

이슈브리프 892호
(2026. 9.10)

[K-Diplomacy 탐색 시리즈 3] 한류 이후의 문화와 외교: 뤼미에르 서밋과 K-Initiative 2.0

제892호

조은정 ejrcho@inss.re.kr



국문초록

2026년 9월 열린 제1회 뤼미에르 서밋에서 한국은 프랑스와 공동의장국으로 참여해 영화·영상 분야의 투자협력과 국제적 원칙과 협력규범 형성에 동참했다. 이는 한국이 더 이상 한류의 성공을 소개하는 문화콘텐츠 수출국에 머무르지 않고, AI 시대의 인간 창작, 지식재산권, 문화다양성, 영상교육과 지속가능한 문화생태계 등 글로벌 문화질서의 새로운 의제를 함께 논의하는 단계로 이동하고 있음을 보여준다. 특히 한류가 축적해 온 문화적 매력과 국제적 신뢰가 단순한 국가홍보나 경제적 성과를 넘어 외교적 자산과 규범 형성 역량으로 전환될 가능성을 보여준다는 점에서 주목할 필요가 있다. 정부의 K-Initiative가 한국의 문화·산업·기술 등 다양한 자산을 연계해 글로벌 이슈 해결에 기여한다는 비전을 제시했다면, 본고가 말하는 'K-Initiative 2.0'은 이를 국제적 원칙과 협력구조의 공동 설계로 구체화하는 단계다. 이를 위한 한국 문화외교는 '수출에서 규범으로, 동원에서 동행으로, 거래에서 관계로' 전환할 필요가 있다. 즉 문화의 성과를 국가가 직접 전유하거나 외교 목적에 동원하기보다, 창작생태계의 자율성을 보호하고 한류가 이미 만들어 놓은 신뢰와 관계를 장기적 국제협력으로 발전시키는 방식이 요구된다. 궁극적으로 K-Diplomacy의 경쟁력은 문화자산의 규모나 한류의 인기를 직접 활용하는 데 있지 않다. 문화가 성공해 온 방식인 자율성, 상호성, 관계의 지속성을 한국 외교 전반에 적용하고 이를 반복 가능한 외교의 문법으로 발전시키는 데 있다. 뤼미에르 서밋은 이러한 전환의 완성이라기보다, 한국이 문화적 매력을 국제적 책임과 규범 형성으로 연결하는 단계에 진입하고 있음을 보여준 중요한 사례이다.

키워드: 한류(K-Wave), 뤼미에르 서밋(Lumière Summit), K-Initiative 2.0, 문화외교 (Cultural Diplomacy), K-Diplomacy

1. 제1회 뤼미에르 서밋

프랑스 생폴드방스에서 제1회 뤼미에르 서밋(Lumière Summit, 2026.9.7.)이 열렸다. 한국과 프랑스는 2027년부터 5년간 각각 5억 유로씩, 총 10억 유로 규모의 영화·영상산업 투자 협력을 추진하기로 했다. 국가·지역·국제기구·기업·창작자·문화기관 등 120개 이상의 주체가 서명한 ‘뤼미에르 선언’은 인간 중심의 창작, 지식재산권 보호, 문화적 다양성, 다양한 작품의 노출·유통·접근 기회 보장, 극장 생태계, 창작의 자유, 지속가능한 제작, 영상 리터러시 등을 향후 글로벌 영상 생태계의 공동 원칙으로 제시했다. 프랑스 대통령실은 이번 서밋을 ‘영화와 영상분야의 새로운 다자주의’를 위한 출발점으로 규정했다. 실제로 뤼미에르 선언은 국가·기업·창작자·문화기관이 함께 참여하는 글로벌 거버넌스의 초기 형태가 등장했다고 평가했다.

이번 서밋은 단순한 문화행사의 수준을 넘어 한국의 문화외교에서 중요한 전환점을 보여주었다. 대표적인 영화강국 프랑스가 처음으로 개최한 영화·영상 분야 국제정상회의의 공동의장을 한국 대통령이 맡았다. 서밋에는 5대륙 60여 개국에서 정부·국제기구 관계자, 영화·방송·게임산업 경영진과 창작자 등 200명 이상이 참여했다. 이는 한국이 더 이상 K-pop이나 K-drama의 성공을 소개하기 위해 초청되는 국가에 머물지 않고, 세계 영상문화의 미래를 논의하는 회의의 의제와 규칙을 함께 만드는 위치에 들어섰다는 사실을 상징적으로 보여준다.

특히 주목할 점은 한국이 회의에서 단순히 한국 콘텐츠의 성취를 강조하는 데 머무르지 않았다는 데 있다. 이 대통령은 영화·영상산업이 직면한 기술적 변화를 언급하면서 혁신과 창의성, 그리고 “상생과 공존의 건강한 생태계”를 강조했다. 이후 한국 창작자들과 별도 간담회를 가진 데 이어 CJ ENM, 네이버,

넷플릭스, 미국영화협회(MPA), Mediawan 등 글로벌 산업 관계자들과 로컬과 글로벌의 지속가능한 상생을 논의했다. 이는 올해 정부가 추진해 온 K-Initiative를 한 단계 더 확장해서 읽을 필요가 있다. 지난 6월 런던에서 열린 Korea Forum 2026의 제목은 “Beyond Soft Power: From K-Wave to K-Initiative”였다. 당시 논의는 한국의 문화적 영향력을 기업·혁신·기술·국제협력으로 확장하는 문제를 다뤘다. 뤼미에르 서밋은 그 다음 단계로 진전된 모습을 보여주었다. 이제 질문은 “한국 문화가 얼마나 인기 있는가”가 아니라 그 인기를 통해 축적된 신뢰를 한국이 어떤 국제적 역할과 책임으로 전환할 것인가이다.

본 이슈브리프에서는 이러한 전환을 ‘K-Initiative 2.0’이라 부르하고자 한다. 이는 정부의 공식적인 단계 구분이 아니라 본고의 분석적 개념이다. K-Initiative가 문화·산업·기술·민주주의 등 한국이 보유한 자산을 연계해 글로벌 이슈 해결과 국익 증진에 기여한다는 국가적 비전을 제시했다면, 본고가 말하는 ‘2.0’은 그 비전을 국제적 원칙과 협력구조의 공동 설계로 구체화하는 단계다. 뤼미에르 서밋만으로 한국이 문화·영상 분야의 ‘규범 제정국’이 되었다고 평가하기는 이르다. 그러나 한국이 글로벌 콘텐츠 공급자를 넘어 영상문화 분야의 규범 형성 참여자로 역할을 확대하고 있음을 보여주는 강한 신호임은 분명하다.

2. 한류 이후의 한국 외교: 문화적 매력을 국가전략으로

여기에는 역설이 있다. 오늘날 한국이 누리는 문화적 매력의 상당 부분은 정부가 직접 설계하거나 생산한 결과가 아니다. 영화감독, 작가, 아이돌, 웹툰 작가, 게임 개발자, 제작자와 플랫폼이 각자의 창작과 시장 논리에 따라 경쟁한 결과가 축적되면서 한류라는 거대한 문화현상이 만들어졌다. 이 점은 소프트파워 논의에서 중요하다. 조셉 나이에 따르면, 소프트파워란 다른 행위자가

자발적으로 끌리게 만드는 힘이다. 따라서 정부가 특정 문화상품을 선정하고 ‘이것이 대한민국’이라고 공식화하는 순간, 매력은 쉽게 선전이나 국가홍보로 변질될 수 있다. 국가가 문화의 성공을 자신의 업적으로 전유하거나 외교 목적을 위해 직접 ‘동원’하려 하면, 문화가 가진 자율성·다양성·비예측성이 오히려 훼손될 가능성이 있다.

뤼미에르 선언에서 흥미로운 부분은 바로 이러한 문제를 우회했다는 점이다. 선언의 주체는 국가만이 아니다. 국가, 기업, 창작자, 문화기관이 “각자의 정당하고 중요한 역할”을 갖는다고 명시한다. 정부가 문화의 내용과 방향을 정하는 대신 창작자가 창작하고, 기업이 투자하고, 플랫폼이 유통하며, 정부는 이러한 행위자들이 지속가능하게 활동할 제도적 환경을 조성하는 다중행위자 거버넌스가 기본 전제다.

따라서 K-Initiative 2.0의 출발점은 한류를 더 적극적으로 ‘활용’하는 데 있지 않다. 오히려 국가가 문화적 매력을 다루는 방법에 대한 메타인지가 필요하다. 정책 언어로 표현한다면, 이는 한국이 가진 문화적 자산의 전략적 의미와 동시에 그 자산의 생성 조건까지 인식하는 것이다. 정부가 해야 할 일은 콘텐츠를 직접 만드는 것이 아니다. 작품과 창작자에 국가 메시지를 주입하는 것도 아니다. 오히려 창작자의 자율성을 보장하고, 지식재산을 보호하며, 새로운 인재와 중소 제작자가 진입할 공간을 만들고, 글로벌 플랫폼과 국내 창작생태계 사이의 협상력을 높이는 일이 정부의 역할이다. 실제로 뤼미에르 선언은 인간의 창작을 영상산업의 토대로 규정하면서 IP 보호, 문화적 다양성, 그리고 다양한 작품이 플랫폼과 상영공간에서 관객에게 충분히 노출·유통될 수 있는 환경의 보장, 창작의 자유, 독립적 제작·상영 생태계와 교육의 중요성을 함께 강조한다. 여기에서 K-Initiative 2.0을 위한 세 가지 전환 원칙을 도출할 수 있다.

2-1. K-Initiative 2.0: ‘수출’에서 ‘규범’으로

먼저 한류를 수출 가능한 문화상품의 집합으로만 볼 것이 아니라, 한국에 대한 신뢰와 국가의 품격을 형성하는 자산으로 이해할 필요가 있다. 그동안 한류 정책의 핵심 질문은 대체로 “어떻게 더 많이 해외로 내보낼 것인가”였다. 문화산업의 관점에서 이는 당연한 목표였다. 해외시장 진출, 투자 확대, 지식재산 수익화, 관광과 소비재 판매가 중요했다. 한류의 경제적 성공은 한국의 국가이미지도 획기적으로 변화시켰다. 그러나 문화강국이 일정 수준에 도달하면 다음 질문이 필요하다.

세계가 이미 한국 문화를 소비하고 있다면, 한국은 그 문화적 신뢰를 바탕으로 무엇을 할 것인가.

뤼미에르 서밋은 이에 대한 하나의 답을 보여준다. 한국은 프랑스와 각각 5억 유로를 투입해 총 10억 유로 규모의 투자협력 체계를 출범시켰을 뿐 아니라 AI 시대 인간 창작의 위치, 지식재산권, 문화적 다양성, 영상교육, 지속가능한 제작과 새로운 시장환경을 둘러싼 글로벌 원칙을 만드는 자리에 공동의장으로 앉았다. ‘뤼미에르 선언’은 “글로벌 거버넌스의 초기 형태”라는 표현까지 사용한다.

문화강국의 정부가 해야 할 일은 문화에 국가의 목적을 입히는 것이 아니라, 문화가 스스로 매력을 생산할 수 있는 조건을 지키는 것이다. 이 원칙이 없다면 문화에서 산업·안보에 이르기까지 거의 모든 분야에 ‘K-’라는 접두어를 확장하는 국가 브랜딩 캠페인에 머무를 수밖에 없다. 반대로 정부가 문화적 자산을 국가의 품격으로 이해한다면 한류는 정부가 필요할 때 꺼내 쓰는 홍보 수단이 아니라 한국의 외교방식 자체를 변화시키는 자산이 된다.

2-2. 국가와 한류 사이의 거리: ‘동원’에서 ‘동행’으로

‘동원’과 ‘동행’의 차이는 간단하다. ‘동원’은 문화 콘텐츠를 외교 목적에 사용하는 방식이고, ‘동행’은 문화가 먼저 만들어낸 신뢰와 관계를 외교가 장기적 협력으로 발전시키는 방식이다. K-Initiative 2.0을 위해서는 따라서 정부와 한류 생태계 사이의 관계부터 달라져야 한다. 본고는 그 원칙을 ‘절제 - 보호 - 동행’의 세 가지로 제안한다.

첫째, ‘절제’다. 정부는 한류의 성공을 국가가 계획하고 만들어낸 성과처럼 전유하지 않아야 한다. 영화 <기생충>의 아카데미 수상, <오징어 게임>의 세계적 흥행, BTS의 글로벌 팬덤은 정부가 직접 만들어낸 결과가 아니다. 정부의 역할은 이러한 성공을 국가홍보에 즉각 편입하는 데 앞서, 그 성공이 가능했던 조건과 그것이 새롭게 만들어낸 국제적 관계를 읽는 것이다. 한류의 자율성이야말로 한류의 매력을 만들어낸 중요한 조건이기 때문이다.

둘째, ‘보호’다. 문화정책의 핵심은 이미 성공한 콘텐츠를 더 적극적으로 홍보하는 것이 아니라, 다음 성공이 다시 나올 수 있는 생태계를 지키는 데 있어야 한다. 뤼미에르 서밋이 AI 시대 인간 창작의 위치, 지식재산권, 창작의 자유, 독립영화와 극장, 새로운 인재와 영상교육을 주요 의제로 다룬 것도 같은 맥락이다. 프랑스 공공투자은행(Bpifrance)이 발표한 5억 유로 규모의 투자·금융 지원 역시 일회성 보조보다 지분투자·R&D·공동금융·보증 등을 결합한 산업생태계 조성에 가깝다. 이는 문화가 단순한 홍보 자산이 아니라 지속적으로 재생산되어야 할 창작·산업 생태계라는 인식을 보여준다.

셋째, ‘동행’이다. 문화가 먼저 만든 관계를 외교가 뒤따라 제도와 협력으로 확장하는 것이다. 뤼미에르 서밋의 의미도 여기에 있다. 국가만 의제를 정하고 민간을 뒤따르게 하는 구조가 아니라,

정상·정부·창작자·제작사·플랫폼·문화기관이 함께 영화와 영상 산업의 미래 규칙을 논의했다. 넷플릭스와 같은 글로벌 플랫폼 역시 단순한 규제 대상이나 투자자가 아니라 생태계를 구성하는 행위자로 참여했다. 문화의 성공을 국가가 끌어오는 것이 아니라, 문화가 만들어낸 관계 속으로 국가가 들어가 자신의 역할을 찾는 방식이다.

따라서 ‘동원에서 동행으로’는 한류를 외교에 활용하지 말자는 주장이 아니다. 활용의 단위를 콘텐츠에서 관계로 바꾸자는 주장이다. 특정 가수나 드라마를 국가행사나 홍보에 활용하면 단기적 관심은 얻을 수 있다. 그러나 정부가 문화가 형성한 관계망 위에서 창작자 보호, 시장 접근, 인적 교류, 공동투자, 제도적 협력을 제공한다면 그 관계는 특정 콘텐츠의 유행이 끝난 뒤에도 남는다. 동원은 콘텐츠의 효과를 소비하지만, 동행은 문화가 만들어낸 관계를 축적한다.

2-3. K-Diplomacy의 문법: 거래에서 관계로

이 논리는 문화정책을 넘어 한국 외교 전반에도 적용될 수 있다. 한국은 이제 경제·기술·안보 분야에서도 적지 않은 자산을 가진 국가다. 반도체, 배터리, 원전, 조선, 방위산업, 디지털 기술, ODA 등 한국이 제공할 수 있는 자산도 다양해졌다. 그러나 이러한 자산 자체만으로 한국 외교의 독자성이 만들어지는 것은 아니다. 미국·중국과 유럽의 주요국은 대부분 한국보다 훨씬 큰 자원을 동원할 수 있다. 따라서 한국의 차별성은 ‘무엇을 하느냐’보다 ‘같은 일을 어떤 방식으로 하느냐’에서 찾아야 한다.

문화는 여기에서 하나의 힌트를 제공한다. 한류가 세계에서 받아들여진 것은 한국의 정체성을 버렸기 때문이 아니다. 오히려 로컬의 고유한 이야기와 정서를 가지고 있으면서도 이를 보편적 감정과 연결했기 때문이다. 프랑스 역시 이번 정상회의에서 한국

콘텐츠의 강점을 이러한 로컬의 특수성과 글로벌 보편성의 결합에서 찾았다.

외교도 같은 방식으로 접근할 수 있다. 기존의 국제협력이 종종 ‘지원자 - 수혜자’, ‘공급자 - 구매자’, ‘강대국 - 동맹국’이라는 위계적 구조를 수반해 왔다면, 한국은 자신의 경험을 바탕으로 협력의 여러 수단을 보다 일관된 관계의 방식으로 묶어낼 수 있다. ODA에서는 처방보다 ‘공동 설계’를, 방산 협력에서는 단순 납품보다 ‘교육·정비·현지생산을 포함한 장기적 생태계’를, 기술협력에서는 제품 판매보다 ‘인력과 표준·제도까지 포함한 역량축적’을, 문화외교에서는 국가홍보보다 ‘창작자와 시민 간 자발적 연결’을 중심에 두는 방식이다.

이를 한마디로 표현하면 ‘단건 거래보다 지속적 관계, 공급보다 생태계’다. 물론 공동설계·현지생산·역량축적 자체가 한국만의 고유한 협력방식은 아니다. 한국 외교의 차별성은 이러한 개별 수단의 독창성보다 문화·산업·기술·안보 협력 전반에서 관계의 지속성과 상호성을 일관된 원칙으로 구현하는 데서 찾아야 한다.

뤼미에르 파트너십도 그러한 가능성을 보여준다. 한국과 프랑스가 각자의 영화산업을 보호하기 위한 울타리를 치는 데 머물지 않고, 공동금융·공동제작·신진 인재 육성·영상교육·문화적 다양성 등 보다 넓은 생태계를 함께 구축하려 한다는 점 때문이다. 즉 개별 콘텐츠의 교환이나 일회성 투자보다 관계가 지속될 수 있는 구조를 함께 만드는 것에 가깝다.

따라서 향후 K-Diplomacy가 발전시켜야 할 것은 또 하나의 캐치프레이즈가 아니라 한국적 외교 양식(Korean Diplomatic Style)이다. 이는 한국 문화를 외교의 장식물로 붙이는 것이 아니라, 한국 문화가 성공해 온 관계의 방식을 외교의 문법으로 번역하는

작업이다. 그 문법의 핵심은 일방적 영향력이 아니라 상호성, 단기 성과보다 관계의 지속성, 상대를 움직이는 것보다 함께 움직이는 방식이어야 한다.

3. K-Diplomacy: ‘글로벌 책임강국’의 품격

9월 8일 제81차 유엔총회가 개막하였다. 이번 총회의 주제는 “Restoring Trust, Managing Transformation: A United Nations That Delivers for All”, 즉 신뢰를 회복하면서 거대한 변화를 함께 관리하는 것이다. 국제질서와 다자주의에 대한 신뢰가 약화되고 AI를 비롯한 기술변화가 기존 규칙을 빠르게 흔드는 시점이라는 문제의식이 담겨 있다. 흥미롭게도 하루 전 열린 뤼미에르 서밋이 던진 질문도 본질적으로 다르지 않다. AI와 글로벌 플랫폼이 문화의 생산·유통·소비방식을 바꾸고 있는 상황에서, 창작자·기업·국가·문화기관이 어떻게 신뢰를 유지하고 변화를 함께 관리할 것인가였다.

한국에게 이것은 우연한 접점이 아니다. 한국 외교는 전후 국제질서의 규칙을 적극 수용하고 활용하며 성장해 왔다. 이제 경제력과 기술력, 문화적 영향력이 커진 만큼 기존 규칙에 적응하는 역량을 넘어 새로운 규칙과 국제공공재 형성에 얼마나 기여할 것인가가 중요해지고 있다. 문화는 그 답을 실험하기 좋은 영역이다. 한류가 한국에 제공한 가장 중요한 자산은 수출액만이 아니다. 한류는 한국을 방문한 적 없는 사람들에게도 한국에 대한 친숙함과 호기심, 때로는 신뢰를 만들어냈다. 이것은 정부가 단기간에 만들 수 없는 외교적 자본이다. 이제 필요한 것은 그 자본을 과시하는 일이 아니다. 뤼미에르 서밋에서 한국이 보여준 것처럼, 그 신뢰를 바탕으로 문화다양성, 창작자의 권리, AI와 인간창작의 관계, 교육과 지속가능성 같은 국제적 문제의 해결에 참여하는 것이다. 이것이 한류의 성공을 국가전략으로 연결하는 보다 성숙한 방식

이다. 앞서 K-Diplomacy 시리즈 1호가 한국이 ‘글로벌 책임강국’으로 가기 위해 가치와 규범을 실질적인 자산으로 뒷받침해야 한다고 주장했다면, 이제 그 책임강국에 어떤 ‘품격’을 부여할 것인지 고민할 차례이다.

백범 김구가 원했던 문화강국은 가장 강한 나라가 아니었다. 다른 사람에게 행복을 줄 수 있는 “문화의 힘”을 가진 나라였다. 21세기 언어로 옮기면, 이는 상대를 강제로 움직일 능력보다 상대가 함께하고 싶게 만드는 능력에 가깝다. 그러므로 K-Initiative 2.0의 목표 역시 한류를 더 많이 동원하는 데 그칠 것이 아니라 한류가 자율적으로 만들어낸 매력을 존중하고, 그 위에서 만들어진 신뢰를 다른 국가와 함께 문제를 해결하는 방식으로 전환함으로써 그 위에 형성된 신뢰를 다른 국가와 함께 문제를 해결하는 방식으로 전환하는 데 있어야 한다.

매력을 과시하지 않으면서 매력적이고, 영향력을 강요하지 않으면서 영향력이 있는 외교.

그것이 한류 이후의 문화와 외교, 그리고 K-Initiative 2.0이 풀어야 할 다음 과제이다. 뤼미에르 서밋은 한국이 그 방향으로 이동하고 있음을 보여준 중요한 장면이다. 이제 그 장면을 일회성 정상외교의 성과로 소비할 것이 아니라, 한국 외교의 반복 가능한 문법으로 만들어야 한다.

//끝//

본 내용은 집필자 개인의 견해이며,
국가안보전략연구원의 공식입장과는 다를 수 있습니다.