

[정규과정]

- 글로벌문화콘텐츠의 이해와 사례
 - 대중음악콘텐츠기획과 해외진출
-

주제: 한류팬의 확대와 디지털 기반의 한류 확장 현황

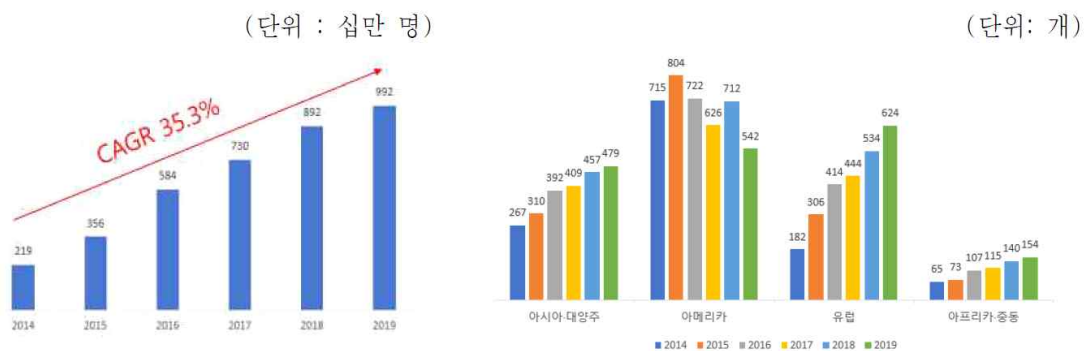
본 자료를 통해
K-POP성공에서 가장 결정적인
디지털 환경 변화에 대한 이해를 할 수 있습니다.

튜터 이두호

주제 : 한류팬의 확대와 디지털 기반의 한류 확장 현황

한국가수 최초로 빌보드 1위를 기록한 '방탄소년단(BTS)'의 세계적인 인기에 힘입어 한류가 다시금 확산되고 있습니다.

K-POP, 드라마를 포함한 한류 콘텐츠는 스포츠, 관광, 쇼핑, 패션, 전통문화 등 산업 전반에 걸쳐 한국과 관련된 콘텐츠와 상품을 소비하는 한류 산업으로 이어지고 있는데 특히 아시아에서 유럽, 아프리카 등 전 세계로 한류팬이 퍼져나가며 한류 콘텐츠 소비가 증가하고 있습니다.



자료 : 2019 지구촌 한류현황(2019.12), 한국국제교류재단

한국국제교류재단이 발표한 자료에 따르면 2019년 12월 한류 동호회와 회원의 수는 전 세계 112개국 중 총 98개국에 1,799개의 한류 동호회가 결성되어 있고 전체 회원 수는 총 9,932만 명에 달합니다.

동호회 수는 유럽 지역에 624개로 가장 많지만 회원 수는 약 7,181만 여명의 한류팬이 있는 아시아대양주 지역에 가장 많고 2014년 이후로 아시아·대양주, 유럽, 아프리카·중동 지역에서 모두 꾸준히 증가 추세입니다.

또한 한국국제문화교류진흥원이 발표한 '글로벌 한류 트렌드 2020'의 한류가 소비자에게 수용된 정도와 성장 및 쇠퇴 경향을 반영하는 한류지수를 살펴보면, 한류 인기 상위 국가들이 한류 확산단계에서 대중화가 진전되고 있어 2019년에 새롭게 인도네시아, 베트남, 말레이시아 등 한류대중화 단계에 속하는 국가들이 나타나고 있습니다.

1억명에 달하는 한류 동호회 회원의 대부분은 10~20대 연령층의 여성으로, 1990~2000년대 초기 한류 드라마로 시작된 한류팬이 20~40대 여성이었던 점과 비교하면 2000년대 후반부터 K-Pop이 한류의 흐름을 주도하면서 이를 소비하는 주 연령

층인 10~20대로 평균 연령대가 낮아진 것을 확인할 수 있습니다.

한류콘텐츠의 주요 접촉 경로는 2017년도에 비해 2018년에 온라인 또는 모바일로 많이 전환된 모습이 나타났습니다.

2017년도에는 드라마, 예능, 영화를 TV를 이용하여 시청한다는 응답이 더 많았으나, 2018년도에는 드라마, 예능, 영화, 애니메이션 등 모든 한류콘텐츠를 온라인/모바일을 통해 가장 많이 접촉하고 있습니다.

동영상 한류콘텐츠의 주요 시청수단은 OTT를 통해 시청한다는 응답이 70% 내외로 가장 많았으며, 2순위 접촉수단으로 조사된 TV보다 보통 10~20% 이상 접촉율이 높았습니다.

OTT 중에서도 특히 유튜브와 넷플릭스를 이용해 동영상 한류콘텐츠 접하고 있었습니다. 유튜브를 통한 이용률은 예능과 애니메이션, 드라마와 영화 분야에서는 넷플릭스를 이용하는 비율이 상대적으로 높습니다. 아시아 권역에서는 드라마, 예능, 영화, 애니메이션 전 분야에서 중국 OTT서비스인 아이치이와 유쿠이 20%를 웃돌았는데, 중국과 대만 등에서 이 두 플랫폼의 이용률이 높기 때문입니다.

페이스북, 트위터, 인스타그램 등의 SNS를 이용해 동영상 한류콘텐츠를 이용한다는 이용자도 네 분야 모두에서 40% 내외로 나타났고 DVD, 블루레이, 비디오테이프 등 오프라인 수단을 이용하여 한류동영상을 접촉하는 한류이용자들은 20% 수준에 불과했습니다. 4개 콘텐츠 분야 오프라인 경로 접촉률 평균은 2017년 22.6%, 2018년 18.3%으로 동영상 한류콘텐츠 유통의 온라인 전환이 더욱 진전된 것으로 나타났습니다.

동영상 콘텐츠 뿐 아니라 한국 음악 콘텐츠의 주요 청취 수단도 온라인·모바일 플랫폼으로, 77.5%가 이를 통해 K-Pop을 이용하고 있었고 가장 많이 사용하는 플랫폼은 유튜브, 스포티파이, 페이스북 순으로 나타나 음악 전문 스트리밍 플랫폼, SNS 등 다양한 경로를 통해 K-Pop을 소비하고 있는 것으로 나타났습니다.

[참고자료]

한국국제교류재단, 지구촌 한류현황(2019.12),

한국국제문화교류진흥원, 글로벌 한류 트렌드 2020'

한국콘텐츠진흥원, 디지털 경제형 콘텐츠 해외진출 전략(2020)