

한국언론학회
2023 봄철 정기학술대회

한국국제문화교류진흥원 20주년 기념 특별후원세션

한류를 지원하다, 넥스트 한류를 위한 노력

2023.5.19. 15:40~17:00

제주 신화월드 컨벤션센터
한라룸A

주최

 한국언론학회

후원

한국국제문화교류진흥원
KOFICE



한국언론학회
2023 봄철 정기학술대회

한국국제문화교류진흥원 20주년 기념 특별후원세션

한류를 지원하다, 넥스트 한류를 위한 노력

2023.5.19. 15:40~17:00

제주 신화월드 컨벤션센터
한라룸A

주최

 한국언론학회

후원

한국국제문화교류진흥원
KOFICE 

한국언론학회 2023 봄철 정기학술대회

한국국제문화교류진흥원 20주년 기념 특별후원세션

한류를 지원하다, 넥스트 한류를 위한 노력

일시 2023년 5월 19일(금) 15:40~17:00

장소 제주 신화월드 컨벤션센터 한라룸A

주최 한국언론학회

후원 한국국제문화교류진흥원
KOFICE 20

PROGRAM

내 용	
사 회	강명현(한림대학교)
발제1	한류정책, 돌아보고 내다보기 김규찬(한국문화관광연구원)
발제2	KOFICE 20년, 의미와 과제 이성민(한국방송통신대학교)
토 론	강신규(한국방송광고진흥공사) 김아영(한국국제문화교류진흥원) 심두보(성신여자대학교) 이동준(서울대학교)

발제 01

한류정책, 돌아보고 내다보기

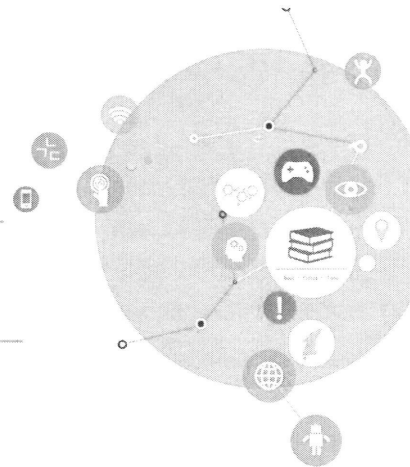
김규찬(한국문화관광연구원)

2023 한국언론학회 봄철 정기학술대회

한류정책, 돌아보고 내다보기

2023. 5. 19.

김규찬 연구위원
한국문화관광연구원 콘텐츠연구본부
qchan@kcti.re.kr



01. 들어가며

한류정책사 연구의 필요성

한류의 등장과 발전, 성과에 관한 논의

- 한류의 등장과 어원 : 허진(2002), 강준만(2005), 장규수(2011), 홍유선·임대근(2018)
- 한류의 발전과 시대구분 : 손승혜(2009), 문효진(2011), 심두보(2013), 채지영(2020)
- 한류의 성과 : 황인석 외(2008), 조병철·심희청(2013), 조영한(2017), 이윤경(2022)

한류정책의 등장과 발전, 성과에 관한 논의

- 한류정책의 기원(?) : “쥬라기공원 1편=자동차 150만대” (국가과학기술자문회의 첨단영상산업 진흥 방안, 1994.5.17.)
- 한류정책의 발전과 시대구분 : 한류정책 vs. 신한류정책
- 한류정책의 성과 : 있다 vs. 없다

한류정책사 연구의 어려움

- 특정 분과 학문을 넘어서는 주제
- ‘한류정책’의 개념적 모순성 : 해외 vs. 국내, 자발성 vs. 강제성
- 정책의 정치화 : 한류월드, 문화창조융합벨트...

한류정책의 목표와 방향 설정을 위한 “고민”과 “노력” 필요

02. 한류정책 돌아보기

K-콘텐츠, 한류의 위상

BTS와 같은 글로벌 슈퍼스타를 보유한 한국 대중음악의 저력

- 2012년 싸이 <강남스타일> 빌보드 2위
- 2018년 BTS *Love Yourself: Tear*, *Love Yourself: Answer*, 2019년 *Map Of The Soul: PERSONA*, 2020년 *Map Of The Soul: 7*, *BE* 5장의 앨범 Billboard HOT 200 1위
- 2019년 5월 미국 CBS talk show <The Late Show> 출연, Beatles 'Ed Sullivan Theater' 재현
- 2020년 Dynamite(3주), Savage Love, Life Goes On과 2021년 Butter(10주), Permission to Dance, My Universe 6곡이 Billboard HOT 100 1위 (2021년 AMA Artist of the Year 수상, 유엔총회 연설)
- 2022년 BTS PERMISSION TO DANCE ON STAGE – LAS VEGAS (4.8~4.16) 62만명(20+40.2) 관람, 5월 백악관 방문 바이든 면담, 11월 정국 카타르 월드컵 개막식 축하



02. 한류정책 돌아보기

K-콘텐츠, 한류의 위상

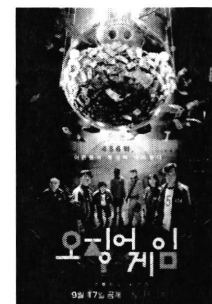
탄탄한 내수시장을 토대로 해외에서 명성을 얻은 한국영화

- 2000년 이후 자국 영화시장 점유율 50%를 넘는 몇 안되는 국가
- 봉준호 <설국열차>(2013), <옥자>(2017, 넷플릭스), <기생충>(2019, 칸영화제 황금종려상, 미국 아카데미 작품상)
- 박찬욱 <올드보이>(2004), <친절한 금자씨>(2005), <아가씨>(2017), <헤어질결심>(2022, 칸영화제 감독상)
- 고레에다 히로카즈 <브로커>(2022, 칸영화제 남우주연상)



한류의 원조로 아시아를 넘어 세계로 확장되는 K-드라마

- <사랑이 뭐길래>(1997/1998) 중국 CCTV1, <겨울연가>(2002/2003) 일본 NHK BS2
- <오징어게임>(2021) : 넷플릭스 역사상 가장 오랜 기간 1위 콘텐츠, 달고나 인기, 2022 프라임타임 에미상 비영어권 최초 연출상(황동혁) 및 남우주연상(이정재) 등 6개 부문 수상
- <이상한 변호사 우영우>(2022), <갯마을 차차차>(2022), <재벌집 막내아들>(2022), <더글로리>(2022/2023) 등 글로벌 OTT 흥행 지속



02. 한류정책 돌아보기

K-콘텐츠, 한류의 위상

전세계 어린이와 함께하는 한국 애니메이션/캐릭터

- 핑크퐁 <아기상어(Baby Shark Dance)> 128억뷰(2023.5.10 기준), 유튜브 역사상 최다 조회수, 기네스북 등재
- 2003년 남북합작 애니메이션으로 출발한 <뽀롱뽀롱 뽀로로>는 최근 시즌8 제작
- <꼬마버스 타요>, <로보카폴리>, <미니특공대>, <미라클러스 레이디버그>, <브레드 이발소> 까지 세계 각국 어린이에게 꾸준한 인기



문화강국 : 문화를 통해 (정신적 → 물질적)으로 풍요로운 국가

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 법령

문화기본법 (2014년 제정)

- 제7조(문화정책 수립·시행상의 기본원칙) 국가와 지방자치단체는 문화정책을 수립하고 시행할 때에는 다음 각 호의 사항을 충분히 고려하여야 한다.
- 6. 문화의 국제 교류·협력을 증진할 것

국제문화교류진흥법 (2017년 제정)

- 제1조(목적) 이 법은 국제문화교류 진흥에 필요한 사항을 규정함으로써 국제문화교류를 위한 기반을 조성하여 국가 간 상호 문화에 대한 이해를 증진하고, 우리 문화의 다양성과 창의성을 높여 세계문화 발전에 기여함을 목적으로 한다.
- 제2조(정의) 이 법에서 “국제문화교류”란 다음 각 호의 법률에 따른 문화, 예술, 관광, 체육 등의 관련 분야에서 국가 간 상호 문화(예술, 관광, 체육 등을 포함하는 넓은 의미의 문화를 말한다)에 대한 이해를 증진하기 위하여 수행하는 국제적 협력 및 활동을 말한다.
- 제5조(국제문화교류 진흥 종합계획의 수립) ① 문화체육관광부장관은 국제문화교류 진흥을 위하여 5년마다 국제문화교류 진흥 종합계획을 수립하여야 한다.
- 제12조(전담기관의 지정 등) ① 문화체육관광부장관은 국제문화교류 진흥에 필요한 사업을 효율적으로 수행하기 위하여 국제문화교류 진흥 업무를 전담하는 기관을 지정할 수 있다.

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 법령

콘텐츠산업진흥법 (2010년 전부개정)

- 제3조(기본이념) 정부는 다음 각 호에서 정하는 기본이념에 따라 콘텐츠 관련 정책을 추진한다.
 3. 다양한 콘텐츠 관련 사업을 창출하고, 이를 효율화·고도화함으로써 국제경쟁력을 강화하여 콘텐츠산업의 지속적인 발전이 이루어질 수 있도록 할 것
- 제7조(콘텐츠산업진흥위원회) ① 정부는 콘텐츠산업의 진흥에 관한 다음 각 호의 사항을 심의하기 위하여 국무총리 소속으로 콘텐츠산업진흥위원회를 둔다.
 1. 콘텐츠의 해외 마케팅 및 홍보활동 지원
 2. 외국인의 투자 유치
 3. 국제시상식·경본시장·전시회·시연회 등 참여 및 국내 유치
 4. 콘텐츠 수출 관련 협력체계의 구축
 5. 콘텐츠의 해외 현지화 지원
 6. 콘텐츠의 해외 공동제작 지원
 7. 국내외 기술협력 및 인적 교류
 8. 콘텐츠 관련 국제표준화
 9. 그 밖에 국제협력 및 해외진출을 위하여 필요한 사업

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 법령

한류산업발전진흥법안 (임오경의원 등 10인, 2021.11 제안)

- 제1조(목적) 이 법은 한류 및 한류산업의 지원·육성에 필요한 사항을 정하여 한류 및 한류산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화함으로써 한류산업의 진흥·발전 및 국민의 문화적 삶의 질 향상을 도모하고 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 한다.
- 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.
 1. “한류”란 우리나라의 대중문화 요소가 해외에서 유행하고 소비되는 현상을 말한다.
 2. “한류산업”이란 우리나라의 영화, 방송, 음악, 디자인 등 문화적 성격의 상품 및 서비스와 이를 기반으로 한 관련 상품 등이 해외에서 기획·개발·제작·유통·소비 등으로 이루어지는 산업을 말한다.
- 제5조(한류문화산업진흥기본계획의 수립·시행 등) ① 문화체육관광부장관은 한류산업의 진흥을 위하여 제6조에 따른 실태조사 결과를 기초로 하여 5년마다 한류문화산업진흥기본계획을 수립·시행하여야 한다.
- 제8조(한류산업진흥위원회 설립) ① 한류 및 한류산업의 진흥을 위한 다음 각 호의 사항을 심의하기 위하여 문화체육관광부에 한류산업진흥위원회를 둔다.
 1. 한류 및 한류산업의 진흥을 위한 정책방향 설정 및 기본계획·시행계획의 수립
 2. 한류 및 한류산업 정책의 조정과 주요 시책의 평가 및 연구·조사 (하략)

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 법령

한류협력위원회 구성 및 운영에 관한 규정 (문체부 훈령, 2020년 제정)

- 제1조(목적) 이 규정은 한류 정책의 수립과 이의 효율적 추진을 위하여 한류협력위원회를 설치하고 그 구성 및 운영에 관한 사항을 규정함을 목적으로 한다.
- 제2조(기능) 한류협력위원회(이하 "위원회"라 한다)는 다음 각 호의 기능을 수행한다.
 1. 한류 정책의 기본 방향 및 전략 수립
 2. 한류 정책 시행 점검 및 평가
 3. 기관간 협력사업 발굴·추진 및 정보 공유
 4. 기관별 재외 공간 및 네트워크를 활용한 한류 확산 협업 체계 구축
 5. 한류 정책에 관한 의견 수렴 및 반영
 6. 그 밖에 한류의 지속·확산을 위하여 기관간 협력이 필요한 사항
- 제3조(구성) ③ 위원회의 위원은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 사람으로 한다.
 1. 기획재정부 차관, 교육부 차관, 과학기술정보통신부 차관, 외교부 차관, 농림축산식품부 차관, 산업통상자원부 차관, 보건복지부 차관, 해양수산부 차관, 중소벤처기업부 차관, 방송통신위원회 부위원장, 식품의약품안전처장, 문화재청장
 2. 한국콘텐츠진흥원장, 한국국제문화교류진흥원장, 한국관광공사장, 한국문화관광연구원장, 세종학당재단 이사장, 한국문화재단 이사장, 대한무역투자진흥공사장, 중소벤처기업진흥공단 이사장, 대중소기업농어업협력재단 사무총장, 한국보건산업진흥원장, 한국농수산식품유통공사장, 한식진흥원 이사장

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 법령

문화체육관광부와 그 소속기관 직제 시행규칙 (문체부 훈령, 2020년 개정)

- 제11조(콘텐츠정책국) ⑦ 한류지원협력과장은 다음 사항을 분장한다. <신설 2020. 6. 9.>
 1. 한류 관련 종합 계획의 수립 및 조정에 관한 사항
 2. 한류 관련 조사·연구 및 빅데이터 구축
 3. 한류 확산을 위한 기반 확충 및 제도 정비
 4. 한류 확산 관련 관계기관 협조체계 구축
 5. 한류 콘텐츠의 남북교류 및 해외진출 지원에 관한 사항
 6. 한류 관련 산업 동반성장 지원에 관한 사항
 7. 한류 콘텐츠를 활용한 관광 활성화에 관한 사항
 8. 한류 지속 확산을 위한 쌍방향 문화교류 추진에 관한 사항
 9. 한류 관련 공연 및 회의 등 행사 개최 지원에 관한 사항

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 주요 비전/계획

콘텐츠코리아비전21 (2001)

과제	추진내용
법령·제도 정비	- 문화산업진흥기본법을 문화콘텐츠 중심으로 개편 - 분야별 문화산업 법제를 디지털시대에 맞게 정비 - 디지털시대 부응을 위한 저작권법 전면 개정
창작역량 확충	- 한국문화콘텐츠진흥원 설립으로 콘텐츠창작 인프라 선도 - 문화콘텐츠 재원확충으로 콘텐츠 제작시장 활성화 - 창작 문화콘텐츠 제작 및 활성화 지원 - 전략콘텐츠 분야별 지원 강화
인프라 구축	- 미디어콘텐츠센터 설치로 미디어교육 기반 확립 - 문화콘텐츠 유통 활성화를 위한 네트워크 구축 - 지역별·산업별 지방 문화산업 성장거점 확보 - 산업별 인프라 확충 및 유통체계 개선
전문인력 양성	- 전략 콘텐츠분야 전문인력 양성기능 강화 - 문화콘텐츠 전문 프로듀서 및 마케터 양성 - 첨단 전문인력 양성을 위한 교육과정 확대
세계시장 진출확대	- 전략지역에 해외시장 진출 거점 확보 - 경쟁력 있는 스타프로젝트 발굴 및 집중 지원 - 세계적인 문화콘텐츠 행사개최로 콘텐츠 배급기지화 - 문화콘텐츠 국제 공동제작 프로젝트 지원

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 주요 비전/계획

차관회의 보고자료

한류산업(韓流産業) 지원육성 방안

한류산업(韓流産業) 지원육성 방안

한류

- ☐ 중국·타이완·베트남 등지에서 한국음악·방송드라마에 대한 폭발적인 인기로 우리 상품의 진출과 국가 이미지 제고에 기여하는 「한류」(韓流) 열풍이 일고 있음
- ※ 한류가 경제적 부가가치를 창출하는 문화콘텐츠산업으로 발전되기 위해서는 현재의 열풍을 지속화하고 산업화하는 전략 필요

1. 한류(韓流) 주요효과

- ☐ 한국 인지도(認知度) 상승 및 한국상품 판매 신장
- 한국 및 한국상품에 대한 인지도 상승 및 이미지 제고
 - 1992 중국인민대학조사시 84%가 모른다고 응답하였으나, 최근 차이나리서치센터 연구조사(2001.2~5)시 한국을 어느정도 안다고 응답한 경우 75.6%
 - H.O.T 등 스타를 활용한 패션, 캐리커 상품 판매 신장
 - 한류스타 출연광고로 한국상품 판매량 급증
 - 삼성전자, 중국내 PC 모니터 2001년중 전년대비 60% 증가된 200만대 판매예상(「인재육」 모델활용)
 - LG 「드림화장품」 베트남내 인지도 1위(「김남주」 활용)
 - ☐ 한류 관광상품(觀光商品) 개발로 관광재유치 확대
 - 「한류 음악여행」 및 「드라마 촬영지 관광상품」 개발
 - 중국 「안재욱·NRG」상품(1,250명), 대만 「가을동화」상품(1,800명)

2001. 8

문화관광부

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 주요 비전/계획

II. 문제점

- 콘텐츠 배급구조 취약 및 한류(韓流)에 대한 체계적 분석 미흡
 - 중국시장 성격상 현재까지 중단될 우려가 있음.
 - 한류현상의 원인과 과정 및 효과에 대한 체계적 분석 미흡
- 현지 정서에 대한 고려 부족 및 시장정보 취약
 - 베트남전후 다룬 드라마 “머나먼 풍미강” 방영 중지(베트남)
 - 현지 시장관련 법·제도 및 상대방에 대한 정보 취약
- 영세한 공연기획사(公演企劃社)의 무리한 해외진출
 - 최근 한류분위기에 편승한 졸속기획으로 공연이 무산됨으로써 신뢰도 추락 사례 발생(2000.10/북경)
- 불법복제(不法複製) 등 시장특성상 경제적 수익창출 불확실
 - 음반의 경우 불법복제로 인하여 정상적인 수익을 기대하기 곤란
 - 공연의 경우 주로 단발성 기획콘서트에 그치고 있으며 방송드라마의 경우 상대적으로 저가수출
 - TV드라마의 대중국 수출가격은 1편당 \$2,500~\$4,000

III. 한류산업(韓流産業) 지원육성 전략

(기본방향)

- ‘한류’를 지속적으로 확산하고 한류산업을 육성하기 위해서는 단기적인 경제적 이익추구보다 장기적 안목에서 체계적 지원
- 문화콘텐츠별 시장 진출가능성의 정도에 따라 ‘선택과 집중’(選擇과 集中)으로 한류확산 지원
- 2002년 월드컵축구대회, 중국의 WTO 가입, 2008년 베이징올림픽 등을 한국대중문화의 수출을 위한 ‘한류 특수’ 계기로 활용

- 대중문화(大衆文化)의 국제 경쟁력 강화를 위한 지원확대
 - 음반, 방송영상물, 게임등 문화콘텐츠의 현지화 비전 제고지원 확대
 - 우수대중공연, 음반물, 영상물에 대한 시상 및 사전 제작 확대
 - 우수 해외공연 주관단체 및 공연기획사의 한류진출 지원 확대
- (가칭)‘아시아문화교류협의회’ 구성, 운영
 - 해외진출 공연 기획자의 수준 및 신뢰도 등을 사전 검증할 수 있는 제도적 장치로 관련업체와 공동 구성, 운영
 - 한국문화재단진흥원 해외사무소를 통해 현지시장정보 수집·분석 및 제공
- 주요지역 문화관(文化官) 파견 및 한류체험관 설치
 - 북경, 상해, 호치민 등 주요 공관에 문화주재관 파견 등
 - 현지 시장의 현황, 특성 및 변화추이에 관한 정보수집 기능 강화
 - 중국, 대만, 베트남 등 주요 거점도시에 ‘한류체험관’ 운영
 - 영상물, 음악, 게임, 패션, 캐릭터 등의 종합 체험공간화
- (가칭)한류메카 조성
 - 동대문 운동장 등 관광적 밀집지역에 대중음악, 게임, 캐릭터, 패션 등의 전시, 판매 및 체험 공간 조성
 - 한류관련 산업의 시너지 효과 극대화 및 관광산업발전에 기여
- 장기적 문화교류(文化交流) 확대차원의 협력관계 형성
 - ‘한중 청소년음악제’, ‘상대국 문화주간 개최’ 등 주기적 개최
 - 문화콘텐츠 분야 장단기 연수 실시

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 주요 비전/계획

문화강국(C-KOREA) 2010 비전 (2005)

전략목표	세부정책
국제수준의 문화산업 시장 육성	디지털 융합시대 핵심 문화콘텐츠산업 집중 육성
	문화산업 핵심인력 양성기반 구축
	CT 핵심기술 개발
	문화산업 투자환경 조성
문화산업 유통구조의 혁신	지역 문화산업클러스터 조성
저작권산업 활성화	문화산업 유통구조의 혁신
한류세계화	문화산업 유통구조의 혁신

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 주요 비전/계획

신한류 진흥정책 추진계획(2020)

비전 문화와 경제를 이끄는 신한류, K-Culture

전략 1	한류 콘텐츠 다양화로 파급력 제고
확 산	1-1 경쟁력 높은 한류 콘텐츠 지속 발굴
	1-2 한국문화 전반으로 한류의 저변 확장
	1-3 비대면 경제 변화에 대응하는 온라인 서비스 강화
전략 2	한류로 연관산업 동반성장 견인
융 합	2-1 한류 활용 소비재 산업 마케팅 지원
	2-2 한류 연계물 통한 서비스산업 육성
	2-3 한류와 산업 간 마케팅 공조 강화
전략 3	지속가능한 한류 확산의 토대 형성
기 반	3-1 한류 정책 협력체계 구축
	3-2 한류 소비확대 및 문화교류 증진
	3-3 저작권 보호를 통해 한류 지속 확산 지원

범부처 한류 아웃바운드 확산 계획(2021)

비전 문화로 한류, 한류로 문화강국

목표 한류를 통해 높아진 국가이미지와 연계, 인/아웃바운드 전략으로 가시적 협업성과 창출

지표	콘텐츠 수출	소비재·관광 수출 파급효과	해외 한류 팬 수
	119.2억달러(20)	36.8억달러(20)	1억 478만명(20)
	⇒ 약 139억달러(22)	⇒ 약 41.2억달러(22)	⇒ 약 1억 1,900만명(22)

추진 과제	[핵심] 한류의 미래를 이끌 성장동력 육성
	1-1 세계적 추세에 발맞춘 콘텐츠 생산역량 강화
	1-2 한류의 파급효과를 연관산업으로 확장
[도약] K-컬처의 영향력 확대	2-1 K-콘텐츠 해외진출 활성화
	2-2 한국문화 전반으로 한류 다변화
	[지속가능성] 한류 인·아웃바운드 플랫폼 조성
[지속가능성] 한류 인·아웃바운드 플랫폼 조성	3-1 재외한국문화원 중심 아웃바운드 창구 체계화
	3-2 방한 유도를 위한 인바운드 플랫폼 구축
	3-3 국제문화교류 증진 및 동반성장 지원

[추진체계] 범부처 한류협력위원회 운영

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 관련 주요 비전/계획

K-콘텐츠 수출 전략(2023)

K-콘텐츠가 수출 전선의 구원투수로 등판한다

- 2027년 수출 250억 불, 세계 4대 콘텐츠 강국 실현
- 대통령 주재 「제4차 수출전략회의」에서 콘텐츠 수출전략 발표

[주요추진과제] 3E 전략 - Expansion, Extension, Effect

□ **Expansion** - 콘텐츠 해외영토 개척·확장

- ▶ 콘솔게임 육성, 해외 마켓 판매 통한 북미, 유럽 등 선진국 신시장 창출,
- ▶ 현지 특성을 고려한 맞춤형 콘텐츠 재제작 지원, K-팝 공연 등 걸점 확대로 수요 창출해 UAE, 사우디 등 '제2의 중동 봄' 선도

□ **Extension** - 콘텐츠 산업 영역 확대

- ▶ 웹툰 플랫폼과 콘텐츠의 공동 해외 진출 지원, 웹툰 IP 활용 강화,
- ▶ K-드라마영화예능 확산을 위한 디깅돌로서 글로벌 OTT와 전략적 제휴, 국내 제작사의 IP 확보 지원

□ **Effect** - 연관산업 프리미엄 효과 확산

- ▶ K-콘텐츠 연계 마케팅으로 제조업·서비스업 등 브랜드가치 향상,
- ▶ K브랜드 해외홍보관 활성화, K-박람회 개최

[기반조성] K-콘텐츠 수출 기반강화

- ▶ 챗GPT, AI, 메타버스 등 신기술 개발활용 강화 - 'K콘텐츠 메타버스 월드',
- ▶ '24년 정책금융 역대 최고 수준인 1조 원 조성, ▶ 해외 원스톱 거점 거점 '27년 50개소로 확대

비전 (2027년) 세계 콘텐츠 4대 강국으로 도약

목표	K-콘텐츠 수출	K-콘텐츠의 소비재·관광 수출 유발	K-콘텐츠 매출
	(21) 124억 달러 → (27) 250억 달러 • 연평균 12.3% 성장	(21) 46.6억 달러 → (27) 80.0억 달러 • 연평균 9.4% 성장	(21) 137조 원 → (27) 200조 원 • 연평균 6.5% 성장

3대 전략	콘텐츠 해외 영토 확장	추진 과제	1. 북미, 유럽 등 신시장 창출
	콘텐츠산업 영역 확대		2. 중동 시장 집중 공략
	연관산업 프리미엄 효과 확산		1. 웹툰+플랫폼, 글로벌 확장
			2. 글로벌 OTT, K-드라마 등 확산을 위한 디깅돌
			1. 제조업·서비스업 브랜드가치 향상
			2. 콘텐츠-연관산업 협업 강화

콘텐츠 수출 기반 강화

1. 신기술 개발·활용 강화	2. 콘텐츠 수출기업 지원	3. 한류 확산 기반 조성
-----------------	----------------	----------------

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 예산: 편성 방향(2023년)

2023년도 재정편성 방향 및 부문별 특징

- 민간의 자유로운 창의·혁신 뒷받침 : 콘텐츠 정책금융, 미래인재 양성, 게임·온라인동영상서비스 집중육성으로 한류콘텐츠 고도화
- 공정하고 차별 없이 누리는 문화·체육·관광
- 세계인과 함께하는 한국 문화 : 한류 콘텐츠 해외진출 지원체계 강화, 쌍방향 국제문화협업 등 지원

콘텐츠 분야 예산 중점 편성 내용

- 정책금융 지원 등 K-콘텐츠 기반조성으로 기업하기 좋은 환경 마련
- K-팝·게임·영화·웹툰·드라마를 K-콘텐츠 대표 장르로 육성하기 위한 전략적 지원
- OTT, 메타버스 등 기술기반 콘텐츠 육성으로 신시장 개척
- K-콘텐츠 해외진출 지원체계 구축 및 연관산업 연계로 경제적 시너지 극대화

문화예술 분야 예산 중점 편성 내용

- 문화의 공정한 접근기회 보장 및 한류의 지속가능성 제고

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 예산: 문화교류 지원(2023년)

국제문화 교류 : 17,908 → 20,280백만원(전년 대비 2,372백만원 증)

- 개도국 문화자원 역량강화(ODA) : 2,751 → 5,219백만원 (2,468백만원 증)
- 유네스코 협력(ODA) : 90 → 586백만원 (496백만원 증)
- 국제문화 정책지원 : 12,435 → 11,809백만원 (626백만원 감)
 - 수교계기 등 문화행사 : 4,925 → 4,459백만원 (466백만원 감)
 - 상호문화교류의 해 추진 : 3,960 → 1,200백만원 (2,760백만원 감)
 - 국제문화 정책개발 : 50 → 50백만원 (전년 동)
 - 동아시아문화도시 선정지원 : 600 → 600백만원 (전년 동)
 - 미래혁신 문화교류 지원 : 1,100 → 1,100백만원 (전년 동)
 - 코리아 시즌 : 1,800 → 1,800백만원(전년 동)
 - 한중일 문화장관회의 : 0 → 500백만원(순증) * 3년 주기 사업
 - 쌍방향 국제문화협업 지원 : 0 → 2,100백만원(순증)
- 국제문화교류 전담기관 운영지원 : 2,632 → 2,666백만원 (34백만원 증)

문학한류 활성화 : 3,010 → 3,270백만원 (260백만원 증)

(관광기금) 문화예술 해외교류 : 2,558백만원 → 2,311백만원(247백만원 감)

- 한중일 문화교류(880), 국제문화교류 및 민간협업 지원(581), 우수프로그램 권역별 순회지원(850)

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 예산: 해외거점 지원(2023년)

국가이미지 홍보 : 19,342 → 20,786백만원 (1,444백만원 증)

- 한국문화소개행사 개최 및 지원(7,552), 해외 주요인사 초청(353), 국가이미지조사(191), 해외홍보콘텐츠 제작(9,536), 해외문화홍보원 인력운영(3,154)

재외 한국문화원 운영 : 110,168 → 83,839백만원 (26,329백만원 감)

- 재외 한국문화원 운영(50,121), 재외 한국문화원 인프라 확충(9,652), 재외 한국문화원 우수브랜드 사업(9,266), 한국문화제 운영(8,000), 미디어아트 활용 한류 확산(6,800)

한국어 진흥기반 조성 및 확산 : 98,113 → 91,871백만원 (6,242백만원 감)

- 세종학당 운영지원 : 39,674 → 42,527백만원 (2,853백만원 증)
- 세종학당재단 운영지원 : 5,221 → 5,383백만원 (162백만원 증)
- 신남방·신북방 한국어 확산기반 현지화 : 8,260 → 8,260백만원 (전년 동)

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 예산: 수출 및 산업 지원(2023년)

문화콘텐츠 국제협력 및 수출기반조성 : 48,921 → 54,439백만원(5,518백만원 증)

- 콘텐츠 수출지원 : 17,832 → 32,332백만원(14,500백만원 증)
- 한류 교류 및 확산 지원 : 14,397 → 5,413백만원(8,984백만원 감)
- 한류 연관산업 지원 : 16,500 → 16,500백만원(전년동)
- 해외진출 정책지원 : 192 → 194백만원(2백만원 증)

인도네시아 디지털콘텐츠 전문인력 양성지원(ODA) : 0 → 730백만원(순증)

방송영상콘텐츠 제작지원: 26,796 → 99,112백만원 (72,316백만원 증)

- OTT 특화콘텐츠 제작지원: 11,620 → 45,446백만원 (33,826백만원 증)
- 중소제작사 글로벌 도약 지원: 0 → 10,000백만원 (순증)
- 방송영상콘텐츠 후반작업 지원: 0 → 30,000백만원 (순증)
- 방송영상콘텐츠 유통지원: 9,811 → 9,023백만원 (788백만원 감)

국제방송 지원: 24,650백만원 → 14,732백만원(9,918백만원 감)

글로벌 출판한류 확산 : 1,801 → 2,901백만원 (1,100백만원 증)

(관광기금) 영화로케이션 지원 : 360 → 324백만원(36백만원 감)*

02. 한류정책 돌아보기

한류정책 주요 사업 (2021~2022)

구분	사업 현황 (단위: 백만원)
전문인력의 양성	- 콘텐츠 번역인력 양성('21년 800, '22년 1,360) - 콘텐츠 수출 전문인력 양성('22년 신규, 2,000)
한류 및 한류산업의 융합 및 연계	- 관계부처 합동 해외 한류박람회 개최('22년 신규 2,000) - K-브랜드 해외 홍보관 운영('22년 신규 4,000) - K-브랜드 한류마케팅 지원('22년 신규 4,500) - K-POP 관광 활성화(5,010) - K-영상 관광 활성화(4,000)
우수사례의 발굴 등	- 대한민국 콘텐츠대상 해외진출유공부문 운영(63)
연구 및 개발의 촉진	- 한류연계 협업 콘텐츠 기획개발 지원(6,000) - 메타버스 콘텐츠 공급 및 운영('22년 신규 1,900)
한류정보시스템의 구축·운영	- 해외 시장 정보제공을 위한 수출마케팅플랫폼 웹콘 운영 및 고도화(1,000)

출처 : 국회문화체육관광위원회(2022.3). 한류산업발전 진흥법안 검토보고서. 15~16쪽.

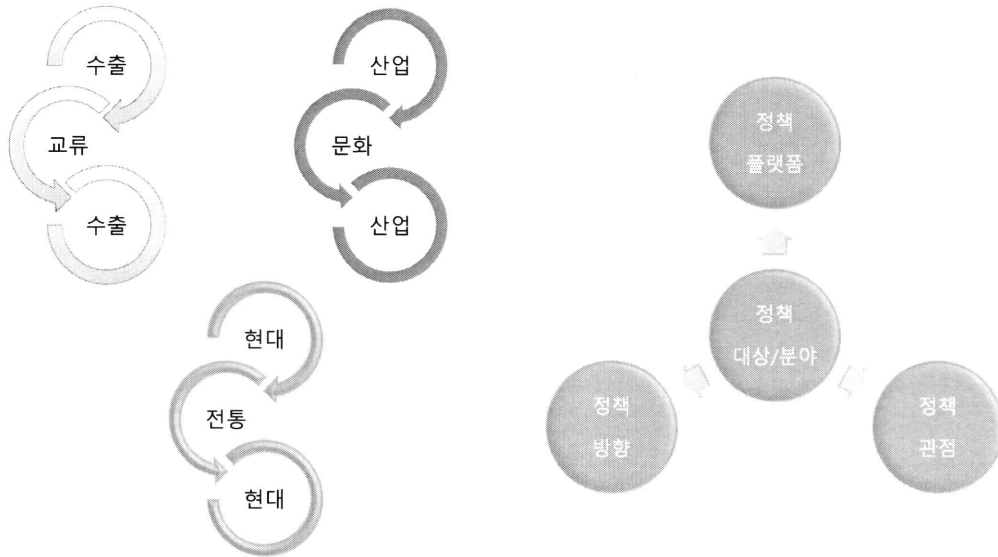
02. 한류정책 돌아보기

한류정책 주요 사업 (2021~2022)

구분	사업 현황 (단위: 백만원)
유통 활성화 및 투자의 촉진	- 해외진출 상담지원(248) - 콘텐츠기업 수출역량 고도화(1,000) - 신흥시장 홍보마케팅 지원(3,812) - 신흥시장 콘텐츠마켓 한국공동관 참가(250) - 콘텐츠진흥원 비즈니스센터 등 해외거점 운영(5,673) - 해외현지 출원 및 등록('21년 640, '22년 327) - 글로벌 온라인 유통플랫폼 진출지원(990)
국제교류 및 해외시장 진출 활성화	- 포럼 개최 등을 통한 정부 간 협력채널 운영('21년 262, '22년 264) - 해외 한류 커뮤니티 활성화('21년 400, '22년 250) - 해외대학학보사기자단 방한취재 지원(40) - 민간 협력 사회공헌사업(480) - 아시아송페스티벌 개최(540) - K-컬처 페스티벌 개최('21년 5,500, '22년 9,244) - 모꼬지 코리아 개최(1,800) - 신흥국가 문화적 동반성장을 위한 동반성장 디딤돌 사업 운영(400) - 쌍방향 문화교류를 위한 신한류 문화다리 사업 운영(800) - 글로벌 문화기획단 구성 및 운영(500) - 재외문화원 연계, K-pop 아카데미 운영('21년 901, '22년 856)
민간단체 지원 및 육성	- 세계문화산업포럼 개최지원(200)

02. 한류정책 돌아보기

한류정책의 변수와 변화

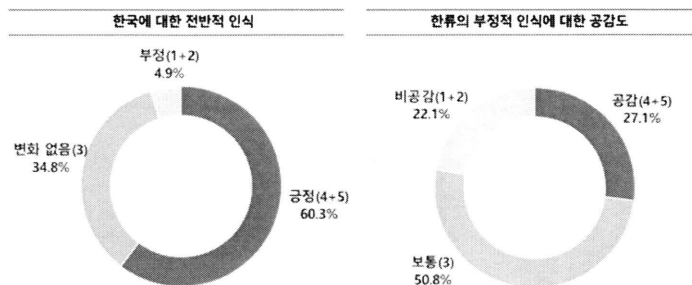


03. 한류정책 내다보기

한류정책은 무엇이어야 하는가

한류 정책의 목표와 방향성에 대한 고민

- 해외에서 우리 (대중)문화 요소에 대한 긍정적 인식이 유지·확산되도록 지원
 - 개별 콘텐츠 또는 장르의 해외진출을 넘어 다부처 협업 융복합 정책 플랫폼으로 발전
 - 한류에 대한 부정적 인식(혐한)을 줄이는 노력은 한류 정책의 영원한 이슈이자 과제
 - 정치외교적 변수 뿐만 아니라 문화역사적 갈등 요소 고려
- 예) 한·중·일 고유 문화 요소 간 갈등, 동남아·아프리카 문화 요소 인식 부족



출처 : 2022 해외한류실태조사



03. 한류정책 내다보기

한류정책은 무엇이어야 하는가

경향신문

노라조 조빈, 대표곡 '카레' 인종차별 논란 사과...발표 10년 만에 왜?

*노라조 '카레'가 인종차별 논란에 휩싸였다. 노라조 멤버 조빈은 "다들 나와 인종차별에 대해 무지할 것만 같다"고 사과했다. '카레' 발매 10년 만에 발표



*노라조 '카레'가 인종차별 논란에 휩싸였다. 노라조 멤버 조빈은 "다들 나와 인종차별에 대해 무지할 것만 같다"고 사과했다. '카레' 발매 10년 만에 발표

<https://www.khan.co.kr/culture/culture-general/article/202007161524001>
https://n.news.naver.com/article/469/0000735616?cde=news_edit

문화다양성 훼손 논란 빚은 K콘텐츠



예능 '장사천재 백종원' (2023년 4월)

모로코 영토 표기에서 서사하라 지역 생략

- 국가 정체성 훼손 논란
- 다시보기서 지도 표기 삭제

드라마 '작은아씨들' (2022년 10월)

'한국군 1명 베트남 100명 죽여'

- 국가무력 전쟁 역사 왜곡 논란
- 베트남 네티즌들 '베트남' '베트남' 댓글

베트남 방송 프로그램 수출 반토막

(2019년 440만 달러 → 2021년 243만 달러)

드라마 '수리남' (2022년 9월)

수리남 대통령이 마약 유통 폭인

- 국가 도덕성 훼손 논란
- 수리남 정부 '제작사 상대 법적 대응 검토'

드라마 '라켓소년단' (2021년)

인도네시아가 배드민턴 국제 경기 승리 위해 선수들 쓰는 것처럼 묘사

- 국가 비하 논란
- SBS 사과

인도네시아 K팝 음반 수출액 3분의 1 반토막

(2021년 959만 달러 → 2022년 368만 달러)

유비 블랙핑크 '하우 유 라이크 댓' (2020년)

힌두교 신 중 하나인 가네샤 이미지 사용

- 신성한 종교적 상징 잘못 쓰여 논란
- 뮤비서 삭제

인도 K팝 음반 수출액 반토막

(2021년 33만 달러 → 2022년 13만 달러)

03. 한류정책 내다보기

한류 개념의 포용적 확장

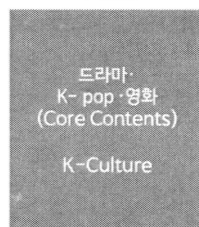
한류의 정의

- (코피스/'18년) 대중문화 콘텐츠가 해외 소비자들에 의해 소비되고 한국의 것으로 인식되는 문화현상 또는 문화현상
- (문광연/'20년) 한국의 대중문화 콘텐츠 및 상품을 자발적으로 선호, 소비, 구매하는 소비행동으로, 일시적인 것이 아니라 한 사회에서의 인기나 유행과 같이 지속적으로 나타나는 사회현상
- (표준국어대사전) 우리나라의 대중문화 요소가 외국에서 유행하는 현상
- (법적 정의) 우리나라의 대중문화 요소가 외국에서 유행하는 현상(한류산업발전 진흥법 제정안)

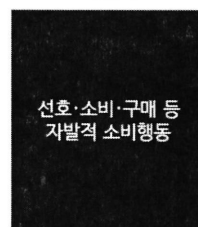
누가



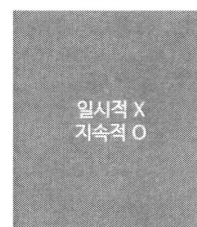
무엇을



어떻게



얼마나



03. 한류정책 내다보기

한류 개념의 포용적 확장 : 한(韓)이란 무엇인가

한류의 시간성

- 역사성의 문제 : 광화문 vs. 강남, 아리랑 vs K-POP
- 고유성의 문제 : 비빔밥, 김치 vs. 자장면, 떡볶이
- '우리 것'의 인정 기준 : 100%, 50%, 30%, 10% (feat. 한국영화의 인정 기준)

한류의 공간성

- 가시성의 문제 : 저작권자와 실연자, 원작과 제작자의 국적 (BTS vs. SB19)
- 의존성의 문제 : 성공의 판단 기준 (동남아, 동아시아 vs. 유럽, 미국)

한류의 내재적 의미에 대한 고찰

⇒ 특수성에서 보편성으로



Netflix CEO Reed Hastings
"아시아가 함께 만들고 세계가 함께 본다"

03. 한류정책 내다보기

한류 개념의 포용적 확장 : 류(流)란 무엇인가

한류의 방향성

- 주체성의 문제 : 한류 현상의 주체에 대한 고민 (창작자, 소비자)
- 자발성의 문제 : 팬덤의 형성과 유지, 파급효과

한류의 지속성

- 확장성의 문제 : 한류 현상의 유지 기간과 지역
- 상호성의 문제 : 한류 대상 지역 문화에 대한 이해와 선호 (동남아 음악 듣기)

한류의 외재적 의미에 대한 고찰 : 자부심에서 이해와 포용, 배려로

03. 한류정책 내다보기

문화교류, 수출지원 정책에서 문화다양성 지원 정책으로

변화하는 세상에 대한 열린 시각

- 근대 국민국가, 서구 중심적 사고에서 탈피
- 개념의 유연성과 상대성, 복합성을 인정하고 이해하기 위한 노력

배타적 한류에서 포용적 한류로

- '우리 것'의 소유권과 우수성에 대한 과도한 집착 지양
- 한류를 국가적/수직적 현상이 아닌 지역적/수평적 현상으로 이해
- 특수성보다 보편성에 대한 이해와 접근으로 한류의 외연 확장

글로벌 문화다양성에 대한 이해 제고 노력

- 한국 문화에 대한 세계적 관심이 높아지면서 인종, 종교 등 타 국가의 문화적 요소와 충돌
- 서구권 외 한류 주요 소비국가(중국, 동남아, 남미, 아프리카 등)의 역사-사회적 맥락 이해 제공
- 다양한 문화권 콘텐츠에 대한 접근성 제고 정책 필요 : 예) 방송 편성 다문화콘텐츠 쿼터 등

Q & A

발제 02

KOFICE 20년, 의미와 과제

이성민(한국방송통신대학교)

한국언론학회 2023 봄철 정기학술대회
한국국제문화교류진흥원 기획 세미나

한류를 지원하다, 넥스트 한류를 위한 노력

KOFICE 20년, 의미와 과제

이성민

한국방송통신대학교

2023.5.19

1

들어가며: KOFICE, 한류의 진화와 함께 하다

- KOFICE의 역사를 검토하는 것은 ‘한류’ 정책의 방향성의 흐름을 확인하는 과정이기도 함
 - KOFICE는 20년의 기간 동안 민간 중심의 교류 정책으로 출발, 산업 지원으로의 변화를 거쳐서, 다시 폭 넓은 국제 문화 교류의 전담 기관으로 역할을 확장시켜 왔음
 - 한국국제문화교류진흥원은 실질적인 한류 정책의 출발점으로, 상호교류에 기초한 지속가능한 한류의 기반 구축을 위한 정책 방향으로 출발한 기관이라는 점에서 중요한 의미를 가짐
 - 이 발표는 한국국제문화교류진흥원의 지난 20년의 흐름을 간략히 확인하고, 주요한 변화의 지점에서 나타난 확장과 진화의 의미를 한류 및 국제문화교류의 흐름과 정책의 맥락 속에서 검토하고자 함

2

한류 정책의 2가지 계보와 KOFICE

- 한류 정책의 틀을 수출 지원 정책과 교류 활성화 정책의 틀로 나누어 본다면, KOFICE는 '교류'에 주목한 활동을 20년간 지속해온 기관임
 - 한국국제문화교류진흥원은 초기에 아티스트와 팬덤의 상호교류의 장으로서 출발한 아시아송페스티벌을 시작으로, 한류 관련 학술 교류와 창작자 교류, 문화ODA, 국제문화교류 활동 전반으로의 문화교류의 확장을 지속해왔음
 - 2018년 이후, 문화 영역의 고유성을 고려한 상호교류의 범위를 넓혀오는 전담 기관 지정되면서 국제문화교류 영역에서의 역할을 이어왔음

3

진흥원 주요 사업 영역별 변화의 흐름

- 한류페스티벌 - 진흥원 초기부터 이어온 대표 사업 영역
 - 아시아송페스티벌로 출발, 모꼬지 대한민국으로 확장
- 네트워크조성
 - 초기 문화산업 현장 및 정책 네트워크 역할로 출발, 유관 기관 및 해외 기구들과의 교류 및 네트워크 구축 사업으로 확장
- 커뮤니티지원
 - 해외 한류 커뮤니티 지원을 통한 자발적 팬덤 활동의 활성화 지속, 커뮤니티 활동의 확장(페스티벌), '아우르기' 활동을 통한 한국 문화 홍보 지원
- 국제문화협력
 - 아시아로의 쌍방향 교류 활성화를 위한 ODA 등 협력 사업의 추진
- 문화교류지원
 - 국제문화교류 전담기관 지정 이후, 수교계기 문화행사, 상호 문화 교류의 해, 문화 프로그램 순회, 지역문화 국제교류 지원 등으로 활동 영역 확장
 - 한류의 경제적 파급 효과에 대한 연구를 출발점으로 한류 '지원 협력'의 목표 하에 '한류연계협업 콘텐츠' 지원 사업으로의 사업 영역 확장
- 전문인력양성
 - 국제문화교류 영역의 전문 인력 양성을 위한 해외 파견 및 교육 사업

4

콘텐츠 산업 정책의 교류 협력 정책의 흐름에서 본 KOFICE의 위치

수출단계 별 정책 구분	시기 별 정책 내용																					
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
교류협력, 한류 대응			국제방송교류재단 설립																			
				아리랑 TV 설립																		
											아시아 문화산업교류재단 설립(현 한국문화산업교류재단)											
													아시아송페스티벌 개최									
														한류정책자문위원회 발족(문화산업교류재단 내)								
														해외 영상물 구매 사업								
															아시아문화작가 컨퍼런스 개최							
																			문화ODA 사업			

출처: 김규찬 외(2015). 문화산업정책 20년 평가와 전망, 한국문화관광연구원

진흥원의 출발: 아시아 송 페스티벌

- 2003.6.4 법인설립 허가
2004.11.26 제1회 아시아송페스티벌 개최
 - 출연진: 보아, 동방신기(한국), 하마사키 아유미(일본), 손남, 양곤 (중국), F4(타이완), 여명(홍콩), 빠미(태국), 미탐(베트남)
- 왜 2004년이었나?
 - 반한류에 대한 대응 차원
 - 아시아 상호 문화 교류 확대 목적



출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지

‘한류’에 대한 정책 정당성 만들기 : 한류경제효과 연구의 시작 (2005)

n 내일신문

“한류 경제효과 4조5000억원 달해”

이문영

2005-03-15 · 장유진

이소크림 뉴스듣기

이 가 뉴스듣기

한류의 경제효과가 모두 4조5000억원에 이른다는 연구결과가 나왔다. 아시아문화산업교류재단(이사장 신현택)은 산업정책연구원에 의뢰, 음반 영화 방송 게임 등 4개 문화산업 분야에서 한류의 경제적 파급효과를 분석한 결과 이같이 조사됐다고 15일 밝혔다.

이번 조사는 한류의 경제 효과를 실증적으로 검증한 국내 첫 번째 학문적 조사라는 데 의의가 있다고 재단은 설명했다. 드라마 ‘겨울연가’의 경제효과를 조사한 적은 있었지만 한류 전체의 경제효과를 실증적이고 체계적으로 분석한 조사는 지금까지 없었다는 것.

조사결과에 따르면 국가별 한류 경제효과는 중국이 3조3506억원으로 가장 높게 나타났다. 홍콩이 1조3004억원, 대만이 6201억원 등으로 조사됐다.

이같은 수치는 음반, 영화, 방송, 게임분야 생산유발액, 부가가치유발액 등 직접효과와 휴대전화, 가전제품, 의류, 화장품, 관광 등 기타 제조 서비스업의 생산유발액, 부가가치유발액, 취업유발인원의 총계인 간접효과를 합해 산출됐다. 산업정책연구원은 지난해 9월부터 올해 2월까지 중국, 홍콩, 대만, 일본 등에서 한류 경제효과를 분석해 왔다.

4조5000억원이라는 계산은 2003년 통합 경제효과(생산유발액 24조1201억원, 부가가치유발액 9조1351억원, 취업유발인원 27만646명)에서 2001년 통합 경제효과(생산유발액 22조5540억원, 부가가치유발액 9조179억원, 취업유발인원 30만8249명)를 차감해 산출한 것이다.

중국내 한류 브랜드 자산가치를 평가한 결과 미국과 일본보다 월등히 높은 것으로 조사됐다.

‘한류 지원 기관’으로서의 위치 찾기

• 민간기구 → 공공기관으로서의 역할 변화, (한류 정책 사업 추진 기구)

디지털타임스

‘한류확산’ 정부가 나선다

황희·김지영

2005-03-07 · 박한영

이소크림 뉴스듣기

이 가 뉴스듣기

문화부 ‘지원TF팀’ 출범...오늘 자문회의 개최 신자부 등 주요부처 연계 “정책협의회”도 구성

아시아 전역으로 확대되고 있는 한류(韓流)를 주요 수출산업으로 발전시키기 위한 작업이 본격화되고 있다.

문화관광부는 6일 한류지원 방안 마련을 위해 일련수 자문회를 중심으로 한류사업지원TF팀(가칭)을 출범시켰으며, 산업자원부·외교통상부·국정홍보처·재정경제부 등과 연계해 범정부 차원에서 한류지원정책 수립을 위한 ‘범정부한류지원정책협의회’를 구성했다. 또한 민간자원의 문화교류를 위해 아시아문화산업교류재단의 기능과 역할을 더욱 확대한다는 방침이다.

6일 문화부 청사에서 열린 ‘한류사업지원TF팀’ 1차 회의에는 김영진 문화산업국장을 비롯해 서병문 한국문화콘텐츠진흥원장, 이경욱 한국문화관광정책개발원장, 유관 방송영상산업진흥원장 등 문화부 산하 지원기관 대표들이 참석해 한류의 현황과 문제점, 그리고 추후 구체적인 지원 전략과 방안에 대해 논의했다. 7일에는 국내유적코리아 오운철 대표, 한국발명진흥회 정우석 회장, 신씨유지합법터너 박영성 대표, 사이러스 노종운 이사 등 문화산업계 전문가 15명을 초청해 ‘한류확산을 위한 자문회의’를 개최할 예정이다.

이에 앞서 문화부는 지난해 10월부터 아시아문화산업교류재단을 중심으로 일본과 중국에서 부는 한류의 경제적 효과와 산출도 등 한류실태조사를 실시한 바 있다. 문화부는 앞으로 조사 대상지역을 홍콩·베트남·타이완·말레이시아·싱가포르·인도네시아·인도 등으로 확대할 계획이다. 또 한류실태 조사 작업이 끝나는 대로 이를 노후한 대통령에게 보고하고 한류를 확대하기 위한 문화산업 개발과 관련 정책을 본격 추진해 나가기로 했다.

전자신문

정부와 체계 힘 모아 문화산업 해외 진출 적극 지원

권재·송복원

2005-04-28 · 장유진

이소크림 뉴스듣기

이 가 뉴스듣기

정부와 체계가 힘을 모아 우리 문화산업의 해외시장 진출을 적극 지원한다.

김영조 문화관광부 장관은 19일 전국경제인연합회가 주최한 제6차 문화산업특별위원회(위원장 김윤환)에서 ‘2010년 세계 5대 문화산업 강국 실현을 위한 한류지원체계 강화와 투자·유통구조 혁신, 문화콘텐츠 창작 활성화 시스템 구축에 매진할 것’이라고 밝혔다.

김 장관은 2006년 문화산업 육성정책 제하의 강연에서 “올 해 한류지원체계를 강화하기 위해 현재의 아시아문화산업교류재단을 확대·개편한 한류관련 단일조직과 해외직접관 보호기관인 카피라이트 센터를 신설할 예정”이라고 말했다. 김 장관은 이어 “유통구조 혁신을 위해 음악관리자 단체의 이용허락을 동시에 받을 수 있는 원스톱 창구 개설, 저작권 프리 사이트 구축을 추진하고 문화콘텐츠 창작활성화를 위해 IP TV와 같은 뉴미디어 등 우수콘텐츠 제작을 지원할 계획”이라고 소개했다.

이에 대해 김영진 문화산업특별위원회는 정부의 문화산업 지원의지를 확인한 후 세계역시 저작권침해 대응능력 제고와 아시아를 중심으로 한 해외 공동제작 활성화 노력의 진흥성공기업들의 정부 공유 등을 중점추진하겠다고 다짐했다. 또 한국 문화상품의 해외진출 확산과 함께 높아나는 지적재산권 피해에 보다 적극적인 정부 대책 마련을 요구하고, 한류 지속을 위해 일정할 수출에 아닌 공동제작 활성화 방안을 마련해 한다고 제안했다.

이번 회의에는 김우혁 메가박스 사장, 김광성 롯데시네마 사장, 김한성 KT&T네트웍스 사장, 이병철 SK텔레콤 부사장, 정해봉 하나은행 부행장, 김한석 KT 전무 등 20여 명이 참석했다.

정진영기자(충청전자신문·jychung@

8

한류 정책의 거점으로서의 역할 모색

- 2005.1.27 한류정책자문위원회 출범 - 정책 전문가 네트워크 구축
- 2008.9.24 한류포럼 - 정책 담론 확산
- 2008.12.30 한류총서 발간 - 정책 연구 기능 확대



2008 한류포럼



2009 한류포럼



3회 글로벌문화산업포럼



2009 글로벌 문화산업 포럼

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지

9

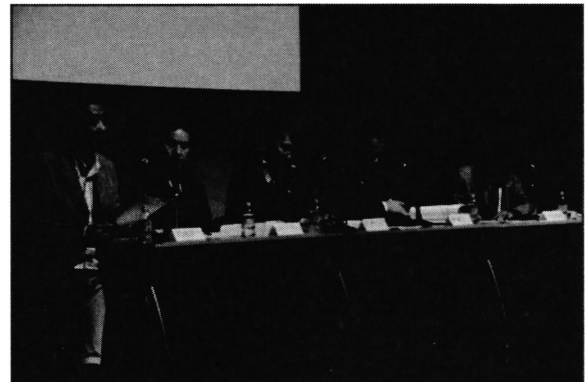
교류 영역의 확대: 현장 전문가 중심의 인적 교류 활성화

- 제1회동아시아 방송작가 컨퍼런스(2006)
- 한일대중문화교류세미나(2006) 등



주제: 'TV 드라마를 통해 본 아시아 문화의 동질성'
일시: 2006년 6월 14일~17일

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지



일시: 2006년 11월 28일
장소: 일본 동경 롯폰기 힐즈 타워홀

10

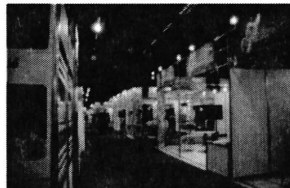
한류 활성화를 위한 '수출 지원' 활동의 추진



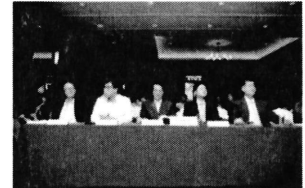
기업의 해외진출 활성화를 위한 한류마케팅 전략 심포지움



국제영상물권본시 MIPTV 참가



BCWW 2008 참가



한류콘텐츠 글로벌진출 활성화 컨퍼런스

(cf) CAST 사업과의 비교



CAST 출범 이전 2012년 제1회 K&G FAIR



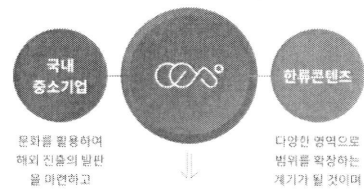
CAST 출범 이전 2012년 제1회 K&G FAIR



CAST 출범 이전 2012년 제1회 K&G FAIR



CAST 출범 이전 2012년 제1회 K&G FAIR



한류 콘텐츠는 문화적 경험, 다음 등장인 기대되는 문화 콘텐츠를 만들어 갑니다.

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지

11

한류 축제의 확장: 해외에서의 축제 개최

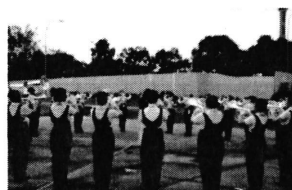
2007~2009



한·몽골 문화축제 한마당 Big Concert



파타야 국제음악페스티벌



2007 싱가포르 청게이 퍼레이드



한일 Pop Festival 2007

2013~2017



2K13 Feel Korea at Korea Week in Perth

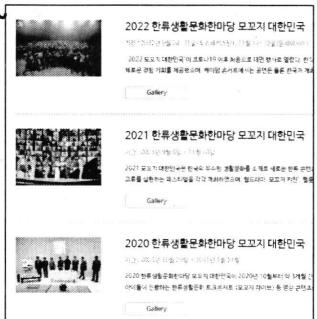


한·캐나다 수교 50주년 기념 2K13 Feel Korea



2017 Feel Korea in London

2020~

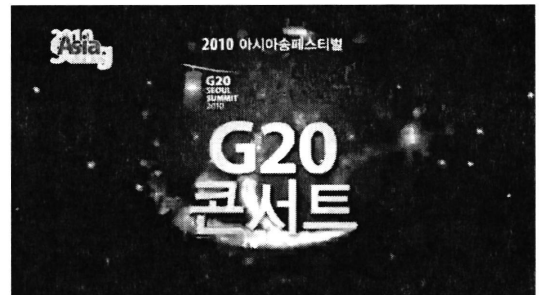
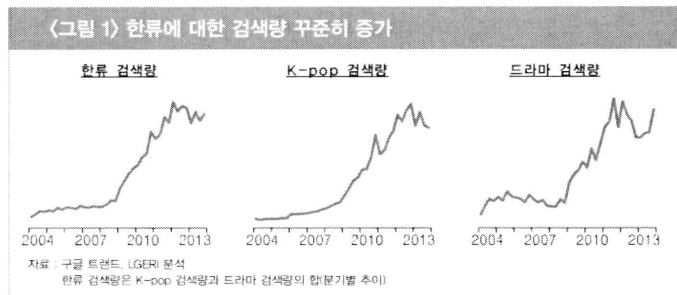


출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지

한류 지형의 변화에 대한 대응

- 정부의 한류 정책 기조 변화: 국가브랜드 관점에서 홍보 강화에 주목
 - 아시아 vs KPOP only

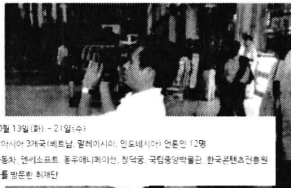
2009.9.19 제6회 아시아송페스티벌(서울월드컵경기장)
2009.12.15 한국문화산업교류재단으로 명칭 변경



출처: 이지홍, 김민희(2014). Kpop-과 드라마 검색 데이터로 본 한류의 현주소, LGERI 리포트

한류 담론에 대한 고민: 미디어 교류 및 홍보 지원

(cf) 2009년, 국제문화교류진흥법안 발의(임기만료 폐기) [문화외교(공공외교)를 둘러싼 부처 갈등]
2010년, 외교부- 공공외교의 원년 선언, 2016년 2월 공공외교법 제정, 2017년 3월 국제문화교류진흥법안 제정



일시: 2009년 10월 13일(화) - 21일(수)
참가 기관: 동남아시아 3개국(베트남, 말레이시아, 인도네시아) 언론인 12명
취재 지역: 카이로, 텔아비브, 동유럽(리투아니아, 헝가리, 슬로바키아) 언론인 12명
사진: 카이로, 텔아비브, 동유럽(리투아니아, 헝가리, 슬로바키아) 언론인 12명

언론/문화계 오피니언 리더교류(동남아시아)



언론/문화계 오피니언 리더교류(CIS지역)



2010 중국대학교학보사기자단 초청사업

“동북아시아와 관련하여... 문화외교의 주체로서 외교당국의 역할을 보다 강화하는 내용으로 신남관 외관이 대표 발의한 「문화외교의 활성화 및 공조에 관한 특별법」이 외교당국상동일위원회에 회부되어 위법(중략) 발의된 법률안들은 조국부 문화외교 및 협력활동 관련 부처인 해양수산, 문화체육, 문화외교 등 관련 제분야 법안인 경우 조국부 관련 제외 기관의 조국부, 정책 등에 있어서 서로 차이점이 있는 바, 위원회 심사과정에서는 이에 대한 조정문제가 검토되어야 할 것임”



외국인 유학생 한국문화탐방단 아우르기 여름캠프



외국인 유학생 한국문화탐방단 아우르기 e-소통



아우르기 2기 태권도 타방



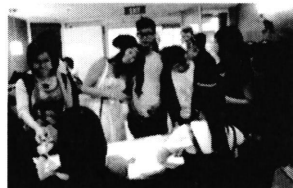
2기 아우르기 발대식

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지, 김규찬 (2017.4.21, 한류스토리)

팬덤으로 시선을 돌리다: 한류 커뮤니티에 대한 주목



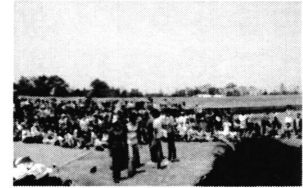
터키 커뮤니티 Korea-Fans의 한식시식회



호주 KCC (Korean Cultural Club)의 CHARCOAL BBQ Social Dinner



호주 UNSW Kpop Society의 댄스워크샵



멕시코 커뮤니티 Hallyu Mexican Lovers의 야유회



Kachi's week



2012 Canadian Music Festival, 2012 KOREA NIGHT



K-POP 댄스클 (브라질, 아르헨티나)



JYJ팬클럽 'JYJ TURKLY' 봄소풍

17

문화 부문의 공적개발원조(ODA) 사업 추진



2012 중국문화ODA사업



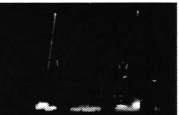
2012 브라질ODA사업



2013 카자흐스탄 문화ODA사업



2013 에콰도르 문화ODA사업



2014 칠레 문화ODA사업



2014 중국 문화ODA사업



2014 페루 문화ODA사업



2014 몽골 문화ODA사업



일시: 2016년 12월 1일~12월 5일
장소: 인도네시아 전통공연대학교 YCFI 대강당, FOUR POINTS HOTEL 등
내용: 인도네시아 예술인들에게 전문적인 노하우와 경험을 전달하는 인트렙 프로그램



인도네시아 예술교육센터 구축

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지

기관의 확장과 위상 변화

한류의 확장기, 상암 시대의 개막

- 2014.3.10. 한류3.0 위원회 발족
2014.3.14 DMC 상암동 사무실
- 2015.1.12 한류동향보고서 발간
2015.6.19 한류기획단 발족

국제문화교류전담 기관 지정, 사업 영역의 확장

- 2017.3. 국제문화교류진흥법안 가결
- 2018.1.9 한국국제문화교류진흥원으로 명칭변경

국제문화교류의 법적 개념을 "문화, 예술, 관광 등의 관련 분야에서 국가 간 상호 문화(예술, 관광 등을 포함하는 넓은 의미의 문화를 말한다)에 대한 이해를 증진하기 위하여 수행하는 국제적 협력 및 활동"으로 정의하였다.

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지, 김규찬 (2017.4.21, 한류스토리)

19

문화산업에서 문화 전반으로의 교류 범위 확대

수교 계기 문화 행사



2019 한·덴마크 상호문화의 해 기념 공연 <목향>



한·헝가리 수교 30주년 기념 공연 <목향>

예술 한류 지원



2018 트래블링코리아아트 캐나다공연 <정가악회 노닐다>



2018 트래블링코리아아트 홍콩공연 <고래야 콘서트>



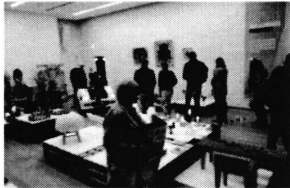
트래블링코리아아트 플러스

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지

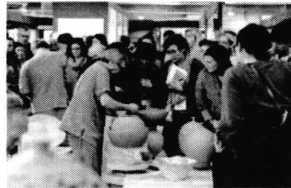
20

문화산업에서 문화 전반으로의 교류 범위 확대

지역 우수 문화 교류



2019 지역 우수 문화교류 콘텐츠 발굴·지원 경기 광명 (국제 입사이클아트 디자인 문화교류)



2019 지역 우수 문화교류 콘텐츠 발굴·지원 경기 이천 (도자기 제작시연 2탄 파리 두브트와 아부다비 두브트 편 "이천도자기명장 세계를 빛다")



2019 지역 우수 문화교류 콘텐츠 발굴·지원 충남 서천 (노마드(NOMAD), 예술로 만나다)



2019 지역 우수 문화교류 콘텐츠 발굴·지원 경북 고령 (대가야의 소리 '가야금, 마당놀이 풍동전' 해외공연)

전문 인력 양성



'2018 NEXT 국제문화교류 전문인력 양성사업' 해외전문인력 사진교육

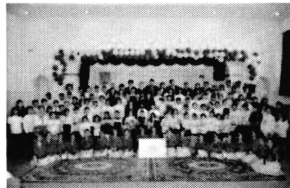


간지바트 교육부 관계자 및 미디어콘텐츠 인재 대상 방한연수 프로그램

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지

21

착한한류 + 문화동반자 사업



2018 고맙습니다 작은도서관 몽골 오브스 주 지역 종합 개관식



2018년 중국 착한 한류 민·관 협력 프로젝트



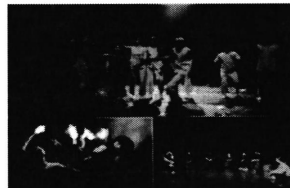
포스코건설 협업 '착한 한류 프로젝트 in Vietnam'



2020 문화동반자 문화행정가 연수



2019 문화동반자사업 한송회 개최



2019 문화동반자사업 운영기관별 성과발표회



2019 문화동반자사업 중장기 협력프로젝트 지원



2019 문화동반자사업 스리랑카 후속워크숍 개최 지원

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지

22

검토: 한국국제문화교류진흥원의 위상과 역할의 변화

- 민간 기구에서 공공 기관으로
 - 반한류 대응을 위한 민간 기구로서의 지위
 - 한류의 성장에 따른 한류 지원 기관으로의 성격 변화
- 한류에서 교류로: 국제교류전담기관으로의 진화
 - 문화산업에서 국제문화교류로의 정책 대상 범위 확대
 - 콘텐츠 한류에서 K-컬처 전반으로의 확장 기조와 호응

23

‘한류 연구’의 관점에서 본 진흥원의 역할

- 한류 관련 정책 연구 영역에서의 기여
 - 한류 연구의 핵심 자료의 생산 (한류 실태조사, 한류백서 등)
 - 한류 담론의 생산과 확산 (한류 기획 단행본, 한류 나우 등)
 - 해외 한류 현황 자료의 발굴 및 공유 (통신원 등)
 - 홈페이지의 아카이브 기능 (갤러리, 보도자료, 통신원 자료 등)
- 국내 한류 연구자 네트워크 구축과 연계 측면에서의 역할에 주목

24

과제: 한류의 '다음'을 준비하기 위하여

• 한류의 '다음'에 대한 고민들

- 콘텐츠 한류의 지속 가능성
- K-컬처 개념의 복합성과 정부 역할의 한계
- 문화다양성 이슈의 부상과 대응 - 상호이해의 필요성 증가
- 실질적 문화 교류 활성화를 위한 사업 추진 기관의 필요성

→ 교류의 확장 뿐 아니라 산업의 지속가능성 측면에서의 '상호이해'의 필요성이 높아지는 상황임

→ 국제문화교류에 특화된 전담기관이자 한류 지원기관의 역할 필요
: 문화 교류의 영역 확장과 전문성 강화를 위한 노력 필요

25

한국언론학회 2023 봄철 정기학술대회
한국국제문화교류진흥원 기획 세미나

한류를 지원하다, 넥스트 한류를 위한 노력

KOFICE 20년, 의미와 과제

감사합니다!

이성민

sky153@knou.ac.kr

2023.5.19

26