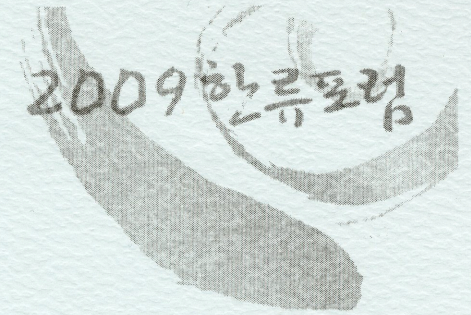




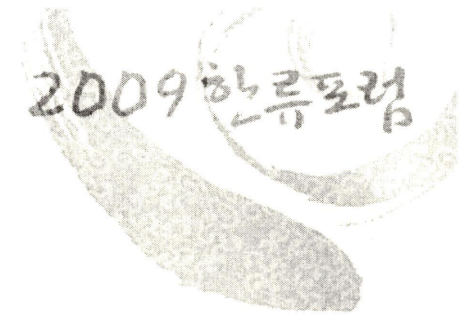
국가브랜드 제고를 위한 한류의 역할

26 May 2009

이 찬 범

대통령 직속 국가브랜드 위원회 국장

www.koreabrand.go.kr



국가브랜드 제고를 위한 한류의 역할

26 May 2009

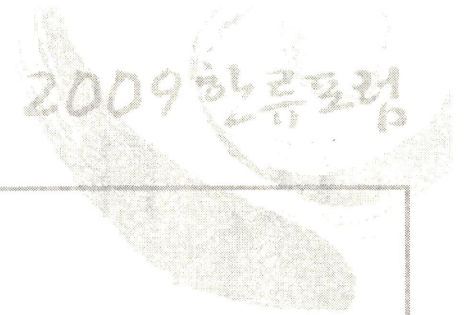
이 찬 범

대통령 직속 국가브랜드 위원회 국장

www.koreabrand.go.kr

목차

- I. 국가브랜드의 의미
- II. 오늘의 세계
- III-IV. 국익의 Spaghetti (Entanglement) 현상
- V. 국격-국가의 인간화
- VI. 브랜드위의 대외과제
- VII. 브랜드위의 대내과제
- VIII. 대표적 한류작품/스타
- IX. 미국: 'Greatest Generation'
- X. 한국: 'Greatest Generation'
- XI. 결론 및 제안



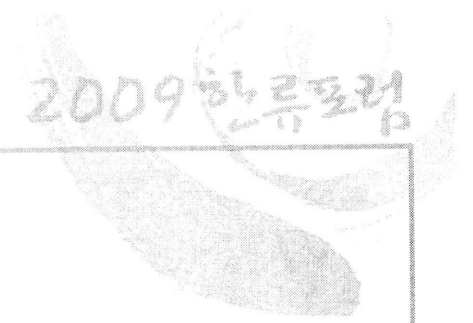
I. 국가브랜드의 의미

Anholt
보고서

- 국가브랜드를
"How a country is seen
by **OTHERS**"로 설명

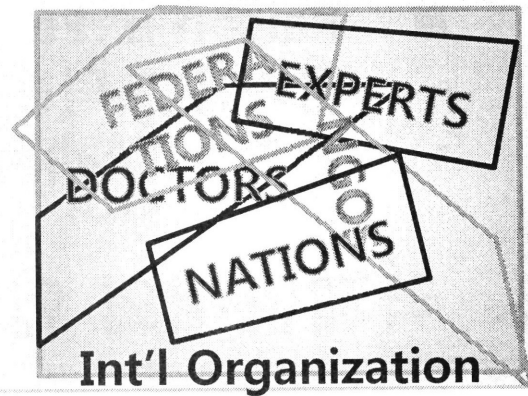
II. The Others: The World

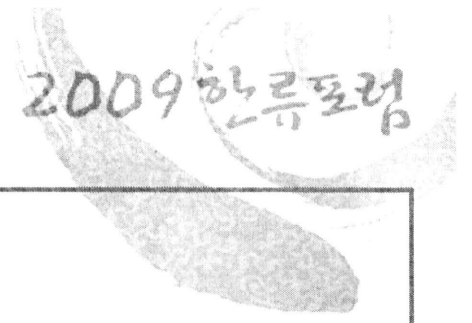
- 인구 6.77억인
- 인터넷 사용자: 10억인 (2008년 10월)
- Website 수: 2.3억개
- 2007 관광객 (UN WTO) 9억 2천 4백만 (여행객 20억으로 추정)
- 2005 FDI: 916 Billion (한국 연 GDP 상당)
- 국제협약에 의한 국제기구: 138개
 - UN, WTO, IMF, EU 등
- 40,000 국제 NGOs (국내 2백만 개)
- FTAs: 230
- 192 UN 회원국 (1945년 51)
- WTO 가입: 153 (WTO 1995년 128 / GATT 1948년 17)
- 연 송금 3,370억 \$
- 이주 노동자 2억인



Ⅲ. 국제관계에 있어 참여확대 및 Loyalty, Identity, 입장의 분산

19세기	19-20세기	21세기
• 전쟁 • 인근 영토 • 군주 (1인)	• 무역 시장 & 자원 • 원거리 영토 (식민지) • Elite (소수)	• 글로벌 이슈 (환경, 빈곤, 무역, 금융, 투자, 이민, 비확산) • 지식, 신뢰, 문화 • 민주주의 (모두)





IV . 국익의 Spaghetti 현상

1. 소속, Identity, 입장의
Spaghetti
(Entanglement) 현상

2. Adieu Richelieu,
Bismarck

- Raison d' Etat 의 희석
- 국익은 도덕을 초월
- 냉정한 Realpolitik

3. 국제관계의 인간화



V. Soft Power: National Prestige – 국가의 위상 (J. Nye)

→ 경제(공유)

- 투자, 수입, 경험,
ODA

→ 신뢰, 의리, 의무

- 도덕성, 보편적
가치 존중

→ 지식

- 기술, 학문

→ 언어, 지식

- 대화 소통 능력

→ 주장, 개성, 깊이

→ 자신

- Story, 경력, 능력

2009 한류포럼

VI . 대외과제(Outward Process)

5대역점분야

International
Cooperation

High
Technology

Global
Citizenship

5 Priority
Areas

Culture &
Tourism

Multicultur
al Society

2009 한류포럼

5대 역점분야

국제사회역할

1. International Cooperation

- Development Cooperation, Exchange
- Global Issues

국제사회역할

첨단기술·제품

문화·관광

문화·관광

다문화·외국인

다문화·외국인

글로벌 시민의식

5대 역점분야



글로벌 시민의식



다문화·외국인

5대 역점분야

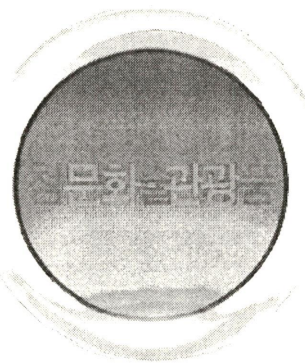
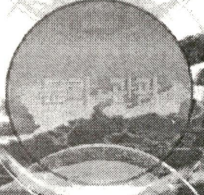
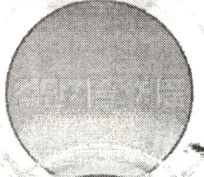
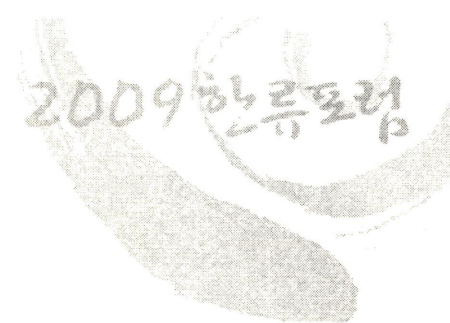
첨단기술·제품

2. High Tech Products

- Mutual Supplements of National & Corporate Brands
- Luxury Products & Brands

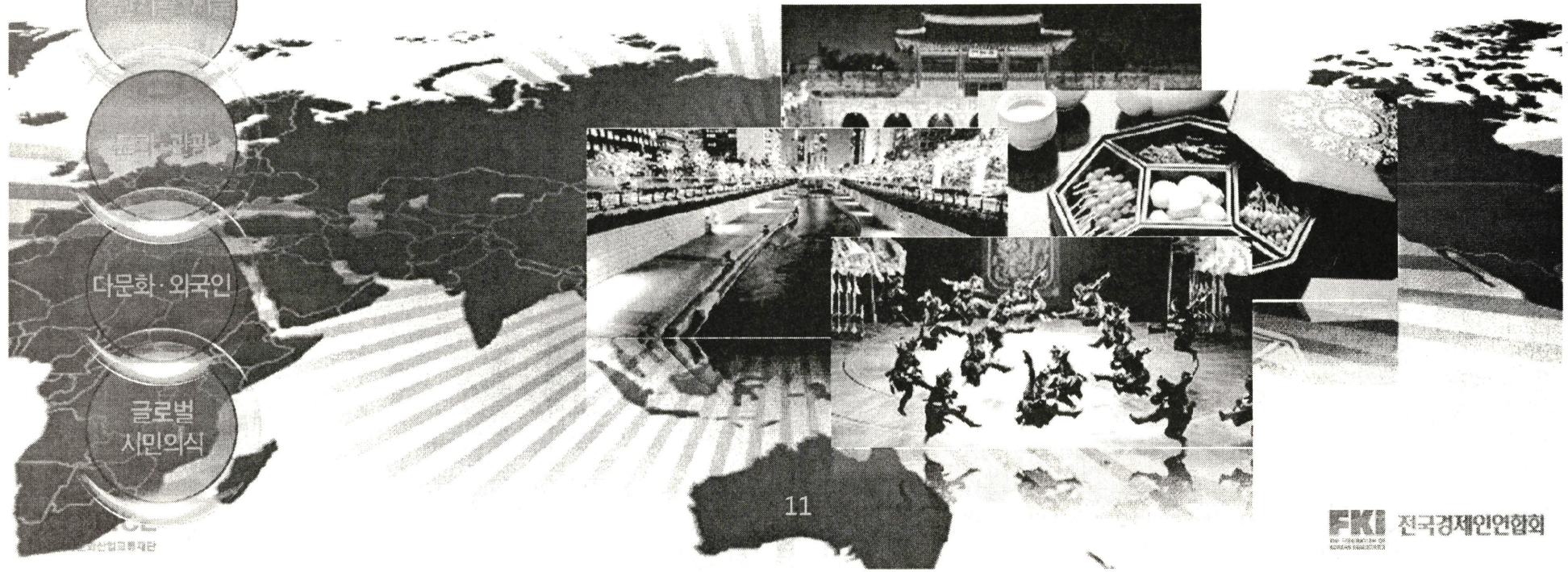


경제인연합회



3. Culture & Tourism

- Tourism Development



5대 역점분야

경제·산업·무역

기술·IT

문화·관광

다문화·외국인

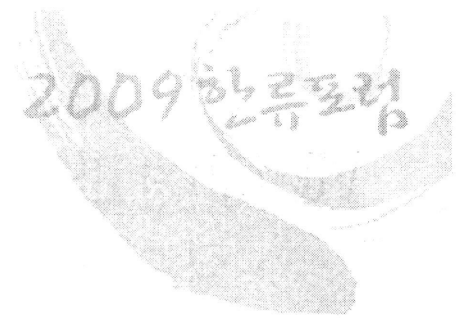
글로벌
시민의식

다문화·외국인

4. Multicultural Society

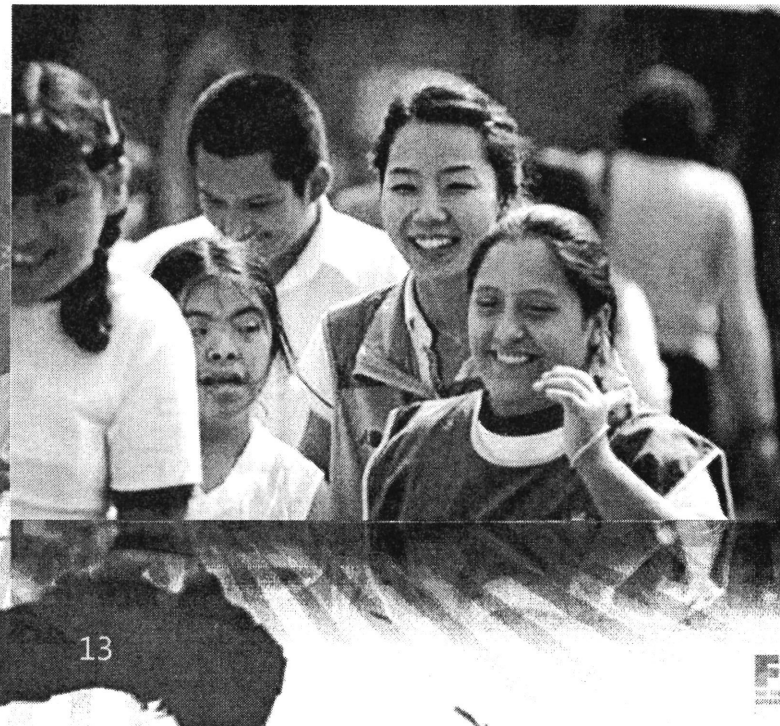
- Raising Awareness





5. Global Citizenship

- Global Etiquettes
- Friendly Culture



VII. 대내과제(개성): 한국의 메시지 "What is Korea?" 발굴

- 국제사회와 대화를 통한 (여론조사 Networking 등)

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• 한국전쟁, 분단• 최빈 개도국에서 선진국 전환에 성공한 유일한 국가• 1963-1996 장기간 고속 성장 지속• 한글• IT• 20세기 식민지 국가로서 유일하게 선진국 진입 | <ul style="list-style-type: none">• 사계보유• 분단국• "Greatest Generation"• 재외국민 7백만• 기독교, 불교 균형공존• Catch up 국가 |
|---|--|

VIII. 대표적 한류작품/스타

TV	TV/영화배우	음악 가수
• 겨울 연가 • 가을 동화 • 천국의 계단 • 대장금	• 배용준 • 이병헌 • 장동건 • 현빈 • 장나라 • 송승헌 • 최지우 • 권상우	• 비 • 보아 • 빅뱅 • HOT • 동방신기 • Wonder Girls • 소녀시대

현대 아시아 Lifestyle이 주는 신선한 충격 (특히 일본)

IX. 미국의 가장 위대한 세대

'The Greatest Generation'과 Baby Boomer

주요 업적	주요 인물	Entertainment
• 대공황 극복 • 2차대전 참전, 독재주의에 대한 승전 • 전후세계 주도 • 미국의 Superpower 위상 • 전후 세계 재건 및 민주화 주도 • Baby Boomer 세대 출생 (사상 최다 청소년 인구) • 자유, 민주주의 가치 확산 • 모두를 위한 새로운, 아름다운 세상, 중산층의 유복한 Lifestyle • 젊음 문화 (Youth Culture)	• J. Kennedy, L. Johnson, R. Nixon, G. Ford, J. Carter, R. Reagan, G.W. Bush 대통령	• John Huston • William Tyler • David Lean • Waltons • Bradys • Beach Boys
	• B. Clinton • G.W. Bush • Barack Obama	

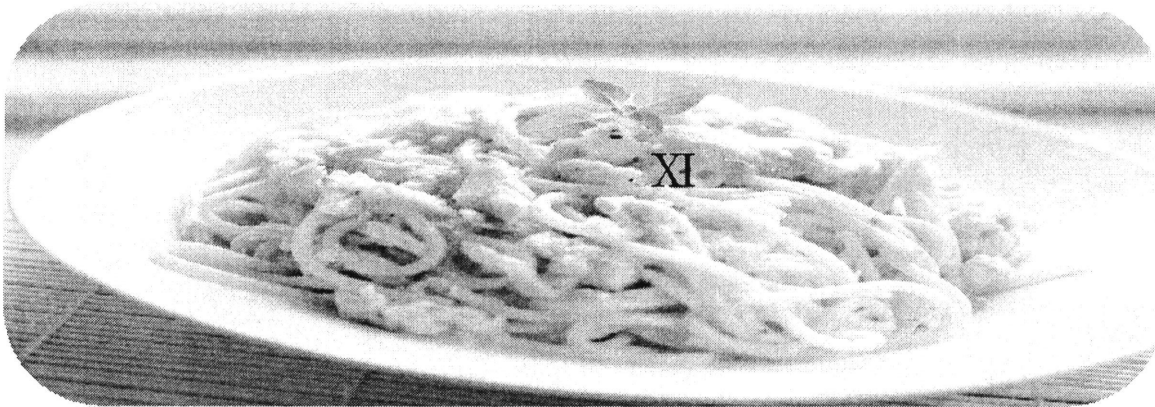
X. 한국의 가장 위대한 세대

주요 업적/시대

- 해방/건국
- 6.25 참전
- 국가 재건 및 지구상 유래 없는 장기
고속 경제 성장
- 민주화
- 한국의 Baby Boom

XI. 결론 및 제안

1. 이해, 아이덴티티, Loyalty, 입장이 얽힘
 - Entanglement- Spaghetti 현상



2. 국제사회-국내사회간 접근
 - Hard Power → Soft Power
 - 국가의 인간화

XI. 결론 및 제안

3. 국가브랜드위원회

- '대외적' 5대분야 집중

- 국제사회에의 기여
- 다문화 사회
- 문화,관광
- 글로벌 시민 의식
- 기업&IT

- '대내적'

- 국제사회와 대화를 통해 한국의 메시지 개발

XI. 결론 및 제안

4. 미국의 스토리 '가장 위대한 세대'

- 대공황, 2차대전, 세계경제 재건 및 발전 주도, 민주화 확산

5. 한국의 스토리 소재- 한국의 가장 위대한 세대

- 해방, 건국, 한국전쟁, 최빈개도국 → 선진국 전환
- 세대간 대화, Oral History Project