나머지 주제군과 군집 간 강한 연결을 보이는 것을 알 수 있다.

밀집된 노드의 의미 연결을 통해 각 군집 별 어떤 의미의 주제군을 형성하는지 알 수 있으며 그 결과는 다음 <표 7>, <표 8>과 같다.

<표 7> 1단계(2013~2016년) 학술문헌 초록 핵심어 CONCOR 군집 주제

군집 주제	A. 문화상품으로서 성공요인, 영향력	B. 드라마 텍스트 분석	C. 한국드라마 특징 일반론	D. 중국 시청자 영향력
핵심 노드수	32	29	9	4
핵심 노드	한국, 중국, 한류, 문화상품, 성공, 영향, 발전, 글로벌문화, 우상드라마, 참고, 분석, 문화수출, 도전, 뉴미디어, 한국문화 등	시청자, 유미주의, 열풍, 중국드라마, 태양의후예, 시청율, 로맨스, 현실소재, 동영상플랫폼, 원인, 가치관, 주목, 시사점 등	영상콘텐츠, 문화, 인터넷, 드라마스토리, 소비, 심미주의, 시각, 중요 등	대학생, 여성, 불평등, 중국어, 드라마

1단계의 A군집의 경우, ‘한류’, ‘문화상품’, ‘성공’, ‘글로벌 문화’, ‘우상 드라마’, ‘참고’, ‘문화 수출’, ‘뉴미디어’, ‘한국 문화’가 밀집되어 있고 노드간의 연결로 볼 때, ‘문화상품으로서의 성공 요인과 영향력’이라고 요약할 수 있다. 한국 드라마 특히 <별에서 온 그대>와 <태양의 후예> 같은 한류 스타 주연의 드라마를 ‘우상 드라마’로 정의하고 한국 드라마의 문화상품으로서의 성공 요인을 분석하는 학술 담론이 가장 많은 것을 알 수 있다. B군집은 ‘태

양의 후예’, ‘시청자’, ‘로맨스’, ‘시청율’, ‘현실소재’, ‘플랫폼’, ‘원인’, ‘영상’ 노드가 밀집되어 있고 ‘드라마 텍스트 분석’ 주제로 요약할 수 있다. 중국 플랫폼 아이치이를 통해 중국에 공개된 <태양의 후예>의 성공 요인은 로맨스 서사와 뛰어난 영상미를 한국 드라마의 특징으로 분석하는 학술 연구가 다수인 것을 알 수 있다. C군집과 D군집은 한국 드라마가 중국에서 인기를 끈 원인에 대한 분석과 중국 시청자에 대한 영향력에 주목하는 연구가 주를 이루는 것을 알 수 있다.

〈표 8〉 2단계(2017~2023년) 학술문헌 초록 핵심어 CONCOR 군집 주제

군집 주제	A. 미디어 커뮤니케이션 담론	B. 중국 시청자 영향력	C. 드라마 텍스트 비교 분석	D. 중국 시청자의 한국 드라마 수용력
핵심 노드수	32	16	14	11
핵심 노드	한국, 중국, 오징어게임, 글로벌플랫폼, 국가소프트파워, 한류, 영상플랫폼, 유행문화, 콘텐츠, 전략, 성공, 참고, 정책, 동질화 등	대학생, 전파행위, 영향, 연구, 소셜미디어, 대중, 의제, 문제해결, 세분화 등	교차식 서사, 서사공간, 시청율, 중국드라마, 분석, 드라마, 방영회수, 미국드라마, 시청자, 다만, 시장매출액 등	소극성 주제, 부권제, 도전, 불평등, 혼합성 주제, 인지, 사회구조, 인터넷, 생성적 주제, 자본 등

2단계의 경우, A군집에는 ‘한국’, ‘중국’, ‘오징어게임’, ‘글로벌 플랫폼’, ‘유행문화’, ‘전략’, ‘참고’, ‘동질화’ 등의 노드가 밀집되어 있고 ‘미디어 커뮤니케이션 담론’으로 주제를 요약할 수 있다. B군집에는 ‘대학생’, ‘전파행위’, ‘소셜미디어’, ‘대중’, ‘의제’, ‘세분화’ 등 노드가 밀집되어 있고 ‘중국 시청자 영향력’으로 주제를 요약할

수 있다. C군집은 ‘교차식 서사’, ‘방영 회수’, ‘미국드라마’, ‘시청율’, ‘서사공간’ 등의 노드가 밀집되어 있고 ‘드라마 텍스트 비교 분석’ 주제로 요약할 수 있다. D군집은 ‘소극성 주제’, ‘혼합성 주제’, ‘불평등’, ‘사회구조’, ‘자본’ 등의 노드가 밀집되어 있고 ‘중국 드라마 수용자 분석’으로 요약할 수 있다.

6. 결론

중국에서 한류의 시작은 ‘한국 드라마’에서 비롯되었다고 해도 과언이 아닐 정도로 중국 시청자는 한국 드라마의 변화를 오랜 기간 경험하였고, 현재 중국에서 한국 드라마는 가장 재미있는 드라마로 인식되고 있다. 대중적인 한국드라마의 인기는 학계에도 영향을 주었고 특히 2013년 〈별에서 온 그대〉 인기 이후 중국 지도자가 공식 석상에서 한국 드라마의 인기와 문화 전파에 대해 언급하면서 학계의 한국 드라마 연구가 활발하게 이루어졌다. 비록 2016년 정치 외교 갈등으로 인해 한국 드라마에 대한 학계의 관심이 다소 감소한 경향에도 불구하고 꾸준하게 이어지고 있다고 할 수 있다.

중국 최대 학술문헌 아카이브 知網(CNKI)에서 핵심 학술지를 대상으로 ‘한국드라마(韓劇)’을 키워드로 학술문헌 총 149편을 수집하여 초록을 텍스트 마이닝과 네트워크 분석한 결과, 1단계 2013~2016년 기간에는 중국 연구자는 한국드라마 〈별에서 온 그대〉, 〈태양의 후예〉 등 중국 사회에서 한국드라마 인기 현상에 주목하여 그 성공 요인을 분석하는 학술 담론이 주를 이루었다. 특히 한국 드라마를 통한 한국 문화산업의 발전, 세계 대중문화의 영향

을 ‘문화수출’의 관점에서 분석하고 중국 문화산업에 참고할 것을 주문하는 연구가 많았다. 중국 시청자가 한국드라마를 좋아하는 원인을 한국드라마 텍스트의 로맨스, 현실 소재 반영의 서사 구성과 세련된 영상 편집 등을 유미주의(唯美主義) 경향으로 보고 중국드라마 발전에 방향을 제시하는 분석은 중국 연구자가 바라보는 한국드라마의 정체성 탐색에 시사점을 제공한다고 할 수 있다.

2단계 2017~2023년에는 <오징어게임>의 글로벌 대유행에 주목하고 그 원인이 넷플릭스와 같은 글로벌 플랫폼의 활용에 있다고 인식하고 주로 미디어 플랫폼을 둘러싼 매체 효과와 전략에 관한 학술 담론이 등장하였다. 또한 중국 드라마의 해외진출, 한국을 사례로 드라마를 통한 국가 소프트파워 증진에 인터넷과 미디어를 활용하는 정책 시행을 제안하는 실용적 담론이 많았다. 주목할 만한 점은 2013~2023년 기간 동안 중국 연구자는 한국드라마가 중국에서 대중화되면서 시청자 특히 여성, 대학생의 가치관 형성에 미치는 영향력을 분석하는 수용자 연구 담론이 주를 이루고 있는 것이다. 이는 사회주의 국가 중국에서 전통적으로 문화 미디어가 대중 이데올로기 형성에 기여하는 도구적 성격으로 인식하는 것과 관련이 있다고 할 수 있다.

종합하면, ‘중국 연구자의 한국드라마 읽기’는 한국드라마에 내재된 의미, 가치를 분석하여 한국 사회와 문화 특징을 도출하고 이해하는 전통적인 미디어 텍스트 연구 관점에서 확장하여 흥미진진한 서사, 화려하고 세련된 영상이 조화를 이룬 ‘재미있는’ 한국드라마라는 대중적인 인식을 전제하고 중국 시청자의 가치관, 사회 행동에 미치는 영향력과 국제사회의 전파 방식과 영향을 분석하는데 초점을 맞추고 있는 것을 알 수 있다.

〈참 고 문 헌〉

□ 단행본

고윤실, 『드라마를 보다 중국을 읽다』, 나람북스, 2020.

□ 참고 논문

강명구 외, 「한국과 중국 시청자의 드라마 취향 프로파일 비교」, 『한중인문학연구』 제49호, 한중인문학회, 2015, 169-198쪽.

강필임 외, 「중국의 한국 드라마 연구와 수용 - ‘별에서 온 그대’ 관련 중국학술논문 내용분석」, 『中國學報』 제74집, 한국중국학회, 2015, 205-227쪽.

김경훈, 「중국에서의 한류의 변화 양상 연구-드라마를 중심으로」, 『비교한국학』 제15권1호, 국제비교한국학회, 2007, 73-97쪽.

손승혜 외, 「중국 문헌에 나타난 한류 관련 자료 톤과 프레임의 통시적 변화-2000~2014년 중국 신문과 정기간행물 제목 분석」, 『방송과 커뮤니케이션』 제17권4호, 문화방송, 2016, 87-126쪽.

양카이 외, 「중국 언론의 한류 보도 프레임 연구」, 『언론과학연구』 제15권2호, 한국지역언론학회, 2015, 412-442쪽.

유일청 외, 「중국 연구자가 한류를 바라보는 관점에 대한 연구-한국 문화 산업 중심으로-」, 『한국엔터테인먼트산업학회학술대회논문집』 6호, 한국엔터테인먼트산업학회, 2023, 53-61쪽.

유세경 외, 「중국 일간지의 ‘한류’ 보도에 나타난 프레임 분석: 2001~2010 기간에 보도된 기사 분석을 중심으로」, 『한국언론정보학보』 제57권1호, 한국언론정보학회, 2012, 202-226쪽.

이귀옥 외, 「중국의 학술문헌을 통해 본 중국한류 15년:한류 관련 학술문헌 키워드의 언어네트워크분석」, 『미디어, 젠더&문화』 제31권1호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2016, 153-203쪽.

이동배, 「중국 내 한류콘텐츠의 수용과정과 미래발전방안에 관한 고찰-드라마, K팝, 예능 중심으로」, 『문화콘텐츠연구』 제23호, 건국대학교 글로벌문화전략연구소, 2021, 117-150쪽.

이유정, 「의미 네트워크(Semantic Network)를 활용한 중국 내 한국드라마 인식 분석-넷플릭스 <더 글로리>를 중심으로」, 『문화영토연구』 제4권1호, 문화영토연구원, 2023, 73-107쪽.

----, 『텍스트 마이닝 기반 한·중 관객의 영화 수용 특성 연구』, 고려대학교 일반대학원 박사학위논문, 2022.

홍유선·임대근, 「용어 한류(韓流)의 유래」, 『인문사회21』 제9권6호, 인문사회21, 2018, 1231-1246쪽.

鄒廣文, 「當代韓國大眾文化的發展」, 『蘭州大學學報(社會科學版)』 第30期2號, 2002年, p. 13-20.

陳月, 「論韓劇的火爆及其他」, 『當代電視』 第12期, 1999年, p. 15-19.

□ 기타자료

바이두(百度), www.baidu.com

지망(知網 CNKI), www.cnki.net

텍스톰차이나(Textom China), www.textom.com

[Big Data and Analytics], <https://www.ibm.com/analytics/big-data-analytics>, (검

색일자: 2023년 11월 27일).

ABSTRACT

How do Chinese researchers read K-dramas?

- Chinese K-drama research discourse viewed as a semantic network

Lee Yoojung¹⁸⁾

Research on Korean dramas in Chinese academia began thanks to the popularity of Korean dramas. Although there has been a quantitative decline due to political and diplomatic conflicts between Korea and China, academic research and perspectives on Korean dramas have continued. This study has a complementary nature to the existing meta-analysis of Korean drama research discourse in Chinese academia and seeks to examine recent changes and trends in academic discourse.

It is no exaggeration to say that the beginning of the Korean Wave in China originated from 'Korean dramas.' Chinese viewers have experienced changes in Korean dramas for a long time, and Korean dramas are currently recognized as the most interesting dramas in China.

As a result of text mining and network analysis of the abstracts, a total of 149 academic papers were collected using the keyword

18) Hannam University, Research Professor

'Korean drama' from key academic journals at CNKI, China's largest academic literature archive, from 2013 to 2016 in the first stage. During this period, Chinese researchers paid attention to the popularity of Korean dramas in Chinese society, such as 〈My Love from the Star〉 and 〈Descendants of the Sun〉, and mainly conducted academic discourse analyzing the factors of their success. In particular, there have been many studies analyzing the development of the Korean cultural industry through Korean dramas and the influence of world popular culture from the perspective of 'cultural export' and calling for reference to the Chinese cultural industry. In analyzing the reasons why Chinese viewers like Korean dramas, research that suggests a direction for the development of Chinese dramas is mainly based on the romance of Korean drama texts, the narrative composition reflecting real-life subjects, and sophisticated video editing, which are seen as aesthetic tendencies. achieved.

In the second stage, from 2017 to 2023, attention was paid to the global pandemic of 〈Squid Game〉 and the cause was recognized as the use of global platforms such as Netflix, and academic discourse emerged mainly on media effects and strategies surrounding media platforms. In addition, there was a lot of practical discourse suggesting the implementation of policies that utilize the Internet and media to expand Chinese dramas overseas and promote national soft power through dramas using Korea as an example. What is noteworthy is that between 2013 and 2023, as Korean dramas became popular in China, Chinese researchers began to engage in audience

research discourse that analyzed the influence on the formation of values of viewers, especially women and college students.

Keywords : Chinese academic Journal, Korean drama, Research Discourse, Cultural Transmission, Value influence

이 유 정

전 자 우 편 : ecc0921@hanmail.net

논문 접수일 : 12월 10일

심사 완료일 : 12월 22일

게재 확정일 : 12월 24일

K-Culture의 핵심 동력, 한국어의 세계화 전략

- 전 세계 한국어 보급 관련 문화체육관광부 정책 ‘한국어 세계화 전략’을 중심으로

정원기¹⁾

[국 문 초 록]

본 논문은 한글의 세계화 전략에 대한 방안으로 전 세계 한국어 보급과 관련하여 문화체육관광부에서 발표한 ‘한국어 세계화 전략’이라는 정책을 중심으로 정책의 과제를 제언하고 향후 발전을 위한 시사점을 도출하는데에 목적이 있다고 할 수 있다. ‘한국어 세계화 전략’으로 문화체육관광부에서 공시한 ‘한국어 세계화 전략’ 다섯 가지 전략(‘츄츄하게, 똑똑하게, 문화로 재미있게, 언제 어디서나 편리하게, 현지 기반 탄탄하게’)을 제시하고 다섯 가지 키워드로 제시된 정책을 중심으로 정책의 과제를 제언하고 향후 발전을 위한 시사점을 도출하는 하면서 한국어와 한국문화의 보급 및 발전 방향성을 제시하였다.

본고에서 제시한 ‘한국어 세계화 전략’에 대한 발전 방향성의 내용을 크게 다섯 가지로 요약하면 첫 째, 해외 많은 한국어 학습자를 위한 교원 및 한국어와 한국 문화를 접할 수 있는 곳이 늘어나야 한다는 것이고, 두 번째 한국어와 한국문화를 교육, 보급하기 위해 교원 교육이 필요하다는 것이다. 세 번째는 문화교육 측면에서 언어에 집중된 교육을 한류를 통한 다양한 콘텐츠의 개발을 하여 해외 한국 문화 보급에 더 많은 노력을

1) 한국교원대학교 강사

해야 할 것이다. 네 번째는 최근 온라인 관련하여 다양한 플랫폼이 개발되고 이러한 콘텐츠를 활용하여 한국어 및 한국 문화를 교육하고 보급할 수 있도록 해야 할 것이다. 마지막은 한국어 학습자들이 한국어와 한국문화를 배우는 것에서 그치지 않고 직접 교육을 할 수 있는 전문적인 인력으로 성장할 수 있도록 현지 기반을 탄탄하게 하는 것이다.

주제어 : K-Culture ,한국어보급, 한국어 세계화전략, 한국문화 보급, 한국어 콘텐츠

1. 연구 목적 및 필요성

본 논문은 한글의 세계화 전략에 대한 방안으로 전 세계 한국어 보급과 관련하여 문화체육관광부에서 발표한 ‘한국어 세계화 전략’이라는 정책을 중심으로 정책의 과제를 제언하고 향후 발전을 위한 시사점을 도출하는 데에 목적이 있다고 할 수 있다.

21세기는 소프트파워 시대이므로 세계 주요 국가들의 언어와 문화의 보급을 통해 세계 문화권 영역이 확대하고 있으며 이는 문화권 영역의 확대뿐만 아니라 자국에 대한 우호감을 증가시켜서 국가 위상을 제고 및 국가 발전에 크게 이바지하고 있다. 다양한 소프트파워 자원을 활용하여 국내외 일반 대중과 직접 소통을 통해서 자국의 정책 가치 등에 대한 신뢰 및 지지를 확보하는 공공외교의 전 세계적인 확산으로 이어졌다.²⁾

〈표 1〉 한국어 학습 수요

내 용		
항 목	연 도	통 계
• 외국인 유학생 수(교육부) ³⁾	• 2022	• 153,695 명
• 세종학당 학생 수(교육부) ⁴⁾	• 2021	• 81,476만 명

2) 변지영 외, 「한국의 공공외교와 세종학당: 2007년-2015년 국가별 지정요인에 관한 실증 분석」, 『한국정치학회보』, 제52권(제2호), 한국정치학회, 2018, 177쪽.

3) [2023년 교육국제화역량 인증제 및 외국인 유학생 유치·관리 실태조사 시행 공고], <https://www.moe.go.kr/boardCnts/viewRenew.do?boardID=72761&lev=0&statusYN=W&s=moe&m=020502&opType=N&boardSeq=96728>, (검색일자: 2023년 10월 25일)

4) [2023년 교육국제화역량 인증제 및 외국인 유학생 유치·관리 실태조사 시행 공고], <https://www.moe.go.kr/boardCnts/viewRenew.do?boardID=72761&lev=0&statusYN=W&s=moe&m=020502&opType=N&boardSeq=96728>, (검색일자: 2023년 10월 25일)

내 용		
항 목	연 도	통 계
• 한국어능력시험 응시자(국립국제교육원) ⁵⁾	• 2022	• 330,016 명
• 체류 외국인 수(법무부) ⁶⁾	• 2021	• 201만 명
• 한류동호회 회원 수(한류콘텐츠진흥원) ⁷⁾	• 2021	• 1억478만 명
• 세종학당 온라인 이용자(교육부) ⁸⁾	• 2022	• 752,184만 명
• 콘텐츠 수출액(문체부) ⁹⁾	• 2021	• 14조 원

위의 표를 보면 국가 위상 상승에 따라 유학과 한국 기업 취업, 국제결혼이민자, 한류의 영향으로 한국어에 관심이 있는 학습자 수요층이 급격하게 증가하였다.

예전에 비해 외국인 학습자의 한국어 학습 목적도 단순히 언어의 원리나 문법 학습에 그치는 것이 아니라 그 언어를 사용하는 사람들의 생활 방식, 가치관, 제도 등의 이해를 통한 한국어 의사소통 능력 향상을 목적으로 한국어를 학습하는 외국인 학습자들이 늘고 있다. 이는 한국에 대한 관심과 한국어, 그리고 'K-Culture'로 불리는 한국 문화에 대해 외국인 학습자의 관심이 과거에 비해 많아졌기 때문이라고 할 수 있다. 또한 국내에 체류하고 있는 외국인 학습자뿐만 아니라 해외에서 한국어와 한국 문화를 배우려고 하는 외국인 학습자의 증가도 한국어와 한국문화 위상 증가에 한 몫을 했

5) [한국어능력시험], <http://www.niied.go.kr/user/nd16659.do>, (검색일자: 2023년 10월 25일)

6) [법무부, 체류외국인], <https://search-home.moj.go.kr/search.jsp>, (검색일자: 2023년 10월 25일)

7) [한국콘텐츠진흥원, 한류동호회], <https://www.kocca.kr/kocca/searchList.do?searchKeyword>, (2023년 10월 25일)

8) [2023년 교육국제화역량 인증제 및 외국인 유학생 유치·관리 실태조사 시행 공고], 앞의 자료.

9) [평가보고서], https://mcst.go.kr/kor/s_policy/dept/deptView.jsp?pDataCD=0417000000&pSeq=1712, (검색일자: 2023년 10월 25일)

다고 할 수 있다.

최근 한국어를 배우러 한국어 입국한 외국인 학습자의 경우 과거와 현저하게 차이가 나는 것 중 하나는 바로 어느 정도 한국어를 학습하고 국내에 입국한다는 것이다. 이는 온라인 플랫폼의 영향력으로 다양한 콘텐츠를 통해 국내가 아닌 국외 다시 말해 외국인 학습자 자신의 나라에서도 한국어와 한국문화를 쉽게 접할 수 있기 때문이라고 할 수 있다. 따로 한국어와 한국문화에 대한 교육을 받지 않더라도 다양한 콘텐츠의 접근성이 쉬워 스스로 한국어와 한국문화에 대한 기초 지식을 학습할 수 있는 것이다. 이러한 온라인 플랫폼은 ‘K-Culture’를 비롯하여 ‘K-pop’, ‘K-drama’ 등 다양한 콘텐츠를 직접 선택하여 원하는 콘텐츠를 활용하여 한국어와 한국문화를 학습할 수 있다는 것이 외국인 학습자의 입장에서는 가장 큰 매력일 것이다.

2. 문화체육관광부 공시 ‘한국어 세계화 전략’

‘한국어 세계화 전략’은 ‘한글의 세계화 전략’ 중 하나의 방안이라고 할 수 있을 것이다. ‘한국어 세계화 전략’에 대하여 문화체육관광부에서는 다음과 같이 5가지로 세계 미래세대를 잇는 ‘한국어 세계화 전략(2023~2027)’을 발표했다. 전 세계에 세종학당을 고루 늘리고 청년 예비 교원도 새로 파견하며 K-pop과 K-drama를 활용한 한국어 학습 콘텐츠를 늘리는 등 한국어가 문화 매력 국가의 위상과 브랜드 가치를 높이는 강력한 원동력이 될 수 있도록 추진하는 다섯 가지 전략 과제는 다음과 같다.

〈표 2〉 문화체육관광부 공시 ‘한국어 세계화 전략’¹⁰⁾

촘촘하게	세종학당이 없는 국가에 신규 세종학당을 우선 지정하고, 재외공관, 지방자치단체, 공공기관 등과 협업한 세종학당 운영을 적극 지원하고, 특히 올해는 중동, 중남미 등 한국어 학습 잠재 지역에 거점 세종학당을 늘려, 현재 248개소인 세종학당을 2027년까지 350개소로 확대할 예정.
똑똑하게	한국어 학습자의 교육목표와 방법, 성취기준을 정한 ‘한국어 표준 교육과정’을 바로 현장 적용할 수 있도록 목적별·연령별·언어문화별 교육과정과 교재를 개발하고, 표준 교재와 시청각 자료 지원을 늘림. 2027년까지 한국어 전문 교원 파견을 350명으로 늘리고, 해외 현지실습 경험을 쌓을 수 있도록 2024년부터 MZ청년 예비교원 100명을 새롭게 파견.
문화로 재미있게	K-컬처를 접하며 시작된 한국어에 대한 관심이 한국어 학습의 동기로 이어질 수 있도록 K-팝, K-드라마 등을 활용한 학습 콘텐츠를 개발하고, 국내 문화예술 전공 대학생들을 ‘문화인턴’으로 파견해 ‘찾아가는 세종 한국어·한국문화 교실’을 운영하고 ‘세종문화아카데미’ 프로그램을 확대.
언제 어디서나 편리하게	‘메타버스 세종학당’의 수업과정과 학습 콘텐츠를 늘려 실시간 한국어 학습과 장소·상황별 한국어 수업을 지원하고, 세종학당의 ‘인공지능(AI) 한국어 선생님’ 애플리케이션도 자유 대화형, 글쓰기 등 특수목적 학습 서비스로 고도화하는 등 디지털 한국어 서비스 지원을 강화.
현지 기반 탄탄하게	한국어 학습자들이 한국어 교원으로까지 성장하도록 현지 교원 양성과정을 확대하고, 한국어 교수법, 발음 교육 등 교육 컨설팅도 강화. 또한, 세종학당 학습자들이 교류·연대할 수 있는 ‘온라인 세종학당 동창회’ 커뮤니티도 만들 예정.

10) [[열쇠말로 알아보는 정책] 한국어 세계화 전략], <https://www.korea.kr/multi/visualNewsView.do?newsId=148918793>, (검색일자: 2023년 10월 25일)

문화체육관광부에서 공시한 ‘한국어 세계화 전략’에 대한 내용을 통해 ‘한국어 세계화 전략’ 발전 방향에 대한 방안을 제시하면 다음과 같이 제시할 수 있다.

1) ‘한국어 세계화 전략’의 정책을 제언하고 향후 발전을 위한 시사점

(1) 촘촘하게

‘세종학당이 없는 국가에 신규 세종학당을 우선 지정하고, 재외 공관, 지방자치단체, 공공기관 등과 협업한 세종학당 운영을 적극 지원하고, 특히 올해는 중동, 중남미 등 한국어 학습 잠재 지역에 거점 세종학당을 늘려, 현재 248개소인 세종학당을 2027년까지 350개소로 확대할 예정.’

문화체육관광부에서 제시한 첫 번째 ‘촘촘하게’의 주된 내용은 문화체육관광부 산하 기관인 세종학당을 지금보다 더 많이 늘려 해외에 거주 중인 외국인 학습자에게 한국어와 한국문화를 배울 수 있는 기회를 늘릴 수 있도록 하는 것이 주된 내용이라고 할 수 있다.

2007년에 최초의 세종학당이 몽골 울란바토르대에 개원하였고 이후 중국, 베트남, 일본, 미국 등 전 세계로 확대해 나가고 있다. 이후 문화체육관광부에서 국가 차원으로 지원하여 2027년까지 350개소로 세종학당을 확대하기로 한 것은 국내가 아닌 해외 체류 중인 외국인 학습자들에게 한국어 및 한국문화 보급에 더 많은 기여를 할 것이다. 따라서 이러한 국가 차원의 지원에 따라 세종학당

을 확대하기 위해서는 세종학당의 효율적인 확대를 위한 현지 한류 지수(한류 콘텐츠를 사용 인구, 현지 한국 기업 수, 한국문화원 수, 한류동호회 수, 한류 기반 학습자 수)를 파악하고 현지 전문가와 협력, 정부는 미지정 국가 및 특정 지역의 상황을 충분히 고찰해서 전략적 확대의 방향성 확립하고 수요가 많은 국가 및 지역에 전략적 확대를 수행할 수 있게 해야 할 것이다.

(2) 똑똑하게

‘한국어 학습자의 교육목표와 방법, 성취기준을 정한 ‘한국어 표준 교육과정’을 바로 현장 적용할 수 있도록 목적별·연령별·언어문화별 교육과정과 교재를 개발하고, 표준 교재와 시청각 자료 지원을 늘림. 2027년까지 한국어 전문 교원 파견을 350명으로 늘리고, 해외 현지 실습 경험을 쌓을 수 있도록 2024년부터 MZ청년 예비 교원 100명을 새롭게 파견.’

문화체육관광부에서 제시한 두 번째 ‘똑똑하게’는 교원의 양뿐만 아니라 교원의 질 향상을 위한 방안에 대한 내용이 주요 핵심이라고 할 수 있다. 또한 한국어와 한국문화와 관련된 교재를 목적별·연령별·언어문화별 교육과정에 맞게 다양성 있게 개발하는 것이 주된 내용이라고 할 수 있다. 현재 국외에서 한국어 교원 수급 불균형이 발생하여, 전문적인 한국어 교원 채용하는 것은 비교적 어려움이 있다. 교원 파견에는 비자 취득의 어려움이나 현지 상황으로 인한 파견 기피의 문제가 존재하여, 이를 해결하기 위해 관용 비자 지원하여 안정적인 교원 신분의 확보, 파견 교원의 임금 보증, 동시에

현지 교원에 대한 교육을 강화할 필요가 있다. 2021년에 세종학당은 58개국 117 소, 총 232명 교원을 파견하였다.¹¹⁾

한국어와 한국문화 교육에 적절한 교원을 교육하기 위해서는 경험이 있는 파견 교원들의 토론회를 통해서 후속 파견 교원에게 현장 활동 실무 경험, 교실 실습 참관, 강의 영상을 녹화, 온라인 강의를 제작 등으로 정보를 공유하게 하는 연구를 제공하는 것도 방안으로 제시할 수 있을 것이다. 또한 한국어 교원 온라인 재교육 과정도 신설하여 현지 예비 교원 또는 비원어민들이 편리하게 이용할 수 있도록 조건을 마련하는 것도 필요하다. 이러한 교원 교육이 효율적으로 진행된다면 해외 파견 교원 전문성이 급속히 확대될 것이다. 또한 최근 온라인 플랫폼을 활용한 비대면 수업 교원의 전문성도 필요할 것이다. 따라서 블렌디드 러닝 교수 방안 및 한류 콘텐츠를 활용 교수 방안, 온라인 맞춤형 교수 방안 등 다양한 교육 자료를 개발하여 지원하여야 할 것이다.

현재 세종학당재단에서 교원 재교육 온라인 교육과정에 〈세종 한국어 기반 세종학당 문화교육의 이해와 실제〉, 〈세종학당 문화 특강 및 체험 활동의 이해와 실제〉 등의 프로그램을 운영하고 있다. 이는 좀 제한적이고 더 체계적으로 다양한 교육 프로그램의 개발이 필요하다고 할 수 있다. 현지에서는 국내보다 한국어교원이 전문자격 능력을 갖춘 교원은 많지 않다고 할 수 있다. 여기서 말하는 전문자격 교원이란 기존 한국어교육을 전공하여 한국어 교원 자

11) [세종학당 대폭 확대한다...2023 세계 한국어 교육자 대회], <https://lifedaegu.com/entry/%EC%84%B8%EC%A2%85%ED%95%99%EB%8B%B9-%EB%8C%80%ED%8F%AD-%ED%99%95%EB%8C%80%ED%95%9C%EB%8B%A4%C2%B7%C2%B7%C2%B72023-%EC%84%B8%EA%B3%84-%ED%95%9C%EA%B5%AD%EC%96%B4-%EA%B5%90%EC%9C%A1%EC%9E%90-%EB%8C%80%ED%9A%8C>, (검색일자: 2023년 10월 25일)

격이 있는 교원을 의미한다. 따라서 파견 교원 대상 한국어 보급을 위한 교원 교육 프로그램 운영도 필요하다. 현지에 한국어교원을 양성할 수 있는 양성 기관이나 전문 교육이 더 많은 교육의 기회를 부여 받을 수 있는 교육 기관도 설립되면 좋을 것이다.

또한, 우수한 교원의 선발과 파견도 매우 중요한 문제이다. 경력이 있는 교원을 선발하기 위한 교원의 고용 안정성을 확보해야 할 것이다. 현재 대다수 파견 교원은 2년제 단기 파견으로 전문적인 교원이 어려운 한계가 있다. 향후 교원의 전문성 제고를 위한 안정적인 고용 정책도 필요하다고 할 수 있고, 비대면 수업에 대한 우수한 교원 양성과 재교육에 대한 정책적 적극적인 지원이 필요하며 온라인교육 환경 개선에 대한 지원도 필요하다.

(3) 문화로 재미있게

‘K-Culture’를 접하며 시작된 한국어에 대한 관심이 한국어 학습의 동기로 이어질 수 있도록 ‘K-pop, K-drama’ 등을 활용한 학습 콘텐츠를 개발하고, 국내 문화예술 전공 대학생들을 ‘문화인턴’으로 파견해 ‘찾아가는 세종 한국어·한국문화 교실’을 운영하고 ‘세종문화아카데미’ 프로그램을 확대.’

문화체육관광부에서 제시한 세 번째 ‘문화로 재미있게’는 다양한 콘텐츠를 활용하여 ‘K-Culture’를 해외 한국어 학습자들에게 한국어와 문화를 보급하고 교육하는 것이 핵심이라고 할 수 있다. 이는 전 세계적으로 한류에 대한 폭발적인 관심과 수요 확대로 외국인들의 한국어와 한국문화에 대한 학습 요구가 높아졌고, 한류의 열풍

으로 전 세계 수많은 나라에 한국 문화가 급속히 확산하고 한류 문화의 영향으로 한국어 수요도 지속적 증가하고 있기 때문이고 코로나19의 영향으로 한국 문화 확산의 환경이 급속히 변화하게 되었기 때문에 다양한 온라인 플랫폼이 개발되었고 다양한 콘텐츠를 활용할 수 있기 때문이라고 할 수 있다.

문화를 통해 해외 한국어 학습자들에게 한국문화를 교육하기 위해서는 한류 기반의 잠재적 학습자가 진정한 한국어 학습자가 될 수 있도록 현재 언어 위주의 교육과정을 더욱 다양한 한류 콘텐츠를 활용하여 문화와 통합교육이 될 수 있도록 개발할 필요가 있다. 온라인 세종학당에서는 ‘사이버 한국어’라는 교육 자료를 개발하고 다국어 교재, 문화 콘텐츠 동영상, 교사용 지침서, 수업용 자료 등으로 다양화 교육과정을 개발하였다. 인터넷이 발달한 시대에 온라인교육의 중요성이 갈수록 중요해지고 있다. 김지형(2022)은 “앞으로 코로나19가 끝나더라도 국외 외국인 학습자들에게 한국어 및 문화교육을 위해 온라인 세종학당의 역할이 더 중요해질 것”이라고 언급하였다.¹²⁾ 블렌디드 학습을 통해 부족한 세종학당의 수업을 보완하거나, 온라인을 통한 문화 콘텐츠 영상이나 다양한 교수 방법으로 현장 교육의 효율적인 학습이 이루어져야 할 것이다.

온라인교육의 효과를 직접적으로 경험한 교원과 학습자들이 많아지면서 온오프라인 교육의 융합은 필연적인 귀착점이 될 것이다. 향후 온라인 세종학당은 오프라인 세종학당의 한계를 극복하는 중요한 대안이 될 수 있다는 것은 매우 의미가 있다고 볼 수 있다. 현지 학습자의 학습 요구를 충족시키기 위한 한국문화 교재 교

12) 김지형, 「비대면 시대의 한국어교육의 전망과 과제 -온라인 세종학당을 중심으로」, 『이중언어학』, 제87권, 이중언어학회, 2022, 30쪽.

육의 활용도 제고와 접근성에 대한 노력도 필요할 것이다. 현재 국내 K-pop 가수들이 등장하는 한국어 교재가 등장하여 주목을 받고 있지만¹³⁾ K-pop 가수들이 등장하는 한국어 교재의 경우 한국어 및 한국 문화 교육이라는 관점에서 국내 및 해외 한국어 학습자에게 교육용 보조교재로의 적합성과 타당성에 대한 연구는 진행해 봐야 할 것이다. 이는 특정 외국인 학습자에 국한되어 사용될 우려가 있고, 교육용 보조교재로의 역할을 제대로 수행할 수 있는지는 검토의 여지가 필요하다고 하겠다.

따라서 한류 콘텐츠 보조교재 및 자료 개발도 한국어와 한국 문화를 국내 및 해외 한국어 학습자들에게 교육할 수 교재로 개발해야 할 것이고, 한류를 활용하는 한국어 프로그램을 개발, 한류 K-pop 경연 대회, 한국 영화 감상 발표 대회 등 다양한 문화교육 프로그램이 개설할 필요가 있다고 하겠다. 또한 문화 콘텐츠를 활용한 한국어 교육 앱 개발하여 누리-세종학당을 온라인 한국어, 한국 문화에 대한 학습의 허브사이트로 개편 및 확장, 한류 콘텐츠를 활용하는 온라인 교육과정을 적극적으로 추진 및 개발이 필요하다. 이에 한류 기반의 잠재적 학습자가 진정한 한국어 학습자가 될 수 있도록 언어 위주의 교육과정이 더욱 다양한 한류 콘텐츠를 활용하는 문화 통합교육이 될 수 있도록 개발할 필요가 있다.

(4) 언제 어디서나 편리하게

‘메타버스 세종학당’의 수업과정과 학습 콘텐츠를 늘려 실시간 한국어 학습과 장소·상황별 한국어 수업을 지원하고, 세종학당의

13) BLACKPINK IN YOUR KOREAN, Learn! KOREAN with BTS 등.

‘인공지능(AI) 한국어 선생님’ 애플리케이션도 자유대화형, 글쓰기 등 특수목적 학습 서비스로 고도화하는 등 디지털 한국어 서비스 지원을 강화.’

문화체육관광부에서 제시한 네 번째 ‘언제 어디서나 편리하게’는 해외 한국어 학습자들이 교육환경에 구애받지 않고 한국어와 한국문화를 학습할 수 있도록 하는 것이 주된 내용이라고 할 수 있다. 4차 산업혁명을 통해서 인공지능, 인터넷, 모바일 등 새로운 정보통신기술이 사회·경제 전면적으로 융합되어 혁신적인 변화가 나타났다.¹⁴⁾ 코로나19의 확산으로 인해 오프라인 교육보다 온라인교육으로 전환되었다. 이에 온라인 플랫폼이 개발 및 보급을 통해 한국어교육에 대한 접근성이 형성되었다. 신기술 도입을 통해 교육 콘텐츠의 온라인으로 활용하여 세종학당이 새로운 기술적인 환경은 충분히 갖춰져 있다고 할 수 있다. 또한 2020년에 코로나19로 인해 비대면 교육은 빠르게 발전하면서 온라인 학습자가 증가하게 되었다. 이러한 학습 방법은 온라인 교육과정의 개발과 온라인 기반의 자율 학습 시스템 개발을 추진하게 되었다. 세종학당이 없는 지역의 학습자를 위한 ‘온라인 세종학당 등을 통해 비대면 화상 수업을 지원하고 있다. 2022년까지 전 세계 세종학당 139개소에서 비대면 한국어 수업이 진행되고 있으며, 세종학당 학생이 아니더라도 한국어를 배우고자 하는 사람이라면 누구나 온라인 세종학당의 ‘초급 세종학당’ 강의 영상으로 한국어를 배울 수 있다. 온라인 세종학당은 수준별, 언어별, 유형별 다양한 한국어, 한국 문화 교육과정을

14) 최경진, 「4차 산업혁명 시대의 개인정보보호법제 개선방안」, 『법제연구』, 제53권, 한국법제연구원, 2017, 179쪽.

제공하고 있다. 온라인 세종학당은 대규모 학습자를 제한 없이 수용할 수 있으며 한류 소비자를 위한 한국어의 확산에 적극 추진하고 있다는 의미가 있다. 노채환(2021) 코로나19 상황에서 온라인을 통한 한국어 교육은 더욱 확대될 것이라고 하였다. 이러한 시대적 흐름에 부응하기 위해 앞으로의 한국어 교육은 온라인 한국어 교육의 환경 및 특징에 대한 이해와 더불어 온라인 교육에서의 상호작용 유형 및 활동에 관한 연구가 이루어져야 한다고 주장하였다.¹⁵⁾

진정란 외(2022)¹⁶⁾에서는 온라인 세종학당의 중장기 발전 방안을 제시하고, 이를 위해 자국의 언어를 해외에 보급하기 위한 국가별 교육기관 현황을 조사하고 온라인 교육 플랫폼을 분석하여 온라인 세종학당 시범운영 결과를 분석하였고 결과를 바탕으로 온라인 세종학당 운영전략과 지도, 교수학습환경, 교수학습지원, 운영 및 관리체계 분야에서 발전단계별로 중장기 계획 발전 방안을 제시하였다. 이는 현재 온라인 플랫폼의 개발 및 변화로 인해 다양한 온라인 플랫폼이 재미도 있어야 하지만 교육적으로도 효과가 있을 수 있게 제작하여야 한다는 것이다. 최근 세종학당에서는 ‘메타버스’를 활용하여 해외 및 국내 외국인 학습자들이 한국어와 한국문화를 체험하고 학습할 수 있도록 ‘메타버스 세종학당’을 개발하였다. 다음은 사진은 세종학당에서 새로 개발한 온라인 한국어 플랫폼인 ‘메타버스 세종학당’의 메인 화면이다.

15) 노채환, 「포스트 코로나 시대의 한국어교육: 온라인 수업에 대한 학부 유학생들의 인식을 바탕으로」, 『한중인문학연구』, 제72권, 한중인문학회, 2021, 10쪽.

16) 진정란 외, 「온라인 세종학당 운영을 위한 발전 방안 연구」, 『이중언어학』, 제87권, 이중언어학회, 2022, 183-204쪽.



[그림 1] 세종학당 ‘메타버스 세종학당’

‘메타버스 세종학당’은 잠재적인 한국어 학습 수요자들의 한국어 학습에 대한 진입장벽을 낮추는 중요한 기반이 될 것으로 보인다. 특히 ‘메타버스 세종학당’은 세계적으로 연대의 가치를 구현하기 위해 개발도상국 등 정보기술 기반이 상대적으로 취약한 국가에 거주하고 있는 학습자들도 서비스를 이용하는 데 어려움이 없도록 구축하였다.

3차원(3D)보다 대규모의 동시접속자 수를 수용할 수 있는 2차원(2D) 그래픽 기반의 무료 플랫폼을 선정하고, 웹(Web) 기반으로 구성해 인터넷에 접속할 수 있는 여건이라면 누구나 서비스를 이용할 수 있도록 하였다.

‘메타버스 세종학당’은 한국어 수업이 진행되는 강의동, K-Culture를 체험할 수 있는 문화체험동, 대규모 행사가 열리는 행사동 등으로 구성된 ‘캠퍼스 공간’과 한국 일상생활을 체험하면서 한국어 말하기 활동을 할 수 있는 ‘마을 공간’으로 이루어져 있다. ‘마을 공간’에는 동대문디자인플라자(DDP), 서울역, 한강공원, 광장시장 등 한국의 대표적인 명소도 있어 외국인들의 한국 방문에

대한 의욕도 높일 수 있을 것으로 기대된다.¹⁷⁾

현재 메타버스 세종학당은 많은 외국인 학습자들이 알고 있지만 아직은 홍보가 부족하다고 할 수 있다. 이러한 온라인 콘텐츠를 국내 및 국외에 있는 다양한 목적의 외국인 학습자들이 알고 활용할 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다.

이렇게 다양한 온라인 플랫폼의 개발은 국내를 비롯하여 해외 한국어 학습자들에게 한국어와 한국문화를 보급하고 교육하는데 상당히 많은 기여를 할 것이며 접근성도 용이하여 장소에 구애 받지 않고 한국어와 한국문화를 학습할 수 있을 것이다. 나아가 한국어 학습자들은 재미와 교육적 효과를 동시에 가질 수 있는 기회를 쉽게 얻을 수도 있을 것이다.

(5) 현지 기반 탄탄하게

‘한국어 학습자들이 한국어 교원으로까지 성장하도록 현지 교원 양성과정을 확대하고, 한국어 교수법, 발음 교육 등 교육 컨설팅도 강화. 또한, 세종학당 학습자들이 교류·연대할 수 있는 ‘온라인 세종학당 동창회’ 커뮤니티도 만들 예정.’

문화체육관광부에서 제시한 마지막 ‘현지 기반 탄탄하게’는 문화체육관광부에서 제시한 두 번째 교원 교육과 관련성이 깊다고 할 수 있을 것이다. ‘현지 기반 탄탄하게’는 한국어 학습자들이 한국어와 한국문화를 배우는 것에서 그치지 않고 직접 교육을 할 수 있는

17) [한국어 수업부터 문화 체험까지...‘메타버스 세종학당’], <https://m.korea.kr/news/policyNewsView.do?newsId=148911424#policyNews>, (검색일자: 2023년 10월 25일)

전문적인 인력으로 성장할 수 있도록 하는 것과 현지 파견된 교원의 양성을 위한 전문적인 교육 컨설팅을 강화하여 현지 파견 교원의 한국어와 한국문화에 대한 전문성이 향상될 수 있도록 하는 것이 핵심이라고 할 수 있다.

국외 세종학당에 전문자격을 가진 한국어 교원이 부족한 만큼 이를 위해 한국어 교원 파견 규모를 확대하고, 장기적으로는 국외 한국어 교원의 파견보다 현지 한국어 교원 양성 교육을 강화하면서 전문적 교원의 선발을 확대할 필요가 있다고 할 수 있다. 국외에서 한국국제교류재단, 재외동포재단, 등 다른 한국어 교육 기관에서도 한국어 교원 연수에 대해서 지원 및 연수와 관련된 기능을 통합 운영하면서 확대할 필요가 있다. 이를 위해 다른 한국어교육 기관과 통합적인 운영이 필요하여 국외의 모든 한국어 교원 교육 및 연수를 위한 실질적인 역할을 담당하도록 하는 방안을 모색할 필요가 있다.

3. 결론

본 논문은 K-Culture의 핵심 동력, 한글의 세계화 전략 중 전 세계 한국어 보급과 관련하여 그중 하나인 ‘한국어 세계화 전략’으로 문화체육관광부에서 공시한 ‘한국어 세계화 전략’ 다섯 가지 전략(‘촘촘하게, 똑똑하게, 문화로 재미있게, 언제 어디서나 편리하게, 현지 기반 탄탄하게’)을 제시하고 다섯 가지 키워드로 제시된 정책을 중심으로 정책의 과제를 제언하고 향후 발전을 위한 시사점을 도출하면서 한국어와 한국문화의 보급 및 발전 방향성을 제시하였

다. 본고에서 제시한 ‘한국어 세계화 전략’에 대한 발전 방향성의 내용을 크게 다섯 가지로 요약하면 첫째, 해외 많은 한국어 학습자를 위한 교육원 및 한국어와 한국 문화를 접할 수 있는 곳이 늘어나야 한다는 것이고, 두 번째 한국어와 한국문화를 교육, 보급하기 위해 교원 교육이 필요하다는 것이다. 세 번째는 문화교육 측면에서 언어에 집중된 교육을 한류를 통한 다양한 콘텐츠의 개발을 하여 해외 한국 문화 보급에 더 많은 노력을 해야 할 것이다. 네 번째는 최근 온라인 관련하여 다양한 플랫폼이 개발되고 이러한 콘텐츠를 활용하여 한국어 및 한국 문화를 교육하고 보급할 수 있도록 해야 할 것이다. 마지막은 한국어 학습자들이 한국어와 한국문화를 배우는 것에서 그치지 않고 직접 교육을 할 수 있는 전문적인 인력으로 성장할 수 있도록 현지 기반을 탄탄하게 하는 것이다.

본 논문은 ‘한글의 세계화 전략’ 중 하나인 ‘한국어 세계화 전략’에 대한 문화체육관광부 정책과 그에 따른 개선점을 분석해 향후 지속적 발전을 위한 몇 가지 제언하고자 했다는 점에서 의의가 있다고 할 수 있다. 추후 연구에서 현지 교원의 정책 및 한류 관련 다양한 콘텐츠 개발에 대한 타당성과 접합성에 관한 깊이 있는 연구가 필요가 있겠다. 이상 연구 과제들을 후속 과제로 제언하면서 본고를 마무리하고자 한다.

〈참 고 문 헌〉

□ 참고논문

- 김지형 「비대면 시대의 한국어교육의 전망과 과제 -온라인 세종학당을 중심으로」, 『이중언어학』, 제87권, 이중언어학회, 2022, 25-48쪽.
- 노채환, 「포스트 코로나 시대의 한국어교육 - 온라인 수업에 대한 학부 유학생들의 인식을 바탕으로」, 『한중인문학연구』, 제72권, 한중인문학회, 2021, 1-23쪽.
- 변지영 외, 「한국의 공공외교와 세종학당 : 2007-2015년 국가별 지정 요인에 관한 실증분석」, 『한국정치학회보』, 제52권(제2호), 한국정치학회, 2018, 173-201쪽.
- 진정란 외, 「온라인 세종학당 운영을 위한 발전 방안 연구」, 『이중언어학』, 제87권, 이중언어학회, 2022, 183-204쪽.
- 최경진, 「4차 산업혁명 시대의 개인정보보호법제 개선방안」, 『법제연구』, 제53권, 한국법제연구원, 2017, 177-211쪽.

□ 기타자료

- 대한민국 정책 브리핑, <https://www.korea.kr>
- 세종학당재단, www.ksif.or.kr
- 요즘대구, <https://lifedaegu.com>

ABSTRACT

The Key Power of K-Culture, the Globalization Strategy of Hangeul

- The Ministry of Culture, Sports and Tourism's policy on the distribution of Korean language around the world, focusing on the "Korean language globalization strategy."

Jung Wonki¹⁸⁾

The purpose of this paper is to suggest policy tasks and derive implications for future development, focusing on the policy of "Korean Globalization Strategy" announced by the Ministry of Culture, Sports and Tourism regarding the distribution of Korean language around the world. As a "Korean Globalization Strategy," five strategies for "Korean Globalization Strategy" announced by the Ministry of Culture, Sports and Tourism ('Tight, Smart, Fun with Culture, Anytime, Convenient, and Local-Based Solid') were presented, and policy tasks were suggested around the policies presented with five keywords, and implications for future development were drawn, suggesting the direction of the spread and development of Korean language and culture.

To summarize the five major development directions for the "Korean Globalization Strategy" presented in this paper, first, there should be more educational centers for many Korean

18) Korea National University of Education, Lecturer

language learners abroad and places where they can access Korean language and culture, and second, teacher education is needed to educate and disseminate Korean language and culture. Third, in terms of cultural education, it is necessary to make more efforts to spread Korean culture abroad by developing various contents through the Korean Wave through language-focused education. Fourth, various platforms have recently been developed in relation to online, and these contents should be used to educate and disseminate Korean language and culture. The last is to strengthen the local base so that Korean language learners can grow into professional manpower who can directly educate themselves, not just learning Korean language and culture.

Keywords : K-Culture, Korean language dissemination, Korean language globalization strategy, Korean culture dissemination, Korean content

정 원 기

전 자 우 편 : jk1135@naver.com

논문 접수일 : 12월 06일

심사 완료일 : 12월 25일

게재 확정일 : 12월 26일

(재) 문화영토연구원 소식

1. 홍일식 (재)문화영토연구원 초대 이사장 별세



(재)문화영토연구원의 설립자이며 초대 이사장을 역임한 홍일식 이사장께서 노환으로 별세하였다. (故)홍일식 이사장은 1936년 서울에서 출생하였으며, 고려대학교 민족문화연구소 소장, 민족문화연구원 원장을 역임하며 평생을 국학과 민족문화 연구에 헌신해왔다. 또한 고려대학교 13대 총장, (재)한국인문사회연구원 이사장, 우당 이회영선생기념사업회 회장 등을 역임하면서, 우리 사회의 정신적 전통을 회복하고 확립하는 데에 많은 관심을 기울여왔다.

(故)홍일식 이사장은 문화가 갖고 있는 선한 영향력을 통해 인류의 평화에 기여하고자 하는 ‘문화영토론’을 주창하였으며, 고려대학교 퇴임 후 말년에는 대부분의 사재를 출연하여 2019년 (재)문화영토연구원을 설립하고 운영에 전력을 기울여왔다.

2. 홍성걸 교수 (재)문화영토연구원 제2대 이사장으로 선임



(재)문화영토연구원에서는 2023년 10월 20일 이사회를 개최, 홍성걸 교수(국민대학교 행정학과)를 제2대 이사장으로 선임하였다.

홍성걸 신임 이사장은 “고인이 되신 홍일식 이사장님께서 추구하고자 하셨던 재단 설립의 의의와 향후 발전계획을 충실히 받들 것”을 약속하였다.

신임 이사장 선임은 (故)홍일식 이사장의 별세로 인한 연구원 운영의 공백을 최소화 하기 위한 조치이며, 신속한 신임 이사장 선임을 통해 (재)문화영토연구원은 설립자이자 초대 이사장인 (故)홍일식 이사장의 유지를 잘 이어갈 수 있을 것으로 기대된다.

3. 본 재단이 공동주최한 "2023 K-콘텐츠 국제학술대회" 성료



본 연구원이 공동주최한 "2023 K-콘텐츠 국제학술대회"가 2023년 11월 18일(토) 한국 외국어대학교에서 개최됐다. 총 30여 명의 발표자와 100여 명의 청중이 참석한 이번 국제학술대회는 해외 학자 중심의 기조 발표와 한국과 중국의 신진 학자들 중심의 개인 발표로 이루어졌다. 본 연구원이 중심이 되어 준비한

2개의 세션에서는 총 7명의 발표자와 토론자가 다양한 주제와 시

각이 담긴 연구 성과를 발표함으로써 청중들의 관심을 끌었다.

금번 국제학술대회는 본 연구원이 공동주최자로 참여함으로써 연구원 설립 이래 처음으로 주최한 국제학술대회라는 면에서 큰 의미를 갖고 있다. 향후 2024년에는 본 연구원 설립 5주년을 맞이하여 문화영토론을 주제로 한 국제학술대회를 단독으로 준비하고 있다.

4. 『문화영토연구』, 한국연구재단 등재후보학술지로 선정



2020년 창간한 (재)문화영토연구원의 학술지 『문화영토연구』가 한국연구재단의 ‘2023년 학술지 평가’에서 등재후보학술지로 선정되었다. 이로써 『문화영토연구』는 2024년부터 기존의 일반학술지보다 한 단계 높은 학술적 위치를 갖게 되었다. 아울러 한국연구재단의 규정에 따라 2023년에 게재된 논문들부터

모두 등재후보학술지 논문으로 인정받게 되었다.

이번 성과는 (재)문화영토연구원의 학술활동이 갖고 있는 다양성과 전문성을 한 단계 높이는 계기가 될 것이며, 본 연구원은 이 과정에서 관심과 도움을 아끼지 않으신 여러 회원들께 깊이 감사드린다. 향후 본 연구원은 더욱 엄정한 관리를 통해 『문화영토연구』가 등재학술지로 한 단계 더 도약할 수 있도록 배전의 노력을 다하고자 한다.

(재) 문화영토연구원 회칙

제 1 장 총 칙

제1조 (명칭)

이 법인은 “재단법인 문화영토연구원”이라 한다.

제2조 (소재지)

이 법인의 사무소는 서울시 성북구에 두며 국내외 필요한 곳에 분사무소(지부)를 1개소까지 설치할 수 있다.

제3조 (목적)

이 법인은 「민법」 제32조 및 「문화체육관광부 및 문화재청 소관 비영리법인의 설립 및 감독에 관한 규칙」 제4조의 규정에 따라 설립된 법인으로서 사회일반의 이익에 공여하기 위하여 전통문화와 민족문화의 연구활동 및 지원을 통해 우리 국민의 문화소양 함양에 기여함을 목적으로 한다.

제4조 (사업)

1. 이 법인은 제1조의 목적을 달성하기 위하여 다음의 목적사업을 행한다.

- ① 문화영토관련 정책개발에 관한 연구 및 지원
- ② 전통문화발전을 위한 연구 및 지원
- ③ 효 문화의 확대 및 재생산에 대한 연구 및 지원
- ④ 민족문화발전 및 세계화를 위한 연구 및 지원
- ⑤ 그 밖에 이 법인 목적 달성에 필요한 사업

2. 제1항의 목적사업 경비에 충당하기 위하여 부동산임대 사업을 행한다.

3. 제2항의 수익사업을 경영하고자 하는 경우에는 미리 감독청의 승인을 받

아야 한다.

제5조 (이익공여 무상의 원칙)

1. 제4조 각호의 목적사업으로 제공하는 이익은 원칙적으로 무상으로 한다.
2. 제4조의 사업수행으로 제공되는 이익은 그 목적을 한정된 경우를 제외하고는 수혜자의 출생지, 출신학교, 직업, 기타 사회적 신분 등에 의하여 부당하게 차별하지 않는다.
3. 제1항의 목적사업의 경비에 충당하기 위하여 수익사업을 행할 수 있다. 수익사업을 경영하고자 하는 경우에는 미리 문화체육관광부장관의 승인을 받아야 한다.

제6조 (법인의 이익)

이 법인의 목적사업과 수익사업에서 얻은 이익은 개인에게 귀속시킬 수 없다.

제 2 장 임 원

제7조 (임원의 종류와 정수)

1. 이 법인에 다음의 임원을 둔다.
 - ① 이사장 1명
 - ② 이사 5명
 - ③ 감사 1명

2. 제1항 제2호의 이사에는 이사장을 포함한다.

제8조 (임원의 임기)

1. 이사의 임기는 3년, 감사의 임기는 2년으로 한다.
2. 임원의 임기 중 결원이 생긴 때에는 이사회에서 보선하고, 보선에 의하여 취임한 임원의 임기는 전임자의 잔여기간으로 한다.

제9조 (임원의 선임방법)

1. 임원은 이사회에서 선임하여 취임한다.
2. 임기전의 임원의 해임은 이사회 의결을 거쳐야 한다.

제10조 (이사장의 선출방법과 그 임기)

1. 이사장은 이사회에서 선출한다. 다만, 이사장이 궐위되었을 때에는 지체 없이 후임 이사장을 선출하여야 한다.
2. 이사장의 임기는 이사로 재임하는 기간으로 한다.

제11조 (임원의 결격사유)

1. 다음 각호의 1에 해당하는 자는 임원이 될 수 없다.
 - ① 미성년자
 - ② 금치산자 또는 한정치산자
 - ③ 파산자로서 복권되지 아니한 자
 - ④ 금고이상의 형을 받고 집행이 종료되거나 집행을 받지 아니하기로 확정된 후 3년이 경과되지 아니한 자
 - ⑤ 주무관청으로부터 임원의 취임이 취소된 후 2년이 경과되지 아니한 자
 - ⑥ 특정경제범죄가중처벌등에관한법률 제 14조 2항의 규정에 해당되는 자
2. 임원이 제1항 각호의 1에 해당하게 된 때에는 그 자격을 상실한다.

제12조 (이사장 및 이사의 직무)

1. 이사장은 이 법인을 대표한다.
2. 이사는 이사회에 출석하여 이 법인의 업무에 관한 사항을 심의 · 의결하며, 이사회 또는 이사장으로부터 위임받은 사항을 처리한다.

제13조 (이사장의 직무대행)

1. 이사장이 사고가 있을 때에는 이사장이 지명하는 이사가 이사장의 직무

를 대행한다.

2. 이사회장이 궐위되었을 때에는 이사 중에서 연장자 순으로 이사장의 직무를 대행한다.
3. 제2항의 규정에 의하여 이사장의 직무를 대행하는 이사는 지체 없이 이사회장 선출의 절차를 밟아야 한다.

제14조 (감사의 직무)

감사는 다음의 직무를 행한다.

- ① 법인의 재산상황을 감사하는 일
- ② 이사회 운영과 그 업무에 관한 사항을 감사하는 일
- ③ 법인의 재산상황 또는 이사회 운영과 그 업무에 관한 사항에 대하여 이사회장 또는 이사회에서 의견을 진술하는 일
- ④ 이사회 회의록에 기명·날인하는 일
- ⑤ 이사회에의 시정요구나 주무관청에 보고를 위하여 필요한 경우 이사회 소집

제 3 장 이 사 회

제15조 (이사회회의 기능)

이사회는 다음의 사항을 심의·결정한다.

- ① 업무집행에 관한 사항
- ② 사업계획 운영에 관한 사항
- ③ 법인의 예산, 결산, 차입금 및 자산의 취득·처분과 관리에 관한 사항
- ④ 정관의 변경에 관한 사항
- ⑤ 임원의 임면에 관한 사항
- ⑥ 주요사업계획 수립 및 변경에 관한 사항 등 법인의 기본운영방침에 관한 사항

- ⑦ 직제규정, 인사규정, 복무규정, 보수규정, 회계규정 등 제 규정의 제정과 개정에 관한 사항
- ⑧ 제5조 제3항의 규정 외 신규 수익사업에 관한 사항
- ⑨ 기타 이사장 또는 이사 3분의 1이상이 필요하다고 인정하여 부의하는 안건

제16조 (의결정족수)

1. 이사회는 이사정수의 과반수가 출석하지 아니하면 개최하지 못한다.
2. 이사회 의사 출석이사 과반수의 찬성으로 의결한다.
3. 이사회 의결권은 위임할 수 없다.

제17조 (의결제척 사유)

이사장 또는 이사가 다음 각호의 1에 해당하는 때에는 그 의결에 참여하지 못한다.

- ① 임원의 선임 및 해임에 있어 자신에 관한 사항을 의결할 때
- ② 금전 및 재산의 수수를 수반하는 사항으로서 법인과 당해 임원의 이해가 관계될 때

제18조 (이사회 소집)

1. 이사회는 이사장이 소집하고 그 의장이 된다.
2. 이사회를 소집하고자 할 때에는 적어도 회의 7일전에 목적사항을 명시하여 각 이사에 통지하여야 한다.

제19조 (이사회소집의 특례)

1. 이사장은 다음 각호의 1에 해당하는 소집요구가 있을 때에는 그 소집요구일로부터 20일 이내에 이사회를 소집하여야 한다.
 - ① 재적이사 과반수로부터 회의의 목적사항을 제시하여 소집을 요구한 때
 - ② 이사장이 필요하다고 인정할 때
 - ③ 제14조 제5호의 규정에 의하여 감사가 소집을 요구한 때

제20조 (서면의결 금지)

이사회의 의사는 서면의결에 의할 수 없다.

제 4 장 재산 및 회계

제21조 (재산의 구분)

1. 이 법인의 재산은 다음과 같이 기본재산과 운영(보통)재산으로 구분하며 기본재산 목록은 별지 1과 같다.
2. 다음 각호의 1에 해당하는 재산은 이를 기본재산으로 하고, 기본재산 이외의 일체의 재산은 운영(보통)재산으로 한다.

- ① 설립시 기본재산으로 출연한 재산
- ② 기부에 의하거나 기타 무상으로 취득한 재산. 다만, 기부목적에 비추어 기본재산으로 하기 곤란하여 이사회의 승인을 얻은 것은 예외로 한다.
- ③ 보통재산 중 이사회에서 기본재산으로 편입할 것을 의결한 재산
- ④ 세계(歲計)잉여금 중 적립금

3. 이 법인의 기본재산은 다음과 같다.

- ① 설립당시의 기본재산은 별지목록 1과 같다.
- ② 현재의 기본재산은 별지목록 2와 같다.

제22조 (재산의 평가)

이 법인의 모든 재산의 평가는 취득당시의 시가에 의한다.

제23조 (재산의 관리)

1. 이 법인의 기본재산을 매도 · 증여 · 임대 · 교환하거나 담보에 제공하거나 의무부담 또는 권리의 포기를 하고자 할 때에는 이사회의 의결을 거쳐

감독청의 허가를 받아야 한다.

2. 법인이 매수·기부채납 기타 방법으로 재산을 취득할 때에는 지체 없이 이를 법인의 재산으로 편입 조치하여야 한다.
3. 기본재산 및 보통재산의 유지·보존 및 기타관리(제1항 및 제2항의 경우를 제외한다)에 관하여는 이사장이 정하는 바에 의한다.
4. 기본재산의 목록이나 평가액에 변동이 있을 때에는 지체 없이 “별지목록 2”를 변경하여 정관변경 절차를 밟아야 한다.

제24조 (경비의 조달방법 등)

이 법인의 유지 및 운영에 필요한 경비는 기본재산의 과실, 사업수익, 사원의 회비 및 기타의 수입으로 조달한다.

제25조 (회계의 구분)

이 법인의 회계는 목적사업회계와 수익사업회계로 구분한다.

제26조 (회계원칙)

이 법인의 회계는 사업의 경영성과와 수지상태를 정확하게 파악하기 위하여 모든 회계거래를 발생의 사실에 의하여 기업회계의 원칙에 따라 처리한다.

제27조 (회계연도)

이 법인의 회계연도는 정부의 회계연도에 따른다.

제28조 (예산외의 채무부담 등)

예산외의 채무의 부담 또는 채권의 포기는 이사회회의 의결을 받아야 한다.

제29조 (예산서 및 결산서 제출)

이 법인은 매 회계연도 종료 후 2월 이내에 다음 각호의 서류를 이사회회의 의결을 얻어 감독청에 제출한다.

- ① 다음 사업연도의 사업계획 및 수지예산서
- ② 당해 사업연도의 사업실적 및 수지결산서

- ③ 당해 사업연도말 현재의 재산목록

제30조 (회계감사)

감사는 회계감사를 연 1회 이상 실시하여야 한다.

제31조 (회계의 공개)

1. 본회의 예산과 결산은 이사회가 따로 정하는 방법에 따라 공개한다.
2. 연간 기부금 모금액 및 활용실적은 인터넷 홈페이지를 통해 매년 3월 공개한다.

제 5 장 정관변경 및 해산

제32조 (정관변경)

이 법인의 정관을 변경하고자 할 때에는 이사회에서 3분의 2이상의 찬성으로 의결하여 다음 각호의 서류를 첨부하여 감독청의 허가를 받아야 한다.

- ① 변경사유서 1부
- ② 정관개정안(신 · 구대조표를 포함한다) 1부
- ③ 정관의 변경에 관한 이사회회의록 등 관련서류 1부
- ④ 기본재산의 처분에 따른 정관변경의 경우에는 처분의 사유, 처분재산의 목록, 처분의 방법 등을 기재한 서류 1부

제33조 (해산)

이 법인을 해산하고자 할 때에는 이사회에서 재적사원 4분의 3 이상의 찬성으로 의결하며, 청산인은 파산의 경우를 제하고는 그 취임 후 3주 이내에 해산의 사유 및 연월일, 청산인의 성명 및 주소와 청산인의 대표권을 제한한 때에는 그 제한을 감독청에 신고하여야 한다.

제34조 (잔여재산의 귀속)

이 법인이 해산할 때의 잔여재산은 국가·지방자치단체 또는 유사한 목적을 가진 다른 비영리법인에 귀속하도록 한다.

제35조 (공고사항 및 방법)

법령의 규정에 의한 사항과 다음 각호의 사항은 이를 조선일보에 공고하여 행한다.

- ① 법인의 명칭 및 사무소의 소재지 변경
- ② 이사회에서 공고하기로 의결한 사항

문화영토연구 편집위원회 규정

제 1 장 총 칙

제1조 (명칭)

본 규정은 “『문화영토연구』 편집위원회규정”이라고 한다.

제2조 (목적)

본 규정은 『문화영토연구』 편집위원회의 조직 및 권한, 임무와 활동 및 투고 논문 심사 등에 관한 제반사항을 규정하는 데 목적이 있다.

제 2 장 조직 및 권한

제3조 (구성)

편집위원회는 편집위원장 1인~2인, 편집위원 8인 이상, 편집간사 1인 이상으로 구성한다.

제4조 (위촉)

1. 편집위원장은 편집위원들 중 호선에 의해, (재)문화영토연구원(이하 문연) 이사장이 위촉한다. 편집위원장은 관련 분야 연구 업적이 탁월하고 국내외 학술 활동이 활발한 자로 한다.
2. 편집위원은 편집위원회의 추천에 의해, 이사장이 위촉한다. 편집위원의 추천은 다음 사항을 준수하도록 한다.
 - ① 본 학술지의 학술적 전문성을 제고할 수 있는 연구자로, 해당 분야의 학문적 성과가 높고 학술 활동이 활발하여야 한다.
 - ② 지역별 균형성을 고려하여 편집위원의 소속기관이 국내외 6개 이상 지역에 고루 분포되어야 한다.

- ③ 심사의 공정성을 위해 특정대학 소속 교원이 편집위원 총수의 1/2을 초과할 수 없다.
- 3. 편집간사는 박사급 이상의 전문 인력 중에서 편집위원회의 추천에 의해, 문연 이사장이 임명한다. 편집간사는 편집위원회를 도와 편집 및 간행에 관한 제반 업무를 수행한다

제5조 (권한)

편집위원회는 학회지 투고 논문의 심사 및 편집, 기타 간행물의 편집과 관련된 활동 전반에 대한 권한을 갖는다.

제6조 (임기)

편집위원장 및 편집위원의 임기는 2년으로 한다.

제 3 장 업무와 활동

제7조 (업무)

- 1. 편집위원회는 본 학술지의 기획, 심사, 편집 및 출판에 관한 제반 사항을 주관한다.
- 2. 편집위원회는 편집위원회 규정과 학회지 논문 투고 규정 및 심사 규정을 정하고 이를 엄정하게 적용한다.
- 3. 편집위원장은 논문 심사과정을 엄정하게 관리할 의무가 있으며, 논문 심사결과에 관한 최종적 책임을 진다.
- 4. 편집위원회는 학술지의 질적 수준 향상과 우수 연구자들의 학술지 투고를 독려하기 위해 별도로 우수 논문을 선정할 수 있다.

제8조 (소집)

편집위원회는 연 2회 이상의 정기적인 회의를 개최하며, 편집위원장의 필요에 따라 수시로 소집할 수 있다.

제9조 (성립)

1. 편집위원회는 편집위원장과 편집위원의 과반수 이상의 출석으로 성립된다.
2. 편집위원장이 부득이한 사유로 궐석한 경우에는 소집된 편집위원의 합의에 의해 선출된 자가 위원장의 직무를 대리할 수 있다.
3. 부득이한 사정으로 출석하지 못한 편집위원 중 제반 안전에 대한 의사를 위임한 경우 출석으로 간주한다.
4. 편집위원회는 대면 회의를 원칙으로 하되, 부득이한 경우 비대면 회의로 갈음할 수 있다.

제10조 (의결)

편집위원회의 제반 안전은 출석 위원 과반수의 찬성으로 의결한다. 다만, 찬반 동수인 경우에는 편집위원장이 결정한다.

제 4 장 투고 논문의 심사

제11조 (심사위원)

1. 심사위원은 편집위원회에서 위촉한다.
2. 심사위원은 해당 논문을 심사할 수 있는 해당 분야의 전공자여야 한다. 단, 해당 분야의 전공자가 부족할 경우 인접 전공자를 심사위원으로 위촉할 수 있다.
3. 논문 투고자와 특별한 관계에 있는 자는 심사위원으로 위촉할 수 없다.
4. 심사위원은 논문 1편당 3인으로 한다.

제12조 (익명성과 비밀 유지에 관한 의무)

1. 심사용 원고는 반드시 익명으로 하며, 심사에 관한 제반 사항은 편집위원장 책임하에 대외비로 하여야 한다.
2. 익명성과 비밀 유지의 의무를 위반한 경우 편집위원회에서 그 징계를 의결하여 시행한다.

3. 편집위원이 투고한 논문을 심사할 때에는 해당 편집위원을 꺾어서킨 후 심사위원을 선정하여야 한다.

제13조 (심사 절차)

1. 심사는 1차, 2차, 3차 심사로 진행한다.
2. 1차 심사는 편집간사가 투고 논문의 제반 요건을 검토한다. 투고 논문이 본 학술지의 성격에 맞고 제반 규정에 위배되지 않는 경우 2차 심사를 진행한다. 다만, 전체 논문투고건(국외 포함) 중 특정 기관(학교)의 논문투고건 비율이 1/3을 초과하게 될 경우, 논문 투고 순서에 따라 다음 호로 심사를 연기할 수 있다.
3. 2차 심사는 편집위원회에서 해당 분야 전문가 3인의 심사위원을 위촉한다.
4. 심사위원은 위촉받은 논문을 심사하여 '게재가', '수정 후 게재', '수정 후 재심', '게재불가'의 판정 소견을 편집위원회에 제출한다.
5. 편집위원회에서는 3인의 심사위원의 심사결과를 검토하여 투고 논문의 '게재가', '수정 후 게재', '수정 후 재심', '게재불가'를 최종 결정한다.
6. 심사 결과 '게재가' 또는 '수정 후 게재' 판정을 받은 논문에 대해서는 편집위원회에서 그 판정 소견을 검토하여 수정 요구 사항을 투고자에게 통보한다.
7. '게재' 및 '수정 후 게재' 판정을 받은 논문에 대해서는 논문 심사서를 수령한 후 소정 기일 내에 원고를 수정하여 편집위원회에 송부하도록 한다.
8. 편집위원회는 '수정 후 게재' 판정을 받은 논문들 중 수정 요구 사항이 성실하게 이행되거나 해명된 논문에 한하여 게재를 최종 결정한다.
9. 심사 결과 '수정 후 재심' 또는 '게재 불가' 판정을 받은 논문에 대해서는 편집위원회에서 그 판정 소견을 검토하여 투고자에게 통보한다.
10. 3차 심사는 '수정 후 재심' 판정을 받은 논문에 한해 편집위원회에서 심사위원 1인을 위촉하여 진행하되, 심사결과는 '게재가'와 '게재불가'로만 판정한다. 단, 3차 심사는 발간 일정을 감안하여 다음 호로 연기할 수 있으며, 지정된 기한까지(심사결과 통보일로부터 최대 90일) 투고자가 수정원고를 제출하지 않은 경우에는 '게재불가'로 확정한다.

제14조 (심사기준)

1. 심사 결과는 항목별 평가(심사소견), 종합 평가(게재여부), 심사 총평(심사내용)으로 나누어 진행한다.
2. 항목별 평가는 다음 10가지 기준에 따라 평가한다.
 - ① 논문의 주제는 창의적인가?
 - ② 관련 이론의 검토는 충분한가?
 - ③ 연구 방법은 적절한가?
 - ④ 논문의 구성은 논리적인가?
 - ⑤ 논문 내용의 일관성이 있는가?
 - ⑥ 서술은 성실하게 이루어졌는가?
 - ⑦ 연구의 학문적 기여도는 어떠한가?
 - ⑧ 참고문헌의 인용은 정확한가?
 - ⑨ 논문 초록은 적절한가?
 - ⑩ 초록 및 주제어의 외국어 표기는 적절한가?
3. 종합 평가는 ‘게재가’, ‘수정 후 게재’, ‘수정 후 재심’, ‘게재불가’ 중의 하나로 한다.
4. 심사 총평은 항목별 평가와 종합 평가에 대한 근거 및 의견을 총괄적으로 기술하되, 수정요구 사항이 있을 경우 그 내용을 구체적으로 제시하여야 한다.

제15조 (게재 여부의 최종 판정)

1. 게재 여부에 관한 제반 사항은 편집위원회가 최종적으로 결정하고 책임진다.
2. 게재 여부의 최종 판정은 3인 심사위원의 심사결과를 종합하여 ‘게재가’, ‘수정 후 게재’, ‘수정 후 재심’, ‘게재불가’의 4등급으로 한다.
3. 편집위원회는 심사위원의 심사결과에 따라 게재가-3점, 수정후 게재-2점, 수정 후 재심-1, 게재불가-0점을 부여하고, 상위득점자 순으로 게재 여부를 결정한다.
4. 기타 자세한 심사 절차와 방법은 제14조의 심사 절차와 제15조의 심사 기준을 따른다.

제16조 (이의 신청)

1. 투고자는 심사 내용과 논문 게재 여부에 대해 이의를 신청할 수 있다.
2. 이의 신청을 하고자 하는 투고자는 그 사유를 담은 신청서를 작성하여 편집위원회에 송부한다.
3. 이의 신청을 한 투고자의 논문은 편집위원회에서 이의 신청 수락여부를 결정하고, 타당하다고 판단된 경우 조치를 취한다.

부 칙

본 규정은 『문화영토연구』 제2권 1호의 간행(2021. 6. 30)부터 적용한다.

부 칙

본 규정은 『문화영토연구』 제4권 2호의 간행(2023.12.31)부터 적용한다.

문화영토연구 투고 규정

제1조 목적

본 규정의 목적은 (재)문화영토연구원(이하 ‘문연’)의 학술지인 『문화영토연구』에 수록될 논문의 투고와 관련된 제반 사항을 규정하는 데 있다.

제2조 투고범위

1. 『문화영토연구』에는 다음과 같은 주제의 연구논문을 투고할 수 있다.
 - ① 국가의 소프트파워인 민족문화의 세계화 현상
 - ② 우리 민족문화의 창조적 계승·발전 방안
 - ③ 국내외 한류(K-Culture)의 현황과 확산 방안
 - ④ ‘문화영토론’에 대한 학술적 분석
 - ⑤ 기타 편집위원회에서 관련성을 인정한 주제
2. 투고된 연구논문은 타 간행물에 발표되지 않은 것이어야 한다.

제3조 투고자격

『문화영토연구』의 투고는 ‘문화영토론’에 관심이 있는 석사학위 이상 소지자, 혹은 이와 동등한 자격을 가진 자에 한한다.

제4조 연속투고 금지

1. 연속투고란 직전의 학술지에 논문을 게재한 자가 다음에 발행되는 학술지에 연속하여 투고하는 행위를 말하는 것으로, 학회원 간의 형평성을 위해 연속투고는 금지한다.
2. 단, 복수의 저자 중의 한 사람이 다음 호에 단독으로 연속투고 하는 경우, 반대로 단독투고 이후에 복수의 저자들과 함께 투고하는 경우에는 예외로 한다.

제5조 투고원고의 작성

1. 모든 투고논문은 한글로 작성하는 것을 원칙으로 한다. 외국어로 작성된 논문에 대해서는 편집위원회에서 번역문 수록여부를 결정한다.
2. 모든 투고논문은 200자 원고지 170매 내외로 작성되어야 한다. 논문의 초록은 원고지 3매 내외의 분량으로 하며, 주제어는 5개 내외를 제시한다.
3. 모든 투고논문은 '한글'로 작성되어야 하며, 부득이한 경우 호환 가능한 프로그램을 사용하여 작성해야 한다.

제6조 투고원고의 체제

1. 모든 투고논문은 다음의 체제를 준수해야 한다.
[제목-필자명(소속기관 및 직위)-국문 초록-국문 주제어-본문-참고문헌-영문 제목-영문 필자명(영문 소속기관 및 직위)-영문 초록-영문주제어]
2. 모든 투고논문은 원고 말미에 필자명, 메일주소를 명기한다.
3. 그 외에 정해지지 않은 사항은 관례에 따라 처리한다.
4. 제목의 번호는 다음과 같은 순서로 부여한다.
1, 2, 3 ……
1), 2), 3) ……
(1), (2), (3) ……
①, ②, ③ ……

제7조 인용

1. 인용 내용의 분량이 짧은 경우 본문 속에 “ ”로 인용의 시작과 끝을 밝혀 기술한다. 반면, 인용 내용의 분량이 많은 경우 본문에서 위와 아래를 한 줄씩 비우고 좌로부터 5글자를 들여 써야 한다.
2. 인용하는 내용이 외국어로 기술된 경우 번역하여 신는다. 단, 원어를 병기할 경우 각주에 기재하는 것을 원칙으로 한다.
3. 중간의 내용을 생략할 경우 (……) 말줄임표로 생략을 표기한다.

제8조 각주의 표기

1. 단행본

① 국문도서

필자명, 『저서명』, 출판사, 출판년도, ○쪽.

예) 김숙자, 『문화콘텐츠학』, 문화영토, 2020, 10쪽.

② 외국도서

필자명, *저서명(이탤릭체 표기)*, 출판사, 출판년도, p. ○.

예) Lindgren, R., *The Social Philosophy of Adam Smith*, Martinus Nijhoff, 1973, p. 27.

※ 영문 책제목은 이탤릭체로 표시한다.

※ 저자가 2인인 경우 저자 이름을 모두 표기하며, 3인 이상인 경우 대표저자 1인 이름을 표기한 후 외(영문의 경우: et al.)로 표기한다.

2. 단행본 안의 논문, 또는 글을 인용

① 국문논문

필자명, 「논문제목」, 대표저자(편자), 『저서명』, 출판사, 출판년도, ○쪽.

예) 이세현, 「문화콘텐츠의 창작」, 조광조, 『문화콘텐츠학의 기초』, 가현출판, 2020, 16쪽.

② 외국논문

필자명, “논문제목”, 대표저자(편자), *저서명 또는 학술지명(이탤릭체 표기)*, 지역: 출판사, 출판년도, p. ○.

예) Lindgren, R., “The Social Philosophy of Adam Smith”, *Ralph Norman Angell*, The Hague: Martinus Nijhoff, 1973, p. 27.

3. 한글 번역본

필자명, 번역자명 옮김, 『번역서명』, 출판사, 출판년도, ○쪽.

예) 베르너 쾰바르트, 이상률 옮김, 『사치와 자본주의』, 문예출판사, 2017, 36쪽.

4. 학위논문

필자명, 「논문제목」, 소속 대학 및 학과, 학위구분, 출판년도, ○쪽.

예) 조광조, 「K-pop의 콘텐츠 활용 양상에 대한 연구」, 세종대학교 문화콘텐츠대학원 석사학위 논문, 2016, 10쪽.

5. 정기간행물 또는 저널 속의 논문

① 국문

필자명, 「논문 또는 글의 제목」, 『잡지명』, 제○권(제○호), 학회명, 출판년도, ○쪽.

예) 박선옥, 「스터디코리안 K-POP 한국어 콘텐츠 개선 방안 연구」, 『문화영토연구』, 제2권(제1호), 문화영토연구원, 2021, 171쪽.

② 영문

필자명, “논문 또는 글의 제목”, 잡지명(이탤릭체 표기), Vol.○, No.○, 출판년도, p. ○.

예) Longaker, M. G., “Adam Smith on Rhetoric and Phronesis, Law and Economics”, *Philosophy and Rhetoric*, Vol. 47, No. 1, 2014, p. 23.

6. 기타 자료

① 일간신문

기자이름, 「기사제목」, 『신문명』, 발행연월일, 00면.

② 온라인 기사

기자이름, 「기사제목」, 『신문명』, 발행연월일(검색일자: 0000년 00월 00일)

③ 온라인 자료

[제목], url, (검색일자: 0000년00월00일)

예) [태권도 역사],

<https://www.koreataekwondo.co.kr/d002>, (검색일자: 0000년 00월 00일)

7. 중복된 참고문헌 인용

① 국문인 경우 바로 위의 주에서 인용한 참고문헌을 다시 인용할 경우 위의 책, 위의 글(논문)이라 표기한다.

예) 위의 책 (위의 글), 10쪽.

② 바로 앞이 아닌 그 이전의 주에서 인용된 참고문헌을 다시 인용할 때 저자명 명기 후 앞의 책, 앞의 논문이라 표기한다.

예) 김숙자, 앞의 책 (앞의 글), 17쪽.

베르너 쾰바르트, 앞의 책, 23쪽.

- ③ 같은 저자의 여러 참고문헌을 인용할 경우 참고문헌명까지 작성하며, 논문도 이와 동일하게 적용한다.

예) 조광조, 『문화콘텐츠학의 기초』, 17쪽.

조광조, 『문화와 소비』, 20쪽.

- ④ 영문(외국어)의 경우 바로 위의 주에서 인용한 참고문헌을 다시 인용할 때는 *Ibid.* 표기한다.

예) *Ibid.*, p. 25.

- ⑤ 바로 앞이 아닌 그 이전의 주에서 인용된 참고문헌을 다시 인용할 경우 저자명을 먼저 명기한 후 *op. cit.* 표기한다.

예) Longaker, M. G., *op. cit.*, p. 16.

제9조 참고문헌 표기

1. 참고문헌은 단행본, 참고논문, 기타자료로 구분하고, 단행본을 참고문헌의 최상단에 표기한다. 배열은 가나다 순을 원칙으로 한다.

① 단행본

② 참고논문

③ 기타자료

인터넷, 기사 등의 자료는 ‘기타자료’로 표기하며 참고문헌 최하단에 표기한다.

2. 참고문헌의 수가 많지 않은 경우 위 1과 같이 세분하는 대신, 국내문헌(가나다 순), 외국문헌(알파벳순)만 구분하여 제시할 수 있다.

3. 참고문헌은 본문과 각주에서 언급된 문헌정보만을 밝히며, 다음과 같은 체계를 따른다.

① 문헌정보의 제시 순서는 국내문헌, 외국문헌 순으로 작성한다.

② 국내문헌은 저자 이름에 따라 가나다 순서로, 영어 및 외국어 문헌은 저자 이름에 따라 알파벳 순서로 배열한다.

③ 외국저자의 인명이 다르게 표기된 번역서들을 복수로 인용하는 경우

외국저자의 인명은 통일해서 사용한다. 각주와 참고문헌에도 하나의 이름만을 사용한다. 단, 본문에서 맨 처음 인용 시 각주를 활용해 인명을 통일했음을 밝힌다.

각주 예) 본 연구는 혼란을 피하기 위해 Adam Smith를 ‘애덤 스미스’로 번역하고자 한다. 동일인을 ‘아담 스미스’로 번역 표기한 저술에 대해서도 본문, 각주, 참고문헌에서 ‘애덤 스미스’라는 명칭을 사용할 것이다.

- ④ 복수의 저자가 쓴 단행본 안의 논문이나 글을 인용할 경우 대표저자 한 사람만 표기한다.

예) 류방택, 「고색 문화와 사치」, 『대중문화와 소비』, 김시습 외 지음, 신예문화, 2020.

4. 참고문헌은 다음의 예시를 따른다.

① 단행본

김숙자, 『문화콘텐츠학』, 문화영토, 2020.

김시습·류방택, 『고색 문화와 사치』, 신예문화, 2020.

조광조, 『문화와 소비』, 문화시티, 2019.

베르너 쾰바르트, 이상률 옮김, 『사치와 자본주의』, 문예출판사, 2017.

※ 동일 저자의 단행본이 참고문헌에 수록될 때는 출간일 순서로 가장 빠른 단행본에 저자명을 밝히고, 나머지는 생략한다.

② 참고논문

박선옥, 「스터디코리안 K-POP 한국어 콘텐츠 개선 방안 연구」, 『문화영토연구』, 제2권(제1호), 문화영토연구원, 2021, 163-192쪽.

조광조, 「K-pop의 콘텐츠 활용 양상에 대한 연구」, 태종대학교 문화콘텐츠대학원 석사학위 논문, 2016.

Lindgren, R., “The Social Philosophy of Adam Smith”, *Ralph Norman Angell*, The Hague: Martinus Nijhoff, 1973.

Longaker, M. G., “Adam Smith on Rhetoric and Phronesis, Law and Economics”, *Philosophy and Rhetoric*, Vol. 47, No. 1, 2014.

※ 동일 저자의 논문이 참고문헌에 수록될 때는 출간일 순서로 가장 빠른
논문에 저자명을 밝히고, 나머지는 생략한다.

③ 기타자료

[태권도 역사], <https://www.koreataekwondo.co.kr/d002>, (검색일
자: 0000년 00월 00일)

※ 동일 저자의 기타자료가 참고문헌에 수록될 때는 게시일 순서로 가장
빠른 자료에 저자명을 밝히고, 나머지는 생략한다.

제10조 부호의 사용

1. 각종 부호의 사용은 다음의 사항을 준수하여야 한다.

- ① 책: (자판 입력)겹낫표(『』)
- ② 작품: (자판 입력)낫표(「」)
- ③ 전문용어: (자판 입력)홑낫표(〈〉)

2. 그 외에 정해지지 않은 사항은 관례에 따라 처리한다.

제11조 저자의 표시

1. 논문의 저자가 2인 이상일 경우에는 논문저술의 기여도에 따라 제1저자,
제2저자 등으로 각주를 통해 표시한다.

2. 논문의 저술에 있어 복수의 저자들의 기여도가 비슷한 경우에는 공동저자
로 각주를 통해 표시한다.

제12조 원고의 투고

1. 투고논문의 투고 마감일은 학술지 발행일자에 따라 매년 4월 30일, 10월
31일을 원칙으로 한다.

2. 투고논문은 반드시 컴퓨터 파일 형태로 작성되어야 한다.('한글' 프로그
램 권장)

3. 투고논문의 투고는 당 연구원 전용 전자투고시스템을 통해 이루어져야
한다.

<https://kyobo197.medone.co.kr/>

4. 논문 투고시 반드시 '논문 유사도 검사' 결과를 첨부해야 한다.

5. 저자의 소속 및 직위 정보는 구체적으로 표기한다. 미성년자인 경우 반드시

시 그 사실을 밝혀야 하며, 학교와 학년 혹은 최종 소속과 직위, 재학년도 등을 표기해야 한다.

6. 저자가 복수인 경우에는 제1저자를 가장 먼저 표기해야 하며, 그에 이어 교신저자 및 기타 저자들을 수록해야 한다.

제13조 투고료 및 원고료

1. 투고를 위한 입회비와 연회비, 심사료는 면제된다.
2. 투고된 논문에 대한 게재료 및 추가 인쇄료는 면제된다.
3. 게재된 논문에 한해 한시적으로 ₩500,000(세전)의 원고료를 지급한다.
4. 원고료 지급 시한에 대해서는 편집위원회의 건의에 의해 이사회에서 의결한다.

제14조 게재 논문 저작권

『문화영토연구』에 게재된 논문에 대한 저작권은 문연이 소유한다. 저작권에는 디지털 저작물의 복제 및 전송권을 포함한다. 단, 게재된 논문의 필자가 본인의 논문을 사용할 경우에는 특별한 사정이 없는 한 문연은 이를 승인한다.

제15조 기타사항

투고와 관련된 기타 사항은 편집위원회에서 정한다.

〈부 칙〉

이 규정은 『문화영토연구』 제2권 2호의 간행(2021. 12. 31)부터 적용한다.

〈부 칙〉

이 규정은 『문화영토연구』 제4권 2호의 간행(2023. 12. 31)부터 적용한다.

문화영토연구 간행 규정

제1조 (명칭)

본 규정은 “『문화영토연구』 간행 규정”이라고 한다.

제2조 (목적)

본 규정은 (재)문화영토연구원(이하 '문연')에서 발간하는 학술지인 『문화영토연구』의 간행에 관한 제반사항을 규정하는 데 목적이 있다.

제3조 (간행물 성격)

『문화영토연구』는 문화를 통해 동아시아 및 세계와 소통하는 K-Culture 전 문·학·술·지로서 관련 분야의 논문 및 기타 학술성과물을 실는다.

제4조 (간행 형태 및 시기)

1. 『문화영토연구』는 문연의 인터넷 홈페이지를 통해 전자책 형태로 간행함을 원칙으로 한다.
2. 『문화영토연구』는 매년 6월 30일, 12월 31일 두 차례에 걸쳐 간행한다.

제5조 (심사 대상 및 방법)

1. 투고된 원고 중에서 문연의 일정에 따라 투고된 논문을 심사대상으로 한다.
2. 심사방법은 “『문화영토연구』 편집위원회 규정”의 “제4장. 투고 논문의 심사”에 명시되어 있으며 편집위원회는 이 규정을 준수하여 논문 심사를 진행한다.

제6조 (연구 윤리)

『문화영토연구』에 투고, 게재되는 논문에 관한 연구윤리는 “문화영토연구원 연구윤리 규정”에 따른다. 논문 투고자는 이 규정을 준수하여야 한다.

제7조 (간행물 열람 및 배포)

『문화영토연구』는 전자책 형태로 간행되며 민연 홈페이지를 통해 가입한 회원이면 누구나 수록 논문을 열람할 수 있다. 다만, 문연 및 관련 연구 기관 보관용으로 소량의 학술지를 인쇄 배포한다. 논문 게재자에게는 논문 별쇄본과 학술지를 배포한다.

〈부 칙〉

이 규정은 『문화영토연구』 제2권 1호의 간행(2021. 6. 30)부터 적용한다.

문화영토연구 학술 연구 윤리 규정

제 1 장 총 칙

제1조 (명칭)

이 규정은 (재)문화영토연구원(이하‘문연’)에서 발간하는 학술지인 “『문화영토연구』 연구윤리 규정”이라 칭한다.

제2조 (목적)

이 규정의 목적은 문연의 연구윤리를 명확히 규정함으로써 연구부정행위를 방지하며, 또한 문제 발생 시 연구부정행위 여부를 공정하고 객관적으로 검증할 수 있는 기준을 마련하는 데 있다.

제3조 (적용대상)

이 규정은 문연 발행학술지 『문화영토연구』 논문투고자 및 게재자에게 적용된다.

제4조 (연구부정행위의 정의)

‘연구부정행위’라 함은 전 연구과정에서 발생하는 위조 및 변조, 표절, 부당한 논문저자표시, 중복게재 등을 말한다.

1. ‘위조’는 존재하지 않는 데이터 또는 연구결과 등을 허위로 만들어 내는 행위를 말한다.
2. ‘변조’는 연구 자료-과정 등을 인위적으로 조작하거나 데이터를 임의로 변형, 삭제함으로써 연구 내용 또는 결과를 왜곡하는 행위를 말한다.
3. ‘표절’은 타인의 저작, 연구 착상 및 아이디어나 가설, 이론 등을 정당한 승인 또는 인용 없이 사용하는 행위를 말한다.
4. ‘부당한 논문저자표시’는 연구진행 또는 결과에 대하여 학술적 기여를 한 사람에게 정당한 이유 없이 논문저자 자격을 부여하지 않거나, 학술적 기

여가 없는 자에게 논문저자 자격을 부여하는 행위를 말한다.

5. '중복게재'는 편집인이나 독자에게 이미 출간된 본인 논문의 존재를 알리지 않고 이미 출간된 본인 논문과 완전히 동일하거나 거의 동일한 텍스트의 본인 논문을 다른 학술지에 다시 제출하여 출간하는 것을 말한다.
6. '중복투고'는 투고한 논문과 동일하거나 비슷한 내용의 논문을 심사 종료 전에 타 학회(혹은 기관)에 투고하는 행위를 말한다.

제5조 (비윤리적 연구행위의 범위)

다음의 행위는 비윤리적 연구행위에 해당한다.

1. 학술지나 논문의 인용지수를 조작할 목적으로 또는 논문의 게재 가능성을 높일 목적으로 관련성에 의문이 있는 문헌을 의도적으로 참고문헌에 포함시키는 행위
2. 자신의 데이터 또는 이론에 유리한 문헌만을 편파적으로 참고문헌에 포함시키는 행위
3. 연구업적을 부풀릴 의도로, 하나의 논문으로 게재되어야 할 연구결과를 여러 개의 논문으로 분할하여 게재하는 행위

제 2 장 위원회 구성 및 운영

제6조 (위원회 구성)

1. 연구윤리위원회는 연구부정행위 여부를 공정하고 객관적으로 심의하기 위해 운영되는 비상설기구이다.
2. 연구윤리위원회는 편집위원회로부터 문제가 제기된 관련 분야 전공자를 추천받아 문연 이사장이 위임하되, 5인 내외의 위원으로 구성된다.
3. 위원장은 구성된 연구윤리위원회 위원들 중 호선으로 정한다.
4. 제보자 및 피제소자와 직접적인 이해관계가 있는 사람은 이 위원회의 구성원이 될 수 없다.

제7조 (심의요청)

1. 개인이나 대학부서, 학술단체 등은 『문화영토연구』의 논문투고자 및 게재자의 제반 연구행위가 연구부정행위 및 비윤리적 연구행위에 해당하는지 여부에 대한 판단을 요청할 수 있으며, 요청은 반드시 서면으로 이루어져야 한다.
2. 위원장은 제1항의 절차에 따른 심의가 요청되면 신속히 위원회를 소집하여야 한다.

제8조 (위원회 회의)

위원회 회의는 다음과 같은 절차를 거쳐 진행된다.

1. 위원회 회의는 위원장이 소집하고 그 의장이 된다.
2. 의장은 서면으로 각 위원에게 회의안건 및 필요한 사항을 기재하여, 적어도 회의 개최일 1주일 전에 통지하여야 한다.
3. 위원회의 회의 내용은 공개하지 않는다. 단, 필요한 경우에는 위원회의 결정에 따라 그 내용을 공개할 수 있다.

제9조 (조사절차와 심의결과 등)

1. 위원회는 제7조 제1항의 심의요청 사건에 대하여 진상조사가 필요하다고 인정되면 즉시 조사에 착수해야 한다.
2. 위원회는 조사절차 과정에서 피제소자의 소명권을 보장해야 한다.
3. 위원회는 제보자, 피제소자 및 관계인에게 자료제출을 요구할 수 있으며, 필요한 경우 관련자들을 출석하게 하여 의견을 청취할 수 있다.
4. 위원회는 신청사건에 대한 조사를 종료한 때에는 제보자에게 15일 이내에 심의결과를 서면으로 통지하여야 하며, 피제소자에 대해 서면으로 권고, 시정요구, 중재, 제재 등의 적절한 조치를 내릴 수 있다.

제10조 (비밀유지 의무)

위원회에는 다음과 같은 비밀유지 의무가 있다.

1. 위원회의 조사과정 등 일체의 사항은 비밀로 한다.
2. 조사절차에 참여한 자는 조사 또는 직무수행상 알게 된 개인의 신상 정보를 조사과정은 물론 조사과정 종결 이후에도 누설해서는 아니 된다.

제11조 (제보자 및 피제소자의 권리 보호)

위원회는 다음과 같이 제보자 및 피제소자의 권리를 보호해야 한다.

1. 위원회는 제보자가 부정행위 신고를 이유로 신분상 불이익, 근무조건상 차별, 부당한 압력 또는 위해 등을 받지 않도록 보호해야 한다.
2. 위원회는 조사 및 심의 과정에서 피제소자의 명예나 권리가 부당하게 침해되지 않도록 주의해야 한다.
3. 위원회는 연구부정행위 여부가 최종 결정되기까지는 피제소자의 신원을 외부에 공개해서는 아니 된다.
4. 직접적인 이해관계의 상충 등 정당한 이유가 있을 경우, 제보자와 피제소자는 적절한 절차에 따라 위원의 교체를 요구할 수 있다.

제 3 장 연구윤리 관련 제재 조치

제12조 (연구부정행위에 대한 제재)

위원회는 연구부정행위에 대해 다음과 같은 제재를 가한다.

1. 연구부정행위가 확인된 해당 논문은 게재(투고) 취소 및 삭제한다.
2. 『문화영토연구』에 논문 투고 금지
 - ① 표절의 경우, 영구히 논문 투고를 금지한다.
 - ② 위조 및 변조의 경우, 5년간 논문 투고를 금지한다.
 - ③ 부당한 논문저자표시 및 중복게재의 경우, 3년간 논문 투고를 금지한다.
3. 연구부정행위로 확정되면 문연 홈페이지 및 연구 부정행위 확정 후 발간되는 첫 학술지에 연구 부정행위 사실을 공시한다.
4. 연구부정행위가 밝혀진 후 30일 이내에 연구부정행위자의 소속 기관에 연구 부정행위 사실을 서면으로 통보한다.

제13조 (허위제보에 대한 제재)

위원회는 고의로 허위제보를 한 제보자에 대해서는 다음과 같은 제재를 가한다.

1. 5년간 『문화영토연구』에 논문 투고를 금지한다.
2. 문연 홈페이지 및 허위제보행위가 밝혀진 이후 발간되는 첫 학술지에 허위제보행위 사실을 공시한다.
3. 허위제보행위가 밝혀진 후 30일 이내에 허위제보행위자의 소속 기관에 허위제보행위 사실을 서면으로 통보한다.

제14조 (조사 방해 행위에 대한 제재)

위원회는 본인 또는 타인의 부정행위 혐의에 대한 조사를 고의로 방해하거나 제보자에게 위해를 가하는 등의 조사 방해 행위에 대해 다음과 같은 제재를 가한다.

1. 5년간 『문화영토연구』에 논문 투고를 금지한다.
2. 문연 홈페이지 및 조사 방해 행위가 밝혀진 이후 발간되는 첫 학술지에 조사 방해 행위 사실을 공시한다.
3. 조사 방해 행위가 밝혀진 후 30일 이내에 조사 방해 행위자의 소속 기관에 조사 방해 행위 사실을 서면으로 통보한다.

제 4 장 세부 시행지침

제15조 (연구윤리 규정 게시)

문연 홈페이지에 “『문화영토연구』연구윤리규정”을 게시하여 누구든 언제든 볼 수 있게 함으로써 연구윤리교육의 확산을 도모한다.

제16조 (연구윤리 자기 점검)

본 학술지에 논문을 투고하는 자는 온라인 투고 시 사전에 투고논문이 연구윤리 규정에 위반되는 사항이 없는지를 “연구윤리 및 저작권에 관한 자기점검[체크리스트]”을 통해 점검해야 한다.

제17조 (논문표절방지시스템 활용)

본 학술지의 논문 투고자는 논문의 표절 여부를 객관적으로 확인하기 위해 한국연구재단 한국학술지인용색인에서 제공하는 ‘논문유사도 검사’ 결과를 투고 논문과 함께 제출해야 한다.

〈부 칙〉

이 규정은 2021년 6월 1일부터 시행한다.

〈부 칙〉

이 규정은 2023년 1월 1일부터 시행한다.

제4권 2호 논문 심사 경위

투고 마감일	2023년 12월 10일
총투고 논문 수	10편
심사위원 수	편당 3인 이상
심사 마감일	2023년 12월 23일
수정 논문 접수	2023년 12월 25일
총 게재 논문 수	5편
논문 게재율	50%

임원 명단

이사장	홍성걸
이 사	손대오, 박종렬, 김정우, 김윤선
감 사	이대명
편집위원장	홍성걸(국민대) · 김정우(고려대)
	김윤선(고려대), 윤애경(창원대),
	김찬기(한경대), 최영희(서울과기대),
편집위원	장은진(경성대), 장만호(경상대),
	홍성구(경북대), 조은하(강원대),
	오재혁(건국대), 김공숙(안동대)

SJL파트너스 후원으로 출간되었습니다.

여러분의 뜨거운 성원과 배려가
文化領土研究院의 힘이요 채찍입니다.

(財)**文化領土研究院** 후원계좌
하나은행 : 187-910009-37605