



# <글로벌인문학부대학 학술제>

2022년 제1회 상명대학교 글로벌인문학부대학 국제 학생 학술 세미나

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”



- |  |
|--|
| ○ 주최 : 상명대학교 글로벌인문학부대학, 글로벌지역학부, 한국어언어문화전공, 글로벌지역문화연구소   |
| ○ 주관 : 상명대학교 글로벌인문학부대학, 글로벌지역학부, 한국어언어문화전공, 글로벌지역문화연구소   |
| ○ 일시 : 2022년 11월 29일(화) 14:00(KST) / 13:00(NST) / 10:00(PKT)   |
| ○ 참여대상 : 글로벌인문학부대학 재학생 및 해외 참여 대학 학부생  |
| ○ 장 소 : 한누리관 1004호(오프라인 참여)  |
| ○ 참여방법 : 온라인 줌 화상회의 및<br>세미나 장소 참석   |
|    |
| ○ 줌 접속링크 : <a href="https://us06web.zoom.us/j/89217828433?pwd=TGpRVjZEUUZVZrJYXhZTjdXdlp3UT09">https://us06web.zoom.us/j/89217828433?pwd=TGpRVjZEUUZVZrJYXhZTjdXdlp3UT09</a><br>- 회의 ID: 892 1782 8433 / 암호 G7gWah |
| ○ YouTube 스트리밍 접속 링크 : <a href="https://www.youtube.com/channel/UC3WLP1wgs6aA99rhdbvXFEG">https://www.youtube.com/channel/UC3WLP1wgs6aA99rhdbvXFEG</a>   |



제1회 상명대학교 글로벌인문학부대학

# 국제 학생 학술 세미나

22. 11. 29. Tue  
14:00-16:30  
한누리관 1004호

MZ세대 학부생의 시선으로 바라본  
K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산

## 글로벌인문학부대학 학술제



### 주관 기관

상명대학교 글로벌인문학부대학, 글로벌지역학부,  
한국언어문화전공, 글로벌지역문화연구소

### 참여 대상

글로벌인문학부대학 재학생  
해외 참여 대학 학부생

온라인 참여(ZOOM) | ID: 892 1782 8433 | 암호: G7gWaH

## 발표 순서

<b>14:00-14:10</b>	개회식 개회사: 한만춘(글로벌인문학부대학 학장) 격려사: 홍성태(상명대학교 총장)
<b>14:10-14:20</b>	<한국 드라마를 통한 한국문화 학습과 한류 인식 : 대만국립정치대학교 한국어문학과 학부생을 중심으로> - 증상진·진품선·허승위·왕방승(대만국립정치대학교 한국어문학과)
<b>14:20-14:30</b>	<파키스탄의 한국문화 콘텐츠 양상과 한류 현황> - 수마일 파티마(파키스탄국립외국어대학교) - 이수아(상명대학교 한국어언어문화전공)
<b>14:30-14:40</b>	<카자흐스탄에서 확산된 한류> - 이스카코바 대나(카자흐스탄 국제관계 및 세계언어대학)
<b>14:40-14:50</b>	<베트남에서 한국 K-문화콘텐츠가 어떻게 영향을 미치고 있을까?> - 웬테빅웬(상명대학교 한국어언어문화전공)
<b>14:50-15:00</b>	<우주베키스탄에 부는 강력한 한류> - 카키모브 딜서백(상명대학교 한국어언어문화전공)
<b>15:10-15:20</b>	<소프트파워로 본 한류로서의 미디어 콘텐츠> - 김효경·문지윤·이승준·이하은(상명대학교 글로벌지역학부)
<b>15:20-15:30</b>	<웹툰의 K-문화콘텐츠로서의 가치> - 김서경(상명대학교 영어권지역학전공)
<b>15:30-15:40</b>	<MZ세대가 바라보는 CIS지역 속 한류 진출 동향과 발전과제> - 고민지·양수민(상명대학교 글로벌지역학부)
<b>15:40-15:50</b>	<랜선으로 이루어지는 K체험> - 서수빈(상명대학교 한국어언어문화전공)
<b>15:50-16:00</b>	<K-뷰티, 어디까지 알고 있니?> - 배교선(상명대학교 글로벌지역학부)
<b>16:00-16:20</b>	집담회 - 발표 학생 소감 발표 및 문화교류 방안 의견 교환
<b>16:20-16:30</b>	폐회식 폐회사: 박명수(상명대학교 글로벌지역문화연구소 소장) 기념사진 촬영



# <글로벌인문학부대학 학술제>

## 2022년 제1회 상명대학교 글로벌인문학부대학 국제 학생 학술 세미나

### “MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”

- 주최/주관 : 상명대학교 글로벌인문학부대학, 글로벌지역학부, 한국어언어문화전공, 글로벌지역문화연구소
- 일 시 : 2022년 11월 29일(화), 14:00(KST) / 13:00(NST) / 10:00(PKT)
- 참여대상 : 글로벌인문학부대학 재학생 및 해외 참여 대학 학부생
- 장 소 : 상명대학교 한누리관 1004호

사회 : 양유림(상명대학교 글로벌지역학부)

14:00-14:10

- 개회식
- 개회사 : 한만춘(글로벌인문학부대학 학장)
- 격려사 : 홍성태(상명대학교 총장)

#### □ “MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산” 주제 발표(1)

사회 : 이에지(상명대학교 글로벌지역학부)

14:10-14:20

- “한국 드라마를 통한 한국문화 학습과 한류 인식 : 대만국립정치대학교 한국어문학과 학부생을 중심으로”  
— 증상진·진품선·허승위·왕방송(대만국립정치대학교 한국어문학과)

14:20-14:30

- “파키스탄의 한국문화 콘텐츠 양상과 한류 현황”  
— 수마일 파티마(파키스탄국립외국어대학교 한국어 및 문화학과), 이수아(상명대학교 한국어언어문화전공)

14:30-14:40

- “카자흐스탄에서 확산된 한류”  
— 이스카코바 다나(카자흐스탄 국제관계 및 세계언어대학 한국학과)

14:40-14:50

- “베트남에서 한국 K-문화콘텐츠가 어떻게 영향을 미치고 있을까?”  
— 웬테빅웬(상명대학교 한국어언어문화전공)

14:50-15:00

- “우즈베키스탄에 부는 강력한 한류”  
— 카키모브 딜섯백(상명대학교 한국어언어문화전공)

15:00-15:10

중간 휴식

#### □ “MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산” 주제 발표(2)

사회 : 이수아(상명대학교 한국어언어문화전공)

15:10-15:20

- “소프트파워로 본 한류로서의 미디어 콘텐츠”  
— 김효경·문지윤·이승준·이하은(상명대학교 글로벌지역학부)

15:20-15:30

- “웹툰의 K-문화콘텐츠로서의 가치”  
— 김서경(상명대학교 영어권지역학전공)

15:30-15:40

- “MZ세대가 바라보는 CIS지역 속 한류 진출 동향과 발전과제”  
— 고민지·양수민(상명대학교 글로벌지역학부)

15:40-15:50

- “랜선으로 이루어지는 K체험”  
— 서수빈(상명대학교 한국어언어문화전공)

15:50-16:00

- “k-뷰티, 어디까지 알고 있니?”  
— 배교선(상명대학교 글로벌지역학부)

좌장 : 이희영(상명대학교 한국어언어문화전공)

16:00-16:20

- 집담회(발표 학생 소감 발표 및 문화교류 방안 의견 교환)

사회 : 양유림(상명대학교 글로벌지역학부)

16:20-16:30

- 폐회식
- 폐회사 : 박명수(상명대학교 글로벌지역문화연구소 소장)
- 기념사진 촬영

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
 <자료집 순서>

<한국 드라마를 통한 한국문화 학습과 한류 인식> ..... 2  
 증상진·진품선·허승위·왕방승(대만국립정치대학교 한국어문학과)

<파키스탄의 한국문화 콘텐츠 양상과 한류 현황> ..... 11  
 수마일 파티마(파키스탄국립외국어대학교 한국어 및 문화학과)  
 이수아(상명대학교 한국어문화전공)

<카자흐스탄에서 확산된 한류> ..... 22  
 이스카코바 다나(카자흐스탄 국제관계 및 세계언어대학 한국학과)

<베트남에서 한국 K-문화콘텐츠가 어떻게 영향을 미치고 있을까?> ..... 36  
 웬티빅웬(상명대학교 한국어문화전공)

<우즈베키스탄에 부는 강력한 한류> ..... 45  
 카키모브 딜섯백(상명대학교 한국어문화전공)

<소프트파워로 본 한류로서의 미디어 콘텐츠> ..... 52  
 김효경·문지윤·이승준·이하은(상명대학교 글로벌지역학부)

<웹툰의 K-문화콘텐츠로서의 가치> ..... 60  
 김서경(상명대학교 영어권지역학전공)

<MZ세대가 바라보는 CIS지역 속 한류 진출 동향과 발전과제> ..... 71  
 고민지·양수민(상명대학교 글로벌지역학부)

<랜선으로 이루어지는 K체험> ..... 80  
 서수빈(상명대학교 한국어문화전공)

<K-뷰티, 어디까지 알고 있니?> ..... 87  
 배교선(상명대학교 글로벌지역학부)

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(1)

<한국 드라마를 통한 한국문화 학습과 한류 인식>

: 대만국립정치대학교 한국어문학과 학부생을 중심으로

증상진·진품선·허승위·왕방승(대만국립정치대학교 한국어문학과)

한국 드라마를 통한  
한국문화 학습과 한류 인식:  
대만 국립정치대학교 한국어문학과  
학부생을 중심으로

증상진, 진품선, 허승위, 왕방송(대만국립정치대학교 한국어문학과)



목록

01

연애플레이리스트

02

미스터 션샤인

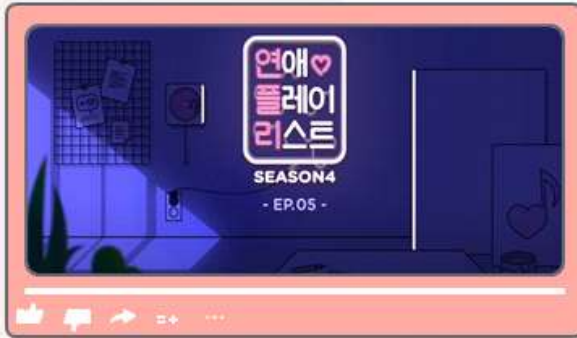
03

미생

04

쓸쓸하고 찬란하神-도  
깨비  
&오징어 게임

## 연애플레이리스트



드라마 배경:  
서연대 학생들 사이에 발생한 사랑과 우정의 이야기.



## 대만과 한국 대학의 문화 차이



엑스맨



휴학/복학

## 미스터 션샤인



드라마 배경:

- ① 1900년대 구한말
- ② 신분 복잡한 사람들이 조선을 위해

분투하는 이야기  
드라마를 통한 문화 학습:

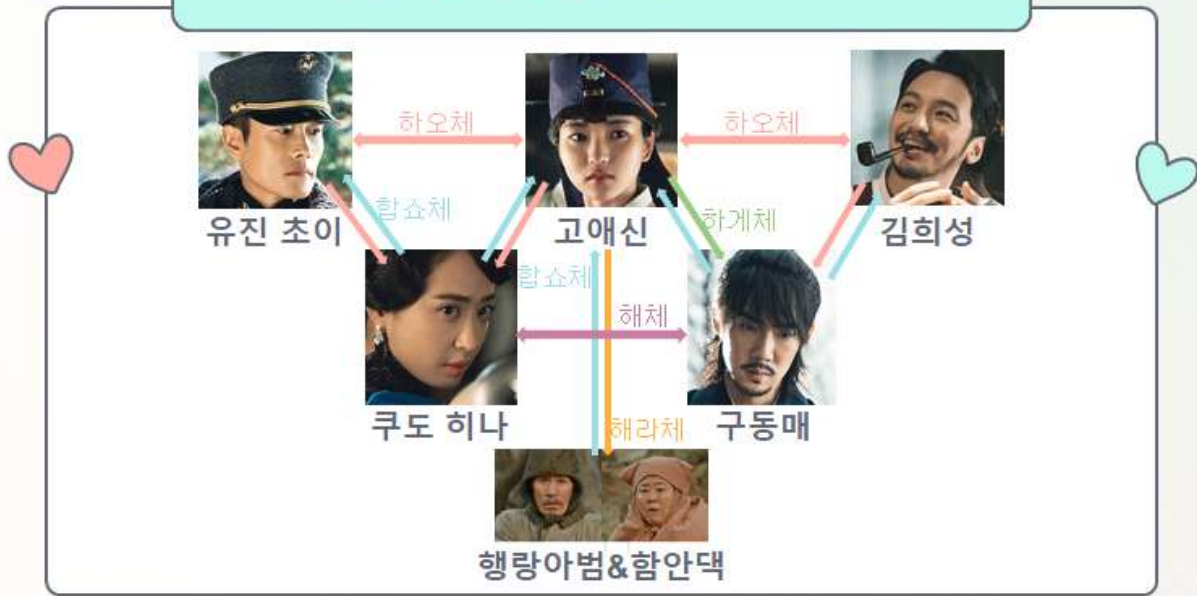
- ① 대만과 비슷한 역사
- ② 한국어의 존비어 문화

## 한국어의 존비어 문화

격식체	합쇼체	그의 선의가 조선을 위함에 빠뜨립니다.	아주	높임
	하오체	거기가 어디오? 나도 함께 있소?	보통	
	하계체	비키게. 죽어버리기 전에.	조통	낮춤
비격식체	해라체	이것이 어찌 네 손에 있느냐?	아주	높임
	해요체	사장님, 그 호외 정말 뿌리실 거예요?		
	해체	거점에 있었어야지.		낮춤

마스터 선사인

## 인물관계도



## 쓸쓸하고 찬란하神-도깨비

연도: 2016년

출연: 공유, 김고은



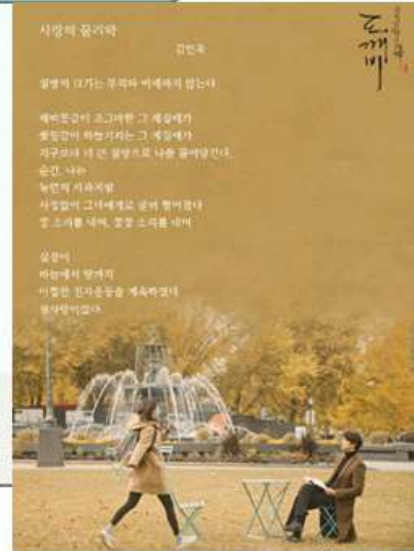
출처: 티빙

## 도깨비중에 문학

제목: 사랑의 물리학

시인: 김인욱

'심장이 하늘에서 땅까지 아찔한 진  
자운동을 계속하였다'



출처: tvN '도깨비' 페이스북

## 오징어 게임

연도: 2021년

출연: 이정재, 박해수



출처: 이데일리

## 오징어 게임중에 문학

제목: 운수 좋은 날

작가: 현진건



## <미생>을 통해 본 한국 직장 문화

연도: 2014년  
출연: 임시완, 이성민, 강소라,  
강하늘



## 학벌은 중요하다.

수많은 고등학생들이 좋은 대학교에 입학하기 위해 열심히 공부하고 있다. 그래야 대기업에 취직할 수 있다. 사람들은 반드시 좋은 대학교에서 나와야 좋은 회사에 다닐 수 있다고 생각한다.



## 선후배 관계를 엄격히 지켜야 한다.

한국 사람들은 나이나 직급으로 대표되는 상하관계를 중요시한다. 회사에서 선배와 상사의 지시에 무조건 복종해야 한다. 또 회사 윗사람들이 대부분 남자라서 군대처럼 관리하는 분위기가 있다.



## 퇴근 후에도 회식이 많다.

퇴근 후에 상사와 동료들과 같이 회식을 한다. 술도 많이 마신다. 2차 혹은 3차에 가는 일이 흔하다. 끝나고 집에 돌아가면 벌써 새벽이다. 그래도 다음 날에 회사에 제시간에 도착해야 한다.



경청해주셔서 감사합니다!

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(1)

<파키스탄의 한국문화 콘텐츠 양상과 한류 현황>

수마일 파티마(파키스탄국립외국어대학교 한국언어 및 문화학과)  
이수아(상명대학교 한국언어문화전공)

국제 학생 학술 세미나

# 파키스탄의 한국문화 콘텐츠 양상과 한류 현황

상명대학교 한국어문화전공 이수아  
파키스탄 국립외국어대학교 한국어 및 문화학과 슈마일 파티마

## 목차

### 01. 파키스탄에 대하여

- 수도
- 언어
- 종교
- 한국과의 시차

### 02. 파키스탄의 한국문화 콘텐츠 양상

- Leneha
- Sophia Mujahid
- Ashhar Hussain
- Rana Majid Mushtaq
- Zahid Hussain

### 03. 파키스탄의 한류 현황

- 한류의 시작점
- 코로나19 이후 변화
- 분야별 한류 현황
- 한국문화의 인기 이유

수도	이슬라마바드(Islamabad)
언어	우르두어, 펀자브어, 신디어, 푸쉬투어, 영어
종교	이슬람교(97%), 힌두교, 기독교
시차	한국 시간 - 4



**Lenaha**

**정보**

구독자 1.31만명  
동영상 790개

**특징**

계정 한국의 스킨케어&K-POP 상품 판매  
영향 현지 K-POP 팬클럽



KPOP  
FINALLY IN  
PAKISTAN?!?!?! ...  
7K views · 4 months...

BTS (방탄소년  
단) 'Yet To Come  
Official MV REA...  
627 views · 5 months...

NCT DREAM  
'Beatbox' |  
MIRROR + SLO...  
403 views · 5 months...

TXT 'Good Boy  
Gone Bad' |  
MIRRORED & S...  
432 views · 5 months...

Watch me  
fangirl over my  
boyfriend(s) for...  
654 views · 6 months...

## 정보

구독자 1.33만명

동영상 198개

## 특징

계정 K-POP 아티스트의 댄스 커버 업로드

영향 인스타그램 인플루언서+크리에이터

## Sophia Mujahid



BTS "Fake Love +  
Euphoria + Idol" ...  
28K views · 3 years a

BTS "Fake Love"  
- KPop World Fe...  
18K views · 4 years a

Story Time \*  
My Experience ...  
17K views · 1 year ag

BTS Jimin - "Lie"  
- KPOP World F...  
10K views · 5 years a

BTS - "DNA"  
- KPOP Dance C...  
5.7K views · 4 years a

## 정보

구독자 2.03천명

동영상 72개

## 특징

계정 K-POP 아티스트의 댄스 커버 업로드  
한국에서의 생활 영상 업로드

영향 학생 + K-POP 댄서

## Ashhar Hussain



정보

구독자 24. 8만명

동영상 451개

특징

계정 한국 문화와 한국 생활에 대한 경험 공유

영향 콘텐츠 제작자 + 크리에이터

Rana Majid Mushtaq



정보

구독자 1. 9만명

게시물 768개

특징

계정 한국 생활에 대한 경험 공유

영향 인스타그램 인플루언서 + 한국 TV 출연

Zahid Hussain

2016년 1월

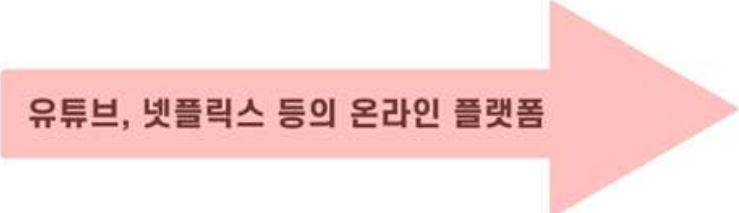
- ✔ P-TV Home에서 <대장금> 방영
- ✔ YouTube 허용

2016년 4월, 7월


- ✔ 신문 Nawa-I-Waqt에 김유정 작가 단편소설 소개
- ✔ K-Pop world festival 예선

2017년

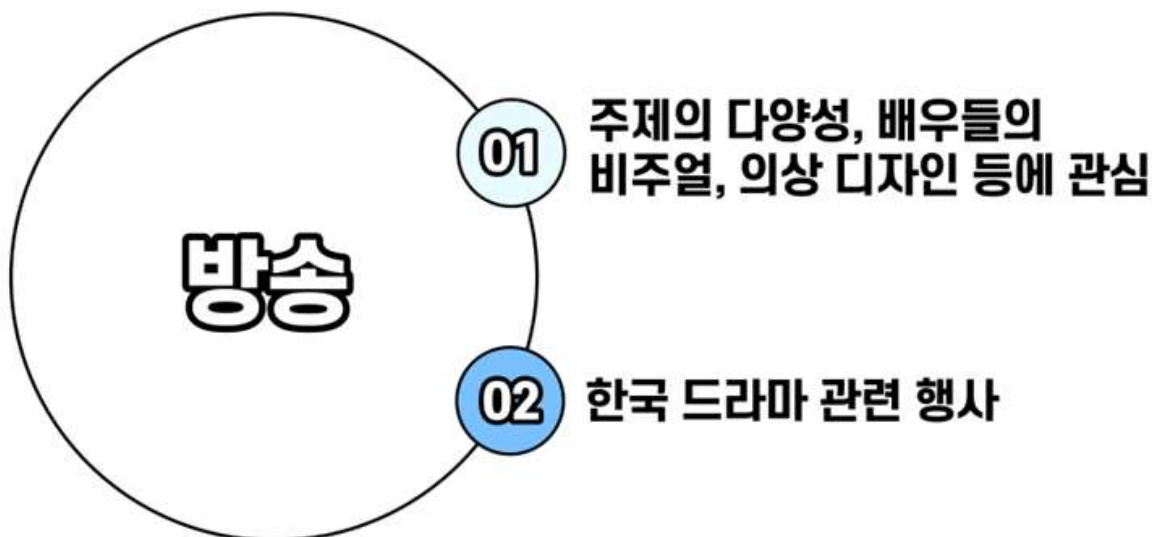
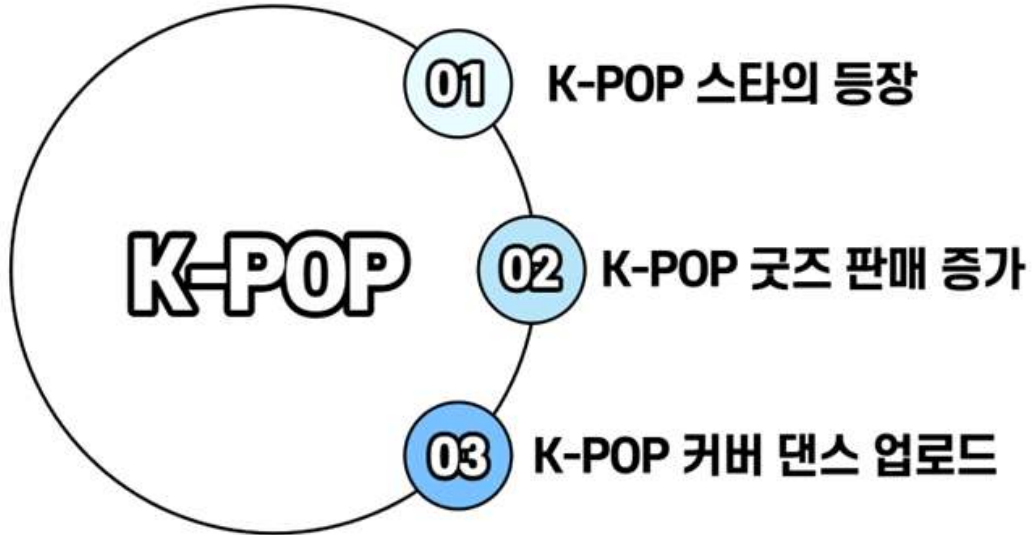
- ✔ HTV에서 <기황후> 방영

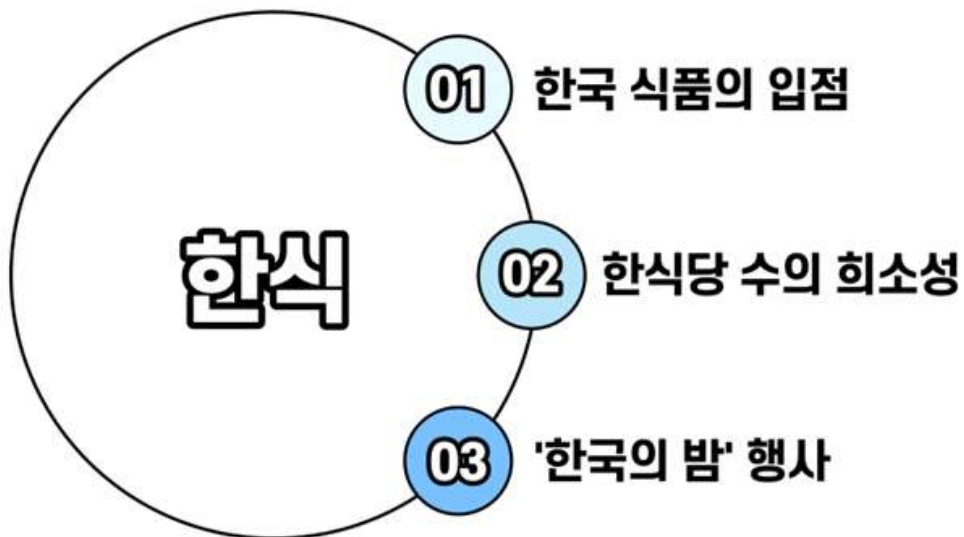
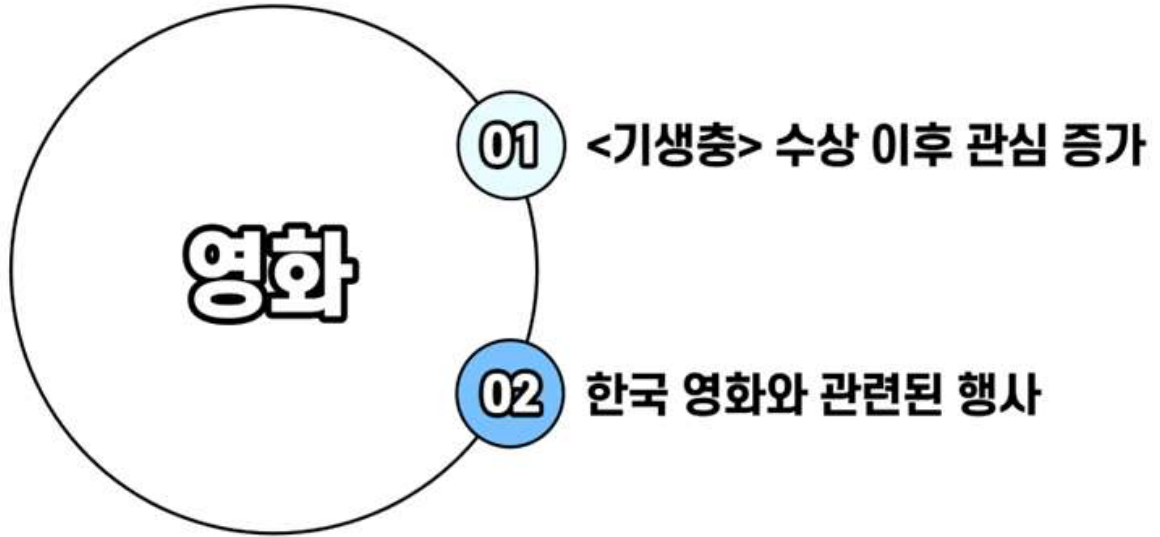


유튜브, 넷플릭스 등의 온라인 플랫폼



페이스북, 인스타그램 등의 SNS









## 참고문헌

외교부, 한국국제교류재단(2018), 2018 지구촌 한류현황 I - 아시아·대양주, 한국국제교류재단  
 외교부, 한국국제교류재단(2019), 2019 지구촌 한류현황 I - 아시아·대양주, 한국국제교류재단  
 외교부, 한국국제교류재단(2020), 2020 지구촌 한류현황 I - 아시아·대양주, 한국국제교류재단  
 외교부, 한국국제교류재단(2021), 2021 지구촌 한류현황, 한국국제교류재단  
 외교부, 한국국제교류재단(2021), 2021 지구촌 한류현황 I - 아시아·대양주, 한국국제교류재단  
 외교부, 한국국제교류재단(2021), 2021 지구촌 한류현황 분석, 한국국제교류재단

유튜브, Leneha, <https://www.youtube.com/@LenehaJunsu>  
 유튜브, Sophia Mujahid, <https://www.youtube.com/@SophiaMujahid>  
 유튜브, Ashhar Hussain, <https://www.youtube.com/@AshHARU>  
 유튜브, Rana Majid Mushtaq, <https://www.youtube.com/@MajidMushtaqOfficial>  
 인스타그램, zahid\_pkkr, [https://www.instagram.com/zahid\\_pkkr/](https://www.instagram.com/zahid_pkkr/)

# 감사합니다

.....

상명대학교 한국어문화전공 이수아  
파키스탄 국립외국어대학교 한국어 및 문화학과 슈마일 파티마

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(1)

<카자흐스탄에서 확산된 한류>

이스카코바 다나(카자흐스탄 국제관계 및 세계언어대학 한국학과)

# 카자흐스탄에서 확산된 한류

이스카코바 다나

## 목차

1. 서론
  2. 카자흐스탄과 K-문화콘텐츠
    - 2.1 카자흐스탄에서 K-Wave(한류) 확산의 시작
    - 2.2 카자흐스탄에서 한류를 통해 온 MZ세대의 변화
  3. 한국과 카자흐스탄의 문화고류의 해
  4. 결론
- 참고문헌

# 01. 서론 ✨

# 01. 서론



카자흐스탄 공화국

(카자흐어: Қазақстан Республикасы 카작스탄 레스푸블리카스)



# 02 카자흐스탄과 K-문화콘텐츠

## 2. 카자흐스탄과 K-문화콘텐츠

KOREANS.KZ

Ассоциация корейцев Казахстана  
카자흐스탄 고려인 협회

1990년 6월 3일

 **KOCIS** 한국문화원  
KOREAN CULTURAL CENTER



## 2. 카자흐스탄과 K-문화콘텐츠



1991년: 가수 구창모의 첫 무대

제1회 한국 전통 음악과 춤 세미나

ХАБАР



QAZAQSTAN





## 2.1 카자흐스탄에서 K-Wave(한류) 확산의 시작

Korea Wave Festival: Rolling Across Kazakhstan



# 'K-POP WORLD ФЕСТИВАЛЬ 2011'



**3rd Spring K-pop Festival**

**СТЕПОРЧОНДЫ ТҮТ**

Сроки подачи заявок: 01.03 - 06.04.2013  
 Заявки отправлять на [postfestival@mail.ru](mailto:postfestival@mail.ru)  
 Место и время: 13.04.2013  
 1 категория - "эксел": 11:00 - 13:00  
 2 категория - "эмел": 14:00 - 17:00  
 Карейский Центр Просвещения При  
 Посольстве Республики Корея (Абат 158А)

**СРІАНА**  
 Дата: 27.04.2013  
 Место: Концертный зал  
 "КАЗАККОНЦЕРТ"  
 (Абсолютный этаж 6/3)  
**Начало: 16:00**

По вопросам: +7 702 467 52 77 Казань +7 701 199 90 00 Рязань +7 701 798 90 92 Астана  
 www.k-pop.or.kr | www.k-pop.com/steporchondy | www.k-pop.com/ryazan | www.k-pop.com/astana



싸이(PSY)의 '강남스타일'



## 2.2 카자흐스탄에서 한류를 통해 온 MZ세대의 변화



K-패션

K-스타일



MZ세대의 내적인 변화를 가져 온 한류

Q-pop



✦ 03

한국과 카자흐스탄의  
문화교류의 해



«ICU»



«N.CUS»



**EVERGLOW!**



알마티 아레나(Almaty Arena)에서  
단독 콘서트

04 ✨

결론





## 참고문헌

1. 김기현. *소통의 문화: 한국과 미국의 문화 비교*, 2012
2. 김기현. *한국-미국 문화 비교*, 2012
3. 김지나. *K-POP 및 Q-POP의 ABCD 모델 활용*, 2019.
4. <https://kaz.korean-culture.org/ko/494/board/205/list?PageNum=168>
5. [http://www.ohmynews.com/NWS\\_Web/Viewat\\_pg.aspx?CNTN\\_CD=A0002869560](http://www.ohmynews.com/NWS_Web/Viewat_pg.aspx?CNTN_CD=A0002869560)

# 감사합니다!



“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(1)

<베트남에서 한국 K-문화콘텐츠가 어떻게 영향을 미치고 있을까?>

웬티빅웬(상명대학교 한국언어문화전공)

## 베트남에서 한국 K – 문화콘텐츠가 어떻게 영향을 미치고 있을까?



상명대학교  
한국언어문화 전공  
웬티빅두엔

## Contents

1. 한국 문화콘텐츠 언제부터 베트남에 들어왔을까?
2. 현재 베트남과 한국의 문화교류 상황
3. 한류가 베트남에 대한 영향
4. 나중에 어떤 방향으로 발전할 건지에 대한 개인 생각

## 1. 한국 문화콘텐츠 언제부터 베트남에 들어왔을까?



1997년에 '의가형제' 드라마를 통해서 처음 한국 문화콘텐츠에 대해 알려주며 많은 관심을 받았다.

## 1. 한국 문화콘텐츠 언제부터 베트남에 들어왔을까?

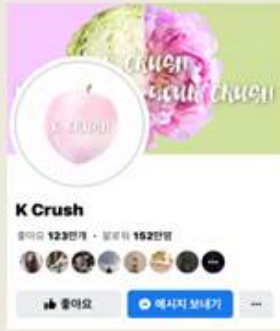
- 2009년에 꽃보다 남자 (Vườn sao băng) 드라마가 나오고 엄청난 인기를 얻었다.



# 1. 한국 문화콘텐츠 언제부터 베트남에 들어왔을까?



- 팬들이 만든 페이스북 홈페이지 들이고 여기서 자기 좋아하는 아 아돌과 관련하는 소식들을 공지한 다.



# 2. 현재 베트남과 한국의 교류 상황

- 한국교육개발원에 공제한 자료에 따르면 2021년에 한국에 있는 베 트남 유학생은 35,843 명 정도 있다.

국 가	중국	베트남	우즈벡	몽골	일본	미국	기타	계
2017	68,184	14,614	2,716	5,384	3,828	2,787	26,365	123,858
비율(%)	55.1%	11.8%	2.2%	4.3%	3.1%	2.2%	21.3%	100.0%
2018	68,537	27,061	5,496	6,768	3,977	2,746	27,620	142,205
비율(%)	48.2%	19.0%	3.9%	4.8%	2.8%	1.9%	19.4%	100.0%
2019	71,067	37,426	7,492	7,381	4,392	2,915	29,492	160,165
비율(%)	46.7%	24.6%	4.9%	4.8%	2.9%	1.9%	19.4%	105.2%
2020	67,030	38,337	9,104	6,842	3,174	1,827	27,381	153,695
비율(%)	44.0%	25.2%	6.0%	4.5%	2.1%	1.2%	18.0%	100.9%
2021	67,348	35,843	8,242	6,028	3,818	2,218	28,784	152,281
비율(%)	44.2%	23.5%	5.4%	4.0%	2.5%	1.5%	18.9%	100.0%

## 2. 현재 베트남과 한국의 교류 상황

- 매년 많은 한-베 문화교류 행사를 진행하고 있다.



### 서울대 사상 최초로 베트남에 분교 설립 추진 (공식)

2022-08-18 21:02

최근 '중장기 발전 계획' 보고서에 담긴 내용  
학령 인구 감소로 나온 교육책

서울대가 사상 처음으로 베트남에 해외 분교를 만든다.

## 2. 현재 베트남과 한국의 교류 상황

- 베트남 방송에 많은 한국 콘텐츠 재생하고 드라마 리메이크 및 합작

<표 1> 영화, 드라마 리메이크 및 합작

제작사/법인	제목	상영
Vifa-CJ Media	고수의 향기 / Mùi ngò gai	2006 (106회)
CJ E&M-VTV	오늘도 청춘 / Tuổi thanh xuân-1,2	2014-2016
VTV	태양의 후예 / Hậu Duệ Mặt Trời	2018
CJ E&M-HK Film	수상한 그녀 / Em là bà nội của anh	2015
TNA E&M CJ CGV	미녀는 괴로워 / Sắc đẹp ngàn cân	2017
Stephane Gauger	오작한 연애 / Yêu đi đừng sợ	2017
Lê Đào Media	과속 스캔들 / Ông Ngoại Tuổi 30	2018
CJ E&M HKFilm	Sunny / Tháng năm rực rỡ	2018
Live Media	엽기적인 그녀 / Yêu Em Bất Chấp	2018
HK Film, Donuts Culture	Love Again / Hãy để em yêu anh	2018 (합작)

<표 2> 베트남에서 제작 방영되는 한국의 예능프로그램

제작사	프로그램명	비고
VTV2-Raum	렛 미 인 / Thay đổi cuộc sống	2015-현재
VTV3-TJBVN	날아라 숲둥이 / Cầu thủ tí hon	2011
VTV3	아빠, 어디가? / Bố ơi! Mình đi đâu thế?	2014-현재
HTV	런닝맨 / Running Man	2018(예정)
Lime E&M SBS/HTV	오 마이 베이비 / Con đến từ hành tinh nào	2017-현재
HTV7	너의 목소리가 보여 / Giọng ai giọng ai	2016-현재
HT 7	복면가왕 / Mặt Nạ Ngôi Sao	2017-현재

## 2. 현재 베트남과 한국의 교류 상황

외교부의 자료에 따르면 2021년 기준으로 베트남에서 살고 있는 한국인은 156,000명 정도, 한국 소대기업은 9,000개 정도 있다.

<대베트남 국가별 투자 누적액 상위 8개국의 최근 5년 투자동향>  
(단위: US\$ 백만)

순위	국가명	구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	'88~'21년 누계
1	한국	총투자	8,719.9 (2위)	7,212.0 (2위)	8,344.4 (1위)	3,949.1 (2위)	4,953.2 (2위)	74,656.4
		그린필드투자 (신규+증액)	7,801.8 (2위)	5,928.5 (2위)	5,647.3 (1위)	2,945.5 (2위)	4,361 (2위)	
2	일본	총투자	9,204.6 (1위)	8,598.9 (1위)	4,169.2 (4위)	2,367.9 (4위)	3,897.5 (3위)	64,397.1
		그린필드투자	8,718.6 (1위)	7,989.3 (1위)	2,922.5 (4위)	1,218.9 (7위)	3,650.0 (3위)	
3	싱가포르	총투자	5,894.8 (3위)	5,071.0 (3위)	4,421.2 (3위)	8,994.1 (1위)	10,711.9 (1위)	64,361.6
		그린필드투자	4,939.0 (3위)	3,269.8 (3위)	1,820.3 (5위)	6,828.4 (1위)	7,343.2 (1위)	

[자료: 베트남 기획투자부(MPI), 2021.12.20. 기준]

## 2. 현재 베트남과 한국의 교류 상황

<2021년 한국의 대베트남 주요 산업별 투자 현황>  
(단위: US\$ 백만, %)

분야	총 투자액	증감률	투자 비율	신규+증자	M&A, 주식매입
제조 가공업	3,784.9	86.6	76.4	3,598.3	186.5
부동산 경영업	440.5	-48.9	8.9	396.6	43.9
도소매 유통 및 수리서비스업	207.6	-29.6	4.2	42.5	165.1
정보통신업	140.68	247	2.8	124.3	16.3
전문과학기술업	117.4	-69.8	2.4	62.4	55.0
건설업	63.3	-19.3	1.3	52.8	10.5
용수공급, 폐수 처리	62.4	682.6	1.3	-	62.4
물류, 운송업	53.3	111.7	1.1	47.1	6.2
호텔, 요식업	28.6	-31.7	0.6	4.8	23.8
기타	53.9	-	1.1	32.7	21.2
총액	4,953.1	25.4	100	4,361.7	591.4

[자료: 베트남 기획투자부(MPI), 2021.12.20. 기준, 무역관 자체 집계]

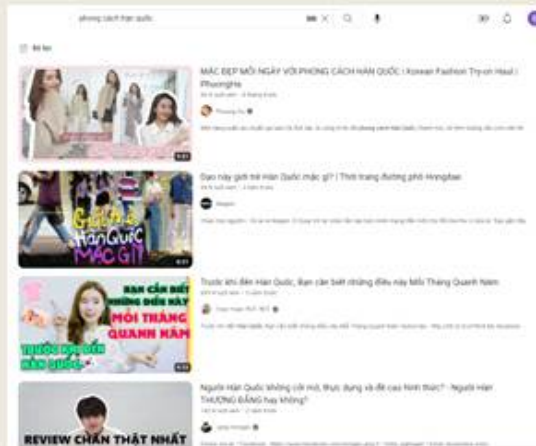
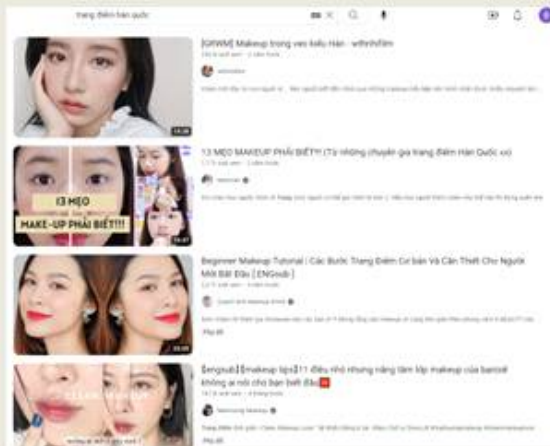
### 3. 한류가 베트남에 대한 영향

- 문화콘텐츠를 통해 한국 연예인의 패션이나 헤어스타일, 화장법, 한국의 음식 ...등에 대한 관심이 많이 생겼다.



### 3. 한류가 베트남에 대한 영향

- 베트남 젊은이들한테 한국 사람의 옷차림, 화장법에 대한 영향을 많이 받았다.



### 3. 한류가 베트남에 대한 영향

- GS그룹의 GS25는 2018년 1월 19일 호치민시에 GS25  
엠프레스 타워 1호점을 오픈하고 현재 150개 정도 있다.



### 3. 한류가 베트남에 대한 영향

- 현재 베트남에 있는 대학과 전문대학 중에 28 학교 한국학(한국의  
언어, 문화, 역사, 등) 전공 개발하여 16.000 학생 정도 다니고 있다.  
그 외에 수많은 한국어학원도 운영하고 있다.



## 4. 나중에 어떤 방향으로 발전할 건지에 대한 개인 생각

- 한국의 드라마와 kpop을 출발점으로 한국과 베트남의 사회 및 경제적 요인들이 시너지가 되어 사회현상으로 발전하게 될 전망이다.
- 현재 한국에 있는 베트남 유학생들이 나중에 졸업하고 한국에서 배운 지식을 베트남에 돌아가서 충분히 활용할 수 있으며 사회 각 분야가 한국과 협력이 더 깊어질 가능성이 크다고 생각한다.
- 좋은 점도 있지만 주의할 점도 있다. 유학생이 많아짐에 따라 한국 이주하는 베트남 민들이 많아지는데 이러한 다문화 가정이 증가하는 과정에서 생기는 다양한 문제를 주의해야 한다.
- 한국과 베트남의 상호 협력적인 관계가 한류로 인해 한국과 베트남이 서로의 문화를 존중하고 이해하며 서로의 우수한 문화를 올바른 방향으로 발전시켜 나가려는 노력이 현재와 미래의 발전적인 모습이다.

## 참고자료

### 1. 논문자료

- 이계선 (2018), "베트남에서의 한류 현상의 확산과 콘텐츠의 다양화"
- 아주대학교 국제학부 해외현장연구 (2019), '베트남 내 한류 영향에 따른 한식당 진출 전망에 관한 연구'
- Tran Tuyet Hanh (2018) , "K-pop을 중심으로 한 베트남 내 한류 연구"
- Trần Thị Hương - Cao Thị Hải Bắc (2014), "ẢNH HƯỞNG CỦA HÀN LƯU TẠI VIỆT NAM NHÌN TỬ GÓC ĐỘ LIÊN NGÀNH"

### 2. 인터넷 자료

- [https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE\\_NO=3&MENU\\_ID=100&CONTENTS\\_NO=1&bbsGbn=322&bbsSn=322&pNttSn=193142](https://dream.kotra.or.kr/kotranews/cms/news/actionKotraBoardDetail.do?SITE_NO=3&MENU_ID=100&CONTENTS_NO=1&bbsGbn=322&bbsSn=322&pNttSn=193142)
- <https://kinhtedothi.vn/dao-an-chuong-trinh-giao-luu-van-hoa-viet-han.html>
- [https://world.kbs.co.kr/service/news\\_view.htm?lang=v&Seq\\_Code=53741](https://world.kbs.co.kr/service/news_view.htm?lang=v&Seq_Code=53741)

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(1)

<우즈베키스탄에 부는 강력한 한류>

카키모브 딜섯백(상명대학교 한국어어문화전공)



## 우즈베키스탄에 부는 강력한 한류

상명대학교 한국언어문화학과 카키모브 딜섯벡 201990020



### 우즈베키스탄의 한류 부는 이유

- 다분야적으로 한국과 깊은 교류를 가지고 있는 나라
- 유학생과 이주근로자들이 한국을 꾸준히 방문하는 나라
- 한국어 및 한국 문화에 대한 관심이 높은 나라
- 약 18만 명의 고려인들이 살고 있는 나라



## 우즈베키스탄의 한류 현황



한국 언어/ K-Language



한국 노래/ K-Pop



한국 드라마/ K-Drama

## 우즈베키스탄에서 한국 언어 및 한국 문화 교육 과정



### 한국어 학습자들이 빠르게 증가한다

최근 우즈베키스탄에서는 수도 타슈켄트를 중심으로 사마르칸트, 부하라, 우르겐치 등의 지방 도시에서도 한국어를 배우려는 사람들이 빠르게 증가하고 있음.

### 많은 관심을 갖고 있다

정규 과목, 한국어 강좌로 약 2만여 명의 수강생이 한국어를 배우고 있음.

### 한국어교육원이 늘어나고 있다

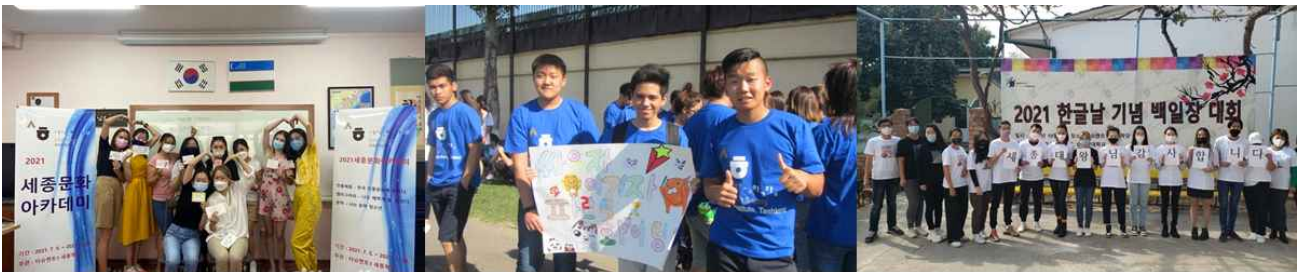
우즈베키스탄에서는 초중등, 대학 등 47곳에서 한국어를 정규과목으로 가르치고 있음.



한국언어 교육으로 제일 유명했던 곳이 어디예요?

# 타슈켄트 한국교육원

[www.tashkec.uz](http://www.tashkec.uz)

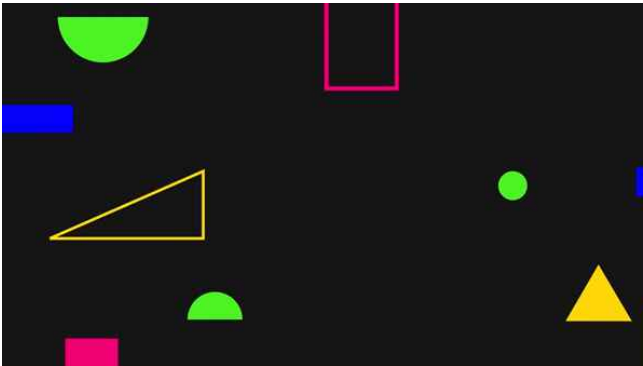


한국언어 교육으로 제일 유명했던 곳이 어디예요?

# 타슈켄트 세종학당

[www.tashkent.sejonghakdang.org](http://www.tashkent.sejonghakdang.org)

## 우즈베키스탄에 인기 얻었던 K-Pop



## 우즈베키스탄에 한류 축제 “모꼬지 대한민국”

- 5만 3천여명의 한류 팬들이 참석했다
- 주변국 팬들도 입국했다
- 카이, 에일리, 페이블이 등 K-pop 스타들이 출연했다
- 관객들의 뜨거운 반응을 이끌었다



## 관람객들은 반응이

- “한국 문화를 더 잘 이해하는 기회를 주었다”
- “한국의 전통과 역사에 대해 더 궁금해졌다”
- “교복과 한복 체험을 통해 문화를 더 가깝게 느꼈다”



• 우즈베키스탄에서 상영되는 한드라마:Korean Drama



20|04



20|06



20|20



20|22

20|03



20|05



20|08



20|21



국내 연구 결과에 따라 여성(80.9%), 남성(66.3%) 응답자가 '한국 드라마' 본 적이 있다.

우즈베키스탄인들에게 한국 드라마가 인기가 좋은 이유는 무엇일까요?

우즈베키스탄과 한국의 문화가 비슷하다

어른들을 존중하고 부모에게 효도하는 문화가 양국가에 있기 때문이다

우가족과 함께 시청할 수 있는 생활 속 소재

드라마 소재가 생활 속 평범한 소재, 즉 가족 이야기, 남녀 간 사랑, 성공담 등이 주를 이루고 있기 때문이다

“

## THANK YOU

한류 바람이 우즈베키스탄뿐만 아니라 전 세계적으로  
강세게,오래, 계속 불 것이라고 생각합니다!

”

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(2)

<소프트파워로 본 한류로서의 미디어 콘텐츠>

김효경·문지윤·이승준·이하은(상명대학교 글로벌지역학부)

# 소프트 파워로 본 한류 미디어 콘텐츠

KOREAN WAVE  
MEDIA CONTENT  
IN SOFT POWER



글로벌지역학부  
이하은  
김효경  
문지윤  
이승준

## 목차



...

### 01 한류의 시작

### 03 미디어 콘텐츠와 소프트 파워

K- 미디어 콘텐츠의 강점  
소프트 파워 효과로서의 미디어 콘텐츠

...

### 02 소프트 파워

소프트 파워란?  
소프트 파워의 중요성

### 04 질의응답

## 한류의 시작

소프트 파워로 본 한류 미디어 콘텐츠

### 오징어게임

- 에미상 6개 부문 수상
- 역대 최초 1억 가구 시청 돌파 기록
- 2021년 9월 21일, 미국 넷플릭스 종합 1위



### 기생충

- 오스카 시상식 수상
- 아카데미 작품상 4개부문 수상
- 최초의 비영어권 영화



## 한류의 시작

소프트 파워로 본 한류 미디어 콘텐츠

### K-POP

- 1세대 아이돌의 중국과 일본 진출
- 2000년대 후반, 원더걸스와 싸이의 미국 시장 진출 도전
- 방탄소년단과 블랙핑크의 빌보드 1위



“

**강압이나 거래가 아닌  
매력을 통해 원하는 것을  
얻는 능력**

”

⋮



• • •

과거에는 군사적인 우월성과  
경제적인 힘을 발휘하는데 주력했다면,  
현대는 문화적 가치를 통해 자국의 목소리를 냄

• • •

4차 산업혁명 시대에서  
하드파워만으로 국가 경쟁력을 유지하기 쉽지 않음

• • •

세계화와 인터넷의 확장을 바탕으로  
국가의 힘을 하드파워로만 구분하는 것이 아닌  
소프트 파워의 중요성을 인식하게 됨



## 현대의 국제 관계 및 세계질서를 이해하고 설명하는데 매우 유용한 수단



## MZ세대가 생각하는 K-미디어 콘텐츠의 강점

“  
스토리텔링을 통한 세계인들의 공감  
”

할리웃 영화에는 전 세계인들이 즐길 수 있는 보편적 가치보다는  
자국의 이익이나 입장을 은연중에 투영시킨 경우가 있다.  
하지만, K-미디어는 국경과 이념을 초월한 모든 사람들이 공감할 수 있고,  
호감을 가질 수 있는 조편적인 가치가 담겨있다.

오징어게임

- ✔ 현대 사회에 양심이 결여되어 있고 더 나은 사회를 위해서는 양심적으로 살아야 한다.
- ✔ 물질만능주의라는 현대 자본주의 현실에 대해 시사하고 있다.

기생충

- ✔ 하류층 간의 삶을 보여주면서 빈부격차라는 만국공통의 현실을 한국사회에 빗대 적나라하게 보여준다.
- ✔ 판타지적 계층 전복이 아닌 우리의 현실을 어떻게 헤쳐나갈 것인가에 대한 질문을 현실적으로 던지고 있다.

한국의 전통문화 확산효과

- ✔ 오징어 게임은 딱지치기, 달고나 게임과 같은 한국적인 특성을 잘 녹임
- 전 세계에서 수많은 사람들이 작중 게임을 즐김
- ✔ 아이돌 그룹이 한국의 전통의상 한복을 리폼하여 무대의상 착용
- 소셜미디어를 통한 영상 확산으로 한국의 전통 의상 홍보



한국어의 세계화 효과

- ✓ 아이돌 그룹의 한국어 가사와 인터뷰, 한국 드라마, 영화 등 다양한 공감을 통해 한국어 세계화에 긍정적 효과
- ✓ 방탄소년단이 빌보드 정상에 차지하기 시작한 2018년부터 미국과 캐나다, 태국, 말레이시아, 알제리 등 세계 여러 지역에서 한국어 열풍

인권과 평화의 효과

- ✓ 방탄소년단은 유니세프 아동폭력근절 캠페인을 후원
- ✓ 방탄소년단을 중심으로 만들어진 기금으로 가정, 학교폭력, 성폭력 피해를 당한 전 세계 아동을 지원하는데 사용
- ✓ 원폭 티셔츠, 나치 문양 모자 등을 통해 전쟁보다는 평화가 중요하다는 인식을 저변에 확산

참고문헌

강준수. "소프트파워로 본 한류로서의 방탄소년단 고찰." 이벤트 컨벤션 연구 15.3 (2019): 93-116.  
 김현정. "K-콘텐츠에 대한 분석 : 거대 OTT 서비스 플랫폼의 킬러콘텐츠로서의 K-drama를 중심으로." 한국과 세계 4.4 (2022): 215-236.  
 심소정 ( Shim So Jeong ). "국내 콘텐츠의 성공 사례 분석과 그 효과에 대하여 -오징어게임을 중심으로-." 커뮤니케이션 디자인학연구 78.- (2022): 158-169.  
 [관련기사]  
 스페인 한류 열풍, K팝·車,스마트 정책..전방위 확장  
<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20221113000029>  
 프랑스와 멕시코에서 "한류 확산 이어나간다"  
[http://www.cpbc.co.kr/CMS/news/view\\_body.php?cid=832796&path=202210](http://www.cpbc.co.kr/CMS/news/view_body.php?cid=832796&path=202210)  
 BTS·블랙핑크가 열일했네... 한국어 배우는 美대학생 '급증'  
<https://www.asiatime.co.kr/article/20221020500156>  
 한류는 언어 걸린 성공일까? (feat. 오징어게임, BTS) - YouTube  
 \*10=(130306-004)조병철.hwp (koreascience.kr)  
 [정문영의 시네마 크리티크] 한 지붕 세 가족의 비극적 탄생: <기생충> 봉준호 - 르몽드디플로마티크 (ilemonde.com)  
 [서주연의 영화 칼럼] 오징어 게임의 의미 (goeonair.com)



궁금한 점 모두 부담없이 물어보세요!

# 감사합니다

VIELEN DANK.



“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(2)

<웹툰의 K-문화콘텐츠로서의 가치>

김서경(상명대학교 영어권지역학전공)

# 웹툰의 k-문화콘텐츠로서의 가치

글로벌지역학부 영어권지역학전공 김서경

## 목차

02

웹툰의 역사

Background

03

웹툰의 MZ 세대

친화성

Why

04

웹툰의 세계화

How

05

결론

Conclusion

# 1.서론

## K-문화콘텐츠 웹툰

- 웹툰이란 웹(web)과 카툰(cartoon)의 합성어로, 대한민국에 정착된 고유의 웹 만화 플랫폼을 통칭
- 대한민국의 웹툰 소비자는 많은 비율이 MZ세대로 이루어져 있음
- 세계적인 관심과 소비의 대상인 웹툰
- 웹툰을 “k-문화콘텐츠”의 간판으로서 생각하고 관심을 가져볼 가치가 있다



## 웹툰의 역사

배경지식

## 2. 웹툰의 역사

배경지식

2000



<그림1> 플래시 애니메이션 마시마로

웹툰이라는 단어의 첫 등장 '천리안'  
플래시 애니메이션 콘텐츠를 웹툰이라 지칭

2002



<그림2> 미디어 다음 만화속세상

스크롤 형식의 웹툰 등장  
다음 '만화속세상'  
전통적 만화 컷 형식 파괴,  
롤페이퍼 형식, 스크롤 기능으로 구독  
포털이 작품 유통권리 확보, 무상 제공  
'덧글' 형식의 대단위 감상 정보 남기기 가능  
'펼칠' 행위로 콘텐츠 공유

2008

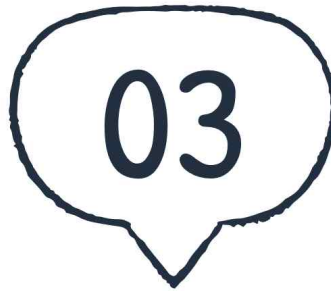
제 1화 : 엘리베이터



<그림3> 강풀의 만화속세상 연재작 순정만화

강풀 '순정만화'  
서사성 내재한 연재만화로 웹툰 발전  
포털에서 얻은 인지도를 기반으로 단행본,  
캐릭터 상품, 영화, 드라마 등 연관 상품 출시  
↓  
현재적 의미의 웹툰으로 도달

Source: 박석환, "웹툰 산업의 실태와 문제점" (2009)



## 웹툰의 MZ 세대 친화성

웹툰의 뉴 미디어 특성 중심으로

### 3. 웹툰의 MZ 세대 친화성

#### 1) MZ세대의 미디어 소비 특성

MZ세대는 디지털 유목민과 원주민

- '자신을 정의내리고, 취향을 존중한다'
- 디지털 환경에 익숙하고 최신 트렌드와 이색적인 경험을 추구하는 특징
- 온라인 문화콘텐츠 주 소비층, 습관적인 소비
- '덜 지루하고 더 간단하게'
- 자신에게 필요한 정보만 선택 선호

한국의 X·M·Z세대 구분

분류	X세대	밀레니얼 세대	Z세대
출생 시기	1970~1980년	1981~1996년	1997년 이후
세대별 성장 분야	디지털, 인터넷	데이터, 모바일, 글로벌, 소통, 성향	유튜브, 온라인, 패션, 소비자, 크리에이터, 공유
상징 제품	TV	스마트폰, 태블릿	유튜브, 웨어러블
관심사	워라밸	자유	개인의 행복
커뮤니케이션	이메일, 문자	소셜미디어(SNS)	영상통화
미디어 이용	디지털 이주민	디지털 유목민	디지털 네이티브
직업 의식	개인 포트폴리오, 전문능력	디지털 창업, 조직을 위해서가 아니라 함께 일함	유연한 고용, 본업과 부업 멀티태스킹
키워드	개성, 개인주의, 대중문화, 서태지와아이들	자기계발, YOLO, 언택트, 기성비, 함플레이스, 평수	콘텐츠, 크리에이터, 스트리밍, 금식제

자료: 삼성KPMG 경제연구원

[그래픽=이호연 기자]

<표> 한국의 X·Y·Z세대 구분

Source: 박재현, "MZ세대의 미디어콘텐츠 소비 패러다임 연구" (2022) / 전남현, "MZ세대 덜 지루하고 더 간단한 디지털 콘텐츠에 지갑 열어"(2022)

### 3. 웹툰의 MZ 세대 친화성

#### 2) 뉴 미디어의 양방향성



레거시 미디어

TV, 신문 라디오 등의 전통 미디어  
단방향적 정보 전달  
배포자의 정보 그대로 수용  
집, 오프라인 중심 이용  
MZ세대가 회피



뉴 미디어

E-book, Youtube, 웹툰 등  
양방향적 정보 전달  
자신이 필요한 정보만을 찾아볼 수 있음  
온라인상 언제 어디서나 이용  
MZ세대가 선호

Source: K-MOOC: [1인 미디어와 크리에이터]-{2. 뉴미디어와 MCN의 산업동향-1} 뉴미디어 생태계 소개

### 3. 웹툰의 MZ 세대 친화성

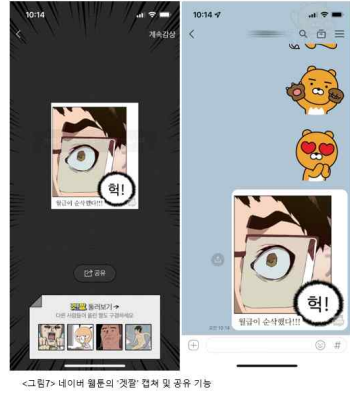
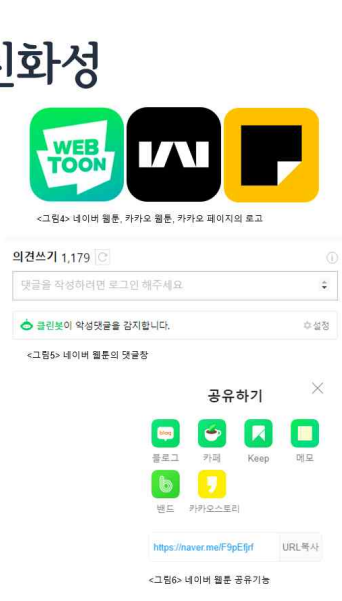
#### 2) 뉴 미디어의 양방향성

웹툰은 뉴 미디어 콘텐츠

- 접근성 뛰어난 온라인
- 즉각적 반응 표현이 가능함: 자기표현의 욕구 충족 ex)댓글, 공유
- 댓글을 통해 작품에 의견을 보내거나, 대사를 수정해 이미지를 만드는 '갯짤'과 같은 기능으로 직접 제작에 참여할 수 있음
- 자신이 원하는 작품 선택
  - 학교, 대학, 직장생활 등 공감할 수 있는 서사
  - MZ세대가 흥미를 갖고 있는 다양한 장르 소개
- 모바일 시대에 강한 스크롤 연출 방식을 기반
- 종이 만화보다 제작, 배포가 쉽고 편당 길이도 짧고 집중도도 높다



웹툰은 MZ세대 소비자들의 흥미 대상



Source: 박재현, "MZ세대의 미디어콘텐츠 소비 패러다임 연구" (2022) / 전남혁, "MZ세대 덜 지루하고 더 간단한 디지털 콘텐츠에 지갑 열어"(2022)

### 3. 웹툰의 MZ 세대 친화성

#### 2) 뉴 미디어의 양방향성

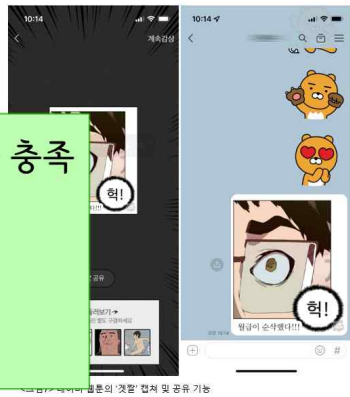
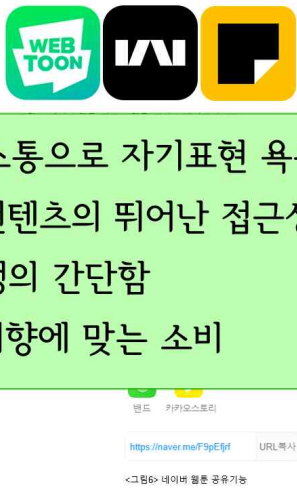
웹툰은 뉴 미디어 콘텐츠

- 접근성 뛰어난 온라인
- 즉각적 반응 표현이 가능함: ex)댓글, 공유
- 댓글을 통해 작품에 의견을 보내거나, 대사를 수정해 이미지를 만드는 '갯짤'과 같은 기능으로 직접 제작에 참여할 수 있음
- 자신이 원하는 작품 선택
  - 학교, 대학, 직장생활 등 공감할 수 있는 서사
  - MZ세대가 흥미를 갖고 있는 다양한 장르 소개
- 모바일 시대에 강한 스크롤 연출 방식을 기반
- 종이 만화보다 제작, 배포가 쉽고 편당 길이도 짧고 집중도도 높다

• 양방향 소통으로 자기표현 욕구 충족  
 • 온라인 콘텐츠의 뛰어난 접근성  
 • 보는 과정의 간단함  
 • 자신의 취향에 맞는 소비



웹툰은 MZ세대 소비자들의 흥미 대상



Source: 박재현, "MZ세대의 미디어콘텐츠 소비 패러다임 연구" (2022) / 전남혁, "MZ세대 덜 지루하고 더 간단한 디지털 콘텐츠에 지갑 열어"(2022)

04

## 웹툰의 세계성

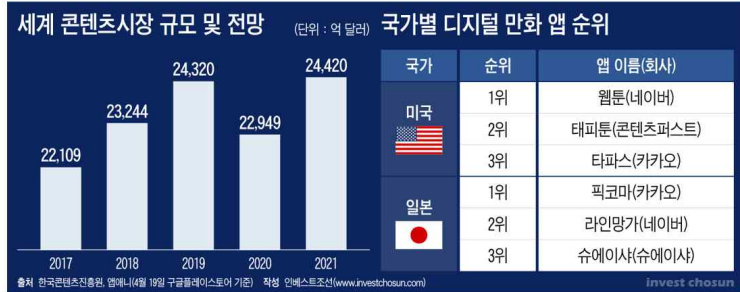


Source: 이정민, 네이버 "네이버웹툰 MAU 5500만명 넘어...라빈기 해외 매출 증대 기대" (2019)

## 4. 웹툰의 세계성

### 1) 시장 점유율

디지털 만화 앱 시장에서  
1위를 달리고 있는 한국 웹툰 앱  
꾸준히 증가하는 웹툰계 매출



<표2> 세계 콘텐츠시장 규모 및 전망, 국가별 디지털 만화 앱 순위



<표3> 네이버 웹툰과 카카오 유료 콘텐츠 매출 추이

## 4. 웹툰의 세계성

### 2) 세계화 요인

기존 한류 팬들

- K드라마, K팝, 뷰티, 메신저, 식문화등
- 일상적으로 확산된 k-문화콘텐츠가 배경
- 큰 저항감 없이 한국 웹툰을 받아들일 수 있었음

웹툰의 영상화와  
글로벌 OTT 진출

- 원작 웹툰을 기반
- 웹툰의 언어장벽 뛰어넘어 번역 문제 해결
- 2019년도 "넷플릭스"의 웹툰 원작 드라마 주목  
= 웹툰의 한국 스토리 성공 가능성,  
글로벌 주목도 반영



<표8> K-문화컨텐츠 한류의 예시



<표9> 웹툰을 원작으로 한 드라마 '킹덤', '좋아하면 울리는' 의 포스터

Source: 박종천·이재수, "지속가능한 한류를 위한 문화콘텐츠 전략" (2018) / 김성임, 이영주, "웹툰 플랫폼의 국제적 다각화 전략 -네이버웹툰과 카카오웹툰의 일본 진출 사례를 중심으로" (2022) / 한국콘텐츠진흥원, "만화·웹툰 해외진출 성과조사 및 향후 진출방향 연구"(2018)

## 4. 웹툰의 세계성

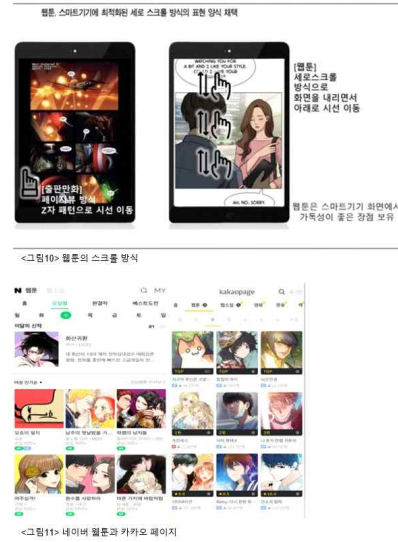
### 2) 세계화 요인

#### 스마트 기기 최적화

- 세로 감상 방식으로 스마트 기기에 최적화
- 출판만화보다 뛰어난 가독성
- 모바일에 적합한 인터페이스 개발
- 언제 어디서든 스마트폰으로 온라인 감상

#### 다양한 스토리

- 한국적인 스토리 = 한류 팬들의 관심
- 다양한 장르의 작품들  
한국인이 아니어도 공감할 수 있는 이야기



Source: 김상임, 이영주, "웹툰 플랫폼의 국제적 다각화 전략 -네이버웹툰과 카카오페이지의 일본 진출 사례를 중심으로" (2022) / 이진영, "세계 유행 K-웹툰..네이버카카오 '아시아 디즈니' 탄생 예고"(2021)



## 결론

## 5. 결론

- 웹툰은 이제 단순한 인터넷 출판 만화를 넘어선 신세대 한류 문화이자 K-문화콘텐츠의 간판.
- 다양한 고품질 콘텐츠를 만들어 낼 수 있는 웹툰 IP의 전망이 밝음.
- K-스토리는 서사에서 공감대나 흥미를 이끄는 능력을 가지고 한국 뿐만 아니라 세계 콘텐츠 시장의 역동성을 더하고 있음.
- MZ세대가 향유하는 젊은 K-문화콘텐츠로서 세계 디지털 문화콘텐츠 시장 주도.
- 웹툰을 만화에 대한 부정적인 인식으로 바라볼 것이 아니라, 대한민국을 글로벌 시대 문화 주도자로 한걸음 더 나아가갈 방법으로 생각해야 한다

## 참고문헌

- 방우송. (2016). 만화산업의 현황분석 및 발전 방향모색. 애니메이션연구, 12(2)
- 박재현. (2022). MZ세대의 미디어콘텐츠 소비 패러다임 연구. 국내박사학위논문 광운대학교 대학원, 서울
- 박석환. (2009). 웹툰 산업의 실태와 문제점. 디지털콘텐츠와 문화정책, 4(0)
- 한선. (2022). MZ세대는 뉴스를 보지 않는 게 아니라 ‘회피’하고 있다. 한겨레
- K-MOOC: [1인 미디어와 크리에이터]-{2. 뉴미디어와 MCN의 산업동향-1} 뉴미디어 생태계 소개
- 전남혁. (2022). MZ세대 “덜 지루하고 더 간단한 디지털 콘텐츠에 지갑 열어”. 동아일보
- 한창완. (2015). 웹툰 플랫폼의 산업적 진화와 세계화 전략연구. 애니메이션연구, 11(3)
- 박종천·이재수. (2018). 지속가능한 한류를 위한 문화콘텐츠 전략. 『국학연구』, 제36집
- 김상임, 이영주. (2022). 웹툰 플랫폼의 국제적 다각화 전략 -네이버웹툰과 카카오웹툰의 일본 진출 사례를 중심으로-. 만화애니메이션 연구
- 이정민, (2019). 네이버 “네이버웹툰 MAU 5500만명 넘어...하반기 해외 매출 증대 기대”. 조선일보
- 류유희, 이승진. (2016). 한국웹툰의 수출입 시장분석을 통한 발전방안 연구. 만화애니메이션 연구
- 한국콘텐츠진흥원(2018). <만화·웹툰 해외진출 성과조사 및 향후 진출방향 연구>
- 이진영. (2021) 세계 홀린 K-웹툰..네이버·카카오 '아시아 디즈니' 탄생 예고. 뉴시스

# 감사합니다

201820021@naver.com  
영어권지역학전공 김서경

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(2)

<MZ세대가 바라보는 CIS지역 속 한류 진출 동향과 발전과제>

고민지·양수민(상명대학교 글로벌지역학부)



상명대학교 글로벌인문대학 국제 학생 학술 세미나

# CIS지역 속 한류 진출 동향과 발전과제

글로벌지역학부 | 고민지  
글로벌지역학부 | 양수민

01

CIS 지역 속  
한류



## Contents

- CIS 국가란?
- CIS 국가별 한류 진출 현황
- CIS 지역권의 시장 발전 가능성
- CIS 국가 한류 진출을 위한 기대분야와 발전 과제

## 02

### CIS (CHG) : 독립국가연합

Commonwealth of Independent States  
СНГ (Содружество независимых государств)

구소련 해체 이후 일부 독립국가들의 정치공동체 기구

회원국: 러시아, 벨라루스, 카자흐스탄, 우즈베키스탄, 키르기스스탄, 타지키스탄, 아르메니아, 아제르바이잔, 몰도바

참관국: 투르크메니스탄, 아프가니스탄, 몽골



СНГ флаг



독립국가연합 소속국

## 03 러시아 진출 한류 주요 분야



### 1 한국어

2020 기준 러시아 내 11개 세종학당 운영  
약 30여개 초중등학교 내 한국어 교육 실시



### 2 K-POP

경진대회 등을 통해 활성화,  
높은 인터넷 발달 수준으로 문화  
콘텐츠, K-POP 접근성 용이



### 3 K-FOOD

주러시아 한국문화원 주최 다양한 행사  
'맛있는 한국-김치 이야기'  
: 대표 한식 조리법 소개를 통한 한류 영역 확장 노력

경제·인문사회연구회 협동연구총서 신북방지역 수출시장 확대 전략 -한류(K-브랜드)를 활용한 협력 정책-

## 04 우크라이나 진출 한류 주요 분야



드라마, 영화

2009년 '대장금' 방영 이후 확산  
지속적인 한국 드라마 시청률 증가 추세



K-POP

우크라이나 내 한류의 중심 분야  
현지 여성, 10대 후반~20대 초반의 K-POP 동호회  
매년 행사 개최 및 저널 발간



K-FOOD

2017년까지 한류 관심층에게만 인기  
2020년 이후 한식에 대한 관심 확산  
드라마를 통해 한국 식문화 전파

경제·인문사회연구회 협동연구총서 신통방지역 수출시장 확대 전략 -한류(K-브랜드)를 활용한 협력 정책-

## 05 몽골 진출 한류 주요 분야



유통업체, 편의점

이마트, CU, GS25 등 올란바토르 입점  
성장 요인:한국의 효율적 물류 시스템, 한류 열풍  
2021 몽골 내 160여 개 국내 편의점 입점



의료 및 의약품

의약품 수입시장 한국 점유율 3위  
최근 종합비타민, 건강보조식품에 대한 관심 증가  
국내 병원의 의료봉사, 교류활동을 통한 보건의료협력체계 구축 노력

경제·인문사회연구회 협동연구총서 신통방지역 수출시장 확대 전략 -한류(K-브랜드)를 활용한 협력 정책-

# 06

## 한류 진출 주요 분야 - 조지아 - 타지키스탄

조지아, 타지키스탄 한류 진출 주요 분야  
: K-POP, 드라마, 식품



조지아

10-20대 여성 중심의 K-POP이 한류 주도  
현지 동포들 처음 K-POP 주도  
2022 한국-조지아 수교 30주년  
조지아 내 한국 대사관, 무역관 X



타지키스탄

타 중앙아 국가보다 한류 확산이 미미한 수준  
2007년 '대장금'의 이후 한국 드라마에 관심 증가  
한국어 학습자들 위주 K-POP 전파  
동서식품 '프리마' 타지키스탄 시장 점유율 86%(2017)

경제·인문사회연구회 협동연구총서  
신북방지역 수출시장 확대 전략 -한류(K-브랜드)를 활용한 협력 정책-

# 07 CIS 국가별 한류 진출 주요 분야



한국어  
K-POP  
K-FOOD



영화, 드라마  
K-POP  
K-FOOD



유통 업체, 편의점  
의료 기술 및 의약품



K-POP



K-POP  
드라마  
식품

경제·인문사회연구회 협동연구총서 신북방지역 수출시장 확대 전략 -한류(K-브랜드)를 활용한 협력 정책-

# 08

## CIS국가별 한류 진출 시사점

경제·인문사회연구회 협동연구총서  
신북방지역 수출시장 확대 전략-한류(K-브랜드)를 활용한 협력 정책-



### 러시아

대기업의 선도적인 역할 + 정부 기관의 노력이 한류 확산에 영향

러시아 내 한국에 대한 긍정적 이미지: 한류 확산에 적극적 기여

→ 2019 16개국 대상의 '대한민국 국가 이미지 조사' 중 94.8%의 긍정평가, 가장 높은 결과

높은 인터넷 발달 수준으로 한류에 대한 접근성 용이



### 우크라이나

불안정한 정치적, 경제적 상황으로 인해 한국 기업의 현지 진출 적음

→ 2014 정권 교체, 크림반도 병합, 러시아-우크라이나 전쟁 여파

전 산업분야에서 현대화에 대한 수요가 많은 편, 한국에 대한 우호적 이미지

→ '유럽의 곡창지대'로서 대표적인 농업국가이나, 기술 개발과 인프라의 노후화

# 09

## CIS국가별 한류 진출 시사점

경제·인문사회연구회 협동연구총서  
신북방지역 수출시장 확대 전략-한류(K-브랜드)를 활용한 협력 정책-



### 조지아

한국 기업 현지 진출 사례 少, 한류 확산과의 직접적 연관성 적음

→ 양국 간 협력사업으로써 수자원공사, 건설 시공에 참여하는 일부 대기업이 진출

국가 경제에서 농업 비중 大, 농업 기반의 음식료 산업 발전 두드러짐



### 타지키스탄

한류가 유입될 수 있는 경로가 제한적 요소로 작용해 전파 속도가 느린 편

타지키스탄 정부: 최근 친기업, 친외국인 정책 시행 노력  
최근 양국 정부 간 협력 기반 확대 추세

→ 외국 기업 유치 위한 경제자유구역 설립 등 적극적 노력

타지키스탄 진출의 어려움: 지리적 여건으로 인한 물류비용의 과중한 부담

# 10

## CIS국가별 한류 진출 시사점



### 몽골

현재까지 한류 확산에 따른 성공적 기업 진출의 대표적 국가

리테일 유통업, 프랜차이즈업, 농수산물 무역업, 요식업 크게 성장 추세

몽골 정부의 물류산업 발전계획에 따라 물류 인프라 지속적 활성화 전망



### CIS지역권 한류 진출 분석 시사점

CIS 국가들의 한류는 K-POP, 드라마가 주도하고 있으며, 지역별 편차 큰 편

→ 몽골 중심의 동북아시아 지역권 한류 규모 大, 코카서스 지방 및 유럽 인접국은 상대적으로 규모 小

한류가 기업 진출에 직접적 요인은 아니나, 사업 확대에 긍정적 영향

→ 기업 진출 이후 한류 영향으로 선호도, 신뢰 형성

경제·인문사회연구회 협동연구총서  
신북방지역 수출시장 확대 전략-한류(K-브랜드)를 활용한 협력 정책-

# 11

## CIS 지역권의 한류 진출 시장으로서의 잠재성

### 1) 지리적 이점

러시아를 통한 유럽으로의 진출  
중아시아 CIS 지역을 통해 중동-서남아시아를 연결하는 교두보 역할



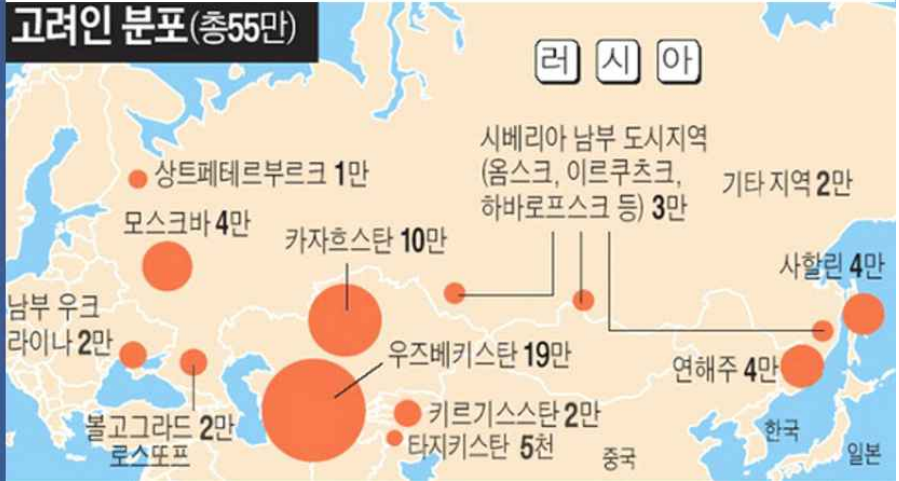
# 12

## CIS 지역권의 한류 진출 시장으로서의 잠재성

진명길 / 재단법인 통일과 나눔  
중앙아시아 아카데미 사업

### 2) 역사문화적, 민족적 측면

과거 근현대사 **스탈린의 강제 이주 정책**으로 한국과의 **역사적 연관성** 높은 지역  
러시아, 중앙아시아 포함 약 55만 명의 고려인 거주  
역사의 공유, 민족적 동질성으로 한국 문화 수용에 우호적



# 13

## CIS 지역권의 한류 진출 시장으로서의 잠재성

진명길 / 재단법인 통일과 나눔  
중앙아시아 아카데미 사업

### 3) 경제적 측면

소련 해체 이후 현재까지 **꾸준한 경제 성장률 상승세**  
중앙아시아 CIS 국가들은 경제 발전과 산업다각화를 목표로 산업발전계획 수립, 진행  
CIS 국가-한국은 **상호보완적 관계**로서 주요 경제 협력 파트너

신북방지역 국별 주요 경제지표(2020년)

단위: 전년 대비, %

	인구(명)	GDP (십억 달러)	GDP 성장률	수출 증가율	수입 증가율	소비자물가 상승률	실업률
러시아	145,934,462	16,037	-4.1	-36.0	-17.3	3	4.4
우크라이나	43,733,762	1,507	-7.2	-18.2	42.5	2.4	8.9
벨라루스	9,449,323	612	-3.0	-35.2	-34.4	5.2	4.6
몰도바	4,033,963	114	-4.5	-22.5	-18.6	4.7	5.4
조지아	3,989,167	166	-5.0	-69.0	-78.4	2.4	14.7
아제르바이잔	10,139,177	461	-4.0	-19.0	-44.6	2.9	6.0
아르메니아	2,963,243	131	-4.5	-13.3	-17.2	0.8	16.6
우즈베키스탄	33,469,203	582	0.5	-11.2	-19.9	13.5	6.1
카자흐스탄	18,776,707	1,768	-2.7	-33.6	-11.9	6.6	4.6
투르크메니스탄	6,031,200	405	1.8	-	-	-	4.1
키르기스스탄	6,524,195	74	-12.0	16.8	-54.7	5.6	6.6
타지키스탄	9,537,645	81	1.0	76.0	-18.4	8.3	11.0
전체	294,582,047	21,938	-3.64	-15.02	-24.81	5.04	7.8

자료: CIS 통계위원회 통계 정리. <http://cisstat.org/>

# 14

## 한류 진출 기대 분야 및 발전 전략

경제·인문사회연구회 협동연구총서  
신북방지역 수출시장 확대 전략-한류(K-브랜드)를 활용한 협력 정책-

### CIS 지역 국가별 한류 진출 기대 분야

러시아: 원격진료, 홈오피스, 에듀테크 등의 온라인 기반 시장, K-메디컬

우크라이나: K-Beauty, K-푸드 기술, K-메디컬

조지아: 드라마 등 한류 활용한 식음료 프랜차이즈, 소비재 중심의 전자상거래 분야

타지키스탄: 식물자원을 활용한 약초, 식품 가공, 화장품 원료 제조 등에 한류 마케팅 활용

몽골: 요식업 프랜차이즈, 온라인 주문 및 배달 서비스, 신선식품 및 건강 관련 사업

### CIS 지역권 한류 진출 확대 전략

창조 산업과의 연계

국가 차원의 협력 메커니즘 구축



커뮤니케이션 플랫폼 적극 활용

국가 호감도를 국가 브랜드 가치 상승으로 귀결

# 감사합니다

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(2)

<랜선으로 이루어지는 K체험>

서수빈(상명대학교 한국어어문화전공)

# 랜선으로 즐기는 K(orea) 체험

## 목차

- MZ세대의 정의와 특징
- MZ와 k-컨텐츠
- k컨텐츠의 특징
- K컨텐츠의 미래와 방향

# MZ세대란?

밀레니얼 + Z세대 = MZ세대

1981~2010년에 출생한 모바일 네이티브의 세대



# MZ세대의 특징



-디지털 환경에 익숙



-편리함과 간편함  
선호(전화<문자 선호)



-개인의 행복 우선시  
(자신의 취향과 개성 중시)

# MZ세대의 특징



-사생활 중요시



-수평적인 문화 선호



-제품의 취향이나 스토리

# MZ와 K-컨텐츠

1. 기안84 - 파리의 전시회  
+나 혼자 산다 (랜선)

9:40~



# MZ와 K-컨텐츠

2. 비대면 플랫폼의 증가 (랜선)  
넷플릭스 / 왓차 / 티빙 / 웨이브 등



# MZ와 K-컨텐츠

3. 상승세인 k-문학의 위상 (ebook 출시 및 활성화)



# MZ와 K-컨텐츠

4. 번역에 대한 관심 증가  
각 나라에 맞게 윤색

(대중문화작품 ; 영화 / 드라마)



# K컨텐츠의 미래와 방향

+현재 k컨텐츠들에 대한 의견

한국의 여러 문화 콘텐츠; 코로나 이후로 비대면 즉, 온택트 콘텐츠로  
인해서 랜선투어로 진행

이를 통해서 다양한 나라의 사람들이 한류를 즐김.  
한류를 선호하는 사람들이 증가, 한류증폭하기 시작.

거대한 온라인 시장과 컴퓨터로 대면 소통의 한계를 극복

# K콘텐츠의 미래와 방향

미래, k콘텐츠들의 발전에 대한 의견

+가상공간의 현실인 ar발달  
-> 상용화

한류를 직간접적으로  
체험할 수 있는 공간을 증대



감사합니다

“MZ세대 학부생의 시선으로 바라본 K-문화콘텐츠와 K-Wave(한류) 확산”  
주제 발표(2)

<K-뷰티, 어디까지 알고 있니?>

배교선(상명대학교 글로벌지역학부)

# K-뷰티 어디까지 알고 있니?

글로벌지역학부 202020055 배교선

## 목차

1

K-문화 콘텐츠  
숨은 효자 산업,  
K-뷰티

2

미국, 일본 등  
세계가 K-뷰티에  
흠뻑 빠지게 된 이유

3

MZ세대에서 바라본  
K-뷰티

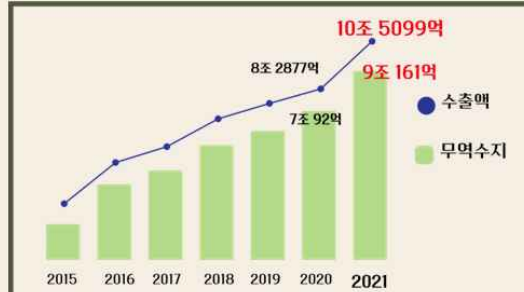
## 1 | K-문화콘텐츠의 숨은 효자 산업, K-뷰티



출처: 문화체육관광부 공식 블로그

전체 문화콘텐츠 소비 중 한류 콘텐츠 소비 규모가 전년대비 5.9%p 늘어난 27.4% 기록

특히 한류 콘텐츠 전체 비중 안에서 뷰티 31.7%로 가장 많은 비중 차지



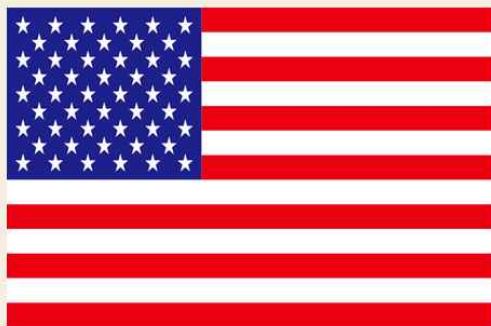
2021년 한국 화장품 수출액 10조 5099억 원  
주요 수출품인 가전(86억 달러), 의약품(84억 달러), 휴대폰(49억 달러)보다 높은 수준

전체 무역수지 흑자 규모 중 25.7%

화장품 무역수지 흑자 전년대비 28.6% 증가  
화장품수출국 153개국 중 한국이 세계 3위를 기록

## 2 | 미국, 일본 등 세계가 K-뷰티에 흠뻑 빠지게 된 이유

### 1) 미국



미국의 3대 화장품 수입국 : 프랑스, 캐나다, **한국**  
2020년 점유율 12.3%로 중국, 이탈리아를 제치고 처음으로 3위에 오른 뒤 2년 연속 3등

2021년 한국화장품 대미 수출액 : 7억 1215만 달러  
전년 대비 32.2% 증가  
→ 미국 전체 화장품 수입시장 성장률 22.5% 보다 큰 수치

미국 전체 수입 시장 점유율 13.3%  
2020년 대비 1%p 상승

## 2 | 미국, 일본 등 세계가 K-뷰티에 흠뻑 빠지게 된 이유



2015-2016 :  
K-뷰티붐으로 만들어진 K-섹션

소비자들의 높은 호감도와 신뢰도를  
기반으로 시장에서 하나의 카테고리로  
정착하는데 성공.

피부 건강 위한 다양하고, 이색적인  
원료, 사용하기 편리한 패키지,  
합리적인 가격대



미국에서 K-뷰티 수요 유지,  
끌어올리는 원동력

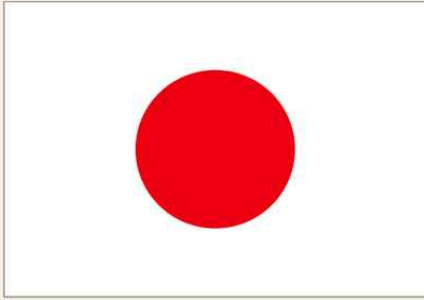
## 2 | 미국, 일본 등 세계가 K-뷰티에 흠뻑 빠지게 된 이유



수년간 미국에서 한국 영화와 드라마, 음악 등 K-콘텐츠가  
큰 호응을 얻고 있어 시장 기회도 더욱 확대

## 2 | 미국, 일본 등 세계가 K-뷰티에 흠뻑 빠지게 된 이유

### 2) 일본



2022년 6월 누적 대일 화장품 수출액 :  
4억 1079만 달러, 올해 일본 화장품 수출액은 8억 달러 예상

2018년 3억365만 달러 → 2019년 4억242만 달러 →  
2020년 6억3924만 달러 → 2021년 7억8412만 달러

전체 화장품 수출에서 일본이 차지하는 비중 빠르게 확대  
2018년 4.8% → 2020년 8.4%로 증가, 2021년 8.5%

올해 6월 누적 10.1% → 미국 수출 비중 11.0%에 근접,  
상승세는 미국보다 가파른 상황

## 2 | 미국, 일본 등 세계가 K-뷰티에 흠뻑 빠지게 된 이유



### 1. 한류의 영향

2021년 어퓨매출 : 전년 동기 대비 4배 증가  
베스트 셀러 매출 전년 대비  
각각 619%, 65% 증가

바이오힐보, 웨이크메이크 1분기 매출  
각 4배, 2.4배 증가

CJ올리브영 2022년 1분기 223% 매출 성장

### 2. 중저가 브랜드

고품질이지만, 상대적으로 중저가인 화장품

→ 일본에서 K-뷰티 성장

3 | MZ세대에서 바라본 K-뷰티



K-뷰티의 성공비결 :

과학과 최신 기술이 접목된 고품질,  
유산과 문화로부터 이끌어 내는 혁신



소비자 라이프 스타일  
빠르게 파악했던 것

3 | MZ세대에서 바라본 K-뷰티



K-뷰티는 전세계로 뻗어나갈 준비 →  
K-문화컨텐츠의 하나로, 한류의 하나로  
확산될 수 있었다.

한류, K-문화컨텐츠 하나로 K-뷰티가  
포함되어 있음을 알지 못 했다.

### 3 | MZ세대에서 바라본 K-뷰티



한류 때문에 새롭게 성장 X  
한류를 주도하는 콘텐츠 0

일회성 소비 X, 가성비 X  
→ '역시 K-뷰티 했다'를 위한  
강점을 찾아 장기적, 차별화된 브랜딩 필요

### 참고문헌

<https://blog.naver.com/mofakr/222678647788> 외교부 서포터즈 공식 블로그  
<https://blog.naver.com/mocienews/222812833291> 산업통산자원부 공식 블로그  
<https://blog.naver.com/mosfnet/222875274248> 기획재정부 공식 블로그  
<https://www.etoday.co.kr/news/view/2152938> "한국인처럼 화장해볼까?" 일본에 부는 K뷰티 바람, 이투데이 뉴스  
<https://www.fnnews.com/news/202209161550404320> "중국 다음은 일본"...K뷰티, 日서 위상 높아진 이 유는, 파이낸셜 뉴스  
<https://www.cnbnews.com/news/article.html?no=574623> [3분기 핫실적@] '차이나 쇼크' 마주한 뷰티 업계...터널 끝 안 보인다, CNB뉴스

---

감사합니다

---

