

限韓令 展開와 文化콘텐츠産業의 課題^{**}

趙正來^{***}

<목 차>

1. 한한령의 개념과 이해
2. 한한령의 전개와 중국의 인식
3. 한한령의 분석과 대책
4. 한한령의 완화와 문화콘텐츠산업 교류
5. 결론

1. 한한령의 개념과 이해

한국의 문화콘텐츠 수출에 있어 비중이 가장 큰 중국과의 산업교류는 2016년 7월 8일 주한미군의 사드(THAAD, 고고도미사일방어체계) 배치발표 이후 전면적으로 경색되었다. 이와 관련된 논란은 한한령(限韓令 혹은 禁韓令) 즉, 한류 금지령은 중국정부의 자국 내 한국 상품 및 서비스에 대해 수입을 제재하거나 중국에서의 콘텐츠 기획, 제작, 생산, 유통, 소비를 제한하는 통상 압력으로 이어졌다. 한한령은 협의적 의미로 중국 내에서 한국이 제작한 콘텐츠 또는 한국 연예인이 출연하는 광고 등의 송출을 금지하는 것이며, 광의적 의미로는 한국 기업과 한국 브랜드 등 한국적 요소를 담고 있는 모든 콘텐츠의 TV 광고

* 이 논문은 2017년도 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 한림대학교 일본학연구소가 수행하는 인문한국플러스지원사업의 일환으로 이루어진 연구임 (2017S1A6A3A01079517).

** 이 논문은 2017년도 한림대학교 교비연구비(HRF-201708-001)에 의하여 연구되었음.

*** 翰林大學校 中國學科 教授

까지 금지하는 대대적 조치를 말한다.¹⁾

당시 중국과의 사드갈등이 고조됨에 따라, 중국의 경제보복에 대한 우려와 교역 위축 및 상호의존성 개선에 대한 목소리가 증가하였는데, 한한령을 둘러싼 중국 내 소식은 오히려 한국판 기사를 인용하거나 한국인들의 생각을 옮긴 것이 많다. 예를 들면, 중국의 한 인터넷신문 평항왕(鳳凰網, ifeng.com)은 2016년 8월 14일 자 소식에서 한국의 언론매체가 중국의 한한령이 9월 1일부터 각 방송사에 시행된다고 보도(韓媒曝光中國‘限韓令’ 9月1日電視台實施)하였으며,²⁾ 구체적인 국가신문출판광전총국(國家新聞出版光電總局)³⁾의 금지내용을 옮겨 전했다. 이는 우리의 한류가 중국에 얼마나 의존하고 있는가에 대한 그 취약함을 드러내는 단면이다.

하지만 당시 중국의 텔레비전, 라디오, 신문, 출판, 영화, 광고 등을 총괄하는 국가신문출판광전총국에서 한한령을 공식적으로 발표했다는 근거는 찾아볼 수 없다. 일반적으로 중국정부와 관련된 일은 공식적으로 확인해주는 경우는 많지 않다. 다만, 중국 문화, 연예, 경제 관계자가 관련 당국자와 만나 한한령에 관한 구두지시 혹은 지침을 통해 이에 맞춰 한국과의 교류를 축소하거나 제한한다. 2016년 8월 5일자, 환치우시보(環球時報)에서는 ‘중국 내 일부 지역 TV방송국에서는 일찍이 정부기관의 구두 지시를 받았다고 한다. 이는 중국 엔터테인먼트 제작회사의 이야기를 통해 알 수 있으며, 비록 공식 문서를 통해 금지령을 받아보지는 않았지만, 이들은 한국 예능 프로그램의 중국 내 방영을

1) 김재범, <한한령에 관한 오해와 진실>, 《한한령의 원인과 대응정책》, 한국문화산업교류재단, 2017, p.3.

2) <韓媒曝光中國‘限韓令’9月1日電視台實施>, 鳳凰網, 2016.08.04.

http://finance.ifeng.com/a/20160804/14684972_0.shtml

<中, 사드 보복성 규제... 난기류에 빠진 ‘中 한류’>, 서울경제신문, 2016.08.02.

<http://www.sedaily.com/News/NewsView/NewsPrint?Nid=1KZZH5O305>

중국 국가신문출판광전총국은 빅뱅, 엑소 등 아이돌의 중국 활동 금지, 신규 한국문화산업 회사 투자 금지, 한국 아이돌그룹 1만 명 이상 공연 불허, 기 계약 제외한 드라마 등 한국방송물(합작포함) 사전 제작 금지, 한국배우 출연 중국 드라마 제작 금지 등의 내용을 담은 지침을 이달부터 적용하라고 각 방송사에 유선상으로 전달한 바 있다.

3) 국가신문출판광전총국(國家新聞出版光電總局)은 2018년 4월 16일 국가광파전시총국(國家廣播電視總局)으로 정식 개편됨.

원치 않으며, 이미 한국 드라마와 관련 모든 업무를 정지한 상태이다.'라고 적고 있다. 또한, 2016년 11월 21일 자, 중국청년보(中國青年報)에서는 '텐센트 엔터테인먼트(騰訊娛樂有限公司)의 방송국, 영화사 그리고 공연제작사 관계자 모두 (한한령) 문서를 받아 보지 않았다고 하였다. 하지만 업체 관계자는 (한한령은) 올해 가장 엄격한 제재조치 중 하나임을 강조하고 있다. 국가신문출판광전총국은 절대 한한령과 관련된 그 어떠한 문서도 보내오지 않을 것이다. 하지만 국가신문출판광전총국은 이미 여러 차례에 걸친 회의에서 이에 대한 입장을 명확히 하고 있다. 이로 인해 관련 업계는 상부의 의도를 알고 자발적으로 한한령을 시행하고 있다. 만일 어리석게 이를 깨닫지 못하고 실행하지 않는 이들이 있다면, 이들은 분명 정치의식이 그리 높지 않은 사람들일 것이다.'라고 하였다.⁴⁾ 무엇보다 현장에서 실질적인 한류의 배제가 이루어지고 있으며, 실체가 분명히 있다는 것이 중요하다. 더불어, 한한령의 실제 존재 여부보다 본질적인 문제는 한한령이 정말로 발의되었을 때 한국이 할 수 있는 조치는 거의 없다는 것이며, 한국정부가 중국을 정치적, 경제적으로 압박하거나 협상할 만한 숨겨진 카드가 있을까에 의문이 든다.

한한령은 2016년 사드와 함께 갑자기 나타난 현상은 아니다. 중국은 2000년대 초부터 이미 자국 문화산업 보호와 발전 차원에서 외국 문화콘텐츠에 대해 적극적인 규제와 제한을 적용하였다. 한한령도 사드 배치의 결과라기보다는 하나의 중국정부 차원의 규제 유형으로 해석⁵⁾해야 하며 단기적인 통상제재 현상으로 봐야 한다. 한한령 개념이 가지는 모순은 자본주의적 문화시장의 논리에 적합하지 않은 측면 분명 존재하지만, 사회주의 정치체제를 지향하는 중국의 국가체제 아래의 시장경제의 특수성을 고려한다면 이해 불가능한 것도 아니다. 하지만 한한령 하의 중국 한류 팬들의 반응은 때로는 매우 부정적이다. SNS상에서 옳고 그름을 떠나 다짜고짜로 대중을 향해 '국가와 오빠(강남

4) 주민욱, <"중국 언론보도를 통해 살펴본 한한령(限韓令)과 우리의 대응 방안">, 차이나 매거진, 2017.03.02. 재인용

http://www.cmnews.kr/?mid=webzineColumn&page=1&document_srl=343588

5) 신진식, <한한령(限韓令), 기회가 될 수 있다>, 《미디어/콘텐츠 BNK》, 2016. p.2.

스타일)’, 너희의 선택은 무엇이나고 강제한다. 향후 이러한 한국을 비롯한 외국 문화콘텐츠에 대한 비합리적 규제는 중국 문화콘텐츠산업 발전과 육성에도 큰 걸림돌이 될 것이다.

2. 한한령의 전개

중국은 미국에 이어 세계 2위 규모의 대중문화와 매체시장으로, 한류 콘텐츠의 중국 수출 비중(26.2%)은 일본(31.2%)에 이어 두 번째일 뿐 아니라, 연평균 수출 증가율이 18.3%에⁶⁾ 이르는 주요 소비시장이기 때문에, 한한령이 국내 문화콘텐츠산업에 미치는 파장은 크다.

한한령은 사드 보복의 목적으로 중국 내에서 행해지는 한국인, 한국 경제, 한국 문화에 대한 차별로, 처음에는 TV광고나 영화, 한중 합작 드라마에 출연한 한국 모델과 연예인들을 하차시키거나 한국 영상콘텐츠의 수입금지 조치로 시작하였다. 2016년 11월 초, 국가신문출판광전총국이 각 지역 위성방송기관에 내부전달로 한국 드라마, 영화, 한국 연예인 출연 영상물 및 관련 프로그램 방송금지 등 한한령을 상향 조정하였다. 이와 반대로 11월 21일, 중국 외교부는 한한령에 대해 중국 정부의 개입을 부정하면서 오히려 사드에 대한 재차 반대와 함께 중국 내 불만 정서와 민의가 반영되어 양국 간 인문교류가 이루어지지 않을 수 있다고 지적하였다.⁷⁾ 이는 사실상 민간차원에서 한한령이 진행되고 있음을 시사하는 것이다. 2017년 들어서는 동영상 플랫폼의 모든 한국 영상콘텐츠를 차단하였고 한국 관광여행 제한과 함께 한국 화장품, 생활용품

6) 김휘정, <중국의 한한령(限韓令)과 문화콘텐츠산업의 과제>, 《이슈와 논점》 제1264호, 국회입법조사처, 2017, p.1.

https://www.nars.go.kr/brdView.do?brd_Seq=20331&currtPg=1&cmsCd=CM0018&category=c1&src=&srcTemp=&pageSize=10

7) 外交部發言人耿爽主持例行記者會, 2016.11.21.

http://www.fmprc.gov.cn/web/wjdt_674879/fyrbt_674889/t1417148.shtml

등 주요 공산품 수입 불허, 김치와 삼계탕 등 특산식품 검역 강화 및 수입 제한, 각 항공사의 한국행 노선 축소 등으로 확대하였다. 2017년 3월 11일 기준, 중국 내 주요 음악 사이트에서 한국 음원과 드라마가 사라졌고, 더욱이 사드 성주 부지를 제공한 롯데 기업이 주요 표적이 되었다. 이와 함께, 중국 선양(瀋陽)과 청두(成都)에 건축하던 롯데월드 공사가 뚜렷한 이유 없이 중단되었고, 중국 내 롯데마트 99곳 중 55개 점포가 소방 안전 등을 이유로 영업정지를 당했다. 알리바바(阿里巴巴) 등 중국 온라인과 모바일 쇼핑몰에서 롯데마트관이 폐쇄되고 롯데 중국 홈페이지가 다운되었으며, 롯데 계열 제품들이 점차 퇴출당하였다. 사실, WTO로 인해 중국정부도 관세영역에서 조치가 불가능하지만 엄격한 세관심사나 허가제 등 행정체계를 통해 한한령을 실행하였다. 문화콘텐츠와 관련, 2017년 6월 22일 중국 국가신문출판광전총국은 시나웨이보(新浪微博), 에이씨핀(ACFUN), 평황왕(鳳凰網) 등 주요 인터넷 업체에 '정보 인터넷 전파 동영상 프로그램 허가증(信息網絡傳播視聽節目許可證)'을 갖추지 않으면 동영상 서비스를 제공할 수 없도록 하였는데,⁸⁾ 이 허가증은 명목상의 조건일 뿐 획득하기 어려워 사실상 동영상 금지령을 내린 것과 같다.

최근 들어, 중국의 한한령이 완화되고 있다는 관측이 있지만, 방송영화 분야에서는 아직 뚜렷한 변화는 없다. 중국 개최 국제 영화제에서 한국 작품이 잇따라 상영이 제지되었고, 20건이 넘게 영화제작이 중단되거나 무산되어 한중 합작영화 시장도 급격히 위축되었다. 한중 동시상영을 전제로 기획되었던 <군함도>는 지난 2017년 7월 26일에서야 비로소 개봉되었으며, 한중 합작영화 <평안도>는 2016년 7월 29일 개봉이었으나 돌연 연기되어 2019년 개봉예정이라고 한다. 심지어 한국영화사가 아니더라도 한국과 조금이라도 연관이 있는 경우 예를 들면, 강제규 감독의 완다 영화사(萬達電影) 한중 합작영화 <파이크 블레이크 스피어>(門破蒼穹, Fights break sphere)나 최승현(빅뱅탑)이 주연을 맡은 중국-독일 합작영화 <아웃 오브 컨트롤>(失控·幽靈飛

www.kci.go.kr

8) <國家新聞出版廣播電總局要求“新浪微博”, “ACFUN”等網站關停視聽節目服務> 2017.06.22. <http://www.sapprft.gov.cn/sapprft/contents/6588/338032.shtml>

車, Out of Control) 등도 아직 상영되지 못했다.⁹⁾ 하지만 일본의 영상콘텐츠는 오히려 이를 틈타 중국시장 진출이 활발하였다. 예를 들면, 2016년 중국시장에 수입영화 90편 중 일본 영화가 11편에 달하며, 그중 애니메이션은 9편이다.

○ 한한령 피해사례¹⁰⁾

시 기	피 해 사 례	비 고
2016.7~8 *사드 배치 발표(7.8)	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 온라인 등을 중심으로 한한령 유포 - 한류스타 팬미팅 및 케이팝 공연 (EXO, 와썹 등) 취소 - 배우 유인나, 촬영중이던 드라마 돌연 하차 - 배우 김우빈, 수지 팬미팅 행사직전 취소 - 한류 스타 中 방송 통편집(황치열, 싸이 등) - 한·중 합작영화 개봉 연기 및 제작 중단 	과급력이 큰 방송프로그램 위주로 한류 제재 분위기
2016.9~10	<ul style="list-style-type: none"> - 한국 연기자 출연 중국드라마의 배우 교체 - SBS 드라마 '사임당, 빛의 일기' 한중 동시방영 심의 지연 	방한 중국관광객 20% 이상 감축 지침 하달(10.25)
2016.11~12 *한일군사비 밀정보보호 협정체결 (11.16)	<ul style="list-style-type: none"> - 중국당국, 한한령 강화 움직임 - KBS2 '화랑: 더 비기닝' 중국심의 통과, 한·중동시방영 확정(2016.11.16.) 이후 동시방영 중단(12.27) - 진지현, 송중기 등 한류스타의 중국 핸드폰 광고모델 교체 - 한국 드라마 16편 심의보류 및 EXO의 	한류 제재 강화 - 한류 방송 정상 추진 사례 없음

9) 이현우·허지영, <2017년 2분기 콘텐츠산업 동향분석 보고서>, 한국콘텐츠진흥원, 2017, pp.128-136.

10) 김휘경, <중국의 한한령(限韓令)과 문화콘텐츠산업의 과제>, <이슈와 논점> 제1264호, 국회입법조사처, 2017년, 재인용 p.2.

https://www.nars.go.kr/brdView.do?brd_Seq=20331&currtPg=1&cmsCd=CM0018&category=c1&src=&srcTemp=&pageSize=10

<중국, 한한령 '해빙 모드'> 경향신문, 2018.1.14.

http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201801142124005&code=970204

	난징콘서트(12.17) 연기	
2017.1~3	- 클래식 공연계로 한한령 확대 중 조수미, 백건우 중국공연 취소(2017.1) 국립발레단 김지영 중국공연 불발(2017.2) - <런닝맨>등 한국예능의 중국판 제목변경 - 드라마 <도깨비> 웨이보서 삭제	
2017.10	- 광진총국 부국장, 한한령에 대해 '문화 교류는 마음과 감정에서 나오는 온도의 교류'(2017.10.20) - 한중개선관련 양국의 협의결과발표 (2017.10.31)	
2017.12	- 문재인 대통령 방중, 시진핑 주석과 정상회담 (2017.12.13)	

자료1: 문화체육관광부 대중문화산업과(2017.2) 자료와 <중국, 한한령 '해빙 모드'> 경향
신문자료 정리

한한령의 원인은 정치, 외교, 안보, 경제 등 다양하다. 무엇보다 한국은 여러 면에서 미국과 중국 양국관계에 있어 일정 부분 상호협조적인 현실적 제약이 있다. 그러한 가운데 사드(THAAD)는 한중관계를 악화시키는데 결정적 기여를 하였다. 특히, 외교적인 면에서 중국의 체면을 손상시켰다고 보인다. 또한 한국과 중국의 통상 이슈인 FTA 등 중국의 경제적 측면에서 위기의식을 가져다준 것도 사실이며, 사회문화적 측면에서도 한중 상호교류 부재와 한류의 일방향성은 불편한 요소였다. 이에 따른 직접적 조치로 중국인의 한국 관광을 제한하였다. 독도 이슈 이후 일본에서는 혐한류가 지배적이었는데, 사드 이후 중국사회의 정치경제, 사회문화에 대한 이해와 더불어 중국 내 혐한류의 가능성은 없는지 한한령과 혐한 사이에서 한류의 현주소를 재확인해 봐야 할 시점이다.

○ 중국 내 한한령 인식

중국은 2009년 9월 26일 처음 문화산업에 관한 전문 강령인 <문화산업진흥계획>(中國文化産業振興規劃)¹¹⁾을 추진하였고, 2012년 2월 15일 <국가

11) <中國文化産業振興規劃>

12차 5개년 문화개혁발전계획강령>(國家十二五時期文化改革發展計劃綱要)¹²⁾을 발표하면서 국가 전략적 측면에서 문화강국으로의 발전을 모색하였다. 이후 중화권 단일 영화시장 형성 등 문화콘텐츠산업의 역량을 강화하고 국제적 경쟁력을 제고 하였다. 중국 문화콘텐츠 산업시장은 점차 치열한 무한 경쟁체제 돌입하면서, 한국 문화콘텐츠산업의 경쟁력은 당연히 중국 관련 산업발전에 위협으로 작용해왔다. 그러므로 중국정부는 여러 규정과 정책들을 동원하여 직간접적으로 규제할 필요가 있었으며, 이에 한한령을 통해 한국 문화콘텐츠관련 기업과 경제활동을 제한하여 중국 문화산업의 보호와 자국기업의 시장확대를 도모하였다.

중국 한 온라인매체(攜景財富網)에서 국가신문출판광전총국 모 관계자 발언을 빌어 중국 방송에서의 한국 연예인 진출을 제한하는 이유를 언급하였는데, '첫째는 민족문화산업을 보호하고 산업의 건강한 발전을 촉진하기 위한 것, 둘째는 중국 연예인의 국민적 영향력과 호소력을 확대하기 위한 것, 셋째는 남성이 지나치게 연약하게 표현되는 비정상적인 현상을 줄이기 위한 것, 넷째는 화류(華流)가 한류(韓流)를 대체해 중화문화권을 주도하기 위한 것, 다섯째는 분별없는 행위(사드 암시?)에 대해 경고하기 위한 것'이라고 하였다.¹³⁾

한한령의 확대와 함께 중국 문화콘텐츠 시장에서 단순한 콘텐츠의 비교우위를 통한 경쟁은 점차 불가능해져 가고 있다. 비록 현대드라마와 예능의 세련된

http://www.gov.cn/jrzg/2009-09/26/content_1427394.htm

12) <十二五時期文化改革發展計劃綱要>

http://www.gov.cn/jrzg/2012-02/15/content_2067781.htm 이전의 계획이 '國富'에 초점을 맞춘 양적인 '경제성장'이었다면 12차 5개년 계획은 '民富'에 초점을 맞춘 질적인 '경제발전'을 강조하였다. 특히, 문화적 측면에서는 첫째, 공익성 문화산업 추진, 농촌과 중서부지역을 중심으로 문화보급 프로젝트 실시, 공공문화서비스 시스템 구축, 둘째, 대중 문화활동의 확대, 문화유산 보호, 문화기업 및 전략적 투자자 육성, 신형 문화업종 개발, 문화산업을 국민경제 지주 산업으로 육성, 셋째, 대외선전과 문화교류를 통한 문화의 국제화 모델 개발, 중국문화의 국제 경쟁력 및 영향력 증대를 통한 문화산업발전을 추구하였다.

13) <限韓令原因是什麼? 限韓令升級爲什麼讓韓國恐慌? >, 攜景財富網, 2016.12.15.

<https://read01.com/LKygkJ.html#.WtB7HeQh19A>

연출과 비결, 사실적 스토리텔링과 아이돌 기획 등 한국 콘텐츠의 비교우위 영역이 존재하지만, 중국의 콘텐츠 제작능력의 급성장을 무시할 수는 없다. 특히, TWICE구성원의 중국어 사과와 LGU+광고 배제 사례를 살펴보면 향후 한국 콘텐츠시장의 중국 종속 가능성도 부정할 수 없다. 또한, 한중 FTA에서 방송엔터테인먼트의 시장개방은 중국과의 합작이나 합자 형태로만 가능한 불완전한 개방이기 때문에, 중국 정부의 제한 조치에 대한 협정 위반을 적극적으로 대응하기 어려움이 있고, 합작 시 경영 판단의 주체 역시 중국 측에 있기에 자칫 대부분 수익을 중국으로 분배할 가능성이 크다. 중국 내 규제가 강화되면서 한국을 비롯한 해외 드라마는 황금시간대 방송 배제, 동시방영 불가, 위성 TV 당 해외 방송 포맷 수입의 연간 1회 제한 및 중국 드라마 동시방영 시 작품 전편 사전심의와 더불어 중국내 불법영상 유출 우려도 있다. 나아가 법적 문제가 발생 시 제3국이 아니라 베이징, 상하이 등 국내 법정을 통해 해결하는 경우가 대부분이다.

이러한 측면에서 한류의 유행은 중국식 사회주의 정신과 문화를 퇴색시킬 수 있다는 인식을 강하게 심어줬으며 사드 배치와 함께 일본의 반한류 문화를 참고하여 중국의 자국문화 발전을 모색하는 기회가 되었다. 결국, 중국의 문화강대국 건설과 자국 문화콘텐츠산업 발전을 위한 과정에서 한국이 빌미를 제공하였으며, 사드는 한한령의 원인이 아닌 핑계에 불과하다고 볼 수 있다. 이를 계기로 한한령은 중국문화의 소프트파워 발전의 계기가 될 것이다. 한국 콘텐츠문화를 배제하고 중국의 문화산업 발전을 강화하거나 아니면 한국적 모델을 수용하여 중국의 문화산업적 역량을 혁신하고 글로벌화로 가려는 의도가 내재되어 있다고 판단된다. 나아가, 한한령은 중국 내부의 단결을 도모하고, 중국 문화콘텐츠 산업의 미래 방향을 설정하는 전략적 계기가 될 것이며, 이를 통해 중국문화의 국제적 위상강화와 대외 영향력을 확대할 것이다.

3. 한한령의 분석과 대책

중국의 지난 한한령 조치는 한국과 중국의 정치적, 군사적 문제와 함께 경제적 문제 즉, 무역교역량 비대칭에 따른 해결 모색을 위한 대응으로 이해된다. 당시 중국의 제재가 관세장벽, 한국 금융시장 내 자금회수, 군사행동으로의 발전 가능성까지 주목하였지만, 한국 콘텐츠산업과 소비제품의 유통제한, 관광금지, 여론조성 등 간접적인 제재에 그쳤다. 이는 국제 시장환경과 과거 중국의 외교안보적 사례를 감안 추가적 보복 어려웠으리라 본다. 이는 홍콩의 언론매체(評論中國)의 사드 배치와 한한령에 대한 논평에서 그 사실을 확인할 수 있는데, '중국 또한 한국의 사드 배치에 대해 더 강력하게 제재할 방법은 없다. 한한령은 이러한 정세의 변화에 따라 등장한 것이다. 확실한 것은 한한령은 중국정부를 무시한 한국정부의 사드 배치에 대한 징벌적 조치이다. 하지만 결코 한국정부의 사드 배치의 입장을 바꿀 수는 없을 것이다.…… 한한령은 분명히 양국의 긴밀한 무역협력에 영향을 줄 것이며, 한중관계의 추진력을 약화시키고 관계의 근간을 훼손할 것이다.'¹⁴⁾ 라고 하였다.

중국 내 한한령 조치를 조금 더 자세히 살펴보면, 한류 연예인의 드라마와 예능 출연 자제, 출연프로그램 편집, 한류스타 공연 미허가, 한류 드라마 검열 미통과와 연기, 신작 게임 시장영업 미허가 등 대중 연예프로그램이나 영상매체 등 콘텐츠산업과 관광산업에 집중되어 있다. 특히, 게임의 경우 지난 1년간 1건도 영업허가를 내주지 않았지만(다른 외국제품 412건 허가) 중국게임의 한국시장 진출은 111건으로 매출증가도 170% 이른다. 중국은 자본주의 시장 경제이지만, 방송영상 분야에서는 시장의 요구보다 국가광과전시총국(國家廣播電視總局, 전 국가신문출판광전총국) 즉 정부의 행정적 영향력이 절대적이

14) <“限韓令”能否逼韓國放棄薩德>, 評論中國, 2016.9.7.

<http://hk.crntt.com/doc/1043/8/2/1/104382116.html?coluid=93&kindid=7950&docid=104382116>

다. 대중에 대한 사회주의 이념 교화와 민족문화 보호정책 등 방송제재에 대한 당위성을 강조하며, 정부정책에 시장경제가 종속된 구조로 보아야 옳을 것이다. 또한 중국정부의 규제는 허가제를 통한 원칙은 있되 적용이 매우 가변적이어서 한한령의 사례처럼 대비책을 마련하기가 까다롭다. 또한, 2016년 당시 한국의 방송엔터테인먼트산업 수출의 중국비중은 70%정도이며, 관광산업은 46.8%를 차지하였다.¹⁵⁾ 문화콘텐츠와 관광서비스 분야의 제재는 관련 산업의 가치창출 가능성까지 제한하는 특성이 있어, 중국 기업의 산업적 손실은 적고, 한국시장의 피해와 영향력이 커 최고 수위의 제재가 지속해서 가능한 분야이다. 하지만, 한국과 일본으로부터 IT·전자, 자동차·기계부품, 건설자재 등 고부가가치 제품의 중간재를 수입하여 유럽이나 미국으로 완제품을 수출하는 중국의 가공무역 비중이 72.5%로¹⁶⁾ 절대적이기에 중간재를 전면금지하기는 힘들 것이다. 즉, 사드가 좋은 핑계거리일 뿐 근본적인 이유가 아니면 한류 콘텐츠에 대한 제한 조치와 관련 산업 종사자에 대한 퇴출은 거스를 수 없는 중국 정부의 예견된 정책적 흐름이었다.

예컨대, 한한령에 대한 당시 정부의 대책을 살펴보면, 직접적인 한국 정부의 WTO 제소도 고려되었다. 하지만, 중국 정부의 노골적인 한한령 부정과 준법투쟁 방식의 간접적 제재, 중국 국민의 자발적인 행동이라는 주장 등 쉽지 않은 현지상황¹⁷⁾, 정부차원의 북핵문제 해결을 위한 중국정부의 공조 필요성과 불필요한 한중갈등의 부담감 등 제소에 대한 부정적 견해가 지배적이었다. 학계나 산업계의 여러 의견을 정리하면 다음과 같다.¹⁸⁾

- 사드 보복설에 너무 민감하게 반응. 오히려 무대응의 대응전략도 필요

15) 정부관계부처합동, <방한 관광시장 활성화 방안>, 관광 관련 경제현안간담회, 2017.11.3., p.4.

16) 정환우, <중국의 가공단계별 수출입구조로 본 중국 내수시장 변화와 시사점>, 《Trade Focus》, Vol.10 No.23, 2011년, p.1.

17) <우다웨이 “중정부, 한 번도 ‘금한령’ 발표안해...자발적 행동”>, 뉴스1, 2017.4.11.

18) 김재범·심상민 등, <<한한령의 원인과 대응정책>> 공동 세미나 자료집, 한국문화산업교류재단, 2017.4.5.

- 문화가 외교·국방 영역과 분리하여 대처
- 정부 주도적 한류정책에서 벗어나, 민간차원 네트워크 기반조성 및 지원
- 인력양성의 중요성: 한류산업의 지속가능성 위해 창의인력 역할 중요
- 북경 등 대도시 중심 한국 콘텐츠 비즈니스센터를 중소도시로 확대
- 해외 현지의 자발적 한류 수요를 유발
- 온라인 커뮤니케이션 플랫폼 개발, 한류 커뮤니티의 자유로운 소통 공간 제공
- 동남아시아 등 포스트 차이나 국가의 저작권보호 환경 구축
- 정부 정책에서 한류와 산업의 분리 필요, 민관합동 교류와 사회공헌 활동 필요

하지만, 단기적인 위기 탈출을 넘어 지속적인 성장을 위해서는 우리 콘텐츠 시장의 근본적 한계를 극복하기 위한 혁신정책과 대응전략이 필요하다. 이와 함께, 과거 중국이 외교안보 및 다양한 사유로 일본, 노르웨이, 필리핀, 대만 등에 유사한 경제보복 조치를 취하였는데 여기에서 관련국의 대응을 살펴볼 필요가 있다.¹⁹⁾

	일본 (2010, 2012)	필리핀 (2012-2016)	노르웨이 (2010)	대만 (2016)
원인	-영토분쟁 (센카쿠 열도)	-남중국해 영토 (스카보러섬) 분쟁	-노벨평화상 수상자로 中반체제 인사(류샤오보) 선정	-反中 성향의 차이잉원 총통 당선
보복방안	-회토류 수출 중단 -반일시위 -일본제품불매운동 -일본상가 대한 폭력 시위	-바나나 통관 보류, 폐기처분 -필리핀 내 중국인 관광객 철수	-언어 수입 중단	-단체관광객 정원 축소 -식품수입 등 검역 강화

19) <중국의 사드 보복이 경제 및 산업에 미치는 영향>, 하나금융경영연구소, 2017.4, p6.

영 향 및 대 응	-일본의 對中수출 감소 -중국 관광객 급감 -공식적 타협 없이 봉합 -동남아 등 수출 다 변화	-“반미친중”으로 외 교노선 급선회	-중국의 언어수입 급감 -한국, 일본 등 대 체시장 개발 -홍콩 통한 우회수 출 확대	-중국 관광객 급 감 -대만의 對中수출 악화
-----------------------	--	------------------------	--	-----------------------------------

자료2: 하나금융경영연구소(2017.4)

위의 표에서와 같이 관련국은 직접적인 외교노선의 급선회를 선택하거나, 간접적인 대체시장 발굴 혹은 우회수출 확대 등의 대응책을 선택하였다. 특히 일본의 중국에 대한 대외통상정책은 FTA, WTO, 지역협력 등 3자를 상호보완적으로 활용하는 중층적인 대외통상정책을 기본으로 하면서 경제마찰에 대해서는 당국 간 각종 대화교류채널과 WTO를 병용하여 대응해 오고 있으며,²⁰⁾ 기본적으로 중국 산업이 갖는 시장, 자원, 생산거점의 활용에 주목해야 한다.

최근의 한류의 점차적 약세와 중국의 문화제국주의적 경향을 고려하면, 중국정부의 자국 콘텐츠 우선정책의 이해와 철저한 시장분석 및 전략강화, 한국 콘텐츠의 경쟁력 확보와 초국적성을 지닌 빅-콘텐츠 개발이 시급하며, 탈중국(Post China)전략을 통한 지역 다변화 즉, 동남아 지역을 넘어 유럽, 북미로의 진출과 남미, 중동, 아프리카 등 인구가 많고 지속적 성장세의 다양한 국가들을 공략할 필요가 있다. 예를 들면, 코리아브랜드&한류상품박람회를 동남아지역에서 개최하거나 한류스타-팬 연계형 콘텐츠, K-POP, 한류 드라마 등을 활용한 테마형 콘텐츠상품 개발 등 국가, 세대, 지역 등에 따라 세분화하고 선호맞춤형 콘텐츠를 지속 발굴하여야 한다.

이와 함께, 정부와 민간기구 채널의 상호보완성을 중시하는 영국과 일본의 대외 통상정책처럼 우리 정부의 대외 문화산업정책의 일관성 유지와 적절성 추구, 문화정책의 재평가를 통한 한류기획 관련 자문조직의 혁신적 개편 및

20) 한일경제협회, <최근 일본의 대외 통상정책>, 한일산업기술협력재단 일본지식정보센터, 2013, p.1.

한류 전문가 양성이 요구된다. 구체적으로는 중국의 콘텐츠 유통과정과 절차 관련 규제·법령 정보와 업계 동향의 신속한 공유, 계약·회계·마케팅 등에 대한 자문 및 통역 서비스 등 선제적 대응을 위한 정부차원 대중국 무역서비스 체계 구축도 우선과제이다. 더불어 중국과 경제마찰이 발생할 경우를 대비 민간 차원의 한중 양방향 문화교류를 통한 콘텐츠 업체 간의 채널구축과 소통 활성화 등 연대체제를 구축해 대중국 경제교류의 안정성을 높일 필요가 있다. 예를 들면, 한국콘텐츠진흥원은 북경에서 '2018년 제1회 북경 콘텐츠비즈니스 상담회'를 개최, 방송·게임·애니·VR 등 한국 대표 콘텐츠기업이 참가하여, 실무 워크숍과 법률상담 및 중국 콘텐츠 관계자들과의 만남 통해 새로운 한중 콘텐츠 비즈니스 모델을 모색하였다.

앞으로, 한국 문화콘텐츠산업에 있어 중국이 갖는 시장규모와 생산과 소비 거점의 활용 장점을 살리고, 관련 고부가가치 중심의 콘텐츠자원 개발과 광대한 중국의 시장특성에 맞는 세분화와 현지화 정책, 대중국 수출과 투자의 상호 보완관계 조정, 산업의 공동화 현상, 산업기술 유출, 지적재산권 및 상표도용 침해로부터의 자국 콘텐츠보호 등을 위한 문화산업정책을 수립해야 한다.

4. 한한령의 완화와 문화콘텐츠산업 교류

사드 배치에 따른 중국 정부의 한한령 시행으로 대중국 문화콘텐츠관련 사업이 어려움이 있었으나, 최근 중국 측의 완화 조짐이 보이면서 긍정적 분위기가 조성되고 있다.

2017년 10월 24일, 중국 19차 공산당 제19차 전국대표대회(당대회)의 폐막과 양국 정상회담의 화해는 사드 배치로 냉랭했던 한중관계에 변화를 가져오기 시작하였으며, 중국 동영상 사이트에서 한국 상품광고의 출현과 한국 단체관광 재개 분위기가 조성되면서 한한령의 영향이 점차 사라진다는 기대감이 나

타나기 시작하였다. 10월 30일, 한중 통화스와프가 연장되었으며, 10월 31일, 청와대 공식 홈페이지와 SNS를 통해 한중 관계정상화에 합의하였고, 11월 1일, APEC정상회의 중 한중 정상회담에서 사드갈등 종료를 선언하면서 모든 분야의 협력을 정상궤도로 회복하려는 의지를 표명하였다. 11월 11일, 중국의 최대 온라인 상거래 사이트인 타오바오(淘寶網)에서 전지현(全智賢)이 제품 모델로 등장했으며, 업계에선 이를 사드 해빙의 신호로 해석했다. 12월 2일, 처음 중국관광객이 인천공항 도착하였으며, 12월 13일, 시진핑 주석의 요청으로 문재인 대통령이 중국을 국빈방문하였다. 지난 2018년 3월 2일에는 YG엔터테인먼트의 이승현(빅뱅 승리)이 주연으로 출연한 영화 'LOVE ONLY'(宇宙有愛浪漫同游)가 전국 상영되었다. 이 영화는 2016년에 촬영을 마쳤지만, 한한령으로 그동안 개봉일을 잡지 못하였다.

최근 3월 29일, 양제츠(楊潔篪) 외교담당 정치국 위원은 문재인 대통령을 예방한 자리에서 사드 보복 조치해제를 약속했다. 이와 함께 4월 18일, 중국 베이징국제영화제(北京國際電影節)에서 한국영화 상영과 4월 26일, 항조우 중국국제애니메이션페스티벌(中國國際動漫節)에서 '한국관' 개관이 허가됐다. 하지만, 지난해 12월, 문재인 대통령이 중국을 찾았을 때도 사드 관련 합의가 있었지만, 사실 이후 상황은 크게 달라지진 않았다. 기대감이 높은 것은 사실이지만, 중국도 나름 자국 문화산업 보호와 체제유지를 위한 안전보장 등 구체적인 성과를 기대하며 이를 통한 제재 완화는 아직 불투명하다.

중국의 실제적 한한령 완화의 잣대는 온라인 관광업체인 시트립(攜程旅行網, Ctrip)과 동영상 사이트 유쿠(優酷, Youku)의 홈페이지의 한국 콘텐츠 업데이트이다. 중국인 관광객 모집 여행사들이 시트립에 한국 관광상품을 게재하는지, 각종 TV드라마와 영화를 소개하는 유쿠에 최신 한국 영상콘텐츠가 올라오는지를 통해 중국 정부의 시각변화를 확인할 수 있다. 2018년 7월 30일 현재 중국의 시트립 사이트 여행부문의 동북아 지역 단체여행객 모집광고를 살펴보면 홍콩과 대만, 일본과 몽고만 보인다. 유쿠에서는 사드문제 이전 방송 콘텐츠인 <한류와 함께 여행을>(韓流帶你去旅行 第三季)만 올려져 있고, 음

악영상품은 SM타운의 EXO <Cafe Universe>가 2017년 12월 14일 등재와 함께 JYP엔터테인먼트와 K-POP 채널 브랜드인 1theK의 콘텐츠도 소개되기 시작했다. 애니메이션의 경우는 2017년 3월 7일 등재된 쏘울 크리에이티브가 제작한 텔레비전 애니메이션인 <별별가족>이 최근 작품이다. 특히, 한국산 게임의 경우 2017년 상반기 전체 비준 판호 대비 0.11%에 그친 것으로 나타났다.

이처럼 제재가 표면적으로는 완화되는 듯 보이지만, 지금까지 비자 업무, 쇼핑 관광 등 확실한 변화의 움직임은 없다. 비록 당국자 간의 물밑교류를 통해 기대감이 높아지고 있지만, 구체적인 실무적 해결은 어느 정도 시간이 더 필요하리라 생각한다.

이는 당시 중국 외교부의 발언과 신문보도를 살펴보면 더욱 분명해진다. 2017년 10월 31일 외교부 대변인 화춘잉(華春瑩)은 정기 기자간담회에서 '중국정부의 사드문제에 대한 입장은 명확하고 일관되며 변한 것이 없다'라고 언급하였으며, 12월 9일, 왕이(王毅) 외교부장은 문 대통령의 중국방문을 앞두고 사드 3불 이행(사드 추가 배치 불가, 미국 미사일 방어체계 불참, 한미일 군사동맹 불참)을 재차 거론하였다.²¹⁾ 또한, 상하이 신하이룬 문화공사(新海潤文化公司) 부총재 팡스통(方世彤)은 언론에서 '한국 대통령이 중국을 방문함에 따라 한한령이 비록 진일보 완화하여, 한국의 스타들이나 한국 프로그램을 위성TV나 인터넷 영상에서의 출연을 볼 수 있겠지만, 국가신문출판광전총국의 외국방송프로그램에 대한 본질적 시각은 변하지 않았기 때문에, 이전처럼 개방은 불가능할 것이다. 다만 어느 정도는 수용할 것이다.'라고 하였다.²²⁾

중국 당국의 이러한 조치는 2017년 6월 1일 시행된 <온라인 동영상 프로

21) 外交部發言人華春瑩 主持例行記者會, 2017.10.31. 中國外交部網站
http://www.fmprc.gov.cn/web/wjdt_674879/fyrbt_674889/t1506202.shtml
 外交部部長王毅在2017年國際形勢與中國外交研討會開幕式上的演講, 2017.12.09. 中國外交部網站
http://www.fmprc.gov.cn/web/ziliao_674904/zyjh_674906/t1518042.shtml
 22) <“限韓令”可能真的要解禁了 但衛視和網站的購劇潮恐難再現? >, 界面新聞, 2017.12.9.
<https://www.jiemian.com/article/1804352.html>

그럼 관리 강화 정책 > (關於進一步加強網絡視聽節目創作播出管理的通知)²³⁾의 연장선상으로 판단되며, 2018년 3월 22일 <온라인 동영상 전파질서의 진일보 강화에 관한 통지> (關於進一步規範網絡視聽節目傳播秩序通知)²⁴⁾의 긴급문건을 통해, 동영상에 대한 불법 캡처나 편집을 엄금하고, 온라인 티저 영상과 예고편 등 동영상에 대한 관리 강화하였다. 이는 향후 2차 저작물 창작과 편집 저작물을 활용한 동영상 플랫폼의 특정 기업 등의 광고가 제한될 것이다. 이는 중국 당국의 사상 통제 강화 조치의 일환인 것으로 보인다. 서양에서는 중국의 문화 보호주의라는 시각이 지배적이지만, 중국 자국 업체들도 큰 타격을 입고 있어 보호주의 장벽을 넘어선 미디어에 대한 통제를 강화하고 있는 것으로 분석된다.

이처럼, 사드 자체의 문제가 아니라 사드를 둘러싼 군사전략 구도의 변화나 무역통상의 불균형문제 해소 그리고 국정운영의 안정을 위한 당국의 미디어에 대한 통제가 핵심이었을지도 모른다. 사드 반대란 기본 입장에 변함이 없음에도 불구하고 사실상 사드갈등 봉합을 통한 한중 관계개선에 합의하였다. 이는 사드 배치가 이미 완료돼 철회 어려운 현실을 고려한 중국의 출구전략이며, 사드철폐를 관철하기 어려운 상황에서 무한정 한국과의 정치경제 및 사회문화적 관계를 냉각시킬 수는 없었다는 판단이었으리라 생각된다.

이와는 별도로, 이번 한한령이 중국 무역의존도에 대한 반성과 이를 계기로 한류 대상지역의 다양화를 요구하는 의견이 많아졌다. 실제 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 발표한 <<2017년 콘텐츠산업 동향분석보고서>>에 따르면 사드의 영향에도 2분기 콘텐츠 수출액은 2억 달러 증가한 15.3억 달러로 전년 같은 기간에 비해 15.4% 증가했다. 수출액은 중국 한한령 영향으로 1분기에는 감소세를 보였으나 2분기에는 방송(108.8%), 만화(36.1%), 게임(16.4%) 장르의 실적이 증가했다.²⁵⁾ 특히, 국내 콘텐츠 상장사 매출액은 8조

23) <關於進一步加強網絡視聽節目創作播出管理的通知>

<http://www.sapprft.gov.cn/sapprft/contents/6582/336049.shtml>

24) <廣電總局下發特急文件 進一步規範網絡視聽節目傳播秩序>, 北京商報, 2018.03.22.

<http://www.jiemian.com/article/2007040.html>

원(지난해 같은 기간보다 17.6%증가), 영업이익 9천3백억 원(지난해 같은 기간보다 16.0%증가)이었으며, 전년 대비 40.6% 증가한 7.4억 달러(약 7,910억 원)의 수출실적을 달성했다. 이는 대중국 수출은 감소했지만, 동남아시아 등 콘텐츠 수출시장의 다변화와 동시에 일본 내 한류문화의 재점화 결과로 해석한다.

중국 정부가 한한령과 함께 경제적, 산업적 측면에서 한중관계를 주도하지만, 본질적인 한국의 문화콘텐츠의 경쟁력을 시장에서 부정하기는 힘들 것이다. 한국식 성장 모델은 아직 중국 콘텐츠 발전의 본보기가 될 수도 있다. 중국 입장에서 한국의 콘텐츠는 충분히 여러모로 활용가치가 높다. 더불어 중국의 자국 콘텐츠의 경쟁력을 향상시키기 위해 한국과의 협력 특히 인재양성을 위한 교육 분야의 도움이 필요하다. 중국 후난위성(湖南衛星)은 한한령 동안에도 <윤식당> 등 한국 예능프로그램을 표절하여 <중국식당>(中餐廳)을 2017년 7월 22일 처음 방송하였으며, 애니메이션의 경우는 스마트스터디가 제작한 핑크퐁의 <상어가족송>이 인기를 얻으면서 중국의 베이비버스(寶寶巴士, BabyBus)가 전체적인 영상과 노래 분위기가 비슷한 콘텐츠 <상어가족>(鯊魚一家睡覺了)시리즈물을 만들어 논란이 되었다. 사실 베이비버스는 사드 배치 이전 한국의 <귀요미송>(可愛頌)을 활용한 콘텐츠²⁵⁾를 제작하기도 하였다. 중국 소유의 지적재산권 콘텐츠만 방영할 수 있지만, 창작 능력이나 제작 여건이 미흡하고, 심의 역시 자유롭지 못하여, 법령을 핑계로 수입을 하지 않고 표절하는 추세가 나타나고 있다. 심지어 한류 예능의 무단 표절도 모자라, 그런 프로그램을 세계시장에 판매하고 있다.²⁷⁾ 이처럼, 한한령으로 콘텐츠 분

25) 문체부·한국콘텐츠진흥원 보도자료, <2017년 2분기 국내 콘텐츠산업규모>, 《2017년 2분기 콘텐츠산업 동향분석보고서》, 2017.10.12.

<http://www.kocca.kr/cop/bbs/list/B0000138.do?menuNo=200831>

26) <可愛頌> https://www.youtube.com/watch?v=RMn_Md4jNv0

27) <鯊魚家族> 한어번역본 <https://www.youtube.com/watch?v=dGYnAi0Um5c>

<鯊魚一家睡覺了> <https://www.youtube.com/watch?v=PrNQkAg8gj0>

<뽀로로 넘은 '상어가족송', 중소기업이 유사품 제작·유통>, 이데일리, 2018.1.15.

http://www.edaily.co.kr/news/news_detail.asp?newsId=01148006619078048&mediaCodeNo=257

야의 수출산업이 급격히 위축되었지만, 캐릭터 및 콘텐츠 라이선싱 시장은 중국 정부심사에서 상대적으로 자유로워 일부 캐릭터와 콘텐츠 기업은 중국 현지 진출을 확대하고 있다. 아이코닉스의 경우 중국 내 뽀로로 테마파크의 숫자만 9개에 달하며, 매출의 10%를 사용료 수익으로 창출하고 있다. 이는 아직 한국 콘텐츠의 수요적 가치가 있음을 방증한다.

정리하면, 자국의 이익을 위한 힘의 논리로 형성된 국제사회의 질서에서 한한령에 대한 뚜렷한 해결방법을 찾기는 쉽지 않다. 2016년도 7월 한국의 사드 배치 이후, 한한령 논란이 지속되고 있으며, 아직 배치 이전과 비교하면 완전히 회복하지 못하고 있다. 2018년 6월 29일 북경에서 열린 ‘한·중 고위급 기업인 대화’에서도 한국의 정·재계 인사들이 통상관련 한한령을 풀어 달라고 재차 요구하였다.²⁸⁾ 국방과 관련된 사안에 대단히 민감한 중국에서 정치적 요소로 활발하던 문화산업과 관련한 통상무역이 악화되는 사례는 비단 한국뿐만이 아니다. 그러므로 한한령 해소를 위해 기존 유지되던 한중 문화콘텐츠의 상호 협력방식과 관련 산업 모두 큰 변화를 보여야 한다. 중국 문화콘텐츠산업의 구조변화와 대중수출 환경악화로 새로운 수출 투자전략 필요하며, 한국의 방송드라마, 엔터테인먼트 산업, 위성TV, 인터넷 동영상 서비스는 물론 관련 IP산업 역시 이를 극복하기 위한 근본적인 대책과 출구를 찾아야 할 것이다.

5. 결론

세계 경제의 중심이 북미와 유럽에서 아시아로 옮겨오면서 중국시장이 급부

<“이거 짝퉁인데?” 中, 한류 베낀 예능 버젓이 판매도>, 연합뉴스, 2018.4.20.

<http://v.entertain.media.daum.net/v/20180420060106190?rcmd=rn>

저작권 관련 콘퍼런스에서 국제 포맷인증 및 보호협회(FRAPPA)가 중국 동영상 플랫폼 아이치이(愛奇藝) ‘우상연습생’이 엠넷 ‘프로듀스101’을 표절했다는 분석결과를 내놓은 것.

28) <리커창 “무역전쟁 동참하라” 삼성·현대차 “배터리 문제 풀자”>, 중앙일보, 2018년 07월 02일. <http://news.joins.com/article/22763470?cloc=joongang|home|sectiontop>

상하기 시작하였다. 2000년대 이후 중국정부의 문화정책은 문화제국적 팽창주의에 기초하여 전통문화의 부흥을 강조하였으며, 2011년 10월 15일 중국공산당 제 17기 중앙위원회 제6차 전체회의에서 새로운 국가비전으로 사회주의 문화강국을 지향했다.²⁹⁾ 이를 실현하기 위한 과제로 문화산업을 국가전략산업으로 설정하고 육성하여 국가이미지 향상과 소프트파워 강화를 추구하였다. 최근 중국정부의 주도면밀한 대외 문화산업 촉진과 내수시장정책의 시행은 자국 문화콘텐츠시장의 해외개방에 따른 해외자본침투와 산업적 붕괴에 따른 경제적 손실에 대한 보호정책이며, 또한 문화콘텐츠를 통한 해외문화의 유입과 자본주의 사상의 팽배에 따른 중국정부의 사회주의 이념과 정치사상에 대한 정체성의 혼란에 대한 우려 때문으로 이해된다. 이와 같은 맥락에서 시행된 한한령 하의 중국과의 문화산업적 교류는 이전보다 중국이 생산기지로서 매력 이 약화되고, 대중국 직접투자가 위축되었지만, 아직 막대한 내수시장은 가히 매력적이다. 한한령으로 인한 장기적인 중국 회피나 우회 전략은 오히려 해가 될 가능성이 크며, 중국 내수경제의 규모와 소비자의 구매력이 계속 상승하는 분위기에서 당분간 중국을 대체할 시장은 희박하다는 의견이 지배적이다. 또한, 중국시장은 4차 산업혁명과 첨단기술의 경연장으로 발전하였으며, 문화콘텐츠 분야도 당분간 중국 기업과의 협력은 필수적이다.

그럼에도 불구하고, 오랜 역사적 경험을 통해 살펴보면 정치적, 경제적, 산업적 관점에서 중국의 위협이 항상 존재함을 명심해야 한다. 한한령 관련 한국과 중국의 문화적, 경제적 교류는 조만간 다시 풀어질 것이지만, 중국정부의 대외 문화콘텐츠 산업정책에 대한 본질적 입장이 변하지 않는 한 이전처럼 개방은 불가능하며, 정치적인 이유로 언제든지 다시 경제적 보복을 할 가능성이 존재한다. 중국정부가 왜 한한령을 통해 한국제품과 문화콘텐츠를 중국 대중과 격리하고 차단하는지 원인을 파악하고 대처 방안을 수립해야 한다. 중국이 중요한 콘텐츠시장인 것은 분명하지만, 산업적 피해에 대해 계속 방관한다면

29) <中國共產黨第十七屆中央委員會第六次全體會議公報>, 2011年10月18日
<http://politics.people.com.cn/GB/1026/15939784.html>

중국의 한한령은 계속될 것이다. 피해 예방을 위해 중국 의존도를 낮추고 시장을 다변화하여 경쟁력을 강화하는 체질개선이 필요하다. 특히, 사회주의 국가인 중국의 문화콘텐츠 산업시장은 정치, 경제, 사회, 국방 등 여러 측면에서 상호영향 관계에 있으므로, 한중관계의 미래적 관점에서 문화콘텐츠 전략의 재정립과 산업구조개선을 통해 경쟁력을 강화하여야 한다. 더불어 중국 내 문화콘텐츠산업과 소비시장 관련 교류채널의 다양화와 반한류, 혐한류 여론 관리와 함께 정치적 요소의 변동에 따른 시장보호를 위한 국가의 적극적 정책대응도 필요하다. 중국 내 문화콘텐츠 시장은 이미 치열한 무한 경쟁체제에 진입하였으며, 결코 만만한 시장이 아니다. 중국시장에서 큰 성공을 얻기 위해서는 한국에서도 최고의 품질이어야 함을 깨달아야 한다.

< 參考文獻 >

- 이현우·허지영, 《2017년 2분기 콘텐츠산업 동향분석 보고서》, 한국콘텐츠진흥원, 2017.
- 권기영, <'한한령(限韓令)'을 통해 본 중국 대외문화정책의 딜레마>, 《중국문화연구》 37(2017.8), pp.25-49.
- 남송우, <동북아시아 지역의 문화정책의 흐름과 교류의 방향성 모색>, 《동북아문화연구》 제44집(2015.9), pp.5-17.
- 이순임·강변환, <시진핑 출범 이후 중국 방송정책의 특징과 변화>, 《언론학연구》 19권4호(2015.11), pp.93-137.
- 정환우, <중국의 가공단계별 수출입구조로 본 중국 내수시장 변화와 시사점>, 《Trade Focus》 Vol.10(2011.5), pp.1-50.
- 주민옥, <한한령(限韓令)에 대한 중국 언론보도 사회관계망분석(SNA) 연구>, 《중국학》 60권 1호(2017.9), pp.285-301.
- 김휘정, <중국의 한한령(限韓令)과 문화콘텐츠산업의 과제>, 《이슈와 논점》 제1264호, 국회입법조사처(2017.2), pp.1-4.
- 신건식, <한한령(限韓令), 기회가 될 수 있다>, 《미디어/콘텐츠 BNK》(2016.8), pp.1-16.

- 이임자·조용원, <중국 정부의 한국 여행 제한 조치가 국내 소비재산업에 미치는 영향 분석>, 《i-KIET 산업경제이슈》 제19호(2017.5), pp.1-12.
- 이태형, <중국 문화정책의 통시적 고찰>, 《문화교류연구》 제5권 3호(2016.12), pp.81-100.
- 허지영, <2017 콘텐츠산업 수출 현황 및 전망>, 《코카이슈분석》 17-16호, 한국콘텐츠진흥원, (2017.12), pp.1-8.
- 김윤지, <최근 중국 경제제재 파급효과 추정>, 《이슈리포트》 2017-05, 한국수출입은행(2017.3.15.), pp.1-9.
- 김현경, <포기할 수 없는 중국 시장, 전략의 다변화 필요>, 《방송 콘텐츠의 수출 진단 및 전략》 특집2, 정보통신산업진흥원자료(2017.03.27.), pp.93-114.
- 전해영, <사드 갈등 장기화에 따른 국내 관광산업 손실규모 추정>, 《현안과 과제》 17-22, 현대경제연구원(2017.09.14.), pp.1-9.
- 정부관계부처합동, <방한 관광시장 활성화 방안>, 《관광 관련 경제현안간담회 자료집》(2017.11.3.), pp.1-12.
- 장보형, <중국의 사드보복이 경제 및 산업에 미치는 영향>, 하나금융경영연구소 보고서(2017.4) pp.1-35.
- 정훈, <최근 일본 통상정책의 변화와 우리의 대응방안>, 《KIEP대외경제정책연구원 보고서》(2017.12), pp.1-108.
- 한일경제협회, <최근 일본의 대외 통상정책>, 《일본지식리포트》, 한일산업기술협력재단 일본지식정보센터(2013.), pp.1-6.
- 주민욱, <“중국 언론보도를 통해 살펴본 한한령(限韓令)과 우리의 대응 방안”>, 차이나 매거진, 2017.03.02.
<http://www.cmnews.kr/webzineColumn/343588>
- <우다웨이 “중정부, 한 번도 ‘금한령’ 발표 안 해…자발적 행동”>, 뉴스1, 2017.4.11.
<http://news1.kr/articles/?2963376>
- <中, 사드 보복성 규제...난기류에 빠진 ‘中 한류’>, 서울경제신문, 2016.08.02.
<http://decenter.sedaily.com/NewsView/1KZZH5O305/>
- <중국, 한한령 ‘해빙 모드’>, 경향신문, 2018.1.14.
http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201801142124005&code=970204
- <뽀로로 넘은 ‘상어가죽송’, 중소기업이 유사품 제작·유통>, 이데일리, 2018.1.15.
http://www.edaily.co.kr/news/news_detail.asp?newsId=0114800661907

8048&mediaCodeNo=257

<“이거 짝퉁인데?” 中, 한류 배진 예능 버젓이 판매도>, 연합뉴스, 2018.4.20.

<http://v.entertain.media.daum.net/v/20180420060106190?rcmd=rn>

김재범·심상민 등, <한한령의 원인과 대응정책>, 《<한한령의 원인과 대응정책> 공동 세미나 자료》, 한국문화산업교류재단, 2017.4.5.

http://kofice.or.kr/b20industry/b20_industry_01_view.asp?seq=293&tblID=gongji&clsID=0

김상욱, <한한령(限韓令)과 한국 문화산업>, 《중국전문가 포럼》, 2016.12.13.

<http://csf.kiep.go.kr/issueInfo/M002000000/view.do?articleId=20876>

문체부·한콘진 보도자료, <2017년 2분기 국내 콘텐츠산업규모>, 《2017년 2분기 콘텐츠산업 동향분석보고서》, 2017.10.12.

<http://www.kocca.kr/cop/bbs/list/B0000138.do?menuNo=200831>

<리커창 “무역전쟁 동참하리” 삼성·현대차 “배터리 문제 풀자”>, 중앙일보, 2018.07.02.

<http://news.joins.com/article/22763470?cloc=joongang|home|sectiontop>

外交部發言人耿爽主持例行記者會, 2016.11.21.

http://www.fmprc.gov.cn/web/wjdt_674879/fyrbt_674889/t1417148.shtml

外交部發言人華春瑩 主持例行記者會, 2017.10.31. 中國外交部網站

http://www.fmprc.gov.cn/web/wjdt_674879/fyrbt_674889/t1506202.shtml

外交部部長王毅在2017年國際形勢與中國外交研討會開幕式上的演講, 2017.12.09. 中國外交部網站

http://www.fmprc.gov.cn/web/ziliao_674904/zyjh_674906/t1518042.shtml

<國家新聞出版廣電總局要求“新浪微博”, “ACFUN”等網站關停視聽節目服務> 2017.06.22.

<http://www.sapprft.gov.cn/sapprft/contents/6588/338032.shtml>

<中國文化產業振興規劃>

http://www.gov.cn/jrzq/2009-09/26/content_1427394.htm 2018.03.22.

<十二五時期文化改革發展計劃綱要>

http://www.gov.cn/jrzq/2012-02/15/content_2067781.htm 2018.03.22.

<關於進一步加強網絡視聽節目創作播出管理的通知>

<http://www.sapprft.gov.cn/sapprft/contents/6582/336049.shtml>

<韓媒曝光中國限韓令9月1日電視台實施>, 鳳凰網, 2016.08.04.

http://ent.ifeng.com/a/20160804/42662319_0.shtml

<中韓關係轉圜? 關於“薩德”有些疑惑不得不說>, 新浪網, 2017.12.11.

- <http://news.sina.com.cn/c/nd/2017-12-11/doc-ifypmef6308348.shtml>
<限韓令原因是什麼？限韓令升級爲什麼讓韓國恐慌？>，攜景財富網，2016.12.15.
- <https://read01.com/LKygkJ.html#.WtB7HeQh19A>
<“限韓令”能否逼韓國放棄薩德>，評論中國，2016.9.7.
- <http://hk.crntt.com/doc/1043/8/2/1/104382116.html?coluid=93&kindid=7950&docid=104382116>
<“限韓令”可能真的要解禁了 但衛視和網站的購劇潮恐難再現？>，界面新聞，2017.12.9.
- <https://www.jiemian.com/article/1804352.html>
<廣電總局下發特急文件 進一步規範網絡視聽節目傳播秩序>，北京商報，2018.03.22.
- <http://www.jiemian.com/article/2007040.html>
<中國共產黨第十七屆中央委員會第六次全體會議公報>，人民網，2011.10.18.
- <http://politics.people.com.cn/GB/1026/15939784.html>
- 나무위키, 한한령, <https://namu.wiki/w/%ED%95%9C%ED%95%9C%EB%A0%B9>
2018.02.01.
- 百度百科, 限韓令, <https://baike.baidu.com/item/%E9%99%90%E9%9F%A9%E4%BB%A4/19875423?fr=aladdin> 2018.02.01.
- <상어가족> (鯊魚家族,2017) 한어번역본
<https://www.youtube.com/watch?v=dGYnAi0Um5c> 2018.04.22.
- <상어가족> (鯊魚一家睡覺了,2017)
<https://www.youtube.com/watch?v=PrNQkAg8gi0> 2018.04.22.
- <귀요미송> (可愛頌,2016)
https://www.youtube.com/watch?v=RMn_Md4jNv0 2018.04.22.

< Abstract >

China's Ban on Hallyu and Challenges of Cultural Contents Industry

www.kci.go.kr Jo, Jeongrae

The centre of the gravity of the world's politics and economics is gradually

shifting towards Asia from Europe and North America in the 21st century. Especially in China and Northeast Asian countries are pursuing cultural development based on their economic power and are aiming for globalization. China is heading towards the 'China Dream' and 'The Powerful Culture', and Japan is steadily maintaining its 'move towards right-wing policy' based on a country's economic growth. It is obvious that Korea's cultural strategy and policy setting is a very important period in the realization of the hegemonic dominance of the world culture. Since the 2000s, the Chinese government's cultural policy has emphasized the revival of traditional culture based on the expansion of Cultural Power of Imperial. In particular, in 2011, the Chinese government adopted to 'build up the socialist cultural powerhouse' as a new national vision. To achieve this, the Chinese government has set up the cultural industry as a national strategic industry, and has strongly promoted the national image and strengthened soft power.

In this context, China has carried out economic retaliation against South Korea over THAAD, which also hurts China's economy. As a result, structural weaknesses of Korean economy and industry on China trade are emerging as an urgent task. Among these changes, how will we, who experienced colonial cultural imperialism, recognize and accept various cultural conflicts beyond the political and economic problems with China? As a method to find its solutions, this study looked at the interrelated aspects of 'China's ban on Hallyu' and 'cultural contents industry'.

Key Words: China's ban on Hallyu, THAAD, Cultural Industry, Cultural Contents, Cultural Imperialism

원고접수일	심사일정	1차수정	게재확정	출간
2018. 7. 23	2018. 8. 10	2018. 8. 16	2018. 8. 29	2018. 9. 30

