



# ISSUE INSIGHT

## 콘텐츠의 진화, 한류의 재발견

처음엔 드라마였다. 1997년 '사랑이 뭐길래'가 중국의 CCTV를 통해 방송됐고, 중국 시청자들의 엄청난 사랑을 받으면서 한류가 꿈틀댔다. 그 후 K-POP이 인기를 얻으면서 한류는 세계로 뻗었다. 한류 소비층은 한국 스타의 화장법, 패션 등을 따라하면서 한국 상품을 구매했고, 노래가사를 이해하기 위해 한글을 배우는 등 적극적으로 한국 문화를 학습했다. 한류가 또 한 번 도약을 하고 있다. K-POP, 드라마에만 열광하는 것이 아니라 한국의 출판과 관광, 공연, 뷰티 콘텐츠에 빠져들고 있는 것. 무대도 넓어졌다. 중국, 일본, 미국을 넘어 유럽, 아프리카까지 '한국의 콘텐츠'로 열기가 뜨겁다. 진화하는 콘텐츠가 새로운 한류를 만들고 있는 것이다.