

튀르키예 문화산업 현황 연구: 핵심 문화산업과 디지털 기반 문화산업을 중심으로*

| 강 지 선** · 이 난 아*** |

Kang, Jiseon · Lee, Nan-A

A Study on the Current Status of Cultural Industries in Türkiye: Focusing on Core Cultural Industries and Digital-Based Cultural Industries

This research provides a thorough analysis of the current status of cultural industries in Türkiye. Despite the significant rise of the Turkish TV series known as Dizi, the cultural industry in Türkiye has received limited academic attention in Korea. This study uses a systematic literature review and cross-verification of diverse sources to examine the industry's current state and analyze developmental factors based on economic and sociocultural

* 본 연구는 한국콘텐츠진흥원의 [해외산업동향]특화보고서_튀르키예 문화산업 개관[튀르키예 24-01호]를 대폭 수정 및 보완한 것임.

** 보아지치대학교(Bogaziçi University), 튀르키예어문학과, 박사과정, E-mail: jiseontr@gmail.com

*** 한국외국어대학교, 튀르키예어제어러언어학과, 부교수, E-mail: nanaturkey@hanmail.net



contexts. It focuses on two main areas: core cultural sectors, including museums, films, performing arts, and publishing, and emerging digital-based sectors, such as video content, popular music, gaming, and podcasting. Both traditional and digital-based industries have shown balanced growth. The findings identify three key growth drivers: the high level of digital engagement among the Turkish population, the predominance of a youthful demographic, and cultural diversity. However, gaps in cultural engagement, insufficient copyright awareness, and economic instability pose significant challenges to further growth. This study offers valuable insights into the current status and future trajectories of Türkiye's cultural industries. It also provides a foundation for Korea-Türkiye cultural collaboration, enhancing academic understanding within the context of digital transformation and evolving consumer behaviors.

[Key Words: Türkiye, culture, cultural industry, cultural content, cultural goods]

I. 서론

튀르키예 공화국(Türkiye Cumhuriyeti, 약칭 튀르키예)은 동양과 서양을 잇는 지리적 위치와 다채로운 문화유산을 보유한 국가이다. 히타이트, 프리기아, 로마, 비잔틴, 셀주크, 오스만제국에 이르는 1만 년의 역사 속에서 다양한 문명 교류를 통해 형성된 튀르키예 문화는 다원적이고 복합적인 특성을 지닌다. 특히 오스만제국 시기에는 유럽, 아나톨리아, 중앙아시아, 카프카스, 중동, 북아프리카에 걸친 광대한 영토에서 문화적 교류가 활발히 이루어졌다.

이처럼 다원적인 역사·문화적 유산을 이어받은 튀르키예는 1923년 무스타파 케

말 아타튀르크(Mustafa Kemal Atatürk, 1881~1938)에 의해 세속주의 국가로 설립된 이후, 튀르크 문화 전통, 이슬람-튀르크 문화 전통, 오스만제국의 다문화적 전통을 현대적으로 재해석하여 발전시킴으로써 전통과 현대성의 조화를 추구해왔다. 더불어 마르마라해, 흑해, 지중해, 에게해 연안 지역과 아나톨리아 내륙, 특히 동부 및 동남부 아나톨리아 지역은 각각 독특한 문화적 특성을 보존·전승·발전시키고 있다.

이와 같은 문화 다양성을 기반으로 한 튀르키예 문화산업은 최근 세계적인 주목을 받고 있다. TV 시리즈(Dizi)를 중심으로 한 영상 콘텐츠는 2022년 기준 약 6억 달러의 수출 규모를 기록하며 미국, 영국에 이어 세계 3위의 수출국으로 부상했다(NTV 2024). 게임 산업의 경우 지난 5년간 약 3배의 성장을 보였다고 분석되며(Bloomberg HT 2024), 팟캐스트 산업 역시 2022년 기준 월간 청취자 수 1,100만 명을 기록하는 등 가파른 성장세를 보인다(PwC n.d.).

문화와 문화산업은 포괄적인 개념이나, 양혜원(2022)은 UNESCO(United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization), EU(European Union), OECD(Organisation for Economic Co-operation and Development) 등 국제사회에서 문화산업이 "상업적 가치와 관계없이(irrespective of the commercial value they may have) 문화적 표현(cultural expressions)을 내포하거나 전달하는 특정한 속성, 이용 또는 목적을 갖는 상품이나 서비스를 생산하고 유통하는 산업"으로 정의되며, '문화산업' 영역에 '문화예술 일반' 부문을 포괄한다고 정리하였다. 이는 문화산업이 단순한 상업적 가치를 넘어 문화적 표현과 예술적 가치를 포함하는 포괄적 개념임을 보여주므로, 문화 다양성을 바탕으로 형성되어 온 튀르키예 문화산업은 풍부한 표현을 전달하는 수단이자 표현 그 자체라 할 수 있다.

그러나 튀르키예 문화산업의 괄목할만한 성장에도 불구하고, 국내 학계에서 이를 경제적, 사회적, 문화적 관점에서 종합적으로 분석한 기초 자료 연구는 거의 전무한 실정이다. 현재까지의 연구는 크게 두 가지 방향으로 진행되었다. 첫째는 튀르키예 서비스산업의 협력 가능성을 중심으로 분석한 연구이며, 둘째는 튀르키예 문학, 영화, 드라마 등 개별 산업 내 특정 콘텐츠에 국한된 연구이다.



서비스산업 연구의 대표적 사례로, 이철원 외 3인(2019)은 한-튀르키예 FTA 서비스투자 협정 발효 이후 양국 간 서비스 부문의 협력 가능성을 탐색했다. 이 연구는 문화콘텐츠 분야를 유망 산업으로 전망했으나, 서비스산업이라는 측면에서 제한적인 접근을 했다는 점에서 본 연구와 차이를 보인다.

개별 산업 연구의 대표적 사례인 문학 연구로는 튀르키예 작가로 노벨문학상 수상자인 오르한 파묵(Orhan Pamuk) 관련 소설 및 작가 연구가 주를 이루나(이난아 2024), 튀르키예 문학 전반에 대한 개괄적 연구 또한 이루어졌던 바 있다(이난아 2006). 영화 분야에서는 한국 영화의 튀르키예 리메이크작 분석(이난아, 강지선 2022; 이은별, 박수현 2022), 튀르키예-독일 이민자 정체성 연구(강지선, 이주성 2024)에 집중되어 있다. 드라마 연구로는 한국 드라마의 튀르키예 리메이크작 분석(Baran Ronahi 2024; Gulec Buse 2023), 한류 콘텐츠로서의 한국 드라마 연구(유정숙 2020), 튀르키예 드라마를 통한 사회문화적 분석(강지선, 오종진 2023)으로 나뉘며, 튀르키예 리메이크작 분석과 한류 콘텐츠로서의 한국 드라마 연구가 연구 주요 동향이다. 이 밖에 박물관 분야에서는 지역정체성 형성 수단으로서 박물관의 역할(이기홍 2014)이 연구되었던 바 있다. 이상의 선행연구들은 각 분야에 대한 심도 있는 분석을 제공하고 있으나, 튀르키예 문화산업 전반을 조망하는 데는 한계가 있다.

이에 본 연구는 튀르키예 문화산업의 부문별 현황과 환경을 분석함으로써 학문적 논의의 기초 자료를 제공하고, 향후 한국과 튀르키예 문화산업 협력을 위한 실천적 시사점을 제시하는 데 기여하고자 한다. 이를 위해 최신 통계자료와 정부 정책문서를 적극적으로 활용하는 체계적인 문헌 연구를 수행하였으며, 다양한 자료원의 교차검증을 통해 분석의 객관성과 신뢰성을 확보하고자 하였다.

이로써 본 연구는 튀르키예 문화산업에 대한 한국의 문화콘텐츠 제작 기술력과 튀르키예의 문화자원 및 지역적 영향력의 결합은 양국 문화산업의 새로운 성장 동력으로 작용할 수 있다. 특히 중동, 중앙아시아, 발칸반도에 걸친 튀르키예의 문화적 영향력은 한국 문화콘텐츠의 지역적 확산과 영향력 강화를 위한 주요한 매개체가 될 것으로 기대된다.



II. 튀르키예 문화산업 현황

튀르키예 문화의 다양성과 풍부함은 튀르키예 문화관광부가 운영하는 아카이브 사이트인 튀르키예 문화 포털(TÜRKİYE KÜLTÜR PORTALI)에 튀르키예 문화 정보를 아카이빙하는 방식과 튀르키예 통계청(Türkiye İstatistik Kurumu, TÜİK)의 ‘문화 통계’ 자료를 통해 파악할 수 있다. 튀르키예 문화산업의 주요 산업 분야를 선정하기 위해서는 이 두 플랫폼을 기반으로 한 종합적인 접근이 필수적이다.

튀르키예 문화 포털은 튀르키예 문화관광부가 주정부 문화 관광국(Provincial Directorates of Culture and Tourism)과 다양한 공공 기관에서 제공하는 문화 관련 자료를 수집한 후 통합하여 정보를 제공하는 사이트이다(튀르키예 문화관광부, n.d. “튀르키예 문화 포털”). 해당 사이트에서 제공되고 있는 문화 관련 정보는 ‘언어와 문학, 박물관, 식문화, 민속문화, 문화유산, 예술’로 분류되어 있다. 하위 범주는 더욱 다양하다. 언어, 문학, 박물관, 식문화, 민속놀이, 민속음악, 민속극, 민속스포츠, 구전 전통, 전통 수공예, 기념물, 유네스코 창의도시, 유네스코 무형문화유산, 유네스코 세계문화유산, 연극, 오페라·발레, 영화, 그림·조각·사진, 장식예술 및 전통 수공예 등이 하위 카테고리에 포함되어 있다.

두 번째 참고자료인 튀르키예 통계청의 문화 통계는 튀르키예 문화와 관련된 통계자료로, ‘문화유산, 아카이브, 도서관, 책, 출판 미디어, 시각예술 및 공연예술’ 분야에 속하는 고용, 재정 및 참여 규모를 포함하는 통계로 구성된다(튀르키예 통계청 공식 통계 포털, n.d.). 다양한 문화산업 분야 중 COVID-19 이래 튀르키예 통계청을 통해 꾸준히 통계 보고서가 작성되고 있는 분야는 문화유산(박물관 중심), 영화, 공연예술(연극, 오페라, 발레, 오케스트라), 도서 및 정기 간행물이다.

종합적으로 튀르키예 문화 포털과 통계청의 문화 통계에서 공통으로 다루는 범주는 ‘박물관, 영화, 공연예술(연극, 오페라, 발레, 오케스트라), 출판(도서 및 정기 간행물)’이라 할 수 있다. 이는 해당 분야들이 튀르키예 문화산업에서 중요한 비중을 차지하고 있으며, 튀르키예 문화의 기반을 형성하는 핵심적인 문화산업임을 함의한다.



1. 핵심 문화산업 현황

1) 박물관

국토 도처에서 고대 유적을 찾아볼 수 있는 튀르키예에서, 유네스코 세계문화유산과 유적지를 포괄하는 박물관은 튀르키예 관광산업의 활성화를 이끄는 일등 공신이다. 박물관 콘텐츠는 튀르키예 관광산업이 국가 GDP의 5.1%를 차지하는 주요 산업으로 자리 잡는 데 결정적인 역할을 해왔다(대한무역투자진흥공사 2023, “2024 튀르키예 진출전략”).

2023년 튀르키예의 박물관 수는 전년 대비 7.1% 증가하여 총 606개이다(튀르키예 통계청 2024, “2023 문화유산통계”). 18개는 국립박물관, 212개는 문화관광부 산하의 국립박물관, 376개는 사립박물관이며, 유적의 수는 144곳이다. 박물관과 고고학 유적지의 방문객 수는 2023년 기준 55,752,208명으로 2022년 대비 6.2% 증가하였다. 이 중 54.7%는 문화관광부 산하의 박물관 및 고고학 유적지에 방문하였으며, 문화관광부는 이들의 입장료만으로 2,666,691,663리라, 약 7천 8백만 달러(미화)의 수입을 거두었다.¹⁾ 이는 방문객 1인당 평균 약 1.4달러의 입장료 수입이 발생했음을 의미한다. 이러한 수치는 순수 입장료만을 고려한 것으로, 박물관 내 기념품점, 카페 및 식당 등 부대시설을 통한 추가 수입이나 주변 상권 활성화 효과는 포함되지 않은 것이다. 특히 전체 606개의 박물관 중 376개가 사립 박물관이라는 점은, 튀르키예의 박물관 산업이 공공 문화서비스를 넘어 수익성 있는 문화산업으로 자리 잡았을 가능성을 시사한다.

튀르키예 박물관의 양적 증가와 더불어 질적 우수성 또한 주목할 만하다. 이는 '2025 유럽 올해의 박물관상' 후보 선정을 통해 확인할 수 있다. 일례로, 튀르키예 근현대 미술관 '이스탄불 모던(İstanbul Modern)', 튀르키예 회화 미술을 대표하는 작품들이 전시된 이쉬 방카스 회화 조각 박물관(İş Bankası Resim Heykel Müzesi), 1964년부터 운영되어 온 보드룸 성의 보드룸 수중 고고학 박물관

1) 2024년 10월 17일 리라-달러 환율(34.16:1) 기준으로, 이하 TL(튀르키예 리라)를 달러로 환산한 값들은 본 환율을 근거로 계산되었음.



(Bodrum Sualtı Arkeoloji Müzesi)이 '2025 유럽 올해의 박물관상' 후보에 선정되었다(Anadolu Ajansı 2024, “Türkiye’den 3 müze Avrupa Yılın Müzesi ödülüne aday gösterildi”).

2) 영화

튀르키예 영화는 1960년대의 국내 황금기와 1980년대의 해외 진출, 1990년대의 위기를 거쳐 21세기에 새로운 황금기를 보내고 있다(튀르키예 문화관광부 영화총국, n.d., “튀르키예의 영화”). 정량적으로 영화와 관객의 수가 증가했으며, 베를린 영화제와 칸 영화제를 비롯한 유수의 국제무대에서 다수 수상하였다. 서사적으로도 다채로운 소재를 배경으로 한 작품들이 제작되고 있다.

2023년 기준, 상영관 수는 2,618개, 영화관 좌석 수는 286,603개이며,²⁾ CJ CGV의 튀르키예 법인인 CGV Mars가 가장 많은 상영관을 운영한다(Box Office Türkiye, n.d.). 2023년에는 총 371편(국내 147편, 외국 224편)의 영화가 개봉되었으며, 전체 관객 3,100만 명 중 국내와 외국 영화 관람 비율이 각각 44%와 56%로 비슷했다(튀르키예 통계청 2024, “2023 영화 및 공연예술 통계”).

2024년에는 50주 동안 430편의 영화가 개봉되었으며, 연말까지 약 450편에 이를 것으로 예상된다. 상영 영화 수는 COVID-19 이전으로 회복되었으나, 관객 수는 COVID-19 이전의 절반 수준인 약 3,200만 명에 그쳤다. 반면, 영화 티켓 판매 수익은 인플레이션으로 인해 급등했다. 평균 티켓 가격이 2024년 말 기준 180리라에 도달하면서, 50주 동안 영화 티켓 판매 수익은 약 47억 리라를 기록했다(Yeni Şafak 2024).

결론적으로, 2024년 튀르키예 영화산업은 상영 영화 수와 수익 면에서는 성과를 보였으나, 관객 수와 티켓 가격 상승이 영화 관람의 접근성을 제한하며 희망적이지 않은 신호를 남겼다.

2) 이 수치는 영화 전문 사이트인 Box Office Türkiye에 제시된 수치와는 약간의 차이가 있음.



3) 연극

튀르키예 연극은 튀르크인들의 강력한 구비 문학 전통에 기반하여 튀르키예 사회 내에서 지속적으로 사랑받아온 중요한 문화산업이다. 유네스코 무형문화유산인 대중 이야기꾼 메다흐(Meddah)의 1인극, 그림자극인 카라괴즈(Karagöz) 등으로 발전되어 온 튀르키예 연극은 19세기 후반과 20세기 초반에 황금기를 누렸으며(튀르키예 통신부 n.d., “Tiyatro”), 공화국 건국 초기에 국가의 필요에 의해 국민의식의 서구화를 돕기 위한 도구로도 활용되었다. 이후 사립극장과 아마추어 극단이 설립되면서 연극의 내용과 표현의 다양성이 확보되었다. 2023년 통계에 의하면 2022~2023년 연극 시즌 중 808개의 극장에서 총 8,223편의 작품이 상연되었다(튀르키예 통계청 2024, “2023 영화 및 공연예술 통계”). 작품 수는 지난 시즌 대비 1.7% 감소하였으나, 연극 관람 인원은 이전 시즌 대비 15.2% 증가하여 총 6,279,512명이 연극을 관람하였다. 특히 전체 작품 중 번역극이 37.5% 증가하여 전체 관람객 중 약 27.5%이 번역극을 관람하였다는 점, 어린이극의 상연 횟수가 20.2% 증가하여 어린이극 관람객이 25.1% 증가하였다는 점이 눈에 띈다.

4) 오페라, 발레 및 오케스트라

오페라, 발레 및 다성음악과 같은 예술 분야는 공화국 건국 초기에 연극과 함께 근대 문명의 지표로 여겨졌다(튀르키예 문화관광부 국립오페라발레총국 2010, “History”). 이에 정부는 교육 목적으로 이러한 예술 분야를 적극적으로 지원하였고, 튀르키예의 오페라, 발레 및 오케스트라는 전국 각지에서 국민을 대상으로 공연을 선보이며 양적, 질적으로 크게 성장해왔다.

오페라와 발레의 경우, 2022~2023년 공연 시즌 중 6개 주 국립오페라발레총국 산하의 13개 공연장에서 총 155회의 공연이 상연되었다(튀르키예 통계청 2024, “2023 영화 및 공연예술 통계”). 이 중 국내 작품 77회, 해외 작품 78회가 무대에 올랐는데, 이는 전 시즌 대비 15.0% 감소한 수치이다. 반면, 오페라와 발레의 관객 수는 전 시즌 대비 30.2% 증가했다.

현재 튀르키예 정부는 이러한 성과를 지속적으로 발전시키기 위한 노력을 기울

이고 있다. 국립오페라·발레단장 탄 사오튀르크(Tan Sağtürk)는 *길가미쉬 서사시* (Gılgamış Destanı), *미다스의 귀* (Midas'ın Kulakları), *첼레비 오페라* (Çelebi Operası)와 같은 주요 작품 준비, 제1회 아나톨리아 오페라·발레 페스티벌 기획, 그리고 중앙아시아 튀르크 국가들과의 공동 프로젝트 개발 등을 통해 국립 오페라·발레단의 예술적 범위를 확대하고 젊은 세대와의 창의적 협업을 강화하고자 노력하고 있다(Anadolu Ajansı 2024, “Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürü Tan Sağtürk, yeni projelerini AA'ya anlattı”). 이 밖에도 튀르키예 정부는 '고대 로마 원형 극장'이라는 유산을 활용하여 '국제 아스펜도스 오페라·발레 축제'와 '국제 에페스 오페라·발레 축제' 등을 주최하여 해당 문화산업 분야의 국제적 위상을 제고하고 있다.

5) 출판

도서 및 정기 간행물을 다루는 출판 산업은 튀르키예 문화산업의 또 다른 중요한 축이다. 특히 튀르키예 문학은 천년을 넘는 오랜 전통을 자랑하며, 2006년 노벨 문학상 수상자인 오르한 파묵과 같은 세계적인 작가들을 현재에도 지속적으로 배출하고 있다. 특히 튀르키예 작품들의 문화적 혼종성과 독창성은 해외 시장에서도 주목받고 있다.

2023년 튀르키예 출판 시장은 전년 대비 5.3% 성장하여 4억 340만 권의 책이 출판되었다(Türk Yayıncılar Birliği 2024, 1). 이는 출판 시장이 2022년의 감소세에서 벗어났음을 의미하지만, 튀르키예의 경제 상황 악화 및 출판 시장 자체의 구조적 문제로 인해 전망은 불확실하다.

튀르키예출판협회의 *2023년 출판 시장 보고서*에 따르면 2023년 국내 도서 출판 시장에서 교육 도서는 44%를 차지하며 가장 높은 비중을 보였다(Türkiye Yayıncılar Birliği 2024, 3). 이는 교육 시장의 확대와 정부의 교육 정책과 밀접한 관련이 있는 것으로 분석된다. 교육 도서 외에도 성인 일반도서와 소설 및 문학이 각각 15%와 14.2%를, 아동 도서가 12.6%를 차지하며 지속적인 성장세를 보였다. 반면 학술 도서와 번역 도서는 각각 2.2%와 1.4%로 상대적으로 낮은 비중을 나타



내며, 이는 학술 연구와 출판의 연계 부족, 해외 도서의 국내 번역 부진 등에 기인한 것으로 해석될 수 있다.

한편 튀르키예인의 1인당 연간 평균 독서량은 7.52권으로, 이는 디지털 도서, 48페이지 이하의 교육 자료, 도서관 대출 도서 등을 제외한 수치이다.

2. 디지털 기반 문화산업

튀르키예의 디지털 기반 문화산업은 다양한 분야의 콘텐츠를 포함하되 디지털 플랫폼을 통해 빠르게 확산하고 변화하는 역동적인 산업으로, 현대적 의미의 대중 문화산업으로도 이해될 수 있다.

1) 영상산업

튀르키예의 영상산업은 OTT 서비스의 글로벌 확장이라는 외부적 기회와 앞서 언급한 역사적 배경 및 지리적 이점이라는 내부적 강점을 결합하여 급속한 성장을 이루고 있다. 특히 튀르키예의 영상 콘텐츠는 중동, 유럽, 남미 등 다양한 시장에서 성과를 거두고 있으며, 드라마 산업의 성장이 두드러진다.

튀르키예 드라마의 수출 규모는 2022년 기준으로 6억 달러에 근접하여 미국과 영국에 이어 세계 3위를 기록했으며, 2020년부터 2023년까지 수출액이 184% 증가하는 등 지속적인 성장세를 보이고 있다(Habertürk 2024). 이러한 성과에 주목한 듯 튀르키예 대통령실 소속의 전략예산처는 2023년 9월 발표한 *중기 프로그램(2024~2026)*의 세부 목표 중 하나로 '드라마, 영화 및 애니메이션을 필두로 한 문화산업'을 지원할 것을 발표하였다(튀르키예 대통령실 전략예산처 2023, “중기 프로그램(2024-2026)”). 중기 프로그램은 *제12차 개발계획(2024~2028)*의 기본 틀에 맞춰 작성된 향후 3년에 대한 기본 정책 로드맵으로, 해당 문건에 명시된 정책은 대통령의 승인으로 추진력을 얻는다.

그러므로 중기 프로그램에서 강조된 드라마, 영화 및 애니메이션을 포괄하는 영상산업은 현재 튀르키예 디지털 기반 문화산업 이해를 위한 핵심 분야로 주목받고



있다고 볼 수 있다.

2) 대중음악산업

튀르키예 대중음악산업은 전통과 현대가 융합된 독특한 정체성을 바탕으로 디지털 시장에서 성장하고 있다. 오스만제국 시대의 고전 음악과 민속음악의 전통이 현대적 음악 요소와 결합하여 아라베스크 팝·록, 아나톨리안 팝·록 등 다양한 형태로 발전하고 있다.

대중음악과 연관된 지표로는 튀르키예 음악, 라디오, 팟캐스트 시장의 2022년 매출 규모를 제시할 수 있다. 튀르키예 음악, 라디오 및 팟캐스트 시장은 2021년 7,900만 달러에서 2022년 1억 2,500만 달러로 성장했다(PwC n.d.).

튀르키예의 음악 스트리밍 시장은 디바이스별로 차별화된 청취 패턴이 존재함을 예증한다(Marketing Türkiye 2024). 튀르키예의 음악 스트리밍 플랫폼 피지(Fizy)가 제시한 2024년 데이터에 따르면, 게임기 이용자는 랩 음악을 주로 청취하며, 스피커와 피지를 연결해 듣는 이용자는 글로벌 팝 음악을 선호하는 경향을 보였다. 또한, 휴대폰, 자동차, 데스크탑을 통해 음악을 듣는 경우에도 선호하는 음악가의 명단과 재생 순서에서 차이가 발견되었다.

특히 주목할 만한 점은 튀르키예 대중음악의 디지털화가 단순한 플랫폼 전환을 넘어 새로운 음악 소비문화를 창출하고 있다는 것이다. 2024년 가장 많이 청취한 재생 목록은 플랫폼 편집자가 신중하게 준비한 fizy Trend였다(Tekno Blog 2024). 플랫폼 편집자의 큐레이션 목록이 높은 청취율을 기록했다는 점은, 사용자들이 개인적인 선택보다는 플랫폼에서 제공하는 큐레이션된 콘텐츠를 선호하는 경향이 있음을 보여준다. 이는 음악 스트리밍 플랫폼이 단순한 음악 제공 도구를 넘어 사용자들의 음악적 경험과 취향 형성에 중요한 역할을 하고 있음을 함의한다. 이러한 변화는 튀르키예 대중음악 시장이 디지털 기반으로 빠르게 재편되고 있음을 시사한다.



3) 게임 산업

튀르키예의 게임 산업은 급속한 성장세를 보이는 디지털 콘텐츠 분야이다. 신성장산업이니만큼 디지털 기반 게임 산업에 대한 정확한 통계를 찾기는 어렵지만, 이스탄불에서 개최되는 국제 게임 전시회인 *gamingistanbul*의 공동 창립자인 메리츠 에르유레크(Meriç Eryürek)는 튀르키예의 게임 산업이 지난 5년간 3배의 성장률을 기록했다고 언급했다. 그는 2023년 튀르키예 게임 산업의 시장 규모가 약 14억 달러에 달했으며, 2024년 말까지 18억 달러에 이를 것으로 전망했다(Bloomberg HT 2024).

현재 튀르키예에는 150개 이상의 게임 개발 스튜디오가 활동 중이며, 이는 산업 생태계의 활발함을 보여준다. 튀르키예 개발자들은 중동, 발칸, 중앙아시아 지역 플레이어들의 선호도와 문화적 기대를 깊이 이해하고 있어 해당 시장에서의 경쟁력을 더욱 강화하고 있다.

더불어 튀르키예 정부는 *gamingistanbul*과 같은 국제 게임 전시회를 통해 게임 산업 육성을 적극적으로 지원하고 있다. 이는 게임 산업을 국가의 새로운 성장 동력으로 인식하고 있는 정부의 전략적 방향성을 반영한다. 향후 튀르키예의 게임 개발 역량은 정부의 지원, 투자 펀드 확대, 그리고 관련 교육 프로그램의 활성화로 한층 더 향상될 것으로 예상된다. 이를 통해 튀르키예는 단순한 소비자 국가를 넘어 중요한 생산자이자 수출국으로 자리매김할 전망이다.

이러한 배경에 힘입어 튀르키예 게임 산업의 성장률은 유럽에서 가장 높은 수치를 보이며, 전 세계적으로도 파키스탄, 인도에 이어 3위를 기록하고 있다(PwC, 2023).

4) 팟캐스트 산업

튀르키예의 팟캐스트 산업은 디지털 오디오 콘텐츠의 새로운 강자로 부상하고 있다. 월간 청취자 수는 2021년 970만 명에서 2022년 1,100만 명으로 13.8% 증가했으며, 앞서 대중음악산업에서 명시한 바와 같이 음악, 라디오, 팟캐스트 시장 규모 역시 2021년 7,900만 달러에서 2022년 1억 2,500만 달러로 성장했다. 더욱



이 시장은 2027년까지 연평균 성장률 11.6%를 기록하며 2억 1,700만 달러 규모에 도달할 것으로 예측된다(PwC, 2023).

이상에서 살펴본 바와 같이 튀르키예의 문화산업은 튀르키예 문화의 기반을 형성해 온 핵심 문화산업과 튀르키예 문화산업의 신성장동력인 디지털 기반 문화산업을 중심으로 발전하고 있다. 핵심 문화산업은 박물관, 영화, 연극, 오페라·발레·오케스트라, 출판 분야에서 오랜 역사적 전통을 바탕으로 현대화를 이루어가고 있으며, 디지털 기반 문화산업은 영상 콘텐츠, 대중음악, 게임, 팟캐스트 분야에서 급속한 성장세를 보이고 있다. 이러한 두 영역의 균형적 발전은 튀르키예 문화산업의 특징적인 모습이라 할 수 있으며, 이는 다음 장에서 다룰 경제적 성과와 소비양상에 직접적인 영향을 미친다.

III. 튀르키예 문화산업의 현재 환경 분석

이 장에서는 튀르키예 문화산업의 현재 환경을 경제적 및 사회문화적 지표로 나누어 분석하고, 성장 동력과 한계 요인을 심층적으로 논의하고자 한다. 경제적 지표 분석에서는 부가가치 창출 현황, 문화 고용 현황, 문화상품 수출입 현황을 중심으로 산업의 경제적 기여도를 평가하고, 사회문화적 지표 분석에서는 인구통계학적 특성과 소비자 행태 분석을 통해 튀르키예 문화산업의 사회적 기반을 탐구할 것이다. 이러한 분석 내용을 토대로 성장 동력과 한계 요인을 제시할 것이다.

1. 경제적 지표 분석

1) 부가가치 창출 현황

2022년 튀르키예 문화산업의 부가가치는 94.0% 증가하여 1,082억 1,459만 3천 튀르키예 리라(TL)에 달했다(튀르키예 통계청 2024, “2023 문화경제 및 문화고용 통계”). 이는 약 31억 6,327만 5,000 달러(미화)에 해당한다. 부가가치의



22.2%는 기록 매체의 인쇄 및 복제 분야에서 활동하는 기업, 13.0%는 영화, 비디오 및 텔레비전 프로그램 제작, 녹음 및 음악 제작 활동, 12.1%는 보석 및 유사 물품 제조에서 창출되었다.

2) 문화고용 현황

2023년 문화고용은 전년 대비 9.0% 증가한 74만 3000명을 기록했다(튀르키예 통계청 2024, “2023 문화경제 및 문화고용 통계”). 문화계 종사자의 60.8%는 30~54세, 28.8%는 15~29세, 10.4%는 55세 이상이었으며, 문화계 종사자의 89.3%는 문화 직종, 10.7%는 비문화 직종에 종사하고 있었다.

업종별로는 문화계 종사자 중 수공예 종사자가 38.5%, 건축가·기획자·디자이너가 18.7%, 창작 예술가 및 공연 예술가가 9.9%, 작가·언론인·언어학자가 9.3%를 차지했다.

활동 영역에 따른 구분으로는 전체 문화산업 종사자 중 건축·전문디자이너가 18.7%, 창작예술·공연예술가가 9.9%, 문화예술 지원업 종사자가 7.5%, 출판·음향·영상업 종사자가 3.0%, 문화 교육업 종사자는 1.4%, 도서관·아카이브·큐레이터 업종 종사자는 1.1%를 차지했다.

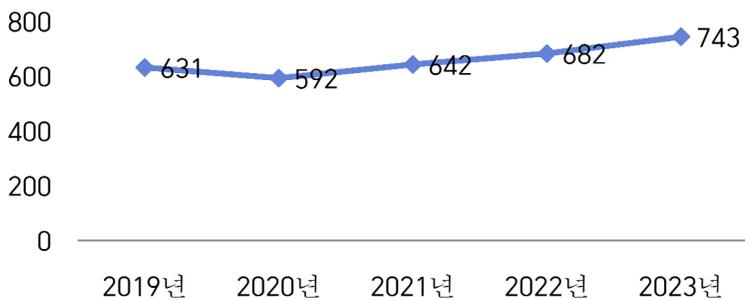


그림 1. 튀르키예 문화산업 고용인원(단위: 천 명)

(출처: 튀르키예 통계청 2024, “2023 문화경제 및 문화고용 통계”, 연구자 재구성)

3) 문화상품 수출입 현황

2023년 튀르키예의 문화상품 수출은 문화상품 수입보다 높은 수치를 보였다 (튀르키예 통계청 2024, “2023 문화경제 및 문화 고용 통계”). 2023년 문화상품 수출액은 전년 대비 47.7%, 문화상품 수입액은 전년 대비 87.5% 증가했다. 2023년 전체 상품 수출에서 문화상품 수출이 차지하는 비중은 4.3%인 반면, 전체 상품 수입에서 문화상품 수입이 차지하는 비중은 1.8%였다.

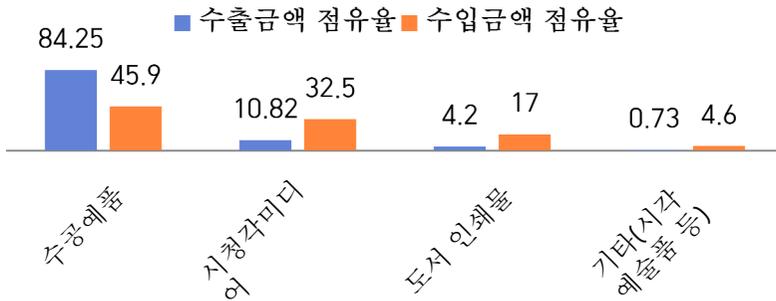


그림 2. 튀르키예 문화상품의 분류별 수출입금액 점유율(단위: %)

(출처: 튀르키예 통계청 2024, “2023 문화경제 및 문화 고용 통계”, 연구자 재구성)

2023년 튀르키예의 문화상품 수출액은 263,740,463,000 튀르키예 리라(TL)로, 이 중 1차 상품(Primary goods)이 전체 수출의 약 95.48%를 차지했다. 수출액의 대부분은 수공예품(84.25%)에서 발생했으며, 그 뒤를 이어 시청각미디어(10.82%)와 도서 인쇄물(4.20%)이 주요 품목으로 나타났다.

수공예품 수출의 높은 비중은 튀르키예의 전통적 이미지와 공예 기술이 여전히 글로벌 시장에서 가치가 있음을 보여준다. 이는 한편으로 지속 가능한 전통문화 보존의 가능성을 시사하지만, 다른 한편으로 디지털 콘텐츠(예: 시청각미디어)와 같은 현대적 문화상품의 비중이 상대적으로 낮다는 한계를 나타낼 수도 있다. 그러나 디지털 콘텐츠의 수출액은 COVID-19 이후 꾸준히 증가하는 추세를 보이고



있다. 시청각미디어 수출액은 2021년 13,098,236,000 TL에서 2022년 18,071,213,000 TL, 2023년 28,519,362,000 TL로 가파르게 증가했다(튀르키예 통계청 2022, “2021 문화경제 및 문화 고용 통계”; 튀르키예 통계청 2023 “2022 문화경제 및 문화 고용 통계”). 이는 튀르키예가 전통과 현대성을 조화시키며, 디지털 기반 문화산업에서의 수출 경쟁력을 강화해 가고 있음을 함의한다.

2023년 문화상품 수입은 149,553,210,314 튀르키예 리라(TL)로, 이 중 1차 상품이 56.13%, 부차적 상품이 43.87%를 차지했다. 세부적으로는 수공예품이 전체 수입의 45.9%를 구성하며 가장 높은 비중을 보였고, 시청각미디어(32.5%)와 도서 인쇄물(17.0%)이 그 뒤를 이었다. 시각 예술품, 공연예술, 기념행사와 같은 항목도 꾸준한 수요를 보이며 순위에 포함되었다.

이 데이터는 튀르키예 내부에서 글로벌 문화상품에 대한 수요가 전통적 상품(수공예품)과 현대적 상품(시청각미디어) 모두에서 강하게 나타나고 있음을 시사한다. 수공예품의 높은 수입 비중은 글로벌 시장에서 튀르키예 소비자들이 전통적인 문화상품에 여전히 높은 관심을 보임을 뜻한다. 특히 시청각미디어의 높은 수입 비율은 글로벌 미디어 콘텐츠에 대한 튀르키예 소비자들의 높은 접근성과 수용성을 보여준다. 이는 튀르키예 문화산업이 자국 미디어 콘텐츠를 경쟁력 있는 대안으로 발전시켜야 할 필요성을 시사하며, 콘텐츠 제작 및 디지털 기술 개발에 대한 투자의 중요성을 강조한다.

결론적으로, 튀르키예의 문화상품 수출입 현황은 튀르키예 문화산업이 전통과 현대, 지역성과 글로벌이라는 두 문화적 축 위에서 균형을 유지해야 한다는 과제를 드러낸다. 지금은 이를 해결하기 위해 적절한 정책적 지원과 산업 전략의 수립이 요구되는 시점이다.

2. 사회문화적 지표 분석

1) 인구통계학적 분석

튀르키예는 젊은 인구 비율이 높아 풍부한 노동력을 바탕으로 높은 경제 성장이

기대되는 국가 중 하나로 꾸준히 언급된다. 노동 연령으로 정의되는 15~64세 연령층의 인구 비율은 2023년 기준 68.3%이다(튀르키예 통계청 2024, “2023 주소 기반 인구 등록 시스템 결과”).

튀르키예 인구는 2000년부터 매년 약 50만 명 이상 증가하는 추세를 보인다. 2000년 이후 출생한 Z세대가 37.2%로 가장 높은 비중이 높고, Y세대(30%), X세대(18%), 베이비붐(8%) 세대가 뒤를 잇는다(대한무역투자진흥공사 2023).³⁾

그러나 최근 튀르키예는 글로벌 고령화 과정이라 불리는 '인구학적 변혁' 과정에 있다. 이는 출생률과 사망률의 감소, 보건 분야의 발전, 생활 수준과 복지 수준의 상승 및 기대 수명 증가로 인해 발생한 결과라 할 수 있다(튀르키예 통계청 2024, “2023 노인 통계”).

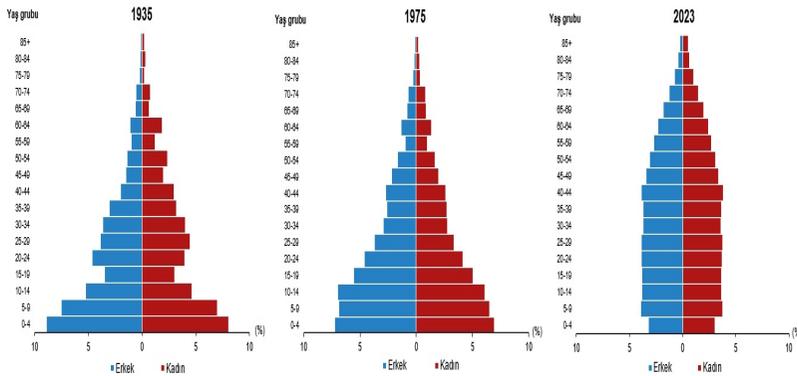


그림 3. 인구 피라미드.

좌측부터 1935년, 1975년, 2023년 기준. 파란색은 남성, 붉은색은 여성.
(출처: 튀르키예 통계청 2024, “노인 통계”)

인구학적 변혁의 첫 번째 근거로 인구 증가율을 들 수 있다. 2023년의 인구 증

3) 대한무역투자진흥공사의 2024 튀르키예 진출전략 문서에 따르면, 세대 구분 기준을 출생 시기에 두고 세대를 다음과 같이 구분하고 있음.: Z세대 2000년~2020년 초, Y세대 1980년 초~1990년 말, X세대 1965년~1976년, 베이비붐 1955년~1963년.



가율은 1천 명당 1.1명으로, 1935년 이래 최저 수치이다(튀르키예 통계청 인구 통계 포털 n.d.). 인구 증가율이 1935년 이래 2020년, 2022년, 2023년을 제외하고는 모두 두 자리 숫자를 보여 왔다는 점, 직전 해인 2022년의 인구 증가율이 1천 명당 7.1명이었다는 점을 고려하면 2023년의 인구 증가율은 더욱 주목해야 할 수치이다.

중위연령 또한 상승하는 추세에 있다. 중위연령은 2018년 32.0세에서 2023년 34.0세로 5년 동안 2세 상승하였다. 2023년 남성의 중위연령은 33.2세, 여성의 중위연령은 34.7세이다. 인구추계에 따르면 미래의 중위연령은 2030년 35.6세, 2040년 38.5세, 2060년 42.3세, 2080년 45.0세로 전망된다.

마지막으로, 0~14세 아동 인구 비율은 21.4%이고, 65세 이상 노인인구 비율은 10.2%이다. 과거 인구조사 자료와 비교하면 아동·청소년 인구 비율은 감소하는 반면, 노인인구 비율은 다른 연령층보다 빠르게 증가하고 있음이 드러난다.

튀르키예 통계청의 과거 인구조사 자료상 노인인구가 10%를 상회한 것은 처음이다. 이는 기존 튀르키예 인구구조를 고려하였을 때 인구의 노령화를 보여주는 지표라 할 수 있다. 근미래인 2030년 상반기에는 노인인구 비율이 15%를 초과할 것으로 예상되며, 2075년에는 터키 인구 3명 중 1명이 노인이 될 것으로 추측되고 있다(튀르키예 통계청 2024, “2023년-2100년 인구 전망”).

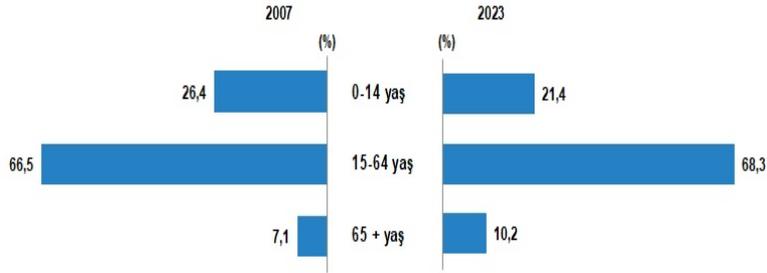


그림 4. 연령대별 인구 비율.

좌측 2007년, 우측 2023년 기준. 0~14세, 15~64세, 65세 이상으로 구분.
(출처: 튀르키예 통계청 2024, “2023 주소 기반 인구 등록 시스템 결과”)

물론 튀르키예는 여전히 젊은 인구구조를 유지하고 있다고 볼 수 있다. 튀르키예의 노인인구 비율이 184개국 중 67위에 불과하기 때문이다. 그러나 8천 5백만 명이 넘는 튀르키예 전체 인구를 고려하면, 노년층 인구의 규모가 상당하다는 점에는 주목할 필요가 있다.

2) 문화비 지출 양상 분석

2023년 문화비 관련 조사 결과에 따르면 2022년에 비해 2023년 문화비는 84.7% 증가하였다(튀르키예 통계청 2024, “2023 문화경제 및 문화고용 통계”). 총 문화비 지출 금액은 2,760억 3,380만 253,000TL(튀르키예 리라)로, 2023년 국내총생산(GDP) 대비 1.0%의 수치이다. 또한, 2023년 전체 문화비에서 정부의 공공자금이 차지하는 비율은 64.3%인데, 이는 전년 대비 98.1% 증가한 금액이다. 총 문화비 지출의 67.9%는 중앙 국가 예산에서 이루어졌다. 가장 높은 지출 항목은 건축(24.4%)이었다.

2023년 가계 소비지출 조사에 따르면, 문화, 여가, 스포츠를 포함한 ‘문화’ 관련 소비는 전체 지출에서 1.9%에 불과해 상대적으로 낮은 비중을 보였다(튀르키예 통계청 2024, “2023 가계 소비 지출”). 특히, 문화 소비는 제시된 여러 소비 항목



중 최하위에 해당하며, 소득 상위 20% 가정에서조차 문화비 지출 비율은 2.5%에 그쳤다. 소득 계층에 따라 이러한 격차가 더 두드러지며, 중·하위 소득 가정의 문화 소비는 더욱 제한적이었다.

가계의 문화비 지출에서 가장 높은 비중을 차지한 항목은 ‘데이터 처리 장비’로, 총 22%에 달한다. 그 뒤를 이어 텔레비전 및 관련 장비 소비가 21%, 도서 구입이 15%, 문구 및 회화 재료가 12.5%, 케이블 방송 서비스 비용이 8%, 기타 문화 서비스가 7.9%, 영화·연극·콘서트 관람이 4.5%, 기타 항목(신문 및 잡지 구독료, 박물관 및 동물원 입장료, 사진 및 영화 장비 등)이 9%로 집계된다.

3. 튀르키예 문화산업 성장 동력과 제약 요인

1) 성장 동력

튀르키예 문화산업의 발전 동력에 관해 논할 때 필수적으로 언급되어야 하는 지점은 튀르키예 대중의 높은 인터넷 사용률과 디지털화 경향이다. 튀르키예 대중은 디지털 플랫폼을 통해 매우 활발한 대중문화 소비 경향을 보이기 때문이다. 2024년 초 튀르키예의 인터넷 사용자는 7,441만 명이며, 인터넷 보급률은 86.5%이다. 동일한 시기에 튀르키예의 모바일 셀룰러 연결 대수는 8,069만 개로, 이는 전체 인구의 93.8%에 해당한다(Datareportal 2024). 특히 소셜 미디어 사용자는 6,440만 명으로, 인터넷 사용자의 92.8%를 차지하며 이는 세계 평균(59.4%)보다 훨씬 높은 수치이다. 메신저로 사용되는 WhatsApp을 제외하고 튀르키예에서 인기 있는 소셜 미디어 플랫폼은 YouTube, X(舊 Twitter) Instagram, Facebook이 튀르키예 대중에 의해 주로 이용되는데, 특히 X의 경우 정치 뉴스를 비롯한 각종 소식을 공유하고 토론하는 온라인 공론장 역할을 하고 있다. 튀르키예 대중의 이처럼 활발한 디지털 이용 경험은 동시대적 관점에서 튀르키예 문화산업의 성장 동력임에 틀림없다.

다음으로, 젊은 인구구조 또한 튀르키예 문화산업의 성장을 긍정적으로 전망할 수 있게 하는 두 번째 요인이다. 튀르키예는 인구 구조상 젊은 층(Z세대, Y세대)의

수가 많아 이들의 문화산업 연계 소비가 활발하다. 미국 인구조사국(Census Bureau)에 따르면 Y세대(1980년대 초~1990년대 말 출생)는 최소 2035년까지 튀르키예 인구에서 가장 높은 비율을 차지할 것으로 예상되며, 이는 유럽 및 주변 국가와 비교해도 가장 높은 수치로 파악된다(대한무역투자진흥공사 2023). Y세대와 함께 구독경제에 익숙하며 넷플릭스(Netflix), 디즈니 플러스(Disney+), 아마존 프라임(Amazon Prime)과 같은 OTT 서비스에 대한 의존도가 높은 Z세대는 디지털 기술을 통한 문화 향유에 능숙하고, 전통적인 매체보다 온라인 플랫폼을 선호하는 경향을 보인다.

마지막으로, 튀르키예 문화의 토대인 문화적 다양성 또한 튀르키예 문화산업의 미래를 긍정적으로 전망하게 한다. 아나톨리아 반도에 위치한 튀르키예는 오랜 역사 동안 다양한 문화가 교류하며 형성된 다원적이고 복합적인 문화적 특성을 보유하고 있다. 특히 튀르키예 사회에는 개인 및 집단적 정체성에 대한 인정 및 포용을 정책으로 승화시키기도 했던 다종교·다민족·다인종·다언어·다문화 사회였던 오스만제국에서 장기간에 걸쳐 형성되었던 다원주의적 특성이 남아 있다(강지선 2022, 석사학위논문, 31-35). 대표적인 예로, 튀르키예어는 이슬람 문화권의 아랍어와 페르시아어 어휘뿐 아니라, 오스만제국의 서구화 과정에서 수용된 프랑스어와 인접국 언어인 그리스어를 비롯한 다양한 언어의 어휘를 포함한다. 이러한 문화적 다양성은 튀르키예 문화산업의 핵심 경쟁력으로 작용한다. 앞서 살펴본 바와 같이, 튀르키예 드라마 산업은 지리적·역사적·문화적 인접성을 바탕으로 권역 내 소프트파워를 확보했으며, 게임 산업 역시 중동, 발칸, 중앙아시아 지역 이용자들의 선호도와 문화적 기대를 깊이 이해함으로써 해당 시장에서 경쟁력을 강화하고 있다.

2) 제약 요인

튀르키예 문화산업의 발전을 제약하는 요인으로 세 가지를 제시할 수 있다. 먼저, 문화 향유 수준의 차이가 크다. 튀르키예 내에서 도농 간 문화 향유 수준의 격차가 발생하는 것 외에도 대도시 내에서도 교통을 비롯한 여러 이유로 문화 향유



격차가 발생한다는 점이 특징적이다. 전반적으로 오프라인보다 온라인으로 대중문화를 소비하는 경향이 두드러지는 원인에는 이러한 인프라적 요인이 영향을 미쳤을 것으로 보인다.

다음으로, 현지 드라마의 경우 유튜브에 회차별 전체 영상이 업로드되는 경우가 왕왕 있다. 제작사의 합법적인 광고 수주를 비롯한 마케팅 전략과 시청자의 대중문화 소비를 줄여야 하는 상황에서 무료로 콘텐츠를 향유하려는 의지가 반영된 결과가 접합된 현상일 것이다. 다만 튀르키예어 자막을 입힌 해외 드라마를 스트리밍하는 온라인 사이트에서도 유사한 현상이 나타나는 것으로 보아, 튀르키예 사회 전반의 저작권 인식이 비교적 낮다고 볼 수 있다.⁴⁾

마지막 요인은 경제적 불안정성으로 인한 소비의 제약이다. 튀르키예 통계청에 의하면 2023년 튀르키예의 인플레이션 비율은 64.77%이다. 튀르키예는 그림 6에서 확인할 수 있듯 극심한 인플레이션에도 불구하고 2023년 기준 4.5%의 높은 경제 성장률을 기록하였지만(튀르키예 대통령실 투자청 2024), 물가 상승과 실질임금 하락은 가계의 문화 소비 감소에 가장 큰 영향을 미치는 요인일 것으로 추정되므로 튀르키예 문화산업 발전에 있어 제약 요인이라 할 수 있다.

IV. 맺는 말

튀르키예 문화산업은 풍부한 역사와 다양한 문화적 배경을 바탕으로 다원성과 복합성을 유지하며 꾸준히 발전해 왔다. 특히 오스만제국 시기에는 광대한 지역에서 문화적 상호작용과 교류가 활발히 이루어지며 발전의 토대를 마련했다. 문화 다양성을 수용한 역사적 유산은 튀르키예 문화와 콘텐츠가 발칸반도, 유럽 문화권, 카프카스와 흑해 문화권, 지중해 문화권뿐만 아니라 중동 및 북아프리카의 이슬람 문화권, 그리고 중앙아시아의 튀르크-이슬람 문화권에 진출하여 각 지역 대중들에게 수용될 수 있는 기반을 제공한다.

4) U.S. Chamber of Commerce(미국 상공회의소)의 '2023 국제 지식재산권 지수'에 따르면 튀르키예의 지식재산권 지수 순위는 28위, 한국은 12위임.

그러므로 튀르키예 문화산업은 강력한 내수 시장과 광범위한 해외 시장을 바탕으로 소프트웨어를 강화하고, 국가 이미지를 제고하며, 국가 성장의 주요 동력으로 자리할 가능성이 높다. 이러한 전망은 대통령실 전략예산처가 2023년 9월 발표한 *중기 프로그램(2024~2026)*을 통해 제시하였던 문화산업 강화를 통한 국가 이미지 개선 및 국제적 노출 확대라는 정책 목표와도 일치한다.

튀르키예 문화산업의 긍정적인 전망은 영상 콘텐츠, 대중음악, 디지털 콘텐츠 등 신흥 분야의 눈부신 성장세에 힘입어 더욱 확고해진다. 튀르키예 문화산업의 미래는 다음과 같은 요인들을 바탕으로 전망해볼 수 있다. 먼저, 경험을 공유할 수 있는 SNS를 매개로 한 문화 소비는 꾸준히 증가할 것으로 전망된다. 집단주의적인 튀르키예인들의 성향상 주변인과 입소문을 신뢰하는 경향을 보인다(이난아, 2013), SNS를 매개로 한 소비의 증가, 높은 SNS 사용률과 디지털 접근성이 이 전망을 뒷받침한다. 이러한 문화 소비는 SNS를 통해 콘텐츠 정보를 얻어 향유하는 것과 SNS 내에서 관련 물품을 구매하는 것을 포괄한다.

다음으로, 디지털 플랫폼 시장의 확장에 따른 디지털 기반 문화산업의 활성화가 전망된다. 디지털 및 OTT 서비스의 성장이 영상 콘텐츠, 게임, 팟캐스트 시장의 빠른 확장을 이끌며, 튀르키예 국민들의 높은 디지털 환경 적응력은 이러한 변화를 더욱 가속화할 것으로 예상된다.

세 번째로, Y세대의 영향력 지속에 따라 이들이 튀르키예 문화산업의 소비를 선도할 것으로 전망된다. Y세대의 활발한 문화 소비 성향은 튀르키예 문화산업 발전의 핵심 동력이 될 것이다. 동시에 고령화 사회 진입에 따른 세대별 맞춤형 콘텐츠 시장도 확대될 전망이다.

경제적 측면에서도 긍정적 전망이 가능하다. 튀르키예는 극심한 인플레이션에도 불구하고 2023년 기준 4.5%의 높은 경제 성장률을 기록했다. 이러한 경제 성장이 실질임금 상승으로 이어질 경우, 가계 소득 상위 20%를 제외한 80% 가계의 문화 소비가 증가와 더불어 문화산업의 확대 또한 기대할 수 있다.

그러나 긍정적인 전망에도 불구하고 몇 가지 도전과제가 존재한다. 노령화의 가속화, 가계 소비 중 낮은 문화비 비중(1.9%), 높은 인플레이션(64.77%)과 실질임금 감소는 튀르키예 문화산업의 성장 가능성에 제약 요인으로 작용할 수 있다. 따



라서 튀르키예 문화산업의 지속 가능한 발전을 위해서는 이러한 과제를 해결하기 위한 정책적, 산업적 노력이 필요하다.

이상에서 살펴본 바와 같이 튀르키예 문화산업은 여러 도전과제에도 불구하고 풍부한 문화자원과 디지털 역량을 바탕으로 지속적인 성장이 기대된다. 본 연구의 분석을 바탕으로, 한-튀르키예 문화산업 협력을 위한 방안을 제시하자면, 양국은 각각 선진적인 콘텐츠 제작 기술과 풍부한 문화자원이라는 강점을 보유하고 있어, 상호보완적 협력을 통한 시너지 창출이 가능하다. 특히 튀르키예가 중동, 중앙아시아, 발칸 지역에서 보유한 문화적 영향력은 한국 문화콘텐츠의 영향력 확산을 위한 교두보가 될 수 있다.

이러한 협력의 성공적인 수행을 위해서는 첫째, 튀르키예의 변화하는 문화 코드와 정체성에 대한 심층적 연구를 통해 현지 디지털 플랫폼과 협력하여 콘텐츠를 확산시키는 전략이 중요하다. 둘째, 현지 문화 코드에 부합하는 스토리와 포맷 중심의 콘텐츠 제작이 필요하며, 이는 문화적 수용성을 높이는 데 기여할 것이다. 셋째, 인구구조의 변화와 세대별 소비 특성을 고려한 맞춤형 콘텐츠 개발이 요구된다. 이러한 전략적 접근은 양국 간 문화적 차이를 이해하고 존중하는 기반 위에서 이루어져야 하며, 변화하는 시장 환경에 민첩하게 대응하기 위한 지속적인 모니터링과 유연한 전략 수립이 필요하다. 양국 간의 문화적 교류는 경제적, 문화적 측면에서 상부상조하는 호혜적 결과를 가져올 것이다.

결론적으로, 본 연구는 튀르키예 문화산업의 현재 상황과 환경에 대한 종합적 분석을 통해 현재의 성과와 도전과제를 파악하고, 미래 전망을 제시하였다. 본 연구의 분석 결과는 튀르키예 문화산업에 대한 학술적 이해를 높이고, 한-튀르키예 문화산업 협력을 위한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다. 특히 디지털 전환기의 문화산업 발전 양상과 인구구조 변화에 따른 소비 행태 변화는 향후 양국 간 문화산업 협력 방향 설정에 있어 중요한 시사점을 제공할 것으로 기대된다.

[주제어: 튀르키예, 문화, 문화산업, 문화 콘텐츠, 문화상품]

참고문헌

- 강지선(2022). 현대 터키인의 다원적 정체성 연구: 터키 OTT 드라마 <에토스(Bir Başkadır)>를 중심으로 [석사학위논문, 한국외국어대학교]. https://hufs.dcollection.net/public_resource/pdf/200000638250_20250111031922.pdf
- 강지선, 오종진(2023). “튀르키예 OTT 드라마 <에토스(Bir Başkadır)>에 나타난 현대 터키인의 정치사회적 정체성에 대한 소고”, 『EU연구』 67(0), 381-418.
- 강지선, 이주성(2024). “파티 아킨 (Fatih Akin) 의 < 미치고 싶을 때>(2004)에 나타난 디아스포라 2세대의 경계인 정체성 연구”, 『문화와 세계』 5(1), 185-215.
- 대한무역투자진흥공사(2023). “2024 튀르키예 진출전략”, <https://dl.kotra.or.kr/pyxis-api/2/digital-files/d6e0c16b-2021-42e9-8d57-b9cdd238ecfd> (검색: 2024.12.19.)
- 양혜원(2022). “문화예술산업의 범위는 어디까지인가?”, 예술경영웹진 479호. http://www.gokams.or.kr/webzine/03_data/03_01_veiv.asp?idx=2538
- 유정숙(2020). “터키 내 한국 드라마의 리메이크 현황 및 특징 고찰”, 『국제문화연구』 13(1), 1-27.
- 이기홍(2014). “박물관에서 재현된 도시정체성— 터키 부르사시립박물관의 사례”, 『사회와 역사』 (구 한국사회사학회논문집), 102, 357-390.
- 이난아(2006). 『터키 문학의 이해』, 서울, 월인.
- _____(2013). “터키 문화 코드에 관한 소고”, 『글로벌문화콘텐츠』 (10), 21-51.
- _____(2024). “터키 문학에 나타난 여성의 근대적 자아의식”, 『한국이슬람학회 논총』 34(2), 137-162.
- 이난아, 강지선(2022). “COVID-19 전후 터키의 한국 영화 콘텐츠 리메이크 현황과 전망”, 『투르크-알타이 신흥지역의 위기와 기회』, 오종진(편저), 서울, 다해, 59-95.
- 이은별, 박수현(2022). “한국 영화 <7번방의 선물> 리메이크를 통해 본 한국-



- 터키 문화 비교 연구 - 터키관 <7번방의 기적> 을 중심으로”, 『한국콘텐츠학회논문집』 22(6), 175-183.
- 이철원, 이현진, Mahmut Tekce, Burcu Duzgun Oncel(2019). “터키 서비스산업 분석과 한·터키 협력방안 모색”, 대외경제정책연구원 전략지역심층연구 연구보고서 19-04.
- Baran Ronahi(2024). 튀르키예 내 한국 드라마 리메이크의 전환 특성과 성공요인 : <폴하우스> 와 <Iliski Durumu Karisik> 사례를 중심으로 [석사학위논문, 건국대학교], <http://konkuk.dcollection.net/common/orgView/200000798172>
- Gulec Buse(2023). 튀르키예의 한국 드라마 리메이크 양상과 의미 : <넝쿨째 굴러온 당신> 과 의 가족 의식을 중심으로 [석사학위논문, 중앙대학교]. http://dcollection.cau.ac.kr/public_resource/pdf/000000241810_20241223225022.pdf
- U.S. Chamber of Commerce(n.d.). “2023 International IP Index”, <https://www.uschamber.com/intellectual-property/2023-international-ip-index> (검색: 2024.12.19.)
- 튀르키예 대통령실 전략예산처(2023). “중기 프로그램(2024-2026)”, https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2023/09/Orta-Vadeli-Program_2024-2026.pdf (검색: 2024.12.19.)
- 튀르키예 대통령실 투자청. “2023 튀르키예 경제 4.5% 성장해”, <https://www.invest.gov.tr/tr/news/News-from-Turkey/Sayfalar/turkish-economy-grows-4.5-percent-in-2023.aspx> (검색: 2024.12.19.)
- 튀르키예 문화관광부(n.d.). “튀르키예 문화 포털”, <https://www.kulturportali.gov.tr> (검색: 2024.10.10.)
- 튀르키예 문화관광부 국립오페라발레총국(n.d.). “History”, <https://www.operabale.gov.tr/en-us/kurumsal/genel-mudurluk/Pages/History.aspx> (검색: 2024.12.19.)
- 튀르키예 문화관광부 영화총국(n.d.). “튀르키예의 영화”, <https://sinema.ktb.gov.t>



r/TR-144750/turkiye39de-sinema.html (검색: 2024.12.19.)

튀르키예 통계청 공식 통계 포털(n.d.). <https://www.resmiistatistik.gov.tr/subject> (검색: 2024.12.19.)

튀르키예 통계청 인구 통계 포털(n.d.). “인구 증가 속도”, <https://nip.tuik.gov.tr/?value=NufusArtisHizi> (검색: 2024.12.19.)

튀르키예 통계청. “2021 문화경제 및 문화 고용 통계”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kultur-Ekonomisi-ve-Kulturel-Istihdam-Istatistikleri-2021-45686> (검색: 2024.12.29.)

_____. “2022 문화경제 및 문화 고용 통계”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kultur-Ekonomisi-ve-Kulturel-Istihdam-Istatistikleri-2022-49741> (검색: 2024.12.29.)

_____. “2023 주소 기반 인구 등록 시스템 결과”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayal%C4%B1-N%C3%BCfus-Kay%C4%B1t-Sistemi-Sonu%C3%A7lar%C4%B1-2023-49684&dil=1> (검색: 2024.12.19.)

_____. “2023 노인 통계”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Yaslilar-2023-53710> (검색: 2024.12.19.)

_____. “2023 영화 및 공연예술 통계”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Sinema-ve-Gosteri-Sanatları-Istatistikleri-2023-53639> (검색: 2024.12.19.)

_____. “2023 가계 소비 지출”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Tuketim-Harcamasi-2023-53801> (검색: 2024.12.19.)

_____. “2023년-2100년 인구 전망”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Nufus-Projeksiyonları-2023-2100-53699> (검색: 2024.12.19.)

_____. “2023 문화유산통계”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kulturel-Miras-Istatistikleri-2023-53640> (검색: 2024.12.19.)

_____. “2023 문화경제 및 문화 고용 통계”, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Kultur-Ekonomisi-ve-Kulturel-Istihdam-Istatistikleri->



2023-53653 (검색: 2024.12.29.)

튀르키예 통신부(n.d.). “Tiyatro”, <https://aboutturkiye.gov.tr> (검색: 2024.12.19.)

Anadolu Ajansı. “Türkiye’den 3 müze Avrupa Yılın Müzesi ödülüne aday gösterildi”, <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/turkiyeden-3-muze-avrupa-yilin-muzesi-odulune-aday-gosterildi/3401507> (검색: 2024.12.19.)

_____. “Devlet Opera ve Balesi Genel Müdürü Tan Sağtürk, yeni projelerini AA’ya anlattı”, <https://www.aa.com.tr/tr/kultur/devlet-opera-ve-balesi-genel-muduru-tan-sagturk-yeni-projelerini-aaya-anlatti/3410683> (검색: 2024.12.19.)

Bloomberg HT. “Türk oyun sektörü 5 yılda 3 kat büyüdü”, <https://www.bloomberght.com/turk-oyun-sektoru-5-yilda-3-kat-buyudu-2359138> (검색: 2024.12.19.)

Box Office Türkiye. “Box Office Türkiye: İllere göre sinema salonu sayıları”, <https://boxofficeturkiye.com/haber/box-office-turkiye-illere-gore-sinema-salonu-sayilari-5636> (검색: 2024.12.19.)

Datareportal. “Digital 2024: Turkey”, <https://datareportal.com/reports/digital-2024-turkey> (검색: 2024.12.19.)

Habertürk. “Türkiye dizi ihracatında dünya üçüncüsü”, <https://www.haberturk.com/turkiye-dizi-ihracatinda-dunya-ucuncusu-3663083> (검색: 2024.12.19.)

Marketing Türkiye. “Türkiye farklı cihazlarda farklı müzikler dinlemeyi seviyor”, <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/turkiye-farkli-cihazlarda-farkli-muzikler-dinlemeyi-seviyor/> (검색: 2024.12.19.)

NTV. “ABD ve İngiltere'den sonra en çok dizi ihraç eden ülke Türkiye oldu”, <https://www.ntv.com.tr/n-life/dizi-haber/abd-ve-ingiltereden-sonra-en-cok-dizi-ihrac-eden-ulke-turkiye-oldu,mxhhQr4FjkyStLtt2cL>



f6w (검색: 2024.12.19.)

PwC(n.d.). “PwC Küresel Eğlence ve Medya Sektörüne Bakış 2023–2027 raporunu yayımladı”, <https://www.pwc.com.tr/tr/basin-odasi/2023-basin-bulteni/pwc-kuresel-eglence-ve-medya-sektorune-bakis-2023-2027-raporunu-yayimladi.html> (검색: 2024.12.19.)

Tekno Blog. “Dijital müzik platformu fizy, 2024’ün “en”lerini açıkladı”, <https://www.teknoblog.com/fizy-2024-en-cok-dinlenenler/> (검색: 2024.12.19.)

Türkiye Yayıncılar Birliği. “TÜRKİYE YAYINCILAR BİRLİĞİ 2023 YILI KİTAP Pazarı Raporu”, https://turkyaybir.org.tr/wp-content/uploads/2024/05/KITAPPAZARIRAPORU-SON_YAYINLANAN-23MAYIS2024.pdf (검색: 2024.12.19.)

Yeni Şafak. “Sinemada gişe umut vermedi”, <https://www.yenisafak.com/hayat/sinemada-gise-umut-vermedi-4662953> (검색: 2024.12.19.)

논문접수일: 2024년 12월 30일

심사완료일: 2025년 01월 10일

게재확정일: 2025년 01월 14일