

한국 콘텐츠의 세계시장 진출확대를 위한

중국 문화코드 연구

- 드라마를 중심으로 -

2010. 12

한국콘텐츠진흥원

이 보고서는 국고 사업으로 수행된 연구결과입니다.
본 보고서의 내용은 연구자들의 견해이며, 본원의 공식입장과는 다를 수 있습니다

제 출 문

한국콘텐츠진흥원장 귀하

본 보고서를 “한국 콘텐츠의 세계시장 진출확대를 위한 중국 문화코드 연구”의 결과보고서로 제출합니다.

2010년 11월 30일

주관연구기관	한국콘텐츠진흥원
책임연구원	윤재식(산업정책실 산업분석팀 팀장) 김진규(산업정책실 본부장)
연구수행기관	AGB 닐슨 코리아
연구수행책임자	황성연(AGE 닐슨 코리아 연구원) 문성철(한양대학교 객원교수)



목 차

제1장 서론	1
1. 중국문화 코드분석의 필요성	3
2. 중국의 문화, 문화코드	5
제2장 중국의 문화코드	11
1. 중국인의 공동체의식, 세계관: 중화(中華)	12
1) 중화의 연원	12
2) 거대중국의 통합 코드로서 중화	15
2. 중국문화 코드2: ‘판시’	17
1) ‘판시’의 일반적인 의미	17
2) ‘판시’ 문화에서 파생된 문화들	19
3. 중국의 문화코드 3: 미엔쯔(체면)	22
4. 중국의 색과 기호 특성	23
5. 중국문화 코드5: 숫자와 해음문화	27
6. 중국의 소비자 문화와 외래문명 수용	33
1) 중국의 소비자 문화	33
2) 중국의 외래문명 수용방식	37
제3장 중국방송시장과 드라마의 특성분석	43
1. 중국방송시장의 특성	45

1) 국영방송 시스템	45
2) TV 시청환경	47
2. 중국드라마 방영 특징	51
1) 2009년도 중국 드라마 트렌드	51
2) 2010년 상반기 중국 드라마 트렌드	62
3) 지역별 드라마 소비 특성	68
 제4장 중국드라마의 문화적 특성	 81
1. 중국 문화상품의 트렌드	83
1) 중국적 특색의 등장	83
2) 중국적 특색의 강화 : “No라고 말할 수 있는 중국”	85
3) 드라마와 영화에 나타난 중국적 특색	86
4) 중국적 특색의 노스텔지어-‘성당시대(盛唐時代)’	87
5) 대중문화 속 과거와 전통의 현재적 의미	89
6) 중화의식: 동질적 중국의 상상	91
7) 문화적 자신감: 시장경제와 지구화의 맥락	93
2. 심층인터뷰를 통한 중국 드라마 트렌드 분석	95
1) 중국 드라마 트렌드 및 특징	96
2) 인기 드라마 장르 및 트렌드	100
3) 드라마 이용 패턴	111
3. 중국 드라마 세부 특성분석	119
1) 드라마 소재 및 장르별 특성	120
2) 중국의 드라마 제작 정책과 제작 방식	147
3) 해외 프로그램 선호	152
4) 중국 드라마 트렌드 특성	159
5) 중국 드라마 시장 진출 활성화를 위한 제언	162

제5장 인기 드라마 내용분석을 통한 특성분석	169
1. 주요 분석대상 및 분석유목	171
2. 드라마 내용분석 결과	172
1) 역사/전기 드라마	172
2) 군사/사회주의 드라마	177
3) 판타지/무협 드라마	181
4) 가족/로맨틱 드라마	185
3. 분석 종합	193
1) 두드러진 인물 관계 - 양자·의형제 관계, 고부 간 갈등	198
2) 원작이 있는 드라마 증가	194
3) 중국의 독특한 인기 장르 - 군사/사회주의, 판타지/무협	194
4) 계몽적 권선징악 구조	195
5) 트렌디 드라마에 대한 요구	195
참고문헌	197
[부록 1] 내용 분석 대상 중국 드라마 일람표	203
[부록 2] 중국인 전문가 대상 인터뷰 설문지	250
[부록 3] 중국방송시장 전문가 인터뷰 설문지	253



표 목 차

<표 II-1> 판시에 대한 분류	71
<표 II-2> 판시의 의미 변화	0
<표 II-3> 중국 가치관의 유형과 현대적 적용	9
<표 III-1> 2006-2009년 드라마 방송과 시청률 및 자원 효율을	55
<표 III-2> 2009년 80개 도시 시청률 20위권 드라마 총 방송횟수	6
<표 III-3> 2009년 제작된 드라마중 80개 도시의 앞20위에 든 드라마가 많은 주요 제작자	57
<표 III-4> 2009년 80개 도시에서 많은 채널에서 방송된 드라마	9
<표 III-5> 2009년 시청률이 높은 해외 드라마	6
<표 III-6> 2010년 상반기 4개의 방송사에서 드라마를 공동구매하여 방송한 채널과 드라마	64
<표 III-7> 2010년 상반기 주요 성급 위성채널에서 방송된 독자방송 드라마 부분적 시청률	66
<표 III-8> 2010년 상반기 주제별 상위3위 드라마	6
<표 III-9> 시청률 50위권의 드라마가 지역별 분포 내역	9
<표 III-10> CCTV1이 '만형의 행복' 본방송 시 각지 시청률 순위	37
<표 III-11> 일부 드라마 본방송 때 각지 도시와 농촌 시청률 차이	4
<표 III-12> 7개 대도시에서 일부 드라마의 방영 편수 비율	6
<표 III-13> 7대 중점도시 시청률 상위50위 드라마 주제별 분포	7
<표 III-14> 7개 중점 도시 드라마 시청 채널 순위표	9



그림 목 차

[그림 II-1] 중국문화의 3대 특성요소	1
[그림 II-2] 중국의 소수민족 현황과 인구비율	4
[그림 II-3] 판시의 파생문화	2
[그림 III-1] 중국 방송 4급 미디어 체계 구분	46
[그림 III-2] 중국의 방송체계	46
[그림 III-3] 2010년 전국텔레비전 시청환경	4
[그림 III-4] 2010년 전국 유선디지털방송 이용자 지역별 분포	48
[그림 III-5] 1999~2010년 각 위성채널의 누적 보급인구 현황	4
[그림 III-6] 농촌인구의 미디어 이용시간	50
[그림 III-7] 2009~2010년 프로그램 선호 장르	5
[그림 III-8] 2000~2009년 드라마 방송과 시청률 및 자원 효율율	4
[그림 III-9] 007년~2009년 전국 80개 도시 드라마 주요 장르 방송 비중 대비 ..	5
[그림 III-10] 2007년~2009년 80개 도시에서 수입 드라마가 전체 드라마에서 차지하는 비중	60
[그림 III-11] 2009년~2010년 상반기 주요 장르 방송 비중 비교	3
[그림 III-12] 2010년 상반기 주요 드라마 주제의 방송시청 비중	4
[그림 III-13] “삼국”을 첫방송한 4개 위성채널의 시청률	5
[그림 III-14] 80개 도시 시청률 50위 이내 들어간 드라마를 주제별 통계	8
[그림 III-15] 군사내용 드라마가 일부 도시에서의 방송과 시청 차이 비교	1
[그림 III-16] 사극의 일부 도시에서의 방송과 시청 차이 비교	2
[그림 III-17] CCTV8이 '신화' 본방송 시 7개 중점도시의 시청률 변화	8

제1장

서론

제1장 서론

1. 중국문화 코드분석의 필요성

중국 방송영상 시장 규모는 지속적으로 확대되고 있으며 중국 제작업체들의 자체 생산 능력이 향상되고 중국 정부의 방송영상콘텐츠 산업 육성과 보호를 위한 일련의 다양한 진흥과 규제정책으로 인해 새로운 중국 문화시장 진출 전략이 요구되는 시점이다. 중국 방송영상산업은 국가 경제 발전 계획의 틀 안에서 정책이 수립되고 집행되기 때문에 중국 정부의 문화 산업 정책을 파악하면 시장의 변화 방향을 감지할 수 있다. 또한 중국 정부의 강력한 규제 중심의 보호정책과 규제를 능동적으로 수용하여 운영할 필요가 있다.

이와 함께 중요하게 다루어져야 할 사항은 사회문화에 대한 정확한 인식이다. 영상콘텐츠는 감성체험을 특징으로 하기 때문에 진입장벽으로 작동하는 문화할인율을 낮출 수 있다. 따라서 영상 콘텐츠 제작 기획 단계에서부터 총체적인 전략을 설정해야 하는 필수적인 고려 요소이다.

일례로 국내 드라마에서 인기를 끌었던 ‘공부의 신’의 경우 중국 시장 진출은 현실적으로 용이하지 않았다. ‘공부의 신’은 중국 정부당국이 금지하고 있는 사교육과 입시라는 뜨거운 감자를 동시에 취급하고 있었기 때문이다. 중국은 사교육 시장을 인정하지 않고 있으며, 중국도 한국과 마찬가지로 대학 진학 문제가 중요한 사회문제로 잠복되어 있기 때문에 중국 정부차원에서 엄격하게 제한하는 소재 가운데 하나이다. 특히 ‘공부의 신’이 다루고 있는 명문대학 입시라는 주요 주제는 중국 내부의 단결을 해치고 갈등을 야기할 소지가 있기 때문에 한국에서의 성공을 바탕으로 해외 시장진출이라는 기존의 전략이 적용되기 어렵다고 할 수 있다. ‘공부의 신’ 예를 통해서 알 수 있듯이 한국 드라마의 중국 시장 진출 및 성공을 위해서는 중국 정부의 방송영상산업에 대한 정책에 대한 이해, 사회 문화에 대한 이해가 전제되어야 함을 보여준다.

국내 방송사 및 프로그램 제작사, 공공기관은 중국에 방송영상 콘텐츠를 수출하기 위해 해외 지사 설립, 합작 제작, 인력 교류 프로그램 운영, 판시 구축, 한류 스타

진출, 수출 증대 및 상호 협력 증진 방안 모색 등 다각도로 많은 노력을 기울여왔다. 특히 한국의 한류 스타에 의존한 한국 알리기나 드라마, 영화를 통한 문화전달에는 상호 교류와 이해의 폭을 제고시키는데 한계가 있고 특히 한쪽으로 치중된 문화파급은 단기적 유행에 지나지 않을 수 있다. 이에 대한 대안으로 내부적으로 프로그램 제작의 품질과 경쟁력을 높이는 노력과 함께 제약이 되는 규제 요인을 최소화하는 시도가 추진되고 있으며, 해외 시장 개척, 특히 중국 시장의 성장과 잠재력을 감안한 다양한 정책을 추진하고 있다.

하지만 이러한 노력이 가시적인 성과를 거두기 위해서는 중국의 방송영상정책, 중국의 방송영상 시장 트렌드, 중국 문화 트렌드에 대한 이해를 종합적으로 감안한 영상 콘텐츠 제작 및 수출전략이 요구된다. 드라마 및 한국의 인기 있는 영상콘텐츠 및 상품이 중국시장에 지속적으로 진출하고 성공하기 위해서는 일방향적인 관계보다는 공동의 이익을 추구하는 제작과 판매전략이 요구되며, 중국에 진출하는 영상콘텐츠가 중국의 사회 문화적 코드와 부합될 수 있는 전략 추진이 요구된다.

문화 콘텐츠 상품이 해외 시장에서 성공을 거두기 위해서는 글로벌 전략과 현지화 전략을 선택적으로 활용한다. 할리우드와 같은 초국적 제작사들이 추진하는 전략이 글로벌 전략이라면 한국과 같은 미약한 자본기반과 제작역량으로는 현지화 전략 추진이 비교적 용이할 수 있으며, 기회비용을 줄일 수 있다. 현지화 전략을 위해 필수적으로 요구되는 요소가 바로 제도, 정책, 역사, 문화를 반영한 콘텐츠 제작이라 할 수 있다. 다시말해 문화 콘텐츠가 해외시장에서 성공을 거두기 위한 가장 기본적인 요건은 전 세계에서 통용되는 “글로벌적 요소”를 개발하고 이를 제작에 활용하는 전략이 필요하다. 하지만 우리나라와 같이 제작 및 유통 등의 제반 여건이 미약한 경우에는 일반적인 전략보다 특정 국가의 산업적 문화적 특색을 탐색하고, 이를 염두에 둔 프로그램 제작이 필요하다.

본 연구는 한국에서만 아니라, 중국에서도 큰 인기를 끌고 있는 드라마를 통해 중국 드라마에서 나타나는 중국 문화적 특색(코드)을 파악하고, 이러한 특색 도출을 통해 우리 드라마의 중국 진출시에 위험 부담을 낮출수 있는 문화적인 방안을 모색하고자 하는 것이 일차적인 목표이다. 이를 위해 이 보고서에서는 중국에서 인기를 끌었던 드라마의 성과 및 드라마에 대한 내용분석 작업을 전개하였다. 또한 프로그램 제작자, 드라마 시청자 등을 대상으로 드라마 콘텐츠의 전반적 트렌드와 인식 등을

심층적으로 살펴봄으로써 중국 드라마의 문화 코드를 도출하였다.

재미있는 스토리와 제품의 완성도가 중국 문화콘텐츠 시장에 성공적으로 진입하기 위한 필요조건은 되지만 더 이상 충분조건은 아니다. 이제 한류가 형성한 한국문화콘텐츠 브랜드가치를 기반으로 변화한 중국시장에 대한 새로운 전략 수립이 요구되는 시점이다. 이 보고서에서는 변화된 중국 문화 시장에 대한 이해와 분석을 기반으로 정부와 기업 간의 보다 조직적이고 유기적인 협력 관계를 전제로 기획과 제작 유통으로 더 세분화된 중국 진출 전략을 제안하고자 한다. 전략은 다양한 의미로 사용되고 있지만 본 연구에서는 중국문화시장에 진출하기 위한 방법적 의미로 사용한다. 즉 시간, 자금, 인력 등 최소한 자원을 효과적으로 배분하고, 경쟁우위를 가진 시장을 파악하거나 새로운 시장을 창출하는 계획이나 정책을 의미한다. 더 이상 중국 시장을 단순한 문화 소비 시장이나 극복해야 될 경쟁 대상으로만 바라봐서는 안 된다. 문화는 경제 가치를 창출하기도 하지만 본질적으로 인간의 삶을 담아내는 그릇이며 인간을 행복하게 할 때 그 가치가 더욱 빛난다. 우리 문화 콘텐츠가 중국인들의 생활을 더욱 풍성하게 하고 양국 사이의 평화와 우호를 촉진하는 매개가 될 수 있도록 문화콘텐츠 관련자들의 시선을 넓혀야 한다. 이럴 때 비로소 우리가 추구하는 ‘세계 5대 콘텐츠 강국실현’의 국가 비전 달성이란 큰 걸음을 내딛을 수 있을 것이다.

2. 중국의 문화, 문화코드

문화를 의미하는 영어단어 ‘Culture’는 라틴어 ‘Cultura’에서 유래한 것으로 대체로 경작, 거주, 연습등의 의미를 가지고 있다. Culture 역시 재배, 경작의 의미를 지니고 있으며, 이를 확대하면 인간의 심성을 도야하고 인격을 기른다는 뜻을 포함하게 된다. 따라서 문화를 의미하는 영어단어 culture는 일반적으로 인류의 물질 생산 활동에서 발생하여 확대된 제반 정신활동 영역을 의미하는 것으로 문명과 크게 구분되지 않는다(강진석, 2004). 즉, 인간의 모든 정신활동을 의미하는 것으로 서양의 철학적 체계를 고려한다면, 신이 인간을 교화할 목적으로 제한적으로 지혜를 나누거나 신에 대한 이해를 통해 인간의 영역에서 신의 영역으로 나아가기 위한 정신적 활동의 총체를 의미한다고 볼 수 있다.

한편, 중국에서도 ‘文化’라는 용어를 사용해 왔는데 ‘文化’는 서양의 ‘Culture’와 유

사한 어원적 의미도 함축하고 있지만 그 기원과 배경이 상당히 다르다. 중국의 고대 문헌 속에 등장하는 ‘文化’는 ‘文’과 ‘化’가 서로 결합되기 이전에 이미 독자적인 어원 체계를 가지고 있었다. 즉, ‘文’은 시대를 거치면서 점차 언어문자를 의미하는 것으로 인식되거나 윤리행위에서 수식이나 인위적 수양의 의미를 가지게 되었으며, 이로 부터 더욱 추상화되어 ‘미(美)’ ‘선(善)’ ‘덕행(德行)’등을 지칭하는 용어로 통용되었다. ‘化’는 본래 변화하다, 생성하다 등의 뜻을 함축한 것이었다.

문화라는 용어가 동시에 사용된 것은 전국시대 말기에 집필된 주역에서 등장하는데 “천문을 관찰하여 사시의 변화를 살피고 인문을 관찰하여 천하를 교화하고 풍속을 이룬다(觀乎天文, 以祭時變 觀乎人文 以化成天下)”는 것이다. 이때부터 문화는 천지자연과 대조를 이루거나 교화되지 않은 ‘야만’, ‘질박(質朴)’과 대비되는 용어로 사용되기 시작했다. 이러한 문화의 의미는 중국의 인문정신으로 이어지게 되는데, 이에 리우위리에 교수는 성인이 무력을 사용하는 것이 아니라 사사예악이라는 인문을 통해 민중을 교화하고 아로써 인류의 질서가 잡힌 이상적인 문화명사회를 세워야 한다는 것을 말하는 것이라 주장하면서 이에 근거한 중국문화의 특성을 다음과 같이 정리한다(리우위리에, 2011).

첫째, 군권을 높이고 스승의 가르침을 높이되 신권은 약화되었다는 점이다. 즉 중국인들이 숭상한 것으로 하늘(天), 땅(地), 임금(君), 친한 이(親), 스승(師)을 들 수 있는데 하늘과 땅은 모든 생물의 근원이고, 친한 이는 동류의 근원으로 이는 조상을 의미하며, 임금과 스승은 교화의 근원을 의미한다. 따라서 중국인들이 숭상한 것에 신이 존재하지 않는다. 따라서 중국문화에서 지고무상하고 전지전능한 신이란 존재하지 않으며, 중국 역사에서 신권이 왕권을 넘어선 적이 없다는 것이다. 결론적으로 중국인들이 말하는 문화의 의미는 신이 빚어 놓은 자신의 모사이거나 대용물이 아니라 인간이 우주만물을 통해 자신을 찾아가는 인문적인 과정이라고 보는 것이다.

둘째, 도를 밝히고 바른 도리를 지키는 전신을 고양하며, 사람의 도덕적인 자기 향상과 완성을 강조한다는 것이다. 즉 만물 중에서 가장 주동적이고, 능동적인 인간이 자신을 향상 시키는 것은 가장 근본이 되는 것이라는 점이다. 따라서 중국문화에는 도를 밝히고 바른 도리를 지키며, 물욕을 자제하고 자기의 인격을 완성하는 것과 같은 관념들이 깊이 자리하고 있다.

따라서 중국인들이 말하는 문화는 자연계와 구분되는 인간사의 영역, 즉 인간에

의해 성취된 제반 분야를 지칭하는 용어로 사용되고 있다. 이러한 문화에 대해 중국의 사상이 량치차오는 문화를 “인류의 마음이 열어 밝힐 수 있는 가치를 지닌 공공사업”으로 정의하고 있으며, 베이징 대학의 장다이넨 교수는 “인류가 주체가 되어 사회 실천활동을 통하여 객체인 자연계를 적응이용·개조하고 점진적으로 자신의 가치관을 실현하는 과정”으로 정의하고 있다. 다시말해 서양이 내리는 문화의 정의와 달리 중국인들이 말하는 문화는 무가치적이고 물질적이며 자기순환 체계를 지니고 있는 자연계에 대해 인간이 자신의 가치관을 부여하고, 창조하고, 성취해 가는 인화(人化)의 과정으로 인식하고 있는 것이다(강진석, 2004).

이러한 문화에 대한 인식의 차이로 인해 중국의 문화, 문화코드를 분석하기 위해서는 이전의 서구적인 시각에서 벗어나 중국인들이 인식하는 문화에 대한 인식에서부터 출발해야 할 것이다. 특히 문화코드에 대한 분석도 서양의 분류체계를 그대로 따르기 어려우며, 중국의 장구한 역사적인 배경에 대한 이해를 바탕으로 그들의 현대 문화를 이해하기 위한 작업이 필요할 것이다.

이를 위해 본 연구에서는 제2장에서 중국의 문화와 문화코드에 대한 분석을 바탕으로 중국의 문화적 특성을 살피고, 이를 방송드라마에 적용하기 위해 3장에서는 중국의 드라마 소비 특성을 분석한다. 제4장에서는 중국 드라마에 나타난 트렌드를 분석하고, 이들 특성이 드라마 소비에 미치는 영향을 분석하고자한다. 제5장에서는 중국문화코드의 활용방안을 제시하고자 한다.

제2장

중국의 문화코드

제2장 중국의 문화코드

중국의 문화적 특성, 즉 문화코드를 분석하기 위해 연구진이 살펴본 중국문화의 특성은 크게 3가지로 구분된다. 먼저, 중국의 유구한 역사적인 배경에 의해 전수된 다양한 전통문화의 요소와 사회주의 혁명 및 사회체제 특유의 문화적 요소 그리고 개방정책 이후 유입된 자본주의 문화가 혼재되고 있는 상황이다. 이러한 3가지 특성이 혼재되거나, 경쟁하는 관계를 유지하고 있다. 특히 중국의 방송국이 모두 국가 소유라는 점은 일반 문화와 달리 방송(드라마)의 내용에 대한 관리와 감독이 엄격하게 이루어는 구조라는 점이다.

최근 중국 문화의 기본적인 흐름은 자본주의 문화유입에 따른 가치관 및 문화의 변화가 급격하게 일어나고 있는 반면, 국가 및 공산당을 중심으로 공산주의 문화를 유지 발전하려는 노력이 상호 충돌하는 경우가 증가하고 있다. 더욱이 자본주의 문화유입에 따라 공산주의 문화에 대한 선호가 감소하는 것을 의식한 중국 정부는 공산주의 문화보다는 중국의 전통문화를 공산주의적 시각에서 재해석하는 프로그램을 강화하고 있다.

따라서 중국의 문화는 국민의 선호에 의해 결정되는 구조로 변모하고 있으나, 아직도 엄격한 국가의 통제와 관리 속에서 변화가 이루어지고 있으며, 국가의 계획된 선전도구로서 기능해야 하는 중국의 방송은 사회주의 문화에 대한 국민의 선호에 부응하면서도, 공산주의적 문화 특성 또는 공산주의 시각에서 재해석된 전통문화를 국민에게 전달하기 위해 노력하고 있다.

[그림 II-1] 중국문화의 3대 특성요소



1. 중국인의 공동체의식, 세계관: 중화(中華)¹⁾

중화라는 말은 중국(中國)과 화하(華夏)의 합성어로 ‘중화’는 지리적인 중심부라는 의미와 더불어 ‘민족 문화 정체성’과 ‘문화 우월성’이라는 요소가 함께 녹아있다. 따라서 중국인들은 스스로를 중화민족이라고 부르기를 좋아하는데 이는 문화적 자부심과 민족적 동질의식을 가장 적절하게 표현한 것이기 때문이다.

중화사상을 이해하기 위해서는 그 근간을 이루는 ‘중국’의 사상적 개념에 대해 알아 둘 필요가 있다. 사실 ‘중국’이라는 용어가 주권국가의 개념으로 사용된 것은 300년의 역사도 채 되지 않았다. 1869년에 조인된 네르친스크조약에서 당시 청조 외교 사신의 신분을 호칭할 때 ‘중국’이란 용어를 만주어로 처음 사용했다. 외교상에서 한문으로 ‘中國’이 사용된 용례는 1842년 아편전쟁의 패배로 중국 청조가 영국과 맺은 난징(南京)조약이 최초인 것으로 알려지고 있다. 그 후 청조는 서양 열강의 잇단 침략에 힘없이 무너지면서 ‘中國’이라는 용어를 사용하면서 수많은 강화조약을 체결하게 된다.

1) 중화의 연원

‘중국’이란 용어는 중국의 고전인 ‘시경’에서 최초로 사용되었다. 시경에서 사용된 ‘중국(中國)’은 ‘사방(四方)’과 ‘사이(四夷: 중국 사방에 거주 한 변방민족)’의 대칭되는 개념으로 사용되었다. 이를 미루어 볼 때 주(周) 왕조 시대에 처음 출현한 ‘중국’은 주 왕조의 수도(京師)를 지칭하거나 주나라 왕이 통치했던 지역 일대를 지칭하는 용어로 쓰였다. ‘사방’이란 원래 주 왕실에 의해 분봉된 주변의 제후국을 가리키는 것이었고 ‘中國’은 주 왕이 거주하는 수도를 의미하는 것이었으나 점차 주 왕이 직접 통치하는 지역 일대를 가르치는 의미로 확장되었다. 그 후 주 왕실의 권위가 쇠락하고 주 왕실에 의해 분봉 받거나 배치되었던 제후국의 세력이 강성해짐에 따라 각 제후국은 주 왕실의 통제권에서 벗어나 독자적인 세력 확장을 꾀하게 되었다. 여러 제후국, 즉 ‘제하열국(諸夏列國)’은 서로의 이권에만 눈이 멀고 약육강식의 논리로 분

1) 중화에 대한 논의는 강진석(2004)의 논의를 중심으로 재정리 하였다.

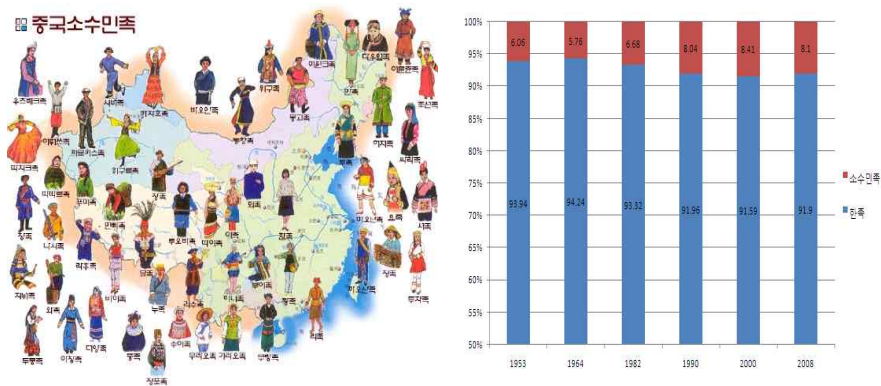
열을 일삼게 되면서 변방 민족들(夷狄)이 ‘중국’ 땅을 침략 할 수 있는 기회를 허용하게 되었다. 춘추시대(B.C 770~B.C 476)에는 변방 민족의 제하열국에 대한 침략이 거의 해마 다 자행되었는데 이에 대한 제하열국의 대응 역시 매우 적극적인 형태로 이루어 졌다. 춘추시대 당시의 패자(覇者)였던 제나라 환공은 이른바 ‘존왕양이(尊王攘夷)’를 표방하면서 제후들을 규합해 변방 민족의 침탈로부터 제하열국의 생존을 보호했다. 이러한 구도 속에서 ‘중국’이라는 용어는 점차 춘추열국의 제하 세계 전체를 가리키는 의미로 확대되었다.

주왕의 통치 영역에서 제하열국의 거주 영역으로 확대된 ‘중국’은 공자에 이르러 ‘문화적인 우월지역’이라는 새로운 의미가 첨가되었다. 공자는 “오랑캐 나라에 임금이 있는 것이 제하 여러 나라에 임금이 없는 것보다 못하다”고 말하며 ‘중국’의 문화적 우월성을 확실하게 선언하기에 이르렀다. 물론 공자를 비롯한 많은 중국의 사상가들이 중국 변방 민족의 존재가치를 인정하지 않은 것은 아니다. 하지만 그것은 어디까지나 당시 한족이 중심이 되었던 ‘중국’ 지역의 문화를 받아들인 자들에게만 한정될 따름이었다고 한다.

따라서 ‘중국’이란 용어는 다분히 상대적인 관계 설정 속에서 사용 되었다. 주변부와 대칭되는 ‘중심부(Center)’란 의미로 사용된 ‘중국’은 정치군사적인 의미의 통치 경계를 설정하는 의미에서 점차 민족 간의 정체성을 경계 짓는 의미로 확장되어 갔다. 한족과 변방민족의 경계를 상징하는 ‘중국’이라는 용어는 공자와 기타 사상가들의 윤색을 거치면서 ‘문화적 우월성을 지닌 중심부’라는 의미로 심화되었다. 이로부터 자연스럽게 한족과 기타 변방민족을 구분하는 이른바 ‘이하지변(夷夏之辨)’이란 관념이 생겨나게 된 것이라고 한다. 결국 중국이라는 용어는 특정 지역을 지칭하던 용어에서 점차 발전되면서 다른 민족, 또는 국가를 지칭하는 용어로 변화하면서 그 의미가 확대된 것이다.

한편, 고대 중국에서는 중국사람을 지칭하는 용어로 ‘中國’이라는 용어보다는 ‘華夏’라는 용어가 더 확실한 뜻을 지니고 있었다고 한다. ‘중국’이 거주지역과 경계를 구분 짓는 지리적인 의미였다면 ‘화하’는 그 지역에 거주하는 구성원의 주체를 지칭하는 용어였다. 화하는 본래 지명을 본떠 만든 용어였지만 점차 황하 중하류 지역에 거주하면서 이른바 ‘황하문명’을 건설한 이들을 지칭하는 의미로 굳어지게 되었다고 한다.

[그림 II-2] 중국의 소수민족 현황과 인구비율



출처: 두산백과사전, 중국 통계연감(2009)

춘추시대 ‘화하’는 특정지역에 거주하는 이들을 지칭하는 용어로 쓰였으며 ‘화하’로 불리는 이들은 시종 일관 변방 민족과의 차별화를 통해 그들의 정체성을 구축해 나갔다. 당시의 구도는 크게 황하 중하류에서 활동했던 ‘중원화하족(中原華夏族)’과 장강 이남의 ‘남방묘만족(南方苗蠻族)’, 동부지 방에 거주했던 ‘동방동이족(東方東夷族)’으로 나누어 볼 수 있다. 이 중에서 화하족은 지역적으로나 문화적으로 다른 지역의 구성원들과 차별화를 진행시키면서 그들만의 민족의식을 결집시켜 나갔다. 화하족은 오늘날에도 여전히 중국 문화를 주도하고 있는 ‘한족(漢族)’의 전신이다.

중화인민공화국이 수립된 이래 중국정부는 한족과 55개 소수민족의 화해와 협력을 위해 다방면으로 노력하고 있다. 이러한 화해의 노력에도 불구하고 여전히 한족이 중국문화의 주체가 될 수밖에 없는 이유는 ‘화하(華夏)’가 지닌 의미의 양면성, 즉 문화주체와 민족주체를 동시에 만족시킬 수 있는 구성원은 ‘한족’일 수밖에 없기 때문이다.

화하족은 훗날 ‘제하열국(諸夏列國)’으로 불리게 되었다. 제하세력들은 혈통에 기반을 둔 세습을 통해 규모를 늘려나갔다. 이러한 전통은 ‘상(商)’을 거쳐 ‘주(周)’대에 이르러서 ‘봉건제도’로 발전하게 되었다. 그리고 봉건제도 속에서 이전에 부족의 우두머리로 신봉되던 인물은 점차 ‘천자(天子)’로 추앙되었고 그 밑의 제후국들은 천자의 권위를 인정하면서 나름대로의 질서를 유지해 나갔다. 그러나 춘추전국시대로 접어들면서 중원 지대는 제하열국 간의 전쟁과 변방 민족들의 침입으로 이중고에 시달

리게 되었다. 제하열국들은 잔인무도 하게 중원을 짓밟고 약탈해가는 변방민족들과의 투쟁 속에서 서서히 그들을 ‘야만’ 이라고 부르면서 차별하고 배타시하는 관념이 싹트기 시작했다. ‘제하’는 그들을 주로 동이(東夷), 남만(南蠻), 서융(西戎), 북적(北狄)이라고 부르면서 자신들과 ‘오랑캐’를 구분했다. 이들 ‘오랑캐’ 호칭은 대부분 짐승의 특징이나 도구 연장의 유래를 지녔으므로 결국 사람답게 살지 못하는 군락에 속한 자들 이라는 뜻이었다.

제하가 자신을 ‘오랑캐’와 구분했던 근거는 결코 혈통상의 차이에 있지 않았다. 그들은 그들과 혈연관계가 있었던 나라들, 예를 들면 춘추시대 ‘오(吳)’와 ‘초(楚)’는 제하와 혈연관계가 있었으나 모두 ‘남쪽 오랑캐’(南蠻)로 불렸다. 반면 춘추시대의 ‘진(秦)’의 경우 거리상으로 중원에서 멀리 떨어진 섬서성 ‘봉상(鳳翔)’에 위치했으나 ‘오랑캐’로 칭하지 않았다. 그러나 전국시대 들어 ‘진’의 물질문명이 진보하고 제도가 정비되었을 때 제하는 오히려 그 들을 ‘만이(蠻夷)’라고 불렀다. 제하가 춘추의 ‘초’와 전국의 ‘진’을 ‘오랑캐’로 칭한 것은 결코 혈연상의 구분에 의한 것이 아니었으니 단지 그들이 ‘침략국’이었기 때문이었다.

중화는 본래 중국 사람을 지칭하던 용어였다. 중국이 지리적인 차이에 의한 구분 방법이었다면, 중화는 중국사람, 다시말해 중국의 문화적 소양을 함께 지니고 있는 사람들을 지칭하는 용어로 확대된 것이다. 따라서 중화를 라는 용어를 이해하는 것은 중국의 지리적, 역사적, 문화적 특성을 이해하는 것과 같은 것이라고 볼 수 있다.

2) 거대중국의 통합 코드로서 중화

근대 중국의 역사학자인 ‘치엔무(錢穆)’는 춘추전국시대에 ‘제하’와 ‘이적(夷狄)’의 구분은 혈통에 의한 것이 아니라 ‘생활 방식’의 차이와 ‘평화연맹’에 의한 것이었다고 말하고 있다. ‘생활 방식’의 차이란 제하와 달리 ‘이적’은 농업사회가 아니고 성시(城市) 국가가 아니었기 때문에 차별화되었고, 또한 화평과 긴장관계를 유지하려는 연맹에 속하지 않는 침략국의 영토에 속해 있었기 때문에 차별화되었다는 것이다. 이 공통분모는 넓게 말하면 ‘문화’의 방식에 속한다. 사실상 공자(孔子)와 그가 편집한 경전이 영향력을 행사하기 이전에 제하에 의해 형성된 ‘중화관념’이란 앞서 말한 ‘생활방식’과 ‘정치적 연맹’의 테두리 내에서 형성된 저급한 수준의 관념에 불과했다고

한다. 이러한 중화사상은 공자(B.C 551~B.C 479)를 거치면서 중화관념에 ‘인문주의’의 혼이 불어넣어졌고 도덕과 인륜을 말하는 한족과 그러한 교육을 받지 못한 이적의 구분이 이때부터 확연하게 드러나게 되었다.

청조 이후로 중국의 영토는 현재 중화인민공화국 규모를 유지했다. 만주족이 세운 청조는 300년의 태평성대를 누리다가 서구열강의 침입으로 몰락했지만 현재 중화인민공화국이 유지하고 있는 민족구성과 영토경계의 기본적인 틀을 제공했다. 1911년 신해혁명 이후 다시 한족에 의한 정권이 수립되었고 마오쩌둥과 인민해방군에 의해 1949년 중화인민공화국이 성립되었다. 중국 공산당은 쑨원(孫文)이 한족 민족주의에 호소해 신해혁명을 일으킨 것처럼 국가를 단순히 한족 위주의 차별정책을 쓸 수 없었다. 따라서 그들이 채택한 ‘중화’속에는 자연스럽게 한족과 55개의 소수민족이 공동구성원으로 내포되게 되었다.

현대 중국의 입장에서 사용되는 ‘중화’란 용어 속에서 한족의 자기 동질성이란 요소는 ‘다민족의 화해와 통일’이란 요소로 바뀌게 되었고 다민족의 구성원이 주체가 되어 건설한 ‘중국문화의 우월성’만이 공통분모로 자리 잡게 되었다. 따라서 중국인들에게 있어서 중화는 가장 중요한 문화의 상징이며, 자국의 문화를 통해 새로운 것을 창조하려는 중국인들의 문화적 자부심의 발현인 셈이다.



<새로이 부상하는 중화사상>

‘중화’사상은 한족을 중심으로 하는 지역적 문화적 공동체에서 점차 자신과 외부를 규정하는 세계관으로 발전한 것이다.

지난 2010년 개봉한 ‘공자’는 중화사상을 고취하기 위해 중국 정부가 제작을 지원한 것이다. 앞서 설명한 것처럼 공자는 중화사상에 인륜과 문화를 추가, 문화적 중심으로 중화를 정립한 사람이다.

2. 중국문화 코드2: ‘관시’²⁾

1) ‘관시’의 일반적인 의미

중국에서의 ‘관시’란 혈연관계, 학교, 직장 등 연고지역등에 기초하여 맺어진 인맥을 의미한다. 이는 서구사회의 connection 또는 relationship과 비슷한 개념으로 이해하거나 한국의 인맥 등과 유사한 개념으로 이해할 수 있지만, 사업상 공식적인 관계와 달리 비공식적이고 개인적인 친분의 교환을 한다는 점에서 서구개념과 다르고, 사회구조와 문화의 상이성으로 한국의 것과 다르다고 할 수 있다(정하영, 2004).

이러한 ‘관시’의 기원에 대해서 여러 가지 다른 주장이 제기되지만, 대체로 중국의 ‘관시’문화가 유교와 가족주의라는 전통문화에서 기원되고 있다는 주장과 20세기 중국이 겪은 특수한 경험 즉 계획경제하의 분배구조, 개혁개방후의 시장경제체제에서 기원을 찾아야 한다는 주장이 가장 유력하게 나타나고 있다.

<표 II-1> 관시에 대한 분류

유형	구조	대상자	특징	거래법칙
정감형	감정적인 요소에 의해 지배됨	가족, 가까운 친구 등	장기적이고 안정적인	수요의 법칙
도구형	감정보다 도구적인 요소에 의해 지배됨	점원과 고객, 버스기사와 승객, 간호사와 환자	단기적이고 불안정함	공평의 법칙
혼합형	감정과 도구 두 가지 요소에 의해 공동에 지배됨	먼 친척, 이웃, 사생, 동학, 동료, 동향	일정한 연장성과 지속성을 보유	인정의 법칙

黃光國(1988) 中國式家族企業的現代化, 楊國樞曾任強主編, 中國人的管理觀 桂冠圖書公司(臺灣).
김영래, 강청송(2009). 57p. 재인용.

2) 과거에는 강력한 관시문화를 토대로 공동체주의적인 사상이 강한 반면에, 현재에는 유학생이나 기업에 종사하는 사람들이 개인주의적이며 시장주의적인 사고도 가지고 있는 것으로 알 수 있음, 또한 관시문화가 실리적인 명분을 더 중요시하며, 서로의 이익이 되는 것을 바탕으로 더 강화되고 있음, 물론 과거에도 서로 실리를 추구했으나, 현재에는 철저히 더 계산적인 관계로 발전함. 중앙일보중국연구소현대중국학회(2010)에서도 아직까지 중국의 '관시'문화는 부정적인 의미가 강하지만 앞으로 경제적 발전과 중국사회와 선진화가 더 된다면 오히려 신용 사회를 정착시키는데 도움이 될 수 있다고 주장함.

정연식(1999)의 연구에서는 중국의 ‘판시’의 기원과 변천에 대한 학자들의 견해를 정리하였는데, 그 내용은 다음과 같다. 첫째, 문화적인 입장을 견지하고 있는 문화론이다. ‘판시’는 중국문화의 본질적인 전통이라는 것인데 일반적으로 중국문화는 보편적이고 집단 지향적이라기 보다는 개인적이며 친족 중심적이다. 이는 사회원자화 경향으로 인해 수평적 집단의 형성이 약화된 사회에서는 수직적인 온정주의가 쉽게 나타나며 사상을 지배한다는 것이다. 이는 앞서 전종우(2010)가 제시한 중국의 문화적 특성과는 반대되는 개념이다. 전술한 연구에서는 중국인들은 보편적인 상품을 좋아하며, 회사에서 집단적으로 물품을 구매할 때도 있다고 했다. 이는 기업적인 부분과 일반적으로 중국인들의 문화적인 부분이 다르게 나타나는 것을 알 수 있다. 둘째, ‘판시’의 지배에 대한 원인을 공산주의식 분배체계에서 찾고 있다. 모든 중국인들은 오랫동안 공산주의 사회에서 생활했으며, 작업단위에 소속되어 있었다. 그 결과 단위 간부를 중심으로 하는 체계가 발달되었고, 수혜자-후원자의 관계가 형성된 것이다. 셋째, 배급을 담당하는 간부들과 관료들은 시장경제의 원리 안에서 이전보다 돈의 역할에 대한 인식의 발달을 발견하게 되었다. 이는 각종 생산자원의 분배에 있어 자신들이 유리하도록 자신들의 권한을 사용하는 것이며, 시장경제체제가 제공하는 기회를 최대한 활용하기 위한 수단으로 ‘판시’를 이용하는 것이다. 마지막으로 문화 혁명으로 인해 예측불가능하고 폭력적인 사회에서 ‘판시’가 생명까지 의지하도록 만들었다는 것이다.



<판시의 대표적 사례: 도원결의(桃園結義)>

중국의 고전 삼국지에는 ‘도원결의’는 중국의 판시 문화를 보여주는 가장 극명한 사례이다. 주지하듯이 유비-관우-장비는 ‘의형제’를 맺고 삼국통일을 위해 노력하게 된다. 이처럼 중국의 인간관계의 중심에는 자기를 중심으로 한 관계, 즉 판시가 자리하고 있다.

2) ‘판시’ 문화에서 파생된 문화들

중국의 문화적 특성은 첫 번째로 중국 인간관계의 중심에는 항상 자기가 놓여 있고 자기 중심적이고, 이익 편향적인 성향과 특성을 띠고 있다. 자기, 가족, 나라, 천하의 순으로 관심의 정도와 우선순위가 체감한다. 또한 사회경제의 발전에 따라 혈연, 친연 등 윤리규범과 감정적 요인이 미치는 영향이 상대적으로 약화되고 있으나 이익관계에 의한 지연, 학연, 업연이 미치는 영향이 커지며 중국의 현대사회 네트워크와 인맥관계의 중요한 구성요소로 부상하고 있다.

두 번째는 중국은 아장법의 사회이다. 중국인은 합리적이기만 하면 쉽게 수용하고, 합리적인 것이 비록 합법적이지 않더라도 오히려 법이 비합리적이라고 판단하는 경향이 있다. 또한 중국인은 정에 얽매이기보다는 이지적인 선택에 편중하고 또한 상황적으로 이를 적용하며 실리에 민감하게 반응한다. 또한 중국식 정은 자존심과 인격을 중히 여기며 이는 한국과 상이한 특성이다. 법은 사회적으로 지켜야 할 최종 마지노선 같은 작용을 하며 그렇게 인식하는 것으로 나타나고 있다

세 번째는 중국사회는 전통적으로 인간관계의 기본 패턴인 가족관계를 기본으로 하고 있다. 이런 가족문화는 중국의 사회경제는 물론 기업경영에도 심각한 영향을 미치고 있으며, 이런 가풍으로 기업을 경영하는 곳도 있을 정도이다. 중국사회의 뚜렷한 전통이라고 할 수 있는 ‘판시’ 문화는 전통적인 의미에서는 인간사이의 관계를 대표하였으나 현재는 실리나 이익을 추구하고 교환할 수 있는 도구로서 의미가 강화되고 있다. 따라서 적극적이고 효율적인 ‘판시’의 구축은 기업의 조직구조나 현지경영에 영향을 미침은 물론 경영성과에도 긍정적인 결과를 가져다 줄 수 있다. 이러한 ‘판시’ 시스템의 구축을 위하여 접대, 예물 등 경제적 수단의 활용도 필수지만 체면술을 통한 자체적인 지위나 신분형식의 향상도 필요하다. 한편, 중국식 ‘판시’는 유사시에 찾아나서는 그러한 형태가 아니고 세심한 계산과 책략이 필요하다는 측면에서 전략적인 것이다. 그리고 바람직한 ‘판시’의 형태는 인정과 실리의 어느 한 쪽에도 너무 편향하지 않는 인정도 있고 상대로 하여금 실리도 취득할 수 있는 ‘판시’여야 한다. 그리고 중국인과 교제에 있어서 타인의 사적인 영역 즉 자존심과 체면에 대한 배려가 필수이고 이를 떠나서 양호한 ‘판시’의 구축은 빈말에 지나지 않는다. 그

러한 각종 인맥관계를 중시하는 중국사회이지만 ‘관시’는 만병통치약이 아니고 제도적, 전략적, 조직적 특성에 적합해야 효율적으로 이용할 수 있다(김영래·강청송, 2009).

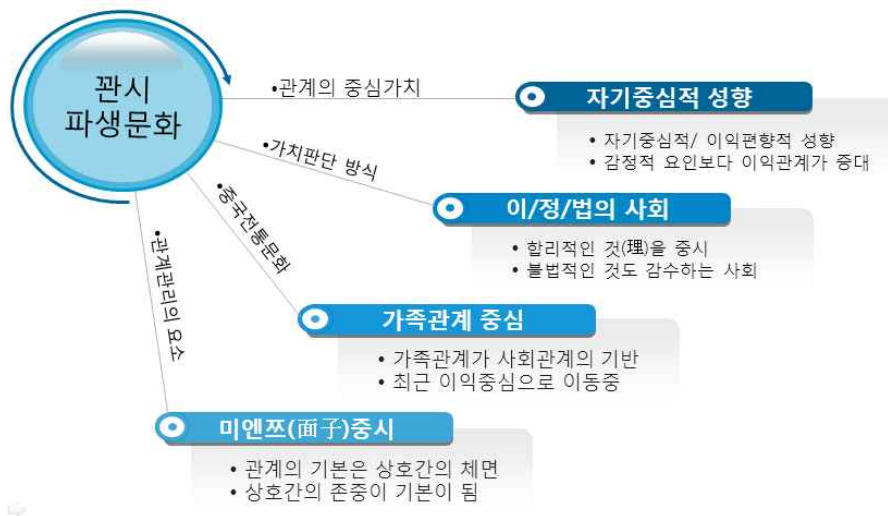
<표 II-2> 관시의 의미 변화

구분	전통 중국사회	사회주의 시절	개혁 이후
관시의 성격	유교주의적	관료적 정치적	경제적 시장주의적
관시 구축의 목적	관계형성 및 유지 그 자체가 목적, 가족관계의 확장	정치적 박해과정에서의 생존, 중앙집권화된 자원への 접근	시장기회의 포착, 개인의 경제적 이익 극대화
‘관시왕’ 형성과정의 주요 내용	친분의 교환, 호혜적 행위, 정서적 유대감	지위를 이용한 정치사회적 이익 교환	지위를 이용한 경제적 이익 교환
유대의 특징	감정적, 정서적	감정적, 도구적	도구적
관시의 기능	사회질서 유지, 위계적으로 제한된 사회적 자원의 효율적 배분	사회통제, 중앙집권화된 자원의 배분	물질적 수단 개인의 이윤추구

최은영(2007). 중국관시문제의 의미와 그 변용. 담론201, 10(2), p. 274.

이와 같은 문화적 특성을 토대로 중국소비자의 문화성향과 관련된 연구들을 살펴보면 김용준·김화(2000)의 연구에서는 중국소비자의 가치관과 라이프스타일에 관한 문헌들을 고찰한 후 중국소비자들이 정치경제 사상에 있어서는 반 전통적 배금주의로, 사회생활에 있어서는 가족중심의 개인주의로, 경제생활에 있어서는 현실적 경제차별주의로 변화하고 있음을 역설하였다. 더불어 그들은 경제개발의 영향으로 중국소비자의 가치관이 앞으로 더욱 빠르게 시장경제 가치관으로 변화할 것이며 서구화, 개인주의화, 차별화의 소비패턴도 더욱 확장될 것으로 예상하였다. 김병화·신운철·한상필(2002)의 연구에서는 한국과 중국 소비자의 소비가치를 비교하였다. 그 결과 한국 대학생 집단이 중국 대학생 집단에 비해 평등주의, 쾌락주의, 미래주의가 더욱 높게 나타났으며, 인정주의와 권위주의 차원에서는 중국대학생이 한국 대학생보다 높게 나타나고 있었다.

[그림 II-3] 관시의 파생문화



이경아(2008)의 연구에 따르면, 한국기업에 종사하는 중국노동자의 가치관에 대해서 논하고 있다. 중국노동자의 의식 속에 여전히 전통적인 가치관과 사회주의적 가치관이 내재해 있다는 점은 분명하다. 그러나 시장경제가 확산되어감에 따라, 전통적 가치 혹은 사회주의적 가치와 개인의 경제적 이익이 충돌할 경우 시장경제적 가치로 경도되는 경향이 있는 것으로 나타났다. 또한 중국 노동자들은 전반적으로 복지확대와 빈부격차 감소를 희망하고 있으나 집단주의적 사고와 개인주의적 사고가 충돌할 경우 개인주의적 사고를 선택할 가능성이 높다고 하고 있다. 이는 중국노동자의 시장경제에 대한 긍정적인 태도라든지 개인의 능력향상과 보상을 중시하며 시장경제의 흐름에 발맞추고자 노력 하는 데서도 엿볼 수 있다. 이와 같이 중국 노동자는 시장경제적 가치관의 영향을 크게 받지만 상황에 따라 전통적 가치관과 사회주의적 가치관 등을 복합적으로 드러내고 있는 것으로 밝혀지고 있다. 이는 중국노동자들이 일반적으로 전통적인 가치관인 공동체문화 및 ‘관시’를 여전히 중요하게 여기지만, 사회문화 패러다임의 전환으로 그 실질적인 영향력이 감소됨에 따라 그 실제적 효과에 대해서는 높은 기대를 가지고 있지 않는 것을 알 수 있으며, 외국의 기업에서 일하는 노동자의 경우 중국의 전통적인 가치도 중요시 여기고 있지만 시장경제적 가치에 대해서도 긍정적인 태도를 보이고 있음을 알 수 있다.

3. 중국의 문화코드 3: 미엔쯔(체면)

중국은 ‘미엔쯔’의 나라라는 말이 있다. 중국어를 어느 정도 할 줄 아는 사람이면 홍콩 느와르 영화를 볼 때 면 매번 등장하는 대사를 알고 있을 것이다. 그것은 “내게 ‘미엔쯔(面子)’를 주고 이번 일을 없었던 일로 하자”는 것이다. ‘미엔쯔’는 ‘체면’이라는 의미를 지니고 있다. 우리나라에서 사용하는 ‘체면’과 비슷하지만 그 의미가 보다 무겁고, 자존심·자긍심·명예 등의 뜻이 골고루 포함되어 있다. 중국인들이 이 말을 언급할 때는 최후의 부탁이나 청탁인 경우가 많다. 만약 이 말을 꺼내도 상대방이 ‘미엔쯔’를 주지 않는다면 앞으로 관계를 지속할 수 없으므로 신중하게 사용된다.

외국인의 경우에도 중국인들을 만나면 항상 그들의 ‘미엔쯔’를 고려해야 한다. 우리나라나 일본도 체면을 중시하지만, 특히 중국인들에게 있어서 ‘미엔쯔’는 그들만의 독특한 문화다. 중국인들은 상사가 부하 직원 앞에서 자신을 직접적으로 꾸짖거나 공개적으로 비판하는 것을 견디지 못한다. 왜냐하면 그것은 ‘미엔쯔’를 떨어뜨리는 경우이기 때문이다. 만약 중국에 한국의 기업이 진출하거나 콘텐츠를 수출한다면 잘 못한 자를 따로 불러내어 아무도 없는 곳에서 문책하는 것을 염두해 두어야 할 것이다. 또한 중국에서 사업적으로 성공하거나 예의를 갖추려면 식사초대에 반드시 응해야 한다. 식사초대에 응하지 않는다면 그것은 상대방의 ‘미엔쯔’를 무시하는 것이므로 앞으로 관계를 지속할 수 없을 것이다. 이런 관습은 중국의 오랜 전통이다.



<삼국지의 미엔쯔>

‘삼국지’에는 적국의 왕이나 군사에게 예를 갖추어 대화를 하는 장면이 자주 등장한다. 특히 조조의 관우에 대한 흠모와 의형제 유비를 찾아가는 오관돌파, 적벽대전후 관우가 조조를 살려보내는 등의 이야기에서 아무리 적장이더라도 예의를 갖추는 중국의 ‘미엔쯔’문화를 손쉽게 볼 수 있다.

중국사회에서 미엔쯔에 대한 집착은 상대방에 대한 배려보다는 자기 자신의 방어 성향으로 더욱 강하게 표출된다. 이런 집착은 언제부터인지 사과의 미덕을 사라지게 하였다. 중국인들은 웬만한 일에는 죄송하다는 표현을 잘 하지 않는다 대신에 사안이 이렇게 돼서 유감이라는 표현을 많이 쓴다. 사과를 한다는 것은 자신의 미엔쯔에 손상이 간다고 생각하기 때문이다. 우리는 중국인을 대하거나 중국과의 교류가 있을 때 이점을 간과해서 안 될 것이다(강진석, 2004).

중국문화는 크게 북방문화와 남방문화로 나누어진다. 춘추전국시대의 북방의 문화, 사상을 대표하는 학자는 유가의 공자를 꼽을 수 있는데, 척박한 토양에서 살아야 했기 때문에 현실참여를 중시하는 특징이 있다. 반면 남방의 문화를 대표하는 학자는 도가의 노자와 장자를 들 수 있다. 남방은 기후가 온화하고 토지가 비옥하여 상상이나 환상을 발휘할 수 있는 환경이 제공되었다. 흔히 우리나라 사람들이 생각하는 중국 사람들의 허풍은 바로 남방문화에 뿌리를 두고 있다. 이는 중국의 문화에서 사유의식과 문학작품에 지대한 영향을 미치게 되는데 이에 중국은 전기소설, 무협소설 등 상상력을 발휘할 수 있는 장르들이 발달하였다.

우리나라와 동일하게 중국 역시 정초가 되면 점을 보려는 사람들이 늘어난다. 점을 보기 위해서는 12개의 띠가 필요한데 이 띠의 기원이 중국이라는 설이 유력하다. 지금도 중국에서는 한족 이외의 소수민족 사이에도 열두 띠의 관습이 광범위하게 존재하고 있다. 이는 각 민족들의 토테미즘에서 비롯된 것이다. 이처럼 중국에서는 운명론에 대한 믿음이 강하다. 이에 1994년 2월 28일 중국의 한 기사에서 개의 해가 오기 전에 단체로 결혼한 지방을 소개하기도 했다. 또한, 홍콩, 타이완, 대륙에서는 용의 해에 아들을 낳기 위한 노력이 이루어 졌다고 한다. 많은 임신부들이 용의해가 넘어가기 전에 아들을 낳아야 한다면 제왕절개 수술을 강행했다. 이처럼 중국에서는 타고나는 운명에 대한 믿음이 강하다(박영환, 2004).

4. 중국의 색과 기호 특성

한국과 중국은 동질적인 문화도 있지만 각각 독특한 특징이 존재하는 것을 알 수 있다. 구체적으로 중국인들은 신혼부부에게 큰 화환을 선물하지 않으며, 붉은색은 행운을 상징한다고 믿는다. 이에 붉은색 봉투에 세뱃돈이나 결혼 축의금을 넣으며,

행사용 배너나 플래카드도 모두 붉은색 천을 사용한다. 반면, 중국인은 흰색을 슬픔, 공포, 가난을 상징한다고 생각한다. 따라서 그들은 장례 조의금을 낼때에만 흰 봉투를 쓴다. 또한 시계선물은 죽음을 상징한다고 하여 금기시되는 품목이다(문성준서탁, 2008; 장행복, 2008). 그리고 중국인들의 문화적 배경은 강력하여 서구 문화에 쉽게 변하지 않는다. 이에 급변하는 현대 사회에서 중국인들은 그들만의 독특한 문화를 유지시키며 생활을 영유하고 있다(Melewar, Meadows, Zheng & Rickards, 2004). 중국인들의 구체적인 특징을 살펴보자면, 생활환경의 차이를 들 수 있다. 한국의 경우, 부모님을 모시고 사는 2세대 가정이 대가족 인 것에 비해 중국은 3대와 4대가 같이 사는 경우도 빈번하게 발생한다. 일반생활의 경우 중국인들에게 식사는 중요한 부분으로 작용하고 있다. 이는 사회가 급변하고 자본주의의 문물이 유입되도 인스턴트 식품의 성장에 한계가 있음을 시사하고 있다.

인간관계를 중시하는 중국 사회에서는 서로 정을 두텁게 하기 위해 비록 작은 것이라도 선물하는 습관이 있다. 선물은 접대보다 더 대중적인 풍습으로 자리 잡고 있다. 따라서 중국 거래서이나 정부기관을 방문할 때는 선물을 준비하는 것이 좋다. 그러나 선물 중에도 미신적 요소가 많아 이를 주의해야 한다. 예를 들면 우리나라 개업식에서 흔히 선물하는 우산 같은 것은 피해야 한다. 우산의 산자가 돈을 흩어지게 한다는 의미를 가진 중국 한자와 비슷하기 때문이다(장행복, 2008).

개혁 개방 전까지 결혼 풍속은 소속 직장이 신랑 쪽에 주택을 배급해 주던 시대였기 때문에 혼수품은 대개 신랑의 몫이었다. 준비해야 할 품목은 재봉틀, 자전거, 시계처럼 돌아가는 공산품과 소리나는 라디오였다. 마오쩌둥의 초상화 앞에서 붉은 성경(마오쩌둥의 어록)을 들고 혼인 서약을 했다. 모두 가난한 시절이었지만 전술한 바와 같이 하객들은 축의금이나 선물을 꼭 준비했다. 체면을 중히 여겼기 때문에 10위안(약 2,000원) 정도면 체면이 깎이지 않았다. 요즘은 호화판 결혼식이 일어나고 있어 한국과 다르지 않다. 결혼 전문 예식장이 없는 중국에선 고급 호텔이나 대형 회관을 빌려 결혼식을 올리며, 부유층은 별장촌을 통째로 빌리기도 한다. 형편에 따라 사는 집도 혼수품도 다양하게 준비하도록 바뀌고 있다(중앙일보중국연구소현대중국학회, 2010).

중국인들의 소비 문화적 특성을 살펴보면, 중국 사람들은 표준화된 상품을 선호하는 것을 알 수 있다. 마케팅적인 커뮤니케이션을 살펴봐도 중국인들은 광고보다도

구전 커뮤니케이션을 선호한다. 그러므로 구전적인 마케팅이 성공의 포인트라고 할 수 있다. 또한 구매행동에 있어서도 중국 기업은 직원들을 위해 대량 구매를 하는 경우가 빈번하다. 우리나라의 경우 자사의 제품 홍보나 직원들의 작업 능률 향상을 위해서 물건을 공급하는 경우는 있지만 직접 회사가 구매하여 나누어 주는 경우는 드물다. 이는 중국인들의 집단주의적 성향을 보여주는 것이다. 따라서 기업이 중국 시장에서 성공하기 위해서는 중국의 문화를 이해하고 지역화된 이미지를 구축할 필요가 있다. 종교적으로도 중국인들은 유교와 불교의 영향으로 평화로운 라이프 스타일을 좋아하는 특징을 가지고 있다. 치열하게 살아가는 경쟁보다 더불어 함께 살아가는 것에 더 많은 가치를 두고 있는 것을 알 수 있다(전종우, 2010).

서구 열강의 침입이 계속되는 근대, 중국은 정치제도와 교육제도의 개혁을 통해 자국의 발전을 모색할 새로운 길을 찾으려 하였다. 그것이 양무운동과 변법자강운동 등의 혁신운동인데, 동시에 여러 사상의 혁신운동까지 강행하였다. 그러나 이러한 운동들은 보수파들의 반대에 부딪쳐 성공하지 못했다.

그 후, 1911년 쑨원으로 대표되는 신해혁명이 일어났는데, 이로써 청 왕조의 260여년의 통치가 막을 내리고 새로운 공화제의 중화민국이 탄생했다. 반봉건사상을 중심으로 하는 신해혁명은 계급 평등 및 남녀평등을 주장하며 여성에게 힘을 실어주는 역할을 하였다. 그 후 신문화운동이 일어나면서 유교 중심의 전통을 부정하고 민주주의와 과학적 정신에 입각한 서구식 자유주의와 개인주의 가치를 긍정하는 움직임이 일어났다. 나아가 여성 행방 운동의 시발점이 되었고, 훗날 1919년 5. 4운동의 사상적 기반으로 성장하였다.

5. 4운동은 중국 근대사에서 커다란 전환기인 동시에 중국 여성의 지위 격상에 결정적인 역할을 준 운동이다. 중국 청년 지식인들을 광범위하게 조직화하였고, 문화운동을 정치운동으로 높였으며, 각 계층이 각성하면서 전통문화에 대한 반성을 하였다. 특히 이때부터 여성의 역할이 변화하기 시작하였다. 가정에서 벗어나 국가와 사회에서 책임감을 갖고 일을 하기 시작했으며, 자유연애, 교육의 기회 등이 보장되었다. 이에 따라 현재 중국에서는 지역에 따라 다르지만 남자들이 집안일을 돕거나 적극적으로 맡아서 하는 경우가 빈번하며, 실제로 며느리의 친구들에게 시아버지가 대접을 하기도 한다.

같은 유교 문화권에서 발달해온 한국과 중국이지만 술과 담배문화에서의 차이가

나타난다. 한국은 술잔에 절대로 침잔을 하지 않는 것이 예의지만, 중국에서는 반드시 침잔을 하는 것이 예의다. 그리고 지역마다 역시 차이가 발생하지만 서로 잔을 부딪치고 나면 반드시 잔을 비워야 한다. 담배 문화는 술 문화보다 더욱 차이가 발생하는데, 중국에서는 나이를 불문하고 언제 어디서든 담배를 피울 수 있다. 심지어 선생님이나 아버지 앞에서도 맞담배를 피우기도 한다(박영환, 2004).

중국인이 가장 싫어하는 색깔은 흰색이다. 우리나라에서는 결혼식 축의금을 낼 때, 흰색봉투를 사용하지만 중국인들은 장례시에만 사용한다. 흰색 다음으로 중국인들이 싫어하거나 기피하는 색깔은 검정색이다. 이런 색들의 옷들은 집안에서 누군가가 죽는다고 여긴다. 이들의 관념 속에는 흰색과 검정색은 귀신을 불러들이는 색이라는 믿음이 강하게 자리 잡고 있다.

중국인들은 노란색과 보라색, 빨간색을 가장 선호한다. 옛날 중국에선 노란색 혹은 황금색은 황제와 황궁에서만 쓸 수 있던 색이었다. 자주색과 붉은색은 귀족들이 숭배하던 색이다. 특히 빨간색에 대한 애호는 귀족사회에서 점차 민간인들에게도 퍼져 이제는 중국인 모두가 붉은색을 좋아하게 되었다. 특히 중국말 중에는 붉을 홍(紅)이 들어간 경우 성공을 의미하는 경우가 많다. 예를 들어 사업이 순조롭게 진행될 때를 의미하는 ‘开门红’, 인기있는 사람 또는 유명한 사람을 의미하는 紅人, 유명가수를 의미하는 紅歌星 등이 있다.



중국인들은 붉은색이 사악한 기운을 없앤다고 믿는다. 물론 사악한 기운을 왜 없앤다고 믿게 되었는지 뚜렷한 기원은 없다. 그러나 추측이 가능한데, 중국인들은 음양에 대한 믿음이 강하다. 귀신의 세계는 ‘음산하다’, ‘음기가 서려있다’라는 분위기와 연결되어 있기 때문에 음의 세계에 속한다고 생각한다. 반면 사람이 살고 있는 현실의 세계는 양의 세계에 속한다고 믿고 있다. 귀신이 제일 무서워하는 것은 태양이며, 태양은 양의 상징이다. 그렇기 때문에 태양의 색이라고 믿는 붉은색을 선호하는 것이다. 또한 중국이 사회주의 나라라는 이유도 빠질 수 없을 것이다. 사회주의 국가는 빨간색을 상징적으로 사용하면서 중국인들이 자연스레 붉은색을 선호하게 된 것이다.

이렇게 중화 민족이 붉은색을 선호하고 숭상하는 심리는 민족의 문화, 역사적 연유에서 나온다. 인류가 시초에 사용한 색이 붉은 적색으로 1만 8천년전 구석기 시대의 북경원인들은 적철광가루로 물들인 붉은 돌 보석을 좋아했다고 한다. 원시인들은 자연과 격투하고 인간과 인간이 서로 싸워 피를 흘리고 죽이는 것을 목격하는 가운데서 점차 붉은색은 생명과 연계된다는 인식을 갖게 된 것이다(박완호, 2006).

5. 중국문화 코드5: 숫자와 해음문화

2008년 8월 8일 8시 8분, 복을 불러온다는 길한 수 8이 연속으로 있는 날 베이징의 ‘새 둥지(나오차오, 鳥巢, Bird's nest) 경기장’에서 올림픽 개막식이 열렸다. 정식이름은 북경국가체육장(北京國家體育場, The National Stadium)이나 나뭇가지를 엮어 만든 “새 둥지”를 닮았다하여 “나오차오(鳥巢, Bird's nest)”라는 별칭으로 더 잘 알려졌다. 영화감독 장이머우(張藝謀)가 연출한 개막식은 테크놀로지의 힘을 빌려 보여줄 수 있는 시각 효과의 가능성은 무한하다는 사실을 확인시켜 줬다. 북경 올림픽 개막식을 통해 화약, 문자, 항해술 등 고대 중국의 자랑거리들을 빠르게 성장한 현대 중국의 테크놀로지를 통해 구현하였다. 최근 경제성장과 함께 중국과 관련하여 가장 먼저 떠올리는 이미지는 ‘중국적 특색’, ‘지나치게 중국적’이라는 표현이 심심찮게 등장하고 있다.

박종환(2003)은 중국문화를 숫자로 분석한 연구를 실시했다. 학문적 방법론을 바탕으로 한 연구라기 보다는 현재 중국에서 일어나고 있고, 전해져 오고 있는 숫자에

대한 현상을 문화적으로 살펴보고 있다. 먼저, 중국문화에서는 짝수를 지향하는 성향이 있다고 분석하고 있다. 9가 예외이긴 하지만 대체로 홀수는 부정적인 것, 짝수는 긍정적인 것이라는 이미지가 굳어져 있다. 이 때문에 세뱃돈이나 결혼식 축의금을 제출할 때, 짝수 금액을 낸다. 하지만 우리나라에서는 짝수로 금액을 내는 경우는 거의 없다. 또한, 중국에서는 짝수 날짜에 맞추어 이사나 중요한 날들을 시행한다. 반대로 장례식 등 슬픈 일이 있는 경우 홀수로 날짜를 지정하여 진행한다. 또한 중국인들은 선물을 할 때도 짝수로 주는 습관이 있다(장행복, 2008).

<중국인들이 선호하는 숫자 '8'>

8(八)은 중국인들이 제일 좋아하는 숫자이다. '八'의 중국어 발음은 'pa(파)'인데 '發(발)'의 'fa(파)'와 발음이 비슷하다. 이 發자에는 '發財(돈을 벌다 또는 재산을 모으다)'의 의미가 담겨있어 8이 많이 들어있는 번호를 가지면 그만큼 '돈이 많이 들어온다'라고 중국인들은 생각한다. 8로 이루어진 전화번호나 휴대폰 번호, 자동차 번호판 등에 거액의 프리미엄이 붙어 판매된다.

시장이나 백화점에 가면 88元, 888元 등 8로 끝나는 가격표를 흔히 볼 수 있다. 가격을 이렇게 붙여놓으면 깎기 좋아하는 중국 사람이라도 흥정을 않고 그냥 물건을 사간다고 한다. 이 외에도 1988년 8월 8일을 길일(吉日)로 여겨 이날 결혼식을 올리려는 사람이 많아 결혼관련 상품이나 이벤트업종이 때아닌 호황을 맞은 일도 있었다고 한다

그러나 중국의 봉건왕조시기에는 3, 5, 9와 같은 홀수가 길수를 의미하였다. 당시에는 숫자를 음과 양으로 나누어 남성을 상징하는 양은 홀수로 여성을 상징하는 음은 짝수로 지칭하였다. 그래서 남성의 숫자인 9는 아직까지도 좋은 숫자로 인정받고 있다. 9는 봉건시대 제왕들이 자신의 만수무강과 왕조의 무궁한 번창을 바라는 뜻에서 좋아했다. 역대 황제들은 천자를 상징하는 용 9마리가 그려진 구룡포를 입었으며, 명대에 지어진 자금성은 문이 9개이다. 일반 서민들 역시 10은 너무 딱 차 있어서 마음이 불안하고 불편한 반면 9³⁾는 덜 차있으면서 풍족한 느낌을 주어 좋다는 인

3) 중국의 유학생과의 사전인터뷰 결과, 현재 9는 크게 의미를 두지 않는 것으로 보임. 오히려 8에

식이 있다(박종환, 2003). 최근 중국인들은 8, 9, 6자를 많이 좋아하며 특히 8자는 지나칠 정도로 선호한다. 2008년 베이징 올림픽의 개막식을 8월 8일 8시로 결정한 것도 이와 무관하지 않다(장행복, 2008).

중국의 기업에서는 숫자를 이용한 마케팅이나 기업의 브랜드 네임을 정하는 경우가 많다. 대표적인 예가 '9994'이다. 이 회사는 모든 제품의 포장 디자인에 999를 쓰고 있는데 9는 전술한 바와 같이 고귀한 숫자로 예전에 황제가 독점했던 숫자이다. 약효도 오래 가고 건강도 오래 지켜주며 장수를 보장해준다는 메시지를 담고 있다. 또한 3개의 9는 중국인들의 전통적인 관념 속에 행운을 나타내주는 숫자로 인식되고 있는 좋은 숫자이다. 이러한 이유 때문에 유명브랜드로 발돋움할 수 있었으며, 현재에도 많은 사랑을 받고 있다.

중국의 기업에서 발표하는 제품 모델명도 중요한 마케팅 전략으로 떠오르고 있다. 중국의 브랜드 자산 가치 상위권인 TCL 휴대폰 광고의 경우 모델명이 항상 표기가 되는데 끝이 88과 68로 나타난다. 이 번호는 모두 중국인들이 좋아하는 숫자로서 광고효과가 크다고 할 수 있다. 또한 삼성의 애니콜 광고도 중국인들의 이러한 습성을 이용하는 경향이 있다. 제품의 모델명이 A188, A288과 같이 특정 숫자를 사용하고 있다. 물론, 8에 대한 선점이 크기 때문에 이와는 차별된 다른 숫자를 사용하는 것도 하나의 방법이라 할 수 있겠지만, 중국인들의 문화적 특성은 88과 같은 숫자를 좋아한다는 것이다.

이런 문화적 특성 때문에 중국은 휴대폰을 사용하는 방법이 다르다. 우리나라는 휴대폰을 구입하면 번호는 따라오게 되지만 중국은 휴대폰 따로 번호 따로 사는 경우도 있다. 이에 중국인들이 선호하는 번호인 경우는 몇 백만원에 달하기도 한다.

이러한 내용이 시사하는 바는 명확하다. 숫자 자체에 길함과 흥함이 있겠는가에 대해서 논의하고 분석하지 않고, 이를 단순히 문화현상으로 받아들이기 필요가 있으며 적극적으로 활용할 필요성이 있는 것으로 보인다.

수의 개념과 비슷하게 중국인들은 시대 변화상에 담긴 작명을 잘 하기도 한다. 중

대한 애착이 강한 것으로 나타남.

- 4) 이 회사의 정식명칭은 三九企業 즉, 삼구기업이다. 9를 세 개 썼다는 의미에서 붙여진 이름이며, 이 기업은 중국 최대의 제약회사이다. 2002년에 조사된 자료에 따르면 브랜드 자산가치가 중국 전체 기업 중 10위에 랭크되어 있다.

국인의 이름은 중국 건국 60년의 시대 변화를 고스란히 담고 있다고 해도 과언이 아니다. 중화인민공화국이 건국된 1949년에는 ‘젠궈(建國)’나 ‘궈칭(國慶)’ 등과 같은 이름이 유독 많았다. 이는 “위대한 역사적 순간을 기념하겠다”며 이름을 지은 것으로 보인다. 중국 공안부 조사에 따르면 중국에 이름이 ‘젠궈’인 사람은 95만여명, ‘궈칭’인 사람은 40만여명에 이른다. 1950년대 한국전쟁 참전, 대약진운동, 인민공사 건설과 같은 대사건들이 작명에 큰 영향을 미쳤다. 애국심을 강조한 ‘웨이궈(衛國)’ 혹은 ‘웨이민(衛民)’과 같은 이름이나 새 나라 건설에 대한 걱정이 담긴 ‘리공(立功)’이라는 이름이 유행했다. 이렇듯 중국은 시대 상황에 따라 이름을 지정해 오곤했는데, 2000년대 이후의 이름에는 특이한 현상이 발견된다. 부모가 대개 개혁 개방 이후 한 자녀 가정 출신이기 때문에 남들과 다른 개성 넘치는 이름을 자녀에게 선사하기를 원하는 경우가 많아졌다. 최근에는 개성 강조가 지나쳐 4~5자짜리 이름을 가진 아이들이 호적 신고서에 등장해 사회적 논란을 부르기도 한다고 한다(중앙일보중국연구소현대중국학회, 2010).

중국인들이 일상생활 속에서 준수하는 금기나, 길상(吉祥)을 추구하는 선호의 풍속은 그 종류가 매우 다양하다. 게다가 같은 내용의 금기나 길상을 추구하는 행위라 할지라도 지역과 민족에 따라 모습을 달리하기도 한다. 그렇기 때문에 금기와 선호의 종류를 일일이 구분하는 것은 큰 어려움이 있다. 그러나 중국어가 갖고 있는 언어적 특징으로부터 생겨난 경우가 많기 때문에 언어적 특징을 위주로 살펴보고자 한다.

일단 불행과 관련된 의미를 갖고 있는 단어는 최대한 사용하지 않는 것이 중국인들의 기본적인 금기사항이다. 또한 이들 단어들과 발음이 같아서 불행한 의미가 연상되는 각종 사물이나 행위도 금기시 되는 경우가 종종 있다. 물론 반대로 좋은 의미와 관련된 사물과 유사한 발음을 갖고 있어서 특별히 선호되는 사물도 있다. 현대 중국인들이 일상생활에서 지키고 있는 많은 금기사항이나 선호사항이 여기서 비롯되었다고 할 수 있다. 이를 이해하기 위해서는 우선 중국어가 가지고 있는 해음(諧音) 현상에 대한 이해가 필요하다.

해음이란 각기 두 글자가 다르지만 같거나 유사한 발음을 갖고 있기 때문에 한 단어를 말하면 다른 단어를 연상할 수 있는 것을 말한다. 연상이란 관념에서 다른 관념이 생기는 심리적 현상이다. 즉, 어떤 사물을 표현하기 위해 한 단어를 말하면 이 단어가 자극어의 역할을 하여 곧바로 연상 작용에 의해 발음이 같은 다른 대상을 머릿

속에 떠올리게 하는 것이다.

중국어에는 해음적인 특징으로 인해 어떤 사물을 이야기 하면 같은 발음을 갖고 있는 다른 사물의 이미지가 자연스레 떠오르는 경우가 많다. 따라서 언어를 사용할 때 선호하는 단어가 있거나 반대로 입에 올리지 않는 단어가 생겨나게 된다. 특히 불길한 이미지를 연상케 하는 언어나 사물 또는 행위도 기피 대상이 되어서 중국인들의 금기 범주를 더욱 광범위하게 만들고 있다. 우리가 가장 잘 알 수 있는 예로는 죽을 ‘사(死)’의 발음과 숫자 4의 발음이 같아 사용을 회피하는 경우가 있다. 그래서 4층이나 4동의 명칭이 없는 건물이 있으며, 특히 병원을 방문하는 경우 4층 보다 영문으로 F층으로 표시되어 있는 경우가 많다. 이와는 반대로 발음을 할 때 좋은 이미지가 연상되어 특정 상황에서 선호되는 사물도 있다. 예를 들어 젓가락은 중국어로 ‘아들을 빨리 바라다’라는 뜻의 단어와 비슷한 발음을 같기 때문에 신랑에게 보내는 혼수 품목 중 하나였다.

중국어에 해음어가 많은 이유는 중국어의 발음체계 때문이다. 중국어의 발음은 성모가 21개 운모가 39개로 이들이 구성하는 음절수는 400여개에 불과하다. 매 음절마다 4성이 있으니, 도합 1,600개의 음절이 있는 셈이다. 더욱이 1,300여개만이 사용되어지며, 현존하는 한자는 6만자이며, 상용되는 한자는 적어도 8,000자 이상이다. 따라서 일상생활에서 중국인이 사용하는 상용어 중 글자는 다르면서도 발음이 같거나 유사한 글자가 특별히 많다. 중국의 이러한 특성으로 해음어가 많은 것이다.

선물하는 물건에서도 해음어의 특징을 발견할 수가 있다. 과일을 선물하는 경우, 배는 선물하지 않는 것이 좋다. 배는 중국어로 이梨라고 하는데 이는 이별을 뜻하는 離와 발음이 같아서 선물로 환영받지 못한다. 특히 병문안을 가는 경우 배는 절대로 선물해서는 안 되는 물품으로 속한다. 병문안 갈 때는 가능하면 짝수보다는 홀수로 준비하는 것이 좋다. 이는 짝수 중 4는 죽음을 의미하는 글자가 연상되기 때문이며, 전통에 좀 더 집착하면 오전에 하는 것이 좋다. 오후에는 음의 기운이 강하기 때문에 병세가 더 악화될지 모른다는 생각에서 이다. 비슷한 이유로 과일은 아니지만 손수건 역시 가급적 선물하지 않는 것이 좋다. 손수건은 상대방과의 단절을 의미하는 단어와 비슷한 발음을 내기 때문이다.

이러한 중국의 해음문화는 중국에 진출하는 기업들이 중국인의 정서에 맞는 브랜드 네이밍을 해야만 성공할 정도로 매우 중요하다고 한다. 2005년 베이징 브랜드 자

산 평가회사가 실시한 조사에서 소비자가 상품을 고를 때 브랜드를 먼저 본다는 응답이 38%로 제일 많았다. 전술한바와 같이 중국은 표의 문화권임으로 단어의 뜻과 음을 모두 고려하되, 발음보다는 글의 뜻에 더 중점을 두어 브랜드를 작명해야 한다.

이러한 중국의 해음문화를 이용한 네이밍 전략은 중국에 진출하는 해외 기업들의 현지화 기본 전략으로 받아 들여지고 있다. 해외 사업자들은 중국에 진출하면서 자신의 자존심을 버리고 기꺼이 중국식 작명법을 택하고 있으며, 이는 중국인들에게 보다 친숙한 이미지와 브랜드 명을 쉽게 인식하도록 하는 기본적인 요소로 평가받고 있다. 일례로 세계적인 기업 코카콜라와 맥도널드, 켄터키후라이드치킨(KFC) 등도 중국에서만은 알파벳을 버리고 중국어로 브랜드명을 지었다. 예컨대 코카콜라의 중국식 이름은 ‘可口可樂 ke kou ke le 커코우커러’ 이고 그 의미는 ‘입이 즐겁다’이며, ‘켄터키치킨(KFC)’은 ‘肯德基 ken de ji 켄더지’ 이고, ‘지’가 닭을 뜻하는 ‘계(鷄)’와 발음이 같아 중국인들은 한번만 들으면 닭을 파는 곳으로 인식한다고 한다.



이에 반해 한자 문화권인 한국은 중국과 문화가 거의 동일하다는 안이한 생각에 새로운 이름을 지을 필요가 없다고 판단하여 원래 이름을 그대로 사용했다가 낭패를 본 경우가 많다. 한자 이름을 그대로 사용한 삼성(三星)이나 농심(農心), 영문발음을 그대로 차용한 BBQ 등이 그 예가 될 수 있겠다. 삼성 애니콜 휴대폰은 중국에서 그 인기가 대단하다. 모토로라나 노키아가 비교되지 않는다. 농심의 신라면과 새우깡 등도 역시 중국인들에게 대단히 인기있는 상품이다. 이렇듯 이들 상품의 높은 인기도에 비해 기업 브랜드의 인지도는 상대적으로 약하다. 이들 브랜드 명칭이 한자이긴 하지만 그 글자가 가지는 특별한 의미가 없기 때문에 중국소비자들의 머릿속에 잘 기억되지 않는 것이다. 그리고 BBQ는 마땅한 한자를 찾지 못해서 '比比客'라고 사용했다. 그러나 그 뜻이 '고객을 비교한다'는 의미가 되기 때문에 이 역시 그리 좋은 네이밍은 아니라고 보인다. 국내 기업중 브랜드 명의 좋은 예로는 1997년 상하이

에 진출한 한국의 이마트는 중국에서 ‘이마이더’로 불리는데, ‘이마이더’는 싸게 살수 있다는 뜻을 갖는다. 덕분에 중국소비자들에게 단기간에 이름을 알릴 수 있었다 (Fan, 2002; Melewar, Meadows, Zheng, & Rickards, 2004; 장행복, 2008).

이러한 중국의 해음문화를 가장 잘 이해하고, 중국식 작명의 최고 히트작은 까르푸(家樂福 jia le fu 짜러후)와 미놀타(萬能達 wan neng da 완녕다) 카메라로 꼽힌다. 家樂福는 가정에 즐거움과 복이 온다는 의미로 이렇게 좋은 의미를 가지는 까르푸를 중국인들이 좋아할 수밖에 없다. 모든 것을 다 이룬다는 의미인 미놀타(萬能達)도 브랜드명 덕분에 중국내 매출이 많이 상승하였다. 인터넷 검색엔진 야후Yahoo는 중국사이트에서 '雅虎 ya hu 야후'라는 이름으로 네이밍 하였다. 이는 본래의 야후와 발음도 비슷하고 '우아한 호랑이'라는 이미지를 가져 중국인들의 마음에 성공적으로 자리잡을 수 있었다고 한다.

6. 중국의 소비자 문화와 외래문명 수용

1) 중국의 소비자 문화

사회과학적으로 문화라는 것은 한 가지로 명확하게 정의될 수 없는 복잡한 것이다. 테일러(Taylor, 1871)는 전통적으로 문화라는 것은 “한 사회의 구성원으로서 습득한 지식과 신념, 예술, 도덕, 법, 관습과 다른 능력과 습관의 총체”로 정의하고 있다. 이렇게 문화는 선천적으로 타고 나는 것이 아니라 한 사회의 구성원으로서 학습되는 것으로 이해할 수 있다. 이러한 학습은 사회를 구성하는 그룹과 구성원에 의해 공유되고 개념적 구조들이 복합적으로 상호작용하는 것이다.

조금 더 구체적으로 살펴보면, 문화는 상징(symbols), 영웅(heroes), 의식(rituals), 가치(values) 이렇게 4가지로 나누어 볼 수 있다(Hofstede, 1980). 상징은 특정한 문화의 구성원들이 인식하게 되는 특별한 의미를 가지는 문자, 동작, 그림 등의 대상을 말하는 것이다. 영웅은 특정한 문화권에서 사람에 대해 가지게 되는 특성을 의미한다. 의식은 문화권에서 인식하고 있는 필수적인 집합적 행동을 말하며 위와 같은 세 가지 요소는 문화권에 있어서 현실적인 측면에서 상호작용하게 된다. 가치는 문

화에 있어 핵심적인 요소이다. 어떤 상태에 대한 선호하는 경향으로 이해할 수 있는데 이런 가치는 소비자 행동에 영향을 미치는 강력한 설명요인이다. 문화상품을 다루거나 기업적인 측면의 문화를 다루고자 할 때 가치는 중요한 요소임에 틀림 없다(전중우, 2010).

소비자 문화에 있어 한국과 중국은 차이를 가지고 있다. 중국시장 구조에 대해 구체적으로 살펴보면 몇 가지 특성을 발견할 수 있다. 중국시장을 기존의 다른 나라 시장과 동일하게 평가한다면 문제가 있다. 경제제도상 중국은 외국 자본이 기업 지분의 100%를 차지하는 것은 불가능하다. 그렇기 때문에 중국에 진출한 해외 기업은 합작 형태로 운영될 수 밖에 없는 한계를 지닌다. 이런 기업적인 구조를 염두해 두고 중국 시장에 대한 전략을 활용하여야 한다. 언어적인 면에서도 차이를 보이고 있는데 한국과 달리 중국은 표의문자를 사용하기 때문에 사고의 측면에서도 독특한 모습을 보인다. 언어를 그대로 소리라고 받아들이기 보다는 그 안의 뜻을 생각한다. 그렇기 때문에 중국에 진출하려는 기업이나 문화 콘텐츠의 제목과 내용에 표의적인 기호를 첨가하는 것이 중요하다. 한국어는 중국문화권에 있기 때문에 그대로 중국문자로 옮겨서 진출할 수는 있으나 표음문자라는 한계를 넘어서 안에 뜻을 함의 하려는 노력이 필요할 것이다.

전중우(2010)의 연구에서는 한국인과 중국인들의 공통점과 차이점에 따른 소비문화와의 관련성을 알아보려 하였는데 그에 대한 연구는 다음과 같다. 한국과 중국인을 모두 아우르고 있는 문화차원은 합리주의, 자아의식, 보수주의로 나타났으며, 포괄적으로 살펴보면 한국과 중국인의 문화차원은 서구적인 가치와 동양적인 가치가 혼재되어 있는 것으로 분석된다. 합리주의와 자아의식은 개인주의 문화권의 가치와 유사한 것으로 볼 수 있고 보수주의는 집단주의 국가의 문화 가치에서 그 유사성을 찾을 수 있다. 차이가 나타나는 부분은 한국의 경우 공동체와 관련된 가치와 함께 자신의 개성을 표출하는 가치가 두드러지고 있으나 중국의 경우 한국보다는 보수적이며 평등과 관련한 가치에 무게를 두고 있음을 알 수 있다. 이러한 연구 결과를 실용적인 부분으로 확대시켜 보면 다음과 같다. 중국의 경우 보수주의에 대한 의식이 강하고 기존 공산주의 체제의 영향으로 인해 평등과 관련한 문화 요인이 크게 작용하는 것으로 보인다. 그렇기 때문에 중국시장을 공략하려는 기업은 중국에 대한 이해와 지역화 된 전략을 수립하여야 한다.

중국은 1978년 자본주의 개방경제체제로 전환했으며, 1990년대 들어와 개방의 속도가 급속히 빨라졌다. 또한 오늘날 중국의 영향력은 세계 경제에 큰 위치를 차지하고 있다. 2001년 중국이 세계무역기구인 WTO에 가입한 후 세계 각국은 중국 현지에 생산 공장을 설립하면서 중국 시장의 선점을 목표로 치열한 경쟁 국면을 형성하고 있다(최원주, 2005).

중국의 세계적 위상이 이렇게 변화되면서 다국적 기업들은 광고를 통해 경제적 침투를 꿈꾸고 있으며, 소비자 시장의 전환은 더욱 가속화 되고 있다. 그러나 해당 현지 국가의 문화를 고려하거나 활용하지 못하는 광고 전략으로 인해 자주 문화적 오해나 일탈적 커뮤니케이션을 노정하면서 실패를 겪게 되었다. 이는 해외시장을 목표로 진출 하려는 중국 기업 제품 광고에서 역시 발견되고 있으며 광고를 통한 문화간 커뮤니케이션에 실패한 결과라고 할 수 있다(장기·김수정, 2008). 이처럼 광고나 문화적 콘텐츠는 해당 국가의 문화적 이해가 수반되지 않으면 실패할 가능성이 높다.

한국방송광고공사(2006)의 연구에 따르면 중국의 광고를 3단계로 구분하고 있다. 첫 번째 단계는 1979년부터 1991년까지로 개혁개방의 심화와 중국 경제발전에 따라 중국 광고 산업이 시작되는 이른바 ‘탐색 단계’이다. 창의적인 관점이나 제작의 지식, 기술적인 부분에서는 여전히 부족함을 나타내고 있으나, 중국 광고산업의 놀라운 발전속도는 인정을 받는 시기이다. 1979년 초에 광고가 잇달아 신문, 라디오 방송, 텔레비전 방송에 등장하였으며, 외국제품인 스위스의 라도(RADO) 시계의 광고도 방영하였다.

두 번째 단계는 1992년에서 2001년까지 ‘형성 단계’를 들고 있다. 이 단계의 중국 광고는 탐색 단계의 부분에서 얻은 경험과 교훈을 바탕으로 해외의 창의적 이론과 지식을 습득하여 본격적인 광고의 모습을 갖추기 시작하였다. 초기의 광고와 뚜렷이 차이나는 부분은 화면의 아름다움이나 제품이 주요 성능 반영 뿐 아니라 기업과 브랜드의 이미지를 중요시하기 시작했다는 것이다.

마지막 단계로 2002년부터 현재까지 ‘고속성장 단계’라 이르고 있다. 2001년 중국은 WTO가입으로 광고시장 역시 확대되고 시장 경쟁도 매우 심해졌다. 이에 따라 중국의 광고시장은 기회이자 위기를 맞게 되었다. 기회는 중국의 광고시장이 세계적으로 확대되어 자원을 배치, 조정할 수 있게 되고 더 빠른 국제적 선진 경영방식을 도

입할 수 있게 되었지만, 위기는 광고시장이 아직 안정되지 않았고 완전한 모습을 갖추지 않은 상태에서 중국의 광고 기업들이 인재, 자본, 체제, 장비, 기술, 경험 등 여러 측면에서 중국기업보다 우세한 서구의 광고 기업들과 경쟁해야 하는 것을 말한다. 실제로 한국광고공사의 연구결과 중국의 광고 산업은 증가하였으나 그 수혜는 대다수 다국적 기업에게 돌아간 것으로 나타났다.

장기·김수정(2008)의 연구에서는 중국기업 제품 광고와 다국적기업 제품광고의 표현전략에서 표상된 문화가치를 분석하였다. 이에 대한 결과로는 중국기업의 경우, 중국인을 주요 모델로 사용하고 중국내의 배경을 사용함으로써 중국에서의 친근감을 공략하는 경우가 많은 것으로 드러났다. 그러나 다국적 기업의 경우 세계적인 배경과 다양한 모델들로 공략을 하고 있었으며, 색채사용의 면에서도 중국기업은 중국인들이 좋아하는 붉은색을 선호한 반면 다국적 기업은 중국의 정체성에 대한 소구는 사용하지 않고 있었다. 또한 문화가치, 사회적 규범적 측면에서도 중국광고들은 유교적 가치를 바탕으로 광고를 만들고 있는 반면에 다국적 기업은 그렇지 않은 것으로 나타났다. 이 연구의 흥미로운 점은 다국적 기업의 경우 중국내의 문화적 문제를 고려하지 않고 있다는 점이다. 이는 현지화나 절충전략 보다는 표준화 전략에 의존하고 있는 것으로 알 수 있다.

한국과 중국 텔레비전 광고에 나타난 가치관에 대하여 실용적-상징적 가치, 서양적-동양적 가치, 수평적-수직적 가치 패턴의 맥락에서 내용 분석한 김병희(2004)의 연구에서는 중국광고에는 실용적 가치가 한국광고에는 상징적 가치가 많이 나타나는 것을 볼 수 있다. 또한 중국광고에서는 한국광고보다 동양적 가치가 한국광고에서는 중국광고보다 서양적 가치가 더 많이 나타난다고 하고 있으며, 수직적 가치와 수평적 가치의 비교에서는 중국광고에서는 수직적 가치가, 한국광고에서는 수평적 가치가 더 많이 반영되고 있다고 하고 있다. 그러나 이러한 결과들은 유의하게 나타나지는 않았다. 본 연구에서 알 수 있듯이 동일한 문화권의 가치라도 보다 풍부한 내용을 제공한다는 점을 시사하며, 특정 문화권의 가치를 일괄적으로 분류하기 어렵다는 것을 알 수 있다(김병희, 2006).

2) 중국의 외래문명 수용방식

춘추시대부터 변방민족과의 문화적 격차를 유지하면서 자신이 살고 있는 곳이 ‘천하’의 중심이며 문화적으로 가장 우수하다고 중국인들은 생각하였다. 이런 문화적 우월감은 기나긴 세월 동안 중원 지역을 지배한 한족들과 변방민족과의 교류를 통해 점차 형성되었다. 중국인들은 적어도 1840년 영국의 함대와 대포에 밀려 아편전쟁에 패하면서 굴욕적으로 남경조약을 맺기 전까지 중화문명의 우월감을 유지하고 있었다. 자기 문화와 문물에 대한 자신감과 자긍심은 중국인들이 타 민족의 문화를 받아들이는 방식에 커다란 영향을 주었다. 그들은 자신보다 낮은 문명을 가지고 있는 민족이 가져온 문물이나 문화에 대해서는 호기심을 가지고 흔쾌히 수용하여 빠른 시일 내에 일상생활 속에 활용하였다. 여유와 자신감이 타문화에 대한 포용성으로 나타났던 것이다.

그러나 이런 중국인의 우월감과 자신감에 위기감을 안겨주었던 문물이 있었다. 고급 외래문명이 그것인데 중국인들에게 이전에는 경험하지 못했던 새로운 세계를 선사하였다. 그들은 자신보다 뛰어나고 강한 자 앞에서 ‘배척’이 아닌 ‘수용’을 ‘방어’가 아닌 ‘자기화’의 길을 선택하였다. 중국 역사상 고급 외래문명의 유입은 세 가지 정도로 나누어 볼 수 있는데, 첫 번째는 한나라 시기 인도로부터 전파되어 천년이 넘게 영향을 끼친 불교문명의 유입이고, 두 번째는 명나라시기에 전파된 예수교의 유입 마지막으로 중화인민공화국이 수립되는 과정에서 이데올로기로 작용한 마르크스 사상의 유입이다. 중국인들은 중화문명에서 느낄 수 없었던 고급문명을 접하면서 결코 서두르거나 흥분하지 않았으며 자신의 정체성이 흔들릴까봐 배척하지도 않았다. 오랜 시간의 숙성 기간을 거친 후 훌륭하게 자기화하였다.

이러한 외래문명 수용에 대해 이원복(2011)은 중국과 일본의 외래문명 수용의 철학을 중국의 중서체용(中體西用)과 일본의 탈이입구(脫亞入歐), 화혼양재(和魂洋才)로 구분하여 설명하고 있다. 즉, 근대시기 서양문물을 수용하는 과정에서 중국과 일본은 서로 상반된 방식을 취하게 되는데, 중국은 중국의 체제를 유지하면서 서양의 기술을 이용하는 것을 중심 사상으로 중화사상을 버리지 않고 민족적 자존심을 지켜왔다고 평하고 있다. 반면, 일본은 아시아를 버리고 유럽에 편입하는 기본적인 전제에서 출발하여 서양의 기술과 학문을 일본적 정신으로 더욱 발전시켜 추월하자는 이

념을 지양했다는 것이다. 그 결과 자신의 정체성을 지켜온 중국은 21세기 뚜렷한 문화적 정체성을 바탕으로 세계적 강국으로 부상하고 있는 반면, 일본의 경우 자신을 부정하였기 때문에 정체성의 혼란을 가져왔고, 다른 한편 서양의 것을 모방복제하는 과정에서 창의력이 부재하게 되어 21세기 국가발전의 큰 제약을 받게 되었다고 평가하고 있다.

따라서 중화민족으로서 문화적 자부심을 가지고 있는 중국인들이 말하는 ‘본토화’는 우리가 말하는 ‘토착화’를 말한다. 중국에 유입된 고급 외래 문명은 모두 예외 없이 본토화의 과정을 거쳐 중국스러운 문명이 되었다. 그 중에서 외래 문명이 본래적으로 가지고 있었던 원형을 유지하면서 중국화 된 경우도 있었고, 원형이 소실되고 중국식 외형만이 남은 경우도 더러 있었다. 이처럼 중국은 문화에 대한 수용력도 높을뿐더러 이를 차용해 자신의 것으로 만드는 능력 또한 뛰어나다(강진석, 2004).

중국은 문화대국으로의 목표를 가지고 문화에 대한 인식을 새로이 하고 있다. 이에 대한 배경을 기존의 연구에서는 두 가지로 나누어 들고 있는데, 첫째로 국가안보 요소로서 문화의 재발견이고, 두 번째로 소프트 파워로서 문화의 재인식적인 부분이다. 이는 세부적으로 살펴보면 단일한 사항에 대한 언급으로 평가할 수 있다. 우선 개혁개방 과정에서 소련처럼 민족이 해체되는 부작용을 방지해야 할 필요성을 느꼈으며, 민족 구성원들의 응집력과 사회적 단결을 도모하고 중국인들의 문화적, 도덕적 소양 고취 필요성으로 인해 문화적인 발전을 도모하고 있다(이옥현, 2009). 그러나 이러한 목표가 우리나라에는 큰 영향을 미칠 것으로 전망된다. 먼저 중국이 문화안보를 중시하는 정책을 채택하면서 한류 수출이 타격을 받을 것이다. 중국은 자국의 문화안보가 위협당하고 있다고 보고, 이러한 문화안보 위기 상황을 타개하기 위한 조치로 외국 문화의 중국내 유입을 제한하는 정책을 추진하고 있다. 이러한 문화정책 변화는 한류 수출에 치명적 악영향을 미칠 수 있고, 일부에서는 그 영향이 이미 나타나고 있다. 중국에서 한류는 2005년에 최고조에 달했지만, 그 후 정체상태에 빠지게 되었다. 중국 내 전체 수입 드라마 중 한국 드라마가 차지하는 비율은 2005년 31% 수준이었지만, 2007년에는 16%로 그 비중이 절반으로 떨어졌다. 또한 영화 등도 중국내 스크린쿼터에 의해서 타격을 받고 있다. 이렇게 중국정부가 과도하게 자국 문화산업을 보호하기 위해 한류 수입을 정책적으로 제한하고 있고, 여기에 중국 민간 부문의 한류 열기가 식으면서 중국에서 한류가 급격히 침체하고 있는 것이다.

<표 II-3> 중국 가치관의 유형과 현대적 적용

가치관 유형	주요인물 및 학파	가치기준	중국의 현대적 담론에 적용
도덕 지상주의	공자, 맹자, 송명유학	내면적 도덕의식	지식인의 도덕적 각성, 정신 가치와 물질 가치의 충돌
공리주의적 가치관	묵가	백성의 이로움	실용주의 노선, 이데올로기의 전환
상대주의적 가치관	노자, 장자	무위의 도자연	환경 친화적 정책, 다양한 문화의 사상근거
도덕 무용론	한비자, 법가	강력한 법 집행	강력한 법 집행을 통한 인권 문제 야기
절충주의적 가치관	왕충	도덕과 힘의 겸비	현실주의적 정책

출처: 강진석(2004) 재인용

전술한 바와 같이 위기의 문제에 봉착했다고 하여 기회가 없는 것은 아니다. 중국이 문화산업 발전정책을 추진하면서 중국 문화산업 시장이 빠르게 발달할 가능성이 있다고 할 때, 이를 기회로 활용한다면 한국 문화산업이 중국 문화산업 성장의 과실을 공유 할수 있을 것이다. 문화시장의 측면에서 중국은 포기할 수 없는 시장이라고 할 때, 중국의 문화안보 차원의 시장 개방 제한을 효과적으로 피하면서 중국 문화시장에 진출할 수 있다면, 한국 문화산업에는 새로운 기회가 열릴 것으로 판단된다(이옥현, 2009).

정우식(2009)의 연구에 따르면 중국문화 산업의 발전과정과 시장참여자들을 중심으로 분석한 결과, 중국 산업구조의 고도화 정도, 소비자들인 중국대중들의 소비성향, 중국 정부의 의지 등을 고려한다면 중국의 문화산업 시장 규모는 지속적으로 증대되고 중장기적으로 ‘세계의 공장’ 및 ‘세계의 시장’의 잠재력을 가지고 있다. 다만, 시장 참여자 상호간 다양하게 인과 및 연관되어 영향을 미칠 것이고, 보면 우선 중국 정부는 현재의 발전단계를 뛰어 넘는 성장 모델 구축을 위해서라도 문화산업 육성 및 발전의 주도적인 역할이 예상된다. 이에 따라 우리나라는 현재시점에서 상대적으로 강점을 보유한 대중문화, 디지털 콘텐츠 등 문화상품의 성공사례를 많이 만들고 이를 통해 저변을 보다 확대해야 하며 장기적으로 기존 한국적 문화코드로 대변되는

‘한류’의 재조명이 필요하다. 즉, 글로벌 경제의 확대와 함께 각 국가의 일정부분 문화 보호주의를 타파하는 보편적 감성이 보다 강조되고 확장된 문화산업 개념정립 및 육성추진이 필요하다. 이런 장기목표의 달성은 궁극적으로 우리의 지속가능성장모델 중 하나로 확립될 것이다.

중국은 최근 ‘문화창의’라는 단어에 열광하고 있다. 문화창의와 관련된 산업의 범위는 너무나 넓다. 사실상 창의력을 기반으로 하지 않는 산업이 거의 없기 때문이다. 하지만 중국에서 문화창의의 산업이라 하면 대략 미디어, 관광여행, 산업디자인, 엔터테인먼트, 문학, 예술, 게임, 애니메이션, 출판 등의 산업을 지칭한다. 중국은 이제 스스로 강대국이 되려면 경제력이나 군사력만으로는 부족하다는 사실을 인정하고 있다. 지금 중국은 ‘잃어버린 10년’, 문화대혁명 시기에 자국의 역사와 문화를 부정했던 아픔을 통감하고, 세계적인 문화대국으로 거듭나 중화민족의 부흥을 도모하겠다는 강인한 의지를 보이고 있다(배영준, 2010).

최근 중국 대중문화에서 과거와 전통을 강조하는 것은 중국의 과거라는 지역적 특성을 지구화하는 과정이며 동시에 다양한 전통 중 전형적이고 진정한 전통을 선별해 내는 이중적 과정으로 이해되어야 한다. 다시 말해 중국 대중문화에서 과거와 전통이 부각되는 것은 내부적으로는 약화된 사회주의적 구심력을 대신해 공동체의 상상적 동질성을 강조하려는 시도이며 외부적으로는 중국 문화산업이 지구화에 참여하는 과정에서 체득한 전략 중 하나라고 볼 수 있다. 이는 중국의 경우 중국 특수성을 강하게 드러내는 것이 역설적으로 세계 시장에서 중국의 문화 상품에 주목하게 만드는 요소가 되고 있다는 것을 보여주는 사례이다(이웅철, 2009).

현재 외국의 문명 수용에 있어서의 화두는 단연 인터넷일 것이다. 2010년 3월 23일 0시 구글이 중국에서 철수했다. 이보다 두 달여 전인 1월 12일 중국의 토종 검색포털 사이트인 ‘바이두’의 첫 화면이 해킹 당했다. 접속자를 바이두로 안내하는 미국에 위치한 도메인 네임서버(DNS)가 원인 이었다. 다음날 구글은 자사의 이메일 서비스인 G메일 계정에 대한 해킹시도가 있었다며 ‘해킹과 검열 문제가 해결되지 않으면 중국에서 철수할 수 있다’는 뜻을 밝혔다.

중국정부의 인터넷 정책을 총괄하는 국무원 신문판공실은 2010년 6월 8일 1만 3,000자 분량의 백서 ‘중국인터넷상황’을 발표했다. 중국정부는 인터넷은 국가의 중요한 기초 설비이며, 중화인민공화국 국경 내의 인터넷은 중국 주권이 관할하는 범

위이며, 중국의 인터넷 주권은 마땅히 존중과 보호를 받아야 하는 것으로 인식하고 있다고 백서에는 나와 있다. 2010년 상반기를 뜨겁게 달군 구글과 중국의 ‘전투’는 중국의 승리로 일단락되었다.

2008년 대만 대륙위원회는 중국 내에 활동 중인 사이버 경찰은 3만명, 인터넷 관리 인원은 30만명이라는 분석을 내 놓았으며, 중국공산당이 ‘빅 브라더’로 불리는 근거라고 하였다. 다른 문화적 문명이 아닌 인터넷이라는 요인에 대해서는 중국정부도 규제일변도로만 갈 수는 없을 것이다. 중국내부에서 활동하는 많은 네티즌들을 손오공이라고 하는데 이들은 자유롭게 인터넷을 이용하는 자유를 꿈꾸지만 체제까지 부정하는 것은 아니다. 더구나 외부의 적 앞에서는 과격한 사이버 민족주의로 뽐뽐 뭉친다. 이에 중국 공산당은 손오공과의 연대를 위해서라면 지금보다 많은 것을 양보할 가능성이 높다. 이런 인터넷 문화의 변화에 관심을 기울여 볼 필요성이 있을 것으로 보인다(중앙일보중국연구소, 2010).

제3장

중국방송시장과 드라마의 특성분석

제3장 중국방송시장과 드라마의 특성분석

1. 중국방송시장의 특성

앞서 분석한 중국문화의 특성을 중국 방송시장에 대한 이해를 중국 방송시장에 적용하여 분석하는 것은 상당히 어려운 일이다. 중국 방송시장은 우리와 같이 동일한 방송시장이 아니라 지역적으로 세분화 되어 있고, 거기에 한족을 포함한 56개의 민족의 정서가 중화라는 큰 틀로 합쳐져 있기 때문이다. 여기서는 중국 방송시장의 기본적인 환경과 그에 따른 드라마 소비의 차이를 분석하여, 거대 중국에서 적용가능한 문화코드를 탐색해 보고자 한다.

1) 국영방송 시스템

중국의 행정 체계는 매우 복잡하지만 크게 4개의 층위로 이루어져 있다. 즉, ① 중앙의 전국 레벨, ② 34개의 성과 자치구, 자치시, 특별행정지역, ③ 666개 시, ④ 2,142개 현으로 이루어져 있다. 자치구에는 내몽고·닝샤·신장·광시·티벳이 있으며, 성에 포함되지 않는 자치시에는 베이징·상하이·톈진·청징이 있고, 특별행정지역에는 홍콩과 마카오가 포함되어 있다. 2001년 인구 센서스에 따르면 중국 총인구는 12억 7,600만 명이며, 전체적으로 7개 지역(북부 지역, 남동 지역, 동부 지역, 중부 지역, 남부 지역, 남서 지역, 북서 지역)으로 나누어져 있다. 따라서 매스미디어의 체제도 행정 조직에 상응하는 소위 ‘4급 미디어 체제(Four-level media system, FLMS)’로 나뉘고 있다.

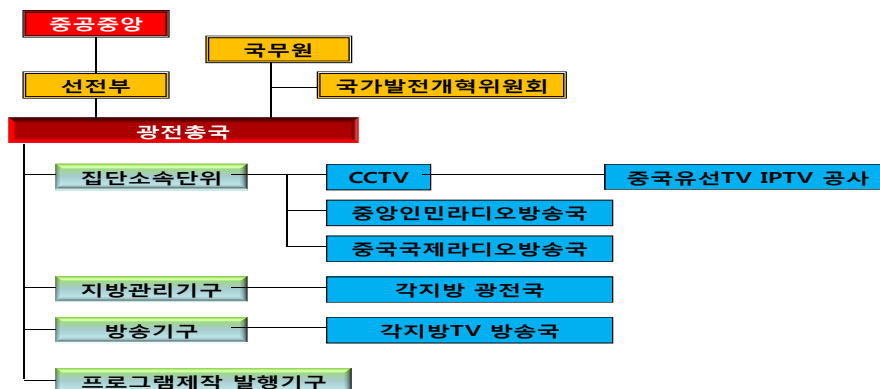
원칙적으로 중국에서 모든 미디어는 국가 소유인 국영방송체제로 이루어져 있다. 방송산업의 발전에 따라 방송이 제공하는 기능도 점차 다원화되고 있으며 이에 따라 미디어가 당의 정치선전 도구라는 인식이 점차 퇴조하고 다른 새로운 기능을 수행하기 시작했다. 오늘날까지 중국의 미디어는 여전히 국가의 이데올로기적 기구이며, 권력구조의 확장을 위해 봉사하고 정보와 선동정치를 추구하기 위한 도구로서 활용되고 있다고 볼 수 있다. 최근 철수한 인터넷 검색 업체 구글과 페이스북의 진입금지는 이러한 특성을 보여주는 구체적인 예이다.

[그림 III-1] 중국 방송 4급 미디어 체계 구분



중국 방송체계에서 가장 핵심적인 부서는 광전총국(State Administration of Radio Film and Television, SARFT)이다. 당의 사상과 국가의 이념을 선전하기 위한 수단으로 중국 내 모든 방송국을 총괄 관리하고, 케이블망을 구축하여 관련 모든 사항을 관리 운영하는 조직으로 중국 내 방송국 및 케이블망에 대한 규격과 운영방식 및 관련 예산 등 모든 주요 정책 결정을 수행하는 최고의결기관이며 동시에 집행부서이다. 특히 광전총국은 방송사 뿐 아니라 프로그램을 방송하고자 하는 모든 제작사로부터 완성된 프로그램을 심의하고 방송여부를 결정하는 중국 방송정책의 핵심적인 부서이다. 앞서 언급한 바와 같이, 방송이 국가의 이념적 선전도구로 기능해야 하기 때문에 광전총국의 심의는 가장 기본적인 과정이며, 이를 통해 드라마의 방영여부가 결정되는 구조이다.

[그림 III-2] 중국의 방송체계

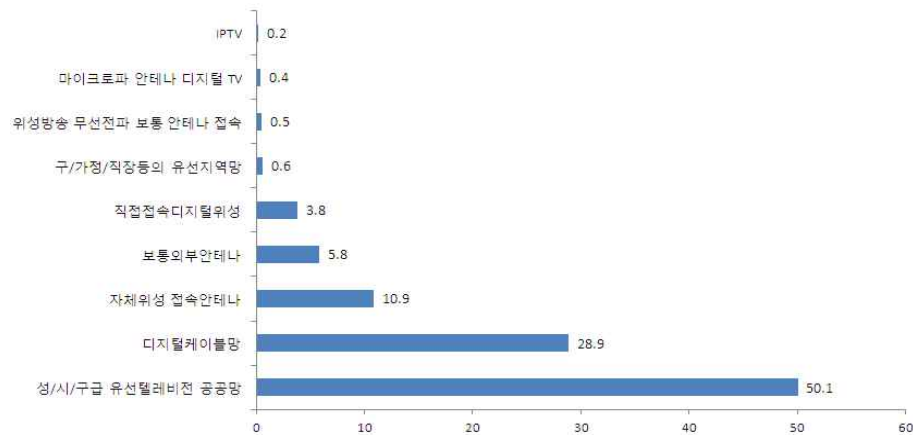


2) TV 시청환경

여기서는 2010년 북경에서 발표된 전국 TV보급과 시청조사연구 결과를 중심으로 TV시청환경을 설명하고자 한다. 이 조사는 1999년부터 12년간 북경미관득미디어기획 자문유한회사에서 기획하고 진행한 것으로 조사범위는 전국30개 성, 자치구, 직할시 이이며, 2009년의 조사를 기초로 표본을 확대 하여 수집하여 최종 512개로 확정하였으며 유효 설문지 18,493개를 수집하였고 95%의 신뢰도와 오차범위는 1%이하 이다.

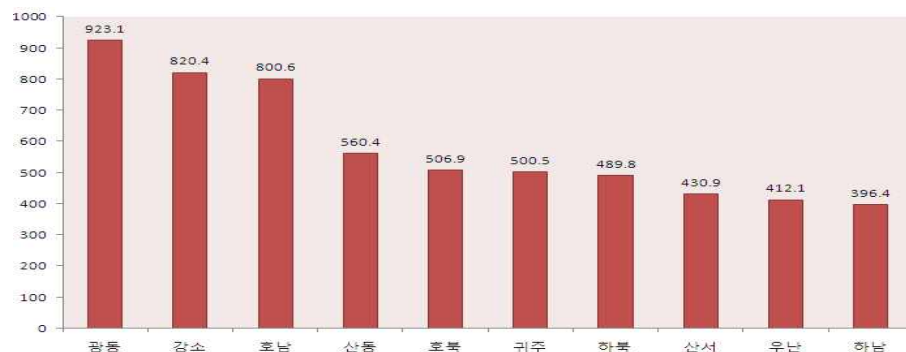
2010년 중국 TV방송전과 구조의 변화가 있었다. 위성수신이 급격히 증가하는 추세를 보이고 있으며, 유선텔레비전의 디지털 전환 추세 속에 디지털TV의 보급은 증가되고 있다. 또한 위성수신에 대한 감시를 통하여 불법 위성수신장비 사용을 억제했으며 일부 TV시청자의 시청방식을 변경하였다. 2010년 8월 전국 주민들은 주로 성, 시의 유선텔레비전공급망을 통하여 위성채널에 접속하였으며 사용규모는 1.74억 가구에 이르렀으며 보급율은 50% 이상이었다. 또한 유선디지털텔레비전 보급은 주요 분포지역인 도시지역, 현, 진을 중심으로 사용가구가 처음으로 억단위를 돌파했으며 보급률은 28.9%에 달했다. 위성의 수신이 암호화되면서 농촌지역이나 오지의 주요 지역으로 자체 위성안테나 사용이 증가추세를 보이고 있으며 위성에 대한 직접수신 비중은 3.8%로 줄었다. 특히 이번 조사결과에서 시청자들은 TV 시청방법을 다양하게 구비하길 원하는 것으로 드러났다. 특히 젊은 층의 시청자들은 한가지 접속방식에 만족하지 않고 여러 가지 방법으로 TV를 시청하기를 원하는 것으로 조사되었다.

[그림 III-3] 2010년 전국텔레비전 시청환경



중국의 주요한 방송채널인 전국 위성텔레비전채널의 누적 보급 인구는 2010년 390.7억명에 달하며 지난해 같은 시기보다 22.7억명 증가했으며 1999~2010년 12년 동안 연간 평균증가율은 11.7%에 달한다. 그 중에서 15개 CCTV채널, 2개 중국교육채널의 전국 누적 보급 인구수는 154.4억 명으로 매년 9.6%의 증가 추세를 이어왔으며 성급, 부성급, 시급 위성채널의 누적 보급 인구수는 236.2억 명으로 평균 13.3%로 증가했다. 특히 CCTV의 15개 채널가운데서 CCTV-1, CCTV-7, CCT-2 등 6개 채널은 전국 누적 인구수가 10억을 넘었다. 중국교육채널의 1채널 보급인구는 8억명이며 43개 성, 부성, 시급 위성채널 중 8개 위성채널의 전국 보급률은 8억명을 넘으며 7개 위성채널의 전국 보급률은 모두 1억명을 넘었다. 그 중에서 신강위성채널은 정책적으로 특혜를 입어 전국 보급률이 배로 늘어났다.

[그림 III-4] 2010년 전국 유선디지털방송 이용자 지역별 분포



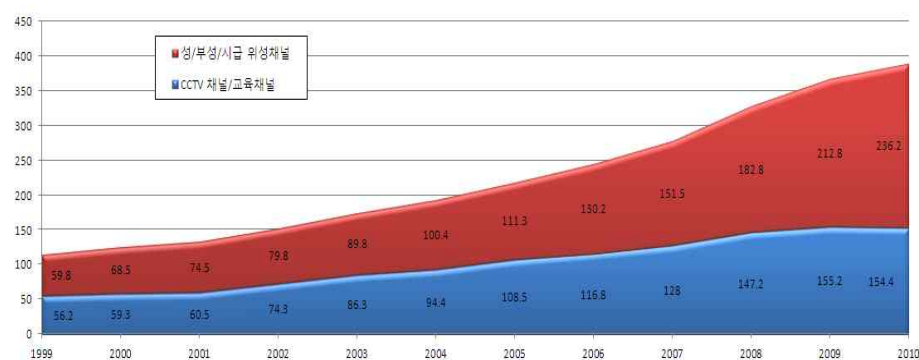
2010년 8월까지 유선디지털텔레비전사용 가정은 10,044.5만 가구로 지난해 같은 시기보다 73.6%증가했다. 그 중에서 광둥, 강소, 호남 상위 3위를 차지했으며 800만 가구로 전국 유선디지털텔레비전사용의 8% 이상을 차지했다 산둥, 호북, 귀주는 500만 가구이상으로 전국의 5%를 차지했으며 하북, 산서, 운남, 하남 등 10개 성(시, 구)에서 300만호 규모가 현저하게 증가했다.

2010년 월 평균 도달 시청자는 4.14억이며 2009년에 비해 0.1억이 증가했으며 2005~2010년까지 평균 9.9% 증가했으며 그 중에서 15개 CCTV채널은 2개 중국교육채널의 월 평균 도달 시청자는 6.05억 명으로 지난해 같은 시기보다 0.12억명 증

가했다. 6년간 년중 평균 증가율은 7.4%, 43개 성,부성,시급 위성채널에서 주당평균 접속빈도가 1.7일로 3위를 차지하였다.

2009년 같은 시기에 비해 2010년 전국 텔레비전 시청자의 텔레비전 평균 시청횟수가 처음으로 줄어 들어들었으며 라디오, 뉴스, 잡지 등 전통매체에 대한 접촉은 변하지 않은 반면, 새로운 매체에 대한 접촉이 증가했다. 그 중에서 옥외 매체에 대한 평균 접속횟수 증가가 제일 높았으며 주당 0.6일로 전통적인 매체인 뉴스, 인터넷매체, 공공버스, 지하철 등에서 TV를 시청하는 빈도 주당 0.3일 보다 높았다. 휴대폰 뉴스, DMB 등 휴대폰 매체와 엘리베이터 슈퍼마켓 등에 설치된 TV를 시청하는 빈도가 지난해 같은 시기보다 주당 0.2일 증가했다.

[그림 III-5] 1999~2010년 각 위성채널의 누적 보급인구 현황



한편, 2010년 전국 IPTV사용자는 297만명으로 IPTV사용자가 자주 사용하는 기능은 프로그램 다시보기, 선택보기와 생방송의 기능이였다. 사용 비중은 각각 84.3%, 69.5%, 57.2%에 달하며 사용자들은 선택보기, 프로그램이 많고 시청효과가 좋으며 선택할 수 있는 프로그램이 많고 다시 돌려볼 수 있는 등 기능들에 대한 만족도가 40% 이상에 달했다.

전국 텔레비전시청자들 중에서 DMB에 대해 알고 있는 비중은 60%이상이지만 실제로 사용하는 비중은 낮으며 그 중에서 9%의 사람들은 보았거나 본적이 있다고 답했다. DMB시청은 출퇴근 길이거나 학습할 때 많이 사용한다는 응답이 43.4%, 차를 타거나 차를 기다릴 때 본다는 응답이 약 14%정도로 나타났다. DMB사용자가 시청

하는 프로그램 종류는 뉴스, 시사, 영화, 예능오락, 드라마와 스포츠 등이 앞 5위를 차지했으며 시청비율은 순서대로 37.2%, 36.5%, 30.9%, 24.2%와 18.8%를 차지하여 DMB의 오락적, 정보검색 기능이 많이 사용되었다.

한편, 농촌의 가전기구의 보급률은 높은 수준에 이르렀다. 2010년 전국 농촌가정에서 소유한 가전기구중 휴대폰/전화/PDA, 컬러TV, 세탁기, 냉장고/냉동고, 자전거/전동자전거가 상위 5위를 차지했다. 100개 가정을 단위 보유대수는 각각 95.3개, 94.1대, 81.6대, 72.9대, 70.5대에 도달했으며 휴대폰/전화/PDA는 처음으로 컬러TV를 초과했다. 2010년 농촌소비 열풍은 여전히 식지 않았으며 전자레인지 등도 5년 이내 새로 마련할 가전기구의 하나로 자리 잡았으며 그 중에서 1년 안에 마련할 계획인 상품은 휴대폰, 에어컨, 컴퓨터, 전기레인지와 전자레인지 등이며 각각 3.6%, 3.0%, 2.9%, 2.6%, 2.5%를 차지했다. 미래 1~3년 내에 마련할 계획인 상품은 휴대폰, 컴퓨터, 에어컨, 온수기, 전자레인지로 각각 21.6%, 13.1%, 12.0%, 11.8%, 11.8%, 11.4%를 차지했다. 다음으로 미래 3~5년 내에 마련할 계획인 상품은 컴퓨터, 휴대폰, 에어컨, 세탁기, 온수기이며 각각 8.6%, 8.2%, 7.9%, 7.1%, 6.9%를 차지했다.

[그림 III-6] 농촌인구의 미디어 이용시간



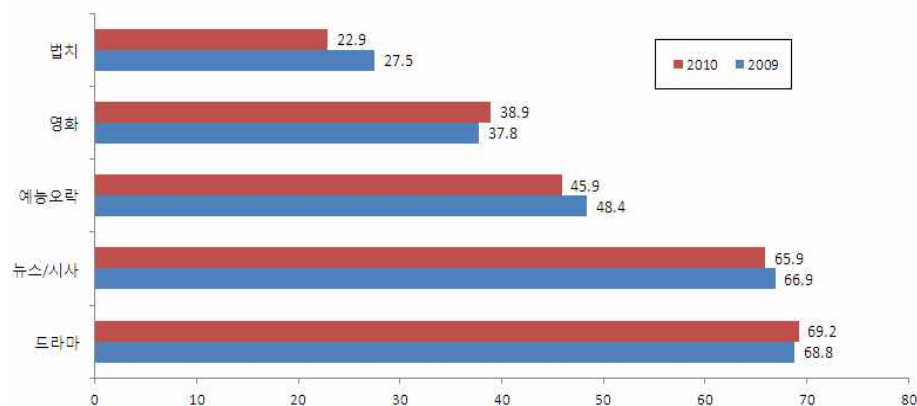
여전히 농촌 주민들은 TV가 가장 중요한 정보원으로 나타났다. 2010년 농촌주민은 주당 평균 5.2일을 TV를 시청하며, 하루평균 142.7분 동안 TV를 시청하는 것으로 조사되었다. 옥외 매체, 인터넷 미디어, 이동식 TV, 휴대폰, 옥상 TV 등 새로운 매체에

대한 농촌지역의 접촉 빈도가 높아지고 있으며 평균 접촉빈도는 지난해 같은 시기에 비해 각각 주당 0.5일, 0.2일, 0.2일, 0.2일, 0.2일씩 증가했다. 2010년 농촌 주민의 인터넷 이용시간은 주당 1.3일로 증가했으며 일 평균 124분 이용하며 텔레비전 시청 다음으로 이용시간이 많았다. 옥외 매체에 대한 접촉 빈도도 주당 1.3일로 나타났다.

2. 중국드라마 방영 특징

앞서 살펴본 2010년 시청환경조사에 따르면 중국인이 선호하는 프로그램 장르에 대한 조사결과 드라마(69.2%), 뉴스(65.9%), 예능오락(45.9%)순으로 나타났으며, 드라마의 경우 2009년에 비해 선호도가 증가한 반면, 뉴스와 예능오락 장르의 선호도는 다소 감소한 것으로 조사 되었다. 이는 도시를 중심으로 한 시청에서 점차 농촌 지역의 시청이 급격히 증가하고 있으며, 그에 따라 드라마의 방영편수가 증가한 것으로 보인다. 중국에서도 가장 인기있는 프로그램 장르는 드라마였다.

[그림 III-7] 2009-2010년 프로그램 선호 장르



1) 2009년도 중국 드라마 트렌드

2009년은 신중국 창립 60주년의 해로 중국 드라마 시장도 장엄하고 신성한 분위기가 조성되어 이를 다룬 드라마들이 대부분 차지, 드라마 제작시장에 큰 영향을 미

쳐 드라마 편성, 경쟁구조 및 시청률의 변화를 가져왔다. 하지만, 드라마는 다년간 TV시청의 주요 프로그램 중의 하나로서 그 자체의 고유한 방송과 시청형태를 보이고 있다.

(1) 2009년의 특성

2009년 중국 드라마 시장에는 여러 가지 중대한 사건이 일어났다. 이들 사건은 서로 시기를 달리하여 일어났지만 내적으로 서로 연관되어 있으며, 특히 중국 TV매체들의 경쟁환경에 변화가 일어났다. TV매체간의 경쟁은 더 치열해졌지만 드라마 방영에 있어 내부규칙을 많이 고려했으며 정부중심의 제작 및 편성에서 벗어나 자체적으로 지속적인 발전 방안을 탐색해왔다. 또한 방송편성 경쟁으로부터 제작 경쟁으로 경쟁의 중심을 옮겨 자체 브랜드 강화에 힘을 기울였다. 이러한 변화는 드라마 시장을 완전히 변화시키지는 못했지만 TV산업화의 길에서 드라마 시장은 한발 앞으로 발전하는 계기가 되었다고 평가된다. 다음은 2009년 드라마 시장에서 일어난 주요한 사건과 그 의미이다.

① 특정 드라마 편성에 대한 혼전과 방송사의 성찰

2009년 상반기 "나의 단장 나의 단"(我的团长我的团)은 드라마 시장에 큰 파장을 일으켰다. 이 드라마를 서로 앞서 방송하기 위한 경쟁이 치열해지면서 기존의 방영 질서가 뒤엎졌다. 이는 지상파 채널의 급증으로 방송시장은 겹치게 되고 양질의 자원이 부족하게 되어, 경쟁이 치열해 졌다. 하지만 각 방송사는 방송규칙을 지켜야 하며 사회에 대한 영향도 고려해야 하기 때문에 각 부문 채널은 주관부서에서 협상과 조절을 통하여 합의를 보았으며 채널은 각자의 생존을 위하여 색 다른 길을 모색하게 되었다.

② 주요 드라마에 대한 홍보강화와 시청성과

"나의 단장 나의 단"은 혼전을 일으켰지만 방송규범을 바로 잡는 동시에 마케팅 확장을 격화시켰으며 방송사는 대작 드라마를 영화의 홍보수단인 제작 발표회, 상영식 등 수단과 여러 매체와의 합작을 통하여 상업화의 범위를 넓혀 나갔다. 4월 1일 대작 드라마 "잠복" (潜伏) 이 대표적인 예이다. 8월 17일 북경 위성채널에서는 55부작 "관동을 누비다 중편"(闯关东中篇) 방송에 앞서 전날 밤 상영식을 방송하였으며

스페셜 프로그램으로 "관동을 누비다 풍운록"을 제작하여 매일 2회씩 방송하는 1회 끝에 5분씩 방송하면서 드라마에 관한 스토리를 재각인 시켜주었다. 이러한 드라마 홍보강화는 시청자의 드라마에 관한 폭 넓은 이해 요구를 만족시켜 주었으며 지속적인 시청을 이끌어 냈다.

③ 자체제작 드라마 열풍

호남(湖南)방송사, 상해동방(上海东方)방송사, 천지(天津)방송사, 절강(浙江)방송사, 안휘(安徽)방송사 등 각 방송사에서는 자체 드라마 제작을 시작했으며 절강(浙江)방송사는 "란쥔썬글로벌미디어회사" (蓝巨星国际传媒公司)를 설립, 자체제작 드라마에 대한 운영과 배우를 소유하게 되었다. 강소(江苏)방송사는 드라마 제작부서를 개설하여 전국에서 배우를 선발, 드라마 촬영을 하고 있으며 천진방송사에서는 자체제작한 "양광의 새로운 생활"이 2010년부터 방송을 시작하였다.

외주제작 드라마에 대응하여 자체제작 드라마는 저작권 소유 운영을 통하여 독창성과 창의성이라는 무기로 광고 자원을 개발하였으며 채널의 브랜드화를 강화하고 OSMU를 강화하여 다양한 수익을 얻었다. 현재 인기 예능프로그램을 소유하고 있는 채널은 프로그램 내의 인기 스타를 주연으로 한 드라마를 많이 제작, 자체 내부 자원을 살리는 동시에 외부자원을 교묘하게 이용하여 자체 브랜드 이미지를 강화하는 전략을 사용하고 있다. 자체제작 독자방송의 드라마는 채널 내 자체제작 프로그램의 확장과 차별화된 발전의 중요한 발걸음이다. 그러나 자체제작 독자방송 드라마는 위험성이 크고 엄격한 요구조건을 갖춰야 하고 채널이 상응한 경제실력을 갖춰 독자방송에 따른 거대한 자본압력을 견뎌내야 하기 때문에 대다수 채널은 외주제작 드라마 구입 방송이 더 적합하다.

④ 건국 60주년에 연관된 주제의 드라마 집중 방송

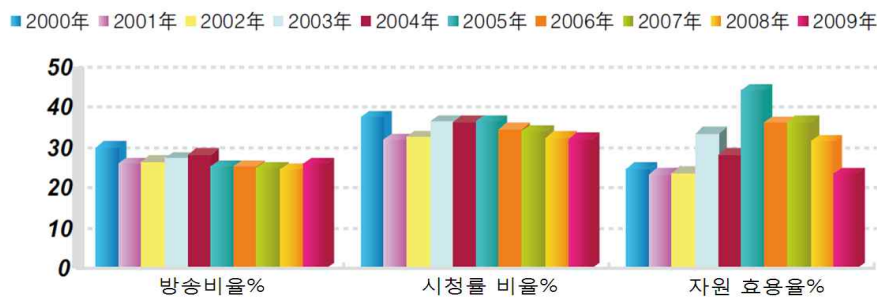
건국 60주년을 축하하는 드라마가 제작되었으며 제작수법, 스토리 전개, 극중 인물 묘사 등 여러 방면에서 새로운 발전을 가져왔으며 전체적인 드라마 질이 개선되었다. "인간의 정도는 많은 일을 겪는 것이다"(人间正道是沧桑), "잠복"(潜伏), "해방"(解放) 등 인기드라마가 방송되어 비슷한 장르의 드라마가 시장을 차지하였다. 그 장르들은 혁명, 투쟁, 전쟁, 등과 상관한 주제들이 드라마 시장의 45%를 차지하였다.

(2) 방송시청총량 분석

중국 드라마 제작은 수년간의 발전 후에 점차 발전이 더더 지는 추세를 보이고 있으며 연속 2년 동안 방송허가를 받은 드라마가 감소되고 있다. 2009년 광전총국(广电总局)이 허가한 드라마는 402개에 총 12,910편이며 2008년 보다 프로그램 수는 20% 감소되고 편수는 11% 감소되었다. 드라마의 방송분량에 따른 드라마 공급량은 상대적으로 풍족했으나 전국적인 인기를 얻은 드라마는 감소하였다. 시청률 조사기관인 CSM미디어에서 연속 3년간 80개 도시에 대한 조사를 보면 80%이상의 드라마가 10개도 안 되는 채널에서 방송되었으며 10% 정도의 드라마가 11~20개의 채널에서 방송되었고 3%의 드라마가 21~30개의 채널에서 방송되었으며 40개가 넘는 채널에서 방송되는 드라마는 아주 적었다.

드라마는 TV프로그램 시장의 중요한 자리를 차지하고 있어 방송과 시청 간에 상대적으로 안정적인 관계를 형성하고 있다. 그러나 드라마 시장은 이미 포화상태에 이르러 더 이상 TV시장에서 수익성이 높은 프로그램으로 보기 힘들다. 2000년부터 10년 동안 드라마 방송분량은 전체 방송시간의 24%~30%를 차지했고 시청률은 32%~38%를 차지했다. 그러나 몇 년동안 시청률은 차츰 연속적인 하락추세를 보이고 있으며 2009년에는 방송량은 1.4%증가했지만 2001년 이래 최저 시청률을 기록했다. 자원 이용률은 2년간 연속적으로 감소되는 추세를 보이고 있다.

[그림 III-8] 2000-2009년 드라마 방송과 시청률 및 자원 효율율



출처: Rating china(2010.02), CSM Media Research

위 그림에서 드라마 시장 내부를 보면 2006년부터 CCTV와 성(省)급 방송사의 드

라마 자원 효율률은 지속적인 감소추세를 보이고 있다. 2009년부터 CCTV와 성급 방송사의 드라마 방송량은 몇 년이래 최고치를 기록하고 있지만 자원 효율율은 최저치를 기록하고 있다. 여기서 볼 수 있듯이 드라마의 편성량을 늘리는 것이 시청률을 높이지 못한다는 것을 알 수 있다. 즉 잘 만들어진 드라마를 편성하는 것이 시청률 및 효율성 면에서 중요하며, 단순히 드라마의 편성량을 늘리는 것이 성과에 큰 도움을 주지 못한다는 점이다.

<표 III-1> 2006-2009년 드라마 방송과 시청률 및 자원 효율율

	CCTV			성급방송사		
	방송비율	시청률	자원효율율	방송비율	시청률	자원효율율
2006년	12.9	22.1	71.8	34.3	49.2	43.3
2007년	12.8	21.2	65.8	36.3	48.9	34.8
2008년	13.3	19.1	44.1	37.8	48.8	29.2
2009년	14.1	19.3	36.9	38.3	44.2	15.5

출처: Rating china(2010.02), CSM Media Research

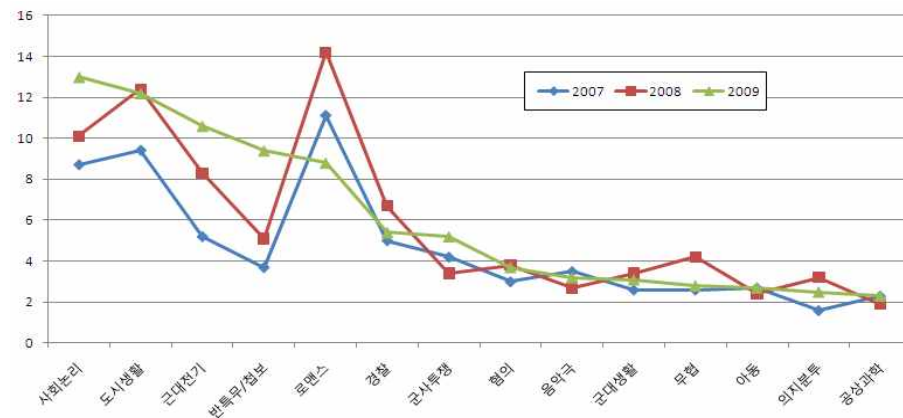
(3) 드라마 장르 분석

사회논리, 도시생활, 근대전기와 로맨스 드라마는 최근 중국 드라마의 주요 장르이다. 2009년에는 반특무/첩보 등을 다룬 주제의 드라마가 로맨스를 대체하여 4대 장르를 이루었다. 18:00~24:00 시까지 방송되는 드라마의 장르는 매년 거의 동일하다.

2007년 로맨스극이 11%를 차지했으며 2008년에는 14.2%로 증가했으며 방송1위를 차지했으나 2009년에는 8.8%로 감소했으며 반면 사회논리를 다룬 드라마가 점차 증가하고 있으며 2007년의 8.7%에서 2008년 10.1%로 급증했으며 2009년에는 13%로 증가하였다. 동시에 증가추세를 나타낸 것은 2009년에는 10% 비중을 차지한 근대전기 주제의 드라마이다. 반특무/첩보전 드라마는 국가적인 분위기에 맞는 내용이기도 하지만 혐의, 지적인 겨룸, 음모, 애증 등 각 요인들이 어우러져 내용과 형식상에서 새로운 발전을 가져와 각 제작사와 방송사의 환영을 받았다. 방송비율 또한 매년 증가추세를 보이고 있는데 2007년 3.7%에서 2009년 9.4%로 증가했다. 2009년 방송비율이 선명하게 증가한 장르는 군사투쟁(5.2%), 청춘주제, 중대혁명주제 등 이 있다. 시청효과를 보면 방송양이 많은 장르에서 인기 드라마가 나올 확률이 높다.

2009년 18:00~24:00시간대에 80개 지역에서 시청률이 10위권에 드는 드라마는 400여부이며 사회논리가 제일 인기를 끌었고 14.3%를 차지하고 다음으로 근대전기가 13%, 도시생활을 다룬 드라마가 11.8%, 반특무/첩보전을 다룬 드라마가 9.1%, 로맨스는 7.9%를 차지했다.

[그림 III-9] 007년-2009년 전국 80개 도시 드라마 주요 장르 방송 비중 대비(18:00-24:00)



<표 III-2> 2009년 80개 도시 시청률 20위권 드라마 총 방송횟수(18:00-24:00)

장르	총방영 횟수	시청률
사회논리	58	14.3%
근대전기	53	13.0%
도시생활	48	11.8%
반특무/첩보	37	9.1%
로맨스	32	7.9%
군사투쟁	25	6.1%
경찰	18	4.4%
공상과학	15	3.7%
의지분투	12	2.9%
농촌	11	2.7%
군대생활	10	2.5%
당대전기	9	2.2%
협의	9	2.2%
공안	8	2.0%
민간전기	8	2.0%
음악극	8	2.0%

한편, 중국의 드라마 시장은 두 종류가 있다. 우선 방송사로 구성된 1급 방송시장이다. 방송사의 인정을 받아야 드라마는 상업화 가치를 실현할 수 있다. 드라마는 시장의 테스트를 거쳐야만 유행될 수 있고 좋은 평가를 받을 수 있으며 1급방송사와 다음 작품을 방영할 수 있는 자격을 얻게 된다. 따라서 드라마의 재미는 중요한 역할을 한다. 방송자격을 얻었을 경우 드라마 각본과 제작 인원들이 바로 드라마 질을 높일 수 있는 중요한 요소이다. 왜냐하면, 방송사는 안정된 시청률을 유지하기 위해서는 방송사들은 명감독이나 유명 편집자들의 작품을 선택하며 좋은 작품은 재방송율이 높고 그렇지 못한 작품은 한번 방송으로 끝난다. .

2009년 18:00~24:00시간대에 80개 도시에서는 각 도시의 상위 20까지 방송된 총 1,600부 400여개의 드라마를 방송되었지만 상대적으로 일부 드라마가 많은 도시에서 방송되며 순위권의 앞자리를 차지했다. 중국의 대부분의 드라마 제작사는 아직 발전단계에 있으며 전체적으로 규모가 작고, 기업체는 많으며 실력이 부족하며, 작은 작업실 정도에 그치지 않기 때문에 1년 동안 몇 개의 작품밖에 제작하지 못하며 좋은 작품을 기대하기는 어렵다. 2009년 동안 460여명의 편집자와 330여명의 감독 및 400여개 제작사에서 400여편의 드라마를 제작했다. 70%의 제작인원(기구)이 참여하여 만든 작품 중 1-2편만이 인기를 끌었으며, 3편이상이 상위 20위권에 들 수 있는 편집자는 21%를, 감독은 27%, 제작사는 26%를 차지하고 있다.

<표 III-3> 2009년 제작된 드라마중 80개 도시의 앞20위에 든 드라마가 많은 주요 제작자

작가	감독	제작사
이름 대표작	이름 대표작	제작사명 대표작
김초균 포청천 계열	유리리 포청천 계열	TVB 땡기 영웅
채정정 공심기	이보능 포청천 계열	CCTV문예중심영상부 서구로 걷다
동함 미누라의 눈물	래수청 심채	8.1영화제작사 이번 생에 그대에 빛진 포옹
왕정루 중국가정	왕소강 무엇으로 너와 나의 어머니를 만족시킬가	료녕방송국 무엇으로 너와 나의어머니를 만족시킬가
고만탕 북풍이 불어온다	등봉 나는 한포기 작은 풀이다	대련방송국 관동을 누비다 중편

작가	감독	제작사
이소 장미 50송이	유이위 한방울 한방울의 눈물은 모두 내 사랑	산동영화제작중심 친몽
임화평 사람은 한 얼굴로 산다	왕준 최후의 99일	중국드라마제작중심 북평전쟁과 평화
마광원 자식 쟁탈전	장위건 전우직녀	중국국제TV총회사 아랑을 또 보다
심결 목숨건 첩자의 사랑	안건 이모는 학이 많다	북경TV아트중심 아버지 어머니는 오래된 당원이다
위정 소청추	도소 소림사전기 제2부	해운영상제작유한회사 꼭 행복해야돼
장로 비취봉황	투기 큰 마당의 여인	강소TV방송총국 다이아몬드 왕로오의 힘든 사랑

(4) 인기 드라마 분석

2009년 저녁시간대에 950여편의 드라마가 방송되었다. 그중 “따뜻한 봄”(暖春), “미운 나의 엄마”(我的丑娘), “잠복”(潜伏), “야간 도주”(夜奔) 등이 10개 이상의 채널에서 방송되었다. 시청률은 CCTV1과 CCTV8채널의 시청률이 높았다. 각 지역의 상위 10위에 든 드라마는 “서구를 걷다”(走西口)가 제일 높고 62개 도시에서 순위권을 차지했다. 다음으로 “비밀전”(密战), “나의 형제는 순류라 한다”(我的兄弟叫顺溜), “저 먼곳에서”(在那遥远的地方) 등이 차지했다. 호남지상파에서 독자적으로 방송한 “다 같이 유성비를 보자”(一起看流星雨)는 21개 도시에서 10위권에 들었다. 80개 도시의 지상파채널은 2009년 저녁시간대에 반복되지 않는 2,800여편의 드라마를 방송했다.

“친어머니”(奶娘), “북방에는 아름다운 여인이 있다”(北方有佳人), “오로지 여인을 위해서”(宁为女人), “흑장미”(黑玫瑰), “어머니가 나를 위해 시집가다”(妈妈为我嫁) “나의 미운 엄마”(我的丑娘), “모의 천하”(母仪天下), “작은 이모는 학이 많다”(小姨多鹤) 등 여성 혹은 감정과 연관된 드라마를 많이 방송했으며 “잠복”, “용감한 자는 적이 없다” 등과 사회논리극 “잘못된 사랑”, “천륜계”(田伦劫)와 “정으로 빚지다”(情之债) 등이 인기를 얻었다.

방송된 채널수에 따라 2009년 저녁시간대에 방송된 드라마의 주제는 상대적으로 집중된 현상이 나타났으며 특히 반특무/첩보전, 군사주제와 사회논리의 드라마가 집

중 방송되었다. 반특무/ 첩보전인 “잠복”, “목숨건 첩자의 사랑”, “용감한 자는 적이 없다”, “비밀열차”는 각각 135개, 78개, 73개, 66개 채널에서 방송되었고 군사투쟁극 “13개성”(十三省)과 “저격수”; 군생활극 “고지”는 각각 88개, 72개, 74개, 채널에서 방송되었고 사회논리극 “나의 미운 엄마”, “나는 한포기 작은 풀”, “잘못된 사랑 제2부”, “유엽도”(柳叶刀)은 각각 72개, 68개, 65개, 64개 채널에서 방송되었다. 로맨스극은 “지취금미”와 혐의극 “혈색안개”(血色迷雾)는 60여개 이상의 채널에서 방송되었다.

<표 III-4> 2009년 80개 도시에서 많은 채널에서 방송된 드라마

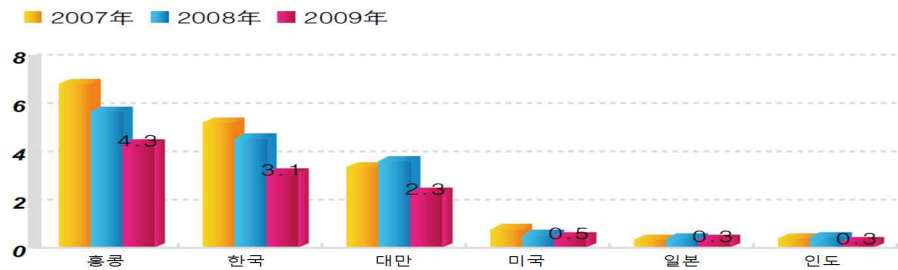
드라마 제목	방송된 채널수	주제
잠복	135	반특무/첩보전
13개성	88	군사투쟁
지취금미	83	로맨스
목숨건 첩자의 사랑	78	반특무/첩보전
고지	74	군생활
용감한 자는 적이 없다	73	반특무/첩보전
나의 미운 엄마	72	사회논리
저격수	72	군사투쟁
나는 한포기 작은 풀	68	사회논리
혈색안개	67	혐의
비밀열차	66	반특무/첩보전
잘못된 사랑 제2부	65	사회논리
유엽도	64	사회논리
비취봉황	62	근대전기

(5) 수입 드라마 분석

국가정책으로 중국내 드라마는 주로 저녁 황금시간대에 방송되며 드라마 질이 향상됨에 따라 시장의 인정을 받고 방송 비중이 높아졌다. 중국 국산 드라마는 저녁 18:00~24:00에 80개 도시에서 2007년에는 82.9%를 차지했고 2008년에는 84.6%, 2009년에는 88.9/5를 차지하여 수입 드라마의 입지는 점점 좁아졌다. 2009년의 경우 16개 나라에서 생산한 드라마를 수입했으며 2008년보다 2개 국가가 줄었다. 홍콩, 한국, 대만 드라마가 수입 드라마의 88%를 차지했지만 2008년보다 비율은 줄어

들었다. 미국, 인도, 일본 등 나라에서 수입되는 드라마도 감소하였다.

[그림 III-10] 2007년~2009년 80개 도시에서 수입 드라마가 전체 드라마에서 차지하는 비중



저녁시간대에 방송되는 수입 드라마 중에서 2008년에는 로맨스극이 주로 방송되었고 2009년에는 도시생활극이 인기를 끌었다. 구체적인 수입 드라마 방송채널은 CCTV8채널의 해외극장프로그램과 호남위성채널의 금영독자 방송극장 프로그램에서 주로 방송되었다. CCTV8채널에서 방송된 “사랑스런 그대”는 매년 인기를 얻고 있으며 호남위성채널의 한국 드라마 “소문난 칠공주”는 전체 수입드라마에서 시청률 2위를 기록하였다. 기타 지역의 드라마 중에서 호남위성채널에서 방송하는 대만 드라마도 인기를 얻고 있다.

<표 III-5> 2009년 시청률이 높은 해외 드라마 (공중파, 22:00-24:00, 80개 도시)

드라마 제목	생산지역	방송채널명
사랑스런 그대 제4부	한국	CCTV8
소문난 칠공주	한국	호남방송국위성채널
장난극2 달콤한 사랑을 키스하다	대만	호남방송국위성채널
웃음꽃	대만	호남방송국위성채널
사랑스런 그대 제3부	한국	CCTV8
소문난 칠공주	한국	CCTV8
장난극2 달콤한 사랑을 키스하다	대만	호남방송국위성채널
웃음꽃	대만	CCTV8
사랑스런 그대 제3부	한국	호남방송국위성채널
다이아몬드 인연	싱가폴	호남방송국위성채널

(6) 드라마 방송편성과 경쟁 특징 분석

성급 위성채널은 드라마에 대한 운영 능력이 제일 크며 독자방송, 연합방송, 윤번으로 방송하는 등 여러가지 방송편성으로 치열한 경쟁을 한다. 2009년 성급 위성채널의 두가지 드라마 수급 방식을 주목할 만 한다.

첫째는 4개의 방송사에서 연합 방송하는 것이다. 이것은 드라마 구입자금을 줄이는 한편, 인기 드라마를 놓치지 않는 방법 중 하나이다. 2009년 저녁 19:30~24:00 시간대에 4개 방송국에서 동시에 방송된 드라마는 50편으로, 25개 성급 위성채널에서 방송에 참여했다. 그중 중경위성채널에서 16부, 안휘, 료닝, 운남, 중경위성채널에서 평균 15부를 방송했다. 산둥, 하북, 흑룡강, 강서와 사천위성채널에서 10부 이상을 방송했다. 저녁시간대는 다수의 중요한 프로그램들이 방송되기 때문에 일부 드라마는 낮시간에 방송되기도 하였다. 사천, 산둥, 중경과 심천에서 동시에 방송된 “친애하는 그대 울지마라”(亲爱的别哭)가 그 예이며 강소, 안휘, 복건 등 부분적 위성채널에서는 낮시간에만 드라마를 방송하며 중경위성채널은 24시간 동안 방송한다.

둘째는 갈수록 영향력이 많은 채널들은 독자방송을 통하여 양질의 자원을 독점하고 브랜드 이미지를 높여 시청층을 유지하였다. 2009년 저녁시간대에 호남, 강소, 북경, 천진, 안휘, 상해동방 등 위성채널에서는 모두 주요 드라마에 대해 독자방송을 실시했다.

드라마 편성에서 있어서 2009년 성급 위성채널에서는 드라마 편성을 통하여 최대 시청가치를 획득하기 위하여 몇가지 방법이 유행하였다.

① 빠른 편성 : 채널에서 인기 있는 드라마에 대한 방송권을 얻었을 경우 밤낮을 가리지 않고 제일 빠른 시간 내에 신속하게 방송한다. 예를 들면 강서위성채널의 “내 형제는 순류라 부른다”(我的兄弟叫顺溜), “관동을 누비다 중편”(闯关东中篇), “나는 사장이다”(我是老板) 등 드라마는 매일 6~7회씩 방송한다.

② Day 편성 및 순환편성 : 여러 차례 전편의 드라마를 반복하여 방송한다. 처음으로는 드라마 방송첫날 24시간 전편의 드라마를 마지막 회까지 방송하며 당일 혹은 다음날 또 다시 순환적으로 재방송을 함으로써 자원을 최대한 이용한다. 예를 들면 강서위성채널의 “북평전”, “동방홍1949”(东方红1949), 산둥위성채널의 “천자1호”(天

字一号), 사천채널의 “중국형제련”(中国兄弟连), 흑룡강위성채널의 “홍일”(红日), 료녕위성채널의 “향촌명류”(乡村名流), “잘못된 사랑 제2부”(错爱第二部), 하남위성채널의 “한방울 한방울 눈물은 모두 사랑이다”(一颗颗眼泪都是爱), “나의 미운 엄마”(我的丑娘) 등이다.

③ 재방 연계 편성: 여러 차례 재방송을 하는 것으로 저녁시간에 연속 몇 회를 방송하고 다음 날 황금시간대에 전날 방송분을 부분적으로 방송한 다음 새 회를 방송한다.

④ 시간대 변경 편성: 드라마의 시청률이 낮을 경우 황금시간대에서 다른 시간대로 옮겨 방송하며 프로그램사이에 끼워 방송하기도 한다.

⑤ 빠른 전개를 위한 내용 편집: 드라마 전개를 빨리하기 위해 드라마를 몇회씩 편집 생략하여 방송하여 다음 회를 방송한다.

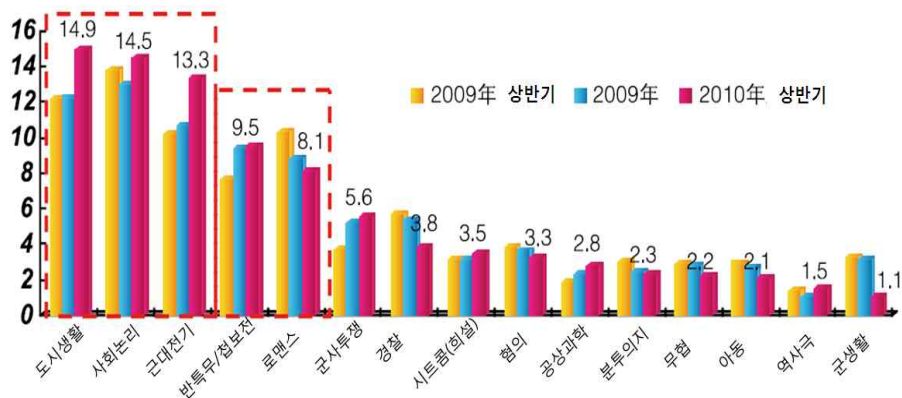
⑥ 시리즈의 연개편성: 시리즈로 나오는 드라마는 앞뒤를 서로 이어주는 형식을 사용하여 안정된 시청자들을 유지한다.

⑦ 때우기 편성: 4개의 방송사에서 합작하여 방송할 경우 그 중 2개 혹은 3개의 방송사에서 방송하는 분량에 맞춰 전체 드라마중의 일부를 방송하며 새로운 드라마를 방송하게 될 경우 즉시 방송을 멈춘다. 예를 들면 흑룡강위성채널의 “비밀전”(密战)이 방송되기전에 “향촌명류”(乡村名流) 8회를 중복 방송하였다.

2) 2010년 상반기 중국 드라마 트렌드

지난 몇 년간의 데이터를 분석한 결과 드라마는 3가지 장르에 집중되었다. 즉 도시생활, 사회논리와 근대전기이다. 2010년 상반기 이 세 가지 유형의 드라마의 방송 비중은 43%를 차지했고 매 장르의 비중은 대폭 증가하였으며 도시생활을 주제로 한 드라마는 시청자들의 호평을 얻어 14.9%의 비중을 차지하여 1위를 차지했고 사회논리는 14.5%로 2위, 다음으로는 근대전기는 2009년 10.2%에서 2010년 13.3%로 증가하여 2009년의 로맨스 드라마를 제치고 3위를 차지했다. 한편, 반특무/첩보전과 로맨스를 다룬 드라마는 각각 9.5%와 8.1%를 차지하였다. 반특무/첩보전을 다룬 드라마는 건국60주년을 맞아 새로운 장르로서 호평을 받았지만 상승세가 차츰 둔화되었으며 로맨스 드라마 방송은 2010년에는 2009년보다 2% 감소하였다.

[그림 Ⅲ-11] 2009년-2010년 상반기 주요 장르 방송 비중 비교(18:00-24:00, 80개 도시)

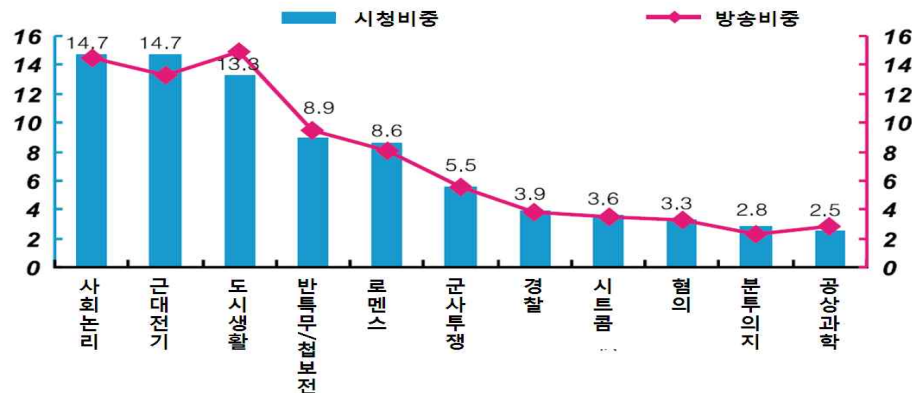


(1) 유형별 드라마 시청률

2010년 군사 드라마 비중은 감소하였다 다시 증가하는 추세를 보였으며 현대군인의 생활을 다룬 군생활 드라마는 3%에서 1%로 감소하였다. 그러나 더욱 격렬한 군사투쟁 드라마는 증가추세를 보였다. 가볍고 명랑한 오락적인 내용의 드라마 들이 증가추세를 보이고 있으며 재미위주의 드라마가 3.5%, SF드라마가 2.8%를 차지했다.

2010년 드라마 시청시장은 2009년과 다른 변화가 이루어졌으며 두 가지의 발전이 이루어졌다. 첫째는 시청자들의 생활에 근접하여 현대적인 느낌이 충만하였고 사람과 사람 간의 논리정감과 도덕반성의 연장선상으로 발전했으며 도시생활극과 사회논리극은 수용자들에게 낯설고 새롭고 신기하지만 친근한 소재를 주로 다루었으며, 근대 인물들의 비밀스러운 운명을 재조명하였다. 둘째 방송과 시청의 관심을 버리고 제작에서 방송까지 1년반의 긴 제작기간을 가졌으며 군생활, 반특무/첩보전 등 주제는 차츰 줄어들었지만 비율을 유지하였다. 시청률이 좋은 주제는 특히 집중되는 특징을 보였고 80개 도시에서 30여개 유형의 드라마가 방송되었다.

[그림 III-12] 2010년 상반기 주요 드라마 주제의 방송시청 비중 (18:00-24:00, 80개 도시)



(2) 지역방송사의 드라마 방영 특성

2009년에 유행했던 4개 방송사의 공동구매 형식은 드라마의 질적 양적 발전 가져왔고 성급 위성채널의 운영 이념의 변화를 가져왔다. N개의 방송사의 연합방송은 성급 위성채널들에서 자주 볼 수 있는 구매방식이다. 그 중 4개 방송사에서 공동구매하여 첫 방송을 하는 경우가 유행이었다. 2010년에는 이러한 현상이 점차 줄어 주요 채널들은 이러한 방식에서 탈피하여 독자적인 편성을 하고 있다. 그러나 일부 채널들은 공동구매에 적극적으로 참여하고 있으며 이에 주력하고 있다. 2010년 상반기 저녁 황금시간대에 20편 정도의 드라마가 4개 위성채널의 공동구매로 첫 방송을 하는 형식을 취했다. 주요 성급 위성채널 중에서 호남위성채널은 공동구매 형식에서 완전히 벗어났으며, 경쟁력이 부족한 성급 위성채널에서는 서로 협동하여 공동구매 형식을 구성하였다(3강+1약, 2강+2약, 1강+3약).

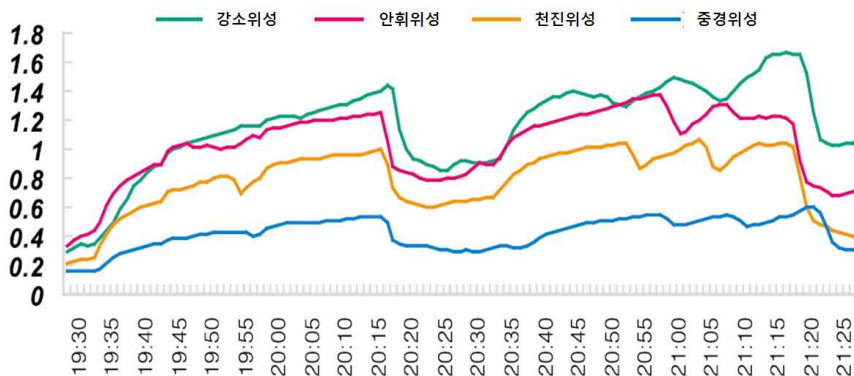
<표 III-6> 2010년 상반기 4개의 방송사에서 드라마를 공동구매하여 방송한 채널과 드라마

드라마제목	첫방송	방송에 참여한 성급 위성채널			
강한 기소란	2009-12-28	절강	북경	상해동방	하북
생사의 선에서 (生死线)	2010-01-01	운남	귀주	길림	중경
대경문(大境門)	2010-01-01	료녕	산둥	광서	산서

드라마제목	첫방송	방송에 참여한 성급 위성채널			
부친의 전쟁	2010-01-08	운남	사천	강소	상해동방
남하 (南下)	2010-01-29	흑룡강	산둥	사천	길림
서유기	2010-02-14	안휘	산둥	절강	보건동남
며느리가 주인되다	2010-02-22	료녕	강서	흑룡강	길림
비취봉황	2010-03-22	중경	운남	사천	하남
전쟁속 청춘	2010-04-02	운남	광둥	섬서	하북
전후 전쟁	2010-04-02	강서	중경	하남	천진
안개가 자욱하다	2010-04-15	귀주	강서	중경	하북
독수리 1949	2010-04-22	운남	사천	강서	천진
지하 동굴 영웅	2010-04-23	절강	료녕	중경	산둥
삼국	2010-05-02	강소	안휘	천진	중경
전사	2010-05-04	사천	하남	귀주	강서
보모 어머니	2010-05-05	운남	료녕	산둥	섬서
현치량모	2010-05-13	강서	산둥	하남	하북
우씨 집안의 전쟁	2010-05-19	흑룡강	사천	운남	길림
명사수	2010-06-29	절강	중경	하북	길림

광전총국은 《광전총국의 종합위성채널의 드라마에 대한 방송편성을 관리에 대한 통지》에서 2010년 5월 1일부터 “동일한 드라마에서 매일 방송회수는 6회를 넘지 못하며 19:00~24:00시간대에 3회 이상 방송하여서는 안된다”고 규정했다. 61호령에서는 성급위성채널의 방송편성을 규범화 하며 일체화 할 것을 요구하였다. 이러한 조치에 따라 2010년 18:00~24:00대에 드라마를 방송하는 71개 성급위성채널에서 상위 10위권에 드는 채널들은 매일 저녁 2회씩 방송하였으며 기타 위성채널은 3회 이상을 방송하지 않게 되었다.

[그림 III-13] “삼국”을 첫방송한 4개 위성채널의 시청률



2009년 저녁 황금시간대에 각종 프로그램들로 시청자의 눈길을 끌던 편성방식은 차츰 줄어들면서 새로운 문제를 가져왔다. 비슷한 편성방식은 성급위성채널의 평소 시청자들에 대한 브랜드 호소력이 시험대에 놓이게 되었으며 편성기법은 더 세밀해질 수 밖에 없게 되었다.

<표 III-7> 2010년 상반기 주요 성급 위성채널에서 방송된 독자방송 드라마 부분적 시청률 (19:30-24:00, 71개 도시)

드라마 제목	채널명	방송일	시청률	시장점유율
보리지를 사랑한 여자	호남위성채널	2010-1-16~2010-2-5	1.56	7.80
신검기협전 제3부	강소위성채널	2010-2-14~2010-3-3	1.29	3.17
농구불	호남위성채널	2010-2-5~2010-2-19	1.24	5.72
양귀비 밀사	호남위성채널	2010-4-27~2010-5-23	1.10	5.55
다이아몬드 호문	강소위성채널	2010-4-11~2010-5-1	1.07	2.63
소청추	안휘위성채널	2009-12-24~2010-1-9	0.93	2.24
신분의 증명	강소위성채널	2010-1-1~2010-1-15	0.92	2.21
모씨 장원	북경위성채널	2010-1-18~2010-2-3	0.91	2.14
패방아래 여인	안휘위성채널	2010-1-9~2010-1-26	0.91	2.10
잘못 자리 잡은 인생	호남위성채널	2010-4-9~2010-5-1	0.90	5.16
몽래채 전기	강소위성채널	2010-6-19~2010-7-6	0.90	2.33

(3) 드라마 방영의 특징

중국 드라마 생산량과 방송량은 세계에서 제일 많으며 거대한 방송량이 각 지역에 배분되기에 경쟁이 치열해질 수 밖에 없다. 성시의 도시나 직할시 혹은 지역에서 드라마 시청경쟁의 집중도는 매우 높다. CSM미디어의 통계에 따르면 각 지역의 상위 20위 드라마는 2~4개의 채널에서 방송된 것이다. 2개 이상의 채널에서 방영된 드라마 중 상위 20권에 든 지역드라마는 80개 지역에서 26%를 차지하며 3개 채널에서 방송된 드라마가 가장 많아 35%, 4개 채널에서 방송한 드라마는 24%를 차지했으며 5개 채널에서 방송한 드라마는 13%, 6개 채널은 5%를 차지하였다. 방송된 채널의 수가 많은 드라마가 전국 시청률 상위 20위내에 절반 이상을 차지하였다. 드라마 제작사는 자체 드라마가 2~4개 채널에서 방송되어야만 시청률 성과를 거둘수 있으며,

지속적인 발전 전략을 세울 수 있다. 드라마 방송사는 적절한 채널에서 인기 드라마를 방송하여 시청자의 반응과 경제이익을 얻을 수 있다. 때문에 드라마 시장에는 영향력이 큰 채널과 인기 드라마가 결합되는 추세를 보이고 있다.

2010년 상반기의 중국 드라마 시장은 주제의 한계를 넘어서 대중적인 주제를 위주로 한 좋은 드라마가 만들어 졌고 일부 특정 시청자를 대상으로 한 주제의 드라마 또한 인기를 얻었다. 그러나 좋은 작품은 여전히 적었으며, 방송사는 스타급 출연진의 드라마 편성비중이 과대해졌다.

<표 III-8> 2010년 상반기 주제별 상위3위 드라마 (18:00-24:00, 80개 도시, 모든 채널)

주제	드라마	주제중 비중	주제	드라마	주제중 비중
도시생활	며느리의 좋은 시대	6.6	공상과학	서유기	14.5
	외지에서 온 며느리와 토박이 남편	4.9		신검기협전 제3부	12.8
	보모와 경비	3.7		신화	11.5
사회논리	처자	4.9	군사투쟁	예리한 칼	9.5
	작은 이모는 학이 많다	3.9		부친의 전쟁	7.2
	천륜계	3.7		역사의 흐름	6.8
근대전기	북방에는 아름다운 사람이 있다	4.7	경찰	중안6조 제3부	8.6
	몽래채 전기	4.2		화용도 제2부	7.4
	다이아몬드 호문	3.8		철골방심	4.3
반특무/첩보전	독수리1949	7.3	시트콤 (희설)	강한 기소란 제4부	14.0
	전후 전쟁	6.1		포삼고 외전	11.2
	보이지 않는 장군	5.0		만권루	6.7

71개 도시의 시청효과를 보면 CCTV1의 드라마 시청은 양극화를 나타냈다. 시청률이 제일 높은 것은 “농촌 사랑이야기”이며 평균 시청률이 6.45%에 달하며 다음으로는 “말형의 행복”이 6.12%를 차지했다. 이 두 드라마가 시청률을 독차지했기 때문에 다른 드라마 시청률은 낮은 편이다. 3위는 “장소오의 봄”은 시청률이 2.92%를 차지했다. CCTV8 상위3위는 “예리한 검”, “진서1944”와 “다 큰 여자가 시집간다”이며 앞의 두 드라마의 시청률은 2%를 넘었지만 마지막 순위인 “황연패”(黄炎培)는 0.45% 밖에 차지하지 못했다. 각 성급 위성채널에서는 CCTV의 방송 여부에 따라

드라마를 방송하였으며 자체 방송사의 해당지역의 시청자의 구미에 맞게 드라마를 도입, 시청률을 중요한 구입지표로 삼았다.

3) 지역별 드라마 소비 특성

중국에서 드라마는 이미 방송 시장에 가장 유력한 프로그램 중 하나로 자리 잡았다. 그러나 중국 국토의 면적, 텔레비전 시청 환경, 지역 문화와 시청선호의 차이를 고려하면 같은 드라마가 각지에서 서로 다른 시청 행태를 보이는 경우가 많다. 이를 확인하기 위해 2010년 1월부터 4월10일까지 전국 80개 도시의 밤 18:00~24:00 시간대 시청률 50위 이내에 포함된 4,000편 드라마의 주제를 분석한 보고서의 내용을 정리하였다.

(1) 드라마 주제와 시청 차이

CSM미디어의 2010년 1월부터 4월 10일까지의 조사 데이터를 보면 시청률은 드라마의 주제에 따라 그다지 차이가 나지 않았다. 80개 도시에서는 주제별로 34가지 유형의 드라마가 방송되었지만 그 중에 6가지만이 시청률 50위 이내에 들어갔다. 그 가운데 근대전기, 도시생활과 사회윤리 드라마가 보다 인기가 많았고 각각 27개, 26개, 16개 도시에서 시청률이 가장 높은 드라마 주제로 통계되었다. 그 외에 첩보드라마는 7개 지역에서 시청률 50위 이내에 가장 많이 들어갔으며 군사투쟁과 애정 드라마는 2개 지역에서 시청률 50위 이내에 가장 많이 등장했다.

[그림 III-14] 80개 도시 시청률 50위 이내 들어간 드라마를 주제별 통계



근대전기 드라마, 도시 드라마, 사회윤리 드라마의 데이터를 분석해 보면, 한 지역에서 하나의 주제가 많이 선호가 되고 있는 것을 확인할 수 있다. 근대전기 주제 드라마는 화동(華東) 지역에서 주로 인기를 얻었고 주산(舟山) 지역에서 16편, 호주(湖州) 지역에서 13편, 복주(福州)와 연대(煙台)에서 각 12편 근대전기 주제 드라마가 시청률 50권에 들었다. 그 다음으로 화북(華北) 지역의 북경(北京), 호화호특(呼和浩特)과 태원(太原), 동북(東北) 지역의 할빈(哈爾濱), 서북(西北)지역의 란주(蘭州), 서남(西南)지역의 충칭(重慶), 면양(綿陽)에서도 근대전기 주제가 인기 주제인 것으로 나타났다.

<표 III-9> 시청률 50위권의 드라마가 지역별 분포 내역(18:00-24:00)

근대전기 드라마 편수			도시 생활 드라마 편수			사회윤리 드라마 편수		
동북	할빈	9	화북	석가장	9	동북	대련	12
화북	북경	10		천진	8		심양	11
	호화호특	9		상주	14		장춘	9
화동	태원	9	화동	서주	13	화동	태주	11
	주산	16		남경	11		구주	10
	호주	13		하문	11		남창	9
	복주	12		금화	10		청도	9
	연대	12		녕파	8		무석	9
	항주	11		소주	7		방부	8
	가흥	11		중산	12		공주	8
	온주	11		불산	11		남통	7
	치박	11	화남	광주	11		양주	6
	제남	10		주해	11	화남	심천	12
	유방	10		산두	10	화중	무한	10
	림기	9		해주	9		락양	8
	합비	8		해구	8	서북	서안	9
	하택	8		소관	8			
	려수	8		류주	7			
	소흥	8		매주	7			
	천주	7		남녕	7			
화남	계림	7	화중	형주	10			
화중	형양	10		십언	5			
	상담	10	서북	은천	10			
	정주	7		오로목제	8			
서북	란주	7	서남	서녕	7			
서남	중경	9		성도	10			
	면양	7						

도시 드라마는 화남(華南) 지역에서 시청률이 가장 높았고 그 다음에는 화동(華東) 지역이었다. 광둥성(廣東省)의 중산(中山), 불산(佛山), 광주(廣州), 주해(珠海), 산두(汕頭), 혜주(惠州), 소관(韶關)과 매주(梅州), 그리고 광서성(廣西省)의 남녕(南寧)과 류주(柳州)가 화남 지역에서 도시 드라마를 많이 시청하였다. 화동 지역에서 도시 드라마를 시청한 주요 도시는 강소성(江蘇省)의 남경(南京), 소주(蘇州), 서주(徐州)와 상주(常州), 그리고 절강성(浙江省)의 금화(金華)와 Ningbo(寧波)이다. 그 외에 서북지역의 오로목제(烏魯木齊), 서녕(西寧)과 은천(銀川)도 도시 드라마도 많이 시청되었다.

사회 윤리 드라마는 광범위한 지역에서 인기를 얻었다. 동북지역의 대련(大連), 심양(瀋陽)과 장춘(長春)이 있으며 화남지역의 심천(深圳)이 있고 화중 지역의 무한(武漢)과 낙양(洛陽)이 있었다. 그 외에 서북지역의 서안(西安), 그리고 강소성(江蘇省), 강서성(江西省), 절강성(浙江省)과 산둥성(山東省)의 일부 도시에서도 사회윤리 드라마가 높은 시청률을 기록했다.

이러한 드라마 주제별 특성은 중국 드라마 시장에 두가지 의미를 지닌다. 하나는 '고방송-고시청 순환'(특정 주제 드라마를 많이 방송함에 따라 시청률도 높아지게 되고 이에 따라 방송국은 더 많은 드라마를 방송하는 순환을 말한다) 현상이다. 사회윤리 드라마, 도시 드라마와 근대전기 드라마는 역시 시청률에 있어 지속적으로 상위권을 유지하고 있으며 이로 인해 해당 소재의 드라마가 편성되는 경우도 많은 것으로 나타났다. 다른 하나는 향후 인기를 끌 드라마 형식의 발견이다. 기존 유행하던 드라마는 대부분 도시생활과 사회윤리 드라마를 비롯해 평민의 생활 모습에 대한 묘사나 현대적 정취가 흐르며 사람들 간의 윤리감정과 도덕성에 대해 반성하도록 유도하는 내용을 담았다. 또한 시청자들에게 낯설며 호기심을 유발할 수 있으면서도 이해하기 쉬운 내용을 다루는 드라마들이다. 대표적인 내용은 근대 명인(名人)의 경력과 전기적인 스토리다.

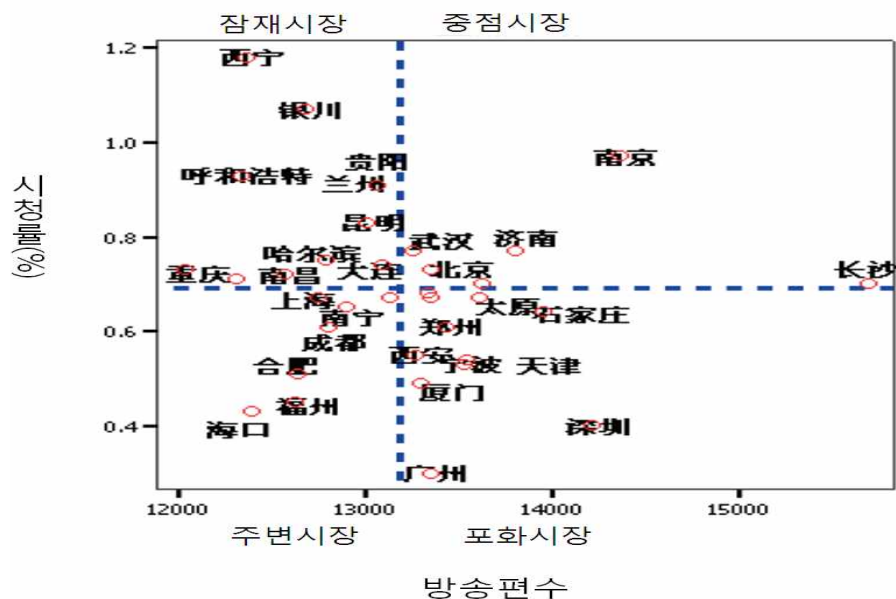
(2) 개별 주제의 드라마의 지역적 시청 차이

정부 정책의 장려로 인해 2009년에 군사내용(군대생활, 군사투쟁, 지하당 투쟁, spy<간첩 투쟁>, 전쟁, 대혁명, 중대 역사 내용) 드라마가 양적뿐만 아니라 질적 도약을 이루었다. '인간정도시창상(人間正道是滄桑)', '잠복(潛伏)', '해방(解放)'와 같은

대표적인 군사 드라마들이 제작 수법, 스토리 구성과 인물 묘사 등 많은 면에서 새로운 수준을 보여주었다. 2010년에는 다소 약세를 보였지만 영향력을 무시할 수 없고 방송국들이 시청률 관성과 시청습관을 감안하여 계속 많은 군사 드라마를 편성하였다.

세부시장을 보면 군사내용 드라마는 오락 추구 특성을 띠고 있는 도시에서 영향력이 보다 낮은 것으로 나타났다. 자세히 살펴보면 남경(南京), 장사(長沙), 무한(武漢), 제남(濟南)과 북경(北京)은 군사내용 드라마의 주요 시장이며 서녕(西寧), 은천(銀川), 귀양(貴陽), 호화호특(呼和浩特), 란주(蘭州), 곤명(昆明), 중경(重慶), 남창(南昌), 대련(大連)과 함이빈(哈爾濱) 등은 잠재시장이고 태원(太原), 석가장(石家莊), 정주(鄭州), 천진(天津), Ningbo(寧波), 하문(廈門), 심천(深圳)과 광주(廣州)는 포화시장이며 상해(上海), 성도(成都), 합비(合肥)와 해구(海口)는 군사내용 드라마 시장의 주변시장이다.

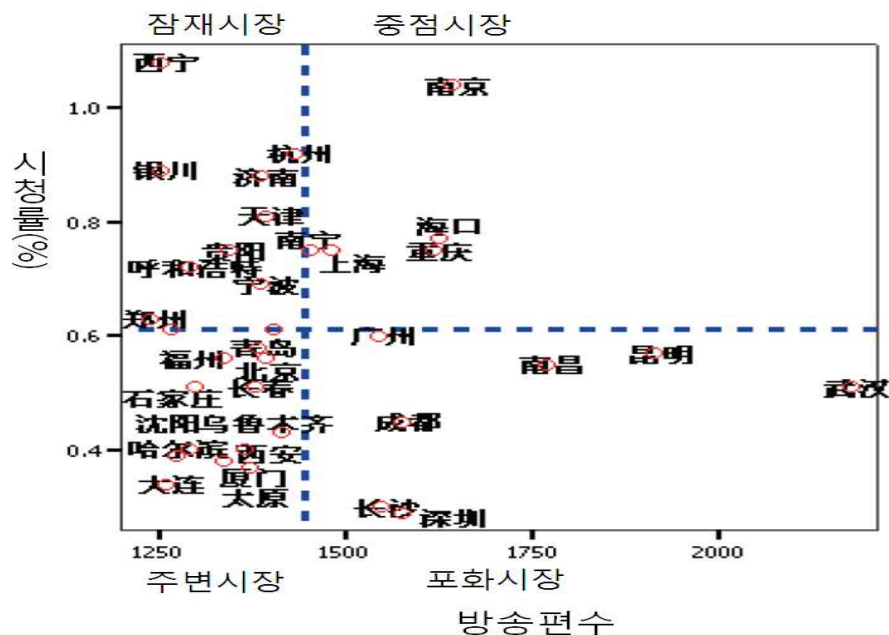
[그림 III-15] 군사내용 드라마가 일부 도시에서의 방송과 시청 차이 비교



2009년에 건국 내용을 많이 방송됨으로 인해서 잠잠했던 사극이 2010년에 들어와 부활하기 시작했다. 남경(南京), 해구(海口), 중경(重慶)과 상해(上海) 등 도시에

서 사극의 시청률과 방송 편수에 있어서 보다 높은 것으로 조사되어 이 도시들이 역사 드라마의 중점시장이라고 부를 수 있으며 서녕(西寧), 은천(銀川), 제남(濟南), 항주(杭州), 천진(天津), 귀양(貴陽), Ning파(寧波)와 호화호특(呼和浩特)는 방송된 사극의 편수가 적고 시청률이 높은 잠재 시장이다. 아울러 광주(廣州), 곤명(昆明), 남창(南昌), 무한(武漢), 성도(成都), 장사(長沙)와 심천(深圳) 등 지역에서 방송된 사극의 편수가 많고 시청률이 낮았으며, 이들 도시는 사극의 포화 시장으로 볼수 있다. 석가장(石家莊), 장춘(長春), 태원(太原), 합이빈(哈爾濱), 대련(大連), 하문(廈門) 등 도시는 방송 편수도 적고 시청률도 낮은 가장자리 시장이었다. 방송 시장에 대한 이런 구분은 매체 종사자가 시장 현황 파악에 유의미하지만 절대적이고 고정불변한 것이 아니다.

[그림 III-16] 사극의 일부 도시에서의 방송과 시청 차이 비교



(3) 지역 문화 차이에 따른 시청차이

일반적으로 한 편의 드라마는 하나, 또는 몇 개의 도시나 지역을 스토리 발생지로

선정하여 그 지역의 경제, 사회, 역사, 문화생활을 반영하다. 일부 드라마는 역사 인물을 바탕으로 스토리를 재창조하여 드라마를 제작한다. '창궁지묘(蒼穹之昴)', '랑연 북평(Peking in Flame; 狼煙北平)', '철치동아기호람(鐵齒銅牙紀曉嵐)' 등은 북경과 북경 문화를 중심으로 스토리를 구성했고 '모씨장원(牟氏莊園)'은 산둥성(山東省)에 위치한 모씨의 장원을 중심으로 이야기를 전개했다. 또한 많은 드라마는 진실한 역사 사건을 배경으로 등장인물을 다시 구성하여 재배치한다. 그 예로 '북방의 아름다운 여인(북방유가인, 北方有佳人)'을 들 수 있다. 이런 드라마는 그 지역의 문화와 밀접한 관계를 갖고 있기 때문에 그 지역에서 높은 시청률이 기록하고 문화 거리가 먼 지역에서는 보다 낮은 시청률이 기록하기 마련이다.

'만형의 행복(로대적행복, 老大的幸福)'은 동북 지역의 한 도시에서 수석 발마사지사인 만형과 그의 형제자매들의 편민 생활의 모습을 담았다. 극중 인물들의 언어 사용, 행동방식과 생활방식은 그 지역의 특성을 들어내고 있었다. 이 드라마는 전국에서도 좋은 평가를 받았지만 시청률에 있어 화동, 서북, 동북과 화중지역에서 높게 기록된 반면에 광둥(廣東)을 비롯한 화남지역, 절강(浙江省) 등 여러 지역에서 시청률이 그다지 높지 않았고 일부 지역에서 시청률 20위 이내에 들지 못했다.

<표 III-10> CCTV1이 '만형의 행복' 본방송 시 각지 시청률 순위(2010.3.4~2010.3.26)

순위	지역	성	도시	순위	지역	성	도시
1	화동	산둥	연대	2	화동	산둥 山東	유방 濰坊
1		복건 福建	장주 漳州	2		안휘 安徽	합비 合肥
1		안휘 安徽	방부 蚌埠	2	화중	하남 河南	정주 鄭州
1	화중	호북 湖北	양변 襄樊	2			락양 洛陽
1		감숙 甘肅	란주 蘭州	2		호북 湖北	십언 十堰
1		청해 青海	서녕 西寧	2			의창 宜昌
1	서남	사천 四川	면양 綿陽	2	서북	섬서 陝西	서안 西安
2		흑룡강 黑龍江	합이빈 哈爾濱	2		신강 新疆	오로목제 烏魯木齊
2	동북	길림 吉林	장춘 長春	2		닝하 寧夏	은천 銀川
2		료녕 遼寧	대련 大連	26	화동	절강 浙江	금화 金華
2			심양 瀋陽	27			소관 韶關
2	화북	내몽고 內蒙古	호화호특 呼和浩特	28	화남	광둥 廣東	광주 廣州
2		산서 山西	태원 太原	28			중산 中山

순위	지역	성	도시	순위	지역	성	도시
2		하북 河北	석가장 石家莊	34	화동	절강 浙江	항주 杭州
2			청도 靑島	38			온주 溫州
2	화동	산둥 山東	림기 臨沂	41	화남	광둥 廣東	불산 佛山
2			치박 淄博	42			혜주 惠州

(4) 도시와 농촌 차이에 따른 시청 차이

드라마 주제는 지역에 따라 시청 행태에 영향을 미치는 요인 중 하나다. 농촌 드라마는 농촌 지역에서 도시 드라마는 도시 지역에서 시청자들의 선택을 받기 쉽다. 농촌 드라마는 농민들이 주인공으로 등장하며 이야기 발생지도 역시 시골이고 농민들의 생활방식과 사고방식을 반영하는 것을 목적으로 제작된다. 많은 도시 시청자는 농촌 드라마의 향토적 대화 방식과 시골 생활을 소재로 한 농담을 이해하기 쉽지 않으며 거리감을 느끼게 마련이다. 이에 따라 도시 시청자는 이런 드라마에 관심을 갖기 어려울 것이다.

2009년 2월 CCTV1에 방영된 드라마 '맑은 호수, 밝은 하늘2 (清淩淩的水藍瑩瑩的天2, 청릉릉적수람형형적천2)'는 시골지역의 시청률이 도시지역의 시청률보다 높았다. 특히 길림(吉林), 강서(江西), 호남(湖南), 복건(福建)과 요녕(遼寧) 지역에서 이런 현상이 더 뚜렷하게 나타났다. 도시 드라마는 현대 도시 주민들의 생활 방식과 시민들이 감정 세계를 보여주기 위해 제작된다. 농촌 시청자들이 시청할 수 있는 드라마는 농촌 드라마보다 도시 드라마가 훨씬 많다. 농촌 시청자들은 많은 도시 드라마를 시청했는데도 불구하고 도시드라마 시청에 있어 계속 거리감을 느끼고 있다.

<표 III-11> 일부 드라마 본방송 때 각지 도시와 농촌 시청률 차이

성	달팽이 집 (蝸居)	만형의 행복 (老大的幸福)	향촌사랑이야기 (鄉村愛情故事)	맑은호수, 밝은하늘2 (清水藍天2)
안휘 安徽	-85.9	-2.5	-6.8	-4.1
복건 福建	54.0	62.9	76.4	165.6
감숙 甘肅	-22.5	-34.8	-6.8	12.2
광둥 廣東	-100.0	1.6	1.2	-34.9
광서 廣西	159.1	-26.7	-16.7	-38.9

성	달팽이 집 (蝸居)	만형의 행복 (老大的幸福)	향촌사랑이야기 (鄉村愛情故事)	맑은호수, 밝은하늘2 (清水藍天2)
귀주 貴州	372.7	-12.1	-11.0	-33.6
해남 海南	-54.5	73.3	65.5	-27.0
하북 河北	24.2	-29.7	-10.5	-30.9
하남 河南	-19.0	-38.7	-33.4	-6.0
흑룡강 黑龍江	-35.6	-17.0	-2.0	2.4
호남 湖南	16.7	0.7	-0.4	53.7
길림 吉林	-37.2	-30.5	14.4	50.1
강소 江蘇	-48.8	-3.9	37.2	3.6
강서 江西	-36.7	-14.8	-2.0	33.6
료닝 遼寧	-30.4	-27.1	1.4	43.5
내몽고 內蒙古	28.4	1.7	10.9	23.0
산둥 山東	207.7	-16.2	56.9	37.9
산서 山西	-36.2	-30.8	-21.8	-23.8
사천 四川	-37.2	-49.2	-41.4	1.7
절강 浙江	11.4	75.5	50.0	-10.1

시청률 차=(농촌 시청률-도시 시청률)/도시 시청률*100%

2010년에 드라마 '만형의 행복(老大的幸福)'이 CCTV1 방영 때 많은 지역에서 도시 시청률이 농촌 시청률보다 높은 것으로 나타났다. 주택 문제와 도시 청년의 애정 스토리를 다루는 도시 드라마 '달팽이 집(蝸居)'은 상해 동방 위시(上海東方衛視) 본 방송 때 사회적으로 화제가 되고 주택 문제로 고통을 겪고 있는 젊은이들에게 공감을 주었다. 하지만 이 드라마는 단독주택을 갖고 있는 대부분의 농민들에게 도시 생활과 거주 환경의 어려움에 대해 공감을 이끌어내지 못하였으며 그 결과 시청률을 담보하지 못하였다. 드라마 '달팽이 집'의 시청률 결과도 도시와 농촌의 드라마 시청 행태의 차이를 뚜렷이 보여주고 있다.

그러나 일부 드라마는 홍보 수단 활용 등을 통해 농촌과 도시의 시청자를 유인하여 양 지역에서 균형적인 시청률을 기록했다. 그 예로는 2010년 설날 연휴에 CCTV1에서 방영된 '향촌사랑이야기(鄉村愛情故事3)'를 들 수 있다. 출연진인 조본산(趙本山, 중국 유명한 개그맨)과 그의 제자들이 CCTV 설날맞이 연환만회(New Year Celebration, 春節連歡晚會)에서 큰 성공을 거두어 높은 인기를 얻었다. 뿐만 아니라 같은 시리즈의 1, 2부를 방영할 때도 많은 호평을 얻었고 시청자의 기대감도 그만큼 크기 때문에 농촌이든 도시이든 높은 시청률을 기록했다.

(5) 대도시 간의 시청 차이

드라마 시청의 지역적 차이를 연구하기 위해 각 지역의 대표적 대도시의 시청률 데이터를 사용하여 분석했다. 화북 지역은 북경, 화동 지역은 상해, 화남 지역은 광주, 화중 지역은 장사, 서남 지역은 중경, 동북 지역은 할빈, 서북 지역은 서안을 그 지역의 대표도시로 선정하였다. 이 도시들의 시청률 데이터를 분석함으로써 그 지역에서 방송된 드라마의 편수의 특성, 드라마 주제의 특성과 채널 경쟁력 차이를 살펴보고자 한다.

7개 도시에서 방영된 드라마의 주제는 크게 차이가 없었다. 2008년1월부터 2010년4월10일까지 밤 18:00~24:00 시간대에 도시 드라마와 애정 드라마가 모두 10% 이상 차지하고 그 다음에 사회윤리 드라마는 8%를 차지하며 첩보드라마와 근대전기 드라마가 약 7~8%를 차지하였다. 즉 각 방송국이 드라마 편성에 있어 서로 동질성을 갖고 있다는 말이다. 다만 도시마다 특정 주제에 대한 드라마를 방영한 편수가 달랐다. 상해에서 애정 드라마는 다른 드라마에 비해 가장 많이 방영됐고 한 11.4%를 차지했다. 반대로 여유로운 생활방식을 추구하는 광주사람들에게 도시 드라마는 더 선호 받았다.

<표 III-12> 7개 대도시에서 일부 드라마의 방영 편수 비율(2008.1.1~2010.4.10, 18:00~24:00)

주제	중경	장사	상해	북경	할빈	광주	서안
도시 드라마	11.2	10.7	11.0	11.6	11.1	12.6	11.3
애정 드라마	10.6	10.6	11.4	10.6	10.8	10.7	10.7
사회윤리 드라마	8.8	8.1	9.0	9.4	8.8	8.2	9.7
반특/첩보 드라마	7.3	8.5	7.9	8.1	8.0	7.1	8.1
근대전기 드라마	7.9	7.6	7.8	8.0	7.7	8.3	7.4
군사투쟁 드라마	6.5	7.3	6.6	6.7	6.4	5.8	6.7

모든 채널에서 근대전기 드라마, 도시 드라마와 사회윤리 드라마가 큰 비중을 차지하는 동시에 지역에 따라 호평을 받은 주제는 서로 달랐다. 근대전기 드라마는 북경, 중경, 정주와 할빈 등 4개 도시에서는 시청률 50위 이내에 들어간 빈도가 가장 높았다. 근대전기도 상해에서 다섯번째로 호평을 많은 받는 드라마 주제이고 광주에

서는 세번째로 나타났다. 반대로 서안에서는 단 2 편의 근대전기 드라마가 시청률 상위 50위 이내에 들어갔다. 도시 드라마는 광주에서 시청률 50위 이내에 가장 많이 들어갔고 상해, 서안, 북경과 할빈에서도 역시 높은 시청률을 기록하였다. 반대로 정주에서는 그렇게 좋은 성과를 거두지 못했다.

서안에서 사회윤리 드라마는 시청률 50위권에 가장 많이 포함되었다. 사회윤리 드라마가 상해와 정주에서는 두 번째로 많은 것으로 나타났다. 반대로 북경과 중경의 시청률 데이터를 보면 사회윤리 드라마는 성과를 거두지 못했다. 상해에서는 첩보드라마가 높은 시청률을 기록하였고, 중경과 정주에서도 높은 시청률을 기록했지만 광주와 서안에서는 단 2편의 드라마가 시청률 상위 50위권에 포함되었다. 애정 드라마는 광주, 서안과 할빈에서 다른 도시보다 높은 시청률이 높은 것으로 나타났다.

<표 III-13> 7대 중점도시 시청률 상위50위 드라마 주제별 분포(2010.1.1-4.10, 18:00-24:00)

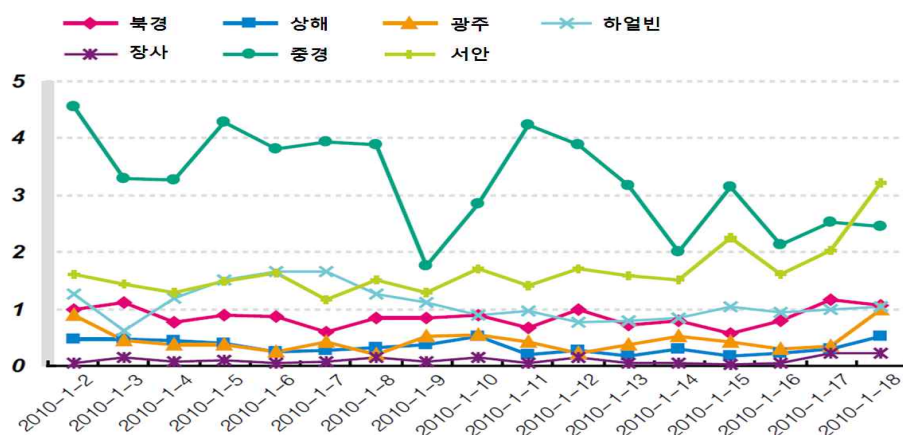
주제	상해	주제	광주	주제	서안	주제	할빈
반특/첩보	8	도시	11	사회윤리	9	근대전기	9
사회윤리	7	애정	9	도시	8	도시	8
도시	6	근대전기	8	애정	6	애정	6
근대전기	5	현대전기	5	격려 (奋斗励志)	3	사회윤리	3
군사투쟁	5	사회윤리	4	군사투쟁	3	반특/첩보	3
주제	북경	주제	중경	주제	정주		
근대전기	10	근대전기	9	근대전기	7		
도시	7	반특/첩보	6	사회윤리	7		
군사투쟁	6	귀신 현환 (神怪玄幻)	6	반특/첩보	6		
반특/첩보	4	군사투쟁	4	도시	5		
농촌	3	해학적 연의 (戲說演義)	4	농촌	5		

(참고: 귀신 현환 드라마는 귀신을 드라마 인물로 등장시켜 환상적 내용을 다루는 드라마이고 해학적 연의 드라마는 어떤 사건이나 인물에 대한 해학적으로 전개하는 내용을 담는 드라마다).

특정 드라마의 7개 도시 시청률이 지역에 따른 시청 행태 차이를 잘 보여 주었다. 2010년에 CCTV8이 방영한 귀신 현환(玄幻) 드라마 '신화(神話)'는 지역에 따른 시청 행태 차이를 보여준 대표적인 예이다. 이 드라마가 정주, 중경과 서안 3개 도시에서

시청률 10위권에 진입하였으며 북경에서 12위, 할빈에서 19위, 상해에서 26위, 광주에서 40위를 기록했다. 이 드라마는 각 도시에서의 시청률 변화가 서로 달랐다. 중경에서는 시간에 따라 하락하였고 서안에서는 성장세였다. 할빈에서 이 드라마 시청률이 첫 째 주에는 최고치를 기록한 다음에 하락세를 보이다가 어느 수준에 머물고 있다. 상해, 광주, 장사와 북경에서 이 드라마는 높지 않고도 낮지 않은 시청률을 큰 변화가 없이 기록했다.

[그림 III-17] CCTV8이 '신화' 본방송 시 7개 중점도시의 시청률 변화



위에 본 바와 같이 성급(省級) 위성 방송은 지역에 따라 그의 영향력도 다르기 때문에 같은 드라마가 다른 채널에서 방영할 때 서로 다른 시청행태를 보인다. 2010년에 북경위시(북경위성방송채널)와 상해 동방위시(상해 동방 위성방송채널)가 동시에 '며느리의 아름다운 시대(媳婦的美好時代)'를 방영했다. 북경위시는 북경에서 시청률 1위를 기록하였지만 상해에서는 시청률 46위에 머물렀다. 아울러 상해동방위시는 상해에서 시청률 12위를 기록하였지만 북경에서는 시청률 26위를 기록하였다. 드라마 '며느리의 아름다운 시대'의 시청률 데이터를 살펴보면 광주는 시청률이 매우 낮았다. 이는 광주에서의 복잡하고도 독특한 시청환경 때문이다.

각 지역별 드라마 시청 채널을 분석해 보면 서부 지역과 북부 지역에서는 CCTV가 막강한 영향력을 갖고 있는 반면 화동, 화남 등 지역에서는 현지 채널의 영향력이 더

큰 것으로 나타났다. 밤 프라임 시간대에 7개 도시에서 시청률 5위 이내의 채널을 보면 상해 지역에서는 모두 현지 채널이며 광주에서는 현지 채널과 홍콩 TVB 방송 翡翠(비취)채널이었다. 북경과 서안에서 현지 채널이 5위 중에 4개를 차지했다. 할빈에서는 CCTV1이 1위이며 흑룡강 방송과 할빈방송이 각 2개를 차지했다. 정주에서의 시청률 5위 이내 채널은 하남 방송 3개 채널과 CCTV1, 그리고 CCTV8이었다. 중경에서는 현지채널 3개와 CCTV8, 그리고 이를 미루어 보면 드라마 시장에 있어서 드라마 영화 채널과 종합 채널은 주요 라이벌들이다.

<표 III-14> 7개 중점 도시 드라마 시청 채널 순위표(19:30-21:30, 2월13일 제외)

북경	상해	광주	중경
북경위시	상해방송 뉴스종합채널	광둥방송 주강채널	중경방송 드라마영화 채널(1채널)
북경방송 영화드라마 채널	상해방송 드라마 채널	광주방송 종합채널	중경방송 패션채널 (7채널)
CCTV1	상해 동방 방송 오락채널	시내 케이블 네트워크 홍콩 TVB 방송 翡翠채 널(중국어)	CCTV8
북경방송 생활채널	상해 동방 방송 영화 채널	남방방송 드라마 영화 채널	중경위시
북경방송 문예채널	상해 동방위시	홍콩 TVB 방송 翡翠 채널(중국어)(광주 기 타 케이블 네트워크)	절강위시
할빈	서안	정주	
CCTV1	섬서방송 도시청춘채널(2채널)	하남방송 위성채널(1 채널)	
흑룡강방송 드라마영 화채널	CCTV1	CCTV1	
흑룡강방송 위성채널	섬서방송 뉴스종합채 널(1채널)	하남방송 도시채널 (2채널)	
할빈방송 드라마영화채널	서안방송 2채널 (하얀 비둘기 도시 채널)	하남방송 법률 채널 (4채널)	
할빈방송 뉴스종합채널	섬서방송 가정생활 채널(3채널)	CCTV8	

제4장

중국드라마의 문화적 특성

제4장 중국드라마의 문화적 특성

1. 중국 문화상품의 트렌드

1) 중국적 특색의 등장

중국에서의 콘텐츠 제작과 공급은 개혁 개방이전에도 광범위하게 지속적으로 이루어져 왔다. 중국의 국영방송 미디어는 수십년간 저렴한 제작비로 영화와 다큐멘터리, 드라마, 뉴스 프로그램을 대량 생산해왔다. 물론 개혁 개방이후 외국 프로그램들이 중국 남부 지역을 중심으로 편입해 들어감에 따라, 중국 자체 제작 콘텐츠에 대한 시청자들의 욕구는 점차 낮아졌다. 이러한 시청 행태 변화는 위성방송, 케이블 TV의 도입과 맞물려 성급 위성방송 등의 공격적인 프로그램 공급 전략이 성공한 것도 중요한 요인으로 작동했다. 중국의 콘텐츠 제작과 공급 정책은 2000년을 전후하여 급격한 변화를 갖게 되었고, 기본 방향은 외국의 영향을 중국의 문화 유전자에 흡수 동화시키고 변형시키는 쪽으로 전개된다(Keane, 2003).

중국의 드라마 문화 코드나 특성 파악을 위해서 고려할 개념 가운데 하나가 ‘중국적 특색(you Zhongguo tese)’이라는 표현이다. ‘중국적 특색’은 외국 문물 수용과 관계되는데, 중국 사회의 속성, 중국 사회가 외부 세계와 맺는 ‘특정한’ 관계를 의미한다. 즉 중국의 문화적 차용과 토착과 전통의 추세와 흐름은 수용할 수 있는 것은 수용하고, 수용할 수 없는 것은 필요에 따라 변형해왔고, 극단적이고 이질적이며 정형에 맞지 않는 것은 추출됐다(Li, 1998, 18). 이런 해외 문화 상품 수용과 변용에 대한 ‘중국적 특색’은 산자이 문화(山寨文化/산채문화)로 확산되고 있다. ‘산자이 문화’는 단순 모방이나, 가짜와는 구별되는 새로운 형태의 복제품이 사회 전반에 확산되어 형성된 중국의 사회적·문화적 현상을 가리킨다.

중국적 특색이 본격 등장한 것은 중국이 세계무대에 다시 등장한 80년대부터 과거와 전통에 대한 중국 내부의 시각과 결합되면서 중국 민족주의에 기반한 문화 활동이 재등장하기 시작하면서부터이다. 1980년대는 문화혁명에 대한 비판과 청산 작업의 일환으로 중국 vs. 서구, 전통 vs. 근대라는 이원적 대립구도하에서 문화혁명

에 대한 비판을 전통과 봉건에 대한 비판으로 연결시켰다. 문화혁명을 봉건주의 부활 혹은 봉건주의와 현대의 대립으로 해석한 것은 마오쩌둥 시대의 사회주의를 봉건적 사회주의로 규정하면서 사회주의 현대화에 역사적 정통성과 정체성을 확보하려는 덩샤오핑(鄧小平) 정권의 전략이라 할 수 있다. 이 시기의 반전통운동은 강렬한 서구화 운동으로 촉발되어 5·4세대에 이은 ‘새로운 전면적 서구화(新全盤西化)’의 시대였다(이옥연, 2005)

그러나 이후 시간이 지나면서 전면적 서구화도 비판과 성찰의 대상이 되었다. 1980년대의 전면적 서구화에 대한 반작용, 개혁개방과 현대화 과정에서 축적된 모순과 부정적 결과에 대한 인식은 80년대 중반 이후 ‘뿌리찾기(尋根)운동’으로 나타났다. ‘뿌리찾기’는 과격한 전면적 서구화에 제동을 걸고 중국의 과거와 전통을 재인식하려는 시도로 이어졌다.

대중문화 영역에서 이 ‘뿌리찾기’운동은 80년대 중반 출현한 소위 ‘5세대’ 영화의 독특한 특징이 등장할 수 있는 맥락을 제공하였다. 천카이거(陳凱歌), 장이머우, 텐창창(田壯壯) 등 80년대 중반 이후 영화를 만들기 시작한 ‘5세대’ 감독들은 중국의 멀지 않은 과거를 배경으로 중국의 전통적 특성을 자신들의 영화에 부각시켰다. 이러한 그들의 시선은 역사와 문화에 대한 반성적 사고(歷史反思 文化反思)에서 출발하여 중국 문화의 기원을 찾고 권위주의적 담론에 의해 가려져 있거나 왜곡되었던 중국 민족의 역사를 회복하고자 하는 시도였다(Lu 1997).

1990년대 이후 전통에 대한 재인식은 사회 전반으로 퍼지며, 전통에 대한 긍정적 재평가가 강화되고, 그와 밀접하게 관련된 내셔널리즘이 중국사회 전 영역에서 강한 힘을 발휘하기 시작하였다. 이와 함께 개혁개방이 어느 정도 성공하여 경제가 비약적으로 성장하면서 민족적 자신감을 회복하게 된 것도 전통을 부각시키고 내셔널리즘이 강화되는 중요한 계기 중 하나가 되었다.

텔레비전 편성에서도 이러한 현상은 1998년을 전후해 강화되기 시작했으며, 왕실과 궁중의 풍속을 다루는 드라마가 대거 제작되기 시작했다. 또한 1949년 중화인민공화국의 출범을 둘러싸고 벌어졌던 사건들을 역사적으로 재창조하고 찬양하는 장르도 증가했다. 이러한 경향은 중국의 경제 개혁을 뒷받침하는 구조적 이데올로기적 활력소로 작동했다. 거대하고 풍요로운 국내 시장을 갖고 있는 중국의 발전, 중국의 역사를 되짚어보는 시도가 광범위하게 전개됐다.

2) 중국적 특색의 강화 : “No라고 말할 수 있는 중국”

1990년대 중반 이후 전 세계적으로 중국의 자신감을 보여 준 사건 중 하나는 『No라고 말할 수 있는 중국(中國可以說不)』이라는 책의 출판⁵⁾이다. 이 책은 냉전 이후 전 세계의 패권을 장악한 미국의 문제점을 지적하며 중국의 역량과 능력을 과시하였다. 이 책을 시작으로 미국 언론에서 나타나는 반중국 논조를 폭로하거나 ‘떠오르는 용’, ‘강한 중국’의 면모를 강조하는 책들이 ‘아니라고 말할 수 있다’는 식의 제목을 달고 출판 시장에 쏟아져 나왔다.

이후 다른 영역에까지 중국의 ‘전형적인 특색’을 강조하는 경향을 만들어 내었다. 삼푸 광고에서 변발한 사람들이 손을 잡고 만리장성을 오르며 “만리장성은 쓰러지지 않습니다. 중국의 상품도 강해야 합니다”라고 한다거나, 베이징 맥도날드 뒤에 즐비한 중국식 패스트푸드 가게들의 문에 “중국인은 젓가락을 사용합니다”라고 쓰는 등의 사례가 등장했다(Dai 2001).

“No라고 말할 수 있는 중국”이라는 표현은 인터넷이나 언론에서도 종종 등장하고 있다. 특히 외교적 사안과 관련하여 중국이 중요한 영향력을 행사할 때 하나의 관용구처럼 사용되는 것이 바로 ‘No라고 말할 수 있는 중국’이라는 표현이다. 지금까지는 미국과 서구가 모든 것을 주도했지만 이제는 중국의 협조 없이는 한 가지 일도 처리할 수 없다는 사실과 중국이 지금까지 감추어 왔던 능력을 보여 주었다는 점을 압축적으로 표현한 것이다.

이러한 특징은 2000년대로 들어서면서 강한 중국을 과시하려는 기획으로 발견되고 있다. 예를 들어, 서구에 뒤지거나 패배하지 않을 만큼의 힘을 추구하고자 했던 중국에서의 체육활동, 어린 학생들에게 애국주의를 교육하고 내셔널리즘을 유포하려고 시도하는 한 박물관의 전시 기획, 중국이 아시아인들의 선조임을 주장하기 위해 인류의 단일 기원설 대신 다중기원설을 선호하는 중국 고인류학계의 베이징 원인(猿人)을 둘러싼 민족주의적 시도를 보여 주는 연구, 90년대의 작가나 지식인들을

5) “미국은 어느 누구도 이꿀 수 없으며, 오직 자기만을 이꿀 수 있다. 일본은 어느 누구도 이꿀 수 없을 뿐 아니라, 때로는 자기 자신도 이꿀지 못한다. 중국은 어느 누구도 이꿀 생각이 없으며, 오로지 스스로를 이끌어 가고 있을 뿐이다”(송창외, 1997 『, No라고 말할 수 있는 중국』, 서울: 동방미디어. 허베이린(何琳)의 추천사 중).

포함하여 문화혁명 세대들이 현재의 사회질서와 변화 속에서 겪는 혼란을 극복하기 위해 문화 혁명 시기의 노스탤지어 활용, 개혁개방에도 불구하고 중국이 상대적으로 낙후되어 있는 부분을 극복하기 위해 중국 청소년들의 내셔널리즘을 강화하는 등 다방면으로 강한 중국을 과시하려는 시도가 진행되고 있다. 2000년대 이후 세계 시장에서 주목받기 시작한 중국 영상 산업과 동남아시아를 포함한 중화권 전체에서 점차 영향력을 높이고 있는 중국 대중음악 등도 같은 차원에서 벌어지고 있는 시도라고 할 수 있다.

3) 드라마와 영화에 나타난 중국적 특색

개혁개방 이후 일련의 개혁조치들이 실행되면서 중국의 대중문화 산업은 급속하게 성장하였다. 극영화는 1년에 약 400편, 텔레비전 영화는 약 200편 정도씩 만들어지며 2,000개 이상의 텔레비전 채널에서 방송될 수 있는 프로그램과 드라마가 매년 제작·배급되어야 한다는 점에서 중국문화 산업의 규모가 매우 크다는 사실을 확인할 수 있다. 이같이 큰 규모의 문화 산업을 위해서는 다양한 콘텐츠가 공급되어야 하는데 최근 중국 문화 산업이 만들어 내는 콘텐츠 중 상당수가 과거의 역사적 사실이나 그에 기초한 허구의 소재들을 활용하고 있다. 물론 중국은 역사가 오래되었고 신화와 전설부터 실제 역사적 사건까지 아주 풍부한 이야기 거리를 가지고 있기 때문에 개혁개방 이후 본격적으로 성장하기 시작한 문화 산업의 입장에서는 콘텐츠를 만들어 내는 데 과거의 이야기거리들로부터 큰 도움을 받을 수 있다.

가장 눈에 띄는 것은 텔레비전 드라마 중 중국 전통사회를 다루는 ‘사극’이 여전히 많이 만들어지고 방영된다는 점이다. 중국에서 사극은 ‘전통복장 극’이라는 뜻의 ‘古裝劇’으로 불린다. 일반적으로 사극은 PPL(Product Placement)을 이용한 협찬을 받기도 어렵고 의상이나 세트에 들어가는 비용도 많기 때문에 실제로는 현대극보다 제작비용이 더 든다. 그런데도 중국에서는 고대 소설이나 설화의 각색물, 휘상(徽商)이나 진상(晉商) 등 전통사회의 거상(巨商)에 대한 이야기, 송·명·청 시기의 역사적 사건과 같이 과거를 다루는 드라마들이 많이 만들어지고 있다. 이런 드라마들은 중국인들에게 익숙한 내용이고 정치적 이해관계가 덜 작용하기 때문에 정부의 허가를 얻기 쉽고 홍콩이나 대만, 동남아 화교사회에까지 배급하는 데 크게 문제되지 않아

제작자들이 선호하는 편이다.

영화의 경우는 더욱 두드러진다. ‘와호장룡(臥虎藏龍)’(2000)이 흥행과 비평에서 좋은 반응을 얻은 이후 최근까지 중국 영화시장을 장악하고 세계 시장에서도 주목받았던 작품들은 거의 모두 과거의 이야기를 정교한 테크놀로지를 이용하여 화려한 볼거리로 재현한 것이거나, 허구의 내용이라도 시대적 배경을 중국의 고대사회로 설정한 영화들이다. 장이머우의 ‘영웅(英雄)’(2002), 허핑(何平)의 ‘천지영웅(天地英雄)’(2003), ‘연인(十面埋伏)’(2004), 천카이거의 ‘무극(無極)’(2005), 펑샤오강(馮小剛)의 ‘야연(夜宴)’(2006), 장이머우의 ‘황후花(滿城盡帶黃金甲)’(2006), 천커신(陳可辛)의 ‘명장(投名狀)’(2007), 청샤오둥(程小東)의 ‘연의 황후(江山美人)’(2008), 리런강(李仁港)의 ‘삼국지: 용의 부활(三國之見龍隸甲)’(2008), 우위썬(吳宇森)의 ‘적벽대전(赤壁)’ 시리즈(2008, 2009) 등이다. 물론 이 영화들은 배경도 다르고 장르도 약간씩 다르며 각 영화가 의도하는 바 역시 조금씩 차이가 있지만 중국의 과거를 배경으로 하는 블록버스터들이라는 것에서 공통점을 찾을 수 있다.

이러한 영화들은 전통과 민족문화를 바탕으로 한 하이 컨셉트 콘텐츠라 할 수 있는데, 최근 들어 중국의 문화콘텐츠 제작 정책에서 많이 선호되고 있는 방식이다. 즉 미국 등 서구 국가가 활용해온 스튜디오 제작, 스타 시스템, 유형화, 집단화 블록버스터 전략 등의 콘텐츠 제작 방식이라 할 수 있다. 이 방식은 영화뿐만 아니라, 드라마 제작방식으로도 도입되고 활용되기 시작했는데, 삼국지(2010)나 수호전(2011), 서유기(2011), 홍루몽(2010) 등 중국 4대 문학 작품에 대한 대규모 블록버스터급 투자를 바탕으로 80~90회 분량으로 제작되고 있다.

4) 중국적 특색의 노스텔지어-‘성당시대(盛唐時代)’

중국 대중문화에서 과거가 표현될 때 빠질 수 없는 것은 중국인들이 ‘성당 시대’라고 표현하는 시기이다. 당대(唐代)는 평화롭고 풍요로운 시기로 묘사된다. 당대 사람들은 관용적이고 포용적인 문화정신을 가지고 있어서 수도 장안에는 많은 외국인을 포함하여 다양한 사람들이 공존하고 있었다. 당시 사람들은 자신들의 문화에 대해 자신감을 가지고 있었으며, 현대의 중국인들은 그런 자신감을 동경한다는 것이다(尹丹, 馮果 2007).

중국 대중문화영역에서 당대를 하나의 이상향으로 상정하는 경우는 상당히 많이 등장한다. 상상적 동일시의 대상이며 이상향으로서의 성당 시대(盛唐時代)는 많은 이야기와 소설에서 재생되고 있으며, 최근 중국의 대중문화에서도 반복적으로 등장하는 모티브이다. 중국의 한 밴드는 ‘당나라 왕조’라는 의미의 ‘탕차오(唐朝)’라고 이름을 지었다. 이들은 앨범 재킷 이미지뿐 아니라 노래가사에서 ‘잃어버린 과거의 찬란함’을 회복하려는 시도를 보여 주고 있으며 이를 통해 자신들의 음악, 중국 록 뮤지션으로서의 진정성을 나타내려 한다. 이들은 성당 시대에 대한 추억을 통해 현실에 대한 곤혹과 혐오감을 표현하고 있는데 이는 현실의 곤경을 극복하거나 비판하기 위해 노스탤지어를 이용하려 했던 80~90년대의 지식인이나 즈칭 세대(知青世代)에게서 발견할 수 있는 특징과도 유사하다(Yang 2003).

당대에 대한 애착을 극명하게 보여 주는 것은 장이머우 감독의 영화들이다. ‘연인’에서도 시대적 배경을 당대로 하였고, 450억 원이라는 엄청난 제작비를 들여 연출한 영화 ‘황후 花’ 역시 당대 ‘황소(黃巢)의 난’이 배경이다. 영화에서 볼 수 있는 것처럼 황권은 부정될 수 없는 것이고 반항은 부질없는 것이다. 국가 권력은 천지와 우주를 통할하는 황제의 막강한 권력으로 표현된다. 부정할 수 없는 황제의 권력이라는 주제는 국가의 암묵적 지원과 서구 자본의 힘을 빌려 만든 첫 블록버스터 ‘영웅’에서부터 등장하기 시작했다. 그는 2000년대의 현대 중국 사회에서 국가와 정부의 지원을 받아 블록버스터를 만들면서 권력에 대한 동의와 찬란했던 과거에 대한 향수를 주된 모티브로 사용하기 시작했으며 그것은 그가 연출한 올림픽 개막식 공연에서도 재연되었다.

장이머우가 과거와 전통에 집착한 것이 최근에 들어와서야 나타난 특징은 아니다. 그의 감독 데뷔작 ‘붉은 수수밭(紅高粱)’(1988)부터 ‘귀주 이야기(秋菊打官司)’(1992)까지 그는 줄곧 중국 사회의 권위주의적 담론에 의해 억압되어 있던 인간성을 복원하고 회복하기 위한 은유로 과거와, 전통을 사용하였다(Lu 1997). 그러나 그가 데뷔 초기 사용하던 과거와 국제적으로 유명해진 현재 집착하는 과거의 성격이 일치하지는 않는다. 초기에 사용하던 은유로서의 과거가 그 시기에 대한 비판으로 등장한 것이었다면 최근 작품에서 동원하는 과거는 중국이 가야 할 찬란하고 번영된 미래, 침해받지 않는 국가권력이라는 이데올로기적 열망이 투영된 것으로서의 과거이다(이응철, 2009).

대중문화는 특정 사건이나 이미지를 되풀이함으로서 특정 부분을 매우 친숙하고 또렷한 이미지로 만들어 내는 반면, 다른 부분은 낯설고 잘 알 수 없도록 만드는 경향이 있다. 중국의 대중매체들이 소재로 다룰 수 있는 과거의 사건과 시대는 무수히 많음에도 불구하고 당에 대한 향수가 반복되는 모티브로 등장하는 것은 당대를 그쳐 ‘여러 과거 중 하나’의 소재로 사용하는 것에서 멈추지 않고 세계의 중심이며 인간이 누릴 수 있는 최고의 태평성대라는 과거의 이미지를 친숙하고 또렷한 이미지로 만들어 현재의 시공간으로 확장시키려는 의도라 할 수 있다.

5) 대중문화 속 과거와 전통의 현재적 의미

중국 사회에서 대중매체를 통해 과거와 전통을 강조하는 것은 개혁개방 이후의 변화이다. 마오쩌둥에 의해 제기된 옛 사상·옛 문화·옛 풍속·옛 습관 등 ‘네 가지 옛 것 타파 운동(破四舊)’이나 공자에 대한 비판 운동 등에서 볼 수 있듯이 개혁개방 이전에는 과거와 전통은 부정되어야 할 것 혹은 극복되어야 할 것이었다. 하지만, 개혁개방 이후에는 민간 영역에서부터 전통이 새로운 모습으로 부활하거나 재생되기 시작하였다(김광익 1993; 장수현 1998).

지난 30년 전과는 달리 사회주의는 이념적으로 중국이라는 체제를 유지하는 유일한 원칙이지만 실제 생활에서는 개혁개방으로 인해 사회주의보다는 경제와 시장이 사람들의 삶을 지탱하는 원칙이 되었다. 일반인들의 일상생활에서 나타난 전통과 과거의 부활/재생은 국가권력의 약화와 민간 영역의 자율성 확대를 보여 주는 중요한 현상이었으며 동시에 개혁개방과 빠른 현대화 과정에서 중첩된 모순과 불안정함에 대한 적응전략이라 할 수 있다(이웅철, 2009).

주목할 것은 개혁개방정책의 성과가 가시적으로 드러나는 과정에서 민간 영역에서부터 등장하기 시작한 전통적 삶의 방식이 공적영역으로 진입하며 대중매체를 통해 강하게 부각되고 재생/재현되고 있다는 것이다. 이 과정에서 민간 영역에서 전통의 재생이 담당했던 국가권력에 대한 도전이라는 의미는 희석되고 중국적 특색과 고유한 성격이 선별적으로 전면에 부각되고 있다. 상상적이거나 심지어 허구적이라 할 지라도 과거와 전통에 대해 공유된 기억/망각/신념은 특정 집단 혹은 민족을 ‘구성’하고 이는 다시 자신들만의 독특한 과거와 전통을 더욱 강조하여 배타적 경계를 지

닌 ‘상상의 우리’를 확정하는데 대중매체가 적극적으로 기여하고 있으며, 즉 즉 건국 60주년을 맞아 군사, 간첩극이 양산되거나, 중국의 화려했던 역사문화적 사실을 지속적으로 제작 방송하는 시도가 지난 10여년간 계속되어 오고 있다.

개혁개방 초기 민간 영역에서 부활한 과거와 대중매체가 재현하는 과거가 어떤 방식으로 의미의 변화를 보여 주는지 중국 사회의 가족과 종족 조직을 통해 쉽게 확인할 수 있다. 1949년 중화인민공화국이 성립되었을 당시 가족이나 종족 집단은 중국 봉건문화의 상징이었으며 공산당 조직이 효과적으로 자리를 잡기 위해서는 와해되어야 할 대상이었다. 문화혁명 시기에는 가족과 종족의 해체 시도가 극에 달했고 사회주의 건립의 방해 요소로 치부되었다. 그러나 개혁개방 이후 불안정한 삶의 위치를 지탱하기 위해 종족집단이 재등장하였고 이는 국가에 대한 민간 영역의 ‘도전’으로 해석되었다(김광익 2003).

그런데 1990년대 후반부터 대중문화에서 중국의 전통적인 대가족이 화합과 통합의 이미지로 재등장하기 시작하였으며 이는 ‘허구적 가족’으로서의 중국이라는 이미지로 확장되었다. 다이진화(Dai, Jinhua, 2001)는 90년대까지만 해도 아내는 전업 주부이면서 유명 브랜드의 가전제품을 사용하여 살림을 하고 남편은 다국적 기업의 화이트 컬러이며 가족은 교외의 주택에 거주하는 등 이상화된 서구 중산층 핵가족의 이미지가 강조되었다면, 90년대 중반이후는 중국의 전통적 대가족이 오히려 이상적인 가족의 형태로 묘사되기 시작하였다. 중국술 공부가주(孔府家酒)의 광고는 “수백만 리 떨어져있어도 나를 가족으로부터 떼어 놓을 수 없다”는 카피를 사용하고 텔레비전 드라마에서 화교 배역을 맡은 여배우를 모델로 하여 그가 고향인 중국에 돌아와 친척, 친구들, 나이 많은 부모님을 만나는 모습을 그리고 있다. 이런 경향은 다국적 기업의 광고에서도 볼 수 있는데 한 다국적 피자 프랜차이즈 P의 경우 광고에서 전통 가족을 강조하는 카피를 사용하였다.

“듬뿍 쌓인 신선한 재료들은 할아버지의 기분을 좋게 합니다. 너무 맛있어서 할머니는 잔뜩 신나셨네요. 시어머니는 먹고 싶어 더 이상 참을 수 없나봅니다. 며느리는 쉬지 않고 먹고 있네요. 그렇다면 당신은요?”

중국 전통 가족의 강조는 민족 혹은 국가와의 동일시로 연결된다(Dai 2001). 대중

문화에서 중국의 과거와 전통을 재현하는 것은 과거와 현재를 동일시할 수 있는 상상의 가능성을 만들어 낼 수 있기 때문이다. 즉 대중매체가 동일성의 상상 공동체를 구성하는 역할을 담당하는 것이다. 대중매체의 영향력과 전파력은 과거와 현재를 동일시하거나 상상의 공동체를 구성하는데 일조한다. 최근 중국 대중문화, 영화, 드라마는 과거를 이용하여 동질성의 상상을 만들어 내는 데 일조하고 있다.

“우리가 과거와 맺는 관계는 원인이나 결과에 대한 사실의 지식이나 지적인 이해 뿐 아니라 상상력이나 공감에 의해서도 형성된다. 전시자료관, 기념관, 사적, 역사 소설이나 영화 등은 과거에 살았던 사람들과 정서적인 공감을 나누는 관계로 이끈다. 과거 사람들의 경험이나 감정에 대해 상상하고, 그들의 고통이나 죽음을 애도하며, 그들의 승리를 기뻐한다. ... 과거에 살았던 타자와의 이러한 동일화는 지금 살고 있는 우리의 아이덴티티를 다시 생각하거나 재확인하는 기반이 된다. 과거에 있었던 무언가를 상기하고 그것을 자신의 일처럼 여김으로써 우리는 어떤 특정집단—국가일 수도 있고 지역사회나 소수민족, 종교 단체일 수도 있는—에 속해 있다는 감각이 생긴다.”(다시모리스-스즈키, 2006).

6) 중화의식: 동질적 중국의 상상

현대 중국 대중문화에서 과거를 중요하게 사용하는 경향이 강하기는 하지만 그렇다고 ‘모든 과거’가 다 사용되는 것은 아니다. 대약진 운동이나 문화혁명은 실패한 것, 묻어 두어야 할 과거로 치부된다. 장이머우의 영화 중 ‘인생(活着)(1993)’이 지금까지 본토에서 공식적으로 해금되지 않은 것도 대약진 운동과 문화혁명의 폐해를 가족 구성원의 죽음이라는 방식을 이용하여 비유적으로 표현한 것 때문이라는 점은 한 사례가 될 것이다. 대신 성공한 것이거나 혹은 중국의 위대한 정신을 극적으로 보여줄 수 있는 것, 다양성을 포용하고 ‘중화’의 통일성을 강조할 수 있는 것들이 선별되어 재현된다. 여기에는 당, 명, 송, 청 등 고대 사회의 이야기거리 중 비교적 성공적이었으며 풍요했던 것으로 여겨지고 외국인들의 시각에서도 중국적인 것으로 식별될 수 있는 요소들을 중심으로 선별적으로 활용되고 있다. 1990년대 말이나 2000년대 초까지 큰 인기를 끌었던, 청대(清代) 건륭제나 강희제 등 황제를 다룬 드라마들

부터 최근 인기를 얻고 있는 명대(明代)의 이야기, 혹은 진(秦), 한(漢) 등 고대사회와 관련된 내용들, 최근 중국 출판 시장에서 폭발적인 인기를 얻고 있는 명대 역사 관련 서적들, 고전과 인문에 대한 일반인들의 관심을 확인시켜준 CCTV ‘백가강단(百家講壇)’ 같은 프로그램의 대중강의 등이 여기에 포함된다. 이상화된 성공적 과거는 ‘과거를 공유하는 중국’이라는 상상을 만드는 데 기여하며 중국이 가지고 있는 다양성과 이질성을 이상적인 동질성으로 묶어 낸다.

과거의 시간을 선별하여 같은 뿌리를 가지고 있음을 주장하는 것은 본질적으로는 다양한 민족으로 구성된 국가를 통괄하여 동질적인 하나의 중국을 상상하게 하고 그것을 특정 공간의 경계 내로 포섭하려는 시도와 연결되어 있다. 이는 중국의 공간적 경계를 확정하려는 서북공정, 서남공정, 동북공정 등 일련의 정치적 캠페인과 깊은 관련을 갖는 것으로 국가의 영향력으로부터 자유롭지 못한 중국 대중문화의 정치적 성격을 고려해야 하는 필요성을 제기하는 것이다. 최근 소수민족들의 삶이나 서남부 지역의 생활 모습이 영화나 드라마를 통해 자주 등장하는 것이나, 기념해야 하는 것으로서의 과거를 재현하는 주선을 영화들이 증가하는 것을 예로 들 수 있다(이응철 2008: 193~197).¹³⁾

결국 동질적인 중국의 상상이라는 것은 과거 시간의 선별과 현재 공간적 경계가 교차하는 가운데 만들어지는 것이다. 중국은 다민족 사회를 하나로 묶기 위해 국가가 주도하는 내셔널리즘의 성격이 강하다고 할 수 있다(Lei 2005). 대중문화의 영역에서는 아직도 국가의 역할이 크다는 점을 감안한다면 이와 같은 애국주의적 기획이 대중문화에서 자주 재현되고 있다. 즉, ‘민족이 근대적 국민국가의 집단적 주체로 진화한 동일한 주체’임을 보여 주기 위해 “역사의 자각적인 이상에 속하지 않는 것들의 타자성을 없애 버리거나 전유하려 애쓰는”(두아라 2004: 315) 모습을 현 중국의 대중문화에서 발견할 수 있다. 또한 “민족문화의 자주적인 창조성을 강조하고 사회주의 시장경제 여건 하에서 세계를 향한 중국문화의 발전능력을 향상시키는 것 곧 중화문화를 발전시키는 것”을 공공연한 정책 목표로 설정하고 있다. 즉, 문화를 통해 중국의 전통문화를 재창조하고 이를 통해 세계와 새롭게 소통하며, 나아가 중국 문화, 특히 중국 전통문화와 전통적인 사유방식을 세계에 확산시키고자 하고 있다. 이를 위해 종합국력과 국가 안보차원에서 문화소프트 파워를 향상시키고 문화산업의 취약한 경쟁력을 증진시키는 정책을 지속적으로 추진하고 있다.

7) 문화적 자신감: 시장경제와 지구화의 맥락

자본주의 메커니즘이 문화적 규범이나 윤리의 통제기능보다 우세하게 되는 추세를 보이고 있다. 사회 전반에 걸쳐서 자본주의적 담론이 팽배해지면서 텔레비전만 자유로울 수는 없다. 텔레비전이 사회의 시대상을 매개하고 있다는 점을 감안한다면, 한 사회의 문화적 현상은 자연스럽게 텔레비전에서도 표현되는 것은 자연스러운 일이다. 하지만 중국에서 보수적 매체이자 지배적인 매체인 텔레비전이 사회의 전통 규범과 대립되는 소재를 표현하는 것은 중국의 방송 정책구조상 쉽지 않다. 결국 사회문제를 텔레비전이 직접적으로 표현하기보다 사회적 규범과 타협하기 위해 다양한 드라마의 장치나 서술 방법을 도입하게 마련이다.

중국 문화 산업의 경우 국가의 역할이 아직도 중요하며 산업과 국가가 ‘공모’의 관계를 맺기도 하는데(이응철 2006), 이런 맥락에서 과거와 전통은 국가와 산업 양자가 쉽게 동의하는 지점이며 이를 통해 선별된 과거를 이용하여 전형적인 중국의 특색을 강조하는 것은 전 지구적 시장에서 효과적인 마케팅 포인트가 될 수 있다. 또한 중국의 모든 대중문화 상품은 공식적으로 국가와 정부의 허가가 있어야 제작, 배급될 수 있기 때문에 과거와 전통을 강조하는 기획에 동참하는 것은 제작자들의 입장에서 국가의 허가를 쉽게 얻어 자신들의 작품이 배급될 수 있는 안전망을 확보하고 국가의 입장에서는 중국의 특색을 문화 상품에 결합시켜 세계 시장에 내놓을 수 있는, 명분과 실리를 모두 얻는 행동이 된다.

과거의 일, 역사적 사실 등을 대중문화에서 소재로 다루는 것은 상업적으로도 유용하다. 이미 검증된 소재이고 기본적으로 서사 구조를 가지고 있기 때문에 기획 단계에 들어가는 비용을 줄일 수 있고 익숙한 이야기라는 점을 활용하여 배급 단계에서도 이점을 누릴 수 있다. 이는 거의 모든 사회의 문화 산업에서 유사하게 나타나는 특징이다. 그런데 중국의 경우는 조금 더 많은 것들이 고려되고 있다. 이전에 비해 많이 완화되기는 했지만 문화 산업에서 여전히 국가의 영향이 큰 상황에서 투자자나 제작자들은 배급을 보다 용이하게 하고 보다 안전하게 시장에 참여할 수 있도록 하며 세계 시장에서는 보다 빠르게 중국 문화 상품들을 각인시킬 수 있는 전략의 일부로서 이를 이용한다.

이는 또한 중국의 전 지구적 자본주의화 과정에의 참여라는 맥락에서도 고려되어

야 한다. 현대 중국의 문화 산업이 개혁개방 이전의 그것과 달리 고립되어 있지 않다는 사실 때문이다. ‘와호장룡’의 성공 이후 이어진 과거 소재 영화들의 등장, 광고와 드라마, 대중음악 등에서 과거와 전통적 요소를 강조하는 경향은 과거로의 회귀가 아니라 서구적 요소들의 적극적 이용을 통해 이루어지고 있다는 점이다. ‘와호장룡’, ‘영웅’, ‘연인’ 등의 영화는 할리우드를 포함하여 외국의 자본이 투입되었을 뿐 아니라 캐스팅, 마케팅 등 여러 영역에서 할리우드의 방식을 차용하였다. 또한 참여 스태프들도 할리우드의 방식을 따라 ‘다국적 스태프’로 구성되었다. 최근 중국영화에서 할리우드의 방식을 사용하는 것은 그것이 전 세계적으로 힘을 발휘하고 수익을 창출하는 데 있어 효과적이며, 중국 영화 산업의 입장에서 봤을 때, 자국 영화 산업을 효과적으로 세계 시장에 알리고 수익을 극대화할 수 있는 모델이기 때문이다(Chung 2007). 즉 ‘민족적 특색’을 가미하는 방식으로 자신들의 진정성을 보여 주려고 한다는 점도 중국 대중문화의 과거 강조 현상이 전 지구적 자본주의화와 시장경제의 흐름이라는 맥락에서 녹아들어서 있음을 보여준다고 할 수 있다. 실제로 중국은 전통과 민족문화를 바탕으로 한 하이 컨셉트 콘텐츠를 선호하는데, 하이 컨셉트란 미국 등 서구국가가 활용해온 스튜디오 제작, 스타시스템, 카테고리화, 집단화, 블록 버스트 전략 등의 콘텐츠 제작 방식을 통해 중국적 특색을 표현하는 시도를 전개하고 있다.

실제로 중국 블록버스터 영화들 거의 대부분이 할리우드의 방식을 그대로 사용하고 대규모 자본과 자본을 바탕으로 한 기술 발전을 활용해 화려한 볼거리(大場面)에 제공하면서도 내용은 중국 고대사회의 것으로 채우고 대외적으로는 그것이 중국적인 것이라고 주장하고 있다. 외국의 소비자들 역시 ‘중국적 특색’이 담긴 중국의 문화 상품들을 소비하는 현상이 증가하면서 이는 새로운 ‘시누아즈리⁶⁾’(chinoiserie)가 등장하고 있다는 평가가 나오고 있다. 즉, 17~18세기 무역으로 맺어진 청(淸)과 유럽의 관계처럼 대중문화의 영역에서 중국과 서구가 자본과 상품의 교류로 밀접한 관계를 맺으며, ‘독특한 중국풍’이라는 특징이 중국 문화 상품의 마케팅 포인트가 되었던 것처럼 21세기의 문화 콘텐츠 산업영역에서도 서구적 기법과 ‘중국적 특색’이 결합된 중국 문화콘텐츠 상품의 생산을 통해 세계 시장에 진출하고 있다.

6) 시누아즈리는 사전적으로 17~18세기 유럽에 유행한, 복장·가구·건축 등에서의 중국풍의 취미 혹은 중국 취미의 물건을 의미한다.

중국 대중문화의 특성은 중국식 사회주의, 민족주의, 시장화 경향이 복잡하게 결합되어 있으며 지구화 과정과 맞물려서 진행되고 있다. 이는 내부적으로 문화 산업에 대한 국가의 역할을 고려해야 하는 정치적 문제, 내부결속에 대한 해계모니를 누가 가지고 있고 무엇을 이용해 주장하는가라는 문제, 대중문화의 민족주의적 경향이 은폐하는 현실 — 예를 들어 소수민족과 관련된 많은 이야기들 — 은 무엇인가의 문제, 외부적으로는 문화 상품시장과 관련된 서구와의 주도권 싸움의 문제 등이 혼재되어 있다고 볼 수 있다.

2. 심층인터뷰를 통한 중국 드라마 트렌드 분석

중국 드라마 트렌드에 대한 총체적 점검을 위해서는 종적으로 건국 직후부터 베이징올림픽, 상해 엑스포, 광저우 아시안게임을 치른 최근까지, 횡적으로는 문학, 문화, 사상을 아우르는 현대 중국문화의 맥을 짚어나가는 수고를 겪어야 한다. 문화혁명, 탈식민주의, 민족주의, 신좌파, 디아스포라, 문화대국 등 현대 중국의 주요 이슈와 화두를 파악해야 중국이 걸어온 여정이 반영된 드라마의 트렌드를 파악할 수 있는 시야의 기반을 확보할 수 있다.

영화, 드라마, 대중음악을 포함하여 최근 중국 대중문화의 특성중 하나는 ‘중국적 특색’을 강조하기 위해 중국의 고대사회나 과거의 특징을 중요한 소재나 주제로 삼는다. 이러한 특성은 전지구적 시장에서 중국의 문화상품을 부각시키는데 중요한 역할을 함과 동시에 내부적으로는 민족주의적 감정을 확산시킬 수 있는 가능성을 만들어내고 이전시기 사회주의적 구심력의 빈자리를 채우는 역할을 한다.

역사를 비롯한 중국적 특색의 강화는 어느 날 갑자기 등장한 것이 아니라 80년대 중반 이후 등장한 과거와 전통에 대한 지식인들의 재인식, 개혁 개방과 현대화의 부정적 결과에 대한 반성, 90년대 발생한 몇 가지 외교적 사건들, 사회주의 이념의 약화에 따라 중국 인민들을 이념적으로 결합시켜야 할 필요성 등 여러 요인들이 축적되어 나타난 반응이다.

내부적으로는 ‘중화민족’이라는 동질성을 유지하게 하고, 중국 특색의 대중문화라는 진정성을 부여함과 동시에 외부적으로는 세계화 과정에 참여하는데 있어 중국의 문화상품을 보다 빠르게 확산시키려는 의도를 갖고 있다. 중국에서도 드라마는 시청

자의 오락인 동시에 권력의 이데올로기적 도구이다. 즉, 몇몇 장르에 대해서는 계몽, 계도의 수단으로 활용된 역사, 이념적 가치의 실현을 강요해 왔다. 또한 동시대의 감수성에 민감하게 반응해 왔으며, 시청자의 요구와 욕망을 반영한 산물로도 작동해 왔다.

중국 드라마 트렌드에 대한 분석을 위해 중국 방송 현황에 대한 문헌조사와 중국 유학생(대학원 재학생), 중국 콘텐츠 유통 전문가, 중국 방송 제작진들을 대상으로 심층인터뷰를 실시하였다. 중국 제작진 및 중국 유학생들을 중심으로 심층인터뷰를 진행하기 위해 1차적으로 연구자가 한국어 설문지를 작성하였다. 이 설문지를 신문 방송학 전공 중국 유학생에게 1차 번역을 의뢰하였고, 중국을 유학한 대학원생에게 2차 번역을 실시하여 설문지를 완성하였다. 이를 통해 중국 방영 드라마의 인기요인, 특성 등 중국 드라마에 대한 전반적인 트렌드를 파악하고자 하였으며, 주요 분석 내용은 드라마 트렌드 및 특징, 프로그램 및 드라마 이용패턴, 드라마 제작 특성, 해외 프로그램 선호도 전반에 대해 심층 분석을 실시하였다. 또한 드라마 제작 및 내용에서 두드러지는 특징, 주요 활용장치, 주요 소재, 제작 중심요소, 등장인물, 현실반영정도, 주요 선호 유형 및 인기 드라마 특징 및 구성요소 등에 대해 세부 사항을 파악해 중국 드라마에 많이 활용되는 문화코드를 살펴보았다.

1) 중국 드라마 트렌드 및 특징

중국의 방송산업 현황은 TV 시청가구가 약 3억 4000만 가구에 달하며, 수 천 개의 텔레비전 채널과 방송사들이 있으며, 매년 100만 시간 이상의 프로그램이 방송되고 있다. 중국 최초의 텔레비전 방송은 베이징에서 1958년에 시작되었고, 1970년대에 전국적인 네트워크가 형성되었다. 중국은 한국처럼 단일민족과 강력한 중앙집권 시스템으로 되어있는 나라가 아니다. 23개의 성, 4개의 직할시, 5개의 자치구, 2개의 특별행정구역 등 총 34개의 성급행정구역이 있고, 56개의 민족이 존재한다. 각 성급단위마다 세부적인 제도들에 차이가 있고 법률적인 차이도 크다. 한마디로 수십 개의 나라가 모여서 하나의 나라를 이루고 있는 셈이므로, 한국적인 방식으로 뚝뚝 그려 정의한다는 것은 중국, 혹은 중국인을 이해하는 올바른 방법이 아닐 수 있다. 다만 전체적인 흐름과 트렌드를 살펴보는 차원에서 중국의 시대별 특징은 세 시기로

구분 가능하다. 텔레비전 보급 이후 1950년대부터 1977년까지로 이 시기 중국 드라마는 선전과 교육 수단이었으며, 텔레비전이 아직 대중매체로 성장하지 못했기 때문에 드라마 수준도 일천했다. 1978년 이후 1989년까지는 중국 드라마 산업의 계몽 시대라 할 수 있는데, 중국 국산 드라마가 선전도구부터 점점 대중문화 형식으로 바뀌는 시기라 할 수 있다. 그럼에도 텔레비전 드라마는 ‘국민과 국가에 봉사한다’는 요구를 만족시킬 목적으로 제작됐으며, 드라마 대부분은 1987년까지 사회주의 리얼리즘과 동일시되었으며, ‘주류 멜로디 드라마(mainstream melody works; 주선을 드라마)’로 불렸다(Keane, 1999). 정부 개혁 정책에 대한 교육과 설득을 위해 내러티브 방식으로 전달하는 역할을 수행했다.

1990년 이후 중국 드라마의 다원화시대가 이뤄졌으며, 산업적으로도 급속도로 성장하는 시기라 할 수 있다. 프로그램 포맷, 장르에 대한 해외 성공사례의 도입과 개조를 통해 리얼리티 장르나, 다양한 오락 장르가 시청자들에게 인기를 끌기 시작했다. 즉 2000년 초반까지 중국은 모방적 동형이질(isomorphism, 同形異質), 모방 혹은 복제 관행이 팽배했다(Kean, 2003). 이러한 현상이 발생하게 된 것은 텔레비전 전송 플랫폼이 증가했지만, 프로그램과 프로그램 포맷, 장르 등은 단조로웠고, 시청자의 요구보다는 방송관련법에 의해 결정되었기 때문이다. 즉 중국의 시청자들의 욕구 충족은 선택의 다양성보다는 대만이나 홍콩, 서구의 프로그램들 중에서 선택적으로 제공되는 프로그램을 통해서나 가능했다. 2002년 이후 후난 위성 텔레비전은 중국에서 가장 유력한 상업 방송사로 자리매김하게 되었는데, 대만과 홍콩으로부터 들여온 프로그램을 지역화하는 시도가 성공을 거두었기 때문이라 할 수 있다.

현재까지도 중국의 텔레비전 산업은 관료 지배 정치의 잔재와 기업가적인 활동이 불안하게 공존하고 있다고 볼 수 있다. 하지만, 국가 지배의 유산과 위대한 문화적 전통에 기반하여 중국은 외국 문화상품들을 탁월하게 지역화하는 능력을 보여주고 있다. 외국 아이디어의 혼종화라기 보다는 외국 아이디어의 모방이라는 지적도 제기되고 있지만, 프로그램이나 콘텐츠 제작과 관련해서는 모방적 동형이질 현상⁷⁾이 광

7) 모방적 동형이질 현상이 드라마에서 공식적으로 도입된 것은 영국의 장수 멜로 드라마 <Coronation Street>를 기초로 공동제작한 <Joy Luck Street(Xingfu jie)>는 서구 연속극을 중국인 토양에 맞도록 복제한 시도이다. 영국의 저작권자인 그라나다 미디어(Granada Media)는 베이징 방송협회(Beijing Broadcasting Institute)에서 제작지원을 받은 베이징 유한 시청각 프로덕션(Beijing Yuhan Audio and Video Production)의 홍콩지사 벤처기업을 통해 자본

범위하게 발생하고 있다고 볼 수 있다.

(1) 중국의 드라마 장르

드라마 장르에 따라 시청자들을 끌어당기는데 성공한 프로그램에 대한 하나의 요리법, 패키지 또는 기술의 조합이 달라진다고 할 수 있다. 이 조합은 중국인, 중국문화, 역사 등의 특성이 반영된 언어, 종교, 의상, 음악, 비언어적 코드, 유머, 인종 등 다양한 요소들이 포함된다. 따라서 한국이나 서구 국가에서 제시된 장르개념으로 중국의 드라마 장르를 유형화하거나 일반화하기 보다는 중국의 자체적인 드라마 장르 구분을 수용해서 해석할 필요가 있다. 중국식 드라마 장르를 유형화해 보면 중국의 역사, 문화적 전통, 사회주의 국가라는 특수성, 국가 및 행정기관 주도의 방송영상 정책, 개혁, 개방이후의 자본주의화, 상업화 경향, 광활한 영토와 역사에 따른 지역별 문화의 차별화, 홍콩대만 드라마의 차용 등이 혼재되어 작동하고 있다고 볼 수 있다. 장르별로 정리하면 다음과 같다.

○ 가정 (윤리도덕) 드라마

가정 중심주의 가치관이 강조된 장르로 중국 문화 중 농경전통의 특성이 드러난 장르로 현대화 사회 이후 중국의 가족, 개인, 그리고 사회, 공공과의 관계를 어떻게 처리하는지에 대한 문화적 문제를 담고 있다. 한편으로 ‘가정’중심주의 드라마의 문화가치관과 ‘안정’주류 가치관 간에 ‘가국동구’(家国同构)라는 관계가 형성된 장르라 할 수 있다.

○ ‘주류 드라마’(주선율 드라마)

‘주선율 드라마’는 각급 행정기관의 직간접적인 지급금을 받는 드라마를 의미한

을 제공했다. 상당기간동안 현지화 작업을 통한 제작이 추진됐으며, 당시 중국에서 활용되지 않던 동시 플롯라인(simultaneous plot lines)과 같은 기술이 전수됐다. 중국식 제작 전통은 제작에 들어가기 전에 최종형식으로 개정되지만, <Joy Luck Street>의 대본은 촬영 도중에서 시청자 반응에 따라 조정되었다. 중국 환경에 적용한다는 점은 원작이 갖고 있던 미묘한 차이를 중국화하는 과정에서 많은 어려움을 낳았고, 역기능 가족(dysfunctional family, 알코올과 마약 중독, 폭력) 중심의 내러티브는 중국 본토의 가치관에 맞게 재작업이 요구됐다.

다. 주요 장르는 ‘업종 드라마’, ‘영웅과 모범 노동자에 관한 드라마’, ‘혁명역사 드라마’, ‘군사 드라마’ 등이 있다.

○ 사극(역사 소재 작품)

중국 사극은 오랫동안 인기를 끌어온 장르이다. 중국의 오랜 역사와 많은 소재 때문에 중국 시청자들에게 ‘기본적인 관심’을 유도할 수 있는 장르라 할 수 있다. 인기 사극은 역사적 진실과 예술적 허구 간의 관계를 잘 처리한 작품들이라 할 수 있다. 역사를 되돌아보면서 현실 문제를 탐색하고 역사적 소재를 토대로 현대적 가치관이 융합되며 ‘역사상의 사비선악’을 통하여 현대인들의 행위규칙을 계시하고 역사를 거울로 삼아서 현실을 직면하고 환기시키는 기능을 수행한다고 할 수 있다.

○ 코미디 드라마

반어적인 풍자 특성을 가지고 있다. 전통적인 코미디 표현 방법을 사용하고 인기 있는 개그맨을 사용하는 장르이다. 단막극식 스토리 구조와 통속적인 형식으로 중국 일반 사람들의 꿈과 상황을 코미디로 표현한 장르라 할 수 있다.

○ 현실주의 드라마

‘현실주의’ 서술방식으로 사회 경제 구조가 새롭게 전환하는 시기를 반영하여 인간성의 변이, 인생의 어려움, 사회의 불안을 보여주며 사회 발전하는 과정에 권력과 이익의 갈등을 밝히고 있다. 하지만 제도 정책적 제한으로 인해 통찰력 있는 현실주의 드라마 제작이 활발하게 이뤄지고 있지는 못하다는 지적도 적지 않다.

○ 농촌 드라마

최근 농촌 드라마는 가볍고 간단한 코미디형 농촌 드라마를 대신하며 대부분이 중국 농민의 새로운 생활에 대한 송가(頌歌)를 담고 있다.

○ 오락 드라마

오락드라마는 주로 무협 드라마, 경찰드라마, 트렌디 드라마, 애정 드라마 등으로 구분되며, 최근 중국 방송 드라마의 주류로 부상하고 있다. 먼저 무협드라마는 대중

의 희망, 기대, 꿈 등을 상상적 무협 드라마를 통하여 전달하고 있으며, 경찰드라마는 범죄현상, 기이함, 그리고 생사준망이 국가이미지, 정권의 힘 그리고 사회공정 사이에 중간점을 찾는 방식으로 흥행코드를 설정하여 제작되고 있다. 중국산 트렌디드라마는 한일 트렌디드라마로부터 큰 영향을 받았다. 최근 들어 중국적 코드, 다른 장르와의 결합을 통해 중국 트렌디 드라마만의 특성을 형성해가고 있다. 애정 드라마는 현실감이 강하고 제작도 치밀하고 완성도 높게 제작되면서 중국 국산 드라마의 중요한 장르가 되었다.

(2) 중국의 최근 드라마 트렌드

중국방송산업에서도 콘텐츠 비중이 가장 큰 장르는 드라마이며, 인기 드라마 소재의 동향이 어떠한지는 항상 주목받아왔다. 2008년의 경우 현대 소재 드라마가 강한 발전을 기록하면서 드라마 제작의 주류로 부상했지만, 역사 드라마는 하향세를 보이는 추세였다. 2009년은 중국 건국 60주년으로 현대 소재 드라마의 제작과 방송이 주류를 이루었으며, 군사 소재, 청춘의 분투, 농촌 생활 등을 주요로 한 소재의 드라마 및 중량급 시대 드라마도 많이 제작됐다.

2010년 상반기에 전국 시청 데이터를 살펴보면, 저녁 방송의 드라마 중 근대전기, 도시생활과 사회 윤리 드라마 장르가 인기가 높았고 대표적으로 ‘악연’, ‘현모양처’, ‘수당 영웅전’ 등은 전국적으로 높은 시청률 순위에 올랐다.

중국에서 방송되는 드라마 트렌드는 첫째, 현실을 반영하고 화합하는 정치적 이념을 강조하는 내용, 둘째, 민족의 독특한 역사, 문화에 부합되는 작품, 셋째, 전형적인 인물을 부각시키거나, 아름다운 스토리를 부각시키는 내용이 주류를 이루고 있다(광명일보, 2009. 11. 9). 이러한 트렌드는 중국적 상황에 부합되게 특정 장르가 많이 제작되는 경향이 나타나고, 급격한 사회변동이나, 중국이라는 거대한 국가가 갖는 지리적, 영토적 특색을 반영해 지역별 차별화로 나타나고 있다.

2) 인기 드라마 장르 및 트렌드

중국에서 전통적으로 인기있고 많이 방송되는 드라마는 홈 드라마, 사극, 시대극

등이 주류를 이루며 군사 전쟁 드라마, 고전물의 리메이크, 소설 혹은 문학작품을 소재로 한 드라마가 많이 제작 방송되고 있다. 하지만, 최근 트렌드는 변화 양상을 보이고 있는데, 인기드라마 트렌드 순서는 대략 다음과 같다. 도시가정극, 애정극과 간첩극, 전쟁극, 군사극이 인기를 끌고 있으며, 국내외 리메이크 작품과 농촌극, 시대극이 그 뒤를 잇고 있는데, 역사극의 경우 최근에 다소 하락추세를 보이고 있는 것으로 나타났다.

중국의 인기장르는 기본적으로는 가정 윤리극이 주로 많은 인기를 끌고 있으며, 시기에 따라 경찰극, 시대극, 역사정극 등이 일정 주기를 갖고 유행하는 모습을 보이고 있다. 한 때 인기를 끌었던 역사극은 퇴조하는 경향을 보이고 있는 가운데, 2009년은 농촌생활과 도시생활, 스파이 전쟁을 소재로 한 드라마가 높은 시청률을 기록했다. CSM 미디어 연구기관의 시청률 데이터를 보면, ‘향촌사랑(鄉村愛情) 2’, ‘애무회(愛無悔)’, ‘연지설(煙脂雪)’, ‘첨밀밀(貼蜜蜜)’, ‘웃으면서 살아가자(笑着活下去)’, ‘중경첩전(重慶諜戰)’, ‘상해왕(上海王)’ 등 농촌 생활과 도시생활, 스파이 전쟁 등을 소재로 한 드라마가 최근 높은 시청률을 나타냈다.

2010년 상반기 시청률 데이터에서 나타난 결과를 보면, 중국 80개 도시에서 34가지 유형의 드라마가 방송되었지만, 근대전기, 도시생활과 사회윤리 드라마가 시청률에서 상위권을 기록한 것으로 나타났다. 이러한 현상이 나타나게 된 것은 ‘고방송-고시청 순환’ 현상⁸⁾과 함께 서민들이 호기심을 유발할 수 있으면서 이해하기 쉬운 내용 등을 다루는 경향이 강해지고 있다고 볼 수 있다. 동시에 고려할 사항은 정부 정책의 장려로 군사내용(군대생활, 군사투쟁, 지하당 투쟁, 스파이, 전쟁, 대혁명, 중대 역사 내용) 드라마가 2009년까지 집중 제작되었다. 이러한 제작 트렌드와 성과는 심층 인터뷰 결과에서도 두드러지게 나타났다.

“현실적인 소재로 만든 드라마가 여전히 주류라고 할 수 있다.”

“가정 애정극과 사극(궁중 암투극)이 대표적이며, 수사물, 전쟁극, 혁명극, 30년대 배경의 시대극 등도 인기가 많다.”

8) 특정 주제 드라마를 많이 방송하면 시청률도 높아지게 되고, 이에 따라 방송국 더 많이 드라마를 방송하는 순환 구조의 현상

“최근 변화된 트렌드는 군사 전쟁 드라마의 약진이 두드러지며 대표적인 드라마로는 ‘사병돌격’, ‘아적단장아적단’ 등이다.

“2010년 상반기 BTV(Beijing TV Station)에서 방송하는 ‘철이화’(鐵梨花)라는 항일전쟁 소재 드라마 인기가 제일 많다. 포털사이트 시청률에서도 12.45%로 1위로 나타났다.”

“특이한 경향은 중국 고전물의 리메이크화이다. 대표작으로는 ‘신 삼국지’, ‘신 서유기’, ‘신 수호지’, ‘홍루몽’ 등이다.”

“요즘 국민당과 공산당의 국내전쟁시기의 첩보전 드라마가 인기가 높다. 그리고 젊은 사람들이 창업에 관한 드라마도 인기가 있다.”

중국 드라마의 경우 대부분 20~30회 분량으로 제작되고 있으며, 소재별로는 역사, 항일 전쟁, 가정/애정 드라마가 주류를 이루고 있으며, 최근 들어서는 항일 전쟁 장르라 자주 제작되고 있으며, 사회문화를 다룬 드라마의 선호도도 높아지는 추세라 할 수 있다. 드라마에 등장하는 인물들의 경우 영웅, 백성, 정치적 유명인물 등이 주류를 이룬다고 할 수 있다. 드라마 시나리오에 문학적 요소가 강조되는 경향이 두드러진다고 할 수 있다.

(1) 중국적 특색의 드라마

중국방송 산업은 아직도 과도기적인 상태에 있다고 볼 수 있는데, 영화나 텔레비전 제작과 관련해서 당연시하곤 하는 창의적 요소들이 관료주의를 만족시켜야 한다는 점이다. 물론 최근 들어 드라마 제작 등에서 나타나는 특징은 중국 당국 및 관료주의에 대해 자립적인 방향으로 변화하고 있고, 적극적으로 시청자, 상업적 기업으로 진화해가고 있다. 즉, 프로그램은 존재의 이유로서 기능하는 것이 아니라, 시청자를 창출해내기 위한 사용되는 상품으로 의미를 갖기 시작했다. 중국 고전물 등의 리메이크나 역사, 시대극 등의 드라마는 안정적인 시청률을 확보하기 쉽다는 측면과 함께 드라마 사전 심의에 잘 통과되는 소재라는 점에서 정책적 요소와 상업적 이해관계가 결합된 산물이라 할 수 있다.

“중국 드라마에 있어 방송 사전 심의에 잘 통과하고 시청률이 대체적으로 안정적인 드라마 소재는 ‘홍색 소재’로 ‘공산당’과 관련된 소재이다. 정치적 소재이거나 항일 소재, 국·공 내전, 혹은 사회 공익적인 내용이 심의 통과가 쉽다.”

“한국 같은 경우도 ‘겨울연가’ 류의 멜로드라마 혹은 ‘아내의 유혹’처럼 막장드라마라고 불리는 복수치정극, 혹은 ‘주몽’, ‘선덕여왕’ 등의 환타지가 가미된 영웅중심의 사극 등이 지속적으로 제작되고 인기를 끄는 것과 마찬가지로 중국도 팔리는 장르가 있다.”

“‘주선물’이란 80년대 말 중국 정부에서 내놓은 일종의 문화적 구호이며 그 주요의미는 문학예술, 문화상품들이 “당을 찬양하고, 인민을 찬양하며, 사회주의를 찬양하여야 한다”는 것이다. 이러한 문화적 가치관의 핵심은 애국주의, 집단주의, 사회주의이다.”

시기마다 시청자들의 선호가 다르다. 하지만 중국에서 역사 드라마는 상당기간 동안 많은 인기를 끌었던 장르이다. 최근 2~3년 동안 사극의 인기는 많이 식었지만, 여전히 선호되는 중요한 장르이며 고정적인 시청자층을 확보하고 있다. 역사물은 1998년을 전후해 많이 제작되기 시작했으며, 왕실과 궁중의 풍속을 다루는 드라마가 주류를 이뤘다. 이러한 제작물이 등장하게 된 원인은 전통에 대한 긍정적 재평가가 강화되기 시작하면서 두드러진 현상이라 할 수 있다. 역사와 문화에 대한 반성적 사고(歷史反思 文化反思)에서 출발하여 중국 문화의 기원을 찾고 중국 민족의 역사를 회복하고자 하는 시도가 깔려 있다고 할 수 있다. 2010년에 두드러지게 나타난 현상 가운데 하나는 2009년에 건국 내용을 많이 방송된 바람에 잠잠했던 사극이 2010년에 들어와 부활하기 시작했다. 중국내 대도시에서 사극 시청률과 방송 편수가 증가하는 모습을 보여주었으며, 지역별로 편차는 있지만 2009년 대비 사극의 편성이 증가하는 현상이 나타났다. 하지만 최근 제작되는 사극의 규모와 제작비, 완성도 측면에서 과거와는 차별화된 블록버스터급 제작이라 할 수 있다.

“역사물에 있어서는 고전 및 원작이 있는 드라마 리바이벌입니다. ‘홍루몽’ ‘삼국지연의’ 등의 고전대작이 만들어졌고 ‘수호지’ 역시 제작중입니다.”

“실존 인물이나 실제 사건을 다루는 이유는 소재나 인물의 친숙함 때문에 평균치 이상의 시청률과 흥행이 보장된다.”

“나라가 크고 다양한 민족 및 오랜 역사가 존재하는 만큼 이러한 경향은 어느 정도 지속 될 것이라 여겨진다.”

“현대 중국의 영화나, 드라마, 대중음악과 같은 대중문화의 영역에서 중국의 과거나 역사적 소재를 많이 사용하고 있다. 중국이 자신의 과거나 전통을 사용하여 문화산물을 생산하는 것이 중국만의 유일한 특성은 아니지만, 내셔널리즘의 강화 혹은 확산에는 기여한다고 볼 수 있다.”

“현재로서도 소재가 점점 고갈되어 가고 있는 실정이라서 증가하리라 보기는 어려우나, 필요한 흥행성만 보장된다면 어떤 특정 실제인물이나 실제 어떤 사건에 대해서는 앞으로도 제작이 주기적으로 이루어질 수 있는 가능성은 상존한다.”

최근 2~3년 사이 급격히 제작된 장르는 군사 드라마라고 할 수 있다. SARFT 데이터를 보면, 중국 드라마 촬영/제작 신고 기록 게시판에 게재된 드라마 중 현대를 소재로 한 드라마가 60%의 비중을 차지하고 있다. 그리고 몇 년 전만 해도 보잘것없는 ‘시간 때우기’ 역할을 하곤 했던 군사 소재 드라마가 당당하게 ‘황금 콘텐츠’로 떠올랐다. 군사 소재는 최근 중국에서 긴박감, 애국심, 치열함 등의 요소들을 적절히 살리면서 시청자들의 흥미를 불러일으키고 있다. 또한 몇 년 동안 역사 드라마에 대한 식상해하던 시청자들의 욕구를 충족시켜줄 대안으로 군사소재 드라마가 상승하는 경향을 나타낸 것으로 보인다. 동시에 건국 60주년이라는 상황도 작용한 결과로 보인다.

2008년 중국 국제 영화드라마 박람회에서는 현대 소재와 군대 생활 소재가 거의 무대를 휩쓸었다. ‘북대황(北大荒)’, ‘아적형제규순류(我的兄弟叫順溜)’, ‘소아의 공술(蘇雅의供詞)’, ‘청동비수(靑銅匕首)’, ‘두견산(杜鵑山)’, ‘선량배후(善良背後)’ 등의 작품들이 전시되었으며, ‘북평전쟁(戰北平)’, ‘태아산혈전(血戰台兒山)’, ‘동방홍(東方紅)’, ‘흑삼각(黑三角)’ 등의 드라마도 사람들의 주목을 받았다. 2009년에는 ‘차이

나 밴드 오브 브라더스(中國兄弟連), ‘나의 대대장 나의 연대(我的團長我的團)’, ‘영광세월(光榮歲月)’, ‘고지(高地)’, ‘나는 태양(我是太陽)’, ‘출관(出關)’ 등을 포함한 10편 이상의 군대 생활 드라마가 방송되었다.

“실제로 대표적인 군사 드라마인 ‘잠복(潛伏)’, ‘해방(解放)’은 제작 수법, 스토리 구성과 인물 묘사 등 많은 면에서 상당한 제작 수준을 보여주었다. 2010년에 들어 약세를 보였지만 군사 드라마에 대한 시청자 소구력은 무시할 수 없고 방송국들이 시청률 관성과 시청 습관을 감안하여 계속 많은 군사 드라마를 내보내고 있는 상황이다.”

“2009년 인기를 끌었던 ‘인간정도시창상(人間正道是滄桑)’, ‘잠복(潛伏)’, ‘해방(解放)’은 대표적인 군사 드라마들로 제작 수법, 스토리 구성과 인물 묘사 등 많은 면에서 상당한 제작 수준을 보여주었다.”

“군사 드라마의 경우 등장인물들의 개성이 강한 편이다. 하지만 옛날과는 달리 영웅적 군인 이미지에서 벗어나 인간성이 있고 완벽하지 않은 군인 이미지가 더 인기가 있다.”

설날 특선 대작 현상도 중국적 특색이자, 개혁개방이후 산업화되기 시작한 중국 드라마 제작산업의 현상을 보여준 한 예라 할 수 있다. 2005년 처음으로 설날 특선 대작이란 개념을 도입하였다고 한다. 2005년 11월 18일, 1년에 한 차례씩 개최되는 광고입찰에서 CCTV는 후메이(胡玫), 천젠빈(陳建斌) 등을 초청하여 설날 기간에 방송할 ‘차오자다위엔(喬家大院)’을 홍보하였고, 2년 뒤에는 ‘한우다디(漢武大帝)’와 ‘황관둥’을 같은 방식으로 선보였다. 설날 기간 시청자들의 TV 시청 시간이 길어 좋은 시청률을 확보할 수 있다는 것 외에, 광고주들이 이 기간 동안 각종 판촉활동을 벌이면서 TV 광고 시간을 증가시키는 것도 설날 특선 대작이 성공할 수 있는 원인 중의 하나이다. CCTV는 설날 특선 대작 ‘황관둥’, ‘차오자다위엔’과 ‘한우다디’의 경우 수천만 위안의 제작비로 1억 위안을 넘는 광고 수익을 창출하는 큰 성공을 거두었다. 설날 특선 대작은 수익성이 높은 아이템이기 때문에 CCTV뿐만 아니라 타 방송국도 관심이 높으며, 성급 위성 채널도 도입하고 있다. CCTV가 설날 특선 대작을 방

송하기 전에 장쑤(江蘇) 위성 채널은 난징(南京)에서 대형 설명회를 개최하여 처음으로 자체 설날 특선 대작 <비혈지안(碧血劍)>을 선보였다. 설날 특선 대작 경쟁을 벌이고 있는 방송국은 CCTV와 성급 위성 채널뿐이 아니다. 5년이라는 짧은 기간 동안 설날 특선 드라마는 위성 채널과 지상파를 휩쓰는 개념으로 부상하였고, 성장 속도는 설날 특선 영화를 훨씬 능가하였다.

(2) 개혁, 개방 이후 나타난 특징

개혁 개방, 자본주의화가 진전되면서 드러난 특징은 오리지널 콘텐츠를 기반한 드라마화라고 할 수 있다. 다양한 드라마가 제작되고 시장 성과가 중시되는 경향이 강해지면서 소재의 측면에서 나타난 변화뿐만 아니라, 드라마속 인물 묘사도 변화하고 있다. 현대극을 중심으로 다양한 작품들이 제작되고 있다. 사회 현실을 직접적으로 다루는 드라마 등의 제작은 유행 추세와 사회적인 공동 관심사를 파악한 결과의 산물이라 할 수 있다.

“최근 두드러지는 현상으로 현실 내용을 소재로 한 드라마 중에서 대중적으로 인기가 높은 문학작품이나 소설을 소재로 한 것들이 시청자들의 많은 호응을 얻고 있다.”

“소설을 드라마로 각색한다는 경우가 많다. 원작 소설은 드라마의 영향력이 높여주며 드라마의 흥행은 원작 소설 판매량도 증가될 수 있다.”

“소설과 영화로 큰 성공을 거둔 ‘杜拉拉升职记’(두라라성공기)’가 드라마로 만들어져 성공을 거두었다.”

“사회 현실에 대한 묘사가 강화되는 추세이다. 사회적 격렬한 문제를 다뤄 더 많은 시청자들을 끌어당기고자 한다.”

“한 동안 인기가 많았던 드라마 ‘와거(蜗居)’가 대도시에서 부동산값 문제를 다뤘는데, 이는 집을 구하는 어려움을 반영한다.”

“현실적 소재 드라마와 가족 윤리드라마가 인기가 높다.”

“평범한 사람을 위주로 제작한 역사드라마(하남양, 첩이화) 등의 인기가 높다.”

소설이나 문학작품을 소재로 한 드라마 제작이 증가한 것은 중국 드라마 제작에 “작가중심제” 드라마 제작 패턴 도입으로 이어지고 있다고 할 수 있다. 실제로 중국 드라마 제작과정에서 작가의 비중은 점차 높아지고 있다. 고만당(高满堂), 석강(石康)을 비롯한 중국 인기 작가들은 “작가중심제” 제작 패턴을 시도하고 있다. 작가중심제는 결국 내러티브의 강화를 의미한다고 볼 수 있는데, 이러한 경향은 중국적 특색이 개혁 개방이후 새로운 방식으로 적용된 현상이라 할 수 있다.

“중국의 시청자들이 추구하는 오락적 요소는 외국과는 다른 취향을 가진다. 유럽인은 인간관계에서 발생하는 의미심장하고 심리적이며 정서적인 갈등을 보고 싶어 하지만, 중국의 시청자들은 좀더 전통적인 내러티브를 음미한다.”

“전통적인 내러티브를 중시하는 경향은 군사, 역사 드라마 등을 통해 구현된다.”

“자고로 중국인들 특히 일반대중들은 이야기듣는 것을 좋아했다. 민족 전통에 이런 뿌리가 견고히 자리잡고 있다. 이러한 속성은 1949년 이후에도 여전히 유효했으며 중국의 농촌곳곳에서는 아직도 마을에서 戲劇무대를 중심으로 갖가지 민간 희극공연들이 민중들에게 제공되고 있으며 이러한 희극무대는 여전히 그들 생활의 중심이 되고 있다.”

“중국 대륙의 TV 방송 초창기 대부분의 프로그램들은 영화 또는 연극실황중계로 채워졌다. 중국 TV 프로그램에는 현재까지도 “說書” 공연을 스튜디오에서 녹화하여 방영하는 것이 있을 정도이며 라디오방송에서는 “설서”스타일의 역사물 방송이 여전히 방송되고 있다.”

“산채극” 현상(山寨劇)이 심화되고 있고 있는 것도 특징적인 요소이다. 산자이문화(山寨文化/산채문화)란 단순한 가짜와는 구별되는 새로운 형태의 복제품이 사회

전반에 확산되어 형성된 중국의 사회적·문화적 현상을 가리킨다. ‘산자이(山寨/산채)’는 ‘산적들의 소굴’을 뜻하는 말로 산자이문화란 이른바 ‘짝퉁’이라고 부르는 모조품 또는 복제품이 중국 사회 전반에 확산되어 형성된 사회적·문화적 현상을 가리킨다. 인터넷을 비롯한 뉴미디어가 발전되면서 미국드라마는 중국 젊은 시청자 층에 인기가 많다. 이에 따라 중국 드라마 제작 시장에는 미국 드라마의 내용과 제작기법을 흉내내는 경향이 나타났다. ‘산채극’이라는 것은 ‘산채문화’의 함의가 점점 확장하여 중국 네티즌들이 해외 드라마를 흉내내 만든 국산드라마를 의미한다. 코드와 포맷, 외형의 복사 및 수용을 통해 눈높이가 높아진 시청자들을 유인하는 전략이라고 할 수 있는데, 이런 드라마들의 내용이나 제작기법 등은 아직까지 미국 등 해외드라마와 큰 차이가 있어서 ‘산채극’의 경우 아직까지 시청률과 사회 영향력이 떨어졌다. 이런 추세가 계속될 경우, 중국 국산드라마의 창의성과 품질에 부정적인 영향을 미칠 것이라는 지적도 적지 않다. 하지만, 중국 경제의 급성장을 바탕으로 제작 역량이 강화되고, 투자 및 제작비의 증가세를 보이고 있다는 점에서 ‘중국적 특색’이 색다른 방식으로 구현될 가능성도 있다.

“한국에서는 이른바 ‘꽃보다 남자’의 짝퉁버전이라고 알려진 ‘一起來看流星雨(함께 유성우를 보자)’ 등과 같이 대만, 홍콩의 감독들과 연기자를 끌어들여 보다 세련된 스타일로 현대극을 만드는 추세가 이어지고 있다.”

“중국경제의 급성장을 바탕으로 예전에는 상상도 할 수 없었던 규모의 대작들이 종종 등장하고 있으며 기존의 무협 환타지나 사극이외에, 현대극 등에서 경험을 쌓아 자신만의 스타일과 사단을 구축한 스타감독들이 출현하고 있다.”

“방송사는 대작 드라마를 영화의 홍보수단인 제작 발표회, 상영식 등 수단과 여러 매체와의 합작을 통해 상업화의 범위를 넓혀 나갔다. 드라마 ‘잠복(潛伏)’ 방송이 바로 그 예이다.”

“제작이 더 정교하고 제작 측면에서 투자금액이 높아지고 있다.”

“중국이 이미 선진적인 기술을 구비했다. 예를 들어 ‘대명왕조(명나라 역사 드라마)’는 영화같은 수준의 드라마이다. ‘인간정도는 창상이다(항일전쟁 시기 역사 드라마)’도 정제품 드라마라 할 수 있다.”

(3) 중앙과 지역 성급 드라마의 차별화

중국은 다민족 국가에다 광대한 국토면적을 갖고 있으며, 이에 따라 문화, 관습 등이 다양하다. CCTV라는 중앙방송 이외에 각 지역별로 다양한 방송 영상 매체가 자리 잡고 있기 때문에 전국적으로 인기를 끄는 드라마나 콘텐츠는 그리 많지 않은 것으로 나타났다. 결국 드라마의 트렌드나 특징을 살피기 위해서는 중앙방송뿐만 아니라 성급, 성 방송사에서 인기를 끄는 드라마가 무엇인가를 종합적으로 파악할 필요가 있다. 최근 두드러진 현상은 CCTV가 CCTV1과 CCTV8을 통해 전국적으로 드라마를 제공하고 있지만, 이에 대한 시청자 관심과 인기가 하락하는 추세를 보이고 있다는 점이다. 즉, 중앙방송의 드라마 편성이 전국민적 관심을 유도한다기 보다는 각 지역별로 특화된 드라마 콘텐츠를 제공하는 전략이 필요하다는 것을 의미한다.

“중국의 드라마와 프로그램이 정치적, 경제적인 영향을 많이 받았다. 요즘 성급 방송국, 심지어 중앙 방송국(CCTV)이 뉴스 폭로하는 것이 원래보다 더 대담하고 사실을 더 잘 방영한다. 국민의 언론권력을 표현된다.”

“각 방송국의 제작 이념, 스타일, 그리고 지역의 문화적 특성에 의하여 드라마를 제작하고 방송하는 추세가 두드러지고 있다.”

“전국적으로 호응을 얻는 콘텐츠는 일 년에 하나에서 두개 정도에 불과하다.”

“지역별로 두드러진 차이가 나타나는데, 사천 지역은 전통적으로 土匪戏⁹⁾를 선호하고, 안휘, 절강, 강소, 상해 지역은 가정이나 가족을 주제로 한 홈 드라마, 호남 지역은

9) 土匪는 한국어로 ‘무장 도적떼’를 뜻하는 단어로, 중국 30~60년대 시대극을 배경으로 당시 공산당과 국민당 사이의 전쟁, 첩보전을 주 내용으로 한다.

청춘 우상극(트렌디)의 시청률이 높은 편이다.”

“지역별로 좋아하는 장르, 남방과 북방의 선호하는 주제 차이가 선명하다.”

“중국이 땅이 커서 지역마다 문화정도가 큰 차이가 있다. 따라서 드라마에 대한 욕구도 다르고 다원화되어 있다”

“홍콩 사람들은 광둥어 드라마 위주로 시청한다. 그리고 지역의 경제 상황에 따라 드라마의 시청정도도 다르다. (예: 도시와 농촌) 또한 동북지역 사람들이 동북지역 스타일 드라마를 좋아한다.”

“북쪽에서는 개그 프로그램이 인기가 있는데, 남쪽에서는 인기가 별로 없다.”

“중국 남쪽과 북쪽 지역 간의 차이, 연령별, 도시와 농촌 간의 차이가 크다.”

“중국 지역문화가 드라마 시청 행태에도 큰 영향을 끼친다고 할 수 있다. 지역 문화차이로 인하여 각 장르에 따라 일정한 목표 시청자가 차이가 있다. 예로 들어, 같은 장르인 시트콤 드라마라도 지역에 따른 일반 서민들의 다양한 생활 스타일이 나타났다. 2001년 방송된 ‘東北一家人’은 중국 동북 지역 일반인 한 가족의 일상생활을 보여준 작품이다. 상해의 시트콤 ‘紅茶坊’, ‘新上海屋檐下’, ‘老娘舅’ 작품들은 ‘상해 스타일’가 있었다. 또한 광둥 지역 코미디 드라마 ‘外地媳婦本地郎’은 중국 남북방 생활방식의 차이로 인한 일련의 갈등을 보여준다.”

중국도 비중 있는 드라마들의 경우 중국 제작 단체가 연합을 하는 경우가 확대되고 있는 추세이다. 제작 규모가 증가하고 완성도를 높이는 수단이자, 중국시장내에서 OSMU를 위한 수단으로 적극 활용되고 있다고 볼 수 있다. 지역별로 인기 드라마나 장르의 차별화가 발생하고 있지만, 대형 제작업체들의 연합제작 방식을 통해 리스크 관리 및 품질 제고 전략을 취하는 제작합리화 정책과 함께 규모의 경제, 범위의 경제를 구현하기 위한 전략이 도입되고 있다.

“창관둥(闖關東)은 연합 제작 방식이 적용되었고, 산둥(山東) 드라마제작센터도 참여자 중의 하나였다. CCTV가 이 드라마를 첫 방송한 후 산둥 드라마제작센터와 같은 소속인 산둥 위성 채널은 바로 그 뒤를 이어 방송하였고, 라오닝(遼寧)·지린(吉林)·헤이룽장(黑龍江)도 이에 뒤질세라 자체 위성 채널에 이 드라마를 선보였다.”

3) 드라마 이용 패턴

(1) 주 이용매체

미디어 빅뱅, 방송통신 융합 서비스의 도입은 중국도 매우 적극적으로 추진하고 있다. 서비스 및 미디어 환경의 변화는 결국 이용자들의 이용 패턴의 변화, 콘텐츠의 변화 등을 초래한다고 볼 수 있다. 또한 현재 중국 정부에서는 인터넷환경과 기존 방송의 융합(삼망융합)을 추진중이며, 삼망융합이 이루어진다면 콘텐츠 제작 분야에서도 주 소비층이 농촌 주부에서 도시의 젊은 고학력자로의 급격한 전환이 이루어질 것이다. 중국에서는 TV 프로그램 소비 패턴이 지역과 소득, 연령이 큰 영향력을 행사한다. 주로 드라마를 이용하는 매체는 지상파 TV, 케이블 TV이며, 최근 들어 IPTV, 위성방송을 통해 드라마를 시청하는 비율도 확대되는 추세를 보이고 있다. 주 이용매체는 지역별로 차이가 크다고 할 수 있는데, 지상파에 이어 지배적인 매체가 케이블이나 위성이나에 따라 다르다고 할 수 있다. 공통적인 현상은 젊은 세대를 중심으로 인터넷을 통해 드라마를 시청하는 경향이 점차 증가하고 있다는 점을 확인할 수 있었다. 최근 조사에 따르면, 64%의 중국 시청자들이 인터넷으로 인기 드라마를 시청하며, 인터넷으로 인기 드라마를 시청하는 네티즌들 중에 18~29살 젊은 시청자가 80% 이상의 비중을 차지하고 있는 것으로 보고되고 있다.

“주요 이용 방식은 지상파와 케이블이다. 하지만 몇 년 후에는 뉴미디어로 바뀔 것이다.”

“대부분 각 지역의 케이블SO(예: 북경의 대표적 SO 가화 케이블)를 통한 유선 방송이며, 최근에 IPTV가 점점 확산되고 있는 상황이다.”

“개인가정의 위성 방송용 안테나 설치에 허가를 받아야 하는 영역이라 매우 까다롭다. 각 지방 방송의 위성 채널이나 피닉스나 스타TV 같은 위성 채널들도 케이블이나 IPTV를 통한 재전송을 통해 시청자들이 볼 수 있다.”

“주로 큰 도시와 연안지구, 즉 경제가 발달한 곳에서는 케이블 TV를 많이 시청하고 있으며, 농촌이나 서부지구에서는 지상파를 주로 보고 있다. 또한, 젊은 층은 인터넷으로 드라마를 많이 시청하지만 대부분 무료로 이용할 수 있는 것을 이용하고 있다.”

“20대의 경우 인터넷 위주로 드라마를 이용하는 반면에 30대~50대는 지상파와 케이블을 주로 이용한다. 하지만, 케이블TV는 지역에 따라 수용정도가 다르다.”

“기존 미디어중에 하나였던 DVD에 대한 소비는 이미 불법 복제로 인하여 급격히 붕괴된 상태이며, TV 영상물에 대한 인터넷 판권 가격이 급속히 시장을 형성하며 주된 소비 시장으로 자리잡고 있다.”

“젊은 층은 일반적으로 인터넷을 이용한 시청을 주로 한다. PPS, 土豆网, 优酷网 같은 인터넷 시청 플랫폼 혹은 迅雷 같은 다운로드하는 플랫폼 위주로 한다.”

“최근에는 土豆, 优酷, 酷六, 暴风影音, 新浪影音 등의 인터넷 vod서비스를 통해서 많은 시청이 이루어지고 있다.”

“경제가 발달한 지역은 디지털TV(케이블)이 보급되었다. 물론 지역에 따라 차이가 있다. 광둥 성 사람들은 홍콩의 TV방송국 TVB를 가장 선호한다.

“국산 드라마 유행에 따라 인터넷에서 드라마를 보는 것을 좋아하는 사람은 더욱 많아지고, 평균 시청 연령은 30세에서 40세 정도로 상승하였다.”

(2) 드라마 이용 계층

TV 방송국 드라마의 주요 소비층은 중 노년층과 40대 주부에 집중된다. 이는 집에

서 생활하는 시간이 많기 때문이며, 드라마 시청이 생활의 중요한 부분으로 인식되고 있기 때문이다. 이에 반해 30대 여자 직장인이 드라마를 보는 것은 패션의 표현이다. 드라마 시청을 통해 사회 문화적 흐름을 파악하고 사교와 이야기 소재로 활용되는 경향이 높다. 젊은 층은 일반적으로 인터넷을 이용한 시청이 증가하는 추세이다.

또한 중국 드라마의 종류와 소재에 따라 여러 소비 연령층으로 나누어지고 있다. 일반적으로 예능 프로그램의 경우 주 시청층은 10~20대의 시청자들이며, 드라마의 가장 주 이용 시청층은 30~50대 주부들로 나타나고 있다. 드라마 소비층은 30~50대 지방의 저소득, 저학력 여성이 주류를 이뤘으나, 최근 뉴 미디어의 발달로 인해 도시의 고학력 젊은이 층이 급격히 소비층으로 부상중이다.

연령대별로 주로 이용하는 드라마 장르 유형도 차이가 있는데, 10~20대의 경우도 시 가정극, 애정극, 리메이크 작품을 선호하며, 30~40대는 간첩극, 전쟁극, 군사극을 선호하며, 50대 이상은 농촌극, 시대극, 역사극을 선호한다. 성별 드라마 시청 비율은 약 40:60의 비율정도로 나타났다.

“여성들은 주로 생활드라마나 가정생활을 소재로 하는 드라마를 선호하고 남성들은 역사 드라마나 전쟁드라마를 선호한다. 지역별로는 발달한 도시에서는 도시생활의 소재를 다루는 드라마를 좋아하며 농촌이나 서부지역에서는 농촌생활을 소재로 한 드라마를 선호한다.”

“소비 연령층으로 구분하면 20~35세의 남녀 청장년층, 30~50세의 가정 주부, 40~60세의 남성 중노년 시청자, 예능프로를 주로 소비하는 15~25세의 청소년층으로 나뉘어진다.”

“가장 드라마의 소비가 많은 연령층은 30~50세의 가정주부들로 주로 여가시간의 소비 및 스트레스 해소를 목적으로 드라마를 시청한다.”

“여성시청자들의 경우 극의 내용 및 캐릭터에 자신의 상황을 감정 이입하여 주인공들과 희로애락을 함께 느끼면서 일상생활에서의 스트레스를 해소한다.”

“젊은 사람들은 학교 생활, 연애에 관한 드라마를 더 좋아하고, 연령대가 있는 사람들

은 역사, 전쟁, 가족, 혼인 등의 내용을 위주로 한 드라마를 더 좋아한다. 드라마 장르 선호도를 결정하는 가장 중요한 요인은 연령이다.”

“젊은 사람들은 인터넷을 통해 드라마를 시청하며, 이들은 드라마 품질을 중시한다.”

“중국 TV의 주 시청자층은 30~50대의 지방 저소득층 주부로 보는 것이 타당하다. 하지만, 최근 인터넷 다시보기, 모바일 등의 뉴 미디어 시청자층은 대도시의 20~30대 고소득, 고학력층이 주 소비층으로 급 부상중이다.”

“장년층이 기존의 역사물이나 가정물을 즐기는 이유는 기존 사고와 충돌하지 않으면서도 익숙한 이야기를 즐길 수 있다는 편안함이 아닌가 생각된다.”

“젊은 층이 한국드라마 등을 좋아하는 이유는 역시나 스타일이나 스타 등을 통해 세련된 감각과 모던한 정서를 즐길 수 있기 때문으로 보인다.”

“노인분들은 현실생활 드라마, 역사 드라마를 좋아하고 중년들은 감정적 드라마를 좋아하고 젊은 사람들은 아이들이 출연한 우상극을 좋아한다.”

“남성 시청자는 군대 생활 드라마, 역사 드라마를 선호하는 반면에 여성 시청자는 가정 드라마, 코미디 드라마를 좋아한다.”

(3) 드라마 시청행태

중국의 경우 전반적으로 드라마 평균 시청시간이 점점 증가되고 있다. 2009년의 기준은 전국 드라마 1인당 평균 시청시간은 158분이었다. 중앙방송인 CCTV 드라마 시장 점유율은 1/3를 차지하고 있다. 최근 4년 동안 위성TV와 CCTV의 드라마 방송 비율은 상승세에 있으며, 성급위성TV의 2010년 드라마 방송비율은 2009년 대비 소폭 하락했다. 채널별 드라마 방송 비율로 보면, 2010년 전국 위성TV의 드라마 방송 비율은 평균 32.1%, 성급위성TV는 39.9%, CCTV는 14.8%였다. 2009년도 중국 각 방송매체 시장점유율 분포를 살펴보면, CCTV는 33.88%, 성급 위성방송은 29.62%,

기타 채널들은 36.51%를 차지하고 있다. 중국도 도시와 농촌간의 격차가 적지 않은데, 이러한 차이는 시청량, 시청시간대 등에서도 차이가 있었다. 중국 도시와 농촌 시청자 방송 시청특징을 비교해 보면, 시청량의 경우 도시가 농촌보다 높게 나타났다.

“2009년에 도시지역 시청자는 1인당 텔레비전 시청시간은 169분이며 농촌지역 시청자의 경우 1인당 텔레비전 시청시간은 152분이었다. 시간대별 시청행태에서도 차이가 있는데, 농촌 시청자들은 주로 황금 시간대에 시청하는 비율이 높았다. 농촌지역 시청자의 하루 시청량의 48%는 19시부터 22시 동안 시청하며 특히 19시 30분부터 21시 사이에는 도시지역 시청량보다 높았다. 반면에 농촌지역의 경우 점심, 저녁, 그리고 밤 10시 이후의 시청량은 도시보다 낮았다.”

“성급 위성 채널은 농촌지역에서 시청점유율이 높지만, 성급 위성채널의 시청량이 지역에 따라 차이가 있다.”

“CCTV 채널들은 도시지역 시청점유율이 높다.”

“수입이 높고 학력이 높은 시청자들은 주로 22시~24시 사이에 드라마를 시청한다.”

“시청자들은 TV에서 나온 드라마 위주로 본다. 미국처럼 시청자의 피드백에 의해 제작하는 방식과 다르게 중국에서는 시청자들이 그냥 피동적으로 시청한다.”

중국인들의 드라마 선호도는 매우 높다고 볼 수 있다. 특히 농촌지역 시청자들의 경우 도시지역 시청자보다 드라마 시청 및 선호도가 더 높게 나타났다. 또한 주로 선호하는 드라마 장르 유형도 도시와 농촌간에 차이가 있었다. 이러한 차이는 도시와 농촌 시청자의 문화배경, 생활환경 그리고 시청선호가 차별적이라는 점을 보여준다.

“농촌지역 시청자들이 다른 방송 프로그램보다 드라마를 선호한다. 도시와 농촌 시청자들이 가장 많이 시청한 프로그램은 드라마인데 농촌 지역 시청자는 드라마를 시청한 비중이 36.7%인데 반해 도시 지역 시청자 같은 경우 31.7%였다. 하지만 농촌 지역 시청자는 뉴스, 예능 프로그램, 스포츠 프로그램 등 시청량은 도시보다 낮다.”

“근대역사, 첩보전, 군사, 기업발전을 소재로 만든 드라마들이 도시 지역에서 시청률이 훨씬 더 높은 반면에 농촌지역에서 사극이나 판타지 드라마 시청률은 더 높다.”

(4) 중국 드라마 편성 트렌드

중국 텔레비전 드라마는 기술의 발전, 제도적 환경의 변화, 사회적 규제의 문제, 정치, 경제적 변화, 수용자의 변화(노동과 여가패턴의 변화, 시청환경, 시청습관의 변화, 상품으로서의 드라마로 텔레비전 드라마 자체의 성격 변환 등이 지난 10여년 동안 급속도로 전개되었다. 이런 측면은 드라마 장르 및 편성의 변화에서 두드러지게 나타나며, 드라마 소재면에서도 역사, 군사물의 퇴조와 애정, 가족 소재 드라마의 확대 등이 발견된다.

중국의 황금 시간대는 오후 7시~9시 사이이다. 물론 경제활동을 하는 젊은 층들의 심야활동이 길어지면서 9시부터 11시 사이의 시간대에 대한 비중이 점차 커지고 있다. CCTV와 같은 중앙방송과 위성채널, 케이블 방송의 경우 각기 차별화된 편성 전략을 추진하고 있다고 볼 수 있다. 특히 인터넷을 통해 드라마 보기가 도시지역을 중심으로 광범위하게 확산되고 있다는 점이 확인됐다.

“CCTV는 CCTV1번(종합채널)과 CCTV8번(드라마채널)의 황금시간대에는 주로 무협, 환타지, 항일전쟁을 다룬 시대극, 사극 등이 주류를 이루는데 이 시간대의 주시청자들은 대부분 저학력의 중장년층이다. 9시 이후 시간대는 한국, 일본, 대만, 홍콩 등의 외화물과 더불어 현대극이 주로 방영되며, 이 시간대의 주시청자는 청장년층의 여성이다.”

“CCTV의 경우 7시 황금시간대는 40대 이상이 주 시청층이지만, 10시 이후 현대극이나 외화드라마가 방영되는 시간대에는 20대~30대가 주 시청층이다.”

“인터넷을 통해 가장 많이 보는 드라마는 외화와 중국 현대극 중 인기물로 나타나는 데, 젊은 층들은 한국, 대만, 일본 등의 외화와 현대물을 선호하고, 장년층은 중국 현대극을 주로 소비하는 것 같다.”

“대부분의 전국단위위성채널이 황금시간대에 드라마를 방영하지만, 중국 최고의 인

기방송국으로 자리잡은 후난위성(湖南衛視)의 경우 이 시간에 예능물을 방영하고 있고, 9시 이후 시간은 주로 대만과 한국의 인기드라마를 방영하여 시청률에서 우위를 보이고 있다.”

최근 가장 관심을 끄는 방송사는 후난방송국(湖南衛視)의 “망고 주방 극장”이라는 것을 들 수 있다. 매주 토요일 2편의 드라마를 방송하고 있다. 이것은 중국에서 처음으로 시도되는 주별 2회 연속 드라마 방송이다. 이런 시도가 성공한다면, 중국의 시청 습관에 변화를 초래하는 것으로 중국 방송매체 편성 전략의 큰 변혁으로 볼 수 있다. 이런 전략이 시도된 것은 시청자들이 드라마를 비교적 긴 시간을 보고 싶어하는 기대, 주말 시간대 여가 수단으로 드라마가 매우 유용한 수단이라는 판단이 낮은 결과라 할 수 있다. 이밖에 다양한 홍보 수단이 적극적으로 활용되고 있는데, 경품 제공, 참여식 시청자 소감 모집, 프로모션, 스페셜 프로그램 제공 등이다.

“텔레비전 시청 시장 경쟁에 따라 경품이 많이 등장하고 있다. 안후이 방송국(安徽衛視)은 ‘황금 극장’과 배합하기 위해서 2003년 9월 14일부터 ‘안후이 방송 시청자를 대상으로 승용차를 주는’ 관측행사를 개최했다.”

“대작 드라마를 영화의 홍보수단인 제작 발표회, 상영식 등 수단과 여러 매체와의 합작을 통하여 상업화의 범위를 넓혀 나갔다. ‘잠복(潛伏)’, ‘관동을 누비다 중편’(關關東中篇) 방송에 앞서 상영식을 방송하였다. 또한 스페셜 프로그램으로 ‘관동을 누비다 풍운록’을 제작하여 매일 2회씩 방송하는 1회 끝에 5분씩 방송하면서 드라마에 관한 스토리를 재각인 시켜주었다. 이런 2차적인 개발은 시청자의 드라마에 관한 폭 넓은 이해 요구를 만족시켜 주었으며 시청자의 지속적인 시청을 이끌어 냈다. 이처럼 자체 제작한 작은 프로그램은 별개의 프로그램으로 간주하긴 힘들지만 드라마 주요 인물들이 방송사 내 기타 자체제작 프로그램에 출연하면서 자원을 충분히 이용하였다.”

“드라마를 널리 보급하기 위해서 주인공들과 제작진이 프로모션을 하기도 한다. 2006년 3월, 2편 대형 무협드라마 ‘神雕俠侶’과 ‘七劍下天山’는 CCTV8과 重慶衛視에서 방송되었는데, 많은 시청자를 확보하기 위해 TV방송국이 ‘참여식 시청’ 모델을 채택했다. 이는 드라마 방송하는 중에 시청자들이 드라마의 내용, 배우의 조명, 화장, 연기,

경치, 감독 수준 등을 SNS를 통해 평가할 수 있다. 논평은 곧 텔레비전 스크린 아래 쪽에서 나타낸다. 관중이 드라마를 볼 수 있을 뿐만 아니라 SNS 자체도 시청대상이 되었다. 이런 방식은 새로운 열풍을 가져왔다.”

중국 젊은 시청층들의 드라마 선호도가 증가하고 있지만 텔레비전을 통한 시청이 아니라는 점이 특징이다. 네트워크와 DVD, 테이프 등은 그들이 많이 이용하는 것이다. 이런 경향에 대비해 TV방송국도 근년 들어 인터넷 매체와 영화, TV 프로그램을 리소스화하여 TV 이외의 방식으로 서비스하는 시도를 전개하고 있다. 2008년 12월 중순에, 안후이 TV방송국과 소후는 공동으로 드라마 사용자 엔터테인먼트 공간을 발굴하겠다고 선포하였다. 이는 양측이 브랜드 보급, 내용 서비스, 기술 개발, 광고-경영 및 인재 교류 등 분야에서 협력할 것임을 암시했다. 2008년 12월 ‘중국 방송 영화TV’에서 优酷넷은 1000 여개 드라마제작 기구와 전략적 제휴를 통해 4만 편 인기 드라마 및 5만 시간의 드라마 방송 프로그램을 제공하고 있다. 하지만, 인터넷 및 DVD 등을 통한 프로그램이용이 저작권과 적절한 대가를 지불하고 이용하는지의 문제, 광대역 투자 등의 문제는 명확하게 정리되어 있지 못한 상황이다. 그럼에도 불구하고 인터넷 TV는 급속도로 성장세를 유지하고 있다. 대량의 VOD 동영상 콘텐츠와 제한없는 시청시간으로 인터넷 TV는 TV 방송에서 중요한 지위를 받기에 이르렀다. 흩어져 가는 시청자들을 만회하기 위해 TV 매체들은 인터넷 매체와 적극 융합하여 콘텐츠 자원의 우월성을 빌려 동영상 분야에서의 위치를 재취득하였으며, 이는 TV 매체의 적절한 선택으로 평가받고 있다.

“청장년층에서는 KU6, 土豆网, PPLIVE 등 TV시청이 가능한 인터넷사이트들을 이용한 TV드라마 무료시청이 꾸준히 증가하고 있다. 주로 이들을 통해 한국의 드라마들이 거의 실시간으로 소개되고 인기도 끌고 있다.”

“중국 및 한국 등의 최신 인기드라마는 종영되자마자 DVD세트로 발매가 되는데, 중국 드라마의 경우에는 불법과 정품이 공존하고 출시시기도 빠르지만, 한국드라마는 거의 불법제품이다. 일반영화 불법DVD가 10위안 정도의 수준인데 반해 드라마의 경우에는 DVD매수가 많아지기 때문에 30위안에서 100위안 정도 선에서 판매되고 있다.”

CCTV도 인터넷 시장에 적극 진출하면서 CCTV닷컴은 이미 자리를 잡고 있는 기타 상업 사이트들에 대응할만한 수준으로 성장했으며, 올림픽과 지진 사태이후 인터넷 정보 전파력 측면에서는 우위를 기록하고 있다. 후난미디어도 뉴미디어로의 진입에 힘쓰며, 기존 후난위성방송 공식사이트 진잉왕(金鷹網, www.hunantv.com)도 '동영상 포털 사이트'로 개편되어 후난위성방송의 새로운 프로그램 플랫폼이 되었다. '드라마 쇼핑몰'로 불리는 안웨이(安徽) 방송국에서도 공식 홈페이지(www.ahtv.cn)가 2008년 8월에 정식으로 오픈되었으며, 드라마 콘텐츠 강자로서의 우위를 확보하고 있다. 운남방송국도 IPTV와 텔레비전을 연결시키고 대형 사이트와의 협력을 통해 인터넷 TV 서비스를 제공하고 있다. 중국 방송사업자들도 한국방송사업자들과 마찬가지로 고민을 하고 있는 것으로 파악된다. 즉, 전통 언론과 뉴미디어가 서로 완전히 대체될 수는 없겠지만, 확대·보급·보완·협력 등의 관계를 어떻게 추진시킬 것인지 하는 현실적인 문제에 직면해 있다고 할 수 있다. 중국도 새로운 미디어, 매체를 활용하되 기존 언론을 보다 크고 강한 콘텐츠 사업자로 만들 수 있는가에 대한 고민이 적지 않은 것으로 확인된다.

3. 중국 드라마 세부 특성분석

등소평에 의해 시작된 중국의 개혁개방은 정치적 사회주의와 경제적 자본주의의 결합이라는 중국 특색의 체제전환을 목표로 시장의 재등장과 전통의 부활을 야기하였다. 개혁 개방이후 중국 사회문화 특징은 첫째, 1949년 혁명이후 단절되었던 혁명 이전의 전통적인 사회적·문화적 요소들의 재등장, 둘째, 시장의 등장을 통한 자본주의 경제 원리의 도입, 셋째, 정치적 사회주의의 고수를 통해 유지되어지는 모택동 시기 사회주의적 유산의 지속적인 존재로 요약할 수 있다(정종호, 2003).

중국 드라마에서 나타나는 제반 현상, 특징, 유형, 문화코드를 통해 중국 드라마의 전반적인 트렌드를 파악함으로써 드라마속에 내재하고 있는 다양한 현상과 요인들이 상호 결합되고 충돌하며 변화되는 복잡한 과정에서 작동한 원칙과 원리의 일면을 파악할 수 있었다. 드라마 등과 같은 영상 산업에서도 중국 사회의 급격한 변화에서 볼 수 있는 것처럼 사회적 필요와 요구, 시대적 변화가 서로 혼재되어 나타나는

경향이 발생해왔다. 즉, 중국의 건국에 대한 중요성이 커질 시기에는 전쟁에 관한 역사에 관한 드라마가 시청률이 높았으며, 80대 사람들에게 대한 관심이 높았을 때는 이들의 생활과 가정에 대한 드라마가 유행하였다. 처음 주식이 생겼을 때 이를 소재로 한 드라마도 있었으며, 미국 시트콤의 영향을 받은 드라마가 제작되기도 했다. 중국의 문화산업, 드라마의 소재 및 인기 장르의 트렌드에서도 보듯 중국 드라마는 역사, 문화, 산업, 정책이 혼재되어 있다고 볼 수 있다. 또한 이용 행태를 통해 확인할 수 있듯이 장르별, 소재별로 특징적인 요소들이 작동하고 있다. 본 절에서는 드라마 소재 및 장르, 스토리텔링 및 내러티브, 등장인물, 드라마 장치, 제작 특성 및 정책 등을 중심으로 중국 드라마 산업의 특징들을 살펴보았다.

1) 드라마 소재 및 장르별 특성

(1) 역사문화

드라마 소재의 측면에서 중국적 특색이 강하게 드러나는 것은 역사 문화라 할 수 있다. 전세계적으로 볼 때, 역사 문화는 드라마 소재로 광범위하게 활용된다. 하지만, 중국의 경우는 다른 나라보다 많고, 다른 경향이 나타나는데, 이러한 부분은 20세기 이후 걸어온 중국의 급격한 변화, 역동적인 모습이 강하게 작동했다고 볼 수 있다. 즉, 1949년 혁명 이후 부정된 과거 역사, 1978년 개혁 개방 이후의 역사문화의 복원, 급성장한 중국 경제하에서 민간영역에서부터 불기 정통성 복원 등이 정부 정책과 맞물려 들어가는 등의 과정을 볼 때, 그러하다. 특히 대중 문화영역에서는 80년대 중반 출현한 ‘5세대’ 영화와 궈를 같이 하는데, 첸카이거, 장이머우 등의 영화감독은 중국의 전통적 특성을 자신들의 영화에 부각시켰다. 이들의 시선은 역사와 문화를 통해 중국 문화의 기원을 찾고 중국 민족의 역사를 회복하고자 하는 시도로 인식됐다. 사극은 역사의 빈 공간을 작가의 상상력으로 채우는 작업이므로, 과거의 재현임에도 불구하고 현재적 해석이 개입할 수 있는 장르이며, 동시대의 꿈과 욕망을 반영하는 전형적인 장르이다. 이러한 민간 영역의 인식과 흐름은 중국 정부의 문화, 역사 정책에 수용되면서 영상 콘텐츠 제작 부분에서도 정책적으로 추진되는 경향이 나타났다.

“중국의 경우 다른 나라보다 (역사문화 소재가) 많은 경향이 있으며, 고전 소설이나 역사에 대한 드라마 제작이 많다.”

“나라가 크고 다양한 민족 및 오랜 역사가 존재하는 만큼 이러한 경향은 어느 정도 지속 될 것이라 여겨진다.”

“5,000년이 넘는 길고 다양한 역사와 문화배경을 갖은 덕분에 드라마화할 수 있는 다양한 스토리 소재를 갖고 있는 것이 가장 큰 차이점이라고 보며, 그 역사속에 흐르는 각 시대별 실제 군주나 영웅들의 이야기, 문학작품, 다민족 국가라는 데에서 현실 생활에서도 취할 수 있는 다양한 캐릭터들이 드라마 소재로 활용되고 있다.”

“중국에서는 고전 소설을 소재로 제작하는 드라마는 유행을 타지 않고 장기적으로 선호되고 있다. 그중에서 나오는 캐릭터 또한 인기가 높다. 삼국지연의, 서유기, 수호기 등이 있다.”

“한국에서 ‘춘향전’, ‘심청전’, ‘홍길동전’ 등의 스토리구조나 캐릭터들이 꾸준히 변형되어 원용되듯이 중국의 4대 고전에 나오는 주요 캐릭터들이나 스토리 구조들은 중국 콘텐츠의 중요한 문화원형이라고 생각된다. 특히 ‘삼국지’ ‘서유기’ ‘수호지’는 아시아 국가는 물론 세계적으로도 널리 알려져 있는 고전으로 중국의 문화를 소개할 때 가장 편리한 샘플로서 사용되고 있습니다. 결국 중국인들 역시 대다수가 오랜 세월을 두고 공감하고 있는 캐릭터나 이야기만이 시대를 관통하며 회자되는 것이 아닌가 하는 생각입니다.”

“중국드라마는 간첩, 전쟁, 군사, 시대 상황을 주로 소재로 하고 있다. 이는 중국 드라마의 주류로 상당기간 이런 소재를 기반한 실존인물/실존사건을 다룬 작품들이 지속 될 것이다.”

“역사를 배경으로 한 사극은 한나라의 시대 배경(삼국지), 전국시대(와신상담, 대진제국) 등의 시대이다.”

이러한 역사문화를 소재로 한 드라마의 제작은 기본적으로 선호하는 계층이 존재하기 때문에 제작된다고 할 수 있다. 일정한 시청자 기반, 선호계층을 확보하고 있다는 점 때문에 제작해왔고, 앞으로도 상당기간 동안 이런 경향은 남아 있을 것이라는 전망이다.

“실존 인물이나 실제 사건을 다루는 이유는 그 소재나 인물의 친숙함 때문에 그래서 인지 평균치 이상의 시청률과 흥행이 보장되기 때문이다.”

“위인이나 저명한 사람에 관한 드라마가 항상 시청자의 관심을 더 쉽게 일으킬 수 있다. 사람들이 드라마를 통해 그런 사람의 이야기를 알고 싶어 한다.”

“실존인물이나 실제사건을 다루는 작품이 상대적으로 많은 이유는 쌓여온 문화적인 차이에서 발생한다. 결국 리얼리티를 중요시하는 중국인들의 특성을 반영한다면 이러한 경향이 앞으로도 쉽게 사그러들지는 않을 것이다.”

“인물전기 드라마는 일정한 시청자 기반이 있다.”

매년 400여 편의 영화, 200여 편(12,000회)의 텔레비전 드라마가 2,000여개 이상의 채널에서 방송되기 위해서는 다양한 콘텐츠가 공급되어야 하는데 이들 콘텐츠 중 상당수가 과거의 역사적 사실이나 그에 기초한 허구 소재의 콘텐츠이다. 중국은 역사가 오래되었고 신화와 전설부터 실제 역사적 사건까지 아주 풍부한 이야기 거리를 가지고 있기 때문에 개혁개방 이후 본격적으로 성장하기 시작한 문화 산업의 입장에서는 콘텐츠를 만들어 내는 데 과거의 이야기 거리들로부터 큰 도움을 받을 수 있다. 중국의 역사문화를 소재로 한 드라마의 흐름도 점차 바뀌는 추세라고 할 수 있다. 하지만, 이러한 트렌드도 점차 바뀌는 추세라고 할 수 있다. 즉, 먼 과거의 역사적 소재중심으로 드라마가 제작되던 경향에서 20세기나, 일제 식민지 시기, 혁명전쟁 시기로 드라마 소재가 확대되는 추세를 보이고 있다. 장르별로 보면, 간첩극, 전쟁극, 군사극 등이 증가하는 추세이며, 소재별로 보면, 중일전쟁 사건 등 근세 이후의 소재가 드라마로 제작되는 추세가 강해지고 있다.

“인기있는 등장인물로는 측천무후, 적인걸, 포청천, 당고종, 건륭제, 강희제 등이다.”

“중국은 예로부터 실존 인물에 대한 사건에 대해 영화화하고 드라마화 하였다. 현재도 그런 트렌드는 여전하다. 이에 실존인물을 주제로 한 드라마가 높은 비율을 차지하고 있다. 대부분의 중국 사람들은 이런 장르의 드라마를 즐겨보는 편이다.”

“역사드라마나 실존 인물을 토대로 한 드라마도 형태가 조금씩 변하고 있다. 극중 사랑 장면이나 재미있는 코드의 장면도 많이 들어 있다. 중국은 오랜 역사가 있기 때문에 유명한 인물이나 사건이 많이 있다. 그렇기 때문에 영화나 드라마를 통해 중국의 역사를 쉽게 알 수 있고 감동 받을 수 있다.”

중국 역사와 문화를 소재로 한 드라마의 제작 경향은 소재의 다양한, 유구한 역사 문화, 많은 문학 작품, 다민족 국가, 소재나 인물의 친숙함 등 때문에 안정적인 성과를 얻을 수 있는 장르로 중국 드라마 제작 산업에 인식되어 있다. 하지만, 역사 문화 소재의 드라마가 향후에도 긍정적일 것인지에 대해서는 다소 전망이 엇갈렸다. 특히 중국적 특색의 강조가 국제성 등과 결합되기에는 어려울 것이라는 예상도 제기됐다.

“스토리과 내러티브가 강조되는 반면에 기술적인 면이나, 드라마 연출력은 서구 국가에 비해 다소 미흡한 수준이다.”

“중국드라마가 중국 요소를 많이 중시해서 국제성이 별로 없다.”

“아직 중국어권의 시청자들만을 겨냥한 너무 로컬적인 소재의 스토리들이 많아서 해외 시장으로 진출하는 데에 있어서는 여전히 극복하여야 할 과제이다.”

중국의 사극, 역사문화 드라마와 함께 고려할 사항은 앞서서도 언급한 바와 같이, 근현대사를 소재로 한 시대극의 제작이다. 시청자들에게 알려진 사실, 역사, 문화, 사건과 함께 중국의 정통성 및 이데올로기적 특성을 결합시킬 수 있다는 점에서 꾸준히 제작되어 오고 있고, 지난 2~3년간은 역사극을 뛰어넘는 성과를 거두기도 했다.

“시청자들이 많이 익숙한 인물이나 사건에 관한 드라마가 사람들의 공감을 더 얻을 수 있다. 예를 들어서 영화 ‘대지진’이 1976년에 중국 탕산에서 일어난 7.8도급 지진 사건을 각색한 것이다. 저의 할아버지, 할머니, 아버지, 어머니가 다 그 사건을 실제로 체험했고 생애 큰 사건으로 기억하고 있다(중국 다른 지역에서도 그 지진에 대해 알고 있을 정도로 큰 사건). 저희들도 어렸을 때부터 부모님들에게 그 사건을 많이 들었다. 따라서 그 영화가 중국에서 개봉한 후에 사회 전체적으로 큰 영향을 일으켰다.”

“30~60년대 국민당과 공산당 사이의 투쟁을 내용으로 하는 드라마 ‘잠복(潛伏)’, ‘인간 정도시창상(人間正道是滄桑)’ 등이 인기가 있다.”

“시기를 막론하고 언제나 사람들이 좋아하는 소재가 있다. 사회의 큰 이슈, 핫 이슈가 당시의 화제가 되어서 사람들의 관심을 집중시킬 수 있어서 드라마의 소재로 삼으면 높은 시청률이 얻을 수 있을 것 같아서 많이 제작한다.”

“드라마 ‘사병 돌격’은 보잘 것 없는 소시민(일개 사병)이 영웅이 되어가는 과정을 담고 있는데 매우 열광적인 반응을 이끌어 냈다. 이러한 캐릭터는 중국뿐만 아니라 어느 나라 시청자들도 좋아할만한 캐릭터이긴 하지만, 중국은 유독 현실적인 정치적 사회적 소외심리가 반영되어서인지 소시민의 영웅화 캐릭터에 열광적으로 반응하였다.”

“개인적으로 ‘항일 전쟁’의 영우라는 캐릭터를 보고, 중국 사람이라는 것을 자랑스럽게 여겼다.”

중국에서 역사 문화나 근현대 시대를 배경으로 하는 시대극이 제작되는 경향은 정치적으로 사회주의 체제를 유지하고 있기 때문에 더 강하게 나타났다고 볼 수 있다. 즉, 사회주의 시장경제 체제 하의 중국 드라마는 상품적인 속성뿐만 아니라 이데올로기적인 속성과 함께 가지고 있다. 그래서 중국 드라마는 제작, 방송, 이익, 문화산업과 관련되어 있는 동시에 가치관, 도덕속성, 그리고 민족정신도 밀접한 관련이 있다. 주선율 드라마는 사실 중국방송 초기부터 대표적인 장르라 할 수 있다. 특히 군사극의 경우는 건국 60주년과 맞물려 2,000년대 중반부터 제작이 증가하는 추세를 보여주었다.

“중국만의 특수한 상황인 이데올로기적 요소가 강하게 작동한다.”

“사상성과 책임감을 담고 현실적인 소재로 제작된 ‘주선율’ 드라마는 중국 사회의 갈등과 이슈를 반응하여 중국 사람들의 전통적인 심미관에 맞맞기 때문에 오랫동안 흥행되어 왔다. ‘주선율’ 드라마는 주로 사극에서 많이 활용되었다.”

“‘주선율’이란 주류 이데올로기라고 할 수 있다. 물론 시장경제, 서양문화, 그리고 소비문화가 중국 드라마의 전파방식이나 제작환경에 큰 영향을 미쳤지만 드라마는 아직 주류 이데올로기를 담고 있다. 이런 주류 이데올로기의 핵심요소는 애국주의, 집단주의, 국가주의, 그리고 영웅주의로 구성되어 있으며 또한 가정의식과 남자중심 사상도 구현이다.”

“사극, 군사, 역사 드라마 제작의 배경은 정치적 영향이 크다.”

“‘인간정도시창상(人間正道是滄桑)’, ‘잠복(潛伏)’, ‘해방(解放)’은 대표적인 군사 드라마들로 2009년에 많은 인기를 끌었다.”

“나라의 정세에 따라 주제에 대한 선택도 한계가 있다.”

수입의 증가에 따라 소비도 높아지고 프로그램 소비패턴도 변화하고 있다. 시청자들의 문화상품에 대한 안목도 과거보다 높아 졌으며, 기술의 발전에 따라 다양한 장르를 보다 쉽게 또는 다양한 효과를 제작에 이용할 수 있어 품질이 향상되고 있다. 드라마 및 영화 제작의 블록버스터화, 대형 자본의 투자, 기술 및 테크닉의 발전, 할리우드나 해외 유학과 연출자 등이 결합되면서 지금까지 한계로 지적됐던 요소들은 상당부분 극복될 전망이다. 동시에 감안할 것은 문화콘텐츠 원형으로서 중국의 역사 문화와 중국의 자본, 중국 정부의 정책이 결합되면서 이데올로기적인 측면뿐만 아니라, 산업 경제적인 효과를 거두기 위한 시도가 전개되고 있다는 점이다. 중국의 역사 문화를 블록버스터 제작물로 만들어냄으로써, 얻어지는 경제적, 문화적 부가가치 창출을 동시에 얻으려는 시도라 할 수 있다. 특히 역사문화적 사실을 영상화한 경험, 제작 기반과 역량이 상당기간 축적되면서 기술적 측면도 상당 수준 올라있다는 점도

간과해서는 안될 사항이다.

“최근 경제 활성화에 발맞추어 여러 종류의 대형자본 및 해외 투자가들의 참여로 해를 거듭할수록 그 퀄리티가 놀랍게 발전하고 있는 상황이다.”

“삼국지(2010)나 수호전(2011), 서유기(2011), 홍루몽(2010) 등 중국 4대 문학 작품에 대한 대규모 블록버스터급 투자로 80~90에피소드로 제작되고 있는 대하 역사드라마가 최근 주목할만한 장르이다.”

“최근 삼국지, 서유기, 수호지, 홍루몽, 공자 등의 중국 고전에 대한 리메이크가 많이 이루어지고 있다. 제작비 규모에서 기존 드라마의 제작비 규모에 비해 2~3배의 제작비를 투자하는 등 물량공세가 이루어지고 있다. 이는 중국 내수 시장의 규모가 커져 있어서 충분히 소화 가능한 시장 규모가 되었다는 것이 주된 이유이겠으나, 한편으로는 중국 정부의 자국 콘텐츠 해외 수출이라는 목표에도 부합하여 정부의 적극적 지원에 힘입은 바도 큰 요소로 작용한다. 더욱이 중국은 장고한 역사를 기반으로 한 문화유산들이 많아 고전 문화를 콘텐츠화하기에 유리한 점을 가지고 있으며, 자국 고전 문화의 영상화는 향후 중국 콘텐츠가 해외시장을 개척하는데 교두보 역할을 할 수도 있는 가능성이 높으므로 한국은 이 점에 주목할 필요가 있다고 생각된다.”

“현재로서도 소재가 점점 고갈되어 가고 있는 실정이라서 점점 증가하리라 보기는 어렵다. 하지만, 흥행성만 계속 보장된다면 어떤 특정 실제인물이나 실제 어떤 사건에 대해서는 앞으로도 계속 반복해서 이루어질 수 있는 가능성은 상존한다.”

(2) 도시 애정물

역사, 문화, 군사 드라마 등과 함께 도시 애정물의 경우도 시청자들의 호응이 높아 광범위하게 제작되고 있다. 이 장르의 경우 주목할 만한 것은 심의에 있어 부담이 적으면서도 적은 투자로 큰 효과를 볼 수 있다는 점에서 홈 멜로 드라마가 많이 주목받고 있다. 멜로 드라마는 등장인물의 도덕적 양극성, 강력한 감정의 호소, 여성 등장인물의 지배력, 공적 공간보다 사적 공간의 활용 등이 두드러지게 활용된다. 또한

서사구조는 여성 등장인물의 중요성, 다중적 관점, 이야기의 중심을 구성하는 대화, 주변 인물에 대한 진지한 접근, 해결 없이 꼬이는 이야기의 느린 전개, 일상성에 대한 강조, 주요 등장인물의 극적 대립과 갈등 등이 주로 활용된다. 전세계적으로 인기가 높은 멜로 장르의 경우 중국도 예외는 아니며, 실제로 제작비율에서도 현대물이 60%, 시대극이 15%, 사극이 25% 정도의 제작 비율을 보여 왔다.

이 속에서 현대물의 경우 이야기 전개가 주인공 남녀간의 사랑에 집중된 ‘애정연애 드라마’보다는 이야기 전개의 배경이 주로 가정이며, 가족간의 갈등과 화해가 주제인 ‘가족가정 드라마’가 인기를 끌고 있다는 점이다. 또한 현대물의 경우 한국이나 미국 드라마에서 활용되고 있는 법률, 의료, 경제, 정치 등 주인공이 전문직에 종사하며 직장에서의 업무적 상황이 이야기 전개의 중요한 소재가 된 ‘전문드라마’는 많이 발견되고 있지 않은 상황이다. 또한 경찰, 탐정 등 사건 사고의 수사과 해결을 중심으로 이야기가 전개되는 ‘사수, 탐정’ 장르의 경우 현대극보다는 시대극에서 주로 활용되고 있다. 분투(奮鬥)의 경우 대학을 졸업하고 사회에 첫발을 내딛는 젊은이들의 사랑과 우정, 그리고 사회도전을 다루고 있으며, 금혼(金婚)은 평범한 부부의 50년간의 결혼이야기를 다루고 있다. 현대극의 경우 특징적인 것은 ‘류로근(劉老根)’과 같이 현대의 농촌사회를 그린 드라마도 종종 발견된다.

“인기장르는 가정극(흙 멜로 드라마), 시대극(시기적으로는 중화 인민 민주주의 공화국 건국 시기의 소재와 최근 시기의 사회 현실을 다룬 소재로 나뉨)이라 할 수 있다.”

“가정 윤리극의 인기가 높은데, 드라마 줄거리는 혼외 정사 등의 형식이 많고, 사람들의 공감을 일으킬 수 있는 진실한 내용이 중요한 것으로 보인다.”

“최근 도시가정극, 애정극 작품들이 인기를 얻고 있고 증가함에 따라, 소재의 다변화도 함께 이루어 질것으로 전망된다.”

“리얼리티 드라마가 주목할 만한 장르라고 생각된다. 과거에는 역사와 전쟁 드라마가 인기가 높았는데, 최근 몇 년간 리얼리티 드라마 시청률이 증가하고 있다. 리얼리티 드라마는 실제 생활하는 시청자들과 상황이 비슷하고 자신의 이야기를 하고 있는 느낌이 들어서 많이 시청하는 것 같다. 특히 가족 리얼리티를 살린 드라마를 통해 감동

을 많이 받고는 한다.”

“가족 이야기를 다룬 가정극의 형태가 보편적인 선호도를 갖고 있다.”

“리얼리티 드라마가 중국에서 인기가 많다.”

원작을 기반으로 한 드라마 제작도 활발하게 이루어진다. 원작을 기반으로 한 드라마화 작업은 다른 매체에서 상업성을 이미 검증받았기 때문에 드라마 제작사들의 위험 부담이 상대적으로 적다. 이미 검증된 경쟁력, 기획 등의 결합을 통해 어느 정도 성공이 보장된 드라마 제작이며, 대중문화의 양산 시스템의 하나로 볼 수 있고, 인기 있는 내용을 재생산하기 때문에 소재의 부가가치를 높이는 수단으로 활용될 수 있지만, 텔레비전이라는 매체 자체의 특성과 이미 존재하는 문화 콘텐츠와의 상호 텍스트적 효과가 드라마의 성패를 가르는 요소이다. 중국의 역사, 문화를 기반으로 하여 세계적으로 많은 독자를 확보하고 있는 문학 작품들인 삼국지, 수호지, 서유기, 김용이나 경요, 고룡, 와룡생 등의 무협소설 등이 많이 제작되어 왔는데, 최근에는 현대를 배경으로 한 인기 소설이나, 이미 성공한 영화, 소설, 외국 프로그램의 리메이크 제작도 적지 않게 이뤄지고 있다.

“인기 소설을 원작으로 드라마를 각색하는 경우가 많다. 예를 들어서 중국에서 소설 작가 해언(海岩)의 작품을 의해 각색한 드라마가 지금까지 10여 부가 있다. 그 중에서 대부분 드라마들은 인기도 많이 얻었고 드라마에 관한 상도 많이 받은 성공적인 작품이다.”

“리얼리티 드라마로 인기를 끌었던 ‘금혼’은 완전히 리얼리티 아니고 각색한 것이다.”

“일반인들에 이미 인지된 영화, 소설, 게임, 외국 프로그램 리메이크 제작 등이 증가하는 추세이다.”

“한국드라마 ‘인어아가씨’나 ‘아내의 유혹’ 등을 리메이크한 드라마, ‘어글리 베티’를 리메이크한 ‘추녀무적’ 등이 적지 않은 인기를 얻었다.”

“중국의 현대극은 한국의 영향을 좀 받는 느낌인데, 특히 구조적 측면에서 한국적 갈등구조를 채용하는 작품이 일부 있는 것 같다. 최근 ‘가을동화’나 ‘이브의 모든 것’ 등 한국의 원작을 리바이벌하는 움직임이 있는 것도 이와 무관하지는 않다고 본다.”

“인기 소설이나 문학작품은 홍루몽, 수호전, 천룡팔부, 소오강호 등이 있다.”

“외국드라마의 리메이크 작품들도 유행하고 있다.”

리얼리티 드라마, 애정 드라마 등이 대중에게 어필하고 있는 추세에서 ‘달팽이의 집(蜗居)’이라는 드라마는 중국 집 값이 높은 현실을 직접적으로 다뤄 인기가 높았다. 중국의 높은 집값이라는 사회 현실을 다룬 것일 뿐만 아니라 그 남자 주인공의 직업이 상하이 공무원으로 설정된 것도 화제였다. 중국에서 정부 공인에 대해 말하는 것은 제한이 많아서 많은 사람들이 드라마를 통해 심리적 보상을 받았다. ‘달팽이의 집(蜗居)’과 같은 내용이 텔레비전 안으로 들어와서 표현되기 시작했다는 점은 시사하는 바가 적지 않다. 사회문제를 다룬 프로그램은 개혁 개방 이후 간헐적으로 다루어져왔지만, 직접적으로 주택, 취업 등의 문제를 다루는 시도가 이뤄진 것은 ‘달팽이의 집(蜗居)’이 처음이라 할 수 있다. 하지만 과도한 사회성 부각으로 인해 중국 정부의 제재를 받고 방영중지 처분을 받았다. 반사회적이거나, 과도한 선정성, 윤리적인 문제, 중국에서 금기되는 사항 등의 경우 작품의 완성도, 시청자들의 반응과는 상관없이 중국 정부에 의해 제재를 받거나, 방영자체가 금지될 수도 있다는 점은 드라마 수출 등을 위해서는 반드시 염두에 두어야 할 사항이라 할 수 있다.

“너무 반사회적인 캐릭터가 나오거나 빈부격차, 부정부패 등의 과도한 사회적인 메시지를 담은 드라마의 경우 대개 심의의 과정에서 많이 걸러지기는 하나 혹 운이 좋아 심의가 통과되더라도 방영 후에 반향이 큰 경우에는 사후에 제한 받는 경우도 있다 (예: 蜗居(워쥬)).”

“달팽이의 집 ‘蜗居(워쥬)’ 방영중단 이후로 제작사들이 소재선택에 신중을 기하고 있습니다.”

(3) 스토리텔링 및 서사구조

중국 드라마의 내적 특징이라고 한다면 단연 서사구조일 것이다. 중국 드라마는 다른 주변국인 한국, 일본, 대만 드라마에 비해 서사적 이야기 구조에 매우 집착하는 경향을 보인다. 감정이나 캐릭터 묘사 등 한국 드라마에서 집중하는 포인트는 중국 드라마에서는 상대적으로 경시되고 주로 이야기 구조(서사 구조)에 중심을 둔다. 이는 중국 드라마의 주 시청층이 농촌의 저소득 저학력 주부들에 맞추어지다보니, 이야기 전달에 충실하고자 하는 드라마들이 시청률면에서 높게 나오고, 이러한 시장의 요구가 드라마 제작과정에 반영된 결과라 할 수 있다. 중국 시청자들은 인생사의 기쁨과 슬픔을 담은 이야기를 전통적으로 선호해왔고, 드라마의 경우도 이러한 시청자의 습관을 충족시켜야 한다. 인기 드라마 ‘康熙帝国’, ‘不要和陌生人说话’, ‘激情燃烧的岁月’, ‘亮剑’, ‘士兵突击’, ‘奋斗’, ‘金婚’ 등 모두 다 비교적 좋은 서술 구조를 가지고 있다는 평가를 받았다. 이런 경향에 힘입어 드라마제작에서 작가의 비중이 점차 증가되는 추세이다.

“중국 드라마의 경우 내러티브와 캐릭터는 가장 큰 요소로 작동하고 있다. 중국 드라마가 스토리와 전형적인 캐릭터 만들기 위주로 제작해온 현실 특성이 반영된 것이다. 다음에 중요성 순서대로, 연출, 장르, 스타일이라고 본다.

“유럽인은 인간관계에서 발생하는 의미심장하고 심리적이며 정서적인 갈등을 보고 싶어 하지만, 중국의 시청자들은 좀더 전통적인 내러티브를 음미한다.”

“중국 드라마는 아직 스토리 위주의 제작 방식이 많은 비중을 차지하고 있기 때문에 연출 스타일에 대한 특별한 요구는 없는 것으로 보여진다. 다만, 현실을 그리더라도 그 안에서 보이는 디테일한 에피소드 안에서 최대한 서민들의 희로애락을 그려내려고 한다.”

“중국 드라마의 경우 내러티브가 전체 요소 중 가장 많은 중요성을 갖고 있고, 그 다음이 장르 및 캐릭터라고 보여진다.”

“인기 많은 드라마 ‘철이화’는 캐릭터의 감정 묘사를 잘한 극본이 중요한 역할을 했다.”

“중국 드라마 제작에 ‘작가중심제’ 드라마 제작 패턴 도입되고 있다. 실제로 중국드라마 제작과정에서 작가의 비중은 점차 높아지고 있다.”

“영화나 역사 인물, 역사 사건에 의해 각색한 대본이 있다. 개인적으로 좋아한다. 하지만 어떤 측면에서 이런 방식은 극작가의 창조성에 대한 검증이다.”

스토리 라인이나, 줄거리에 주목하는 경향이 강하면서도 구성은 다소 다른 형태를 띠는 경향이 있다. 사실적인 묘사에 집중하는 편이고, 리얼리티의 강조 등으로 인해 캐릭터나, 여타 요소는 다소 떨어진다는 지적도 있었으며, 등장인물들간의 복잡한 관계, 이야기 구조의 모호성이 강조되는 경향이 나타난다는 것이다.

“서사 구조에 충실하고, 상대적으로 캐릭터 묘사나 디테일한 감정 표현에 무디다. 또한 리얼리티가 두드러지게 강조되는 경향이 있어 판타지나 비현실적인 환상에 대해서는 시청자들의 반응이 냉담한 편이다. 이로 인해 중국 드라마가 해외 시장에서는 “너무 촌스럽고 중국 스럽다”.. 라는 반응들이 제기되기도 한다.

“내러티브 즉, 시나리오가 가장 큰 요소로 작동한다고 생각되며, 비중으로 보면 시나리오 50%, 연출 20%, 캐릭터 10%, 스타일 10%라고 할 수 있다.”

“주요 요소는 내러티브, 내용, 인물 성격이다.”

“대본, 배우, 카메라 기법이 중요하다.”

“드라마 시나리오 및 내러티브 구성은 사실적인 묘사와 서사 구조에 집중한다.”

“드라마의 내러티브 방면에 있어서 가족 관계, 그리고 주인공과 그에 연관되는 주변 캐릭터간의 인물관계가 주로 특징이다.”

“가족관계, 복잡한 관계를 선호한다. 남녀, 자녀 등 가족 성원들 간의 관계 등. 또한 ‘잠복’같은 드라마는 사람과 다른 사회 성원의 관계를 위주로 했고 ‘튼관동’같은 드라마는 가족과 나라의 관계를 위주로 한다.”

“스토리 구조는 어느 장르를 막론하고 간단/명료한 구도보다 다소 복잡/애매한 얽혀 있는 인물/배경 구도를 선호한다.”

사회갈등이나 핫이슈를 반영하는 현실적인 드라마 중에 거대한 서사 방법을 자주 사용하는 방식이 선호되어 왔다. 이런 거대한 서사 기법은 등장인물의 행위가 사회나 역사와의 긴밀한 관계를 강조한다.

“중국 시청자의 심미관에 맞은 스토리나 서사 구조를 택했다. 예를 들어, ‘장편 선형 서사’는 시청자의 눈을 끌 수 있는 중요한 수단으로 이용되어 있다.”

“역사극은 특히 권선징악의 스토리 구조를 띤 경향이 많다.”

‘일반인 서사법’은 일반인의 시각으로 사회 갈등 문제를 서사하는 기법이다. 이런 서사법으로 일반인이 사회 갈등이나 문제를 보는 시각은 평범한 개체를 통하여 사회의 역사를 해독하여 거대한 서사법과 다르다. 일상생활과 일반인의 생각의 사회적 의미를 보여주기 위한 것이다. 이제 ‘일반인 서사법’은 중국 드라마 대표적인 서사 기법이다. 하지만, 사실적인 현실 묘사를 바탕으로 한 시나리오, 내러티브의 강조는 결국 현실 정책과 충돌하는 상황이 발생하기도 하였다. 2009년 드라마 ‘와거(蜗居, 달팽이 집)’가 인기를 끌었던 요인은 줄거리가 잘 짜인 드라마 시나리오 덕분이다. 즉 일반인의 시각으로 시민생활의 사소한 것들을 예리하게 표현되었다는 평가가 지배적이다. 또한 요즘 가장 주목할 만한 사회 갈등과 이슈를 건드리며 진실을 통해 시청자들의 공감을 불러일으킨다. 또한 일상생활과 밀착된 캐릭터와 잘 맞은 개성 있는 대사를 통해 시청자의 눈을 끌었다. 논리적 요소가 드라마 시나리오의 중요한 요소다.

“BTV방영 도중 엄청난 인기를 끌면서 정부의 개입으로 방영중지를 당한 ‘蜗居(달팽이

집'처럼 처절하고 아픈 서민의 애환과 공무원의 부정부패를 본격적으로 다룬 드라마도 등장하는 등 내용 및 소재에 있어 보다 다양해지고 있다.”

“중국 사회 복잡한 민생 현실 때문에 작가가 가벼운 형식으로 스토리를 표현하는 것을 어렵게 만들었다.”

“(중국 현실의 드라마 반영은) 돌연히 달라지지 않을 것이다. 아마 시간이 지날수록 무의식 중에 감화될 것이다.”

“부동산값이 올라서 집을 구하는 것을 주요 소재로 한 드라마 “와거”가 인기 드라마가 된 것을 들 수 있다.”

“오늘날 창업과 시대의 병폐를 지적하여 고치게 한 것은 인기가 많다.”

“제가 생각하기에는 드라마 소재/내용과 캐릭터가 제일 중요하다고 생각한다. 사람들이 드라마를 보는 결정적인 요인 중 하나는 드라마에서 나오는 예고편이다. 짧은 시간안에 드라마에 대한 주제와 주인공의 선호도를 결정해주기 때문이다.”

서사구조와 스토리텔링에서 빼놓을 수 없는 것이 드라마 구조이다. 어떤 갈등관계가 중국 드라마에 지배적으로 작동하는지 알아본 결과, 갈등 관계도 장르별, 소재별로 차이가 있었다. 홈드라마의 경우 가족간의 갈등과 가족애를 주제로 하는 반면에 궁중 암투극, 40년대 배경의 전쟁 드라마, 고전 리메이크 등의 갈등구조는 각기 상이하다. 따라서 현대극은 애정멜로, 사극은 궁중 암투극, 시대극은 전쟁 또는 30년대 30년대 상해 배경의 암투 또는 애정 멜로 등이 주류를 이룬다.

“갈등관계를 주로 다루고 있는데 역사드라마에서는 통일과 분열의 갈등, 전쟁드라마에서는 애국자와 침략자들과의 갈등 범죄드라마에서는 법과 죄의 갈등이 주로 특징이다.”

“인기있는 중국 드라마의 구성요소 특징은 갈등관계와 가족관계이다. 젊은 사람들은

연애관계에 대한 드라마를 즐겨보고, 연령이 높은 사람들은 가족관계나 여기에서 이루어지는 갈등관계에 대한 드라마를 좋아한다.”

“중국드라마의 구성요소 중 갈등관계는 연애, 혼인 관계, 역사적 사건이 나타나는 경우가 많으며, 남성 및 여성관은 현대 드라마 물은 평등하고, 고대나 근대적 배경은 남자의 지위가 높고 여자의 지위가 낮은 경우가 많다. 이밖에도 가족관계와 이혼문제, 사춘기, 청소년들의 문제 등이 나타난다.”

“(역사/시대극의 경우)사명과 인간성 간의 갈등관계, 역사 작전 중에 인물들 간에 입장이 달라서 생긴 갈등관계가 주류를 이룬다.”

“선형적 인과관계를 지니는 극적인 갈등관계를 선호한다. 분명하게 선악을 구분하고 공평하게 상벌을 주는 결과를 통하여 정치와 현실 사회에 대한 믿음을 회복시킨다.”

또한 성별과 연령에 따라 선호하는 갈등 구조가 차이가 있는 것으로 나타났다. 갈등관계의 묘사는 시대/역사극의 경우는 가족, 형제간의 갈등이 중심이 되며, 가정/애정극은 연인간, 시부모/며느리간, 시대, 처가간 갈등을 중심으로 다루며, 남성 및 여성관을 둘러싸고 여성의 사회적/경제적 독립에 의한 갈등관계나 남성의 외도 및 가부장적인 요소로 인한 갈등관계가 중심으로 이룬다. 가족관계의 묘사는 단순한 가족, 형제관계가 아닌 복잡구조의 갈등관계의 가족 구도를 선호하는 경향이 나타났다. 특히 중국의 가족관계와 여성관은 동아시아 국가인 한국, 일본과는 다소 다른 모습을 보인다는 점이 드라마에서도 확인된다.

“가족관계는 이미 한국이나 일본에 비해 핵가족화가 오래전에 이루어졌으며, 현실에서 많이 분해되어있는 가족에 대한 애뜻함을 묘사하는 가족 홈 드라마에 오히려 열광하게 하는 측면이 있는 것 같다.”

“갈등관계와 남녀관계는 장르에 따라 캐릭터의 특징이 다르다. 시대의 특성과 신분의 특징을 중시한다.”

“역시나 갈등관계가 주된 특징이다. 물론 한국드라마 역시 이 점에 있어서는 같다. 올

해 인기리에 방영된 <老牛家的戰爭>의 경우엔 노부모양육 및 재산을 둘러싼 가족갈등이 주된 소재이며, 현재 인기리에 방영중인 <婚姻保衛戰> 역시 부부간의 경제권을 둘러싼 갈등을 코믹하게 다루고 있다.”

“애정 또는 권력을 두고 갈등하는 구조가 보편적이며, 서사 구조에 집중하다보니 갈등의 폭이 매우 크다. 이로 인해 다소 억지스럽거나 불편한 이야기 구조가 많으며 중국 드라마가 해외 시장 개척을 위해선 반드시 극복해야 될 과제라 생각된다.”

“남녀 평등의 기초하에 경제적인 문제로 인한 갈등이 주된 포인트이다.”

“여성들은 홈멜로 드라마 중에서도 고부간 갈등이나 부부간 갈등을 주로 그린 드라마를 선호한다.”

(4) 등장인물

중국에서도 스타 파워는 무시할 수 없다. 유명한 스타가 드라마에 출연할수록 시청률이 잘 나올 가능성이 높기 때문이다. 예를 들면, 한국드라마가 요즘 몇 년 사이에 중국에서 유행하게 되었는데, 이는 한류스타들의 역할이 적지 않다. 또한 중국내에서 대중적으로 인기가 높은 유명 연예인을 활용한 드라마 제작이 점차 증가하는 추세이다.

“젊은 사람들의 경우에는 외모나 유행 스타일에 관심이 많아 멋진 남성이나 여성 주인공이 나오는 학교물, 연애물 등의 내용을 선호한다. 그리고 인기 스타의 출연 여부에 따라 주목성이 높아지는 경우가 있다.”

“중국 프로그램은 시청률을 높이기 위해서 한류스타를 초청하고 개런티를 많이 지불한다.”

“대중적 인기있는 유명 연예인(남, 여)을 활용한 드라마 제작이 많다.”

“10대에서 20대의 경우 출연자의 외모에 관심을 두는 경우가 많으며, 30대에서 50대는 사회문제나 가정의 문제에 관심을 두는 경우가 많다. 60대 이상은 역사 분야의 관심을 두는 편이다.”

역사 사극을 제외하면 현대극의 경우 등장인물이 한국 드라마와는 다소 차이가 있다. 한국 드라마의 경우 전문직 종사자, 재벌, 상류층 등이 주로 등장하는 인물이고, 이를 바탕으로 사랑과 갈등이 집중적으로 부각되는데, 중국 현대극의 경우는 일반 서민의 모습을 다루거나, 밝고 적극적인 캐릭터에 대한 선호도가 높다는 점 등이 특징적이다.

“특정 인물이나 역사를 다룬 드라마, 혹은 무협드라마를 일단 논외로 한다면 일반 현대 드라마의 경우에는 老百姓, 즉 일반 서민들을 다루는 드라마들이 많다. 캐릭터들도 서민들이 공감할 수 있는 평범한 이웃들의 모습으로 많이 그려지나, 그럼에도 힘든 현실에서도 절망하지 않는 밝고 적극적인 캐릭터들의 모습을 보여준다.”

“현대극 등장인물의 경우 실제 주변에서 볼 수 있는 매우 현실적으로 묘사된 인물이 사랑받는다.”

“보통 드라마 등장인물이 사회의 각 계층이 포함되어 있었으며 열심히 살고 있는 사람들은 모두 등장인물들 중에서 자기의 그림자를 찾을 수 있기 때문에 사람들의 마음속으로 깊이 파고든다.

“현대극에서 전형적으로 좋아하는 캐릭터는 적극적인 자세와 낙관적인 마인드를 갖고 현실을 살아가는 서민 캐릭터이다.”

“중국 사람들은 주인공의 생활을 보면서 공감이 가는 드라마를 좋아한다.”

“중국 드라마는 대부분이 평범한 사람을 중심으로 이야기를 진술한다. 그런 캐릭터 설정이 시청자들에게 동질감을 주고 실제로 주변에서 일어난 듯한 느낌을 준다.”

물론 시대극이나 역사극의 경우는 현대극과는 차별화된 등장인물을 활용하고 있다. 그럼에도 불구하고 역사적으로 선호하거나, 인기가 높은 캐릭터들이 있는 것으로 나타났다.

“역사극에 있어서는 중국인들이 좋아하는 캐릭터로는 명군으로 유명한 황제들 즉, 예를 들어 측천무후, 한무제, 당고종, 칭기스칸, 강희제, 건륭제등이 있으며, 명장군, 명신으로는 한신, 관우, 장거정, 적인걸, 포청천 등이 있다.”

“사회극에 있어서는 강대국가를 위해 노력하는 의지가 매우 굳은 애국자형의 캐릭터들이 인기가 있다.”

현대극에서의 등장인물은 매력적이고, 시청자들이 공감할 수 있는 캐릭터로 설정돼야 한다는 점에서 한국 드라마와 일맥상통한다. 하지만, 구체적인 묘사에서는 좀 차이가 있는데, 남성의 경우 좀더 남성성이 강조되고, 여성의 묘사도 여성성이 강조되나, 순종적인 이미지보다는 현명하고 착한 이미지가 부각되는 경향이 나타난다.

“한국드라마 중에서 나온 미녀와 미남과 다르게 중국드라마 중에서 남자의 이미지가 더 터프하다(예를 들어 손홍뢰, 이유빈 등 인기 남자 배우들이 출연한 캐릭터) 여자 주인공은 보통 현숙하고 착한 이미지가 더 강조한다.”

“시청자를 끌어당길 수 있는 드라마의 중요한 요소는 주인공이 대표적인 인물이고 매력 있다는 점이다.”

“중국드라마의 가장 결정적인 요소가 캐릭터이라고 생각한다. 물론 좋은 플롯도 있어야 한다.”

“캐릭터는 대표적인 인물이면서 시청자들이 공감할 수 있어야 한다. 스토리 구조와 연출 스타일은 새롭게 만들고 창조성이 있어야 된다.”

“시청자들이 꾸민 것을 싫어하고 진실에 대해서 추구한다. 요즘에 드라마가 과거보다

진실성이 더 강하고 생생하다.”

중국 드라마의 등장인물은 관습적으로 묘사되는 지배적인 유형이 존재한다. 선인, 악인, 협력자, 반대자 등 이러한 전형적인 등장인물들을 통해 플롯의 일관성을 유지하게 하고, 극적 효과를 높일 수 있다. 등장인물은 행위를 통해 사건에 연루되고 갈등관계를 맺음으로써 발전한다. 등장인물이 고정되어 있다면, 서사는 재미없는 이야기가 되거나, 독자나 수용자의 관심을 끌기 어렵다. 이러한 일반적인 드라마 등장인물의 설정 및 묘사가 중국 드라마에서는 크게 부각되지 않는 경향이 나타난다. 즉, 전형성이 지배적인 등장인물로 설정된다는 것이다. 권선징악 등 내러티브 및 서사구조가 드라마의 가장 지배적인 요소로 작동하기 때문에 고난을 이겨낸 주인공 등이 주된 설정이며, 이 부분은 일정정도 국가가 지속적으로 드라마제작에 개입한 결과의 산물이라는 지적도 제기됐다.

“중국 드라마에서 캐릭터들의 특성이 장르에 따라 다르게 나타났지만 공통점은 ‘상대적인 진실성’이라고 생각한다. 역사 인물이던 현대 사회 인물이던 모두 살고 있는 당시의 시대와 사회적 특징에 맞은 전형적인 인물 속성을 가지고 있다. 하지만 100% 현실적인 캐릭터가 없다. 중국 드라마의 정부 주도적인 속성 때문에 캐릭터의 진실성을 추구하는 동시에 정부가 주도하는 ‘주류 이데올로기’요소가 담겨 있어야 된다. 한 마디로 말하면 중국 드라마에서 캐릭터들의 특성은 시대적 배경, 그 당시의 사회적 속성, 그리고 현대 사회와 민족 전통적 심미관이나 가치와 요소를 함께 가지고 있다.”

“현실 제재 작품들 중에 세속적이든 ‘주선율’적이든, 어느 시기나 막론하고 전형적으로 좋아하는 캐릭터나 스토리 구조는 바로 최대한도로 현실성과 역사성의 ‘상대적인 진실’이 이루어진다는 점이다. 구체적으로 그 시기의 추세를 잘 파악하고 미학 원리를 따르고 민족 전통적 신미 관습과 사회사상에 맞으면 시청자들의 인정을 받을 수 있다.”

“중국 드라마에 등장하는 인물들은 대체적으로 전형적인 인물상이 강하게 표출되어 있다.”

“드라마 등장인물은 기본적으로 전형성이 강조될 수밖에 없다.”

“캐릭터가 비교적 간단하고 딱딱하다. 이미지와 대화가 다 그렇다.”

“중국의 캐릭터들을 보면 전반적으로 아직은 아무래도 전형적인 느낌이 강합니다. 이는 그간 만들어진 드라마들에 있어 아무래도 국가가 오랫동안 개입하다 보니 연출이나 대본에 있어 그러한 요구가 있었고 그러한 요구에 길들여져서 아닌가 싶습니다.”

“연출/캐릭터/스타일 등이 다소 개방화 세련화되고 있으나, 이는 지극히 중국적 이데올로기, 중국적 드라마 소재 허용범위 내에서 국한되고 있다.”

“개인적인 입장에서 중국의 배우들을 보면 연기력은 전반적으로 한국보다 수준이 높을 정도로 기초가 탄탄합니다. 하지만 아직은 전형적인 연기스타일이 많고 트렌디적인 스타일을 내거나 애드립을 발휘하는데는 거리감이 있습니다. 중국드라마의 캐릭터들이 아직은 전형적이라고 한다면 그것은 편중된 장르와 거기에 요구되는 내러티브, 연출 등 전반적인 것들의 영향을 받았을 것으로 봅니다.”

“아무래도 팔리는 장르에 드라마들이 편중되다보니 좋은 배우들의 연기 역시 그러한 장르의 영향을 받지 않을 수는 없다고 봅니다.”

등장인물의 전형성은 주인공의 전형성으로 이어진다. 드라마 등장인물의 경우 다면적 인물과 평면적 등장인물로 구분되는데, 다면적 등장인물은 여러 가지 인물의 특성을 지니며 이야기가 전개되는 과정에서 행동의 변화가 일어나고 내적 갈등을 겪는 등장인물이다. 반면, 평면적 인물은 한가지나 아주 적은 특성만을 부여받는다. 평면적 등장인물은 한 가지 특성만을 부여받기 때문에 행동은 단순한 경향이 있다. 평면적 인물의 효과는 그가 뚜렷한 방향을 가지며 분명하게 기억된다. 반면에 다면적 인물은 단순히 정의되지 않음에도 불구하고 친밀감을 제공하는데, 실제 현실속에서 절대 악이나 절대 선이 존재하기보다 인간 내면에는 두 가지의 요소라 깔려 있어서 내적으로 갈등하기 때문이다. 보통 영웅을 주인공으로 한 역사극이나, 시대극을 제외하고는 대부분 주인공의 경우 다면적인 인물로 묘사되는 경향이 강한데, 중국의

경우 내적 심리 묘사나 내적 갈등을 강조하지 않다 보니, 주인공도 전형적인 인물(평면적인 인물)로 묘사되는 경우가 많다고 할 수 있다.

“중국드라마의 주인공이 다 정의의 인물이다. 인물의 스타일은 주된 요인이다. 그리고 진술방식과 캐릭터도 큰 비중을 차지한다.”

“주인공은 주로 남성이 많으며, 정의롭고, 성실하고, 노력형인 보편적인 성격을 지니고 있다.”

“시청자들은 고난과 역경을 이겨내는 주인공이 성공하는 것을 좋아한다. 이런 캐릭터의 주인공이 나오는 드라마는 시기를 막론하고 인기가 높다.”

“인기 드라마들의 공통점은 현실 생활이나 역사의 참모습을 반영하는 것, 현실적인 인물이나 역사상의 영웅을 만들고 재현하는 것, 그 때의 주류 이데올로기를 표현하는 것, 오락성도 포함돼야 한다는 점이다.”

“주목할만한 점은 중국 드라마가 주로 주인공의 운명을 진술하는 것이다. 특히 생활 애정 드라마 가장 돋보인다. 예를 들어 ‘황제의 딸(還珠格格)’의 경우처럼 중국 시청자들은 착한 사람이 여러 가지 고난을 겪는 스토리를 좋아하는 이유가 드라마를 보고 주인공의 인생을 잘 알 수 있을 뿐만 아니라 자기의 생활 경험과 유사한 부분을 통하여 공감이 생길 수 있기 때문이다.”

남성과 여성의 묘사, 가족관계의 설정도 한국 드라마와는 다른 모습을 보인다. 유교적 전통 및 중국 역사에서 표현되는 남성, 여성, 가족 관계의 모습이 중국 근대 역사의 변화와 맞물리면서 독특한 모습으로 드러나고 있다는 지적이다.

“중국 드라마의 남성관은 개성이 분명하다는 것, 책임감이 강하다는 것, 전통적인 가치관(관용, 기어, 희생)을 가지고 있다.”

“여성관은 남성성이 좀 강하다는 경향이 있다. 유교문화 대표적인 가치관인 강인, 기어, 자립경제, 의지가 강하고 자강하고 애증이 분명하다. 말·행동이 모두 합리적이다.”

“중국 드라마에는 이상적인 모범가족이라는 상을 가지고 있다. 중국 현대 가정 드라마 중에 혈연관계는 외래 현대적인 관념에 영향을 받았다. 즉, 가정의 결별과 재건은 현대 중국 사회의 취약성이라 할 수 있다. 동시에 드라마 작품들 중에 중국 전통적인 가부장제 관념에 대한 변혁이 필요하다는 암시를 제기하고도 한다.”

“거시적으로 살펴보면, 중국 드라마들 중에 각 시기의 사회현실이 그 당시에 사람들이 활동한 배경, 그리고 가족, 사회의 교대와 변화는 역사의 발전을 표현하였다. 즉, 가정생활은 시대 변화를 관찰하는 ‘창구’가 된다고 할 수 있다.”

(5) 드라마 장치

중국 드라마의 경우 서사구조, 내러티브, 등장인물 등이 중심으로 이루고 있고 장르별로 다양한 갈등관계를 통해 드라마가 구성되고 있더라도 미학적, 영상적 요소도 드라마를 구성하는데 중요한 요소라 할 수 있다. 중국 드라마에서 주로 활용되는 드라마 장치가 무엇인가를 살펴본 결과, 다른 나라와 마찬가지로 배경음악, 카메라 기법, CG 등의 활용에 주목하는 모습이 나타나고 있으며, 이 속에서 중국 드라마만의 특색도 발견되었다. 중국 드라마의 특징인 사실주의적, 현실주의적 성격을 반영하기 위해 카메라를 활용한 방식이 주로 활용되는데, 주로 사용하는 경우는 극적 요소를 부각시키거나, 시청효과를 극대화시키기 위한 클로즈업, 전경을 주로 담기 위한 풀샷 등이 주로 활용되는 것으로 나타났다.

“카메라 기법과 CG에서는 특이점이 보이지 않는다. 주로 활용되는 장치는 음악이라고 할 수 있다. 중국에서 인기가 많은 드라마나 혹은 다른 프로그램도 음악적 활용이 많이 된다. 음악으로 분위기를 만들어가는 것을 자주 볼 수 있다.”

“주로 카메라 기법을 통해 캐릭터를 묘사한다.”

“중국 현실적인 드라마 작품들 중에 ‘사실적인’ 활용 기법, 사실적인 화장/복식/조명 디자인 등 예술적인 처리를 사용하여 생활의 진실을 예술적인 진실로 전환하였다는 방법을 많이 활용되었다.”

“카메라기법과 음악을 주로 활용하며, CG 효과는 외국에 비해 다소 떨어진다.”

“중국 드라마는 보편적으로 클로즈업 화면과 유창한 편집 기법을 이용하고 있었다. 이런 기법들은 대부분 시청자들의 시청 관습에 맞지만 젊은 시청자들의 관심을 끌지 못 할뿐만 아니라 드라마의 표현력도 떨어졌다. 따라서 요즘 드라마 영상 표현 기법과 시청효과와 다양화가 이루어지고 있다.”

“캐릭터 묘사나 내러티브의 극적 요소를 나타내기 위해 주로 활용되는 장치는 카메라 기법이라고 생각한다. 특히 클로즈업 화면을 많이 사용해서 캐릭터의 희노애락은 배우의 얼굴표정이나 몸짓을 통하여 다양한 정보를 전달할 수 있다. 이것도 중국 드라마가 현실적인 장르를 선호하는 특성이 결정한다고 할 수 있다.”

배경음악의 경우 극적 고조를 위해 보편적으로 활용되는 장치인데, 현대 멜로물 등의 경우는 해외 음악의 활용이 증가하고 있다고 밝히고 있다. 또한 컴퓨터그래픽(CG)의 활용도 증가하는 추세라고 밝히고 있는데, 캐릭터 묘사, 시각적 효과를 통한 시청자의 주목을 끌기 위해 주로 활용되고 있다.

“배경음악은 중국 뿐 아니라 동서양을 막론하고 모두가 기본인 것 같다.”

“배경 음악(OST)도 자주 사용한다. 타당한 음악을 이용하면 드라마 내용의 분위기를 잘 만들어 줄 수 있으며, 캐릭터의 성격이나 감정도 강조할 수 있다.”

“CG는 캐릭터 묘사, 내러티브보다는 시각적 효과를 통한 주목끌기에 주로 쓰이는 것 같다.

“(최근 들어) 만화적 CG사용량이 증가하는 추세이며, 외국음악(서양, 일본, 한국 등) 사용량도 증가하고 있다.”

하지만, 이러한 드라마 장치나 테크닉의 수준은 한국, 일본에 비해 낙후한 상황이라는 평가가 지배적이었다. 다만, 대규모의 자금 규모가 투입되는 대작이 제작되는

상황이어서 기술적 격차는 조만간 극복될 것이라는 전망이었다. 그럼에도 불구하고 드라마 제작환경, 제작 정책 등이 창의적이고 혁신적인 드라마 제작에 장애 요인으로 작용하고 있다는 지적도 있었다.

“영상과 음악, 촬영 기법, 조명 등 전반적인 제작 수준 또한 한국이나 일본 드라마에 비해 상대적으로 낙후한 상황입니다. 그러나 최근 대작들을 중심으로 기술적인 측면에서는 대량의 자금을 투입한 대작들이 속속 제작 되고 있는 상황이어서 기술적인 부분의 발전은 단기간내에 극복 되어질 것으로 예측된다. 중국 드라마에서는 연출의 지위나 역할은 한국에 비해 상대적으로 낮은 편이며, 작가의 비중은 점점 높아지고 있는 추세이다.”

“영상 언어 분야에서, 중국 극은 지나치게 보수적이고 풍경의 모습을 보여주는 과정을 보여주고 있다. 몇 년의 개혁과 발전, 드라마의 ‘제작 방송 분리’로 이런 부분은 극복되고 있으며, 여전히 단조롭다고 볼 수 있다.”

최근 들어 중국 드라마 제작 트렌드는 전통적인 중국 드라마의 제작 및 영상 기법, 서사구조를 벗어나는 시도들이 이뤄지고 있다. 전형적인 인물 묘사를 탈피한다거나, 감성적인 요소가 중요하게 부각되는 모습이 나타나고 있다. 특히 개인 영웅주의에서 개인 감정의 묘사에 비중을 높이고 있다. 이런 현상은 드라마의 내적 완성도 및 개연성을 강화하는 시도 차원에서 이뤄진다고 볼 수 있으며, 시청 관습의 변화도 일정정도 수용된 결과로 볼 수 있다.

즉, 인물 성격에 대한 풍부한 묘사, 드라마 흐름 및 리듬에 대한 완급, 고저 조절, 상황 및 감정 표현에 대한 세부 묘사 강조 등은 내러티브와 등장인물 중심에서 카메라 기법, 배경 음악 등을 포함하는 시도로 발전하고 있음을 보여준다.

“감정적인 요인이 중요하다. 완벽한 사랑이나 감동스러운 자족감정이 좋다.”

“전통적인 개인 영웅주의에서 개인 감정의 묘사로 점차 바뀌고 있다.”

“감정과 플롯. 그리고 사회이념의 돌파에 대한 관심이 높아지고 있다.”

“감정 드라마, 캐릭터 성격에 대한 깊은 계발이 이뤄지고 있다.”

“배우와 표현형식이 제일 중요하다. 그리고 감정적인 프로그램이 인기가 많다.”

“세부묘사, 인물의 행위와 언어, 캐릭터의 이미지가 중요하며, 기술도 드라마의 수준에 대한 결정적인 요인이다.”

“드라마가 제일 중요한 요인은 내용의 스타일과 캐릭터의 이미지 설계이다.”

(6) 드라마의 현실

텔레비전 드라마는 이야기의 배경, 소재, 주제가 수용자의 일상생활이 밀접하게 전개될 때, 시청자의 보편적 경험과 정서와 화학적으로 결합하며 시너지 효과를 발휘하게 된다. 중국 텔레비전 드라마는 사회적 조건, 정치적, 경제적 조건에 민감한 수동적 산물이라 할 수 있다. 즉, 정치경제적 변화와 방송제도, 사회변화와 수용자 욕구 등을 전반적으로 고려할 때, CCTV 등 중국 중앙방송뿐만 아니라, 지역 성급 방송이나, 유료 방송 모두 변화에 능동적으로 대처하기 보다는 수동적인 자세를 취하고 있음을 확인할 수 있었다. 이러한 현상은 중국의 방송영상 정책이 갖는 특수성이 강하게 작동하고 있기 때문이라고 할 수 있다.

국내 드라마의 경우 사회현실, 이념, 가치보다는 다양한 사랑법, 비일상적인 관계 등 그동안 비현실적, 비윤리적, 비교육적이라는 비판 때문에 배제되었던 많은 소재와 주제가 드라마 영역으로 진입하고 있다. 이러한 소재와 주제에서 리얼리티의 퇴조는 현실의 무게감, 고달픔을 굳이 드라마를 통해서까지 확인하고 싶지 않은 동시대 사회구성원들의 욕망의 표현이라 할 수 있다. 이에 반해 중국 드라마는 사회 구성원 전체의 요구와 욕망을 반영하는 수단으로 현실의 문화, 현안 등을 소재로 활용하는 시도가 벌어지고 있다.

“중국의 사회문화의 변화에 따라 드라마에서의 표현내용과 방송프로그램의 형태와 소재가 많은 변화를 가져온 것은 부정할 수 없는 사실이다.”

“중국의 최근 경제발전, 문화적 수준 상승, 소비패턴의 변화 등이 선호 드라마의 형태 변화에 영향을 주고 있다. 그러나, 이런 시청자 선호도는 외국 영화, 드라마에 국한되고 있으며, 큰 틀에서 보면 여전히 이데올로기적 작품이 도시가정극/애정극의 제작량을 훨씬 압도하고 상황이다.”

“달팽이의 집(蝸居)이라는 드라마는 최근 중국 경제가 발달하면서 급격히 나타나는 빈부격차 및 서민들의 주택 부족현상 등의 사회 변화에 있어 부정적인 면을 많이 반영하여 매우 반향이 컸던 드라마이다. 또한 ‘奮斗’라는 드라마는 80년대 후에 출생한 ‘빠링허우’가 맞닥뜨린 사회 현실에 대한 자각 및 경쟁, 도전에 대한 내용을 그려 최신 사회 현상을 반영하였다.”

“몇 년전 큰 인기를 끌었던 ‘金婚’, ‘金婚風雨情’ 등의 드라마 또한 중국의 최근 60년의 격동기를 겪는 과정에서의 한 가정의 변화를 그려 시청자들의 큰 공감과 더불어 큰 인기를 얻었던 작품이다.”

최근 화제가 되었던 ‘달팽이의 집’, ‘분투’ 등의 드라마는 현재 중국이 처한 소시민들의 실제 생활을 너무나 현실적으로 묘사하여 사회적인 이슈가 된 드라마이다. 중국의 민간 제작사들 중에서도 현재 시청자들이 고민하고 있는 정치 경제학적, 사회적인 문제를 드라마화하고자 하는 노력들이 진행되고 있는 상황이다. 단 ‘달팽이 집’의 경우처럼 방송 도중 시청자들의 반응이 뜨겁고 드라마 내용 중의 관료가 내연 관계의 정부를 도와주는 내용이 너무 사실적으로 묘사되어 중간에 급작스럽게 방송 중료를 하는 사태가 발생하기도 하였는데, 이를 통해 민감한 사안을 너무 사실적으로 묘사하는 것도 중국 정부의 제재 대상이 되는 리스크를 갖고 있다는 점을 확인시켜 주었다.

“사회적 소재의 발굴을 통해 화제작을 만들고픈 중국 제작진들의 고민은 점차 커지고 있다.”

“중국에서 정치와 경제가 드라마에 대한 영향이 크다. 예를 들어서 요즘 신농촌 제재의 드라마가 농촌 건설같은 내용을 방영해서 시청자들에게 환영을 받았다.”

“사회문화적인 변화가 드라마에서 제일 많이 반영된다. 예를 들어서 요즘 드라마에서 젊은 사람들이 자주 쓰는 신조어가 많이 나타나고 있다. ‘한류’현상에 관한 내용도 있고 한국 ‘star king’같은 프로그램도 언어로 사용하기도 한다.”

“정치적, 경제적, 사회문화적인 변화가 드라마 및 프로그램과의 관계에 매우 밀접하다. 일반적으로 극작가와 제작자들은 이런 변화를 잘 파악해야 된다. 하지만 사람들이 가끔 스트레스를 풀고 싶어서 초현실적인 드라마나 프로그램을 좋아할 수도 있다.”

“(중국 드라마의 현실 묘사) 경향은 중국 드라마 작품들이 선호하는 특성의 표현이라고 생각한다. 앞으로 이러한 경향이 계속 나타나고 있을 거라고 예측한다.”

“2000년 후부터 중국 드라마 작품들이 캐릭터를 만들 때 대부분이 현실생활에서 나타난 ‘소인물’에 초점을 두어 왔다. 이러한 ‘소인물’들이 겪는 현실생활을 통하여 시대의 변화를 반응하였다. 중국 드라마의 현실적인 심미관을 가지고 다원화 발전을 추구해도 현실주의 제작원칙을 따라갈 것으로 예상한다.”

중국 드라마 속에서도 정치경제 혹은 사회적인 변화를 영상 콘텐츠로 담아내려는 시도가 지속적으로 전개되고 있다고 할 수 있다. 일상생활의 반영이나, 가치관의 변화, 시대 사조의 흐름 등을 드라마화하고자 하는 시도가 지속적으로 전개되고 있다.

“다양한 현실 드라마 작품들이 사람들의 일상생활을 반영해 왔다. 가정 드라마의 경우 일반인들의 일상생활, 사고방식, 즐거움과 고통, 행복과 사랑의 추구 등을 생생하게 묘사했다. 중국 사회가 현대사회로 바뀌었을 때 전통적인 가정 중심 가치관을 다시 두드러지게 나타냈다. 사람들 사이는 개인과 사회, 그리고 개인과 국가의 관계 서로 연관되어 있다. 다시 말하면, 가정 드라마의 진화는 시대의 사조와 사회의 가치관과 밀접하게 연결되어 있다. 즉 가정생활을 토대로 전체적인 사회의 변화를 반영한다는 생각을 든다.”

“중국 내 기술적, 정치경제적, 사회문화적인 변화가 선호 드라마 및 프로그램에 아주 큰 영향을 미친다고 본다. 어떤 면에 사회 변화는 시청자들의 선호 드라마를 주도한

다고 할 수 있다.”

“중국 사람들은 국가와 사회와의 공동체 의식을 가지고 있기 때문에 최근 사회 경제 현황이나 급격한 변동을 반영한 프로그램이 시청자들에게 선호될 수 있다고 본다.”

“시청자들의 선호 드라마가 당연히 사회변화에 따라 변할 것이다. 드라마는 아무래도 현실 생활과 역사의 산물, 즉 드라마를 제작하는 근원은 바로 현실사회라는 말이다. 따라서 전체적인 사회의 변화와 선호 드라마의 관계는 인과 관계라고 할 수 있다.”

현실 사회의 반영 등은 실제 사건 사례를 다룬 드라마를 제작하는 경향으로 나타나고 있다. 하지만, 드라마 제작과 방영 조건이 정부정책에 의해 결정된다는 점에서 한계는 명확하다고 볼 수 있다.

“중국 영화나 드라마에서 실존 인물이나 사건을 다룬 사례들은 점점 많아지고 있다. 실제 인물이나 사건들의 스토리는 보다 진실성이 높고, 뛰어난 현실감을 나타낸다. 이에 시청자들의 호응이 높으며, 정부 차원에서 홍보하고 싶은 인물이나 사건을 제작하기도 하고 이는 정부가 많은 지원을 해준다.”

“중국 드라마 산업의 경우 정부의 관여가 여전히 존재하기 때문에 시장 수요에 따라 프로그램이 제작 방송되지 못하며, 매년 엄청난 제작량에도 불구하고 모두 방송되지 못하는 경우가 발생하며, 제작 품질도 안정적이지 못한 측면도 적지 않다.”

2) 중국의 드라마 제작 정책과 제작 방식

문화상품의 수출에 중요한 역할을 하는 요소 가운데 하나가 문화상품 수입국의 문화정책이다. 수입국 정부가 문화상품의 바이어인 방송기업의 자율권을 인정하는지 여부 혹은 프로그램 수입에 대해 어떤 입장을 지니고 있는가에 따라 프로그램 유통은 직접적인 영향을 받는다. 문화상품의 수입에 있어 정부는 기본적으로 수문장(gatekeeper) 역할을 수행한다. 각 국은 자국의 문화적 정체성을 유지하기 위하여 스크린쿼터제 등을 통하여 해외 문화상품의 유입을 조절하고 있다.

중국의 경우 해외에서 수입한 TV 프로그램의 방영에 대해서 엄격한 규제를 하고 있다. 매일 TV 프로그램 중 해외에서 수입한 프로그램은 전체 방송시간 중 25%를 넘지 못하며, 주요(Prime Time) 편성시간대의 경우 해외 TV 프로그램은 15% 이내로 제한하고 있다. 그 외에도 외국인의 방송산업 투자 금지, 외국 방송 프로그램의 수입 심사, 연간 20시간 수입 쿼터제, 동일 드라마의 3개 이상 성급 방영 금지, 케이블 TV의 경우 총 방영시간의 3분의 1 이상 해외방송 프로그램 방영금지 등이 있다. 중국의 이러한 정책은 외국 프로그램에 대한 국민의 노출을 제한하고 동시에 유치산업 수준인 국내 미디어 산업을 육성시키기 위해 시간을 버는 전략이라 할 수 있다. 정부의 정책은 방송 영상 콘텐츠의 수출입에 영향을 주는 요소임에는 틀림이 없다. 특히 정치적 변화는 중국문화에서 많은 영향을 받는 부분 중 하나인데, 이런 변화에 따라 방송영상산업은 조용하는 모습을 보여줘 왔다. 하지만, 위성방송, 케이블 TV, IPTV 등 뉴미디어의 출현으로 인하여 규제위주의 문화정책의 실효성은 약화될 것이라는 전망도 제기되고 있다.

또한 중국은 사전 제작물의 심의가 통과돼야 방송이 가능하다. 2004년에 중국 국가 광전총국 텔레비전 드라마 관리국(国家广电总局电视剧管理司)을 설립하고 국산 드라마의 생산, 유통 그리고 방송을 관리하고 감독하는 역할을 담당하며, 드라마 유통의 규범화하기 위해 드라마 제작 허가증을 발급한다. 결국 중국의 방송사 및 프로그램제작은 광전총국의 강력한 통제를 받을 수밖에 없다는 것은 정부의 방침에 따라 제작이 안될 수도 있고 이미 심의를 거친 프로그램의 경우도 때로는 방영이 중단될 수 있다는 것을 의미한다.

중국의 방송시스템을 이해하는데 있어 필수적인 것은 중국의 모든 방송국은 정부 산하의 미디어기관이라는 점이다. 화려하고 재미있는 버라이어티 프로그램과 한류 드라마로 최고의 인기를 누리고 있는 후난위성 역시 CCTV처럼 정부의 의지를 충실히 반영하는 미디어기관이지 한국의 SBS같은 민방이 아니라는 것이다. 중국의 방송은 개혁개방 이전부터 오랜 시간동안 프로그램 편성은 방송의 공적 서비스 모델의 기반이었고 이를 바탕으로 중국 텔레비전의 창의적인 의지를 억눌러 왔으며, 시청자들에게 정치적 동기를 가지고 제작한 프로그램을 제작해온 역사적 경험이 여전히 살아있다고 할 수 있다.

즉, 중국의 미디어기관은 아직도 정부의 강력한 홍보수단이라는 존재기반을 갖고

있다. 사천대지진, 베이징올림픽 등 주요한 사건이나 행사가 있을 때마다 모든 편성은 순식간에 혹은 상당한 기간 동안 정부의 방침에 따라 쉽사리 바뀐다. 당연히 국가적 이익에 반하는 프로그램은 존재할 수 없으며 방영될 수 없다. 비록 많은 다국적기업들이 들어와 방송광고비의 상당량을 차지하고 프로그램내용에 영향을 끼치기도 하지만 여전히 중국의 미디어에 대한 통제력은 여전히 강력하다.

일례로 최근 정부의 유교에 대한 재조명이 본격화되자 ‘공자’ 관련 영화와 드라마가 대거 제작, 방영된다거나 중국건국을 기념하는 ‘건국대업’이라는 영화가 제작되자 ‘성룡’ ‘유덕화’를 포함한 중국의 최고스타들 대부분이 노개런티로 참여하고 전국최다상영관에서 동시개봉되는 등의 모습을 보면 중국의 미디어 혹은 문화산업은 어느 나라보다도 정부의 의지에 좌우되고 있다는 점을 염두에 두어야 한다.

“중국정부의 검열은 중국 드라마의 제작 구조에도 영향을 미쳐 중국내에서 제작되는 드라마는 전체가 사전 제작제이다. 중국 정부의 검열이 없다면 한국에서와 같이 방송국과의 편성 합의만 끝나면 일부 제작 후 방송하면서 제작을 동시에 할 수 있지만 중국은 검열이라는 제도로 인해 전체를 제작 완료 후 검열이 끝난 후에야 편성이 가능하므로 한국에서의 제작과 방송이 동시에 이루어지기는 불가능한 구조이다.”

“중국드라마는 한국과 달리 모든 작품이 사전전작제를 기본으로 하고 있습니다. 어느 나라와 다른 가장 큰 차이는 제작 전 광전총국에 신고하여 내용 등의 심의를 받고 제작허가를 받아야만 제작에 들어갈 수 있으며, 제작 후에도 기술 및 내용심의를 거치고서야 배급이 가능하다.”

“권선징악을 소재로 한 무협환타지, 중국의 고전에 기반한 역사극, 경찰 및 군인들의 활약상을 다룬 범죄수사극, 항일시대 인민군의 활약을 다룬 시대극 등이 중국드라마의 주류였던 이유는 심의에 문제가 없고 중국정부의 입맛에 맞는 소재를 택해야 문제가 없다는 방송사 및 제작사들의 현실적 인식이 작용하였기 때문이다.”

“중국에서 드라마 제작은 정치적 영향을 많이 받는다. 중국 국정을 잘 모르면 좋은 드라마를 제작할 수가 없다.”

“중국드라마는 아직 주류 이데올로기를 담고 있다. 이런 주류 이데올로기의 핵심요소는 애국주의, 집단주의, 국가주의, 그리고 영웅주의로 구성되어 있으며 또한 가정의식과 남자 중심 사상도 구현이다. 다시 말하면, 중국 드라마의 기본적인 이데올로기는 아직도 정부 주도적이다. ‘주선율 드라마’의 출현은 중국 국가 이데올로기를 설명하는 중요한 현상이다.”

“제도 때문에 중국의 드라마가 비판성이 별로 강하지 않다. 따라서 드라마와 사회 전체적인 문화와 밀접한 관계가 없다.”

이러한 상황을 감안한다면 기본적으로 드라마 제작 방식은 한국과는 확연히 달라질 수밖에 없다. 물론 각 국가마다 드라마 및 영상 콘텐츠를 제작하는 방식은 차이가 있을 수밖에 없지만, 중국의 드라마 제작방식은 매우 세분화되어 있고 분화되어 있는데, 이 방식은 제작의 효율성보다는 고용확대라는 점이 보다 중시되고 있다는 점을 보여주는 일례라 할 수 있다.

“중국 드라마의 제작과정은 작가가 시나리오를 작성한 후 감독과 작가가 시나리오를 수정하고 보완하고 나서 드라마 촬영을 시작한다. 드라마를 제작하는 과정에서 시청자와 상호작용이 거의 없기 때문에 캐릭터의 운명이나 스토리의 발전 방향은 방송전에 이미 정해진다.”

“한국적 상황에서 보면 드라마 제작시 스텝 호칭, 업무 등이 훨씬 세분화되어 있고 담당업무도 명확하게 구분되어 있다. 또한 중국은 제작시 공동생활을 기본으로 하기 때문에 숙박해결이 중요한 문제이다.”

“중국드라마 산업의 특성은 중국 정부의 관리, 검열이라 할 수 있다. 이는 소재 발굴, 시나리오 집필과정, 촬영 종료 후 마스터 테이프 검열 등으로 나누어지며, 이로 인해 중국 드라마의 관 주도적인 면에서 자유로울 수 없는 한계를 갖고 있다.”

“중국드라마제작사들은 시청자들의 기호를 중요시하기보다는 팔려고 하는 방송국담당자의 기호에 충실하다. 물론 방송국담당자는 광전총국 등 정부기관의 입장을 견지

하는 차원에서 광고주들의 눈치를 많이 본다. 시청자가 좋아하는 스타와 작가를 쓰려고 하는 점에 있어서는 다르지 않지만, 사전제작제 시스템하에서 시청자들의 다양한 요구를 쉽게 수용하고 반영하기에는 많은 무리가 있는 것도 사실이다. (드라마 수출의 경우) 방송사 등과의 지속적인 교감에 기반한 안정적 배급을 통해 빨리 제작비를 회수하는 것이 급선무라 할 수 있다.”

“한국처럼 드라마를 찍으면서 방송하고 시청자의 반응과 의견을 보고 다음 부분 내용을 결정하는 방식과 다르게 중국에서는 드라마를 미리 제작하고 방송한다. 또한 한국처럼 드라마의 제작을 방송사가 주로 투자하는 방식이 아니라 투자 회사나 개인을 찾아가서 자금을 조달하는 방식을 택한다.”

“드라마만 놓고 볼 때 중국과 한국의 가장 큰 차이가 뭐냐고 물으면, 심중팔구는 리얼리티라고 할 수 있다. 예를 들면 중국드라마의 야간 씬은 매우 어둡다. 한국의 야간 씬은 밤이기는 하지만 사물을 인지하는데 아무런 문제가 없을 정도인 것과는 확연히 차이가 납니다. 중국시청자들은 이런 차이들을 말할 때 한국드라마는 너무 현실감이 없다고 말한다. 한국인인 제 눈에는 중국 드라마가 시각적으로 후져 보이는 것과 같은 차이이다.”

사전 제작제 및 정부기관으로부터의 검열 등이 존재하는 상황에서 중국 드라마 산업은 지속적으로 성장하는 모습을 보여주고 있다. 또한 방송사간 경쟁도 치열해지고 있다. 이런 현상에 대처하기 위해 다양한 방식으로 시청자를 확보하는 전략이 도입되고 있다. 홍보 마케팅의 일환으로 인터넷 및 다양한 뉴미디어를 적극 활용하고 있다.

“폭발적인 인터넷 사용자들의 증가로 최근에는 소재의 선택이나 배우 캐스팅 그리고 제작후의 여러 홍보 마케팅에 있어서도 다양한 뉴미디어적인(포털, 블로그, 지식검색, sns 등등) 여러 시도가 이뤄지고 있다.”

“중국판 유튜브(오리지널 유튜브나 페이스북, 트위터등은 중국에서 접속이 차단되어 있음)라 할 수 있는 土豆、优酷、酷六、暴风影音、新浪影音등의 인터넷 영상 사이트에서 파일럿이나 티저 형식으로 제작전에 시청자들의 선호도를 알아볼 수 있는 다양

한 방식의 루트를 확보하고 있으며, 각 사이트의 성격에 맞춰 시청자들을 위한 다양한 맞춤 영상 제작에 대한 시도가 이뤄지고 있다.”

3) 해외 프로그램 선호

현대사회는 글로벌화(Globalization)의 진전에 따라 비즈니스 관행의 표준화나 동질화가 진행되는가 하면, 문화 또는 가치관의 차이도 선명해지는 경향도 동시에 나타난다. 따라서 글로벌화를 추진하면 할수록 이질성이 존재함을 인정해야 하는 비즈니스 전략이 요구된다. 하물며 드라마와 같은 문화 상품의 경우는 더욱 그러하다고 볼 수 있다. 중국에서 해외프로그램의 선호도가 증가하게 된 원인은 중국도 다른 나라와 마찬가지로 콘텐츠 제작 능력이 미디어 플랫폼의 급격한 증가세를 따라가지 못했기 때문이라 할 수 있다. 실제로 지난 10여년간 한국, 대만, 홍콩, 일본, 미국 드라마가 중국 시장에서 상당한 영향력을 미친 요인 가운데 하나는 중국의 프로그램 공급이 수요를 쫓아가지 못한 구조적 상황이 작용했다고 볼 수 있다.

“텔레비전 프로그램 제작능력의 부족으로 인해 각 방송국은 외국 프로그램을 구입하는 경향이 늘고 있다. 중국은 매년 1만에서 2만 시간 정도의 프로그램을 수입하고 있다.”

“외국 방송 프로그램은 일정정도 시장성과를 낼 수 있고 시청자들의 선호도도 향후 계속 존재할 것으로 여겨진다.”

“현재 젊은 층에서는 한국, 미국 드라마의 선호도가 높다. 중국 드라마의 발전을 위해서 해외 콘텐츠의 방영시간을 제한하고 있다.”

“현재 중국의 드라마쿼터제가 엄격하기 때문에 향후 외국방송프로그램에 대한 시청자들의 선호도변화를 전망하기는 어렵습니다. 다만 젊은 층을 중심으로 인터넷을 통해 드라마를 접하는 빈도가 지속적으로 늘고 있고, 상당수가 한국드라마 등 외국물을 보기 위해 접속한다는 점에서 외국방송프로그램에 대한 관심은 쉽사리 사그라들지 않을 것으로 보입니다.”

“외국 방송 프로그램에 대한 시청자들의 선호도는 매우 높다. 특히 미국, 일본, 한국드라마는 각각 선호하는 매니아층이 형성되어 있다.”

“중국은 아직도 드라마 제작에 대해서는 한국이 한수위임을 업계에서 공히 인정하고 있는 상황입니다. 게다가 중국의 시청자들 또한 한국 드라마의 우수성을 인정하여 아직도 한류가 상당한 수준에 있습니다.”

“영화나 드라마의 제작 측면에 한국보다 질과 양이 안 좋다. 주제선택 측면에서 다양성이 떨어지며, 드라마 제작과 시장 선호가 서로 어긋나는 경향이 나타난다.”

하지만, 중국 정부의 정책이 해외 프로그램에 대한 무조건적인 수용보다는 선택적으로 수용하는 경향이 강해지고 있으며, 시청자들의 경우도 국가별로 선호하는 프로그램유형도 차이가 있는 것으로 나타났다. 중국에서 인기있는 해외 콘텐츠는 미국영화, 한국드라마, 홍콩/대만영화, 홍콩/대만드라마, 한국영화 순으로 나타나고 있다.

“중국 시청자들의 외국 프로그램에 대한 선호도는 매우 높습니다. 특히나 10대에서 20대의 젊은 층은 그 선호도가 높으며, 동시에 외국 프로그램에 대한 비판의식 또한 높아 선호하면서 비판하는 의식도 강합니다.”

“중국젊은이들에게 인기있는 외국 프로그램은 한국과 미국 프로그램이 대표적이라 할 수 있습니다. 중장년층의 선호도는 외국 프로그램에 대한 선호도라기보다는 방송이라는 매체에 대한 선호도가 높다고 보는 편이 더욱 적절한 표현이 아닐까 생각됩니다.”

“젊은 사람들이 한국/일본/미국 드라마를 많이 좋아한다. 그리고 주부들도 한국 드라마를 너무 좋아한다.”

“미국 드라마는 중국 젊은 사람들 중에서 인기도 많고 만족도도 높다.”

“伊甸園 외국 연속극 교류 논단에서 미국드라마 시청자 조사결과를 보면, 미국 드라

마는 주로 대학생, 젊은 화이트 칼라들에게 유행하며, 그들은 미래 문화발전을 선도하는 시청층이라고 밝히고 있다.”

“중국사람들은 한국드라마를 비교적으로 좋아한다. 만화 영화나 드라마같은 경우에는 일본과 디즈니가 인기가 제일 많다.”

해외 프로그램 가운데 중국 시청자들에게 호응을 얻거나, 선호도가 높은 유형들은 중국 드라마의 기본 트렌드와 유사하면서도 차이가 있다. 중국내 한국 드라마 열풍의 시조격인 ‘사랑이 뭐길래’, ‘목욕탕집 남자들’을 비롯해 최근에 인기를 끌었던 한국 드라마의 경우 공통적으로 편집기술과 디테일한 묘사를 바탕으로 시청자들에게 인기를 끌었다. 또한 배우들의 연기 및 드라마 내용이 적절하게 조화를 이룬 것도 성공요인이라 할 수 있다. 세부적으로는 섬세하고 부드러운 화면구성이 여성 시청자들에게 호소력을 가졌으며, 도덕적 판단과 카타르시스를 경험하게 했다. 한국의 도시 생활의 일상적인 모습은 중국 시청자들이 편안하게 다가가는 요소로 작용했다고 볼 수 있으며, 우정, 사랑, 예, 의, 믿음 등 일반인들의 생활도 중국인들에게는 친숙하면서도 새롭게 다가가는 요소였다. 한국 드라마의 성공은 이와 함께 스토리 전개에 긴장감, 아름다운 배경화면, 전문적으로 작곡된 드라마와 어울리는 배경음악, 주인공들의 세련된 스타일 등과 함께 낮은 드라마 수입 가격 등이 복합적으로 작용한 결과로 보는 것이 타당하다.

“특히 가정윤리극(家庭倫理劇)에 대한 관심이 제일 많은 것 같다.”

“중국 시청자들이 한국드라마를 비교적으로 좋아한다. ‘대장금’같은 드라마를 많이 도입하면 좋겠다.”

“후난위성에서 방영된 ‘소문난 칠공주’, ‘찬란한 유산’ 등의 한국드라마는 많은 인기를 끌었습니다. 아무래도 현대극에서는 중국산보다 한국, 대만, 홍콩산에 대한 시청자들의 선호도가 높은 것 같습니다. 이는 특히 젊은 층에서 두드러집니다.”

“외국에서 도입한 드라마에 대해서는 제작수준을 중시한다. 내용적 측면에서 이야기의 문화공동성이 중시된다.”

“대부분 사람들의 감동을 받을 수 있는 감정과 특별한 표현방식으로 제작한 드라마는 인기가 있다.”

“사극 ‘대장금’의 경우 중국내 한국 전통음식, 전통복장, 전통 건축 양식, 전통 음악 등 일련의 한국 전통문화에 대한 매력을 중국에 알리는 홍보대사 역할을 수행했다.”

해외 프로그램에 대한 선호도가 높다고 하더라도 이것이 바로 한국 프로그램에 대한 선호도로 직결될 것이라고 낙관해서는 안된다. 젊은 세대들의 미국드라마에 대한 선호도가 증가하고 있고, 인터넷 등의 매체를 통해 적극적으로 이용하는 점을 감안할 때, 한국 드라마가 향후에도 중국에서 선호도가 높은 콘텐츠일 것이라고 낙관해서는 안된다. 홍콩과 대만 방송프로그램을 제외하고 수입편수에서 1위를 차지하고 있는 상황이지만, 정책적 요소나, 여러 시장 상황들이 복합적으로 작용하고 있다는 것을 염두해 두어야 한다. 특히 세대별로 선호하는 해외 드라마가 세분화되는 경향이 나타나고 있다는 것도 고려할 사항이다.

“광전총국의 심의 통과의 수치를 보더라도 중국 영토의 확장된 의미로 보여지고 있는 홍콩과 대만의 방송물을 제외한다면 항상 한국 드라마는 매년 항상 그 수입편수가 1위를 차지하고 있는 상황이다.”

“최근에는 중국 정부의 정책적인 이유와 여러 가지 마켓적인 수요때문에 한국 드라마 외에 좀더 다양한 나라의 방송 프로그램이 수입되어 방영되어지고 있으며, 그 중 특히 태국 드라마의 선전이 두드러진다고 볼 수 있다.”

“중국에서 성공한 대표적 프로그램으로 “정대중예”라는 것이 있다. 이 프로그램은 태국이 투자했고 중국과 합작한 것이다. 이런 것은 브랜드에 대한 광고효과가 좋다.”

“많은 주부들이 한국 드라마를 좋아한다.”

“90년대에 태어난 젊은 사람들이 대만 청춘드라마를 좋아한다.”

“70, 80년대에 태어난 사람들이 미국 드라마를 많이 좋아한다.”

중국 정부의 정책적 상황에 대한 고려는 한국 드라마의 중국 시장 진출을 위해 반드시 숙지해 두어야 할 사항이라는 지적이다. 일단 시청자의 선호도와 실제 방송량이 정비례하지 않을 수 있다는 점, 황금시간대 해외 프로그램 방송 비율 제한, 중국 정부의 드라마 수입 다변화 정책 등이 추진되고 있다는 점을 감안해야 한다.

“중국정부(SARFT)의 외국프로그램 구매량제한(쿼터제) 및 수입국가 다변화 정책에 의해, 중국내 시청자의 선호도와 실제 방송량은 정비례하지 않다.”

“중국에서 방송된 드라마 중에, 국외 드라마가 상당한 비율을 차지한다. 중국정부가 TV방송국이 방송한 황금 시간(18시 -22시)의 국외 텔레비전 프로그램은 15%를 초과할 수 없다고 규정하고 있다.”

“중국 시청자들은 유럽, 미국, 일본, 한국 프로그램을 비교적으로 좋아한다. 하지만 이런 프로그램들이 보통 TV로 방송하지 않는다. 중국 지방방송국과 합작하고 새로운 프로그램을 만들면 관심을 것 같다.”

“중국에서는 외국 방송을 케이블 TV와 지상파 채널에서 많이 방송하는 편은 아니다. 외국 방송을 보고 싶으면 인터넷을 주로 이용하기 때문에 이에 대한 시청층은 주로 젊은 층으로 이루어져 있다. 한국 방송 프로그램은 특히 젊은 층에서 인기가 많다. 특히 2005년~2006년에 인기가 많았다. 그러나 2006년 후에 인기가 좀 떨어지고 있다. 향후 전망은 특별히 속단할 수 없다.”

특히 염두에 두어야 할 사항은 인터넷을 이용한 드라마 이용이다. 젊은 세대를 중심으로 인터넷을 통해 드라마 및 해외 콘텐츠를 이용하는 비율이 증가하고 있다. 이런 점은 앞에서 서술한 바와 같이 해외 프로그램 선호도와 실제 방송량이 일치하지

않는 중국의 특성이 반영된 결과라고 할 수 있다. 인터넷을 통한 이용의 상당부분은 무료, 불법 시청이라는 점에서 저작권자 입장에서는 달가운 현상은 아니라고 할 수 있다.

“향후에도 외국프로그램에 대한 지속적인 선호 예상되지만, 주로 인터넷을 통해 사전, 불법 시청/전파되고 있는 상황이다.”

“젊은 층의 경우 드라마는 인터넷으로 시청하는 행태가 주류를 이룬다.”

“인기있는 한국 드라마의 경우 한국 방영 하루가 지나면 중국 자막을 입혀 인터넷에서 시청가능하다.”

“거의 한국 방영 후 하루정도 지나면 무료동영상사이트에 중국자막을 입힌 한국드라마가 올라옵니다.”

2009년 8월 11일 중국 국가광전총국은 ‘인터넷 상의 시청프로그램 내용 관리 강화에 관한 통지’를 발표하였는데, 영화, 드라마, 애니메이션, 다큐멘터리 등 중국 내 상영 허가증을 취득하지 않은 프로그램은 인터넷 상에서 방송될 수 없도록 하는 조항이 들어갔다. 또한 인터넷 시청 프로그램을 서비스하는 기업은 각 프로그램에 대한 저작권을 소유해야 하며, 동시에 ‘영화상영 허가증’, ‘드라마 배급 허가증’을 법에 의해 취득해야 한다고 규정하고 있다.

중국의 드라마 산업 정책은 국가광전총국의 비준을 받은 해외 드라마만이 공식적으로 TV를 통해 방영될 수 있으며, 인터넷 상에서의 방영은 비공식적으로 이뤄져 왔다. 즉, 인터넷 상에서의 방영은 저작권 문제 등 위법적인 요소도 있지만, 한편으로는 중국내 한류를 이끄는 통로의 역할도 수행했다는 점에서 동전의 양면과 같은 존재라 할 수 있다.

“향후 전망은 중국의 지적재산권 보호의식의 강화에 따라 중국정부의 공식 심사를 거쳐 수입되는 드라마가 현재 인터넷상으로 유포되는 것에 비해 양적으로 증가될 것이라고 본다.”

“향후 전망은 국가 정책에 따라 얼마든지 달라질 수 있기는 하나 눈높이가 나날이 높아지는 중국 시청자들의 요구를 완전히 무시할 수는 없기 때문에 한국 방송 프로그램의 수입은 정치적인 변수만 작용되지 않는다면 향후에도 계속 지속될 것이고 다른 해외 프로그램도 편성비율에서 보장되는 선까지는 계속 수입이 될 것으로 여겨진다.”

“최근에 중국 국산드라마를 보호하기 위해 중국 광전총국은 일련의 외국 드라마를 수입과 방송을 금지하는 정책을 실시하였다. 그럼에도 불구하고 대학생과 젊은 시청자 층은 인터넷으로 최신 외국 드라마를 볼 수 있다. 젊은 시청자 층은 중국 미래 문화의 발전방향을 대표하는 계층이니까 미구 드라마가 중국 국산드라마에 미칠 영향은 아직 파악할 수가 없다.”

“미국 드라마는 네티즌들이 가장 많이 시청하고 있는 것으로 나타났다. 매우 많은 사람들이 인터넷 상에서 미국드라마에 대한 논의를 많이 한다. 그러나 이 상황은 올해 들어서 변화하고 있다. 여러 웹사이트의 매주 드라마 순위명단 중 국산극이 75% 가량을 차지하고 있는 것이다. 그 다음은 홍콩대만드라마, 한국 드라마이고, 이후 미국 드라마이다. 언급할 만하는 것은 여러 TV방송국의 방송된 인기 드라마는 네티즌에 의한 인기를 얻었다는 것이다. 그 중에, 국산 spy극 가정 윤리 극을 가장 많이 선호하는 것이다. 예를 들면 《黎明之前》는 장기간 여러 웹사이트 순위명단 1위를 차지하였다.”

중국내 해외 드라마의 선호도는 여전하다고 볼 수 있다. 하지만, 객관적인 조건과 상황이 한국 드라마 진출에 유리하다고 보기에는 무리가 있다. 텔레비전 프로그램이란 제작국의 문화에 기반을 두고, 제작한 것이기 때문에 그 문화권내에서는 호소력이 있지만, 그 밖의 문화권에 노출될 경우에는 프로그램이 지니고 있는 특정 스타일, 가치, 신념, 행동과 수용자의 가치와 동일시되기 어렵기 때문에 소구력이 감소되며, 더빙이나, 자막처리도 이러한 소구력 감소에 영향을 미친다(유세경, 정윤경, 2001). 이런 점에서 계약결혼을 소재로 한 드라마가 최근 2~3년 사이 10여 편에 달하는 것은 중국 드라마 시청자들에게 식상함이나, 반감을 불러일으킬 수 있다. 또 하나는 문화상품의 수출가격은 공급자의 생산비에 의하여 결정되기 보다는 수요자가 지불하고자 하는 가격에 의해 결정되는 특징(Hoskins Mirus, Rozeboom, 1989)는 것이다. 이와 관련하여 한국의 드라마 제작 비용이 급상승하면서 한국 드라마 구매에 대한

가격 메리트가 존재하지 않을 가능성이 커지고 있다. 이밖에 중국내에서 인기를 끌었던 드라마가 과도하게 재방송되면서 역효과나 반감을 불러일으킬 소지가 있다는 점 등이다. 한류의 홍보 통로로 활용되던 인터넷 방영에 대해 ‘허가증’ 및 ‘저작권’ 확보 등을 조건으로 한 인터넷 방영 규정은 아직 구체적인 세칙이 나오지 않아 일정 기간동안은 현 상황을 유지할 것으로 보고 있지만, 한국 드라마 진출에 적신호로 작용할 가능성도 있다. 이와 맞물려 미국 드라마의 열풍, 중국 국산 드라마의 제작 수준과 투자가 높아지는 상황이라는 점을 감안할 때, 한국 드라마 제작의 내실화와 분발이 요구되는 상황이라 할 수 있다.

4) 중국 드라마 트렌드 특성

한 시대의 일상적인 삶은 정통 역사서를 통해 기록되지 않는다. 오히려 대중적인 문화 산물이 일상인의 삶과 정서를 가장 입체적이고 총체적으로 기록할 수 있다. 텔레비전 드라마는 평범한 이들의 일상적인 삶과 정서를 기록한 역사물이다. 2000년대 이후 중국 텔레비전 드라마의 보편적 특성을 형식과 내용의 측면에서 분석해보면, 전체적으로 중국 방송정책의 흐름과 일맥상통하는 모습을 보여준다. 중국의 방송 영상정책이 자국문화 정체성 유지 강화, 산업 활성화에 초점이 맞춰지면서 CCTV에서 방송되는 드라마의 경우 시대상을 반영한다거나, 해외 드라마 수입에 관심을 갖기보다는 중국 방송영상 정책에 조응하는 프로그램이 주로 편성, 방영되었다. 2000년대 중국 텔레비전 드라마는 드라마가 ‘문화상품’으로 진입하는 과정이지만, 그 이면에는 ‘즐거움과 현실유지’를 지향한 시대상의 변화와 ‘역사와 문화, 교육의 수단’으로서 드라마라는 전통적인 인식이 중첩되는 상황이라 할 수 있다.

이러한 결과는 장르 유형, 포맷, 이념, 윤리적 가치의 측면에서 두드러졌으며, 드라마 스케일은 전반적으로 급성장하는 모습을 보여주고 있다. 하지만, 성급 방송, 위성, 케이블 방송의 경우 자본주의적 가치를 중시하는 제작과 편성이 발견되고 있다. CCTV와 같은 중앙방송의 경우 자본주의적 가치보다는 중국의 역사, 사회문화적 가치를 중시하는 편성과 제작이 주류를 이루면서 기타 성급 방송이나 유료방송과는 다른 모습을 보여주고 있다.

이런 차별화의 발생속에서 중국 시청자들의 시청 행태 변화는 점차 중앙 방송보다

는 유료방송, 인터넷과 같은 IT 기반에서 방송 영상물의 소비와 이용이 급격히 증가하는 모습을 보여주고 있으며, 주로 이용되는 것도 애정, 연애, 가족, 가정과 같은 장르가 많이 소비되고 있다.

이러한 이분화된 방송 제작과 소비시장의 특성은 중국의 정치사회적인 격변과 변화하는 수용자의 욕망의 반영 결과라 할 수 있다. 텔레비전 드라마는 중국 근현대 생활사의 생생한 기록물이면서 한 시대의 지배적인 가치를 반영하고 일상생활에서 관념적인 힘을 발휘하고 있다. 즉, 중국 정책당국의 비호하에 제작, 편성되는 역사, 정치, 군사 드라마와 시청자의 소구력에 기반한 애정, 멜로, 가족 드라마가 중첩적으로 힘겨루기를 실시하고 있는 상황에서 중앙 방송 및 성급 방송, 유료 방송에 따라 각기 차별화된 모습을 보여주고 있다고 할 수 있다.

중국 드라마에서 두드러지게 나타나는 트렌드는 그 시대의 문화코드와 밀접한 관계를 맺고 있다고 할 수 있다. 물론 한 나라의 문화를 소수의 문화코드로 분석하는 것은 용이하지 않은 작업이다. 그럼에도 불구하고 중국 드라마 시장 진출을 위한 정책 제언을 도출하는 차원에서 문헌조사 및 심층인터뷰를 통해 살펴본 결과를 바탕으로 중국에서 최근 유행한 드라마의 성공요인 및 제작 특징을 간략히 정리하면 다음과 같다.

- ① 국민적 사기를 증진시켜줄 수 있는 드라마가 높은 인기를 끌었다. 중국 시청자들에게 인기가 높았던 극 가운데 상당부분은 전통적이고 주류적 가치관의 선전을 통해 다수의 갈망과 열정을 일깨운 드라마였다. 예를 들면 국민이 모두 일본의 침략에 대해 안 좋은 감정을 가지고 있으나, 현실적으로 표현을 못하는데 이를 픽션의 형식으로 항전 극을 소재로 대리 만족을 여길 수 있다. ‘량검(亮劍)’과 같은 일제 시대의 간첩극, 시대극의 인기를 이를 반증한다고 볼 수 있다.
- ② 소재가 일상생활에 밀접하면서도 심금을 울리는 드라마가 많이 성공했다. ‘대택문(大宅門)’의 경우 청나라 마지막에서 ‘문화혁명’까지를 시대 배경으로 삼고 백문씨, 바이징치의 가족 그리고 개인 운명을 위주로 나타나고 있으며, 전체 작품 구조와 맥락이 뚜렷했다. 주인공과 관련된 사실은 모두 생동적으로 나타나고 있다.
- ③ 사건 내용은 옹고 그림이 명확해야 하고 중심인물을 둘러싼 1, 2개의 사건과 내용을 중심으로 드라마 구조를 발전시키는 드라마가 인기가 높았다. 36편 드라마의 ‘홍루

몽(紅樓夢)’에서 주요 내용은 宝, 黛이 사랑하게 되는 과정이지만, 2명과 관련된 이야기는 매우 풍부하였고, 그럼에도 불구하고 산만하지 않은 서사구조를 보여주고 있다. ‘대택문(大宅門)’도 이런 특징을 가지고 있다.

이러한 소재와 사건 전개는 한국 드라마 등과 다르게 긴 호흡을 갖는 대 서사구조를 갖고 있는 특징이 강함을 보여준다. 다만, 젊은 세대를 중심으로 서구화된 드라마 수용 행태를 보이고 있는 것이 확인됐다.

④ 인물의 성격이 입체적인 것이 좋으며, 아이돌화 되는 경우가 점차 증가하고 있다. ‘황제의 딸’ 중, 주인공은 사회 아래층의 고아이고, 인품은 의리를 지켜 선량하고, 사랑스럽다. 그러나 이 인물이 모든 시청자들을 끌어당기는데 성공했다. 한국 드라마 ‘내 이름은 김삼순’도 주인공이 똥똥하며, 잘 생기지 못하고 30이 넘었는데 큰 인기를 끌었다. 최근 들어 이런 인물 설정은 많은 사람들의 공감을 일으켰다.

⑤ 대사와 인물 성격 방식의 묘사가 세밀해지고 있다. 대사는 간결하고 세련된 방식이 선호되며, 등장인물의 개성과 매력적인 인물을 묘사해내는 수단으로 활용되고 있다. 예를 들어 배우 리유빈(이유빈)은 ‘량검(亮劍)’과 ‘툼관동(關關東)’에서 일상적인 대사를 통해 편안함을 전달했으며, 배우의 독특한 눈빛과 행동, 언어와 잘 어울려 좋은 시청률을 기록할 수 있었다. 그리고 중국 사람들이 생각하는 좋은 극 중에 ‘툼관동(關關東)’, ‘분투(奮斗)’와 ‘향촌사랑(鄉村愛情)’ 등은 거의 모두 극중 인물과 대사가 잘 어울렸다.

중국 드라마의 등장인물은 전형적인 특성을 갖는 경향이 높았으나, 최근 들어 이 부분도 상당부분 변화하기 시작했다. 즉 스타 출연이나, 주인공의 세밀한 감정 묘사 등에 대해 시청자의 선호도가 증가하고 드라마 몰입을 강화시키는 수단으로 활용하고 있다.

⑥ 결말은 아름답고 개방적이다. 시청자가 쉽게 이해해야 하고, 희망을 가질 수 있어야 한다. 물론 개방적인 결말은 속편의 제작 가능성을 둘 수도 있고, 시청자의 상상력을 동원할 수 있다. 중국 사람의 시청 심리를 분석해 보면, 결말이 미묘한 드라마는 재방송 때에 더 많은 호기심을 유발할 수 있었다. ‘서유기’, ‘황제의 딸’은 이 때문에 재방송률과 재방송 시청률이 모두 높았다.

⑦ 주제 음악의 활용이 증가하고 있으며, 적극적으로 사용하는 것이 드라마의 몰입도 제고에 긍정적으로 작동하고 있는 것으로 나타났다. 예를 들어 한국 드라마 ‘천국의 계단’이 중국에서 인기 있었던 이유 중 하나는 바로 이런 음악 때문이다. 최근 들어

나타난 현상은 해외 음악 등의 활용도 증가하는 추세이다.

⑧ 화면은 밝고 아름다운 것이 좋다. 작은 각도의 화면은 맑고 아름다운 것이 좋으며, 큰 장면은 많은 사람의 주목을 끌 수 있는 경우가 많다. 특히 이런 전경은 여성 시청자들의 관심을 끌 수 있는 수단으로 활용되고 있다. 대만 드라마에서 신예 스타를 기용했음에도 드라마 성적이 좋은 것은 세밀하고 부드럽고 아름다운 화면과 관계가 밀접한 관계가 있다는 평가이다. ‘알고 보니 당신이었군요(原來就是你)’, ‘안개비연가(情深雨濛濛)’ 등 화면이 밝은 드라마가 인기가 있다. 이에 반해 중국 시대극은 화면이 너무 어두운 경향이 있었다.

⑨ 인기드라마일수록 제작 규모는 충분히 크고 편수도 많다. 이것은 드라마 성공의 필수 조건이라고 할 수 없지만 시청자 반응이 좋았던 드라마의 대부분이 25부작 이상이라는 점에서 염두해 둘 필요가 있다. 최근 들어 역사극이나, 시대극의 경우 40회 이상의 에피소드로 구성되는 경향이 있다는 점도 감안할 필요가 있다. 또한 중국 방송 프로그램 수급상 재방송 등 프로그램의 재활용이 매우 중요한 요소라는 점에서 제작규모가 큰 것이 가치를 평가받는데 긍정적인 요소로 작용할 가능성이 크다고 여겨진다.

5) 중국 드라마 시장 진출 활성화를 위한 제언

한국 텔레비전 드라마가 동아시아 지역의 여러 국가에 수출되며, 한류 열풍을 불러일으킬 수 있었던 원인은 첫째, 동아시아 지역에는 문화적 할인이 적고, 문화적 근접성이 강했기 때문이다. 유교 및 불교라는 종교를 공유하고 있는 지역이라 문화적 근접성이 강했다고 볼 수 있다. 둘째, 문화상품의 국제적 유통은 시장규모가 큰 국가에서 시장규모가 작은 국가로 유통되는 경향을 보이는데, 중국 및 동아시아 지역의 성공은 이러한 경로를 보여주었다. 셋째, 문화상품은 경험재로서 본질적으로 수요 불확실성이 높은 재화인데, 한국에서 검증된, 성공한 드라마의 경우 동아시아 시장에 진입하는 장벽을 낮추는데 기여했다. 넷째, 정책요인도 적지 않은데, 다매체 다채널시대의 도입에 따른 콘텐츠 수요의 증가가 한국 드라마 수출에도 긍정적으로 작용했다고 볼 수 있다.

한류가 중국에서 일어난 원인은 첫째, 한류 콘텐츠의 진출 시기가 적절했다는 점이다. 경제발전에 따라 중국인들의 문화적 욕구도 높아졌지만, 이를 충족시켜줄 중

국의 문화 콘텐츠가 많지 않던 차에 한국 문화 콘텐츠의 진출은 중국인들의 호응을 자아냈다. 둘째, 한류 콘텐츠 자체의 경쟁력이다. 이질적인 미국의 대중문화와 역사적 거부감을 갖고 있는 일본의 대중문화에 쉽게 동화되기 어려웠던 중국인들은 상대적으로 역사적 거부감이 덜하고 정서가 유사한 한국 대중문화를 쉽게 수용할 수 있었다. 더구나 한류 콘텐츠는 품질도 우수하여 한류 신드롬 형성에 일조했다. 이러한 요인과 함께 중국의 미디어 자유화 조치에 따른 중국 방송시장의 급격한 팽창 등도 긍정적으로 작용했다고 볼 수 있다.

한류 열풍에서 경험했듯이 같은 동양 문화권인 중국과 한국은 비슷한 문화적 가치관과 심미관을 가지고 있기 때문에 중국 시청자들은 아직도 한국 드라마나 예능 프로그램에 대한 선호도가 있다. 하지만 최근에 한국 드라마 동질화(비슷한 캐릭터 성격, 인물관계, 스토리 구조 등이 많음) 경향이 나타났기 때문에 옛날보다 ‘한류’에 대한 충성도가 약간 떨어졌다. 하지만 중국 시청자들이 외국 대중문화 상품의 다양성을 추구하는 욕구를 만족시킬 수 있는 작품이 나오면 ‘한류 열풍’이 중국 시청자들에게 계속될 것으로 예상할 수 있다.

한류의 확산, 혹은 중국 드라마 시장에 지속적으로 진출하기 위한 전략이 무엇인가를 알아보았다. 한국 드라마의 중국 시장 진출을 위해서 필요한 부분, 보완할 부분, 피해야 할 부분 등을 확인할 수 있었는데, 이를 정리하면 다음과 같다.

중국의 드라마 제작 수준에 대한 인식이 제고될 필요가 있다. 먼저 기존 한류 열풍과 같은 일방적인 중국 시장 진출 전략은 수정될 필요가 있다고 할 수 있다. 비록 한국이 제작 수준이나 제작 각 분야에서 앞서있기는 하지만, 중국 드라마 제작 산업과 상생하고 협력할 수 있는 방안을 전향적으로 구사해야 한다는 것이다.

“한류가 중국에서 영향력을 발휘하고 있는 상황이고, 중국 드라마 업계에서도 한국이 중국에 비해 최소 5년은 앞서 있다고 인정하고 있는 상황입니다. 그러나 이전의 한류가 너무 공격적이고 일방적인 측면이 있었으며, 이로 인해 한국에게만 도움 되는 한류라는 인식이 중국인들에게 있는 것 같습니다. 우선은 한국이 드라마제작 각 분야에서 앞서 있다는 인식이 있는 만큼, 중국인들에게 중국 드라마제작에 도움이 될 수 있는 한류라는 이미지를 주는 것이 좋을 것 같습니다. 그러기 위해서는 한국에서 우선 중국 드라마 업계나 중국 드라마에 대한 이해가 무엇보다도 중요할 테고, 어떠한 협

력의 기회건 그 가치를 소중히 여기고 협력이 끝나고 나서 한국이 기술적인 부분에서는 물론이고 자세에서도 역시나 한수 위라는 이야기를 들을 수 있는 자세로 임하는 것이 필요하리라 생각 됩니다.”

“중국 정부의 한국 영상물 수입을 양적으로 통제하고 있는 상황이어서 표면적으로는 5년전 수준에 비해 수입량이 많이 줄어들어있는 상황이지만 아직까지 한국 드라마에 대한 중국 시청자들의 수요는 많은 상황입니다. 이를 최대한 활용하여 한국적인 요소, 즉 한국 시나리오, 한국 배우, 한국 OST 등을 결합한 한국 인력이 참여한 한국 색깔이 나는 중국 드라마는 중국내에서 독특한 위상을 가지며 시장 개척이 가능한 분야라 생각 됩니다.”

또한 한국 드라마 제작 수준이 모든 장르에서 우위를 보이고 있다고 속단해서는 안된다는 지적도 있었다. 한류를 만들어낸 힘은 한국드라마가 우수하다는 의미보다는 중국과 싱가포르, 베트남 등의 방송산업이 활성화되면서 콘텐츠 공급 부족에 시달리던 기아한 바가 적지 않다(하종원, 양은경, 2002). 또한 무협, 사극, 전쟁극의 경우 중국 드라마 제작 수준이 한국보다 우위에 있다고 평가하며, 트렌드, 애정 드라마의 경우 아직 경험이 짧기 때문에 미흡한 것이라는 지적이다. 하지만, 드라마 등에 투자되는 자본의 급성장, 중국 정부의 강력한 문화진흥 정책 등을 고려할 때, 현재의 격차는 급속히 줄어들 것으로 예상된다.

“중국드라마는 한 수 아래라고 생각하는 생각을 먼저 접어야 한다. 환타지 무협이나 사극, 전쟁극 등의 수준은 한국보다 한 수 위다. 다만 현대극에 있어서는 경험이 짧기 때문에 아직 좋은 작가와 감독이 적은 것뿐이다. 중국 경제의 성장으로 이른바 신흥 부자들이 대거 출현하면서 드라마와 영화에 자본이 몰려들고 있고, 중국정부에서 강력한 문화진흥정책을 펼치고 있다는 점을 감안하면, 현대극에 있어도 한중간의 기술적 격차는 빠르게 줄어들 것으로 보인다.”

결국 일방향적으로 이뤄지는 중국에의 한국 드라마 수출 전략보다는 상생과 협력 기반을 다지는 전략이 요구된다. 한중 합작 드라마 제작의 경우 양국간 이해를 제고

하고 상생의 기반을 다질 수 있는 좋은 방안이긴 하나, 지금까지 성공적이지 못했다.

“제작에 있어서 보다 성공적인 한중 합작을 위해서는 한중 동시 방영에 집착하는 것이 아닌 한 곳의(현재 마켓 사이즈로 보아 당연히 중국 시장)성공적인 방영에 집중하는 거시적인 시각이 필요하다.”

“최근 몇 년간 한중 합작을 위한 여러 가지 시도가 있었으나, 대부분이 모두 실패로 끝났다(북경 내사랑, 비천무, 첫사랑 등등).”

한중 합작 드라마나 영화 제작이 의도한 만큼 성과를 내지 못했던 원인은 결국 합작이 화학적으로 결합되지 못한 상태에서 물리적인 합작수준에 머물렀기 때문이다. 즉 한중 합작 자체에 의미를 부여하다 보니, 콘텐츠의 품질과 경쟁력은 기대에 미치지 못했고, 중국과 한국의 심의 조건이나 문화적 차이 등도 예상했던 성과를 내는데 장애요인으로 작동했다.

“실패의 이유는 여러 가지가 있을 수 있으나 그 중 가장 중요한 것으로는 아이러니하게도 한중 합작이라는 이슈에 너무 집중했다라는 점을 들 수 있다.”

“드라마 본연의 내러티브에 충실하기보다는 한국과 중국의 동시 방영에 집착하다 보니 중국 측 방영을 위해서는 중국 국내 드라마의 자격 심의 조건에 부합해야 한다는 한계(드라마에 출연하는 외국 배우가 5명이상이 되면 안됨)에 부딪혔고 한국 방영을 고려하다 보니, 몇몇 한국에 알려진 한국 배우들의 지명도에만 매달릴 수밖에 없어 드라마라는 배가 바다가 아닌 산으로 가게 된 상황이 발생했다.”

“개연성 없이 한중 합작을 위해 장면마다 한국배우와 중국배우가 나와야 하는 설정을 어쩔 수 없이 스토리에 전부다 담아내려 하다 보니 드라마의 내러티브와 리얼리티도 당연하게 사라질 수밖에 없었다.”

지금까지의 한중 합작 드라마 등이 소기의 성과를 거두지 못했음에도 불구하고 한

중 합작 작업은 지속적으로 전개되거나, 확대될 필요성이 있다. 앞에서 서술한 바와 같이 일방적으로 한국 드라마가 중국 시장에 진출하는 방식은 현재의 중국 방송 정책이나, 중국의 ‘협한류’ 경향 등을 고려할 때, 상징적인 수준을 넘어 실효성 있는 합작 드라마 제작 작업이 필요하다고 할 수 있다. 하지만, 상업적인 성공 혹은 수익 구조를 확보하기 위해서는 최대한 많은 준비가 필요하며, 중국 내부의 제작 흐름 등에 대한 이해도 제고될 필요가 있다. 즉, 배급, 제작, 허가, 방송, 대금 수금에 이르기까지 한국과는 상당한 차이가 있다는 점에서 기존의 제작 관행을 벗어난 준비 작업이 요구된다고 할 수 있다. 또한 제작 시스템에 대한 이해를 바탕으로 한 합작이 요구된다.

“정밀한 사전조사에 따른 철저한 현지화에 대한 고려가 선행되어야 한다.”

“중국의 제작, 허가, 배급, 방송, 대금수금 등 전반적 흐름과 강·단점에 대한 사전 이해가 필요하다.”

“한국의 연출/카메라/음악/코디 등 우수한 요소의 외형적 투자·조합이 아닌 진정한 중국드라마 구현을 위한 내실있는 조합이 필요하다.”

“중국에서 드라마를 제작하기에 앞서 배급에 대한 문제를 선결해야 한다. 한국에서는 편성이 되면 제작에서 방영에 이르기까지 기간도 짧고, 제작비의 회수도 비교적 안정적으로 진행된다. 그러나 사전 전작제를 기본으로 하는 중국은 제작 퀄리티도 중요하지만, 배급문제가 선결되지 않으면 드라마를 제작한다는 자체가 모 아니면 도라는 식의 도박이 되기 쉽다.

“중국에 대한 사전준비와 이해를 충분히 하고, 서로간의 차이에서 올 수 있는 갈등과 충격에 미리 대비하라는 것이다. 드라마 제작시 스태프들의 호칭에서부터 하는 업무 등을 보면 중국의 경우 훨씬 분화가 되어있고 일의 영역도 좁고 명확하다. 한국 스태프를 보면 아예 하는 일이 없다고 할만한 일조차도 전업화되어 있다. 그러나 이는 중국의 상황이고 이에 대해 빨리 이해하고 서로간에 유기적인 관계를 맺을 수 있도록 적응해야 한다. 또한 중국에서는 제작시 공동생활을 하는 것을 기본으로 한다. 중국은 한국처럼 작은 땅덩어리가 아니라서 먼 외국땅에서 온 스태프들이 모여서 만드는 것과 같기

때문에 숙박해결은 매우 중요하다. 따라서 이런 부분들에서 세심하게 준비하지 않으면 드라마제작기간은 끊임없는 갈등의 시간이 될 수 있음을 알아야 한다.”

이밖에 한국 드라마가 중국 시장에 진출하기 위해서는 드라마 소재 및 정치적 사안, 문화적 금기 사항, 민감하게 반응할 여지가 있는 묘사 등이 무엇인가를 파악하는 등 기획 및 제작단계에서부터 대비해야 한다고 제언하고 있다. 중국의 시장 및 제작량이 방대하다고 하나, 연간 제작되는 약 12,000회 중 실제 배급, 방송되는 수량은 그 중 40%에 불과하다는 점을 감안하면, 한국에서 인기가 높았다고 중국 시장에 진출하는 것은 아니라는 점을 염두에 두어야 한다. 실제로 한국에서 인기를 끌었던 많은 드라마들이 중국의 심의를 통과하지 못하는 상황도 발생하고 있는데, 이런 점을 감안한 진출 전략이 필요하다고 할 수 있다.

“한국의 민족성이나 역사, 문화가 중국보다 우월함을 나타내는 소재(예: 태왕사신기, 불멸의 영웅 이순신등)를 피하는 것이 좋고, 현 남북대치상황을 고려하여 북한을 부정적으로 바라보거나 비판하는 소재, 그리고 625전쟁에 대한 묘사나 탈북자 얘기(예: 카인과 아벨)등 극히 정치나 외교색깔(예: 시티홀)이 지나치게 묘사되는 소재는 피하는 것이 좋다.”

“사제간의 사랑(예: 로망스) 혹은 불륜, 외도(예: 아내의 유혹) 등도 심의에서 절대적으로 불합격될 수 있는 소재이므로 피하는 것이 좋다.”

2000년대 한국 드라마의 지배적인 포맷은 미니시리즈로 수렴되었고 ‘애정·연애’ 소재와 주제는 획일화되고 그 범위 안에서 다양화되었다. ‘애정·연애’에서 윤리적 가치를 강조하는 주제가 전반적인 쇠퇴하고, 성(성애, 외도 등)의 문제도 가치평가적으로 접근하기보다는 감정적이고 감성적인 표현법을 사용하면서 동성애, 청소년의 사랑, 중년의 가정 외 사랑, 스승과 제자의 사랑, 형부와 처제의 사랑 등 다양한 유형의 사랑으로 영역을 확대하였다. ‘가족·가정’극에서는 부부중심의 가족관계가 중시되었고 가족구성원의 전통적인 역할에 대한 성찰이 이루어졌다. 이혼과 재혼, 노년의 성이 중요한 화두였으며 여성문제에도 진지하게 접근하였다. 한국의 지배적 정

서와 세련되고 현대화된 화면, 다면적인 인물 관계, 다양한 소재의 결합은 중국 등지에서 한류를 확산시키는데 일조한 측면이 적지 않다.

하지만, 드라마 기획에 있어서 상업성을 강화하는 시도가 주목한 나머지, 소재와 포맷은 특정 형식으로 수렴시키고, 특정 소재 범위내에서 변주와 세분화를 낳는 방식으로 진화함으로써, 다양성이나 창의성은 훼손되는 결과를 낳았다는 지적도 적지 않다.

이런 점을 감안할 때, 수출 드라마 유형도 다변화하는 시도가 필요하다고 본다. 미니 시리즈류의 단기 시리즈물이 아니라, 미국의 CSI나 시리즈물을 도입할 필요성도 제기된다. 시리즈물은 이야기의 완결에 대한 수용자의 욕구를 자극하면서 지속적인 이야기의 전개로 수용자를 유입시키는 반면, 시리즈는 매주 이야기의 완결에 관한 수용자의 욕구를 충족시킴으로써 수용자의 관심을 끌어들이는 서사전략을 취하고 있다. 지금까지 한류를 통해 해외 시장을 개척해서 성공한 예는 대부분 국내 시장의 성과를 바탕으로 이뤄졌다는 점, <대장금>과 같은 사극을 포함하더라도 탈역사화된 서사구조 및 이야기 전개를 통해 시청자의 공감대를 이끌어내는 전략이 통했다는 점을 들 수 있다. 하지만, 지속적으로 한류가 지속되기 위해서는 일정기간 시청자들을 강제하는 방식보다는 느슨한 관계속에서 지속적인 시청과 이용이 가능한 시리즈물을 도입하는 것도 필요한 시점이라 판단된다. 이러한 시도는 미국과 일본 등에서 다양한 장르에서 광범위하게 활용되고 있으며, 이를 바탕으로 세계 영화나 드라마 콘텐츠 시장에서 상당한 성과를 거두고 있다는 점을 벤치마킹할 필요가 있다.

제5장

인기 드라마 내용분석을
통한 특성분석

제5장 인기 드라마 내용분석을 통한 특성분석

1. 주요 분석대상 및 분석유목

본 연구의 드라마 내용분석 대상은 2009년 한 해 동안 중국의 주요 성별 텔레비전 시청률 상위 10위 안에 들었던 드라마였다(AGB Nielson Media Research, 2010). 실제 분석에 이용된 것은 자료를 구할 수 있었던 23편이다. 이와 함께 2010년 CCTV 시청률 상위에 든 드라마 2편, 그 외에 중국에서 큰 인기를 끌었던 대만 드라마 4편을 포함한 총 29편의 드라마를 최종적인 내용분석 대상으로 삼았다. 분석에 대만 드라마를 포함시킨 것은 중국에서 보편적으로 제작되는 형식과 장르, 그리고 현재 중국에서 선호되고 있는 형식과 장르 사이에 차이가 있기 때문이다. 또한 한국 드라마가 중국 시장에 진출하기 위해서는 중국의 주류 장르보다는 트렌드 드라마가 강점이 있을 것이라는 판단에 중국에서 인기를 끌었던 대만 드라마를 분석대상으로 선정하였다.

2000년대 중국 드라마는 중국 내부의 사회적 변화와 맞물려 ‘문화상품’으로 진입하는 과정으로 볼 수 있는데, 그 이면에는 ‘즐거움과 현실유지’를 지향하는 시대상의 변화와 ‘역사와 문화, 교육의 수단’을 지향하는 전통적인 인식이 중첩되는 상황이 자리하고 있다. 이러한 인식을 기본적인 전제로 하여 중국의 인기 드라마를 크게 네 장르로 구분하여 분석하기로 한다. 주인공을 전면에 내세운 ‘역사/전기’, 공산당의 영웅화, 애국심과 정의의 가치를 강조한 ‘군사/사회주의’, 고전적 배경을 활용한 ‘판타지/무협’, 현대의 중국 사회상을 보여주는 ‘가족/로맨틱’ 장르가 그것이다.

드라마에 대한 연구는 주로 인물분석과 사건의 배열인 플롯 분석, 그리고 장르적 특성, 서사구조 등에 집중되어 왔다. 본 연구에서도 이와 같은 부분을 다루되, 여기에 중국의 특수한 부분인 정치적 상황, 시대적 배경, 그리고 주인공의 특징, 출연배우 등을 세부적으로 분석함으로써 인기 중국 드라마들의 성공요인을 좀 더 깊이 있게 살펴보고자 한다.

2. 드라마 내용분석 결과

1) 역사/전기 드라마

(1) 전체적인 특징 : 정치적 상황보다 인물 중심 서사

분석 대상에 포함된 역사/전기 장르의 드라마는 7편이었다. 중국에서 성공을 거둔 역사/전기 장르의 드라마는 크게 두 가지 특징을 나타내고 있다. 먼저, 정치적 상황이 드라마의 큰 줄기를 이루지 않는 것이 대부분이다. 공산당의 창립 배경이 나타나는 <주서구>, 공산당과 국민당의 갈등이 주요한 배경으로 나타나는 <잠복>의 경우를 제외하고는 특정한 정치적 상황을 내포하지 않고 있다. <주서구>와 <잠복>의 경우도 정치적 상황 자체가 드라마의 중심축이라기보다, 하나의 시대적 배경으로서, 또는 이야기를 끌어가는데 있어서 흥미를 더하는 관계설정을 돕는 장치로서 나타나고 있다고 볼 수 있다.

중국의 인기 역사/전기 드라마의 또 다른 특징으로는 한 명의 주인공을 전면에 내세우는 구조를 취하고 있다는 점을 들 수 있다. <운수>, <퇴포의 전기>, <포청천-타룡포>는 제목부터 드라마를 이끌어가는 한 명의 주인공을 드러내고 있으며, <주서구> 또한 3대 가족 이야기를 두순이라는 주인공을 중심으로 이야기를 풀어나가고 있다. <운수>와 <주서구>는 주인공의 인생을 따라 이야기가 전개되며, <퇴포의 전기>, <포청천-타룡포>는 각각 퇴포의와 포청천이 사건을 해결하는 구조로 이루어져 있어 정치적인 상황보다는 인물 중심의 서술방식을 보여준다. 우리나라에서도 <대장금>, <선덕여왕>, <동이> 등 역사/전기 장르에서 특정 인물을 전면에 내세운 드라마가 주로 등장하면서 큰 인기를 끌었는데, 중국의 인기 역사/전기 드라마 또한 그러한 방식의 인기 요소를 발견할 수 있다.

(2) 세부 분석

<주서구>는 중국의 유명배우 두순과 묘포가 각각 남녀주인공을 맡았다. 이야기를 이끌어가는 남자 주인공 전청의 극중 직업은 목장에서 목장일을 하다, 이후에는 성

실함을 인정받아 사장의 신발가게 일을 돕는 것으로 설정되어 있다. 3대의 특별한 플롯보다는 가족 이야기가 과거부터 시간의 순서대로 전개되고 있으며, 주서구(중국 근대사상 가장 중요한 3대 인구이동 중 하나)라는 사건을 중심으로 일어나는 주인공의 인간적 성장과정을 그리고 있다. 한국적인 드라마와 다르게 중국의 드라마에서 많이 발견할 수 있는 양자관계가 나타나 주인공의 실제 아버지와 법적 아버지가 다른 인물로 표현된다. 이는 다른 장르의 드라마에서도 나타나는데, 군사/사회주의 장르 중에서는 <그 요원한 곳에서>, 가족/로맨틱 장르 중에는 <안녕 아랑>에서 양자관계가 등장한다.

시대적으로는 명나라 중기부터民国 첫해까지 400여년의 기나긴 시간을 거쳐 3대의 가족 이야기를 풀어내고 있다. 공산당의 창립 배경에 대한 정치적 상황이 포함되어 공산당에 대한 정치적인 코드가 포함된 드라마로도 볼 수 있지만, 이것이 극을 이끌어가는 핵심적인 배경으로 작용하지는 않는다. 이 드라마의 성공요인으로는 중국인들이 잘 알고 있는 역사적 사건인 주서구를 중심으로 이야기가 펼쳐진다는 점과 남녀주인공 모두 인기배우로 캐스팅하여 다양한 연령층의 관심을 충족시켰다는 점을 들 수 있다.

또 다른 역사물인 <잠복>의 경우, 남자 주인공 손홍뢰와 여자 주인공 요진이 모두 드라마 부문 각종 시상식에서 수상하며 평론가들과 대중들로부터 인정받았다. 주인공의 극중 직업은 공산당의 특수임무를 맡은 첩보원이다. 이를 숨기기 위해 여자 주인공과 가짜 부부로 위장한다. 스토리의 서술 방식은 <주서구>와 마찬가지로 특별한 플롯 없이 시간의 순서대로 흘러가는 방식을 취하고 있으며, 등장인물의 관계는 남자 주인공과 과거의 여자친구가 서로 다른 임무를 가지고 잠복했다는 설정으로 중국 드라마에서 주로 보이는 평면적인 구성이 아닌 복합적인 구성이라고 볼 수 있다. 또한 1945년부터 1946년까지의 시기, 즉 공산당과 국민당의 갈등 상황을 시대적 배경으로 하고 있다. 공산당과 국민당의 갈등이 시대적 배경으로 나타나고 있는 만큼, 이 시기의 정치적 상황이 그대로 묘사되어 있다. 그러나 앞서 밝혔듯이 그것이 정치적인 의도를 달성하기 위한 목적이라기보다, 이야기를 끌어가는데 있어서 흥미를 더하는 첩보원이라는 관계를 설정하기 위한 장치에 더 가깝게 나타난다. <잠복>의 성공 요인은 남녀 주인공의 연기와 독특한 대본 구성으로 파악되는데, 공산당과 국민당의 갈등을 통해 공산당의 위대함과 당위성을 높이는 주제의 드라마는 많이 제작되고 있

으나 이 드라마의 갈등을 나타내고 풀어내는 방식이 시청자들의 관심을 자아냈던 요인으로 볼 수 있다. 과거의 관계를 가진 두 사람이 다른 임무로 잠복하여 대립하게 되는 것은 공산당과 국민당의 갈등 시기라는 배경 속에 이루어지는 독특한 상황이지만, 그것이 공산당과 국민당의 갈등에 초점을 맞춘 것이 아니라 주요 등장인물들의 관계 변화와 감정 상태를 더 중점적으로 보여준다는 점에서 일반적인 사회주의 드라마라고 보기는 어렵다. 다만 국민당의 이기적인 정치활동에 실망한 주인공이 공산당의 첩보원이 된다는 설정을 통해 보다 자연스럽게 대립 구도를 형성하고 국민당에 대한 부정적인 인식이나 공산당에 대한 당위성을 획득한다고도 볼 수 있다.

<봉신방-무왕벌주>는 임신여, 황웨이더, 여량위 등의 배우들이 주인공으로 등장하며, 중국 4대 소설 중 하나인 '봉신방'을 원작으로 한 작품이다. 주인공인 주무왕은 황제로 등장하며, 주무왕과 주왕이 전쟁을 하며 생긴 결과에 대해 약간의 판타지적 요소를 가지고 스토리를 전개하고 있다. 기존의 역사적 고전을 판타지적으로 풀었기 때문에 특기할만한 인물관계는 발견되지 않으나 2007년에 만들어진 봉신방과는 여주인공의 성격 등에서 차별화를 시도하였다. 고전이 원작이기 때문에 특별한 정치적 상황은 고려되지 않았다. <봉신방-무왕벌주>와 같이 중국의 판타지적인 요소가 가미된 드라마는 대부분 원작이 고전인 경우가 많으며, 그 중 상상력을 자극할 수 있는 부분을 판타지적인 부분으로 포장하여 시청자들의 궁금증을 풀어주는 경우가 많다. 이 드라마 또한 그런 공식을 따르되 판타지의 비현실적인 요소를 입체적인 연기로 배우들이 잘 보완해주어 성공을 거둔 것으로 판단할 수 있다.

<호산행>은 강철산이라는 북쪽의 제일고수를 주인공으로 하여 숨겨진 보물에 대한 욕심과 4명의 고수들의 싸움을 그린 드라마다. 숨겨진 보물을 중심으로 이야기가 진행되지만 후반부로 갈수록 강호 고수들 간의 갈등과 싸움을 중심으로 이야기가 전개되고 있다. 등장인물의 관계는 갈등을 내포한 고수들로, 서로 생사를 걸고 싸우는 관계를 전면에 내세우고 있다.民国 초를 시대적 배경으로 하고 있지만 뚜렷한 정치적 상황을 그리고 있지는 않다. 이 드라마의 성공요인으로는 퓨전 역사극과는 다르게 전통적인 역사극을 추구하여 갈등이 더욱 심화되는 동시에 긴장감을 조성하도록 했다는 점을 들 수 있다.

<운수>의 경우는 주인공 운수 역의 배우 유효경을 제외하고는 대만의 배우들이 열연한 드라마로, 중국의 유명한 작가인 이추평이 극본을 맡고 공덕군이 제작을 맡

있다. 주인공인 양운수는 극중 직업이 인기 무희로, 무희들 간의 관계와 여성들의 질투를 다루고 있기도 하다. 여주인공의 이름을 드라마의 제목으로 삼은 것에서 알 수 있듯이 한 여인의 인생을 중심으로 스토리가 전개되고 있으며, 여주인공의 인생을 따라 주변의 여러 인물들이 등장하며, 주인공을 중심으로 갈등이 나타난다. 등장인물의 관계는 주인공인 한운수를 중심으로 남편 진광명, 남편의 내연녀 조봉상, 조봉상의 친오빠이자 오랜 세월동안 운수를 좋아하는 조용비를 중심으로 표현되고 있다. 1930년대 상해를 배경으로 한 무희와 그를 사랑하는 남자의 이야기로, 정치적 특색은 드러나지 않는다. 이 드라마의 성공요인으로는 앞서 성공작으로 꼽은 역사 장르의 드라마들이 가지는 특색과 달리, 최근 중국의 멜로 드라마의 구성과 비슷한 면이 보이기 때문인 것으로 판단된다. 최근 중국의 멜로 드라마는 한 인물을 중심으로 갈등과 등장인물들이 구성되며, 주인공이 고난을 딛고 결국 행복하게 살게 되는 모습이 등장한다. <운수>에서도 무희 운수가 여러 고난을 겪고 마침내 조용비의 마음을 받아들이게 되는데, 이처럼 시대극임에도 멜로 드라마의 구성에 맞추어 이야기를 진행시킨 것이 시청자들로 하여금 더 흥미를 끈 요소인 것으로 보인다.

<운수>와 비슷하게 주인공 한 명을 전면에 내세운 <퇴포의 전기>는 변홍, 유정익, 황소기 등 스타 배우들이 대거 참여했다. 주인공인 퇴포의는 송나라의 국사로 품행이 곧고 백성들을 걱정하는 인물로, 용병술에도 능하다. 퇴포의를 중심으로 황실에서 일어난 사건을 해결해가는 활약상과, 이 과정에서의 갈등과 음모를 흥미진진하게 풀어내고 있다. 남송 시대를 배경으로 한 역사극으로서 정치적 상황을 나타내는 요소는 없으며, 역사극이지만 무거울 수 있는 주제를 중간 중간 극적인 요소를 가미하여 시청자들이 편하게 볼 수 있게 하였고, 사건을 해결해 나가는 과정에서의 긴장감, 명배우들의 연기가 성공요인으로 꼽히는 드라마다.

<포청천-타룡포>는 우리나라에도 많이 알려진 드라마로 금초균, 범홍원, 당국강 등 인기 배우들이 주연을 맡으며 시리즈로 계속해서 제작되고 있다. 주인공인 포청천은 송나라의 청렴하고 공정한 관리로, 엄중하고 정확한 판정을 내리는 인물로 등장한다. <퇴포의 전기>와 마찬가지로 사건의 발생, 해결을 기본 구조로 하는 서술방식을 택하고 있으며, 한 사건을 둘러싼 조사가 이루어지고 이에 대한 판결을 내리는 형식이다. 등장인물 간의 관계는 중국 드라마 특유의 관계가 나타난다기보다는, 사건의 진실을 파헤치는 쪽과 사건의 관계자들의 음모를 중심으로 갈등관계를 보여준

다. 송나라 시대를 배경으로 하면서 특정한 정치적 상황이 직접적으로 반영되지는 않고 있다. <포청천-타룡포>의 가장 큰 성공요인은 권선징악의 구조라고 볼 수 있는데, 포청천을 시청해본 시청자라면 누구라도 악인은 벌을 받고 선인은 복을 받는다는 구조에 통쾌했던 적이 있을 것이다. 배우들의 연기와 사건의 구성 등도 적절하게 나타나고 있지만 권선징악적 구조를 명확하게 보여준 점이 시청자들에게 만족감을 주었던 것으로 분석된다. 이러한 권선징악적 구조는 다음의 장르들에서도 자주 나타나는 주요한 특성이다.

그 밖에, 중국 인기 역사/전기 드라마에서 주인공의 극중 직업은 ‘목장 양치기(<주서구>), ‘첩보원(<잡복>), ‘황제<봉신방-무왕벌주>’, ‘강호의 고수(<호산행>), ‘무희(<무사>), ‘국사(<퇴포의 전기>), ‘관리(<포청천-타룡포>’ 등 다양하게 나타나고 있는 편이다.

이것은 왕을 중심으로 한 권력 다툼이 주요 소재로 다루어지다, 점차 시대와 주인공을 다변화해가는 우리나라 역사드라마와 궤를 같이한다고 볼 수 있다. 즉, 사극의 경우 ‘왕조사’를 중심으로 서술되고, 역사적 사실에 근거한 경우가 주류를 이루다, 최근 제작되는 사극의 경우 왕, 왕족이 아닌 궁중 외부의 역사적 인물을 다룬 경우, ‘야사’와 같이 신화, 혹은 작가의 상상력에 의존한 경우로 확대되는 경향이 나타나는데, 중국의 사극도 비슷한 모습을 보여주고 있다. 또한 근대사 장르의 경우 중국은 청말 이후 중국 공산당 창건기 등 최근의 역사적 사실이나 인물을 주로 다룬 경우가 많은 반면에 우리나라의 경우 근대사를 다룬 드라마는 거의 제작되지 않거나, 큰 반향을 거두지 못하는 점에서 차이가 있다.

우리나라 사극의 경우 역사적 맥락과 개인의 업적에 초점을 맞춘 정통사극과 등장 인물들의 인간적 고뇌와 감성을 섬세하게 표현한 사극으로 구분가능하며, 이러한 사극의 급부상은 역사적이고 기록적인 서술에 의존하기보다는 상상적 서술방식을 통해 역사적 개연성과 허구성의 외연을 넓힘으로써 대중성을 확보하는 전략의 일환이었다고 볼 수 있다(주창윤, 2006). 따라서 과거 사극은 내러티브 중심인데 반해 최근에는 스펙터클이 강조되는 추세이며, 신화적 관점의 판타지와 게임적인 서사를 활용하는 등 사극의 표현양식이 다양화되고 있다. 또한 거대 영웅의 도입, 무협적인 장면, 여성인물의 적극적인 권력 개입 등이 국내 사극에서 두드러지게 나타나는데, 중국 사극도 유사한 모습을 보여준다고 할 수 있다.

2) 군사/사회주의 드라마

(1) 전체적인 특징 : 공산당의 영웅화, 애국심과 정의 강조

중국에서 인기를 끈 대표적인 군사/사회주의 장르의 드라마는 <내 형제의 이름은 순유>, <그 요원한 곳에서>, <보위연안>, <전쟁 뒤의 전쟁>, <군인영예> 등 5편의 드라마가 있다. 중국의 인기 군사/사회주의 장르의 드라마는 주로 공산당이나 이와 관련된 배경이 등장하면서 애국심이나 정의 등의 가치를 강조한다.

<내 형제의 이름은 순유>는 1943년 일본의 침략전쟁을 다루면서 그 당시 국민당과 일본의 정치적인 관계를 부각시키고 있다. 이를 통해 공산당의 당위성을 강조하면서 선전의 목적을 발견할 수 있다. 특히 <보위연안>은 혁명 1세대와 모택동을 영웅화하면서 공산당의 선전 목적을 달성하고 중국의 정치적 특색을 강하게 반영해 인기를 끌었다. <전쟁 뒤의 전쟁>의 경우도 중국 드라마에서 많은 부분을 차지하는 공산당과 국민당의 갈등이라는 정치적 상황이 전반적인 배경으로 등장하면서 드라마의 상당 부분이 이와 밀접한 관련을 맺고 진행되고 있으며, 정의롭고 용감한 영웅적인 면모를 보이고 있다. 공산당이나 관련 인물의 묘사가 두드러지지 않는 <군인영예> 또한 곤경에 처한 정의롭고 영웅적인 주인공이 마침내 승리하는 구조를 통해 정의의 가치를 강조하고 단순하지만 명쾌한 서사를 보여주면서 인기를 끌었다. 군사/사회주의라는 드라마의 장르 자체가 중국 드라마의 특징적인 면이기도 한데, 공산당이 사회를 이끌어가는 중국의 정치적인 배경이 군사/사회주의 드라마라는 독특한 장르를 통해 나타나면서 시청자들을 설득력 있게 끌어들이 수 있는 요인이 되고 있다. 군사/사회주의 드라마는 한류나 트렌디 드라마가 비중을 높여 가는 와중에도 여전히 인기를 끄는 장르라는 점에서 중국의 독특한 사회적 특성을 반영하고 있다.

또한 두봉정이 쓴 동명의 장편소설을 개작한 <보위연안>이나 양가부의 장편소설 ‘변송냉월’을 각색한 <군인영예> 등 원작이 있거나, <그 요원한 곳에서>와 같이 동명의 전통 가곡을 모티브로 한 경우, 그리고 미국 할리우드 로드무비 형식을 빌린 <전쟁 뒤의 전쟁>의 경우와 같이, 최근 인기를 끄는 드라마 형식이나 추세에서 중국 또한 예외가 아니라는 점을 알 수 있다. 특히 원작이 있는 드라마의 경우 뒤에서 다룰 판타지/무협 드라마나 <장난스런 키스>, <내 여동생은 공주님>과 같은 로맨틱 장르

에서도 나타나고 있다. 드라마의 원작 활용은 인기 소설, 인기 만화, 인기 드라마의 리메이크 등으로 다양하게 나타나고 있다.

(2) 세부 분석

<내 형제의 이름은 순유>는 주인공의 인지도는 알기 어려우나 배우보다는 주소진이라는 드라마 작가의 독특한 시각이 돋보이는 작품이다. 주인공의 극중 직업은 평민출신의 보통 병사로, 전쟁을 겪으며 성장해 나가는 모습을 그리고 있다. 1943년 일본과의 전쟁시기의 상황을 시간의 순서대로 나열하여 서술하면서 중국 드라마의 전통적인 서술요소를 따르고 있다. 이 드라마에서는 양자와 의형제라는 중국 드라마의 주요 인물 관계 요소 두 가지 중 의형제 요소가 등장하는데, 주인공인 순유와 그 지휘관인 진대뇌가 의형제를 맺는 것이 그 관계이다. 1943년 일본 침략군과 국민당 군대의 전쟁 시기를 시대적 배경으로 삼고 있는데, 드라마의 마지막 부분에 국민당과 일본의 정치적 관계 때문에 주인공들의 운명이 달라진다. 군대, 전쟁의 주제를 1943년 일본의 침략전쟁이라는 소재를 통해 전개해 중국인들의 애국심을 고취하고, 그 당시 국민당과 일본의 정치적인 관계를 부각시키면서 선전의 목적도 내포되어 있다고 볼 수 있다. 기존의 중국 시대극과는 달리, 조국에 대한 충성과 믿음, 의리와 사랑의 가치를 중요시하는 평민출신의 일반 병사의 이야기를 새로운 전형으로 풀어낸 작가의 역량이 돋보이는 성공 요인으로 판단된다.

<그 요원한 곳에서>는 중국의 중견 연기자 이유빈과 젊은 배우들이 함께 호흡을 맞춘 작품으로, 시대극과 역사물이 인기가 있는 중국에서는 기본적으로 탄탄한 연기력의 중견 배우의 힘이 드라마의 인기에 중요한 요소로 자리 잡고 있다는 사실을 알 수 있다. 특히, 유학생들의 인터뷰에서 우리나라와의 차이를 묻는 질문에 우리나라의 배우 연령층이 중국보다 매우 낮다고 대답한 것을 참고할 때, 이러한 분석에 더욱 힘이 실린다. 이 드라마는 기존에 동명의 전통 가곡이 있으며, 이 음악이 드라마의 OST로 삽입되었다는 점도 특색으로 꼽을 수 있다. 이러한 점은 우리나라와 크게 다르지 않다고 볼 수 있다. 드라마가 인기를 끌기 위해서는 사전에 시청자가 드라마의 최소한의 요소에 대해 어느 정도 정보를 갖고 있어서 좀 더 친근하게 접하도록 하는 것도 중요하다. <그 요원한 곳에서>는 전쟁 드라마이긴 하지만 전통 가곡의 제목을

차용함으로써 자연스럽게 친근함을 유도한 것으로 볼 수 있다. 한편, 드라마와 OST의 밀접한 연계는 드라마를 산업적인 측면에서 볼 때도 유용한 전략인데, 우리나라의 경우 OST가 드라마가 방영되는 중간에 바로바로 디지털 싱글 등의 즉각적인 형태로 제공되기 때문에 부가적인 수익을 보다 적극적으로 추구하는 편이다.

주인공 이유빈이 맡은 역위철이라는 인물은 전국변방부대를 지휘하는 사령관으로 성격은 솔직하고 강직한 것으로 묘사되어 있다. 70년대 초라는 과거로 거슬러 올라가 극중 주인공들이 젊은 시절에 군 입대를 하는 것으로 이야기가 시작되는데, 주인공들이 전쟁을 겪고 자라면서 겪어가는 상황을 서술하는 방식을 취하고 있다. <그 요원한 곳에서>는 중국 드라마의 특징 중 하나인 양자 관계가 나타나 호적상 아버지와 친아버지가 등장하게 된다. 아버지는 딸을 보지 않으려 하지만 친어머니는 딸을 찾으려 노력하는데, 중국 드라마에서도 모성애를 자극하는 요소가 있다고 분석할 수 있다. 중국의 70년대 초부터 80년대 중반까지 쿤룬산(신장자치구)의 설원과 중국소련 전쟁을 배경으로 하고 있으며, 특별한 정치적 상황을 부각하고 있지는 않다. 중국 드라마에서 탄탄한 연기력을 갖춘 중견배우가 주인공이 되는 경우는 매우 흔하다고 한다. 우리나라에서도 그런 추세가 일부 나타나기도 했지만, 중국의 경우는 시대극과 역사극이 많은 인기를 얻고 있기 때문에 이런 경우가 더 많이 발생하는 것으로 보인다. 이 드라마에서는 좋은 연기력을 보여주는 중견 연기자와 주인공의 두 딸로 등장하는 신예 연기자들의 호흡이 잘 맞았으며, 시대적인 아픔을 시청자들이 공감하도록 만들었기 때문에 성공할 수 있었던 것이라 볼 수 있다.

두봉정이 쓴 동명의 장편소설을 개작한 <보위연안>은 영화에서도 모택동 역으로 많이 출연했던 유명한 배우 당국강이 모택동 역할을 맡았다. 앞서 지적했듯이 우리나라에서 뿐만 아니라 세계적으로 원작이 있는 드라마가 많이 제작되고 있는데, 이는 창작의 어려움과 함께 원작의 인지도나 작품성 덕분에 비교적 위험 부담을 적게 지고 갈 수 있는 방법을 택하는 것으로도 볼 수 있다. 이러한 현상에 중국도 예외는 아닌 것이다. 한편, <보위연안>은 해방전쟁을 다룬 드라마로 인민전쟁의 역사를 장대하면서도 아름다운 화면으로 묘사하여 해방전쟁 영웅 드라마이자 중국인민해방전쟁의 주요한 작품으로 인정받고 있다. 혁명 제1세대를 주요 인물로 내세워 인물 간의 갈등과 그에 따른 사건들, 국공내전 당시 연안을 둘러싼 공산당과 국민당, 즉 모택동과 장개석 간의 갈등을 그리고 있다. 모택동이라는 실존 인물이 주인공으로서 공산

당이 국민당에 이길 수 있는 결정적인 이유가 공산당 자체와 모택동의 결단력과 실행력 덕분이라는 메시지를 전달한다. 또 다른 주인공이자 가상의 인물인 주대용은 공산당과 국민당에 대한 애국적, 영웅적 면모를 강조하기 위한 인물로서 나타난다. 시대적 배경이 국공내전인 만큼, 공산당이 승리하는 과정에 초점을 맞추어 정치적인 면이 드라마 전반적으로 드러나고 있다. 그런 점에서 군사/사회주의 드라마라기보다는 우리나라의 정치 드라마와 비슷한 부류라고 할 수 있다. 이 드라마가 성공할 수 있었던 것은 중국의 정치적 특색을 잘 반영한 덕분이라고 할 수 있다. 주인공인 모택동이 이끌고 있는 공산당의 선전을 위주로 이야기를 전개하면서, 적절히 가상의 인물을 배치해 극적인 상황을 더욱 돋보이게 만들었다. 주대용이라는 가상인물을 등장시켜 혁명적 영웅주의를 강조하면서 공산주의 국가인 중국의 특수성을 반영하여 인기를 끌었던 것으로 보인다.

<전쟁 뒤의 전쟁>은 형식상 미국 할리우드의 로드무비의 특성을 띠고 있다. 주인공의 극중 직업은 국경특수임무 팀장으로, 특수한 명령을 성공적으로 수행한 후에도 위험을 무릅쓰고 일을 마무리 짓는 등 상부의 신임을 받는 인물이다. 이 드라마는 미국의 할리우드 로드무비 형식의 스토리 서술방식을 보이고 있으며, 중국 드라마로는 드물게 시간의 흐름 사이에 과거 사건을 삽입했다. 전쟁 상황에서 그려지는 추격, 암살, 미스터리 등이 적절하게 조화를 이루며 진행된다. 등장인물의 관계는 주인공 마운비와 같은 팀의 부팀장인 맹범빈이 처음에는 친한 사이로 지내다가, 마운비가 공산당 당원이라는 신분이 노출되면서 맹범빈이 마운비를 감시하는 위치에 놓이면서 긴장 관계를 형성하게 된다. 1946년 공산당과 국민당의 갈등 시기를 시대적 배경으로 하며, 이는 동시에 드라마의 주요한 정치적 상황으로 작용한다. 중국 드라마에서 많은 부분을 차지하고 있는 공산당과 국민당의 갈등이라는 정치적 상황이 나타나면서 첩보, 간첩, 암살 등의 소재를 잘 표현하고 있다. <전쟁 뒤의 전쟁>의 성공요인으로는 큰 주제는 일반적인 전통 중국 드라마를 벗어나지 않고 있지만 그 내부에서 발생하는 암살, 사건, 추적 등에 대해 미국의 할리우드 로드무비 형식을 가져와 스피디한 전개가 가능해졌다는 데 있는 것으로 보인다. 중국 시청자들이 미국의 방식에 대한 거부감이 있을 수 있지만, 이미 영화 등에서 익숙해지고 있는 할리우드 형식의 내용전개는 시청자들에게 충분히 흥미를 끌었을 것으로 보인다.

<군인영예>는 양가부의 장편소설 ‘변송냉월’을 각색한 드라마로, 주인공은 우리나라

라에 많이 알려져 있지 않은 배우다. 퇴용과 한영인이라는 두 인물이 중심으로 그려지고 있는데, 퇴용은 마약사범을 소탕하는 국경감시대 대장으로 많은 공을 세웠으나 사건에 연루되어 나중에는 옥석장사를 하게 되고, 이런 퇴용에게 마약을 판매하게 하여 타락하게 하려는 사람이 마약상 보스인 한영인이다. 인물들의 원한과 사랑, 증오 등의 감정의 변화와 이에 따라 일어나는 사건들이 펼쳐지는데, 능력 있는 주인공이 나락에 떨어지지만 결국에는 승리하는 구조의 서사 방식을 택하고 있다. 퇴용이라는 인물을 중심으로 원한관계 등으로 인물들이 연결되어 있다. 특히 퇴용과 마약 판매상의 딸 오소려의 관계는 처음에는 원한 관계였으나 이것이 연민이 되고 사랑이 된다. 그러나 이러한 사랑이 결국 이루어지는 경향이 많은 우리나라와 달리, 아내와 아들이 있는 퇴용과 오소려의 사랑은 끝내 이루어지지 않는다. 유부남인 퇴용과 오소려가 사랑을 이루려면 이혼 또는 불륜 등의 소재가 개입되어야 하는데, 이 드라마의 최종 목적지는 퇴용과 오소려 간의 사랑의 결실이라기보다는 정의가 승리하는 사회를 강조하는 것이라고 볼 수 있기 때문에 이들의 사랑은 미완으로 끝난다. 또한 당원이나 당 관련 내용이 나오기는 하지만 국경감시대를 바탕으로 마약사범과의 갈등을 그린 드라마이기 때문에 정치적 상황이 특별히 부각되지는 않는다. 이 드라마의 성공요인은 사람들에게 정의에 대한 확신을 심어주는데 있다고 분석된다. 주인공 퇴용은 처음에 성공으로 우쭐해 있었으나 곧 실수를 하게 되어 좌천된다. 그러나 후에도 불의와 타협하지 않고 자신이 하고자 하는 일을 행함으로써 결국에는 승리하는 스토리 구조가 단순 명료하면서도 시청자들이 원하는 바를 만족시켜준 것으로 보인다.

3) 판타지/무협 드라마

(1) 전체적인 특징 : 무협 요소를 강조하는 고전적 배경

판타지/무협 드라마는 분석 대상에 포함된 인기 드라마 5편 모두 시대적 배경이 당나라, 수나라, 청나라 등으로, 현대를 배경으로 한 것이 없다는 점이 독특하다. 주로 무협을 결들였기 때문에, 무협의 흥미 요소들을 좀 더 효과적으로 드러낼 수 있는 고전적인 배경을 바탕으로 했다고 볼 수 있다. 무협을 강조한 판타지 드라마의 시대

적 배경이 될 만한 굵직한 역사적 사건들이 많은 점, 즉 길고 오래된 중국의 역사적 특성도 이러한 판타지 장르의 인기를 뒷받침한다. 젊은 층에 큰 인기를 끌었던 <내 여자친구는 구미호>, <시크릿 가든>처럼 주로 현대물에 판타지적인 요소를 가미하는 우리나라와 다른 점이라고 할 수 있다.

(2) 세부 분석

<팔선전전-팔선과해>는 신선, 용녀 등이 주인공으로 등장하고, 백성들이 도탄에 빠진 당나라 말을 시대적 배경으로 한 판타지 드라마다. 특정한 정치적인 상황이나 인물 간의 독특한 관계는 드러나지 않지만, 판타지적 요소와 무협적인 요소의 조화를 통해 현실에서 느끼지 못하는 것들을 느끼게 해주는 판타지 장르 특유의 신선함을 제공했다.

<소림사전2>는 중국에서 인기 있는 배우 원표와 임지령이 출연했다. 이 외에도 중국, 홍콩, 대만의 제작진이 모여 우수한 액션 드라마를 표방하며 만든 드라마다. 대만의 유명한 스타작가 유기가 작품을 써 화제가 되기도 했다. 주인공은 소림사 무술교관 담종이라는 사람이다. 주인공이 무술에 능통한 무술교관이라는 직업을 갖고 있기 때문에, 무협을 강조한 판타지다운 볼거리를 제공할 수 있었다. 이야기는 시간의 순서를 따라가는 자연스러운 흐름을 보이지만 중간 중간 액션 장면 등이 생생하게 전달되어 극중 플롯에서도 생생함이 느껴진다. 무술이 많이 등장하는 판타지 드라마의 특징은 등장인물이 단순하다는 점이다. 이 드라마에서도 등장인물 간의 관계는 명료하게 나타나고, 입체적인 인물보다는 단면적인 인물로 표현되어 있는 편이다. 시대적 배경은 수나라 말년의 시기로, 특정한 정치적 상황을 반영하고 있지 않다. 이 드라마의 성공요인은 우선적으로 볼거리가 많은 액션이라고 할 수 있다. 최신장비, 다국적 스태프들을 동원해 생생한 장면들을 그려냈으며, 이러한 액션 요소가 드라마의 단점들을 보완했다. 또한 중국의 인기 배우들이 출연하였고 대만의 인기 작가가 참여했다는 점도 이 드라마의 내적인 탄탄함을 뒷받침한 성공요인으로 꼽을 수 있다.

<부우변운>의 경우도 진민지 등 중국의 인기 스타들이 출연했다. 판타지 장르의 특성상 너무 과장되지 않으면서도 자연스러운 연기가 필요했는데, 주인공을 맡은 배우들이 충분히 그 배역을 소화한 것으로 보인다. 명나라 초기를 배경으로 몽고제국

이 철저히 붕괴되는 과정과 주원장이 천하를 통일하는 내용이 묘사된 소설을 원작으로 하고 있다. 황족의 후예 풍행렬이라는 인물이 주인공으로 나오는데, 무예를 연마하는 천재로 묘사되고 있다. 또한 부우검과 번운도를 통해 나라의 재건을 위한 주인공들의 갈등과정을 따라가는 서술 구조를 택하고 있다. 이 드라마 역시 앞선 판타지 장르의 드라마들과 같이 무협적 요소를 담고 있는데, 판타지/무협 장르의 특성에서 잘 나타나는 두 남자의 라이벌 관계가 특별하게 부각되고 있다. 이는 특히 내용상 두 개의 겹에 초점을 두고 있기 때문인 것으로 보인다. 명나라 시기를 시대적 배경으로 하는 무협소설이 원작이기 때문에 정치적 상황은 고려되지 않고 있다. 이 드라마의 성공요인으로는 원작을 기반으로 한 탄탄한 구성, 그리고 소설의 느낌을 드라마로 잘 살려낸 연출력과 연기자들의 연기를 들 수 있다. 이것은 인기를 끈 드라마들의 대부분의 성공요인으로 볼 수 있지만, 소설을 드라마로 잘 해석하고 풀어낸 드라마라는 느낌이 강하게 드는 작품이다.

<괴재군사>는 천문과 지리에 능통하고 무예에도 능한 서백명이라는 인물이 주인공으로, 냉정하고 명석하며 정의로우면서도 한편으로는 유머스러운 면이 있다. 주인공의 이런 면을 통해 극에 희극적 요소를 더했다. 이 드라마는 명나라 시대를 가상의 기이한 공간으로 설정하여 그 안에서 인물들이 벌이는 지략싸움을 그리고 있는데, 인물들 간의 갈등을 바탕으로 스토리를 서술하고 있다. 판타지 드라마답게 주인공과 대립하는 승상이 등장하고 이 둘의 갈등 관계 속에 많은 사람들이 이해관계로 얽히게 된다. 주인공과 그 라이벌 사이의 갈등으로 이들을 지원해주는 인물들도 두 편으로 나뉘게 되는 것이다. <부우번운>과 마찬가지로 명나라 시대를 배경으로 하였고, 정치적인 상황을 특별히 반영하지 않는 점 또한 앞서 분석한 인기 판타지/무협 드라마의 특징이다. 그러나 이 드라마는 소재 면에서 다른 판타지 드라마들과 달리 무술을 위주로 한다기보다 지략대결이라는 측면을 강조함으로써 차별성을 획득해 성공을 거둘 수 있었던 것으로 보인다.

중국에서 인기 있는 배우 장세, 호가, 임사가 주인공을 맡은 <현령황마괘>는 대만 지역에 먼저 방송되어 호평을 받은 바 있다. 이 드라마는 가벼운 코미디 형식으로, 청나라 건륭제 때 고집이 센 선비가 현령으로 있는 곳의 사건을 중심으로 이야기가 서술된다. 초기에는 인물 중심의 서술을 보이지만, 후반부에 가서는 사건 중심으로 자연스럽게 이어진다. 황마괘라는 주인공은 과거고사에 계속해서 떨어지다가 답안

을 잘 쓴 한 번의 시험에서조차 황제의 부름을 받지 못한다. 그러나 황제 건륭은 이를 미안하게 여겨 다른 길을 열어주게 된다. 이 과정에서 주인공의 고집으로 인해 발생하는 에피소드들이 등장한다. 비교적 인물의 상하관계가 명확하게 드러나고 있으며, 등장인물의 성격이 개성 있게 표현되고 있다. <현령황마궐>은 청나라 건륭제때를 배경으로 한 민간기담의 특성을 띠고 있는데, 이 같은 점이 이야기를 너무 무겁지 않게 풀어갈 수 있는 바탕이 됐고, 희극적 요소를 잘 살렸기 때문에 거부감 없이 시청자들에게 전달되어 인기를 끌 수 있었던 것으로 분석된다.

중국의 판타지/무협 드라마가 성공을 거둘 수 있었던 이유로는 지금까지 만들어 온 제작 노하우와 시청자들이 느끼는 익숙함이 큰 것으로 판단된다. 예전부터 익숙하게 접해온 소재이고, 긴 역사만큼 신비스러운 중국의 역사관을 대입하여 시청자들로 하여금 흥미를 끌고 그 내용에 몰입하게 하고 있다. 또한, 무협과 고전적 배경이라는 요소는 비슷하게 유지하되 소재를 다양화함으로써 시청자들에게 신선함을 주었기 때문에 인기를 끌 수 있었던 것으로 보인다. 이응철(2009)은 영화, 드라마, 대중음악을 포함하여 최근 중국 대중문화의 특성중 하나는 ‘중국적 특색’을 강조하기 위해 중국의 고대사회나 과거의 특징을 중요한 소재나 주제로 삼는다는 것이라고 밝히고 있다. 이러한 특성은 전지구적 시장에서 중국의 문화상품을 부각시키는데 중요한 역할을 함과 동시에 내부적으로는 민족주의적 감정을 확산시킬 수 있는 가능성을 만들어내고 이전 시기 사회주의적 구심력의 빈자리를 채우는 역할을 한다고 보았다. 또한 역사를 비롯한 중국적 특색의 강화는 어느 날 갑자기 등장한 것이 아니라 80년대 중반 이후 등장한 과거와 전통에 대한 지식인들의 재인식, 개혁 개방과 현대화의 부정적 결과에 대한 반성, 90년대 발생한 몇 가지 외교적 사건들, 사회주의 이념의 약화에 따라 중국 국민들을 이념적으로 결합시켜야 할 필요성 등 여러 요인들이 축적되어 나타난 반응이라고 분석하고 있다. 그는 또, 내부적으로는 ‘중화민족’이라는 동질성을 유지하게 하고 중국 특색의 대중문화라는 진정성을 부여함과 동시에 외부적으로는 세계화 과정에 참여하는데 있어 중국의 문화상품을 보다 빠르게 확산시키려는 의도를 갖고 있다고 밝혔는데, 이것은 판타지/무협 장르가 이전까지 드라마를 사회주의의 선전 도구로 보는 시각에서 탈피하여 새로운 문화적 자산으로서의 드라마를 지향하는 중국적 대안을 제시한 것으로 풀이할 수 있다.

4) 가족/로맨틱 드라마

(1) 전체적인 특징 : 현대의 중국 사회상 반영

드라마는 이야기의 배경, 소재, 주제와 수용자의 일상생활이 밀접하게 연결될 때, 시청자의 보편적 경험 및 정서와 결합하며 시너지 효과를 발휘하게 된다. 우리나라에서도 가족극이나 애정극이 가장 큰 비중을 차지하는 것처럼 중국에서도 주로 애정, 연애, 가족, 가정과 같은 주제를 다룬 장르가 많이 소비되고 있다.

가정/로맨틱 장르 드라마의 경우 주로 현대를 배경으로 하기 때문에 중국도 정치적인 상황을 배제한 일반적인 드라마가 자리를 잡고 있는 것으로 분석된다. 중국에서도 우리나라와 같이 부자인 남자와 평범한 여자가 등장하는 드라마가 많은 인기를 얻고 있다는 점이 달라진 중국의 사회상을 반영한다. 이러한 남녀 관계의 설정은 고부간의 갈등과 해결로 나타나는 경우(<중국가정 제1부>, <나는 한포기 풀이다>), 그리고 신데렐라 스토리로 시청자의 판타지를 자극하는 경우(<운명처럼 널 사랑해>, <내 여동생은 공주님>) 등으로도 나뉘볼 수 있다. 전자의 경우 결혼이라는 관문을 거친 남녀가 가정을 이루면서 좀 더 진지하고 현실적인 측면에서의 갈등을 다루고 있는 반면, 후자는 젊은 층의 판타지를 자극하면서 시각적인 충족을 강조하는 편이다.

2000년대 이후 국내 애정, 연애 드라마에서 주로 등장하는 특징은 ‘신데렐라’가 가장 선호되는 소재이지만 주인공의 연령대가 낮아지고 있는 점, 정통 멜로의 퇴조, 트렌드 드라마의 부상과 변용, 청소년의 성, 금기된 사랑, 중년의 사랑, 연상 연하커플의 등장, 동거 등이 자연스럽게 다루어지고 있다는 점이다(정영희 2009).

멜로 드라마와 같은 ‘비극의 정서’보다는 밝고 경쾌하며 화려한 감각적인 애정 이야기가 소재의 중심이 되고 있고 20대 중심의 밝은 사랑을 다룬 트렌드 드라마나, 감성적이고 지고지순한 멜로적 애정물이 인기가 많다. 다만 진부한 선악 구도, 왜곡된 가족관계, 불치병 등 전통적인 요소들이 서사적 측면에서 변형을 겪고 있다. 명백한 선악의 구분, 재벌 2세, 운명적 사랑, 출생의 비밀, 불치병 등은 드라마에서 많이 사용되는 서사 장치이다. 중국에서도 권선징악적 요소, 재벌 또는 부자 소재가 현대극에 자주 등장하고 있다.

가족극의 경우 가부장제도의 묘사 등이 어떻게 일어났는가가 중요한 요소이다. 전

통적인 가족관계, 어머니의 역할 등에 대한 묘사 등이 어떠한가에 따라 시대상의 변화 정도를 파악할 수 있다. 중국 드라마에서도 시어머니와 며느리의 관계(<중국가정 제1부>, <마누라의 눈물>), 어머니의 희생과 모성에(<추녀모친>), 형제애의 강조(<큰형의 행복>) 등이 그러한 측면을 잘 나타내주고 있다.

또 몇 가지 중국에서 인기를 끈 가족/로맨틱 장르 드라마의 특징은 인기 배우의 출연이 성공에 중요한 요인으로 작용했다는 점, 일본만화를 원작으로 한 드라마(<장난스런 키스>, <내 여동생은 공주님>)도 인기를 끌고 있다는 점 등을 꼽을 수 있겠다. 일본에 역사적인 거부감을 가지는 중국에서도 일본만화의 문화 상품적 가치를 수용하는 젊은 층이 늘어나고 있다고도 볼 수 있다. 그리고 인기를 끈 가족 드라마들은 대부분 가족애, 형제애를 강조하면서 권선징악적 요소를 집어넣어 흥미 요소를 높였다. 중국 드라마에서도 가족/로맨틱 장르는 현재 인기를 끌고 있는 드라마의 요소들을 적극 반영하고 있기 때문에 중국 특유의 요소를 발견하기는 어렵지만, 아직까지 우리나라의 소위 ‘막장드라마’ 수준의 자극적인 소재나 전개를 보이는 드라마는 드물다는 점을 지적할 수 있겠다.

(2) 세부 분석

가족/로맨틱 드라마는 네 가지 장르 중 가장 많은 수의 인기작이 포함되어 있었다. 먼저 <중국가정 제1부>는 가족 드라마로, 두순, 요천익, 소병, 장개려 등 중국에서 최고라고 평가받는 연기자들이 다양한 연기를 펼쳤다. 특히 두순과 요천익은 중국 가정의 문제 부부로 출연하여 안정적인 연기를 보여주었다. 중국의 가족 드라마 중 가장 큰 제작비를 투입한 <중국가정 제1부>는 큰 기업의 CEO인 엄천, 그리고 원래 유치원 선생님이었다가 엄천을 만나 결혼하는 그의 아내 미가가 주인공으로 등장한다. 엄천, 미가 부부를 중심으로 시간의 순서에 따라 서술되고 있으며, 우리나라 드라마에서 흔히 말하는 막장요소들, 즉 임신이 아님에도 임신으로 속이는 일이 벌어지거나 극심한 가족 간의 갈등도 나타난다. 중국 드라마에서 주로 발견되는 양자나 의형제 등 특유의 등장인물 관계는 나타나지 않지만, 한국 드라마에서도 주로 볼 수 있는 고부간의 갈등, 시부모와 친정부모의 갈등 등이 나타나고 있다. 이 드라마의 성공 요인은 이른바 대작 드라마라는 점이 작용했던 것으로 보인다. 한화 170억원

이상의 총 제작비를 투입했고, 배우들 또한 정상급의 연기자들을 동원했다. <중국가정 제1부>는 가족 간의 갈등을 조금은 과도하게 그리고 있어 시청자들의 흥미를 자극한 점도 인기의 요소였는데, 이와 같은 특징은 우리나라의 자극적인 가족 간 갈등 소재와 유사하게 나타난다. 이와 관련해서 정영희(2009)는 국내 ‘가족·가정극’의 경우 아버지의 지위 하락, 여성성의 강화, 가족, 가정 이데올로기를 지탱하는 ‘인륜’, ‘천륜’의 강조 등이 두드러지는데, 홈드라마 특성상 이런 요소들의 비윤리성이 잦아지는 경향이 나타나고 있다고 분석한 바 있다. 우리나라와 유사하게 가족 간에 나타나는 윤리적 가치를 중시하는 중국에서도 이런 특성을 보이는 드라마가 등장했고, 2009년 한 해 방송된 프로그램들 중 베이징에서 시청률 6위를 기록할 만큼 인기를 끌었다는 점이 주목할 만하다. 그러나 아직까지 중국에서 드라마는 전통적인 가치를 지켜내고 교육하는 수단으로서의 의미도 있기 때문에 그런 경향이 크게 두드러지는 것은 아니다.

또 다른 가족 드라마로 인기를 끌었던 <추녀모친>은 시골에서 자라 도시로 상경한 왕대춘이 아르바이트를 하다 후에 아내가 되는 여주인공을 만나게 되는데 너무 못생긴 자신의 어머니를 숨기면서 벌어지는 이야기를 그리고 있다. 이 드라마는 시간의 순서에 따라 서술하고 있으나 그 속의 심리적 변화에 주목할 필요가 있으며, 인간이 느낄 수 있는 아름다움, 추함, 허영과 진실 등의 극적인 대비를 통해 이야기를 이끌어나가고 있다. 자신의 너무나 못생긴 외모 때문에 아들에게 불이익이 갈까봐 이를 끝까지 이를 숨긴 어머니의 모성애와, 마침내 이 사실을 알게 된 며느리의 반응이 아름답게 그려진다. 오히려 이런 사실을 숨긴 아들이 비정하게 그려지고 있다. 현대의 인간이 내적으로 가질 수 있는 외적 평가기준에 대한 이야기이기 때문에 인간이 느낄 수 있는 감각적 대비를 잘 드러내고 있다. 못생긴 어머니와 잘생긴 아들의 감정적 갈등을 통해 인간이 느낄 수 있는 감정의 대비와 감각들을 영상으로 잘 구현해냈고, 단순명료하게 권선징악적 요소를 드러낸 것이 이 드라마의 성공요인으로 분석된다.

<마누라의 눈물>은 중국의 주요 성에서 고루 인기를 얻었는데, 현모양처에서부터 당찬 신며느리상까지 여러 면모의 며느리들을 등장시켜 고부간의 갈등이라는 소재를 풀어내고 있다. 주인공 림완여는 한 가정에서 곱게 자란 여성이지만 아버지의 사업 실패로 일을 시작하게 되고 이를 계기로 좋은 남자를 만나게 되지만 고부간의 갈

등을 겪으며 비로소 성장해 나간다. 한 여성의 삶의 과정을 따라가는 이 드라마는, 주인공이 겪는 사건들 속에 또 여러 여성들이 등장하면서 고부간의 갈등과 과거부터 지금까지의 여성상을 다양하게 반영하고 있다. 앞서 나타난 역사/전기, 군사/사회주의, 판타지/무협 장르들과 달리 현대의 사회를 잘 반영하면서 새로운 문명과 사상의 발달로 인한 고부간의 갈등, 사람들의 의식 변화, 그리고 이를 바탕으로 한 여성들의 인식의 변화와 갈등을 시어머니와 며느리의 관계에 비추어 잘 나타내고 있다. 이 드라마의 성공요인으로는 이처럼 모두가 공감할 수 있는 소재와 사회상의 변화를 다양하게 반영한 것이 큰 역할을 한 것으로 보인다. 특히 드라마의 주요 시청층인 많은 여성들이 공감할 수 있는 소재를 통해 개성적인 인물들을 표현함으로써 많은 시청자를 확보할 수 있었을 것으로 보인다.

<나는 한 포기 풀이다>의 경우 보검봉이 남자 주인공을 맡았는데, 이 드라마에서 남자주인공 류슈는 잘생긴 부자집 도련님이자 전형적인 반듯한 인물, 여자 주인공 임소초는 자기의 노력으로 운명을 바꾸어 가며 자신의 사랑을 위해 모든 것을 이룰 수 있는 여성으로 등장한다. 여자 주인공인 임소초가 겪는 사건을 중심으로 이야기가 전개되며, 그 사건을 통해 인물들이 자연스럽게 등장하고 있다. <마누라의 눈물>에서도 그랬듯 중국의 멜로드라마에서 자주 등장하는 인물간의 특징적인 관계는 고부간의 갈등으로 보여진다. 신데렐라 스토리의 전형으로, 가난한 여성과 부자집 남자의 결혼으로 시어머니와 며느리의 갈등이 부각되고 있다. 현대의 가족적 갈등과 남녀 간의 갈등을 잘 나타내고 있다. 중국에서 유행하고 있는 멜로 드라마의 기본적인 바탕은 아직까지는 가족으로 보여진다. 남녀 간의 사랑으로 인해 가정이 형성되지만 그 안에서 겪는 여성의 고통을 그려내고 이를 이겨내는 모습을 보여주며, 이로 인해 마침내 완전한 사랑이 이루어지는 것이다. 그 와중에 주로 고부간의 갈등이 많이 등장하는 것인데, 이는 한국 드라마와도 비슷한 점이다.

대만의 장편 연속극으로 강홍은, 강조평, 유지익, 서민 등 인기 배우가 주연을 맡은 <안녕 아랑>은 어릴 때부터 친한 친구 사이인 세 남자가 주인공으로 등장한다. 이들은 자라서 두 사람은 경찰이 되고 한 사람은 마피아가 된다. 이야기의 구조는 단순하다. 어릴 때 친하게 지낸 세 사람의 다른 성장을 통해 겪는 갈등과 결국 옳지 않은 길을 갔던 친구의 자녀들을 맡아 훌륭하게 키운다는 지극히 평면적인 구성을 지니고 있다. 세 친구는 어릴 때는 아주 친근한 관계였다. 어른이 되면서 이런 감정적

인 부분은 변하지 않으나 한쪽은 경찰, 한쪽은 마피아가 되는 상황적인 문제로 인해 결국 두 친구가 한 사람을 쫓게 되고 여기서 벌어지는 갈등들이 인물간의 관계 변화로 나타난다. 그리고 중국 드라마에서 자주 등장하는 친구의 아들이나 은인의 아들을 양자로 들이는 설정이 이 드라마에서 등장한다. 이 드라마의 성공요인은 배우들의 탄탄한 연기력과 자칫 뻘하고 심심할 수 있는 스토리를 장기적으로 이끌어 갈 수 있는 구성적 요소들이 있었기 때문으로 보인다.

<계모>의 주인공은 소소애라는 여인이다. 남편의 죽음을 슬퍼하지만 다른 아이에게 애정을 쏟으며 새로운 가정을 꾸려나가는 인물이다. 이 드라마의 스토리 구조는 전반부에 남편을 잃은 사건을 계기로 고난을 겪는 여주인공이 이를 극복해 내는 과정을 담아내고 있다. 설예강이 자신의 남편을 죽게 했다고 생각한 소소애가 그를 증오하다 오해가 풀리면서 두 사람의 감정은 사랑으로 변해가고 마침내 둘의 사랑은 결실을 맺는다. 이후 설예강의 딸과의 갈등이 다시 불거지지만 마지막에는 결국 행복한 가정을 이루게 된다. 한편, 설예강의 여동생은 자신의 미모를 이용해 부잣집을 독차지 하려 하지만 결국 모든 것을 잃게 되는데, 여기서 한국의 드라마와 비슷하게 착한 마음을 가진 주인공은 결국 행복을 얻지만 욕심을 가지고 시작한 사랑의 결말은 좋지 않다는 것을 보여준다. 이 드라마의 성공 요인 또한 이러한 권선징악적 요소에 있다고 볼 수 있다. 희망을 갖고 살아가는 주인공의 행복과 자신의 성공을 위해 사랑을 사려고 했던 사람의 불행한 결말이 시청자들의 공감을 샀던 것으로 분석된다.

<큰형의 행복>은 가족극 중에서도 형제애를 강조한 드라마로, 중국의 연기와 배우 범위가 출연하여 훌륭한 연기를 보여준다. 주인공인 큰형은 발안마사로 일하다 동생들의 권유로 북경에서 새로운 삶을 꾸려간다. 각자 다른 목적을 가지고 도시에 적응해서 살아가는 형제들이 큰형의 모습을 보며, 진정한 행복은 무엇인가에 대한 고민하고 생각이 바뀌어 가는 모습을 그리고 있다. 큰형이 도시에 올라와 벽을 느끼면서도 이에 적응하고 생각하는 흐름을 따라 사건이 진행되고 그 사건마다 동생들이 느끼는 감정의 변화들을 엮어가는 방식이다. 여기서도 중국 드라마에서 많이 등장하는 양아들의 관계가 등장한다. 주인공 부길상은 아이를 낳을 수 없는 상황이고, 자폐 증에 걸린 아이와 친해지게 되는데 결국 그 아이의 어머니를 만나 결혼하여 아이를 아들로 삼는다. 부길상은 또한 큰형으로서 동생들에게는 봉사와 헌신을 하였고, 동생들은 그런 형을 마음으로 따르고 의지하는 진한 형제애를 보여준다. 중국 드라마

의 성공요인 뒤에는 가족애가 숨어 있다. 이 드라마도 형에 대한 믿음이 형제들에게 행복이라는 감정을 가져오게 되고, 낙천적이고 열심히 살아가는 형을 보며 위안을 얻는다. 이처럼 시청자들도 열심히 살아가는 가족을 보며, 심적 위로를 받는 것으로 보인다. 중국은 현재 경제발전이 급속히 이루어지고는 있지만 아직 빈부의 격차는 크다. 이에 대해 꿈을 가지고 열심히 노력하는 사람들에게 희망의 메시지를 줄 수 있는 작품이었다는 점을 <큰형의 행복>의 성공요인으로 분석할 수 있겠다.

이와 함께 우리, 유위, 주인, 장박 등이 주연을 맡아 평범한 가족의 이야기를 잔잔하게 풀어낸 <걱정>도 가족 드라마로서, 90년대 북경을 배경으로 하고 있다. 등장인물들은 평범한 직업을 갖고 있다. 형제 간의 관계, 가족 간의 관계에서 벌어질 수 있는 사건들, 각 인물들 간의 뚜렷한 성격 차이를 가족이라는 테두리에서 극복해 나가는 모습을 보여주고 있다. 마치 한국에서 인기 있었던 과거 주말 연속극들을 보는 듯한 느낌의 드라마다. 가족 드라마이기 때문에 특별히 정치적인 상황은 드러나지 않는다. 특히 최근으로 올수록 정치적인 상황이 부각되는 드라마보다는 가족 드라마, 트렌드 드라마가 많이 만들어지고 있다. 한편 이 드라마의 소시민적인 가정의 모습이 많은 이들의 공감을 사고 있는 것으로 보인다. <걱정>에서 나타나는 사건들은 특별한 사람들의 이야기가 아니라 우리 주변에서 흔히 일어날 수 있는 것들이고, 우리 가족들의 모습일 수 있다. 그렇기에 시청자들이 많이 보며, 공감하고 현실세계에서 당면할 수 있는 문제를 대신 해결해 주는 듯한 모습을 느끼는 것으로 분석된다.

중국에서 인기를 끈 로맨틱 드라마의 대부분은 대만에서 제작된 것들이다. 앞서 밝혔듯 중국에서 보편적으로 제작되는 형식과 장르, 그리고 중국에서 현재 인기를 끌고 있는 형식과 장르 사이에 차이가 있다는 점을 발견할 수 있는 대목이다.

로맨틱 드라마로 대만에서 큰 사랑을 받았던 <운명처럼 널 사랑해>는 진초하, 진교은, 원경천 등 대만의 인기 배우들이 출연하여 대만 최고 시청률 기록을 갱신했다. 여주인공은 평범한 회사원이며, 남자 주인공은 9대독자인 재벌이다. 이는 앞서 <중국가정 제1부>, <나는 한 포기 풀이다>에서 살펴본 바와 같이 부자인 남자와 가난하거나 평범한 여자의 만남이 주요 소재로 나타난다. 이는 한국 드라마에서도 많이 나타나는 방식의 서술구조로서, 우연히 만난 재벌 남자와 평범한 여성이 운명처럼 사랑에 빠지는 스토리 구조이다. 대만 드라마의 경우 한국과 비슷한 주제와 표현 방식의 유사성으로 인해 한국에서도 많이 시청하는 것으로 알려져 있다. 이를 통해

대만의 드라마와 한국의 드라마가 유사한 특성을 보이는 면이 있으며, 이런 설정들이 중국에서도 충분히 성공가능하리라고 예측할 수 있다.

재벌가의 인물이 사랑하는 사람을 만나 변해가는 과정에 대해서 그리고 있는데, 전형적인 재벌의식을 가지고 있는 남자가 한 여자로 인해 변하고 그 여성 또한 남자로 인해 변화하는 과정에서 시청자들은 재미를 느낀다. 가까운 예로 얼마 전 종영한 우리나라의 <시크릿 가든> 역시 이른바 사회지도층임을 강조하는 재벌 남자가 사랑하는 여성을 만나 변하면서 많은 여성 시청자들의 마음을 사로잡았으며, 이런 요인들이 드라마가 성공할 수 있었던 요인으로 분석된다. 소재가 대중적이고, 일반 시청자들의 판타지를 충족시켜주고 있다는 점에서도 성공 요인을 찾을 수 있다. 이런 드라마의 중요한 요소는 배우의 캐스팅이라고 생각된다. 연기력도 중요하지만 젊은 층에 인기가 많고 재벌에 대한 판타지적인 이미지를 잘 보여줄 수 있는 배우가 나와야 캐릭터 구축이 중요한 이 같은 신데렐라 스토리의 드라마에 몰입도가 높아질 수 있다고 본다. 또한 이와 더불어 드라마 내부에 권선징악적 요소, 코믹적인 요소, 그리고 핵심적으로 누구나 꿈꿀 법한 사랑 이야기가 함께 등장하고 있는 것이 성공요인이라고 할 수 있다.

또 다른 로맨틱 드라마로 일본만화를 원작으로 한 <장난스런 키스>는 대만 내 최고 아이돌 스타인 정원찬, 임의신 등 대만의 인기 배우들이 출연해 화제를 모았다. 이 드라마는 일본, 대만, 한국에서 모두 드라마로 제작되었다. 여자주인공은 평범한 성격에 활발한 학생이며 공부에는 관심이 없다. 반면, 남자 주인공은 잘생긴 외모와 천재적인 두뇌를 가졌지만 마음이 차갑다. 돈이 많은 재벌과 일반인의 만남은 아니지만, 공부도 잘하고 외모도 뛰어난 학생과 평범한 여학생이 한 집에서 생활하게 되면서 벌어지는 에피소드를 담고 있다. 전형적인 신데렐라 스토리라고 하기에는 어려움이 있지만 그 유형을 따르고 있는 셈이다. 이에 더해 차가운 남자의 성격과 의식이 변해가는 과정은 여성 시청자들의 마음을 빼앗는 요소가 된다. 드라마 내에 큰 갈등을 나타내는 인물은 없으며 두 주인공의 실수와 해프닝으로 이어진 관계들이 대부분이다. 주변 인물들 중에서 크게 악역으로 나타나는 인물도 없다. <장난스런 키스>의 가장 큰 성공요인은 소위 잘 나가는 아이돌을 캐스팅한 점, 그리고 유명한 일본만화를 원작으로 했다는 화제성에서 시작된다. 앞서 밝혔듯이 판타지적인 이미지를 시각적으로 보여주기에 적합한 젊고 인기 있는 배우의 출연은 현대의 트렌디 드라마에서

굉장히 중요한 요소로 작용한다. 내용적 측면에서도 너무 허황된 설정이 아니라는 점이 오히려 시청자들에게 더 현실감을 주고 있다. 반면, 이런 유형의 드라마에 대해 우리나라의 실패를 거울 삼아 분석해 보면, 원작의 한계를 벗어나지 못하거나 연기력의 한계, 지나치게 만화적인 시선은 피해야 한다. 만화가 원작이더라도 보여지는 것은 실사이고 그에 따른 탄탄한 각색이 필요하다.

잘생긴 외모의 대만 아이돌 스타가 주인공으로 등장하는 또 하나의 인기 드라마 <내 여동생은 공주님>도 <장난스런 키스>와 같이 일본만화를 원작으로 했고 <운명처럼 널 사랑해>와 같이 재벌이라는 요소를 넣었다. 여자 주인공은 평범한 여대생이었으나 하루아침에 재벌집 손녀딸이 되고, 남자 주인공은 이 재벌집에서 후계자 교육을 받고 있는 전도유명한 청년이다. 일본만화를 원작으로 하여 다소 비현실적인 설정임에도 불구하고, 코믹적인 요소를 잘 섞어 이야기를 끌어간다. 전형적인 로맨틱 드라마의 스토리 설정답게 여성을 만나며 변화하는 남성의 감정선을 따라 진행된다. 인물 관계는 4명의 후계자 수업을 받는 청년들이 여자 주인공에게 호감을 가지면서 등장인물들 간의 긴장이 유지되고 있다. 여기에 후계자 수업을 받으며 이를 인정받으려는 인물들의 갈등이 더해진다. 잃어버린 손녀딸을 찾거나 자신의 후계자를 육성하려는 구조는 <궁>, <마이 프린세스>와 같이 우리나라 드라마에서도 등장하는 관계로 중국이나 대만 드라마가 가진 고유의 특이한 점이라고 보여지지는 않는다. <내 여동생은 공주님>의 성공 요인 중 큰 요소는 앞서 말한 바와 같이 아이돌 스타의 캐스팅과 그로 인한 시각적 호감, 여성 시청자의 판타지의 충족이 큰 역할을 하고 있는 것으로 보인다. 하루아침에 재벌집 손녀딸이 되는 설정은 다소 허황되게 보일 수 있으나 이점이 젊은 여성들에게는 더욱 매력 있는 요소로 다가올 수 있기 때문에 시청 욕구를 불러일으킨 것으로 분석된다. 자신이 이루지 못하는 환상을 텔레비전 속에서도 이루고 싶어하는 심정을 잘 충족시켜주고 있다.

<내 청춘 누가 책임져>의 경우는 중국 내에서 인기 있는 조자기, 육의, 주우진 등이 주인공으로 출연해 이종사촌 관계의 여성 세 명을 중심으로 극을 이끌어간다. 각기 다른 세 명의 성장기를 그린 드라마다. 트렌디 가족물이라고 볼 수 있는데, 전체적으로는 트렌디 드라마의 특성이 짙지만 그 안에 중국적인 가족의 모습을 투영하고 있다. 그렇기 때문에 세 이종사촌 자매를 주인공으로 스토리를 구성한 것으로 보인다. 이는 앞선 원작이 있는 트렌디 드라마의 서술방식과는 다르게 나타나는 것으로

보이며, 중국적인 서사와 외국적 서사를 적절히 잘 융합시켜 놓았다고 생각된다. 이 드라마는 탄탄한 이야기 구조가 성공요인이라고 할 수 있다. 물론 중국의 인기 배우들이 등장하여 초반에 관심을 받을 수 있었겠지만, 우리나라의 많은 드라마의 실패에서 봤듯이 배우들만 가지고 극을 이끌어 가는 데는 무리가 있다. 그 만큼 스토리가 탄탄했으며, 앞서 제시한 바와 같이 한국, 일본적인 트렌디한 분위기와 중국의 가치관을 적절히 잘 섞어 구성한 면이 시청자로 하여금 거부감 없이 받아들일 수 있도록 한 것이 아닌가 한다.

3. 분석 종합

지금까지의 분석들은 두드러진 인물관계, 원작이 있는 드라마, 중국 고유의 독특한 인기 장르, 계몽적 권선징악 구조, 트렌디 드라마에 대한 요구 등으로 압축해볼 수 있다.

1) 두드러진 인물 관계 - 양자·의형제 관계, 고부 간 갈등

한국적인 드라마와 다르게 중국의 드라마에서 많이 발견할 수 있는 독특한 인물 관계가 양자관계나 의형제 관계이다. 이러한 특징은 장르를 불문하고 나타나는데, 역사/전기 장르에서는 <주서구>, 군사/사회주의 장르에서는 <그 요원한 곳에서>, 가족/로맨틱 장르 중에는 <안녕 아랑>, <큰형의 행복>에서 양자관계가 등장한다. <내 형제의 이름은 순유>의 경우 군사/사회주의 드라마로 의형제 관계가 나타나는 대표적인 드라마다.

가족 드라마에서는 고부 갈등이 주요한 인물 관계로 나타나는데, <중국가정 제1부>, <마누라의 눈물>, <나는 한 포기 풀이다>에서 이러한 관계를 볼 수 있다. 고부 갈등은 가정의 질서를 중시하고 유교적 사상이 뿌리 깊은 우리나라와 중국의 특성상 현대극에서도 자주 등장하는 관계라고 볼 수 있다. 이는 앞서 가족/로맨틱 드라마에 대한 분석에서도 제시했듯, 가족 드라마에서 고부간의 갈등과 결혼이라는 관문을 거친 남녀가 가정을 이루면서 좀 더 진지하고 현실적인 측면에서의 인물 관계를 보여준다면, 트렌디 드라마에서 주로 나타나는 고부 간의 갈등은 교제를 반대하는 부유

한 남자 집안과 평범한 여자의 갈등을 다루면서 젊은 층의 환상을 자극하는 측면이 강하다.

2) 원작이 있는 드라마 증가

우리나라를 비롯해 많은 나라의 드라마들이 원작을 활용해 제작되고 있는 실정이다. 소설, 만화는 물론 이미 방영되었던 인기 드라마의 리메이크 등도 두드러진다. 중국 드라마는 무협소설을 원작으로 한 <봉신방-무왕별주>, 장편소설을 원작으로 한 <보위연안>, <군인영예>, 일본만화를 원작으로 한 <장난스런 키스>, <내 여동생은 공주님> 등이 원작이 있는 드라마로 인기를 끌었는데, 원작을 기반으로 한 드라마화 작업은 다른 매체에서 상업성을 이미 검증받았기 때문에 드라마 제작사들의 위험 부담이 상대적으로 적다. 이미 검증된 경쟁력, 기획 등의 결합을 통해 어느 정도 성공이 보장된 방식의 드라마 제작이며, 대중문화의 양산 시스템의 하나로 볼 수 있다. 인기 있는 내용을 재생산하기 때문에 소재의 부가가치를 높이는 수단으로 활용될 수 있지만, 텔레비전이라는 매체 자체의 특성과 이미 존재하는 문화 콘텐츠와의 상호 텍스트적 효과가 드라마의 성패를 가르는 요소이다.

3) 중국의 독특한 인기 장르 - 군사/사회주의, 판타지/무협

중국의 드라마에서 두드러지는 특징은 다른 나라에서 보기 어려운 두 가지 장르, 즉 군사/사회주의 드라마와 판타지/무협 드라마가 인기 드라마 장르에 포함된다는 점이다. 그러나 중국은 기술의 발전, 제도적 환경의 변화, 사회적 규제의 문제, 정치, 경제적 변화, 수용자의 변화(노동과 여가패턴의 변화, 시청환경, 시청습관의 변화, 그리고 드라마 자체의 상품으로서의 성격 변환 등이 지난 10여 년 동안 급속도로 진행되었다고 할 수 있다. 이런 측면은 드라마 장르 및 편성의 변화에서 두드러지게 나타나며, 드라마 소재면에서도 역사/전기, 군사/사회주의 드라마의 퇴조와 애정, 가족 소재 드라마의 확대 등을 발견할 수 있다.

최근 중국 대중문화의 특성중 하나인 ‘중국적 특색’의 강조를 위해 중국의 고대사회나 과거의 특징을 중요한 소재나 주제로 삼는 경향은 이웅철(2009)이 지적한 바와

같이 내부적으로는 ‘중화민족’이라는 동질성을 유지하게 하고 중국 특색의 대중문화라는 진정성을 부여함과 동시에 외부적으로는 세계화 과정에 참여하는데 있어 중국의 문화상품을 보다 빠르게 확산시키려는 의도를 갖고 있는 것으로 볼 수 있다. 이것은 다시 판타지/무협 장르가 이전까지 드라마가 사회주의의 선전 도구로 이용되던 측면을 벗어나 새로운 문화 상품으로서의 드라마를 지향하는 중국적 대안을 제시한 것으로도 풀이할 수 있다. 또한 고전적인 배경의 판타지/무협 장르가 인기를 끄는 것은 길고 오래된 중국의 역사적 특성도 한 몫을 한다.

4) 계몽적 권선징악 구조

어떤 이야기에서든 권선징악적 구조는 기본적으로 흥미를 끈다. <포청천-타룡포>, <군인영예>, <추녀모친>, <계모> 등의 드라마는 권선징악적 구조를 보이는 중국 드라마다. 권선징악적 구조는 원래 착한 사람은 복을 받고 나쁜 사람은 벌을 받는다는, 선하게 살자는 가치를 보여주는 계몽적인 목적이 큰 편이다. 우리나라에서는 2004년을 기점으로 명백한 선악의 구분이 조금씩 약화되는 경향도 있었는데, 시청률 경쟁이 심화되면서 자극적인 소재와 맞물려 다시 선과 악의 대립이 주요 구조로 쓰이고 있다. 그러면서 계몽적인 목적보다는 주인공이 상상도 못할 갖은 어려움을 겪기는 하지만 결국에는 승자가 된다는 단순하면서도 명료한 구조, 그리고 자극적 소재를 통해 시청자들의 오락적 욕구를 충실히 만족시켜주는 쪽으로 변모하고 있다. 그러나 중국에서 권선징악적 구조를 보여주는 몇 편의 인기 드라마들은 소재적인 측면에서도 가족이나 정의의 가치를 강조하고 있기 때문에 오락적 측면보다는 아직까지 계몽적인 측면이 더욱 강조되는 편이라고 판단된다.

5) 트렌디 드라마에 대한 요구

애정극, 가정극은 사람들의 일상적인 측면을 가장 잘 반영하고 있기 때문에 드라마 장르 중에서도 가장 많은 편수가 제작되며 인기가 높다. 특히 ‘애정·연애’를 다룬 드라마는 한국 드라마에서 시대와 장르를 초월한 선호 장르로 분류된다. 2000년대 들어서는 그 주인공의 연령이 10대에서 40대까지, 노년의 로맨스까지 확장되었

고, 다양한 유형의 사랑을 포함하고 있다. 또한 여기서 ‘신데렐라’의 서사는 여전히 건재하며 변형과 변모를 거듭하며 지속되고 있다. 그런데 중국 인기 드라마의 특징적인 면 중 하나가 일반적인 멜로 드라마를 제외하고 트렌디 드라마는 아이돌이 출연하는 대만 제작 드라마뿐이라는 점이다. 대만에서 제작한 트렌디 드라마가 중국에서 큰 인기를 끌었던 사례들이 있지만, 트렌디 드라마를 중국에서 제작하여 인기를 끈 경우는 거의 없다고 볼 수 있겠다. 트렌디 드라마의 높은 인기를 감안한다면 중국 내에서 그러한 요구가 충분하다고 할 수 있으나, 중국 자체적으로 제작, 소비되는 세련되면서도 흥미를 끌 수 있는 트렌디 드라마가 부족하다는 것은 우리나라에서 눈여겨볼 만한 부분이다. 정용균·홍성구(2009)는 한국이 수출하고 있는 문화 상품 중에서는 한류 트렌디 드라마가 가장 경쟁력이 있다고 지적했는데, 중국에서 트렌디 드라마 부분은 현재로서 가장 가능성이 높은 장르이자 개척이 덜 된 장르라고 볼 수 있기 때문에, 이에 대한 공략이 중요하다고 볼 수 있겠다.

참고문헌

- 강내영(2008). 중국의 항(抗)한류 현상 연구: 드라마와 영화를 중심으로. 『중국학연구』, 43집, 457~508.
- 강진석(2004). 『중국의 문화코드』. 서울: 살림.
- 강철근(2006). 『한류전문가 강철근의 한류이야기』. 서울: 이채.
- 구정모(2010. 7. 6). 한류 발전하려면 다양한 문화와 접목해야. 『연합뉴스』
- 김광익 (1993). 현대중국의민속부활과사회주의정신문명화운동. 『비교문화연구』, 199-224.
- 김광익 (2003). 현대 중국에서 국가-사회의 관계와 종족의 재생산. 『중국사 연구』, 265-284.
- 김병희(2004). 한국과 중국 광고에 나타난 가치 패턴 비교. 『광고학연구』, 15(3), 181~205.
- 김병희(2006). 한중가치관의 차이에 따른 국제 광고표현전략 연구. 『광고연구』, 70호, 9~40.
- 김병화신운철한상필(2002). 한국과 중국 대학생의 소비가치 비교연구. 『광고학연구』, 제13권, 5호, 86~105.
- 김영래강청송(2009). 중국식 비즈니스 문화구조에의 적응—가치체계와 상관행을 중심으로. 『연구총서』, 94권, 1~148.
- 김용준김화(2000). 중국소지바의 가치관과 라이프스타일에 관한 문헌연구. 『국제경영 연구』, 제11권, 1호, 1~31.
- 김진호김정진(2005). 중국, 대만, 홍콩 대학생들의 ‘한류(한국문화)’와 한국기업에 대한 설문조사. 『중국문화연구학회』, 10권, 231~266.
- 두아라, 프라센지트/문명기·손승희(역) (2004). 『민족으로부터 역사를 구출하기: 근대 중국의 새로운 해석』, 서울: 삼인.
- 모리스-스즈키, 테사/김경원(역) (2006). 『우리 안의 과거: Media, Memory, History』, 서울: 휴머니스트.
- 문성준서탁(2008). 인천 차이나타운의 역할: 화교들의 문화변용을 중심으로. 『한국언론

- 학보』, 52권, 6호, 5~25.
- 민귀식(2009). 중국의 전통협상술과 현대외교협상. 『중소연구』, 제33집, 1호, 61~94.
- 박영환(2004). 『어느 인문학자의 문화로 읽는 중국』. 서울: 동아시아.
- 박완호(2006). 『중국을 읽는 문화 코드6』. 전남대학교 출판부.
- 박종환(2003). 숫자에 담긴 중국문화와 그 활용. 『중국문화연구』, 2호, 145~170.
- 배영준(2010). 중국의 문화창의 산업 신드롬. 『CHINDIA journal』, 45권, 56~57.
- 배정만김미정이천수(2010). 한류가 중국소비자의 구매태도에 미치는 영향에 관한 실증 연구. 『현대중국연구』, 제11집, 2호, 123~155.
- 서은숙(2009). 다문화시대 한류의 정체성과 방향. 『인문콘텐츠』, 14호, 157~184.
- 스카야 미노루, 나카무라 기요시, 송진명(역) (2003). 『방송미디어 경제학』, 커뮤니케이션북스.
- 안창현(2010). 한국 문화콘텐츠산업 중국시장 진출 전략. 『인문콘텐츠』, 17호, 475~497.
- 앤더슨 베네딕트/윤형숙(역) (1991). 『민족주의의 기원과 전파』, 서울: 나남.
- 엘버트 모란, 마이클 킨 편저/황인성 역(2005). 『아시아의 텔레비전-텔레비전 산업과 프로그램 포맷, 그리고 세계화』. 한국방송영상산업진흥원 총서 33, 커뮤니케이션북스.
- 유세경, 정윤경 (2001). 국내 지상파 텔레비전 프로그램의 해외 판매 결정요인에 관한 연구 : 1997년부터 1999년까지의 해외 판매를 중심으로. 『한국방송학보』, 한국방송학회, 14-1, pp. 209~255.
- 유재기 (2009). 『수교이후 한중 문화교류사』. 대가.
- 尹丹, 馮果, (2007). 中國當代藝術中的‘民族主義’情結及其根源: 由‘福娃’現象所感. 『電影評價』2007年1期: 106-107.
- 이경아(2008). 중국진출 한국기업의 노동자가치관과 문화적 적응. 『중국학연구』, 제45집, 569~603.
- 이옥연 (2005). 개혁개방이후 전통문화의 재평가와 변용: 전통에 대한 인식 변화와 관련하여. 김도희 편, 『새로운 중국의 모색2: 정체성의 문화적 담론』, 서울: 폴리테이아, pp. 88-113.
- 이옥현(2009). 중국의 문화대국 전략 그 내용과 한국에 대한 영향을 중심으로. 『동아연구』, 제56집, 5~39.

- 이웅철 (2006). 국가, 사회, 시장의 공모: 현대중국영상산업의사례. 『비교문화연구』, 12(1), 5-41.
- 이웅철 (2008). 현대중국의 주선율 영화와 독립 다큐멘터리: 장르의 형성과 국가의 역할. 『비교문화 연구』, 14(1), 185-218.
- 이웅철 (2009). 세계화 시대의 중국 대중문화와 내셔널리즘. 『한국문화인류학』, 42-1, 145-177. 한국문화인류학회.
- 이웅철(2009). 세계화 시대의 중국 대중문화와 내셔널리즘. 『한국문화인류학』. 제42권, 1호, 145-177.
- 이재민 (2009). 중국 방송계 최근 동향. 『방송/콘텐츠 동향과 분석』, 09-02(통권 289호), 한국콘텐츠진흥원, 1-8.
- 이충민(2009). 중국영화정책의 변화에 따른 한국영화의 대응방안 연구. 『중국어연구』. 제50집, 913-934.
- 장수현 (1998). 개혁개방이후 중국 농촌 민간의례의 활성화에 관한 고찰: 국가이데올로기와 농민의 생활철학. 『한국문화인류학』, 31(2), 439-480.
- 장행복(2008). 중국인의 문화코드를 알면 마케팅이 쉬워진다. 『CHINDIA journal』. 18권, 36-37.
- 전종우(2010). 한국인과 중국인이 인식하는 문화 차원의 차이와 양국 소비자 문화에서의 역할. 『커뮤니케이션학 연구』, 18권 2호, 105-125. 공
- 정강선(2009. 8. 29). 北京, 올림픽 영향 한국인 중국어 배우기 열풍. 『뉴시스』 <http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=104&oid=003&aid=0002258684>
- 정연식(1999). 판시에 대하여. 『한국정치학회 연례학술회의 자료집』.
- 정영희 (2009). 한국 텔레비전 드라마의 동시대 지형과 역사성. 『한국언론학보』, 53-1, 84-108.
- 정용균, 홍성구 (2009). 동아시아 지역의 문화상품 국제 유통과 수출 마케팅 : 텔레비전 드라마를 중심으로. 『국제지역 연구』, 12-4, 421-450.
- 정우식(2009). 중국문화산업 시장 참여자 연구. 『현대중국연구』. 제11집, 1호, 145-193.
- 정종호 (2003). 재중 한국계 기업의 경영 현지화에 대한 문화적 영향 : 개혁개방기 중국의 정·라·법 문화 구성을 중심으로. 『비교문화연구』, 9(2), 83-123.

- 정지애·전종우(2010). 한국인과 중국인의 문화소비에서 나타나는 사회문화적 특성 및 차이. 『정차정보연구』, 13권 1호, 143~159.
- 정하영(2004). 중국의 '판시'문화에 대한 시론. 『중국학연구』, 27집, 355~379.
- 주창윤 (2003). 텔레비전 드라마의 서사구조. 『한국언론학보』, 47-3, 197~222.
- 주창윤 (2006). 역사 드라마의 '역사' 기억하기 혹은 망각하기. 『프로그램/텍스트』, 15호, 11~27.
- 중앙일보중국연구소(2010). 『중국이 한눈에 보이는 2010~2011 차이나 트렌드』. 서울: 중앙books.
- 중앙일보중국연구소·현대중국학회(2010). 『공자는 귀신을 말하지 않았다』. 서울: 중앙books.
- 최원주(2005). 중국 자동차 광고의 크리에이티브 전략: 잡지 광고의 내용분석. 『광고학연구』, 16(3), 7~32.
- 최은영(2007). 중국판시문제의 의미와 그 변용. 담론201, 10(2).
- 하중원, 양은경 (2002). 동아시아 텔레비전의 지역화와 한류. 『방송연구』, 통권 제16호, 방송위원회, 496~529.
- 한국광고방송공사 홈페이지. <http://www.kobaco.co.kr/>
- 황인석, 조은성 (2008). 한국 드라마 만족도의 중국내 한류 효과—한국 휴대폰 상품 구매의도에 미치는 영향을 중심으로. 『한국마케팅 저널』, 9-4, 245~270.
- 黃光國(1988) 中國式家族企業的現代化, 楊國樞曾任強主編, 中國人的管理觀 桂冠圖書公司(臺灣).
- Biltereyst, D. Meers, P. (2000). The International Telenovela Debate and Contra-flow Argument : A Reappraisal. Media Culture and Society, Vol. 22. No. 1, 393~413.
- Chung, Peichi (2007). Hollywood Domination of the Chinese Kung Fu Market. Inter-Asia Cultural Studies, 8(3), 414~424.
- Dai, Jinhua (2001). Behind Global Spectacle and National Image Making. Positions, 9(1), 161~186.
- de Kloet, Jeroen (2005). Authenticating Geographies and Temporalities: Representations of Chinese Rock in China. Visual Anthropology, 18,

- Fan, D. Y. (2002). The National Image of Global Brands. *Journal of Brand Management*, 9(3), 180~192.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Difference in Work-related Values*. Beverly Hills, California: Sage Publications.
- Hoskins, C., Mirus, R., & Rozeboom, W. (1989). US Television Programs in the International Market : Unfair Pricing?. *Journal of Communication*, Vol. 39(2), pp. 55~75.
- Lei, Guang (2005). Realpolitik Nationalism: International Sources of Chinese Nationalism. *Modern China*, 31(4), 487-514.
- Lu, Sheldon Hsiao-peng (1997). National Cinema, Cultural Critique, Transnational Capital: The Films of Zhang Yimou. in Lu, Sheldon Hsiao-peng(ed.), *Transnational Chinese Cinemas: Identity, Nationhood, Gender*, Honolulu: University of Hawaii Press, pp.105-136.
- Melewar, T. C., Meadows, M., Zheng, W., & Rickards, R. (2004). The Influence of Culture on Brand Building in the Chinese Market: A brief Insight. *Journal of Brand Management*, 11(6), 449~461.
- Pye, L. (1993). How China's Nationalism was Shanghaied? *The Australian Journal of Chinese Affairs*, 29, 107~133.
- Pye, Lucian W. (1993). How China's Nationalism was Shanghaied?. *The Australian Journal of Chinese Affairs*, 29, 107-133.
- Rifkin, J. (2001). *The Age of Access : The New Culture of Hypercapitalism*. Where all of life is a paid for experience, 이희재(역). 『소유의 종말』, 민음사.
- Taylor, E. B. (1871). *Primitive Culture*. London: John Murray.
- Yang, Guobin (2003). China's Zhiqing Generation: Nostalgia, Identity, and Cultural Resistance in the 1990s. *Modern China*, 29(3), 267-296.

[부록 1] 내용 분석 대상 중국 드라마 일람표

집계단위	시청률 순위	드라마	시청률
전국	2위	<주서구>	12.5%
	5위	<내 형제의 이름은 순유>	11.8%
	6위	<그 요원한 곳에서>	8.9%
	8위	<보위연안>	7.6%
베이징	4위	<잠복>	14.4%
	6위	<중국가정 제1부>	12.1%
	7위	<추녀모친>	11.7%
	8위	<작애 제2부>*	11.3%
	9위	<전쟁 뒤의 전쟁>	11.1%
	10위	<용자무적>*	10.9%
푸젠성	2위	<팔선전전-팔선과해>	15.7%
	3위	<소림사전2>	14.3%
	4위	<봉신방-무왕별주>	13.9%
	5위	<부우변운>	13.4%
	6위	<의천도룡기>*	12.5%
	7위	<환희래두진>*	12.0%
	8위	<마누라의 눈물>	11.9%
	9위	<괴재군사>	11.6%
	10위	<현령황마괘>	11.1%
푸젠성	2위	<팔선전전-팔선과해>	15.7%
	3위	<소림사전2>	14.3%
	4위	<봉신방-무왕별주>	13.9%
	5위	<부우변운>	13.4%
	6위	<의천도룡기>*	12.5%
	7위	<환희래두진>*	12.0%
	8위	<마누라의 눈물>	11.9%
	9위	<괴재군사>	11.6%
	10위	<현령황마괘>	11.1%
광둥성	1위	<소림사전2>	28.3%
	2위	<외래식본부지랑>*	27.9%
	3위	<진애락신>*	24.0%
	4위	<나는 한 포기 풀이다>	23.9%
	5위	<호산행>	23.1%

집계단위	시청률 순위	드라마	시청률
	6위	<운수>	22.7%
	7위	<군인영예>	22.6%
	8위	<안녕 아랑>	22.1%
	9위	<퇴포의 전기>	21.4%
	10위	<포청천-타룡포>	21.2%
장쑤성	2위	<설인귀>*	12.5%
	4위	<인환일장검>*	11.9%
	5위	<지하지상>*	11.8%
	7위	<마누라의 눈물>	10.8%
	8위	<인간정도시창상회기관>*	10.6%
	9위	<간난애정>*	10.2%
상하이	6위	<전쟁 뒤의 전쟁>	11.2%
	8위	<계모>	11.0%
	10위	<비친저매>*	10.4%

1. 주서구(走西口)



- 방송횟수 : 총 52회
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 역사, 전기
- 시청률 : 12.5%

· 주요수상 : 제11회 ‘다섯 개 대공정(五个一工程)’ 좋은 드라마상 수상, 2010년 화정(华鼎)상 ‘최우수 드라마’상 수상

* ‘다섯 개 대공정’은 중국공산당중앙선전부에서 매년 희극, 드라마(영화), 도서, 평론, 노래 5개의 부문에서 우수한 작품을 선정하여 시상하는 대회이다.

* 화정상은 중국 내 권위있는 미디어잡지인 <천하영재주간>에서 시행하는 중국예술연예인의 이미지와 만족도 조사결과를 바탕으로 우수한 작품과 연예인을 선정하여 시상하는 대회이다.
(출처 : 바이두 백과사전, <http://baike.baidu.com/view/52590.htm>)

○ 드라마 개요

드라마 <주서구>는 청나라 말 민국 초 시대를 조명하여 주서구를 통해 재산을 모은 한 가문의 3대를 그리고 있는데, 주서구로 역경과 고난을 통해 가문의 영화를 이

룬 할아버지 1세대와 물려받은 가문과 재산을 지키지 못한 어리석은 아버지 2세대, 그리고 혁명운동 과정에서 다시 억척스럽게 자신의 운명을 개척해나가는 아들 3세대를 그려내며 산서지방 사람들의 삶의 역사와 애환을 다룬 역사드라마이다.

2009년 CCTV1에서 방영된 <주서구>는 CCTV 7년을 통틀어 새해특집 드라마로 최고의 시청률을 기록하였다. 중국내 대스타인 두순(杜淳)이 남자주인공을 맡았고, 묘포(苗圃)가 여자주인공을 맡아 화제를 일으켰다.

‘주서구’는 중국근대사상 가장 주요한 3대 인구대이동 중 하나이다. 명나라중기부터 민국 첫해까지 400여 년의 기나긴 시간을 거쳐 무수히 많은 산서지방 사람들이 고향을 떠나 중원지방과 몽고초원의 경제와 문화를 소통하는 포문을 열었으며, 북부 지역의 번영과 발전을 대동하였다.

주서구는 민간에서 전해지는 바에 의하면 서구(西口)는 산서지방의 험난한 산중의 살호구(杀虎口)를 뜻하는데, 이 문을 통해 산서지방 상인들이 내몽고와 신장 지방 등을 오갈 수 있었다. 살호구의 흥망성쇠는 이시대 상인들의 발전과 흥망성쇠의 역사를 상징하는 역사적 의미를 지닌다. 산서지방에 토지가 척박하고 자연재해가 빈번하여 생존환경이 열악하기에 많은 사람들이 타지로 나가 생업을 모색하였다. 특히 청나라 광서황제 즉위 후 3년에서 5년까지 3년 간은 산서지방 대가뭍으로 굶어죽는 사람들이 속출하여 생존을 위해 목숨을 걸고 타지로 행상을 떠나는 인구 대이동이 시작되었다.

○ 드라마 등장인물

전청 : 남자 주인공

취취 : 전청의 약혼녀

숙진 : 전청의 어머니

전요조 : 전청의 아버지(법적)

서선생 : 전청의 아버지(실제)

양만투 : 전요조의 원수

양삼 : 양영의 아들, 취취의 남편

○ 드라마 상세내용

전가(田家)의 조상은 주서구(고향을 떠나 중원지방과 몽골의 경제 및 문화교류를 하는 것)를 통하여 돈을 많이 벌 수 있게 되었고 그후 고향에 돌아가서 사업을 시작하였다. 그러나 전요조(田耀祖) 대에 이르러서 가업은 돌보지 않고 심지어 도박에까지 빠지게 되었다. 어느날 전요조의 아들인 전청(田靑)의 돌잔치를 위해 거대한 축하연을 벌이는데, 전요조는 가산뿐만 아니라 자신의 처까지 건 도박내기에 지게 되면서 모든 것을 잃게 되었다. 전요조의 어머니가 이 사실을 알게 된 후 충격으로 세상을 뜨고, 전요조는 어쩔 수 없이 다시 주서구를 하게 되었다.

한편, 전요조의 부인 숙정(淑貞)은 과거 혁명당원 홍중회 회장 서 선생을 구해준 적이 있는데, 그의 도움으로 가까스로 집으로 돌아올 수 있었다. 숙정은 홀로 아들 천청(田靑)을 키우기 위해서 어쩔 수 없이 9살 어린 딸을 양가 집안에 민며느리로 팔았다.

그로부터 십 년 뒤 전청은 목장에서 양치는 일을 하게 되었는데 혁명운동에서 돌아온 서선생을 우연히 만나게 되었다. 서선생은 전청에게 학비를 대어 공부를 시키고 무술을 익히게 하였다. 뿐만 아니라 숙정과 전청 모자의 생활까지 도와줬다.

큰 가뭄이 닥쳐 전청은 제부 양만돈(梁滿囤)을 데리고 주서구에 가기로 결정한다. 그러나 길에서 토구를 만나 붙잡히게 되고 토구의 우두머리인 유일도(刈一刀)는 전청에게 토구의 삼인자 자리를 내주고 인질로 잡혀있던 두화(豆花)를 아내로 포상하겠다고 회유한다. 이는 이인자의 시기와 증오를 불러오게 되었다. 토구의 우두머리인 유일도(刈一刀)가 산에서 내려가 일을 벌이는 틈을 타 전청은 두화와 만돈 그리고 인질들을 데리고 탈출을 시도했다. 이인자는 전청을 음해하여 전청이 토굴에 불을 지르고 사람들을 죽였다고 거짓말을 하고 그후 유일도는 각골난망 복수를 위해 전청을 추격하게 된다. 전청 일당은 힘들게 탈출에 성공하였으나 인질 중 한명인 구사장이 전청을 토구 일당으로 오해하여 관가에 고발하여 전청은 사형을 선고받는다. 두화 역시 약혼자로부터 버림을 받고 쫓겨나 어려운 곤경에 처하게 된다. 그러나 구사장이 전청을 오해했다는 사실을 알게 되고 서선생의 도움을 받아 전청을 구해낸다. 구사장은 자신의 잘못을 보상하기 위해 자신의 신발가게로 전청을 데려와 가게를 보게 하고 두화는 주방일을, 만돈은 제자로 삼았다.

전청은 청명하고 모든 일을 열심히 하는 사람이기 때문에 구사장은 딸을 천청에게

시집을 보내고 싶다. 그러나 전청은 고향에서 약혼녀가 따로 있다는 사실을 알려줬다. 그러나 고향에 있는 약혼녀는 아버지의 원수한테 잡혀갔고 병에 걸린 부자집 아들한테 시집을 보내버렸다. 약혼녀 취취(翠翠)는 도망을 나와 천청을 찾으러 주서구로 향하였다. 그러나 천청을 만나서 자기가 겪었던 힘든 사정들을 이야기하지 않고 자기가 벌써 유부녀가 되었다는 사실만 알려줬다.

가게 주인의 딸은 사실을 알게 된 후 천청이 자기와 결혼해줄 수 있을 거라는 생각에 즐거웠다. 그런데 천청은 두화(豆花)와 여자와 결혼하기로 했고 가게 주인은 어쩔 수 없이 딸을 다른 사람한테 보냈다.

몇 년 지난 후 전청은 취취가 겪었던 고난을 다 알게 되었고 참지 못해 이 일을 벌인 사람, 즉 아버지의 원수를 찾아갔다. 하지만 이 일은 해결되지 못하고 더 큰 사건으로 번졌다. 아버지 원수의 아들 양삼은 전청한테 복수하기로 했다. 양삼은 전청과 취취를 간통죄로 신고하였다. 취취가 너무 놀라서 양삼을 죽이려고 했는데 실수로 자기의 남편을 죽이게 되었고 이 일로 관부 형사가 취취를 잡아갔다. 두화와 취취는 둘 다 전청을 사랑하기 때문에 서로의 마음이 이해하게 된다. 그렇기 때문에 두화가 탐감의 이유로 취취를 보러 감옥에 갔을 때 취취를 구하는데 자기는 범죄자를 탈출을 도와주었다는 이유로 잡히게 된다. 마을 사람들이 이 사정을 알게 되어 모두 사람들이 힘을 합쳐 만인상서를 썼고 이를 통하여 취취와 두화를 구출되고 양삼과 아버지는 많은 죄로 잡혀갔다. 이것은 끝이 아니라 그 뒤에도 공산당을 창립한 이야기도 나오게 된다.

2. 내 형제의 이름은 순유(我的兄弟叫顺溜)



- 방송횟수 : 총 26회
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 군대, 전쟁
- 시청률 : 11.8%

(출처 : 바이두 백과사전

<http://baike.baidu.com/view/1747268.htm>)

○ 드라마 개요

<내 형제의 이름은 순유>는 항일전쟁을 배경으로 하는 영화로 주소진 드라마작가는 독특한 시각으로 수많은 항일영웅 중 일개 평민출신의 보통 병사를 선택하여 새로운 전형을 만들어냈다. 어리숙한 병사 순유가 항일전쟁이라는 진정한 전쟁을 겪으며 자신의 뛰어난 사격실력으로 부대의 수많은 승리를 끌어냄과 동시에 자신도 전쟁 포화의 시련 속에서 성장해가는 과정을 그리고 있다.

순유와 그의 사령관 진대뢰(陈大雷)는 잔혹한 전쟁터에서 함께 적을 원망하고 분개하며 감동적인 형제애를 그려낸다. 그 둘 중 한명은 냉혹한 사냥꾼의 자식이나 뛰어난 사격술을 지녔고 또 하나는 오랜 시간 전쟁터에서 여러 차례 전공을 세운 영웅이나 사랑을 운명이라 여기고 의리를 중요하게 여기는 자이다. 서로 다른 그 둘은 조국에 대한 진실된 마음은 하나로, 항일전선에서 조국을 위하여 뜨거운 목숨을 바치기를 각오하며 승리가를 부른다. 이 둘의 이야기는 기백이 넘치면서도 슬픈 감동을 전달해 오래도록 기억될 전우애 드라마이다.

○ 드라마 등장인물

순유; 진이뇌(顺溜; 陈二雷) : 신사군 신사수.

진대뇌(陈大雷) : 신사군 제 6구 사령

순유 누나(顺溜姐姐) : 순유의 친 누나.

이환(李欢) : 국민당 국군 55사 사장

판천 (坂田) : 일본 군사

○ 드라마 상세내용

1943년 신사군(新四军), 일본침략군(日本侵略军), 국민당군대(国民党军队) 황협군(皇协军)은 강철(江浙)에서 전쟁을 했다. 신사군의 제6구 사령 진대뇌(陈大雷)가 이번 전쟁의 총지휘관으로 임명됐다. 그러나 취임한 첫날 습격을 당했다.

하나는 적이 이름만 들어도 무서운 신사군 사령, 하나는 깊은 산속에서 살고 있는 신사수, 둘은 총알 하나 때문에 의형제가 되었다. 신사수 순유(顺溜)의 뛰어난 총법은 진대뇌에게 신임을 얻었다. 그러나 순유가 임무를 수행하러 갔을 때 운명은 이와 같이 바꿨다.

진대뇌가 순유는 사냥꾼이 승냥이 젖으로 키운 아이라는 것을 알게 되었다. 순유의 불쌍한 신세를 알고 진대뇌가 순유보고 의형제를 하자고 했다. 순유도 그때부터 이름은 진이뇌(陈二雷)로 바꿨다. 진이뇌도 진대뇌를 실망시키지 않기 위해 혁혁한 공적을 세우며 전설 속의 전투영웅이 되었다.

진이뇌(陈二雷)는 어느 날 일본군과 전투에서 임무수행을 위해 자기의 친 누나가 강간을 당하고 자살하는 장면을 보고는 큰 충격을 받는다. 그 후 일본인한테 복수하는 것은 진이뇌의 삶의 목표로 되었다. 이 때 일본천황은 투항한다고 선포하였다. 국민당은 당연히 일본인의 항복을 받아들였다. 그러나 진이뇌는 남몰래 항구로 가고 있었다. 진대뇌가 이걸 보고 미행하고 말았다. 하지만 국민당 군대가 진이뇌를 발견했기 때문에 총을 쏘기 시작하였다. 그런데 순유가 누나를 강간한 그 일본인 괴한(鬼子)한테 총을 쏘는데 실패하였다. 순유도 국민당한테 살해당했다.

3. 그 요원한 곳에서(在那遥远的地方)



- 방송횟수 : 총 29회
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 군대, 전쟁
- 주요수상 : 제4회 CCTV 군영회 드라마 최우수상 수상
- 시청률 : 8.9%

(출처 : 바이두 백과사전, <http://baike.baidu.com/view/37818.htm#1>)

○ 드라마 개요

<그 요원한 곳에서>는 국경군 군인을 묘사한 드라마로 쿤룬산(신장자치구)의 설원과 중소(중국소련)전쟁이 배경이다. 과거를 거슬러 올라가는 방식으로 진행되는 이 드라마는 70년대 초반으로 돌아가 네 명의 젊은 청년들이 같이 자원입대하면서 시작된다. 이유빈이 맡은 역 위철은 전국 변방부대를 지휘하는 사령관으로 성격은 솔직하고 강직함을 갖고 있다. 송문비와 안도는 위철의 두 딸 역을 맡아 서로 완전히 다른 캐릭터를 표현해낸다. 이 드라마는 중국 건국 60주년 기념작품으로 저명한 중견연기자 이유빈, 젊은 배우 심효해, 안도가 합류하였다. 동명의 노래 <그 요원한 곳

에서>는 서부지역 출신 왕락병(王洛宾)이 1939년 만든 곡으로 지금까지 광범위하게 불려지는 대중적인 가곡으로 드라마 주제곡이기도 하다.

○ 드라마 등장인물

위철(韦铁) : 쿤룬구 사령

원웅(袁鹰) : 위철의 친 딸.

여강(吕强) : 원웅의 친한 친구.

정호천(丁浩天) : 원웅의 친한 친구.

계홍운(桂红云) : 쿤룬구 병원 과주임, 원웅의 친 어머니

원유생(袁有生) : 원웅의 호적상 아버지

○ 드라마 상세 내용

70년대초 쿤룬(昆仑) 군사지역에선 교내 병력을 모집한다. 원웅(袁鹰), 정호천(丁浩天), 여강(吕强), 방양(方扬) 네 친구는 자원 신청하였다. 원웅의 부모인 원유생(袁有生)과 취련(翠莲)은 모두 원웅이 입대하는 것을 반대했음에도 불구하고 원웅은 혼자서 차를 타고 입대 행렬을 쫓아가 위철(韦铁)을 찾게 된다.

과거 위철과 원유생은 국경 수비군으로 같이 지냈는데, 어느 날 국경을 넘은 적과 전투를 하던 중 원유생은 위철을 구하기 위해 엄호하다 심하게 다쳐서 불임이 되었다. 그래서 위철은 태어난 지 며칠 안된 딸을 고향으로 돌아간 원유생한테 맡기고 평생 자신의 딸을 보지 않겠다고 맹세하였다.

그로부터 18년 후 위철은 쿤룬구 사령이 되었고 애인 계홍운(桂红云)은 병원의 과주임이 되었고 딸 서결(韦洁)도 병원에서 간호사로 일하고 있었다. 그러던 어느 날 원웅(袁鹰)이 병원으로 방문하였다. 위철은 너무 기쁘고 놀래지만 자기가 원웅의 친 아버지라는 말을 감히 하지 못하였다. 그리고 계홍운한테도 비밀로 지켰다. 그러나 계홍운은 위철 몰래 딸을 찾고 있다는 사실을 속이고 있었다.

4. 보위연안(保卫延安)



- 방송횟수 : 총 28회
 - 방송시기 : 2009년
 - 드라마장르 : 전쟁
 - 주요수상 : 제4회CCTV '군영회' 2009년도 최우수 드라마상 수상
 - 시청률 : 7.6%
- (출처 : 바이두 백과사전,

[http://baike.baidu.com/view/](http://baike.baidu.com/view/772212.htm#5)

[772212.htm#5,http://news.cnwest.com/content/2009-07/03/content_2192211.htm](http://news.cnwest.com/content/2009-07/03/content_2192211.htm))

○ 드라마 개요

보위연안은 같은 이름의 장편소설을 개작한 것으로 CCTV 문화예술영상부 작품작이다. 총28회의 해방전쟁주제의 대형드라마로 중국인민공화국 성립60주년과 팡덕회(彭德怀)탄생110주년 기념 그리고 연안전쟁 승리60주년을 기념하여 제작되었다. 당국강(唐国强), 경락(耿乐), 번우진(潘雨辰), 요거덕(姚居德)이 주연을 맡아 CCTV1에서 처음 방송되었고 제4회CCTV 드라마 '군영회'프로 2009년도 최우수드라마상을 수상하였다. <보위연안>은 인민전쟁의 역사를 마치 한 화폭에 그림을 그리듯 장대하면서도 아름다운 화면으로 묘사되었으며 모택동, 주덕, 팡덕회 등 혁명 제1세대를 등장인물로 내세워 당중앙의 복잡한 정치구도 내에서 장막에 가려진 지혜와 기지를 발휘하는가 그리고 주대용(周大勇), 왕성덕(王成德), 사방령 등의 인물들을 등장시켜 군사들의 용맹함과 투쟁정신, 그리고 인민의 당에 대한 진심어린 지지를 그려냈다. 그래서 <보위연안>은 중국 내 제일의 해방전쟁영웅 드라마이며 또한 중국인민해방전쟁의 주요한 한 작품으로 일컬어지고 있다.

○ 드라마 등장인물

모택동(毛泽东) : 공산당 당주석

주대용(周大勇) : 주인공인데 실제 존재한 사람이 아님

팽덕회(彭德怀) : 공산당 군사(軍師)

주은래(周恩来) : 공산당의 주요 군사

장개석(蒋介石) : 국민당 당주석

송미령(宋美齡) : 장개석의 아내

○ 드라마 상세내용

이 드라마의 내용은 공산당과 국민당 즉 모택동과 장개석 간의 권력 투쟁과 전쟁을 중심으로 두고 있다. 공산당은 전쟁이 이길 수 있는 결정적인 이유는 바로 공산당 자체, 그리고 모주석(毛主席; 모택동)이 전쟁 상황을 전체적으로 정확히 파악하고 뛰어난 결단력과 실행력을 갖고 있기 때문이라고 전달한다. 뿐만 아니라 팽덕회(彭德怀)가 정확한 부서 및 지휘, 그리고 수 많은 장관부터 병사까지 공산당 및 국가를 위하여 목숨을 걸고 맹세하게 하는 혁명영웅주의도 승리를 이끄는 주요한 이유 중의 하나였다.

남자 주인공 주대용(周大勇)은 애국적인 영웅적 성격이 뚜렷하게 묘사되는데 이는 공산당, 지휘자, 국민에 대한 무한한 충성과 위대하고 헌신적인 정신의 소유자이다. 당이 연안(延安)을 철수한다는 소식을 듣고 산시북부(陕北) 지역의 국민들이 질퍽하게 흘린 피바다에서 누워 있는 모습을 보면서 가슴이 너무 아프다. 주대용이 갖고 있는 혁명적인 영웅주의는 드라마 속에서 흔히 찾을 수 있다. 드디어 국민당이 실패했고 위대한 공산당이 최종적인 승리를 얻었다. 이러한 위대한 승리는 수많은 국민, 군인들의 희생을 통하여 얻게 된 소중한 결과로 묘사되고 있다.

5. 잠복(潛伏)

- 방송횟수 : 총 30회
- 방송시기 : 2008년
- 드라마장르 : 역사(스파이)
- 주요수상 : 제27회 비천상 장편드라마 최우수상, 우수 각본상, 우수 남우주연상(손홍뢰, 孙红雷)



15회 상해TV 백옥란상(白玉兰奖) 드라마 최우수상, 최우수 각본상, 남우주연상(손홍뢰, 孙红雷)

2010년 제25회 중국TV금응상 관객이 가장 좋아하는 여배 수상(요진, 姚晨)

2010년 드라마 화정상 최우수 여우주연상(요진, 姚晨)

· 시청률 : 14.4%(북경)

(출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/544315.htm>,

시청률기사 북경TV 발표 2009-4-17 참고 url :

<http://www.xici.net/d88712417.htm>)

* ‘비천상’은 원명은 전국우수드라마상으로 중국광고영화드라마부 주최인 방송계에선 가장 권위있는 ‘정부상(政府獎)’으로 드라마사상예술(思想藝術)의 성과에 대한 1차 검열과 평가를 주요하게 다룬다.

* ‘금응상’은 중국문학예술계연합회와 중국TV예술가협회 주최의 전국TV예술종합대상으로 중국 내 유일한 시청자의 투표로 수상자를 선정하는 방송대상이다.

* ‘백옥란상’ 심사위원단의 심사평 :

“ <잠복> 드라마는 전국적으로 큰 영향을 준 드라마이자 광범위한 시청자들의 사랑을 받은 연속극이다. 뛰어난 화면전개와 선명한 인물 표현이 잘 결합되어 유사한 주제의 드라마 장르에 새로운 기준을 만들어 냈다. 투표과정에서 심사위원 전원이 <잠복> 드라마를 칭찬을 아끼지 않았다.”

남방도시일보(南方都市報) http://epaper.oeeee.com/A/html/2009-06/13/content_818735.htm

○ 드라마 개요

1945년 국민당에서 일하던 여극성(余则成, 손홍뢰 분)은 자기 이익만 챙기는 국민당의 정치활동에 실망하고 공산당의 권유를 받아들여 공산당을 위한 특수임무의 첩보원이 된다. 신분을 숨기기 위해 유격대장 취병(翠屏, 요진 분)과 가짜 부부행세를 하게 된다. 서로 다른 두 사람이 같이 생활하면서 티격태격 싸우는 장면들은 많은 웃음을 선사하는데, 임무수행 중 여극성의 옛 여자친구 좌란이 목숨을 잃는 사건을 보게 된 취병은 지하운동의 참혹함을 깨달음과 동시에 첩보활동을 이해하게 되었고 두 사람은 서로 암묵적인 동지애를 느끼게 된다. <잠복>은 2009년 가장 화제가 된 드라마로 제27회 비천상 장편드라마 최우수상, 우수 각본상, 우수 남우주연상(손홍뢰,

孙红雷)을 수상하였고, 2010년 드라마 화정상 최우수 여우주연상을 수상하는 등 평론가 뿐만 아니라 시청자들에게 호평과 사랑을 받은 작품이다.

○ 드라마 등장인물

여측성(余则成, 손홍뢰 분) : 국민당군통총부정보처에서 일했는데 공산당을 가입했음; 진도화의 남편

취병(翠屏, 요진 분) : 여측성의 아내

좌란(左蓝) : 여측성의 여자친구였고 공산당을 위하여 특무원으로 일함.

마귀(马奎) : 특무참에 권력투쟁을 벌어진 세력 중에 하나.

○ 드라마 상세내용

1945년초 국민당군통총부정보처(国民党军统总部情报处)에서 일하는 여측성(余则成)이 중요임무를 맡게 되었다. 그는 여종방(吕宗方)과 함께 남경에 있는 왕위국민정부(汪伪国民政府)를 잠입하여 국민당을 배신한 이해봉을 암살하라는 것이다. 이에 작전을 수행하기 위해 남경에 도착하자마자 여종방이 총에 맞아 죽게 된다. 여측성이 어쩔 수 없이 혼자서 임무를 수행하였고 이로 인해 군통에게 표창과 격려를 받았다. 이때 공산당 특사가 갑자기 여측성에게 여종방의 정체는 공산당 지하당원이며 여측성이 사랑하는 여자친구인 좌란(左蓝)도 공산당 당원이라는 것을 알려준다. 이어 공산당은 여측성이 국민당을 떠나 공산당에 가입하기 바란다고 전한다. 바로 이때 국민당의 장관들이 자기의 이익을 챙기기 위해 일본한테 신사군의 정보를 팔았다는 사실을 알게 되고 크게 실망한 여측성은 공산당에 가입하기로 한다.

당조직은 여측성에게 잠복명령을 내리고 코드명을 ‘아미산’심해’를 붙여 주었다. 여측성은 천진특수임무국의 국장부인을 데려오라는 임무를 내리고 화통하고 직설적인 여자 유격대장인 취병(翠屏)과 함께 가짜부부 행세를 하게 한다. 서로 다른 두 사람이 생활하며 티격태격 다투는 장면들이 많은 웃음을 제공한다.

1946년 1월 여측성은 공산당 총부에서 보낸 구원군 중에 여측성의 여자친구였던 좌란(左蓝)이 있는 것을 발견한다. 특무부에서 치열한 암투를 벌여졌고, 여측성과 좌란 두 사람은 협력하여 여측성이 천진(天津站)의 부참장이 될 수 있었다.

6. 중국가정 제1부(中国家庭 第一部)



- 방송횟수 : 총 30회 (총10부 300회 기획)
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 가족드라마
- 시청률 : 12.1%(북경)

(출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/2016717.html>,

시청률기사 북경TV발표 2009-11-24

<http://media.people.com.cn/GB/10430257.html>)

○ 드라마 개요

드라마 <중국가정 제1부>은 결혼이라는 주제를 일반인에게 초점을 맞춰 세밀한 감정표현과 가족 내 교차하는 여러 갈등과 모순을 보여준다. 동시에 사랑과 이기심, 욕망이 충돌하는 와중에 드러나는 새로운 시대의 새로운 갈망을 주제로 하고 있다. 두순(杜淳)、요천익(姚芊羽)이 중국가정의 문제 부부로 출연하고、소병(邵兵)、장개려(张凯丽)、유리리(刘莉莉) 등 최고 연기자들이 주요역할을 맡아 열연했다.

<중국가정>은 총 10부 300회를 기획, 촬영할 계획이며 역대(한화 170억 원 이상)가 넘어가는 제작비를 투자하여 중국가정윤리드라마의 항공모함이 되겠다는 포부를 밝혔다.

○ 드라마 등장인물

엄천(严川) : 엄씨재단 CEO, 미가의 남편.

미가(米佳) : 유치원 선생이었는데 엄천과 결혼한 뒤 복잡한 생활의 시작.

류해도(刘海涛) : 고아원에서 성장. 착하고 진취심이 강함.

조채하(赵彩霞) : 미가와 미강의 어머니. 청소일을 함.

추사(秋莎) : 엄천의 어머니. 미가의 어머니와 사이 안 좋음.

미강(米强) : 미가의 동생. 좋아하는 여자 따로 있지만 모모와 결혼했다.

모모(毛毛) : 어렸을 때부터 미강을 좋아했다

○ 드라마 상세내용

설날에 엄가는 엄천(严川)과 미가(米佳), 이 젊은 부부의 싸움으로 행복한 분위기 대신 비장감이 흐른다. 시어머니는 평소에도 가난한 미가가 부자집 아들인 엄천을 만나 신데렐라가 되었다고 무시하였고, 미가가 불임이라 아이를 낳지 못한다고 갖은 구박으로 괴롭혀왔다. 하루는 이를 참지 못한 미가가 이혼을 요구하며 집을 뛰쳐나 오고 시어머니는 아들인 엄천에게 근본이 천하고 예의도 모르는 가난한 여자와 왜 결혼했냐고 야단을 친다. 미가는 울면서 친정으로 돌아갔고 미가 어머니는 분한 마음으로 엄가를 찾아간다. 미가의 친정어머니와 시어머니는 심하게 싸워서 결국 두 부부는 이혼에 이르게 되었다.

며칠 뒤에 미강(米强)의 여자친구 모모(毛毛)가 갑자기 미강의 집으로 찾아와 임신 사실을 알리고 만약 자신과 결혼을 못해준다면 미강의 집에서 자살하겠다고 협박한다. 미강의 어머니는 너무 놀래 둘의 결혼을 빨리 서두르라고 했다. 바로 그날로 미강과 모모는 혼인신고를 하러 갔고 공교롭게도 같은 날 미가와 엄천은 이혼서류를 내게 된다. 그러나 몇 달이 지나고 나서 모모가 임신하지 않은 사실이 밝혀졌고, 미가가 임신했다는 사실도 함께 알려졌다.

미가는 다시 엄가를 찾아 갔는데 시어머니는 엄천에게 알려주지 않고 단지 결혼서류에다가 사인하라고 했다. 상처를 받은 미가는 다시 집으로 돌아왔고 미가는 혼자서 딸아이를 낳는다. 그러나 미강은 돈많은 제부를 잃고 싶지 않은 욕심 때문에 미가가 낳은 딸을 자기와 다른 여자 사이에서 태어난 남자아이로 바꿔버린다.

5년 뒤, 그러던 어느날 어떤 낯선 여자가 미가를 찾아와 미가의 아들이 사실은 자신의 아들이라고 전후사정을 밝혔다. 미가는 너무 화가 나 동생의 뺨을 때렸고 이 사실을 안 모모는 이혼을 요구한다.

7. 추녀모친(我的丑娘)

- 방송횟수 : 총 26회
- 방송시기 : 2007년
- 드라마장르 : 가족드라마
- 주요수상 : 강소성 ‘다섯개의 공정’상 수상
- 시청률 : 11.7%(북경)



(출처 : 바이두 백과사전,
<http://baike.baidu.com/view/1230010.htm>)

○ 드라마 개요

도시로 일하러 간王大춘(王大春)은 잘생긴 외모의 소유자로 아버지는 일찍이 돌아가시고 어머니가 평생 과부로 수절하며王大춘을 홀로 키웠다.王大춘은 아버지를 닮아 잘 생겼지만 어머니는 너무 못생긴 외모라 다른 사람이 자신의 어머니를 알아볼까 늘 두려워했다.

王大춘이 일하던 시절 술집에서 아르바이트하던 조소옥(赵小姐)이라는 이름다운 여자를 알게 되어 서로 사랑하게 되었다. 그러나王大춘은 어머니의 일로 여러 번 여자친구에게 버림을 받은 경험도 있고 허영심도 발동하여 여자친구에게 자신은 부모가 모두 돌아가셨다고 말한다

드라마 <추녀모친>은 추함과 아름다움, 가난과 부유, 허영과 진실의 두드러진 대비를 통해 희극(戏剧)의 매력을 드러내고 인간과 인간 사이에 없어서는 안되는 진실 되고 정감을 반영한다. 한 걸음 더 나아가 화목하고 조화로운 사회라는 주제를 시청자에게 던지고 있다.

○ 드라마 등장인물

王大춘(王大春) : 잘 생긴 젊은 남성. 어머니가 못생겨서 남한테 자기 부모가 없다고 함.

조소옥(赵小姐) :王大춘의 아내.

추녀(丑娘) : 아주 못 생긴王大춘의 어머니

○ 드라마 상세내용

시골에서 자랐던王大춘(王大春)은 아주 잘 생겼으며 아버지는 아주 젊었을 때 돌아가셨고 어머니 혼자 아들을 키웠다.王大춘이 아버지와 닮아서 아주 멋있지만 어머니는 아주 못 생겼고, 남이 자신에게 못 생긴 어머니가 있다는 것을 알려주기 싫어

서 항상 이걸 비밀로 한다.

왕대춘이 아르바이트 했을 때 아름다운 외모의 조소옥(趙小旭)을 만나 첫 눈에 반한다. 부모 없이 자란 조소옥은 남친의 집안과 가족들의 외모에 관심을 많이 보이는데, 왕대춘은 옛날부터 못생긴 어머니 때문에 여자친구한테 버림을 당한 경험이 몇몇 있어서 이번에는 끝까지 조소옥한테 알려주지 않겠다고 명심한다. 그래서 자신도 부모님 모두 돌아가셨다고 거짓말을 한다.

둘은 결혼을 약속하고 왕대춘은 편지로 어머니한테 알린다. 어머니는 고향에 있는 집을 팔아 돈을 갖고 왕대춘을 찾아가고, 왕대춘은 조소옥이 자기의 어머니가 못 생겼다는 사실을 알까 봐 끝까지 어머니가 예식장에 들어가지 못하게 했다. 어머니는 이 사실을 알고선 너무 슬퍼하며 눈물을 흘렸다.

훗날 조소옥이 임신을 했는데 어머니는 기쁘면서도 손자가 자기와 같이 못생기면 어떡하나라는 걱정도 한다. 왕대춘이 역시 같은 걱정을 하고 있다. 어머니는 아들을 도와주기 위해 자신이 시어머니라는 사실을 숨기고 손자를 돌봐주었다.

어머니는 피로가 쌓여 병에 걸렸고 왕대춘은 어머니한테 너무 미안해서 조소옥한테 사실을 알려줬다. 조소옥은 시어머니인줄 모르고 항상 고생을 시켜 너무 미안하다며 울면서 어머니한테 어머니는 세상에서 가장 예쁜 어머니라고 말했다. 이때 어머니는 단지 웃으면서 잠들었다.

8. 전쟁 뒤의 전쟁(战后之战)



- 방송횟수 : 총 40회
- 방송시기 : 2008년
- 드라마장르 : 전쟁
- 시청률 : 11.1%(북경)

(출처 : 바이두 백과사전,

[http://baike.baidu.com/](http://baike.baidu.com/view/1780619.htm)

[view/1780619.htm](http://baike.baidu.com/view/1780619.htm), 2009년 드라마

제4분기 최고시청률10대 드라마,

http://news.dayoo.com/ent/201001/20/53922_11821012.htm)

○ 드라마 개요

<전쟁 뒤의 전쟁>은 미국 할리우드의 로드무비 특징을 참고하여 만든 국내 드라마이다. 특수임무조는 전범 석암(石岩)부인을 일본에서 남경으로 압송하라는 명을 받게 된다. 신분을 알아보기 힘든 추격자들 때문에 특수임무계획은 번번이 바뀌게 되는데 사람과 말이 얽혀 어지러운 상황에서 목표물인 석암부인을 가리키게 되는데 그들의 목적은 지키는 자와 데려가려는 자로 확연히 상반된 구도를 그린다. 압송, 구출, 암살, 의혹, 증오가 켜켜이 쌓여있고 긴장, 경악, 의심, 대항이라는 격렬한 분위기가 시청자들에게 미국 블록버스터 <본 아이덴티티>를 보는 것과 같은 느낌을 받게 한다.

<전쟁 뒤의 전쟁>은 일본 731부대의 죄악을 낱알이 고발하며, 역사적 사실과 허구, 로드무비, 액션 모두를 아우르는 전쟁드라마 형식을 보여주며 변화무쌍한 스토리에 감동적인 화면, 역사의 중후함까지 덧붙여 드라마의 완성도를 높였다.

○ 드라마 등장인물

마운비(马云飞) : 국경특수임무 팀장

맹범빈(孟凡彬) : 국경특수임무 부팀장

○ 드라마 상세내용

1946년 국민당 상위 군사 마운비(马云飞)가 국경 특수 임무팀 팀장의 임무를 받아 기타 4명 병사와 함께 남경대도살의 살인범을 남경까지 데려가려고 한다. 동경부터 대련까지, 천진부터 무한까지, 원호부터 상해에 가는 길에 이들은 일본군과 중국군 사위원회의 한간 관원을 우연히 만났다. 이들은 모든 방법을 동원하여 드디어 무사히 범인을 남경까지 데려갔고 심판을 받았다.

그 동시에 당시 300명 넘는 부하를 배신하고 731세균부대한테 부하를 넘기는 놀라운 사실도 함께 밝혀졌다. 임무 수행을 마친 마운비는 범인의 부하가 범인을 탈옥시키려고 한다는 소식을 듣고, 다시 위험을 무릅쓰고 이를 저지하려 하고, 마운비를 지켜보고 있던 장관들은 마운비가 하는 행동을 보고 감동한다. 결국 마운비는 다시 범인을 잡았고 무사히 고향으로 돌아갈 수가 있었다.

마운비는 국민당정부 국방부 경비단 참모이자 특수군무팀 팀장인데 실제 신분은

중국 공산당 당원이다. 맹범빈(孟凡彬)은 특수근무팀 부팀장이었다. 처음에 둘이서 같이 임무 수행을 했을 때 아주 가깝게 지냈다. 그러나 마운비의 신분이 밝혀지는 바람에 맹범빈은 위에서 내린 명령을 따를 수밖에 없었다. 그래서 항상 마운비를 감시하고 있다.

9. 팔선전전—팔선과해(八仙全传之八仙过海)



- 방송횟수 : 총 29회
 - 방송시기 : 2009년
 - 드라마장르 : 판타지
 - 시청률 : 15.7(푸젠)
- (출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/2219668.htm>)

○ 드라마 개요

당나라 말에 동해 쪽에서 병이 퍼져 백성들이 도탄에 빠진다. 백성들을 구하기 위해 한중이와 철괴이가 동해의 동변에 있는 약도에 약을 구하러 간다. 하지만 이 두 신선들과 사이가 좋지 않은 망용태자가 둘을 방해했고 둘은 망용태자를 죽인다. 동해용왕이 아들인 망용태자의 죽임을 천궁에 알린다. 옥황상제의 판결에 불만을 품은 동해용왕이 동해를 봉쇄했고 인간이든 신이든 다 동해의 동변에 있는 약도에 가지 못했다. 관세음은 팔선들이 빠짐없이 모이면 안전하게 동해를 지나갈 수 있게 하겠다고 약속하여 옥황상제는 한중이와 철괴이를 다른 육선들을 찾기 위해 인간세상으로 내려가라고 파견한다. 결국 팔선들이 힘을 합쳤고 동해를 건너가고 약을 구해서 백성을 살려준다.

○ 드라마 등장인물

한상자 : 과거에 신선. 팔선 중의 하나. 주인공

염채공주 : 동해 용굴에 용녀

하소운 : 한상자의 소꿉친구

백모란 : 천년 꽃 요정

화룡 : 주인공의 적

10. 소림사전2—13명 스님이 당나라왕을 구함(少林寺传奇二: 十三棍僧救唐王)



- 방송횟수 : 총 50회
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 판타지
- 시청률 : 14.3%(푸젠)

(출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/673618.htm>)

○ 드라마 개요

<소림사전2—십삼 몽둥이스님이 당왕을 구함>은 중국 대륙, 홍콩, 대만의 제작진이 모여 중국 제일 우수한 무술단체로 액션 장면을 찍은 드라마이다. 그리고 대만에 유명한 각본가 유기도 요청하였다. 드라마 중에서 십삼 명 스님들이 출신도 다르고 운명도 다르지만 그들이 다다른 목적지는 같다. 플롯은 매우 생동적이다. 드라마는 최신 장비로 찍어 액션 장면이 생생하게 전달된다.

○ 드라마 등장인물

담종 : 소림사 무술교관. 남자 주인공

왕세충 : 수나라의 대위. 음험하고 악랄하다.

이세민 : 당나라 황제 이연의 아들. 군대를 통솔했고 역적 왕세충을 공격해서 이긴다.

왕옥봉 : 왕세충의 딸. 예쁘지만 성격이 교활하고 포악하다. 장천보를 좋아한다.

장천보 : 수양제 장행의 장자. 잘생기다. 담종의 제자가 됐고 무예를 배운다.

왕인칙 : 왕세충의 조카. 성격인든 수단이든 다 왕세충과 닮다. 마음씨가 악독하다

○ 드라마 상세내용

<소림사전2—13명 스님이 당나라왕을 구함>은 수나라말년 천하대란의 시기로 각 제후들이 스스로 왕이라 칭하며 전쟁이 끊이지 않고 백성들의 삶은 피폐해져 가기만 한다. 낙양의 태위 왕세충(王世充)은 야심이 커 군주의 지위를 빼앗을 기회를 노리다 어린 군주인 양동을 위협하여 정적들을 모두 죽여버린다. 담종을 따르는 이들은 절을 보호하고 백성들을 구하기 위해 노한기(罗汉奇)곤봉부대를 만들어 목숨을 걸고 낙양성 진영에 뛰어들어 이세민(李世民)을 구한다. 담종은 부하들에게 소림사의 무술을 발휘하여 적을 무찌르라고 임무를 부여하는데...

11. 봉신방—무왕벌주(封神榜之武王伐纣)



- 방송횃수 : 총 54회
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 역사
- 시청률 : 13.9%(푸젠)

(출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/2153542.htm>)

○ 드라마 개요

<봉신방—무왕벌주>는 중국고전명서인 <봉신신의>을 개편하여 만든 TV드라마인 <봉신방>의 제2부 편이다. 2007년에 새로운 판본의 <봉신방—봉명치산>을 찍은 후, 이번에는 중국대륙과 홍콩, 대만의 인기 배우들이 모여서 그의 하편—<봉신방—무왕벌주>를 찍었다. 이 드라마는 산시성에서 배경으로 하고 있다. 상편에서 범빙빙이 ‘쌍면 달기’를 출연했는데 하편에서 항상 착한 배역을 맡은 립심여가 예쁘고 요염한 달기 역할로 출연한다. 황덕유가 주무왕을 출연했고 여량위가 폭군 주왕을 출연했고 정정이 문수보살의 제자 금타로 출연했다.

○ 드라마 등장인물

주무왕 : 황제, 남자 주인공

달기 : 여자 주인공, 요정 황후

금타 : 문수보살의 제자

신공표 : 남자 주인공의 적편 요술 도사

자어 : 주무왕과 서로 사랑하는 사이인 여자

○ 드라마 상세내용

<봉신방> 하편의 주요 이야기 구조는 주무왕이 주왕을 토벌해서 주왕이 졌고 달기가 단두대에 올라간다. 주왕이 조가(朝歌)에서 주무왕의 군대한테 포위 당했고 (삼요정—천년 여우요정, 옥석비파요정, 구두 병아리요정)이 목숨을 걸고 싸운다. 결국 주왕과 주무왕이 담판을 짓기 위해 만났고, 천하를 균등하게 나누고 싶은데 담판이 나지 않는다. 결국 양군이 목야에서 격렬하게 결전한다

12. 부우번운(覆雨翻云)



· 방송횃수 : 총 40회

· 방송시기 : 2006년

· 드라마장르 : 판타지

· 시청률 : 13.4%(푸젠)

(출처 : 바이두 백과사전, <http://baike.baidu.com/view/44645.htm>)

○ 드라마 개요

<부우번운>은 사자성이면서 많은 부문의 예술작품을 칭하는 이름이기도 하다. 그 중 명나라초기를 배경으로 몽고제국이 철저히 붕괴되는 과정과 주원장이 천하를 통일하는 내용이 자세히 묘사한 무협소설로 절세명검인 부우검(覆雨劍)과 절세명도인 번운도(翻云刀)를 지닌 두 남자의 무공 대결을 그린 <부우번운>은 홍콩TV광고유

한공사(TVB)에서 제작한 드라마 연속극이다.

○ 드라마 등장인물

풍행렬(风行烈) : 몽골제국의 황족 후예, 무예를 연마하는 천재

진몽요(秦梦瑶) : 고아, 언경절한테 수양된다. 언경암의 제일 우수한 제자

한백(韩柏) : 연왕부 총관의 양자, 사실상 명나라 대신 허약무의 아들, 부자가 흠어져서 연왕부 총관한테 수양된다.

근빙운(靳冰云) : 언경암의 제자, 정의와 사악함 간의 싸움을 방지하기 위해 방반(庞斑) 옆으로 보내지게 된다. 늘 함께 지내서 방반을 좋아하게 되고 방반이 마공 연습하는 것을 도와준다.

허야월(虚夜月) : 고아, 허약무한테 수양된다. 성격이 활발하고 똑똑하다.

랑번운(浪翻云) : 중원의 제일 고수로 주원장에게는 눈에 가시인 존재

○ 드라마 상세내용

명나라 때 사회는 안정적이다. 풍행렬(风行烈)은 몽골 황족 후예로 기억을 잃어 나라와 집안의 원수를 존재를 알지 못한다. 성격이 자유분방하고 사랑을 추구하는 그는 근빙운(靳冰云)에게 잘 보이기 위해 부운검(覆雨剑)을 도둑질하고 싶었다.

한편 한백(韩柏)은 연왕부의 시동으로 무공을 잘 모른다. 어느날 우연히 부운검(覆雨剑)을 갖게 되지만 풍행렬이 한백의 부운검을 훔쳐 달아났고, 한백은 보검을 되찾고 싶어했다.

한백은 무공 고수 적존신을 만나 그의 무공을 익혀 무공의 고수가 된다. 한편 풍행렬이 근빙운한테 배신당하고 무공능력도 다 잃은 뒤, 방반(庞斑)한테 죽임을 당하려는 순간에 한백이 풍행렬을 구해낸다.

방반은 마공을 연습하면서 몰래 국가 재건을 모의한다. 그는 풍행렬한테 몽골족의 참상을 알려줬고, 풍행렬은 몽고후예로서 나라의 미래를 위해 명나라를 개혁해야 한다고 생각한다.

풍행렬은 나라를 재건하기 위해선 한백을 이겨야 된다는 것을 알지만 번운도(翻云刀)를 가지고 있는 한백은 무공이 강하다. 그 때 방반이 풍행렬한테 부운검은 ‘왕의 검’이기에 검 자체에서 뛰어난 무공이 잠재되어 있다는 비밀을 알려준다. 결국 풍행

렬의 부우검과 한백의 번운도가 만나 결전을 벌인다.

13. 마누라의 눈물(媳妇的眼泪)



- 방송횟수 : 총 46회
- 방송시기 : 2007년
- 드라마장르 : 멜로드라마
- 시청률 : 11.9%(푸젠)

(출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/1033149.htm>)

○ 드라마 개요

<마누라의 눈물>은 전형적인 경요(琼瑶)작가의 드라마로 구슬픈 이야기장면들과 수많은 눈물신, 그리고 며느리가 받아야 했던 무시와 모멸을 마치 몇 천년 동안 봉해져 있던 고부간의 갈등이 며느리의 눈물로 변한 것처럼 아주 자세하게 보여주는 드라마이다. <마누라의 눈물>은 고부간의 전쟁을 다루면서 감히 큰소리도 내지 못했던 봉건시대 현모양처에서 독립적이고 제멋대로이며 심지어 시어머니 면전에 전쟁을 선포할 수 있는 당대 신며느리상까지 다양한 며느리들을 그려내 개성적인 인물들을 그려냈다는 평을 받고 있다.

○ 드라마 등장인물

림완여林婉茹 : 성남 림기 룡가게의 진귀한 딸, 여자 주인공

주영상 : 인력거를 모는 것으로 살아 나간다. 여자 주인공의 소꿉친구

고명휘 : 성내에 제일 큰 나무가게의 도련님

고모 : 고명휘의 어머니

림부 : 림완여의 아버지

○ 드라마 상세내용

성남 립기 쿡가게의 딸은 립완여(林婉茹)라고 하고 옆집 주영상(周永祥)은 그녀의 소꿉친구로 매일 가게에 들러 일을 도와주었다. 어느날 립완여의 아버지가 고리대금 때문에 가게와 집도 다 잃고 고리대금업자와 충돌하게 되었다. 성내에 제일 큰 나무 가게의 도련님 고명휘(高明輝)가 우연히 이 장면을 목격하고 주영상과 같이 립완여를 구했다. 립완여의 어머니가 그 때부터 병이 났고 완여는 빚을 갚기 위해 어쩔 수 없이 함향루(涵香樓)에 들어가 잡일을 하게 된다. 고명휘는 이를 동정해서 립완여의 아버지가 그의 가게에서 일할 수 있도록 자리를 마련해 준다. 그러던 어느날 립완여의 아버지는 갑자기 교통사고를 당해서 심하게 다쳤고 아버지의 병을 치료하기 위해서 완여가 어쩔 수 없이 함향루에서 손님을 모시게 되는데...

14. 괴재군사(怪才军師)



- 방송횟수 : 총 31회
 - 방송시기 : 2008년
 - 드라마장르 : 판타지, 역사물
 - 시청률 : 11.6%(푸젠)
- (출처 : 바이두 백과사전, <http://baike.baidu.com/view/2572507.htm>)

○ 드라마 개요

<괴재군사>는 중국에서 제작된 희극드라마로 모두 32회이나 나중에 50회로 늘려 방송되었다. 기이한 공간으로 설정된 명나라 시대(마황제와 주황후)로 초기 궁궐 내 정쟁과 암투를 이야기하고 있다. 진중한 성격의 모략가인 군사 서백명(徐伯明)과 승상 로유(卢惟) 사이의 최종 대결을 그린다.

○ 드라마 등장인물

서백명(徐伯明) : 천문과 지리도 잘 알고 무행팔괘도 정통하다. 냉정하고 명석하

며, 정의로우면서도 유머스러운 배역

마원성(馬元成) : 사랑스러운 평민황제, 정치적 재능은 뛰어나지만 글자를 모른다. 항상 서백명과 대립한다.

황후(皇后) : 마원성이 황제가 되기 전부터 결혼한 사이로 성격이 마원성과 똑같다. 주원장의 천적이고 서백명을 숭배한다.

로유공(盧惟龔) : 승상, 일처리가 노련하고 생각이 주도면밀하다. 비밀리에 서백명과 적대적이다.

아월 : 서백명이 무행을 수련할 때의 후배, 청춘시절부터 서백명한테 남몰래 사랑한다.

왕나리(王爺) : 마원성의 형, 마원성과 같이 싸웠고 정권을 탈취한다. 마원성이 심하게 다쳤을 때 몸을 던져 동생을 살려낸다.

장헌(張宪) : 승상, 외모가 부드럽지만 주관이 없다. 서백명과 노유공 사이에 형세의 변화를 보아 가며 태도를 바꾼다.

○ 드라마 상세내용

명나라 초에 정국이 안정되지 않았다. 주도면밀한 승상 로유공(盧惟龔)은 황제를 통제하고 싶었지만 정직한 군사 서백명(徐伯明)이 노유공의 야심을 꿰뚫어 보고 그를 저지할 목적으로 서로 지혜를 겨루게 된다. 노유공이 왕나리(王爺)와 결탁하여 무고한 사람을 해하게 악행을 저지른다. 서백명이 이 사건을 추궁하며 배후의 인물을 찾기 시작한다. 노유공은 서백명의 정직하고 솔직한 성격의 후배 아월을 이용해서 위험을 벗어나게 되고 서백명은 진상을 밝히지 못하게 된다.

그후 노유공은 다시 황제와 이전 왕조의 공주 난방의 인연을 이용하여 문장을 써서 황제와 황후의 사이를 이간질하고, 조정을 어지럽히고 충신을 모함하고 백성을 업신여기며 억압하였다. 이에 서백명은 지혜를 발휘하여 황후의 지지를 등에 업고 최종 승리를 얻게 된다.

15. 현령황마괘(县令黄马褂)



- 방송횟수 : 총 31회
 - 방송시기 : 2009년
 - 드라마장르 : 민간전설기담
 - 시청률 : 11.1%(푸젠)
- (출처 : 바이두 백과사전,
<http://baike.baidu.com/view/52590.htm>)

○ 드라마 개요

청나라 건륭황제는 효로 천하를 다스리고 인으로 정치를 시행하여 전시(殿试)를 통해 우수한 인재를 선발하여 신하와 관리로 명하여 천하에 본보기를 보였다.

○ 드라마 등장인물

황마괘(黄马褂) : 양주사람, 몇번 경성에 갔고 과거고사에 다 떨어진다.

건륭(乾隆) : 황제

맹교교(孟娇娇) : 맹경휘의 딸, 시집에 못 간 노처녀

대봉(大风) : 맹교교의 시녀

풍기덕(冯记德) : 양주 현령, 출신이 빈곤하다.

류청(柳青) : 성내 미녀

배소준 : 류청의 남편

○ 드라마 상세내용

황마괘(黄马褂)는 양주사람으로 몇번이나 과거를 보았으나 번번이 떨어졌다. 하지만 올해 전시에는 황제의 질문에 답을 잘해서 장원은 따는 당상이었다. 하지만 황제전에서 황마괘는 글 읽는 사람의 구태의연함을 드러냈고, 정치관리로 임명되기엔 부족하다 판단되어 황마괘는 2등으로 떨어졌고 관직도 얻지 못한다. 그러나 건륭은 이를 미안하게 여겨 경성 수위 장군 맹경휘의 시집에 못 간 딸인 맹교교를 황마괘와

혼인하게 한다.

한편 실의한 황마괘가 사주 도사를 만나 앞으로 그가 삼년을 더 곤경에 더 지내야 하고 혼인을 한 후 강남(江南)으로 가야 성공할 수 있다는 말을 들었다. 황마괘는 이 말을 믿지 않았다.

이때 맹교교(孟娇娇) 역시 시녀 대붕(大风)을 데리고 집을 보러 왔다가 황마괘에게 무례하게 굴며 방해할 하자 들은 시비가 일었고 황마괘는 시녀 대붕을 맹장군의 따님으로 오해하게 된다.

16. 나는 한 포기 풀이다(我是一棵小草)



- 방송횟수 : 총 43회
 - 방송시기 : 2008년
 - 드라마장르 : 멜로드라마
 - 시청률 : 23.9%(광둥)
- (출처 : 바이두 백과사전,
<http://baike.baidu.com/view/1825990.htm>)

○ 드라마 개요

<나는 한 포기 풀이다>는 가정과 일상생활, 애정이 주제인 드라마로 투지와 의혹, 웃음 등이 어우러진 바람 잘 날 없는 한 가정의 생활을 그리고 있다. 배우 보검봉(保劍鋒) 이 맡은 유수(流水)는 유머감각이 뛰어나고 능력도 있으며 정직한 성격의 남성으로 겉으로는 속이 좁은 듯 하나 마음은 선량하다. 그의 출현은 ‘소초(小草)’ 인생을 밝게 비춰주었고, 쓰라린 운명을 많은 웃음으로 채워주었다. 보검봉은 이해타산에 얽매이지 않는 모습으로 주인공인 유수에게 온화한 이미지와 따뜻한 보살핌으로 시청자들에게 호평을 받았다. 2009년에 방영된 이 드라마는 첫방송에서 시청률이 낮았으나 회가 거듭할수록 높은 시청률로 각 TV방송사에서 최고시청률을 보이는 성과를 보였다.

○ 드라마 등장인물

임소초(林小草) : 여자 주인공, 자기의 노력을 통해 운명을 바꾸고 싶었다.

류수(刘水) : 부자집에서 태어나 똑똑하고 잘생긴 부자집 도련님

류수의 어머니 : 여곤봉의 아내, 기가 센 여자, 한 동안에 류가의 회사를 통제한다.

임소초의 시어머니 : 평범한 어머니이나, 항상 어려운 상황에 빠지게 된다.

임대수(林参军) : 임소초의 오빠, 성실하고 나약하나 진심으로 임소초를 아낀다.

두견(杜娟) : 악봉(岳峰)의 전 여자친구, 신경질적이고, 악풍이 불치병을 앓는 상황에서 아이를 낳는다.

악봉(岳峰) : 임소초의 죽은 남편

○ 드라마 상세내용

임소초(林小草)는 남자친구의 대학 등록금을 모으기 위해 매일 택시를 운전한다. 근데 남자친구 악봉(岳峰)이 바람을 퍼서 임소초와 헤어지고 싶어했다. 그 때 악풍이 갑자기 병으로 쓰러지고 임소초는 가족들의 충고를 듣지 않고 풀이가 생사를 예측할 수 없는 악봉과 결혼하고, 시어머니와 같이 남편을 열심히 간호한다.

몇 년이 지난간 후, 임소초는 자기 남편이 다른 여자를 좋아하는 것을 발견하지만, 곧 남편이 죽는다. 악풍의 여동생은 임소초와 시어머니 사이를 이간질하여 서로 사이가 나빠지고, 아들의 죽음에 충격으로 눈을 실명하게 되고 더욱 임소초를 괴롭히게 된다. 그 때 임소초는 남편과 다른 여자 사이에 아들 한 명이 있다는 것을 알게 된다.

우울증이 있는 아들과 실명한 시어머니를 돌봐야 되는 임소초는 하루하루가 너무 힘들었다. 하지만 역경 속에서도 임소초는 여전히 적극적으로 살았다.

류수(刘水)는 진실을 안 후에 감동하여 임소초를 좋아하게 된다. 류수는 계속 임소초에게 자신의 마음을 고백하지만 그녀는 일절지하에 거절한다. 결국 임소초는 류수의 마음에 감동하여 그를 받아들이려 하지만 주변 사람들은 모두 반대한다. 한편 악풍의 아들과 점점 친해질 즈음 그 아이의 친모가 찾아와 아이를 데려가고 싶어하고, 임소초는 더욱더 많은 고난을 만나게 되는데...

17. 호산행(虎山行)



- 방송횟수 : 총 35회
 - 방송시기 : 2008년
 - 드라마장르 : 역사
 - 시청률 : 23.1%(광둥)
- (출처 : 바이두 백과사전,
<http://baike.baidu.com/view/1930942.htm>)

○ 드라마 개요

숨겨진 보물로 감춰진 한 뿌리 인삼, 굳은 기개의 양대 영웅, 고통스럽고 풀지 못하는 삼단 애정, 생사를 걸고 싸우는 네명의 고수들. 민국초, 시국은 어지럽고 국운은 쇠하여 용감한 의인들도 뿔뿔히 흩어져 제 갈 길을 모색하는데 간사한 신하와 당들이 무대에 등장하고 있었다. 집과 가족을 모두 잃은 주인공은 시대의 흐름 속에서 떠돌며 참혹한 운명에 대면하여, 고난에도 스스로 단련하며 의지를 꺾지 않았다. 또한 그는 철천지 원수인 환관을 마음에 새기며, 불구인 몸임에도 불구하고 선량한 마음으로 사람 목숨을 구하기 위해서는 자신의 몸을 아끼지 않는 성격의 소유자로 그려진다.

<호산행>은 슬프도록 아름다운 사랑과 정직하고 순수한 한 청년에 대한 질투와 미움을 그림과 동시에 욕망과 이기심으로 나라를 팔고 개인의 이익을 챙기려는 시대 상황에서도 고난과 역경을 함께 한 형제 같은 이들이 서로 반목하여 결국 형을 죽이고 형수를 뺏는 냉혈한 살인자가 되고 마는 이야기이다.

○ 드라마 등장인물

강철산(姜铁山) : 북쪽의 제일 고수, 아들이 없다

묘일악(苗一岳) : 강철산의 부인

강문영(姜文英) : 강철산의 딸

기청운 : 용가의 문객

임립중(林立中) : 포산 보위단의 단장

홍태(鴻泰) : 경수산장의 어린 하인

용관(容寬), 용융(容融) : 용가 도련님, 아가씨

○ 드라마 상세내용

한 인삼 뒤에 큰 금액인 보물의 비밀을 숨긴다. 강호 '사대고수'가 정의와 사악 사이에 둘러싸고 광명과 암흑 간의 싸움이다. '明知山有虎 偏向虎山行'은 고사성어로 명지산에는 호랑이가 있고 그걸 알면서도 호랑이를 향해 산으로 들어간다는 뜻으로 위험을 알고 있지만 다른 선택의 여지가 없기에 차라리 호랑이와 맞서기 위해 위험 속으로 뛰어 들어간다는 속뜻을 지닌다. 강호의 사대고수가 그려내는 <호산행>은 위의 고사성어처럼 위험을 무릅쓰고 위험과 맞닥뜨릴 수 밖에 없는 그들만의 싸움을 그리고 있다.

18. 운수(云袖)



- 방송횟수 : 총 32회
 - 방송시기 : 2009년
 - 드라마장르 : 역사, 전기
 - 시청률 : 22.7%(광동)
- (출처 : 바이두 백과사전,
<http://baike.baidu.com/view/52590.htm>)

○ 드라마 개요

<운수>는 이추평(李秋萍)작가 극본에 공덕군(龔德君) 제작을 맡은 드라마이다. 배우 유효경(劉曉慶)이 맡은 운수(云袖)를 제외하고, 대만의 미모 여배우 염유(恬妞)가 만려(曼麗)를, 채국경(蔡國慶)은 운수의 남편 진광명(陳光明)을 맡았다. 극중 조용비(趙龍飛)는 묵묵히 운수를 사랑하는 인물인데, 조용비 역할을 맡은 배우는 실제로 배우 유효경의 남자친구 아봉(阿峰)이기도 하다.

○ 드라마 등장인물

양운수(梁云袖) : 인기 무희

만려(曼丽) : 무희, 양운수의 친구

진광명(陈光明) : 성격이 나약하고 겁이 많다

사정(士廷) : 양운수의 친아들

안나(安娜) : 사정을 도와준 부자집 아가씨

조용비(赵龙飞) : 계속 운수를 구애한다, 풍상의 오빠

조봉상(赵凤翔) : 여대생, 광명과 애매한 사이

○ 드라마 상세내용

1930년대에 상해에서 무희 양운수(梁云袖)는 인기 많았다. 운수는 무희 만려(曼丽)라는 친구를 두었고, 부자집 도련님인 조용비(赵龙飞)와 상인 진광명(陈光明)은 둘 다 운수를 사랑한다. 운수는 명예와 이익을 중시하지 않아 조용비가 아닌 성격이 나약한 진광명과 결혼한다. 결혼한 후에 다행스럽게 남편과 아들을 잘 돌봤고 무희로서의 일도 더 이상 하지 않았다.

그러나 진광명은 장사가 잘되지 않았고 조봉상(赵凤翔)과 내연의 관계로 지내다 결국 아이까지 가지게 된다. 그러나 조봉상은 아이를 낳은 후에 결국 자살을 하고 광명은 정신없이 도망을 가나 오래되지 않아 사람을 죽인 죄로 도망을 하다 종적이 사라졌다는 소식을 듣는다.

운수는 곳곳하게 자신의 친아들인 사정(士廷)과 조봉상의 아들 기상(纪翔)을 잘 돌봤다. 친아들인 사정은 아버지를 닮아 책임감이 없고 자신의 명예와 이익을 위해 자기의 애인 미청(美靑)을 버리고 부잣집 아가씨인 안나(安娜)를 선택한다.

그 오랜 세월동안 조용비는 운수를 좋아하는 마음이 바뀌지 않았다. 하지만 조용비가 조봉상의 친오빠이기 때문에 운수는 조용비의 마음을 쉽게 받아들이지 못한다. 그러던 중 조용비가 사정의 목숨을 구하는 대신 스스로 평생 불구가 되고, 운수는 드디어 조용비의 마음을 받아들인다.

19. 군인영예(军人荣誉)



- 방송횟수 : 총 26회
- 방송시기 : 2010년
- 드라마장르 : 22.6%(광둥)
- 시청률 : (체크)%

(출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/2023300.htm>)

○ 드라마 개요

<군인영예>는 양가부(杨佳富)의 장편소설 <변송냉월>을 개작한 드라마이다. 서남(西南)국경과 맹강(勐岗)국경의 국경감시대 대장인 퇴룡(雷龙)은 마약상을 체포하여 여러 차례 혁혁한 공을 세운 영웅이다. 국경 바깥에서 무장한 마약밀매조직의 우두머리는 퇴룡에 대한 증오로 들끓어 그를 죽일 계획을 수차례 시도한다. 그리고 다른 마약상 보스인 한영인(韩永仁)은 악랄한 수단을 동원하여 퇴룡을 마약상 체포영웅에서 마약을 판매하는 영웅으로 전락시키겠다고 큰소리치며 정신적으로 그를 무너뜨리려 하는데...

○ 드라마 등장인물

한영인(韩永仁) : 용인회사의 사장

오소리(小丽) : 맹노이의 딸

당환림(唐焕林) : 한영인의 하인

안응(安凝) : 퇴룡의 전여자친구

퇴룡(雷龙) : 국경감시대 대장

사문청 : 특별행정구의 주석, 당환림의 아버지

○ 드라마 상세내용

퇴룡(雷龙)이 여러 차례 마약류를 성공적으로 수색해서 무경총대의 상을 받았다.

따라서 그는 자만했고 거만해졌는데 그 후 수색 과정 중에 퇴용의 실수 때문에 세 명의 경찰이 죽게 된다. 퇴용은 처벌을 받았고 그 일로 인해 예전처럼 일을 잘하지 못했다. 그 즈음 퇴용은 다른 사람들의 고발을 받고 어쩔 수 없이 퇴용은 다른 곳으로 가 옥석장사를 시작한다.

오소리(小丽)는 마약 판매인 집의 딸이다. 오소리가 퇴용이 자기 아버지를 죽인 것을 알고는 퇴용에게 앙심을 품고 퇴용한테 몇번 악독한 방법을 써 죽이려는데 모두 실패한다. 그러나 퇴용에 대해 점점 알게 되면서 오소리는 퇴용에 대한 원한이 사랑으로 바뀌게 된다. 하지만 퇴용에겐 아내와 아들이 있는 것을 알고선 그를 포기하게 된다.

마약 판매인 맹노대는 퇴용을 증오했고 퇴용을 죽이고 싶어 했다. 그리고 다른 파의 마약 판매인 한영인(韩永仁)의 방법은 더 지독했다. 두 사람 때문에 퇴용은 정직됐고 경찰에서 파면됐다. 마약 판매인을 이기고 자기를 증명하기 위해 퇴용은 모욕을 참고 호랑이 굴로 들어간다. 그곳에서 소령지(苏玲芝)라는 신비로운 여인을 알게 되고 그녀의 도움을 받아 ‘둥지포획작전’ 임무의 승리로 결국 마약상 일당을 일망타진한다.

20. 안녕 아랑(再见阿郎)



- 방송횟수 : 총 136회
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 멜로드라마
- 시청률 : 22.1%(광동)
- (출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/50983.htm>)

○ 드라마 개요

<안녕 아랑>은 대만의 장편연속극으로 강홍은(江宏恩), 강조평(江祖平), 유지익(劉至翰), 서민(徐敏) 주연으로 같은 이름의 영화가 두 편도 있다.

○ 드라마 등장인물

유명랑(刘源郎) : 마피아

정종승(郑宗胜) : 고의의 친아들

정고의(郑古意) : 류명랑의 동창친구, 유명랑이 자기 아이를 고의한테 부탁한다.

곽정화(郭静华) : 곽침의 딸

○ 드라마 상세내용

20년전 고의, 곽침, 명랑 세 사람은 친구 사이였다. 고의와 곽침은 경찰이 되었지만, 명랑은 마피아가 되어 큰 죄를 저지른다. 고의와 곽침은 상부의 명령대로 명랑을 추적했다. 명랑은 어쩔 수 없이 자신의 아들을 고의한테 맡겼고 바다에 뛰어 들었다.

고의 부부는 명랑의 아들 아랑을 자기 아들처럼 여기고 성인이 될 때까지 잘 보살폈다.

21. 퇴포의 전기(赖布衣传奇)



- 방송횟수 : 총 36회
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 역사
- 시청률 : 21.4%(광둥)

(출처 : 바이두 백과사전, <http://baike.baidu.com/view/2181643.htm>)

○ 드라마 개요

신상(神相, 학자이자 연구가) 퇴포의(赖布衣)의 인생을 다룬 역사의혹극 <퇴포의 전기>는 번홍(潘虹), 유정익(刘庭羽), 황소기(黄少祺) 등 대스타들이 참여하여 제작된 드라마로 희극적 특징과 전설기담 성격을 띤다. 본 드라마는 저명한 신상 퇴포의가 유배를 당하면서 일어나는 이야기를 다루며, 우여곡절 많은 인물들의 운명이 조작과 음모, 얽히고 설킨 애정들과 함께 펼쳐진다.

○ 드라마 등장인물

뢰포의(賴布衣) : 송나라의 국사, 백성들을 우려한다. 용병술이 귀신 같다.

류비연(柳飛燕) : 뢰포의의 동문 여자 후배, 예쁘고 능력이 뛰어나다. 뢰포의를 좋아한다.

초상군(楚湘君) : 뢰포의의 다른 여자 후배, 예쁘지만 자못 생각이 깊다.

랭강(冷剛) : 국사의 호위, 무공 고수, 정직한 협객

양웅(楊雍) : 송나라의 간신 재상

송황(宋皇) : 송나라의 황제, 무매하고 무능하다, 여색을 밝힌다.

태후(太 后) : 송나라의 배후, 영명하고 착하다.

강수람(江水藍) : 복주 현령의 딸

설안(雪 顏) : 양웅의 외손녀, 충동적이고 무공 고수이다.

설진(雪真) : 양웅의 외손녀, 양웅한테 버림받는다.

○ 드라마 상세내용

남송시대 북쪽 군대가 공격하러 올 때 국사 뢰포의가 화신 공격법으로 적군을 격퇴하고, 뢰포의의 지혜에 많은 사람들이 탄복한다.

송황이 하녀를 뽑기 전에 황후가 죽고 무서운 사건이 연이어 일어난다. 사람들은 그것을 황후의 저주라고 생각한다.

뢰포의가 나서 그사건의 단서를 자세히 조사하기 시작한다. 조사과정에서 이 사건은 권력, 재산, 질투, 감정 등을 위해서 누군가가 일부러 조작한 것이라고 의심한다. 하지만 의심스런 사람이 너무 많았다. 결국 뢰포의가 범인을 찾았고 성공적으로 사건의 진상이 밝혀진다.

22. 포청천—타용포(包青天—打龙袍)



- 방송횃수 : 총 13회
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 무협
- 시청률 : 21.2%(광둥)

(출처 : 바이두 백과사전, <http://baike.baidu.com/view/52590.htm>)

○ 드라마 개요

강호에 이름을 떨친 남쪽의 협객인 전소(展昭)와 간의담(肝义胆)은 강호의 악인들의 간담을 서늘하게 하여 백성들은 그들을 존경하고 흠모하였다. 개봉부(开封府) 부장인 포증(包拯)은 청렴과 정직한 관리로 자신의 안이를 돌보지 않고 관무를 처리했다. 인종(仁宗)황제는 어전사품(御前四品)의 직책에 봉하고 호위병을 대동하게 했으며 묘라는 칭호도 내렸다. 함공도(陷空岛) 오서(五鼠)는 굴복하지 않고 은모수(锦毛鼠)와 백옥당(白玉堂)은 궁에 침입하여 인종 몸에 지녔던 옥폐를 도둑질하며 전소에게 도전했다. 전소는 홀로 함공도에 뛰어들어 무공으로 오서의 죄를 인정케하고 사건을 해결한다. 인종은 공을 세워 속죄하려는 포증을 허락하고, 20여년 동안 궁에서 감춰졌던 죽은 살팽이를 태자로 바꿔치기한 사건을 조사하게 하는데...

○ 드라마 등장인물

포증(包拯) : 남자 주인공, 청렴하고 공정한 관리

마한(马汉) : 포청천의 하인

왕조(王朝) : 포청천의 하인

전소(展昭) : 유명한 협객, 무공 고수

이비(李妃) : 선황의 귀비

○ 드라마 상세내용

여러 사람들의 협력으로 인종(仁宗)황제의 친어머니인 이비(李妃)는 억울함을 벗었다. 유태후(刘太后)와 종관 환관이 죄를 인정했고 인종이 이비를 황궁으로 영접했다. 하지만 이비는 포증한테 인종의 불효죄를 다스리라고 했다. 그러나 인종은 황제의 신분으로 진짜 벌을 받을 수 없었다. 따라서 포증이 황제를 상징한 용포를 때리는 것으로 벌을 대신한다는 판결을 낸다. 그 때부터 이비는 주내궁을 들어갔고 전소(展昭)가 포증 옆에서 사건심판을 도와준다.

23. 계모(继母后妈)



- 방송횟수 : 총 30회
 - 방송시기 : 2009년
 - 드라마장르 : 역사, 전기
 - 시청률 : 11.0%(상하이)
- (출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/1630246.htm>)

○ 드라마 개요

<계모>는 남편을 잃은 소소애(苏小艾)와 누명을 쓴 설예강(薛礼强) 사이의 슬픈 사랑과 증오를 그린 드라마이다. 이야기의 줄거리는 소소애가 설예강이 자신의 남편을 죽이지 않았다는 것을 알게 되면서부터 시작되는데 소소애는 설예강에게 자신의 잘못과 미안함을 보상하려다 결국 그를 사랑하게 된다. 하지만 설예강의 자녀들의 반대에 맞닥뜨리나, 소소애의 진심에 아이들도 감동하고 뒤늦게나마 엄마라고 부르게 된다. 한편 설예강의 여동생은 자신의 미모를 이용하여 부잣집을 독차지하려하나 결국에는 모든 것을 잃어버리고 만다. <계모>는 감동적인 스토리에 배우들의 연기가 뛰어나다는 평을 받고 있다.

○ 드라마 등장인물

소소애(苏小艾) : 결혼한지 오래 됐는데 아이가 없다.

정춘명(丁春明) : 소소애의 남편

설예강(薛礼强) : 화차 기사

니추(罗秋) : 설예강의 아내

설예연(薛礼燕) : 병원귀빈방 간호사, 평민 출신으로 결혼을 통해 운명을 바꾸고 싶었다.

○ 드라마 상세내용

결혼한지 오래 된 소소애(苏小艾)는 시아버님, 시어머님의 구박을 참지 못하고 농

촌에서 도시로 남편을 찾아간다. 그 날 남편 정춘명(丁春明)은 출근길에 화차기사 설예강(薛礼强)이 강물에 휩쓸린 선배를 구하는 위급한 상황을 보고 용감하게 그 두 사람을 살려주려 강으로 뛰어든다. 하지만 정춘명은 두 사람을 구하지만 자신은 힘이 빠져 익사하게 된다. 하지만 설예강의 선배는 정신을 잃은 설예강을 차에 태우고 도망간다.

소소애는 남편의 죽음을 매우 슬퍼했다. 설예강은 선배한테 진상을 들은 후 소소애한테 사죄하고 싶었다. 그런데 그렇게 하면 힘들게 살고 있는 처지에 일자리를 잃어버릴 것 같아서 주저한다.

설예강은 불안한 마음에 소소애를 찾아간다. 자신의 집을 소소애에게 빌려줬고 정춘명의 부모님에게도 매달 돈을 보냈다. 한편 소소애는 남편의 죽음으로 계속 고통스러워했고 “살인자”를 꼭 찾고 싶었다. 결국 설예강이 소소애한테 모든 사실을 실토하였고 그로 인해 설예강은 일자리도 잃고 딸한테도 사기꾼으로 보였다.

설예강의 여동생 설예연(薛礼燕)은 결혼으로 자기 운명을 바꾸고 싶었다. 병원 VIP룸에 들어온 부자 정광산이 아내랑 관계가 좋지 않았는데 설예연이 이 상황을 알고선 정광산과 결혼할 마음을 먹게 된다.

설예연이 정광산의 아들한테 잘 대해줘 빨리 그 부자 두 명의 호감을 샀다. 정광산 퇴원을 축하하며, 둘은 술을 마셨고, 관계를 갖는다. 그리고 정광산의 아내가 이 사실을 알았다. 이 사건이 병원에서 화제가 돼 설예연은 일을 그만 두어야 했다. 그리고 정광산한테 자기가 병원에서 쫓겨났고, 정광산이 책임을 져야 된다고 했다.

시간이 지나 소소애는 그 때 설예강의 행위를 점점 이해했다. 설예강의 착한 마음이 소소애를 감동시켜 둘은 드디어 결혼했다. 하지만 설예강의 딸은 소소애를 받아들이지 않고 계속 소소애에게 반항했다.

소소애가 임신하자 설예강의 딸은 자신이 버림받게 될까 두려워 계약으로 소소애를 유산하게 만들었다. 그러나 설예강의 딸은 소소애의 착한 마음에 감동하고 그녀를 이해하기 시작한다. 그리고 소소애와 설예강 그리고 딸이랑 셋은 같이 행복한 생활을 시작한다.

24. 운명처럼 널 사랑해(命中注定我爱你)



- 방송횟수 : 총 24회(중국에서는 39회로 방송)
- 방송시기 : 2008년
- 드라마장르 : 로맨틱드라마(청춘스타)
- 주요수상 : 2008년 ‘제43회 금종상(金钟奖)’ 프로그램 판매상과 희극 프로그램상 수상

- 시청률 : 10.91%

(출처 : 바이두 백과사전, <http://baike.baidu.com/view/1376690.htm>)

‘금종상’은 대만 내 사단법인 광고TV사업발전기금에서 시행하는 권위있는 연말시상식.

○ 드라마 개요

<운명처럼 널 사랑해>는 대만삼립TV(三立电视)에서 제작한 청춘스타 로맨틱 드라마이다. 이 드라마는 평균 시청률 10.91%, 순간 최고 평균시청률 13.64%를 기록하여, 명도(明道)와 진교은(陳喬恩) 주연의 <개구리로 변한 왕자(王子變青蛙, 2005년)>가 보유하고 있던 청춘스타물 드라마의 시청률 6.99% 기록을 깼다. 그리고 대만 드라마 사상 최고시청률을 기록함과 동시에 2008년 ‘제43회 금종상’에서 프로그램판매상과 희극프로그램상을 수상하였다.

○ 드라마 등장인물

천신이(陳欣怡) : 포스잇걸이라고 불리는 평범한 직장인. 남의 부탁을 거절하지 못하고 자기 의견을 말하지 못하는 소심한 성격이나 따뜻한 마음씨를 지녔다.

지춘시(紀存希) : 논리적이고 공사구분이 확실한 마법령 기업의 CEO, 그러나 외롭게 자라나 집착이 심하고 어린아이 같은 구석이 있다.

딜런(戴建仁) : 예술품 경매업계의 최고능력자이며 낙관적인 성격의 소유자. 어릴 때 헤어진 친여동생을 찾고 있다.

안나(石安娜) : 아름답고 자신만만한 성격으로 엄한 어머니 밑에서 발레를 배우며

발레리나로 성공하겠다는 집착이 강하다.

○ 드라마 상세내용

포스트잇걸이라는 별명을 가진 천신이(陈欣怡)는 모든 회사원들의 잔심부름을 하며 누가 부탁을 하면 거절하지 못하는 성격을 가진 여인이다. 사원들은 그녀에게 포스트잇을 붙여주며 마구 부러먹는데...

어느날 신이에게 귀엽다며 작업을 걸어오는 직장동료 구출.. 순진한 신이는 사기꾼 구출에게 홀딱 넘어가 사귀게 되고 자신의 돈을 털어 크루즈여행을 가게 되는데 한편 지춘시(纪存希)는 연인인 안나(安娜)에게 프로포즈를 하기 위해 크루즈여행을 계획한다. 그러나 안나는 자신이 꿈꾸어오던 백조역을 따내고 뉴욕으로 발걸음을 옮기는데.... 신이는 구출과 함께 배에 오르지만 구출은 미모의 여인을 꼬시기 위해 신이에게 거짓말을 하고 그녀를 따돌린다. 춘시는 만반의 준비를 하고 안나가 오기만을 기다리는데 불청객이 나타난다. 춘시가 사들인 강모도(姜母岛)라는 곳의 공장 주인인 오칠칠과 오육육!! 자신의 공장을 춘시가 없애버리려 하자 춘시를 협박하기 위해 술에 약을 타서 춘시에게 먹이게 되는데... 한편 감기가 든 신이는 감기약을 먹고 구출을 찾아 나서지만 구출이 웬 여인과 함께 있는 것을 보게 되고 구출은 거짓말로 그녀를 따돌린다. 감기약에 취한 신이는 자신의 방으로 돌아가는데 실수로 춘시의 방으로 들어가게 되고 춘시는 안나가 와 있을거란 마음에 자신의 방으로 돌아간다 어두운 방에서 약에 취한 두 사람은 서로 상대방을 확인하지 못한 채 원나잇 스탠드를 보내게 되는데...

25. 장난스런 키스 (恶作剧之吻)



- 드라마명 : 장난스런 키스
- 방송횟수 : 총 20회(중국에서는 30회로 방송)
- 방송시기 : 2006년
- 드라마장르 : 로맨틱 드라마(청춘스타)

(출처 : 바이두 백과사전, <http://baike.baidu.com/view/7593.htm#2>)

○ 드라마 개요

<장난스런 키스>는 일본만화를 원작으로 하는 청춘로맨틱 드라마이다. 일본, 대만, 한국 3국에서 모두 제작된 드라마이다. 대만 내 최고 아이돌스타인 정원창(鄭元暢)과 임의천(林依晨)이 각각 남녀주인공을 맡았고 높은 시청률과 시청자의 사랑에 힘입어 <장난스런 키스2>편이 제작되어 2008년에 다시 방송되었다.

○ 드라마 등장인물

강직수(중국어 즈슈, 江直树) : 천재적인 두뇌와 잘생긴 외모를 지녔으나 차갑고 무뎌뚱뚱한 성격의 소유자

예상금(중국어 상친, 袁湘琴) : 순수하고 발랄한 성격이나 공부에 관심이 없고 오직 즈슈만을 바라보는 순정과

금원풍(金元丰) : 상친을 좋아하는 같은 반 친구로 우직하나 투박한 성격으로 앞뒤 가리지 않는 저돌적인 유형

아재(阿才) : 상친의 아버지로 국수가게 사장

아리(阿利) : 즈슈의 아버지이며 상친 아버지의 죽마고우

○ 드라마 상세내용

여고생 "상친(湘琴)"은 개한 첫날 아이큐 200의 천재 미소년 "즈슈(江直树)"에게 첫 눈에 반했고, 그 후 2년 동안 혼자 짝사랑해 왔다. 어느 날 상친은 용기를 내어 즈슈에게 자신의 마음을 고백하지만 매몰차게 거절을 당한다. 또한 즈슈는 학교에서 명성 높은 킹카였으나 상친의 고백이 전교에 퍼지면서 사람들의 웃음 거리가 된다. 때마침 상친의 집이 지진으로 인해 무너지자 유일한 가족인 아버지와 함께 아버지 친구인 "아리(阿利)" 아저씨 댁에 신세를 지게 된다. 아리 아저씨는 다름 아닌 바로 즈슈의 아버지. 두 사람의 한 집 살림은 그 때부터 시작되는데.....

상친이 나타나면서 즈슈의 평온했던 생활은 끝이 나고, 대만 제일의 천재에 완벽한 성격은 어느새 사라지고 생각지도 않았던 실수와 기상천외한 해프닝이 일어나기 시작한다. 바보스러워 보여도 목표를 향해 두려움 없이 최선을 다하는 상친을 보며 즈슈는 자신의 인생을 돌아보고 새로운 시각으로 주위를 바라보게 된다. 자기도 모르게 상친에게 감회를 받는 즈슈는 차차 상친에 대한 사랑이 싹트기 시작하는데.....

26. 내 여동생은 공주님(公主小妹)



- 방송횟수 : 총 13회(중국에서는 21회로 방송)
- 방송시기 : 2007년
- 드라마장르 : 로맨틱드라마(청춘스타물)
- 시청률 : 3.56%

(출처: 바이두 백과사전, <http://ent.163.com/07/0920/10/3OQVDIIU000327R9.html>)

○ 드라마 개요

<내 여동생은 공주님>은 일본만화를 원작으로 하는 대만 드라마로 평범한 한 소녀가 하루밤 사이에 자신의 친할아버지인 대재벌 집에 살게 되면서 일어나는 이야기를 그리고 있다. 이 드라마는 최고스타인 오준(吳尊), 장소함(張韶涵)이 출연하면서 드라마 인기가 폭발적으로 높아졌다. 비현실적인 줄거리임에도 불구하고 두 스타의 잘생긴 얼굴을 보는 것만으로 시청자들은 행복해한 청춘스타물 드라마이다.

○ 드라마 등장인물

맥추수(麦秋穗) : 18세, 평범한 여대생, 하루밤 사이에 대재벌 할아버지 집으로 들어가며 인생이 바뀌게 된다.

남풍근(南风瑾) : 21세, 냉정하고 과묵한 성격이나 실제로는 부드럽고 동생들을 잘 챙긴다. 자신의 실력으로 독립하려 하나 맥추수를 사랑하게 되면서 변화한다.

남풍채(南风彩) : 21세, 집안 내 문제아이자 바람둥이로 그려지나 실제로 가업을 잇지 않으려고 본 모습을 속이며 살고 있다.

남풍린(南风璘) : 18세, 남풍근의 친동생, 단순하고 천진난만한 성격으로 맥추수를 처음 보자마자 사랑에 빠진다.

남풍경(南风影) : 18세, 남풍채의 친동생, 부끄럼이 많고 내성적인 성격으로 여자 기피증이 있는 것처럼 행세하나 맥추수에게는 호감을 보인다.

황포웅 : 대만 내 최고, 아시아 최고의 재벌 황포그룹의 회장. 잃어버린 손녀딸을 찾아 집으로 데려온다.

○ 드라마 상세내용

18세의 여대생 맥추수(麦秋穗)는 가난하지만 아르바이트로 용돈벌이를 하며 부모님과 단란하게 생활한다. 그러던 어느날, 대만 최고의 재벌이자 아시아 최고의 재벌인 황포(皇甫)가의 집사가 그녀를 찾아와 황포가의 잃어버린 손녀딸이라며 그녀를 황포가로 데려가게 된다. 가난한 서민에서 하루아침에 최고재벌인 황포웅()의 손녀가 된 추수. 그리고 황포가에서 만나게 된 황포가의 후계자 교육을 받고 있는 4형제. 특히 황포웅은 그의 가장 유력한 후계자인 남풍근과 맺어주고 싶어 하는데...

27. 큰형의 행복(老大的幸福)



- 방송횟수 : 총 39회
 - 방송시기 : 2010년
 - 드라마장르 : 홈드라마
 - 주요수상 : 제25회 금응상 '관중이 가장 사랑하는 드라마 남우주연상 수상'
 - 시청률 : 3.21%
- (출처 : 바이두 백과사전, CCTV 21회 방송분까지 기록된 시청률,

http://www.dayoo.com/roll/201008/11/10000307_103220067.htm)

○ 드라마 개요

소박하고 성실한 발안마사인 큰형(배우 범위(范伟) 분)은 동북의 작은 도시에서 단순하고 즐거운 생활을 보내고 있다. 사업에 성공한 동생과 동생들은 큰형을 도와 새로운 살길을 모색하게 하려 하고 그를 북경에 데려오고 그만의 행복 찾기에 나선다. 그러나 생활방식과 가치관이 다른 낯선 곳에서 그는 도처에서 벽을 느낀다. 부동산 거물인 둘째, 관직에 눈이 먼 셋째, 집의 노예가 되어버린 넷째, 주식에 빠진 막내 다섯째 동생들의 생활을 지켜보고 난 후, 큰형은 심신이 지치고 실의한다. 한편 다른 방면으로 큰형은 의지할 곳 없이 외롭게 사는 매호(梅好)와 그녀의 아들 낙낙(乐乐)를 보살피 주면서 스스로의 생활과 운명을 이끌어간다. 그는 마치 큰 산처럼

약자에게 든든한 의지가 되어 주고 독특한 인간적 매력을 보이며, 결국 많은 사람들에게 무엇이 진정한 행복한 생활인가를 깨닫게 한다.

○ 드라마 등장인물

부길상(傅吉祥) : 큰형, 발안마사로 지내다 동생들의 요청으로 북경에 와서 새로운 삶을 꾸려가는 성실하고 소박한 성격의 소유자

매호(梅好) : 남편에게 버림받고 자폐증에 걸린 아들 낙낙(乐乐)을 홀로 키우며 산다.

둘째(老二) : 부동산회사 CEO로 형제자매중 가장 성공하였으나 심적으로 나약한 인간

셋째(老三) : 아내 눈치를 보며 사는 평범한 공무원으로, 고위관료로 성공하길 원하는 아내와 서로 다른 생각 때문에 불편한 사이다.

넷째(老四) : 삼류배우로 허영심이 많아 호화저택을 산 후 돈을 벌어서 대출을 갚기 위해 목숨을 걸고 일을 한다.

다섯째(老五) : 막내여동생으로 학생들에게 피아노를 가르치며 생활하다 주식열풍에 빠져 모든 것을 잃게 된다.

○ 드라마 상세내용

부길상(傅吉祥)은 부모님이 일찍 돌아가시며 부모역할을 도맡아 세명의 남동생과 한명의 여동생을 훌륭하게 키워내 모두 북경의 대학을 보낸다. 동생들은 모두 사업에 성공하였으나 자신 스스로는 가장 좋은 시절을 흘려 보내게 된다. 아이를 낳을 수 없어 결혼에도 실패하고 실업한 후에는 발안마사가 되었다. 그러나 낙관적인 성격으로 발안마사로서 성공도 하고 어엿한 아버지로도 살아보겠다는 이상을 품으며 열심히 살아간다. 어느 날 공원에서 실수로 인해 자폐증에 걸린 낙낙이라는 아이를 알게 되고 오래된 친구처럼 서로 마음을 나누는 사이가 된다. 이 때 낙낙의 어머니 매호(梅好)는 남편에서 버림받고 홀로 병든 아이를 키우며 생활이 어려워져 아이를 좋은 사람에게 맡기고 자살을 하려 하고, 이를 알아챈 큰형은 그녀를 구하고 낙낙을 양아들로 삼고 그녀를 거두어 발안마 일을 가르쳐 준다. 이들 셋은 서로 의지하며 조용하고 평화로운 생활을 꾸려나간다.

한편 북경에 살고 있던 형제자매들은 부모님의 묘를 이장하기 위해 고향으로 돌아오고 형제들은 큰형을 북경으로 오기를 설득한다.

큰형은 북경에 와서 낯선 환경과 생활방식 때문에 고향으로 다시 돌아가려 하지만 이때 매호가 아들 낙낙의 병세가 심해져서 아이를 데리고 북경으로 올라온다. 형제 자매들은 병든 아이를 데리고 있는 매호와 행복한 생활을 할 수 없다고 생각하고 ‘큰형 구출’작전을 펼치게 되는데...

28. 걱정(牵挂)



- 방송횟수 : 총 29회
- 방송시기 : 2010년
- 드라마장르 : 가족드라마

(출처 : 바이두 백과사전,

<http://baike.baidu.com/view/38863.htm>)

○ 드라마 개요

<걱정>은 마음에서 내려놓지 못하고 계속 생각하는 것으로 가족드라마의 이름이기도 하다. 황력가(黄力加) 연출, 장국강(张国强), 우리(牛莉), 유위(刘威), 주인(朱茵), 장박(张博) 등이 주연을 맡아 90년대 북경 십찰해(什刹海) 지역의 변괴수(边槐树) 골목에 평범하고 작은 옛 가옥()에 사는 보통사람 우씨(牛家) 집안의 삼대 이야기이다.

○ 드라마 등장인물

우건국(牛建国) : 우덕산(牛德山)의 첫째 아들로 부모에게 효도하고 형제를 잘 보살피며 부인을 무척이나 아낀다.

김몽요(金梦瑶) : 우건국의 부인으로 말을 차갑게 하지만 마음은 여리다. 아이를 갖기 못해 괴로워하다 결국 우건국과 이혼한다.

우건군(牛建军) : 둘째 아들. 작은 일은 거들떠보지 않고 ‘세계500대기업’을 입에 달고 다니며 기회를 찾고 있어 가족들의 마음을 졸이게 한다.

양우동(杨雨彤) : 우건군의 부인으로 현명하고 상냥한 직장여성이다. 열심히 일하

여 승진을 이어가나, 남편을 관용으로 대하며 실패를 탓하지 않는다.

우건홍(牛建红) : 셋째 딸로 고약한 성격으로 억지를 부리며 절대로 뉘우치는 법이 없다. 대학입학시험에 떨어진 후 만난 북경대 남자친구에게 버림받는다.

○ 드라마 상세내용

90년대, 북경 십찰해 변괴수 골목에 우씨 집에는 삼대가 살고 있다. 우덕산(牛德山)과 주이령(周二玲)은 큰아들인 우건국(牛建国)과 며느리 김몽요(金梦瑶), 둘째 아들인 우건군(牛建军)과 며느리 양우동(杨雨彤) 그리고 손자 우중천(牛中天)과 셋째 딸인 우건홍(牛建红)이 그들이다. 이 집안은 수많은 우여곡절과 좌절 속에서 헤어지고 만나는 과정을 반복하면서도 여전히 떨쳐낼 수 없는 걱정거리를 안고 온 집안 사람들이 단단히 뭉쳐 모여 산다.

첫째 아들인 우건국은 기차수리공으로 부모에게 효도하고 형제자매를 보살피며, 아내를 아끼는 좋은 사람이다. 우건국과 예술단원인 김몽요는 결혼한지 몇 년이 지났지만 아이가 없어 가족들은 이를 걱정한다. 임신에 대해 갖은 방법을 다 써보고 시어머니는 주이령은 큰돈을 들여서 비방약을 사 며느리에게 갖다 주지만 아무 효험이 없고 오히려 둘의 관계는 더 악화된다. 어느날 김몽요는 임신테스트기로 임신사실을 확인하고 가족들은 너무나 기뻐하는데 테스트기의 불량으로 임신사실은 거짓으로 드러나고, 두 부부의 사이는 더욱 멀어지게 되는데...

29. 내 청춘 누가 책임져? (我的青春谁做主)



- 방송횟수 : 총 32회
- 방송시기 : 2009년
- 드라마장르 : 청춘 성장 드라마
- 시청률 : 5.11%

○ 드라마 개요

<내 청춘 누가 책임져?>는 도시의 청춘남녀들의 투지와 분투를 그린 드라마로 조보강(赵宝刚)이 연출을 맡았고, 드라마 <분투(奋斗)>

의 여자편이라는 칭호를 받고 있다. <내 인생 누가 책임져?>는 한 집안의 세 사촌자매들의 청춘 이야기이다. 그녀들은 같은 시간에 성인식을 치르고 사회인이 되어 그들의 이상을 실현시키려 하나, 생활의 현실에 맞닥뜨리면서 잔혹한 일면을 접하게 된다. 이들은 모두 너무나 힘든 운명의 숙제에 정면으로 맞서며 굴복하지 않고 지혜를 발휘해 최선의 해답을 찾아낸다. 부모들의 강한 반대도 이겨내며 자신들의 개성과 이상을 지키며 저 너머 새로운 세계를 향해 나아간다.

○ 드라마 등장인물

조청초(趙靑楚) : ‘이성과 감성’ 사이에서 갈등하며 어느 것 하나 포기할 수 없어 고민한다.

전소상(錢小祥) : ‘개성과 자유’를 추구하나 책임에 대해서 고민하며 자신의 이상을 실현하기 위해 더욱 노력한다.

이벽력(李霹靂) : ‘세속적 성공과 자아실현’ 사이에 고민하며 자신이 진실로 원하는 바를 찾아 나아간다.

○ 드라마 상세내용

조청초(趙靑楚)는 ‘이성과 감성’ 둘 중 하나를 선택해야 하는 상황에서 어느 것 하나 버리고 싶어하지 않는다. 둘 중 하나를 선택하면 나머지 하나를 영원히 잃어버리는 것이 아닌가 의문한다. 전소상(錢小祥)은 ‘개성과 자유’를 추구하나 뼈아픈 대가를 치르게 되지만 정말 자신이 잘못하고 있는가 라는 질문을 던진다. 자아를 포기하고 책임을 선택한 후에는 이상은 점점 더 멀어지고 나와 다른 곳으로 가고 있다고 생각한다. 이벽력(李霹靂)은 어머니가 만들어 놓은 성공모델을 어떻게든 탈피해 보려 하지만 ‘세속적 성공과 자아실현’ 둘 사이에 자신이 진실로 원하는 바를 찾기 위해 타협도 하고 배신도 한다.

한 세대에는 그 세대의 청춘이 있다. 양가(楊家) 집안 세 자매의 청춘에는 시대의식이 아로새겨져 있다. 30년 전 “지식청년의 농촌귀향”이라는 구호가 그녀들의 운명을 바꾸어 놓았고 그녀들은 각자 자기의 길을 걸으며 스스로 가문과 사업을 일으켰다. 30년 후 그녀들의 2세대인 세 사촌자매들은 대다수의 젊은이들과 마찬가지로 부모에게 얹매이지 않고 스스로 자신의 이상과 의지에 따라 자기만의 청춘도감을 완성하고자 한다.

[부록 2] 중국인 전문가 대상 인터뷰 설문지

1. 您认为最近中国境内制作、拨放的电视剧的趋势是什么?
2. 您认为制作电视剧的过程中, 与其他国家有所差异的部分或特征是什么?
(例) 文化、历史、价值、素材、类型、技术等。
3. 您认为中国的电视节目和电视剧的消费型态是怎么样呢?
(例) 主要收看层、收看方式(有线、无线、网络等)。
4. 您认为中国电视剧中, 为了制作符合各种观众喜好的节目, 需要特别注意或者尝试的方式是什么?
5. 您為最近製作的電視節目中, 特別值得關注的類型是什么?
(例) 真人实事改编电视剧, 奇幻电视剧, 历史电视剧
6. 您认为节目中, 为了突显角色的描写或叙述的要素时, 主要是透过什么方式?
(例) 摄影技法、CG、音乐等。
7. 观众对于外国的视节目的喜好度如何呢? 您认为往后会如何发展?

8. 中国的电影和电视剧中，屡屡推出以真人实事改编的作品，真对这点您有什么看法？
您认为为什么会有这种倾向呢？
9. 中国电视剧的人物特色是甚么呢？您认为中国连续剧的类型、叙述方式、
演出方式、脚色、风格等，哪个是电视剧最主要的要素呢？各个要素在电视剧所
占有的比重又是如何？
10. 在中國，技術層面、政治經濟層面、社會文化層面的變化和電視談話節目的喜好間的
關係為何？舉例來說，最近反映景氣變動的節目們，也有可能成為觀眾的喜好之一，
您為社會整體的變化和電視節目的喜好間的關係將有何種改變呢？
11. 中国人无论哪个时期都有喜欢且可说是典型的角色、剧情结构、演出风格等吗？
12. 中國人依性別、地區、年齡來看，都有各自喜歡的角色、劇情結構、演出風格？
13. 中国有人气的节目特征是什么？
类型别的特征
素材别的特征
时期别的特征
电视剧登场人物
电视剧的叙事方式

14. 中国有人气的电视剧主要的剧情结构要素是什么?

- 纠纷关系
- 男女关系
- 家族关系

15. 中国电视剧的主要消费层分布在哪个年龄层呢? 他们喜欢电视剧的原因是什么?

[부록 3] 중국 드라마시장 진출을 위한 문화코드 분석 연구 전문가 설문지

안녕하십니까? 저희는 한국콘텐츠진흥원의 지원을 받아 중국 드라마시장 진출을 위한 문화코드 분석연구를 진행하고 있는 연구팀입니다. 이 설문은 중국 드라마의 전반적인 트렌드를 파악하고 중국 시장진출을 위한 문화코드를 분석하고자 전문가 선생님의 고견을 듣고자 작성되었습니다. 선생님의 고견은 연구에 중요한 자료로 활용될 예정입니다. 설문에 응답해 주셔서 감사합니다. 설문지와 관련한 궁금한 사항은 다음의 연락처로 연락 주시면 성실히 답변해 드리겠습니다.

중국 드라마 시장 문화 코드 연구자 황성연(AGB닐슨미디어리서치 연구위원)

+82-010-9359-9825 / beskywalker@gmail.com

1. 최근 중국내에서 제작방송되는 드라마의 트렌드는 무엇이라고 생각하십니까?
2. 드라마 제작 과정에서 다른 나라와 차이가 있는 부분이나, 특징은 무엇입니까?
(예) 문화, 역사, 가치, 소재, 장르, 기술 등
3. 중국 TV 프로그램이나 드라마 소비 패턴은 어떻습니까?
주 이용 시청층, 이용 방식(케이블, 지상파, 인터넷 등)
4. 중국 드라마에서 다양한 시청자들의 기호에 맞는 프로그램을 제작하기 위해
특히 염두에 두시거나, 시도되는 방식은 무엇입니까?

5. 최근 제작되고 있는 TV프로그램 중 특히 주목할 만한 장르는 무엇이라고
생각하십니까?
- 리얼리티 드라마, 판타지 드라마, 역사 드라마
6. 방송 프로그램에서 캐릭터 묘사나 내러티브의 극적 요소를 나타내기 위해 주로
활용되는 장치는 무엇입니까?(카메라 기법, CG, 음악 등)
7. 외국 방송 프로그램에 대한 시청자들의 선호도는 어떤가요? 향후 전망은 어떻습
니까?
8. 중국 영화나 드라마에서 실존 인물이나 실제 사건을 다룬 영화들이 종종 발견되
는데? 어떻게 생각하십니까? 향후 이러한 경향들이 증가할 것으로 보시는지요?
그리고 왜 이러한 경향이 나타나고 있다고 보시는지요?
9. 중국 드라마에서 캐릭터들의 특성이 어떻습니까? 중국드라마의 경우 장르, 내러
티브, 연출, 캐릭터, 스타일 가운데 어떤 요소가 가장 큰 요소로 작동하고 있다고
보십니까? 각 각의 요소가 중국 드라마에서 어떤 비중으로 처리되고 있다고 생각
하십니까?
10. 중국 내 기술적, 정치경제적, 사회문화적인 변화와 선호 드라마 및 프로그램과의
관계는 어떻다고 보시는지요? 일례로 최근의 경기나 급격한 변동을 반영한 프로
그램이 시청자들에게 선호될 수도 있다고 보는데, 전체적인 사회의 변화와 선호
드라마의 관계는 어떻게 달라질 수 있다고 보십니까?

11. 중국인들이 어느 시기나 막론하고 전형적으로 좋아하는 캐릭터나 스토리 구조, 연출 스타일 등이 있는지요?

12. 중국인들이 성별, 지역별, 연령별로 좋아하는 장르나 캐릭터, 스토리 구조, 연출 스타일 등이 있는지요?

13. 중국내 인기있는 방송 드라마의 특징은 무엇입니까?

장르별 특징 :

소재별 특징 :

시대별 특징 :

드라마 등장인물 :

드라마 시나리오(내러티브) :

14. 인기있는 중국 드라마의 구성요소가운데 특징은 무엇입니까?

- 갈등관계 :

- 남성 및 여성관 :

- 가족관계 :

15. 중국드라마를 주로 소비하는 연령층은 어느 연령층입니까? 그들이 드라마를 좋아하는 이유가 있다면 무엇일까요?

16. 마지막으로 한국의 드라마 제작들이 중국진출을 위해 고려할 점이 있다면 무엇입니까?

연구진	
주관연구기관	한국콘텐츠진흥원
책임연구원	윤재식(산업정책실 산업분석팀 팀장) 김진규(산업정책실 본부장)
연구수행기관	AGB 닐슨 코리아
연구수행책임자	황선연(AGB 닐슨 코리아 연구원) 문성철(한양대학교 객원교수)

koCCA 연구보고서 10-77

한국 콘텐츠의 세계시장 진출확대를 위한 중국 문화코드 연구 - 드라마를 중심으로 -

발 행 인 : 이재웅

발 행 일 : 2010년 12월 30일

발 행 처 : 한국콘텐츠진흥원

서울시 마포구 상암동길 250-15

전화 (02)3153-1114 / 팩스 (02)3153-1115

인터넷(<http://www.kocca.kr>)

인 쇄 처 : 크리홍보(주)

서울시 종로구 통의동 12번지 신영빌딩 2층

전화 (02)737-5377 / 팩스 (02)737-5379

ISBN: 978-89-6514-064-1 93600