

한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

2023-02

수시연구

A Study on the Status and Activation
Strategies for Cultural Content Exchange
between Korea and Japan

채지영
김규찬
김경보



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

수시연구 2023-02

한 · 일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

A Study on the Status and Activation Strategies for Cultural Content
Exchange between Korea and Japan

채지영·김규찬·김경보



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute

연구 책임

채지영 한국문화관광연구원 연구위원

공동 연구

김규찬 한국문화관광연구원 연구위원

김경보 명지대학교 교수

한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안



연구 개요

1. 서론

가. 연구 배경 및 목적

1) 연구 배경

- 전통문화 및 순수예술이 중심이 되던 국제문화교류에 최근 문화콘텐츠의 역할과 영향력이 증대되고 있으며, 이에 한·일 교류에 있어서도 문화콘텐츠의 가치가 높아지고 있음
- 그럼에도 불구하고 전통문화, 순수예술 중심의 교류 프로그램, 문화콘텐츠는 교역의 대상일 뿐이라는 오해, 완료되지 않은 일본 대중문화개방 등 몇 가지 요인으로 인하여 문화콘텐츠는 교류 가치에 비해 교류 사업에서의 활용은 아직 부진한 실정임
- 2023년 한·일 양국의 정부가 “미래지향적 한일관계”를 선언하며 양국의 발전적 관계 수립을 모색하고 있는 중요한 분기점에서, 양국의 관계 형성에 문화콘텐츠의 가치를 적극 활용하기 위한 방안 검토가 필요함

2) 연구 목적

- 한·일 문화콘텐츠 산업 및 교류 현황 파악
- 한·일 문화콘텐츠 교류 활성화에 대한 의견 파악
- 문화콘텐츠를 활용한 한·일 교류 활성화 방안 제안

나. 연구 범위 및 방법

1) 연구 범위

- 시공간적 범위: 한국과 일본의 문화콘텐츠 교류 시작 시점부터 현재까지
- 내용적 범위: 국제문화교류 기본 프레임워크 분석 / 한·일 문화콘텐츠 교류 환경 및 현황, 관련 정책 분석 / 한·일 문화콘텐츠 교류 관련 전문가 및 대학생 의견 검토 / 한·일 문화콘텐츠 교류 활성화 방안 제안

2) 연구 방법

■ 문헌 연구

- 국제문화교류 개념 및 정의, 한·일 문화산업 수출입 통계, 한·일 문화교류 정책, 한·일 문화교류 현황 등

■ 심층 인터뷰

- 한·일 문화교류 관련 전문가 및 학자 대상 1:1 심층 인터뷰를 통한 의견수렴

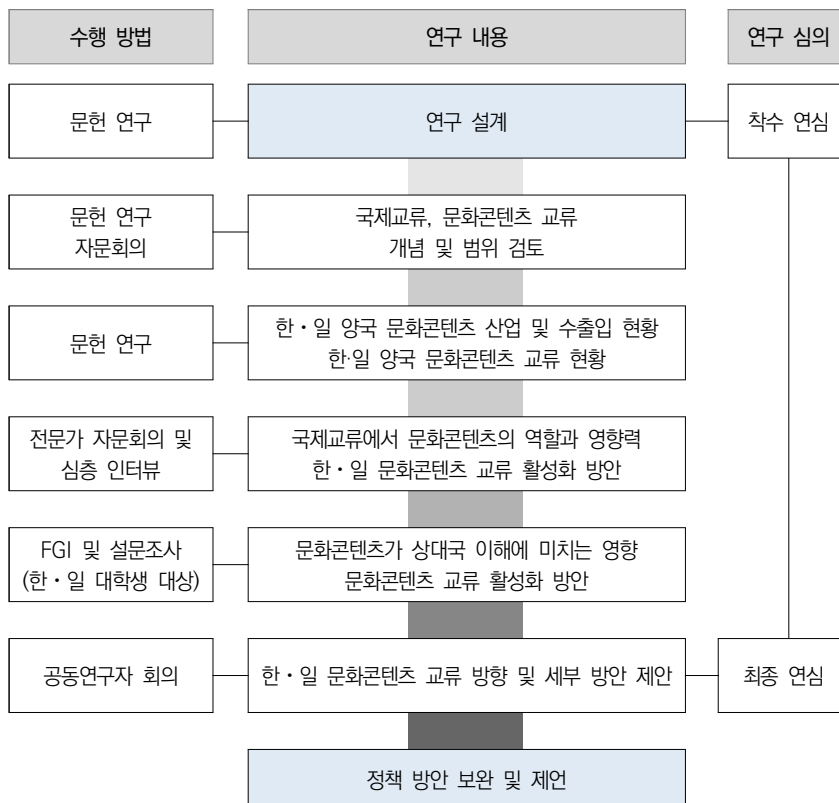
■ FGI

- 한·일 대학생, 유학생 대상 FGI를 통한 의견 수렴

■ 설문조사

- 한국 내 일본 유학생, 일본 내 한국 유학생 대상 설문조사

[그림 1] 연구의 수행 방법 및 과정



2. 국제문화교류와 문화콘텐츠 교류

가. 국제문화교류 개념 및 목적

- 국제문화교류의 개념: 문화 부문의 모든 주체들이 문화콘텐츠를 통해 타 국민과 상호관계를 맺고, 개인 차원에서는 타 문화를 이해하고 창조적 자극을 얻으며, 국가 차원에서는 문화예술과 문화산업 등의 발전과 수용으로 문화적 발전을 성취하고, 전 지구적 차원에서는 문화다양성의 지속과 확산에 기여하는 활동(정정숙, 2012)
- 국제문화교류의 목적: 국가 간 상호 이해 증진과 신뢰형성, 국가의 문화적 역량 제고 및 경쟁력 향상 등 문화적 발전

나. 국제문화교류의 범위

- 국제문화교류의 범위: 문화, 예술, 관광, 체육 등 문화콘텐츠 장르를 포함한 관련 분야 활동을 대상으로 함
- 국제문화교류 활동 유형 및 내용: 작품 교류, 공동 프로젝트, 국제행사 참여, 학술 정책·인적교류, 기반조성형, 문화홍보 등 다양한 영역으로 분류 가능

다. 국제문화교류와 문화콘텐츠 교류와의 관계

- 국제문화교류에서 부상하는 문화콘텐츠
 - 한류의 성공으로 최근 대중문화 콘텐츠가 문화교류의 중요한 영역으로 부상하고 있으며, ‘교류’로써 전 세계와 소통하는 문화콘텐츠의 영향력과 가치가 증가

3. 한·일 문화콘텐츠 교류 환경

가. 국제문화교류 환경의 변화

- 일방적 문화교류에서 타문화에 대한 이해와 존중을 기초로 하는 횡단형 문화교류로 변화
- 정부주도형에서 민간협력형 문화교류로 변화
- 전통예술 위주에서 대중문화를 포함한 확장된 문화교류로 진화
- 면대면 직접 교류에서 시공간 제한 없는 자유로운 문화교류로 발전
- 결과 중심 교류에서 과정 중심 교류로 변화

나. 한국의 한·일 문화콘텐츠 교류 정책

1) 일본 문화콘텐츠 수용 정책: 일본 대중문화 단계적 개방

- 김대중-오부치 선언을 시작으로 단계적 일본 대중문화 개방이 이루어졌으나(4차), 2005년 한일관계가 악화되며 5차 전면 개방이 중단된 상태임

2) 일본 대중문화 개방의 영향

- 개방 이후 일본 콘텐츠의 한국 유입
 - 개방 이전: 일본 대중문화에 대한 우리 대중문화의 문화적 종속을 초래할 것이라는 우려가 높았음
 - 개방 이후: 만화와 애니메이션 장르를 제외하고 일본 대중문화 콘텐츠의 영향력은 미미한 수준이며, 오히려 한류열풍으로 우리 문화의 일본 진출이 크게 증가
- 일본에서의 한국 문화콘텐츠 소비: 한류 붐
 - 일본에서 한류의 발전: 2003년 <겨울연가>가 불러일으킨 1차 한류 붐에 이어 K-POP 아이돌에 의한 2·3차 한류 붐, OTT 드라마를 통해 강화된 4차 한류 붐으로 진화함
 - 한국 콘텐츠는 서브컬처에서 주류 콘텐츠로 일본에서의 위상이 변화하고 있으며, 일상생활 문화로 자리 잡고 있음

다. 일본의 국제문화교류 정책

1) 정책 개요

- 일본 국제문화교류의 이념과 목적
 - ① 문화의 상호 이해에 따른 국제평화 실현, ② 일본에 대한 친밀감, ③ 국제사회에서의 존재감 고양 등의 이념을 추구함
- 문화교류 사업 주체 및 체계
 - 정부기관(외무성, 국제교류기금, 문부과학성), 정부관계기관, 민간기관, 지방자치단체 등 다양한 주체가 참여함

2) 일본 국제문화교류 정책의 변화

- 일본 국가 브랜드 사업 기조 안의 문화교류
 - 전통문화의 가치에 집중해 일본 상품에서 일본다움을 구현하고자 한 ‘네오 재패니스크’에서 ‘쿨 재팬’, ‘팝 걸쳐 문화교류 강화’ 등 대중문화를 전면에 내세우는 전략으로 전환됨

라. 한·일 문화콘텐츠 산업 현황

- 상대국 문화콘텐츠의 소비 증가
 - 한국에서는 일본 만화 애니메이션이, 일본에서는 한국의 K-POP과 드라마가 큰 인기를 얻고 있음
 - 콘텐츠 시장 규모는 일본이 한국에 비해 3배 정도 크나, 한국 콘텐츠의 對일본 수출액은 일본 콘텐츠 수입액의 10배 이상임

4. 한·일 문화콘텐츠 교류 현황

가. 한·일 문화콘텐츠 교류 사업 현황

- 문화체육관광부: 국제문화교류진흥법에 근거하여 5년마다 법정계획을 수립, 국제

문화교류 정책의 기본 방향, 추진전략 및 세부과제 제시

- 한국국제문화교류진흥재단, 한국콘텐츠진흥원, 재외한국문화원, 세종학당 및 지자체·민간 등을 주체로 다양한 세부 사업 수행
- 한국국제문화교류진흥원: 네트워크 조성사업, 문화교류 지원 사업, 한류 페스티벌, 커뮤니티 지원 사업, 국제문화 협력, 전문 인력 양성 등
- 한국콘텐츠진흥원: 산업 진흥을 위한 지원 사업 중심으로, '교류' 관련 사업은 거의 진행되지 않음
- 세종학당: 단순 한국 관련 전통문화 체험형, 한류 관련 초급 체험형(댄스 프로그램 등)이 비슷하게 제공되는 수준으로, 현지 학생들의 관심과 수요에 맞춰 대중문화콘텐츠에 초점을 맞출 필요가 있음
- 한국국제교류재단: 주요 사업은 글로벌 네트워킹, 국민 공공외교 사업, 문화교류, 한국학으로 구분
- 한일문화교류기금: 인적교류 사업 및 교류 목적 회의, 전시, 공연 등의 개최 및 지원, 문화교류 관련 자료 수집, 연구, 출판 등의 사업 시행

나. 일본의 한·일 문화교류 사업 현황

- 외무성: 일본에 대한 정보를 적극적으로 발신함과 동시에 일본 문화 소개 및 인적 교류, 해외에서의 일본어 보급 지원 등 일본 홍보 및 문화외교 실시
- 문화청: 일본 문화예술의 대외 발신, 국제문화교류 추진, 문화예술의 국제적 창조·발신 거점 형성, 일본 전문가 파견 및 현지 인재 양성, 해외 문화유산의 보호와 관련된 국제 협력 추진 등 국제문화교류·국제공헌 사업 수행
- 일본국제교류기금: 문화예술교류 사업, 해외 일본어 교육사업, 일본연구 및 국제 대회, 네트워크 형성 사업, 일본 연구자 지원 등 실시
- 주대한민국일본국대사관: 전통예술부터 현대 문화까지 다양한 일본 문화 전시, 공연, 워크숍, 콘테스트 등을 통한 일본 소개. 한·일 최대 규모 민간교류 행사인 한·일 축제 한마당 개최

- 일한문화교류기금: 청소년 교류, 펠로십, 교류 지원 사업, 출판간행물 지원 사업 수행

다. 한·일 국제문화교류 사업과 문화콘텐츠

- 국제문화교류에 있어 문화콘텐츠의 중요성은 인식하나, 실제 활용은 제한적
- 문화콘텐츠 교류 사업은 일회성 행사 및 보여주기식 사업이 주류
- 전통문화, 현대예술 등에 집중된 인적교류 사업을 문화콘텐츠로까지 확대해야 함

5. 한·일 문화콘텐츠 교류에 대한 의견조사

- 상대국에 대한 인지·관심·호감을 증대시키는 문화콘텐츠
 - 양국 문화콘텐츠 소비는 타 콘텐츠나 관광, 관련 산업에까지 긍정적 파급효과를 미치며, 상대국에 대한 친밀감과 이해의 폭을 넓히는 동인이 됨
- 정치와 문화콘텐츠와의 관계
 - 소비자들은 정치적 상황과 개인적 소비는 별개의 문제라고 생각하고 있었으나, 주변 시선을 의식하거나 상대국 콘텐츠를 소비하는 것에 내적 갈등과 죄책감을 느껴 실질적으로 문화콘텐츠 소비가 위축됨
- 일본 대중문화 개방에 대한 인지와 의견
 - 일본 대중문화가 한국에서 전면적으로 개방되지 않은 것에 대해 인지하는 비율은 매우 낮았으나, 한국에서의 일본 대중문화 전면 개방은 과반 이상이 지지하는 것으로 나타남
 - 전문가들은 한쪽만 개방되지 않은 상태의 교류는 비판의 여지가 있다고 보고 있으며, 일본 대중문화개방이 완료된다면 부정적 영향 대신 한국 문화콘텐츠 확산에 긍정적 영향이 있을 것임을 강조하고 규제를 폐지할 것을 제언함
- 한·일 문화교류의 방향
 - 양국 문화교류 사업에서 문화콘텐츠 활용은 양국 콘텐츠 소비자 및 문화산업에

- 도움이 될 수 있도록 확대 및 고도화되어야 함
- 문화콘텐츠가 일회성 이벤트로 활용되는 것에서 벗어나기 위해서는 전문적인 프로그램 기획, 전문가 인적교류 활성화 등 체계적인 지원이 필요함

6. 한·일 문화콘텐츠 교류 활성화 방안

가. 문화콘텐츠 교류 사업 고도화

- 문화콘텐츠 교류에 대한 인식 전환
 - 문화콘텐츠 교역은 민간 영역이지만, 교역과 교류는 상호보완적 측면으로 이어질 수 있다는 인식을 확산시켜 문화콘텐츠 교류 사업 활성화에 대한 사회적 공감을 마련해야 함
 - 비교적 적은 비용으로 대중적 참여를 이끌어 내는 문화콘텐츠 교류프로그램을 적극 활용해 문화콘텐츠 교류가 비싸다는 오해를 바로잡음
 - 한류의 성공이나 문화콘텐츠의 일본진출이 한국정부가 진두지휘한 결과라는 오해를 불식해야 함
- 문화콘텐츠 산업인력 인적교류 활성화
 - 문화콘텐츠 인적교류를 통해 콘텐츠 산업의 협력과 발전을 이끌고 공동의 정체성을 형성함
 - 전통문화, 순수예술 분야의 인적교류를 벤치마킹하고, 공공기관 등 유관기관과 협력을 통한 인력교류 활동을 지원함
- 대중 참여적 프로그램 개발
 - 전통문화, 패션, 역사, 음식 등 문화콘텐츠와 타산업의 연계를 통해 문화콘텐츠의 파급효과를 적극 활용한 대중 참여적 교류 프로그램을 기획·개발해야 함
- 문화콘텐츠 교류 원칙 및 시스템 확립
 - 문화콘텐츠의 '교류'로서의 가치에 집중하여 일회성 행사 중심의 교류를 지양하고 국가적 대형 이벤트의 후속 교류 방안을 마련할 수 있도록 기획·지원함
 - 민간 시장과 콘텐츠 교역에 피해가 가지 않도록 순수한 교류활동을 중심으로

하며, 국제문화교류진흥원의 ‘트래블링코리안 아츠’ 사업을 활용해 민간이 주도하고 공공기관이 지원하는 문화콘텐츠 교류 사업을 강화함

나. 공평한 한·일 문화콘텐츠 교류 관계 정립

- 일본 대중문화 전면 개방 추진
 - 4차 개방 이후 중단된 일본 대중문화 개방을 추진함으로써 공평한 한·일 문화콘텐츠 교류 환경을 구축
 - 2023년 10월은 1차 일본 대중문화 개방 25주년이 되는 해로, 일본 대중문화 전면 개방을 선언하기에 적절한 시기이나 한·일의 정치적 상황에 따른 적절한 조정이 필요할 것으로 보임
- 전면 개방을 통한 교류 활성화 및 관계 재정립
 - 일본 대중문화 개방 완료를 통해 불공정 교류에 대한 일본의 이의 제기 방지 및 상호주의 원칙을 정립하고, 공평한 교역 기반 마련을 통해 문화콘텐츠 교류를 활성화함
 - 문화교역 및 교류의 증가는 문화다양성에 대한 수용력을 높이고 콘텐츠의 다양성 및 창의성을 증진시킴으로써 문화산업 발전을 촉진시킴
 - 과거 일본 대중문화 개방이 일본 내 한류 확산을 유도한 것처럼 일본 대중문화 최종 개방은 한국 문화산업의 자신감 표출의 계기로 작용할 수 있음

목차

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	7
제2절 연구 범위 및 방법	8
1. 연구 범위	8
2. 연구 방법	8
제2장 국제문화교류와 문화콘텐츠 교류	11
제1절 국제문화교류 개념	13
제2절 국제문화교류의 범위	16
제3절 국제문화콘텐츠 교류 개념	18
제3장 한·일 문화콘텐츠 교류 환경	21
제1절 국제문화교류 환경의 변화	23
제2절 한국의 한·일 문화콘텐츠 교류 정책	26
1. 일본 문화콘텐츠 수용 정책: 일본 대중문화 단계적 개방	26
2. 일본 대중문화 개방의 영향	28
제3절 일본의 국제문화교류 정책	32
1. 일본의 국제문화교류 정책 개요	32
2. 일본 국제문화교류 정책의 변화	33
제4절 한·일 문화콘텐츠 산업 현황	38
1. 한·일 문화콘텐츠 시장 규모	38
2. 한·일 콘텐츠 수출입 현황	39
제5절 소결	43

제4장 한·일 문화콘텐츠 교류 현황 45

제1절 한·일 문화콘텐츠 교류 사업 현황	47
1. 문화체육관광부	47
2. 해외문화홍보원(재외한국문화원)	54
3. 한국국제문화교류진흥원(KOFICE)	57
4. 한국콘텐츠진흥원	62
5. 세종학당	65
6. 한국국제교류재단(Korea Foundation)	66
7. 한일문화교류기금	69
제2절 일본의 한·일 문화교류 사업 현황	71
1. 일본 외무성(Ministry of Foreign Affairs of Japan)	71
2. 문화청(Agency for Cultural Affairs)	73
3. 일본 국제교류기금(Japan Foundation)	74
4. 주대한민국 일본국대사관	77
5. 일한문화교류기금(日韓文化交流基金)	79
제3절 소결	80

제5장 한·일 문화콘텐츠 교류에 대한 의견 조사 83

제1절 질적 조사: 전문가 및 한·일 대학생 인터뷰	85
1. 조사 개요	85
2. 조사 결과	87
제2절 양적 조사: 한·일 유학생 설문 조사	96
1. 조사 개요	96
2. 조사 결과	97
제3절 소결	105

제6장 한·일 문화콘텐츠 교류 활성화 방안 107

제1절 문화콘텐츠 교류 사업 고도화	109
1. 문화콘텐츠 교류에 대한 인식 전환	109
2. 문화콘텐츠 산업인력 인적교류 활성화	110
3. 대중 참여적 프로그램 개발	113
4. 문화콘텐츠 교류 원칙 및 시스템 확립	114

제2절 공평한 한·일 문화콘텐츠 교류 관계 정립	116
1. 일본 대중문화 전면 개방 추진	116
2. 전면 개방을 통한 교류 활성화 및 관계 재정립	117

참고 문헌 /	119
---------	-----

ABSTRACT /	123
------------	-----

부록 한·일 유학생 설문지 /	125
------------------	-----

표 목차

〈표 2-1〉 문체부의 국제문화교류와 외교부의 국제문화교류 비교	15
〈표 2-2〉 국제문화교류 영역 및 활동 성격에 따른 구분	17
〈표 3-1〉 일본 대중문화 개방 시기 및 범위	28
〈표 3-2〉 한·일 콘텐츠 시장 규모	39
〈표 3-3〉 한·일 콘텐츠의 일본 수출 및 수입 현황	39
〈표 3-4〉 장르별 콘텐츠 수입의 일본 비중(일본/전 세계)	42
〈표 4-1〉 문화체육관광부 2022 주요사업 추진 계획	51
〈표 4-2〉 주일한국문화원 행사(2021~2023)	55
〈표 4-3〉 한국국제문화교류진흥원 사업구성	58
〈표 4-4〉 한류 컴온: 해외 한류 커뮤니티 지원 사업_일본 지원 사례	60
〈표 4-5〉 문화 프로그램 순회 사업 및 지역문화 국제교류 지원 사업: 일본 지원 사례	61
〈표 4-6〉 일본과 연계가 있는 한국콘텐츠진흥원 사업	62
〈표 4-7〉 최근 5년간 국제방송문화교류(국제공동제작) 지원 사업 선정작	64
〈표 4-8〉 세종문화아카데미 운영 현황	65
〈표 4-9〉 세종학당 문화인턴 파견 현황	66
〈표 4-10〉 일본에서 전개되는 한국국제교류재단 사업 사례	69
〈표 4-11〉 한일문화교류기금 시행사업	70
〈표 4-12〉 일본 외무성 조직구성 및 업무 내용	71
〈표 4-13〉 일본 외무성 내 해외 문화 심의회의	73
〈표 4-14〉 일본국제교류기금 故이수현 기념사업	76
〈표 4-15〉 주한일본대사관 문화교류 사업	77
〈표 5-1〉 전문가 인터뷰 조사 대상	85
〈표 5-2〉 FGI 조사 대상	86
〈표 5-3〉 조사 설계	96
〈표 5-4〉 응답자 특성	96

그림 목차

[그림 1-1] 연구의 수행 방법 및 과정	9
[그림 2-1] 각 장르별 국제문화교류 활동 비중	20
[그림 3-1] 세계 코스프레 서밋 대회 장면	36
[그림 3-2] 상파울루, 로스앤젤레스, 런던의 재팬하우스	36
[그림 3-3] 한·일 콘텐츠 시장 규모	38
[그림 3-4] 對일본 콘텐츠 수출입 규모	40
[그림 4-1] 2022년 국제문화교류 진흥 정책 목표 및 추진 전략	48
[그림 4-2] 국제문화교류진흥원 비전	57
[그림 4-3] KOFICE 문화교류 지원 사업	61
[그림 5-1] 각 분야별 인지도	98
[그림 5-2] 각 분야별 호감도	98
[그림 5-3] 일본 내 한국 유학생의 한국 vs. 일본 대중문화 이미지	99
[그림 5-4] 한국 내 일본 유학생의 한국 vs 일본 대중문화 이미지	100
[그림 5-5] 내가 일본/한국 대중문화 즐기는 것에 대한 주변인의 인식	101
[그림 5-6] 일본/한국 대중문화에 대한 부정적 시선 이유	101
[그림 5-7] 한국 자상파 일본 드라마/오락/가요 프로그램 방영 금지 인지 여부	102
[그림 5-8] 한국에서 일본 대중문화 완전히 개방하지 않는 정책에 대한 의견	102
[그림 5-9] 참여 경험 프로그램	104
[그림 5-10] 참여하고 싶은 프로그램	104

한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

제1장

서론

제1절 연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

가. 국제문화교류에서 문화콘텐츠의 영향력 증대

- 상대국 문화에 ‘문간에 발 들여놓기 효과’가 높은 문화콘텐츠
 - 국가 간 교류에 있어서 문화적 교류는 서로의 공감과 신뢰를 이끌어 내고 공동의 집단 정체성을 구성하는 데 효율적인 역할을 함
 - 대중적인 관심과 호감이 높은 문화콘텐츠는 다양한 문화적 교류 중 상대국 문화와 사회에 대해 ‘문간에 발 들여놓기’를 용이하게 하며, 상대국에 대한 인지도와 호감도를 제고하고 이해의 폭을 넓히는 등 국제문화교류가 추구하는 목표에 대해 효율적으로 역할을 수행함으로써 국제문화교류의 핵심 자원으로 부상하고 있음
- 문화콘텐츠의 대중적 소비 기반과 파급효과로 인한 영향력
 - 문화콘텐츠의 대중적인 소비 기반과 그것이 미치는 파급효과에 비추어 볼 때 문화콘텐츠의 매개가 되는 국제교류 활동은 확대될 것이며 활용 방법도 다양해질 것으로 예측됨

나. 한·일 양국 문화교류 정책의 변화

- 한국 문화교류 정책에서의 문화콘텐츠의 중요성 증가
 - 최근 국제문화교류 트렌드를 보면 전통예술이나 순수예술 중심의 문화교류에서 대중문화를 적극 활용하려는 변화가 감지되고 있으며, 한국의 국제문화교류 사업에서도 K-POP을 비롯한 대중문화 콘텐츠 활용에 대한 중요성이 커지고 있

음

- 그럼에도 불구하고 한국의 국제문화교류 사업은 아직까지 전통문화와 순수예술에 집중되어 있어, 국제교류에서의 문화콘텐츠 가치와 역할 확장에 대한 재조명이 필요함
- 일본 문화교류 정책에서도 문화콘텐츠 활용 모색
 - 일본의 국제문화교류에서 문화콘텐츠 도입 움직임이 활발해지고 있음
 - 일본 국가 브랜드 전략인 ‘쿨재팬’ 전략에 만화·애니메이션 등 대중문화 콘텐츠를 전면에 내세워 일본문화를 전파하는 활동이 증가하고 있으며, 일본 외무부에서도 국제문화교류에 대중문화를 적극 활용하는 팝 걸쳐 문화교류 강화 전략을 추진하고 있음
 - 일본 문화교류의 해외 전초기지인 재팬하우스 역시 해외에서 인기가 높은 만화·애니메이션을 타 예술장르와 융합한 전시 프로그램을 선보이는 등 일본 문화콘텐츠에 대한 관심을 일본에 대한 관심으로 확장하는 사업을 활발히 전개하고 있음

다. 한·일 문화콘텐츠 소비자 증가

- 문화콘텐츠는 한·일 양국 이해의 첫 발걸음
 - 상대국 문화콘텐츠 소비는 한·일 국민들이 서로를 알고, 관심을 갖고 호감을 형성하는 시발점이 됨
 - 특히 뉴스나 역사로 서로를 알고 있는 한·일 양국 국민에게 문화콘텐츠는 개인적인 관계를 형성시키는 처음이자 가장 핵심적인 매개체가 되고 있음
- 소비자 문화향유와 상호 이해에 기여해 온 한·일 문화콘텐츠
 - 과거에도 한·일 문화콘텐츠는 상대국에 다양한 문화상품을 공급함으로써 양국 소비자들에게 문화향유의 가치를 제고해 왔음
 - 한국에서 만화와 애니메이션 산업이 발달하기 전 일본 만화와 애니메이션은 한국 어린이들에게 많은 즐거움을 주었으며, 일본 중년층을 지향한 드라마 제작이 저조했을 때 한국 드라마가 이들의 수요를 만족시킴. 또한 한국과 일본 가요는 양국의 음악적 스펙트럼을 넓히는 데 기여해 옴
 - 양국의 문화콘텐츠는 상대국 시민에게 문화적 다양성을 제공하고 상호 이해를

증진시켰으며, 서로에 대한 심리적·사회적 거리를 좁히는 데 크게 기여함

- 양국 문화콘텐츠 소비자 증가로 문화교류에서의 콘텐츠의 영향력 제고
 - 상대국 콘텐츠에 대한 열성적인 소비 집단은 한·일간 정치·사회적 관계가 냉각되었을 때에도 양국 문화콘텐츠 소비를 지속하면서 민간 차원에서 한일관계 형성에 윤활유 역할을 함
 - 양국 콘텐츠의 두터운 소비층과 상대 문화에 대한 이해와 그리고 이들의 호감은 한·일 문화교류를 활성화시키는 원동력이자, 냉각된 한일관계를 풀어낼 수 있는 주요한 자원임
 - 최근 일본에서는 성별, 연령에 구애받지 않고 K-POP뿐 아니라 OTT를 통한 영상콘텐츠 소비가 확산되고 있고 한국에서는 게임과 애니메이션을 중심으로 일본 콘텐츠가 인기를 끌고 있어, 양국 관계 형성에 미치는 문화콘텐츠의 영향력이 더욱 확대되고 있음

라. 한·일 문화콘텐츠 교류의 문제점

- 중요성 인식에 못 미치는 문화콘텐츠 활용성
 - 흡인력이 높고 파급효과가 큰 문화콘텐츠의 가치가 높게 평가됨에 따라 한국과 일본의 국가 브랜드 및 국제문화교류 사업에서 문화콘텐츠 활용이 점차 증가하고 있음
 - 그러나 아직까지 한·일 양국의 국제문화교류 사업은 전통문화나 순수예술에 초점이 맞추어져 있어 한국적/일본적인 문화의 전통과 우수성을 강조하려는 경향이 높으며, 문화콘텐츠를 활용한 국제교류 사업은 현지 수요와 효과에 비해 상대적으로 미약함
 - 문화콘텐츠는 일회성 행사나 보여주기식 사업에 주로 활용되고 있으며, 대중적 이해 증진 및 타 문화와 지속적인 접점 형성 등에 기여하는 문화콘텐츠 교류 사업은 아직 미진한 상황임
- 문화콘텐츠 교류 및 상대국 문화콘텐츠에 대한 오해
 - 문화콘텐츠 교류에 관련한 몇 가지 오해들은 문화교류에 있어 콘텐츠의 활용을

저해하고, 양국의 문화콘텐츠 교류 활성화를 가로막는 요인이 되고 있음

- 문화콘텐츠 교류에 있어 대표적인 오해는 ① 문화콘텐츠는 교역의 대상이지 교류의 대상이 아니다, ② 문화콘텐츠 교류 프로그램은 비싸다, ③ 한국 정부가 문화콘텐츠 산업을 진두지휘한다 등임
- 위와 같은 오해가 정책 담당자나 소비자들에게 만연한 상황에서는 한·일 문화 교류를 위한 문화콘텐츠 활용에 한계가 있음
- 양국 문화콘텐츠 교류 활성화를 도모하기 위해서는 오해의 원인을 진단하고 이에 대한 적절한 대응책을 마련해야 함

■ 완료되지 못한 일본 대중문화 개방 조치

- 문화콘텐츠의 원활한 교류를 위해서는 양국의 문화 개방의 정도가 동일해야 함에도 불구하고 아직까지 양국의 문화콘텐츠 개방 정도는 차이가 있음
- 1998년 김대중 오부치 공동선언을 계기로 한국이 일본 대중문화수입 금지조치를 단계적으로 풀면서 개방의 격차를 줄이고 있었으나, 마지막 5차 개방을 앞두고 당시 고이즈미 총리의 야스쿠니 신사 참배 문제로 한일관계가 경색되면서 개방 일정이 취소됨

■ 한·일 문화콘텐츠 개방 격차에 따른 문제점: ‘불공정 교류’ 빌미 제공

- 한·일 문화콘텐츠의 개방 격차로 한국 문화콘텐츠의 일본 유입에 반대하는 일본인은 ‘불공정성’에 대한 문제 제기를 하고 있음
- “한국의 지상파에서 일본드라마 방영이 금지되어 있고, 라디오에서 일본어 노래를 들지 못하는 상황에서 왜 일본 시장만을 개방하느냐”는 이들의 주장은 일반 일본인들의 지지를 받음
- 2012년 이명박 대통령의 독도 발언과 함께 교류의 ‘불공정’에 대한 문제 제기로 일본 지상파 방송에서의 한국 드라마 방영이 축소되었음

마. 문화콘텐츠 교류를 통한 한일관계의 발전적 변화 도모

■ 2023 ‘미래지향적 한일관계’ 도모

- 2023년 현 정부는 한일관계에 대해 미래지향적이고 전향적인 개선 의지를 표명하

며, 그동안 경색되었던 한일관계를 풀기 위해 다각적으로 방안을 모색하고 있음

- 미래지향적 한일관계에 있어 문화콘텐츠 역할
 - 2023년 ‘미래지향적 한일관계’로 나아가기 위한 정부의 방침이 발표되면서 콘텐츠산업이 한일관계를 새로운 시대로 이끄는 역할에 주목하고 있음
 - 특히 다수의 대중들이 경험하고 선호하는 문화콘텐츠 교류 사업은 전통문화와 순수예술 중심의 국제문화교류 사업보다 대중적 호감과 친밀감, 화제성 등을 기반으로 서로 이해의 지평을 넓히는 데 큰 기여를 할 것으로 예측됨
 - 한일관계에 중요한 분기점을 맞이한 지금, 한·일 두 나라는 상대국 콘텐츠 유통의 역사와 문화콘텐츠 교류 현황을 살펴보고 문화콘텐츠 교류를 기반으로 발전적 한일관계 형성을 위한 방안을 모색할 필요가 있음

2. 연구 목적

- 한·일 문화콘텐츠 산업 및 교류 현황 파악
 - 양국 문화콘텐츠 산업 규모 및 특성 분석
 - 양국 문화콘텐츠 교류 현황 조사
 - 양국 교류에 미치는 문화콘텐츠의 영향력 파악
- 한·일 문화콘텐츠 교류 활성화에 대한 의견 파악
 - 전문가 및 양국 유학생을 대상 한·일 문화콘텐츠 교류에 대한 의견 분석
 - 양국 문화콘텐츠의 영향력, 교류의 문제점과 장애 요인, 활성화 방안 등에 대한 의견 수렴
- 문화콘텐츠를 활용한 한·일 교류 활성화 방안 제언
 - 문화콘텐츠를 활용한 한·일 교류 활성화 방안 제시
 - 한·일 문화콘텐츠 교류 지원 체계 구축 방안 도출

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

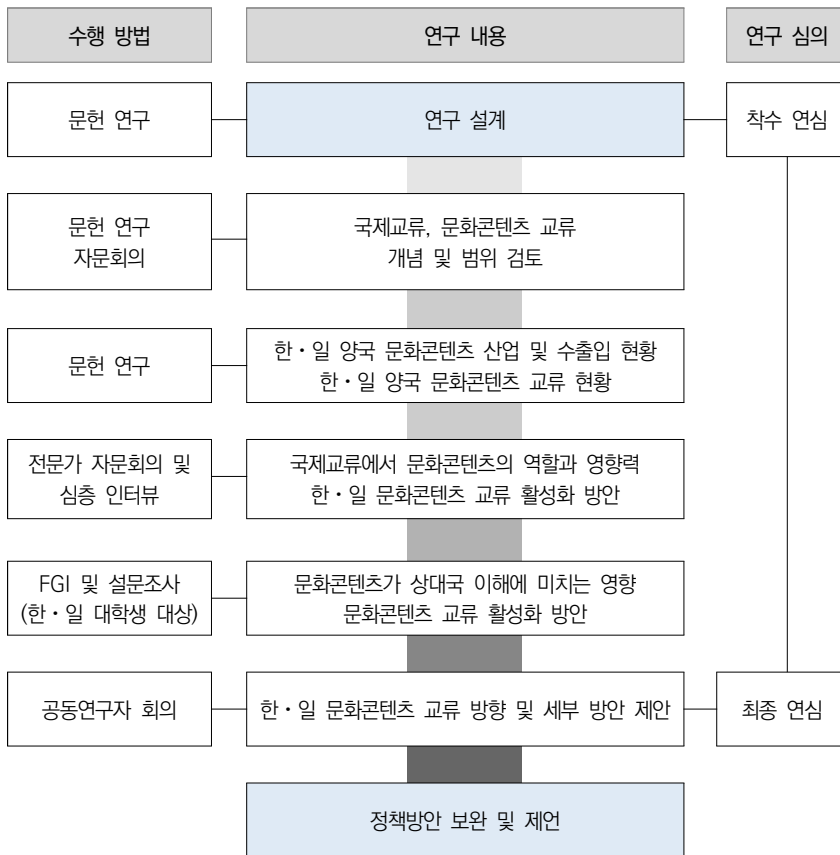
- 시간적 범위
 - 해방 이후 한·일 문화콘텐츠 교류가 시작된 시점부터 현재까지
 - 특히 2020년 이후 콘텐츠 유통 및 교류 현황에 집중함
- 공간적 범위
 - 한·일 문화콘텐츠 소비 및 교류가 발생하고 있는 한국과 일본
- 내용적 범위
 - 문화콘텐츠 교류 관련 기본 프레임워크: 국제문화교류 및 문화콘텐츠 교류의 개념과 범위
 - 문화콘텐츠 교류 환경 분석: 한·일 문화콘텐츠 산업 현황 및 상대국과의 수출입 현황 파악
 - 한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 관련 정책 분석
 - 한·일 문화콘텐츠 교류 활성화 방안 제안

2. 연구 방법

- 문헌 연구
 - 국제문화교류 개념, 한·일 양국의 문화콘텐츠 산업 및 수출입 현황, 한·일 양국의 문화교류 사업, 관련 정책 등에 관한 문헌 및 통계 자료 분석

- 심층 인터뷰
 - 국제문화교류 및 한·일 문화 전문가 대상 1:1 심층 인터뷰를 통한 한·일 문화 콘텐츠 교류 현황 파악 및 교류 활성화 방안 의견 수렴
- FGI(Focus Group Interview)
 - 일본 대학생 5명, 한국 대학생 4명, 한국 내 일본 유학생 5명을 대상으로 문화콘텐츠가 상대국 이해에 미치는 영향에 대한 심화된 논의 진행
- 설문 조사
 - 한·일 유학생 263명을 대상으로 문화콘텐츠가 상대국 이해에 미치는 영향 및 문화콘텐츠 교류 방안에 대한 의견을 수렴하기 위한 양적 조사 수행

[그림 1-1] 연구의 수행 방법 및 과정



한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

제2장

국제문화교류와 문화콘텐츠 교류

제1절 국제문화교류 개념

- 국제문화교류 개념 정의의 어려움
 - 국제문화교류 활동이 정책보다 먼저 나타났기 때문에 '활동 영역의 필연적 중첩과 모호함'으로 완벽한 분류나 정의가 쉽지 않으며, 국제문화교류에 대한 학술적 정의는 경계가 불분명함
- 국제문화교류 개념에 대한 다각적 검토
 - 2012년 '국제문화교류 진흥방안' 연구에서는 국제문화교류를 광의의 개념과 협의의 개념으로 구분하여 정리하였음(정정숙, 2012)
 - 광의의 국제문화교류는 '모든 주체들이 문화콘텐츠를 통해 타 국민과의 상호 교류를 하는 활동' 개념을 포함함
 - 협의의 개념은 '문화 부문의 모든 주체들이 문화콘텐츠를 통해 타 국민과 상호 관계를 맺고, 개인 차원에서는 타 문화이해와 창조적 자극을 얻고, 국가 차원에서는 문화예술과 문화산업 등의 발전과 수용으로 문화적 발전을 성취하며, 전 지구적 차원에서는 문화다양성의 지속과 확산에 기여하는 활동'이라고 규정함
 - 동일 연구(정정숙, 2012)에서 국내 문화교류 전문가 및 문화교류 관심층에 대해 설문 조사를 한 결과, 국제문화교류의 목적으로 '한국에 대한 전반적인 대외 인지도 향상'을 최우선으로 꼽았으며, 다음으로 '문화홍보를 통한 문화 부문의 (산업적) 경쟁력 향상', '교류 국가 간의 문화적 역량 제고' 등을 언급하였음
 - 즉, 국가 간 상호 이해 증진과 참여 국가의 문화적 역량 제고 및 경쟁력 향상 등 문화적 발전이 국제문화교류의 주요 개념에 포함됨
- 국제문화교류진흥법에 나타난 국제교류
 - 2018년에 국제문화교류기반을 조성하여 국가 간 상호 문화에 대한 이해를 증진하고, 우리 문화의 다양성과 창의성을 높여 세계 문화 발전에 기여하기 위하여

국제문화교류진흥법이 제정되었음

- 그 제정 목적에 따르면 국제문화교류의 개념에는 상호 문화 이해, 우리 문화의 역량 제고, 세계 문화 발전에 기여 등의 개념을 포함하고 있음¹⁾

■ 공공외교와 국제문화교류

- 대한민국 외교부는 “국제문화교류란 외국 국민들과 직접적인 소통을 통해 우리나라의 역사, 전통, 문화, 예술, 가치, 정책, 비전 등에 대한 공감대를 넓히고 신뢰를 확보함으로써 외교관계 증진과 우리의 국가이미지 및 국가 브랜드를 높여 국제사회에서 우리나라의 영향력을 높이는 외교활동”이라 정의하고 있음
- 공공외교란 전통적 의미의 외교와 대비되는 개념으로, 문화 예술 원조, 지식, 언어, 미디어, 홍보 등 다양한 기제를 활용하여 외국 대중에게 직접 다가가 그들의 마음을 사로 감동을 주어 긍정적인 이미지를 만들어 나가는 것을 공공외교의 기본 취지로 삼고 있음²⁾
- 2016년에 제정된 공공외교법은 “국가가 직접 또는 지방자치단체 및 민간 부문과 협력하여 문화, 지식, 정책 등을 통하여 대한민국에 대한 외국 국민들의 이해와 신뢰를 증진시키는”³⁾ 것을 공공외교로 정의하면서 공공외교의 목적이 ‘국제사회에서 대한민국의 국가이미지 및 위상 제고에 이바지 하는 것’⁴⁾이라고 설명함
- 특히 오늘날의 공공외교는 문화·예술·스포츠, 가치관과 같은 무형의 자산이 지닌 매력을 통해 상대국 대중의 마음을 사로잡는 소프트파워 개념임을 강조함

■ 문화체육관광부의 ‘문화교류’와 외교부의 ‘국제’ 문화교류의 차이

- 문화체육관광부에서는 ‘문화’가 교류된다는 점을 강조하는 반면 외교부에서는 ‘국제’라는 개념을 외교와 연관하여 강조함
- 외교부에서는 문화교류를 일종의 문화외교, 공공외교의 개념과 연결하여 사용하는 경향이 있으며(김휘정, 2012), 문화를 수단으로 활용하여 발생하는 정치적, 경제적 국익을 중요하게 생각하고 과정보다는 결과를 중요시함. 또한 주체

1) 대한민국 정책브리핑(2017. 3. 3.). “국제문화교류 진흥법 제도적 기반 조성”.

2) 대한민국 외교부 홈페이지, 공공외교 소개 https://www.mofa.go.kr/www/wpge/m_22709/contents.do

3) 공공외교법 제2조(정의)

4) 공공외교법 제1조(목적)

와 중심은 개인이 아닌 정부 및 위임을 받은 기관임. 궁극적으로 국익 증진과 긍정적 국가이미지 제고를 목표로 함

- 반면, 문체부의 국제문화교류는 국가 상호 간의 이해와 협력, 문화 자체의 발전이 목표라는 점에서 외교부의 것과 차별성을 지니며 결과보다 과정 중심적임. 또한 주체는 공공기관뿐만 아니라 민간단체, 일반 국민과 문화예술계 종사자 등 민간 부문이 큰 비중을 차지함. 궁극적으로 국민 개개인의 문화적 삶의 지속가능성을 논하며, 문화다양성에 대한 포용성 증가와 세계 문화의 다양성 발전을 목표로 함

〈표 2-1〉 문체부의 국제문화교류와 외교부의 국제문화교류 비교

	문체부의 국제문화교류	외교부의 국제문화교류
목표	<ul style="list-style-type: none"> • 국민 개개인의 문화적 삶의 지속가능성, 문화 다양성에 대한 포용성 증가와 세계 문화의 다양성 발전을 목표로 함 	<ul style="list-style-type: none"> • 궁극적으로 국익 증진과 긍정적 국가이미지 제고를 목표로 함
강조점	<ul style="list-style-type: none"> • 문화의 '교류' • 한국, 국가, 국익 등 국가 정체성을 지속적으로 강조하는 방식은 지양 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화를 수단으로 활용하여 우호적 상호 이해를 꾀하며, 그 과정에서 국가 브랜드와 국가이미지 제고를 강조함 • 문화외교, 공공외교의 개념과 연결
접근법	<ul style="list-style-type: none"> • 상향식, 쌍방향성의 교류 중심, 암묵적인 접근법 취함 	<ul style="list-style-type: none"> • 하향식, 일방적 홍보, 선전 형식 포함, 명시적 접근법을 취함
과정 VS 결과	<ul style="list-style-type: none"> • 결과보다 과정 중심적 • 상호 간의 이해와 협력, 문화 자체의 발전을 목표로 함 	<ul style="list-style-type: none"> • 결과 중심적 • 문화를 수단으로 활용하여 발생하는 정치적, 경제적 국익이 목표
주체	<ul style="list-style-type: none"> • 공공기관뿐만 아니라 민간단체, 일반 국민과 문화예술계 종사자 등 민간 부문이 큰 비중 • 자유로운 민간의 활동을 정부가 지원하는 방향 	<ul style="list-style-type: none"> • 중심은 개인이 아닌 정부 및 위임을 받은 기관 • 주도 아래 일관된 목적성을 가지고 시행

출처: 정정숙(2012), 「국제문화교류 진흥방안」, 한국문화관광연구원.

■ 국제문화교류에 포함되는 개념들

- 문화체육관광부의 국제문화교류, 외교부의 공공외교 및 다수의 연구에서 나타난 국제문화교류 개념을 검토한 결과 공통적으로 상호 문화에 대한 이해와 신뢰 증진, 개인 및 국가의 문화역량 제고와 발전, 국가이미지 및 위상 제고, 세계 문화의 다양성 증진 등의 개념이 포함되어 있음

제2절 국제문화교류의 범위

■ 국제문화교류의 범위

- 국제문화교류 개념의 모호함과 불확정성으로 인하여 교류 영역 이남 범위의 분류 역시 명확한 기준에 대해 합의점을 도출하기는 어려움
- 정정숙(2012)은 국제문화교류에 내포되어 있는 요소로서 문화적 소통이 이루어지는 행위나 활동, 문화적 소통의 콘텐츠를 들었으며, 외연적 요소로는 예술, 전통문화, 문화산업, 관광, 체육 부문 등의 장르와 기념행사, 이벤트, 레지던시, 축제, 경연, 기획공연과 전시, 인적교류, 국제세미나 등이 포함된다고 주장함

■ 국제문화교류의 활동 유형(정정숙, 2012)

- 각 교류 영역에서 일어나는 활동(activities)은 다시 작품 교류, 공동 프로젝트, 국제행사 참여, 학술·정책·인적교류, 기반 조성, 문화홍보 등 6개로 분류됨
- 작품 교류: 문화예술/전통문화/문화산업/언어/스포츠 분야 내 완성된 형태의 결과물을 중심으로 교류하는 활동
- 공동 프로젝트: 최소 2개 국가 이상의 관련 기관, 단체 등의 협력이 기반이 된 프로젝트로 결과물보다는 과정에서 다자간 협력이 중심이 되는 활동
- 국제행사 참여: 축제, 페스티벌, 수교 행사 등의 작품 시연(공연)이나 발표, 전시 활동
- 학술/정책/인적교류: 학술 및 연구, 정책 교류와 인적 자원 교류 활동을 포괄하며 국제 심포지엄, 펠로십, 전문 인력 파견이나 장단기 연수, 레지던시 참여 활동
- 기반조성: 문화예술/전통문화/문화산업/언어/스포츠 분야의 네트워크 및 플랫폼 구축, 해외시장 진출 등을 위한 기반 구축, 시설 건립 및 보수/보존 관련 활동
- 문화홍보: 한국의 문화를 홍보하는 성격이 강한 교류 활동을 의미하며 전통문화 전파를 위한 한식, 한복 소개, 한국어 및 한국학 교육 활동 등

〈표 2-2〉 국제문화교류 영역 및 활동 성격에 따른 구분

		활동 성격					
		작품 교류	공동 프로젝트	국제행사 참여	학술·정책· 인적교류	기반조성형	문화홍보
교류 영역	문화예술						
	전통문화						
	문화산업						
	언어						
	스포츠						

출처: 김해인(2017), 「국제문화교류 지표개발 기초연구」, 문화체육관광부.

- 국제문화교류진흥법⁵⁾에서 정의한 국제문화교류의 범위
 - 국제문화교류진흥법상 국제문화교류는 국가 간 상호 문화에 대한 이해를 증진하기 위하여 수행하는 국제적 협력 및 활동을 말하며, ‘각 호의 법률’에 따른 문화, 예술, 관광, 체육 등의 관련 분야 활동을 포함하고 있음
 - 문화예술 영역: 〈문화예술진흥법〉 제1장 제2조에서 정의하는 문화예술 포함 장르를 일컫음. 문학, 미술(응용미술 포함), 음악, 무용, 연극, 영화, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문, 출판, 만화, 게임, 애니메이션 및 뮤지컬 등이 포함됨
 - 전통문화 영역: 〈문화재보호법〉 제1장 제2조에서 규정하는 유무형문화재와 문체부가 추진하는 〈한(韓)스타일 육성사업⁴⁾〉의 지원 분야로 설정됨. 유형문화재, 무형문화재, 한식, 한복, 한옥, 한지, 한국음악(국악)이 포함됨
 - 문화산업 영역: 〈문화산업진흥 기본법〉 제1장 제2조 제1항에서 규정하는 범위를 모두 포함함. 「문화기본법」 외에도 「문화산업진흥 기본법」, 「영상진흥기본법」, 「콘텐츠산업 진흥법」, 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」, 「출판문화산업 진흥법」, 「인쇄문화산업 진흥법」, 「대중문화예술산업발전법」 등이 포함되어 있어, 문화콘텐츠 장르 모두가 국제문화교류 대상임을 알 수 있음
 - 언어, 인문 영역: 〈국어기본법〉 제1장 제3조를 근거로 한국어와 관련된 모든 범위
 - 스포츠 영역: 〈스포츠산업 진흥법〉 제2조에서 규정하는 모든 범위

5) 2020년 개정된 국제문화교류진흥법 제1조(목적), 제2조(정의)에 나타난 내용

제3절 국제문화콘텐츠 교류 개념

가. 문화콘텐츠 교역 vs. 문화콘텐츠 교류

■ 문화콘텐츠 교역과 문화콘텐츠 교류의 혼돈

- 문화콘텐츠 교역과 문화콘텐츠 교류는 구별된 개념이나 종종 이를 혼용해서 쓰거나 분명한 정의 없이 사용하기도 함
- 주로 문화콘텐츠가 교역의 상품으로 인지되는 특성으로 인하여 다수의 사람들이 문화콘텐츠는 교류의 대상이 되지 못한다고 여기고 있으나, 이는 교역과 교류의 기준을 명확히 구분하지 않았기 때문에 발생하는 혼란임

■ 교역의 특성

- 교역(Trade)은 주로 경제 및 비즈니스 관련 맥락에서 사용되며, 상품 또는 서비스를 교환하거나 거래하는 과정을 의미하며, 다음과 같은 특징을 지님
- ① 상품이나 서비스의 교환이 포함되며, 교환은 판매, 구매, 거래 등으로 이루어짐
- ② 교역의 주요 목적은 양쪽 당사자가 이익을 얻거나 원하는 가치를 교환하는 것임
- ③ 대부분의 교역은 시장에서 발생하는데, 시장은 상품과 서비스가 거래되는 장소 또는 경제적 환경을 의미함
- ④ 교역은 소규모의 개인 거래부터 대규모의 국제무역까지 다양한 형태와 규모에서 발생함
- ⑤ 교역은 경제 성장과 발전에 주요한 역할을 함
- ⑥ 교역은 규제와 규칙에 따라 이루어짐

■ 교류의 특성

- 교류(Exchange)는 일반적으로 정보나 의견을 주고받는 두 개 이상의 개체 또는 그룹 간의 상호작용을 나타냄

- 교류는 물질적인 것뿐만 아니라 아이디어, 감정, 경험을 주고받는 과정을 포함하며, 경제적인 거래와 자원 교환에 중점을 두고 이익을 추구하는 목적을 가진 교역과는 구분됨

■ 문화콘텐츠 교역과 문화콘텐츠 교류

- 상품으로서의 문화콘텐츠가 시장에서 이익 추구를 목표로 국가 간 경제적 활동으로서 교환하게 되면 교역이지만, 문화콘텐츠가 국가 간 상호 이해와 신뢰 형성, 개인 및 국가의 문화역량 제고와 발전, 국가이미지 및 위상 제고, 세계 문화의 다양성 증진 등을 추구하며 서로 교환하게 되면 교류로 볼 수 있음

나. 국제문화교류 내 문화콘텐츠 교류

■ 국제문화교류의 개념과 목적에서 나타난 문화콘텐츠의 교류

- 국제문화교류에서 문화콘텐츠 교류를 문화교류와 구분하여 독자적으로 개념화하는 작업은 현재까지 나타나지 않고 있음
- 그러나, 국제문화교류의 개념과 목적에 대한 여러 연구들을 살펴보면 그 안에 이미 ‘문화콘텐츠 교류’가 공통으로 포함되어 있음을 알 수 있음
- 문화콘텐츠는 개인이 타국과의 상호관계를 형성하는 과정에서 핵심적인 역할을 하는 매개체이자, 국가 차원의 주요한 교류 자원으로서 국제문화교류에서 차지하는 비중과 중요성이 증가하고 있음

■ 문화콘텐츠 교류의 부상

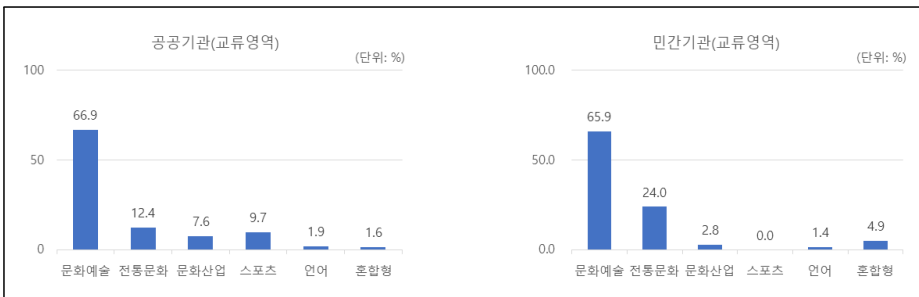
- 2022년 국제문화교류 진흥 시행계획⁶⁾ 내 사업들을 살펴보면 국제문화교류 전략 수립 문화예술뿐 아니라 문화콘텐츠(영화, 게임, 대중음악, 방송콘텐츠, 웹툰, 패션, 저작권 등)와 관광, 체육 등 다양한 분야가 포함되어 있음
- 과거 ‘문화예술’이나 ‘전통문화’ 영역이 기존 국제문화교류의 중요한 영역이었다면, 최근 20년간 한류로 대표되는 대중문화, 한국식 라이프스타일이 전 세계적인 관심을 받게 되자 ‘문화산업’ 영역, 즉 대중음악, 드라마나 영화 등의 영상 콘텐츠, 애니메이션처럼 다양한 대중문화 콘텐츠가 문화교류의 중요한 영역으로

6) 문화체육관광부 국제문화과(2022. 2.), 「2022년 국제문화교류 진흥 시행계획」(내부 자료).

부상함

- 이는 한국의 대중문화 콘텐츠가 한류를 통해 전 세계와 소통할 수 있는 문화적 역량을 보여주었고, 이에 따라 정부가 문화산업 영역, 특히 대중문화 콘텐츠 교류의 전 세계적 확산을 위해 다양한 지원 사업들을 강화하고 있기 때문임
 - 한류의 성공을 경험하며 정부는 개방과 소통의 문화교류를 중요한 정책적 비전으로 제시하게 되고, 대중문화 영역을 포함한 교류의 지평 확장, 역량 강화, 내실화 추진 등의 방향이 구체적으로 설정되기에 이룸
- 아직까지 문화예술 영역에 편중되어 있는 교류 사업
- 국제문화교류의 범위에 문화콘텐츠가 포함되어 있고, 그 중요성이 커지고 있다는 것은 하나, 전통적으로 순수예술 및 전통 분야에 치우쳐 있던 국제문화교류 사업에서 문화콘텐츠 사업이 차지하는 비중은 아직까지 매우 낮은 상황임

[그림 2-1] 각 장르별 국제문화교류 활동 비중



출처: 문화체육관광부(2018), 「국제문화교류진흥 종합계획 수립 연구」.

한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

제3장

한·일 문화콘텐츠 교류 환경

제1절 국제문화교류 환경의 변화

- 국제문화교류의 트렌드 변화⁷⁾
 - 국제문화교류 방식과 내용의 변화는 한·일 문화콘텐츠 교류에도 직·간접적으로 영향을 미치고 있어, 본 장에서는 국제문화교류 추세 변화를 검토하였음
- 일방적 문화교류에서 횡단형 문화교류로 변화
 - 국제문화교류는 과거의 일방적 문화교류 형태에서 다른 문화에 대한 이해와 존중을 기초로 하는 횡단형 문화교류 형태로 변화, 발전하고 있음
 - 과거에는 주로 선진국들이 본국의 문화를 상대국에 전파하려는 목적을 가지고 일방적인 형태로 제국주의형, 또는 외교 수단형 문화교류를 주로 시도해 왔으나, 최근에는 문화 간 상호존중을 바탕으로 자율적인 문화 향유 및 자발적 공감의 횡단형 문화교류 형태가 중심이 되고 있음
- 정부주도형 문화교류에서 민관협력형 문화교류로 변화
 - 과거에는 정부가 일방적으로 주도하며 지방정부나 하위단위에 하향 전달하는 문화교류가 주를 이루었다면, 현재는 민관이 협력하며 여러 주체가 다양한 방식을 통해 상호 이해를 도모하는 다차원적 협력 형태가 증가함
 - 수평적 네트워크 구조에서 정부와 민간의 협치가 이루어짐에 따라 톱다운 방식의 일방향 소통이 아닌 쌍방향 소통에 기초를 둔 다원화된 교류가 일어나고 있음
 - 이에, 교류의 주체들이 정부 중심에서 민간단체, 공공기관으로 전이되고 있으며, 개인 역시 문화교류의 주체로서 수동적인 수용자가 아니라 적극적이며 능동적인 수용자 또는 공동 창조자의 역할을 실천하게 됨

7) 한·일 문화·인적교류 활성화 TF(2018), 「한·일 문화·인적교류 활성화 방안」(내부 자료); 문화체육관광부(2022), 「제2차 국제문화교류 진흥 종합계획 수립 연구」 등을 참조로 재구성

- 전통예술 위주의 문화교류에서 대중문화를 포함한 확장된 문화교류로 진화
 - 과거에는 국가 단위로, 주로 비영리적 영역인 전통예술 분야에 국한하여 교류가 일어났다면, 현재는 초국가네트워크, 국제기구 등을 통한 플랫폼 기반으로 인문학술연구, 국제 심포지움, 정책플랫폼 공유 및 정책교류, 문화산업까지 교류의 영역이 확장되고 있음
 - 국가 단위, 또는 공공영역 및 정부 산하 기관들이 주체가 되어 하향 전달식 문화교류를 이끌어 왔던 상황에서 국제문화교류의 중심이 되어온 분야는 국가가 주도하여 전달하는 전통예술이었음
 - 그러나 전통문화나 순수예술에 한정되었던 과거 교류 영역은 최근 케이팝을 비롯한 문화콘텐츠 전반에 걸쳐 확대되고 있음
 - 이는 예술의 범위가 확장되면서 일반인들과 유리된 전통문화나 순수예술보다 시민 중심의 참여 프로그램들에 대한 요구가 강화되기 때문으로 풀이됨
 - 케이팝이나 드라마 등 문화콘텐츠 분야의 교류가 확장됨에 따라 문화예술계단체, 종사자, 전문가 등의 이해관계자뿐만 아니라 일반 시민들의 문화교류 참여 가능성도 증가하고 있음
- 면대면 직접 교류에서 시공간 제한 없는 자유로운 문화교류로 발전
 - 직접 면대면으로만 가능했던 과거 문화교류 방식은 디지털화와 온라인기술의 발달로 실시간 쌍방향성을 기초로 시공간의 제약에 구애받지 않는 자유로운 상호교류 및 개인 간 소통이 가능하게 됨
 - 소셜미디어를 통한 커뮤니케이션이 증가하고, 코로나19를 거치며 비대면 연결이 일상화되면서 점차 오프라인과 온라인을 연계하는 기술이 발전되어 자유로운 문화교류의 양과 질을 확장할 수 있는 가능성이 증가함
 - 앞으로 다가오는 4차산업혁명의 흐름은 문화교류 측면에서도 시공간의 제약을 줄여 창작, 공유, 협업 분야에 있어 혁신의 가능성을 높일 것임
- 결과 중심 교류에서 과정 중심 교류로 변화
 - 과거에는 문화교류의 목적이 결과물 생산으로 이해되었다면, 현재는 협업을 기초로 한 프로젝트 기반, 과정 중심 교류로 변화하였음
 - 기존의 국제문화교류는 각국의 공연이나 전시 등 실제적 결과물(end-product)

을 주고받는 것을 교류로 생각하였으나, 최근에는 프로젝트 기반, 과정 중심의 교류가 부상하고 있음

- 이는 과거 국제문화교류의 목표가 자국 문화에 대한 홍보, 자국 전통문화의 우수성 강조 등으로 평가되었다면 현재는 교류의 목적 자체가 상호 이해와 존중의 폭을 넓히는 활동 자체로 변모하고 있기 때문임
- 최근 국제문화교류 활동은 개인, 민간단체, 공공기관 등 다양한 주체가 매개자로서 역할을 하면서 교류 활동의 폭이 확장되는 것으로 평가되며, 국가가 주도하던 과거와 달리 지역 간 분권화된 국제문화교류 활동도 활발하게 증가하고 있음

제2절 한국의 한·일 문화콘텐츠 교류 정책

1. 일본 문화콘텐츠 수용 정책: 일본 대중문화 단계적 개방

- 김대중-오부치 선언: 21세기의 새로운 한일 파트너십 공동선언
 - 한일 양국 관계와 문화교류에 있어 가장 큰 분기점은 김대중-오부치 선언임
 - 1965년 국교 정상화 이후 위안부 문제나 한일어업협정의 파기 등으로 위기 상황이 반복되며 경색되어 가던 한일관계의 국면을 전환한 것은 김대중 前대통령과 오부치 총리의 ‘21세기의 새로운 한·일 파트너십 공동선언’임
 - 해당 공동선언은 양국 간의 우호적 관계 개선을 꾀하고 파트너십을 구축하기 위한 실질적 액션 플랜으로서 ‘21세기의 새로운 한일 파트너십을 위한 행동계획’도 함께 발표되었음
 - 행동계획 안에는 양국 간 대화 채널의 확충, 국제사회에서의 평화와 안전을 위한 협력, 경제 분야에서의 협력관계 강화, 범세계적 문제에 관한 협력 강화뿐만 아니라 ‘국민교류 및 문화교류 증진’이 포함되어 있음 (5개 분야의 43개 항목의 협력사업)
- 3차에 걸친 단계적 일본 대중문화 개방⁸⁾
 - 1차(1998. 10.): 일본어판 만화, 한일 공동제작 영화와 4대 국제영화제 수상 작품 개방
 - 2차(1999. 9.): 영화, 비디오의 개방 범위가 확대되고, 2천 석 이하 규모의 실내 공연장에서 일본 가수의 콘서트 허용
 - 3차(2000. 6.): 연극, 영화, 일본 가수의 콘서트가 전면 개방되고, 음악CD, 게

8) 조현성(2003), 「일본 대중문화 개방 영향분석 및 대응방안」, 한국문화관광연구원; 박조원(2005), 「일본 대중문화 전면 개방의 영향 및 파급효과 예측」, 한국문화관광연구원; 연합뉴스(2003. 12. 30.), 일본 대중문화 개방추진 일지(<https://www.yna.co.kr/view/AKR20031230002300041>) 등의 내용을 연구자가 재구성

임소프트웨어, TV 프로그램 등은 국내 산업의 보호를 위해 제한적으로 개방됨

■ 4차 개방 연기

- 양국 간의 교류와 화해 분위기가 조성되고 대중문화 개방을 통한 전면적 문화교류가 시행되는 외증, 일본 교과서 내의 역사 왜곡과 관련된 심각한 외교 문제가 발생하며 화해 분위기는 급속히 냉각됨
- 이에 따라, 2001년 예정이었던 대중문화 영역의 4차 전면 개방이 연기됨

■ 4차 개방 실행

- 4차(2004. 1.) 영화, 음반, 게임 부문에서 전면 개방이 시행됨
- 극장용 애니메이션은 국산 애니메이션의 경쟁력 보호 차원에서 2006년 1월 1일 전면 개방이 이루어짐
- 4차 개방의 중요한 요점은 지상파에서의 일본 대중문화 개방 확대 및 케이블TV와 위성방송의 개방 확대라고 볼 수 있음
- 지상파 방송 개방 확대(스포츠, 다큐, 보도 프로그램에 이어 일반 교양 프로그램, 양국 공동제작 드라마, 대중가요는 국내 일본 가수 공연중계 및 국내 방송에서 직접 부르는 경우까지 개방 확대. 영화관에서 상영된 영화 송출 가능, 오락 프로그램은 미개방)
- 케이블TV와 위성방송 개방 확대(지상파의 모든 영역 포함, 드라마(12세 이상 시청등급까지), 대중가요, 일본 영화, 극장용 애니메이션 포함)

■ 5차 전면 개방 중단

- 국내에서 점진적으로 개방이 확대되던 일본 대중문화는 2005년 일본 후소샤(扶桑社)판 역사교과서 개정판의 윤곽이 드러나고 한일관계가 악화되며 중단되었음⁹⁾
- 이후 2011년 정병국 문화체육관광부 장관에 의해 5차 개방에 대한 논의가 진행되었으나 실질적인 개방에는 이르지 못하고 무산되었음
- 제5차 일본 대중문화 개방이 중단됨에 따라 지상파에서의 드라마, 극장용 애니메이션, 버라이어티쇼, 토크쇼, 코미디 등 오락형 프로그램, 일본 가수가 가창하지 않은 일본 가요의 국내 개방은 아직 이루어지지 않고 있음

9) 정병국 문화부장관 “日 드라마 받아들일 때 됐다” 발언 그 뒤…(2011. 2. 25.), 「동아일보」(<https://www.donga.com/news/Society/article/all/20110225/35111585/9>).

〈표 3-1〉 일본 대중문화 개방 시기 및 범위

회차	개방 일자	개방 범위
제1차	1998. 10. 20.	<ul style="list-style-type: none"> • 공동제작 영화 • 4대 국제영화제 수상 영화 • 일본 배우가 출연한 한국 영화 • 극장에서 상영된 영화의 비디오 출시 허용
제2차	1999. 9. 10.	<ul style="list-style-type: none"> • 공인된 국제영화제 수상작과 전체 관람가 영화로 해금 범위 확대 • 2000석 이하의 가요 공연 (방송, 음반 및 비디오 판매는 불가) • 일본어판 출판 만화, 만화잡지
제3차	2000. 6. 27.	<ul style="list-style-type: none"> • 국제영화제에서 수상한 극장용 애니메이션 • 18세 미만 관람 불가 영화를 제외한 모든 일본 영화 • 실내외 모든 공연 개방 • 가정용 비디오 게임을 제외한 PC게임, 온라인 게임, 업소용 게임 • 스포츠, 다큐멘터리, 보도 프로그램
제4차	2004. 1. 1.	<ul style="list-style-type: none"> • 영화, 음반, 게임 전면 개방 • 극장용 애니메이션(2년 유예 후 개방) • 지상파 방송 <ul style="list-style-type: none"> - 스포츠, 다큐멘터리, 보도, 교양 프로그램 - 드라마는 양국 공동 제작 드라마로 제한 - 국내에서 열리는 일본 가수의 공연 중계, 일본 가수가 국내 방송에 출연하는 경우만 허용 - 국내 영화 상영관에서 개봉된 일본 영화 <ul style="list-style-type: none"> ※ 극장용 애니메이션, 드라마, 버라이어티 쇼, 토크쇼, 코미디 등 오락형 프로그램은 금지 • 케이블TV 위성 방송 <ul style="list-style-type: none"> - 지상파에서 허용된 방송 프로그램 - 12세 이상 시청가 등급 드라마 - 모든 일본어 대중가요 가창 - 국내 영화관에서 개봉된 일본 영화 - 극장에서 개봉한 애니메이션 <ul style="list-style-type: none"> ※ 버라이어티쇼, 토크쇼, 코미디 등 오락형 프로그램은 금지

출처: 조현성(2003), 「일본 대중문화 개방 영향분석 및 대응방안」, 한국문화관광연구원; 박조원(2005), 「일본 대중문화 전면 개방의 영향 및 파급효과 예측」, 한국문화관광연구원; 연합뉴스(2003. 12. 30.), 일본 대중문화 개방추진 일지(<https://www.yna.co.kr/view/AKR20031230002300041>) 등의 내용을 연구자가 재구성

2. 일본 대중문화 개방의 영향

가. 개방 이후 일본 콘텐츠의 한국 유입

■ 개방 전 분위기

- 일본 대중문화 개방을 앞두고 우리 대중문화는 존립하기 힘들 것이며, 문화적 종속을 초래할 것이라는 우려가 높았음
- 1994년 실시된 문화정책연구원의 조사에서는 일본 대중문화 개방에 반대하는

이유로 ‘우리 문화산업의 침체와 일본의 경제 지배’(25.6%), ‘국민 정서의 일본화’(27.5%) 등을 꼽았음(박조원, 2005)

- 2002년 실시된 방송위원회의 조사에서는 일본 방송 개방이 우리나라 대중문화에 긍정적 영향을 미칠 것이라는 의견이 55.2%, 부정적 영향을 미칠 것이라는 의견이 41.4%로 나타났으며, 우리 사회문화에 미칠 부정적 효과로는 ‘폭력/선정적 프로그램의 증가’(41%)의 응답률이 가장 높아 저급한 일본 대중문화 유입 및 민족문화 정체성 혼란에 대한 우려가 높았음을 보여줌(박조원, 2005)

■ 일본 대중문화의 국내 유입 현황

- 개방 전 우려되는 달리, 개방 이후 일본의 대중문화 콘텐츠는 한국 시장에서 크게 위협적인 경쟁력을 보이지 않았음
- 일본 대중문화 개방정책과 함께 눈에 띄는 실적을 보인 장르는 일본의 만화와 애니메이션으로, 국내에 수입되는 해외 만화 중 일본 만화의 비중이 90%에 이를 정도로 비중이 높았음
- 일본 만화는 애니메이션, 드라마, 영화, 게임, 도서 등 다양한 영역으로 확장되어 한국 소비자들에게 어필하였으며(한국콘텐츠진흥원, 2019b), 현재 활동하는 웹툰 작가 중에서도 당시 일본 만화의 영향을 받은 경우가 많았음

■ 개방 이후의 분위기

- 개방 직후 실시된 문화산업 대일경쟁력을 분석한 연구에서는 게임, 출판, 인쇄산업의 대일 무역수지는 악화될 수 있으나 영화, 방송산업 등의 무역수지는 개선될 가능성이 높다고 보았음(박조원, 2005)
- 그러나 실제로 만화 및 애니메이션 시장을 제외하고 대부분의 장르가 국내에서 큰 영향력을 발휘하지 못함. 일례로 극장판 애니메이션을 제외하고 국내에서 개봉한 일본 영화 중 가장 크게 흥행에 성공한 것은 1999년 한국에서 처음 상영된 <러브레터>로, 개봉 당시 약 140만 명의 관객을 동원하였으나 이후 일본 영화는 한국 영화 시장에서 부진한 성적을 기록함¹⁰⁾
- 개방 이전 일본 내에서 한국 문화콘텐츠에 대한 언급이나 사회적인 관심은 미미

10) 한국국제문화교류진흥원(2018. 3. 5.), [통계자료] 영화 <러브레터>부터 <너의이름은>까지, 일본 영화의 어제와 오늘(https://kofice.or.kr/c30correspondent/c30_correspondent_02_view.asp?seq=15208)

한 수준이었으나, 개방 이후 오히려 한국 대중문화 콘텐츠는 한류의 바람과 함께 일본에 활발히 진출하기 시작했는데, 이는 한국의 일본 대중문화 개방 정책이 한국 대중문화 수용에 대한 일본 국민의 심리적 장벽을 낮추는 등 간접적 영향을 끼쳤기 때문일 것으로 추론됨(박조원, 2005)

- 결과적으로 일본 대중문화 개방은 우리 문화콘텐츠의 일본 진출과 함께 문화산업 역량의 급성장을 가져옴

나. 일본에서의 한국 문화콘텐츠 소비: 한류 붐

- 2002 한·일 월드컵 공동 개최
 - 2002년 양국은 한·일 월드컵을 공동 개최하였으며, 이를 계기로 전보다 확대된 다양한 교류를 시도하게 됨
 - 문화교류, 인적교류, 시민교류, 지자체 간 교류 등이 전면 확대되었고, 한편으로 “한국 내의 일본 대중문화 개방” 정책에 따라 비로소 양국 간 상호문화의 교류 및 소비의 물꼬가 트임(최은미, 2018)
- 일본의 1차 한류 붐¹¹⁾
 - 1차 한류 붐은 2000년대 초반 한국 영화 <쉬리>의 일본 흥행을 시작으로 2003년 NHK를 통해 한국 드라마 <겨울연가>가 방영되면서 중장년층 여성 중심으로 일어났던 ‘윤사마’ 열풍으로 정의됨
 - 한국 콘텐츠에 대한 일본 중장년층 여성들의 관심과 높은 시청률 등은 예측 불가능한 현상이었으며, 이때부터 한류 열풍은 콘텐츠의 일시적 소비가 아닌 하나의 중요한 사회 현상으로 주목하기 시작함¹²⁾
 - 1980~90년대(조용필, 김연자, 계은숙 등)에 한국 출신 가수들의 일본에 진출한 사례가 있었으나, 개별적인 진출과 성공으로 취급되었으며 한국 음악의 일본 진출로 평가받지는 못하였음
 - 반면, 한국 드라마의 인기는 드라마 OST와 드라마 출연 배우(박용하, 류시원 등)들의 음반과 공연의 인기는 본격적인 한국 음악의 일본 진출로 이어짐

11) 채지영(2005), 「일본 한류 소비자 연구」.

12) 국립외교원 외교안보연구소 일본연구센터(2021), 「일본정세 2020」.

- 이와는 별도로 2001년 일본에서 정식 데뷔한 보아가 오리콘 차트 1위를 차지하는 성과를 거두며 일본 대중문화계에 한국 가수의 존재감을 알렸음

■ 2차 한류 붐¹³⁾

- 2차 한류 붐은 신(新)한류로 불리며 본격적인 K-POP 가수들의 진출과 함께 시작됨
- 중장년층 위주로 1차 한류 붐이 조성되어 한국문화에 대한 수용도가 높아진 배경 아래, 2008년 미국의 리먼 쇼크 이후 엔고 현상에 의해 한국행 붐이 일고, K-POP과 〈카라〉, 〈소녀시대〉, 〈빅뱅〉 등 다채로운 한국 아이돌 그룹에 대한 젊은 층의 팬덤이 강하게 형성되면서 2차 한류 붐이 본격적으로 일어나게 됨

■ 3차 한류 붐

- 3차 한류 붐은 아시아를 벗어나 유럽과 북미권까지 K-POP의 위상을 알린 〈BTS〉가 중심이 되었으며, 〈블랙핑크〉나 〈엑소〉 등이 글로벌 시장에서의 성공은 다시 일본 음악시장에서의 인기로 이어짐
- 이때부터 한국 대중문화는 직관적이고 글로벌한 콘텐츠, 탄탄한 스토리와 매력적인 캐릭터, 한국적인 요소와 감성이 결합되어, 진중하면서도 감성적이라는 평가를 받게 됨(김장우, 2022).

■ 4차 한류 붐

- 4차 한류 붐은 〈BTS〉 등 K-POP 뿐 아니라 드라마를 통해 다시금 강화되는 특성이 있음
- 일본 넷플릭스 내에서 한국작품들이 약진을 보였으며, 〈사랑의 불시착〉, 〈이태원 클라쓰〉, 〈오징어 게임〉 등은 경색된 한일관계 속에서도 일본 대중들에게 큰 인기를 얻었음
- 또한 JYP엔터테인먼트가 일본 소니뮤직과 함께 제작한 아이돌 그룹 〈니쥬〉가 인기를 얻으며, 한류의 일본 현지화(localization) 작업도 진행되고 있음
- 4차 한류부터 한국 콘텐츠는 특정 계층만 향유하는 서브컬처에서 전 세대가 이해하고 즐기는 주류 콘텐츠로 위상이 변화하고 있다고 평가됨¹⁴⁾

13) 채지영(2020), 「한류 20년, 성과와 미래전략」, 한국문화관광연구원.

14) 국립외교원 외교안보연구소 일본연구센터(2022). 「일본정세 2021」.

제3절 일본의 국제문화교류 정책

1. 일본의 국제문화교류 정책 개요

■ 일본의 국제문화교류 개념¹⁵⁾

- 일본은 한국과의 문화교류에 있어 타국과 차별화되는 금지나 별도의 정책이 존재하지 않아, 일본의 국제문화교류 정책 전반을 검토하였음
- 일본의 주요 문화교류 기관인 외무성 및 국제교류기금에서 문화교류에 대해 다음과 같이 정의하고 있음

“문화교류란, 대외문화사업을 통해 자국 문화에 대한 이해와 재외국과의 상호 이해를 심화시킴으로써 우호친선을 증진하고 더 나아가 인류의 복지와 세계의 평화에 기여하는 것이다.”

- 반면, 문부성에서는 국제교류를 다음과 같이 정의하고 있음

“교육·학술·문화에 있어서 국제교류란, 각각의 민족 고유의 문화에 대한 이해를 증진시키고 서로 다른 가치관에 대한 인식을 심화시키며, 동시에 각 분야의 발전과 향상에 공헌하려 하는 것이다.”

- 이처럼 일본 내에서도 문화교류에 대한 정의가 다양하고, 어떤 사업이 문화교류의 범주에 들어가는가에 대한 견해 역시 통일되어 있지 않아, 문화교류 대상 국가나 시기에 따라 그 범주가 변화되어 왔음

■ 일본 국제문화교류의 이념과 목적

- 일본 문부과학성의 보고서에 따르면 일본의 국제문화교류는 ① 문화의 상호 이해에 따른 국제평화 실현, ② 일본에 대한 친밀감, ③ 국제사회에서의 존재감

15) 이연정(2004), 「일본 국제교류기금의 대외문화 전략」, 한국문화관광연구원.

고양 등의 이념을 추구함

- 문화의 상호 이해에 따른 국제평화 실현을 위해 다양한 세계 문화를 균형적으로 끌어안고 다양한 국가와의 국제문화교류를 실천함
- 일본에 대한 친밀감, 국제사회에서의 존재감을 고양하기 위하여 포용력 있는 일본문화, 매력적인 일본 문화를 발신하고자 함
- 또한 국제문화교류를 통하여 국내의 새로운 예술 문화가치를 창조하고, 인류 문화유산의 보존·활용에 일본의 기술을 적극 활용·지원함

■ 문화교류 사업 주체 및 체계

- 일본의 국제문화교류 활동에는 정부기관, 정부관계기관, 민간기관, 지방자치단체 등 다양한 주체가 참여하고 있음
- 그 중 정부 차원의 주체는 외무성, 문부과학성, 국제교류기금 등이 있으며, 서로 중요한 보완관계를 유지하고 있음
- 외무성과 국제교류기금은 해외에 일본 문화를 소개하고 일본어를 보급하는 등의 발신형 교류 중심의 활동을 전개하며, 문부과학성은 유학생 및 해외 교원 파견 등의 수신형 교류 사업을 전개하고 있음
- 일본 정부의 기본 방침은 외무성에서 정하고 있으며, 국제교류기금은 그 기본 방침에 따라 연간산업 계획을 수립하고 실시함

2. 일본 국제문화교류 정책의 변화

■ 일본의 국제문화교류 핵심 주제

- 일본이 보여준 외교적 행보를 살펴보면, 국가 간 문화이해 증진을 위한 문화교류 진행에 있어 주로 일본 고유의 문화예술 안에 내재된 미의식과 일본의 가치를 해외에 전달한다는 취지를 보여줌
- 특별히 대중문화의 잠재력을 부인하지는 않았으나, 주된 교류 메시지는 일본 전통문화의 우수성이라고 할 수 있음. 예를 들어, 2015년부터 수년간 총리대신이 주관하여 「일본의 미(日本の美)」 종합프로젝트 회의를 개최한 것을 들 수 있음(고정민, 2020)

- 해당 회의는 “일본의 문화예술을 진흥하고 후대에 보존하며 국내외적으로 일본인의 문화예술과 미적 감각과 가치관을 증진하고, 일본인의 발전과 국제 친선 및 세계 평화를 위한 시책의 검토에 기여하기 위해” 시행됨¹⁶⁾

■ 네오 재패니스크

- ‘네오 재패니스크(신일본양식)’ 캠페인은 일본 경제통상성 주도로 2005년~2008년까지 3년 간 전개된 국가 브랜드 사업의 일환으로, 19세기 후반 유럽에서 일어난 일본문화 붐 ‘자포니즘’ 현상에 기반하여 일본의 전통문화와 현대의 첨단기술을 접목시키고자 한 운동임
- 일본 경제통상성은 일본의 기술력과 상품생산력에 일본 전통문화를 융합시켜 ‘일본다움’을 추구하는 새로운 일본양식을 통해 일본의 국가 브랜드를 확립하고자 하였음
- 네오 재패니스크의 원천은 일본의 역사를 전승하는 가운데 양성된 ‘일본다움’에 있으며, 추진 동기는 ‘일본의 전통적 디자인이나 기능, 콘텐츠를 현대생활에 잘 어울리도록 상품화하는 과정을 제안하기 위함’임(박전열, 2011)
- 네오 재패니스크는 상품생산과정에서 ‘일본다움’을 구현하는 ‘3가지 마음(① 기술을 중히 여기는 장인의 마음, ② 멋을 추구하는 마음, ③ 조화를 이루려는 마음)’을 발휘하여 전통문화에 내재된 가치를 재구축함으로써 일본의 이미지를 향상시키고 산업경쟁력을 강화하고자 하였음

■ 쿨 재팬 전략 추진

- 한편 한국이 한류 붐으로 해외에서 예상치 않은 두각을 나타내던 시기, 일본은 쿨 재팬(Cool Japan) 캠페인을 선언하고 이를 통한 국가 브랜딩 전략을 본격 추진하기 시작함
- 쿨 재팬의 정책적 목적은 일본 대중문화를 전면에 내세워 일본의 국가 브랜드 이미지를 새롭게 구축하는 데 있음. 일본문화의 우수성을 강조하는 동시에 의식주를 비롯한 일본 생활양식의 세계적 수용을 목표로 하며, 대중문화를 핵심 자원으로 활용하여 일본 콘텐츠의 파급효과를 일본 문화산업 전반으로 확산시키고자 하였음(채지영, 2022)

16) 일본 수상관저 홈페이지(https://www.kantei.go.jp/jp/singi/nihon_bi_sogoproject/index.html)

- 쿨재팬 전략 추진체로서 설립된 ‘쿨재팬 기구’는 쿨재팬 전략의 사업화를 통한 해외 수요 및 수익성 확보를 목표로 다양한 분야에 장기적 지원을 지속하고 있음 (채지영, 2022; 한국콘텐츠진흥원, 2019)
 - 쿨재팬의 구체적인 정책 산업영역은 ① 콘텐츠, ② 농림수산 및 식품, ③ 디자인 제품 및 패션, ④ 관광 분야로 나누고 있는데, 이미 알려진 일본 문화의 강점을 발판으로 일본 생활문화 전반의 우수성 홍보를 확대하려는 측면이 강함
 - 특히, 일본문화가 강점을 보이는 분야, 즉 게임, 애니메이션, 만화(망가)를 통해 얻은 인기와 인지도를 일본문화 전반으로 확장시킨다는 데 특징이 있음
- 외무성의 팝 문화 문화교류 강화 방안¹⁷⁾
- 외무성은 외무대신의 자문기관인 해외교류심의회의 보고서(2008년 2월)에 근거하여 종래부터 다루고 있는 전통문화·예술에 더해 최근 세계적으로 젊은이들 사이에서 인기가 높은 애니메이션·만화 등 팝문화를 주요 문화외교의 틀로 활용하기 시작함
 - 그 일환으로 「일본국제만화상」을 운영하여 해외에 만화문화를 보급하고 만화를 통한 국제문화교류에 공헌한 만화작가 표창
 - 일본 애니메이션 작품을 일본 자체에 대한 관심으로 연결하기 위하여 <도라에몽>을 애니메이션 문화대사로 임명함
 - 일본 애니메이션·만화·게임 등을 통해 ‘일본발 젊은이 문화에 의한 국제 교류의 창조’에 기여하는 것을 목적으로 2003년부터 <세계 코스프레 서밋>을 개최, 일본 애니메이션, 만화, 게임 등의 캐릭터 분장 및 퍼포먼스를 심사하여 외무대신상을 수상함

17) 외무성 홈페이지(<https://www.mofa.go.jp/policy/culture/exchange/pop/index.html>)

[그림 3-1] 세계 코스프레 서밋 대회 장면



출처: 일본 외무성 홈페이지(https://www.mofa.go.jp/mofaj/p_pd/ca_opr/page23_001028.html)

- 재팬하우스(Japan House)를 활용한 국제문화교류
 - 재팬하우스는 문화교류를 통한 해외 국민과의 직접소통을 위해 외무성이 구상한 외교활동의 일환으로, 진정한 일본의 매력을 세계에 발신하기 위해 세계 3개 도시(상파울루, 로스앤젤레스, 런던)에 설립된 해외 문화외교 거점임
 - 일본 대중문화는 물론 관광 등 일본에 대한 다양한 정보를 원스톱 서비스를 제공하며, 전시 공간, 극장 공간 등 다목적 공간과 레스토랑, 카페 등 상업 공간이 융합되어 가능한 광범위한 사람들에게 소구할 수 있도록 설계됨
 - 대중문화를 포함한 주거양식, 식문화, 예술영역 등 다양한 전시를 운영하며, 해외에서 인지도가 높은 애니메이션, 만화, 게임캐릭터 등으로 일본문화에 대한 접근성을 높이고 있음(채지영, 2022; 이찬숙, 2020)

[그림 3-2] 상파울루, 로스앤젤레스, 런던의 재팬하우스



출처: 일본 외무성 홈페이지(https://www.mofa.go.jp/mofaj/p_pd/pds/page24_000421.html)



■ POKÉMON X KOGEI | 포켓몬과 일본공예의 유쾌한 만남

- 로스앤젤레스 재팬하우스에서 2023년 7월부터 2024년 1월 까지 개최되는 포켓몬과 일본공예의 융합 전시회
- 포켓몬 컴퍼니에서 지원하고 일본 가나자와 국립 공예박물관이 감독하며, 일본 공예 예술가 20명이 참여하여 포켓몬과 관련된 공예 작품을 선보임

출처: 재팬하우스 홈페이지(<https://www.japanhousela.com>)



■ 「동심: 일본 장난감의 매력」 전

- 2023년 6월부터 11월까지 상파울루 재팬하우스에서 개최되는 전시회로, 완구업계 전문지 「월간 토이 저널」의 협력 아래 일본 완구, 게임, 캐릭터 등 장난감을 전시
- 실제로 완구를 체험해볼 수 있는 공간이 마련되어 있어 체험을 통해 일본문화의 특징을 배울 수 있음

출처: 재팬하우스 홈페이지(<https://www.japanhousela.com>)

■ 일본 국가 브랜드 사업 기조 안의 문화콘텐츠 교류

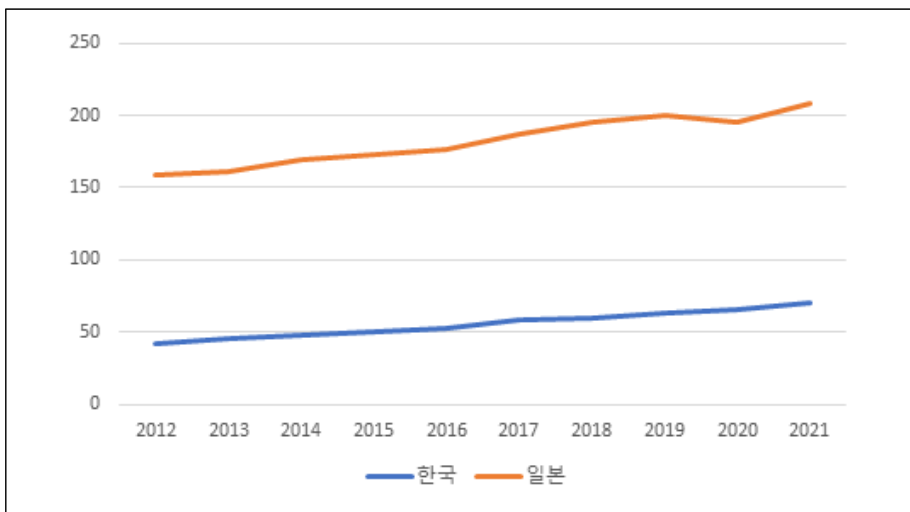
- 일본의 국가 브랜드 이미지 형성 전략은 전통문화의 이미지를 이용하는 ‘네오 재패니즘’ 캠페인부터 일본 대중문화를 전면에 내세운 ‘쿨 재팬’ 전략까지 일본문화, 즉 ‘소프트파워’를 활용한 정책이 주를 이뤘음
- 초기 국가 브랜드 사업은 전통문화에 초점이 맞춰져 있으며, 일본 경제통상성의 주도로 일본 전통문화에 내재된 가치를 전승하는 ‘네오 재패니즘’ 캠페인은 일본 상품에서 ‘일본다움’을 구현하고자 하였음
- 그러나 전통문화의 가치 전승에 집중되어 있던 전략은 콘텐츠의 흡인력과 파급 효과가 일본에 대한 호감도에 긍정적 영향을 미친다는 사실을 인지한 이후로 대중문화를 중심으로 하는 전략으로 전환됨
- 일본문화의 우수성을 전 세계에 알리는 것을 목적으로 하는 쿨재팬 전략 역시 콘텐츠의 파급효과를 인지하며 대중문화를 전면에 내세우기 시작하였음. 외부 부에서도 문화교류에 있어 팝 문화의 중요성을 강조하며 팝 문화교류 강화를 추진함

제4절 한·일 문화콘텐츠 산업 현황

1. 한·일 문화콘텐츠 시장 규모

- 한·일 문화콘텐츠 시장 규모
 - 2021년 기준 한국과 일본의 콘텐츠 시장 규모는 각 702억 달러, 2,082억 달러로, 일본 콘텐츠 시장의 규모가 한국의 3배 정도 큰 것으로 나타남
 - 일본의 콘텐츠 시장 규모는 지난 10년간 한국의 약 3~4배 규모를 유지하고 있음
- 글로벌 시장에서의 순위
 - 2021년 일본의 콘텐츠 시장 규모는 세계 3위이며, 한국은 최근 5년간 전 세계 순위 7위를 유지하고 있음
 - 지난 10년간 두 나라 콘텐츠 시장 규모는 모두 꾸준히 성장하였음

[그림 3-3] 한일 콘텐츠 시장 규모



〈표 3-2〉 한·일 콘텐츠 시장 규모

(단위: 십억 달러)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
한국	42	46	48	50	52	58	60	63	65	70
일본	159	161	169	173	177	187	195	200	195	208

출처: 한국콘텐츠진흥원(2018, 2022), 해외 콘텐츠시장 분석

2. 한·일 콘텐츠 수출입 현황

■ 한국 콘텐츠의 對일본 수출 현황

- 2012년 이후 10년간 한국 콘텐츠의 일본 수출 현황을 살펴보면, 2018년 수출액이 가장 큰 것으로 나타남
- 코로나19의 영향으로 2020년에 최저치를 기록하였으나, 2021년에 반등하여 최대 수출 규모를 기록한 2018년 수준에 가까워짐
- 한국 콘텐츠 수출액 중 對일본 수출액이 차지하는 비율은 2014년까지 30%를 웃돌았으나, 이후 점차 비중이 줄어들어 2021년에는 15.4%로 낮아짐
- 2012년과 2021년을 비교해 볼 때 對일본 수출 비중은 축소되었으나 수출액 규모는 크게 늘어났는데, 이는 한국 콘텐츠 글로벌 수출 총액이 급증하고 다변화하면서 일본에 대한 수출 의존도가 줄어들었기 때문으로 풀이됨

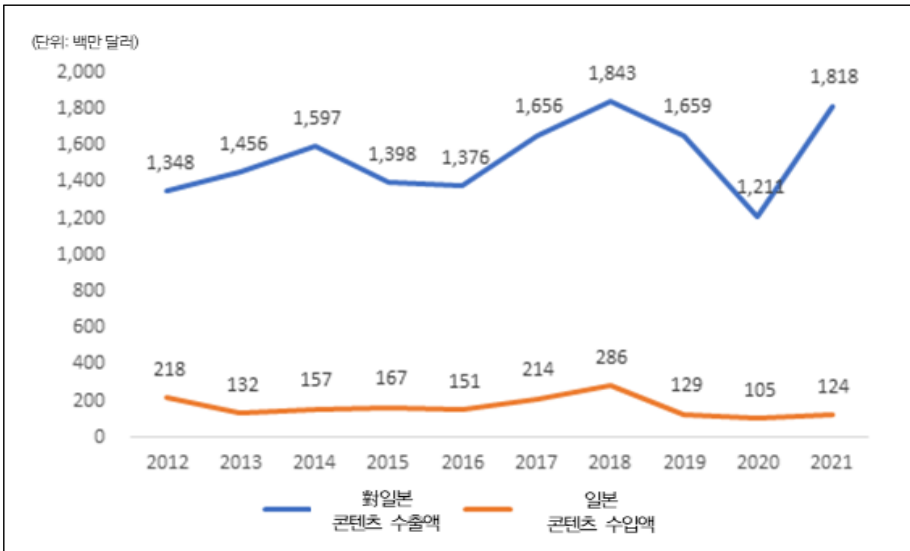
〈표 3-3〉 한·일 콘텐츠의 일본 수출 및 수입 현황

(단위: 백만 달러, %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
대일본 수출액	1,348	1,456	1,597	1,398	1,376	1,656	1,843	1,659	1,211	1,818
대일본 수출 비중	30.2%	30.6%	31.2%	25.6%	24.0%	19.3%	19.7%	16.8%	10.6%	15.4%
일본 콘텐츠 수입액	218	132	157	167	151	214	286	129	105	124
일본 콘텐츠 수입 비중	24.6%	16.7%	20.0%	19.6%	19.7%	24.5%	31.0%	13.9%	12.8%	14.3%

출처: KOSIS, 콘텐츠산업: 지역별 수입액 현황

[그림 3-4] 對일본 콘텐츠 수출입 규모



■ 장르별 한국 콘텐츠의 對일본 콘텐츠 수출 특성

- 2012년부터 10년간 분야별 한국 콘텐츠의 일본 수출액 비중을 전 세계 수출액 비중과 비교하여 그 특성을 검토한 결과, 음악 콘텐츠의 수출액 비중과 그 변화가 가장 두드러지게 나타남
- 2012년 음악 콘텐츠의 對일본 수출 비중이 80%에 육박했던 것으로 나타났는데, 당시는 소녀시대와 카라 등이 일본에서 왕성한 활동을 펼치며 신한류가 정점을 찍었던 시기임
- 이후 음악 콘텐츠 수출국이 다변화되면서 일본에 대한 수출 의존도가 낮아짐에 따라 음악 콘텐츠 對일본 수출의 일본 비중은 지속적으로 감소하여 2021년에는 40%에 이르렀으나, 현재까지 K-POP 1위 수출 대상국으로의 위상은 변하지 않았음
- 또한 對일본 음악 수출 비중이 감소하였음에도 불구하고 수출액은 2012년 약 19억 달러에서 2021년 31억 달러로 증가하였는데, 이는 2021년 한국의 음악 콘텐츠 총 수출액이 2012년에 비해 3배가량 증가하였기 때문임
- 2012년에는 음악, 방송, 영화 등의 對일본 수출 비중이 높게 나타났으나, 시간이 흐름에 따라 방송, 영화 등의 주요 콘텐츠의 일본 수출 비중이 낮아졌음

- 이 역시 한류의 글로벌 확산으로 인하여 수출국이 다양화되면서 일본에 대한 비중이 낮아진 것으로 보임
- 對일본 수출 비중이 축소되고 있음에도 불구하고, 문화콘텐츠 수출국 중 아직까지 비중 1위를 차지하는 장르가 많고, 수출 액수는 증가하고 있는 것으로 나타나, 우리 문화콘텐츠 수출 대상국으로서 일본의 중요도는 여전한 것으로 파악됨

■ 한국의 일본 콘텐츠 수입 현황

- 지난 10년간 한국의 일본 콘텐츠의 수입 현황을 살펴보면, 항상 1억 달러를 상회하였으며, 가장 규모가 컸던 2018년에는 약 2억 9천만 달러에 달함
- 2018년은 애니메이션 〈너의 이름은〉이 국내 극장에서 개봉해 386만 명의 관객을 동원했으며 일본 게임시장 규모가 정점을 찍었던 해이며, 당시 콘텐츠 총 수입에서 일본이 차지하는 비중은 31.0%였음
- 일본 콘텐츠의 수입 비중은 2019년 13.9%로 급격히 감소하였으며, 2020년 최저점에 도달했으나 2021년부터 다시 회복세를 보이고 있음

■ 장르별 일본 콘텐츠 수입 특성

- 일본 문화콘텐츠의 수입에서 두드러지는 장르는 애니메이션과 만화임
- 애니메이션은 10년간 전체 수입액의 95% 이상을 유지했으며, 만화 역시 90%대를 유지하다가 2021년에만 69%로 낮아졌음
- 2021년에 방송 콘텐츠의 수입액 증가가 눈에 띄며, 음악의 경우 10년간 20% 전후의 비중을 유지하고 있음

■ 한·일 콘텐츠 수출입 특성

- 콘텐츠 시장 규모는 일본이 한국에 비해 약 3배 정도 크나, 한국 콘텐츠의 對일본 수출액은 10년간 약 12억~18억 달러로, 1~3억 달러 규모의 일본 콘텐츠 수입액에 비해 약 6배~15배 큰 것으로 나타남
- 한국 콘텐츠의 對일본 수출 비중은 2014년 31.2%를 기록했으나 점차 그 비중이 낮아지고 있는 추세이며, 2020년에는 10.6%로 10년간 최저치를 보였음

〈표 3-4〉 장르별 콘텐츠 수입의 일본 비중(일본/전 세계)

(단위: %)

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
출판	18.23	19.11	20.13	20.16	20.02	19.68	16.27	12.47	9.09	9.50
만화	91.73	90.25	88.12	89.38	90.74	90.82	91.51	91.43	89.00	69.07
음악	19.95	20.45	20.15	20.61	21.31	21.56	19.14	17.11	20.01	20.76
영화	3.06	6.20	10.08	10.91	9.82	12.86	13.19	12.59	16.76	17.61
게임	66.65	23.60	28.25	34.38	35.02	41.97	61.23	15.82	13.54	14.84
애니 메이션	99.33	99.35	99.37	99.34	99.32	99.33	97.46	97.47	95.10	97.45
방송	6.24	5.76	13.59	6.32	5.58	7.61	10.37	10.41	14.78	26.50
캐릭터	9.86	10.13	10.66	11.10	12.23	12.69	13.93	8.89	9.63	8.88
지식 정보	5.91	5.86	5.91	6.44	7.20	6.93	7.55	7.61	7.21	8.29
콘텐츠 솔루션	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.32	0.95	1.05	0.96
합계	24.60	16.69	19.97	19.59	19.67	24.50	31.02	13.92	12.79	14.34

출처: KOSIS, 콘텐츠산업: 지역별 수입액 현황, 지역별 수출액 현황 재구성

제5절 소결

- 국제문화교류의 트렌드 변화
 - 최근 국제문화교류는 일방에서 횡단형으로, 정부주도형에서 민관협력형으로, 결과 중심에서 과정 중심으로, 먼대면 직접교류에서 시공간의 제한이 없는 자유로운 문화교류로 변화하고 있으며, 전통예술 중심의 문화교류에서 대중문화를 포함한 확장된 문화콘텐츠 교류도 주요한 변화를 이끌고 있음
- 상대국 문화콘텐츠 소비 증가가 문화교류에 미치는 영향
 - 콘텐츠 수출입 통계로 한국과 일본의 상대국 문화콘텐츠 소비를 가늠할 수 있는데, 한국에서는 일본의 만화와 애니메이션이, 일본에서는 한국의 K-POP과 드라마 등이 큰 인기를 얻고 있음을 확인할 수 있음
 - 양국 콘텐츠에 대한 국민들의 관심은 국제교류 사업에 있어서의 참여자 유인 및 흡입력을 제고하고 상대국에 대한 이해와 친밀감을 높이는 주요 요인이 되고 있어, 국제교류 사업에서의 영향과 가치가 증가하고 있음
- 한국의 일본 문화콘텐츠 수용 정책
 - 1998년 김대중-오부치의 <20세기의 새로운 한일파트너십 공동선언>을 계기로 일본의 대중문화를 단계적으로 수용하기 시작함
 - 4차에 걸친 일본 대중문화 개방 이후, 처음 우려했던 것과는 달리 문화콘텐츠 산업에 미치는 영향은 미미했으며, 오히려 우리 콘텐츠의 일본 시장 진출의 토대가 되었음
- 일본의 국제문화교류 정책
 - 일본의 국제문화교류는 국가 브랜드 전략과 밀접한 연관이 있음
 - 19세기 자포니즘, 자포니스크에 기반한 일본 문화 소프트파워는 2005년 경제산업성의 새로운 미래전략인 '네오 재패니스크(신일본양식)'를 발표하며, 새로운

일본 브랜드로서 일본 고유문화와 기술을 바탕으로 하는 일본 브랜드 가치 발산에 주력하고자 함

- 그러나 네오 재패니스크가 크게 주목받지 못하는 사이, 한류 붐이 점차 확산되자 일본 역시 쿨 재팬 전략을 통해 문화콘텐츠의 활용을 꾀함
- 외무성의 자문기관인 해외교류심의회에서도 2008년 종래부터 다루고 있는 전통문화·예술에 더해 세계적으로 젊은이들 사이에서 인기가 높은 애니메이션과 만화 등 팝문화를 주요 문화교류의 톨로 활용하라고 자문하였으며, 이에 근거하여 팝 문화를 활용한 사업이 증가하고 있음

■ 한·일 문화교류에서 문화콘텐츠의 영향과 가치 급증

- 한국에는 역사가 오래된 다수의 일본 만화·애니메이션 팬이 자리 잡고 있으며, 일본에서는 20여 년 전부터 한국의 K-POP, 드라마, 영화 팬이 급증하고 있음
- 양국 콘텐츠 소비자와 팬의 증가는 교역 대상으로서의 문화콘텐츠의 가치뿐 아니라 교류 대상으로서 문화콘텐츠 가치의 기반이 됨
- 즉, 다수의 소비자와 팬의 확보가 가능한 문화콘텐츠는 그것이 갖는 관객 흡입력과 유인력, 대중에게 미치는 영향력과 파급효과 등으로 인해 국제문화교류가 추구하는 상호 이해 증진과 문화적 역량 제고, (산업적)경쟁력 향상 등의 목적을 달성하기에 가장 효율적이며 영향력 있는 자원으로 부상하고 있음
- 문화콘텐츠의 중요성이 강조됨에 따라 한국과 일본의 국가 브랜드 및 국제문화 교류 사업에서도 문화콘텐츠의 활용이 증가하고 있음

한 · 일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

제4장

한 · 일 문화콘텐츠 교류 현황

제1절 한·일 문화콘텐츠 교류 사업 현황

1. 문화체육관광부

가. 문화체육관광부의 국제문화교류 업무 추진 법적 근거

- 국제문화교류 진흥법 제정 및 법정계획 수립
 - 문화체육관광부는 국제문화교류 진흥법¹⁸⁾에 근거한 국제문화교류 기반을 조성하여 국가 간 상호 문화에 대한 이해를 증진하고, 우리 문화의 다양성과 창의성을 높여 세계문화 발전에 기여하고자, 5년마다 법정계획을 수립하여 국제문화교류 정책의 기본 방향, 추진전략 및 세부과제를 제시하고 있음¹⁹⁾
- 제1차 국제문화교류 종합계획 및 개정안 발표
 - 이에 2018년부터 2022년까지의 「제1차 국제문화교류 종합계획」이 수립되었고, 2020년 12월에 코로나19 등의 국내외 상황을 반영한 「제1차 종합계획 개정안」이 발표됨(문화체육관광부, 2022)
- 2022년 국제문화교류 진흥 시행계획 발표
 - 제1차 종합계획 개정안에 근거하여 2022년 2월에 「2022년 국제문화교류 진흥 시행계획」이 발표되었으며, 본 보고서에서는 2022년 시행계획 내용을 토대로 문화체육관광부의 국제문화교류 업무를 분석하였음
 - 단, 국제문화교류 진흥 정책 내 사업은 문화체육관광부뿐 아니라 한국국제문화교류진흥재단, 한국콘텐츠진흥원, 재외한국문화원, 세종학당 및 지자체·민간 등이 실행하고 있어, 이들의 사업과 중복될 수 있음

18) 「국제문화교류 진흥법」 제1조(목적)

19) 「국제문화교류 진흥법」 제5조(종합계획의 수립)

[그림 4-1] 2022년 국제문화교류 진흥 정책 목표 및 추진 전략

비전	세계와 공감하고 협력하여 모두가 행복한 국제문화교류		
정책목표	전략적, 체계적 국제문화교류	국제문화교류의 ‘새로운 기준’ 대응	국제문화교류 생태계 조성
추진 전략 1 전략적·체계적 국제문화교류 기반 마련	1. 국제문화교류 전략 수립 및 기반 마련 2. 국제사회 문화정책 리더십 발휘 3. 주요 지역과의 실질적 문화협력 관계 구축		
추진 전략 2 국제문화교류 “새로운 기준 선제적” 대응	1. 새로운 기술을 활용한 상생의 국제문화교류 추진 2. 문화교류 내용과 방식의 다양화 3. 국제문화교류 참여자 확대		
추진 전략 3 국제문화교류의 지속 가능한 생태계 구축	1. 국제문화교류 거버넌스 활성화 2. 국제문화교류 물적, 인적 기반 조성		

출처: 문화체육관광부(2022), 「제1차 국제문화교류 진흥 종합 계획(2018~2022) 개정판」.

나. 2022년 국제문화교류 진흥 시행계획

1) 추진 전략1: 전략적·체계적 국제문화교류 기반 마련

■ 양자·다자간 문화정책 협력 강화

- 한중일 다자간 또는 한일 양자간 관계 내실화와 문화교류 강화를 위한 기구 설립 등 다양한 정책이 시행됨
- 국제사회 문화협력을 위한 다수의 협력회의 중 일본이 시행 주체인 회의는 한중일 문화장관회의와 한일 관광진흥협회의가 있음



■ 제36회 한일관광진흥협의회

- 2022년 12월 16~17일 부산 롯데호텔 개최
- 지속 가능한 한·일 관광교류 회복 방안 논의

출처: 엠앤씨커뮤니케이션즈(<http://www.mnccom.com>)

■ 한중일 문화교류를 통한 문화협력 강화

- 주요 지역과의 문화협력 관계 구축을 위한 문체부 사업 중 일본 대상 사업으로
는 한중일 문화교류를 통한 문화협력 강화 사업이 있음
- 동아시아문화도시, 한중일 예술제, 한중일 e-스포츠대회, 한중일 종목별 청소년
체육교류가 이에 해당함
- 한중일 국립 문화기관 간 협력 강화로는 한·일 국립박물관 인적교류, 동아시아
디지털도서관 운영 사업이 시행됨
- 이중 ‘한중일 e-스포츠 대회 개최’ 사업에서 게임 전시 및 체험 등 문화콘텐츠가
대상이 되며, 한중일 예술제에서도 K-POP 공연 등 대중문화 콘텐츠가 활용됨

2) 추진 전략2: 국제문화교류의 “새로운 기준” 선제적 대응

■ 4차산업혁명과 국제문화교류의 접목

- 4차산업혁명 시대의 문화교류 대비를 위한 사업으로 신기술을 활용한 한류 확
산 사업이 추진되었음
- K-POP 등 한류 콘텐츠를 활용한 실감콘텐츠 해외 체험 공간 운영 및 조성 사
업, 한류스타 등을 활용한 한류 활용 브랜드 광고 사업이 포함됨

■ 외국인의 한국문화 이해 확대

- 외국인의 한국문화 이해 확대와 한국문화 확산을 위해 재외문화원 한국문화체
험관에서 한류열풍을 일으키고 있는 K-콘텐츠를 활용하여 한복, 한식 등에 대
한 관심을 고취하고자 함
- 또한 한국문화 이해 증진 및 한류문화 확산을 위해 아리랑 TV를 통해 한국문화
방송콘텐츠를 제작 및 방영하고 있으며, 특히 한국 스타 및 대중음악 등 한류문
화 프로그램을 적극적으로 제작·방영함
- 일본에서는 2003년부터 일본 위성방송 AQ스테이션을 통해 방송 서비스를 시
작하였음

■ 현지맞춤형 한국어·한국문화 보급 확대

- 세종학당 등 한국어 및 한국문화 보급 프로그램은 일본을 포함한 전 세계를
대상으로 하며, 한국 문화콘텐츠 소비 급증으로 통번역 수요가 늘어나면서 통번

역 지원 교육과정 또한 확대되고 있음

■ 국제행사 박람회를 통한 문화교류

- 한국문화 확산을 위한 국제행사 및 박람회는 다양한 분야에서 개최됨
- 이 중 대중문화 콘텐츠를 포함한 사업은 전 세계 한류동호회 등 외국인을 대상으로 한 K-POP 월드페스티벌과 K-POP 공연을 포함한 한국문화를 종합적으로 소개하는 한국문화축제가 있음
- 국내 주요 국제영화제 육성을 위한 국제영화제 지원 사업과 서울 국제도서전 또한 문체부 문화교류 행사에 포함되어 있음

■ 공동창작, 협력사업 활성화

- 공동창작 및 협력 사업에는 국제예술 공동기금, 공동발굴 프로젝트, 방송콘텐츠 공동제작이 있으며, 방송콘텐츠 공동제작 사업이 대중문화 콘텐츠를 포함함

■ 주요 국제대회 계기 한국문화·방한 홍보

- 2021 도쿄올림픽, 2022 베이징 동계 올림픽 등 스포츠 분야 국제대회 내에서 현지 소비자 및 관람객 대상 한국문화·관광 홍보 행사를 개최하였음

■ 문화·예술 전문가 인적교류

- 해외 문화예술 전문가의 입주(레지던스) 참가를 지원하는 지원 사업으로는 전 세계 예술인을 대상으로 하는 해외문화예술 작가 입주 참가 지원, 저니 투 코리아 안 뮤직, 국제 국악 연수, 문화예술계 인사초청 등 다수의 레지던스 사업이 시행되었음
- 이 중 일본을 대상으로 하는 사업은 국내 레지던시 입주 작가 중 유망 작가를 선발해 교환 입주 프로그램을 통한 해외 진출 기반을 닦아주는 국제 입주 프로그램이 운영되고 있음
- 국립현대미술관 고양레지던시는 5개국(독일, 캐나다, 일본, 호주, 타이페이) 7개 기관과 국제 네트워크를 구축하고 매년 교류기관과 작가를 상호 교환해 3개월의 입주 기간 동안 창작활동을 지원함
- KAMS 커넥션, 예술가 해외 레지던스, 저니 투 코리아 안 뮤직 등 레지던시 프로그램은 현대예술이나 전통예술을 중심으로 진행되고 있어, 문화콘텐츠산업계 인력의 인적교류 사업은 상대적으로 빈약한 상황임

- 한편 해외 도서관 업무교류 사업에도 한·일 국립도서관 업무교류가 포함되어 있음

3) 추진 전략3: 국제문화교류의 지속 가능한 생태계 구축

■ 재외문화원 인프라 확충 및 다기능화

- 국제문화교류 생태계 구축을 위한 인프라 확충 사업으로는 재외문화원 국유화 및 시설개선 사업이 있음
- 2022년에는 주오사카·태국한국문화원 국유화사업이 착공되었으며, 2023년 재 개원 되었음

〈표 4-1〉 문화체육관광부 2022 주요사업 추진 계획

추진 과제	2022년 주요 추진 계획	일본 포함 여부	대중문화 포함 여부	성격
〈추진 전략 1〉 전략적·체계적 국제문화교류 기반 마련				
1-1 국제문화교류 전략 수립 및 기반 마련				
국제문화교류 거시 전략 수립 및 법적 기반 마련	○ 국제문화교류 전략 수립 - 국제문화교류 진흥 종합계획 수립 연구 - 제2차 국제문화교류 진흥 종합계획 수립	△ (전세계)	-	문화 교류
국제문화교류 기초정보 및 정보교류 지원	○ 국제문화교류 종합정보시스템 활성화	△ (전세계)	○	정보 체계 구축
1-2 국제사회 문화정책 리더십 발휘				
양자·다자간 문화정책 협력 강화	○ 다자간 문화장관회의 내실화 - 한중일 문화장관회의 - 한-아세안 문화장관회의 - 한-EU 문화협력위원회 ○ 정책 분야별 협력위원회 참석 확대 - 한·일 관광진흥협의회	○	-	문화 협력
국제기구 협력 강화	○ 유네스코 협력 강화 ○ 체육·관광·저작권 국제기구 내 역할 확대 - 체육 분야 국제기구 협력 강화 - 관광 분야 국제기구 협력 강화 - 세계지식재산기구 협력 강화	△ (국제 기구)	○ (저작권)	문화 협력
1-3 주요 지역과의 실질적 문화협력 관계 구축				
신남방 국제문화교류 확대	○ 한-아세안 문화협력기구 신설·운영 - 한-아세안 영화 협력 / 한-아세안 미술 협력 - 한-아세안 문화유산 협력기구 - 아시아국립박물관협의회(ANMA) ○ 신남방 공동창작 협력 - 아시아전통음악위원회, 무용위원회 운영	X	○	문화 교류

추진 과제	2022년 주요 추진 계획	일본 포함 여부	대중문화 포함 여부	성격
	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신남방 지역 내 한국의 이미지 제고를 위한 사업 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 신남방 슬라이딩 챔피언 육성 - 아시아 국가와의 대중음악 교류 강화 			
신북방 국제문화교류 확대	<ul style="list-style-type: none"> ○ 신북방 정책협의체 운영 ○ 신북방 공동창작 협력 및 문화교류 확대 - 아시아 스토리텔링 위원회 운영 	X	O	문화 교류
한중일 문화교류를 통한 문화협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한중일 문화교류 사업 확충 <ul style="list-style-type: none"> - 동아시아문화도시 / 한중일 예술제 - 한중일 이스포츠 대회 개최 ○ 한중일 종목별 청소년 체육 교류 ○ 한중일 국립문화기관 간 협력 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 한중 국립박물관장회의 - 한중/한일 국립박물관 학술 인적교류 - 동아시아 디지털도서관 운영 	O	O (게임)	문화 교류
개도국 문화역량 강화 사업의 확대	<ul style="list-style-type: none"> ○ 개도국 문화기반 구축을 위한 프로젝트형 사업 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 해외 공공도서관 조성 ○ 개도국 문화 인적 역량 강화 <ul style="list-style-type: none"> - 문화동반자 / 캄보디아 예술교육 플랫폼 구축 - 문화예술교육 ODA / - 현지 예술계 한국 장학생 육성 - 개발도상국 관광지도자 벤치마킹 사업연수 ○ 개도국 문화자원 발굴 및 개발 지원 <ul style="list-style-type: none"> - 지속 가능 관광 발전 지원 사업 - 아시아문화예술 활용 역량 강화 ○ 문화재 보존 협력 	X	O (출판)	문화 협력
<추진 전략 2> 국제문화교류의 “새로운 기준” 선제적 대응				
2-1 새로운 기술을 활용한 상생의 국제문화교류 추진				
4차산업혁명과 국제문화교류의 접목	<ul style="list-style-type: none"> ○ 4차산업혁명 시대 문화교류 대비 <ul style="list-style-type: none"> - 문화혁신포럼, 실험적 교류 사업 발굴 지원 - 해외 실감콘텐츠 체험관 구축 및 운영 ○ 비대면 문화교류 확대 <ul style="list-style-type: none"> - 비대면 한국어 학습 지원 확대 - 한국관광 온라인 홍보 	△ (전 세계)	O	문화 교류
상호문화교류의 해 확대·발전	<ul style="list-style-type: none"> ○ 상호문화교류의 해 ○ 코리아 시즌 	X	O	문화 교류
2-2. 문화교류 내용과 방식의 다양화				
외국인의 한국문화 이해 확대	<ul style="list-style-type: none"> ○ 한국 전통문화 이해 제고 <ul style="list-style-type: none"> - 한복 해외교류 - 해외 한식당의 한국적 이미지 강화 - 재외문화원 한국문화체험관 운영 ○ 국제방송 교류를 통한 신한류 콘텐츠 확산 추진 ○ 주한외국인·유학생 대상 한국문화 소개 ○ 태권도 문화교류 증진 및 올림픽 종목 유지 	△ (전 세계)	O	문화 확산
현지맞춤형	<ul style="list-style-type: none"> ○ 수요자 맞춤형 한국어 교육과정 지원 	△	X	문화

추진 과제	2022년 주요 추진 계획	일본 포함 여부	대중문화 포함 여부	성격
한국어·한국문화 보급 확대	○ 한국어 교원 전문성 제고 ○ 세종학당의 확충 및 한국문화 거점화 ○ 한국어 통번역 지원 확대	(전세계)		확산
우리문화의 해외 체험기회 확대	○ 해외 박물관·미술관 활용 교류 확대 - 해외박물관 한국실 운영 지원 - 국립박물관 및 국립미술관 해외전시 활성화 ○ 해외 도서관 한국자료실(Window on Korea) 확대 ○ 재외공관 예술품 대여	X	X	문화 확산
국제행사·박람회를 통한 문화교류	○ 국제행사·박람회 국내 개최 추진 - 세계박물관 포럼 / 서울국제공연예술제 - 서울아트마켓 / 서울 국제작가 축제 - ACC 월드뮤직페스티벌 / 케이팝 월드페스티벌 - 한국문화축제 / 국내 주요 영화제 - 서울국제도서전 / 서울출판저작권페어 개최 ○ 국제행사·박람회 해외 개최 지원 - 해외 영화상영행사 / 한국문화제 / 해외 한류 행사 - ICAO 총회 계기 '한국의 밤' 리셉션 개최 - 수교 계기 문화행사 개최	△ (전세계)	O	문화 확산
공동창작, 협력사업 활성화	○ 공동기금 및 공동발굴 등 공동사업 추진 - 국제예술 공동기금 / 공동발굴 프로젝트 ○ 방송콘텐츠 공동제작	X	O	문화 협력
2-3 국제문화교류 참여자 확대				
일반 국민 교류 확대	○ 일반 국민 참여 확대 - 신한류 문화다리 ○ 방한 관광객 홍보 확대 - 문화관광대전 - 주요 국제대회 계기 한국문화·방한홍보	O (도쿄 올림픽)	O	문화 교류
문화·예술 전문가 인적교류	○ 해외 문화예술 전문가 초청·교류 - 해외 문화예술 작가인주(레지던스) 참가 지원 : KAMS 커넥션 / 예술가 해외 레지던스 / 국제 입주 프로그램 운영 / 저니 투 코리아 뮤직 / 국제국악연 수 / 문화예술계 인사 초청 - 박물관 네트워크 펠로우십 운영 ○ 체육 지도자·선수 인적교류 확대 ○ 해외 도서관 업무교류	O	X	문화 교류
민간 공연·전시 프로그램 지원 사업 확대	○ 민간예술가단체 해외진출 지원 - 우수프로그램 권역별 순회 - 센터스테이지코리아 / 해외 기획전시 지원 ○ 해외 축제·박람회 참가지원 - 베니스 비엔날레 한국관 운영 - 해외 영화제 참가 - 보고타국제도서전 주빈국 및 '찾아가는 도서전' 개최 - 해외 아트페어 참가	△ (전세계)	O	문화 교류
지역 우수 문화교류 사업 발굴·지원	○ 기초지자체 우수 문화교류 사업 발굴 지원 ○ 문화도시 국제 홍보	△ (전세계)	X	문화 교류

추진 과제	2022년 주요 추진 계획	일본 포함 여부	대중문화 포함 여부	성격
〈추진전략 3〉 국제문화교류의 지속가능한 생태계 구축				
3-1 국제문화교류 거버넌스 활성화				
국제문화교류 정책 협력체계 구축	○ 범정부 문화교류 정책 조정 기능 확대 - 국제문화교류진흥위원회 - 한류협력위원회	△ (전세계)	○	문화 협력
국제문화교류 유관기관 정책협력 강화	○ 국내 유관기관 및 지자체 간 유기적 협력 관계 강화 ○ 한국국제문화교류진흥원 기능 강화	X	X	문화 협력 (국내)
3-2 국제문화교류 물적·인적 기반 조성				
재외문화원 인프라 확충 및 다기능화	○ 재외문화원 국유화사업을 통한 시설 개선	○ (전세계)	X	인프라 확충
국제문화교류 전문 인력 양성 및 역량 강화	○ 전문 인력 양성 및 활동 지원 - 국제문화교류 전문 인력 양성, 경력단계별 맞춤형 해외파견 지원 - 체육분야 국제업무 전문 인력 양성·활동지원	△ (전세계)	X	인력 양성
계				

출처: 문화체육관광부 국제문화과(2022. 2.), 「2022 국제문화교류 진흥 시행계획」(내부 자료)

2. 해외문화홍보원(재외한국문화원)

가. 해외문화홍보원 개요²⁰⁾

- 해외문화원의 비전 및 미션
 - 문화체육관광부 소속 해외문화홍보원은 한국의 문화를 세계에 알리고 국가 간 문화교류 확대를 위한 사업을 시행하며 국가이미지 제고 및 확산을 위한 역할을 수행함
 - ‘새롭게, 다 함께, 힘차게-세계와 소통하는 매력국가 대한민국’이라는 비전하에, 세계 거점별 K-매력 발신, 해외언론과 K-공감·소통 확대, 호감 받는 K-이미지 확산을 미션으로 하며, 재외한국문화원을 통해 명품 ‘K-컬처로 소프트 파워 제고’를 추진하고 있음

20) 해외문화홍보원 홈페이지(<https://www.kocis.go.kr/>)

나. 주일문화원 활동

- K-pop을 비롯, 다양한 문화콘텐츠 프로그램 운영
 - 2021년부터 2023년까지 재외문화원에서 개최된 대표적인 행사는 <표 4-2>와 같으며, K-POP이나 댄스, 영화, 드라마 등 문화콘텐츠를 활용한 프로그램이 운영되고 있음
 - 한일축제한마당은 한국과 일본 양국에서 매년 열리는 최대의 한·일 문화교류 행사로, 2005년 한·일 국교정상화 40주년을 기념하여 시작되었음



■ 한일축제한마당

- 2005년 한·일 국교정상화 40주년을 기념한 '한일 우정의 해'에서 시작된 행사
- 한국과 일본 양국에서 매년 열리는 최대의 한·일 문화교류 행사임

출처:대한민국 구석구석 <https://korean.visitkorea.or.kr/kfes/detail/fstviDetail.do?cmsCntntId=1066064>



■ K-POP XR 영상 특별 상영회 ~ON THE K:ASSEMBLE in Japan

- XR 기술을 활용하여 K-POP 아티스트 영상을 상영하는 특별상영회를 2022년 11월 22일 주일한국문화원에서 개최
- 콘텐츠진흥원 온라인 공연 스튜디오에서 최신 영상기술로 촬영된 영상을 대형스크린에서 상영


출처: 주일한국문화원 홈페이지(<https://www.koreanculture.jp>)

<표 4-2> 주일한국문화원 행사(2021~2023)

구분	내용
강연	<ul style="list-style-type: none"> • 「동의보감 아카데미」 특별강연회: 동의보감 중심 한방 지식 소개 • 「길 위의 인문학-일본 속의 한국을 찾아서」~ 호쿠토시에서 만나는 한국 ~: 답사를 통해 한·일 교류 역사를 재발견하는 필드워크 형식 강연회
공연	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 드라마 OST콘서트 • 국립남도문화원 '확청' • 클래식 피아노 연주회 등
대회	<ul style="list-style-type: none"> • 한일교류 작문 콘테스트 • 「한글날」기념 한글 캘리그라피 공모전 • K-POP 댄스 동영상 콘테스트 • K-POP 한일교류 아티스트 선발 오디션 「Audition K」 • 「함께 말해봐요 한국어」 대회

구분	내용
상영	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 영화 특별 상영회 • K-POP XR 영상 특별 상영회
전시	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 일러스트레이터 소개전 「우나영의 한복이야기」 • 후지모토 다쿠미 50주년 기념 특별전~성신교린: 70년대부터 한국의 다양한 생활 및 풍경을 촬영한 작가의 사진전 • Challenge Art in Japan 2021: 주일한국문화원 · 도쿄공예대학 공동기획 도쿄공예대학 예술학부 한 · 일 학생전 • KOREAN LIFE STYLE DESIGN전 등
체험	<ul style="list-style-type: none"> • 온·오프라인 태권도 체험교실 • 직접 만들어봐요! 한국요리! • 온라인 설날체험행사 • 온라인 K-POP 댄스교실: 전문댄스강사의 K-POP댄스 안무 영상 • 온라인 한국문화체험교실 「종이접기~전통문양상자」 등
포럼	<ul style="list-style-type: none"> • 한일콘텐츠비즈니스 협력 포럼: 강연, 토론을 통한 한일 비즈니스 교류 강화 및 비즈니스 네트워킹 기회 제공
행사	<ul style="list-style-type: none"> • 코리아페어 in TOKYO: 주일한국문화원과 한국관광공사 도쿄지사 주최됨. 한국관광 스페셜 토크쇼, 한국문화관광퀴즈대회, 뮤지컬 공연영상 상영회 등으로 구성됨 • K-POP 노래자랑 대회 「Online K-POP콘테스트」 • 한국유학박람회 • 한일 축제한마당 in Tokyo: 2022년 14주년을 맞은 한일 교류행사. 한일 우호 이야기 공모전, 한국 영화 상영회, 한국문화체험 등 • 코리안 시네마 위크: 다양한 분야와 주제의 독립영화를 중심으로 한국 영화 상영 • 찾아가는 한국문화의 날 in 아리아케: 문화원이 없는 곳에서도 한국 대중문화 및 전통문화를 직접 체험할 수 있는 장을 제공하는 출장형 문화행사. 무대 공연, 체험 교실, 한국관광홍보 전시로 구성 • 한방위크: 한의학의 방식과 한국 전통 약초 문화에 대해 직접 알 수 있는 전시회, 체험 교실, 세미나, 특별강연 등

출처: 주일한국문화원 홈페이지(<https://www.koreanculture.jp>) 내용 재구성



■ K-POP 월드 페스티벌

- 전 세계 각국 대사관 및 문화원에서 주관하는 K-POP 커버댄스·음악 경연대회. KBS, 외교부, 해외문화홍보원이 주최함
- 본선에 진출한 8팀은 창원에서 개최되는 창원 K-POP 월드 페스티벌에 참여해 경연을 펼침
- 코로나19의 영향으로 3년 만에 대면 공연으로 치러진 2022 창원 K-POP 월드페스티벌에서는 본선 진출 8팀과 축하공연 7팀의 공연이 진행됨

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지(<https://kofice.or.kr>)

3. 한국국제문화교류진흥원(KOFICE)

가. 한국국제문화교류진흥원 개요²¹⁾

- 한국국제문화교류진흥원과 문화콘텐츠 교류
 - 한국국제문화교류진흥원은 다양한 문화산업 국제교류를 통하여 각국 문화에 대한 올바른 인식과 이해를 도모하고, 상호협력을 위한 민간교류 창구로서의 역할을 수행함으로써 국가 간 문화교류 및 협력기반 조성에 기여하고 있음
 - 재단의 비전 역시 ‘국경을 초월한 다양한 문화교류’와 ‘상호 문화 이해 도모 및 우호 증진’으로 문화콘텐츠 교류를 주목적으로 하고 있음
 - 한국국제문화교류진흥원은 2003년 아시아문화교류재단으로 출범하여 2006년 국제문화산업교류재단, 2009년 한국문화산업교류재단으로 명칭이 변경됨. 이후 2018년 1월 한국국제문화교류진흥원으로 변경되었으며, 2018년 2월에는 문화체육관광부의 국제문화교류 진흥 전담기관으로 지정되었음

[그림 4-2] 국제문화교류진흥원 비전




출처 : 한국국제문화교류진흥원 홈페이지(https://kofice.or.kr/g100_introduction/g100_introduction_02_1.asp)

- 한국국제문화교류진흥원의 사업 구성
 - 한국국제문화교류진흥원의 사업은 크게 네트워크 조성사업, 문화교류 지원 사업, 한류 페스티벌, 커뮤니티 지원 사업, 국제문화 협력, 전문 인력 양성 등으로 구분됨

21) 한국국제문화교류진흥원 홈페이지(https://kofice.or.kr/g100_introduction/g100_introduction_02_1.asp)

- 진흥원은 국제문화교류 관계 기관, 지자체, 주한외교단 간 일원화된 협의체를 구성해 긴밀한 협력 네트워크를 구축하고, 다자간 사업 방향성 논의, 실질적인 협력 사업 발굴 등을 위한 정보교류의 장 구축 등 국제문화교류 기반을 조성하고 있음



■ 한국문화축제

- 세계 한류 팬들이 한류문화 콘텐츠 크리에이터로서 참여할 수 있도록 마련된 축제
- 문체부 주최, 국제문화교류진흥원 주관으로 서울 광화문 및 잠실 일원에서 개최됨
- 2022년에는 9월 30일부터 10월 8일까지 9일 간 개최되어 K-POP 스타들의 공연은 물론 한류 연관 산업 홍보를 위한 전시, 팬들이 직접 꾸민 체험부스 등 다양한 이벤트가 진행됨

출처: 광화문광장 홈페이지(<https://gwanghwamun.seoul.go.kr>)

〈표 4-3〉 한국국제문화교류진흥원 사업구성

사업		내용
네트워크 조성	국제문화교류 협의체	<ul style="list-style-type: none"> • 관계 기관, 지자체, 주한외교단 간 협의체 구성 및 협력 네트워크 구축 • 사업 방향성 논의, 협력사업 발굴을 위한 정보교류의 장 마련
	문화장관회의	<ul style="list-style-type: none"> • 한중일, 한·아세안 문화장관회의 등 • 한국과 주변국 간 문화교류 협력 확대 방안 및 정책 방향 논의
문화교류 지원	수교 계기 문화행사	<ul style="list-style-type: none"> • 한국과 수교를 맺은 국가 대상 한국문화 홍보 및 국가 간 상호교류 활성화 • 현지 수요 및 문화 특성을 반영한 문화교류 프로그램 기획·추진
	상호 문화교류의 해	<ul style="list-style-type: none"> • 수교 국가와 연중 문화교류 행사 공동 추진 • 양국 간 상호 문화이해와 교류 기회 확대
	문화 프로그램 순회 (트래블링 코리안 아츠)	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 문화예술기관 및 재외한국문화원과 협력 • 한국 공연·전시 해외 초청 지원
	지역문화 국제교류 지원	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 문화자원을 활용한 국제문화교류 지원 사업 • 기초지자체와 지역 문화인들의 협력으로 이루어짐
	한류 연계 협업콘텐츠 지원(CAST)	<ul style="list-style-type: none"> • 한류 콘텐츠 활용 제품 기획개발, 홍보, 유통 전 과정 지원을 통한 해외시장 진출 확대
한류 페스티벌	모꼬지 대한민국	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 각국에서 한류 공연, 한국 생활문화 콘텐츠 체험 기회 제공
	아시아송 페스티벌	<ul style="list-style-type: none"> • 아시아 각국 아티스트가 모이는 대표 종합 음악 축제 개최
커뮤니티 지원	해외 한류 커뮤니티 지원 (한류컴온)	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 한류 커뮤니티(동호회) 지원 사업 • 자생적 활동을 위한 단계적 지원
	K-커뮤니티 페스티벌	<ul style="list-style-type: none"> • 전 세계 한국문화 관련 동호회에 한국문화 체험·학습 기회 제공
	글로벌 문화기획단	<ul style="list-style-type: none"> • 한국 내 외국인 유학생을 한국문화 대사로 선정 • 외국인 유학생이 한국문화를 학습하고 홍보할 수 있도록 지원

사업		내용
국제문화 협력	문화동반자	<ul style="list-style-type: none"> • 개도국 문화 전문가 대상 쌍방향 문화연수 실시 • 자국 내 공공문화사업 추진 지원
	민관협력 해외사회공헌 (착한한류 프로젝트)	<ul style="list-style-type: none"> • 국내 기업 CSR, ESG활동 연계 해외 문화 소외계층 문화 분야 사회공헌 추진 • 해외 29개국 65개 지역에 문화교류 및 향유 기회 제공
전문 인력 양성	전문 인력 해외파견	<ul style="list-style-type: none"> • 국제문화교류 전문 인력 양성사업(Next Expert Training, NEXT) • 문화예술 및 문화산업 분야 기획인력의 국제문화교류 역량 강화 지원
	국제문화교류 아카데미	<ul style="list-style-type: none"> • 국내외 문화예술 전문가를 초청해 각종 워크숍 및 세미나 개최

출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지(kofice.or.kr)

나. 한국국제문화교류진흥원의 일본 대상 교류 사업

■ 일본 대상 교류 사업

- 한국국제문화교류진흥원의 사업 중 아시아송 페스티벌, 커뮤니티 지원 사업 등에서 일본 및 문화콘텐츠와 약간의 교집합이 있음
- 문화교류 지원 사업 내에서는 문화 프로그램 순회(트래블링 코리안 아츠) 사업 28건 중 1건, 지역문화 국제교류 지원 사업 31건 중 2건의 사업이 일본과 연계 되었으며, 한류 페스티벌에서는 아시아송 페스티벌에 일본 아티스트가 참여함
- 해외 한류 커뮤니티 지원 사업인 ‘한류컴온’에서 3건의 동호회가 일본과 연계됨. 글로벌문화기획단 단원에 일본인이 포함되거나 일본을 방문하는 해외문화탐방 행사가 개최되기도 함
- 전체 KOFICE 사업 중 일본을 대상으로 한 사업은 소수에 불과하며, 개도국을 대상으로 하는 국제문화 협력 사업은 물론 국제문화교류 전문 인력 양성 사업에서도 일본에 파견된 인력은 없었던 것으로 나타남

■ 한류컴온: 해외 한류 커뮤니티 지원 사업

- ‘한류컴온’은 해외 한류 커뮤니티 활성화를 목적으로 세계 각국의 자발적 해외 한류 커뮤니티를 지원하는 사업임
- 한국을 사랑하는 사람들이 모인 해외 커뮤니티의 기반을 다지고, 한국문화 행사와 모임을 통해 지속적으로 성장하고 활동해 나갈 수 있도록 지원함

〈표 4-4〉 한류 컴온: 해외 한류 커뮤니티 지원 사업_일본 지원 사례

한국전통타악기연희단 ‘단비(tanbi)’ (2022)
일본에 한국 전통예술의 매력을 알리고자 결성된 여성 풍물 연주 커뮤니티로, 일본 내 풍물 공연을 통해 한국 전통문화를 지역주민들에게 소개하고, 풍물 연구회를 개최
코리아 히요리 (2020)
한국 문화에 관심이 많은 일본인들 중심으로 결성되는 커뮤니티로, 해당 사업을 통해 한국 대중문화 저널리스트 초청, e-스포츠, 한국 관련 집담회, 영화 관람회, 한국의 트렌드 및 유행 아이템 등 다양한 콘텐츠를 체험하도록 지원함
한류컴온 K뷰티 특별이벤트: 메이크업&토코쇼 with 회사원 A (2019)
일본 한류 커뮤니티와 문화원이 개최한 행사로, 한국의 뷰티 유튜버를 초청하여 메이크업 시연과 뷰티 정보 소개, 한국 메이크업 체험 등의 이벤트를 실시하여 한국 패션 미용 문화에 대한 관심을 제고함

■ 글로벌 문화기획단 아우르기

- 외국인 유학생들에게 한국문화체험 기회를 제공하고 스스로 콘텐츠를 기획하여 알리는 문화대사의 역할을 하도록 지원하는 프로그램
- 한국문화탐방 및 체험, 5개 분야 한국 문화강습을 통한 문화기획 역량 제고, 아우르기 페스티벌 개최 등으로 구성되며, 일본을 포함한 전 세계 유학생들을 대상으로 하고 있음
- 아우르기는 학업에 집중해야 하는 유학생들에게 부가활동에 과도한 시간을 할애하도록 한다는 비판이 있음

■ 아시아송 페스티벌(ASF)

- 아시아 국가 간 문화교류 활성화 및 우호 증진을 위해 2004년을 시작으로 매년 개최된 대표적인 아시아 지역 음악 축제
- 2022년에는 코로나 팬데믹 이후 3년 만에 현장 축제가 개최되어 일본 포함 총 7개국 10개 팀이 참여함
- 그러나 최근 아시아송 페스티벌이 지역 연계 사업으로 전환되면서 유명 아이돌 출연과 관객 동원에 집중함으로써, 프로그램의 성격이 국제문화교류라는 취지에 적합하지 않다는 우려와 비판이 높아지고 있음

■ 문화 프로그램 순회사업

- 트래블링 코리안 아트(Traveling Korean Arts) 프로그램은 해외의 문화예술

기관, 재외 한국문화원과 협력하여 한국의 공연 및 전시의 해외 순회를 지원하는 사업임

- 지원 대상이 되는 작품은 공연예술 및 시각예술 작품에 한정되며 대중문화예술은 제외되어 있음

■ 지역문화 국제교류 지원

- 지역의 유형 및 무형 문화자원을 활용하여 기초지자체와 지역 문화예술인들이 국제문화교류를 경험할 수 있도록 민간 문화예술기관이나 단체에 예산 및 국제 문화교류 전문가 맞춤형 자문 등을 제공함
- 일본과의 교류 사업은 매우 소수이며, 문화콘텐츠와 연계되는 사례는 없었음

〈표 4-5〉 문화 프로그램 순회 사업 및 지역문화 국제교류 지원 사업: 일본 지원 사례

트래블링 코리안 아츠	OCI미술관 〈그 집〉(2019)
	일본 도쿄 한국문화원과 요코하마 페이 아트뮤지엄에서 트래블링 코리안 아츠 프로그램의 일환으로 OCI 미술관의 〈그 집〉 전시회를 실시함
지역문화 국제교류 지원	충북 옥천 〈제 9회 일본 지용제〉 - ‘오래된 길에서 새로운 길로’
	9년 연속 ‘일본 지용제’를 개최하고 있는 충북 옥천 문화원은 일본의 기타하라 하쿠슈 생가 기념관과 업무협약을 체결하여 지속적인 문학 교류기반을 확장하고 있음. 2019년 행사에서는 한·일 양국의 시문학 전문가 및 정지용 연구자들이 중심이 되어 문학포럼 형태로 진행됨
	강원 영월 〈히가시카와 국제사진교류전〉 - “서로의 안부를 묻다” 2021년 일본 홋카이도 히가시카와에서 개최된 〈히가시카와 국제교류전〉은 영월미디어기자박물관에서 주관하였음. 양 지역 대표 문화콘텐츠인 사진을 활용해 팬데믹 시대 양 도시가 서로의 ‘안부’를 묻는다는 주제로 비대면으로 개최됨

[그림 4-3] KOFICE 문화교류 지원 사업



출처: 한국국제문화교류진흥원 홈페이지(<https://kofice.or.kr>)

4. 한국콘텐츠진흥원

■ 한국콘텐츠진흥원 개요 및 성격

- 한국콘텐츠진흥원은 ‘K-콘텐츠 혁신성장을 선도하는 진흥기관’이라는 비전과 ‘콘텐츠 기업 경쟁력 강화’, ‘콘텐츠산업 미래 성장 기반 확충’, ‘지속 가능한 경영 체계 확립’이라는 전략하에 각종 진흥 사업을 수행 중임²²⁾
- 진흥기관이라는 성격에 맞게 대부분의 사업이 산업 진흥을 위한 지원 사업으로 구성되어 있음

〈표 4-6〉 일본과 연계가 있는 한국콘텐츠진흥원 사업

사업구분	사업 내용
도교 비즈니스 센터 운영	비즈매칭 지원, 핵심 네트워크 구축, 컨설팅, 비즈니스 인프라 지원
게임 수출 활성화 지원	2023년 도교게임쇼 참가 지원
글로벌 진출 지원	론치패드: 콘텐츠 스타트업의 해외 전시, 컨퍼런스 참가 지원을 통해 해외 진출 지원 (아시아 권역에서는 일본, 싱가포르에 운영)
만화, 스토리 해외 유통 활성화	K-Story & Comics in Japan 개최
기타 해외 행사 참여 지원	- 한·일 방송사업자 교류회(도교) - 한·일 게임사업자 교류회(도교)

■ 한국콘텐츠진흥원과 교류 사업

- 한국콘텐츠진흥원의 경우 문화산업의 해외 진출 활성화를 위한 지원 사업(게임, 만화, 스토리 등)이 대부분이며, 글로벌 진출의 교두보를 마련하기 위해 기반을 조성하고, 네트워킹을 도우며, 비즈매칭 등의 서비스를 제공하는 데 초점을 둠
- 산업적 측면에서 문화콘텐츠의 경쟁력을 제고하기 위한 지원 사업들은 교류 사업과는 목표하는 바나 지향점이 다름
- 일본과 관련된 사업인 ‘한·일 콘텐츠 비즈니스 포럼’, ‘K-Story & Comics in Japan’ 등도 교류보다는 교역 활성화에 초점을 두고 있음
- ‘한중일 e-스포츠 대회’, ‘한일 방송/게임 사업자 교류회’ 지원 사업은 교류 사업의 일환으로 볼 수 있으며, 국제방송문화교류(국제공동제작) 지원 사업 역시 교류 사업이나, 일본과 관련된 작업은 2019년에 제작한 〈김지영 Her Story〉

22) 문화체육관광부, 한국콘텐츠진흥원(2023), 「2023 한국콘텐츠진흥원 지원 사업 설명회」

한 편에 불과함



■ 한중일 e-스포츠 대회

- 한중일 3개국이 우호를 다지는 국가 대항 e스포츠 대회
- 2021년 처음 개최되었으며, 한중일 3국 정부 주도로 매년 순환 개최됨
- 2021년 첫 대회가 문제부 주최로 비대면 진행되었으며 2022년에는 중국문화오락협회 주최로 상하이와 부산에서 동시 개최

출처: 전자신문(2022. 11. 18.). [여기는 지스타 2022]한중일 e스포츠 대회 부산서 개막... 18일 3국 최강자 가린다(<https://www.etnews.com/20221117000127>)



출처: 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(<https://www.kocca.kr>)



출처: 뉴스핌(2023. 5. 22.). 콘진원, K스토리·웹툰 IP 일본 시장 진출을 위한 행사 성료(<https://www.newspim.com/news/view/20230522000034>)

■ 한일 콘텐츠 비즈니스 포럼

- 주일한국문화원과 한국콘텐츠진흥원 주최로 개최된 한·일 한류관계자 간 교류협력 강화를 위한 포럼
- 2023년을 '한류' 20주년 기념의 해'로 선정, 한류 기념의 해로 확대하고자 2022년 사전행사로 개최되었으며, 2023년에는 한·일 콘텐츠 지원기관 및 콘텐츠사 90개사가 모여 네트워킹 확대 기회를 가짐
- 포럼 내에서 K-Story & Comics 사전 교류회를 진행, 한국 비즈니스 상담회 선정기업 10개사와 일본 바이어 간 사전 네트워킹 기회를 제공해 한국 만화·스토리 기업의 일본 진출을 도모함

■ K-Story & Comics in Japan

- K스토리·웹툰 IP의 일본 시장 진출 활성화 및 글로벌 라이선스 확장을 목적으로 개최
- 해외 바이어와의 심층 비즈니스 기회를 모색하는 1:1 상담회와 참여 콘텐츠 B2C 전시로 운영

〈표 4-7〉 최근 5년간 국제방송문화교류(국제공동제작) 지원 사업 선정작

년도	구분	작품명	기관명	공동제작 국가
2019	다큐멘터리	건축탐구 집 - 진짜오 베트남	한국교육방송공사	베트남
		마지막 야생동물	홍픽처스	중국
		김지영 Her Story	(주)타임미디어	일본
	비다큐멘터리	드라마를 요리하는 남자	(주)푸르모디티	베트남
		맨발의 꿈, 슈팅 라이크 레전드	(주)에스비에스플러스	미얀마
		글로벌파워유지선발굴프로젝트 '아시안 TOP BAND'	광주문화방송(주)	중국
2020	다큐멘터리	내 인생의 DMZ	다큐멘터리 봄	-
		영혼의 건축-두 도시 이야기	드림채널	-
		채식 도시	(주)아이엠티브이	-
	비다큐멘터리	양식의 양식 시즌2: 글로벌 푸드	제이티비씨 주식회사	미국
		빈집재생프로젝트	주식회사 선인장미디어	미국
2021	다큐멘터리	이창동: 아이러니의 예술	파인하우스필름(주)	프랑스
		한 중 수교 30주년 다큐멘터리 국민만찬	바른미디어	중국
		탄소제로콘서트	(주)이오콘텐츠	-
	비다큐멘터리	드라마 〈내가 사랑한 물고기〉	(주)크리에이티브리더스그룹 에이트	중국
		아시아를 품은 행복식당 '비스트로를 찾아서'	(주)푸르모디티	-
2022	다큐멘터리	모던 소리꾼	주식회사 제이원더	네덜란드
		삭힘의 미학 시즌3	목포문화방송(주)	중국
		위대한 여행	김진혁공작소	-
	비다큐멘터리	퀴지 호러 쇼	(주)썸씽스페셜	-
		나룻말샘이 월남에 달아	(주)에스비에스미디어넷	베트남
2023	다큐멘터리	독수리로	(주)디엠지와월드	몽골
		비오니에1952	주식회사 유니크스튜디오스	프랑스
		우크라이나 전쟁	다큐엔드뉴스	-
	비다큐멘터리	남으로 가는 길	주식회사 코탐미디어	몽골
		최후의 생존자	홍픽처스	-

* 상기 작품은 한국콘텐츠진흥원 홈페이지에 게시된 국제공동제작 지원 사업 선정작을 기준으로 함

** 공동제작 국가 정보 미상의 작품은 공동제작 국가 '-' 표기

5. 세종학당

가. 세종학당 문화 프로그램²³⁾

■ 세종학당 개요

- 2012년 10월 해외에서의 한국어 교육 및 한국문화 보급을 위한 대표기관으로서 세종학당 재단이 출범하였음
- 2023년 8월 현재 84개국 244개소의 세종학당이 지정 운영 중에 있으며, 일본 내에서는 총 16개소의 세종학당이 운영 중에 있음

■ 세종학당의 정규 문화 수업

- 전체 세종학당의 40% 정도가 정규 문화 수업을 개설하여 1주당 1~2시간의 오프라인 문화 수업을 진행하고 있으며, 60% 정도는 비정규 문화 프로그램을 운영함
- ‘한국문화’ 정규 프로그램 외에도 K-푸드, 한국 무술, K-POP, 한글 쓰기, 전통 음악, 한국 역사, 공예 등의 ‘문화 수업’이 이루어지고 있음

■ 세종문화아카데미

- 세종학당은 전 세계에 한국문화를 효과적으로 보급하기 위해 2017년부터 세종문화아카데미, 문화인턴 파견사업을 실시하고 있음
- 세종문화아카데미 사업은 2021년에 오프라인 35개국 46개소, 온라인 56개국 148개소에서 운영되고 있음
- 한국문화 교육은 기본교육과정인 한국어 과정의 일환으로 1급, 2급 심화 과정에서 다루어지고 있으나, 심화 과정의 수요가 많지 않고 기관 상황을 고려하여 개설 여부를 선택할 수도 있어, 한국문화 수업이 충분이 이루어지지 못하고 있음

〈표 4-8〉 세종문화아카데미 운영 현황

연도	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
세종문화아카데미 운영기관 수	1개국 1개소	12개국 15개소	20개국 30개소	18개국 35개소	(오프) 14개국 21개소 (온) 59개국 157개소	(오프) 35개국 46개소 (온) 56개국 148개소
수강생 수	650명	4,301명	8,058명	12,625명	18,282명	29,150명

출처 : 세종학당재단 내부 자료 재구성

23) 세종학당재단(2022), 「세종학당 미래비전 및 중장기 전략수립 연구」

〈표 4-9〉 세종학당 문화인턴 파견 현황

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
파견 기관	2개국 2개소	9개국 12개소	11개국 13개소	8개국 11개소	14개국 20개소	18개국 25개소	17개국 24개소	-	17개국 39개소 (비대면)
파견 인원	2명	15명	15명	12명	21명	32명	41명	-	14명 (비대면)

출처 : 세종학당재단 내부 자료 재구성

※ 2020년에는 코로나 19로 인해 2020년에는 세종학당 상·하반기 문화인턴 파견이 취소되었으며, 2021년에는 문화인턴 파견 사업이 비대면으로 추진·운영됨

나. 세종학당 문화 프로그램의 쟁점

- 현지 한국문화 수요와 제공되는 한국문화 프로그램과의 불일치
 - 현지 한류의 인기로 한국 대중문화 프로그램에 대한 수요가 높으나, 제공되는 프로그램들은 한국 관련 전통문화 체험형, 한류 관련 초급 체험형(댄스 프로그램 등)에 그치고 있음
 - 세종학당 유입 학생들은 대부분 한국 문화콘텐츠에 대한 관심으로부터 한국어에 대한 관심이 파생된 경우이며 한국어 학습을 통해 더 많은 한국 문화콘텐츠를 즐기고자 하는 욕구가 높으나, 현지 세종학당의 문화 프로그램으로는 이에 대한 충분한 대응을 하지 못하고 있는 실정임
- 현지 학생들의 수요와 관심이 높은 대중문화콘텐츠 활용 권고
 - 현지 학생들의 한국문화에 대한 관심과 수요에 맞추어 세종학당 문화사업 프로그램의 방향과 구성을 문화콘텐츠에 집중시킬 필요가 있음

6. 한국국제교류재단(Korea Foundation)

가. 한국국제교류재단 개요²⁴⁾

- 한국국제교류재단 설립 목적
 - 한국국제교류재단은 대한민국과 외국 간의 각종 교류 사업을 통해 국제사회에

24) 한국국제교류재단 홈페이지(<https://www.kf.or.kr/kf/main.do?langTy=KOR>)

서 한국에 대한 올바른 인식과 이해를 도모하고 국제적 우호친선을 증진하고자 설립된(한국국제교류재단법 제1조²⁵⁾) 외교부 산하 기타공공기관임

- ‘글로벌 가치 실현 동반자, 대한민국 대표 공공외교 플랫폼’이라는 비전을 갖고 활동 중임

■ 한국국제교류재단 활동 내용

- 한국국제교류재단은 국제교류를 목적으로 하는 각종 행사의 주관, 지원 및 참가, 국제교류를 목적으로 하는 인사의 파견 및 초청, 국외에서의 한국연구의 지원 및 연구결과 보급, 국제사회에서의 한국에 대한 올바른 인식과 이해를 도모하기 위한 제반 활동, 외국의 주요 국제교류기관과의 교류·협력을 통한 국제적 우호친선의 증진, 기타 재단 설립목적을 달성하기 위하여 필요한 사업을 수행함
- KF의 주요 활동은 글로벌 네트워킹, 국민공공외교 사업, 문화교류, 한국학 등으로 구분됨

나. 한국국제교류재단 사업 인프라

■ KF글로벌센터

- 주한외국대사관 및 국내외의 관계 기관, 지자체 등이 협력해 각국 국민들의 상호 이해의 폭을 넓힐 수 있도록 전시, 공연, 영화, 학술 등의 문화교류를 추진하며, KF 글로벌 챌린저 프로그램을 통해 우리나라 인재들이 세계 글로벌 리더로 성장할 수 있도록 우수 기관에서 인턴십 기회를 제공함

■ 한국국제교류재단 해외사무소

- 한국국제교류재단은 해외 협력 사업의 원활한 진행을 위하여 도쿄를 비롯하여 한미미래센터, LA, 베이징, 모스크바, 베를린, 하노이, 자카르타 등에 해외사무소를 운영하고 있음

■ 한국국제교류재단 도쿄사무소 운영 사업

- 일반 시민들이 한국을 올바르게 이해하고 민간 차원의 한·일 교류를 활성화하기 위해 일본의 단체나 개인 등이 주관하는 각종 한국 및 한·일 관련 교류 활

25) 한국국제교류재단법(법률 제4414호) 1991. 12. 14. 제정

동을 수시 지원함

- 주요 사례로 K-BOOK 페스티벌, KF 프렌즈 네트워크, 현지 대학의 한국학 기부강좌 및 워크숍 등이 있음

다. 한국국제교류재단 주요 사업

■ 글로벌네트워킹 사업

- 글로벌 주요 인사들 간의 네트워크를 형성하여 발전적인 협력 관계를 도모하여 한국에 대한 올바른 인식과 이해를 국제사회 전반에 제고하기 위해 지속적이고 제도화된 대화채널을 운영하는 사업임
- 청년 교류: 글로벌네트워킹 사업의 하나로, 미래 공공외교의 주역이 될 청년 간의 국제교류를 통하여 상호 이해의 폭을 넓히고 미래지향적 관계 구축을 위한 기반을 조성함. 일본과는 1972년부터 한·일 대학생 교류 사업을 진행하고 있음

■ 국민 공공외교 프로젝트

- 우리 국민들이 직접 참여하는 공공외교 활동으로, 공모를 통해 선발된 전문가와 청년팀이 전 세계를 누비며 한국을 알리는 문화외교 활동을 전개함

■ 문화교류 사업

- 세계 유수 박물관의 한국실을 활용한 한국 전시와 한국문화·예술 교육 프로그램 지원, 해외 박물관들이 한국 전문 기금큐레이터직 설치 지원, 한국미술을 담당하는 해외 큐레이터들의 한국 초청 및 워크숍 개최 지원 등을 통하여 소속 박물관의 한국 관련 소장품의 관리·활용에 대한 지식과 정보를 제공하고, 국내외 전문가들의 인적 네트워크 형성 기회를 제공함으로써 해외박물관 미술관의 한국실 및 한국프로그램 활성화를 도모함
- 해외 문화예술단체가 시행하는 한국 관련 문화예술행사를 지원하여 한국문화에 대한 이해 제고를 위하여 노력함
- 그밖에 재외공관과 협력하여 한국과의 교류가 미진한 지역 및 정치·외교·경제적 인 차원에서 전략적으로 중요한 지역·국가의 일반인을 대상으로 하는 문화예술

사업을 추진함

■ 한국학 연구 지원

- 해외 각국의 한국학 활성화를 위하여 한국학과 교수직 설치, 한국학 교원고용 지원, 한국학 객원교수 파견 등의 지원 사업과 한국 연구 후속세대 양성을 위한 외국인 한국학 전공 석·박사 과정생 장학금 지원 사업, 국내외 한국학 워크숍 개최 지원 등을 수행함

〈표 4-10〉 일본에서 전개되는 한국국제교류재단 사업 사례

사업구분	사업 내용
글로벌네트워킹 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 한일포럼: 1993년 개최된 한일정상회담을 계기로 한국국제교류재단(Korea Foundation, KF)과 일본국제교류센터(Japan Center for International Exchange, JCIE)가 공동 주관하는 한일포럼은 개최 이후 양국이 번갈아 가며 개최하며, 상호 의견 교환과 토론을 통해 새로운 협력 관계를 모색함 • 한·일 대학생 교류 사업: 청년 교류 사업의 일환으로 1972년부터 한·일 양국 외교부 주최 한·일 대학생 교류 사업이 시행되고 있음
국민공공외교프로젝트	<ul style="list-style-type: none"> • 대학생 해외 교육 기부활동 동아리인「국인²⁶⁾」은 〈2023 KF국민공공외교 프로젝트〉로 일본 오사카, 교토, 나고야, 시즈오카, 요코하마에 있는 한국 학교와 한글 학교에서 재일동포 및 현지 일본인 대상 한글 교육, 한국문화 체험, 진로진학 멘토링, 교과 지도 등 나눔 및 체험 교실을 운영함
문화교류 사업	<ul style="list-style-type: none"> • 2023년 주히로시마총영사관, 주센다이총영사관, 주니가타총영사관과 함께 〈한국 퓨전국악의 밤〉 일본 지방 순회공연을 개최함
KF 도교사무소 사업	<ul style="list-style-type: none"> • K-BOOK 페스티벌: 현대 한국문학을 홍보하며 한국 문화에 대한 일반 시민들의 관심도를 높이기 위해 한국문학 낭독회, 한·일 작가의 대담 등의 이벤트 개최 • 게이오대 한국학 기부강좌 · KF 대학원생 장학생 워크숍 • KF 프렌즈 네트워크: 대학, 연구소, KF 사업 참가자, 장학생 등을 대상으로 하는 지역 네트워킹 강화 사업

7. 한일문화교류기금

■ 한일문화교류기금 개요

- 한일 양국의 문화교류 증진 및 강화, 상호 이해 및 신뢰 관계 구축을 위해 1984년 설립됨
- 한·일 문화교류를 목적으로 하는 한국 전문가 등의 일본 파견, 일본 문화인 초

26) 국민 홈페이지(<http://www.global-intelligence.co.kr/globalmentoring>)

빙 등을 시행하거나 지원하는 인적교류 사업과 교류 목적의 회의, 전시, 공연 등의 개최 및 지원, 한·일 문화교류 관련 자료수집, 연구, 출판 등의 사업을 시행함

〈표 4-11〉 한일문화교류기금 시행사업

사업명	내용
한일국제학술회의	역사교과서 왜곡 문제 개선을 위해 시작된 한일 합동 학술회의. 현재까지 36차례 개최되었음
한일문화강좌	1987년부터 개최된 정기적 한일 문화 강좌. 한국과 일본의 정치·경제·사회·문화 모든 방면에 걸쳐 한국 사회에서의 일본 이해를 도움
일본문화시찰단 파견	학계·언론계·문화예술계 인사를 중심으로 일본시찰단을 조직해 일본 유적지 및 문화시설 등을 시찰함과 동시에 일본 언론계·학계 등과 간담회를 마련해 한·일 간 역사와 문화를 비교 고찰
일한기금 방한단 안내	일한문화교류기금 한국 방문단과의 업무상 협력
출판사업	한일 문화 강좌 및 학술회의 발표 논문을 간추려 단행본 출판
청소년교류 지원	한일 양국 청소년의 교류의 장을 제공하는 교환 방문 사업. 한일 학생회의, 한일 학생포럼, 아시아 범학생연합의 연례회의를 후원함
학회간교류 지원	한일 양국 학자 간 협동 연구 촉진을 위한 학회 간 교류 지원

출처: 한일문화교류기금 홈페이지(<http://www.kjcf.org>)

제2절 일본의 한·일 문화교류 사업 현황

1. 일본 외무성(Ministry of Foreign Affairs of Japan)

- 일본 외무성 홍보 문화외교의 방향 및 추진 부서
 - 국제사회에 있어서의 정보통신의 발달, 민주화의 진전 등으로 일반 국민의 활동이 외교정책에 미치는 영향이 확대되면서, 각국의 시민에게 직접 작용하는 ‘홍보 문화외교’의 중요성이 증대됨에 따라 일본 외무성은 국내외의 다양한 주체와 협력하면서 외국에서의 일본에 대한 이해와 신뢰감을 높이기 위한 대치를 종합적으로 추진하고 있음
 - 일본 외무성 내 외무 보도관과 국제교류심의관에서는 홍보 문화외교에 대한 기본적인 방침을 기획하고, 국내외에 홍보, 정보 발신, 문화교류 등의 업무를 수행하고 있음

〈표 4-12〉 일본 외무성 조직구성 및 업무 내용

담당 부서		업무 내용
외무 보도관	홍보 문화외교 전략과 Public Diplomacy Strategy Division	국내외의 홍보, 보도 관계자에게 정보 발신, 문화 분야에 있어서의 국제 교류, 대일 이해의 증진에 관한 기본적인 방침을 기획, 책정 및 실시
	국내 홍보실 Domestic Public Relations Division	일본의 외교정책 등에 대한 국내 홍보
	전략적 대외 발신 거점실 Office for Strategic Communication Hub	재팬하우스 운영에 관한 업무
	IT 홍보실 Internet Public Relations Division	외무성 홈페이지나 소셜 미디어 등 인터넷을 통한 일본의 외교정책 등에 관한 정보의 발신
	의견수렴실 Office for Comment and Opinion	외교정책이나 외무성의 업무에 관한 국민 의견 수렴

담당 부서		업무 내용
	보도과 Press Division	국내 보도관계자에게 정보 발신
	국제 보도관실 International Press Division	일본의 외교정책 및 일본의 실상 등에 대한 외국 보도 관계자에게 정보 발신
국제 문화 교류 심의관	홍보 문화외교 전략과 Public Diplomacy Strategy Division	국내외의 홍보, 보도 관계자에게 정보 발신, 문화 분야에 있어서의 국제 교류, 대일 이해의 증진에 관한 기본적인 방침의 기획, 책정 및 실시
	문화교류·해외홍보과 Cultural Affairs and Overseas Public Relations Division	문화교류에 관한 외교정책. 국제교류기금과의 제휴에 의한 해외에서의 일본어 보급 사업, 일본 사정·외교 정책에 대한 해외 홍보
	국제문화협력실 Multilateral Cultural Cooperation Division	유네스코(유엔교육과학문화기관), 유엔대학에 관한 외교정책
	인물 교류실 Exchange Programs Division	인물 교류 사업의 촉진(국비유학생, JET프로그램, 스포츠교류 등)
	대일 이해 촉진 교류실 Friendship Ties Division	대일 이해 촉진 교류 프로그램의 추진

출처: 일본 외무성 홈페이지(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/index.html>)

■ 외무성 홍보 문화외교의 영역²⁷⁾

- 외교정책을 원활하고 효과적으로 실시하고, 세계인들의 일본에 대한 관심을 높이고 이해와 신뢰·친근감을 쌓기 위해 일본에 대한 다양한 정보를 적극적으로 발신함과 동시에 일본 문화의 소개와 인적교류, 해외에서의 일본어 보급에 대한 지원 등을 실시함
- (해외 홍보) 해외에서의 일본에 대한 올바른 이해를 촉진하고 대일 이미지·친근감 형성을 위해 정치, 경제, 사회, 문화 등 일본에 대한 정보 발신
- (문화교류) 국제교류기금과도 연계하여 일본의 전통문화와 팝 문화를 비롯한 다양한 일본의 매력을 소개하고 민간 단체의 국제교류 활동 지원
- (인적교류) 각국 지역 정부 관계자, 지식인, 문화인 등과의 교류, 유학생 교류, 청년 교류, 스포츠 교류 등 다양한 분야의 인적교류 실행
- (국제기구를 통한 협력) 문화·교육·학술 등의 분야에서 유네스코와 유엔 활동에

27) 일본 외무성 홈페이지 중 홍보 문화외교(<https://www.mofa.go.jp/mofaj/gaiko/culture/index.html>) 부분에 대한 소개자료를 기초로 연구자가 재정리함

협력

- (문화에 대한 자금지원) 개발도상국의 고유한 문화 유지 및 진흥 사업에 대한 무상자금 지원
- (대일 이해 촉진 교류 프로그램) 각국의 인재 초청·파견·온라인 교류 등을 통해 대일 이해를 촉진하는 사업 추진

〈표 4-13〉 일본 외무성 내 해외 문화 심의회의

해외 문화 심의회의(2008년 2월)의 「일본의 발신력 강화를 위한 시책과 체제」

- 외무대신 자문기구로 2006년부터 13회에 걸친 심의와 자문을 거쳐 「일본의 발신력 강화를 위한 시책과 체제: 일본의 이해자와 팬을 늘리기 위해」 보고서를 제출함
- 본 보고서에는 ① TV 국제 방송 강화, ② 일본어 교육의 확충, ③ 팝 문화 등 현대 일본 문화의 활용, ④ 지식층에의 발신 강화, ⑤ 각국, 지역에 대한 섬세한 대응이라는 5개의 방안을 제시함
- 팝 문화 등 현대 일본 문화 활용 방안
 - 만화, 애니메이션 등의 팝 문화, 음식, 디자인, 패션 등 현대 일본 문화를 문화 사업에 적극 도입하여 그 인기를 일본에 대한 관심으로 연계시킴
 - 이 관점에서 '국제만화상'과 '애니메이션 문화대사'를 적극 활용함
 - 싱가포르의 「재팬 · 크리에이티브 센터」를 현대 일본 문화 발신의 모델로 하여, 기존 문화교류 거점에서도 현대 일본 문화를 소개하며, 이에 적합한 콘텐츠를 충실히 확보함
 - 용이한 액세스를 확보하고 현대 일본 문화를 구현함으로써 젊은이를 비롯 폭넓은 층이 모이는 장소가 되도록 함
 - 현지 팝 문화, 이벤트 등과의 연계를 도모하거나 현지 미디어 등을 통해 최신 정보를 지속적으로 제공함

출처: 海外交流審議會(2008), 「日本の発信力強化のための 5つの提言」.

2. 문화청(Agency for Cultural Affairs)²⁸⁾

■ 문화청의 국제문화교류 업무

- 문화청은 일본 문부과학성 내 문화예술 정책을 담당하는 부처로 외국과의 상호 이해 촉진, 문화·예술가 등의 네트워크 형성·강화, 교류를 계기로 한 새로운 예술 창조 등 ‘국제문화교류·국제공헌’ 업무가 포함되어 있음
- ‘국제문화교류·국제공헌’의 세부 사업으로 일본의 다양한 문화예술의 대외 발신과 국제문화교류의 추진, 문화예술의 국제적인 창조·발신 거점 형성, 일본 전문가 파견 및 현지 인재 양성을 통해 해외 문화유산의 보호와 관련된 국제 협력 추진 등이 포함됨

28) 文化庁홈페이지 자료(<https://www.bunka.go.jp/index.html>)를 기초로 연구자가 재정리함

- 아티스트 인 레지던스(AIR)를 통한 국제문화교류 촉진 사업²⁹⁾
 - 국내외 예술가 등이 일정 기간 체류하고 다양한 교류를 통한 창작 활동 프로그램을 제공하는 사업
 - 국제적인 협력 관계를 통하여 국내외 예술가의 쌍방향 국제문화교류 활성화를 목적으로 2016년부터 실시함
 - 대상 예술 분야는 특별한 제한이 없다고 밝히고 있으나, 주로 순수예술 분야에 집중되어 있음

3. 일본 국제교류기금(Japan Foundation)³⁰⁾

가. 일본 국제교류기금 개요

- 일본 국제교류기금 설립 목적
 - 일본 외무성 소관 독립행정법인인 일본 국제교류기금은 국제문화교류 사업을 종합적, 효율적으로 행하기 위하여 일본에 대한 외국의 이해를 깊게 하고, 국제 상호 이해 증진, 문화 그 이외의 분야에서 세계에 공헌하고, 또한 양호한 국제 환경의 정비 및 일본의 조화 있는 대외관계의 유지, 발전에 기여하는 것을 목적으로 함(국제교류기금법 제3조 기금의 목적)
 - 국제교류기금의 활동은 국제문화교류의 목적으로 행하는 인물의 파견 및 초대, 해외에서의 일본 연구 지원 및 일본어의 보급, 국제문화교류를 목적으로 하는 행사 지원, 일본 문화 소개 및 국제문화교류에 필요한 자료의 작성, 수집, 교환 및 배포 등을 포함함
 - 일본 국내 도쿄 사무소를 본부로 21개 국가에 22개의 해외사무소를 보유하고 있으며, 한국 사무소는 일본국제교류기금의 19번째 해외 사무소임
- 일본 국제교류기금의 활동 목표
 - 일본문화와 예술을 해외에 소개하여 일본에 대한 이해를 촉진시킴

29) 文化庁(2017), 「アーティスト・イン・レジデンス活動支援を通じた国際文化交流促進事業募集案内」.

30) 国際交流基金 홈페이지(<https://www.jpf.go.jp/>)에 소개된 내용 기초로 연구자가 재정리함

- 해외의 우수한 문화예술의 수용과 국제 공동작업을 통한 국제 상호 이해를 지향
- 세계문화와 예술 분야의 창조, 발전을 도우며, 고유의 문화예술을 보존하고 진흥하는 작업을 통해 문화예술 분야의 발전에 공헌함
- 각국의 센터와 본부가 각각 담당하는 교류 영역에서 국제 상호 이해와 증진을 목적으로 다양한 행사를 개최하거나, 개인 및 단체에 공모를 통해 조성금을 제공하는 프로그램을 진행함

나. 분야별 사업

■ 문화예술 교류 사업

- 인적교류 사업: 사람과 사람과의 만남을 통해 일본을 둘러싼 네트워크가 만들어지는 것을 목표로 함. 쌍방향 지식인·예술가 등 문화 전문가의 교류를 통하여 일본 문화에 대한 이해를 도모함
- 시민·청소년 교류 사업: 지역문화 활성화에 관련된 인물들, 시민 단체, 청소년 등의 교류 활동을 지원하여 국제교류의 인재 육성과 네트워크 활성화를 꾀함
- 조형미술 교류: 전통 미술에서 현대 미술작품에 이르기까지 다양한 장르의 일본 조형미술을 세계에 소개하며, 소장작품의 해외 순회전 및 예술 이벤트 개최, 미술 관련 분야 사업을 지원함
- 무대예술 교류: 고전예능, 무용, 음악, 연극 등 전통에서 현대를 포함한 무대예술 분야에서 일본의 작품을 소개하거나, 다른 나라의 무대예술을 일본에 소개하는 사업을 진행함. 또한 일본과 세계 각국 아티스트 간의 국제 공동제작과 정보 교류를 통해 역동적인 교류를 지향함
- 출판 교류/번역 출판 조성: 일본 국내외 출판사와 협력하여 일본 문학작품을 번역, 일본 관계 서적을 세계 각국의 언어로 보급, 국제도서전 참가를 통해 일본 도서 소개
- 영상 교류: 일본 영화 상영 및 관련 문화 이벤트 (순회전 등)을 주최하고, 해외 여러 영화제를 지원함. 국내의 경우 부천국제판타스틱영화제, 서울국제실험영화페스티벌, 국제환경영화제 등을 지원하고 있으며, 2023 재팬 무비 페스티벌, 재팬 파운데이션 무비 페스티벌, 인천 미림극장 일본 영화 정기상영회, 무라타

사야카 작가 낭독회, 영화 개봉 기념 상영 및 토크, 시미즈 히로시 회고전 등을 개최하였음

〈표 4-14〉 일본국제교류기금 故이수현 기념사업

故이수현 기념사업

한국의 고등학생을 대상으로 방일 연수를 실시하여, 일본의 사회·문화에 대한 경험과 일본 청소년과의 교류를 통하여 상호 이해를 도모하고, 앞으로의 미래를 짚어질 양국의 청소년들이 바람직한 한일관계에 대해 생각하는 기회의 제공을 목적으로 함

출처: 國際交流基金홈페이지(https://www.jpf.or.kr/index/s4/s4_3_1.php?wr_id=2)

■ 해외 일본어 교육사업

- 일본과 세계 각국의 쌍방향 커뮤니케이션 증진과 상호 이해를 돕기 위해, 세계 각국의 일본어 교사 및 일본어 교육 지원, 일본어 교재 기증 등을 통해 일본어 교육을 강화함
- 일본 국제교류기금 서울문화센터의 일본어 교육 사업: 일본 국제교류기금 서울 문화센터에서는 일본어 교사 연수회, 일본어 교육 관련 세미나, 심포지움 개최 및 일본어 스피치, 퀴즈대회 등의 행사와 일본어 교육 전문가의 한국 내 중학교 및 고등학교 방문 수업, 대학의 일본어과 및 일본어 교육학과, 일본어 교육 관련 학회 출강 등을 지원함
- 일본 국제교류기금 본부의 일본어 교육 사업: 일본 국제교류기금 본부에서는 해외 일본어 교사 기초연수, 해외 일본어 교사 일본어 연수, 해외 일본어 교사 교수법 종합 연수, 해외 일본어 교사 온라인 연수 등 단체 연수 프로그램 및 문화·학술전문가 개인 대상 전문 일본어 연수를 수행하고 있음

■ 일본 연구 및 국제 대회, 네트워크 형성 사업

- 일본과 세계 각국과의 커뮤니케이션을 강화하고 다양한 분야 인재 육성 및 교류 확대를 지원하기 위하여 세계 각국의 지적 리더를 일본으로 초빙하거나 일본의 리더를 해외로 파견하고, 공동연구 네트워크 강화를 지원함
- 일본 연구 기반 정비 지원 사업: 한국 내 일본 연구 거점으로서의 정비를 돕고 일본 연구 기반을 강화하기 위하여 대학, 일본 연구센터 등 일본 연구 분야에 중요한 역할을 하는 기관에 객원교수 파견, 연구/회의 조성, 도서 확충, 교원

- 확충, 일본 연구 프로젝트 조성, 일본 연구 펠로십 지원 등의 사업을 수행함
- 일본 연구 네트워크 강화 지원: 일본과의 관계 강화를 위해, 관련 학회 또는 일본 유학 경험이 있는 일본 연구자 간의 네트워크 구축 및 지적 교류 촉진 사업 지원

■ 일본 연구자 지원

- 일본 연구 및 일본과의 커뮤니케이션 분야를 연구하는 전문 연구자(박사학위 소지자), 박사논문 집필자, 단기체재 연구자 지원

4. 주대한민국 일본국대사관

■ 주대한민국 일본국대사관 공보문화원

- 주대한민국일본대사관 내 문화교류와 대외 홍보를 담당하는 공보문화원은 전시, 공연, 워크숍, 콘테스트 등을 통해 전통예술부터 현대문화까지 다양한 일본 문화를 소개하고 있음

〈표 4-15〉 주한일본대사관 문화교류 사업

구분		사업명
문화 행사 (2021~2023)	강좌	• 일본가곡교실
	공연	• 한일 문화교류 공연 '동행' : 영화음악 콘서트
	대회	• 전국 대학생 일본어 연극 대회 • 한일 포토 콘테스트 • 전국 고등학생 일본어 비디오 콘테스트 • 전국 학생 일본어 연극 발표 대회 • 히라가나 가타카나 디자인 콘테스트 • 일본 국제만화상 • 전국 고등학생 일본어 스피치 대회 • 일본어 체험 콘테스트 • 한국 대학생 일본어 디베이트 대회 • 한일 교류 말하기 대회 • 아시아 국제 청소년 영화제
	세미나	• 한일 사회·문화 세미나
	전시/ 체험	• 여름 일본 문화 소개전: 일본의 연중행사나 생활 모습을 알아보는 다양한 소품과 콘텐츠들을 전시 • 신년 일본 문화 소개전: 일본의 전통적인 연중행사를 다양하게 소개하며 각종 체험 코너, 공연, 워크숍, 일본문화교실 등을 기획 • 일본 국제교류기금 해외 순회전 • 한일 문화교류 이케바나 전시회

구분		사업명
		<ul style="list-style-type: none"> 영화 홍보 전단 일한 비교전 한중일 3국 협력 사무국 10주년 기념 사진전 에도의 안내자 호쿠사이: 우키요에전 그림자 회화의 거장을 만난다 빛과 그림자의 판타지展
	행사	<ul style="list-style-type: none"> 재팬 위크: 서울 이외 대사관 관할 지역에서 격년 단위로 일주일간 다양한 일본 문화를 집중적으로 소개 한일 축제 한마당 : 2005년 한일 국교 정상화 40주년을 기념하는 양국 최대 규모의 민간 교류 행사 일본 유학 페어
인적 교류 사업	청년 교류	<ul style="list-style-type: none"> JET 프로그램 : 외국 청년 유치 사업. 일본 내 외국어 교육의 내실화 및 청년 교류를 통한 국제교류 발전을 꾀함
	청소년 교류	<ul style="list-style-type: none"> JENESYS(대일 이해 촉진 교류 프로그램) : 해외 거주 청년들을 대상으로 한 일본 이해 증진 프로그램. 일본 경험을 살린 액션 플랜을 기획하게 하여 민간 외교 기반을 확충
		<ul style="list-style-type: none"> Cool Japan 리포터: 외무성의 초청으로 일본에 방문하는 프로그램. 일본의 각종 시설 또는 학교 방문, 일본 방문 관련 테마에 대한 강의 수강 등이 포함 일본 문화원 리포터: 일본 문화원 주최 또는 후원 행사 등에 리포터로 참여
	조성 사업	<ul style="list-style-type: none"> 일한 문화교류기금 초청 펠로십: 양국 이미지 형성에 영향을 줄 수 있는 각 분야 지식인, 우수한 연구자를 일본으로 초청하는 지원 사업 일한 문화교류기금 오피니언 리더 육성 코스: 양국간 우호·협력 관계 촉진에 관련된 연구 지원을 목적으로, 정치 분야를 포함해 양국에서 활약하고 있는 신진 및 중견 세대 지식인을 초빙하여 조사 및 연구의 활동 기회를 제공함과 동시에 체재를 지원

출처: 주한일본대사관 홈페이지(https://www.kr.emb-japan.go.jp/cult/cul_guide_hist.html) 내용 재구성



■ 한일 축제 한마당

- 양국 우호증진을 목적으로 개최하는 한일 최대 규모의 민간 교류 행사
- 한일 문화교류, 시민 교류, 청소년 교류, 지방 자치 단체 교류 등 한일 우호를 목적으로 함
- Seoul Japan Club(SJC)에서 주한일본대사관, 일본 국제교류기금, 일한교류기금 및 외교부, 문체부, 해문홍 등의 후원을 받아 개최함

출처: 한일 축제 한마당 홈페이지(<https://omatsuri.kr/photo/4/2022001>)

5. 일한문화교류기금(日韓文化交流基金)³¹⁾

■ 일한문화교류기금 개요

- 일본문화교류기금은 1983년 한일 양국 국민 간의 상호 이해 증진과 신뢰 관계 발전을 위해 설립된 민간 단체로, 각종 청소년 교류 사업, 학술 교류, 풀뿌리 수준의 교류 지원 사업을 전개하고 있음

■ 청소년 교류

- 양국 중·고등학생, 대학생, 교원의 상호 방문 사업을 큰 규모로 실시하고 있으며, 테마에 따른 기관 견학, 강의 수강, 학교 방문, 홈스테이 등의 프로그램을 운영하고 있음

■ 펠로십

- 양국 국민 간의 우호·협력 관계 발전에 기여가 기대되는 내용을 주제로 한 조사나 연구 활동을 지원하여 양국 간의 지적 대화를 촉진함으로써 양국 학술문화 발전을 도모함
- 일한 양국 여론과 상대국에 대한 이미지 형성에 큰 영향을 미치고 있는 지식인 및 우수한 연구자들의 일본 초청(방일 펠로) 또는 한국 파견(방한 펠로)을 통한 방문·체재 연구 지원

■ 조성사업(교류 지원 사업)

- 지방자치체와 학교, NPO 단체를 통한 민간 수준의 교류 및 예술교류를 지원함

■ 출판간행물 지원 사업

- ‘일한문화교류기금NEWS’를 정기적으로 발행하여 활동 내역을 소개함
- 국제회의의 사업, 일한 공동 연구 포럼의 결과물인 ‘한일 공동 연구’ 총서시리즈 출간, 한국서 번역·도서·출판 사업으로 ‘한국의 학술과 문화’ 시리즈 발간, 한국 우량도서 출판 사업 ‘한국문학선 시리즈’ 발간 등을 진행함

31) 일한문화교류기금 홈페이지(<https://www.jkcf.or.jp/ko/>) 내용을 기초로 연구자가 재정리함

제3절 소결

- 국제문화교류에 있어 문화콘텐츠의 중요성은 인식하나 실제 활용은 제한적
 - 국제문화교류의 트렌드 변화에 따라 한·일 양국의 국제문화교류 정책 당국도 문화콘텐츠가 갖는 가치와 영향력에 주목하고 있음
 - 이에 문화콘텐츠 교류 사업이 점차 증가하고는 있으나 한·일 양국의 국제문화 교류 사업은 아직까지 대부분 전통문화 및 현대예술 중심의 기존 교류 사업에 초점이 맞추어져 있음
- 문화콘텐츠 교류 사업은 일회성 행사 및 보여주기식 사업이 주류
 - 콘텐츠를 활용한 국제교류 사업은 대부분 일회성 행사 위주로 구성되어 있어, 문화콘텐츠가 갖는 대중적인 관심과 영향력을 충분히 활용하기에는 제한적임
 - 또한 체험 내용이 미비해 실효성이 떨어지는 실감콘텐츠 조성사업이나 문화인턴 사업 등 한국의 문화콘텐츠를 보여주기식 수단으로만 이용하는 사업이 다수를 차지해, 교류 사업에 있어 문화콘텐츠의 적절한 활용에 대한 대책이 필요할 것으로 보임
 - 특히, 문화콘텐츠에 대한 한·일 양국 소비자들의 관심에 대응하고 이를 의미 있는 교류 사업으로 발전시키기 위해서는 문화콘텐츠 전문 프로그램 기획이 뒷받침 되어야 할 것으로 보임
- 문화콘텐츠 인적교류 사업 확대 필요성
 - 한 사회 및 대중들과 밀접한 관계를 형성하는 타문화와의 접점을 만드는 창작인력 인적교류 사업은 다양한 문화를 이해할 수 있게 하는 것은 물론 제작되는 콘텐츠를 다양하고 풍성하게 만드는 긍정적 역할을 함
 - 그러나 현재 한·일 문화교류 관련 기관에서 수행 중인 문화예술인 인적교류 사업은 전통문화, 현대예술 등 전통 및 순수예술 장르에 집중되어 있음

- 콘텐츠 산업 내 국제적 인력 교류를 위한 사업은 충분하지 않으며, 네트워킹 관련 사업은 수출 진흥을 위한 비즈니스 매칭 사업에 집중되어 있음
- 과거 만화 교류회, 방송인 교류회 등 문화콘텐츠의 한일 간 창작자 교류 사업이 진행된 적 있었으나 현재는 지원이 중단되거나 축소된 상황임
- 한·일 문화콘텐츠 산업에서 창작 인력 교류가 활성화될 경우 개인적인 창작 능력의 제고뿐 아니라 양국의 산업적 발전에도 크게 기여할 것으로 기대됨
- 향후 문화콘텐츠 창작인력의 교류가 전통문화 및 현대예술 인력교류 수준으로 활성화되어야 할 것임

한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

제5장

한·일 문화콘텐츠 교류에 대한 의견 조사

제1절 질적 조사: 전문가 및 한·일 대학생 인터뷰

1. 조사 개요

가. 전문가 심층 인터뷰

- 조사 목적
 - 한일관계에 문화콘텐츠가 미친 영향 파악
 - 한일 문화콘텐츠 교류의 문제점 진단
 - 한일 문화콘텐츠 교류 활성화 방안 및 효과 제고 방안 검토
- 조사 일시
 - 2023년 5월 3일 ~ 2023년 8월 11일
- 조사 방법
 - 1:1 대면 심층 인터뷰(Indepth Interview)
- 조사 대상: 총 9명

〈표 5-1〉 전문가 인터뷰 조사 대상

자문 위원	자문 일시	소속
A	2023-05-03	○○ 연구소 대표
B	2023-06-27	○○ 대학교 교수
C	2023-07-13	국제교류 관련 정부기관
D	2023-07-13	국제교류 관련 정부기관
E	2023-07-14	일본 ○○ 대학교 교수
F	2023-07-15	일본 ○○ 대학교 교수
G	2023-07-15	일본 ○○ 대학교 교수
H	2023-07-31	○○ 연구소
I	2023-08-11	일본 ○○ 대학교 교수

나. 한·일 대학생 및 유학생 FGI

- 조사의 목적
 - 한·일 문화콘텐츠에 관심을 갖게 된 계기 및 소비 행태 파악
 - 상대국 문화콘텐츠 소비에 미치는 사회적 압력 검토
 - 한·일 문화교류의 필요성 및 선호 방법 검토
 - 일본 대중문화 개방에 대한 의견 파악
- 조사 일시
 - 2023년 6월 20일 ~ 2023년 7월 31일
- 조사 방법
 - 집단심층면접(Focus Group Interview)
- 조사 대상: 총 14명

〈표 5-2〉 FGI 조사 대상

집단	인터뷰 날짜	참가자	소속
한국 내 일본 유학생	2023-06-20	SJ-A	○○대학교
		SJ-B	○○대학교
		SJ-C	○○대학교
		SJ-D	○○대학교
		SJ-E	○○대학교
일본 대학생	2023-07-14	SJ-F	일본 ○○○대학교
		SJ-G	일본 ○○○대학교
		SJ-H	일본 ○○○대학교
		SJ-I	일본 ○○○대학교
		SJ-J	일본 ○○○대학교
한국 대학생	2023-07-31	SK-K	○○대학교
		SK-L	○○대학교
		SK-M	○○대학교
		SK-N	○○대학교

2. 조사 결과

가. 상대국에 대한 인지·관심·호감 증대

■ 개인적 한일관계의 시작점이 되는 문화콘텐츠

- 한국과 일본 모두 대중문화콘텐츠 소비로부터 상대국에 대한 실질적 관계 형성이 시작됨
- 양국의 역사적·정치적 관계를 통해 고정된 인식으로 바라보던 상대국의 이미지는 문화콘텐츠 소비로 개인적 관계 맺기가 시작되며, 상대국에 대한 긍정적 관심과 호감으로 발전함

“어릴 때부터 만화나 애니메이션 덕질을 하다 보니까 일본문화를 자주 접하게 되면서 관심이 커졌어요.”(SK-K)

“친구들과 게임이나 애니메이션을 같이 보다가 드라마나 영화로 발전했고, 점차 일본 자체에 대한 관심으로 확대된 거 같아요.”(SK-L)

“K-POP이 일본에서 유행하면서 음악을 자주 듣고 관심을 갖게 됐어요. 중3 때 K-POP 가수의 뮤직비디오를 본 게 계기가 되었습니다.”(SJ-B)

“어릴 때 어머니가 할머니가 한국 드라마를 좋아해서 자연스럽게 한국 문화를 접하게 되었어요.”(SJ-C)

■ 문화콘텐츠 소비로 인한 한·일 젊은이들의 인식 변화

- 한국 문화콘텐츠를 활발하게 소비하는 일본 젊은층을 중심으로 한국을 ‘문화적으로 영향력 있는 나라’, ‘경쟁력 있는 국가’라는 인식이 확산되고 있음
- 한국 문화를 경시하던 기성세대와는 다른 이들의 인식 변화는 한국과 일본이 대등하게 문화교류를 전개할 수 있는 기반이 됨
- 한국에서의 일본 대중문화에 대한 관심은 No Japan 운동으로 한동안 가라앉았으나, 〈슬램덩크〉, 〈스즈메의 문단속〉 등 애니메이션이 흥행에 성공하고, 2023년 팬데믹 종료와 함께 일본 여행이 폭발적으로 증가하면서 다시 되살아나고 있음
- 위와 같은 현상은 정치적인 이슈가 한국 소비자 일본 문화콘텐츠 및 관광에 대한 자연스러운 관심과 소비를 저지하는 데에는 한계가 있음을 보여줌

“일본 젊은 세대들은 한류 붐 때문에 한국을 잘 사는 나라, 문화적으로 영향력 있는 나라, 경쟁력 있는 국가로 인식합니다. 기성세대와는 완전히 다른 인식을 갖고 있어요.”(F)

“요즘 한국 문화는 최신 유행을 이끌고 세련된 이미지가 있어요. 경쟁이 치열하다고 들었는데, 그걸 다 통과하고 왔다는 게 대단하게 느껴져요.”(SJ-F)

“〈슬램덩크〉나 〈스즈메의 문단속〉 같은 애니메이션을 보면서 (일본 문화콘텐츠가) 대중화된 느낌도 많이 받고 있습니다.”(SK-M)

■ 다양한 분야로 확산되는 문화콘텐츠의 파급효과

- K-POP, 드라마, 영화에 집중되어 있던 일본인들의 한국 문화콘텐츠에 대한 관심은 웹툰이나 만화, 출판물 등 타 문화콘텐츠로 확대되고 있음
- 전통문화나 현대예술에 대한 관심은 크지 않으나 문화콘텐츠의 파급효과로 뷰티 상품이나 한식, 한국어 학습 등에 대한 관심은 급증하고 있음
- 일본 만화나 애니메이션을 좋아하는 한국 젊은층은 만화나 애니메이션의 배경이 되는 일본 지역 관광이나 캐릭터 상품, 음식 등으로 점차 관심이 확대되는 경향을 보임
- 즉, 양국의 문화콘텐츠 소비는 단순히 문화콘텐츠 소비에서 끝나는 것이 아니라 타 콘텐츠나 관광, 관련 산업에까지 긍정적인 파급효과를 미치며, 상대국에 대한 친밀감과 이해의 폭을 넓히는 동인이 되고 있음

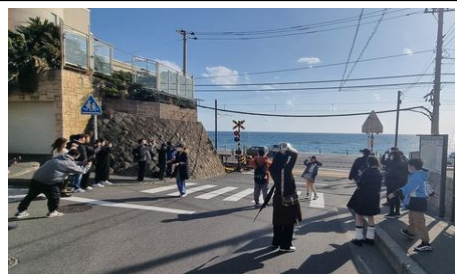
“하나를 좋아하면 음식이나 언어까지 옆으로 퍼져 나가는 작용도 활발해집니다.”(I)

“일본 분들이 한국 문화를 좀 더 폭넓게 받아들일 수 있게 하는 데 대중문화를 많이 활용하고 있어요. 한국어, 음식, 패션 이런 게 다 (문화콘텐츠와) 연결돼 있거든요.”(C)

“한류 이후 한국의 이미지가 급상승하는 것을 보고, 일본의 문화교류 정책은 2010년대 이후 만화나 애니메이션 같은 문화콘텐츠 중심으로 전환되었죠.”(B)



출처: 애니메이션 〈슬램덩크〉



출처: 조선일보(2023. 1. 26.), 日 '슬램덩크 성지' 인증샷
몸살... 한국 중화권 관광객들 몰려

■ 〈슬램덩크〉 성지 일본 가마쿠라시

- 애니메이션 〈슬램덩크〉의 배경이 되는 일본 가마쿠라시는 한국 내 〈슬램덩크〉의 흥행과 인기로 한국인 관광객이 급증하였음
- 관광객들은 가마쿠라역 앞 철길 건널목을 방문하여 '슬램덩크 인증샷'을 찍음

나. 정치와 문화콘텐츠와의 관계

■ 정치적 상황과 개인의 문화콘텐츠 소비 경향

- 한일 문화콘텐츠 소비자들은 정치적 상황과 개인적 소비와는 관련이 없다고 생각하며, 한·일 간 정치적 관계가 경색된 상태에서도 자신들의 상대국 문화콘텐츠 소비에는 변함이 없었다고 응답함
- 그러나 No Japan 운동 때 한국 소비자들은 일본 콘텐츠 소비에 대한 부정적 시선으로 인해 자신들의 소비를 드러내지 못했으며, 일본 소비자들도 한·일 간 정치적 관계가 악화되었을 때 한국 콘텐츠 소비에 주변 시선을 상당히 의식했을 을 토로함
- 양국 콘텐츠 소비자들은 정치적 갈등이 깊어진 시기에는 상대국 콘텐츠를 좋아하고 계속 소비하는 것에 대해 내적 갈등을 겪거나 죄책감을 느끼기도 함

“주변 영향을 받지 않았다고는 말 못하겠지만 개인적인 소비는 변하지 않은 것 같아요.”(SK-M)

“어릴 때 한국 문화를 좋아한다는 걸 주변에 알렸는데, 별로 좋지 않은 반응이 돌아왔었어요. 내가 갖고 있는 한국 이미지와 세상에서 받아들여지는 한국의 이미지가 다르다는 것을 알았죠. 그런데 K-POP이 유행하면서 점차 말하기가 쉬워졌어요.”(SK-K)

“한국 정치와 문화는 어느 정도 상관성이 있다고 생각해요. 하지만 정치에 대해 한국에 부정적인 이미지를 갖고 있다면 반대로 문화를 좋아해서 정치에 관해서도 호의적으로 받

아들일 수도 있을 거 같아요”(SJ-A)

“외교 관계가 나빠졌을 때, 성인으로서 내가 한국 메이커를 좋아해도 되는 걸까?라는 식으로 스스로 갈등했습니다.”(SK-B)

“작년까지는 사회 분위기 때문에 일본 콘텐츠를 드러내 놓고 소비하지 못했는데, 올해는 여행도 많이 가고 주변에서도 일본 콘텐츠를 많이 즐기는 걸 보면서 제 자신도 변하는 거 같아요.”(SK-N)

- 정치적 갈등은 실질적으로 양국의 문화콘텐츠 소비를 위축시킴
 - 정치적 관계가 개인의 문화콘텐츠 소비에 큰 영향을 미치지 않는다는 의견과는 달리, 경색으로 인한 사회의 부정적 시선은 한국이나 일본 모두 실질적인 소비의 위축을 가져옴
 - 상대국 문화콘텐츠에 대한 개인적 소비는 타인의 시선이 닿지 않는 곳으로 숨어들고, 드러내 놓고 즐기던 콘텐츠에 대해 이야기하기를 꺼리며, 사회적 분위기에 따라 지상파 등에서 방영되는 콘텐츠의 양과 방송에서의 언급도 줄어들음
 - 즉, 한·일 정치적 관계의 경색은 문화콘텐츠 소비의 한 축인 사회적 소비 행동을 억제함으로써 콘텐츠 소비의 붐업을 가라앉히고 대중적인 확산을 저해하면서 양국 문화콘텐츠의 실질적인 소비를 감소시킴

“아베 정권 시기 이명박 대통령의 독도 발언 이후 NHK나 후지TV 같은 공중파에서 한국 드라마 방영이 확 줄었어요.”(B)

“정치나 외교 관계가 나빠지면 한국문화를 좋아하는 것을 자제하게 되고 눈치도 보게 됩니다.”(F)

“노 재팬 운동할 때는 사회적 분위기 때문에 일본 콘텐츠를 보는 걸 드러내는 것 자체를 많이 자제했던 것 같고요.”(SK-M)

“일본 문화 소비가 사회적 지탄을 받을 만한 일은 아닌데, 아무래도 그런 사회 분위기에 서는 눈치를 볼 수밖에 없지요. 불편하지는 않았지만 들킬까 봐 눈치를 많이 보기는 했어요.”(SK-N)

“자유주의 국가에서 개인의 선택에 사회적 압력을 주는 것은 비합리적이라 생각합니다.”(SK-K)

다. 일본 대중문화 개방에 대한 의견

■ 일본 대중문화 개방에 대한 인식 현황

- 인터뷰 대상자인 한·일 대학생 대부분은 일본 대중문화가 한국에서 전면적으로 개방되지 않았다는 것을 인지하지 못하고 있었으며, 정보를 인지한 이후에는 이에 대한 놀라움과 부정적인 의견을 토로함
- 한·일 전문가들 모두 한쪽만 완전 개방되지 않은 상태에서의 교류는 비판의 여지가 있으며, 양국 문화산업이나 국민 인식에 좋지 않은 영향을 미칠 것으로 우려하였음
- 특히 일본 내 우파가 한국에서 일본 대중문화가 완전 개방되지 않은 것에 대해 ‘불공정 교류’라 주장하면서 일본 내 한류 확산을 저지하는 수단으로 이용하였음을 지적하고, 양국의 원활한 문화콘텐츠 교류를 위하여 한국 내 일본 대중문화 개방이 빠른 시일 내 이루어져야 한다고 주장함

“(일본 대중문화가) 다 개방되었다고 생각했는데 미완이었다는 걸 올해 알았어요. 20년도 더 된 정책이 아직까지 미완으로 남아 있다니 충격적이네요.”(SJ-A)

“한국에서 일본 대중문화가 완전 개방되지 않은 것에 대해 일본에서는 ‘불공정 교류’라는 인식이 팽배합니다. 지상파에서 한국 드라마 방영이 준 이유도 이 때문이구요.”(B)

■ 개방의 영향 및 필요성

- 전문가들은 글로벌 방송 환경의 변화로 국내에서 OTT를 통해 일본 영화 및 드라마 등 영상콘텐츠 시청이 자유로워짐에 따라 공중파에서 일본 드라마, 가요 등을 금지하는 것은 무의미하며, 일본 측에 불필요한 핑곗거리만 제공하는 것이라고 주장함
- 일본 대중문화 개방이 완료된다 해도 우리의 문화산업에는 부정적 영향은 거의 없을 것이며 오히려 일본에서의 한국 문화콘텐츠 확산에는 긍정적인 영향이 있을 것임을 강조하였음
- 한국 공중파에서 일본 콘텐츠의 방영은 큰 반향을 일으키지 못할 것이나, 일본의 경우 아직까지 공중파의 영향력이 크므로 NHK 등에서의 한국 방송 프로그램이 증가하면 한국 콘텐츠의 대중적인 확산을 이끌어 낼 수 있을 것이라는 긍정적 전망이 우세하였음

- 따라서 형식만 남은 규제가 양국의 문화콘텐츠 교류 활성화를 가로막는다면 과감하게 폐지하는 것이 수순이라고 제언함
- 궁극적으로 상호 동등한 입장에서 문화콘텐츠 교류는 양국 소비자들에게 다양한 콘텐츠를 폭넓게 즐길 수 있는 기회를 활성화하고, 이를 통해 서로에 대한 부정적 인식을 누그러뜨리고 이해를 증진하는 데 기여할 것으로 보임
- 그러나 한국 대학생 일부는 일본 대중문화 전면 개방은 과거의 잘못을 분명히 짚고 넘어가지 않으면 불가능하다고 주장하기도 함

“대중문화를 개방하면 한국에 대한 이미지 향상은 물론이고 한국에 대한 일본의 비판적 의견을 줄일 수 있어요.”(G)

“일본 내 한국 드라마 유통은 OTT로 넘어갔지만, 아직까지 일본에서는 지상파의 세력이 썩습니다. 지상파가 갖는 상징적 의미도 있고요. 일본 내 일상적이고 대중적인 접촉점을 늘리는 것이 한국 콘텐츠산업에 많은 도움이 될 겁니다.”(B)

“대중문화 개방은 오히려 일본 공중파에서 한국 콘텐츠 방영을 늘릴 계기가 될 수 있어요.”

“완전 개방은 서로의 문화산업을 발전시킬 거라 생각합니다.”(D)

“상호 동등한 교류가 필요하고, 폭넓게 콘텐츠를 즐길 수 있어서 개방 자체는 찬성하지만, 개방 이전에 역사적인 사실은 분명히 짚고 넘어가야 합니다.”(SK-N)

■ 전면 개방의 방법과 시기

- 교류 활성화 측면에서 전면 개방은 가능한 빠른 시일 내에 이루어지는 것이 바람직하나, 한일 간 정치적 상황 등을 고려하여 시기를 결정해야 한다고 의견이 모아짐
- 2023년은 김대중-오부치이 선언(1998년 9월)과 1차 일본 대중문화 개방(1998년 10월 8일)이 이루어진 지 25년이 되는 해이기 때문에, 일본 대중문화 개방을 마무리해야 하는 상징적인 의미를 부각할 필요가 있음
- 하지만 오염수 방류 문제 등 한일 간의 민감한 사항에 일본 대중문화개방의 의미가 퇴색되지 않도록 적절한 시기 조정이 필요할 것이라는 신중론도 있음
- 개방 시기와는 별도로 국민들에게 일본 대중문화 전면 개방의 필요성과 개방이 한류와 우리 문화산업 발전에 미칠 긍정적 영향을 명확히 알림으로써 개방에 대한 반감을 줄이고 개방으로 인한 효과를 인식할 수 있게 해야 한다고 제안함

“10월 8일 일본 개방 25주년에 시기를 맞추어 다 풀어버리는 것이 좋지 않을까요?”(C)

“한국 국내에서 정치적으로 이용되지 않았으면 좋겠습니다. 정치적 프레임이 씌워질 수 있으니 후쿠시마 오염수 문제 처리 과정을 보면서 정해야 할 것 같네요.”(H)

“정부가 일본 대중문화 전면 개방을 선언할 시에는 배경에 대한 충분한 설명이 필요합니다.”(G)

“개방 이후에는 문화시장을 공유하여 의욕과 동기가 생기고 비즈니스를 하는 데 심리적 장벽도 없어질 거예요.”(D)

라. 한·일 교류 활성화 방안

■ 문화콘텐츠의 일회성 교류 행사는 지양

- 문화콘텐츠 교류는 대부분 일회성 행사나 소비자 체험 행사에 집중되어 있는데, 휘발성이 높은 행사들은 문화산업 교역의 대체제가 되어 산업에 부정적 영향을 미칠 수 있음이 우려됨
- 문화콘텐츠 교류에서 일회성 행사 사업은 최대한 지양하되, 수교 행사 등으로 접점이 생긴 문화콘텐츠는 향후 지속적인 교류가 가능하도록 후속 조치에 힘을 기울여야 한다는 의견이 있었음

“교류 행사 하면 당연히 K-POP 아이돌이 와야 한다는 인식이 있는데 일회성으로 우리 것만 전달하는 건 공공외교의 효과가 없거든요.”(H)

“국가 이벤트가 데이터 축적이나 실제 산업 교류로 이어질 수 있게 정보 제공이나 활성화에 대한 후속 지원이 필요합니다.”(H)

“진정한 교류를 위해서는 서로의 정치적 입장은 뒤로 하고 시민 대 시민 간의 대화와 소통의 장이 필요합니다.”(A)

■ 문화콘텐츠 교류가 민간 시장을 침해하지 않아야

- 문화콘텐츠 교류 활성화가 자칫 민간 시장의 영역을 침해하지 않도록 주의를 기울여야 한다는 의견이 제시됨
- K-POP 교류 행사는 민간의 K-POP 공연의 대체제가 되어 시장의 티켓 파워를 저해할 수 있으며, 한국어 무료 학습은 한국어 학습 시장의 형성과 활성화를 막는 부작용이 있음을 인지하고, 교류 사업이 민간 시장을 침해하지 않도록 주의

해야 함

“공공에서의 콘텐츠 교류가 민간의 비즈니스를 건드리는 일들이 자주 발생하는 것 같은데, 비즈니스 영역까지 공공외교를 하는 것은 오히려 비즈니스에 방해가 될 수도 있어요.”(D)

“민간에서 대도시 중심으로 콘서트 수익 사업을 많이 하는데, 그런 건 공공에서 건드리지 말아야 합니다.”(D)

“한국 세종학당은 한국어 교육기관이라는 인식이 강하잖아요. 세종학당이 이렇게 있으니까 민간 학원 선생님들이 반대를 해요.”(C)

“시설 기관들의 목표는 한국어를 기술적으로 기능적으로 교육하는 건데 세종학당의 공적인 목표는 한국문화의 전파예요. 근본적인 설립 취지의 차이가 있습니다. 같이 공존해 갈 수 있도록 교통정리가 필요해요.”(C)

- 문화콘텐츠의 교류는 양국의 이해 증진과 더불어 산업 발전도 고려해야
 - 문화콘텐츠의 교류는 양국의 친밀감과 이해 증진 외에 산업적인 발전도 함께 고려해야 한다는 의견이 제시됨
 - 문화콘텐츠 산업 인력, 특히 젊은 인력들의 인적교류는 상대 문화산업에 대한 이해를 증진시켜 개인의 산업적·예술적 성장을 이끌 뿐 아니라 새로운 비즈니스 기회 창출로 이어질 수도 있음
 - 문화콘텐츠 교류의 일환으로 양국 문화산업 전문 인력 교류 프로그램을 활성화 시켜, 이들의 교류가 추후 산업 발전에 기여할 수 있도록 설계해야 함

“문화콘텐츠 관련 전문가, 학생, 초심자들의 인적교류를 활성화해야 합니다. 차세대 인재 초청 교류는 개인의 창작 의욕을 고취시키고 개별 비즈니스 발전에 기여할 겁니다.”(A)

“인적교류 활성화는 천천히 산업의 다양화와 한일 간 산업 발전에 기여할 수 있어요.”(H)

“교류는 교류로 끝나지 않고 합작영화, 드라마 리메이크, 연출자나 출연자 교류, 촬영지 제공 같은 결과로 활성화됩니다. 아시아 드라마 컨퍼런스도 각 지역 영상위원회 촬영 협조에 대한 홍보의 장이 되기도 했어요.”(D)

- 문화콘텐츠 교류 프로그램의 전문적 기획 개발을 통한 민간 교류 활성화
 - 영상콘텐츠, 음악, 웹툰 등은 양국 젊은 층의 원활한 소통을 용이하게 하는 주요한 매개체이므로, 이를 활용한 일반인 교류 프로그램 활성화도 강화되어야 함

- 언어, 음식, 패션, 여행 등 문화콘텐츠에 등장하는 다양한 산업 영역과의 연계 또는 전통문화, 현대문화 등 타문화 장르와의 연계 프로그램은 타 산업과 문화에 대한 관심으로 확대시킴
- 대중들의 많은 관심과 호감을 갖고 있는 문화콘텐츠 교류 프로그램이 기존 틀을 벗어나기 위해서는 전문적인 프로그램 기획·개발 지원이 시급함
- 전통공연이나 현대예술 전시 등에 한정되어 있는 Kofice의 해외 문화원 지원 프로그램을 문화콘텐츠까지 확장한다면 전문화된 문화콘텐츠 프로그램 공급이 가능할 것임
- 수교 행사를 통해 문화콘텐츠 산업 주체들이 새롭게 교류할 수 있는 통로를 구축하고 후속 프로그램을 강화함으로써 행사가 일회성으로 끝나지 않도록 해야 함

“예를 들어서 대장금에서 소개됐던 요리를 한다거나, 영화에서 소개된 요리를 만들어보는 활동을 해보면서 파생적인 효과를 내는 게 대중문화하고 한국문화 확산을 이끄는 동인 같아요.”(I)

“영국문화원이 현지 기관과 오랜 시간을 투자해 V&A 한류 전시회나 이상봉 전시회 같은 한국 문화 프로그램을 함께 개최했을 때 반응이 좋았거든요. 기업의 사회공헌 활동을 이용하면 다수의 지원을 끌어들이 수 있습니다.”(H)

“일회성 행사로 끝나는 게 아니라 지속적인 교류 사업으로 이어지도록 만들어야 해요. 좋은 계기로 문화인들이 만났는데, 이 기회가 이어질 수 있도록 잘 활용해야지요. 그리고 지금은 중단된 아시아 드라마 컨퍼런스나, 만진원의 한일 작가교류회 같은 활동이 지속될 수 있도록 지원이 필요합니다.”(H)

제2절 양적 조사: 한·일 유학생 설문 조사

1. 조사 개요

■ 조사의 목적

- 한·일 유학생 대상 상대국 문화콘텐츠 소비 행태 및 문화콘텐츠 교류에 관한 의견 분석을 통해 한일 문화콘텐츠 교류의 문제점을 진단하고 교류 활성화 방안 등을 검토함

■ 조사 설계

〈표 5-3〉 조사 설계

구분	내용
조사 대상 ³²⁾	- 일본 내 한국 유학생 - 한국 내 일본 유학생
조사 방법	- Mobile Survey
유효 표본 ³³⁾	- 일본 내 한국 유학생 총 200명 - 한국 내 일본 유학생 총 63명
조사 기간	- 2023년 7월 26일 ~ 2023년 8월 22일

■ 응답자 특성

〈표 5-4〉 응답자 특성

구분		일본 내 한국 유학생		한국 내 일본 유학생	
		%	명	%	명
체류 자격	어학연수생	36.5	73	66.7	40
	학부생	53.5	107	20.6	12
	대학원생	7.0	14	3.2	2
	기타	3.0	6	9.5	6
체류 기간	1년 미만	24.0	48	79.4	48
	1년~3년 미만	58.5	117	14.3	9
	3년 이상	17.5	35	6.3	4

32) 일본 내 한국 유학생: 이하 한국 유학생으로 표기함 / 한국 내 일본 유학생: 이하 일본 유학생으로 표기함

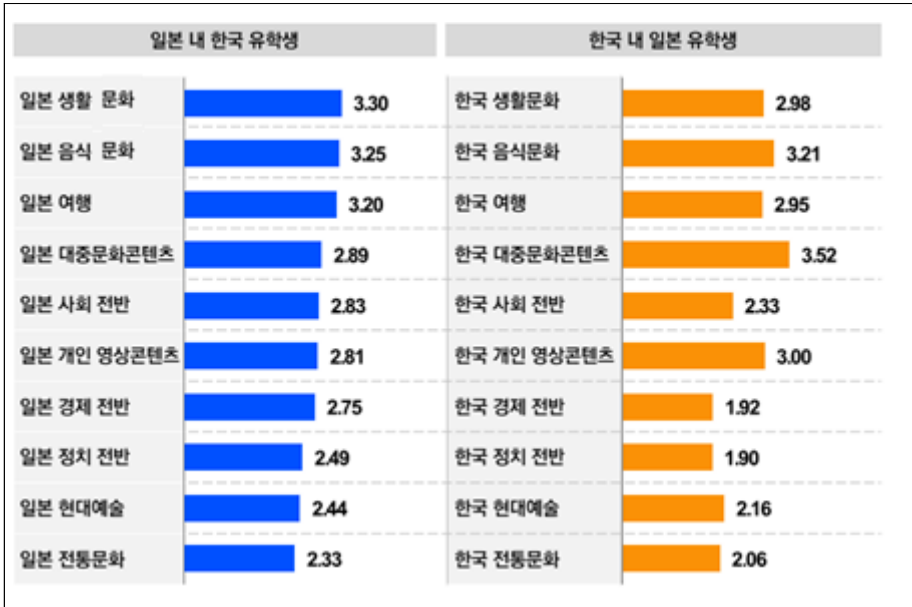
33) 한국과 일본 유학생의 유효 표본 수의 차이는 스노우볼 방식으로 표본 수집을 하는 과정과 조사 기간의 한계에 기인한 것임

2. 조사 결과

가. 상대국에 대한 인지도·호감도·이미지

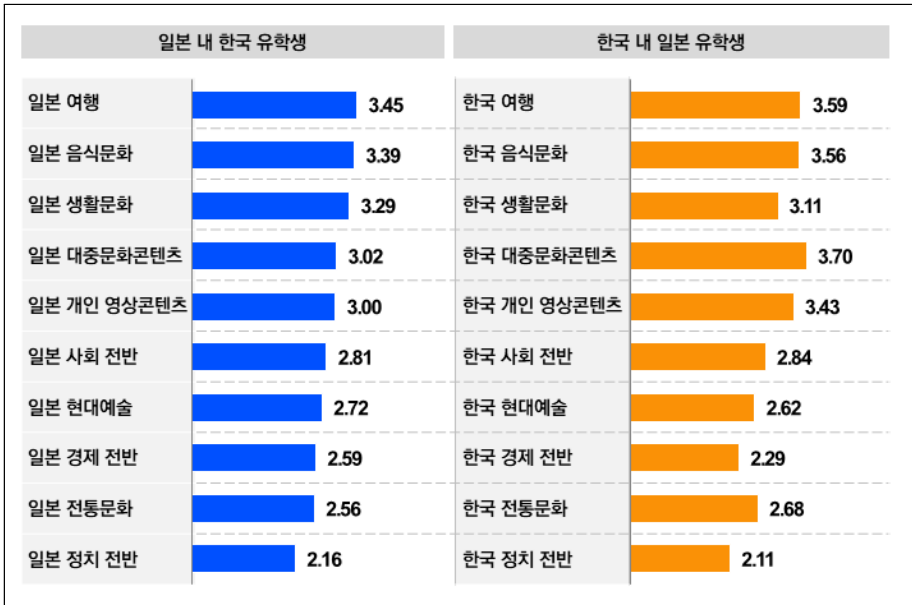
- (한국) 일본 생활 문화에 대한 인지도 · 호감도, (일본) 한국 대중문화에 대한 인지도 · 호감도
 - 한국 유학생은 일본과 관련하여 ‘일본 생활 문화’, ‘일본 음식 문화’, ‘일본 여행’에 대한 인지도가 4점 척도 중 3점 이상으로 높게 나타났으며, 그다음으로 ‘일본 대중문화콘텐츠’, ‘일본 사회 전반’ 순으로 나타남
 - 반면, 일본 유학생은 ‘한국 대중문화콘텐츠’에 대한 인지도가 4점 척도 중 3.52점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘한국 음식 문화’, ‘한국 개인 영상콘텐츠’, ‘한국 생활 문화’, ‘한국 여행’ 인지도가 3점 내외로 높게 나타남
 - 호감도 역시 인지도와 유사한 패턴을 보였으며, 그중 일본인의 한국 대중문화에 대한 호감도가 3.7로 양국을 통틀어 가장 높은 점수를 보였음
- 대중문화에 비해 상대적으로 낮은 전통문화·현대 예술의 인지도와 호감도
 - 대중문화콘텐츠에 대한 인지도 · 호감도는 양국 모두에서 높은 점수를 보였으나 (한국 유학생 2.89, 3.02 / 일본 유학생 3.52, 3.70) 현대 예술과 전통문화에 대한 인지도와 호감도는(한국 유학생 2.56, 2.72 / 일본 유학생 2.68, 2.62) 상대적으로 낮게 나타남
 - 즉, 상대국에 대해 알고 호감을 갖게 되는 데에는 대중문화가 전통문화나 현대 예술에 비해 매우 강력한 효과가 있음을 보여줌

[그림 5-1] 각 분야별 인지도



* Base: 일본 내 한국 유학생(n=200), 한국 내 일본 유학생(n=63), 단위: 4점 척도/점

[그림 5-2] 각 분야별 호감도

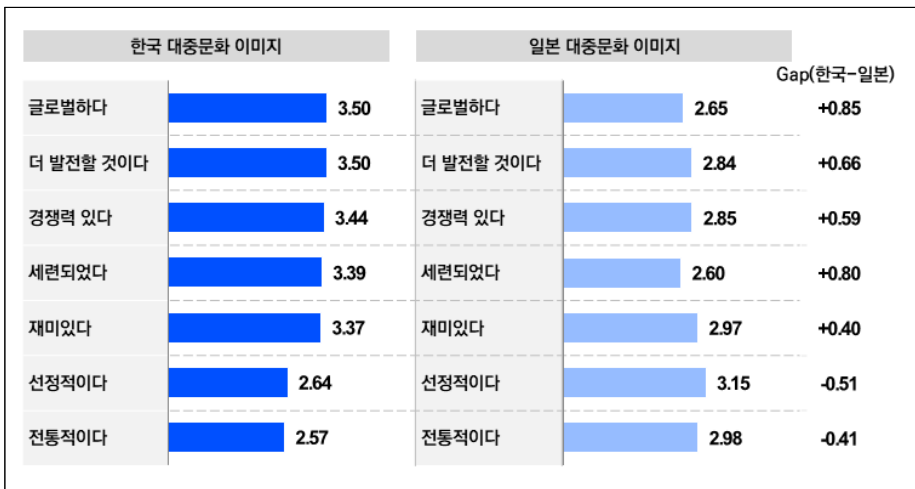


* Base: 일본 내 한국 유학생(n=200), 한국 내 일본 유학생(n=63), 단위: 4점 척도/점

■ 한·일 대중문화 이미지

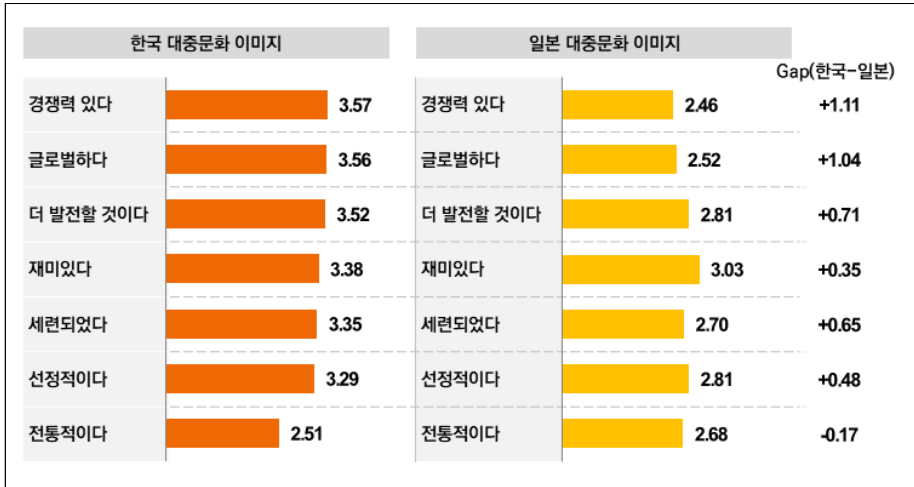
- 한·일 학생들 모두 한국 대중문화에 대한 이미지는 ‘경쟁력이 있고’, ‘글로벌하며’, ‘더 발전할 것’이고, ‘세련되었다’고 인지하고 있음
- 일본 대중문화에 대한 이미지는 ‘전통적이다’라는 항목에서 한·일 유학생 모두 한국보다 높은 점수를 주었음
- 한국 학생들의 자국 대중문화에 대해 선정적인 이미지는 매우 낮게 나타났으나, 일본 대중문화의 선정적인 이미지에 대해서는 가장 높은 점수를 주었음
- 반면, 일본 학생들은 자국 콘텐츠보다 한국 콘텐츠가 더 선정적이라는 이미지를 갖고 있음

[그림 5-3] 일본 내 한국 유학생의 한국 vs. 일본 대중문화 이미지



* Base: 일본 내 한국 유학생(n=200) 단위: 4점 척도/점

[그림 5-4] 한국 내 일본 유학생의 한국 vs 일본 대중문화 이미지



* Base: 한국 내 일본 유학생(n=63), 단위: 4점 척도/점

나. 상대국 대중문화 소비에 대한 사회적 시선

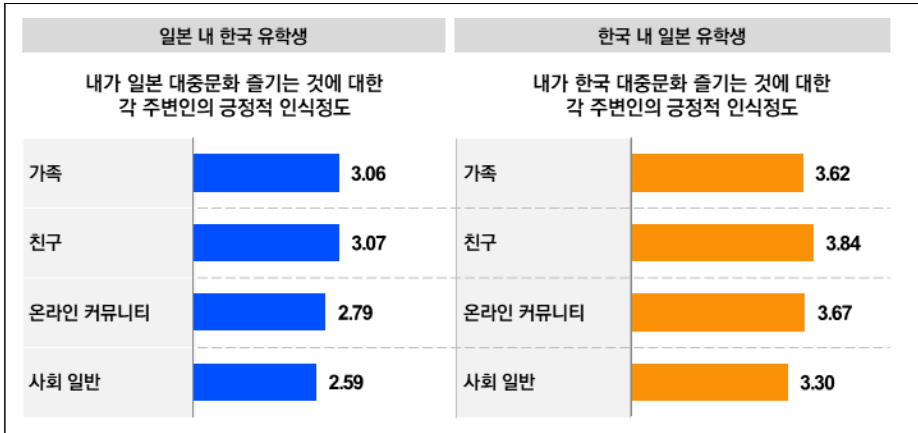
■ 주변 사람들의 시선과 사회적 시선

- 한·일 학생들은 모두 상대국의 대중문화를 소비하는 것에 대해 가족이나 친구, 온라인 커뮤니티, 사회 일반의 시선이 부정적이지 않다고 응답함
- 일본 유학생의 경우 ‘친구’(3.84), ‘온라인 커뮤니티’(3.67), ‘가족’(3.62), ‘사회 일반’(3.3)의 긍정 인식은 모두 3점 이상이었으며, 특히 친구의 긍정 인식이 매우 높게 나타났음
- 반면, 한국의 경우 ‘친구’(3.07)나 ‘가족’(3.06)의 긍정 인식은 3점을 겨우 넘겼으며, ‘온라인 커뮤니티’(2.79)나 ‘사회 일반’(2.59)의 긍정 인식은 3점 이하로 나타남. 특히, ‘사회 일반’의 긍정 인식은 2.59로 가장 낮게 나타나, 한국 사회에서 일본 대중문화 소비에 대해 부정적 인식이 많이 확산되어 있음을 보여줌

■ 부정적 시선의 이유(부정적이라고 답한 응답자 대상)

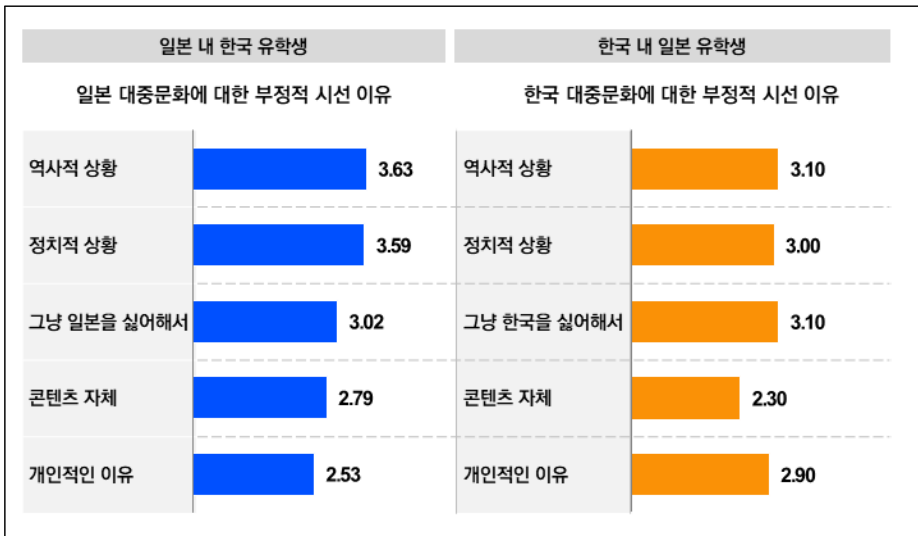
- 한·일 학생들은 상대국 대중문화 소비에 대한 부정적 시선의 주요 이유로 ‘역사적 상황’과 ‘정치적 상황’, 또는 ‘그냥 일본을 싫어해서’를 꼽았음
- 한국 학생들이 일본 학생들보다 부정적 시선의 원인으로 역사와 정치 상황을 더 많이 지적하였음

[그림 5-5] 내가 일본/한국 대중문화 즐기는 것에 대한 주변인의 인식



* Base: 일본 내 한국 유학생(n=200), 한국 내 일본 유학생(n=63), 단위: 4점 척도/점

[그림 5-6] 일본/한국 대중문화에 대한 부정적 시선 이유



* Base: 일본 내 한국 유학생(n=126), 한국 내 일본 유학생(n=10), 단위: 4점 척도/점

다. 한국 지상파의 일본 드라마/오락/가요 프로그램 방영 금지 인지

■ 방영 금지에 대한 인지

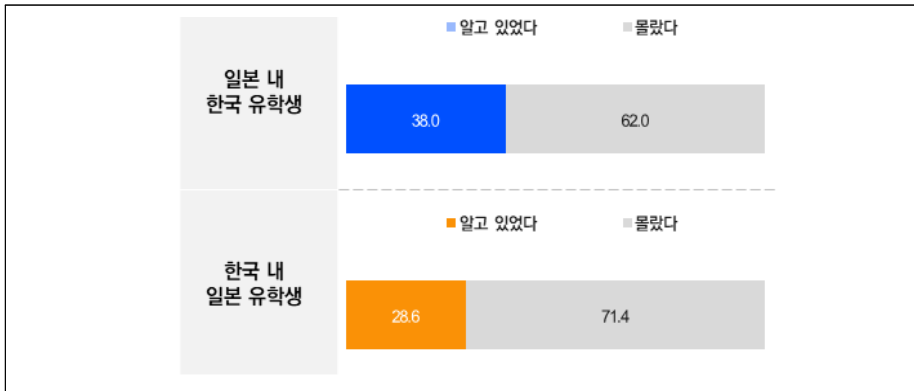
- 한국 지상파에서 일본 드라마/오락/가요 프로그램 방영이 금지된 것에 대한 인지는 한국 유학생의 38%, 한국 내 일본 유학생의 28.6%로 매우 낮게 나타나,

양국 유학생 모두 방영 금지에 대한 인지가 높지 않음을 보여줌

■ 완전 개방 미만에 대한 의견

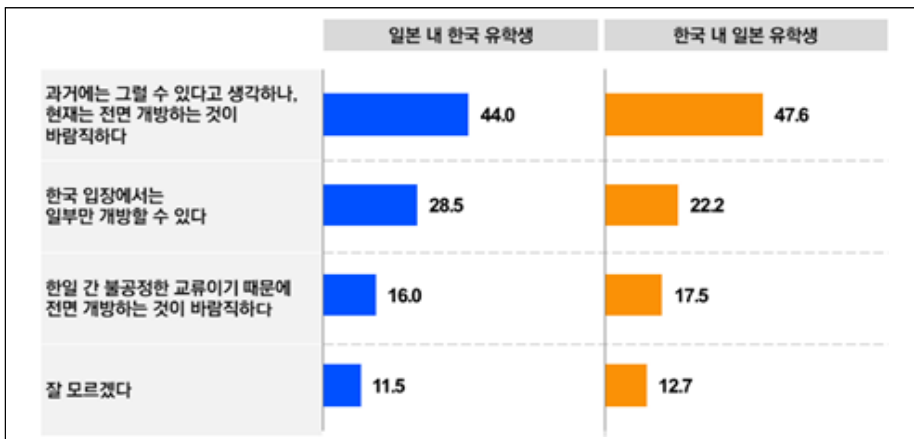
- 한국에서 일본 대중문화를 완전히 개방하지 않는 것에 대해 한국 유학생, 일본 유학생 모두 ‘과거에는 그럴 수 있다고 생각하나, 현재는 전면 개방하는 것이 바람직하다’를 응답한 비율이 각각 44%, 47.6%로 가장 높게 나타났으며, ‘한국 입장에서는 일부만 개방할 수 있다’가 20%대로 나타남
- 두 의견을 합친 전면 개방 지지 의견은 한국 학생 60%, 일본 학생 65.1%로 모두 과반이 넘었음

[그림 5-7] 한국 지상파 일본 드라마/오락/가요 프로그램 방영 금지 인지 여부



* Base: 일본 내 한국 유학생(n=200), 한국 내 일본 유학생(n=63), 단위: %

[그림 5-8] 한국에서 일본 대중문화 완전히 개방하지 않는 정책에 대한 의견



* Base: 일본 내 한국 유학생(n=200), 한국 내 일본 유학생(n=63), 단위: %

라. 유학 중 참여 경험이 있는 프로그램 / 참여하고 싶은 프로그램

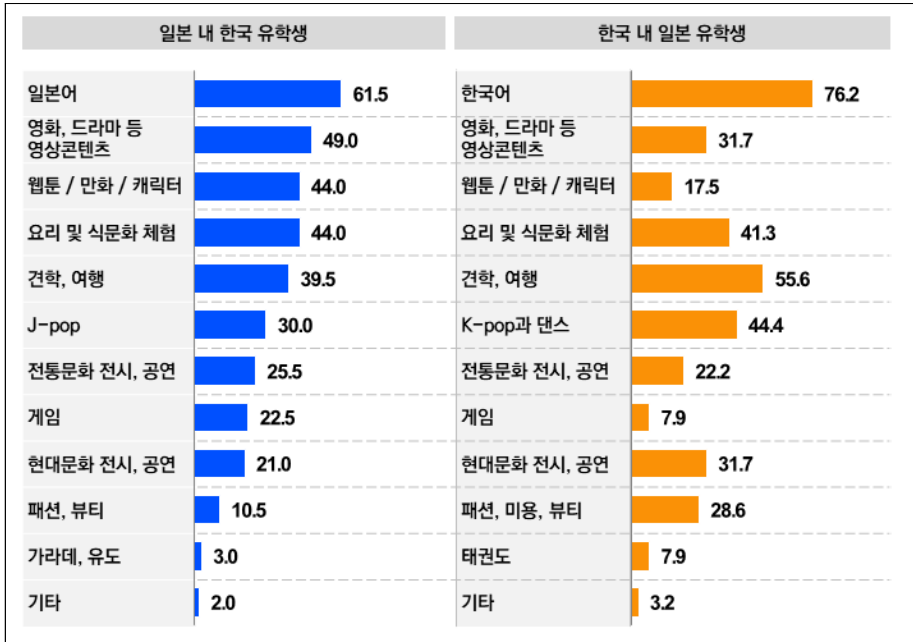
■ 한국 유학생의 참여 경험 / 참여 희망 프로그램

- 한국 유학생은 일본 학교나 기관에서 제공하는 ‘어학’ 및 ‘영화, 드라마 등 영상 콘텐츠’, ‘웹툰/만화/캐릭터’, ‘요리 및 식문화 체험’ 프로그램 참여 경험은 각각 40% 이상으로 높게 나타남
- 반면 ‘전통문화 전시 공연’은 25.5%, ‘현대문화 전시, 공연’은 21%로 상대적으로 낮았음
- 참여 경험보다 희망 프로그램에서 대중문화콘텐츠 선호 경향이 더욱 두드러지게 나타나, ‘영화, 드라마 등 영상콘텐츠’에 참여 희망 비율은 51%인데 반해 전통문화 전시, 공연은 21%, 현대문화 전시 공연은 13.5로 그 차이가 경험의 차이보다 더욱 크게 나타남

■ 일본 유학생의 참여 경험 / 참여 희망 프로그램

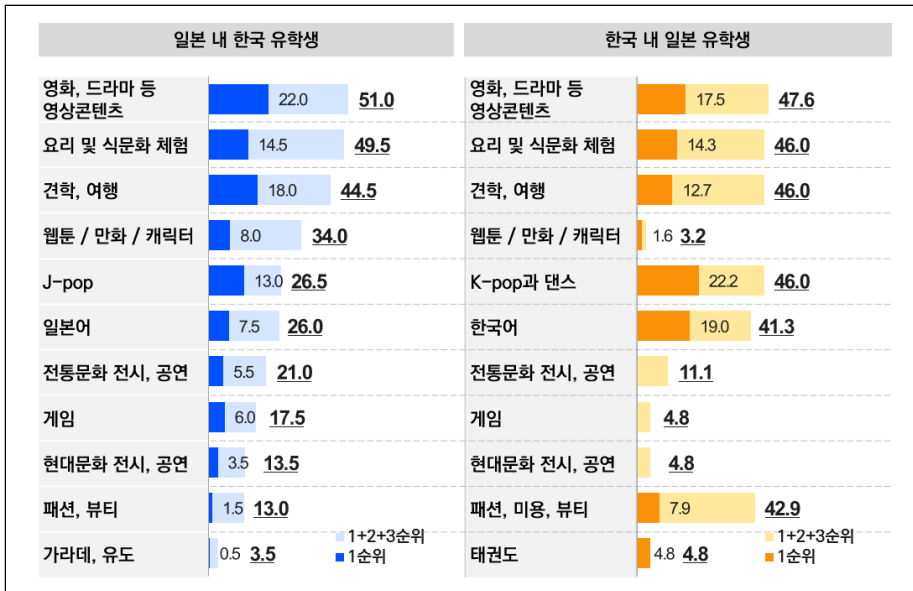
- 일본 유학생은 ‘한국어’, ‘견학, 여행’, ‘K-POP과 댄스’, ‘요리 및 식문화 체험’ 참여 경험이 40% 이상으로 높게 나타났으나 ‘영화, 드라마 등 영상콘텐츠’는 31.7%로 상대적으로 낮게 나타남
- 그러나 희망사항에서는 ‘영화, 드라마 등 영상콘텐츠’가 47.6%로 가장 높게 나타나 실제 경험과 희망 간의 차이를 드러냄
- ‘견학, 여행’, ‘K-POP과 댄스’, ‘요리 및 식문화 체험’ 희망이 45% 이상의 비율을 보였으며, 패션, 미용, 뷰티에 대한 희망도 42.9% 높게 나타나 한류의 파급 효과를 실감케 함
- 반면, ‘전통문화 전시, 공연’ 희망은 11.1%, ‘현대문화 전시, 공연’ 희망은 4.8% 대중문화콘텐츠에 대한 쏠림 현상이 한국 유학생보다 더욱 두드러지게 나타남

[그림 5-9] 참여 경험 프로그램



* Base: 일본 내 한국 유학생(n=200), 한국 내 일본 유학생(n=63), 단위:%

[그림 5-10] 참여하고 싶은 프로그램



* Base: 일본 내 한국 유학생(n=200), 한국 내 일본 유학생(n=63), 단위:%

제3절 소결

- 상대 국가와 친밀해지기 가장 좋은 수단은 문화콘텐츠
 - 설문 조사 및 FGI에 참여한 한·일 양국 젊은층은 만화·애니메이션·음악·드라마 등 문화콘텐츠를 통하여 상대국가와의 개인적인 접점이 생겼으며, 이후 문화콘텐츠의 소비는 상대국에 대한 관심과 호감으로 이어짐
 - 하지만 여전히 전통문화나 문화예술이 양국의 문화교류의 주요 수단으로 이용되고 있으며, 정작 젊은층의 희망과 실질적인 교류 프로그램과는 큰 차이가 존재하고 있음
- 정치적인 갈등은 문화콘텐츠 소비를 수면 하로 눌러버림
 - 한·일 양국 응답자 대부분은 정치적인 갈등이 개인적인 소비에 영향을 미치지 않는다고 답했으나, 양국의 관계가 경색되는 시기에는 주변인과 사회적 시선을 의식할 수밖에 없음을 토로함
 - 따라서 정치적 갈등기에는 상대국 문화콘텐츠의 개인적 소비는 줄지 않아도, 이를 드러내거나 사회적으로 함께 소비하는 경향이 줄어들면서 수면 하의 소비가 이어짐
- 정치적인 갈등기에는 대중적인 확산은 제한적
 - 정치적 갈등기의 사회적 소비 축소는 양국 문화콘텐츠의 대중적 확산을 저해하며, 결국 양국의 문화콘텐츠 산업에도 부정적 영향을 미침
 - 상대국에 대한 친밀감 형성이나 이해와 신뢰 구축에 중요한 매개체인 문화콘텐츠의 소비 저하는 양국 교류와 협력의 주요 자산에 있어서도 큰 손실임
- 일본 대중문화 개방에 대한 인지와 의견
 - 한·일 대학생의 2/3 이상이 일본 대중문화 개방이 완료되지 않았음을 인지하지 못하고 있었음. 대부분 일본 대중문화 개방은 이미 완료되었다고 생각했으

며, 미완임을 인지한 이후에는 가능한 조속한 시일 내 일본 대중문화 개방이 완료되어야 한다는 의견이 다수로 나타남

- 전문가들 역시 일본 대중문화 개방이 완료되지 않았음 염려하였는데, 특히 일본의 일부 세력이 ‘한·일 간 불공정 교류’를 문제 삼는 것이 한일 문화콘텐츠 교역 및 양국의 문화산업, 한일관계 등에 부정적 영향을 미칠 수 있음을 우려함

■ 일본 대중문화 개방의 영향

- 전문가들은 1998년 처음 일본 대중문화 개방이 시행되기 전에는 일본 대중문화 유입에 대한 우려가 매우 컸으나, 실제로는 우려했던 무분별한 일본 문화의 유입은 없었으며 오히려 한국 대중문화가 일본에 진출하는 데 있어 도움이 되었다고 주장함
- 이와 마찬가지로, 마지막 일본 대중문화 개방이 시행되어도 우리의 문화산업에 큰 영향이 없을 것이며, 양국 간 문화교역과 문화교류에 긍정적인 영향을 줄 것이라고 예상함

■ 한·일 문화교류의 방향

- 양국에 많은 소비자가 존재하는 문화콘텐츠는 어떤 장르보다도 국제교류의 좋은 매개체가 될 수 있으나, 현재 양국의 문화교류의 정책에서는 문화콘텐츠가 갖는 영향력과 가치를 십분 활용하지 못하고 있는 실정임
- 앞으로 양국 문화교류 사업에 있어 문화콘텐츠의 활용은 확대되어야 하며, 일회성 이벤트와 같은 제한적 이용에서 벗어나 양국의 콘텐츠 소비자 및 문화산업에 도움이 될 수 있는 방향으로 고도화해야 함
- 이를 위해서는 문화콘텐츠 전문가들의 프로그램 기획력이 뒷받침되어야 하며, 일회성 사업은 이후의 교류 사업과 연계될 수 있도록 체계적인 지원이 필요함
- 문화예술계의 인적교류를 벤치마킹하여 문화콘텐츠 산업의 신진 창작자 및 전문가의 인적교류를 활성화시킴으로써, 창작자의 개인적인 발전은 물론 업계의 교류·협력을 유도하여 양국이 함께 산업적 발전을 도모할 수 있도록 함
- 더불어, 문화콘텐츠 교류가 민간 시장에서의 교역을 침해하는 일이 없도록 교역의 범주와 교류의 범주를 명확히 구분하여 사업을 수행하도록 함

한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

제6장

한·일 문화콘텐츠 교류 활성화 방안

제1절 문화콘텐츠 교류 사업 고도화

1. 문화콘텐츠 교류에 대한 인식 전환

- 문화콘텐츠는 교역의 대상이자 교류의 대상임을 명확히 함
 - 문화콘텐츠는 교역의 대상이 되는 ‘상품’이므로 교류의 대상이 될 수 없다는 인식이 많이 퍼져 있어 문화콘텐츠 교류 프로그램이 오히려 활성화에 제약이 됨
 - 판매와 수익창출을 위한 문화콘텐츠는 거래와 교역의 관계를 형성하는 것이 기본이나, 문화콘텐츠를 통한 ‘교류’ 활동은 사회와 문화 간의 이해와 공감을 도모하고 다양한 문화 경험을 통해 상대국을 바라보는 지식과 시각을 넓히는 데 기여함
 - 다수의 일반 대중들이 즐기는 문화콘텐츠는 타 문화예술 장르에 비해 상호작용과 공감을 촉진시키는 데 더 많은 도움을 주며, 사회의 다양성과 문화적 화합을 이끌어 냄
 - 문화콘텐츠 교역은 민간 영역이나, 직접적인 수익창출을 목적으로 하지 않는 문화콘텐츠 교류 활동은 공공이나 민·관 협력으로도 가능함
 - 따라서, 문화콘텐츠는 교역의 대상이자 교류의 대상이 될 수 있으며, 교역과 교류는 상호 보완적으로 한 측면에서 다른 측면으로 자연스럽게 이어질 수 있다는 인식을 널리 확산시킴으로써 문화콘텐츠 교류 사업이 활성화될 수 있는 사회적 기반을 마련해야 함
- ‘문화콘텐츠 프로그램은 비싸다’는 오해에 적극 대응
 - 일반인은 물론 문화교류 관련 기관 종사자들도 문화콘텐츠 교류 프로그램은 아이돌이나 스타 대중예술인이 등장해야 한다고 오해하고 있음. 실제로 아이돌이나 스타가 출연하는 프로그램은 비용이 상당히 높아 수교 행사 등 국가적 이벤트 이외의 공공에서는 활용이 어렵고, 일반적인 교류 프로그램으로서는 적절하지 않음

- 그러나 대형 이벤트성 행사 외의 ‘교류’ 프로그램은 대부분 아이돌이나 스타 대중문화 예술인이 아닌 아직 스타가 되지 않은 신인이나 연습생들, 산업계 인력들이 교류하는 인적교류 프로그램 또는 소비자들이 문화콘텐츠를 매개로 활동하는 프로그램이 대부분임
- 따라서, 아이돌이나 스타 초청 프로그램에 비해 상대적으로 적은 비용으로 대중적 참여를 이끌어 내는 문화콘텐츠 교류 프로그램을 적극 활용함으로써 문화콘텐츠 교류는 비싸다는 오해를 바로잡고 활성화를 도모해야 함
- ‘한국의 정부가 문화콘텐츠 산업을 진두지휘한다’는 일본 측 오해를 불식시킴
 - 일본 소비자가 한국 문화콘텐츠에 대해 가장 크게 오해하고 있는 부분은 한류의 성공이나 문화콘텐츠의 일본 진출이 한국 정부가 직접 컨트롤 한 결과라고 믿고 있다는 것임
 - 정부가 한류의 성과를 너무 과시하거나, 한류 행사에 정부 관계자 및 기관이 너무 앞장설 경우 한국 콘텐츠가 관제 성격을 지니고 있다는 오해를 유발할 수 있는데, 이는 문화콘텐츠의 일반 소비자들에게 불필요한 거부감을 주며 교류 프로그램으로서 문화콘텐츠의 활용 범위를 제약할 수 있음
 - ‘문화콘텐츠가 한국 정부의 진두지휘 하에서 움직이고 있다’는 일본 측 오해를 불식하면 양국의 문화콘텐츠 교류 사업 활성화에 도움이 될 것임

2. 문화콘텐츠 산업인력 인적교류 활성화

- 문화콘텐츠 인적교류를 통한 산업 발전과 공동의 정체성 형성
 - 한·일 문화콘텐츠 인력의 교류는 개인적인 성장뿐 아니라 비즈니스 기회의 증대나 양국 콘텐츠 산업의 협력과 발전을 이끌 수 있다는 데 그 의의가 있음
 - 대중들의 관심과 호감이 높은 문화콘텐츠를 기반으로 콘텐츠 및 인적교류를 활성화함으로써 양국의 공감과 신뢰를 형성하고, 공동의 집단 정체성을 구성하며 포괄적 공동체로서 미래 구상을 꾀할 수 있음
- 전통문화, 순수예술의 인적교류를 벤치마킹한 문화콘텐츠 인적교류 강화

- 예술인 인적교류는 창작욕을 고취하고 협업이나 공동작업의 기반이 되고 있어, 국제문화교류의 주요 사업으로 추진되어 왔음
- 한·일 문화교류에 있어서도 전통문화 및 순수예술인 인적교류는 핵심 사업으로 자리 잡고 있으나, 문화콘텐츠 인력의 교류 사업은 상대적으로 빈약한 상황임
- 음악이나 만화, 애니메이션, 영화, 드라마 등 문화콘텐츠 창작 인력들의 한·일 교류는 창작자 개인의 발전뿐 아니라 양국의 문화산업 발전에 기여할 것이며, 창작 인력과 더불어 산업 관계자 교류 또한 양국 협력 사업과 비즈니스 활성화 등에 큰 역할을 할 것으로 기대됨
- 콘텐츠진흥원, 만화진흥원, KOFICE 등 공공기관과 콘텐츠 관련 협회 등 여러 주체와의 협력을 통해 문화콘텐츠 인력 교류 활동이 다양화될 수 있도록 컨설팅 및 예산의 적극적 지원이 필요함

■ 중단된 인적교류 사업 재개

- 코로나19 및 한일관계 악화로 인하여 한·일 문화콘텐츠 교류 프로그램이 축소 또는 중단된 사례가 발생함
- 일례로, 2006년부터 한국과 일본을 중심으로 개최되어 아시아 최대 규모의 드라마 전문 국제회의로 성장한 아시아드라마 컨퍼런스는 아시아 각국 드라마 작가 및 제작자들의 활발한 교류의 장으로 기능했으나, 2020년 코로나19로 중단되었음
- 2023년 15회 컨퍼런스는 예산상의 문제로 문체부와 KOFICE의 지원이 중단되어 일본 측이 주관하여 개최되었으며, 2023년 12월, 16회 컨퍼런스도 일본 주관으로 개최될 예정임
- ATDC 사례와 같이, 우리가 주체적으로 구성하여 역사를 축적해 온 문화콘텐츠 인적교류 사업들이 다시 재개될 수 있도록 적극적인 지원이 뒷받침되어야 함

■ ATDC 개요

- 2006년 한국문화산업교류재단(Kofice) 신현택 회장과 일본방송작가협회 이치가와 모리이치(市川森一)가 의기투합하여 아시아 전 지역으로부터 환영받는 드라마제작과 아시아를 할리우드에 버금가는 문화콘텐츠산업의 메카로 발전시키고자 발족하였으며, 동아시아 각국을 돌아가면서 개최하였음

회차	개최국(도시)	회차	개최국(도시)
1회	한국(부산)	7회	일본(후쿠오카)
2회	중국(상해)	8회	한국(서울)
3회	일본(나가사키)	9회	한국(경주)
4, 5, 6회	한국(서울)	10회	일본(기타큐슈)



출처: <https://www.atdc2023.org>

■ ATDC 성과

- 2019년 개최된 ATDC는 한국과 일본은 물론 중국과 동남아 등 총 10개국 드라마 작가 및 제작자 200여 명이 참여하여 아시아 드라마의 발전 방향을 논의하고 공동 제작을 위한 협력 방안을 모색하였으며, 해외 작품 상영은 물론 60건 이상의 개별 미팅을 통해 리메이크, 공동제작 논의 등 실질적인 협력과 비즈니스의 장으로도 기능함
- 넷플릭스와의 협력으로 진행된 14회 ATDC는 세계 시장에서 활약하는 유명 관계자들이 스페셜 세션 연사로 함께 참여하여 관심을 모았으며, 각국 드라마 산업을 이끄는 창작자들의 교류와 협력의 계기를 마련함

■ 지원 중단으로 인한 어려움

- 2006년부터 단일 장르 컨퍼런스로서 국제적 위상을 쌓아온 아시아 드라마 컨퍼런스는 지금까지 문체부 및 KOFICE의 예산을 기반으로 한국이 주관하여 왔으나, 2023년 15회 컨퍼런스는 문체부와 KOFICE가 예산 부족을 이유로 지원을 중단하였음
- 이에 일본 TV 프로그램 제작사 연맹 및 한국방송작가협회 등의 공동개최로 2023년 2월 재개되었으며, 2023년 12월, 16회 컨퍼런스도 일본 측 주관으로 개최될 예정임
- 해외 바이어를 비롯한 다양한 산업인력들 간의 네트워킹과 교류가 이루어지는 컨퍼런스의 지원 중단은 한국이 주관한 역사 깊은 네트워크 사업의 약화를 초래할 수 있음

3. 대중 참여적 프로그램 개발

■ 문화콘텐츠의 파급효과 활용

- 대중성과 보편성을 특징으로 하는 문화콘텐츠는 많은 사람에게 깊이 있는 공감과 이해를 이끌어 낼 수 있는 중요한 문화교류의 매개체로서, 강력한 소프트파워를 지닌 문화콘텐츠를 교류 사업에 활용하는 것은 국제문화교류가 지향하는 지점을 성취하는 매우 유효한 방법임
- 국가 간 교류 사업에서 전통문화 순수예술을 단독 또는 전면에 부각하는 경우 많은 대중에게 어필하는 데에는 한계가 있으므로, 대중적 파급효과가 큰 대중문화콘텐츠와 연계시키는 방안이 효율적임
- 문화콘텐츠의 대중적 유인효과 및 후광효과는 타 산업에까지 파급효과를 미치므로, 문화콘텐츠를 전면에 우선 배치하고 전통문화 및 패션, 역사, 음식, 화장품 등 타 산업과 연계한다면 이들을 직접 또는 단독으로 소개하는 것보다 대중적으로 어필할 가능성이 높아짐

■ 대중문화와 타 장르의 연계를 통한 교류 프로그램 기획·개발

- 문화콘텐츠와 타 산업을 연계한 사례로 영국 V&A 박물관에서 기획·진행한 ‘한류! 코리아 웨이브’ 전시회가 대표적임
- ‘한류! 코리아 웨이브’ 전시회의 주테마는 ‘한류’임에도 불구하고 다양한 한국 문화가 함께 전시되어, 전문가는 물론 일반인들에게 문화콘텐츠뿐 아니라 한국의 역사와 사회, 전통문화 등을 대중적으로 알리는 계기가 되었음
- 문화콘텐츠와 타 장르와의 연계는 문화콘텐츠의 유인효과를 바탕으로 다양한 한국문화 알리기에 기여할 수 있으나, 한·일 양국의 문화교류에 있어서 타 장르와 연계된 복합적인 프로그램을 제공하기 위해서는 양국 문화콘텐츠 기획자의 전문적인 노력과 새로운 프로그램 기획이 필요할 것으로 보임

영국 빅토리아앤앨버트(V&A) 박물관 ‘한류! 코리안 웨이브’ 전시회

■ 전시회 개요

- 문화체육관광부 해외박물관 한국실 지원 사업 일환으로 주영한국문화원이 세계최대장식예술 및 디자인 박물관인 영국의 빅토리아 앤 앨버트 박물관과 지원 협약을 체결하여, 2022년 9월 24일부터 2023년 6월 25일까지 열린 ‘한류’ 타이틀의 전시회
- 단순한 문화 현상으로서 한류를 표피적으로 다루는 차원이 아니라 한국의 현대사, 산업, 대중문화를 ‘한류’라는 키워드로 엮어 조망하는 대규모 특별 기획전으로 영화, 음악 등 콘텐츠와 패션 디자인, 오브제, 순수 미술 등 다양한 예술 장르를 아우르는 작품 200여 점이 전시됨

■ 전시 주요 테마

- K-히스토리
기술 강국이 되기까지(From rubble to Smartphones): 일제강점기와 한국전쟁 이후 황폐진 나라가 군사정권과 IMF 외환위기를 겪은 뒤 1990년대 정보기술 혁신 전략을 통해 2000년대 문화 강국으로 탈바꿈한 과정을 보여줌으로써, 1950년대 한국전쟁 후 한류가 부상할 수 있었던 역사적 맥락을 제시함
- K-콘텐츠
〈오징어 게임〉 의상 및 영화 드라마 장면 연출, K-POP 스타 의상, 팬덤 문화를 보여주는 K-POP 현수막과 양광봉 등을 통해 한국 대중문화를 엿볼 수 있게 함
- K-뷰티
13세기부터 오늘에 이르기까지의 K-뷰티 발자취를 소개함
해외에서 인정받는 한인 디자이너들이 전통한복을 현대적으로 재해석한 의상도 전시함



출처:

4. 문화콘텐츠 교류 원칙 및 시스템 확립

■ 일회성 행사 중심의 문화콘텐츠 교류 지양

- 문화콘텐츠 교류는 일반적으로 K-POP 공연과 같은 일회성 행사로 인식되고 있으나, 이벤트성 행사는 ‘문화교류’가 목적하는 것보다는 관중 동원과 홍보 효

과를 위한 콘텐츠의 도구적 활용이 중심이 되고 있음

- 문화콘텐츠를 국제교류 활동 목적에 적합하게 활용하기 위해서는 ‘교류’로서의 가치에 보다 집중할 필요가 있음

■ 국가적인 대형 이벤트 이후 후속 교류 방안 기획·지원 필요

- 수교 행사 등 국가적인 이벤트에 활용된 프로그램은 일회성으로 그치는 경우가 많으므로 행사를 계기로 교류를 확장할 수 있도록 후속 작업에 대한 지속적인 지원이 필요함

■ 민간 시장과 콘텐츠 교역에 피해가 가지 않는 순수한 교류 사업에 집중

- 정부 기관 주도의 대형 이벤트 행사는 교류로서의 가치가 크지 않으며, 민간 공연 상품의 대체제로 기능하여 민간 시장을 침해할 수 있음
- 문화콘텐츠 교류 사업이 민간 시장과 충돌하지 않도록 주의하며, 순수한 교류 활동이 중심이 되도록 해야 함

■ ‘트래블링 코리안 아츠’ 사업 활용, 문화콘텐츠 전문 프로그램 공급

- 국제문화교류진흥원의 ‘트래블링 코리안 아츠’ 사업은 공연, 전시 등 한국의 문화를 알릴 수 있는 문화예술 프로그램을 선정해 해외여행을 지원하는 사업으로, 민간이 주도하고 공공기관이 이를 지원하는 형태의 효과적인 문화교류 사업 모델임
- 전시 및 공연 등 현대 문화예술을 중심으로 하는 ‘트래블링 코리안 아츠’ 사업에 문화콘텐츠를 포함한다면 자력으로 해외 진출 기회를 얻기 힘든 중소 문화콘텐츠 사업체에는 해외 진출의 활로를 열어 줄 수 있는 기회의 장이 되는 동시에 해외 수요 및 인지도가 높은 문화콘텐츠를 활용해 효과적으로 한국문화를 홍보할 수 있을 것임

■ 트래블링 코리안 아츠

- 문화체육관광부와 한국국제문화교류진흥원이 민간 국제교류 활성화의 일환으로 추진되는 사업
- 한국 문화예술의 해외 인지도 제고를 통한 국제교류 기반 강화 및 민간교류 활성화를 목적으로 함
- 공연, 전시 등의 한국 문화예술 프로그램을 선정하여 수요에 따른 권역별 해외여행을 지원함

제2절 공평한 한·일 문화콘텐츠 교류 관계 정립

1. 일본 대중문화 전면 개방 추진

■ 한국 내 일본 대중문화 개방 상황

- 한국에서 일본 대중문화 개방에 대한 논의는 2005년 한일관계가 악화되면서 중단되었으며, 이에 일본 대중문화의 전면 개방은 이루어지지 못했음
- 2023년 7월 12일 문화체육관광부는 미디어 환경 변화와 법적 근거 부재 등을 이유로 국내 영화 상영관에서 개봉된 일본 영화·애니메이션에 대해서만 비디오물 제작·배급·유통이 가능하도록 제한하던 등급 분류 기준을 폐지함에 따라 9월 1일부터 영상물등급위원회의 일본 비디오물 자체 등급 분류가 가능해졌으나, 아직까지 지상파 방송에서의 규제가 남아 있는 상황임

■ 제5차 일본 대중문화 개방 추진

- 국내 영화관에서 개봉되지 않은 일본 영화 및 애니메이션에 대한 제한은 최근 폐지되었으나, 현재까지 일본 드라마, 극장용 애니메이션, 버라이어티쇼, 토크쇼, 코미디 등 오락형 프로그램과 일본 가수가 가창하지 않은 일본어 노래의 지상파 방영이 금지되어 있음(일본 가수가 공중파에 출연하여 일본어 노래를 부르는 것은 가능)
- 제5차 일본 대중문화 개방을 통해 마지막 남은 일본 대중문화 금지 조항을 공식적으로 철폐함으로써 한·일 간 공평한 교류 환경을 구축함

■ 일본 대중문화 개방의 시기 조정

- 2023년 10월은 1차 일본 대중문화 개방이 이루어진 지 25년이 되는 기념비적 해로서, 당시의 '단계적 개방 방침'을 완수하는 의미로 일본 대중문화 전면 개방을 선언하기에 적절한 시기로 판단됨

- 그러나 한일관계에 민감한 이슈가 잔존한 상황에서 일본 대중문화 전면 개방을 선언하는 것은 정치적으로 악용될 소지가 있으므로, 상황에 따른 조정이 필요할 것으로 보임

2. 전면 개방을 통한 교류 활성화 및 관계 재정립

- 불평등 교류에 대한 일본 측 이의 제기 방지 및 상호주의 원칙 정립
 - 일본 대중문화 개방이 완료되지 않은 것에 대해 일본 우익은 지속적으로 문제를 제기해 왔고, 이것이 일본 사회 내에서 합리적인 주장으로 받아들여지면서 ‘기울어진 교류’라는 일본 내 부정적 시각을 형성하였음
 - 일본 대중문화 개방을 완료함으로써 불평등 교류에 대한 일본 측 불만을 잠재우고, 한·일 문화교류의 상호주의 원칙을 정립함
- 공평한 교역 기반을 통한 문화콘텐츠 교류 활성화
 - 일본 대중문화 개방을 계기로 ‘불공정 교류’라는 핑계가 사라지면, 일본 공중파에서의 한국 드라마 및 영화의 방영이 확대될 수 있음
 - 4차에 걸친 일본 대중문화 개방이 한국 문화콘텐츠의 일본 및 세계 진출에 긍정적인 영향을 미친 것과 마찬가지로, 제5차 일본 대중문화 개방으로 일본 지상파의 한국 프로그램 방영 및 한류에 대한 언급이 증가한다면 한국 문화콘텐츠의 일본 시장 확대에 긍정적 영향을 미칠 것으로 예측됨
 - 일본 내 OTT 활성화에도 불구하고 아직까지 공중파의 영향력이 한국보다 크기 때문에, 일본 공중파에서의 한국 콘텐츠 방영은 한류의 대중적 확산에 기여할 것으로 보임
- 문화다양성과 창의성 증진을 통한 양국 문화콘텐츠산업의 발전
 - 양국의 문화교역 및 교류의 증가는 사회적 포용과 문화적 다양성에 대한 수용력을 높임
 - 일본 대중문화 개방을 계기로 한·일 문화콘텐츠 창작자 및 산업계 인사들의 교류와 협력이 증가하면 양국의 문화 요소를 수용하고 통합함으로써 콘텐츠의

다양성 및 창의성이 더욱 풍성해질 것으로 예측됨

- 문화다양성과 창의성 증진은 궁극적으로 양국의 문화산업 발전을 촉진하며, 문화콘텐츠를 통한 경제적 부가가치 창출에도 기여할 것으로 보임

■ 한국 대중문화산업의 자신감 표출

- 과거 1차~4차의 일본 대중문화 개방은 개방 이전의 우려와는 달리 결과적으로 한국 문화산업에 자신감을 불러일으키고 일본 내 한류 확산을 유도하였음
- 일본 내 한류 붐을 계기로 한국 대중문화 산업의 글로벌화와 산업적 성숙이 촉진되었고, 이로 인해 현재 한국 문화산업의 자신감은 그 어느 때보다 강한 상황임
- 따라서 일본 대중문화에 대한 최종 개방은 한국 문화산업에 대한 부정적 영향이 예측되기보다는 한국 문화산업의 자신감 표출의 계기가 될 것으로 판단됨

참고 문헌

〈도서 및 연구보고서〉

- 고정민(2020), 「수교기념 문화행사 발전방안에 관한 연구」, 미래산업전략연구소.
- 국립외교원 외교안보연구소 일본연구센터(2021), 「일본정세 2020」.
- 국립외교원 외교안보연구소 일본연구센터(2022), 「일본정세 2021」.
- 김장우(2022), 「2022 글로벌 한류 트렌드」, 한국국제문화교류진흥원.
- 김해인(2017), 「국제문화교류 지표개발 기초연구」, 문화체육관광부.
- 문화체육관광부(2022), 「제2차 국제문화교류 진흥 종합계획 수립 연구」.
- 박조원(2005), 「일본 대중문화 전면 개방의 영향 및 파급 효과 예측」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 세종학당재단(2022), 「세종학당 미래비전 및 중장기 전략수립 연구」.
- 이연정(2004), 「일본 국제교류기금의 대외문화 전략」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 정정숙(2012), 「국제문화교류 진흥방안」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 조현성(2003), 「일본 대중문화 개방 영향분석 및 대응방안」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 채지영(2020), 「한류 20년, 성과와 미래전략」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 채지영(2022), 「대중문화콘텐츠가 국가 브랜드 증진에 미친 영향 연구」, 서울: 한국문화관광연구원.
- 한국콘텐츠진흥원(2019a), 「2018 해외 콘텐츠시장 분석」.
- 한국콘텐츠진흥원(2019b), 「일본콘텐츠산업동향 2019」.
- 한국콘텐츠진흥원(2023), 「2022 해외 콘텐츠시장 분석」.

〈해외 도서 및 연구보고서〉

- 文化庁(2017), 「アーティスト・イン・レジデンス活動支援を通じた国際文化交流促進事業募集案内」.
- 海外交流審議会(2008), 「日本の発信力強化のための 5つの提言」.

〈학술 논문〉

- 김휘정(2012), 문화외교와 국제문화교류 부문 조율 기능 확보의 쟁점과 과제, 「문화정책논총」, 26(1), 226-253.
- 박전열(2011), 네오 재패네스크(신일본양식)의 배경과 의미, 「일본연구」, 제30집, 7-26.
- 최은미(2018), 갈등과 협력의 한일관계: 20년의 변화와 성찰(1998-2017), 「평화연구」, 26(2), 85-127.
- 한영균(2020), 일본 내 한류의 현황과 한일관계: 한류의 문화외교 기능을 중심으로, 「국제학논총」, 제32집, 5-34.

〈기관 내부 자료〉

- 문화체육관광부 국제문화과(2022. 2.), 「2022 국제문화교류 진흥 시행계획」(내부 자료).
- 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2023). 「2023 한국콘텐츠진흥원 지원 사업 설명회」
- 한·일 문화·인적교류 활성화 TF(2018), 「한·일 문화인적교류 활성화 방안」(내부 자료).

〈온라인 자료 및 홈페이지〉

- KOSIS, 콘텐츠산업: 지역별 수입액 현황(2012~2021).
- KOSIS, 콘텐츠산업: 지역별 수출액 현황(2012~2021).
- 공공외교법(법률 제19272호), 2023. 3. 28. 일부개정
- 국제문화교류진흥법(법률 제18762호), 2022. 1. 18. 일부개정
- 한국국제교류재단법(법률 제4414호), 1991. 12. 14. 제정
- 일본 한국드라마 방송축소 “K팝도 사라져라” 日언론 우익선동(2012. 9. 8.), 「뉴스엔」.
- 콘진원, K스토리·웹툰 IP 일본 시장 진출 위한 행사 성료(2023. 5. 22.), 「뉴스핌」.
- 국제문화교류 진흥법 제도적 기반 조성(2017. 3. 3.), 「대한민국 정책브리핑」.
- 정병국 문화부장관 “日 드라마 받아들일 때 됐다” 발언 그 뒤…(2011. 2. 25.), 「동아일보」.
- 박하영(2018. 3. 5.), [통계자료] 영화<러브레터>부터 <너의이름은>까지, 일본 영화의 어제와 오늘, 「한국국제문화교류진흥원 통신원리포트」.
- 〈초점〉 대중문화 개방 내용과 전망(2003. 12. 30.), 「연합뉴스」.
- 일본 대중문화 개방추진 일지(2003. 12. 30.), 「연합뉴스」.

- 한중일 문화장관 회의...박보균 “미래문화산업 선도적 참여” 제안(2022. 8. 26.), 「연합뉴스」.
- [기획]경주가 빛난 2022 동아시아문화도시, 성황리에 대단원(2022. 11. 19.), 「전국안전신문」.
- [여기는 지스타 2022]한중일 e스포츠 대회 부산서 개막... 18일 3국 최강자 가린다(2022. 11. 18.), 「전자신문」.
- 日 ‘슬램덩크 성지’ 인증샷 몰살...한국·중화권 관광객들 몰려(2023. 1. 26.), 「조선일보」.
- 2023 아시아 드라마 컨퍼런스 홈페이지(<https://www.atdc2023.org>).
- 광화문광장 홈페이지(<https://gwanghwamun.seoul.go.kr>).
- 국인 홈페이지(<http://www.global-intelligence.co.kr/globalmentoring>).
- 대한민국 외교부 홈페이지(<https://www.mofa.go.kr>).
- 세종학당재단 홈페이지(<https://www.ksif.or.kr>).
- 엠앤씨커뮤니케이션즈 홈페이지(<http://www.mnccom.com>).
- 일본 문화청 홈페이지(<https://www.bunka.go.jp>).
- 일본 수상관저 홈페이지(<https://www.kantei.go.jp>).
- 일본 외무성 홈페이지(<https://www.mofa.go.jp>).
- 일본국제교류기금 홈페이지(<https://jpf.or.kr>).
- 일한문화교류기금 홈페이지(<https://www.jkcf.or.jp>).
- 재팬하우스 홈페이지(<https://www.japanhousela.com>).
- 주일한국문화원 홈페이지(<https://www.koreanculture.jp>).
- 주한일본대사관 홈페이지(<https://www.kr.emb-japan.go.jp>).
- 한국국제교류재단 홈페이지(<https://www.kf.or.kr>).
- 한국국제문화교류진흥원 홈페이지(<https://kofice.or.kr>).
- 한국콘텐츠진흥원 홈페이지(<https://www.kocca.kr>).
- 한일문화교류기금 홈페이지(<http://www.kjcf.org>).
- 한일축제한마당 홈페이지(<https://omatsuri.kr>).
- 해외문화홍보원 홈페이지(<https://kocis.go.kr>).
- 애니메이션 <슬램덩크>(1993~1996).

ABSTRACT

A Study on the Status and Activation Strategies for Cultural Content Exchange between Korea and Japan

CHAE, JEEYOUNG

Generally, international cultural exchange has focused on traditional culture and fine arts; however, recent attention has shifted towards international cultural exchange utilizing popular, relatable, and high-impact cultural content. This shift is also occurring in South Korea and Japan, as consumers' interests and preferences for each other's cultural content has surged. Notably, both the Korean and Japanese governments have announced the policies for “future-oriented Korea-Japan relationship”, which further amplifies the anticipation surrounding the role and utilization of cultural content in fostering bilateral relations.

In this study, based on in-depth analysis of the international cultural exchange policies and current status of Korea and Japan, we explore strategies to enhance bilateral exchange through cultural content. Our findings propose the advancement of Korea-Japan cultural content exchange programs and the full-scale opening of Japanese popular culture, with detailed recommendations for each approach:

Advancement of Korea-Japan Cultural Content Exchange Programs:

- ① Acknowledge the value of cultural content exchange programs as effective facilitators of international cultural exchange, capable of delivering substantial impact at a reasonable cost.
- ② Activate the exchange of human resources in the cultural content industries

of both Korea and Japan.

- ③ Cultivate inclusive mass participation programs while avoiding one-off event programs.
- ④ Utilize the “Traveling Korean Arts” project to professionally excavate and disseminate cultural content exchange programs.

Full-Scale Opening of Japanese Popular Culture:

- ① Resume the previously halted opening of Japanese popular culture, taking into account the circumstances of both countries.
- ② Adjust the timeline for the opening of Japanese popular culture while striving for the earliest possible implementation.
- ③ Foster bilateral cultural content exchange on the basis of fairness and equity.

Keywords

cultural content exchange, Korea, Japan, international cultural exchange, Full-scale opening of Japanese popular culture, cultural exchange programs, human resources exchange.

한 · 일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

부록

한 · 일 유학생 설문지

한일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안에 대한 의견조사

안녕하십니까? 한국문화관광연구원(이하 한국문화관광연구원)은 일본 내 한국 유학생들을 대상으로 “한일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안”에 대한 의견조사를 실시하고 있습니다. 조사결과는 『통계법』 제33조와 34조에 따라 비밀이 보장되고, 조사 목적 외 다른 용도로는 사용되지 않습니다. 바쁘시더라도 시간을 내 주시어 응답해 주시기를 부탁드립니다.

모든 문항에 성실하게 답하신 분들에게 감사의 의미로 **스타벅스 아메리카노 1잔 교환권**을 보내드립니다. 소요시간은 5분 내외이며 응답자 목표 달성 시 설문이 마감될 수 있습니다.

조사주관 및 시행 : 한국문화관광연구원 콘텐츠연구본부
연구책임자 : 채 지영

1. 당신이 미국인, 중국인, 일본인에게 허용할 수 있는 항목에 모두 ○ 해주세요.

항목	미국인	중국인	일본인
한국의 방문객으로 와도 괜찮다			
한국에 거주해도 괜찮다			
회사나 학교에서 동료가 되어도 괜찮다			
동네 이웃으로 이사와도 괜찮다			
친구가 되어도 괜찮다			
결혼으로 가족 구성원이 되어도 괜찮다			

2-1. 일본 각 분야에 대해 당신이 알고 있는 정도(인지도)를 표시해 주세요.

2-2. 일본 각 분야에 대해 당신이 좋아하는 정도(호감도)를 표시해 주세요.

구분	인지도				호감도			
	전혀 모른다	잘 모르는 편이다	아는 편이다	매우 잘 안다	전혀 좋아하지 않는다	좋아하지 않는 편이다	좋아하는 편이다	매우 좋아한다
일본정치 전반	①	②	③	④	①	②	③	④
일본경제 전반	①	②	③	④	①	②	③	④
일본사회 전반	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 생활문화 (지하철, 편의점 등)	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 음식문화 (일식, 길거리음식 등)	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 개인 영상콘텐츠 * (유튜브, 인스타그램 등 SNS)	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 전통문화 (전통무용, 서예, 전통공예 등)	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 현대예술 (현대미술, 클래식음악 등)	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 대중문화콘텐츠 (드라마, J-POP 등)	①	②	③	④	①	②	③	④

※ 유튜브나 인스타그램 등 SNS에 개인들이 올린 영상콘텐츠

3-1. 일본 대중문화콘텐츠를 이용하는 정도(이용도)를 표시해 주세요.

3-2. 일본 대중문화콘텐츠를 좋아하는 정도(호감도)를 표시해 주세요.

구분	이용도				호감도			
	전혀 이용하지 않는다	이용하지 않는 편이다	종종 이용한다	자주 이용한다	전혀 좋아하지 않는다	좋아하지 않는 편이다	좋아하는 편이다	매우 좋아한다
일본 드라마	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 영화	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 대중음악(J-pop)	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 웹툰/만화	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 애니메이션	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 게임	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 도서	①	②	③	④	①	②	③	④
일본 개인 영상콘텐츠 (유튜브, 인스타그램 등 SNS)	①	②	③	④	①	②	③	④

4-1. 한국에서 일본 드라마나 영화를 보기 위해 다음 매체들을 얼마나 이용하십니까?

구분	전혀 이용하지 않는다	이용하지 않는 편이다	종종 이용한다	자주 이용한다
지상파TV (KBS, SBS등)	①	②	③	④
케이블TV	①	②	③	④
넷플릭스	①	②	③	④
유튜브	①	②	③	④
영화관	①	②	③	④
기타	①	②	③	④

4-2 한국에서 일본 대중음악(J-pop)을 듣기 위해 다음 매체들을 얼마나 이용하십니까?

구분	전혀 이용하지 않는다	이용하지 않는 편이다	종종 이용한다	자주 이용한다
TV	①	②	③	④
라디오	①	②	③	④
넷플릭스	①	②	③	④
유튜브	①	②	③	④
음악 어플	①	②	③	④
CD/MP3/카세트테이프	①	②	③	④
기타	①	②	③	④

5-1. 한국의 대중문화 이미지에 어울린다고 생각하는 곳에 V표를 해주세요.

5-2. 일본의 대중문화 이미지에 어울린다고 생각하는 곳에 V표를 해주세요.

이미지	한국 대중문화는				일본 대중문화는			
	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그런 편이다	매우 그렇다	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그런 편이다	매우 그렇다
세련되었다	①	②	③	④	①	②	③	④
글로벌하다	①	②	③	④	①	②	③	④
전통적이다	①	②	③	④	①	②	③	④
경쟁력 있다	①	②	③	④	①	②	③	④
더 발전할 것이다	①	②	③	④	①	②	③	④
선정적이다	①	②	③	④	①	②	③	④
재미있다	①	②	③	④	①	②	③	④

6. 당신은 가족이나 친구들이 일본 대중문화를 즐기는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?

구분	매우 부정적	약간 부정적	약간 긍정적	매우 긍정적
가족	①	②	③	④
친구	①	②	③	④
온라인커뮤니티	①	②	③	④
사회 일반	①	②	③	④

7. 당신이 일본 대중문화를 즐기는 것에 대해 가족이나 친구들이 어떻게 본다고 생각하십니까?

구분	매우 부정적	약간 부정적	약간 긍정적	매우 긍정적
가족	①	②	③	④
친구	①	②	③	④
온라인커뮤니티	①	②	③	④
사회 일반	①	②	③	④

8. (매우 부정적, 약간 부정적인 경우) 한국에서 일본 대중문화에 대한 부정적인 시선은 무엇 때문이라고 생각하십니까?

구분	전혀 관계없음	별로 관계없음	약간 관계있음	매우 관계있음
정치적 상황	①	②	③	④
역사적 상황	①	②	③	④
콘텐츠 자체	①	②	③	④
개인적인 이유	①	②	③	④
그냥 일본을 싫어해서	①	②	③	④

9. 아직까지 한국에서는 지상파(KBS, MBC 등)에서의 일본 드라마·오락, 가요 프로그램 방영이 금지되어 있습니다. 이러한 사실을 알고 계셨습니까?

- ① 몰랐다 ② 알고 있었다

10. 한국에서 일본 대중문화를 완전히 개방하지 않는 정책에 대해 어떻게 생각하십니까?

- ① 한일 간 불공정한 교류이기 때문에 전면 개방하는 것이 바람직하다
- ② 과거에는 그럴 수 있다고 생각하나, 현재는 전면 개방하는 것이 바람직하다
- ③ 한국 입장에서 일부만 개방할 수 있다
- ④ 잘 모르겠다

11. 한국 대중문화가 세계로 진출하는데 아래 요소들이 어느 정도 영향을 미쳤다고 생각하십니까?

구분	전혀 영향을 미치지 않았다	거의 영향을 미치지 않았다	약간 영향을 미쳤다	매우 영향을 미쳤다
콘텐츠의 퀄리티	①	②	③	④
스타들의 매력	①	②	③	④
타 국가와는 다른 신선함	①	②	③	④
정부의 지원	①	②	③	④
기획사의 마케팅 능력	①	②	③	④

12. 다음은 일본 학교나 기관에서 제공하는 다양한 프로그램입니다. 참여해본 경험이 있는 것은 모두 체크해주시고, 참여하고 싶은 프로그램에 대해서는 1, 2, 3 순위로 선택해주세요.

구분	참여해본 적이 있다	참여해보고 싶다
J-pop		
영화, 드라마 등 영상콘텐츠		
웹툰 / 만화 / 캐릭터		
게임		
일본어		
요리 및 식문화 체험		
전통문화 전시, 공연		
현대문화 전시, 공연		
견학, 여행		
패션, 뷰티		
가라데, 유도		
기타	_____	_____

13. 귀하의 성별은 무엇인가요?

- ① 여성
- ② 남성

14. 귀하는 현재 어떤 자격으로 한국에 체류 중인가요?

- ① 어학연수생
- ② 학부생(교환학생 포함)
- ③ 대학원생
- ④ 기타

15. 귀하의 한국 체류 기간은 얼마나 되나요?

- ① 1년 미만
- ② 1년 이상~3년 미만
- ③ 3년 이상

16. 마지막으로 답례품 발송을 위한 정보를 부탁드립니다.

- 성명 :
- 소속 :
- 휴대전화 번호 :

☐ 답례품 발송을 위해 상기 개인정보 이용에 동의합니다 (동의한 경우에만 답례품을 발송합니다)

조사에 협력해주셔서 감사합니다.

日韓文化コンテンツ交流の現状と活性化方案に対する意見調査

こんにちは！韓国文化観光研究院では、国内の日本人留学生を対象に「日韓文化コンテンツ交流の現状と活性化方案」に関するアンケート調査を実施します。調査結果は統計法第33条と第34条により秘密が保証され、調査目的以外には使用されません。お忙しいところ恐縮ですが、回答にご協力くださると幸いです。

すべての質問にご回答いただいた方には、感謝の気持ちを込めて**スターバックスアメリカーノ1杯の交換券**を贈呈します。所要時間は5分程度です。なお、予定回収サンプル数に達した場合は、締切予定日より早くアンケートが終了する場合があります。ご了承ください。

調査主管及び施行：韓国文化観光研究院コンテンツ研究本部
研究責任者：蔡芝榮（研究委員）

1. あなたがアメリカ人、中国人、韓国人に許可できる項目にすべて○をつけてください。

項目	アメリカ人	中国人	韓国人
日本へ観光客として来ても大丈夫			
日本に住んでいても大丈夫			
会社や学校で仲間になっても大丈夫			
近所に引っ越して来ても大丈夫			
友達になっても大丈夫			
結婚で家族構成員になっても大丈夫			

2-1. 韓国の各分野について、あなたが知っている程度（認知度）を記入してください。

2-2. 韓国の各分野について、あなたが好きな程度（好感度）を記入してください。

区分	認知度				好感度			
	全く知らない	ほとんど知らない	よく知っている	とてもよく知っている	全く好きではない	ほとんど好きではない	好きなほう	とても好き
韓国政治全般	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国経済全般	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国社会全般	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国の生活文化 (地下鉄、コンビニなど)	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国の食文化 (韓国料理、屋台料理など)	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国の個人映像コンテンツ* (ユーチューブ、InstagramなどSNS)	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国の伝統文化 (伝統舞踊、書道、伝統工芸など)	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国現代芸術 (現代美術、クラシック音楽など)	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国の大衆文化コンテンツ (ドラマ、K-POPなど)	①	②	③	④	①	②	③	④

※ YouTubeやInstagramなどのSNSに個人が投稿した映像コンテンツ

3-1. 韓国の大衆文化コンテンツを利用する頻度（利用度）を記入してください。

3-2. 韓国の大衆文化コンテンツが好きな程度（好感度）を記入してください。

区分	利用度				好感度			
	全く利用しない	ほとんど利用しない	たまに利用する	よく利用する	全く好きではない	ほとんど好きではない	好きなほう	とても好き
韓国ドラマ	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国映画	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国の大衆音楽(K-POP)	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国のウェブトゥーン/漫画	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国アニメ	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国ゲーム	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国書籍	①	②	③	④	①	②	③	④
韓国の個人映像コンテンツ (ユーチューブ、インスタグラム などSNS)	①	②	③	④	①	②	③	④

4-1. 日本で韓国ドラマや映画を見るために、次の媒体をどのくらいの頻度で利用しましたか？

区分	全く利用しない	ほとんど利用しない	少し利用する	よく利用する
地上波TV放送(NHK、フジテレビなど)	①	②	③	④
ケーブルテレビ放送	①	②	③	④
衛星TV放送	①	②	③	④
ネットフリックス	①	②	③	④
ユーチューブ	①	②	③	④
映画館	①	②	③	④
その他	①	②	③	④

4-2. 日本で 韓国の大衆音楽(K-POP)を聴くために次の媒体をどれくらい利用しましたか？

区分	全く利用しない	ほとんど利用しない	たまに利用する	よく利用する
テレビ	①	②	③	④
ラジオ	①	②	③	④
ネットフリックス	①	②	③	④
ユーチューブ	①	②	③	④
音楽アプリ	①	②	③	④
CD/MP3/カセットテープ	①	②	③	④
その他	①	②	③	④

5-1. 日本のポップカルチャーのイメージに合っていると思うところにV票をお願いします。

5-2. 韓国のポップカルチャーのイメージに合っていると思うところにV票をお願いします。

イメージ	日本の大衆文化は				韓国の大衆文化は			
	全くそうではない	ほとんどそうではない	そうだ	非常にそうだ	全くそうではない	ほとんどそうではない	そうだ	非常にそうだ
洗練されている	①	②	③	④	①	②	③	④
グローバルである	①	②	③	④	①	②	③	④
伝統的である	①	②	③	④	①	②	③	④
競争力がある	①	②	③	④	①	②	③	④
さらに発展するだろう	①	②	③	④	①	②	③	④
人の感情や欲望をあおる	①	②	③	④	①	②	③	④
面白い	①	②	③	④	①	②	③	④

6. あなたは家族や友人が日本で韓国のポップカルチャーを楽しむことについてどう思いますか？

区分	非常に否定的	やや否定的	やや肯定的	非常に肯定的
家族	①	②	③	④
友達	①	②	③	④
オンラインコミュニティ	①	②	③	④
社会一般	①	②	③	④

7. あなたは日本で韓国のポップカルチャーを楽しむことについて、日本にいる家族や友人はどう思いますか？

区分	非常に否定的	やや否定的	やや肯定的	非常に肯定的
家族	①	②	③	④
友達	①	②	③	④
オンラインコミュニティ	①	②	③	④
社会一般	①	②	③	④

8. 日本で韓国の大衆文化に対する否定的な視線は何によるものだと思いますか？

区分	全く関係ない	あまり関係ない	少し関係ある	大変に関係ある
政治的状況	①	②	③	④
歴史的状況	①	②	③	④
コンテンツそのもの	①	②	③	④
個人的な理由	①	②	③	④
ただ韓国が嫌いだから	①	②	③	④

9. 韓国ではまだテレビの地上波（KBS、MBCなど）で、日本のドラマ・バラエティー・音楽・歌謡番組を放送することが禁止されています。この事実をご存知ですか？

- ① 知らなかった ② 知っていた

10. 韓国で日本の大衆文化が完全に開放されていない政策についてどう思いますか？

- ① 日韓のアンバランスな交流状況であるため、完全に開放することが望ましいと思います
 ② 過去にはありうるだろうが、現在は完全に開放することが望ましいと思います
 ③ 韓国の立場からすれば一部しか開放できないと思います
 ④ よくわからないと思います

11. 韓国の大衆文化が世界へ発信するうえで、以下の要素がどのぐらい影響していると思いますか？

区分	全く影響を与えない	あまり影響を与えない	少し影響を与える	非常に影響を与える
コンテンツの質	①	②	③	④
スターの魅力	①	②	③	④
他国とは違う新鮮さ	①	②	③	④
政府の支援	①	②	③	④
企画会社のマーケティング能力	①	②	③	④

12. 次は韓国の学校や機関が提供する様々な文化プログラムです。参加経験があるものを「参加したことがある」欄に全てチェックを入れてください。さらに「参加してみたい」欄には参加したい順に3つまで、その順位の数字を記入してください。

区分	参加したことがある	参加してみたい
K-POPとダンス		
映画、ドラマなどの映像コンテンツ		
ウェブトゥーン / 漫画 / キャラクター		
ゲーム		
韓国語		
料理・食文化体験		
伝統文化展示、公演		
現代文化展示、公演		
見学・旅行		
ファッション、美容、ビューティー		
テコンドー		
その他	_____	_____

13. あなたの性別は何ですか？

- ① 女性 ② 男性

14. あなたは現在、どのような資格で韓国に滞在していますか？

- ① 語学研修生 ② 学部生(交換留学生を含む) ③ 大学院生 ④ その他

15. あなたの韓国滞在期間はどのくらいですか？

- ① 1年未満 ② 1年以上～3年未満 ③ 3年以上

16. 最後に、お礼の品の発送のための個人情報をご記入ください。

- 氏名：
- 所属：
- 携帯電話番号：

- ☐ お礼の品の発送のために上記個人情報を利用することに同意します(同意した場合のみ提供)
- ☐ アンケート調査へのご協力ありがとうございました。

※ 설문지는 모바일 버전으로 편집되어 배포되었음

집필 내역

연구 책임

채지영 한국문화관광연구원 연구위원: 연구총괄

공동 연구

김규찬 한국문화관광연구원 연구위원

김경보 명지대학교 교수

연구 참여

김은진 한국문화관광연구원 위촉연구원

한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안

발행인 김 세 원

발행처 한국문화관광연구원

서울시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880

<http://www.kcti.re.kr>

인쇄일 2023년 11월 17일

발행일 2023년 11월 17일

인쇄인 (사)한국장애인이워크협회 일자리사업장

I S B N 978-89-6035-976-5 93300

DOI <https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e6>

이 연구보고서를 인용하실 때는 다음과 같은 사항을 기재해 주십시오.

채지영·김규찬·김경보(2023), 한·일 문화콘텐츠 교류 현황 및 활성화 방안, 한국문화관광연구원

한국문화관광연구원

서울특별시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800

팩스 02-2669-9880

www.kcti.re.kr



아래의 DOI 또는 QR코드를 통해
이 보고서를 무료로 다운로드할 수 있습니다.
<https://doi.org/10.16937/kcti.rep.2023.e6>



9 788960 359765
ISBN 978-89-6035-976-5