

Asian Journal of Latin American Studies

Vol. 35 No. 3

라틴아메리카연구

Latin American Studies Association of Korea

한국라틴아메리카학회

2022

Asian Journal of Latin American Studies

Editor

Soon-Joo Lee (Department of Spanish and Latin American Studies, University of Ulsan)

Managing Editor

Bradley Tatar (Division of General Studies, Ulsan National Institute of Science and Technology)

Gyoung-Mo Gu (Institute of Iberoamerican Studies, Busan University of Foreign Studies)

Hee-Soon Kim (Institute of Hispanic Studies, Korea University)

Editorial Board

Gian Luca Gardini (School of Business, Economics and Society, Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg)

Gioconda Herrera (Departamento de Sociología y Estudios de Género, FLACSO Ecuador)

Guillermo Salas-Carreño (Departamento Académico de Ciencias Sociales- Sección Antropología, Pontificia Universidad Católica del Perú)

Hae-Sung Choe (Institute of Hispanic Studies, Korea University)

Jie Guo (School of International Studies, Peking University)

Jonathan Brown (Department of History, The University of Texas at Austin)

Junyoung Veronica Kim (Department of Hispanic Languages & Literatures, Univ. of Pittsburgh)

Koo-Byoung Park (Department of History, Ajou University)

Kyung-Hee Kang (Department of Political Science and Diplomacy, Jeju National University)

Mi-Jung Lee (Institute of Latin American Studies, Hankuk University of Foreign Studies)

Nobuaki Hamaguchi (Research Institute for Economics and Business Administration, University of Kobe)

Sam-Gyo Oh (Department of Police Administration, Uiduk University)

Sang-Sub Ha (Institute of Latin American Studies, Hankuk University of Foreign Studies)

Su-Jin Lim (Faculty of Political and Social Sciences, University of Colima)

Suk-Kyun Woo (Institute of Latin American Studies, Seoul National University)

Tae-Kyoon Lim (Institute of Latin American Studies, Seoul National University)

Yong-Seok Noh (Division of International and Area Studies, Pukyong National University)

Young-Seok Kim (Department of Spanish and Latin American Studies, Keimyung University)

Asian Journal of Latin American Studies

- 라틴아메리카연구 -

Vol. 35 No. 3

2022

Contents

한·중남미 수교 60주년 기념 특집: 공공외교 현황과 과제

001 과테말라 민간 공공외교의 현황과 특성

노용석

027 보훈과 공공외교 연구: 콜롬비아 사례를 중심으로

이상현

053 한국의 대브라질 공공외교의 현황과 과제

정호윤

일반논문

085 포스트 팬데믹과 멕시코의 대응:

5G 시대 개막과 새로운 생태계 구축 가능성을 중심으로

최명호 · 정길화

Special Section Articles

한·중남미 수교 60주년 기념 특집:
공공외교 현황과 과제

과테말라 민간 공공외교의 현황과 특성*

노용석**

부경대학교

ABSTRACT

Current Status and Characteristics of Public Diplomacy in Guatemala: This study was intended to analyze how the field of public diplomacy is being operated in Guatemala, and in particular, the characteristics of the participation methods and roles of the private sector including the Korean immigrant community in Guatemala's public diplomacy. In the case of Guatemala, more public diplomacy activities are carried out by migrants than by government agencies. In this study, it is assumed that the active public diplomacy of the Guatemalan Korean immigrant community is the social and cultural adaptation strategy of Korean immigrants in response to the changing environment of the Guatemalan Korean immigrant society. The results of this study are expected to be helpful in setting the direction of public diplomacy in Latin America as a whole, not just the interpretation of Guatemala's special environment.

Keywords: Public Diplomacy, Guatemala, Korean Immigrant Community, Private Sector, Latin America / 공공외교, 과테말라, 한인 이주 사회, 민간 영역, 라틴아메리카

* 본 연구는 대외경제정책연구원(KIEP)의 지원을 받아 수행되었으며, 2022년 세계지역전략연구 보고서 “한국의 대중남미 공공외교 강화 방안”의 일부 내용을 수정·보완한 것임. 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2020S1A5C2A02093112).

** Yong-Seok Noh is a professor of Pukyong National University, Korea (anth99@hanmail.net).

들어가며

현재 전 세계는 정치와 경제를 중심으로 한 외교 영역에 덧붙여 공공외교의 중요성이 점차 강화되고 있다. 공공외교란 자국에 유리하도록 외국 공중의 인식을 변화시키는 정부 및 비정부 행위자의 의도적 노력이라고 할 수 있고, 이러한 활동은 국가에 의해 직접 수행되기도 하지만 지방자치단체로부터 각종 민간부문과의 협력을 통해 이루어질 수 있다. 한국의 경우 2010년을 ‘공공외교의 원년’으로 선포하였고, 2011년에 최초의 공공외교 대사가 임명되면서 공공외교정책과가 신설되기도 하였다(Han 2016, 38). 이후 한국은 2016년 공공외교의 통합적이고 체계적인 기반을 마련하기 위해 법률을 제정하였는데, 그것이 공공외교법(법률 제13951호, 2016년 8월 4일 시행)이다. 공공외교의 실행과 성과는 정부적이고 경제적인 외교 방식과 다르게 볼 수밖에 없는데, 그러한 주요 이유는 공공외교의 성과가 상대국 국민에게 한국의 이미지 개선이 얼마나 이루어졌느냐와 같은 추상적 부분에 집중되기 때문이다.

공공외교의 수행 주체는 전통적인 측면에서 정부와 상대국 정부에 국한되어 있었지만, 최근 들어서는 그 프레임이 점차 넓어져 다양한 국민과 기업, 시민사회 행위자가 주체로 나서고 있다. 특히 소셜미디어와 인터넷 등의 환경으로까지 진출하면서 ‘디지털 공공외교’의 영역이 새롭게 만들어지고 있다.

라틴아메리카 여러 국가에서 한국의 공공외교가 어떠한 형태로 작동하고 있는가에 대한 연구는 거의 전무한 상황이지만¹, 한류 및 한국 음식 등이 SNS를 통해 중남미에 확산되면서 이러한 문화적 요소들을 어떻게 외교적 역량으로 변화시킬 수 있을가에 대한 노력이 필요한 상황이다.

이 연구는 위와 같은 공공외교의 영역이 과테말라에서 어떻게 운용되고 있으며, 특히 과테말라 공공외교에서 재외동포 사회를 비롯한 민간 영역의 참여방식과 역할이 어떠한 특성을 가지고 있는지를 분석하고자 하였다. 재외동포는 한국과 이주 사회의 문화를 모두 경험한 두 문화 사이의 교량자이기에 국가 이미지 상승을 위해 상당한 역할을 할 수 있고, 또한 실제 과테말

1 대표적인 연구로는 정호윤(Jung 2021)의 연구가 있으며, 한국과 브라질 간의 소셜 미디어 활용을 통한 디지털 공공외교의 사례를 분석하였다.

라의 사례에서는 정부기구보다 더욱 많은 공공외교 활동이 이주 교민들에 의해 이루어지고 있다. 본 연구에서는 과테말라 거주 한인 사회가 적극적으로 공공외교 영역에 몰입하고 있는 것이 과테말라 교민 사회의 환경이 변화하는데 따른 한인 교민들의 사회문화적 적응 전략이라는 가정을 하고 있다. 즉 과테말라는 1990년대 이후 마길라 산업에 근거해 한인들이 급속히 증가한 곳으로서, 이 지역의 한인들은 2000년대 초반까지 단기 이윤획득을 목적으로 과테말라 사회와 철저히 격리된 채 엔클레이브 특성을 보여 왔다. 하지만 최근 들어 과테말라 한인 사회는 기업의 이윤 확대를 위해서라도 현지 사회와 적극적으로 교류하는 것이 필요하며, 한국이라는 국가 이미지를 강화하는 것이 중요하다는 것을 깨닫고 다양한 활동을 전개하고 있다.

필자는 본 연구를 수행하기 위해 과테말라 현지조사를 실시하였고², 조사 과정에서 다양한 한인 사회의 민간 공공외교 사업들을 기록했고, 또한 주요 정보제공자와 면담을 실시하였다. 또한 과테말라인들이 가진 한국의 전체적 이미지를 파악하기 위해 설문조사를 실시했으며, 이 설문 결과는 현지조사를 보충하는 참고용 자료로 활용하였다.³

라틴아메리카는 한국과 지리적으로 멀리 떨어져 있어서 긴밀한 외교 관계를 형성하지 못한 것이 사실이다. 하지만 라틴아메리카가 가지고 있는 잠재력은 상당히 크고, 최근 한국 문화에 대한 관심이 중남미 지역으로도 확장된 측면을 감안한다면, 이 연구의 결과가 비단 과테말라의 특수한 환경에 대한 해석이 아니라 라틴아메리카 전체 공공외교의 방향성을 설정하는데 도움이 될 수 있을 것으로 본다.

2 과테말라 현지조사는 2022년 4월부터 5월, 7월 20일부터 8월 4일 사이에 실시하였다. 본 연구에서 기술되는 내용의 대부분은 현지조사를 통해 수집된 내용들이다.

3 이 연구의 설문조사는 오픈서베이(Open Survey)에 의뢰하여 2022년 5월 13일부터 19일 사이 아르헨티나, 브라질, 콜롬비아, 칠레, 과테말라, 페루 및 멕시코의 20세 이상 성인 1,400명을 대상(과테말라 200명)으로 실시하였다. 본 논문에서는 주로 과테말라인들을 대상으로 실시된 설문조사 결과만을 인용하였다. 조사 방법은 모바일 웹 브라우저를 통한 응답 수집이었으며, 신뢰수준 95%에서 표본오차는 $\pm 2.6\%$ 포인트이다. 설문 문항은 총 27개로 구성되었고, 구체적 설문 문항은 논문의 부록 편에서 확인할 수 있다.

한국-과테말라 외교사와 공적 공공외교

한국-과테말라 외교사

과테말라는 1838년 중미연합주가 붕괴되면서 독자적인 국가로 발전하기 시작했고, 1944년 이후부터 아레발로(Juan José Arévalo)와 아르벤스(Jacobo Arbenz) 등 좌파적 대통령들의 개혁이 시작되면서 점차 내전의 소용돌이로 빠져들게 되었다. 결국 1960년부터 과테말라 정부군과 좌파 게릴라(URNG)는 본격적인 내전에 돌입하였고, 이 전쟁은 1996년까지 36년 간 이어지게 된다. 과테말라 내전의 발발은 소수의 과두제 집단이 과테말라 정치경제를 독점하고 있는 사회구조적 문제에 기인하고 있었지만, 냉전 구도 하에서 과테말라가 소련과 미국의 대리전장 역할을 했다는 점도 중요한 영역으로 작용했다. 과테말라는 내전 기간 중 많은 마야원주민들이 ‘잠재적 공산주의자’라는 명분하에 학살되었고, 많은 정치인과 민간인, 종교인들이 실종되는 국가폭력의 시기를 거쳤다. 이러한 과테말라의 국가폭력 현황은 1997년부터 진행된 과테말라의 이행기정의(Transitional Justice) 추진 과정에서 많이 다루어졌다. 2022년 현재 평화협정이 체결된 지 25년이 넘었지만, 아직까지도 과테말라는 자신들의 국가 정체성을 규정하는데 내전이 중요한 요소로 남아 있다. 과테말라는 표면적으로 평화를 이룩한 것으로 보이지만, 현재까지도 사회 시스템과 치안의 불안정이 사회의 핵심 문제로 남아 있다. 이에 한국은 최근 들어 과테말라의 전반적 사회시스템 체계 구축과 치안 문제 등을 개선하기 위한 원조를 중심으로 외교 관계를 이어가고 있다.

한국과 과테말라의 최초 외교 관계가 시작된 것은 1948년이였다. 과테말라는 1948년 대한민국을 독립국으로 승인했으며, 이후 양국은 1962년 10월 24일 본격적인 외교가 시작되어 주과테말라 상주대사관(1974년)과 주한 과테말라대사관(1977년)이 각각 설치되었다. 전통적으로 한국과 과테말라 양국 간의 주요 관계는 정치적 측면이 아닌 경제적 측면에 집중되어 있었다. 두 국가는 1977년 3월 무역협정을 체결하면서 보다 긴밀한 관계를 가지기 시작했다. 특히 한국 기업의 과테말라 진출이 본격화되던 1980년대 말부터 두 국가의 관계는 한층 밀접해졌는데, 투자증진보호협정(2000년), 대외경제협력기금(EDCF) 차관 협정(2002년), 범죄인인도조약(2003년), 치안협력

MOU(2012년), 무상원조에 관한 기본협정(2019년) 등을 연달아 체결하면서 관계를 강화하였다.⁴

이와 같이 양 국가의 경제적 관계가 밀접하게 된 요인 중 하나는 1980년대 말부터 증가하기 시작한 한국의 투자이민을 들 수 있다. 1980년대 후반부터 2022년 현재까지, 과테말라에는 약 5,000명 이상의 한국인⁵과 150개 이상의 한국인 기업 및 산업체가 상주해 있다⁶. 2000년대 초반까지 흑자는 약 10,000명 이상의 한국인이 과테말라에 거주할 것이라고 말했으며, 이러한 담론이 확산되었던 것은 그만큼 과테말라가 중남미 한인이주 현장에서 중요한 역할을 담당하고 있음을 대변하는 것이었다.

과테말라에 한국인들이 본격적으로 들어오기 시작한 이유는 1980년대 중반부터 과테말라에서 미국의 CBI(Caribbean Basin Initiative)⁷ 계획이 실시되었고, 이 계획에 의거해 1989년 이후부터 한국인의 ‘투자이민’이 가속화되었기 때문이다. 무역 특혜가 확대되기 시작한 1989년 과테말라 정부는 수출산업(마킬라산업⁸)을 진흥하고 외국인 투자유치를 확대하기 위하여 소위 ‘마킬라법(29-89)’을 제정하였다. 이 법에 의하면, 마킬라(Maquila) 업체들은 경제부(Ministerio de Economía) 승인을 조건으로 기계류 수입 시 관세 및 부가세 면제와 원부자재 및 포장재 수입 시 1년간(2년간 연장가능) 관세유예, 소득세 10년간 면제, 평화협정세(IETAAP) 면제 등의 혜택을 받게 되고, 마킬라 기업이 위치한 장소는 자유무역지대로

4 Korean Embassy in Guatemala, “한-과테말라 관계현황,”

https://overseas.mofa.go.kr/gt-ko/wpge/m_20041/contents.do 참조.

5 2014년 주과테말라 한국대사관에서 실시한 인구센서스에 의하면 당시 총 5,126명의 한국인이 과테말라에 거주하고 있는 것으로 나타났다. 당시 집계된 5,126명은 인구센서스 응답인원 2,800명과 재외국민등록인 800명, 2012년 대통령 선거 당시 선거관리위원회에 재외선거 유권자 신고를 한 892명, 센서스 미응답 추정 인원 670명의 합한 추정 결과이다. 2014년 이후 과테말라에서 한국대사관 등을 통해 정식으로 인구통계가 집계된 적은 없다.

6 Ministry of Foreign Affairs, “국가(지역)별 현황,”

https://www.mofa.go.kr/www/nation/m_3458/view.do?seq=45 참조.

7 1983년 7월 미국 의회를 통과한 정책으로서, 미국이 경제회복법(CBERA)에 의거해 중미와 카리브 지역의 경제를 활성화하기 위한 정책이었다.

8 마킬라는 보세가공 수출산업을 말하는데, 조립 또는 제조를 목적으로 무관세로 장비 및 원자재를 수입하여, 생산된 제품을 제조 가공한 나라 이외의 지역으로 수출하는 업체를 일컫는다.

9 법령의 정식 명칭은 수출진흥법(Ley de Maquila / Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila)이며, 시행령 29-89호로 제정되었기에 ‘29-89’로 부르고 있다.

간주해 시업 폐쇄 시 설비의 이동도 보장되었다. 이러한 과테말라의 투자 환경은 노동인건비가 상승하여 위기에 봉착해 있던 한국의 여러 봉제업체들에게 유리한 투자여건을 제공하였고, 1980년대 말부터 한국의 봉제업체를 중심으로 과테말라 진출이 시작된 것이다.

경제적으로 한국 기업의 과테말라 진출은 국가이미지의 상승 효과를 가져왔다. 1997년 당시 과테말라 대통령이던 알바로 아르수(Alvaro Aruz)는 한국 봉제공장이 ‘과테말라의 진주’라고 할 정도로 극찬을 아끼지 않았다(Noh 2014, 140). 그만큼 한국 봉제회사들이 과테말라의 고용효과를 극대화하고 경제상황을 긍정적으로 만들었다는 의미이다. 이번 연구에서 실시한 설문조사 결과에서도, 많은 과테말라인들은 한국의 경제적 발전 정도에 대해서 79%가 ‘매우 긍정적’(52%) 혹은 ‘긍정적’(27%)이라는 선택을 하였다.¹⁰ 2022년에도 한국과 과테말라의 외교적 관계는 정치외교적 측면보다는 과테말라에 진출한 한국 기업의 이윤 창출이라는 경제적 분야를 중심으로 형성되어 있다.

정부기구를 통한 한국-과테말라 공적 공공외교

과테말라에서 정부기구를 통한 한국의 공적 공공외교로는 코이카의 ODA 사업과 과테말라 주재 한국대사관의 여러 사회문화사업 등을 꼽을 수 있다. 이러한 활동들은 한국 정부의 주도 하에 과테말라 내부에 산재해 있는 여러 문제들을 해결해 나가는 과정에서 대한민국의 국가이미지 향상을 꾀한 형태였다.

ODA 사업과 한국 대사관 등을 통한 공적 공공외교

한국은 1990년대 초반 과테말라에 한국 기업이 늘어나면서부터 본격적인 ODA 사업을 과테말라에 실시하였다. 현재까지 진행된 과테말라에 대한 ODA 사업의 특징은 다음과 같은 세 가지 특징으로 구분해 볼 수 있다. 첫째, 36년 내전 기간 동안 취약했던 국가의 기초 행정시스템을 보강하고 치안 등을 확립하여 국가시스템을 강화하는 것이다. 둘째, 마야원주민 거주

10 설문 문항은 ‘한국의 경제적 발전 정도에 대해서 어떻게 평가하십니까?’이었고, 매우 긍정적(52%), 긍정적(27%), 중립(19%), 부정(0.5%), 매우 부정적(1.5%)이라는 답변이 나왔다.

지역으로 대변되는 농촌 지역의 보건의료 시스템을 보강하고 이곳의 교육 시스템을 강화하는 것이다. 셋째, 기후변화와 여러 환경문제에 대응하기 위한 분야에 원조를 실시하는 것이다.

위와 같은 ODA 사업의 특징은 현재까지도 열악한 치안 시스템 등으로 인해 과테말라가 전 세계에서 가장 ‘위험한 국가’라는 오명을 가지고 있고, 마야원주민들의 인권과 생활이 개선되지 못하고 있다는 측면에서 적절한 영역의 분야를 지원하고 있는 것으로 보인다. 2022년까지 실시된 과테말라에서의 주요 ODA 사업의 내용을 살펴보면 아래와 같다.

표 1. 과테말라 주요 ODA사업

사업명	사업분야	금액	사업형태	기간
과테말라 국세청 위험관리능력향상 및 데이터웨어하우스 구축사업	프로젝트	285만불	공공행정	2009-2011
과테말라 모자보건 역량강화사업	프로젝트	150만불	보건의료	2010-2012
과테말라 싘후안 꼬찰시 교육인프라 강화사업	프로젝트	277만불	교육	2010-2013
과테말라 국세청 위험관리능력향상 및 데이터웨어하우스 구축사업	프로젝트	285만불	공공행정	2009-2011
과테말라 소녀의집 교육시설강화사업	프로젝트	100만불	교육	2010-2011
과테말라 웨웨메낭고주 국립병원 모자보건 역량강화사업	프로젝트	510만불	보건의료	2011-2018
과테말라 웨웨메낭고주 식수공급 확대사업	프로젝트	163만불	보건의료	2011-2017
과테말라 경찰청 및 과테말라시티 시청	소규모 무상원조		기타	2013
과테말라 치안 강화를 위한 경찰교육 시스템 개선사업	프로젝트	398만불	공공행정	2014-2020
대과테말라 소액 다사업 문화 ODA 프로젝트	소규모 무상원조		기타	2015
과테말라 중북부 지역 기후변화적응을 위한 복원력 강화 사업	프로젝트	700만불	농림수산	2018-2023

과테말라 GCF 서부고원지대 기후변화 복원력 강화사업	프로젝트	500만불	농림수산	2019-2025
과테말라 수도권 교통개선마스터플랜 수립 및 순환고속도로 타당성 조사사업	프로젝트	900만불	기술환경에 너지	2021-2025
과테말라시티 제1아동복지원 건립사업	프로젝트	71만불	복지	1993-1999
과테말라시티 제2아동복지원 건립사업	프로젝트	56만불	복지	1997-2000
과테말라시티(Zona 7) 섬유기술훈련원 지원사업	프로젝트	87만불	교육	2003-2004
페텐, 에스킨틀라, 웨웨테낭고, 알타 베라파스주 난민 정착지원 및 교육강화 사업	프로젝트	181만불	인권 교육	2007-2009
전자정부 행정민원 서비스 구현을 위한 웹포털시스템 구축사업	프로젝트	110만불	공공행정	2008-2009
치말테낭고주 모자보건 개선사업	프로젝트	277만불	보건의료	2007-2009

출처: KOICA, <https://nebid.koica.go.kr/oep/masc/mainPageForm.do> 참조.

위에서 언급한 ODA 사업 이외 공적 외교기구에 의한 공공외교 활동은 한국 대사관 등을 통한 여러 가지 사회문화 활동을 꼽을 수 있다. 주과테말라 한국 대사관 등을 통한 공공외교 활동은 다음과 같은 주요 활동 영역으로 나눌 수 있는데, 첫 번째 분야는 한국대사관 등을 통한 부정기적인 문화외교 노력 등을 들 수 있다. 한국 대사관은 부정기적으로 과테말라인들에게 한국의 문화를 알리기 위한 행사를 실시하고 있는데, 2022년에도 한국-과테말라 수교 60주년을 기념하여 한국 비보이 그룹 및 전통예술 팀의 공연을 과테말라에서 진행한바 있다. 이러한 행사는 비록 많은 과테말라인들이 동참할 수 없다는 뚜렷한 한계를 가지고 있지만, 과테말라 내에서 지속적으로 한국 문화의 존재를 일깨운다는 측면에서 작은 의의가 있다고 볼 수 있다. 두 번째 활동 영역은 한국의 역사와 문화, 언어 등에 관한 다양한 강좌 및 경연을 실시하는 것이다. 대사관은 페이스북 등의 SNS를 통해 한국의 역사와 한국어를 발표할 수 있는 각종 대회를 개최하고, 여기에 과테말라인들을 참여시켜 국가이미지 향상을 꾀하고 있다. 또 다른 문화외교 노력으로 한국어 교육을 들 수 있는데, 과테말라에서는 과거 국립 산카를로스 대학에 세종

학당이 설치되어 현지인들에게 한국어 강좌를 열기도 했다.¹¹ 이외에도 한국은 1991년부터 2022년까지 과테말라인 1,000여 명을 다양한 연수프로그램을 통해 한국으로 초청하였으며, 초청된 이들은 한국에서 다양한 교육과 문화체험을 경험할 수 있었다. 세 번째 활동 영역은 과테말라 내 주요한 거리나 건물 이름을 한국어로 바꾸어 과테말라 사회 내부에 한국의 이미지를 각인하는 것이다. 2014년 주과테말라 한국 대사관은 과테말라시티 7구역(zona7)의 32번가(32 Avenida)에 위치한 ‘코리안타운’의 명칭을 ‘서울로’ 거리(Avenida seúl)로 변경하였는데, 이것은 한국 국가이미지를 과테말라 국민의 일상사에 연결시킨 것으로 중요한 의미를 가진다. 현재 ‘서울로’ 거리는 많은 과테말라인들에 의해 불리고 있고, 이를 통해 무의식적 측면에서 한국의 국가이미지는 상승하고 있다.

공적 공공외교의 특징과 한계점

위의 ODA 사업과 한국 대사관 등을 통한 공적 공공외교는 성공적인 공공외교 활동을 위해서 우선적으로 수행해야 할 사업이다. 이 루트를 통한 사업은 과테말라인들에게 한국이라는 국가이미지를 긍정적으로 사고하게 하고, 또한 향후 파트너로서의 동반 가능성을 확인하게 하는 요소이다. 이번 조사에서 실시한 설문조사의 결과에서도 과테말라인들의 한국에 대한 인식은 그렇게 부정적이지 않았다. 설문조사 결과에서 과테말라인들은 한국에 대해 응답자의 47%가 ‘호감’과 ‘매우 호감’이라고 답하여서¹² 상당히 긍정적이라고 볼 수 있다. 또한 한국과 과테말라 간의 외교관계에 있어서도 많은 응답자(56%)가 ‘매우 긍정적’(27.5%) 혹은 ‘긍정적’(28.5%)이라고 답하였다.¹³ 결국 설문조사 결과를 종합적으로 검토해 보자면, 설문조사 응답자의 60-70%는 한국이라는 국가 이미지에 대해 중립적이거나 긍정적인 태도를 보였음을 알 수 있다.

11 2022년 현재 과테말라의 세종학당은 여러 이유로 인해 운영되지 않고 있다.

12 설문 조사 문항은 ‘귀하는 한국에 대해 어떠한 감정을 가지고 계십니까?’이었고, 이에 대한 응답은 매우 비호감(4%), 비호감(2%), 중립(47%), 호감(21.5%), 매우 호감(25.5%)으로 나왔다.

13 설문 조사 문항은 ‘한국과 과테말라 사이의 외교적 관계에 대해서 어떻게 평가하십니까?’이었고, 이에 대한 응답은 ‘매우 긍정적’(27.5%), ‘긍정적’(28.5%), ‘중립’(38%), ‘부정적’(2.5%), ‘매우 부정적’(3.5%)으로 나왔다.

하지만 한국과 과테말라 간의 공공외교 성과는 앞서 언급한 ODA 사업과 한국 대사관 등의 몇몇 프로젝트를 통해 충분하게 설명할 수 없다. 왜냐하면 공공외교의 접촉점은 ‘행정라인’이 아니라 ‘구체적인 사람들 간의 교류’일 가능성이 높고, 공공외교의 성과는 몇몇 프로젝트와 행사를 진행한다고 이루어지는 것이 아니라 좀 더 실질적으로 현지민과의 접촉 과정에서 성과를 얻을 수 있기 때문이다. 예를 들어 이번 설문조사 결과에서 86%의 과테말라 응답자들은 한국 대사관(혹은 문화원)에서 주최하는 문화(유학) 프로그램에 대해 알지 못한다고 답하였다. 이것은 결국 현재 공적 공공외교 단위에서 진행하고 있는 많은 행사들이 과테말라인들에게 널리 홍보되지 못하고 있으며, 단순히 몇 번의 공연을 진행한다고 해서 공공외교의 성과를 얻을 수 없음을 보여주는 것이다.

오히려 공공외교는 정부 기구의 몇몇 행사 및 단기 프로젝트에 의해 움직이기보다는 지속적이고 항구적인 인간과 공동체의 연계망에서 효과를 볼 수 있다. 즉 공공외교에서 해당 주재국 교민들의 활동이 상당히 중요함을 말하는 것이다. 필자는 이러한 영역을 민간 공공외교 현장이라 부르며, 이것은 외교행정적 테크닉이 아닌 시민사회의 자발적 의지에 의해 추동되는 것이다. 이에 다음 장에서는 과테말라 한인사회에서 자발적으로 운영되고 있는 민간 공공외교 영역을 소개하고, 그 의의점에 대해 기술하고자 한다.

과테말라 민간 공공외교 현황

최근 들어 한국과 과테말라의 공공외교는 과테말라에 거주하고 있는 한인사회로부터 활성화되고 있다. 이것은 과테말라 한인사회가 그들 스스로 단기 이윤획득만을 목적으로 호스트 사회와 단절되어 있다는 부정적 시각을 해소하고, 보다 적극적으로 과테말라 사회와 소통하기 위한 노력이다.

1980년대 이후 폭발적으로 늘어난 과테말라 거주 한인 사회의 특성을 두 가지로 분류한다면, 첫째, 사업 현장에서의 부정적 이미지와, 둘째, 과테말라 현지 사회와 소통하지 못하는 엔클레이브(enclave)적 특성이라 할 수 있다. 첫 번째 사업현장에서의 부정적 이미지는 1980년대 말부터 1990년대 초반까지 과테말라에서 활동한 한인들이 과테말라 노동자들에 대해 상당히 강압적인 태도를 보인 것을 말한다. 두 번째 엔클레이브적 특성은 과테말라

에 거주한 한인들이 이윤을 획득한 이후 한국이나 미국 등의 다른 지역으로 거주지를 옮기는 경향이 강했는데, 이로 말미암아 많은 한인들이 과테말라 사회와 어울려 공생하기보다는 한인들만의 영역에서 독자적으로 생활하는 패턴을 말한다.

하지만 2000년대 이후부터 과테말라 한인사회에서도 이윤획득 목적의 단기거주를 벗어나 과테말라를 최종거주지로 생각하는 사람들이 늘어나기 시작했고, 또한 고립화된 한인사회의 이미지가 과테말라에서 생산 활동을 하는데 유리하지 않다는 인식을 가지게 되었다. 이러한 인식의 변화가 발생한 것은 몇 가지 이유에 근거하고 있는데, 그것은 다음과 같다. 첫째, 1980년대말부터 1990년대까지 과테말라로 이주해온 이주 1세대의 자녀들이 과테말라에 정착하게 되는 경우가 많아지면서, 더 이상 한국 이주사회가 엔클레 이브적인 특성만을 고집할 수 없게 된 것이다. 현재 과테말라 이주 2세대들은 대개 과테말라에서 고등학교를 마치고 한국 및 미국에서 유학을 한 경우가 많다. 이들은 영어와 스페인어, 한국어 등의 언어에 능통하지만, 또 다른 한편으로 본다면 한국과 미국, 과테말라 등의 어느 문화권에도 100% 흡입되는 ‘원주민적’ 특성을 가지고 있지 않다. 결국 이들의 많은 수는 부모 세대의 일터가 있는 과테말라에 정착하는 경우가 많고, 부모세대와는 달리 장기적 생활 비전을 가진 채 과테말라에 거주할 계획을 가지고 있다. 이 세대들은 단기 이윤획득이 최종 목적이 아니므로, 과테말라 사회 내부에서 교민사회의 이미지나 인식에 많은 신경을 쓸 수밖에 없다. 두 번째 이유는 제1세대 이주 교민들의 과테말라에 대한 인식의 변화이다. 제1세대 교민들의 상당수는 1990년대부터 과테말라로 이주하였고, 단기 이윤획득의 거주 방식을 가지고 있었다. 하지만 이들은 세월이 지나면서 과테말라의 기후와 경제적인 이윤을 창출할 수 있는 조건 등이 한국보다 좋다는 것을 알게 되었고, 특히 과테말라시티의 소나10과 소나14 등지에 치안이 확립된 안정적 거주 구역이 확장되자 과테말라에서의 장기적 거주에 대해 긍정적 인식을 가지게 되었다. 세 번째 이유는 많은 한인들의 과테말라 이주 배경이었던 ‘임가공수출장려법(마길라법, 29-89)’이 WTO 규범에 반한다는 지적에 따라 변경 가능성이 있었지만, 2016년 과테말라 정부가 외국인 투자를 유치하기 위해 ‘긴급고용보호법(19-2016법)’을 만들어 한국인들의 봉제산업 투자가 계속 이어질 수 있도록 하였다. 이러한 제도의 개선은 한인들이 과테말라에서

장기적으로 거주할 수 있는 기반을 만들과 동시에 이미지 개선에 대한 필요성도 제시하게 되었다.

결국 한인사회는 민간영역에서 그들 스스로의 방식으로 과테말라 사회와 연계되는 다양한 활동들을 시작했는데, 이것이 민간 영역에서의 공공외교라 할 수 있다. 이러한 민간영역에서의 공공외교는 초기부터 명확한 목적성을 가진 채 등장하였다기보다는 한인사회 내부 혹은 호스트 사회와의 접촉 지점에서 발생한 문제점을 발견하고, 이를 해결해 나가는 과정에서 실시되었다. 이러한 활동은 상당히 많은 영역에서 진행되고 있지만 개략적 측면에서 정리해보자면 아래의 표와 같다.¹⁴

표 2. 과테말라 현지조사 개요

구분	단체명	조사대상자	조사내용
과테말라 한인사회 특성	과테말라 한인회	김O찬 (전 한인회 간부), 김O숙(한인회장), 정O아(한인회 총무)	-과테말라 한인회에서의 민간 공공외교 활동 조사 -과테말라 진출 한국기업의 공공외교 현황 조사
한국어 교육 분야	한마음 한글학교	김O경(한마음 한글학교 교장)	-한마음 한글학교 설립 배경 및 운영 현황 조사
	과테말라 한글학교	이O덕(한글학교 교장)	-과테말라 한글학교 설립 배경 및 운영 현황 조사
문화예술 분야	“중남미-대한민국 예술제” 행사 관련자	김O찬(행사총괄), 김O숙(한인회장)	-중남미-대한민국 예술제 개최 배경과 현황 조사
	Dancebeat	Paola (Dancebeat 학원 원장)	-과테말라 현지 K-pop 댄스 학원 현지조사
기업의 지역사회 협력	P***** UNI, S.A.(한국기업)	서O (사장, 전 한인회장)	-과테말라 한인사회 형성 역사 -과테말라 한국기업의 공공외교 활동
	I**, S. A.(한국기업)	김O영(사장), 이O수(전무), 이O호(부사장)	-과테말라 진출 한국기업의 공공외교 현황 조사

위 영역의 활동을 몇 가지 범주로 구분해 본다면 문화예술 분야와 교육

14 필자는 과테말라 민간 공공외교 활동을 파악하기 위해 2022년 4월부터 5월, 7월 20일부터 8월 4일사이에 현지조사를 실시하였다. 이 장에서 기술되는 내용의 대부분은 현지조사를 통해 수집된 내용들이다.

분야, 기업의 지역사회 협력 분야로 나눌 수 있다. 과테말라 한인들은 3개의 주요 분야에서 한국의 국가이미지 개선을 위한 활동을 하고 있으며, 재고된 국가이미지를 통해 한국인의 권위신장과 경제활동 활성화 등의 궁극적 목적을 이루고자 한다. 각 분야에서 진행되고 있는 민간 공공외교의 대표적 활동과 의미들은 다음과 같다.

문화예술 분야

과테말라 한인회에서 개최하는 대표적인 문화예술 행사는 ‘중남미-대한민국 예술제’이다. 이 행사는 2008년 이후부터 해마다 개최되고 있으며, 한인 자녀들의 방과 후 교육이 상당한 문제로 대두될 때 청소년들의 건전한 놀이문화를 조성하기 위해 ‘한국-과테말라 청소년 음악제’로 시작한 것(2008년)이 시초이다. 대개 과테말라 한인사회의 경우, 많은 부모들이 맞벌이를 하고 있어서 한인 자녀들의 방과 후 교육이 상당히 문제로 대두되었으며, 실제 많은 자녀들이 카지노 등에 출입하며 비행을 저지르는 경우도 많았다. 이에 과테말라 한인 사회에서는 방과 후 청소년들의 건전한 놀이문화를 조성하기 위해 예술제를 만들었는데, 그것이 2008년 만들어진 ‘한국-과테말라 청소년 음악제’였다. 음악제의 참가자 범위는 초반기 한국 청소년에 국한되었지만, 2012년부터 점차 과테말라 현지인을 비롯해 엘살바도르와 온두라스, 코스타리카를 포함하는 중미지역으로 확대되었고, 음악제의 명칭도 2011년부터 ‘중미 청소년 예술제’로 변경되었다. 이후 2016년부터는 예술제의 명칭이 ‘중남미-대한민국 예술제’로 변경되면서 참가자의 지역 범위가 중미를 넘어서 칠레와 브라질까지 포함하게 되었다. 중남미-대한민국 예술제는 과테말라 한인 사회를 넘어서 과테말라 내에서도 상당히 큰 행사가 되었으며, 코로나19로 인해 대면 행사가 불가능했던 2020년과 2021년 2년 동안 비대면으로 진행한 것을 제외한다면, 2008년부터 2022년까지 매해 개최되고 있다. 예술제의 주요 행사는 K-pop 노래와 댄스 분야, 사진 및 미술 작품¹⁵, 각종 전통무용(한국과 과테말라 등) 등이며, 해당 예술 분야의 본선 참가팀과 행사 사회자, 스태프¹⁶를 모집하기 위한 공개 오디션이 매년

15 사진과 미술 작품은 공연 당일 과테말라 국립극장 로비에 전시하여 청중들이 자유롭게 볼 수 있도록 전시한다.

16 행사 사회자와 스태프의 경우 대부분 과테말라에 거주하는 한국인 2세대들이 담당

5월부터 과테말라시티에서 개최되고, 본 행사는 보통 10월 과테말라 국립 극장에서 개최된다. 일반적으로 이 행사에 참여하는 이들은 한국인보다 외국인(과테말라인)들이 많으며, 2022년의 경우에도 K-pop 댄스 부분 참가팀 15개 중 14개가 과테말라인과 엘살바도르인들로 구성된 팀이고, 1개 팀만이 과테말라 거주 한인 2세대였다.

과테말라 중남미-대한민국 예술제는 특히 문화적인 측면에서 과테말라 청소년들에게 한국의 국가이미지를 극대화하고 있는데, 이것은 예술제의 주요 종목인 K-pop이 10-20대들에게 상당한 영향력을 행사하는 문화콘텐츠이기 때문이다. 설문조사 결과에 의하면 과테말라의 청소년들은 K-pop을 단순히 온라인 소셜미디어와 동영상 스트리밍, 온라인 검색엔진(구글이나 야후 등) 등을 통해서만 접하고 있었는데, 이러한 K-pop을 국립극장에서 스스로 직접 공연할 수 있다는 것은 상당히 매력적인 요소일 수밖에 없다. 이들은 오디션 참가 이후부터 예술제 본 공연에 임하기까지, 상당기간 동안 한국의 국가이미지를 그들의 몸에 각인하게 되며, 이러한 경험은 향후 대한민국을 바라보는 인식을 다르게 만들고 있다. 또한 이들은 자신의 경험을 타인과 사회에 전파하기도 한다.

2022년 예술제에 참가한 K-pop 댄스 팀 중 3팀은 모두 ‘Dance beat’라 불리는 K-pop 댄스 학원¹⁷ 출신이었는데, 이들의 목표는 예술제 본선에 출전해 많은 관중 앞에서 공연을 하는 것이다. 이 학원에는 예술제 참가자 이외 상당수의 과테말라인들이 등록되어 있었는데, 이들의 목표는 향후 중남미-대한민국 예술제와 같은 대형 무대에 참가해 자신들이 간접적으로 경험해온 한국 문화를 직접 ‘몸으로’ 향유하는 것이었다. Dance beat 학원 수강생들이 한국 문화와 과테말라 한인 사회에 대해 어떻게 인식하고 있는가는 아래 인터뷰 결과에서 개괄적으로 확인할 수 있다. 이들의 많은 수는 다소 ‘추상적이었던’ K-Pop을 중남미-대한민국 예술제를 통해 구체화시키고, 이에 대한 경험과 기억을 통해 한국에 대한 긍정적인 이미지를 축적하고 있다.

한다.

17 학원이 위치한 곳은 과테말라시 갈레리아 프리마(Galerias Prima Sótana Local S1-4) 쇼핑센터 2층에 있으며, 1주일에 모두 5개의 K-pop 댄스 교습반이 운영되고 있다. 1개 교습반의 인원은 약 20명으로서, 수강생들의 대부분은 10-20대가 주를 이루는 과테말라 여성들이었다. 학원 원장은 파올라(Paola)라는 33세의 여성으로서, 예전에 중남미-대한민국 예술제에 참여했던 사람이다.

표 3. Dance beat 학원 수강생 인터뷰 내용 요약

성명(나이, 성별)	소속(전공)	K-pop 댄스를 배우는 이유와 한국 사회에 대한 인식
Nuvia Carolina Osorio Herrera (28, 여성)	Universidad Rafael Landívar	-한국 K-pop과 일반적 문화는 중남미의 문화와 달리 독특한 특징을 가지고 있으며, 이에 대한 호기심이 있음 -과테말라 사회 내 한국 기업에 대한 부정적 의견을 잘 알고 있지 못함
Yessenia Carolina Osorio Herrera (28, 여성)	Universidad de San Carlos de Guatemala	-중남미의 외향적 문화와는 달리 내적이고 정적인 한국 문화에 대한 관심 -과테말라 한국 기업의 진출에 대한 긍정적 인식
Ana Lucía Subuyuj González (24, 여성)	Universidad Mariano Gálvez (Ciencias Jurídicas y Sociales, Abogado y Notario)	-K-pop이 전세계에 걸쳐 인기가 있고, 노래와 가수들의 매력에 빠짐 -K-pop과 더불어 한국어 교육에도 관심이 생겨 약 3개월 동안 한국어 수강
Sussan Judith de Leo Aritiola (38, 여성)	Francisco Marroquin (Administración de Empresas)	-한국 드라마와 영화 등을 함께 좋아하며, 한국인의 생활관이 나에게 상당히 마음에 듭. 전체적으로 아시아인들의 생활관에 관심이 있음
Melanie Griselda Rosales Mendizabal (17, 여성)	고등학교(Ciencias de la comunicación)	-과테말라에서 한국 기업의 부정적 측면에 대해 잘 알지 못하고, 드라마나 영화에 나오는 한국인들의 삶에 관심이 많음
Valeria Aguirre Romano (17, 여성)	고등학교(Ciencias y letras)	-K-pop과 더불어 한국의 드라마와 영화 등을 함께 좋아함

결국 과테말라 한인 사회가 기획한 중남미-대한민국 예술제는 1회성 행사로 끝나는 것이 아니라 과테말라 젊은이들의 한류 문화를 확산하는데

상당한 기여를 하고 있으며, 이와 같은 이벤트를 통해 과테말라 청년들은 한국의 문화적 이미지를 소비하고 기억하게 된다. 이 행사는 한국 대사관 등의 작은 도움이 있긴 했지만, 기획부터 연출에 이르는 모든 행사 전반을 과테말라 한인회를 비롯한 민간 영역이 주도하고 있다.

한국어 교육 분야

과테말라 한인사회에서 행하고 있는 활동 중 또 다른 분야는 한국어 교육과 관련한 운영이다. 현재 과테말라에는 한국어 교육 열기가 과거보다 높아져 있고, 많은 인원이 온라인이나 학원 등을 통해 한국어 교육을 받고 있다.¹⁸ 하지만 최근 국립 산카를로스 대학교 내에서 운영되던 ‘세종학당’의 한국어 교육이 중지되면서, 과테말라 현지인들을 대상으로 한 한국어 교육이 상당히 어려워진 상태이다. 이러한 상황에서 과테말라 한인 사회는 모두 2개의 한글학교를 운영하고 있는데, 그것은 ‘과테말라 한글학교’와 ‘한마음 한글학교’이다. ‘과테말라 한글학교’는 한인 2세대교육을 위한 성격이 강하고, ‘한마음 한글학교’는 부모 중 한 명이 한국인인 다문화 가정의 자녀와 다문화 가정 중 현재 정상적으로 가족 구성을 이루지 못한 가정의 자녀들, 그리고 과테말라 현지인을 위한 한글학교이다. 두 개의 한글학교가 가진 목표는 사뭇 틀리지만, 원칙적으로 모두 한국어 교육을 통한 국가이미지 강화라는 의미를 내포하고 있다.

과테말라 한글학교(이하 한글학교)는 1990년 한인교회에서 처음 개설되어 32년의 역사를 가지고 있다. 한글학교가 1990년 만들어지게 된 동기는 한인들의 수요에 의해 만들어졌다고 보다는 해외 재외한인이 거주하는 곳에 한글학교가 있어야 한다는 정부 정책에 의해 만들어졌을 것이라 보고 있다.¹⁹ 한글학교에 수용되는 학생은 원칙적으로 한인과 과테말라인 모두를 대상으로 하고 있지만, 실질적으로는 학생 170명 중 22명²⁰만이 다문화 가정 및 과테말라 현지인이고 나머지는 모두 한인 2세대이다. 한글학교에

18 설문조사에 의하면, 응답자의 67%는 한국어 교육을 온라인으로 받은 경험이 있으며, 그 다음으로 사설학원(62.5%)과 한국대사관(32.5%), 대학교/대학원(24%)의 분포를 보이고 있다.

19 과테말라 한글학교 교장 이은덕 증언(2022년 7월 25일 인터뷰).

20 22명 중 아버지가 한국인인 경우는 16명이고, 6명은 부모가 모두 외국인인 경우이다.

있는 과테말라인 6명은 K-pop 등에 관심이 있어서 직접 신청을 하여 한글 학교에 입학한 경우다. 외국인 및 다문화 가정 자녀에 대한 수업은 ‘다문화 반’을 따로 편성하여 실시하고 있고, 외국인 혹은 다문화 가정의 자녀라 할지라도 한국어를 이해하는 경우에는 한인들과 함께 편성하여 교육하고 있다. 이외 대부분의 교육반은 한인 부모를 둔 2세대 자녀들을 위한 한국어 교육이며, 교사들은 한인 부모들 중 선발하여 활용하고 있다.

과테말라 한글학교가 한인 2세대를 위한 한국어 교육에 치중하고 있다면, 한마음 한글학교는 부모 중 한 명이 한인인 다문화 가정의 학생들과 과테말라 현지인을 대상으로 운영되는 학교이다. 2022년 현재 등록인원은 다문화 가정 147명과 과테말라 현지인을 포함해 모두 250명에 이르고 있다. 현지 학생들이 한마음 한글학교에 등록하는 경우는 페이스북 등의 SNS를 활용하는 경우가 많고, 학생들에게 별도의 수업료를 받지 않고 무상으로 교육을 진행한다. 김혜경 교장은 한마음 한글학교 교육의 특징이 무상교육에 있고, 이러한 무상교육을 통해 다문화 가정의 자녀와 과테말라 현지인들에게 한국의 이미지와 문화를 알리는데 있다고 말한다. 한마음 한글학교에 등록하는 과테말라인들 중 많은 수는 앞서 언급한 중남미-대한민국 예술제에 참가하는 청소년들이다. 2022년 현재 한마음 한글학교의 교사는 보조교사를 포함해 모두 15명이며, 이 중 다문화 가정 한국인도 3명이 포함되어 있다. 학교에서 가르치고 있는 교과 내용은 한국어와 한국 문화에 관한 내용이 절반을 이루고 있으며, 수업은 토요일과 일요일에 열린다.

한마음 한글학교의 운영은 2014년부터 다문화 가정 다섯 가구를 대상으로 시작하였는데, 다섯 가구의 과테말라 부인들 중 정식으로 결혼한 가정은 한 가구였고, 나머지는 한국인 남편이 자녀가 생긴 이후 한국으로 떠나버렸거나 병으로 사망한 일종의 ‘결손가정’이었다. 과테말라에는 많은 한국 기업과 한국인 근로자가 있다. 이러한 상황에서 (일부) 한국인 남성들이 과테말라 여성들과 동거를 하는 상황이 발생하고, 자녀가 생긴 이후에 가정을 꾸리지 않고 떠나는 경우가 비일비재하게 이어지고 있다. 한마음 한글학교 초기에 과테말라 한인 사회는 학교를 상당히 이상하게 보는 경우가 많았다고 한다. 왜냐하면 한국인 남성이 ‘바람을 피워’ 생긴 자녀들에게 교육을 하는 것이 정상적이지 않다고 생각한 것이다. 김O경 한마음 한글학교 교장은 아버지가 없는 다문화 가정의 자녀들은 일반 학교에서 교육을 받는 것이

상당히 어렵다고 말한다. 왜냐하면 과테말라의 학교에서는 수시로 학생을 위한 부모 상담이 필요한데, 이때 다문화 결혼 가정의 경우 부모가 함께 학교에 갈 수 없어 학교 내부에서 자녀들이 ‘마이너리티’로 전락하는 경우가 많기 때문이다.

한마음 한글학교는 한국문화에 관심이 있는 과테말라 현지인을 위한 교육기관일 수도 있지만, 오히려 이윤획득을 위한 단기거주 이주 과정에서 발생한 한국과 과테말라 사이의 복잡한 문제점을 다루고 있다는 점에서 상당한 의의가 있다. 만약 한마음 한글학교에 다니는 편모 다문화 가정 자녀의 문제가 과테말라에서 사회적 문제가 된다면, 여러 측면에서 한인 이주사회는 어려움에 봉착할 가능성이 많다. 한마음 한글학교는 이러한 문제점을 덮으려는 것이 아니라 ‘버려진’ 한인 2세를 잘 교육시켜 보다 나은 삶을 제공하고, 이를 통해 과테말라에서 한인에 대한 부정적 인식을 최소화하려는 것이다. 결국 한마음 한글학교의 사례는 외형적으로 한국어 교육 분야에 해당하지만, 실제적으로는 ‘한국인이 방치한 혼혈 2세대’가 과테말라 내부에 미칠 악영향을 방지하는 중요한 공공외교의 역할을 하고 있는 것이다.

기업의 지역사회 협력을 통한 민간 공공외교

정확한 통계는 아니지만, 2022년 현재 과테말라에는 150개가 넘는 한국 기업이 다양한 업종에서 생산 활동을 진행하고 있다. 과테말라에 진출한 대부분의 한국 기업은 생산된 물품을 과테말라 혹은 중미지역에 판매하는 역할을 하지 않고, 미국 등 타지역으로 수출하는 마킬라도라 업종에 종사하고 있다. 이러한 생산구조로 볼 때, 과테말라 진출 한국 기업이 현지 사회와 밀접하게 연결될 필요는 없는 것처럼 보인다. 하지만 기업 활동을 하고 있는 실무자들의 의견을 청취해보면, 자회사의 물품이 과테말라에서 판매가 되지 않는다 할지라도 회사 및 공장부지 확보와 유능한 노동자 등을 영입하기 위해서라도 현지민과의 유대 관계가 상당히 중요하다고 말한다. 또한 해외 진출 기업이 호스트 사회에 봉사하고 현지민들의 권익을 증진하는 것은 기업의 사회적 책무(CSR)를 실현한다는 관점에서도 상당히 긍정적 요소가 많다. 이러한 시각에서 볼 때 한국 기업이 밀집한 과테말라에서 기업이 주도 가 된 민간 공공외교 부분도 상상해 볼 수 있다.

특히 현재 과테말라 진출 한국기업과 한국 대사관은 협력 사업을 통해

한국 기업이 과테말라 지역에서 지지를 받으며 사업을 지속할 수 있는 방안을 모색하고 있다.

2015년 과테말라 한국 대사관은 한국의 지방자치단체로부터 중고 컴퓨터를 기증 받았으며, 이 컴퓨터를 과테말라의 지방에 위치한 학교로 증정할 계획을 세웠다. 하지만 이러한 프로젝트의 문제점은 기증 후 사후관리가 안된다는 것이 문제였으며, 이러한 문제를 해당 지역과 연고를 가진 한국 기업이 사후 관리를 전담하는 것이었다. 아래 표 내용을 보면 기증되는 물품들은 그렇게 수량이 많지 않다. 하지만 해당 학교에서는 컴퓨터가 기증되는 날 거의 모든 학생들이 나와 태극기를 흔들며 감사의 의미를 전달하였고, 사후 관리 기업은 계속적으로 해당지역 주민 및 관공서와 긴밀한 협조관계를 유지할 수 있어서 사업을 운용하는데 상당한 이점이 생기고 있다.

표 4. 2016년 과테말라 컴퓨터 기증 프로젝트 현황

일시	대상학교	주소	기증내용(관리회사)
2016.2.13	EORM Centro América	1 Avenida 1-13 Zona 2, Aldea Santa María Cauqué Sacatepéquez)	컴퓨터 20대(삼O)
2016.2.17	Jireh	Amatitlan	컴퓨터 10대(Plastic ***, S.A.)
2016.2.17	Emanuel	Amatitlan	컴퓨터 20대(OOO Tra.)
2016.2.25	반석학교	San José	컴퓨터 10대(OO의 집)
2016.3.15	Elizadrdo Urizar Leal	San Miguel Petapa	컴퓨터 12대(***-A)
2016.3.29	Instituto Basico y Diversificado por Cooperativa San Lucas	San Lucas Sacatepéquez	컴퓨터 10대(OOOOOOO Ace)
2016.6.15	Escuela Oficial Rural Mixta	Esquintla	컴퓨터 15대(OO 과테말라)

또한 최근에는 한국 대사관과 코이카가 기획한 원조 프로젝트를 해당 지역에 진출한 한국 기업 이름으로 진행하는 경우도 있다. 최근 과테말라의 아마

티틀란에 공장 건설 계획을 가지고 있는 한국 A회사는 아마티틀란 전 지역에 CCTV 400여 개를 설치하는 원조 프로젝트의 주체로서 해당 지역의 주지사 와 면담을 가지고 있다. 하지만 사실 이 프로젝트의 기획과 예산 실행은 한국 대사관과 코이카가 주도하고 있으며, 외형적으로 한국 기업이 진행하는 것처럼 보이는 것이 공공외교적 차원에서 보다 큰 씨너지 효과를 발휘하기에 이러한 형식으로 진행되는 것이다. 즉 과테말라와 같이 한인 기업이 집중된 특정 지역(기업의 연고 지역)에서 기업을 전면적으로 내세운 프로젝트를 실시하여 기업과 국가이미지의 동반 상승 효과를 기대하고 있는 것이다.

이번 프로젝트에서 실시한 설문조사의 결과를 보면, 과테말라 응답자의 70.5%는 한국 기업이 자신들의 지역 발전에 기여하고 있다고 응답했으며, 한국 기업이 기여할 가장 큰 영역으로는 ‘지역고용’(82.3%)을 꼽았다. 과테말라에서 한국 기업의 이미지는 불과 10여 년 전만 해도 상당히 나빴던 것이 사실이다. 하지만 대사관 및 코이카와 같은 공적기관과 기업의 공공외교 협력은 대한민국의 국가이미지 뿐만 아니라 기업 브랜드까지 향상시키는 결과를 가져오고 있다.

이와 같은 기업 이미지 향상의 결과는 ‘현지사회(과테말라)와 노동자의 인권’에 사각지대로 여겨졌던 한국 기업의 20여년 전 이미지와 비교해 볼 때 상당히 큰 차이가 나는 것이며, 과테말라 진출 한국 기업들이 현지민과의 교류를 얼마나 중요한 가치로 여기고 있는 가를 보여주는 것이다. 이 기획의 물적 토대는 한국 정부 및 한국 대사관에 의해 상당부분 이루어졌지만, 한국 기업의 자발적 참여 의지가 프로젝트의 성공을 이끄는 결정적 계기로 작용했다. 이외에도 상당수 과테말라 진출 한국 기업들은 지진 피해 등의 자연재해 이후에도 과테말라 한인회와 협력하여 구호 성금을 전달하는 등 우호적 관계를 유지하기 위해 상당한 노력을 기울이고 있다.

한국의 대과테말라 공공외교의 한계점과 과제

과테말라 한인 사회의 형성은 타국가의 이민사와 비교해 볼 때 상당한 특징을 가진다. 우선 과테말라 한인 사회의 형성은 1990년대 한국 봉제 및 섬유 기업의 대규모 투자를 통해 이루어졌고, 이후 중남미 타국가에 있던 상인들이 합류함으로써 거대한 한인사회가 성립되었다. 하지만 과테말라에

들어온 한인의 대부분은 거주지의 최종 목적지로 과테말라를 선택한 것이 아니라 이윤획득을 위한 중간 경유지로 인식했으며, 이러한 상황에서 호스트 사회를 ‘새로운 정착지’로 인식하는 힘이 상당히 부족했다. 실제 과테말라에서 기업이나 상업 활동을 하면서 이윤을 획득한 후 많은 수는 미국 등으로 이주하였고, 과테말라 거주 한인 자녀들의 대부분도 미국이나 한국 등으로 대학교를 진학하는 추세이다. 이와 같은 단기거주 특성의 국가에서 중장기적인 공공외교 플랜이 수립되는 것은 상당히 어려우며, 과테말라에서 코이가 등을 통한 다양한 원조사업이 실시되었지만, 이것이 한국이라는 국가이미지의 상승으로 이어졌는가에 대해서는 의문점이 드는 부분이다.

과테말라에 대한 한국의 공공외교는 주로 사회의 안전과 보건을 증진하기 위한 방향에 초점이 맞추어져 있었다. 2000년대 이후 실시된 과테말라에 대한 한국의 ODA 원조 프로그램은 36년 내전이 종식된 국가에 치안을 확립하고 국가시스템을 강화하는데 치중했으며, 또한 보건과 기후변화와 같은 전통적 부분에 집중하였다. 하지만 이러한 원조는 국가 간 업무와 같은 형식으로 이루어져 실제 한국의 국가이미지 강화에 얼마나 큰 도움이 되었는지 가늠할 수 없다. 사실 이보다 더 중요한 것은 삶의 현장에서 한국에 대한 관념이 어떻게 변화하는가이다. 많은 과테말라인들은 한국과 한국인들에 대해 상당히 호의적이고 긍정적 시각을 가지고 있지만, 상당기간 동안 ‘이웃’이 될 수 없다는 인식을 가지고 있었다. 과테말라 한인사회 또한 자신들만의 엔클레이브를 형성하고 있었다. 하지만 최근 몇 년 동안 과테말라의 한인사회 공동체 내부에서 상당한 변화가 있었던 것은 사실이다. 이것은 기본적으로 이주사회를 바라보는 인식의 차이에 근거하는데, 1990년대 초기 이주 기간을 거친 한인 이주민들의 상당수가 과테말라를 자신의 주거지로 인식하기 시작했다는 점이다.

이처럼 변화된 인식의 틀로부터 작동하기 시작한 것이 앞서 소개한 과테말라 민간 공공외교의 사례들이다. 중남미-대한민국 예술제와 한마음 한글 학교의 운영, 그리고 과테말라 진출 한국기업들이 지역사회와 밀착하여 수행한 여러 프로젝트들은 공적원조만큼 큰 금액이 동원되지는 않았지만, 과테말라인들의 일상 속에 한국이라는 국가 이미지를 더욱 향상시켰다는 긍정적 측면이 있다.

하지만 민간 공공외교의 단점은 너무나 명확하게 존재한다. 먼저 민간

공공외교는 자체적인 컨트롤 타워가 엄격하지 않기에, 일부 프로젝트들이 얼마 간 잘 진행될 수는 있지만 지속적 사업 운영 능력이 부족하다. 또한 프로젝트를 운용할 수 있는 재정이나 인력 등의 상황이 열악하기에, 일부 자원봉사자 및 도너의 지원이 제한된다면, 사업의 지속성은 보장할 수 없게 된다. 결국 민간 공공외교는 실리적이고 긍정적 요소를 많이 갖추고 있지만, 민간이라는 독자적 영역으로 방치된다면 지속성에 있어서 문제가 발생할 가능성이 크다. 이러한 위험성에 대한 대안으로 민관 협력 공공외교를 들 수 있는데, 과테말라의 좋은 사례로는 아마티틀란 CCTV 설치 프로젝트와 관련한 한국 대사관과 코이가, 한국기업 A의 관계이다. 실리적 공공외교 확대를 위해 민간 영역의 참여율을 올리고, 민간 영역의 참여율이 지속될 수 있도록 정부 등의 공적 영역이 이를 뒷받침하는 구조가 가장 이상적인 민간 공공외교라 할 수 있다. 과테말라의 경우 한인사회에서 다양한 프로젝트를 진행하고 있지만, 이러한 활동이 끊이지 않기 위해서는 공적 영역의 지속적 지원이 뒷받침 되어야 한다. 모든 공공외교의 성패 여부는 정부조직과 공기업, 민간기구의 밀접한 협력관계에서 비롯하며, 어느 한 영역의 독자적 노력만으로 성공할 수 없지만, 실제 성공적인 공공외교가 형성되기 위해서는 공적 조직의 움직임 및 일상생활과 연관된 민간의 노력이 조화를 이루어야 한다.

또 다른 개선점으로는 과테말라에서 ‘디지털 미디어 공공외교’의 필요성이다. 앞서 언급한 바와 같이, 민간 공공외교 영역에서도 핵심적인 분야로는 문예예술을 꼽을 수 있다. 특히 과테말라에서 젊은 세대들의 K-pop 및 한류 문화에 대한 열정은 상당히 높으며, 이들의 대부분은 K-pop에 대한 정보를 온라인(소셜미디어, 검색 엔진, 동영상 스트리밍)으로 접하고 있다. 과테말라인들은 한류 문화에 대한 정보를 온라인으로 획득하기만 하는 것이 아니라, 자신들이 향유하고 있는 모습을 온라인으로 공유하기도 한다. K-pop 댄스 학원인 Dance bear는 매주 자신들의 K-pop 댄스 동영상을 유튜브나 페이스북 등의 미디어를 통해 전 세계에 공유하고 있고, 이것은 한국이 아닌 과테말라인들에 의해 행해지는 공공외교의 현장이라 할 수 있다. 하지만 아직까지 한국 대사관 및 주요 단체들은 이와 같은 디지털 형태의 각종 콘텐츠를 관리하거나 전시할 수 있는 미디어 허브를 가지고 있지 않다. 한국 대사관을 비롯한 많은 기관은 페이스북 등의 소셜미디어 계정을 보유하고

있지만, 여기에는 일방적인 소식 공지 및 정보 공유 기능 이외에 다양한 카테고리가 없는 것이 사실이다. 과테말라인들이 한국의 문화를 공유하고 즐기는 과정이 체계적으로 모일 수 있고, 이렇게 모여진 각종 자료들이 많은 이들에게 공유될 수 있는 디지털 미디어 개발은 필요하며, 이것은 과테말라 청소년층에 형성된 한국의 긍정적 이미지를 더욱 향상할 수 있는 기제가 될 것이다.

참고문헌

- Han, In-Taek(2016), "Korea's Public Diplomacy : Evaluation and Directions of Development," *JPI Policy Forum*, No. 9, pp. 38-47.
- Jung, Ho-Yoon(2021), "A Comparative Study on Digital Public Diplomacy between Korea and Brazil: Focusing on the Social Media Utilization by Embassies in Seoul and Brasilia," *Korean Journal of Latin American and Caribbean Studies*, Vol. 40, No .4, pp. 35-62.
- KOICA, <https://nebid.koica.go.kr/oep/masc/mainPageForm.do>
- Korean Embassy in Guatemala,
https://overseas.mofa.go.kr/gt-ko/wpge/m_20041/contents.do
- Ministry of Foreign Affairs,
https://www.mofa.go.kr/www/nation/m_3458/view.do?seq=45
- Noh, Yong-Seok(2014), "A Formation of Korean Society and Distinct of Acculturation Strategies - Focusing on Case of Guatemala -," *Minjok Yeonku*, No. 57, pp. 130-153.

Article Received: 2022. 11. 20

Revised: 2022. 12. 13

Accepted: 2022. 12. 21

부록

<설문조사 문항>

문항	문항 내용
1	귀하의 성별은 무엇인가요?
2	귀하의 연령은 어떻게 되시나요?
3	현재 귀하가 거주하는 국가는 어디인가요?
4	현재 귀하의 국가 내에서 거주하고 계신 지역은 어디인가요?
5	한국 하면 가장 먼저 떠오르는 단어나 이미지는 무엇입니까? 자유롭게 작성해주세요.
6	귀하는 한국에 대해 어떠한 감정을 가지고 계십니까?
7	한국의 경제적 발전 정도에 대해서 어떻게 평가하십니까?
8	한국의 음악, 영화, 음식 등과 같은 현대 문화에 대해서 어떻게 평가하십니까?
9	한국과 귀하의 국가 사이의 외교적 관계에 대해서 어떻게 평가하십니까?
10	한국에 대한 정보는 어떤 경로를 통해 습득하십니까?
11	귀하의 국가에 있는 한국 기업을 알고 있으신가요? 그렇다면 그 이름을 적어주세요. 만약 없으시다면 ‘없음’으로 적어주세요.
12	귀하의 국가 내 한국 기업이 해당 지역의 발전에 기여한다고 생각하십니까?
13	한국 기업이 어떤 영역에서 기여를 하고 있다고 생각하십니까?
14	한국 기업이 향후 어떤 영역에서의 기여가 필요하다고 생각하십니까?
15	귀하의 국가에서 한국어는 주로 어디에서 배울 수 있습니까?
16	귀하는 한국 문화 중 어떤 것에 가장 관심을 가지고 있으신가요? 관심 있는 순서대로 최대 3순위까지 골라주세요.
17	K-Pop에 대한 귀하를 가장 잘 표현하는 문구는 무엇인가요?

문항	문항 내용
18	K-pop에 대한 정보를 주로 어디서 얻으시나요? 빈도가 높은 순서대로 최대 3순위까지 선택하세요.
19	한국대사관(혹은 한국문화원)에서 주최하는 문화/유학프로그램 (예: 한국 문화 관련 행사, 한국 유학 프로그램 등)에 대해 얼마나 알고 계신가요?
20	한국대사관(혹은 문화원)에서 진행하는 문화/유학프로그램에 직접 참여한 경험이 있다고 말씀 주셨습니다. 구체적인 프로그램의 이름은 무엇입니까?
21	한국대사관(혹은 문화원)에서 진행하는 문화/유학프로그램에 직접 참여한 경험이 있다고 말씀 주셨습니다. 귀하의 국가 내에서 한국 문화 관련 행사가 한국에 대한 이미지에 어떠한 영향을 끼쳤습니까?
22	귀하의 국가 내에 거주하는 한국인에 대해 일반적으로 어떻게 생각하십니까?
23	한국인 이민자가 귀하의 국가 내 사회에 통합되었다고 생각하십니까?
24	한국인 이민자가 귀하의 국가 내 사회경제발전에 기여한다고 생각하십니까?
25	한국 혹은 한국인의 긍정적 이미지에 영향을 미치는 요인은 무엇이라고 생각하시나요?
26	한국 혹은 한국인의 부정적 이미지에 영향을 미치는 요인은 무엇이라고 생각하시나요?
27	귀하의 국가 내 한국의 국가이미지 제고를 위해 해결해야 할 과제는 무엇입니까?

보훈과 공공외교 연구: 콜롬비아 사례를 중심으로*

이상현**

전북대학교

ABSTRACT

Veterans Policy and Public Diplomacy: Focusing on the Case of Korean Veterans Diplomacy towards Colombia:

This study aims to derive public diplomacy measures by using veterans policy. To this end, this study focuses on the case of Colombia, the only country in Latin America that deployed combat troops for the Korean War, and aims to derive a public diplomacy plan using international veterans policy. To this end, this study first examined the theoretical meaning and issues of veterans diplomacy and public diplomacy. We also examined the history and current status of Korea-Colombia diplomacy, which is a case of this study. In particular, the contents and results of the Korean diplomacy with Colombia were reviewed. The study also surveyed Colombians' perceptions of Korea and diplomatic achievements. Based on this, this study proposed ways to improve veterans diplomacy in Colombia centered on digital public diplomacy. The ways to improve public diplomacy using veterans policy proposed in this study are diversification of veterans diplomacy, diversification of public diplomacy channels, and expansion beyond veterans diplomacy to peace diplomacy.

Keywords: Latin America, Colombia, Public Diplomacy, Veterans Diplomacy, International Veterans Policy / 중남미, 라틴아메리카, 콜롬비아, 공공외교, 보훈외교, 국제보훈정책

* 본 연구는 대외경제정책연구원(KIEP)의 지원을 받아 수행되었으며, 2022년 세계지역전략연구 보고서 “한국의 대중남미 공공외교 강화 방안”의 일부 내용을 수정·보완한 것임.

** Sang-Hyun Yi is professor of Department of Spanish and Latin American Studies at Jeonbuk National University (shyi@jbnu.ac.kr)

서론

콜롬비아는 라틴아메리카·카리브 지역 국가 중 유일한 6·25전쟁 참전국이다. 전쟁 발발 당시 아직 한국과 국교가 없었던 콜롬비아는 유엔군의 일원으로 6·25전쟁에 참전하였다. 콜롬비아의 6·25전쟁 전투병력 파병은 1951년 시작되어, 모두 5,100명의 육군과 해군이 참전하여, 213명이 전사하고, 448명이 부상당했으며, 28명이 포로가 되었다(Ministry of Patriots and Veterans Affairs 2020). 한국과 콜롬비아는 1962년 정식으로 국교를 수립하였으며 양국관계는 혈맹(血盟, Alianza de Sangre)으로 지칭되며 각별한 관계를 유지·발전시켜왔다. 한국과 콜롬비아는 2011년 ‘전략적 협력동반자관계’를 맺었고, 2013년에는 자유무역협정을 체결하였다. 또한 콜롬비아는 한국의 ODA중점협력대상국이며, 코로나19 대응 중점방역협력대상국 중 하나로 국제개발협력사업 주요 대상국이기도 하다. 이렇듯 콜롬비아는 정치, 경제, 국방, 보건 등 다양한 분야에 걸쳐 한국과 우호적인 협력관계를 유지하고 있다.

한국의 대라틴아메리카 외교의 성공을 상징하는 대표적 사례인 한국과 콜롬비아 관계 형성의 배경에 콜롬비아의 6·25전쟁 참전이 중요한 역할을 했다는 점은 부인할 수 없다. 그러나 콜롬비아의 6·25전쟁 참전이 양국관계에 끼친 효과와 한계에 대한 분석은 제한적으로 이루어져 왔다. 더욱이 20세기 후반 이후 전통적인 국가중심 외교의 한계를 극복하기 위해 제시되는 공공외교의 측면에서 한국의 대콜롬비아 외교의 성과와 한계를 살피려는 시도는 드물었다.

본 연구는 콜롬비아 사례를 중심으로 보훈외교의 효율적 시행 방안을 살펴보는 것을 목적으로 한다. 특히 국가 중심의 전통적 외교관계를 탈피하여 문화·예술·원조·지식·언어·미디어·홍보 등 다양한 소프트파워 기재를 활용하여 상대국 국민을 대상으로 외교의 효율성을 극대화 하는 공공외교의 한 방법으로서 보훈외교의 효과적인 시행방안을 콜롬비아 사례를 중심으로 살펴보고자 한다.

이를 위해 본 연구는 다음의 물음에 대한 답을 구하고자 한다. 첫째, 한국의 대콜롬비아 보훈외교의 성과와 한계는 어떠한가? 둘째, 효율적인 한국의 대콜롬비아 공공외교를 위한 보훈외교의 과제는 무엇이 있는가? 마지막으

로, 한국의 보훈공공외교의 실질적, 제도적 발전방안은 무엇인가?

이를 위해 본 연구는 먼저 보훈공공외교에 대한 이론적 검토를 실시할 것이다. 다음으로는 한국과 콜롬비아 외교의 역사를 보훈외교를 중심으로 살펴볼 것이다. 세 번째로는 본 연구를 위해 실시한 한국에 대한 콜롬비아 국민의 이미지 설문조사에 대한 분석을 통하여 한국의 대콜롬비아 공공외교의 성과와 한계를 분석할 것이다. 마지막으로 한국의 대콜롬비아 보훈 공공외교를 위한 과제와 정책대안을 제시할 것이다.

이론적 검토: 보훈공공외교

20세기 후반 이후 세계 정치·경제 질서의 변화는 국가 중심 외교관계의 한계를 가져왔다. 특히 공산권의 붕괴, 유럽연합과 같은 정치·경제 통합운동의 활성화, 테러, 이민, 환경, 보건 등 전 지구적 문제의 출현 빈도 확대는 전통적인 국가 중심 외교관계의 변화를 요구하였다. 공공외교는 이러한 요구에 부응하기 위해 제시되었다(Suh and Shin 2020, 117).

공공외교는 걸리온(Edmund A. Gullion)이 최초로 제시한 개념으로, “정부, 사적 집단 및 개인들이 타국의 외교정책 결정에 영향력을 행사하는 것과 같은 방식으로, 외국의 공중 및 정부의 태도와 의견에 영향을 발휘하려는 수단들”이다(USC CPD, 2006; Song 2020, 24 재인용). 따라서 “공공외교는 상대국의 정부가 아니라 상대국의 국민을 대상으로 벌이는 외교(Kim 2019, 19)”를 의미한다. 같은 맥락에서 우리 외교부는 공공외교를 “정부 간 소통과 협상 과정을 일컫는 전통적 의미의 외교와 대비되는 개념으로, 문화·예술·원조·지식·언어·미디어·홍보 등 다양한 소프트파워 기재를 활용하여 외국 대중(Foreign Public)에게 직접 다가가 그들의 마음을 사로, 감동을 주어 긍정적인 이미지를 만들어 나간다는 것이 기본 콘셉트”로 정의하고 있다(Moon 2019, 155; Yi 2021, 196 재인용).¹ 한편 <표 1>에서 볼 수 있듯이, 공공외교는 시대에 따라 20세기 전통공공외교(Old/Traditional Public

1 나이(Joseph Nye)는 ‘소프트 파워(soft power)’ 개념을 통해 공공외교의 이론적 토대를 제공하고 있다. 나이에 따르면, “소프트 파워란 ‘강제나 보상보다는 사람의 마음을 사로잡아 원하는 것을 얻어내는 능력’이다. 특히 국제적 차원에서 소프트 파워는 한 나라의 문화나 민주주의·인권·개인적 기회의 보장 등과 같이 그 나라가 추구하는 정치적 목표와 제반 정책 등에서 우러나오는 매력과 관련된다(Kim 2019, 25; Yi 2021, 196 재인용).”

Diplomacy)와 21세기 신공공외교(New Public Diplomacy)로 구분된다 (Suh and Shin 2020, 121).

표 1. 전통외교, 공공외교 및 신공공외교 패러다임 변화

외교의 요소	전통외교	20세기 공공외교	21세기 신공공외교
주체	정부	정부	정부 및 다양한 민간주체
대상	상대국 정부	상대국 정부 및 대중	상대국 정부 및 대중 (자국민 포함)
자원과 자산	하드파워	하드파워>소프트파워	하드파워<소프트파워
매체	전통적 정부 간 협상 및 대화	선전, PR, 구미디어	인터넷, SNS 등 디지털 매체 등 다양화
관계유형	수평적(정부 간)	수직적, 일방향적, 비대칭적	수평적, 쌍방향적, 대칭적
소통의 양식	폐쇄적 협상	폐쇄된 의사소통	개방된 의사소통

출처: <http://www.publicdiplomacy.go.kr/index.jsp/>; Suh and Shin 2020, 121 재인용.

국가보훈기본법에 따르면, 보훈은 ‘대한민국의 오늘이 국가를 위하여 희생하거나 공헌한 분들의 숭고한 정신으로 이룩된 것이므로 우리와 우리의 후손들이 그 정신을 기억하고 선양하며 이를 토대로 삼아 국민 통합과 국가 발전에 기여하는 것’으로 정의된다(국가보훈 기본법 제2조). 즉 보훈은 국가라는 공동체를 위해 헌신한 국민의 공헌에 대한 국가의 보답행위를 의미하는데, 이러한 보답행위에는 “이들 국민에 대한 보상, 복지, 예우활동”을 포괄한다(Kim 2005; Yoo 2015, 73).

표 2. 6·25전쟁 당시 대한민국 지원국

유엔파병국 (16)	미국, 영국, 터키, 호주, 캐나다, 프랑스, 그리스, 콜롬비아, 태국, 에티오피아, 네덜란드, 필리핀, 벨기에, 남아프리카공화국, 뉴질랜드, 룩셈부르크
의료지원국 (5)	인도, 덴마크, 스웨덴, 노르웨이, 이탈리아
물자지원국 (32)	아르헨티나, 오스트리아, 버뮤다, 캄보디아, 칠레, 코스타리카, 쿠바, 도미니카공화국, 에콰도르, 이집트, 엘살바도르, 과테말라, 온두라스, 헝가리, 멕시코, 파키스탄, 파나마, 사우디아라비아, 스위스, 시리아, 우루과이, 베네수엘라, 베트남, 아이슬란드, 인도네시아, 대만, 이란, 이스라엘, 자메이카, 일본, 레바논, 라이베리아
전후복구지원국 (7)	독일, 아이티, 리히텐슈타인, 모나코, 파라과이, 페루, 바티칸
지원의사표명국 (3)	볼리비아, 브라질, 니카라과
지원국 총계	63개국

출처: Ministry of National Defense(2005).

한편 우리나라에서 보훈은 6·25전쟁으로 인해 국내적 의미를 넘어 국제적 차원에서도 그 의미를 가지고 있다. 6·25전쟁 당시 유엔의 결의에 따라 우리를 돕기 위해 전투병을 파병한 16개국과 의료지원(5개국), 물자지원(32개국), 전후복구지원(7개국), 지원의사표명(3개국) 등을 통해 지원한 총 63개국의 존재로 인해 우리나라에서 보훈활동은 자국민을 대상으로 하는 국내보훈뿐만 아니라 외국국가와 외국국민을 대상으로 하는 ‘국제보훈’을 포괄한다. 한국의 국제보훈은 6·25전쟁에 참여한 유엔참전국의 참전용사와 이들 국가에 대한 국제협력을 포괄하는 활동으로 6·25전쟁이라는 특수한 경험에 기반을 둔 것이다(Yoo 2015, 73). 따라서 보훈을 국가를 위해 공헌한 사람을 실질적·상징적으로 기억하고 보답하는 ‘기억의 정치(the politics of memories)’로 규정할 수 있다면, 한국의 국제보훈은 6·25전쟁에 공헌한 국가와 참전용사를 실질적·상징적으로 기억하고 보답하는 ‘기억의 외교(the diplomacy of memories)’로 이해할 수 있다(Kwon, 2008; Song and Yoo 2021).

또한 국제보훈은 정부가 외교의 주체가 되어 국가 대 국가의 형태로만 진행하는 전통적인 외교와는 달리 외국 국민을 외교의 대상으로 포함한다는 점에서 ‘공공외교’의 한 종류로 볼 수 있다(Oh 2015, 123; Song and Yoo 2021, 61 재인용). 즉 국제보훈은 보편적 가치로서의 평화를 지향한다는 점, 단기적 국익의 실현이 목적이 아니라 한국에 대한 국가 이미지 개선 및 우호적인 국제관계 형성을 위한 환경 조성이라는 장기적 목적의 실현을 목표로 한다는 점에서 공공외교적 성격을 가지고 있다(Song and Yoo 2021).

한편 한국이 실시하는 보훈공공외교의 전략적 측면을 살펴보면 한국 정부는 정부가 직접 주도하는 공공전략(official strategy)을 통해 어려운 시기에 받은 국제적 지원을 반드시 보답하고 평화를 주도한다는 이미지를 형성하고 있다(Yoo 2015, 80-84).

보훈외교와 관련하여 공공외교에 활용할 수 있는 우리외교의 자원은 다양한 측면에서 고려할 수 있다. 우선, 우리의 공공외교 자산으로 6·25전쟁을 경험한 국가에서 경제성장과 민주화를 달성한 경험을 들 수 있다. 즉 우리나라의 이러한 경험은 선진국과 개발도상국 사이의 교량역할을 할 수 있는 지위를 지니고 있다는 점에서 중요한 자산이라고 할 수 있다. 또한 다른 나라를 침략한 점이 없는 역사적 사실을 보훈외교와 접목하여 평화를 지향하는 국가이미지를 보훈외교와 접목하는 것을 고려할 수 있다. 마지막으로 전통문화 및 한류문화콘텐츠를 공공외교에 활용할 수 있다(Song and Yoo 2021, 61).

공공외교의 한 종류로서의 보훈외교는 매우 효율적인 공공외교 방안이 될 수 있다. 6·25전쟁참전국들을 대상으로 한국정부가 실시한 보훈외교는 보훈공공외교의 중요한 사례이다. 이에 본 연구는 한국의 대콜롬비아 보훈외교 사례를 중심으로 보훈공공외교의 효과와 한계 그리고 향후 과제를 통한 발전방안을 모색할 것이다.

한-콜롬비아 외교 특징과 성과

한-콜롬비아 외교의 역사

한국과 콜롬비아와의 관계는 6·25전쟁으로 시작된다. 6·25전쟁 발발 당시

중남미 각 국은 적극적으로 한국에 인적·물적 지원을 하였다. 콜롬비아는 전투병을 파병한 16개의 참전국 중 하나로서, 중남미 유일의 6·25전쟁 파병국이다. 콜롬비아는 1951년 콜롬비아 대대(Batallón Colombia)로 명명된 전투부대를 파병한 것을 시작으로 육군(지상군 1개 대대)과 해군(프리깃함 1척) 등 모두 5,100명이 참전하여 213명이 전사하고 448명이 부상당했으며 28명이 포로가 되었다(국가보훈처 2020). 이후 양국관계는 혈맹으로 지칭된다(Choo 2021, 128).

한국과 콜롬비아는 1962년 정식으로 수교를 하였다. 이후 2011년 콜롬비아 산토스 대통령과 2021년 두케 대통령이 한국을 국민방문 하였고, 2012년 이명박 대통령이 그리고 2015년 박근혜 대통령이 콜롬비아를 국민방문 하였다. 한국과 콜롬비아는 2011년 ‘전략적 협력동반자관계(Asociación Estratégica de Cooperación)’를 수립하였는데, 2021년을 기준으로 중남미 국가 중 우리나라와 ‘전략적’ 관계를 가진 나라는 콜롬비아, 멕시코, 페루 등 3개국에 불과하다(Choo 2021, 130).

한국과 콜롬비아는 정치 및 군사적 관계뿐만 아니라 경제적 측면에서도 공고한 협력관계를 구축하였다. 한국과 콜롬비아는 2013년 2월 자유무역협정(FTA)을 체결하여 경제협력 관계를 발전시켰다. 한국과 콜롬비아 간의 자유무역협정은 우리나라가 중남미에서 체결한 자유무역협정 중 칠레, 페루에 이은 세 번째 자유무역협정이며, 콜롬비아가 아시아 국가와 체결한 유일한 자유무역협정이다. 한국과 콜롬비아의 자유무역협정은 2016년 7월 정식으로 발효되었다.

한편 콜롬비아는 5년 단위로 선정하는 한국의 국제협력사업인 ODA중점협력대상국 지정에서 2011-2015년, 2016-2020년, 2021-2025년 기간에 걸쳐 3번 연속 선정되었다.² 특히 2021년 새롭게 27개국이 선정된 ODA중점협력대상국에 2020년 4월 선진국 클럽으로 불리는 경제개발협력기구(OECD)에 가입한 콜롬비아가 포함된 것은 이례적인 일로 평가된다. 콜롬비아가 OECD 회원국이 되었음에도 불구하고 한국의 ODA중점협력대상국으로 재선정된 이유로는 2016년 내전 종식을 위한 평화협정의 후속조치 필요성, 콜롬비아의 지역별 빈부격차로 인한 개발협력 필요성, 그리고 다른

2 중남미 지역에서는 콜롬비아, 페루, 볼리비아, 파라과이 4개국이 2011-2025년 기간 동안 ODA 중점협력국에 1-3기에 걸쳐 연속해서 선정되었다(The Government of the Republic of Korea 2021).

선진국 및 국제기구가 콜롬비아의 평화정착을 지속적으로 지원하는 것 등을 꼽을 수 있다. 하지만 이러한 이유들과 함께 콜롬비아가 중남미 유일의 6·25전쟁 파병국이라는 점이 ODA중점협력대상국 재선정 사유로 가장 크게 작용한 것은 부인할 수 없다(Choo 2021, 136; The Government of the Republic of Korea 2021).

또한 콜롬비아는 2020년 전 세계를 보건위기로 몰아넣은 코로나19 팬데믹 시기에 보건협력을 위해 우리 정부가 선정한 코로나19 대응 중점방역협력대상국 중 하나이다. 2020년 코로나19 바이러스 감염의 확산 속에서 우리나라는 신속한 진단키트 개발, 선별진료소 도입, 체계적인 선별 검사와 추적, 민관협동 체계 확립, 백신 보급과 시민 협조 체계 구축 등을 통해 코로나19 방역시스템 구축의 국제적 모범이 되었다. 이에 우리나라는 국제적으로 방역 경험 공유와 보건협력을 추진하였다. 콜롬비아, 인도네시아, 우즈베키스탄, 에티오피아 등 모두 4개국이 지정된 코로나19 대응 중점방역협력대상국은 이러한 보건협력 노력의 중심에 있었다. 우리나라는 현금지원을 통한 코로나19 진단키트 구입, 의료가기 및 치료강화를 위한 지원, 그리고 의료인 보호장비 지원 등의 협력활동을 하였다. 또한 이와 별도로 한국의 보훈처는 한국전참전용사와 가족들에게 마스크 등의 보호장비를 지원하였다(Choo 2021, 137).

살펴본 바와 같이, 한국과 콜롬비아는 6·25전쟁 파병으로 시작하여 돈독한 양국관계를 유지·발전시켜왔다.

한-콜롬비아 외교의 특징과 성과: 보훈공공외교

한국의 국제보훈외교는 다양한 방법을 통하여 꾸준히 진행되어왔다. 먼저 참전용사와 가족 초청 프로그램을 들 수 있다. 참전용사와 그 가족 초청은 1975년부터 시작하여 매년 실시하고 있다. 또한 2009년부터는 참전국 및 참전용사와의 우호관계 계승을 위해 참전용사의 손자녀 초청행사인 청소년 평화캠프(Peace Camp for Youth)를 실시하고 있다(Shin 2021, 34). 국가보훈처(2012)의 통계에 따르면, 연인원 1,941,604명의 참전용사 중 생존하고 있는 것으로 추정되는 참전용사가 436,782명이고 이 중 29,019명이 1975년부터 2012년 기간 동안 재방한 하였다. 한편 2019년 국가보훈처는 미군 전사 실종 장병 유가족 50명을 초청하여 추모 및 유해현장 발굴 현장

방문 등의 행사를 실시하였다. 또한 국가보훈처는 2019년에만 7회에 걸쳐 639명의 UN참전용사 재방한 초청 행사를 진행했으며, 후손 평화캠프와 보훈 워크숍 등을 실시하였다. 본 연구의 사례인 콜롬비아의 경우, 1975-2012년 기간 동안 생존해 있는 것으로 추정되는 1,161명의 참전용사 중 모두 171명의 참전용사가 재방한 하였다(Shin 2021, 34).

한편 6.25전쟁 당시 최빈국에서 선진국 수준으로 경제성장을 이룬 우리나라는 저개발 참전국들을 대상으로 무료 의료봉사, 참전용사 후손 장학사업 등의 보훈 사업을 전개하였다. 특히 UN 참전국 중 개발도상국으로 분류할 수 있는 에티오피아, 태국, 필리핀, 콜롬비아의 참전용사 손자녀 중에서 초등학교, 중학교, 고등학교에 재학 중인 학생들에게 1인당 1년에 36만원의 장학금을 반기별 또는 분기별로 나누어 지급하고 있다. 국가보훈처에 따르면, 2017-2019년 기간 동안 10억 5천만 원의 장학금이 지급되었다(Ministry of Patriots and Veterans Affairs 2020; Park and Park 2020, 2370).

앞서도 살펴보았듯이, 6.25전쟁으로 맺어진 혈맹으로서 한국과 콜롬비아는 돈독한 관계를 발전시켜왔다. 한국은 6.25전쟁 참전국 중 하나인 콜롬비아에 대하여 적극적인 보훈외교를 펼쳐왔다. 한국의 대콜롬비아 외교는 참전용사 대상의 직접적 지원을 핵심으로 하는 보훈공공외교는 물론 보훈을 매개로 발전된 양국관계를 유지하는 형태로 이루어졌다.

먼저 직접적 지원의 형태로 이루어지는 보훈사업을 꾸준히 실시하고 있다. 참전용사에 대한 꾸준한 직접적 지원을 상징하는 사례로 콜롬비아 6.25전쟁 참전용사 400명에 대한 코로나19 방역 물품 지원 사업을 들 수 있다. 2020년 6월 실시한 이 사업을 통해, 6.25전쟁 70주년 기념사업회는 6.25전쟁에 참전한 참전용사들에게 KF94 마스크 4만장을 비롯해 생필품, 영양제, 상품권 등을 지원하였다. 특히 콜롬비아 육군이 이 물품들을 각 참전용사 가정으로 직접 배송하는 역할을 담당하여 한국 정부의 뜻을 함께 하였다(The Overseas Korean Newspaper 2020년 6월 2일). 우리 정부는 전 지구적인 코로나19 팬데믹 시기에 콜롬비아를 코로나19 대응 중점방역협력대상국의 하나로 지정하여 각종 방역 및 의료지원을 하였을 뿐만 아니라 참전용사에 대한 직접적 지원을 실시하여 보훈의 뜻을 참전용사들에게 각 인시켰다.

콜롬비아 또한 참전을 기념하는 노력을 지속적으로 기울여왔다. 콜롬비

아 한국전쟁참전용사회 주최로 3월 불모고지(Old Baldy) 전투 기념식과 10월 금성전투기념식을, 콜롬비아한국전쟁파병해군회 주관으로 11월 파병기념식을 그리고 대한민국 무관부 주관으로 6월 기념식을 개최하는 등 매년 공식적으로만 4차례의 참전을 기념하는 행사가 콜롬비아에서 정기적으로 열리고 있다(Dong-a Ilbo 2010년 4월 12일). 그리고 2022년에는 콜롬비아 6·25전쟁 참전 70주년 기념으로 콜롬비아 대통령 국민 방한 및 콜롬비아 참전용사 특별 초청 행사가 열리기도 하였다.

보훈을 매개로 발전하고 유지된 한국과 콜롬비아의 관계는 다방면에서 관계강화를 이루었다. 우선 한국과 콜롬비아는 ‘전략적’ 관계로 명명된 양국 관계에서도 확인할 수 있듯이, 국방, 안보, 방위산업 분야에서 활발한 협력 관계를 맺어왔다(Choo 2021, 130). 그리고 한국국제협력단(KOICA)은 세사르주에서 내전 강제이주자와 원주민 대상의 카카오 생산 및 유통망 개선 프로그램을 진행하기도 하였다. 또한 대한민국 정부는 교육방송(EBS) 시스템 및 운영경험 전수, 콜롬비아 지역혁신센터 설립 프로그램 지원, 관세 전자통관시스템 수출 등의 사업을 실시하여 관계 강화에 기여하였다. 이외에도 우리나라는 콜롬비아에서 “산업클러스터를 통한 중소기업역량 강화, 과학기술단지운영 역량강화, 하수처리 환경마스터플랜 구축, 대규모 주택단지 건설 마스터 플랜, 콜롬비아 수출진흥청(Proexport) 역량강화” 등의 다양한 협력 사업을 실시하였다(Choo 2014, 7-8).

이렇듯 보훈을 매개로 발전·유지된 한국과 콜롬비아의 관계는 2011년 산토스 대통령의 방한을 계기로 개최된 청와대 영빈관 만찬에서 “한국이 과거와 같은 위기에 처한다면 콜롬비아는 언제든지 똑같은 행동을 취할 것입니다(Choo 2021, 129).”라는 산토스 대통령의 만찬사에서도 확인할 수 있듯이 주목할 만한 외교적 성과를 이루었다고 평가할 수 있다.

살펴본 바와 같이 보훈을 매개로 확장된 한국과 콜롬비아 관계는 비교적 성공적인 외교적 성과로 이어졌다. 그럼에도 불구하고 보훈을 매개로 한 한국의 대콜롬비아 외교가 공공외교적 측면에서 어떠한 성과를 가져왔으며 어떠한 한계를 지니는지에 대해서는 평가와 분석이 부족한 상황이다. 다음 장에서는 본 연구를 위해 실시한 콜롬비아 국민의 대한민국 이미지 및 6·25전쟁 파병과 보훈외교 관련 인식조사 결과를 바탕으로 보훈을 매개로 한 한국의 대콜롬비아 공공외교의 성과와 한계를 분석하고 이를 극복하기 위한

방안을 논의하기로 하겠다.

한국의 대콜롬비아 공공외교의 한계와 과제

한국의 대콜롬비아 공공외교의 한계점

한국의 대콜롬비아 공공외교의 성과를 분석하기 위하여 본 연구를 위하여 실시한 콜롬비아 국민의 대한국 이미지 조사³ 결과를 살펴보았다.

우선 <그림 1>에서 알 수 있듯이, 한국에 대한 호감도를 묻는 질문에 대하여 콜롬비아인들은 응답자의 절대다수인 60.5%가 호감도 비호감도 아닌 중립을 선택하였다. 이는 라틴아메리카의 주요국 평균의 중립 선택 비율인 55.3%보다도 유의미하게 높은 수치로서, 콜롬비아인들이 한국에 대하여 상대적으로 무관심하다고 할 수 있다. 한편 한국에 대하여 호감을 표시한 답변자는 전체 답변자의 21.5%로 비호감을 표시한 18%와 유의미한 차이를 보이지 않았다. 즉 콜롬비아 사회가 한국에 대하여 가진 감정은 대체로 무관심이며, 호감이나 비호감 어느 쪽으로도 치우쳐있지 않은 상황이다.

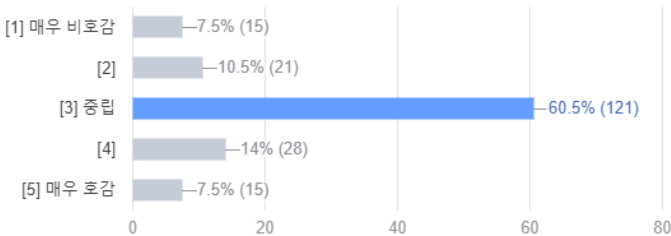


그림 1. 한국에 대한 호감도

3 본 연구의 설문조사는 2022년 부경대학교 산학협력단이 대외경제정책연구원 연구용역으로 수행한 “한국의 대중남미 공공외교방안” 연구를 위해 실시한 것의 일부이다. 오픈서베이(Open Survey)에 의뢰하여 실시한 설문조사는 2022년 5월 13일부터 19일 사이 콜롬비아의 20세 이상 성인 200명을 대상으로 하였다. 조사방법은 모바일 웹 브라우저를 통한 응답 수집이었으며, 표본오차는 95% 신뢰수준에서 $\pm 2.6\%$ 포인트이다.

한국에 대한 콜롬비아인들의 중립적 태도를 확인할 수 있었던 호감도 문항과는 달리 한국 경제에 대한 콜롬비아인들의 호감도는 매우 높았다. <그림 2>에서 확인할 수 있듯이, 한국 경제에 대하여 매우 긍정적이라는 응답이 전체의 38.5% 그리고 긍정적이라는 응답이 27.5%로 전체 답변자 중 한국 경제에 대해 긍정적이라는 답변이 모두 66%에 달했다. 반면 부정적이라는 답변은 9%에 불과했다. 콜롬비아인들의 한국 경제에 대한 이러한 긍정적 평가는 콜롬비아에서 한국의 경제 성장에 대한 인지도가 매우 높다는 점을 보여준다.

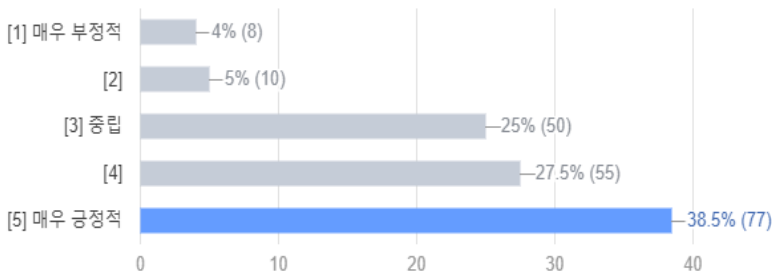


그림 2. 한국 경제에 대한 호감도

한국 경제에 대한 높은 호감도와 함께 콜롬비아 사회에 대한 한국 기업의 기여에 대해서도 긍정적인 답변이 많았다. 한국 기업이 콜롬비아의 발전에 기여하고 있느냐는 질문에 대하여 전체 응답자의 절반이 넘는 56.5%가 그렇다 또는 매우 그렇다고 답변했다. 이에 반해 그렇지 않다거나 전혀 그렇지 않다고 응답한 비율은 5.5%에 불과했다. 한국 경제에 대한 높은 평가가 한국 기업의 콜롬비아 사회에 대한 기여와 연동되어 긍정적으로 작용한다는 점은 향후 대콜롬비아 공공외교에서 경제와 민간 부문이 담당할 수 있는 역할에 대한 논의를 가능케 하는 부분이다.

한편 설문조사 결과를 통해, 한국 경제에 대한 높은 호감도와 함께 한국 문화에 대한 긍정적 인식 또한 확인할 수 있었다. 한국의 음악, 영화, 음식 등과 같은 현대문화에 대한 인식을 묻는 질문에 대해 <그림 3>에 나타난 바와 같이 전체 답변자 중 60.5%가 호감을 보인 반면, 비호감을 표시한 답변자는 10%에 불과했다. 경제에 대한 호감도와 비교할 때, 매우 강한

호감을 표시한 답변자가 상대적으로 적어, 호감의 강도는 상대적으로 약했지만, 경제와 함께 문화 부문이 한국에 대한 긍정적인 이미지를 확장시키는 중요한 요소의 하나로 자리 잡았다는 것을 확인할 수 있다.

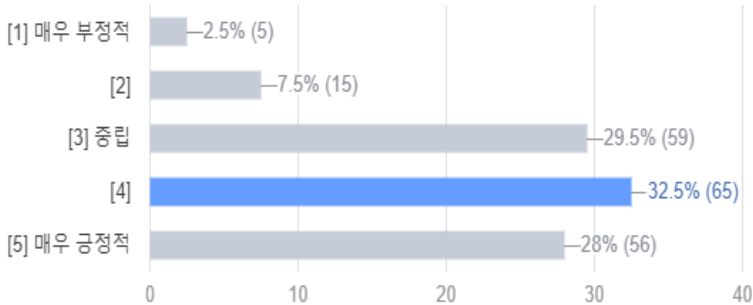


그림 3. 한국 문화에 대한 호감도

한국 문화에 대한 호감도의 대상을 구체적으로 알아보기 위해 어떠한 한국 문화 콘텐츠에 관심이 있는지를 복수로 답변하게 하였다. 이 질문을 통하여 콜롬비아인들이 관심을 갖는 한국 문화 콘텐츠를 확인할 수 있었다. 먼저 가장 주목을 끄는 결과는 K-Pop에 대해 예상외로 낮은 관심도였다. 기존의 여러 라틴아메리카의 한류에 대한 기사 및 저술에서 언급한 K-Pop은 복수 답변임에도 불구하고 29번만 언급되며 14.5%를 기록하는데 그치며 예상보다 낮은 관심을 받았다. <그림 4>에서 알 수 있듯이, 응답자들이 가장 관심을 보인 한국 문화 콘텐츠는 한국의 전통문화였으며, 두 번째는 한국어 그리고 세 번째는 한국 음식이었다. 소위 한류 문화의 핵심이라 불리는 K-Pop이나 K-드라마 등의 대중문화가 전통문화, 음식, 언어보다 낮은 관심의 대상이라는 점은 한류를 중심으로 설계되는 다양한 공공외교 정책에 시사하는 바가 크다.

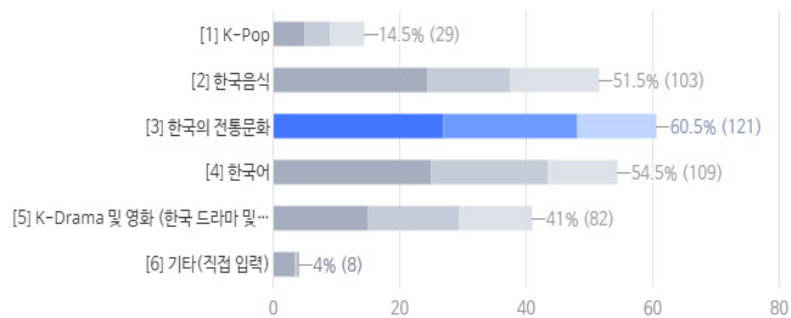


그림 4. 한국 개별 문화에 대한 관심도 (복수 선택)

한편 연령대 별로 살펴본 결과 K-Pop은 연령대가 낮을수록 관심이 높았다. 반면 음식, 전통문화, 한국어, 드라마 및 영화 등은 K-Pop과 달리 연령대와 관계없이 고른 관심을 받았다. 이 조사의 결과는 앞서 언급한 바와 같이 K-Pop을 중심으로 한 기존의 대콜롬비아 공공외교의 효율성이 제한적일 수 있다는 점을 보여준다. 반면 모든 연령대에서 고른 관심을 받은 한국음식과 한국 드라마 및 영화 그리고 가장 많은 관심을 받은 전통문화 등이 한국 문화 중 공공외교의 수단으로 효율성이 높을 수 있을 것으로 사료된다.

표 3. 한국 개별 문화 관심도, 연령별 분석

전체 응답 ↓	연령 (10세 단위)					
	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
객관식 순위 (1 ~ 3 순위까지)						
Q18. 귀하는 한국 문화 중 어떤 것에 가장 관심을 가지고 있으신가요? 관심있는 순서대로 최대 3순위까지 골라주세요.						
응답 수	200	51	74	49	21	5
K-Pop	14.5	21.6	14.9	12.2	4.8	-
한국음식	51.5	56.9	47.3	49	57.1	60
한국의 전통문화	60.5	60.8	59.5	69.4	57.1	-
한국어	54.5	70.6	52.7	44.9	52.4	20
K-Drama 및 영화 (한국 드라마 및 영화)	41	37.3	52.7	26.5	42.9	40
기타(직접 입력)	4	-	2.7	8.2	4.8	20
계	226	247.1	229.7	210.2	219	140

*파란색: 통계상 유의미하게 낮음 ** 붉은색: 통계상 유의미하게 높음

한국의 경제와 문화에 대한 콜롬비아 사회의 높은 호감도에 비하여 한국과 콜롬비아의 외교 관계에 대한 콜롬비아인들의 평가는 한국에 대한 일반적인 호감도와 비슷한 중립적 성향을 보였다. <그림 5>에서 볼 수 있듯이 한국과 콜롬비아의 외교관계에 대한 의견을 묻는 항목에 대하여 응답자의 절대 다수인 53%가 부정도 긍정도 아닌 중립을 선택하였다. 부정적이라는 답변이 14%, 긍정적이라는 답변이 33%로, 긍정적이라는 답변이 부정적이라는 답변보다 통계상 유의미한 수준에서 높았다는 점은 고무적이다. 하지만 여전히 절반이 넘는 응답자가 한국과 콜롬비아의 관계에 대하여 직접적인 평가를 유보했다는 것은 한국에 경제에 대한 호감과 한국 문화에 대한 선호도의 상승이 아직 한국과 콜롬비아의 관계에까지 직접적인 영향을 끼치지 못하고 있다고 분석할 수 있다.

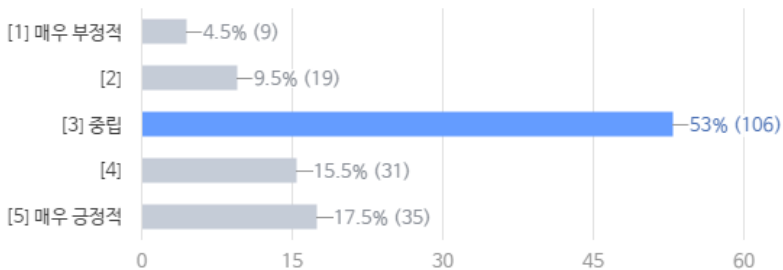


그림 5. 한·콜롬비아 외교 관계에 관한 의견

한국은 한·콜롬비아 외교 관계를 돈독히 하고 대콜롬비아 공공외교를 효율적으로 실행하는 방법의 하나로 보훈외교를 적극적으로 추진해왔다. 앞서 살펴본 바와 같이 한국 정부는 다양한 방식을 통하여 콜롬비아의 6·25전쟁참전을 기념하고 참전 용사에게 보답하는 활동을 통하여 한국과 콜롬비아의 관계를 증진함은 물론 콜롬비아 내 한국의 국가이미지 향상을 위해 노력하였다.

그럼에도 불구하고 콜롬비아의 한국전쟁⁴ 참전에 대한 콜롬비아인들의 인지도는 예상보다 낮은 것으로 드러났다. 아래 <표 4>에 나타난 바와 같이

4 본 연구를 위한 설문조사에서는 6·25전쟁이 아닌 한국전쟁으로 표기하였다. 이는 콜롬비아인들이 6·25전쟁보다 한국전쟁이라는 표기를 더 많이 접하였기 때문이다.

한국전쟁에 대하여 모른다고 한 응답자가 전체의 44%로 가장 높았고, 한국 전쟁에 대해서는 알고 있으나 콜롬비아의 참전에 대하여 모른다고 응답한 수가 13.5%로 전체 응답자 중 57.5%가 콜롬비아의 한국전쟁 참전에 대하여 모르고 있었다. 콜롬비아의 한국전쟁 참전에 대하여 알고 있다고 응답한 비율은 42.5%로 절반에 못 미쳤으며, 자세히 알고 있다는 답변자는 8.5%에 불과했다. 국민의 42.5%가 콜롬비아의 한국전쟁 참전 사실을 알고 있다는 점은 비록 그렇지 않은 인구의 비율이 높지만 그리 낮은 수치라고 할 수는 없다. 하지만 한국의 대콜롬비아 공공외교의 핵심에 콜롬비아의 한국전 참전에 대한 보훈외교가 중요한 역할을 해왔다는 점을 고려한다면 여전히 절반이 넘는 인구가 콜롬비아의 한국전 참전에 대하여 인지하지 못하고 있다는 점은 아쉬운 부분이다.

표 4. 콜롬비아의 한국전 참전에 대한 인지도

	개	성별		연령(10대 단위)				
		남	여	20대	30대	40대	50대	60대 이상
응답 수	200	95	105	51	74	49	21	5
한국전이 있다는 것을 몰랐다.	44.0	31.6	55.2	41.2	58.1	32.7	33.3	20.0
콜롬비아가 한국전에 참전했는지 사실은 알고 있으나, 자세한 내용은 모른다.	34.0	41.1	27.6	37.3	23.0	36.7	52.4	60.0
한국전이 있었다는 것은 아니나, 콜롬비아가 참전한 사실은 몰랐다.	13.5	13.7	13.3	11.8	13.5	22.4	-	-
콜롬비아가 한국전에 참전했는지 사실은 알고 있으며, 이에 대해 자세히 설명할 수 있다.	8.5	13.7	3.8	9.8	5.4	8.2	14.3	20.0
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

*파란색: 통계상 유의미한 낮은 수치 ** 붉은색: 통계상 유의미한 높은 수치

흥미로운 점은 남성의 경우 한국전 자체에 대한 인지도는 여성에 비하여 매우 높다는 것이다. 아마도 남성의 의무복무제를 채택하고 있는 콜롬비아에서 군복무 경험이 있는 남성들의 경우 군에서의 교육 등을 통해 콜롬비아의 한국전쟁 참전을 인지하고 있는 비율이 높은 것으로 추측된다. 한편 여성의 경우 한국전의 존재 자체를 모른다고 답변한 응답자가 50%를 넘어 한국전에 대한 낮은 인지도를 보여주었다. 연령별로는 30대 그룹에서 한국전에 대한 인지도가 매우 낮게 나타났다. 이들은 한국전에 대해서도 잘 모르고

콜롬비아가 한국전에 참여한 사실도 잘 모르는 집단으로 파악된다. 이는 보훈공공외교의 새로운 과제를 제시하고 있다. 즉 이러한 설문 결과는 향후의 보훈공공외교가 6.25전쟁이라는 특수한 역사적 이벤트가 매개가 되어 특정 젠더와 연령군에게 정책의 영향이 집중되었던 기존의 한계를 극복하고 광범위한 대상으로 효과가 확장될 수 있도록 방식을 개선할 것을 요구하고 있다.

한편 설문 결과에 따르면, 콜롬비아의 한국전 참전 사실에 대한 인지도는 참전에 대한 평가와 연동되어 나타났다. <그림 6>에서 볼 수 있듯이, 콜롬비아의 한국전 참전에 대하여 알고 있다고 답한 응답자를 대상으로 참전에 대한 평가를 묻는 항목에 대하여 전체 응답자 중 72.4%가 긍정적이거나 매우 긍정적이라고 답변했으며, 3.5%만이 부정적이라고 답변하였다. 매우 부정적이라고 답변한 사람은 아무도 없었다. 이는 콜롬비아의 한국전 참전 사실에 대한 인지도 상승이 보훈외교의 효과 상승으로 이어질 가능성이 있다는 점을 시사한다.

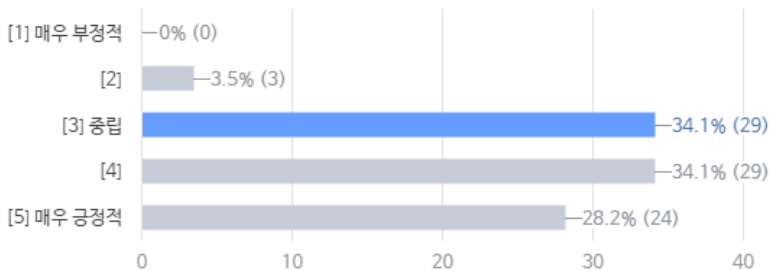


그림 6. 한국전 참전에 대한 평가

하지만 콜롬비아의 한국전 참전에 대한 인식보다 아쉬운 설문 조사결과 는 한국의 보훈외교에 대한 인지도이다. 아래 <표 5>에서 나타난 바와 같이 전체 응답자 중 80.5%가 한국이 한국전쟁에 참전한 콜롬비아인들에 보답하기 위한 보훈활동이 있는지 전혀 몰랐다고 답변했다. 대콜롬비아 공공외교의 중요한 틀이자, 한국 외교의 주요 성과로 꼽히는 보훈외교에 대한 콜롬비아인들의 낮은 인지도는 앞서 언급한 보훈공공외교의 확장이 매우 필요하다는 것을 보여준다. 오직 29.5% 정도가 보훈외교에 대하여 들어본 적이

있거나 직접 경험한 적이 있다고 답변한 부분도 이 같은 필요성을 다시 한 번 확인해준다.⁵

표 5. 한국의 대콜롬비아 보훈외교에 대한 인지도

응답수	200
한국이 한국전에 참전한 콜롬비아인들에게 보답하기 위한 외교적 활동이 있는줄 전혀 몰랐다.	80.5
한국이 한국전에 참전한 콜롬비아인들에게 보답하기 위한 외교적 활동이 있다고 들었으나, 어떠한 보답이 이루어지고 있는지 잘 모른다.	14.5
한국이 한국전에 참전한 콜롬비아인들에게 보답하기 위해 어떠한 외교적 활동을 하는지 알고 있다.	4.0
나 혹은 주변 지인이 한국전에 참전했으며 한국이 실시하는 보답을 받은 적이 있다.	1.0
계(%)	100

하지만 콜롬비아 사회 일반의 보훈외교에 대한 낮은 인지도를 이유로 보훈외교의 효과 자체를 부정하기는 어렵다. 아래 <표 6>에서 알 수 있듯이 콜롬비아 내에서 한국의 이미지 제고를 위한 해결 과제를 묻는 질문에 대하여 48%의 응답자가 경제력에 걸맞은 개발도상국에 대한 협력과 도움 강화를 답했기 때문이다. 보훈외교는 우리에게 도움을 주었던 국가에게 도움을 갚는다는 정신에 기반을 둔 일련의 외교 활동으로, 직접 참전한 용사들에 대한 보훈활동도 중요하지만 참전국과의 유대 강화를 위한 매개 수단으로 활용될 수 있기 때문이다.

5 익명의 심사자도 지적했듯이, 콜롬비아 일반국민 200명을 대상으로 실시한 본 연구의 설문조사로 한국의 대콜롬비아 보훈공공외교의 성과를 파악하기에는 한계가 있다. 이러한 점을 보완하기 위해 후속 연구에서는 전문가 그룹을 대상으로 하는 설문조사 및 인터뷰 등의 조사방법을 활용하는 것이 필요하다.

표 6 콜롬비아 내 한국 이미지 제고를 위한 해결 과제 (복수 선택)

응답수	200
경제력에 걸맞은 개발도상국에 대한 협력과 도움 강화	48.0
남북문제의 평화적 해결	41.5
한국의 적극적인 문화자산(한류) 홍보	35.5
자국내 한국기업의 적극적 진출	35.0
적극적인 국제기구 활동	29.5
세계적인 브랜드 개발	27.5
한국인 2세의 자국내 활약과 공헌	18.5
기타(직접입력)	1.5
계(%)	237.0

공공외교의 시행과 효율적인 홍보를 위한 방식을 도출하기 위해 콜롬비아에서 한국에 대한 정보를 획득하는 경로에 대한 설문 조사를 실시하였다. <표 7>에서 알 수 있듯이, 콜롬비아에서 한국에 대한 정보를 취득하는 경로로는 소셜미디어, 유튜브와 같은 뉴미디어가 68.5%로 압도적인 선택을 받았다. 이어 신문, 잡지, 기성 언론 등의 올드미디어가 46.5%를 차지했고 그 뒤를 이어 온라인 검색이 40.5%를 얻어 세 번째를 차지했다. 전체 답변을 살펴보면, 콜롬비아인들이 한국 관련 정보를 취득하는 창구로는 온라인을 활용한 방식이 가장 중요한 역할을 하고 있다.

표 7. 한국 관련 정보 취득 경로 (복수 선택)

응답수	200
딱히 한국에 대한 정보를 습득하고 있지 않음	5.5
뉴미디어(소셜미디어, 유튜브 등)	68.5
올드미디어(신문, 잡지, 기성언론매체)	46.5
온라인 검색	40.5
교육기관(대학, 학교 등)	12.0
지인(가족 혹은 친구)	11.5
관광 및 관광안내서	8.5
기타(직접 입력)	1.5
계(%) ⁶	194.5

이러한 결과는 기존의 공공외교 및 보훈외교의 방식을 다시 한 번 살펴보는 계기를 제공한다. 기존의 공공외교 및 보훈외교의 범위를 확장하여 뉴미디어를 활용한 콜롬비아의 한국전 참전 사실을 알려내는 노력, 그리고 참전국에 대한 한국의 지원 의지와 정책들을 홍보하는 다양한 방식이 도출되어야 할 필요가 있다.

결론적으로 콜롬비아 국민의 6·25전쟁 파병 및 보훈외교에 대한 인식 관련 설문 결과는 한국의 대콜롬비아 보훈외교의 발전을 위한 몇 가지 한계와 과제를 제시하고 있다. 첫째, 콜롬비아 국민의 6·25전쟁 파병 사실에 대한 인식이 낮다는 것을 보여준다. 둘째, 파병사실에 대한 인식이 상대적으로 낮음에도 불구하고, 파병 사실을 인지하고 있는 경우, 파병에 대한 평가는 긍정적이다. 이는 보훈외교의 확대 및 발전가능성을 보여주는 결과이다. 마지막으로, 한국이 지속적으로 추진한 대콜롬비아 보훈외교가 80% 이상의 다수 콜롬비아 국민에게 효율적으로 인식되지 못했다는 점은 향후 대콜롬비아 공공외교 특히 보훈외교의 효율적 확대 방안에 대한 필요성을 제시하고 있다. 다음 장에서는 보훈외교의 한계를 다시 한 번 고찰하고 이러한 한계를 극복할 수 있는 구체적인 방안을 제시해보겠다.

한국의 대콜롬비아 보훈공공외교의 과제와 제안

지금까지 살펴 본 한국의 대콜롬비아 공공외교와 본 연구를 위해 실시한 콜롬비아 국민의 대한국 이미지 조사 결과는 대콜롬비아 한국 외교의 한계와 과제를 제시해준다. 이에 본 연구는 향후 한국의 대콜롬비아 공공외교 특히 성공적 보훈공공외교를 위한 몇 가지 제안을 하고자 한다.

첫째, 국제보훈외교의 체계화이다. 먼저 국제보훈외교의 체계적 추진을 위해 6·25전쟁 참전국 및 지원국을 조직하는 국제조직인 ‘6·25전쟁 참전국 및 지원국 네트워크’의 창설이 필요하다. 보훈처⁶, 외교부, 그리고 국방부 등의 정부부처가 협력하여 운영할 ‘6·25전쟁 참전국 및 지원국 네트워크’는 국제보훈외교를 위한 기본적 체제의 역할을 할 뿐만 아니라 보훈외교를 매개로 정치, 경제, 사회, 문화 등 다방면으로 관계를 확장·촉진하는 역할을

6 ‘한국전쟁 참전국 및 지원국 네트워크’는 보훈처에서 승격할 ‘보훈부’가 중심이 되면 효율성이 높을 것이다.

할 수 있을 것이다. 덧붙여 참전국 및 지원국 네트워크의 활성화는 그동안 보훈외교 영역에서 상대적으로 소외되었던 물자지원국 및 전후복구지원국에 대한 보훈외교 활성화의 계기가 될 것이다.

둘째, 보훈외교의 다각화이다. 보훈을 매개로 한 기존의 대콜롬비아 외교는 참전용사를 중심으로 한 직접적 지원과 보훈을 통해 발전한 양국 관계를 다방면에서 발전시키는 방식으로 진행되었다. 그런데 이러한 한국의 대콜롬비아 보훈외교에서 공공외교적 성격이 강한 보훈을 매개로 한 대국민 보훈외교의 다각화가 필요한 현실이다. 즉 참전용사에 대한 직접적 지원과 보훈을 물꼬로 발전된 양국 관계를 방산, 국제개발, 경제협력 등의 다방면으로 확산시켜 양국관계를 성공적으로 강화시켰음에도 불구하고 보훈을 매개로 한 성공적 공공외교로 이루어지는데 가장 중요한 역할을 할 수 있는 대국민 보훈외교 부분에서 미흡했다는 아쉬움이 있다. 이러한 한계를 극복하기 위해 콜롬비아의 6·25전쟁 참전의 활약 및 이후 진행된 한국의 대콜롬비아 보훈 외교 교육 관련 매체 개발 사업이 필요하다. 이는 군교육 교재, 대중 TV프로그램, 그리고 콜롬비아의 6·25전쟁 참전 및 이후 진행된 보훈 외교 관련 내용이 포함된 콜롬비아 특화 한국어 교재 개발과 보급 등의 방법을 통해 가능할 것이다.⁷

셋째, 대콜롬비아 공공외교 채널의 다양화이다, 특히 디지털 공공외교의 강화가 필요하다. 살펴본 바에 따르면, 한국에 대한 정보습득 경로로 가장 많이 제시된 것이 소셜미디어 같은 뉴미디어라는 점은 여러 가지 시사점을 준다. 즉 신문 및 방송, 또는 정규교육기관 같은 전통적 정보습득 경로에서의 공공외교 강화의 필요성이다. 또한 콜롬비아 국민의 정보습득 경로로 뉴미디어의 활용이 높다는 점은 디지털공공외교의 질적·양적 확대모색의 필요성을 제시해준다고 할 수 있다.

마지막으로, 보훈외교를 넘어서 평화외교로의 확장이다. 오랜 기간 내전에 시달린 콜롬비아는 2016년 최대 반군조직인 콜롬비아무장혁명군(FARC)와의 평화협정을 계기로 평화정착과 재건을 위해 노력하고 있다. 오랜 분단국이자 그 어느 국가보다 평화유지가 절실한 우리나라와 콜롬비

7 2020년 미국의 비영리재단 ‘한국전쟁 유업재단’이 국가보훈처의 후원하에 한국전쟁에 참전한 22개 국가별로 역사적 의미를 담은 교육자료집을 국가별로 구성된 ‘역사교사 네트워크’의 주도로 작성하여 향후 7년 간 단계적으로 출간하겠다고 발표하였으며, 2020년 미국에서 초·중·고등학교용 교육자료집이 발간되었다(Yonhap News 2020년 6월 21일).

아가 보훈을 넘어 평화를 매개로 관계를 맺는 것은 필요할 뿐만 아니라 국제적으로도 요구되는 사안이다. 특히 내전 이후 오랜 기간 폭력에 시달려 온 콜롬비아는 평화와 관련된 연구와 활동과 관련한 토대구축을 위해 노력해왔다. 또한 평화정착과 유지를 위한 콜롬비아의 경험은 독일통일의 경험만큼이나 향후 한반도 평화 정착 및 유지 과정에 교훈을 제공할 것이다.⁸ 콜롬비아 평화협상 및 정착 과정에 대한 연구 및 연구 성과 공유를 위한 제도 마련이 반드시 필요한 이유이다. 평화 정착과 유지를 위한 협력강화와 이를 위한 방법의 개발은 양국 관계의 증진뿐만 아니라 세계평화를 위한 초석이 될 것이다.

결론

본 연구는 라틴아메리카 20개국 중 유일한 6·25전쟁 참전국인 콜롬비아 사례를 중심으로 국제보훈외교의 효율적 시행 방안을 살펴보는 것을 목적으로 한다. 한국과 콜롬비아는 1962년 정식으로 국교를 수립하였으며 콜롬비아의 한국전 참전을 계기로 양국관계는 혈맹(血盟, Alianza de Sangre)으로 지칭되며 각별한 관계를 유지해왔다. 한국과 콜롬비아는 2011년 ‘전략적 협력동반자관계’를 맺었으며, 2013년에는 자유무역협정을 체결하였다. 또한 콜롬비아는 ODA중점협력대상국이며, 코로나19 대응 중점방역협력대상국 중 하나로 한국의 국제협력사업 주요 대상국이기도 하다.

먼저 본 연구는 한국과 콜롬비아의 외교 역사에 대한 고찰을 통해 한국과 콜롬비아가 카리브 지역을 포함하여 33개국에 달하는 라틴아메리카 지역 국가 중 눈에 띄는 우호적 관계를 유지·발전시켜온 동인으로 6·25전쟁 참전과 이후 전개된 보훈외교가 큰 역할을 했다는 것을 확인하였다. 그러나 이러한 성과에도 불구하고 한국의 대콜롬비아 보훈외교가 콜롬비아 국민들을 대상으로 어떤 성과를 거두었으며 어떠한 한계를 보이고 있는지 살펴볼 필요가 있다. 이에 본 연구는 이러한 한국의 대콜롬비아 보훈외교의 성과와 한계를 살펴보기 위해 콜롬비아 국민들을 대상으로 대한국 이미지 설문조사를 실시하여 다음의 사실을 확인하였다. 첫째, 콜롬비아 국민의 한국전쟁

8 콜롬비아 보고타에 본부를 두고 있는 콜롬비아-독일평화연구소(Instituto Colombo-Alemán para la Paz-CAPAZ)는 콜롬비아 평화 정착을 위한 연구와 교육을 수행하고 있으며 독일 외교부가 후원하고 있다.

파병 사실에 대한 인식이 낮다. 둘째, 파병사실에 대한 인식이 상대적으로 낮음에도 불구하고, 파병 사실을 아는 경우 비교적 파병사실에 대해 긍정적 태도를 가졌다. 이는 보훈외교의 확대 및 발전가능성이 있다는 것을 알려준다. 마지막으로, 한국이 지속적으로 추진한 대콜롬비아 보훈외교가 대다수 콜롬비아 국민에게 전혀 인식되지 못했다. 이러한 설문조사 결과를 근거로 본 연구는 향후 한국의 대콜롬비아 공공외교 특히 성공적 보훈공공외교를 위한 몇 가지 발전방안을 제시하였다.

첫째, 국제보훈외교의 체계화이다. 먼저 국제보훈외교의 체계적 추진을 위해 6·25전쟁전쟁 참전국 및 지원국을 조직하는 국제조직인 ‘한국전쟁 참전국 및 지원국 네트워크’의 창설 필요를 제시하였다. 둘째, 보훈외교의 다각화이다. 보훈외교의 다각화는 참전용사에 대한 직접적 지원과 보훈을 중심으로 전개되어온 기존의 보훈외교를 콜롬비아 국민에 대한 대국민 공공외교로 발전시킬 것을 제시하였다. 특히 본 연구는 군교육 교재, 대중 TV프로그램, 한국어 교재 등 콜롬비아의 한국전 참전의 활약과 보훈외교 내용을 포함하는 한국의 대콜롬비아 보훈 외교 교육 관련 매체 개발 사업을 제안하였다. 셋째, 대콜롬비아 공공외교 채널의 다양화이다, 특히 디지털 공공외교의 강화 필요성을 제시하였다. 마지막으로, 보훈외교를 넘어서 평화외교로의 확장을 제안하였다. 평화 정착과 유지와 관련된 경험의 상호교환을 위한 제도적 기반의 구축은 양국 관계의 증진뿐만 아니라 세계평화를 위해서도 필요한 일이 될 것이다.

참고문헌

- Atehortúa Cruz, Adolfo León(2008), “Colombia en la guerra de Corea,” *Folios*, No. 27, pp. 63-76.
- Barbosa, Fernando(2012), “Colombia y Corea: un camino son recorrer,” *Revista Análisis Internacional*, 1(6).
- Choo, Jong-Youn(2021), “Special Relationship between Korea and Colombia,” *Foreign Relations*, No. 137, pp. 126-141.
- Kim, Jong-Sung(2005), *The Korean Veterans Policy(Hankukbohunjeongchaekron)*, Seoul: Iljinsa.
- Kim, Sangbae et al.(2019), *Public Diplomacy in the Age of Globalization(Jiguwhasidaeu Gonggongoeigyo)*, Sahoepyungnon Academy.
- Kwon, Hee-Young(2008), “The Politics of Memory and the Policy of Patriots and Veterans Affairs,” *Journal of Patriots and Veterans Affairs in the Republic of Korea*, Vol. 7, Iss. 1, pp. 5-27.
- Ministry of National Defense(2005), *Let's Find Out! The History of 6-25 War(Alabobsida 6-25 Jeonjangsa)*, Seoul: Ministry of National Defense Institute for Military History.
- Ministry of Patriots and Veterans Affairs(2020), *Annual report of patriots and veterans affairs, Seoul: Ministry of Patriots and Veterans Affairs.*
- Nye, Joseph S.(2004), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
- Oh, Il-Whan(2015), “Ch. 5 National Security Effect of International Veterans Policy(Kukjebohuneu Anbo Hyogwa),” *Korea Association of National Thought*, Vol. 9, No. 4, pp. 119-148.
- Park, Jungeun and Gukho Park(2020), “Post Covid-19 Era, A Study on Sustainable Veterans Diplomacy-Focusing on Links to Overseas Korean Language Education,” *The Journal of Humanities and Social Sciences 21*, Vol. 11, No. 6, pp. 2365-2380.
- Ra, Mi-Kyoung(2015), “Veterans and Diplomacy: Expansion of Veterans Policy through Public Diplomacy,” *Journal of Patriots and Veterans Affairs in the Republic of Korea*, Vol. 14, No. 4, pp. 7-32.
- Ra, Mi-Kyoung(2020), “A New Horizon of Veterans Diplomacy in the Era of Peace: From Traditional Diplomacy to National Diplomacy,”

- Journal of Patriots and Veterans Affairs in the Republic of Korea*, Vol. 19, No. 2, pp. 89-110.
- Roldán Pérez, Adriana and Edgar Vieira Posada(2015), *Colombia y Corea del Sur: hacia una asociación estratégica de cooperación*, CESA - Colegio de Estudios Superiores de Administración.
- Shin, Mi-Ae(2021), “Implications of Korean Veterans Diplomacy in the Diplomatic Perspective: the Comparative Study on Overseas Veterans Policy,” *Journal of Northeast Asian Studies*, Vol. 26, No. 2, pp. 27-44.
- Song, Khee-Don(2020), “Ch. 1 Conceptual Understanding of Public Diplomacy”, Moon, Kyungyon, Song Khee-Don, Park Jiyou. eds. 2020. *Public Diplomacy: Theories & Cases*, Seoul: Oruem Publishing House.
- Song, Saem and Yoo Ho-Keun(2021), “A Study on Public Diplomacy through International Veterans Policy: Focusing on Diplomatic Cases in Africa,” *Journal of Patriots and Veterans Affairs in the Republic of Korea*, Vol. 20, No. 2, pp. 57-84.
- Suh, Kyeong Sil and Shin Jin(2020), “The Study of Limitations in Local Government’s Implementation of Public Diplomacy and Proposals: Focused on Daejeon Metropolitan City,” *Korea and Global Affairs*, Vol. 4, No. 3, pp. 115-136.
- The Government of the Republic of Korea(2021), *ODA Priority Partner Countries Reselection*, 36th The ODA Committee (36-3).
- Yi, Sang-Hyun(2021), “Catalonia’s Local Public Diplomacy and Independence Movement,” *Estudios Hispánicos*, No. 101, pp. 193-214.
- Yoo, Ho-Keun(2015), “Political Economy of Veterans Diplomacy: Context and Implications,” *The Journal of Political Science & Communication*, Vol. 18, No. 1, pp. 71-95.

Article Received: 2022. 11. 21

Revised: 2022. 12. 19

Accepted: 2022. 12. 21

한국의 대브라질 공공외교의 현황과 과제*

정호윤**

부경대학교

ABSTRACT

Current Status and Future Directions of Korea's Public Diplomacy toward Brazil: The main purpose of this study was to provide policy implications by reviewing the current status of Korean cultural diplomacy in Brazil analyzing the results of a survey. Currently, government agencies such as the Korean Embassy in Brazil, the Korean Cultural Center, and Sejong Institute are the main actors in Korea's cultural diplomacy, and the role of private organizations such as the Korean community in Brazil and the Korea-Brazil Society is also prominent. As a result of the survey analysis, seven policy suggestions were derived as follows. First, a series of activities are needed to provide the Brazilian public with correct political, economic, and social information about Korea through diversification in the field of public diplomacy. Second, Korea's attractiveness to the political, economic, and social system should be actively promoted. Third, it is required to establish a comprehensive cultural diplomacy strategy that encompasses not only K-Pop but also more diverse modern and traditional cultural genres. Fourth, 'Diaspora Public Diplomacy' should be promoted by utilizing Korea's overseas diaspora assets. Fifth, based on a partnership between the government and companies, it is necessary to develop corporate public diplomacy in Brazil that can promote various corporate social responsibility (CSR) activities. Sixth, it is necessary to provide the Brazilian public with contents related to development cooperation activities, the willingness to solve the Korean Peninsula problem peacefully, and the contribution of Korean companies to Brazil. Finally, the

* 본 연구는 대외경제정책연구원(KIEP)의 지원을 받아 수행되었으며, 2022년 세계지역전략연구 보고서 “한국의 대중남미 공공외교 강화 방안”의 내용을 수정·보완한 것임.

** Ho-Yoon Jung is an assistant professor of Division of International and Area Studies and Department of Global Area Studies at Pukyong National University, Korea (hoyoon@pknu.ac.kr).

development of digital public diplomacy in Brazil is also required.

Keywords: Korea, Brazil, Public Diplomacy, Cultural Diplomacy, Survey / 한국, 브라질, 공공외교, 문화외교, 설문조사

서론

우리나라는 2010년 전통적인 정무·경제외교와 더불어 공공외교를 한국 외교의 3대 핵심 축으로 설정한 이래 시행체계 정비를 포함하여 공공외교 자원 확보를 위한 제도적 공고화 노력을 지속해 오고 있다. 특히 지난 2016년 8월에는 공공외교법이 발효되며 그간 문제점으로 지적되어 왔던 공공외교 사업의 분절화(fragmentation)를 해결함과 동시에 공공외교위원회를 구성하는 등 외교부 내 컨트롤 타워를 구축하며 공공외교 수행체계의 통합과 일원화를 제고하였다. 이러한 공공외교는 우리나라가 지닌 고유의 매력과 문화적·역사적 자산을 기반으로 국가이미지와 국가브랜드를 제고함으로써 국제사회에서 영향력을 확보할 수 있는 효율적인 수단으로 간주되고 있으며, 그 중요성은 오늘날 더욱 대두되고 있다고 할 수 있다. 특히 우리나라는 지난 2021년 7월 유엔무역개발회의(UNCTAD)에서 선진국으로 지위가 격상되었으며, 이에 따라 오늘날 중견국(middle power)¹ 지위를 인정받고 있는 한국은 한반도 주변 이해당사국인 주요4강을 너머 보다 공공외교의 대상을 다각화할 필요성이 제기되고 있다.

2022년은 한국과 중남미 15개국² 간 수교 60주년을 맞이하는 해로, 그간 양자 간 호혜적·우호적 관계를 지속해 왔다. 그 가운데 한국은 1959년 중남미 국가 가운데 브라질과 최초로 수교하였으며, 수교 직후 1996년 김영삼 대통령이 최초로 브라질에 국빈방문한 이래 양국 간 경제통상분야를 중심으로 포괄적 범위를 아우르는 양자관계가 더욱 가속화되기 시작하였다(Jo 2009). 오늘날 한-브라질 양자 간 협력은 주로 경제분야에 집중되어 있으

1 중견국(middle power)이란 일반적으로 특정 국제 이슈나 문제에서 그들의 기능적 능력에 의거해 역할이 규정되는 국가를 의미하며, 다른 한편으로 평화유지, 다자주의 등에 대한 이해와 같은 중간 권력 특성을 보이는 국가를 일컫는다. 중견국은 보통 강대국(great power)과 약소국(weak states) 사이에서 크지도, 작지도 않은 중간 규모의 국가로 인식된다(Chapnick 1999, 73).

2 멕시코, 니카라과, 아르헨티나, 콜롬비아, 온두라스, 칠레, 도미니카공화국, 파라과이, 코스타리카, 엘살바도르, 아이티, 파나마, 에콰도르, 자메이카, 과테말라이다.

며, 특히 에너지 및 자동차, ICT 융복합, 그리고 보건의로 협력이 주요 경제 협력 의제로 부상중이다. 이처럼 한국과 브라질은 지구 대척점에 위치한 지리적 한계에도 불구하고 21세기에 들어서며 양자관계의 새로운 지평을 확장하고 있으며, 이러한 상호교류의 증대와 심화의 흐름 속에서 2019년 양국 수교 60주년을 맞이하였다. 특히 2010년을 기점으로 경제통상 분야 뿐만 아니라 한-브라질 간 문화교류가 확대되고 있다는 점은 매우 고무적라 할 수 있을 것이다(Jung 2021). 이러한 맥락에서 중남미지역의 경제대국이자 지역강국(regional power)로 자리매김한 브라질을 대상으로 한 한국의 효율적인 공공외교 전략의 수립과 전개가 요구되고 있는 시점이다.

현재 한국의 대브라질 공공외교와 관련한 국내의 선행연구는 제한적이며, 정호운(2021)의 논문이 유일하다. 그는 “한국-브라질 상호 간 디지털 공공외교 비교 연구: 양국주재 대사관의 소셜미디어 활용을 중심으로”라는 논문에서 소셜네트워크서비스(SNS) 데이터에 대한 텍스트마이닝 분석 기법을 활용하여 한국과 브라질 양국 간 공공외교의 특성을 도출하고, 이에 대한 비교연구를 수행하였다. 연구 결과 한국의 대브라질 공공외교는 브라질 대중을 대상으로 하는 정부 차원의 “문화공공외교”가 주요 특징이었던 반면, 브라질의 대한국 공공외교의 경우 한국 기업의 브라질 시장 진출 및 비즈니스 협력이라는 실용적 이익에 초점을 맞추고 있음을 제시하였다. 그러나 동 연구는 SNS 분석에 함몰되어 한국의 대브라질 공공외교의 현황에 대한 광범위한 검토가 부재했으며, 이에 따라 관련 정책에 대한 풍부한 시사점을 제시하지 못했다는 한계점이 있다.

이러한 맥락에서 본 연구는 한국의 대브라질 공공외교를 공공외교의 여러 유형 가운데 ‘문화외교’로 특징짓고, 이를 기반으로 한국의 대브라질 문화외교의 현황과 과제를 검토함으로써 후속연구뿐만 아니라 관련 정책에 시사점과 함의를 제공하는 것을 주요 목적으로 한다. 이를 위해 본 연구에서는 브라질 성인 200명을 대상으로한 설문조사 결과를 심층 분석하였으며, 이를 토대로 한국의 대브라질 공공외교 강화 방안을 도출하고자 하였다.³

본 연구는 다음과 같이 구성되어 있다. 제2장에서는 공공외교와 주요한 공공외교의 유형 중 하나인 문화외교에 대한 개념적 고찰을 시도함으로써 본 연구가 다루고자 하는 한국의 대브라질 문화외교에 대한 이론적 자원을

3 자세한 설문조사 절차와 방식은 제3장을 참조할 것.

제시한다. 제3장에서는 한국의 대브라질 문화외교의 현황을 살펴보고 이에 대한 평가를 내리고자 하며, 제4장에서는 본 연구를 위해 수행한 설문조사 결과를 분석하고, 이를 통해 한국의 대브라질 공공외교 강화 방안을 제시한다. 마지막 결론에서는 연구결과를 요약하고, 이어 후속연구를 위한 시사점을 제시하며 글을 마무리한다.

개념적 고찰: 공공외교와 문화외교

공공외교

‘공공외교’라는 개념을 최초로 고안한 학자는 1965년 당시 미국 터프츠대학교(Tufts University) 플레처 스쿨(Fletcher School)의 학장 에드문드 굴리온(Edmund Gullion)이었으며, 그는 공공외교를 ‘타국의 외교정책 입안 및 실행과정에 해당 외국 국민이 관여하도록 영향을 미치는 일’이라 정의했다(Ma 2011, 265-266). 굴리온의 정의는 결국 공공외교 또한 국익 추구를 제고한다는 관점에서 전통적인 ‘외교’의 한 형태로 간주할 수 있으며, 국익 극대화라는 목적 달성을 위해 타국의 의사결정 과정에 영향력을 행사한다는 측면에서 ‘개입외교’의 일환으로 볼 수 있다. 당시의 공공외교는 양극질서를 주축으로 하는 냉전구조 하에서 상대국의 여론에 영향을 끼침으로써 대내적·대외적 정책변화를 유도하는 형태로 발전되어 왔다. 이에 따라 1990년대에 접어들며 냉전이 종식된 이후 자연스럽게 공공외교에 대한 논의는 줄어들게 되었다.

그러나 1990년대 후반 아시아 경제위기, 새천년을 맞이하며 겪었던 9.11 테러와 2008년 세계금융위기로 인해 국제정치경제는 새로운 구조로 재편되기 시작하였다. 특히 기존의 경성권력(hard power)의 원천이었던 군사력과 경제력을 기반으로 하는 정부·통상 외교가 한계에 봉착하였으며, 정보통신 기술의 발전과 민주주의의 확산과 같은 정치·경제·사회문화적 변화의 파고가 상호 맞물리는 환경 속에서 공공외교는 새로운 외교 패러다임으로 재조명되기 시작하였다.⁴ 미 국무부 해외공보처(USIA)는 1997년 공공외교를 ‘타국 대중과의 의사소통과정(understanding, informing and influencing)을

4 MOFA, https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_22713/contents.do

통해 국익을 증진시키는 노력'으로 개념화하였으며, 이를 기반으로 오늘날 학자들 및 정책입안자들이 사용하는 공공외교라는 개념적 틀이 재정립되었다(Ma 2011, 265-266).

이숙중(2020)에 따르면, 공공외교란 기존의 전통적인 국가 혹은 정부 간 외교 형태를 초월하여 국외의 상대국 대중(foreign public)을 주요 대상으로 하며, 이를 통해 자국에 대한 우호적인 이미지와 호의적인 여론을 형성하는 활동을 칭한다(Lee 2020). 대한민국 외교부에 따르면, 공공외교란 “외국 국민들과의 직접적인 소통을 통해 우리나라의 역사, 전통, 문화, 예술, 가치, 정책, 비전 등에 대한 공감대를 확산하고 신뢰를 확보함으로써 외교관계를 증진시키고, 우리의 국가이미지와 국가브랜드를 높여 국제사회에서 우리나라의 영향력을 높이는 외교활동”을 의미한다.⁵ 즉, 홍보, 미디어, 개발협력 등의 수단뿐만 아니라 국가가 보유한 역사적·문화적 자산을 중심으로 한 매력의 전파 등 다양한 기제를 기반으로 국외의 대중에게 자국에 대한 긍정적·우호적 이미지 형성을 도모하여 결국 국익 제고라는 궁극적 목표를 달성하는 것이 공공외교의 주요 골자라 할 수 있다.

공공외교 분야의 석학인 니콜라스 컬(Nicholas Cull)은 공공외교를 5개로 유형화하였다. 이는 ‘청취(listening)’, ‘옹호(advocacy)’, ‘문화외교(cultural diplomacy)’, ‘교류외교(exchange diplomacy)’, ‘국제뉴스방송(international news broadcasting)’이 각각 그것이며, 각 유형별 주요 특징은 아래의 <표 1>과 같다.

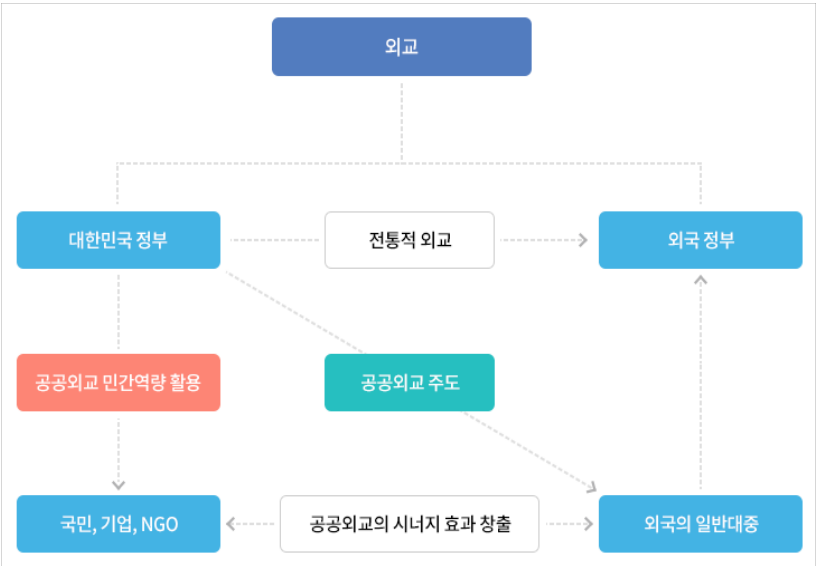
표 1. 공공외교의 5가지 유형

공공외교의 유형	시간 프레임	정보의 흐름	전형적 인프라
청취	단기·장기	내부(분석가 및 정책과정으로)	모니터링 기술과 언어에 능통한 직원
옹호	단기	외부	대사관 언론담당 부서, 외교부 전략부서
문화외교	장기	외부	문화센터 및 도서관
교류외교	초장기	내·외부	교류 행정가, 교육부처
국제뉴스방송	중기	언론 당국으로부터 외부로	언론 당국, 프로덕션 스튜디오, 편집국, 송출 설비

출처: Cull (2008, 35)

5 MOFA, https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_22713/contents.do

니콜라스 쾨에 따르면, 청취는 국외 대중의 의견과 관련된 데이터를 수집하고 분석함으로써 이를 바탕으로 대외 환경을 자국에 유리하게끔 만드는 공공외교의 재편을 의미하며, 옹호는 국제커뮤니케이션을 통해 특정 정책과 아이디어 및 자국의 국익을 국외 대중에게 알리고 홍보하는 것을 뜻한다. 문화외교는 자국의 문화적 자원과 자산을 선전함으로써 문화전파를 촉진시키는 것을 의미하며 교류외교의 경우 상호 인적자원의 교류를 지칭한다. 마지막으로 국제뉴스방송은 인터넷, TV, 라디오와 같은 통신기술을 활용해 국외의 대중과 의사소통하는 것을 칭한다(Cull 2008, 31-33; Jung and Lim 2021, 11).



출처: MOFA, https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_22713/contents.do

그림 1. 공공외교의 수행주체와 대상

위의 <그림 1>은 공공외교의 주요 수행 주체와 대상을 나타내고 있다. 기존의 정부외교·경제통상외교에서는 외교의 주요 주체 및 대상이 정부와 상대국 정부에 국한되어 있었으나, 공공외교의 경우 정부를 주축으로 다양한 국민, 기업 및 시민사회가 주체가 되어 외국의 일반대중을 상대로 외교활동을 전개해 나간다는 측면에서 수행 주체와 대상의 다양화라는 특징을

수반한다. 이러한 맥락에서 아래의 <표 2>는 전통외교, 20세기 공공외교, 그리고 21세기 신공공외교를 구분하여 공공외교 패러다임의 전환을 설명하고 있다.

표 2. 공공외교 패러다임의 변화

외교의 요소	전통외교	20세기 공공외교	21세기 신공공외교
주체	정부	정부	정부 및 다양한 민간주체
대상	상대국 정부	상대국 정부 및 대중(자국민 불포함)	상대국 정부 및 대중(자국민 포함)
자원 및 자산	하드파워	하드파워>소프트파워	하드파워<소프트파워
매체	정부간 공식협상, 대화	선전, PR캠페인, 구미디어	인터넷, SNS, 디지털 매체 등 다양화
관계유형	수평적(정부간)	수직적, 일방향적, 비대칭적	수평적, 쌍방향적, 대칭적
소통양식	Closed Negotiation	Closed Communication	Open Communication

출처: MOFA, https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_22713/contents.do

이러한 공공외교가 우리나라에서 실질적인 체계를 구축한 것은 2016년 공공외교법이 제정된 이후로, 우리나라에서 비교적 그 역사가 짧다고 볼 수 있다. 그간 우리나라는 정부주도의 공공외교의 시민사회 및 기업을 위시한 민간주도 공공외교로 분절화되어 있었다. 하지만 오늘날 외교를 둘러싼 국내외적 환경이 복잡다변화되며 양분된 공공외교는 더 이상 성립이 불가능하게 되었으며, 오히려 정부와 민간 부문이 협력하는 방식의 공공외교야말로 그 지속가능성을 담보할 수 있는 효율적인 방안으로 떠오르고 있다.

공공외교에는 디지털 기술을 적극 활용한 디지털 공공외교부터, UN 평화유지군(PKO) 파견과 같은 군사안보 공공외교, 메가이벤트 공공외교, 개발협력력을 통한 공공외교, 해외 거주 자국민을 활용하는 디아스포라 공공외교, 통일의 당위성을 국외 대중에게 홍보하는 통일공공외교까지 수많은 유형이 존재한다. 이 가운데 본 연구는 제1장에서 언급한 바와 같이 한국의 대브라질 공공외교를 ‘문화외교’의 일환으로 바라보고 이에 대한 분석을

시도할 것이며, 이러한 맥락에서 다음 절에서는 문화외교에 대한 개념적 고찰을 제시하고 있다.

공공외교의 일환으로서의 문화외교

한국 공공외교의 특성을 한 마디로 규정한다는 것은 매우 어려운 작업이다. 이는 공공외교라는 것이 다분히 다차원적이라는 것에 기인한다. 실제로 공공외교의 수행 주체와 주요 영역은 매우 다양하며, 오늘날 정부 및 민간 부문에서 여러가지 형태의 공공외교를 전개해 나가고 있다. 그럼에도 불구하고 우리나라의 대브라질 공공외교는 주체와 영역 측면에서 ‘정부’ 차원의 ‘문화외교’로 특징지을 수 있다. 이는 문화외교 이외의 영역이 부진하다는 뜻이 아니다. 현재 한국의 대브라질 공공외교는 주브라질 대한민국 대사관과 한국문화원이 주도적으로 브라질 대중에게 한국의 문화적 매력도를 알리려는 일련의 노력과 활동이 공공외교의 중심축으로서 기능한다는 의미이다.

앞 절에서 다룬 니콜라스 컬(Nicholas Cull)의 공공외교 개념에 따르면, 문화외교는 공공외교의 하나의 유형으로 분류될 수 있다. 밀튼 커밍스(Milton Cummings)에 의하면, 문화외교란 ‘국가와 민족 간의 상호 이해를 증진시키기 위해 아이디어, 정보, 예술 및 기타 문화의 측면을 교환하는 것’으로 정의될 수 있다(Cummings 2009). 하지만 커밍스의 정의는 ‘문화외교’에서 ‘외교’라는 개념을 등한시 하고 있다는 문제점이 있다. 외교는 기본적으로 국익 달성이 최우선 목표로서, 문화외교를 정의함에 있어 문화를 통한 국익 도모라는 중요한 측면을 배제하였기에 그의 정의는 문화외교보다는 문화교류(cultural exchange)의 범주에 보다 적합하다고 볼 수 있을 것이다. 즉, 문화외교는 공공외교의 하위영역으로써, 근본적으로 국익 달성을 위한 정부 주도의 사업이다. 따라서 문화외교에서는 문화의 본질적 가치보다 도구적 가치에 중심을 두고 있으며, 문화의 공공성, 도구성, 대표성에 방점을 두고 있다. 위의 논의를 종합하면, 문화외교란 ‘상대국의 국민이 자국의 문화예술에 접근할 수 있도록 함으로써, 궁극적으로 국가 이미지 제고와 문화산업의 경제적 효과 창출을 목적으로 하는 활동’이라 정의할 수 있을 것이다(Song 2019, 137).

오늘날 탈냉전시대의 새롭게 변화한 국제정치적 환경에서 비국가행위자(non-state actor)의 영향력이 증대되고 있고, 이는 공공외교, 그리고 문화외

교의 주체에 있어서도 예외는 아니다. 그러나 앞서 제시한 바와 같이 문화외교는 기본적으로 국익과 불가분의 관계에 있으며, 이로 인해 문화외교의 전략을 수립하고 실질적인 활동을 전개해 나가는 과정에서 정부의 주요 주체들이 참여·개입할 명분과 그 가능성은 매우 높다고 할 수 있다. 물론, 문화외교 사업과 관련 프로그램의 목표 대상이 타국의 대중과 일반시민이라 할지라도, 그러한 프로그램들은 정부의 인적·물적 지원을 통해 정부에 의해 계획 및 실행되고 있음을 상기할 필요가 있다. 민간영역이나 비정부기구(NGO)들 또한 독자적으로 문화외교 활동을 전개해 나가고 있는 것처럼 보이지만, 이들 또한 어떠한 방식으로든 정부와의 공조 가운데 활동하고 있다. 이러한 점을 고려해 본다면, 문화외교는 정부 자체적으로, 혹은 정부의 지원과 일정 부분의 간섭 속에서 특정 단체나 조직이 자국의 국익을 대외적으로 실현하기 위한 일련의 문화 활동인 셈이다(Song 2019).

이러한 문화외교는 국익 달성을 위한 다양한 목적을 가진 광범위한 관행을 포괄한다. 존 렌초프스키(John Lenczowski)는 문화외교의 여러 도구로 예술, 전시회, 교류, 교육프로그램, 문학, 언어교육, 방송, 법치주의·자유주의와 같은 정치적 가치와 규범에 대한 홍보, 에이즈 퇴치 혹은 기후변화 대응과 같은 사회 정책 홍보, 역사 및 종교 교류 등을 거론하였다. 그에 따르면, 문화외교는 가장 전략적이면서도 비용 효율적인(cost-effective) 정치적 영향력의 투사 수단으로써 정책입안자들이 이를 적극 활용할 필요가 있음을 역설하였다(Lenczowski 2007).

한국의 대브라질 문화공공외교 현황과 평가

한국의 대브라질 문화외교는 무엇보다도 국익의 제고라는 주요 목적 아래 정부 행위자들이 주체가 되어 전개되고 있다는 것이 특징이다. 정부 주체로는 곧 주브라질 한국대사관 및 주브라질 한국문화원이 대표적이며 이 두 기관을 주축으로 하여 대브라질 문화외교가 진행되고 있다. 1962년 10월 개설된 주브라질 한국대사관은 그간 우리나라의 대브라질 외교의 최전선에서 국익 달성 및 국민의 안전을 지키기 위한 노력을 지속해 오고 있다. 물론 우리나라에서 공공외교법이 2016년에 제정·발효되며 외교부 차원의 공공외교의 적극적 전개는 그 역사가 짧으나, 주브라질 대사관은 2010년대 이후

정무·통상외교와 더불어 대브라질 공공외교, 특히 문화외교 활동의 핵심적 역할을 담당해 왔다.

일례로 한-브라질 양국 간 친선 우호관계 강화 및 브라질 독립 200주년을 기념하기 위해 2022년 6월 개최된 한-브라질 음악제를 들 수 있다. 이 행사는 브라질의 정부인사뿐만 아니라 기업인, 학자, 학생 및 일반시민을 포함하여 약 1,100여 명이 참여하였으며, 한인 바이올리니스트와 소프라노 등 음악 관련 인사를 초청하여 현지 오케스트라와 협연을 선보였다. 아울러 공연 후 한식 행사 개최를 통해 한식의 우수성과 다양성을 홍보하는 등 한국의 전통·현대 문화를 널리 홍보하는 계기를 마련하였다. 이뿐만 아니라 최근에는 김치 페스티벌(2022년 5월), 브라질리아에서 개최한 2022 한국영화제(2022년 3월) 등의 행사 개최를 통해 양국 간 문화교류 실현을 위한 가교역할을 적극 수행중이다(Korean Embassy in Brazil n.d.).

아시아/태평양	미주	유럽	중동/아프리카
 베트남	 미국 - LA	 독일	 나이지리아
 인도	 미국 - 뉴욕	 러시아	 남아프리카공화국
 인도네시아	 미국 - 워싱턴	 벨기에	 아랍에미리트
 일본 - 동경	 멕시코	 스페인	 이집트
 일본 - 오사카	 브라질	 이탈리아	 튀르키예공화국
 중국 - 북경	 아르헨티나	 영국	
 중국 - 상해	 캐나다	 폴란드	
 중국 - 홍콩		 프랑스	
 태국		 헝가리	
 필리핀			
 카자흐스탄			
 호주			

출처: KOICS, <https://www.kocis.go.kr/koccIntro.do>

그림 2. 지역·국가별 한국문화원 현황(2022년 11월 기준)

우리나라의 대브라질 문화외교의 중심부에 주브라질 한국대사관을 주축으로 하는 외교부가 있다면, 문화체육관광부에 의해 조율·운영되는 주브라

질 한국문화원의 중추적 역할 또한 빼 놓을 수 없을 것이다. 주브라질 한국 문화원의 경우 한글, 태권도, K-Pop, 한식 등 한국 문화를 브라질 대중에게 홍보하고, 이를 통해 한-브라질 간 상호 문화교류 및 협력 증진을 위해 상파울루에 2013년 10월 개원하였다(Korean Cultural Center in Brazil n.d.).

현재 해외에서 운영중인 한국문화원은 총 33개이며, 그 가운데 문화적·지리적으로 인접한 아시아/태평양 지역에 12개가 설립되어 있다. 유럽에는 9개, 중동/아프리카에는 5개가 운영중이며, 미주지역 내 한국문화원은 총 7개가 있다. 중남미 지역에 국한해 보면 총 3개의 문화원이 있으며, 주아르헨티나, 멕시코, 브라질 한국문화원이 각각 그것이다. 2006년 중남미지역에서 최초로 아르헨티나에 한국문화원이 개소한 이래 2012년 멕시코, 그리고 2013년 브라질에 각각 한국문화원에 세워졌으며 이들은 우리나라의 대중남미 공공외교, 특히 문화공공외교의 선봉장 역할을 수행하고 있다. 중남미 정치경제의 리더국으로 간주되고 있는 이 세 개의 국가에 한국문화원이 설립되어 있다는 것은 아르헨티나, 멕시코, 브라질이 사실상 한국의 대중남미 공공외교의 전초기지라는 현실을 반영하는 조치이다.

이처럼 한-브라질 간 진화해 나가고 있는 협력 관계의 중요성을 인식하고 브라질 내 한류 확산 및 양국 간 상호 문화교류 지원을 목적으로 설립된 주브라질 한국문화원은 여러 행사 개최를 통해 고유의 역할을 수행중이다. 특히 2017년부터 한류엑스포를 브라질에서 매년 개최해 오며 브라질 대중에게 한국의 다양한 문화를 동시에 한 장소에서 체험할 수 있는 기회를 제공해 주고 있으며, 코로나 팬데믹 발발 직전인 2019년에는 동 행사 참여인원이 2만 명 이상을 기록하기도 하였다. 또한 주브라질 한국문화원은 더 많은 브라질 대중들이 한국문화를 접할 수 있도록 2019년 상파울루의 중심지인 파울리스타(Paulista) 거리로 이전하였다(주브라질 한국문화원 n.d.). 문화원은 상파울루뿐만 아니라 브라질 전역에서 한국의 간편식 체험 전시회(2022년 9월), 한식 요리 경연대회(2022년 9월), 한인아티스트 공연(2022년 8월), 한국 문화의 날 공연(2022년 8월), K-뷰티 페스티벌(2022년 6월), K-Pop 강좌(2022년 4월), 한인타운인 봉헤찌로 내 한식 사진전시회(2021년 8월) 등 다양한 한국문화 관련 주제를 기반으로 행사를 개최해 오고 있다. 문화원 내에도 K-Pop, K-댄스, 태권도, 한식, 한국

어 등의 여러 온·오프라인 강좌를 마련하며 팬데믹으로 위축된 문화공공외교 여건 속에서 본연의 역할을 수행중이다.

주브라질 한국대사관과 문화원 외에도 문화체육관광부 산하 공공기관인 세종학당의 문화외교 활동을 간과할 수 없다. 세종학당은 한국문화 체험 및 한국어 학습 기회를 국외의 대중에게 제공중이며, 2022년 11월 기준 전 세계 84개국에 걸쳐 244개소가 설립되어 있다(KSIF n.d.).

표 3. 미주지역 세종학당 현황(2022년 11월 기준)

국가	세종학당 수	비고
미국	13	LA 한국문화원 세종학당, 로스앤젤레스한국교육원 세종학당, 미국 거점 세종학당, 블루밍턴 세종학당, 샌안토니오 세종학당, 샌프란시스코 세종학당, 시카고한국교육원 세종학당, 어바인 세종학당, 업랜드 세종학당, 오번 세종학당, 워싱턴 한국문화원 세종학당, 웬즈빌 세종학당, 휴스턴한국교육원 세종학당
캐나다	3	몬트리올 세종학당, 워털루 세종학당, 캐나다 한국문화원 세종학당
멕시코	2	멕시코 한국문화원 세종학당, 케레타로 세종학당
볼리비아	1	라파스 세종학당
브라질	5	브라질 한국문화원 세종학당, 브라질리아 세종학당, 상레오폴두 세종학당, 상파울루 한국교육원 세종학당, 캄피나스 세종학당
아르헨티나	1	아르헨티나 한국문화원 세종학당
아이티	1	카라콜 세종학당
에콰도르	1	키토 세종학당
엘살바도르	1	산살바도르 세종학당
우루과이	1	몬테비데오 세종학당
칠레	1	산티아고 세종학당
콜롬비아	1	보고타 세종학당
파라과이	1	파라과이 한국교육원 세종학당

출처: KSIF, <https://www.ksif.or.kr/ste/ksf/hkd/lochkd.do?menuNo=20101800>

그 가운데 미주지역에는 13개국 32개소가 운영중에 있다. 미국이 13개로 가장 많으며, 그 다음은 중남미지역에서 최다를 기록하고 있는 브라질이다. 브라질 내에는 브라질 한국문화원 세종학당, 브라질리아 세종학당, 상레오폴두 세종학당, 상파울루 한국교육원 세종학당 및 캄피나스 세종학당을 포함한 5개의 세종학당이 위치하고 있으며, 이는 한국의 대중남미 문화외교의 핵심이 브라질임을 입증하는 것이다. 이처럼 주브라질 세종학당에서는 현지 운영요원과 한국어 교원이 중심이 되어 브라질 대중에게 세종한국어 과정 제공 및 한국문화 행사 개최 등의 활동을 수행하고 있다.

앞서 살펴본 바와 같이 한국의 대브라질 문화외교는 정부 주체가 중심축을 구성하고 있으나, 이러한 정부 주체와의 협력을 통한 민간 차원의 문화교류 활동의 중요성 또한 간과할 수 없다. 특히 브라질은 약 5만여 명에 달하는 중남미지역 최대 한인 커뮤니티를 보유하고 있으며, 이를 기반으로 한 ‘디아스포라 문화외교’의 효과성 극대화를 위한 유리한 환경이 조성되어 있다. 1977년 3월 설립된 브라질 한인회는 비영리 민간단체로, 브라질 한인의 권익을 대표함과 동시에 브라질 사회 내 한국문화 보급, 한-브라질 문화교류 및 양국 간 우의 도모 등과 같은 설립목적을 가지고 있다. 특히 한인회는 2006년 최초로 한국 문화의 날 행사를 개최하며 한국 전통·현대문화를 소개하기 시작한 이래 매년 동 행사를 지속 개최해 오고 있다(이계형 2015). 최근에는 지난 2022년 8월 27일~28일 양일간 상파울루 치라덴치스(Tiradentes)에서 주브라질 한국대사관과 총영사관의 후원 아래 한국문화원과 공동으로 제15회 한국 문화의 날 행사를 주최하였다(주브라질 한국문화원, n.d.). 이와 같이 브라질 한인회는 브라질 내 한인 커뮤니티를 대표하는 단체로 우리 정부기관과의 협력하에 한국문화 소개에 앞장서고 있다.

마지막으로, 2011년 한-브라질 간 경제협력과 교류 강화를 위해 설립된 민간단체인 한국·브라질 소사이어티(KOBRAS, Korea Brazil Society)의 역할을 빼 놓을 수 없다. 한국·브라질 소사이어티의 주요 활동은 양국 간 경제협력, 교류지원 및 연구이나, 문화교류 영역에서도 가시적인 성과를 보여주고 있다. 일례로 동 단체는 브라질 이민 60주년을 앞두고 2022년 5월 한국국제문화교류진흥원(KOFICE)과 업무협약을 체결하며 한-브라질 문화교류를 위한 협력의 기틀을 마련하기도 했다(World Korean 2022/05/12). 특히 2018년 8월 브라질리아대학교(Universidade de Brasilia)내 브라질의 네 번째

세종학당의 설립은 한국·브라질 소사이어티의 후원 덕분에 가능했다(연합 뉴스 2018/08/04).

한국의 대브라질 문화공공외교 현황과 평가

설문조사 개요

본 연구의 설문조사는 국내 여론 및 설문조사 업체인 오픈서베이(Open Survey)에 의뢰하여 2022년 5월 13일부터 19일 사이 브라질 20세 이상 성인 200명을 대상으로 실시하였다. 설문 문항은 총 27개로 구성되었으며, 자세한 문항 정보는 아래의 <표 4>와 같다.

표 4. 설문 문항 정보

문항	문항 내용
1	귀하의 성별은 무엇인가요?
2	귀하의 연령은 어떻게 되시나요?
3	현재 귀하가 거주하는 국가는 어디신가요?
4	현재 귀하의 국가 내에서 거주하고 계신 지역은 어디신가요?
5	한국 하면 가장 먼저 떠오르는 단어나 이미지는 무엇입니까? 자유롭게 작성해주세요.
6	귀하는 한국에 대해 어떠한 감정을 가지고 계십니까?
7	한국의 경제적 발전 정도에 대해서 어떻게 평가하십니까?
8	한국의 음악, 영화, 음식 등과 같은 현대 문화에 대해서 어떻게 평가하십니까?
9	한국과 귀하의 국가 사이의 외교적 관계에 대해서 어떻게 평가하십니까?
10	한국에 대한 정보는 어떤 경로를 통해 습득하십니까?
11	귀하의 국가에 있는 한국 기업을 알고 있으신가요? 그렇다면 그 이름을 적어주세요. 만약 없으시다면 '없음'으로 적어주세요.
12	귀하의 국가 내 한국 기업이 해당 지역의 발전에 기여한다고 생각하십니까?
13	한국 기업이 어떤 영역에서 기여를 하고 있다고 생각하십니까?
14	한국 기업이 향후 어떤 영역에서의 기여가 필요하다고 생각하십니까?
15	귀하의 국가에서 한국어는 주로 어디에서 배울 수 있습니까?

문항	문항 내용
16	귀하는 한국 문화 중 어떤 것에 가장 관심을 가지고 있으신가요? 관심 있는 순서대로 최대 3순위까지 골라주세요.
17	K-Pop에 대한 귀하를 가장 잘 표현하는 문구는 무엇인가요?
18	K-pop에 대한 정보를 주로 어디서 얻으시나요? 빈도가 높은 순서대로 최대 3순위까지 선택하세요.
19	한국대사관(혹은 한국문화원)에서 주최하는 문화/유학프로그램(예: 한국 문화 관련 행사, 한국 유학 프로그램 등)에 대해 얼마나 알고 계신가요?
20	한국대사관(혹은 문화원)에서 진행하는 문화/유학프로그램에 직접 참여한 경험이 있다고 말씀 주셨습니다. 구체적인 프로그램의 이름은 무엇입니까?
21	한국대사관(혹은 문화원)에서 진행하는 문화/유학프로그램에 직접 참여한 경험이 있다고 말씀 주셨습니다. 귀하의 국가 내에서 한국 문화 관련 행사가 한국에 대한 이미지에 어떠한 영향을 끼쳤습니까?
22	귀하의 국가 내에 거주하는 한국인에 대해 일반적으로 어떻게 생각하십니까?
23	한국인 이민자가 귀하의 국가 내 사회에 통합되었다고 생각하십니까?
24	한국인 이민자가 귀하의 국가 내 사회경제발전에 기여한다고 생각하십니까?
25	한국 혹은 한국인의 긍정적 이미지에 영향을 미치는 요인은 무엇이라고 생각하시나요?
26	한국 혹은 한국인의 부정적 이미지에 영향을 미치는 요인은 무엇이라고 생각하시나요?
27	귀하의 국가 내 한국의 국가이미지 제고를 위해 해결해야 할 과제는 무엇입니까?

설문 문항은 브라질 국민들의 한국에 대한 이미지, 한국에 대한 긍정·부정도 조사 및 정치, 경제, 사회 등 각 분야별 한국에 대한 인식을 조사하기 위한 목적으로 구성되었으며, 이러한 내용 파악을 기반으로 하여 향후 우리나라의 대브라질 공공외교의 효율적 전략 수립 제언을 위한 토대분석의 일환으로 마련되었다. 각 문항은 저자에 의해 포르투갈어로 번역하여 응답자에게 제공되었다.

인구통계적 특성

본 설문조사의 총 응답자는 200명으로, 남성이 51.5%(103명), 여성이

48.5%(97명) 였다. 연령 분포는 30대(80명)가 전체의 40%로 가장 많았고 다음으로는 각각 20대(62명) 31%, 40대(37명) 18.5%, 50대(16명) 8%, 60대(5명) 2.5% 순이었다.

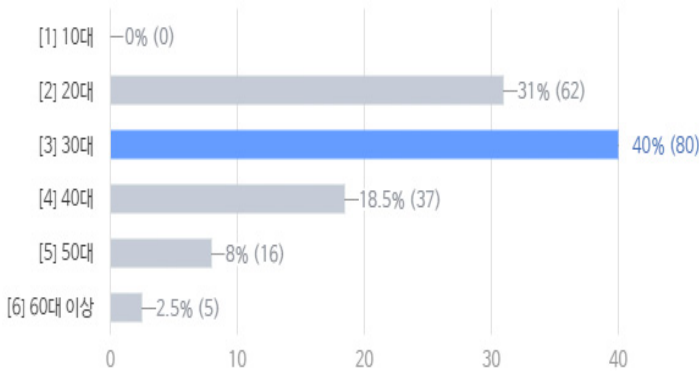


그림 3. 연령별 설문 응답자

설문 응답자의 72%(144명)은 인구 수 기준 브라질 10개 주요 도시(상파울루, 리우데자네이루, 사우바도르, 브라질리아, 포르탈레자, 벨루오리존치, 쿠리치바, 마나우스, 헤시피, 포르투 알레그리)에 거주하고 있었으며, 28%는 그 외 지역이었다.

한국의 대브라질 공공외교의 성과

앞서 살펴본 바와 같이, 한국의 대브라질 문화외교는 주로 주브라질 한국 대사관, 한국문화원 및 세종학당 등 우리 정부가 주요 수행주체가 되어 민간 영역과의 협력 기제를 바탕으로 전개되고 있는 것이 주요 특징이다. 우리나라는 2010년대 들어 브라질 대중을 대상으로 우리나라의 문화적 매력도를 전파하려는 노력을 지속하고 있으며, 나름 문화외교의 일관성을 보이고 있다고 판단된다. 그러나 이러한 일련의 문화외교 활동의 가시적 성과가 어떠한지는 평가하기 매우 어려운 작업이다. 이는 문화외교란 통한 당장의 이익 추구보다 보다 장기적 관점에서 우리나라에 우호적인 국제적 여론과 환경

을 조성하는 것이 궁극적인 목적이기 때문이다.

그러나 본 논문에서 실시한 설문조사 결과를 통해 대브라질 공공외교의 성과 및 한계점을 도출할 수 있다. 물론, 본 연구에 활용된 설문조사가 공공외교의 효과성 측정을 위한 시계열 분석이 아닌 단순 일회성 조사이기 때문에 공공외교와 그것의 성과 사이의 인과관계를 도출하는 것은 불가능한 작업이다. 그럼에도 불구하고 브라질인들은 한국인을 직접 만난다거나 한국을 직접 방문하는 데 제약이 존재할 수 밖에 없기에 한국에 대한 포괄적이면서도 다층적인 정보를 쉽게 접할 수 없고, 이에 따라 우리나라의 대브라질 공공외교가 현지 언론의 보도와 함께 한국에 대한 이미지와 인식 형성에 중요한 요인으로서 작용하고 있다는 점을 고려해 본다면, 설문조사를 통해 대브라질 공공외교를 평가하는 것은 막연히 불가능하지만 한 것은 아니리라 판단된다.

아래는 200명의 브라질 응답자들을 대상으로 한 설문조사 결과이다.

표 5. 한국의 현대 문화에 대한 평가

Q10. 한국의 음악, 영화, 음식 등과 같은 현대 문화에 대해서 어떻게 평가하십니까? (응답수 200건)

1. 매우 부정적 3.5% (7)
2. 부정적 9.5% (19)
3. 중립 22.5% (45)
4. 긍정적 31.5% (63)
5. 매우 긍정적 33% (66)

브라질인들은 한국의 음악, 영화, 음식과 같은 현대문화에 대해 대체로 긍정적 평가를 내렸다. 매우 긍정적, 긍정적이라 응답한 사람은 총 129명으로 64.5%를 차지하였으며, 중립은 22.5%였다. 반면 매우 부정적, 부정적이라 답한 응답자들은 13%였다.

공고화되고 있는 시점에서 현재 활발히 전개되고 있는 우리나라의 대브라질 문화외교는 미래에 그 효과성을 발휘할 잠재력이 충분히 존재한다고 사료된다.

한국의 대브라질 공공외교의 한계점 및 정책적 시사점

이처럼 한국의 대브라질 공공외교에는 일정정도의 성과도 있겠지만, 반대로 한계점과 과제가 산적해 있으며 이는 설문조사 결과에도 고스란히 반영되어 있다. 본 절에서는 설문조사 결과를 살펴봄으로써 한국의 대브라질 문화외교의 한계점을 분석하고 이를 바탕으로 정책적 시사점을 제시하고자 한다.



그림 5. 한국 연상 단어 혹은 이미지

‘한국하면 가장 먼저 떠오르는 단어나 이미지는 무엇입니까?’라는 질문에 응답자들은 기술(tecnologia)을 가장 많이 언급했으며, 이어 K-Pop, 문화(cultura) 등이 뒤따랐다. 그러나 독재(ditadura), 전쟁(guerra)와 같은 부정적 인식 또한 상존하고 있음이 드러났다. 우리가 직면하고 있는 한반도를 둘러싼 지정학적 현실을 시사하는 단어인 ‘전쟁’은 차지하고서라도, ‘독재’라는 키워드가 한국의 연상 이미지로 빈번히 언급되었다는 사실은 심각한 문제이다. 이는 두 가지의 경우로 해석될 수 있을 것이다. 첫째, 브라질 국민들은 한국 관련 정보에의 접근 기회가 부족하며 이에 따라 한국의 정치체제를 독재체제로 오인하고 있을 수 있다. 둘째, 그들이 한국, 즉 남한을 떠올렸을

때 독재체제인 북한이 동시에 연상되고 있을 것으로 추정된다. 그러나 그 어떤 경우도 우리에게는 달갑지 않은 결과이다. 이러한 맥락에서 동 설문 결과는 한국의 공공외교의 방향성에 대한 시사점을 제공한다. 그간 우리나라의 대브라질 공공외교는 주로 문화 부문에 천착해 있었던 바, 향후 공공외교 분야의 다각화를 통해 브라질 대중에게 한국에 대한 정치·경제·사회 관련한 올바른 정보를 제공하는 일련의 활동이 필요하다고 판단된다.

표 6. 한국에 대한 감정 평가

Q8. 귀하는 한국에 대해 어떠한 감정을 가지고 계십니까?

(응답수 200건)

1. 매우 비호감 6.5% (13)
2. 비호감 12.5% (25)
3. 중립 44.5% (89)
4. 호감 23.5% (47)
5. 매우 호감 13% (26)

한국에 대한 호감도를 묻는 질문에 매우 호감, 호감이라고 응답한 사람은 전체의 36.5%였으며, 매우 비호감, 비호감이라 응답한 19%보다 약 두 배 정도 높은 것으로 나타났다. 반면, 중립이라 응답한 사람은 전체의 44.5%를 차지했다. 이는 앞서 제시된 우리나라의 현대문화에 대한 인식 조사에서 긍정이 64.5%, 중립이 22.5%였던 것과 비교해 보면 호감 비율이 대폭 감소하였으며, 중립을 택한 비율이 약 두 배 가량 증가한 결과이다. 이는 시사하는 바가 크다.

첫째, 한국에 대한 긍정적 인식 도모를 위해서는 문화적 영역은 물론이거니와, 더 나아가 한국이 가진 정치·경제·사회 체제에 대한 매력도를 적극 홍보할 필요가 있다. 성공적인 민주주의, 높은 기술수준 및 이를 뒷받침하는 훌륭한 사회제도 등이 바로 그것이다. 우리나라의 경우 대브라질 공공외교가 지나치게 문화 부문에 집중된 경향을 보이니, 문화는 특정 국가에 대한 이미지의 일부분만을 차지할 뿐 그것이 전부는 아니다. 이러한 맥락에서 보다 다변화된 공공외교 전략의 수립이 필요하다 볼 수 있다.

또한 중립 의견이 높은 것은 역으로 그만큼 향후 우리나라의 대브라질 공공외교가 중요하다는 것을 시사한다. 이는 앞으로 공공외교의 효과성을 제고할 수 있는 가능성이 높다는 것을 의미하며, 이러한 측면에서 중립 의견을 가진 브라질 국민들을 긍정 의견으로 변모시킬 수 있는 세밀한 전략이 요구된다.

표 7. K-Pop 대한 평가

Q19. K-Pop에 대한 귀하를 가장 잘 표현하는 문구는 무엇인가요?

(응답수 200건)

1. K-Pop이 무엇인지 모른다. 27.5% (55)
2. K-Pop이 무엇인지 알고 있으나 직접 경험한 적은 없다. 33.5% (67)
3. K-Pop이 무엇인지 알고, 직접 경험한 적이 있다. 11% (22)
4. K-Pop을 최근 1년 이내 경험한 적이 있으나, 주기적으로 듣지는 않는다. 21% (42)
5. K-Pop을 현재도 주기적으로 듣고 있다. 7% (14)

표 8. 가장 관심있는 한국 문화

Q18. 귀하는 한국 문화 중 어떤 것에 가장 관심을 가지고 있으신가요?

관심있는 순서대로 최대 3순위까지 골라주세요. (응답수 200건)

1. K-Pop 27.5% (55)
2. 한국음식 55.5% (111)
3. 한국의 전통문화 55.5% (111)
4. 한국어 43% (86)
5. 한국 드라마 및 영화 44.5% (89)
6. 기타 3% (6)

<표 7>과 <표 8>에서는 K-Pop 및 한국 문화에 대한 인지도 조사 결과이다. 우선 K-Pop에 대한 평가 관련한 질문에 27.5%의 브라질인들이 K-Pop을 처음 들어본다고 응답했으며, K-Pop을 인지하고 있으나 직접 접한 경험은 없다는 응답이 33.5%를 차지했다. 즉, 61%의 응답자들이 K-Pop에 대한

인식이 전무하거나 무관심한 것으로 드러났다. 한편 K-Pop에 대해서 알고 있으며 직접 경험한 적이 있다고 응답한 사람은 11%, K-Pop을 최근 1년 내 경험한 적이 있으나 주기적으로 듣지 않는다는 응답은 21%로, 32%에 달하는 응답자들이 K-Pop에 대해 알고 있으나 적극적 콘텐츠 소비활동은 거의 하지 않는 것으로 나타났다. 반면, K-Pop을 현재도 주기적으로 듣는다는 응답은 7%에 그쳤다. <표 8>에서 나타난 바와 같이 한국 문화 중 가장 관심이 가는 것에 대한 설문에서도 K-Pop은 한국의 음식, 한국어, 한국 드라마 및 영화, 그리고 한국의 전통문화보다도 더 저조한 관심을 받고 있음을 확인할 수 있다.

이러한 결과는 그동안 언론매체에서 빈번히 보도되었던 브라질 내 K-Pop을 주축으로 한 한류열풍 현상이 다소 과장된 것임을 시사한다. 이러한 설문 조사 결과는 그동안 알려진 바와는 달리 브라질인들은 사실상 K-Pop에 큰 관심이 없으며, 이를 적극적으로 소비하는 사람들, 즉 마니아층은 극소수에 그치고 있음을 확인할 수 있다. 따라서 한국문화를 구성하는 다양한 문화콘텐츠 가운데 K-Pop뿐만 아니라 보다 다양한 현대문화 및 전통문화 장르를 아우르는 포괄적 문화외교 전략의 수립이 요구된다.

표 9. 브라질 거주 한인에 대한 호감도 조사

Q24. 브라질에 거주하는 한국인에 대해 일반적으로 어떻게 생각하십니까?
(응답수 200건)

1. 매우 비호감 1% (2)
2. 비호감 0.5% (1)
3. 중립 31.5% (63)
4. 호감 34% (68)
5. 매우 호감 33% (66)

표 10. 브라질 사회 내 한인에 대한 인식(1)

Q25. 한국인 이민자가 브라질 사회에 통합되었다고 생각하십니까?

(응답수 200건)

1. 전혀 아니다. 3% (6)
2. 아니다. 6% (12)
3. 보통 23.5% (47)
4. 그렇다. 40% (80)
5. 매우 그렇다. 27.5% (55)

표 11. 브라질 사회 내 한인에 대한 인식(2)

Q26. 한국인 이민자가 브라질 사회경제발전에 기여한다고

생각하십니까? (응답수 200건)

1. 전혀 아니다. 3% (6)
2. 아니다. 1.5% (3)
3. 보통 14% (28)
4. 그렇다. 43.5% (87)
5. 매우 그렇다. 38% (76)

위에서 제시된 설문조사 결과에 따르면 브라질 사회 내 한인에 대한 인식과 호감도가 상당히 긍정적인 것으로 나타났다. 브라질에 거주하는 한인에게 호감을 느낀다고 응답한 사람은 67%였으며, 비호감 비율은 극소수인 1.5%에 불과했다. 마찬가지로 대다수의 응답자들은 한인 이민자가 브라질 사회 내 통합되어 있으며, 그들의 브라질 사회경제적 발전에 기여하고 있다고 답했다. 이는 우리나라의 재외동포 자산을 적극 활용한 ‘디아스포라 공공외교’ 추진에 시사하는 바가 크다. 브라질에는 5만여 명에 육박하는 중남미 최대의 한인 커뮤니티가 존재하는바 향후 우리 정부차원에서도 이러한 자원을 활용하여 공공외교의 효과성을 극대화 시킬 수 있는 전략의 수립이 요구된다.



그림 6. 브라질 주재 한국 기업에 대한 인지도(워드클라우드)

다음으로 ‘브라질 주재 한국 기업을 알고 있으신가요?’에 대한 질문에 절반을 넘는 113명이 없음(nenhum 혹은 nãõ)이라 응답했다. 반면 삼성, 현대, LG, 기아, KOTRA가 각각 35명, 25명, 14명, 12명, 6명에 의해 언급되었다. 이는 우리나라의 대브라질 공공외교에 두 가지 시사점을 제공한다. 우선 한국의 대표적인 글로벌기업에 대한 정확한 정보를 제공함과 동시에 이를 홍보함으로써 브라질인들로 하여금 세계를 선도하는 한국의 기업 및 제품에 대한 이해도를 제고해야 한다. 또한 정부와 기업 간의 파트너십을 바탕으로 기존에는 기업의 사회적 책임(CSR) 영역에 국한되었던 여러 사회적 활동을 공공외교와 연계하여 추진해 나갈 수 있는 대브라질 기업공공외교의 전개가 요구된다. 이는 우리나라의 이미지 제고뿐만 아니라 기업의 매출 증대에도 기여할 수 있는 효과적인 방안이라 사료된다.

<표 12>는 2017년 기준 브라질 주재 한국 기업의 현황을 보여주고 있다. 국내 기업의 브라질 진출은 다른 중남미국가들과 비교했을 때 양적으로 두드러진 측면을 나타내며, 특히 라틴아메리카의 금융 및 경제 허브라 할 수 있는 상파울루에 다수 포진하고 있다. 이는 브라질이 가지는 비교우위이며, 이러한 훌륭한 자산을 공공외교와 연계할 수 있는 효율적인 활용 방안의 모색이 요구된다.

표 12. 브라질 주재 한국 기업 현황(2017년 기준)

지역	기업명
Campinas	삼성 SDS, 삼성전자
Fortaleza	포스코건설
Limeira	만도
Manaus	삼성 SDS, 삼성전자, LG전자
Pindamonhangaba	다슬
Piracicaba	CJ, 현대 모비스, 현대엠코, 현대 트랜시스, 두원, 서연이화, 화신, THN, 엠에스 오토텍, 현대 하이스코
Rio de Janeiro	동국제강, 삼성엔지니어링
S. Paulo	하나은행, 삼성물산, 삼성 SDS, 삼성전자, 제일기획, EUKOR Car Carriers, 삼광, LX 인터내셔널, LG 전자, 포스코인터내셔널, 대유위니아, 금호타이어, STX, 한국타이어앤테크놀로지, Autronics, Simpleline, CJ, 산업은행, 현대모비스, 서울전자통신(주), LG 화학, 대한항공, 미래에셋, 세화, 현대상선, 넥센타이어, 우리은행, 범한, LS Mtron, 삼성화재, 현대자동차, 화신, OCI, KBS, 연합뉴스
Taubate	LG전자

출처: Jung and Kwon(2022)

표 13. 한국 국가이미지 제고를 위해 해결해야 할 과제

Q29. 브라질 내 한국의 국가이미지 제고를 위해 해결해야 할 과제는

무엇입니까? (응답수 200건, 객관식 중복)

1. 한국의 적극적 문화자산(한류) 홍보 27%(54)
2. 남북문제의 평화적 해결 34.5%(69)
3. 세계적인 브랜드 개발 27%(54)
4. 적극적인 국제기구 활동 28.5%(57)
5. 경제력에 걸맞는 개발도상국에 대한 도움 강화 38.5%(77)
6. 자국 내 한국 기업의 적극적 진출 37.5%(75)
7. 한국인 2세의 자국 내 활약과 공헌 22.5%(45)
8. 기타 1%(2)

브라질 내에서 우리나라의 국가이미지 제고를 위한 방안에 대한 설문 응답자들은 우리의 경제력에 걸맞는 개발협력 활동의 전개, 한국 기업의 적극적 진출, 남북문제의 평화적 해결을 주요 과제로 꼽았다. 반면 한국의 대브라질 공공외교의 근간을 이루는 한국의 적극적 문화자산(한류) 홍보는 상대적으로 낮게 나타났으며, 이는 문화외교를 주축으로 하여 전개되고 있는 대브라질 공공외교 활동이 문화적 영역 이외에 보다 다양한 분야를 아우르는 형태로 전개되어야 함을 시사한다. 특히 우리나라의 정치경제적 위상 강화와 비례한 적극적 개발협력 활동과 홍보, 한반도 문제의 평화적 해결 의지 및 한국 기업의 브라질 내 공헌도와 관련된 콘텐츠를 브라질 대중에게 제공한다면 향후 우리나라의 이미지 제고를 효율적으로 도모할 수 있을 것이라 사료된다.

표 14. 한국에 대한 정보 습득 경로 조사

Q12. 한국에 대한 정보는 어떤 경로를 통해 습득하십니까?

(응답수 200건, 객관식 중복)

1. 딱히 한국에 대한 정보를 습득하고 있지 않음 6.5% (13)
2. 교육 기관(대학, 학교 등) 10% (20)
3. 올드 미디어(신문, 잡지, 기성언론매체) 30.5% (61)
4. 뉴미디어(소셜미디어, 유튜브 등) 71% (142)
5. 온라인 검색 53%(106)
6. 관광 및 관광안내서 12% (24)
7. 지인(가족 혹은 친구) 15% (30)
8. 기타 2% (4)

표 15. 한국 대사관 및 문화원 주최 프로그램 인지도 조사

Q21. 한국 대사관 (혹은 한국 문화원)에서 주최하는 문화/유학 프로그램(예: 한국 문화 관련 행사, 한국 유학 프로그램 등)에 대해 얼마나 알고 계신가요? (응답수 200건)

1. 한국 대사관(혹은 문화원)이 존재하는지 몰랐다. 25% (50)
2. 한국 대사관(혹은 문화원)이 존재하는 것은 아나, 그곳에서 진행하는 문화/ 유학 프로그램에 대해 잘 모른다. 59.5% (119)

3. 한국 대사관(혹은 문화원)이 존재하는 것과 그곳에서 진행하는 문화/유학 프로그램에 대해 안다. 14% (28)
4. 한국 대사관(혹은 문화원)에서 진행하는 문화/유학 프로그램에 직접 참여한 적이 있다. 0.5% (1)
5. 한국 대사관(혹은 문화원)에서 진행하는 문화/유학 관련 행사에 최근 1년 이내 참여한 적이 있다. 1% (2)

한국 관련 정보 습득 경로에 대한 설문에 소셜미디어를 포함한 뉴미디어가 71%로 압도적인 응답을 얻었으며, 온라인 검색 또한 53%를 기록하며 높은 수준을 보여주고 있다. 반면, 기성매체의 경우 30.5%였으며, 교육기관 및 지인, 관광과 같은 대면활동을 수반하는 정보 습득은 제한적인 것으로 드러났다.

또한 주브라질 한국대사관과 한국문화원에서 주최하는 한국 관련 행사에 대한 인지도 조사 결과, 그러한 행사 혹은 프로그램에 참여한 적이 있다고 응답한 사람은 200명 중 단 3명이었다. 이는 우리 대사관과 문화원의 공공외교 활동이 부진했다는 사실로 귀결짓기보다는, 대사관 및 문화원이 수도 혹은 대도시에 위치하기에 해당 도시의 시민이나 근교 거주민이 아닐 경우 대면행사 참여에 제약이 따른다는 것으로 해석하는 것이 합당할 것이다.

이러한 사실은 우리나라의 대브라질, 더 나아가 대중남미 디지털 공공외교의 필요성을 잘 보여준다. 브라질인들의 한국 관련 정보 습득이 뉴미디어와 온라인 검색이 압도적 비중을 차지하고 있다는 점, 이와 더불어 대도시 거주민 위주의 전통적 대면행사 활동이 확장성 측면에서 명확한 제약사항이 존재하는 점을 상기해 본다면, 우리나라의 대브라질 디지털 공공외교 강화는 더 이상 선택이 아닌 필수이다. 브라질은 특히 모바일 디지털 기기의 보급 확대가 견인한 인터넷 사용자 증가가 뚜렷이 관찰되고 있으며, 2022년 기준 인구의 80%에 달하는 1억 6천만 명 이상이 인터넷을 사용하는 중남미 최대의 인터넷 사용국이며, 1억 5천만 명 이상이 페이스북(Facebook) 계정을 보유한 세계 최대의 SNS 사용국 중 하나이다(Statistia 2022). 이처럼 앞서 제시된 설문조사 결과에서 드러난 한국의 대브라질 공공외교의 기회 및 제약 요인과 더불어 브라질의 온라인 환경과 인프라 등은 우리나라의 대브라질 디지털 공공외교의 당위성뿐 아니라 시의성을 대변한다고 볼 수 있다.

이상의 논의를 종합해 보면, 한국은 대브라질 공공외교의 세부적 전략 수립을 통해 대사관, 문화원을 중심으로 한 정부주체뿐만 아니라 한인 단체, 한국 기업과 같은 민간주체 자산을 공공외교에 효율적으로 활용한 방안 모색이 필요한 시점이라 할 수 있다. 문화외교는 물론이거니와 문화 이외의 분야에도 공공외교의 반경을 확장해야 하며, 디지털 공공외교 또한 창의적으로 전개해야 할 것이다. 아울러 ‘외교’의 일환인 공공외교를 ‘국익 증진’이라는 보다 실용적 관점에서 접근해 이러한 활동을 통해 우리나라가 취할 수 있는 가시적 이익에 대한 중장기적 목표 설정이 외교부 차원에서 선행되어야 한다.

결론 및 함의

본 연구는 한국의 대브라질 문화외교의 현황을 검토하고, 브라질 성인 200명을 대상으로 한 설문조사 결과를 심층 분석함으로써 후속연구뿐만 아니라 앞으로의 정책적 시사점과 함의를 제공하는 것을 주요 목적으로 했다. 현재 우리나라의 대브라질 문화외교는 주브라질 한국대사관, 한국문화원, 세종학당과 같은 정부 기관이 주요 수행주체로 활동하고 있으며, 브라질 내 한인단체, 한국-브라질 소사이어티 등 민간단체의 역할도 두드러진다. 설문조사 분석 결과, 다음과 같이 7개의 정책적 제언이 도출되었다.

첫째, 공공외교 분야의 다각화를 통해 브라질 대중에게 한국에 대한 정치·경제·사회 관련한 올바른 정보를 제공하는 일련의 활동이 필요하다. 둘째, 한국이 가진 정치·경제·사회 체제에 대한 매력도를 적극 홍보해야 한다. 셋째, K-Pop뿐만 아니라 보다 다양한 현대문화 및 전통문화 장르를 아우르는 포괄적 문화외교 전략의 수립이 요구된다. 넷째, 우리나라의 재외동포 자산을 적극 활용한 ‘디아스포라 공공외교’를 추진해야 한다. 다섯째, 정부와 기업 간의 파트너십을 바탕으로 기존에는 기업의 사회적 책임(CSR) 영역에 국한되었던 여러 사회적 활동을 공공외교와 연계하여 추진해 나갈 수 있는 대브라질 기업공공외교의 전개가 필요하다. 여섯째, 우리나라의 정치경제적 위상 강화와 비례한 적극적 개발협력 활동과 홍보, 한반도 문제의 평화적 해결 의지 및 한국 기업의 브라질 내 공헌도와 관련된 콘텐츠를 브라질 대중에게 제공해야 한다. 마지막으로, 대브라질 디지털 공공외교 전개가

적극적으로 요구된다.

오늘날 전개되고 있는 한국의 대브라질 문화외교는 자칫 양국 간 쌍방향 교류를 근간으로 한 문화외교가 아닌 일방적 문화전파와 같은 인상을 줄 수도 있음을 유념해야 한다. 문화외교란 국가 간 상호 이해 증진을 위해 정보, 예술, 아이디어 및 기타 문화요소를 교환하는 것을 의미한다. 하지만 이러한 문화외교는 자국의 문화 및 언어를 홍보하고, 정책을 설명하거나, 국외 대중에게 자국의 문화와 스토리를 전달하는데 전력을 기울이는 것과 같이 쌍방향 교류보다는 일방향적 전파의 형식을 띠 수 있음을 명심해야 할 것이다.

브라질은 대국이라는 자부심과 문화적 다양성의 기치 아래 독특하고 고유한 문화를 창조해 왔으며, 춤, 음악 등을 기반으로 이미 세계적인 수준의 문화 브랜드로 성장한 저력이 있다. 21세기 들어 역대 맹주의 입지를 공고화하고 있는 브라질은 그만큼 정치, 경제, 문화적 자부심이 상당히 큰 나라임을 감안해야 한다. 따라서 일방적 문화전파나 문화진출보다는 한-브라질 대중들 간 상호 이해도를 제고하고, 서로 신뢰할 수 있는 우호관계 유지를 위한 문화교류 형태의 공공외교 추진이 바람직하다(한국국제교류재단 2020).

본 연구는 다음과 같은 한계점이 있다. 우선, 여러 제약 사항으로 인해 설문조사 표본이 200명으로 제한적이었던 점을 꼽을 수 있다. 아울러 설문조사 분석 측면에서도 단순 빈도분석 보다는 연령별, 성별 교차분석이 이루어졌다면 보다 구체적인 정책적 시사점을 도출할 수 있었을 것이라 판단된다. 또한 단순 설문조사에 더해 공공외교 분야의 전문가들을 대상으로 심층 인터뷰를 진행했다면 좀 더 전문적이고 세분화된 정책적 제언을 제공할 수 있었으리라 사료된다. 이러한 본 연구의 한계점은 후속연구의 과제로 남겨둔다.

참고문헌

- Chapnick, Adam(1999), “The middle power,” *Canadian Foreign Policy Journal*, Vol. 7, No. 2, pp. 73-82.
- Cull, Nicholas(2008), Public diplomacy: Taxonomies and histories. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science* 616(1), pp. 31-33.
- Cummings, Milton(2009), *Cultural Diplomacy and the United States Government: A Survey. Americans for the Arts. Washington, USA.*
- Jo, Hee-Moon(2009), “Korea’s Foreign Policy Towards Brazil (1959-2009): An Analysis of the Past, the Present, and the Future,” *Journal of Lusophone Area Studies*, Vol. 6, No. 2, pp. 177-204.
- Jung, Ho-Yoon(2021), “A Comparative Study on Digital Public Diplomacy between Korea and Brazil: Focusing on the Social Media Utilization by Embassies in Seoul and Brasilia,” *Korean Journal of Latin American and Caribbean Studies*, Vol. 40, No. 4, pp. 35-62.
- Jung, Ho-Yoon and Lim So-Ra(2021), “Changes in the Diplomatic Paradigm and the Rise of Digital Public Diplomacy: Focusing on the Portuguese Case,” *Journal of European Union Studies*, Vol. 58, pp. 369-402.
- Jung, Ho-Yoon and Kwon, Ki-Su (2022), “A Study on the Industrial Specialization of Brazilian States Using Location Quotient Analysis: Implications for Korean Enterprises,” *Korean Journal of Latin American and Caribbean Studies*, Vol. 41, No. 1, pp. 63-96.
- Kim, Jae – Soon(2018), “Joongnammi Hallyu Hwaksanui Geojeom Brazile Nebunjjae Sejonghakdang Gaewon,”
<https://www.yna.co.kr/view/AKR20180804014700094>
- King Sejong Institute Foundation,
<https://www.ksif.or.kr/ste/ksf/hkd/lochkd.do?menuNo=20101800>
- Korean Cultural Center in Brazil, <https://brazil.korean-culture.org>
- Korean Embassy in Brazil, “Gonggwan Hwaldong Sahang,”
https://overseas.mofa.go.kr/br-ko/brd/m_23706/list.do
- Korea Foundation, “Jiguchon Hallyu Hyunhwang II(America),”
http://www.kf.or.kr/archives/ebook/ebook_view.do?p_cidx=3339&p_cfidx=116765

- Lee, Kye-Hyung(2015), “Brazil Haninhoe,”
<http://encykorea.aks.ac.kr/Contents/Item/E0072488>
- Lenczowski, John(2007), *Cultural Diplomacy, Political Influence, and Integrated Strategy*. The Institute of World Politics: Woshington DC, USA.
- Ma, Young-Sam(2011), “Gonggongyoigyoui Hyunhwangwa Woorieeui Jeongchaek Banghyang,” *Jeju Peace Forum*, Vol. 83, pp. 1-19.
- Ministry of Foreign Affairs, “What is Public Diplomacy?”
https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_22713/contents.do
- Song, Nam-Eun(2019), “A Conceptual Study on a Policy Model for Cultural Diplomacy through the Arts,” *The Journal of Cultural Policy*, Vol. 33, No. 1, pp. 131-153.
- Statistia, “Number of Facebook users in Brazil from 2018 to 2027”,
<https://www.statista.com/statistics/244936/number-of-facebook-users-in-brazil/>
- World Korean(2022), “Hankuk Kukjemunhwa Gyoryu Jinheungwon, Hankuk-Brazil Societywa Eobmuhyupyak Chegyeol,”
<https://www.worldkorean.net/news/articleView.html?idxno=43916>

Article Received: 2022. 11. 14

Revised: 2022. 12. 21

Accepted: 2022. 12. 23

Articles

포스트 팬데믹과 멕시코의 대응: 5G 시대 개막과 새로운 생태계 구축 가능성을 중심으로*

최명호**

부산외국어대학교

정길화***

한국국제문화교류진흥원

ABSTRACT

Post-Pandemic and Mexico's Response: Focusing on the Opening of the 5G Era and the Possibility of Building a New Ecosystem:

There was a tendency to look critically at modern industrial civilization through the tragedy of the corona pandemic, but since then inflation has become a global economic problem, each country is seeking solutions as national responses. For example, the Inflation Reduction Act of 2022 is the US's response. However, in the case of emerging and underdeveloped countries with financial difficulties, it is difficult to devise policy alternatives. One of the new alternatives to this situation is the 5G service. Based on this, a new industry/economy/culture model, a new ecosystem, and a platform model can be an alternative.

With the beginning of the 5G era, the composition of the high-speed Internet network and the existing 3G and 4G services can be provided at a lower cost, and the overall Internet service can be developed. In addition, due to the development of non-face-to-face services due to the corona pandemic, delivery services are activated in Mexico. Above all, the delivery service is a new opportunity for the poor who are unemployed due to the corona pandemic, because they can start without any special capital. Mexico, one of the major tourism powers, has been able to solve the problem of increased

* 이 논문은 2018년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2018S1A6A3A02081030)

** Myoung-Ho Choi is a research professor of Institute of Ibero American Studies at Busan University of Foreign Studies, Korea (Email: nadabh@gmail.com)

*** Kil-Hwa Jung is the president of the Korean Foundation for International Cultural Exchange (KOFICE), (Email: yonsol@hanmail.net)

unemployment due to the corona pandemic, with delivery services. However, as emphasized, Mexico has a very close relationship with the United States and Canada in the information and communication field. If Mexico's 5G network is built with Huawei technology, Mexico may act as a backdoor. Relying only on foreign technology for the country-centric communication network can be problematic in the current era of trying to switch from free trade to protectionism. In this situation, the Korean export model is probably the case of local government currency and the delivery app “Delivery Express” operated by Gyeonggi-do. The central or local government-led economic stimulus package through local government currency will be an alternative to emerging countries in the era of inflation. The example of Mexico will be an exemplary case of information and communication infrastructure projects in emerging or underdeveloped countries.

Keywords: Post-Pandemic, New Economic Ecosystem, Network Neutrality, Mexico, 5G / 포스트 팬데믹, 새로운 경제 생태계, 망 중립성, 멕시코, 5G

서론 및 문제 제기

2020년 뉴욕과 마드리드, 그리고 세계의 수많은 대도시에서는 Covid - 19로 인한 사망자들을 병상경기장과 거리 곳곳에 방치하였다(Cho 2020). 또한 어떤 국가는 농장의 냉동고를 영안실로 대체하기도 했다(Kim 2020). 당시 수많은 국가가 국가비상사태를 선포했다. 스페인 등의 일부 국가에서는 인구 이동을 금지하는, 소위 ‘완전 봉쇄’라는 최고 수위의 거리두기를 선포하거나 국경을 폐쇄하였다. 이는 세계화를 통해 구축된 모든 관계가 한동안 절연(絶緣)된 것을 의미하였다. Covid - 19로 인해 전 세계 인구의 6억 명 이상이 감염되었고 6백만 명 이상이 사망하였다(John Hopkins University 2022). 소설이나 영화에서 보던 세기말 지구 최후의 날과 같은 일들이 실제로 일어난 것이다.

‘글로벌 가치 사슬’ 혹은 ‘세계화’란 용어와 함께 완전히 유기적으로 통합된 것으로 보이던 세상이 해체되었고, 산업화 이후의 인간 문명과 역사를 비판적/반성적으로 돌아보는 경향이 세계적으로 유행하기도 했다. 하지만 그것도 잠시, 인류는 망각으로 빠져갔다. 선진국과 일부 신흥국을 중심으로

강력한 정부의 개입을 기본으로 한 경제정책과 새로운 백신의 개발, 언택트 혹은 비대면 시대에 맞춘 다양한 디지털 기술 개발과 그에 기반을 둔 재택근무 등의 새로운 노동 형식의 등장 등이 적절히 조화를 이루며 위기는 새로운 가능성의 등장과 함께 도약하는 성장은 아니라 해도 팬데믹 시대 침체를 막아줄 수 있을 것이란 믿음이 생기기 시작했다. 다시 말하면, 코로나로 인한 제한조치가 풀리기 시작하면 서서히 경제 또한 팬데믹 이전으로 회복할 수 있을 것 같았고 여기에 코로나 종식으로 인해 관광 산업까지 회복되면 오히려 더 발전할 수 있을 것이란 전망도 있었다.

하지만 우리의 바람과는 다르게 새로운 변화가 나타났고 시차를 두고 유행하면서 그때마다 세계 경제의 한 축이 무너졌고 연관된 ‘글로벌 가치사슬’에 연관된 다른 지역으로 위기가 확산되었다. 구소련의 붕괴 이후 계속된 세계화로 현재의 ‘글로벌 가치사슬’은 복잡하고 중층적으로 발전했다. 그로 인해 현대의 연환계(連環計)처럼 반도체 등의 상품은 일부 부품 생산에 문제가 생겨도 전체 생산에 차질을 빚었다. 중국의 경우처럼 항구 봉쇄나 항공 운성 지연 등은 이제 익숙한 상황이 되었다. 간단히 말하기는 어렵지만, 미국의 보조금 지급으로 대표되는 재정정책은 미국의 구매력을 유지했고, 가계 소비는 팬데믹 중에도 활기를 보였으며 미국의 수요, 특히 수입품의 수요가 급증했고 공급난을 겪는 상황에 미국은 세계의 재화를 빨아들였고 다른 지역은 공급난이 심화될 수밖에 없었다. 여기에 러시아-우크라이나 전쟁까지 발발하면서 에너지 가격의 폭등을 일으켰고, 에너지원의 불균형으로 가격 상승은 모든 분야에 영향을 미치게 되었다. 그로 인해 잊힌 용어 중 하나였던 인플레이션 시대를 맞이하게 되었다.

세계 경제의 위기라 단언하기는 어렵지만, 부정적인 전망은 유행처럼 번지고 있고 불행히도 경제 위기의 피해는 공평하게 다가오는 것이 아니라 저개발국가와 신흥국에는 치명적인 영향을 미치고 있고 인플레이션 또한 약한 고리에 속하는 국가들은 팬데믹보다 더 어려운 상황에 봉착해있다. 더 불행한 일은 선진국, 예를 들어 미국 등의 국가에서 해결책이 먼저 나오고 신흥국이나 저개발국가의 경우 아무리 효과적인 해결책이라고 해도 그 효과를 시간상으로 뒤져서 보게 된다는 것, 그로 인해 그 효과 자체도 줄어들다는 점이다.

2022년 8월 16일 바이든 미국 대통령이 하원 발의 법안 제5376호(H.R.

5376)에 서명하여 「인플레이션 감축법 2022(Inflation Reduction Act of 2022)」가 제정되었는데 소위 우리나라에는 전기차나 배터리 보조금법안처럼 알려져 있으나 실제로는 약 4조 달러, 우리 돈으로 5,000조 원 이상의 증세 법안이며, 이를 통해 기후변화 대응, 친환경 에너지의 보급, 취약계층 지원 확대, 일자리 창출 및 노동자 보호, 의료비 지원 등을 한다는 것이다(World Legal Information Center 2022). 이는 서로 대립적이라 알려진 케인스주의적 정책으로도 볼 수 있고 하이에크적 정책으로도 볼 수 있는데, 케인스적 정책 혹은 케인스주의의 정책은 경기후퇴 혹은 침체기의 경우 부족해진 투자를 정부의 개입으로 대신한다는 것이며 공공 부분에 대한 투자를 정부의 부채로 한다는 것이 골자라 할 수 있다(Hunt 2015, 835 - 846).

하이에크는 스태그플레이션의 해결책으로 “통화량 감소와 공급량 증가”를 제시했는데 우리에게서 유동성의 감소와 공급 증가를 위한 각종 규제 완화 혹은 철폐에 집중되어 이것이 신자유주의 정책으로 알려져 있었고 물론 틀렸다고는 할 수 없겠지만 진정한 목적은 공급 증가였다(Park 2008, 158 - 160). 이번 인플레이션 감축법의 경우 법인과 중상 계층에 대한 증세를 통해 상당한 유동성을 흡수한다는 점과 이를 통해 공공복지와 제조업의 부흥을 이끈다는 점은 수요와 공급의 측면을 모두 고려한 것으로 이후 침체기에서 벗어나게 되면 제조업 부흥을 통해 고용의 증가가 수요의 증가로 이어지며 선순환을 기대할 수도 있을 것이다.

하지만 신흥국의 경우 대부분 극적인 증세할 여력이 없다고도 할 수 있고 멕시코와 브라질 등은 선제적 기준금리 인상을 통해¹ 적극적으로 유동성을 확보하고 있으므로 코로나 팬데믹으로 인한 재정 투입으로 인해 재정적 여유가 없으며 증세 등의 강력한 정책을 펼 가능성도 그리 크지 않다.² 이런 위기 상황을 극복하기 위한 다양한 모색이 있으며 그 핵심은 유동성 혹은 수요에 영향을 미치지 않으면서 사회 기반에 대한 대규모 투자일 텐데, 외부에서 대규모 투자를 하지 않는다면 현실적으로 기대하기 어려운 시나리오

1 2022년 11월 17일 현재, 멕시코의 기준금리는 10%이며 인플레이션은 8.42%, 브라질의 경우 기준금리는 13.75%, 인플레이션은 6.47% 정도이다.
<https://ko.tradingeconomics.com/>

2 브라질의 룰라 정부가 출범하면 달라질 가능성이 없지는 않으나 정치적으로 경제적으로 쉽지 않으리라고 전망된다. 전 세계 여러 나라가 마치 미국처럼 전 국민에게 직접적으로 지원금 형태로 유동성을 공급한 것은 아니지만 백신 구매를 비롯한 기타 방역비로 상당한 지출을 하였기 때문에 재정적 여력이 없다고 평가하는 것이다.

이다.

이런 상황에 새로운 대안으로 등장한 것 중 하나가 바로 5G 서비스이다. 물론 5G 자체에 어떤 진보성이 있는가에 관한 질문을 할 수도 있고 지금보다 빠른 초고속 근거리망 서비스가 가장 중요한 사회적 기반인지도 확인하기는 쉽지 않다. 하지만 기간 서비스이면서 현재 자본이 집중될 수 있는 사업이라는 점은 분명하다. 또한 초고속 근거리 통신망의 구축으로는 그 무엇도 해결하기 어렵고, 이를 기반으로 하여 새로운 산업/경제/문화의 모델이 등장해야 어떤 의미가 있을 것이다. 그 대안 중 하나로 새로운 생태계, 플랫폼 모델을 생각할 수 있다. 생태계 모델의 핵심은 자연의 생태계가 그렇듯 스스로 그러함, 외부의 개입이 없이 자생적으로 돌아가는 것이다. 물론 이는 모든 경제모델에 공통된 것이나, 위기 상황에 정부의 개입 없이 스스로 운영되는 모델을 갖출 수 있다면 경제 활성화와 재정적 측면에도 상당히 유리할 것이다. 대표적인 예가 바로 애플 생태계(Apple Ecosystem)이다. 차별적이고 배타적인 iOS를 중심으로 하드웨어, 소프트웨어, 서비스, 콘텐츠를 연결해 애플만의 생태계를 구축하고 이를 통해 사용자들에게 애플만의 특별한 사용 경험을 제공하는(Kim et al 2014, 74-75)것으로 플랫폼 서비스의 전형이다.

결국 신흥국의 입장에선 정부를 대신하여 대규모 인프라 투자가 가능할 것이냐에 대한 문제와 5G 서비스의 경우에는 이를 통해 새로운 생태계, 플랫폼을 구축할 수 있을 것이냐가 관건일 것이다. 본 논문은 이 관점에서 2022년 9월 현지 조사의 결과를 바탕으로 포스트 팬데믹 이후 새로운 성장 동력을 모색하는 멕시코의 모습을 서술하고 분석한다. 이를 통해 멕시코의 성장 전망과 시사점을 밝히는 것도 본 논문의 목표이다.

멕시코 5G 시대 개막

2022년 2월 22일, 아메리카 모빌(America Móvil)의 자회사인 텔셀(Telcel)은 라틴아메리카 최초로 5G 사용 서비스를 멕시코 주요 18개 도시를 시작으로 제공했다. 이후 현재까지 서비스 지역은 지속해서 확대되고 있고 2022년 연말까지 120여 개의 도시에 5G 서비스를 제공할 예정이라 한다 (Catalina Irurita 2022). 또한 시장 점유 2위인 AT&T도 공식적으로 5G 서비스를 시작했기 때문에, 멕시코는 명실상부한 5G 시대로 접어들었다고 봐도 무방할 것이다. 5G의 특징은 1) 초고속(Enhanced Mobile Broadband) 2) 초저지연(Ultra-Reliable and Low Latency Communication) 3) 초연결(Massive Machine Type Communication)로 압축된다. 5G는 데이터 전송량이 큰 고주파 대역을 사용함으로써 더 많은 데이터를 더 빠르게 전송할 수 있다. 물론 이런 초고속 데이터망의 구축은 원활한 인터넷 사용을 목표로 하는 것은 아니다. 이미 4G/LTE 수준에서도 끊김 없이 원활한 인터넷 사용이 가능하며 1080p급 고화질 동영상을 보는 것 또한 그리 큰 문제가 없으며 스마트폰이나 태블릿을 사용할 경우, 1080p와 4k 동영상의 질적 차이를 체감하는 것은 쉬운 일이 아니다.³ 또한 같은 맥락으로 고화질 동영상을 감상만 하기 위해 초고속 데이터망이 필요한 것은 아니다. 사실 이 부분에 5G 서비스를 2019년 세계 최초로 상용화한 우리나라도 그리 할 말이 많지 않다. 사용자는 계속 늘어 2,018만 9,808명에 육박하지만(MSIT 2022), 5G 전용 서비스가 무엇인지 서비스 공급자도 사용자도 구체적으로 대답하기는 쉽지 않다. 속도의 체감 또한 4G와 5G 사이 결정적으로 느껴진다고 보긴 어렵다. 역설적으로 국내에 5G를 기반으로 한 전용 플랫폼 모델이 성립되지 않는다면 전 세계적으로도 어떤 가능성을 기대하기 어렵다고 할 것이다.

하지만 5G 서비스는 단순히 데이터 통신 속도의 압도적 상승만을 의미하지는 않는다. 텔셀이 2022년 말까지 기대하는 5G 사용자 수는 약 4천만 명이고(Kylie 2020) 이는 멕시코의 총 인터넷 사용자 8천 오백만 명에서 9천만 명의 44%에서 47%에 해당하는 것으로(Simon 2021), 2022년 2월 이전까지의 4G 사용자 수와 비슷하므로 적어도 모바일 데이터는 가능

3 2022년 9월 멕시코시티 남부에서 필자가 확인해본 결과 최신형 대형 TV가 아닌 경우, 1080p와 4k를 구분하기는 거의 불가능했다.

한 한 빠르게 5G로 전환하는 것을 목표로 한다고 봐야 할 것이다. 하지만 동시에 고려해야 하는 것은 우리나라의 경우와 마찬가지로 5G의 등장으로 기존 4G망과 서비스가 저가 및 염가로 제공된다는 점이다. 이것은 멕시코도 마찬가지로 기존 사업자가 파격적인 조건으로 새로운 4G 서비스를 출시하기도 하고 동시에 전체적인 인터넷 서비스 수준을 올려놓기도 한다. 예를 들어, 메가급의 가정 및 회사의 인터넷망 서비스가 기가급 수준으로 올라오고 동시에 기존에 사용하던 저속 인터넷망은 공용 인터넷망으로 무료로 공개되는 일련의 과정을 거치게 된다. 결론적으로 3G 서비스는 일반에게 무료로 공개되고 4G는 저가 및 염가로 제공되고 유선 인터넷 서비스가 5G급 이상으로 서비스된다는 것이 5G 서비스의 도미노 효과라 할 수 있을 것이다. 결론적으로 5G 서비스는 그 자체로의 의미보다 특정 지역 및 국가에 최선의 인터넷 인프라를 구축한다는 의미이다. 이것은 소위 4차 산업혁명의 기반으로 새로운 생태계를 구성하는 기본이며 수많은 가능성을 생각할 수 있으나, 멕시코와 라틴아메리카의 현실을 고려하면 고개를 갸웃하게 하는 것 또한 부정할 수 없는 사실이다.

포스트 팬데믹과 새로운 생태계 구축

Covid-19의 전 세계적인 유행은 세계 경제를 순간적으로 마비시켰으며, 세계화에 예외인 국가가 별로 없듯이, 이 상황에 예외인 국가는 없었다. 하지만 상품 위주 교역 국가의 경우 그 영향이 상대적으로 덜했으며 사람과 사람이 직접 교류하는 경우, 인터넷망을 통한 온라인 방식으로 전환이 되긴 했지만, 관광의 경우는 이런 디지털 전환이 불가능하다. 멕시코는 GDP의 8~9%가 관광 분야로 관광지 근처의 가판대에서부터 오성급 이상의 호텔의 객실 안내원까지 다양한 분야에 통계로 파악되는 수치로만 약 400만 명 이상의 인원이 종사하고 있다(Song 2021). 간접적으로 관련된 인원까지 고려한다면 그 수는 천만 명에 육박할 것으로 보이며 이를 고려하면 멕시코 GDP에 관광이 미치는 영향은 10% 정도로 간주해도 큰 무리는 없을 것이다. 멕시코는 2021년 기준 관광객 수로는 세계 2위에 해당하는 국가로 세계적 관광대국이라 할 수 있으나(Kim 2022), 이는 동시에 코로나 팬데믹의 피해를 직격으로 맞을 수밖에 없었다는 것을 방증하는 것이다.

거칠게 표현하면 관광영역의 침체가 멕시코 경제 전반에 미친 Covid-19의 영향과 거의 비슷하며 2022년 11월 현재, 멕시코 경제활동 참가율이 60% 정도에 머물며 2015-2016년도의 62%대를 회복하지 못하는 이유도 여기에 있다고 할 수 있다. 동서양을 막론하고 경제 침체에 가장 큰 피해를 보는 것은 사회의 가장 약한 고리부터인데, 무엇보다 일용직 노동자의 경우 생존의 위기에 해당하는 시간을 보낼 수밖에 없었고, 이를 어떻게 해결할 것이냐는 각 국가의 지상과제였다. 어떤 국가는 보조금을 지급하기도 했고 어떤 국가는 확진자가 발생하면 아예 지역을 통제하고 봉쇄하기도 했다. 물론 그 후유증은 세계화로 인해 전 세계에 미치고 있는 것이 사실이다.

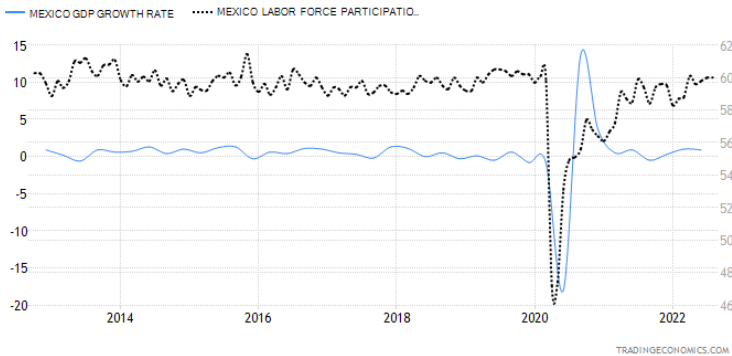


그림 1. 멕시코 경제성장률과 경제활동 참가율⁴

멕시코와 브라질 등 라틴아메리카의 대부분 국가에서 배달이나 택배 문화가 자리 잡기 어려웠던 것은 다름이 아니라 치안이 약했기 때문이다. 상대적으로 현찰을 많이 사용하는 라틴아메리카의 경우 배달로 인해 크고 작은 사고를 예방하기 어려웠으며 임시직에 해당하는 배달직원을 직접 고용의 형태로 사용하는 경우 또한 마찬가지였다. 택배의 경우는 택배 트럭 자체를 목표로 범죄가 일어나는 것을 예방하기 쉽지 않았고 그래서 DHL, UPI 등 미국계 택배업체를 제외하고 자생적인 업체들이 활발히 활동하기 어려운 환경이었다.

4 검은 점선이 경제성장률이고 파란 실선이 경제활동참가율이다. 2021년 이후 성장이 둔화하였으나 경제활동참가율은 꾸준한 상승 중이다.



출처: 2022년 직접 촬영.

그림 2. 멕시코시티에서 공유자전거를 이용하여 배달중인 여성

하지만 코로나 팬데믹이 길어지면서 거리두기를 기본으로 하여 외부활동이 현저히 줄어들었으며 이로 인해 배달 서비스의 수요가 늘어나게 되었다. 동시에 팬데믹으로 인한 실직의 상태에 있던 이들은 일자리가 필요했다. 멕시코시티의 자전거 공유 시스템인 에코비시(EcoBici)를 이용하면 자전거를 소유하고 있지 않거나 구매하지 않더라도 바로 배달 대행을 할 수 있다는 것 또한 주요한 장점이었다⁵.

이런 수요와 공급의 조화로 인해 배달업이라는 것이 팬데믹과 함께 급성장하게 된다. 멕시코에 오랜 전통인 팁 문화 또한 배달업을 부흥케 한 원동력 중 하나이기도 했는데 배송비에 해당하는 금액 혹은 그 이상을 팁으로 주는 경우가 적지 않았기 때문이다. 여러 조건이 맞아들어가며 배달업이 성장하게 되자 멕시코 시티를 중심으로 오토바이 수요 또한 증가하게 되었

5 우버(Uber)는 멕시코시티 내에서 전기자전거 대여 서비스를 개시, 우버 측은 멕시코시티 내 폴랑코(Polanco) 등의 지역에서 약 1,900대의 전기자전거를 대여할 수 있다고 설명하며 멕시코시티 내 규제 검토 후 서비스 규모를 약 4,800여 대로 늘릴 계획이라 밝혔는데, 이 전기자전거가 배달 전용이라 보기는 어렵지만, 필자가 목격한 바에 의하면 2022년 9월, 점심/저녁 시간에 상당한 전기자전거가 배달에 이용되고 있었다. Mexiconewsdaily(2019), “Uber launches its Jump electric bicycle rentals in Mexico, City,” <https://mexiconewsdaily.com/news/uber-launches-its-jump-electric-bicycle-rentals/>

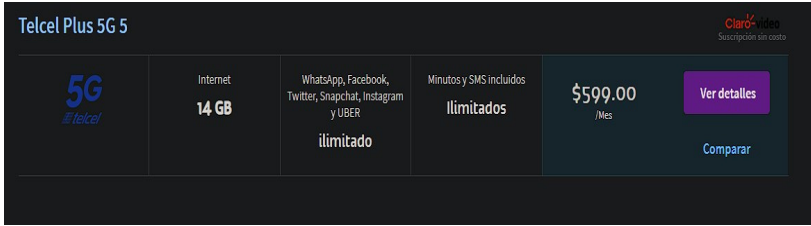
다(The Economist 2022). 무엇보다 중국산 오토바이의 공급 또한 주요한 원인 중 하나였다. 이를 통해 상대적으로 장거리는 오토바이가 상대적으로 가깝고 복잡한 골목의 배달은 자전거/전기자전거가 맡는 분업까지 자연스럽게 형성되었다. 여기에 휴대용 카드 단말기가 보편화되고 4G 기반으로 서비스되면서 기타 오류 등 오작동의 가능성이 현저히 낮아지게 되었다. 이로 인해 실제 배달 대행 서비스를 하는 이들은 카드 단말기만 휴대하면 되므로 범죄의 표적이 될 가능성이 현저히 낮아지게 되었고 우버의 경우와 비슷하게 자신의 계좌에 매주 혹은 2주 혹은 매달 월급과 비슷하게 결산되는 구조를 통해 안정적인 소득구조를 만들게 되었고 이는 특히 소득분위 1분위 혹은 2분위에 속하는 이들이 초기 자본을 거의 들이지 않고 참여할 수 있는 직종이 되었고 우리나라 택배의 경우와 비슷하게 개인사업자로 참여할 수도 있고 우버와 같은 대행업체에 속한 노동자 형태로 참여할 수도 있어 선택의 폭도 넓다고 볼 수 있다(El Financiero 2021; Alfaro 2022)⁶. 여기에 적극적으로 건설되고 있는 자전거 전용 도로와 차선의 경우 인도와 가장 가까운 차선을 자전거 전용으로 할애함으로 인해 자전거 운행의 속도와 안전성을 담보하고 있다.

코로나 팬데믹으로 인한 노동시장의 위기는 새로운 시장의 창출과 더불어 어느 정도 안정세를 보인다고 할 수 있다. 특히 자신이 일한 만큼 소득을 받아 가는 구조 또한 많은 이들에게 환영받는 것으로 보인다. 물론 이런 구조의 원형은 우버라고 할 수 있겠지만 배달을 시작으로 다양한 대행 서비스로 발전하고 있는 현재 상황은 5G 상용화와 더불어 상당한 시너지를 만들고 있는 것이 사실이다.

6 물론 한 업체에 고용된 형태가 아닌 앱 서비스와 계약을 한 사업자라는 위치는 노동자로서의 사회적 보호에서 예외일 수밖에 없다는 한계가 있으나 동시에 노동자로서 노동시간 등의 제약이 없다는 점도 소득 1분위에 속하는 이들에게는 고려할 수밖에 없는 측면이다. 가족 중 코로나에 감염된 사람이 있거나 대가족 중 본인만이 일을 할 수 있는 상황이라고 한다면 선택할 수 있는 여지는 그리 많지 않다. 스페인에서는 배달 노동자를 보호하는 법안이 이미 발효되었고 멕시코에서는 제정 중이다. 취업 사이트를 기준으로 배달 노동자의 수익은 팁을 제외하고 만 페소(한화 약 70만 원) 내외이고 지역에 따라 차이가 있어 일반화하기는 어렵지만, 팁까지 합칠 경우, 가변적이지만 공식적인 수입과 비슷하게 다시 말해, 2배 정도의 수익이 된다고 한다. 다만, 우버나 디디의 경우 자전거 등의 운송 수단을 지원해주는 때도 있어 소위 맨주먹으로 시작할 수 있는 일이기도 하다. 앞으로 배달 노동자들의 처우 또한 주목할 만한 부분이며 동시에 국제적 연대 또한 생각해볼 수 있을 것이다.

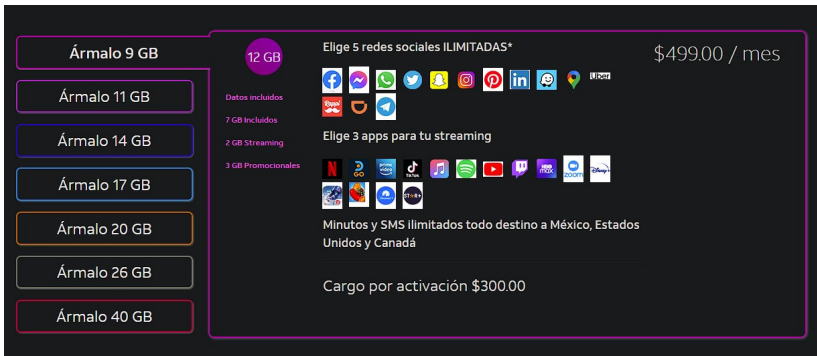
새로운 생태계 구축의 기반 멕시코식 핸드폰 사용환경

우리나라의 경우 처음 핸드폰 서비스를 시작하면서 후지급제의 요금을 사용한 것과 달리 멕시코의 경우는 선지급제 요금을 사용했다. 선지급제 요금을 사용한 것에는 여러 가지 이유가 있을 수 있는데 우리나라와 달리 광범위한 영토의 국가는 지역별로 사업자가 다를 수가 있었고, 사용자의 신용에 대한 확신이 없는 탓도 있었다. 선지급제 요금을 사용하면 무엇보다 연체의 위험이 없다는 장점이 있기는 했지만, 요금제와 연계된 단말기의 판매부터 휴대전화기를 이용하여 본인을 인증하는 등의 개인정보 사용에는 그리 쉽지 않았다. 현재 후지급제 요금 사용자가 늘고는 있지만, 현재도 선지급제 요금 사용하는 이들이 적지 않다. 전자상거래, 온라인 유통구조라는 측면에서 상당한 약점이라 할 수도 있겠지만, 휴대전화기 자체로 개인을 인증하기보다 SNS나 앱 로그인을 통하여, 다시 말하면 이메일 주소 등을 이용하여 로그인하고 자신 명의의 현금/신용카드를 이용하여 본인 인증하는 구조는 보안이란 측면에서는 상대적으로 안정적이라 평가도 할 수 있을 것이다. 게다가 나프타에서 USMCA로 이어지면서 후지급제 요금의 경우 미국, 캐나다, 멕시코에서 통화/문자 무제한 서비스와 데이터까지 멕시코와 같은 조건으로 사용할 수 있게 되었다. 동시에 선지급제 요금까지도 SNS 무제한이라는 파격적인 서비스를 출시한다. 페이스북과 왓츠, 인스타그램과 트위터 틱톡뿐만 아니라 현재는 운송 네트워크만이 아니라 각종 대형 및 배달 서비스를 하는 우버, 멕시코의 배달의 민족이라 할 수 있는 콜롬비아계 배달앱인 RAPPI 등의 사용이 무제한으로 제공되면서 서비스 접근성이 상당히 개선되었다. 만일 최저가의 서비스를 사용하여 가능한 데이터가 없다고 해도 SNS와 기타 배달 음식 앱은 사용에 제한이 없어진 것이다. 현재 배달 서비스는 음식에서 시작하였으나 대형 쇼핑물에서 쇼핑을 대행하여 집으로 배달해주는 서비스에서 심부름센터에서 할 수 있는 각종 서비스, 공공 문서의 발급 및 접수까지 대행해주고 있다.



출처: <https://www.telcel.com/>

그림 3. 텔셀 5G 서비스 요금



출처: <https://www.telcel.com/>

그림 4. 텔셀 4G 서비스 요금⁷

물론 이 모든 것이 가능하기 위해서는 서비스 사용자만이 아니라 공급자, 더 정확히는 배달하는 이들도 최신의, 혹은 비슷한 수준의 단말기를 사용해야 한다. 5G의 경우 중국산 저가 휴대전화가 대거 수입되면서 오히려 대형 메이커의 4G 폰보다 싸게 팔리고 있다. 100~150달러(멕시코 페소로 2,000에서 3,000페소)의 저가 휴대전화기로 인해 단말기 가격으로 인한 5G 서비스 진입 장벽은 그리 높지 않다고 볼 수 있다⁸. 전망이긴 하지만 소득분위 1분위 혹은 2분위에 속하는 이들에게 생필품이면서 동시에 소득의 기반이라 할 수 있는 휴대전화의 수요는 이들의 소득에 비례하여 늘어날 것으로

⁷ 그림 3의 5G 서비스와 비교할 만한 4G 서비스 월 499(약 25달러)페소 요금. 무료로 제공되는 서비스는 더 많다.

⁸ <https://www.mobilewithprices.com/all-5g-phone-filters-in-mexico-5057-9.php>

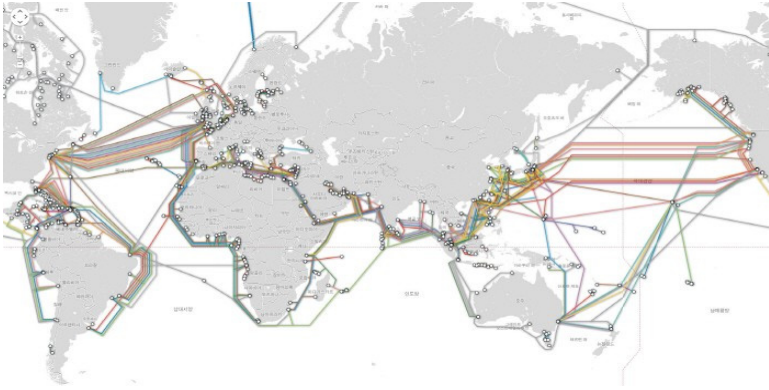
보이며, 동시에 5G 전용 고사양 스마트폰의 수요 또한 비례하여 계속 늘어갈 것으로 보인다.

망 건립과 빅데이터, 미래의 가치와 잠재적 위험

하지만, 5G 서비스를 통한 장밋빛 미래만 있는 것이 아니다. 미래의 위험요인은 어쩌면 현재 우리가 상상할 수 있는 수준을 상회하는지도 모를 일이다.

인터넷 사업자와 콘텐츠 플랫폼 간 망 사용료 분쟁이 국가 간 분쟁으로 번지고 있고 망 사용료 논쟁은 망 중립성과 부딪치는 것으로, 그동안 인터넷 환경이 상당히 평등하고 중립적이며 개방적으로 유지될 수 있었던 중요한 근거 중 하나였다. 망 사용료 문제는 인터넷 사업자와 콘텐츠 플랫폼 간 문제이기 때문에 사용자에게 직접적인 영향을 미치는 것은 아니겠지만 망 사용료가 부과될 경우, 서비스 사용요금의 상승으로 이어질 수도 있고 정보통신 부문에 국가 간 격차를 만들 수도 있다. 다시 말하면 선진국에 망 사용료를 부과하기 어려운 국가, 부과한 국가 모두 콘텐츠⁹의 자유에서 멀어질 수 있기 때문이다. 물론 더 중요한 것은 망 중립성에 현재까지 언급되지 않았던 해저케이블 등 전 세계적 인터넷 환경 구성의 중심, 정보의 동맥에 대해 사용료를 부과할 가능성도 없지 않다. 마치 현재의 인터넷 커뮤니케이션 환경을 유지하기 위해 마치 조공처럼 미국을 비롯한 미디어 선진국에 사용료를 낼 수도 있으며 신흥국이나 저개발국가의 경우 자국에서 생산 및 유통되는 모든 데이터의 현재와 미래의 권한까지도 넘기게 될 수도 있다. 단언하기는 어렵지만, 지역 간 분쟁으로 인해 인터넷이 인트라넷처럼 지역 중심의 단절된 환경에서 운영된다면 진정한 의미로 세계화가 해체되었다고 할 수 있을 것이다. 그만큼 망 사용료 논쟁은 그저 넷플릭스에 사용료를 받냐 못 받냐의 문제만이 아니라, 인터넷 환경의 기본 정신이 훼손되거나 바뀔 수 있고 정보의 개방성과 모든 이에게 열린 공간, 자유의 의미가 퇴색할 수도 있는 문제라는 점에서 중요한 것이다.

9 망 사용료를 부과하기 어려운 국가의 경우 자생적인 자국 콘텐츠를 개발하기 어려워 콘텐츠 시장을 잠식당할 것이고 망 사용료를 부과한 국가는 망 사용료 때문에 고품질의 4k/1080p급 콘텐츠를 공급하기 어려워질 것이다. 실제로 트위치는 우리나라에 더는 1080p급 콘텐츠를 공급하지 않는다.



출처: <https://www.etnews.com/20140828000115>

그림 5. 2022년 현재 운영 중인 해저케이블

망 사용료의 문제와 흡사하지만 다른 중요한 문제도 있다. 2022년 10월 20일, 갑자기 카카오툼과 네이버의 서비스가 정상적으로 운영되지 않았다. 카카오툼의 경우 5일, 정확히는 127시간 30분 동안 정상적인 서비스가 제공되지 않았다(Kim 2022). 소위 “카카오 먹통 사태”는 백업 데이터 센터의 필요성을 공감케 했으며 카카오와는 다른 네이버의 대응과 준비성 및 구조에 주목하게 하기도 했다. 하지만 문제는 망 공급자의 독점 혹은 독점적 상황이라는 점을 비판하는 경우는 드물었다. 네이버는 강원도 춘천에 ‘각’이라는 데이터 센터를 만들었지만, 망 공급자가 망 서비스를 제공하지 않아 기획한 수준의 데이터 센터가 되지 못했다(Kum 2017). 데이터 센터는 쉽게 개인 컴퓨터의 하드 디스크 같은 성격이 있는데 인터넷 서비스, 그것도 상당한 용량과 안정성이 담보된 망 서비스가 없다면 데이터 센터는 그저 허울뿐이고 인터넷에 연결 안 된 PC, 혹은 연결되지 않은 고용량의 외장 하드디스크일 뿐이다. 아프리카TV 등 국내 콘텐츠 업체들은 이미 망 사용료를 내고 있고, 이전에는 다양한 업체들이 직접 서버를 운영했지만, 현재는 망 공급자가 만든 ‘데이터 센터’에 서버를 넘겼다. 망 공급자는 데이터 센터에 입주한 업체의 데이터를 판매하게 되면서도 그 수익을 인터넷 업체에 배분하기는커녕 망 사용료를 받고, 물론 일반 사용자들에게도 사용료를 받는 삼중의 이익구조를 갖추어가고 있다. 이 구조도 문제이나 더 문제는 데이터를 독점한다는 것이다(Kim 2017, 84).

현재 사용 빈도가 너무 높아 그 실체를 뭐가 정의하기 애매한 것이 ‘빅데이터’란 용어이다. 하지만 일상의 모든 행위, 심지어 사물의 사용에 관련되어 생산되는 데이터를 모은 빅데이터가 하나의 자본이 될 수 있다는 것(Choi & Jung 2021)에는 이견이 없을 것이다. 비근한 예로 우리가 클릭한 광고와 연관된 광고가 팝업 등의 형태로 계속 노출되는 것은 우리가 클릭한 행위를 기억하고 그와 연관된 광고를 계속 노출함으로 인해 우리의 구매 행위를 유도하려는 마케팅으로 볼 수 있다. 사물인터넷을 포함하여 인간의 모든 행위, 심지어 생체적 데이터까지 수집할 수 있는 것이 현재 상황이며, 이 데이터를 통해 쉽게는 마케팅을 할 수 있으며 더 나아가 미래의 행위를 예측하며 제어할 수도 있을 것이다. 이것이 빅데이터가 미래의 석유라고 불리는 이유일 것이다. 앞에서 언급한 것과 같이, 데이터를 수집하는 것, 보관하는 것, 사용하는 과정에 모두 개입되는 것이 인터넷망이다. 무엇보다 사물인터넷을 비롯하여 모든 인간의 행위를 수집하기 위해 5G 혹은 그 이상의 인터넷 통신망이 필요할 것이다. 예를 들어, 한 개인이 현금이 아니라 4G/5G 서비스를 통해 카드 단말기로 결제한다고 가정하면, 하루 동안 어디를 가고 무엇을 먹고 누구를 만났는지를 결제 및 CCTV의 영상 등의 데이터를 통해 재구성할 수 있다. 여기에 인터넷 또는 스마트폰의 사용 쿠키까지 더해지면, 공책에 연필로 기록하는 등의 아날로그적인 방식을 제외하면 모든 것을 기록하고 재현할 수 있는 것이 현재 상황이다.

하지만 미·중 패권 경쟁 중인 현재, 앞에서 본 것과 같이 무엇보다 경제적으로 미국과 밀접한 관계에 있는 멕시코의 5G망에 사용된 기술이 중국, 그것도 화웨이의 것이라 한다면, 그 자체로 주는 어떤 위기감을 무시할 수는 없을 것이다(Kang 2022). 실제로 화웨이의 정보 침탈을 증명했는가에 대해서는 여전히 논쟁적이지만 화웨이의 기술을 경계해야 한다면, 화웨이가 아니라 미국 등의 기술을 선택해야 한다는 것은 미국계 보고서에서 일관되게 나타나는 주장이다. 팬데믹 이전이기는 하지만 트럼프 행정부 시절인 2020년, 브라질의 5세대 이동통신(5G) 사업에 대한 중국 통신장비업체 화웨이의 진출을 막기 위해 재정지원 카드를 제시하기도 했다(Kim 2020). 화웨이와 경쟁 관계에 있는 스웨덴의 에릭슨과 핀란드의 노키아 장비를 구매하면 미국 국제개발금융공사(DFC)나 수출입은행(Exim Bank)을 통해 저리로 자금을 대출해주겠다는 것인데, 원금 상환 여부와 상관없이 정부

가 상당한 부채를 안게 된다는 점에서 그리 매력적인 제안은 아니었던 것으로 보인다. 물론 바이든 정부로 바뀐 이후 정책적인 변화가 있었고 멕시코와 브라질 모두 화웨이의 기술을 채택했다. 신흥국과 저개발국가의 경우 화웨이를 비롯한 중국계 기술과 자본이 투입되는 경우가 적지 않으며, 이는 라틴 아메리카를 비롯하여 다양한 지역과 국가의 모든 데이터에 화웨이가 접근 가능하다는 것을 의미할 수도 있다. 미래 가치라고 해도 앞으로 생산될 다양한 데이터를 선점할 수가 있다면 미래의 석유라는 빅데이터를 독점하는 것과 비슷한 상황이 된다는 것이다.

트럼프 행정부는 라틴아메리카의 각 정부가 미국 정부의 '클린 네트워크'를 위해 협력하기를 원했던 것으로 보이고, 현재 바이든 정부에서는 그 관심이 조금 덜할 것으로 보인다. 클린 네트워크란 5G 통신망과 모바일 앱, 해저 케이블, 클라우드 컴퓨터 등에서 화웨이와 ZTE 등 미국이 신뢰할 수 없다고 판단한 중국 기업 제품을 배제하려는 정책인데(Kim 2020), 이것을 '클린'이라 표현한 데에서 미국이 현재 중국을 어떻게 바라보는지를 짐작할 수 있다. 이런 상황에 코로나 팬데믹으로 인하여 세계 경제가 위축되고 2022년 3월부터 미 연방준비제도 이사회의 기준금리 인상과 더불어 인플레이션 위기가 시작되면서 클린 네트워크 계획은 멀어지고 화웨이의 공격적인 라틴아메리카 진출이 계속되고 있다.

미래의 정보통신 기술이 일부 선진국에 집중되어 있다는 현실을 고려하면 망의 중립성, 인터넷의 공공성과 자유 등은 계속 지켜야 할 가치일 것이다. 하지만 현재 상황을 고려하면 그것이 쉽게 지켜질 것으로 낙관하기는 어렵다. 멕시코는 앞에서 강조한 것과 같이 정보통신 분야에 미국, 캐나다 등과 아주 밀접한 관계가 있는데 멕시코의 5G망을 화웨이 기술로 구축했다면 멕시코는 하나의 백도어같은 역할을 할 가능성도 있다. 우리나라의 경우처럼 국가 기간망이라 할 수 있는 인터넷망 사업을 사적 기업이 독과점 형태로 장악하고 있는 것도 문제가 되지만 자국의 이익을 최우선 과제로 노골적으로 밝히며 자유 무역에서 보호 무역으로의 전환을 시도하고 있는 현재, 국가 기간망을 해외의 기술력에만 의존하는 것도, 문제가 될 수 있다. 자국의 이익을 위해 어떤 일이건 일어날 수 있고 우리나라에서 시작된 망 사용료 논란 또한 앞으로 어떤 결과를 낳을지 그 누구도 단언하기 어려운 상황이다. 데이터를 그저 외부의 위협요인에서 지켜낸다는 의미의 '보안'보

다 적극적 의미의 ‘수호’가 필요한 현재, 멕시코를 비롯한 라틴아메리카의 여러 국가는 5G 서비스를 시작하여 초고속 데이터망을 갖게 될 것이란 의미와 새로운 생태계를 구축하여 지속가능성 큰 경제적 모델을 갖게 될 것이란 낙관과 더불어 미래 가치인 빅데이터를 수탈당할 수도 있다는 위기에 동시에 빠져버린 것이다. 하지만 이 역설에서 벗어날 뚜렷한 해법은 쉽게 찾아볼 수 없으며 각 행위 주체들의 윤리와 망 중립성이라는 보편적 가치에 기대야 한다는 것은 상당한 잠재적 위험요인이다.

결론을 대신하는 전망과 시사점

이러한 변화는 코로나의 대유행으로 시작되어 데이터 통신 인프라의 혁명적 확충 등이 새로운 시장을 만들어내었다고 볼 수 있다. 무엇보다 관광산업의 위축에서 온 실업과 비대면 상황이 만들어낸 배달/배송 서비스의 수요는 새로운 인프라와 만나며 하나의 생태계를 만들었다 할 수 있다. 이런 생태계를 다른 표현으로 플랫폼이라 할 수 있을 것이다. 한번 만들어진 플랫폼은 외부의 강력한 변수가 생기지 않는 한 그 자체로 순환하고 유지/발전되기 마련이다. 다시 말하면 한번 구성된 생태계에 현격한 기술 격차 없이 후발주자로 참여한다는 것은 무모한 일이 될 것이다. 하지만 동시에 현지 인프라 사업자와의 밀접한 협업 없이 생태계의 일원이 되는 것은 불가능하다는 것 또한 시사한다.

하지만 핵심적으로 중요한 것은 이제 하나의 콘텐츠의 성공이 그리 중요하지 않은 시기가 왔다는 깨달음이다. 다시 말하면 :“오징어 게임”이란 콘텐츠의 성공보다 혹은 이런 성공의 기반이 바로 넷플릭스라는 플랫폼이라는 것이 중요한 것이다. 플랫폼 안에서 더빙까지 제공된다면 이제 콘텐츠의 국적, 문화적 성향 등은 덜 중요해지고 전 세계의 사용자들이 관심을 끌고, 지속적 소비를 가능케 할 콘텐츠를 양산할 수 있게 하는 플랫폼 자체의 차별성과 경쟁력이 중요해질 것이다. 방탄소년단의 전 세계적인 인기는 이제는 당연한 사회적 현상이 되었고 K-팝은 이제 그 누구도 무시하기 어려운 전 세계적 현상이지만 과연 우리가 K-팝을 전 세계에 유통하고 지속적인 이윤을 발생시킬 수 있는 넷플릭스형 플랫폼을 가졌는지를 자문한다면 그 대답은 확실하다. 없다. 실제 K-팝에 대한 정보의 장이 유튜브라는 점을

고려하면 뮤직비디오를 유통한 전 세계적 채널 또한 없다는 것이다. 해외의 슈퍼 콘서트, 민간과 공공이 주도하는 수많은 K-팝 관련 행사와 플랫폼의 구축 중 무엇이 더 중요한지에 관한 판단은 그리 어렵지 않을 것이다. 현재 전 세계적 경쟁력을 확보한 것으로 평가받고 있는 웹툰의 경우 또한 마찬가지이다. 각 지역과 세계적 콘텐츠를 하나로 모을 수 있는 플랫폼을 만드는 것과 개별적 콘텐츠 혹은 하나의 서비스 업체의 콘텐츠를 유통하는 것 중에서 무엇이 더 지속가능성이 있는지는 고민할 필요가 없는 질문이다.

또한 공유 플랫폼 사업 모델이라는 것이 최신 기술로 치장되어 있으나 실제로 수요를 발생시킨다기보다는 기존의 시장을 점유하는 것에 불과하다는 비판이 있을 수 있다. 차량 공유는 결국 택시 시장을 잠식하는 것이며 배달 음식의 경우 또한 기존의 외식 시장을 점유하는 것으로 볼 수 있으며 에어비앤비 또한 기존 숙박업의 시장을 점유하는 것으로, 새로운 시장을 만들어간다고 보기 어려운 부분이 많다. 여기에 디지털 경제의 핵심인 플랫폼 사업의 시장 독과점과 갑질 논란까지 겹치면 새로운 혁신과 더 자유로운 모델로 치장되어 있지만, 결과적으로 산업혁명 초기, 자유방임주의 시절, 개별 경제 주체의 자유로운 계약에 그 누구도 개입해서는 안 된다는 시절, 어린 소년들이 살인적인 노동착취를 당하던, 찰스 디킨스의 『올리버 트위스트』와 비슷한 환경이 되고 말 것이다.

게다가 “배달의 민족”이란 앱의 명칭처럼 24시간 배달 음식문화는 우리나라가 원조 급이라는 데에 그리 논쟁의 여지가 없을 것이다. 하지만 이것을 구조화하고 콘텐츠화하여 수출할 수 있을 것이란 생각은 그리 많이 하지는 못했던 것 같다. 5G 서비스는 멕시코를 시작으로 브라질, 콜롬비아 등이 뒤따르고 있고 배달을 기반으로 한 새로운 생태계는 라틴아메리카 국가 사이에 큰 차이 없이 환경만 갖추어지면 그리 어렵지 않게 구축될 것으로 보인다. 동시에 전 세계적인 인플레이션이 역사적으로 인플레이션에 취약했던 라틴아메리카에도 영향을 미치고 있으며 팬데믹과 마찬가지로 약한 고리부터 무너질 수 있다는 것은 부정하기 어려운 사실이다. 어쩌면 전 세계적 침체의 중심에 라틴아메리카의 신흥국이 자리할지도 모른다. 이런 상황에 중앙정부와 지방정부는 적극적 재정을 펼치기도 어렵고 그렇다고 기준 금리를 낮추어 소위 양적 완화형 경기부양책을 실시하는 것은 미 연준의 정책이 변하지 않는 한 불가능하다. 이런 상황을 전제로 생각할 수 있는

모델은 아마도 지역화폐와 경기도 운영하는 배달앱 “배달특급”의 사례일 것이다. 중앙 혹은 지방정부가 주도하고 지역화폐를 통한 경기부양책은 인플레이션 시대 신흥국들의 하나의 대안이 될 것이며 정부의 개입과 경기 선순환의 모델을 전 세계에 제안하고 수출할 수도 있을 것이다.



출처: <https://lavca.org/>

그림 6. 2014-2021 민간 자본의 대중남미 투자¹⁰

이미 팬데믹 기간에 민간 자본의 대중남미 투자 규모는 계속 증가하였으며 단기 최대이윤을 추구하는 벤처 캐피털 등 단기 투기자본의 대규모 영입과 현재 인플레이션 상황은 이윤이 담보되지 않은 상황이라면 상당 부분이 빠져나갈 자본이라는 것을 의미한다. 단기 투기자본이 대규모로 유출되는 상황은 외환, 환율 등에 치명적인 악영향을 미치게 될 것이다. 이를 예방하면서 안정적인 경기 부양이 가능한 모델을 수출한다면 그것을 받아들이지 않기는 쉽지 않을 것이다.

10 2021년 12월 31일까지 민간 자본의 대중남미 투자 규모는 2020년의 두 배 가까이 되는 294억 달러를 기록했으며 그중 54%가 벤처 캐피털이었다. 물론 2022년 3월 미국의 기준 금리 인상 이후의 상황은 정확하게 발표되지는 않았으나 감소세라는 것은 대체로 공감하는 것 같다.

사실 5G에 관련된 주제는 상당히 광범위하다. 국내에선 거의 잊힌 것으로 보이지만 미·중 갈등이 첨예하게 대립하는 곳이 바로 5G 서비스 관련 분야이다. 멕시코의 5G 전환에 화웨이의 기술은 결정적인 영향을 미쳤으며 다른 라틴아메리카 국가도 마찬가지로 상황이 벌어졌고 벌어지고 있다. 이것이 앞으로 어떤 결과를 낳을지는 현재로서는 논쟁적이지만 5G 통신의 표준을 어떤 국가의 어떤 기업이 구축할 것이냐가 앞으로 약 20여년을 좌우할 것이며 디지털 경제의 특성상 독과점, 다시 말해 시장에서 우월적 지위를 획득하게 될 것이다. 물론 이것보다 더 중요한 것은, 멕시코의 사례가 어떤 전형이 된다는 것이다. 이는 신흥국 혹은 저개발국가의 정보통신 인프라 사업과 그에 따른 생태계 구축의 모범 사례가 될 것이다.

참고문헌

- Alfaro Yanin(2022), "Reforma para dar prestaciones a trabajadores de apps causaría miles de bajas,"
<https://www.bloomberglinea.com/2022/10/25/reforma-para-dar-prestaciones-a-trabajadores-de-apps-causaria-miles-de-bajas/>
- Catalina Irurita(2022), "How launching the first 5G commercial network in Mexico will transform the region,"
<https://www.ericsson.com/en/blog/2022/2/how-launching-the-first-5g-commercial-network-in-mexico-will-transform-the-region>
- Cho, Su-Hyeon(2020), "More than 20,000 COVID-19 deaths worldwide... Ice rink into mortuary,"
https://m.ytn.co.kr/vod_view.php?key=202003262146428823&cs_mcd=0104#return
- Choi, Myoung-Ho and Jung, Kil-Hwa(2021), "Korean version of the New Deal policy and export of digital contents in the 5G era: Focusing on the Mexican and Brazilian content markets," *KJLACS vol.40, no.1*, pp. 269-296
- Economist(2022), "[Economic Insight] 'Made in China' motorcycles running on Mexican roads,"
<https://economist.co.kr/2022/08/19/chinaFocus/2022081870001145.html>
- El Financiero(2021), "Senadores trabajan en marco legal para dar derechos laborales a repartidores de Rappi, Uber y DiDi,"
<https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2021/11/06/senadores-s-trabajan-en-marco-legal-para-dar-derechos-laborales-a-repartidores-de-rappi-uber-y-didi/>
- Emery Kay Hunt(2015), *History of Economic Thought: A Critical Perspective*, trans. Hong, Gi-bin, Seoul: SiDaeuichang.
- John Hopkins University(2022), "COVID-19 real-time status board,"
<https://coronaboard.kr/>
- Kang, Il-Yong(2022), "Huawei, flapping its wings to revive in Africa and Latin America... Aiming at the technology gap with 5G,"
<https://www.ajunews.com/view/20220629150811897?fbclid=IwAR29B47EVdkoYWPU-uvLuCBWgzlB0rtBYlYOYzBArmls4H4AC>

- wTBns7Eag
- Kim, Chae-Hyeon(2020), "Ice rink for children, cannot be used as a mortuary,"
<https://go.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20200408500023&redirect=false>
- Kim, Dae-Ho et al. (2014), *ICT ecosystem*, Seoul: Communication Books
- Kim, Dong-Cheon(2021), "Mexico's tourism industry reopens,"
https://www.kiep.go.kr/aif/businessDetail.es?brdctNo=334475&mid=a30400000000&search_option=&search_keyword=&search_year=&search_month=&search_tagkeyword=&systemcode=06&search_region=&search_area=¤tPage=2&pageCnt=10
- Kim, Eun-Seong(2022), "Kakao suffocation incident, service failure officialized as 127 hours and 30 minutes,"
<https://m.khan.co.kr/economy/economy-general/article/202210260752001#c2b>
- Kim, Jae-Sun(2020), "U.S. Offers Financial Assistance to Brazilian Telecom Companies as Conditions to Exclude Huawei from 5G Business,"
<https://www.yna.co.kr/view/AKR20201021003400094>
- Kum, Jung-Yeong(2017), "A telecommunications company that steals creators' share, a portal that wipes out the rest,"
http://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=137600&fbclid=IwAR0hQ77xE4pWoIinriow-PPictR_C-kTwm8tD-wBfT7IFlqLrr3d-v_Lh1g
- Kylie Madry(2022), "America Movil launches 5G in Mexico, aiming to reach 120 cities this year,"
<https://www.reuters.com/business/media-telecom/telcel-announces-launch-5g-network-18-mexican-cities-2022-02-22/>
- Mexiconewsdaily(2022), "Uber launches its Jump electric bicycle rentals in Mexico" City,"
<https://mexiconewsdaily.com/news/uber-launches-its-jump-electric-bicycle-rentals/>
- Ministry of Science and ICT(2022), "Korea arrives in the era of 20 million 5G mobile communication subscribers... National network construction speedup,"
<https://www.msit.go.kr/bbs/view.do?sCode=user&mId=99&mPid=74&pageIndex=&bb>

- Park, Jong-Hyeon(2008), *Keynes & Hayek: The Truth Game for a Market Economy*, Seoul, Kimyeongsa
- Song, Hui-Won(2021), "Mexico Tourism Industry Information for 2021,"
https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=200&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=403&bbsSn=403&pNttSn=190412
- World Legal Information Center(2022), "Highlights of the US Inflation Reduction Act 2022,"
https://world.moleg.go.kr/web/dta/lgsITrendReadPage.do?A=A&searchType=all&searchPageRowCnt=10&CTS_SEQ=50203&AST_SEQ=315&ETC=1
- <https://datareportal.com/reports/digital-2021-mexico>
- <https://www.etnews.com/20140828000115>
- <https://www.mobilewithprices.com/all-5g-phone-filters-in-mexico-5057-9.php>
- <https://lavca.org/>
- <https://www.statista.com/>
- <https://www.telcel.com/>
- <https://tradingeconomics.com/>

Article Received: 2022. 11. 21

Revised: 2022. 12. 21

Accepted: 2022. 12. 23

『라틴아메리카연구』(AJLAS) 편집규정

제1장 총 칙

- 제1조 (명칭) 본 규정은 한국라틴아메리카학회(이하 본 학회라 칭함) 학술지 편집규정(이하 본 규정이라고 칭함) 이라고 한다.
- 제2조 (목적) 본 규정의 목적은 본 학회가 발행하는 학술지의 질적 향상과 공정한 심사를 도모하여 학술 발전에 기여하고 본 학회 회원들의 권익을 증진하는 것을 목적으로 한다.
- 제3조 (기능) 본 규정은 본 학회가 발행하는 국영문혼용학술지 『라틴아메리카연구』(*Asian Journal of Latin American Studies*)의 발행과 관련된 제반 규칙을 정한다.

제2장 편집위원회

- 제4조 (설치) 본 학회의 학술지의 발행과 관련된 제반업무를 관장하기 위해 편집위원회(이하 본 위원회라 칭함)를 둔다.
- 제5조 (구성) 본 위원회는 편집위원장 1인과 편집이사를 포함한 20인 내외의 위원으로 구성된다.
- 제6조 (임무) 본 위원회는 본 학회의 학술지에 게재할 논문의 모집, 심사, 발행 횟수 및 시기 등 제반업무를 관장한다.
- 제7조 (위원의 선정) 편집위원장 및 편집위원은 학문분야별 다양성과 지역적 형평성 그리고 국제적인 지명도를 고려하여 별도로 정한 자격요건에 따라 이 사회의 승인을 얻어 학회장이 임명한다.
- 제8조 (위원의 임기) 편집위원장 및 편집위원의 임기는 2년으로 한다.
- 제9조 (개최) 편집위원회는 편집위원장 또는 편집위원 삼분의 일 이상의 요청에 의하여 소집된다. 사이버 편집위원회도 이에 준한다.

제3장 투 고

- 제10조 (투고자의 자격) 본 학회의 학술지에 투고하는 자의 자격은 다음과 같다.
- (1) 본 학회의 회원
 - (2) 본 학회의 회원과 공동의 저자
 - (3) 기타 본 편집위원회가 인정하는 자
- 제11조 (요령) 본 학회의 학회지에 게재되고자 투고하는 논문은 투고요령을 따라야 하며 이는 별도로 정한다.

제4장 심 사

- 제12조 (심사보고서) 본 학회의 학회지에 게재되고자 하는 논문은 소정의 심사를

거쳐야 한다. 심사결과는 별도로 정한 심사보고서를 이용한다.

제13조 (심사위원의 선정) 본 편집위원회는 본 회의 회원 중 박사학위 소지자로서 대학의 시간강사 이상의 자격을 갖춘 자 중에 해당분야의 학술적 업적이 탁월한 자를 고정심사위원으로 위촉할 수 있다. 또한 투고논문 주제에 따라 해당 전문분야의 심사위원을 위촉할 수 있다.

제14조 (심사위원의 임무) 심사위원은 심사를 위촉받은 논문에 대하여 본 편집위원회가 정한 양식에 따라 성실히 심사하고, 심사과정에 획득한 정보를 누설하거나 남용하여서는 안 된다.

제15조 (심사위원의 수) 한편의 논문에 심사위원의 수는 3명을 원칙으로 한다.

제16조 (익명성) 심사위원의 선정, 심사, 심사결과의 통보에 있어서 다음과 같이 익명으로 한다.

- (1) 심사위원을 선정하는 과정에서 편집 위원들에게 논문의 저자는 익명으로 하는 것을 원칙으로 한다.
- (2) 심사위원에게 논문의 작성자의 성명, 소속, 직위 등을 밝히지 않는 것을 원칙으로 한다.
- (3) 심사위원의 성명과 소속을 논문의 작성자에게 알리지 않는다.

제17조 (심사결과의 처리) 심사결과에 대하여 편집위원회는 별표 1에 정하는 바와 같이 결과를 처리한다.

제18조 (심사비의 납부) 논문의 투고자는 본 학회가 정하는 소정의 심사비를 납부하여야 한다.

제5장 발 행

제19조 (발행시기) 본 학회지는 2020년부터 연 3회 간행한다. 발간일은 2020년에는 2, 6, 10월의 말일에, 2021년부터는 4월 30일, 8월 31일, 12월 31일로 한다.

제20조 (게재료) 게재가 확정되면 투고자는 본 학회가 정하는 소정의 게재료를 납부하여야 한다.

제6장 기 타

제21조 (저작권) 투고된 논문은 반환하지 않으며, 『라틴아메리카연구』에 게재된 논문의 저작권은 본 학회에 귀속된다.

제7장 부 칙

제1조 (시행일) 이 규정은 2020년 5월 23일 개정, 발효되었다.

제2조 (개정) 이 규정은 편집위원회의 발의 또는 이사회의 발의에 의하여 개정된다.

제3조 (시행일) 이 규정은 2022년 4월 20일 개정, 발효되었다.

별표 1: 심사결과의 처리기준표

A(90-100): 게재 (편집상의 수정, 보완 포함)

B(80-89) : 수정 후 게재

C(0-79) : 전면수정 후 다음 호 재심

D : 게재불가

심 사 평			심사결과 처리기준
제1심사자	제2심사자	제3심사자	
A	A	A	(1) 편집상의 수정, 보완 후 게재
A	A	B	(2) 수정 후 게재 편집위원회에서 수정보고서 확인 후 게재
A	A	C	
A	B	C	(3) 수정 후 게재 편집위원회에서 수정보고서 확인 후 게재
B	B	A	
B	B	B	
B	B	C	(4) 편집위원회에서 수정보고서 심의 후 게재 혹은 추가수정 요구 or 다음호 재심 or 제4심사자 심사의뢰 ※ 제4심사자 심사의뢰 시 판정이 A나 B이면 수정보고서 심사 후 게재 혹은 추가수정 요구
A	C	C	(5) 다음호 재심
B	C	C	
C	C	C	

※ 다음호 재심 판정을 두 번 받은 논문은 게재불가(D)로 처리하여 추후 투고를 받지 않는다.

※ 다음호에 재 투고된 논문 심사는 편집위원회에서 심사자 수를 1인-3인으로 정한다. 통과기준은 다음과 같다.

1인 심사의 경우: A or B

2인 심사의 경우: AA or AB or BB (AC or BC의 경우 편집위원회에서 게재여부를 결정할 수 있다).

3인 심사의 경우: 위 표에 따라 심사 프로세스를 다시 진행한다.

※ 3인의 심사자 중 한 사람이라도 게재불가(D) 판정을 내렸을 경우에는 편집위원회 심의를 거친 후 사안에 따라 (4)나 (5)에 준해 처리하거나 최종 게재불가(D) 판정을 내린다.

최종 게재불가 판정을 받은 논문은 추후 투고를 받지 않는다.

※ (4)의 심사결과에서 당해 호 논문 수록을 위한 제4심사자 심사의뢰는 학술지 발간 일정에 지장을 주지 않는 범위 내에서 가능하다.

『라틴아메리카연구』(AJLAS) 연구윤리 규정

제1조 (목적) 본 규정은 한국라틴아메리카학회가 발간하는 학술지 『라틴아메리카연구』와 관련하여 모든 연구자가 지켜야 할 연구윤리로, 연구윤리 위반행위에 대해 정의하고 그 해당 유형을 제시함으로써 투고자들이 준수해야 할 연구윤리 의무를 명시하여 투고자들의 책임과 의무에 관하여 기본적인 원칙과 방향을 제시하는 것을 목적으로 한다.

제2조 (적용대상) 본 학회에서 발간하는 학술지 『라틴아메리카연구』에 투고, 게재되는 논문과 정기학술대회를 포함한 학회 주관의 모든 학술행사와 출판물에 제출되는 원고들을 대상으로 한다.

제3조 (연구윤리 개요)

- (1) 연구자는 각자 연구윤리를 준수할 의무가 있다.
- (2) 연구윤리의 범위는 연구활동, 연구비 집행, 연구결과 출판 등을 포괄한다.

제4조 (연구윤리 위반행위) 본 학술지에서 규정하는 연구윤리 위반행위는 다음과 같다.

- (1) 학문적 독창성 침해: 타인의 연구업적(아이디어, 연구내용, 연구결과)을 무단으로 도용하거나 표절 혹은 침삭하여 위조 및 변조하는 경우
- (2) 학문적 객관성 침해: 연구에 직·간접적으로 인용 혹은 사용되는 각종 문헌의 출처 및 데이터를 의도적으로 가공, 변조함으로써 학문적 객관성을 침해하는 경우
- (3) 부당한 저자 표시: 연구자 소속과 직위의 허위 기재, 연구에 기여하지 않은 연구자에 대한 저자 자격 부여, 정당한 이유 없이 공동연구자에게 저자 자격을 부여하지 않는 행위
- (4) 중복투고 및 자기표절: 동일 연구자가 타 학술지 혹은 단행본 등의 연구물 혹은 논문의 일부를 본 연구소의 학술지에 중복투고하는 행위
- (5) 기타 연구윤리 위반행위에 대한 제보가 있을 시, 본 연구소의 편집위원회에서 해당 제보가 타당성이 있다고 판단하는 경우

제5조 (연구윤리위원회 구성) 표절 행위가 드러날 경우 『라틴아메리카연구』 편집위원회는 사안의 경중에 따라 투고자에 대해 다음과 같은 제재를 가할 수 있다.

- (1) 편집위원회가 연구윤리위원회 기능을 겸하는 것을 원칙으로 한다.
- (2) 편집위원이 연구윤리 위반행위 의혹 당사자인 경우 연구윤리위원회에서 배제한다.
- (3) 편집위원회는 사안의 경중이나 전문성 제고 필요성을 감안하여 학회 임

원이나 외부 전문가를 연구윤리위원회에 추가 위촉할 수 있다.

제6조 (연구윤리 위반행위의 제보) 연구윤리 위반행위에 대한 제보는 다음 각 호와 같이 이루어질 수 있다.

- (1) 누구든지 구두, 서면, 전화, 우편 및 전자우편, 연구소 홈페이지 제보 등 가능한 모든 방법으로 『라틴아메리카연구』 편집위원회에 위반행위 제보를 할 수 있으며, 대리인을 통해서도 가능하다.
- (2) 제보 접수는 실명 제보인 경우에 한하는 것을 원칙으로 한다. 단, 익명의 경우에도 구체적인 부정행위의 내용과 증거가 제출될 경우에는 그 제보를 접수한다.

제7조 (연구윤리 위반행위 심의 및 소명)

- (1) 연구윤리 위반 의혹이 제기될 경우 연구윤리위원회는 2주일 안에 위원회를 소집하는 것을 원칙으로 한다.
- (2) 연구윤리위원회는 제기된 위반행위의 내용에 대해 심의하고 객관적 증거확보에 주력한다.
- (3) 제보자가 있을 경우 위원회는 신원을 노출시켜서는 안 되며, 제보자가 부당한 압력이나 불이익을 받지 않도록 충분한 조치를 취해야 한다.
- (4) 연구위반 행위 의혹 당사자에게 서면을 통해서 또는 연구윤리위원회 출석을 통해서 1차 소명기회를 부여한다.
- (5) 위원회는 부정행위 여부에 대한 검증이 끝날 때까지 피조사자의 명예나 권리가 침해되지 않도록 주의해야 한다.
- (6) 제보, 조사, 심의, 의결 등 조사와 관련된 모든 사항은 비밀로 하며, 조사 참여자 모두는 조사 과정에서 취득한 정보를 비밀에 부쳐야 한다.
- (7) 위원회는 본조사 결과를 피조사자에게 알리고, 판정을 내리기 전에 피조사자에게 충분한 소명기회를 최종 부여한다.
- (8) 위원회는 재적위원 3분의 2 이상의 출석과 출석위원 과반수의 찬성으로 결과를 확정하는 후, 이를 제보자 및 피조사자에게 통보한다.
- (9) 연구위반 행위에 대한 조사결과는 학회 상임이사회에 보고되어야 하며, 해당 사안에 대한 연구윤리위원회의 모든 활동 및 증거, 소명자료, 참석자 현황은 기록으로 남긴다.

제8조 (연구윤리 위반행위에 대한 조치) 연구위반 행위가 드러날 경우 연구윤리위원회는 사안의 경중에 따라 투고자에 대해 다음과 같은 조치를 취할 수 있다.

- (1) 연구위반 당사자의 소속기관에 위반 사실을 통보한다.
- (2) 학술지 투고논문과 관련된 연구위반 사례에 대해서는 당사자의 논문투고를 향후 최소 3년에서 최대 5년간 제한한다.

- (3) 논문게재 이후에 연구위반 사실이 드러날 경우, 홈페이지와 회원 공지를 통해 이 사실을 알리고 『라틴아메리카연구』 디지털 아카이브에서 해당 논문을 삭제한다.
- (4) 한국연구재단의 학술지 관리 지침에 따라 재단에 조사결과를 통보할 수 있다.

부 칙

- (1) 『라틴아메리카연구』의 연구윤리 규정은 2008년 10월 1일 최초 제정, 발효되었다.
- (2) 현 연구윤리 규정은 2020년 10월 10일 개정되었다.
- (3) 본 개정안에 명시되지 않은 사항은 편집위원회에서 논의 후 결정한다.

『라틴아메리카연구』(ALAS) 투고요령

1. 한국라틴아메리카학회에서 발간하는 『라틴아메리카연구』는 라틴아메리카 지역에 관한 지역 연구의 성과를 공유하는 전문학술지이며 2011년부터 한국연구재단의 등재지입니다.
2. 본 학회는 회원과 이 분야에 관심을 가진 전문 연구자들의 기고를 환영합니다. 보내 주실 원고는 언어에 상관없이 다른 곳에 게재되었거나 게재될 계획이 없는 순수 학술논문이어야 합니다.
3. 게재 신청을 하실 논문의 연구 분야나 제목은 제한이 없으나 게재 여부는 편집위원회의 심사에 따라 결정됩니다.
4. 논문을 보내실 때는 원고작성 요령을 참조하시어 반드시 워드프로세서로 작성하여서서 e-mail(lasak@naver.com)로 보내 주시기 바랍니다. 원고를 보내실 때에는 소장양식의 논문투고신청서를 반드시 첨부하여 제출하여야 합니다.
5. 『라틴아메리카연구』는 연 3회 발간(4월 30일, 8월 31일, 12월 31일)되며 원고마감일자 없이 수시로 논문을 접수합니다. 논문게재는 원칙적으로 투고일자 순서로 되며, 늦게 투고되는 논문은 학술지 발간계획에 따라 다음호로 게재를 미룰 수 있습니다.
6. 논문게재가 확정되었을 경우 학회는 소정의 게재료를 징수합니다.
7. 학회지 기고에 관한 제반 문의사항은 한국라틴아메리카학회로 보내시기 바랍니다. 원고송달의 경우 궤봉투에 반드시 학회지 원고게재 신청이라고 명기해 주시기 바랍니다.

※ 원고 접수 이메일: lasak@naver.com

『라틴아메리카연구』(AJLAS) 원고작성요령

『라틴아메리카연구』에는 라틴아메리카와 관련된 모든 주제의 논문을 투고할 수 있습니다. 단, 이미 다른 학술지나 단행본을 통해 출판된 논문은 접수하지 않습니다. 논문작성언어는 한국어, 스페인어, 영어, 포르투갈어 모두 가능합니다. 논문 길이는 10,000 단어 이내와 원고지 기준 150매 이내로 제한합니다. 기준 분량 초과시 편집위원회는 분량 축소를 요구하거나 게재를 다음호로 미룰 수 있습니다. 논문 작성은 아래한글 혹은 마이크로소프트 워드를 사용해주시고, 그림, 표, 지도, 그래프 등은 투고자의 의도를 존중하되 출판시의 제 문제를 고려하여 조정되는 경우도 있을 수 있습니다.

『라틴아메리카연구』는 또한 최근의 학술적 동향을 신속하게 소개하기 위하여 노트(Note)와 리뷰 에세이(Review Essay) 섹션을 마련해 놓고 있습니다. 이 두 섹션에 투고된 글은 심사를 거치지 않고 게재됩니다. 분량은 원고지 기준 40매 이상으로 최근 주요 이슈, 연구동향, 주목할 만한 연구서를 소개하시면 됩니다. 단, 주제나 게재 가능 여부는 편집위원회와 사전에 상의하시기 바랍니다.

<원고작성 요령>

투고원고는 이전 학술지를 참고하여 제목, 성명 및 소속, Abstract, Keywords, 본문, (부록), 참고문헌의 순으로 작성하시기 바랍니다. 이를 준수하지 않은 투고논문은 반려합니다.

1. 제 목

학술경비를 지원받은 논문의 경우 제목 맨 뒤에 *표를 하시고 각주에 경비지원 내용과 과제번호를 밝힌다.

예) 이 논문은 2001년 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음
(KRF-2001-002-A00255).

2. 성명 및 소속

성명 및 소속은 한국어로 작성한 논문은 한국어로, 외국어로 작성한 논문은 외국어로 표기한다. 소속 앞에는 단독 혹은 공동저작 사항을 표시한다. 맨 뒤에 *표를 하고(학술비 지원논문의 경우 **) 각주에 저자의 영문 소개를 덧붙인다. 외국어 이름을 표기할 때 이름을 먼저 쓰고 성을 나중에 쓰며, 이름 사이에는 하이픈("-")을 사용하고, 첫 글자는 대문자로 쓴다. 투고자의 e-mail 주소는 각주 저자소개 뒤에 쓴다. 공동저작의 경우 주 저자를 앞에 기타 저자를 주 저자 뒤에 쓴다.

예) 홍길동

단독/서울대학교*

* Kil-Dong Hong is a HK research professor of Institute of Iberoamerican Studies at Seoul National University, Korea (kdh@snu.ac.kr).

3. Abstract

초록은 200단어로 영어로 작성한다.

4. 키워드

키워드는 5개 내외로 영어와 국문으로 작성한다.

예) Keywords: Political chaos, Ladino, Mayan aborigines, Obvention and contribution, Speaking cross / 정치적 혼돈, 라디노, 마야원주민, 종교적 세금과 부역, 말하는 십자가

5. 본문 주석: 약주 사용

- 1) 저자의 이름이 본문에 언급될 경우 괄호 안에 연도만 표시. 저자의 이름이 한 글일 경우 저자의 성을 영문으로 함께 표기.

예) 홍길동은(Hong 1999) 세계화의 당위성을 강력히 지지한다.

Drake(1966)는 이 조약이 헌법정신에 위배된다고 말한 바 있다.

- 2) 저자의 이름을 본문에 언급하지 않고 인용한 경우는 성과 연도 표시
예) 세계화의 폐해를 주장하는 목소리가 커지고 있다(Fuentes 1979).

- 3) 인용 페이지를 밝힐 경우에는 ‘,’ 뒤에 페이지 표시

예) 리오 회의에서도 세계화의 폐해를 지적한 바 있다(Hong 1983, 22-25).

- 4) 인용 책 혹은 논문의 저자가 둘일 경우에는 가운데 ‘and’로 구분.

예) 리오 회의에서도 세계화의 폐해를 지적한 바 있다(Lagos and Fuentes 1983, 22).

- 5) 저자가 세 명 이상일 때는 ‘et al.’을 사용.

예) (Alessandri et al. 1971, 217-221)

- 6) 인용문이 2인 이상인 경우에는 ‘;’로 구분

예) (Lacan 1974, 45; Derrida 1977, 22-23)

- 7) 참고문헌에 동일인이 같은 해에 쓴 저작이 다수 포함되어 인용을 할 때 연도 표기만으로 구별이 되지 않을 경우 알파벳 소문자 사용.

예) (Lacan 1974a, 45; Lacan 1974b, 22-23)

- 8) 재인용 방법

예) Lacan의 말을 Derrida 책에서 재인용할 경우: (Derrida 1974, 45, 재인용)

6. 표와 그림

- 1) 각각 표 1., 표 2., 그림 1., 그림 2.로 표기하며 표 1.은 내용의 위에 그림 1.은 내용의 아래에 위치시킨다.

- 2) 표와 그림이 여러 부분으로 구성되어 있을 경우 각 부분을 a, b 등으로 표기한다.

7. 참고문헌

- 1) 참고문헌은 지면의 제약을 고려하여 가급적 본문에 인용된 것만 적는다.
- 2) 저자는 알파벳 순서에 따라 정리한다.
- 3) 동일 저자의 출판물은 오래된 것부터 연대순으로 배열한다. 같은 연도에 여러 편의 저술이 있을 경우 1999a, 1999b, 1999c 등으로 분류한다. 이때도 먼저 나온 것을 1999a로 삼는다. 동일저자의 출판물 중 단일저작과 공동저작이 있을 경우 전자를 후자에 앞서 배열한다.

- 4) 한국어 참고문헌과 논문 및 인터넷 자료도 영어로 표기하여 외국어 자료와 함께 정리한다.

예) Hong, Kil-Dong(2010), "Value of National Holidays in Mexico," *Latin American Affairs*, Vol. 1, No. 2, pp. 1-33.

영문 참고문헌 정보가 제공되지 않을 경우 한국어의 발음을 알파벳으로 표기하고 괄호 속에 영문 번역을 병기한다.

예) Hong, Kil-Dong(2010), "Mexico Kukkeongilui Gachi(Value of National Holidays in Mexico)," *Jungnammi Yeongu(Latin American Affairs)*, Vol. 1, No. 2, pp. 1-33.

- 5) 단행본 - 저자(연도), 제목, 출판 장소: 출판사 명

예) Von Mises, L.(1983), *Nation-State and Economy: Contributions to the Politics and History of Our Time*, Leland B. Yeager(trans.), New York: New York University Press.

Strunck, W. Jr., and E. B. White(1979), *The Elements of Time*, 3rd ed., New York: Macmillan.

- 6) 저널 논문 - 저자(연도), 제목, 저널 이름, 권(Vol.), 호(No.), 페이지

예) Lipset, S. Ni(1983), "Radicalism or Reformism: The Sources of Argentine Working-Class Politics," *Journal of Latin American Studies*, Vol. 77, No. 2, pp. 1-18.

- * ‘권’과 ‘호’ 표기법에 유의: 첫 글자는 대문자, 철자에 유의, 로마자 사용하지 않고 아라비아 숫자로.

- ** 계절, 달, 날짜 등을 명기할 필요가 있을 때는 No.와 페이지 사이에 쓴다.

예) Lipset, S. Ni(1983), "Radicalism or Reformism: The Sources of Argentine Working-Class Politics," *Journal of Latin American Studies*, Vol. 77, No. 2, March, pp. 1-18.

- 7) 단행본에 삽입된 논문 - 저자(연도), 제목, 편자, 제목, 출판 장소: 출판사, 페이지

예) Weber, M.(1984), "Legitimacy, Politics, and the State," in William Connolly(ed.), *Legitimacy and the State*, New York: New York University Press, pp. 32-62.

- 8) 인터넷 사이트를 참고문헌으로 올릴 경우에는 인터넷 주소를 가장 뒤에 쓰고 마침표는 찍지 않는다. 인터넷 논문이라도 발간 연도를 아는 경우에는 저자 뒤에 연도를 밝힌다.

예) Ortega, Daniel(2001), “La histoirra inconclusa,” <http://www.danielortega.cl>

* 기타 여러 가지 사항은 주석을 염두에 둘 것.

8. 외국어 표기

외래어표기법에 따라 표기하는 것을 원칙으로 하되 이미 우리말에 널리 사용되고 있는 것은 그에 준할 수 있다.

Asian Journal of Latin American Studies

Submissions and Review Process

Contributions to AJLAS are invited from all parts of the world. Articles may be written in English, Spanish, Portuguese, or Korean and they will be published in the original language. Each contributor will receive, free of charge, ten off-prints of the article and a copy of the issue of the Journal in which it appears. Manuscripts must be original research; AJLAS will not consider papers currently under review at other journals or that duplicate or overlap with parts of a book or larger works that have been submitted or published elsewhere. If there is doubt about whether the manuscript is acceptable, authors should discuss this issue in a cover letter to the managing editor. Review essays are also considered. Submissions are accepted on a rolling basis. Publication dates are April 30, August 31, and December 31.

Instructions for Contributors

1. All contributions and editorial correspondence should be submitted to the journal:

Asian Journal of Latin American Studies
Homepage: <http://www.ajlas.org>

Attn: Dr. Gyoung-Mo, Gu
Busan University of Foreign Studies, Republic of Korea
Email: lasak@naver.com

2. Formatting of Manuscripts:

- Length: Manuscripts should not be longer than 10,000 words, including text, tables, figures, title page, and references.
- Style and Layout: Font size should be 'Garamond' throughout the work: text 10.5 point, footnotes 8.5 point.

- The entire paper should be double-spaced; please do not submit double-sided copies. All pages should be numbered sequentially.
 - Manuscripts should be ordered as follows: title page, text, abstract, keywords, appendices, references, tables, figure captions, figure pages.
 - Titles, subtitles, and text subheadings should be chosen for succinctness and interest. The title page should also contain the name, academic rank, institutional affiliation, and contact information (address, telephone, e-mail) for all authors. In the case of multiple authors, the title page should indicate which author will receive correspondence.
 - Submission Form: All submissions should include this manuscript submission form, available in Word or PDF format. An abstract (200 words) should be included with the submission form.
3. The electronic version of the manuscript should be submitted directly to the managing editor. Please submit properly-formatted electronic manuscripts (a single file containing all parts of the paper) in Microsoft Word.
4. References and Citations:
- In text, quotations must correspond exactly with the original in wording, spelling, and punctuation. Short quotations within the text should be noted by quotation marks; longer quotations or extracts should be indented from the left margin and require no quotations marks. Changes and additions to quotations should be identified by bracketing; ellipses [...] should be used to identify omissions; emphasis added should also be indicated. Embedded citations should be used, hence please do not use footnotes for simple citations. All citations should be specified in the text in the following manner:
- (a) If the author is named in the text, cite by year of publication:
 ... Drake (1966) has suggested ...
 - (b) If the author is not named in the text, cite by last name, and year of publication:
 ... it has been noted (Fuentes 1979) that ...
 - (c) If necessary, pagination should follow the years of publication separated by a comma
 ... it is argued (Lagos 1983, 22) that by ...

- (d) Dual authors should be joined by 'and' multiple authors should be indicated by 'et al.':
 ... other approaches (Snyder and Diesing 1977, 392) may assume (Alessandri et al. 1971, 217-221).
- (e) If an author has multiple references for any single publications year, indicate specific words by the use of lower case letters and separated by semicolons
 ... the one hand (Lacan 1974a, 45; Lacan 1974b, 22) ...
- (f) Series of references should be enclosed within parentheses and separated by semicolons; items should be ordered chronologically, by year of publication, and alphabetically within any year:
 ... proponents of the position (Russett 1981; George 1982; Holsti 1983; Starr 1983) and many ...

The reference section should begin on a new page following the text and any appendices. Works should be listed alphabetically by author, followed by a section listed alphabetically by institution - or title of any material not attributed to any specific author(s). References should conform to the following format:

- (a) References to books should list author(s), year, title, place of publication, and publisher:
 ... Von Misies, L.(1983), *Nation-State and Economy: Contributions to the Politics and History of Our Time*, Leland B. Yeager(trans.), New York: New York University Press.
 ... Strunk, W. Jr. and E. B. White(1979), *The Elements of Time*, 3rd ed., New York: Macmillan.
- (b) References to journal articles should list author(s), year, title of article, journal name, volume, number(s) and inclusive pages:
 ... Lipset, S. Ni(1983), "Radicalism or Reformism: The Sources of Argentine Working-class Politics," *Journal of Latin American Studies*, Vol. 77, No. 2, pp. 1-18.
- (c) References to works in edited volumes should list author(s), year, essay title, volume editor(s), volume title, place of publication, publisher and inclusive pages:
 ... Weber, M.(1984), "Legitimacy, Politics and the State," in William Connolly(ed.), *Legitimacy and the State*, New York: New York University Press, pp. 32-62.
- (d) References to monographs in a series should list author(s), year, title, series

title, place of publication, and publisher:

... Fromkin, M.(1986), *The Limits of Recognition, Sanger Series on Law and International Society*, New Haven: Sanger Publishers.

Page proofs will be supplied to the first author of a paper, but only errors in the type setting may be corrected at this stage. Any substantial alterations will be charged to the author(s). Consequently, the author(s) should ensure that the paper is submitted in final form. Proofs should be corrected and returned within seven days of receipt.

Manuscript Formatting Information

<http://www.ajlas.org/>

Review Process

1. Initial Review: Upon receipt of the manuscript, the managing editor or other area specialist will make an initial assessment of the article and ensure that all required information for the submission process has been included. If any information is missing, the reviewer will contact the author.
2. Full Review: After the initial review is completed, an electronic version of the manuscript will be sent out to three reviewers. The authors will receive the reviewer's comments and have an opportunity to make corrections and resubmit.
3. Final Review and Publication: After authors revise and resubmit, the manuscript will undergo a final review prior to publication. The time from submission to final review and publication may be as little as two-three months to as long as a year. Publication dates are April 30, August 31 and December 31. Authors will receive ten off-prints and a copy of the journal in which the article appears.
4. Rejection: This may occur during either the full review or after the final review and publication. Authors will be notified as quickly as possible if their manuscript is rejected so that they may seek publication elsewhere.

Code of Research Ethics

Article 1 (Purpose) The purpose of the Code of Research Ethics is to establish ethical standards to be adopted by all contributors and required for publication in the *Asian Journal of Latin American Studies* (hereinafter “AJLAS”), published by the Latin American Studies Association of Korea (hereinafter “the Association”). The Code of Research Ethics defines what constitutes a case of misconduct and specifies by category different types of research ethics violations. In doing so, the Code of Research Ethics seeks to provide ethical principles and guidance regarding the duties and responsibilities of all authors, contributors, and members of our Association.

Article 2 (Scope of Application) The Code of Research Ethics applies to all articles submitted to and published in AJLAS, as well as all manuscripts submitted for academic events and conferences organized by the Association.

Article 3 (General Guidelines for the Code of Research Ethics)

- (1) All authors, researchers, and contributors are expected to follow the Code of Research Ethics.
- (2) The Code of Research Ethics applies to all research activities at all stages, including the publication process and the distribution of funding for members of AJLAS and the Association.

Article 4 (Violations of the Code of Research Ethics)

AJLAS regards the following activities as violations of the Code of Research Ethics:

- (1) Plagiarism: Misappropriation of an original author’s ideas, intrinsic content, or research results without the acknowledgment or pre-arranged permission.
- (2) Fabrication and Fraud: Falsification, invention, or manipulation of qualifications, data, sources, results, or citations directly or indirectly used in research.
- (3) Authorship Disputes: Providing false information about a researcher’s affiliation or academic position, granting authorship to individuals who did not contribute to the content or results of the research, or

the failure to grant authorship of a manuscript to individuals who contributed to the content or results of the research, or who made relevant contributions, without justifiable reason.

- (4) Duplicate Submission and Self-plagiarism: Submission of manuscripts describing research results or elements that are essentially the same as those described in another journal or primary publication.
- (5) Other Violations: Any other reports of misconduct judged by the Research Ethics Committee of AJLAS as noticeable misconduct.

Article 5 (Composition of the Research Ethics Committee)

- (1) The members of the editorial board of AJLAS shall serve on the journal's Research Ethics Committee.
- (2) Individuals with conflicts of interest related to any investigation shall be excluded from the Research Ethics Committee.
- (3) The Research Ethics Committee may consult or involve a Latin American Studies Association executive or an external expert in its decision making, dependent on the severity or nature of any violation.

Article 6 (Reporting Violations)

Research ethics violations may be reported in the following ways:

- (1) The Research Ethics Committee may receive reports of misconduct by any available means, such as in writing, by phone, by mail, by email, or through the LASA website. It is acceptable for a proxy to submit a report of ethics violations.
- (2) Reports of misconduct should be made by an informant using his/her real name. Anonymous allegations of misconduct may not be considered. However, if specific information and substantiated evidence related to a claim of misconduct are submitted, anonymous reports will be accepted.

Article 7 (Investigative Process and Vindication)

Research ethics violations may be reported in the following ways:

1. The Research Ethics Committee will convene and initiate an investigation within two weeks of any report of violations being filed.
2. The Research Ethics Committee is obligated to gather sufficient evidence of specific misconduct in order to verify the validity of the report.
3. Under no circumstances shall any personal information regarding the

person(s) who report violations be published. The committee should take all necessary measures to protect the informant from negative repercussions or possible external pressures.

4. The person(s) concerned will be informed of the allegation in writing or by meeting with the Research Ethics Committee in person. The committee shall ensure that the person(s) concerned are given an opportunity to express their opinions, objections, and arguments.
5. The Research Ethics Committee will keep confidential the identity/ies of the person(s) concerned and ensure that the person(s) concerned experience no infringement of their rights until the suspected misconduct has been verified.
6. All details of the investigation, including reports, deliberations, decisions, and suggested measures, shall be kept confidential. Individuals who take part directly or indirectly in the investigation shall not disclose any information during the execution of the investigation or related tasks.
7. The Research Ethics Committee shall notify the person(s) concerned of both the content and results of the investigation before the final decision is made. All parties and persons related to the allegation will be given sufficient opportunity to respond.
8. The committee shall notify the informant and the person(s) concerned after a decision regarding the investigation has been made by vote. For a vote to be executed successfully, more than two-thirds of the currently registered members and a majority vote of the members in attendance are required.
9. The results of the ethics violation investigation must be reported to the board of the Association, and all records, including relevant documentation, evidence, and lists of individuals involved, shall be provided.

Article 8 (Measures after Verification) If it is determined by the Research Ethics Committee that there is an actual violation of the Code of Research Ethics, disciplinary measures will be taken based on the severity of violation. These are as the following:

- (1) The authors' institutions and sponsors will be notified of the violation of the Code of Research Ethics.

- (2) The authors will be prohibited from submitting manuscripts to any publication related to the Association and to AJLAS for three to five years.
- (3) Published papers will be removed from AJLAS and from the Association's digital archive and members will be informed of the reasons for this decision.
- (4) The results of the investigation will be reported to the National Research Foundation of Korea, according to that foundation's management guidelines for scholarly journals.

Addendum

1. This Code of Research Ethics took effect on October 1, 2008, when it was first established.
2. This Code of Research Ethics was revised on October 10, 2020.
3. Matters not specified in this Code of Research Ethics may be discussed and decided by the editorial board.

Asian Journal of Latin American Studies

Information regarding the Submission of Manuscript

About the author:

1. Name:
2. Title and institution:
3. E-mail address:
4. Telephone number:

About the manuscript:

1. Title:
2. Five Keywords:
3. Abstract (200 words):

Submission date:

- * I certify that the manuscript represents original and valid work and that neither this manuscript nor one with substantially similar content under my authorship has been published or is being considered for publication elsewhere. If requested, I will provide the data or will cooperate fully in obtaining and providing the data on which the manuscript is based for examination by the editors or their assignees.
- ** For papers with more than 1 author, I agree to allow the corresponding author to serve as the primary correspondent with the editorial office, to review the edited typescript and proof.
- *** Contributor's Qualification: All contributors must have at least a master's degree in order to submit a manuscript.
- **** More information about the formatting and submission of manuscripts is available at: <http://www.ajlas.org>

The Asian Journal of Latin American Studies (AJLAS)

The Asian Journal of Latin American Studies (AJLAS) is an academic journal for discussion and debate on the subjects of Latin American affairs and comparative perspectives between Asian and Latin American Societies. The AJLAS has been published by the Latin American Studies Association of Korea (LASAK) since 1988. Published four times a year in February, May, August and November, AJLAS seeks to stimulate and disseminate research and scholarship in a broad sense of Latin American Studies. The scope of the AJLAS covers all areas in humanities and social sciences, including economics, political science, international relations, philosophy, history, sociology, geography, anthropology and literature. Articles with an interdisciplinary approach are especially welcome.

1986년 창립된 이후 한국라틴아메리카학회(Latin American Studies Association of Korea)는 국내 및 국제학술대회 개최와 학회지 발간을 비롯한 학술활동을 활발히 전개하여 왔다. 본 학회의 설립 목적과 그에 따른 실천사항은 다음과 같다.

첫째, 라틴아메리카 지역연구의 현안과제를 수행하며 학문의 사회성을 제고하기 위하여 현실문제의 접근을 꾸준히 시도한다.(예, 2000년도 국제학술대회 개최 “21st century challenge to Latin America and new perspectives”)

둘째, 라틴아메리카연구의 학제적 연구 풍토 조성 및 강화에 힘쓴다. 특히 현 단계 학문 특성에 맞는 학제적 연구 풍토를 진작시키는 한편 지역연구의 핵심과제인 비교연구를 촉진한다.(2004-2006년 학술진흥재단 프로젝트 “문화적 저항과 새로운 연대: 민주화이후 라틴아메리카의 인권”)

셋째, 세계화 추세에 부응하여 한국 라틴아메리카연구의 국제적 활동을 도모하고 학회의 세계적 위상을 진작시킨다.(예, 2007년 ‘범아시아오세아니아 라틴아메리카학회(CELAO)’ 행사 주관)

넷째, 라틴아메리카 지역 연구의 다양화 및 다변화를 추구한다. 연구인력의 분업화와 연구주제에 대한 심층적인 접근을 위해 각종 연구분과 위원회를 활성화하여 공동연구의 기반을 조성한다.(예, “인문사회분과”, “정치외교분과”, “경제경영분과”의 전공분야별 분과 세미나 운영)

이와 같이 한국라틴아메리카학회는 국내에서 라틴아메리카 지역연구를 체계적, 지속적으로 수행해온 유일한 전국적 학술단체이자, 라틴아메리카의 역사, 문화, 문학, 사회, 정치, 경제 등 모든 인문사회 학문분야에 있어 국내 최고의 학자들이 모인 전문가집단이다.

학 회 안 내	
학회 연회비 납부	우리은행 1002-563-092001 (예금주: 전주람) • 연회비: - 정 회 원 5만원 - 종신회원 50만원 - 대학원생 3만원
논문 게재료 납부	하나은행 393-910457-92707 (예금주: 이순주) • 게재료: - 전임/연구비논문 30만원 - 비전임 10만원
학술지 논문 투고처 및 출판관련문의	울산광역시 남구 대학로 93 20호관 310호 울산대학교 스페인중남미학과(우편번호 44610) 전화: 052-259-2766 E-mail: lasak@naver.com Homepage: http://www.ajlas.org
학회 총무이사	조영현, 정상희, 강정원, 전주람 교수 대표 주소: 부산광역시 금정구 금샘로485길 65 부산외국어대학교 중남미지역원 (우편번호 46234) 전화: 051-509-5824 E-mail: lasakorea@gmail.com
학회홈페이지 학술지 아카이브	https://lasakorea.co.kr/ http://www.ajlas.org

『라틴아메리카연구』 (Asian Journal of Latin American Studies)

편집위원회

■ 편집위원장

이순주(울산대학교 스페인중남미학과, 정치)

■ 편집위원

강경희(제주대 정치외교학과, 정치)

김영석(계명대 스페인어중남미학과, 경제)

노용석(부경대 국제지역학부, 인류)

박구병(아주대 사학과, 역사)

오삼교(위덕대 경찰행정학과, 정치-국제관계)

우석균(서울대 라틴아메리카연구소, 중남미 문화-문학)

이미정(한국외국어대 중남미연구소, 경제지리)

임태균(서울대 라틴아메리카연구소, 사회)

최해성(고려대 스페인라틴아메리카연구소, 국제관계사)

하상섭(한국외국어대 중남미연구소, 국제정치경제)

Gian Luca Gardini(School of Business, Economics and Society, Friedrich-Alexander-Universität
Erlangen-Nürnberg)

Gioconda Herrera(Departamento de Sociología y Estudios de Género, FLACSO Ecuador)

Guillermo Salas-Carreño(Departamento Académico de Ciencias Sociales- Sección Antropología,
Pontificia Universidad Católica del Perú)

Jie Guo (School of International Studies, Peking University)

Jonathan Brown (Department of History, The University of Texas at Austin)

Junyoung Veronica Kim (Department of Hispanic Languages & Literatures, Univ. of Pittsburgh)

Nobuaki Hamaguchi (Research Institute for Economics and Business Administration, University of Kobe)

Su-Jin Lim(Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, University of Colima)

■ 편집이사

구경모(부산외대 중남미지역원)

김희순(고려대 스페인라틴아메리카연구소)

Bradley Tatar(Division of General Studies, Ulsan National Institute of Science and Technology)

■ 편집간사

유여진(서울대 경제학과)

필자소개(집필순)

노용석	부경대학교
이상현	전북대학교
정호윤	부경대학교
최명호	부산외국어대학교
정길화	한국국제문화교류진흥원

한국라틴아메리카학회지 제35권 3호

라틴아메리카연구(Asian Journal of Latin American Studies)

2022년 12월 31일 발행

발행인 광재성

주 소 경기도 용인시 기흥구 덕영대로 1732
경희대학교 국제대학원
전화: 031-201-2385

편집사무소 울산광역시 남구 대학로 93 20호관 310호
울산대학교 스페인중남미학과(우편번호 44610)
전화: 052-259-2766
E-mail: lasak@naver.com
Homepage: <http://www.ajlas.org>

발행처 스마일기획
08839 서울시 관악구 신림로12길 18
전화 02-874-1911
E-mail: smilework@naver.com
