

중국 텔레비전산업의 구조조정 연구

On the Structural Reform of Television Industry in China

류연남

북경광파대학 텔레비전방송연구소

내용요약: 본문은 세기의 교차시기에 중국 텔레비전산업의 구조조정이 왜 일어났으며, 구조조정의 주요내용과 현황을 소개하고, 구조조정의 특징을 분석하고, 이와 관련된 문제에 대해 토론해보았다.

1. 서론

20세기 70년대 말부터 시작된 중국 방송의 개혁은 경제영역의 시장화 이행을 그 배경으로 하였다. 20년이란 짧은 시간 내에 텔레비전 가시청 범위가 협소하고 채널과 프로그램이 결핍하는 등 문제에서 성공적으로 벗어났다. 2000년말까지 전국의 텔레비전 가시청 범위는 이미 국토의 93.65%를 커버했으며 텔레비전 시청인구는 12억에 접근했다. 매일 1,206개 채널의 프로그램이 방송되었고, 매주 평균 방송시간이 83,373시간이었다.¹⁾ 뿐만 아니라, 중국 텔레비전산업은 개혁을 통하여 국가의 재정지원에 의존해서 생존했던 상황에서 벗어나기 시작하였으며 광고경영을 통하여 수익을 창출하는 시장화 생존의 길을 걷게 되었다. 또한 순이데올로기 매체로부터 여러 가지 기능을 겸비한 경영형 매체로의 이행을 초보적으로 실현하게 되었다.

1) 『中國廣播電視年監』(2001년), p. 447, 448, 北京廣播學院出版社

그러나 중국 텔레비전산업의 이 몇 년간의 급속한 발전과 함께, 개혁 초기 드러나지 않았던 문제점, 또는 단기 이익을 피하여 야기된 부작용, 그리고 방송개혁의 초기에 희생을 최소화하기 위하여 조심스럽게 피했던 일부 모순들이 부단히 싸여 끝내는 회피할 수 없는 난제로 되어 언론인들 앞에 놓여졌다. 또한 WTO에 가입하여 시장개방의 압력에 부닥쳤기 때문에 모순이 더 첨예해졌으며 그 중에서 제일 두드러진 것은 바로 텔레비전산업의 구조문제였다. 오랜 시간 동안, 중국 텔레비전업계는 개혁의 초점을 줄곧 미시적인 부분에 맞추었다. 예를 들면, 광고경영제도, 인사관리제도, 상벌제도, 수입분배제도, 프로듀서 책임제, 비용핵산제도, 프로그램 시청률 평가제도 등에서 적지 않은 노력을 들였으며 일정한 효과를 거두었다. 프로그램의 질을 높이고 시장 점유율을 높여 광고수입을 늘이기 위하여 방송국에서는 프로개편에 힘을 아끼지 않았다. 이런 조치들은 단기간 내에 시청률을 높이는 데 일정한 효과를 보았지만 텔레비전산업의 거시적 구조의 폐단이 아직 존재하기 때문에 미시영역의 개혁은 언제나 한계가 있었다.

1999년 11월 15일 중국과 미국은 관세무역협정을 정식으로 체결하였다. 이것은 중국이 WTO에 곧 참가한다는 것을 의미했다. 방송업계의 개혁을 포함한 중국의 개혁은 국제화 배경 속에서 새로운 출발을 해야 했다. 중국방송국의 규모가 작고, 분포가 불합리하고, 경쟁력이 약한 상황을 개편하여 자신의 실력을 강화하고 국제경쟁에 참여하도록 하는 것이 방송개혁의 관건으로 되었다. WTO가입을 계기로 중국 정부는 방송업계의 미래 발전문제에 관하여 82호 문건, 284호 문건을 연이어 발표했으며 중요한 지시를 내렸다. 그 핵심 내용은 : 하드와 소프트웨어를 분리한다(즉, 유선망과 유선방송국을 분리한다); 텔레비전, 라디오와 영화를 삼위일체로, 유선방송, 지상파 방송과 교육방송을 통합한다; 방송국의 4급 체제를 폐기하며, 성(省), 지(地), 현(縣) 행정구역의 급에 따라 방송국의 3급 체제를 실행한다; 전파매체의 집단화를 추진하여 방송그룹을 창립하고, 교차경영을 허용하여 텔레비전방송국은 신문잡지를 겸영할 수 있으며, 신문그룹은 방송업계에 진출할 수 있다는 등등이다.

전술한 정부문건과 담화는 텔레비전업계 내외에서 굉장한 반향을 일으켰다. 학자들은 82호 문건은 방송업계 고위층의 의지를 대표하는, 방송업계의 현재의 경영구조를 변화시킬 수 있는, 강령적 의의를 가지는 중요한 문건²⁾이라고 하였으며, 284호 문건 또한 변화시킬 수 있는 신 세기에서의 중국 텔레비전방

송의 서광을 보였다³⁾라고 평가하였다. 이러한 문건으로 보았을 때 인쇄매체와 전파매체 사이에 장기간 놓여 있던 장벽(楚河漢界)이 곧 타파될 것이라는 의미로 해석되었으며, 방송매체는 더욱더 엄중한 도전에 직면할 것이라는 것을 의미한다. 학자들과 업계의 전문 인사들은 방송개혁을 둘러싸고 토론을 전개했으며, 정부의 개혁논리의 연장선상에 있으며 개혁논리에 호흡이 맞는 제작과 방송의 분리는 여러 모로 논의의 초점으로 되었다. 이때부터 텔레비전업계의 구조조정의 문제는 정식으로 수면 위에 떠올랐다.

본문이 말하는 텔레비전산업의 구조라는 것은 텔레비전산업의 주체가 되는 프로그램 제작, 송출 등 기구의 총체구성 및 그 상호관계를 가리킨다. 본문은 중국 텔레비전산업의 전통구조의 형성 배경과 그 폐단에 대해 분석하고, 현재 텔레비전산업의 구조적 조정의 내용과 특징을 분석하며 중국 방송의 현실적인 문제에 대해 토론을 하고자 한다.

II. 중국 텔레비전산업의 구조특징 및 그 폐단

중국 텔레비전산업은 장기간에 걸쳐 독특한 구조를 형성했다. 그 주요특징은 세 가지가 있는데, 첫 번째는 4급 방송체제(즉, '중앙, 성, 지역도시, 현'의 4개의 행정구역의 구분에 따라 방송국을 설립하고 운영한다는 것이다)의 피라미드식 구조, 두 번째는 유선의 SO와 방송국이 합치되는 臺網合一, 세 번째는 제작과 송출이 합치되는 制播合一이다.

1. 4급 방송체제와 피라미드식 구조

1958년, 중국의 첫 텔레비전방송국 북경텔레비전방송국(중앙텔레비전방송국의 전신)이 방송을 시작했다. 그 후 20년 동안, 중국텔레비전방송은 계획경제의 토양 속에서 성장해왔고, 국가의 재정적 지원에 의존해서 생존했으며, 자금이 모자라고 가시청 범위가 협소하며 효율성 저하 등의 고질적인 문제가

2) 黃升民, 『網絡與組織的雙軌整合』, 『現代傳播』 2000년 1기.

3) 堯風, 『迎接中國電視體制的偉大變革』, 『現代傳播』, 2001년 1기.

존재하였다. 70년대 말까지만 해도 넓은 중국 땅에서 텔레비전방송국은 10개도 안 되었고, 유선방송은 하나도 없었다. 텔레비전방송의 발전은 선진국보다 훨씬 뒤떨어졌을 뿐만 아니라 중국 자체의 현대화 발전의 수요에도 적응할 수가 없었다. 개혁개방 초기, 모든 산업분야를 새롭게 발전시켜야 했지만 국가의 재력은 이 모든 분야의 발전을 지원해줄 수 없는 사정이었다. 따라서 텔레비전방송의 발전에 대해서도 마음은 있으나 몸은 따라가지 못했다. 그래서 1983년 3월 제11차 전국 라디오텔레비전공장회의에서는 4급 방송체제, 4급이 함께 가시청 지역을 넓힐 것이라는 정책을 제시했다. 중앙, 성, 지역도시, 현 4급이 모두 텔레비전방송국을 세울 수 있도록 하여 과거의 중앙은 돈이 없고, 지방은 권리가 없어 서로 한탄하는 국면을 변화시키고, 각급 정부의 적극성을 불러일으켜 텔레비전방송국을 세우는 데 투자하도록 했다. 그 결과 10년도 안 되는 사이에 중국의 텔레비전방송국 숫자는 10개가 안 되던 데로부터 1987년의 366개⁴⁾로 급성장하여 30여 배나 늘어났으며, 90년대 중기의 최고봉 시기에 3,000여 개에 달했다. 그야말로 지상파 방송국이 1,000여 개, 유선방송국이 1,000여 개, 교육방송국이 1,000여 개였다.

4급 방송체제의 피라미드식의 구조특징은 확립되었다. 이는 층과 급에 따라 형성한 층급식(層級式) 구조로서 횡적인 연계보다는 상하 구조로 되어 있다는 데서 네트워크식의 구조가 아니었다. 탑 꼭대기에 위치한 것은 중앙텔레비전 방송국인 CCTV였으며 그 아래는 차례로 성급 텔레비전방송국, 지역시급 텔레비전방송국과 현급 텔레비전방송국이었으며, 지역시급과 현급의 텔레비전방송국은 총수의 80%를 차지하여 이 거대한 피라미드의 기반이 되었다. 각 텔레비전방송국 사이에는 예속관계나 부속관계가 존재하지 않았으며 각급 당위원회와 행정부문의 지도 하에 있어 각급 정부와 각급 텔레비전방송국은 일일 대응의 관계를 가졌다.

이러한 구조의 형성은 역사적 필연성이 있다고 말할 수 있다. 한편으로 80년대 초기 텔레비전방송은 주로 지상 마이크로웨이브 방식으로 전송되었고, 그때는 위성도 광케이블도 없었다. 따라서 텔레비전 가시청 지역을 넓히고 당과 정부의 정책과 지시를 일반 백성들에게 전하려면, 특히 산간벽지의 농촌지역까지 방송을 시청하게 하려면 지방정부의 투자와 관리에 의존해야 했다. 그

4) 『中國廣播電視年監』(1988년), p. 572, 北京廣播學院出版社.

리고 해당지역 시청자들의 정보수요, 오락수요를 충족시키려면 해당지역의 텔레비전 방송기구가 그 지역의 문화전통이나 지역적 특성을 살려 그 지역에 맞는 선전활동이나 프로그램을 추진해야 했다. 즉, 효과적인 선전활동, 방송활동을 추진하기 위해서는 지역방송의 적극적인 참여와 협조가 필요했다. 다른 한편으로는 그 당시 계획경제는 여전히 주도적 위치를 차지하고 있었으며 정부는 거의 모든 분야를 포괄하고 있었으며 정부의 손이 닿지 않는 곳이 없었기에 오직 정부만이 각종 사회자원을 지배하고 개발하고 관리할 권력과 능력을 가지고 있었다. 거의 모든 기업과 기구는 정부가 주축했기 때문에 각급 정부가 텔레비전방송국을 만드는 것은 자연스러운 일이었다. 4급 방송체제 효과도 뚜렷했다. 1983년부터 1990년까지 7년이란 짧은 시간 내에 중국텔레비전방송의 시청인구는 20%나 늘어 79.4%에 달했다.⁵⁾

그러나 4급 방송체제의 폐단 역시 선명했다. 첫 번째, 이런 피라미드식 구조는 당과 정부의 목소리가 각급 텔레비전방송국을 통해 아래로 전달되는 것을 보장했다. CCTV의 新聞聯播이 바로 행정명령의 방식으로 전국 각 방송국에서 의무적인 중계에 의하여 전국 어디서나 볼 수 있게 되었다. 그러나 각급 텔레비전방송국의 가시청 지역이 중복되는가 하면, 상급의 행정지령에 따라 방송국이 움직이기 때문에 서로의 횡적인 연계와 협조가 부재한 상황이다. 따라서 방송국 사이의 자원과 정보 상호향유는 매우 적었다. 중앙텔레비전방송국, 성급 텔레비전방송국과 일부 경제발달 지역의 도시텔레비전방송국의 운영이 비교적 규범화된 외에 대다수의 텔레비전방송국의 프로그램 자체 제작능력은 약했을 뿐만 아니라 자금도 없어 좋은 프로그램을 구매할 수가 없었다. 그 결과 프로그램의 질은 저하할 수밖에 없었고 불법복제와 판권관련 문제가 끊기지 않았다.

두 번째는 자원의 낭비가 심했다. 각급 정부에 예속되었기 때문에 정부의 후설과 창구로서 모든 텔레비전방송국이 전부 종합채널의 방식으로 경영되었으며 모든 프로그램을 제작했고 모든 프로그램을 방송했다. 따라서 방송국은 자기의 특색을 살리지 못하고 비슷비슷한 모습으로 나타났다. 중복투자, 중복건설의 문제로 각 방송국의 프로그램이 유사해지는 현상이 발생했으며 각 텔레비전방송국이 같은 시간에 같은 드라마(또는 프로그램)를 방송하는 현상도

5) 劉建鳴 외, 『1997年全國電視觀眾抽樣調查分析報告』, 羅明, 胡運芳 編 『中國電視觀眾現狀報告』, p. 10, 社會科學文獻出版社, 1998년 10월.

허다했다. 주파수자원을 충분히 이용하지 못했을 뿐만 아니라 또한 인력과 물력의 거대한 낭비를 조성했으며 시청자들도 불만이 많았다. 모든 텔레비전방송국은 규모를 막론하고 크고 완비된 또는 작고 완비된 것을 추구했기 때문에 비싸고 완비된 방송시설은 구비했지만 그 중의 적지 않은 부분은 쓰지 않고 내버려두고 있는 상태였다. 이것은 물질자원의 큰 낭비라고 말하지 않을 수 없다.

세 번째로는, 각 텔레비전방송국이 행정적으로 각급 당위원회와 정부에 예속되었기 때문에 이것은 소위 산업분야와 행정구역으로 나누되, 행정구역을 중심으로(條塊分割, 以塊爲主) 하는 모델이었다. 이 모델은 방송국으로 하여금 인사권, 재정권면에서 지방정부에 의지하게 하였으며, 지방정부는 또한 공공자원인 주파수를 자기의 것으로 만들어서 지방방송국은 지방보호 의식과 직속 행정부문의 지령에만 의거하는 잘못된 풍토에 물들이게 하였다. 지방 텔레비전방송국은 해당지역 또는 그 지역 각 산업분야의 상황을 보도하는 것보다는 해당지역 혹은 자기 분야의 당과 정부의 지도자들을 TV 스타로 만드는 데 더 정력을 쏟는 경우가 적지 않았다. 경영난이나 적자가 생겨도 당과 정부의 지도자가 정부문건에 사인만 해주면 재정지원과 은행대부금은 보장받을 수 있다. 이것은 지방재정 또는 부문재정의 거대한 부담이 되었다. 일부 행정구역, 부문, 기업들의 재력이 어떠한지, 제작수준이 어떠한지, 시청상황과 광고자원이 어떠한지를 막론하고 모두 텔레비전방송국을 만들었다. 많은 방송국은 제한된 프로그램과 광고자원을 서로 쟁탈했으며, 법적 규제도 부재했기 때문에 프로그램 방송의 질서뿐만 아니라 프로그램시장과 광고시장이 혼란스러운 상황은 모면할 수 없었다. 그리고 산업분야와 행정구역으로 나누되, 행정구역을 중심으로 하는 방식은 관리권한을 분산시켰으며 정부측의 행정명령이 각 전문영역을 과도로 간섭했기 때문에 텔레비전 방송의 전문성을 보장할 수 없었다. 또한 중국 방송업계의 최고 관리부문의 하향식 통제능력이 점점 약해짐에 따라 명령이 있어도 실행하지 않고, 금지하라고 해도 계속하고 있으며, 경쟁이 무질서한 상태로 빠지는 상황을 낳게 했다.

2. 臺網合一

중국 텔레비전방송의 두 번째 구조특징은 臺網合一, 즉 유선텔레비전 방송

이 한편으로 텔레비전방송국을 세워 프로그램을 만들면서 다른 한편으로 유선 방송망을 소유하고 경영관리도 한다는 것이다. 다시 말하자면 소프트(프로그램)와 하드(네트워크)가 합치된 것을 말한다. 중국 도시와 각 지역의 유선텔레비전 방송망의 대규모 건설은 80년대 중후기부터 시작되었다. 초기는 주로 시청지역의 협소, 난시청 문제, 채널부족 문제를 해결하기 위한 것이지만 그 후로 프로그램을 제작하고 방송하며 네트워크의 경영까지 겸한 실체, 즉 유선텔레비전방송국으로 변해 갔다. 90년대 중후기 위성과 유선의 결합이 중국 텔레비전 방송의 주요방식으로 됨에 따라 유선텔레비전방송국의 지위는 강화된 한편 그 폐단도 나날이 선명해졌다.

유선텔레비전방송국은 소중한 네트워크 자원을 가지고 있었고 투자하는 자가 소유하고, 경영하는 자가 이익을 얻는다라는 이념 하에 경영해왔다. 사실상, 상당부분의 유선텔레비전방송국은 부문과 지방보호주의의 영향을 받아서 지방네트워크 경영을 독점하고 프로그램이 네트워크에 들어오는 통로를 통제하고 시청자들의 요구가 아니라 자기들의 이익과 취향에 따라 어떤 채널을 자기네의 네트워크에 넣느냐 넣지 않느냐를 결정하여 네트워크 자원을 이익을 획득하는 자본으로 삼았다. 일부 유선텔레비전방송국은 다른 네트워크 채널의 프로그램에 들어가는 광고를 임의로 삭제하여 자기의 광고를 넣기도 했다. 뿐만 아니라, 투자는 많고 수익은 적었기 때문에 유선망의 정상적인 운영을 유지하기 위하여 지상과 텔레비전 방송의 영역을 침범하여 한편으로 시청료를 받고 한편으로 광고를 방송하여 무선텔레비전방송국과 시청자들을 서로 빼앗기도 했다. 서안지구의 모 유선텔레비전방송국이 ‘황제의 딸’이라는 드라마를 방송할 때 한 시간도 안 되는 프로그램시간에 약 20분이나 되는 광고를 넣어 시청자가 법정에 기소하기도 했다. 일부 유선텔레비전방송국은 프로그램 제작능력이 떨어지며, 특히 뉴스 프로그램의 제작능력이 없어 질이 낮은 오락 프로그램으로 시청자들을 빼앗으려고 안간힘을 쓰기도 했다. 그들은 방송프로시장의 질서를 교란한 것은 말할 것도 없고, 저급적인 내용까지 방송하기도 했다.

현대 텔레비전산업의 발전 추세를 보면, 유선텔레비전 네트워크망은 상대적으로 독립적인 경제실체로서 분리되어야 하며 시장화를 통한 시장의 힘으로 네트워크의 업그레이드와 확장발전을 추진해야 한다. 하지만 유선텔레비전이 행정적으로 어느 급의 텔레비전방송국에 예속되어 있기 때문에 그 경제가치는 텔레비전방송국의 짬뽕식 제작, 송출의 구조 속에서 분리되지 못했으며

경영공간을 넓히는 것이 어려웠으며 이윤의 잠재력도 발굴하지 못했다. 전반적으로 보면 유선 네트워크의 경영은 분산되었으며 제후가 할거하는 국면으로 나타났으며 규모를 이룰 수 없었고 수익을 낼 수 없었고 건전한 텔레비전 시장의 육성과 텔레비전산업의 구조의 우화(優化)에도 불리하다.

3. 制播合一

‘제작과 송출이 하나(制播合一)’라는 것은 텔레비전방송국이 제작도 하고, 송출도 한다는 것을 가리킨다. 이것은 중국 텔레비전방송의 일관된 구조방식이며 운영방식이었다. 텔레비전방송이 처음 발전하기 시작한 계획경제시대에는 프로그램의 양이 적고 방송시간이 짧고 시청자 수도 많지 않기 때문에 텔레비전방송국만 제작능력이 있는 것은 관리에 편의를 제공할 수 있었다. 따라서 그때 이런 방식은 수요에 적용할 수가 있었다. 그러나 텔레비전산업이 시장화로 이행한 후 방송시간이 많아지고 프로그램의 수요가 늘어난 후 이런 방식의 결합은 남김없이 드러났다.

텔레비전방송국이 제작과 송출을 다 맡는 것은 전형적인 자급자족의 소농경제의 방식으로서 경쟁이 결여되고 효율성 저하의 폐단이 존재한다. 텔레비전방송국이 제작기구이면서 송출기구이기 때문에 프로그램의 공급소스가 제한적이고, 방송기구가 방대해지면서 해야 할 일에 비해서 직원수가 너무 많으며 낭비가 엄중했다.

한편으로 프로그램의 선택폭이 좁고 내부 인간관계의 체면 등을 고려해야 하기에, 방송국이 자체 제작한 프로그램은 좋건 나쁘건 모두 방송해야 하기 때문에 프로그램의 질을 보장하기가 어려웠으며, 프로그램의 제작과 방송은 항상 제작비용에 신경을 쓰지 않아 대량의 인력과 물력, 재력이 원인도 없이 소모해 버리곤 했다. 다른 한 편으로 다양한 프로를 제작하기 위해서 방송국에서는 제작, 송출, 및 노동직 직원을 먹여 살려야 했다. 그러나 국가의 쇠 망그릇의 비호 아래서, 적지 않은 직원들의 책임감, 창조력은 날이 갈수록 위축되었으며 방송국의 부담은 날이 갈수록 커졌다.

텔레비전산업의 전체 구조를 놓고 말할 때 제작과 송출이 하나라는 것은 객관적으로 프로제작상의 생존공간을 질식시켰을 뿐만 아니라 무의식적으로 프로 교역시장의 발육과 성장도 저해했고 텔레비전산업의 양성순환에도 불리

했다. 텔레비전방송국이 제작도 하고 송출도 하는 것은 두 손으로 모두 잡지만 두 손 모두 강력하지 못한 것이다. 세계 텔레비전산업이 발달한 나라의 경험을 보면 질이 좋고 가격이 낮은 프로그램의 출현은 그 뒤의 많은 제작사의 지지와는 갈라놓을 수 없는 것이다. 텔레비전방송국의 프로그램 수요가 있어야만 제작사와 프로그램 제작시장의 성장을 자극할 수 있다. 전문적인 제작사가 없고, 충분히 발육된 프로그램 제작시장이 없거나 또는 프로그램 제작시장의 건전한 발전을 인도하는 환경이 없으면 양호한 프로그램 선택공간도 있을 수 없고 방송국은 일뜩한 주부가 쌀이 없어서 밥을 못하는 경지에 빠질 수 있다.

오랜 시간 동안, 중국 텔레비전산업은 정기적인 프로그램연합체 성격의 발행기구가 없었다. 프로그램이 대부분 방송국 내부에서 소화되거나 흡수되기 때문에 대량의 프로그램은 합리적으로 유통되거나 이용될 수 없었다. 한편으로 방송국은 프로그램이 모자라고 다른 한편으로 거액을 투자해서 만든 프로그램의 유통경로가 모자라서 늘 한 번만 방송된 후 더 이상 방송되지 않았다. 텔레비전 프로그램은 일종의 특수상품이지 일회용 소비품이 아니다. 프로연합체의 발행기구가 없기에 생산과 방송 사이에 유통의 연결고리가 없어 전체 텔레비전산업의 운영이 원활할 수 없다. 프로그램이 프로연합체를 통해 2차, 3차, 여러 차례 방송되는 가운데서 사용가치를 충분히 실현하지 못하면 사회 재부의 거대한 낭비만 자아낸다.

III. 현재 중국 텔레비전산업의 구조조정의 내용과 현황

중국 텔레비전산업의 구조조정의 목적은 현재의 텔레비전산업의 큰 시장, 큰 자본, 그룹화의 발전추세에 적응하는 것이다. 과거의 분산경영의 효율 저하, 자원 낭비, 관리가 혼란한 국면을 변화시키고 규모 시너지를 강조하고 효율을 높여서 글로벌 경쟁시대에 자신의 경쟁력을 강화시키는 것이다. 텔레비전산업의 구조조정도 대체로 이 목적을 둘러싸고 일어난다. 주요내용은 4급 방송체제의 종결; 臺網分營; 여러 방송국이 합병하여 전파매체 그룹을 설립하고; 제작과 송출을 분리시키는 것이다.

1. 4급 방송체제의 종결

일찍 90년대 중기에 국가 광전총국(그때의 명칭은 광전부)은 새로운 지방 텔레비전방송국의 허가를 정지했으며 일부 규모가 작고 경영이 부실한 작은 방송국에 대해 정돈을 했는데 이것은 사실상 4급 방송체제를 결속짓기 시작했다는 것을 알려준다. 1997년 중국 지상파 방송국은 923개였는데 1998년에는 347개밖에 남지 않았다. 일년이란 시간 내에 576개나 줄인 것이다.⁶⁾ 이번 구조조정은 4급 방송체제를 결속짓는 데에 그치지 않고 이에 기반하여 진일보로 기구를 줄이고 대량으로 존재하는 소규모 지방 방송국을 통합하고 방송체제를 성급, 지구(시)급과 현급 3급으로 나누며 중앙과 성급(성도와 계획단열시를 포함) 텔레비전방송국을 골간으로 하는 구조를 건립하며 기타 지방 텔레비전방송국은 이런 큰 방송국의 지방중계만 한다(부속 방송국 혹은 직속 방송국과 비슷하다).

다시 말하면, 예전의 피라미드식 구조를 럭비공식 구조로 바꾸자는 것이다. 총체적으로 보면, 이러한 개혁방향은 미국 등 텔레비전방송이 발달한 나라와 거의 비슷하게 나가고 있다. 미국과 같은 땅이 넓고, 경제가 발달하고, 텔레비전 소비능력이 큰 나라에서 전국적인 무선텔레비전기구는 ABC, CBS, NBC와 FOX 이 네 개밖에 없으며 각 지방 방송국은 대부분은 이 네 개 방송국의 부속 방송국 혹은 직속 방송국이다.

그러나 중국에서 4급 방송국 체제구조가 하루만에 이루어진 것이 아닌 것처럼 이것을 결속짓는 것도 하루아침에 되는 것이 아니다. 광전총국의 조치는 분산되고 혼란한 국면을 바로잡고 관리를 강화하려는 뜻이 있다. 또한 텔레비전산업의 발전규율을 볼 때 이것은 또한 매체통합의 발전추세에 부합되는 것이다. 그러나 중국의 지방 텔레비전방송국은 각급 지방정부가 투자해서 만든 것이고 또 대부분은 십 몇 년의 경영을 거쳤기 때문에 하드웨어 시설에서나 인원의 배치에서나 모두 적지 않게 투자했기 때문에 일단 합병되면 몇 년 동안의 심혈이 물거품이 되는 것 같다. 재편 후에도 지방정보의 전달을 위해 방송시간을 남겨둘 수 있지만 지방 지도자들의 입장에서는 남의 지방 밑에서 밥을 얻어먹는 듯한 느낌이 안 들 수 없고, 방송에 등장하는 것도 예전처럼

6) 『中國廣播電視年監』(1998년), 北京廣播學院出版社, p. 513.

쉽지 않게 되어, 심리적 평형을 이룰 수 없는 문제가 있다. 또한 예전의 방대한 제작, 방송 인원들은 실업의 곤경에 빠지게 되고, 새롭게 재편한 지방 텔레비전 방송기관이 일부 인원을 받아들일 수 있지만 이로서는 문제를 해결할 수가 없다.⁷⁾ 따라서, 적어도 지금으로 보서는, 4급 방송국체제를 결속 지은 후에 지방 방송국의 개혁은 많은 어려움을 겪게 될 것이며 구체적인 실행조치의 문제도 고민해야 한다. 한마디로 구조재편은 아직 선명한 성과를 보이지 않았다.

2. 臺網分營

臺網分營은 전송을 담당하는 네트워크 망관리 부문이 프로그램을 제작하고 방송하는 것을 주요업무로 하는 텔레비전방송국 시스템으로부터 분리되어 네트워크로 하여금 상대적으로 독립된 실체로 되도록 하는 것이다.

臺網分營은 일치한 동의를 받은 개혁 내용이었으며 또한 필요한 전업 분공이었다. 왜냐하면 하드웨어를 위주로 하는 네트워크 망관리 부문과 프로그램 제작방송부문은 원래부터 다른 것이었다. 첫째 전자는 이데올로기 색채가 얇았고, 후자는 이데올로기의 선전, 지도 색채가 농후하다. 둘째는 현재 네트워크 통신이 급속히 발전하는 시기에 유선네트워크는 거대한 가치 잠재력과 상업기회를 포함하고 있으며, 과거의 방송국과 유선네트워크가 합치되어 네트워크와 프로그램이 혼합 경영된 것은 한편으로 유선네트워크의 유지는 프로그램의 광고수입에서 한몫을 떼야 했고 다른 한편으로 자원의 분산으로 인해 유선네트워크는 프로그램을 전송하는 외에 통신네트워크를 포함한 다른 기능을 충분히 개발하지 못했다. 셋째는 각지의 유선네트워크는 각급 정부에 예속되어 있기 때문에 분산되어 경영했고 서로 연통하지 못하고 규모를 이루지 못했으며 시너지 효과를 발휘하지 못했다.

근 20년 동안 각성, 시의 유선텔레비전부문은 지속적으로 지방의 돈으로 투자하여 지방유선 네트워크를 건설했다. 2001년의 통계에 의하면, 중국에는 8,000만의 유선가입자가 있었고 통신부문의 2,200만 인터넷 사용자보다 3배로 많다.⁸⁾ 또한 이 수치는 매년 500만이라는 속도로 증가하고 있으며 사용자 총

7) 徐舫洲, 『中國電視改革的問題及對策』, 『現代傳播』 2000년 4기.

8) 賈双林, 繆渺 『臺網分離大幕拉開』, 『精品購物指南』 2001년 4월 3일.

수는 이미 미국을 초과했다. 중국은 전 세계에서 가장 많은 유선가입자를 보유하고 있으며 그 가치는 2,000억 원에 달한다고 한다. 만일 100억 원을 추가로 투자하여 각 지역 도시들 사이의 케이블을 잇는다면 현재의 유선네트워크 가치를 5,000억 원으로 올릴 수 있다고 한다.⁹⁾ 전국을 관통하고 선진적인 기술을 보유한 유선네트워크는 독립적인 경제실체로서 그 규모우세는 누구도 비할 수 없으며, 만일 프로그램 전송을 잘하는 동시에 VOD, 원격교육, 원격의료 진찰, 인터넷접속, e-commerce 등 통신 부가가치 업무를 추가한다면 그 수익성은 굉장한 것이다.

현재, 臺網分營 후의 각 네트워크 회사들은 새로운 간판을 걸어 영업을 따로 하고 있는데 후베이광전정보네트워크주식유한회사, 지린광전네트워크유한책임회사, 산씨광전네트워크회사, 네명구광전정보네트워크회사 등은 이미 성립되었다. 이런 네트워크회사의 취지는 전 성 범위 내의 유선네트워크에 대해 정돈하고 확장하며 통일적으로 기획하고, 통일적으로 건설하며, 통일적으로 관리하고, 통일적으로 운영하여 아래로는 그 밑에 소속되어 있는 각 도시와 현의 방송네트워크에 연결시키고 위로는 국가의 방송 광케이블과 이어서 전국의 네트워크망 연통을 실현하고, 자산의 개편을 통하여 종합적으로 네트워크자원을 개발하고, 정보, 오락, 교육, 의료, 통신과 인터넷 비즈니스에 대한 사회의 소비요구를 만족시키는 것이다. 2001년 12월, 오래 전부터 계획한 국가급 네트워크회사중광전송네트워크유한책임회사가 정식으로 설립되었다. 이것은 정부기획이 문건에서부터 현실화되었다는 것을 의미한다. 이 방대한 자원을 통합한 후 중광전송망은 통신네트워크의 가장 유력한 경쟁자로 될 것이며 또한 중국 네트워크 전송업의 구조를 개편할 것이다.

그러나 이것은 국가의 정책완화를 필요로 하고 있다. 국가정책상 방송과 통신의 교차를 금지하기 때문에 급속히 발전하는 통신산업을 보면서 방송은 자기의 몫을 나누어 가질 수 없으며, 금으로 만든 밥그릇을 가지고 있지만 먹을 밥이 없는 상황이다. 즉, 방송네트워크의 반 이상의 자원은 장기간 방치된 상태이다.

9) 莫童, <加入世貿意味什?> p. 191, 中國城市出版社, 1999년 1월.

3. 여러 방송국을 합병하여 전파매체 그룹을 설립한다

즉, 각급 라디오 방송국과 텔레비전방송국, 유선 방송국과 무선 방송국이 합병하여 이에 기반한 대형전파매체 그룹을 설립한다.

여러 방송국을 합병해서 전파그룹을 세우는 것은 현재의 텔레비전산업의 대시장, 대자본, 그룹화의 세계적인 발전추세에 대한 대책적인 반응이며, 중국이 WTO에 가입한 후 직면하게 될 외국 매체들의 도전에 대한 일종의 대책적인 반응이다. 동시에 이것은 臺網分營의 필연적인 결과이기도 하다. 전술한 바와 같이 중국 텔레비전 방송은 소형화, 분산화의 구조를 갖게 되었는데, 가장 실력 있는 CCTV도 매년 수입이 가장 높아 10억 달러를 넘지 않았고, 그보다 좀 낮은 텔레비전방송국도 1억 달러 좌우에서 맴돌고 있다.¹⁰⁾ CCTV가 중국에서는 1위이지만 세계 텔레비전방송국 중에서는 50등 밖에 놓인다. 타임워너만 해도 1999년도의 수입은 132억이나 달했는데 이것은 중국 전체의 텔레비전방송국의 총수입의 7배다.¹¹⁾ 미국의 온라인 타임워너, 디즈니와 같은 초대형의 미디어업체와 비하면 중국의 텔레비전방송국은 너무 빈약하여 국제 경쟁에 참여할 힘도 없다. 아직 중국이 완전히 개방된 것은 아니고 사람들은 아직도 봉쇄된 정책의 보호를 향유하고 있다. 그러나 중국 남방의 광둥지역에서는 Phoenix star TV, Sun star TV, CETV 등 외국방송 채널들이 광전총국의 허가를 받아 유선네트워크를 통하여 들어왔으며, 외국의 강력한 매체들이 밀물처럼 들어오는 것은 시간문제이다. 따라서 그룹화로부터 시작해서 제한된 자원을 통합하여 중국매체라는 큰 배를 만들어야 한다는 것은 이미 모든 사람들의 공통한 인식으로 되었다.

이론적으로 말하면 라디오 방송국과 유선·무선텔레비전방송국이 합병된 후 이들은 한집안 식구로 되어 한 성(또는 도시) 범위 내에서 생산자원의 통일배치를 할 수 있으며 하나의 종합성 채널을 보존하는 외에 과거의 크고 작은 종합채널은 전문채널로 바꾸는 데 이렇게 하면 시청자들의 각종 시청요구를 만족시키는 데 도움이 될 뿐만 아니라 지역 내에 범람했던 악성경쟁도 사라질 수 있다. 그 외에 유선텔레비전방송국의 프로그램 제작과 방송은 원래부터 무선텔레비전방송국보다 열세에 처했기 때문에 방송국과 유선네트워크가

10) 譚亞東, 『重組中國電視』, www.csm.com.cn, 2001년 12월 12일.

11) 堯風, 『迎接中國電視體制的偉大變革』, 『現代傳播』 2001년 1기.

분리된 후 자립의 가능성은 크지 않았으며 무선텔레비전방송국과 합병하는 것은 자연스러운 일이었다. 라디오라는 약세 매체를 전파집단에 묶어 넣어 전파자원과 각종 인력·물력자원에 대해 자원공유를 실현하고, 관리기구와 관리절차를 줄이는 것도 전파매체의 그룹을 설립하는 데 자연스러운 의제로 되었다. 그러나 각 지방의 텔레비전방송국의 실제상황은 천차만별이기 때문에 합병과 새로운 조합은 모두 부문이익과 개인이익과 관련되어 있어 단번에 성공하려는 생각은 현실적이지 못하다.

무석광전집단이 성립된 후 2000년 말부터 2001년까지 일년이란 시간 내에 호남, 절강, 강소, 산둥, 상해, 북경 등 성급의 광전집단이 잇달아 설립되었다. 중앙급의 세 개 방송국이 합병해서 설립된 중국광파영시집단도 2001년 12월 6일에 정식으로 성립되었다. 이런 집단은 모두 라디오방송국, 텔레비전방송국, 영화제작기구, 전시보(電視報, 방송프로그램시청 가이드신문) 등을 포함하는데 그 중에서 상해문광집단은 매체의 교차경영을 한다는 소식도 전해오고 있는데 이것은 방송매체와 인쇄매체가 과거의 장벽을 넘어서서 각자의 경쟁공간을 상대방의 영지에까지 확장한다는 것을 의미한다.

4. 제작과 송출을 분리하다

즉, 프로그램 제작과 송출업무를 분리하여 과거의 자급자족의 소농경제생산 방식을 바꾸고 전업분공의 원칙에 따라 텔레비전방송국은 채널의 통제권과 프로그램의 송출권을 보유하며 프로그램제작을 프로그램제작사에 맡겨 시장화를 실현한다.

사실상, 일찍 80년대 중기에 텔레비전 드라마는 중국에서 제작과 송출을 분리하는 체제를 시도한 최초의 장르였다. 그때, 한편으로 국가의 재정지원은 날이 갈수록 줄어들고 제작비용이 많이 들어가는 드라마의 생산은 쌓이 없어서 밥을 짓지 못하는 곤경에 빠지게 되었으며, 다른 한편으로 드라마는 중국 시청자들이 가장 좋아하는 오락프로그램 장르이기 때문에 드라마에 대한 수요는 매년마다 올라가고 있어 연평균 수십 부(集)로부터 수백 심지어 수천 부까지 올라가고 있었다. 곤경에서 빠져나가기 위해 갈수록 많은 텔레비전기구와 방송인들은 스스로 자금을 모으기 시작했는데 스폰서의 지원을 받거나, 협동 제작, 드라마광고 등 다양한 방식으로 사회의 힘을 빌려 드라마를 생산하

였다. 당시 절대부분의 드라마생산은 텔레비전방송국에서 했는데 그 후 일부 독립 혹은 반독립적인 제작사가 텔레비전방송국으로부터 분리되어 나오기 시작했다. 일부 민영 제작기구가 출현했는데 그들은 얼마 되지 않아 드라마 생산의 주력으로 부상했다. 조사에 의하면, 근래의 중국텔레비전 드라마 총수의 약 50%는 민영제작사가 만들었으며 텔레비전방송국이 참여 제작한 드라마는 절반밖에 차지하지 않았는데 이 절반이라도 방송국에서 완전 제작한 것은 매우 적었으며 대부분은 다른 기구와 합작한 것이었다.¹²⁾

제작과 송출이 분리된다는 것은 외국의 적지 않은 텔레비전방송국이 오래 전부터 실행해온 효과 있는 모델이며 또한 국내 드라마 영역에서도 실행해온 모델이다. 이론적으로 말하면, 텔레비전방송국이 프로그램 제작을 개방하여 프로그램 생산을 사회화하고, 전문화하는 것은 방송국으로 하여금 더 큰 선택공간이 있어서 자신이 필요한 프로그램을 구매할 수 있고, 또 사회에 자신의 프로그램을 팔 수 있도록 하여 제작자원의 합리적 배치와 자본절약, 프로그램의 질을 제고하고, 프로그램의 다양화를 실현하며 시청자들의 수요를 만족시키는 데 도움이 된다. 미래를 바라보면, 약육강식의 시장과정을 거쳐 많은 프로그램제작회사 중에서 자금이 충족하고 기술이 강한 유명한 제작사들이 두드러지게 되는데 이는 중국텔레비전 산업의 발전에 양호한 영향을 미칠 것이다. 그러나 제작과 송출이 분리되는 것은 콘텐츠와 관련되기 때문에 이데올로기의 민감한 신경을 건드릴 수 있다. 드라마의 제작과 방송 분리에 있어서 많이 그렇게 하고 있지만 말하지 않는다는와 많이 제작하고 적게 말한다는도 지도자층의 우려를 한 측면으로 반영한 것이다. 업계와 학계는 지도자층의 허락과 침묵 밑에서 한때 열렬하게 토론한 적이 있는데 상층의 태도전환으로 인해 식어 갔으며, 제작과 송출의 분리도 소위 저작권, 커버권, 방송권 3권 합일의 선전권은 분리할 수 없다는 새로운 논조에 의해 대체됐다.¹³⁾ 적지 않은 사람들이 텔레비전방송국은 시사 뉴스부분을 꼭 잡고, 오락, 체육, 문예와 지식성 프로그램부분은 사회로 개방해야 한다고 건의했지만, 지금에 와서도 텔레비전방송국 내부를 돌파구로 하는 제작과 방송의 분리는 여전히 어렵듯이 그림자만 보이고 실제 집행이 이루어지지 못한 상황이다.

12) 劉燕南, 中國大陸電視劇市場現狀與走向探討, 臺灣 政治大學 廣電學系 2000年國際華語廣播電視文化性節目觀摩與研討會 論文集 2000년 4월.

13) 黃升民, 虛擬還是現實, 『現代傳播』 2001년 1기.

그러나 민간제작기구의 쫓기는 시장의 빈자리를 적절한 시기에 메워주었다. 국내 텔레비전방송국에서 자주 방송되는 오락현장 프로그램은 출시되어 왔던 오락정보영역에 성공적으로 발을 디디어 신속히 인기 있는 프로그램으로 이름났으며 이 프로그램의 제작사북경광선전파유한회사는 바로 텔레비전방송국에서 주동적으로 나온 인원들이 만든 것이다. 제작과 송출의 분리모델은 아직 공식적인 승인을 받지 못했지만 독립적이고 전문적인 프로그램 제작사들은 부단히 커지고 있으며 그들이 제작한 여러 가지 형식의 프로그램은 이미 사람들을 눈을 끌고 있다.

IV. 중국 텔레비전산업 구조조정 특징

중국 텔레비전산업의 구조구정은 내부와 외부의 이중압력 밑에서 진행되었다. 한편으로 20여 년의 개혁을 거쳐 중국 텔레비전산업의 산업화, 시장화 정도는 계속 향상되었고, 텔레비전의 경쟁은 자원의 합리적 배치와 그에 대응하는 구조를 실현할 것을 요구했으며 다른 한편으로 WTO의 가입은 중국 텔레비전산업이 외국매체의 강력한 도전에 부딪치게 하는데, 이 두 가지 요인은 더 이상 분산된 작은 개혁에 만족해서는 안 되고, 구조 조정에 발걸음을 빨리 하여 새로운 치열한 경쟁환경에 적응해야 한다고 독촉하고 있다. 두 가지 요인 중에서도 외부압력의 자극이 내부의 요구보다 더 크게 작용한 것 같다. 중국 텔레비전산업의 구조적 조정은 피동적인 응변이면서 또한 주동적인 선택이기도 하다.

텔레비전산업의 미시적 개혁이 대부분은 자발적이고 심지어는 먼저 하고 나서 후에 보고하는 식이라면 거시적 영역의 개혁은 일반적으로 위로부터 아래로, 정책이 선행하게 되는데 이번의 구조조정도 예외적이 아니다. 그러나 이번의 구조조정은 시장의 요구와도 호응을 했다. 중국 텔레비전 산업구조의 형성이 비시장경쟁의 산물인 것처럼 구조조정도 단순히 시장체제의 작용으로만 이루어질 수 없다. 텔레비전산업의 시장화, 산업화 이행이 나날이 깊어지는 오늘날, 행정지시에만 의지하여 구조조정을 한다는 것은 힘이 모자랄 수밖에 없다. 사실상, 행정주도와 시장수요, 행정과 시장의 이중작용은 중국 텔레비전산업의 구조조정의 주요특징을 구성하며 그의 주요표현은 다음과 같다.

첫째, 텔레비전산업의 구조조정은 국가정책의 지도 하에서 진행되었다. 상술한 몇 가지 조정내용은 모두 관련된 정부문건이 내려진 다음 발동된 것이다. 예를 들면, 1999년 10월말 중국국무원에서 발표한 라디오텔레비전 유선네트워크 건설관리에 대한 의견(82호 문건)의 주요내용은 바로 臺網分營, 라디오와 텔레비전, 유선과 무선을 합병하는 것, 4급 방송체제를 결속할 것이었다.¹⁴⁾ 2000년에 전달된 284호 문건은 진일보로 명확하게 중국라디오텔레비전집단화의 구체적 내용을 규정하였다. 즉, 라디오, 텔레비전, 영화 삼위일체를 이루고; 무선, 유선, 교육 텔레비전방송국을 합병하고; 성급, 지역급, 현급 3급이 관통한다는 것이다.¹⁵⁾ 2001년 8월, 중공중앙 판공청(중앙선전부, 국가광전총국, 신문출판총서)에서는 신문출판광과영화업 개혁을 심화할 데 대한 여러 가지 의견을 반포했으며 진일보로 매체그룹화 개혁을 추진시킬 것과 지역을 넘어서서 멀티미디어 대형 신문그룹을 세울 목표를 명확히 하였다.¹⁶⁾ 이는 매체와 지역의 장벽을 넘어선 크로스 경영을 위한 정책근거를 제공했으며 또한 고위층이 중국미디어의 항공모함을 키우겠다는 결심을 보여주었다.

두 번째, 텔레비전매체는 국유재산이고 중국의 시장체제가 아직 성숙하지 않은 상황에서 매체의 국유자산에 대해 새로운 구조조합을 진행할 수 있는 능력과 조건이 구비되어 있다. 또한 자원을 집중시켜 중점 건설을 할 수 있는 주체는 정부가 아니면 안 된다. 완전히 시장체제로 텔레비전산업의 재편을 촉진하고 규모가 있고 영향이 있는 산업그룹을 생성시키는 데는 상당히 긴 시간이 소요된다. 이는 시간을 따라잡자는 목표, 즉 외국자본이 들어오기 전의 짧은 시간 내에 매체를 크고 강하게 하는 것을 실현하는 데 불리하다. 그 외에, 중국 방송업의 분할현상이 엄중하기 때문에 자산과 자원의 재조합과 집중은 다른 급, 다른 지역의 정부 혹은 기구와 관련되는 데 행정적 간섭이 없다면 실현의 가능성은 거의 없다.

세 번째는, 시장수요는 행정수단이 통행할 수 있는 중요한 기초이다. 이번의 구조조정 자체도 역시 텔레비전산업의 시장화 발전의 수요에 적응하기 위한 것이다. 20여 년간의 시장화 과정을 통하여 일부 텔레비전방송국은 이미 날개가 굳어져, 실력이 강한 자는 입수와 통합을 통해 규모를 확대하고 수익

14) 黃升民, 網絡與組織的雙軌整合, 『現代傳播』 2000년 1기.

15) 堯風, 迎接中國電視體制的偉大變革, 『現代傳播』 2001년 1기.

16) 譚曉雨, 傳媒收入增幅放緩, www.cnstock.com. 2001년 12월 26일.

을 높이려고 한다. 이런 포부는 과거에는 행정급별, 매체방벽의 저해를 받아 실현하기가 어려웠다. 이번 구조조정은 행정면에서 철저하지 못하지만 완화의 희망을 보여주었다. 이 역시 많은 지역에서 방송국과 유선네트워크 분리경영과 전파매체 그룹을 설립하는 데 적극적으로 동참하는 원인의 하나이다. 반대로, 행정명령이 시장의 요구와 맞아떨어지지 않을 때 그 효과도 기대하기 어렵다. 적지 않은 지방에서 제작과 송출의 분리를 겉으로는 말하지 않지만 밑에서는 조작을 다그치는 것도 한 측면에서 이 점을 설명해주고 있다.

행정과 시장의 이중작용은 중국 텔레비전산업의 구조조정이 현재 중국 특유의 국정과 특정한 역사계단의 산물이라는 것을 잘 설명해주고 있다. 우리는 국정을 존중하고 현실을 똑바로 봐야 함과 동시에 또한 현재의 구조 특히 행정 주도방식의 단점에 대해 항상 경각해야 한다. 연구에 의하면 행정간섭의 효율은 확실치 않고 왕왕 저효율의 추세가 있다. 그 원인을 보면 첫째는 독점성과 경쟁의 결핍에 있고, 둘째는 자본최소화가 아니라 규모최대화를 추구하는 경향이 있다.¹⁷⁾ 현재를 보면, 구조조정 중의 행정예속제는 아직 물러가지 않았을 뿐만 아니라 오히려 강제로 시장에 진입하라는 의미가 내포되어 있다. 각 광전그룹의 총재가 동급 광전총국의 국장이라는 것이 이를 증명하는 근거로 되겠다. 이것은 행정과 기업을 구분하지 않고, 기업과 사업을 구분하지 않는 폐단을 초래할 것이다. 광전그룹을 만드는 중요한 목적 중의 하나가 외국의 매체가 들어오기 전에 국내시장에서의 충분한 경쟁을 거쳐 성장하려는 것인데 행정명령의 재촉생산 때문에 광전그룹의 신분이 모호해질 우려가 있다. 행정사업과 기업행위의 경계가 모호하다. 광전그룹이 시장주체로서 선천적으로 성숙하지 못한데다 행정의 힘이 시장에 개입하기 때문에 경쟁이 완전하지 못하여 오히려 경쟁을 통해 커지려는 의의를 잃게 된다.

현재의 텔레비전산업의 구조 조정에서, 행정역량은 적극적인 역할을 수행하면서도 부정적인 면도 있다. 실제 집행과정 중에서 행정지령을 희석화하거나 작용공간을 축소시켜 행정적인 힘이 정책인도와 법제환경을 조성해주고, 재편 중에서 나타나는 비시장적인 요소의 소화를 도와주고, 시장규율을 존중하고 정부정책을 민주와 과학의 기반 위에서 조성하는 것이 혹시 부정적인 영향을 적극적인 영향으로 탈바꿈하는 좋은 대책일 수 있다.

17) 朱劍飛, 集團化, 中國電視在困惑與希望中前行, 『南方電視學刊』 2001년 2기.

V. 여러 가지 생각

臺網分營와 매체의 통합, 이 모든 것은 만리장정의 첫걸음에 불과하다. 구조조정을 심화하려면 다른 나라의 선진적인 구조와 모델을 참조하여 중국의 실제와 결부시켜 사고를 해야 한다.

첫째, 텔레비전산업 내에서 충분한 경쟁을 이루려면 하나가 아닌 몇 개의 전국적인 매체집단을 만들어 CCTV 하나만 독단을 부리는 상황을 변화시켜 세력이 균형을 잡은 몇 개의 큰 매체가 있어야 한다. 미국의 텔레비전방송산업이 세계를 독점하는 것은 국내에서 주요하게 몇 개의 텔레비전방송국이 지방의 직속방송국과 예속방송국을 통해 전국을 커버해서 경쟁으로 가득찬 국내 대시장을 형성하기 때문이다. 경쟁이 있어야 활력이 있다. 진정한 실력은 경쟁에서 온다. 현재 국내에서 각 성의 위성방송 채널을 주력으로 만든 성급 광전집단은 말로는 중앙텔레비전방송국에 도전한다고 하지만 여전히 지방계후이다. 실력이 모자라고 또 국가의 정책적 격려가 없기 때문에 중앙텔레비전방송국과 길고 짧음을 비교할 수가 없다. 외국 매체와의 경쟁은 말할 나위도 없다. 2000년, 중앙텔레비전방송국의 광고수입은 국내 텔레비전 광고총수입의 약 3분의 1이었으며, 기타 텔레비전방송국은 대부분 중앙텔레비전방송국 수입의 10분의 1이었다. 꽃 한 송이가 핀다고 해서 봄이 온 것은 아니다, 중앙텔레비전방송국 한집단이 우뚝 서서 혼자서 과분한 정책보호를 받는 것은 시장을 활성화할 수 없으며, 국내시장의 공평한 경쟁에도 도움을 주지 못한다. 그러나 정말로 중앙텔레비전방송국과 비길 수 있는 미디어집단은 반드시 지역을 가로넘는 집단이어야 하며, 이러려면 행정등급과 지역적인 장벽을 제거해야 한다.

둘째, 대형 제작사그룹을 만들어 프로그램제작의 시장화와 산업화를 가속화하는 것은 현재에 있어서 시급한 임무이다. 텔레비전산업은 이미 멀티채널시대에 들어섰다. 따라서 프로그램은 급속히 증가해야 하나 프로그램제작은 분산되었고 전문화된 고효율의 제작진이 모자라기 때문에 품질이 우수한 프로그램이 결여하고, 프로그램이 비슷비슷한 현상이 이미 나타나고 있다. 구조조정을 하지 않는다면 텔레비전방송이 짝이 없어서 밥을 짓지 못할 뿐더러 외국프로그램에게 대량의 공간을 넘겨주어야 할 것이다.

현재 중국이 외국 미디어에 대한 제한은 주요하게 세 가지 방식이 있다. 첫

째 방송의 시청범위를 제한하고, 둘째 외국 방송채널이 중국 국내에서 방송하려면 중국 국제텔레비전 총공사에서 대리해야 하며, 셋째 중국 국내에서 발생한 수익은 국내회사에 위탁하여 수취해야 한다. 이것은 외국텔레비전방송은 오직 프로그램방식으로만 중국에 들어올 수 있다는 것을 의미한다. 현재 대다수의 외국매체도 확실히 이런 방식으로 중국으로 들어온다. 중국이 외국의 프로그램 내용에 대해서 엄격히 심사하고 방송량을 예를 들어 프라이م 타임시간대의 외국프로그램은 전체 방송량의 15%를 넘어서는 안 된다는 식의 통제를 하고 있지만 채널이 많아진 후 많은 방송시간을 채워야 하기 때문에 우리는 상당한 양의 드라마, 스포츠, 자연, 과학기술, 어린이, 음악과 교육 등 외국프로그램을 구입할 수밖에 없다. 따라서 제작과 송출을 분리하고, 시장의 힘을 빌려 제작사를 키우는 것이 외부의 도전을 맞는 데에 필요한 조치이다.

셋째, 건전한 프로그램 교역시장과 유통시장을 만들어야 한다. 미국에서 영화산업구조에서 중요한 구성부분의 하나가 바로 신디케이터(syndicators)이다.¹⁸⁾ 이는 프로그램시장과 방송국을 대상으로 판권을 사고 팔며, 프로그램자원 사용의 효율적인 배치망을 형성한다. 방송프로그램의 풍부함과 다양성을 확보해주는 동시에 프로그램의 사용가치를 최대화한다. 전술한 바와 같이 프로그램의 교역시장과 유통시장이 건전하지 못한 이유로 중국의 방송은 여러 가지 폐단이 존재한다. 현재 중국에는 프로그램제작, 판매, 발행의 대리기구가 나타나기 시작했으며 300여 개의 방송국, 약 60여 개의 채널의 프로그램의 발행인프라를 가지고 있는 唐龍國際傳播와 같은 회사도 나타나고 있다. 그러나 전체적으로 시장은 아직 건전하지 못하고 거래도 규범화하지 않다. 국제화되기에는 아직 거리가 멀다.

넷째, 미디어통합의 심화는 자본의 힘을 유대로 사용해야 한다. 행정적인 힘은 특정한 시기에 특정한 상황에서 적극적인 역할을 수행할 수 있다. 그러나 미디어 그룹의 경쟁력은 시장의 검증에 받아야 한다. 행정적인 힘이 자본의 힘과 시장규율을 능가하여 있다며 미디어 통합의 불철저를 낳고 독점을 낳을 수 있다.¹⁹⁾ 자본통합의 방식으로 매체통합을 이루려면 행정적인 요소를 희석해야 하며 매체는 기업주체로서 시장에 진입해야 한다. 이래야만 건전하

18) Bruce M.Owen & Steven S. Wildman (1992), Video Economics, London: Harvard University Press, pp. 6.

19) 王正倫, 中國電視傳媒整合年, www. mediachina.net. 2002년 3월.

고 질서가 있고 경쟁이 충분한 환경을 조성할 수 있고 방송업계 내외의 자본을 흡수하는 데 든든한 기반을 마련할 수 있으며 지역의 장벽을 넘는 미디어 통합을 실현할 수 있고 진정한 미디어 거인을 키울 수 있다.

마지막으로, 수용자의 피드백을 중요시하고 제도를 강화해야 한다. 수용자의 피드백은 고전 커뮤니케이션 이론 중에서도 구미의 커뮤니케이션 실천 중에서 모두 중요한 개념이다. 시청자의 시청피드백은 시청자 의지의 표현이라고 볼 수 있으며(예를 들어 시청률), 또한 프로그램 거래에서 중요한 기준으로 될 수 있고 방송관련 정부부서의 정책결정에도 중요한 참조로 될 수 있다.

VI. 결어

중국 텔레비전산업의 구조개편을 특징으로 하는 이번 개혁은 내부와 외부의 이중압력 하에서, 행정과 시장의 이중작용 하에서 진행된 것이다. 외부압력이 다가온 것은 주요동력이고 행정역량은 직접적인 추진력이었다. 때문에 시장경제조건 하에서 아직 개방하지 않은 중국텔레비전산업의 구조조정이 디디는 한 발자국마다 모순과 고민으로 가득 찼다. 이는 사람들이 새로운 시야와 새로운 사고를 가질 것을 요구하고, 국정에 맞추어서 외국의 성공경험을 참고하며, 이번 구조조정을 계기로 합리적인 산업구조를 세우고 질서 있는 경쟁환경을 만들어 중국 텔레비전산업의 시장화·산업화 발전을 추진해야 하며 후발우세를 살려서 국제경쟁에 참여할 것을 요구한다.

참고문헌

1. 『中國廣播電視年監』(1986~2001년). 北京廣播學院出版社.
2. 黃升民. 『網絡與組織的雙軌整合』. 『現代傳播』 2000년 1기.
3. 堯風. 『迎接中國電視體制的偉大變革』. 『現代傳播』 2001년 1기.
4. 劉建鳴 외. 『1997年全國電視觀衆抽樣調查分析報告』. 羅明, 胡運芳 編 『中國電視觀衆現狀報告』, 社會科學文獻出版社 1998년 10월 p. 10.
5. 徐舫洲. 『中國電視改革的問題及對策』. 『現代傳播』 2000년 4기.

6. 賈双林. 繆渺『臺網分離大幕拉開』『精品購物指南』. 2001년 4월 3일.
7. 莫童. 『加入世貿意味什?』. 中國城市出版社 1999년 1월, p. 191.
8. 譚亞東. 『重組中國電視』. www.csm.com.cn, 2001년 12월 12일.
9. 劉燕南. 中國大陸電視劇市場現狀與走向探討. 臺灣 政治大學 廣電學 2000年國際華語廣播電視文化性節日觀摹與研討會 論文集 2000년 4월.
10. 譚曉雨. 傳媒收入增幅放緩. www.cnstock.com. 2001년 12월 26일.
11. 朱劍飛. 集團化, 中國電視在困惑與希望中前行『南方電視學刊』2001년 2기.
12. 王正倫. 中國電視傳媒整合年. www.mediachina.net. 2002년 3월.
13. Bruce M.Owen & Steven S. Wildman. (1992) Video Economics. London: Harvard University Press p. 6.