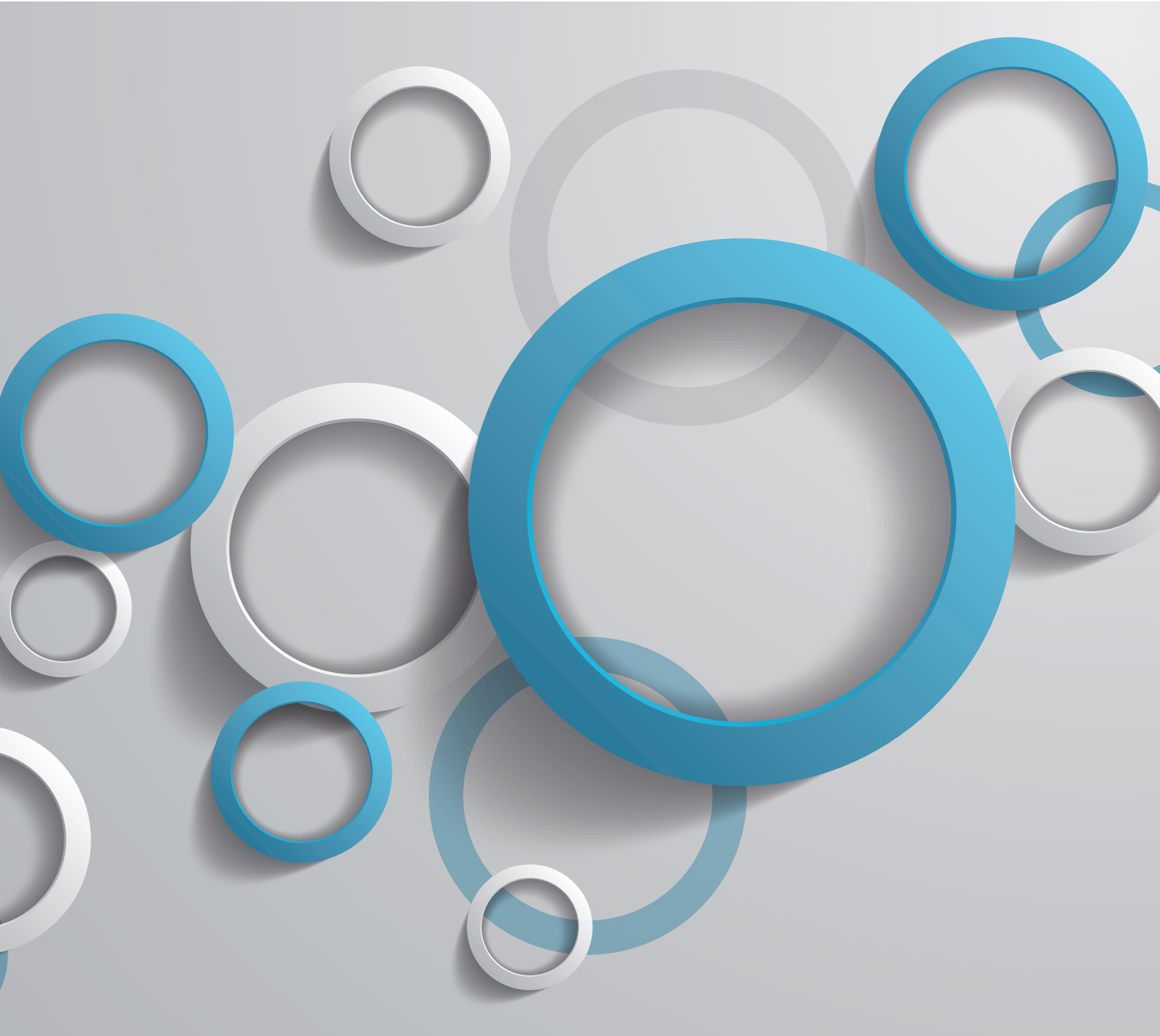


글로벌 한류 동향

Global Hallyu Issue 2015

98호



KOFICE

(재)한국문화산업교류재단
Korea Foundation for International Culture Exchange

CONTENTS_

2주간 한류핵심 이슈	04
I 국내 한류 동향	05
II 권역별 한류 동향_ 아시아	09
III 권역별 한류 동향_ 미주	13
IV 권역별 한류 동향_ 유럽	16
V 권역별 한류 동향_ 기타	17
[부록 1] 해외 한류 공연 현황	19
[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황	20

▣ 조사 개요

조사 지역 : 총 16개국

- 아시아(한국, 중국, 일본, 베트남, 필리핀, 말레이시아, 인도네시아, 홍콩)
- 미주(미국, 멕시코, 칠레)
- 유럽(프랑스)
- 기타(이란, 터키, 니카라과, 아랍에미리트)

조사 방법

- 재단 해외 통신원 소식, 국내·외 언론 보도, 기타 보고서 등

조사 내용

- 드라마, K-Pop, 영화, 한류-관광, 한류-경제, 한류-문화예술, 한류-전통문화 등

조사 기간

- 2015.10.22~2015.11.5(2주)

※ 문의 : 한국문화산업교류재단 조사연구팀(02-3153-1786)

※ 발행인 : 김덕중 사무국장

※ 편집위원 : 남상현 박사, 김아영 연구원, 김노영 연구원, 권문정 연구원

2주간 한류 핵심 이슈

○ 월스트리트저널, 한류 관련 연구에 주목('15.11.1)

- 한국 콘텐츠 인기 상승과 함께 한류에 대한 학계의 학문적 탐구 증가
- “K-Pop을 좋아하는 헤비메탈 팬들에 관한 연구”, “아이돌 그룹의 춤을 흉내 내는 팬들의 공생 및 기생에 관한 연구” 등 활발*
- <강남스타일> 이후 보건경제학 등 타 학문 분야에서의 한류 콘텐츠 연구 증가, 지속가능한 한류를 위한 다채로운 연구 기대
 - * 제3회 세계 한류학회 월드콩그레스 in 두바이 발표 주제 중 일부

○ 김치·불고기, 해외 한류팬이 가장 좋아하는 한식으로 선정('15.11.2)

- 한국문화산업교류재단, ‘세계가 바라보는 한식’을 주제로 설문조사 실시
- 국가별·지역별 특성 고려한 한식 세계화 전략 및 한식 생산자와 현지 소비자 간 간극 최소화 위한 민·관 공동 노력 필요

※ 한국문화산업교류재단, ‘세계가 바라보는 한식’ 설문조사 주요 내용

- 조사 기간 : ‘15.9.1~’15.10.30(2개월)
- 조사 방법 : 미국, 벨기에, 호주, 일본 등 14개국 15개 도시*에서 현지인 한류자문단** 139명 대상으로 집단심층면접 (Focus Group Interview) 진행
 - * 일본, 중국, 홍콩, 대만, 호주, 이란, 우즈베키스탄, 베트남, 미국, 브라질, 아르헨티나, 멕시코, 러시아, 벨기에
 - ** K-Pop, 드라마, 영화 등 한국 문화를 좋아하는 현지 외국인 한류 팬클럽 대표
- ① FGI 결과, ‘한식’ 하면 떠오르는 대표 음식으로 ‘김치’ 선정. 이어 비빔밥, 떡볶이, 삼겹살, 김밥 순으로 집계
- ② 베트남 당티농 씨는 한국 대표 음식으로 김치를 선택한 것과 관련, “한국은 베트남에서 김치의 나라로 소개되는 경우가 많다”며 “한국 영화, 드라마에서 한국 음식이 많이 등장”한다고 언급. 해외 한류 팬들은 한국 드라마와 예능 프로그램에 등장하는 한식을 통해 한식에 대한 이미지를 형성하고 있으며, 이에 대한 호감도가 비례한다고 응답
- ③ 한편 육류 소비 국가인 아메리카 대륙과 돼지고기를 금기시하는 이슬람 국가 등에서 불고기와 갈비에 대한 선호도가 뚜렷하게 나타남. 국가별 식습관 또는 식문화가 현지국 내 인기 한식을 결정짓는 요인으로 작용함을 확인할 수 있음
- ④ 국가별·지역별 특성을 고려한 한식 조리법의 개발 및 표준화와 함께 한식 생산자와 현지 소비자 간 간극을 최소화 하는 민·관의 공동 노력 필요

1. 국내 한류 동향

1 한류 업계 및 한류스타

○ 한류스타들 국외 콘서트 및 팬미팅 개최(부록 1 참조)

- 총 9회* 공연 개최
- * 해외 진출 : 일본 5회, 중국 2회, 대만·태국 각 1회

○ 씨그널엔터테인먼트*, 중국 내 한류 아카데미 사업 개시('15.10.23)

- 파주 한류트레이닝센터**, 중국 풍화국운과 업무 제휴
- 가수 더원 영입, 베이징 내 아카데미 사업 예정
- * 씨그널엔터테인먼트 : 종합엔터테인먼트 그룹. '91년 씨그널정보통신을 전신으로 '15년 유니언아이엔엠, 에스박스미디어컴퍼니와 합병계약 체결
- ** 한류트레이닝센터 : 한류스타를 꿈꾸는 국내외 교육생 트레이닝 기관. 싸이, 빅뱅, 동방신기, EXO 등 K-Pop 스타를 트레이닝한 교수진으로 구성. '14년 설립

○ 드라마 <라이더스: 내일을 잡아라>, 미주-홍콩 선판매('15.10.23)

- 미국 VIKI*, 홍콩 Now TV**에 방영권 판매 확정
- * 비키(VIKI) : 미국 글로벌 영상 플랫폼. 한국 드라마 부문 시장 점유율 약 40%. '10년 설립
- ** Now TV : 홍콩 통신사 PCWW의 IPTV 플랫폼. 자사 채널 중 2개 채널에서 한국 드라마 방영

작품명	연출/출연	기획	내용
라이더스 : 내일을 잡아라	<ul style="list-style-type: none"> • 연출 : 최도훈 • 출연 : 이청아, 김동욱 등 	티캐스트	자전거로 만든 인력거를 소재로 서른을 앞둔 사회 초년생들이 그리는 현실공감형 성장 로맨스 드라마

2 한류-산업 연계

○ 한국콘텐츠진흥원, 한류 빛낸 장르별 대표 콘텐츠 선정('15.10.23)

- '2015년 제1차 K-컬처 정책포럼' 개최
- 장르별 대표 한류콘텐츠 발굴, 한류의 지속 성장 및 확산 방안 모색

※ 한국콘텐츠진흥원, '2015 제1차 K-컬처 정책포럼' 주요 내용

- ① 방송, 게임, 출판만화, 웹툰, 애니메이션·캐릭터, 음악, 공연 등 7개 장르를 대상으로 분야별 전문가 10인의 심층 조사와 일반인 1,000여명의 선호도 조사 결과 합산, 각 장르별 상위 5개 콘텐츠 선정·발표

분야	상위 5개 콘텐츠
방송	<대장금>, <겨울연가>, <별에서 온 그대>, <가을동화>, <런닝맨>
음악	싸이, 빅뱅, 소녀시대, 동방신기, 보아
공연	<난타>, <명성황후>, <점프>, <광화문 연가>, <비보이를 사랑한 발레리나>
게임	<리니지>, <크로스파이어>, <던전앤파이터>, <메이플스토리>, <모두의 마블>
애니메이션/캐릭터	<뽀롱뽀롱 뽀로로>, <뿌까>, <라바>, <로보카폴리>, <아기공룡 둘리>
출판만화	<열혈강호>, <풀하우스>, <궁>, <공포의 외인구단>, <프리스트>

- ② 또한 최종일 아이코닉스 대표(애니메이션/캐릭터), <열혈강호> 전극진·양재현 작가(만화), 박재복 MBC 부장(방송), 심민규 NC소프트 상무(게임) 등 각계 전문가들이 참석해 장르별 대표 콘텐츠의 산업적 의의를 논의하고, 한류의 지속 확산 전략 모색

※ (주최) 한국콘텐츠진흥원 (후원) 네이버문화재단

○ 국내 주요 기업 참여하여 '미르재단' 출범('15.10.27)

- 삼성·SK·LG·아모레퍼시픽 등 16개 기업 약 490억 출연
- 음식, 의류, 화장품, 라이프스타일 등 신한류 확산 위한 사업 추진 예정

3 한류-관광 연계

○ 전남도, '남도 여행 한류 홍보관' 운영('15.10.26)

- 광주시-공항공사-관광공사-한국방문위원회, 무안국제공항 내 배우 연정훈·정겨운의 남도여행 사진·영상·여행코스 등을 활용한 체험관 조성
- 중국인 관광객의 무안국제공항 이용 증가 추세*, 전남 지역 여행 콘텐츠 홍보 효과 기대
- * '12년 3,400여 명 → '13년 23,000여 명 → '14년 3만 2,000여 명

○ 엔터투어먼트*, '롯데면세점 패밀리 콘서트'** 개최('15.10.24~25, 올림픽공원 체조경기장)

- 싸이, EXO, 보아, 에픽하이, 레드벨벳, 혁오 등 출연
- 중국·일본·동남아 등 외국인 관광객 약 1만 명 유치

- 롯데면세점, 한국체육산업개발과 업무협약 체결('15.10.24), 연 2회 잠실 올림픽 체조경기장 내 패밀리콘서트 정례화 협의
 - ※ (공동주최) 롯데면세점, 한국관광공사
 - * 엔터투어먼트 : Entertainmanet와 Tour의 합성어로 롯데면세점이 발표한 마케팅 전략. 쇼핑투어에 한류 콘텐츠를 결합해 한국 문화를 즐기면서 쇼핑하도록 돕는 마케팅 기법
 - ** 패밀리 콘서트 : 한류 문화 확산 및 외국인 관광객 유치를 위한 롯데면세점의 K-Pop 콘서트. '06년 시작

○ 신세계그룹, 남대문 시장 내 'K-푸드 스트리트' 조성('15.11.5)

- '도깨비야(夜)! 시장에서 놀자'* 사업 추진, 한류 음식 개발, 외국인 관광객 전용 라운지 조성을 통한 한류 먹거리 골목 구현
- 중소기업청, 남대문시장상인회, 중구청, 서울시와 함께 하는 민관협력 프로젝트로 중소기업 및 지역 상권과 상생 모델 기대
 - * 홍콩 '템플스트리트 야시장', 대만 '사림야시장' 벤치마킹

4 한류-한국문화 연계

○ 김치·불고기, 해외 한류팬이 가장 좋아하는 한식으로 선정('15.11.2)

- 한국문화산업교류재단, '세계가 바라보는 한식'을 주제로 설문조사 실시
- 국가별·지역별 특성 고려한 한식 세계화 전략 및 한식 생산자와 현지 소비자 간 간극 최소화 위한 민·관 공동 노력 필요

※ 한국문화산업교류재단, '세계가 바라보는 한식' 설문조사 주요 내용

- 조사 기간 : '15.9.1~'15.10.30(2개월)
- 조사 방법 : 미국, 벨기에, 호주, 일본 등 14개국 15개 도시*에서 현지인 한류자문단** 139명 대상으로 집단심층면접 (Focus Group Interview) 진행
 - * 일본, 중국, 홍콩, 대만, 호주, 이란, 우즈베키스탄, 베트남, 미국, 브라질, 아르헨티나, 멕시코, 러시아, 벨기에
 - ** K-Pop, 드라마, 영화 등 한국문화를 좋아하는 현지 외국인 한류팬클럽 대표
- ① FGI 결과, '한식' 하면 떠오르는 대표 음식으로 '김치' 선정. 이어 비빔밥, 떡볶이, 삼겹살, 김밥 순으로 집계
- ② 베트남 당티능 씨는 한국 대표 음식으로 김치를 선정한 것과 관련, "한국은 베트남에서 김치의 나라로 소개되는 경우가 많다"며 "한국 영화, 드라마에서 한국 음식이 많이 등장"한다고 언급
- ③ 해외 한류 팬들은 한국 드라마와 예능 프로그램에 등장하는 한식을 통해 한식에 대한 이미지를 형성하고 있으며, 이에 대한 호감도가 비례한다고 응답
- ④ 한편 육류 소비 국가인 아메리카 대륙과 돼지고기를 금기시하는 이슬람 국가 등에서 불고기와 갈비에 대한 선호도가 뚜렷하게 나타남. 국가별 식습관 또는 식문화가 현지국 내 인기 한식을 결정짓는 요인으로 작용함을 확인할 수 있음
- ⑤ 국가별·지역별 특성을 고려한 한식 조리법의 개발 및 표준화와 함께 한식 생산자와 현지 소비자 간 간극을 최소화 하는 민·관의 공동 노력 필요

5 기타

○ ‘K-Pop 월드 페스티벌 인 창원’* 개최(‘15.10.30, 창원 종합운동장)

- 총 67개국 84개 지역 글로벌 예선 거쳐 14개국 팀 본선 경연
 - 샤이니, 포미닛, EXID, VIXX, 방탄소년단 등 한류스타 공연
 - 영국 팀, 베트남 팀, 우루과이·핀란드 팀 각각 보컬·퍼포먼스·인기상 부문 수상, 나이지리아 팀 대상 수상(1,200만 원 상금 수여)
 - KBS월드 통해 페스티벌 실황 전 세계 100여 개국 송출
- ※ (공동주최) 외교부, 창원시, 해외문화홍보원 (후원) BNK금융그룹, 경남은행

II. 권역별 한류 동향 - 아시아

1 중국

영화

○ 송지효, 중국 영화 <초급패체> 캐스팅('15.10.29)

- 중국 지메이필름이 제작하는 한국-중국-프랑스 합작 코믹 액션 영화

배우	작품명	감독/출연	내용
송지효*	초급패체 (变身花美男)	• 감독 : 쑹샤오 • 출연 : 송지효, 천허, 데이비드 벨 등	

* 송지효 : 씨제스엔터테인먼트 소속. 예능 프로그램 <런닝맨>, 영화 <자칼이 온다> 등 출연

기타

○ 배우 김희선·주원, 아시아 인기 배우상 수상('15.11.3, 베이징 공인체육관)

- 중국 동방시상식, 연예·패션 분야 최고 영향력 스타로 김희선·주원 주목
- 김희선 중국 드라마 <환성> 출연 예정, 주원 영화 <그놈이다>로 현지 인기몰이

2 일본

드라마

○ 웹드라마 <시크릿 메세지> 일본 내 방영('15.11.2)

- CJ E&M, 일본 종합엔터테인먼트사 AMUSE INC(아뮤즈), 글로벌 메신저 LINE(라인) 공동 제작 프로젝트

작품명	감독/출연	내용
시크릿 메세지	<ul style="list-style-type: none"> • 기획 : 이승훈 • 감독 : 박명천, 유대얼 • 출연 : 최승현(빅뱅 탑), 우에노주리 등 	서로 다른 삶을 살던 한국 남자 ‘우현’과 일본 여자 ‘하루카’가 첫사랑의 아픔을 극복하고 새로운 사랑을 찾아가는 이야기

영화

○ 제28회 도쿄국제영화제*, 한국 영화 출품(‘15.10.22~10.31)

부문	작품명	감독/출연	내용
World Focus	지금은 맞고 그때는 틀리다	<ul style="list-style-type: none"> • 감독 : 홍상수 • 출연 : 정재영, 김민희 등 	영화감독 함준수와 화가 윤희정의 우연한 만남과 헤어짐을 그린 영화
Asian Future	내 심장을 쏴라	<ul style="list-style-type: none"> • 감독 : 문제용 • 출연 : 여진구, 이민기 등 	정신병원에서 만난 스물다섯 동갑내기 두 청년이 인생을 위해 끊임없이 도전하는 스토리를 담은 영화

* 도쿄국제영화제(Tokyo International Film Festival) : 아시아에서 가장 오래된 영화제 중 하나이며 대표적인 영화제. 일본의 영화 진흥 기구인 유니재팬에서 주관

기타

○ 아시아 드라마의 향연, ‘제10회 아시아드라마컨퍼런스’* 개최(‘15.11.3~7, 기타큐슈시)

- ‘텔레비전(TV) 드라마의 국가별 트렌드와 인기요인’을 주제로 한·중·일 대표 작가 및 제작자 200여 명 참석
- ‘아시아 문화교류 특별 표창’ 수상자로 배우 지성, 드라마 <올인> 유철용 감독, 중국 씨아시오원 감독, 일본 유민(후에 키유우코) 등 6인 선정

* 아시아드라마컨퍼런스 : 아시아 유명 방송작가, 배우, 제작자가 참여하는 드라마 전문 컨퍼런스. ‘06년 시작

※ (주최) 한국문화산업교류재단 (후원) 문화체육관광부

3 베트남

K-Pop

○ 베트남 언론 MỘT THẾ GIỚI(하나의 세계), K-Pop의 성공 요인 분석(‘15.10.11)

- ‘K-Pop의 무엇이 성공을 만드나’라는 제목의 기사 보도
- 다방면에서 재능을 보이는 K-Pop 스타들의 활약, 반복되는 리듬과 단순한 춤동작을 성공 요인으로 지목

※ 'K-Pop의 무엇이 성공을 만드나'(Những điều làm nên thành công của Kpop)

- ① 한국 여성 가수들은 성형에 의지해 외모를 만들지만 이들의 매력적인 외모는 K-Pop 팬을 만드는 부정할 수 없는 요소
- ② 남성 가수의 경우 붉은 입술, 스포츠로 단련된 몸을 지니고 있으며, 이들은 노래뿐만 아니라 연기, 모델, 패션 디자인 등 다양한 분야에 진출해 있어 베트남 내 팬층 확보에 도움을 주고 있음
- ③ 또한 K-Pop은 반복되는 리듬을 활용해 듣는 이로 하여금 음악을 쉽게 기억하게 만들며, 단순한 춤동작으로 팬들의 관심을 끌고 있음

기타

○ 하노이대학교 한국어과, '2015 한국문화주간' 개최('15.10.12~16, 하노이대학교)

- 김치부침개, 떡볶이, 김밥 등 한식 및 한국 화장품 판매, 한국 전통 상품·한국 관광지 전시, 한국 영화 상영* 등으로 구성
- 한복 체험의 경우 낡은 옷이 활용되고 있어 행사 진행 시 한국 문화 아이템의 업그레이드 필요
- * <기술자들>, <피끓는 청춘>, <아저씨> 등 상영

4 기타

○ (필리핀) 세종학당, 한글문화 한마당 행사 개최('15.10.9, 자카르타 물리아 호텔)

- 한글날 기념, 세종학당 수강생 대상으로 한국 문화의 올바른 이해 구현 목적
- 한글 멋글씨 쓰기 대회, 한복 입어보기, 전통혼례 체험, 송편 빚기, 꿀떡 만들기 등 진행

○ (말레이시아) 'Korean Lifestyle Road Show' 개최('15.10.16~18, 버자야 타임즈스퀘어)

- 한국 음식관(신라면, 빼빼로 등 전시), 한국 문화관(안동 하회마을, 전주 한옥마을 사진 소개), 한복 체험 등으로 구성

○ (인도네시아) 'Global K-Food Fair 2015'* 개최('15.10.16~18, 자카르타 물리아 호텔)

- 'Let's eat K-FOOD'라는 슬로건 아래 국내 농식품 기업·현지 37개 업체 48명 바이어 참여, 150여 건 상담 진행, 1,500만 불 상담실적 기록
- 한-인도네시아 수교 42주년 기념 '우정의 42m 김밥말이 세레모니', '매운 떡볶이 빨리 먹기 대회', 할랄인증제품 활용한 시식행사 등 진행
- ※ (주최) 농림축산식품부, aT한국농수산물공사

KOFICE NOTE

인도네시아는 전체 인구 2억 5천만 명 중 87%가 무슬림으로 구성되어 있으며, 할랄식품시장 규모는 '12년 기준 1,970억 달러 전체 할랄식품시장의 18.1%를 차지하는 최대 할랄식품시장국. 특히 이번 행사에는 인도네시아 할랄인증기관인 MUI(Magelis Ulama Indonesia)와 인도네시아 식약청 BPOM(Badan Pengawas Obat dan Makanan)이 참여해 할랄 인증제도 정책과 수입식품 등록제도에 대해 설명하는 K-Food 할랄 세미나를 개최하고, 한국의 할랄식품에 대한 현지인의 인식 제고 기회를 마련.

본 행사를 통해 그동안 할랄 인증을 받지 않았다는 이유로 이슬람권 및 인도네시아에서 저평가를 받아 온 한국 식자재 및 음식들이 현지에 뿌리 내릴 수 있는 발판을 마련할 것으로 보임. 쌀밥을 주식으로 하는 식문화, 삼발(sambal)이라 불리는 고추 양념을 즐기는 인도네시아인의 식습관에 착안해 양국 간 식품 교류 활성화 추진에 힘써야 할 것

○ (홍콩) 쇼핑몰 '신화 중심' 내 한국 상품 인기('15.10.28)

- 한류스타 엽서, 브로마이드, 다이어리, 열쇠고리 등 한류 굿즈(Goods)뿐만 아니라, 한국 의류, 액세서리, 화장품, 문구 등 다양한 한국 상품 판매
- 한국 아이돌이 모델로 기용된 한국산 미용렌즈 현지 인기

Ⅲ. 권역별 한류 동향 - 미주

1 미국

K-Pop

○ 빌보드, 21세 이하 영향력 있는 신인 아이돌 그룹으로 세븐틴 선정('15.10.31)

- '2015 21 Under 21'* 내 아시아 가수로 유일하게 18위 선정
- 선정 이유로 월드앨범 차트 선전, 멤버들의 프로듀싱 역량 언급

* 21 Under 21 : 빌보드가 전 세계에서 활동하는 21세 이하 가수 중 가장 영향력 있는 가수를 꼽는 차트. 매년 21팀 선정

○ 싸이 <행오버>*, 미국에서 가장 많이 본 K-Pop 뮤직비디오 등극

- 빌보드, '2014 미국 유튜브 조회수' 집계
- 싸이 <행오버>, EXO <중독>, GDX태양 <굿보이> 각 1~3위 기록

* '14년 6월 유튜브 채널 통해 공개. 미국 서부 힙합 아티스트 스눕독이 피처링을 맡아 화제를 모음

영화

○ 쇼박스, 미국 스튜디오 '블룸하우스'와 합작 계약 체결('15.10.01)

- 쇼박스, 블룸하우스*-아이반호 픽처스**와 파트너십 계약 체결
- 쇼박스·블룸하우스, 향후 5년간 6편의 한국 스릴러·공포 영화 공동 기획 및 개발 예정. 아이반호, 제작비 전액 투자
 - * 블룸하우스 : 미국 영화제작사. <파라노말 액티비티>와 <인시디어스> 시리즈 등 스릴러·공포 영화 및 예술영화 <위플래쉬> 제작
 - ** 아이반호 픽처스 : 북미·아시아 시장에 중점을 둔 제작·투자사

KOFICE NOTE

지난 3월 쇼박스는 중국 대표 영화사 화이브라더스와의 파트너십 계약을 통해 3년간 6편 이상의 영화를 제작·개발하는 합작 프로젝트를 추진. 중국의 입맛을 맞춘 영화를 제작함으로써 성공적인 중국 진출을 도모

이번 파트너십에서는 스릴러와 같은 장르영화에 특화된 블룸하우스와의 합작을 통해 장르영화 시장을 선점하려는 것으로 보임. 쇼박스는 해외 영화사와의 합작 프로젝트를 통해 글로벌 시장 진출 기반을 마련하고, 다양한 소재의 영화를 발굴하고 있음. 적극적 진출 전략을 펼치는 쇼박스가 글로벌 시장 내 영향력을 발휘할 수 있을지 향후 행보가 주목됨

기타

○ ‘제3회 미주 한국국악경연대회’(15.10.10, 할리우드 반스달 극장)

- 한국 문화에 대한 자긍심 고취, 예비 국악인 발굴·지원 통한 국악 전통 계승 및 발전 목적
- 판소리 손양희, 해금 박영안, 국악 작곡·지휘 김지형, 한국무용 박경량 등 국내 국악 전문가 11명 심사위원으로 위촉
- 총25팀 참가, 기악·무용·판소리·사물놀이 등 다양한 종목 경쟁
- ※ (주최) 미주한국국악경연대회 조직위원회 (주관) 미주예술원 다루

○ 월스트리트저널, 한류 관련 연구에 주목(15.11.1)

- 한국 콘텐츠 인기 상승과 함께 한류에 대한 학계의 학문적 탐구 증가
- “K-Pop을 좋아하는 헤비메탈 팬들에 관한 연구”, “아이돌 그룹의 춤을 흉내 내는 팬들의 공생 및 기생에 관한 연구” 등 활발*
- <강남스타일> 이후 보건경제학 등 타 학문 분야에서의 한류 콘텐츠 연구 증가, 지속가능한 한류를 위한 다채로운 연구 기대
- * 제3회 세계한류학회 월드콩그레스 in 두바이 발표 주제 중 일부

※ 월스트리트저널, ‘한류, 이제 학문적 연구 대상?’ 보도 주요 내용

- ① 최근 수년간 K-Pop, 한국 드라마 등 한류 콘텐츠의 인기를 학술 연구 소재로 삼는 학자들이 늘어나고 있으며, 특히 한국학 연구자 중 한류 관련 연구를 학술지에 등재하는 사례가 증가
- ② 한국 민속음악을 연구했던 키스 하워드 교수(영국 런던대 동양·아프리카지역학대학, SOAS)는 1999년 유럽한국학회(AKSE) 연계 학술회의에서 한국 발라드 가요에 대한 논문을 발표했을 당시 동료 학자들에게 연구에 부적합하다는 비판을 들은 바 있음
- ③ 그는 이런 비판에도 불구하고 한류 콘텐츠를 지속적으로 연구했으며, ‘15년 초 발표한 논문에서는 싸이의 <강남스타일>에 대해 “모방의 힘을 실제화 하고, 오리엔탈리즘을 뒤집었다”고 평함
- ④ 세계한류학회는 <강남스타일>의 히트 직후 만들어졌으며, 한류 현상은 학문적 접근 이외에도 학계의 관심을 얻고 있는 것은 분명함. 보건경제학 분야 석학 라인하르트 교수(프린스턴대 경제학과)는 세계 경제의 침체로 경제학자들의 무지가 드러나 경제학 대신 근 6년간 매일 시청한 한국 드라마를 가르치고 있으며, 한국 드라마 속의 상투적인 설정들을 분석
- ⑤ 각국 학자들은 ‘강남스타일 뮤직비디오를 통한 주거지역의 재해석’, ‘한·일 걸그룹의 평균 키와 인기의 상관관계’ 등을 새로운 연구 대상으로 삼고 있음. 반면 클라크 소련슨 교수(미국 워싱턴주립대 부설 한국학센터 소장)는 젊은 학자들이 한류 연구에 관심을 보이는 건 이해하나, “어디까지나 개인적인 의견이지만, K-Pop은 예술적 관점에서 볼 때 형편없다”고 언급
- ⑥ 한편 석학들조차 설명할 수 없는 부분은 한국 드라마의 등장인물이 두통, 스트레스와 같은 경미한 증상으로 고가의 병원 치료를 받는 설정. 라인하르트 교수는 “한국 드라마에선 수요의 가격탄력성이 통하지 않는 것 같다”고 평함

○ 한국관광공사, ‘뉴욕 한국문화관광대전’ 개최(15.10.23, 맨해튼 타임스퀘어)

- 메르스 여파 극복을 위한 해외 관광대전으로 영국, 태국에 이어 세 번째 개최
- ‘K타이거즈’ 태권도 공연, 한식·뷰티·의료관광 등 18개 체험 부스 및 2018 평창동계올림픽 홍보 부스 마련
- 뉴욕한국문화원, 한국농수산식품유통공사, 보건산업진흥원, 한국 여행사 및 항공사, 일반인 관람객 약 5만 명 참석

2 기타

○ (멕시코) 멕시코 마리끌레르, 한국 대중문화 소개('15년 10월호)

- “한류 속을 서핑하며”라는 제목의 기사 게재
- 전 세계의 이목을 집중시키는 문화 도시로 서울 언급
- 빅뱅, 본촌 치킨, ‘뿌까’ 등 K-Pop에서 캐릭터까지 다양한 한국 문화 소개

※ 멕시코 마리끌레르, ‘한류 속을 서핑하며(Surfeando la ola coreana)’ 주요 내용

- ① 대중문화로 전 세계의 이목을 집중시키는 서울은 주목할 만한 도시. 서울은 2016년 샤넬 컬렉션 개최 장소로 선택된 곳이자 ‘강남스타일’ 그 이상의 도시
- ② 소녀시대는 K-Pop 시장에서 싱글 앨범 약 3천만 장, 정규 앨범 4천 4백만 장의 판매고를 기록한 슈퍼파워 그룹. 같은 그룹의 윤아와 빅뱅의 태양, 지드래곤은 샤넬 2016 패션쇼에 참가
- ③ 한편 아시아·미국 내 롯데리아, 치킨 본촌 등이 활약하고 있으며, 중국 캐릭터인 줄 알았던 ‘뿌까’가 한국에서 탄생한 것이 매우 놀라움
- ④ 한국 여성들의 아름다움의 비결은 달팽이, 해초 등에서 얻은 천연 재료를 이용한 화장품을 사용하는 데 있으며, 이러한 고기능 화장품이 멕시코와 전 세계에서 인기를 얻고 있는 요인
- ⑤ 또한 한국식 아름다움은 외면뿐만 아니라 내면을 함께 관리해야 하며, 몸에 독소가 쌓이지 않는 음식 섭취, 일정한 운동, 술과 흡연을 멀리해야 함

○ (칠레) 홍상수 감독 <지금은 맞고 그때는 틀리다>, ‘발디비아 국제영화제’* 초청('15.10.5~10.11, 칠레 발디비아)

- 아시아 영화 3편 중 1편으로 소개

* 발디비아 국제영화제(Valdivia International Film Festival) : 전 세계 독립, 예술영화, 제3세계 영화들을 소개하는 영화제. '93년 시작

IV. 권역별 한류 동향 - 유럽

1 프랑스

○ 아시아 문화 페스티벌 ‘Animasia’* 개최(‘15.10.10~11, HANGER 14)

- ‘한불 상호교류의 해’ 일환, 한국 주빈국으로 참석
- 드라마 <오 나의 귀신님>, 영화 <괴물> 등 한류 콘텐츠 프랑스어 자막으로 상영, 한국어 입문, 한국 퀴즈, K-Pop 코너** 등 구성
- 한국문화산업교류재단 ‘K-Pop Dance Battle’ 인기리 진행

* Animasia : 매년 프랑스에서 열리는 아시아 문화 축제. ‘05년 시작

** 프랑스 남서부 지역 최대 한류 커뮤니티 KDM(Korea Dance Move) 담당. ‘11년 출범

V. 권역별 한류 동향 - 기타

1 이란

- ‘한글로 디자인한 T-셔츠 공모전’ 개최(‘15.10.5, 테헤란 세종학당)
 - 120여 점 접수, 우수작 12개 선정 후 11월 중순 시상식 개최
 - 최고상· 으뜸상 수상작, 2015 테헤란 세종학당 단체 티셔츠로 제작·배포 예정
 - ※ (주최) 테헤란 세종학당, 주이란 한국대사관

- 한국 사극 <제왕의 딸, 수백향> 인기리 재방영(‘15.10.28)
 - <제왕의 딸, 수백향>, 오전·오후 현지 재방영 중
 - 고난과 역경을 극복한 성공 스토리를 선호하는 이란 시청자 성향 반영

작품명	연출/출연	방영사	내용
제왕의 딸, 수백향*	<ul style="list-style-type: none"> • 연출 : 이상엽, 최준배 • 출연 : 서우, 조현재 등 	채널5	백제 무령왕의 딸인 수백향의 일대기를 다룬 드라마

* 영문명 : The King's Daughter, Soo Baek-Hyang

KOFICE NOTE

이란은 타국 대비 영화 또는 드라마 텔레비전 시청률이 높은 편. 다른 이슬람 국가와 달리 호텔 내에서도 주류를 판매하지 않을 정도로 보수적이며, 저녁 식사 시간대에 가족들이 함께 모여 텔레비전을 시청하는 것이 보편적. 따라서 저녁 식사 시간은 황금 시간대로 드라마 간 경쟁률이 높음.

한편 한국에서 선풍적인 인기를 얻었던 사극 <해를 품은 달>의 이란 내 성적은 다소 저조했음. 이는 남녀 간의 사랑 이야기를 다룬 애정 드라마보다는 <대장금>, <주몽> 등과 같이 고난과 역경을 극복하고 자수성가 하는 내용을 담은 드라마 내용이 현지인의 정서에 맞아 떨어졌기 때문인 것으로 분석됨

2 기타

○ (터키) ‘오늘은 한국의 날’ 행사 개최(‘15.10.10, 이스탄불 베이켄트 대학교)

- 한국문화산업교류재단 해외 커뮤니티 활동 지원 사업 일환
- ‘한국을 사랑하는 사람들의 모임(Kore Severler Toplulugu)’ 행사 진행, 한국유학 컨설팅, 한-터 청년들의 무대공연 등 개최
- 베이켄트 대학 교수 및 한-터 관계자 약 1,000명 참석, 터키국영방송 TRT, 베이켄트 대학 TV, KTV 국민방송 등 다수 언론 취재
- ※ (주최) 한국문화산업교류재단 (후원) 매거진 WE(터키 한인 잡지), 세계한민족여성네트워크(KOWIN) 터키 지부

○ (니카라과) 주니카라과대사관, ‘한국, 어디서나 가깝게’ 행사 개최(‘15.10.29~11.5 니카라과)

- ‘한국-니카라과 우호 주간’(10.29~11.4)으로 한국 문화 소개 프로그램 진행
- 태권팝, 한국의 맛과 멋, 한국 영화의 날, 한국어 말하기 대회로 구성

KOFICE NOTE

주니카라과대사관에 따르면, 니카라과는 중남미 지역 내 한류가 비교적 늦게 전파됐으나, 최근 6개의 팬클럽이 생성된 지역(총 회원 수 약 5천 명). 또한 90여 개 도장에서 약 4,500명이 태권도를 수련 중. 니카라과국립대는 ‘14년 3월부터 한국어 강좌를 개설해 연간 150명의 수강생을 배출(주니카라과대사관, 2015.11.1). 쿠바, 브라질에 이어 향후 중남미 내 새로운 한류 진원지로서의 역할 기대

○ (아랍에미리트) 중동 콘텐츠 시장 진출(‘15.11.3~4, 두바이 컨벤션센터)

- 중동 최대 콘텐츠 마켓 ‘빅 엔터테인먼트 쇼’ 내 한국공동관 운영
- 한류 콘텐츠 쇼케이스 공연, 한류 국제학술대회 진행

※ 문화체육관광부·한류기획단, ‘빅 엔터테인먼트 쇼’ 내 한국공동관 운영 주요 내용

- ① 한국 애니메이션, 캐릭터, 게임, 교육 등 국내 우수 콘텐츠 기업들이 참가하는 한국공동관(K-Content in Dubai) 운영
- ② MBC, CJ E&M, SBS, 부즈클럽 등 국내 우수 콘텐츠 기업 15곳, 전 세계 28개국 구매자들과 수출 상담 진행
- ③ ‘글로벌 문화로서의 한류와 지역 문화 사이의 소통과 전파’라는 주제로 제3회 한류국제학술대회 개최, 전 세계 14개국 30여 명 한류학자 참석. ‘글로벌 문화로서의 한류와 지역 문화 사이의 소통과 전파’, ‘이슬람 국가인 말레이시아에서의 한류’, ‘북한에서의 한류’, ‘한류 콘텐츠로서의 인디힙합’ 등 다양한 연구결과 발표

[부록 1] 해외 한류 공연 현황

('15.10.24~11.3)

한류스타	일시	장소	티켓 가격	비고
장근석 (콘서트)	'15.10.24	중국 (상하이, International Gymnasticsn Center)	CNY 380~1,280 (한화 약 6만 8천 원~22만 9천 원)	•약 2천5백 명 규모
티아라 (콘서트)	'15.10.24	중국 (허페이, Hefei Sports Center)	CNY 380~1,280 (한화 약 6만 7천 원~22만 9천 원)	•약 1천4백 명 참석
위너 (콘서트)	'15.10.25	일본 (홋카이도, Sapporo Hall)	JPY 7,900 (한화 약 7만 4천 원)	•약 2천 명 규모
원더걸스 (팬미팅)	'15.10.31	태국 (방콕, Chaengwattana Hall)	THB 1,500~4,500 (한화 약 5만 원~14만 원)	•약 2천 명 참석
김영광 (팬미팅)	'15.10.31	일본 (오사카)	-	-
EXO (콘서트)	'15.10.31 ~11.2	일본 (후쿠오카, Fukuoka Marine Messe)	JPY 10,000~16,000 (한화 약 9만 3천 원~14만 9천 원)	•1만 5천 석 규모
	'15.11.6~8	일본 (도쿄, Tokyo Dome)		•약 5만 석 규모
걸스데이 (쇼케이스)	'15.11.2	대만 (타이페이, TICC)	-	•약 2천 명 참석
강지환 (팬미팅)	'15.11.3	일본 (카와사키)	-	•약 2천 명 참석

[부록 2] 한류 관련기업 주가 현황

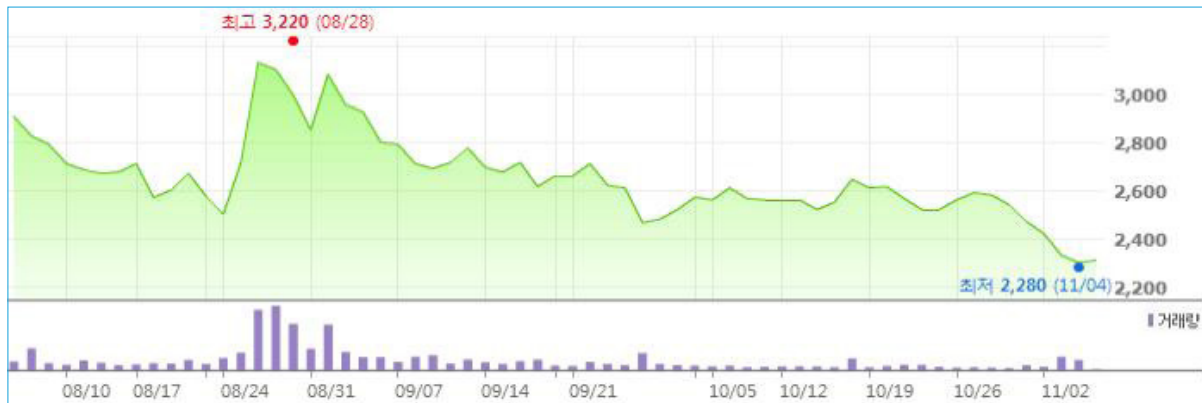
(‘15.8.10~11.2)

엔터테인먼트 업계 (11개사)

초록뱀



IHQ



키이스트



CJ E&M



팬엔터테인먼트



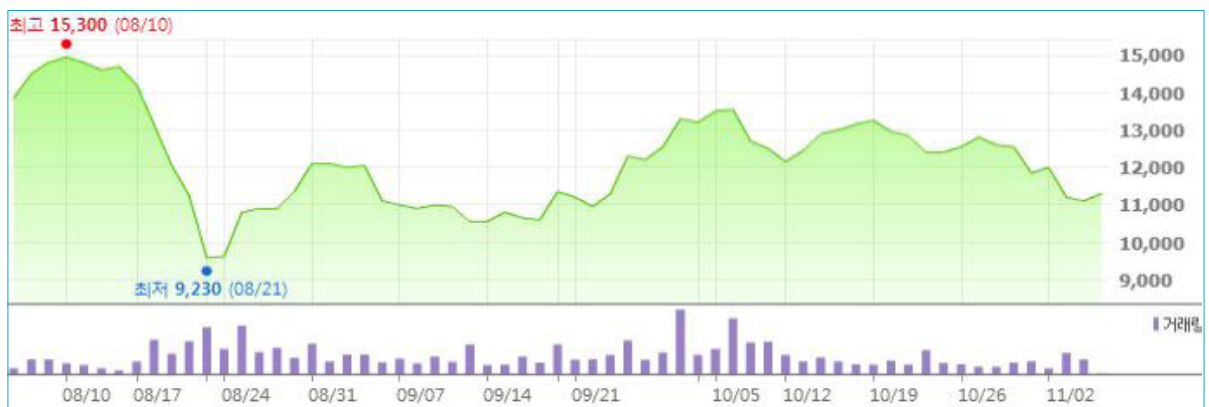
SBS콘텐츠허브



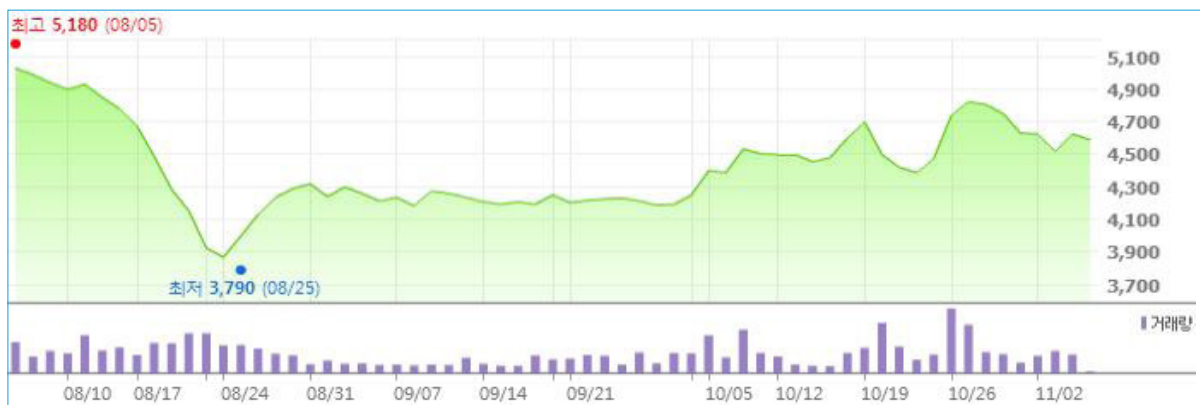
FNC엔터테인먼트



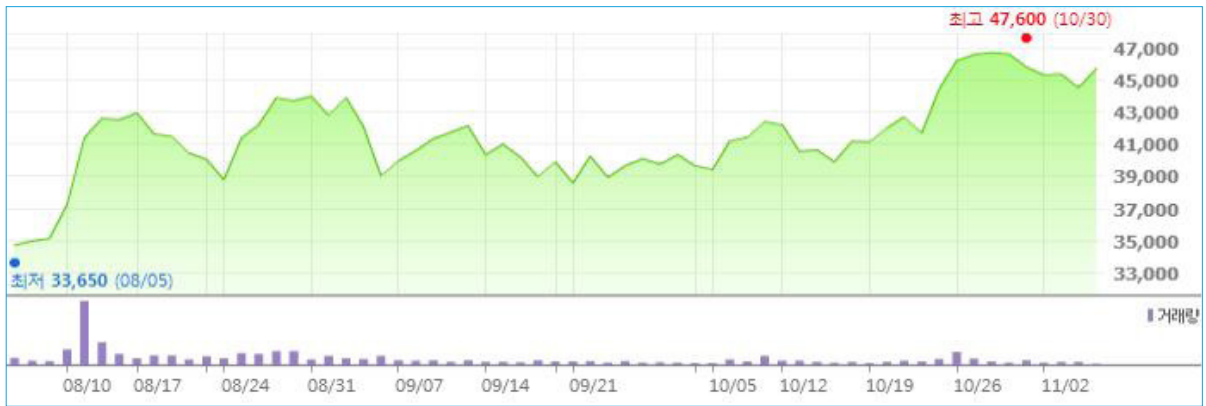
NEW엔터테인먼트



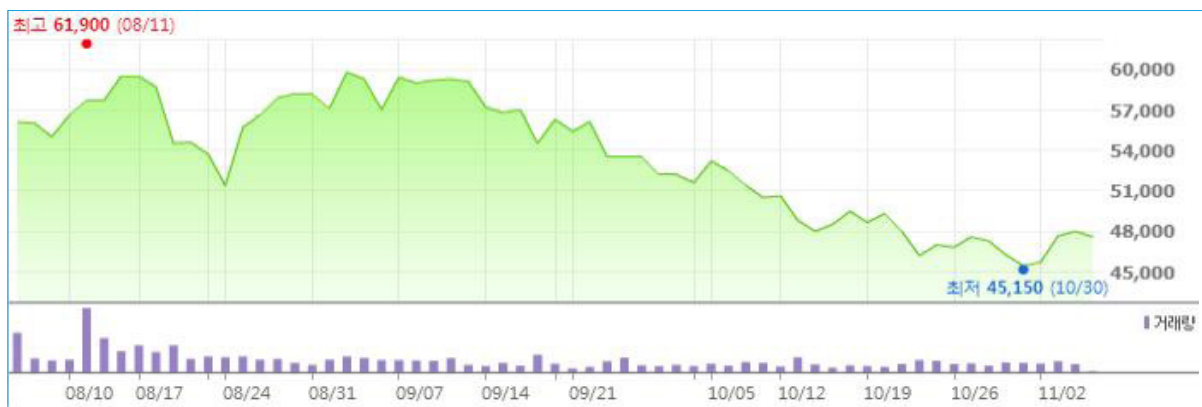
JYP엔터테인먼트



SM엔터테인먼트



YG엔터테인먼트



※ 출처 : 네이버금융(<http://finance.naver.com>)