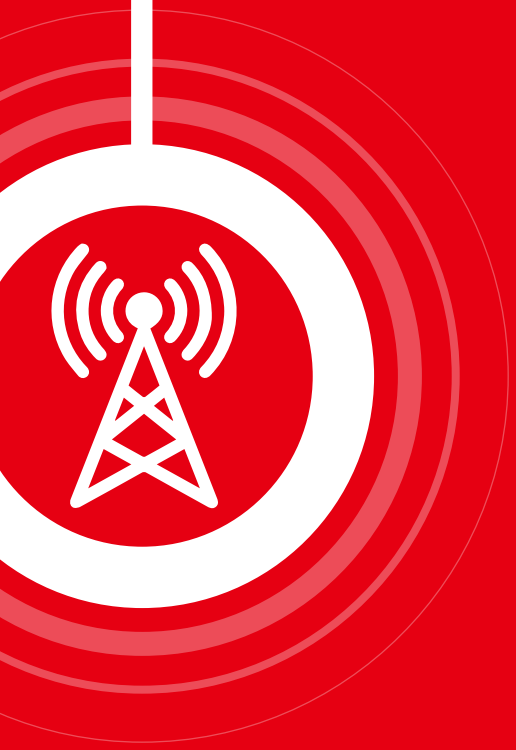
www.kca.kr

Korea Communications Agency



2019 KCA Media Issue & Trend 03

리 뷰 리 포 트

중국콘텐츠 시장의 빛과 그림자

1. 들어가기

2. 중국 디지털콘텐츠산업 진흥의 4가지 방향

3. 뉴미디어 시대, 새로운 규제 정책

4. 사상적, 내용적 부분 관리감독 엄격

5. 자국 콘텐츠 보호와 고질적 문제 타파 노력

6. 엄격한 검열 속에서 대책 모색하는 영상업계

중국콘텐츠 시장의 빛과 그림자

김원동(한중콘텐츠연구소 대표)

요약문

세계 2위 규모를 자랑하는 중국 콘텐츠 시장은 지난 5년간 연평균 성장률 13%를 돌파했다. 중국 정부는 빠르게 성장 중인 콘텐츠 산업 진흥을 위해 다방면에 걸친 정책을 잇달아 내놓으며 산업 발전을 적극적으로 지원하고 있다. 뉴미디어 시대에 발맞춘 새로운 규제 정책과 동시에 자국 콘텐츠의 보호와 해외 진출, 영상업계의 고질적 문제 타파에도 힘쓰고 있다. 하지만 한편으로는 콘텐츠의 사상적, 내용적 부분에 대한 관리감독을 지나치게 강화해 창의적이고 자유로운 표현의 자유를 제한한다는 지적도 받고 있다. 과연 중국 정부가 어떤 방향으로 자국의 콘텐츠 산업을 이끌고 가려 하는지에 대해 최근 중국 정부가 발표한 정책들과 관리감독 동향을 통해 그 기조를 살펴보았다.

1. 들어가기

중국 콘텐츠 시장의 규모는 아래 표에서 보는 바와 같이 이미 2014년을 기점으로 일본을 가볍게 뛰어넘어, 현재는 미국에 이어 세계 2위 규모를 자랑하고 있다. 2018년 중국 정부 업무보고 데이터에 따르면 지난 5년간 중국 콘텐츠 산업의 연평균 성장률이 13%를 돌파했다고 하니 거의 중국 GDP 연평균 성장률의 2배에 육박한다. 이 수치는 중국 대중의 콘텐츠 소비와 관련된 잠재력을 보여주는 객관적 지표이기도 하다.

표 1 2013~2022 국가별 콘텐츠시장 규모 및 전망

(단위 : 십억 달러, %)

순위	국가	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2017-22 CAGR[2]
1	미국	676	711	746	782	817	852	886	918	946	973	3.6
2	중국	145	167	191	221	246	272	294	314	333	351	7.4
3	일본	158	165	170	176	182	186	191	195	200	204	2.4
4	독일	92	95	98	101	103	106	108	111	113	115	2.1
5	영국	81	84	89	93	97	101	105	108	111	114	3.3
6	프랑스	63	66	68	70	72	74	76	77	79	81	2.2
7	한국	47	50	52	54	57	61	64	68	72	76	5.8
8	캐나다	45	47	50	52	54	57	59	61	63	65	3.7
9	브라질	34	38	40	42	45	48	51	54	56	59	5.5
10	이탈리아	35	36	37	39	40	42	44	46	48	49	4.1

출처: 한국콘텐츠진흥원

중국 정부는 최근, 이처럼 빠르게 성장 중인 자국 콘텐츠 산업의 진흥을 위하여 투자를 위한 금융 시스템의 구축과 개선 등 여러 분야에 걸친 정책 규정을 잇달아 내놓으며 산업 발전을 효과적으로 지원하려는 적극적인 의지를 보이고 있다. 이와 같은 중국 정부의 콘텐츠 산업 진흥 정책에 있어 우리가 좀 더 눈여겨보아야 할 부분이 있다면 그것은 바로 중국 정부가 과연 어떤 방향으로 자국의 콘텐츠 산업을 이끌고 가려 하는지에 대한 지점일 것이다. 이에 최근 중국 정부가 발표한 정책들과 관리감독 동향을 통해 그 기조를 살펴보았다.

2. 중국 디지털콘텐츠산업 진흥의 4가지 방향

지난 2019년 8월 1일, 중국공산당 중앙선전부(中宣部) 출판국(出版局)의 곽의창(郭义强) 국장은 2019년 CHINA JOY 개막식에서 '중국 디지털콘텐츠산업의 발전 추진'을 주제로 강연하면서 중국 디지털 콘텐츠 산업과 관련한 향후 발전 방향을 제시하였다. 강연의 주요

1) 2017년부터 2022년까지 연평균성장률

내용은 최근 몇 년간 지속적인 발전 추세를 보이며 사회적 영향력을 점차 키워가고 있는 중국 디지털콘텐츠산업의 활성화를 위한 비전 및 방향 제시였다.

우선 현재의 중국 디지털콘텐츠산업의 위상은 곽국장이 그날 한 강연에서 언급한 몇 가지 수치만으로도 대략 엿볼 수 있을 것 같다. 곽국장의 강연내용에 따르면 지난 2018년 중국 게임시장의 실질적 총매출액은 2,144억 위안을 기록했으며, 주요 웹소설 사이트들의 경영수입은 342억 위안에 달했다. 특히 중미무역전쟁의 여파로 전반적으로 경기가 침체된 올해 상반기에도 디지털콘텐츠산업의 발전 추세는 계속되었는데, 중국음반디지털출판협회(中国音像与数字出版协会)가 제공한 데이터에 따르면, 2019년 상반기 중국 게임시장 실질 매출은 1,140억 위안으로 전년 동기 대비 8.6% 증가한 수치였다.

이러한 뚜렷한 성장세 하에 중국의 관련 기업들은 폭발적인 매출증가로 획득한 여유자금을 공격적으로 디지털콘텐츠의 연구개발에 투입하고 있다. 대표적으로 4차 산업혁명의 핵심으로 일컬어지는 AI, 빅데이터와 같은 선진적인 IT기술력과 IP로 대표되는 문화 콘텐츠의 유기적인 융복합에 대한 적극적인 투자를 들 수 있겠는데, 이 같은 현상은 중국 콘텐츠 산업이 바야흐로 그동안의 양적성장을 끝내고 본격적인 질적 성장의 시대로 진입하고 있음을 뜻한다.

곽국장이 이번 강연에서 제시한 네 가지 추진 방향을 요약하면 다음과 같다.

- 첫째, 정확하고 올바른 정부의 지도 방향을 제시하고 견지한다.
  디지털 콘텐츠산업은 사회주의 문화 건설의 중요한 일부분으로서, 선명한 이데올로기적 속성과 문화 속성을 갖추어야 함과 동시에 민족문화를 계승하고 주류 가치관을 전파하는 데에 있어 그 의무를 다하여야 한다. 그리고 여기서 더 나아가 계층 간, 지역 간 및 국가와 국가 간의 문화 교류를 촉진하는 중요한 역할을 담당하여야 한다.

- 둘째, 콘텐츠의 고품질 발전과 성장을 견지한다.
  국내기업의 창의적 아이디어 창출, 우수 기술 개발, 고품질 콘텐츠 제작에 힘쓰는 등 양적 성장에서 질적 성장으로의 확실한 패러다임 전환이 필요하며 이를 위한 산업 내 전반적인 구조 개혁을 추진해야 한다. 중국 정부는 매년 주선율(主旋律, 애국주의 정신을 고양시키고 국가 이데올로기를

선전하는 문화경향)을 권장하고 지향(志向)하며 긍정적이고 밝은 에너지(正能量)를 가진 우수 게임을 선발해 제작을 지원한다.

- 셋째, 사회적 효과와 공익을 우선순위에 두어야 한다.
  최근 몇 년 사이 디지털콘텐츠산업을 향유하는 대중이 점점 늘어나고 디지털콘텐츠의 사회적 영향력이 확대되면서 문화기업들의 사회적 책임이 더욱 커졌다. 모든 문화기업들은 근본적으로 사회적 효익과 경제적 효익을 유기적으로 통일시키되 그중에서 먼저 사회적 효익을 우선시해야 한다. 디지털콘텐츠기업들은 연구개발, 제작, 배급에 이르는 전 과정에서 사회적 책임을 고려해야 한다. 게임 업계에서는 자발적으로 청소년 게임 중독 문제에 대한 개선 방안을 모색해야 한다.

- 넷째, 창의와 혁신을 견지한다.
  디지털콘텐츠산업은 문화콘텐츠와 인터넷, 디지털 기술이 고도로 융합한 산물로 근본적으로 혁신에 기인한다. 올해 상반기 중국에서 자체적으로 연구개발한 게임의 해외 시장 매출이 55억 달러를 돌파했다. 전년 동기 대비 20.2% 증가한 수치다. 기업들은 해외 시장의 수요를 분석하고 연구개발에 힘써 우수한 상품과 서비스를 해외에 수출해 더욱 많은 중국 인터넷 문화 상품의 적극적인 '저우추취(走出去)'를 추진한다.

이와 같은 중국 정부의 콘텐츠산업 진흥 방향은 이번 강연뿐 아니라 최근 몇 년간 발표된 정책 전반에 공통으로 나타나 있다. 지난 2018년부터 2019년 8월까지 발표된 중국 문화산업 관련 정책을 바탕으로 중국 정부의 정책 방향에 대해 살펴보자.

3. 뉴미디어 시대, 새로운 규제 정책

중국 정부는 정부의 중점 사업 분야 중 하나인 문화산업의 진흥을 위해 각 영역에 대한 규제 및 지원 정책을 지속적으로 발표하고 있다. 지난 2018년부터 2019년 8월까지 발표된 중국 문화산업 관련 주요 정책은 다음과 같다.

표 2 **2018~2019년 중국 문화산업 관련 정책**

NO	분야	발표일	발표기관	정책명	주요 내용
1	방송	2018.7.6	광전총국	여름방학 기간 인터넷 시청 프로그램 방송사업 활성화에 관한 통지	여름방학 기간 인터넷상 청소년 유해 영상물 모니터링 강화, 불량 콘텐츠 차단
2	방송	2018.8.1	광전총국 외 5개 기관	인터넷 생방송 서비스 관리업무에 관한 통지	인터넷 생방송 서비스 제공자 관리 강화
3	방송	2018.9.20	광전총국	외국인의 라디오·TV 프로그램 제작 참여 관리 규정(의견 수렴안)	중국산 드라마, 예능, 토크쇼 등 라디오·TV 프로그램에서 주제작자로 고용된 외국인 수는 동종 인력 전체 인원수의 5분의 1을 초과해서는 안 됨
4	방송	2018.10.2	국가세무총국	영상업계 세수 질서 관련 업무 규범화에 관한 통지	고가 출연료, 이면계약, 탈세 등 문제점 대비 세수정책
5	방송	2018.10.31	광전총국	라디오TV와 인터넷 시청 문예 프로그램 관리 강화에 대한 통지	고액 출연료, 이면계약, 탈세 등 문제점 대비 프로그램 관리 강화 조치, 제작비 대비 출연료 비율 등 규정
6	방송	2018.7.13	세무총국	각급 세무기관의 영상산업 세금부과 관리 강화	영상산업 거액 출연료, '이중계약서', 탈세 등 세수 관리 강화
7	방송	2018.3.16	국가신문출판 광전총국 판공청	인터넷 시청 프로그램 전송 질서 규범화에 관한 통지	인터넷상 재편집 영상물 콘텐츠 관리 강화
8	방송	2019.1.2	국가신문출판 광전총국 판공청	인터넷 시청 프로그램 정보등록 시스템 업그레이드 관련 통지	인터넷 시청 프로그램의 정보등록 시스템 업그레이드, '중점 인터넷 드라마·영화 정보등록 시스템' 모듈 증설, 정보 등록 방식 조정
9	방송	2019.1.9	중국 인터넷 시청프로그램 서비스 협회	인터넷 숏폼 동영상 플랫폼 관리규범	숏폼 동영상 서비스 인터넷 플랫폼 준수 규범 명시
10	방송	2019.1.9	중국 인터넷 시청프로그램 서비스 협회	인터넷 숏폼 동영상 콘텐츠 심의의 기준 세칙	인터넷 숏폼 동영상 콘텐츠 심의의 기본 기준과 구체적 세칙 명시
11	방송	2019.3.1	공업정보화부·국가광파전시총국·중앙광파전시총대	초고화질 영상산업발전 행동계획 (2019~2022년)	초고화질 영상산업 산업체인의 핵심 프로세스 중고급화, 초고화질 동영상 산업 클러스터의 조성 가속화, 산업생태계 구축하기 위한 행동계획
12	방송	2019.4.3	국가광파전시총국	미성년자 방송 프로그램 관리규정	미성년자 방송 프로그램 제작 및 배급 활동에 대한 관리 규정
13	방송	2019.8.19	국가광파전시총국	라디오 텔레비전 방송과 인터넷 시청 산업의 고품질 발전 추진에 대한 의견	라디오 텔레비전 방송과 인터넷 시청 산업에 대한 가이드 제시, 산업 체계 업그레이드, 산업구조 최적화, 시장체계 보완, 정책적 지원 제시

NO	분야	발표일	발표기관	정책명	주요 내용
14	방송	2019.7.19	국가광파전시총국 인터넷 시청프로그램 관리사	온라인 토크쇼(인터뷰) 영상 관리강화에 관한 통지	온라인플랫폼에서 방영되는 토크 프로그램 조사 및 문제 프로그램 서비스 금지, 온라인에서 서비스되는 신규 토크프로그램 엄격하게 심의 진행
15	영화	2018.11.8	국가영화국	중국 국산 영화 재상영 임시 규정	영화 재상영 시 심의 신청 필요, 재상영 영화 상영 규모는 상영관 최대 2500개로 제한
16	영화	2018.3.6	광전총국	VOD영화관, VOD원선 관리규정	VOD영화관, VOD원선의 업무허가, 경영규범 등 규정
17	영화	2018.9.18	중국영화배급 방영협회	영화티켓 '취소 및 변경' 규정에 관한 통지	제3자 티켓판매 플랫폼, 영화관 웹사이트 또는 자체 APP는 '취소 및 변경' 주의사항을 공시해야 함
18	영화	2018.12.13	국가영화국	영화관 건설 속도 증진에 관한 영화시장 발전 촉진 의견	2020년까지 전국 도시 영화원선 가입 영화관 스크린 수 8만 개 이상, 원선제 개혁 지속, 특색 원선 발전 가속화, VOD 영화관 및 원선 규범화
19	애니메이션	2018.4.19	재정부 세무총국	애니메이션산업 부가가치세 정책 연장에 관한 통지	애니메이션산업 세금 환급 정책
20	게임	2018.8.24	광전총국	미성년자 프로그램 관리 규정(의견수렴안)	미성년자 프로그램 방송시간 등 규정, 만 14세 이하의 미성년자는 광고모델 기용 불가
21	종합	2018.6.1	문화관광부	자유무역시험구 문화시장 관리정책 실시에 관한 통지	해외 투자자의 자유무역시험구 내 인터넷 접속 서비스 영업장소, 공연 에이전시, 공연장소 운영기관, 오락장소 등의 설립 허용
22	종합	2018.8.30	교육부 외 7개 부처	아동청소년 근시 종합 예방 시행방안	아동청소년 근시 예방 관련 방안 제시
23	종합	2018.8.31	전국인민대표 대회	중화인민공화국 전자상거래법	전자상거래 제반 규정
24	종합	2018.2.14	국가신문출판 광전총국	인터넷생중계 퀴즈프로그램 관리강화에 대한 통지	인터넷 생방송 퀴즈프로그램 문제, 선택지 등 콘텐츠 사전 등록 심사
25	종합	2018.2.13	국가신문출판광전총국	신문출판방송영상 기업의 저작권 자산관리사업 지침서(시행)	신문출판 방송 영상 기업의 저작권 자산 관리 업무 가이드
26	종합	2019.8.13	국가과학기술부 등 6개 부문	문화와 과학기술 융합 촉진에 관한 지도의견	문화과학기술의 연구개발 강화, 혁신 체계 건설 개선, 산업화 보급 가속화, 빅데이터 시스템 강화
27	종합	2019.8.23	국무원 판공청	문화와 관광 소비의 잠재력 개발에 관한 의견	문화와 관광 소비의 질적 수준 향상과 주민 소비 의욕 고취 통한 고품질의 문화와 관광 공급

출처: 한국콘텐츠진흥원

최근 발표된 중국의 문화산업, 특히 콘텐츠산업 관련 정책의 대략적인 방향을 살펴보면 앞서 짚어본 강연의 기조와 일맥상통한다는 것을 알 수 있다. 중국 특색의 사회주의를 바탕으로 하고 사회주의적 가치관이 선명하게 드러나야 하며, 중국의 우수한 문화를 해외에 알리는 것을 지향하고, 양적 성장 단계에서 질적 성장으로 나아가 '고품질화'를 추진할 것을 강조하고 있다.

그런데 자세히 살펴보면 TV 방송과 인터넷 시청 프로그램, 영화 등 대중에게 전달되는 미디어 콘텐츠에 대한 규제 정책이 지속적이고 빈번하게 발표되고 있음을 알 수 있다. 중국 정부의 방송 미디어 규제는 이전부터 늘 존재했지만, 최근 몇 년 동안 규제 정책 발표 빈도가 눈에 띄게 잦아졌다. 이는 TV나 라디오처럼 대중이 수동적으로 방송미디어를 소비했던 과거와는 달라진 뉴미디어 영역에 대한 새로운 규제들이 필요해졌기 때문이다.

뉴스, 미디어, 콘텐츠에 대해 유독 강력한 규제는 중국 정부의 강한 권력의지로도 해석된다. 중국 정부의 매스컴, 방송을 통한 강한 통제는 곧 기술적 발전과 대중의 지적수준의 성장이 급속도로 이뤄지는 상황 속에서 체제 유지에 대한 불안감이 증폭되고 있음을 반증한다.

4. 사상적, 내용적 부분 관리감독 엄격

최근의 중국 영상업계에 있었던 여러 사건들을 통해서도 중국 정부의 엄격한 규제 상황을 살필 수 있다. 특히 대표적인 중국영화의 성수기인 2019년 여름방학 시즌에는 유독 개봉을 얼마 남기지 않은 영화들이 급작스럽게 개봉이 취소되거나 연기되는 경우들이 빈번하게 발생했다. 중국 정부의 검열로 상영이 취소된 영화들은 이전에도 있었지만 최근 이와 같은 경우가 부쩍 늘어나고 있는 것이다.

항일 전쟁 당시 일본군에 맞선 국민당 군대의 실화를 다룬 〈팔백(八佰)〉, 문화대혁명 당시 중국 사회의 혼란상을 담아낸 〈원 세컨드(一秒钟)〉를 비롯해 청춘 영화 〈소년적니(少年的你)〉, 범죄 영화 〈섬머 오브 창사(六欲天)〉 등의 영화제 상영 또는 극장 개봉이 취소됐는데 그 이유로는 '기술적 요인'이 주로 언급됐다. '기술적 요인'은 보통 중국에서 검열을 통과하지

못했을 때 사용하는 표현이다. 최근 칸 영화제 황금종려상을 수상한 〈기생충〉 또한 제13회 중국퍼스트청년영화제(FIRST青年电影展) 폐막식에서 상영될 예정이었으나 상영 하루 전 '기술적 요인'으로 상영이 취소됐다. 빈부격차 문제를 조명한다는 점이 상영 취소의 이유일 것으로 보고 있다.

영화 제목에 대한 규제로 영화의 타이틀 명을 바꾸는 영화들도 많다. 최근에 중국에서 개봉한 한국 영화 〈마지막 소원〉의 리메이크작 〈소소적 원망(小小的愿望)〉은 '위대한 소원'이라는 뜻의 원래 제목을 '작은 소원'이라는 의미의 제목으로 바꾼 뒤 개봉했다. 2018년 최고 흥행작 〈아부시약신(我不是药神)〉은 원제 〈인도약신(印度药神)〉에서 〈중국약신(中国药神)〉으로, 다시 또 〈아부시약신〉으로 제목을 변경했다. 이와 같은 과도한 엄격한 관리감독에 일부 의식 있는 중국 영화 팬들은 SNS상에서 그 간섭의 지나침을 들어 비판의 목소리를 내고 있다.

그림 1 〈팔백(八佰)〉



그림 2 소소적 원망(小小的愿望)



그림 3 〈소년적니(少年的你)〉



출처: CBO

영화 외에도 드라마, 웹드라마, 예능, 인터넷방송 등의 콘텐츠에 대한 관리감독도 점차 강화되는 추세다. 특히 뉴미디어의 경우 발전 및 변화 속도가 빠르기 때문에 이에 대응하는 규제 정책도 계속해서 발표되고 있다. 위에서 살펴본 정책 리스트를 보면, 온라인 생방송 퀴즈 프로그램, 인터넷 동영상 플랫폼의 토크 프로그램, 숏폼 동영상 콘텐츠, 온라인상의 재편집 동영상 콘텐츠 등 새롭게 등장한 뉴미디어 콘텐츠에 대한 정책이 잇달아 발표되고 있음을 알 수 있다. 새로운 유형의

콘텐츠에 대한 관리감독 강화는 한편으로는 사상적, 내용적 측면을 지나치게 규제해 창의적이고 자유로운 표현의 자유를 제한한다는 부작용을 지적 받고 있으나, 다른 한편에서는 무분별하게 쏟아져 나오는 저품질 콘텐츠의 양산을 저지하는 순작용의 역할을 하고 있다는 평가도 받고 있다.

중국 정부의 방송·미디어·콘텐츠 규제의 가장 큰 특징인 검열과 관리감독에 대해 살펴보았다. 이어서 사상적, 내용적 지도 외에 중국 정부가 산업 진흥을 어떠한 방향으로 인도하고 있는지 살펴보자.

5. 자국 콘텐츠 보호와 고질적 문제 타파 노력

중국 정부가 오랜 기간 적극적으로 발전을 꾀하고 있는 영역 중 하나가 오리지널 콘텐츠 제작이다. 중국 정부는 국내기업의 자체적인 창작 역량을 키워 자국 콘텐츠를 발전시키는 동시에 자국 시장이 외국 콘텐츠에 점령되지 않도록 국가적 차원에서 자국 콘텐츠를 보호, 진흥하고 있다. 문화기업에 대한 자금 지원뿐 아니라 영화 영역에서는 수입 편수 제한 정책을 적용하고, 드라마 영역에서는 외국 드라마의 프라임타임 방영을 제한하며, 게임 영역에서는 외자판호(외국 게임에 대한 게임서비스 허가)를 제한적으로 발급하는 등의 정책을 콘텐츠 산업영역 전반에 걸쳐 실시하고 있다.

그중 해외 예능 포맷 저작권 수입과 관련한 제한 정책은 우리에게도 큰 영향을 끼쳤다. 2016년 6월, 국가신문출판광전총국(国家新闻出版广电总局)은 〈방송 프로그램의 자주적 혁신 추진을 위한 통지(关于大力推动广播电视节目自主创新工作的通知)〉를 발표해, 방송사들의 프로그램 포맷 수입 수량을 제한하고, 오리지널 포맷 창작을 장려했다. 이 같은 통지가 발표된 후, 중국 방송사들은 정식으로 정당한 저작권료를 지불하고 해외 판권을 구입하는 대신, 해외 프로그램 포맷의 주요 컨셉만을 차용해 일부 변형시키는 방식으로 예능을 제작해 방영하는 등, 수많은 포맷 저작권 표절 논란을 야기했고, 최근엔 이와 같이 불법으로 포맷을 카피한 예능 프로그램의 등장 주기도 갈수록 단축되고 있다.

이 밖에도 중국 정부는 영상업계 발전을 저해하는 고질적 문제들을 타파하기 위한 정책을 발표하고 있다. 영상산업의 발전에 따라 배우 출연료가 급속도로 상승해 제작비 구조가 불합리해지자 2017년 〈드라마·웹드라마 제작비 구성 비율에 관한 의견(关于电视剧网络剧制作成本配置比例的意见)〉을 발표하여, 한 편의 드라마에 출연하는 배우 전원의 출연료는 제작비의 40%를 초과하지 못하도록 제한했다. 주연배우의 출연료는 전체 출연료의 70%를 넘지 못하며, 조연 및 엑스트라 배우의 출연료를 전체 출연료의 30%보다 적게 지급하는 것도 금지됐다.

같은 맥락에서 2018년에는 라디오, TV, 인터넷 시청 프로그램의 출연료 제한 정책이 발표됐다. 전체 출연자의 총 출연료가 프로그램 제작비의 40%를 넘어서는 안 되고, 주요 출연자의 출연료가 전체 출연자 총 출연료의 70%를 초과해서는 안 된다는 내용이다. 지난 9월에는 드라마 '주수극(注水剧, 드라마 가격을 높이기 위해 회상 장면이나 전·후편 내용을 삽입하는 등 각종 편법으로 인위적으로 편수를 늘린 드라마)' 문제를 개선하고자 드라마 편수를 총 40편으로 제한하는 규정을 발표하기 위해 광파전시총국이 업계의 의견을 수렴 중이라는 소식이 전해지기도 했다.

중국 콘텐츠의 제작 수준을 높이기 위한 이러한 중국 정부의 노력은 '저우추취' 전략, 즉 중국 콘텐츠의 글로벌 시장으로의 적극적인 진출 지원전략으로 이어진다. 중국 정부는 2000년대부터 세계에 중국의 소프트파워를 전파하기 위해 여러 분야에 걸친 노력을 해 왔다. 그리고 그런 노력의 일환으로 최근에는 한국의 진흥정책들을 적극적으로 벤치마킹하며 다방면으로 콘텐츠 수출을 지원하고 있는데, 이러한 정부차원의 지원들은 정상급 국제 영화제 및 TV페스티벌 등에서의 다수의 작품상 수상이나 넷플릭스 등 해외 OTT로의 콘텐츠 대량 판매, 게임 수출액 급증 등의 가시적인 성과로 나타나고 있다.

6. 엄격한 검열 속에서 대책 모색하는 영상업계

지난 2018년 3월, 중국 정부는 국가신문출판광파전영전시총국(国家新闻出版广播电影电视总局, 이하 광전총국)을 없애고 국가광파전시총국(国家广播电视总局)을 설립한다는 소식을 발표했다. 이에 따라 뉴스, 출판, 라디오, 영화, TV, 저작권 등을 통합 관리해 온 광전총국의 업무 중 뉴스, 출판, 영화업무가 중앙부처인 중공중앙선전부(中宣部)에 귀속됐고, 저작권 관리 부처인 국가판권국(国家版权局) 또한 중공중앙선전부에 귀속됐다. 이렇게 한때 통합되었던 조직이 다시 나누어지고 주요 업무가 중앙의 선전부로 옮겨가면서 규제 및 검열이 더욱 강화될 것이라는 전망이 제시되었고, 실제로 중국 정부의 규제는 날이 갈수록 더욱 엄격해지고 내용 심의 기준 또한 강화되고 있다.

중국 정부는 이렇게 콘텐츠 산업의 관리감독을 강화하면서 한편으로는 창의적이고 우수한 콘텐츠의 창작을 적극 진흥하고 있다, 사실 이 두 가지 포인트는 서로 매우 모순적이어서, 긍정적인 결과를 기대하기 어려운데, 무엇보다 흥미로운 것은 모두의 그런 예상을 깨고 중국 콘텐츠의 퀄리티가 지속적으로 향상되고 있다는 점이다. 즉, 원래대로라면 작금의 중국 정부가 취하고 있는 중국 특색의 사회주의적 환경 안에서는 문화 콘텐츠 역시 매우 그 정치적, 사회적 역할이 중시되어야 함에도 불구하고 이러한 특수하고 제한된 환경에서도 관련 기업 및 창작자들이 '위에 정책이 있다면, 아래에는 대책이 있다(上有政策下有对策)'는 식의 유연한 대응을 통해 나름의 생존 방식을 찾고 정책 환경을 극복해 나가고 있다는 것이다.

최근 몇 년간 우리가 실제로 겪어 봤듯이, 중국의 콘텐츠 산업과 관련된 정책들은 급변하는 국제 정세나 단기적인 대내외 상황에 따라 다음 행보에 대한 예상을 포기해야 할 만큼 극심한 변덕쟁이의 모습으로 종종 우리에게 민낯을 드러내곤 했다. 그러나 "비 온 뒤에 땅이 굳는다"는 말이 있듯이 과거의 동북아 관계, 특히 그중에서도 한중일 삼국 간의 오랜 역사를 돌이켜보면 지금처럼 한중일 관계가 바닥을 찍은 상황은 어떤 면에서 보면, 이제는 언제고 호전될 시점만 기다리면 된다는 점에서 오히려 이 기회를 잘 이용할 수만 있다면 두 번 다시 오기 힘든 호기(好機)를 맞게 될 가능성이 대단히 커졌다는 신호로도 해석할 수 있다. 즉, 최근 급변하는 정세 변화에 일희일비할 것이 아니라 꾸준히 인사이트를 축적하면서 인내심을 갖고 언젠가

올 그때를 대비해 잘 준비만 한다면, 어쩌면 작금의 혼란스러운 상황은 거꾸로 그 시점이 과연 언제인가가 문제일 뿐이지, 어떤 모습으로든 절호의 기회로 그 모습을 바꿔 찾아올 것이 분명하기 때문이다.

이렇게 시대의 흐름을 읽어 미래를 대비하는 자세는 한한령 및 중미무역전쟁, 그리고 일본의 경제보복 등으로 인해 최근 사회 전반적으로 침체되고 비관적인 분위기가 팽배한 속에서도 우리가 절대로 중국이라는 커다란 시장에 대한 관심을 놓지 말아야 하는 필연적 이유이기도 하다.

REFERENCES

1. 김인숙, 중국 문화정책 강화, '한류' 기회는 어디에?, 〈N content〉 vol.6, 한국콘텐츠진흥원, 2018
2. 한국콘텐츠진흥원 특화보고서, 2019년 중국 문화산업 장르별 규제정책 업데이트, 한국콘텐츠진흥원, 2019
3. 한국콘텐츠진흥원 해외콘텐츠산업동향, 중국 문화산업 자금조달 현황 및 전망, 2019
4. 한국콘텐츠진흥원 해외산업통계, 2018년 해외 콘텐츠시장 분석, 2019
5. 곽의창, 2019 ChinaJoy 개막, 중국 디지털콘텐츠산업 발전 추진, 중국신문출판광전보, 2019
6. 김원동, '찌라시' 등장 후, 현장 분위기는?, 한중콘텐츠연구소, 2019
7. CBO 중국 박스오피스 사이트