

2024

WEEKLY GLOBAL

위클리글로벌

395 호

2024 년 9 월 2 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
 방송·영화	• [북경] 2024 년 상반기 중국 주요 미디어기업 재무보고 현황 • [프랑스] 한국 영화 <외계+인> 2 부, 프랑스 극장 재개봉 소식 • [프랑스] 알로 씨네, 넷플릭스 드라마 <스물다섯 스물하나> 추천 • [베트남] 영화 <마야>, 개봉 9 일 만에 매출액 1,024 억 동 돌파 • [UAE] 요르단 최첨단 영화 스튜디오 올리브우드 오픈 • [태국] 올해 태국 엔터테인먼트 · 미디어 시장 약 26 조 9 천억 원 규모 예상 • [인도] 경쟁위원회, Reliance Viacom18-Disney Star 합병 승인 • [인도] Apple, Bharti Airtel 과 협력해 인도 콘텐츠시장 진출 • [인도] 영화 업계, 유료 리뷰 및 소셜미디어 활용한 마케팅 역효과에 당황 • [멕시코] 할리우드의 라틴계 회사, 멕시코에 스튜디오 개설로 사회적 영향력 있는 프로젝트 추진 • [멕시코] 2024 년 상반기 멕시코 영화 티켓 판매 15% 감소 • [아르헨티나] DOC 부에노스 아이레스, 영화와 국내 작품에 집중 • [아르헨티나] INCAA 개혁, 아르헨티나 영화의 관람객 수 72% 감소 • [이탈리아] 베니스 몰입형 영화제 • [이탈리아] 이탈리아 문화부 장관, 영화산업 지원 약속 • [스웨덴] 한국에서 <파일럿>으로 리메이크된 스웨덴 영화 <Cockpit> • [스웨덴] 예테보리에서 열린 야외 한국 영화 상영회
 게임·윙복합	• [심천] 2024 년 상반기 중국 XR 기기 판매량 26 만 1,000 대, 전년 동기 대비 20.4% 감소 • [심천] '2024 년 상반기 게임 보안 인사이트 보고서' 발표 • [프랑스] 한국 게임 <인조이(Inzoi)>, 게임스컴에서 주목 • [인니] 게이머 커뮤니티 플랫폼 Playhera 인니 상륙, 2,500 개 토너먼트 개최 예정 • [UAE] 두바이 게임 산업 미래 전략 'Dubai Game 2033' 발표 • [UAE] 사우디아라비아 이스포츠 산업, 2030 년까지 133 억 달러 경제 효과 기대 • [인도] 게임 커뮤니티 플랫폼 '토론 포럼'에서 '게임 인플루언서'로 진화 • [인도] 비디오 게임 표준 연령 등급 체계 부재: AIGDF 보고서 • [멕시코] 틱톡이 선정한 멕시코의 떠오르는 게이밍 틱톡커들 • [멕시코] 멕시코에서 가장 많이 다운로드된 비디오 게임 앱 5 가지 • [아르헨티나] 펜타닐의 폐해에 대한 경각심을 일깨우는 아르헨티나 게임
 애니·캐릭터	• [아르헨티나] 넷플릭스 애니메이션 시리즈를 통해 '마팔다'를 부활시킬 것 • [아르헨티나] 전 세계적인 수상 경력을 자랑하는 애니메이션 영화 <거인> 개봉
 만화·웹툰	• [프랑스] 프랑스 웹툰, <핸드 오브 페이트>에 독자들의 이목 집중 • [프랑스] 웹툰 <킬러 배드로>의 임리나, 김정현 작가 인터뷰 • [태국] 한국의 즐거움을 세계 수준의 웹툰으로 수출 • [태국] 방콕 코믹스 아트 페스티벌



목차

위클리글로벌 | 395 호

2024 년 9 월 2 일 콘텐츠수출본부

구분	제목
음악	• [북경] 넷이즈뮤직, CJ ENM 과 저작권 협력계약 체결 • [심천] 텐센트뮤직엔터테인먼트, 2024 년 2 분기 실적 발표 • [프랑스] 리사, 글로벌 아이돌로서 브랜드의 사랑을 받는 인물로 조명 • [인니] 'We The Fast', 단순 공연을 넘어 창조경제를 위한 플랫폼으로 도약
패션	• [인니] 인니 7 개 패션 브랜드, 이스탄불에서 할랄 패션의 상징 '모디스트 패션' 선보여 • [태국] 태국인의 40%, 옷을 한 번만 입고 버린 적 있음 • [멕시코] 패션 물가, 8 월 상승세
통합(정책 등)	• [미국] 오픈 AI · 어도비 · 마이크로소프트, 캘리포니아 AI 콘텐츠 라벨링 법안 동의 • [미국] 구글 AI 세미나, 이미지 생성 기능 재개 • [북경] 시장감독관리총국, 인터넷 광고 식별을 위한 가이드라인 발표 • [일본] 日, 콘텐츠 지출액 지난 10 년 중 최고 수준 달성 • [일본] NTT 도코모 모바일사회연구소, <2024 년 2 월 스마트폰 이용자 행동 조사> 발표 • [프랑스] Z 세대 겨냥한 한국 앱 제페토의 비즈니스 모델에 주목 • [UAE] UAE, 소셜 미디어 인플루언서 라이선스 의무화 • [UAE] 사우디아라비아, 엔터테인먼트 디지털 플랫폼 출시 • [UAE] 쿠웨이트, 2026 년까지 '엔터테인먼트 도시' 개발 계획 발표 • [태국] 태국 창조경제진흥원, 두 개 프로젝트로 창조산업 도약 지원 • [태국] 태국 내 팬 미팅의 진화와 확장 • [러시아] 정부의 유튜브 속도 제한과 대체제인 VK 약진 • [인도] 언론에 비친 한류 단신 • [스웨덴] 스웨덴 여행 잡지에 스톡홀름 한국 문화 축제 소개 • [스웨덴] 스웨덴 뉴스에 한국 '스터디플루언서' 언급



방송·영화



✓ [북경] 2024 년 상반기 중국 주요 미디어기업 재무보고 현황

● 최근, 중국 다수 미디어기업이 2024 년 상반기 재무보고를 발표함

- ✓ 증시에 상장한 대부분의 미디어기업 매출액이 전년 동기대비 감소 추세를 보였으나 광선미디어(光线传媒), 알파그룹(奥飞娱乐), H&R CENTURY(欢瑞世纪)는 증가함
- ✓ 퍼펙트월드의 영상업무 관련 매출액은 8,960 만 위안(약 168 억 원)으로 기업 전체 매출액 27 억 6,000 위안(약 5,203 억 원) 중 3.25% 수준인 것으로 조사됨

기업명	2024 년 상반기 총 매출액	전년 동기대비	업무별 매출액(점유율)
퍼펙트월드(完美世界)	27.6 억	-38.12%	게임 26.5 억(96.01%) / 영상 8,960 만(3.25%) / 기타 2,048 만(0.74%)
차이나필름(中国电影)	21.22 억	-25.72%	배급 8.98 억(42.3%) / 상영 4.74 억(22.33%) / 테크놀로지 3.54 억(16.67%) / 기타 3.97 억(18.7%)
광선미디어(光线传媒)	13.34 억	+120.43%	영상 및 관련 12.08 억(90.52%) / 매니지먼트 및 기타 1.26 억(9.48%)
알파그룹(奥飞娱乐)	13.05 억	+0.36%	애니메이션 100%
HG Entertainment(横店影视)	11.66 억	-0.52%	미공개
화처미디어(华策影视)	3.68 억	-67.67%	미공개
진이시네마(金逸影视)	3.68 억	-3.21%	미공개
H&R CENTURY(欢瑞世纪)	1.08 억	+12.64%	영상 100%
츠원미디어(慈文传媒)	4,963 만	-88.72%	영상 4,924 만(99.2%) / 기타 39.64 만(0.8%)
베이징컬처(北京文化)	771.76 만	-94.31%	영상 및 매니지먼트 100%

(단위 : 위안)
출처 : 바이두증시통(百度股市通)

✓ [프랑스] 한국 영화 <외계+인> 2 부 프랑스 극장 재개봉 소식 1)

- 지난 3 월 단 이틀간 프랑스에서 상영했던 영화 <외계+인> 2 부가 8 월 28 일, 프랑스에서 재개봉함. 르 빠리 지영 지는 아시아 블록버스터 중에서도 기발하고 독창적인 매력을 가진 작품으로 평가하며, 공상 과학과 판타지, 그리고 액션이 어우러진 작품으로 소개함

1) 출처 :

<https://www.leparisien.fr/culture-loisirs/cinema/alienoid-laffrontement-le-volet-2-de-la-superproduction-asiatique-to-ujours-aussi-frappadingue-27-08-2024-QJJAE6ADKRDR5JN3KVYMEYZBZA.php>

- ❖ 이 영화는 현대 대한민국과 14 세기 조선을 배경으로 한 두 가지 타임라인을 중심으로 전개되며, 외계인의 침공과 이를 막기 위한 수호자들의 이야기를 다룸. 이번 속편은 더욱 복잡한 스토리와 대규모 스펙터클을 선보일 예정이며, 대형 스크린에서 그 진가를 발휘할 것으로 기대됨
- ❖ 최동훈 감독이 연출을 맡아, 밀도 높은 서사와 일관성 있는 스토리라인을 유지하면서도, 관객들에게 한순간도 눈을 뗄 수 없는 긴장감을 선사하는 작품으로 평가받고 있음

❖ [프랑스] 알로 씨네, 넷플릭스 드라마 <스물다섯 스물하나> 추천 2)

- 프랑스 방송, 영화 전문 매체인 알로 씨네에서 넷플릭스에서 꼭 봐야 할 한국 드라마로 <스물다섯 스물하나>를 소개함. 이 드라마는 1988 년부터 2021 년까지의 시간을 배경으로 감동적인 러브 스토리를 다루며, 한국에서 큰 인기를 얻은 작품 중 하나임
- ❖ 특히 주연 배우 김태리와 남주혁의 뛰어난 연기가 돋보이며, 드라마는 청춘의 사랑과 꿈, 그리고 IMF 금융위기라는 시대적 배경을 섬세하게 묘사하여 시청자들에게 깊은 인상을 남기고 있음. 이 작품은 넷플릭스 비영어권 시리즈 부문에서 10 주 연속 '글로벌 톱 10'에 오르는 성과를 거둠
- ❖ 영국의 음악 및 엔터테인먼트 매체 NME(National Music Express)도 이 드라마를 "청춘의 추억과 꿈의 가치에 대한 향수를 불러일으키는 작품"이라며 극찬함. NME 는 음악과 엔터테인먼트를 다루는 영향력 있는 매체로, 이 드라마에 대한 높은 평가를 덧붙임

❖ [베트남] 영화 <마야>, 개봉 9 일 만에 매출액 1,024 억 동 돌파 3)

- 제작사이자 배급사인 롯데 엔터테인먼트에 따르면, 지난 8 월 16 일 개봉한 영화 <마야>는 역대 베트남 공포 영화 중, 개봉 첫날 최고 매출액(153 억 동), 개봉 첫 주 최고 매출액(800 억 동), 개봉 첫 주 누적 관객 수 백만 명 이상 돌파 등의 신기록을 세운 작품임. 또한, 베트남 박스오피스에 따르면, 8 월 26 일 기준 개봉 9 일 만에 매출액 1,024 억 동을 달성하였고, 2024 년 베트남 개봉 영화 흥행 순위 4 위에 오름
- ❖ 영화 <마야>는 메콩강 깊은 물속에서 사람들을 홀려 삼켜버리는 '마야'의 비밀을 찾는 엄마와 딸의 이야기를 그린 샤머니즘 공포물임. <마야>는 베트남에서 전설처럼 내려오는 이야기를 바탕으로, 사람을 홀려 몸을 빌리는 악귀라는 신선하고 특색 있는 소재를 통해 가족을 덮친 죽음의 악령과 비극을 밀도 높은 서스펜스로 그려냈음
- ❖ 이 영화는 응우옌 후호앙(Nguyen Huu Hoang) 감독의 작품이며, 배우 비엠희엥(Viet Huong), 탄록(Thanh Loc), 쯡단(Trung Dan), 캄리(Cam Ly), 다추크(Da Chuc), 디외둑(Dieu Duc), 민캉(Minh Khang) 등이 출연했음
- ❖ 영화 <마야>는 한국, 베트남, 호주, 뉴질랜드에서 동시 극장 개봉을 하는 첫 베트남 영화로 동남아시아

2) 출처 : https://www.allocine.fr/article/fichearticle_gen_carticle=1000099960.html

3) 출처 :

<https://baomoi.com/phim-dien-anh-kinh-di-ma-da-doanh-thu-hon-100-ty-dong-sau-9-ngay-ra-rap-c49998369.epi>

콘텐츠의 시장 잠재력을 확인할 수 있음

✓ [UAE] 요르단 최첨단 영화 스튜디오, 올리브우드 소개 4)

- 올리브우드 영화 스튜디오(Olivewood Film Studios)는 요르단 수도 암만에 위치한 국제 종합 제작 공간으로 요르단 왕실 영화 위원회(Royal Film Commission - RFC)의 지원으로 운영 중
 - ✓ 할리우드를 비롯한 세계적인 영화 제작 시설들과 경쟁할 수 있도록 설계된 올리브우드는 세계 최고 수준의 음향 스튜디오, 작업실, 그리고 야외 촬영 공간을 포함한 다양한 시설로 구성됨
 - ✓ 올리브우드는 요르단의 다양한 자연경관과 함께 전 세계 영화 제작자들에게 최고 수준의 영화 제작 환경을 제공하며 요르단 영화 산업의 새로운 장을 열 수 있을 것으로 기대됨
 - ✓ 요르단은 1962 년 개봉한 <아라비아의 로렌스> 이후 할리우드의 사랑을 받아왔으며, 이후 많은 영화들이 요르단의 독특한 지형을 배경으로 촬영됐음
 - ✓ 하지만 음향 시설, 스튜디오, 작업실 등 특정 시설 인프라가 부족해 종종 유럽이나 미국에서 후속 작업을 마무리해 왔음
 - ✓ 중동 인근 UAE 와 사우디아라비아가 영화 산업에 적극 투자하는 가운데, 요르단은 숙련된 현지 인력과 다양한 자연경관이라는 두 가지 강점으로 여전히 경쟁력을 유지하고 있음
 - ✓ 올리브우드는 현지 제작 영화의 세계 진출뿐만 아니라, 비평가들에게 인정받는 요르단 영화 제작을 목표로 현지 영화 제작 산업 발전에 이바지할 수 있기를 기대하고 있다고 인터뷰를 통해 밝히기도 함



[그림 1] 올리브우드 스튜디오 작업실 모습

✓ [태국] 올해 태국 엔터테인먼트 · 미디어 시장 약 26 조 9 천억 원 규모 예상 5)

- 컨설팅 업체 PwC 에 따르면 올해 태국의 엔터테인먼트와 미디어(E&M) 산업 매출이 전년대비 4% 성장한 6,900 억 바트(약 26 조 9 천억 원)에 달할 것이라고 함
 - ✓ PwC 보고서는 코로나 19 로 태국 소비자들이 인터넷을 더 사용하고, OTT 서비스의 출현으로 영상 스트리밍과 인터넷 광고가 성장률을 견인하고 있다고 함
 - ✓ 그러나 신규 서비스, 콘텐츠의 등장으로 인한 과도한 경쟁으로 소비자들의 디지털 상품 및 서비스 구매를

4) 출처 : <https://www.thenationalnews.com/arts-culture/2024/08/08/olivewood-film-studios-jordan>

5) 출처 : <https://www.bangkokpost.com/business/general/2852323/thai-media-revenue-to-reach-b690bn-in-2024>

이끌어내는 데 어려움을 겪고 있음

- ✔ 띠티는 PwC 태국 파트너는 “디지털 변화와 Gen AI 와 같은 신기술로 인해 중장기적으로 태국 E&M 시장은 위험과 불확실성이 지속될 것”이라며 “다양한 콘텐츠에 Gen AI 와 같은 신기술을 도입하면 소셜미디어 콘텐츠, 상업광고, 음악 생성 등 목표로 하는 소비자층의 관심을 끌면서 모든 플랫폼 소비자들을 빠르고 효율적으로 연결할 수 있는 새로운 해결책을 파악하는 데 도움이 될 것”이라고 조언했음
- ✔ PwC 는 태국의 E&M 매출이 2028 년 8,000 억 바트(약 31 조 2 천억 원)까지 성장할 것으로 예상했음

✔ [인도] 경쟁위원회, Reliance Viacom18-Disney Star 합병 승인 6)

○ 85 억 달러 규모 엔터테인먼트 네트워크 탄생...10 월 전 절차 시작, 수개월 내 완료 예상

- ✔ 인도의 반독점 감시기구인 경쟁위원회(Competition Commission of India)가 지난주 미국 Walt Disney Company 의 인도 법인 Disney Star 와 Reliance Industries 가 지배하는 Viacom18 간의 합병을 일부 자발적인 수정 조건 하에 승인했음
- ✔ 이번 승인으로 인도 미디어 및 엔터테인먼트 부문에서 가장 큰 규모의 합병 거래가 가능하게 됐으며, 그 결과 약 85 억 달러 규모의 엔터테인먼트 네트워크가 탄생하게 됨
- ✔ CCI 는 소셜미디어 게시글을 통해 “위원회는 Reliance Industries, Viacom18 Media Private, Digital18 Media, Star India Private, Star Television Productions 등의 결합을 자발적인 수정 조건을 준수하는 것을 전제로 승인한다”라고 밝혔음. CCI 는 그러나 원래 합병 계약에서 두 당사자가 제안한 자발적인 수정 사항을 공개하지 않았음
- ✔ 지난 2 월 28 일에 서명된 계약에 따르면, Viacom18 의 미디어 운영은 법원 승인을 받은 약정 계획을 통해 Star India Pvt Ltd(SIPL)와 합병될 것임. 이렇게 탄생하는 합작투자 기업은 포스트 머니 기준으로 약 85 억 달러 규모로 평가되며, Reliance Industries 가 통합된 기업의 성장 전략을 지원하기 위해 14 억 달러를 투자할 예정임
- ✔ 이후, Reliance 와 그 협력사들이 합병된 기업의 약 56%를 소유하게 되며, Disney 는 36.84%, James Murdoch 과 전 Star India CEO Uday Shankar 의 합작 투자 회사인 Bodhi Tree 는 7.5%를 소유하게 됨
- ✔ 이번 합병으로 두 기업의 합산 시장 점유율은 40%를 초과하게 되며, 일부 시장에서는 완전한 지배력과 경쟁 감소가 발생할 것으로 예상되어 CCI 가 이 부분을 면밀히 조사했음
- ✔ 인도에서 자산과 매출 한도를 초과하는 합병에 CCI 의 승인은 필수적임. 시장 점유율이 높은 합병은 일반적으로 CCI 가 면밀히 검토함. 언론 보도에 따르면, 합병된 회사는 특정 시장에서 50%의 점유율을 차지하고 스포츠 권리 문제에 대한 우려도 있었음

6) 출처 :

<https://www.livemint.com/companies/news/cci-gives-nod-to-70-350-crore-reliance-disney-india-merger-11724845504342.html>

- ✔ 일반적으로 합병 당사자는 자발적인 수정을 제안하여 CCI 가 합병을 승인할 수 있도록 함. 이번 경우에는 구체적인 수정 사항이 공개되지 않았지만, 채널을 매각하거나 일부 크리켓 권리를 포기하는 것일 수 있음
- ✔ <향후 계획> CCI 의 승인으로 가장 큰 장애물이 해소됨에 따라 두 기업은 곧 통합 절차를 시작할 수 있음. 한 소식통은 Reliance 가 9 월 15 일까지 국가회사법재판소(NCLT)와 정보방송부(MIB)로부터 남은 승인을 확보할 것으로 예상되며, 10 월 전에 통합 절차가 시작될 것이라고 말했음
- ✔ 그는 “NCLT 와 정보방송부의 승인은 주로 절차적 성격이고 대출자나 채권자들로부터의 반대는 없으며 회사들이 비상장이기 때문에 시장 규제 기관의 승인도 필요 없다”라면서 “통합 절차는 10 월까지 시작될 것”이라고 말했음
- ✔ 또 다른 소식통은 통합 단계에서 회사들이 주요관리인력(KMP)의 조직 구조를 발표할 것이라고 말했음. 새로운 경영진은 각 사업을 평가하고 필요 사항을 결정할 것임. 이 소식통은 “KMP 명단은 이미 준비되어 있으며 모든 승인이 완료되면 발표될 예정”이라며 “절차가 지연되는 상황은 없을 것이며 통합은 몇 달을 넘지 않을 것”이라고 말했음
- ✔ 미디어 전문가들은 중복된 기능으로 인해 최소 1,000 명의 직원이 새로운 직장을 찾아야 할 수도 있다고 추정함
- ✔ <합병 후 전망> Nita M. Ambani 가 합병 회사의 의장으로, Shankar 가 부의장으로 활동할 것임. 합작 회사는 엔터테인먼트(TV 채널인 Colors, Star Plus, Star Gold 등) 및 스포츠(Star Sports 와 Sports18) 부문의 미디어 자산을 결합하고, JioCinema 와 Hotstar 를 활용한 OTT 플랫폼의 콘텐츠 스트리밍을 통해 인도 전역의 7 억 5,000 만 명 이상의 시청자에게 도달할 것임
- ✔ 또한, Disney 영화 및 제작물의 인도 배급 독점권을 획득하고, 30,000 개 이상의 Disney 콘텐츠 자산을 사용할 수 있는 라이선스를 얻게 됨. 합병 회사는 약 100 개의 TV 채널을 보유하게 되며, 이 중 70 개는 Disney, 나머지는 Viacom18 에 속할 것임
- ✔ 미디어 전문가들에 따르면, Disney 와 Reliance 의 결합된 리소스와 콘텐츠 라이브러리는 전통적인 TV 네트워크에 영향을 미칠 수 있으며, 특히 거래가 광고 수익과 시청자 선호도를 변화시키는 경우가 있을 수 있음
- ✔ 이번 거래로 Reliance 는 Disney 의 방대한 라이브러리, 특히 Marvel 과 Lucasfilm 카탈로그에 접근할 수 있게 됨. Reliance 는 이미 Warner Bros. Discovery 의 콘텐츠, 특히 HBO 오리지널을 보유하고 있으며, 마라티어와 벵골어를 포함한 네 개의 남인도 언어에 대해 적극적으로 활동하고 있음
- ✔ 스포츠는 여전히 주요 우선순위로 남아있으며, 이 공간에서는 다른 기업들이 들어설 여지가 거의 없을 것임

✔ [인도] Apple, Bharti Airtel 과 협력해 인도 콘텐츠시장 진출 7)

● Airtel WiFi 및 후불 요금제에 Apple TV 포함...Wynk Premium 사용자, Apple Music 이용 가능

- ✔ Apple 이 인도 최대 통신사 Bharti Airtel 과의 협력을 통해 인도 콘텐츠 시장에 진출함. Apple 은 Airtel 과 인도 고객들에게 Apple TV 와 Apple Music 의 독점적인 제공을 위해 전략적 파트너십을 체결했음
- ✔ 이 협약으로 Airtel Xstream 고객들은 프리미엄 Airtel WiFi 및 후불 요금제에 포함된 Apple TV 를 통해 할리우드와 수상 경력이 있는 최고의 콘텐츠를 즐길 수 있게 되었음. Airtel 사용자들은 Apple Music 에 접근할 수 있으며, Wynk Premium 사용자들에게는 Apple Music 에 대한 Airtel 의 독점 혜택이 제공될 예정임
- ✔ Bharti Airtel 은 이번 Apple Music 과 Apple TV 제안이 올해 말 인도에서 Airtel 고객들에게 독점적으로 제공될 것이라고 발표했음

✔ [인도] 영화 업계, 유료 리뷰 및 소셜미디어 활용한 마케팅 역효과에 당황 8)

● 과장된 박스 오피스 수치, 강요된 인기는 신뢰도 손상...관객의 독자성 반영한 새로운 전략 필요

- ✔ 인도 영화 제작자, 스튜디오, 배우들은 관객을 더 많이 유치하기 위한 마케팅 전술로 특정 뉴스 매체에 속한 분석가, 인플루언서, 심지어 기자들에게 유료 리뷰와 소셜 미디어 포스트를 요구해 왔음. 그러나 이제 이러한 관행이 지나치게 확대되어 오히려 역효과를 초래하며 영화 관계자들에게 악몽이 되자 엔터테인먼트 업계의 많은 구성원들은 이를 비판하고 있음
- ✔ 스튜디오 대표들과 제작자들은 관련 인물들에게 돈을 지불하지 않으면 영화와 제작자에 대한 비방성 리뷰와 게시글이 올라오게 되는 경우가 많다고 밝힘
- ✔ 올해 초, 배우 Vidyut Jammwal 은 그의 영화 <Crakk>에 대해 긍정적 포스팅을 대가로 돈을 요구한 비평가를 비난했음. 몇 주 전, 시대극 <Kalki 2898 AD>의 제작자는 부정확한 박스 오피스 수치를 보고하고 영화의 잠재적 성과를 훼손한 두 명의 비평가들에 대한 법적 조치를 예고했음
- ✔ 그러나 제작자와 그들의 홍보(PR) 대행사들도 이 트렌드를 조장한 책임으로부터 자유롭지 못함. 영화가 궁극적으로 관객과 연결되지 않는다면 긍정적인 리뷰를 위해 돈을 지불하는 것은 아무 의미가 없기 때문임
- ✔ 인도에서는 팬데믹 이후 지난 2~3 년 동안 팔로워가 많은 비평가들에게 접근해 과장된 박스 오피스 수치를 게시하도록 요청하는 것이 일반적이었음. 일부 소규모 인플루언서들은 영화의 내용에 대해 긍정적인 게시물을 올리도록 요청받기도 했음

7) 출처 :

<https://www.cnbctv18.com/business/bharti-airtel-share-price-apple-ink-pact-for-apple-tv-music-in-india-19466119.htm>

8) 출처 :

<https://www.livemint.com/industry/media/films-marketing-paid-reviews-social-media-cinema-audience-actors-studios-11724570299038.html>

- ✔ 이러한 거래는 제작자에게 \$600 에서 \$3,600 사이의 비용이 드는 것으로 알려져 있음. 또 다른 경우, 여러 영화에 대해 장기 계약이 체결되어 비용이 \$12,000 에 이르는 경우도 있음
- ✔ 해외 총수입(gross)과 같은 지표를 국내 순수입(net) 대신 사용하여 영화의 박스 오피스 수치를 부풀리는 것이 일반적임. 이러한 접근 방식은 첫 주에 더 많은 상영관과 더 나은 상영을 유도하는 데는 도움이 될 수 있지만, 두 번째 주 이후에는 거의 효과가 없는 것으로 알려짐
- ✔ 배우들과 그들의 작품을 관리하는 에이전시들의 불안정함이 이러한 불합리한 관행을 초래했다는 분석도 있음. 이것은 제작자들이 극장 소유주 및 배급자와 박스 오피스에서 단 1~2% 더 높은 수익을 위해 협상하고 있는 상황에서 발생함
- ✔ 영화 업계 전문가들은 미디어 네트(medianet)나 일부 형태의 유료 광고를 위해 뉴스 회사와 파트너십을 맺고, 소셜 미디어에서 영향력을 가진 인플루언서와 제휴하는 계약이 있는 경우, 영화 산업에 대한 실제 이해나 이해관계가 없는 사람들을 통해 내러티브를 밀어붙이는 현재의 트렌드는 제작자를 협박하는 존재의 출현을 초래하고 있다고 설명함

✔ [멕시코] 할리우드의 라틴계 회사, 멕시코에 스튜디오 개설로 사회적 영향력 있는 프로젝트 추진 9)

- 최근에 설립된 라틴계 영화 컨설팅 및 제작사 Phenomena Global 은 멕시코 바하 칼리포르니아 주에 스튜디오를 열어 사회적 영향력 있는 프로젝트를 추진할 예정이라고 밝힘
 - ✔ 회사의 공동 창립자 중 한 명인 정치 전략가 아드리안 잉가스틀럼은 조 바이든 캠페인에서 활동한 경험이 있으며, 동 제작사의 목표가 정치적 관심사와 할리우드를 결합하는 것이라고 설명함
 - ✔ 즉, 엔터테인먼트 프로젝트를 진행하되, 동시에 기후 변화, 정신 건강, 인권 등 중요한 사회적 이슈를 다루는 것을 목표로 하고 있음
 - ✔ 동 프로젝트는 멕시코 정부 관계자들의 지원을 받고 있으며, 바하 칼리포르니아에서 멕시코인들에게 일자리를 창출한다는 목적도 가지고 있음
 - ✔ 현재 진행 중인 프로젝트로는 돌고래 살해를 둘러싼 미스터리한 이야기가 있으며, 환경 보호 메시지를 담고 있음
 - ✔ 제작사의 마케팅 담당자는 지속적인 영향력을 강화하여 실제 정책과 사회적 변화를 창출하겠다는 포부를 밝힘

✔ [멕시코] 2024 년 상반기 멕시코 영화 티켓 판매 15% 감소 10)

- 국립 영화 산업 회의소(Canacine)에 따르면 멕시코 내 영화 티켓은 2024 년 상반기인 1 월부터 7 월까지 총 1 억 3 천 9 백만 장이 판매되어, 2023 년 같은 기간에 비해 15% 감소 수치를 보임
 - ✔ 아벨리노 로드리게스 회의소장은 흥행 대작이나 매력적인 영화 상영이 지난해보다 부진했다며, 이러한

9) 출처 :

<https://www.elobservador.com.uy/estados-unidos/politica/compania-latina-hollywood-abrira-estudio-mexico-impulsar-proyectos-impacto-social-n5956989>

10) 출처 : <https://sipse.com/mexico/venta-boletos-cine-registra-caida-del-15-mexico-2024-475749.html>

현상은 2023 년 10,925 백만 페소에서 2024 년 9,583 백만 페소로 12%의 수익 감소로 이어졌다고 함

- ✔ 또한, 선거, 올림픽, 축구 결승 등 다른 이벤트와의 경쟁 또한 영화관 방문에 영향을 미치고 있다고 분석함
- ✔ 몬테레이 공과대학의 라이문도 테노리오 교수는 소비 감소가 계속될 것이라 예측하며, 물가 상승으로 인해 가게는 임대료, 휘발유, 식료품 등에 더 많은 돈을 지출하고, 상대적으로 엔터테인먼트적인 요소에는 지출이 감소했다고 함
- ✔ 국립 영화 산업 회의소는 하반기 회복을 기대하고 있지만, 국민들의 소비는 계속해서 줄어든 것으로 전망 되고 있음

✔ [아르헨티나] DOC 부에노스 아이레스, 국내 작품에 집중 11)

○ 제 24 회 국제 영화제는 신작 상영에 그치지 않고, 다큐멘터리 영화의 상징적인 인물들에게 경의를 표함

- ✔ 제 24 회 DOC 부에노스아이레스 국제 다큐멘터리 영화제가 2024 년 8 월 22 일~25 일 열림. 올해 영화제는 영화의 90%를 국내 작품으로 선정하고 여성 감독의 위상을 부각시키는 등 아르헨티나 영화에 대한 강한 의지를 보이고 있음
- ✔ 개막작은 타티아나 마주 곤잘레스(Tatiana Mazú González)의 <문명의 모든 기록(Todo documento de civilización)>임. 영화제에서 소개하는 다른 많은 작품들처럼, 이 작품 역시 경제난과 현지 작품에 대한 지원 감소 속에서 국내 영화계를 되살리기 위한 노력의 일환임. 부에노스아이레스 시와 그 교외의 경계를 구분하는 도로의 교차점은 매일 밤 수천 명의 이야기가 펼쳐지는 무대가 됨. 귀가하는 노동자들, 수업을 들으러 가는 학생들, 매일의 생계를 꾸려가는 행상인들이 일상적인 풍경을 이룸. 버스, 신호등 및 선거 광고 속에서 다양한 현실이 교차됨. 그러나 겉으로 보이는 이러한 일상성 뒤에는 투쟁과 고통의 역사가 숨어 있음. 바로 국가에 의해 15 년 전 실종된 루시아노 아루가(Luciano Arruga)의 이야기임
- ✔ 다큐멘터리 <문명의 모든 기록>은 이 교차로에서 전개되며, 매일의 일상과 아들을 잃은 한 어머니의 비통한 이야기 간 불협화음을 내러티브 도구로 사용함. 정의를 위해 투쟁하는 이 어머니의 목소리는 아스팔트, 시멘트, 녹슨 간판 일색인 무심한 도시 풍경과 대조됨
- ✔ 영화제의 첫 번째 부문인 '세계의 영화인들'에서는 <수에뇨#2(Sueño #2, 영: Sleep #2)>, <8 개의 엽서(Ocho postales, Opt ilustre din lumea ideală)> 등 다양한 시각으로 다채로운 주제를 탐구하는 영화들이 상영됨. '씨네필과 리얼리티' 부문에서는 주로 일상의 삶에 대한 성찰과 관찰이 뒤섞인 아르헨티나 작품에 초점을 맞춤. 주요 작품으로는 파울로 페코라(Paulo Pécora)의 <아날로그 생각>(El pensamiento analógico), 토마스 과르나시아(Tomás Guarnaccia)의 <롤>(Rolle) 등이 있음
- ✔ 한편, '우리의 현실은 쇼가 아니다' 부문에서는 사회에 내재된 긴장과 갈등을 반영하는, 더 시급하고 중요한 주제를 다룸. 이 부문에서는 세사르 곤잘레스(César González)가 <알 보르데(Al Borde)>, <울리세스 플레베요(Ulises plebeyo)> 등 두 편의 영화를 선보임. 또한, 에드가르도 코자린스키(Edgardo

11) 출처 :

<https://www.infobae.com/cultura/2024/08/20/doc-buenos-aires-se-enfoca-en-el-cine-de-lo-real-y-la-produccion-nacional>

Cozarinsky)에게 헌정하는 영화 <한 남자의 전쟁(La guerra de un solo hombre, 1982)>을 상영하고 호세 루이스 가르시아(José Luis García)의 작품 회고전을 진행할 것임

- ✔ 영화제 주최측에 따르면, 이번 영화제의 목표는 "시장이 양적으로 추켜세우는 것을 그저 바라보는 불변의 관중을 상징하는 경직된 관점에 의문을 제기하는 것"임. 이러한 선언은 "일반 대중에게 호평받은" 영화를 우선시한다는 INCAA 의 현재 정책에도 불구하고, 언어와 현실을 혼합하는 영화예술을 선보이는 DOC 부에노스아이레스의 사명을 강조하는 것임
- ✔ 이 영화제는 상영에만 국한되지 않음. 로저 코자(Roger Koza)가 사회자로 참여하는 가운데 세사르 곤잘레스(César González)와 타티아나 마주 곤잘레스(Tatiana Mazú González)가 대담을 나누는 등 여러 대화와 토론이 진행될 예정임. 이러한 자리를 통해 비판과 성찰에 초점을 두고 다큐멘터리 영화의 동시대 이슈를 깊게 탐구함. 로저 코자는 "다양하고 저항적인 영화에 대한 투쟁은 계속된다"라고 말했으며, DOC 부에노스아이레스 2024 는 그 증거임
- ✔ DOC 부에노스아이레스는 다큐멘터리 영화의 관행 및 다큐멘터리와 현실과의 관계의 변화를 기록하는 창구로 자리매김함. 특히 이미지의 점진적인 디지털화와 관련된, 현실에 대한 영화에서 끊임없이 나타나는 변천을 포착하는 '상상의 지진계'를 자처함
- ✔ 20 세기 초반, 다큐멘터리는 아날로그 이미지에서 디지털로의 전환으로 인해 상당한 변화의 기로에 놓임. 이러한 변화는 제작과 전시 방식뿐만 아니라 시학 및 이미지와 진실 사이의 관계도 변화시킴. 이러한 맥락에서 변화를 면밀히 살피고 기술 변화로 인한 새로운 딜레마에 주목하는 DOC 부에노스아이레스와 같은 영화제의 필요성이 생김
- ✔ 이 영화제의 주요 목표는 다큐멘터리 영화의 전통을 구축한 작품과 작가를 소외시키지 않고, 그들을 대가와 대화하는 새로운 창작자들과 통합하는 것임. 영화제의 프로그램은 전통적 다큐멘터리의 역사적 유산과 동시대적 혁신 사이에서 균형을 꾀함. 여기에는 혁신적인 방법으로 현실의 이야기를 전달하기 위해 새로운 기술과 기법을 활용하면서 장르의 한계를 탐구하고 확장하는 신진 영화인의 작품이 포함됨. 영화제 프로그램의 정책은 새로운 것과 전통적인 것의 지속적인 대화에 초점을 맞춤

✔ [아르헨티나] INCAA 개혁, 아르헨티나 영화의 관람객 수 72% 감소 12)

- 국립영화영상위원회(INCAA) 개혁, 아르헨티나 영화의 관람객 수가 72% 감소했고 보조금도 크게 하락
 - ✔ 2024 년 상반기에 개봉한 국내 영화는 102 편으로, 이는 작년 동 기간의 영화 107 편과 거의 같음. 그러나, 아르헨티나 영화를 보러 극장을 찾은 관객 수는 72% 감소함. 2023 년 상반기에는 관객 844,976 명이 국내 영화를 관람했으나, 관객 수는 올 1 월부터 6 월까지 235,421 명으로 감소함
 - ✔ 이러한 감소 폭은 일반적으로 가장 많은 관객을 끌어들이는 북미 작품 등 외화 개봉을 고려한, 국내 영화관 전체 관객 감소율 32%의 2 배에 달함. 상반기에 국내외 작품을 통틀어 총 246 편의 영화가 개봉했으며,

12) 출처 :

<https://www.infobae.com/politica/2024/08/11/reforma-en-el-incaa-se-derrumbo-72-la-cantidad-de-gente-que-fue-a-ver-cine-argentino-y-bajaron-fuerte-los-subsidios>

관객 수는 16,454,229 명이었음. 이들 중 98%가 외국 작품을 관람함

- ✔ 하비에르 밀레이 정부는 이러한 수치를 근거로 "실질적으로 관객의 관심을 끌지 못한 영화에는 더 이상 재정 지원을 하지 않을 것"이라고 발표함. 이는 페데리코 스투르제네거(Federico Sturzenegger)가 이끄는 국가 규제 완화 및 현대화부(Ministerio de Desregulación y Modernización del Estado)가 내놓은 성명을 통해 INCAA 를 구조조정하는 맥락에서 이루어진 발표임
- ✔ 공식 데이터에 따르면 지난해 개봉한 국내 영화 241 편 중에서 1,000 명 미만의 관객이 관람한 영화는 136 편이었으며, 관객이 100 명 미만인 영화는 17 편이었음. 이러한 수치는 INCAA 스트리밍 플랫폼 CineAr 의 조회수를 포함하지 않음. INCAA 의 2023 년 경영 보고서에 공개된 Kantar Ibope Media 데이터에 따르면 해당 플랫폼에서는 1 월~11 월 간 253 편의 콘텐츠가 공개되었으며 5,760,447 명이 해당 플랫폼을 시청함
- ✔ 밀레이 정부가 추진하는 국가 지원 축소에 따라 올해 상반기 국내 작품에 대한 INCAA 의 보조금도 75% 감소함. 2023 년 상반기에는 영화 제작자 및 프로듀서를 대상으로 77 억 6 천 6 백만 페소가 지원되었으나, 올해 1 월~6 월은 실질 금액(2024 년 CPI 로 조정) 기준 19 억 5 천 3 백만 페소로 감소함. 이는 INCAA 가 기관 홈페이지에 게시한 예산 집행 데이터를 분석한 결과로, 해당 기간의 인플레이션을 고려하고 INCAA 구조조정을 실행해 온 여러 공식 출처의 자문을 받음
- ✔ 관객이 다른 플랫폼으로 점점 옮겨가면서 영화관 관객 수가 감소한 것 역시 입장권 판매 감소로 인해 INCAA 수입에 영향을 미침. 실질 금액 기준 입장권 판매 수익은 2023 년 상반기 24 억 7 천 2 백만 페소 (2024 년 CPI 조정 수치)였다가 올 1 월~6 월 30 일 사이에는 4 억 3,900 만 페소로 감소함
- ✔ 그러나, INCAA 가 티켓 한 장 판매당 얻는 10%의 세금은 주요 수입원이 아님. 이는 전체 수입의 약 30% 정도를 차지하며, 나머지 65%는 라디오 및 텔레비전 광고에 대한 세금, 5%는 벌금과 외화 유통에 대한 배급 관세 등임. 올해 상반기에 기관에서 수취한 총 126 억 8,100 만 페소의 세수는 INCAA 총 경상 수입의 97%를 차지하며, 이는 6 월 말 기준 131 억 3,600 만 페소에 이름
- ✔ INCAA 는 현재까지 두 가지 종류의 보조금을 지급함. 하나는 관객 수에 따라 개봉 후 지급하는 '박스 오피스' 보조금이며, 또 다른 하나는 영화의 관객 수와 관련 없는 고정 금액인 '전자 미디어' 보조금으로, 이를 통해 프로젝트 실행을 위한 선금을 지급함. 전자 미디어 보조금을 받으려면 INCAA 의 사전자격 위원회에서 "관심" 프로젝트를 선언해야 하며, 기관장이 이러한 자격을 부여해야 함
- ✔ 새로운 당국은 "과거에는 모든 종류의 프로젝트에 대해 막대한 양의 관심 선언을 승인"했다고 말함. 그리고 올해 6 월까지 보조금으로 지급된 19 억 페소 중 "상당수가 이전에 관심 선언을 받았던 영화에 부여됨." 이라고 전함
- ✔ 전자 미디어 보조금의 경우 현재 극영화에 6,300 만 페소, 다큐멘터리에 3,150 만 페소, 애니메이션 영화에 8,000 만 페소가 책정됨. 이는 이후 관객 수에 연동되는 박스 오피스 보조금에 더해짐. 그러나, 작품당 1 억 500 만 페소의 상한선이 있는데, 이는 평균 관객 수를 기록하는 영화의 평균 비용에 해당하는 금액임
- ✔ 현재 당국은 한 프로젝트가 전자 미디어를 통해 고정 보조금을 받으면 개봉 후 관객 수가 거의 없더라도

쉽게 이러한 상한선에 도달한다고 주장하며, 이 시스템에 비판적임. INCAA 의 기능에 변화를 꾀하고 있는 이들은 "이는 제작자가 많은 관객을 확보할 작품을 만들 인센티브가 없음을 의미한다"라고 말함

- ✔ 올해 상반기에 개봉한 아르헨티나 영화 102 편 중 71 편이 INCAA 의 보조금을 받았으며, 평균 관객 수는 1,500 명을 조금 넘음. 그러나 50%의 영화는 관객 수가 1,000 명 미만이었으며, 17 편은 500 명 미만, 200 명이 되지 않는 관객을 모은 작품도 6 편인 것으로 드러남
- ✔ 연구소의 공식 데이터에 따르면 INCAA 의 지원을 받지 않은 다른 31 편의 국내 영화는 평균 관객 수가 4,000 명을 초과해 더 좋은 성적을 냄. 올해 상반기에 개봉한 외화의 평균 관객 수는 112,631 명이었음
- ✔ INCAA 구조조정 법령 662/24 에 따르면 보조금을 받으려는 작품은 프로젝트의 최소 50%를 자체 자원으로 조달해야 함. 또한, 소수의 프로젝트가 국가 자원을 독점하는 것을 막기 위해 각 작품의 자금 조달에 대한 최대 상한선이 도입됨. 또 다른 조항을 통해서는 보조금을 수령한 제작사가 프로젝트가 완료된 다음 해에 공공 자금을 신청할 수 없도록 규정함
- ✔ 이제부터 INCAA 는 보조금을 희망하는 이들의 적합성을 몇 가지 요건(완전한 제작 계획 제출, 보조금 요청 금액에 상응하는 프로젝트 자금조달의 승인, 영화 완성 후 최종 비용에 대한 보고서)에 따라 평가할 것임. 지급되는 보조금 금액은 영화 개발 기금의 20%와 프로젝트 총 제작비의 50%를 초과할 수 없음

✔ [이탈리아] 베니스 몰입형 영화제 13)

● 베니스 몰입형 영화제: 제 81 회 베니스 국제 영화제에서 스토리텔링의 새로운 지평을 열

- ✔ 제 81 회 베니스 국제 영화제는 베니스 이머시브 섹션을 통해 디지털 스토리텔링 영역에서 계속해서 새로운 지평을 열고 있음. 베니스 VR 확장 (Venice VR Expanded)으로도 알려진 이 부문은 예술과 기술의 융합을 대표하는 가상 현실(VR), 증강 현실(AR)을 포함하는 확장 현실(XR) 분야에서 가장 혁신적인 작품을 위한 플랫폼을 제공함

● 베니스 몰입형의 진화

- ✔ 베니스 이머시브 (Venice Immersive)는 베니스 국제 영화제(Venice International Film Festival) 페스티벌의 일부로, 2016 년 VR 극장 설립으로 시작되었으며 이는 페스티벌의 산업 중심 부문인 베니스 프로덕션 브릿지(Venice Production Bridge) 참가자들 사이에서 상당한 관심을 불러일으켰음
- ✔ 2017 년까지 페스티벌을 주관하는 La Biennale di Venezia 는 Lazzaretto Vecchio 섬에서 VR 작품 전용 페스티벌을 시작. 몰입형 미디어 분야에서 베니스 영화제는 XR 업계의 선구적인 세력으로 자리 매김함
- ✔ 이 섹션은 지난 팬데믹으로 인해 2 년간 온라인 상영 형식을 유지하였고 2022 년 베니스 몰입형(Venice

13) 출처 : <https://italymeetshollywood.com/2024/08/venice-immersive>
<https://www.labiennale.org/en/news/venice-immersive-lineup-and-competition-announced>
<https://www.veniceinsiderguide.com/venice-immersive-the-81st-venice-international-film-festival>
<https://news.koreadaily.com/2024/08/25/life/artculture/20240825234121378.html>
<https://www.sedaily.com/NewsView/2DBTACBJAB>

Immersive)으로 이름을 변경함. 오프라인 페스티벌로 돌아온 이후 이 섹션은 전 세계 몰입형 예술의 창작자 및 업계 전문가를 대상으로 하는 가장 중요한 연례 전시회 중 하나가 되었음

● 2024 베니스 몰입형 개요

- ✔ 올해 베니스 이머시브(Venice Immersive)는 베니스 리도(Lido) 해안에 위치한 전용 장소인 베니스 이머시브 섬인 Isola del Lazzaretto Vecchio 에서 개최됨
- ✔ 2024 년 베니스 몰입형 프로그램에는 25 개국의 총 63 개 프로젝트가 참여하여 다양한 XR 경험과 작품을 선보임
- ✔ 26 개의 경쟁 프로젝트: 이 프로젝트는 XR 스토리텔링의 최첨단을 대표하며 베니스 몰입형 대상, 몰입형 특별 심사위원장, 몰입형 공로상을 비롯한 여러 권위 있는 상을 놓고 경쟁하는 중
- ✔ 비엔날레 대학 시네마 몰입형은 XR 분야의 새로운 인재를 육성하기 위해 고안되었음

● 2024 베니스 몰입형이 XR 환경에 미치는 영향

- ✔ 베니스 이머시브(Venice Immersive)는 현재 XR 프로젝트의 쇼케이스일 뿐만 아니라 더 확장된 XR 산업에서 중요한 역할을 하고 있음. 이 페스티벌은 세계에서 가장 권위 있는 영화제 중 하나에서 몰입형 미디어를 위한 플랫폼을 제공함으로써 XR 콘텐츠를 기존 영화가 가지는 문화적 파급력 수준으로 그 가치를 끌어올렸음
- ✔ 베니스 몰입형 섹션은 영화 제작자들에게 제작비 지원을 위한 네트워킹의 주요한 역할을 함. 베니스 프로덕션 브릿지(Venice Production Bridge) 및 베니스 갭 파이낸싱 마켓(Venice Gap Financing Market)과 같은 프로그램은 XR 제작자와 잠재적 파트너 또는 투자자 간의 연결을 촉진시킴

● 베니스 몰입형의 미래

- ✔ 베니스 국제 영화제의 지속적 발전과 함께 몰입형 섹션은 스토리텔링의 미래가 어디로 향할지를 알려주는 주요 지표로 부각됨. 새로운 기술을 수용하고 전통적인 내러티브의 경계를 확장함으로써 영화와 인터랙티브 미디어가 융합되는 미래의 미디어 환경을 예측하는 경험의 장이 되었음

● 한국 채응수 감독 <아파트> 베니스 이머시브 경쟁부분 초청

- ✔ 영화 <아파트: 리플리의 세계>(제작: 아리아 스튜디오)가 제 81 회 베네치아 영화제 이머시브 경쟁부분에 초청됨
- ✔ <아파트: 리플리의 세계>는 기억 보존 시스템 '마인드 업로드'가 상용화된 2080 년, 과거 2009 년에 벌어졌던 미제 살인사건의 유일한 목격자이자 뇌사 상태에 빠진 소년의 기억 속으로 들어가 단서를 찾아 내려는 형사가 '리플리 증후군' 현상을 겪는 소년의 왜곡된 기억 너머에 있는 진실을 파헤쳐가는 인터랙티브 스릴러 영화임
- ✔ 채수영 감독은 2018 년 <버디 VR>로 이머시브 경쟁 부문 최고상인 최우수 VR 체험상을 수상한 바 있으며, 신작 <아파트: 리플리의 세계>가 연이어 초청되면서 두 번째 초청의 쾌거를 이룸. <아파트: 리플리의 세계>는 이머시브 경쟁 부문의 26 개 라인업 중 유일한 한국 작품임
- ✔ 장혁, 문주연, 송재희, 요요, 조윤서가 열연을 펼친 영화 <아파트: 리플리의 세계>는 관객의 선택이 이야기

전개에 영향을 주는 새로운 형태의 AI 인터랙티브 영화로 배우와 직접 소통하면서 이야기에 동참하는 새로운 영화적 경험을 선사할 예정임

- ✔ 채수웅 감독은 “이 영화는 관객들이 자신만의 경험을 만들어갈 수 있는 새로운 영역으로 초대하며, 미디어가 단순히 이야기를 담는 그릇이 아니라 경험 자체의 필수적인 부분임을 발견하고 그 안에 숨겨진 더 깊은 진실을 발견하게 한다”라고 자신의 영화를 소개함
- ✔ 채수웅 감독은 영화 <미스터 고>의 3D/VFX 프로듀서를 맡았고, <적인걸 3>의 VFX 총괄로 제 55 회 금마장 시상식 최우수 시각효과상 후보에 오른 바 있음. 또 한-중 장편 영화 <초능력 소년 사건>의 각본과 연출을 맡아 제 23 회 부천국제판타스틱영화제 경쟁 부문에 진출했고, 제 75 회 베니스 국제영화제에서 최우수 VR 체험상을 수상한 <버디 VR>을 연출했으며, 제 71 회 칸 국제영화제에 초청된 VR <화이트 래빗>의 연출을 담당해 세계 유수의 영화제에 이름을 올린 이력이 있음



[그림 2] <아파트: 리플리의 세계>

✔ [이탈리아] 이탈리아 문화부 장관, 영화산업 지원 약속 14)

○ 이탈리아 문화부 장관, 영화 산업 지원 약속

- ✔ 젠나로 산줄리아노 (Gennaro Sangiuliano) 이탈리아 문화부 장관은 최근 The Hollywood Reporter와의 인터뷰에서 TV와 영화 제작자를 위한 세액 공제와 선택적 보조금 프로그램에 연간 약 8억 달러를 투자하고 있는 현재 이탈리아의 지원 상황에 대해서 브리핑함

○ 이탈리아 문화부의 영화산업 지원 개요

- ✔ 이탈리아 정부는 문화부 장관 Gennaro Sangiuliano의 지휘 하에 국가의 영화 산업을 활성화하고 진흥하기 위한 일련의 강력한 계획을 시행해 왔음. 이러한 조치는 이탈리아의 풍부한 영화 유산을 활용하는 동시에 이탈리아 영화가 글로벌 무대에서 경쟁력과 영향력을 유지/확보하는 것을 목적으로 함

○ 1. 포괄적인 세금 공제 및 선택적 보조금

- ✔ 영화 산업에 대한 이탈리아 지원의 초석은 광범위한 세금 공제 및 선택적 보조금 시스템. 이탈리아 정부는

14) 출처 : <https://www.alanfriedman.it/italys-minister-of-culture-vows-to-support-the-film-industry>
<https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/italy-minister-culture-support-film-industry-1235986215>

이러한 계획에 매년 약 7 억 유로를 할당하여 유럽의 영화 제작자를 위한 가장 중요한 재정 지원 중 하나임

✔ 세금 공제

- 세금 공제는 이탈리아 및 국제 영화 제작자 모두가 이탈리아 내에서 영화를 제작하도록 장려하기 위해 고안되었음. 이 제도에 따라 영화 제작자는 이탈리아 땅에서 영화의 상당 부분을 촬영하거나 현지 재능 및 자원을 활용하는 등 특정 기준을 충족하는 경우 제작 비용의 최대 40%를 세금 공제로 받을 수 있음
- 이 계획은 영화 제작자의 제작 비용을 줄이는 데 도움이 될 뿐만 아니라 일자리를 창출하고 영화 제작과 관련된 서비스에 대한 수요를 늘려 지역 경제를 활성화 할 수 있음

✔ 선택적 보조금

- 세금 공제와 함께 선택적 보조금은 프로젝트의 문화적 가치와 국제적 잠재력을 바탕으로 영화 제작자에게 수여됨. 이러한 보조금은 대중적인 상업적 매력은 없지만 예술적 또는 문화적 기여에 중요하다고 간주되는 영화를 지원하는 데 자주 사용됨

● 2. 국제홍보를 위한 영화배급기금

- ✔ 이탈리아 영화가 전 세계 관객에게 다가갈 수 있도록 문화부는 영화 배급 기금을 설립했음. 이 기금은 특히 이탈리아 영화를 전 세계 극장에 상영하는 것과 관련된 비용으로 국제 배급사를 지원하는 것을 목표로 함
- ✔ 이 기금은 배급 비용의 최대 30%를 지원하며, 한도는 영화당 € 30,000. 이러한 재정적 지원은 경쟁이 치열한 국제 시장에서 이탈리아 영화를 홍보하는 데 어려움을 겪을 수 있는 소규모 배급사에게 매우 중요함. 배급에 대한 재정적 장벽을 낮춤으로써 이 기금을 통해 전 세계 관객이 더 많은 이탈리아 영화를 볼 수 있게 되어 세계 무대에서 이탈리아의 문화적 존재감을 강화할 수 있음

● 3. 영화제 및 문화행사 지원:

- ✔ 이탈리아 정부는 영화 홍보에 있어서 영화제의 중요성을 인식하고 이러한 행사를 지원하기 위해 상당한 자원을 투입해 왔음
- ✔ 베니스 영화제는 이 지원의 주목할만한 수혜 영화제임. 문화부는 세계 초연 개최, 국제 스타 유치, 신규 및 기존 영화 제작자를 위한 플랫폼 제공 등 페스티벌 운영을 지원하기 위해 매년 1,500 만 달러 이상을 제공함
- ✔ 베니스 영화제 외에도 이탈리아 전역의 다른 영화제 및 문화 행사를 지원하여 영화 제작자들이 자신의 작품을 선보일 수 있는 다양한 플랫폼을 확보할 수 있도록 지원함

● 4. 영화 제작 지원에 관한 윤리적 감독

- ✔ 자금 오용에 대한 우려에 대응하여 산줄리아노 장관은 재정 지원 할당에 대해 보다 엄격한 지침을 시행하였음
- ✔ 지원 자금이 보다 공정하게 분배되도록 국내 및 해외 제작물 모두에 대해 청구할 수 있는 세금 공제 금액에 대한 상한선을 도입. 예를 들어, 국제 공동 제작에는 1,800 만 유로의 한도가 적용되고, 현지 제작에는 900 만 유로의 한도가 적용. 이러한 조치는 대규모 프로젝트가 자원을 독점하는 것을 방지하고 소규모 독립 영화도 필요한 지원을 받을 수 있도록 고안되었음

● 최근 이탈리아 문화부 영화 지원 간략 현황 / 2021~2024 년

- ✔ 영화관 재개장 지원(2021): 코로나 19 팬데믹으로 인한 어려움에 대응하여 영화관 재개장을 지원하기 위해 4 천만 유로 추가. 이 지원은 영화 부문 부활을 목표로 2 억 7,500 만 유로 규모의 지원금 중 일부
- ✔ 영화 배급 및 수출 기금(2022-2023): 이탈리아 영화의 국제적 홍보를 위하여 문화부는 € 600,000 의 국제 수출 기금 및 영화 배급 기금을 포함한 새로운 기금을 설립
- ✔ Cinecittà Studios 확장(2022-2024): 이탈리아 정부는 유럽의 가장 상징적인 영화 스튜디오 중 하나인 Cinecittà Studios 의 현대화 및 확장을 위해 상당한 자금을 할당. PNRR(국가 복구 및 회복력 계획)로부터 추가로 3 억 유로를 지원받아 촬영 시설을 업그레이드
- ✔ 영화 제작 자금 삭감(2023): 이러한 지원에도 불구하고 이탈리아 정부는 많은 국가 보조금 영화의 비효율성과 저조한 성과를 이유로 영화 제작 자금을 8 억 유로에서 소폭 삭감
- ✔ 영화 및 TV 제작에 대한 지원 확대(2024): 업계의 요구로 이탈리아 정부는 영화 및 TV 시리즈에 대한 40% 세금 공제 시스템 개혁을 추진해 왔음

● 이탈리아 문화부의 영화 지원 예시

- ✔ 〈Chiamami col tuo nome〉(Call Me by Your Name) : 루카 구아다니노(Luca Guadagnino)가 감독한 이 영화는 이탈리아, 특히 롬바르디아 지역에서 촬영과 관련된 제작 비용을 충당하는 데 이탈리아 세금 공제 시스템의 혜택을 받았음. 이 지원에 힘입어 이 영화는 아카데미상을 수상함
- ✔ 〈La Grande Bellezza〉(Great Beauty) : 파올로 소렌티노의 이 영화는 아카데미 최우수 외국어 영화상을 수상함. 특히 세금 공제를 통해 이탈리아 정부로부터 상당한 지원을 받음
- ✔ 〈Pinocchio〉(피노키오) : 마테오 가로네(Matteo Garrone)가 감독한 이 작품은 이탈리아의 세금 공제 시스템과 국제 공동 제작 자금의 지원을 받았음
- ✔ 〈Le otto montagne〉(The Eight Mountains) : 국제적인 성공을 거둔 이 영화는 이탈리아 문화부가 설립한 영화 배급 기금의 지원을 받았음
- ✔ 〈Finalmente l'alba〉(Finally Dawn) : 이탈리아 정부가 전체 영화 제작 자금을 소폭 삭감한다고 발표했지만, 이 영화는 삭감 시행 전 국가 재정 지원의 혜택을 받은 영화 중 하나였음

✔ [스웨덴] 한국에서 〈파일럿〉으로 리메이크된 스웨덴 영화 〈Cockpit〉 15)

● 스웨덴 영화 잡지 'Moviezine', 스웨덴 영화 〈Cockpit〉이 한국 영화 〈파일럿〉으로 리메이크된 소식 보도함

- ✔ 해당 기사는 배우 Jonas Karlsson 이 여장을 하고 파일럿으로 출연한 2012 년 Mårten Klingberg 감독의 스웨덴 코미디 영화 〈Cockpit〉이 한국에서 〈파일럿〉으로 리메이크되었음을 보도함
- ✔ 〈파일럿〉은 한국 코미디 영화로, 직장과 아내를 모두 잃은 파일럿 '한정우(배우 조정석)'가 여성 파일럿을 찾는 항공사에 여장을 하고 취업한 이야기를 그렸으며, '김한결'이 해당 영화의 감독을 맡았다고 소개함

15) 출처 : <https://www.moviezine.se/nyheter/cockpit-remake-sydkorea-pilot>

- ☑ 코리아 헤럴드와 코리아 타임즈의 평을 인용하며 배우 조정석은 독특한 매력으로 한국 코미디계에서 믿음직한 배우이며, 영화 <파일럿>은 불과 몇 주 만에 300 만 명 이상의 관객을 동원해 올여름 한국 히트작 이라고 언급함

☑ [스웨덴] 예테보리에서 열린 야외 한국 영화 상영회 16)

- Big Crowd Factory 와 주스웨덴한국문화원, 'Korean Night Gothenburg: Open Air Cinema' 개최됨
 - ☑ 해당 행사는 예테보리 중심부 Röda Sten 에서 8 월 17 일 진행되었으며, 오후 10 시부터 야외에서 영화 <부산행>이 상영되었음
 - ☑ 더불어 영화 상영 전 오후 6 시부터 K 팝 DJ 공연, 전통놀이 체험, 케이팝 커버 댄스 공연, 가야금 공연, 푸드 트럭 등의 다양한 한국 문화 관련 즐길 거리가 제공되었음

16) 출처 : <https://www.mitti.se/nyheter/tips-i-veckan-koreansk-bionatt-pa-roda-sten-6.91.238228.f6ea5bd27f>
<https://www.instagram.com/kculture.sweden>

게임·융복합



✓ [심천] 2024 년 상반기 중국 XR 기기 판매량 26 만 1,000 대, 전년 동기 대비 20.4% 감소 17)

- RUNTO(洛图科技)가 발표한 '중국 VR/AR 기기 시장 월간 결산(中国 VR/AR 设备市场月度追踪)'에 따르면, 2024 년 상반기 중국 소비자용 XR(VR/AR) 기기 온·오프라인 판매량은 26 만 1,000 대로 전년 동기 대비 20.4% 감소함

- ✓ 그중 VR 기기 판매량은 15 만 1,000 대로 전년 동기 대비 41% 감소했고, AR 기기 판매량은 11 만 대로 동기 대비 49% 증가해 전체 XR 시장 성장을 견인함
- ✓ 2023 년 하반기부터 중국 전체 XR 온라인 시장에서 VR 기기의 점유율은 AR 기기에 점차 추월당하고 있는 것으로 나타남



[그림 3] 2022~2024년 6월 반기별 XR 온라인 시장의 VR/AR 기기 점유율 추이(자료: 洛图科技)

✓ [심천] '2024 년 상반기 게임 보안 인사이트 보고서' 발표 18)

- 텐센트게임안전(腾讯游戏安全, ACE)¹⁹⁾은 최근에 감마데이터(伽马数据)와 공동으로 올해 상반기 PC 게임·모바일게임과 관련된 게임 해킹 프로그램(게임핵) 이슈, 게임 경제 안전 이슈, 콘텐츠 안전 이슈, 계정 안전 이슈, 게임 정보 체계 구축·성과 등 내용이 담긴 '2024 년 상반기 게임 보안 인사이트 보고서(2024 上半年游戏安全洞察报告)'를 발표함

- ✓ 플랫폼별 해킹 프로그램 수를 살펴보면 PC 게임핵 수는 동기 대비 12% 증가한 18,174 개에 달했고, 슈팅/액션 장르가 여전히 게임핵 공격을 가장 많이 받는 장르로 나타났으며, 장르별로는 슈팅 장르의 게임핵 수가 전체의 절반을 넘어선 11,236 개로 나타남. 모바일 게임핵 수는 14% 증가한 335,387 개로 집계됐고, 슈팅/MOBA 장르가 게임핵 공격을 가장 많이 받음
- ✓ 불법 취득한 게임 계정 수는 8 억 6,700 만 개 이상으로 동기 대비 7.1% 증가한 것으로 집계됨

17) 출처 : <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1807949368760619358&wfr=spider&for=pc>

18) 출처 : <https://www.jiemian.com/article/11612033.html>

19) 텐센트게임안전(ACE)은 텐센트 산하의 게임 보안 전문 부서로 게임 사용자의 계정 보호와 전문적인 보안 솔루션 서비스를 담당함

- ✔ 규정을 어기고 제작된 정보 중 욕설이 담긴 정보 수는 197 억 6,000 만 개로 가장 높은 비중을 차지했으며, 그다음 광고 정보가 9 억 9,000 만 개로 두 번째로 높은 비중을 보임
- ✔ 최근 해외 진출한 게임이 많아지면서 다국어 콘텐츠에 대한 모니터링의 필요성이 대두된 가운데 텐센트 게임안전도 해외 콘텐츠 리스크 통제에 대한 중요성을 인식해 중국어, 일어, 한국어, 태국어, 프랑스어 등 18 개 언어를 지원하는 콘텐츠 보안 솔루션을 마련함

✔ [프랑스] 한국 게임 <인조이(Inzoi)>, 게임스컴에서 주목 20)

- 한국 게임 <인조이>(Inzoi)가 독일 쾰른(Cologne)에서 열린 유럽 주요 비디오 게임 박람회인 게임스컴에서 주목받음. 이 게임은 한국의 일상생활을 배경으로 한 시뮬레이션 게임으로, 심즈와 같은 생활 시뮬레이션 게임과 GTA, 심시티의 요소를 결합한 독특한 경험을 제공함
- ✔ 게임 개발사 크래프톤(Krafton)이 제작한 인조이는 심즈와 유사한 인터페이스와 기능을 갖추고 있지만, 언리얼 엔진 5 로 실행되어 더 사실적이고 섬세한 그래픽을 자랑함. 특히, 플레이어는 자신의 얼굴을 스캔하여 게임 속 캐릭터를 자신과 똑같이 설정할 수 있는 기능을 통해 더욱 몰입감 있는 경험을 할 수 있음
- ✔ 인조이는 도시 생활의 다양한 측면을 체험할 수 있도록 다채로운 창작 도구와 활기찬 도시 환경을 제공하며, AI 기반 챗봇을 통해 이웃과의 상호작용을 관리할 수 있음
- ✔ 크래프톤은 올해 말까지 인조이를 얼리 액세스(Early Access) 버전으로 출시할 예정이며, 현재 10 만 명이 넘는 플레이어가 게임 플랫폼 스팀(Steam)을 통해 게임을 체험 중임

✔ [인니] 게이머 커뮤니티 플랫폼 Playhera 인니 상륙, 2,500 개 토너먼트 개최 예정 21)

- 2024 년 8 월 16 일, 인도네시아의 게임 산업을 혁신하기 위한 게임 플랫폼 'Playhera'가 출시됨
- ✔ Playhera 는 단순한 게임 플랫폼이 아닌, 게이머, 개발자, 퍼블리셔, 콘텐츠 크리에이터, 팬을 하나로 모으는 역동적인 커뮤니티임. 인도네시아 엔터테인먼트 회사 E-Motion Entertainment 와 사우디 아라비아에 본사를 둔 Playhera Global 의 합작으로 출시됨
- ✔ 출시와 함께 Playhera 는 향후 3 개월 동안 2,500 개의 온·오프라인 게임 토너먼트를 개최함. 인도네시아 전역의 약 80 만 명의 게이머를 대상으로 하는 이 토너먼트는 자신의 실력을 뽐내고 게이머 간 우정을 쌓을 수 있는 기회를 제공함
- ✔ Playhera 는 사용자들에게 경쟁, 소통, 창작, 콘텐츠 공유, 수익 창출 기능을 제공함으로써 각자의 고유한

20) 출처 :

https://www.bfmtv.com/tech/gaming/quand-gta-rencontre-les-sims-on-a-joue-a-inzoi-l-impressionnant-jeu-coreen-de-simulation-de-vie_AV-202408270025.html

21) 출처 :

<https://games.grid.id/read/154136908/playhera-indonesia-gelar-2500-turnamen-yang-diikuti-oleh-800-ribu-gamer-nasional?page=all>

<https://www.akurat.co/games/1304988241/playhera-indonesia-launching-platform-gaming-mutakhir>

정체성과 선호도를 반영한 커뮤니티를 만들 수 있도록 지원함. 또한, 사용자들의 커뮤니티에 잠재적인 파트너, 스폰서, 인플루언서를 연결해주고 SNS 및 뉴스레터에 성과를 소개하는 등 홍보·마케팅을 제공함

- ✔ 뿐만 아니라 인도네시아 게이머와 중동 및 북아프리카, UAE, 일본의 Playhera 커뮤니티를 연결하여 인도네시아 게이머가 보다 넓은 시야에서 다양한 관점과 상호작용으로 게임을 향유할 수 있도록 고안됨. 또한, 게임 튜토리얼과 라이브 스트리밍을 제작하고 공유할 수 있는 기능을 제공하여 게이머가 자신의 실력을 선보이고 시청자를 확대하여 커뮤니티를 성장시킬 수 있도록 지원함. 커뮤니티를 성장시킬 동기를 부여하기 위해 Playhera 는 토너먼트, 상금 등 매력적인 보상 시스템을 도입함
- ✔ Playhera 인도네시아 커미셔너이자 E-Motion Entertainment 의 CEO 인 아놀드 리마스낙스는 "Playhera Global 과 협력하여 인도네시아 게이머들에게 흥미로운 플랫폼을 제공하게 되어 기쁘다"라며 "인도네시아 게이머들이 커뮤니티를 형성해 함께 플레이하고, 경쟁하고, 새로운 친구를 만나고, 콘텐츠와 아이디어를 공유할 수 있기를 바란다"라고 전함

✔ [UAE] 두바이 게임 산업 발전 미래 전략 'Dubai Game 2033' 발표 22)

● 두바이 상공회의소와 두바이 미래 재단은 게임 산업 발전을 위한 미래 전략 'Dubai Game 2033'을 발표함

- ✔ 현지 게임 개발자, 하드웨어 전문가, 인공지능 및 마케팅 전문가 등 주요 업계 관계자들을 초청한 워크숍에서 발표된 'Dubai Game 2033'은 2033 년까지 두바이 게임 산업에서 최대 3 만 개의 새로운 일자리를 창출하고, 두바이 게임 산업이 두바이 전체 GDP 에 10 억 달러 이바지하는 등 세부 전략 목표를 포함함
- ✔ 이번 미래 전략은 두바이 게임 산업의 경제적 효과를 높이고, 두바이를 글로벌 게임 시장에서 경쟁력 있는 도시로 만들기 위한 목적으로 발표함
- ✔ 특히 두바이 상공회의소는 'Dubai Game 2033'을 통해 두바이가 세계적인 게임 산업의 중심지로 자리 매김하고 관련 기업과 전문가들에게 다양한 기회를 제공하게 될 것이라고 강조함
- ✔ 이번 워크숍에서는 오는 10 월 두바이에서 개최 예정인 중동 최대 IT 및 스타트업 전시회 'Expand North Star'에서 게임 산업의 비중이 확대될 것으로 현지 게임 산업 중요성에 대해 다시 한번 강조하기도 함
- ✔ 이번 워크숍에서는 현지 앱 개발자 육성 및 관련 산업 지원을 위해 추진 중인 이니셔티브 'Create Apps in Dubai'와 모바일 및 앱 기반 게임 대회 'App Olympics'가 언급되며 두바이 정부 차원의 다양한 게임 산업 관련 지원이 계속 지원되고 있음을 확인함

✔ [UAE] 사우디아라비아 이스포츠 산업, 2030 년까지 133 억 달러 경제 효과 기대 23)

● PwC 의 최근 조사에 따르면 사우디아라비아의 이스포츠 산업이 2030 년까지 133 억 달러를 사우디 경제에 기여할 것으로 예상되며, 관련 산업에서 약 3 만 9 천 개의 새로운 일자리를 창출할 전망됨

22) 출처 : <https://www.arnnewscentre.ae/news/business/dubai-explores-opportunities-to-shape-future-of-gaming-sector>
23) 출처 : <https://www.arabnews.com/node/2569048/business-economy>

- ✔ 사우디 이스포츠 연맹(Saudi Esports Federation)과 함께 작성된 보고서에 따르면, 현재 전 세계 이스포츠 시장은 약 14 억 달러 규모로 내년에는 약 18 억 6 천 달러까지 성장할 것으로 전망됨
- ✔ 이스포츠 관련 미디어 중계권, 스폰서십, 광고, 티켓 판매, 수수료 등 수익원 다양화에 따라 가파른 이스포츠 산업 성장이 예상됨
- ✔ 사우디는 석유 의존도를 줄이고 경제 다각화 전략으로 국가 차원의 게임 및 이스포츠 산업 발전 전략을 추진하고 있음
- ✔ 사우디뿐만 아니라 UAE 등 다양한 중동 국가 정부와 민간 부문에서 이스포츠 산업의 적극적인 지원과 투자로 관련 산업이 빠르게 성장하고 있으며 2023 년 중동 및 아프리카 지역의 게임 산업은 72 억 달러 규모에 달하는 것으로 집계됨
- ✔ 특히 사우디가 중동 지역 이스포츠 산업의 발전에 기여하고 있으며 이번 보고서에 따르면 2,350 만 명이 사우디에서 게임을 즐기고, 1,000 여 명이 이스포츠 전문 직업을 가지고 있는 것으로 조사됨
- ✔ 사우디 이스포츠 연맹(Saudi Esports Federation)의 CEO 는 이번 보고서에서 사우디 청년의 혁신과 역량 강화를 통해 사우디가 글로벌 이스포츠 선도국으로 자리매김할 것이라고 강조하기도 함

✔ [인도] 게임 커뮤니티 플랫폼 ‘토론 포럼’에서 ‘게임 인플루언서’로 진화 24)

○ 사용자 생성 콘텐츠 등 통해 참여 유도…배틀로열 외 MOBA, FPS 등 다양한 게임 인기 높여

- ✔ 디지털 시대에 연결성은 가장 중요한 요소로 자리 잡았음. 온라인 게임 세계도 예외는 아니며, 게임 커뮤니티 플랫폼은 온라인 게임의 판도를 바꾸어 놓았음. 한때 단순한 토론 포럼으로 여겨졌던 이 플랫폼들은 이제 게임 개발에 영향을 미치고 플레이어 경험을 형성하는 생태계로 진화했음
- ✔ 플랫폼들은 커뮤니티 추천과 인플루언서가 제공하는 가시성을 통해 자연스러운 관심을 끌어내고 새로운 플레이어를 유입시킴. 또한 Twitch 와 같은 플랫폼은 개발자가 자신의 게임 플레이를 공개하고 팬들과 소통하며 새로운 출시 및 업데이트에 대한 기대감을 높일 수 있는 장을 마련해 줌
- ✔ Discord 와 Twitch 와 같은 게임 커뮤니티 플랫폼은 게이머들이 소통하고 상호작용하는 방식을 변화시키고 있다고 여겨짐. 2024 년 7 월 기준으로, Discord 는 전 세계적으로 1 억 5 천만 명의 월간 활성 사용자를 보유하고 있음
- ✔ 반면, Statista 보고서에 따르면 2024 년 4 월 기준으로 비디오 스트리밍 플랫폼 Twitch 에는 약 723 만 명의 활성 스트리머가 있었음. 또한, 최근 벵갈루루에 기반을 둔 게임 커뮤니티 플랫폼인 STAN 은 다운로드 수가 1,200 만 건을 돌파했다고 주장했음
- ✔ 이러한 플랫폼들은 소통, 콘텐츠 공유, 협업을 촉진하여 게이머들이 전략을 공유하고, 업데이트에 대해 토론하며, 게임 세계를 넘어 우정을 쌓을 수 있는 공간을 제공하는 것으로 여겨짐

24) 출처 :

<https://www.financialexpress.com/business/brandwagon/from-discussion-forums-to-game-influencers-the-evolution-of-gaming-community-platforms/3593687>

- ✔ 게임 커뮤니티 플랫폼의 특성은 게임의 인기를 높이는 역할을 하기도 함. 전문가들은 이러한 플랫폼들이 사용자 확보에 필수적이었다고 믿고 있음. STAN 은 사용자 생성 콘텐츠를 만들고, 앱에서 토너먼트와 이벤트를 조직할 수 있게 해 줌
- ✔ 이들 기능들은 지속적인 참여를 유도하고 새로운 플레이어를 끌어들임. Discord 와 마찬가지로 STAN 도 플레이어들이 특정 게임 관련 채널이나 클럽에 가입하여 전략을 논의하고 팬 콘텐츠를 공유하며 새로운 게임 기능에 대한 최신 정보를 받을 수 있게 해 줌
- ✔ 사용자 확보뿐만 아니라, 이러한 플랫폼들은 사용자 유지에도 중요한 역할을 하고 있음. 전문가들은 “이러한 플랫폼에서 콘텐츠 제작자와 인플루언서의 피드백은 많은 게이머들의 의사 결정에 중요한 역할을 한다”라면서 “신뢰받는 제작자가 긍정적인 피드백을 제공하거나 게임의 기능을 시연하면 관심과 참여가 증가할 수 있다”라고 발함
- ✔ 플레이어들은 또한 특정 레벨에서 막히거나 기술을 향상시키고자 할 때 동료 제작자들로부터 지원을 받을 수 있음. 이러한 지속적인 상호작용은 사용자 유지율을 향상시키는 데 도움을 줌
- ✔ 최근 FICCI-EY 보고서에 따르면 2023 년 인도에서 수익화 측면에서 가장 높은 순위를 차지한 게임은 Free Fire 와 BGMI 였음. 스트리밍을 할 때 게이머들이 다양한 전술을 사용하게 되는데, 이것이 이러한 게임들의 인기가 상승한 주요 이유 중 하나라고 여겨짐
- ✔ 하지만 전문가들은 배틀 로얄 게임 외에도 멀티플레이어 온라인 배틀 아레나(MOBA)와 1 인칭 슈팅(FPS) 게임도 인기를 끌고 있다고 보고 있음
- ✔ MOBA 타이틀인 Mobile Legends 는 전략적이고 팀 기반의 게임 플레이를 원하는 플레이어들에게 맞춰져 있으며, 전통적인 FPS 타이틀인 Valorant 와 CS 는 정밀성과 기술을 중시하는 경쟁적 게이머들을 계속 끌어들이고 있음
- ✔ 또한, FIFA 와 Asphalt 와 같은 스포츠 및 레이싱 게임은 현실 세계의 스포츠를 재현하거나 고속 환경에서 레이싱을 즐기는 팬들에게 몰입감 있는 경험을 제공함

✔ [인도] 비디오 게임 표준 연령 등급 체계 부재: AIGDF 보고서 ²⁵⁾

○ 국내 요구 맞지 않는 외국산 등급 시스템 사용 중...아동 안전, 정신적 안녕 위해 시스템 개발 필요

- ✔ 인도 내 사용자들이 콘텐츠 관련 피해로부터 보호받고, 게임산업이 적절히 규제되고 책임 있는 발전을 하기 위해서는 표준화된 연령 등급 시스템이 개발되어야 한다고 전인도게임개발자포럼(All India Game Developers' Forum) 보고서가 지적했음
- ✔ 현재 인도에는 온라인 게임을 연령 등급 메커니즘을 통해 분류하는 등 아동 보호 조치를 적용해야 한다고 규정한 2021 년 개정 정보기술(IT) 규정이 존재하지만, 이러한 규정이 아직 실행되고 있지 않음

25) 출처 :

<https://www.deccanherald.com/india/india-lacks-standardised-age-rating-framework-for-video-games-aigdf-report-3166469>

- ✔ AIGDF 보고서는 게임 생태계가 젊은 사용자들에게 창의력 증진, 문제 해결 및 인지 능력 향상, 시각 처리 능력 개선 등 다양한 혜택을 제공하는 것이 사실이지만, 게임과 같은 디지털 서비스는 규제되지 않은 환경에서 잠재적 위험을 지니고 있으며, 모든 게임 콘텐츠가 모든 연령대에 적합하다고 볼 수는 없다고 설명했음
- ✔ 미성년자에게 규제되지 않은 사이버스페이스 콘텐츠의 위험성은 잘 문서화되어 있음. 따라서 게임 산업 전반에 걸친 규제된 책임 있는 업계 관행이 아동의 안전과 정신적 안녕을 보장하는 데 중요한 역할을 할 수 있다고 보고서는 언급했음
- ✔ 보고서에 따르면, 온라인 게임에 대한 등급 시스템이 부재한 상황에서, 다양한 장르의 게임 퍼블리셔와 운영자들은 그들의 콘텐츠를 배포하기 위해 외국산 등급 시스템을 대안으로 채택해 왔음
- ✔ 이들 외국산 콘텐츠 등급 시스템의 인기도와 광범위한 채택에도 불구하고, 인도 게임용 국내 콘텐츠 등급 시스템의 유용성을 대체할 수는 없다고 보고서는 밝혔음
- ✔ 보고서는 인도 소비자들은 현지에서 이해할 수 있는 용어와 등급 기준을 사용하는 국내 등급 시스템에 더 익숙하고 편안함을 느낄 수 있다고 덧붙였다. AIGDF 대변인 Roland Landers 는 인도의 게임 산업이 전례 없는 속도로 성장하고 있는 상황에서, 젊은 게이머들을 보호할 수 있는 견고한 체계를 확립하는 것이 중요하다고 강조했다
- ✔ 그는 “글로벌 모범 사례, 예를 들어 부모 통제와 연령 확인 시스템을 통해 플레이어를 보호하면서도 성장을 방해하지 않는 해결책을 찾아야 한다”라면서 “플레이어, 부모, 개발자, 규제 기관 등 모든 이해관계자와 긴밀히 협력하여 인도의 게임 산업이 책임감 있고 지속 가능한 방식으로 번영할 수 있도록 해야 한다”라고 말했음

✔ [멕시코] 틱톡이 선정한 멕시코의 떠오르는 게이밍 틱톡커들 26)

- 틱톡은 동 플랫폼에서 활발히 활동하며, 멕시코의 비디오 게임 커뮤니티에서 큰 주목을 받고 있는 콘텐츠 크리에이터들을 공개함
 - ✔ 최근 몇 년간 틱톡은 멕시코 게이머들에게 중요한 플랫폼으로 자리 잡았고, 이들은 비디오 게임에 대한 열정과 애정을 공유하고 글로벌 커뮤니티와 소통하며 게임 산업에서의 경력을 쌓고 있음
 - ✔ 멕시코의 떠오르는 틱톡 게이밍 크리에이터들은 다양한 게임 장르와 콘텐츠 스타일로 많은 팔로워를 끌어모으고 있음
 - ✔ 〈멕시코 게이밍 틱톡커 Top 10〉
 - @hnantoo (110 만 팔로워) 게임 리뷰 및 출시 예정 게임 소개, 게임 업계 주요 뉴스 논평, 게이밍 행사 및 경기 참가 경험 공유
 - @thesalyer360 (16.72 만 팔로워) 주로 액션과 슈팅 게임, 특히 Call of Duty 와 Fortnite 위주로 실력 향상을 위한 전략 공유, 경기 리액션 등

26) 출처 :

<https://www.deccanherald.com/india/india-lacks-standardised-age-rating-framework-for-video-games-aigdf-report-3166469>

- @danikyo (59.19 만 팔로워) 닌텐도 게임 위주의 비디오 게임의 역사와 발전 영상, 게임의 버전 비교 리뷰 및 논란이 될만한 의견도 제시
- @arandanaxd (5.08 만 팔로워) 최신 게임 상세 분석, 다양한 게임 가이드 및 튜토리얼, 장비 리뷰 제공, 플레이 전략 분석, 게이밍 뉴스 등
- @stephaniemx_ (17.55 만 팔로워) LOL, Valorant, Minecraft 와 같은 인기 게임에 초점을 맞춘 다양한 콘텐츠, 게임을 하며 게이머들과 소통
- @promediojugador (12.8 만 팔로워) 캐주얼 게이머부터 헤비 게이머까지 모든 시청자를 아우르는 최신 게임 리뷰 및 상세 분석, 다양한 인터랙티브 어드벤처의 가이드와 팁 제시
- @xtremetheplayer (36.09 만 팔로워) 새로운 출시작에 대한 상세 분석, 게임 플레이 가이드 및 전략, 최신 게이밍 트렌드에 대한 코멘트
- @charlybanana (96.43 만 팔로워) 비디오 게임과 각 문화 중심의 다양한 콘텐츠를 제공, 다른 크리에이터와의 인터뷰, 게이밍 제품 언박싱 등
- @sharouspaxie (35.85 만 팔로워) 잘 알려져 있지 않지만 의미 있는 게임들에 대한 리뷰와 뉴스를 공유하며, 게이머들이 소수 게임을 즐길 수 있도록 장려
- @nanatyx (270 만 팔로워) 별칭 '라 프리마(La Prima)'로 알려진 코스플레이어이자 게이머로 비디오 게임, 팝 문화, 게이밍 관련 주제를 다룬 콘텐츠를 공유, 젊은 세대의 시청자들과 소통하는 능력으로 유명함

✔ [멕시코] 멕시코에서 가장 많이 다운로드된 비디오 게임 앱 5 가지 27)

- **멕시코에서는 매년 24 억 4 천만 개의 비디오 게임 앱이 다운로드되고 있고, 2023년에는 비디오 게임 앱에 4 억 1 천만 달러 이상을 지출함**
 - ✔ 상기 수치는 Data.ai 의 2024 년 모바일 상태 보고서에 기반한 것으로, 동 보고서는 멕시코를 모바일 게임 산업에서 가장 중요한 신흥 시장 중 하나로 꼽음
 - ✔ 세계적으로 가장 많이 다운로드된 5 개의 게임 앱은 Subway Surfers, Free Fire, Roblox, Ludo King, Candy Crush Saga 이며, 멕시코에서 특히 인기를 끄는 게임 앱들은 Free Fire, Roblox, Subway Surfers, Stumble Guys, My Perfect Hotel 로 집계됨
 - ✔ 멕시코 게임 시장은 상당한 앱 다운로드 수를 보이고 있지만, AppsFlyer 의 2024 년 애플리케이션 삭제 보고서에 따르면, 모바일 게임 앱의 30 일 이내 삭제율은 52%에 달하므로 비디오 게임 앱들은 사용자 유지라는 큰 도전에 직면해 있음
 - ✔ 또한, 전체 사용자 중 5%도 안 되는 소수만이 게임 앱 내 구매를 실시하지만, 주로 설치 후 10 일 이내 구매가 이루어지며, 이 중 70% 이상이 재구매를 하는 경향이 있기에, 게임 산업 내 마케팅은 다양한 접근 방식을 필요로 함

27) 출처 :

<https://expansion.mx/tecnologia/2024/08/29/dia-del-gamer-cuales-son-las-apps-de-videojuegos-mas-descargadas-en-mexico>

✓ [아르헨티나] 펜타닐의 폐해에 대한 경각심을 일깨우는 아르헨티나 게임 28)

- 실화에서 영감을 받은 <요한나의 비전>(Johanna's Vision)은 치명적인 약물 남용의 위험과 영향에 대해 플레이어의 인식을 제고하고자 함
 - ✓ <요한나의 비전>(Johanna's Vision)은 아르헨티나의 한 회사가 만든 게임으로, 소비자를 파괴하며 이미 미국과 유럽에서 전례 없는 재앙이 된 펜타닐 사용의 위험과 영향을 플레이어에게 알리고 그들의 인식을 제고하는 것이 목표임
 - ✓ 이미 티저가 나온 이 게임의 정식 버전 출시일은 8 월 말임. 게임은 펜타닐로 남매를 잃은 청년, 요한나라는 캐릭터에 초점을 맞춤. 요한나는 게임 속에서 펜타닐이 지역사회와 자신의 삶에 미치는 파괴적인 영향을 이해하기 위한 여정을 떠남. 이야기의 중심은 답을 찾고, 고통을 극복하고, 고통을 선을 위한 힘으로 바꾸려는 요한나의 투쟁임. 게임 플레이어는 그의 여정을 통해 펜타닐의 위험과 이러한 위기에 영향받는 사람들이 직면한 어려움을 보여주는 다양한 상황에 노출됨
 - ✓ 2021 년 에단 베퍼와니(Ethan Bherwani)가 코네티컷에 있는 카지노의 블랙잭 테이블에서 의식을 잃음. 도박장의 소음과 열광 속에서, 테이블 가장자리에 팔을 올린 채 고개를 숙이고 있던 소년이 의식을 잃었다는 것을 아무도 알아차리지 못함. 주변 사람들은 계속 도박을 즐겼고 딜러는 카드를 나누어주었으며, 보안 카메라의 감시 담당자는 이상한 점을 발견하지 못함. 잠시 후 에단은 무너지듯 바닥으로 쓰러졌고 카지노 직원이 확인할 때까지 몇 분 동안 그 자리에 있었음. 사람들은 응급 구조대를 불렀고, 의료진은 10 분 동안 에단에게 심폐소생술을 시도한 후 뇌사 판정을 내림. 그는 9 일 후 병원에서 사망함. 그의 체내에는 펜타닐, 코카인, 마리화나 및 알코올 등이 있었지만, 의료진은 그의 사망 원인이 펜타닐이었다고 말함
 - ✓ TGA 의 창립자이자 CEO 인 토마스 지오바네티(Tomás Giovanetti)는 "부에노스 아이레스의 식사 자리에서 에단의 아버지인 카말 베퍼와니(Kamal Bherwani)를 알게 됐다"라고 TN Tecno 에 말함. "그는 아들의 비극을 들려주었고, 에단이 나와 동갑이었기에 그 이야기는 마음을 울렸다"라며 "카말 베퍼와니에게 내가 16 살 때 개발한, 세계 최초의 괴롭힘 방지 게임인 You Deserve 의 개발 이야기를 들려주었고, 그는 매우 관심을 보였다"라고 덧붙임
 - ✓ 토마스는 게임과 게이밍 문화를 사회에 긍정적인 영향을 가져다주는 도구로 사용하는 것을 의미하는 '대의를 위한 게이밍' 개념을 카말 베퍼와니에게 설명함. 그들은 개인적인 고통을 사회적 영향력을 갖춘 이니셔티브로 전환하는 작업에 착수하기로 함
 - ✓ 게임의 목표는 생명을 구하는 것임. "이 게임의 목표는 두 가지"라고 지오바네티는 설명함. 그는 "먼저 펜타닐 남용의 위험과 그 결과에 대해 플레이어의 인식을 제고하고자 한다"며 "양방향 몰입형 방식으로 중요한 정보를 전달함으로써 플레이어가 이 전염병의 심각성을 더 잘 이해하고 그들의 삶 속에서 정보에 입각한 결정을 내리기를 희망한다"라고 덧붙임. "둘째, 이 게임은 공감과 행동을 촉구"하며 "플레이어들이

28) 출처 :

<https://tn.com.ar/tecnov/novedades/2024/08/18/la-cruda-historia-detras-del-videojuego-argentino-que-concientiza-sobre-el-flagelo-del-fentanilo>

정보를 얻을 뿐만 아니라 지역사회 내의 예방 및 지원 노력에 참여하도록 동기를 부여하고자 한다"라고 밝힘. 그는 "이러한 게임 경험을 통해 사회적 인식을 제고하고 펜타닐 남용에 대한 투쟁에 적극적으로 참여할 것을 장려한다"라고 덧붙임

- ✔ 에단의 아버지인 카말 베와니는 "게임의 메시지는 첫째, 무엇이 함유되었는지 모른다면 복용하지 말라는 것"이라고 말함. "둘째, 누군가 중독이나 과량복용을 유발하는 물질을 복용하는 경우 찾아야 하는 징후를 포함한다"라며 "셋째는 쉽게 사용할 수 있는 일반의약품인 날록손으로 소비자의 생명을 살리는 방법을 알려주는 것"이라고 덧붙임
- ✔ 요한나의 비전은 2024년 8월 말부터 각 앱 스토어를 통해 iOS 및 안드로이드 모바일 기기에서 이용 가능함. 전 세계 게이머의 접근성을 향상하기 위한 웹 버전도 출시할 예정임



[그림 4] 펜타닐의 폐해를 알리는 아르헨티나 게임의 비하인드 스토리

애니·캐릭터



✔ [아르헨티나] 넷플릭스 애니메이션 시리즈를 통해 '마팔다'를 부활시킬 것 29)

● 후안 호세 캄파넬라, 새로운 세대에게 마팔다와 그 친구들의 새로운 모습을 보여줄 예정임

- ✔ 세상을 떠난 아르헨티나 출신 퀴노(Quino)의 만화에 등장하는 조숙하고 영리한 캐릭터 마팔다는 60 년 동안 문화 아이콘의 자리를 지켜왔으며, 이제 수백만 명의 기존 팬에 더해 더 많은 팬들을 확보하게 될 것임. 6 살 소녀 마틸다는 선을 넘나드는 유머, 날카로운 관찰력, 스프를 싫어하고 비틀즈를 사랑하는 것, 사회적 논평 등으로 잘 알려져 있음
- ✔ 본명이 호아킨 살바도르 라바도 테혼(Joaquín Salvador Lavado Tejón)인 퀴노(Quino)는 1964 년에 마팔다를 구상함. 1973 년까지 발표된 이 만화는 스페인어에서 영어, 프랑스어, 이탈리아어, 독일어 및 일본어 등 12 개가 넘는 다른 언어로 번역됨
- ✔ 이제 넷플릭스에서 마팔다와 그 친구들을 새로운 세대에게 소개할 예정임. 오스카 수상자인 아르헨티나 감독 후안 호세 캄파넬라(Juan José Campanella, 작품 <엘 시크레토: 비밀의 눈동자(El secreto de sus ojos)> 등)는 어릴 때부터 마팔다의 팬이었으며, 새로운 애니메이션 시리즈에서 마팔다의 부활을 책임지게 됨
- ✔ 그는 감독, 각본가 및 프로듀서를 맡아 프로젝트를 이끌며 시간에 빛바래지 않는 마팔다의 지혜와 유머에 생명을 불어넣을 예정임. 그는 자신의 목표가 "마팔다와 함께 자라지 않은 새로운 세대를 다시 연결"하고 "오늘날 디지털 플랫폼을 벗삼아 자라는 어린아이들에게 마팔다의 재치와 위트를 전하는 것"이라고 밝힘. "여러 세대의 만화가에게 대사를 통해, 아이러니, 날카로운 논평으로 더 많은 코미디언에게 영감을 주었던 거장"이었던 마팔다의 창작자가 남긴 유산을 그의 크리에이티브 팀 또한 존중할 것이라고 덧붙임
- ✔ 해당 시리즈는 넷플릭스와 아르헨티나에 본부를 둔 디지털 창작 스튜디오 Mundoloco CGI 에서 제작함. 캄파넬라는 프로듀서 가스톤 고랄리(Gastón Gorali), 프로덕션 디렉터 세르히오 페르난데스(Sergio Fernández)와 함께 퀴노가 창작한 작품의 정수를 보존할 것을 약속함. 그는 "퀴노의 유머, 리듬, 아이러니 그리고 관찰을 보존하는 것이 우리의 의무"라고 밝힘
- ✔ 캄파넬라에게 이 프로젝트는 오랜 팬과 새로운 팬 모두를 매혹시킬 프로그램을 창작하기 위해 유년 시절의 기억을 회상하는 신나는 기회임. 그는 "마팔다에게 애정을 느끼는 사람들은 자녀들과 이를 공유할 수 있으며 어른들만을 위한 지점도 있지만, 가족 모두가 함께 웃을 수 있을 것"이라고 말함. 또, "내 인생의 가장 큰 도전이 될 것"이라며 마팔다의 각색 작업이 쉽지 않은 일임을 인정함. 넷플릭스는 아직 마팔다의 공개일을 발표하지 않음

29) 출처 :

<https://www.forbesargentina.com/negocios/juan-jose-campanella-revivira-mafalda-una-serie-animada-netflix-promete-aumentar-su-presencia-global-n57255>



[그림 5] 마팔다의 작가 퀴노

✔ [아르헨티나] 전 세계적인 수상 경력을 자랑하는 애니메이션 영화 <거인> 개봉 30)

● 코미디와 감동이 있는 영화 <거인>, 아르헨티나 영화관에서 개봉

- ✔ 다양한 국가의 영화관에서 걸출한 기록을 세운 애니메이션 영화 <거인(Gigantes)>이 본국인 아르헨티나에서 개봉함. 이미 독일, 프랑스, 포르투갈, 터키, 스위스 등에서 개봉한 이 영화는 멕시코와 아르헨티나에서 동시 개봉하며 라틴아메리카에서 그 여정을 시작함
- ✔ 이야기의 주인공은 의연하고 상상력이 풍부한 소년 알폰소(Alfonso)로, 그는 태풍이 자신의 작은 마을을 휩쓰는 가운데 주민들이 떠나야 하는 상황에서 위협을 느낌. 한 기업가가 부동산 사업으로 그 상황에서 경제적 이익을 얻으려 하지만, 알폰소와 그 친구들인 판초(Pancho), 빅토리아(Victoria)는 있는 힘껏 그를 저지하려 함
- ✔ 애니메이션 <거인>은 아르헨티나와 독일의 공동 제작 작품으로, 아르헨티나 감독 곤잘로 구티에레스(Gonzalo Gutierrez)가 연출, <리오 2>를 공동 집필한 카를로스 콥틴(Carlos Koktin)이 대본을 맡음. 구티에레스 감독은 시각 효과의 선구자로 알려져 있으며, 작품 <언더랜드(Underland)> 개봉 이후 국제적으로 이름을 알리기 시작함
- ✔ 이 작품은 20 개가 넘는 언어로 더빙되었으며, 4 년간 500 명이 넘는 아티스트 및 전문가가 참여함. 카롤 세비야(Karol Sevilla), 카를라 페터슨(Carla Peterson)의 목소리가 등장하며, 파블로 보르기(Pablo Borghi)가 음악을 맡음
- ✔ 이 영화의 제작자인 GF Films 의 플로렌시아 르모인(Florencia Lemoine)은 "이 작품은 아르헨티나에서도 세계적으로 경쟁력 있는 고품질 애니메이션 영화를 만들 수 있음을 증명한다"라고 말함
- ✔ 이 작품은 이미 밴쿠버국제영화제에서 최우수 애니메이션 영화상을, 네덜란드 어린이 영화상(Children Cinema Award)에서 최우수 애니메이션 영화상, 최우수 음향상을 수상했으며, 베이징국제어린이영화제

30) 출처 :

<https://www.forbesargentina.com/negocios/juan-jose-campanella-revivira-mafalda-una-serie-animada-netflix-promete-aumentar-su-presencia-global-n57255>

에서 최우수 영화로 선정됨. 그리고 미국, 포르투갈, 불가리아의 영화제에 출품됨

만화·웹툰



✔ [프랑스] 프랑스 웹툰, 〈핸드 오브 페이트〉에 독자들의 이목 집중 31)

- 프랑스에서 주목받고 있는 프랑스 웹툰 〈핸드 오브 페이트〉(Hand of Fate)는 독창적인 스토리와 독특한 설정으로 독자들의 관심을 끌고 있음
 - ✔ 해당 웹툰 주인공 에린(Erin)의 여정은 단순한 모험을 넘어서, 현실적인 세계에서 환상적인 세계로 전환되며 흥미로운 내러티브를 형성함. 다양한 대중문화 요소를 차용하여 〈어쌔신 크리드〉(Assassin's Creed)와 〈해리포터〉 같은 작품들을 연상시키는 캐릭터들이 등장하며, 독자들에게 친숙하면서도 새로운 재미를 제공함. 프랑스 시나리오 작가 쉘터(Shelter)와 아티스트 오토산(Oto-San)의 협업으로 만들어진 이 시리즈는 우정과 로맨스를 배경으로 한 마법과 대결의 이야기를 담고 있음
 - ✔ 웹툰의 서사는 다소 느리게 전개되지만, 예측하기 어려운 스토리 전개와 남아있는 미스터리 요소들 덕분에 독자들은 다음 이야기를 기대하게 만듦. 이러한 점에서 이 작품은 앞으로의 전개에 대한 기대감을 높이며 독자들의 호응을 받고 있음

✔ [프랑스] 웹툰 〈킬러 배드로〉의 임리나, 김정현 작가 인터뷰 32)

- 프랑스 만화 전문 매체 Crunchyroll 은 지난 달 파리에서 열린 일본 엑스포(Japan Expo)에서 웹툰 작가 임리나와 스토리 작가 김정현을 인터뷰하고, 이들의 신작 웹툰 〈킬러 배드로〉를 조명함
 - ✔ 인터뷰에서는 웹툰의 새로운 개념과 협업 과정에 관해 이야기하며, 작품이 애니메이션으로 제작될 가능성에 대해서도 언급함. 특히, 킬러 배드로는 기존의 환생물과는 차별화된 설정을 가지고 있으며, 이를 통해 독자들의 관심을 끌고 있음
 - ✔ 임리나 작가는 "한국 웹툰에서 자주 다루는 환생 소재와 달리, 우리는 캐릭터의 나이를 되돌려 그의 전문성과 지식을 유지하는 콘셉트를 선택했다"라고 설명함. 김정현 작가는 "환생과 젊어짐을 구분하는 중요한 포인트는, 배드로가 젊어진 후에도 주변 인물들이 그를 기억하고 있다는 점"이라고 덧붙임
 - ✔ 킬러 배드로는 이들의 첫 협업이 아니며, 이전 작품에서 얻은 경험을 바탕으로 이번 작품에서도 액션 장면과 연출을 더욱 개선하고 있음. 두 작가는 각각의 역할에 집중함으로써 시리즈의 완성도를 높였으며, 글로벌 독자들이 공감할 수 있는 주제에 초점을 맞추고 있음

31) 출처 : <https://www.actuabd.com/Hand-of-Fate-une-nouvelle-conteuse-fait-son-apparition-pour-reecire-l-histoire>

32) 출처 : <https://www.crunchyroll.com/fr/news/interviews/2024/8/24/interview-killer-peter-japan-expo-2024>

✔ [태국] 한국의 즐거움을 세계 수준의 웹툰으로 수출 33)

- 한국 문체부 해외언론인초청사업으로 방한해 키다리스튜디오를 방문했던 태국 최대 일간지 타이랏 기자는 8 월 25 일 ‘한국의 즐거움을 세계적인 수준의 웹툰으로 수출’이라는 제목의 칼럼을 게재했음
 - ✔ 만화산업을 이야기할 때 많은 사람들이 일본과 미국을 떠올릴 것임. 두 나라 모두 만화책과 애니메이션으로 유명하기 때문임. 하지만 스마트폰이나 컴퓨터를 통해 즐길 수 있는 디지털 만화 ‘웹툰’을 말한다면 아마도 한국을 가장 먼저 떠올릴 것임
 - ✔ 웹툰이 한류의 유행을 이끄는 또 하나의 산업이 되었으며 엄청난 경제효과를 창출한다는 사실은 부정할 수 없음. 한국 문화체육관광부는 2022 년 기준 국내 웹툰 산업 매출이 약 1 조 8 천억 원에 달하며, 2018 년부터 계속 성장세를 이어가고 있다고 밝혔음
 - ✔ 필자는 K 웹툰 산업의 성공사례 중 하나로 웹툰 콘텐츠 제작 · 배급사인 키다리스튜디오를 방문해 제작 과정 등을 체험해 볼 수 있었음. 머니투데이에 따르면 키다리스튜디오는 2 분기 매출 49 억 8 천만 원, 순이익 7 억 원을 달성한 것으로 나타나 있음. 이 같은 성장세는 웹툰의 해외서비스 증가와도 관련이 있음
 - ✔ 키다리스튜디오의 조정은 매니저는 한국에만 국한하지 않고 전 세계에 행복과 재미를 선사하는 것이 키다리스튜디오의 목표라고 밝혔으며, 액션, BL(Boys Love), GL(Girl’s Love), 해피러브 등 다양한 장르가 제작 및 판매되고 있다고 말했음
 - ✔ 키다리스튜디오의 첫 번째 플랫폼은 한국 여성 독자들 사이에서 인기 1 위를 기록하고 있으며, 태국 · 대만 · 일본 · 중동 · 아랍 국가들까지 서비스하고 있는 ‘봄툰’임. 대부분 줄거리가 여성 위주의 로맨틱 판타지 또는 BL 로서 2023 년 누적 사용자가 850 만 명을 돌파했음
 - ✔ 한편 레진코믹스는 모든 남녀 콘텐츠를 포괄하는 플랫폼임. 대부분의 독자들이 남성으로 한국 · 일본 · 미국 · 스페인에서 서비스하고 있으며, 장르와 스타일을 더욱 다양화하기 위한 전략과 함께 2010 년 초 최초로 유료서비스를 도입한 플랫폼이기도 함. 2023 년 레진코믹스 이용자는 4,400 만 명을 돌파했음
 - ✔ 델리툰(Delitoon)은 프랑스와 독일 등 유럽에서 선보인 최초의 무료 웹툰 서비스로서 대부분의 스타일이 유럽 여성들에게 맞추어져 있음. 가장 인기 있는 장르는 로맨틱 판타지이고, 유럽에서 400 만 명 이상이 이 서비스를 이용하고 있음
 - ✔ 키다리스튜디오의 웹툰은 전 연령대가 볼 수 있는 작품들과 함께 사랑 및 사회의 경쟁, 계급 등 사회의 어두운 면들을 조명한 연령제한이 있는 작품들도 있다고 함. 한편 조 매니저는 판타지 SF 장르 웹툰인 〈식사하고 가세요〉를 추천한다고 함. 사고로 후각과 미각을 잃은 젊은 요리사 이림이 가상현실게임을 접하고 새로운 요리를 시작한다는 내용이라고 하며, 괴물을 사냥해 음식을 만들 수도 있다고 함
 - ✔ 키다리스튜디오는 웹툰, 웹소설 등 IP 를 영상 · 드라마 · 영화 등으로 제작 개발하는 ‘원 소스 멀티 유즈(OSMU)’ 사업으로 확장할 예정임. 유튜브 채널로 리얼리티 웹 예능 ‘보이즈 보이스(Boy’s Voice)’를 운영하고 있으며, 이외에도 열쇠고리 · 인형 · 달력 등 다양한 굿즈를 생산, 판매하고 있고, 온라인 플랫폼을

33) 출처 : <https://www.thairath.co.th/news/foreign/2810242>

통해서도 구매 가능함. 또한 회사 1 층에는 오프라인 상설 팝업 스토어를 운영하고 있음. 이번에 우리는 포물러 1 자동차 경주대회를 주제로 한 <레이싱 투 어너더 핑크(Racing to another pink)> 팝업 스토어를 관람할 수 있었음

- ☑ 키다리스튜디오를 방문해 이야기를 듣고 직원들이 일하는 모습을 보니, 한국이 진지하게 세계적인 품질의 작품들을 제작해 수출하고, 이로 인해 막대한 경제 가치를 창출하고 있음을 알 수 있었음. 또한 회사는 직원들이 즐겁게 일할 수 있는 환경을 조성하고, 예술에만 국한되지 않고 직원들이 회사와 함께 성장하고 발전할 수 있도록 해외 어학연수나 근무지원 등을 포함한 인적자원 개발활동들도 하고 있었음



[그림 6] 타이랏 기사 지면

☑ [태국] 방콕 코믹스 아트 페스티벌 34)

● 제 3 회 ‘방콕 코믹스 아트 페스티벌(BKK Comics Art Festival)’이 10 월 1 일부터 13 일까지 방콕예술문화 센터(BACC: Bangkok Art and Cultural Centre)에서 개최될 예정임

- ☑ 본 행사는 태국의 문화예술잡지사인 BKK UZINE 이 2022 년부터 개최한 행사로, 장르별 다양한 만화 예술과 최신 트렌드가 2 주 동안 전시되며 태국 만화산업의 현재와 과제, 미래에 대해서도 논의할 계획임
- ☑ 행사의 하이라이트로 10 월 12 일~13 일 컨벤션이 개최되며, 일본의 애니메이션 프로듀서 카네코 아츠시, 싱가포르 만화가 줄리엣 유 밍 등이 참석해 강연과 워크숍을 진행할 예정임

34) 출처 : <https://www.bangkokpost.com/life/social-and-lifestyle/2855028/comics-art-festival-is-back-in-bkk>

음악



✓ [북경] 넷이즈뮤직, CJ ENM 과 저작권 협력계약 체결

- 8 월 28 일, 현지 다수 언론보도에 따르면, 중국의 온라인 플랫폼 넷이즈뮤직(网易云音乐)이 최근 CJ ENM 과 정식으로 저작권 협력관계를 체결하였다고 발표함

- ✓ 넷이즈뮤직은 이번 협력계약 체결을 통해 CJ ENM 소속 아티스트들의 음원과 영상 OST 를 서비스 할 수 있게 됨
- ✓ 넷이즈 뮤직은 최근 몇 년 동안 SM, YG, JYP, 카카오 등 국내 다수 엔터테인먼트사와 저작권 협력을 맺은 바 있음. 2023 년 넷이즈뮤직의 월 활성 이용자 수는 2 억 600 만 명에 달함

✓ [심천] 텐센트뮤직엔터테인먼트, 2024 년 2 분기 실적 발표 ³⁵⁾

- 텐센트뮤직엔터테인먼트(腾讯音乐娱乐集团, TME)가 발표한 올해 2 분기 실적에 따르면 지속적인 질적 성장세를 보인 가운데 2 분기 전체 매출액은 71 억 6,000 만 위안, 비국제회계기준(Non-IFRS) 순이익은 19 억 9,000 만 위안으로 집계됨
- ✓ 그중 음악 스트리밍 서비스 부문 매출액은 54 억 2,000 만 위안으로 동기 대비 27.7% 증가했고, 음악 스트리밍 구독 부문 매출액은 37 억 4,000 만 위안으로 동기 대비 29.4% 증가한 것으로 나타남. 또 음악 스트리밍 유료 가입자 수는 동기 대비 17.7% 증가한 1 억 1,700 만 명으로 사상 최고치를 기록했고, 신규 유료 가입자 수가 올해 상반기에만 1,000 만 명을 초과함
- ✓ 텐센트뮤직엔터테인먼트가 치열한 경쟁 속에서 양호한 실적을 낼 수 있었던 배경에는 지속적인 콘텐츠 생태계 최적화와 플랫폼 혁신을 위한 노력이 있었기 때문임. 구체적으로 음반사와 꾸준히 협업을 전개하고, 유저를 대상으로 신곡을 처음 공개하거나 유저의 멤버십 가입 및 참여를 적극적으로 유도함
- ✓ 최근 쉰타뤼(苏打绿, Sodagreen)³⁶⁾, CJ ENM 과 이루어진 협업 재계약 성사 등 타사와의 협업으로 양질의 음원을 공급해 유저들에게 새롭고 좋은 노래를 충분히 제공한 것도 유료 회원 수 증가와 유저의 참여도, 충성도 제고에 도움이 된 것으로 나타남

35) 출처 : <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1808088821517360041&wfr=spider&for=pc>

36) 2001 년 대만 국립정치대학 학생들의 결성으로 시작된 6 인조 인기 밴드

✔ [프랑스] 리사, 글로벌 아이돌로 브랜드의 사랑받는 인물로 조명 37)

- 프랑스 경제 전문 언론 레제코(Le Echos)가 태국 출신의 블랙핑크 멤버 리사를 글로벌 브랜드 아이콘으로 주목함. 해당 언론의 팟캐스트 '라 스토리'(La Story)는 리사의 성장 과정과 그녀가 세계적인 아이돌로 자리 잡기까지의 과정을 다룸
 - ✔ 리사는 1997 년 태국의 시골에서 태어나 방콕으로 이주해 어린 시절부터 힙합과 발레를 배우기 시작했으며, 13 세에 YG 엔터테인먼트의 오디션을 통해 K 팝 연습생이 됨. 이후 한국의 엄격한 케이팝 기숙학교에서 수년간 훈련을 받으며 현재의 위치에 오름
 - ✔ 리사는 글로벌 경제와 미디어에 큰 영향을 미치는 아이돌로 성장했으며, LVMH 브랜드의 홍보대사로 활동하고 있음. 해당 언론은 리사가 블랙핑크의 일원으로서도 세계적인 인기를 끌고 있으며, 그 영향력은 비운세에 비견될 정도라고 평함

✔ [인니] 'We The Fest', 단순 공연을 넘어 창조경제를 위한 플랫폼으로 도약 38)

- 지난 7 월, 여러 나라의 다양한 장르의 음악 공연이 펼쳐지는 'We The Fest'가 성공적으로 개최되어 인도네시아 음악 팬들에게 깊은 인상을 남김. 이 행사는 단순 공연을 넘어 음악 산업이 인도네시아 창조경제의 기간산업임을 입증함
 - ✔ 올해로 10 회째를 맞이한 이 행사는 국내외 음악 산업을 지원할 뿐만 아니라 다른 창조경제 산업들을 위한 플랫폼 역할을 하고 있음. 음악, 시각예술, 공예부터 요리에 이르기까지 다양한 산업의 창의적인 아티스트들이 모두 자신의 작품을 선보일 수 있는 무대를 갖게 됨. 뿐만 아니라 이 행사를 관람하기 위해 방문하는 관광객이 증가하면서 관광 산업에도 긍정적인 영향을 미침
 - ✔ 인도네시아 관광창조경제부 산디아가 우노 장관은 올해 We The Fest 가 작년보다 더 높은 성과를 달성했다고 평가하면서 이는 주최 측의 일관성 있는 진행과 국내외 유명 아티스트들의 출연으로 가능했다고 언급함. '10 주년 기념 에디션'이라는 주제로 열린 올해 We The Fest 에는 여러 해외 유명 아티스트들이 출연함. 타이거 JK & 윤미래, 비비를 비롯해 폐기 구, 알렉 벤자민 등 유명 아티스트들이 참여함
 - ✔ 프로그램 디렉터 사라 데시타는 "We The Fest 에서 음악을 즐기는 것 외에도 음식 부스에서 다채롭고 맛있는 음식을 맛볼 수 있으며 어린이를 동반한 관객들은 'We The Kids'라는 어린이 친화적인 공간에서 각종 체험 프로그램을 즐길 수 있다"라고 설명함. 이어 "We The Fest 가 다양한 장르의 아티스트들이 자신의 재능을 지속적으로 펼칠 수 있는 플랫폼이 되어 자랑스럽다"라고 전함

37) 출처 :

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/lisa-une-idole-thailandaise-globalisee-chouchou-des-marques-2115201>

38) 출처 : <https://www.marketeers.com/lebih-dari-sekadar-konser-we-the-fest-2024-pacu-ekonomi-kreatif>

<https://www.antaranews.com/berita/4275823/hadirkan-banyak-musisi-dari-beragam-genre-satu-dekade-we-the-fest-2024-sukses-dihadiri-ribuan-penonton>

패션



✓ [인니] 인니 7 개 패션 브랜드, 이스탄불에서 할랄 패션의 상징 '모디스트 패션' 선보여 39)

● 7 개 인도네시아 패션 브랜드가 8 월 7 일부터 9 일까지 터키 이스탄불에서 열린 <인도네시아 국제 모디스트 패션 페스티벌(이하 IN2MF)>에서 최신 컬렉션을 선보임

- ✓ '모디스트 패션'이란 이슬람의 종교적 율법에 따라 신체 노출을 최소화하여 실루엣을 드러내지 않는 스타일로 높은 넥라인, 긴 소매, 낮은 밑단 등이 특징임
- ✓ IN2MF 는 패션 산업을 통해 국가의 경제성장을 촉진하고자 인도네시아 은행, 중소기업협력부, 인도네시아 패션 상공회의소가 협력하여 매년 개최하고 있는 행사임. 인도네시아 은행의 이타 룰리나 경제금융부 부장은 "IN2MF 를 통해 인도네시아 모디스트 패션의 우수성과 할랄 라이프의 다양성을 세계 시장에 선보이고자 한다"라고 설명함
- ✓ 올해 IN2MF 는 주이스탄불 인도네시아총영사관과 협력하여 이스탄불 현지에서 <이스탄불 패션 커넥션 (이하 IFCO)> 행사의 일부로 진행됨. 7 개 인도네시아 브랜드가 엄격한 큐레이션 과정을 거쳐 IFCO 행사에서 패션쇼에 참가할 수 있는 기회를 얻음
- ✓ 이번 패션쇼에서 7 개 브랜드는 바틱(인도네시아 전통 염색기법), 에코 프린트, 자수 등 인도네시아의 문화적 유산을 활용한 컬렉션들을 선보임. 이를 통해 인도네시아 문화의 풍요로움을 강조하였을 뿐만 아니라, 높은 품질과 환경친화적 디자인을 선보임으로써 '지속 가능성'에 대한 메시지를 전달
- ✓ 다리안토 하르소노 이스탄불 주재 인도네시아총영사는 "인도네시아와 터키의 모디스트 패션 산업 간의 협력이 강화될 것으로 기대한다"라며 "이를 통해 인도네시아 수출의 가치를 높이고 인도네시아 모디스트 패션이 아시아 및 글로벌 시장에서 전략적 위치를 확보할 수 있기를 기대한다"라고 전함

✓ [태국] 태국인의 40%, 옷을 한 번만 입고 버린 적이 있음 40)

● 최근 태국 국가경제사회발전위원회(NESDC)는 전 세계적으로 막대한 경제 가치를 창출하는 패스트패션 트렌드와 관련해 태국의 섬유 · 의류산업 통계를 발표함

- ✓ NESDC 는 올해 2 분기 보고서를 통해 2022 년 기준 태국의 섬유 · 의류산업 규모가 1,600 억 바트(약 6 조 2,400 억 원)에 달한다고 발표했음
- ✓ 2023 년 기준 태국에서 섬유 72 만 톤, 직물 2 억 8,710 만 미터, 기성복 1 억 1,080 만 벌이 생산되었음
- ✓ NESDC 는 태국에 패스트패션과 관련한 정확한 데이터는 없으나 수입의 경우 지난해 섬유 520 억 바트

39) 출처 :

<https://www.brilio.net/musik/satu-satunya-pertunjukan-orkestra-di-tengah-hutan-forestra-2024-umumkan-lineup-240808w.html>

40) 출처 : https://www.thairath.co.th/money/business_marketing/trends/2810621

(약 2 조 280 억 원), 직물 480 억 바트(약 1 조 8,720 억 원) 규모를 기록했으며, 관련 산업에 총 62 만 명의 근로자가 종사하고 있고 이 중 68.1%가 의류 생산 분야에 있다고 함

- ☑ 또한 패스트패션이 온실가스를 배출해 지구온난화를 야기하고, 빈번한 저작권 침해와 노동법 위반의 문제가 있다며 우려를 표했음

● 오늘날 태국인들은 패션에 쉽게 싫증을 내고 소비에 중독되는 경향이 있음

- ☑ 시장조사기관 유고브 55(YouGov55)에 따르면 태국인의 40% 이상이 옷을 한 번만 입고 버린 적이 있는 것으로 나타났으며, 4 명 중 1 명은 최소 3 개 이상의 옷을 버린 것으로 나타났음
- ☑ 옷을 버린 이유로 지루하거나 옷에 결함이 있기 때문으로 답해 과소비 문화에 대한 중독을 반영하고 있음
- ☑ 인플루언서들의 리뷰가 과소비와 패스트패션을 부추기고 있으며, 화학물질에 오염된 패스트패션 제품의 경우 미세플라스틱 등이 신체에 들어갈 경우 건강을 해치며 어린이들의 발달에도 영향을 미칠 수 있다고 함

☑ [멕시코] 패션 물가, 8 월 상승세 41)

● 8 월 초 멕시코의 국민소비자물가지수는 이전 2 주와 비교하여 0.03% 감소했지만, 물가지수를 구성하는 하위 부문 중 하나인 패션 산업 관련 카테고리들은 8 월 동안 모든 비교 지표에서 가격 상승을 기록함

- ☑ 패션 분야의 월간 물가지수 비교 결과 7 월의 첫 2 주에 비해 0.41%의 소폭 상승이 나타났으며, 마지막 2 주 대비 가격 상승률은 0.36%로 집계됨
- ☑ 8 월 첫 2 주 동안의 의류 및 신발 카테고리는 지난해 같은 기간 대비 2.57%의 가격 상승률을 보임

41) 출처 : <https://mx.fashionnetwork.com/news/Los-precios-de-la-moda-inician-agosto-al-alza,1658588.html>

통합(정책·기타)



✓ [미국] 오픈 AI·어도비·마이크로소프트, 캘리포니아 AI 콘텐츠 라벨링 법안 동의 42)

● AI 로 제작된 콘텐츠에 워터마크를 붙이도록 요구하는 법안 지지

- ✓ 지난 27 일(현지시간) 테크크런치(Techcrunch)에 따르면 오픈 AI, 어도비, 마이크로소프트가 인공지능(AI)으로 제작된 콘텐츠에 워터마크를 붙이도록 기업들에게 요구하는 캘리포니아 법안에 지지를 표명하고 있다고 밝힘. 이 법안은 8 월 최종 투표를 앞두고 있음
- ✓ ‘AB 3211’로 알려진 이 법안은 인공지능으로 생성된 사진, 비디오 및 오디오 클립의 메타데이터에 워터마크를 포함하도록 요구함. 이 때 메타데이터는 특정 데이터의 정보를 제공하는 데이터로, 콘텐츠가 AI 에 의해 생성되었음을 명확히 하고, 사용자들이 이를 쉽게 인식할 수 있도록 도와줌. 많은 AI 기업들이 이미 이를 시행하고 있지만, 대부분 메타데이터를 읽지 않음
- ✓ 또한 이 법안은 인스타그램이나 X 와 같은 대형 온라인 플랫폼에서 일반 시청자가 이해할 수 있는 방식으로 인공지능이 생성한 콘텐츠에 라벨을 붙이도록 요구함. 지난 4 월 어도비, 마이크로소프트 등의 여러 단체는 캘리포니아 의원들에게 보낸 서한에서는 이 법안이 “실행 불가능”하며 “지나치게 부담스럽다”라는 의견을 보이며 AB 3211 에 반대한 바 있으나 법안이 수정되면서 입장을 바꿈
- ✓ 오픈 AI, 어도비, 마이크로소프트는 콘텐츠 출처 및 진위 연합(Coalition for Content Provenance and Authenticity)의 일원으로, AI 생성 콘텐츠를 표시하는데 널리 사용되는 기준인 ‘C2PA’를 만드는 데 도움을 주었음
- ✓ 추가로 테크크런치가 입수한 기업들의 서한에 따르면, 이들 기업은 이제 법안을 지지하고 있으며, AI 생성 콘텐츠의 투명성과 책임성을 높이려는 일환으로 보인다고 밝힘. 이 법안이 통과되면 AI 생성 콘텐츠의 식별과 관리에 큰 변화를 가져올 것으로 예상됨

✓ [미국] 구글 AI 세미나이, 이미지 생성 기능 재개 43)

● 인물묘사 논란 이후 6 개월 만에 서비스 재개

- ✓ 구글(Google)은 지난 28 일(현지시간)부터 자사의 AI 모델 구독 서비스인 ‘제미나이 어드밴스드’(Gemini Advanced)를 영어 이용자 대상으로 인물 이미지 생성 기능을 재개한다고 밝힘. 이는 지난 2 월 인물 이미지 생성 오류로 기능을 중단한 지 6 개월 만임

42) 출처 :

<https://techcrunch.com/2024/08/26/openai-adobe-microsoft-support-california-bill-requiring-watermarks-on-ai-content>

43) 출처 :

<https://www.bloomberg.com/news/articles/2024-08-28/google-to-let-some-users-generate-images-of-people-after-scandal>

- ☑ 당시 텍스트뿐만 아니라 음성과 이미지를 생성하는 AI 모델 제미니가 미국 건국자 같은 위인이나 1943 년 독일군 이미지를 유색인종으로 생성해 백인 인물을 제대로 그려내지 못한다는 지적이 나왔음
- ☑ 구글은 이와 함께 자사의 최신 이미지 생성 AI 모델 이마젠 3(Image 3)를 제미니에 통합한다고 덧붙임. 이마젠 3 는 식별할 수 있는 개인이나 미성년자 묘사, 지나치게 잔인하거나 폭력적이고 성적인 장면은 지원하지 않는다고 구글은 설명함
- ☑ 구글 제미니가 제품 담당 시니어 디렉터인 데이브 시트론(Dave Citron)은 “기술적인 개선뿐만 아니라 제품 성능 및 기능을 평가하는 기준과 취약점을 테스트하기 위한 훈련을 해왔다”라며 “다만 제미니가 만들어내는 모든 이미지가 완벽하지는 않을 것”이라고 밝힘

☑ [북경] 시장감독관리총국, 인터넷 광고 식별을 위한 가이드라인 발표

- 8 월 23 일, 시장감독관리총국(市场监管总局)이 <인터넷광고 식별 가능 법 집행 지침(互联网广告可识别性执法指南)>을 발표함
- ☑ 해당 지침은 <광고법(广告法)>, <인터넷광고 관리방법(互联网广告管理办法)>에 근거하여 각 지역 시장 감독 관리 부문의 업무 참고를 목표로 제정됨

주요내용

- 인터넷 광고는 광고 여부를 식별 가능 하도록 하여 소비자를 오인하지 않도록 해야 함
- 인터넷 플랫폼의 이용자가 플랫폼을 통해 광고를 게재하는 경우 광고 게시자로 분류
- 광고 게시자는 문자, 음성 등의 방식으로 광고 식별 효과를 제고할 수 있음
- 광고 게시자, 인터넷 정보서비스 제공자가 전용공간을 구성하고 광고 여부를 명확하게 표시하는 경우 해당 공간의 정보는 광고 여부를 식별 가능하도록 한 것으로 인정
- (별도의 광고 표시 없이) 광고 식별성을 갖춘 것으로 인정되는 경우
 - 상품판매자 또는 서비스제공자가 자체적으로 운영하는 홈페이지, 웹사이트, 프로그램 등에 게시된 내용
 - 상업 광고의 속성이 뚜렷하고 소비자가 쉽게 식별할 수 있는 기타 상황 등
 - 라이브방송 운영자 또는 스트리머가 상품판매자 또는 서비스 제공자로 명확히 표기되어 있거나 계정이름 등을 통해 신원이 표시되는 경우 등

☑ [일본] 日, 콘텐츠 지출액 지난 10 년 중 최고 수준 달성 44)

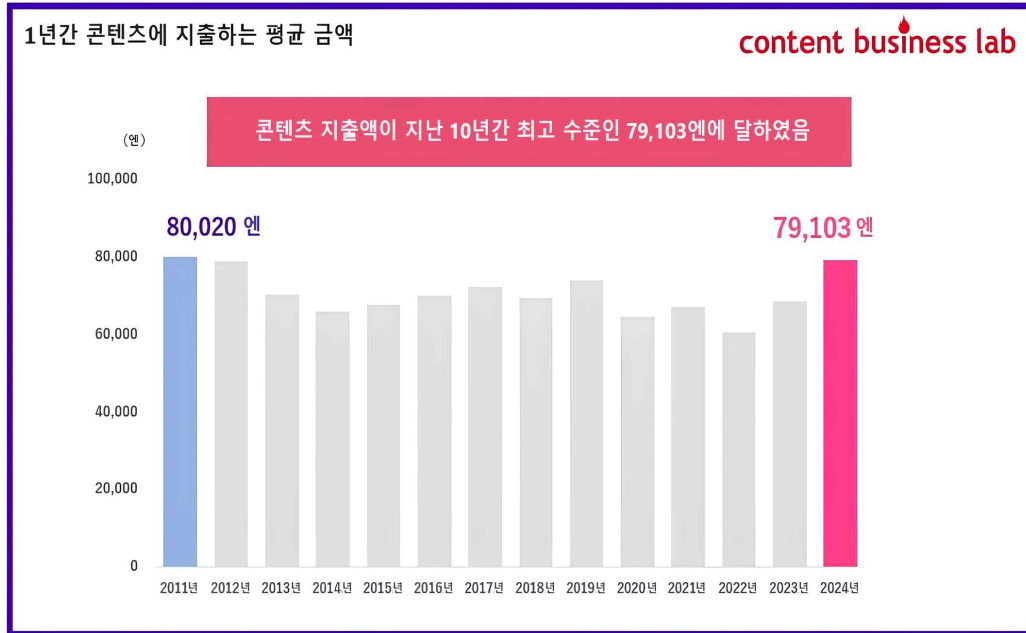
- 주식회사 하쿠호도 DY 홀딩스, 주식회사 하쿠호도, 주식회사 하쿠호도미디어파트너즈의 공동 연구 프로젝트 ‘콘텐츠 비즈니스 랩(content business lab)’이 <콘텐츠 팬 소비 행동 조사 2024>를 실시함. 이를 바탕으로 애니메이션, 음악 등 전체 11 개 카테고리, 총 1,300 개 이상의 콘텐츠에 관한 ‘콘텐츠 도달력 및 지출 유발력 랭킹’을 산출하여 발표함
- ☑ 콘텐츠 지출액은 79,103 엔(전년 대비 10,576 엔 증가)으로 2011 년 조사 시작 이래 두 번째로 높은

44) 출처 : <https://manamina.valuesccg.com/articles/3613>

수준이며, 최근 10 년간의 조사 결과 중 최고치를 기록함

- ✔ 전년도 조사에서는 코로나 19 로 인한 침체에서 벗어나 본격적인 회복세를 보였으나, 이번 조사에서는 코로나 19 이전 수준을 뛰어넘는 높은 성장세를 보이며 엔터테인먼트 시장이 활기를 띠고 있음을 보여줌
- ✔ 시장 카테고리별로 살펴보면, 오프라인 이벤트 시장의 성장이 두드러져 추정 시장 규모가 1 조 엔을 넘어섰으며(1 조 288 억 엔, 전년 대비 14% 증가), 관련 굿즈 시장도 크게 성장함(7,245 억 엔, 전년 대비 36% 증가)
- ✔ 또한 온라인 스트리밍에서 동영상과 음악에 대한 지출이 포함된 스마트폰 · 태블릿 시장이 전년 대비 24% 증가(917 억 엔)하며 큰 폭으로 성장함. 코로나 19 동안 온라인을 중심으로 콘텐츠를 접하고 온라인 지출에 익숙해진 소비자들이 오프라인에서도 적극적으로 지출하게 되면서 콘텐츠 홀더들에게 기회가 확대된 것으로 해석됨
- ✔ 오프라인 이벤트 시장을 콘텐츠 장르별로 살펴보면, ‘라이브 · 콘서트’와 ‘음악 페스티벌’ 등 음악 장르의 시장 규모가 크게 성장하였고(2,648 억 엔, 전년 대비 32% 증가), ‘성지순례’라고도 불리는 촬영지 방문 등의 지출이 중심을 이루고 있는 ‘버라이어티 · 드라마’, ‘애니메이션 · 특촬물’ 등의 장르도 눈에 띄게 성장함(‘버라이어티 · 드라마’ 전년 대비 93% 증가, ‘애니메이션 · 특촬물’ 전년 대비 53% 증가)
- ✔ 또한 관련 굿즈 시장도 다양한 콘텐츠 장르에서 성장세를 보이고 있음. 굿즈 구매는 이벤트와 같은 곳에서 빈번하게 발생하고, 콘텐츠를 최대치로 즐기기 위해 ‘나가서 사러 가는’ 경향이 강해지고 있는 것으로 보임
- ✔ 얼마나 많은 소비자에게 노출되는지를 나타내는 ‘콘텐츠 도달력’ 순위에서는 <귀멸의 칼날>과 <SPY×FAMILY>가 전년도 조사에 이어 1, 2 위를 차지함
- ✔ 올해 ‘콘텐츠 전파력’ TOP 20 중 13 개를 애니메이션이 차지함. 최근 5 년간 ‘애니메이션 · 특촬물’과 ‘음악’ 장르의 순위를 비교해 보면 애니메이션의 성장세가 두드러지게 나타남
- ✔ 식품, 세제, 스마트폰 게임 등 장르를 가리지 않는 타이업(tie-up) 광고 전개를 통해 다양하게 콘텐츠를 노출함으로써, 애니메이션은 마니아층뿐만 아니라 폭넓은 층의 소비자에게 어필할 수 있는 콘텐츠 장르로 자리 잡음
- ✔ 또한 이번에 처음 순위권에 오른 <최애의 아이>, <약사의 혼잣말>, <장송의 프리렌> 모두 소비자의 콘텐츠 경험을 파악한 후 각 미디어의 특성을 살리면서 팬들을 즐겁게 하는 기획이 돋보였음
- ✔ TV 의 시청률이 높은 방송 시간대를 활용해 소비자와의 첫 접점을 만들고 화제를 모은 후, 온라인 플랫폼을 통해 시청 수단을 추가로 마련함. 또한 팬들을 위한 오프라인 이벤트 등을 개최하여 소비의 기회도 창출함
- ✔ ‘지출 유발력’ 순위에서 ‘세븐틴’이 1 위, ‘스트레이 키즈’가 3 위를 차지하며 K 팝 아티스트의 약진이 두드러진 가운데, K 팝이 1 위를 차지한 것은 조사 시작 이후 처음이며, 다른 아티스트에 비해 팬들의 평균 지출 금액이 높았던 점이 순위를 상승시킨 것으로 분석됨
- ✔ ‘팬덤’이라고 불리는 K 팝 팬들을 위해 CD, 콘서트, 굿즈는 물론 신곡 발표에 맞춘 투표 이벤트를 위한 온라인 결제, 온라인 미팅, 생일 축하 광고 게재, 팬이 주최하는 이벤트 참여 등 오프라인과 온라인을 넘나드는 콘텐츠 경험이 다양하게 준비되어 있음
- ✔ 이러한 ‘오시카츠(押し活)’가 일상화되면서 그 형태가 다양해지고 있지만, 다양한 ‘오시카츠’들 중 핵심을

궤뚫는 체험을 K 팝이 가장 먼저 제공한 점이 지출 유발력에서 높은 순위를 차지하는데 기여한 것으로 보임



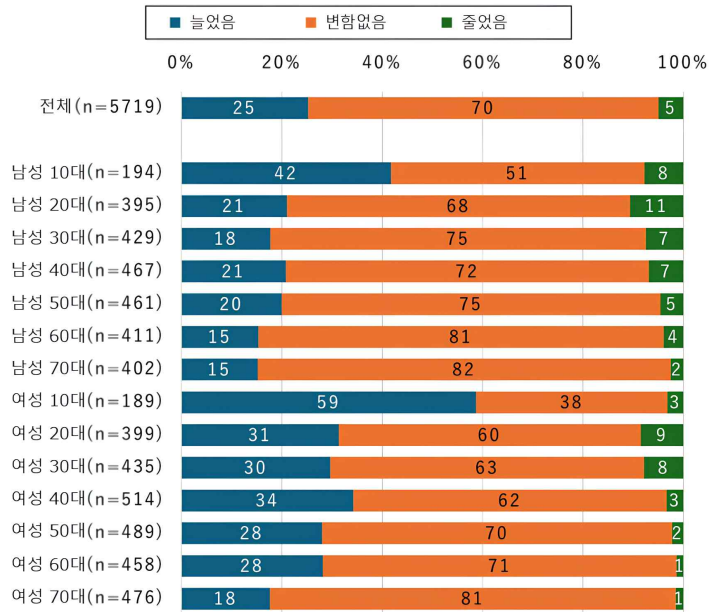
[그림 7] 콘텐츠 비즈니스 랩 〈콘텐츠 팬 소비 행동 조사 2024〉 이미지

☑ [일본] NTT 도코모 모바일사회연구소, 〈2024 년 2 월 스마트폰 이용자 행동 조사〉 발표 45)

● NTT 도코모의 모바일사회연구소가 15 세~79 세 남녀 5,719 명을 대상으로 〈2024 년 2 월 스마트폰 이용자 행동 조사〉를 실시함

- ☑ 최근 1~2 년 사이 스마트폰 이용 시간의 변화에 관한 질문에 전체의 25%가 ‘늘었다’고 응답함. 성 · 연령별로 살펴보면, 각 연령대에서 ‘늘었다’라는 응답이 여성의 경우가 더 높았으며, 특히 10 대 여성의 59%가 ‘늘었다’라고 응답함. 다만, 10 대에 스마트폰을 사용하기 시작한 사람들도 포함되어 있어 다른 연령대와의 차이가 두드러진 것으로 분석됨
- ☑ 또한 최근 1~2 년간 인터넷 동영상(유튜브, 넷플릭스, 아마존 프라임 비디오 등) 시청 시간의 변화에 관한 질문에 전체의 23%가 ‘늘었다’라고 응답함. 남녀 모두 젊은 층일수록 ‘늘었다’고 응답하는 비율이 높았으며, 10 대 여성의 경우 ‘늘었다’라는 응답이 56%를 차지함
- ☑ 한편, 최근 1~2 년 사이 TV(지상파, BS, CS 등) 시청 시간의 변화를 집계한 결과, 전체 중 8%만이 시청 시간이 늘었으며, 23%는 줄었음을 밝혀냄. 남녀 모두 젊은 층에서 ‘늘었음 · 줄었음’의 비율이 높았고, 반대로 노년층에서는 ‘변함없다’라는 응답이 더 많은 경향을 보임

45) 출처 : <https://webtan.impress.co.jp/n/2024/08/23/47575>



[그림 8] NTT도코모 모바일사회연구소 <2024년 2월 스마트폰 이용자 행동 조사> 이미지

❖ [프랑스] Z 세대 겨냥한 한국 앱 제페토의 비즈니스 모델에 주목 46)

- 프랑스 언론은 Z 세대를 겨냥한 한국 앱 제페토(Zepeto)의 비즈니스 모델에 주목함. 코치, 구찌, 나이키, 디올 등 글로벌 패션 브랜드들이 가상 세계에서 인지도를 높이기 위해 해당 플랫폼에 적극적으로 참여하고 있음
 - 제페토는 사용자들이 아바타를 꾸밀 수 있는 패션 아이템을 제공하며, 이를 통해 브랜드들은 새로운 형태의 커뮤니케이션 도구로 활용함. 패션 디자이너들은 제페토 스튜디오를 통해 3D 디자인을 공유하고 보상을 받을 수 있으며, 기업들은 가상화페인 zem(zem)을 통해 수익을 창출할 수 있음
 - 현재 기업들은 주로 Z 세대에게 인지도를 높이고 커뮤니티와의 소통을 강화하는 데 중점을 두고 있지만, 장기적으로는 상업적 잠재력도 크다고 평가됨. 실제로 제페토는 한 달에 2 천만 명 이상의 활성 사용자가 이용하고 있음

❖ [UAE] UAE, 소셜 미디어 인플루언서 라이선스 의무화 47)

- 아부다비 경제 개발부(ADDED)는 소셜 미디어를 통해 제품, 서비스 광고를 제공하는 기업과 인플루언서에 대해 라이선스 취득을 의무화하고, 7 월 1 일부터 라이선스 없이 활동하는 경우 최대 10,000 디르함(약 370 만 원)의 벌금과 기업 폐쇄 등의 제재를 발표함
 - 현지 대부분 인플루언서들은 새로운 규정에 대해 환영하며, 투명한 소셜 미디어 광고 활동과 인플루언서

46) 출처 :

<https://fashionunited.fr/actualite/business/quel-business-model-pour-les-createurs-de-mode-qui-rejoignent-lapplication-zepeto/2024082635788>

47) 출처 :

https://www.khaleejtimes.com/uae/uae-social-media-influencers-need-more-clarity-on-new-licensing-rules?_refresh=true

권리를 보호할 수 있을 것으로 기대됨

- ✔ 다만 라이선스 발급 비용 문제와 제재 대상에 대한 명확성에 대해 보완이 필요하다는 의견도 있음
- ✔ 2018 년 UAE 국가 미디어 위원회(NMC)가 최초로 제품 및 서비스 홍보로 수익을 창출하는 인플루언서에게 대해 미디어 라이선스를 요구하는 규정을 도입했으며 이번 ADDED 의 규정은 기존 NMC 의 규정보다 더 광범위하게 적용될 가능성이 있음
- ✔ 이번 라이선스 규정으로 인플루언서 마케팅과 콘텐츠 제작자가 전문 직업으로 공고히 인정받게 되는 한편 관련 업계에 투명성과 긍정적인 기준을 가져올 것으로 기대됨
- ✔ 단 라이선스 취득에 상당한 비용이 발생하고 매년 갱신이 필요하다는 점에서 일부 경제적 부담이 된다는 의견이 있음
- ✔ 현지 인플루언서 마케팅이 급격히 성장하며 자연스럽게 이번 라이선스 규정이 도입되었다고 분석하는 한편, 관련 규정으로 인플루언서 마케팅 시장의 성장을 촉진하고, 더욱 규제된 환경을 조성할 것으로 예상됨

✔ [UAE] 사우디아라비아, 엔터테인먼트 디지털 플랫폼 출시 48)

- 사우디 엔터테인먼트청(General Entertainment Authority, GEA)은 엔터테인먼트 부문 비즈니스 활동과 투자 촉진을 위해 새로운 디지털을 도입, 시설 라이선스, 인사 관리, 이벤트 허가 등 규제 및 절차 간소화를 목표로 함
 - ✔ 효율적인 비즈니스 운영 지원 서비스에 중점으로 2024 년 8 월 11 일에 도입된 디지털 플랫폼은 단계적으로 사업자 등록, 지원 서비스를 확장할 계획임
 - ✔ 이는 사우디 비전 2030 의 경제 다각화 전략 실행 방안의 일부로 엔터테인먼트 산업 성장을 도모함
 - ✔ GEA 의 최근 발표에 따르면 올해 2 분기 1,600 만 명 이상의 방문자가 사우디 엔터테인먼트 행사에 참여한 것으로 조사됨
 - ✔ 방문객 수는 지난해 같은 기간보다 130% 증가하였으며, 이벤트 허가 발급 건수도 전년 대비 7.3% 증가한 것으로 조사됨
 - ✔ 특히 라이브쇼와 엔터테인먼트 행사에 대한 현지 거주자들의 수요가 많았던 것으로 분석됨
 - ✔ 사우디의 엔터테인먼트 시장은 2024 년 약 25 억 5 천만 달러 규모에서 연평균 10.44% 성장해 2029년에는 42 억 달러 규모에 달할 것으로 예상됨
 - ✔ 현재 진행 중인 키디아 엔터테인먼트 시티와 같은 대규모 프로젝트가 현지 엔터테인먼트 시장 성장에 이바지하고 있는 것으로 분석됨
 - ✔ 사우디의 적극적인 사우디 비전 2030 의 경제 다각화 전략 추진과 엔터테인먼트 부문의 활발한 투자 유치를 통해 중동 지역 엔터테인먼트 산업을 선도하고 세계 허브 시장으로 자리매김하고 있음

48) 출처 : <https://www.arabnews.com/node/2567082/business-economy>

✓ [UAE] 쿠웨이트 2026년까지 '엔터테인먼트 도시' 개발 계획 발표 49)

- 쿠웨이트 정부와 국부펀드 쿠웨이트 투자청(Kuwait Investment Authority, KIA)은 2년 뒤인 2026년 완공을 목표로 새로운 '엔터테인먼트 도시' 개발 계획을 발표함
 - ✓ 쿠웨이트 관광 산업 발전 및 비석유 수익원 창출을 목표로 추진되는 이 프로젝트는 쿠웨이트 국가 소득에 긍정적 영향을 미칠 것으로 기대됨
 - ✓ 쿠웨이트 투자청(KIA)은 6개월 내 도시 개발 프로젝트에 대한 종합적이고 통합된 비전을 제시하고 세부 수행 계획에 따라 도시 개발을 실행할 것을 쿠웨이트 의회에 약속함
 - ✓ 2023년 조사에 따르면 쿠웨이트의 관광 산업이 GDP에서 차지하는 비중은 GCC 산유국 중 최저 수준인 6.1%에 불과함
 - ✓ 다른 산유국의 경우 관광 산업의 GDP 비중은 UAE는 10.8%, 바레인 9.8%, 카타르 9.7%, 사우디 9.4%, 오만 6.8%로 조사됨
 - ✓ 이에 비해 쿠웨이트 국민의 해외 관광 연간 진출은 약 14억 달러로 국가 GDP의 11%를 차지하고 있어 쿠웨이트 정부는 자국 관광 산업 개발 및 경제 이익 창출을 위해 '엔터테인먼트 도시' 개발 계획을 추진하는 것으로 분석됨

✓ [태국] 태국 창조경제진흥원, 두 개 프로젝트로 창조산업 도약 지원 50)

- 태국 창조경제진흥원(CEA)은 음악 및 콘텐츠 산업 촉진을 위한 2가지 프로젝트를 적극 추진해 태국이 소프트파워의 리더로 도약할 기반을 만들겠다고 밝힘
 - ✓ 국가소프트파워전략위원회 음악분과와 협업해 진행하는 '음악교류(Music Exchange) 프로젝트'는 태국 음악가들을 해외로 보내는 PUSH와 국제 페스티벌을 태국에 유치하는 PULL의 2가지 활동으로 나뉨
 - [PUSH] 한국의 잔다리 페스타, 일본의 원뮤직캠프(One Music Camp 2024), 호주 SXSW(사우스 바이 사우스웨스트) 시드니 2024, 인도네시아 AXEAN 페스티벌 2024, 대만의 시티아이돌엑스포(City Idol Expo), 영국의 아웃브레이크 페스트(Outbreak Fest) 등에 참여하는 아티스트들을 지원
 - [PULL] 동남아시아, 유럽연합, 미국 등의 음악 산업 인력들을 태국으로 끌어들이 비즈니스 매칭 및 네트워킹 활동을 할 수 있도록 장려
 - ✓ '콘텐츠 랩 2024 프로젝트'는 지난해 프로젝트의 연장선으로 영화·드라마·애니메이션 산업 인력의 역량 개발과 상업적 기회 창출을 주목표로 하는 지원 정책임
 - 전문가의 강연과 작가들을 위한 교육이 계속해서 진행되고 있으며, 비즈니스 매칭을 위한 콘텐츠 프로젝트 마켓이 10월 24일~25일 개최를 앞두고 있음

49) 출처 :

<https://www.zawya.com/en/business/travel-and-tourism/kuwait-new-entertainment-city-to-open-in-two-years-time-h23ke4tr>

50) 출처 : <https://www.dailynews.co.th/news/3787226>

- CEA는 다수의 태국 영화·드라마 등이 글로벌 스트리밍 플랫폼에서 상영되는 등 계속해서 두각을 나타내고 있으며 잠재력을 키우기 위해 집중할 것이라고 밝힘

- ✔ 차크릿 창조경제진흥원장은 태국 음악산업의 경제적 가치가 1,080 억 바트(약 4 조 2,120 억 원)로 2021 년 대비 12% 성장했고 올해는 더욱 성장할 것으로 예상한다고 말함
- ✔ 여전히 맹위를 떨치고 있는 K 팝 엔터테인먼트 열풍 속에서 태국음악의 웨이브가 서서히 형성되고 있으며, 실력 있는 태국 아티스트들이 세계무대에 서고 경쟁할 수 있도록 지속적인 지원이 필요함

✔ [태국] 태국 내 팬 미팅의 진화와 확장 51)

- 8 월 22 일, 방콕포스트 나루몬 기자는 태국에서의 팬 미팅 행사가 기업들의 브랜드 인지도를 강화하고 구매를 늘리기 위한 성공적인 이벤트로 자리 잡았다는 내용의 ‘사람들을 끌어들이는 방법 알기’라는 제목의 기사를 게재했음

✔ 성인 팬 미팅의 경제적 잠재력은 무엇인지?

- 올해 11 월, 방콕 임팩트 프영팅타니에서 태국 최초의 AV 엑스포라고도 불리는 ‘아시아엔터테인먼트엑스포(AEE)’가 개최될 예정임
- 태국은 올해 초 동성결혼법이 합법화 되는 등 사람들의 성적 지향을 자유롭게 표현할 수 있는 곳이라는 이점이 있음
- 행사를 주최하는 AACF(Asia Amazing Cultural Festival) International Exhibition Co 사의 마리오 쉬 매니저는 본 행사가 한국·중국·홍콩·대만·일본·싱가포르·말레이시아·베트남의 엔터테인먼트 산업협회 및 상공회의소와 긴밀한 관계를 맺고 부스 참가를 독려할 것이라고 함
- 20,000 m² 전시공간에 200 여개 국내외 전시업체들이 참여해 최소 15 만 명의 참석자들을 유치할 것이며, 입장은 성인으로 제한될 것이라고 덧붙임

✔ 기업들이 채택하는 팬덤 전략은 무엇인지?

- 태국의 대형마트 로터스(Lotus)는 작년 마트 또는 입점매장에서 가장 많이 지출한 상위 구매자들에게 박서준 팬 미팅 티켓을 무료 증정하는 이벤트를 진행해 현지를 열광시켰음
- 소셜미디어 X(구 트위터)를 통해 상위 구매금액이 계속 업데이트되고 사람들에게 회자되면서, 팬들인 소비자들 사이에서 치열한 경쟁을 야기했음

✔ 방콕이 팬 미팅 장소로 인기 있는 이유는?

- AACF 사의 마리오 쉬 매니저는 K 팝 스타의 인기로 인해 태국 내 팬 미팅, 사인회, 콘서트가 증가했고, 이어 BL(Boy's Love), GL(Girl's Love) 드라마가 붐을 이루었기 때문이라고 말함
- 2023 년 통계 플랫폼 스태티스타(Statista) 설문조사에 따르면 태국 응답자의 36%가 K 팝이 널리 인기가 있다고 답했음
- 크레이그 그로사스 방콕 UOB 라이브의 총괄매니저는 최근 방콕포스트와의 인터뷰에서 K 팝이 중국의 일부 지역에서 제한될 수도 있어서, 태국이 중국과 다른 국가들에서 온 K 팝 팬들을 환영하고 세계적인 수준의 콘서트 장소를 제공하는데 이점이 있을 수 있다고 말했음
- 방콕의 3 대 전시장인 임팩트, 바이텍, 퀴시리킷국립컨벤션센터 이외에도 많은 방콕의 신규 쇼핑몰에 팬 미팅 활동을 위한 시설이 갖춰져 있음. 예를 들어 시암스퀘어원의 K 뱅크 시암픽카네, 시암파라곤의 파라곤홀,

51) 출처 : <https://www.bangkokpost.com/business/general/2851617/knowning-how-to-draw-a-crowd>

✓ [인도] 언론 보도에 비친 한류 단신

○ 한국 드라마 팬들을 위한 제주도 필수 방문 촬영지 / Hindustan Times ⁵³⁾

- ✓ 제주도는 아름다운 풍경과 독특한 볼거리로 유명하고 <웰컴 투 삼달리>, <이상한 변호사 우영우>, <올인> 등 인기 한국 드라마에 등장하기도 했다면서 성산일출봉, 올레길, 민속촌 박물관, 우도, 한림공원, 관음사, 비밀의 숲 등을 반드시 방문할 곳으로 소개함

○ 인도 뷰티 전문가가 설명하는 K 뷰티 제품의 효과 / Times Now News ⁵⁴⁾

- ✓ K 뷰티는 한국 배우들의 매끄럽고 도자기 같은 피부의 매력에 힘입어 인도 뷰티 마니아들 사이에서 인기를 끌고 있고 일시적인 광채를 선사할 수는 있지만, 루틴이 집중적인 경우가 많아 인도인의 피부 타입에 맞지 않을 수 있고 지역마다 다른 인도 피부의 특정 요구 사항을 해결하지 못할 수 있다고 인도 뷰티 전문가가 설명했다

○ <히라만다: 다이아몬드 바자르>, 2024 부산 영화제 2 개 분야 노미네이션 / Pinkvilla ⁵⁵⁾

- ✓ 인도 Sanjay Leela Bhansali 감독이 연출한 힌디어 시대극 TV 시리즈 <히라만다: 다이아몬드 바자르>가 2024 부산영화제에서 인도 작품으로는 유일하게 최우수 OTT 오리지널과 <사칼 반>으로 최우수 오리지널 노래상 등 2 개 부문 후보에 올랐다면 이에 대해 Bhansali 감독은 감사를 표했다고 보도함

✓ [스웨덴] 스웨덴 여행 잡지에 스톡홀름 한국 문화 축제 소개 ⁵⁶⁾

○ 스웨덴 여행 잡지 'Vegabond'가 여행지 추천으로 스톡홀름 한국 문화 축제를 소개함

- ✓ 한국문화축제는 케이팝, 한국의 전통과 문화, 음식을 사랑하는 모두를 위한 축제로, 8 월 24 일 스톡홀름의 Kungsträdgården 에서 오후 12 시부터 8 시까지 다양한 취향을 가진 모든 연령층을 위한 무대를 선보일 예정이라고 보도함
- ✓ 음악이 해당 축제에서 큰 부분을 차지하며, 한국 K 팝 걸그룹 '프림로즈'의 콘서트, 스웨덴 기반으로 활동하는 케이팝 커버 밴드의 공연, 가야금 연주회, 태권도 시범, 한복 착용 체험, 한국 스킨케어 제품 체험, 한식 부스 등이 진행될 예정이라고 소개함

53) 출처 :

<https://www.hindustantimes.com/lifestyle/travel/romantic-getaway-in-jeju-island-must-visit-filming-locations-for-k-drama-lovers-in-south-koreas-dream-destination-101724660009704.html>

54) 출처 :

<https://www.timesnownews.com/lifestyle/beauty/skincare-makeup/do-k-beauty-products-work-on-indian-skin-beauty-expert-dr-blossom-kochhar-explains-article-112764468>

55) 출처 :

<https://www.pinkvilla.com/entertainment/news/heeramandi-the-diamond-bazaar-bags-two-nominations-at-busan-film-festival-2024-sanjay-leela-bhansali-says-its-an-honor-1344394>

56) 출처 : <https://www.vagabond.se/nyhet/reseinspiration-sydkoreansk-kulturfestival-i-stockholm>

✓ [스웨덴] 스웨덴 뉴스에 한국 ‘스터디플루언서’ 언급 57)

- 스웨덴 공영 방송 뉴스 채널 ‘SVT’가 인스타그램, 유튜브, 틱톡에서 공부하는 모습을 공유하는 인플루언서를 일컫는 ‘스터디플루언서’를 소개함
 - ✓ 스터디플루언서 현상은 원래 한국에서 유래되었으며, 초등학생부터 대학생들까지 다양한 연령층의 학생들이 자신이 공부하는 방법과 공부 시간을 SNS 에 공유한다고 소개함. 종종 하루 중 깨어 있는 시간 내내 공부하는 스터디플루언서도 흔하게 보인다고 보도함

57) 출처 : <https://www.svt.se/nyheter/utrikes/studyfluencers-pluggar-14-timmar-om-dagen-galet>

KOCCA 해외권역별 주요 인기차트를 통한 한류콘텐츠 선호도 동향('24.7 월)

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
북미	미국	- o 빌보드 Hot 100 - (88 위) Jimin & Loco (Smeraldo Garden Marching Band) - o 빌보드 200 - (1 위) Stray Kids (Ate: Mini Album (EP)) - (2 위) ENHYPEN (Romance : Untold) - (25 위) aespa (Armageddon: The 1st Album) - (67 위) ATEEZ (Golden Hour : Part.1 (EP)) - (101 위) NAYEON (NA: The 2nd Mini Album (EP)) - (117 위) NCT 127 (Walk: The 6th Album) - o 스포티파이 Weekly Top Songs USA - (3 위) Jimin (Who) - (36 위) Jimin & Loco (Smeraldo Garden Marching Band) - (100 위) Jimin (Like Crazy) - (122 위) Stray Kids (Chk Chk Boom) - o 스포티파이 Weekly Top Albums USA - (14 위) Jimin (MUSE) - (44 위) Stray Kids (Chk Chk Boom) - (118 위) ENHYPEN (Romance : Untold)		- o Google Play - (1 위) Cat Garden - Food Party Tycoon (DAERI SOFT Inc) - (2 위) My Jelly Bear Story (무지개토끼) - (2 위) Bunny Blast - Puzzle Game (SUPERBOX Inc) - (3 위) Island Life (무지개토끼) - (3 위) Sort Fruits (Gamekend) - (4 위) Legend of Magical Jewels (무지개토끼) - (5 위) Fruit Juice Tycoon (무지개토끼) - (8 위) Twinkle Magic PUZZLE MATCH3 (무지개토끼) - (9 위) Seven Knights Idle Adventure (Netmarble) - (10 위) Crystal Knights - Idle RPG (DAERI SOFT Inc) - (12 위) Pizza Ready! (Supercent, Inc.) - (13 위) Summoners War (Com2uS)	

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
동북아	중국	- o QQ 뮤직 MV 차트 TOP10 - (3 위) aespa (Armageddon) - (5 위) aespa (Supernova) - (6 위) (G)I-DLE (Klaxon) - (7 위) BABYMONSTER (FOREVER) - (8 위) Stray Kids (Chk Chk Boom) - (10 위) ENHYPEN (XO)		- o 17173 PC 게임 인기 - (1 위) 던전앤파이터 - (6 위) 리니지 - (12 위) 윤명방주 - (13 위) 크로스파이어 - (16 위) Aion - (18 위) 블레이드&소울 - (19 위) MU Online - o 17173 모바일게임 인기 - (1 위) 전투파검령(블레이드 앤 소울 모바일) - (6 위) 메이플스토리 모바일 - (9 위) 검은사막 모바일 - (11 위) 크로스파이어 모바일	
	일본	- o 오리콘차트 1) 주간 합산싱글랭킹 - (7 위) TOMORROW X TOGETHER (CHIKAI) 2) 주간 합산앨범랭킹 - (4 위) Stray Kids (ATE) - (7 위) NCT 127 (WALK) - (8 위) YOU&ME (SUPER JUNIOR-D&E) - (10 위) NiziU (RISE UP) 3) 월간 앨범 랭킹 - (1 위) ENHYPEN (ROMANCE:UNTOLD) - (2 위) NiziU (RISE UP) - (4 위) Stray Kids (ATE) - (5 위) Twice (DIVE) - (7 위) Jimin (MUSE) - (9 위) Riize (RIIZING)	- o 넷플릭스 TV 인기 랭킹 - (5 위) 낮과 밤이 다른 그녀 - (6 위) 신의 탑 - (6 위) 싸움독학	- o 온라인게이머, 인기순위 - (1 위) 검은사막 - (6 위) 라그나로크 온라인 - (7 위) 승리의 여신: 니케	- o 라인망가 - (1 위) 나 혼자 만렙 뉴비 - (2 위) 입학용병 - (3 위) 아카데미의 천재칼잡이 - (5 위) 흔한 빙의물인 줄 알았다 - (7 위) 악역 남편님, 집착할 분은 저쪽인데요 - (9 위) 추락한 곳은 낙원 - (10 위) 약탈 신부 - o 픽코마 스마툰 - (1 위) 검술명가 막내아들 - (2 위) 악역의 엔딩은 죽음뿐 - (3 위) 모두의 황녀님 - (4 위) 이번 생은 가수가 되겠습니다 - (5 위) 남편의 말대로 정부를 들였다 - (6 위) 갓 오브 블랙필드 - (8 위) 영웅, 회귀하다 - (9 위) 막내 황녀님 - (10 위) 여주의 시스콤 오빠와 이혼하겠습니다

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
동남아	인도네시아	- o 유튜브 뮤직 (07 월 4 주) - (16 위) BABYMONSTER (Forever) - (31 위) BABYMONSTER (Sheesh) - (40 위) aespa (Armageddon) - (49 위) JIMIN (Who)	- o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 - TV - (2 위) 낮과 밤이 다른 그녀 - (4 위) 스위트홈 시즌 3 - (5 위) 이브 - o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 - 영화 - (4 위) 원더랜드 - o 아마존 프라임의 TOP 10 - TV - (2 위) 서진이네 - (5 위) 내 남편과 결혼해줘 - (6 위) The K2 - (10 위) 마우스 - o Viu(뷰)의 TOP 10 - (1 위) 우연일까? - (4 위) 놀아주는 여자 - (5 위) 감사합니다 - (6 위) 굿파트너 - (7 위) 신들린 연애	- o 구글플레이스토어 - (12 위) 플레이어언노운스 배틀그라운드 - (16 위) 드라코니아 사가 - (48 위) 나 혼자만 레벨업 : Arise - o 애플앱스토어 - (6 위) 드라코니아 사가 - (7 위) 플레이어언노운스 배틀그라운드 - (18 위) 나 혼자만 레벨업 : Arise - (19 위) 썸 M - (20 위) 서머너즈워 - (25 위) 라그나로크 리버스 - (47 위) 라그나로크 오리진 글로벌	- o 라인웹툰 - (1 위) 흔한 빙의물인 줄 알았다 - (2 위) 이섭의 연애 - (3 위) 소녀의 세계 - (4 위) 피페물 남주의 엄마가 되었다 - (5 위) 세레나 - (6 위) 외모지상주의 - (8 위) 날 닮은 아이 - (9 위) 참교육 - (10 위) 암살자 가문의 수양딸이 되었다
	베트남	- o 베트남 스포티파이 탑 50 - (1 위) Jimin (Who) - (2 위) JungKook (Seven) - (3 위) JungKook (Standing Next to You) - (4 위) Jimin, Loco (Smeraldo Garden Marching Band) - (6 위) V (Love Me Again) - (12 위) Jimin (Slow Dance) - (13 위) Jimin (Be Mine) - (14 위) Jimin (Close Than This) - (21 위) V (FRI(END)S) - o Zing 차트 - Kpop 차트 - (1 위) aespa (Supernova) - (2 위) NewJeans (How Sweet) - (3 위) Lee Young Ji, D.O (Small Girl)	- o 넷플릭스 오늘의 TOP 10 - (1 위) 스위트 홈 - (2 위) 낮과 밤이 다른 그녀 - (4 위) 이브		

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
		- (4 위) NewJeans (Supernatural) - (5 위) (G)I-DLE (Klaxon) ★ 빌보드 베트남 핫 100 현재 웹사이트 업데이트 중으로 해당 자료 없음			
	태국	○ 태국 스포티파이 탑 100 - (1 위) Jimin (Who) - (2 위) LISA (Rockstar) - (3 위) V (Love Me Again) - (5 위) Jung Kook (Standing Next to You) - (9 위) TEN (Nightwalker) - (15 위) Jung Kook (Seven) - (17 위) LISA (Rockstar-Extended) - (19 위) NCT127 (Walk) - (21 위) V (FRI(END)S) - (23 위) Jung Kook (Never Let Go) - (31 위) Agust D (Haegeum) - (61 위) ENHYPEN (XO) - (77 위) LISA (Rockstar-Sped Up) - (79 위) JIN (The Astronaut)	○ 넷플릭스 TV 탑 10 - (2 위) 스위트홈: 시즌 3 - (9 위) 스위트홈: 시즌 1		○ 라인웹툰 탑 10 - (1 위) 소꿉친구 콤플렉스 - (3 위) 남주의 엄마가 되어버렸다 - (4 위) 참교육 - (5 위) 버려진 나의 최애를 위하여 - (6 위) 외모지상주의 - (7 위) 언니, 이번 생엔 내가 왕비야 - (9 위) 흔한 빙의물인 줄 알았다 - (10 위) 날 닮은 아이
중동	UAE	○ 스포티파이 Daily Top Songs - (2 위) Jimin (Who) - (9 위) Jung Kook (Seven) - (24 위) V (Love Me Again) - (35 위) Jung Kook (Standing Next to You) - (50 위) V (FRI(END)S) - (60 위) Jimin (Smeraldo Garden Marching Band) - (63 위) Lisa (Rockstar) - (70 위) Jung Kook (3D) - (110 위) Jimin (Be Mine) ○ 유튜브 뮤직 Weekly TOP100 - (65 위) Lisa (Rockstar)	○ 넷플릭스 UAE TOP 10 - (4 위) 낮과 밤이 다른 그녀	○ 애플앱스토어 - (7 위) 배틀그라운드 ○ 구글플레이 - (9 위) 배틀그라운드	

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
	사우디	- o 스포티파이 Daily Top Songs - (1 위) Jimin (Who) - (18 위) Jung Kook (Seven) - (20 위) Lisa (Rockstar) - (24 위) V (Love Me Again) - (47 위) Jimin (Smeraldo Garden Marching Band) - (51 위) Jimin (Be Mine) - (64 위) V (FRI(END)S) - (82 위) Jung Kook (Standing Next to You) - (114 위) Jung Kook (3D) - (140 위) ILLIT (Magnetic) - (145 위) BABYMONSTER (Forever) - (200 위) LE SSERAFIM (Smart) - o 유튜브 뮤직 Weekly TOP100 - (49 위) Lisa (Rockstar)	- o 넷플릭스 사우디 TOP 10 - (2 위) 낮과 밤이 다른 그녀	- o 애플앱스토어 - (12 위) 배틀그라운드 - o 구글플레이 - (12 위) 배틀그라운드	
	카타르		- o 넷플릭스 카타르 TOP 10 - (4 위) 낮과 밤이 다른 그녀 - (8 위) 이브	- o 애플앱스토어 - (8 위) 배틀그라운드 - o 구글플레이 - (17 위) 배틀그라운드	
	이집트		- o 넷플릭스 이집트 TOP 10 - (10 위) 낮과 밤이 다른 그녀	- o 애플앱스토어 - (2 위) 배틀그라운드 - o 구글플레이 - (5 위) 배틀그라운드	

권역	주요국가	분야			
		음악	방송	게임	웹툰, 애니, 캐릭터 등
	모로코	- o 스포티파이 Daily Top Songs - (1 위) Jimin (Who) - (10 위) V (Love Me Again) - (37 위) V (FRI(END)S) - (129 위) Lisa (Rockstar) - (189 위) Jung Kook (Seven)		- o 애플앱스토어 - (17 위) 배틀그라운드	

※ 주요 국가별 한류콘텐츠 인기 동향은 현지에서 공개되는 주요 차트 순위를 한국콘텐츠진흥원 해외거점에서 수시 모니터링을 통해 국가별, 분야별 차트 유무, 발표 시점 및 주기 등을 종합적으로 고려 · 집계하여 월간 단위로 정리한 것입니다.

※ 본 자료 작성 취지는 현지에서 인기를 얻는 특정 콘텐츠, 아티스트의 정확한 순위 보다는 전반적인 한류콘텐츠의 인기유지 및 점유 정도 등에 대한 **경향성**을 보기 위함이므로 **참고용**으로만 활용하시기 바랍니다.

| 해외 비즈니스센터 및 마케터 담당자 연락처

	미국 비즈니스센터(LA) 박병호 센터장	 +1-323-935-2070	 jackone@kocca.kr
	프랑스 비즈니스센터(파리) 김문주 센터장	 +33-1-42-93-02-84	 kmj@kocca.kr
	중국 비즈니스센터(북경) 윤호진 센터장	 +86-10-6501-9971	 hgyoon8591@kocca.kr
	중국 비즈니스센터(심천) 심계진 센터장	 +86-755-2692-7797	 sophia@kocca.kr
	일본 비즈니스센터(동경) 이영훈 센터장	 +81-3-5363-4511	 yhlee@kocca.kr
	인니 비즈니스센터(자카르타) 김영수 센터장	 +62-21-252-3151	 yskim@kocca.kr
	베트남 비즈니스센터(하노이) 성임경 센터장	 +84-39-226-4093	 imksman@kocca.kr
	UAE 비즈니스센터(두바이) 박영일 센터장	 +971-2-491-7227	 yppy01@kocca.kr
	태국 비즈니스센터(방콕) 박웅진 센터장	 +66-2-853-3903	 wjpark@kocca.kr
	러시아 마케터(모스크바) 김시우 과장	 +7-968-943-4571	 cu@kocca.kr

발행인 ————— 조현래

발행처 ————— 한국콘텐츠진흥원

ISSN 2733-578X

전라남도 나주시 교육길 35(빛가람동 351)

1566-1114

www.kocca.kr



공공누리

공공 저작물 자유이용허락