

2022 Spring Aalto EMBA

**A Study on the Activation of ONE K
Marketing Using Korean Wave (Hallyu) and
Cultural Contents**

**-Focusing on the Case of Action for Korea
United-**

Park, Jong Chun

May 2023

2022 Spring Aalto EMBA

**한류와 문화 콘텐츠를 활용한
ONE K 마케팅 활성화방안 연구
:<통일을실천하는사람들>을 중심으로**

박 종 춘

May 2023

Executive Summary (English)

To this day, 78 years after liberation from Japanese colonial rule in 1945, Korean Peninsula remains the only divided region in the world. Throughout its 5,000-year history, Korean people have shared their own culture and traditions based on the same language and identity. However, in the framework of the Cold War, domestic ideological conflict and confrontation between the West and the Soviet camp resulted in the division. Since then, in addition to the tragedy of Korean War, it has still been suffering from tremendous aftereffects.

The division of the Korean Peninsula continues to produce numerous problems like the issue of 10 million separated families unprecedented in world history, the tragedy in which 3 million North Korean people died of massive starvation in the 1990s, the problem of 25 million North Koreans suffering from being deprived of universal freedom and human rights under one-party dictatorship, and North Korea's nuclear crisis, which is threatening the peace and security of Northeast Asia and the world beyond Korean Peninsula.

Currently, two Koreas are in an incomparably different situation. S. Korea has become the one and only example of transforming itself from an aid recipient to a donor by achieving industrialization and democratization in the shortest time and grown into the world's top 10 economic superpower leading the high-tech industry based on manufacturing and trade in just a generation. In addition, through Korean Wave, it has been building a solid status as a soft power superstar across cultures. In contrast, unlike Seoul, Beijing, and Tokyo, N. Korea has become a huge black hole looking like an ocean as seen in a dark night image from satellite with extreme poverty, hunger, even minimal freedom, and human rights not allowed, and exchanges and communication with the outside world extremely limited. That's why the heterogeneity between N. and S. Koreas is growing.

The collapse of the Soviet Union in 1990 revealed the failure of communism, but North Korea is making the process of reunification more difficult by focusing all its efforts on protecting the regime and pursuing extreme confrontation. However, compared to the 5,000-year history of being a single nation, the past 78 years is a very minute period. Beyond the state of division, it is time to restore homogeneity based on common historical experience, language, culture, and tradition and move towards a future-oriented peaceful unification.

By utilizing Hallyu and cultural contents, which are Korea's core capabilities and assets influencing globally, we can change N. Koreans' perception of South Korea and create possibility of reunification in the mid- to long-term while creating an opportunity to restore national homogeneity. In addition, it will give an opportunity to further strengthen the international network of 7.5 million overseas Koreans living in more than 190 countries around the world, who are proud of the development of their fatherland and the Korean Wave and willing to contribute to peaceful unification of two Koreas. Hallyu and cultural contents will also be helpful to promoting ONE KOREA marketing to share the tragedy of division and our desire for reunification with global citizens who are enthusiastic about Korean Wave while we present a vision for peaceful unification as the ultimate solution to various N. Korean issues that undermine global peace and security.

Further, Hallyu and cultural contents can greatly contribute to attracting the attention of domestic teenagers and citizens many of whom are increasingly becoming indifferent to the human rights of the North Koreans and revitalizing citizen-led participatory movement towards unification.

Chair Professor Joseph Nye of the Harvard University, who first proposed the concept of soft power in 1990s as a contrast to hard power such as military and political power, also said that "Korea is the world's greatest success story, and popular culture such as K-pop shows the most dynamic soft power", recognizing the potential and influence of Hallyu and cultural contents.

Historically, an unprecedented world success story that has awakened global citizens in a bottom-up manner through the cultural contents is the album of 'We Are the World' produced by 45 World Pop stars in 1985 to solve hunger and refugee problems in Africa including Ethiopia. The project, which not only

raised a huge amount of \$200 million through the sale of more than 20 million albums, but also awakened the global community to recognize the fact that the World has a common destiny in the middle of the Cold War, clearly showing the influence of soft power.

In response, I have examined the effectiveness of the unification movement using soft power through a case study of Action for Korea United, the Solidarity movement of more than 1,000 civic organizations for the Unification that conducts ONE K global campaign using ‘Hallyu’ and cultural contents, which have become a global genre beyond phenomenon.

In addition, by sharing the reality of divided Korean Peninsula at home and abroad using Korean Wave and cultural contents such as K Pop of Korea’s core competency, I have also intended to raise the necessity of innovative and differentiated ONE marketing to awaken a sense of people-led-participation in Global campaign towards peaceful unification.

Executive Summary (Korean)

1945년 일제치하에서 해방된 후 78년이 지난 오늘까지 한반도는 지구촌 유일의 분단지역으로 남아있다. 5천년 역사를 이어온 한민족은 동일한 언어와 정체성을 기반으로 고유한 문화와 전통을 공유해 왔다. 그러나 냉전구조 속에서 국내의 이념대립과 함께 서구와 소련진영간 대결의 결과 분단을 맞게 되었다. 이후 한국전쟁의 비극을 비롯 아직까지 엄청난 후유증을 치르고 있다.

이처럼 한반도의 분단은 전례 없는 1천만 이산가족문제와 1990년대 대규모 기아로 인해 300만명이 아사한 비극, 일당 독재속에서 빼앗긴 채 고통받는 2천 5백만 북한주민들의 보편적 자유와 인권문제 나아가 한반도를 넘어 동북아와 세계의 평화와 안보를 위협하는 북핵위기에 이르기까지 수많은 문제들을 끊임없이 양산하고 있다.

현재 남북한은 비교할 수 없을 정도로 양극단의 상황에 처해 있다. 한국은 산업화와 민주화를 최단기간내에 이룩함으로써 원조 수혜국에서 공여국으로 변모한 세계 유일무이한 사례가 되었고 불과 한 세대만에 제조업과 무역을 기반으로 첨단 기술분야를 선도하는 세계 10위권 경제강국으로 성장해 한강의 기적으로 불리고 있다. 또 한류를 통해 문화전반에 걸친 소프트파워 강국으로서 확고한 위상을 구축하고 있다. 이와 대조적으로 북한은 바다처럼 보이는 야간 인공위성 사진처럼 서울, 베이징, 도쿄와는 달리 온통 어둠으로 덮여 하나의 거대한 블랙홀이 되어있고 극심한 빈곤과 기아 그리고 최소한의 자유와 인권조차 허용되지 않고 외부와의 교류와 소통 또한 극단적으로 제한되어 있다. 이처럼 남북한 사이의 이질성은 더욱 커지고 있다.

1990년 소련의 붕괴로 공산주의의 실패가 드러났지만 북한은 체제수호에 총력을 집중하며 극단적인 대결을 추구함으로써 통일의 과정을 더 어렵게 하고 있다. 그러나 단일민족으로 함께 해온 5천년 역사에 비해볼 때 지난 78년은 극히 미세한 기간에 지나지 않는다. 따라서 이제 분단상태를 넘어 공통의 역사적 경험, 언어, 문화, 그리고 전통의 기반위에 동질성을 회복하고 미래지향적인 평화통일을 향해 나아갈 때다.

이에 전 세계에 영향을 미치고 있는 대한민국의 핵심역량이자 자산인 한류와 문화 콘텐츠를 활용함으로써 민족동질성 회복의 계기를 만드는 가운데 남한에 대한 북한주민들의 인식을 변화시키고, 중장기적으로는 통일의 가능성을 만들어 나갈 수 있을 것이다. 한류의 영향력은 모국의 발전에 자긍심을 느끼며, 한반도 평화통일을 위해 기꺼이 기여하고자 하는 세계 190여개 이상의 국가에 거주하는 750만 해외동포들의 국제적 네트워크를 더욱 강화하는 기회를 제공할 것이다. 또 한류와 문화 콘텐츠는 세계평화를 저해하는 북한문제들에 대한 궁극적인 해법으로 평화통일의 비전을 제시하는 가운데 ONE K 마케팅 추진을 통해 한류에 열광하는 글로벌 시민들이 분단의 비극과 통일에 대한 우리의 염원을 공유하는 데 도움을 줄 것이다.

나아가 한류와 문화 콘텐츠는 북한 주민들의 인권과 통일문제에 점점 무관심해지는 국내 청소년과 시민들의 관심을 유도하고 시민주도의 참여형 통일운동을 활성화하는데도 크게 기여할 수 있을 것이다.

1990년대 군사력과 정치력 등 하드파워에 대비되는 소프트파워 컨셉을 처음으로 제시한 조지프 나이 하버드대 석좌교수는 ‘한국은 세계에서 가장 위대한 성공 스토리이며, K POP 등 대중문화는 가장 역동적인 소프트파워를 보여주고 있다’고 한류와 문화 콘텐츠의 잠재력과 영향력을 높이 평가하고 있다.

역사적으로 볼 때 문화 콘텐츠를 통해 바텀-업 방식으로 세계시민들의 각성을 불러일으킨

대표적인 성공사례는 1985년 45명의 세계적인 팝스타들이 이디오피아를 비롯 아프리카의 기아와 난민문제 해결을 위해 제작한 ‘WE ARE THE WORLD’ 앨범을 들 수 있다. 2,000만장이 넘는 앨범판매를 통해 2억달러의 엄청난 액수를 모금한 것뿐 아니라 당시 냉전의 한가운데에서 지구촌이 하나의 공동운명체라는 각성을 일깨웠던 이 프로젝트는 소프트파워의 영향력을 여실히 보여주었다.

이에 본 연구자는 현상을 넘어 세계적인 장르가 된 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 ONE K 글로벌캠페인을 전개해온 1,000여 시민사회단체로 이뤄진 통일운동연대체인 통일을실천하는사람들의 사례분석을 통해 소프트파워를 활용한 시민주도 통일운동의 실효성을 살펴보고자 했다.

더불어 대한민국의 핵심역량인 K POP을 비롯한 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 국내외에 한반도 분단현실을 공유함으로써 한반도 평화통일을 향한 시민주도의 글로벌캠페인에 대한 참여의식을 일깨우기 위해 혁신적이며 차별화된 ONE K 마케팅의 필요성을 제기하고자 했다.

목 차

I. 서 론(Introduction)

- 1. 연구의 배경과 필요 1
- 2. 연구의 방법 및 절차 2

II. 한류와 통일 공감대 구축에 관한 이론적 고찰

- 1. 한류의 출현과 현황 3
 - 1) 한류의 출현과 성장 3
 - 2) 한류와 문화 콘텐츠의 활용 5
 - 3) 신 냉전과 한류파워 5
- 2. 통일공감대 형성을 위한 한류와 문화 콘텐츠 7
 - 1) 북한의 한류 7
 - (1) 북한 주민들의 의식변화 9
 - (2) 민족동질성 회복의 매개 11
 - 2) 글로벌 한류와 통일공감대 구축 12
 - (1) ONE K 비전에 대한 공감 12
 - (2) ONE K 지지를 위한 모멘텀 12

III. 사)통일을실천하는사람들 사례분석

- 1. 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 ONE K 글로벌캠페인 13
- 2. 사)통일을실천하는사람들 15
 - 1) 출범배경 15
 - 2) ONE K 실현을 위한 3대 실천운동 15
- 3. ONE K 마케팅의 특징 15
 - 1) 비전중심 15
 - 2) 시민주도 16
 - 3) 연대협력 17
 - 4) 한류와 문화 콘텐츠 활용 18

IV. 통일공감대 강화를 위한 ONE K 마케팅의 주안점

- 1. 경제적 기회 창출 18
- 2. 평화정착과 공동번영 기여 20

V. 결론 및 시사점

1. 요약 및 결론 20

2. 시사점 22

참고문헌(References) 24

부록(Appendix): 통일을실천하는사람들 주요연혁(2012-2023) 25

감사의 글(Acknowledgements) 28

표목차

<표 1> 서울대 아시아연구소 자료	5
<표 2> 서울대 아시아연구소 자료	5
<표 3> 한국국제문화교류진흥원 자료	6
<표 4> 한국국제문화교류진흥원 자료	6
<표 5> 한국국제문화교류진흥원 자료	7
<표 6> 한국국제문화교류진흥원 자료	7
<표 7> 남한영상물 시청 이후 북한주민의 의식변화	11
<표 8> 통일비용 부담 여부성향(매트릭스)	18
<표 9> 분단비용 vs 통일비용 (통일부)	18

그림목차

<그림 1> 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원	8
<그림 2> 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원	8
<그림 3> 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원	9
<그림 4> 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원	9
<그림 5> 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원	10
<그림 6> 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원	10
<그림 7> 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원	10
<그림 8> 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원	10
<그림 9> 북한 장마당 모습. 나무위키 참조	11
<그림 10> 통일을실천하는사람들 홈페이지(https://www.aku.kr/)	14
<그림 11> 통일을실천하는사람들 홈페이지(https://www.aku.kr/)	14
<그림 12> 통일을실천하는사람들 홈페이지(https://www.aku.kr/)	14
<그림 13> 통일을실천하는사람들 홈페이지(https://www.aku.kr/)	14

I. 서론

1. 연구의 배경과 필요

분단 78년이 흐른 현재까지 통일문제에 대한 접근은 정치·경제·군사·외교 등 하드파워¹ 중심으로 또 남북한 정부주도의 탑-다운방식²에 의해 정책적으로 이루어져왔다. 결과적으로 이런 방식들은 이산가족 상봉과 자유왕래 그리고 민간교류 활성화 등 인류 보편적 가치인 자유와 인권 증진이라는 실질적 진전을 이뤄내지 못했으며, 나아가 이를 통해 실현하고자 했던 평화통일의 돌파구도 만들어내지 못했다.

본 BP는 평화통일을 실현하기 위해서는 새로운 대안제시가 필요하다는 문제의식에서 출발했다. 오늘날 한류가 한국의 대중문화를 넘어 세계인들이 열광하는 새로운 장르로 굳건히 자리잡아 역사상 유례가 없는 영향력을 발휘하고 있다는 것과 함께 한류가 북한주민들의 의식과 실생활에까지 큰 영향을 주고 있다는 사실에 주목하며 논지를 전개할 것이다. 국가주도 탑-다운방식에 대한 성찰 속에서 그 한계극복을 위해 3.1 운동과 같은 시민주도 바텀-업 방식과 함께 세계적인 영향력을 가지고 있는 소프트파워 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 통일캠페인의 필요성을 살펴보고자 한다.

더불어 오늘날 민족적 염원을 넘어 동북아와 세계 평화와 안보의 핵심사안이 된 한반도 평화통일을 모색하며 그간 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 시민주도의 ONE K 글로벌캠페인을 전개해온 통일을실천하는사람들 사례분석을 통해 그 실효성을 살펴보고자 한다.

민족의 염원이자 시대정신인 한반도 평화통일을 실현하기 위해서는 정부차원의 노력에 더해 문화적 접근을 통한 시민주도의 통일실현 노력이 병행되어야 한다. 이런 관점에서 민족과 국경 등 장벽을 넘어 큰 호응을 받으며 영향력을 키워온 한류와 문화 콘텐츠는 분단 78년째를 맞은 남북한 주민들의 갈등 해소와 치유 나아가 평화통일 실현에 실질적으로 기여할 잠재력을 가지고 있는 값진 자산이라고 생각된다.

북한으로 전파된 한류와 문화 콘텐츠는 북한 주민들과 공감대를 만들고, 민족적 자긍심을 심어주는 한편 나아가 분단의 상처를 치유하고 또 동질성을 회복시켜 화해협력과 평화통일의 동력으로 작용할 가능성도 높다. 따라서 한류의 출현과 성장, 한류와 문화 콘텐츠의 활용방안, 신 냉전과 한류 파워, 통일공감대 형성을 위해 한류와 문화 콘텐츠의 역할에 대해서도 살펴볼 것이다. 더불어 그 실천사례로 사단법인 통일을실천하는사람들의 활동을 통해 국내외 통일공감대 강화를 위한 ONE K 마케팅의 실효성을 살펴보고, 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 시대정신이자 공유가치인 한반도 평화통일에 기여할 수 있는 방안을 모색해 보고자 한다.

오늘날 한류와 문화 콘텐츠가 소프트파워³로 지구촌 전역에 커다란 영향력을 발휘한다는 사실은 역사적 대전환기 유일한 분단국에 살고 있는 우리에게 큰 함의를 제시해준다. 주지하는 대로 오늘날 음식, 뷰티, 영화, 음악, 웹툰 등 글로벌 문화 전반에 걸쳐 맹위를 떨치고 있는 한류는 일시적인 현상에 머물 것이라는 예측을 뛰어넘어 모든 영역에서 K

¹ 군사력, 경제력 따위를 앞세워 상대방의 행동을 바꾸거나 저지할 수 있는 힘 또는 ‘자신이 원하는 것을 상대가 하도록 하는 힘’으로 주로 군사, 경제 등의 유형(Tangible)의 자원을 기초로 한다.

² 최고 결정권자가 먼저 결정하고 이후 실무자들이 세부사항들을 조율해 나가는 업무방식을 말한다.

³ 하버드대학 석좌교수인 조지프 나이가 고안한 하드파워에 대응하는 개념으로 강제력보다는 매력을 통해, 명령이 아닌 자발적 동의를 통해 얻어지는 능력을 말한다.

브랜드로 진화, 더욱 큰 영향력을 발휘하며 성장하고 있다. 이처럼 한류와 문화 콘텐츠는 한국의 대중문화를 새로운 장르의 브랜드로 구축하며, 아시아와 아프리카, 유럽과 남북미는 물론 중동지역에 이르기까지 그 영역을 확장해 대한민국 브랜드가치 상승에도 직접적인 영향을 미치고 있다.

탈북자들의 주장과 북한당국의 발표를 종합해보면 한류는 우리가 생각하는 것 이상으로 북한주민들의 의식과 삶에 큰 영향을 미치고 있는 것으로 파악된다. 이는 북핵 등 거대 담론 위주의 정부차원의 정책적 접근과 달리 시민주도로 소프트파워 한류를 적극 활용해 국내외에서 캠페인을 지속적으로 전개할 경우 북한정권의 강력한 단속과 처벌에도 불구하고 그 영향력은 더욱 커져 북한변화의 압력을 높일 수 있음을 보여주고 있다. 특히 민족의 문화와 정서에 기반을 둔 한류와 문화 콘텐츠는 북한 주민들의 공감을 통해 민족동질성 회복의 가교가 됨은 물론 궁극적으로는 북한변화의 티핑 포인트를 앞당겨 평화통일의 모멘텀으로 작용할 수 있다고 생각된다.

체제와 국경 등 모든 장벽을 넘어 확대 재생산되며 세계인의 소프트파워로 자리매김한 한류가 보여준 것처럼 우리의 활용과 노력여하에 따라 한류와 문화 콘텐츠는 남북한의 갈등 해소를 넘어 평화통일 실현에 보다 큰 역할을 감당할 것으로 생각된다. 나아가 한류와 문화 콘텐츠는 미래 특정시점에 실현될 한반도의 정치적 통일 이후 실질적인 통합의 과정에서도 필수불가결한 역할을 수행하게 될 것이다.

궁극적으로 연구자는 한류와 문화 콘텐츠가 시대정신이자 공유가치인 평화통일에 기여할 핵심역량이라는 관점에서 그 가능성과 역할을 살펴보고자 한다. 한류와 문화 콘텐츠가 ‘대한민국 브랜드’와 ‘Made in Korea’의 가치를 높이는 경제적 실익보다 우리의 생존과 지속가능한 행복실현을 위해 반드시 달성해야 할 평화통일의 매개체라는 근본적인 관점에서 접근하고자 한다. 나아가 한류와 문화 콘텐츠가 북한주민들의 문화적 효용감을 높이고 또 동질성을 회복시키는 역할을 넘어 북한정권의 압제 속에서 고통받는 그들이 일상을 통해 인류보편적 가치인 자유와 인권을 누릴 수 있도록 ‘평화통일을 앞당기는 공공재’로 그 시대적 역할을 다 할 수 있는 혁신적이고 실효성 있는 방안을 제시하고 사례분석을 통해 그 실효성을 점검하고 또 보장해 나가는 계기를 마련하고자 한다.

2. 연구의 방법 및 절차

본 BP는 한류와 문화 콘텐츠가 국내외 통일 공감대 형성과 강화에 미치는 영향과 민간주도 통일운동연대체인 ‘통일을실천하는사람들’⁴이 전개해온 통일운동에 대한 사례분석을 위해 문헌고찰과 실증연구를 병행한다. 코리안드림을 통일한반도의 비전으로 제시하며 시민주도의 통일운동을 전개해온 통일을실천하는사람들의 콘서트와 포럼 등 ONE K 캠페인의 다양한 사례들을 살펴봄과 국가 주도의 탑-다운방식과 하드파워를 중심으로 전개되어온 기존접근법과 달리 점점 영향력이 커지고 있는 소프트파워 한류의 가치와 활용방안까지 살펴보고자 한다. 이를 기반으로 시민주도와 바텀-업방식의 문화적 접근을 통해 국내 및 세계 시민들의 광범위한 관심과 참여를 유도해 한반도 평화통일에 대한 공감대 형성과 강화에 기여해온 구체적 사례를 통해 민족적 염원을 넘어 세계 평화와 안보의 핵심으로 대두된 한반도 통일에 대한 새로운 접근을 모색하고자 한다.

⁴(사)통일을실천하는사람들(영문: **Action of Korea United**, 이하 ‘AKU’)는 2012년 7월 창립되어 1천여 시민사회단체가 회원으로 참여하는 통일운동연대체로 홍익인간에 기초한 ‘코리안드림’을 통일한반도의 비전으로 제시하고 시민주도의 생활형 통일운동과 K POP 등 한류를 활용한 ONE K 글로벌캠페인을 국제적으로 전개하며 역동적으로 활동해 나가고 있다.

구체적으로는 가용성이 크고, 차별화된 한류 콘텐츠를 활용해 한반도 평화통일을 향한 보다 효과적이고, 효율적인 시민주도 글로벌 캠페인의 실효성과 영향력을 살펴보는 것도 큰 의미가 있을 것으로 여겨 관련 이론연구와 문헌 조사를 통해 다루고자 한다. 참고문헌으로 국내외의 학술서 및 학술지를 비롯하여 프로젝트보고서, 학위논문, 정부와 공공기관의 각종 자료, 민간단체의 내부자료, 중앙일간지와 잡지자료, 인터넷 자료 등을 참고할 것이다. 또한 실증연구를 위해서 그간의 각종 사업실태 자료를 사용하고자 한다.

이론적 연구와 실증적 연구 방법으로 한류와 북한에 대한 다양한 자료들을 가지고 입체적인 분석을 시도하는 한편 주제와 관련 실제로 이루어진 각종 행사 및 관련 자료를 분석하는 방법을 택하고자 한다. AKU가 주최한 각종 포럼과 행사들의 내용을 다뤄서 이미 이룩한 성과와 그 의미를 살피고 차별화된 접근을 통해 효율적이고 효과적으로 사업을 추진해온 내용들의 면면도 자세히 살펴보고자 한다.

‘통일은 시민의 힘으로’라는 가치를 내걸고 시민주도의 자발적이고 참여형의 통일운동과 함께 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 혁신적인 ONE K 캠페인을 전개하는 가운데 국내외에 영향력을 미치는 연대단체로 성장해온 통일을실천하는사람들의 사례분석은 통일정책을 추진해온 정부 기관이나 단체 그리고 타 이론연구자들에게도 유용한 길잡이가 될 것으로 생각된다

II. 한류와 통일공감대 구축에 관한 이론적 고찰

1. 한류의 출현과 현황

1) 한류의 출현과 성장

영문 ‘Korean Wave’ 또는 ‘Hallyu’로 표기되는 한류(韓流)는 대한민국의 독자적이고 창의적인 문화가 세계에 알려지는 현상을 뜻한다. 각 분야별로 K POP, K DRAMA, K MOVIE, K BEAUTY, K WEBTOON, K GAME 등이 있으며 2020 년 이후부터는 K 브랜드가 공고해지면서 문화적인 영역뿐 아니라 전 산업분야로 더 빨리 확장해 나가고 있다. 1990 년대 후반 H.O.T.신드롬이 일어나고, 아이돌 댄스 그룹과 한국 드라마가 중화 문화권의 청소년층에게 인기를 끌면서 시작된 한류는 2002 년 한-일월드컵과 2008 년 하계올림픽을 비롯 대형 국제행사 개최가 계기가 되어 전세계적으로 확산되었다.

초기 한류가 국내에서 인기를 끌었던 드라마나 영화를 해외로 수출하는 방식으로 전파되었다면 이후 K POP을 선두로 한 신한류는 오히려 해외에서 먼저 알려진 후 국내 및 세계 시장에서 동시다발적으로 소비되는 특징을 보여왔다. 이는 유튜브 등 소셜미디어가 한류를 전파하는 핵심 수단으로 영향력을 발휘하기 시작했기 때문이다. 2012년 가수 싸이의 노래 강남스타일⁵이 세계적인 대히트를 기록한 뒤 걸그룹 2NE1, 원더걸스, 소녀시대를 비롯한 2PM, 샤이니 등 아이돌그룹이 공식적인 데뷔도 없이 북미·유럽·남미 등지에서 대규모 팬들을 확보하기 시작한 것도 이와 같이 디지털에 기반한 소셜미디어 덕분이다.

⁵ ‘강남스타일’은 가수 싸이의 노래로, 여섯 번째 정규 EP 앨범 타이틀 곡이다. 2012년 7월 15일 음반이 발매된 후 전 세계적으로 대히트를 기록했다. MTV 유럽뮤직어워드 최우수 비디오상과 함께 세계 디지털 음악 역사상 최고의 판매를 기록한 싱글 중 하나로 기록되어 있다.

2020년대 유튜브 및 넷플릭스, 스포티파이 등 온라인 스트리밍 서비스의 규모가 급격히 팽창한 이후 디지털 한류는 양과 질적인 측면에서 글로벌 수준으로 도약했다. 이에 더해 국내기업들의 플랫폼구축을 통한 네트워크효과로 인해 글로벌 차원에서 한류와 문화 콘텐츠 시장확대가 가속화되는 한편 경쟁력도 더욱 강화되고 있다. 그러나 한류가 국가 브랜드 이미지 그리고 한국 기업과 제품 및 서비스에 미치는 영향에 관한 대한 연구는 더욱 강화될 필요가 있다.⁶

이처럼 한류와 문화 콘텐츠의 잠재력과 확장성을 포괄적으로 고려해 볼 때 자동차, 반도체같은 실물제품과는 달리 현재의 금전적 가치로만 평가할 수 없는 문화적인 특성이 있다. 음악, 영화, 드라마와 같은 문화 콘텐츠는 국경을 초월해 다양한 인구와 연령층을 포괄해 영향을 미칠 수 있기에 그것이 가져오는 소프트파워의 파급 효과는 수치로 측정하기 쉽지 않다. 따라서 세계적인 문화현상을 넘어 새로운 장르로 확고히 자리잡고 있는 한류와 문화 콘텐츠에 대해 경제적인 가치 뿐 아니라 다양한 각도에서 그 영향력과 잠재력 그리고 활용도를 두루 살펴보는 것이 필요한 이유다.

2010년대 초반해도 한류가 일시적인 유행일 뿐이며 “세계적으로 더욱 성장해 큰 영향을 미칠 것”이란 주장은 언론의 과대포장이라는 인식이 지배적이었다. 그러나 현재는 미국 CNN 등의 한류관련 보도처럼 한류의 영향력은 그 자체의 경쟁력과 함께 새로운 디지털기반의 소셜미디어를 통해 향후 더욱 커질 것이라는 전망이 대세를 이루고 있다. 오늘날 네이버나 카카오 같은 한국의 콘텐츠 기업들이 치열한 세계시장에서 퍼스트 무버로 등장해 특정 콘텐츠에만 집중하지 않는 가운데 온라인 플랫폼을 구축해 승승장구하는 현실도 향후 한류의 영향력이 더 커질 것이라는 전망에 힘을 실어주고 있다.

K POP의 경우 2020년 이후 방탄소년단, 블랙핑크, 트와이스같은 유명 그룹들이 새로운 차원의 음악을 선보이며 한류확산을 촉진했다. 특히 방탄소년단은 2020년 중반 신곡을 발표해 21세기 최초로 빌보드차트 HOT 100에서 1위를 기록한 아시아 및 비영어권 최초의 아티스트라는 기록을 세웠고, Hot 100, Artist 100, Billboard 200 차트 전체에서 세계 5번째로 1위의 기록과 함께 총 6곡을 빌보드 핫 100 1위에 올림으로써 한류의 영향력을 유감없이 발휘했다. 영화도 전례 없는 대기록을 세웠다. 봉준호감독의 ‘기생충’은 2019 칸영화제 황금종려상과 아카데미상 작품상 등 4관왕의 대기록을 세웠다. 외국 필름이 아카데미 ‘작품상’을 수상한 것은 90년 아카데미 역사상 최초의 기록이다. 이후 영화 ‘미나리’에서 열연한 윤여정도 2021년 아카데미 여우조연상을 시상하며 기염을 토했다.

2020년부터 세계를 휩쓴 코로나 19 팬데믹은 ‘자가 격리된’ 세계인들에게 창의적이고 흥미로운 콘텐츠들로 가득 찬 한류 작품들을 넷플릭스 등이 직접 제작한 후 OTT(Over-the-top) 시스템을 통해 실시간으로 배송함으로써 한류확산에 크게 기여한 것으로 파악된다. 이어 ‘오징어게임’은 2022년 비영어권 드라마 최초로 에미상을 휩쓸었고, 지난 해 선보인 드라마 ‘더글로리’⁷는 넷플릭스 글로벌 NO.1에 올라 한류의 영향력을 더욱 실감케 하고 있다. 이처럼 한류는 세계화와 디지털문화시대의 초국적 문화현상의 대표적 사례가 되고 있다.⁸

⁶ 이창현, 김유경, 이효복(2010), 광고연구 학술저널, 광고연구 제 87호 28p.

⁷ 넷플릭스 오리지널 시리즈. 2022년 12월 30일에 파트 1에 이어 2023년 3월 10일에 파트 2가 공개되었는데 3일만에 1억 3천만 시청시간을 기록하며 글로벌 톱10과 비영어부문 1위를 차지한 넷플릭스 최대 흥행작이다. 위키트리 참조.

⁸ 홍석경(2021), 한류의 세계화: 이해와 오해, <아시아 브리프>, 제1권 23호.

2) 한류와 문화 콘텐츠의 활용

한류와 문화 콘텐츠의 성장은 대중문화산업 뿐만 아니라 한국제품에 대한 인식 나아가 대한민국의 브랜드 이미지에도 직접 긍정적인 영향을 미치고 있다. 나아가 오늘날 한류와 문화 콘텐츠들은 국내는 물론 해외의 소비자들의 기호와 소비패턴의 변화에까지 영향을 미치는 것으로 조사되고 있다. 이처럼 한류의 후광효과는 드라마, 영화, 공산품, 식품, 의류 등 거의 모든 분야의 한국산 제품에 대한 브랜드 이미지를 제고함으로써 ‘코리아 프리미엄’ 효과를 만들어 수요증가와 더불어 이익의 증가로 이어지고 있다. 이처럼 한류의 긍정적 브랜드 이미지는 ‘Made in Korea’에 대한 호감도 상승과 긍정평가 그리고 홍보효과와 판매촉진을 통해 경쟁력을 보다 강화하는 선순환 구조를 만들어 내고 있다. 또한 한류와 문화 콘텐츠를 통해 세계시민들과 보다 친밀도를 높이는 한편 협력관계를 강화할 수 있기에 차별화된 경쟁력인 소프트파워 한류를 레버리지로 적극 활용해 보다 전략적인 목표달성에도 활용해 나갈 수 있다고 본다.

본 BP의 주제와 관련 K POP을 비롯 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 한반도 분단의 비극적인 현실을 세계시민들과 공유하고 나아가 세계 평화와 안보의 핵심사안이 된 한반도 평화통일에 대한 관심과 동참을 유도할 경우 한류는 시대정신인 평화통일에도 크게 기여할 수 있을 것이다. 이처럼 한류와 문화 콘텐츠가 경제적인 차원을 넘어 ‘한반도 평화통일은 세계평화의 핵심사안’이라는 메시지와 연계되어 글로벌 공유가치 창출에 기여할 때 보다 큰 역사적인 의미와 평가를 얻을 수 있으리라 생각된다.

3) 신 냉전과 한류파워

“30년간 지속된 세계화의 시대는 끝났다.”는 말처럼 코로나19 팬데믹이 점차 사라지는 와중에 국제사회는 1990년대초 시작된 세계적인 분업과 상호협력을 기반으로 한 세계화시대를 뒤로하고 신 냉전이라는 새로운 도전에 직면하고 있다. 리쇼어링(Reshoring)⁹과 프렌드 쇼어링(Friend shoring)¹⁰이란 용어는 이처럼 자국중심의 경제시스템 구축과 함께 동맹중심으로 경제협력을 강화하는 최근의 국제사회의 단면을 단적으로 말해준다.

‘코로나’ 지고 ‘한류’ 뜬다

※가속도: 언론 보도 확대폭을 토대로 한 향후 이슈화 가능성

		가속도	언급량(회)
과거 이슈	코로나19와 뉴노멀	-3751.2	21만4165
	미중 갈등	-22.7	1만87
현재 이슈	우크라이나 전쟁	3001.6	5만954
	아시아 경제위기	2735.6	13만31
미래 이슈	한류와 관광	548.8	2만319
	양안(중국과 대만) 갈등	308.2	1만893
	기후변화	305.0	5만2242

표 1) 서울대 아시아연구소 자료(2022)

한국보다 마일-중서 더 뜨거운 한류

※기사량: 2022년 한류를 주제로 다룬 각국의 언론 보도량
※가속도: 언론 보도 확대폭을 토대로 한 향후 이슈화 가능성

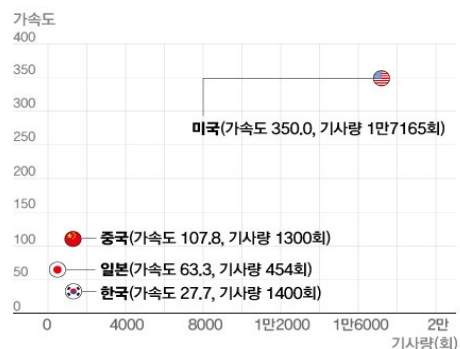


표 2) 서울대 아시아연구소 자료(2022)

⁹ 리쇼어링(Reshoring)은 해외에 진출했던 제조업의 본국 회귀를 의미.

¹⁰ 프렌드쇼어링(Friend shoring)은 우호국이나 동맹국들과 공급망을 구축하는 것을 의미.

이처럼 ‘제2의 냉전시대’라는 말처럼 진영 간의 대립이 첨예화되고 있지만 예외적으로 한류와 문화 콘텐츠에 대한 세계시민들의 애호는 디지털기반의 소셜미디어를 매개로 지구촌 전역으로 확산되고 있다. 미·일·중 등 한반도관련 이해관계자인 세계강국들도 예외가 아니다. “코로나지고 한류 뜬다”는 표 1)의 머리글과 내용이 보여주는 것처럼 미·일·중 언론이 가장 많이 그리고 더 빠른 속도로 보도를 확대하며 미래이슈로 언급한 사안이 바로 ‘한류’였다. 표 2)도 미·중·일의 순으로 한류에 관심이 뜨겁다는 사실을 보여주고 있다.

이처럼 주변 강대국들조차 한류와 문화 콘텐츠에 대해 큰 관심과 호응을 보여주고 있다는 사실은 한류를 활용해 신 냉전구조의 파고를 어떻게 헤쳐 나가야 할 지에 대한 인사이트를 우리에게 제시해주고 있다. 이처럼 국제사회에서 ‘한류’는 이미 문화현상을 넘어 하나의 장르이자 또 트렌드로 안착하고 있으며 나아가 우리가 보유한 비대칭적 핵심경쟁력으로 다가와 있다. 이와 같은 한류의 힘과 확장성은 홍익인간 정신처럼 너와 나를 가르치지 않는 포용성과 개방성에 있기에 한류의 ‘문화 망(Culture Chain)’은 국제사회와 우호와 협력을 더욱 강화하는 기폭제로 작용하게 될 것이다.

전세계 ‘한류 브랜드파워지수(BPI)

※2022년 기준

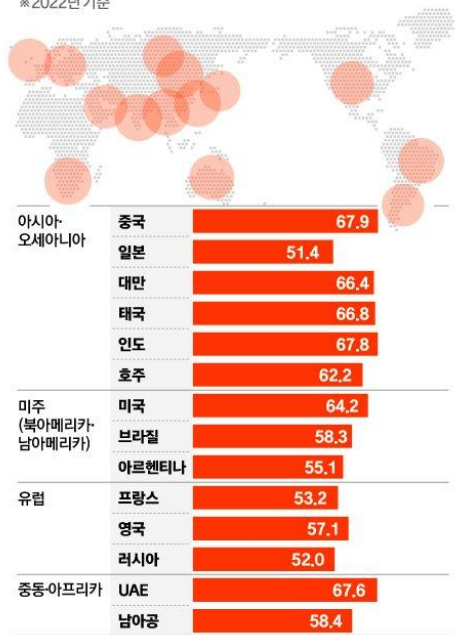


표3) 한국국제문화교류진흥원 자료(2022)

커지는 한류 파급효과... 대륙별 ‘한국 방문 의향’은

단위: %, 2022년 기준



표4) 한국국제문화교류진흥원 자료(2022)

한국국제문화교류진흥원이 2022년 9월 발표한 ‘2022 글로벌 한류 트렌드 보고서’에 따르면 세계 각국에서 한류를 경험한 이후 “한국에 대한 인식이 긍정적으로 바뀌었다”는 답변은 평균 64.2%에 달했다. 특히 인도(83.2%), 태국(82.4%), 베트남(80.2%) 등 동남아시아의 경우 한류에 보다 높은 호응도를 보였다. 또한 한국의 군사 및 경제 동맹국인 미국과 최대 교역국인 중국은 한류를 ‘강력한 소프트파워’로 인식하는 것으로 나타났다. 표 4)와 같이 한류에 대한 호감도의 척도인 ‘한국방문 의향’ 조사에서는 세계 인구 10명 중 6명이 한국을 방문하고 싶은 국가로 꼽았다. “한국을 방문할 의향이 있는지” 묻는 질문에는 아프리카 76.5%, 중동은 67.0%, 그리고 아시아·오세아니아 66.8%의 순으로 “그렇다”고 답했다.

‘한국’하면 떠오르는 첫 이미지는

단위: % (2022년 기준)



표 5) 한국국제문화교류진흥원 자료(2022)

자국의 전체 문화소비 중 한류 콘텐츠가 차지하는 비중은

단위: %, 2022년 기준



표 6) 한국국제문화교류진흥원 자료(2022)

표 5)는 한류가 한국에 대한 브랜드 이미지를 바꾸고 있음을 보여주고 있다. 과거 국제사회가 생각하던 한국의 첫 이미지가 전쟁과 분단국가였다면, 이제는 한류를 한국의 대표 이미지로 꼽고 있다. 아프리카·중동을 제외한 모든 대륙에서 ‘K POP’은 한국의 대표 이미지로 인식되는 것으로 나타났다. 아시아·오세아니아의 경우 한국의 대표 이미지로 한류를 꼽은 비율이 16.2%에 달했고, 북미와 중남미 등 미주는 16.1%, 유럽은 10.3%였다.

표 6)은 한류가 각국 소비자들의 기호는 물론 전 세계 문화 콘텐츠 시장에 얼마나 큰 영향을 미치고 있는 지 여실히 보여주고 있다. 각국의 전체 문화 콘텐츠 소비 중 한류 콘텐츠가 차지하는 비중을 확인해본 결과 중동 34.4%, 아시아·오세아니아 29.9%, 미주 23.9%로 집계됐다. 한류 콘텐츠가 자국의 문화 콘텐츠만큼 친숙하고 또 광범위하게 유통·소비되고 있다는 의미다. 이 같은 결과는 한류가 각국의 문화 콘텐츠 시장에 얼마나 깊이 자리잡고 있는 지와 함께 향후의 대응방향에 대한 시사점을 우리에게 전해주고 있다.

위와 같은 설문결과는 식민지와 전쟁의 폐허를 딛고 일어난 대한민국이 산업화와 민주화에 성공해 원조 수혜국에서 공여국으로 전환된 전무후무한 기적을 이뤘고 이제 매력자본인 소프트파워를 통해 세계문명사에 영향을 주는 문화적 주체가 되었음을 보여주고 있다. 이처럼 어렵사리 만들고 쌓아 올린 한류자본을 십분 활용해 우리의 시대정신인 한반도 평화통일과 연계해 혁신적인 방안을 모색해 나가는 것 또한 우리에게 주어진 전략적인 과제이자 사명이 될 것이다.

2. 통일공감대 형성을 위한 한류와 문화 콘텐츠

1) 북한내 한류

북한도 예외 없이 한류의 영향권 범위 내에 있다. 이에 한류와 문화 콘텐츠가 통일의 과정은 물론 그 이후 실질적인 통합 프로세스에 어떻게 영향을 미칠 것인지 면밀히 살펴볼 필요가 있다. 한류와 문화 콘텐츠를 매개로 남북한 주민들이 간접적으로 교류하는 가운데 공감대를 형성함으로써 북한 주민들의 인식에 변화가 생기게 된다면 평화통일에 대한 긍정적 기대감이 상승함으로써 실질적인 통합역량을 높일 수 있을 것이다.

그동안 통일정책이 큰 효과를 거두지 못한 가운데 과거 하드파워에 입각한 탑-다운식의 접근을 지양하고 남북한 주민들이 공감할 수 있는 문화공연과 스포츠 등 교류를 증진하고 상호방문과 단일팀구성 경기 등을 촉진한다면 분단의 거리를 좁히는 한편 평화통일의

관점에서 더 실질적인 파급 효과를 거둘 수 있을 것이다. 그 이유는 평화통일의 목표를 향해 가는 과정에서는 정서적, 인식적 차원의 공감대를 만들기 위한 지속적인 교류와 소통의 과정이 무엇보다 중요하기 때문이다. 이처럼 문화를 매개로 교류와 소통이 이어지면 남한과 북한 주민들간 정서적 공감대가 강화됨으로써 상호 신뢰를 형성시키는 데 큰 도움이 될 것이다.

2022년 11월 북한인권단체 국민통일방송과 데일리 NK가 북한거주 주민 50명을 전화로 인터뷰한 결과 49명이 “한국을 포함한 외국 콘텐츠를 시청한 적이 있다”고 답했다. 이처럼 오늘날 한류는 우리가 생각하는 수준을 뛰어넘어 북한주민들의 의식과 삶에 직접적인 영향을 미치고 있다.¹¹한류의 큰 영향력은 북한 이탈주민들의 증언과 북한당국의 공식발표 등 여러 경로를 통해 확인되고 있다. 매일 먹고사는 문제를 걱정해야 하는 북한에서 어떻게 남한 영상물을 시청할 수 있을까? 라는 의문이 들지만 북한의 한류 현상은 이미 여러 경로를 통해 확인되고 있다.¹² 감시와 통제가 일상화된 가운데 북한정권은 체제안정을 위해 외부 정보와 콘텐츠의 유입을 강력하게 단속, 통제하고 있다. 그러나 남한의 영화, 드라마, 가요 등 한류가 다양한 경로를 통해 북한으로 은밀하게 유입, 유통, 확산되고 있는 것이 확인된 현실이다. 이처럼 북한주민들은 한류를 통해 간접적이지만 남한을 접함으로써 새로운 인식을 갖게 된다. 많은 탈북자들의 경우처럼 한류를 접한 후 자유를 향한 동경은 실천으로 이어져 탈북을 통해 삶의 근본적 변화를 꾀하는 계기가 되기도 한다.

그림 1) 북한내 한류유통의 실태



그림 2) 북한내 남한영상물 시청 및 유통현황



출처: 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원

이처럼 북한 주민들은 내부로 유입된 한류를 통해 담장너머 남한의 자유를 간접 경험하며, 남한과의 거리를 좁힐 수 있는 기회를 갖는다. 평화통일이라는 장기적인 관점에서 볼 때 한류 덕에 남북한 사이에 희망의 싹이 트고 한류 확산이 그 촉매제 역할을 하고 있는 것이다.¹³ 나아가 북한지역에 확산되는 한류 콘텐츠 시청은 북한 당국과 주민들간 정보의 비대칭성을 좁히는 계기가 된다는 점에서 큰 의미가 있을 것이다. 북한 주민들이 한류 콘텐츠를 비롯한 남한의 대중문화를 접하며 공감대를 형성하고, 심리적으로 분단의 거리를 좁히는 긍정적 계기로 작용할 것이다. 그러나 북한당국은 한류와 문화 콘텐츠를 체제전복 요인으로 간주해 K드라마와 영화 시청은 물론 남한식 말투의 사용에 대해 처벌의 수위를 높여 공개처형 등으로 강력하게 대처하고 있다. 김정일 시대부터 강조된 외래문화 차단을 위한 모기장론¹⁴은 11년차를 맞은 김정은 시대에 더 엄격하게

¹¹ 서울신문, 2023년 3월 16일, “자기야” 남한 말투 썼다 탄광행...평양말 연습하는 北주민들.

¹² 고영민 김영덕 외(2008), 한류 포에버, 국제문화산업교류재단.

¹³ 유상철(2005), 한류의 비밀:소프트 파워, 소프트 코리아의 현장을 찾아서, 생각의 나무.

¹⁴ 주체사상에 의한 사상적 통일성과 체제의 안정을 꾀하기위해 외래문화의 유입을 차단하려는 논리

추진되고 있다. 북한 당국은 한류를 비롯한 외부정보를 겨냥해 ‘제국주의 사상문화침투를 봉쇄하라’는 강력한 지침을 내려 사상전 차원에서 대처하고 있다.¹⁵ 이처럼 북한으로 유입된 한류는 그 영향력에 있어 남한문화의 북한유입에 머무는 것이 아니기에 폐쇄적인 북한에 중장기적으로 어떤 파급효과를 미칠 것인가에 대한 보다 깊이 있는 연구가 필요할 것이다. 살펴본 바와 같이 북한내 한류확산은 북한주민들이 인류 보편적 가치인 자유와 행복 그리고 인권의 의미를 인식하는 매개가 된다는 측면에서 남북한 동질성 회복은 물론 실질적인 통일의 과정에 크게 기여할 것으로 기대해도 무방할 것이다.¹⁶

(1) 북한주민들의 의식변화

북한 당국은 남한의 영상물 시청을 비사회주의적 행위와 제국주의적 사상문화로 여기고 주민들의 사상을 약화시키는 요인으로 간주해 유통과 시청을 강력히 단속하고 있다. 특히 북한은 동유럽 사회주의 국가붕괴의 주요한 원인으로 청년들의 외래문화 수용에 따른 사상·문화적 붕괴를 지목하고 있다. 실제로 북한주민들은 한류와 문화 콘텐츠를 영상매체를 통해 접한 뒤 북한 당국으로부터 받아왔던 사상교육의 내용과 완전히 다른 남한의 실체를 새롭게 알게 된다. 그간 북한 당국은 주민들에게 남한을 ‘미제국주의 식민지’, ‘헐벗고 굶주린 사회’, ‘썩고 병든 자본주의’ 등으로 줄곧 선전해 왔다.¹⁷ 이처럼 남한의 영상물을 통해 접하게 된 ‘남조선’의 모습은 북한 당국에서 줄곧 교육해왔던 내용과 완전히 상반된 내용이어서 북한주민들의 충격이 매우 큰 것으로 나타났다. 남한 영화와 드라마에 몰입하면서 등장인물의 상황이나 정서에 공감하는 동시에 남한에 대한 거부감이 수그러들고 심지어 동화되는 경향도 보이는 것으로 나타났다.

그림 3) 북한내 유통되는 12V 배터리 세트



그림 4)북한 태양열발전기 전단 광고팸플릿



출처: 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원

¹⁵ 임석준, 강동완, 김현정(2014), 북한에서의 한류현상에 대한 기존 연구의 종합검토 및 향후과제에 대한 부분 -한류 연구의 동향과 과제, 북한학연구 제 10 권 2 호.

¹⁶ 강동완(2011), 한류, 북한을 흔들다, 늘품플러스.

¹⁷ 김창희(2009), 북한 사회의 시장화와 주민의 가치변화, 한국동북아논총, 제 52 집.

그림 5) 북한주민들이 사용하는 태양열 집열판



그림 6) 북한의 태플릿 PC 앞 뒷면



출처: 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원

그림 7) 북한식 3G휴대폰(좌)와 스마트폰(우)



그림 8)한국 드라마 영화 복제 DVD



출처: 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 웃고문화사, 통일부 통일교육원

북한의 영화나 드라마는 사회주의 혁명과 지도자에 대한 충성을 이끌어내기 위한 수단으로 제작되지만, 남한 영상물은 북한 주민들도 쉽게 이해할 수 있는 생활 속 소재로써 삶과 관계된 남녀와 가족의 사랑, 노력과 성취 등에 대한 이야기를 주제로 다루기 때문이다. 이를 통해 북한주민들은 남한은 잘 사는데 우리는 왜 이렇게 못 사는지, 이렇게 못사는 이유가 다 지도자 때문은 아닌지, 나는 왜 일한 만큼 다 가져갈 수 없는지 등 북한의 현실에 대한 강한 비판의식을 갖는 것으로 나타났다.

향후 북한 내부변화와 관련 주목할 부류는 바로 ‘장마당 세대’¹⁸다. 1990년대 중 후반 심각한 경제난 속에서 아사자가 속출했던 ‘고난의 행군’ 시기 무상교육, 무상의료, 무상배급 등 사회주의 복지시스템이 전혀 작동되지 않던 시기에 태어난 이들은 북한의 공교육 붕괴로 인해 체계적인 사상교육을 받지 못한 첫 세대라고 할 수 있다.

이들은 이전 세대에 비해 국가나 지도자에 대한 충성도가 매우 약한 특징을 보인다. 또한 남한 영상물에 동화되어 기성세대와 자신들을 구별하려는 성향, 또래 집단을 중심으로 동류의식을 지향하려는 특징이 있고, 남한의 영상물을 함께 모여 몰래 시청하거나 내용을 공유하며 모방하기도 한다. 청소년기의 특성상 이들은 남한영상물 시청에 대한 제재가 가해져도 대담하게 반복 시청하고, 남한 말투와 헤어스타일을 따라하고, 심지어 남한의 대중가요까지 따라 부른다고 한다. 이를 통해 또래집단에서 우월감을 나타낼 수 있기 때문이다. 이처럼 청소년기 한류 영상물에 의한 영향을 크게 받은 여파로 이들 북한의 ‘장마당 세대’는 향후 북한 체제변화는 물론 통일과정에서 큰 변수로 작용할 가능성이 매우 크기 때문에 이들에 대한 심도 깊은 연구가 필요해 보인다.

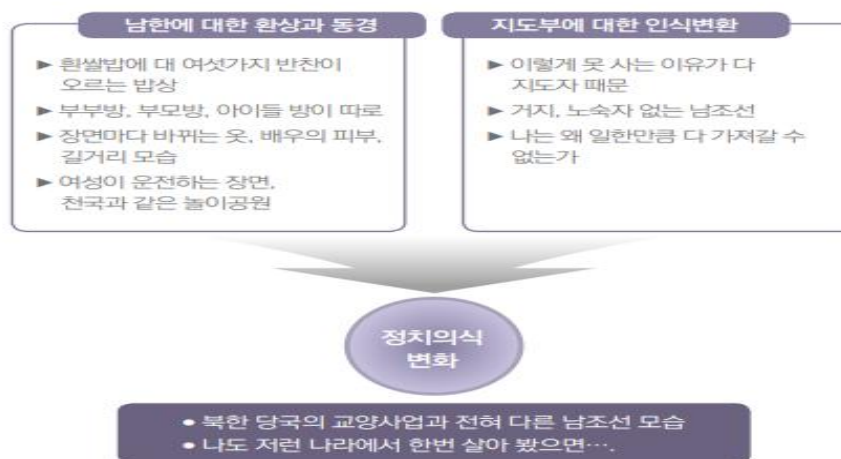
¹⁸ 배급제가 무너진 이후에 태어나 배급을 경험한 바가 없어, 경제를 오로지 장마당에만 의존하여 생활을 유지하는 세대를 일컫는 말로 명목상의 공산주의체제를 경험하지 못한 세대.

그림 9) 북한 장마당 초기 모습(아래 왼쪽)과 현재 모습(아래 오른쪽)



출처: 나무위키 구글 이미지 참조

표 7) 남한영상물 시청 이후 북한주민의 의식변화



출처: 강동완(2015), 북한에서의 한류현상: 그 의미와 영향, 통일교육원 교육개발과.

(2) 민족동질성 회복의 매개

통일의 과정에서 한류와 문화 콘텐츠는 민족적 정서를 공유하는 매개체로 작용하는 한편 민족적 자긍심을 일깨워 긍정적으로 통일을 지향하는 인식의 계기를 마련해 줄 것으로 기대된다. 다양한 한류 콘텐츠 개발하고, 다양한 루트를 통해 북한 주민들이 접촉할 수 있도록 적극적이고 지속적인 노력이 필요한 이유다.

또한 한류와 문화 콘텐츠는 동질성 회복의 매개의 기능과 함께 의식변화를 통해 북한사회를 점진적으로 변화시키는 핵심요인으로 작용할 수 있다는 점에서 큰 의미가 있다. 동서독의 사례처럼 민간차원의 지속적인 문화교류와 소통의 과정들은 통일의 과정은 물론 정치적 통일은 물론 이후 실질적인 통합의 과정에서 중요한 자산이 된다. 형태가 없으며, 변화가 다양하고, 학습을 통해 사회화되어 확대 재생산되는 문화의 특성상 글로벌차원에서 검증된 한류는 한반도를 넘어 평화통일이라는 역사적 진보를 만들어 나갈 수 있는 확실한 교량의 역할을 감당할 것으로 생각된다. 역설적으로 북한 당국의 한류에 대한 강력한 통제와 처벌은 북한 주민들의 반발과 호기심을 자극해 더욱 빨리 확산시키는 요인이 된다. 실제 장마당에서 인기 있는 남한의 한류 영상물들은 중국에서 유입된 저가형 디지털제품과 함께 북한과 중국의 접경지역에서 내륙으로 연결되는 밀수 루트를 통해 지속적으로

유통되고 있다. 이처럼 북한당국의 통제와 단속이 한계에 이른 상황에서 한류는 통일을 향한 열망의 압력을 높여 변화의 촉매제로써 작용할 것이다.

2) 글로벌 한류와 통일공감대 구축

(1) ONE K 비전에 대한 공감

한류를 활용해 한반도 분단과 통일에 대한 국제적 공감대를 확산하는 가능성에 대해서는 위에서 살펴본 바 있다. 평화통일에 대한 국제적 공감대 조성의 관련 과거 역사적인 사례를 통해 국제적인 공감대조성의 중요성을 살펴보고자 한다. 먼저 일제치하에서 자주독립국가 실현을 주도했던 당시 지도자들과 시민들은 국제사회의 공감대 형성과 지원이 얼마나 중요한가를 잘 알고 있었다. 이에 당시 이해 당사국들인 미국과 중국과 러시아의 지원을 얻기 위해 해외동포기반을 활용해 현지에서 각종 협회를 설립했다. 나아가 3.1운동의 도화선이 된 민족자결주의의 주창자 우드로 윌슨 미국대통령에게 독립청원서를 전달하기 위해 파리강화회의에 대표를 파견하기도 했다. 그러나 주체적 역량 미비와 국제적 공조를 이끌어내지 못함으로써 결국 한반도의 미래에는 분단의 씨앗이 뿌려지게 되었다.¹⁹

이와 달리 국제적 협력조성의 성공사례로는 독일통일을 들 수 있다. 서독과 긴밀하게 공조한 미국은 당시 동독에 45만명의 군대를 주둔시키고 있던 구 소련을 자극하지 않으면서 구 동구권에서 전개된 시민주도의 민주화운동을 물밑에서 지원했다. 나아가 역사적인 이유를 들어 독일통일에 강력하게 반대하던 영국과 프랑스까지 미국을 통해 적극적으로 설득함으로써 요원하게만 보였던 독일통일은 현실로 이루어지게 되었다. 위의 2가지 예처럼 세계화시대인 오늘날 냉전구조가 만들어진 한반도 분단이란 현상을 타파함으로써 평화통일을 실현하기 위해서는 국제사회의 공감을 통해 반드시 국제적 협력을 이끌어내야 한다.

국제사회에 인류보편적 가치인 2,500만 북한주민들의 인권과 자유실현 그리고 한반도 평화통일이 세계평화의 핵심사안이라는 비전을 제시, 공감대를 구축함으로써 세계시민들과 주변 이해관계국들이 한반도 평화와 통일프로세스에 적극 협력할 수 있도록 이끌어야 한다.

(2) ONE K 지지를 위한 모멘텀

국내외 지정학적 상황을 고려할 때 오늘날 한반도는 대전환기라고 표현할 만큼 중대한 역사적 변곡점에 서있다. 이와 같은 위기상황에서 우리의 주체적 역량강화와 국제공조를 통해 돌파구를 찾아 나가는 것이 이 시대 우리의 책임일 것이다. 역사상 930여회 이상의 외침을 극복하는 가운데 오늘의 역사를 개척해온 저력과 함께 지구촌 전역에 막강한 영향을 미치고 있는 소프트파워와 하드파워라는 자산을 레버리지로 활용해 위기를 기회로 바꾸는 지혜와 리더십을 발휘할 때이다. 이를 위해서는 내적인 통합의 노력과 함께 세계시민들과 국제사회가 한반도분단의 비극을 공유하고 나아가 평화통일을 지지할 수 있는 실질적인 모멘텀 구축이 필요하다.

한류가 만들어진 역사적인 기회를 적극 활용해 세계시민들과 국제사회가 한반도 평화통일의 비전실현에 동참할 수 있도록 시민주도의 모멘텀을 마련해야 한다. 전술한 것처럼 널리 세상을 이롭게 하는 홍익인간의 DNA가 내재화된 한류의 포용성과 개방성을 핵심역량으로 적극 활용해 ONE K 지지를 위한 시민주도의 ONE K 글로벌 캠페인 등을

¹⁹ 문현진(2020), 코리안드림, 마음서재.

전개해 모넨텀을 만들어 나갈 수 있을 것이다. 이 과정에서 하나된 KOREA는 자유와 인권을 최고의 가치로 지향하고, 글로벌 민주주의 확산과 세계 평화와 번영에 기여함으로써 지구촌의 공유가치 창출에 더욱 기여할 것이란 비전을 세계 시민들과 국제사회에 명확히 전달하고 동참과 지지를 이끌어 낼 때 실질적인 결실을 만들어 낼 수 있을 것이다.

더불어 시민주도로 세계적 영향력을 확보한 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 세계시민들과 국제사회가 자발적으로 참여하고 또 지지할 수 있는 ONE K 글로벌 캠페인과 같은 플랫폼을 통해 구체적인 모넨텀을 만들 수 있을 것이다.

Ⅲ. 사)통일을실천하는사람들 사례분석

1. 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 ONE K 글로벌 캠페인

AKU의 대표적 슬로건은 ‘통일은 시민의 힘으로’ 그리고 ‘ONE DREAM ONE KOREA’다. 각각 시민주도의 바텀-업 캠페인으로 평화통일을 실현하자는 의미와 “혼자 꾸는 꿈은 꿈에 불과하지만 함께 꿈꾸면 현실이 된다”는 비전공유의 중요성을 강조하는 메시지를 담고 있다. AKU가 천착하고 또 역점으로 실천해온 것은 홍익인간에 입각한 통일한반도의 비전, ‘코리안드림’²⁰에 입각해 민족적 차원을 넘어 세계평화와 번영에 기여하는 새로운 통일국가를 실현하는 것이었다. 이와 같은 비전위에 건설되어 공유가치를 창출하는 모델국가는 남북한 주민들은 물론 세계시민들과 국제사회의 지지를 받을 수밖에 없을 것이다. 그간 AKU는 세계적 팬들을 확보한 우리의 소프트파워 한류와 문화 콘텐츠를 적극 활용함으로써 시민주도의 ONE K 글로벌 캠페인에 국내는 물론 세계시민들을 동참시키는 한편 북한에도 문화적인 영향을 미치며 평화통일의 대장정을 만들어 나왔다.

이처럼 ONE K 캠페인은 한류와 문화 콘텐츠를 활용함으로써 보다 큰 공유가치를 창출해 나왔다는 점에서 혁신적인 접근으로 평가받고 있다. 이처럼 AKU는 그간 국내 뿐 아니라 전세계적으로 주목받는 K POP 및 월드 스타들과 함께 차별화된 통일문화 콘텐츠를 제작해 분단의 아픔과 통일에 향한 열망을 지속적으로 전달해왔다.

AKU는 2015년 작곡가 김형석과 작사가 김이나 그리고 BTS를 비롯한 최정상급 K POP 스타 28개 팀들과 함께 분단의 아픔과 통일의 열망을 담은 ‘ONE DREAM ONE KOREA’와 ‘하나의 꿈’ 등 2개의 음반을 제작, 미국 워싱턴 D.C.와 일본 동경 그리고 전국 시도에서 합창공연을 펼쳤다. 이후 10월 9일 서울월드컵경기장에서 4만명의 시민들이 함께 한 가운데 역사적인 ONE K 콘서트를 개최함으로써 한류를 활용한 통일문화운동의 새로운 장을 열었다. 이어 2016년 뉴욕 UN 총회의장에서 그래미상을 6회 수상한 세계적인 듀오 뮤지션 지미 잼 & 테리 루이스와 함께 ONE K 글로벌 캠페인을 공식 출범시켰다.

2017년 3월 2일 한류를 활용한 ONE K 글로벌 캠페인의 일환으로 필리핀 마닐라 SM 아레나에서 약 1만여명의 마닐라 시민들이 참석한 가운데 ONE K 글로벌피스콘서트를 개최하고 지미 잼 & 테리 루이스가 만든 3번째 음반 ‘KOREAN DREAM’을 세계시민들에게 발표했다. 이후 정동하 등이 참여한 가운데 ‘KOREAN DREAM’의 한국어 버전인 4번째 음반

²⁰ 2010년 글로벌피스재단 창설자인 문현진 박사가 주창한 통일한반도의 비전으로 한민족의 건국정신인 홍익인간에 기초해 민족적 통일을 넘어 세계평화와 번영에 기여하는 새로운 국가를 만들어 나가자는 주장을 담고 있다.

‘코리아드림’을 제작, 발표했다. 이후 ONE K 콘서트를 국회잔디마당과 킨텍스 등 대규모 공연장에서 지속적으로 개최해 노래를 통한 통일문화운동을 지속적으로 전개해 나왔다.

2022 년 대중음악 작사가 겸 작곡가 김동찬과 “평화통일을 이뤄 초일류 선진국가로 도약하자”는 메시지를 담은 응원가 버전의 5 번째 음반 ‘NO. 1 코리아’를 제작, 발표하며 대중적인 ONE K 글로벌 캠페인을 지속 전개해 나왔다. 이처럼 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 혁신적인 통일문화운동을 전개해 나왔다.

첫번째 음반 ‘ONE DREAM ONE KOREA’은 2018 년 남북정상회담 시 관문점 환송행사의 피날레 노래로 선정되어 공중파와 외신은 물론 유튜브 등 소셜미디어를 통해 전세계에 울려 퍼져 글로벌차원의 ONE K 공감대를 만드는 데 기여한 바 있다. 더불어 2018 년 중학교 2 학년용 음악 검정교과서에 대표적인 통일노래로 소개됨으로써 청소년들의 통일의식을 일깨우는 한편 청소년들이 애창하는 새로운 장르의 통일노래로 자리매김했다.

그림 10) ONE DREAM ONE KOREA 레코딩 장면



2015 새시대통일의노래 캠페인

그림 11) ONE K 콘서트 장면



2015 ONE K 콘서트 (서울, 상암월드컵경기장)

그림 12) ONE K 글로벌캠페인 론칭 전경



2016 ONE K 글로벌 캠페인 론칭 (UN본부 총회장)

그림 13) ONE K 글로벌피스 콘서트 flyer



2017 ONE K 글로벌 콘서트 (필리핀, 마닐라)

출처: 통일을실천하는사람들 홈페이지(<https://www.aku.kr/>)

2. 통일을실천하는사람들

1) 출범배경

통일을실천하는사람들(영문: Action of Korea United, 약칭 ‘AKU’)은 2012년 7월 창립되었으며 현재 1,000여개의 시민사회단체가 회원으로 참여하는 통일운동연대단체로 성장한 가운데 전국 12개 광역 시도 본부와 시군구 지회는 물론 해외에도 미국과 일본 그리고 영국 등에 지부를 두고 한반도통일을 위한 다양한 활동을 전개하고 있다.

AKU는 한민족의 정체성인 홍익인간에 기초한 ‘코리안드림’을 통일한반도의 비전으로 제시하고 국내외 시민들의 공감과 참여를 기반으로 한 실천운동을 전개하기 위해 코리안드림 비전확산과 시민주도의 생활형 통일운동 그리고 K POP 등 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 ONE K 글로벌캠페인을 국제적으로 전개해 한반도 평화통일의 실질적인 전기마련을 위해 앞장서 활동하고 있다.

2) ONE K 실현을 위한 3대 실천운동

AKU는 지난 10년간 구축한 활동의 기반과 인적네트워크를 기반으로 광복 80주년이자 분단 70년을 맞는 희비가 엇갈리는 2025년까지 1000만명의 국내 및 세계 시민들이 참여하는 통일실천 캠페인을 세계적으로 전개해 한반도 평화통일의 실질적인 모멘텀을 만들어 나가기 위해 총력을 집중하고 있다.

2012년 출범이후 AKU는 실질적인 평화통일을 실현하기 위해 구체적인 3대 실천방향을 정하고 역동적인 활동을 전개해 왔다. 첫째, 소모적으로 통일의 과정에 방법에 매달리기 보다 통일한반도의 비전인 코리안드림을 제시하고 다양한 국내외 포럼과 오피니언 리더 워크숍 등을 개최해 공유, 확산함으로써 시민주도의 통일운동을 전개해 나왔다. 둘째, 시민주도로 바텀-업 방식의 생활형통일운동을 전개함으로써 풀뿌리조직에 기반을 둔 실질적인 통일운동 플랫폼을 전국적으로 만들어 나왔다. 셋째, 세계적 영향력을 가진 소프트파워 한류와 문화 콘텐츠를 핵심역량으로 활용함으로써 국내외에 통일공감대와 통일한반도의 비전인 ‘코리안드림’을 확산하는 한편 다양한 국내외 프로젝트와 접목해 ONE K 글로벌캠페인을 전개해 나왔다.

3) ONE K 마케팅의 특징

(1) 비전중심

AKU는 한민족의 정체성의 핵심인 홍익인간에 근간을 둔 코리안드림을 통일한반도의 비전으로 제시하고, 이에 입각한 실천운동을 국내외적으로 전개하며 성장해 나왔다. 통일 그 자체가 목적이 될 수 없는 것처럼 통일된 한반도는 개개인의 자유와 인권이 최고의 가치로 보장되고 나아가 세계평화와 번영에 기여하는 새로운 모델국가의 건설을 지향해야 한다. 기존의 대부분의 통일논의는 평화통일에 대한 비전을 제시하지 않고 그 과정과 방법에만 집중함으로써 결과적으로 남남갈등과 국론분열을 가속화해 엄청난 사회적 비용을 발생시켜왔다.

이런 측면에서 통일을 통해 어떤 국가를 건설할 것인지에 대한 비전에 대한 합의가

선결적으로 이뤄져야 한다.²¹ 이처럼 남북한 주민들과 세계시민들은 물론 한반도 이해관계국들이 공감하고, 지지를 보낼 수 있도록 한반도통일에 대한 명확한 비전제시가 무엇보다 중요하다.

비전의 중요성을 보여준 역사적인 성공사례로는 마셜플랜을 들 수 있다. 2차 세계대전 이후 피폐해진 유럽의 경제재건을 돕기 위한 미국주도의 경제원조 계획이었던 마셜 플랜은 1947년부터 5년간 137억달러라는 막대한 자금지원을 통해 소련을 비롯한 국제공산주의의 유럽 확산을 저지하는 한편 서유럽국가들의 경제재건을 지원함으로써 자유민주주의와 자유시장경제를 확산한다는 명확하고 포괄적인 비전하에 추진되었다. 원조국인 미국과 수혜국들이 자유 시장경제와 민주주의라는 비전을 공유한 가운데 2차 세계대전 당시 적국이었던 서독까지 원조대상에 포함시킴으로써 보다 큰 성공을 거둘 수 있었다. 그 결과 서유럽 국가들은 경제적으로 성장해 서로가 든든한 교역파트너가 되었으며 또한 군사동맹인 북대서양조약기구(NATO) 결성을 통해 국제공산주의의 확산을 저지하는 안보의 방파제까지 구축함으로써 서로가 경제적, 정치적으로 큰 이득을 얻게 되었다.

비전공유의 중요성을 보여주는 실패사례로는 북-미간 3차례의 정상회담을 통한 북한 비핵화협상을 들 수 있다. 북한의 계속된 핵실험에 대해 오바마정부는 국제사회와의 다자간협력을 통한 ‘전략적 인내’ (Strategic Patience)라는 대북정책을 통해 북한을 경제적으로 압박하는 전략을 구사했다. 전임 정부의 대북정책을 비판하며 집권한 트럼프 대통령은 전례가 없었던 북-미 정상회담을 연이어 3차례나 개최하며 북한과의 직접적인 비핵화협상에 나섰다. 그러나 한반도평화통일과 같은 명확하고 포괄적인 비전의 공유가 없는 상태에서 북핵문제 해결이라는 협소한 목표에만 집중하며 협상테이블에 앉았기에 결국 3차례의 정상회담은 실패로 돌아갈 수밖에 없었다. 오히려 미국의 양자회담을 통한 접근은 경쟁국들인 중국과 러시아가 북한과의 동맹을 더욱 강화하도록 자극함으로써 한반도에서의 평화와 안보를 해치는 결과를 가져왔다.

국제적인 냉전구조 속에서 1945년 해방을 맞은 우리민족이 분단을 맞게 된 것도 본질적으로는 “어떤 국가를 실현할 것인가”라는 국가비전에 대한 동의가 없는 가운데 민족주의와 공산주의 그리고 자유민주주의 등 양립할 수 없는 비전을 지향하는 다양한 세력들이 각자 진영을 만들어 이데올로기적으로 충돌했기 때문이다.²² 이런 관점에서 볼 때 남북한 및 세계시민들과 국제사회가 공감할 수 있는 명확하고 포괄적인 한반도통일의 비전제시가 무엇보다 중요하며 이후 방법론 측면에서는 시민주도의 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 ONE K 글로벌캠페인을 추진할 때 그 실효성은 더욱 높아질 것이다.

(2) 시민주도

그간 정부주도로 하드파워와 탑-다운 방식 하에 추진됐던 남북한 화해협력과 통일관련 정책은 그 한계를 여실히 드러냈다. 그 결과 정부가 바뀔 때마다 이전에 시행된 정책은 폐기처리됨으로써 일관성과 축적을 통한 시너지를 발휘하지 못했다. 이런 과거의 실패를 반면교사로 삼아 시민주도의 자발적인 참여의 기반위에 바텀-업 방식으로 지속가능한 ONE K 캠페인을 전개함으로써 투자적인 관점에서 보다 큰 역동성과 실효성을 창출할 수 있을 것이다.

세계역사상 최초의 시민주도 비폭력 저항운동이었던 3.1운동은 분단을 넘어서 평화통일을 통해 온전한 자주국가의 꿈을 실현해야 할 오늘의 우리에게 많은 것들을 시사하고 있다. 3.1운동의 목표는 일제 식민지배에 대한 저항이 아니라 인류평등과 세계평화실현을 위한

²¹ 문현진(2020), 코리안드림, 마음서재.

²² 문현진(2020), 코리안드림, 마음서재.

자주 독립국임을 천명하고 나아가 주권재민의 민주공화국을 수립하는 것이었다.

이런 비전을 담은 기미독립선언문에 각계 시민들을 대표한 33인이 서명한 후 당시 전국 218개 군 중 211군에서 200여만명이 참여하는 1,500여건의 시민주도 비폭력 저항운동이 들불처럼 일어났다. 당시 뉴욕타임즈와 AP통신 등 각국 언론들도 국내외로 확산되던 3.1운동을 시민주도의 비폭력 저항운동이라며 대서특필할 정도였다. 3.1운동의 여파는 국내에 그치지 않고 미주와 일본, 러시아와 만주를 비롯 해외에서도 전개되었고 결국 4월 11일 중국 상해에 대한민국 임시정부를 탄생시킴으로써 대한민국의 뿌리가 되었다.

이후 3.1운동은 인도 비폭력저항운동과 중국의 5.4운동에까지 영향을 미치며 역사를 발전시키는 사회변혁이 성공하기 위해서는 시민들의 광범위한 참여가 필수적임을 보여주는 역사적인 사례가 되었다. 1960년대 흑백차별에 맞서 미국의 제도적 평등을 이뤄낸 마틴 루터 킹 목사의 민권운동과 남아프리카공화국 넬슨 만델라의 반 아파르트헤이트 운동 그리고 1990년대 동구권 민주화운동과 독일통일에 이르기까지 모든 사례들은 왜곡된 현상(Status Quo)을 타파하고 국가적 변혁을 이루기 위해서는 깨어 있는 시민들의 조직된 힘이 무엇보다 중요함을 여실히 보여주고 있다. AKU가 ‘통일은 시민의 힘으로’라는 슬로건으로 시민주도의 ONE K 캠페인을 전개해온 것도 이런 역사적 교훈에 근거한 것이다.

(3) 연대협력

AKU는 평화통일을 시대정신으로 공감하는 1,000여개가 넘는 시민사회단체가 연대협력해 다양한 사업들을 역동적으로 펼쳐오고 있다. 이러한 연대협력을 통해 성공적으로 개최된 대규모 프로젝트의 대표적인 사례가 광복 70주년을 기념해 열린 ONE K 콘서트였다. 2015년 10월 9일 4만여명의 시민들이 참여한 가운데 28개팀의 정상급 K POP 스타들과 함께 서울월드컵경기장에서 성공적으로 펼쳐진 역사적인 통일 콘서트였다. ONE K 콘서트는 행사의 규모와 예산을 놓고 볼 때 특정 시민사회단체가 독자적으로 추진, 실행하기에는 현실적으로 불가능한 프로젝트였다.

당시 AKU는 이런 상황을 현실로 인지한 후 광복 70주년과 분단 70년이라는 역사성을 대의명분으로 비전을 제시하며 진보와 보수 시민사회, 여야 정치권, 교민사회 등을 망라한 거국적 공동캠페인 조직위원회를 제안함으로써 공감대를 만든 후 실행해 들어갔다. 분단 70년에 대한 책임의식을 공유하는 한편 현실에 안주하지 않고 모두 함께 “새로운 통일의 노래를 함께 만들고, 또 함께 부르며 통일로 나아가자”는 비전제시와 연대구축을 통해 ONE K 콘서트를 추진해 나갈 수 있었다. 이처럼 시대정신인 평화통일을 성취하기 위해서는 3.1운동의 사례처럼 포괄적인 비전에 입각한 보다 큰 연대협력의 틀이 무엇보다 중요할 것이다.

프랑스의 정치철학자 알렉시스 토크빌은 19세기 초 미국 시민사회를 돌아본 후 시민들의 자발적 결사체인 시민사회단체가 건강하고 역동적인 민주주의의 근간임을 파악했다. 나아가 중요한 공동의 목표를 성취하기 위해서는 시민들의 생각을 고양하고 에너지를 응축시켜서 공동체와 사회 그리고 국가에 공헌하게 만들어야 하며 그 주체가 시민사회라고 결론을 내렸다.²³ 이런 관점에서 한반도 평화통일과 이후 실질적 통합을 위해 활동해온 시민사회단체들의 연대단체인 AKU는 정부의 한계를 넘어 ‘보다 넓은 사회적 그물망’을 펼치며 통일한반도의 비전을 공유하고 나아가 시민들의 자발적 참여의식을 높이는 한편 시민주도의 생활형 실천운동을 적극 전개해 나갈 것이다.

²³ 알렉시스 드 토크빌(2013), 미국의 민주주의, 계명대학교출판부.

(4) 한류와 문화 콘텐츠 활용

AKU에 참여하는 시민사회단체들은 통일한반도의 비전인 코리안드림 실현을 위해 각자 다양한 방식으로 기여하고 있다. 그 중 2016년 K POP의 폭넓은 영향력을 접목한 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 출범한 혁신적인 ONE K 글로벌캠페인은 국내 뿐 아니라 국제적으로도 큰 관심과 호응을 이끌어내며 세계인의 주목을 받고 있다. 이처럼 국경을 넘어 영향력을 확대해온 소프트파워의 주역 K POP스타들과의 협업을 통해 국내는 물론 세계 시민들이 한반도의 분단현실과 통일에 대한 더 큰 공감대를 통해 ONE K 글로벌캠페인에 참여하도록 이끌고 있다.

1970년대 미국 대중가수들의 반전 노래는 시민들과 강력한 공감대를 만들어 베트남전 종식에 지대한 영향을 미쳤다. 또 1985년 냉전의 정점에서 아프리카 기아극복을 위한 ‘WE ARE THE WORLD’ 앨범이 ‘지구촌은 하나’라는 각성을 만들어 냈듯이 한류와 결합한 ONE K 글로벌캠페인은 많은 국내외 유명 작사가와 작곡가, 프로듀서 등 예술인들이 본 캠페인의 비전에 공감하고 자신의 재능을 공유함으로써 더욱 활성화되어 가고 있다.

이들과의 협업으로 그간 식상하게 느껴졌던 ‘통일’이란 주제가 대중들의 관심을 끌 수 있는 새로운 장르의 K POP으로 만들어졌고 온-오프라인을 통해 수천만명의 K POP팬들에게 한반도의 분단과 평화통일에 대한 메시지를 전달해왔다. 또한 SBS와 KBS 등 국내 공중파는 물론 필리핀 Channel 5 등을 주관방송사로 선정함으로써 한류에 매료된 K POP팬들은 물론 더 많은 국내외 시민들에게 한층 더 가까이 다가가는 계기가 되었다. 메시지와 관련해서는 필리핀 등 해외에서 개최된 ONE K 콘서트의 경우 ‘ONE DREAM ONE KOREA ONE WORLD’라는 보다 확장된 슬로건을 사용함으로써 현지 시민들에게 한반도 평화통일이 세계평화와 직결된 사안이라는 점도 부각시켜 나왔다.

더불어 ONE K 마케팅의 일환으로 MBS와 SBS와 협업을 통해 분단현실과 통일의 희망 등을 주제로 한 다큐멘터리를 제작, 방영하는 한편 한국미술협회 등 문화예술인단체들과 함께 남북미술작품전시회를 개최하는 등 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 통일문화운동 플랫폼을 지속적으로 강화해 나왔다.

IV. 통일공감대 강화를 위한 ONE K 마케팅의 주안점

1. 경제적기회 창출

통일을 반대하는 의견이 더 많은 것은 상당부분 통일세 등 현실적으로 전가될 부담 때문이다. 분단비용은 ‘통일이 이루어지지 않고 있기 때문에 부담해야 하는 비용과 분단되지 않았을 경우 얻을 수 있는 편익의 손실을 합한 비용’ 이었다.²⁴ 분단비용에 대해 본격적으로 논의가 이루어지기 시작한 것은 1990년대 이후 통일비용에 대한 이슈가 대두된 이후이다.

²⁴ 민플러스뉴스, 2021년 11월 19일자, ‘분단’ 보다는 ‘통일’이 낫다.

통일비용 부담할 생각 있나 (단위: %)



표 8) 통일비용 부담 여부성향(매트릭스)

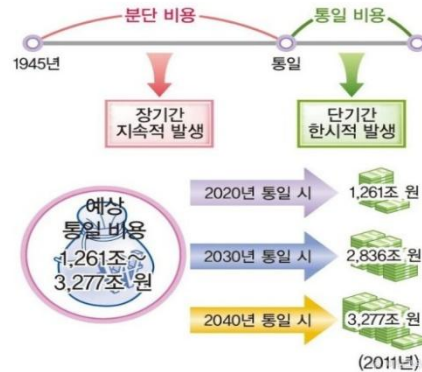


표 9) 분단비용 vs 통일비용 (통일부)

통일비용에 대한 초기의 논의는 주로 그 규모와 조달을 위한 부담 등 부정적인 면을 중심으로 이루어졌다. 북한의 경제력이 남한의 2% 정도인 상황에서²⁵ 이와 같은 경제적 측면의 우려는 통일에 대한 부정적 인식의 확산에 큰 영향을 미쳤다. 1990년대 후반 분단으로 인한 비용과 함께 통일 과정에 소요되는 비용과 효과 등에 대한 균형 잡힌 논의가 필요하다는 인식이 대두되었고, 분단비용과 통일의 편익에 대한 논의도 함께 이루어지기 시작했다. 분단비용은 남북한의 분단과 대결로 인한 유·무형의 제반비용을 포함하는 데 이산가족문제와 가중된 국방비 등 수많은 유무형의 사회적 비용을 발생시켜 국민경제에 큰 부담을 주는 것으로 나타났다. 분단비용은 지난 78년간 발생됐고, 분단이 지속되는 동안 지속적으로 증가하는 진행형으로 소모적인 것이다

표 8) 표처럼 2018년 4.27 판문점선언 직후 서울신문사가 매트릭스에 의뢰한 조사결과에 따르면 시민들은 ‘통일비용을 부담할 의사가 있는지’에 대해 ‘매우 그렇다’ (24%), ‘그렇다’(46.7%)로 대답해 총 70.7%가 긍정적 답변을 내놓았다. 또한 남북관계가 호전될 경우 통일에 대한 긍정적 반응이 크게 늘어날 것으로 나타나 향후 평화통일의 가능성이 더 커질 경우 통일에 대한 선호도가 더욱 커질 수 있음을 보여준다. 표 9)처럼 분단비용은 통일이 이루어지지 않아 부담하는 비용과 통일이 되었을 때 얻을 수 있는 편익의 손실을 합한 비용이지만 통일비용은 통일 편익을 창출하기 위한 투자비에 해당한다. 또한 분단비용이 장기적, 소모적인 반면 통일비용은 한시적이며 그 편익은 항구적이다. 따라서 평화통일이 빨리 이뤄질수록 통일비용이 큰 폭으로 감소할 뿐만 아니라 이후 상당부분 투자로 전환되어 더 큰 소득효과를 기대할 수 있는 것으로 나타났다.

분단비용을 구체적으로 살펴보면 분단으로 인해 소요되는 막대한 군사비, 과중된 물류비 등의 비용과 함께 통일이 되었다면 누릴 수 있는 경제통합과 규모의 경제를 통한 시너지효과와 효율적인 국토이용을 통한 편익의 합 등으로 계산해 볼 수 있다. 여기에 무형의 비용까지 합하면 천문학적인 수치에 이른다.²⁶ 대외경제정책연구원은 남북한이 30년간 3단계의 통일과 통합의 과정을 거칠 경우, 총 763조 5,000억 원(연평균 41조 7,000억 원)의 경제성장 효과가 창출될 것이라고 분석했다.²⁷

앞서 살펴본 것처럼 통일비용에 대한 두려움 때문에 평화통일을 향한 노력을 멈추거나, 게을리한다면 향후 눈덩이처럼 커질 분단비용을 미래세대에게 고스란히 떠넘기는 결과를

²⁵ 서울신문, 2020년 10월 3일자, ‘통일 30년’ 경제격차 줄인 독일 vs 50배로 벌어진 남북한.

²⁶ 신창민(2007), 통일비용 및 통일편익, 국회예산결산특별위원회.

²⁷ 이용수(2017), 남북한 경제통합 분석모형 구축과 성장효과 분석, 대외경제정책연구원.

조래할 것이다. 따라서 평화통일에 대한 시민들의 태도를 긍정적으로 전환하기 해서는 소모적인 분단비용과 달리 통일비용의 절대적인 효용성을 공유, 강조할 나날 필요가 있을 것이다. 더불어 한반도 평화통일이 엄청난 투자와 성장의 기회를 가져올 것이라고 강조해온 짐 로저스²⁸의 주장처럼 국제사회를 대상으로 한반도의 평화통일 프로세스가 가져올 막대한 경제적 가치 창출의 기회 등도 적극 홍보해 더 큰 관심과 공조를 구축해 나갈 필요도 있을 것이다.

2. 평화정책과 공동번영 기여

오늘날 80 억 인류는 상호의존이 극대화된 지구촌 공동체를 형성하고 있다. 하지만 북한은 정권유지를 위해 외부세계와의 소통과 교류를 의도적으로 단절한 채 2,500 만 주민들의 인권을 유린하는 가운데 핵개발에만 몰두하고 있다. 결과 오늘의 북한은 한반도는 물론 세계 평화와 공동번영을 위협하는 가장 큰 장애물로 인식되고 있다. 이런 측면에서 한반도 평화통일이 가져올 희망적인 비전은 국내는 물론 국제사회에 큰 영향을 미치는 한편 통일공감대 형성과 강화에 있어 큰 지렛대로 작용할 것이다.

따라서 국내는 물론 세계 시민들과 국제사회가 한반도분단으로 인한 현재진행형의 비극에 공감하고 나아가 지구촌평화와 공동번영을 위협하는 북한문제에 대한 궁극적 해법으로 제시한 평화통일에 지지와 함께 동참할 수 있도록 적극적인 노력이 필요하다고 생각된다.

그간 AKU는 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 국내는 물론 국제적으로 홍익인간에 기초한 통일한반도의 비전인 코리안드림을 확산시키며 평화통일을 향한 공감대를 강화하기 위해 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 ONE K 글로벌캠페인을 전개해 나왔다. 이 과정에서 자유와 인권을 인류보편적 가치로 공감하는 세계시민들에게 2,500만 북한 주민들의 고통스러운 현실과 함께 한반도 평화통일이 가져올 편익으로 지구촌차원의 평화구축과 공동번영을 제시함으로써 더 큰 동참과 지지를 만들기 위해 노력해 나왔다.

V. 결론 및 시사점

1. 요약 및 결론

본 BP는 북한동포들의 인권과 이산가족 문제 그리고 우리의 실존을 위협하는 북핵문제와 분단비용 등 분단구조가 만들어낸 다양한 이슈들의 해결을 위해서는 차별화된 근본적인 대안마련과 실천이 필요하다는 문제의식에서 출발하게 되었다.

알렉산더 대왕이 단칼에 잘라 풀어버린 ‘고르디우스의 매듭’ 처럼 한반도 문제에 대한 근본적인 해법을 평화통일이라고 상정했다. 그리고 이를 실현하기 위해 차별화된 비전제시와 함께 실천운동의 핵심으로 역사발전의 원동력이었던 ‘시민의 힘’ 과 더불어 우리가 보유한 비대칭적 소프트 파워인 ‘한류와 문화 콘텐츠’ 에 주목했다.

²⁸ 워런 버핏, 조지 소로스 와 함께 세계 3대 투자자로 불리며 그간 북한에 대한 적극적인 투자의사를 밝히며 북한의 인력과 천연자원이 남한의 자본 및 기술의 결합을 통해 엄청난 시너지를 창출할 것이라고 예언하는 한편 최근에는 K 팝 콘텐츠관련 Start-up 에 투자하기도 했다.

오늘날 한류는 한국의 대중문화를 넘어 세계인들을 열광시키는 세계적인 문화의 새 장르로 자리를 굳건히 한 데 그치지 않고 정보의 유통이 철저히 차단되어 온 북한 주민들의 의식변화는 물론 죽음을 무릅쓰고 탈북을 감행하게 하는 ‘무서운’ 영향력으로도 작동하고 있다.

본 연구의 주제와 연관해 한류는 민족적 정서를 내재한 문화의 총합으로 남북한의 적대적 관계와 이질감 극복을 통해 동질성 회복의 매개체로써 작용함은 물론 통일과정과 그 이후 실질적인 통합에 기여하는 큰 역량이 될 것이라 여겼다. 나아가 세계적으로 확장된 오늘의 한류는 세계시민들이 한반도 분단현실에 대한 공감과 평화통일에 동참할 수 있는 매개체로 작동하리라는 기대와 가능성에 무게를 두고 논지를 전개했다. 분단 78년을 맞은 현 시점에서 세계적인 영향력을 확보한 한류와 문화 콘텐츠를 활용해 시민주도로 북한 주민들은 물론 국제사회와 세계시민들이 공감하고, 나아가 참여할 수 있는 ONE K 글로벌캠페인을 추진하는 의미와 실효성을 살펴보았다. 특별히 하드파워와 소프트파워 2가지 측면에서 우리의 국력이 가장 융성한 오늘날 시대정신인 평화통일을 앞당겨 실현하기 위해 우리의 핵심역량인 한류와 문화 콘텐츠를 활용할 필요성을 크게 느꼈기 때문이다.

특히 최근 신냉전의 도래로 진영논리가 첨예화되는 상황에서도 중국, 러시아, 미국, 일본 등 한반도 이해당사국들에게 더 큰 영향력을 발휘하는 한류의 힘을 새삼 확인할 수 있었다. 더불어 한류의 힘의 원천인 개방성과 포용성이 홍익인간과 맞닿아 있으며 그것이 한류에 녹아 있기에 전 세계에 더 큰 영향력을 발휘할 것이라 확신하게 되었다.

북한관련 통일공감대 형성을 위한 한류와 문화 콘텐츠 부분에서는 북한정권의 단속과 처벌에도 불구하고 빠르게 확산되며 북한주민들의 의식은 물론 삶의 방식까지 변화시키는 것을 통해 그 활용가능성을 새삼 생각하게 되었다. 또한 한류와 문화 콘텐츠가 남북한의 분단의 거리를 좁히는 한편 민족동질성을 회복시키는 매개체로 작용하고 나아가 통일과 그 이후 실질적인 통합과정에 촉매제로 작용할 것이라는 사실도 확인하게 되었다. 1990년대 중 후반 소위 ‘고난의 행군’ 시절에 태어난 장마당 세대의 상당수가 북한의 공교육에서 배제된 가운데 한류를 접하며 성장했기에 북한변화의 티핑 포인트를 앞당길 수 있다는 점도 인식하게 되었다.

글로벌한류를 통한 통일공감대 구축과 관련 냉전구조를 비롯 한반도 분단의 국제성으로 인해 한반도 평화통일의 프로세스 추진을 위해서는 세계시민들과 국제사회의 공감과 지지가 무엇보다도 중요하다고 보았다. 따라서 일제치하 독립실현을 위한 국제적인 공감대를 마련하지 못했던 사례와 함께 미국과의 긴밀한 공조를 통해 많은 난관을 극복하고 통일을 성취해낸 독일의 사례를 들며 방향을 모색하며 우리의 저력과 한류가 가져온 역사적인 기회를 모멘텀으로 살려 ONE K를 향해 나아가자고 제안했다.

사례연구를 통해서 ‘통일은 시민의 힘으로’ 그리고 ‘ONE DREAM ONE KOREA’를 슬로건으로 활동해온 AKU의 취지와 주요활동을 살펴보았다. 이어 ONE KOREA 실현을 위한 3대 실천운동인 통일한반도의 비전인 코리안드림 확산, 시민주도의 생활형 통일운동, 그리고 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 ONE K 글로벌캠페인의 취지와 더불어 비전중심, 시민주도, 연대협력, 그리고 한류와 문화 콘텐츠를 활용한 ONE K 캠페인의 차별성을 살펴보았다.

끝으로 국내의 통일공감대 강화를 위한 ONE K 마케팅 차원의 주안점으로 한반도통일 프로세스를 통한 경제적 기회창출과 함께 동북아는 물론 세계적 차원의 평화정착과 공동번영이라는 공유가치를 제시했다. 경제적 기회창출과 관련해서는 소모적인 분단비용과 달리 투자금으로 투입된 후 지속적인 소득으로 환원되는 통일비용을 대비해 설명했다. 이어 통일에 대한 호응도와 관련 평화통일의 가능성이 커질수록 통일비용 부담에 적극적인

태도를 보이기에 통일에 긍정적인 공감대 구축과 통일환경 조성의 중요성이 필요함을 보여주었다.

제2의 3.1운동이라는 의지로 2,500만 북한동포들에 대한 책임감과 평화통일에 대한 열망을 가진 시민들이 앞장서 소프트 파워인 한류와 문화 콘텐츠를 적극 활용해 ONE K 글로벌캠페인을 국내는 물론 전 세계적으로 펼쳐 나갈 때 한반도 평화통일이라는 큰 역사적인 모멘텀을 만들 수 있으리라 확신한다. 이 과정에서 가장 중요한 것은 첫째, 명확한 비전과 포괄적인 전략, 둘째, 지혜로운 리더십, 셋째, 시민들의 조직된 힘이라고 생각된다.

특히 한류는 민족적 정서를 내재한 문화의 총합이어서 민족적 동질성 형성을 이끌어 내는 한편 북한과의 적대적 관계와 이질감 극복의 매개역할을 통해 통일에 기여하는 역량이 될 것이라 생각된다. 나아가 세계적으로 확장된 한류가 한반도 분단현실과 평화통일에 대한 세계인들의 관심을 유도해 평화통일의 원동력으로 작용할 것으로 확신한다.

2. 시사점

본 BP는 연구자가 시대정신이라고 여겨 한반도 평화통일을 주제로 논지를 전개하는 오늘날 남북한에 거주하는 90% 이상의 인구는 한국전쟁이후에 태어난 세대들이다. 1천만을 헤아리던 이산가족 1세대들도 생존자가 많지 않은 가운데 북한체제의 폐쇄성으로 인해 남북한은 문화적으로 더욱 이질화 되고 또 정치적으로는 적대적 관계가 더욱 심화되고 있다. 따라서 당위론적 통일논의의 동력이었던 과거 ‘한민족’ 담론은 설 자리를 점차 잃어가고 있다.

그렇다고 평화통일의 필요성이 사라지는 것은 아니다. 우리에게 현상유지는 결코 답이 될 수는 없다. 우리의 생존을 위협하는 오늘날 북한체제의 변화가 없이는 우리가 당연한 것처럼 누리고 있는 소소한 행복은 지속 가능할 수 없기 때문이다. 이처럼 2,500만 북한동포들이 노예보다 못한 삶을 살고 또 우리의 머리위에 20여기의 북한 핵무기가 배치되어 생존을 위협하는 한 우리가 당연한 것처럼 누리는 행복은 지속가능 할 수 없다. 결국 평화통일이라는 유일한 해법을 통해 우리의 기본권인 생명권과 자유권과 행복추구권을 온전히 실현할 수 있으며 오늘보다 나은 미래도 기대할 수 있을 것이다.

오늘날 절박한 상황에 있는 우리에게 미국의 사례는 많은 것을 시사해준다. 아브라함 링컨 대통령은 미국의 건국정신이 담긴 독립선언문의 핵심 메시지인 인간의 평등권을 실현하기 위해 1861년 큰 희생을 각오하고 남북전쟁을 일으킨다. 당시 노예생활을 하던 400만 흑인노예들의 평등권 실현을 위해 5년간 65만명의 희생을 치른 남북전쟁을 일으켰다. 이후 1960년대 마틴 루터 킹 목사는 ‘I have a Dream’ 스피치로 대표되는 비폭력 인권운동을 통해 유색인종차별을 철폐함으로써 건국정신을 완결 짓는 대장정을 마무리했다. 아메리칸 드림의 힘을 보여주는 사례다.

이처럼 역사적 대전환기에 있는 우리는 “역사를 잊은 민족에게 미래는 없다”는 단재 신채호 선생의 말은 많은 시사점을 던져준다. 온전한 자주독립국가의 꿈을 이루기 위해 온갖 희생과 고통을 견뎌 오늘에 이른 것처럼 아직 이루지 못한 자주독립국가의 꿈은 평화통일로 실현될 수 있기에 시민주도로 지혜를 모으고, 그 실천에 함께 나서야 한다.

본 BP를 통해 연구자는 대한민국이 보유하고 있는 비대칭의 가장 강력한 소프트파워로써 한류와 문화 콘텐츠의 가치를 새롭게 조명하고자 했다. 글로벌 차원은 물론 정보의 유통이 철저히 차단되는 북한에서도 한류와 문화 콘텐츠가 북한 주민들의 의식의 변화를 촉발시키는 한편 동질성회복 차원에서도 크게 기여할 수 있음을 문헌자료 분석을 통해 확인할 수 있었다. 또한 북한에서 체계적 사상교육을 받지 못한 첫 세대이자 또 한류의 영향을 받으며

성장한 현재 20-30대에 해당하는 ‘장마당 세대’가 통일의 과정에 큰 변수로 작용할 수 있다는 사실도 살펴보았다.

현재 북한은 중국과 러시아까지 동참한 UN차원의 길고 강력한 제재의 터널을 통과하며 핵개발에만 몰두하고 있기에 체제변화의 압력이 점차 높아지고 있다. 이에 시대정신인 통일한반도의 비전을 공유하고 시민주도의 실천운동에 우리에게 주어진 한류와 문화 콘텐츠를 십분 활용해 한반도는 물론 글로벌차원의 ONE K 캠페인을 전개해 나갈 때 역사적인 통일의 모멘텀이 도래할 것을 확신하며 적극 동참할 것을 제안하는 바이다.

참고문헌

<국내문헌>

- 강동완(2011), 한류, 북한을 흔들다, 늘품플러스.
- 고영민 김영덕 외(2008), 한류 포에버, 국제문화산업교류재단.
- 문현진(2020), 코리안드림, 마음서재.
- 민플러스뉴스, 2021년 11월 19일자, '분단' 보다는 '통일' 이 낫다.
- 유상철(2005), 한류의 비밀:소프트 파워, 소프트 코리아의 현장을 찾아서, 생각의 나무.
- 김창희(2009), 북한 사회의 시장화와 주민의 가치변화, 한국동북아논총, 제 52 집.
- 서울신문, 2023년 3월 16일, “자기야” 남한 말투 썼다 탄광행...평양말 연습하는 北주민들.
- 서울신문, 2020년 10월 3일자, ‘통일 30년’ 경제격차 줄인 독일 vs 50배로 벌어진 남북한.
- 신창민(2007), 통일비용 및 통일편익, 국회예산결산특별위원회.
- 이용수(2017), 남북한 경제통합 분석모형 구축과 성장효과 분석, 대외경제정책연구원.
- 이창현 김유경 이효복(2010), 광고연구 학술저널, 광고연구 제87호 28p.
- 임석준, 강동완, 김현정(2014), 북한에서의 한류현상에 대한 기존 연구의 종합검토 및 향후과제에 대한 부분 -한류 연구의 동향과 과제, 북한학연구 제 10 권 2 호.
- 홍석경(2021), 한류의 세계화: 이해와 오해, <아시아 브리프>, 제1권 23호.

<외국문헌>

- 알렉시스 드 토크빌(2013), 미국의 민주주의, 계명대학교출판부.

<참고사이트>

- 나무위키
- 통일을실천하는사람들 홈페이지(<https://aku.kr/>)

부록

<부록> 통일을실천하는사람들 주요연혁(2012-2023)

통일부산하 사단법인이며 기재부 지정기부금단체로 등록되어 있는 통일을실천하는사람들은 본부 사무국, 10 개 시도본부, 시군구 지회와 함께 미국, 일본, 영국 등 해외에도 거점을 둔 국내 최대의 시민주도 통일운동 연대단체로 통일한반도의 비전인 코리안드림 실현을 위해 국내외에서 역동적인 활동을 펼쳐 나가고 있다.

2012 년

- 7. 19 통일을실천하는사람들 창립
- 6~8 대학생 통일프로젝트 공모전/전국 97 개 대학 1,000 여명 참여(10 만 조회)
- 8. 19 통일실천 축제한마당/여의도 한강고수부지 시민 2 만여명 참여
- 10 북한 어린이 사랑의 빵 지원을 위한 자선바자회

2013 년

- 4 대학생 통일프로젝트공모전
- 7. 11 통일천사 미주 LA 지부 창립대회
- 11. 16 동북아평화와 번영을 위한 2013 한일평화심포지엄/동경 프레스센터

2014 년

- 8. 11~14 한중우호협력을 위한 민간문화교류 및 특별강연
- 9. 17 정의화 국회의장 초청토론회/주제: 국가개조와 국회개혁
- 9. 29~30 지구촌 평화실현을 위한 지도자대회 및 국제회의/통일한반도의 비전과 원칙

2015 년

- 2. 16 새시대통일의노래캠페인 업무협약식/통일을실천하는사람들-작곡가 김형석
- 4 ~ 6 통일을실천하는사람들 시도본부 창립대회/10 개 광역시도
- 4. 30 새시대통일의노래캠페인 추진위 결성 및 제작발표/프레스센터
- 5. 29~31 통일박람회 2015 참가/주제: 한반도 평화실현을 위한 '생활형 통일운동'
- 8. 12 새시대통일의노래캠페인 조직위 결성식/홍사단 대강당
- 8. 12~23 새시대통일의노래 글로벌대합창 전국 10 개 광역시도
- 일본 회비야 공회당/美 워싱턴 D.C. 국회의사당 및 링컨 메모리얼
- 9. 9 새시대통일의노래캠페인 조직위-통일부-SBS 3 자 업무협약/남북회담본부
- 10. 8 통일실천지도자대회/63 빌딩 그랜드볼룸
- 10. 9 One K 콘서트 2015/서울월드컵경기장
- 후원: 통일부, 문화체육관광부, 롯데, 농협 등/주관방송: SBS

2016 년

- 3. 북한인권과 민주화를 위한 시민사회 간담회(2 회)
- 5~11 서울특별시 공익활동 지원사업/주제: 북한이탈주민 창업아카데미
- 5. 통일박람회 2016 참가/광화문광장/부스명: ONE DREAM ONE KOREA
- 6. 다큐영화 '태양 아래' 전국상영회와 ONE K 글로벌캠페인(16 회 2,600 명 관람)
- 7. 13 ONE Korea 국제포럼 주최/존스홉킨스大 국제관계대학원 및 미국 국회
- 7. 15 오 준 UN 대표부 한국대사 방문미팅 및 환영만찬/UN 한국대표부 및 공관
- 8. 16 ONE K 글로벌 캠페인 공식 출범식/UN 총회의장
- 9~ 10 행정자부 공익활동 지원사업(8 회)/주제: 북한이탈주민 경제자립을 프로그램
- 12. 7 국제평화지도자회의/국회의원회관 대회의실/공동주최: 4 개 국회의원실
통일실천지도자대회/전경련회관 컨퍼런스홀

2017 년

- 3. 1 ONE KOREA FORUM/필리핀 마닐라 매리어트 컨벤션센터
- 3. 2 ONE K 글로벌피스 콘서트 /필리핀 SM Arena/주관방송: KBS, 필리핀 TV 5
- 3 ~ 4 통일실천지도자 전진대회/(10 개 시도본부 1,800 여명 참석)
- 6 ~ 9 코리안드림 토크콘서트/경북, 대구, 부산/출연: 안찬일, 케네스 배 등
- 7 ~ 11 행정자부 공익활동 지원사업(12 회)/주제: 북한이탈주민 경제자립 프로그램
- 7. 19 ONE KOREA FORUM/주제: 한반도위기 해법모색
장소: 美 워싱턴 D.C. 로널드 레이건 국제무역센터, 전략국제문제연구소 등
- 8. 14 ONE K 글로벌 캠페인송 'KOREAN DREAM' 음원발표 기자회견
- 9. 18 통일을실천하는사람들·한국미술협회·한국음악협회·한국연극배우협회 MOU 체결
- 10. 11 시민사회단체장 초청 평화통일 간담회 주관(민주평화통일자문회의 본부)
- 10. 통일박람회 참가/서울역 광장
- 11. 4 제 6 회 코리안드림 한반도 탁구대축제
- 11. 13 ONE KOREA FORUM/장소: 美 워싱턴 D.C. 링컨 코티지, 연방하원 덕슨홀
주제: 한반도 위기의 해법모색
- 12. 7~8 원코리아 국제포럼 주최/전경련회관

2018 년

- 3 ~ 4 3.1 운동 100 주년 ONE K 글로벌캠페인 전국조직위원회 출범
- 6. 6 ONE KOREA FORUM(몽골 울란바토르)
- 6. 17 AKU Japan 창립
- 8. 1~2 동아프리카 국제평화지도자회의 주최/우간다 캄팔라
- 8. 2 코리안드림 챌린지 자전거 라이딩 개최/청소년, 외국인 유학생 60 여명 참가
- 8. 6 대한민국 건국 70 주년 기념 학술세미나 /한국프레스센터 19 층 기자회견장
- 10. 3~7 3.1 운동 100 주년 남북평화미술제 북한자수특별전/킨텍스
- 11. 3 제 7 회 코리안드림 한반도 탁구대축제
- 12. 12 ONE KOREA FORUM/워싱턴 D.C./주제: 한반도통일의 전략적 프레임워크

2019 년

- 2. 26~28 Global Peace Convention 주최/주제: 통일한반도의 비전 - 코리안드림
- 3. 1 3.1 운동 100 주년기념 One K 개최/장소: 국회 잔디마당
- 3 ~ 4 통일실천지도자 전진대회/전국 10 개 지역 1,460 여명 참여
- 4 ~ 6 탈북 NGO 대표 및 지도자초청 간담회/4 회 150 여명
- 5. 16 선진통일전략포럼 주최/TV 조선빌딩
- 8. 14 원코리아 국제포럼 개최/주제: 한반도통일의 역사적 기회/장소: 더플라자호텔
- 8. 15 코리안드림 실현을 위한 통일실천축제한마당/킨텍스

2020 년

- 5. 11 ONE K 글로벌 캠페인/ 통일을실천하는사람들-작사·작곡가 김동찬 업무협약식
- 8. 15 광복 75주년기념 원코리아 국제포럼/롯데호텔/전국 및 40 여개국 Live
주제: 세계적 변화의 시기, 한반도 통일의 새로운 기회
- 9. 30 원코리아 국제포럼/주제: 자유통일 한국
- 11. 20 원코리아 경제포럼/국회 의원회관
주제: 21 세기 통일한국 경제모델 건설과 북한의 지속가능한 개발

2021 년

- 2. 오피니언 리더초청 특별워크숍/총 50 회 연인원 2,400 여명 참석
- 2. 25 원코리아 국제포럼/밀레니엄힐튼/전국 및 40 여개국 Live(한·미의원 6 명 참여)
주제: 한반도통일의 프레임워크: 미국의 새정부와 한미동맹을 위한 선택
- 8. 7~15 GPC 원코리아 국제포럼/주제: 평화구축을 위한 도덕과 혁신의 리더십
- 10. 26~28 몽골 원코리아 국제포럼/주제: 동북아 평화발전과 한반도 통일
- 12. 4 코리안드림 ‘동행’ 클래식 콘서트

2022 년

- 2~12 오피니언 리더초청 특별워크숍/총 51 회 연인원 3,400 명 참석
- 4. 22 원코리아 국제포럼/주제: 자유통일 한국을 위한 한-미동맹
- 6. 18 광복 80 주년 맞이 통일실천 1000 만 캠페인 비전선포/천안 독립기념관
- 8.13~14 원코리아 국제포럼/여의도 페어몬트호텔
주제:자유통일한국-동북아와 세계 평화번영의 기폭제
- 8. 15 광복 80 주년 맞이 코리안드림 실현을 위한 2022 통일실천축제한마당
장소: 일산 킨텍스 제 2 전시장(20,000 여명 참가)
- 9. 20~21 몽골 원코리아 국제포럼/주제: 동북아 평화발전과 한반도 통일
- 9. 25 황영조와 함께하는 제 1 회 코리안드림 전국마라톤대회
장소: 뚝섬한강공원 수변마당/시민 2,000 여명 참가
- 9. 28 North Korea Freedom Week 원코리아 국제포럼 주최/프레스센터
- 12. 10 코리안드림 후원의 밤 & 송년 클래식콘서트

2023 년

- 2. 2 코리안드림 1000 만 캠페인 부산·울산·경남 통일실천대회
장소: 부산 벡스코 오디토리움/2,000 여명 참가
- 2. 4 코리안드림 1000 만 캠페인 광주·전북·전남 통일실천대회
장소: 조선대 해오름관/1,000 여명 참가
- 2. 11 코리안드림 1000 만 캠페인 충남·대전·충북 통일실천대회
장소: 천안시청 봉서홀/1,000 여명 참가
- 2. 18 코리안드림 1000 만 캠페인 대구·경북 통일실천대회
장소: 대구 엑스코 컨벤션홀/2,000 여명 참가
- 2. 21 통일실천지도자대회/63 빌딩 그랜드볼룸

감사의 글

‘한류와 문화콘텐츠를 활용한 ONE K 마케팅 활성화방안 연구: 통일을 실천하는 사람들>을 중심으로’라는 비즈니스 프로젝트(BP)를 부족하나마 마무리 지을 수 있도록 세심히 이끌어 주시고 때로 주말에도 불구하고 예리한 지적과 격려를 통해 끝까지 열정으로 이끌어주신 지도교수이신 주송현 교수님과 박정열 교수님 두 분께 진심으로 깊은 감사의 말씀을 올립니다. 또한 COVID19 탓에 대부분 온라인이었지만 큰 위안과 격려가 되어준 2022 Spring Aalto EMBA 동기들께도 감사를 드립니다.

더불어 자유통일한국의 비전을 제시해주신 ‘코리안드림’의 저자이신 문현진 박사님과 ‘통일은 시민의 힘으로’ 그리고 ‘혼자 꾸는 꿈은 꿈에 불과하지만 함께 꿈꾸면 현실이 된다’는 ONE DREAM ONE KOREA 슬로건 아래 KOREAN DREAM으로 자유통일한국을 이루기 위한 대장정을 앞장서 이끌어 오신 통일을실천하는사람들 서인택 상임의장님을 비롯 모든 동지 여러분들께도 진심으로 감사드립니다.

본 BP는 세계적인 영향력을 가지고 있는 우리의 핵심역량인 소프트 파워인 한류와 문화콘텐츠의 영향력과 이를 활용한 ONE K 마케팅을 통해 78년째 남과 북으로 분단된 채 서로에게 총부리를 겨누고 있는 가슴 아픈 분단현실을 극복하고 나아가 자유롭고 통일된 한반도실현에 기여하고자 활동해온 통일을실천하는사람들의 사례까지 살펴보았습니다.

특히 자유통일한국 실현을 위한 아래로부터의 시민주도 풀뿌리 통일운동의 역할과 더불어 SNS 등을 통해 실시간으로 공명하는 세계시민들의 참여를 유도하기 위한 한류와 문화콘텐츠를 활용한 ONE K 마케팅의 중요성을 정리해 공유할 수 있는 계기가 되었다는 점에서 큰 의미가 있었다고 생각합니다.

끝으로 BP 교정작업을 위해 수고를 아끼지 않은 통일을실천하는사람들 김권민 팀장 그리고 직장생활과 학업을 병행하는 가운데 본 BP까지 마무리 지을 수 있도록 큰 이해와 지원을 보내주었던 부인 오현주씨를 비롯 모든 식구들에게도 깊은 감사의 마음을 전하고자 합니다.

모쪼록 부족하기 그지없는 본 BP가 자유통일한국을 실현하는 데 작은 씨앗이 되길 간절히 바라면서 거듭 모든 분들께 진심으로 감사를 올립니다.