



국립무용단 한국무용작품 분석을 통한 국가브랜드 역할 모색

정길만*(세종대학교)

국문초록

본 연구는 국립무용단 한국무용작품 분석을 통해 국가브랜드 역할을 모색하는 것을 그 목적으로 한다. 기존의 국가브랜드에 대한 가치를 재조명한 후, 국립무용단의 작품 분석을 통해 국가브랜드 역할 모색을 논구하였다. 이를 위해 국립무용단 해외 공연활동 15년 기간의 한국무용작품을 연구대상과 범위로 상정하였다. 크게 3단계로 구분하여 분석하였다. 1단계(2002-2006년) 5년, 2단계(2007-2010년) 4년, 3단계(2011-2016년) 6년 등이다. 이 논문은 국가브랜드작품 개발 및 운영 시기인 2단계를 중심으로 그 전후의 양상을 탐색하였고, 국가브랜드작품인 <춤, 춘향>과 비선정작품인 <코리아 환타지>, <Soul, 해바라기> 등 여타의 작품들과 비교 연구를 통해 국립무용단의 한국무용작품이 국가브랜드 제고를 위한 방안을 탐색하였다. 본 논문은 앞선 단계별 작품 분석을 통해 논의된 일련의 문제점을 확인하고, 국립무용단 한국무용작품의 국가브랜드 역할에 대해 환기시키는 단초 역할을 한 의의가 있다. 국가브랜드 역할 강화를 위해 연구자가 제시한 국립무용단의 위상, 운영, 작품, 보전과 전승 측면에서의 방안들이 적극 반영되어지기를 기대해본다.

주요어 : 국가브랜드, 국립무용단, 한국무용, 한국무용작품

I. 서론

국가와 국가 간의 문화예술 교류와 협업, 문화예술의 세계화는 날로 증대되고 있다. 이러한 환경 속에서 한국무용은 문화 외교, 국위선양 등 다른 어떠한 분야보다 확연하게 민족문화의 독창성과 우수성을 표출하고, 국가브랜드 역할을 수행하고 있다고 본다. 그간 국립무용단의 한국무용은 국가와 국가 간의 교류(국가 정상 간의 만남, 수교, 정치·경제·외교 분야), 국제행사(엑스포, 올림픽, 월드컵, G20, 핵 안보회의 등), 세계적인 공연 페스티벌, 안무자에 의한 협업 등으로 그 예술적 성과가 상당하다. 하지만 이러한 성과와 더불어 염려가 상존하는 것도 엄연한 현실이다. 특히 작품의 수준 증대에 따른 가치에 대한 진단은 브랜드와 상관성이 매우 높다. 한국무용의 작품수준과 가치에 대한 연구의 필요성은 본 연구를 동인한 요소이다. 특히 본고에서는 한국무용작품 분석을 통한 국가브랜드 역할을 논구함으로써 그 방안을 모색하고자 한다.

현재 한국의 위상은 OECD 국가 평균에 도달했지만 전통문화와 자연에서는 2011년대에 이어 2012년에도 실체측면의 개선을 요구받고 있다.(삼성연구소, 2013) 이러한 가운데 ‘전통문화에 대한 선호도는 가장 높은 비율’을 나타내고 있다. “국가브랜드 정책에 대한 국민 인식조사에서 국민들은 국민 스스로 국가에 대한 자긍심을 87.3%가 자랑스럽다는 답변을 하면서 국가브랜드 가치를 높이기 위해서는 정부 부처가 더욱 나서야 하며, 그 방법으로는 국제적 행사·홍보를 활용하고 매력적인 문화·관광 상품개발에 주력해야 한다.”(국가브랜드 월드리서치, 2010)고 제시하였다. 이런 관점에서 볼 때 한국을 대표하는 대표성과 상징성을 지니는 국립무용단의 역할은 주목받을 수밖에 없다. 이는 국립무용단이 기획, 제작한 콘텐츠로 귀결된다. 한국무용작품은 이제 단순히 하나의 레퍼토리로만 존재하는 것이 아니라 국가브랜드 역할을 도모한다는 것이다.

세계적인 안무가 피나 바우쉬는 2001년에 이어 2010년에는 국립무용단 작품 <코리아 환타지>에 로열티를 지불하고 초청하며, “말로 표현할 수 없는 힘과 우아함에 감탄”하였다. 파리 사이오 국립극장장이며 국민안무가인 조세 몽탈보는 국립무용단 작품<시간의 나이>을 제작·안무하며 “전통의 뿌리를 보존, 계승하려는 노력과 동시에 변화와 도약에 대한 열망이 높다는 점이 인상적이라고 하였다.”(문화저널21, 2016) 그리고 프랑스 리옹 레뉴 드 푸르비에르 페스티벌 예술감독 도미니크 델로름은 국립무용단 작품 <묵향>을 보고 “전통과 현대가 적절히 섞여있고, 섬세함과 유연함이 돋보이는 작품”(newsis, 2016)이라고 평하며 리옹축제 개막공연 초청으로 이어졌다. 또한 세계적인 오피니언 리더이자 프랑스의 저명한 무용평론가 에마누엘 부셰는 주간지 ‘테라라마’를 통해 “우아함과 기술적 기교가 완벽하게 어우러진 춤”(이테일리, 2016)이라고 평하였다. 칸 댄스 페스티벌 예술감독 브리짓 르페브르는 국립무용단 작품<회오리>를 개막작으로 선택하면서 “한국의 전통춤이지만 현대성을 바라보는 ‘움직이는 전통’을 가진 작품”이라고 높이 평가했다.(월드스타, 2017)

다양한 관점에서 종합적인 논의가 필요하지만 이제 한국무용 작품은 당당히 세계적인 작품이 되었다. 본 연구는 2007년 국립무용단 국가브랜드 작품선정과 비선정 작품의 활발한 해외활동을 계기로 한국무용을 활용한 국가브랜드 역할에 대한 국민의 산물이다. 특히 한국무용 작품은 다른 순수예술 작품에 비해 우리나라의 민족문화의 우수성과 독창성을 깊이 있게 내재하고 있다. 시공간적 공감과 감흥을 최대한 자아낼 수 있는 순수예술인 무용의 강점을 감안해 볼 때, 한국무용을 활용한 국립무용단의 작품 활동은 소중하다. 이러한 가치는 연구의 의의를 증대시켜 준다. 과거 국립무용단 한국무용작품은 신흥국가로 도약하고자 하는 국가의 홍보와 외교사절 수단이었다면, 이제는 경제발전을 이룩한 선진국가로서 품위와 위상에 걸 맞는 역할의 재설정이 필요하다. 국립무용단은 현재 그만한 위치와 역할에서 당위성과 책임이 부여되고 있다.

본 논문은 국립무용단 해외 공연활동 15년 기간의 한국무용작품을 연구대상과 범위로 설정하였다. 크게 3단계로 구분한

1) 국가브랜드위원회 보도자료, 「국가브랜드맵 최종조사결과」, 2012. 4. 19 p.4.

바, 1단계(2002-2006년) 5년, 2단계(2007-2010년) 4년, 3단계(2011-2016년) 6년 등이다. 국가브랜드 작품이 실시되었던 2007년부터 2010년(4년)이 기준이 되고, 그 기간 전후를 중심으로 폭넓게 진단하였다. 지속가능한 한국무용 국가브랜드 작품개발과 선정이 이루어질 수 있도록 위상, 운영, 작품, 보존·전승을 중심으로 논의하고자 한다. 이 연구를 통해 국립무용단의 국가브랜드 역할을 재확인하며, 무용의 국가브랜드 제고라는 인식과 가치 제고가 동시에 이루어지기를 바란다.

II. 국가브랜드 개념과 한국무용의 국가브랜드 가치

1. 국가브랜드 개념

문화예술은 시대를 구분하지 않고 원시·고대부터 현재를 넘어 미래까지 인간이 살아가는데 필수적인 현실적, 추상적 매개체이자 지적산물이다. 정치, 경제, 사회, 과학 등은 높은 수준의 국가를 만든다. 그리고 첨단화 되어가는 사회 속에 그 나라만의 고유한 민족문화예술은 자국의 이익과 문화번영을 위한 그 역할과 필요성을 요구받는다. 현재 대한민국은 경제 분야만큼은 OECD 회원국에서 선진국 대열에 있다고 자부할 수 있다. 반면에 이러한 능력과 우리나라만의 역사적 전통성에 부합하지 않는 대내외적 이미지 또한 상존한다. 우리나라는 원조지원 국가로서 국제사회에서 책임 있는 역할을 부여 받고 있다. 그만큼 우리나라의 국가브랜드 가치가 높아졌다는 것을 의미한다. 국가란 일정한 영토를 차지하고 조직된 정치 형태나 정부를 지니고 있으며 대내 및 대외적 자주권을 행사하는 정치적 실체를 의미하며, 브랜드는 어떤 경제적인 생산자를 구별하는 지각된 이미지와 경험의 집합으로 보고 있다.(위키백과, 2017) 따라서 국가브랜드란 사람들로 하여금 특정 국가 또는 특정 국가의 집단, 제품, 서비스를 식별하고 다른 국가와 구별하도록 의도된 이름, 용어, 기호, 심벌, 디자인 또는 이것들의 조합이다. 한 국가의 이미지, 신뢰도, 호의도 등 모든 것을 대변하는 종합적 가치를 지니며, 경제, 사회, 정치, 문화 등 다양한 측면에서 직접 또는 간접적으로 국가경쟁력 향상에 영향을 미치고 있다고 할 수 있다.(국가브랜드진흥원 웹사이트)

현재 우리나라는 산업화를 넘어 21세기 최첨단 소셜네트워크서비스(Social Network Service)시대를 주도하는 인터넷 초강국이다. 국가브랜드위원회 보도자료에 의하면 한국의 대표 이미지는 ‘기술력’(지식경제부, 2009)으로 나타났고, 국가별 실체순위에서도 우리나라의 과학과 기술은 6위(삼성연구소, 2013)에 올랐다. 이처럼 과학과 기술의 발전은 인류문명의 끝까지 않은 또 다른 시작을 의미한다. 예술적·인문학적으로 감당해야 할 감흥마저 경제적 논리라는 물질만능과 과잉공급으로 인해 잠식되는 것을 우리는 경계해야 한다. 따라서 이제는 통용되는 국가브랜드 개념을 넘어서 우리나라의 위상과 능력에 걸맞게 역사와 독창성 그리고 세계성이 수용된 국가브랜드에 좀 더 집중해야 할 시기다. 이제 그 역할의 선봉을 문화예술이 담당해야 한다.

2. 한국무용의 국가브랜드 가치

“우리 조선무용 예술도 오늘 세계무용 예술의 높은 봉우리에 설 수 있는 영광을 가지게 되었다고 나는 생각한다. 우리 선조들이 남겨 놓은 아름다운 무용예술을 이어 나가며 세계무용 예술에서 가치 있는 것을 널리 받아들이며 새로운 것들을 창조해 냄으로써 우리는 조선무용 예술의 새 시대를 열어 놓을 수 있었다고 나는 본다.”(최승희, 1957) 한국무용가 최승희는 1930년부터 40년대까지 서울, 일본, 중국 동남아, 유럽, 미국 등지를 아우르며 활약한 한국무용사, 일본무용사, 그리고 동양무용사에 있어서 빼놓을 수 없는 인물이다. 그녀가 가는 파리의 거리에는 “조선의 자랑 최승희를 환영한다.” “조선이 낳은 천재

적 무희 파괴공연” 같은 표어로 된 플래카드가 나붙었고, 춤이 끝날 때마다 “양코르, 양코르”를 환호하면서 “바이브랑, 당서 어즈 코레에누”(조선무희 만세)라며 장내가 떠나갈 듯이 열광하였다.(정병호, 1995) 한국무용은 삼면이 바다와 대륙으로 이어지는 지형적 특색과 자연환경 그리고 고유한 역사의 질곡 속에 우리민족의 독창성과 창의성이 창조 발휘되어 보전·전승되어 내려오는 한국춤에 근원을 둔다. 즉 한국춤은 원초적으로 단군신화의 천지인 우주관에서부터 신분, 종교, 무속, 샤머니즘 등 춤추는 목적에 따라 다양하고, 자기내면과 자기표현의 주관성이 즉흥성으로 발휘되는 과정에서 응고에서 풀림으로, 꼬임에서 풀림으로, 구속에서 자유로, 어둠에서 밝음으로, 한과 슬픔에서 환희로 전환되는 한국춤만의 특질을 가지고 있다.(정병호, 1999) 1962년 국립중앙극장 전속단체로 국립무용단이 창단된다. 국립무용단은 우리나라 한국춤의 승고한 역사와 전통을 계승·보전하고, 다시금 이 시대에 걸 맞는 작품으로 재창조하여 대국민적 문화향유 증대와 세계무대에서의 활약을 통해 국위선양과 문화외교 등 국민의 자긍심과 국가브랜드 가치를 높이는데 기여하고 있다.

이처럼 세계인에게 어두운 역사를 내딛고 경제발전과 함께 성숙된 문화국가라는 이미지를 제공하는 데 있어서 국가브랜드의 역할은 매우 중요하다. 그 역할의 중심에 국립무용단이 있다. 결국 이는 한국무용작품으로 귀결된다고 볼 수 있다. 기존에 주목받았던 ‘한브랜드’인 한국어, 한지, 한국학, 한복, 한식, 한옥 등의 6대 분야는 정신생활, 기록, 체계화, 의식주 생활문화라는 이유로 선정되었다.(전통문화정책의 성과와 반성, 2013) 이러한 측면에서 볼 때, 한국무용은 민족의 정신과 활동이라는 측면에서 한브랜드와의 가치와 역할을 반영하는 데 중요한 분야라고 할 수 있다. 전통문화예술에 대한 각종 국가브랜드지수는 문화에 대한 관심과 투자의 필요성을 동시에 요구하고 있다. 국가의 이미지는 국격과 연결된다. 문화는 국가의 이미지를 결정하는 데 큰 역할을 하는 것은 주지의 사실인 바, 한국무용을 통한 국가브랜드 국격 제고와 가치 부여가 더욱 주목받을 수밖에 없는 것이 오늘의 현실이다. 그 현실을 미래로 확장해 나가는 것이 지금의 화두라 볼 수 있다.

따라서 국가브랜드 가치 제고를 위해서는 우리나라만의 고유한 역사와 전통, 독창적 창조성이 부합된 순수예술작품에 기울여야 한다. 한국무용은 이러한 점에서 국가브랜드와 궤를 같이한다. 다음 장에서는 국립무용단 한국무용작품분석을 통해 국가브랜드 역할 모색을 논의하고자 한다.

Ⅲ. 국립무용단 한국무용작품 분석을 통한 국가브랜드 역할 모색

1. 국립무용단의 목적과 역할

1962년에 창단한 국립무용단은 다양한 세계 축제와 각종 세계무대에서 한국 전통예술의 화려하고 섬세한 멋을 선사해 왔다. 그리고 정기공연과 청소년을 위한 공연, 국가적 행사, 나아가 무용단의 스타 양성, 세계무대로의 진출, 또한 다양한 세계무대 경험과 풍부한 레퍼토리는 최고의 기량을 지닌 단원을 통해 전통춤을 무대화함으로써 한국을 대표하는 무용작품을 만드는 데 주력한다.(국립무용단 웹사이트 참조) 초창기 국립무용단 작품은 전통과 설화를 소재로 일반 대중성과 보편을 고려한 작품 주제와 춤을 개발하였다.(홍정운, 2010) 1960년대 국내 상황은 해방과 한국전쟁 이후 정치, 경제, 사회, 문화 등 모든 분야에서 어려움과 혼란의 연속이었다. 하지만 이러한 환경 속에서도 “최승희의 제자 김백봉의 부채춤, 화관무 등이 1968년 멕시코 올림픽을 비롯한 해외파견으로 업적을 이루어 냈고,”(김경애·김채현·이종호, 2001) 대외적으로는 마·소 냉정과 남북한의 대치상황에서 1992년 5월 북한의 연형묵 총리가 남한을 방문했을 때 국립무용단은 “태초 창세기적 기원부터 민족의 숙원인 통일의 강강술래까지라는 내용”으로 작품 <강강술래>(국립중앙극장연보, 2000)를 올려 민족의 동질성을 부각시키고 민족

통일 염원의 촉매제 역할을 한다. 그 이후 국립무용단은 1975년 일본순회공연을 시작으로 한국무용을 활용한 국립무용단 작품은 미국순회공연(1976), 유럽순회공연(1977), 중남미·아프리카 순회공연, 홍콩·일본공연(1978), 중남미순회공연(멕시코·미국 등 12개국 24개 도시, 49회 1982), LA올림픽 아트페스티벌 참가(도미부인1984), 민속예술단으로 유럽순회공연(1986) 등 수많은 공연을 한다. 아시안게임(1986)과 서울올림픽(1988)은 한국무용의 독창성과 수준을 세계에 알리는 좋은 기회로 삼았다. 2017년 현재까지 국립무용단 작품은 1000여 차례의 지방 및 해외공연을 통해 국내적으로는 문화의 질적 수준 향상과 문화향유 증대를 높이는데 기여하며, 국가적으로는 문화외교·교류를 활용한 국익 선양과 국가브랜드가치를 제고하는데 그 실천적 방안이 되고 있다.

2. 국립무용단 한국무용작품의 해외공연 성과 분석

1) 1단계(2002 ~ 2006년)

표 1. 2002 ~ 2006년 국립무용단 한국무용작품 해외공연

년도	일시	나라	작품명
2002	9. 1 - 10	인도, 인도네시아, 홍콩/ 2002 Asian Tour of the Natidnal Dance Company of Korea	코리아 환타지
2004	4. 9 - 10	일본/ 공연 동경 국립극장 대극장	코리아 환타지
	5.27 - 6. 7	중앙아시아 2개국 우즈베키스탄, 카자흐스탄 러시아	코리아 환타지
	9.29 - 10. 9	호주(시드니, 멜번, 캔버라) 뉴질랜드(웰링턴)	코리아 환타지
2005	9.20 - 24	독일(베를린, 마인쯔)	코리아 환타지
2006	6. 8 - 12	프랑스 - 한불수교 120주년 기념행사 초청(베르사이유 극장) 알제리(국립극장)	코리아 환타지
	7.21 - 27	튀니지, 이스라엘	코리아 환타지

출처 : 국립중앙극장 연보, 국립중앙극장 공연예술 디지털 아카이브

<표 1> 2002 ~ 2006년 국립무용단 한국무용작품 해외공연 활동을 보면 작품 <코리아 환타지>이 중심으로 이루고 있음을 확인할 수 있다. <코리아 환타지>는 그 동안 해외공연과 지방공연 그리고 국가, 국빈, 친선 등 국가 중요 행사에서 한국무용 모음으로 꾸준히 사랑받고 공연이 이루어져 왔다. <코리아 환타지>는 초대 단장 송범부터 최현, 조홍동, 국수호, 배정혜, 김현자, 윤성주 역대 감독의 안무와 강선영, 이매방, 박병천 등 인간문화재, 명인명무의 혼과 땀이 녹아난 작품이라고 할 수 있다. 내용은 태평무, 살풀이춤, 부채춤, 동래학춤, 진도강강술래, 장고춤, 사랑가, 부모놀이, 삼고무·오고무, 비상, 여명의 빛, 궁, 품, 춘설, 신라의 기상(검무) 등 다양한 레퍼토리가 공연과 행사의 주제와 시간, 장소, 상황에 따라 선택되어 공연되어졌다. 국립무용단 정기공연으로 이루어진 건 2004년 11월 11일 국립극장 해오름극장에서 제87회 국립무용단 정기공연으로 발표되면서부터다.

<코리아 환타지>가 해외공연으로 2002년부터 2006까지 공연되어졌다는 것은 역으로 동기간에 개발된 작품에 대한 반성과 진단이 필요한 이유를 제공한다. 이 기간에 개발된 작품으로는 <제82회 춤, 춘향(2002)>, <제83회 마지막 바다(2002)>, <제84회 바다(2003)>, <제85회 비어있는 들(2003)>, <제86회 주몽(2004)>, <제88회 주몽(2005)>, <제89회 매창(2005)>, <제90회 Soul 해바라기(2006)>가 있다. 그 동안 국립이 국립다워야 한다는 의견과 세계 국립무용단과 경쟁해야 한다는 진심어린 충고와 건

제는 상존하고 있다. 일명 국립무용단 출신이 아닌 대학교수의 예술감독 선임과 활동은 작가정신에 입각한 작품을 주종을 이룬다. 즉 무용극을 극복하고 그 동안의 비판과 성찰에 대한 작품의 수준향상과 질적 발전을 도모하기 위한 노력으로 이해할 수 있다. 하지만 작품의 공연회수를 떠나 세계화, 국가브랜드 시대에 국립무용단 정기공연이 기획에서부터 공연에 이르기까지 작품제작 전 과정에 있어서 제반 여건에 대해 좀 더 신중하고 전략적인 정책과 개발이 필요하다.

2) 2단계(2007 ~ 2010년)

표 2. 2007 ~ 2010년 국립무용단 한국무용작품 해외공연

년도	기간	회수	나라	작품	
2007	8. 25	1	러시아/ 모스크바	코리아 환타지	
	10.15-18	2	터키/ 이스탄불, 앙카라 공연	코리아 환타지	
	12.10	1	중국/ 베이징	레퍼토리 中	
2008	3.27-28	2	터키/ 아다나 페스티벌 야외무대, 아다나 국립극장	코리아 환타지	
	6.13-15	3	(중국확인)홍콩/ 홍콩시티홀 콘서트홀, 전문대회당 오디토리움	코리아환타지Ⅲ 밀레니엄로드	
	9. 21	1	중국/제5회 중국국제중소기업박람회 및 한중중소기업박람회 축하공연	장고춤	
	10. 1	1	태국/ 한테 미래를 향한 동반자의 길, 타이 컬처센터	코리아 환타지	
2009	4. 21	2	독일/ 하노버	코리아 환타지	
	8. 21	1	독일/ 베를린		
	8. 25	1	헝가리/ 부다페스트		
	10. 15	3	확인요망 브라질/ 한-브라질 수교 50주년 수교기념		브라질리아
	10.20-21	2			리오데자네이로
	10.24-25	2			상파울로
	11.20-22	3	홍콩/ GALA해외공연	춤, 춘향	
	11.25	1	필리핀/ GALA해외공연		
2010	2. 21	1	캐나다/ 밴쿠버	춤, 춘향	
	2. 25	1	미국/ New York		
	5.14-15	2	중국/ 광저우 중국 광저우 손중산 기념관	코리아 환타지	
	7.23-25	3	중국/ 상해		
	10.14-20	8	독일/ 루트비히스부르크 슬로스파크 포럼 극장 2010.		Soul, 해바라기

출처 : 국립중앙극장 연보, 국립중앙극장 공연예술 디지털 아카이브

<표 2>는 2007년부터 2010년까지의 국립무용단 한국무용작품 해외공연 작품 목록이다. <코리아 환타지>, <레퍼토리 中>, <코리아환타지Ⅲ 밀레니엄로드>, <춤, 춘향>, <Soul, 해바라기> 등을 통해 다양화된 면모를 제시하고 있다.

특히 주목해야 할 작품이 2007년 국가브랜드 작품으로 선정, 개발된 <춤, 춘향>이다. 이 작품은 2006년에 기획되었고, 제 81회 정기공연 무용극 <춘향전-춘당춘색고금동(2001)>을 변화한 작품이다. 2007년 9월 8일부터 12일까지 4일 4회로 국립중앙극장 대극장에서 공연되었다. <춤, 춘향>이 국가브랜드 작품선정 된 이유는 “작품성이 검증된 한국춤 판소리가 접목된 가무악 형식의 작품으로 무대화함. 무대와 의상, 음악 등 무대 각 요소가 국제적 보편성을 가지고 한국춤과 효과적으로 어우러지도록 제작하여 한국춤의 세계화와 다양성을 제고함과 동시에 국제무대에 한국예술의 정수를 선보일 수 있는 무용 작품으로 개발함”(국립중앙극장연보, 2007)이라고 하고 있다. 또한 함께 고려할 작품이 <Soul, 해바라기>이다. 이 작품은 독일음악가 피터 쉰들러가 이끄는 살타첼로와 국립무용단이 함께 협업한 작품이다. 재즈와 한국무용의 만남으로 연출되었으며, 국립무용단 다시보고 싶은 공연 1위로 선정된 바 있다. 다음은 국가브랜드 선정 작품과 비선정 작품과의 국내·외 공연활동 분석이다.

표 3. 2007 ~ 2010년까지 국가브랜드 선정 작품<춤, 춘향>과 비선정 작품의 국내외 공연활동 분석

년도	춤, 춘향		코리아환타지		Soul 해바라기	
	공연회수	관객수	공연회수	관객수	공연회수	관객수
2007	총4회(국내)	5,174명	총9회 (해외3/국내6)	4,595명+ α(해외2회)	총3회(국내)	3,649명
2008	총4회(국내)	3,527명	총12회 (해외3/국내9)	4,852명+ α(국내5회)	없음	
2009	총7회 (해외5/국내2)	5,518명	총19회 (해외11/국내8)	20,187명	총4회(국내)	2,822명
2010	총6회 (해외2/국내4)	5,462명	총22회 (해외5/국내17)	21,388명	총9회 (해외8/국내1)	10,837명

출처 : 국립중앙극장 연보, 국립중앙극장 공연예술 디지털 아카이브 ※ +α(관객 수)는 일부 해외공연과 지방공연의 열악한 환경과 행정상 문제로 문서화 되지 못한 부분이다.

<표 3>에 의하면 <코리아환타지>는 해외 22회, 국내 40회 등 총62회 공연을 했으며, 총 51,022명+α(해외 2회, 국내 5회)이 관람하였다. 하지만 합산되지 못한 +α(해외 2회, 국내 5회)을 산정하면 훨씬 더 많은 걸로 예측된다. 이 결과 비 선정 작품이 국가브랜드 작품보다 해외공연 3배, 국내공연은 4배나 차이가 난다는 것에서 많은 부분 문제점과 시사점을 제시하고 있다. 다음은 2007년부터 2010년까지 국가브랜드 <춤, 춘향>의 공연평가 중 문제점과 개선방안을 중심으로 정리한 외부 평가자의 평이다.

표 4. 2007 ~ 2010년까지 국가브랜드 작품 <춤, 춘향>의 공연평가 중 개선안을 중심으로

년도	평가자	평가내용
2007	김재현(한국예술종합학교 무용원 교수)	춘향에 대한 고전적 상식을 능가하는 해석의 관점필요/ 현대의 시점에서 해부
	김에림(무용평론가)	레퍼토리화 되어 계속적으로 공연되기에 비용이나 물량 면에서 적절한 작품인지, 혹여 외국에 초청되더라도 하는 날에 엄청난 비용과 규모를 어찌 감당할 수 있을지, 좋은 작품이라도 비용과 규모 때문에 해외에 내놓지 못한다면 ‘국가브랜드사업은 소용없는 일’, ‘국립’이라는 부담이 크더라도 기획, 홍보, 관객, 매상 등을 떠나 예술성에 치중하는 작품을 만들어내기를 바래 본다.
2008	홍승찬 (한국예술종합학교 교수)	음악이 영 아니다 싶다. 모든 악기를 다 동원해서 같은 장단과 선율을 되풀이할 뿐, 어떤 부분에서는 잘 알려진 서양음악의 선율을 그대로 가져다 쓰고 연출도 좀 아쉽다. 특히 해외진출을 목표로 우리 전통을 제대로 궁중을 무대로 한다는 점에서 우리 전통 궁중음악과 무용을 그대로 보여주는 것도 나쁘지 않을 것 같다.
	이승(한국무용 칼럼니스트)	대체적으로 춤의 극적 요소를 많이 등장시켜 키워드가 어디에 있는지 산만하고 한국인이라면 누구나 알 수 있는 춘향전을 모든 장막을 기승전결의 형식으로 설명하듯이 안무한다면 잔상을 남길 시간적 여유를 주지 못하고 춤의 압축과 은유를 혼란스럽게 만든다.
2009	김경애(춤 평론가, <댄스포럼>발행인)	원형극장인 하늘극장을 무대 절반정도 무대배경으로 쓰는 준 프로세니움 무대로 꾸몄다. 그러나 기대했던 마당극의 실험적인 요소보다는 원작에 충실했다.
	이승(한국무용 칼럼니스트)	무용수들의 표현력에 많은 훈련이 필요 또한 무용수의 연령대가 다양함은 이점이기 보다는 관객에게 많은 부담감을 안겨주는 것임. 어떤 것이 진정한 예술작품으로 거듭나는 부분인지 무용수들은 고민해야 할 시점에 도달해 있다.
2010	이지현(한국춤비평가협회 평론가)	전체적인 작품연출에 있어 초연 때와 별 다름없이 각 장면이 같은 강도로 시종일관 전개됨으로써 구조적 단순함으로 인해 작품이 진행될수록 지루함에 빠질 수밖에 없는 한계, 그대로 노정하고 있다. 상투적인 표현은 전체 작품의 생기에 결함. 전체 여성군무의 조화도 흐트러져 군무가 주인공들과 장면을 완성시키는 역할에 문제점, 발레대작들을 뛰어넘는 현대적 연출력이 더욱 중요.
	심정민(평론가)	LED 조명의 예에서도 알 수 있듯이 무대장치에 새로운 테크놀로지의 도입은 21세기의 공연현장에서 피할 수도, 거스를 수도 없는 것이므로 가능한 빠른 적응이 필요할 것이다.

출처 : 국립중앙극장 연보, 국립중앙극장 공연예술 디지털 아카이브

<표 4>는 2007년부터 2010년까지 국립중앙극장 연보의 국가브랜드작품 <춤, 춘향>의 외부평가 내용 중 개선안이다. 긍정적인 평가는 대체적으로 춤의 완성도, 춤의 특질 등 우리 춤과 전통문화를 담아내고 있다 점이다. 여러 문제점들은 다양한 요소를 기준으로 평가하였다. 특히 문제점 적시와 개선안 제시를 고려해 볼 때, 국가브랜드 작품으로서의 가치, 예술적 수월성, 효과 등에 대해 제고할 수 있는 계기가 되었다.

3) 3단계(2011 ~ 2016년)

표 5. 2011 ~ 2016년 국립무용단 한국무용작품 해외공연

년도	기간	회수	나라	작품
2011	5. 30	1	네덜란드	Soul, 해바라기
	6. 1	1	벨기에	Soul, 해바라기
	6. 21	2	중국 장자강	코리아 환타지
	6. 23-24	2	중국 이우	코리아 환타지
	7. 4	1	그리스 아테네 파나티<2011아테네 스페셜 올림픽 세계대회>폐회식 문화예술공연	장고춤
	10.3	1	미국 뉴욕 메트로폴리탄 박물관<조선의 왕 뉴욕에 가다> 행사 오픈닝	부채춤
2012	7. 27 - 28	2	중국 (한중수교 20주년기념 북경 세기극장)	춤, 춘향
2013	5. 13	1	독일 (베를린포츠담 스테이지씨어터)	코리아 환타지
	5. 17	1	터키 (안탈아퍼블릭광장 야외공연)	
	5. 18	1	터키 (안탈아국립극장)	
2014	-	-	-	-
2015	6. 19	1	일본 (오사카NHK홀)	묵향
	6. 22	1	이탈리아 (밀라노 평화의문 광장)	장고춤
	6. 23	1	이탈리아 (밀라노엑스포 광장)	
	8. 25	1	베이징 국제무역호텔	품
	11. 20	1	프랑스 (칸 팔레 데 페스티벌 뤼미에르극장)	회오리
2016	1. 20	1	중국 한국관광의 해 개막식	향연
	2. 26-27	2	홍콩예술축제	묵향
	6. 8-9	2	레뉴드푸르비에르 페스티벌	묵향
	6. 16-18/ 21-24	7	샤이요 극장 공동제작	시간의 나이

출처 : 국립중앙극장 연보, 국립중앙극장 공연예술 디지털 아카이브

<표 5>는 2011년부터 2016년까지 국립무용단의 한국무용작품 해외활동 결과이다. 작품은 <Soul, 해바라기>, <코리아 환타지>, <장고춤>, <부채춤>, <춤, 춘향>, <품>, <회오리>, <향연>, <묵향>, <시간의 나이> 등이다. 이 기간에는 세계화를 바라보는 전략적 정책과 다양한 개발방식 측면에서 작품개발이 이루어졌다. 좀 더 공격적인 기획으로 극장과 극장의 공동제작이나 외국의 저명한 아티스트와의 다양한 협업으로 한국무용 작품의 세계화를 향한 품격 있는 작품을 개발하고자한 노력을 감지할 수 있다. 특히 두드러지게 드러난 작품으로는 <회오리>, <시간의 나이>, <묵향>, <향연> 등이다. <회오리>는 전통춤을 기반으로 하는 국립무용단이 1962년 창단 이래 2014년 초연당시 52년 만에 처음으로 해외 안무가와 협업한 작품이다. 2015년 10월 국내에서의 재공연과 2015년 11월 20일 '칸댄스페스티벌' 개막작에 최초로 한국무용단 작품이 초청되었다. 예술감독 브

리지트 르페브르는 "전통을 중시하면서도 다른 것을 받아들이며 재능을 발전시켜 나가는 국립무용단의 시도 자체가 예술적"이라며 "한국의 전통춤이지만 현대성을 바라보는 '움직이는 전통'을 가진 작품"이라고 하였다.(월드스타, 2017) 한·불 수교 130주년 기념작 <시간의 나이>는 국립극장과 프랑스 샤요국립극장이 공동 제작한 전통과 현대의 만남을 상징한다. 안무가 조세 몽탈보가 제목의 영감부터 컴퓨터그래픽, 다큐멘터리영상, 조명, 일렉트로닉, 클래식, 라벨의 볼레로 음악까지 다룬 작품이다. <목향>은 한국무용가 명인명무 故 최현의 '군자무'를 바탕으로 국립무용단 예술감독 윤성주가 개발한 작품이다. 디자이너 정구호가 연출, 무대디자인을 맡았다. 앞서 언급된 것처럼 프랑스 리옹 레 누 드 푸르비에르 페스티벌 델로름 예술감독은 공연 직후 "목향은 전통과 현대가 적절히 섞여있고, 섬세함과 유연함이 돋보이는 작품"이라며 "유럽 무대에서 성공할 수 있을 것"이라고 소감을 밝혔다. 프랑스의 저명한 무용평론가 에마누엘 부셰는 주간지 '텔레라마'를 통해 "우아함과 기술적 기교가 완벽하게 어우러진 춤"이라고 평했다.(이데일리, 2016) <향연>은 2015년에 12월 초연당시 전회매진 성과이후 만 1년 만에 해외활동이 되었다. 이후 2016년, 2017년 전회 전석매진을 기록하였다. 우리나라 전통춤을 그대로 보존·전승하면서도 무대, 의상, 음악, 조명 등 좀 더 현대적 감각을 예술가적 경험과 상상력을 가미하여 창조하였다. "고정 관객이 많지 않은 전통무용 장르임에도 3년 연속 매진 열풍은 '한국춤 신드롬'에 가깝다"며 "20~30대 젊은 관객에게 큰 호응을 얻고 있어 고무적"이라고 평가했다.(헤럴드경제, 2017) 기타 <장고춤>, <부채춤>, <품>은 <코리아 환타지>의 레퍼토리 안에 구성되어 있는 단위별 춤이다. 각 작품마다 한국춤의 독창성과 전통성이 녹아있다.

IV. 결론

국립무용단 한국무용작품 해외활동 15년을 크게 3단계로 구분하여 분석하였다. 1단계(2002-2006년) 5년, 2단계(2007-2010년) 4년, 3단계(2011-2016년) 6년 등이다. 국립무용단은 1962년에 창설되고 1973년 발레단과 분리되면서 무대화, 대중화, 국가브랜드를 추구하며 그 역할을 충실히 해왔다. 하지만 '무용극'이라는 국한된 작품성향에 치중되고, 시대를 넘질 못한다는 지적과 비판이 뒤따랐다. 2007년에는 <춤, 춘향>이 국가브랜드 작품으로 개발되었다. 하지만 비선정 작품에 비해 좋은 성과를 내지 못하였다. 이후 차기 국가브랜드작품 선정이나 발전방안에 대한 논의는 없었다. 오히려 <Soul, 해바라기>는 독일의 예술가와 협업으로 작품개발의 다양성과 해외활동의 계기를 마련하였다. 이러한 방식은 2016년까지 이어졌다. <회오리>, <시간의 나이>는 같은 맥락으로 해석할 수 있다. <회오리>는 핀란드 안무가 테로 사리넨, <시간의 나이>는 파리 샤이오 국립극장과 국립극장의 공동제작으로 조세 몽탈보가 안무하였다. 결과에서 볼 수 있듯이 작품은 세계적인 예술가, 평론가, 오피니언 리더들에게 호평을 받았고, 국내에서는 화제의 뉴스가 되었다.

본 연구는 이러한 탐색 과정 속에서 국립무용단 작품개발과 관련하여 조직, 운영, 시스템 등 다양한 점검과 진단이 필요하다고 보았다. 이에 국가적으로 문화예술에 대한 국민들의 인식과 존중이 어느 정도 역사적으로 사례가 깊은 외국 사례를 살펴보는 일은 중요한 기반이 된다고 본다. 하지만 분명한건 그 나라만의 지리적, 역사적, 문화적, 경제적 다양한 환경에 대한 이해와 식견이 수반된다는 것이다. 예를 들어 프랑스와 영국 같은 경우 국가와 지자체에서 직접 지원하는 단체이든 법인이 운영하는 단체이든 우선 숫자적으로 차이가 있다. 이들 나라는 먼저 산업혁명과 세계 문화경제를 주도하였고 현재에도 민족 문화 유산에 대한 보존과 전승을 생명처럼 여긴다. 관광, 관세, 교육, 세금, 소비 등 이러한 것들이 다 그 지역과 국가의 이익에 부합하고 국가브랜드 가치를 촉진하는데 일익을 담당하였다. 그렇다면 우리나라의 한국무용을 하는 국립무용단은 어떠한가? 국립무용단은 예술감독 이하 훈련장 3명, 수석 2명, 부수석 4명, 기획위원 1명, 홍보 2명, 총무 1명, 단원 45명(남자 12명,

여자 33명)으로 되어 있다. 전자에 서술한 바와 같이 비교할 수 없는 환경이지만 파리 국립오페라 발레단(The Opéra National de Paris) 경우 똑 같은 국가기관이지만 사장의 지휘 하에 부사장, 음악감독, 무용감독, 재정담당, 발레마스터와 함께 협력체제로 구성되어 있고, 2명의 발레 마스터와 4명의 발레마스터 어시스턴트, 7명의 선생, 관리팀 1명, 관리팀장과 5명의 관리담당으로 구성되어 있다. 단원은 에프왈 18명, 수석무용수 15명, 솔리스트 39명, 코리페37명, 군무 41명, 인턴 4명으로 총 154명이지만 정규 단원은 무용수134명으로 구성되어 있다.²⁾ 또한 영국 코벤트가든 로열오페라하우스(Covent Garden Royal Opera House)의 로열발레단 경우 무보(舞譜)담당 2명, 물리치료사, 필라테스강사, 심리상담가 등 의무 인력 7명까지 있다.³⁾ 이 두 단체는 기본적으로 이사회가 구성되어 있고, 이사회는 예술감독 선임과 견제, 작품선택, 단원오디션, 대외협력, 스폰서, 방송인터뷰 등 다양한 방법과 노력으로 그 위상과 지위를 확보해 나가고 있다.

2017년 현재 국립무용단은 국립창극단, 국립국악관현악단과 함께 국립중앙극장의 전속단체로 소속되어 있다. 행정, 기획, 제작, 무대, 홍보, 마케팅, 교육 등 일련의 사업들이 국가예산으로 운영되고 있다. 2014년 기준 국립중앙극장 예산은 약 358억 원, 이중 전속단체(국립무용단, 국립국악 관현악단, 국립창극단) 운영비는 약 98억 원이 소요된다고 한다. 단체별 운영비는 약 30억 내외, 이중 약 6~7억 원이 작품(제작, 공연)과 관련하여 소요되며, 전속단체 운영비 약 98억 원을 뺀 나머지 260억 원(약 72%)은 극장장 이하 운영지원부(총무팀, 기획총괄팀, 시설관리팀), 공연기획부(공연기획팀, 고객지원팀), 무대예술부(무대기술팀, 무대미술팀), 교육전시부(예술교육팀, 홍보팀, 공연예술박물관)에 관련하여 소요된다. 이러한 상황은 라이선스를 제공하며 일회성으로 끝나고 마는 연극, 뮤지컬, 음악, 오페라 등에 비한다면 한국무용을 활용한 국가브랜드 제고와 위상을 높이는 국립무용단 예산치고는 턱 없이 부족하다. 일례로 국립무용단 제작과 관련 단원 15명에 대한 분장비는 20만원으로 측정되어 있다. 하지만 방안을 모색하는 과정에서 보자면, 일면 국립무용단만으로 해결하긴 힘든 문제가 있다. 앞서 언급한 것처럼 국립무용단은 국립중앙극장 내 전속단체로서 일련의 사업과 예산이 일정부분 공동의 목적과 시스템(행정인력의 공동소유)으로 이루어지고 있다는 전제가 있다. 이러한 상황 속에서 내부적으로 작품제작과 관련하여 불가피한 수정과 보완, 예산변경 및 극장공간의 변화가 있을 수 있다. 외부적으로는 정부 정책과 현안에 따른 공연·행사가 추가되거나 취소될 수 있다. 이에 국립무용단의 한국무용 작품을 활용한 국가브랜드 역할 모색 방안을 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 위상확립이다. 그러기 위해선 정부와 국립중앙극장과 밀접한 관계 개선이 요구된다. 국립무용단 일련의 사업계획에 장관, 극장장, 예술감독, 자문위원, 심의기구가 참여하는 회의 격상과 함께 위임을 세워나가야 한다. 그러기 위해서 조직의 최고 수준의 전문성과 사항별 심의기구가 구축되어야 한다. 이것은 객관적이고 공명정대한 질서를 확립하는 것으로써 조직의 실력과 수준을 향상시키는데 가장 핵심적인 사항이다. 둘째, 운영이다. 기관의 공무수행의 특수성과 예술의 자율성이 잘 융합되고 승화되어야 한다. 훌륭한 작품은 다양한 분야에 창조하는 예술가의 최고의 실력에서 기인되기에 정책, 심의, 교육, 재할, 시설, 복지 등 조직 내의 시스템과 그에 따른 매뉴얼이 구축되어야 한다. 셋째, 작품이다. 작품의 수준과 가치 확보는 작품의 기획, 선정, 심의, 제작, 공연 등 일련의 과정에 대한 면밀한 진단에서 출발된다. 21세기 최첨단 공간예술의 진보는 수많은 과학과 수학적 실험을 바탕으로 더욱 디지털, 첨단화 되어가고 있다. 마치 수수께끼를 풀어가듯 무대공간은 더욱 더 호기심과 상상의 세계로 창조하고 인간의 감흥을 더욱더 섬세하게 하는 것과 동시에 초월적 사유를 지향하게 한다. 하지만 이러한 공연물이 전문적이고 지적재산권을 소유한 이들에 의해 이루어진다는 점을 환기하고 좀 더 예정어린 관심과 과감한 투자가 필요하다. 넷째, 보전과 전승이다. 후진 양성과 미래자산을 위한 교육아카데미와 ‘작품진흥원’(가칭)과 같은 조직이 신설되어야 한다. 한국춤의 과거와 오늘을 연구하고 미래로, 세계로 나아가는 길이다. 국립무용단의 역사적인 작품과 오늘날 작품

2) 변성숙(2005), 국립예술단체의 효율적 통합 운영방안 마련 연구 - 국립예술단체의 사례를 중심으로, 단국대 산업경영대학원 석사학위논문, p.80~81.

3) 위의 논문, p.64~65.

의 변천사는 극장사, 무용사, 예술사를 제공하고 학교 교육에 유용한 자료가 제공된다. 또한 문화선진국에서 볼 수 있듯이 국립무용단의 인적자원과 세계적인 인프라를 활용해 각 지방의 제2, 3의 국립무용단을 설립하고 지방자치제도 시대에 문화역량을 강화하는데 유용하게 활용될 수 있다.

이상의 논의를 통해 국립무용단 한국무용작품은 역사적으로 국가브랜드 역할을 해왔음을 알 수 있었다. 단순한 작품개발과 공연으로 끝날 것이 아니라 대국민적 문화향유 증대와 수준 향상, 국제사회에서 국가브랜드의 경쟁력을 지속해야함을 확인하였다. 이를 위해 위상, 운영, 작품, 보전과 전승에 관한 연구의 필요성과 방안을 제시하였다. 한국무용은 우리민족의 역사와 얼이 그대로 살아 숨 쉬고 있으며, 춤의 정신부터 재현 양식까지 가치 독창적이고 세계적이라 할 수 있다. 따라서 한국무용을 활용한 국가브랜드 역할을 위해서는 국립무용단이라는 최적의 위치와 운영에 대한 깊이 있는 연구가 지속적으로 필요하다. 본 연구는 이러한 국립무용단 한국무용작품의 분석을 통해 국가브랜드 역할에 대해 환기시키는 단초 역할을 한 의의가 있다.

참고문헌

1. 단행본 및 논문

- 김경애, 김채현, 이종호(2001). **우리무용 100년 방일영문화재단 한국문화예술총서6**. 현암사.
- 김태원(1993). **춤 문화론**. 현대미학사.
- 박성화, 조정열, 박정선(2013). 국가 브랜드 제고를 위한 전통문화 자산에 대한 인식연구 - 상호지향성 모델의 주관적 일치도를 중심으로, **한국광고홍보학회 2013년 봄 제15권 1호**. 한국광고홍보학회.
- 변성숙(2005). **국립예술단체의 효율적 통합 운영방안 마련 연구 - 국립예술단체의 사례를 중심으로**. 단국대 산업경영대학원 석사학위논문.
- 성기숙(2001). **한국무용학 연구지평**. 현대미학사.
- 손희두(2011). **국가브랜드 제고를 위한 법제개선과 전망<이슈와 전망>**. 서울 : 법연.
- 이주영(2015). **한국전통예술극장 레퍼토리 구축 방안 연구**. 고려대학교 박사학위논문.
- 이지우(2008). **문화산업 예술로서의 한국 전통춤 연구**. 숙명여자대학교 대학원 석사논문.
- 정병호(1995). **춤추는 최승희 세계를 휘어잡은 조선 여자**. 뿌리 깊은 나무.
- 정병호(1999). **한국의 전통춤**. 집문당.
- 최보연(2016). **특별연구 2016-02 문화정책주요국 문화예술정책 최근 동향과 행정체계 분석연구**.
- 최승희(1991). **조선민족무용기본**. 문예신서16. 동문선.
- 한국정당학회(2010). **대한민국 국격(國格) 증진방안에 대한 연구: 국가위상 변화에 따른 국민인식을 중심으로**. 2010.12.

2. 기타

- 국가브랜드진흥원 www.nbp.or.kr.
- 국가브랜드위원회 <http://17koreabrand.pa.go.kr/gokr/kr/index.do>.
- 국가브랜드위원회 보도자료, 「국가브랜드맵 최종조사결과」. 2012. 4. 19.

국립중앙극장 연보(2000 ~ 2016).

국립중앙극장 www.ntok.go.kr.

문화저널21. 이영경 기자. lyk@mhj21.com 2016. 3. 18 [17:48].

문화체육관광부. 국민소통실 2016.03.23.

문화체육관광부. 「전통문화정책의 성과와 반성」. 2013. 5.

삼성경제연구소(2013). SERI 이슈 페이퍼 「2012 국가브랜드지수 조사 결과」.

월드리서치(2010). 「국가브랜드 정책에 대한 국민 인식조사 결과보고서」. 국가브랜드위원회 2010.7.

월드스타(2017). 구미경 기자. wsnews@daum.net 2017. 03. 08 [13:37].

위키백과. <https://www.wikipedia.org/>.

이데일리(2016). 이윤정 기자. younsim2@edaily.co.kr 2016. 6. 14 [09:26].

지식경제부(2009). 국가브랜드위원회 보도 자료 2009. 7. 14.

헤럴드경제. 이한빛 기자. 2017. 02. 08 [10:26].

imnews.imbc.com/20dbnews/history/1990 국방부 90년도 국방백서 출간, 북한 95년 핵보유 가능 전망[김상기] newsis 뉴스
스 이재훈 기자. 2016. 6. 14 [13:59].

KOTRA(2011). 「<국가브랜드와 한류현황 파악조사> 2011.10.11 KOTRA Global Issue Report 11-009 / 이탈리아 밀라노 소재 대학생과 고등학생을 중심으로」.

ABSTRACT

A Research the role of nation branding through the analysis of Korean traditional dances of National Dance Company of Korea

Jung, gil-man(Sejong University)

The purpose of this study is to research the role of nation branding through the analysis of Korean traditional dances of National Dance Company of Korea. Lighting on the value of the nation branding, the research is successful to analyze dances of the representative Korean traditional dance company, National Dance Company of Korea, and to help advance the perspectives of nation branding. To do so, the researcher has mainly discussed in this study on the overseas performances of the company from 2002 to 2016. The researcher has divided and analysed 3 stages, 1 step(2002-2006), 2 step(2007-2010), 3 step(2011-2016).

This study is basically focus on 2 step along with a comparative study the nation branding business and non the nation branding business of NDCOK.

With the recognition of various problems of pursuing this, the researcher suggests that NDCOK needs to examine and diagnose the status quo of the company in terms of the world ranking, the management, the artistic abilities, and the preservation and transmission through the analysis of 3 stages. When NDCOK accepts the suggestions for higher reputation and management improvements of the company, and for preservation and transmission of splendid repertoires of NDCOK, that are shown in this study, it would probably get much closer to enhance the nation branding effectively.

Key words : nation branding, National Dance Company of Korea, Korean traditional dance, Korean traditional dance repertoires

논문투고일: 2017. 5. 31

논문심사일: 2017. 6. 30

심사완료일: 2017. 7. 25

