

한 장에 담은 『외신 속 한국 문화』

2020년 제21호 | 6.27~7.3 | 7.6 발행

문화체육관광부 해외문화홍보원

K-art

신선한 한국 현대미술 개론서

미국 | New York Times | 14면 전면 | 『1953년 이후 한국 미술: 균열, 혁신, 교류』 서평 | 7.1

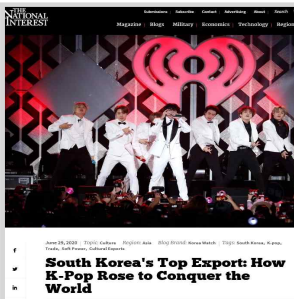


- **한국은 오늘날 이론의 여지가 없는 문화 소프트파워의 챔피언.** 인구 5,100만의 이 나라처럼 전 세계적인 문화적 영향력을 가진 국가는 없었다고 말해도 과언은 아닐 것
- 한국 예술가들도 주목을 받고 있음. 뉴욕 현대미술관은 지난해 10월 재개장하면서 한국의 미술가 양혜규에게 가장 중요한 공간을 내주었음. 그러나 한국 현대미술은 중국, 일본에 가려져 있음
- 『1953년 이후 한국 미술: 균열, 혁신, 교류』는 한반도 근현대 미술사를 다룬 가장 중요한 영문 개론서. 떠오르는 **20세기 세계 미술사의 중요 챕터 이상의 의미.** 문화 강국인 한국의 중요한 미술 계보를 기록

K-pop

한국의 수출 1위 품목 “K팝은 어떻게 부상하여 세계를 정복했나”

미국 | The National Interest | 온라인 | 6.29



- K팝은 약 50억(\$) 규모의 순자산을 자랑하며 번창하는 한국의 문화 수출 산업의 선봉. 향후 몇 년 간 한국 경제에 수백억 달러의 수입을 창출할 것으로 전망. K팝 산업은 연습생 제도를 통해 아티스트들을 육성. 여기에 소요되는 상당한 비용을 상쇄하는 데에 있어 정부 지원이 매우 중요한 수단
- **문체부는 전담 부서도 신설. 성장 친화적 풍토 조성 外, 관광 및 문화 수출 육성을 위해 K팝 산업에 수억 달러의 보조금도 투입.** 30년 만에, 세계적 명성을 얻은 프로듀서와 아티스트들의 네트워크로 발전한 **K팝은 선도적인 소프트 파워 수출국가가 도려는 한국의 장기적인 계획에서 완전한 성공을 거둔 것**

K-푸드

김치를 동사^{a Verb}처럼 생각하라

미국 | New York Times | 온라인 | 칼럼 | 7.2



- “You **can kimchi** just about anything” 무엇이든 김치로 만들 수 있음. 한식 밥상에 올라와 있는 **김치는 단일명사의 한계를 뛰어 넘어 어느 음식보다 큰 세계를 내포하는 포괄적인 용어.** 어떤 채소를 선택해 김치를 만들든 전적으로 개인의 선택

K-푸드

‘파맛’ 시리얼을 위한 16년 투쟁

영국 | Reuters | Sangmi Cha 서울특파원 | 6.30



- **파맛 시리얼 출시가 한국에서 민주주의의 승리로 환영받는 중.** 열렬한 지지자들이 16년 간 캠페인을 멈추지 않은 결과, 척스 시리얼 한정판의 온라인 판매가 시작, 2일 만에 전량 소진. ‘남북공동연락사무소 폭파’보다 상위 검색어에 오를 정도로 큰 성공

K-스포츠

한국 야구팬들, 다시 경기장으로

미국 | AP통신 | 6.30

한국 프로야구의 관중 입장이 제한적으로나마 허용될 예정
“필요시 이동 동선 파악을 위해 신용카드로만 예매 가능”

- 한국야구위원회(KBO)가 야구팬들의 경기장 입장 허용을 준비하는 중. 마스크를 착용하고, 한 좌석 이상 간격을 두고 앉아야 하는 등의 지침도 마련. 전체 좌석의 30%만 입장된 판매할 예정이며 코로나 진전 상황에 따라 50%까지 확대할 예정

K-문화원

주중한국문화원 ‘한국전통무용’ 홍보

미국 | allkpop | 케이팝전문웹사이트 | 7.1



- 주중한국문화원이 한국 문화를 홍보하기 위해 공식 웨이보 (중국 최대 SNS) 채널에 BTS 지민의 부처춤 무대 영상 게재해 큰 화제가 됨
홍보 중 지민의 부처춤 모델로 했던 문체부 우털리 공감 496호 표지 사진도 게재됨

한 장에 담은 『외신 속 한국 문화』

2020년 제26호 | 8.1~8.7 | 8.10 발행

문화체육관광부 해외문화홍보원

K-콘텐츠

한국 드라마에서 요리 채널까지 유튜브로 진출하는 한국 크리에이터들

미국 | Forbes(포브스) | 온라인 | Joan MacDonald | 8.6



- 유튜브는 한국 매체 전파에 필수적 역할을 수행. **2018~2019년 동안 한국에서 업로드된 콘텐츠의 양은 50% 이상 증가했으며, 추가적인 성장 또한 예상되는 상황**
- 한국 매체의 팬들은 음악을 듣고 뉴스와 예고편을 시청하기 위해 이미 유튜브를 찾고 있었지만, 응우옌 뚜 유튜브 아시아·태평양 커뮤니케이션 책임자는 팬들이 즐길 수 있는 더 많은 재미있는 콘텐츠를 추천. <박막례 할머니>, <백종원의 요리비책>, <문화유산채널>, <지언트 팅TV>를 비롯해 ‘한국영상자료원’의 <한국고전영화> 채널에서는 한국고전영화를 감상할 수 있으며 영어 자막도 함께 제공한다고 소개

K-pop

K팝 콜라보: 기업들은 어떻게 한국 최대 수출품인 K팝과 손을 잡았나

영국 | The Drum | 온라인(마케팅&홍보 전문 매체) | 8.6



K-Pop collabs: how brands are buying into one of South Korea's greatest export

- **K팝이 온라인상에서 수백만 건의 조회 수를 계속 올리고 인기를 끌면서 각종 브랜드들은 이러한 움직임에 동참할 필요가 있다는 사실을 빠르게 깨닫고 있음.** 지금까지 가장 흥미로웠던 K팝과 기업의 콜라보 작업으로 대표적인 것은 현대, 코카콜라, 대한항공, 삼성 갤럭시A·X, 진로 소주 등이 있음
- 한편, K팝 광고는 기업만의 것이 아님. 엄청난 인기를 입증하듯이 열성팬들은 좋아하는 스타의 생일, 컴백, 기념일 등을 축하하기 위해 한국 기차역의 광고 공간을 사기 위한 비용을 모금. 서울메트로는 2019년 방탄소년단 광고 22개, EXO 광고 165개, 워너원 광고 159개, NCT 광고 127개를 집행

한류

상해 한인 타운에서 한국 맛보기

중국 | SHINE* | 온라인 | 8.4 (*상하이대일리 산하 매체)



A taste of South Korea in Shanghai's Koreatown

- 진정한 한국 문화를 경험하고 싶다면, 갈 곳은 민항구에 위치한 한인 타운. 이곳은 정부 공지문도 한글로 돼 있음. 중심부 흥관 거리는 드라마 “상속자들”과 “별고대” 인기 덕에 인기 관광지가 됨. 올해 각종 한국식 노점이 펼쳐져 다시 한 번 활기

코로나19 함께 극복

디지털 행사 즐기는 세계 K팝 팬들

미국 | Forbes | Tamar Herman | 7.31



Amid Corona, Global K-Pop Fans Benefit From Digital Events

- 예전에는 K팝 콘서트에 가려면 일생 일대의 경험을 위해 비행기를 타고 이동. 코로나19 팬데믹 상황인 지금은 팬과 스타를 가깝게 하는 디지털 매체 덕분에 **K팝 팬덤의 지리적 장벽이 사라지고 있음.** 올해 K팝 매출의 역대 최고치 달성에도 한몫

K-drama

눈 깜박할 사이 일어난 수많은 일들

이탈리아 | La Repubblica | 39면 | 8.5



- “미스터 션샤인”은 흔히 볼 수 있는 B급 감성의 미국 영화가 아님. 가뭇속 우연히 내린 단비가 아닌, **20년 이상의 한국 드라마 시스템의 산물.** 우리는 이걸 탐 낼 수밖에 없는 것

K-문화원

한국 대중문화에 열광하는 젊은이들

인도 | Indo Asia News Service | 8.3



India's K-Pop wave: Young genre enthusiasts on Korean popular culture

- 인도 젊은이들이 열광적으로 K팝을 향유. 주인도한국문화원은 올해 90째 K팝 경연대회를 개최, 온라인으로 진행. 한 참가자는 “K팝은 (우리에게) 하나의 큰 세상이며, 인생의 길을 잃었다는 느낌이 들 때마다 K팝에서 도움을 받았다”고 소감을 밝힘