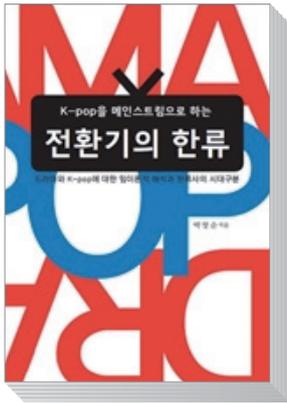


크리에이티브 리뷰

9/10월의 크리에이티브 리뷰에서는 한류와 관련된 책, 보고서, 논문을 소개한다. 한류가 태동했을 때부터 사이 현상을 위시한 최근의 트렌드까지 어떤 흐름을 거쳐 왔는지 살펴볼 수 있을 것이다.

Creative Books

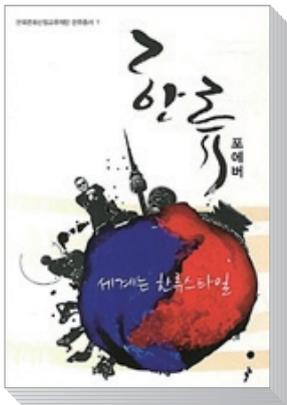
| 박현아 (KOCCA 미래전략팀 주임연구원) |



전환기의 한류: K-POP을 메인스트림으로 하는

과거 드라마를 메인스트림으로 하는 1차 한류시대가 가고, K-pop을 메인스트림으로 하는 2차, 신한류시대를 맞고 있다. 따라서 오랫동안 드라마에 가려져 주목받지 못했던 K-pop의 팬들을 찾아내고, 그 조각들을 단서로 K-pop이 어떤 과정을 거쳐 오늘에 이르게 되었는지, 또 어느 시점에 드라마를 대신하는 한류사의 새로운 메인스트림으로 급부상하게 되는지 등을 규명함으로써 한류사 서술의 전체적인 프레임의 조정이 필요하게 되었다. 이 책은 문화적 진화를 설명하는 도킨스(Dawkins)의 밈론(memetics)을 한류사 서술의 논거로 채택한다. 한류는 “한 곳에서 다른 곳으로, 한 사람으로부터 또 다른 사람에게로 복제, 확산되는 문화적 진화” 현상이기 때문이다.

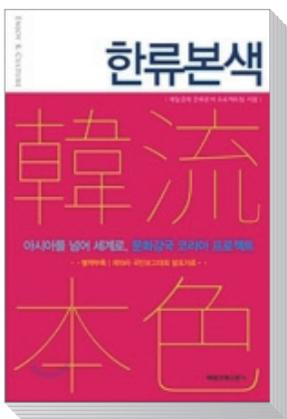
●저자 : 박장순 ●출판사 : 북북서 ●출간일 : 2013.08.06



한류포에버: 세계는 한류스타일

글로벌대중문화 트렌드로서의 한류를 조명한 책이다. 지역적으로는 글로벌, 소비자는 대중, 문화현상으로는 문화트렌드에 초점을 맞춰 구성했다. 지역별 문화콘텐츠 시장과 한류 현황을 비교하고, 각 국가의 문화코드 분석을 통해 한류가 글로벌대중문화로 도약할 수 있는 방안을 모색했다. 중화권, 일본, 동남아시아, 중앙아시아, 미주, 유럽, 중동에 걸쳐 각 국가의 개요, 문화산업 현황, 한류진출 현황, 문화코드, 한류의 확산전략 및 지속방안을 진단하고 있다. 지금까지 한류총서 시리즈는 <한류포에버: 한류의 현주소와 경제적효과분석>, <한류, 아시아를 넘어 세계로>, <한류포에버: 중국, 대만편>, <한류 포에버: 일본편> 등 네 시리즈가 발간되었다.

●저자 : 고정민, 노준석, 문효진, 윤경우, 이병욱, 임학순, 채지영 ●출판사 : 한국문화산업교류재단
●출간일 : 2012.12



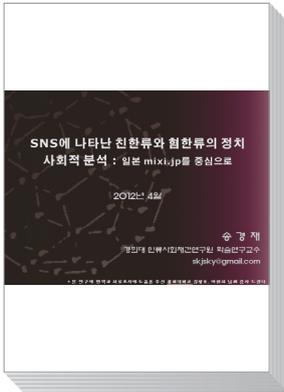
한류본색: 아시아를 넘어 세계로, 문화강국 코리아 프로젝트

The Creative Industries: Culture and Policy

1997년 이래 한국을 선진국으로 도약시키기 위한 구체적인 실천방안을 마련해온 매일경제 '비전코리아 국민보고대회'는 2012년 주제를 '한류'로 정했다. 해외 86개국에 나가 있는 외교통상부 공관의 한류 담당자들에게는 현지에서 느끼는 한류 실상과 개선점을 조사했다. 이 책은 프로젝트 과정에서 진행한 인터뷰 내용과 설문조사, 각종 분석 자료들을 담았다. 국내외 전문가들 인터뷰 과정에서 프로젝트팀이 내린 결론은 참신, 세련, 보편이라는 3가지 DNA로 요약되는 한류의 매력과 고유성을 최대한 살려야 산다는 것이었다. 이를 위해 제시한 'MEGA 한류 전략'도 한류의 입체화(Multi-dimension), 건전한 생태계 구축(Ecosystem), 도우미로서의 정부 역할(Government), 원아시아 모멘텀 한류(Asia)를 위한 내용들로 구체화했다.

●저자 : 매일경제 한류본색 프로젝트팀 ●출판사 : 매일경제신문사 ●출간일 : 2012.05

Creative Reports



SNS에 나타난 친한류와 혐한류의 정치사회적 분석: 일본 mixi.jp를 중심으로

SNS는 지속 가능한 한류 문화 구축 또는 한류 2.0의 도구가 될 것이다. 실시간 문화 확산 현상을 주도하고 있는 것이 트위터와 유튜브이기 때문이다. 이 연구의 성과는 다음과 같다. 첫째, 친한류와 혐한류의 SNS커뮤니티의 특징은 정보제공과 연구와 행동지향적이란 큰 차이의 발견, 둘째, 혐한류에 대한 획일적인 시각의 교정 필요, 한류의 정치사회적 해석시각의 필요성 확인이다. 결론적인 정책 제언으로 한류의 범위 확대(엔터테인먼트 팬덤에서 한국문화를 알리는 한류로), 협소한 시각의 한류 뛰어넘기(비즈니스마인드에서 국가전략 마인드로), 지속가능한 한류문화 구축(오프라인에서 온라인뉴미디어 플랫폼구축으로)을 주장한다.

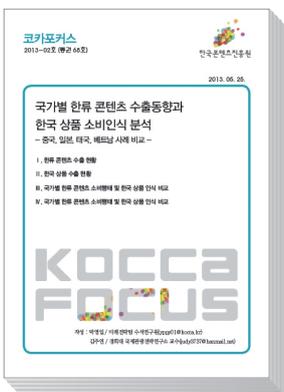
●저자 : 송경재 ●출간일 : 2012.4



디지털 한류와 트랜스미디어 시대의 문화정책 방향

디지털 한류와 트랜스미디어 시대의 문화정책 방향을 연구한 보고서이다. 한류의 개념을 정리하고 미디어 지구화라는 시각을 통해 한류를 이론적으로 분석하는 것부터 시작해서 한류의 확산 배경과 경제적 효과를 살펴보고, 국내외 디지털 음악산업의 현황과 디지털 음원의 에코시스템, ICT가 한류에 미친 영향에 대해 조사했다. 특히 ICT가 한류에 미친 영향은 전문가의 심층 인터뷰를 실시했다. 이를 통해 국내 음악산업의 문제점으로 음반시장의 붕괴와 음원시장의 성장을 도출하고 대중음악 축제를 포함한 공연시장의 성장과 K-POP브랜드의 해외진출 등 개선방향을 제안하고 있다.

●저자 : 이호영, 오주현, 김정수, 박준흠, 문상현 외 ●출간일 : 2012.12.01

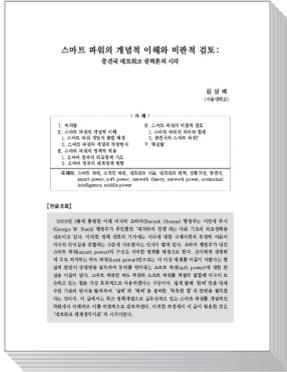


국가별 한류 콘텐츠 수출동향과 한국 상품 소비인식 분석: 중국, 일본, 태국, 베트남 사례 비교

한국콘텐츠를 선호하는 한류팬이 증가하면서, 한류소비층은 적극적인 한국문화 학습행동을 보이고 있다. 그에 따라 주요 한류 소비국에서 한류콘텐츠 소비행태가 어떻게 나타나고 있는지 살펴볼 필요가 있다. 본 보고서에서는 주요 한류 소비국가인 4개국(중국, 일본, 태국, 베트남)을 대상으로 온오프라인 설문조사를 실시하였다. 조사 결과, 국가별 한류콘텐츠 및 한국상품에 대한 인식조사 결과, 베트남 소비자들이 한국 콘텐츠에 가장 많은 시간을 소비하고 있는 것으로 나타났으며, 한국 콘텐츠에 대한 관심도는 태국에서 가장 높고, 일본에서 가장 낮게 나타났다.

●저자 : 한국콘텐츠진흥원 박영일, 김주연 ●출간일 : 2013.04

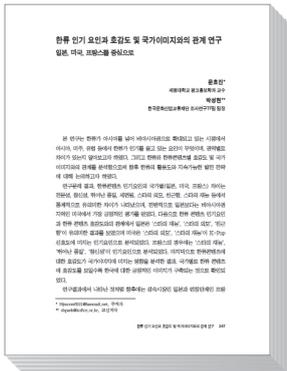
Creative Articles



스마트파워의 개념적 이해와 비판적 검토: 중견국 네트워크 권력론의 시각

미국 오바마 행정부가 내건 스마트 파워(smart power)의 구상은 군사력과 경제력에 주로 의지하는 하드 파워(hard power)만으로는 더 이상 세계를 이끌기 어렵다는 현실적 판단에 기반하고 있다. 스마트 파워란 하드 파워와 소프트 파워를 적절히 결합해 미국이 보유하고 있는 힘을 가장 효과적으로 사용하겠다는 구상이다. '완력'만을 내세우던 기존의 방식을 탈피하여 '실력'과 '매력'을 겸비한 '똑똑한 힘'의 전략을 펼치겠다는 것이다. 이 보고서는 최근 정책개념으로 급부상하고 있는 스마트 파워를 개념적인 차원에서 이해하고 비판적으로 검토하였다.

●저자 : 김상배 ●저널명 : 국제정치논총 ●게재일 : 2009



한류 인기 요인과 호감도 및 국가이미지와의 관계 연구 -일본, 미국, 프랑스를 중심으로

본 연구는 아시아, 미주, 유럽 등에서 한류가 인기를 끌고 있는 요인이 무엇이며, 권역별로 차이가 있는 지 알아보고자 하였다. 그리고 한류와 한류콘텐츠별 호감도 및 국가이미지와의 관계를 분석함으로써 향후 한류의 활용도와 지속가능한 발전 전략에 대해 논의하고자 하였다. 연구 결과, 한류콘텐츠 인기요인의 국가별(일본, 미국, 프랑스) 차이는 전문성, 참신성, 뛰어난 품질, 세련됨, 스타의 외모, 친근함, 스타의 재능 등에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났으며, 전반적으로 일본보다는 비아시아권지역인 미국에서 가장 긍정적인 평가를 얻었다.

●저자 : 문효진, 박성현 ●저널명 : 홍보학 연구 ●게재일 : 2012



유튜브(YouTube) 이용자들의 참여에 따른 한류의 확산: 홍콩의 10~20대 유튜브(YouTube) 이용자조사를 중심으로

본 연구는 한류 팬들의 유튜브 참여의 의미와 특성 및 참여형태에 따른 한류 팬들 간의 관계형성을 알아보고, 한류 팬의 유튜브 참여가 한류의 확산에 미칠 영향력을 고려했다. 나아가 한류 팬의 유튜브 참여를 통하여 한류 콘텐츠 다양화 방안을 모색했다. 연구방법은 홍콩의 10~20대를 대상으로 집단토론 인터뷰 형식의 파일럿조사와 3차례 이메일 인터뷰를 실시하였다. 홍콩의 조사 참여자들은 유튜브에서 한류 관련 동영상 검색을 비롯하여 댓글을 남기거나 자신의 스타를 촬영한 동영상을 제공하는 등 콘텐츠를 능동적으로 소비하였다.

●저자 : 송정은, 장원호 ●저널명 : 한국콘텐츠학회논문지 ●게재일 : 2013.4.10

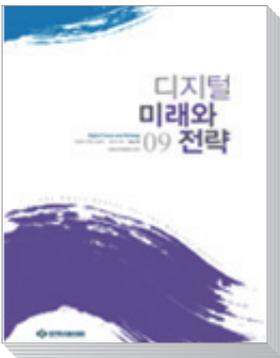
Creative Magazines



K-wave

KBS글로벌 한류센터와 케이컬처에서 발간하는 월간 매거진이다. 8월호에서는 커버스토리로 이승기를 인터뷰했고, K-POP코너에서는 울랄라 세션, 달샤벳, 윤하, 써니데이즈, 방탄소년단, 빅스타를 취재했다. Entertainment 코너에서는 KBS2TV의 <우리동네 예체능>, <설국열차>의 봉준호 감독, 드라마 <상어>의 오준영 역 하석진에 대한 기사를 실었다. 또한, Special Theme로 또 하나의 한류라고 할 수 있는 게임에 대해 심층 분석하고, 프로그래머의 세계와 게임을 만드는 사람들 24시, 스테디셀러 게임 열전, PC게임 vs 모바일 게임 Best3에 대한 내용이 수록되어 있다. 이 잡지는 세계 136개국에 배포된다.

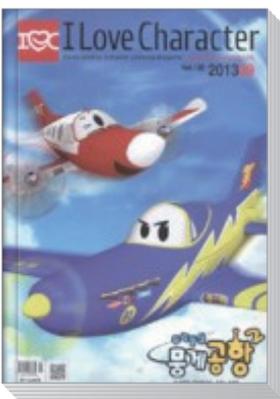
● 발행처 : KBS



디지털 미래와 전략

(주)스트라베이스에서 제공하는 디지털 산업분석 매거진이다. 2013년 9월호에서는 Research Prism으로 '컨텍스트 광고부터 인터랙티브 광고까지, 사례로 살펴본 모바일 광고 성공 전략'을 다루고, Trend Watch에서는 'Google의 TV시장 진출 신병기 'Chromecast'저가와 범용성으로 TV스크린 공략 해답 제시', 'Pebble, 스마트 시계 전쟁의 포문을 열다..대기업 출격 임박 속에 시장 안착 여부는 불투명', 'Netflix의 자체제작 드라마 시리즈 'Netflix Original'오리지널 콘텐츠 전략의 성공 공식을 만들어내다'등의 소식을 소개한다. Snapshot에서는 '중국 최대 게임행사 ChinaJoy2013, 온라인에서 모바일로 이동', '국내 HTML5기반 스마트TV 셋톱박스 시장의 전개방향'등을 다룬다.

● 발행처 : 스트라베이스



I Love Character

(주)아에이오우 디자인에서 발간하는 월간 매거진이다. 2013년 9월호에서는 애니메이션 프로그램 베스트 10을 소개하고, 부즈클럽의 <캐니멀>, <뿌까>, 투바앤의 <라바>, 오로라월드의 <유후와 친구들>, 로이비주얼의 <로보카폴리> 등 인기캐릭터업체의 최근 소식을 전한다. 서울 캐릭터라이선싱페어 2013과 제16회 부천국제만화축제, 글로벌 콘텐츠마켓 SPP2013, 제17회 서울 국제만화애니메이션 페스티벌 리뷰도 수록되어 있다. 그 외에도 크레이지버드스튜디오의 허선 대표, 서울 완구생산협회의 객석섭 회장, 리솜리조트 홍보실의 소현아 실장, 카노의 빈옥인 대표이사 등의 인터뷰 기사가 마련되어 있다.

● 발행처 : 아에이오우 디자인