

중국드라마의 한국 진출과 그 수용 양상 소고

구경모*

【목 차】

1. 들어가며
2. 중국 TV드라마의 한국 진출 단계
 - 1) 맹아시기
 - 2) 발전시기
 - 3) 다변화시기
3. 중국 TV드라마의 한국 시청자 수용 양상
 - 1) 중국 전통사극을 선호하는 한국시청자 수용 양상
 - 2) 퓨전사극의 한국 드라마시장 진출
 - 3) 한국시청자의 중국의 웹 드라마에 대한 선호
4. 나오며

【초록】

21세기를 시작으로 세계 각국은 고유의 문화산업 모델을 구축하기 시작했으며, 문화상품을 생산하기 시작했다. 그 결과 국가 간 유통과 소비가 증가하였고, 한 나라의 문화산업 발전 수준은 국가의 소프트 파워를 측정하는 중요한 지표가 되었다. 한·중 문화 교류 과정에서 한류는 중국에서 많은 인기를 얻었다. 반면 중국의 문화콘텐츠는 한국의 주류문화로 인식될 수 없는 상황에서 한류의 성공은 중국 문화산업의 육성에 대한 필요성을 시사하고 있다. 현재 중국의 외적 하드파워와 비교하면 중국의 소프트 파워는 큰 영향을 미치지 못하고 있다. 이에 중국 정부도 미디어 산업에 많은 투자를 하고 있다. 이것은 또한 중국의 TV 드라마 저작권의 대규모 수출에서 볼 수 있으며 중국의 문화산업이 발전하는 과정에서 한국 진출과 수용에 대한 답론은 필요하다.

【키워드】 한국 드라마, 중국 드라마, 웹 드라마, 시청자, 한류

* 우송정보대학 글로벌호텔외식과 교수 (kookm2@hanmail.net)

1. 들어가며

오늘날 지구촌은 문화의 교류와 이해라는 키워드가 부각되는 시대로 접어들고 있다.¹⁾ 특히 텔레비전 매체가 인류 문화에 끼치는 영향은 다른 문화 형태에 비해 영향력이 크며, 그 중에서 드라마는 영상 문화를 대표하는 분야로 문화산업 교류에 매우 중요한 역할을 수행하고 있다.

문화의 영향력이 전 방면으로 확대되고 자국의 문화를 활용하여 국가이미지를 상승시키고자 하는 문화외교 활동이 각 나라마다 확산되고 있다.²⁾ 1992년 한국과 중국은 정식으로 외교 관계를 맺게 되었고, 양국의 문화 교류는 더 친밀해지고 빈번해졌다. 이러한 역사적 배경에서 음악, 영화, 드라마 등을 중심으로 한·중 양국의 대중문화는 상호 교류되며 많은 인기를 얻었다. 양국이 정식 외교 관계를 수립한 후 많은 한국의 문화콘텐츠가 중국으로 흘러들어오기 시작했으며, 한국 텔레비전 드라마가 중국에서 인기를 얻게 되었고 동시에 한국 대중음악의 인기도 확산되었다. 한국의 대중문화가 중국 시장에 전파되고 인기를 얻음에 따라, 한국 문화는 외국 문화 중에서 선두주자가 되었다. 그 결과 한국 드라마로 인해 촉발된 중국 내 한국 문화 콘텐츠에 대한 인기와 그 파급 효과는 ‘한류’(韓流, Korean Wave)라고 불리기 시작했다. 오민서는 한국 드라마가 90년대에 한류 1.0시대를 열었으며, 이어 케이팝 중심의 한류 2.0시대와 예능, 영화, 뷰티의 한류 3.0시대로 확장되어 간다고 그의 논문에 밝히기도 했다.³⁾

1997년에 한류의 시발점인 드라마 MBC <사랑이 뭐길래 (1992)>는 중국 CCTV 방송국에서 방영되었다.⁴⁾ 그 후에 MBC <대장금 (2003)>, KBS <풀하우스 (2004)>, SBS <별에서 온 그대 (2013)> 등이 중국 내에서 돌풍을 일으켰다. 한국 드라마가 중국에서 인기를 얻은 후 중국 내에서는 한국 드라마의 저작권을 구입해 제작되는 리메이크 드라마가 점점 많아졌다. <천국의 계단>의 중국판 리메이크 드라마 <상풍 일양이거>(像風一樣離去)는 2006년에 방영되었고, <가을동화>의 리메이크 드라마

1) 양선미, 「한·중 문화교류 협력방안 연구」, 숙명여자대학교 석사논문, 2006, p.7.

2) 허정아, 「국가 간 문화교류를 통한 미래발전방안 연구: 한중 사례를 중심으로」, 경희대학교 경영대학원 석사논문, 2013, p.3.

3) 오민서, 「중국 내 한국 TV드라마의 인기요인 및 지속방안 연구: ‘지우 링허우’(90後)세대 여성 시청자 심층면접을 중심으로」, 한국외국어대학교 글로벌문화콘텐츠학과 석사논문, 2017, p.1.

4) 중국에서 가장 먼저 방영된 한국 드라마는 <질투>이다. 1993년 중국의 중앙 방송국(CCTV)에서 방영되었다. 그러나 <질투>는 중국에서 큰 인기를 끌지 못했다. 다음으로 1997년 방영된 <사랑이 뭐길래>는 4.2%라는 높은 시청률을 기록하였으며 약 3,900만 명의 시청자들이 시청하였고 한류의 시발점이라고 볼 수 있다.

<일불소심애상니>(一不小心愛上你)와 2011년 <아내의 유혹>을 원작으로 제작된 리 메이커 드라마 <회가적 유혹>(回家的誘惑)도 중국에서 엄청난 이슈가 되었다.⁵⁾

한편, 90년대 초반 한류가 중국에 진출했을 때 한국에서도 중국어와 중국문화 배우 열풍이 일어났다. 하지만 중국어 학습의 위력은 한류를 따라잡기에 역부족이었다. 한류가 중국에서 높은 인기를 얻고 있는데 반해 중국의 드라마, 영화, 음악은 큰 주목을 받지 못했으며 한류만의 성공은 중국의 문화산업 육성이 필요함을 시사하고 있다. 이에 2010년 중국 정부가 ‘문화산업 육성’정책을 내놓으면서 중국 문화산업 발전의 중요성이 더욱 부각되었다.⁶⁾ 또한 중국의 정치, 경제, 군사 등의 하드파워가 빠른 속도로 발전함과 동시에 소프트파워도 영향력이 커지면서 중국 드라마가 해외에 대거 수출되었고, 각색되어 판권이 팔리는 경우도 나타나기 시작했다. 2015년 3월 미국 동영상 플랫폼 서비스 사업자인 넷플릭스는 중국 드라마 <후궁견환전: 옹정황제의 여인>(甄嬪傳)을 서비스하기 시작했고,⁷⁾ 2014년부터 한국 방송사는 중국 드라마 <패견녀왕>(敗犬女王), <명중주정위애니>(命中注定我愛你), <보보경심>(步步驚心)을 리메이크하여 <마녀의 연애>⁸⁾, <운명처럼 널 사랑해>⁹⁾, <달의연인-보보경심려>를 선보였다. 최근 들어서 중국 TV 드라마의 해외 시장 진출이 가속화되고 있는 분위기다. 2016년에는 <랑야방>(瑯琊榜)이 중화TV 최고 시청률을 갱신하면서 관련 여행 상품이 판매된 것이 대표적이다. 또한 ‘제24회 상하이 국제필름&TV축제(上海電視節)’에서 중국의 방송작가 왕리핑(王麗萍)은 ‘2017년 중국에서 제작된 TV 드라마가 총 8500만 달러 규모의 수출을 달성했으며 중국 드라마 산업의 황금시대’라고 말했다. 그리고 화처미디어(華策影視)의 부빈성(傅斌星) 부회장은 ‘10년 전 처음 칸 페스티벌에 참석했을 때 화처미디어는 단 한편의 작품도 팔지 못했지만, 2017년 자사의 TV 시리즈 해외 수출액은 1억 3000만 위안에 달할 정도다.’라고 밝혔다.¹⁰⁾ 이처럼 최근 몇 년 동안 중국의 드라마 산업은 ‘해외진출(走出去)’¹¹⁾ 전략의 일환으로

5) “해외서 다시 태어나는 한류 드라마들”, 『연합뉴스』, 2018.04.22. <https://www.yna.co.kr/view/AKR20180420184500005>

6) 고유, 「중국영상콘텐츠의 초국적 전파: TV드라마의 한국 전파를 중심으로」, 한국외국어대학교 글로벌문화콘텐츠학과 박사논문, 2017, p.18.

7) “미국판 <후궁견환전>은 Netflix에서 평점이 높음. ‘견환’열풍을 끌고 있다.”(美版《甄嬪傳》Netflix分高漲, 再掀“甄嬪”熱潮), 『團易娛示』, 2015.03.30., <http://ent.163.com/15/0330/16/ALVGRA5K00031GVS.html>

8) <마녀의 연애>은 이정효, 윤지훈 등 배우들이 연출하고 2014년 4월 14일부터 2014년 6월 10일까지 방영하였던 tvN 월화 드라마이다. 드라마 홈페이지.

9) <운명처럼 널 사랑해>는 장혁, 장나라 등 배우들이 연출하고 2014년 7월 2일부터 2014년 9월 4일까지 방영했던 MBC 수목드라마이다. 드라마 홈페이지.

10) “중국산 드라마가 해외에 수출액은 8500만 달러를 넘어”(過山電視劇海外熱播 出口額已超8500萬美元, 『新浪新聞』, 2018.06.14. <http://sh.sina.com.cn/news/k/2018-06-14/detail-ihcwpcmq6388602.shtml>

꾸준히 해외 시장에 진출하기 위해 노력해 왔다.

이러한 한류의 성공은 중국 정부에 문화산업 육성의 필요성을 시사함으로써 본 고에서는 중국 드라마 산업의 해외 수용자의 수용현상과 이에 따른 산업적이고 문화적인 함의를 살펴보고자 한다. 최근 한국과 중국에서는 한류가 중국의 문화산업에 미치는 영향과 시사점에 대한 연구가 많이 이루어졌지만 그에 반해 중국의 문화산업이 발전하는 과정에서 해외수출과 문화콘텐츠에 대한 해외 수용 관련 연구는 많지 않다. 따라서 중국 문화산업의 발전과정에서의 한국 진출과 한국 시청자들의 수용에 대한 담론은 필요하다 하겠다.

2. 중국 TV드라마의 한국 진출 단계

이 장은 중국 드라마 산업의 발전과 중국 TV드라마가 한국 시장에 진출하는 것과 관련된다. 중국 드라마 산업의 발전과정과 한국 시장에 진출 과정을 시기별로 구분하여 각 시기의 중국 국내 드라마 시장의 현황과 한국 진출에 대해 살펴보았다. 본고는 선행연구를 바탕으로 중국의 드라마산업의 발전은 크게 맹아시기(1978년부터 2001년까지), 발전시기(2001년부터 2015년까지), 그리고 다변화시기(2016년부터) 세 가지로 구분하고자 한다.

우선, 맹아시기(1978년부터 2001년까지)와 관련하여 박경화는 1992년 한중 수교를 기점으로 양국 방송 교류는 본격적으로 이루어지기 시작하고 1992년부터 2000년까지의 시기는 중국 방송 산업의 생성기로 이 시기 중국 방송은 그 특성상 여전히 공산당 정책에 대변자로서 이데올로기적 역할에 충실하고 경영적인 측면은 전혀 고려하지 않았으며 방송교류에 있어서도 소극적이었던 것을 지적하였다.¹²⁾ 또한 고유는 1978년에서 80년대 말은 중국 드라마 산업의 맹아기로 1978년 개혁개방을 실시하면서 중국의 경제 체제에 변화가 생겼다고 밝혔다.¹³⁾ 이에 따라 중국의 드라마 산업은 1978년 개혁개방을 실시하면서 발전하기 시작하였다. 또한 중국의 개혁개방 이후부터 중국 내 자체의 드라마 산업의 발전을 중요시하여 해외진출도 시작했지만 소극적이었기 때문에 본 고에서 중국 드라마 산업의 첫번째 맹아시기(1978년~2001년)로 설정하였다.

11) 지우추취(走出去): 직역하면 밖으로 나가자는 뜻으로, 중국의 문화콘텐츠의 해외 진출을 의미한다.

12) 박경화, 「한중 문화산업의 상생 발전을 위한 협력방안 연구: 방송영상산업을 중심으로」, 조선대학교 문화학과 박사논문, 2016, p.52.

13) 고유, 「중국영상콘텐츠의 초국적 전파: TV드라마의 한국 전파를 중심으로」, 2017, p.18.

다음으로, 발전시기(2001년~2015년까지)와 관련하여 이순임은 2002년부터 2005년까지의 시기는 중국 방송 산업의 발전기로 정의하였다. 이 시기에서 중국의 문화산업 시장의 건설과 관리를 강화하여 관련 문화산업의 발전을 진행했다고 밝혔다.¹⁴⁾ 이와 같이 박경화는 2001년부터 2013년까지의 시기는 한중 교류의 발전시기로 정의하였고 이 시기에 중국의 WTO 가입으로 이를 통해 중국의 드라마 산업은 빠르게 성장하였다고 밝혔다.¹⁵⁾ 또한 고유의 연구에서 2003년부터 2015년까지의 시기는 중국 드라마 산업의 발전기로 정의하였다. 이 시기에 정보화와 글로벌화의 시대가 도래함에 따라 한중 양국의 교류는 활발해졌고, 한류를 대표하는 한국의 문화콘텐츠가 중국시장에 진출하기 시작하면서 10여 년 동안 중국시장에서 자리 잡게 되었다.¹⁶⁾ 이를 통해 중국 WTO의 가입은 첫 번째 발전시기와 두 번째 발전시기의 경계로 설정하였다. 따라서 본 연구에서 2001년부터 2015년까지의 중국 드라마 산업은 발전시기로 설정하였다.

마지막으로, 다변화시기(2016년부터)는 본 연구의 시기와 맞물려 현재까지 지속되고 있는 한한령의 여파로 인해 한한령이 시행된 2016년을 기점으로 경계를 설정하였다. 2013년 <별에서 온 그대>가 방영된 후부터 중국 시청자들의 한류에 대한 관심과 기대치가 더욱 증가되고 있는 추세이고 한중 양국 간의 교류가 더욱 활발하게 되었다. 하지만 한한령에는 한국 드라마가 중국에 방송되는 것을 금하는 명시적인 규정이 있을 뿐만 아니라 한한령으로 인해 중국과 한국이 공동 제작하는 드라마의 촬영도 중단되었다. 이 시기 한국 드라마가 중국의 방송 시장에서 크게 손해를 보는 반면, 중국의 국내 드라마산업은 급속도로 성장했다. 이에 따라 2016년부터 중국의 드라마 산업 발전모델은 큰 변화가 생겼다.

1) 땡아시기

첫번째 단계는 개혁개방에서부터 중국이 WTO에 가입하기까지인 1978년부터 2001년까지다. 개혁개방 40년 동안 빠른 속도로 발전을 거듭하여 인민은 폭넓은 부를 축적하여 소비주의를 고양시키고 문화산업을 고속 성장의 시기로 일거에 밀어붙였으므로 드라마는 문화산업에서 볼 수 있는 그 성장의 일환이다.

14) 이순임, 「현대 한중 방송교류의 역사와 성과: MBC와 중국 SARFT·SMG의 교류협력 사례를 중심으로」, 이화여자대학교 지역연구협동과정 박사논문, 2014, p.63.

15) 박경화, 「한중 문화산업의 상생 발전을 위한 협력 방안 연구: 방송영상산업을 중심으로」, 앞의 논문, 2016, p.57.

16) 고유, 「중국영상콘텐츠의 초국적 전파: TV드라마의 한국 전파를 중심으로」, 2017, p.26.

(1) 주선율(主旋律) 드라마 중심의 중국 드라마 시장

중국 드라마의 기원은 1950년대에 시작되었다. 최초의 중국 방송은 ‘산업’이 아닌 ‘사업’이었다.¹⁷⁾ 개혁개방 이후 중국은 WTO에 가입하기 전에 20여 년 동안 중국 전역은 계획 경제가 시장 경제로 전환되는 과정에 있었다. 이 시기의 중국 드라마는 중국 정부가 중국의 국정기조와 일치하는 이데올로기를 사람들에게 주입하기 위한 홍보 도구로 보고 각 방송국 내부 팀이 자체 자본을 이용하여 제작하였다. 시장 경제가 활성화되면서 중국 드라마 산업이 점차 형성되기 시작했다. 드라마의 제작과 방송은 ‘제작과 방송 연계, 자체 제작, 자체 방송’하던 방송 시스템에서 ‘제작과 방송이 분리’된 방향으로 변하게 되었다.¹⁸⁾ 중국의 최초의 드라마는 1958년에 방영했던 <야채떡 한입>(一口子菜餅)이다. 이 드라마는 ‘행복할수록 어려울 때를 생각하고, 적극적으로 양식을 아낀다’라는 주제로 제작 방영되었다. 또한 1980년 첫 번째 TV 연속극 <적진 18년>(敵營十八年) 제작과 시청자의 긍정적인 반응으로 중국 TV 연속극의 서막을 열었다.¹⁹⁾ 이에 따라 이 시기의 드라마는 정치나 이데올로기를 전달하는 채널로서의 기능을 가지고 있다.

이후, 1989년 <드라마 제작 허가증 제도에 대한 규정>(關於實行電視劇製作許可證制度的規定)²⁰⁾이 반포되었다. 이 조항의 시행은 중국 드라마 면허제의 성립을 의미하며 중국 드라마 제작이 제도화 되었음을 의미한다. 중국 드라마 산업이 제도화되면서 1980년대 말부터 90년대 초까지 중국 드라마 역사에 작은 봄을 일으키면서 좋은 작품이 나왔다. 예를 들면 1987년에는 <서유기>(西遊記)와 <홍루몽>(紅樓夢)은 원작 소설을 드라마로 각색하여 많은 각광을 받았다. 90년대 초반의 작품은 시장 경제의 발전과 함께 드라마 산업의 시장화가 날로 활발해졌다. 이 때문에 코믹드라마와 멜로드라마 등이 시청자들의 많은 사랑을 받았다. 드라마 장르와 내용은 다양하게 되었지만 주선율(主旋律) 드라마가 여전히 드라마 시장에서 주도적인 위치를 점하고 있었다. 하지만 드라마 소재가 단순하고 획일적이기 때문에 중국 시청자들에게 지루함을 줬을 뿐만 아니라 다른 국가 시청자들의 욕구도 만족시키지 못하였다.

(2) 한국 지상파 방송국(KBS·MBC·SBS)을 통해 수출된 중국 드라마

17) 조복수, 『중국 텔레비전』, 커뮤니케이션북스, 2016.05, p.5.

18) 고유, 「중국영상콘텐츠의 초국적 전파: TV드라마의 한국 전파를 중심으로」, 2017, p.19.

19) 조복수, 『중국 텔레비전』, 커뮤니케이션북스, 2016.05, p.9.

20) <드라마 제작 허가증 제도에 대한 규정>(關於實行電視劇製作許可證制度的規定): 1989년 10월 31일 방송영화부에서 발표한 규정이다. 어떤 기관(각급 방송국 포함)에서 드라마를 제작할 때에는 반드시 드라마 제작허가증을 소지하고, 개인 제작을 금지한다.

중국에서 한국 드라마가 방영된 경로는 지상파 방송국과 인터넷 사이트로 나뉜다. 1993년에 방영했던 <질투>를 비롯해 20여 년 동안 중국의 중앙방송국부터 각 지방 방송국까지 한국 드라마를 방영했다. 중앙방송국의 채널8(CCTV8)은 가장 많은 한국 드라마를 방영한 채널이다. <보고 또 보고>, <인어 아가씨>, <노란 손수건> 등 여러 드라마들이 모두 채널8에서 처음으로 방영되었다. 뿐만아니라 많은 인기를 얻었던 <대장금>은 중국 후난(湖南)방송국에서 방영했으며, <가을동화>는 중국 안휘(安徽)방송국, 절강방송국, 강서방송국 등 지방 방송국에서 방영됐다. 아울러 안휘방송국은 2014년에 이미 인터넷에서 높은 인기를 끌었던 한국 드라마의 판권을 구입 하고 텔레비전에서 다시 방영하여 중국 시청자들의 주목을 이끌어 낼 수 있었고 높은 시청률을 자랑하였다.²¹⁾

1992년 한·중 수교 이후의 첫 문화 교류 협정은 <1992년 중화인민공화국정부와 대한민국정부의 과학기술 협력 협정(1992年中華人民共和國政府和大韓民國政府科學技術合作協議)>이다. 1994년 한·중 양국이 문화와 교육에 관한 협정을 다시 체결했고, <1994년 중화인민공화국과 대한민국정부 문화협력협정(1994年中華人民共和國政府和大韓民國政府科學技術合作協議)>을 맺어 방송, 영화, TV, 출판 분야의 교류와 협력을 확대했다. 이로 인해 다양한 교류와 협력을 추진하였고 중국 드라마가 한국의 시청자의 시야에 들어오기 시작했다.²²⁾ 한국에서는 중국 드라마가 주류가 아니기 때문에 주로 새벽시간에 방송국에서 방영하였다.

최초로 수입된 중국드라마는 <뉴욕의 북경인>(北京人在紐約)으로서 1995년 9월 5일부터 SBS에서 방송되었다. <뉴욕의 북경인>은 중국인 이민자들이 겪는 문화적 충격과 가정파탄 등을 주제로 하는 현실 소재 드라마이다.²³⁾ 그러나 <뉴욕의 북경인> 이후 한국 지상파 방송에 방송된 드라마들은 <판관 포청천>, <삼국연의>, <황제의 딸>, <신 삼국연의>, <초한전기>, <육정전기>등 대부분 역사극이다. 아래의 표에 보이듯 2000년부터 최근까지 한국의 주류 방송국에서 방영했던 중국 드라마는 몇 편 밖에 없고 주로 새벽 시간에 방영했다. 이는 자국의 드라마 산업을 보호하기 위하여 ‘문화보호’와 관련한 정책을 실시했음을 보여준다. 따라서 이 시기에 중국 드라마가 한국에 진출하는 경로는 넓지 않았고 진출 방식도 단순하였다. 따라서 한국에서의 진출 경로가 다양화되어야 함은 중국의 드라마가 해외 수출 시 우선 해결해

21) “안휘방송국은 한국 드라마 <별에서 온 그대>를 수입하여 황금시간대에 방영하였다”(‘安徽衛視借韓劇強化“次黃檔”：將引進《星你》’), 『搜狐網』, 2014.10.30., <http://news.cri.cn/gb/27564/2014/10/30/108s4746556.htm>

22) 고유, 「중국영상콘텐츠의 초국적 전파: TV드라마의 한국 전파를 중심으로」, 2017, p.26.

23) 고유, 「중국영상콘텐츠의 초국적 전파: TV드라마의 한국 전파를 중심으로」, 2017, p.25.

야 할 부분이었다.

2) 발전시기

중국 드라마 산업의 두 번째 발전 단계는 2001년부터 2015년까지이다. 중국이 WTO에 공식적으로 가입함에 따라 중국 드라마 산업도 산업화와 시장화로 급속 하게 업그레이드되었다.

(1) 한류바람을 일으킨 중국 드라마시장

박경화는 이 시기에 중국의 드라마는 진정으로 TV 미학을 중심으로 제작되어 충분히 TV화된 드라마를 완성했다고 했다. 맹아시기 정치 선전의 도구로 제작하는 주 선을 드라마는 이미 시대에 뒤떨어져, 새로운 비즈니스 모델 경쟁으로 청소년 시청자들이 빠른 속도로 빠져나가면서 점차 쇠락하게 되었다. 이와 함께 홍콩과 대만의 텔레비전 제작 자본이 중국 내륙 시장으로 진출하기 시작했다. 특히 대만 멜로드라마 <유성화원>(流星花園)이 중국에서 많은 인기를 얻은 것은 대만 멜로드라마의 중국 내륙 드라마 시장 진출의 시작을 의미한다.

2010년에 접어들면서 한국 드라마가 중국 드라마 시장에 대거 진출하기 시작했다. 한국은 1998년부터 등급제를 도입하였으며, 10여 년의 발전을 거쳐 대중문화 산업이 매우 성장하였다. 따라서 한국 드라마가 중국 드라마 시장에 진입하자마자 중국 청소년과 여성시청자 층을 일거에 점령하게 되었다. 뿐만아니라 한국의 음악, 영화, 게임, 그리고 K-Pop까지도 중국에서 유행하기 시작했다. 2005년 중국 시청자들이 즐겨 시청하는 호남성TV(湖南衛視)에서 방영된 <대장금>(大長今)이 폭발적인 인기로 그 절정을 찍었고, 이로 인해 중국에서 한류의 열풍을 일으키기 시작했다.²⁴⁾ 위에 언급했던 것처럼 이후 지방 방송국이나 대중매체 등에서 한국드라마를 수입배급하여 한국드라마는 다시 중국 시장에서 자리를 잡게 되었다. <상속자들>, <별에서 온 그대>, <태양의 후예>등 한류 드라마가 그 일례로 들 수 있다.

20세기에 접어들면서 중국 드라마 산업은 계속 발전하면서 2005년 국무원은 <비공유자본의 문화 산업 진입에 관한 몇 가지 결정>(關於非公有資本進入文化產業的若干決定)을 제정하여 영화드라마 제작 배급업에 민간자본의 진입을 장려하였으며, 이와 동시에 도시민 가처분 소득의 소비 증가와 문화 및 오락 점유가 증가했다. 이어

24) 凌婉月, 「中國大陸電視劇在韓國的傳播研究」, 中央民族大學 碩士論文, 2013, p.1.

2006년 <국가 십일오시기 문화발전 계획 요강>(國家十一五時期文化發展規劃綱要)을 발표했으며, 2008년 <디지털 텔레비전 산업 장려에 관한 의견>(關於鼓勵數字電視產業發展若干意見)을 명시했다.²⁵⁾ 이 때문에 드라마 제작 시장에 민간 자본이 많이 투입 되었다. 국가 정책이 민간자본에 대해 점차적으로 개방하였고 문화 산업에 대해 끊임없이 개혁하여 중국 드라마 산업의 발전과 시장화 발전을 촉진시켰다. 통계에 따르면, 중국 드라마 시장의 총 규모는 2010년 62억 위안에서 2014년 130억 위안으로 증가했다고 한다.²⁶⁾

(2) 중화 케이블 채널을 통해 수출된 중국 드라마

TV 채널뿐 아니라 인터넷도 중국 드라마의 한국 전파에 중요한 통로가 되고 있다. 인터넷 시대가 도래함에 따라 오늘날의 전파 매체와 플랫폼은 이미 이 전파 크게 달라졌다. 인터넷의 등장으로 드라마 전파는 시간과 공간의 제약을 넘어서 시청자의 자율적 선택과 시청 시간을 만족시킬 수 있게 되었으며, 웹에서의 드라마 자원이 지상파에 비해 훨씬 많은 만큼 시청자에게 더 많은 선택 공간을 제공하고 있다. 통신 기술의 발전은 각종 영상 플랫폼의 발전을 촉진 시켰으며, 드라마가 인터넷을 통해 전파되는데 필요한 조건을 제공하였다. 현재는 각 방송사가 자신의 공식 홈페이지에 드라마를 제공하는 것 외에도 해외 드라마, 영화, 예능 프로그램의 판권을 대량으로 구매하는 포털사이트가 늘고 있다. 이처럼 인터넷은 드라마 전파의 중요한 통로 중의 하나가 되었다.

세계에서 통신 기술의 발전이 가장 빠른 국가인 한국은 초고속 인터넷 보급률과 평균 속도를 모두 세계 최상의 수준에 올려놓고, 초고속 통신 보급을 국가가 정책적으로 뒷받침하는 것은 물론 막대한 재원을 투입해 네트 워크 인프라를 구축하고 있다. 현재 초고속 인터넷은 이미 수도와 전기와 같이 주민들의 일상생활에 필수적인 인프라가 되었다. 이러한 보급으로 인해 모든 방송사가 자신의 드라마와 프로그램을 인터넷에 업로드하여 수용자들에게 더 폭넓은 선택권을 제공하게 되었다. KBS, MBC, SBS 등 주류 지상파 방송국도 자사의 홈페이지를 개설해 텔레비전에서 방영된 드라마를 대부분 홈페이지에서 온라인으로 시청하거나 다운로드하여 시청할 수 있는 시스템을 만들었다.

뿐만아니라 한국에서 중국 드라마를 방영하는 채널도 있다. 한국의 중국어 케이블 채널은 아시아TV, 중화TV, CHING TV 등이 있다. 2002년에 설립된 아시아TV는

25) 凌婉月, 「中國大陸電視劇在韓國的傳播研究」, 中央民族大學 碩士論文, 2013, p.26.

26) 중국산업정보망(中國產業信息網), <https://www.chyxx.com/>

아시아 드라마 전문채널을 지향함으로, 아시아 각 지역의 양질의 콘텐츠를 제공하고 있는 대표채널이다. 24시간 방송을 통해 아시아 각국의 다양한 드라마와 버라이어티를 볼 수 있도록 콘텐츠를 구성하고 있다.

2004년 개국한 CHING TV는 24시간 동안 중국 드라마를 계속해서 방영하고 중화권 채널 중 최고 수준의 역사, 무협 드라마와 판타지 드라마를 주로 제공한다. 한국에서 인기를 많이 끌었던 <옹정 황제의 여인>과 <보보경심>도 이곳에서 방영된 드라마이다. 2005년 중국 전문 채널로서 중국 콘텐츠 시장을 선도해온 중화 TV도 위에 언급한 두 채널보다 전통적인 사극을 많이 방영하지만 최근 중국에서 인기 있는 <진혼> 같은 웹 드라마도 수입하여 배급하고 있다.

이 외에도 동영상 플랫폼은 대량의 중국 드라마를 제공하고 있다. 미국 넷플릭스는 중국 웹 드라마의 판권을 구매하여, 국가별로 자막을 제작하여 제공함으로써 수용자들이 플랫폼에서 쉽게 중국 드라마를 접할 수 있게 하였다. 또한 유튜브는 세계적으로 가장 많은 수용자를 갖춘 영상 플랫폼으로 중국 드라마 영상을 다양하게 제공하는 채널이 많다. 이러한 새로운 통신 기술은 중국 드라마의 해외 전파를 더욱 다양하고 편리하게 전송할 수 있는 방송 플랫폼을 개척하였다. 각기 다른 전파 플랫폼은 중국 드라마의 해외 전파 가능성을 증가시켜 해외 전파력을 크게 높였다.

3) 다변화시기

2013년 <별에서 온 그대>가 방영된 후부터 중국 시청자들의 한류에 대한 관심과 기대치가 더욱 증가되고있는 추세였다. 하지만, 2016년에 박근혜 정부가 고고도 미사일 방어 체계인 사드를 배치하겠다고 발표하자 중국과 한국의 관계가 긴장되면서 중국 정부가 한한령²⁷⁾을 실행하게 되었다.

(1) 한한령으로 인해 중국 드라마 시장 변화

한한령에는 한국 드라마가 중국에 방송되는 것을 금하는 명시적인 규정이 있을 뿐만 아니라 한한령으로 인해 한·중 공동 제작 드라마의 촬영도 중단되었다. 이에 따라 한국 드라마가 중국의 드라마 시장에서 크게 손해를 보았으며 중국에서 한국 드라마의 점유율을 점차 줄였다. 반면 이 시기에 중국 웹 드라마가 급속도로 성장했다. 201

27) 한한령: 한중관계가 2016년 이후 주한미군 THAAD 배치 논란에 직면하면서 중국 정부가 자국 내 중국인들에게 한국에서 제작한 콘텐츠 또한 한국 연예인이 출연하는 광고 등의 송출을 금지하도록 명한 한류 금지령. 금한령(禁韓令)이라고도 한다.

0년부터 중국의 각종 동영상 사이트에서 웹 드라마를 만들기 시작했고 시장 규모가 점점 커졌으며 시간이 갈수록 인기가 높아졌는데 이는 동영상 플랫폼 업계의 동력이 되었다. 현재 유쿠(優酷), 아이치이(愛奇藝), 텡쑤(騰訊) 등의 동영상 플랫폼 업체들이 중국 웹 드라마 제작의 주요 기업이 되었으며, 완허텐이(萬合天宜)등과 같은 신흥 영상 제작업체가 제작한 드라마들도 인터넷 플랫폼에 제공되고 있다. 2015년 중국의 웹 드라마 수는 2014년에 비해 무려 85%가 증가했다. 특히 2017년에는 <백야추홍>(白夜追兇), <하신>(河神), <무증지죄>(無證之罪) 등과 같은 우수한 웹 드라마들이 쏟아져 나왔다. 뿐만 아니라 2015년 고전 드라마 <랑야방>(瑯琊榜)이 한국에서 방송되었는데 많은 인기를 얻게 되어 한국 시장으로 진출하기 시작했다.²⁸⁾ 나아가 2011년 방영했던 드라마 <보보경심>(步步驚心)은 한국판으로 리메이크되어 <달의연인-보보경심 려>라는 드라마로 제작되었다. 이에 따라 중국의 드라마 산업은 해외 진출의 가능성을 확인했지만 아직 중국의 드라마 산업 자체의 수준이 무르익지 않았고, 전문 인력이 부족하다는 문제점도 있었다.²⁹⁾

(2) 한·중 문화교류에 따른 중국드라마의 리메이크

한류가 성공을 거둔 것은 한국 정부의 발전 전략과 지원뿐만 아니라 시장과 민간 자본이 적극적으로 투입된 것도 중요한 역할을 하였다. 이처럼 한국 문화 산업은 체제의 완벽성과 유연성이 높아서 중국 문화산업 체제를 보완하는 데 큰 영향을 끼쳤다. 시장적 환경으로 볼 때, 전과 활동도 경제 효과와 밀접하게 관련되어 있다. 한국 드라마의 제작, 수출, 광고 투입은 모두 경제적인 효과를 노린 것이다. 최근 몇 년 간 한국의 톱스타들이 참여한 영화나 드라마가 매회 천만 위안에 달하는 판권으로 중국에 수출됐다. 경제적으로 자유로운 교류와 무역적으로 평등한 왕래는 한국 드라마가 중국 방송 시장에 진출할 수 있는 중요한 요소이기도 하고, 중국 드라마가 한국 방송 시장에 진출할 수 있는 중요한 원인이기도 하다. 한·중 수교 이후, 경제적인 교류가 빈번 하고 무역이 원활하여 각 분야에서 원활한 협력이 가능하게 되었다. 중국은 이미 한국의 최대의 협력 파트너가 되었고 한국 역시 중국의 제3대 무역 파트너가 되었다. 경제적인 왕래는 양국의 이해와 협력을 강화하였고, 따라서 드라마 산업은 경제 분야의 한 축으로써 중요한 역할을 하였다.

아울러 2014년부터 한국의 방송국에서 중국의 인기 있는 드라마를 리메이크하기

28) “세계가 호평, 중국 웹 드라마 글로벌 전성시대 활짝”, 『뉴스핌』, 2017.12.15., <http://www.newspim.com/news/view/20171215000162>

29) 고유, 「중국영상콘텐츠의 초국적 전파: TV드라마의 한국 전파를 중심으로」, 2017, p.196.

시작했다. 개혁개방 이후 중국은 경제력적으로 지속적으로 발전하여 다른 국가와 교류가 빈번해지고 있기때문에 2003년부터 한국, 일본, 태국 등의 유명한 드라마를 중국 방송시장에서 수입하고, 방영하기 시작했다. 특히 한류는 한·중 양국의 수교 이후 중국에 큰 영향을 주었다. 교류 사례 중에서 두드러지는 부분은 중국에서 한국 원작을 리메이크하는 경우가 빈번하다는 것이다. 하지만 중국에서 한국 원작을 리메이크한 드라마는 많이 있는 반면에 한국에서 중국 원작을 리메이크한 드라마는 거의 없는 편이었다. 2014년 tvN 방송사는 중국의 인기 드라마 <패견여왕>(敗犬女王)을 <마녀의 연애>³⁰⁾로 리메이크하여 방영하였다. 같은 해 MBC 방송사가 <명중주정아애니>(命中注定我愛你)를 원작으로 한 <운명처럼 널 사랑해>³¹⁾를 제작·방영하였다. 이어서 2015년 SBS 방송사가 <아가능불회애니>(我可能不會愛你)를 <너를 사랑한 시간>³²⁾으로 제작하고 다음 해 <보보경심>(步步驚心)을 원작으로 <달의연인-보보경심 려>로 제작하여 방영하였다.

3. 중국 TV드라마의 한국 시청자 수용양상

1) 중국 전통사극을 선호하는 한국 시청자 수용양상

사극은 중국 드라마의 대표적인 장르로 해외에 전파되는 주력 장르가 됐다. 한국에서 방영되는 중국사극은 크게 전통 사극, 퓨전사극, 무협극 등 세가지 유형으로 나눌 수 있다³³⁾. 전통 사극은 스토리가 기본적으로 역사적 사실에 충실한 드라마를 말한다. 대표적인 드라마는 <삼국연의>와 <강희왕조> 등이 있다.

특히 <삼국연의>는 한국에서 오랫동안 열풍을 일으키기도 했다. 90년대 이후 중국에서 역사극이 많이 도입됐는데 주로 제왕장상(帝王將相)의 생활이나 여야 정쟁(與野政爭)에 대한 이야기다. 이러한 역사극의 제재는 역사적인 사실을 존중하나 상대적으로 엄숙하다. 한국 문화와 중국 문화는 많은 부분 유사하다 할 수 있기 때문에 한국인은 중국 문화에 깊은 관심을 가지고 있고 중국 역사에 대해서도 친근감을

30) <마녀의 연애>은 이정효, 윤지훈 등 배우들이 연출하고 2014년 4월 14일부터 2014년 6월 10일까지 방영하였던 tvN 월화 드라마이다. 드라마 홈페이지.

31) <운명처럼 널 사랑해>는 장혁, 장나라 등 배우들이 연출하고 2014년 7월 2일부터 2014년 9월 4일까지 방영했던 MBC 수목드라마이다. 드라마 홈페이지.

32) <너를 사랑한 시간>은 하지원, 이진욱 등 배우들이 연출하고 2015년 6월 27일부터 2015년 8월 16일까지 방영했던 SBS 특별기획 드라마이다. 드라마 홈페이지.

33) 凌婉月, 「中國大陸電視劇在韓國的傳播研究」, 中央民族大學 碩士論文, 2013, p.12.

갖고 있다는 것이 중국의 전통사극이 한국에서 관심을 끌 수 있는 이유 중 하나다.

그리고 ‘무술’(武術)과 ‘쿵푸’(功夫)는 외국인들에게 중국문화의 한 표상으로 인식되어 왔는데, 한국에서 방영되는 무협 드라마에서는 주로 주인공의 의협심을 표현하고 정의를 수호하며 자유를 추구하는 정신을 표현하고 있다. 예를 들면 <사조영웅전>(射雕英雄傳)의 주인공은 협객으로 자국을 위하여 전쟁에 가담한다. 한국은 중국과 마찬가지로 고대부터 유가 문화와 유교사상의 영향을 받아 왔고 ‘충효인의(忠孝仁義)’에 대한 깊은 인식과 이해 때문에 이를 자신의 행위 규범의 준칙으로 삼는 사람도 많다. 또한 초기의 홍콩 무협극과 중국 무협 영화의 보조적 역할에 덕분에 한국에서 무협 드라마는 90년대 최고의 인기를 누렸다.³⁴⁾

이처럼 한국에서 중국의 사극과 무협극의 인기는 한중 양국의 문화적 근접성으로 설명할 수 있다. 즉, 중국과 한국은 언어적으로 유사한 점이 있으며, 한국 시청자들은 중국 역사를 소재로 하는 드라마들을 비교적 쉽게 이해할 수 있다. 예를 들어, 한국의 역사에서 황권의 다툼이나 여야 전쟁을 중심으로 한 이야기, 또는 후궁 등 왕실의 여성들을 중심으로 전개되는 스토리는 한국 드라마에서도 많이 등장한다. 이는 서양의 시청자보다 한국의 시청자들이 중국 의 역사적 배경이나 문화에 더 친숙하기 때문에 중국 역사를 소재로 한 드라마는 한국 시청자들이 친밀감을 느껴 비교적 거부감 없이 받아들일 수 있다.

2) 퓨전사극의 한국 드라마시장 진출

90년대 중국에서 퓨전사극이 붐을 이뤘고, 최근 몇 년 동안 타임 슬립이라는 요소를 담고 있는 드라마가 유행했는데 <궁궐심옥>(宮鎖心玉)과 <보보경심>(步步驚心) 등 드라마들이 많은 호응을 얻었다.³⁵⁾ 퓨전사극은 전통사극에 비해 내용이 쉽고 재미있고 긴장감을 느낄 수 있으며, 시청자들의 심리나 감정을 자극시켜서 공감대를 형성하는 줄거리로 제작하여 전통사극보다 더욱 인기를 얻게 된다. 한국에서 방영된 퓨전사극을 살펴보면 대부분이 여성에 관한 이야기이며 특히 후궁에서 살고 있는 여자들의 이야기를 다룬 것이 많다. 예를 들면, <황제의 딸>과 <후궁견환전: 옹정황제의 여인>과 같은 드라마이다. 여성에 관한 퓨전사극의 가장 큰 특징은 바로 후궁 여성들 사이의 암투를 표현한 것이다. 긴장감 넘치는 스토리와 화려한 스타일링으로 한국 여성 시청자들에게 큰 사랑을 받고 있다. 최근 몇 년 동안 유행하기 시작한 타

34) 宋旻禹, 「跨文化傳播背景下韓國受眾對中國古裝電視劇的接受狀況研究」, 南京大學 碩士論文, 2016, p.43.

35) 凌婉月, 「中國大陸電視劇在韓國的傳播研究」, 中央民族大學 碩士論文, 2013, p.16.

임 슬립은 긴박하고 자극적인 스토리와 화려한 스타일링에다 현대적인 사유와 특색까지 가미해 퓨전 사극의 불거리를 더욱 풍성하게 만들었다.

2004년부터 중국 정부는 해외영상물에 관한 수입 규제를 엄격히 하는 동시에 본국 전통문화를 보호하기 위해서 문화산업 진흥정책을 마련하기 시작했다. 이 때문에 한국드라마는 중국시장에서 침체 국면이 되었을 뿐만 아니라 방송 규제에 따라 황금 방송 시간대에 해외드라마 방영이 제한되었다. 이는 자국의 고유한 영상 산업을 보호하기 위해 실시한 정책이라 다소 이해할 수 있는 측면도 있지만, 자국의 문화가 발전하려면 각기 다른 문화 상호 간에 활발한 교류가 이루어져야 더 빠르게 발전할 수 있는 것은 주지의 사실이다.

3) 한국시청자의 중국의 웹 드라마에 대한 선호

중국 콘텐츠 시장 규모가 확대되면서 중국 내 콘텐츠 제작자와 관련 업체들의 능력이 향상될 수 있었다고 했으며 웹 드라마 시장의 발전이 중국 드라마가 해외 진출할 때 중요하다고 보았다.³⁶⁾ 웹 드라마 인터넷 사이트에서 방송되어지는 드라마를 말한다. 2017년 중국 드라마 시장은 웹 드라마 전성시대라고 할 만큼 웹 드라마의 존재감을 과시했다. 통계에 따르면, 2017년 새롭게 제작된 웹 드라마는 206편에 달하는 것으로 집계되었다. 이들 작품의 총 조회 수는 833억 뷰이며, 상위 10개 작품의 조회 수가 353억 뷰로 전체의 42%를 차지했다. 2017년 히트한 중국 드라마 가운데 웹 드라마가 절반일 정도로 인기 물이에 동참했다.

또한 유료회원제라는 시스템을 시장에 성공적으로 안착시켜 방송시장에서 우위를 차지한 동영상 플랫폼 서비스는 이를 기반으로 우수한 콘텐츠를 보강해 양적, 질적 성장을 이뤘다. 웹 드라마는 수준 미달이라는 편견을 깨고 콘텐츠 수준을 인정받으며 본격 글로벌 시장 진출에 나섰다.³⁷⁾ 웹 드라마에서 주목할 점은 조회 수 못지않게 평점도 높았다는 사실이다. 중국 웹 드라마 최초로 넷플릭스에 진출한 <백야추홍>은 리뷰사이트 두반(豆瓣)에서 평점 9.0점을 기록했다. 웹 드라마는 영화 같은 스토리 구성과 특수 효과로 웹 드라마에 대한 편견을 철저히 무너뜨렸다. 중국 웹 드라마가 황금기를 맞이하게 된 것은 아이치이, 텐센트, 유쿠 등 동영상 플랫폼이 안정적으로 뿌리내린 것과 연관이 깊다.

36) 박성준·류용재, 「한류 문화산업에 대한 비판적 제언과 전망: 한류 및 중국문화 관련 메타분석과 심층인터뷰를 중심으로」, 『우리춤 연구』, 15집, 2011, pp.115-143.

37) “세계가 호평, 중국 웹 드라마 글로벌 전성시대 활짝”, 『뉴스핌』, 2017.12.15, <http://www.news-pim.com/news/view/20171215000162>

중국의 웹 드라마 산업이 빠르게 발전하면서 방송국에서 방영하지 못하는 민감하거나 논쟁거리가 있는 드라마들이 인터넷에서 방영되고 전파될 수 있는 것은 드라마 산업의 창작력에 크게 고무되어 <치아문단순적소미호>(아름다웠던 우리에게, 致我們單純的小美好)³⁸⁾ 같은 질 좋은 작품들이 등장했다. <치아문단순적소미호>는 중국에서 방영되자마자 젊은 여성 시청자들의 사랑을 듬뿍 받은 것은 물론, 인터넷을 통해 전파되면서 한국에서도 많은 여성 시청자들의 주목을 받았다. 게다가 드라마 속 남자 주인공 장천으로 역의 호일천은 한국 여성 시청자들의 새로운 아이돌로 떠올랐다. 이제 중국 정부가 드라마와 영화 등 영상 콘텐츠의 수출을 중시하고 ‘산업화로 해외 진출’이 현실화 되면서, 중국 드라마와 영화의 질도 높아지고 해외에서도 인기를 얻고 있다.

3. 나오며

중국은 한국보다 드라마 산업 발전이 느리고 드라마 산업에 대한 정책 지원도 부족했다. 이는 중국 광전총국과 문화부 등 주요 정부 부서가 해외 시장에 중국 드라마를 진출시키려는 의지가 부족했고, 대부분 자국에서 드라마 산업 자체의 발전을 중시했기 때문이다. 하지만 최근의 중국 드라마의 해외 진출은 경제적 효과뿐만 아니라 소프트파워를 보여줄 수 있다는 점에서 의미가 크다. 문화의 힘이 세계적 이슈로 부상한 상황에서 소프트파워의 중요성은 갈수록 커지고 있다. 경제 글로벌 시대에는 국가 간 문화 수출과 교류가 빈번해지고 있다. 드라마는 한 나라의 역사, 문화, 정치 가치관과 사회 현상을 이해하는 데 도움이 될 뿐만 아니라 한 나라의 매력과 이데올로기를 홍보하고 여론과 공감대를 형성하는 데도 도움이 된다. 그런 의미에서 영상과 문화수출은 한 나라의 문화 경제력을 판단하는 근거 중 하나이며, 한 나라의 문화적 소프트파워를 가늠하는 중요한 기준이 된다. 이에 따라 중국 문화의 해외 진출은 중국 드라마의 해외 진출로 이어질 것이고, 중국 드라마의 해외 진출도 중국 문화의 해외 진출에 중요한 역할을 할 것으로 보인다.

중국 정부가 ‘국가문화 소프트파워’를 제시한 것은 중국 정부가 문화 발전에 대해 주목하기 시작한 것이라 볼 수 있다. 물론 문화 발전 전략은 문화산업의 발전뿐 아니라 시장 경제를 도입함에 따라 문화에 대한 중국의 새로운 인식 전환이라는 점에

38) <치아문단순적소미호(아름다웠던 우리에게)>: 2017년 텐센트 영상 플랫폼에서 방영하는 청춘 로맨스 드라마이고 여고생 천샤오시가 19년간 같은 아파트에서 살아온 친구 장천을 짝사랑하게 되면서 벌어지는 젊고 풋풋한 청춘들의 사랑 이야기를 말한다.

서 큰 의미를 갖는다. 또한 세계 선진 각국이 문화를 신성장 동력으로 삼는 상황에서 중국도 이와 같은 세계적 추세를 따르고 있음을 알 수 있다.

【참고문헌】

<단행본>

조복수, 『중국 텔레비전』, 커뮤니케이션북스, 2016.

<논문>

박성순·류웅재, 「한류 문화산업에 대한 비판적 제언과 전망: 한류 및 중국문화 관련 메타분석과 심층인터뷰를 중심으로」, 『우리춤 연구』, 15집, 2011.

고 유, 「중국영상콘텐츠의 초국적 전파: TV드라마의 한국 전파를 중심으로」, 한국외국어대학교 글로벌문화콘텐츠학과 박사논문, 2017.

박경화, 「한중 문화산업의 상생 발전을 위한 협력 방안 연구: 방송영상산업을 중심으로」, 조선대학교 문화학과 박사논문, 2016.

양선미, 「한·중 문화교류 협력방안 연구」, 숙명여자대학교 석사논문, 2006.

오민서, 「중국 내 한국 TV드라마의 인기요인 및 지속방안 연구: ‘지우 링허우’(90後)세대 여성 시청자 심층면접을 중심으로」, 한국외국어대학교 글로벌문화콘텐츠학과 석사논문, 2017.

이순임, 「현대 한중 방송교류의 역사와 성과: MBC와 중국 SARFT·SMG의 교류협력 사례를 중심으로」, 이화여자대학교 지역연구협동과정 박사논문, 2014.

허정아, 「국가 간 문화교류를 통한 미래발전방안 연구: 한중 사례를 중심으로」, 경희대학교 경영대학원 석사논문, 2013.

凌婉月, 「中國大陸電視劇在韓國的傳播研究」, 中央民族大學 碩士論文, 2013.

宋旻禹, 「跨文化傳播背景下韓國受眾對中國古裝電視劇的接受狀況研究」, 南京大學 碩士論文, 2016.

<인터넷자료>

“해외서 다시 태어나는 한류 드라마들”, 『연합뉴스』, 2018.04.22. <https://www.yna.co.kr/view/AKR20180420184500005>

“美版《甄嬛傳》Netflix分高漲 再掀《甄嬛》熱潮”, 『團易娛示』, 2015.03.30, <http://ent.163.com/15/0330/16/ALVGRA5K00031GVS.html>

“國產電視劇海外熱播 出口額已超8500萬美元”, 『新浪新聞』, 2018.06.14. <http://sh.sina.com.cn/news/k/2018-06-14/detail-ihcwpcmq6388602.shtml>

““安徽衛視借韓劇強化“次黃檔”:將引進《星你》”, 『搜狐網』, 2014.10.30. <http://news.cri.cn/gb/27>

564/2014/10/30/108s4746556.htm

中國產業信息網, <https://www.chyxx.com/>

“세계가 호평, 중국 웹 드라마 글로벌 전성시대 활짝”, 『뉴스핌』. 2017.12.15, <http://www.newspim.com/news/view/20171215000162>

「마녀의 연애」 드라마 홈페이지.

「운명처럼 널 사랑해」 드라마 홈페이지.

「너를 사랑한 시간」 드라마 홈페이지.

【논문초록】

키워드	중문	韓國電視劇, 中國電視劇, 網絡電視劇, 收視資, 韓流				
Key Words	영문	Korean dramas, Chinese dramas, Web dramas, Audience, Korean wave				
<div><div>A Study on the Chinese Drama's Entry into Korea and its Acceptance</div><div>Koo, Kyung-Mo</div><div>Beginning the 21st century, countries around the world have begun to establish their own unique cultural industry model and have begun to produce cultural products. As a result, circulation and consumption between countries have increased, and the level of cultural industry development in a country has become an important indicator for measuring the soft power of the country. In the process of cultural exchanges between China and South Korea, the Korean Wave has gained a lot of popularity in China. On the other hand, China's cultural contents cannot be recognized as a mainstream culture in South Korea. Therefore, the success of the Korean Wave hints at the necessity of cultivating the cultural industry in China. At present, compared with China's external hard power, China's soft power does not have much influence. Therefore, the Chinese government is also investing heavily in the media industry. This can also be seen from China's massive export of TV drama copyrights and the remake of overseas dramas.</div><div>According to the analysis, China's historical drama was very popular in South Korea, on the other hand, modern drama showed a serious lack of interest. Although Chinese historical dramas are widely acclaimed in Korea, if the elements of the Chinese TV drama such as the theme, topic, and content do not reflect the changes of the times and satisfy the desires of the audience, it will result in a massive reduction in expectation of the Korean audience. Therefore, it is necessary for the Chinese government to give practical support to the cultivation of the cultural industry, instead of simply recognizing the problem and shouting slogans.</div></div>						
저 자	구경모 / 具景謨 / Koo, Kyung-Mo					
논문작성일	투 고 일	2021.08.18.	심 사 일	2021.08.26.	게재확정일	2021.09.16.