

웨원그룹을 통해서 살펴본 중국 인터넷문학 산업의 현재와 미래*

김혜주** · 노정은***

【목 차】

1. 들어가며
2. 첫 번째 사건 : <2019웨원창작문학풍운성전>
 - 1) 시상식과 예능프로그램의 경계
 - 2) IP 활용을 통한 인터넷문학의 영향력 유지
3. 두 번째 사건 : 2020년 5월 웨원그룹을 둘러싼 논쟁
 - 1) 고위경영진 집단 사퇴와 '신계약' 논란
 - 2) 무료구독 모델을 통한 후발 업체의 고속성장
4. 인터넷문학 창업 1세대의 퇴진과 새로운 전환기 진입
5. 웨원그룹의 변화와 조정
6. 나가며

【초록】

중국 인터넷문학은 20여 년의 발전 동안 문학을 넘어 애니메이션, 영화, 드라마, 게임 등의 원천 텍스트의 IP로 발전해 왔다. 특히, 2020년 중국 인터넷문학의 대표기업인 '웨원그룹'을 둘러싼 일련의 사건들은 관련 업계의 조정과 전환을 노정한다. 2020년 연초에 방영된 <2019웨원창작문학풍운성전>은 단순한 온라인 구독에 의존했던 운영 방식에서 벗어나 판권운영을 통한 수익 창출이 중국 인터넷문학 업계의 성장

* 이 논문은 건국대학교 2020학년도 우수연구인력 양성사업의 지원을 받아 수행된 연구임.

** 제1저자. 건국대학교 시간강사 (heyzoo119@naver.com)

*** 교신저자. 건국대학교 중어중문학과 교수 (rjecilvia@hanmail.net)

동력이 되었음을 보여준다면, 2020년 4월 말부터 5월 초까지 온라인을 뜨겁게 달군 웨원그룹의 고위경영진 사퇴와 ‘신계약’ 논쟁은 인터넷문학 업계의 경영방침 변화가 표면화되어 일어난 갈등으로, 인터넷문학 창작, 이용 환경의 변화와 이용자의 세대교체 등과 연관되어 있다. 이는 웨원이란 대형 플랫폼에 대항해 작가와 이용자들은 목소리를 내어 창작과 소비의 결정권을 수호한 사건이었으며, 플랫폼 역시 이에 반응해 중국 인터넷문학의 묶은 문제점을 해소하고 새로운 도약을 위한 제도적 장치를 마련했다.

【키워드】 웨원그룹, 인터넷문학, 웨원창작문학풍운성전, 고위 경영진 집단 사임, 신계약

1. 들어가며

중국 인터넷문학(網絡文學, 약칭 網文)은 어언 20년이 넘는 시간의 격랑을 헤쳐오며 여전히 추진력을 갖고 순항 중이다. 1990년대 말 중국 인터넷 발전 초창기 PC 네트워크 환경이 완비되지 못한 상황 속에서 뿌리를 내린 인터넷문학은 2000년 중반 폭발적인 성장을 거쳐 오늘날 모바일 중심의 온라인 구독 시기로 접어들었다. 그 과정에서 중국 인터넷문학은 문학 창작환경 및 독자의 구독 형태 면에서 독자적 운영체계를 구축했고, 인터넷문학을 제공하는 플랫폼은 이합집산을 거듭하며 점차 대형화, 기업화되어 인터넷문학 업계를 형성하게 되었다.

중국인터넷정보네트워크센터(CNNIC)의 47차 「중국인터넷발전상황통계보고(2020年度中國網絡文學發展報告)」에 따르면 2020년 12월까지 중국의 인터넷문학 이용자 규모는 4억 6천만 명으로 전체 인터넷 이용자 수의 46.5%를 차지하고 있다.¹⁾ 인구효과와 덕을 톡톡히 보며 가파르게 상승했던 인터넷문학 이용자 수는 중국 내 전체 인터넷 이용자 수 증가 둔화에 따라 그 증가 속도 역시 둔화되었으나, 전체 인터넷문학 업계 이용자 규모는 꾸준히 증가 중이며 중국 전체 대중문화 영역에서 인터넷문학이 만들어내는 영향력도 아직 막강하다.

중국 정부가 자국 내 문화 역량을 강화하기 위해 2011년부터 다양한 문화산업 영역에 아낌없는 지원을 하면서 10년 정도의 짧은 기간 동안 중국 문화산업은 세계 2

1) “中國網絡文學行業迭代升級 年輕化趨勢明顯”, 2021.03.24., <https://m.gmw.cn/baijia/2021-03/24/1302186473.html>

위의 규모로 성장했고, 특히 그 이전부터 자생적으로 성장한 인터넷문학은 주요한 IP(지식재산권, Intellectual Property) 자원으로써 다양한 매체 창작의 원천 텍스트로 활용되며 그 영향력을 지속시키고 있다.

중국 인터넷문학 및 관련 업계의 발전 과정은 중국 문학 발전과 대중문화 발전에 깊은 연관이 있어 국내의 여러 연구자가 관심을 가지고 글을 쓴 바 있지만, 근래 인터넷문학 생태계의 빠른 변화 양상에 대해 파악하고 이해하기에는 적잖은 한계가 있다.²⁾ 본문은 2020년 업계 선두기업인 웨이닝그룹(閱文集團)³⁾과 관련된 두 가지 사건을 소개하고, 이를 통해 중국 인터넷문학 산업의 움직임을 살펴보려 한다. 첫 번째 사건은 2020년 연초에 방영한 <2019웨이닝창작문학풍운성전(2019閱文原創文學風雲盛典)>이고, 두 번째 사건은 2020년 4월 말부터 한 달여 동안 진행된, 이른바 ‘웨이닝그룹 붕괴’로 알려진 고위경영진 집단사임과 ‘신계약’ 논쟁이다. 웨이닝그룹은 오늘날 인터넷소설 시장 점유율 1위를 차지하고 있는 인터넷문학 업계 선두기업으로, 치디엔중원왕(起點中文網)을 포함한 24개의 중국 인터넷소설 플랫폼을 통해 200여 종의 다양하게 파생된 인터넷문학 장르를 제공하고 있으며 그 이용자만도 수억 명에 달한다. 2020년 웨이닝그룹을 둘러싸고 벌어진 이 두 가지 사건은 오늘날 중국 인터넷문학 업계의 현실을 잘 드러낸 사건으로, 이를 통해 중국 인터넷문학 산업의 조정과 전환과정을 조명하고 전망해보고자 한다.

2) 중국 인터넷문학과 관련된 연구 논문으로, 「인터넷과 매체 - 중국의 인터넷문학에 관한 보고」(이보경, 『중국현대문학』, 33호, 2005), 「중국 인터넷문학 연구에 대한 비판적 검토」(최재용, 『중국어문학지』, 34집, 2010), 「중국의 인터넷문학과 문화산업 - 새로운 문화산업론을 위한 시론」(최재용, 『중어중문학』, 53집, 2012), 「21세기 중국문학 패러다임의 변화 - 인터넷문학을 중심으로」(신진호, 『중국어문학논집』, 86호, 2014), 「미디어적 관점에서 본 중국 인터넷문학 담론의 전개 양상과 그 과제」(박민호, 『중어중문학』, 67호, 2017), 「스마트폰 시대 인터넷 문학의 변화 - 한국과 중국의 사례를 중심으로」(최재용, 『중국학보』, 89호, 2019), 「중국의 인터넷문학그룹(웨이닝)의 성장 요인과 플랫폼의 발전: 코로나19팬데믹 이후 성장 요인의 지속성」(이중희 외, 『아시아 연구』, 24호, 2021) 등이 있다. 가장 최근에 발표된 논문에서 웨이닝그룹에 대해 다루었으나, 웨이닝그룹 자체 설립 발전 과정에 주목할 뿐 그룹과 관련된 최신 이슈에 대해선 다루지 않고 있다.

3) 웨이닝그룹(閱文集團)은 2000년 당시 흩어진 여러 문학 사이트를 차례로 인수한 성대문학(盛大文學)과 텐센트문학(騰訊文學)이 합병하여 2015년 3월에 설립됐다. 산하에 치디엔중원왕(起點中文網), 큐큐열독(QQ閱讀)을 포함한 24개 인터넷문학 플랫폼과 신리미디어(新麗傳媒) 등 관련 미디어 기업이 소속되어 있다. 약 1220만 편의 작품과 810만 명의 작가를 보유하고 있으며, 200여 종의 다양하게 파생된 인터넷문학 장르를 운영하며 수억 명의 이용자를 확보한 중국의 대표 인터넷소설 기업이다.

2. 첫 번째 사건: <2019웨원창작문학풍운성전>

1) 시상식과 예능프로그램의 경계

<2019웨원창작문학풍운성전>은 2020년 1월 18일 동방위성TV를 통해 방영된 인터넷 창작문학 시상식으로, 웨원그룹이 독점 타이틀 스폰서를 맡아 개최했다.⁴⁾ 그 이름에서 드러나듯, 이 시상식은 기본적으로 웨원그룹 소속 작가들의 공로를 자축하고 위로하기 위해 기획된 하나의 ‘축제(盛典)’다. 그러나 그 내면을 하나하나 살펴보면 웨원그룹과 웨원그룹이 대표하는 오늘날 중국 인터넷문학 산업 발전의 향방이 어디에 맞춰져 있는지를 확인할 수 있다.

먼저 이 시상식의 면모를 살펴보자. “중국의 좋은 이야기, 새로운 시대 건설(中國好故事, 共築新時代)”이란 주제로 진행된 시상식은 ‘이야기(故事)’란 타이틀을 붙인 오프닝 무대로 시작한다. 유명배우 둘이 노래를 부르며 무대를 시작하고, 그 뒤에는 외국인이 섞인 앙상블 팀이 등장해 화려한 뮤지컬 형식의 퍼포먼스를 선보인다. 웨원의 중요한 소설 IP인 「전직고수(全職高手)」⁵⁾를 연상시키는 프로그래머 단복을 입은 배우들이 뒤에 서고 책 들고 함께 춤을 춘다. 무대 뒤 백스크린에서는 2019년 한 해를 휩쓴 웨원의 대표IP 작품들이 영상으로 비춰진다. 오프닝 뮤지컬 무대가 끝나자 활발한 예능 활동으로 사랑받는 배우 정카이(鄭凱)가 나와서 짧은 오프닝 토크쇼를 진행하며 분위기를 띄운다. 그가 메인 진행자인 아나운서들을 무대로 호명하면서 본격적인 시상식이 시작되며, 등장한 진행자들은 이 시상식을 “문학으로 친구가 되는 성대한 모임. 좋은 이야기를 나누는 이야기 모임(以文會友的盛大集會, 分享好故事的故事會)”으로, “문학의 이름으로 여기에 모이게 된(以文學的名義相聚於此)” 일종의 “문화 페스티벌(文化節)”로 정의한다. 또한, ‘좋은 이야기를 쓰는 작가들과 좋은 역할을 만들어내는 배우들’을 언급하며, 앞으로 스크린에서 더 많은 좋은 이야기들을 볼 수 있기를 바란다고 덧붙인다.

눈에 띄는 점이라면, 이 시상식이 화려한 무대와 쇼 오락 형식을 접목한 예능 형태의 모습을 보여준다는 것이다. 시상식만 보면 기본적으로 연말연시에 중국의 각종

4) 웨원그룹은 2015년부터 인터넷문학 대표 인기작(風雲榜)을 공포하면서 방송을 통한 시상을 시작했고, 2021년 연초에 진행될 <2020웨원창작문학풍운성전>은 코로나19 여파 때문인지 열리지 않았다.

5) 「전직고수(全職高手)」는 후디에란(蝴蝶藍)이 쓴 인터넷소설로, 2011년 2월 말부터 2014년 4월까지 치디엔중원왕에 연재되었다. ‘룽야오(榮耀)’라는 게임을 중심으로 프로그래머 세계를 집중 조명하였다. 원작 소설을 기반으로 애니메이션과 드라마로 제작된 웨원그룹의 대표 소설IP다.

방송국에서 진행하는 기존의 TV, 영화 시상식과 큰 차이가 안 느껴질 정도다. 시상식의 진행자가 시상식의 권위와 성격을 규정 짓는다고 한다면, <2019웨원창작문학풍운성전>은 연기자 정카이 외에 동방위성 아나운서 3인을 메인 진행자로 투입하여 자칫 가볍게 느껴질 수 있는 이 오락적 성격의 시상식에 그나마 일종의 무게감과 권위를 더해주고 있다.

시상식에 참여한 손님들의 면모를 살펴보면 이 시상식의 본심이 어디에 있는지 발견할 수 있다. 객석의 제일 앞줄에는 배우들이 앉아 있다. 왕카이(王凱), 주이룡(朱一龍), 장뤄윈(張若昀), 샤오잔(肖戰), 자오리잉(趙麗穎), 황셴(黃軒) 등 현재 중국에서 손에 꼽히는 인기 배우들이 가장 눈에 띄는 앞자리를 차지하고 있고, 배우들 뒷줄에 인터넷소설을 창작한 대표 유명작가들이 자리하고 있다. 시상식에 참석한 배우들은 대부분 웨원그룹의 IP를 기반으로 만든 인터넷창작문학 개작극(IP劇, 原創文學改編劇)에 출연한 배우들로, 이들은 인터넷문학 작가들과 함께 본 시상식의 주요 수상자이기도 했다. 인터넷문학의 유명작가와 신예작가 그리고 연예계 스타들이 함께 수상자로 출석했다는 것만으로도 이 시상식의 단순한 문학 시상식이 아니라는 것을 보여준다.

<사진1> 아나운서 진행자의 모습



<사진2> 수상 배우의 책 추천 모습



시상 역시 유명 작가와 그 작가 작품의 드라마화 되어 출현했던 배우들이 짝을 지어 등장해 수상자를 발표했다. 각 부분 수상자는 무대에 나와 키워드를 하나씩 제시하여 이를 설명하고, 세 편 정도의 인터넷 문학작품을 추천했다. 또한, 주요 부분의 시상이 진행되는 중간중간에 배우들이 등장해 자신의 인터넷소설 추천작을 발표하기도 했는데, 주로 자신이 출현했던(혹은 출현 예정인) 작품의 원작 소설이거나 웨원그룹 소속의 청년 작가의 소설 또는 SF 같은 장르 소설을 소개하여 작품 및 플랫폼 홍보를 겸했다. 수상 내용을 살펴보면 문학의 창작뿐만 아니라 그 개작의 가치 또한 중요하다는 것을 확인할 수 있다.

<표1> 세부 수상 내용

| 시상내용 | 수상자 | 시상내용 | 수상자 |
|---|--|--|---|
| 인기해외창작작품 風雲海外原創作品 | ArriaCross<His Genius Wife is a Superstar> 「天才嬌妻是巨星」 | 최우수인기 남자배우상 超級人氣男演員 | 張若昀 |
| 최우수애니메이션 개작작품 超級動漫改編作品 | 「全職高手之巔峰榮耀」 「鬥破蒼穹特別篇2: 沙之瀾歌」 | 최우수크리에이터 남자배우상 超級匠心男演員 | 黃軒 |
| 최우수게임개작작품 超級遊戲改編作品 | 「新門羅大陸」手遊 | 최우수 돌파여자배우상 超級突破女演員 | 宋軼 |
| 최우수영상개작가치 여성채널작품 超級影視改編價值女 頻作品 | 吱吱「花嬌」 天下歸元「帝凰」 希行「重生之藥香」 冬天的柳葉「似錦」 姒錦「喬先生的黑月光」 | 최고권위 영상형상 經典影視形象 | 王凱, 羅雲熙, 張若昀, 肖戰 |
| 최우수영상개작가치 남성채널작품 超級影視改編價值男 頻作品 | 志鳥村「大醫凌然」 爭斤論兩花花帽「我的1979」 形骸「罪無可赦」 噸噸噸噸噸「生活系遊戲」 蝦寫「商蹤諜影」 | 최우수 퀄리티배우 超級品質演員 | 朱一龍 |
| 최우수영상개작작품 超級影視改編作品 | 「慶餘年」 | 최우수 인기남자배우 超級風雲男演員 | 肖戰 |
| 최우수게임개작작품 超級遊戲改編價值作 品 | 會說話的肘子「第一序列」 國王陛下「崩壞星河」 鵝是老五「天下第九」 遠瞳「黎明之劍」 齊佩甲「超神機械師」 | 최우수 인기여자배우 超級風雲女演員 | 趙麗穎 |
| 사실주의 개작가치작품 實主義改編價值作品 | 舞清影「他從暖風來」 徐嬀「生活挺甜」 離月上雪「投行之路」 莫伊萊「凶案調查」 艾左迦「職場新生」 | 창작문학 남성채널 인기리스트 原創文學 男頻風雲榜 | 愛潛水的烏賊「詭秘之主」 老鷹吃小雞「全球高武」 尋青藤「諜影風雲」 淨無痕「伏天氏」 志鳥村「大醫凌然」 真熊初墨「手術直播間」 育「星臨」 聖騎士的傳說「修真聊天群」 晨星LL「我要當學霸」 會說話的肘子「第一序列」 |
| 풍운 잠재력있는 청년작가 風雲潛力青年作家 | 天瑞說符「死在火星上」 | 창작문학 여성채널 인기리스트 | 葉非夜「好想住你隔壁」 囧囧有妖「餘生有你, 甜又暖」 一路煩花「夫人你馬甲又掉了」 |

| | | | |
|-----------------------|--------------|---------------|---|
| | | 原創文學 女頻風雲榜 | 蘇小暖「神醫風後」 錦凰「你好, King先生」 無盡相思「遇見, 傅先生」 浮屠妖「你是我戒不掉的甜」 公子衍「南城待月歸」 墨冷「這個大佬畫風不對」 寒武珊「傾國策之西方有佳人」 |
| 최우수풍운성위작가 超級風雲成就作家 | 愛潛水的烏賊「詭秘之主」 | | |

메인 진행자가 시상식을 시작하며 작가와 스타를 함께 호명했던 것에도 알 수 있듯이, 웨원그룹에서 준비한 이 시상식은 그 외형은 인터넷문학의 그간 성과를 자축하는 시상식 같으나 내부로 보면 인터넷문학 창작 작가들뿐만 아니라 스크린화(影視化)된 작품 속의 출연 배우들까지 수상자로 호명함으로써 일종의 문학 시상식을 넘어선 예능프로그램으로 기획되었음을 드러낸다. 물론 시상과 수상 과정마다 소설 작품이 추천하는 순서를 넣어 웨원 소속 작가들과 작품들에 대한 언급이 빠지지 않으나, 이는 <2019웨원창작문학풍운성전>이 인터넷문학을 앞세운 시상식으로써 구색을 갖추려고 구성한 부분임을 짐작할 수 있다. 작품과 작가만으로 담보할 수 없는 시상식에 관한 관심과 흥미를 연예계 스타라는 볼거리를 함께 제공하여 충족시키려 한 주최 측의 의도는 쉽게 간파된다. 스타의 이름이 적힌 응원카드를 들고 관람석에 앉은 팬들의 환호 소리가 유독 연예인 시상자가 등장할 때마다 커지는 광경은 이를 반증한다. 이 또한 화제성과 시청률을 담보하려는 TV 방송국과 웨원그룹의 마케팅 전략의 목적으로 볼 수 있지만 정작 시상식의 꽃이 되어야 할 작품과 작가는 시상이 진행될수록 진행 MC의 미사여구 섞인 포장과 격려 속에 저만치 밀려난 것 같은 느낌을 지울 수 없다.

결론적으로, <2019웨원창작문학풍운성전>은 ‘시상’의 주요점이 그해 인터넷문학 발전에 대한 격려와 위로의 의미보단 온라인 수익과 판권수익 면에서 뛰어난 성과를 보인 작품과 작가에 대한 공로 치하에 있음이 확인된다. 그 예로, 2019년 말부터 방영되어 큰 인기를 얻은 드라마 <경여년(慶餘年)>⁶⁾의 출연 배우와 작가, 감독까지 모두 등장해 여러 상을 받았는데, 이른바 ‘몰아주기’를 통한 ‘포상’이란 느낌을 강하게 주고 있기 때문이다. 각종 매체에서 마련하는 연말연시 ‘시상식’이 대부분 그 트렌드에 민감하게 반응하여 ‘나눠 먹기’ 식의 상을 주기 때문에, 최고상 격인 대상

6) 드라마 <경여년>은 작가 마오미(貓膩)가 2008년 치디엔중원왕에서 연재한 동명 소설을 원작으로 하여, 웨원그룹 산하 신리디미어(新麗傳媒)을 통해 제작되었다. 2019년 11월부터 텐센트 동영상과 아이치이에서 방영되어, 풍성한 배우진들, 출중한 연기, 섬세한 연출이 어우러져 그 해 큰 사랑을 받은 화제작이 되었다.

이나 그해 두각을 보인 신인상을 제외하고는 사실상 수상의 의미가 크지 않다고 평가된다. 인터넷문학 선두기업인 웨원그룹의 이름을 전면에 내건 시상식에서 동일한 모습이 나타난다는 것은, 결국 이 시상식의 기획 자체가 권위를 갖추고 평가를 동반한 시상식이기보단 하나의 ‘예능적 이벤트’라는 것을 보여주고 있다.

이 ‘예능적 이벤트’의 의의라면, 인터넷문학이 영향력 있는 위성TV와의 협력을 통해 전국규모의 시상식을 진행할 정도로 높은 인지도와 권위를 확보하고 있으며 인터넷문학이 가진 위상과 영향력이 그만큼 크다는 것을 방증하는 자리였다는 것이다. 현재 중국의 인터넷문학이 가진 매력적인 서사가 드라마, 영화, 애니메이션, 게임 등 다양한 형식의 원형을 구성하며 그 외연을 넓히고 있으며, 이에 대한 시상이 함께 이루어졌다는 것은 인터넷문학의 창작에서 ‘개작의 가치’가 중요한 판단 기준으로 떠올랐다는 것을 분명히 드러낸다.

동시에 시상식을 통해 분명하게 확인할 수 있는 것은, 인터넷문학이 그 문학작품을 즐기는 팬들에 의해 유지된다는 사실이다. 시상식의 외연을 갖추고 있으나 그 내포는 축제라는 것을 ‘大獎賽’가 아닌 ‘盛典’이란 명칭과 시상식장의 2, 3층을 꽉 채운 팬들의 집결이 뒷받침해준다. 웨원그룹의 시상식은 인터넷문학 팬들과 이를 원작으로 영상화한 작품의 팬들에게 적당한 재미와 보는 즐거움을 선사하며, 동시에 작품 홍보도 겸하는 훌륭한 마케팅 창구 기능을 하고 있다.

2) IP 활용을 통한 인터넷문학의 영향력 유지

시상식 타이틀에서 볼 수 있듯이, 인터넷문학(網絡文學)이 ‘웹창문학原創文學’으로 지칭된다는 사실은 인터넷문학을 바라보는 방식이 더는 ‘인터넷’이라는 전파 수단이 아닌 그 안의 ‘오리지널리티(原)’와 ‘창조력(創)’에 기반하고 있다는 것을 시사한다. 웨원그룹의 <2019웨원창작문학풍운성전>은 인터넷문학이 만들어내는 오리지널리티와 창의력이 그 외연을 확대해 생산해낸 방식(드라마, 영화, 게임 등)까지 포섭하고 있으며, 인터넷문학이 IP로서 중요한 역할을 담당하고 있음을 드러낸 이벤트였다. 이는 IP, 즉 판권수익이 오늘날 인터넷문학 업계에 얼마만큼 중요한 역할을 담당하고 있는지 업계 현실을 반영하는 분명한 사례다.

2019년도 웨원그룹의 영업수익은 83억 5천만 위안으로, 전년 대비 65.7%가 증가했고 순이익만 11억 1천 위안에 달했다. 그 내막을 살펴보면, 온라인 구독 수입이 37억 1천만 위안이고 판권운영 수입이 44억 2천만 위안에 달할 정도로 IP 운영으로 얻는 수익이 증가했다. 2017년만 해도 40억 9천 5백 위안의 전체 수입에서, 온라인 구독 수입이 34억 2천 위안으로 80%를 차지하고 판권운영수입이 3억 6천 위안으로 8%

정도밖에 되지 않았다면, 2018년을 기점으로 웨이브그룹의 전체 영업수익구조가 현저히 변화하며 판권운영 비중이 대폭 증가했다. 2018년 웨이브그룹은 130여 편의 인터넷문학 작품을 영상, 게임, 만화, 애니메이션 등으로 리메이크했으며, 2019년까지 리메이크작품이 160편으로 증가했다.⁷⁾ 인터넷문학 업계의 주요 수익이 이전에는 온라인 구독 결제에서 창출되었다면, 현재는 소설작품 판권운영을 빼놓고는 온라인 구독업계의 안정적 운영을 말할 수 없게 된 것이다.

하나의 IP를 다양한 미디어 매체에 적용하려는 움직임은 ‘판위러(泛娛樂)’⁸⁾라는 개념이 대두되면서 구체화되기 시작했다. ‘판위러’는 인터넷과 이동통신 발전에 기반하여 고정 팬층을 거느린 인기 IP를 다양한 엔터테인먼트 분야에 활용해 IP의 개발과 육성을 이끌고 상생 효과를 누리자는 것으로, 이 개념은 2018년에 이르러 ‘신원창(新文創)’으로 업그레이드되었다. ‘신원창(新文創)’이라는 이 ‘새로운 문화 창안’ 방식은 사실상 ‘판위러’와 같은 맥락 속에 있으며, 콘텐츠로서 중국전통문화의 활용을 추가하고 클라우드, AI, app 등 디지털 기술의 접목하여 ‘중국 문화 코드’ 극대화하려는 의도가 반영되어 있다. ‘신원창’은 이미 텐센트의 문화 콘텐츠 영역의 핵심 전략으로 자리 잡으며, 텐센트는 영상, 게임, 문학, 애니메이션, 음악 등의 콘텐츠 업무에 첨단 과학기술을 적용하는 각종 실험을 진행 중이다. 웨이브그룹이 텐센트의 영향력 아래 설립된 후⁹⁾, 이 같은 ‘판위러화’의 추세는 나날이 탄력을 받고 있으며, 중국 인터넷문학 분야는 바로 ‘신원창’의 기본적인 발판이 되었다.

웨이브그룹은 우수한 문학 IP를 핵심으로 한 다원화 전략이 성공을 거두면서 판권 운영업무 수입이 현저하게 상승했다. 한국콘텐츠진흥원에서 웨이브그룹IP 시장현황에 대한 전문 보고서가 발간될 정도로, 웨이브그룹을 필두로 IP를 통한 산업 생태계가 구

7) “閱文營收83.5億背後，是IP運營的巨大勝利”，2020.03.19., <https://tech.sina.com.cn/roll/2020-03-19/doc-iimxxsth0169960.shtml>

8) ‘판위러(泛娛樂)’는 범엔터테인먼트로 번역 가능하며, 2011년 텐센트 그룹의 부총재였던 청우(程武)가 제안한 개념으로 2015년에는 ‘인터넷 발전의 8대 추세’ 중 하나로 꼽히기도 했다. 한국에서는 하나의 소재를 서로 다른 장르에 적용하여 파급효과를 노리는 마케팅 전략인 OSMU(one source multi-use)와 비견할 만하다.

9) 웨이브그룹의 뿌리는 2002년 등장한 인터넷소설 전문사이트 ‘치디엔중원왕’으로 거슬러 올라갈 수 있다. 치디엔중원왕(이하 치디엔왕)은 2004년에 성다(盛大)에게 인수되고 난 이후에도 매니지먼트를 통해 뛰어난 작가를 적극적으로 발굴하고 지원하면서 안정적인 제작환경과 양질의 작품을 기반 삼아 이용자수를 확대해나갔다. 이후 성다는 2008년 추가로 인터넷소설 사이트와 출판사 인수해 성다문학을 출범한다. 2013년 성다의 설립자 천텐차오(陳天橋)와 우원후이(吳文輝)를 비롯한 치디엔망 창립 멤버들 사이에 인터넷문학 사업 경영방식을 둘러싸고 의견대립이 일어나자 우원후이는 20여 명의 핵심 인력들을 데리고 성다문학에서 사임했다. 모바일 인터넷이 급성장하면서 인터넷문학의 잠재력이 다시 한번 큰 주목을 받자, 이 분야에서 사업확장을 꿈꾸던 텐센트문학이 2014년 4월 우원후이를 CEO로 영입했고 우원후이는 치디엔망의 일부 핵심 멤버들과 함께 텐센트 문학에 합류한다. 이듬해 3월 텐센트문학은 성다문학을 인수한 후, 인터넷문학 전문그룹을 표방하는 웨이브그룹을 출범시켰다.

축되었고 다양한 산업연결을 통해 중국 문화시장은 새로운 기회를 모색하고 발전 중이다. 웨원그룹의 'IP劇'(개작드라마)는 일반적으로 비 IP 드라마보다 지명도 및 시장 선호도 측면에서 우위를 보이며, 리메이크 분야도 만화, 애니메이션, 게임 등으로 확대 중이다. 대표적 사례로, 텐чан투더우(天蠶土豆)의 「두과창궁門破蒼穹」¹⁰⁾은 2012년에 애니메이션으로 만들어졌고, 2013년에는 음성 콘텐츠로, 2018년 3월에는 드라마로, 2018년 9월에는 모바일 게임으로 제작된 바 있다.

웨원그룹은 판권판매, 공동투자, 자체 개발의 세 가지 방식을 상호 연동시키며 인터넷문학 작품 선정하고 리메이크 제작하는 시스템을 확립한 상태다. 초기 단순한 IP 판권 라이선스 단계를 넘어 현재는 온라인 구독 외에 IP 배양과 육성, 영상화 제작을 일체화시키며 비약적 발전 기반을 다지고 있다. 특히, 2019년은 웨원그룹에겐 중요한 기념비적 한 해로 IP 판권수익이 최고점을 찍으며, IP 중심 운영방침이 인터넷문학 산업 분야에서 중요한 요소가 되었다는 것을 천명했다. 이전의 단순한 온라인 구독에 의존했던 운영 방식에서 벗어나 판권운영을 통한 수익 창출이 인터넷문학 업계에 또 다른 성장 동력으로 성공적 안착했음을 보여준다. 이를 대외적으로 천명한 것이 바로 <2019웨원창작문학품운성전>이었으며, 인터넷문학의 '판위러화'는 피할 수 없는 추세가 되었다.

3. 두 번째 사건: 2020년 5월 웨원그룹을 둘러싼 논쟁

1) 고위경영진 집단 사퇴와 '신계약' 논란

코로나19로 인해 전 세계 언택트 경제 시장이 커지면서, 중국에서도 이와 상응하는 이른바 '자이징지(宅經濟)'¹¹⁾와 연계된 산업이 각광 받았다. 메신저, 웹서핑, 전자상거래, 게임, 음식배달, 온라인 구독 및 동영상 구독플랫폼 등이 큰 이익을 거뒀고, 집에서의 장기간 '방콕' 생활로 인해 중국의 '판위러' 시장의 실이용자, 영업이익, 접속시간 등도 큰 폭으로 증가했다.¹²⁾ 그럼에도 불구하고 웨원그룹은 2020년 상반기에

10) 「두과창궁(門破蒼穹)」은 치디엔중원왕에 연재 완결된 현환소설로, 2009년 4월 기준 온라인 총 조회수 약 100억 회를 기록하였고, 작가 텐чан투더우는 2009년 치디엔 백금작가(百金作家)가 되었다. 백금, 대신(大神)은 치디엔에서 스타 인기 작가에게 붙이는 칭호다.

11) 홈코노미 또는 집경제로 번역되며, 2009년 금융위기로 글로벌 경제에 큰 타격을 입은 시기 인터넷 쇼핑 시장이 폭발하면서 2010년 중국 인터넷 유행어로 등장했다.

12) 「코로나19사태 이후 중국 온라인 범엔터테인먼트 시장 전망」, 『중국 콘텐츠 산업 동향』, 2020년 05호 p.1.

만 33억1천만 위안의 순손실을 입은 것으로 집계되었는데¹³⁾, 이 같은 업계성적은 중국을 떠들썩하게 만든 사건과 연관이 없다고 할 수 없을 것이다.

<2019웨이원창작문학풍운성전>이 인터넷문학 업계 경영의 중심축이 IP 관련 업무로 이동한 상황을 상징적으로 보여주는 사건이었다면, 2020년 4월 말부터 5월에 걸쳐 일어난 이른바 ‘웨이원그룹 풍파’로 불리는 일련의 사건들은 그간 인터넷문학 업계의 경영방식에 대규모 조정과 변화가 불가피하다는 사실을 공개적으로 천명한 사건이었다.

먼저, 중국에서 관련 보도를 종합하여 사건의 맥락을 정리해보면 다음과 같다. 2020년 4월 27일, 웨이원그룹은 고위경영진 조정방침을 발표했다. 기존의 co-CEO(首席执行官)를 역임하던 우원후이(吳文輝)와 량샤오둥(梁曉東), 그룹의 총재 상웨송(商學松), 고급부총재 린팅펑(林庭鋒) 등 고위경영진들이 ‘영광스럽게 물러나(榮退)’ 현재의 경영 업무에서 손을 떼며, 이들을 대신해 현재 텐센트 그룹의 부총재이자 텐센트 픽처스(騰訊影業)의 co-CEO인 청우와 텐센트 콘텐츠 관련 사업 부문의 부총재 허우샤오난(侯曉楠)이 웨이원그룹의 총재와 집행 이사를 맡기로 했다는 내용이 전해졌다.

이 같은 내용의 웨이원그룹의 수장 교체 소식이 알려지자 웨이원그룹 고위경영진의 집단사임 배경을 두고 자연스럽게 온라인 여론이 들끓기 시작했다. 웨이원의 일부 작가들이 온라인 커뮤니티(論壇) 상에서 모여 이에 관한 논의를 진행하는 과정에서 몇몇 인터넷작가들이 웨이원그룹과 맺은 ‘신계약’ 내용이 알려지게 된다. 많은 인터넷작가들이 이 사실을 알고 웨이원그룹에 이의를 제기했고, 후난성 인터넷작가협회, 구이저우성 인터넷작가협회, 쓰촨성 인터넷작가협회 등 관련 기구 역시 한목소리로 비판 성명을 냈다. 고위경영진의 집단 사퇴뿐만 아니라 판권 소유 문제, 수익 배분 비율 조정, 무료보기 서비스로 인한 수입 영향 등의 문제가 줄줄이 여론의 수면 위로 떠올랐다. 소규모 커뮤니티에서부터 시작된 웨이원그룹에 관한 열띤 토론은 국민적 공분으로 점차 확장되었다.

5월 2일, 웨이원그룹의 새로운 경영진은 관련 논란에 대해 질의응답을 진행했다. 외부에서 떠도는 ‘전면 무료서비스’ 전환에 대해 이는 불가능하고 비현실적이라고 못박았고, 신계약에 관해서도 언급할 수 있는 것은 2019년 9월에 추진된 계약뿐이며, 2020년 4월 28일에 새로운 계약 추진된다는 소문에 대해서는 할 말이 없다고 일축했다.

웨이원그룹의 입장표명은 논란을 잠재우기엔 미답지 못했다. 5월 5일 인터넷문학 작가들은 웨이보(微博), 즈후(知乎) 등 온라인 커뮤니티(포럼)를 통해 ‘오오단갱절(五五斷更節)’(5월 5일 작품 업데이트 중지) 받기했다. 이들은 웨이보에 “오오단갱절은 웨

13) “上半年淨虧33.1億元 閱文集團能否借強化IP扭轉困境”, 『北京商報』, 2020.08.11., <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1674729406529656098&wfr=spider&for=pc>

원그룹의 ‘갑질 계약’ 저지하여 ‘글쓴이의 합법적 권익을 옹호’하기 위함”이라는 것을 명시하며, 웨원그룹에 대한 반대 의사를 분명히 밝혔다. 그러자 5일 밤 웨원그룹은 텐센트 사이트를 통해 ‘웨원그룹의 관련 유언비어 내용에 대한 해명’의 글을 발표하며, ‘전면적인 무료서비스’는 불가능하고 비현실적이라는 점을 다시 한번 분명히 밝히며 ‘유명작가들이 이로 인해 연달아 작품을 업데이트하지 않은 것’은 옳지 못하다고 지적했다.

5월 6일, 웨원그룹은 ‘작가의 저작권을 회수당했다’, ‘작가의 모든 SNS 계정이 전부 웨원에게 귀속된다’는 등의 온라인에서 떠돌아다니는 유언비어에 대해 답했다. 동시에, ‘오오단갱질’에 대해서도 ‘개별 인터넷문학 작가들이 개인적 일과 컨디션 등의 조정으로 휴재를 하거나 가끔 연재를 중단하는 것은 있던 일이다. 현재 작품 업데이트 현황에는 별다른 동요가 없으며, 웨원은 수정 시기, 업데이트 등을 압박하며 프로모션을 하지 않는다’ 등의 내용을 밝히며 항간에 떠도는 단갱질 참여 작가에 대한 불이익 조치에 대해 추가 해명했다.

6일 밤 웨원그룹의 신임 경영진들은 당일 인터넷작가들과 간담회를 진행한다고 공지하며, 공지를 통해 인터넷문학의 생태계, 창작환경의 최적화 및 최근 여론의 집중 포화를 받은 ‘작가 계약 논란’ 등 상업적인 경영규칙 부분의 문제에 대해 논의를 진행할 것이라 밝혔다. 웨원그룹의 새로운 경영진은 관련 문제를 조속히 해결하겠다고 단언하며 여론의 분노를 일단 잠재웠다.¹⁴⁾

요컨대, 고위경영진의 집단 사퇴로 인해 불어온 ‘갑질계약(霸王合同)’에 대한 비난, 이로 인한 일부 인터넷작가들의 ‘오오단갱’, 웨원의 잇따른 반박과 해명 그리고 신임 경영진과 인터넷작가 대표자들 사이의 간담회 개최까지 폭풍같이 휘몰아친 일련의 사건은 작가와 웨원그룹 간의 관계, 작가와 웨원그룹 간의 수익분배 및 작가 저작권 등의 문제와 연관되어 있었다. 특히, 이 사건이 중국 누리꾼들의 민심을 크게 흔들었던 결정적 이유는 첫째로 웨원그룹이 작가와 ‘신계약’을 추진하고 있으며, 둘째로 이를 계기로 웨원이 인터넷문학 작품의 유료구독 모델을 무료구독으로 바꾸어 이를 강제 추진한다는 소문 때문이었다. 웨원그룹은 구체적인 해명과정에서 이른바 ‘신계약’이 사실 2019년 9월에 이미 등장했으며 작가들과 소통을 통해 불합리한 조항에 대해 수정할 것이라고 언급했는데, 이 점에서 이미 ‘신계약’의 존재를 일부 확인하고 자인한 셈이 되었다. 결론적으로 이는 인터넷문학 업계의 경영방침 변화가 표면화되어

14) 이상의 내용은 다음의 기사들을 요약정리함. “‘閱文風波’: 網絡文學行業深度調整?”, 『太原日報』, 2020.05.27., <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1667808926411347012&wfr=spider&for=pc>
 “閱文合同風波前後梳理 網絡文學行業變革才剛剛開始”, 『中國報告網』, 2020.06.09., https://www.sohu.com/a/400848164_730526

일어난 갈등이었다.

2) 무료보기 모델을 통한 후발업체의 고속성장

이 같은 웨이그룹 관련된 논란에 대해 관련 연구자들은 이미 중국 인터넷문학 분야의 케케묵은 문제들이 표면화된 것에 불과하며, 터질 것이 터졌다고 이야기한다. 중국 인터넷문학을 둘러싼 적체된 문제들은 업계 선두기업으로서 웨이가 언젠가는 풀어야 할 과제이기도 했다. 20년 넘게 유지되던 중국 인터넷문학 업계의 운영방식이 변화하고 있는 원인이 어디에 있을까? 인터넷문학을 창작하고 이용하는 사회적 환경이 변화하고 있다는 데서 주요한 원인을 찾을 수 있을 듯하다. 무엇보다, 중국 내 인터넷환경 발전과 스마트폰 보급에 따른 이용 환경이 크게 변화했다. 인터넷문학이 창작되기 시작한 90년대 말과 21세기로부터 20년이 지난 지금의 차이는 인터넷문학의 독서 대중이 빠르고, 쉽고, 휴대 가능한 인터넷환경 속에서 이를 이용한다는 점이다. 중국 인터넷의 빠른 발전을 통해 실질적으로 인터넷문학의 독서층이 폭넓게 퍼질 수 있었고, 이는 인터넷문학이 하나의 거대한 산업으로 성장케 한 동력이 되었다. 여기에 스마트폰의 발전은 또 다른 국면을 전개했다. 스마트폰의 등장과 이를 통한 모바일 네트워크의 발전은 인터넷의 대중화 시대를 열었다. 스마트폰을 이용하면 ‘언제 어디서나’ 인터넷으로 정보를 이용할 수 있고, 이를 통해 멀티미디어, 사무업무 기능이 모두 가능하다. 메신저나 인터넷 커뮤니티 사이트에 상시 접속해 실시간 커뮤니케이션을 할 수 있으며, PC처럼 애플리케이션을 추가해 이용자가 원하는 콘텐츠를 쉽게 접근할 수 있게 되었다. 이에 따라 애플리케이션 내 양질의 정보 확보가 중요한 경쟁 요소가 되었고, 모바일 환경에 맞는 소통방식이 중요해졌다.

2014년 이후 중국 내 창업 열풍이 불면서 ICT 분야 내 신생 애플리케이션 업체가 빠르게 증가했고, PC 시절부터 폭넓은 이용자 기반을 갖춘 온라인 구독시장에 대한 도전이 시작됐다. 특히, 2018년부터 등장한 모바일 기반 독서 플랫폼은 중국 온라인 구독 시장에 미세한 균열을 일으켰다. 대표적 예로, 진르터우타오(今日頭條)란 뉴스 앱을 개발해 모바일 뉴스 시장을 선점하며 중국 언론과 여론을 이끄는 바이트댄스(北京字節跳動科技有限公司)는 2019년 등장한 소규모 소설 앱 ‘토마토소설番茄小說’(Tomato Novel)’을 인수하며 온라인 구독 시장으로 사업 분야의 확대를 꾀했다. 2020년 4월 세계 책의 날을 맞아 소설 채널 브랜드 런칭을 공포하며, ‘좋은 책은 무료로, 토마토에 무궁무진(免費好書, 盡在番茄)’란 새로운 브랜드 슬로건을 내걸고 앱 내에서 전체 무료보기 서비스를 선언했다. 이에 따라 ‘토마토소설’앱의 하루평균 구독량이 1000만을 넘긴 것으로 알려지며 빠른 점유율을 보이는 것으로 나타났다. 또한, 20

20년 2월, 알리바바 산하의 디지털 구독플랫폼인 ‘수치소설(書旗小說)’도 ‘집콕 독서 프로젝트(在家讀書計劃)’를 진행하면서 업로드된 수천 권의 전자책을 무료로 제공하며 ‘좋은 책 무료 읽기’를 진행했다.¹⁵⁾

중국 인터넷문학 플랫폼들이 PC를 기반으로 성장해왔다면, 빠르게 성장한 ICT 기업들이 모바일을 기반으로 기존의 온라인 구독 시장에 도전장을 내밀었다. 사실상 텐센트가 우원후이 사단을 영입하며 웨원그룹을 설립한 것도 기존 인터넷문학 플랫폼 통해 온라인 구독 시장을 점유하고 이를 다양한 활용이 가능하기 때문이었다. 2020년 3월 중국 매체 보도에 따르면, 웨원그룹의 평균 유료이용자 수가 2017년 천백만 명에서 2019년 980만으로 감소하였고, 그나마 2020년 코로나19 이후 ‘자이징지’의 활성화로 1020만까지 증가했지만, 전체 이용자 비율로 보면 작년과 같은 4.5%를 유지 중이다.¹⁶⁾ 즉, 기존의 온라인 독서층은 전체적으로 더 증가하지 않은 상태에서 기존 이용자의 지분을 가지고 경쟁하기 위해 후발주자들이 ‘무료보기’라는 수단을 활용하여 공격적인 마케팅 방식을 취하고 있는 것이다. 후발 업체들이 공격적인 전면 무료구독 모델을 통해 이용자를 적극적으로 흡수하고 있다면, 앞으로도 유료이용자 규모는 지속해서 감소하는 반면 무료구독 이용자 규모는 증가할 가능성이 크다. PC 중심의 운영을 해오던 기존의 인터넷문학 업체 역시 모바일 환경에 걸맞은 운영 전략의 전환이 필요한 것이다.

이와 동시에, 모바일 중심 환경에 맞춰 다양한 즐길 거리가 생겨나며 인터넷문학 산업에 큰 영향을 끼쳤다. 스마트폰의 보급은 기존의 다양한 오락거리에 접근을 더욱 쉽게 만든 동시에 틱톡(抖音), 콰이서우(快手) 등 쇼트 클립 같은 다른 엔터테인먼트 형식을 발달시켰다. 이에 따라 상대적으로 인터넷문학에 관한 관심이 감소했고, 중국 인터넷문학의 발전 전반에 병목현상이 나타났다. 기술의 발전은 소통방식에 대한 대중의 기대 또한 변화시켰다. 인터넷 속도 향상으로 인해 네트워크상의 채팅 방식이 기존의 텍스트 중심에서 이미지 중심으로 바뀌고 즉각적인 상호 소통이 더욱 중요하게 되면서, 이용자의 관심과 취향도 활자에서 영상으로 이동하고 즉각적인 반응을 보일 수 있는 엔터테인먼트 양식들이 선호되었다. 커서를 활용한 ‘읽고 쓰기’에서 손가락을 통한 ‘보고 누르기’로의 변화는 문자로만 이루어진 인터넷문학 읽기 방식에도 변화를 일으켰다. 대표적인 예로 웨원의 대표 플랫폼 치디엔중원왕에서 1회차 장절 댓글 기능 외에 문장이나 단락 중간마다 댓글을 달 수 있는 기능을 추가했

15) “高層動蕩激起‘千層浪’ 閱文集團困境何解”, 『南方日報』, 2020.05.15., <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1666724862389487675&wfr=spider&for=pc>

16) “閱文集團去年巨虧45億 付費用戶數三年原地踏步”, 『證券日報』, 2021.03.25., <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1695164488483146787&wfr=spider&for=pc>

는데, 이를 통해 독자들은 작품 문장이나 단락마다 자신의 의견과 감상을 적극적으로 표출할 수 있게 되었다. 이는 모바일 환경에 맞춰 이용자와의 즉각적이고 긴밀한 소통을 가능하게 한 조치였다.

중국의 인터넷문학은 이 같은 외부적 환경의 변화뿐만 아니라 그 내부에도 많은 문제점이 쌓여왔다. 중국의 인터넷 초창기 발전 시기부터 스무 해 넘게 플랫폼을 유지하며 많은 작가와 작품을 배출 낸 만큼, 독자들이 선호하는 요소들이 분명해지면서 작품창작 경향도 점차 패턴화되었다. 이에 따라, 작품 소재나 이야기 구성이 점차 비슷해지고 성공한 작품의 포맷을 그대로 적용한 복제도 빈번하게 이뤄지고 있으며, 심지어 데이터베이스에 기반한 글쓰기 소프트웨어까지 등장한 상태다. 이른바 ‘짜깁기식 글쓰기(槍手式寫作)’가 공공연하게 자행되면서 인터넷문학의 표절문제가 이미 여러 해 전부터 대두되었고, 알려진 몇몇 유명작품은 관련 소송까지 진행됐다.¹⁷⁾ ‘짜깁기식’ 글쓰기로 인해 작가는 작품에 대한 고유 권한을 점차 잃게 되었고, 인터넷문학 플랫폼과 작가 간의 위탁 관계가 일방적인 착취 관계로 변질될 수밖에 없었다.

결론적으로, 기존의 PC를 기반으로 발전해온 인터넷문학 플랫폼은 변화 중인 온라인 구독환경에 걸맞은 변신이 없으면 더는 기존 독자들의 발걸음조차 붙들어 놓기 쉽지 않은 상황에 직면했다. 무료’ 구독 모델이라는 변화된 업계 트렌드에 영합하려는 웨이닝그룹의 움직임은 작가와의 ‘신계약’을 통해서 구현되었고 플랫폼과 작가의 수익모델 및 판권운영 등의 문제에서 마찰을 빚게 됐다. 웨이닝그룹의 고위경영진이 집단사임 원인 또한 ‘무료’서비스 모델의 충격에 따른 인터넷문학 ‘대부들’의 대응방식과 사측(텐센트)과의 갈등 때문으로 알려졌다. 임원진 교체 이전에는 변화를 요구하는 내적, 외적 압박이 있었음을 알 수 있다.

4. 인터넷문학 창업 1세대의 퇴진과 새로운 전환기 진입

인터넷문학의 선두기업 웨이닝그룹에서 발생한 두 가지 사건을 통해 다음의 질문을 던질 수 있을 것이다. 현재 확립된 중국 인터넷문학의 실질적 경제 기반은 무엇인가,

17) <화천골(花千骨)>, <삼생삼세십리도화(三生三世十里桃花)>, <군사연맹(軍師聯盟)>, <금수미앙(錦繡未央)>, <견환전(甄嬪傳)>, <보보경심(步步驚心)> 등 인터넷문학을 개작한 드라마가 제작되어 화제가 되면서, 이들 작품의 원작 소설에 대한 표절 논쟁이 일어난 바 있다. 표절에 대한 법정 분쟁으로는 대표적으로 2016년 11명의 작가들이 <금수미앙>의 작가 진지엔(秦簡)(본명 저우정(周靜))을 고소한 사건이 있다. <금수미앙>은 200여 권의 소설을 표절한 의혹을 받으며 전체 294장의 내용 중 9장만 표절하지 않은 것으로 알려졌다. 2019년 5월 최종판결 결과 표절이 인정되어 13만 위안의 배상금을 지급 결정이 내려졌다.

인터넷문학의 커뮤니케이션 기반이 무엇인가 하는 점이다. 두 가지는 긴밀하게 연결되어 있으며 중국 인터넷문학을 20여 년 넘게 존속시킨 기초였다. 중국의 인터넷문학은 내용이나 형식 면에서 초창기 인터넷 발전에 힘입은 청년들의 서브컬처 문화형태에서 자라났으며, 두 가지 면에서 오늘날 인터넷문학을 지탱하는 골격을 갖추었다. 바로 강력한 팬덤 문화와 이를 기반한 유료구독 체제이다. 웨원그룹이 직면한 문제는 바로 중국 인터넷문학이 외부환경의 변화뿐 아니라 내부적 근간이 흔들리고 있다는 것을 노정한다.

중국 인터넷문학을 전문적으로 연구해온 베이징대학 중문과 교수 사오옌쥔(邵燕君)은 「인터넷문학 2018-2019: ‘팬덤경제’ 토양 속의 심경(網絡文學2019: 在“粉絲經濟”的土壤中深耕)」이란 글에서, 중국 인터넷문학의 20여 년 발전 속에 가장 핵심적인 발전 동력은 팬덤경제에 기반을 둔 창조적인 생산 시스템이었다고 지적한다. 인터넷문학을 즐겨보는 독자들이 VIP 유료결제하는 습관을 갖추고 참여도가 높은 팬덤을 구성하면서 안정적인 산업 발전을 도모했으며, 오늘날 중국 인터넷문학의 높은 발전은 VIP 결제모델에 기반한 충성도 높은 팬덤으로부터 기인했다는 것이다.¹⁸⁾

웨원 사태에서 주목해야 할 것은 논쟁의 시발점이 된 집단 사임한 고위경영진의 면모이다. 2020년 사임한 고위경영진들 속에는 2000년 치디엔중원왕(이하 치디엔왕)을 창립한 초창기 멤버 다섯, 즉 ‘치디엔오제(起點五帝)’인 우원후이, 상웨송, 린팅평, 허우칭첸(侯慶辰), 뤼리(羅立)가 포함되어 있었다. 중국 ‘인터넷문학의 대부’라고 불리는 이들은 2003년 VIP 중심의 유료구독모델을 도입하여 중국 인터넷문학을 단순한 사이트에서 하나의 산업으로 발돋움할 수 있게 한 장본인이었다. 중국 내 인터넷 사용이 무료고 불법 복제(해적판) 역시 난무하던 시절에 VIP 유료화 모델 도입은 가히 획기적인 조치라 할 만했다. 당시에는 지금과 같은 모바일 지불 시스템이나 인터넷 뱅킹 같은 온라인 결제방법도 없었고 우체국이나 은행에 직접 가서 송금했다. 또한, 중국 어디서나 손쉽게 불법 복제물을 구할 수 있는 환경에서 사실상 유료결제를 해야 할 이유도 딱히 없었다. 이런 상황에서 치디엔은 은행의 VIP 서비스를 벤치마킹해서 독점 작품들을 선정해 계약하고 이를 VIP 유료결제 회원들에게 제공하는 방식으로 승부수를 띄웠다. 플랫폼은 그들이 사는 것이 소설이 아니라 일종의 VIP 서비스라는 특별우대 체험을 제공했고, 인터넷문학의 이용자들은 개인 맞춤형 서비스를 즐기며 작품과 작가에 대해 견고한 신뢰와 기대를 갖춘 팬덤을 구성하기 시작했다.

이후 인터넷문학 업계는 유료구독을 통해 창출된 수익으로 뛰어난 작가를 적극적으로 발굴, 육성해 가기 시작했고, 차별화된 작가 매니지먼트를 통해 작가들이 안심

18) 邵燕君·肖映萱·吉雲飛, 「網絡文學2019: 在“粉絲經濟”的土壤中深耕」, 『中國文學批評』, 2020年第1期, p.1.

하고 좋은 작품을 쓰도록 환경을 제공했다. 이를 기반으로 인터넷문학을 전문적으로 창작하는 전업 작가들이 생겨났고, 양질의 작품을 통해 새로운 이용자를 끌어들이는 전략이 인터넷문학 업계의 기본 운영방침이 되었다. 유료결제 구독 모델은 문화생산 영역에 소비 경영의 이념을 접목해 성공시킨 최초의 모델이 되었고, 오늘날 아이치이, 텐센트 동영상 등 중국의 OTT 동영상 플랫폼에도 활용되어 기본적인 콘텐츠 수입 창출 모델로 자리 잡았다. 이는 지적 재산권에 대한 정당한 지불 구조 확립했을 뿐만 아니라 이용자의 심리적 만족감도 충족시키며 중국 인터넷문학 발전의 거대한 전환점을 마련했음은 물론이다.

‘무료서비스’란 공격적인 마케팅을 펼치며 온라인 구독 시장에 도전장을 내민 후발 주자들은 인터넷문학 업계에서 십수 년 동안 유지해 온 VIP 유료결제 모델에 타격을 가했고, 이 같은 위기는 눈에 띄는 이용자 수 변화로 감지됐다. 결과적으로 유료결제 시스템의 한계가 분명해졌을 때 인터넷문학 영역에서 오랜 기간 누적되어 온 갈등이 표면화됐고, 인터넷문학 업계를 주도해 온 초창기 창업자들의 퇴진은 인터넷문학 업계의 환경변화를 기정사실화 하였다.

샤오옌젠은 초창기 중국 인터넷문학 사이트 창업자와 대다수 경영자와 인터뷰를 나누며 중국 인터넷문학의 발전을 정리하면서¹⁹⁾, 이들 대다수가 문학을 사랑하는 이른바 ‘애호가 출신’이었다고 지적한다. 이들은 도서 대여점에서 볼만한 책을 더는 찾을 수 없어 인터넷을 시작했고, 인터넷에서도 볼 게 없어지자 스스로 글쓰기에 도전하고 결국 자체 사이트까지 만들어버렸다.²⁰⁾ 이들은 전통적인 의미에서 문학 애호가이기보다 이용자에 가까웠고, 문학은 이상도 지향도 아닌 단지 오락이자 소일거리였지만 그들에겐 꼭 필요한 것이었다. ‘문보이文普二’(문예청년-보통청년-二逼青年얼피청년)란 계보 속에서 이들은 으레 ‘문학청년’이 가진 주변화되고 반역적이고 예민한 특징이 보이지 않는 평범한 ‘보통청년’이었다. 그들을 구분할 수 있는 특징이라면 문학 중에도 특정 일부, 즉 장르 소설을 선호했다는 것이었다. 그들은 성장 과정에서 장르 소설에 빠져들었고 이에 대한 취미와 취향을 갖게 된 결과 인터넷문학과 평생의 연을 맺게 되었다. “이들은 소설 읽기를 지독하게 좋아하는 사람들이고 꿈을 현실로 만들 수 있는 사람들이었으며, 정회와 정명에 하나도 부족함이 없었다. 쉽게 말해 이들은 ‘독서 갈증’을 깊게 앓은 사업가들이었다.” 초창기 창업자들은 오랜 기간

19) 수년간 인터넷문학 분야를 연구해 온 베이징대학 중문과 교수 샤오옌젠이 2016년부터 젊은 연구진을 꾸려 18개 인터넷문학 사이트 창업자 26명과 각 사이트의 창립과 운영 과정에 대해 인터뷰를 나누며 이를 정리하여『창시자설(創始者說)』(베이징대학출판사, 2020.09)이란 책으로 출간했다.

20) 치디엔오제는 黑暗之心, 寶劍鋒, 意者, 黑暗左手, 藏劍江南 등의 필명을 가지고 한때 인터넷문학을 창작했던 작가이기도 하다.

‘애호가 사이트’로서의 플랫폼 생태 아니면 적어도 그것을 유지하려는 마음가짐을 갖고 있었다는 것이다.²¹⁾

이를 통해 우리는 중국 인터넷문학이 문학을 소비하고 즐기는 ‘애호가’였던 초창기 창업자에 의해 시작됐고, 그들이 자신들과 비슷한 취향을 가진 독자들을 하나의 팬으로 집결시켜 거대한 산업으로 발돋움 하였음을 알 수 있다. 당시 독서 환경이 만족시켜주지 못하는 ‘독서 갈증’을 스스로 채우고자 자발적인 글쓰기에서 시작된 중국 인터넷문학은 인터넷이란 공간에 힘입어 비슷한 취향을 가진 독자들을 한데 모을 수 있었다. ‘시장’이 아닌 ‘필요’에서 출발한 중국 인터넷문학은 이렇듯 견고한 팬덤을 기반으로 정치적 신분을 획득했다. 우원후이 사단이 ‘몰려난다’라는 것은 이들 인터넷문학 1세대들이 세워놓은 근간이 흔들린다는 것이고, 구체적으로 표면화된 것이 바로 팬덤을 기반한 유료결제모델이었다.

수장 교체를 통해 구현된 경영방침의 변화 그 이면에는 더 중요한 문제가 숨겨져 있다. 인터넷문학의 달라진 입지와 이용자(독자)의 변화된 성격이다. 인터넷문학은 애호가 사이트를 넘어서 하나의 거대한 산업으로 변모했다. 그 규모가 점점 커지면서 더는 ‘취향’을 따라 끼리끼리 모여 즐거워하는 생태가 오래갈 수 없었고, 내부 운영 논리도 결국 자본의 논리에 굴복할 수밖에 없었다. 이는 다양하게 공존했던 중국의 인터넷문학 ‘애호가’ 사이트들이 ‘성다’라는 하나의 기업으로, 또다시 거대 ICT 기업 텐센트와 연관된 ‘웨이원’으로 변모하는 과정에서 이미 예견된 갈등이었다. 우원후이와 그를 대신해 새로운 웨원의 경영자가 된 청우는 각각 1978년, 1974년생으로 비슷한 연배다. 두 사람 다 인터넷이 중국에서 뿌리내려 확장되던 시기에 생겨난 기회를 통해 새로운 가능성을 포착한 젊은이들이었다. 임원진 교체가 인터넷문학을 하나의 취향과 취미로 ‘애호’하던 이들에서 하나의 IP로 활용해서 다양한 수익을 내고자 하는 기업인으로 바뀐 것이라면, 그 근간에는 인터넷문학을 바라보는 업계의 시선 변화가 내포되었다. ‘필요’에 의해 생겨난 인터넷문학이 ‘시장’에 의해 조정된다는 명

21) 덧붙여, 샤오옌전은 중국에서 유료 모델이 성공적으로 안착할 수 있던 배경으로 중국 인터넷 문학 기업들이 처음부터 독자를 이용자로 위치시켜, 이용자 중심 경영 모델을 명확하게 내세운 것이 가장 주요했다고 지적한다. 우원후이는 웨원 시스템의 핵심이 UGC (User Generated Content) 모델이라고 말한 바 있는데, 치디엔을 필두로 한 중국 인터넷문학은 소비경제와 인터넷이 결합한 UGC에 기반을 둔 팬덤경제 모델과 ‘상쾌함(爽)’을 기본으로 하는 ‘사이다 문학(爽文)’ 모델을 만들어냈다. 이 두 가지 모델이 결합하여 중국 인터넷문학의 독자들은 수동적인 이용자가 아닌 적극적으로 참여하는 팬으로 전환됐고, ‘소비자(Consumer)’이자 ‘생산자(producer)’인 프로슈머(Prosumer)의 모습을 갖게 되었다. 이른바 ‘사이다 문학’으로서 인터넷문학은 이른바 ‘재도’의 수단이 아닌 ‘상쾌함(爽)’ 그 자체를 목적으로 창작되었고, ‘상쾌함’ 즉 즐거움이 팬이자 이용자들에게 제공해야 할 기본 덕목이 되었다. 邵燕君, “文學網站創始者: 一群深患‘閱讀饑渴症’的生意人”, 『中國作家網』, 2020.08.24., <http://www.chinawriter.com.cn/n1/2020/0824/c404027-31833899.html>

시적 선언 말이다. 2019년 인터넷 문학작품이 하나의 IP로서 다양한 미디어로 변용되었을 때 얻는 판권수익이 작품 구독으로 인한 수익을 능가했다는 사실은 문학 구독이용자보다 이를 활용한 콘텐츠이용자가 더 커지고 있다는 암시이기도 하다. 인터넷문학이 마주한 변화된 환경은 경영방식이 달라져야 할 당위성을 획득했고, 이는 경영진의 교체에 큰 힘을 실어줬다.

동시에, 유료구독 수익이 줄고 있는 이면에는 견고했던 인터넷문학의 팬덤 이용층의 변화가 존재한다. 『2018중국인터넷문학발전보고(2018中國網絡文學發展報告)』에 따르면, 2018년 기준 인터넷 문학 작가 중 ‘90년대생’이 50.6%로 과반을 차지했다. 독자의 연령 역시 30대 이하가 60%를 차지하며, 그중 10%를 넘는 독자들이 18세 이하 미성년자였다. 고등학생 이하 독자 비율이 53%를 차지했는데²²⁾, 오늘날 중국 인터넷문학의 주력군이 고등학생과 중학생임을 알 수 있다. 중국사회과학원문학연구(中國社會科學院文學研究)에서 발표한 2020년 중국 인터넷문학 연구 보고서에선 중국 인터넷문학 소비층이 Z세대라고 직접적으로 지칭한 바 있는데²³⁾, 인터넷 시대 속에서 출생하여 디지털 정보 기술에 영향을 많은 ‘網生代(네트워크 세대)’가 이제 중국 문화산업의 주축을 이루게 되면서 많은 변화를 맞게 되었다. 20여 년 동안 인터넷문학을 창작하고 이용하는 작가와 독자의 세대교체가 일어났으며, 인터넷문학의 사회적 기반과 커뮤니케이션 수단이 바뀌게 된 것이다.

중국 인터넷문학의 이용자층이 인터넷이란 새로운 공간에서 문학을 매개로 한 소통의 장을 개척하며 경영자와 함께 달려온 PC세대에서 또 다른 라이프 스타일을 창작하고 새로운 즐길 거리 앞에 노출된 모바일 세대, Z세대로 변화했다. 오늘날 Z세대는 스마트폰 하나로 정보 습득, 업무 수행, 사회적 관계 형성, 여가 활용 등을 해결하며, 시시각각 변화하는 다양한 정보에 노출되어 있다. 이들은 중국의 경제성장과 기술 발달에 힘입어 이전 세대와 달리 개인적이고 독립적이며 경제적 가치를 우선시하는 등 다른 소비 패턴을 보인다. 유료결제방식이 콘텐츠를 소비하는 방식으로 자리 잡은 상태에서 인터넷문학의 유료결제 진행을 자체가 줄어들진 않겠지만, 상품 자체를 더 중요하게 여겨 좋은 품질을 찾으면 쉽게 브랜드를 바꾸는 등 브랜드 충성도가 낮은 이들 세대의 특성상, 양질의 상품을 보유하고 있지 않은 산업은 언제든 도태될 수 있다. 또한, 이들은 다양한 정보를 통해 꼼꼼하겐 가격 비교를 하며 저렴한

22) “『2018中國網絡文學發展報告』發布，這一群體是主要讀者”，『北晚新視網』，2019.08.16., <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1641921529105170648&wfr=spider&for=pc>

23) 1995년에서 2009년 사이 출생한 젊은이들을 이르는 Z세대는 ‘허우후’로 명칭하는 중국 내 세대 구분을 대체하며 오늘날 중국 젊은이를 분류하는 구분이 되고 있다. “專家研討『2020年度中國網絡文學發展報告』Z世代已成網文主要消費群體”，『青瞳視角』，2020.03.17., <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1694466699964166218&wfr=spider&for=pc>

한 것을 선택하는 습성이 있는 만큼 무료서비스에 민감하게 반응할 가능성도 크다. Z세대들이 부당한 업계의 조치에 대해 반발하며 초기 인터넷문학 세대와 한목소리를 냈더라도 이용자로서 이들의 마음까지 붙들어 놓는 것은 또 다른 문제이다.

세대교체에 따른 중국 인터넷문학의 이용 변화에 대해선 엄밀한 분석이 필요한 부분이지만, 가장 눈에 띄는 변화는 인터넷문학 창작과 소비의 주류가 판타지 장르에서 현실(현실주의) 소재로 변모했다는 점이다. 판타지 장르는 중국 인터넷문학의 발전에 가장 큰 특징으로 손꼽혔다. 판타지를 기반한 수많은 인기 작품을 만들어냈으며, 그 규모가 커지면서 현환(玄幻), 커환(科幻), 모환(魔幻) 등 분야도 점차 세분화됐다. 변화의 조짐은 2017년부터 중국 문화시장에서 이른바 ‘현실주의창작’이 좋은 성과를 내면서부터 본격화됐다. 학원이나 직장 중심의 연애 소재 창작이 눈에 띄게 증가했고, 이후 의학, 법정, 범죄 추리 등으로 소재가 점차 확장되며 캐릭터 설정이나 중심 서사도 정교해지기 시작했다. 오늘날 중국 인터넷문학에서 현실 소재의 창작이 판타지 장르의 창작을 이미 압도하였고, 그 수량도 과반을 차지하며 주류를 이루고 있다. 물론 이런 변화의 이면에는 판타지 장르에 대한 독자들의 피로도가 높아지고 국가의 지침과 통제에 영향을 받은 원인이 존재하지만, 주력 독자층의 높아진 감상 욕구와 변화된 현실 인식이 직접 연관되어 있다고 할 수 있다.

인터넷문학 1세대의 퇴장에 마침표를 찍은 것은, ‘룽수샤(榕樹下)’의 폐쇄 소식이었다. 2020년 9월 22일, 중국의 첫 번째 인터넷문학 사이트로 23년간 존속했던 ‘룽수샤’가 갑작스레 문을 닫았다. 1997년 중국 내 인터넷 사이트 자체가 희박했을 무렵부터 등장한 ‘룽수샤’는 인터넷문학 창작 발전의 토대가 되었으며, 이 토대를 빌어 ‘인터넷문학’이란 개념도 등장할 수 있었다. 중국 인터넷문학 플랫폼의 ‘비조’로 불리면서, 초창기 인터넷문학 시상식을 주최하기도 하고 안니바오베이(安妮寶貝), 닝차이신(寧財神), 리원환(李選歡) 같은 유명작가를 배출하며 황금기를 보낸, 인터넷문학 1세대 사이트인 ‘룽수샤’가 그 사명을 다하고 막을 내렸다는 것 역시 인터넷문학의 전환기가 도래했음을 보여주는 또 하나의 조짐이었다.

5. 웨원그룹의 변화와 조정

중국공산당이 2020년 9월에 발표한 「중화인민공화국 국민경제와 사회발전 제14차 5개년규획과 2035년 장기적 목표 강요(中華人民共和國國民經濟和社會發展第十四個五年規劃和2035年遠景目標綱要)」(약칭 ‘14.5’규획)에는 문화산업의 디지털화 전략을 시

행하여 새로운 문화기업, 문화업무경영방식과 문화 소비모델의 발전을 가속하겠다는 내용이 담겨있다. 인터넷문화 영역에서 ‘융합(컨버전스)’란 트렌드가 강화되면서 웨일을 필두로 한 ‘인터넷+문화’기업들 역시 자생력을 갖춘 디지털 문화산업 브랜드 구축을 모색하기 시작했다.

2020년 고위경영진 집단 퇴임과 ‘신계약’ 논쟁은 한 달 후 웨이그룹이 6월 3일 기존 계약을 10여 군데 수정한 ‘단본선택신계약(單本可選新合同)’을 발표하며 마무리됐다.²⁴⁾ 새로 발표된 ‘단본선택신계약’은 무료화 모델 추진 가능성은 열어뒀으나 작가 개인의 권익을 옹호하려는 노력이 반영되었으며, 이를 통해 작가들은 더 많은 선택지를 갖게 되게 되었다. 관련 전문가들은 이에 대해 업계의 발전이라 평가했으며 작가들도 지지와 환영의 의사를 표했고, 결과적으로 중국의 인터넷문학 업계는 한 차례 정돈과 재구성을 겪으며 위기상태를 새로운 도약의 발판으로 삼게 됐다.

상반기 우여곡절을 겪은 웨이그룹은 하반기가 되자 확실한 변화의 의지를 보여주며 차후 발전 방향을 추가로 제시했다. 첫 번째 변화의 표지는 소속 작가들에 대한 전면적 지원방침이다. 2020년 9월 23일, 웨이그룹은 작가에 대한 서포트와 케어, 작가 양성, 브랜드 운영 등 방침을 포함한 ‘프로작가 스타 프로젝트(職業作家星計劃)’ 발표하며 10월부터 이를 본격적으로 가동했다.²⁵⁾ 두 번째의 변화의 표지는 웨이이

24) 새로 공개된 계약서는 기초협약(基礎協議), 라이선스 협약(授權協議), 심층 협약(深度協議) 등 크게 세 가지를 담은 네 종류의 계약을 제공하고, 작가가 유료와 무료 모델을 스스로 선택할 수 있는 내용을 담았다. 또한 ‘갑질 조항’으로 알려진 ‘홍보와 영향력 확대를 위해 플랫폼이 작가의 웨이보, 위챗, 블로그 등 소셜 네트워크 계정을 개설, 관리 운영할 수 있다는’ 조항을 없애고, 플랫폼이 계약 기간에 작가의 문학작품 외에 다른 작품의 저작권까지 독점하던 것도 소셜이나 극본 등 해당 작품에만 적용하도록 하여 독점 라이선스 범위와 작품의 우선권 범위를 축소했다. 플랫폼 외에 라이선스 이용에 관한 IP 개편 저작권 수익이 작가에 있음을 명시하여 작가의 불이익을 최대한 예방했다.

25) 구체적으로 그 내용을 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 작가 서포트 측면에서 표준계약서 50% 안에서 계약 작가에게 매달 20%의 자체 플랫폼 구독 원고료를 창작 인센티브도 별도 제공하기로 했다. 신진 작품에 대한 인센티브도 대폭 늘려, 작가에게 매월 1500위안에서 최고 4500위안까지 제공하여 성적이나 성공 여부와 상관없이 신청할 수 있도록 했다. 이후 성적 기준선에 도달한 작품에는 매월 1000위안의 창작 장려금을 주도록 하여, 이전에 개근상 명목으로 매월 600위안을 받았던 것에 비하면, 평균적으로 작가들에 대한 보상 내역이 크게 증가했다. 둘째, 콘텐츠의 제재 면에서 현실적 소재, 전통문화, 그 밖에 개성적 창작 콘텐츠 등 잠재력 있는 소재에 대해서, 작품 편폭과 콘텐츠의 질적 기준이 어느 정도 충족되면 작품 당 최소 5만 위안의 보장된 계약을 할 수 있도록 하여 플랫폼 콘텐츠 다변화와 온라인 콘텐츠의 문화적 가치를 확보할 수 있도록 했다. 셋째, 작가 서비스 측면에서 작가들의 수익을 올려 작가들의 창작 열기를 북돋우는 것 외에도 초보 작가들이 창작 경험을 다지고 성장할 수 있도록 온라인 공개수업, 오프라인 캠프 등 유형별 입체적인 프로 훈련 시스템을 제공하는 등 발전 가능성을 가진 작가들을 위해 창작 단계별로 포괄적이고 정교한 서비스를 제공하겠다고 밝혔다. 또한 개인적 인지도와 작품의 영향력이 있는 브랜드 작가들을 위해선 ‘브랜드 작가 매니지먼트’를 통해 플랫폼 소스, 팬 운영, 전속 저작권 매니저, 작가 홍보 프로모션 등의 서비스를 제공해 작가의 다양한 요구를 충족시키겠다고 밝혔다. 그 밖에, 작가의 케어 측면에서 갑작스러운 질병이나 불의의 어려움에

장기적 발전 전략으로 잠재적 작가 양성을 선택해 ‘신원창’의 생태계를 구축하기로 결정하였다는 것이다. 2020년 11월, 웨원그룹은 ‘웨원치디엔대학(閱文起點大學)’의 정식 설립을 선언하면서 동시에 ‘청년 육성 프로젝트(青年扶持計劃)’를 함께 발표했다. 전자를 통해 전 업종을 아우르는 작가 양성을 위한 전방위적이고 다층적이며 단계식 배양 시스템을 제공하고, 후자를 통해 앞으로 막대한 자금과 자원을 투입해 청년 작가들의 창작과 발전을 지원한다는 장기계획이었다.²⁶⁾ 웨원의 새로운 수장이 된 청우는 “자기 성장, 자기 완비, 자기 동기부여를 핵심으로 하는 ‘작가생태 2.0’을 구축하고, 작가 서비스형, 연결형 플랫폼 시대를 전면적으로 열어, 작가의 서비스 경험을 지속적으로 업그레이드하겠다”고 강조하며, “웨원치디엔대학의 성립이 웨원의 ‘작가생태 2.0’을 구축하는 중요한 조치”라고 밝힌 바 있다.²⁷⁾

요컨대, 웨원그룹은 웨원치디엔대학을 중심으로 ‘신원창’ 전략 아래 20여 년간 쌓인 경험과 인력, 자원을 결집해 실용적, 창의적인 작가 육성 시스템을 구축해 스토리텔링 능력을 갖춘 창의적 인재를 지속적으로 발굴 양성할 계획을 꾀했으며, 이렇게 발굴된 글쓰기의 재목들은 꾸준히 업계로 수송되어 ‘판위리’화 된 중국 콘텐츠 산업을 이끌게 될 것이다. 앞으로 텐센트픽처, 신리미디어, 웨원그룹 간의 협력 시스템 역시 점차 공고해질 것이 자명하다. 중국 문화자원 중요한 IP로서 인터넷문학의 역할은 앞으로도 계속될 것이다.

무엇보다 이번 논란을 통해 아주 중대한 사실이 확인됐다. 인터넷문학의 창작자와 이용자가 결국 인터넷문학 산업의 존속을 책임지는 중요한 위치에 있으며, 이들의 목소리가 플랫폼의 중대한 조정을 이끌어냈다는 점이다. 인터넷문학 독자들은 ‘이용자’에서 ‘소비자’로 위치 변화 과정에 강력한 브레이크를 걸었다. 중국 인터넷문학이 산업화하는 과정에서 이익을 위한 것이 아닌, 사용을 위한 생산이라는 오래된 가치 원칙이 점차 사라졌고, 사용을 소비로 환원하는 것 외에도, ‘판매’의 윤리-팔리는 것은 통하는 것이고, 어떤 것을 파는 것은 곧 그것의 가치를 확인하는 것이라는 것—

처한 작가를 돕기 위해 ‘웨원사랑구호전문기금(閱文愛心救助專項基金)’을 조성해 계약 작가 외에도 배우자, 아이, 부모를 포함한 직계 가족들에게 최고 30만 위안을 보조금을 제공하겠다는 내용을 포함시켰다. 이상의 내용은 다음의 기사를 참조함. 『閱文推出‘職業作家星計劃’讓網文作家福利升級』, 『北京青年報』, 2020.09.23., <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1678614372720447203&wfr=spider&for=pc>

26) 웨원치디엔대학은 일종의 ‘프로작가 훈련캠프’로서, 온라인 학습 플랫폼과 온라인 커뮤니티를 통해 작가들의 위해 인터넷문학 비즈니스 글쓰기 이론, 인터넷문학 글쓰기 및 기술 등 체계화된 수업 과정을 개설하고 상호교류할 수 있는 공간을 제공한다고 전해진다. 『閱文集團構建‘作家生態2.0’: 成立起點大學, 並推出億元‘青年作家扶持計劃’』, 『出版商務網』, 2020.11.20., <http://www.cptoday.cn/news/detail/10579>

27) “爲IP多元變現搭建渠道 閱文集團聚焦‘作家生態2.0’建設”, 『證券日報網』, 2020.11.23., <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1684163483454153991&wfr=spider&for=pc>

가 광범위하게 확산되었다. 소비자와 시장이라는 제한된 관점에서만 창작활동을 생각하는 것은 실제로 우리 독서 활동과 문화생활의 패턴이 어떻게 변화하고 있는가를 은폐하는 것이 된다. 이용자들이 소비결정권을 가진 채 소비하는 것과 플랫폼을 통해 일방적 제공된 상품만 소비하는 것은 큰 차이가 있다. 인터넷문학의 가치 평가 역시 IP에 따른 수익에 따라 좌지우지되고, 작가들의 창작과 독자들의 취향이 플랫폼이 제공하는 빅데이터와 알고리즘을 통해 더욱 납작해질 가능성이 크다.

웨이팅그룹의 일련의 조정과 새로운 프로젝트 제안은 작가와 독자를 전면적으로 염두에 둔 기업의 조치라는 점에서 긍정적인 평가를 할 수 있으며, 이를 통해 중국 인터넷문학의 생명 또한 조금 더 연장될 것으로 전망된다. 인터넷문학 플랫폼의 핵심 경쟁력은 보유 작가들에게 달렸다고 해도 과언이 아닐 것이다. 수준 높은 작품을 창작하는 우수하고 인지도 높은 작가를 유치하고 꾸준히 양성해 가는 것은 웨이팅그룹의 발전뿐만 아니라 전체 중국 인터넷문학 발전에도 중요하다. 이 같은 제도적 장치를 통해, 작가들은 자신의 노력과 노동에 따른 좀 더 합리적이고 공정한 이익을 거둘 수 있게 되었고, 막 업계에 진입한 신진작가 역시 안정적인 수익을 보장받을 수 있게 되었다. 독자들은 우수한 환경 속에서 창작된 새로운 작품을 접할 수 있게 되었으며, 다양하고 창의성 높은 작품을 통해 문학이 주는 즐거움을 안심하고 누릴 수 있을 것이다. 업계는 체계적이고 권위를 갖춘 양성 시스템 통해 젊은 작가들을 지속적으로 발굴하여 변화 중인 중국 온라인 미디어 환경에도 탄력적으로 반응할 수 있을 것이다. 이를 통해, 만들어진 우수한 인터넷문학 IP는 온라인 구독 시장을 넘어 만화, 드라마와 영화, 게임 등 하위시장으로 연결되어 지속적인 가치를 창출하고, 중국 대중적인 문화를 선도하면서 산업 체인의 각 방면에서 협력적인 발전을 이룰 것으로 전망된다.

다만 안심하기는 이르다. 앞으로도 플랫폼, 작가, 독자 간의 균형과 견제는 꾸준히 이뤄져야 하며, 앞으로 새롭게 펼쳐질 인터넷문학의 ‘작가생태 2.0’에 대해 지속적인 관찰도 요구된다. 이미 인터넷문학의 이용자 대부분이 문학 IP가 만들어낸 부가 콘텐츠를 함께 즐기고 있는 이상, 제도적 장치 아래 ‘신원창’ 시스템이 걸맞은 작품들로 커스터마이징, 즉 맞춤 제작될 가능성도 배제할 수 없다. 물론 인터넷문학이 장르 문학을 중심으로 발전해 온 만큼 주이용자인 독자의 취향 변화와 선호에 따라 작품 창작의 소재나 인물 캐릭터, 서사 구성이 달라져 왔지만, 앞으론 수익성을 내기 위한 작품에 치중하여 플랫폼의 경영전략에 맞춰 작품에 대한 창작이 요구되고 주도될 수 있다. 특히 신진작가들은 계약과 지원이라는 제도적 장치가 오히려 족쇄가 되어 이 같은 상업적 전략에 이용되기 쉽다. 그 뿐만 아니라, 작품이 하나의 개별 IP로서 기획되어 히트를 치면, 비슷한 소재의 작품이 경쟁 속에서 만들어지며 자극적인 요소

가 두드러지고 상업적 목적이 드러난 글쓰기가 등장할 수 있다. 이미 ‘짜깁기식 글쓰기’가 인터넷문학 창작 풍토 속에 만연한 가운데, 새롭게 육성될 신진작가들이 얼마나 새롭고 참신한 글쓰기를 선보일 것인가, ‘신계약’이 작가와 작품의 ‘오리지널리티’를 보장할 수 있을 것인가도 지켜봐야 할 것이다. 온라인 구독 시장에서 무료 모델로의 전환은 이미 그 포문이 열렸다. 정식 플랫폼 외에 불법 사이트를 통한 유통으로 저작권 침해 현상이 최근까지 발생 중인데, 무료 모델로의 전환 후 작품에 대한 지식재산권 보호가 기술적으로 어떻게 이뤄질지도 간과해선 안 된다. 나아가, 오늘날 빅데이터, 알고리즘, 플랫폼, 게이밍, 인공지능, 사물인터넷 등 ‘제4차 산업혁명’ 요소의 신기술들이 우리 삶의 문화 인프라 ‘환경’을 새롭게 구성하고 있다. 빅데이터나 알고리즘 속에서 이용 ‘공동체’나 ‘팬덤’ 구성에 참여하는 자율적인 주체 같은 능동적인 이용자 개념은 더는 존재할 수도 존재할 필요가 없을지 모른다. 이는 중국 인터넷문학도 예외가 아니다.

결과적으로, 2020년 잇따른 논쟁과 갈등을 통해 중국의 대표 인터넷문학 기업 웨원그룹은 큰 위기를 맞이했지만, 일련의 조정과 새로운 프로젝트 제안 통해 이를 극복하며 새로운 인터넷문학의 표준을 제시한 선구자가 되었다. 중국 인터넷문학은 플랫폼의 제도적 장치 보완을 통해 새로운 창작환경을 구축했으며, 1세대에서 2세대 경영진으로 교체되면서 산업 운영에도 새로운 국면을 맞게 됐다.

6. 나가며

디지털 기술이 발전하고 즐길 수 있는 문화 상품이 다양화되면서, 인터넷문학의 ‘뉴노멀’ 특징은 점차 뚜렷해졌다. 중국 내 문화 상품의 소비가 증가하면서 그 경쟁도 점차 치열해졌다. 20년 넘는 발전 과정에서 인터넷문학은 문학에 국한되지 않고, 애니메이션, 영화, 드라마, 게임 형태로 개작 개발되는 원천 IP로 기능하고 있다. 2020년에 인터넷문학의 선두기업 웨원그룹을 둘러싸고 일어난 일련의 사건은 중국 인터넷문학의 발전 속에 직면한 여러 가지 문제점들이 표면화되면서 조정과 전환의 필요성을 단적으로 드러낸 것이었다.

2020년 연초에 방영된 <2019웨원창작문학풍운성전>이 단순한 온라인 구독을 의존했던 운영 방식에서 벗어나 관권운영을 통한 수익 창출이 인터넷문학 업계에 또 다른 성장 동력이 되었음을 보여준다면, 2020년 4월 말부터 5월 초에 온라인을 뜨겁게 달군 웨원그룹의 고위경영진 사퇴와 ‘신계약’ 논쟁은 인터넷문학의 유료구독 모델과

무료구독 모델 사이의 경쟁이 표면화되었고, 그 이면에는 중국 인터넷문학 생태계의 전환, 즉 인터넷문학 창작, 이용 환경의 변화와 이용자의 세대교체가 연관되어 있다. 이는 중국 인터넷문학이 ‘필요’에서 ‘시장’으로, 독자들이 ‘이용자’에서 ‘소비자’로의 변화 과정에 제동을 건 사건이었다. 웨원이란 대형 플랫폼에 대항해 작가와 이용자들은 목소리를 내어 창작과 소비의 결정권을 수호했으며, 플랫폼 역시 이에 반응해 중국 인터넷문학의 묶은 문제점을 해소하고 새로운 도약을 위한 제도적 장치를 마련했다.

인터넷문학 1세대의 시대는 지났고 이제 ‘2.0’의 시대에 접어들었다. 잠시 조정과 전환을 겪은 웨원그룹이 만들어갈 중국 인터넷문학의 미래는 어떠할지 지속적인 관찰과 추적이 필요하며, 이에 따라 중국 인터넷문학의 내용과 가치, 평가도 부단히 변화할 것이다.

【참고문헌】

<단행본>

- 김택규, 『중국출판과 인터넷문학』, 차이나하우스, 2014.
레이먼드 윌리엄스, 『기나긴 혁명』, 문학동네, 2007.
조지P. 란도 지음, 김익현 옮김, 『하이퍼텍스트3.0』, 커뮤니케이션북스, 2009.
W. 테런스 고든·허버트 마셜 매클루언 지음, 김상호 옮김, 『미디어의 이해』, 커뮤니케이션북스, 2011.
콘텐츠문학학회, 『중국 문화산업의 이해』, 차이나하우스, 2021.

<논문>

- 신진호, 「21세기 중국문학 패러다임의 변화 - 인터넷문학을 중심으로」, 『중국어문학논집』, 86, 2014.
이보경, 「인터넷과 매체 - 중국의 인터넷문학에 관한 보고」, 『중국현대문학』, 33, 2005.
이중희 외, 「중국의 인터넷문학그룹(웨이팅)의 성장 요인과 플랫폼의 발전: 코로나19팬데믹 이후 성장 요인의 지속성」, 『아시아 연구』, 24(1), 2021.
박민호, 「미디어적 관점에서 본 중국 인터넷문학 담론의 전개 양상과 그 과제」, 『중어중문학』, 67, 2017.
최재용, 「중국 인터넷문학 연구에 대한 비판적 검토」, 『중국어문학지』, 34, 2010.
_____, 「중국의 인터넷문학과 문화산업 - 새로운 문화산업론을 위한 시론」, 『중어중문학』, 53, 2012.
_____, 「스마트폰 시대 인터넷 문학의 변화 - 한국과 중국의 사례를 중심으로」, 『중국학보』, 89, 2019.

<논문>

邵燕君, 「網絡文學20年: 媒介革命與代際更迭」, 『長江文藝』, 2018年 07期.

邵燕君·肖映萱·吉雲飛, 「網絡文學2019: 在“粉絲經濟”的土壤中深耕」, 『中國文學批評』, 2020年第1期.

<기타자료>

한국콘텐츠진흥원, 「웨빙그룹 IP시장 현황」, 『중국(북경) 콘텐츠산업동향보고서』, 2019년 6호.

_____, 「중국 엔터테인먼트 콘텐츠 IP 파생산업 연구보고」, 『중국콘텐츠산업동향』, 2019년 9호.

_____, 「코로나19 사태 이후 중국 온라인 범 엔터테인먼트시장 전망」, 『중국콘텐츠산업동향』, 2020년 5호.

艾瑞諮詢系列研究報告, 「2020年中國網絡文學版權保護研究報告」, 2020年 第6期, 2020.

“高層動蕩激起千層浪” 閱文集團困境何解?, 『南方日報』, 2020.05.15.,

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1666724862389487675&wfr=spider&for=pc>

“上半年淨虧33.1億元 閱文集團能否借強化IP扭轉困境”, 『北京商報』, 2020.08.11.,

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1674729406529656098&wfr=spider&for=pc>

“文學網站創始者: 一群深患‘閱讀饑渴症’的生意人”, 邵燕君, 『中國作家網』, 2020.08.24.,

<http://www.chinawriter.com.cn/n1/2020/0824/c404027-31833899.html>

“閱文風波”: 網絡文學行業深度調整?, 『太原日報』, 2020.05.27.,

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1667808926411347012&wfr=spider&for=pc>

“閱文集團去年巨虧45億 付費用戶數三年原地踏步”, 『證券日報』, 2021.03.25.,

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1695164488483146787&wfr=spider&for=pc>

“閱文推出‘職業作家星計劃’ 讓網文作家福利升級”, 『北京青年報』, 2020.09.23.,

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1678614372720447203&wfr=spider&for=pc>

“閱文集團構建‘作家生態2.0’: 成立起點大學, 並推出億元‘青年作家扶持計劃’”, 『出版商務網』,

2020.11.20., <http://www.cptoday.cn/news/detail/10579>

“為IP多元變現搭建渠道 閱文集團聚焦‘作家生態2.0’建設”, 『證券日報網』, 2020.11.23.,

<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1684163483454153991&wfr=spider&for=pc>

“閱文營收83.5億背後, 是IP運營的巨大勝利”, 2020.03.19.,

<https://tech.sina.com.cn/roll/2020-03-19/doc-iimxxsth0169960.shtml>

“中國網絡文學行業迭代升級 年輕化趨勢明顯”, 2021.03.24.,

<https://m.gmw.cn/baijia/2021-03/24/1302186473.html>

【논문초록】

| | | | | | | |
|---|-------|---|-------|-------------|-------|-------------|
| 키워드 Key Words | 중문 | 閱文集團, 網絡文學, 閱文原創文學風雲榜盛典, 高管團隊榮退, 新合同 | | | | |
| | 영문 | Yuewen Group, Internet literature, Yuewen wenchuang wenxue fengyun shengdian, The resignation of Yuewen Group's senior management, Optional new contracts | | | | |
| <div>A Study on Internet Literature Industry in China through "Yuewen Group"</div> <div>Kim, Hea-Joo • Roh, Jung-Eun</div> <p>Over twenty years of development, Internet literature in China is no longer limited to literature, but has evolved into a source IP that is adapted in the form of animations, movies, dramas and games. As a leader in Internet literature, 'Yuewen Group(閱文集團)' is rapidly changing its commercial model, and a series of events in 2020 have symbolized its coordination and transition.</p> <p>'2019 Yuewen Wenchuang Wenxue Fengyun Shengdian(閱文原創文學風雲榜盛典)', which aired at the beginning of 2020, showed that generating profits through copyright operations has become another growth engine for the Internet literature industry, away from the simple online subscription-dependent operation. The resignation of Yuewen Group's senior management and dispute over "new contract" which heated up online from late April to early May 2020, showed that the Internet literature subscription system is shifting from a paid model to a free model. This was a case in which Chinese Internet literature was put on the brake amid a shift from "need" to "market" and readers from "user" to "consumer".</p> <p>The era of the first generation of Internet literature has passed and is now entering the era of '2.0'. It is necessary to continuously observe and track what the future of Chinese Internet literature will be like, and the content, value and evaluation of Chinese Internet literature will be changed accordingly.</p> | | | | | | |
| 저 자 | 제1저자 | 김혜주 / 金慧姝 / Kim, Hea-Joo | | | | |
| | 교신저자 | 노정은 / 魯貞銀 / Roh, Jung-Eun | | | | |
| 논문작성일 | 투 고 일 | 2021.08.20. | 심 사 일 | 2021.08.26. | 게재확정일 | 2021.09.16. |