

중국의 문화정책 소고(小考)

이동배*

국문초록

중국은 개혁개방 이후, 세계의 공장에서 세계의 시장으로 빠르게 변화하고 있으며, 이제는 미국과 함께 세계경제를 이끄는 이른바 G2국가로 급부상했다. 경제와 과학기술의 발전으로 사람들은 문화산업의 중요성에 대해 알게 되었고 문화산업의 위상도 핵심 산업으로 성장하게 되었다. 소프트파워(軟實力) 전략의 일환이자 대표적인 산업으로 떠오르고 있는 문화산업은 지속적으로 높은 경제성장률을 유지하기 위해 중요시되고 있다.

중국문화산업은 오랜 역사로 인한 폭넓은 문화적 원천에 따른 콘텐츠의 힘과 값싼 노동력, 풍부한 인적자원 등과 같은 전통적인 요인에 더하여 국가의 '진흥(振興)'이라는 새로운 날개를 얻게 됐다. 또한 문화와 과학기술의 융합은 이미 문화산업 전반의 업그레이드를 위한 중요한 돌파구이자 방향이다. 중국정부는 첨단기술을 발판삼아 디지털 콘텐츠를 테마로, 자체 지적재산권을 핵심으로 하는 신흥문화산업(新興文化産業)을 육성하고 있다.

중국문화산업이 급속도로 성장하게 된 것 다양한 정책들이 뒷받침되고 있기 때문이다. 본 연구에서 필자는 문화산업에 관한 개념, 또한 문화산업을 주도하는 핵심 정책기구의 기능과 역할, 및 문화정책의 변화과정과 특징, 특히 신흥문화산업에 관한 문화정책이 어떻게 등장하였는지를 파악하고 핵심내용에 대해서 살펴보고자 한다.

주제어: 문화정책, 문화산업, 신흥문화산업, 창의문화산업, 콘텐츠산업

* 건국대학교 문화콘텐츠학과 박사과정

I. 서론

중국은 개혁개방 이후, 매년 평균 8~9%의 GDP 성장률을 달성하고 있으며 세계의 공장에서 세계의 시장으로 변화하고 있다. 이제는 미국과 함께 세계경제를 이끄는 이른바 G2국가로 급부상했다. 경제와 과학기술의 발전으로 사람들은 문화산업의 중요성에 대해 알게 되었고, 문화산업의 위상도 핵심 산업으로 성장하게 되었다. 현재 중국에서 소프트파워(軟實力) 전략의 일환이며 대표적인 산업으로 떠오르고 있는 문화산업은 지속적으로 높은 경제성장률을 유지하기 위해서 빠르게 도입되고 있는 실정이다.

2011년 10월 18일, 베이징에서 중국공산당 제17기 중앙위원회 제 6차 전체회의¹⁾(17기 6중 전회)를 폐막했다. 이 회의에서 <중공중앙 중앙위원회 문화체제 개혁 심화 및 사회주의 문화 대발전, 대번영 추진에 대한 중대 문제결정(中共中央關於深化文化體制改革、推動社會主義文化大發展大繁榮若干重大問題的決定)>을 통과시켰다. 전회에서는 중대 문제에 대한 결의로, 2020년까지 다양한 정책을 실현할 수 있도록 했는데 참석자들은 중국의 문화역량, 시민의식을 비롯한 소프트파워 육성과 함께 각종 문화단체의 민영화 방안, 출판단체의 통폐합 문제 등을 거론하였다. 이는 문화산업의 발전을 지원하는 것에 대한 정부의 강력한 의지를 명확히 보여 주었다고 해석할 수 있다. 그 다음 해, 즉 2012년 11월, 중국 18차 당대표 대회도 개최했는데 이 대회에서 “문화 소프트파워 향상”을 문화산업의 발전목표로 제시하였으며 문화와 과학기술의 융합을 촉진하여 신흥문화산업을 발전시키고 문화산업의 전반적인 수준을 향상시켜야 한다고 강조하였다.

<인민일보> 2013년 1월 7일 12면에서 보도된 신문에 의하면, 2012년

1) 전체 중국공산당 전국대표대회는 실질적으로 중국 대부분의 권력을 장악하고 있는 공산당의 전당대회, 매 5년마다 1회씩 개최되고 있으며 중앙위원이 임기 중에 대표들이 몇 번 모여서 회의하기도 한다. 2011년 10월까지 17차례 대표대회를 개최하였다. 이 전체회의는 전국인민대표대회, 전국인민정치협상회의와 더불어 중국에서 가장 중요한 3대 정치행사로 불린다.

중국 문화산업의 총 생산가치가 4조 위안(약 683조 원)을 돌파해 문화산업의 GDP 비중이 더욱 확대될 것으로 예상하고 있다. 5일과 6일에 열린 제10회 중국문화산업 신년포럼 '중국문화산업 연도 발전보고서(2013)'에 따르면 2011년과 비교해 2012년의 문화산업 시장 성장률이 다소 하락했지만 문화산업 총생산 가치는 여전히 조금씩 성장해 가고 있으며, 다양한 신흥산업들이 생겨나고 있는 가운데 콘텐츠 제작이 가장 핵심이 될 것이라고 지적했다.

중국문화산업이 급속한 성장이 가능하게 된 것은 다양한 정책들이 뒷받침되고 있기 때문이다. 본 연구에서 필자는 문화산업에 관한 개념, 또한 문화산업을 주도하는 핵심 정책기구의 기능과 역할 및 문화정책의 변화과정과 특징, 특히 신흥문화산업에 관한 문화정책이 어떻게 등장하였는지를 파악하고 핵심내용에 대해서 살펴보고자 한다.

II. 중국문화산업의 개념과 분류

1. 중국문화산업의 개념

중국 내에서 문화산업이라는 용어를 주로 많이 사용하고 있으나 최근에 들어서 문화산업이 급속도로 성장함에 따라 새로운 용어들이 등장하기 시작하였다. 특히 신흥문화산업, 창의(創意)문화산업, 콘텐츠산업 등의 용어도 빈번하게 사용하게 되면서 문화산업이라는 용어와 혼재되어 사용하고 있는 경우가 많아졌다. 용어와 개념에 대해 다음과 같이 정리 해보았다.

1) 문화산업(Culture Industry)

중국문화부는 1990년대부터 중국 문화산업의 개념을 정립하고 정책화하여 문화산업 관련 부서를 신설했다. 2000년 10월 발표된 중앙정부의

공식문건인 <국민경제와 사회발전에 관한 중국 중앙공산당 제10차 5개년 계획제정의견(中共中央關於制定國民經濟和社會發展第十个五年計劃的建議)>에서 처음으로 거론되었고, 일반적으로 불리는 문화사업과 통용되는 개념으로 사용하였다. 문화산업은 영화, 음반영상, 문화 엔터테인먼트, 인터넷, 도서, 신문, 잡지, 여행, 문물, 예술품, 예술 교육 등으로 크게 나눌 수 있다.

2003년 9월, 문화부가 정립한 문화산업 개념은 <문화산업발전을 지지하며 촉진하는 약간의 의견(關於支持和促進文化產業發展的若幹意見)>을 통해 발표되었다. 여기서 문화산업은 문화제품의 생산과 문화서비스를 제공하는 영업성업종이라고 정의를 내렸다. 정리하면 문화산업은 문화사업과 대응하는 개념이며, 둘 다 사회주의시장경제의 중요한 구성부분이다. 문화산업은 사회생산력발전의 필연적인 산물이자 중국사회주의시장경제의 발전과정과 현대생산방식의 진보함에 따라 발전된 신흥산업이다.

2004년에 들어서 국가통계국(國家統計局)이 '문화 및 관련 산업'을 대중들을 위해 문화오락제품과 서비스를 제공하는 활동 및 이 활동에 관한 모든 활동의 집합이라고 정의했다. 여기서 보면 중국은 문화산업을 정의할 경우 문화오락의 집합이라고 하였으며 국가적인 이데올로기를 포함한 문화사업과 구분하게 되었다.²⁾

2009년 9월 27일, 중국 국무원은 중요한 문건 하나를 또 발표했다. <중국문화산업진흥계획(中國文化產業振興規劃)>이라는 제목으로 공포된 문건은, 중국 최초로 문화산업에 관한 전문적인 강령을 담고 있다. 이 계획에서 문화산업은 문화창의와 영화, 드라마제작, 출판발행, 인쇄, 광고, 엔터테인먼트, 문화전시, 디지털 콘텐츠, 그리고 애니메이션 등을 포함한다고 표현하였다.

세계 각 나라마다 문화산업에 관한 정의는 조금씩 다른 각도로 접근하나, 문화상품의 기본적인 특징은 정신적이고, 오락적인 것이라는 점에서

2) 출처: 바이두 백과: <http://baike.baidu.com/view/40273.htm>

큰 차이가 없는 것으로 볼 수 있다. 이런 점에서 볼 때 문화산업은 정신적이고 오락적인 상품의 생산, 유통, 소비의 활동이라고 볼 수도 있다.³⁾

2) 신흥문화산업

신흥문화산업은 전통문화산업의 상대적인 개념으로 볼 수 있다. 과거에는 신흥문화사업을 현대첨단과학기술의 발전으로 인해 생긴 새로운 문화산업이라고 표현했다.⁴⁾ 2007년 4월, 조지리(趙志立)가 〈성도대학학보〉에서 〈문화산업발전은 신흥문화산업을 중요시해야 한다〉라는 제목으로 중국사천지역에서 몇 년간 문화산업이 크게 성장하였음을 소개하였다. 이 논문에서 디지털콘텐츠산업, 문화관광산업, 창의산업 및 디지털저작권 산업 등을 신흥문화산업이라고 지칭하였으며 이는 신흥문화산업과 전통문화산업을 분리하고자 하는 첫 번째 시도이며 이에 따라 신흥문화산업에 관한 연구가 등장하기 시작하였다.

과학기술의 발전으로 인해 문화산업의 종류, 형식, 패턴 등이 대폭 바뀌게 되어 새로운 문화산업형태를 탄생시키고 전통문화산업도 이로 인해 전면적으로 업그레이드가 되었다. 여기서 말하는 과학기술은 인터넷과 디지털기술이다. 문화상품은 전에도 있었지만 대규모 공업화생산, 문화산업의 종류와 패턴을 바꾸려면 발전된 과학기술에 의존할 수밖에 없다. 현대첨단기술의 특징은 디지털을 통해 정보는 여러 디바이스 사이에서 자유롭게 전환할 수 있다는 것이다, 또한 정보화되기 때문에 텍스트와 이미지, 사운드, 동영상, 애니메이션 등을 유기적 결합이 나타나기 시작했고 정보도 일방적으로 전파하는 방식에서 벗어나 쌍방향 소통이 가능하게 되었다. 이로 인해, 신흥문화산업의 문화상품은 더욱 개개인 맞춤형, 상호작용으로의 특징을 지니게 되었다. 또한 신흥문화산업은 전통문화산업에 문화콘텐츠를 더하여 새로운 이윤을 얻은 방식을 창출하였다. 정리하자면 신흥문화산업이란 문화콘텐츠 및 과학기술, 자본의 결합이라고 할 수 있

3) 胡曉明、肖春曄編著, 『文化經紀理論與實務』, 中山大學出版社, 2009年11月.

4) 陳芊潤 祁述裕, 『新興文化產業的未來趨勢』, 『人民論壇』, 2006年11月 第二十一期.

다. 신홍문화산업의 대표적인 산업은 디지털 콘텐츠 산업이나 모바일 산업, 또는 애니메이션 산업 등이 있다.

3) 문화창의(創意)산업(Cultural and Creative Industries)

창의산업(creative industry)은 90년대 후반 영국에서 등장한 용어로 정책 수단이자 정책 담론으로서의 의미를 지닌다. 문화창의산업이라는 용어는 타이완에서 먼저 수용하기 시작하였다. 2002년 타이완은 문화창의산업의 발전을 매우 중요하게 생각했으며, 이에 따라 문화창의산업에 관한 발전계획을 세웠다. 이 계획에서 창의문화산업은 창의⁵⁾나 전통문화에서 발생되며 지식 정보의 형태로 운영되고, 부와 일자리를 창출하는 잠재력이 있는 동시에 전체적인 생활을 업그레이드를 시킬 수 있는 산업이라고 정의하였다.

2006년 9월 13일, 중국공산당중앙판공청, 국무원판공실이 공포된 〈국가 11·5 문화발전강령〉에서 “문화창의산업”이라는 용어가 처음으로 국가 정부의 중요한 문건에서 등장하게 되었다. 2009년 발표된 〈중국문화산업 진흥계획〉에서 문화산업은 문화창의과 영화, 드라마제작, 출판발행, 인쇄, 광고, 엔터테인먼트, 문화전시, 디지털 콘텐츠, 그리고 애니메이션 등을 포함한다고 표현하였다. 여기서 처음으로 문화창의산업과 문화산업의 관계를 정리하였는 바, 문화창의산업은 문화창의의 이름으로 문화산업에 포함되는 개념으로 규정하였다.

문화창의의 핵심은 바로 개인적인 창조력, 기술 그리고 재능에서 근원하는 것이다. 즉 사람의 창조력을 최대한 발휘하는 것이다. 그 본질은 “창의”에 있는데, 다른 말로, 새로운 사물을 만들어낼 수 있는 능력이다. 이 창의들은 독특해야 하고 의미가 있어야 하며 독창적이어야 한다. 그러나 이 창의가 산업화 단계로 진입하려면 “문화의 관념, 과학기술, 상업모델”

5) 창의(創意, create new meanings): 사전적인 뜻은 1. (동사) 독창적인 의견이나 구상을 제시하다. 2. (명사) 독창적인 견해, 창조적인 의견. 창의적인 구상 등. 그의 특징은 새로워야 되고 사람을 놀랍게 해야 되며 실제적인 효과가 있어야 된다.

이라는 3가지 요소가 추가적으로 필요하다. 종합적으로 보면 문화창의는 문화의 창의 및 혁신의 기본이 되며 과학기술의 지원을 통해 고부가가치상품을 생산할 수 있고, 규모의 생산이 가능하다는 점에서 시장잠재력이 매우 큰 산업이라고 할 수 있다.

4) 콘텐츠산업(Content Industry)

한국에서의 콘텐츠산업에 대한 정의와 관련하여 콘텐츠산업진흥법 제2조(정의)를 살펴보면 '콘텐츠'란 부호·문자·도형·색채·음성·음향·이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말한다. '콘텐츠산업'이란 경제적 부가가치를 창출하는 콘텐츠 또는 이를 제공하는 서비스(이들의 복합체를 포함한다)의 제작·유통·이용 등과 관련한 산업을 말한다.⁶⁾

콘텐츠산업을 중국에서는 내용(內容)산업이라 표현하고 있다. 내용은 즉 각 매체를 통해서 전송할 수 있는 모든 프로그램을 말한다. 그러나 내용산업에 관한 정의는 아직 분명하지 않다. 주로 유럽의 'INFO 2000 프로그램' 중에서 정리한 정의로 사용하고 있다. 즉 정보화 상품의 개발, 제작, 유통 및 관련 서비스산업으로 정의하고 있으며, 범위는 인쇄, 음향, 음성, 영상, 소비형 디지털 소프트웨어 등이 포함된다.

베이징대학교 철학과 교수이자 문화산업연구원 부원장인 진소봉(陳少峰)은 문화산업은 콘텐츠산업과 미디어플랫폼, 파생상품과 문화제작업으로 이 3가지 부분으로 구성된다고 하였다.⁷⁾ 그리고 콘텐츠산업은 신문, 오락, 디자인 등을 포함하며, 문화관련 산업사슬의 가장 상위에 단계에 위치함과 더불어 문화산업의 중요한 부분이라고 하였다.

6) 국가법령정보센터, 콘텐츠산업진흥법.

<http://www.law.go.kr/LSW/lsSc.do?mouseY=427&menuId=0&p1=&subMenu=1&searchChk=2&lawSearchName=LicLs%2C0&query=%EC%BD%98%ED%85%90%EC%B8%A0&x=28&y=0#liBgcolor0>

7) 張翹, 「陳少峰：我國文化內容產業結構存在很大問題」, 中國經濟網.

http://www.ce.cn/culture/whcyk/gundong/201111/10/t20111110_22828117.shtml

콘텐츠산업은 전통적인 콘텐츠산업과 디지털콘텐츠산업의 2개 단계로 나눌 수 있다. 디지털 콘텐츠는 디지털화된 방법으로 제작, 유통, 소비될 수 있는 제품군을 의미한다. 반대로 과거의 전통적인 콘텐츠는 문자와 음성 정보만을 의미하였다. 오늘날 정보의 디지털화가 중요시되면서 디지털화된 교육, 음악, 영화 등 온라인상의 각종 정보들이 콘텐츠의 범주에 속하게 되었다. 한국에서 콘텐츠의 개념은 문화콘텐츠의 일부로 보는 경향이 있지만 중국에서 거꾸로 문화콘텐츠는 콘텐츠의 일부라고 표현을 한다. 즉, 문화콘텐츠는 콘텐츠 중에 문화와 결합된 콘텐츠로 보고 있다.

정리하자면 문화산업은 가장 상위층에 있는 포괄적이면서 종합적인 개념이다. 신흥문화산업은 문화산업이 한 단계 발전된 형태이다, 즉, 문화와 과학기술의 융합단계라 할 수 있다. 또한 문화산업 전반의 업그레이드를 위한 방향을 제시하고 있다. 문화창의산업 및 콘텐츠 산업은 모두 문화산업의 하위개념이며 문화산업의 중요한 구성 부분으로 볼 수 있다.

2. 문화산업의 분류

문화산업의 분류방법은 다양하나 중국의 경우 2012년까지 공식적인 표준으로는 국가통계국에서 2004년에 발표한 <문화 및 관련 산업분류(文化及産業分類)>(이하 <분류(分類)>)뿐이었다.

<분류>는 문화산업 및 관련 산업은 “사회 공중에게 문화, 오락상품과 서비스를 제공하기 위한 활동 그리고 이러한 활동과 관련된 활동의 집합”으로 정의 하고 있다. 여기서 활동이란 문화상품의 제작 및 판매활동, 문화방송 서비스, 문화 레저·오락서비스, 문화용품의 생산 및 판매활동, 문화설비의 생산 및 판매활동, 문화 관련 상품의 제작 및 판매활동을 포함하고 있다.

<분류>는 산업연관성에 따라 문화산업을 다시 핵심문화산업, 주변문화산업, 또한 연관문화산업으로 분류하고 있다. 핵심문화산업에서는 신문서비스(新聞服務), 출판배급과 저작권서비스(出版發行和版權服務),⁸⁾ 방송·TV·영화서비스(廣播·電視·電影服務), 문화예술서비스(文化藝術

服務)⁹⁾가 포함되며, 주변산업에서는 인터넷문화서비스(網絡文化服務), 문화여가오락서비스(文化休閒娛樂服務),¹⁰⁾ 기타문화서비스(其他文化服務)¹¹⁾가 포함되고, 연관문화산업에서는 문화용품 설비 및 관련 문화제품(文化用品·設備及相關文化產品)의 생산과 판매가 포함된다.

그러나 이러한 정의는 문화산업이 고도로 발전 오늘날 적용하기가 곤란하다. 새롭게 등장한 다양한 형태의 문화산업을 포함시키기 어렵기 때문이다. 이로 인해 2012년 국가통계국은 <문화 및 관련 산업분류2012>를 새롭게 발표하였다. 여기서 문화 및 관련 산업이란 사회공중에게 문화제품 및 문화와 관련된 제품의 모든 생산 활동이라고 다시 정의를 내렸다.

<문화 및 관련 산업분류 2012> 분류내용은 대략적으로 다음과 같다:

- ① 문화제품의 생산: 문화를 핵심으로 여기며 사람들의 정신적 요구를 충실하기 위해 진행된 창작, 제작, 전파, 전시 등 문화제품(문화관련 물품 및 서비스 포함)의 생산 활동.¹²⁾
- ② 문화관련 제품의 생산: 문화 제품생산이 필요한 보조 생산.¹³⁾
- ③ 문화용품의 생산: 문화제품의 운반체 혹은 제작(사용, 전파, 전시)도구의 문화용품의 생산(제작 및 판매 포함).¹⁴⁾
- ④ 문화전문설비 생산: 문화제품의 생산을 필요한 전문적인 설비의 생산(제작 및 판매 포함).¹⁵⁾

- 8) 출판배급과 저작권서비스에서는 책, 신문, 잡지 등을 출판배급; 음반 및 전자출판물 배급; 저작권서비스 등이 있다.
- 9) 문화예술서비스에서는 문화예술창작, 공연 및 공연장서비스; 문화보호 및 문화설비서비스; 균중문화서비스; 문화연구 및 문화단체서비스; 기타문화예술서비스 등이 있다.
- 10) 문화여가오락서비스에서는 관광문화서비스; 오락문화서비스(테마파크, PC방 등 포함) 등이 있다.
- 11) 기타문화서비스에서는 문화예술비즈니스대리서비스(文化藝術商務代理服務); 문화제품 임대와 경매; 광고 및 전시문화서비스 등이 있다.
- 12) 신문출판배급서비스, 라디오·방송·TV서비스, 문화예술서비스, 문화정보 전송, 문화창의 및 디자인서비스, 문화레저오락서비스, 공예미술품의 생산 등이 있다.
- 13) 저자권서비스, 인쇄복제서비스, 문화경영대행서비스, 문화무역대행 및 경매서비스, 문화임대서비스, 전시 컨벤션서비스, 기타 문화보조생산 등이 있다.

2004년의 <분류>와 비교하자면 다음과 같은 3가지 특징이 있다. 첫째, 문화 및 관련 산업의 정의를 더 보완하였다. 또한 문화제품과 관련 제품의 생산에 대한 설명도 분명해졌다. 둘째, 문화산업의 발전에 맞추어 기존의 분류 기준을 조정하였고 내용도 새롭게 추가하였다. 문화창의, 신흥 문화 경영방식, 소프트웨어 디자인 서비스, 문화적 의미가 있는 제품의 생산 등의 내용이 추가되었다. 셋째, 중국의 문화체제개혁을 이어감에 따라 다양한 문화경영방식이 등장하게 되었다. 이제는 대다수의 문화생산업이 핵심 문화산업인지, 주변문화산업인지 구분하기가 어려워졌으며 문화산업은 더 이상 핵심문화산업, 주변문화산업, 또한 연관문화산업으로 분류하지 않는다. 대신에 문화제품 생산, 문화제품 생산의 보조생산, 문화용품의 생산 및 문화전용설비의 생산, 이 4가지 부분으로 나누어, 문화제품의 생산이 문화 및 관련 산업의 핵심이 되고 남은 3가지 부분은 문화 및 관련 산업의 보충부분이 되었다.¹⁶⁾

Ⅲ. 중국문화산업정책기구

한국문화산업을 주관하는 기관은 문화체육관광부다. 문화체육관광부 산하에 다양한 진흥원을 통해 구체적인 문화산업을 추진하는 것과 달리 중국은 주관 기관이 매우 다양하다. 중국에서 문화산업정책에 영향을 미칠 수 있는 기구로 공산당차원에서는 중공중앙선전부(中共中央宣傳部, 이하 중앙선전부)와 중앙문화체제개혁공작영도소조(中央文化體制改革工作領導小組, 이하 문화공작영도소조)이며, 정부차원에서는 문화부(文化部),

14) 사무용품의 제조, 악기의 제작, 완구의 제조, 오락기구의 제조, 시청각설비의 제조, 폭죽제품의 제조, 문화용지의 제조, 문화용 잉크, 물감의 제조, 문화용 가정용 전기제품의 판매, 기타문화용품의 판매 등이 있다.

15) 인쇄전용설비의 생산, 라디오·방송·TV 전용설비의 제조, 무대조명설비의 도매, 기타 문화전용설비의 도매 등이 있다.

16) 國家統計局, 「文化及相關產業分類201」, 中國文化創意產業網, 2012年 8月.

라디오영화TV총국(國家廣播電影電視總局, 이하 국가광전총국(國家廣播電影電視總局)) 및 국가신문출판총서(國家新聞出版總署) 등이다.

중앙선전부는 중앙조직부와 함께 문화부, 신문출판총서, 중국사회과학원, 인민일보사(人民日報社), 라디오영화TV총국, 신화사(新華社) 등에 근무하는 간부들을 관리한다. 또한 중앙선전부는 선전사상문화산업발전의 지도 방침을 만들고, 관련 정책과 법규 등을 제정한다.¹⁷⁾

〈표 1〉 부처별 담당 콘텐츠

기관	주관 콘텐츠	담당 내용
문화부	<ul style="list-style-type: none"> ▶애니메이션 ▶PC방 ▶공연 	<ul style="list-style-type: none"> -문화예술 방침, 정책 제정 법률 법규 초안 작성 및 실행 -애니메이션산업 관련 국가 중점문화시설 건설과 인프라 구축 관리 및 문화행사 관리 감독 -PC방 등 인터넷 서비스 영업장소에 대한 경영허가증관리 업무 -문화예술경영행위에 대한 관리감독 업무, 공연행사에 종사하는 민영기구의 관리감독
국가광전총국	<ul style="list-style-type: none"> ▶TV 방송 ▶영화 ▶디지털콘텐츠 ▶광고 ▶연예, 오락 	<ul style="list-style-type: none"> -방송, 영화, TV 사업 관련 산업발전계획 제정 및 관리 -방송영화TV, 정보네트워크 시청 프로그램 서비스 기구와 업무에 대한 감독 관리 및 프로그램 제작에 종사하는 기구에 대한 관리감독 -방송영화TV 프로그램의 수입과 보관 관리 -중앙 인민라디오 방송국, 중국 국제 라디오방송국과 CCTV 주관
신문출판총서	<ul style="list-style-type: none"> ▶신문 ▶도서 ▶출판 ▶만화 ▶온라인게임 ▶저작권 	<ul style="list-style-type: none"> -신문출판, 저작권 관련 법률, 법규 초안 작성, 저작권 관리의 규정과 주요 관리 조치 제정, 실행 및 관리 감독 -전국 출판, 인쇄, 복제, 발행단위 총 수량, 구조, 분포 계획 제정 및 실시 -인터넷상에서 출판, 정보 서비스사업 신청에 대한 심사 및 내용에 대한 관리감독 -음반영상제품 출판, 복제관리와 전자출판물 출판, 복제, 발행 관리책임 -국내외 적자권의 업무 담당

17) 출처: 중공중앙선전부 공식 사이트: <http://cpc.people.com.cn/GB/64114/75332/5230610.html>

2003년 6월에 중국공산당중앙위원회(이하 중공중앙으로 표기한다.)는 중첩되는 여러 업무 영역의 의사결정 협조체제를 유지하기 위해 이른바 문화공작영도소조를 만들어 운영하기 시작하였다. 문화공작영도소조는 3대 문화산업의 주무 부서인 문화부, 국가광전총국, 신문출판총서를 중심으로 중국사회과학원, 인민일보사, 신화사 등 다양한 정부부처 및 산하기관이 참여하고 있다.

정부의 진흥정책을 담당하는 전담 기구 중에서도 문화부는 중국문화산업의 대표적인 지도 감독부서이다. 문화부는 국무원 소속이고, 다른 문화관련 부서인 광전총국, 신문출판총서는 국무원의 직속기구이다. 중국내에서 문화부는 다른 문화관련 부서와 똑같은 등급의 위상과 영향력을 지니고 있지만 대외적으로는 문화부가 그 대표성을 갖는다. 문화부는 문화산업 전반에 대한 방침과 대책을 세우고 실질적으로 문화산업을 이끌어 가는 핵심적인 주체 역할을 맡는다. 문화부는 다른 부서에 비해 정치적인 성향을 보이고 있으며 업무는 비교적 포괄적이며 거시적이며 중국전역을 대상으로 한다. 애니메이션, 공연 등 부문이 애매한 콘텐츠는 문화부에서 직접 통제한다.(<표 1>)

문화부의 기구로 판공청(辦公廳), 정책법규사(政策法規司), 재무사(財務司), 예술사(藝術司), 과기사(科技司), 문화시장사(文化市場司), 문화산업사(文化產業司), 대외문화연락국(對外文化聯絡局) 홍콩 마카오 대만 문화사무사(港澳臺文化事務司) 등이 설치되어있다.¹⁸⁾

국가광전총국은 21세기 영상시대를 맞이하여 방송과 영상의 주무부서로 정책과 시장을 주도하고 있다. 문화산업의 핵심 분야인 방송영상을 전담하고 있기 때문에 다른 기관에 비해 문화산업분야에서 큰 영향력을 지니고 있다. 광전총국의 주요 기능과 역할은 주로 방송, 영화, 디지털 콘텐츠, 광고, 오락 등 선진 분야에 대한 정책, 법률제정부터 관리, 감독, 인허가 심사와 허가증 발급과 회수까지 구체적이고 직접적인 관리 및 감독

18) 출처: 국가문화부 공식 사이트 <http://www.ccnt.gov.cn/>

을 하고 있다. 또한 방송기술과 표준, 영상물 관련 인터넷과 미디어 분야도 관장한다. 방송과 영상물 관련 포괄적인 분야를 모두 관장하기 때문에 상당히 범위가 넓고 영향력도 강하다고 할 수 있다.

국가광전총국의 산하기구로 관공청(辦公廳), 영화관리국(電影管理局), TV드라마관리사(電視劇管理司), 미디어기구관리사(傳媒機構管理司), 선전관리사(宣傳管理司), 사회관리사(社會管理司), 인사사(人事司), 기획재무사(規劃財務司), 과기사(科技司), 보위사(保衛司), 기관공산당위원회(機關共產黨委員會) 등이 있다.¹⁹⁾

신문출판총서는 국가신문출판총서와 국가판권국(中華人民共和國國家版權局)이 각각 간판을 내걸고 있으며, 국무원 직속기관으로 신문출판사업과 저작권관리업무를 담당하고 있다. 또한 국가 판권국의 명의로 국내외 저작권의 업무를 담당하고 있다. 신문출판서는 중국식 '출판' 개념을 확대하여 뉴미디어 분야까지 영역을 확장하고 있다. 따라서 신문출판총서는 과학기술부와 연계하여 올드미디어인 출판 산업 분야뿐만 아니라 뉴미디어인 인터넷산업까지 깊이 관여하고 있다. 또한 CD, DVD 등의 음반 영상 제품을 출판개념으로 보고 행정업무에 포함시키고 있으며 온라인게임 역시 온라인 출판의 개념으로 적용하고 있다. 나아가 2000년에 들어서 해외 수입물에 대한 관리, 감독을 강화하고 문화상품 수입에 대한 관리를 개선함과 동시에 강화하며, 지적재산권을 보호하려는 경향을 보이고 있다. 정리하면 신문출판총서가 담당하는 영역은 문화산업의 최종 상품화 단계로 이를 심사, 허가하고 관리하며 대외적인 수출입을 관할하며 국내 산업을 보호하는 역할이라고 볼 수 있다.

신문출판총서의 기구로는 관공청(辦公廳), 법규사(法規司), 재무사(財務司), 출판산업발전사(出版產業發展司), 신문·잡지사(新聞報刊司), 판권관리사(版權管理司), 인사사(人事司), 과기 및 디지털 출판사(科技與數字出版司) 등이 있다.²⁰⁾

19) 출처: 광전총국 공식 사이트 <http://www.sarft.gov.cn/>

20) 출처: 신문출판총서 공식 사이트: <http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/index.html>

IV. 중국문화산업 정책 변화

1. 문화정책발전의 단계

최근 10여 년 간에 중국문화산업은 급속도로 발전하였다. 이 기간동안 중국문화체제개혁과 문화정책의 개방, 문화에 대한 인식의 변화 등이 나타났다. 10여 년 간에 중국문화산업에 관련된 중요한 정책은 <표 2>에 정리했다.

<표 2> 1999년~2011년 중국문화산업에 관련된 핵심정책

시간	정부부처	정책문건	핵심내용
1999년	국가발전계획위원회	<1998년 국민경제와 사회발전계획 실시 상황 및 1999년 국민경제와 사회발전계획에 관한 결의(關於1998年國民經濟和社會發展計劃執行情況與1999年國民經濟和社會發展計劃的決議)>	문화, 교육, 비의무교육과 기본 의료보건의 산업화. 문화산업이 처음으로 본격적인 국가발전계획의 정책 범주에 들어감.
2000년	중공 15기 5차 전체대표회의	<중공중앙이 국민경제와 사회발전 제 10번째 5년 계획 제정에 대한 제의(中共中央關於制定國民經濟和社會發展第十個五年計劃的建議)>	정식적으로 '문화산업'이라는 개념을 제안하며 문화산업정책 및 제도의 정비를 요구. 문화시장의 육성과 관리를 강화, 문화산업 발전의 촉진을 요구.
2001년	중앙 선전부, 광전총국, 신문출판총서	<신문출판업, 방송업, 영화업의 개혁을 심화시킴에 관한 약간의 의견(關於深化新聞出版廣播影視業改革的若干意見)>	문화체제개혁 발전에 초점을 두고 구조조정, 특히 영역 간의 블록화를 건설하는 데에 맞춘, 거시적인 관리체제와 미시적인 운영체제, 정책, 법률체계 속에 새로운 탐색을 중요시하며 문화산업에 새로운 활력을 부여, 경쟁력도 키워줘야 된다고 제안.
2002년	중공 제 16차 대표대회	제 16차 대표대회 보고서	처음으로 문화를 '문화사업'과 '문화산업'으로 나누어 '문화사업'과 '문화산업'을 적극적으로 발전시켜야 된다는 점을 강조. 문화체제개혁의 방향과 목표를 명확하게 하며 세부방안을 제정하자고 제안함.

(계속)

시간	정부부처	정책문건	핵심내용	
2003년	6월	중공중앙	전국 문화체제개혁의 시행(試行) 업무회의보고	중국 9개 지역 및 35개 문화단위에서 시행할 것을 확정.
	10월	중공16기 3차 전체대표회의	〈사회주의시장 경제체제를 개선하는 데의 몇 가지 문제에 관한 중공중앙의 결정(中共中央關於完善社會主義市場經濟體制若干問題的決定)〉	문화체제개혁의 목표를 한층 더 심화하며 명확화. 문화사업과 문화산업의 개혁방향과 목표를 구별해서 제출. 즉 공익성 문화사업 단위는 노동자의 소득분배 및 사회보장제도의 개혁을 진행함과 동시에 국가투입을 확대해서 문화사업의 활력을 부여하고 서비스를 개선; 경영성 문화단위는 체제를 혁신하며 시장에 부합하는 시장 메커니즘을 작동하여 실력을 키움.
2004년	중공16기 4차 전체대표회의	〈당의 집정능력 건설을 강화하는 중공중앙의 결정(中共中央關於加強黨的執政能力建設的決定)〉	문화체제개혁의 심화, 문화생산력을 해방하고 발전지향함. 중앙문건에서 처음으로 '문화생산력을 해방하고 발전하다'는 표현이 공식적으로 나타남.	
2005년	3월	재정부, 세관총서, 국가세무총국	〈문화체제개혁시행(試行)과정 중 문화산업발전 세금정책문제에 관한 약간의 문제(關於文化體制改革試點中支持文化產業發展若干稅收政策的問題)〉	문화산업시행과정 중에 경영성 사업단위가 기업화로 전환되고 문화체제개혁 시행구역이나 단위에 문화기업을 신설시 기업소득세 면제.
	8월	국무원	〈비국유자본의 문화산업 진입에 관한 몇 가지 결정(關於非公有資本進入文化產業的若干決定)〉	민간자본이 문화산업에 진입하는 것을 격려한다는 원칙 하에 비공유자본이 문화산업에 진입할 때 '격려하며 지지함'과 '허락함', '금지함' 이 세 가지 경우를 명확하게 규정한다.
2006년	1월	중공중앙, 국무원	〈문화체제개혁을 심화함에 관한 약간의 의견(關於深化文化體制改革的若干意見)〉	2003년까지의 개혁시행업무에 대해 총정리, 개혁을 촉진시킴.
	10월	중공16기 6차 전체대표회의	〈사회주의 조화사회구축 관련 몇 가지의 중대한 문제에 관한 중공중앙의 결정(中共中央關於構建社會主義和諧社會若干重大問題的決定)〉	문화체제개혁의 중요성과 시급성을 재확인, 개혁을 심화시키고 사회주의 선진적인 문화의 건설에 강력한 동력을 주입.

(계속)

시간	정부부처	정책문건	핵심내용	
2007년	중공 제17차 대표대회	제17차 대표대회 보고서	공익성 문화사업과 문화산업을 적극적으로 발전시켜 전 민족의 문화 창조력(創造力)을 불러일으킴, 이로써 더욱 자발적으로 문화 발전을 촉진. 사회주의문화건설을 변형시켜 국가문화의 소프트파워를 강화.	
2008년	문화부	전국문화산업처장(處長) 회의	문화정책을 한층 더 개선하며 문화산업이 신속히 발전할 수 있도록 정책 환경을 마련; 초기에 문화산업의 핵심적인 기업과 투자자를 육성하여 문화산업단지과 지역 특색문화산업단지를 건설; 더 많은 문화제품과 서비스가 국제시장에 진입하도록 지원하고 중화문화의 영향력을 증강.	
2009년	국무원	〈문화산업진흥계획(文化產業振興規劃)〉	진흥문화산업의 정책조치 및 보장 조건을 구체적으로 규정하며 문화산업이 신속하게 발전할 수 있도록 실질적인 촉진작용을 추진.	
2010년	4월	중양은행, 중앙선전부, 재무부, 문화부, 국가광전총국, 신문출판총서, 중국은행업 감독관리위원회, 중국 증권감독관리위원회, 중국보험감독관리위원회	〈문화산업 진흥·발전·변영을 위한 금융지원에 관한 지도의견(關於金融支持文化產業振興和發展繁榮的指導意見)〉	중국의 각 금융 기구가 문화산업과 관련된 기업의 신용대출, 직접적인 융자, 리스크를 줄일 수 있는 보험 상품 등을 개발, 문화산업 발전에 더 많은 지원을 제공.
	6월 3일	문화부	〈온라인게임관리 임시규정(網絡遊戲管理暫行辦法)〉	중국 최초 온라인게임에 관한 규정. 이 규정에서 온라인게임에 관한 기본적인 원칙을 세우며 적용 범위를 정함. '온라인게임'; '온라인게임 운영'; '온라인 게임의 사이버머니' 등의 개념을 정함. 동시에 미성년자에 대한 보호, 온라인게임 회사의 경영행위, 온라인 게임의 사이버머니의 발행과 매매에 대한 관리규정을 마련.

(계속)

시간	정부부처	정책문건	핵심내용
2010년 8월	문화부	〈중국문화계통 인재발전계획(2010~2020년)〉	문화계통의 첫 번째 중장기간의 인재발전계획. 2020년까지 문화 관련 인재 280만 명을 육성함. 해당 분야 인재의 문화수준, 업무 능력 등 종합적인 경쟁력을 강화.
2011년 10월	중공17기 6차 전체대표회의	〈중공중앙 문화체제 개혁심화 및 사회주의 문화 대발전 대변영 촉진에 관한 몇 가지 중대 문제 결정(中共中央關於深化文化體制改革, 推動社會主義文化大發展大繁榮若干重大問題的決定)〉	처음으로 문화소비를 언급하며 재정과 세금 등 다방면에서 문화산업을 대대적으로 지원. 특히 창의적인 문화콘텐츠의 생산, 경영시 세금우대정책을 적용. 중국 문화산업의 발전추진과 문화산업을 국민경제 지주성 산업으로 성장시키겠다는 의지를 표명.
2012년 5월	문화부	〈문화부 12·5시기 문화산업배증계획(文化部12·5時期文化產業倍增計劃)〉	문화산업을 점진적으로 국민경제 중견산업으로 성장시키겠다는 목표 하에 이를 실현하기 위한 세부내용을 제안했으나 문화창의, 디지털출판, 이동다매체(移動多媒體), 애니메이션 등 신흥문화산업을 가속 발전시켜야한다고 주장함.

1999년부터 현재까지, 근 10여 년에 중국문화산업정책은 다음과 같이 크게 5단계로 나눌 수 있다.

제1단계(1999~2002): 문화산업의 중요성을 알게 되는 단계
제2단계(2002~2006): 문화체제개혁의 시행 단계
제3단계(2006~2009): 문화산업의 위상을 확정하는 단계
제4단계(2009~2011): 문화산업을 진흥하는 단계
제5단계(2011~현재): 문화산업을 전면적으로 진흥하는 단계

제1단계(1999~2002)는 문화산업의 중요성을 알게 되는 단계이다. 1999년에 처음으로 문화는 산업의 한 방면으로 교육, 의료위생과 같이

국가정책의 관심대상이 되었다. 2000년, '문화산업'이라는 개념이 처음으로 중공중앙의 공식 문서에서 쓰이게 되었다. 이어서 2002년에 제16차 대표대회에서 최초로 문화는 '문화사업'과 '문화산업' 두 부분으로 나누었고 문화산업에 대한 중요성이 점차 강조되었다.

제2단계(2002~2006)²¹⁾는 문화체제개혁의 시행 단계이다. 2002년, 제16차 대표대회에서 문화체제개혁의 정책적인 방안을 제정하고자 제출했다. 그 후 당 중앙, 국무원이 문화산업 발전의 중요성에 대해 인식하게 되었고 문화산업이 시장경제 조건 하에 사회주의문화를 번창시킬 수 있는 중요한 수단으로 여기게 되었으며 경제구조를 조정하여 경제발전방식을 변화시키는 시발점이 되었다. 이 정책을 실현하기 위해 2003년 문화체제개혁은 전국범위로 시행하기 시작했다. 같은 해, 중공16기 3차 전체대표회의 〈사회주의시장 경제체제를 개선하는 데의 몇 가지 문제에 관한 중공중앙의 결정(中共中央關於完善社會主義市場經濟體制若干問題的決定)〉이 통과되었다. 문화체제개혁의 목표를 한층 더 심화하며 명확하게 하였다. 문화사업과 문화산업의 개혁방향과 목표를 구별해서 제출했다. 2004년, '문화체제개혁을 심화하며 문화생산력을 해방하고 발전시킨다'라는 표현은 공산당의 집권능력을 강화함과 동시에 공산당과 정부가 문화체제개혁의 중요성을 인식했음을 의미한다. 2006년은 '문화체제개혁의 해'로 정했다. 이 해에 〈문화체제개혁을 심화함에 관한 약간의 의견(關於深化文化體制改革的若干意見)〉을 공표했는데 이는 문화체제개혁의 전면적 보급을 보여 주었다.

제3단계(2006~2009)는 문화산업의 위상을 확정하는 단계다. 2006년 10월, 중공16기 6차 전체대표회의에서 〈사회주의 조화사회구축 관련 몇 가지의 중대한 문제에 관한 중공중앙의 결정(中共中央關於構建社會主義和諧社會若干重大問題的決定)〉을 통과시켰다. 다시 한 번 문화체제개

21) 단계를 나누었을 때에 2002년, 2006년, 2009년은 중첩되었다. 그 이유는 이 연도에 두 단계의 특징을 동시 지니고 있으며 위와 아래를 연결시키는 역할이기 때문에 중첩하여 쓰게 되었다.

혁의 중요성과 시급성을 강조하며 문화체제개혁은 이미 조화로운 사회를 구축하는 데에 가장 중대한 문제들 중의 하나로 삼았다. 2007년 10월, 제17차 대표대회 보고는 문화산업이 국민경제와 사회발전에 매우 중요함을 인정하며 문화산업 발전과 전 민족의 문화 창조력(創造力), 사회주의문화건설 및 국가문화의 소프트파워 강화를 강조하였다. 2008과 2009년 중국문화산업은 금융위기의 역경을 거슬러 대단한 성과를 보여주었다. 특히 경제구조조정, 내수확대, 일자리 창출 등의 방면에서 공산당과 정부로부터 매우 긍정적인 평가를 받았다. 이러한 배경 하에 <문화산업진흥계획(文化產業振興規劃)>이 2009년에 나왔다.

제4단계(2009~2011)는 문화산업을 진흥하는 단계다. 2009년의 <문화산업진흥계획>은 문화산업의 발전을 촉진하는 데에 중요한 조치였다. 이어서 2010년에 중요한 정책들이 등장했다. 4월, 9개 기관은 연합해서 <문화산업 진흥·발전·변영을 위한 금융지원에 관한 지도의견(關於金融支持文化產業振興和發展繁榮的指導意見)>을 발표했다. 중국의 각 금융기관이 문화산업과 관련된 기업에게 실질적인 지원을 제공하기로 했다. 이를 통해 문화산업 및 관련 기업은 보다 더 쉽고 빠르게 융자 할 수 있고 급속한 성장을 하는데 유리하게 되었다. 또한 8월에 문화부가 <전국문화계통 인재발전계획(2010~2020년)>을 제출하며 관련 인재의 육성문제에 깊은 관심을 보여주기 시작했다. 2011년에 들어서 중공17기 6차 전체대표회의 <중공중앙 문화체제 개혁심화 및 사회주의 문화 대발전 대변영 촉진에 관한 몇 가지 중대 문제 결정(中共中央關於深化文化體制改革, 推動社會主義文化大發展大繁榮若干重大問題的決定)>은 처음으로 문화소비를 언급하며 재정과 세금 등 다방면에서 문화산업에 대대적인 지원을 약속했다. 특히 문화내용창의의 생산 및 경영시 세금우대정책을 적용하기로 했다. 중국 문화산업의 발전을 촉진함과 문화산업을 국민경제 지주성 산업으로 성장시키겠다는 의지를 표명했다.

제5단계(2011~현재)는 문화산업을 전면적으로 진흥하는 단계다.

2011년은 '문화강국'이라는 목표가 국가전략 측면으로 상향되었다. 기

존에 발표한 <결정>에 이어 2012년 상반기에 <국가12·5시기 문화개혁 발전계획강령(12·5時期文化改革發展計劃綱領)>, <문화부 12·5시기 문화산업배증계획(文化部12·5時期文化產業倍增計劃)>, <문화산업발전 특별프로젝트 자금관리 임시시행방법>에 관한통지(財政部關於重新修訂印發<文化產業發展專項資金管理暫行辦法>的通知)등 일련의 정책이 발표되었다. 특히 <12·5계획>을 통해 문화산업을 국민경제의 지주성 산업으로 성장시키겠다고 다시 강조하였고 세부방안에 대해 구체적으로 중국 문화특색이 있는 문화산업의 발전 프로젝트를 포함한 9개 중점산업을 제출하였다.

2. 문화정책의 변화특징

1999년부터 현재까지 중국문화산업은 급속도로 성장함에 따라 문화정책의 변화특징도 뚜렷하게 나타난다.²²⁾

우선, 문화정책이 경제체제개혁 및 정치체제개혁과 밀접한 관계가 있다. 1992년 당시 88세의 덩샤오핑(鄧小平)이 남순강화(南巡講話) 및 중공 제14차 전국대표대회는 개혁개방의 새로운 단계로 추진하며 같은 해에 문화사업의 개혁도 문화발전의 기본적인 방침이 되었다. 1996년 중공 14기 제6회 전체회의에서 문화체제개혁을 강조하였다. 이 문화체제개혁은 시장경제의 충격 및 경제체제의 개혁을 원동력으로 하기 때문에 가능하게 된 것이었다. 이어서 1999년에 문화는 처음으로 산업의 대상이면서 교육, 의료위생과 같이 국가정책의 관심사로 등장하게 되었다.

둘째로 공산당 및 정부가 문화산업에 대한 인식이 높아지면서 문화체제의 개혁 방향도 분명해진다. 2000년에 '문화산업'이라는 개념을 처음으로 중공중앙의 공식 문서에서 쓰이게 되었다. 이는 문화산업의 위상을 중국정부가 인정했음을 의미하는 것이다. 그러나 '문화사업'과 '문화산업'이 두

22) 張春華, 樊世德, 「中國文化產業的政策演化, 產業發展與政策建議」, 『北大文化產業評論』, 2010, pp. 251-253.

부분으로 나누어진 것은 2002년 제16차 대표대회였다. 그 후, 2003년에 들어서 문화체제개혁의 목표가 분명해졌고 문화산업 및 문화사업 발전 목표 및 개혁방향이 더 명확해졌으며 전국범위로 시행하기 시작했다.

마지막으로 문화산업정책이 갈수록 명확해지면서 구체적인 조치도 분명해졌다. 제 1단계에서 문화정책은 대개 개념정리 및 원칙을 설명하는 내용 수준이었다. 제 2단계에서 문화체제개혁 시행을 위해 정부가 실천과정에서의 문제점을 발견하고 이에 대한 대책을 세우려는 내용이 많았다. 제 3단계에 들어서 즉 2006년부터 문화산업정책이 명확해지고 구체적인 조치도 많아지자 현실적인 추진효과도 나오기 시작했다. 특히 제 4,5단계에서 정책들이 구체화되어 문화산업의 각 영역별로 진흥 방법 및 방식 등이 등장하고 정부의 적극적인 지원의 효과가 나타나기 시작했다.

문화산업이 눈부신 성과를 얻을 수 있었던 이유는 문화체제개혁과 문화산업에 대한 인식변화의 결과다. 그러나 경제체제개혁에 비해 문화체제개혁은 아직 불완전한 부분이 존재한다. 앞으로 문화산업이 더 발전하려면 문화정책을 제대로 관철시켜 지속적인 개혁을 실시해야 할 것이다.

3. 신흥문화산업에 관한 정책의 평가

문화진흥단계에서 신흥문화산업에 관한 가장 중요한 정책문건은 3가지다. 2009년 발표된 <중국문화산업진흥계획> 및 2011년 개최한 17기 중앙위원회 제6회 전체회의에서 발표된 <중공중앙 문화체제 개혁심화 및 사회주의 문화 대발전 대변영 촉진에 관한 몇 가지 중대 문제 결정>, 또한 2012년 <문화부 12·5시기 문화산업배증계획>이다.

1) <중국문화산업진흥계획>

<문화산업진흥계획>에 따르면 중국정부는 문화창작, 출판발행, 인쇄, 광고, 엔터테인먼트, 전시회, 디지털 콘텐츠, 모바일 산업, 애니메이션 등 문화산업을 중점적인 육성 대상으로 삼고, 외국투자기업이 중국 문화산

업에 진입하는 것과 관련된 규정을 정비함으로써, 독자, 합작투자, 합작 등 여러 가지 경로를 통하여 외국자본이 중국정책이 허가하는 문화산업영역으로 진입할 수 있도록 진입장벽을 낮추려 하고 있다. 아울러 자본용자, 정부제정지원, 세수혜택, 투자기금설립 등 여러 가지 문화산업 지원정책을 마련하고 지원역량을 강화하려 하고 있다.

주목할 만한 점은 다양한 산업의 균형적 발전을 언급하면서도 이른바 '신홍문화산업', 예를 들면 디지털콘텐츠산업이나 모바일 산업, 또는 애니메이션 산업 등을 강조하고 있다는 점이다. 이는 전통적으로 문화산업을 주도해 왔던 출판, 광고, 인쇄업 등의 역할을 존중하면서도 앞으로 중국 문화산업이 발전해야 할 방향을 제시하고 있는 것으로 보인다.

2) <중공중앙 문화체제 개혁심화 및 사회주의 문화 대발전 대변영 촉진에 관한 몇 가지 중대 문제 결정>

이는 변화하는 세계 추세에 대응하고 중국 내 안정적 개혁, 발전 및 12차 5개년 계획을 심화하기 위한 조치의 일환이다. "문화건설"이라는 대전제하에 문화사업 및 문화산업을 국가적 전략사업으로 지정하고 전 국민의 문화적 소양제고, 국가문화 소프트파워 증대 및 중화문화의 국제 영향력 강화, 2020년까지 문화개혁발전을 완성하는 것을 목표로 하고 있다.

구체적으로 살펴볼 때 눈에 띄는 것은 건전한 온라인 문화 건설 및 문화과학기술의 혁신을 통한 문화소비 확대 등의 내용이 담겨있다. 문화산업에 있어 과학화, 하이테크놀로지에 대한 중국 시장의 수요가 증가하고 있는 것은 분명하다. 이에 따라 CT기술을 공동제작함에 있어 투자개념(무형자산의 유형자산화)으로 진출할 수 있으며, 외국기업체와 공동기술 개발, 지원을 통한 교류 협력의 기회가 증가할 것으로 판단할 수 있다.

3) <문화부 12·5시기 문화산업배증계획>

이 계획 역시 12차 5개년 계획기간의 종합적이고 장기적인 문화산업 발전계획으로 50여 명의 전문가집단이 2년 넘게 연구하여 작성한 것이다.

이 계획에는 문화산업시장규모 확대, 질적 향상, 지역 간 문화산업의 차별화, 문화소비확대 및 문화산업의 내생적 발전방안 등이 포함되어 있다.²³⁾ 문화산업의 부가가치 연평균 증가율을 20%이상으로 유지하고, 2015년에는 2010년의 두 배 이상을 창출하는 것을 목표로 하고 있다.

이 정책에서 문화상품 창작지원을 통해 창조정신을 키우며 국민의 실제 생활에 다가가 실질적인 수요를 만족시킬 수 있도록 문화상품의 내실과 질을 향상시킬 수 있는 창작 방향을 유도하고 있다. 또한 창작활동의 중심이 되도록 하고 전통적 요인과 시대적 요인, 민족적 특색과 세계적 조류가 결합된 창의적인 문화상품을 제작할 수 있도록 한다. 첨단기술과 문화산업 간의 연계 및 융합관계를 강화하며 문화산업의 각 분야에서 문화와 과학기술의 융합방법에 대해 모색하고 있는 것을 보여주었다.

이제는 전통 문화를 기반으로 한 다양한 자원과 신흥산업이 결합되고 있다. 또한 시공간을 초월하여 다양한 문화적 자원이 상품화되고 문화산업의 새로운 발전동력으로 급부상하고 있는 것을 알 수 있다. 중국 정부도 문화와 과학기술의 융합은 문화산업 개혁을 실현하기 위한 중요한 방법 중의 하나라고 인식하고 있다. 첨단기술이 광범위하게 응용되면서 정보산업과 문화산업의 결합이 용이해지고 이를 통해 서로의 취약점을 보완하는 Win-Win의 결과를 이끌어 낼 것으로 기대할 수 있다.

V. 맺음말

중국문화산업은 오랜 역사와 풍부한 문화적 원천에 따른 콘텐츠의 힘과 보다 값싼 노동력, 우수한 인재 풀 등과 같은 전통적인 요인에 더하여 국가의 '진흥'이라는 새로운 날개를 얻게 됐다고 말할 수 있다.

중국 국내에서 문화산업이라는 용어를 주로 많이 쓰이고 있으나 최근에

23) KIEP 북경사무소, 「중국12·5규획기간 문화산업 배증계획의 주요내용」, Vol.14 No.8, 2012년 5월 23일, 18-19쪽.

들어서 문화산업이 급속도로 성장함에 따라 새로운 용어들도 등장하기 시작하였다. 특히 신흥문화산업, 창의(創意)문화산업, 콘텐츠산업 등 용어도 빈번하게 사용하게 되었으나 문화산업이라는 용어와 뒤섞여서 쓰고 있는 경우가 많았으나 각자 다른 용어로 볼 수 있다. 문화산업은 가장 상위층에 있는 크고 종합적인 개념이며, 신흥문화산업은 문화산업이 발전된 단계이다, 즉, 문화와 과학기술의 융합단계다. 문화창의산업 및 콘텐츠 산업은 모두 문화산업의 하위개념이며 문화산업의 중요한 구성 부분으로 볼 수 있다. 문화산업에 관한 정의를 더 보완했다는 점이 특징이다. 문화산업의 발전에 맞추어 문화창의, 신흥 문화경영방식, 소프트웨어 디자인 서비스, 문화적 의미가 있는 제품의 생산 등의 내용도 보충하였다.

문화정책의 변화특징도 뚜렷하다. 1) 문화정책이 경제체제개혁 및 정치체제개혁과 밀접한 관계가 있다. 2) 공산당 및 정부가 문화산업에 대한 인식이 높아지면서 문화체제의 개혁 방향도 분명해진다. 3) 문화산업정책이 갈수록 명확해지며 구체적인 조치도 분명해졌다.

문화산업이 눈부신 성과를 얻을 수 있었던 이유는 문화체제개혁과 문화산업에 대한 인식변화의 결과다. 그러나 경제체제개혁에 비해 문화체제개혁은 아직 불완전한 부분이 존재한다. 앞으로 문화산업이 더 발전하려면 문화정책을 제대로 관철시켜 지속적인 개혁을 실시해야 할 것이다.

중국의 콘텐츠창작의 열기가 신흥산업과 결합하면서 새로운 시장을 형성하고 있다는 것은 분명하며, 특히 게임, 모바일, 인터넷 등의 발전과 더불어 문화산업 전반에 활력이 살아나고 있으나 문화산업의 양적 성장과 질적 성장을 함께 이루기 위해서는 해결해야 하는 과제들이 많다. 어느 산업이든 발전하기 위해서는 자본의 공급이 원활해야 하는데 여전히 문화산업에는 재정투입을 필요로 한다. 중국지방정부도 명목적으로는 문화산업을 위한 투자를 유치하겠다고 밝히고 있지만, 지방정부의 자금조달 항목에서 문화산업이 차지하는 비중은 매우 작은 상황이다. 문화소비를 늘리기 위해서는 양적인 투입도 좋지만 국민이 문화를 즐길 줄 아는 것이 더 중요하다. 이를 위해서는 문화적 소양을 늘릴 수 있는 교육이나 기반시설이

필요하며, 무엇보다도 경제적으로 안정되어야 하므로, 이를 실현할 수 있는 구체적인 경제정책이 필수적이다. 문화수요뿐만 아니라 양질의 문화공급도 중요하다. 양질의 문화를 공급하기 위해서는 콘텐츠 창작이 문화산업 발전의 핵심이라는 사실을 간과해서는 안 될 것이며 과학기술의 끊임없는 개발 또한 앞으로 해결해야 할 과제이다.

본문에서 중국문화산업에 관한 용어들의 개념 및 문화산업을 주관하는 핵심 기구를 소개하였다. 또한 문화산업정책의 변화, 그 특징, 특히 신흥문화산업에 관한 정책을 간단히 살펴보았다. 그러나 중국문화산업의 정책의 취약점을 깊이 있게 분석하지 못하였고, 또한 실제로 중국문화산업에 게 어떤 영향을 주었는지, 문화산업이 어떻게 발전하고 있는지를 다루지를 못하였는바 이에 대한 추가적인 연구가 요구된다.

참고문헌

- 박신희, 『문화산업을 알면 중국이 보인다』, 차이나하우스, 2012.
- 안창현, 「한국문화콘텐츠산업 중국시장 진출 전략」, 2010년.
- 한국문화콘텐츠진흥원, 「2011 콘텐츠산업통계」, 2012.
- 한국콘텐츠진흥원 중국사무소, 「중국 대외문화무역 정책 및 성과」, ‘중국 콘텐츠산업동향’ 16호, 2012.
- 한국콘텐츠진흥원, 「중국콘텐츠산업 규제정책 종합보고서」, KOCCA 연구 보고서, 2011.
- 金相郁, 「중국 문화산업의 지역별 생산성 비교」, 중국학연구, 제57집, 2011.
- 李思屈 等, 『中國文化產業政策研究』, 浙江大學出版社, 2012.
- 向勇, 「學科范式的轉換與身份認同的構建」, 『北大文化產業評論』, 2009.
- 叶朗 主編, 『北大文化產業評論』, 金城出版社, 2010.
- 胡惠林, 「關於我國文化產業發展戰略研究的思考」, 東岳論叢, 2009.
- 胡曉明、肖春暉編著, 『文化經紀理論與實務』, 中山大學出版社, 2009年11月.
- 張春華, 樊世德, 「中國文化產業的政策演化, 產業發展與政策建議」, 『北大文化產業評論』, 2010.
- 張曉明 等主編, 『2010年中國文化產業發展報告』, 社會科學文獻出版社, 2010.
- 陳芊潤 祁述裕, 「新興文化產業的未來趨勢」, 『人民論壇』, 2006年11月 第二十一期.
- KIEP 북경사무소, 「중국12·5규획기간 문화산업 배증계획의 주요내용」, Vol. 14 No. 8, 2012년 5월 23일.
- KT경제연구소, 「중국 온라인 게임시장 현황」, 2009년.
- 중공중앙선전부 공식 사이트 <http://cpc.people.com.cn/GB/64114/75332/5230610.html>

국가문화부 공식 사이트 <http://www.ccnt.gov.cn/>

광전총국 공식 사이트 <http://www.sarft.gov.cn/>

신문출판총서 공식 사이트 <http://www.gapp.gov.cn/cms/html/21/index.html>

중국문화시장사이트 <http://www.ccm.gov.cn/>

중국문화산업촉진회 <http://www.chinaccpa.com/>

중국문화산업사이트 <http://www.ncnci.gov.cn/>

국가법령정보센터 <http://www.law.go.kr/>

中商情報网, 「中國文化產業發展面臨三大問題」

<http://biz.zjol.com.cn/05biz/system/2012/08/28/018768775.shtml>

張翔, 「陳少峰：我國文化內容產業結構存在很大問題」, 中國經濟網

http://www.ce.cn/culture/whcyk/gundong/201111/10/t20111110_22828117.shtml

〈ABSTRACT〉

中國的文化政策小考

李冬蓓

中國自改革開放以後迅速由世界工廠華麗的變身為世界市場，中國已經成長為與美國齊頭並進的超級大國。隨着經濟與科學技術的發展，人們逐漸認識到了文化產業的重要性，與此同時，為了維持較高的經濟增長，文化產業作為軟實力戰略的重要一環，在中國的地位也愈加顯赫，已然上升為國家核心產業的戰略高度。

中國文化產業有着優良的基礎，有悠久的歷史，豐富的文化資源作為源泉的保障，不僅如此，還擁有大量人才，以及龐大的低廉的勞動力，再加上國家現在高舉‘振興’的大旗，可以說是如虎添翼。文化與科學技術的融合業已成為促進文化產業全面升級的突破口和新的發展方向。中國政府強調要讓新興文化產業把高新技術作為基礎，以數字化內容為主體，自主知識產權為核心，形成新的產業業態，更加有效地創出附加價值，成為發展文化產業的主力軍，這也可以看出中國政府對新興文化產業全力投入的決心。

文化產業能夠高速的成長可以說是離不開各種各樣的有關文化政策的支持，本研究對與文化產業有關的概念做了基本的解說與分析，同時還介紹了各個文化產業主管部門的職能，重點梳理了相關重要的文化產業方面的政策，分析其變化的特征，特別關注了有關新興文化產業的文化政策，並對其如何產生以及其特征進行了簡略的解說與分析。

關鍵詞：文化政策，文化產業，新興文化產業，創意文化產業，內容產業