

러시아의 한국 국가이미지와 문화외교의 역할*

최벼리** · 김형섭***

중앙대학교

Abstract

Korea Nation Image in Russia and the Role of Cultural Diplomacy

Choi, Byeo-ri · Kim, Hyongsup

Culture has already become the most important part of a nation's diplomacy in the 21st century. The majority of countries perceive the significance of cultural diplomacy and try to maximize the potentials of cultural diplomacy to maintain the interrelationship among countries. Since 1990, South Korea and the Russian Federation have continued the partnership on the basis of politically and economically mutual cooperation. However, Korea nation image in Russia still falls behind those of other countries, such as Japan and China. The Russian perception of Korea nation image remains under the influence or preference of Korean products of good quality by Samsung, Hyundai, and LG, etc.

This study aims to examine the role of cultural diplomacy between South Korea and Russia based on the current situation and interrelationship between the two countries. As the result of the research, this study suggests the direction of cultural policy that the Korean government should perform in the future for the

* 이 논문은 2012년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2012S1A6A3A02033580) (본고는 제1저자의 석사학위논문을 발췌, 수정 보완하여 작성되었음을 밝힙니다.)

** 제1저자, 중앙대학교 일반대학원 동북아학과 석사

*** 교신저자, 중앙대학교 유럽문화학부 교수

- DOI: <http://dx.doi.org/10.15755/jfs.2016.38.313>

mutual relationship between South Korea and Russia. First of all, it is necessary to build a periodical dialogue channel between the summits of South Korea and Russia. Incessant cooperative relationship between the two countries makes the solid partnership and mutual benefits from cultural diplomacy.

In the 21st century a nation image reflects its politics, economics, diplomacy, etc. The nation image is made up with many factors, but the most important factor is the culture which reflects and symbolizes the nation. The majority of countries keep advertising their countries and trying to have more influence through culture.

To enhance the nation image of Korea in Russia, South Korea has to continue cultural promotions, culture education, cultural cooperation, etc. with the help of cultural diplomacy of the Korean government.

Keywords: Nation Image, Cultural Policy, Russia, Korea, the Role of Cultural Policy

주제어: 국가이미지, 문화정책, 러시아, 한국, 문화정책의 역할

I. 서론

21세기에 접어들어 문화는 외교의 중추적 역할을 수행하게 되었다. 하드파워(Hard Power)에 기반한 국가 간의 외교와는 달리, 현재의 여러 국가들은 소위 소프트파워(Soft Power)를 핵심으로 하는 문화외교가 주축으로 국가 간의 관계를 이루게 되었다. 1990년대만 해도 문화보다는 국가의 안보, 대내외의 정치, 경제 상황 등에 중점을 두었던 한국 외교 역시 이러한 시대의 조류속에서 문화를 매개체로 하는 외교를 통해 다른 국가들과의 우호적인 관계를 쌓고 국가 이미지를 긍정적으로 바꾸기 위한 노력을 진행하고 있다. 하지만 러시아에서 한국의 국가이미지에 대한 인식을 보면 아직 그 효과는 미비한 수준이다.

1990년 국교 수교 이후, 2016년 현재 한러 수교 26주년을 맞는 양국은 2008년부터 정치-경제적 상호협력에 입각한 ‘전략적 협력 동반자’로서 양국관계를 유지하고 있다. 이러한 결과로 1992년부터 양국의 무역액은 연평균 24.9%씩 증가하여 2014년에는 1992년의 134배로 증가하였으며, 수출 면에서도 연평균 22.4%씩 증가하여

1992년부터 2014년까지 86배의 성장률을 보였다.¹⁾ 또한 박근혜 정부가 추진하는 ‘유라시아 이니셔티브’ 정책²⁾은 양국의 협력이 현실화 되는 작업이다. 예를 들어 한반도종단철도(TKR), 시베리아횡단철도(TSR), 그리고 중국횡단철도(TCR)를 연결하여 유라시아 지역을 하나의 대륙으로 연결하고 이를 통해 교통과 물류의 중심지로 만들고자 하는 것이다. 한국은 이러한 철도 연결을 통해 동북아 지역의 평화를 구축하고 경제를 활성화함과 동시에 북한과의 평화 통일을 이루려는 목적을 가지고 있다. 러시아 역시 이를 바탕으로 하여 TSR 철도의 안정적 수입원과 효율성을 제고하고 화물수송의 안정적인 수입원을 확보하며 시베리아 극지방의 경제를 활성화시키는 효과를 기대하고 있다.³⁾ 뿐만 아니라 한국과 러시아는 ‘유라시아 에너지 네트워크’를 구축하여 경제적으로는 고용 창출, 산업생산 증대, 지역 경제의 통합 촉진을 꾀함과 동시에 외교적 측면에서는 유라시아 국가 간 협력을 증대시켜 평화를 이룩하려는 의도를 가지고 있다. 아직 그 사업이 지지부진한 측면도 있지만 전반적인 일련의 정책들을 살펴보면 러시아와 한국은 경제적, 정치적으로 상호협력을 통해 동반성장 하고 있음을 알 수 있다.

러시아와의 문화적 교류를 살펴보면, 2014년 한국관광공사에서는 ‘한국 러시아 상호 방문의 해’를 맞아 ‘한국관광 원정대’를 선발하여 러시아 주요 도시에 한국의 멋을 알리는 프로그램을 진행하였다. 또한 2015년 7, 8월에는 한국-러시아 수교 25주년을 맞이하여 외교부와 코레일이 주관하는 ‘유라시아 친선 특급’ 사업이 추진되었으며, 이 사업에 참여한 한국인 250여명은 친선특급열차를 타고 블라디보스톡을 출발하여 베를린에 이르는 19박 20일의 시베리아횡단열차 여정을 마쳤다. 그 밖에도 다양한 프로그램을 통해 한국은 자국의 문화를 상대국인 러시아에 알리기 위해 힘쓰고 있다. 그러나 한국의 다양한 노력에도 불구하고 러시아에서 한국의 국가이미지에 대한 인식은 한국과 러시아간의 정치·경제적 발전 속도에 비해 뒤떨어지는 것으로 보인다.

강봉구⁴⁾의 한국에서 러시아에 대한 인식 조사결과에서도 이러한 경향은 뚜렷하게 나타난다. 이와 같이 전반적으로 그리 긍정적이지 않은 이미지를 형성하게 된 요인들 중 몇 가지를 언급하면, 먼저 제1·2차 북핵 위기의 해결과정에서 러시아가 보여준 정치적·외교적 역량의 미흡함을 지적할 수 있다. 또한 러시아의 경제적 개방성과 투명성에서의 부정적 이미지와 러시아 내의 치안과 안전관리체계의 문제점은 러시아의 대외적 이미지에서 부실성이 부각되는 결과를 초래했다. 또한 방교영⁵⁾의 연구에서는 20-30대 대학교 교육 이상을 받은 여성들을 중심으로 러시아의 국가 이

미지를 조사한 결과 러시아는 여전히 냉전과 공산주의의 이미지로 기억되고 있으며 접근하기 어려운 나라의 이미지와 부정적인 이미지가 강한 것으로 나타났다. 다른 한편으로 러시아에서의 한국에 대한 이미지를 살펴보자. 먼저 2013년 실시된 「러시아인의 일반적인 한국 이미지」⁶⁾에서 러시아인들의 아시아 주요 국가에 대한 설문결과 중국과 일본에 대해서 각각 62%와 67%가 긍정적이라고 대답한 반면 한국에 대해서는 57%가 긍정적이라고 대답하였다. 이는 다른 아시아 국가들에 비해서 한국에 대한 긍정적 인식이 높지 않은 것을 보여준다. 또한 한국에 대해 ‘잘 알고 있다’는 답변은 1%인 반면 ‘별로 관심이 없거나 알지 못 한다’와 ‘전혀 알지 못 하며 관심 또한 아예 없다’는 답변의 합은 75%에 이르는 것으로 나타났다.

이러한 선행 연구의 결과들을 살펴보면 한국과 러시아의 관계는 지난 26여년간 경제적·정치적으로 상호협력 하에 발전적인 관계를 유지하고 있음에도 불구하고 양국의 국민들의 상대국가의 이미지에 대한 인식은 여전히 20세기에 머무르는 수준으로 긍정적인 평가를 기대하기 어려운 것으로 추정된다. 따라서 본고에서는 한국과 러시아의 정치·경제적 관계에 비해 낮은 수준에 머물러 있는 상대국에 대한 인지적 평가측면에서의 문제점을 극복하기 위해 ‘문화외교’의 중요성을 재인식시키고자 한다. 소프트파워 중 하나인 문화를 매개체로 한 외교활동을 통하여 한국과 러시아간의 문화적 인식에 대한 거리감을 좁히고 궁극적으로 러시아 내에서 한국의 국가이미지를 개선하고자 한다. 그리하여 한국을 그저 경제적·정치적인 협력자로만 여기는 실용적 관점에서 벗어나 한국의 이미지의 개선을 통해 이해와 존중이 바탕이 되는 진정한 상호협력국의 모습을 실현해나가고자 한다.

II. 선행연구

국가 이미지와 관련된 해외논문은 어떤 제품의 품질평가는 그 제품이 만들어진 국가의 이미지에 의해 달라진다는 슐러(Schooler)⁷⁾를 비롯하여, 빌키(Bilkey)와 네스(Nes), 한(Han), 나가시마(Nagashima)는 국가 이미지가 특정 국가에서 만들어진 제품 품질에 대한 일반적인 인식이라는 관점에서 제품의 기능적, 상징적 이미지가 제품의 품질 지각이나 구매 의도에 미치는 영향을 분석하였다. 카틴(Cattin), 졸리베르트(Jolibert), 론즈(Lohnes)는 미국과 프랑스 기업의 구매 책임자들을 대상으로 미국, 프랑스, 서독, 영국 일본의 제품 이미지를 비교하여 제조국별로 제품 이미지에

차이가 있으며 그에 따라 제품 선호도에 차이가 나는 것은 미국과 프랑스인이 해당 국가에 대해 편견을 가지고 있기 때문이라고 했다. 파파도폴로스(Papadopolous)와 헤슬롭(Heslop), 왕(Wang)은 국가 이미지를 제품 관련 국가 이미지로 보지 않고, 순수한 국가 이미지 자체가 제품 평가에 미치는 효과에 대해 연구했다.

국내에서는 1990년대부터 국가이미지에 대한 활발한 연구가 진행되었다. 염성원⁸⁾은 1976년부터 2002년까지 국가이미지와 관련된 국내의 석·박사학위논문, 각종 학회나 연구기관에서 발행하는 학술지 연구논문 69편을 분석한 결과, 대체로 국가 이미지가 소비자의 제품에 대한 태도와 구매결정에 미치는 영향, 국가 이미지 제고 방안, 언론에 나타난 국가 이미지, 관광지로서 국가이미지 등을 주제 다루었다. 유재웅과 진용주⁹⁾는 2002년부터 2010년까지 게재된 논문들 중 한국교육 학술정보원의 학술연구정보서비스 사이트의 국내 학술지 논문들을 대상으로 하여 ‘국가이미지’, ‘국가브랜드’, ‘원산지 이미지’를 주제로 한 논문 122편을 분석하였다. 국내에서는 홍보, 광고, 커뮤니케이션 분야 등에서 중점적인 연구가 이루어졌으며, 연구 세부내용에 관한 조사에서는 국제스포츠 및 국제광고 등을 통한 국가이미지 관련 연구, 한국의 국가이미지 제고방안 연구, 국가이미지의 경제/해당국 기업제품에 미치는 파급효과 연구가 높은 수치를 기록한 반면 기타 분야에서는 저조한 연구 실적을 기록하면서 보다 국가이미지를 무형의 문화를 포함하여 다차원적으로 접근할 것을 지적했다.¹⁰⁾

국가 이미지 제고와 관련된 연구들을 살펴보면, 徐善花¹¹⁾는 중국이 국가이미지 향상을 위해 정치·경제·문화·외교 방면에서 실시하고 있는 이미지 제고 전략을 살펴봄과 동시에 중국이 문화 소프트파워 전략의 일환으로 내세우고 있는 공자학원이 국가이미지 제고에 미치는 영향을 알아보았다. 연구자는 중국의 문화소프트파워 전략인 공자학원은 첫째, 평화적인 국가이미지 구축, 둘째, 문화강국으로서의 친화적 이미지 전파, 셋째, 교육과 문화 전파로 중국에 대한 낙후된 이미지를 발전된 국가 이미지로 개선, 넷째, 공자학원을 통한 이미지 변화로 국제사회와의 교류 확대, 경제적 효과 증대시키는 역할을 통해 중국의 국가이미지를 제고하는데 직접적인 영향을 끼치고 있다고 하였다.

이훈익¹²⁾은 국가이미지 제고의 핵심요소가 문화라는 것을 언급하며 언론을 통하여 나타난 한국의 국가이미지를 분석하고 그 결과를 바탕으로 국가이미지 제고 방안을 제안하였다. 이훈익은 신효창이 1999년¹³⁾과 2003년¹⁴⁾ 두 차례 걸쳐 수행했던 연구를 바탕으로 하여 미국 언론에 나타난 국가이미지를 분석하였으며, 미국 언론

에 나타난 우리나라의 국가이미지는 부정적 인식이 강하다고 지적했다. 이런 부정적 이미지를 극복하기 위해서는 국가이미지 구성의 긍정적 요소로 작용하는 문화를 이용하여 ‘문화국가’ 이미지를 구축해야하며, 이를 위한 방안으로는 문화 이미지의 상징화와 세계화, 세계적 문화아이템 개발을 통한 한국문화의 세계화와 한국문화를 상징하는 대표이미지 개발 육성, ‘세종문화원’ 설립과 한국어 교육 프로그램 개발 등의 한국문화 세계화 추진 사업을 주장하였다.

최현경¹⁵⁾은 문화 마케팅을 국가 기반의 문화 마케팅으로 응용하여 국가 이미지를 제고하는 방안을 제안하였다. 국가 이미지 제고 방안으로 문화 산업의 적극적으로 육성하고 문화 상품의 수출을 확대하며, 한류의 확대 재생산과 스타 시스템을 활용하는 것, 문화 콘텐츠의 클러스터를 구축, 그리고 IT 기반의 문화마케팅을 제시했다.

문화외교에 대한 연구자료들을 통해 문화외교 혹은 문화교류의 현황과 활성화 방안 등에 대해 살펴보자. 엄혜진¹⁶⁾은 CIS지역에 거주하는 고려인 중 카자흐스탄, 우즈베키스탄 예술인들을 대상으로 하여 이들과의 문화예술교류를 중심으로, 문화예술교류를 정의하고 고려인들과의 문화예술교류의 필요성을 설명하고 그 지역의 고려인 예술인과 예술단체들의 현황을 조사하였다. 또한 현재 진행되고 있는 고려인 문화예술교류사업의 문제점을 지적하며 이를 극복하기 위한 방안으로 상호간의 언어학습 및 소통 노력을 통한 교류, CIS지역 국가의 특징을 파악한 차별화된 정책, 양국 간 문화예술교류에서 고려인 문화예술단체와 연계하여 고려인 문화예술단체들이 스스로 자립하고 발전해나갈 수 있게 하는 지속적인 교류와 지원 등을 언급하였다.

이신영¹⁷⁾은 한류가 급속하게 전파되고 있는 프랑스에서 진행되고 있는 국제문화교류와 문화외교 현황을 조사하였다. 또한 국제문화교류는 ‘국가 간에 문화예술 콘텐츠를 상호 교류하는 활동’이며, 문화외교는 ‘공공외교의 하위개념으로, 외국의 일반 대중을 대상으로 하는 공공외교의 일환이며, 문화를 수단으로 국익을 증진시키는 것을 목표로 하는 활동’으로 정의하여 서로 중첩되는 두 개념을 명확히 하였고, 주프랑스 한국문화원을 대상으로 국제문화교류 수행체제에 대한 사례 연구와 한국 국제교류재단을 대상으로 한 문화외교 수행체제 사례연구를 통해서 진행되고 있는 사업들을 분석하여 ‘국제문화교류를 전문적, 장기적으로 진흥할 수 있는 컨트롤 타워의 구축 필요’와 ‘현지 수요에 부합하는 콘텐츠 공급을 통한 장르 간 균형’을 국제문화교류 활성화 방안으로 제시하였다.

최아름¹⁸⁾은 문화외교는 공공외교의 하위개념이며, 국제문화교류를 문화외교의 수단으로 정의하였으며 한국 문화외교 담당주체별로 주요 업무와 기능 및 기본 방향 등을 정리하고 한국과 체코의 문화교류 주요 콘텐츠의 현황과 특징을 비교 분석하여 문화원 설립과 지역문화 전문 인력 양성을 통한 지속적인 문화교류의 장 확대와 양국의 협력을 통한 글로벌콘텐츠 개발, 지역문화커뮤니티의 형성을 통한 지역 문화브랜드 창조를 한국과 체코의 문화교류 활성화 방안으로 제시하였다.

지승희¹⁹⁾는 신자유주의 사고를 바탕으로 세계화 추세의 정도를 측정하여 한국과 러시아간의 공감대 형성 정도를 파악하고 교류의 수월성 여부를 분석하여 문화부문에서의 협력방안을 찾아내고자 하였다. 이 연구에서 국제 문화교류란 ‘국제교류라 불리는 활동 및 현상의 하나로서 사람들이 국경을 가진 국가에 의해 나뉘어 있으면서도 국경에 의해 서로 완전히 격리되어 있지 않다는 상황에서 발생하는 문화교류이며, 상대성을 갖는 쌍방의 흐름을 전제’로 하며 이런 국제문화교류는 단순한 문화행사가 아니라 민간인들의 외교활동으로 범위를 넓히고 있다고 설명하였다. 한국과 러시아의 문화교류 현황을 분석하고, 일방향적인 문화전파, 상업주의로 인한 부작용, 일반인들의 관람률 저조, 예산 문제 등을 문제점으로 지적하였다. 이러한 문제점의 해결책으로 다양한 분야의 전문가를 양성하여 인적교류를 확대하고, 순수예술 분야의 업무 효율성을 높임과 동시에 러시아 내에 있는 한국공관과 문화원을 활용하여 전시 및 공연예술교류를 활성화하며, 한국의 정체성과 고유성을 나타내는 문화원형, 세계적 보편성을 바탕으로 한 한국적 콘텐츠들을 개발하여 문화콘텐츠를 통해 교류하는 것을 제시했다.

최진희²⁰⁾는 한-러 수교 20주년을 맞은 2010년 11월에 있었던 제 1차 한러대화 KRD 포럼 중 한국과 러시아에서 진행되었던 설문조사²¹⁾를 비교분석하여 양국 문화교류의 발전 전략에 대한 몇 가지 제언을 했다. 연구자는 한국과 러시아의 상대국 문화에 대한 인식의 차이가 컸음을 지적하며, 이벤트성 행사가 아니라 실질적으로 상대국의 문화를 이해시킬 수 있도록 한국의 문화예술을 직접 체험하고 이해, 공감할 수 있는 프로그램 개발, 러시아 내 한국작가의 작품 번역을 통해 한국 문화에 대한 관심 고조, 한국문화와 한국인을 이해하는 러시아 예술인 육성을 제시하였다.

III. 국가이미지와 러시아 내 한국 이미지

- 러시아에서의 한국 국가이미지

먼저 러시아에서 진행된 한국의 국가이미지에 대한 설문조사 결과를 살펴보자. 최진희는 2010년에 실시되었던 한국과 러시아에서 상대국에 대한 문화적 이해도 측정 설문을 비교분석하였다. 설문들 중 러시아인을 대상으로 한 부분을 보면, 한국의 경제 발전 과학기술 발전 수준에 대한 질문에 경우 러시아 응답자의 72%가 높은 수준, 26%가 중간 수준, 2%만이 낮은 수준이라고 답했으며, '한국과의 경제 및 과학 기술 협력이 러시아에 이익이 된다고 생각하는가'에 대한 답변에 82%가 '그렇다'는 긍정적인 답변을 하며 러시아인에게 한국은 경제적 관점에서 매력적인 나라인 것으로 나타났다. 그러나 알고 있는 한국 문화예술, 한국 시, 한국 영화에 대해 물어본 결과 응답자의 수는 극히 미미하여 한국의 문화와 예술 콘텐츠가 러시아 일반인들에게 거의 알려져 있지 않다는 것으로 여겨진다.²²⁾

2013년에 러시아 비영리 독립 여론 조사 기관인 '레바다 첸트르(Levada center)'에서 조사한 「러시아인의 일반적인 한국 이미지」 연구보고서에서 따르면²³⁾, 러시아 45개 지역 130개 거주지에 살고 있는 18세 이상의 남녀 1,600명을 대상으로 한국에 대한 이미지를 조사한 결과, 러시아인들은 자동차, 전자제품, 휴대전화 등과 같은 한국산 제품을 통해서 한국에 대한 국가 이미지를 인식하는 것으로 나타났다. '한국' 또는 '한국인'하면 가장 먼저 떠오르는 것이 무엇인지 알아보는 설문에서 한국 자동차 27%, 한국 기업이 24%, 한국 휴대 전화기 및 기타 제품이 24%를 차지하며 한국의 기업이나 제품에 대한 답변은 높은 반면, 한국 제품에 대한 것 외에 답변은 '분단국가'라고 응답한 것을 제외하면 모두 10% 미만의 낮은 비율로 답변했다. 한국과 관련된 것 중 가장 관심이 가는 것이 무엇인가에 대한 질문에서도 자동차(32%), 가전제품(32%), 휴대전화(31%)로 대답하며 한국의 문화나 정치, 역사 등에 관심을 갖는 비율을 상대적으로 저조한 것으로 나타났다. 또한 한국에 대한 긍정적인 인식은 다른 아시아 국가인 중국과 일본에 비해 상대적으로 낮은 비율이다. 설문조사에서 알 수 있듯이 이는 이웃 국가들보다 낮은 수준이며, 한국을 인식하는 것이 한국의 문화, 예술, 역사 등과 같은 문화적인 요소들보다는 한국 제품에서 얻은 이미지를 바탕으로 한국을 인식하는 것으로 나타났다.

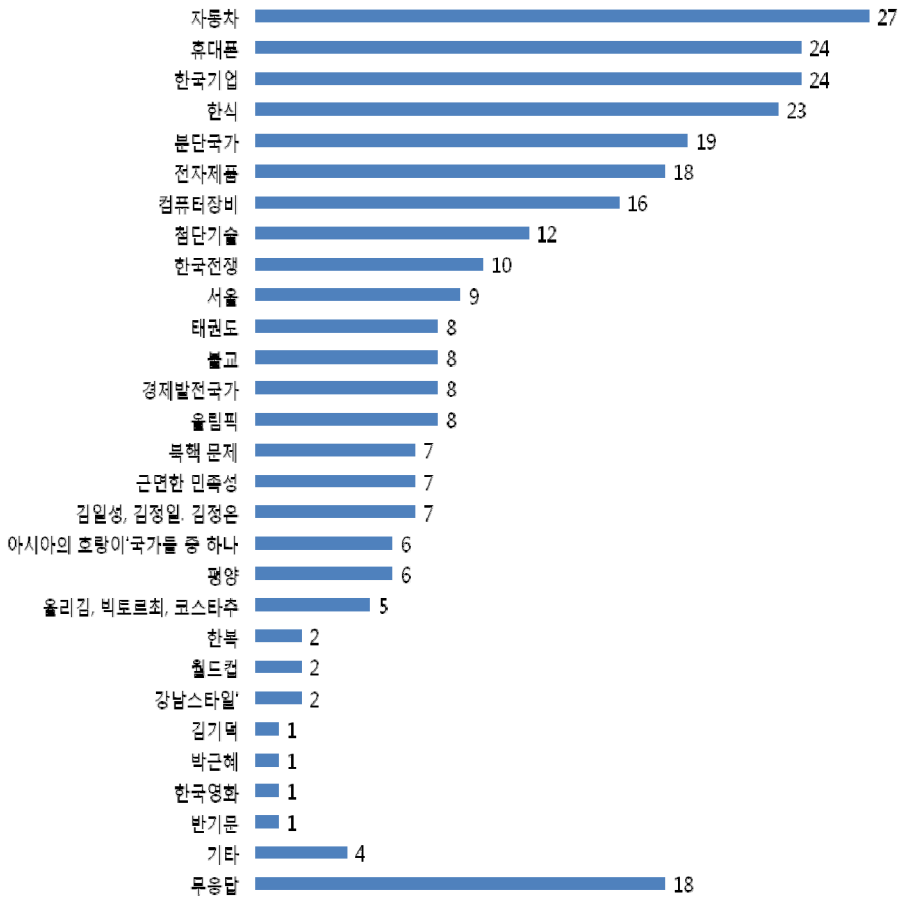


그림1. 한국, 한국인하면 떠오르는 것은?

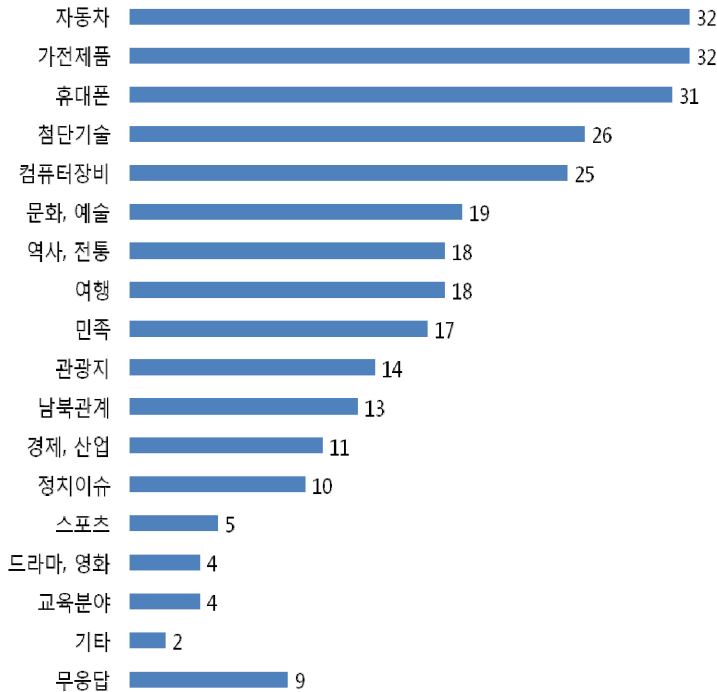


그림2. 한국과 관련해 가장 관심이 가는 것은?

강수경은 러시아에서 인지도가 높은 블로그인 “LiveJournal”에서 활발히 활동하는 러시아인 콘스탄틴 아스몰로프의 도움으로, 블로그를 통하여 설문조사를 통해 한국의 이미지에 대하여 연구²⁴⁾하였다. 한국학자 아스몰로프가 2007년 11월과 2009년 10월에 각각 300명과 100명을 대상으로 하여 “우리는 한국에 대하여 무엇을 알고 있는가?”를 주제로 ‘한국’, ‘한국인’하면 떠오르는 것이 무엇인지에 대한 설문조사를 진행했다. ‘한국’, ‘한국인’에 대해 연상되는 것들 중 5가지를 대답하는 방법으로 진행된 이 설문조사에서 2007년과 2009년 모두 삼성, 엘지, 현대와 같은 한국 기업들을 언급한 횟수가 가장 많았으며, 김정일, 핵무기, 사회주의, 공산주의와 같은 북한과 관련된 답변들이 상위권을 차지했다. 이 설문조사를 통해 러시아인들은 한국과 한국인을 북한과 남한, 또는 북한사람과 남한사람을 동시에 나타내는 단어로 인식하고 있으며, 가장 많이 응답했던 단어가 삼성이나 엘지와 같은 특정 기

업명, 제품 브랜드였다는 것을 통해 한국의 전자 제품 또는 자동차나 식품 브랜드 등을 통해서 한국에 대한 이미지를 인지하고 있다는 것을 알 수 있다. 아스몰로프는 한국인의 외모에 대해 응답한 답변 중에서 ‘작은 키’라고 응답한 응답자가 다수를 차지하는 것에 대해 한국인이 일본인이나 베트남인에 비해 평균키가 큰 편임에도 불구하고 이런 응답을 한 것은 많은 러시아인들이 한국인과 다른 아시아인들을 구별하지 못하기 때문일 수 있다고 지적하였다.²⁵⁾

윤영기와 김슬기가 2012년 4월부터 2012년 7월까지 진행한 모스크바 국립대학교와 모스크바 고등경제대학교, 러시아 국립국제관계대학의 순수 러시아인 학생 200명을 대상으로 실시한 조사²⁶⁾의 결과를 살펴보면, 한국과 북한, 일본, 중국 등에 대한 러시아 대학생들이 국가 호감도는 한·중·일 3국이 35% 정도로 유사한 수준이었으며 북한에 대한 호감도는 10%정도로 낮은 수준이었다. 그러나 미래의 파트너 국가로서 중국에 대해서는 54%가 높게 평가한 반면, 한국에 대한 미래 파트너십은 낮게 평가(12%)되고 있었다.



그림3. 국가별 호감도 및 미래 파트너십²⁷⁾

국가호감도와 문화체험의 상관관계에서도 일본은 만화, 영화, 게임 등의 다양한 매체를 통하여 러시아 젊은이들에게 오랜 기간 동안 간접적으로 경험할 수 있는 기회가 비교적 많았고 이로 인해 러시아 대학생들은 일본의 문화 체험 경험을 바탕으로

로 일본 방문이나 일본어 학습을 희망하는 비율이 비교적 높게 나타났다. 그러나 한국의 경우는 북한을 제외한 한·중·일 3국 중 가장 낮은 문화 체험 경험률을 보이며, 유사한 국가 호감도에도 불구하고 한국어 학습 희망율은 낮은 축에 속했다.

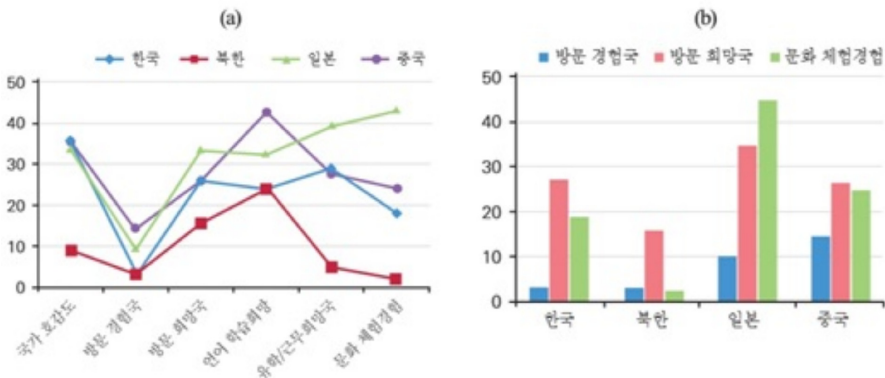


그림 4. 문화체험경험과 국가호감도 상관관계

한국, 북한, 일본, 중국의 국가 이미지에 대한 조사에서, 중국은 모조품과 낮은 품질 등으로 인해 러시아 대학생들에게 부정적인 이미지를 가지고 있지만, 황하문명, 만리장성, 중국의 여러 왕조들을 통해 역사와 전통을 가진 나라이며 현재 국제 사회에서의 중국의 영향력과 위치로 인해 러시아에게 필요한 국가라는 이미지 또한 지니고 있었다. 일본의 경우는 러시아와 일본 간의 쿠릴열도 분쟁이나 지진, 쓰나미 등의 부정적인 이슈들이 있었음에도 불구하고 스시나 영화, 애니메이션 등의 문화와 관련된 부분에 대한 높은 호감도로 인해 문화 대국, 경제 대국이라는 이미지가 강한 것으로 나타났다. 한국에 대한 이미지는 K-pop, 한국 드라마, 김치 등과 같은 한국 문화를 생각하는 학생들이 있었으나 이는 소수에 그쳤으며, 북한의 미사일 발사나 핵문제로 인해 남북문제를 연상하는 답변이 두드러졌고, 삼성, 기아 등의 러시아 시장에 진출하여 성공한 한국 기업과 기술력을 인식하고 있는 것으로 나타났다.²⁸⁾

러시아에서 한국의 국가 이미지에 관한 조사 결과의 대부분이 한국의 국가 이미지는 한국의 문화, 역사, 전통 등의 인식을 통해서 형성되기 보다는 러시아에 진출한 삼성이나 현대, 엘지와 같은 기업 브랜드와 기업의 제품에 대한 인식에 기여해

형성되는 것으로 나타났다. 한편 윤영기와 김슬기의 연구에 의하면 한국의 국가 이미지와는 다르게 일본의 국가 이미지는 일본의 문화에 대한 높은 호감도로 인해 문화 대국이라는 긍정적인 인식을 가지고 있는 것으로 나타났다.

문화의 인식을 통해 형성된 국가 이미지와 달리, 한 나라의 국가 이미지가 기업의 제품이나 기업 이미지를 통해 구축될 경우 기업 제품 품질에 이상이 생기거나 기업의 경영적 측면에서 문제가 발생하는 경우, 기업의 이미지 하락과 함께 국가의 이미지도 하락할 가능성이 높다. 최근에 발생한 독일의 자동차 회사 폭스바겐 사건의 경우도 폭스바겐사의 이미지 하락 뿐 만 아니라 독일 국가 자체의 이미지 실추를 염려하고 있는 것 역시 이와 일맥상통한다.

IV. 한-러 문화외교

1. 문화외교란 무엇인가?

대한민국 정부수립 시기에 타국에 단순히 자국을 홍보하는 대외 선전 업무에 불과했던 문화외교는 21세기에 들어 공공외교와 함께 외교의 핵심으로 발전했다. ‘동의와 설득’을 기반으로 하는 문화적 영향력인 소프트 파워(Soft Power)를 활용하여 타국의 호감을 삼으로써 문화외교의 영향력은 커지게 되었고, 이러한 문화외교는 정치·외교·군사·경제 등의 전통적인 국가 관계 결정 요인들을 넘어 보다 더 영속적이고 강력한 영향력을 행사하는 방향으로 흘러가고 있다.²⁹⁾ 이러한 문화외교의 개념에 대하여 공공외교에 속해있는 하위 개념으로 보는 견해와 공공외교와 문화외교를 동일하거나 수평적인 관계로 보는 견해가 있다. 외교통상부는 “정부 기구 혹은 정구기구로부터 위임받은 기관이 다른 나라의 정부와 국민을 대상으로, 예술·지식·정보·언어 및 제도 등을 수단으로 하여, 상호이해를 증진함으로써, 자국의 국가이미지 제고 등 연성권력을 높이기 위한 제반활동”³⁰⁾으로 문화외교를 정의하고 있으며 공공외교의 여러 부문 가운데 문화, 예술을 수단으로 하여 이루어지는, 공공외교의 하위개념으로 간주되고 있다. 이신영(2014)은 문화외교를 “외국의 일반 대중을 대상으로 하는 공공외교의 일환이며, 문화를 수단으로 국익을 증진시키는 것을 목표로 하는 활동”³¹⁾이라고 정의했다. Milton Cummings는 문화외교를 “상호이해 증진

을 위하여 국가 간·국민 간 서로 사상·정보·예술 및 기타 문화를 교환하는 행위”라고 정의하였는데³²⁾ 또한 신낙균은 문화외교를 공공외교의 하위개념으로 보는 경우 문화는 예술공연, 전시회, 대중문화 등의 협소한 의미를 내포하게 된다. 그러므로, 문화외교를 관계를 맺는 국가간의 이해와 소통의 넓은 의미로 해석한 Milton Cummings의 정의가 더 유용하다고 지적한다.³³⁾ 얀 말리센(Jan Melissen)은 메트 렌딩(Mette Lending)이 “문화적 교환은 단순히 ‘예술’이나 ‘문화’가 아니라 한 나라의 ‘사고, 연구, 저널리즘, 국가적 논의’를 서로 나누는 것이다. 이러한 관점에 따르면 전통적인 문화적 교환의 영역이 이제 새로운 국제 의사소통의 일부가 되었으며, ‘공공외교’의 발달은 문화, 언론, 정보활동 사이의 밀접한 관계 덕분에, 이를 테면 새로운 사회적·경제적·정치적 현실의 결과로 나타난 현상”³⁴⁾이라고 언급한 것을 통해 문화의 광의적 측면에서 공공외교와 문화적 관계 종사자들 간의 영역이 앞으로 더욱 중첩될 것이라고 지적하였다.³⁵⁾ 즉 공공외교와 문화외교의 영역이 정의하기 어려워질 것이라는 의미이다.

2. 한-러 문화외교 현황

러시아의 문화외교의 중요성 인식은 2000년대에 들어서면서 시작되었다. 푸틴대통령은 2000년 6월 28일 ‘러시아연방의 대외정책 개념’³⁶⁾이라는 문서에서 “세계여론의 다양한 계층에 러시아연방의 국제관계 분야에서의 입장을 객관적으로 정확하게 전달하고, 러시아가 주도하는 대외정책, 주요 국가 아젠다, 러시아의 문화·학문·지적 창조물의 성과를 해외에 알리는 일이 중요하다”고 밝히며 처음으로 공공외교의 중요성을 공표하였다.³⁷⁾ 2001년 2월에는 ‘대외 문화교류의 기본방향에 관한 외무부장관 지시’³⁸⁾를 통해 “문화와 예술을 러시아의 국제적 이미지를 제고하는데, 가장 유용한 프로그램으로 활용해야 할 것”이라고 명시함으로써, 문화 및 예술 프로그램을 통한 러시아의 대외적 이미지 제고가 외교 활동의 주요 목표 중 하나임을 밝혔다.³⁹⁾ 이후 푸틴 대통령은 2004년 크렘린궁 연찬회 기조 연설에서도 “러시아에 대한 해외의 인식과 현실은 거리가 있고 러시아의 입장을 왜곡시키는 사례들이 빈번하기 때문에 해외에서 러시아에 대한 긍정적 이미지를 형성하는 것이 외교관의 과제이다”⁴⁰⁾라고 선언하였고, 2010년 메드베데프 대통령 역시 한 인터뷰에서 러시아가 국제사회에서 추락한 이미지를 복원해야 한다고 주장했다.⁴¹⁾ 2012년에 푸틴 대통령은 외교관들이 소프트파워를 외교에서 활용하고 정신적이고 지적인 영역에

서 러시아에 대한 관심을 불러 일으켜야 한다고 언급하면서 러시아의 이미지를 바로 잡을 것을 주문했다.⁴²⁾

한국의 문화외교는 1950년대에도 존재했으나 외국과의 교류는 거의 없는 편이었으며, 문화정책이 미미한 수준이었기 때문에 서방진영에 대한 대외홍보 활동이 전 부였다. 1970년대에 들어서 한국의 전통문화를 알리기 위한 활동들을 시작하였으며, 1986년 아시안 게임과 1988년 서울올림픽은 본격적인 문화외교를 실시하는 계기가 되었다.⁴³⁾

양국의 문화외교에 관한 언급은 1990년 12월 모스크바에서 진행되었던 노태우 대통령과 미하일 고르바초프 대통령의 정상회담에서 나타났다. 대한민국과 소비에트 사회주의공화국 연방 간 관계의 일반원칙에 관한 선언의 내용 중 “양국은 아이디어와 정보 및 정신적, 문화적 가치를 교환하고 문화, 예술, 과학, 교육, 체육, 언론, 관광분야에서의 인적교류를 확대하며, 양국 국민의 상호 여행을 권장 한다”고 명시되어있다.⁴⁴⁾ 양국 간의 문화·예술 공연을 통한 외교가 이루어지고 있지만, 한국 작품이 러시아에 소개되기 보다는 러시아의 작품들이 더 많이 한국에 유입되고 있는 실정이다.⁴⁵⁾

1) 예술·공연 분야

- 주러시아 한국 문화원

2006년 9월 8일에 개원한 주러시아 한국문화원은 한국전통, 공연, 현대 문화예술 전시 등의 한국 문화를 통해 그 우수성을 알리고, 영화와 드라마 등의 한국 문화산업을 보급하고 홍보하기 위해 설립되었다.⁴⁶⁾ 여기서 전시 및 공연, 영화제 관련 정보들을 얻을 수 있으며 태권도, 한국어, 종이접기, K-pop 등과 같은 한국문화와 관련된 강좌들을 엿볼 수 있다. 그러나 아직 주러시아 한국문화원에 대한 홍보가 부족한 실정이다. 2009년 한국외국어대학교 러시아연구소에서 요청하여 모스크바와 상트페테르부르크 시민 총 642명을 대상으로 러시아 여론조사센터 레바다 센터에서 진행한 설문조사에 따르면, 모스크바에 있는 한국문화원의 문화예술행사 관람에 있어서 가장 큰 어려움을 고르라는 질문에 절반 이상인 58.4%가 한국문화원의 존재여부를 모른다고 하였으며 37.9%는 한국문화원에 가본 적이 없다고 응답했다.⁴⁷⁾

- 러시아 거점 도시 한국문화 축제

러시아에 주요 도시들을 중심으로 2003년부터 한국문화 축제를 실시하고 있다.

기업 상담회(한·러 기업 간), 투자설명회, 동포간담회, 한국문화제 등의 개최를 통하여 러시아 주요 거점 지역에서 한국 기업들의 진출 기반을 마련하고 한국에 대한 이해와 이미지를 제고하기 위한 것으로 대사관 주관으로 러시아 주요 지방도시를 선정하여 매년 1~2회 개최되고 있다. 2013년까지의 개최현황을 보면 2003년 톰스크, 2004년 상트페테르스부르크, 2005년 카잔, 2006년 상반기 하바롭스크, 2006년 하반기 로스토프, 2007년 블라고베첸스크, 2008년 예카테린부르크, 2009년 카잔 및 로스토프 나 도누, 2010년 노보시비르스크, 2011년 니즈니 노브고로드, 2012년 로스토프 나 도누, 2013년 예카테린부르크⁴⁸⁾에서 진행되었으며, 11년 동안 9개 도시에서 진행되었다. 행사에서는 한국 영화를 상영하는 한국 영화제나 한국문화주간행사 등을 실시하여 한국 문화를 알리는데 힘쓰고 있다.

- 한·러 수교 행사

한국과 러시아의 수교를 맞아 양국에서는 다양한 문화·예술 공연과 행사가 진행되고 있다. 특히 수교 20주년과 25주년에는 이를 기념하는 대규모 행사들이 개최되었으며 이는 양국의 관계 진전 과정에서 진행되는 문화외교의 일환이라고 수 있다. 2010년에는 한·러 수교 20주년을 맞이하여 문화체육관광부와 러시아문화부가 공동으로 개최한 ‘한·러 수교 20주년 기념 문화축제’가 양국을 오가며 진행되었다. 4월 2일 모스크바 볼쇼이 극장에서의 개막식을 시작으로 약 7개월간 전시, 공연, 연극 등의 다양한 행사를 통해 상호 간의 문화를 알리는 기회를 마련하였다.

표 1. 한·러 수교 20주년 기념행사 주요 내용⁴⁹⁾

행사 시기	행사 내용
4월	·수교 20주년 축제 개막식 ·이상봉 패션쇼
5월	·한·러 국제미술교류전
6월	·에르미타주 ‘한국 유물전시회’ ·서울 시향 음악회 ·영상전시 Ideas In Motion ·기념음악회-오페라<Iolanta>, <알레코> ·코리안 난버벌 위크

7월	
8월	·대구-상트페테르부르크 미술협회 간 미술교류전
9월	·2010 전주 한집누하제(상트) ·PROTEATR 2010 페스티벌 - <Brother> 공연 ·툰드라 아리랑 연극 <미하일 김 이야기> ·수교 20주년 친선 음악회 ·전통무용공연단 파견
10월	·한러 공동제작 발레<로미오와 줄리엣> ·한국영화제
11월	·크로아체르 소나타 ·수교 20주년 축제 폐막식

수교 25주년을 맞이한 2015년 역시 다양한 예술 공연, 전시 등의 문화 행사와 교류가 진행되었다.

표 2. 한러 수교 25주년 기념행사 주요 내용

행사 시기	행사 내용
1월	·한러수교 25주년 기념 친선음악회'
7월	·유라시아 친선특급 열차 원정 ·전시회 '실재와 가상의 틈 : 한국_러시아 미디어 아트의 오늘'
9월	·'사할린 한인 망향가' 특별전 ·'한국문화주간' - 모스크바 한국영화제, 문화 공연
10월	·모스크바에서 '한국 서예전' 개최 ·한-러 수교 25주년 한러오페라단 '라흐마니노프와 베르디 음악페스티벌'
12월	·금난새와 한경필하모닉이 함께하는 한러수교 25주년 기념음악회 '차이콥스키의 밤'

- 문화협정 및 문화 공동위⁵⁰⁾

문화협정은 2개 국가 간 문화 교류와 협력의 증진과 관련한 일반적 사항을 규정하는 것이다. 일반적으로 양국 간 문화협정이 체결·발효되면 문화교류시행계획서(Cultural Exchange Programme)를 체결하여 2-3년 단위로 향후 문화교류와 협력 방안에 대한 구체적인 사항을 규정하고 이를 준수하여 문화교류를 시행하게 되며, '교육·학술분야 협력', '문화·예술 교류', '체육·청소년 교류', '매스미디어간 협력', '과학·

기술분야 협력(상대국에 따라 예외적으로 포함)'으로 구성된다. 한국과 러시아는 1992년 12월 19일에 문화협정이 체결되었다. 문화협정 체결·발효 이후 양국 간의 별도합의에 따라 문화외교국장급을 수석대표로 하는 정부 간 문화공동위가 설치되어 운영되고 있다. 그러나 국가별 개최 실적을 살펴보면 한·러 문화공동위의 활동은 큰 성과를 거두지 못한 것으로 보인다. 가장 최근에 진행된 5차 한·러 문화공동위는 2003년 12월에 이루어진 것으로, 일본과 중국의 최근 문화공동위가 각각 2010년, 2011년에 이루어진 것을 보면 더욱 부진했음을 알 수 있다.

- 청소년 교류

청소년 국제교류와 관련된 프로그램을 담당하는 중앙행정기관은 여성가족부, 외교부, 통일부, 교육부 등이 있다. 여성가족부에서 실시하고 있는 청소년 교류 프로그램인 한국과 러시아 간 청소년 교류는 1994년에 최초로 시행되어 2015년까지 초청 196명, 파견 225명으로 총 421명의 청소년들이 10일간 상대국을 방문하여 역사·문화 유적지 답사, 산업 시설 방문 등의 문화 체험 기회를 가졌다.⁵¹⁾ 외교부에서 실시하는 한·러 청소년 교류 사업에는 한·러 대화 사무국이 주관하는 ‘한·러 대학생 대화’가 있다. 2010년 처음 시작된 ‘한·러 대학생 대화’는 러시아와 한국에서 매년 교차로 진행되고 있으며 양국에서 각각 20명의 대학(원)생을 선발하여 진행된다.

V. 결론

본 연구는 러시아내의 한국 국가이미지를 살펴보고 한·러 양국관계와 문화외교 현황을 통해 향후 문화외교의 역할에 대해 알아보는 것에 목적을 두었다. 한국과 러시아는 수교 26주년을 맞는 동안 다양한 경제적·정치적 협력을 통하여 긴밀한 관계를 구축해왔으며, 박근혜 정부의 '유라시아 이니셔티브', '한반도 평화프로세스', 푸틴 대통령의 동북아 정책을 살펴볼 때 양국은 상호협력 없이 자국의 정책을 펼칠 수 없는 중요한 위치에 있다. 2008년 이명박 대통령과 메드베데프 대통령과의 정상 회담에서 선언했던 것처럼 양국은 '전략적 협력 동반자 관계'로 한 단계 격상된 합의했음에도 불구하고 상대방 국가에 대한 문화적 이해와 존중, 신뢰는 부재한 채 자국의 경제적 이익을 위한 전략적 동반자 관계가 주를 이루고 있는 것이 사실이다.

본문에서 살펴본 것과 같이 한국의 국가이미지는 삼성, 현대, LG와 같은 한국의 기업 브랜드 이미지를 바탕으로 형성된 것이 주를 이루고 있으며, 대부분의 러시아인들은 한국을 문화적인 측면을 떠올리기 보다는 자동차, 전자제품, 휴대전화와 같은 가전제품, 사회주의, 핵무기, 김정일과 같은 북한 관련 답변들을 연상하며, 남한과 북한을 혼동하는 양상을 보이기도 하는 것으로 나타났다. 러시아 대학생들의 경우 한국, 중국, 일본에 대한 호감도면에서는 비슷한 수치를 보였지만, 향후 러시아의 미래 파트너라는 인식에서 한국은 호감도의 절반 수준으로 인식되었다. 또한 일본의 경우는 최근에 있었던 부정적인 사건들이 있었음에도 일본 영화, 애니메이션과 같은 일본 문화의 체험으로 인해 '문화 대국'이라는 이미지를 지니고 있음이 나타났다. 한국에 대한 답변에서는 북한문제와 러시아 시장에서 성공한 한국 기업에 대한 이미지가 강했다. 즉 러시아와 한국 양국이 밀접한 관계를 유지하는 것에 비해 러시아 국민들의 한국에 대해 제대로 알지 못했으며, 러시아인들에 한국 문화에 대한 인식 수준 또한 낮은 것을 알 수 있었다. 이는 양국이 앞으로 전략적 협력 동반자 관계를 넘어서 더욱 경제적 이익이 아닌 상호 이해와 신뢰를 기반으로 한 진정한 파트너, 동반자로서의 친밀한 관계로 나아가는데 부정적인 요인이 된다.

1990년 수교 이후 한러 관계는 점차적으로 발전하였으며, 경제적 위기와 양국의 외교 문제로 인해 양국관계의 소강상태가 있었지만 그 이후에도 경제·정치·안보적 측면에서 협력하며 동반자적 관계를 이어나갔다. 한러 간의 문화외교가 이루어지지 않는 것은 아니지만, '전략적 협력 동반자'의 관계를 이상의 단계로 넘어가기 위해서는 부족한 실정이다.

이러한 현황을 토대로 한러 관계의 발전을 위해 정부차원에서 수행되어야 할 문화외교의 방향을 제시해보았다. 한국과 러시아 정상 간의 정기적인 대화 채널 구축이 필요하다. 국제 정세 속에서 지금 당장 양국의 관계가 좋지 않더라도 정기적인 대화를 한다면 이익만을 추구하는 관계가 아니라 신뢰를 바탕으로 한 진정한 파트너라는 것을 보여주는 것이며, 양국 국민들에게 양국이 신뢰를 바탕으로 하고 있다는 인식을 줄 것이다. 정부기관을 통한 문화외교 방안으로는 한러간 청소년 교류 확대와 한국에 우호적인 러시아인 육성을 들 수 있다. 한국과 러시아의 청소년 교류는 한·중, 한·일, 한·중·일과 비교해 볼 때, 프로그램과 교류 인원에서 현저히 낮은 수준이다. '신동북아'로의 지역 공동체를 구축하려는 움직임도 이루어지는 상황에서 한국의 청소년 및 인적 교류는 여전히 중국과 일본에 집중되어 있다. 독일과 프랑스가 청소년 교류를 통해 적대감을 극복하고 우호 관계를 강화해 나갔듯이 한

국과 러시아 역시 앞으로 미래를 이끌어갈 청소년들 간의 적극적인 교류 프로그램을 실시하여 상호 간의 친밀감을 심어주고, 상대국에 문화를 직접 체험하여 폭 넓은 이해를 가지고 우호적인 관계를 맺을 수 있도록 해야 한다. 또한 한국과 러시아의 문화협력 단체를 증강해야 한다. 한러 경제적 협의체뿐만 아니라 과학·에너지·물류·농업 등의 분야에서도 협의체들 간의 협력을 통해 꾸준히 관계를 유지하고 있다. 러시아 내의 한국어 교육의 경우, 한국어 교사의 부족, 교재 개발 필요, 현지 교원들의 한국 연수, 현지 교원들의 수준 미달 등과 같은 문제점이 지적되었다. 따라서 이를 담당하는 정부 기관에서는 한국어 교사들을 증원하고 현지에 적합한 교재의 개발 및 보급에 힘써야 하며, 현지 교원들이 한국에서 연수를 할 수 있는 프로그램을 마련하도록 해야 한다. 또한 담당 정부 기관들 간의 네트워크 구축으로 중복 투자를 방지하고 보다 통합적이고 효율적인 관리 시스템을 만들어야 한다. 또한 전 세계에 불고 있는 한류 열풍을 적극 이용해야 한다. 지리적, 역사적인 요인이 작용했다 하더라도, 중국과 일본에서는 한류를 통해 많은 사람들이 한국에 대해 긍정적인 이미지를 가지게 되었다는 것은 부정할 수 없는 사실이며, 다양한 콘텐츠를 통해 한국 문화를 알리는 계기를 마련하였다. 그러나 러시아에서 한류에 대한 낮은 인지도, 질 낮은 콘텐츠 자막과 더빙, 한국 문화 상품 구입처 부족 등의 문제점이 있었다. 정부에서는 보다 더 양질의 한류 콘텐츠를 보급할 수 있도록 노어 더빙, 자막 전문가를 양성하여 한류가 지속적으로 이어질 수 있도록 장기적인 계획을 세워야 한다.

오늘날 한 국가에 대해 형성된 이미지는 그 국가의 정치, 경제, 외교에 큰 영향을 미친다. 국가 이미지는 여러 가지 복합적인 요소들이 작용하여 형성되는 것이지만 핵심 요소로 꼽히는 것이 문화이다. 문화를 통해 자국을 홍보하고 영향력을 넓히려는 움직임이 활발히 이루어지고 있으며 문화를 통한 외교 활동은 국제관계 속에서 외교적 핵심 과제가 되었다. 자국의 실리만을 추구하는 것이 아니라 상대국에 대한 이해와 배려, 문화를 기반으로 하여 긍정적인 국가 이미지를 구축하여 긴밀한 관계를 유지하고자 하는 것이며 이를 위해서 상대방 국가의 문화에 대한 이해는 필수적인 것이다. 민간에서 다양한 문화 교류 활동들이 이루어지더라도 국가와 정부 차원에서의 문화외교 활동만큼 파급력을 가지지 못한다. 현재 한국과 러시아는 북한의 핵문제와 관련하여 중국, 미국, 일본과 함께 민감한 상황에 놓여있다. 더욱이 미국이 북한을 자금 세탁 우려국으로 지정하고 중국과 러시아가 이에 대해 반대 목소리를 내면서 한국·미국·일본과 북한·러시아·중국으로의 분열 조짐이 보이는 상황이다.

러시아 국민들에게 한국의 국가 이미지가 북한과 연관된 이미지가 많은 상황에서 이러한 상황은 국가 이미지에 더욱 부정적일 것으로 보인다. 이런 부정적 이미지를 극복하고 진정한 협력 동반자로서 거듭나기 위해서는 정부 차원의 적극적인 문화외교가 필요하다. 앞으로 더 다양하고 활발한 한국과 러시아의 문화외교에 관한 연구가 촉진되기를 기대한다.

- 1) 홍정화·이지영. 『한·러 수교 25주년, 질적 성장이 필요하다』 (서울: 한국무역협회 국제무역연구원, 2015) 4-5.
- 2) 2013년 10월 서울에서 열린 유라시아 국제 콘퍼런스 기조연설에서 박근혜 대통령이 공식 주창한 것으로 물류·교통·에너지 인프라를 구축하여 거대한 단일 시장을 형성한다는 ‘하나의 대륙’, 창조 경제 추진으로 유라시아 지역을 전 세계의 성장엔진으로 만든다는 ‘창조의 대륙’, 한반도 신뢰 프로세스와 동북아 평화협력 구상으로 경제 통상과 문화교류의 큰 장벽인 평화와 안보 위협을 해결하겠다는 ‘평화의 대륙’을 유라시아 3대 이니셔티브로 하고 있다.
- 3) 이수석. "동양평화와 유라시아 이니셔티브." 한국평화연구학회 학술회의 2014.1 (2014): 151-152
- 4) 강봉구. "한국에서 러시아의 국가이미지." 대한정치학회보 16.3 (2009): 320-321
- 5) 방교영. "러시아 국가 이미지에 관한 연구: 20~30대 한국 여성을 중심으로." 슬라브연구 27.4 (2011): 97-123
- 6) 러시아 비영리 독립 여론 조사 기관인 <레바다 첼트르 Levada center>에서 2013년에 실시한 조사로 러시아 45개 지역의 130개 거주지에 살고 있는 18세 이상의 남녀 1,600명을 대상으로 실시했으며, 표준 오차는 $\pm 3.4\%$ 이다.
- 7) Schooler, Robert D, 「Product Bias in the Central American Market」, 『Journal of Marketing Research』 Vo.2(1965), pp.394-397
- 8) 염성원. "한국의 국가이미지 연구동향에 관한 연구." 광고학연구 14.3 (2003): 87-117
- 9) 유재웅·진용주. "한국의 국가이미지 연구 경향." 한국광고홍보학보 12.4 (2010): 300-326
- 10) 앞의 논문, 320
- 11) 徐善花, “중국의 국가이미지 제고 전략에 관한 연구 - 공자학원 사례를 중심으로,” 학위논문. 부경대학교 일반대학원, 2013
- 12) 이훈익, “문화를 통한 국가이미지 제고 방안 - 문화이미지 상징화를 중심으로,” 학위논문. 중앙대학교 예술대학원, 2004
- 13) 신호창, “해외홍보 및 광고전략수립을 위한 ‘95~97’ 미국언론에 나타난 국가이미지에 관한 고찰,” 광고연구 44 (1999): 65-88
- 14) 신호창, “미국언론에 나타난 우리나라 이미지에 관한 연구 : 1999-2000년을 중심으로,” 광고연구 60 (2003): 82-106
- 15) 최현경, “문화 마케팅을 이용한 한국의 국가 이미지 제고 방안 연구,” 학위논문, 중앙대학교 신문방송대학원, 2004
- 16) 엄혜진, “CIS지역 고려인과 문화예술교류 활성화 방안 연구 : 카자흐스탄, 우즈베키스탄을

- 중심으로", 학위논문, 상명대학교 문화예술대학원, 2010
- 17) 이신영, "한-프랑스 국제문화교류와 문화외교 현황 및 활성화 방안 연구", 학위논문, 숙명여자대학교 국제관계대학원, 2014
 - 18) 최아름, "한국과 체코의 문화교류 주요 콘텐츠 현황분석 및 활성화 방안", 학위논문, 한국외국어대학교 대학원, 2012
 - 19) 지승희, "한국과 러시아간 문화교류의 과제와 협력방안 연구," 학위논문, 조선대학교 대학원, 2008
 - 20) 최진희, "한러수교 20주년과 문화교류," 외국학연구 18 (2011): 383-400
 - 21) 설문조사는 2010년 11월 제 1차 한러대화 KRD포럼 <문화와 예술 분과회의>에서 한국 측에 하계훈(단국대 교수), 러시아측에서는 D.삼소노프(포트르대제기념 인류학민족지학 박물관 연구원)에 의해 발표된 것이다. 한국에서는 2010년 9월 28일 - 10월 12일 진행된<한-러수교 20주년 기념전: 다시 만나는 이웃, 러시아> 전시회에 참가한 관람객 200명을 대상으로 러시아 및 러시아인에 대한 인식 조사를 실시하였으며, 러시아에서는 2010년 6월 1일부터 9월 5일까지 에르미타주 박물관에서 시행된 한국국립중앙박물관 <솔바람. 대한민국예술 5000년>전시 관람객 795명을 대상으로 조사를 진행하였다. 최진희는 보다 엄밀한 연구를 위해 대다수를 차지한 페테르부르크 시민 461명의 설문결과를 가지고 비교연구를 하였다.
 - 22) 최진희, "한러수교 20주년과 문화교류," 외국학연구 18 (2011): 391-393.
 - 23) 이상철, "러시아인에게 한국 이미지는 어떨까?," 재외동포 신문, 2013년 7월 15일 <<http://www.dongponews.net/news/articleView.html?idxno=24232>>
 - 24) 강수경, "문학, 문화 : 러시아인들의 한국에 대한 이미지 연구 - 인터넷 블로그 분석 및 설문조사를 중심으로," 비교문화연구 26(2012): 379-404.
 - 25) 앞의 논문, 391.
 - 26) 윤영기·김슬기, "학술마당 : 연구노트: 러시아연방 인문공간 연구; 러시아에서 한국의 국가 이미지 -러시아 대학생들의 동북아 국가 이미지와 인식차이 비교분석-," *Russia & Russian Federation* 3.3 (2012): 46-51
 - 27) 윤영기, 김슬기, 「러시아에서 한국의 국가 이미지 - 러시아 대학생들의 동북아 국가 이미지와 인식차이 비교 분석-」, 『*Russia & Russian Federation*』, Vol.3 No.3, 2012, p.49.
 - 28) 앞의 논문, 49-50
 - 29) 신승빈, "예술교류를 통한 문화외교 연구 : 동아시아 문화공동체 형성을 중심으로," 학위논문, 경희대학교 경영대학원, 2009, 9
 - 30) "문화외교 매뉴얼". 외교통상부 홈페이지, 2010, 10
 - 31) 이신영, "한-프랑스 국제문화교류와 문화외교 현황 및 활성화 방안 연구," 학위논문, 숙명여자대학교 국제관계대학원, 2014, 12
 - 32) Milton C. Cummings Jr., *Cultural Diplomacy and United States Government: A survey* (Washington D.C.: Center for Art and Culture, 2003); 신낙균, "21세기 외교 패러다임 : 문화외교-한국의 문화외교 활성화를 위한 정책 제언," 서울 : [신낙균의원실], 2009, 3 재인용.
 - 33) 신낙균, "21세기 외교 패러다임 : 문화외교-한국의 문화외교 활성화를 위한 정책 제언," 서울 : [신낙균의원실], 2009, 2-4
 - 34) Mette Lending, *Change and Renewal : Norwegian Foreign Cultural Policy 2001-2005*, (Oslo : Royal Norwegian Ministry of Foreign Affairs, 2000), pp.13-14; 얀 뮐리센 역음. 신공공외교: 국제관계와 소프트파워. 박종일·박선연 옮김 (고양: 인간사랑, 2008) 60 재인용
 - 35) 앞의 책, 59-62.

- 36) V. Putin, "Kontseptsiia vneshnoj politiki Rossijskoj Federatsii," Nezavisimaiagazeta, 2000년 6월 28일, <http://www.ng.ru/world/2000-07-11/1_concept.html>(검색일:2012.5.15.); 여인곤·조한범·김현택·서동주. "러시아의 對한국 통일 공공외교 실태." 통일연구원 협동연구총서 2012.12 (2012): 17 재인용
- 37) 앞의 책, p.17
- 38) "Osnovnye napravleniia ravoty MID Rossii po razvitiu kulturnykh svyazej szarubezhnymi stranami: prikaz MID Rossii ot 23 febralia 2001 g.," <www.mid.ru>(검색일:2012.6.10); 앞의 책 p.17 재인용
- 39) 앞의 책, p.17
- 40) "Vystuplenie Putina V. V. na plenarom zasedanii soveshchaniia poslov I postoiannykh predstavitelej Rossii ot 12 iulia 2004 g.," <<http://www.kremlin.ru>>(검색일: 2012.7.10.); 같은 책 p.18 재인용
- 41) 같은 책 p.18.
- 42) 같은 책 p.18.
- 43) 신낙균, 「21세기 외교 패러다임 : 문화외교-한국의 문화외교 활성화를 위한 정책 제언」, 『2009 정기국회정책자료집』, 2009, pp25-26
- 44) "한러 정상회담 결과 문서(2012년 현재)". 주 러시아 대한민국 대사관 홈페이지. 2015년 12월 29일 <<http://rus-moscow.mofa.go.kr/korean/eu/rus-moscow/policy/relation/index.jsp>>
- 45) 신범식, "한·러 수교 10년의 평가와 전망 : 사회·문화관계를 중심으로," 러시아연구 11.1 (2001): 228
- 46) 주러시아 한국 문화원 홈페이지 <<http://russia.korean-culture.org/ko/6/contents/344>>
- 47) 한국외국어대 연구산학협력단, "러시아 문화교류 기초조사", 2009, 142
- 48) "[개황] 7.한-러 관계", 145
- 49) 홍완석, 『2010 RUSSIA REPORT』, 한국외국어대학교 국제지역연구센터 러시아연구소, 2011, p.54
- 50) 외교부 홈페이지, 문화협정 및 문화공동위 파트, <http://www.mofa.go.kr/trade/cultural/culture/index.jsp?mofat=001&menu=m_30_170_10>
- 51) 여성가족부. "2015 청소년 백서." 여성가족부 홈페이지. 2016년 2월 19일 <http://www.mogef.go.kr/korea/view/policyGuide/policyGuide07_07_01.jsp?func=view¤tPage=0&key_type=&key=&search_start_date=&search_end_date=&class_id=0&idx=701646>, 128-129

References

- Dinnie, K. (2008). *Nation Branding : Concepts, Issues, Practice*. Oxford; Burlington, MA: Butterworth-Heinemann.
- Dinnie, K. (2009). (글로벌브랜드 가치제고를 위한) 국가 브랜드의 전략적 관리 (김유경 역). 파주: 나남. Dinnie, K. (2009). (geullobeolbeuraendeu gachijegoreul wihan) gukga beuraendeuui jeollyakjeong gwalli (gimyugyeong yeok). paju: nanam.
- Kimiko, O. (2003). 한국정부 국제문화교류활동의 성격 : 한국국제교류재단을 중심으로(1991-2001). 학위논문. 서울대학교 국제대학원. Kimiko, O. (2003). *Hangukjeongbu gukjemunhwagyoryuhwaldongui seonggyeoktp: tpangukgukgyoryujaedaneultpjungsimeuro (1991-2001)*. hagwinonmun. seouldaehakgyo gukjaedahagwon.
- Leonard, Mark, Stead, Catherine, Smewing, Conrad (2008). 이미지 외교, 상상력을 사로 잡아라 (유재웅 외 역). 서울: 한나래. *Imiji oegyo, sangsangnyeogeul saro jabara* (yujaeung oe yeok). seoul: hannarae.
- Mette Lending (2000). *Change and Renewal : Norwegian Foreign Cultural Policy 2001-2005*, (Olso : Royal Norwegian Ministry of Foreign Affairs, 2000).
- Milton C. Cummings Jr.(2003), Cultural Diplomacy and United States Governmnet: A survey(Washington D.C.: Center for Art and Culture.
- NGUYEN THANH MAI. (2014). 국가 이미지 형성 요인 탐색 및 사후 행동 연구. 학위논문. 숙명여자대학교 대학원. Gukga imiji hyeongseong yoin tamsaeng min sahu haengdong yeongu. hagwinonmun. sungmyeongyeojadaehakgyo daehagwon.
- Schooler, R. D. (1965). Product Bias in the Central American Market. *Journal of Marketing Research*, 2.
- U.S. Department of State (1987). *Dictionary of International Relations Terms*.
- 徐善花 (2013). 중국의 국가이미지 제고 전략에 관한 연구 - 공자학원 사례를 중심으로. 학위논문. 부경대학교 일반대학원. *Junggugui gukgaimiji jego jeollyage gwanhan yeongu - gongjahagwon saryereul jungsimeuro*. hagwinonmun.

bugyeongdaehakgyo ilbandaehagwon.

- 강봉구 (2009). 한국에서 러시아의 국가이미지. *대한정치학회보*, 16(3), 299-326.
- Kang, B. (2009). Hangueseo reosiaui gukgaimiji. *daehanjeongchihakoebo*, 16(3), 299-326.
- 강수경 (2012). 문학, 문화 : 러시아인들의 한국에 대한 이미지 연구 - 인터넷 블로그 분석 및 설문조사를 중심으로. *비교문화연구*, 26, 379-404.
- Kang, S. (2012). Munhak, munhwa : reosiaindeurui hanguge daehan imiji yeongu ? inteonen beullogeu bunseong min seolmunjosareul jungsimeuro. *bigyomunhwayeongu*, 26, 379-404.
- 고재남 (2010). 한·러 정치·외교 관계 20년 : 평가 및 향후 과제. *한국슬라브학회*, 25(4), 417-445.
- Ko, J. (2010). Hantpreo jeongchitpsoegyo gwangye 20nyeon : pyeongga min hyanghu gwaje. *hangukseullabeuhakoe*, 25(4), 417-445
- 구사사 (2013). *한류열풍의 파급효과 및 발전방안에 관한 연구*. 학위논문. 순천향대학교 대학원.
- Ku, S. (2013). *Hallyuyeolpungui pageupyogwa min baljeonbangane gwanhan yeongu*. hagwinonmun. suncheonhyangdaehakgyo daehagwon.
- 권경복 (2013). 한·러 협력의 기초를 다지는 인문외교. 한국슬라브학회 기획 학술세미나 인문외교가 중요하다. 37-43.
- Kwon, K. (2013). Hantpreo hyeomnyeogui gichoreul dajineun inmunoegyo. *hangukseullabeuhakoe gihoeng haksulsemina inmunoegyoga jungyohada*. 37-43.
- 김기현, 황세영, 강영배, 이경자, 한지형 (2015). 동북아시아 평화공동체 형성을 위한 청소년 국제교류 발전 방안. 한국청소년개발원 연구보고서. 1-264.
- Kim, K., Hwang, S., Kang, Y., Lee, K., & Han, J. (2015). Dongbugasidae pyeonghwagongdongche hyeongseongeul wihan cheongsoneyon gukgyoryu baljeon bangan. *hangukcheongsongaebarwon yeongubogoseo*. 1-264.
- 김병철 (2007). *국가이미지가 제품이미지에 미치는 영향에 관한 연구*. 학위논문. 한양대학교 대학원.
- Kim, B. (2007). *Gukgaimijiga jepumimijie michineun yeonghyange gwanhan yeongu*. hagwinonmun. hanyangdaehakgyo daehagwon.
- 김봉철, 이병관, 최양호 (2005). 한국의 국가 이미지와 광고에 대한 일반적 평가가 상품 및 기업 이미지에 미치는 영향. *한국방송학보*, 19(3), 104-134.
- Kim, B., Lee, B., & Choi, Y. (2005). Hangugui gukga imijiwa gwanggoe daehan

- ilbanjeong pyeonggaga sangpum min gieom imijie michineun yeonghyang.
hangukbangsonghakbo, 19(3), 104-134.
- 김세일, 김홍중 (2013). 신동북아 지역주의와 문화의 의미. *외국학연구*, 25, 337-364.
- Kim, S. & Kim, H. (2013). Sindongbuga jiyeokjuuiwa munhwau uimi.
oegukagyeongu, 25, 337-364.
- 김인숙 (2013). 러시아 한국학 지원체제 구축 연구. *국학연구*, 22, 135-166. Kim, I.
 S. (2013). Reosia hangukang jiwoncheje guchung yeongu. *gukagyeongu*, 22,
 135-166.
- 김태환 (2011). 21세기 신공공외교와 포럼외교. *JPI Research Series* 2011.12,
 93-112. Kim, T. (2011). 21segi singonggongoegyowa poreomoegyoo.
 toellhyonjeunchyeocheun heunjyolgeom 2011.12, 93-112.
- 김휘정 (2013). 국제문화교류 진흥을 위한 한국문화원의 법적 위상 재정립 방안. *문
 화산업연구*, 13(1), 43-52. Kim, H. J. (2013). Gukjemunhwagyoryu
 jinheungeul wihan hangungmunhwawonui beopjeong wisang jaejeongnim
 bangan. *munhwasaneobyongu*, 13(1), 43-52.
- 김홍규 (2013). 시진핑 시기 중국의 대한반도 정책과 박근혜 대통령 방중의 의의.
전략연구, 59, 193-225. Kim, H. (2013). Sijinping sigi junggugui
 daehanbando jeongchaekgwa bakgeunhye daetongnyeong bangjungui uiui.
jeollyagyeongu, 59, 193-225.
- 문병권 (2013). *러시아의 한반도 정책과 한러 관계*. 학위논문. 경희대학교 행정대학
 원. Moon, B. (2013). *Reosiaui hanbando jeongchaekgwa hantpreo gwangye*.
 hagwinonmun. gyeonghuidaehakgyo haengjeongdaehagwon.
- 박지형 (2015). 극동 러시아 한국어 교육의 실태와 발전방안 연구. 학위논문. 공주대
 학교 대학원. Park, J. (2015). Geukdong reosia hangugeo gyoyugui siltaewa
 baljeonbangan yeongu. hagwinonmun. gongjudaehakgyo daehagwon.
- 방교영 (2011). 러시아 국가 이미지에 관한 연구: 20~30대 한국 여성을 중심으로.
슬라브연구, 27(4), 97-123. Bang, K. (2011). Reosia gukga imijie gwanhan
 yeongu: 20~30dae hangung yeoseongeul jungsimeuro. *seullabeuyongu*, 27(4),
 97-123.
- 송아라, 김형섭, 김세일 (2013). 신동북아 문화교류 기반으로서의 언어교육 : 러시아
 에서의 한국어 교육을 중심으로. *외국학연구*, 26, 433-462. Song, A., Kim,

- H., & Kim, S. (2013). Sindongbuga munhwagyoryu gibaneuroseoui eoneogyoyung : reosiaeseoui hangugeo gyoyugeul jungsimeuro. *oegukageongu*, 26, 433-462.
- 송아라 (2014). 러시아에서의 한국어 교육과 한국어능력시험(TOPIK)의 현황 및 전망. 학위논문. 중앙대학교 대학원. Song, A. (2014). Reosiaeseoui hangugeo gyoyukgwa hangugeoneungnyeoksiheom(kphltrui hyeonhwang min jeonmang. hagwinonmun. jungangdaehakgyo daehagwon.
- 신낙균 (2009). 21세기 외교 패러다임 : 문화외교-한국의 문화외교 활성화를 위한 정책 제언. 서울 : [신낙균의원실]. Shin, N. (2009). 21segi oegyo paereodaim : munhwaoegyo-hangugui munhwaoegyo hwalseonghwareul wihan jeongchaeng jeeon. seoul : [sinnakgyunuiwonsil].
- 신범식 (2001). 한-러 수교 10년의 평가와 전망 : 사회·문화관계를 중심으로. *러시아 연구*, 11(1), 205-241. Shin, B. (2001). Hantpreo sugyo 10nyeonui pyeonggawa jeonmang : sahoetmmunhwagwangyereul jungsimeuro. *reosiayeongu*, 11(1), 205-241.
- 신범식 (2010). 한-러 ‘전략적 (협력)동반자 관계’에 대한 비판적 검토 : 공유 이익과 실현전략의 관점에서. *한국과 국제정치*, 26(1), 235-278. Shin, B. (2010). Han-reo tjeollyakjeong (hyeomnyeok)dongbanja gwangyete daehan bipanjeong geomto : gongyu iikgwa silhyeonjeollyagui gwanjeomeseo. *hangukgwa gukjejeongchi*, 26(1), 235-278.
- 신승빈 (2009). 예술교류를 통한 문화외교 연구 : 동아시아 문화공동체 형성을 중심으로. 학위논문. 경희대학교 경영대학원. Shin, S. (2009). Yesulgyoryureul tonghan munhwaoegyo yeongu : dongasia munhwagongdongche hyeongseongeul jungsimeuro. hagwinonmun. gyeonghuidaehakgyo gyeongyeongdaehagwon.
- 신호창 (1999). 해외홍보 및 광고전략수립을 위한 ‘95~97’ 미국언론에 나타난 국가 이미지에 관한 고찰. *광고연구*, 44, 65-88. Shin, H. (1999). Haeohongbo min gwanggojeollyaksuribeul wihan t95~97t migugeollone natanan gukgaimijie gwanhan gochal. *gwanggoyeongu*, 44, 65-88.
- 신호창 (2003). 미국언론에 나타난 우리나라 이미지에 관한 연구 : 1999-2000년을 중심으로. *광고연구*, 60, 82-106. Shin, H. (2003). Migugeollone natanan

- urinara imijie gwanhan yeongu : 1999-2000nyeoneul jungsimeuro. gwanggoyeongu, 60, 82-106.
- 엄혜진 (2010). *CIS 지역 고려인과 문화예술교류 활성화 방안 연구 : 카자흐스탄, 우즈베키스탄을 중심으로*. 학위논문. 상명대학교 문화예술대학원, 2010. Eom, H. (2010). *Chulhinmotbgoryeongwa munhwayesulgyoryu hwalseonghwa bangan yeongu : kajaheuseutan, ujeubekiseutaneul jungsimeuro*. hagwinonmun. sangmyeongdaehakgyo munhwayesuldaehagwon, 2010.
- 여선하 (2012). *국제교류공공기관의 문화예술사업이 국가이미지에 미치는 영향 분석 : 한국국제교류재단 독일 및 프랑스 사업 중심으로*. 학위논문. 이화여자대학교 정책과학대학원. Yeo, S. (2012). *Gukjegyoryugonggonggigwanui munhwayesulsaeobi gukgaimijie michineun yeonghyang bunseong : hangugukjegyoryujaedan dogil min peurangseu saeom jungsimeuro*. hagwinonmun. ihwayeojadaehakgyo jeongchaekgwahakdaehagwon.
- 여인곤, 조한범, 김현택, 서동주 (2012). *러시아의 對한국 통일 공공외교 실태. 통일연구원 협동연구총서 2012.12. 1-169*. Yeo, I., Cho, H., Kim, H., & Seo, D. (2012). *Reosiaui gyaehangung tongil gonggongoegyo siltae. tongiryeonguwon hyeopdongyeonguchongseo 2012.12. 1-169*.
- 염성원 (2003). 한국의 국가이미지 연구동향에 관한 연구. *광고학연구*, 14(3), 87-117. Yeom, S. (2003). *Hangugui gukgaimiji yeongudonghyange gwanhan yeongu. gwanggohageongu, 14(3), 87-117*.
- 유상철 (2013). *중국의 공공외교 전략과 행태에 관한 연구 : 한국 사례를 중심으로*. 학위논문. 한양대학교 국제대학원. Yu, S. (2013). *Junggugui gonggongoegyo jeollyakgwa haengtae gwanhan yeongu : hangung saryereul jungsimeuro*. hagwinonmun. hanyangdaehakgyo gukjedaehagwon.
- 유재웅 (2008). *국가이미지: 이론 전략 프로그램*. 서울: 커뮤니케이션북스. Yu, J. (2008). *Gukgaimiji: irontpjeollyaktppeurogeuraem*. seoul: keomyunikeisyeonbukseu
- 유재웅, 진용주 (2010). 한국의 국가이미지 연구 경향. *한국광고홍보학보*, 12(4), 300-326. Yu, J. & Chin, Y. (2010). *Hangugui gukgaimiji yeongu gyeonghyang. hangugwanggohongbohakbo, 12(4), 300-326*.
- 윤영기, 김슬기 (2012). *학술마당 : 연구노트: 러시아연방 인문공간 연구; 러시아에서 한국의 국가 이미지 -러시아 대학생들의 동북아 국가 이미지와 인식차이*

- 비교분석-. *Russia & Russian Federation*, 3(3), 46-51. Yoon, Y. & Kim, S. (2012). Haksulmadang : yeongunoteu: reosiaeyonbang inmungonggan yeongu; reosiaeseo hangugui gukga imiji -reosia daehaksaengdeurui dongbuga gukga imijiwa insikchai bigyobunseok-. *hyotjeupdyeo & hyotjeupdyeonkyonganjyolalbeul*, 3(3), 46-51.
- 이수석 (2014). 동양평화와 유라시아 이니셔티브. 한국평화연구학회 학술회의 2014.1: 145-158. Lee, S. (2014). Dongyangpyeonghwawa yurasia inisyeotibeul. *hangukpyeonghwayeonguhakoe haksulhoeui* 2014.1: 145-158.
- 이신영 (2014). *한-프랑스 국제문화교류와 문화외교 현황 및 활성화 방안 연구*. 학위논문. 숙명여자대학교 국제관계대학원. Lee, S. (2014). *Hanpeurangseu gukjemunhwagyoryuwa munhwaoegyo hyeonhwang min hwalseonghwa bangan yeongu*. hagwinonmun. sungmyeongyeojadaehakgyo gukjegwangyedachagwon.
- 이종열 (2007). 문화교류의 거버넌스 접근: 한류활성화를 위하여. *한국사회와 행정 연구*, 17(4), 123-144. Lee, J. (2007). Munhwagyoryuui geobeoneonseu jeopgeun: hallyuhwalseonghwareul wihayeo. *hanguksahoewa haengjeongyeongu*, 17(4), 123-144.
- 이지연 (2009). 러시아에서의 한국 문화 수용 현황 연구. *한국시베리아연구*, 13(2), 153-193. Lee, J. (2009). Reosiaeseoui hangung munhwa suyong hyeonhwang yeongu. *hanguksiberiayeongu*, 13(2), 153-193.
- 이화연 (2006). *미국 공공외교와 풀브라이트 프로그램 : 한국 사례를 중심으로*. 학위논문. 연세대학교 대학원. Lee, H. (2006). *Migung gonggongoegyowa pulbeuraiteu peurogeuraem : hangung saryeul jungsimeuro*. hagwinonmun. yeonsedaehakgyo daehagwon.
- 이훈익 (2004). *문화를 통한 국가이미지 제고 방안 - 문화이미지 상징화를 중심으로*. 학위논문. 중앙대학교 예술대학원. Lee, H. (2004). *Munhwareul tonghan gukgaimiji jego bangnan - munhwaimiji sangjinghwareul jungsimeuro*. hagwinonmun. jungangdaehakgyo yesuldaehagwon.
- 장문, 이미숙 (2014). 퍼스트레이디 핑리위안(彭麗媛)의 패션 스타일링에 나타난 패션정치 연구. *한국디자인문화학회지*, 20(4), 591-604. Chang, M. & Lee, M. (2014). Peoseuteureidi peongniwian(lyugwaej)ui paesyeon seutailinge natanan

- paesyeonjeongchi yeongu. *hangukdijainmunhwahakoeji*, 20(4), 591-604.
- 정정숙 (2012). *국제문화교류 진흥방안*. 서울: 한국문화관광연구원. Chung, J. (2012). *Gukjemunhwagyoryu jinheungbangan*. seoul: hangungmunhwagwangwangyeonguwon.
- 지승희 (2008). *한국과 러시아간 문화교류의 과제와 협력방안 연구*. 학위논문. 조선대학교 대학원. Jee, S. (2008). *Hangukgwa reosiagan munhwagyoryuui gwajewa hyeomnyeokbangan yeongu*. hagwinonmun. joseondaehakgyo daehagwon.
- 최아름 (2012). *한국과 체코의 문화교류 주요 콘텐츠 현황분석 및 활성화 방안*. 학위논문. 한국외국어대학교 대학원. Choi, A. (2012). *Hangukgwa chekoui munhwagyoryu juyo kontencheu hyeonhwangbunseong min hwalseonghwa bangan*. hagwinonmun. hangugoegugeodaehakgyo daehagwon.
- 최인나 (2010). 러시아 상트페테르부르크 국립대학교의 한국어 문학 교육의 현황과 전망. *한어문교육*, 23, 45-73. Choi, I. (2010). *Reosia sangteupetereubureugeu gungnipdaehakgyoui hangugeo munhang gyoyugui hyeonhwanggwa jeonmang. haneomungyoyuk*, 23, 45-73.
- 최진우 (2013). 2013년 여름 : 문화외교의 이론과 실천: 개념의 재구성과 목표의 재설정. *동서연구*, 25(2), 237-277. Choi, J. (2013). 2013nyeon yeoreum : munhwaoegyoui irongwa silcheon: gaenyeomui jaeguseonggwa mokpyoui jaeseoljeong. *dongseoyeongu*, 25(2), 237-277.
- 최진희 (2011). 한러수교 20주년과 문화교류. *외국학연구*, 18, 383-400. Choi, J. (2011). *Halleosugyo 20junyeongwa munhwagyoryu. oegukagyeongu*, 18, 383-400.
- 최현경 (2004). *문화 마케팅을 이용한 한국의 국가 이미지 제고 방안 연구*. 학위논문. 중앙대학교 신문방송대학원. Choi, H. (2004). *Munhwa maketingeul iyonghan hangugui gukga imiji jego bangan yeongu*. hagwinonmun. jungangdaehakgyo sinmunbangsongdaehagwon.
- 황선훈 (2006). 독일-프랑스 청소년 교류가 동북아에 주는 시사점. *EU연구*, 19, 67-90. Hwang, S. (2006). *Dogil-peurangseu cheongsongyeon gyoryuga dongbugae juneun sisajeom. EUyeongu*, 19, 67-90.
- 홍완석 (2015). 한, 러 전략적 동반자 관계의 조건과 과제. *슬라브연구*, 31(3), 63-90.

Hong, W. (2015). Han, reo jeollyakjeong dongbanja gwangyeui jorgeongwa gwaje. *seullabeuyeongu*, 31(3), 63-90.

홍정화, 이지영 (2015). *한려 수교 25주년, 질적 성장이 필요하다*. 서울: 한국무역협회 국제무역연구원. Hong, J. & Lee, J. (2015). *Hantpreo sugyo 25junyeon, jiljeong seongjangi piryohada*. seoul: hangungmuyeokyeopoe gukjemuyeogyeeonguwon.

E-mail: kimhyoungsup@hotmail.com

논문심사일정

투고일자 : 2016. 11. 15.

심사일자 : 2016. 11. 24. - 12. 09.

게재확정일자 : 2016. 12. 20.

