

2020 KCA Media Issue & Trend

01 · 5

트렌드리포트

중국

‘블루오션’ 다큐멘터리산업

1. 중국 다큐멘터리 시장의 거시 환경

- 1.1 중국 정부, 다큐멘터리 산업 적극 지원?
- 1.2 시장 규모, 10년 만에 12배 도달

2. 발전 거듭하는 중국 다큐멘터리 시장

- 2.1 중국 다큐멘터리, 극장 상영 시대 도래?
- 2.2 인터넷 동영상 플랫폼들에게도 핫한 ‘다큐멘터리’
- 2.3 다큐멘터리 콘텐츠 제휴, 공동 제작도
- 2.4 중국 다큐멘터리, 글로벌 무대에서 인정 받기도

3. 데이터로 짚어보는 중국 다큐멘터리 시장 동향

- 3.1 2019년, 최근 다큐멘터리 시장 동향은?
- 3.2 TOP34 다큐멘터리 중 16편이 인터넷 동영상 플랫폼
오리지널 콘텐츠

4. 중국 다큐멘터리 시장의 앞날은?

중국

'블루오션' 다큐멘터리산업

김원동 (한중콘텐츠연구소 대표)

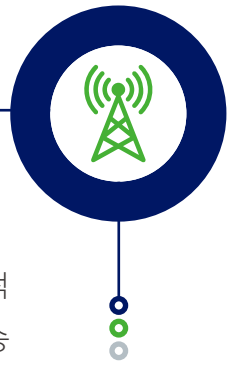
요약문

중국 정부가 다큐멘터리산업을 촉진하고자 적극적으로 다양한 정책을 펼친 지 벌써 수년째다. 대내적으로는 국민들의 사회주의적 가치관 제고, 대외적으로는 훌륭한 국가 이미지의 홍보라는 두 가지 역할을 다큐멘터리산업에 기대하고 있는 것이다. 다큐멘터리 산업은 바로 이러한 기조 아래, 중국의 국격을 높이는 사업으로서 매우 중시되고 있다. 통계에 따르면 2009년 5억 위안 규모였던 중국 다큐멘터리산업 규모는 10년이 흐른 현재 12배에 도달했다. 최근 몇 년간 다큐멘터리 영화 시장의 거대한 잠재력이 점차 드러나기 시작했고, 영화관에서뿐 아니라 인터넷 동영상 플랫폼에서도 다큐멘터리의 인기는 전반적으로 상승국면에 들어섰으며 글로벌 제휴도 활발하게 이뤄지고 있다. 사드 이슈 이전만 해도 한·중간에는 다큐멘터리 제작 영역에서도 다양한 공동 제작이 시도되고 있었다. 거시적이고 장기적인 관점으로 봤을 때, 양국은 다방면에서 공동의 관심사를 갖고 있고, 유사한 정서를 공유하고 있는 만큼, 이전의 우호관계로 돌아갈 수 있다면 다큐멘터리 영역에서의 양국 간의 합작은 매우 자연스럽게 이루어질 수 있을 것으로 전망한다.

1. 중국 다큐멘터리 시장의 거시 환경

1.1 중국 정부, 다큐멘터리 산업 적극 지원?

시진핑 주석 집권 이래 최근 몇 년간 중요한 국가기념일마다 홍색문명과 건전한 사회주의적 가치관을 강조하고 있다. 그중에서도 특히 방송 영상 분야는 위대한 중국 특색의 사회주의 핵심 가치관과 중국몽(中国梦, 중화민족의 부흥을 의미함) 사상을 널리 알리는 데 그 중요성이



더욱 강조되고 있으며, 향후 제작될 콘텐츠에 있어서도 중화민족의 우수한 전통문화와 긍정적 에너지(正能量)를 보다 더 함유할 것을 노골적으로 권고받고 있다. 즉, 중국 정부는 국내 방송 영상 산업계에 대내적으로는 국민들의 사회주의적 가치관 제고, 대외적으로는 훌륭한 국가 이미지의 홍보라는 두 가지 역할을 기대하고 있는 것이다. 다큐멘터리산업은 바로 이러한 기조 아래, 중국의 국격을 높이는 사업으로서 매우 중시되고 있다.

중국 정부가 다큐멘터리 제작을 촉진하고자 다양한 정책을 펼친 지는 벌써 수년째이다. 지난 2014년부터 중앙정부의 적극적인 개입에 힘입어 베이징다큐채널(北京纪实频道), 상하이다큐채널(上海纪实频道), 후난진잉다큐채널(湖南金鹰纪实频道) 등의 다큐멘터리 전문 채널들이 속속 만들어졌고, 게다가 각 종합위성TV채널에 매일 오전 6시부터 다음날 새벽 1시까지 1일 최소 30분 분량의 중국 다큐멘터리를 의무 편성하도록 제도화함으로써 많은 중국 국산 다큐멘터리가 제작되고 방영될 수 있는 기반이 마련되었다. 또한 그런 일환으로 집중적으로 ‘중국몽 사상’을 주제로 하는 다큐멘터리의 제작을 적극 지원하기도 하였는데, 통계에 따르면 2014년 한 해 동안만 총 40여 편에 이르는 ‘중국몽’ 주제의 다큐멘터리가 34개 성급위성채널과 6개의 다큐멘터리 전문채널을 통해 중국 시청자에게 선을 보이기도 하였다.

이 밖에도 2014년 광전총국은 다큐멘터리의 제작, 배급, 수출에 대한 세금 감면 정책을 시행하고, 다큐 산업에 대한 연간 제작 지원금도 기존의 500만 위안에서 1,000만 위안으로 두 배 이상 대폭 늘렸다. 2018년 6월에는 “2018년부터 2022년까지 모든 TV위성종합채널은 국산 다큐멘터리를 황금시간대(19:30-22:30)에 연간 최소 7시간 이상 방영해야 한다”는 정책이 발표되어, 다큐멘터리 프로그램의 황금시간대 진입을 가속화하였다. 또한, 100편의 핵심 다큐멘터리를 주제별로 선정해 향후 5년간 국가에서 필요한 중요한 시기나 홍보 주제에 맞추어 방송을 편성하고 있다. 이 밖에도 다큐멘터리 관련 제작 인력 양성, 적극적인 해외 배급 등과 관련된 지원 내용이 정책에 대거 포함되었다.¹⁾

1) 신화사(新华社), 광전총국 “다큐멘터리 신시대” 다큐멘터리 창작 전파 공정 실시(广电总局将实施“记录新时代”纪录片创作传播工程) (http://www.gov.cn/xinwen/2018-06/13/content_5298499.htm)

이처럼 중국 정부의 지원은 현재 시점까지도 꾸준히 지속되고 있으며, 그러한 정책 기조하에 중국 다큐멘터리산업은 안정적 발전을 거듭하고 있다. 그럼 여기서, 중국 다큐멘터리 시장의 규모와 발전 현황을 면밀히 살펴보고, 중국 정부가 다큐멘터리산업에 기대하던 바가 실제로 어떤 식으로 시장에서 발현되고 있는지 짚어보도록 하겠다.

1.2 시장 규모, 10년 만에 12배 도달

지난 4월 베이징사범대학에서 발표한 〈중국 다큐멘터리 발전 연구보고 2019 (中国纪录片发展研究报告2019)〉에 따르면 2009년 5억 위안 규모였던 중국 다큐멘터리산업 규모는 10년이 흐른 현재 12배에 이르렀다. 2018년 중국 다큐멘터리 생산 총 투입액은 46.02억 위안으로 전년 동기 대비 16.4% 증가했고, 생산총액은 64.45억 위안으로 전년 동기 대비 7% 증가했다. 또한 2018년 중국 다큐멘터리 영화는 총 57편으로 70% 이상이 민영 제작사에서 출품한 작품이었다.²

그동안 중국의 다큐멘터리 시장은 실제 상황에 비해 전체적으로 저평가되어 왔던 것이 사실이다. 다만 위에 수치에서 볼 수 있듯이 최근의 성장세나 미래 발전 가능성을 보면 앞으로의 성장 잠재력이 매우 크다고 볼 수 있다. 게다가 정부가 적극적으로 다큐멘터리 분야에 지원을 시작한 이후로는 장편 시리즈물이나 시즌형 다큐멘터리 제작이 점차 늘어나고 있고, 이에 더해 브랜딩 시도까지 적극적으로 나타나고 있으며, 국제정세와 정치지형을 반영한 주선율(主旋律) 다큐멘터리³ 영역마저 나날이 확대되고 있는 양상이다. 그럼 여기서 한번 극장상영용 다큐멘터리 영화와 방송용(TV·인터넷 동영상 플랫폼) 다큐멘터리 콘텐츠를 영역별로 그 특징을 살펴보도록 하겠다.

2) 베이징사범대학다큐멘터리센터(北京师范大学纪录片中心), 중국다큐멘터리발전연구보고 2019(中国纪录片发展研究报告2019), 2019

3) 영어로 'main theme', 혹은 'main melody' 등으로 번역할 수 있는데, 마치 음악에서 주도적이고 반복적인 역할을 하는 선율처럼 국가이데올로기를 분명하게 표출하는 다큐멘터리라는 의미(강내영, 2012)





2. 발전 거듭하는 중국 다큐멘터리 시장

2.1 중국 다큐멘터리, 극장 상영 시대 도래?

중국 극장상영용 다큐멘터리 영화 시장은 오랫동안 주요 소비층이 형성되어 있지 않았기 때문에 그동안 크게 주목받지 못한 영역 중 하나였다. 하지만 근 몇 년간 다큐멘터리 영화 시장의 거대한 잠재력이 점차 드러나기 시작했다. 그 대표적인 예로 2017년에는 일제 강점기 위안부 피해자 소재의 한중 합작 다큐멘터리 <22>가, 2018년에는 중국의 고속 경제 성장을 소재로 한 주선을 다큐멘터리 <려해료, 아적국(厉害了, 我的国)>이 연속으로 중국 다큐멘터리 박스오피스 신기록을 경신하며 다큐멘터리 영화의 미래 성장 가능성을 여실히 보여주었다.

<22>는 중국에서 최초로 제작된 일제 강점기 위안부 피해자 소재의 다큐멘터리 영화로, 세계 위안부기림일인 8월 14일 개봉해, 1억 7,000만 위안의 박스오피스로 당시 다큐멘터리 영화로서 해당 장르에서 보유하고 있던 중국의 국내 박스오피스 기록을 경신하고, 2017년 중국 다큐멘터리 영화 박스오피스 1위를 차지했다. 사실 <22>가 상영된 2017년은 영화 <22>의 놀라운 흥행 성적뿐만이 아니더라도 다큐멘터리 장르의 영화 제작자들에게 있어서는 매우 의미 있는 한해였다. 그 이유인즉슨, 2017년에 중국 국내에서는 총 44편의 다큐멘터리 영화가 심의를 통과했는데, 이는 과거 동기대비 37.5%나 증가한 수치였고 다큐멘터리 영화의 총 박스오피스까지 사상 최대인 2억 6,000만 위안을 달성하면서 제작 수량부터 박스오피스까지 모두 중국 다큐멘터리 영화의 최고 기록들이 경신된 것이다.⁴

이러한 극장용 다큐멘터리 영화의 열기는 2018년에도 이어졌다. 2018년 3월, 처음으로 국가 홍보물 소재의 다큐멘터리 영화 <려해료, 아적국(厉害了, 我的国)>이 극장에서 상영되었는데, 개봉 당일 바로 중국 다큐멘터리 영화 개봉 첫날 박스오피스 신기록을 경신했고, 최종 박스오피스는 다큐멘터리 영화로서는 사상최초로 4.8억 위안이라는 어마어마한 흥행 기록을

4) 이은데이터(艺恩数据), 점차 드러나는 다큐멘터리의 거대한 시장잠재력과 뉴미디어 발전의 새로운 형태(纪录片巨大市场潜力逐渐显现 借助新媒体发展新形式), 2018.5.3.

달성했다.⁵ 위와 같은 다큐멘터리 영화들의 연이은 흥행 성공은 이제는 중국 국내 시장에서 다큐멘터리 영화가 극장에서 상영해도 충분히 흥행이 가능하다는 시사점을 남겼다는 점에서 그 의미하는 바가 매우 크다고 하겠다. 게다가, 다큐멘터리 영화를 관람한 주요 관객층이 2~30대의 젊은 연령대의 관객들이었다는 점 또한 향후 중국 로컬 다큐멘터리 영화 시장의 발전 가능성을 낙관적으로 전망할 수 있게 된 중요한 요소 중 하나이다.

2.2 인터넷 동영상 플랫폼들에게도 핫한 '다큐멘터리'

영화관에서뿐 아니라 인터넷 동영상 플랫폼에서도 다큐멘터리의 인기는 전반적으로 상승국면에 들어섰다. 오히려 최근 몇 년간은 전통적인 TV 매체보다도 온라인 플랫폼에서의 다큐멘터리의 인기가 더 뜨거울 정도다. 사실 그동안 중국의 대형 온라인 동영상 플랫폼들은 정부의 정책 기조에 호응을 하는 차원에서도 다큐멘터리 장르의 시청 층을 보다 안정적으로 구축하기 위해 제작 투자 규모 확대, 국제 공동제작 프로젝트 기획, 다큐멘터리 해외배급 등 여러 분야에서 적지 않은 노력을 기울여 왔다.

위챗 공중계정 잉터우런(影投人)의 2018년 11월 통계에 의하면, 텐센트는 현재 1,260편의 유료 다큐멘터리 콘텐츠를 보유하고 있고, 아이치이와 유쿠 또한 각각 764편, 347편을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 특히 디스커버리(Discovery) 채널과 전격적으로 파트너십을 체결한 중국 2차원 콘텐츠플랫폼 빌리빌리(bilibili)⁶의 경우 이미 서비스가 가능한 다큐멘터리 콘텐츠 보유량이 2,000여 편을 훨씬 상회할 것으로 추산된다.⁷ 동영상 플랫폼들이 서비스하고 있는 대표적인 인기 다큐멘터리들을 살펴보면, 장인정신을 소재로 한 유쿠의 <료불기적장인(了不起的匠人)> 시리즈, 미식과 요리 문화를 소재로 한 텐센트비디오의 <풍미 3부작>⁸ 등이 있으며 이러한 다큐멘터리들은 이미 상당한 작품성으로 시청자들의 관심과 호응을 불러일으킨 명품 다큐멘터리 수작으로 꼽히고 있다.

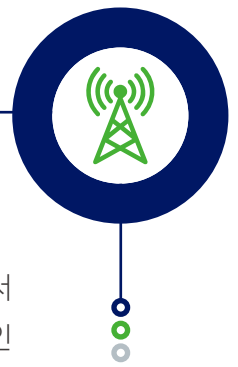
5) · CBO 中國票房 (cbooo.cn/m/675239)

6) · 2차원 콘텐츠는 중국에서 만화, 애니메이션, 게임, 소설, 코스프레 등 젊은층(90년대, 2000년대생 위주) 중심의 서브컬처 콘텐츠를 가리키는 용어로, 빌리빌리는 그 대표적인 플랫폼임.

7) · 한중콘텐츠연구소, [중국 다큐멘터리] 온라인 동영상 플랫폼의 새 먹거리로 주목받는 '다큐멘터리', 2018.12.20

8) · <풍미인간(风味人间)>, <풍미실험실(风味实验室)>, <풍미원산지(风味原产地)>로 구성된 중국 음식 문화를 탐구하는 다큐멘터리





이처럼 동영상 플랫폼의 자체제작 다큐멘터리들이 대중들로부터 높은 평가를 받게 되면서 거꾸로 TV 매체에 역판매 되어 방영되는 경우도 대폭 증가했다. 예를 들어 유쿠가 선보인 〈료불기적장인〉, 아이치이와 란상미디어(蓝象传媒)가 출품한 〈강구(讲究)〉는 선(先)온라인 서비스 후에 CCTV 과학교육채널에 편성되면서 온오프라인에서 골고루 호평을 얻은 경우다. 이에 더해 빌리빌리가 선보인 다큐멘터리 〈극지(极地)〉, 〈인생일관(人生一串)〉 또한 더우반(豆瓣)⁹에서 상당히 높은 평점을 받으며 시청자들로부터 극찬 일색의 호평을 받았다. 특히 주요 시청 타겟층이 중국의 10대~20대 젊은이들인 빌리빌리에서 서비스된 다큐멘터리가 이렇게 좋은 평가를 받고 있다는 것은 중국 젊은이들 사이에서 다큐멘터리 장르에 대한 선호도가 나날이 높아져 가고 있음을 보여주는 매우 의미 있는 현상이라 하겠다.

2.3 다큐멘터리 콘텐츠 제휴, 공동 제작도

빌리빌리는 이 밖에도 글로벌 제휴를 통해 디스커버리 전문 채널 페이지를 개설해 〈서바이브 댓!(Survive That!)〉, 〈멘 우먼 와일드(Men Women Wild)〉, 〈NASA의 설명되지 않은 파일들(NASA's Unexplained Files)〉 등과 같은 해외 탐사 다큐 프로그램을 서비스하고 있다. 중국의 동영상플랫폼들은 이처럼 자체제작을 비롯하여 해외 우수 다큐멘터리 수입, 국제 공동제작에까지 적극적으로 나서고 있는 것이다. 특히 국제 공동제작의 경우, 관련분야에서 권위를 갖고 있는 해외 글로벌 미디어그룹과 적극적으로 진행하고 있다.

그림 1 중국식 꼬치구이를 소재로 한 다큐멘터리 〈인생일관〉



젊은 시청자를 타겟으로 유쾌한 분위기로 제작됨.

9) 더우반(豆瓣), 중국 최대 영화 평점 사이트 (<https://www.douban.com/>)

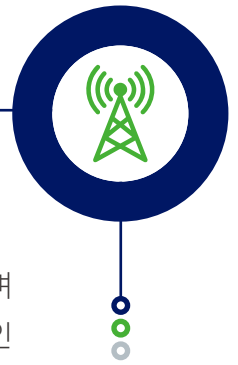
그 대표적인 일례로 빌리빌리가 영국 BBC와 공동제작한 <신기적월구(神奇的月球)>를 들 수 있는데, 최근에는 이와 같은 단발성 공동제작 프로젝트에서 더 나아가 디스커버리와 전략적 파트너십 계약을 체결해 145편의 다큐멘터리 판권과 200시간 독점 콘텐츠 방영권을 획득하고 공동제작 프로젝트를 진행한다고 발표했다. 이에 질세라 아이치이 또한 BBC와 CNEX 등 해외 유명 다큐멘터리 제작사와의 파트너십 체결을 발표했고, 유쿠도 원지장라이(云集将来), 미국 내셔널지오그래픽(National Geographic)과 다큐멘터리 <원 스트레인지 락(One Strange Rock)>의 중국판 <피점량적성구(被点亮的星球)>를 공동 출품해 대성공을 거두었다. 텐센트 또한 가만히 있을 리 없었다. 2018년, 텐센트는 BBC와 공동 제작한 자연 다큐멘터리 <왕조(王朝, Dynasties)>의 서비스를 시작하였는데 같은 해 11월 기준으로 총 1억2,000만 뷰가 넘는 조회 수와 더우반 9.7점이라는 어마어마한 평점을 기록했다. 네티즌들은 이 작품에 대해 “명품 다큐멘터리의 기준을 다시 한번 높인 작품”이라고 호평했다.

그림 2 지구의 경이로움을 다룬 내셔널지오그래픽의 다큐 <원 스트레인지 락>의 중국판 <피점량적성구>



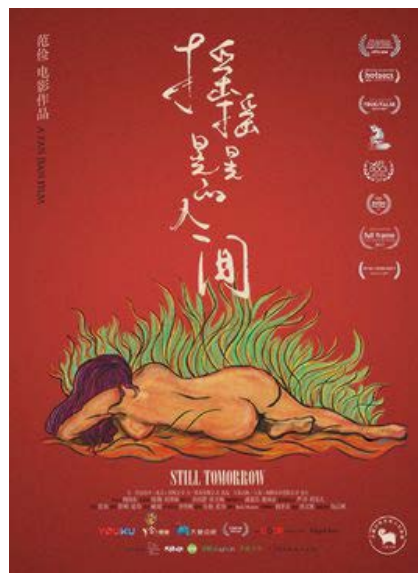
2.4 중국 다큐멘터리, 글로벌 무대에서 인정 받기도

이렇게 제작된 다큐멘터리 중에는 해외에 소개돼 국제적인 영예를 얻은 작품도 있다. 뇌성마비 시인 위수화(余秀华)의 이야기를 기록한 유쿠의 다큐멘터리 <스틸 투모로우(摇摇晃晃的人间)>는 캐나다 국제 다큐멘터리 영화제에서 노미네이트된 것을 시작으로, 제29회 암스테르담 국제 다큐멘터리 영화제(IDFA)에서 대상을 수상하기도 했다. 중국 동영상



온라인 플랫폼이 자체 제작한 다큐멘터리 작품으로서는 최초로 국제 영화제에서 수상을 하며 세계인의 주목을 받은 기념비적 사건이었다. 또한 유쿠의 대표적인 자체제작 다큐멘터리인 〈료불기적장인(了不起的匠人)〉의 경우, 글로벌 제작·배급사인 화처(华策)미디어가 2017년 해외 독점 배급 판권을 구매해 전 세계를 상대로 글로벌 배급에 나서고 있다.

그림 3 국제 무대에서 작품성을 인정받은 유쿠의 다큐멘터리 〈스틸 투모로우〉



3. 데이터로 짚어보는 중국 다큐멘터리 시장 동향

3.1 2019년, 최근 다큐멘터리 시장 동향은?

위에서 살펴보았듯이 중국 다큐멘터리 시장은 전반적으로 발전을 거듭하고 있다. 보다 구체적으로 최근의 시장 동향을 2019년 좋은 평가를 받은 다큐멘터리 작품들을 위주로 살펴보고자 한다. 2019년 중국의 유력한 평점 사이트인 더우반에서 평점 8점 이상을 기록한 다큐멘터리는 총 34편으로 나타났다.

표 1 2019년 중국 다큐멘터리 더우반 평점 순위

NO.	제목	더우반 평점	플랫폼
1	피점량적성구(被点亮的星球)	9.7	동팡위성, 유쿠
2	인간세2(人间世2)	9.6	동팡위성, 아이치이, 텐센트비디오
3	수술량백년(手术两百年)	9.4	CCTV
4	성문기장고(城门几丈高)	9.4	CCTV, 충칭위성, 유쿠
5	아문주재대로상(我们走在大路上)	9.2	CCTV
6	타향적동년(他乡的童年)	9.1	유쿠
7	치경중국영웅(致敬中国英雄)	9.1	장쑤위성, 텐센트비디오, 아이치이
8	장강지련(长江之恋)	8.9	동팡위성, 아이치이
9	일백년흔장마 드라마판 (一百年很长吗剧集版)	8.9	유쿠
10	본초중국2(本草中国2)	8.8	CCTV, 아이치이
11	영향세계적중국식물 (影响世界的中国植物)	8.8	CCTV, 아이치이, 미구
12	조찬중국2(早餐中国2)	8.7	하이샤위성, 텐센트비디오
13	명천지전(明天之前)	8.7	텐센트비디오
14	수과전2(水果传2)	8.7	텐센트비디오
15	해훈후(海昏侯)	8.7	CCTV, 유쿠
16	내내최동득(奶奶最懂得)	8.7	텐센트비디오
17	대백 양아문화강호적니료료 (对白让我们和更好的你聊聊)	8.7	유쿠
18	인생일관2(人生一串2)	8.6	빌리빌리
19	대지사연(大地私宴)	8.6	유쿠
20	도재주리(都在酒里)	8.6	빌리빌리
21	생명지염(生命之盐)	8.6	CCTV
22	풍미원산지·조산(风味原产地·潮汕)	8.5	텐센트비디오
23	역사나사사2(历史那些事2)	8.4	빌리빌리





NO.	제목	더우반 평점	플랫폼
24	항박중국2(航拍中国2)	8.3	CCTV, 유쿠, 미구, 텐센트비디오, 빌리빌리
25	본초중화2(本草中华2)	8.3	동팡위성, 유쿠, 미구, 텐센트비디오, 빌리빌리
26	홍색통집(红色通缉)	8.3	CCTV, 소후, 미구
27	료불기적촌락3(了不起的村落3)	8.1	시과비디오
28	시면포, 시공기, 시기적아 (是面包是空气是奇迹啊)	8.1	텐센트비디오
29	로광적미도4(老广的味道4)	8.1	광둥위성, 텐센트비디오
30	중중국도중국(从中国到中国)	8.1	아이치이
31	도미지로(稻米之路)	8.1	CCTV, 유쿠
32	가이근니회가마(可以跟你回家吗)	8.0	유쿠
33	천하휘상(天下徽商)	8.0	안수이위성, 텐센트비디오, 유쿠, 아이치이, 빌리빌리
34	료불기적장인2019 (了不起的匠人2019)	8.0	유쿠

* 더우반 사이트 내 2019년 중국 다큐멘터리 중 평점 8-10점에 해당하는 34편의 순위로 2019년 11월 7일까지 집계된 데이터를 바탕으로 함.

출처: 광전독자(广电独家)¹⁰

둘째, 다큐멘터리의 작품성이 갈수록 향상되고 있다는 점이다. 지난 2018년 가장 높은 평점을 받았던 작품 〈여과국보회설화2(如果国宝会说话2)〉, 〈여과국보회설화(如果国宝会说话)〉, 〈서남련대(西南联大)〉가 각각 9.5점, 9.4점, 9.3점을 받았던 데 비해, 올해의 〈피점량적

10) 다큐멘터리산업규모 10년 사이 12배 성장?, 2019.11.7. (<https://mp.weixin.qq.com/s/MANvBdjKslwDDZXisURn5w>)

성구(被点亮的星球)), 〈인간세2(人间世2)〉, 〈수술량백년(手术两百年)〉는 각각 9.7점, 9.6점, 9.4점을 받았다. 이 같은 결과를 놓고 보면 2019년에 들어서도 다큐멘터리 작품들에 대한 대중의 평가가 전체적으로 더욱 향상되는 추세를 엿볼 수 있다.

마지막으로, 중국의 국내 다큐멘터리 시장이 꾸준히 성장하면서 플랫폼들이 자체제작 역량과 시장 자원의 융합에 적극적으로 나서며 양질의 다큐멘터리 콘텐츠를 대량으로 선보이고 있다는 점이다. 위의 표에서 보면 TV 방송 플랫폼 중에서는 CCTV, 인터넷 동영상 플랫폼 중에서는 유쿠의 작품들이 특히 많다.

3.2 TOP34 다큐멘터리 중 16편이 인터넷 동영상 플랫폼 오리지널 콘텐츠

순위에 오른 34편의 작품 중 18편은 인터넷 동영상 플랫폼에서만 독점 서비스되었고, 이 중 16편은 TV와 온라인 양쪽에서 모두 서비스되거나 방영된 기록을 남겼다. 사실, 위에 TOP34 순위표 여러 곳에서 볼 수 있는 몇몇 플랫폼은 동영상 플랫폼들에 비해 지난 수십 년간 축적된 대단히 우수한 제작역량과 인력을 갖춘 플랫폼들이기도 하다. 특히 그중 CCTV다큐멘터리채널과 CCTV과학기술채널은 오랜 경험을 보유한 전문인력과 기획 노하우를 갖고 있으며, 동팡위성 또한 그 배후에 중국 최고 메이저 미디어그룹중 하나인 상하이 미디어 그룹(SMG)이 있기 때문이다.

그럼에도 불구하고 순위에 오른 작품 중 16편이 인터넷 동영상 플랫폼의 자체제작 또는 공동제작 작품인 것을 보면, 거의 신생 제작사라고도 봐도 무방한 인터넷 동영상 플랫폼들의 자체제작 역량의 급속한 성장추세가 매우 뚜렷하여 이제는 그 제작역량이 전통적인 TV방송 플랫폼과 비교해도 전혀 뒤지지 않음을 엿볼 수 있다.





4. 중국 다큐멘터리 시장의 앞날은?

위에서 보았듯이 중국 국내 다큐멘터리 시장은 현재 정부의 전폭적인 지원 아래 매우 안정적으로 성장을 거듭하고 있지만, 아직은 체계적인 다큐멘터리 제작 시스템이 구축되지 않았을 뿐 아니라 전문 인력도 매우 부족한 상황이다. 또한 비록 과거에 비해 최근 들어 영화에서의 흥행수익이나 온라인상에서의 관련 페이지뷰가 대폭 개선된 것은 사실이나 여전히 영화나 드라마에 비해 그 수익성이 낮고 투자 회수 기간 또한 오래 걸린다는 점에서 대중적인 장르로 등극하기에는 앞으로도 풀어야 할 숙제가 많아 보인다.

하지만 갈수록 영향력을 더해가고 있는 뉴미디어의 발전에 발맞춰 다양한 기회들을 포착하고 이에 더해 중국 정부의 적극적인 지원이 지속적으로 뒷받침된다면 중국 다큐멘터리산업의 미래는 상당히 밝을 것으로 전망된다. 특히 위의 자료에서도 볼 수 있듯이 새로운 뉴미디어 플랫폼의 출현이 다큐멘터리 산업의 발전과 제작 및 배급에 미치는 영향이 더욱 뚜렷해지면서, 뉴미디어를 기반으로 다큐멘터리를 브랜딩하고 발전시키는 것은 다큐멘터리 제작의 새로운 트렌드가 됐다. 그래서 이제는 단순히 온라인상에서 전파된다는 의미를 넘어서 ‘숏폼 포맷의’, ‘마케팅과 결합된’, ‘SNS와 연동이 잘 되는’ 다양한 포맷의 다큐멘터리 제작이 시도되고 있다.

우선적으로 국가가 나서서 정책적 차원에서 관련 산업을 적극적으로 지원한다는 점이 가장 든든한 배경이 될 것이다. 물론 중국 정부의 기조와 요구하는 바가 분명한 만큼, 중국의 문화와 현실주의 소재를 다룬 작품의 비중이 압도적이겠지만 이를 중심으로 산업 전체가 발전적 방향으로 나아갈 것임은 충분히 예측가능하다.

사드이슈가 불거지며 한한령이 발효되기 직전만 해도 한중간에는 영화와 드라마 장르뿐만 아니라 다큐멘터리의 제작 영역에서도 매우 다양한 코프로덕션이 진행되거나 시도되고 있었다. 정식 경로는 아니지만 한국의 〈워낭소리〉, 〈님아 그 강을 건너지 마오〉 등과 같은 작품을 온라인을 통해 접한 중국 네티즌들 상당수가 이미 한국형 다큐멘터리에 매료되었음은 그들이 자신들의 블로그나 게시판들 통해 남겨놓은 감상평만 봐도 금방 알 수 있을 정도였다. 그런 방면에서 KBS의 〈슈퍼 차이나〉 역시 대표적인 성공사례라고 할 수 있겠다.

〈슈퍼 차이나〉 관련 중국어 게시판에는 “한국이 만든 다큐멘터리를 통해 중국을 더 잘 이해하게 된다. 이는 참으로 아이러니한 일이다” 등 한국 다큐멘터리에 대한 유의미한 긍정적 반응과 찬사들이 해당 게시판을 도배하다시피 했었다. 이처럼 거시적이고 장기적인 관점으로 봤을 때, 한국과 중국은 다방면에서 공동의 관심사를 갖고 있고, 유사한 정서를 공유하고 있다. 이러한 기초위에 양국관계가 개선되어 다시 한한령 발효 이전의 우호관계로 돌아갈 수 있다면 다큐멘터리 영역에서의 양국 간의 합작은 매우 자연스럽게 이루어질 수 있을 것으로 전망한다. 위안부 피해자 소재의 한중합작 다큐멘터리 〈22〉가 그러한 맥락의 연장선상에서 가장 상징적인 성공사례라고 할 수 있겠다.

REFERENCES

1. 이은데이터(艺恩数据), 점차 드러나는 다큐멘터리의 거대한 시장잠재력과 뉴미디어 발전의 새로운 형태(纪录片巨大市场潜力逐渐显现 借助新媒体发展新形式), 2018.5.3.
2. 신화사(新华社), 광전총국 “다큐멘터리 신시대” 다큐멘터리 창작 전파 공정 실시(广电总局将实施“记录新时代”纪录片创作传播工程), 2018.6.13.
3. 한중콘텐츠연구소, 온라인 동영상 플랫폼의 새 먹거리로 주목 받는 '다큐멘터리', 2018.12.20.
4. 베이징사범대학다큐멘터리센터(北京师范大学纪录片中心), 중국 다큐멘터리 발전 연구보고 2019(中国纪录片发展研究报告2019), 2019
5. 광전독자(广电独家), 다큐멘터리산업규모 10년 사이 12배 성장?, 2019.11.7.
6. 더우반(豆瓣), 중국 최대 영화 평점 사이트 (<https://www.douban.com/>)
7. CBO(中國票房), 중국 박스오피스 사이트 (cbooo.cn/m/675239)
8. 강내영, '新주선율'과 '汎주선율', 2012.11.10.

