

한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위한 기초연구: 디지털 아카이브 현황 조사를 바탕으로*

A Basic Study for Digital Archiving of Hallyu Popular Culture Contents: Based on the Current Status of Digital Archives

백재은 (Jae-Eun Baek)**

초 록

전 세계에 많은 영향을 미친 한류 대중문화 콘텐츠는 사회적 발전의 원동력을 제공한 콘텐츠로, 문화적 자산으로서 충분한 보존 가치를 가지고 있다. 그러나 한류 대중문화 콘텐츠의 장기 보존에 대한 인식은 아직 부족하고 디지털 아카이빙의 진행도 본격화되지 않는 상황이다. 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위해서는 먼저 콘텐츠의 개념, 특징, 구조, 형식, 매체, 다른 콘텐츠와의 관련성 등을 정확하게 파악해야 한다. 특히, 한류 대중문화 콘텐츠의 경우, 여러 기관에서 다매체, 다양한 유형으로 제작되고 하나의 콘텐츠에서 새로운 콘텐츠가 생성 및 재제작되기 때문에, 콘텐츠의 다양화, 복잡한 콘텐츠 간의 관계를 파악하기 위한 정리 및 분석이 필요하다. 이에 본 연구에서는 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위한 기초연구로, 한류 대중문화 콘텐츠에 대한 개념, 특성, 보존 대상에 대해 분석하여 정리하였다. 그리고 디지털 아카이브(시스템/기관)를 조사하여 한류 대중문화 콘텐츠와 콘텐츠의 디지털 아카이브의 현황을 살펴보고, 이에 따른 문제 요인을 토대로 기본방안을 제시하였다.

ABSTRACT

Hallyu pop-culture contents which has influenced the world has sufficient preservation value as a cultural asset. However, there is still a lack of awareness of long-term preservation of Hallyu pop-culture contents and digital archiving is not in full swing, too. We requires accurate understanding of the concept, characteristics, format, media, and relationship of contents for digital archiving of Hallyu pop-culture content. Thus, this study analyzed and organized the concept, characteristics, and preservation subject of Hallyu pop-culture contents, as basic study for digital archiving of Hallyu pop-culture contents. In addition, we investigated the current status of digital archives (systems/institutions) of Hallyu pop-culture contents and Hallyu pop-culture contents, and presented basic proposal based on the problem factors.

키워드: 디지털 아카이빙, 디지털 아카이브, 장기 보존, 한류, 한류 문화 콘텐츠, 한류 대중문화 콘텐츠
digital archiving, digital archive, long-term preservation, Hallyu, Hallyu culture content, Hallyu pop-culture content, Hallyu popular culture content

* 이 논문은 2018년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2018S1A5B5A07071931).

** 덕성여자대학교 문헌정보학과 조교수(jaeeunb@duksung.ac.kr)

■ 논문접수일자: 2021년 8월 23일 ■ 최초심사일자: 2021년 9월 3일 ■ 게재확정일자: 2021년 9월 11일
■ 정보관리학회지, 38(3), 215-238, 2021. <http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2021.38.3.215>

© Copyright © 2021 Korean Society for Information Management

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>) which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided that the article is properly cited, the use is non-commercial and no modifications or adaptations are made.

1. 서론

1990년 후반 한국 대중문화의 발전과 활성화로 인해 한국 대중문화 콘텐츠는 양적, 질적으로 크게 성장하였다. 1997년 중국에서 한국 드라마가 처음 방영되면서 베트남, 일본 등 동아시아권 국가를 중심으로 드라마의 수출이 시작되었고, 현재는 드라마를 비롯하여 책, 영화, 대중음악(k-pop), 웹툰, 만화 등 다양한 유형과 장르의 콘텐츠가 세계 각국으로 수출되고 있다. 한국 대중문화 콘텐츠의 수출 증가 및 질적 향상은 한국 대중문화 콘텐츠의 세계 위상을 높였고, 이는 한국(대중)문화의 열풍을 의미하는 신조어 “한류(Hallyu, 韓流)”를 등장시켰다. 이제 ‘한류’는 전 세계에 형성된 사회적 현상이 되었고(문효진, 2014), 대중문화뿐 아니라 한국의 제품, 음식, 문화 등으로 범주를 넓혀 한국문화의 고유한 측면과 세계 대중문화의 보편적인 측면이 공존하는 형태로 점차 발전하고 있다(한국방송영상산업진흥원, 2012).

전 세계로 송신된 한류 대중문화콘텐츠는 한국이라는 국가 브랜드를 널리 알리고 각 분야 및 장르의 콘텐츠 가치를 높이는 데 기여한 대표적인 상징물로, 우리의 시대적 사회상을 반영하는 유용한 자원으로 사회발전에 중요한 원동력이 되고 있다(한희정 외, 2016). 즉, 한류 대중문화 콘텐츠는 증거적 가치를 지닌 중요한 기록물이자 장래(將來)에 전달해야 하는 가치를 지닌 아카이브로서 충분히 보존할 필요가 있는 것이다(신갑용 외, 2014). 여러 형태 및 분야, 채널, 매체 등으로 제작 및 생산, 수출이 빠르게 증가하고 있지만, 한류의 시발점이자 한류를 이끈 대중문화 콘텐츠의 관리와 재이용에 관한 관심은 상

대적으로 아직 많이 부족한 상황이다. 이들 콘텐츠는 낡은 콘텐츠로 인식되고 있을 뿐 관리와 보존이 본격적으로 진행되지 않고 있고, 관련 연구도 활발하게 진행되고 있지 않다. 더욱이, 21세기 디지털 문화 발전으로 현재 대중문화 대부분이 디지털 문화로 생산 및 소비되고 있지만, 상업적 가치가 있는 콘텐츠 외에는 기록되지 못하고 사라지는 실정에 있다(이정현, 2018).

한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙에 대한 필요성이 끊임없이 제기되고 있는 만큼, 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙은 지속적으로 진행되어야 한다(한희정, 2019). 그러나 새로운 다매체·다채널의 등장, 글로벌 단위의 인터넷 모바일 플랫폼과 OTT 등장, 다양한 분야에서의 콘텐츠 분산 제작 및 생산, 해외 수용자들의 콘텐츠 접근·이용률 증가 등 한류 대중문화 콘텐츠의 빠른 질적 변화와 양적 증가로 인해 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙은 쉽지 않다. 특히, 한류 대중문화 콘텐츠의 범주, 특성, 유형 등과 같은 기본적인 개념 정보가 현재 명확하게 정립되어 있지 않기 때문에, 모든 한류 대중문화 콘텐츠를 수집하고 분석하여 장기 보존을 진행하는 것은 매우 어려운 상황이다. 그래서 본 연구에서는 한류 대중문화 콘텐츠의 장기 보존과 디지털 아카이빙을 위한 기초적 연구 조사로, 디지털 아카이빙의 활성화가 필요하다는 관점을 가지고 한류 대중문화 콘텐츠의 개념, 특성 등과 함께 콘텐츠 간의 관계, 콘텐츠의 보존 대상과 범위에 대해 조사하였고, 이를 바탕으로 디지털 아카이브(기관/시스템) 현황을 콘텐츠별(영상 콘텐츠, 음악 콘텐츠, 이미지/텍스트 콘텐츠)로 구분하여 각 콘텐츠의 현황과 함께 살펴보았다. 그리고 최종적으로 조

사와 분석을 통해 문제 요인을 파악하여 기본 방안을 제시하였다. 본 연구는 다음과 같이 진행하였다.

2장은 한류와 디지털 아카이빙에 대한 기본적인 이론과 관련 연구를 살펴보고, 3장에서는 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위한 기초적 개념을 정립하는 데 필요한 한류 대중문화 콘텐츠의 개념, 범주, 특성을 나열하였다. 4장은 콘텐츠별 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브 구축현황을 조사하여 체계적인 디지털 아카이브가 이뤄질 수 있도록 현재의 문제점을 나열하고 앞으로의 발전 방향에 대해 간단히 정리하여 제시하였다. 그리고 5장에서는 결론을 서술하였다.

2. 이론적 배경

2.1 한류와 한류 대중문화 콘텐츠

‘한류(韓流)’는 1990년 중반부터 대만과 중국, 동아시아권 국가에서 한국의 대중음악, 드라마, 방송 등이 유행하기 시작하면서, ‘한국 대중문화의 열풍’이라는 의미를 담아 생성된 단어

(김조아, 이재윤, 2016)이다. ‘한류’의 용어 기원은 국내외 관점이 다르고 다양하지만, 20세기 초 동아시아권 국가를 중심으로 한국문화의 인기가 높아지면서 용어 사용이 급증하였고, 현재는 중남미, 미국, 유럽, 아랍 등 전 세계에서 대중적으로 사용되고 있다.

한류는 시간적 흐름으로 크게 세 단계의 발전 과정 - 한류 1.0(1997년~2000년대 중반), 한류 2.0(2000년 중반~2010년 초반) 한류 3.0(2010년 초반 이후~현재) - 으로 구성되고(〈표 1〉 참조), 이들은 단계별로 시간적 특징의 변화, 콘텐츠의 장르, 국가, 매체 등이 각각 다르다. 우선, 한류 1.0은 1990년대부터 중국, 일본, 베트남 등 동아시아권 국가를 중심으로 드라마가 인기를 얻으며 시작되었고, 한류 2.0은 미국, 유럽 등 지리적 확장되면서(하중원, 양은경, 2002), 콘텐츠 범위가 대중문화와 함께 한국문화 등으로 확장되었다. 한류 3.0은 한국의 음악과 드라마뿐만 아니라 영화, 연극, 패션, 음식, 게임, 애니메이션 등 다양한 문화 및 유형의 콘텐츠 등이 전 세계로 확대되면서 현재는 세계적인 문화 현상으로 인정받고 있다(정정주, 2018). 한류는 1.0과 2.0에서 급속적으로 발전했으나, 한류 3.0에 들어서면서 잠시 주춤하며 침체기를 보내다가 2018년

〈표 1〉 한류 대중문화 콘텐츠의 매체 특징

구분	한류 1.0	한류 2.0	한류 3.0
통신환경	2G	3G	4G
매체 환경	한방향(방송, 영화관, 신문)	쌍방향(인터넷)	쌍방향(인터넷)
주요 유형 및 장르	방송(드라마), 음악	방송(드라마, 예능) 음악	방송(드라마, 예능), 음악, 영화, 게임, 웹툰, 출판 등
단말기	TV, 라디오	PC, 스마트폰	스마트폰, 태블릿 PC, 스마트 TV
콘텐츠 플랫폼	방송, 비디오 테이프, 블루레이, CD/DVD	다운로드	OTT, 온라인/모바일 사이트, 앱

출처: 한국국제문화교류진흥원 (2021a), 2020 한류 파급효과 연구.

전후로 전 세계에서 다시 활발해지고 있다. 이제 ‘한류’는 단순한 일시적인 현상 이자 과정이 아니라 광범위하고 장기적인 차원에서 진행되는 하나의 거대한 흐름으로 인식되고 있다(정정주, 2018).

‘한류’는 지역(국가)과 콘텐츠의 주된 장르를 토대로 구축되어 크게 광의와 협의로 구분된다. 우선, 광의의 한류는 전 세계를 대상으로, 대중문화, 연예인, 순수 문화예술, 음식, 한글 등 한국의 문화를 넓은 범위에서 구성하고, 협의의 한류는 한류의 시초였던 동아시아 지역을 대상으로 대중문화와 연예인을 중점분야로 한정하고 있다(한국문화산업교류재단, 2009). 앞서 살펴보았듯이 ‘한류’를 생성하고 지속시키는 콘텐츠를 나타내는 용어는 다양하다. 매체별, 분야별, 장르별로 여러 용어가 존재하는 가운데 ‘한류 콘텐츠’, ‘한류 문화콘텐츠’, ‘글로벌 문화콘텐츠’ 등이 주된 용어로 사용되고 있다. 이들 용어는 각 용어가 담고 있는 의미적인 범주가 조금씩 다르지만, 기본적으로 ‘한류 및 한류의 확산에 긍정적인 영향을 끼친 콘텐츠’라는 의미를 나타내고 있다. 그러나 ‘한류 콘텐츠’를 나타내는 용어와 용어의 정의 및 개념은 아직 명확하게 확립되어 있지 않다. 그래서 본 연구에서는 ‘한류 콘텐츠’를 나타내는 용어들 가운데, 한류의 발전과 전파에 많은 역할을 한 대중과 대중 미디어를 나타내는 “대중”, 시스템 혹은 미디어에 문화적 내용물을 담음으로 만들어진 문화 상품을 의미하는 “문화 콘텐츠”(조은미, 2018), 그리고 “한류”를 조합시킨 ‘한류 대중문화 콘텐츠(Hallyu Pop(ular)-Culture Content)’를 본 연구의 주된 용어로 선택하여 연구를 진행하였다.

2.2 디지털 아카이빙

콘텐츠(혹은 정보자원)는 일반적으로 비 디지털 콘텐츠(Non-Digital), 비 디지털 콘텐츠를 디지털화한 콘텐츠(Digitized), 그리고 디지털에 의해 생성된 콘텐츠(Born-Digital)로 작성 및 생산된다. 이들 콘텐츠의 장기 보존과 재이용을 위해서는 디지털 기술이나 컴퓨터 네트워크 기술을 활용하여 기존 기록물(콘텐츠)을 전자적인 멀티미디어 콘텐츠로 변환해야 한다(신재민, 곽승진, 2013). 즉, 디지털 아카이브(Digital Archive)를 행해야 하는 것이다.

디지털 아카이빙은 문화적·역사적으로 가치가 있는 자료를 수집하여 보존, 재이용 등이 가능하도록 하는 기능을 수행하는 것이다. 서은경(2004)은 디지털 아카이빙에 대해 “가치 있는 디지털 정보자원을 선별하여 디지털 콘텐츠와 여러 기능을 디지털 정보자원의 생명 주기별로 보존 관리하여 미래 이용자들이 어려움 없이 정보를 활용할 수 있도록 하는 전반적인 작업”이라 서술하였고, 이수상(2004)은 “디지털 문헌을 안전하게 보존하는 활동으로, 시간이 경과 되어도 그것에 접근할 수 있고 진본을 유지할 수 있도록 하는 모든 행위”라고 정의하였다. 이처럼 디지털 아카이빙에 대한 개념은 다양하지만, 기본적으로 디지털 아카이빙은 가치 있는 디지털 콘텐츠를 선별하여 콘텐츠의 내용과 함께 차후 이용을 위해 필요한 기기, 소프트웨어, 각종 정보기술 등을 장기 보존하여 장래 재이용할 수 있도록 하는 작업이라고 설명할 수 있다. 특히, 한류 대중문화 콘텐츠는 미디어의 변화로 비 디지털부터 디지털 생성 콘텐츠까지 여러 유형의 디지털 콘텐츠¹⁾로 제작

되고 있어 이들 콘텐츠를 장기 보존 및 재이용하기 위해서는 필수적으로 디지털 아카이빙이 필요하다.

2.3 관련 연구

‘한류 콘텐츠’에 관한 연구는 경영학, 교육학, 마케팅 학, 문헌정보학, 예술학 등 여러 학문 분야와 관점에서 연구 주제로 활용되고 있다. 폭넓은 범주에서 다양한 연구가 진행되고 있지만, 한류 대중문화 콘텐츠와 한류 대중문화 콘텐츠의 보존에 관한 이론적·학문적 연구는 아직 부족한 실정이다. 그래서 본 연구에서는 한류 (문화) 콘텐츠, 한류 문화콘텐츠의 영향, 한류 콘텐츠의 기록화, 디지털 콘텐츠 아카이빙 정책 수립, 무형문화유산 디지털 아카이브 구축 등에 관련된 연구들을 살펴보았다.

신갑용 외(2014)는 한류 문화콘텐츠가 기존의 문화콘텐츠를 넘어 한국적인 모든 것을 포함한 콘텐츠라고 제시하며, 여러 콘텐츠 가운데 K-Food 콘텐츠를 특정 대상으로 선정하여 K-Food 콘텐츠의 기록화에 대해 언급하고 있다. 또한, 한류 문화콘텐츠는 충분히 증거적 가치를 지닌 기록물로 보존할 필요가 있기에, K-Food 콘텐츠에 AtoM 소프트웨어를 적용하여 한류 문화콘텐츠의 기록화에 대한 기대 효과를 기술하였다. 이 논문을 통해서 광의적으로 한류 문화콘텐츠의 기록화, 기록관리 시스템이 필요하고 현재 부족한 상황이라는 점을 재차 확인할 수 있었다. 그리고 보존 대상은 다

르지만 AtoM을 활용했을 경우, 한류 문화콘텐츠 기록화에 대한 기대효과와 한계에 대해 학습할 수 있었다.

신재민, 곽승진(2013)은 국가의 문화적 자산이자 현재와 미래 세대를 위해 보존해야 하는 디지털 콘텐츠를 디지털 아카이빙의 관점에서 접근하여 각종 사례(국내외 디지털 콘텐츠 아카이빙 주요 사례)를 조사 및 분석하고 있다. 또한, 분석 결과를 통해서 시사점과 디지털 콘텐츠의 활용성을 확대, 체계적인 디지털 콘텐츠 아카이빙 전략을 수립하기 위한 방안을 제시하고 있다. 이 논문은 디지털 콘텐츠의 아카이빙의 필요성부터 주요 사례들을 구체적으로 제시하고 있어 본 연구의 디지털 아카이빙에 이 관점을 도입하였고, 한류 대중문화 콘텐츠를 디지털 아카이빙에 접근시키기 위한 제안점으로 정책방안을 참고하였다.

정정주(2018)는 한류 3.0까지 진행된 현재의 시각에서 한류를 정리하고 포괄적으로 조사하여, 한류의 발전부터 한류의 시기별 특성, 빅데이터를 활용한 한류 연구, 한류의 성공 요인 등에 대해 구체적으로 나열하고 있다. 특히, 한류 콘텐츠가 산업적 가치를 넘어 세계적으로 영향을 미치는 매우 큰 가치를 가지고 있어 빅데이터를 활용한 연구가 앞으로 필요하다고 언급하고 있다. 본 연구는 이 논문으로부터 한류에 대한 기초 개념부터 한류의 발전 방향, 빅데이터의 필요성 등을 참고하였고 한류에 대한 개념을 정립하는 데 활용하였다.

한희정 외(2016)는 국내 무형문화유산이 지

1) 디지털 콘텐츠는 디지털화된 콘텐츠(Digitized)와 디지털 생성 콘텐츠(Born-Digital)를 모두 포함한 콘텐츠이다. 디지털 콘텐츠는 비 디지털 콘텐츠 혹은 부호, 문자, 음성, 영상 등을 디지털 포맷으로 가공·처리한 정보자원으로, 디지털 저장매체나 온라인상의 네트워크를 통해 전달된다(정영미, 윤화목, 김정택, 2010).

닌 가치가 사회발전에 중요한 원동력이 된다는 관점을 가지고 디지털 측면에서 체계적인 관리와 활용의 필요성을 제시하고 있다. 또한, 무형문화유산 디지털 아카이빙 현황을 비교 분석하여 디지털 아카이브 개발을 위해 문화 거버넌스를 기반으로 한 정책개발과 표준화된 관리 기반 기술을 제안하였다. 무형문화유산에 대한 보존 가치를 높이 평가하여 디지털 아카이빙으로 접근하고 있는 이 논문을 통해서, 본 연구와 보존 대상은 다르지만, 이 논문에서 제안하는 디지털 콘텐츠 구축을 위한 방법론과 디지털 아카이브 구축방안을 기본 개념으로 참고하였다.

3. 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위한 기초적 개념 및 대상 분석

본 장에서는 한류 대중문화 콘텐츠에 대한 이해를 돕고 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위한 기초적 개념을 정립하는 데 필요한 토대로, 한류 대중문화 콘텐츠의 개념, 범주, 특성에 대해 살펴보았다. 그리고 이를 바탕으로 콘텐츠 간의 관계와 디지털 아카이빙을 위한 콘텐츠의 보존 대상에 대해 정리·분석하여 기술하였다.

3.1 한류 대중문화 콘텐츠의 개념, 특성 및 콘텐츠 간의 관계 분석

2.1장에서 언급하였듯이 ‘한류’와 ‘한류 콘텐

츠’에 대한 정의와 개념은 다양하고, 한류 콘텐츠의 지역(국가)과 문화콘텐츠의 범주는 점차 확장되어 포괄적으로 변하고 있다. 그러나, 한류 대중문화 콘텐츠에 대한 개념, 콘텐츠 유형의 범주, 특성 등은 아직 명확하게 정립되어 있지 않다. 이에 본 연구에서는 앞서 살펴본 관련 개념들과 한류 발전과정 등을 바탕으로 한류 대중문화 콘텐츠의 개념, 범위, 특성을 정리하여 순차적으로 기술하였다.

한류 대중문화 콘텐츠는 전 세계의 ‘한류’에 큰 영향을 미친 콘텐츠를 나타내며, ‘한류(지역)’, ‘대중문화(유형/ 장르)’, ‘콘텐츠(매체)’로 조합된 단어이다. 이들 단어를 통해 한류 대중문화 콘텐츠의 정의와 범위를 살펴보면, 한류 대중문화 콘텐츠는 “한국에서 각종 대중매체로 기획 및 제작, 생산되어 세계 대중이 언제 어디서든 쉽고 빠르게 접할 수 있도록 한국의 대중문화를 담은 콘텐츠”로 정의할 수 있다.

한류 대중문화 콘텐츠는 애니메이션, 영화, 대중음악, 방송²⁾(드라마, 오락, 교육 등), 웹툰, 소설, 만화, 악보집 등 콘텐츠의 유형 및 장르가 다양하고 제한적이지 않으며 한류의 발전과정에 따라 새로운 콘텐츠가 추가되고 있다. 콘텐츠는 특성에 따라 크게 영상, 음악, 이미지/텍스트로 분류할 수 있으며, 이들 콘텐츠는 비 디지털 콘텐츠(아날로그, Non-Digital)와 디지털 생성 콘텐츠(Born-Digital)로 제작·생산되고 있다. 디지털 매체의 등장과 발전으로 콘텐츠의 매체(형식)에 급속한 변화를 가져왔고 현재는 디지털 생성 콘텐츠가 주된 매체로 사용되고 있다. 다만, 최근 레트로 문화의 유행으로 인

2) 2020년 방송산업 실태조사 보고서에서는 국외에 영향을 미친 방송프로그램(완성품)의 장르를 드라마, 다큐멘터리, 교양, 오락으로 구분하고 있다(한국콘텐츠진흥원, 2021).

해 과거 비 디지털 콘텐츠가 한류 대중문화 콘텐츠로 재생산되고 있다. <표 2>에서는 한류 대중문화 콘텐츠의 유형 범위를 영상 콘텐츠, 음악 콘텐츠, 이미지/ 텍스트 콘텐츠로 구분하여 콘텐츠별 한류 대중문화 콘텐츠의 유형(혹은 장르), 각 콘텐츠의 생산·저장매체와 매체 형식에 대해 보여주고 있다.

시대와 제작기관에 따라 한류 대중문화 콘텐츠의 매체와 유형이 점차 변화하고 증가하면서 콘텐츠의 범위(매체, 유형, 기관 등)는 특정화되지 않고 다방면에서 비 제한으로 확대되어 생산 및 활용되고 있다. 이와 같은 현상은 한류 대중문화 콘텐츠의 주요 특성이라고 할 수 있다. 한류 대중문화 콘텐츠의 특성 가운데 또 다른 특성으로는 '콘텐츠 간의 관계'를 살펴볼 수 있다. 한류 대중문화 콘텐츠는 기본적으로 하나의

저작(작품)이 제작되어 활용되지만, 하나의 대표저작(Primary Content)으로부터 각기 다른 유형, 매체, 기관에서 여러 콘텐츠가 파생 및 제작되어 한류 대중문화 콘텐츠로 이용되기도 한다. 더욱이, 지난 30년간 많은 양의 한류 대중문화 콘텐츠가 전 세계로 수출되었고,³⁾ 해당 국가에서 더빙, 각색 및 변환되어 재생산되면서 지속적으로 여러 콘텐츠가 파생·제작되고 있다. 예를 들어 '한류 붐'이라는 단어와 함께 사회적 현상을 만든 '겨울연가'의 경우, 대표적인 한류 대중문화 콘텐츠로, 한국에서 제작된 TV 드라마가 콘텐츠의 대표저작이라 할 수 있다. '겨울연가'는 드라마로부터 OST,⁴⁾ 애니메이션⁵⁾ 등이 파생되어 제작되었고, 이들 콘텐츠로부터 소설,⁶⁾ 악보집,⁷⁾ 뮤지컬⁸⁾ 등이 파생, 기획 및 제작되어 동아시아권 국가로 수출되었다. 특히,

<표 2> 한류 대중문화 콘텐츠의 유형 범위

구분	영상 콘텐츠	음악콘텐츠	이미지/텍스트 콘텐츠
콘텐츠 유형	방송(드라마, 교양, 오락, 다큐멘터리) 애니메이션, 영화 등	대중음악(K-pop, OST) 등	소설, 악보, 만화, 웹툰, 사진 등
매체	생산 매체 ① 비 디지털 콘텐츠(아날로그 콘텐츠) - VHS 외 아날로그 비디오테이프, 필름, DVD, CD, LD 등	① 비 디지털 콘텐츠(아날로그 콘텐츠) - 카세트테이프, CD 등	① 비 디지털 콘텐츠(아날로그 콘텐츠) - 종이, 필름 등
	② 디지털 생성 콘텐츠 - AVI, MOV, WMV, MPEG 등	② 디지털 생성 콘텐츠 - MP3, AIFF, WMV, WMA 등	② 디지털 생성 콘텐츠 - TIFF, JPEG, GIF, PDF 등
저장 매체	디지털 콘텐츠 - AVI, MOV, MPEG, WMV 등	디지털 콘텐츠 - MP3, AIFF, WMV, WMA 등	디지털 콘텐츠 - TIFF, JPEG, GIF, PDF 등

3) 단편적인 예로, 방송프로그램의 수출이 지속적으로 증가하여 2019년 기준 지상파 프로그램은 1억 7,646만 달러, 방송채널사용사업(CJ ENM, JTBC 등)은 1억 9,068만 달러의 수출 총액을 달성했다. 그리고 방송프로그램의 경우 총 107,357편이 전 세계로 수출되었다.
 4) 겨울연가(2002). 서울: 예당엔터테인먼트.
 5) 겨울 소나타(일본어 명칭)는 2009년 한국과 일본에서 공동 제작되었고, 일본에서 DVD로 발매되었다.
 6) 김은희 외(2002). 겨울연가. 1-2. 서울: 창작시대.
 7) 상지원 편집부(2005). 겨울연가: 피아노 연주곡집. 서울: 상지원.
 8) 뮤지컬 겨울연가는 2006년 일본에서 공연이 시작되었고, 2011년 한국에서 제공연되었다.

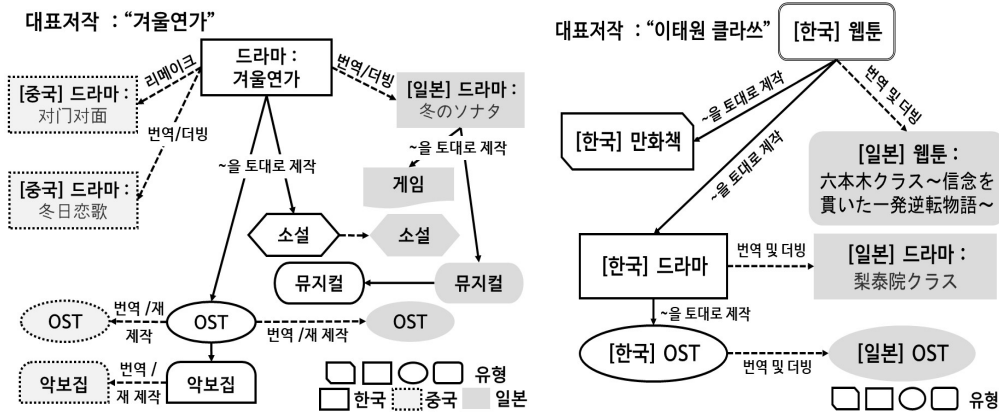
일본에서는 ‘겨울연가’의 높은 인기로 인해 드라마와 애니메이션이 일본어로 더빙되었고, 대표저작 드라마의 내용 및 포맷을 활용한 영상 콘텐츠⁹⁾ 책,¹⁰⁾¹¹⁾ 게임¹²⁾ 등의 콘텐츠가 새롭게 제작되어 생산되었다(〈그림 1〉 참조).

한류 대중문화 콘텐츠는 대표저작 콘텐츠로부터 여러 콘텐츠가 파생되고, 파생된 이들 콘텐츠의 유형, 매체 형식, 시대, 국가 등은 매우 다양하다. 그리고 이로 인해 콘텐츠 간의 관계도 복잡하고 광범위하다. 이를 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙 관점에서 정리하면, 콘텐츠의 검색, 이용, 수집, 관리, 보존, 재이용하기 위해서는 콘텐츠에 대한 정확한 분석과 정보수집을 통해 대표 콘텐츠와 관련 콘텐츠 간의 관계 확인이 필요하다는 것을 의미한다. 특히, 콘텐츠 간의 관계 확인은 한류 대중문화

콘텐츠의 보존 및 디지털 아카이빙에 있어서 보존 대상의 선정 및 콘텐츠 접근/이용/관리를 위한 관계 설정에 필요한 과정이자 중요한 역할을 하기에, 콘텐츠에 대한 정확한 분석이 이뤄져야 한다.

3.2 아카이빙을 위한 한류 대중문화 콘텐츠의 보존 대상 정리

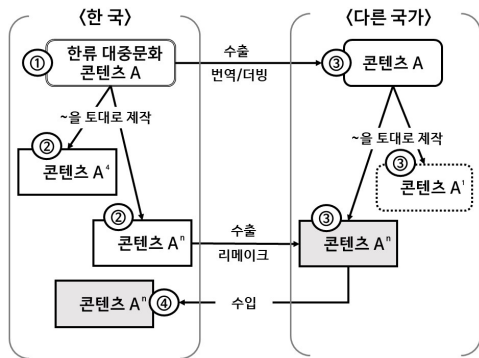
한류 대중문화 콘텐츠의 다매체, 다양한 유형, 복잡한 관계는 콘텐츠에 대한 기본 정보 분석뿐 아니라 수집, 장기 보존을 어렵게 하는 요인이 될 수 있다. 따라서 한류 대중문화 콘텐츠의 아카이빙을 위해서는 우선 명확한 보존 대상의 확립이 필요하다. 특히 양적·질적으로 크게 성장하고 증가한 한류 대중문화 콘텐츠의 보존을 위



〈그림 1〉 한류 대중문화 콘텐츠의 대표저작과 파생된 다른 저작과의 관계 예시 - 겨울연가, 이태원 클래스

9) 바ップ(2004). 『冬のソナタ』で學ぶハングル.
 10) マリンチェ(2006). 冬ソナ最終章: その後のふたり. 東京: 右文書院.
 11) 김·우니, 윤·운기(2004). 冬のソナタ. 東京: 宙出版.
 12) 冬のソナタDS(겨울 소나타DS)라는 명칭으로 일본 닌텐도 회사에서 게임이 제작되어 판매되었다.

해서는 기본적으로 '무엇을 보존할 것인가? 혹은 보존해야 하는가?', '하나의 콘텐츠를 보존할 것인가? 혹은 관련된/파생된 콘텐츠를 모두 보존할 것인가?'와 같은 보존 대상에 대한 관점이 적용되어야 한다. 다시 말해서, 콘텐츠의 내용적·형태적인 관점(보존 가능한 유형, 보존 가치, 매체 등)에서 보존의 필요성을 가진 주된 콘텐츠와 콘텐츠 간의 관계를 파악하여 보존 대상을 선정해야 한다. 이에 본 연구에서는 선행조사와 분석을 바탕으로 한류 대중문화 콘텐츠의 아카이빙을 위한 보존 대상으로 4개의 한류 대중문화 콘텐츠 단위를 다음과 같이 정리하여 구성하였다(〈그림 2〉 참조).



〈그림 2〉 한류 대중문화 콘텐츠의 보존 대상 선정을 위한 콘텐츠 단위 예시

- ① 한국에서 기획 및 제작·생산된 하나의 주된 콘텐츠(대표저작)
- ② '① 콘텐츠'에서 파생된 콘텐츠로, '① 콘텐

츠'와 관련되어 한국에서 다양한 매체, 유형, 장르 등으로 기획·제작 및 생산된 콘텐츠

- ③ '① 콘텐츠' 혹은 '② 콘텐츠'의 포맷, 내용 등이 수출되어 해외에서 제작된 콘텐츠
- ④ '① 콘텐츠' 혹은 '② 콘텐츠'의 포맷, 내용 등이 수출되어 해외에서 새롭게 제작되어 한국으로 수입된 콘텐츠¹³⁾

①~④의 콘텐츠는 콘텐츠에 따라 유형, 매체 형식, 제작기관, 국가 등이 다르다. 콘텐츠의 수출과 수출국의 범위 확장으로 수출된 콘텐츠가 다른 유형, 매체, 언어 등으로 새롭게 제작되거나(Remake) 재수입되면서 한류 대중매체 콘텐츠의 관계는 더욱 복잡해졌고 이로 인해 관계 확인, 콘텐츠의 수집 및 보존 진행도 더욱 어려워졌다. 따라서, 한류 대중문화 콘텐츠의 아카이빙을 위해서는 콘텐츠의 관계 분석과 함께 구조, 매체(비 디지털, 디지털 생성)의 형식, 경제적 효과(파급력), 콘텐츠의 영향력, 지역 범위(한국, 해외) 등을 다각적 관점에서 조사 및 분석해서 보존 대상을 선정해야 한다. 또한, 보존 범위를 '단일 콘텐츠로 선정할 것인지(① 콘텐츠 혹은 ② 콘텐츠)', 혹은 '파생된 여러 콘텐츠를 포함한 복합 콘텐츠(콘텐츠 집합, ①~④)'로 선정하여 보존할 것인지에 대해 결정해야 한다. 즉, 한류 대중문화 콘텐츠의 보존 대상은 선정 여부에 따라 범위가 좁을 수도 혹은 매우 넓을 수도 있다.

13) 예를 들면, '올드보이'의 경우 미국으로 수출되어 'Old Boy'로 리메이크 후 한국으로 수입되었고, '수상한 그녀'는 7개국(베트남의 '내가 니 할매다', 중국의 '20세여 다시 한번', 태국의 '다시 또 스물', 인도네시아의 '20 포에버', 인도의 '오! 베이비', 필리핀의 '미스 그레니')으로 수출된 후 일본에서 '싱 마이 라이프(あやしい彼女)'가 제작되어 한국에서 상영되었다.

4. 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브 현황 분석과 앞으로의 방향 제언

본 장에서는 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위한 기초자료이자 토대로 활용가능하도록 한류 대중문화 콘텐츠의 현황에 대해 살펴보았다. 현황 조사 및 분석은 유형별로 영상 콘텐츠, 음악콘텐츠, 이미지/텍스트 콘텐츠로 나뉘어서 서술하였고, 이를 바탕으로 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위한 앞으로의 방향에 대해 정리하여 제시하였다.

4.1 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브 현황 조사 및 분석

한류 대중문화 콘텐츠는 특정 유형이 아닌 영상, 음악, 이미지, 텍스트 등 다양한 유형으로 방송국, 제작사, 배급사, 음반 회사(연예 기획사), 출판사 등에서 제작·생산되고 있다. 생산된 콘텐츠는 주로 제작기관, 혹은 방송사 등 각 해당 기관에서 자체적으로 아카이브 시스템을 구축하여 관리하거나 보존을 진행하고 있다. 그래서 다음에서는 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브(기관/시스템)를 <표 2>의 콘텐츠 유형(영상 콘텐츠, 음악콘텐츠, 이미지/텍스트 콘텐츠)으로 분류하여 구축현황을 조사 및 분석하여 나열하였다.

4.1.1 영상 콘텐츠

2020년 전 세계에 소비된 한국 문화콘텐츠에는 드라마(1), 예능(3), 영화(4)¹⁴⁾가 상위순위로 나열되어있고 이는 한류 수출이 시작된 1999년부터 현재까지 한국 영상 콘텐츠의 위상이 여전히 높고 계속 많은 관심을 받고 있음을 확인할 수 있다. 이에 영상 콘텐츠의 디지털 아카이브 현황 조사는 크게 2개의 콘텐츠, 방송 콘텐츠(드라마, 예능, 교양 등)와 영화콘텐츠(애니메이션 포함)로 구분하여 살펴보았다.

1) 방송 콘텐츠

방송 콘텐츠는 지상파방송과 방송채널사용사업(Program Provider로, CJ ENM, JTBC 등이 포함)에 의해 생산되고 있다. 2000년대 중반 지상파방송, 보도전문채널, 종합편성채널, 외주제작사를 중심으로 방송제작과정(촬영, 편집·제작, 송출, 아카이빙 등)이 디지털화되면서 각 방송사에서는 자체적으로 아카이브 시스템을 구축하기 시작했다. 그러나 방송사의 규모, 예산 등에 편차를 보이며(정회경 외, 2019), 지상파 대형 방송사 외의 기관에서는 디지털 아카이브 시스템을 적극적으로 도입하지 않고 있다. 이에 방송 콘텐츠의 디지털 아카이브 현황은 디지털 아카이브를 구축한 지상파 3사 대형 방송사를 중심으로 서술하였다.

첫 번째, KBS ARCHIVE¹⁵⁾는 비 디지털, 디지털 콘텐츠를 모두 보존 대상으로 디지털 아카이브(시스템)를 운영하고 있다. 현재 5,587,290

14) 2021년 해외 한류 실태조사(한국국제문화교류진흥원, 2021c)에 의하면, 2020년 한국 문화 콘텐츠 소비 순위는 1위 드라마(29.7%), 2위 뷰티(27.5%), 3위 예능(26.9%), 4위 영화(24.5%), 5위 패션(24.8%), 6위 게임(24.0%), 7위 음악(23.2%), 8위 애니메이션(21.8%), 9위 출판물(21.6%), 10위 음식(17.2%) 순이었다.

15) KBS ARCHIVE (online) <http://kbsarchive.com/kbs_archive/>

(개, 장, 권)의 콘텐츠¹⁶⁾를 유형¹⁷⁾에 따라 비디오, 오디오, 문헌으로 카테고리 화하여, 비디오 아카이브, 오디오 아카이브, 사진 아카이브, 도서관에서 소장 관리하고 있다. KBS ARCHIVE에서는 기관 내의 모든 영상과 음악 및 오디오 콘텐츠를 디지털화하여 저장 및 보존하며, 기관 내 모든 제작시스템(지역국, 계열사 포함)과 연계하여 제작자가 빠르게 이용할 수 있도록 한다. 그리고 기존 아날로그 매체에 저장된 콘텐츠를 KBS 전사 표준을 적용한 메타데이터 정보와 함께 디지털 정보로 변환하여 체계적으로 축적·관리, 영구 보존을 목표로 운영하고 있다.

두 번째, MBC 디지털 아카이브 시스템¹⁸⁾은 현재까지의 영상, 음성, 이미지 등 콘텐츠를 디지털로 변환하거나 디지털로 제작된 콘텐츠에 접근·이용할 수 있도록 온라인 서비스를 제공한다. 그리고 이 시스템은 개인 및 법인 사업자를 대상으로 서비스를 제공하는 B2B 전용 플랫폼으로, 영상 소재 판매, 아카이브 구독, 아카이브 기획상품(교육 콘텐츠) 판매를 서비스한다. 현재 228,848건의 콘텐츠, 방송영상과 방송 외 콘텐츠(이미지, 항공촬영 원본 영상, 제작 현장 이미지, 행사 이미지 등)를 보존하며, 콘텐츠의 경우, 장르별로 분류하여 시스템에서는 키워드 검색과 컬렉션¹⁹⁾ 브라우징, 프로그램 카테고리(TV와 라

디오, 영상, 오디오, 이미지) 검색을 지원하고 있다(김희진, 2021).

세 번째, SBS 아카이브는 2004년 뉴스 프로그램의 보존을 위한 디지털 뉴스룸을 구축하였으나, 2017년 개방형 영상 아카이브를 회원제²⁰⁾로 재구축하여 오아시스 TV를 제공하고 있다(우계성, 2010). 26년간 방송한 11만 시간 분량의 방송 프로그램을 데이터베이스화한 오아시스 TV는 B2B 전용 플랫폼으로, 민간 이용자보다 기업 이용자를 대상으로 콘텐츠를 제공하고, 방송에 나온 음악, 출연진이 입었던 의상 등 다양한 키워드로의 검색이 가능하도록 서비스 한다.²¹⁾

21세기 전후부터 지상파 방송사들은 방송 콘텐츠의 보존과 디지털화를 위해 끊임없이 노력해왔다. 방송사의 디지털 아카이브 시스템은 방송 원본(비 디지털 콘텐츠)의 디지털화, 비 디지털과 디지털 콘텐츠의 동시 보존, 다양한 유형 및 장르의 대량 콘텐츠 수집 및 관리 그리고 방송 콘텐츠의 원활한 공급과 장래(將來)의 재이용을 위한 환경 제공이라는 목표를 가지고 구축되어 관리되고 있다. 그러나, 방송사 디지털 아카이브 시스템 혹은 각 방송사의 웹사이트에서는 소장 콘텐츠에 대한 정보를 얻기 어렵고 검색 시스템을 별도로 제공하고 있지 않아 한국 대중문화 콘텐츠에 대한 정보(보존

16) 2020년 12월 31일 기준

17) 비디오 콘텐츠는 필름, 사진, 비디오, 디지털파일 등, 오디오 콘텐츠는 음악, 음향, 녹음물, 디지털파일 등, 문헌 콘텐츠는 도서, 연속간행물, 방송 대본, 디지털파일 등 문자기록이 추가 되는 콘텐츠이다.

18) MBC 디지털 아카이브 시스템 (online) <<https://www.mbcarchive.com/include/about.aspx>>

19) 컬렉션 브라우징은 총 18개, 자연과 환경, 역사, 인물, 문화와 예술, 과학과 기술, 의학과 건강, 방송과 영상, 정치와 민주주의, 국방외교, 북한 사회, 경제와 기업, 사회와 복지, 교육, 라이프스타일, 여행과 교통, 지역사회, 스포츠, 키즈로 구성되어 있다.

20) SBS 개방형 영상 아카이브 (online) <OASYS.tv>

21) SBS, '콘텐츠 도매상' 오아시스 TV 개시 (online)

<<http://www.mediaus.co.kr/news/articleView.html?idxno=79389>>

진행 여부, 메타데이터 정보의 정확성, 디지털화 여부)가 올바르게 제공되는지, 보존 콘텐츠를 동시다발적으로 다양한 유형의 검색이 가능한지, 브라우징 혹은 키워드, 해시태그에 '한류'로의 검색이 가능한지 등에 관한 확인이 어렵다. 그리고 이들 시스템은 공통적으로 콘텐츠를 통해 수익구조를 발생시키는 특정 이용자 중심의 플랫폼으로 구축되어 있어 일반 외부 이용자, 특히 해외 이용자에게 개방되지 않아 쉽게 접근할 수 없는 단점을 가지고 있다.

2) 영화콘텐츠

영화콘텐츠는 코로나19 상황에도 2020년을 기점으로 급격한 인기 상승과 수출 증가(완성품)²²⁾를 가져왔다. 이와 같은 현상의 대표적인 요인은 한국 영화콘텐츠의 우수성 인정과 글로벌 OTT 플랫폼과의 연계 및 제작·배급이라고 할 수 있다. 세계적으로 한국 영화콘텐츠의 위상이 높아지고 있는 가운데 국내에서 영화 콘텐츠를 보존하는 주된 기관으로는 방송사 디지털 아카이브 시스템과 한국영상자료원이 있다. 1990년대 후반 한국콘텐츠진흥원에서 디지털 방송 아카이브 프로젝트(방송프로그램 보관소)를

운영하였으나, 2005년 방송사들의 미온적 협조, 예산 지원 중단, 관련 법의 미비 등으로 인해 중단되었다²³⁾(정회경 외, 2019). 그래서 영화콘텐츠의 디지털 아카이브 현황은 한국 영화 아카이빙을 수행하는 한국영상자료원(남인영, 2006)과, 필름 데이터베이스를 구축하고 있는 한국시네마테크협회를 통해 살펴보았다.

첫 번째, 한국영상자료원²⁴⁾은 영상 유산의 글로벌 영상 아카이브를 목표로 국내외 영화자료(필름, 비 필름)를 수집, 복원, 보존 서비스를 진행하고, 다양한 플랫폼²⁵⁾ 서비스를 통해 영화 콘텐츠(애니메이션 포함)와 영화 관련 다양한 콘텐츠를 제공한다. 한국영상자료원은 의무납본 기관으로, 한국에서 제작 및 생산된 모든 영화 콘텐츠는 수집하고 수집된 콘텐츠들은 디지털화하여 비 디지털과 디지털 콘텐츠를 모두 보존하고 있다. 총 1,181,269편(개)²⁶⁾의 영화필름, 디지털 콘텐츠, 비 필름 콘텐츠를 소장 및 보존하고 있고 이들 콘텐츠는 영상도서관, KMDb(Korea Movie Database)²⁷⁾²⁸⁾에서 검색서비스를 제공한다.

두 번째, 한국시네마테크협회²⁹⁾는 민간 비영리기관으로 문화공간, 교육공간, 보존공간의 역할을 하며, 세계적인 영화문화 유산을 보존하

22) 2020년 한류 백서(한국국제문화교류진흥원, 2021b)에 의하면, 한국 영화 해외수출액은 2018년 41,607,247달러, 2019년 37,877,316달러, 2020년 54,156,980달러로, 2018, 2019년에 비해 2020년 크게 증가하였다.

23) 한국방송영상산업진흥원(2012). 방송영상산업진흥 5개년 계획 연구 보고서

24) 한국영상자료원 (online) <<https://www.koreafilm.or.kr/main>>

25) 한국영상자료원의 영상도서관, 한국영화박물관, KMDb 등의 플랫폼을 통해 한국영화 콘텐츠에 접근할 수 있다.

26) 영화필름은 국내의 합하여 총 12,697편, 디지털 콘텐츠(보존용 데이터, 활용용 데이터, 사운드 파일)는 총 6,084편, 비 필름 콘텐츠(비디오테이프, 비디오디스크(LD, VCD, DVD 등), 음향자료(LP, CD, 테이프), 이미지자료(포스터, 스틸), 문헌자료(시나리오, 논문/정기간행물, 도서 등), 기타자료(영화기자재/소품 등))는 총 1,162,488편이 보존되고 있다.

27) KMDb (online) <<https://www.kmdb.or.kr/db/main>>

28) KMDb는 한국 영화 데이터베이스로 VOD, 영화자료관을 함께 운영하며, 총 808,281편(개)의 콘텐츠를 키워드, 브라우징, 해시태그, 유형별(필름, 비디오, 동영상, 이미지, 시나리오/콘테, 도서/논문, OST, 심의서류, 박물류) 검색, 내용 및 자료유형, 국가, 언어, 규격 등으로 다양한 검색서비스를 지원하고 있다.

29) 한국시네마테크협회 (online) <<https://cinematheque.seoul.kr/>>

고 공유하여 영화의 문화적 가치를 올바르게 인식할 수 있도록 한다는 목표를 가지고 운영하고 있다. 한국시네마테크협의회에서는 아카이브 데이터베이스로 필름 라이브러리, 필름 데이터베이스를 구축하였고, 필름 데이터베이스에서는 리스트 검색서비스로 디지털, DCP, 35mm 필름 등 다양한 포맷의 총 6262편의 콘텐츠를 년도, 시간, 포맷, 색상에 대한 정보와 함께 제공하고 있다.

1990년대 시네마테크 운동, 2002년 영화진흥법의 개정 등으로 영화콘텐츠의 아카이빙에 대한 관심은 증대하였고, 공공 영역의 중요한 사업으로서도 인식되기 시작했다(남인영, 2006). 세계적 관심 증가, 다양한 플랫폼 등장, 영화 기술의 향상 등으로 한국 영화의 수출은 계속 증가하고 있는 반면, 한국 영화콘텐츠의 디지털 아카이브 구축은 본격화되고 있지 않았다(유은혜, 정연경, 2006). 영화콘텐츠의 보존을 본격적으로 진행하는 한국영상자료원에서는 의무납본을 통해 한국영화를 수집하여 관리하고 있지만, 필름 수집과 복원을 우선시하고 있어 모든 영화에 디지털 아카이빙을 활발하게 진행하고 있는 지에 대해 확인할 수 없었다. 또한, 영화 관련 정보, 소장자료의 관련 정보, 메타데이터 정보 등의 정도가 영화에 따라 차이를 보여주고 있어 정보 제공의 일관성이 결여되어 있음을 확인할 수 있었다. 영화콘텐츠의 디지털 아카이브는 아직 본격적으로 행해지고 있지 않으나, 현재 KMDb에서 제공하는 다양한 검색

서비스로 인해 영화콘텐츠에의 접근 용이성을 높여주고 있었다.

4.1.2 음악 콘텐츠

2020년 한류 파급효과 연구에 따르면, 음악콘텐츠가 문화콘텐츠 한류영향계수³⁰⁾ 점수를 가장 높게 받았고, 아시아, 미주, 유럽, 중동, 아프리카에서 '한류'로 생각되는 문화콘텐츠 1위 K-Pop(케이팝)으로 조사되었다. 해외 수용자들이 한국 연상 이미지로 가장 많이 떠올리는 콘텐츠이자, K-Pop을 한국의 대표적인 문화로 인식한다는 응답은 지난 3년간 꾸준히 증가하고 있다(한국국제문화교류진흥원, 2021a). 세계적인 가치를 인정받고 있는 K-Pop과 이와 관련된 기록의 관리와 보존 필요성이 대두되면서 한국콘텐츠진흥원에서는 대중음악 아카이브 구축사업을 시작하였다(한국콘텐츠진흥원, 2017), (이영지, 오효정, 안승권, 2019). 다만, 한국콘텐츠진흥원에서 구축한 한국음악 데이터베이스 KOCCA 음악 아카이브의 웹페이지는 현재 운영되고 있지 않다. 이에 한국 대중음악 콘텐츠 디지털 아카이브 현황은 현재 운영되고 있는 K-POP ARCHIVE와 한국대중음악박물관을 통해 살펴보았다.

첫 번째, K-POP ARCHIVE³¹⁾는 디지털 음악산업 환경에 필요한 음악콘텐츠를 수집, 분류하고 데이터베이스화하여 전문가 및 일반 이용자에게 앨범 정보와 앨범의 표준 메타데이터 정보를 제공한다. 앨범 정보는 검색서비스에서 각각 5개의 카테고리³²⁾로 검색이 가능하고 이 외

30) 우리나라 문화 콘텐츠 수출 가운데 한류로 인한 비율을 추정하여 이를 '문화 콘텐츠 한류영향계수'라고 지칭한다. '문화 콘텐츠 한류영향계수'는 한국국제문화교류진흥원(2021c)이 2019년 12월 문화콘텐츠 전문가 38인에 대한 설문조사를 실시하여 받은 점수의 가중평균으로 파악된다.

31) K-POP ARCHIVE (online) <http://k-pop.or.kr/info2014/kpop_info.jsp>

32) 통합검색은 앨범, 곡명, 가수, 가사, 스태프의 카테고리, 앨범 정보는 대중음악, O.S.T, 아동, 종교음악의 카테고리

에도 K-POP 히스토리를 통해 앨범으로의 접근이 가능하다. 또한, K-POP ARCHIVE에서는 공연정보, 대중음악사 등 한국의 대중음악에 대한 전반적인 정보를 제공하고 있다.

두 번째, 한국대중음악박물관³³⁾은 대한민국 최초의 대중음악 전문 박물관으로, 한국 대중음악의 근현대사를 담아 박물관의 전시 형태, 수집 및 보존 프로그램을 운영하고 있다. 그리고, 대중음악 100년 사료관을 운영하며, 현재 7만여 점의 비 디지털 콘텐츠와 디지털화된 콘텐츠³⁴⁾를 소장하여 관리하고 있다. 그러나 한국 대중음악박물관에서는 별도의 검색서비스를 제공하고 있지 않아 웹사이트에 연계 제공하는 전국 박물관 통합 검색서비스 e뮤지엄과 KMDb를 통해 소장자료의 검색이 가능하다.

한류 대중문화 콘텐츠 산업의 핵심영역이자, 드라마 혹은 영화 등 다양한 콘텐츠와 연계되어 있는 음악콘텐츠, K-Pop 콘텐츠는 현재 글로벌 단위의 인터넷 모바일 플랫폼을 통해 전 세계에서 실시간으로 쉽고 빠르게 이용되고 있다. '한류'와 같은 의미이자 브랜드로 해석되지만, 한국의 대중음악을 보존해야 한다는 관점과 실천은 아직 부족한 상황이다(정우식, 2018). 현재 음악콘텐츠의 아카이브를 실행하는 기관은 특별히 존재하지 않고 디지털 아카이브도 진행되고 있지 않다. K-POP ARCHIVE를 통해 한국 대중음악의 수집과 관리는 시작되었으나, K-POP

ARCHIVE에서는 관련 자료의 수와 양, 활용면에서 제대로 활성화가 되어 있지 않고(전병렬, 2016), 검색서비스를 통해 콘텐츠의 검색은 가능하지만, 소장 콘텐츠의 개수, 콘텐츠의 수집 및 보존 진행 상황, 콘텐츠의 보존 혹은 디지털 보존 여부 등에 대해서 정보를 확인하기 어렵다. 또한, 비영리법인 기관이기에 음반 납본을 실행하고 있어도 공적 의무가 아니기에 앨범 및 디지털 음반의 수집이 올바르게 진행되고 있는 지, 소장 콘텐츠 CD를 포함하여 모든 콘텐츠에 디지털 아카이브가 행해지고 있는 지에 대해 정확히 확인할 수 없었다.

4.1.3 이미지/텍스트 콘텐츠

한국 대중문화 콘텐츠에 있어서 이미지/텍스트 콘텐츠의 유형 범주는 사진, 도서, 악보, 지도, 잡지 등 다양하고 광범위하다. 이미지/텍스트 콘텐츠는 앞서 나열한 방송콘텐츠, 영화콘텐츠, 음악콘텐츠의 디지털 아카이브 시스템에서 관련 콘텐츠³⁵⁾로 소장 및 관리되고 있다. 이에 이미지/텍스트 콘텐츠의 디지털 아카이브 현황은 최근 한류 대중문화 콘텐츠로 자리매김을 하고 있는 출판물(문학도서) 콘텐츠와 웹툰/만화 콘텐츠를 중심으로 살펴보았다.

1) 출판물

출판물(도서) 콘텐츠의 한류는 2005년³⁶⁾부

검색이 가능하다.

33) 한국 대중음악박물관 (online) <<http://www.kpopmuseum.com/>>

34) 소장자료는 텔레비전, 가사지, 악보, 음악 교육책, 트로피, 축음기, 오르골, 빈티지 스피커, 오디오 시스템 등으로 구성되어 있다.

35) 방송 콘텐츠 디지털 아카이브 시스템에서는 문헌 콘텐츠(출판물), 영화 및 음악 콘텐츠 디지털 아카이브 시스템에서는 문헌 자료·이미지 자료(시나리오, 도서, 포스터 등)가 구성 및 소장되어 있다.

36) 2005년 김영하의 '나는 나를 파괴할 권리가 있다'라는 도서가 영미·유럽 출판 시장에서 출판되면서 한류가 시작되었고, 2011년 신경숙의 '엄마를 부탁해'로 한국 출판물의 글로벌 시대를 열기 시작했다(한국국제문화교류진흥

터 시작되었고, 국제적인 상을 수상하면서 한국 문학과 한국 출판의 위상을 높이며 존재감을 부각시켰다. 한국 문학의 급격한 성장과 성과로 아시아, 영미, 유럽 등에서 한류 대중문화 콘텐츠로서 자리 잡기 시작했고, 단순한 출판물 제작을 넘어서 음악(오디오) 콘텐츠·영상 콘텐츠(웹소설/웹 오디오, 영화·드라마의 판권 판매 등)로 확장되면서 더욱 활발해졌다. 한국에서 출판되는 모든 출판물의 수집 및 관리는 기본적으로 국립중앙도서관에서 의무납본을 통해 행해진다. 국립중앙도서관은 한국 국가 대표도서관인 만큼 한국의 모든 출판물(비 디지털, 디지털 콘텐츠)에 대해 다양한 서비스를 적용하여 일반 이용자에게 제공하고, 문학 콘텐츠의 경우 일부 디지털화하여 원문 데이터베이스를 국립중앙도서관의 디지털 도서관 디지털 자료실에서 서비스한다. 국립중앙도서관에서는 근대문학종합목록³⁷⁾ 종합 데이터베이스를 구축하여 국내 도서관, 박물관 등에 산재 되어 있는 1899년부터 현재까지의 근대문학자료를 통합적으로 관리하여 이용자가 원하는 정보를 정확하게 찾을 수 있도록 서비스를 실행한다. 국립중앙도서관 외 현재 문학 출판물의 보존에 대한 계획으로는 국립한국문학관이 건립 중에 있고, 앞으로 한국 문학과 관련 자료를 수집, 보존, 복원, 관리, 전시 등을 목표로 진행할 예정이다(김민영, 2019).

2) 웹툰³⁸⁾/만화

2020 웹툰 사업제 실태조사에 의하면, 한국

만화(웹툰 포함)의 산업 규모는 조금씩 증가하고 있다. 2020년 웹툰/만화 콘텐츠의 해외 수출액은 약간 감소했지만, 한류 대중문화 콘텐츠로서 국제적으로 인기를 얻으며 세계로 점차 유통이 확대되고 있다. 웹툰은 OSMU(One Source Multi Use)로 만화를 넘어서 영화, 드라마, 게임 등의 문화 산업에서 활용되고 있다(이재나 외, 2015). 한국 만화와 웹툰의 가능성과 가치가 증대되고 있지만, 웹툰을 기록으로 보존 및 관리하고자 하는 움직임은 아직 미흡한 상황이다(이재나 외, 2015). 현재는 만화와 웹툰의 보존, 디지털 아카이브를 위한 방안으로 국립중앙도서관과 한국만화영상진흥원, 한국저작권보호원에서 관련 협약을 체결하였고, 디지털만화규장각(한국만화영상진흥원)에서 웹툰/만화의 디지털 아카이브에 관심을 가지고 여러 방식을 도입하여 구축해 나가고 있다. 그래서 웹툰/만화 콘텐츠의 디지털 아카이브 현황은 디지털만화규장각(한국만화영상진흥원)을 중심으로 살펴보았다.

한국만화영상진흥원³⁹⁾은 만화 영상 콘텐츠산업을 중심으로 만화산업의 확대부터 체계적 아카이브 시스템 구축을 목표로 운영하고 있다. 한국만화영상진흥원에서는 디지털만화규장각⁴⁰⁾을 통해 일반 이용자가 한국 만화와 만화에 대한 모든 자료를 온라인으로 쉽게 검색하고 활용할 수 있도록 체계적인 종합 데이터베이스 - 국내 최대의 웹툰/만화 콘텐츠 아카이브, 만화 지식 정보 데이터베이스 - 를 구축하여 제공하고 있다. 디지털만화규장각에서는 주로 비 디지털 콘텐츠⁴¹⁾

원, 2021c).

37) 국립중앙도서관 (online) <<https://www.nl.go.kr/NL/contents/N50205020000.do>>

38) 웹툰은 만화의 유형으로, 이용 매체의 차이로 구분된다.

39) 한국만화영상진흥원 (online) <<https://www.komacn.kr/komacn/introduction/vision.asp>>

40) 디지털 만화규장각 (online) <<http://dml.komacn.kr/info>>

를 소장 콘텐츠로 수집·보존하여 만화 도서관과 아카이브의 검색서비스를 각각 제공하며, 검색 시 해당 만화의 기술 메타데이터 정보와 소장 여부(비 디지털 콘텐츠) 확인이 가능하다.

인터넷과 모바일 플랫폼의 확산과 국제상의 수상으로 이미지/텍스트 콘텐츠, 특히 출판물과 웹툰/만화는 조금씩 한류 대중문화 콘텐츠에서 적지 않은 비중을 차지하고 있다. 출판물 콘텐츠의 경우, 국립중앙도서관에서 조금씩 디지털 아카이빙을 추구하고 있는 반면, 만화와 웹툰 콘텐츠를 보존해야 한다는 실천은 현저하게 부족하다.

한국 만의 독자적인 만화 형식, 웹툰이 등장하고 시공간을 넘어 콘텐츠에의 접근·이용이 가능해지면서 동아시아를 중심으로 관심이 높아지기 시작했으나 웹툰의 등장이 다른 콘텐츠에 비해 비교적 최근이라는 점에서 디지털 아카이브의 진행은 미흡한 상황이다(이선영, 2019). 한국만화영상진흥원에서는 불법복제, 유통 등을 방지하고 만화 유산의 가치를 높이기 위해 디지털만화규장각을 구축하여 아카이브를 진행하고 있지만, 디지털만화규장각에서는 소장 콘텐츠에 대한 정확한 정보(유형, 권수 등)를 얻을 수 없고, 검색서비스를 통해 콘텐츠의 검색은 가능하나 콘텐츠의 수집 및 보존 진행 상황, 콘텐츠의 보존 혹은 디지털 보존 여부 등에 대해서 정보를 확인하기 어렵다. 또한, 검색서비스를 통한 검색 결과에서는 대부분 비 디지털 콘텐츠(만화책)에 대한 정보가 제공되고 있어 수집된 콘텐츠의 디지털 아카이브 실행 여

부, 웹툰의 수집 및 아카이브 진행 방식 등에 대해 확인이 어운 실정이다.

4.2 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위한 앞으로의 방향 제안

한류 대중문화 콘텐츠는 한국의 문화적, 역사적, 예술적으로 중요하고 시대에 대한 기록이자 충분히 보존 가치를 지닌 콘텐츠로 관리와 보존이 필요하다. 한류 대중문화 콘텐츠의 장기 보존 및 디지털 아카이빙에 대한 필요성은 여러 분야에서 끊임없이 제기되고 이에 대한 인식은 점차 높아지고 있으나, 아직 활발하게 진행되고 있지는 않다. 그래서 본 연구에서 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브(시스템/기관) 현황을 콘텐츠별로 살펴보고, 그 결과, 현재 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙은 아직 부족하고 미흡한 연구 진행⁴²⁾과 함께, ① 한류 대중문화 콘텐츠의 전문 보존 기관(시스템) 부재, ② 콘텐츠별 특성화된 디지털 아카이브 시스템 부재, ③ 관리자와 특정 이용자 중심 플랫폼 구조, ④ 콘텐츠의 분산적 제작 및 생산으로 인한 수집의 어려움, ⑤ 시스템에 따라 검색서비스와 원문 서비스 미제공, ⑥ 시스템에 따라 일반 이용자의 검색 서비스 이용 불가, ⑦ 콘텐츠의 디지털화 여부 확인 불가, ⑧ 디지털 아카이빙이 행해지는 소장 콘텐츠에 대한 정보 부족, ⑨ (디지털) 아카이브 시스템 간의 연계 결여, ⑩ 시스템 내 메타데이터 기술내용 차이 발생 등과 같은 문제 요인들이

41) 한국 만화와 관련된 모든 도서 및 자료(만화책, 이문서, 영상물, 원화, 캐릭터 자료, 소장품 등)

42) 3곳(DBpia, RISS, Google/Scholar)의 학술정보 포털에서 '한류', '한류 콘텐츠', '보존', '아카이브'에 관한 연구를 조사한 결과, 포털을 모두 합하여 1개의 학술지 논문과 1개의 학위논문이 관련 연구로 검색되었다.

발생하고 있음을 확인할 수 있었고, 이로 인해 보존 가치가 있는 콘텐츠가 올바르게 보존되고 있지 못하고 있다. 이와 같은 한류 대중문화 콘텐츠의 공통 문제 요인들과 앞서 살펴본 한류 대중문화 콘텐츠의 특성과 현황 등을 바탕으로 본 연구에서는 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙 발전을 위한 기본방안을 다음과 같이 정리하였다.

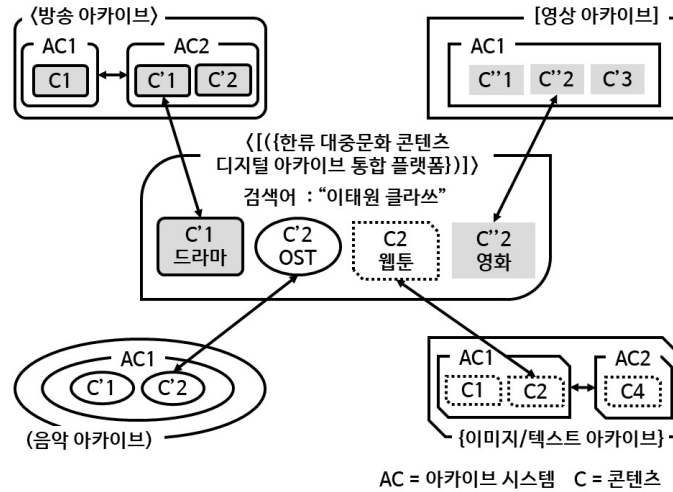
첫 번째, 「한류 대중문화 콘텐츠의 유형과 특성에 따른 콘텐츠별 전문 디지털 아카이브 시스템이 구축되어야 한다.」 현재 한류 대중문화 콘텐츠는 콘텐츠의 특성과 유형에 따라 생산·제작기관에서 수집, 관리, 보존을 실행하고 있지만, 지상 파 대형 방송사(방송 콘텐츠), 한국영상자료원(영화 콘텐츠), 국립중앙도서관(출판물)을 제외하고 해당 콘텐츠를 디지털화하여 디지털 아카이빙을 본격적으로 진행하는 기관 및 시스템은 많이 부족하다. 또한, 상업적 재생이나 특정 콘텐츠의 관리를 위한 목적으로 보존을 진행하고 있어 체계적인 전문 보존 시스템이 부재한 상황이다. 따라서, 한류 대중문화 콘텐츠의 유형과 전문성을 명확하게 파악하여 제작·생산 기관에 제한을 두지 않고 콘텐츠를 수집, 분류, 디지털화하여 아카이빙이 실행 가능하도록 디지털 아카이브 전문 시스템을 구축해야 한다.

두 번째, 「한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브 시스템 통합 플랫폼이 구축되어야 한다.」 현재 존재하는 기존의 콘텐츠별 디지털 아카이브 시스템은 기본적으로 다른 유형 콘텐츠의 정보를 제공하지 않고, 타 보존 시스템 간의 연계가 되어있지 않아 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브를 위한 콘텐츠 범위, 구성요소, 대

상 콘텐츠 관련 정보 및 콘텐츠 간의 관계 등을 명확하게 확인할 수 없다. 이로 인해 디지털 아카이빙이 된 여러 한류 대중문화 콘텐츠에 접근하기 위해서는 각각의 시스템에 접근하여 정보를 획득해야 한다. 그러나 아쉽게도 현재는 이조차도 불가능한 상황이다. 따라서, 기존에 존재하는 디지털 아카이브 시스템과의 연동과 쌍방향 교류협력을 확대하여 한류 대중문화 콘텐츠의 범주, 유형, 다른 콘텐츠와의 관계, 디지털화 진행 여부 및 포맷 정보, 보존 기관 등에 대한 정보를 한 곳에서 빠르고 쉽게 얻을 수 있는 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브 시스템 통합 플랫폼의 구축이 필요하다(〈그림 3〉 참조).

현재 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙에는 크고 작은 여러 문제 요인이 존재한다. 그중에서 가장 기본적인지만 중요한 문제 요인은 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브 시스템이 부재하여 한류 대중문화 콘텐츠에 대한 정보가 정확하게 확인이 되지 않고, 이로 인해 콘텐츠의 디지털화의 현황, 디지털 아카이빙의 진행 상황, 소재 여부 등이 명확하게 파악되지 않는 것이다. 그래서 본 연구에서는 이에 대한 기초적인 해결방안으로 “한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브 통합 시스템 혹은 통합 플랫폼 구축”을 제시하였다.

앞으로 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브 통합 시스템(혹은 통합 플랫폼)은 단순히 관련 콘텐츠를 수집하여 보존하는 저장고에 머무는 것이 아니라 수집된 기록물(콘텐츠)을 활용하여 올바른 장기 보존과 디지털화 및 관리, 콘텐츠를 원하는 모든 이용자의 요구에 맞는 서비스를 제공할 수 있도록 준비해야 한다(김희진, 2021).



〈그림 3〉 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브 시스템 통합 플랫폼

5. 결론

‘한류’가 세계적으로 널리 알려지고 관심이 높아지면서 한류 대중문화 콘텐츠는 질적인 면에서 크게 향상되었고, 국가, 매체, 유형 등 다양한 방면에서 양적으로 증가하고 있다. 이제 한류 대중문화 콘텐츠는 한국이라는 지역적 범위를 넘어서 전 세계에서 여러 콘텐츠로 제작 및 생산되고 있다. 전 세계에 많은 영향을 미친 한류 대중문화 콘텐츠는 사회적 발전의 원동력을 제공한 콘텐츠로, 문화적 자산으로서 충분한 보존 가치를 가지고 있으나 한류 대중문화 콘텐츠의 장기 보존에 대한 인식은 여전히 부족하고 디지털 아카이빙도 아직 본격화되지 않는 실정이다.

한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위해서는 콘텐츠의 개념, 특징, 구조, 형식, 매체, 다른 콘텐츠와의 관련성 등을 정확하게 파악해야 한다. 특히, 한류 대중문화 콘텐츠의 경

우, 다매체, 여러 기관에서 다양한 유형으로 제작되고 있고, 콘텐츠가 추출되거나 혹은 하나의 콘텐츠에서 새로운 여러 콘텐츠가 생성 및 제작되기 때문에 콘텐츠의 다양화, 복잡한 콘텐츠 간의 관계를 파악하기 위한 정리 및 분석이 필요하다. 이에 본 연구에서는 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙을 위한 기초적 연구로, 한류 대중문화 콘텐츠에 대한 개념, 특성, 보존 대상에 대해 분석하여 정리하였다. 그리고 디지털 아카이브(시스템/기관)를 조사하여 한류 대중문화 콘텐츠와 콘텐츠의 디지털 아카이브의 현황을 살펴보고 이에 따른 문제요인을 토대로 기본방안을 제시하였다.

한류 대중문화 콘텐츠의 보존에 대한 관점은 아직 정책적, 제도적, 학문적으로 크게 진행되고 있지 않고, 체계적인 아카이브 시스템도 구축되어 있지 않다. 또한, 21세기 디지털 문화 발전으로 한류 대중문화는 빠르게 발전하였지만 많은 콘텐츠가 제대로 보존되지 못하는 실정이

다. 그러나 한국의 문화적, 역사적, 예술적 가치를 가지고 있고 세계적으로 인정받은 브랜드로서 한류 대중문화 콘텐츠의 아카이빙과 디지털 아카이브(시스템/기관)에 대한 연구와 실행은 매우 중요하고 필요한 과정이다. 이에 저자는

한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이빙에 대한 필요성과 중요성을 정확하게 파악하고 분석하여 후속연구로 한류 대중문화 콘텐츠의 디지털 아카이브를 위한 플랫폼 구축과 메타데이터 설계에 관한 연구를 진행하고자 한다.

참 고 문 헌

- 국립중앙도서관, 출처: <https://www.nl.go.kr/NL/contents/N50205020000.do>
- 김민영 (2019). 한국 문학 아카이브의 현황과 전망: 근대문학정보센터와 국립한국문학관 설립을 중심으로. 한국기록관리학회지, 19(4), 211-219.
- 김조아, 이재윤 (2016). 한류 연구 핵심 문헌의 동시인용 분석. 2016년도 한국정보관리학회 제23회 학술대회 논문집, 15-18.
- 김희진 (2021). 공공 방송·영상 아카이브 연구. 석사학위논문, 한남대학교 대학원.
- 남인영 (2006). 한국영화 아카이빙의 현황과 미래: 아카이브의 숨겨진 목소리를 찾아서. 한국영화학회 학술발표대회 논문집, 6-17.
- 디지털 만화규장각, 출처: <http://dml.komacn.kr/info>
- 문효진 (2014). 국내 외국인 유학생의 한류 인식과 한류콘텐츠 만족도 및 제품 선호도, 국가 호감도 관계 연구, 광고연구, 03, 142-171.
- 서은경 (2004). 디지털 아카이브의 영구적 보존을 위한 개념적 모형 설계에 관한 연구. 한국문헌정보학회지, 38(1), 13-34. <http://doi.org/10.4275/KSLIS.2004.38.1.013>
- 신갑용, 유현경, 문상훈, 이운용, 이정현, 김용 (2014). 한류문화콘텐츠의 기록화를 위한 AtoM 활용 방안에 관한 연구: K-Food 콘텐츠를 중심으로. 기록학연구, 43, 5-42. <http://doi.org/10.20923/kjas.2015.43.005>
- 신재민, 광승진 (2013). 디지털 콘텐츠 아카이빙 정책수립을 위한 문헌 및 사례고찰. 사회과학연구, 24(1), 305-330.
- 우계성 (2010). 디지털화에 따른 방송영상 아카이브 구축과 이용자 만족에 관한 연구. 석사학위논문, 한양대학교 언론정보대학원.
- 유은혜, 정연경 (2006). 디지털 방송영상아카이브 구축방안에 관한 연구, 한국정보관리학회 학술대회 논문집, 207-213.
- 이선영 (2019). 지식자본 관점에서 본 애니메이션 아카이브 필요성에 관한 연구. 만화 애니메이션 연구, 271-289.

- 이수상 (2004). 디지털 아카이빙의 워크플로우와 보존처리 기술에 관한 연구. 한국도서관·정보학회지, 35(3), 119-138.
- 이영지, 오효정, 안승권 (2019). 대중음악 아카이브를 위한 K-POP 팬덤 기록 특성 분석 및 활용 방안: 방탄소년단 팬덤 '아미'를 중심으로. 기록학연구, 60, 161-194.
<http://doi.org/10.20923/kjas.2019.60.161>
- 이재나, 김용, 오효정, 김건 (2015). 웹툰 아카이브 설계 및 구축에 관한 연구. 한국비블리아학회지, 26(4), 123-149. <http://doi.org/10.14699/kbiblia.2015.26.4.123>
- 이정현 (2018). K팝·한류 드라마 아카이브화 해야
출처: <https://www.yna.co.kr/view/AKR20180827140300005>
- 전병렬 (2016). 대중음악 팬덤의 특성 분석을 통한 아카이브 활성화 연구: 서태지아카이브 사례를 중심으로. 석사학위논문, 중앙대학교 예술대학원.
- 정영미, 윤화목, 김정택 (2010). 디지털 콘텐츠의 무결성 유지를 위한 장기적인 보존 정책에 관한 연구. 정보관리연구, 41(4), 205-226. <http://doi.org/10.1633/JIM.2010.41.4.205>
- 정우식 (2018). 대중음악 아카이브의 구축방안에 관한 연구: 대중음악관계자의 의견을 중심으로. 예술경영연구, 45, 203-252.
- 정정주 (2018). 한류 콘텐츠와 빅데이터 분석. 미디어와 교육, 8(2), 172-183.
- 정희경, 박춘원, 유영식, 최효진 (2019). 국내 공공 방송·영상 아카이브 구축을 위한 해외 사례 분석. 미디어, 젠더 & 문화, 34(3), 297-337. <http://doi.org/10.38196/mgc.2019.09.34.3.297>
- 조은미 (2018). 한류문화 콘텐츠 영향 및 한류콘텐츠 산업 마케팅 방안 연구. 경영교육저널, 29(1), 27-53.
- 최철주 (2000). 디지털 시대의 방송 아카이브 구축. 방송과 미디어, 5(3), 45-55.
- 허중원, 양은경 (2002). 동아시아 텔레비전의 지역화와 한류. 방송통신연구, 55, 67-103.
- 한국 대중음악박물관, 출처: <http://www.kpopmuseum.com/>
- 한국국제문화교류진흥원 (2021a). 2020 한류 파급효과 연구,
출처: <https://portal.kocca.kr/portal/bbs/view/B0000204/1947949.do?categorys=4>
- 한국국제문화교류진흥원 (2021b). 2020 한류백서,
출처: http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_00_view.asp?seq=1186&page=1&find=&search=
- 한국국제문화교류진흥원 (2021c). 2021 해외한류 실태조사,
출처: http://www.kofice.or.kr/g200_online/g200_online_00d_view.asp?seq=19402&page=1&tblID=gongji&bunho=0&find=&search=
- 한국만화영상진흥원, 출처: <https://www.komacn.kr/komacn/introduction/vision.asp>
- 한국문화산업교류재단 (2009). 한류, 아시아를 넘어 세계로. 서울: 한국문화산업교류재단

- 한국방송영상산업진흥원 (2012). 방송영상산업진흥 5개년 계획 연구 보고서,
출처: [https://scienceon.kisti.re.kr/srch/selectPORSrchReport.do?cn=TRKO201600011621
&dbt=TRKO](https://scienceon.kisti.re.kr/srch/selectPORSrchReport.do?cn=TRKO201600011621&dbt=TRKO)
- 한국시네마테크협의회, 출처: <https://cinematheque.seoul.kr/>
- 한국영상자료원, 출처: <https://www.koreafilm.or.kr/main>
- 한국콘텐츠진흥원 (2017). 방송영상 콘텐츠산업 진흥정책 연구,
출처: <https://www.kocca.kr/cop/bbs/view/B0000147/1832217.do>
- 한국콘텐츠진흥원 (2021). 2020년 방송산업 실태조사 보고서,
출처: [https://portal.kocca.kr/portal/bbs/view/B0000204/1946473.do?menuNo=200247&c
ategories=4&subcate=58&cateCode=0](https://portal.kocca.kr/portal/bbs/view/B0000204/1946473.do?menuNo=200247&categories=4&subcate=58&cateCode=0)
- 한희정 (2019). 국내 디지털 아카이브 현황분석 및 시사점. 디지털 문화 아카이브지, 1, 43-52.
- 한희정, 오효정, 김태영, 김용 (2016). 국내무형문화유산 디지털 아카이브 구축 및 활용을 위한 연구.
한국비블리아학회지, 27(2), 95-134.
- KBS ARCHIVE, 출처: <http://kbsarchive.com/quantity/>
- KMDB, 출처: <https://www.kmdb.or.kr/db/main>
- K-POP ARCHIVE, 출처: http://k-pop.or.kr/info2014/kpop_info.jsp
- MBC 디지털 아카이브 시스템, 출처: <https://www.mbcarchive.com/include/default.htm>
- SBS 개방형 영상 아카이브, 출처: OASYS.tv

• 국문 참고문헌에 대한 영문 표기
(English translation of references written in Korean)

- Choi, Chul-Ju (2000). Building a digital age broadcast archive. Broadcasting and Media Magazine, 5(3), 45-55.
- Chung, Chung-Joo (2018). Analysis of hallyu contents and big data. Media & Education, 8(2), 172-183.
- Digital Comic Kyuganggak, Available: <http://dml.komacn.kr/info>
- Ha, Jong-Won & Yang, Eun-Kyung (2002). The regionalization of television and korean cultural wave in east asia. Journal of Broadcasting and Telecommunications Research, 55, 67-103.
- Han, Hee-Jeong (2019). A study on the current status and implications of digital archive in Korea. Journal of the Digital Culture Archive, 1, 43-52.
- Han, Hee-Jeong, Oh, Hyo-Jung, Kim, Tae-Young, & Kim, Yong (2016). A study on the construction and utilization of digital archives for intangible cultural heritage in Korea. Journal of the

- Korean Biblia Society for Library and Information Science, 27(2), 95-134.
- Jo, Eun-Mi (2018). A study on the influence of hallyu culture contents and marketing method of hallyu content industry. *Journal of Management Education*, 29(1), 27-53.
- Jun, Beung-Yeul (2016). Study on Methods to Facilitate Popular Music Archives by Fandom. Master's thesis, Chung-Ang University, The Graduate School of Art.
- Jung, Hoe-Kyung, Park, Choon-Won, Yoo, Young-Sik, & Choi, Hyo-Jin (2019). Foreign cases analysis for building korean public audiovisual archives. *Media, gender&culture*, 34(3), 297-337. <http://doi.org/10.38196/mgc.2019.09.34.3.297>
- Jung, U-Sik (2018). The study of building korean popular music archive: focused on the opinions of the people working on popular music area. *Journal of Arts Management and Policy*, 45, 203-252.
- Jung, Young-Mi, Yoon, Hwa-Mook, & Kim, Jeong-Taek (2010). A study on the preservation policy for maintaining the integrity of digital contents. *Journal of Information Science Theory and Practice*, 41(4), 205-226. <http://doi.org/10.1633/JIM.2010.41.4.205>
- KBS ARCHIVE, Available: <http://kbsarchive.com/quantity/>
- Kim, Hee-Jin (2021). A Study on Public Audiovisual Archives. Master's thesis, Hannam University, Korea.
- Kim, Jo-Ah & Lee, Jae-Yun (2016). A co-citation analysis of core research papers on the korean wave. *Proceedings of the 20th Conference of Korean society for Information Management*, 2016, 15-18.
- Kim, Min-Yeong (2019). Status and prospects of the korean literature archive: focus on information center of korean modern literature and establishment of the national museum of korean literature. *Journal of Korean Society of Archives and Records Management*, 211-219.
- KMDb, Available: <https://www.kmdb.or.kr/db/main>
- KOCCA (2012). Report on the 5-Year Plan for Broadcasting and Video Industry, Available: <https://scienceon.kisti.re.kr/srch/selectPORSrchReport.do?cn=TRKO201600011621&dbt=TRKO>
- KOCCA (2017). A Study on the Promotion Policy of Broadcasting Video Contents Industry, Available: <https://www.kocca.kr/cop/bbs/view/B0000147/1832217.do>
- KOCCA (2021). 2020 Broadcasting Industry Survey Report, Available: <https://portal.kocca.kr/portal/bbs/view/B0000204/1946473.do?menuNo=200247&categories=4&subcate=58&cateCode=0>
- KOCCA (2021a). A Study on the Impact of Hallyu in 2020, Available:

- <https://portal.kocca.kr/portal/bbs/view/B0000204/1947949.do?categorys=4>
- KOFICE (2021b). 2020 Hallyu White Paper, Available:
http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_00_view.asp?seq=1186&page=1&find=&search=
- KOFICE (2021c). A Survey on the Current Status of Hallyu in 2021, Available:
http://www.kofice.or.kr/g200_online/g200_online_00d_view.asp?seq=19402&page=1&tblID=gongji&bunho=0&find=&search=
- KOMACON, Available: <https://www.komacn.kr/komacn/introduction/vision.asp>
- Korea Foundation for International culture Exchange (2009). Hallyu, beyond Asia, to the world. Seoul: Korea Foundation for International culture Exchange.
- Korean Filme Archive, Available: <https://www.koreafilm.or.kr/main>
- K-POP ARCHIVE, Available: http://k-pop.or.kr/info2014/kpop_info.jsp
- K-Pop Museum, Available: <http://www.kpopmuseum.com/>
- Lee, Jae-Na, Kim, Yong, Oh, Hyo-Jung, & Kim, Geon (2015). A study on design and implementation for web-toon. Archives, 26(4), 123-149. <http://doi.org/10.14699/kbiblia.2015.26.4.123>
- Lee, Jung-Hyun (2018). K-pop & Hallyu Drama Need to be Archived, Available:
<https://www.yna.co.kr/view/AKR20180827140300005>
- Lee, Seon-young (2019). A study on the need for animation archive from the knowledge capital point of view. Cartoon and Animation Studies, 271-289.
- Lee, Su-Sang (2004). A study on the digital archiving workflow and preservation techniques. Journal of Korean Library and Information Science Society, 35(3), 119-138.
- Lee, Young-ji, Oh, Hyo-jung, & An, Seung-kwon (2019). Characteristics analysis and utilization plans of K-POP fandom records for popular music archives: focused on the case of BTS fandom, A.R.M.Y, The Korean Journal of Archival Studies, 60, 161-194.
<http://doi.org/10.20923/kjas.2019.60.161>
- MBC Digital Archive System, Available: <https://www.mbcarchive.com/include/default.htm>
- Moon, Hyo-Jin (2014). The relationship of the korean wave, the korean wave contents, the product preference and country image: focused on the international students in Korea. Advertising Research, 03, 142-171.
- Nam, In-Yeong (2006). Current status and prospects of the korean literature archive. Proceedings of the Conference of Korean Cinema Movie, 6-17.
- National Library of Korea, Available: <https://www.nl.go.kr/NL/contents/N50205020000.do>
- SBS Open Audiovisual Archives, Available: OASYS.tv

- Seo, Eun-Gyoung (2004). Conceptual model for developing persistent digital archives. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 38(1), 13-34.
<http://doi.org/10.4275/KSLIS.2004.38.1.013>
- Shim, Gab-Yong, Yoo, Hyun-Kyung, Mun, Sang-Hun, Lee, Yun-Yong, Lee, Jeong-Hyeon, & Kim, Yong (2014). A study on availability of atom for recording korean wave culture contents: a case of K-food contents. *The Korean Journal of Archival Studies*, 43, 5-42.
<http://doi.org/10.20923/kjas.2015.43.005>
- Shin, Jae-Min & Kwak, Seung-Jin (2013). A review of literature and cases for developing digital content archives. *Journal of Social Science Research*, 24(1), 305-330.
The Korean Association of Cinematheques, Available: <https://cinematheque.seoul.kr/>
- Woo, Kye-Sung (2010). A Study on the Construction of a Digital Broadcasting Image Data Archive: Focused on the SBS Archive Center. Master's thesis, The Graduate School of Journalism Hanyang University.
- Yu, Eun-Hye & Chung, Yeon-Kyoung (2006). A study on the construction of a digital broadcasting archive. *Proceedings of the Journal of the Korean Society for Information Management*, 207-213.