

‘해양강국 대한민국’의 국가브랜드화 - 2012여수세계박람회의 소프트 파워 전략 -

Korea’s Nation Branding as a ‘Maritime Power’ - 2012 Yeosu Expo’s Soft Power Strategy -

임 경 한*
Lim, Kyung-han

〈목 차〉

- I. 서 론
 - II. 이론 분석 및 연구방향
 - III. 우리나라의 해양력과 해양자원
 - IV. ‘해양강국 대한민국’ 국가브랜드화 전략
 - V. 결 론
-

Abstract: This paper examines Korea’s potential of becoming a competitive maritime country through hosting the 2012 Yeosu Expo. Discovery of potential soft resources will increase Korea’s maritime power and will provide strategic guidelines to formulate policies for Korea as a great maritime power.

‘Nation branding’ is a frequently discussed topic in Korea nowadays. The creation of Presidential Council on Nation Branding is just one example of such attention. In this light, the Yeosu Expo will be a chance to rediscover Korea’s maritime soft power. This is based on the assumption that being a maritime power will lead to enhancement of Korea’s national brand. If the 2012 Yeosu Expo succeeds in newly finding Korea’s maritime characteristics, it will contribute to improving Korea’s nation brand, and ultimately elevate Korea’s status in the world.

Having said that, the Yeosu Expo should focus on fostering Korea’s soft power instead of its narrowly focusing on pre-existing maritime hard power such as maritime industry, maritime development, among

* 서울대학교 국제대학원

others. It is essential to strengthen Korea's soft power through careful cultivation of its soft resources. Undoubtedly, this will help establish Korea's reputation as a maritime powerhouse. This paper proposes that Korea include soft power as a critical element in establishing Korea as a great maritime power. Such endeavor starts first with discovering soft resources such as maritime culture, diplomacy, and organizations.

Key Words : Korea's Nation Branding, Maritime Power, Soft Power, Soft Resources, Maritime Culture, Maritime Diplomacy, Maritime Organizations.

I. 서 론

지난 2007년 11월 27일 프랑스 파리에서 열린 국제박람회기구(Bureau of International Exposition : BIE) 총회에서 2012년 세계박람회 개최지 유치권을 획득한 것은 우리나라의 국제적 영향력을 발휘한 외교력의 승리라고 할 만 하다. 이에 대해 국가위상을 제고했으며 국가브랜드의 가치를 높였다는 평가가 있었다. 국제사회에서 경제력 및 군사력에 대한 평가는 지수(Index)를 사용하여 국가별 순위로 나타나지만 국제적 영향력을 동반한 국가의 외교력은 지수를 통해 나타내기 어렵다. 다만 국가 경쟁력 지수(The World Competitiveness Index)를 통해 국가의 경쟁력에 대한 평가를 대략적으로 할 수 있을 뿐이다. 따라서 국가의 경쟁력은 한 국가의 국제적 위상을 어느 정도 반영하고 있다고 하겠다.¹⁾

최근 들어 우리나라에서 국가브랜드화에 관한 논의가 한창 진행되고 있다. 국가브랜드화는 우리나라가 국제사회에 내놓을 수 있는 대한민국의 고유 브랜드를 찾는 활동이다. 이는 국가의 경쟁력을 높여 국제적인 위상을 제고하기 위함으로 2009년 1월에 대통령 직속 ‘국가브랜드위원회’가 창설되어 활동 중에 있다. 국가브랜드의 발굴과 향상은 국가이미지 제고, 국가경쟁력 향상 등과 같은 맥락에 있으며, 우리나라의 국제적인 위상을 높이려는 노력이라고 볼 수 있다. 국가브랜드위원회의 설립목적에서 “글로벌 코리아의 새로운 위상 정립을 위해 대내·외적 국가 위상을 높이고 국가브랜드 가치를 제고하기 위함”이라고 명시하고 있는 것은 이를 잘 보여준다.²⁾ 국가브랜드위원회는 국가브랜드를 국가에 대한 호감도·신뢰도를 총칭하는 개념으로 정의하고, 이미지(Soft Power)가 국가브랜드에 미치는 영향을 강조한다.³⁾

1) 2009년 기준 우리나라의 국가경쟁력은 27위이다. 이는 2008년의 31위 대비 4단계 상승한 순위이다. 국제경영개발원(International Institute for Management Development : IMD), “IMD WORLD COMPETITIVENESS YEARBOOK 2009”.

2) 국가브랜드위원회 홈페이지, <http://www.koreabrand.go.kr/>(검색일: 2010년 2월 19일).

3) 국가브랜드위원회는 이미지를 Soft Power로 명명하여 설명하고 있다.

그렇다면 무슨 대상을 가지고, 어떻게 우리나라의 이미지를 제고하여 국가브랜드를 향상시킬 수 있을까? 본 논문은 이에 대한 문제 인식에서 출발한다. 아직 발굴되지 않은 국가브랜드를 발굴하는 것보다 국가브랜드로서의 가치를 이미 가지고 있는 대상의 이미지를 발전시키는 것이 우선되어야 한다는 것이다. 2012여수세계박람회(이하 여수박람회)가 그 해답을 제시한다.⁴⁾ 여수박람회는 바다, 즉 ‘해양’을 주제로 한 국제박람회이다. ‘살아있는 바다 숨쉬는 연안(Living Ocean and Coast)’이 여수박람회의 주제이며, ‘자원의 다양성과 지속가능한 활동(Diversity of Resources and Sustainable Activities)’ 개념을 추가하여 주제의 범위를 한정하고 있다.⁵⁾ 여기에 더해 지속가능한 해양환경, 현명한 해양의 이용, 바다와 인간의 창조적인 만남 등 여수박람회의 하위주제를 살펴보면 여수박람회가 해양을 주제로 삼고 있다는 것을 더욱 명확하게 알 수 있다.

우리나라에서 바다가 가지는 의미는 그 무게감이 상당하다. 한반도라는 우리나라의 또 다른 명칭에서 우리나라의 3면이 바다로 둘러싸여 있다는 것을 알 수 있다. 역사적인 삶의 희로애락과 다른 국가와의 만남이 바다를 통해 시작되었던 역사는 우리나라에서 바다가 차지하는 의미를 뒷받침해 준다. 우리나라가 바다를 삶의 터전이자 수단으로 이용하는 것을 보면 바다의 중요성을 더 확실하게 알 수 있다. 우리나라 GDP의 70% 이상을 해외무역이 차지하고 있는데, 해외무역의 97% 이상이 해양을 통해 이뤄지고 있다. 이러한 우리나라의 적극적인 해양활동이 기반이 되어 2006년기준으로 해양력에 관한 평가 측정에서 세계 12위를 기록하였으며, 2016년까지 ‘세계 5대 해양강국(OCEAN G-5)’ 달성을 목표로 하고 있다.⁶⁾ 이는 우리나라가 충분히 바다를 활용한 해양국가로서의 국가이미지를 창출할 수 있음을 보여준다. 우리나라

4) 이 글에서는 ‘박람회’와 ‘엑스포’가 여러 차례 등장한다. 본문 전개에서는 용어의 일관성을 유지하기 위해 박람회로 통일하여 사용한다. 뒤에서 설명하겠지만 박람회의 규모와 성격에 따라 ‘세계박람회’, ‘국제박람회’ 등으로 구분하여 사용한다.

5) 2012여수세계박람회유치위원회, 『더 넓은 바다로의 항해(2012여수세계박람회 유치를 위한 땀과 열정의 보고서)』, 서울: 2012여수세계박람회유치위원회, 2008, pp. 41~45.

6) 한국해사문제연구소, “‘2016 미래 국가해양전략’ 주요 내용”, 『월간해양한국』, 2006. 10. pp. 126~131.

가 가진 해양력의 소프트 자원(Soft Resources)인 것이다.

본 논문에서 분석하고자 하는 대상은 여수박람회이다. 여기에서 해답을 찾고자 하는 질문은 “해양강국의 국가이미지 향상을 위해 우리나라가 추구하는 여수박람회의 성공적인 추진 전략은 무엇인가?”⁷⁾ “여수박람회의 성공적인 개최를 통해 해양강국의 국가브랜드화를 달성할 수 있는 소프트 파워 전략은 무엇인가?” 등이다. 이러한 물음에 답하는 과정을 통해 여수박람회에서 소프트 파워를 활용하는 전략을 연구하려한다.

이를 위해 하버드 대학의 조지프 나이(Joseph Nye, 이하 ‘나이’) 교수가 주장한 소프트 파워(Soft Power) 전략의 이론적 틀을 기초로 우리나라가 가진 소프트 파워의 창출 및 활용 방안을 모색하고자 한다.⁸⁾ 따라서 논문에서는 소프트 파워 이론이 실제 정책 과정에서 어떤 형태로 구현되어야 하는지에 대한 구체적인 변환 과정을 살펴볼 것이다. 나이의 소프트 파워 개념은 아직 학문적으로 입증된 용어는 아니지만, 많은 학자와 정책입안자 등이 큰 반감 없이 보편적으로 사용하고 있다. 이론의 합리성을 분석하는 데 초점을 두기보다는 정책적 활용을 위해 이론을 해석한다는 것이 맞을 것이다. 이러한 점에서 본 논문은 완전한 학술적 연구논문이라기보다는 정책적 논문의 성격을 가진다고 하겠다.

여수박람회가 이제 2년도 채 남지 않았다. 2010상하이세계박람회(이하 상하이박람회)에 전 세계인의 시선이 몰리고 있다. 상하이박람회가 끝나면 그 시선을 고스란히 여수로 옮겨놓을 때가 된 것이다. 본 논문은 이러한 시점에서 여수박람회의 체계적인 준비와 성공적인 행사 운영을 달성하기 위한 전략을 제시하려 한다. 다만 여수박람회 성공 전략의 초점은 우리나라가 추구하는 ‘해양강국으로서의 국가브랜

7) 여수박람회와 우리나라 해양강국의 전략에 대한 개괄적인 내용은 다음을 참조. 한국해양수산개발원, 『2012 여수세계박람회 성공적 개최전략 및 해양강국의 비전』, 2007. 12.

8) 영어로 명명된 ‘Soft Power’는 우리나라에서 연성권력(軟性權力)으로 번역되어 사용하고 있다. 학술논문 및 뉴스, 신문 등 다양한 매체에서 ‘연성권력’, ‘소프트 파워’, ‘Soft Power’ 등으로 다양하게 사용되고 있다. 이에 대한 일관된 용어 정립이 부재하기 때문에 이 글에서는 ‘소프트 파워’로 통일하여 사용한다.

드화'라는 주제로 한정한다. 다시 강조하면 가장 효과적인 해양강국 이미지 향상 전략을 위해 정책적 제언을 도출하는 것이 본 논문의 궁극적인 목적이다.

II. 이론 분석 및 연구방향

1. 소프트 파워 이론의 형성

1980년대 후반 들어 많은 학자들이 일본의 경제적인 부상이 미국을 추월할 것이며 이는 미국의 쇠락(Decline)을 의미하는 것이라고 주장하자, 나이 교수는 미국이 가진 소프트 파워를 근거로 내세우면서 미국 쇠락론에 대한 반대 입장을 대변하였다. 그가 1990년에 발간한 책인 『선도할 운명』(*Bound to Lead*)에 의하면, “국제정치에서 소프트 파워는 당근, 채찍과 같은 유인책(Inducement)보다는 생각과 의제설정 능력 등의 매력(Attraction)을 이용하여 다른 국가의 변화된 행동 결과를 얻는 힘(Power)을 말한다”고 언급하면서, 원하는 방식대로 타인(국가)의 협조적인 행동을 이끌어 내는 능력은 문화(Culture), 사고방식(Ideology), 국제기구(International Institutions) 등의 자원(Resource)에 의해 가능하다고 주장한다.⁹⁾ 사실 힘이란 실체가 불명확한 개념이기 때문에 힘의 의미를 하드 파워(Hard Power)와 소프트 파워로 구분하는 것 자체가 어렵지만, 나이 교수는 하드 파워와 소프트 파워의 원천이 서로 다르다는 것을 개념화하여 정리하였다.

2001년에 발생한 9·11 테러 이후 나이 교수는 『미국 힘의 역설』(*The Paradox of American Power*)과 『소프트 파워: 세계정치에서의 성공을 위한 수단』(*Soft Power: The Means to Success in World Politics*)이라는 두 권의 책을 통해 이전과는 조금 다른 입장에서 소프

9) Joseph Nye, *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, New York: Basic Books, 1990, pp. 31~33, 188~195.

트 파워의 중요성을 설명하고 있다. 이전의 책에서는 폴 케네디(Paul Kennedy)와 월터 미드(Walter Mead) 등이 주장하는 미국의 쇠락론에 대응하여 미국의 힘은 소프트 파워 측면에서 여전히 강하다는 것을 반증하는 주장을 하였다. 당시에는 대응적인 논리를 전개하는 데 그친 소극적인 입장이었다면, 2000년대 들어서는 9·11 테러의 발생 원인과 군사력에 치우친 미국의 일방주의 전략에 대한 비판과 자성을 위해 미국의 적극적인 소프트 파워 활용을 강조하는 입장을 견지하고 있다.¹⁰⁾

2. 소프트 파워 이론의 연구 현황

우리나라에서도 2000년대 초반부터 소프트 파워 개념을 적용한 이론적인 연구가 많이 진행되었으며, 이를 토대로 한 국가전략 수립에 관한 논문이 다수 발표되었다. 연구의 방향은 대체로 두 가지 관점으로 구분할 수 있다. 먼저 소프트 파워에 대한 이론적인 고찰을 통해 이를 우리나라의 실정에 맞는 전략 수립에 활용해야 한다는 접근 방식이다. 다음으로는 우리나라의 소프트 파워 전략을 세계적·지역적 차원에서 조명하는 것이다. 대표적으로는 「매력국가 만들기」라는 책을 통해 매력국가를 위한 전략적 접근을 시도한 연구가 있다.¹¹⁾ 비교적 근래에 나온 연구로는 우리나라의 하드 파워와 소프트 파워의 결합을 통한 스마트 파워의 외교전략을 제시한 「한국의 스마트 파워 외교전략」이 있다.¹²⁾ 그 밖에도 우리나라의 소프트 파워 전략을 동북아 국가들과의 비교를 통해 제시한 연구와 한·중·일 관계에서 한국의 소프트 파워 전략을 제시한 연구 등이 쏟아져 나왔다.¹³⁾

10) Joseph Nye, *The Paradox of American Power: Why the World's Only Superpower Can't Go It Alone*, Oxford: Oxford University Press, 2002.; Nye, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs, 2004.

11) 21세기 평화재단·평화연구소 편, 「매력국가 만들기」, 서울 : 동아일보 부설 21세기 평화재단·평화연구소, 2005.

12) 전제성·조윤영·한석희·박영준·신범식·유현석, 「한국의 스마트 파워 외교전략」, 서울: 한울 아카데미, 2009.

우리나라에서 소프트 파워의 전략이 영향력을 발휘한 구체적인 예는 가수와 영화배우 등의 아시아 진출에서 찾아볼 수 있다. 2000년대 초반부터 한류(韓流)의 영향을 타고 우리나라의 문화적 매력과 우수성이 아시아 지역을 중심으로 지속적으로 영향력을 확대하고 있다. 이는 한국적 문화에 대한 아시아 국가의 관심이 증대되었으며, 우리나라에 대한 시각이 매력적으로 변했다는 것을 보여준다. 이러한 사실을 바탕으로 우리나라의 소프트 파워가 강화되었다는 주장은 학자는 물론 일반 대중들도 즐겨 사용하는 논거가 된 지 오래이다.

그러나 우리나라에서 진행되고 있는 소프트 파워에 대한 연구에 있어 아쉬운 점은 대부분의 연구가 단순히 나이 교수의 소프트 파워 개념을 그대로 적용하여 우리나라의 소프트 파워 및 스마트 파워 전략 추구를 주장하고 있다는 데 있다. 이는 나이 교수의 소프트 파워에 대한 미국의 자원 개념과 힘의 분사 과정의 당위성을 여과 없이 받아들이고 있다는 점에서 우리나라가 가진 자원의 특성을 제대로 비교하고 설명하지 못한다는 오류에 빠진다. 몇몇 연구에서 나이 교수의 소프트 파워에 대한 비판적 검토를 통해 우리나라에 맞는 전략적 방향을 제시하고 있긴 하지만, 기초적인 수준에 머물고 있다. 이는 연구 분석 수준의 문제가 아니라, 나이 교수의 소프트 파워에 대한 정의 자체가 이론적으로 비판하기 어렵다는 태생적 한계를 가지고 있기 때문이기도 하다.

또한 우리나라에서 논의되는 소프트 파워는 우리가 이미 가지고 있는 소프트 자원을 구체적으로 활용하려는 노력보다는 추상적인 접근에서 소프트 파워를 키울 수 있는 전략이 필요하다는 것을 강조한다. 우리나라의 특정한 산업, 이를테면 드라마, 영화, 노래 등 문화 콘텐츠(Cultural Contents)에 대한 타 국가(국민)의 관심(Interests) 증대에 주로 국한되어 소프트 파워 향상을 주장한다. 그러나 이러한 주장은

13) Sook-Jong Lee, "South Korea's Soft Power Diplomacy", EAI Issue Briefing No. MASI 2009-01, http://www.eai.or.kr/data/bbs/eng_report/200908061729956.pdf (검색일: 2010년 2월 16일); Yul Shon, "A Study on Disputes over Northeast Asian History in the Context of World Politics and Soft Power", NorthEast Asian History Foundation, http://english.historyfoundation.or.kr/main.asp?sub_num=93&pageNo=3&state=view&idx=258(검색일: 2010년 2월 19일).

소프트 파워의 생성 단계와 소프트 파워가 어떻게 작용하는가를 설명하기 위한 합리적·논리적 근거가 빈약해 이론적 검토 과정을 거치는 것이 반드시 필요하다. 소프트 파워의 전략이 성공적으로 적용되었다는 판단은 소프트 파워를 적용하는 주체가 원하는 것을 성취할 때에만 가능해진다. 이러한 측면에서 관심 끌기는 소프트 파워 전략의 초보적 단계 수준이다. 더 높은 단계로의 도약이 일어날 때 비로소 소프트 파워의 전략이 실현되는 것이다.

3. 소프트 파워 이론의 적용

최근 들어 우리나라의 소프트 파워에 대해 개념 적용의 오류를 지적하는 주장이 눈에 띈다. 논문들은 중견국(Middle Power) 위치에 있는 우리나라는 소프트 파워 전략의 접근과 활용에 대해 미국과 같은 강대국과는 다른 방향에서 우리만의 전략을 모색해야 한다는 주장을 제기한다.¹⁴⁾ 미국과 같은 정도의 물리적(군사적·경제적) 하드 파워를 가지지 못한 중견국은 기본적으로 하드 자원(Hard Resources)이 제한되어 있지만, 소프트 파워를 생성할 수 있는 소프트 자원을 육성하여 장차 활용할 수 있다는 주장이다.

이근 교수는 나이 교수의 소프트 파워 주장을 소프트 자원의 중요성에 기초하여 반박하고 있다. 나이 교수가 비록 소프트 파워의 자원으로 매력적인 문화와 생각, 국제기구 등을 들고 있지만 여전히 소프트 자원이 소프트 파워로 변환되는 과정을 설명하지 못한다고 지적한다.¹⁵⁾ 이근 교수의 주장에 의하면, 최신 군사기술과 같은 하드 자원을 통해서도 군사동맹국으로부터 매력을 수반한 지지를 얻을 수 있지만, 반대로 신용등급 기관에서 경고신호를 특정 국가에 보냄으로써 상대방으로 하여금 공포에 의해 행동과 인식의 변화를 가져올 수도 있다

14) 김상배, “소프트 파워의 개념적 이해와 비판적 검토: 중견국 네트워크 권력론의 시각”, 『국제정치논총』, 제49집 4호, 2009. 9. pp. 25~28; Geun Lee, “A Theory of Soft Power and Korea’s Soft Power Strategy”, *Korean Journal of Defense Analysis*, Vol. 21 Issue 2, June 2009, pp. 205~218.

15) *Ibid.*, pp. 209~210.

는 것이다.¹⁶⁾ 즉, 나이 교수의 주장대로라면 하드 자원이든 소프트 자원이든 상관없이 상대방에게 소프트 파워를 활용할 수 있는 것이다. 이런 관점에서 본다면 소프트 파워를 하드 파워와 구분하기가 어렵게 된다. 하드 파워가 있다면 소프트 파워도 자동적으로 같이 가지고 있을 수 있는 것이다. 소프트 파워의 실체를 정의하는 것이 무의미해진다. 따라서 소프트 파워에 대한 정의는 소프트 자원의 활용에 의한 파워로 한정되어야 한다고 본다.¹⁷⁾

소프트 자원이 소프트 파워로 변환되는 과정은 비교적 간단하다. 먼저 소프트 자원을 적용(Application)하는 단계이다. 여기에서 투자자(Applicants)가 수취자(Recipients)에게 공포(Fear), 매력(Attractiveness), 안정(Safety), 존경(Respect) 등의 이미지를 전달하게 된다. 소프트 파워에 영향을 받는 수취자는 공포에 의해 그 파워를 강압적으로 느낄 수도 있고, 매력이나 존경에 의해 우호적으로 인식할 수도 있다. 또한 수취자가 투자자의 소프트 자원에 대해 새롭게 해석하고 계산하는 과정을 거칠 수도 있다. 이러한 과정을 거쳐 수취자에게 장기적으로 사회적 습관(Social Habits)이 형성되게 한다면 소프트 자원에서 소프트 파워로의 변환이 성공적으로 잘 이뤄진 것이라 볼 수 있다.¹⁸⁾ 이를 그림으로 표현하면 <그림-1>과 같다.

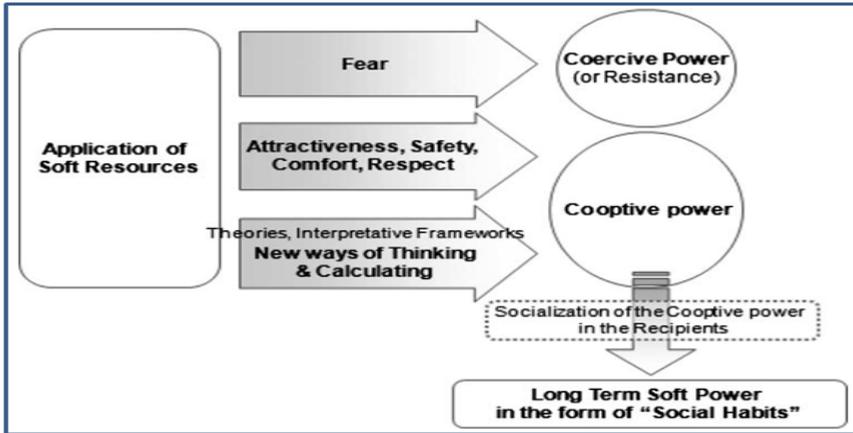
16) *Ibid.*, p. 210.

17) *Ibid.*, p. 210.

18) 이근 교수가 주장하는 소프트 자원은 무중력 자원(Weightless Resources)으로 생각(Ideas), 형상/Images), 이론(Theories), 노하우(Know-hows), 교육(Education), 담론(Discourses), 문화(Culture), 전통(Traditions), 민족 또는 국가 상징(National or global symbols) 등이 있다. *Ibid.*, p. 209.

<그림-1>

소프트 파워의 변환 과정



자료 : Geun Lee, “A Theory of Soft Power and Korea’s Soft Power Strategy”

요약하면, 나이 교수가 개념화한 소프트 파워에 대해 우리나라에서는 주로 소프트 파워가 가지는 예측 가능한 결과물로서 소프트 파워의 역할을 평가하였고, 이를 우리나라의 전략적 방안을 통해 구현해 내려고 하였다. 그러나 이러한 접근법을 미국과 같은 강대국이 아닌, 한국이 가진 중견국의 국제적 위치에서 활용하기 위해서는 소프트 파워의 형상화를 위한 새로운 개념적 틀이 필요하다는 것이다. 또한 구체적인 소프트 파워 적용 목표를 설정할 필요성이 있다고 하겠다. 따라서 우리나라가 가장 효과적으로 추진할 수 있는 정책은 장기적 관점에서 상대방에게 우리가 원하는 방식과 유사한 사회적 습관이 생성되게 하여, 우리의 방식대로 행동하고 싶도록 만듦으로써 원하는 행동을 이끌어내는 것이다. 이를 위해 소프트 파워로 변환이 가능한 소프트 자원을 발굴하고 육성하는 작업이 우선되어야 한다.

Ⅲ. 우리나라의 해양력과 해양자원

이 장에서는 우리나라의 해양력과 해양자원의 소프트 파워 구현 가능성을 확인하고 그 방안을 모색하고자 한다. 이를 위해 우리나라가 가진 해양력과 해양자원의 소프트 파워 및 소프트 자원을 검토할 것이다. 이는 2010년 현재 우리나라 해양 소프트 파워의 현주소를 확인하는 과정이다. 또한 해양력을 이용한 해양강국의 국가브랜드화 가능성과 전략을 분석하기 위해서는 먼저 해양력을 구성하는 하드 자원과 소프트 자원에 대해 확인해 볼 필요가 있다. 해양력에 대한 개념의 변화 추이를 살펴보고, 해양자원에 기초하여 우리나라의 해양력을 진단해본다.

1. 해양력 개념의 변화

역사적으로 볼 때 해양력은 주로 전쟁을 위한 군사력의 크기를 설명하기 위해 사용되었다. 19세기 해양에서의 전쟁 및 전투를 통해 해양력이 역사에 미치는 영향을 연구한 미국의 머헨(Mahan)은 넓은 의미에서 해양력은 무력으로 지배하는 군사력뿐만 아니라 평화로운 통상(Commerce)과 해운(Shipping)도 포함하는 개념이라고 정의한다.¹⁹⁾ 그에 따르면, 해양력에 영향을 주는 일반 조건으로 지리적 위치(Geographical Position), 물리적 조건(Physical Conformation), (해양)영토의 크기(Extent of Territory), (해양)인구 수(Number of Population), 국민성(National Character), 정부의 성격(Character of the Government) 등 여섯 가지를 꼽을 수 있다.²⁰⁾ 비록 머헨은 자신이 인정한 바와 같이 해양력을 주로 군대의 역사에 대한 고찰로 여겼지만, 해양력에 영향을 주는 조건을 현대적인 해석에 기초하여 검토하면 군사력 외에도 다른 조건을 찾을 수 있다는 여지를 남겼다. 그런

19) A. T. Mahan, *The Influence of Sea Power Upon History 1660-1783*(Boston: Little, Brown and Company, 1947, p. 28.

20) *Ibid.*, pp. 29~89.

점에서 마한이 정의한 해양력에 영향을 주는 요소는 중요한 의미를 가진다고 하겠다.

군대에 기초한 해양력에 대한 정의는 국제정치에서도 종종 중요한 의미를 부여받았다. 국제정치에서 다루는 해양력은 국가의 운명은 물론이며 국제질서의 변화를 가져오는 변수로 설명되어 왔다. 이에 대한 주요한 학문적 성과는 세계체제론 연구에서 주로 나타났다. 모델스키(Modelski)는 강대국의 흥망은 주기를 가진다는 장주기 이론(Long Cycle Theory)을 주장하면서 해군력의 집중도 비율(Naval Concentration on Ratios)이 세계체제 내에서 강대국의 위상을 나타내는 주요한 운용 지수(Operational Index)라고 설명하고 있다.²¹⁾ 모델스키는 그의 또 다른 저서인

‘해양력과 국제정치(Seapower and Global Politics)’를 통해 머헨이 주장한 해양력의 영향력에 동의하면서 해양력이 국제 정치의 적극적인(Active) 참여를 위한 조건이라는 한층 더 구체화된 주장을 펼쳤다.²²⁾ 다시 말해서 해양력이 부재한 국가는 국제정치에서 수동적인 참여밖에 할 수 없다는 것이다. 그러나 해양력의 적극적인 활용을 강조한 모델스키 등도 해양력에 대한 구체적인 정의는 내리지 못했다. 다만 전통적인 의미의 해군력, 즉 해양에서의 군사력에 기반을 둔 해양력의 중요성을 주장했다.

현대적인 의미로 해양력을 해석하면 과거와는 확연하게 다른 양상을 보인다. 지난 2006년 9월, 우리나라는 2016년까지 향후 10년 동안 추진할 ‘미래 국가해양전략’을 수립하였다. 당시 우리나라는 해양자산, 해양산업, 해양개발, 해양환경·안전, 해양안보 등 항목에 대해 평가한 결과 전 세계적으로 12위의 해양력을 확보하고 있으며, 2016년까지 해양력 부문 5위를 달성한다는 세계 5대 해양강국 전략을 수립하였다.²³⁾ 미래 해양국가전략의 주요 내용을 보면 수산산업, 해운, 항

21) George Modelski, *Long Cycles in World Politics*, Seattle: University of Washington Press, 1987, p. 10.

22) George Modelski and William R. Thompson, *Seapower in Global Politics, 1494-1993*, Hong Kong: The Macmillan Press, 1988, pp. 11~18.

23) 한국해사문제연구소, Op. Cit., p. 126.

만, 해양환경, 안전, 해양과학기술, 해양관광, 조선, 해양외교, 해양의식 등 10가지 분야에 걸쳐 세부적으로 현황과 전망을 분석함으로써 현대적인 의미의 해양력 개념을 제시하고 있다. 해양력의 원천과 목표가 과거 해양에서의 활동과 군사력 등에 한정되었던 것이 범위가 광역화되고, 항목이 구체적으로 세분화된 것이 주요 특징이다.

지금까지 살펴본 바에 의하면, 해양력을 결정짓는 요소는 과거에는 군사력 위주였지만, 근래로 들어오면서 군사력보다는 그 나라의 기술, 산업 등 기술력 및 경제적인 요소를 바탕으로 한 것에서부터 환경 및 문화, 의식 등에 이르기까지 다양한 관점에서 평가되고 있음을 알 수 있다.²⁴⁾

2. 우리나라 해양력의 소프트 파워와 자원

우리나라가 추진하는 미래 국가해양전략에 따라 세계 5대 해양강국으로 도약하기 위해서는 수산산업, 해운, 항만, 해양과학기술, 조선 등의 분야에서 지속적인 성장이 일어나야 하며, 이를 바탕으로 해양환경, 해양안전, 해양관광, 해양외교, 해양의식 등의 분야에서 선진국 수준의 국가 경쟁력을 발휘할 수 있도록 국가의 지원과 국민의 동참이 조화롭게 이루어져야 한다. 그룹별로 묶어보면 전자를 하드 파워, 후자를 소프트 파워로 구분할 수 있다. 우리나라 해양력의 하드 파워 향상은 주로 국내산업 발전과, 해운 및 조선 분야 등의 기술 진보에 의해 달성될 수 있는 목표인 데 반해, 소프트 파워 향상을 위해서는 국제사회에서 우리나라의 인지도를 높이고, 국가의 이미지를 개선시키는 노력이 선행되어야 한다.

한 국가의 소프트 파워를 정확하게 측정하는 것이 어렵다고 밝힌 것과 같은 맥락에서 2010년 현재 우리나라 해양력의 소프트 파워를

24) 이는 “해양력이 주로 해군의 실질적인 전투력에 상당 부분 의존하지만 여기에는 해양 종사자들이 제공하는 모든 자원과 가능성을 종합하여 한 국가의 경제 발전을 위해 완전하게 해양을 활용하는 국가의 능력을 포함한다”는 주장과도 일치하고 있다. 세르게이 고르시코프, 임인수 역, 『국가의 해양력』(*The Sea Power of The State*), 서울: 책세상, 1999, pp. 25~26.

정확하게 규정하는 것은 쉽지 않은 작업이다. 그럼에도 불구하고 여기에서는 소프트 파워를 이론적으로 정리한 틀에 의해 소프트 파워의 현황을 분석하려 한다. 장기적으로 우리나라가 선호하는 방식으로 다른 국가가 움직일 수 있도록 사회적 습관을 형성시킬 수 있는 잠재적 능력으로 소프트 파워를 규정하였다. 미래 국가해양전략에서 밝힌 해양력 측정 기준과 우리나라의 해양력을 가늠할 수 있는 다양한 자료를 통해 다음과 같은 구분이 가능하다.²⁵⁾

1) 해양문화의 소프트 파워

우리나라의 해양문화는 정부 및 국민의 해양의식을 반영한다. 해양문화가 해양의식을 낳고 그 해양의식이 다시 해양문화를 규정한다는 주장은 해양문화를 규정함에 있어 해양의식의 중요성을 그대로 반영한다.²⁶⁾ 우리나라는 예로부터 바다와 함께 생활하여 왔기 때문에 바다의 중요성에 대해서는 공감하는 한편, 실제로 바다에서 생활하고 바다를 삶의 터전으로 인식하는 부분에서는 다소 소극적이며 부정적인 인식을 가지고 있다. 이러한 점으로 미루어 볼 때 지리적인 조건에 따라 해양국가로서의 해양의식이 자동적으로 배양되는 것은 아니라는 것을 알 수 있다.

해양의식을 가늠하는 또 하나의 척도는 우리나라 국민의 해양에 대한 관심과 흥미이다. <표-1>은 지난 2006년 조사된 해양의식에 대한 국민의 생각을 보여주는 결과이다. 우리나라 국민은 해양에 대한 친밀도가 매우 높은 것으로 나타났고, 정부와 국민의 책무에 대해서 중요하게 생각하는 경향이 있다. 그러나 해양과 관련한 직업선호도와 후세를 위한 실천 등 적극적인 참여 수준은 매우 낮게 나타났다. 이는 해양에 대한 중요성을 인식하는 것과는 별개로 실천의식이 높지 않음을 직접적으로 보여 준다.

여가대상으로서의 해양에 대한 생각도 상대적으로 높은 수치를 나

25) 해양환경, 해양안전, 해양관광, 해양외교, 해양의식 등 다섯 가지 분야에 대한 소프트 자원 논의 중 일반적인 사항은 한국해사문제연구소, *Op. Cit.* 참고.

26) 이동근·한철환·엄선희, 『역사와 해양의식 -해양의식의 체계적 함양방안 연구-』, 한국해양수산개발원, 기본연구 2003-20, 2003. 12. pp. 77~78.

타내는 것은 아니다. 그 이유는 우리나라의 계절적 특성 때문에 대부분의 해양관광이 7~8월에 집중되어 있고, 해양관광 콘텐츠가 부족하여 해양관광의 75%가 해수욕에 국한되고 있기 때문으로 해석할 수 있겠다. 실제 해양관광은 성장률 연 10% 이상의 고성장 사업이며 향후 해양관광시장의 급속한 성장이 예상되고 있어 주요한 해양산업에 해당한다. 세계화 시대에 해외관광 유치에 기여할 가능성이 매우 높은 분야로 우리 국민의 관심과 흥미를 유발하는 것이 우선적으로 해결해야 할 과제이다. 우리나라 국민의 해양의식이 고취되지 않는 한 해양과 관련된 직업을 선호하고, 해양관광의 획기적인 발전을 기대하는 것은 요원한 일일 수밖에 없다. 해양의식의 소프트 파워 수준은 전반적으로 중간 수준으로 평가된다.

<표-1>

해양의식에 대한 설문조사 결과

(단위 : %)

응답유형	친밀도	정부와 국민의 책무	직업 선호	후세를 위한 실천	여가 대상
아니다	3.2	2.1	15.6	7.8	6.6
보통이다	17.2	30.8	64.3	54.5	52.5
매우 그렇다	79.6	67.1	20.1	37.7	40.9

자료 : 한국해사문제연구소, 『2016 미래 국가해양전략』

2) 해양외교의 소프트 파워

우리나라가 현재 실시 중인 해양외교 분야는 크게 해양안보와 해양환경으로 나눌 수 있지만, 최근까지 우리나라 해양외교의 우선순위는 해양안보에 있었다. 우리나라의 무역 및 산업 특성상 해로(海路)안보는 무엇보다도 중요한 안보요소이다. 우리나라의 해로 주변의 한·중·일·러 간 해양주권과 영토문제를 둘러싼 갈등은 끝을 보이지 않고 있다. 대표적인 갈등으로는 한국과 일본의 독도 영유권 문제, 일본과 중국의 다오위다오(일본명 센카쿠) 영유권 문제, 일본과 러시아의 쿠릴 열도 영유권 문제 등이 있다. 이 밖에도 배타적경제수역(Exclusive Economic Zone : EEZ) 및 대륙붕 책정 등에 대해서도 갈등의 씨앗은 남아있다.

해양안보는 주로 해양에너지 확보 문제와 연관되어 설명된다. 우리나라처럼 에너지 수요의 97% 이상을 수입에 의존하는 국가에게 에너지 수급의 안정성 확보는 무엇보다 중요하다. 2000년 이후 우리나라의 에너지 수입액은 연평균 14.2%씩 증가하였으며, 2007년 기준 에너지 수입액은 총 수입액의 26.6%, GDP의 10%에 달하고 있다.²⁷⁾ 우리나라의 생존과 번영을 위해서는 해양안보가 절실하게 요구되는 것이다. 이와 같이 해양안보의 중요성에 대한 인식에 기초하여 볼 때 우리나라 해양외교의 폭이 하드 파워에 중점되어 이해당사국과 다소 경쟁적인 입장에서 제한적으로 실시되고 있음을 알 수 있다.

최근 들어 소말리아 해적 등 비전통적 위협이 증대되면서 위협에 효과적으로 대응하기 위한 국제공조가 활발하게 일어나는 현상은 해양외교를 통한 국가 간 협력의 가능성을 제기한다. 이와 더불어 기후변화와 해양환경오염에 대한 국제사회의 공동 대응 노력 또한 절실하게 요구되고 있다. 이는 해양외교 활동을 통해 국가의 소프트 파워 전략을 적용할 수 있는 장이 마련되었음을 의미한다.

최근에는 해양외교의 범위가 점점 더 다양하게 확대되고 있다. 해양안보를 위한 외교활동 중 대표적인 내용을 보면 다국적 안보협력을 위해서 1994년부터 아세안 역내안보 포럼(ASEAN Regional Forum : ARF), 아시아 태평양 안보협력 이사회(Council for Security Cooperation in Asia-Pacific : CSCAP)에 참가하여 초국가적 안보위협에 공동으로 대처하는 방안을 찾고 있다. 특히 CSCAP 해양분과 회의에 매년 참가하여 지속적으로 해양안보에 대한 안건 발표 및 의제 제출을 하고 있다. 2000년대 들어서는 아시아 안보회의(Shangri-La Dialogue), 동아시아 포럼(East Asia Forum) 등에도 참가함으로써 동아시아 지역의 해양안보를 위한 방안 모색에 협력하고 있다.

해양환경에 관한 국가 간 협력을 위해서 우리나라는 1994년 설립된 동아시아 해역환경관리 협력기구(Partnerships in Environmental Management for the Seas of East Asia : PEMSEA)에서 적극적으

27) “우리나라 에너지수급 문제와 원자력 발전의 역할”,
http://www.nuclear.or.kr/rgboard/download.php?&bbs_id=opinion&page=&type=1&doc_num=1 (검색일: 2010년 3월 27일)

로 활동하고 있다. 우리나라는 1994년 6월에 가입했으며, 2000년에 국토해양부가 PEMSEA와 협력 약정서를 체결하고 기구 활동에 정식으로 참가하였다.²⁸⁾ 이와 더불어 동아시아해 조정기구(Coordinating Body on the Seas of East Asia : COBSEA)에도 참가하여 동아시아의 해역관리에 대한 해양외교 활동에 적극적으로 임하고 있다. 특히 우리나라는 지난 3차례 동안 실시된 동아시아 해양회의(East Asian Seas Congress)에서 해양환경과 관련된 국제사회의 노력에 적극적인 협력을 보여줌으로써 동아시아 국가들의 신뢰를 얻어 2012년에 제 4회 동아시아 해양회의를 개최할 예정이다.

이처럼 국가 간 협력은 초국경 문제(Transnational Issues) 해결에 있어 매우 활발하게 일어나고 있다. 해양안보 및 해양환경 등의 문제는 역내는 물론 전 세계 국가들이 관심을 갖는 정책 중 하나이다. 현재 우리나라는 동아시아 해양외교에서 적극적인 참여와 회의 개최를 통해 의제를 주도하는 역할을 하고 있다고 평가할 수 있다. 그러나 세계적으로 보면 우리나라 해양외교의 소프트 파워는 아직까지 국제적인 회의 유치나 협력을 주도하기에는 다소 미흡한 수준이라고 하겠다.

3) 해양기구의 소프트 파워

국제사회에서 가장 중요시되는 해양기구는 유엔해양법협약(United Nations Convention on the Law Of the Sea : UNCLOS)상 주요기구로 국제해양법재판소(International Tribunal for the Law of the Sea : ITLOS), 대륙붕한계위원회(Commission on the Limit of Continental Shelf : CLCS), 국제심해저기구(International Seabed Authority : ISA) 등이 있다.²⁹⁾ 1982년 채택되어 1994년 발효된 유엔해양법협약은 해양과 관련된 법과 제도를 총망라한 협약이다. 유엔해양법협약은 평화적인 해양의 이용이라는 해양법의 근본 취지를 위해 만들어졌지만,

28) 국토해양부 홈페이지, http://wtofta.mltm.go.kr/USR/WPGE0201/m_23755/DTL.jsp (검색일: 2010년 3월 19일).

29) 유엔해양법협약과 협약상 주요기구의 체제 및 역할에 대해서는 백진현, 유엔해양법협약 체제의 평가와 전망, 『국제법학회논총』, 제50권 제3호(통권 제103호), 2005. 12. pp. 123~144 참고.

자국에 유리한 협약의 적용을 위해 법률 해석 및 세부사항에 대한 수정이 계속 발생하고 있다. 국제기구에 지속적인 참가와 적극적인 의견 제출이 필요하다.

유엔해양법협약상 주요기구에서는 해양과 관련한 국가 간 분쟁이나 새로운 규칙 제정 등이 주로 다루어진다. 동 협약의 내용에 따라 각국은 주변국가와의 해양경계선을 확정하기 위해 배타적 경제수역 및 대륙붕 등에 대한 주권을 주장하고, 국가의 해양 수산자원 보존과 해양환경 보호 등을 통한 자국의 이익 추구에 사활을 걸고 있다. 소위 해양선진국이라고 불리는 국가들은 이러한 기구의 진출과 의제설정을 위해 앞다투어 나서고 있다. 그동안 유엔해양법협약을 비준하지 않았던 미국도 국제기구에서 해양강대국의 리더십을 발휘하고 국가이익을 수호하기 위해 뒤늦게 협약 가입을 추진하고 있다.³⁰⁾ 뿐만 아니라 국제수로기구(International Hydrographic Organization : IHO)와 정부 간 해양학위원회(Intergovernmental Oceanographic Commission : IOC) 등을 통해서도 해양에서 국가이익을 확보하기 위한 표준 정립과 유리한 의제 주도를 위해 노력하고 있다.

유엔해양법협약 이후 국제해양법재판소는 해양에서 일어나는 각종 사건과 사고에 대한 판결을 통해 국제 해양질서 확립에 기여하고 있다. 대륙붕한계위원회와 국제심해저기구도 협약국의 대륙붕 한계를 규정하고, 심해저 개발에 대한 규칙을 제정하는 등 국가 간 갈등 완화를 위해 노력하고 있다. 지금까지의 실적 등을 검토하면 위의 세 기구 각각의 특성을 알 수 있다. 먼저 국제해양법판소는 지금까지 판결한 대부분의 분쟁이 배타적경제수역과 관련된 영토 및 경제주권의 문제라는 점을 지적할 수 있다.³¹⁾ 대륙붕한계위원회와 국제심해저기구에서 논의되는 문제 또한 연안국의 200해리 이원의 대륙붕 책정이라는 심해저의 자원탐사 및 개발 등에 있어 인접국과의 갈등을 주로 다

30) 박찬호, “미국 뒤늦게 유엔해양법 협약 가입 추진”, 『독도연구저널』, 창간호, 2008. 1. pp. 16~17, http://www.ilovedokdo.re.kr/Uploaded_Files/journal/(검색일: 2010년 4월 1일).

31) 정갑용, 『국제해양법재판소의 재판절차와 판례동향: 최종보고서』(서울: 해양법포럼, 2004) 참고.

루고 있다.³²⁾ 전체적으로 종합하면, 유엔해양법협약의 주요 기구는 국가의 영토주권과 경제주권, 그리고 개발주권 등 국가이익과 직접적 연관이 있는 사항을 다루고 있다.

문제는 유엔해양법협약과 국제기구가 재판, 법률의 수정 및 제정 등 중재자 역할을 수행하고 있음에도 불구하고 여전히 국가 간에 해양에서의 이익 추구를 위한 갈등과 경쟁의 씨앗이 남아있다는 것이다. 이는 각 기구에 진출하고 있는 국가의 보이지 않는 힘과 영향력에 의해서 판결이 영향을 받고, 특정 국가에 유리하게 협약의 내용이 해석될 수 있기 때문이다. 따라서 국제기구에 진출하여 우리나라의 국익을 대변하는 능력이 곧 해양력을 향상시키는 소프트 파워가 된다.

앞으로도 어업협정 등 양자 또는 역내 다자 간 협정에서부터 남극 및 북극 조약과 같이 세계적 수준의 조약에 이르기까지 해양과 관련된 협정 및 협약·조약이 복잡하고 다양한 양상으로 변화할 것이다. 또한 심해저의 망간단괴 탐사 및 개발, 해양심층수 활용 등 새로운 해양에너지와 자원의 획득은 물론, 해양환경 및 해양생물 보호 등 미래 해양제도 및 규칙의 설정에 이르기까지 국제기구의 역할은 더욱 확대될 것이다. 이뿐만 아니라 항만, 해운, 도선 등 해양활동의 제반분야에 대한 표준 설정과 미래 해양과학 기술의 방향을 주도하는 다양한 국제기구의 역할 또한 증대될 것으로 기대된다.

2010년 현재 우리나라는 국제해양법재판소, 대륙붕한계위원회, 국제심해저기구(법률기술위원회)에서 각 1명씩 활동하고 있다.³³⁾ 각각의 국제기구 위원 구성수가 제한된 상황에서 우리나라의 참여 정도를 평가할 때 해양기구의 소프트 파워는 비교적 높은 수준이라고 볼 수 있다.

32) 김경신, “일본의 대륙붕 연장 최근 동향”, 『해양수산동향』, 제1234호, 2008. 3; 자위, 박문진 역, “오키노도리시마 논쟁: 쟁점과 전망”, 『독도연구저널』, 제7호, 2009. 8. pp. 54~59.

http://www.ilovedokdo.re.kr/Uploaded_Files/journal/(검색일: 2010년 4월 1일)

33) 국제해양법재판관에 백진현 교수, 대륙붕한계위원회 위원에 박용안 교수, 그리고 국제심해저기구의 법률기술위원으로 김용서 박사가 각각 선출되어 활동 중에 있다.

IV. ‘해양강국 대한민국’ 국가브랜드화 전략

지금까지 살펴본 바에 따르면, 우리나라를 해양강국으로 브랜드화 하기 위해서는 소프트 파워 강화가 필수적이고, 소프트 파워를 강화 하기 위해서는 소프트 자원의 활용이 무엇보다 중요하다. 우리나라 해양의 소프트 자원을 활용하여 다른 나라에게 우리나라에 대한 매력, 안전, 존경 등의 이미지를 형성시키고 이를 통해 우리나라뿐만 아니라 우리나라가 추구하는 해양 관련 산업과 기술, 해양정책, 해양문화, 해양외교, 해양기구 등에 대한 그들의 선호도를 향상시키는 소프트 파워 적용 전략이 가능하다. 따라서 해양력의 소프트 파워 향상을 목적으로 한 소프트 자원 활용에 집중된 전략이 요구된다. 이 장에서는 여수박람회를 통해 발휘할 수 있는 해양강국 이미지의 가능성을 살펴보고, 해양력을 향상시킬 수 있는 소프트 자원의 발굴을 통해 ‘해양강국 대한민국’의 국가브랜드화를 위한 소프트 파워 전략을 수립하려 한다. 앞에서 설명한 바와 같이 여수박람회는 ‘해양’을 주제로 한 국제박람회이기 때문에 여수박람회를 해양강국 대한민국의 이미지를 전 세계인들에게 각인시키는 기회로 활용해야 한다. 이미지 향상은 곧 국가브랜드화를 의미하는 전략이기 때문이다.

1. 여수박람회와 해양강국

1) 여수박람회의 의미와 기대효과

우리나라의 여수박람회 개최 결정은 1996년 최초로 유치에 도전한 이래 10년이 지나서야 얻게 된 노력의 결실이다. 2007년도 한 해 동안 대구가 2011세계육상선수권대회를, 인천이 2014아시안게임을 각각 유치하여 2012여수세계박람회 유치가 다소 국민적 관심을 적게 받았던 것이 사실이다. 그러나 세계박람회는 통상 올림픽, 월드컵과 함께 세계 3대 규모의 국제행사로서 인류가 직면한 공동의 문제 해결방안과 비전을 제시하여 미래의 전망을 조망하는 세계인의 축제이다. 세

계박람회는 인류문명과 과학적 발전을 한 단계 발전시켜 범세계적으로 문명의 성장과 경제적 부흥을 가져다주었다는 평가를 받고 있다. 이는 세계박람회가 문화 올림픽, 경제 올림픽이라 불리는 이유이기도 하다.³⁴⁾

여수박람회의 주제는 해양이며, 이는 우리나라의 지리적·환경적 조건에 적합한 특성을 가진다. 여수박람회유치위원회는 경제적으로 다양한 차원의 나라들이 참여할 수 있고, 특정한 기술이나 산업 분야에 치우친 주제는 피해야 한다는 몇 가지 요건에 의해 전 세계 모든 인류가 함께 동참할 수 있는 주제를 선정해야만 했다.³⁵⁾ 지구 표면적의 약 3/4을 차지하는 바다는 전 인류에게 필요한 삶의 터전이라는 공통된 인식을 가진다. 에너지와 환경 문제가 세계적 이슈로 떠오른 현재의 시점에서 우리나라가 바다와 연관된 세계박람회를 개최하는 것은 시기성·당위성에 비춰 매우 합리적이며 해양강국을 향한 뜻깊은 행사가 될 수 있을 것이다.

여수박람회를 통해 우리나라가 기대하는 효과는 크게 세 가지로 분류할 수 있다.³⁶⁾ 첫째, 여수박람회 개최를 통해 상당한 수준의 경제적 파급효과를 기대한다. 여수박람회 유치 이후 개최까지 약 4년의 준비기간 동안 투자 및 인력 고용을 창출하고 박람회 이후 생산 및 부가가치 유발효과를 최대화하는 것이다. 둘째, 지역발전과 더불어 해양 산업 및 관광 발전을 도모한다. 그 동안 상대적으로 낙후되었던 서남권

34) 2012여수세계박람회 홈페이지, <http://www.expo2012.or.kr/kor/expo2012/origin.asp> (검색일: 2010년 2월 19일). 그러나 저자는 여수박람회가 올림픽에 맞먹는 정도의 대규모 국제행사라는 데는 동의하지 않는다. 그에 대한 자세한 내용은 다음 '2) 여수박람회의 한계와 극복방안'에서 자세하게 다룬다.

35) BIE에서는 기간이 3주 미만이거나(lasting less than three weeks), 순수예술 전시(Fine arts exhibitions) 및 상업적 성격(essentially commercial nature)을 가진 박람회에 대해서는 인정하지 않는다.
Bureau of International Exhibitions, "Introduction to Expos," <http://www.bie-paris.org/site/en/expos/intro-to-expos.html>(검색일: 2010년 3월 10일); 2012여수세계박람회유치위원회, Op. Cit., pp. 40~41.

36) 2012여수세계박람회 홈페이지, "기대효과", <http://www.expo2012.or.kr/kor/expo2012/effect.asp>(검색일: 2010년 3월 11일); 여수시 홈페이지, "여수박람회 개최효과 및 사후활용", http://www.yeosu.go.kr/open_content/life/expo_2012/expo_introduction/effect (검색일: 2010년 3월 11일).

지역에 사회간접자본(Social Overhead Capital : SOC)을 집중 투자하여 철도, 도로 등의 인프라를 구축하고, 여수박람회의 개최를 통해 우리나라 전체의 해양산업을 중흥함은 물론, 남해안 지역에 관광·레저 산업을 육성한다. 셋째, 국가 수준에서 우리나라의 국제적 이미지를 향상시킨다. 이는 해양산업의 발전과도 상당 부분 연계된 것으로, 해양산업의 발전을 통해 우리나라가 해양강국이라는 국가브랜드를 갖게 하는 것을 의미한다.

세 가지 기대효과를 창출하는 시발점은 여수박람회의 성공적인 개최이다. 첫 번째와 두 번째에서 언급한 기대효과는 하드 자원을 활용한 하드 파워 강화를 통해 이룰 수 있다. 지금까지 여수박람회조직위원회를 중심으로 다양한 연구와 조사를 진행하였으며 국가적인 지원을 통해 여수박람회의 준비와 시행 방법이 구체적으로 드러나고 있다. 반면 세 번째 기대효과인 우리나라의 국제적 이미지 향상은 소프트 파워 강화를 의미하므로 우리나라의 입장에서는 소프트 자원의 적극적인 활용이 필수적으로 요구된다. 특히 2016년까지 세계 5대 해양강국이라는 목표를 달성하기 위해서는 여수박람회의 성공적인 개최가 무엇보다도 중요한 요소인 것이다.

2) 여수박람회의 한계와 극복방안

여수박람회 개최를 통한 의미와 기대효과에도 불구하고 엄밀한 잣대로 여수박람회를 평가하면 여수박람회의 성격과 규모, 실제 행사 시 예상되는 관람객수 등에서 한계가 예상된다. 이는 상하이박람회와 비교되면서 여수박람회의 실제적인 기대효과에 대한 의문은 더욱 커질 수밖에 없다. 여수박람회가 가지는 한계는 다음과 같다.

첫째, 여수박람회의 성격과 규모이다. 여수박람회는 2012년 5월 12일부터 3개월 동안 개최된다. 중국의 상하이박람회나 이탈리아의 2015밀라노박람회가 6개월 동안 개최되는 것과 비교하면 행사기간이 절반 수준밖에 되지 않는다. 상하이박람회장의 규모는 5.28km²에 이르고 7,000만 명의 관람객을 예상하는 데 반해, 여수박람회는 1.736km² 규모에 약 800만 명의 관람객 유치를 목표로 하고 있다.³⁷⁾

국제박람회기구는 박람회를 두 가지 유형으로 구분하는데 하나는 등록박람회(Registered Exhibitions)로 통상 세계박람회(World Expos)라고 불리고, 다른 하나는 인정박람회(Recognized Exhibitions)로 통상 국제 또는 특별 박람회(International or Specialized Expos)라고 불린다.³⁷⁾ 세계박람회는 매 5년 주기로 최장 6개월까지 행사를 개최할 수 있는 반면, 국제·특별박람회(이하 국제박람회)는 세계박람회가 개최되지 않는 중간 기간에 최장 3개월까지만 개최할 수 있다. 두 가지 박람회의 참가주체는 동일하지만 박람회의 구분에 따라 준비하는 주제의 성격은 달라진다. 즉 세계박람회가 인류의 보편적이고 일반적인 주제를 채택하는 데 반해, 국제박람회는 다소 전문적이고 특화된 분야에 한정하여 행사를 주최할 수 있다. 박람회 기간 중 사용하는 전시관 준비에 대해서도 세계박람회에 비해 국제박람회의 주최국에 비용 부담을 더 지게 하는 차이가 있다. 2000년 하노버, 2005년 아이치, 2010년 상하이박람회가 세계박람회에 해당하고, 2008년 사라고사, 2012년 여수 박람회가 국제박람회에 속하며, 우리나라가 1993년 개최하였던 대전박람회도 이에 포함된다.

둘째, 여수박람회의 경제효과이다. 여수박람회 유치가 결정되었을 때 많은 언론 매체에서는 1998년 올림픽이나 2002년 월드컵보다 더 많은 관광객이 여수를 방문할 것으로 예상되며, 생산 및 부가가치의 경제적 효과가 14조 원에 이른다고 일제히 보도했다. 2006년 여수박람회 유치를 위한 연구에서 우리나라가 역대 주최하였던 대(大)국제행사의 경제적 효과를 분석한 자료에 의해 경제적 효과를 예상할 수 있었다.³⁸⁾ 앞에서 언급한 바와 같이 세계박람회는 통상 올림픽, 월드컵과 함께 세계 3대 대규모의 국제행사이다. 그러나 엄밀히 따진다면, 이는 5년 단위로 개최되는 등록박람회에 한정하는 것이 맞겠다. 인정박람회는 등록박람회와는 여러 가지 면에서 차이가 날 수밖에 없다.

37) 2010상하이박람회장은 2005년 등록박람회인 일본아이치박람회장 규모보다는 4배, 2008년 인정박람회인 스페인 사라고사박람회장 용지 면적보다 20배나 넓은 규모다. “Brief Introduction of World Expo Shanghai”, <http://en.expo2010.cn/a/20081116/000004.htm>(검색일: 2010년 3월 9일).

38) Bureau of International Exhibitions, “Introduction to Expos”, Op. Cit.

39) 한국해양수산개발원, 『국제행사별 경제적 효과 비교』, 2006.

특히 박람회 전시관 건립에 있어 등록박람회는 참가 주체가 의무적으로 전시관을 건립해야 하는 조항이 있지만 여수박람회와 같은 인정박람회는 의무 조항이 적용되지 않는다. 따라서 주최국에서 각 국가의 전시관을 건립하여 무료로 임대해야 하는바 이에 대한 비용이 만만치 않다. 참가 주체가 정확하게 결정된 후 확정되겠지만, 전체 시설비에서 차지하는 비중을 무시할 수 없는 수준일 것은 틀림없다.

또한 2010년 현재 여수박람회 개최를 위한 인프라 구축에서 다양한 문제점이 드러나면서 예산 확보 및 시설 확충, SOC 사업 계획의 실천 가능성에 관한 점검이 필요하다.⁴⁰⁾ 여수박람회 랜드마크(Landmark) 사업 및 해양플랜트 사업, 도로, 항만 확충 등 시설 구축 및 인프라 사업에 대한 투자 계획의 100% 실천이 제한받기 때문에 최초 계획한 경제 효과에 대한 재평가가 반드시 필요하다. 이는 여수박람회의 기대효과를 줄이자는 것이 아니라, 정확한 효과 예측을 통해 여수박람회의 성공적인 개최 전략에 수정을 요구하기 위함이다.

셋째, 여수박람회의 방문자 예측이다. 근본적인 요소로 여수에 대한 인지도가 국내·외적으로 높지 않다는 것이 큰 문제점이다. 2010년 1월 홍콩에서 열린 2010상하이박람회 관련 국제포럼에 참석한 박람회 관련 국제전문가들조차 여수는 물론이며 여수박람회 개최 사실을 몰랐다는 것이 이슈가 된 적이 있다.⁴¹⁾ 2년 뒤 차기 개최지인 여수의 인지도가 전문가들 사이에서도 알려지지 않을 정도니 일반적인 해외 국민을 대상으로 한 홍보에 얼마나 많은 노력을 쏟아 부어야 할지는 짐작조차 하기 힘든 실정이다.

김준옥 교수는 지난 2008년 여수박람회 포럼에서 “유치 당시의 기본 계획과 실제계획과의 간극이 너무 크다”며 “조직위원회의 설문조사에서 여수엑스포에 대한 인지도는 80% 이상이지만 방문하기를 희망한 사람은 50%가 안 된다”고 지적하기도 했다.⁴²⁾ 이는 16개 광역도시

40) 상하이박람회 일정과 맞물리면서 국내에서는 자연스럽게 여수박람회에 대한 언론 기사가 많이 나오고 있다. 정부와 박람회조직위원회의 적극적인 노력에도 불구하고 예산, 인프라 구축 등에 관한 부실 논란이 끊이지 않고 있다.

41) 최형규, “여수가 어디죠”, 『중앙일보』, 2010. 1. 28.

42) 오문수, “철거대상 시설물이 여수 엑스포 상징물?”, 『남해안신문』, 2008. 10. 11.

별 방문의사율을 추정한 연구결과를 통해서도 나타났다. 연구 결과 국내에서도 거리가 방문의사율에 중대한 영향을 끼친다는 것으로 나타났다⁴³⁾ 여수로 이어지는 도로 및 철도 등에 대한 거리 인접성이 어떻게 변화하느냐에 따라 여수박람회 방문자의 수가 결정될 수 있는 것이다. 여수는 지리적으로 우리나라의 남쪽 끝단에 위치하고 있다고 할 수 있다. 2012년까지 철도 및 도로 확장·신설이 계획대로 되지 않을 경우에는 여수박람회 방문자가 예상치를 하회할 것으로 보인다.

또 한 가지 고려할 사항은 여수박람회의 개최 시기이다. 여수박람회 유치위원회에서도 밝힌 바와 같이 시기적으로 2012년 5월에서 8월은 우리나라의 기후상 박람회 관람에 유리하고, 여행이 집중되는 시기이다. 여수박람회 기간 중 지역축제를 50% 이상 개최하는 방안도 효과를 거둘 것으로 예상된다. 그러나 중요한 변수는 2012년 7월 12일부터 8월 12일까지 런던올림픽이 개최된다는 것이다. 런던올림픽이 개최되는 7월부터 한 달간은 공교롭게도 여수박람회의 폐막기간과 정확하게 일치한다. 이론 및 수치를 통해 런던올림픽의 인지도와 여수박람회의 인지도를 비교하는 것은 어렵지만, 현실적인 관점에서 볼 때 런던올림픽을 더 선호하거나 런던으로 해외여행을 가는 국내 여행객이 늘 것이라고 쉽게 예상할 수 있다. 또한 유럽은 물론, 중국 및 일본 등 아시아 국가의 국민들도 비슷한 행태를 보일 것으로 예상된다. 올림픽이라는 스포츠행사의 흥미도와 런던이라는 인지도를 고려할 때 여수박람회보다 관람객이 더 집중될 것이라는 예상은 어느 정도 합리성을 갖는다.

여수박람회는 국제박람회기구에서 인정하는 국제박람회의 성격을 가지고 있기 때문에 세계박람회인 상하이박람회와 비교하면 규모와 기간에 제약이 따른다. 비판적으로 보면 의도적이든, 그렇지 않은 간에 여수박람회가 국제박람회가 아닌 세계박람회의 규모와 성격을 지닌 것으로 알려진 경향이 있다. 이는 자연스럽게 여수박람회의 기대 효과 및 성과를 부풀리는 현상으로 나타날 소지가 있는 것이다. 여수

43) 이충기·윤설민, “2012여수엑스포 방문의사에 미치는 영향변수 추정”, 『관광학연구』, 제32권 제2호(통권66), 2008. 4. pp. 144~145.

박람회의 유치와 성공적인 행사에 지나친 기대감을 갖는 것을 경계할 필요가 있다.

이와 같은 한계에도 불구하고 우리나라는 여수박람회의 성공적인 개최를 이루어내야 한다. 여수박람회의 한계를 극복하기 위해서는 현재 기준이 아닌 2012년을 기준으로, 먼저 여수박람회의 의미와 기대효과를 새롭게 분석하고 여수박람회 규모에 맞는 전략적인 준비가 필요하다. 2012년을 기준으로 시간표(Time Table)를 거꾸로 작성하여 여수박람회의 전시관 건립, 해양플랜트 조성, 철도·도로 등 인프라 구축 노력이 필요하다.⁴⁴⁾ 이뿐만 아니라, 국제행사에 걸맞는 행사진행을 위해 충분한 통역 및 안내 인원을 배치하고, 여수 시민들을 대상으로 한 교육을 통해 성숙한 시민의식을 배양해야 한다. 이를 위해서는 과거 국내외에서 개최되었던 국제행사 사례에서 교훈을 도출하고 준비할 수 있어야 한다. 장기적으로는 남해안을 해양관광 중심으로 육성하자는 근본취지 달성 주장에도 귀를 기울여야 한다.⁴⁵⁾

여수박람회의 한계를 극복하기 위해 무엇보다 중요한 것으로 여수박람회의 특수성에 집중한 전략 수립이 필요하다. 여수박람회 개최지 선정 추진 과정에서 우리나라가 앞세운 주제어 ‘살아있는 바다 숨쉬는 연안’에 맞게, 해양에 관한 문제의식에 기초하여 세계인의 관심을 끌 수 있는 방안이 필요하다. 현재 시점에서 필요한 것은 여수박람회 기간 동안은 물론이며, 이후에도 해양정책 및 해양문제와 관련한 의제를 선점하고 주도하는 것이다. 이는 우리나라 해양력 소프트 파워의 활용과 직접적으로 연관된 방안이기도 하다.

44) 이 중에서도 특히 해양플랜트는 해양의 이용에 관한 중요한 기술적 수단이라고 할 수 있으며, 해양플랜트를 활용한 전시연출은 해양박람회의 특성을 살릴 수 있다는 연구결과를 주목할 필요가 있다. 황기형·박광서, 『해양플랜트를 활용한 2012 여수세계박람회 전시연출 방안』, 한국해양수산개발원, 정책연구 2009-07, 2009. 12.

45) 이진철, “여수세계박람회 개최효과 극대화 전략”, 국제행사의 성공적 개최를 통한 관광산업 육성 전략 국회 공동토론회, 서울: 국회법제실·전라남도, 2008, pp. 73~77.

2. ‘해양강국 대한민국의’ 소프트 파워 전략

김상배 교수는 소프트 파워를 수반한 스마트 파워(Smart Power)의 활용에 대해 구체적인 방안을 제시한다. 하드 파워의 기반이 갖춰져 있는 미국과 같은 강대국이 소프트 파워의 보완을 통해 스마트 파워⁴⁶⁾를 활용하는 것을 참고하여 하드 파워가 제대로 갖춰져 있지 않은 약소국에서 이를 모방하기 위해 소프트 파워를 강화하는 것은 일종의 신기루 같은 것이라는 주장이다. 한국과 같은 중견국에는 미국과 다른 시각에서 소프트 파워 논의가 시작되어야 하는 이유이다.⁴⁷⁾ 이러한 주장은 우리나라가 소프트 파워 전략을 어떠한 목표에 바탕을 두고 추진해야 하는가에 대한 분명한 길을 제시하고 있다. 소프트 파워의 활용에 대한 논의가 분산되지 않고 집중될 수 있는 이론적 근거가 되기 때문이다. 즉 중견국으로서 마냥 소프트 파워를 주장하는 것보다는 기존의 소프트 파워를 활용하고, 소프트 자원을 찾아내어 육성하는 것이 우선되어야 한다.

여수박람회를 통해 발휘될 해양 관련 문제에 대한 우리나라의 대처 자세는 향후 해양력의 소프트 파워 전략 수립에 유리한 환경을 조성할 수 있다. 여수박람회에서 우리나라가 소프트 파워를 발휘하기 위해서는 지금부터라도 소프트 자원을 집중적으로 발굴해야 한다. ‘해양강국 대한민국’이라는 국가브랜드를 이루기 위해서는 해양문화, 해양외교, 해양기구 등을 망라하는 소프트 자원이 요구된다.

첫째, 해양문화의 소프트 자원을 찾아야 한다. 우리나라 국민의 관심과 흥미를 유발시키는 것이 우선인 만큼 해양과 관련한 다양한 볼거리와 호기심을 자극할 만한 이벤트가 필요하다. 일반적인 시민이 생각하는 해양의 볼거리, 해양산업에 종사하는 사람들이 기대하는 해

46) 나이 교수의 단순한 표현에 의하면, 스마트 파워란 하드 파워와 소프트 파워를 결합한 형태의 파워를 의미한다.

47) 미국이 세계를 주도하는 지도자로서의 지성이라면, 우리나라와 같은 중견국은 추종자의 지성이라고 하면서, 궁극적으로는 강대국과 다른 중견국의 스마트 파워 논의를 위해 세(勢)를 모으는 지성, 위치(Position)를 파악하는 지성, 틈새를 공략하는 지성 등 세 가지 네트워크 지성을 고려한 접근법이 필요하다고 주장한다. 김상배, Op. Cit., p. 22.

양의 생활, 국가와 국제기구가 함께 공유하는 해양의 미래상을 각각 준비하고 홍보해야 한다. 이를 위해서는 우리나라의 해양문화부터 개선해야 한다. 군중(Crowd)이 해양으로 모이게 하는 전략이 필요하다. 이는 군중이 모여야 하나의 문화를 만들어 낼 수 있기 때문이다.

다만 여수박람회 참여에만 집중하는 행사 위주의 전략이 되어서는 안 된다. 유치원생 및 초등학생부터 왜 우리나라에게 해양이 중요한지를 강조하여 해양문화 형성의 토대를 마련하고, 해양레저를 장려하여 해양과 친숙해지도록 해야 한다. 그리고 해양산업을 국가산업으로 육성하여 해양이 삶의 터전임을 국민들이 인식하게 하는 전략적 접근이 필요하다. 구체적인 방법으로, 해양문화의 소프트 자원 발굴을 위해 TV 드라마, 영화, 다큐멘터리 등을 통한 영상 홍보를 실시하여 국민에게 해양에 대한 관심을 가질 수 있는 기회를 부여해야 한다. 또한 국가 차원에서 해양레저 문화를 주도하여 해양과 친숙한 의식을 가진 국민들이 많아지게 해야 한다. 해양문화를 강조하는 것은 해양강국을 향한 기초 설계와도 같은 것이다.

둘째, 해양외교의 소프트 자원을 찾아야 한다. 해양안보 및 해양환경에 관한 국제사회의 문제해결 방식을 주도하기 위해서는 무엇보다도 의제 선정이 중요하다. 해양안보와 관련하여 해양항로 보호 활동과 해상에서의 인도주의적 구호활동 등은 국제적으로 협력이 필요한 분야이다. ‘살아있는 바다 숨쉬는 연안’이 가능하기 위해서는 안전한 바다와 해양활동이라는 기본적인 전제가 필요하다는 주장이 설득력을 얻을 수 있다. 따라서 해적 및 해상테러 대응을 위한 국제적 노력을 촉구하고 인도주의적 구호활동을 위한 세계적인 협력 방안을 모색하는 회의나 선언 등을 여수박람회와 연계하여 실행해야 한다.

한편 해양환경을 보존하기 위한 노력과 협력의 중요성을 강조하기 위해서 국제적인 수준의 의제 창출이 필요하다. 1992년 리우데자네이루 선언(Rio de Janeiro Declaration)과 2002년 요하네스버그 선언(Johannesburg Declaration)을 통해 세계가 지구온난화의 환경제약을 해결하기 위해 협력하고 있다. 2009년 5월에는 세계해양회의에서 마나도 해양선언(Manado Ocean Declaration)을 통해 전 지구적 기후변

화 대응에서 해양의 역할이 강조되었다.⁴⁸⁾ 이처럼 해양환경을 위한 국가 간 협력이 강조되고 있기 때문에 여수박람회에서도 주제와 맞는 해양환경 의제가 발굴되어야 한다. 기존의 선언에서 논의된 것이나 현재 국제적으로 협력이 진행 중인 것보다는 새롭게 추진될 수 있고 우리나라가 주도할 만한 수준의 논의가 필요하다.

이런 점에서 세계적인 해양쓰레기 문제, 예를 들면 세분하여 북태평양 환류(North Pacific Gyre) 해역에 있는 거대한 쓰레기 더미(Great Pacific Garbage Patch) 등 국가 수준의 바다 및 연안 쓰레기 문제보다는 국제적인 공조가 당장 시급한 문제에 대한 대처방안을 의제로 채택하고 국제적인 여론이 집중시켜야 한다.⁴⁹⁾ 해양외교력에 대한 국가 간 지수를 측정하여 발표함으로써 해양외교에 관한 국제적인 표준 체계를 정비하는 것도 방안이 될 수 있다. 우리나라가 여수박람회를 통해 준비 중인 여수 선언(Yeosu Declaration)을 위해 다양한 논의보다는 선택과 집중 전략이 필요하다. 해양에 관한 모든 정책이 모이도록 하는 경로 의존성(Path Dependency) 달성의 방법을 추구해야 한다. 해양외교를 강조하는 것은 해양강국으로 진입하는 길을 정비하는 것이라고 하겠다.

셋째, 해양기구의 소프트 자원을 찾아야 한다. 해양문화를 발달시키고 해양외교 능력을 강화하는 것도 중요하지만, 해양과 관련된 문제에 대한 발언권을 선점함으로써 다른 국가들이 따라올 수 있는 표준을 설정하는 힘을 기르는 것이 더욱 중요하다. 이는 해양강국을 달성하여 해양력의 소프트 파워를 발휘하는 실제적인 능력을 보유하는 것을 의미한다. 유엔해양법협약과 주요기구 등에서 논의되는 문제는 소위 해양강국에게 유리한 방향으로 논의가 진행될 가능성이 농후하다. 또한 해양강국을 중심으로 해양에서의 이익을 상호 공유하는 국가 간

48) 장학봉, “세계해양회의(World Ocean Conference) 개최 동향과 의미”, 『해양국토포럼』, 제21호, 2009. 5.

49) 북태평양 환류에 위치한 플라스틱 쓰레기 더미에 관한 세부정보는 다음을 참고. “Think Beyond Plastic: Garbage Patch”, Sea Studios Foundation, www.greatgarbagepatch.org(검색일: 2010년 3월 12일); http://www.projectaware.org/assets/library/164_marinedebrisfactsheetkore.pdf(검색일: 2010년 3월 12일).

네트워크를 형성하여 배타적으로 국가의 이익을 추구하는 전략을 취할 수도 있다. 해양강국으로서 인정받기 위해서는 해양과 관련된 의제를 창출하는 능력과는 별도로 해양에서 일어날 수 있는 모든 문제에 대해 규칙 제정을 주도하는 해양기구 내에서의 소프트 파워를 획득해야 한다. 해양기구에서 논의되고 결정되는 규칙에 대하여 규칙 준수자(Rule Taker)가 아닌 규칙 제정자(Rule Setter)가 되어야 하는 것이다.

해양 관련 국제기구에서 주요 의사결정과정에 참여하는 것은 우리나라에 유리한 표준을 만드는 데 도움이 되는 한편, 이익을 공유하는 국가와 네트워크를 형성하여 국제기구에서 영향력을 강화시키는 작용도 하게 된다. 이를 실천하기 위해서는 해양기구 위원으로의 진출이 더욱 활발하게 모색되어야 한다. 뿐만 아니라 해양과 관련한 다양한 분야에서 활동하는 전문가가 더욱 많아져야 한다. 앞으로는 재판소장 및 위원장 등 국제기구에서 비중 있는 역할을 수행할 수 있는 전문 인력 양성이 반드시 필요하다.

여수박람회를 위해 여수시가 경상대, 목포해양대, 부경대, 전남대, 한국해양대 등 6개 국립대와 관-학-연 협약(MOU)을 체결하여 각종 학술대회 개최, 여수박람회 관련 분야 학술자문 등의 활동을 실시하고 있다.⁵⁰⁾ 이러한 노력을 시작으로 전국의 대학생들이 해양기구 및 해양과 관련한 학문에 관심을 가질 수 있도록 국가 수준에서 전문가 육성 대책을 확대 실시해야 한다. 이를 위해 고등학생 및 대학생 위주로 해양 관련 각종 공모전을 개최하거나 장학재단을 설립하는 등 장차 해양 전문가 육성을 위한 대책이 필요하다. 또한 이런 노력과 병행하여 국제기구에서 활동하고 있거나 활동 가능성이 있는 전문가를 발굴하여 적극적으로 지원하는 방안도 함께 고려해야 한다.

50) 정승호, “여수세계박람회 성공 위한 날개 달았다”, 『동아일보』, 2009. 9. 29.

V. 결 론

우리나라는 1893년 처음으로 참가한 콜럼비아 세계박람회(Chicago World's Columbian Exposition)에서는 단 5종의 물품을 전시한 수준이었으나, 이후 꾸준한 참가를 통해 정확하게 100년이 지난 1993년에는 대전엑스포를 개최하여 세계박람회 주최국으로 성장하였다.⁵¹⁾ 다시 20여 년이 지난 2012년, 우리나라는 또 한 번의 세계박람회를 개최한다. 특히 2012년 여수박람회는 우리나라의 특성을 나타낼 수 있는 해양과 관련된 박람회이다.

여수박람회가 우리나라에 특별한 이유는 두 가지다. 첫째, ‘살아있는 바다 숨쉬는 연안(Living Ocean and Coast)’이라는 주제를 선언한 여수박람회가 ‘해양’을 주제로 한 21세기 최초의 세계박람회라는 점이다. 1851년 런던만국산업박람회를 기점으로 시작된 세계박람회는 지금까지 다양한 주제로 실시되어 왔다. 세계박람회의 주제 선정은 세계인의 관심을 반영하는 동시에 개최국의 미래 가치에 대한 평가와 발전방향을 보여준다. 실제로 박람회 이후 세계박람회 개최지의 비약적인 발전을 가져온 경우가 경험적으로 많이 증명되었다.⁵²⁾ 그러한 경험을 거울삼는다면, 삼면이 바다로 둘러싸여 있고 산업과 무역의 상당 부분을 해양에 의존하는 우리나라는 여수박람회를 계기로 미래 해양과 관련된 기술의 발전에 획기적인 진전을 이뤄낼 수 있을 것이다. 해양산업의 육성을 통해 얻게 되는 경제적·문화적·산업적 발전뿐만 아니라 기술적 진보에서 한 발 앞섬으로써 해양과 관련된 모든 분야의 중심, 즉 허브(Hub)로서의 역할 수행 또한 기대할 수 있다.

51) 이민식, 『근대사의 한 장면: 콜럼비아 세계박람회와 한국』, 서울: 백산자료원, 2006, pp. 68~71; 이민식, 『세계박람회와 한국: 크리스탈궁에서 2012 유치관까지 출품퍼레이드』, 광주: 전남대학교 출판부, 2004, pp. 17~18.

52) 프랑스 파리가 박람회 이후 세계적인 관광·예술·패션·문화의 중심지로 변모했고, 캐나다 밴쿠버가 박람회 이후 태평양의 관문으로 비약적인 발전을 보였으며, 스페인과 우리나라가 각각 1992년과 1993년에 실시한 박람회를 통해 스페인의 현대적인 성공과 우리나라의 선진국 진입을 세계적으로 알리는 계기가 되었다. 이에 대한 자세한 내용은 박윤식, “2012 세계엑스포 개최도시 확정 - “여수, 꼬레!” 10년의 도전 결실을 맺다,” 『통일한국』, 2007년 12월호(통권 제288호), 2007. 12. pp. 38~40. 및 2012여수세계박람회 공식 홈페이지 참고.

둘째, 여수박람회는 우리나라의 국가 이미지를 향상시키고, 나아가 국제적인 위상 제고에 큰 역할을 할 것으로 기대된다는 점이다. 이명박 정부 출범 이후 국정목표의 하나로 추진 중인 국가브랜드 향상에 기여함으로써 우리나라의 국제적 가치 부흥에 기여할 수 있다. 21세기 들어 미국, 중국, 러시아, 일본 등 강대국이 경제 및 안보 영역에서 각자의 이익을 추구하는 한편, 국가 간 협력을 도모하고 있다. 이런 상황에서 중심적 위치에 있는 우리나라가 여수박람회를 통해 전 세계인의 이목을 집중시킬 수 있는 기회를 갖게 되었다. 최근 그 중요성이 더욱 부각되고 있는 천연자원 및 에너지의 고갈과 대체 에너지 확보, 지구환경 악화와 이를 위한 대책 공조, 쓰나미 등 해상 자연재해와 해적 등 비전통적 안보 위협에 관한 국가 간 협력 등 많은 문제들이 해양과 밀접한 연관을 맺고 있다. 해양과 관련하여 인류가 당면한 다양한 문제에 대한 전 세계적 관심의 접근을 이끌어내고 향후 이와 관련한 의제를 주도할 수 있다는 것은 실로 대단한 일이다. 해양발전을 선도하는 해양강국으로서의 이미지를 다른 국가들에게 심어줌으로써 차후에 해양과 관련된 다양한 의제 제안과 창출, 실천 등을 논의할 때 우리나라가 어느 정도 영향력을 행사할 수 있을 것으로 기대할 수 있다.

우리나라는 5대 해양강국을 위한 세부 추진계획을 세웠다. 우리나라가 선진 해양강국으로 도약하기 위한 목표이다. 해양강국은 해양에 관한 문제에 있어 국제사회에 얼마만큼의 영향력을 보여 주느냐에 달려 있다. 해양강국 추진에 있어서 해양자산, 해양산업, 해양개발, 해양환경·안전, 해양안보 등 해양력의 하드 파워적인 면에만 국한되어서는 안 된다. 해양력의 소프트 파워 향상이야말로 궁극적으로 해양강국 대한민국의 이미지 창출을 가져다 줄 수 있다. 따라서 여수박람회는 우리나라 해양력의 하드 파워 향상보다는 소프트 파워 향상을 위한 기회로 사용해야 한다.

여수박람회가 2년 앞으로 다가왔다. 본 논문은 여수박람회 관계자는 물론 일반 국민에게 그 중요성을 재인식시키고, 제반 준비에 박차를 가한다는 목적 또한 가지고 있다. 해양강국으로 가는 길에서 여수박람회는 우리나라에게 아주 큰 디딤돌이 될 수 있다. 그동안 해양력

에 관한 논의가 국가 위주로 이뤄져왔기 때문에 해양력이 중요하다고 인식하는 정도에 비해 해양력 향상을 위한 민간기업이나 국민들의 참여가 저조했던 것이 사실이다. 여수박람회를 계기로 우리나라 해양력 향상의 주체가 국가만이 아니라 국가-국민-기업 등 삼각관계가 유기적으로 조직화되는 계기가 되어야 한다. 또한 여수박람회를 통해 우리나라가 세계에 무엇을 보여줄 수 있고, 무엇을 얻을 수 있는지에 대한 구체적인 논의가 더욱 활발하게 진행되어야 할 것이다.

‘해양’이라는 주제를 가지고 전 세계인이 모이는 기회는 쉽게 찾아오지 않는다. 그런 의미에서 여수박람회는 우리나라가 진정한 해양강국으로 도약하기 위한 소중한 기회이다. 여수박람회를 통해 우리나라 해양력의 소프트 파워를 재발견하고, 전 세계에 ‘해양강국 대한민국’이라는 이미지가 만들어지면 우리나라는 ‘해양강국’의 국가브랜드를 가질 수 있다. 이를 위해 해양력의 소프트 파워를 갖춘 해양강국 건설 목표를 새롭게 설정하고 해양력의 소프트 파워를 향상시킬 수 있는 소프트 자원 개발에 더욱 박차를 가해야 할 때이다. 우리의 해양문화, 해양외교, 해양기구의 소프트 자원을 찾는 작업이 그 첫 번째 발걸음이 될 것이다.

투고일(2010년 4월 6일)
심사일(2010년 5월 10일)
게재확정일(2010년 5월 25일)

참고문헌

1. 김경신, “일본의 대륙붕 연장 최근 동향”, 『해양수산동향』, 제1234호, 2008. 3.
2. 김상배, “소프트 파워의 개념적 이해와 비판적 검토: 중견국 네트워크 권력론의 시각”, 『국제정치논총』, 제49집 4호, 2009. 9.
3. 박윤식, “2012 세계엑스포 개최도시 확정 - “여수, 꼬레!” 10년의 도전 결실을 맺다”, 『통일한국』 2007년 12월호,(통권 제288호), 2007. 12.
4. 박찬호, “미국 뒤늦게 유엔해양법 협약 가입 추진”, 『독도연구저널』, 창간호, 2008. 1.
5. 백진현, “유엔해양법협약 체제의 평가와 전망”, 『국제법학회논총』, 제50권 제3호, 2005. 12.
6. 세르게이 고르시코프, 『국가의 해양력(The Sea Power of The State)』, 임인수 역, 서울: 책세상, 1999.
7. 오문수, “철거대상 시설물이 여수 엑스포 상징물?”, 『남해안신문』, 2008. 10. 11.
8. 이건철, 『여수세계박람회 개최효과 극대화 전략, 국제행사의 성공적 개최를 통한 관광산업 육성 전략 국회 공동토론회』, 서울: 국회법제실·진라남도, 2008.
9. 이동근·한철환·엄선희, “역사와 해양의식 - 해양의식의 체계적 함양 방안 연구”, 한국해양수산개발원 기본연구 2003-20, 2003. 12.
10. 이민식, 『근대사의 한 장면: 콜럼비아 세계박람회와 한국』, 서울: 백산자료원, 2006.
11. _____, 『세계박람회와 한국: 크리스탈궁에서 2012 유치관까지 출품과 레이드』, 광주: 전남대학교 출판부, 2004.
12. 21세기 평화재단·평화연구소 편, 『매력국가 만들기』, 서울: 동아일보부설 21세기 평화재단·평화연구소, 2005.
13. 2012여수세계박람회유치위원회, 『더 넓은 바다로의 향해(2012여수세계박람회 유치를 위한 땀과 열정의 보고서)』, 서울: 2012여수세계박람회유치위원회, 2008.
14. 이충기·윤설민, “2012여수엑스포 방문의사에 미치는 영향변수 추정”,

- 『관광학연구』, 제32권 제2호(통권66), 2008. 4.
15. 장학봉, “세계해양회의(World Ocean Conference) 개최 동향과 의미”, 『해양국토포럼』, 제21호, 2009. 5.
16. 자위, “오키노도리시마 논쟁: 쟁점과 전망”, 박문진 역, 『독도연구저널』, 제7호, 2009. 8.
17. 전재성 · 조운영 · 한석희 · 박영준 · 신범식 · 유현석, 『한국의 스마트 파워 외교전략』, 서울: 한울 아카데미, 2009.
18. 정갑용, 『국제해양법재판소의 재판절차와 판례동향: 최종보고서』, 서울: 해양법포럼, 2004.
19. 정승호, “여수세계박람회 성공 위한 날개 달았다”, 『동아일보』, 2009. 9. 29.
20. 최형규, “여수가 어디죠”, 『중앙일보』, 2010. 1. 28.
21. 한국해사문제연구소, “‘2016 미래 국가해양전략’ 주요 내용”, 『월간해양한국』, 2006년 10월.
22. 한국해양수산개발원, “2012 여수세계박람회 성공적 개최전략 및 해양강국의 비전”, 2007. 12.
23. _____, “국제행사별 경제적 효과 비교”, 2006.
24. 황기형 · 박광서, “해양플랜트를 활용한 2012 여수세계박람회 전시연출 방안”, 한국해양수산개발원, 정책연구 2009-07, 2009. 12.
25. International Institute for Management Development(IMD), IMD WORLD COMPETITIVENESS YEARBOOK 2009.
26. Lee, Geun, “A Theory of Soft Power and Korea’s Soft Power Strategy”, *Korean Journal of Defense Analysis*, Vol. 21 Issue. 2, June 2009.
27. Lee, Sook-Jong, “South Korea’s Soft Power Diplomacy”, EAI Issue Briefing, No. MASI 2009-01, http://www.eai.or.kr/data/bbs/eng_report/200908061729956.pdf.
28. Mahan, A. T., *The Influence of Sea Power Upon History 1660-1783*, Boston: Little, Brown and Company, 1947.
29. Modelski, George, *Long Cycles in World Politics*(Seattle: University of Washington Press, 1987).
30. Modelski George and Thompson, William R. *Seapower in Global*

- Politics, 1494–1993, Hong Kong: The Macmillan Press, 1988.
31. Nye, Joseph, *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*(New York: Basic Books, 1990).
 32. _____, *The Paradox of American Power: Why the World’s Only Superpower Can’t Go It Alone*, Oxford: Oxford University Press, 2002.
 33. _____, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs, 2004.
 34. Shon, Yul, “A Study on Disputes over Northeast Asian History in the Context of World Politics and Soft Power”, NorthEast Asian History Foundation, http://english.historyfoundation.or.kr/main.asp?sub_num=93&pageNo=3&state=view&idx=258.
 35. “Think Beyond Plastic: Garbage Patch,” Sea Studios Foundation (<http://www.greatgarbagepatch.org>).
 36. 국가브랜드위원회 홈페이지, <http://www.koreabrand.go.kr/>.
 37. 국토해양부 홈페이지,
http://wtofta.mltm.go.kr/USR/WPGE0201/m_23755/DTL.jsp.
 38. “우리나라 에너지수급 문제와 원자력 발전의 역할”, 2008. 8.
http://www.nuclear.or.kr/rgboard/download.php?&bbs_id=opinion&page=&type=1&doc_num=1.
 39. 2012여수세계박람회 홈페이지,
<http://www.expo2012.or.kr/kor/expo2012/origin.asp>.
 40. “Brief Introduction of World Expo Shanghai”,
(<http://en.expo2010.cn/a/20081116/000004.htm>).
 41. Bureau of International Exhibitions, “Introduction to Expos”.
(<http://www.bie-paris.org/site/en/expos/intro-to-expos.html>).
 42. http://www.projectaware.org/assets/library/164_marinedebrisfactsheetkore.pdf.

