

# 중국 해외 방송콘텐츠 규제 동향

■ 노은정\* · 전민경\*\*

## 1. 개요

방송콘텐츠 산업은 고성장·고부가치 산업으로 적은 투자비용으로 상대적으로 높은 고수익을 얻을 수 있다. 하지만 대부분의 국가들이 국내 방송시장을 보호하며 폐쇄적인 방송 정책을 취하고 있다. 특히 중국은 정치적인 이유와 자국 문화 및 산업 보호 측면에서 다른 국가들과 비교하여 더 폐쇄적인 정책과 규제를 만들고 있다.

중국은 거대한 인구규모와 빠른 경제성장 속도를 보이고 있으며, 콘텐츠 분야에서도 높은 성장률을 보이는 유망한 시장이다. 중국 경제가 ‘신창타이’(New Normal)시대에 진입하면서 전반적인 산업성장률이 둔화되고 있음에도 불구하고 TV방송 산업은 안정적인 성장세를 유지하고 있다. 2014년 중국 방송시장은 규모는 전년 대비 15.6% 상승한 230억 8,700만 달러로 집계됐다.<sup>1)</sup>

한국은 다양한 방식으로 중국과 방송콘텐츠 협력을 하고 있으며 방송콘텐츠의 대중국 수출도 꾸준히 증가하고 있다. 2011년 국내 방송프로그램 전체 수출액 대비 중국 수출액은 약 10%였으나 2014년 수출비중은 약 35%까지 증가하였다.<sup>2)</sup> 특히 최근

\* 정보통신정책연구원 국제협력실 위촉연구원, (043)531-4286, eunroh@kisdi.re.kr

\*\* 정보통신정책연구원 국제협력실 위촉연구원, (043)531-4323, mkjeon@kisdi.re.kr

1) 한국콘텐츠진흥원(2016), “2015 해외 콘텐츠시장 동향조사”, p.668.

2) KISDI(2012~2015), “방송산업실태조사”.

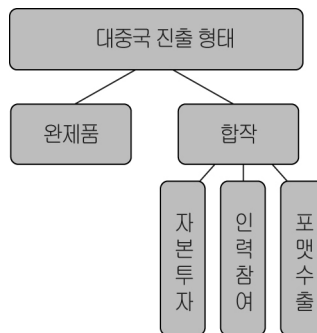
KBS 드라마 <태양의 후예>가 중국 내에서 폭발적인 인기를 얻으며 다시 한 번 한류의 위력을 보여주었다.

중국 내에서 한류 열풍이 거세질수록 중국은 폐쇄적인 새로운 규제들을 발표하고 있다. 이런 상황 속에서 본 고에서는 국내 방송콘텐츠의 중국 진출 방식에 대하여 먼저 간략히 살펴보고 중국의 해외 방송콘텐츠에 대한 규제에 대하여 살펴보고자 한다.

## 2. 국내 방송콘텐츠의 중국 진출

중국에 진출하는 국내 방송콘텐츠의 형태는 크게 완제품 수출과 합작(공동제작)으로 나눌 수 있다. 예전에는 프로그램 완제품 판매가 주를 이루고 있으나 중국의 규제가 심화되면서 합작을 통한 교류가 늘어나기 시작하였다. 합작은 크게 중국 자본 투자, 국내 인력참여, 포맷 수출 등으로 나눌 수 있다.

[그림 1] 국내 방송콘텐츠 대중국 진출 형태



자료: 저자 재정리

드라마의 경우 완제품 수출이 주를 이룬다. 90년대부터 한국 드라마가 중국 방송국에 수출되기 시작하였으나, 2006년을 기점으로 한국 드라마는 중국 시장에서 조금씩 쇠퇴하기 시작하여 2010년 전까지 중국 유통의 침체기를 겪게 되었다. 하지만 중국 온라인 영상플랫폼이 대거 생겨나고 중국 내 한국 드라마에 대한 수요가 높아지면서

국내 방송콘텐츠 수출은 다시 활기를 띠기 시작하였다.

중국 자본 투자는 국내 드라마 제작에 중국 자본이 해외 파트너 형태로 제작에 직접 자본을 투자하는 형태이다. 2015년 MBC에 방영된 드라마 <킬미 힐미>는 국내 제작사 팬엔터테인먼트가 중국의 드라마제작사 절강화책미디어로부터 150억 원의 제작비를 투입 받아 제작하였다. 또한 2016년 중국 후난위성TV와 SBS에 동시방영 예정인 <사임당>은 그룹에이트가 홍콩 엠퍼러 그룹의 국내자회사(엠퍼러엔터테인먼트 코리아)로부터 100억 원의 제작비를 투입 받아 제작 중이다. 참고로 중국자본이 투입되어 제작된 드라마는 중국에서 해외제작물로 간주되며 프라임타임에 방영이 불가하다.

포맷 수출은 단순한 포맷형태의 수출도 있지만 제작진 개별인력이 중국으로 진출해 제작 노하우와 방법의 자문을 맡고 공동 제작하는 방식이 대세이다. 예능 프로그램은 한국 제작자의 직접적인 참여와 기술지원을 통해 제작 노하우를 쉽게 획득할 수 있어 중국의 성급 위성방송들 위주로 포맷 수입이 이루어지고 있다.

<표 1> 한국 방송포맷 중국 진출 현황

	프로그램명	진출방송사	진출시기
KBS	불후의명곡 1박2일 개그콘서트	상하이 동방TV 쓰촨위성TV 상하이동방위성TV	2012. 11월 2013. 6월 2014. 9월 계약체결
MBC	나는 가수다 아빠 어디가 진짜 사나이	후난위성TV 후난위성TV 후난위성TV	2012. 8월/2013. 4월 2013. 4월/2014. 1월 2015. 1월
SBS	K팝스타 런닝맨	산둥위성TV 저장위성TV	2013. 5월 2014. 10월
EBS	모여라 덩동댕	CETV	2014. 1월
CJ E&M	슈퍼스타K 꽃보다 할배	호남위성TV 동방위성TV	2013. 7월 2014. 5월

자료: NEWSIS(2015. 6. 23), “콘텐츠 판매 →포맷 수출→합작 ‘진화 거듭’”.

국내 인력 참여는 한국의 제작 인력들이 중국으로 이동하여 중국 프로그램을 직접

제작하는 형태이다. 한국 제작 인력의 유출이라는 우려가 제기되고 있는 반면 중국 진출이라는 주장이 일각에 제기되고 있다.

### 3. 중국 해외 방송콘텐츠 규제

사회주의 체제를 고수하고자 하는 중국은 자국의 사회, 문화, 산업 또는 정치체제에 위협이 된다고 판단되는 현상에 대해 당국이 적극적으로 개입하는 경향이 있다. 특히 사회적으로 파급력이 큰 방송콘텐츠에 대하여 중국 정부는 사회에 미칠 영향에 민감하게 반응하며 규제하고자 한다.

중국은 특히 해외 방송콘텐츠에 대하여 엄격한 내용심의와 편성에 대한 규제를 시행하고 있다. 내용 심의는 해외 프로그램뿐만 아니라 중국 국내 프로그램에도 똑같이 적용된다.

#### TV방송프로그램 제작 및 경영 관리규정 제22조

방송프로그램의 제작경영 활동은 반드시 국가의 법률과 법규, 관련 정책 규정을 준수하여야 한다. 다음과 같은 내용을 포함한 프로그램의 제작 및 경영은 금지된다:

- (1) 중국 헌법이 정한 기본원칙에 위배되는 내용
- (2) 국가의 통일과 주권, 영토보전을 위협하는 내용
- (3) 국가 기밀을 누설하거나 국가 안보에 반하는 내용 또는 국가의 명예를 실추시키거나 국익에 반하는 내용
- (4) 민족 감정이나 민족간의 반감을 선동하여 민족 단절을 해치는 내용 또는 민족의 풍속과 관습에 반하는 내용
- (5) 사이비 종교나 미신을 선전하는 내용
- (6) 사회질서를 어지럽히고 사회의 안정을 해치는 내용
- (7) 음란물, 도박이나 폭력 또는 범죄를 조장하는 내용
- (8) 타인의 명예를 훼손 또는 비방하거나 타인의 합법적 권리를 침해하는 내용
- (9) 사회의 공중도덕 또는 민족의 우수한 문화적 전통을 해치는 내용
- (10) 법률과 행정법규, 국가 규정이 금지하는 기타 내용

#### 해외TV프로그램 수입 및 방송 관리규정 제15조

해외TV프로그램을 수입할 때, 방향과 스타일을 정확히 파악하여 건강한 내용과 우수한 제작수준을 보여주는 프로그램을 확보한다. 해외TV프로그램 가운데 포함될 수 없는 내용 :

- (1) 중국헌법에 기록된 기본원칙에 위배되는 내용
- (2) 중국의 국가통일과 주권 그리고 영토 완전성에 위해를 가하는 내용
- (3) 중국의 국가기밀을 누설하고 국가안전을 위협하고 국가명예를 훼손하고 이권을 침해하는 내용
- (4) 중국 각 민족 간의 갈등과 민족적 차별을 선동하고, 민족 간의 단결을 방해하고, 중국민족의 미 풍양속과 생활습관을 해치는 내용
- (5) 사이버 종교와 미신을 전파하는 내용
- (6) 중국의 사회질서를 해치고, 사회 안정을 파괴하는 내용
- (7) 외설, 도박, 폭력을 선양하고, 범죄를 부추기는 내용
- (8) 타인을 모욕·비방하고, 타인의 합법적 권익을 침해하는 내용
- (9) 중국사회의 공중도덕을 파괴하고, 중국민족의 고유한 문화와 전통을 해치는 내용
- (10) 기타 중국 법률, 법규, 규장규정에 위배되는 내용

「해외TV프로그램 수입 및 방송 관리규정(2004)」에 의하면 해외 방송콘텐츠의 편성에 관하여 각 TV채널이 하루 중 방송할 수 있는 해외 영화·드라마 프로그램 방송 시간은 해당 채널당일 영화드라마 방송 총 시간의 25%를 초과할 수 없다. 더불어 해외 방송콘텐츠(영화, 드라마 등)는 관련 당국의 허가 없이 프라임타임(19시~22시) 방영이 금지된다.<sup>3)</sup>

2011년부터 주춤했던 한류의 인기가 재점화 되면서 중국은 이를 규제하고자 하였다. 이듬해 「해외 영화 드라마 수입 및 방영관리 강화에 관한 통지(2012)」를 발표하였는데,<sup>4)</sup> 이전에는 관련 당국의 허가를 받으면 프라임타임 방영이 가능하였지만 이제는 당국의 허가 관련 없이 프라임타임 방영이 금지된다. 또한 수입자의 승인 신청을 1년에 2회로 제한하고 해외 영화/드라마 1편당 최대 50회로 제한함에 따라 해외 방송 콘텐츠에 대한 규제를 강화하였다.

중국이 TV방송에 대한 규제를 더욱 강화하면서 해외 방송콘텐츠는 중국의 규제를 우회하여 중국의 온라인 플랫폼으로 몰리기 시작했다. 특히 2012년에 SBS 드라마 <별에서 온 그대>가 중국 온라인 영상 플랫폼으로 방영되어 큰 인기를 얻었다. 이런 현상에 맞서 중국은 2014년에 「외국 영화 및 TV드라마의 인터넷방송 관리규정에 관

3) 광정총국 홈페이지, 광전총국(2004), 「해외TV프로그램 수입 및 방송 관리규정」

4) 광정총국 홈페이지, 광전총국(2012), 「해외 영화 드라마 수입 및 방송관리 강화에 관한 통지」

한 통지」 새로이 도입하여 중국은 온라인 사이트에 대한 총량규제를 하였다. 동 통지에 의하면, 단일 사이트에서 한 해 동안 수입하여 방송하는 해외 영화·드라마의 전체 수량은 해당 사이트가 전 년도에 구입하여 방송한 중국산 영화·드라마 전체 수량의 30%를 넘어서는 안된다. 이러한 중국의 강도 높은 규제가 이어지면서 국내 제작사들은 중국시장 진출의 방안으로 국내 드라마의 사전제작 및 공동제작 방안을 모색하기 시작했다.

2013년부터는 한국의 예능 프로그램이 중국에서 대인기를 얻기 시작하면서 한국 예능 프로그램의 포맷 수출이 급증하기 시작하였다. 이에 따라 중국 정부는 2014년에 「위성 TV 종합채널 프로그램 편성 및 준비에 관한 통지」를 발표하여 포맷 프로그램 총량에 대한 규제를 가동하였다. 즉 TV위성 종합채널의 해외 포맷 프로그램 편성을 매년 1개 이하로 제한하고, 19:30~22:00 사이 황금시간대에 방영할 수 없게 하였다.<sup>5)</sup>

이러한 중국 정부의 규제에도 불구하고 해외 방송콘텐츠의 중국 진출은 날이 갈수록 다양화·다변화로 자리 잡아 갔다. 직접적인 완제품 수출보다는 중국과 공동으로 제작되는 방식이 선호되었는데, 특히 예능의 경우 이런 형태의 제작을 통하여 규제를 우회적으로 피해서 중국의 국내제작물로 인정받게 되어 TV방송으로 전파되는 경우가 많았다.

하지만 이러한 제작의 방식이 점차 늘어나자 중국 정부는 2016년 6월에 「방송TV 프로그램 자주창작 독려에 대한 통지」를 발표하였다. 중국 창작 프로그램에 대한 인센티브 지원제도, 홍보지원 등 다양한 장려체계를 구축하고 해외 포맷을 도입한 예능 프로그램에 대한 규제를 강화하였다.<sup>6)</sup> 이번 규제는 과거와 달리 중국 순수 창작물과 해외 포맷 프로그램에 대한 정의 및 관련 규제 구체화를 통해 확실하게 차별하고자 하는 의도가 보인다. 해외 포맷 프로그램의 신규 방송은 연1회로 제한하고 중국이 완전한 지적 재산권을 소유하지 못한 프로그램은(외국방송사 협력해 만든 프로그램, 외

5) 광전총국 홈페이지, 광전총국(2013), 「2014년 위성 TV 종합채널 프로그램 편성 및 준비에 관한 통지」

6) 광전총국 홈페이지, 광전총국(2016), 「방송TV프로그램 자주창작 독려에 대한 통지」

국인이 주요 창작인력인 프로그램, 외국인이 주요 지도 역할을 해 만든 프로그램 등) 19:30~22:30 시간대 방송이 연2회 이하로 제한된다. 과거에는 해외 포맷 프로그램에 대한 규정이 모호하였기 때문에 중국에서 국내제작물 혜택을 받을 수 있었지만 이제는 일정 조건(중국의 완전한 지재권소유, 참여인력 등)을 만족시키지 못할 경우 해외 수입물로 분류된다.

#### <표 2> 최근 중국 해외콘텐츠 관련 규제

발표일자	정책명칭
2012. 02	해외드라마 수입 및 방송관리 강화에 대한 통지
2013. 10	'14년 위성 TV종합채널 프로그램 편성 및 준비에 관한 통지
2014. 09	외국 영화 및 TV드라마의 인터넷방송 관리규정에 관한 통지
2015. 07	리얼 버라이어티 프로그램에 대한 지도의견
2016. 06	방송TV프로그램 자주창작업무 추진에 관한 통지

자료: 저자 재정리

이 외에도 중국 정부는 다방면으로 해외 방송콘텐츠를 규제하고 필요할 때마다 공지를 하는 방식을 추구하고 있다. 특히 사회적 파급력이 큰 방송 프로그램에 대한 제재를 지속적으로 가하고 있으며, 이는 과거부터 일관적인 중국 정부의 방식이라고 할 수 있다.

## 4. 결 어

본 고에서는 국내 방송콘텐츠의 중국 진출 현황과 중국의 해외 방송콘텐츠 규제에 대해서 살펴보았다.

중국에서 해외 방송콘텐츠에 대한 규제가 강화되자 합작 형태로 중국에 진출하기 시작하였고 그 결과 국내 방송콘텐츠 산업은 침체기를 벗어나 다시 한 번 호황기를 맞이하게 된다.

하지만 이러한 활력도 잠시뿐, 국내 방송콘텐츠의 중국 시장 진출이 활성화될수록 중국의 규제는 더욱 강화되는 추세이다. 중국의 정치체제 특성상 돌출되거나 과열되는 현상은 항상 정부의 규제로 저지돼 왔으며, 특히 사회적 파급력이 비교적 막대한 방송콘텐츠는 중국이 가장 민감하게 여기고 있는 상황이다.

중국의 방송콘텐츠 관련 규제는 앞으로도 더욱 강화될 가능성이 높다고 판단된다. 따라서 이에 대한 실행가능하고 적절한 대응책을 모색하고, 한국 방송콘텐츠 산업의 지속적인 발전이 이루어질 수 있도록 다양한 방안 마련이 시급하다.

## 참고문헌

- 윤재식 (2015), “한국 콘텐츠 수용 현황 및 정책 점검 - 중국의 한국 콘텐츠 수용 현황과 정책”, 방송문화 제401호, 한국방송협회광전총국(2012). ‘해외드라마 수입 및 방송관리 강화’.
- 국가광파전영전시총국 (2004), ‘TV방송프로그램 제작 및 경영 관리규정’.
- \_\_\_\_\_ (2004), ‘해외TV프로그램 수입 및 방송 관리규정’.
- \_\_\_\_\_ (2012), ‘해외 영화 드라마 수입 및 방영관리 강화에 관한 통지’.
- \_\_\_\_\_ (2014), ‘외국 영화 및 TV드라마의 인터넷방송 관리규정에 관한 통지’.
- \_\_\_\_\_ (2014), ‘위성 TV 종합채널 프로그램 편성 및 준비에 관한 통지’.
- \_\_\_\_\_ (2015), ‘리얼버라이어티 프로그램에 대한 지도의견’.
- \_\_\_\_\_ (2016), ‘방송TV프로그램 자주창작 독려에 대한 통지’.
- 한국콘텐츠진흥원 (2015), “(부록) 2013-2014 중국 문화산업 장르별 정책 리스트”, KOCCA 15-03.
- \_\_\_\_\_ (2016), “2015 해외콘텐츠시장동향조사”.
- NEWSIS (2015. 6. 23), “콘텐츠판매→포맷수출→합작 ‘진화거دم’”.



국가광파전영전시총국

정보통신정책연구원 (2012~2015), “방송산업 실태조사.”