





영상 교류 협력 - 문화 창조 산업





- 본문 -

한국은 프랑스의 유럽-외교부 장관과 문화부 장관이 지정한 프랑스 문화 관련 분야에 있어서 강력한 발전 가능성과 잠재적인 수출 능력을 갖춘 37 개국에 속하는 국가이다.

영화

프랑스와 한국의 영화 분야의 환경은 유사한 점이 많은 국가로 연간 2 억 천 5 백만 ~ 2 억 2 천 5 백만 정도 되는 관객수와 총 관객수에서 자국 제작 영화가 차지하는 비율이 프랑스에서는 40 % 전후이며 한국에서는 50 % 전후이다. 또한 3 개의 대형 멀티 플렉스 그룹이 시장의 98 %를 차지하고 있는 까닭에 프랑스 영화는 한국 개봉시 영화관내 다양한 영화를 상영할 수 있는 상영관의 부족으로 한국의 독립 영화와 같이 개봉에 어려움을 겪고 있기도 하다. 그러나 코랄리 파르쟈의 영화 "리벤지"의 VOD 독점 수급이 성공을 이룬 바와 같이 다른 영화들도 VOD 로의 상영이 가능할 것이다.

드라마

한국의 텔레비전은 드라마 제작에 탁월하며 국제적인 소셜 네트워크의 매우 역동적인 팬들이 이드라마에 깊은 관심을 갖고 있다. 예를 들어 "태양의 후예"는 2016 년에 총 27 억 건의 조회수를 기록했다. tvN 이나 JTBC 와 같은 대형 케이블 채널과 최근에는 Oksusu, Pooq, Netflix 와 같은 스트리밍 플랫폼의 등장은 국제 자금을 유치하고, 해외에서의 촬영을 통해 드라마의 새로운 파노라마를 여는데 크게 기여하였다. 2016 년 노르망디에서 촬영한 드라마 "패키지"는 이 지역에 한국인 관광객을 위치하는데 크게 기여한 바 있다.

텔레비전

한국 TV 에서 게임, 요리 및 여행 프로그램은 매우 인기있는 방송이다. 일부 프로그램을 한국어 자막과함께 제공하고 있는 프랑스 TV 채널 TV5 Mond 는 국내 850 만 유료 TV 시청자들이 시청 가능한 채널이지만한국내에서 프랑스 TV 의 영향력은 아직 미미한 수준으로 프랑스 드라마나 리얼리티 쇼와 같은 TV 프로그램은 때때로 한국 채널에서 방송되고 있으며 애니메이션의 경우에는 좀 더 많이 방송되고 있다.

음악

2017 년 한국의 음반 시장의 매출은 4 억 9440 만 달러로 프랑스의 뒤를 이어 세계 8 위에서 6 위로 상승했다. 5 년 동안 시장 규모는 두 배로 늘어 났으며, 이는 K-pop 과 K-Pop 음반사들로 인한 한국 음반 산업의 강력한 특징이라 하겠다. 하지만 디지털 판매와 스트리밍의 판매가 급격히 증가하는 반면 라이브 시장은 여전히 저조한 상태이다. 한국 이외의 음악이나 비영어권 음악과 마찬가지로 프랑스 대중 음악은 한국에서는 아직 가시성이 제한되어 있지만 서울에서는 프랑스 DJ 들이 정기적으로 공연을 열고 있다.





게임

한국에서 비디오 게임은 메이저 분야로 K-pop 보다 11 배나 높은 가치로 수출되고 있으며 2008 년 이후 매년 10 % 이상 성장하고 있다. 이 분야에는 52,000 명이 종사하고 있으며 1998 년 한국 최초의 스포츠리그가 창설된 이래, 게임 시장은 저명한 전문가, 협회 및 전용 TV 채널을 중심으로 어느 곳에서도 볼 수 없는 형태로 구성되어 있다. 국제적으로 인정받은 지적 재산권을 개발하거나 구매하고 있는 Ubisoft 나게임 개발 스튜디오와 더불어 비디오 게임은 프랑스에서도 역시 매우 발달된 분야이다.

가상 현실과 증강 현실

가상 현실은 비디오 게임, 영화, 건강, 건축과 같이 많은 분야에 영향을 미치며 다양한 기술을 사용하게 되는데 이런 기술을 적용할 수 있는 능력이 뛰어난 한국은 국내에서 자체 구조를 구축하는 과정에 있으므로 이 분야 시장이 확장세에 있다. 전국적으로 증가 일로에 있는 가상 현실 게임 공간은 현재 약 200 여 곳 정도 있을 것으로 보이나 프랑스는 관련 인프라, 행사 및 이 분야의 선구적인 회사와 함께 현장에서 선보일 수있는 전문 지식을 보유하고 있다.

웹툰

이제 만화책은 웹툰으로 대체되었다. 웹툰의 주요 제공처인 네이버에서는 1,600 명의 전문 만화가와 수십만 명의 아마추어 작가들이 활동하고 있으며 전 세계적으로 매달 6 천만 명의 독자들이 앱을 통해웹툰을 즐기고 있다. 한국은 이 분야의 리더이며 많은 소비자들이 이 새로운 독서 방법을 수용하고 있다. 프랑스는 아직 만화책이 고도로 발달한 국가이긴 하지만 시장 규모가 10 억 달러인 이 분야에 대해 이제는 프랑스 제작자들도 새로운 표현 방식에 대해 관심을 돌려야 할 적절한 시기인 것이다.



플레쉬 러브 2019 잔다리 페스타



《 더패키지》 2016 년 프랑스 현지 촬영



고레다 히로카즈와 배두나 2019 부산국제영화제 《프랑스의 밤》





- 최우선 업무 -

1. 한국내 프랑스 영상물 촬영과 프랑스 국내 한국 영상물 촬영 장려

프랑스의 유럽-외교부 장관과 문화부 장관은 한국의 관광 잠재력과 영상물의 국제적 영향력을 고려해 전략적으로 특별한 5 개국 중 하나로 지정했다. 영화 촬영, 특히 한국 드라마 촬영지를 프랑스 국내에 유치하기 위해서는 프랑스에 대한 관심을 높이는 일을 우선시 하고 있다.

2. 공동 제작 장려

2006 년 양국간 공동 제작 협정 서명 후 공동 제작이 많지 않았던 관계로, 한국의 제작자들이 프랑스 영화 제작 시스템과 주요 관련 업체 및 프랑스 현지 촬영시 제공받을 수 있는 다양한 기회에 대한 인식을 높일수 있도록 노력하고 있다.

3. 프랑스 영상물 배급 조직화

프랑스문화원의 또 다른 임무는 극장과 관객에게 프랑스 영화와 드라마를 소개하기 위해 극장과 관객과의 접근성을 조직화하는 것이다. 우리의 목표는 특히 영화관내에서 다양한 영화가 상영될 수 있도록 지원하는 것이다. 이와 같이 영화 분야를 강화한 후 대중 음악을 활성화시키고 프랑스 TV 드라마시리즈 홍보에도 역량을 강화하고 있다.

4. 한국 대중 음악 전문가에게 기회 제공

프랑스의 최신 음악 트렌드를 한국에 소개하고 홍보하고자 끊임없이 정보를 공유하고 정기적인 만남과 프랑스 전문가의 초청 기회를 늘리기 위해 노력하고 있다.

5. 프랑스 대중 음악 예술가 지원

프랑스문화원의 역할은 한국에서 프랑스 대중 음악 아티스트들을 소개하는 것으로 그치는 것 아니라 중장기적으로 한국내에서 아티스트들이 발전하는데 필요한 조건을 구축하는 것이다. 이들 뮤지션들이 공연 외에도 한국의 전문가들과 연계함으로써 프랑스 대중 음악을 보다 더 잘 홍보 할 수 있도록 돕는다.

6. 프랑스 음악을 위한 정기적인 청중 통합

한국에는 장기적인 공연 개발과 관객의 충성도를 지속시킬 수 있는 공연장과 공연을 조직하는 전문적인 인력이 부족한 편으로 프랑스와 비교해 보면, 대중 음악은 2016 년 한국에서 티켓 판매 수익이 1 억 3,800 만 유로였으나 (뮤지컬 제외), 같은 기간 프랑스에서는 8 억 1,300 만 유로의 수익을 올렸다. (일반적으로 평균 티켓 가격이 상당히 낮음 편임).

7. 프랑스 아티스트를 위한 음악의 동기화 분야에 대한 투자

영화, 드라마 및 비디오 게임 분야에서 음악과 동기화하는 것도 음악 시장의 한 부분으로 이는 K-pop이외의 다른 스타일과도 가능한 것이다. 드라마 사운드 트랙은 매우 세심한 부분으로 그 자체만으로도 드라마를 상품화하는데 없어서는 안될 요소이다.





- 하이라이트 -

부산국제영화제 –프랑스의 밤

지난 20 년간 부산국제영화제에서는 영화제 기간중 '매년 첫째 토요일에 개최되는 '프랑스의 밤'에 맞추어 프랑스 영화를 상영하고 있다. '프랑스의 밤'은 전 세계의 배우, 제작자, 배급사 및 수입사들과 영화 전문가들과의 만남뿐 아니라 프랑스 영화를 널리 알리기 위해 빼놓을 수 없는 행사이다. 또한 이 행사에서는 프랑스 영화와 영화를 통해 프랑스적인 가치관을 빛내준 한국 영화인들에게 명예상인 '에트왈 뒤시네마'를 프랑스 대사가 수여하는 기회이기도 하다.



감독 에릭 라티고, 배두나, 알랭 샤바 주연의 #아이엠히어 시사회

'프드'와 함께한 프랑스 픽션

2019 년 프랑스문화원은 제 1 회 온라인 프랑스 드라마 페스티벌 '프드!'를 개최했다. LGU+플랫폼에서 독점적으로 한 달간 무료로 상영된 6 편의 시리즈는 한국어 자막과 함께 VOD로 방영되었다. '프드'는 한국 시청자들의 프랑스 픽션에 대한 인식을 높이고 시청자층을 확고히 하기 위한 행사로 프랑스 픽션이 널리 알려져 있지 않은 상황에서 개최되었음에도 불구하고 113 000 의 조회수를 기록하며 성공적인 결과를 기록했으며 시즌 2 로 이어질 것이다.



'프드!'로고

'잔다리 페스타와 함께 하는 프랑스 뮤직'

매 년 여러 프랑스 그룹들이 잔다리 페스타에서 개최되는 '프렌치 온 더 락'에 참가하고 있으며 잔다리 페스타는 한국에서 개최되는 메인 쇼케이스이다. 이 2015-2016 프랑스-한국의 해 행사의 행사는 일환으로 시작되었으며 다양한 장르의 뮤지션들에게는 국제적으로 이름을 알리는 절호의 기회가 되고 있다. 이 행사는 프랑스 저작권 협회, Bureau Export , Institut Français 의 협찬으로 앆으로도 계속 개최될 것이며, 이 프랑스문화원에서는 서대문구청과 파트너십을 맺고 음악 축제의 날에 맞춰 프랑스 그룹들을 초대하고 있다.



« French Night » au Zandari Festa, 2019





- 그외 프랑스문화원의 역할 -

현재 시행하고 있는 영화 관련 역할

- 프랑스문화원은 부산국제영화제, 부천국제애니메이션페스티발, 서울국제여성영화제와 같은 한국내에서 개최되는 국제 영화제를 지원하고 있으며 서울프라이드영화제와 같이 어려운 어려운 상황에서도 성소수자에 대한 영화를 상영하는 영화제 역시 지원하고 있다.
- 프랑스문화원은 외부 단체에서의 행사 또한 지원하고 있다. 예를 들어 매월 1 회 아트나인에서 열리는 시네클럽에서는 영화 상영후 영화 평론가들과 관객과의 대화 시간이 마련되어 있으며 « 시네 키드 »라는 새로운 행사의 개발 및 시네마테크와 영상자료원등의 행사도 지원하고 있다.



2019 서울프라이드영화제

전문가 초대와 만남

- 양국의 쌍방 교류의 일환으로 한국 노조및 타기관을 지원하고 이 기관들이 프랑스의 시스템을 이해하는데 조력하고 있다.
- 프랑스 영화계 생태계의 상황을 보다 더 잘 이해할 수 있도록 한국 전문가들을 칸 영화제, 세리 마니아, 파리 게임 위크와 같은 국제 행사에 초대하고 있다.
- 대사관저에서 개최되는 « Ticket to France »와 같은 행사에 영화 관련 전문가들을 정기적으로 초대하고 있다.



세리 마니아, 릴. 2020 년 3 월 25 일 -27 일

장래 영화 전문가들간의 교류 확대

- 장래의 제작가, 감독들의 프랑스 영화에 대한 인지도를 높이기 위한 계획의 일환으로 양국 영화학교간의 교류 확대.
- 비디오 게임 학교들과의 프로그램 교환, « 글로벌 게임잼 » 과 같은 행사 개최.



«2017 글로벌 게임잼» 주한프랑스문화원과 주한독일문화원 공동 주최





데이터 베이스 구축

프랑스와 한국 양국 전문가들의 요청에 효과적으로 응답하고 안내하기 위한 '데이터 베이스'를 구축하고 법제화, 세금 인센티브, 노동법, 비자. 연락처등의 필요한 정보를 제공한다.

이 데이터 베이스에는 한국어 자막이 있는 프랑스 영화에 관한 정보도 함께 제공하여 한국내 프랑스 영화 상영과 상영권 획득을 용이하도록 한다.

비디오 플랫폼

프랑스문화원의 플랫폼을 통해 프랑스 관련 컨텐츠를 접할 수 있다. '프렌치 캐스트'는 한국 인터넷 포털 사이트의 리더인 네이버에서 프랑스에 관련된 정보만을 제공하는 비디오 채널로 3 900 명이 넘는 회원과 45만 조회수를 기록했다. 독점적인 콘텐츠 배포를 위해 France 24, TV5MONDE, Arte Creative 및 Mezzo 와 파트너십을 체결하기도 하였다.

프랑스문화원은 유튜브에 동영상을 제공하고 있다. 프랑스 대사가 참여하는 프랑스 유명 인사나 한국 유명 인사중 프랑스어 사용자와의 비디오 인터뷰, 한국에서 잘 알려진 한국과 프랑스의 영향력있는 인사들과의 비디오 콜라보도 함께 제공한다.

