

2022

WEEKLY GLOBAL

2022 년 8 월 1 일 해외사업지원단

구분	제목
 방송·영화	• [미국] ABC 뉴스, 논픽션 다큐멘터리 제작 • [유럽] 보그 프랑스가 시즌 2 를 기다리는 한국 로맨스 드라마 5 편 • [일본] 코로나 이후 영화관 시장 추이 회복세 - 입장객, 티켓판매 증가 • [러시아] 러시아 영화시장에 대체재로 한국 영화·드라마 각광 • [북경] 중국 예능 프로그램 <The Rap of China>, POAP 배지 발행 • [북경] 더우인과 웨이보, 이용자 소속 MCN 공개 도입 • [태국] 영화 포스터로 불거진 태국-캄보디아 네티즌의 갈등 • [태국] 영화 <썬틴 라이브스>의 촬영 뒷이야기 • [UAE] 샤히드, 이스마엘 페루키(Ismael Ferroukhi)의 마이카(Mica) 공개 • [UAE] SPI/필름박스 및 글로(Glo)TV, 나이지리아에서 9 개 채널 출시 • [UAE] APAC 온라인 비디오 수익, 2027 년까지 730 억 달성 • [UAE] 스타즈플레이(Starzplay)에서 리암니슨의 액션 스릴러 <메모리(Memory)> 공개 • [인니] <Jakarta Film Fund 2022>, 단편 영화 스토리 아이디어 수상작 발표
 게임·유희합	• [심천] TapTap 2022 게임 쇼케이스 개최 • [심천] 산둥성 빅데이터국 x Seal Digital Collection, 콜라보 • [심천] <2022 년 1-6 월 중국 이스포츠산업보고서> 발표 • [유럽] 이스팟(Espot), 프랑스 게이머의 집결지로 거듭나다
 만화·웹툰	• [미국] 테라핀스튜디오, 한국 웹툰 플랫폼 투믹스 인수 • [유럽] KOCCA 유럽비즈니스센터, 프랑스 라디오 채널에서 웹툰을 말하다 • [유럽] 르몽드, 웹툰이 세계를 열광시키는 비결 주목 • [유럽] 르몽드, 웹툰 <나 혼자만 레벨업> 장성락 작가 별세 소식 보도 • [태국] 카카오웹툰 타일랜드, <천생연분> 특별판 뮤직비디오 공개
 음악	• [미국] 스포티파이 2 분기 실적 사상 최고치 발표 • [베트남] 하이라이트와 HOOK(스트릿우먼 파이터) 베트남 올 예정 • [유럽] K 팝, 세계를 강타하는 한국문화 • [유럽] 벨기에 언론, K 팝 세계를 이해하려면 알아야 할 열 단어 소개 • [유럽] 비아이지, 튀니지 카르타고 국제예술제 공연 성료
 패션	• [베트남] 트렌디한 퍼플 컬러가 왕위에 오름 • [유럽] 브리티시 보그, “블랙핑크는 현시대 가장 스타일리시한 걸그룹”
 통합(정책 등)	• [베트남] 30 년 만에 한국 - 베트남 관계는 많은 성과를 이룸 • [유럽] 프랑스, 유럽, 미국 대중문화를 가로지르는 새로운 현상인 한류 • [유럽] 타의 추종을 불허하며 전성시대를 맞는 한류 • [일본] 톰스엔터테인먼트, 애니메이터 및 연출가 양성소 설립 • [북경] 2021 년 중국 대외 문화수출입 총액 2 천억 달러 초과 • [북경] 2021 년 북경 시민 평균 문화소비 전년대비 12.2% 증가 • [태국] 웹툰에서 드라마로...세계로 퍼져가는 K-소프트파워 • [태국] 총리의 고민...Y-시리즈는 태국의 소프트파워가 될 수 있을까? • [인니] 인니 정보통신부, 전산시스템사업자 미등록 주요 게임 플랫폼 서비스 차단



방송·영화



✓ [미국] ABC 뉴스, 논픽션 다큐멘터리 제작 1)

● ABC 뉴스 스튜디오

- ✓ ABC 뉴스에서 ABC 뉴스 스튜디오를 출범시키며 새롭게 논픽션 다큐멘터리 시리즈 제작을 알렸음
- ✓ ABC 뉴스 스튜디오에서는 런칭과 함께 3 개의 장편 다큐멘터리와 제작 중인 15 개의 시리즈의 논픽션 다큐멘터리를 발표함

● 논픽션 다큐멘터리 시리즈 제작

- ✓ ABC 뉴스 스튜디오는 영화 제작자들과 함께 작업하며 범죄, 수사, 대중문화, 인물 등 뉴스의 소재를 가지고 ABC 의 전통적인 저널리즘에 현대적인 스토리텔링을 더해 다큐멘터리를 제작함
- ✓ ABC 뉴스 스튜디오는 100 시간이 넘는 콘텐츠들을 제작해 모회사인 디즈니 소속의 ABC, 홀루, 디즈니 플러스, 내셔널 지오그래픽 등의 플랫폼에 제공할 것이며 플랫폼들과의 파트너십을 통해 각 플랫폼에 어울리는 다큐멘터리들을 제작해 나갈 것이라 함
- ✓ ABC 뉴스 스튜디오의 사장 마이크 켈리는 뉴스 스튜디오 출범을 통해 논픽션 스토리텔링 콘텐츠를 확장하고 저널리즘을 기본으로 엔터테인먼트적인 부분을 더하고자 했다고 하며 다양한 아이디어를 수용해 더 좋은 콘텐츠들을 제작할 수 있도록 하겠다고 말함
- ✓ 최근 다른 뉴스 채널인 NBC 뉴스와 CBS 뉴스에서 스토리텔링 전략을 위한 스튜디오를 출범하며 ABC 뉴스도 변화에 발맞춰 과감한 스토리텔링과 직설적인 저널리즘에 대한 시청자들의 요구를 충족시키겠다고 밝힘

✓ [유럽] 보그 프랑스가 시즌 2 를 기다리는 한국 로맨스 드라마 5 편 2)

KOCCA

- 프랑스 패션 매거진 보그(Vogue)는 서양 드라마가 이제야 미니시리즈에 매료된 반면, K-드라마로 알려진 한국 로맨틱 드라마는 오래전부터 미니시리즈로 짧고 강렬한 이야기를 제작해왔다고 전함. 특히, 한국 드라마는 탄탄한 줄거리와 시청자를 사로잡는 클리프 행어 기법의 활용이 두드러진다고 언급함
- ✓ 한국에서 시즌제 드라마는 드물어 선호하는 배우가 비슷한 배역을 맡는 데에는 오랜 시간이 걸려 한국 드라마 애청자를 애타게 하지만, K-드라마의 세계적인 인기가 상승함에 따라 시즌제 드라마가 점차 등장한다고 설명함
- ✓ 이에 언론은 시즌 2 가 제작되었으면 하는 드라마 5 편을 소개함. 언급된 드라마로는 <빈센조>, <호텔 델루나>, <힘쎈여자 도봉순>, <달의 연인 - 보보경심 려>, <태양의 후예>가 있음

1) 출처: <https://deadline.com/2022/07/abc-news-studios-slate-1235076575>

<https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-news/abc-news-studios-docuseries-nightline-george-films-banner-1235184419>

2) 출처: Vogue France, 프랑스 패션 잡지

<https://www.vogue.fr/culture/article/dramas-coreens-romantiques-saison-2>

- ☑ 그중 <호텔 델루나>는 다른 배우가 주인공 역을 맡았던 아이유의 뒤를 잇기 힘들다며, 극중 배우 김수현의 등장은 K-드라마 역사상 가장 인상 깊은 카메오 출연이었다고 호평함
- ☑ 또한, <힘센여자 도봉순>의 경우, 넷플릭스 드라마 <오징어 게임>의 배우 이유미가 본 작품의 스핀오프인 <힘센여자 강남순> 주연을 맡는 것으로 보아 흥미로운 이야기가 펼쳐질 것이라고 기대함

☑ [일본] 코로나 이후 영화관 시장 추이 회복세 - 입장객, 티켓판매 증가³⁾



[그림 1] 영화관 시장 추이

● 코로나 19로 타격을 받았던 영화관 시장이 회복 조짐을 보이고 있음

- ☑ 일본 대형 영화관 운영 회사인 '도호시네마즈(TOHO CINEMAS)'와 '이온시네마(AEON CINEMA)' 등의 2021년 영화관 시장(사업자 매출액 기준) 추이는 전년 대비 약 20% 증가한 2,100억 엔으로 나타났음
- ☑ 이는 과거 10년간 처음으로 3천억 엔을 넘었던 2019년의 60% 수준에 머무르는 금액이나 신종 코로나 바이러스로 시장이 대폭 축소했던 2020년의 1,783억 엔보다 약 400억 엔을 웃도는 금액으로 코로나 19로 인한 영향은 보합세로 나타남
- ☑ 영화관은 코로나 19 감염 확대 대책으로 단축 영업, 휴업으로 인해 매출 없는 기간이 오래 이어졌었으며, 영업을 재개된 이후에도 개봉 예정 작품이 연기되거나 코로나 확산 방지책에 따른 극장 수용인원 제한, 관내 음식물 섭취 금지 등으로 인해 대형 스크린으로 관람하는 영화관만의 장점을 살릴 수 있는 영업이 어려워져 매출 수입이 크게 감소함
- ☑ 한편, 2020년 후반부터 흥행 수입 400억 엔을 돌파한 <귀멸의 칼날: 무한열차편>을 시작으로 <신 에반게리온>(21년 3월), <용과 주근깨 공주>(21년 7월)와 같은 극장판 애니메이션의 히트로 가족 및 젊은 층을 중심으로 영화관으로 다시 관객이 돌아오기 시작해 스크린당 입장객 수도 전년 대비 2.9만 명에서 3.2만 명으로 증가함
- ☑ 한편, 코로나 19로 OTT 서비스가 증가한 가운데 일본 총무성 조사에 따르면 다운로드 지출액이 크게 늘어 2021년은 6년 전보다 4배 이상 증가했음. 이는 스마트기기로 간편하게 시청 가능하다는 점과 코로나 19 사태로 외출을 못 하는 데에 따른 엔터테인먼트 수요를 얻은 것도 이 같은 OTT 서비스 이용이 커진 요인임. 이에 반해 영화관 지출액은 크게 저조하여 2020년은 신종 코로나 사태 이전의 2019년 대비 약

3) 출처: <https://news.yahoo.co.jp/articles/1f2c2d8998094815db65e8e03265ad549c27c05c>

30%로 급감, 2021 년은 60% 수준으로 코로나 이전 수준 회복에는 이르지 못함

- ✔ 미니시어터 등 소규모 영화관 운영자는 아직 관객이 30~40%밖에 돌아오지 않아 여전히 경영이 힘든 상황이나 대형 영화관은 반대로 영화 티켓 요금을 인상하면서 2021 년 1 회당 시청 요금은 평균 1,410 엔으로 과거 최고치를 기록함. 이는 유나이티드시네마가 운영하는 4DX, 도호시네마즈가 운영하는 IMAX 등 입장료가 비싼 체험형 스크린이 인기를 끌면서 전체 요금 수준도 오르게 되었다고 함
- ✔ OTT 서비스의 확대로 '영화관 이탈'이 우려되었지만, 영화관은 대형 스크린의 박력감과 생생한 음향 체험을 원하는 수요가 회복하였고, 관객이 줄어든 영화관 방문 횟수에 대하여 부가가치를 높인 객단가 상승으로 수익을 보충하는 구조로 변화하고 있음
- ✔ 또한, GEM Partners 가 작년 7 월에 실시한 마케팅 조사에 따르면, 동일 가격과 동시 스트리밍 조건으로 영화관과 OTT 중 어느 쪽을 택하겠느냐는 질문에 거의 모든 장르에서 '꼭 영화관에서 보고 싶다'가 우위를 보였음
- ✔ 2022 년에도 <탐견: 매버릭> 흥행 호조와 <유류캠△> 등 화제작으로 흥행이 기대되며 좌석 제한 완화 등 영업환경이 개선될 조짐이 보여 영화관 시장 회복이 진행될 것으로 보임

✔ [러시아] 러시아 영화시장에 대체제로 한국 영화·드라마 각광

- 우크라이나 사태 이후 서방의 영화 공급이 끊긴 러시아 영화시장에 그 공백을 메우려는 한국 영화와 드라마에 관한 관심이 높아지고 있음
 - ✔ 한국 드라마<로봇이 아니야>가 TV 방영 전인 7 월 31 일, 러시아 최대 영화 네트워크인 "K A P O"를 통해 러시아 주요 도시의 영화관에서 시사회를 개최할 예정임 4)
 - ✔ 러시아 문화부는 한국영화 <Люблю свою собаку ("나의 개를 사랑한다" 라는 러시아 개봉명으로 한국 개봉명 조사중)>를 비롯하여 중국, 카자흐스탄, 필리핀 등 아시아와 러시아 영화가 러시아에서 서양 영화를 대체할 것이라 발표5)
 - ✔ 한국 드라마 <평행세계(W)>가 TV-3 에서 7 월 22 일부터 방영6)
 - ✔ 러시아에서는 아직 정식으로 볼 수 없는 드라마 <이상한 변호사 우영우>도 이미 반응을 보이고 있음 7)
 - ✔ 한편, 관계자에 따르면 할리우드 영화는 병행수입을 통해 러시아로 복귀하려는 움직임을 보이고 있음 8)

4) 출처:

https://tvmag.ru/article/serials/2022-07-27-kanal-subbota-pered-telepremeroy-doramy-ya-ne-robot-pokazhet-pervye-serii-v-kino/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

5) 출처: <https://www.rosbalt.ru/russia/2022/07/26/1967712.html>

6) 출처: <https://tvmag.ru/article/serials/2022-07-22-na-kanale-tv-3-startuet-premera-doramy-parallelnye-miry>

7) 출처: <https://www.ellegirl.ru/articles/pak-yn-bin-iz-doramy-neobychnyi-advokat-u-yn-u-rasskazala-kakaya-scena-tronula-ee-do-slez>

8) 출처: https://info.sibnet.ru/article/621749/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

✔ [북경] 중국 예능 프로그램 <The Rap of China>, POAP 배지 발행

- 지난 8 일, 첫 방영을 시작한 아이치이(爱奇艺)의 힙합 오디션 예능 프로그램 <The Rap of China(中国说唱巅峰对决)>가 ARCC 플랫폼과 협업하여 한정판 디지털 POAP(Proof of Attendance Protocol, 참여증명 프로토콜) 배지를 발행함
 - ✔ 이번에 발행된 POAP 배지는 총 12 종으로 각 회차(전체 12 화)에 상응하는 이미지로 디자인됨. 시청자들은 예능을 시청하면서 화면 속에 숨겨진 이스터에그를 찾아내 이를 종합하여 POAP 배지를 획득할 수 있음. 이는 중국 예능 프로그램에서 디지털 배지 발행을 도입한 첫 번째 사례임
 - ✔ 블록체인 기술을 통해 특정한 사건과 관련 이미지, 시간, 날짜 등의 정보를 포함한 POAP 배지는 각각 고유 일련번호를 가지고 있어 배지 수집을 통해 소유자의 생활 속 경험을 디지털로 소장할 수 있다는 특징이 있음



[그림 2] <Rap Of China> POAP 배지

✔ [북경] 더우인과 웨이보, 이용자 소속 MCN 공개 도입

- 현지 언론 보도에 따르면, 최근 더우인(抖音)과 웨이보(微博)가 개인 프로필 화면에 소속 MCN 회사를 공개하는 기능을 도입함
 - ✔ 두 플랫폼은 1 개월 전 해당 기능에 대한 내용을 통지한 바 있으며, 건전한 커뮤니티 질서 유지와 여론 감독 의무수행을 그 목적으로 함
 - ✔ 이는 지난 3 월 국무원신문판공실(国务院新闻办公室)이 발표한 2022 년 청량운동 주요 10 대 임무 중 온라인 라이브방송 및 쇼트클립 영역 정비, MCN 회사의 정보 콘텐츠 정비가 포함된 데 따른 조치로 분석됨. 4 월에는 더우인과 웨이보를 포함한 다수 온라인 플랫폼이 이용자 IP 위치정보 공개를 도입한 바 있음

❖ [태국] 영화 포스터로 불거진 태국-캄보디아 네티즌 사이의 갈등 9)



[그림 3] 이달 23일, 24일, 25일 차례로 공개된 영화 <천생연분 2> 포스터

- 7월 25일 영화 <천생연분 2(부페싼니왓 2: บุพเพสันนิวาส 2)>, 이하 천생연분 2)와 관련해 람두언(ลำดวน) 꽃의 소유권을 놓고 태국과 캄보디아 네티즌들 사이에 설전이 벌어짐
 - ❖ 이는 양국의 일부 국민 사이에 존재하는 강한 민족주의를 반영한다고 볼 수 있음
 - ❖ 럼팽(รวมแพ่ง) 작가의 동명 소설을 원작으로 한 <천생연분 2>는 한 젊은 고고학자가 교통사고 후 나라이왕이 통치하던 아유타야 시대로 돌아가 '카라켓'이라는 여성으로 환생하면서 시작되는 이야기임
 - ❖ 영화를 둘러싼 네티즌 간의 설전은 태국의 유명 영화제작사 GDH559가 영화개봉을 5일 앞둔 지난 달 23일에 남녀주인공인 타나완 왓타나퓏(ธนวรรธน์ วรรณธาดา)과 라니 캄펜(รานิ แคมเปน)이 영원한 사랑을 상징하는 꽃을 들고 있는 포스터를 공개하면서 촉발됨
 - ❖ 이에 대해 한 네티즌이 “우리나라 국화(國花)를 전 세계에 홍보해준 것은 고맙지만 다음에는 이 꽃의 소유가 누구에게 있는지 잊지 마세요. 다시 한 번 말하는데 당신의 문화와 정체성을 잊지 말고, 모르겠다면 구글 검색을 해보세요”라는 댓글을 달았고 다른 네티즌이 반박의 글을 올리면서 16,000 개의 대댓글이 달리는 등 논란이 확산됨
 - ❖ 제작사 측은 7월 24일 두 주인공이 어떠한 어려움에도 흔들리지 않는 충실한 사랑을 의미하는 총코(ชงโก้) 꽃을 들고 있는 포스터를 공개하고, 다음날에는 확고한 사랑을 의미하는 다라(ดารา) 꽃이 들어간 포스터를 공개함. 일부에서는 영화개봉을 앞두고 카운트다운 방식을 활용해 5가지 포스터를 계획했다고 전함. 이에 대한 반응은 첫날보다 누그러진 상태로 지금은 논란이 일단락된 상태임
 - ❖ 이와 관련 역사 교육계의 많은 학자가 아세안(ASEAN) 사람들이 다양한 방식의 공통된 문화를 갖고 있음을 알리기 위해 노력하고 있고 극단적인 민족주의 열풍을 줄이기 위한 캠페인을 벌이고 있음

9) 출처: <https://www.prachachat.net/social-media-viral/news-989410>

✓ [태국] 영화 <써틴 라이브스>의 촬영 뒷이야기 10)

- 2022 년 아카데미 시상식에서 작품상과 감독상을 받은 론 하워드(Ron Howard) 감독은 최근 개봉한 영화 <써틴 라이브스(Thirteen Lives)>를 소개하며 “모든 배우들이 여러 번 공포에 질렸었고 몇몇 배우들은 촬영 후에도 어려움을 겪었다”고 촬영의 뒷이야기를 밝힘
 - ✓ <써틴 라이브스>는 2018 년 태국에 장맛비가 예년보다 일찍 내려 훈련을 떠났던 축구팀 소년들이 동굴에 갇히게 되었고 이들을 구출하는 이야기로 실화를 바탕으로 함
 - ✓ 하워드 감독은 “윌리엄 니콜슨(William Nicholson)의 시나리오를 읽었을 때 이 사건에 대해 알아야 할 많은 것들이 남아 있다는 것을 알게 됐고 이를 영화로 제작하기로 했다”고 말하며 영화 촬영에 있어 정치적 개입을 하지 않았던 태국 정부와 자원봉사자들을 칭찬했고 이 영화를 통해 태국인과 태국 문화에 관한 이야기를 전하고 싶었다고 함
 - ✓ 이 동굴은 석회암 동굴로 최대한 물을 머금고 있다가 한꺼번에 터져버리는 재앙의 동굴로 배우들은 실제 사건의 잠수사들이 처한 상황을 재현해야 했고 릭 스탠턴(Rick Stanton)의 저서 ‘아쿠아너트: 어 라이프 비니스 더 서피스(Aquanaut: A Life Beneath The Surface)’에서 영화에 필요한 자료를 조사함
 - ✓ 이 영화는 대부분 호주에서 촬영됐는데 동굴 속 2,950 km 길이의 길을 재현함
 - ✓ 감독은 배우들이 다이빙을 비롯한 모든 것을 스스로 하겠다고 고집했기 때문에 컴퓨터그래픽(CG)을 많이 사용하지 않았으며 그래서 촬영이 훨씬 수월했다고 함
 - ✓ 영화에서 어린 생명을 구하기 위해 많은 빗물을 동굴 밖 인근 농작물 경작지로 흘려보내야 한다는 전문가들의 말에 농부들이 농작물을 포기하고 이 제안을 받아들이는 장면이 나옴. 감독은 이 영화를 통해 엄청난 구조 노력과 국제적인 협조를 치하하고 관객들에게 스틸을 선사하길 희망함
 - ✓ 7 월 29 일 개봉한 <써틴 라이브스>는 8 월 5 일 아마존 프라임 비디오(Amazon Prime Video)를 통해서도 공개될 예정임

✓ [UAE] 샤히드, 이스마엘 페루키(Ismael Ferroukhi)의 마이카(Mica) 공개 11)

- 마이카, 모로코 사회를 이분법적으로 보여준다
 - ✓ MBC 그룹 샤히드가 모로코 감독 이스마엘 페루키의 세 번째 장편 '마이카'를 공개했음
 - ✓ 이 영화는 이전에 엘구나 영화제, 앙굴렘 프랑코폰 영화제, 서울 아랍 영화제 등 전 세계 여러 영화제를 순회함
 - ✓ 이 영화 프로젝트는 베니스 국제 영화제의 베니스 워크숍 파이널 컷에서 선정되어 엘구나(EI Gouna) 영화제 상을 수상하였음

10) 출처: <https://www.bbc.com/thai/international-62277607>

11) 출처: <https://www.broadcasprome.com/news/shahid-releases-ismael-ferroukhis-mica>

- ✔ 이 영화는 메크네스(Meknes) 근처 빈민가에서 어머니와 아픈 아버지와 함께 살고 있는 10 살 미카(Mica)가 카사블랑카의 테니스 클럽에서 핸디맨인 아버지의 친구를 위해 견습을 시작하면서 굴욕을 당하고 심지어 신체적 학대까지 당하고 난 후, 자신의 상황을 이해하기 시작하고 바꾸기 위해 노력하는 내용임
- ✔ 마이카는 파데트 드루아르(Fadette Drouard)와 공동 집필한 파데트가 감독하고 제작사는 라 프로드(La Prod)와 엘제비르 필름(Elzévir Films)으로 중동국가 배급은 매드 솔루션(MAD Solutions)임
- ✔ 이스마엘 페루키(Ismael Ferroukhi)는 프랑스계 모로코인 영화 감독이자 시나리오 작가로 1992 년 단편영화 엑스포제(L'Exposé)로 칸영화제에서 2 개의 상(코닥상, 단편영화상)을 수상했음. 감독 데뷔작인 그랑보야지(Grand Voyage)는 2004 년 베니스영화제에서 장편영화상 수상했고 영화 프리맨(Free Man)은 2011 년 칸영화제에서 상영되었음



[그림 4] 마이카(Mica) (출처 : Broadcastpro)

✔ [UAE] SPI/필름박스(FilmBox) 및 글로(Glo)TV, 나이지리아에서 9 개 채널 출시 12)

- 글로 (Glo)TV 는 \$0.35 에서 \$7.52 사이의 가입 가격으로 나이지리아에서 시청가능
 - ✔ SPI/FilmBox 는 나이지리아 사업자 글로바콤(Globacom)과 제휴하여 9 개 채널을 나이지리아 스트리밍 서비스 글로 TV 에 제공함
 - ✔ 이번 계약으로 FilmBox Africa, FilmBox Action, Dizi, DocuBox, FashionBox, Fast&FunBox, FightBox, Gametoon, 360 TuneBox 등의 채널이 추가되었음

✔ [UAE] SPI/필름박스(FilmBox) 및 글로(Glo)TV, 나이지리아에서 9 개 채널 출시 13)

- MPA 보고서에 따르면 주문형 비디오 광고는 APAC 에서 2022 년에 246 억 달러를 창출할 것
 - ✔ 미디어 파트너즈 아시아(Media Partners Asia(MPA))의 Asia Pacific Online Video & Broadband Distribution 2022 라는 새로운 보고서에 따르면 아시아 태평양 온라인 비디오 산업 수익은 2022 년에

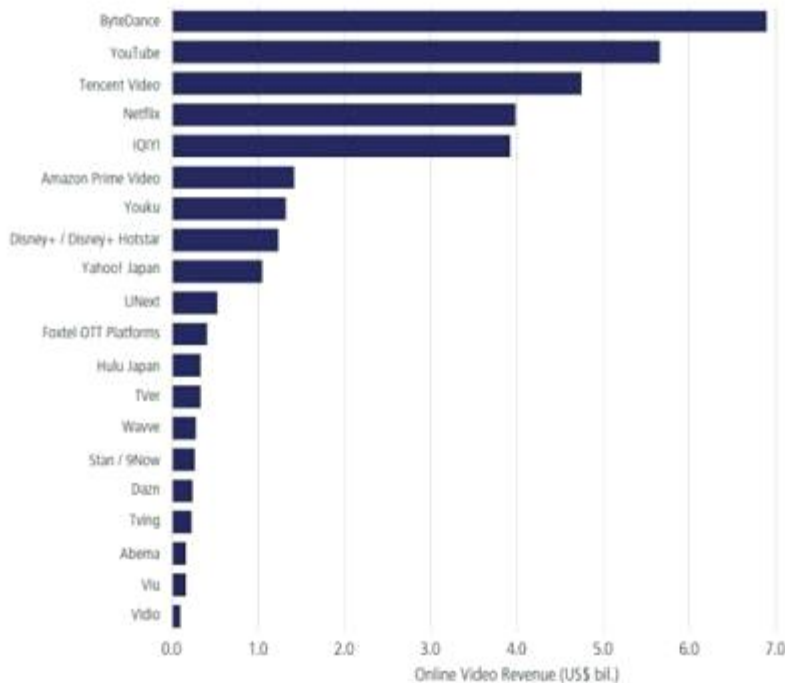
12) 출처: <https://www.broadcastprome.com/news/spi-filmbox-and-glo-tv-launch-nine-channels-in-nigeria>

13) 출처: <https://www.broadcastprome.com/news/spi-filmbox-and-glo-tv-launch-nine-channels-in-nigeria>

전년 대비 16% 성장하여 492 억 달러에 달할 것이라고 밝힘

- ☑ 보고서는 온라인 구독 주문형 비디오(SVOD)가 2022 년에 19% 성장한 246 억 달러의 매출을 기록할 것이며 중국이 51%를 차지할 것으로 예측하고 중국을 제외하고 아시아 태평양 SVOD 부문은 2022 년 매출이 전년 대비 25% 증가한 120 억 달러에 이를 것으로 예상함
- ☑ SVOD 매출은 2027 년까지 중국을 제외한 APAC 지역에서 191 억 달러에 이를 것으로 예상됨

LEADING APAC ONLINE VIDEO PLATFORMS BY REVENUE (2022)



Note: ByteDance includes Douyin, Xigua / Huanhan in China & TikTok outside China.
Source: Media Partners Asia

[그림 5] APAC 온라인 비디오 수익, 2022 (출처 : MPA)

☑ [UAE] 스타즈플레이(StarzPlay)에서 리암 니슨의 액션 스릴러 메모리(Memory) 공개 14)

- 영화는 제프 기어에르츠(Jef Geeraerts)의 소설 드 자크 알츠하이머(De Zaak Alzheimer)를 원작으로 하며, 소설의 전작인 벨기에 영화 '알츠하이머 사건'을 리메이크함
- ☑ 할리우드 스타 리암 니슨(Liam Neeson)의 액션 스릴러 영화 메모리(Memory)가 7 월 29 일 SVOD 플랫폼 스타즈플레이에서 공개되어 독점적인 서부 콘텐츠 라이브러리에 추가되고 MENA 지역에서만 독점적으로 공개됨
- ☑ 이 영화는 신중한 정확성으로 명성을 얻은 전문 암살자 알렉스 루이스(리암 니슨 역)의 삶을 따라감
- ☑ 카지노 로열(Casino Royale)의 마틴 캠벨(Martin Campbell)이 감독한 2022 년 미국 액션 스릴러 영화는 제프 기어에르츠의 소설 자크 알츠하이머를 기반으로 하며 소설의 이전 각색인 벨기에 영화 알츠하이머 사건을 리메이크했음

14) 출처: <https://www.broadcastprome.com/news/liam-neesons-action-thriller-memory-to-release-on-starzplay>

✔ [인니] <Jakarta Film Fund 2022>, 단편 영화 스토리 아이디어 수상작 발표

- <Jakarta Film Week 2022>의 부대행사 중 하나인 <Jakarta Film Fund 2022>에서 단편 영화 스토리 아이디어 수상작 3 개 발표. 수상자는 총 1.5 억 루피아(약 1,300 만 원) 상당의 제작비를, 각 스토리 아이디어 제안서에는 5 천만 루피아(약 440 만 원)씩이 지원되었음
- ✔ 올해 <Jakarta Film Fund>는 참가자들의 관심이 집중되어 스토리 아이디어 부문 지원을 위한 제안서가 예년 대비 두 배 증가, 총 214 개가 제출되었고 이 중 수상작은 Studio Teluk Tolo 의 <Bukan Anak Meriam>, Future Play 의 <Pesan(an) Terakhir>, Doa Ibu Frameworks 의 <Sunat Racing> 등임. 이 세 작품은 <Jakarta Film Week 2022>에서 제공하는 무비랩스 멘토링 프로그램을 통해 프리 프로덕션(Pre-Production), 메인 프로덕션(Main Production) 및 포스트 프로덕션(Post-Production)의 관련 교육 수혜 기회가 제공됨
- ✔ 선발 과정으로는 총 214 개의 제안서 중 1 차로 20 개, 2 차에는 8 개 작품을 선발. 상위 8 위 내 작품은 피칭 포럼 참가자격이 주어지며 심사위원들 앞에서 피칭을 통해 평가되는 방식임. 심사위원으로는 기타 파라(Gita Fara) 감독, 사마리아 시만준탁(Sammiria Simanjuntak) 연출가/감독 및 안디카 빠르마타(Andhika Permata) 자카르타 주정부 관광 및 창조경제 책임자 등이 참석함
- ✔ 수상한 단편 영화 세 작품은 올해 10 월 13 일~16 일까지 <Jakarta Film Week2022> 행사기간 동안 상영될 것이며, 또다시 재평가될 예정
- ✔ 올해 두 번째 <Jakarta Film Week>은 작년과 달리 <Jakarta Film Fund 2022> 외에도 장편/단편 영화 및 애니메이션 영화 등 경쟁 프로그램 참가를 7 월 31 일에 마감하였음

게임·융복합



✓ [심천] TapTap 2022 게임 쇼케이스 개최 15)

- 7월 23일, 탭탭(TapTap)은 전세계 게임 플레이어들을 위한 국내외 동시 생중계 ‘2022 TapTap 게임 쇼케이스’를 개최함
 - ✓ 탭탭은 세계 시장에서 몇 년 동안 발전해 온 게임 플랫폼으로서 전 세계의 플레이어, 개발자들에게 미디어 마이닝, 양질의 게임 콘텐츠 게임 배포, 창의적인 아이디어와 영감을 위한 주요 진지로 자리를 잡음
 - ✓ ‘모바일 게이머들이 가장 주목해야 할 쇼케이스’로 꼽힌 이번 탭탭 게임 쇼케이스는 ARPG, 격투기 등 수십 개 장르를 아우르는 26개 신작 콘텐츠가 발표되었으며, 그 중 17개 제품은 탭탭이 단독으로 이번 쇼케이스에서 선보이는 제품임. 이번 발표회에서 탭탭은 후야(虎牙), 도우위(斗鱼), 빌리빌리(bilibili)의 창작자들과 협력하여 신규게임 플레이, 우수 게임 찾기 등의 이벤트를 진행하였음
 - ✓ 탭탭이 지난 3월말 발표한 2021년 재무보고서에 따르면, 탭탭 중국판 MAU는 3,157만 명, 해외판 MAU는 1,224만 명으로 탭탭의 해외판 MAU가 연간 1,000만 명을 돌파한 것은 이번이 처음임. 지난 6년간 동안 탭탭은 퍼스트파티 게임이 증가하고, 상업적 성공과 예술의 균형을 진지하게 고민하는 등 많은 변화가 있었으며, 동시에 중국 내에서 인지도가 있는 게임 추천 및 커뮤니케이션 플랫폼으로 성장하였음



|그림 6| 2022 TapTap 게임 쇼케이스 자료화면

15) 출처: <http://www.gamelook.com.cn/2022/07/490926>

❖ [심천] 산둥성 빅데이터국 × Seal Digital Collection, 콜라보 첫 3D NFT 디지털 컬렉션 배급 16)

- ❖ NFT 디지털 컬렉션부터 스마트 전시관까지 ‘메타버스’ 기술과 아이디어의 발전은 중국 디지털 경제 발전의 또다른 접점으로 인식되어 새로운 중점 육성 산업으로 떠오르고 있음
- ❖ 중국 산둥성 빅데이터국은 대중에게 성의 디지털화 진행상황과 최신 성과를 공개하는 관할 부서로서 디지털 기술을 활용하여 대중의 참여와 체험감을 향상시키기 위한 일련의 탐구를 진행함
- ❖ 지난 7 월 21 일 개최한 2022 Digital Power Province Launch Month(2022 年数字强省启动月) 행사에서 산둥성 빅데이터국과 “Seal Data Collection”은 공동으로 첫 번째 정부 디지털 컬렉션 ‘ShuZai(数仔)’를 출시함
- ❖ 이 작품은 산둥성 빅데이터국 오리지널 IP 모델인 ‘ShuZai’ 를 중심으로 처음으로 3D 로 공식 허가·발간된 디지털 컬렉션으로, 입체적인 시각효과와 선명한 그래픽을 구현함. ‘ShuZai’는 빅데이터 요소가 집약된 지능형 로봇으로 지능적인 두뇌와 스마트 안경, 5G 네트워크로 온 몸이 꽉찬 허당기 있고 귀여우며 사람들과 함께 끊임 없는 새로운 디지털 생활을 영위함
- ❖ ‘Seal Digital Collection(海豹数藏)’은 산둥넷미디어그룹(山东省互联网传媒集团)과 산둥문교소(山东文交所)가 합작하여 만든 산둥 최초 디지털 컬렉션 거래 서비스 플랫폼임. 이 플랫폼은 산둥성인터넷 미디어그룹 산하 “포스터 뉴스 클라이언트”의 새로운 기능들을 활용하여 디지털 비물질문화유산, 디지털 마스터, 디지털 문화관광, 디지털 브랜드, 디지털 트렌드 완구 등 다양하고 풍부한 문화 IP 의 배급과 판매에 주력할 것이라고 밝힘



[그림 7] 산둥성 빅데이터국 × Seal Digital Collection NFT 디지털 컬렉션 ShuZai

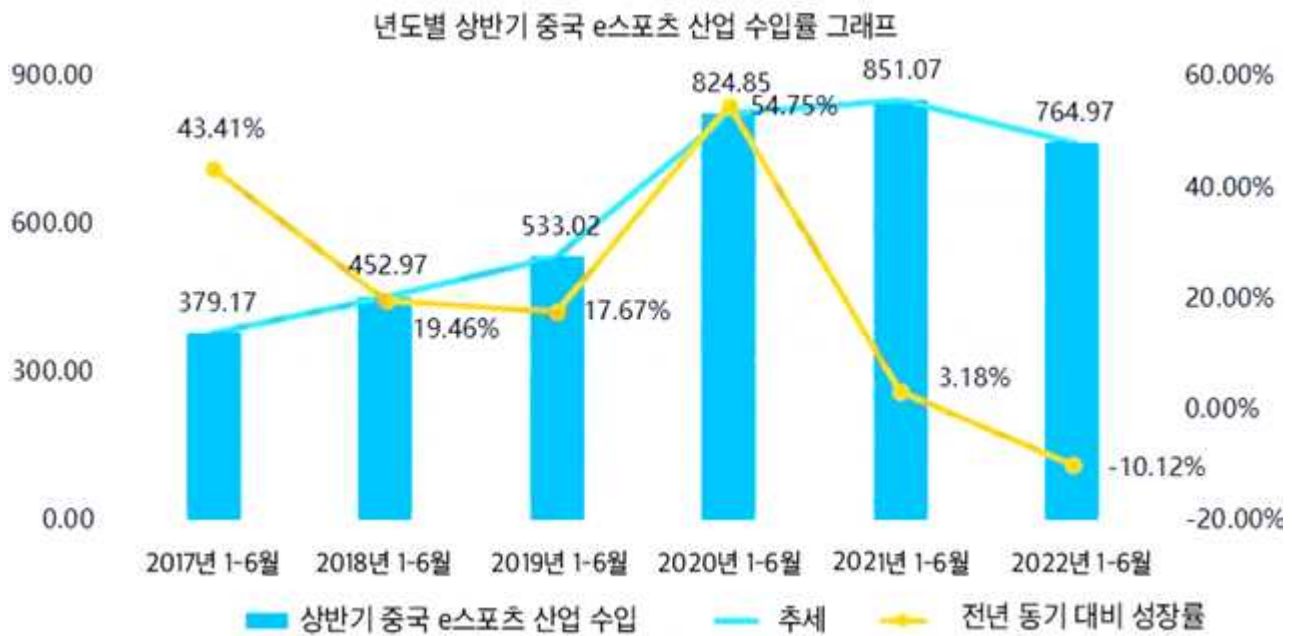
16) 출처: <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1738950251924452039&wfr=spider&for=pc>

☑ **[심천 <2022 년 1~6 월 중국 이스포츠산업보고서> 발표, 중국 이스포츠산업 상반기 수입 764.97 억 위안¹⁷⁾**

● **중국음상디지털출판협회 이스포츠위원회(中国音像与数字出版协会电竞工委, ESC)는 7 월 22 일 <2022 년 1~6 월 중국 이스포츠 산업보고서>를 발표**

- ☑ 보고서에 따르면 상반기 코로나 19 여파로 중국 이스포츠 산업 수입은 764 억 9700 만 위안으로 전년 대비 10.12% 감소하였음. 수익 구성을 살펴보면, 이스포츠 게임이 약 83.29%로 가장 높았고, 이스포츠 콘텐츠 생중계 수입이 약 13.96%로 2 위였으며, 대회수입은 1.24%, 클럽수입은 1.01%, 기타수입은 0.52%였음
- ☑ 중국음상디지털출판협회 탕자원(唐贾军) 부비서장은 "최근 몇 년간 이스포츠는 게임의 파생상품으로서 과학, 기술, 관광, 문화창조 등에 강력한 영향력을 미치고 있으며, 국경을 초월한 통합 발전에서 놀라운 잠재력을 보여주고 있다. 중국은 이미 세계 최대의 이스포츠 시장이며, 핵심 관중과 대회 수입은 세계 최대 규모이다"라고 설명함
- ☑ 보고서에 따르면, 상반기 이스포츠 산업이 코로나 19 로 오프라인 행사 개최가 어려워지면서 콘텐츠 공급과 여론 영향, 사업 수익 등이 타격을 입었다고 지적함. 이 가운데 이스포츠 열기가 식고 이용자 수익과 유료화 의지가 줄어들면서 이스포츠 게임 매출은 전년 동기 대비 11.59% 감소한 637 억 1200 만 위안을 기록함. 또 이스포츠 콘텐츠 생중계·경기·클럽 및 기타 매출이 전년 동기 대비 2% 감소한 127 억 8500 만 위안을 기록함
- ☑ 상반기 이스포츠 이용자 수는 4 억 8,700 만 명으로 전년 동기 대비 소폭 감소해 최근 3 년 만에 처음으로 감소세로 돌아섰음. 탕자원은 이 같은 추세가 게임산업 이용자 전체 규모 변화와 맞물려 있다고 지적함
- ☑ 상반기 시중에 유통된 전체 이스포츠 게임 중 엔드게임 24 종, 모바일게임 34 종, 멀티엔드게임 7 종, 웹 게임 3 종이 포함된 것으로 나타남. 이 중 FPS 슈팅게임이 26.09%, 멀티배틀게임(MOBA)이 17.39%, 스포츠게임이 10.14%를 차지함. 상반기에는 중국 이스포츠 대회 62 개 시리즈가 개최되었으며, 코로나 19 로 오프라인 활동이 제한되면서 전체 대회의 49%가 온라인으로, 19%가 온라인+오프라인으로 개최되었음
- ☑ 탕자원은 미래 이스포츠 산업이 건전한 발전, 표준화 건설, 혁신 융합의 3 가지 방향을 정립해 공감대를 형성하고 힘을 합쳐야 한다고 말함. 동시에 이스포츠 산업은 미성년자 보호를 강화하고, 사회적 책임을 자각하고, 시장 질서를 유지하며 건전한 산업 발전을 증진시켜야 한다고 이야기 함. 아울러, 이스포츠와 메타버스, VR/AR 등 신기술의 융합을 강화하고, 디지털 기술 활용의 새로운 장을 마련함으로써 디지털 휴먼, 디지털 컬렉션 등 최신 이슈를 추적하고 새로운 경로를 탐색하며 업계의 혁신적 융합 촉진을 주장함

17) 출처: <https://www.chinaxwcb.com/info/581230>



[그림 8] 년도별 상반기 중국 이스포츠 산업 수입률 그래프

☑ [유럽] 이스팟(Espot), 프랑스 게이머의 집결지로 거듭나다 18)

KOCCA

- 프랑스에서 PC 방 문화가 활성화될 것으로 보임. 이스팟(Espot)은 프랑스 파리 1 구에 소재한 PC 방임. 해당 업체는 많은 사람과 함께 게임을 즐기며 유대감을 느끼고자 하는 취지로 2021년 6월 개장했으며 현재 7만 명이 넘는 고객 계정을 보유 중임
 - ☑ 면적 2000m²에 달하는 대규모 공간 3층이 온전히 게임만을 위해 제공되며, 이용자는 게임 <리그 오브 레전드(League of Legends)>와 <발로란트(Valorant)>, <포트나이트(Fortnite)> 등을 즐김
 - ☑ 이용료는 인당 12 유로로, 고객들은 주중 퇴근 후 이른 저녁에 방문해 평균 2시간을 게임에 할애함. 이스팟은 게임시설 외에도 이스포츠 토너먼트 경기 장소로도 사용되며 '게이머를 위한 공간'으로 거듭남

18) 출처: Les Echos, 프랑스 경제 전문 언론

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/espot-veut-devenir-le-haut-lieu-du-jeu-video-a-paris-1778283>

만화·웹툰



✓ [미국] 테라핀스튜디오, 한국 웹툰 플랫폼 투믹스 인수 19)

● 웹툰 플랫폼 투믹스

- ✓ 투믹스는 2015 년 한국에 출시되어 2 천 2 백만 명의 월 사용자와 6 천만 명이 넘는 전체 구독자수를 보유하고 있으며 한국 웹툰 시장의 선두주자에서는 뒤쳐져 있지만 해외 시장에서의 잠재력이 크다고 평가되고 있음
- ✓ 현재 세계의 한국 대중문화에 대한 관심이 더 커지고 있으며 이에 맞춰 투믹스는 영어, 불어, 이탈리아어, 포르투갈어, 독일어, 중국어 등 다양한 외국어 서비스를 제공하고 있음
- ✓ 투믹스는 웹툰 스트리밍 뿐 만 아니라 컬러링 소프트웨어, 프레임 전환 템플릿, AI 기반 도구 등 크리에이터와의 협력 사업 또한 진행 중임

● 테라핀스튜디오, 투믹스 인수

- ✓ 미디어 투자사 테라핀 스튜디오가 한국의 웹툰 플랫폼 투믹스를 인수함
- ✓ 웹툰은 약 15 년 전 한국에서 생겨나 현재 한국, 일본, 동남아시아 많은 지역에서 주요한 문화로 자리 잡았으며 넷플릭스의 <지금 우리 학교는>, <이태원 클래스>, <스위트홈> 등 많은 한국 영화와 TV 시리즈 히트작을 만든 IP 형태이기도 함
- ✓ 투믹스의 오리지널 웹툰 <택배기사>가 넷플릭스의 시리즈 <블랙나이트>로 제작 진행 중이며 다른 오리지널 웹툰들도 할리우드 스튜디오와 게임회사들의 관심을 받고 있다고 함
- ✓ 이번 테라핀 스튜디오의 투믹스 인수로 웹툰 크리에이터 작품들의 국제 시장 진출과 투믹스 IP 에 대한 애니메이션 영화, TV, 책, 게임, 상품, NFT 까지 여러 관련 거래를 기대해볼 수 있음
- ✓ 투믹스의 사무엘황 사장은 투믹스는 크게 성장하고 있는 중으로 테라핀 스튜디오의 인수가 종합 콘텐츠 플랫폼 강화를 도울 수 있을 것이라고 말함

✓ [유럽] KOCCA 유럽비즈니스센터, 프랑스 라디오 채널에서 웹툰을 말하다 20)

KOCCA

- 7 월 21 일 프랑스 라디오 채널 프랑스 컬처(France Culture)가 웹툰을 조명함. 해당 채널은 웹툰이 K 팝과 넷플릭스 드라마 <오징어 게임>을 비롯한 대성공에 이어 한국 소프트파워의 또 다른 화신으로 거듭났다고 소개함. 이어, 네이버 웹툰 플랫폼은 혁신적인 디지털 기술로 연 매출 50 만 유로를 기록하고 8 천만 독자를 보유 중이라며, 웹툰의 세계화는 이제 시작일 뿐이라고 전함

19) 출처: <https://variety.com/2022/digital/asia/webtoon-toomics-acquired-terapin-1235319518>

20) 출처: France Culture, 프랑스 문화 전문 라디오 채널

<https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/le-temps-du-debat-d-ete/coree-du-sud-la-bande-dessinee-nouvel-enjeu-de-soft-power-3031634>

- ☞ 이에 한국이 디지털 만화 소비의 선구자로 거듭난 비결에 주목하여 프랑스 웹툰 플랫폼 델리툰(Delitoun) 설립자 디디에 보르그(Didier Borg) 대표, 한국콘텐츠진흥원 유럽비즈니스센터 길서경 프로젝트 매니저, 소르본 대학교 디지털 커뮤니케이션학 강사 폴린 브루아(Pauline Brouard)를 섭외해 웹툰을 주제로 담화를 나눔. 유럽비즈니스센터는 한국과 유럽의 콘텐츠 기업 교류 진흥 기관으로서 웹툰의 프랑스 시장 진출을 도와 길서경 매니저가 한국정부 관계자로 초청을 받음
- ☞ 디디에 보르그는 웹툰만의 상하 스크롤 읽기 방식, 짧은 에피소드 연재, 스마트폰에 최적화된 포맷 등 독보적인 특성에 주목했으며, 폴린 브루아는 네이버 웹툰이 대형 플랫폼으로서 대중의 접근성을 높인 점이 웹툰 산업의 성장에 가장 큰 역할을 했다고 분석함. 두 전문가는 모두 주간 연재 방식이 작품의 새로운 이야기 전개를 가능하게 했으며, 특히 네이버 웹툰의 유망 작가 발굴 및 양성 시스템은 해당 분야의 활성화를 이끌었다고 말함
- ☞ 웹툰은 독자의 반응, 즉 댓글에 따라 에피소드가 변화할 수 있으며, 기술의 혁신으로 탄생하여 국가나 사용 기기와 무관하게 자유로운 없는 소비가 이루어짐. 따라서 웹툰은 다국적 작가가 함께 창작에 탄생하는 새로운 문화 생태계를 형성하는 것으로 평가됨. 웹툰의 광범위한 장르와 예술성 또한 논의됨. 웹툰은 로맨스와 호러를 비롯한 여러 장르를 넘나들며, 간결한 그림체와 짧은 대사로 이루어져 정교함을 추구하는 타 장르와 차이를 보임에도 높은 인기를 누리고 있기 때문임
- ☞ 한편, 웹툰이 본고장 한국의 문화와 경제에 미치는 영향력과 더불어 일본의 망가와 이루는 국가적 경쟁 여부 또한 의문점으로 떠오름. 이에 길서경 매니저는 웹툰이 한일 갈등을 유발하기보다는 한국인이 일상적으로 소비하는 익숙한 콘텐츠일 뿐이라며, 오히려 프랑스에서 신선하게 받아들였다는 점이 놀라웠다고 답함. 이어, 한국콘텐츠진흥원이 시행한 연구결과에 따르면 국내 만화 독자 중 73%는 웹툰을, 23%는 웹툰과 종이만화를, 3.6%는 종이만화를 읽었다고 밝히며 한국 내 웹툰의 높은 대중성을 설명함
- ☞ 이와 더불어 한국 문화산업이 4 차산업혁명에서 갖는 중요도가 크다고 말함. 2021 년 드라마 <오징어 게임>의 흥행을 기점으로 세계 여러 미디어가 한국의 소프트파워를 주목하기 때문임. 이러한 현상에서 보듯 한국에서 문화산업은 수익 창출 효과를 지니는 물론, 국가 경제 활성화에도 기여함으로써 미래 콘텐츠 산업 투자를 가능하게 함. 그러나 국내에는 출판, 영화, 전통음악, 무용 등을 진흥하는 기관 또한 존재하므로 문화산업의 경제적 측면 외에도 예술적 측면 또한 중시되어 정부의 지원을 받는다고 밝힘
- ☞ 폴린 브루아는 네이버 웹툰이 대형 플랫폼으로서 더 많은 한국 웹툰의 수출을 선도했다며 본 기업의 해외 시장 공략 작전으로 다양한 번역본 제공과 IP 확산을 꼽음. 네이버 웹툰은 2019 년부터 다국어로 서비스를 제공함에 따라 현지 아마추어 작가를 영입했으며, 웹툰을 드라마와 영화 등 2 차 콘텐츠로 각색해 넷플릭스와 같은 글로벌 스트리밍 플랫폼에 성공적으로 방영함으로써 해외 인지도를 높였기 때문임. 따라서 다양한 콘텐츠로 재탄생하는 웹툰은 스트리밍 서비스와 시너지 효과를 창출하며 해당 분야에 역동성을 더한다고 말함
- ☞ 끝으로 웹툰은 새로운 산업화를 이끌며 세계인의 문화 집결을 선도하는 역할을 한다고 평가됨. 즉, 오늘날 문화 확산의 기점은 서구권 국가가 아닌 아시아로, 웹툰은 이러한 흐름을 전환하며 새로운 시장을 개척함

✓ [유럽] 르몽드, 웹툰이 세계를 열광시키는 비결 주목 21)

KOCCA

- 프랑스 일간지 르몽드(Le Monde)가 웹툰을 조명함. 언론은 지난 7 월 14 일부터 17 일까지 4 일간 개최된 프랑스 최대 규모 일본 문화 축제 '재팬 엑스포(Japan Expo)'에서 웹툰이 존재감을 드러냈다고 보도함
 - ✓ 이어, 자체 홍보 부스로 행사에 참여한 네이버 웹툰은 2004 년 만화 서비스로 시작해 점차 웹툰을 선보였다고 덧붙임. 본 플랫폼은 2017 년 파리 지사 설립 이후 5 년이 지난 오늘날 무려 200 만 프랑스 독자를 보유하며, 3 월 기준 전 세계 월간 활성 이용자 1 억 8400 만 명을 달성하며 호실적을 기록함
 - ✓ 한 독자는 언론과의 인터뷰에서 웹툰을 선호하는 이유로 '시공간의 제약이 없는 다양한 이야기 제공', '완성도 높은 컬러 만화', '댓글을 통한 타 독자와의 소통 가능'을 꼽음
 - ✓ 벨기에 만화 출판사 '뒤퐁(Dupuis)'의 웹툰 플랫폼 '웹툰 팩토리(Webtoon Factory)'편집장 스테판 페랑 Stéphane Ferrand)은 웹툰이 넷플릭스, 유튜브, 아마존을 주로 이용하는 신세대 독자의 기대에 부합하는 콘텐츠라고 말함. 따라서 웹툰의 경쟁 상대는 종이만화나 망가가 아닌, 틱톡을 비롯한 인기 모바일 애플리케이션임
 - ✓ 네이버는 프랑스 현지 작가를 영입해 작품 300 여 편을 연재 중이며, 한국어 번역본 외에도 신규 콘텐츠를 제공할 계획임. 한국콘텐츠진흥원 만화스토리산업팀 황신 팀장은 오늘날 국내 웹툰 작가는 5 천 명에 이르러 매년 다수의 신작이 연재된다고 말함. 이는 코로나 19 의 여파로 웹툰 소비가 증가함에 따라 웹툰 전문 교육 기관이 증설된 결과임
 - ✓ 네이버 웹툰 김준구 대표는 독자가 원하는 만화는 매주 정기적으로 읽을 수 있는 긴 작품이라며, 이를 위해서는 높은 이야기 완성도는 물론, 주간 연재에 적합한 특성, 스마트폰에 최적화된 가독성과 연출기법 또한 갖춰야 한다고 밝힘. 웹툰 <여신강림>의 야웅이 작가는 언론에 시나리오 계획 후 에피소드를 나누는 것이 중요하다고 하며, 매 이야기는 놀라움으로 마무리되는 기승전결 구조를 유지해야 한다고 답함
 - ✓ 업계 전문가는 웹툰이 여백이 많다는 이유로 혹평을 받기도 하지만, 이는 오히려 작품만의 리듬을 제공하고 시간의 흐름을 표현하게 해줌으로써 이야기 전개에 있어 장점으로 작용한다고 언급함. 또한, 만화는 독자가 스스로 순서를 정해서 이야기를 읽는 반면, 웹툰은 정해진 순서대로 스크롤하며 읽기에 스포일러 위험이 없다고 설명함. 즉, 웹툰은 독자가 원하는 순간에 원하는 정보를 찾도록 함
 - ✓ 웹툰의 캐릭터 또한 주목을 받음. 언론은 웹툰에서 치밀한 캐릭터 디자인은 필수이며 그 외 장면은 이야기 전개에 필요한 몇 가지 정보 제공을 위해 존재한다고 설명함. 웹툰 <노블레스>의 손재호 작가는 독자가 인물에 감정을 이입하며 작품 세계에 몰입하므로 액션 장르에서 인물에 생명을 불어넣는 것이 중요하다고 밝힘
 - ✓ 언론은 지난 7 월 5 일부터 7 일까지 3 일간 주프랑스 한국문화원에서 개최되었던 웹툰 행사 'K 코믹스 인 유럽(K-Comics in Europe)'에 참가한 김정기 작가와도 웹툰을 주제로 이야기를 나눈 바 있음. 해당 작가는 오늘날 한국에서 미술을 공부하는 학생 대다수가 웹툰 작가를 꿈꾼다고 말함. 이어, 웹툰은 모두

21) 출처: Le Monde, 프랑스 일간지

https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/07/26/pourquoi-les-webtoons-ces-bandes-dessinees-sur-smartphones-enthousiasment-autant_6136249_4408996.html

에게 열린 광활한 바다와 같은 세계이지만, 현세대는 특히 많은 것을 이야기하고 표현할 수 있어 이들의 이야기가 첨단 기술에 압도당하는 미래를 우려한다고 덧붙임

- ☞ 언론은 웹툰이 많은 아마추어 작가에게 자신만의 작품을 선보일 새로운 기회를 제공함으로써 이들이 재능을 발견하고 독자를 사로잡는 방법을 터득하도록 돕는다고 전함. 끝으로, 웹툰은 하이브리드 문화에 익숙하며 새로운 형태의 만화로 전향을 희망하는 서양 작가들에게 신의 선물과도 같은 존재라고 호평함

☑ [유럽] 르몽드, 웹툰 <나 혼자만 레벨업> 장성락 작가 별세 소식 보도 22)

KOCCA

- 프랑스 일간지 르몽드(Le Monde)가 웹툰 <나 혼자만 레벨업>의 장성락 작가 별세 소식을 보도함. 본 작품은 이세계 다크 판타지 이야기로 프랑스를 비롯한 여러 국가에서 높은 인기를 자랑함
 - ☞ <나 혼자만 레벨업>은 프랑스 웹툰 출판사 델쿠르(Delcourt)에서 단행본 후 2021 년 100 만 부가 판매되는 등 많은 사랑을 받아 안타까움을 더함
 - ☞ 한편, <나 혼자만 레벨업>은 2023 년 일본 영상 기획·제작 스튜디오 애니플렉스(Aniplex)에서 애니메이션으로 각색되며, 넷마블과 협업한 3D 게임으로도 출시될 예정임

☑ [태국] 카카오웹툰 타일랜드, <천생연분> 특별판 뮤직비디오 공개 23)

- 한국 최고의 콘텐츠 플랫폼이자 K-웹툰 서비스를 제공하고 있는 카카오웹툰 타일랜드(KAKAO WEBTOON THAILAND)는 올해 가장 핫한 웹툰인 <천생연분(부페싼니왓: บุพเพสันนิวาส)>, 이하 천생연분)이 공개되자마자 태국 트위터 실시간 검색 순위 Top 5 안으로 진입했고 여주인공 ‘언니 카라켓’ 열풍으로 틱톡(Tiktok) 챌린지 숫자가 30 만 회를 넘는 놀랄만한 기록을 보였다고 밝힘
 - ☞ 웹툰이 공개되기 전부터 많은 팬들의 관심 속에 해시태그 ‘#너라고부르지말고언니라고 불러(#เรียกออกน้าอย่าเรียกออกเจ้า)’가 태국 트위터 실시간 검색 2 위에 올랐으며 첫 화가 공개된 날 태국 트위터 실시간 검색 TOP 5 에 오를 때까지 팬들은 한마음으로 해시태그 ‘#천생연분 KAKAOEP1’을 공유함
 - ☞ 틱톡 챌린지에서는 ‘카카오웹툰 천생연분에서 너는 누구인가?(ออกเจ้าคือใครในบุพเพ KAKAO WEBTOON)’라는 주제로 많은 인플루언서와 팬들이 모여 해시태그 아래 영상을 업로드하기 시작함. #천생연분 KAKAO 에는 31 만 개의 동영상상이 있으며 2022 년 6 월 30 일 기준으로 가장 많은 비디오 제작자들이 참여한 캠페인으로 9%라는 높은 인게이지먼트²⁴⁾를 기록함. 총 조회 수는 5 억 2,800 만 뷰를 돌파함
 - ☞ 웹툰 OST 와 노래 가사 버전 비디오(Lyric Video)의 출시로 독자들은 처음으로 웹툰을 읽으면서 음악을 들을 수 있는 경험을 하게 됨. 이 곡은 족스(JOOX), 스포티파이(Spotify), 애플뮤직(Apple Music), 유튜브뮤직(Youtube Music) 등 다양한 음악 스트리밍 플랫폼에서 들을 수 있을 정도로 인기가 좋으며 뮤직비디오 조회 수가 77 만 뷰를 돌파함

22) 출처: Le Monde, 프랑스 일간지

https://www.lemonde.fr/pixels/article/2022/07/25/jang-seong-rak-dessinateur-du-populaire-solo-leveling-est-mort_6136071_4408996.html

23) 출처: <https://mgronline.com/business/detail/96500000071895>

24) 목적 달성을 위하여 정의했던 사이트 방문자의 상호작용 정도와 깊이를 추정하는 것

(출처: <https://www.marketcast.co.kr/entry/소셜미디어-와-인게이지먼트>)

- ✔ 카카오웹툰 타일랜드 대표이사인 현양원 박사는 “〈천생연분〉은 카카오웹툰의 첫 번째 태국 웹툰으로 출시 초반부터 SNS 를 통해 독자와 팬들로부터 좋은 반응을 얻고 있으며 꾸준한 관심을 받고 있다”고 말하면서 “웹툰 출시 후 3 개월간 다채로운 참여 이벤트를 진행했고 모든 활동에 팬들의 반응이 뜨거웠고 소셜미디어에 웹툰과 ‘언니 카라켓’에 관한 언급이 많았다. 원작자인 럼펑(รัมเพ้ง) 작가의 팬 분들과 태국 웹툰을 사랑하는 여러분께 감사드린다”고 소감을 전함
- ✔ 또한 현 대표는 “한국 본사는 이 웹툰을 ‘2022 아시아-퍼시픽 SABER Awards’에 출품했으며 이 밖에도 웹툰 공개 후 앱 다운로드 수가 200% 이상 증가했다. 태국 슈퍼 웹툰의 인기와 호감을 반영해 앞으로 카카오웹툰은 태국의 유명작가들과 계속 협력해나갈 것이다. 다음에도 좋은 웹툰작품으로 팬들의 기대에 부응하겠다”고 포부를 밝힘
- ✔ 한편 카카오웹툰 타일랜드는 〈천생연분〉의 성공을 축하하고 팬들에게 감사를 전하기 위해 사티다 프롬피리아(สาธิตา พรหมพิริยะ)의 촬영 뒷이야기가 포함된 ‘러브 데스티니(Love Destiny)’ 특별판 뮤직비디오를 공개함. 링크는 <https://www.youtube.com/watch?v=pHkqOWaBiEE>

음악



✓ [미국] 스포티파이 2 분기 실적 사상최고치 달성 발표 ²⁵⁾

● 스포티파이 2 분기 실적

- ✓ 글로벌 음악 스트리밍 기업 스포티파이가 2022 년 2 분기 실적을 발표함
- ✓ 스포티파이는 2 분기 실적에서 유료 가입자 1 억 8800 만 명을 기록하고 월간 사용자 수 4 억 3300 만 명을 기록하면서 2 분기 최대 성장률을 기록함
- ✓ 스포티파이는 러시아 영업 중지 등의 원인으로 전망한 실적보다 높은 실적을 달성했으며 성장률 증가의 이유로 유럽과 라틴아메리카 Z 세대 사용자 증가를 꼽았음
- ✓ 2 분기 광고 수익은 총 수익의 13%를 기록하며 사상 최고치를 기록했다고 함
- ✓ 스포티파이가 확장을 이어가고 있는 팟캐스트 부문에서 6 월 말 기준 440 만 개의 팟캐스트를 제공하고 있으며 오리지널 시리즈 <배트맨 언버리>가 주요 팟캐스트 시장에서 1 위를 차지하면서 2 분기에 100 개의 오리지널 시리즈와 독점공개 팟캐스트를 출시함
- ✓ CEO 다니엘 에크는 세계의 경기 악화에 맞춰 고용속도 25% 줄이는 등 대비를 했지만 예상한 바와 다르게 글로벌 가입자 증가세가 예상을 뛰어넘었다며 자신들에 예측과는 다른 시장성장률을 기록하고 있지만 악화될 수 있는 상황에 준비하겠다고 말함
- ✓ 최근 스포티파이는 디지털 오디오북 유통 업체 파인더웨이를 인수하고 스페인 축구 리그 FC 바르셀로나와 파트너십을 맺어 글로벌 축구 오디오 스트리밍을 계획하며 새로운 시장 진출을 노리고 있음

✓ [베트남] 하이라이트와 HOOK(스트릿우먼 파이터) 베트남 올 예정, 팬들은 '비가 오는 날' 공연 기대 ²⁶⁾

● 8 월 2 일 호치민에서는 마이 서울 관광 이벤트가 개최될 예정

- ✓ 이 이벤트에서는 패션, 뷰티, K 팝 등 다양한 문화체험이 가능하며, 이 밖에도 하이라이트(BEAST)와 스트릿 우먼 파이터-HOOK 의 준우승 그룹인 젠투(GEN 2)의 K-Pop 공연을 초청한 상태임
- ✓ 공연할 노래는 아직 정해지지 않았지만, Fiction, On Rainy Days, Midnight 등 Highlight 가 무대에서 보여줄 수 있는 히트곡을 나열하며 팬들은 흥분을 금할 수 없음. "하노이에 와서 더위를 날려 버릴 '비오는 날'을 부르세요", "사이공은 오전에는 화창하고 오후에는 비가 내리네요. 빗속에서 '비가 오는 날'을 들으면서 힐링하자", "그날은 비가 오길 기도합니다" 등 팬들이 많은 댓글을 남김
- ✓ K-Pop 팬들은 마이 서울 이벤트에서 K-Pop Cover Dance Festival 경연 대회의 8 개 팀의 경쟁을 즐길 수 있으며, 우승팀은 한국에서 열리는 결승전에 참가할 기회가 주어짐. 또한 행사 참석자들은 서울패

25) 출처: <https://www.hollywoodreporter.com/business/business-news/spotify-grows-subscribers-advertising-second-quarter-1235186146>

26) 출처: <https://hoahoc.tienphong.vn/highlight-va-hook-street-woman-fighter-sap-den-viet-nam-fan-mong-thanh-ca-mua-duoc-bieu-den-post1456386.tpo>

선쇼도 즐길 수 있는데, 이번 패션쇼는 베트남 관객들에게 홍대와 압구정의 스트리트 웨어 모델들과 서울의 트렌드를 주도하고 있는 혁신적인 한복을 선보일 예정임



[그림 9] HOOK-스트리트 우먼 파이터에서 폭풍을 일으킨 댄스 그룹

✓ [유럽] K 팝, 세계를 강타하는 한국문화 27)

KOCCA

- 프랑스 국제 방송 라디오 Rfi 는 오늘날 한국이 방탄소년단, 드라마 <오징어 게임>, 영화 <기생충>을 비롯한 다수의 문화상품으로 세계에서 대성을 거두었다고 전함. 특히 한류는 젊은 세대에게 영향을 미치며, 2019년도 한국으로 어학연수를 떠난 프랑스인은 5년 전 대비 88% 증가한 9만 8857명이었으며, 문화적 근접성이 없었던 국가임에도 신세대의 전폭적인 관심을 받고 있다고 언급함
 - ✓ 일례로 현지 학생 아모리 마야야(Amaury Mayaya)는 브레이크 댄스의 팬으로, 지난 4개월간 교환학생으로 대전에서 유학함. 해당 학생은 이후 한국과 아시아 문화에 매료되었으며, 방문하는 국가의 하위문화를 한데 모아 교류의 장으로 성장시키고자 함
 - ✓ 사회학자 빈센조 치켈리(Vincenzo Cicchelli)와 실비 옥토브르(Sylvie Octobre)는 방송에서 한국의 소프트파워를 언급함. 이들은 한국이 오늘날 K 팝, 드라마, 영화 등 콘텐츠 수출로 현대성과 창의성을 대표하는 국가로 거듭났음은 물론, 오랜 기간 피지배국이었음에도 문화의 힘으로 세계의 이목을 집중시켜 평화 국가라는 이미지 또한 보유한다고 말함

27) 출처: Rfi, 프랑스 라디오 채널

<https://www.rfi.fr/fr/podcasts/7-milliards-de-voisins/20220701-k-pop-la-culture-cor%C3%A9enne-%C3%A0-l-assaut-du-monde>
La voix du nord, 프랑스 북부 지역 언론

<https://www.lavoixdunord.fr/1206378/article/2022-07-16/amaury-mayaya-le-hip-hop-aire-sur-la-lys-la-coree-et-des-reves-plein-les-yeux>

✔ [유럽] 벨기에 언론, K 팝 세계를 이해하려면 알아야 할 열 단어 소개 28)

KOCCA

- 벨기에 언론은 인터넷 문화를 모르는 사람에게 K 팝은 낯선 세계라며, K 팝 세계를 이해하려면 알아야 할 단어 10 개를 소개함.
 - ✔ 언급된 단어로는 'K 팝', '안티팬', '컴백', '떼창', '손하트', '아이돌', '리더', '응원봉', '사생팬', 'V 라이브'가 있음
 - ✔ 언론은 K 팝이 한국 대중음악 장르의 하나로, 힙합, 일렉트로닉 댄스, 재즈, 록 등 폭넓은 음악을 다룬다고 소개함. 이러한 K 팝은 주로 보이그룹이나 걸그룹이 선보이는데, 이는 정확한 안무, 독창적인 컨셉, 치밀한 제작이 뒷받침되어야 한다고 언급함
 - ✔ 이어, 떼창은 콘서트에서 팬들이 소리치는 단어라며, 일반적으로 노래의 전주가 흘러나올 때 모든 멤버의 이름을 부르거나 특정 구간의 가사를 반복하는 행위라고 설명함
 - ✔ 응원봉의 경우 가수를 향한 팬의 사랑을 보여주는 상징과도 같은 물건이라며, 그룹에 따라 각기 모양이 다르며 팬들은 이를 흔들며 가수를 응원한다고 전함

✔ [유럽] 비아이지, 튀니지 카르타고 국제예술제 공연 성료 29)

KOCCA

- 지난 7 월 16 일 그룹 비아이지(B.I.G)가 튀니지 카르타고 국제예술제(Festival International de Cathage)에서 성황리에 콘서트를 마침. 본 그룹은 한국어 노래와 전통 아랍 노래를 선보이는 등 현지 팬들과 소통함으로써 열렬한 환호를 받았음. 이를 보도한 언론은 비아이지의 공연이 섬세하면서도 세련된 안무와 뛰어난 가창력으로 수많은 관객을 사로잡았다고 전함
 - ✔ 콘서트 방문자는 주로 10 대로, 이들은 국제뉴스에 높은 관심을 보이며 활발한 SNS 활동을 함. 언론은 다수의 현지 청소년이 한데 모인 광경을 보아 위 그룹이 튀니지에서 상당한 인지도를 보유하고 있음을 확인할 수 있다고 분석함
 - ✔ 이어, 팬들은 놀라우리만큼 획기적인 방법으로 존재감을 드러냈으며, 가족과 함께 콘서트를 감상하기도 했다고 언급함. 이들은 공연 1 시간 전부터 큰 소리로 비아이지를 외치며 그룹을 맞이함
 - ✔ 한편, 비아이지는 현재 이집트와 알제리를 비롯한 아랍 국가에서 인지도를 얻으며 콘서트를 개최함

28) 출처: Métro time, 벨기에 일간지

<https://fr.metrotime.be/medias-people/vous-ne-comprenez-rien-au-vocabulaire-de-la-k-pop-de-anti-v-live-vous-explique-tout>

29) 출처: La presse, 튀니지 언론

<https://lapresse.tn/135224/festival-international-de-carthage-big-chante-et-enchante-les-jeunes>

<https://lapresse.tn/135341/a-propos-de-big-a-carthage-une-presence-en-crescendo>

패션



☑ [베트남] 트렌디한 퍼플 컬러가 왕위에 오름 30)

- ☑ 아주 오래 전, 보라색을 볼 때마다 사람들은 촌스러운 색이라고 생각함. 그렇기 때문에 패션계에서도 인파 앞에서 자신을 촌스럽게 보이게 하거나 포인트를 잃는 것을 방지하기 위해 의상이나 액세서리에 보라색 사용을 제한하고 있음
- ☑ 그러나 그것은 오랜 옛날이야기. 왜냐하면 최근 몇 년 동안 보라색은 현재 패션 산업의 취향에 맞게 눈에 띄고 트렌디해 보이는 다양한 어둡고 밝은 색상으로 다시 변화되었기 때문임
- ☑ 올해 초에도 팬톤 컬러 연구소는 올해 최고의 색으로 베리 페리(Very Peri)를 발표하기도 함. 이것은 약간의 파란색이 가미된 보라색으로 낙관적이며 세계가 곧 코로나를 극복할 것이라는 의미 있는 메시지를 담고 있음
- ☑ 많은 국내외 예술가들이 적극적으로 희망적인 보라색 의상과 값비싼 액세서리를 가지고 있음. 대표적인 재능 있는 겐지(Gen Z) 가수 올리비아 로드리고(Olivia Rodrigo)는 자신이 진정한 보라색 애호가라면서 항상 보라색 트렌드의 최전선에 있다고 보여줌
- ☑ Vbiz 스타들도 세련되고 트렌디하게 결합된 보라색 세트를 열심히 홍보함. 특히 화려한 이브닝 드레스를 자주 입는 미녀들은 보라색이 계속 사용되면서 친근한 색깔이 되어 군중을 더욱 돋보이게 함



[그림 10] 보라색 의상을 입고 돋보이는 미스 베트남들

30) 출처: <https://saostar.vn/thoi-trang/sac-tim-thoi-thuong-len-ngoi-van-la-tim-lim-tim-sim-nhung-o-dang-ca-202207260124402378.html>

✔ [유럽] 브리티시 보그, "블랙핑크는 현시대 가장 스타일리시한 걸그룹" 31)

KOCCA

- 영국 패션 잡지 브리티시 보그(Vogue)는 블랙핑크가 오늘날 가장 인기 있는 그룹이라고 소개함. 이어, 각 멤버가 서로 다른 패션을 고수하며, 세계 유수의 패션 브랜드인 샤넬, 디올, 이브 생로랑, 셀린의 앰배서더로 활동함으로써 이들의 영향력을 입증했다고 덧붙임
 - ✔ 먼저, 지수는 평소에는 활동하기 편한 옷을 즐겨 입지만, 특별한 때에는 우아하고 소녀 같은 스타일을 선호해 2021 디올(Dior) FW 시즌 쇼에 참여하는 것은 놀랍지 않다고 전함. 이어, 제니는 '프렌치 걸' 스타일을 고수한다며, 평상시에도 트위드 투피스, 가디건, 미니 드레스를 주로 착용한다고 설명함
 - ✔ 로제의 경우 후드, 하이웨이스트 진, 크롭 티셔츠를 좋아하지만, 파티와 같은 중요 행사에 참석할 때에는 흑백의 시크한 의상으로 색다른 분위기를 뽐낸다고 분석함. 이를 보여주는 예로 작년 '멧 갈라(Met Gala)' 패션 행사에서 선보인 블랙 미니 드레스를 꼽음
 - ✔ 끝으로 리사는 아크네 스튜디오(Acne Studios)를 비롯한 스트리트 웨어 브랜드와 럭셔리 브랜드 제품을 매치하곤 한다고 설명함. 그러나 이브닝 파티에 참석할 때에는 압도적으로 과감한 스타일을 보여주며 존재감을 드러낸다고 전함

31) 출처: British vogue, 영국 패션 잡지
<https://www.vogue.co.uk/fashion/article/blackpink-most-stylish-girl-band>

통합(정책·기타)



☑ [베트남] 30년 만에 한-베트남 관계는 많은 성과를 이룬 32)

● 지난 7월 24 일에는 수교 30주년 기념회 및 한-베트남 협력포럼이 개최

- ☑ Pham Quang Hieu 베트남 외교부 차관이 1992년 수교한 지 30년이 지난 지금, 베트남과 한국은 거의 모든 분야에서 많은 중요한 성과를 이룩했다고 발표함
- ☑ 또한 Pham Quang Hieu 차관에 따르면, 한국은 현재 직접 투자 측면에서 1위, 개발 협력(ODA), 노동 및 관광 분야에서 2위, 무역 협력 측면에서 3위를 차지하고 있다고 함. 그는 양국이 경제, 무역 및 투자 협력의 질을 지속적으로 개선하고 2023년까지 양국 간 무역 매출 1,000억 달러, 2030년까지 1500억 달러 목표를 조속히 완료하기 위해 노력할 것이라고 믿고 있고, 이와 함께 문화체육 분야는 그야말로 양국 국민을 잇는 가교 역할을 하고 있다고 함
- ☑ 베트남 외교부는 향후 한국 기업의 베트남 투자 및 투자 규모 확대를 지원하기 위해 관계 부처 및 분야와 협력할 예정이며, 양국 간 협력 잠재력은 매우 크다고 보고 있음
- ☑ 윤석열 대통령은 앞으로 한국 기업들이 특히 핵심 산업 분야에서 신규 투자를 하고 베트남에 대한 투자 규모를 확대할 수 있도록 지속적으로 홍보할 것이라고 강조한 바 있고, 특히 관광 협력을 촉진하고 양국 간의 인적 교류를 지속적으로 강화할 것이라고 발표함
- ☑ 기념식에서 박노완 주베트남한국대사는 외교수립 이후 한국과 베트남은 유례없는 협력의 역사를 함께 쓰며 양국은 무역 및 투자 분야에서 신뢰할 수 있는 최고의 파트너가 되었다고 발표. 특히 코로나 확장 상황에서 양국 간 협력이 눈에 띄게 성장하고 있다고 함. 박노완 대사는 앞으로 양국이 서로의 전략적 파트너가 되어 관계를 최고 수준으로 끌어올리기 위해 노력할 것으로 기대한다고 함
- ☑ 한국을 대표하는 KOVECA는 무역, 관광, 투자 진흥을 극대화하여 베트남의 경제 발전은 물론 문화, 사회 발전을 위해 적극 노력할 것이라고 전망

☑ [유럽] 프랑스, 유럽, 미국 대중문화를 가로지르는 새로운 현상인 한류 33)

KOCCA

- 프랑스 매거진은 한국 대중문화가 전 세계에 수출되고 있다고 전함. 이어, 한국은 삼성과 다수의 자동차 기업으로 세계를 정복해왔지만, 최근 10년 전부터는 음악과 드라마로 문화계에 새로운 물결을 일으킨다고 설명함. 최근 개최된 프랑스의 일본 문화 축제 '재팬 엑스포(Japan Expo)'에서 한류는 콘퍼런스 주제로 떠오름
- ☑ 위 행사에는 프랑스 웹툰 출판사 '델쿠르(Delcourt)'의 웹툰 단행본 컬렉션 '케이북스(Kbooks)', 한류 매거진 '케이 소사이어티(K society Mag)', K 팝 카페 '킥 카페(Kick Cafe)', 한·불 방송 스트리밍 플랫폼

32) 출처: <https://vneconomy.vn/sau-30-nam-quan-he-viet-han-dat-duoc-nhieu-diem-sang.htm>

33) 출처: Direct Actu, 프랑스 문화 전문 인터넷 매거진

<https://direct-actu.fr/2022/07/23/analyse-transversale-du-phenomene-de-la-culture-pop-en-france-europe-et-usa-la-hallyu>

'케이에프티비(KFTV)' 관계자가 참여함. 이들은 한류가 이제야 유럽에서 빛을 발하지만, 사실은 10 년 전부터 삼성과 현대의 활약으로 여러 국가에서 알려져 있었으며 오늘날 K 팝은 한류의 앰배서더 역할을 한다고 말함

- ✔ 이어, 한국에서 디지털은 무기와 같으며, 첨단 기술과 함께 태어난 웹툰은 새로운 문화 콘텐츠로 부상하여 현지 웹툰 플랫폼 '베리툰(Veritytoon)'의 등장과 네이버 웹툰의 프랑스 시장 진출을 가능하게 했다고 설명함. 웹툰은 전 세계 출판사를 동요시켰다고도 언급함. 웹툰은 종이 만화책에서는 여러 페이지에 걸쳐 실렸을 수많은 장면을 상하 스크롤 읽기 방식으로 한 번에 표현했으며, 이러한 기술은 해외 각국의 작가 가 웹툰 형식에서 작품을 선보이는 계기를 제공했기 때문임
- ✔ K 팝의 경우 해외 진출을 목적으로 하며, 현지 대중의 취향을 고려해 그룹을 구성한다고 분석함. 각각의 아이돌 그룹은 특정 시장 맞춤형 공략 계획을 세우며, 치밀한 조사를 바탕으로 압도적인 CD 판매량을 기록했다고 전함. 또한, 음반 판매 사업이 포토북, 스티커, 포토카드 등 아이돌 굿즈로 더욱 성장하며 놀라운 실적을 달성한다고 말함
- ✔ 전문가들은 한국 드라마 또한 언급했음. 넷플릭스는 아시아 드라마 시장의 주역이 되었으며, 한국 드라마는 넷플릭스의 영향으로 변화한다고 설명함. 아울러, 극중 인물이 먹는 음식을 보여주는 장면이 등장함에 따라 한국 요리는 점차 인기를 얻었다고 함. 일례로 프랑스 내 한국 식당 수는 한류의 영향으로 10 배 이상 증가하며 이를 증명함
- ✔ 아울러, 한국과 일본은 특히 나라 곳곳에서 대중문화를 느낄 수 있어 프랑스와 차이를 보인다고 말함. 예컨대 프랑스에서는 국제 만화 페스티벌 개최지인 앙굴렘(Angoulême)에서만 만화 캐릭터 버스 정류장을 찾아볼 수 있을 정도로 캐릭터가 일상화되어있지 않기 때문임
- ✔ 끝으로 한국은 자유로운 촬영 방식 덕분에 방송·영화계에 새로운 역사를 썼다며, 이는 한국이 세계 최대 웹 시리즈 제작 및 소비국으로 거듭나는 발판을 제공했다고 말함. 결국, 한류는 미디어의 자유화와 함께 디지털 플랫폼을 통한 콘텐츠 서비스가 다양한 분야의 성장을 촉진한 결과로 탄생한 현상이라고 정의됨

✔ [유럽] 타의 추종을 불허하며 전성시대를 맞는 한류 34)

KOCCA

- 프랑스 매거진은 한류가 전 세계가 한류에 열광한다며, 드라마 <오징어 게임>, 영화 <기생충>. 방탄소년단의 성공은 각자의 분야에서 신기록을 달성함으로써 비할 데 없는 영향력을 행사했다고 전함
 - ✔ 현지 신세대의 80%는 비슷한 양상을 보이며 한류를 접함. 이들은 처음에는 게임과 만가 등 일본 문화를 좋아했지만 우연한 계기로 만화, K 팝, K-드라마 등 한국 콘텐츠를 알게 되었으며, 이후 한국문화의 세계에 빠져들었음
 - ✔ 시민 인터뷰에 따르면 한국인은 끊임없이 새로움을 창조함으로써 지루함을 느끼지 않으며, K 팝 그룹은 교대로 활동함으로써 항상 새로운 것을 개발함

34) 출처: Version femina, 프랑스 여성 잡지

<https://www.femina.fr/article/mangas-k-pop-series-films-pourquoi-la-coree-du-sud-fait-elle-un-carton>

- ❖ 국제 전략관계연구소 연구 책임자 바르텔레미 쿠르몽(Barthélemy Courmont)은 한류가 단순히 우연이 아니라, 한국정부는 문화 산업과 재벌 육성에 전력을 기울인다고 말함. 이어, 재벌은 모든 분야에서 영향력을 발휘하며, 특히 화장품, 패션, 관광 사업에서의 생산, 홍보, 유통 등에 집중한다고 언급함. 따라서 한국문화를 선호하는 젊은 세대는 대규모 상업 전략의 영향을 받고 있다고 밝힘

❖ [일본] 톰스엔터테인먼트, 애니메이터 및 연출가 양성소 설립 35)



[그림 11] 톰스엔터테인먼트 크리에이터 양성소 연수생 모집 사이트 이미지

- ❖ 인기 애니메이션 <명탐정 코난>, <호빵맨> 등을 제작하고 있는 ‘톰스엔터테인먼트(TMS Entertainment)’가 지난 22 일, 만화가 및 연출가 양성을 위한 ‘톰스엔터테인먼트 크리에이터 양성소’를 설립한다고 발표함
 - ❖ 2023 년 4 월 개강을 목표로 수강료는 무료임. 젊은 크리에이터 육성을 위해 양성소의 전신 조직을 2021 년 4 월 설립하였으나 2023 년에 본격적으로 활동을 시작하기 위해 명칭을 바꾸고 재정비하여 출범하고자 함
 - ❖ 교육 지도는 현역 애니메이터가 담당하고 실제 애니메이션·원화를 교재로 사용하면서, 작화·연출기법의 논리적 강좌와 토론하는 시간도 설정하고 있음. 졸업생은 톰스엔터테인먼트에서 제작하는 작품에 참가 가능하며 성적 우수자에게는 톰스엔터테인먼트와 전속 계약 혹은 우선 계약을 맺고 일자리를 제공함. 그 외에도 톰스엔터테인먼트의 오리지널 IP 창출이나 챌린지 기획에도 참여할 수 있다고 함
 - ❖ 지난 22 일부터 수강생 모집이 시작되었고 연수 기간은 2 년, 모집인원은 소수정원으로 응모 자격은 2023 년 3 월 고등학교 졸업예정자 혹은 고졸 이상인 자로 나이는 18 세이상 25 세이하로 제한하고 있음. 양성소는 연수생이 기능습득에 집중할 수 있도록 생활비로 월 10~15 만 엔을 지급하는 장려금 제도도 조건부로 마련하고 있음
 - ❖ 톰스엔터테인먼트는 지금까지 애니메이터 인재부족과 디지털 작화로의 이행, CG 활용과 융합, 애니메이션 제작공정의 디지털화 등 일본 애니메이션 업계의 중장기적 문제의 해결을 위해 노력해 왔음. 이번 양성소 설립의 목적으로는 급변하는 영상업계에서 크리에이터의 존재는 필수 불가결하므로 주의 깊은 교육 지도와 현장실습을 통해 지식과 기술을 습득하여 애니메이션 업계를 지탱해 나갈 수 있는 인재를 착실히 배출해 나가기 위함이라 설명함

35) 출처: <https://www.itmedia.co.jp/news/articles/2207/22/news205.html>

- ☑ (참고) 톰스엔터테인먼트 크리에이터 양성소 모집공고 사이트
- ☑ <https://www.tms-e.co.jp/special/tsukurikata-ikusei.html>

☑ [북경] 2021 년 중국 대외 문화수출입 총액 2 천억 달러 초과

- 7 월 21 일, 상무부(商务部)가 온라인 정례 기자회견에서 발표한 내용에 따르면, 2021 년 중국 대외 문화산업 수출입 총액이 처음으로 2 천 억 달러(약 26 조 천억 원)를 초과하였음
 - ☑ 이는 전년대비 38.7% 증가한 수치임. 수출액에서는 영화·드라마·웹소설·인터넷 영상물·아이디어 상품 등이 빠르게 증가한 것으로 조사됨
 - ☑ 한편 상무부는 지난 18 일, 중앙선전부(中央宣传部), 인터넷정보판공실(中央网信办) 등 26 개 부문과 연합하여 <대외문화무역 고품질 발전 추진에 대한 의견(关于推进对外文化贸易高质量发展的意见)>을 발표함. 해당 <의견>에는 문화산업 분야의 개혁개방 확대, 문화무역의 경쟁력 제고, 혁신발전의 활성화, 협력 네트워크 확대 등 총 28 개 조치사항이 포함됨

☑ [북경] 2021 년 북경 시민 평균 문화소비 전년대비 12.2% 증가

- 7 월 26 일, 2022 년 북경문화포럼(北京文化论坛)에서 북경시국유문화자산관리센터(北京市国有文化资产管理中心)가 발표한 <2022 북경문화산업발전백피서(北京文化产业发展白皮书)>에 따르면, 작년 북경시 규모이상³⁶⁾ 문화산업 법인은 5,539 개로, 전년 대비 368 개 증가함
 - ☑ 이들 법인의 총 매출액 합계는 전년 대비 17.5% 증가한 1 조 7,563 억여 위안(약 341 조 538 억 6,840 만 원)임. 또한 작년 북경시 거주민의 인당 평균 문화소비 지출금액은 1,367 위안(약 26 만 5,416 원)으로, 전년 대비 12.2% 증가함

☑ [태국] 웹툰에서 드라마로...세계로 퍼져가는 K-소프트파워 ³⁷⁾

- 한국은 20 여 년에 걸쳐 한류와 같은 소프트파워를 세계 곳곳에 널리 전파하고 있지만 이렇게 성공하기까지는 막대한 투자와 계획이 필요했음. 특히 한국 웹툰은 놀라운 정도로 빠르게 성장하고 있는 한국 소프트파워 산업 중 하나임
 - ☑ 한국콘텐츠진흥원(KOCCA)의 보고서에 따르면 웹툰 이용자 중 웹툰을 유료로 결제한 경험이 있는 독자의 비중은 2019 년 37.4%, 2020 년 43.6%, 2021 년 44.3%로 증가하고 있으며, 카카오페이지는 태국 출시 4 일 만에 1,000 만 바트(약 3 억 5 천만 원)의 매출을 기록하며 코로나 19 상황에서도 K 팝이나 드라마 못지않은 큰 인기를 누림
 - ☑ 웹툰은 채널 자체를 뜻하는 '웹사이트'와 만화를 뜻하는 '카툰'의 합성어로 웹사이트에서 볼 수 있는 만화

36) 규모 이상 기업은 연간 산업 가치 2,000 만 위안(약 38 억 8,300 만 원) 이상의 기업을 의미함

37) 출처: <https://www.ellethailand.com/korean-series-based-on-webtoon-soft-power>

를 의미함. 스마트폰 하나로 모든 것을 할 수 있는 시대에 웹툰은 화면을 통한 새로운 독서 문화를 만들어 냈고 독자들은 이 콘텐츠에 쉽게 적응함. 게다가 웹툰의 성공은 드라마로까지 이어지고 있음. 2022 년 한 해에만 (한국에서) 총 51 편의 웹툰이 드라마로 제작될 예정임

- ✔ K 팝에서도 웹툰은 환영받고 있는데 아이돌들이 드라마 배우로 활약하고 웹툰을 원작으로 한 드라마의 OST 를 부르며 승승장구함. 2022 년 초 하이브(HYBE)는 라인웹툰과 손잡고 BTS 의 판타지 웹툰 <세븐 페이츠: 착호 (7 FATES: CHAKHO)>를 선보임. 이같은 K 팝 아티스트와 웹툰 콘텐츠 제작사의 협업은 창조산업에 있어 주목할 만한 동반 성장을 보여주는 새로운 모델이 됨
- ✔ 항상 새로운 아이디어와 혁신적인 내용을 추구하는 웹툰과 웹툰의 잠재력을 간파해 드라마로 제작하는 자본가들의 협업은 자연스러운 것임
- ✔ 한국의 드라마로 제작되어 인기를 끈 웹툰 10 편은 다음과 같음: <이태원 클라쓰>, <김 비서가 왜 그럴까>, <스위트홈>, <여신 강림>, <알고 있지만>, <킹덤>, <내 아이디는 강남미인>, <지금 우리 학교는>, <나빌레라>, <지옥>

✔ [태국] 총리의 고민...Y-시리즈는 태국의 소프트파워가 될 수 있을까? 38)

- 최근 Y-시리즈에 출연했던 배우들이 유명 스타로 발돋움하고 세계 각지의 팬들을 끌어 모으며 태국 Y-시리즈가 태국에서만 인기가 있는 것이 아님을 보여줌. 이에 태국 정부를 비롯해 관계자들은 이 장르의 사업 가능성을 기대하고 있음
- ✔ 브라우트 찬오차(ประยุทธ์ จันทร์โอชา) 태국 총리는 국가적인 지원이 필요한 Y-시리즈에 즉각적인 지원은 없을 것이라고 선을 그었다고 알려진 가운데 타나꾼 왕분콩차나(ธนกร วังบุญคงชนะ) 총리실 대변인은 총리가 Y-시리즈를 활용해 소프트파워를 홍보하고 관광을 유치하는 노력에 대해서는 칭찬을 아끼지 않았다고 전함
- ✔ 지난달 태국관광청은 수천 명의 일본 팬들이 Y-시리즈 촬영장을 방문할 수 있도록 시범 관광상품을 기획하고 판매할 계획이 있다고 밝힘. 태국은 성소수자(LGBTIQ³⁹⁾)들에게 비교적 개방적인 태도를 보이고 있고 오래전부터 게이들의 천국으로 알려져 왔음
- ✔ 10 년 전 태국에서 성소수자의 권리가 담론으로 대두되기도 전에 성소수자 여행객 유치를 위해 ‘고 타이 비 프리(Go Thai Be Free)’라는 캠페인을 펼치기도 함
- ✔ 정부당국은 캠페인부터 Y-시리즈까지 망설임 없이 동성 관계를 이용해 수익을 내려고 하면서도 결혼 평등법은 보류하고 있음
- ✔ 성소수자의 권리는 인정하지 않으면서 정부는 이들을 이용해 이익을 보려는 모순된 태도를 취하고 있음. 필자는 태국이 외국인뿐만 아니라 자국민 성소수자들에게도 법적, 의례적으로 동성결혼식을 인정하는 나라가 될 때 이것은 또 다른 소프트파워가 될 수 있다고 봄. 하지만 태국 정부가 이 수준에 이를 수 있을지는 여전히 의문임

38) 출처: <https://www.bangkokpost.com/life/social-and-lifestyle/2353301/the-soft-power-of-love>

39) LGBTIQ: Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender/Transsexual, Intersex, Queer 를 뜻하는 약어(편집자 주)

- ✔ 찻찻 시티판(ชาชาตี่ สิทธิพันธ์) 방콕시장이 주최한 ‘끄룽텝 끌랑 블랭(กรุงเทพกลางแปลง)’ 야외 영화제에 태국 성소수자의 이야기를 그린 영화 중 가장 인기가 있었던 <러브 오브 시암(Love of Siam)>과 <블루 아워(Blue Hour)>가 라인업에 오름. 예상하지 못했던 영화는 <포트레이트 오브 어 레이디 온 파이어(Portrait Of A Lady On Fire)>로 영화제에 참석한 성소수자들은 이 영화가 선정된 것에 대해 찬사를 보냈으며 레즈비언을 주인공으로 한 영화가 수백 명의 관객 앞에서 공개적으로 상영됐다는 것에 기쁨을 감추지 못함

✔ [인니] 인니 정보통신부, 전자시스템사업자 미등록 주요 게임 플랫폼 서비스 차단

● 인도네시아 정보통신부는 7 월 30 일부로 다수의 대형 전자시스템사업자(PSE)들의 서비스 차단을 시작하였음

- ✔ 차단 대상은 정보통신부가 올해 7 월에 최고장을 발송한 후에도 전자시스템사업자(PSE) 등록을 하지 않은 플랫폼들이 해당함. Epic Games(epicgames.com), Steam(steampowered.com), Dota(dota2.com), Counter Strike(blog.counter-strike.net), Origin(origin.com) 등 총 다섯 개의 게임 플랫폼은 별도의 후속조치가 이뤄지지 않을 경우엔 인도네시아에서는 더 이상 위의 서비스를 통해 정보를 찾거나 프로그램 다운로드 및 실행이 불가능해짐
- ✔ 해당 최고장은 전자시스템사업자(PSE) 등록까지 근무일 5 일 기한을 주고 해당 시한은 지난 7 월 29 일 자정에 마감됨에 따라 등록을 마치지 않은 업체들의 서비스 차단이 시작된 것. 전자시스템사업자(PSE) 등록은 OSS-RBA(Online Single Submission-Risk Based Approach) 시스템에 사업자로 등록하는 것으로 서비스 접속이 차단된 사이트들도 해당 시스템에 등록되면 차단을 해제할 방침임
- ✔ 하지만 상기 5 개 플랫폼이 완전히 차단된 것은 아니므로 옥시즌(Oxygen.id), 인디홈(IndiHome), 마이리퍼블릭(MyRepublic), 비즈넷(Biznet)등의 ISP 를 통하면 접속이 가능함. 그러나 해당 ISP 도 정부 방침에 따라 단계적으로 차단될 것으로 보임
- ✔ 현재 차단된 서비스들은 상기 게임 관련 플랫폼뿐 아니라 야후(Yahoo), 빙(Bing), 페이팔(Paypal) 등도 속함. 페이팔은 PSE 등록을 마쳤는데도 서비스가 차단되어 논란을 빚은 바 있음

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

 미국 비즈니스센터(LA) 주성호 센터장	 +1-323-935-2070	 shju@kocca.kr
 유럽 비즈니스센터(파리) 유성훈 센터장	 +33-1-42-93-02-84	 yoosunghoon@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(북경) 윤호진 센터장	 +86-10-6501-9971	 hyyoon8591@kocca.kr
 중국 비즈니스센터(심천) 김형민 센터장	 +86-755-2692-7797	 momo@kocca.kr
 일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장	 +81-3-5363-4511	 yhlee@kocca.kr
 인니 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장	 +62-21-2256-2396	 yskim@kocca.kr
 베트남 비즈니스센터(하노이) 홍정용 센터장	 +84-39-226-4093	 hongjiy84@kocca.kr
 UAE 비즈니스센터(두바이) 오현전 센터장	 +971-2-491-7227	 ho@kocca.kr
 태국 마케터(방콕) 박웅진 부장	 +66-2-017-2856	 wjpark@kocca.kr
 러시아 마케터(모스크바) 김시우 과장	 +7-968-943-4571	 cu@kocca.kr

발행인 _____ 조현래

발행처 _____ 한국콘텐츠진흥원

ISSN 2733-578X

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

1566-1114

www.kocca.kr