



## [정규과정] 글로컬문화콘텐츠의 이해와 사례

---

주제 : 글로컬라이제이션 전략이란?



콘텐츠 비즈니스에 있어서 주목해야할 전략인  
글로컬라이제이션 전략에 대해 알아보고 예시를 살펴봅니다.

튜터 이두호



〈금도끼 은도끼〉 이야기 모두 잘 아시나요?  
나무를 하다 연못에 도끼를 빠트린 나무꾼에게  
산신령이 나타나 어떤 도끼를 빠트렸냐고 묻자,  
정직하게 말한 가난한 나무꾼에게는 금도끼, 은도끼, 쇠도끼를 모두 주고,  
욕심 많은 나무꾼에게는 정작 자신이 갖고 있던 도끼마저 찾지 못했다는 이야기.

그런데 이 이야기가 우리나라에서 만들어진 전래동화가 아닌,  
그리스의 이솝 우화라는 사실 알고 계셨나요?  
원제목은 너무나도 생소한 〈헤르메스와 간사한 나무꾼〉  
또는 〈아르네툼손의 물속에 빠트린 도끼〉 랍니다.

우리 기억 속에는 분명 흰색 저고리에 상투를 틀고 지게를 진 나무꾼이  
동네 뒷산에 가서 분명 한국에서만 살고 있을 듯한  
긴 두루마기를 걸친 산신령을 만나는 이야기인데..

이것이 ‘그리스’ 이야기라니.. 헤르메스, 아르네툼손 이라니..



<http://www.musee-jean-de-la-fontaine.fr/jean-de-la-fontaine-fable-uk-48.html>

[http://minwa.fujipan.co.jp/area/oita\\_016/](http://minwa.fujipan.co.jp/area/oita_016/)



<http://irohanihoheto.bloggole.jp/post-514/>

물론 내용적으로나 배경적으로나 세계적 보편성에 기반 하고 있기 때문에 어느 나라의 것이라고 주장해도 무리가 없겠습니다만,

〈금도끼 은도끼〉를 이토록 한국적으로 느꼈던 이유는 무엇일까요?

이 이야기는 우리나라 개화기(1880년대) 무렵 학생들의 교과서에 실리면서 알려지게 되었는데, 결정적으로 헤르메스가 ‘산신령’으로 바뀌고, 나무를 하는 배경인 강둑이 산속 ‘옹달샘’으로 바뀌면서 한국의 전래동화처럼 여겨지게 된 것입니다.

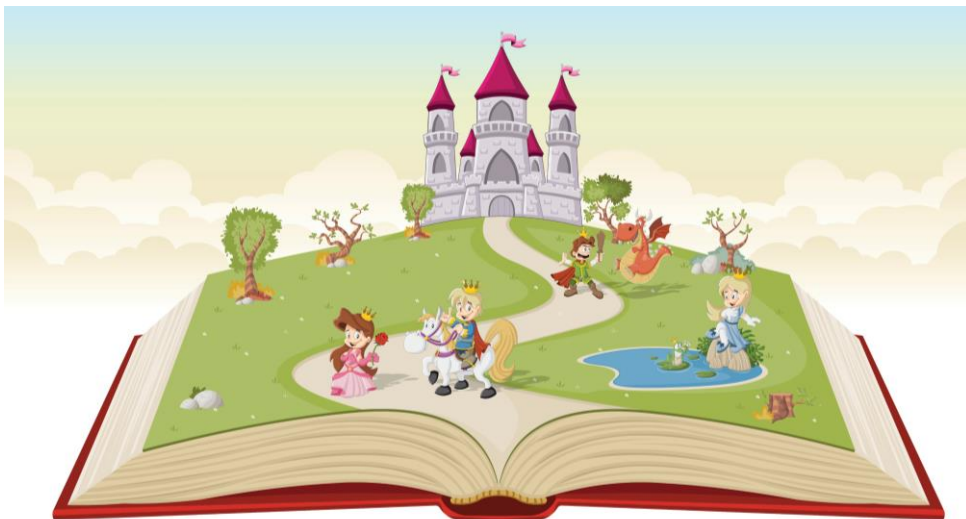
콘텐츠 비즈니스에 있어서 매우 주목해야할 전략이 바로 여기에 있습니다.

바로 ‘글로컬라이제이션’ 인데요.

세계화(Globalization)과 현지화(Localization)이 합쳐진 말입니다.

좀 쉽게 정리하자면 ‘해외 현지화’ 정도가 되겠네요.

기원전 6세기에 이야기꾼 아이소포스가 지은 〈헤르메스와 간사한 나무꾼〉은 각 나라로 전해지면서 완벽하게 현지화하며 각 나라의 종교와 문화, 향토색을 품은 전래동화로 자리 잡았습니다.



## 해외현지화란 무엇인가

글로벌라이제이션(globalization)은 마구잡이로 생겨난 콩글리쉬가 아닙니다.

이 개념은 영국의 사회학자 롤랜드 로버트슨(Roland Robertson)이  
기업이 세계화를 추구하 되 동시에 현지 국가의 문화와 양식,  
소비자 행동의 차이 등 지역 풍토를 존중하는 경영과 전략을 실행해야 한다는  
의미로 만들어진 신조어입니다.

가령 1980년대 미키마우스가 중국에 전해질 때  
국민들은 이를 매우 받아들이기 힘들었다고 합니다.  
디즈니는 중국 방송사에 무료로 판권을 제공하면서 애니메이션을 보게 하고  
캐릭터 숭을 개설했는데 사람들은 크게 반응하지 않았습니다.  
왜냐하면 당시 중국에서는 쥐 소탕 작전을 벌이고 있었기 때문이죠.

미디어를 통해 전달되는 콘텐츠의 경우, 원천 스토리(IP), 품질, 기술 등은  
독자적으로 보유하되, 시장에 있어서는 지역적 특성을 살려가는 전략,  
즉 언어는 물론, 변형이 가능한 각종 요소 등을 현지의 실정에 맞게 수정함으로써  
경쟁력을 강화하고 현지인들에게 접근성을 높이는 전략이 됩니다.

요즘은 이를 ‘원 소스 멀티 테리토리’ 전략이라고 부르기도 합니다.



디즈니는 2000년 현지화를 위해 입크기가 대폭 줄어들고  
그림체가 심플해진 신종 미키마우스를 일본에 출시하기도 했고,

마블은 2004년 인도에 개봉하면서 주인공의 이름을 ‘피터파커’에서  
‘파비트르프라바카르’라는 이름으로 바꾸고,  
마스크속 주인공을 동양인으로 바꾸기도 했습니다.

미국 세서미 스트리트에 나오는 ‘빅버드’는 인도에서  
보랏빛 사자 ‘뽀바’로 대체 되기도 했습니다.



출처 :

미국 만화 캐릭터 수출때 ‘성형수술’

[http://news.chosun.com/site/data/html\\_dir/2007/10/18/2007101800118.html](http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2007/10/18/2007101800118.html)

A Mickey Mouse Approach to Globalization

<https://yaleglobal.yale.edu/content/mickey-mouse-approach-globalization>