월간 해외문화정책동향
2021. 6월

Vol. 16

ISSN 2713-9387

모음

녹색미래를 위한 문화전략

50th
1971~2021
Korean Culture and Information Service

문화체육관광부
Kocis 해외문화홍보원 Korean Culture and Information Service
KOFICE

월간 해외문화정책동향 모음
Vol.15

목차

I 세계는 지금 | 정책 동향

4 1. 문화예술 : 미국, 일본, 캐나다, 인도네시아, 브라질, 남아공, 스페인, 태국, UAE

11 2. 문화산업 : 미국, 중국, 벨기에

14 3. 체육 : 미국, 벨기에, 캐나다, 러시아, 일본, 태국

17 4. 관광 : 싱가포르, 이탈리아, 태국, 카자흐스탄, 아르헨티나, 러시아, 폴란드, 캐나다, 벨기에

21 5. 문화체육관광통계 : 터키, 벨기에, 독일, 프랑스

II 세계는 지금 | 이슈 동향

27 1. 프랑스 한국문화원 41년의 중요 장면들

32 2. 기후와 자연 위기 시대, 문화예술로 공감하기

35 3. 디지털 문화다양성

39 4. 소도시 지역 관광

III What's on KCC abroad | 재외한국문화원 6월 활동계획

I

세계는 지금 [정책 동향]

1. 문화예술 : 미국, 일본, 캐나다, 인도네시아, 브라질, 남아공, 스페인, 태국, UAE
2. 문화산업 : 미국, 중국, 벨기에
3. 체육 : 미국, 벨기에, 캐나다, 러시아, 일본, 태국
4. 관광 : 싱가포르, 이탈리아, 태국, 카자흐스탄, 아르헨티나, 러시아, 폴란드, 캐나다, 벨기에
5. 문화체육관광통계 : 터키, 벨기에, 독일, 프랑스

1. 문화예술

코로나19 시대 문화예술 회복단계 진입

미국

뉴욕시, 예술인을 위한 새로운 지원 사업 운영

뉴욕시는 코로나19 시대에 맞춰 예술인 지원사업을 시행한다. 이는 1930년대 미국의 대공황 당시 루즈벨트(Franklin D. Roosevelt) 대통령이 뉴딜 정책(New Deal Policy)의 일환으로 운영한 연방 아트 프로젝트(Federal Art Project)를 벤치마킹 한 것이다. 뉴욕시 예술인 지원 사업은 코로나19 대유행으로 인해 예술인들의 수입이 급감하고 정부의 구제가 필요한 상황에서 예술가들을 재정적으로 지원하기 위해 기획됐다. 총예산은 2,500만 달러(약 280억 원)이며, 라이브 공연, 팝업 콘서트, 공공미술 프로젝트 등 분야에서 약 1,500여 명의 예술가들을 고용할 계획이다.

(출처 : NYtimes, 2021.5.6.)

가을부터 브로드웨이 공연 재개

앤드류 쿠오모(Andrew Cuomo) 주지사는 5월 19일부터 뉴욕시 내 공연장을 재개한다고 기자회견에서 언급했다. 단 공연장 입장 시, 백신 접종 또는 코로나19 검사 결과를 확인하지 않는 곳은 관객간 약 2m 거리두기 지침을 준수해야 한다. 한편 브로드웨이는 오는 9월 중순에 공연을 재개할 것으로 예상하고 있다. 7월 1일부터 뉴욕시는 레스토랑, 체육관, 미용실, 상점 등의 운영을 재개하고 수용인원 100%로 정상화할 예정이며, 이에 맞춰 브로드웨이는 9월 14일부터 〈해밀턴(Hamilton)〉, 〈라이온 킹(The Lion King)〉, 〈위키드(Wicked)〉 시작으로 공연을 재개할 계획이다. 그밖에도 지난 5월 14일, 뉴욕 필하모니 오케스트라도 공연 중단 400여일 만에 공연장에서 대면 공연을 개최했으며, 연주가 간에 약 3m 간격을 띄우고 앉아 연주했다.

(출처 : NYtimes, 2021.5.5., NY 1, 2021.5.24.)

뉴욕시 실내 관람시설 수용인원 확대

뉴욕의 박물관은 4월 26일부터 관람객 입장 인원 제한을 정원의 25%에서 50%로 확대했다. 뉴욕의 주요 미술관인 뉴욕현대미술관,

뉴욕시립미술관, 구겐하임도 수용인원을 점차적으로 확대한다고 밝혔다. 동물원, 식물원, 수족관은 4월 26일부터 최대 정원의 50%, 실내체육관은 25%, 영화관은 33%로 5월 19일부터 수용인원을 점차 증원한다.

(출처 : HYPERALLERGIC, 2021.4.21.)

일본

도쿄올림픽 계기 문화예술입국[1] 정책 실현

일본 정부는 도쿄올림픽을 계기로 국제사회에 일본 문화예술의 매력을 알리고 '문화예술입국(文化藝術立國)'을 실현하기 위한 일본 문화 중기계획을 마련했다. 문화예술입국 정책은 「문화예술입국 중기계획」('14.3.)을 기본으로 '일본이 가진 문화력(文化力)'의 발굴·육성을 통해 전통과 지역예술의 특성을 살린 문화 프로그램을 전국적으로 실시한다. 이를 바탕으로 일본 정부는 '세계에서 존중받고 사랑받는 문화대국'의 정책기조를 제시했다. '문화예술입국'의 목표는 일본 내 문화예술의 인식을 개선하고 문화예술 활성화에 대한 지표를 만드는 것 등이다. 일본 정부는 2014년부터 도쿄올림픽 기간까지 인력양성, 지역 기반시설 조성, 국제교류 프로그램으로 나누어 일본 문화정책을 제시한 바 있다.

(출처 : Khaleejtimes, 2021.4.25.)

1 문화예술입국(文化藝術立國) : 일본의 전통문화와 예술 문화의 진흥, 인재 육성과 문화 발신의 강화 등 문화예술의 힘에 기반한 국가전략

문화예술입국 중기계획

2014년 → 2020년

1. 인재 육성
- 문화예술을 통한 창조·상상력이 풍부한 인재 육성
- 예술교육자·전문인재(아트 매니지먼트 등) 육성
- 고도의 예술인재 육성, 전통예술의 후계자 양성

2. 지역을 활기있게
- 문화재 보존·수리의 강화
- 지역 문화자원을 활용한 지역 조성
- 창조도시 네트워크의 발전

3. 세계문화교류의 허브로
- 일본의 전통공예, 예술과 생활문화의 해외 판로개척
- 해외에서 일본문화 홍보
- 국내 예술 축제, 국제회의 개최

시설과 조직 제도의 정비 / 공고한 문화력의 기반 형성 → 일본 속의 매력적인 문화 행사 실시 / 전국 지자체와 예술가의 협업으로 도쿄올림픽·패럴림픽에 맞춰

*코로나19 이전의 계획으로 자료에서 도쿄올림픽 개최년도를 2020년으로 표기

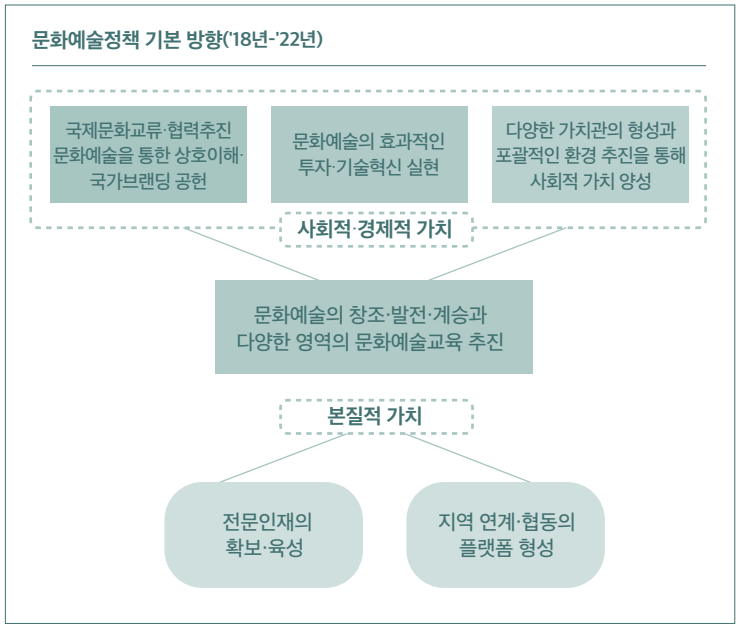
(출처 : 문화예술입국 중기계획 보고서, 2014.3.)

「문화예술기본법」 개정으로 문화행정의 새로운 전개

일본 문화청은 2018년 「문화예술기본법」을 개정해 문화예술입국의 실현과 문화행정의 기반을 다졌다. 법률에 포함되는 시책들은 관광, 지역문화 기반 조성, 국제 교류, 복지, 교육, 산업 등이 있다. 본 개정은 문화예술을 통해 창출되는 다양한 가치들을 다시 문화예술의 계승과 발전, 창조에 활용하는 것에 중점을 두었다.

주요 개정 내용은 생활 문화의 범주에 '식문화' 항목 추가, 지역 예술을 위한 예술행사 지원, 문화 소외계층의 문화예술 활동 지원, 국제교류 추진과 인재 육성·지원 등의 규정을 명시했다. 이를 바탕으로 「국제문화교류 추진에 관한 법률」과 「장애인의 문화예술활동 추진에 관한 법률」 등이 성립·시행 되었다. 일본은 2022년까지 법률안에 따른 문화행정 개선을 목표로 하고 있다.

(출처 : Khaleejtimes, 2021.4.25.)

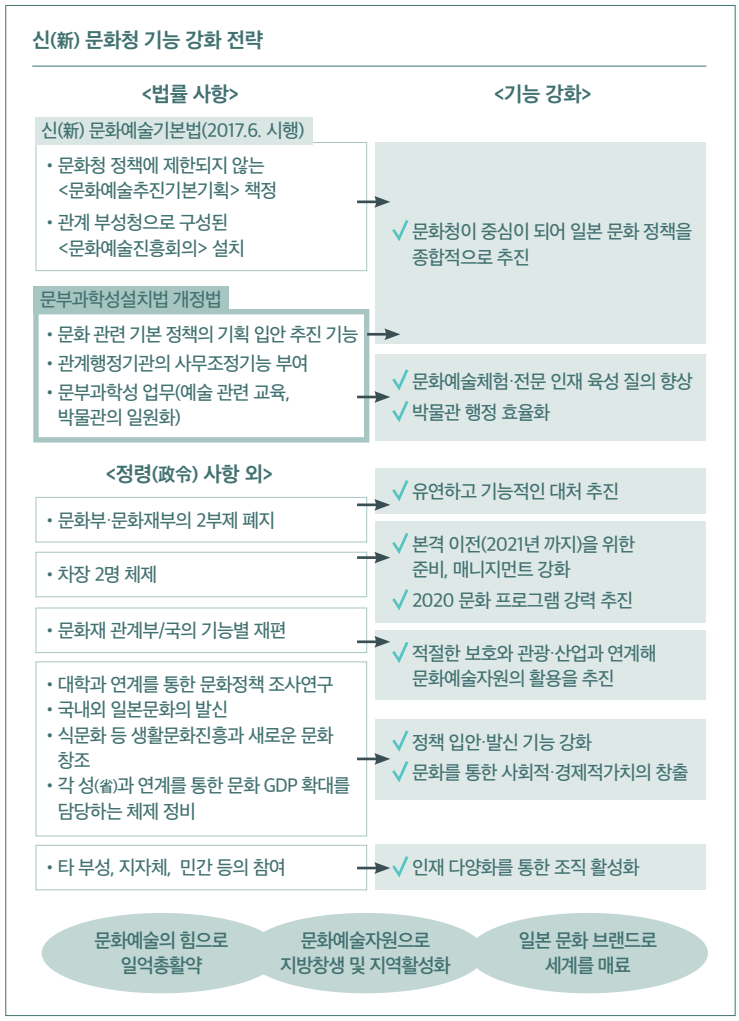


(출처 : 2018 문화예술추진기본계획(제1기) 보고서)

신(新) 문화청 설립으로 새로운 체제 정비

일본 정부는 「문부과학성설치법」개정에 따라 신(新)문화청을 설립하고 문화행정 체제를 종합적으로 정비했다. 이에 따라 문화청은 문화기본정책의 기획·입안 추진 기능을 수행하며, 예술교육과 박물관의 사회교육 진흥 관련 역할이 확대된다. 문화청은 조직개편을 통해 문화부·문화재부의 2부제를 폐지하고 문화자원 활용과를 신설해 보다 유연하고 기동적인 조직 체계를 갖추고자 한다.

(출처 : 일본 문화청, 2021.5.21)



(출처 : 문화청 창립 50주년기념식전 자료집)

캐나다

문화유산부, 코로나19 이후 문화예술 종사자의 경제현황 조사

캐나다 문화유산부는 캐나다 내 문화예술 종사자의 경제상황을 파악하기 위해 설문조사를 실시했다. 조사 대상자는 코로나19 전후 창작활동과 생계 유지 경험이 있는 예술가들이다. 본 조사의 목적은 자국 내 예술·문화 생태계 상황을 실시간 공유하며, 문화예술가들의 현황을 이해하는 데 도움을 주기 위한 것이다. 더불어 현재와 미래의 캐나다 문화유산 정책과 프로그램에 대한 정보를 제공함으로써 캐나다 정부가 문화예술 부문의 현실을 지속적으로 대응할 수 있을 것으로 기대된다.

(출처 : 캐나다 정부, 2021.5.10.)

문화유산과 스포츠 단체를 위한 긴급 지원금 지급

캐나다 예술위원회는 문화유산과 스포츠 단체에 코로나19 이후 재정적 부담을 완화하기 위해 5억 달러(약 5,580억 원)를 긴급 지원한다고 발표했다. 연방정부는 지원금 배분을 2단계로 나누어 시행할 계획이다.

- **1단계 전문 예술단체 지원** : 캐나다 예술위원회는 코로나19로 인해 재정적인 영향을 받은 예술단체를 선별하여 5,500만 달러(약 495억 원) 지급

- **2단계 우선순위집단을 포함한 예술단체 지원** : 예술 위원회는 시의회가 지정한 4개의 우선순위집단(원주민, 문화다양성 보유자, 청각·신체 장애인, 소수언어사용 부족)을 포함한 예술조직 중 코로나19로 인해 경제적인 어려움에 처해있는 예술단체에게 780만 달러(약 70억 원) 지급

(출처 : 캐나다 예술위원회, 2021.5.8.)

인도네시아

인니 문화진흥을 위한 정부 간 협의 촉구

인니 예술단체는 정부를 대상으로 2017년 제정된 문화진흥법의 신속한 시행을 촉구했다. 문화진흥법은 2년 내에 대통령령, 정부령, 장관령 등 17개의 시행령을 규정하도록 돼있다. 그러나 4년이 지난 현재, 대통령령만 제정됐을 뿐 부처간 조율에 시간이 소요되는 정부령은 심의가 진행되지 못한 상황이다. 인니 정부는 2018년에 문화신탁기금(DPK)에 5조 루피아(약 4,000억 원)의 예산을 편성하겠다고 했으나, 2021년에 2조 루피아(약 1,600억 원)의 예산을 책정하는데 그쳤고 문화신탁기금 관리기구도 구성하지 못했다.

이에 인니 예술단체는 인니 정부에게 문화진흥법의 이행과 국가문화전략 비준, 문화신탁기금 관리기구를 구성할 것을 요구했다.

(출처 : Liputan6, 2021.4.28.)

브라질

상파울루 주정부, 문화 분야에 투자

지난 5월 11일, 상파울루 주정부 호아오 도리나(João Doria) 주지사는 문화 프로젝트에 1억 8,000만 헤알(약 380억 원)을 투자할 계획이라고 발표했다. 투자 대상은 약 9천여 명의 예술가, 문화 종사자의 프로젝트이다. 이는 코로나19로 침체된 예술과 창작 활동 재개를 촉진하기 위한 것으로 문화창의경제사무국은 최대 13만 8,000개의 일자리 창출과 3억 헤알(약 662억 원)의 경제적 효과를 기대한다고 밝혔다.

- **문화활동 프로그램**(Programa de Ação Cultural (ProAC) Expresso Editais) : 투자금 6,000만 헤알(약 132억 원) 편성, 현대 미술 100주년과 브라질 독립 200주년 기념을 주제로 36개의 예술가 작품 프로젝트 지원

- **문화활동 진흥 프로그램**(ProAC Expresso Direto) : 투자금 1억 헤알(약 220억 원) 편성, 4개 R&D 분야에 투자지원

- **문화 공동체**(Juntos pela Cultura) : 투자금 2,000만 헤알(약 44억 원) 편성, 지방자치단체를 위한 도시 예술 벽화·야외 갤러리 구성과 창의 경제를 위한 공공 정책 교육 프로그램 등 지방자지단체, 예술가, 단체를 대상으로 총 12개 프로그램 지원

(출처 : AgênciaBrasil, 2021.5.11.)

남아공

음푸말랑가(Mpumalanga) 지역, 예술인복지 프로그램 시범 운영

남아공 음푸말랑가(Mpumalanga) 지역은 남아공 예술인복지 프로그램(SILAPHA Programme)을 시범 운영한다. 남아공 예술인들의 복지 증진을 위해 예술인의 정신건강 관리, 약물 남용 방지, 재무·법률 상담 서비스 등을 제공하는 본 프로그램은 남아공 문화 산업 종사자들의 복지 증진을 위한 개입, 개인 건강·사업 관련 상담이 가능한 구축 환경 조성, 문화예술인들의 역량 강화를 통한 전문영역 확보 등의 방안이 실행될 예정이다.

(출처 : 남아공 정부, 2021.4.29.)

스페인

2022년 프랑크푸르트 도서전[2] 참가

2022년 프랑크푸르트 도서전에 스페인이 주빈국으로 참여할 계획이다. 문화체육부 우리베스(José Manuel Rodríguez Uribes) 장관은 의회 연설에서 '본 도서전을 통해 스페인 문학을 널리 알리며, 스페인 문화의 힘을 보여줄 기회로 적극 활용할 것이다.'라고 밝혔다. 이와 관련해 우리베스 장관은 스페인어 저작물 해외 언어 번역을 위해 외교부 소속 문화홍보 협력기관에 40만 유로(약 54억 원)를 추가적으로 지원할 필요가 있다고 강조했다.

(출처 : 스페인 문화체육부, 2021.4.13.)

2 프랑크푸르트 도서전 : 매년 출판사, 작가 그리고 출판업계 관련 종사자들이 모이는 국제적 행사

태국

문화부, 코로나19 피해 지원과 지역경제 활성화를 위한 캠페인 실시

태국 문화부는 코로나19 피해를 입은 국민들을 지원하기 위해 '빤남짜이 콘타이 마이팅깐(태국인들을 버리지 않고 마음으로 서로 돕는다)' 캠페인을 시행한다. 태국 문화부 차관은 3분기까지 2021년 예산을 최대한 집행해 지역경제 활성화에 집중하고, 태국문화상품(CPOT, Cultural Product of Thailand)[3] 사업을 육성하겠다고 밝혔다. 문화부는 문화관광지 육성으로 일자리 증대와 소득개선에 기여할 것으로 기대하고 있다.

(출처 : Thairath;Dailynews, 2021.5.8.)

3 태국문화로부터 유래된 보존물과 창작물에 경제적 가치를 부가하여 상업적으로 발전시키고자 하는 정책

UAE

샤르자 지역, 중앙아메리카 도시들과 문화적·경제적 협력 노력

샤르자 정부는 중앙아메리카 통합조직(Sistema de la Integración Centroamericana, 약칭 SICA) 대표들과 중미 도시들과 문화, 경제, 외교 관계를 강화하고 국제사회에서 지속가능한 발전을 도모하는 자리를 마련했다.

특히, 샤르자 지자체 세이크 파힘 알 카시미(Sheikh Fahim Al Qasimi) 회장은 샤르자 지역과 SICA 회원들이 출판과 번역 분야에서 새로운 기회를 모색해야 한다고 강조하며 중미의 풍부한 역사와 문화를 국민들에게 알릴 수 있는 문화행사 개최 가능성을 모색하는데 깊은 관심을 보였다. SICA 관계자들도 샤르자와 중미 사이의 경제적·문화적 친밀성을 도모하고 새로운 시대를 개척하는 과정에 중미 경제단체들이 UAE에서 갖게 될 무수한 기회를 강조했다.

(출처 : Khaleejtimes, 2021.4.25.)

2. 문화산업

문화콘텐츠 산업에 부는 '디지털 시대의 전환'

미국

영화계 내 인종차별·성차별 반대 캠페인 확산

할리우드(Hollywood) 영화배우들과 엔터테인먼트업계는 미국 영화계 내 인종차별과 성차별을 반대하며 골든글로브(Golden Globes)와 할리우드 외신기자협회(HFPA)의 시상식을 보이콧했다. 톰크루즈는 골든글로브 상을 할리우드 외신기자협회에 반납했고 스칼렛 요한슨도 그동안 성차별적 질문이 남발한 할리우드 외산기자협회에 비판 성명을 발표했다. 미국 내 엔터테인먼트와 미디어 업계도 유색인종, 여성과 성소수자 차별적 질문을 이어온 골든글로브 보이콧에 동참했다. NBC 방송국도 2022년 골든글로브 시상식 중계를 거절하는 등 할리우드 내 인종차별과 성차별 조장을 금지하는데 동참했다.

(출처 : npr, 2021.5.10., CNN, 2021.5.11.)

중국

문화산업 경쟁력 강화를 위해 라이브 스트리밍의 환경 개선 추진

중화인민공화국 국가인터넷정보판공실은 공안부, 상무부 등 6개 부처와 합의해「라이브 스트리밍 마케팅 관리법(网络直播营销,管理办法)」 시행령을 발의했다. 이 시행령은 웹 마케팅의 관리를 강화하고 국가 안보와 공익, 시민, 법인과 기타 단체의 합법적인 권익을 보호하며, 웹 마케팅의 건전하고 질서 있는 발전을 촉진하기 위해 추진됐다. 특히, 채널 운영자와 방송 마케터의 연령 조건을 만 16세 이상으로 제한해, 미성년자는 보호자의 동의를 받도록 개정법에 명시했다. 중국 정부는 영상, 웹 마케팅, 음악 등의 저작권 환경을 개선해 콘텐츠 제작자와 개발자가 지속적으로 활동할 수 있는 환경을 마련하는데 국가적 차원의 노력을 지속하고 있다고 밝혔다.

(출처 : 중화인민공화국 국가인터넷정보판공실, 2021.4.23.)

지식재산권 보호 강화 가속화

중국 국무원 정보실은 지식재산권 국가 건설을 가속화할 계획이라고 밝혔다. 중앙선전부 판권관리국 위츠커(于慈珂) 국장은 "판권관리국은 단편 영상물의 판권 침해 문제를 예의주시하고 있으며, 중앙정부의 지식재산권 보호 강화 관련 업무에 따라 합법적으로 저작권자의 권리를 보호할 것" 이라고 강조했다. 단편 영상물 저작권 침해에 대한 내용은 다음과 같다.

- 단편 영상물 분야의 침해 행위 단속을 강화하고, 단편 동영상플랫폼과 1인 미디어 공식계정 운영자가 불법적으로 타인의 영상과 음악 작품을 복제, 공연, 전파 등의 저작권 침해 행위를 단속 강화

- 단편 동영상플랫폼과 1인 미디어 공식계정 운영업체가 각자 책임을 다하도록 독려하고 판권제도 수립을 강화하며, 판권소송 처리 제도개선을 통해 위법 범죄단서 보고와 협조 조사 의무의 시행 추진

- 영화 저작권의 자발적인 운영관리를 장려하고 영화작품의 저작권을 합법적으로 관리함으로써 저작권자의 권리보호와 사용자의 합법적인 소비에 대한 인식 강화

(출처 : eastday, 2021.4.25.)

벨기에

방송사·언론, 디지털미디어 환경 전환 추진

벨기에 정부는 미디어의 디지털화 촉진을 목표로 미디어 환경을 개선한다고 밝혔다. 벨기에 내 네덜란드어권의 지역 방송사 경우, 오는 7월 1일부터 네덜란드 TV채널(BVN)이 네덜란드 공영 방송(NPO) 프로그램을 인터넷과 위성을 통해 전 세계에 송출한다. 이는 네덜란드어권 미디어 장관의 새로운 디지털 미디어 전략으로, 기존 BVN과의 계약을 갱신하지 않고 현재 미디어 사용자의 요구에 맞춰 새로운 형태의 미디어 환경을 선택한 결과로 볼 수 있다. 미디어 디지털화 사업은 다음과 같이 진행할 계획이다.

- 국제 경쟁과의 대응
- 데이터의 활용 확대
- 미디어 환경에 대한 대처
- 미디어 기반 시설 공유·수용자와의 연결
- 정보 오류에 대한 대처
- 지역 방송사의 디지털 전환 유도

(출처 : Vlaanderen, 2021.4.21., 2021.6.4.)

비대면 문화행사 디지털 플랫폼 개발

코로나19 확산 이후, 벨기에 관광청은 민간 기업과 협업해 포스트 코로나19 행사를 위한 하이브리드 디지털 플랫폼(Hybrid dgital platform)을 개발하고 있다. 본 플랫폼의 목표는 온·오프라인 세계를 단순한 구조로 결합해 가상 세계와 현실세계 사이의 경험을 연결시키는 것이다. 벨기에 정부는 현재 디지털 플랫폼이 보고 듣는 것에만 한정이 되어있음을 직시하고, 네트워킹 환경과 물리적 환경에서의 경험이 디지털 플랫폼에서 실현될 수 있도록 개발할 계획이다. 이는 코로나19 위기로 루벤 축제가 취소가 된 후, 어떠한 상황에서도 행사를 개최할 수 있는 해결방안을 찾고자 노력의 결과로 평가받고 있다.

(출처 : Vlaanderen, 2021.4.20.)

3. 체육

미국

미국 올림픽 육상팀, 2021년 도쿄올림픽 전지훈련 취소

미국 육상팀은 코로나19 확산 상황을 고려해 선수들의 안전을 위해 도쿄 치바(Chiba)에서의 전지 훈련을 취소하겠다고 발표했다. 도시히토 구마가이(Toshihito Kumagai) 치바 지사는 성명을 통해 "미국 육상팀이 일본 전지훈련 취소를 결정한 것은 유감이지만, 현 상황에서 그들은 최선의 선택을 했다고 생각한다."고 언급했다. 한편, 일본 정부는 도쿄올림픽 행사 기간('21.7.23.~8.8.)동안 코로나19 확산을 예방하기 위해 올림픽 출전 선수와 장애인, 자원봉사자들의 백신예방접종 약 2,500명분을 준비하겠다고 밝힌 바 있다.

(출처 : REUTERS, 2021.5.12.)

벨기에

프랑스어권 정부, 스포츠 기반 시설을 위한 예산 증액

벨기에 프랑스어권 정부는 시민들에게 다양한 스포츠 기반시설을 제공하기 위해 2021년 예산을 전년 대비('20) 70% 증가한 8,500만 유로(약 1,140억 원)로 증액했다. 연방정부는 지자체와 스포츠 민간단체를 대상으로 스포츠 기반 시설을 위한 장비의 건설, 확장, 개조 그리고 각종 자재 구매 자금을 지원한다. 또한, 해당 지역의 스포츠 시설관리국에서는 투자의 공익적 가치를 실현하기 위해 보조금 제도를 개혁할 예정이다. 보조금 대상 자격과 수혜자 우선 순위 선정의 기본 조건은 윤리 가치에 대한 존중, 시설 접근성 용이, 환경에 대한 책임의식, 친환경 재료 사용 여부, 스포츠 개발 사업 경험 등으로 제시됐다.

(출처 : 벨기에 프랑스어권 정부, 2021.4.19.)

캐나다

코로나19 이후, 스포츠 분야 회복과 체육 산업 성장에 중점

캐나다 정부는 국내 체육 산업의 성장을 이끈 스포츠 단체의 코로나19 회복 노력에 대한 보상으로 2021년 신규 예산을 마련했다. 신규 지원금은 코로나19로 인한 지역 체육 단체들의 경제 회복과 국민들의 체육활동을 지원하며 지역사회 발전을 도모하는데 사용될 예정이다.

• 예산('21년-'22년) 8,000만 달러(약 720억 원)은 지원 대상의 적용 범위를 완화하여 지역 스포츠 단체들의 참여 장려

• 향후 2년간, 코로나19로 인해 재정적인 피해를 본 스포츠 분야 종사자들은 예술가와 함께 1,800만 달러(약 162억 원) 지원

• 향후 2년간, 코로나19로 피해를 본 문화예술 스포츠 산업 분야에 3,000만 달러(약 270억 원) 지원

(출처 : 캐나다 정부, 2021.4.19.)

러시아

온라인 스포츠 수업을 위한 플랫폼 운영

러시아 연방정부는 스포츠산업 활성화를 위해 러시아 38개 지역에 스포츠 프로그램을 온라인으로 수강할 수 있는 플랫폼 'LSport'를 신설했다. 4월에 개설된 LSport는 38개 지역의 452개 학교와 연계해 운영하며, 온라인 스포츠 수업 희망자를 대상으로 접근성과 편의성을 향상시키는 것을 목표로 한다. 러시아 체육부는 LSport 플랫폼 적용 지역 외 주민을 위한 온라인 스포츠 플랫폼 추가 개발도 계획중이라고 밝혔다.

(출처 : 러시아 연맹 체육부, 2021.5.12.)

일본

안전한 도쿄올림픽 개최를 위한 코로나19 방역수칙 지침 공표

일본 정부는 안전하고 성공적인 도쿄올림픽을 개최하기 위해 코로나19 방역수칙을 공표하고, 올림픽 참가자와 자국민들에게 책자로 배포한다. 정부는 도쿄올림픽 공식 누리집에 참가 선수와 대회 관계자들을 위해 입국 과정에서부터 경기시설 내 활동과 야외활동에 대한 지침 내용을 공개했다.

1. 입국 시 행동 수칙

• 입국 전 14일 내에 코로나19 증상이 있는 경우 입국 금지
• 해외 입국 대회관계자는 출발 전 96시간 이내에 2회 PCR검사를 실시
  - 지정 서식에 따른 음성결과증명서를 제출
  - 도착 시, 공항에서 검사 실시
• 입국 후 3일간 격리, 단 선수는 음성증명서 등 일정조건을 갖추면 입국 후 바로 연습 가능

2. 체류 중 행동 수칙

- 일본 내 체류 중에는 원칙적으로 매일 검사를 실시하며, 2종류의 스마트폰 앱을 활용해 체온결과와 증상을 매일 보고
- 연습·경기·식사·취침·인터뷰 외 상시 마스크 착용, 손씻기와 소독 등 철저한 위생관리 준수, 타인과 사회적 거리두기 준수

3. 야외 활동 수식

- 관광지, 점포, 레스토랑, 바, 스포츠센터 등 출입금지
- 이동수단은 대회전용차량만 이용하며 원칙상 대중교통수단 이용불가
- 장거리 이동의 경우에는 신칸센 및 항공기 등 전용공간 이용
- 체온 37.5도 이상인 경우, 경기장 출입금지
- 포옹, 하이파이브, 악수 등 신체접촉 금지
- 응원 시, 소리를 지르지 말고, 박수 등 비말방지 준수
- 식사는 감염대책 실시중인 지정시설이나 배달에 한정

4. 기타

- 백신접종은 참가자 의무는 아니지만, 국제올림픽위원회(IOC)는 접종을 추천
- 규칙을 위반하는 경우, 자격인증서 박탈 등 엄중 조치

(출처 : 도쿄올림픽 누리집)

태국

실내운동 장려 정책 <가상 줄넘기 도전 2>개최

태국 체육청은 코로나19로 집에 머물고 있는 국민들에게 실내운동을 장려하기 위해 〈가상 줄넘기 도전2〉을 개최했다. 행사 참가자들은 해당 누리집에 접속해 1단계부터 3단계까지 운영프로그램을 선택할 수 있고 신청자의 스마트폰 또는 스마트워치에 연동하여 활동 실행여부를 기록하게 된다. 체육청은 QR코드를 발급해 국민들이 언제 어디서나 간편하게 스마트폰으로 접속할 수 있도록 신청과 참여를 독려했다.

태국 정부의 스마트 기기 활용

(출처 : <가상 줄넘기 도전2>행사 공식 누리집)

(출처 : Thaipost, 2021.5.7.)

4. 관광

국내 관광 활성화로 관광 산업 활동 재개

싱가포르

싱가포르 관광 바우처 기한 연장

싱가포르 관광청은 싱가포르 관광 바우처 사용 기한을 6개월 연장하겠다고 발표했다. 이에 관광 바우처는 올해 12월 31일까지 사용이 가능하게 됐다. 싱가포르 관광청이 발표한 바에 따르면 4월 기준, 싱가포르인 100만 명 이상이 관광 바우처를 사용했으며, 약 130만 건의 거래가 이뤄진 것으로 집계됐다.

(출처 : 싱가포르정부, 2021.4.30.)

이탈리아

5월말 외국인 관광객 입국 허용

마라오 드라기(Mario Draghi) 이탈리아 총리는 온라인으로 진행된 주요 20개국(G20) 관광장관 회의에서 그린 패스(Green Pass)를 도입할 계획이라고 밝혔다. 국내용 그린 패스는 코로나19 백신을 맞은 외국인 관광객을 대상으로 발급하며, 패스를 소지한 외국인 관광객은 이탈리아 지역 내 자유로운 이동이 가능하다. 유럽연합(EU)도 6월 중순부터 그린 패스를 도입할 예정이다.

(출처 : THE LOCAL, 2021.5.4.)

이탈리아 관광 홍보를 위한 국제 웹 라디오 개시

이탈리아 관광청은 5월 3일부터 국제 웹 라디오를 개시했다. 최초로 운영되는 국제 웹 라디오는 유럽, 미주, 아시아, 오세아니아 포함 23개국에 다국어 뉴스를 제공하고, 문학·여행 소식에 대한 칼럼, 역사, 전통, 관광 등의 다양한 주제를 다룰 예정이다. 국제 웹 라디오는 이탈리아의 문화예술 콘텐츠를 풍성하게 제작해 이와 관련된 예술가 발자취, 오페라, 재즈와 스윙 등 다양한 장르의 음악 작품과 함께 제공할 계획이다.

(출처 : 이탈리아 관광청, 2021.5.3.)

태국

외국인 관광객 입국 장려정책 추진

태국 관광체육부는 푸켓(7월 1일)과 치앙마이(10월 1일)에서 샌드박스 모델(Sandbox Model)[1]을 추진할 계획이라고 밝혔다. 푸켓 샌드박스 모델을 추진하기 위해서는 현재 해당 지역의 백신접종률(22%)을 70%까지 높이고 확진자가 발생하지 않아야 한다. 태국 정부는 4분기에 해외 백신 접종자를 대상으로 무격리 입국 허용 지역[2]을 추가하는 방안도 검토 중이다.

(출처 : Thairath, 2021.5.7.)

1 지정된 주 또는 지역 내에서 백신 접종자 대상으로 격리 없이 관광을 허용하는 외국인 관광객 입국장려정책

2 기존 6개 지역(푸켓, 크라비, 팡아, 카사무이, 파타야, 치앙마이)에서 4개 지역(방콕, 페차부리, 쁘라쭈업키리칸, 부리람)을 추가 지정 논의

카자흐스탄

관광산업 분야 특별법 개정안 승인

카자흐스탄 카심조마트 토카예프(Kasymzhomart Kemelevich Tokayev) 대통령은 문화체육부가 발의하고 상원의회에서 채택한 「카자흐 관광산업에 관한 특별법」을 최종 승인했다. 관련 법안에 따르면, 카자흐스탄은 남부지역 투르키스탄시를 관광특별구역으로 지정하고 2022년부터 외국인 관광객을 대상으로 관광세를 부과한다.

이번 특별법 개정안은 국내 관광의 규제 정책을 개선하고 기업의 관광규제 완화를 목표로 한다. 특별법 개정안이 시행된다면, 카자흐스탄 관광 수익은 135백만 텐게(약 1,350억 원)증가되고, 170만 개 이상의 일자리 창출과 1억 개의 관광 관련 사업이 생겨날 것으로 전망된다.

(출처 : Капитал, 2021.4.30.)

아르헨티나

간편 결제 제도 도입으로 관광 회복과 경제 활성화 기대

아르헨티나 관광체육부는 여행객들을 위해 간편 결제 제도를 도입한다. 간편 결제 제도 도입 시, 카드 사용자는 연간 15% 할인을 받으며 이 혜택은 올해 연말까지 적용 받을 수 있다. 아르헨티나 정부는 민·관이 합동하여 숙박, 여행사, 교통, 관광지, 음식점 등으로 간편 결제 카드 사용의 해당 적용 범위를 확대할 계획이다.

(출처 : 아르헨티나 관광체육부, 2021.5.13.)

장애인과 모두를 위한 열린 관광 산업 초석

아르헨티나 관광체육부는 '포용관광 경험 발표대회' 를 개최했다. 이번 대회의 목적은 관광의 다양성과 접근성, 동등한 기회와 포용성을 촉진하기 위한 것이다. 관광협회 관계자는 이번 대회가 장애인과 모두를 위한 열린 관광 산업을 만드는데 초석이 될 것이라고 기대했다.

(출처: 아르헨티나 관광체육부, 2021.5.13.)

러시아

관광시장 활성화를 위해 국내 전세비행 노선 증설 예정

러시아 정부는 관광산업 활성화를 위해 전세 비행 노선을 증설할 계획이다. 증설 예정 노선은 소치, 튜멘스카야, 로스토프, 카프카즈 등 20개 지역이다. 주요 대상은 단체 여행객이며, 러시아 정부와 관광여행협회는 단체 관광객을 위한 서비스와 기반 시설 등 지역 관광 사업의 기초를 닦는데 주력할 계획이다. 국내 비행 전세 노선 증설은 단체 여행객을 지역별로 수용하며 더 많은 소비를 촉진할 것으로 전망된다.

지난 여름과 겨울, TUI 여행사를 이용한 단체여행객은 방문지역에서 9,000만 루블(약 14억 원)을 소비했으며, 소비형태는 관광기념품 구매, 박물관과 영화관 관람 등으로 나타났다.

(출처 : 러시아 여행업협회 누리집, 2021.5.26.)

폴란드

호텔, 박물관과 음식점 영업 재개

폴란드 정부는 코로나19 확진 감소 추세에 따라 규제 완화를 발표했고, 지난 5월 4일부터 호텔, 박물관, 음식점이 영업을 재개했다. 발표된 제한 완화 조치는 다음과 같이 점차적으로 진행됐다.

- 5월 4일부터 미술관과 박물관은 제한된 기준으로 재개관, 15㎡당 1인 관람 가능

- 5월 8일부터 음식점 영업이 재개, 15일부터 음식점 중 노천 영업 시, 테이블 인원 제한과 거리두기 유지, 야외 영화관과 극장은 정원의 최대 50%로 관객 입장 제한, 야외에서 마스크 착용 의무와 위생 등의 제한 조건 준수

- 5월 29일부터 음식점은 실내에서 인원 제한과 거리 두기 등으로 영업 가능, 영화관과 극장은 엄격한 위생 관리 준칙 하에 정원의 최대 50%까지 관객 입장 허용

(출처 : 폴란드 관광 협회 누리집, 2021.5.4.)

캐나다

공항의 재정난 극복을 위한 지원금 조성

캐나다 정부는 국내 공항이 코로나19 이후 신속히 회복할 수 있도록 두 가지 새로운 기금 프로그램을 발표했다. 이외에도 연방정부는 캐나다 교통부의 공항 자본 지원 프로그램 (ACAP)[3]을 2년 동안 1억 8,600만 캐나다달러(약 1,700억 원) 규모로 지원할 것이라고 발표했다.

3 캐나다 지역과 국내 공항에 안전 관련 기반 시설과 장비 구매를 위해 지원금을 제공하는 기존 기부 운영 프로그램

• **공항 중요 기반 시설 프로그램**(ACIP) : 대규모 공황을 재정적으로 안정화시키기 위해 약 4억 9000만 달러(약 4,400억 원) 지원금을 편성했으며, 안전, 보안 또는 연결과 관련된 중요 기반시설에 사용

• **공항 구제 기금**(ARF) : 국내 공항의 운영 유지를 돕기 위해 약 약 6,500만 달러(약 585억 원) 지원금을 편성했으며, 경제적인 재정을 구제하는데 사용

(출처 : 캐나다 정부, 2021.5.11.)

벨기에

프랑스어권 관광부문 지원을 위한 왈로니아 투어패스 발행

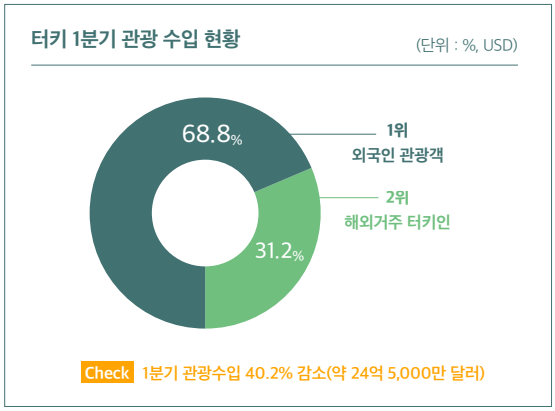
프랑스어권 관광청은 오는 7월부터 가구당 80유로(약 10만 원) 상당의 투어패스를 지급할 계획이라고 밝혔다. 이미 지난해 5월과 10월에 프랑스어권 관광청이 지역관광 재개를 위해 투어패스를 발급해 2만 가구에 유통한 바 있다. 총 가구 수의 63.85%가 투어패스를 사용했으며, 결과는 성공적이었다. 지난 5월 5일, 관광청은 해당 누리집에서 약 25,000개의 투어패스를 추가 발행했으며, 오전 8시 배포 시작과 동시에 10만 명 이상이 동시 접속하는 등 큰 호응을 얻었다.

(출처 : Wallonie, 2021.5.5.)

5. 문화체육관광통계

터키

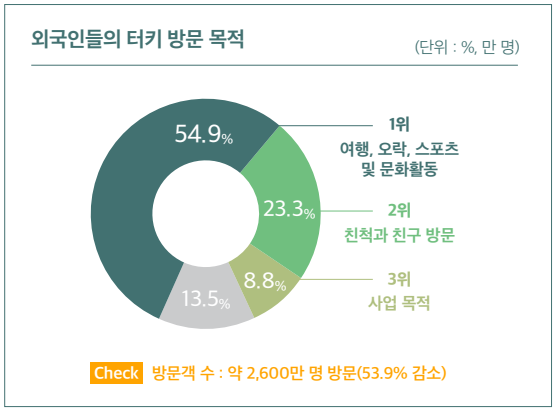
터키 1분기 관광 수입 전년 대비 40.2% 감소



(출처 : YeniSafak, 2021.4.30., INVEST 누리집)

터키의 2021년 1분기 관광 수입은 전년대비 40.2% 감소한 24억 5,000만 달러(약 2조 7,158억 원)를 기록했다. 외국인 관광객은 전체 1분기 관광 수입의 68.8%를 차지하며, 16억 8000만 달러(약 1조 8,757억 원)의 수입이 발생했다. 해외거주 터키인은 31.2%로 7억 7,000만 달러(약 8,597억 원)의 수입이 발생했다. 1분기 터키 내 외국인 관광객은 해외거주 터키인과 비교해 37.6% 낮게 나타났다.

(출처 : YeniSafak, 2021.4.30., INVEST 누리집)



(출처 : YeniSafak, 2021.4.30., INVEST 누리집)

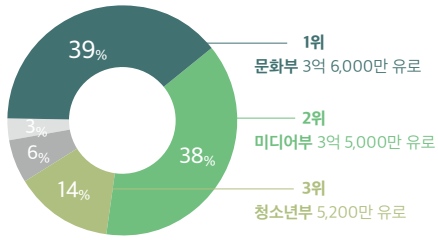
2021년 1분기 외국인 방문객은 약 2,600만 명으로 전년대비 53.9% 감소했다. 외국인들의 터키 방문 목적 1위는 '여행, 오락, 스포츠와 문화활동'(54.9%)으로 나타났다. 그다음 터키 방문 목적은 '친척과 친구의 방문'(23.3%), '사업 목적'(8.8%), '기타(13.5%)'로 나타났다.

(출처 : YeniSafak, 2021.4.30., INVEST 누리집)

벨기에

문화부청소년미디어부에 편성된 총 예산 중 문화부 예산 39%차지

문화청소년미디어부 예산 편성 현황 분석 (단위 : %, EUR)



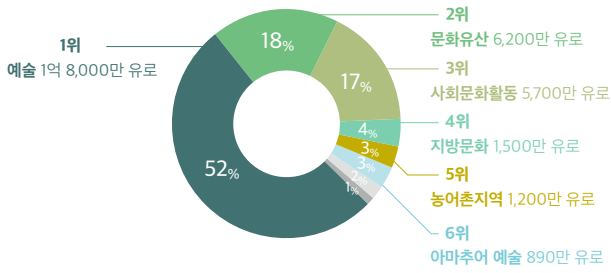
Check 문화청소년미디어부의 편성 예산 전체 예산의 2% (약 10억 유로)

(출처 : 2020 문화청소년미디어부 보고서)

네덜란드어권 정부의 총 예산은 504억 유로(약 68조 원)이며, 전체 예산 중 2%(약 1조 3억 원)가 문화청소년미디어부에 편성됐다. 가장 많은 예산이 편성된 곳은 '문화부(39%)'로 3억 6,000만 유로(약 4,867억 원)의 예산을 편성했다. '미디어부(38%)'의 부문은 1억 5,000만 유로(약 4,732억 원)로 그 다음으로 높은 순위를 나타냈다. '청소년부(14%)'는 5,200만 유로(약 703억 원)의 예산을 편성했다. 나머지는 '기타 정책(6%)', '운영비와 임금(3%)'의 순으로 나타났다.

(출처 : 2020 문화청소년미디어부 보고서)

문화부 분야별 주요 예산 (단위 : %, 유로)



(출처 : 2020 문화청소년미디어부 보고서)

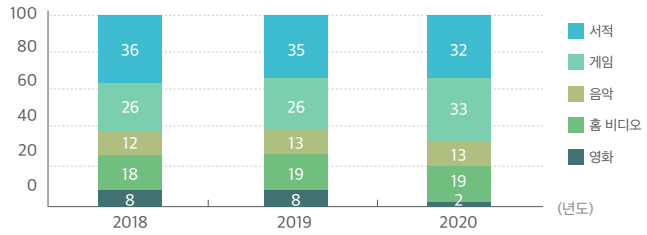
'문화부'의 분야별 편성 예산을 살펴보면, 문화부의 예산 중 '예술(52%)'이 차지했고, 1억 8,000만 유로(약 2,433억 원)의 금액을 편성했다. 그 다음으로 '문화유산(18%)'부분은 6,200만 유로(약 838억 원), '사회문화(17%)'는 5,700만 유로(약 770억 원), '지방문화(4%)'는 1,500만 유로(약 202억 원) 등의 순으로 예산을 편성했다.

(출처 : 2020 문화청소년미디어부 보고서)

독일

게임 분야·디지털 매체 구매 비율 매년 증가

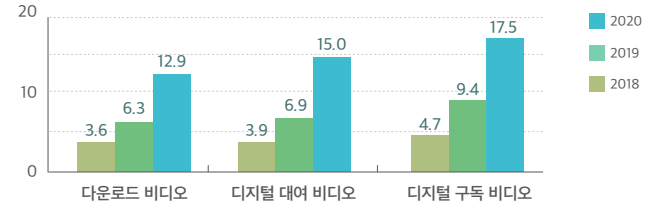
독일 엔터테인먼트(Entertainment) 시장 연도별 분석('18년-'20년) (단위 : %)



(출처 : FFA 독일 영화진흥공사 발표 자료)

3년간('18년-'20년) 독일 내 엔터테인먼트 시장은 '서적'이 30%이상으로 가장 높은 구매율을 나타냈다. 그러나 2020년에는 '게임'부문이 33%로 '서적'보다 1%를 앞섰다. 2020년 '게임' 부문이 전년 대비 7%로 다른 부문에 대비 월등히 증가했기 때문이다.

독일의 디지털 매체 소비 추세 (단위 : 백만 명)



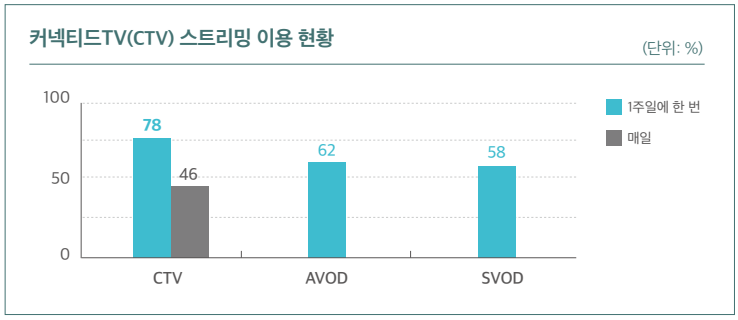
(출처 : FFA 독일 영화진흥공사 발표 자료)

3년간('18년-'20년) 독일의 디지털 매체 소비추세는 꾸준히 상승해 2020년에 '다운로드 비디오' 포함 전 부분에서 약 2배 증가했다. 2020년 독일인이 가장 선호하는 디지털 매체는 '디지털 구독 비디오'로 1,750만 명을 나타냈다. 그 다음으로 '디지털 대여 비디오'는 1,500만 명, '다운로드 비디오'는 1,290만 명의 순으로 나타났다. 2020년 기점으로 독일인들은 디지털 매체

구매를 선호한다고 분석할 수 있다. 독일 내 디지털 매체 소비시장이 빠르게 성장하는 이유는 광고에 의존하던 비디오와 음악, 게임 등을 기획·제작하는 기업들이 유료 디지털 구독으로 운영방식을 전환한데다 온라인 구독을 더 쉽게 하는 기기가 빠르게 확산했기 때문이라고 분석된다.

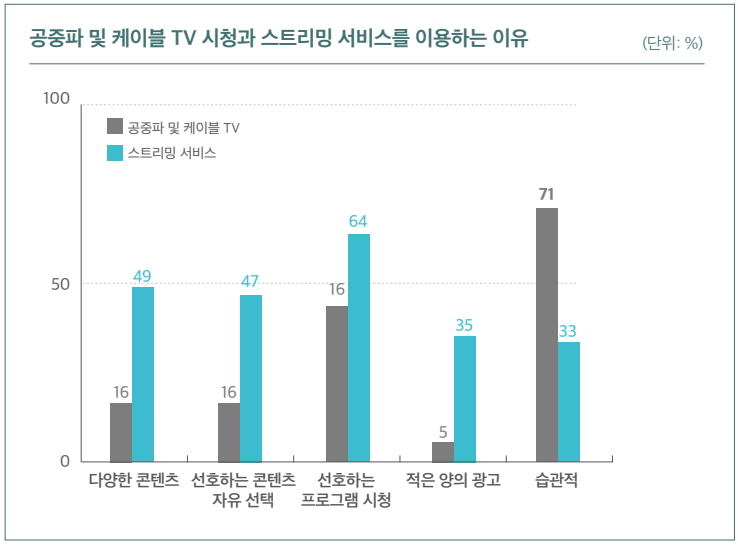
프랑스

스트리밍 서비스 커넥티드 TV(Connected TV, CTV) 이용량 증가



(출처 : CTV Anticiper le futur, 2021.3.)

지난 3월, 프랑스의 여론조사기관에서는 커넥티드TV(Connected TV, CTV)의 미래 예측 보고서를 통해 유럽 내 CTV에 대한 이용 현황을 발표했다. 본 설문조사에 따르면 전체 응답자 중 78%는 최소 일주일에 한 번 CTV를 통해 스트리밍 서비스를 이용하며, 나머지 응답자의 46%는 매일 스트리밍 서비스를 이용하는 것으로 나타났다.



(출처 : CTV Anticiper le futur, 2021.3.)

기존 공중파와 케이블 TV를 보는 이유는 응답자 71%가 '습관적'이라고 답했다. 그다음 '선호하는 프로그램 시청'은 전체 응답자의 43%, '다양한 콘텐츠 시장'은 16%로 나타났다. 스트리밍 서비스를 이용하는 이유는 전체 응답자의 64%가 '선호하는 프로그램 시청'이며, 가장 높은 응답율을 나타냈다. 그 다음은 '다양한 콘텐츠(49%)', '선호하는 콘텐츠를 자유롭게 선택할 수 있어서(47%)', '적은 양의 광고(35%)', '습관적(33%)'의 순으로 응답했다. 기존 공중파 방송은 수동적으로 시청을 하는 반면, 스트리밍 서비스 시청은 기존 공중파 방송 시청보다 능동적으로 콘텐츠를 선택하고 이용하는 것으로 분석할 수 있다.

II
세계는 지금
[이슈 동향]

1. 프랑스 한국문화원 41년의 중요 장면들
2. 기후와 자연 위기 시대, 문화예술로 공감하기
3. 디지털 문화다양성
4. 소도시 지역 관광

프랑스 한국문화원 41년의 중요 장면들

글 **전해옹** 주프랑스한국문화원장

#1.

1980년, 척박한 땅에 씨앗이 하나 떨어지다

1980년 12월 16일, 한국문화원이 프랑스 파리에 설립되었다. 파리 한국문화원은 동경, 뉴욕, LA에 이어 한국문화원으로 네 번째이고, 유럽의 첫 한국문화원이었다. 1997년에 개원한 파리 일본문화원보다 17년 이른 시기이다. 한국문화원은 조용한 지역의 고급 아파트 건물 1층과 지하 1층에 자리를 잡고 있었으며, 당시 구입비용은 미화로 약 134만 달러(약 15억 원)였다. 당시 나라의 사정을 생각해보면, 꽤 부담되는 가격이었으리라. 이 때 당시, 한국은 일반 프랑스인들에게 한국전쟁을 겪으며 큰 고통에 시달린 나라, 전쟁의 폐허를 딛고 놀라운 경제적 성과를 거두기 시작한 나라 정도였다. 프랑스는 세계 문화의 중심지였지만, 한국문화가 설 기회는 거의 없어 보였다. 한국 책을 출판하는 출판사와 한국 영화를 상영하는 영화관 하나 없는 한국 문화의 불모지에서, 문화원은 혼자서 프랑스에 한국의 영화, 문학, 공연, 전시, 한식, 한국어를 알리는 외로운 역할을 계속했다. 한국문화원은 한국의 역사와 문화에 대해 알려진 것이 아예 없다시피 한 현지 상황에서 전시, 강연, 한국어 강좌, 공연 등 다양한 활동을 펼치면서 느리지만 꾸준히 한국의 존재를 알려나가기 시작했다. 그야말로 황무지를 개척한 시기였다고 하겠다.

#2.

1990년 한국영화의 발견

영화는 프랑스에서 가장 먼저 알려진 한국 콘텐츠라고 할 수 있다. 1980년 중반부터 임권택, 김기용, 이두영 감독 등의 작품들부터 알려지기 시작했다. 1993년 〈한불 문화교류의 해〉 행사는 파리의 퐁피두 센터에서 〈한국 영화 특별전〉이 열려 4개월 간 한국영화 85편이 소개되었다. 행사는 임권택 감독, 오정해 배우, 이장호 감독, 이명세 감독, 김수용 감독이 초청되고 이영희 한복 패션쇼가 개최되어 다채로운 행사를 진행했다. 당시 관객 수는 36,000명이었으며, 놀라운 관객들이 동원되었고 한국 영화의 존재감을

오랫동안 프랑스 국민들의 뇌리에 깊게 각인했다.

이후 프랑스에서 임권택, 홍상수, 김기덕, 박찬욱, 봉준호 감독 등의 작품들이 인기를 끌며 팬 층을 형성하였고 오늘날까지도 프랑스 영화 애호가들에게 한국 영화들은 작가주의 성향의 예술영화로 폭넓은 호평을 받고 있다. 지금까지도 영화는 프랑스에서 가장 널리 인기를 얻고 있는 한국의 콘텐츠 중 하나이다. 봉준호 감독의 〈기생충〉은 2019년 칸 영화제에서 황금종려상 수상작 중 흥행에 가장 성공한 작품으로 기록되었다. 이제 프랑스에서 한국영화는 영화 애호층을 넘어 일반 프랑스 대중에게 인지도를 넓히고 있다.

#3. 2000년 대형 공연들의 진출과 한식의 부상

퐁피두 센터에서 개최한 영화 특별전이 그랬듯, 1999년 아비뇽 축제에서 열린 〈한국 여인들(Les Coreennes)〉 대형공연은 프랑스 예술애호가들에게 한국 공연의 존재감을 깊이 각인 시킨 계기가 되었다. 강준혁이 연출했고 궁중 음악과 무용, 판소리, 승무, 무속 춤까지 우리의 전통예술을 두루 망라하여 보여주는 대형공연이다. 무려 4시간 동안 이어지는 공연은 생전 처음 보는 음악과 무용에 대한 관심이 크게 늘면서 관련 예술인들과 단체들이 잇달아 프랑스 무대를 밟았다.

2000년이 접어들면서, 프랑스인 사이에서 한식에 대한 관심이 부쩍 늘었다. 프랑스 내 10개 정도였던 한식당은 현재 140여개가 있다. 프랑스의 한식당들은 손남들이 대부분 프랑스인일 정도로 현지에서 한식은 이제 남녀노소 구분 없이 즐기는 대단히 인기 있는 한국문화가 되었다. 미각의 나라로 손꼽히는 프랑스인들은 낯선 음식에 대단히 개방적이어서 한국의 발효음식을 좋아한다. 한국문화원은 '테이스트 코리아(Taste Korea)' 사업을 통해 전주, 평창, 제주 등 각 지역의 식문화를 소개한다. 또한, 꼬르동 불루 등 요리 전문학교와 유명 요리사들과의 협업을 통해 한국 음식을 널리 알리고 프랑스 음식 문화와 연계된 레시피를 개발함으로써 한식이 자연스업게 생할 속에서 친숙해지도록 하는 노력을 함께한다.

#4. 2010년 본격적 한류의 시작

프랑스에서 한류시작은 영화였다. 2000년 칸 영화제에서 임권택 감독의 〈춘향전〉이 경쟁부분 후보작으로 선정되고, 같은 해에 3편의 영화가 최초로 프랑스 상업 영화관에서 상영되었다. 그러다가 2000년대 중반, 프랑스 내 인터넷 보급이 증가하자 만화, 드라마, K-POP이 인기를 얻기 시작했다. 일본 대중문화의 팬들은 인터넷을 통해 한국 드라마와 K-POP을

향유하는 중심축으로 대거 이동하고 이를 중심으로 한류의 새로운 국면이 펼쳐진다.

프랑스 한류 3세대는 소셜네트워크(SNS)의 확산과 더불어 2008년부터 형성되기 시작했다. 2011년 SM타운의 파리 콘서트를 시작으로 한류 3세대 현상은 본격화되었다. SM타운의 공연은 2회 공연에 14,000명의 관객을 열광시켰다. 이어 2012년 싸이의 공연은 트로카데로 광장을 2만 명이 꽉 채웠다. 이후, 블랙핑크, BTS, 에픽하이 등 K-POP 가수들은 매년 10여 건씩 공연을 개최한다. 현재 프랑스에서는 온라인 펜클럽 수가 800여개에 이를 정도로 K-POP의 인가가 식지 않고 지속되고 있다.

프랑스의 한류 팬들은 본인들이 선호하는 콘텐츠를 스스로 찾아가며 즐긴다. K-POP 팬들은 대부분 10대에서 20대의 젊은 여성들이며, K-POP 댄스의 관심이 높아 자발적으로 댄스 아카데미를 운영한다. 한국문화원은 K-POP 댄스 아카데미를 운영하는데 프로그램의 만족도와 열기가 무척 높다.

한국 드라마는 30대 연령을 중심으로 수요가 계속 늘고 있다. 2000년부터 한국 드라마는 VOD 유료 서비스의 경우 월 300만에 달할 정도로 활성화 돼있다. 2013년 '드라마 파티' 축제는 프랑스 한류 팬들의 자발적인 행동으로 개최되었으며, 렌느, 낭트, 낭시 등의 지역으로 확대되어 열린다. 최근 한국 드라마와 영화는 넷플릭스를 통해 노출이 되면서 한류 팬들이 더 늘어나고 있다.

#5.

2015-2016년 한-불 상호교류의 해

한국과 프랑스는 조불통상조약('86)을 통해 공식 수교관계를 맺었다. 두 나라의 한불 수교기념사업은 2016년까지 이어졌다. 특히, 한불수교 130주년 기념 〈한불상호교류의 해〉 행사는 2015년부터 2016년까지 2년간 개최하였으며, 두 나라는 1년 4개월간 332개의 크고 작은 문화행사를 개최하였다. 유례없는 규모의 문화교류 행사였다. 프랑스 전역의 60여개 도시에서 한국 관련한 문화, 경제, 교육 분야의 행사가 245건을 진행했다. 한국이 경제뿐만 아니라 문화에 있어서도 강국임을 프랑스 전역에 각인하는 것이었다. 특히, 한국 공연과 전시는 프랑스 내 주요 예술기관의 정규 프로그램으로 운영되면서 한국 예술가와 예술단체는 주요 공연장과 미술관에 정식으로 초청받는 사례가 크게 확대되었다. 현재 프랑스 내 한국 예술가와 예술단체 관련 행사는 주요 박물관, 미술관, 콘서트 홀, 오페라 극장, 축제에서 열리며, 관련 행사들을 모두 파악하는 것이 쉽지 않을 정도로 흔히 일어나고 있는 일이 되었다.

#6.

2019년, 새로운 문화원의 시작

40년 전 개관한 파리 한국문화원은 주어진 역할 이상으로 그 몫을 해냈다. 하지만. 2000년 이후 문화원은 규모와 시설, 그리고 입지 조건이 지금 대한민국 위상에 비하면 초라해졌다는 지적을 계속 받아왔다. 2019년 11월, 문화원은 10여년의 오랜 노력과 지원의 결실로 39년 만에 새로운 위상에 맞는 새 집으로 이전했다.

현재 파리 한국문화원은 엘리제 대통령궁 근처의 파리 중심에 위치해 있으며 이전보다 5배 규모가 커졌다. 청사 내부는 공연장, 한식체험 공간, 한국문화체험관, 넓은 전시장 그리고 도서관 등을 갖춰 제대로 된 복합 문화 공간을 갖추었다. 코리아센터로 재탄생 한 것이다. 한국관광공사 파리지사와 콘텐츠진흥원은 문화원 청사에 함께 입주했다.

프랑스의 한류 애호인 협회 봉주르꼬레 아파프 아랍 회장은 "한국문화를 사랑하고 알리는 프랑스인으로서 이렇게 훌륭한 문화원으로 이전하게 되어 너무나 기쁘다. 건물에 들어서면 프랑스 내 작은 한국이 펼쳐지는 것 같이 느낄 정도로, 프랑스식 건물에 한국문화가 자연스럽게 스며들어 있다." 고 새로 이전한 문화원 청사에 대한 소감을 밝혔다. 41년 전, 파리에 조용히 뿌려진 씨앗은 이제 큰 나무로 성장했다. 한국의 문화는 큰 숲을 이루었다.

#7.

한류의 시대, 우리의 과제

한류가 대세가 된 시대, 숙원이던 코리아센터를 갖추게 된 지금, 문화원은 어떤 방향으로 나아가야 할까?

물론 문화원은 잘 갖춰진 시설을 이용해 다양하고 매력 있는 프로그램을 운영하는 것이 가장 우선이다. 그 운영 프로그램은 공연, 전시, 영화·드라마 상영, 회의, 한국어와 한국문화 강의, K-POP 댄스 강습과 경연 등을 기반으로 이뤄져야 할 것이다.

우선, 목표는 문화원을 인스타그래머블(Instagrammable: 인스타그램 소셜네트워크에 사진과 게시글을 올려 흥미와 매력을 불러 일으키는 것)한 시설로 건물 구석구석을 한국적 아름다움과 150년 된 프랑스 건물의 매력이 조화된 장소로 차근차근 꾸미고 있다. 방문객들이 문화원의 콘텐츠를 즐기고 즐거운 경험을 사진으로 찍어 친구들에게 자랑함으로써 한국문화에 대한 자발적인 홍보가 이뤄지기 위함이다. 궁극적으로 문화원이 프랑스 교민들에게 한국인으로서의 자부심이 되고, 프랑스인들에게는 문화원이 즐겁고 아름다워서 자주 찾아오고 싶은 장소로 만들려고 한다.

지금, 프랑스 현지에서 한류의 의미를 다시 생각해 본다. 프랑스 젊은이들에게 한국의 매력은 K-POP. K-드라마, K-영화에만 있지 않다.

그들에게 한국은 맛있는 한국음식, 한국 화장품, IT 기술 강국으로서 이미지, 값싸고 편리한 대중교통 등의 요소와 획일적인 아파트 주거 문화, '빨리빨리' 문화까지 매력적으로 비쳐진다. 이제 한국인들의 삶이 멋있게 보이기 시작하는 것이다. 한국과 관련된 것은 '핫(Hot)'하게 느껴지는 단계에 이른 것이다. 프랑스 젊은이들에게 한국어가 아름답게 들린다는 얘기를 듣게 되리라곤 20년 전에는 꿈도 꾸지 못했다. 그러나 이제는 현실이 된 것이다.

프랑스인들 사이에서 한국인의 생활방식이 한류의 소재가 되어가고 있다. 우리는 한국 문화의 힘을 받고 자신감을 갖고 우리의 삶의 모든 것을 내놓고 보여 주는 것이 좋겠다. 그리고 한국 문화의 모든 요소들은 그 문맥 속에서 보여주려고 한다. 즉, 한국의 아파트 문화를 한옥의 연장선상에서 소개하고, 일상 생활 속에서 한국의 정체성을 IT 환경과 함께 보여주는 것이다. 〈한국인의 하루〉와 〈한국인의 일생〉 등과 같은 콘텐츠를 적극 소개할 것이다.

한류의 팬이 된 외국인들은 한국에서 가장 먼저 관심을 보이고 이어서 한국 역사에 관심을 갖는다. 그 다음으로 한식, 영화 등 다른 부분으로 영역이 확대되어 나간다. 일종의 여행이다. 이런 상황에서 문화원의 역할은 한류 팬들이 한국문화를 찾아가는 여행 과정에서 동반자로서 조언과 지원자 역할을 해야 한다. 즉, 한국문화를 사랑하는 분들이 지속적으로 한국문화를 좋아하고 관심을 가질 수 있도록 환경을 조성하고 후원을 하는 것이라고 생각한다.

기후와 자연 위기 시대, 문화예술로 공감하기

글 영국 문화원(British Council) 보고서 발췌

본 내용은 영국 문화원(British Council)에서 발췌한 내용입니다.

원제 British Council and WWF Collaboration - Creative Commissions and Just Imagine

발행 영국 문화원(British Council)

링크 https://www.britishcouncil.org/arts/culture-development/our-stories/creative-commissions/wwf

요약

British Council은 2020년부터 세계자연기금-영국(WWF UK)과 협력하여 자연 위기에 대한 문화예술 프로젝트를 진행해왔다. 이 프로젝트는 기후 변화와 자연 위기에 대처하기 위해 대화를 촉진하고 창의적인 해결방안을 함께 모색하고자 추진됐다. Just Imagine 프로젝트는 예술가의 창의력과 상상력을 통해 다음 세대를 위한 기후 변화문제를 해결할 필요가 있다는 것을 상기시켜 주었다.

주요내용

British Council은 2020년부터 Just Imagine 프로젝트를 실시했다. 데이비드 애튼버러의 영화 <우리의 지구를 위하여(A Life On Our Planet)>의 영감에서 시작된 본 프로젝트는 자연세계에 대한 변화를 보여주고 미래에 대한 희망적인 비전을 제시하는 것이다. British Council은 세계자연기금-영국(WWF UK)와 협력해 문화예술을 통해 기후 변화의 문제를 창의적인 관점에서 해결방안을 모색했다.

영국 전역의 예술가들은 Just Imagine 프로젝트에 참가했으며, 창의위원회의 평가를 통해 총 12개의 예술작품이 선정됐다. 이번 프로젝트는 예술가, 환경 운동가, 흑인 인권운동가, 도시 계획자 등 다양한 분야의 사람들이 참가했다. 작품의 형식은 크게 다르지만, 공통적으로

우리 세상에 대한 희망 등 긍정적인 메시지를 전달하고 있다.

영국은 2021년 11월 글래스고에서 제26차 유엔기후변화협약 당사국총회(CO26)을 개최한다. 이에 맞춰 British Council은 기후 변화에 대한 문화예술 프로젝트를 계획하고 있다. 디지털 기술의 적극적 활용을 통해 창의성과 혁신을 불러일으키고, 참신한 해결방안을 찾아보려고 한다.

Just Imagine 프로젝트

British Council은 2020년 11월 9일에 세계자연기금-영국(WWF UK)과 협력하여, 자연 위기에 대한 주제로 문화예술 프로젝트를 진행했다. WWF UK는 창의위원회가 최종 선택한 프로젝트 'Doing Zero'를 <Just Imagine> 전시회에 출품했다. WWF UK는 Just Imagine 프로젝트를 통해 예술가, 매체, 기관, 개인들에게 참여를 독려하고 새로운 세계에 대한 창의성을 갖는 기회를 제공했다. 이 대회의 취지는 기후와 자연 위기에 대한 해결책을 대화를 통해 공감하고 예술을 통해 긍정적인 변화를 이끌어 내고자 하는 것이다.

Just Imagine 프로젝트는 데이비드 애튼버러의 영화 <우리의 지구를 위하여(A Life On Our Planet)>'를 이번 대회의 영감으로 삼았다. 이 영화는 감독이 일생 동안 자연세계에 대한 변화를 보여주고 미래에 대한 희망적인 비전을 제시하는 내용으로 구성되어 있다.

선정된 예술작품들은 2021년 <Just Imagine> 전시회에서 만나볼 수 있다. 가상 전시회는 2021년 4월 말에 개최했으며, 연말에는 실물전이 열린다. 가상 전시회는 개막일과 함께 12명의 수상자를 공개했다. 최종 수상자 12명은 그래픽 디자이너, 화가, 환경 운동가 등 다양한 분야의 참가자들이며 수채화, 자수에서부터 디지털 창작 예술 작품까지 그들의 비전과 창의성을 평가해 선발되었다. <Just Imagine> 전시회의 예술작품은 형식과 디자인이 크게 다르지만, 우리 세상에 대한 희망, 공동체, 감사의 메시지를 작품에 담고있다.

WWF-UK의 홍보·캠페인 담당자는 인터뷰에서 "환경을 주제로 하는 중요한 해에, 예술가들과 함께 희망을 강조하며 다양한 활동을 하는 점이 흥미롭다. 만약 우리가 지금 환경 회복을 위해 행동한다면, 2030년까지 자연과 야생동물이 우리 주위에서 회복될 수 있을 것이다. 이는 새로운 녹색환경 회복과 공기 정화, 삶의 건강함을 의미한다. 이번에 선정된 예술작품들을 통한 예술가들의 창의성과 상상력은 우리에게 미래 세대를 위해 기후와 자연 위기를 타개할 필요가 있다는 것을 상기시켜준다."고 말했다.

기후 변화에 대체하기 위한 공동의 노력

British Council은 예술, 과학, 디지털 기술을 적용해 기후변화를 탐구하는 17개의 창의위원회(Creative commissions)를 출범했다. 창의위원회의 설립 목적은 기후 변화에

대처하기 위해 전 세계와 함께 노력하고 변화를 촉진하는 것이다. 창의위원회는 원주민 공동체, 농촌지역 주민, 도시민이 모여 서로의 관점을 대화를 통해 이해하고 기후변화에 대한 창의적인 해법을 모색하며 협력할 것이다.

창의위원회가 이행할 프로젝트는 기후 변화, 플라스틱 오염, 해안 침식, 삼림 벌채 등의 문제들을 정면으로 다뤄 환경 개선의 촉매제가 될 것이다. 또한 위원회는 기후 변화 논의에서 대표성이 부족한 단체와 공동체를 이루어 적극적으로 함께 활동하고 지원할 계획이다. 선정된 프로젝트는 청년 주도형 프로젝트로 운영할 것이다.

창의위원회(Creative Commissions)

창의위원회는 제26회 유엔 기후변화협약 당사국 회의(COP26)을 앞두고 <The Climate Connection> 프로젝트를 기획하고 있다. 이번 프로젝트는 기후 변화의 과제를 해결하기 위해 전 세계 사람들이 모이는 장소가 될 것이다.

창의위원회의 프로젝트는 지역 사회, 예술가, 기술자, 과학자, 도시 계획자 등 여러 분야로 구성되어있다. 청년과 지역사회는 기후 변화의 논의에서 적극 동참해, 그들의 목소리를 함께 낼 것이다.

17개의 위원회는 75만 달러(약 8억 원)에서 850만 달러(약 95억 원)사이의 지원금을 받게 되며, 2021년 3월부터 11월까지 프로젝트를 진행한다. 선정된 프로젝트들은 웹 기반 디지털 스토리텔링, 디지털 만화, 애니메이션, 가상현실(VR) 체험 등 다양한 디지털 접근 방식을 통해 성과를 공유할 예정이다.

<Just Imagine> 가상 전시회

(출처 : WWF UK 누리집)

디지털 문화다양성 - 유럽연합

글 유럽의회(European Parliamentary) 보고서 발췌

본 내용은 유럽의회(European Parliamentary)에서 발췌한 내용입니다.

원제 Digital cultural diversity **발간일** 2021.4.22.

발행 유럽의회(European Parliamentary)

링크 https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/690570/EPRS_BRI(2021)690570_EN.pdf

요약

디지털 기술은 예술품 제작, 홍보, 유통, 마케팅, 판매와 관련 문화·창의산업의 가치사슬까지 영향을 미쳤다. 문화유산과 아날로그 영화는 디지털화되면서 접근성과 이용이 편리해졌다. 디지털은 문화 민주화에 견인차 역할을 했고, 누구나 문화를 쉽게 소비하고 접할 수 있게 한 것이다. 그러나 디지털은 장비와 기술 환경에 영향을 받기 때문에, 콘텐츠의 다양성을 촉진한다고 단정할 수만은 없다. 이러한 장벽을 인식한 유네스코(UNESCO)는 디지털 환경에서 문화다양성에 대한 협약 이행의 지침을 발표했고 EU는 문화다양성을 증진하고 보호하기 위한 방안을 마련하고자 노력하고 있다.

주요내용

디지털 전환은 인간 활동의 방식을 바꾸었다. 예술가와 창작자는 새로운 접근과 기술에 있어 유행의 선도자가 되었고 문화와 예술창작은 디지털화 되어 새로운 예술 형태로 변화하고 있다.

디지털 문화 콘텐츠는 유·무료의 합법적인 방식과 해적판으로 콘텐츠가 제공되는 비합법적인 접근도 가능하다. 주문형 비디오(Video On Demand, VOD)와 구독형 주문 비디오(Subscription Video On Demand, SVOD) 플랫폼이 인기를 끌고 있지만, 해적판 비디오 자료는 연간 2,000억 회 이상 소비되고 있다. 이렇듯 수 많은 콘텐츠와 다양한 이용방식이 존재하는 디지털 세상에서 특정 콘텐츠가 잠재적 시청자들을 만나 성공하는 것은 어려운 일이다.

문화콘텐츠를 개인화하여 활용하는 알고리즘은 개인정보보호의 투명성과 잠재적인 위법에 대해 의문도 제기한다. 알고리즘은 문화콘텐츠 사용자들이 콘텐츠를 다양하게 선택하는 것을 차단하고, 콘텐츠 제공 자체의 다양성까지 제한 할 수 있기 때문이다.

유네스코(UNESCO)

2007 유네스코는 문화표현의 다양성 보호와 증진에 관한 협약에 따라 문화 활동, 상품과 서비스의 상업적·비상업적 특성을 포함한다. 즉, 이 협약은 문화의 상업적인 가치에만 초점을 두는 것을 지양한다. 문화다양성은 여성, 소수 민족, 원주민 등을 포함하며 언어 다양성을 기반으로 한다.

이 보고서는 디지털 환경에서 문화적 생산과 서비스의 접근성, 생산과 분배에 있어 선진국과 개발도상국 간, 여성과 남상 간, 도시와 농촌 간에 디지털 격차에 대하여 강조한다. 사용자가 만든 콘텐츠, 데이터 경제, 새로운 유통 형태와 개인이 대량으로 사용하는 멀티미디어 기기 등은 세계 각지의 창의분야에서 큰 영향을 끼쳤다. 또한, 새로운 기술들은 문화 분야에서 새로운 참여자들의 출현과 새로운 운영 형태를 선도하고 있다.

이 운영지침에서는 예술가와 문화 전문가가 창조한 예술품, 기업과 개발도상국의 독립 기관이 생산한 상품에 대한 우대 규정, 양성평등을 포함한 디지털 환경에서 일하는 작가와 예술가의 사회·경제적 권리, 예술적 자유를 증진할 것을 권고한다.

유럽 평의회

유럽 평의회는 문화와 창작 활동을 촉진하고 문화에 대한 접근과 참여를 가능하게 하는 디지털 기술의 잠재력을 인식하는 동시에 문화 다양성을 강조했다. 2016년 2월, 유럽 평의회는 시민들에게 인터넷에 관한 권고안을 내놓았다. 주요 내용은 문화 기관의 현대화, 소비자, 창작자 및 프로슈머로서 시민의 권한을 강조, 디지털 환경에서 문화다양성에 영향을 끼치는 디지털 문화의 창작과 운영·디지털 기술 교육을 육성하는 방법들이다.

디지털 환경에서 문화다양성의 양상

디지털 기술은 창작, 생산, 보급·유통, 전시·판매, 소비 등의 문화 가치사슬을 변화시켰다. 디지털과 디지털화된 콘텐츠는 비물질화된 문화적 표현의 수단으로서 더 빨리 전파하고, 운영방식을 다양화했다. 문화다양성은 디지털 환경에서 다음과 같은 양상을 나타낸다.

- 데이터 사용에 대한 공유와 관리에 대한 데이터 투명성
- 문화 콘텐츠 관련 메타 데이터 알고리즘 구성 과정에서 유사한 콘텐츠 인식 개선
- 디지털 기업들의 사적인 이익과 공공적인 영역에서의 갈등
- 저작권 시행과 수익화 제도를 통해 콘텐츠 생산자의 보수와 경제적 지속성 보장

디지털 유럽연합과 디지털 문화 다양성

유럽 연합 기능 조약(Treaty on the Function of the European Union, TFEU) 제167조에 따르면, 유럽 연합은 회원국가들의 문화 개화에 기여하며, 유럽 국민들에게 문화와 역사의 지식향상을 보급하는 역할을 한다. 이어서 국가, 지역과 국민의 다양성과 문화다양성을 장려한다.

유럽 문화 포럼은 2년마다 열리는 유럽 문화 포럼이다. 주요 부문 참가자들은 유럽 문화 협력을 증진시키고 EU 문화 정책과 계획에 대한 실행과 토론을 마련하는 자리를 갖는다. 2016년은 디지털 단일 시장의 문화적 다양성에 대한 주제로 개최되었다. 특히, 현대화된 저작권 제도에 대해 심층적으로 다뤘다. 이는 2012년 위원회의 '디지털 단일 시장의 콘텐츠'에서 이미 다뤄졌던 주제이다.

유럽위원회는 2018년 <새로운 유럽 문화 어젠다> 회의에서 문화다양성을 사회적 관점에 초점을 맞춰 최고의 문화정책 전략목표로 간주했다. 예를 들어, 문화다양성과 디지털 부문의 협업은 문화적인 표현을 다양하게 하는데 원동력이 될 수 있다.

EU 이사회는 문화 콘텐츠의 디지털화와 디지털화를 위한 신기술 개발을 보다 다양한 문화적 역할을 확대하기 위한 방안으로 추진했다. 음악의 디지털 전환은 제작과정, 공연, 배급, 청취와 수익 방식에 근본적인 변화를 가져왔다.

언어는 유럽 콘텐츠의 광범위한 접근을 가능하게 한다. 유럽연합은 유럽의 언어 다양성을 기반으로 유럽 작품의 유통환경을 개선하고자 한다. 따라서 언어의 디지털 전환은 번역의 방법과 번역 전문가의 필요성이 줄어들 것이라고 전망한다.

당면과제

대부분 문화·창의분야는 인공지능(AI)을 이용해 음악을 작곡하고, 비디오 게임이나 영화 애니메이션을 제작했다. 문화교육위원회(CULT)는 2020년 12월 디지털 단일시장 AI 활용에서, EU의 문화·창의분야 AI 규제가 시청각미디어서비스지시(AVMSD)에 부합해야 한다고 지적했다.

이러한 규제는 불법적인 문화 콘텐츠를 금지할 수 있지만, 표현의 자유와 문화다양성을 위협할 수 있다는 우려도 함께 제기될 수 있다. 따라서 디지털 문화다양성의 표현도 잠재적인 문제로 다뤄질 필요가 있다.

소도시 지역 관광

글 세계관광기구(UNWTO) 보고서 발췌

본 내용은 세계관광기구(UNWTO)에서 발췌한 내용입니다.

원제 Rural Tourism **발간일** 2020. 10.

발행 세계관광기구(UNWTO)

링크 https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284422159

요약

UNWTO는 소도시 지역 관광을 "관광객의 체험이 일반적으로 자연에 기반을 둔 활동, 농업, 농촌 생활/문화, 낚시, 관광과 연계된 다양한 상품과 관련된 관광 활동의 한 종류"라고 이해하고 있다. 소도시 지역 관광 활동은 낮은 인구 밀도, 경관과 토지 이용, 전통적인 사회 구조와 생활양식의 특징들이 있다. 또한, 산지관광은 물론 소도시 지역 관광도 다른 경제활동과의 상호보완성, GDP와 일자리 창출 기여도, 시간과 지역동선 대비 수요의 분산 촉진 등 지역경제 성장과 사회 변화를 기대할 수 있다.

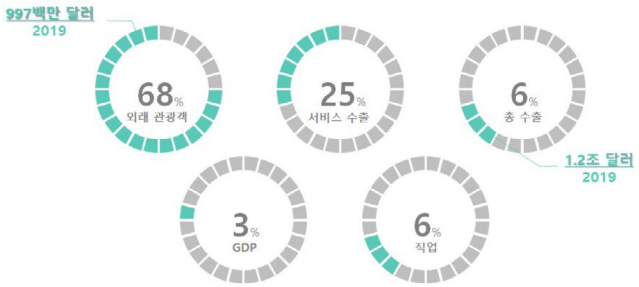
주요내용

현재 세계는 기술 발전, 인구구조의 변화, 소비성향의 변화, 환경·기후변화 등으로 인해 세계화를 표방하며 혁신적인 변화를 경험하고 있다. 또한, 만연한 불평등과 코로나19는 관광산업 전반에 영향을 미쳤다. 특히, 코로나19는 직·간접적으로 수백만 개의 일자리를 사라지게 했고 건강과 사회·경제 위기를 초래했다. UNWTO는 2020년 국제관광 입국자 60%~80%감소, 수출·수입 9,100억~1조 2,000억 달러 손실로 인해 1억~1억 2,000만 명의 직접관광 일자리가 위험에 처할 것으로 전망했다. 코로나 19로 인해 민관과 지역사회가 다시 협력할 수 있는 중요한 계기가 되었다. UNWTO는 국민과 공동체의 복지를 중심으로 지속가능하고 포괄적인 관광분야를 지향해야 한다고 언급했다.

주요 20개국 관광산업 현황

2019년 관광산업은 주요 20개국의 GDP의 3%를 증가시켰다. 주요 20개국의 주요 수출은 6% 증가했고, 직접 고용 6% 증가로 관광분야의 220만 개의 일자리 창출에 기여했다. OECD 보고서에 따르면, 관광수출의 89%는 OECD 국가의 국내 가치에서 기인한다고 언급했다.

주요 20개국의 관광 분석



(출처 : UNWTO 보고서, 2019.10.)

관광을 통한 포용적 지역사회의 개발

2030년 지속가능한 발전을 위한 의제는 포용적 성장과 발전의 중요성을 같이 강조함으로써 어느 지역도 소외되지 않도록 하는 것을 목표로 한다. 잘 개발된 관광지는 포용적 공동체 개발(ICD)과 문화·자연유산 보존의 핵심 요인이 될 것이다.

ICD는 지역사회 내 사람들이 조직을 자발적으로 형성하고, 교육과 지역 환경의 질적 향상에 대한 권한을 가질 수 있다. 이는 모든 지역의 경제적·사회적 복지를 개선하고 지역 환경을 보존한다. 그러나 공동체 개발을 지향하는 지역사회는 여성, 청소년, 노인과 장애인 등 지역사회 내 빈곤계층을 배제하고 빈곤의 위험에 처하게 만든다. 이는 ICD의 개념이 '영토 개발', '사회 개발', '공동체 참여와 복지','개발과 이해관계자의 의사결정 참여' 등의 방향으로 더 강조되고 있기 때문이다.

지역사회 기반 관광(CBT)은 공동 사회·문화적 특성을 공유하는 집단을 통해 지역사회의 발전, 자발적 관광활동 참여, 빈곤 완화, 지속가능한 삶 등을 기여한다는 개념이다.

관광객들은 의식적으로 지역사회를 방문함으로써 주요 20개국(G20)이 강조한 일자리 창출, 빈곤 제거, 교육 확대 등 경제·사회 정책 목표에 기여할 수 있다. 관광의 경향과 교통 기반시설을 효율적으로 관리한다면, 관광은 지역사회의 가치를 높이고 발전에 기여할 수 있다. 지역사회가 개인 투자를 끌어들일 수 있고, 관광기업이 지역사회의 협력 형태로 참여할 수도 있다.

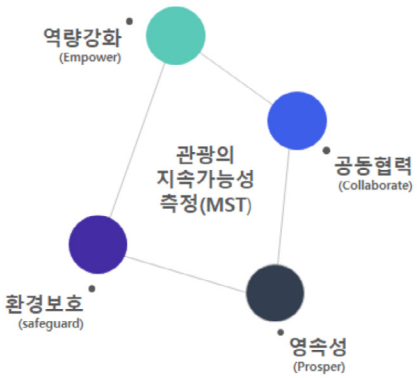
지역사회를 위한 관광일 때, 그 지역사회는 지역경제 활성화와 사회적 가치의 성과를 얻을 수 있다. 그러나 모든 지역사회가 같은 방식으로 성공하는 것은 아니다. 중요한 것은 상황에 맞는 정책, 협업 동반자와 적극적인 이해관계자의 참여이다.

모니터링을 통한 효과적인 지표 측정 방법

UNWTO는 유엔 통계부의 지원을 받아 '관광의 지속가능성 측정'(MST)을 개발했다. MST의 요소는 경제, 환경, 사회적 차원 등 3대 축에서 관광의 영향을 측정하는 것이며, 국제적 통계기준을 마련했다. 관광지표는 ▲SDGs 8 (적절한 업무와 경제 성장) ▲SDG 12 (책임 있는 소비와 생산) ▲SDG 14 (해양 자원 보존)로 구성돼있다.

또한, MST의 측정 척도는 물리적 양(예: 시간, 거리), 경제적 측면(예: 관광 GDP, 관광 산업), 사회적(예: 양질의 일자리, 인적 자본, 인식과 경험, 접근성)과 환경적 측면(예: 에너지 및 물)으로 관광 통계 범위를 확장했다. 관광의 지속 가능성은 문화, 사회, 지역사회와 주민의 삶과 관련이 있다.

관광의 지속성 측정 지표 기준



(출처 : UNWTO 보고서, 2019.10.)

역량강화	관광공급·이용계정 분석, 관광업소의 고용, 관광업소의 인구통계, 성별 비율 등 평균임금수준, 교육, 지역사회·지역인식, 관광 지배구조, 양질의 임금
환경보호	관광산업의 용수 및 에너지 사용량(폐수 포함), 관광산업에서 발생하는 고체폐기물, 토지이용 및 커버(해양지역 포함), 방문자 이동·문화유산 보호
영속성	관광공급·이용계정 분석(GDP, GVA 등), 관광지출, 관광분야의 고용·양질의 일자리, 투자·인프라, 건강, 교육, 접근성, 지역사회 결집, 범죄
공동협력	기반시설 투자, 관광 관련 분야 생태계 여건·서비스, 녹색일자리, 교육·훈련, 지역사회 결속, 관광 거버넌스

관광 기반인 지역사회의 역량강화(CBT) 실현, 터키

핵심 내용

- **(역량강화)** 관광지로서 주변 환경 경쟁력
- **(영속성)** 머무는 관광
- **(지방분권)** 포괄적인 관광개발 가능
- **(지리적 분산)** 편익적인 관점에서 관광기반의 지역사회(CBT) 촉진

배경

터키 문화관광부는 소도시 지역을 경쟁력 있는 관광지로 만들기 위해 국가 정책의 일환으로 지역 관광지 역량 강화 사업('12년-'19년)을 추진했다. 정부는 역량강화, 역량평가 대응방안, 우수사례 강화 등을 시행하기 위해 MST(관광의 지속가능성 측정) 평가 방식을 도입했다.

목적

이 사업은 터키 내 관광 기반의 지속가능한 지역사회(CBT)를 실현하고 문제점을 개선하기 위해 국가와 지역의 역량 개발을 목적으로 한다. 주요 내용은 다음과 같다.

시행 내용	방법	자원	수혜자
• 주관기관 - UNDP(유엔개발계획) • 협력 기관 - 터키 문화관광부	• 훈련과 역량개발 • 규정 체계 - 2023년 터키 관광 전략 내용 기재 - 다양한 관광활동과 대안 관광시책에 중점	• 국가 예산 - 65만 8,000달러 (약 7억 3,189만 원)	• 자치단체 - 케말리예 지방 지자체 터키 외 1개 시 • 민간 부문 - 중소기업·기업 • NGO - NGO관광 케말리예 지사 • 지역 상공업 현회 - 케말리예 지역 내 펜션, 호텔, 식당

정책 제언

지역사회에 평등한 배분과 지리적 분산을 위해, 관광 기반의 지역사회의 역량강화는 국가와 지역을 포용한 개발을 해야 한다. 또한, 지역사회의 역량은 관광 형태의 대안으로 관광의 다양화를 통해 축척된다. 지역 관광 가치사슬은 지역의 사회적 역량이 갖추어 질 때, 강화된다.

III

What's On KCC abroad

[재외한국문화원 6월 활동계획]

미주, 아시아, 유럽, 아프리카

* 다음 행사일정은 코로나19 여파로 변경 또는 취소될 수 있습니다.

뉴욕

ㅇ 팝파핑 코리안(PopPopping Korean) [6.7. ~ 6.30. | 문화원 누리집]

- 매주 1편씩 실생활에서 사용하는 한국어 회화를 쉽고 재미있게 배울 수 있는 영상 게시
- 6.8. Episode 16. 빵도 있어요?
- 6.15. Episode 17. 20분 걸려요
- 6.21. Episode 18. 귤 한 개만 주세요
- 6.29. Episode 19. 4시에 문을 닫습니다

ㅇ <고향문화 산책> 시리즈 : 제주문화 산책 #4 '계화타령' [6월 | 문화원 누리집]

- <고향문화 산책>시리즈는 한국의 각 지방을 대표하는 공연단체들의 우수한 공연을 선보여 지방 고유문화와 한국의 아름다운 절경 제공
- 6월에는 제주도 기반 단체 자르트의 '계화타령'공연

ㅇ <2021 오픈 스테이지 : 굿바이 460 파크, 함께 만드는 미래> 기획 공연 [6.7.~6.30. | 온라인]

- 뉴욕의 코로나19 상황으로 공연 활동이 중단되어 어려움을 겪고 있는 한국계 공연예술가들에게 공연 기회 제공
- 시리즈 #1 : 사위 '위로'
- 시리즈 #2 : 서린챔버앙상블 'The sounds of winds and ten fingers'
- 시리즈 #3 : 서라미 월드뮤직 앙상블 'Korean Fever'
- 시리즈 #4 : 6.25.~6.30. 피아니스트 김은비 'Eunbi Kim: Words Unsaid, Music by DBR'

ㅇ <웨이트리스&로버(The Waitress & The Robber)> 온라인 토크 상영 [6.7.~6. 27. | 온라인]

- 한·미 창작 뮤지컬 <웨이트리스&로버>는 뉴욕 콘크리트 템플 극장과 한국의 극공장소 마방진이 공동제작한 온라인 토크 영상

ㅇ 뉴욕 온라인 한국영화 특별 상영회 [6.7. ~ 6.30. | 문화원 누리집]

- 영화관계자, 한인동포, 한국영화 현지 팬을 대상으로 우수영화를 선정하여, 온라인 특별 상영회 개최
- 최신 개봉영화 5~8편 상영

ㅇ <집에서 즐기는 한국문화> 시리즈 상영 [6.7.~6.23. | 온라인]

- 전통한식 다큐멘터리 : <The Taste of Korea Hansik Documentary> 매주 1회 상영
- 온라인 한국 고전 영화 : <K-Pecipe Guide> 매주 1회 상영
- 한식 레시피 동영상 : <K-Pecipe Guide> 매주 1회 상영

ㅇ <Enjoy K-arts> 온라인 공연 [6월 | 온라인]

- 6월에는 6번째 공연 <하윤주-사계> 온라인으로 상영

ㅇ 온라인 한식 요리 특강 : Korean Cuisine Made Simple with Chef Jae Jung & Chef Jaume Biarnes, Part VI
[6.27. | 문화원 누리집·유튜브(You Tube)]

- 정재은 요리사(뉴욕거주 한인)가 하우메 비아르네스 디곤(Jaume Biarnés Digón) 요리사를 초청하여, 현지에서 한식 요리와 장을 이용한 드레싱 만들기 등 요리시연을 동영상으로 제작

ㅇ K-뉴 리더스 [6.21.~6.30. | 문화원 누리집·유튜브(You Tube)]

- 6.21.~ 6.30. <마마오스 김치 대표 오기림> 편
- 6.30. <오이지(Oiji) 레스토랑 대표 브라이언 김> 편

멕시코

ㅇ 온라인 한국어 및 문화 강좌 [6월 평일 | 온라인]

- 한식, K-Pop 안무창작기초 등의 K-Culture 모둠 강좌, 세종학당(한국어강좌), 바둑강좌

ㅇ 온라인 전시 KOREARTE en México [상시 | 온라인, 상설전시]

- (주요내용) 3개의 상설전시실에서 한국작품을 전시하고 있으며, 온라인으로도 관람 가능

ㅇ 한멕 Esports 페스티벌 [6.19~6.20. | 온오프라인]

- 국산 모바일 게임 홍보와 대전, 한국 프로게이머 팬 미팅 등

ㅇ 제2회 한국-멕시코 그림책 번역대회 [6.28. | 온라인]

- 한국, 멕시코의 그림책 선정 후 번역대회 진행

아시아

중국

ㅇ 한국영화 정기상영회 [6.11. | 문화원 지하 1층 공연장]

- 청소년보호 특집 <우아한 거짓말> 상영

ㅇ 예술의전당 우수영상 상영 [6.30. | 문화원]

- 예술의전당 제작 발레 <심청> 공연 영상 상영

베트남

ㅇ 한복 홍보 캠페인 운영 [6월 | 문화원]

- 한복의 다양한 모습을 사회관계망 서비스(SNS) 영상콘텐츠 제작
- 한복제작 일일인턴체험과 한복체험 브이로그 관련 영상 촬영, 전통문화와 한복 체험은 경복궁·광화문에서 촬영

ㅇ 2021 K-pop Lovers Festival [6월 | 문화원]

- 베트남 전국 케이팝(K-POP) 애호가 대상 커버 공모전
- 6.25. 호치민, 6,26, 다낭, 6.27. 하노이 예선 개최

ㅇ 2021 주베트남대한민국대사관 명예기자단 운영 [6월 | 문화원]

- 유학생과 현지인 대학생 기자단 선발, 대사관(문화원)·유관기관 등 한·베 문화교류 현장 취재
- 발대식(기자단 10명) 추진 예정

ㅇ <오늘도 나의 사랑, 한국어> 영상 송출 [6월 | 문화원 누리집]

- 현지 한국어 강사 참여, 한국어 강의 릴레이 영상 제작과 문화원 사회관계망 서비스(SNS)를 통해 송출
- 매주 화·금요일, 문화원의 공식 누리집(페이스북·유튜브)를 통해 송출

ㅇ 한국 길거리 대표 음식 소개 영상 송출 [6.7.~6.30. | 문화원 공식 누리집]

- 현지 인플루언서(Infuencer)와 함께 붕어빵, 순대, 컵밥 등 한국 길거리 대표 음식 만들기 관련 영상 제작
- 6.23. 7편은 문화원 공식 누리집에 전송 예정

ㅇ 코로나19 극복을 위한 한·베 일러스트레이터 그림 장착대회 [6월 | 문화원 공식 누리집]

- 베트남에 거주 중인 현지 국민을 대상으로 코로나19 극복을 위한 격려를 주제로 일러스트레이터 그림 장착대회를 온라인 형식으로 추진
- 6.21.~6.27. 그림 창작대회 작품 공개와 채점 결과는 문화원 공식 누리집에서 공개
- 6.23. 7편은 문화원 공식 누리집에 전송 예정

유럽

프랑스

○ 한식문화 교육 [6.8. | 온라인]

- 김치전, 김치볶음밥, 김치찜, 단군신화전, 김치파스타, 김치 키슈 등 김치를 활용한 레시피 영상 배포, 온라인 이벤트 개최

벨기에

○ 한국영화 정기 상영회 <Korean Cinema Replay> [6.3. | SOONER]

- 6.3. 이옥섭 감독의 <메기(2019)>

독일

○ Somewhere In Between? [6.7.~6.27. | 뮌헨 시청사 갤러리]

- 뮌헨시와 프랑크푸르트 총영사관과 협력해 한국작가 7안 초대전 개최

이탈리아

○ 한국동화 이야기 - 『너와 나』 [6월 | 유튜브(You Tube)]

- 주재국의 유명 동화구연 인플루언서와 협력해 동화구연 영상 게시

○ 제7회 빌바오 한국영화 상영회 [6.7.~6.19. | 빌바오아르테 문화센터]

- 빌바오아르테 재단과 협력해 제7회 빌바오 한국영화 상영회를 개최, 한국의 역사, 사회, 가족을 다루는 영화 상영

○ 코리아 사운드 페스티벌 : 세종문화회관과 함께하는 K-뮤직 쇼케이스 [6.7.~6.27.]

- 한국의 다양한 음악 장르를 선보이고자 세종문화회관, 아리랑 TV, 유럽 내 문화원과 협력해 비비, 죠지, 서사무엘 등 6개 팀의 공연영상 콘텐츠 제작·배포

폴란드

○ <선일병 그래픽 언어> 전시전 [6월 | 문화원, 온라인]

- 선병일 그래픽 다지이너의 한글 타이포그래피와 포스터 디자인 전시

헝가리

○ <그 다음은, What is Next? 2> 시리즈 온라인 전시 <37.5>
[6월 | 문화원, 온라인]

- 대구 코로나19 거점병원의 관계자들과 그 주변의 모습을 담은 한국 다큐멘터리 사진작가 장용근 작가의 전시

러시아

○ K-FEST 2021 개최 [6월 | 모스크바, 아스트라한, 온라인 등]

- 6.20. 한국영화·애니메이션 상영회 : 아스트라한에서 <럭키>, 로스토프나도누에서 <터널>, 한국의 우수 애니메이션 13편 상영
- 6.30. 전시 : 한국의 유명 웹툰 전시, 국립민속박물관 대표 전시인 '한국인의 일생' 원고자료 러문 번역 및 소개

아프리카

나이지리아

○ 한국어 말하기·쓰기·대회 개최 [6.7.~6.11. | 온라인]

- 세종학당 재학생, 수료생, 일반인을 대상으로 한국어 말하기·쓰기 대회를 온라인으로 진행
- 말하기 주제는 '내가 좋아하는 한국어를 소개합니다'. 쓰기 주제는 '내가 가고싶은 한국의 관광지'로 지정

Vol.16

월간 해외문화정책동향

모음

2021년 6월호

발행처
해외문화홍보원
www.kocis.go.kr

발행일
2021년 6월 14일

발행인
박정렬

기획 및 편집 총괄
한국국제문화교류진흥원
최경희, 김혜영, 이유림
www.kofice.or.kr

외부 집필진
전해웅 | 주프랑스한국문화원장

디자인
studio 213ho
www.213ho.com

ISSN 2713-9387

문화체육관광부 Kocis 해외문화홍보원 Korean Culture and Information Service KOFICE

문화체육관광부 Kocis 해외문화홍보원 Korean Culture and Information Service KOFICE