
IT 혁신과 한류열풍

김윤호* · 송학현** · 윤병민***

IT innovation and the Korean Culture Wave(Hanryu)

Yoon-ho Kim* · Hag-hyun Song** · Byong-min Yoon***

요 약

시장의 세계화와 실시간화가 급속히 진행되면서 우리나라의 정보기술(IT)은 세계시장을 겨냥하여 발전하고 있고, 아시아 지역에서는 문화컨텐츠(CT)를 통한 문화의 전파가 자연스럽게 이루어지고 있다. 한류는 90년대말 중국의 동북 3성에서 형성되어 그 열풍이 동남아로 확산되었고, 드라마·대중음악 중심에서 최근에는 게임·음식·패션 등 대중문화 전반으로 확산되고 있다. 본 논문에서는 지식기반 경제 사회에서의 IT 혁신과 한류 열풍과 연계한 성과를 분석하였다. 또한 한류열풍과 IT가 접목되어 자원이 빈약하고 시장규모가 영세한 우리나라의 효과적인 세계시장 진출방안을 몇 가지 관점에서 고찰하였다.

Abstract

As a rapidly progressing of globalization and real time processing in market, Korea's IT is developing, which is aiming at world market. In addition, propagation of cultivation is forming naturally by lead to CT in the Asia. Latest in '90's hallyu(korean culture wave) was generated from in the east-north China province and moved to the east south Asia. It is also spreading form TV drama, music to movie, game, food, fashion and so on.

This paper analyzed the outcome related with hallyu and IT innovation in knowledge-based economic society.

It also addressed some effective strategies for advancing world market incorporating hallyu waves into IT.

키워드

한류 열풍, IT, CT

I. 서론

우리나라는 인류 역사상 세 번째 변혁기인 디지털 혁명이 본궤도에 오르면서 새로운 기회를 맞고 있다. 1960년대에 전통적인 농업사회에서 산업사회로의 근대화를 추진하면서 경공업, 중공업, 화학석유공업 등에 대한 집중투자와 육성을 추진하였으나 이미 이 분야에 선진화를 이룬 선진 공업국가들의 견제와 통제

는 우리나라의 산업화 수준을 일정한 수준에 머물 수밖에 없는 상황으로 머물 수밖에 없었다. 산업의 기본 요소인 부존자원과 자체기술력의 부족은 우리나라 산업이 주도권을 잃고 선진외국의 산업프로그램에 완전히 예속시킬 수밖에 없는 어려운 상황이었다. 그러나 통신서비스 사업자와 일부 선진적인 비전을 지닌 정책 결정 의해서 우리나라의 정보기술은 성장의 발판을 세웠고 결과적으로 정책과 연구방향, 그리고 산업계의

* 목원대학교 IT공학부 교수

** 정보통신연구진흥원

*** 목원대학교 IT공학부 박사과정

지속적인 투자등의 결과로 IT산업의 발전은 세계적으로 주목받는 위치에서도록 하여 IMD기술경쟁력 지수 및 IDC세계정보화 지수, 그리고 UN전자정부준비 1수에서 우리나라는 각각8위와 5위로 높게 평가받고 있다.

향후, IT분야에 대한 국제적인 경쟁력을 갖추기 위해서는 기술력과 아울러 지정학적 위치와 영세한 국내 시장 규모, 부존자원의 부족이라는 문제를 해결하기 위해서는 불가피하게 국제 시장개척이 선결되어야한다. 이를위한 정부의 노력으로 정부 고위층에서 해외 순방, 대통령특사파견, IT 경제협력 주도, 국제기구를 통한 국제협력, 개도국 정보격차해소 지원 등 적극적인 대외시장 진출을 시도하고있다. 또한 최근 거세게 불어닥친 한류 열풍은 정부도 적극적으로 대처 할 만큼 중요하게 인식되고 있으나 급속하게 불고 있는 이 한류 열풍을 아무런 분석 없이 그냥 지나친다면 모처럼 맞은 이러한 호기를 언제 놓칠지도 모른다. 따라서 이 한류 열풍을 다각도로 분석하고 어떻게 발전시켜 나갈 것인지를 발견하는 일이 매우 중요하다. 본 논문에서는 정부의 노력과 아울러 문화적인 측면에서 최근 아시아 지역에서 각광을 받고 있는 한류열풍을 묶어서 보다 효율적인 IT마케팅에 대해 살펴보고자 한다

II. 디지털 혁명

인류의 역사를 살펴보면 B.C. 7천년경인 신석기 시대에 수렵과 채취를 중심으로 하는 이동생활에서 농업

이라는 산업으로 패러다임이 전환되었고, 정착생활을 시작하면서 농업혁명이라는 신문명으로의 전환이 있었고, 18세기에는 증기기관과 수력 등의 동력을 활용한 산업혁명으로 대량생산 및 대량판매 등 규모 중심의 혁명이 이루어졌다. 산업혁명이 성숙되면서 19세기 말과 20세기 초에 발명된 정보통신기술에 이어 1980년대 말에 디지털 기술이 접목되면서 정보전송능력, 연산능력, 네트워크에 혁명적인 변화가 이루어 졌고 1990년대에 인터넷에 결합하면서 빅뱅이 시작되었다.

표 1. 인류 3대혁명

구분	농업혁명 (BC7천년)	산업혁명 (18C 중반)	디지털혁명 (1980후반)
수단	원시도구	기계엔진	디지털기술
속도	정체	점진적	광속
통제 구조	혈연지연 가부장제	관료/중앙집권	수평적
주세력	군대(물리)	경제/기업	지식/정보

표 1은 인류가 진보한 중요한 요소들을 기반으로 한 3대 혁명을 나타내고있는 바, 농업혁명의 파급은 5,000년이 필요했고, 산업혁명은 200년이 소요되었으나 디지털 혁명은 30년만에 전세계로 확산되었다. 우리나라의 IT 연구개발과 산업기술에 대해 살펴보면 R&D 투자액은 미국의 1/25 수준으로 선진각국의 IT육성전략에 대응하여 선택과 집중에 의한 기술개발 효율화로 미래성장 품목의 지속적인 경쟁력의 확보가 필요하다.

표 2. IT신성장동력 기술개발 성과목표

분 야	'04년 주요실적	'05년 성과목표
차세대이동통신	현대인터넷 시제품	현대인터넷 상용제품
디지털TV/방송	DMB 서비스를 위한 송수신 단말	지상파 DMB 양방향 데이터 서비스 기술
RFID/USN	RFID 프로토타입	유비쿼터스용 전자태그(RFID)
텔레매틱스	텔레매틱스 단말 표준S/W 플랫폼	개방형 텔레매틱스 단말 S/W
지능형서비스로봇	주인을 알아보는 휴머노이드	유비쿼터스 로봇 플랫폼, 응용서비스 기술
홈네트워크	100Mbps급 UWB칩 및 모뎀	통신·방송 융합 홈서버
임베디드 S/W	마이크로형 임베디드 S/W 플랫폼	나노 운영체제 및 임베디드 S/W개발도구
디지털콘텐츠	멀티플랫폼용 게임엔진	실물수준의 고품질 조연급 디지털액터 제작
IT SoC	휴대전화용 멀티미디어 칩셋	이동통신용 저전력 핵심칩
차세대 PC	손목에 차는 차세대 PC	입는 컴퓨터 시제품

미국은 NITRD 프로그램을 통해 컴퓨팅, 네트워크, S/W를 집중 육성하고, 일본은 디지털 가전, 로봇, 애니메이션 등 IT분야 신산업창조전략을 추진하고 있다. 또한, 중국은 10차 5개년계획을 통해 광대역통신망, HDTV, 이동통신 등에 집중투자 하고 있다. 미국, 일본, 유럽 등 선진국과 중국 등 후발국 사이에서 경쟁우위를 유지하기 위해서는 원천기술과 핵심부품 등의 육성이 시급하다. 중국은 우리나라 IT수출의 26.3%를 차지하는 최대 수출 시장이나, 기술격차는 1~2년으로 축소되고 있어 경쟁우위 상실이 우려되고 있다.

우리나라는 IT산업 가치사슬에 근거하여 IT서비스-인프라-기기가 동반성장하는 IT839 전략을 추진하고 있는데 정책 시너지 효과를 극대화하고 가시적 성과물을 도출하기 위해 노력하고 있다. 그간 개별적으로 분산·추진되던 정부정책을 IT산업 가치사슬에 따라 체계적으로 종합하여 IT산업정책의 큰 틀을 제시[표 2]한 바, '05년에는 IT839 전략을 효과적으로 지원하기 위한 기술개발, 표준화를 중점 추진하고, 부품무역수지 악화 등 현안해결을 위한 투자는 지속적으로 확대하고 있다. 또한 세계 최초로 개발에 성공한 WiBro, DMB의 성과를 바탕으로 글로벌 시장 선점을 위한 조기 상용제품 개발과 국제표준화 활동에 주력하고 있는데, IT839 전략과의 유기적인 연계를 위해 RFID/센서 분야를 신설하고 세계를 선도하는 이동통신, 디지털방송은 조기 상용화로 시장을 선점하고, 시장형성단계인 홈네트워크, 텔레매틱스는 융합서비스 구현기술 개발에 역점을 두고 있다.

III. 한류열풍

90년대말 중국의 동북 3성에서 형성된 한류는 대만·베트남 등 동남아로 확산되었으며, 최근 일본에서 겨울연가의 은사마 열풍을 계기로 급부상하고 있다. 또한 드라마·대중음악 중심에서 최근에는 영화·게임·음식·패션 등 대중문화 전반으로 확산되고 있다.

좁은 의미에서는 중국과 동남아의 화교권에서 일고 있는 한국 대중문화 열기를 뜻하기도 하는데 1996년 드라마를 시작으로 중국에 수출되기 시작한 한국 대중문화가 98년부터 가요 쪽으로 확대되면서 중국 언론이 지난 해 2월 H·O·T의 베이징 공연을 계기로 이 말을

처음 사용하였다. 최근 2, 3년 사이 중국 뿐 아니라 대만, 홍콩, 베트남, 태국, 필리핀, 인도네시아 등 동남아 일대에서 한류 열풍이 불고 있다. 한류는 동아시아권에서 한국 문화의 관심 증대 ⇒ 한국 이미지 상승 ⇒ 한국 상품구매 증가 ⇒ 한국방문관광 증가 등 우리의 산업·관광지도를 바꾸어 놓고 있다. 한류 열풍은 국제관계학적 관점에서 고려하면, 동아시아 지역의 문화적 정체성(Cultural identity)의 혼돈상태에서 한류 열풍이 일어나게 되었다고 볼 수 있다.

80년대 일어났던 동아시아 가치 논쟁이, 잇따른 아시아 지역의 외환 위기로 인해 크게 손상을 입었다. 특히 중국은 유교 문화의 중심국가 이지만 근래 사회주의의 경험으로 유교문화가 중추 역할을 하지 못하고 있어 중국은 국가 차원에서도 앞으로 가져야 할 문화적 정체성에 대해 고민하고 있다. 이는 사회주의 이데올로기가 중국 인민들의 문화적 욕구를 충족시키지 못해 주었음을 의미한다. 서구 문화가 먼저 수용된 일본의 문화를 따르기도 망설여지고, 그 동안 문화적 모델이던 홍콩은 본토 편입 후 그런 기능을 잃고 말았다. 결과적으로 중국의 젊은 세대들이 그들의 문화적 정체성을 한국에서 찾게 된 것이다. 이것이 한류 열풍이 일어나게 된 동아시아 국제사회 문화적 배경의 한 갈래이다. 한류에서 나타나고 있는 특이한 점은 일본 문화 배제라는 것이다. 일본은 제2의 세계경제대국이다. 그렇지만 일본 문화의 내부 집착성과 외부 폐쇄성은 동아시아 가치의 모델로서 뚜렷한 한계를 보이고 있다. 그리고 동아시아 국가들이 경제적으로 일본을 부러워하면서도 과거사 문제 등의 이유로 일본을 경계하는 것도 일본문화가 동아시아에서 더 이상 확산되지 못하는 이유이다. 또한 동아시아에서 그 동안 문화적 기지로 역할을 해오던 홍콩의 기능상실도 한류발생의 중요한 요인이다. 물론 홍콩 문화가 70,80년대 한국을 점령한 일부 쿵푸 영화 외에 특별한 콘텐츠가 없다는 점도 한계였지만, 97년 중국 본토로 편입된 이후 홍콩의 문화는 그 영향력을 잃고 미국의 헐리우드로 그 무대를 옮긴 것도 큰 이유라 할 수 있을 것이다. 따라서 한류는 자본주의 문화가 확산되고 있는 동아시아 지역에 일본과 홍콩이 기피되고 빠져버린 공백이라는 일종의 틈새에서 발생한 문화적 현상이라고도 할 수 있다. 베트남과 몽골의 경우는 중국과 유사하게 볼 수 있으며 대만은 향후 미래의 불확실성 속에서 정체성의 위기가

크게 작용하고 있다고 볼 수도 있을 것이다. 역사적으로 우리나라는 중국, 일본, 미국 등 외국으로부터 대부분의 문화를 수용하였는데 다른 나라에 우리문화를 보급하게 되었다는 사실은 매우 반갑고 주목할 만하다. 따라서 이러한 한류 열풍을 새로운 문화수출의 허브 포인트로 삼고, 관련업계 및 정부의 적극적인 정책 분석과 한류 확산을 위한 육성책이 조속히 준비 되어야 한다.

IV. 한류열풍과 IT산업

한류는 전통적인 동양문화를 기반으로 서구문화를 융합시킨 독특한 한국문화에 기인한다. 한류의 발전단계는 대중문화유행→파생상품구매→한국상품 구매→한국선호의 단계이다. 우리나라의 IT를 기반으로 한 게임·애니메이션·캐릭터는 이미 세계적 수준에 도달해 있고, 영화·드라마·음반은 홍콩, 대만 등 기존의 동아시아 문화보다 세련되고, 일본 문화에 비해서는 정서적 저항이 없어, 아시아적 공감대를 쉽게 형성해 나가고 있다.

문화상품은 우리의 의식과 생활에 깊숙하게 영향을 미치고, 나아가서는 시장과 산업에도 큰 변화를 가져다 준다. 또한 문화상품은 제조업에도 상당한 영향력을 미쳐 동반 성장하는 효과를 낸다. 해외에서 국내 텔레비전의 인기를 활용해서 가전제품 판매에 효과를 낸 것과 그 밖에도 화장품, 치약 등 일상 생활용품 판매에 성과를 거두고 있는 것이 그러한 예이다. 더욱이 한국 문화에 열광하는 계층이 대부분 소비력이 왕성한 10·20대의 젊은 층이라는 점에서 한류 마케팅의 효과는 상당하다. 한류 열풍을 일시적인 유행이 아닌, 지속적인 현상으로 만들기 위해서는 무엇보다도 장기적인 전략과 경쟁력이 필요하다. 문화부와 산업자원부의 공조, 현지의 한국문화권 개설, 중간 사기꾼에 대한 단속 등과 함께 우리 대중문화의 경쟁력을 높이는 궁극적인 대책에 관한 보고서는 상당히 의미가 있다.

아울러 산업구조 또한 이러한 현상에 알맞게 개편하는 것이 필요하다. 다른 순수분야와는 달리 대중문화산업의 성장은 철저한 상업주의와 자본주의 논리를 기초로 한다는 것이다. 때문에 어디까지나 '한류'의 지속 여부는 창의적 아이디어와 치밀한 기획으로 대중의

문화욕구와 이목을 찾아내서 소비자에게 만족을 주는 상품으로 연결시키는 민간 능력에 절대 의존한다고 할 수 있다. 따라서 한류를 일시적 유행이 아닌 지속 가능하도록 하는 장기적인 대안으로 문화산업 경쟁력의 핵심요소인 창의성을 길러내고 혁신을 촉진하는 사회적 시스템의 구축과 인력양성, 그리고 경쟁력 있는 우리 고유의 문화산업 모델을 만들어내는 것이 선결되어야 한다.

다만 중국 등을 단순한 수출 시장으로 생각하는 전략은 중국, 베트남 등 문화적 자존심이 강한 국가들의 반발심을 자극 할 수 있고, 타국의 경쟁 의식을 불러일으켜 오히려 우리 문화시장이 세계 문화메이저와 급성장하는 중국의 틈바구니에 끼여 난처한 입장에 처할 수 있다. 따라서 문화 콘텐츠를 공동 생산하는 등 발전적 분업 체제를 갖춰 서로 이익을 보는 윈·윈 전략을 펴야 할 것이다. 따라서 문화부도 한류 지원과는 별도로 '한·중 청소년 음악제 등의 공동 이벤트 개최', '문화 콘텐츠 분야 현지 인력 육성 프로그램 실시 등을 통해 장기적인 문화 교류·협력을 강화해 나가야 할 것이다.

V. 결 론

우리나라는 인류 역사상 세 번째 변혁기인 디지털 혁명이 본격도에 오르면서 새로운 기회를 맞고 있다. IT기술개발을 기반으로 한 IT산업의 발전은 세계적으로 주목받는 위치에 도달하여 IMD기술경쟁력 지수 및 IDC세계정보화 지수, 그리고 UN전자정부준비수준에서 우리나라는 각각 8위와 5위로 높게 평가받고 있다.

한편 한류열풍에 따른 우리나라 수출의 증가율이 연간 2자리 이상의 수출 증가율에 기여(한국관광공사, '01)하였고, 외국관광객의 증가는 '03년 450만명에서 '04년 10월 현재 600만명에 이르는 증가세를 보이고 있다. '04년 현대경제연구원이 발표 한류열풍에 따른 한국과 일본의 경제적 파급효과는 3조원에 이를 것으로 보고 있다. 한류의 확산으로 우리나라 문화 콘텐츠가 중국, 대만, 베트남 등에서 상업적 성공을 거두는 효과로 나타나고 있다. 그렇지만 우리의 대중문화는 아직 문화적으로 많은 개선점을 지니고 있기 때문에 우리 문화의 수준이 높아 충분한 경쟁력을 갖추고 있

다는 결론을 내리는 것은 위험하다. 따라서 취약한 자본력, 연예기획사의 영세성 등으로 장기적 관점에서 콘텐츠 기획, 개발, 마케팅 능력 부족으로 인한 상업적 한탕주의를 방지하여야한다. 또한 일본, 중국, 동남아 문화와의 교류와 개방에는 폐쇄적이며, 이들 지역으로의 일방적인 한류 유입은 정서적 거부감 초래 가능하므로 상호협력력을 바탕으로 문화 및 기술교류가 이루어져야 하며, 결과적으로, 우리나라는 한류열풍과 발전된 IT기술을 바탕으로 다음을 고려하여 세계시장 공략을 위한 준비를 갖추어야 할 것이다.

- ① 정부의 보다 체계적이고 적극적인 IT와 연계한 대중문화 지원 정책
- ② 한류 유입 국가와의 보다 적극적인 체계적인 문화개방과 IT교류
- ③ 대중문화의 물적 인프라를 획기적으로 확충할 수 있는 정보통신, 문화·관광 클러스터의 조성.

참고문헌

- [1] 중소기업 경쟁력강화 종합대책, 정보통신부 등 2004. 7.
- [2] 2005년도 정보통신연구개발 기본계획, 정보통신부 2004. 6.
- [3] 2005년도 정보통신연구개발 시행계획, 정보통신부 2005. 1.
- [4] 한류의 지속·발전을 위한 韓流Wood 추진계획 경기도, 2004.
- [5] 문화관광부 보도자료, 2005. 1.
- [6] 2004년 하반기 정보화실태조사 정보통신부, 2005. 1
- [7] 디지털시대의 의미와 대응전략, 매일경제신문사, 삼성경제연구소, 2000. 2.
- [8] 제252회 임시국회 업무현황보고자료 정보통신부, 2005. 2.

저자소개

金 允 鎬(正會員)



한국해양정보통신학회 논문지
Vol. 9, No. 3 참조.

宋 學 顯(正會員)



1981 ~ 1990. 철도청 무선관리소
1991 ~ 1998. 정보통신부 전파관리국, 국제협력국
1998 서울산업대학교 전자공학과 석사.
2004 목원대학교 컴퓨터공학부 박사

사

1999 ~ 현재. 정보통신연구진흥원 선임연구원
· 한국디지털컨텐츠학회, 한국해양정보통신학회,
한국정보기술학회 정회원
· 멀티미디어 기술사
· 연구분야 : 영상처리, 컴퓨터비전, 뉴로퍼지 응용,
IT 정책 등

允 炳 旻



1982 충남대학교 전자공학과 학사.
2002 목원대학교 컴퓨터교육과 석사
2003 ~ 현재. 목원대학교 IT공학부 박사과정.

· 연구분야 : 영상처리, 컴퓨터비전, 뉴로퍼지 응용,
IT 정책 등