

제10차 한류NOW 정기세미나

코로나19 시대의 신한류,
위기 혹은 기회

2020.12.17.^{THU}
14:00 - 16:00

목차

Contents

05	프로그램
07	[제1부] 코로나19가 이끈 신한류
08	제1발표 BTS, 케이팝을 뛰어넘다
11	제2발표 코로나19 시대, 넷플릭스 드라마 한류
18	제3발표 코로나와 백신의 시대, 그리고 한류공연계의 미래변화
24	제4발표 코로나와 한국영화, 위기와 희망
33	[제2부] 포스트 코로나 시대의 신한류, 위기를 기회로
34	토론 : 포스트 코로나 시대의 신한류

프로그램

Program Sequence

일정	구분	내용
14:00 - 14:10	사회	최경희 (한국국제문화교류진흥원 조사연구팀장)
	개회사	김용락(한국국제문화교류진흥원 원장)
[제1부] 코로나19가 이끈 신한류		
14:10 - 14:30	BTS, 케이팝을 뛰어넘다	발표 김영대 (음악평론가, 에스노뮤지컬로지 박사)
14:30 - 14:50	코로나19 시대, 넷플릭스 드라마 한류	발표 심두보 (성신여자대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)
14:50 - 15:10	코로나와 백신의 시대, 그리고 한류공연계의 미래변화	발표 최항섭 (국민대학교 사회학과 교수)
15:10 - 15:30	코로나와 한국영화, 위기와 희망	발표 김영진 (영화진흥위원회 부위원장, 명지대학교 교수)
[제2부] 포스트 코로나 시대의 신한류, 위기를 기회로		
15:30 - 15:55	토론 : 포스트 코로나 시대의 신한류	김영대 (음악평론가, 에스노뮤지컬로지 박사)
		심두보 (성신여자대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)
		최항섭 (국민대학교 사회학과 교수)
		김영진 (영화진흥위원회 부위원장, 명지대학교 교수)
15:55 - 16:00	폐회	상기 일정 및 연사, 토론자는 사정에 따라 변경될 수 있음

 YouTube 온라인생중계 www.youtube.com/koficeculture &이벤터스

2020 Hallyu Now Regular Seminar

제1부

코로나19가 이끈 신한류

BTS, 케이팝을 뛰어넘다 | 발표 김영대 (음악평론가, 에스노뮤지컬로지 박사)
코로나19 시대, 넷플릭스 드라마 한류 | 발표 심두보 (성신여자대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)
코로나와 백신의 시대, 그리고 한류공연계의 미래변화 | 발표 최항섭 (국민대학교 사회학과 교수)
코로나와 한국영화, 위기와 희망 | 발표 김영진 (영화진흥위원회 부위원장, 명지대학교 교수)

제1 발표

BTS, 케이팝을 뛰어넘다

발표 김영대
(음악평론가, 에스노뮤지컬로지 박사)



빌보드 차트 정상에 선 방탄소년단

- 한국 대중음악 사상 최초의 빌보드 정상 정복
 - Dynamite
- 한국어 최초의 빌보드 Hot 100 1위
 - Life Goes On
- 팬데믹 시대에 보편적인 치유의 메시지
- 비-미국권(영어권) 가수 최초의 기록
- 아시아의 이미지를 넘어선 진정한 코스모폴리터니즘의 확립

그래미(Grammy) 음악상 후보 지명

- 보수적인 그래미상 최초의 인정
 - 레코딩 아카데미의 특성과 한계
- Pop 카테고리의 상징적 의미
 - 기술적, 장르적 성취가 아닌 대중음악 주류 그 자체
- 갑작스러운 바이럴 인기가 아닌 지속적인 현상
 - BTS 현상의 역사성과 그들이 얻어낸 신뢰
- 한국 대중음악의 성과를 넘어선 대중음악 주류의 혁명

BTS가 이끄는 케이팝의 진화와 혁신

- 사운드와 비주얼을 넘어선 메시지의 진정성
- 내러티브와 태도가 만들어 내는 감동과 공감
- 음악, 삶, 철학이 일치된 유기적인 세계관
- 케이팝의 특수주의를 팝의 보편주의로 발전
- 팬을 향한 음악, 하지만 그것을 넘어선 메시지

아미(ARMY)의 대중음악 혁명

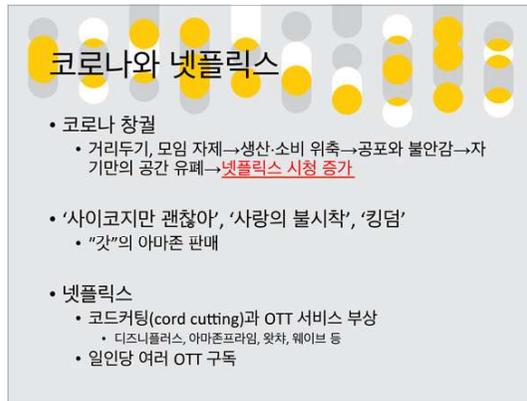
- 팬덤을 넘어선 하나의 세계 혹은 국가
- 케이팝의 톱다운 성공방식을 거부한 풀뿌리 운동
- 세계가 발견해 키운 최초의 케이팝 스타
- 언어, 종교, 문화를 초월한 연대
- 자발성과 연대감을 통한 시스템과의 싸움

제2발표

코로나19 시대, 넷플릭스 드라마 한류

발표 심두보

(성신여자대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)



한류 팬덤의 변화

- 넷플릭스의 한국 드라마 '발견'
 - 2010년대 중반, 넷플릭스의 아시아 진출
 - 아시아 시장의 각자인 한국드라마 지원
 - 지난 5년간 7억달러 투자
 - 현재 한국 드라마 70여 편 제공 중
- 프로그램 추천 기능 → 몰아보기(binge watching)
 - 한국 드라마의 장르적 변화와 팬덤의 확장
 - 한국 드라마의 2차시장 기능
 - 추천 시스템 통해 오래된 드라마 회생
 - 한국 드라마의 평가
 - '오락적 질과 작품성 뛰어나다!' (파올로 코엘료)

넷플릭스 추천시스템



'한국 드라마 몰아보기' 필리핀 언론보도



유튜브의 '한드 몰아보기' 추천 영상 캡처



넷플릭스 한국 드라마를 리뷰하는 유튜버



'문화근접성'의 재인식

- 문화근접성(cultural proximity)
 - 한류 초기의 주요한 이론
 - 한자문명권, 유교문화권에서 인기 있는 한국 드라마
- 본질주의적인 관점의 문화 담론
 - 서구 자본주의 발전과정의 기독교에 조응하는 유교
 - 리관유 : 정치적 권위주의에 이데올로기 정당성 부여
- 아시아의 민족, 종교, 언어 다양성 무시한 일반화

‘누적된 수용’이 이끄는 ‘유사한 감수성’

- 문화본질주의 아닌 대중문화 감수성
 - 문화 수출국과 수입국 간 구조적 맥락
- 지역의 ‘누적된 수용’ 맥락
- ‘유사한 감수성’
 - 20세기 초반 이래 축적된 대중문화 제작 관행
 - 미국이 만든 기준과 모델
 - 일본의 모방과 진유
 - 한국 드라마의 도약
 - 아시아 후발국들의 한국 모방

글로벌 미디어 시스템과 문화 다양성

- {미국에 의해 만들어진 표준화를 통한 다양화}→
←{다양화를 통한 표준화의 강화}
- 중국의 ‘글로벌 미디어 시스템’ 진입
 - 텐센트의 iflix
 - iQIYI의 iq.com
- 반영성과 상호 연결성
 - 드라마를 통한 자국의 상황 성찰
 - 드라마를 통한 상상적 연결
- 미디어의 영향에 대한 맥락적, 중층적 이해 필요

iflix



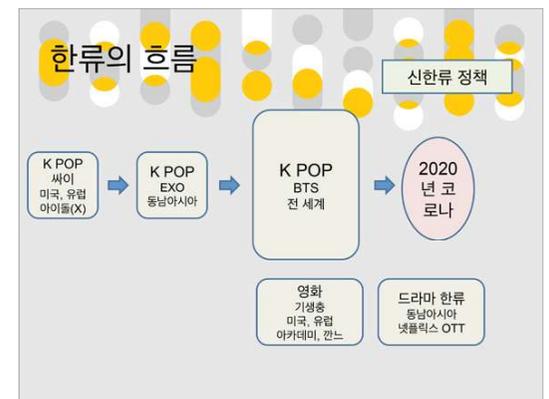
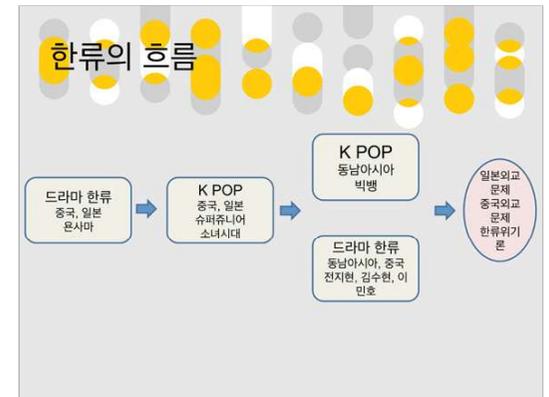
iqiyi



제3발표

코로나와 백신의 시대, 그리고 한류공연계의 미래변화

발표 최항섭
(국민대학교 사회학과 교수)



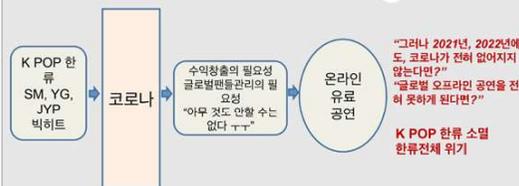
한류에 있어서 K POP의 중요성

- 음악은 Locality의 특성이 가장 약하고 Globality가 가장 강한 콘텐츠 : 국적에 관계없이 공감하기 가장 용이
- 한류유지의 핵심인 글로벌 팬덤을 가능하게 하는 유일한 콘텐츠
- K POP이 흔들리면 다른 모든 영역도 흔들리게 될 것임

K POP 한류에 있어서 '공연의 중요성'

- K POP은 글로벌 공연을 통해 3가지의 중요한 자산을 축적
 - 1) 공연 수익
 - 2) 현지 팬들과의 상호작용들과 팬덤 확산
 - 3) 현지 팬들과의 상호작용들의 Scenes생산(유튜브를 통해 급속히 확산, BTS reaction scenes들)

코로나 시대 한류공연은 어떻게 될 것인가?



대응전략 1. K POP 중소기획사와 낮은 인지도 아이돌들 생존 지원 전략

- 코로나가 종식될 때까지 대형기획사들은 확보한 자금력, 온라 인공연수의 창출로 어떻게 해서든 버틸 수 있을 것임
- 그러나 중소기획사들은 공연수익을 창출하지 못하면서 경영난에 빠지고 소속아이돌들도 생계 위기
- 이 기획사들은 아이돌들의 낮은 인지도로 인해 온라인공역 수익을 창출하기도 어려움
- 중소기획사, 소속아이돌들에 대한 생존과 생계 지원 필요
- 아이돌들이 생존할 수 있어야 미래 한류가 있기 때문임

2020년 말 상황의 변화 : 이제 백신의 시대의 K POP 전략 필요

- 2020년 말 백신들이 개발되고 보급되기 시작하면서 코로나 사회의 패러다임이 급격히 변화함
- 그동안 '시민성(civility)의 차이'에서 이제는 '과학기술의 차이'로 변화
- 2020년 12월 영국, 캐나다의 백신보급 시작에 이어 미국도 보급 시작
- 백신확보와 보급의 차이가 국가별로 대단히 심해질 것
- "모두가 동시에 안전해지지 않을 것임"

백신의 시대, 한류공연 재개의 가능성

동남아시아	유럽	미국
가장 많은 한류공연	한류 인지도 확보에 대단히 중요	한류 인지도 확보에 결정적
대만 : 242일 확진자 "0" 명, 모더나, 이스트라제네카, 시노피	영국 : 화이자 대규모 접종 시작	코로나 위험 가장 심각 백신 적극적
싱가폴 : 2주간 확진자 "0명" 모더나 사용승인요청	독일 : 백신 적극적, 화이자 생산공장	정부교체
태국 : 아스트라제네카 21년 중반	프랑스 : 백신 소극적, 자국 개발 시노피 의존적, 비판에 직면	기확산된 상황 : 2021년 하반기 안전

백신의 시대, 한국의 2020년과 2021년

- K-방역으로 글로벌 인지도 크게 상승
- “모델”, “교훈”, “코로나 안전국” 등의 단어로 작성된 서구언론 기사들
⇒ 긍정적 요인
- 백신경쟁에서 느린 대응과 위기
 - 아스트라제네카만 확보(FDA 연기), 학이자, 모더나 확보 및 접종 시기 불확실
- 2021년에는 “코로나 안전국 더열”에서 뒤쳐질 수 있음
- “백신”으로 안전해진 국가들의 경우 내부적으로 공연을 허용하고, 해외입국자의 경우 “백신접종 후 항체형성자”로 한정해서 자가격리 없이 승인할 수 있음
- 이렇게 되면 한류공연에 커다란 문제 발생

대응전략 2. 백신을 통한 안전국가와 1:1 문화교류재개 협정과 한류공연

- 백신 대규모 접종을 성공적으로 이루어내어 안전해진 국가들과 한국이 1:1로 문화교류를 재개하는 협정을 체결하여 한류공연을 재개하도록 하는 것도 고려 필요(자가격리 불필요, 대규모 공연 허가)
- *2021년 1월1일부터 한국-베트남 경제인교류협정과 유사한 방식으로 추진모색
- 문제는 한국도 백신 대규모 접종과 사회적거리두기를 통해 이 국가들과 유사한 속도로 안전해져야 한다는 것이 전제임

대응전략 3 : K POP 아이돌들 선제적/선별적 백신 접종 필요 가능성

- K POP은 국가이미지의 제고, 국민들 행복도 제고라는 대단히 공공적인 기능을 하고 있기 때문에 K POP 아이돌들 중 해외공연 가능성 타진 시, 공연규모, 효과성 등을 고려하여 선제적으로 백신 접종을 고려할 필요성도 있음(군역 이슈처럼 국민적 합의 필요)
- 현재 고령자 등 위험연령군에 추가로 ‘국가공공적 기여도’를 고려하여 이에 기여할 수 있는 집단들을 우선적으로 면역기회를 제공할 필요가 있음

대응전략 4 : Post BTS 전략

- 현재 한국의 한류는 BTS에 절대적으로 의존
 - 과거 윤사마 이후 한류 위기론이 다시 대두될 수 있음
 - BTS는 ‘건강한 청년들의 이미지’가 중요한 경쟁력 중 하나
 - 사생활문제, 해체 등의 상황이 발생할 수도 있음
 - 이 경우 한류는 어떻게 될 것인가? Plan B 필요
 - 상황은 좋지 않음 : BTS 제외 모든 K POP에 대한 서구의 비판적 시각
 - Sky News : “다른 K POP 가수들과는 달리 오리지널한 BTS”
 - 롤링스톤즈 지 : “K POP 기계”

대응전략 4 : Post BTS 전략

- Brit Pop의 경우 비틀즈의 British Invasion 이후 3-5년 사이로 계속적인 스타들이 글로벌 인기 확보
 - 비틀즈-롤링스톤즈 - 퀸 - 오아시스 - 콜드플레이 등
- K POP : BTS - ? - ?? - ???
 - 국가가 K Pop 스타들을 만들어낼 수도 없으며, 결국 자생적으로 나타나야 하며, 국가를 이를 위한 인프라, 제도적 기반 조성 필요

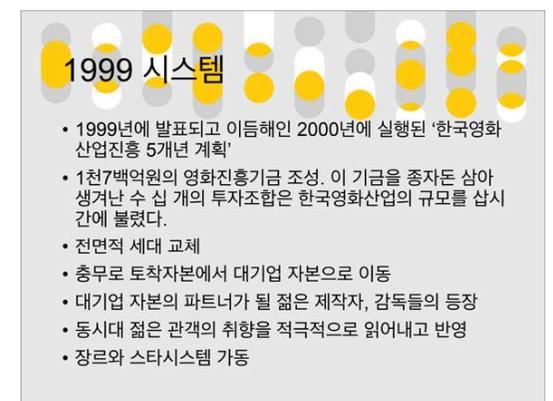
대응전략 5 : 글로벌 뮤직페스티벌과 K POP 연동

- 코로나가 종식되면 글로벌 뮤직페스티벌들이 폭발적으로 증가할 것임
- 현재 글로벌 트렌드는 이 뮤직페스티벌(DJ)을 통해 이루어지고 있음
 - Ultra Music festival, Tomorrowland Festival 등
- 이 페스티벌의 한국개최에 보다 적극적인 정부 지원과 K POP과의 연동(글로벌인지도 상승이 필요한 K POP 아이돌 등)
 - 서울 중심부에서 개최 시도(전남 영암 F1 그랑프리 실패의 교훈)
 - 서울 이미지, 한국 이미지, K POP 이미지도 신한류 정책 기여

제4발표

코로나와 한국영화, 위기와 희망

발표 김영진
(영화진흥위원회 부위원장, 명지대학교 교수)



월 메이드 작가영화

- 이창동, 박찬욱, 봉준호, 김지운, 류승완 등이 전성기를 열었다.
- 소설가에서 전업한 이창동을 예외로 하면 한국영화역사상 처음으로 영화역사에 대한 지식을 자신들의 영화에 적용하기 시작한 첫 번째 세대의 감독들
- 극적인 성공사례들 : 실패의 용인
- <플란다스의 개> 실패 이후 범인이 잡히지 않는 스릴러 <살인의 추억>으로 성공한 봉준호
- <공동경비구역 JSA> 성공 이후 <복수는 나의 것> 흥행 실패, <올드 보이>로 칸 심사위원 대상 수상한 박찬욱
- 토니 레인즈 : '뉴 할리우드 영화와 맞먹는 활기'

1999 시스템의 그늘

- 규모의 경제를 지향하면서 고비용, 고효율 구조를 초래
- 대다수 한국영화를 블록버스터 배급 마케팅으로 소화
- 소수의 흥행작과 다수의 실패작이 양분되는 부익부
- 빈익빈 / 양극화 현상 가속화
- 소수의 텍스트형 영화 독과점 문제

그리고...

- 코로나19 팬데믹
- 영화산업의 일시 정지

COVID-19의 확산

- 생활습관 등 일상 생활의 변화 불가피
 - 사회적 거리두기, 대중교통 이용 자제, 마스크 일상화, 집합 행사 곤란 등
 - 신뢰 붕괴, 개인적 생활 강화, 우울 : 개인의 생활 습관 및 정서적 기반 변화
- 재택근무의 일상화 : 플랫폼 비즈니스의 활황 / 언택 산업의 등장
- 소상공인을 중심으로 한 경제 침체
- 대중을 상대로 하던 영화/공연 등 엔터테인먼트 산업의 극심한 타격

COVID-19로 인한 영화 산업(1)

- 극장 관객 감소와 개봉 연기 등 직접적 타격
- 2020년 상반기 현황

연도	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
관객수(만명)	9,851	9,651	9,507	9,462	9,729	9,636	10,932	3,241	
한국 영화	관객수(만명)	5,557	4,154	4,043	4,381	4,162	4,497	5,686	1,999
	점유율(%)	56.4	43.0	42.5	46.3	42.8	46.7	52.0	61.7
외국 영화	관객수(만명)	4,294	5,497	5,464	5,081	5,567	5,139	5,244	1,242
	점유율(%)	43.6	57.0	57.5	53.7	57.2	53.3	48.0	38.3

- 2005년 이후 역대 최저 수준
- 여름 시즌 기대했으나 2차 확산으로 8.15 조치 - 향후 전망 불투명해짐.

COVID-19로 인한 영화산업(2)

1. 정상적 영화 제작이 곤란 : 로케이션 섭외 곤란
 - 집합 금지와 방역에 따른 여건 변화 / 로케이션 섭외 난항 / 해외 촬영 불가
 2. 극장 시장 축소에 따른 영향
 - 미개봉작 보유 및 시장 전망 불투명으로 투자 위축 : 제작투자 축소로 연계
 - 제작자와 투자자들의 수익 실현에 대한 불안감
 - 대체방안으로 OTT 부상 / 홀드백 파괴 현상 가속화
 - 수익 실현을 도모하는 제작단과 기존 유통 방식인 극장과의 갈등 점화
- ** 극장 중심 시장의 축소와 홀드백 기간 파고는 기존 방식의 붕괴를 의미

COVID-19로 인한 영화산업(3)

결국,

- 극장 시장 위축 → 개봉 지연 및 제작 투자 축소 → 제작 시장 위축
- 신작 개봉 감소 및 지연 → 관객 유입 요소 저하 → 극장 시장 위축의 악순환
- 연관 시장인 독립영화 / 지역 문화 부분까지 심각한 영향
: 창작 시장의 위축 / 다양성 붕괴

극장 플랫폼의 해체

- <테넷>
- 워너브라더스 흥행성적 공개 중단 (9.12)
이후 할리우드 텐트폴 영화 개봉여부 적신호
누적 월드와이드 : \$249 million
- 워너 브라더스
- <원더 우먼 1984>를 시작으로 <매트릭스 4>, <수어사이드 스쿼드 후속편>, <Dune> 등 총 17편의 영화를 극장과 HBO Max에서 동시에 개봉할 계획을 발표

극장 vs OTT

- 극장
폐쇄적 관람 환경, 대형 스크린, 압도적인 사운드, 다중 이용시설
- OTT
개방적 관람환경, 기술력 발전으로 공간대비 대형 스크린과 장중한 사운드 확보 가능, 개인적이거나 소규모 인원의 공간
- 홀드백 파괴

대립점

- 플랫폼 다변화에 따른 글로벌 시장 확장
<-> 열악한 투기 자본 등장
- 높아진 한국영화 위상
<-> 단순 카피 영화 유행
- 블록버스터 영화 선호
<-> 웰 메이드 작가영화 토양

포스트 코로나 시대의 영화 산업 전망

1. 극장과 온라인 플랫폼은 상호 보완적
- 극장의 대체 수단인 아닌 보완 수단으로서의 협력적 관계에서 상호 위치 확보 노력 필요
2. 글로벌 OTT 업체들의 자체 제작에 효율적 대응 필요 : 미디어 권력의 이동 가능
- 영화 콘텐츠의 역할 : 극장 중심의 시장 균형 일정정도 유지 필요
3. 극장에서 필수적으로 파악하는 콘텐츠의 강화 필요
- 영화적 가치와 장르적 특성을 가진 콘텐츠 제작
4. 독립영화 부문을 위시해서 소규모 커뮤니티 중심의 오프라인 관람 공동체 형성 등도 필요
: 창작 기반 활성화 및 유지에 필수
5. 영화 인력의 크로스오버와 타 장르와의 교류로 영상산업 전체의 질적 발전 도모 필요

중저예산 영화의 활성화

- 정책적 초점
중저예산 투자 펀드 확대
중저예산 영화의 배급과 상영을 활성화
- 유동 인프라 변화
위축된 상영관을 문화향유권을 위한 정책적 차원에서 임대 등의 방법으로 중저예산, 다양성 영화 유통



- 위기가 만들어 준 변화의 기회

고집했던 것을 발전적으로 변화시킬 시간

새로운 질서를 만들어야 하는 시간

전체를 돌아보고 서로 공조해야 할 시간

- 새로운 시대, 새로운 영화산업



감사합니다

2020
Hallyu Now
Regular Seminar

제2부

포스트 코로나
시대의 신한류,
위기를 기회로

토론 : 포스트 코로나 시대의 신한류

김영대 (음악평론가, 에스노뮤지컬로지 박사)

심두보 (성신여자대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)

최항섭 (국민대학교 사회학과 교수)

김영진 (영화진흥위원회 부위원장, 명지대학교 교수)

토론

포스트

코로나 시대의

신한류

김영대 (음악평론가, 에스노뮤지컬로지 박사)

심두보 (성신여자대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)

최항섭(국민대학교 사회학과 교수)

김영진(영화진흥위원회 부위원장, 명지대학교 교수)