

## 일본·중국의 소프트파워 정책과 신남방정책에 대한 시사점

**나승권** 세계지역연구센터 신남방경제실 동서남아대양주팀 전문연구원 (skna@kiep.go.kr, Tel: 044-414-1130)

**이성희** 세계지역연구센터 신남방경제실 동서남아대양주팀 전문연구원 (leesh@kiep.go.kr, Tel: 044-414-1234)

**김은미** 세계지역연구센터 신남방경제실 동서남아대양주팀 연구원 (emkim@kiep.go.kr, Tel: 044-414-1037)

## 차례

1. 서론
2. 일본의 소프트파워 정책과 對ASEAN 활용사례
3. 중국의 소프트파워 정책과 對ASEAN 활용사례
4. 결론 및 시사점

## 주요 내용

- ▶ 현 정부의 신남방정책 추진이 본격화되면서 주요국과의 협력관계 구축에 한류 등 소프트파워의 역할이 더욱 중요해질 것으로 전망되는바, 본 연구는 일본 및 중국의 소프트파워 활용사례를 분석하여 신남방정책 추진에 기여하는 시사점을 도출하고자 함.
- ▶ 일본은 1970년대 ‘후쿠다 독트린’ 발표를 기점으로 하여 ASEAN 지역에 대한 적극적인 문화외교 및 소프트파워 정책을 추진하였으며, 최근의 ‘쿨 재팬(Cool Japan)’ 전략에서도 ASEAN을 핵심 시장으로 고려하고 있음.
  - 일본의 對ASEAN 소프트파워 정책은 ‘후쿠다 독트린’이 발표된 1970년대 문화외교전략으로부터 시작되었으며, 1990년대 장기불황으로 경제력 등 하드파워가 쇠퇴하면서 소프트파워가 중요한 정책수단으로 부상하였음.
  - 2000년대부터 일본은 ‘쿨 재팬’ 전략을 기치로 소프트파워와 성장전략을 연계한 종합적인 지원정책을 추진하고 있으며, ‘Cool Japan Fund’ 등의 지원정책에서 ASEAN 시장이 중요한 부분을 차지하고 있음.
  - 일본의 소프트파워 정책은 지속적인 관심·지원 등의 성과는 인정되나, 역사문제로 인한 일본에 대한 부정적 이미지는 여전히 역내 영향력 확대를 제한하는 요인으로 지적되고 있음.
- ▶ 중국은 2000년대 중반 이후 ASEAN 지역을 중심으로 소프트파워 정책을 적극 추진함으로써 국제사회의 중국위협론에 대응하고 중국문화의 대외영향력을 높이는 등의 긍정적 성과를 거두어왔음.
  - 중국의 소프트파워 정책은 △문화산업 육성 △개발도상국에 대한 원조 및 지원 △공자학원 등 교육기관 설립 △문화교류 시스템 구축 및 인적교류 강화를 추구하고, 기존 네트워크(공자학원, 화인화교 사회, 해외중국문화센터 등)를 소통의 창구이자 정책수단으로 활용 중임.
  - 중국은 특히 일대일로의 ‘민심상통(民心相通)’ 전략과 연계하여 문화, 학술, 대의원조, 영토분쟁 등 여러 분야에서 ASEAN 국가들과의 교류협력을 강화하고자 노력하고 있음.
  - 중국의 소프트파워 정책은 중국문화의 영향력 제고 등 가시적 성과를 인정받고 있으나, 문화 및 인적교류 활동에 대한 높은 정부의존도, 주변국과의 영토분쟁 문제 등이 제약요인으로 지적되고 있음.
- ▶ 중국과 일본이 對ASEAN 영향력 확대를 위해 치열하게 경쟁하고 있는바, 우리나라도 한류 등의 요인을 역내 소프트파워로 육성하고 신남방정책 추진에 활용하기 위한 전략을 마련할 필요가 있음.
  - 한 국가의 소프트파워는 문화 콘텐츠, 교육, ODA, 과학기술 등 다양한 원천에서 유발되므로, 각 부처 및 유관기관 간 유기적 협력체계 구축이 중요함.
  - 소프트파워 육성을 위해서는 단기적 성과도출보다는 장기적 관점에서의 지속적인 투자 및 정책지원이 필요함.
  - 한인사회, 공관, 현지진출 기업 등 기존의 인적·물질 네트워크를 효과적으로 활용하는 것이 중요하며, 정책의 효과성 제고를 위해 국가 차원의 해외 네트워크를 단계적으로 확충할 필요가 있음.
  - 민관협력체계 구축, 해외진출 프로그램 등과 같이 민간 분야에 대한 경제적 파급력을 높일 수 있는 정책지원을 소프트파워 정책과 연계하여 추진할 필요가 있음.

## 1. 서론

■ 최근 한 국가의 경쟁력 또는 영향력을 결정하는 요소로 소프트파워의 중요성에 대한 인식이 확대되면서 문화외교 및 공공외교 등의 수단을 활용하여 국가 브랜드를 높이기 위한 각국의 노력이 전개되고 있음.

- 소프트파워(soft power)<sup>1)</sup>는 “군사적 개입, 강압적 외교, 경제제재 조치 등 물리적 힘으로 표현되는 하드 파워(hard power)의 반대 개념”으로, “강제력이 아닌 매력을 통해 상대방의 마음을 사로잡아 자신이 원하는 것을 얻어내는 힘”을 의미함.<sup>2)</sup>
- 보다 복잡해진 국가 간 관계, 정치·외교·경제에 대한 다양한 주체들의 참여 확대, 디지털 기술의 보급 등으로 전통적인 정치외교수단보다 소프트파워의 중요성이 높아지고 있음.

■ 이에 따라 현 정부 차원에서도 주요국과의 외교관계 구축을 위해 한류 등 소프트파워의 역할에 주목하고 있음.

- 현 정부는 출범 이후 중요한 외교적 행사에서 한류 또는 문화적 교류를 강조하고 있음.
  - 문재인 대통령은 2017년 11월 인도네시아 국빈 방문 당시 한류 팬으로 알려진 조코위 대통령의 장녀의 결혼을 축하하기 위해 한국 아이돌 그룹의 축하 동영상과 사인 CD를 선물한 바 있으며, 2017년 12월 중국 방문과 2018년 3월 아랍에미리트 방문 당시 국빈 만찬에 한류 스타를 초대하거나 한류 콘서트에 참석하는 등 현지의 한류 열풍을 적극 활용하고 있음.
  - 또한 정부는 2018 평창 동계올림픽에 이어 4월 남북정상회담을 앞두고 남측 예술단의 평양공연을 추진하는 등 스포츠·예술 분야의 교류를 통해 남북관계 개선의 전기를 마련함.
- 아울러 정부는 국정과제 ‘공정한 문화산업 생태계 조성 및 세계 한류 확산’, ‘국민외교 및 공공외교를 통한 국익증진’ 등을 통해 소프트파워의 적극적인 활용 의지를 드러냄.

■ 특히 최근 정부가 외교지평을 넓히기 위한 목적으로 신남방정책을 적극 추진하는 상황에서 소프트파워의 역할은 더욱 중요할 것으로 예상됨.

- 문재인 대통령은 신남방정책의 기본 원칙으로 3P, 즉 사람(people), 상생번영(prosperity), 평화(peace)의 공동체를 제안하는 등 하드파워가 아닌 소프트파워 활용의 중요성을 시사함.
  - 신남방정책은 더불어 잘사는 사람중심의 평화공동체를 비전으로 제시하면서, 국민외교를 통해 협력국의 마음을 얻을 필요가 있음을 강조하고 있음.
- ASEAN 지역은 한류 열풍, 여행객·유학생 인력교류 증가 등을 비롯하여 한국의 문화와 소프트파워에 대한 우호적 환경이 조성되어 있으며, 이러한 요인들은 향후 신남방정책 추진의 기폭제로 활용될 가능성이 높음.<sup>3)</sup>

1) 미 하버드 대학의 조지프 나이(Joseph Nye)가 1990년 저서 Bound to Lead: The Changing Nature of American Power를 통해 소개한 개념으로 그에 따르면 소프트파워는 문화, 정치적 가치, 정책 등을 통해 형성됨.

2) 외교부 공공외교 홈페이지, <http://www.publicdiplomacy.go.kr/introduce/public.jsp>(검색일: 2018. 6. 26).

3) 2017년 11월 김현철 청와대 경제보좌관은 브리핑을 통해 현 정부의 신남방정책에 있어 ‘다층적인 인적교류 확대,’ ‘문화교류,’ ‘소프트파워’

■ 그러나 우리나라는 2017년 기준 국가별 소프트파워 순위에서 전체 조사대상 30개국 중 21위에 올라 경제력 대비 소프트파워의 경쟁력 수준은 상대적으로 낮게 평가되고 있음.

- 2015년부터 매년 발표되는 국가별 소프트파워 순위는 기업, 문화, 디지털, 정부, 참여, 교육 등에 관한 각종 지표(70%)와 해당 국가의 음식, 기술, 우호적 태도, 외교정책 등에 관한 설문조사(30%) 결과를 토대로 산정됨.<sup>4)</sup>
- 2015년 조사에서 20위권에 있는 아시아 국가는 일본과 한국뿐이었으나, 중국이 2016년 28위에 이어 2017년 25위로 상승하였고, 싱가포르는 2016년 19위, 2017년 20위를 기록함.
- 2017년 조사에 따르면 우리나라는 기업(3위), 교육(7위), 디지털(5위) 지표에 대해서는 높은 점수를 받은 반면 설문조사 등 주관적 항목에서는 상대적으로 낮은 평가를 받고 있어, 우리나라의 정책, 기술, 문화에 대한 국제적 인식을 높이기 위한 노력이 필요하다고 판단됨.
  - 일본은 객관적 지표에서 전반적으로 높은 점수를 기록하고 있으나, 설문조사 결과 한국, 중국 등과의 역사문제가 향후 해결해야 할 과제인 것으로 나타남.
  - 최근 3년간 순위가 30위에서 25위로 상승한 중국은 세부 평가지표 중 문화와 국제사회 참여 부문에서 높은 점수를 받은 반면, 정부, 교육, 디지털, 국제사회에서의 책임감 등에서는 상대적으로 낮은 평가를 받음.

표 1. 국가별 소프트파워 순위(2015~17년)

2015년			2016년			2017년 <sup>5)</sup>		
순위	국가명	점수	순위	국가명	점수	순위	국가명	점수
1	영국	75.61	1	미국	77.96	1	프랑스	75.75
2	독일	73.89	2	영국	75.97	2	영국	75.72
3	미국	73.68	3	독일	72.60	3	미국	75.02
4	프랑스	73.64	4	캐나다	72.53	4	독일	73.67
5	캐나다	71.71	5	프랑스	72.14	5	캐나다	72.90
8	일본	66.86	7	일본	67.78	6	일본	71.66
20	한국	54.32	22	한국	51.44	21	한국	58.40
30	중국	40.85	28	중국	45.04	25	중국	50.50

자료: Portland(2015, 2016, 2017), The Soft Power 30.

■ 이에 본 연구는 역내 국가 중 소프트파워 강화 정책을 주도하고 있는 일본과 중국의 소프트파워 활용사례를 분석하고 이를 바탕으로 신남방정책에 주는 시사점을 도출하고자 함.

등 사람으로 승부하는 전략을 설명한 바 있음.

4) 영국 홍보업체 Portland는 2015년부터 매년 국가별 소프트파워 순위를 발표하며, 2017년 순위는 USC 공공외교센터와 공동으로 조사함.  
5) 2017년 조사 결과 소프트파워 1위 국가는 프랑스였으며, 조사업체는 외교적 네트워크, 풍부한 문화적 자산, 신임 마크롱 대통령의 협력과 통합을 강조하는 정책 등이 프랑스의 소프트파워 1위에 기여하였다고 설명함. 반면 미국은 트럼프 대통령의 미국우선정책으로 미국에 대한 인식이 악화되어 소프트파워 순위가 하락한 것으로 분석함.

## 2. 일본의 소프트파워 정책과 對ASEAN 활용사례

### 가. 추진배경 및 기본 방향

■ [문화외교의 추진] 전후 일본은 과거 군국주의적인 국가 이미지를 변화시키기 위해 문화외교적인 정책수단을 적극적으로 활용하였으며, 특히 1970년대 ‘후쿠다 독트린(福田ドクトリン)’을 계기로 문화외교를 ASEAN 지역 내 영향력 제고를 위한 핵심 수단으로 채택하였음.

- 일본이 전후 경제회복과 함께 ASEAN 지역에 대한 영향력을 확대하면서 ASEAN 지역 내 주요 국가들은 일본의 재지배 등에 대한 우려를 제기한 바 있음.
- 그러나 1970년대 일본은 경제성장과 더불어 문화적인 측면에서의 국제적 영향력 확대를 도모하였으며, 특히 ‘후쿠다 독트린’을 계기로 ASEAN 지역에 대한 문화외교를 적극적으로 추진함으로써 일본과 ASEAN 지역 간의 관계 개선을 도모함.
- ‘후쿠다 독트린’은 1977년 일본 후쿠다 총리가 ASEAN 지역 순방에서 표명한 對ASEAN 외교의 3대 원칙으로, 6) 특히 이 중 ‘마음과 마음을 아우르는 신뢰관계 구축’이라는 원칙에 따라 이후 일본은 ASEAN 국가를 대상으로 적극적인 문화외교를 추진하였음.
- 이에 앞서 「동남아시아 문화 사절단(東南アジア文化使節団)」(단장 다나카 에이이치(田中栄一)중의원의원)이 1971년 7월 25일부터 약 18일 간 필리핀, 태국, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아 5개국을 순방하며 문화 교류 촉진을 위한 노력을 전개함.<sup>8)</sup>

■ [소프트파워의 부상] 한편 일본은 1990년대 중반 장기불황에 접어들면서 경제력 등 하드파워의 쇠퇴를 보완하기 위한 목적으로 소프트파워의 개념을 도입하였으며, ASEAN 지역을 중심으로 한 역내 대외정책에 이를 적극 반영하였음.

- 일본 국회는 1991년 11월 19일 중의원 국제평화협력 등에 관한 특별위원회에서 처음으로 소프트파워에 대하여 논의하였음.<sup>9)</sup>
- 1996년 재계를 대표하는 케이단련(経団連)이 ‘매력있는 일본(魅力ある日本)’에 대한 비전을 제시하면서 소프트파워의 중요성을 강조하였으며, 정부 차원에서는 2000년 오부치 내각의 ‘21세기 일본 구상(21世紀日本の構想)’을 통해 구체적인 논의가 이루어진 바 있음.<sup>10)</sup>

6) 후쿠다 독트린의 對ASEAN 외교 3대 원칙: ① 일본은 군사대국이 되지 않으며 ② ASEAN 각국과 마음과 마음을 아우르는 신뢰관계를 구축하고 ③ 일본과 ASEAN의 대등한 파트너로서 협력을 추진.

7) 外務省, <https://www.mofa.go.jp/mofaj/press/pr/wakaru/topics/vol64/>(검색일: 2018. 6. 26).

8) 강성우(2016), 「2020 일본 도쿄올림픽과 소프트파워 강화전략」, 『인문사회21』, 9권 1호, p. 222.

9) 倉田保雄(2011), 「ソフト・パワーの活用とその課題」, p. 1.

10) 손 열(2009), 「소프트파워의 정치: 일본의 서로 다른 정체성」, 『일본연구논총』, 29권, pp. 39~41; 이지원(2005), 「‘소프트파워’론과 일본의 ‘문화전략」, 『한립일본학』, 10권, p. 51; 首相官邸, <https://www.kantei.go.jp/jp/21century/>(검색일: 2018. 6. 26).



- **[쿨 재팬 전략]** 2000년대부터 일본은 ‘쿨 재팬(Cool Japan)’ 전략을 기치로 일본의 국가 브랜드에 대한 홍보 및 소프트파워로서의 문화산업 진흥을 위한 종합적인 지원정책을 추진하고 있으며, 이와 관련하여 성장 잠재력이 높은 ASEAN 시장에 주목하고 있음.
  - ‘쿨 재팬’ 전략은 기존 제조업 중심의 경제에서 콘텐츠, 패션, 서비스 등 중심의 경제로 전환하기 위한 일본의 매력도 제고 방안 및 해외진출 활성화 정책을 포괄하여 지칭하는 것으로 일본의 경제산업성에 의해 주도되고 있음.<sup>11)</sup>
  - 동 정책의 추진과 관련하여 일본은 신흥시장으로서의 ASEAN 지역을 주목하고, 소프트파워 관련 기업의 ASEAN 국가 진출을 적극 지원하고 있음.
  
- **[소프트파워 정책 추진체계]** 일본의 소프트파워 정책의 세부 사업은 문부과학성, 외무성, 경제산업성 등 각 부처 차원의 개별사업 혹은 부처 간 협력사업의 형태로 추진되고 있음.
  - 문부과학성은 「문부과학성국제전략(文部科学省における国際戦略)」의 하나로 ‘소프트파워 강화’ 방안을 제시하고, 이를 위한 다양한 문화협력 및 학술교류 사업을 추진하고 있음.<sup>12)</sup>
  - 외무성은 ‘홍보문화외교(広報文化外交)’의 일환으로 일본에 대한 해외홍보 활동, 문화교류 및 인적교류, 국제기구를 통한 협력 등을 진행함으로써 일본의 소프트파워 제고를 위한 정책적 노력을 기울이고 있음.<sup>13)</sup>
  - 경제산업성은 문부과학성, 외무성, 농림수산업성, 총무성 등 각 유관부처와의 협업을 통해 ‘쿨 재팬’ 전략을 주도하고 있으며, 동 전략은 주로 소프트파워 분야 기업의 해외진출 지원 및 경쟁력 제고에 초점이 맞추어져 있음.

## 나. 주요 정책

- **[소프트파워 정책의 범위]** 조지프 나이가 주창한 ‘소프트파워’의 기본 개념과 일본 내 적용사례<sup>14)</sup> 등을 참고해 볼 때 일본의 소프트파워 정책은 크게 문화·외교 정책 분야로 구분할 수 있으며, 그 주요 추진내용은 다음과 같음.

### ① 문화: 문화교류 정책 및 사업, 쿨 재팬 등

- **문부과학성은 소프트파워 정책의 일환으로 학술, 스포츠, 문화, 과학기술의 진흥을 위한 국제교류 협력사업을 추진하고 있음.**<sup>15)</sup>
  - 교육 분야 협력: 유학생 교류, 교원 및 청소년의 국제교류(교직원 및 청소년의 파견·초빙, 스포츠를 통한

11) 総務省(2018), 「クールジャパン政策について」, p. 2.

12) 文部科学省, [http://www.mext.go.jp/a\\_menu/kokusai/senryaku/teigen/05092901/003.htm](http://www.mext.go.jp/a_menu/kokusai/senryaku/teigen/05092901/003.htm)(검색일: 2018. 6. 26).

13) 外務省, <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/index.html>(검색일: 2018. 6. 26).

14) 倉田保雄(2011), 「ソフト・パワーの活用とその課題」, 『立法と調査』, 2011. 9, No. 320, pp. 126~131.

15) 文部科学省, 「文部科学白書」, [http://www.mext.go.jp/b\\_menu/hakusho/html/hpab201701/detail/1398313.htm](http://www.mext.go.jp/b_menu/hakusho/html/hpab201701/detail/1398313.htm)(검색일: 2018. 6. 26).

국제교류·협력, 문화를 통한 국제교류·협력), 국제교육 협력사업(일본 교육방식의 해외전파, 해외 고등교육기관 설립 협력, 동남아시아 교육장관기구(SEAMEO)와의 연계 강화 등)

- 과학기술 분야 협력: 양자 및 다자간 과학기술·학술 협력, 아시아 국가들과의 협력(e-ASIA 공동연구 프로그램, ASEAN과의 과학기술협력, '센티넬 아시아(センチネルアジア)' 프로젝트 등), 개발도상국과의 과학기술협력, 대규모 국제협력 프로젝트 참여(국제 열 핵융합 실험로 계획, 국제우주정거장 계획 등)

■ **외무성은 일본문화 소개, 인적교류 및 해외에서의 일본어 보급에 대한 지원 등 일본에 대한 국제사회의 관심을 높이고 이해와 신뢰·친근감을 높이기 위한 지원사업을 추진하고 있음.**<sup>16)</sup>

- 문화사업: 영화상영회, 음악연주회, 문화 전시사업, 일본어 변론대회 개최, 애니메이션 및 만화 등 대중문화에 대한 홍보활동, 일본어 교육 및 일본 연구의 추진 및 지원, '일본 국제 만화상' 지원 등
- 인적교류 및 교육 분야 교류: 재외공관을 통한 일본 유학 홍보, 외국인 유학생 유치, JET(The Japan Exchange and Teaching Programme) 프로그램, 스포츠 교류
- 지적 분야 교류: 일본 관련 연구활동 지원, 국제공동 연구 및 세미나 지원, 일·미 문화교육교류회의(CULCON), 국제연합대학(UNU)과의 협력, 일본어 보급 지원사업 등

■ 또한 경제산업성은 일본의 대중문화(만화, 애니메이션, 게임, 음악, 영화, 드라마 등)와 현대미술, 문학, 공연예술 분야 등을 소프트파워 전략의 핵심 분야로 육성하기 위해 '쿨 재팬' 전략을 주도적으로 수행하고 있음.

- '쿨 재팬' 전략의 중점 지원대상은 콘텐츠, 농림수산·식품, 관광, 디자인·패션 등 4개 분야이며, 각 분야별로 국제공동제작 지원, 현지진출 지원, 박람회 참가 지원, 인재육성 지원 등의 사업이 추진되고 있음.
  - 특히 콘텐츠 분야의 경우 지원사업의 숫자나 지원규모(Cool Japan Fund) 등의 측면에서 가장 큰 비중을 차지하며, 총무성, 외무성, 경제산업성, 내각부, 문부과학성 등 다양한 부처 간 협업을 통해 방송, 문화예술 분야의 해외진출 및 교류협력에 대한 지원사업이 추진되고 있음(표 2, 3 참고).
- 특히 2013년 반관반민(半官半民) 형태로 693억 엔 규모의 'Cool Japan Fund<sup>17)</sup>'를 설립하여, 민간에서 추진하고 있는 콘텐츠, 라이프 스타일, 음식·서비스 분야의 해외진출 프로젝트를 공동출자 등의 형식으로 지원하고 있음.<sup>18)</sup>
  - 주요 지원 프로젝트로는 닛보 재팬 몰 설립(110억 엔 지원), 재팬 콘텐츠 현지화(75억 엔 지원), 아시아 전역의 라이브 홀 개관(50억 엔 지원), 재팬 채널 해외송출 확대(44억 엔 지원) 등을 들 수 있음(표 3 참고).

## ② 외교정책 등

■ **일본은 이른바 인간안보(Human Security)와 관련하여 UNDP 등 국제적 논의에 적극 참여하고 있음.**

16) 外務省, 「外交青書·白書」, [https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/bluebook/2017/html/chapter3\\_04\\_02.html#s342](https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/bluebook/2017/html/chapter3_04_02.html#s342)(검색일: 2018. 6. 26).

17) Cool Japan Fund(クールジャパン機構), <https://www.cj-fund.co.jp/>(검색일: 2018. 6. 26).

18) 経済産業省(2018), 「クールジャパン機構について」, pp. 3~4.

- 1994년 UN개발계획(UNDP)이 제창한 인간안보는 군사적인 위협 등 일반적인 국가안보 패러다임을 벗어나 경제나 문화적 분야의 다양한 위협으로 안보의 영역을 확대한 개념임.<sup>19)</sup>
- 일본은 1993년 3월 UN에 '인간안보기금'을 마련하였으며, 2001년 1월에는 일본의 제안에 따라 UN에 '인간의 안보보장 위원회'가 설치되는 등 국제적 논의를 주도하였음.

■ 일본은 미국, 영국, 독일, 프랑스 등과 함께 꾸준히 세계 5대 공여국 지위를 유지하는 등 적극적인 공적개발원조(ODA) 사업을 진행하고 있음.<sup>20)</sup>

- 일본의 ODA는 ASEAN 지역 국가들에 대한 배상으로부터 시작되었으나, 발전경험의 이식이라는 원조 철학으로 점차 전환되면서 일본의 가치관을 전달하는 주요한 수단으로 기능하고 있음.
- 일본은 1989~2001년까지 국제사회에서 제1위 공여국의 지위를 차지한 것을 비롯하여, 최근까지도 세계 5대 공여국으로서의 지위를 유지하고 있는 유일한 아시아 국가임.

■ 일본은 2005년 12월 'UN 평화구축 위원회' 창설에 적극적인 역할을 수행하는 한편, 일본 및 아시아의 평화구축 인재육성사업을 실시하는 등 국제적인 평화구축 활동을 주도하고 있음.

### 글상자 1. '쿨 재팬' 전략 추진내용 및 주요 성과

■ '쿨 재팬' 전략의 세부 내용은 콘텐츠, 농림수산 및 식품, 관광, 디자인 제품 및 패션 등 4개 분야에 대한 공동제작 및 현지 프로모션 지원, 인재육성 지원사업 등으로 구성됨.

- 각 세부 사업은 경제산업성, 외무성, 문부과학성, 농림수산업성 등 관계부처와 연계하여 관리되며, 2018년 현재 분야별 주요 지원사업의 현황은 [표 2]와 같음.
- 「일본재흥전략」은 '쿨 재팬' 전략에 대한 ① 방송 콘텐츠 해외매출 ② 농림수산·식품 수출액 ③ 일본산 주류 수출 증가율 ④ 방일 외국인 여행자 수 ⑤ 관광 수입 등 5개의 '성과목표'를 제시한 바 있으며<sup>21)</sup>, 総務省(2018)에 따르면 각 성과목표는 대부분 달성된 것으로 나타남.
  - 방송콘텐츠 분야는 '해외매출 3배 증대(목표액 200억 엔)'라는 성과지표를 앞당겨 달성하여(그림 1 참고), '2020년 500억 엔의 매출 달성'이라는 새로운 성과지표를 설정하였음.
  - 농림수산물·식품 분야는 '2016년까지 수출액 7천억 엔 달성'이라는 중간목표를 1년 일찍 달성하였으며(그림 2 참고), 최종 목표인 '수출액 1조 엔 달성'의 목표연도를 2020년에서 2019년으로 1년 앞당기겠다는 계획을 제시하였음.
  - 관광 분야는 '방일 외국인 여행자 수 2천만 명'의 목표를 달성하여(그림 3 참고) '2020년 4천만 명', '2030년 6천만 명'의 새로운 목표를 설정하였고, 2017년 국제관광 수입액이 300억 달러를 초과(그림 4 참고)하는 등 '아시아 국가 중 국제관광 수입 1위'라는 목표 또한 달성하였음.

19) 이혜영, 박지범(2013), 「인간안보: 국제규범의 창안, 변형과 확산」, 『국제·지역연구』, 22권 1호, p. 3.

20) 정부개발원조(ODA)의 경우 또한 기본 이념이나 원조 실시의 원칙 등은 일본의 가치관에 근거한 정책이므로 일본 소프트파워의 원천을 이루는 요소로 평가됨.



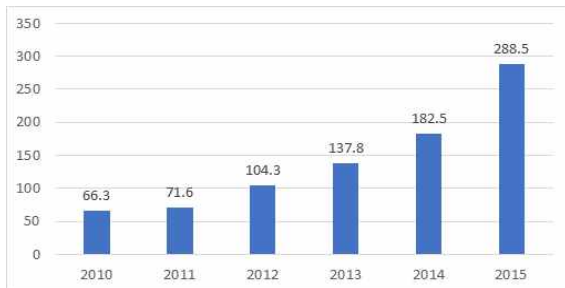
표 2. 분야별 '쿨 재팬' 전략 추진내용

분야	세부 추진내용(관계기관)
콘텐츠 분야	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방송 콘텐츠의 국제 공동제작 등 지원(총무성)</li> <li>• 방송 콘텐츠의 무상공여(외무성)</li> <li>• 지역화·프로모션 지원(총무성, 경제산업성)</li> <li>• 샷포로 콘텐츠 특구의 규제특례 조치·재정지원(내각부)</li> <li>• 문화예술의 해외진출 지원(해외 영화제 출품 지원, 현대미술의 해외진출 촉진, 해외 미디어 예술제 참여 등)(문부과학성)</li> <li>• 국제 박람회 개최 프로듀서 인재육성 등 지원(경제산업성)</li> <li>• 해외 박람회 참가 지원(경제산업성)</li> </ul>
농림수산물·식품 분야	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 해외 박람회 참가 등 지원(농림수산업성, 경제산업성)</li> <li>• 품목별 수출단체 등에 대한 지원(농림수산업성)</li> <li>• 일식·음식 문화의 보급 지원(농림수산업성)</li> <li>• 농림수산물·식품 등의 수출환경 정비(재무부(국세청), 농림수산업성)</li> </ul>
관광분야	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cool Japan과 Visit Japan 사업 연계(경제산업성, 국토교통성(관광청))</li> </ul>
디자인 제품·패션	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제작 지원(경제산업성)</li> <li>• 해외 박람회 참가 등 지원(경제산업성)</li> <li>• 지방 사업자의 해외 전개 지원(경제산업성)</li> </ul>
공통	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 신흥국의 박람회 참가 테스트 및 마케팅 등 지원(경제산업성)</li> <li>• 'Cool Japan Fund'에 대한 출자(경제산업성)</li> <li>• 일본의 매력 전파사업(재외공관 문화사업, 외무성)</li> <li>• 외무성의 일본기업 지원(외무성)</li> <li>• 일본 문화예술의 전파 지원(문화 교류사 파견)(문부과학성)</li> <li>• 해외 전개의 타당성 조사 등 지원(경제산업성)</li> </ul>

자료: 総務省(2018), 「クールジャパンの推進に関する政策評価」, 報道資料(平成30年5月18日), pp. 3~4.

그림 1. 방송콘텐츠 관련 해외매출

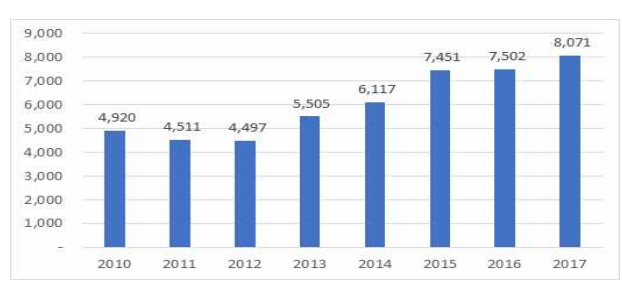
(단위: 억 엔)



자료: 総務省(2018), 「クールジャパンの推進に関する政策評価」, 報道資料(平成30年5月18日), p. 3.

그림 2. 농림수산물 및 식품 수출액

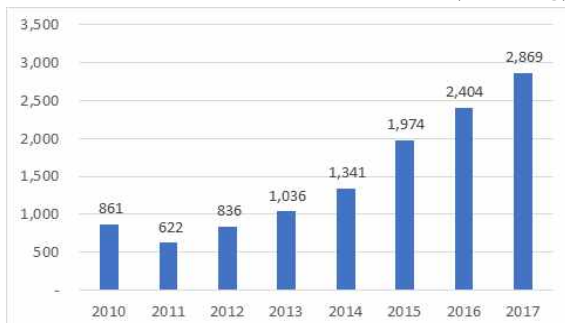
(단위: 억 엔)



자료: 総務省(2018), 「クールジャパンの推進に関する政策評価」, 報道資料(平成30年5月18日), p. 3.

그림 3. 방일 관광객 수

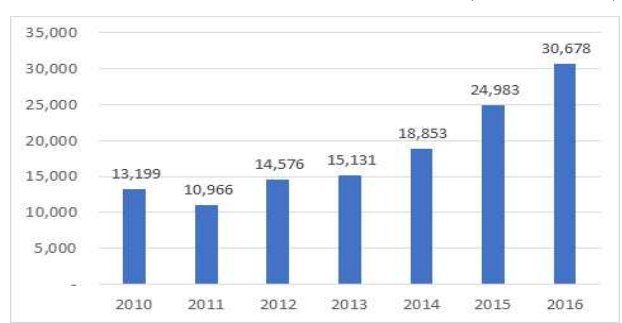
(단위: 만 명)



자료: 総務省(2018), 「クールジャパンの推進に関する政策評価」, 報道資料(平成30年5月18日), p. 4.

그림 4. 국제관광 수입

(단위: 백만 달러)



자료: 総務省(2018), 「クールジャパンの推進に関する政策評価」, 報道資料(平成30年5月18日), p. 4.

■ 2013년에 창설된 'Cool Japan Fund'는 약 693억 엔 규모의 펀드를 조성하여, 소프트파워 관련 기업의 해외진출 사업을 지원하는 역할을 수행하고 있음.

- 'Cool Japan Fund'는 민간기업과 공동출자 형태로 소프트파워 관련 분야의 해외진출 프로젝트를 지원하며, 그 밖에 사업전략 수립 및 경영지원 등 다양한 지원 서비스를 제공하고 있음.
- 2018년 5월 현재 28건의 프로젝트에 약 568억 엔이 지원되었으며, 분야별로 살펴보면 미디어 콘텐츠 분야가 42%(238억 엔), 라이프 스타일 분야가 23%(130억 엔), 음식·서비스 분야가 20%(116억 엔)의 비중을 차지하였음.

표 3. Cool Japan Fund의 투자 결정 현황

분야	총투자액	주요 지원 프로젝트
미디어 콘텐츠	약 238억 엔 (9건)	① 재팬 콘텐츠 관련 인터넷 판매(15억 엔) ② 정품 애니메이션 관련 인터넷 판매(10억 엔) ③ 엔터테인먼트 프로그램 제작(10억 엔) ④ 재팬 콘텐츠의 현지화(75억 엔) ⑤ 재팬 채널(44억 엔) ⑥ 해외 크리에이터 육성(4.5억 엔) ⑦ 아시아 전역에서의 라이브 홀 개관(50억 엔) ⑧ 미얀마 지상파 방송(17.5억 엔) ⑨ 방일 외국인을 위한 엔터테인먼트 발신(12억 엔)
라이프 스타일	약 130억 엔 (4건)	⑩ 말레이시아 재팬 몰(10.7억 엔) ⑪ 닝보 재팬 몰(110억 엔) ⑫ 지역 특산품 전문점(1억 엔) ⑬ 일본 패션브랜드의 해외진출(8억 엔)
음식·서비스	약 116억 엔 (10건)	⑭ 일본 식재료 콜드체인(9.26억 엔) ⑮ 일식 푸드타운(7억 엔) ⑯ 외식 산업·일본 식재료의 해외진출 기반(7억 엔, 대출 13억 엔) ⑰ 미국에서의 일본 차 카페(2.6억 엔) ⑱ 일식·농산품의 해외전개 인프라 정비(약 40억 엔) ⑲ 중동의 외식·소매 점포(약 3억 엔) ⑳ 일본계 외식 기업용 재료 가공(3억 엔) ㉑ 일본의 농산물 수출 확대(3.66억 엔) ㉒ 음식·소매 발신 플랫폼(약 4.5억 엔) ㉓ ASEAN에서의 중소 외식기업의 출점 지원(5억 엔)
인바운드	약 63억 엔(3건)	㉔ 세토 우치 지역의 관광산업 진흥기금(10억 엔) ㉕ 방일 외국인 여행객을 지원하는 민박 중개 서비스(3억 엔) ㉖ 관광·인바운드 관련 ICT 벤처 펀드(50억 엔)
건강관리	약 10억 엔(1건)	㉗ 의료·첨단 기술 관련 벤처 펀드(10억 엔)
공통	약 11억 엔(1건)	㉘ 해외 수요 개척을 노리는 벤처의 창출·지원(11억 엔)

자료: 經濟産業省(2018) 「クールジャパン機構について」, pp. 12~17.

## 다. 일본의 對ASEAN 소프트파워 활용사례

■ 일본은 1970년대 역내 안보 및 경제상황의 변화 등에 대한 인식<sup>22)</sup>을 바탕으로 ASEAN의 전략적 가치에 주목하였으며, 특히 문화외교 및 소프트파워 정책을 통해 ASEAN 국가들에 대한 영향력 제고를 도모하고 있음.

- 일본은 1970년대 세계 경제에서의 지위 상승으로 미국 및 서구 선진국들과의 경제마찰을 피할 수 없는 상황에 처하게 되었으며, 이에 따라 ASEAN 지역으로의 진출 및 이 국가들과의 경제협력 강화를 중요한 정책과제로 인식함.
- 또한 동남아시아 국가연합(ASEAN)이 지역 내 연대기구로서의 기능을 본격적으로 수행하기 시작하면서 일본은 외교적인 측면에서 ASEAN을 중시하게 되고, ASEAN을 통해 동남아시아 국가들과의 관계 강화를 도모하기 시작하였음.
- 특히 중국이 국제정치 무대에 본격적으로 등장하는 등 국제정치 환경이 변화하면서 ASEAN 지역 국가들의 미래에 대한 위기의식이 확산되었으며, 이는 일본이 ASEAN 지역으로의 적극적인 '자주 외교'를 추진할 수 있는 계기가 되었음.

■ [국가적 차원의 공공외교] 일본은 ASEAN 국가들을 대상으로 정치·안보 협력, 공적개발원조, 인력교류 프로그램 등 소프트파워 강화를 위한 국가 차원의 공공외교 활동을 적극적으로 추진하고 있음.<sup>23)</sup>

- [정치·안보 협력] 일본은 ASEAN+3, 동아시아정상회의(EAS), ASEAN 국방장관회의, ASEAN 지역안보 포럼 등 고위급 외교채널을 통해 ASEAN과 정치·안보 분야에서 긴밀한 협력관계를 유지하고 있음.
- [정부개발원조] 일본은 ASEAN의 최대 ODA 공여국으로서 기존의 인프라 및 에너지 개발 중심에서 인재 육성 및 의료 분야로 지원범위를 확대해나가고 있음.
  - 2016년을 기준으로 일본의 양자 ODA 공여 상대국 상위 10개국(1위는 인도) 중 5개국(베트남, 미얀마, 태국, 인도네시아, 필리핀)이 ASEAN 회원국임.<sup>24)</sup>
  - ASEAN은 일본의 해상교통로상에 위치하고 있을 뿐 아니라 다수의 일본기업이 진출해 있는 지역으로, 일본은 인프라 정비, 법규 정비, 해상 안전, 방재, 보건·의료, 평화협력 등 다양한 분야에서 ASEAN에 대한 ODA 지원을 실시하고 있음.<sup>25)</sup>
- [사람과 사람 간의 교류] 일본은 '후쿠다 독트린'의 對동남아시아 외교 3대 원칙의 하나인 '마음과 마음을 아우르는 신뢰관계 구축'에 따라 역내 사회문제에 대한 공동 대응, 인적교류 활성화 등의 노력을 지속적으로 전개해오고 있음.
  - 1981년 5월 25일 ASEAN 회원국 정부와 일본정부는 '후쿠다 독트린'에 근거하여 '일본 아세안 센터(ASEAN Promotion Centre on Trade, Investment, and Tourism)'를 공동 설립하여 일본-ASEAN 국가 간 무역·투자 확대, 관광 및 인적교류 촉진 등 협력사업을 주도하도록 하였음.

22) 이기원(2011), 「일본의 대 동남아 인식과 정책」, 『국제정치연구』, 14(1), pp. 309~311.

23) 外務省(2017), 「日本とASEAN」, pp. 1~10.

24) 外務省, <https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/oda/shiryo/jisseki.html>(검색일: 2018. 7. 19).

25) 外務省(2016), 「2016年版 開発協力白書」, pp. 121~122.

- 2014년 4월 일본은 아시아 문화발전을 위한 목적으로 국제교류기금의 ‘아시아 센터’를 설립하였으며, 현재 ‘아시아 센터’는 예술가·문화인의 교류협력, 일본어교사 도우미 및 일본문화 소개 파트너 파견 등의 교류협력 사업을 추진하고 있음.
- 또한 일본은 2007년 출범한 ‘JENESYS(Japan-East asia Network of Exchange for Students and Youths) 사업’을 통해 정치, 경제, 사회, 문화, 역사, 스포츠 등 다양한 주제와 연계하여 일본과 ASEAN 간의 청소년 교류를 추진하고 있음.

■ [민간 분야의 진출 및 교류 촉진] 2000년대 이후 일본은 이른바 ‘쿨 재팬’ 전략을 통해 성장전략의 일환으로서 對ASEAN 소프트파워 강화를 도모하고 있음.

- 일본은 최근 ‘쿨 재팬’ 전략을 통해 소프트파워 강화와 민간기업 및 개인의 해외진출 등 성장전략과의 연계를 적극적으로 도모하고 있음.
- 특히 ASEAN은 일본 ‘쿨 재팬’ 전략의 중점 대상지역의 하나로서, 실제 ‘Cool Japan Fund’의 주요 지원 프로젝트 중 상당수가 ASEAN 시장을 타깃으로 하고 있음.<sup>26)</sup>
- ‘Cool Japan Fund’는 2014년부터 ‘베트남 콜드체인(cold chain) 물류 비즈니스 투자’, ‘싱가포르 일본 음식타운 조성’, ‘중소 음식서비스 업체의 ASEAN 시장 진출 지원’, ‘미얀마 TV방송국 대상 일본 콘텐츠 제작 및 유통 비즈니스 투자’ 등 ASEAN 국가를 대상으로 한 일본의 문화 콘텐츠 및 음식 전파 프로젝트를 지원하고 있음.
- 또한 일본 콘텐츠 현지화, 해외 일본 방송채널 송출, 아시아 전역의 라이브 홀 개관 등 ‘Cool Japan Fund’의 주요 지원 프로젝트에서도 ASEAN 시장을 중요하게 고려하고 있음.

### 3. 중국의 소프트파워 정책과 對ASEAN 활용사례

#### 가. 추진배경 및 기본 방향

■ [중국식 소프트파워] 중국은 소프트파워(软实力)를 크게 △무형적인 힘(문화 등) △국가 경제·외교의 대외적 영향력으로 나누어 인식하고 있으며, 2007년 후진타오(胡锦涛) 주석이 언급한 이후 최초로 공식문서상에 ‘문화소프트파워(文化软实力)’라는 용어가 등장하기 시작하였음.

- 일반적으로 소프트파워가 문화, 가치, 이념 등 비물리적인 힘을 지칭하는 것과는 달리 중국은 ‘국가의 경제·외교의 대외적 영향력’이라는 개념을 추가하였으며, 이는 소프트파워에서 비롯한 경제적 자원을 중요한 외교전략 수단으로 활용하고 있기 때문으로 분석됨.<sup>27)</sup>
- 2007년 제17차 중국 공산당 전국대표대회(中国共产党全国代表大会, 약칭 당대회)에서 후진타오 주석이 최초로 사회주의 문화의 발전과 번영을 추진하기 위해 ‘문화소프트파워’를 강화해야 함을 언급하였고, 종합

26) 総務省(2018), 「クールジャパン機構について」, p. 12; Cool Japan Fund, <https://www.cj-fund.co.jp/en/>(검색일: 2018. 7. 18).

27) 변창규(2011), 「중국의 동남아외교와 ‘소프트파워(soft power) 전략」, 『한국동북아논총』, 제61호, p. 10, 재인용.

국력(综合国力, 스마트파워) 경쟁에서도 소프트파워가 중요한 요소임을 강조한 바 있음.<sup>28)</sup>

■ [추진목적] 중국 소프트파워 정책<sup>29)</sup>의 추진 목적은 5,000여 년의 유구한 역사와 문화에 대한 자부심을 바탕으로 대내적으로는 자국의 소프트파워를 강화하고, 대외적으로는 중국문화의 세계화를 추구하며, 고속 경제성장을 달성하는 과정에서 부상한 ‘중국위협론(中国威胁论, China Threat Theory)’<sup>30)</sup>에 효과적으로 대응하기 위함임.

- 세계 4대 문명의 발생지 중 하나인 중국은 베이징올림픽(2008년)과 같은 거대 국제행사에서 중국 고유의 문화와 전통을 보여주는 행사 등을 다수 개최하며 자국의 역사와 문화에 대해 자부심을 표출해왔음.
- 중국이 소프트파워 정책을 추진하는 목적은 대내적으로는 소득과 생활수준이 향상된 자국민들의 다양한 문화적 수요를 충족시키기 위함이며, 대외적으로는 1978년 개혁개방 이후 중국의 부상에 위기감을 느낀 미국 등 일부 국가들이 중국위협론을 제시하면서부터 악화된 국가 이미지를 쇄신하기 위함임.

■ [조직 체계] 정부 부처(외교부, 교육부, 문화부 등)가 지휘본부의 역할을 담당하며, 공산당과 민간 분야가 동참하고 있음.<sup>31)</sup>

- 외교부는 국가 정상급 공공외교를 기획·주관하고, 관련 정책에 대한 대국민 홍보와 소통을 담당하며, 2012년에는 이와 관련한 산하기관으로 비영리조직인 ‘중국공공외교협회(中国公共外交协会)’를 설립하였음.
- 교육부, 문화부 등 유관부처들 또한 인문교류 시스템 설립 및 강화, 공자학원(孔子学院) 운영, 민간 차원의 포럼 지원 등을 수행함.
- 중국 공산당은 전 세계 160여 개의 국가(지역)에서 활동 중인 약 600개의 정당 및 정치조직과 네트워크를 형성하고, 민간 분야와도 협력하며 정당 차원의 공공외교를 적극적으로 추진 중임.
- 중국 대표 방송국인 CCTV(中国中央电视台)는 2016년 기준 70개의 해외 지사를 설립하여 글로벌 뉴스의 수집·보급 범위를 확장하였고, 재외교포 등을 위한 방송채널(CCTV-4)을 운영 중이며, 인근 국가로 진출한 기업들 또한 중국과 중국기업에 대한 각국의 이해도를 높이는 데 일부 공헌하고 있음.

■ [특징] 중국의 소프트파워 정책은 화평굴기(和平崛起 또는 화평발전(和平发展)), 해외진출(走出去) 등 국가의 중장기 정책 이념이나 방향과 연계하여 추진해왔음.

- ‘화평굴기’<sup>32)</sup>는 ‘중국은 평화적인 방법을 통해 발전할 것이며, 이웃 국가를 위협하지 않을 것’이라는 의지를 보여주는 외교정책 이념으로, 후진타오 주석을 비롯한 중국 4세대 지도부가 중국위협론을 불식하기 위

28) 「胡锦涛提出：推动社会主义文化大发展大繁荣(2007. 10. 15)」, 『中国日报』.

29) 본 연구에서 지칭한 중국의 소프트파워 정책은 공공외교 정책을 중심으로 그 외 국가 정책(일대일로, 문화산업 육성 정책 등) 추진을 위해 소프트파워를 활용하고 있는 사례들을 포괄하여 서술함(참고로 ‘공공외교’란 ‘외국 국민들과의 직접적 소통을 통해 한 나라의 역사, 전통, 문화 등에 대한 공감대를 확산하고 신뢰를 확보함으로써 외교 관계를 증진시키고 자국의 대외영향력을 높이는 외교활동’을 지칭함. 외교부 공공외교 홈페이지, <http://www.publicdiplomacy.go.kr/introduce/public.jsp>(검색일: 2018. 7. 27)).

30) ‘중국위협론’이란 중국이 1978년 개혁개방 이후 고속 경제성장을 달성하자 이러한 경제적 부상이 필연적으로 군비증강 등 군사대국의 길로 이어져 결국 지역 안정에 위협이 될 것이라는 주장으로 미국 등 일부 국가들에 의해 제기되었음(변창구, 앞의 책, p. 8).

31) 赵可金(2017), 「中国公共外交的创新与发展」, 『公共外交季刊』, 第1期.

32) ‘화평굴기(和平崛起)’는 평화롭게 일어나 우뚝 선다는 뜻으로 2003년 보아오포럼(博鳌亚洲论坛)에서 처음으로 제시되었음.



해 제시하였음.

- '저우추취(走出去)'는 중국의 해외진출 전략을 표현하는 용어로 중국은 이를 문화산업과도 연계하여 자국 문화콘텐츠 기업의 해외 진출을 도모하고 있음.

■ 특히 일대일로 이니셔티브('The Belt and Road' Initiative, 이하 일대일로)의 5대 전략(五通) 중 하나인 '민심상통(民心相通)'은 소프트파워를 활용하여 중국에 대한 우호적인 분위기를 조성함으로써 일대일로의 성공에 기여할 수 있음을 강조하고, ASEAN을 전략적 중점 지역으로 지목하였음.

- '민심상통'은 문화, 교육, 관광 등 여러 분야에서 실크로드 인근 국가들과의 교류를 강화하고, 서로에 대한 이해와 우정을 키워야 함을 강조하는 전략으로 시진핑(习近平) 주석 또한 일대일로의 성공을 위해서는 이웃 국가들의 지지가 필수임을 언급한 바 있음.<sup>33)</sup>
- ASEAN 지역은 일대일로의 중점 지역 중 하나로 역내 국가들과의 긴밀한 협력관계 구축이 더욱 강조되고 있는 상황임.
  - 중국은 ASEAN 5개 회원국(미얀마, 베트남, 라오스, 태국, 캄보디아)과 대메콩유역(GMS: Greater Mekong Sub-region) 경제협력 프로그램에 참여하고, 중국-인도차이나반도 경제회랑(China-Indochina Peninsula Economic Corridor)을 구성하고 있으며, 이는 일대일로의 주요 노선을 형성하는 지역임.<sup>34)</sup>
  - 중국 외교부도 일대일로와 'ASEAN 발전계획'을 접목하고 실무 협력을 강화하여 역내 국가들과 보다 높은 수준의 전략적 협력 동반자관계와 더욱 긴밀한 운명공동체를 구축할 의지가 있음을 강조함.<sup>35)</sup>

## 나. 주요 정책

■ 중국의 소프트파워 정책은 크게 △문화산업 육성 △개발도상국에 대한 원조 및 지원 △공자학원 등 교육기관 설립 △문화교류 시스템 구축 및 인적교류 강화로 구분하여 살펴볼 수 있음(표 4 참고).

표 4. 중국의 소프트파워 및 공공외교 정책

분야	기본 방향	추진목적	주요 활동내용
경제	문화산업 육성	· 자국의 문화적 수요 충족 · 해외진출 및 교역 확대	· 문화산업 육성정책 수립 및 중국 기업의 해외진출 장려
정치 외교	개발도상국에 대한 원조 및 지원	· 친(親) 중국 이미지 형성 · 중국식 발전모델 전파 · 해외진출 도모	· 주로 아프리카, 아시아를 대상으로 대외원조 제공
교육	교육기관 설립	· 중국어 보급 및 확산 · 중국문화 전파 및 영향력 강화	· 공자학원, 공자학당 운영 · 장학금 프로그램 운영 등
문화 인프라	문화교류 시스템 구축 및 인적교류 강화	· 문화, 학술 등 다차원적 교류 추진 · 인적교류 활성화	· 화인화교 사회와의 네트워크 강화 · 해외중국문화센터 건립 확대 · 민간의 포럼 개최 지원 · 해외 싱크탱크와의 교류 등

자료: 본문 내용을 바탕으로 저자 정리.

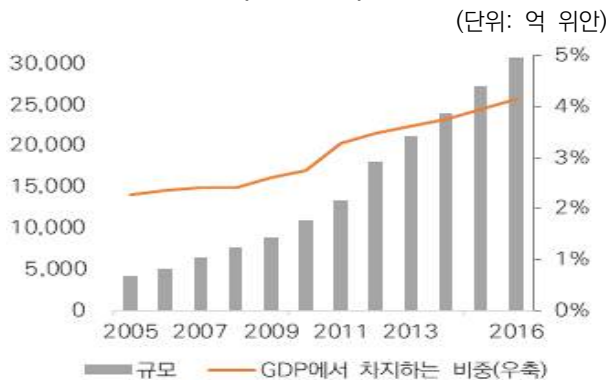
33) [http://www.ciis.org.cn/chinese/2016-06/12/content\\_8825507.htm](http://www.ciis.org.cn/chinese/2016-06/12/content_8825507.htm)(검색일: 2018. 6. 26).

34) 이승신 외(2017), 『중국의 일대일로 전략 평가와 한국의 대응방안』, pp. 137~138, 대외경제정책연구원.

35) 『外交部发言人耿爽就中国-东盟关系答记者问』(2017. 8. 3), 『中国日报』.

- [문화산업 육성] 중국은 2000년 최초로 ‘문화산업 진흥’을 국가의 중장기 계획 내에 채택한 이후 해당 산업의 성장과 관련 기업의 해외진출을 도모하기 위한 세부 정책들을 발표하며 문화산업 육성을 위해 노력해왔음.
  - 중국정부는 2000년 발표한 제10차 5개년 계획<sup>36)</sup> 내에 최초로 문화산업의 발전필요성을 언급한 이후 해당 산업을 육성하기 위한 정책들을 꾸준히 발표해왔음.
  - 국무부와 담당 부처들은 2006년부터 5년 단위로 발표된 「문화발전규획강요(文化发展规划纲要)」를 근거로 세부 계획(「문화산업진흥계획(文化产业振兴规划)」 등)들을 수립·추진하고, 방송, 애니메이션, 온라인게임 등 문화콘텐츠 기업들의 해외진출을 장려하였음.
  - 2016년 중국의 ‘문화 및 연관산업’의 규모는 총 3조 785억 위안으로 2005년(4,216억 위안) 대비 7배 이상 증가하였으며, GDP 대비 부가가치 비중도 2%대 → 4%대로 확대되었고, 2017년 관련 기업의 영업소득 또한 전년대비 10.8% 상승한 9조 1,950억 위안을 기록함(그림 5, 6 참고).

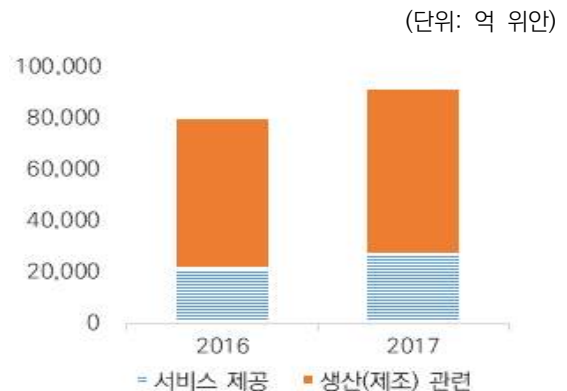
그림 5. 중국의 문화산업 규모 및 GDP 대비 부가가치 비중 (2005~16년)



주: 부가가치액 기준으로 문화 및 연관산업을 포함하여 산정.

자료: 国家统计局, <http://www.stats.gov.cn/>(검색일: 2018. 6. 27)을 바탕으로 저자 작성.

그림 6. 중국의 문화산업 관련 기업의 영업소득 (2016~17년)



주: 5만 개 이상의 기업을 대상으로 한 조사결과임.

자료: 国家统计局, <http://www.stats.gov.cn/>(검색일: 2018. 6. 27)을 바탕으로 저자 작성.

- [개발도상국에 대한 원조 및 지원] 중국은 OECD DAC(개발원조위원회)<sup>37)</sup> 소속 회원국이 아님에도 아프리카, 아시아 등 개발도상국에 대한 적극적인 원조와 지원을 통해 자국의 경제적 이익과 영향력 확대를 추구해왔음.
  - AidData Research Lab이 미 Harvard대, 독일 Heidelberg대 연구진과 공동 발표한 보고서<sup>38)</sup>에 따르면, 중국은 2000년부터 2014년까지 전 세계에 약 3,500억 달러의 공적자금을 제공하였음.
    - 이 중 수출신용 등 상업성 자금이 상당수였고, 해외 개발 프로그램 재원의 23%만이 공적개발원조(ODA)<sup>39)</sup> 수준으로 제공됨.

36) 공식명칭은 ‘중화인민공화국 국민경제와 사회발전 제10차 5개년 계획강요(中华人民共和国国民经济和社会发展第十个五年规划纲要)’로 국가 운영의 계획과 방향을 제시하기 위해 5년 단위로 수립되고 있음. 참고로 제10차 5개년 계획 기간은 2001년부터 2005년까지임.

37) OECD DAC(Organisation for Economic Co-operation and Development, Development Assistance Committee).

38) Dreher 외(2017), “Aid, China, and Growth: Evidence from a New Global Development Finance Dataset”. AidData Working Paper #46, AidData Research Lab.

39) 공적개발원조(ODA: Official Development Assistance)는 정부 등 공공 분야가 개발도상국의 경제개발과 복지향상을 위해 제공하는 증여(grant), 무상원조 비중이 25% 이상인 양허성 차관(concessional loan) 등의 자금을 지칭함.

- 중국은 대외원조백서(2014)<sup>40)</sup>를 통해 2010년부터 2012년까지 121개 국가를 대상으로 총 893.4억 위안의 대외원조를 제공했음을 밝혔으며, 그중 67%는 아프리카(51개국)와 아시아(30개국)에 집중되었음.
- 유형별로는 우대대출(优惠贷款)이 최대 비중(55.7%)을 차지하였고, 무상원조는 36.2%에 불과함.
- 그러나 일부 국가와 시민단체는 중국의 대외원조가 에너지 수입과 상품 수출을 확보하기 위한 것이며, 개도국의 부채만 증가시킬 뿐 민주주의, 인권, 환경과 같은 기준을 요구하고 있지 않다는 점을 비판함.<sup>41)</sup>

■ [교육기관 설립] 2004년 교육부 산하기관인 국가한반(国家汉办)이 설립·운영 중인 공자학원(孔子学院)과 공자학당(孔子课堂)은 중국어 교육 네트워크이자 중국적 가치와 문화를 전파하는 창구로 활용되고 있음.

- 중국정부는 전 세계적으로 늘어난 중국어 수요를 충족시키고 자국의 문화적 영향력을 높이기 위해 중국어 전문 교육기관인 공자학원과 공자학당을 세계 각국에 설립하고 있음.
- 공자학원과 공자학당은 총 146개 국가(지역)와 연결된 거대 교육 네트워크이자 친(親)중국 이미지 형성에 기여하는 대표 사례로 손꼽히고 있음.

■ [문화교류 시스템 구축 및 인적교류 강화] 중중국은 인문교류 활성화를 위해 해외에서 활약하는 화인화교(华人华侨)<sup>42)</sup> 사회와의 인적 네트워크를 강화해왔으며, 해외중국문화센터(海外中国文化中心)가 주최하는 여러 문화교류 행사들과 민간 포럼 등을 지원하고 있음.

- 2017년 국무원 등은 「중국과 외국 간 인문교류 사업 강화 및 개선에 대한 의견(关于加强和改进中外人文交流工作的若干意见)」에서 앞으로 △주요국 및 국제기구와의 인문교류를 강화하고 △글로벌 문화교류 브랜드를 개발할 것이며 △교포, 유학생, 기업들이 참여하는 교류 시스템을 구축하겠다는 계획을 발표함.<sup>43)</sup>
- 또한 중국정부는 화인화교 사회가 ‘중국과 세계를 연결하는 다리(以侨为桥)’ 역할을 할 수 있음에 주목하고 이들과의 네트워크를 구축·강화해왔으며, 특히 일대일로 사업추진과정에서 ASEAN 지역에 널리 분포된 화인화교 사회가 자국에 대한 우호적인 분위기를 만들어 해당 사업의 성공에 기여할 것으로 기대함.
- 해외중국문화센터는 중국문화의 해외진출(走出去)을 추진하는 주요 플랫폼으로 전 세계적으로 총 35개가 설립되었으며, 국가의 외교 전략에 발맞춰 다양한 문화교류 활동을 전개하고 있음.
- 2016~17년 동안 센터당 연평균 100개의 문화교류 행사를 진행하였고, 35개의 센터에서 개최한 행사에 참석한 총 인원이 연평균 400만 명을 초과함.<sup>44)</sup>
- 이밖에도 중국은 보아오포럼(博鳌亚洲论坛), 세계평화포럼(世界和平论坛) 등과 같은 다양한 민간 분야의 포럼을 지원하고, 브루킹스 연구소와 같은 해외 싱크탱크와의 협력을 추진하고 있음.

40) 《中国的对外援助(2014)》白皮书, <http://www.scio.gov.cn/zfbps/ndhf/2014/document/1375013/1375013.htm>(검색일: 2018. 6. 30).

41) 김상배 외(2013), 『중견국의 공공외교』, p. 72, 사회평론.

42) 중국 국적 소지 여부에 따라 해외에 거주 중인 중국인을 화교(华侨), 중국계지만 외국 국적을 취득한 사람을 화인(华人)으로 나누고 있음.

43) 新华网 홈페이지, [http://www.xinhuanet.com/2017-12/21/c\\_1122148432.htm](http://www.xinhuanet.com/2017-12/21/c_1122148432.htm)(검색일: 2018. 7. 2).

44) 「海外中国文化中心: 布局全球, 传播中华文化」(2018. 1. 31), 『中国文化传媒网』.

■ 2016년 문화부가 발표한 「일대일로 문화발전행동계획(“一带一路”文化发展行动计划)」은 현재 추진되는 중국의 문화소프트파워 강화 전략을 종합적으로 보여주는 정책으로 ‘문화’를 경제, 정치 및 외교 분야와 연결하여 활용함으로써 다차원적인 국익을 추구하는 데 목적을 두고 있음.

- 동 계획은 문화부 주도하에 △문화교류협력 시스템 구축 △문화교류협력 플랫폼 강화 △문화교류 브랜드 개발 △문화산업의 변형과 발전 추구 △문화교역 촉진 등을 위한 세부 계획을 제시함(표 5 참고).
- 이처럼 중국은 ‘문화’를 경제, 정치, 외교 등 여러 분야와 연계하여 활용함으로써 일대일로 사업의 순조로운 성공을 꾀하고, 역내에서의 경제적 이익과 영향력 확대를 추구하고 있다고 판단됨.

표 5. 중국 「일대일로 문화발전행동계획(2016~20년)」

연번	주요 계획	세부 계획
1	문화교류협력 시스템 구축	· 중·아세안 문화부 장관회의 개최 등 국제협력 체계 구축 · 국내 중장기 협력계획 공동 연구 및 수립, 협력 메커니즘 구축 · 문화유산 교류 및 협력 체계 구축, 국가예술기금 관련 협력 추진
2	문화교류협력 플랫폼 강화	· 일대일로 국가(지역) 내 해외중국문화센터 개설·확대 · 일대일로를 주제로 실크로드 국제 예술제, 박람회 등 개최
3	문화교류 브랜드 개발	· 실크로드 문화여행 브랜드 개발을 통한 문화교류 확대 · 실크로드 문화메신저(文化使者) 공동 선발 및 운영 · 일대일로 예술창작 협력 지원 · 실크로드 문화유산 보호, 복원, 연구, 교육훈련 등 추진
4	문화산업의 변형과 발전 추구	· 실크로드 문화산업 벨트(丝绸之路文化产业带) 형성 · 애니메이션 및 게임 산업 선도 육성, 산업협력 추진 · ‘인터넷+중화문명’ 등 문화산업의 융합 발전 추구
5	문화교역 촉진	· 전통예술, 영화, TV, 광고, 음악, 만화, 게임, 디지털 등 국가 협력채널 개발 및 개선, 무역 확대 추진

자료: 文化部(2016), 「“一带一路”文化发展行动计划」, [http://zwgk.mcprc.gov.cn/auto255/201701/t20170113\\_477591.html](http://zwgk.mcprc.gov.cn/auto255/201701/t20170113_477591.html)(검색일: 2018. 7. 2)를 바탕으로 저자 정리.

## 글상자 2. 중국 공자학원의 세계화

■ 중국의 ‘공자학원(孔子学院)’과 ‘공자학당(孔子课堂)’은 국가한반(国家汉办)이 중국어 보급 및 확산, 중국문화의 영향력 향상 등을 위해 설립한 교육기관으로 중국 소프트파워 정책을 성공적으로 수행하고 있는 모범사례로 평가됨.

- [배경] 2004년 교육부 직속 기관으로 설립된 국가한반은 세계적인 인물 중 하나인 ‘공자(孔子)’의 이름을 사용한 교육기관을 개설함으로써 중국어와 중국문화에 대한 세계 각국의 이해를 넓히고자 함.
- [현황] 2017년 말 현재 중국은 전 세계 146개 국가(지역)에서 525개의 공자학원과 1,113개의 공자학당을 설립하여 운영 중임(표 6 참고).
  - 중국정부는 주로 외국 대학과의 협력을 통한 대학 내 학원 설립을 권장하고 있으며, 매년 외국인 어학연수생, 유학생을 유치하기 위한 장학금 프로그램(2,500~3,000 RBM/월)을 운영하고 있음.
- [관련 정책] 2013년 교육부가 발표한 「공자학원발전계획(孔子学院发展规划)」<sup>45)</sup>에 의하면, 중국정부는 2020년까지 △학원 경영의 질과 수준 향상 △교사 및 인적자원 관리 △교육교재 개발 및 교육과정, 어학시험 표준화 △해외 문화교류 및 협력 프로그램 등을 적극적으로 추진할 방침임.

- [성과] 공자학원 소속 학생들은 중국과 세계 각국의 우정을 발전시키는 연결고리(“架桥人”)이자 창구로서 활약하고 있으나,<sup>46)</sup> 다른 한편으로는 정부(교육부) 산하 기관인 국가한반이 사업을 주관한다는 점에서 중국어와 중국의 문화적 지배력을 강화하는 정책수단이자 네트워크로 활용되고 있다고 평가됨.

표 6. 중국 공자학원 및 공자학당 설립 현황(2017년 말 기준)

(단위: 국가 수, 교육기관 수)

지역별	공자학원		공자학당		주요국	공자학원	공자학당
	국가 수	학원 수	국가 수	학당 수			
아시아·중동	33	118	21	101	한국	23	13
아프리카	39	54	15	30	남아공	5	5
미주	21	161	30	307	미국	110	501
유럽	41	173	9	574	영국	29	148
대양주	4	19	4	101	호주	14	67
합계	138	525	79	1,113		181	734

주: 오른쪽 표는 지역별로 가장 많은 수의 공자학원을 보유하고 있는 주요국을 선별하여 정리함.  
 자료: 国家汉办 홈페이지, [http://www.hanban.edu.cn/confuciusinstitutes/node\\_10961.htm](http://www.hanban.edu.cn/confuciusinstitutes/node_10961.htm)(검색일: 2018. 6. 28).

## 다. 중국의 對ASEAN 소프트파워 활용사례

- 중국은 경제, 에너지 안보, 정치외교 등 다양한 측면에서 ASEAN이 전략적으로 중요한 지역임을 인식하고, 역내 국가들과의 협력관계를 심화하고자 노력하고 있음.
  - ASEAN은 중국의 3대 무역대상국 중 하나로 중·ASEAN 간 자유무역협정(CAFTA)<sup>47)</sup>이 체결되는 등 경제적 측면에서 중요한 지역임.
    - 중국은 2016년 현재 상품교역 기준으로 ASEAN의 최대 무역대상국 지위(21.4% 비중)를 차지하였으며,<sup>48)</sup> 중국 상무부도 ASEAN과의 무역량(5,148억 USD)이 2017년 기준 역대 최대이자 3대 교역 파트너(EU, 미국, ASEAN) 중 가장 빠른 증가세(전년대비 13.8% 상승)를 기록하였다고 발표함.<sup>49)</sup>
  - 말라카 해협을 포함한 ASEAN 주변해역은 중국의 에너지원 수입의 주요 경로로 에너지 안보 측면에서 전략적 가치가 높음.
    - 중국은 2017년 전 세계 원유 교역량의 19.3%(단일 국가로는 세계 1위), 액화천연가스(LNG) 교역량의 13.4%(세계 2위)를 수입한 대표적인 에너지 수입국임.<sup>50)</sup>

45) 中国教育部 홈페이지, [http://www.moe.gov.cn/jyb\\_xwfb/gzdt\\_gzdt/s5987/201302/t20130228\\_148061.html](http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/gzdt_gzdt/s5987/201302/t20130228_148061.html)(검색일: 2018. 6. 28).

46) 「海外版望海楼: 孔子学院属于中国也属于世界」(2018. 1. 31), 『人民网』; 「胡锦涛提出: 推动社会主义文化大发展大繁荣」(2007. 10. 15), 『中国日报』.

47) China-ASEAN Free Trade Agreement.

48) ASEAN Secretariat(2018), “ASEAN Statistical Yearbook 2016/2017,” p. 64.

49) 「中国与东盟贸易突破5000亿美元创新高 专家建言将开放与升级相结合」(2018. 1. 26), 『中国新闻网』.

50) BP(2018), “Statistical Review of World Energy 2018,” <https://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html>(검색일: 2018. 7. 23).



- 정치·외교적 측면에서도 중국은 ASEAN과 1991년 최초로 대화채널을 구축한 이후 중·ASEAN 정상회담(ASEAN-China Summit), 확대외무장관회의(PMC+1: Post Ministerial Conference with China), 고위관료회의(SOC: Senior Officials Consultations) 등을 통해 협력관계를 강화하고 있음.

■ 중국의 對ASEAN 소프트파워 정책은 문화산업의 해외진출, 문화 및 학술 분야에서의 교류협력, 대외원조 제공, 역내 영토분쟁의 해결 등을 추진하는 방향으로 전개되어왔음.

- [문화산업 관련] 중국 문화부는 「일대일로 문화발전동계획」 내에 문화산업의 성장 및 해외진출 활성화를 위해 ‘실크로드 문화산업 벨트’를 형성하고, 일대일로 연선 국가들과의 산업협력 등을 추진할 계획임을 밝힌 바 있음.
- [문화 및 학술교류] 또한 중국은 문화·학술 분야의 협력을 강화하기 위해 2005년 ASEAN과 ‘문화합작양해각서(文化合作谅解备忘录)’에 서명한 이후 ‘중국-ASEAN 문화포럼(中国-东盟文化论坛)’을 2006년부터 공동 개최하고 있으며, 교육기관(공자학원 등) 설립, 각종 박람회 및 싱크탱크 포럼 등을 추진해왔음.<sup>51)</sup>
- [대외원조 제공] 중국은 1997년 외환위기와 2007년 글로벌 금융위기로 인해 어려움을 겪고 있는 ASEAN 지역 국가들을 대상으로 긴급구호자금 등 경제적 원조를 제공함으로써 수원국과의 관계 개선의 계기를 마련하고, 역내에서의 영향력 강화를 도모하고 있음.<sup>52)</sup>
- [외교 분야] 중국은 2002년 ASEAN과 ‘남중국해 분쟁 당사국간 행동선언(南海各方行为宣言)’<sup>53)</sup>에 합의한 이후 고위급 회담 등을 통해 관련 논의를 지속하고 있으며, ASEAN을 둘러싼 미국, 일본과의 패권경쟁에서의 우위 확보 및 대만의 영향력 약화 등을 위해서도 소프트파워 정책을 활용 중임.<sup>54)</sup>

## 4. 결론 및 시사점

### 가. 일본·중국 소프트파워 정책의 평가

- 일본은 전후 국가 이미지 쇄신을 위해 문화외교를 추진하는 등 오랜 기간 동안 소프트파워 강화를 위한 정책적 노력을 기울여 왔으며, 특히 ASEAN 지역에 대한 영향력 강화의 핵심수단으로 소프트파워 정책을 활용하였음.
- 일본은 전범국가로서 군국주의적인 이미지를 변화시키기 위해 문화외교 및 소프트파워 강화라는 정책수단을 적극적으로 활용하였으며, 특히 1970년대부터 일본 소프트파워 정책의 핵심지역으로 ASEAN을 주목하였음.

51) 唐小松, 景丽娜(2017), 「中国对东盟的公共外交: 现状、动因与方向」, 『东南亚研究』, 第4期, p. 41.

52) 변창구(2011), 「중국의 동남아외교와 ‘소프트파워(soft power) 전략」, 『한국동북아논총』, 제61호, pp. 13~16.

53) Declaration on the Conduct of Parties in the South China Sea.

54) <http://www.fmprc.gov.cn/nanhai/chn/wjbxw/t1572738.htm>(검색일: 2018. 7. 24); 변창구(2011), 「중국의 동남아외교와 ‘소프트파워(soft power) 전략」, 『한국동북아논총』, 제61호, p. 9.

- 이와 같이 일본은 상대적으로 이른 시점부터 문화외교에 대해 높은 관심을 가지고 소프트파워 활용 전략을 적극 추진해왔으며, 이러한 정책적 노력이 ASEAN 지역에서 일본의 영향력을 높이는데 긍정적인 영향을 미친 것으로 판단됨.
- 즉 일본의 사례는 소프트파워 정책의 특성상 단기간 내 성과도출이 쉽지 않으며 장기적 시각에서 꾸준한 정책적 지원과 노력이 필요하다는 점을 확인시켜주고 있음.
- 또한 일본은 이른바 ‘쿨 재팬’ 전략을 통해 미디어 콘텐츠, 음식문화 분야의 해외진출 촉진 등과 소프트파워의 정책적 연계를 도모하고 있으며, 소프트파워 전략을 새로운 국가 성장전략의 일환으로 인식하고 전방위적 지원체계를 구축하고 있음.
- 일본은 문화외교, 공공외교 등 국가적 매력이라는 무형의 자산을 형성하기 위한 노력을 전개하는 것뿐만 아니라, 이러한 무형의 자산이 경제적 성과도출 등에 활용될 수 있도록 특히 문화·콘텐츠, 농업 분야를 중심으로 기업의 해외시장 진출과 연계한 지원 프로그램을 적극 활용하였음.
- 더 나아가 일본은 ‘일본의 브랜드 전략 - 소프트파워 산업을 성장동력으로’<sup>55)</sup>에서 제시된 바와 같이 소프트파워 산업(콘텐츠 산업, 음식패션, 디자인 등)을 주요한 경제성장 원동력의 하나로 고려하고 있음.

■ 다만 일본의 역내 소프트파워 정책의 한계요인 및 문제점으로는 역사문제로 인한 일본에 대한 부정적 이미지, 쿨 재팬 관련 투자의 대기업 편중 등이 지적됨.<sup>56)</sup>

- 일본의 지속적인 노력에도 불구하고 일본의 역사문제는 동아시아 지역 내에서 일본의 역할이 확대되는데 따른 오해 및 불신을 불러일으킬 수밖에 없음.
- 또한 소프트파워 육성전략의 핵심 정책수단 중 하나인 ‘Cool Japan Fund’의 투자가 일본의 주요 대기업에 집중되고 있어, 소프트파워 관련 분야를 중심으로 한 신성장동력의 확보라는 본래의 취지에 부합하지 않는다는 지적이 제기되고 있음.

■ 중국의 경우도 ASEAN 지역을 중심으로 소프트파워 정책을 적극 추진함으로써 국제사회의 중국위험론에 대응하고 중국어와 중국문화의 영향력을 높이는 등의 긍정적인 성과를 거두어왔음.

- 중국은 2000년대 중반 이후부터 정부주도하에 경제, 정치외교, 교육 등 여러 분야를 망라하는 소프트파워 정책을 적극적으로 추진함으로써 자국의 소프트파워 역량을 강화하고, 중국문화에 대한 주변국들의 이해와 지지를 확보해왔음.
- 특히 ASEAN은 일대일로의 주요 노선을 형성하는 지역으로 중국은 이 국가들과의 긴밀한 협력관계의 중요성을 인지하고, 소프트파워를 활용하여 중국에 대한 우호적인 분위기를 조성하기 위한 노력을 전개하고 있음.
- 중국의 사례에서 주목할 만한 점은 공자학원 등 기존 네트워크를 소통의 창구이자 정책수단으로 활용함으로써 문화 및 인적 교류를 활성화하고 있다는 것임.

55) 知的財産戦略本部 コンテンツ・日本ブランド専門調査会(2009), 「日本ブランド戦略～ソフトパワー産業を成長の原動力に～」.

56) 강성우(2016), 「2020 일본 도쿄올림픽과 소프트파워 강화전략」, 『인문사회21』, 9권 1호, p. 89; 강성우(2016), 「일본의 문화외교와 국가브랜드전략으로서의 쿨 재팬」, 『동아시아문화연구』, 제65집, pp. 234~235.

- 중국은 공자학원, 화인화교 사회, 해외중국문화센터 등 전 세계에 구축된 기존 네트워크와의 연대를 강화하여 문화 및 인적 교류를 활성화하고 있으며, 이는 우리 정부의 정책추진에도 참고할 필요가 있다고 판단됨.

■ 그러나 중국의 소프트파워 관련 사업들이 대부분 정부 주도하에 통제되고 있어 민간의 역할이 제한적이라는 문제가 지적되고 있으며, 남중국해 문제 등 아시아 지역 내 영토분쟁, 서구 언론의 부정적인 여론 공세 등 또한 앞으로 풀어가야 할 과제로 제기됨.

- 현재까지 중국의 문화 및 인적 교류 활동들은 대부분 정부 주도형 사업이었고, 중국공공외교협회, 공자학원 등의 대표기관들 또한 정부 부처의 관할권 아래에 있어 민간이 주도하는 교류협력 활동이 전개되기 어렵다는 구조적 한계가 있음.
- 또한 중국은 남중국해 문제 등 민감한 이슈들의 평화적 해결뿐만 아니라 서구 언론이 주도하는 부정적인 여론 공세 및 비판의 극복, 미국 및 일본과의 패권경쟁에 대한 적절한 대응 등 역내 소프트파워 강화를 위해 해결되어야 할 다양한 문제에 직면해 있는 상황임.<sup>57)</sup>

## 나. 신남방정책에 대한 시사점

■ 국제사회에서 소프트파워가 국가적 영향력 확대를 위한 전략적 수단으로서 주목을 받고 있으며, 현재 ASEAN 지역에서 중국과 일본의 경쟁이 치열하게 전개되고 있는바, 우리나라도 신남방정책 추진을 위한 수단으로서 소프트파워 강화를 위한 범부처 차원의 대비책을 마련할 필요가 있음.

- 최근 국제사회에서는 군사력·경제력 등 이른바 하드파워로 인식되는 요소가 아닌 국가적 매력을 높이기 위한 소프트파워 전략의 중요성이 강조되고 있음.
- 소프트파워는 자체의 영향력뿐 아니라 경제력 등 하드파워와의 연계를 통해 더욱 커다란 시너지효과를 창출할 것으로 기대되는바, 국가별 외교 및 대외협력정책에 있어 중요한 전략적 수단으로 주목받고 있음.
- 이에 미국을 비롯하여 프랑스, 영국, 중국, 일본 등 다양한 국가들이 소프트파워의 중요성에 대한 인식을 바탕으로 자국의 영향력 제고를 위해 다양한 외교적 수단을 활용하고 있음.
- 특히 ASEAN은 중국과 일본 등이 역내 영향력 확대를 위해 치열하게 경쟁하는 지역으로서, 각국은 일찍부터 ASEAN 지역에 대한 적극적인 소프트파워 활용전략을 추진해왔음.
- 일본의 경우 이미 1970년대부터 ASEAN을 대상으로 적극적인 문화외교 및 소프트파워 정책을 추진하였음.
- 중국 또한 에너지 안보, 경제, 정치외교 등 다양한 측면에서의 ASEAN의 전략적 가치에 주목하여 역내 국가들과의 협력관계를 심화하고자 노력하였으며, 특히 일대일로의 5대 전략 중 하나인 ‘민심상통(民心相通)’과 연계하여 對ASEAN 소프트파워 정책을 적극 추진하고 있음.
- 이러한 상황에서 신남방정책의 핵심협력지역인 ASEAN 지역에 대해 차별적인 지원정책을 마련할 필요가 있다고 판단됨.

57) 唐小松, 景丽娜(2017), 「中国对东盟的公共外交: 现状、动因与方向」, 『东南亚研究』, 第4期. pp. 38-51.

- 우리나라는 최근 「제1차 공공외교 기본계획」을 발표하는 등 소프트파워 강화를 주요한 정책목표로 고려하고 있으며, ASEAN 지역 내에서 한류 확산으로 인하여 한국의 문화 및 브랜드에 대한 관심이 높아지는 등 소프트파워를 증진시킬 수 있는 상당한 잠재력을 보유하고 있는 것으로 평가되고 있음.
- 다만 우리나라의 경우 아직까지 소프트파워를 신남방정책 추진을 위한 수단으로서 체계적으로 관리·발전시키는 노력은 다소 미진한 상황이므로, 향후 주요국별 정책추진 실태를 참고하여 소프트파워 정책을 체계화하여 추진할 필요가 있음.

■ 특히 본 연구는 중국과 일본의 소프트파워 정책추진 사례를 분석한 결과를 바탕으로 한국의 신남방정책 추진과 관련하여 소프트파워 전략의 효과성을 높이기 위해 다음과 같은 요인을 고려할 필요가 있음.

■ 첫째, 효과적인 소프트파워 정책추진을 위해서는 다양한 부처 및 유관기관의 참여를 촉진하되, 각 기관 간 유기적인 협력체계를 구축하는 것이 중요함.

- 소프트파워의 강화는 문화콘텐츠, 교육, ODA, 과학기술 등 다양한 분야와 연계된 것으로, 각 분야별 정책수단이 국가적인 소프트파워 강화라는 목적에 맞게 활용·연계될 수 있도록 관련 부처 및 유관기관 간 원활한 조정 및 협력체계를 갖추는 것이 중요함.
- 중국의 경우 정부부처(외교부, 교육부, 문화부 등)가 소프트파워 정책의 중심적인 역할을 담당하되, 공산당, 민간 분야(언론사, 해외진출기업 등) 또한 관련 정책에 적극적으로 참여하고 있음.
- 일본의 경우도 외무성, 경제산업성 등 각 부처가 소프트파워 강화를 자체적인 중점 사업의 일환으로 추진하고 있으나, '쿨 재팬' 전략은 경제산업성 주관하에 범부처 차원의 협력 사업으로 추진되고 있음.
- 우리나라의 경우도 소프트파워 강화를 위해 외교부 주도하에 공공외교 전략을 추진하고 있으나, 연관 부처들의 참여 및 기관 간 협력이 좀 더 긴밀하게 이루어지도록 노력해나가야 할 것임.

■ 둘째, 소프트파워 육성 및 활용을 위해서는 단기적 성과에 초점을 맞추기보다는 장기적 관점에서 지속적인 투자 및 정책지원이 필요함.

- 일본은 1970년대부터 ASEAN 지역을 대상으로 적극적인 문화외교 전략을 추진해왔으며, 중국의 경우도 2000년대 중반 이후부터 정부 주도하에 경제·정치외교·교육 분야를 망라하는 소프트파워 정책을 적극 추진해왔음.
- 즉 국가 차원의 소프트파워는 장기간에 걸쳐 단계적으로 형성되는 것으로, 단기적인 성과도출이 아닌 중장기적인 목표에 따라 지속적인 투자 및 정책지원이 이루어질 필요가 있음.

■ 셋째, 기존에 형성되어 있는 각종 인적·물적 네트워크와의 적극적 연계 및 네트워크의 단계적 확충 등을 통해 소프트파워 정책의 효과성을 높여나갈 필요가 있음.

- 중국의 경우 공자학원, 화인화교 사회, 해외중국문화센터 등 전 세계에 구축된 기존 네트워크와의 연계 강화를 통해 문화 및 인적 교류 활성화를 도모하고 있으며, 전 세계에 걸쳐 '공자학원'의 수를 급속히 늘

려나가는 등 거점 역할을 수행할 수 있는 네트워크 확충에도 정책적 노력을 기울이고 있음.

- 우리나라도 신남방 정책추진 시 소프트파워의 활용측면에서 한인사회, 공관, 현지진출기업 등 전 세계에 걸쳐 이미 형성되어있는 각종 네트워크를 효과적으로 연계할 필요가 있으며, 더 나아가 중국의 ‘공자학원’ 사례와 같이 소프트파워 정책의 거점 역할을 수행할 수 있는 국제적인 네트워크의 확충 또한 단계적으로 고려할 필요가 있음.
- 우리나라도 현재 전 세계 58개국에 174개소의 ‘세종학당’을 설립하여 한국어 및 한국문화 보급을 위한 노력을 전개하고 있으며, 향후 단계적으로 그 숫자를 확대하는 것 뿐만 아니라 기능적인 측면에서 소프트파워 정책의 거점역할을 효과적으로 수행할 수 있도록 해당지역과의 협력관계 구축에 힘써나갈 필요가 있음.

■ 넷째, 민관협력 체계 구축, 기업의 해외진출 지원 프로그램 확대 등 민간 분야에 대한 지원확대를 통해 소프트파워의 파급력을 확대한다면 국민외교를 강조하는 신남방정책은 더 높은 성과를 얻을 것으로 기대함.

- 일본은 ‘쿨 재팬’ 전략을 통해 소프트파워 분야 관련 기업의 해외진출을 적극적으로 지원하는 등 소프트파워를 국가의 성장 동력 중 하나로 인식하고, 이에 따른 범부처 차원의 지원전략을 수립·추진하고 있음.
- 중국의 경우도 소프트파워 정책의 핵심 전략 중 하나로 ‘문화산업 육성’을 제시하고, 이와 관련하여 문화콘텐츠 기업들의 해외진출을 적극 지원하고 있음.
- 우리나라도 소프트파워 정책을 해외진출 지원과 같은 각종 기업 지원 프로그램과 연계하는 등 민간 분야에 경제적 파급력을 높이기 위해 노력할 필요가 있음.
- 특히 일본의 ‘Cool Japan Fund’ 사례와 같이 이를 지원하기 위한 개별 펀드를 조성하는 방안 또한 고려할 수 있음. KIEP