

무료플랫폼 약진에 따른 중국 웹소설 플랫폼의 대응*

- 텐센트 웨원그룹을 중심으로

이화진**

목 차

1. 들어가며
2. 웨원그룹의 수입구조 변화와 무료리딩플랫폼의 약진
 - 1) 웨원의 수입구조 변화
 - 2) 무료리딩플랫폼의 약진
 - 3) 웨원의 새로운 판권 계약
3. 무료 및 유료리딩플랫폼 비교
 - 1) 무료모델: 바이두의 치마오소설(七貓小說)
 - 2) 유료모델: 텐센트의 치연두수(起點讀書)
 - 3) 소결
4. 나가며

국문초록

본 논문은 웨원그룹이 텐센트 직접관리체제로 전환된 배경과 그로 인해 불거진 1차 창작자들과의 저작권 문제 갈등에 주목해 무료리딩플랫폼의 확대라는 외부 요인을 확인하고 이에 대한 웨원그룹의 대응과 방향성을 확인한 것이다. 이를 위해 먼저 무료플랫폼의 현황과 약진 배경, 그리고 이와 맞물려 발생한 웨원그룹의 수익구조의 변화를 설명한 후 새로운 판권 계약과 앱에 대한 워크쓰루(walkthrough) 분석을 통해

* 이 논문은 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 일반공동연구지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2022S1A5A2A03051351)

** 서울대학교 기초교육원 강의조교수

유료모델의 대표자인 웨인그룹의 대응을 밝혔다. 이를 통해 플랫폼 간 글로벌 문화콘텐츠에 대한 선점 경쟁이 치열한 현지점에서 무료플랫폼의 약진이라는 새로운 도전적 환경에 직면해 기존 유료모델의 차별화된 운용 방식을 확인하고 이후 중국의 웹소설 플랫폼이 '광고-데이터형' 무료모델과 '콘텐츠-IP형' 유료모델로 분리된 채 발전할 가능성을 전망하였다.

키워드: 중국웹소설, 치텐중문, 웨인그룹, 텐센트, 플랫폼, 문화산업, 구독시스템

1. 들어가며

국내 대표적인 두 플랫폼인 네이버와 카카오는 최근 규제 리스크에 직면해 새로운 성장 동력 찾기에 여념이 없다. 특히 콘텐츠 분야 주도권 잡기 경쟁이 가열된 상태에서, 선점 여부가 양사의 미래 성장을 가를 분수령이 될 수 있기 때문에 웹툰·웹소설 등 글로벌 콘텐츠 영역에 사활을 걸고 있다. 그런데 콘텐츠 경쟁에 앞서 난관이 있다면, 작가들에 대한 이른바 '저작권 갑질 논란'이다. 양사는 2020년 10월 국회 문화체육관광위원회 국정감사에서 웹툰·웹소설 작가들이 플랫폼에 과도한 수수료를 지불하는 등 불공정거래 계약 의혹이 불거진 바 있다. 작가들은 에이전시와 계약한 뒤 네이버웹툰·카카오페이지 등의 플랫폼에 작품을 제공할 때 수입의 30~50%를 플랫폼에, 30~40%를 다시 출판사에 수수료로 내야 한다.¹⁾

비슷한 시기 중국에서도 플랫폼과 창작자 사이의 갈등이 수면 위로 부상하였다. 중국 인터넷 문학 시장의 절반 이상을 점유하고 있는 웨인그룹(閱文集團)의 고위경영층이 전면 교체되면서 작가들과의 계약 문제로 진통을 앓게

1) 「콘텐츠 주목' 네이버·카카오, 주도권 경쟁 불꽃 튀네」, 『MoneyS』, 2022. 1. 27.
- <https://moneys.mt.co.kr/news/mwView.php?no=2022012615308076678>
(2022.11.30.검색)

된 것이다. 텐센트그룹(騰訊集團)은 2014년 텐센트문학(騰訊文學)을 설립하고 2015년 성대문학(盛大文學)을 합병해 웨원그룹을 설립하면서 치텐중문망(起点中文网)의 창업자이자 업계 베테랑인 우원후이(吳文輝)를 줄곧 최고경영자로 중임하였다. 그러나 2020년 4월 27일 우원후이 등이 퇴출되고 텐센트그룹의 부회장이자 텐센트필름(騰訊影業)의 최고경영자인 청우(程武)가 그 자리를 대신하면서 웨원그룹은 사실상 텐센트 직접관리체제로 전환되었다. 이에 따라 기업의 주가가 상승하며 시장은 긍정적인 반응을 보였으나,²⁾ 작가들 사이에서는 새로운 계약서에 작가의 권익과 처우 등이 축소될 것이라는 소문이 크게 일었다. 급기야 일부 “갑질 조항(霸王條款)”을 저지하기 위해 웨원그룹 계약 작가들은 계약 갱신 중단을 선언하며 소위 “5·5단갱절(斷更節)”을 발기하였다.

어우양여우취안(歐陽友權)의 분석에 따르면, 이 사건의 본질은 읽기 서비스를 무료화하고 대신 IP 판매를 통한 영상 제작의 수익모델로 전환하는 과정에서 1차 창작자인 작가의 권한과 수익이 줄어들 것이라는 우려에 따른 것이었다.³⁾ 실제로 웨원그룹이 텐센트 직접관리체제로 전환된 배경에는, 온라인리딩(在線閱讀)⁴⁾ 수입 비중은 감소하고 IP 판권 운영 수입 비중은 증가하는 상황이 존재한다. 온라인리딩 수입 비중의 감소에는 작품 자체에도 원인이 있겠으나,⁵⁾ 2018년 중반 이후 약진한 무료플랫폼의 충격이 근본적인 요인으로 작

2) 2020년 4월 28일 웨원그룹의 주가는 전일 대비 14.4% 상승한 36.55HKD로 마감되었는데, 이는 텐센트 내 다른 계열사와의 협력이 보다 강화되면서 IP 소스로서 웨원의 가치가 더욱 높아질 것이라는 기대 때문이었다.(路遙·段倩倩, 「閱文換帥迎騰訊入駐」, 『商學院』, 2020年5月, 74쪽.)

3) 歐陽友權, 「從“閱文風波”看網絡文學生態培育」, 『中南大學學報』, 第26卷第5期, 2020年9月, 2-4쪽.

4) 온라인 플랫폼과 관련해 ‘閱讀’은 물론 ‘讀書’에 대한 번역을 ‘독서’ 대신 ‘리딩’으로 한 것은, 온라인 플랫폼에서의 독서 행위가 기존 문자 출판물에 대한 독서 관행과 다른 지점들을 드러내기 위한 것이다. ‘閱讀’는 간혹 ‘구독’으로 의역되기도 하는데, ‘구독’은 ‘訂閱’에 해당하므로 배제하였다.

5) 웨원그룹은 이에 대해 당국의 관리감독 강화를 이유로 들었다. 실제로 2019년 7월 국가신문출판서는 웨원그룹 산하 12개 앱 사업자에 대해 예약면담(約談)을 진행하며 저속한

용하고 있다. 즉 이러한 환경의 변화에 대응하는 차원에서 무료서비스 확대 여부를 둘러싸고 우원후이 일파와 텐센트 그룹 사이에 의견 대립이 있었다는 것이다.⁶⁾ 그리고 이 과정에서 웨원그룹 작가들은 동요할 수밖에 없었다.

본 논문은 웨원그룹이 텐센트 직접관리체제로 전환된 배경과 그로 인해 불거진 1차 창작자들과의 저작권 문제 갈등에 주목해, 무료리딩플랫폼의 약진과 중국 웹소설⁷⁾ 산업 구조의 재편성이라는 거시적 요인이 배후에 있음을 확인하고 이에 대한 기존 유료리딩플랫폼의 대응을 분석하고자 한다. 이와 관련해 영미권 및 국내 선행연구는 아직 확인되지 않으며, 중국에서는 새롭게 등장한 무료모델에 주목해 그것의 약진 배경, 특징, 가능성, 한계에 대한 비판적 연구가 주를 이룬다. 본 연구는 이러한 선행연구에 기반해 위기에 직면한 기존 유료모델의 차별화된 운용 방식에 주목하였다.

이에 본 연구는 먼저 2장에서 선행연구에 대한 문헌조사를 통해 무료플랫폼의 현황과 약진 배경, 그리고 이와 맞물려 발생한 웨원그룹의 수입구조 변화와 새로운 관련 계약을 중심으로 한 플랫폼 외부에서의 대응을 간략히 검토할 것이다. 이어 3장에서는 플랫폼 내의 기능과 인터페이스 요소에 주목해 대표적인 무·유료리딩플랫폼에 대해 ‘워크쓰루(walk through)’ 방법을 선택적으로 차용해 앱의 기능과 메뉴, 사용자 인터페이스(UI), 어포던스(affordance)에 대한 비교 분석을 시도함으로써 웨원그룹 유료리딩플랫폼의 차별화된 운용 방식을 분석적으로 검토하고자 한다. 마지막 4장에서는 플랫폼 간 글로벌

내용의 시정을 요구한 바 있다.(陳茜, 「閱文集團如何“斗破蒼穹”」, 『商學院』, 2019年9月, 30쪽) 한편 웨원이 2018년 발표한 백금작가(白金作家) 명단을 보면, 탕자산샤오(唐家三少), 마오니(貓膩), 천둥(辰東) 등 기존 작가를 제외하면 90后 신진작가는 25% 정도밖에 되지 않았다. 즉 인터넷 작가 수는 많으나 IP 시장의 수요에 부응할 만한 우수한 작품을 창작할 만한 신진 창작자는 소수에 불과하다는 지적이다.(吳贊·陳思, 「基于價值鏈理論的網絡文學 IP 版權價值開發困境與對策研究——以閱文集團為例, 新觀察」, 『總第327期』, 2018年11月上, 37쪽.)

6) 路遙·段倩倩, 「閱文換帥迎騰訊入駐」, 『商學院』, 2020年5月, 75쪽.

7) 중국의 ‘網絡文學’, ‘網絡小說’는 인터넷문학, 인터넷소설로 번역되어야 하나, 국내에서는 2013년을 전후해 네이버 웹툰의 등장과 함께 웹소설이라는 용어가 이를 대체하였기 때문에 이를 채택하였다.

문화콘텐츠에 대한 선점 경쟁 경쟁이 치열한 현시점에서 무료플랫폼의 약진이라는 새로운 도전적 환경에 직면해 ‘작가-팬’ 중심의 기존 모델의 고수라는 대응을 확인하고 이후의 전망을 시도할 것이다.

2. 웨원그룹의 수입구조 변화와 무료리딩플랫폼의 약진

1) 웨원의 수입구조 변화

2003년 10월 치덴중문망에서 PC기반의 온라인 유료리딩(在線收費閱讀) 방식을 최초로 도입하며 산업화에 성공한 이래, 이는 사실상 업계 표준이 되었다. 당시 치덴중문망에서는 작품의 전반부는 무료로, 후반부는 유료로(0.02元/千字) 제공하고, 유료리딩의 수익을 플랫폼과 작가 5:5로 분배하였다.⁸⁾ 시기와 플랫폼에 따라 구독료, 분배 비율, 월정액 시행 여부 등의 차이는 있으나, 이 방식은 기본적으로 웨원그룹 내 플랫폼은 물론 대부분의 유료리딩플랫폼에서 사용하는 기본 모델이 되었다.

2013년대를 전후해 모바일 인터넷이 보급되면서 유료리딩이 정착된 인터넷 소설 시장은 더욱 빠르게 성장하였으며, 2008년 이미 우원후이의 치덴중문망을 비롯해 홍슈텐상망(紅袖添香網) 등 6개 플랫폼과 출판사 등을 인수한 성다문학(盛大文學)은 업계 선도자이자 시장지배자로서 그 성장을 앞장서서 견인하였다. 그러나 우원후이를 중심으로 한 치덴중문망팀과 본사 성다그룹 사이에서 IP 관련 수입 배분 문제를 둘러싸고 갈등이 불거지며 우원후이 등은 2013년 3월 성다문학에서 퇴사해 새로운 플랫폼 황스중문망(創世中文網)을 창업하였다.

중국 디지털 문화콘텐츠 산업의 증추로서 웹소설의 가치와 가능성을 높이

8) 李明霞·趙晴, 「網絡文學泛娛樂化運用模式下IP版權價值計算與收益分配問題探析-從盛大文學衰落到閱文集團崛起」, 『戲劇之家』, 2020年第12期總第348期, 184쪽.

평가한 텐센트는, 2014년 텐센트문학을 설립하고 황스중문망을 인수하며 우원후이를 영입하였다. 이어 2015년 성다문학까지 합병하며 웨원그룹을 설립한⁹⁾ 후에도 우원후이는 지속적으로 증용되었다. 우원후이를 필두로 한 웨원그룹 경영진은 작가들과의 격의 없는 관계를 유지하고 우수한 편집인력을 운용함으로써 작품의 품질 관리에 총력을 기울인 것으로 알려져 있다.¹⁰⁾

그런데 2018년부터 그룹의 수입구조와 월평균 활성 사용자 수(Monthly Active User, 이후 'MAU')가 변화하면서 새로운 국면이 전개되었다.

[표1] 웨원그룹의 수입 비중 변화¹¹⁾

	온라인 리딩 (在線閱讀)	판권 운영 (版權運用)	기타
2017년	83.6%	8.9%	7.50%
2018년	76.0%	19.9%	4.10%
2019년	44.5%	53.0%	2.50%
2020년	57.9%	40.5%	1.60%
2021년	61.2%	37.3%	1.50%
2022년(상)	56.4%	42.4%	1.20%

먼저 웨원그룹의 수익모델은 크게 온라인 리딩, 판권 운영, 기타로 분류되는데, 위의 [표1]에 나타나듯이 2018년부터 온라인 리딩 수입 비중이 감소하고 판권 운영 수입은 증가하기 시작하였다. 특히 2019년에 그 변화가 두드러졌는데, 온라인 리딩 수입은 약 3% 감소한 반면, 판권 운영 수입은 32%나 증가하였다. 그 결과 아래 [표1]처럼 2019년 각 사업 영역의 수입 비중이 큰 폭으로 요동쳤다. 그런데 2020년부터 다시 상황이 역전되어 온라인 리딩 수입이 감소하고 판권 운용 수입이 증가하였다. 이는 일차적으로 COVID-19 팬

9) 텐센트 산하 웨원그룹이 운영하는 리딩플랫폼을 포함한 업계 주요 플랫폼에 대한 상세한 내용은, 서봉교·이화진, 「중국 플랫폼과 앱 사업자의 협력과 강제: 웹소설 콘텐츠 앱 사례를 중심으로」(『현대중국연구』, 23권4호, 2022.3)을 참고할 것.

10) 路遙·段倩倩, 「閱文換帥迎騰訊入駐」, 『商學院』, 2020年5月, 75쪽.

11) 2017年-2022年中期『閱文集團年度報告』.

데미크의 영향으로 보인다. 봉쇄와 거리두기가 시작되면서 디지털 콘텐츠 소비는 급증하고 IP 개편 작업은 상당 부분 중단되거나 연기되었기 때문이다. 그러나 2022년 상반기 온라인 리딩 수입 비중이 다시 소폭 하락하기 시작한 것을 보았을 때 2020년 이전의 상황으로 돌아갈 가능성이 있다.

[표2] 웨원그룹 내 플랫폼 사용자 현황¹²⁾

	MAU(억명)		유료 비중 (%)	인당 수입 (元)
	전체	유료		
2017년	1.92	0.11	5.8	22.3
2018년	2.14	0.10	5.1	24.1
2019년	2.2	0.98	4.5	22.3
2020년	2.29	1.02	4.5	34.6
2021년	2.49	0.87	3.5	36.4
2022년(상)	2.65	0.81	3.1	38.8

이러한 변화의 추세를 MAU 변화를 통해 더욱 분명하게 확인할 수 있다. [표2]에서 확인할 수 있듯이 웨원그룹 플랫폼의 전체 MAU는 지속 증가하고 있으나, 유료 MAU는 줄어들고 있다. 그 결과 유료 MAU 비중이 2017년 5.8%에서 2022년 상반기 3.1%까지 축소되었다. 2020년 일시적 증가 또한 COVID-19 팬데믹의 영향으로 보이는데, [표1]의 수입구조와 달리 [표2]의 유료 MAU는 2021년 다시 큰 폭으로 감소하며 그 추세가 빠르게 나타났다. 한 가지 흥미로운 것은 유료 MAU의 1인당 평균 수입이 증가하고 있다는 점이다. 이는 웨원그룹에 대한 유료 MAU 개개인의 사용 빈도, 즉 충성도는 오히려 높아지고 있음을 의미한다.

이러한 변화에는 여러 요인이 복합적으로 작용하였을 것이다. 가령 IP 비즈니스의 특징상 1-2편만 크게 히트해도 수입구조에 영향을 미칠 수 있으며,¹³⁾ 중

12) 2017년-2022년中期 『閱文集團年度報告』.

13) 웨원그룹 IP 소스의 성공적인 개작 사례로 꼽히는 웹드라마 『귀취등(鬼吹灯)』(2016)은 텐센트 자회사인 펑귄필름(企鵝影視)이 배급하고 텐센트동영상(騰訊視頻)에서 상영되었

국 정부의 시장 개입, 즉 갑작스러운 ‘한고령(限古令)’ 발동이나 ‘사회주의 핵심 가치관’과 ‘긍정 에너지(正能量)’ 등의 강조와 같은 예측 불가능한 정책 리스크의 영향 또한 간과할 수 없다. 이 논문에서는 시장 내부 논리에 주목해 웨이그룹 수입구조 변화의 필요충분 요인이 아닌, 하나의 주요 요인으로서 무료리딩플랫폼의 약진을 설명하고자 한다. 이는 웹소설 플랫폼 업계의 지각변동으로 일컬어질 만큼 주요 변화임은 틀림없기 때문이다.

2) 무료리딩플랫폼의 약진

웹소설의 무료리딩 열풍은 2018년 5월 출시된 취터우타오(趣頭條)의 '미두소설(米讀小說)'에서 시작되었다. 미두소설은 출시 후 약 1년이 지난 2019년 4사분기에 일평균활성사용자(Daily Active Users, 이하 'DAU')가 1천만 명에 육박하였다. 3개월 뒤인 2018년 8월에는 련상네트워크(連上網絡)의 '련상무료소설(連尚免費小說)'과 바이두(百度)의 '치마오소설(七貓小說)'이 출시되었으며, 2019년에는 바이트댄스(字節跳動)의 '판치에무료소설(番茄免費小說)'과 알리바바(阿里巴巴)의 '수치소설(書旗小說)'이 잇따라 출시되었다. 이에 2019년 MAU 1천만 명 이상의 온라인리딩플랫폼 가운데 무료리딩 모델이 42%를 차지했으며, MAU 3백만 명 이상 중에서는 61.9%를 차지했다.¹⁴⁾ 특히 치마오소설과 판치에소설의 약진이 두드러졌는데, 두 플랫폼은 앱 출시 이래 도서 앱 분야에서 장기간 다운로드 수 1, 2위를 기록하였으며¹⁵⁾ 2020년 12월에는

다. 『투과창궁(斗破蒼穹)』의 드라마 버전(2017)은 텐센트 자회사 신리미디어(新麗傳媒) 등에서 출품하고 텐센트동영상이 상영하였으며, 애니 버전(2018)은 텐센트동영상과 웨이그룹이 공동으로 출품하였다. 드라마 『경여년(慶余年)』(2019)은 텐센트필름(騰訊影業)에서 출품하고 텐센트동영상 등에서 상영되었다. 이처럼 웨이그룹은 2016년부터 2019년까지 메가급 히트 소설의 성공적인 IP 개작을 이루어왔다.

14) 王秋實, 「娛樂下沉: 免費閱讀的產品策略與自生困局」, 『新媒體研究』, 2021年 第22期, 44쪽.

15) 路遙·段倩倩, 「閱文換帥迎騰訊入駐」, 『商學院』, 2020年5月, 75쪽.

유·무료 플랫폼 전체에서 각각 MAU 1, 2위를 차지하였다.¹⁶⁾ 이처럼 무료모델 플랫폼이 온라인리딩 업계의 ‘시장교란자’로 부상하였으며, 이에 따라 2018년 하반기 이후 중국 내 웹소설 플랫폼은 기존의 유료모델과 무료모델의 경쟁 구도 속에서 전자의 위축과 후자의 약진이라는 트렌드가 분명하게 드러났다.

펑췌(馮碩)·첸단(陳丹)과 왕치우스(王秋實)의 연구에 따르면, 2018년 중반 이후 이러한 무료리딩플랫폼 약진에는 크게 다음의 두 가지의 사회문화적(sociocultural) 요인이 있다. 첫째, ‘틱톡(抖音)’을 위시해 새롭게 흥기한 숏폼 동영상 플랫폼의 충격으로, 기존 유료리딩 콘텐츠에 대한 관심도와 트래픽이 크게 감소하였다. 이는 중국에서 텍스트 기반의 콘텐츠가 영상 기반의 콘텐츠로 대체되고 있는 현실을 반영한다. 둘째, 인터넷 기술과 스마트 단말기의 보급으로 인해 소위 ‘하침시장(下沉市場)’, 즉 3, 4선 도시 및 향진 등 농촌지역에서 광대한 온라인 엔터테인먼트 시장이 새롭게 부상하였다.¹⁷⁾ 이에 따라 핀뤼뉘(拼多多), 콰이서우(快手), 취터우타오(趣頭條) 등 이 시장을 노린 모바일 플랫폼들이 대거 등장하며 시장 점유율을 늘려 갔는데, 치마오, 판치에와 같은 무료리딩플랫폼의 약진 또한 같은 맥락에 있다는 것이다.¹⁸⁾ 가령 한 보고서에서는, 치마오의 대표적인 독자층을 “소도시 남자 청년(小鎮男青年)”로 설정한 것과 달리, 웨원그룹과 함께 또 다른 대표적인 유료리딩플랫폼인 장웨이(掌閱)의 독자층은 “기혼의 고학력 남성(已婚高知男)”으로 구별하였다. 즉 치마오의 전형적인 독자층은 전문대를 졸업한, 월소득 3-5천 위안 수준의 3선 도시 청장년으로, 이는 중국의 3선 도시, 즉 중소도시 문화적 수요의 전형을 보인다는 것이다.¹⁹⁾

16) Questmobile數據 - 文倩, 「網絡文學江湖, 明爭流量暗戰IP」, 『商學院』, 2022년6월, 97쪽에서 재인용.

17) 馮碩·陳丹, 「免費VS付費--網絡文學產業閱讀模式發展困局」, 『出版广角』, 2022年 第12期 總第414期, 75쪽.

18) 王秋實, 「娛樂下沉: 免費閱讀的產品策略與自生困局」, 『新媒體研究』, 2021年 第22期, 45쪽.

19) Mob 研究院, 『2020移動閱讀行業報告』, 2011年11月.

이에 따라 위 선행연구들에서는 2020년을 전후해 '하침시장'의 수요가 이미 정점에 달하여 새로운 유입 증가폭이 둔화되었고 '하침시장'의 독자들의 소득과 문화 수준이 높아짐에 따라 무료모델에서 유료모델로 옮겨갈 가능성을 제기하였다. 왕치우스는 무료모델과 유료모델의 본격적인 콘텐츠 경쟁 국면에 진입하였음을²⁰⁾, 핑쉬·천단은 무료모델의 시장 퇴출의 가능성을 주장하며 유료와 무료모델이 결합된 새로운 형태의 온라인리딩모델을 제안하기도 하였다.²¹⁾ 본 연구는 이와 달리 연구의 초점을 기존 유료리딩플랫폼으로 옮겨와 무료리딩플랫폼의 약진에 대해 웨원그룹이 어떻게 대응하며 차별화된 운용 방식과 방향성을 모색하였는지를 확인하는 것이다. 플랫폼 분석에 앞서 먼저 플랫폼 외부에서 진행한 웨원의 대응 방식을 간략히 검토하겠다.

3) 웨원의 새로운 판권 계약

2018년 중반부터 '하침시장'의 수요를 노린 무료리딩플랫폼이 속속들이 등장하자 웨원 또한 무료서비스를 확대하며 텐센트QQ(騰訊QQ), QQ브라우저(QQ瀏覽器) 등의 채널에 무료콘텐츠를 제공하기 시작하였고, 2018년 하반기에는 자체적으로 페이두소설(飛度小說)이라는 무료리딩플랫폼을 출시하였다. 그러나 치마오, 판치에와 달리 페이두소설은 도서 앱 다운로드 순위에서 40 위권 밖에 머문 만큼 중요한 비중을 차지한다고 볼 수는 없다.²²⁾ 다만 무료사용자는 잠재적인 유료회원이기 때문에 웨원은 일정 부분 시류에 편승해 트랙픽 관리에 나선 것이며, 웨원그룹 플랫폼의 지속적인 MAU 증가는 이러한 노력을 일부 반영한다고 볼 수 있다. 즉 새로운 경영층 교체를 전후에 작가들이 우려를 표명한 것과 달리, 웨원은 부분적으로 무료리딩콘텐츠를 확대했으나

- <http://www.mob.com/mobdata/report/109>.

20) 王秋實, 「娛樂下沉: 免費閱讀的產品策略與自生困局」, 『新媒體研究』, 2021年 第22期.

21) 馮碩·陳丹, 「免費VS付費--網絡文學產業閱讀模式發展困局」, 『出版广角』, 2022年 第12期 總第414期.

22) 路遙·段倩倩, 「閱文換帥迎騰訊入駐」, 『商學院』, 2020年5月, 75쪽.

유료모델을 폐기하거나 축소하지는 않았다.

이어 웨원그룹은 2020년 5월 경영층 교체 이후 불거진 작가와의 갈등을 수습하기 위해 간담회를 개최한 후 6월에 바로 새로운 계약을 위한 “판권양도 협의(版權授權協議)”를 제시하였다. 이곳에서 제시된 새로운 계약은 기존의 단일한 계약 양식을 폐기하고 이를 ‘삼류사종(三流四種)’으로 분류해 작가의 선택의 폭을 넓혔으며 논란이 된 조항 10건 모두 수정한 것으로 알려졌다.

먼저 ‘삼류’는 기초 협의, 수권(授權) 협의, 심도 협의를 말한다. ‘기초 협의’와 ‘수권 협의’에서 작가는 권한 양도 여부 및 방식을 자율적으로 선택하고 그에 따라 상이한 권익과 지원을 누리게 된다. 먼저 ‘기초 협의’에서는 작가가 작품에 대한 저작권 양도를 선택하지 않아도 플랫폼이 제공하는 기본적인 작품 창작 및 발표 서비스를 누릴 수 있도록 한 것이다. 이와 달리 저작권 양도를 선택한 작가는 ‘수권 협의’를 통해 수권, 즉 저작권 양도 기한에 따라 작품 별로 갑 버전(무기한), 을 버전(20년) 중 하나를 선택할 수 있으며, 그에 따라 역시 상이한 권익을 누리게 된다. 마지막으로 ‘심도 협의’에서는 작가들의 보다 다양한 요구에 대해 관련 권익을 부여한다. 이러한 3단계 협의 결과 ‘사종의 계약작가’가 등장하게 되는데, 기초 협의 작가, 수권 협의 갑 버전 작가, 수권 협의 을 버전 작가, 심도 협의 작가가 그것이다. 이 밖에 작품의 저작인권이 작가에게 속함을 분명하게 하였으며, 무료모델 가입 여부를 작가가 자율적으로 선택하고 확인하도록 하였다. 또한 플랫폼과 작가가 협력 관계이며 플랫폼이 작가에게 다양한 복지와 권익을 제공할 것을 보장하였다.²³⁾

이러한 새로운 계약은 기본적으로 IP 산업 발전에 따라 판권 문제가 점차 민감하고 중요해지는 상황을 반영한다. IP 소스의 개작 성공 여부는 단순한 트래픽, 즉 방문자수나 조회수만으로 판단할 수 없다. 해당 작품의 완성도는 물론이고 인기도의 신뢰성이 IP 개편 여부를 판단함에 있어 중요한 척도가 될

23) 〈紅星資本局: 閱文集團推出新合同, 三類四種授權分級, 著作權歸作者, 是否免費可自選〉, 2020-06-03. (<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1668449420447551928&wfr=spider&for=pc>, 2022-01-04 검색)

것이다. 이에 따라 검증된 작품에 대한 작가의 저작권과 수익 분배 방식이 더욱 중요해졌다. 웨인그룹은 새로운 계약을 통해 작가의 자주권 및 권익을 확대하고자 하였고 새로운 판권 계약 이외에도 편집 및 단행본 출간 관련 작가의 편의와 기타 복리 정책을 전면 업그레이드하였으며 웨인치텐대학을 열어 1억 위안 규모의 <청년작가 지원 계획>을 발표하는 등 ‘작가 생태계 2.0시대’ 돌입을 알린 것으로 평가받았다.²⁴⁾ 즉 IP산업의 지속 확대와 무료플랫폼 약진이라는 환경의 도전에 직면해 웨인의 플랫폼은 창작자와의 관계를 일단은 협력 관계로 재설정함으로써 공동으로 대응하겠다는 제스처를 취한 것이다.

그러나 무료를 선택하거나 저작권 양도를 선택하지 않은 작가나 작품, 또는 새롭게 작품을 출시하는 신생 작가의 경우 완성도가 높아도 플랫폼으로부터 추천이나 홍보 등의 충분한 마케팅 지원을 받지 못할 것이라는 우려 또한 제기되고 있다.²⁵⁾ 그 결과 일부 작가는 불가피하게 무료리딩플랫폼으로 이동하거나 내키지 않아도 저작권 양도 계약을 선택하게 될 가능성 또한 존재한다. 따라서 앱 자체에 나타난 기능이나 서비스 등을 통해 창작자, 소비자, 매개자(플랫폼) 사이의 상호 작용과 실천, 나아가 그 사회문화적 맥락과 의미를 파악함으로써 확인되는 무료 및 유료모델의 차이와 장단점을 통해 보다 종합적인 판단과 전망이 가능할 것이다.

3. 무료 및 유료리딩플랫폼 비교

무료 및 유료리딩플랫폼을 미시적으로 분석함에 있어 문헌 연구와 함께 앱에 대한 워크쓰루(walkthrough) 방법을 선택적으로 차용할 것이다. 워크쓰루 방법이란, 디지털 미디어 환경에서 널리 사용되는 소프트웨어 앱이 건강, 대

24) 社科院, 《2020年度中國網絡文學發展報告》, 2021-03-27.

(<https://new.qq.com/omn/20210327/20210327A0C3BE00.html>, 2021-12-27 검색)

25) 陳茜, 「“5·5斷更”閱文“變法”」, 『商學院』, 2020年6月, 38쪽.

인관계에서부터 엔터테인먼트, 금융에 이르기까지 많은 영역에 걸쳐 중요한 사회문화적 전환(transformation)의 현상이 된 것에 주목해, 과학 및 기술 연구(Science and Technology Studies)와 문화 연구(Cultural Studies)의 결합을 기반으로 연구자가 주어진 앱에 대한 비판적 분석을 수행할 수 있는 방법을 의미한다. 앱이 상대적으로 폐쇄적인 기술 시스템인 까닭에 워크쓰루는 연구자가 사용자(user)의 입장에서 앱의 다운로드, 회원가입, 일상적인 사용, 탈퇴에 이르기까지 다양한 단계를 체계적이고 수행하고 이를 민족지학적으로 기록함으로써 앱에 대한 기본적인 분석을 제공한다. 이는 두 가지 보완 행위와 병행하게 된다. 하나는 앱의 비전, 운영 모델, 거버넌스 모드를 확인해 앱의 예상 사용 환경 및 컨텍스트를 사전에 파악하는 것이다. 다른 하나는 콘텐츠 분석이나 사용자 인터뷰를 사후적으로 시도해 상호 보완함으로써 개별 연구의 목적에 부합하는 추가적인 통찰을 확보하는 것이다.²⁶⁾ 이곳에서는 연구 목적과 지면의 한계를 고려해 선행연구와 기초적인 워크쓰루 방법을 통해 무료 및 유료의 두 플랫폼에 대한 기본적인 분석을 수행하되, 무료모델에 관한 것은 유료모델 분석을 위한 참조 수준으로 수행함으로써 유료모델의 비교우위를 파악하고자 한다.

1) 무료모델: 바이두의 치마오소설(七貓小說)

바이두 산하의 치마오소설은 구독방식 및 MAU 규모 등을 보았을 때 대표성 있는 무료리딩플랫폼으로, 바이두라는 빅테크 플랫폼 산하에 있다는 점에서도 텐센트 웨윈그룹의 유료리딩플랫폼에 대한 좋은 비교 대상이 된다.

치마오소설은 회원가입 없이도 무료로 작품을 자유롭게 감상할 수 있는데, 매번 앱을 접속할 때마다 약 5초간의 광고페이지를 봐야하며, 작품 매 페이지 하단에는 고정 배너 광고가, 3-5쪽마다 한 번씩 전면 광고 페이지가 약 5초

26) Ben Light blight, Jean Burgess, and Stefanie Duguay, *The Walkthrough method: An approach to the study of apps*, New Media & Society, Volume 20(3), 2018.

간 노출된다. 또한 회원의 ‘책장(書架)’ 내에 선별된 도서 목록 가운데도 광고 컬럼이 섞여 있다. 미두소설, 판치에소설 등 무료리딩플랫폼마다 구독 및 리딩 방식이 조금씩 다르지만, 이러한 ‘광고+무료리딩’의 기본 모델은 모두 공통적이다. 이에 더해 매일 ‘출근도장(簽到)’을 찍거나, 일정한 리딩 시간을 채우거나, 별도의 개별광고 영상을 시청하거나, 콘텐츠를 위부로 공유하거나, 친구를 가입시키는 등의 다양한 미션을 완수함으로써 코인(金幣)이나 보너스(紅包) 등을 받을 수 있는데, 사용자를 이를 누적해 지불함으로써 광고 없이 콘텐츠를 소비하거나 현금화할 수 있다.

이는 ‘리딩(閱讀)’이라는 본연의 기능을 포함해, 플랫폼 내 활동이 미션을 수행해서 코인을 획득하는 ‘게임’의 속성이 상대적으로 강화됨으로써 기존 온라인 독서 시장의 ‘독자(회원)-작품(작가)’의 관계가, 무료모델에서는 ‘독자(회원)-플랫폼’의 관계로 일정 부분 전환되었음을 의미한다. 즉 문학작품에 대한 독서 행위를 통해 독자와 작가와 관계를 맺고 디지털 플랫폼이 이를 중립적으로 매개하거나 상호작용을 지원하는 기존의 방식과 달리, 플랫폼 내에서 작품 또는 작가와 직접 관계가 없는 활동을 통해 콘텐츠 구독 수단을 확보하는 새로운 소비 방식이 형성되는 것이다. 이곳에서는 플랫폼 알고리즘이 작품 추천의 핵심적인 역할을 수행하며 플랫폼 알고리즘 작품 추천은 종종 작품의 ‘태그화’, ‘라벨화’ 현상을 야기한다.²⁷⁾ 작가들은 작가의 개성과 작품의 완성도에 심혈을 기울이는 ‘창작자’보다는, 알고리즘에 최적화된 콘텐츠를 기계적으로 제작해내는 ‘기술자’에 가까워지며 그 결과 작품의 지나친 동질화로 이어질 가능성이 존재한다.²⁸⁾

한편 무료리딩플랫폼의 계약 작가는 연재와 동시에 계약된 최저액(保底)을

27) 王秋實, 앞의 논문, 45쪽.

28) 기존 유료플랫폼에서도 다수 독자의 취향과 시장 수요에 부응하는 정형화된 특정 서사구조와 플롯이 존재하였고, 독자들은 이를 다양한 “별명”으로 지칭하였다. 이를 통해 독자들은 취향에 맞는 웹소설 선택의 경로로 삼기도 했으나, 반복되는 서사로 인한 동질화 및 질적 저하 등의 문제가 지적되기도 하였다. 무료플랫폼에서는 알고리즘 추천 기능이 강화되는 만큼 후자의 병폐가 보완되기보다는 그 경향성이 더욱 두드러질 가능성이 존재한다.

지급받는데, 이는 작가 및 작품 수준에 따라 20~500元/1千字로 다르다. 이후 발생한 광고비가 최저액을 초과하거나 관련 수입이 발생하면, 플랫폼과 5:5로 나눈다. 이 밖에도 매일 4천자 이상 업데이트 하는 작가 가운데 휴재, 댓글 도배, 표절 등 불량 기록이 없을 경우 6元/1千字의 개근상(勤勞獎) 보너스를 받기도 한다.²⁹⁾ 다만 광고 수입 분배와 관련해 작가들은 그 데이터를 확인하거나 분석할 수 없기 때문에 플랫폼 측의 조작 가능성이 존재하며 이에 따라 수입 분배에서도 작가보다 플랫폼이 우위를 점할 수 있다.

2) 유료모델: 텐센트의 치덴두수(起點讀書)

이러한 무료모델과 달리 텐센트 웨인그룹의 치덴두수 등은, 무료서비스를 전면 도입할 것이라는 일부 작가들의 우려와 달리, 기존의 유료모델을 고수하고 이를 보다 정교하게 운용하고 있다. 치덴두수의 앱 분석에 앞서 웨인그룹 산하 플랫폼들의 유료구독방식을 개괄적으로 정리하면 다음과 같다.

[표3] 웨인그룹 주요 플랫폼의 유료구독모델³⁰⁾

	구독 및 지불		충전
起點中文網(起點讀書)	코인(幣) 충전 방식, 일부 장절은 무료, 'VIP 章節'부터 0.05元(=5幣)/1千字	회원등급제 운영(승급 방식 다양), 月票, 打賞, 紅包, 虛擬禮物도 가능	-100起點幣/1元 -支付寶, 微信, 銀行卡, QQ錢包
瀟湘書院		회원등급제 운영(포인트 누적 방식), 완결 작품 대상 월정액제 동시 운영	-微信, QQ錢包: 98瀟湘幣/1元 -支付寶: 97瀟湘幣/1元
創始中文, QQ閱讀		9단계의 회원등급제 운영	-100幣/元 -支付寶, 微信만 가능

29) 七猫免費小說 PC버전 홈페이지(<https://www.qimao.com/2022fuli.html>), 2022년 11월 30일 검색.

30) 方靜, 「網絡文學平台付費閱讀模式的剖析及再創-以“閱文集團”旗下子品牌為例」, 『文化傳

위의 [표3]에서와 같이 유료구독모델은 공통적으로 작품의 일정 분량은 무료로 제공한 후, 이후 'VIP장절(章節)'부터 유료로 제공하는 시스템이다. 또한 회원등급제, 회원승급제를 운영함으로써 회원의 누적 경험에 따라 상이한 혜택을 제공하고 있다. 작가의 수입원은 VIP장절 구독료가 주를 이루면서 동시에 다상(打賞)³¹⁾, 보너스(紅包) 등을 통해 부가 수입을 올릴 수 있음을 알 수 있다. 치텐중문망의 경우 무료란을 운영하고 있으나, 이는 VIP장절에 대해 1일 1편 수준의 '시간제 무료(限時免費)', 즉 '기다리면 무료' 시스템이며 전면 무료로 제공되는 작품은 없다.

이 가운데 치텐중문망의 모바일 앱 버전인 치텐두수 또한 회원가입 없이 일부 장절의 감상이 가능하다. 다만 팬(粉絲)으로 활동하기 위해서는 회원가입이 이루어져야 한다. 텐센트 위챗(微信)의 미니프로그램(小程序)를 통해서도 접속이 가능하나, 단독 어플을 통해 접속하는 것보다는 메뉴와 인터페이스가 다르며 기능이 제한적이다. 따라서 단독 앱에서 텐센트 위챗 계정으로 회원가입 및 로그인하는 것이 보다 일반적이다.

치텐두수의 특징 가운데 하나는, 회원은 '서우(書友)'와 '팬(粉絲)'으로 지칭하는 것이다. 가령 회원은 크게 일반회원과 VIP회원으로 구분되며, VIP회원은 충전액 규모에 따라 다시 초급VIP 회원과 고급VIP 회원으로 나뉜다. 동시에 플랫폼 내에서 이 회원들은 '서우'라는 기본값 닉네임으로³²⁾, 특정 작품 및 작가에 대해서는 '팬(粉絲)'으로 활동하며, 팬은 VIP장절 구독량, 월표(月票)³³⁾ 수, 평론(評論) 참여 등의 플랫폼 내 활동에 따라, 견습(見習)에서 시작해, 학도(學徒)에서부터 제자(弟子), 집사(執事), 타주(舵主), 당주(堂主), 호법

播], 第29期總第174期, 2020年10月, 100-101쪽 참고하여 재구성.

31) 온라인상의 비강제성의 지불 방식으로, 온라인에 등록된 글, 사진, 영상 중 이용자가 만족을 느낀 창작 콘텐츠에 대해 원작자에게 일종의 '팁'으로 감사를 표시하는 것을 의미한다. 아프리카TV의 별풍선, 유튜브의 슈퍼챗 등과 같은 개념이다.

32) 닉네임은 자유롭게 변경 가능함.

33) 월표는 전월 소비 금액에 따라 다음 달에 발급받는 투표 권리이다. 회원 등급에 따라 상이한 액수가 책정되며, 액수 만큼 익월에 월표 수를 발급 받으면, 팬은 매월 이를 좋아하는 작품에 작품당 5개 이하로 투표할 수 있다.

(護法), 장로(長老), 장문(掌門), 종사(宗師), 맹주(盟主)의 총 9개의 등급으로 정교하게 분류된다. 이러한 팬 타이틀은 회원의 닉네임 뒤에 삽입되어 즉각적으로 드러난다. 후자로 갈수록 플랫폼 내에서의 영향력이 매우 크다. 이러한 회원 등급 세분화에 따른 팬들의 강한 영향력은 기존 유료모델 확립의 핵심적인 요소로 작용하였다.

이에 더해 작품 텍스트 내에서 단락 단위로 평론할 수 있는 기능 또한 주목할 만하다. 일반적으로 리딩플랫폼 내에서 독자들의 작품평은 작품 단위로 이루어진다. 그러나 치텐두수에서는 작품별, 장절별, 단락별로 모두 텍스트 평론을 삽입할 수 있는데, 음성(配音) 기능 또한 추가되었다.³⁴⁾ 본문 내에 삽입되는 이러한 단락별 평론 댓글 및 대댓글은 본문 텍스트와 함께 독자들이 동시에 읽어 나갈 수 있는 또 다른 ‘콘텐츠’가 될 수 있다.³⁵⁾ 평론뿐 아니라 다상(打賞) 또한 단락 단위로 가능하기 때문에 긴 작품을 읽어나가면서 회원들은 수동적인 독자에서 나아가 적극적인 참여자로 개입할 수 있으며, 작가 또한 전체 작품뿐 아니라 단락 단위로 팬들의 의견을 참고할 수 있기 때문에 팬들의 영향력과 상호작용은 점차 강화된다고 볼 수 있다.

작품 또한 이러한 팬들의 활동과 평가, 그리고 작품 자체의 활약상에 의해 등급화되며, 이는 ‘출권지수(出圈指數)’로 나타난다. 즉 작품의 상호활동량, 일반 팬 수, 맹주 수, 우수 파생 콘텐츠 수 등을 기준으로 모든 작품을 Level 1~6로 등급을 매겨 작품의 인기도와 완성도를 표시한다.³⁶⁾ 또한 매일 일정한 글자 수를 갱신해 안정적인 연재를 이어나가는 작품에는 붉은 색의 ‘안정(穩)’

34) 텍스트 평론은 2017년, 음성 평론은 2020년에 개시된 것으로 파악된다. 다만 일부 대표작을 통해 확인했을 때 텍스트 평론 또한 2020년 이후 활성화된 것으로 보인다.

35) 가령 빌리빌리(哔哩哔哩), 텐센트동영상(騰訊視頻), 텐센트코믹스(騰訊動漫) 등에서 적용된 ‘총알자막(彈幕)’이나, 텐센트뮤지(騰訊音樂) 등 음원플랫폼에서 강화된 노래방, 라이브방송 등 소셜미디어 기능 등 또한 이러한 맥락에서 검토 가능할 것이다.

36) 가령 Level 5을 받기 위해서는 작품 팬 수 2백만 명, 맹주 수 200명, 작품 상호작용[互動]량 1백만 회, 우수 파생 콘텐츠 수 20개를 확보해야 한다. 그러면 그 작품의 작가는 기본 수익 이외에 매월 운영기금 50,000위안 추가로 받는 등 차별적 복지 혜택을 제공한다.

의 마크를 부여함으로써 인터넷 연재 작품의 한계를 극복하는 장치 또한 마련하고 있다. 리딩(閱讀) 행위 뿐 아니라 이에 따른 클릭(點擊), 추천(推薦), 윗투표, 보관(收藏) 등의 독자들의 플랫폼 내 모든 활동과 파생 콘텐츠 제작 여부가 작품의 평가와 추천의 중요한 요소가 되며, 이것이 바로 작가의 수입, 지원, 복지, 혜택과 직결되는 구조인 것이다.

3) 소결

이처럼 유료모델에서 작품의 추천은 플랫폼 자체보다는 팬에 의해 수행되는 측면이 강하기 때문에 신규 유입 독자들은 먼저 이로 인해 형성된 작품의 랭킹을 찾게 된다. 이는 기존의 일반적인 문학작품의 창작과 소비 방식을 계승해 이를 플랫폼 내에서 보다 정교하게 실시간으로 반영한 형태이며, 그 결과 작가와 독자의 관계는 견고하게 유지된다. 이 때문에 안정적인 연재가 가능하고 일정한 팬층이 형성된 경쟁력 있는 ‘대신(大神)’³⁷⁾ 이상의 작가들은 유료플랫폼을 선택하는 경향이 강하며³⁸⁾ 신진작가나 지명도가 낮은 작가는 유료플랫폼에서 단기간에 수입을 올리기 어렵기 때문에 리스크는 있으나 빠르게 수입 창출이 가능한 무료플랫폼으로 이탈하게 된다.³⁹⁾ 이처럼 무료플랫폼은 작가의 진입 문턱이 상대적으로 낮고 트래픽이 중요하다 보니 자극적이고 선정적인 콘텐츠 창작의 유혹 또한 존재한다.⁴⁰⁾

웨인그룹은 이러한 정교한 회원 및 작품 등급화 운영으로 독자, 즉 팬들에

37) 인터넷 소설 플랫폼에서 월수입 백만 위안 정도인 작가를 속칭 ‘대로(大佬)’, 3~4만 위안은 ‘대신(大神)’, 아직 수입 일정하지 않은 신진 작가군을 ‘맹신(萌新)’이라고 한다. - 文倩, 「網絡文學江湖, 明爭流量暗戰IP」, 『商學院』, 2022年6月, 92쪽.

38) 陳茜, 「“5·5斷更”閱文“變法”」, 『商學院』, 2020年6月, 39쪽.

39) 王秋實, 앞의 논문, 45쪽.

40) 실제로 2019년 7월 진강문학성(晉江文學城), 판치에, 미두는 베이징시와 상하이시의 ‘소황타비(掃黃打非)’ 판공실 등 관련 당국의 예약 면담에 소환되어 음란하고 선정적인 콘텐츠 등에 대해 엄중한 경고를 받은 바 있다. - 陳茜, 「閱文集團如何“斗破蒼穹”」, 『商學院』, 2019年9月, 30쪽.

게 권한을 부여하고 그 권한 자체가 하나의 보상이 되어 플랫폼 내에서 지속적으로 활동하게 되는 메커니즘을 유지하고 있다. 또한 단락별 평론 및 다상 기능 등을 확대해 나감으로써 작품 본문 내에서의 다양한 활동과 참여를 독려함으로써 무료 또는 불법 복제 콘텐츠와의 차별화를 도모하고 있다. 이 때문에 전체 MAU에서 유료 MAU의 비중이 감소하더라도 1인당 수익 창출액은 높아지고, 작품 및 작가의 팬덤화는 유지되고 있는데, 결과적으로 이는 작품의 질적 관리에 유리하다. 이는 성다문화 시기부터 활발했고 웨인그룹 설립 이후 줄곧 강화하고 있는 IP개작의 확대와 직접적으로 관련이 있다. 즉 유료리딩에 따른 수입 비중이 감소하더라도 텐센트 플랫폼의 문화생태계를 활용한 IP개작을 통한 수입 창출이 가능한 것이다. 그리고 플랫폼 내에서 활동하는 충실하고 믿을만한 회원, 즉 ‘팬덤’이 이를 건설하게 뒷받침하고 있다.

웨인그룹은 2020년 텐센트 직접관리체제로 전환하면서 “콘텐츠, 플랫폼, 생태시스템 업그레이드(內容、平台、生態系統升級再造)”를 핵심으로 하는 발전 방침을 정하면서 ‘콘텐츠’를 가장 우선시하였다.⁴¹⁾ 치넨두수의 ‘작품출권지수(出圈指數)’ 등급에 팬 수, 맹주 수와 함께 우수 파생 콘텐츠 수를 작품 등급 기준으로 설정한 것에서도 이를 구체적으로 확인할 수 있다. 무료플랫폼이 월등히 높은 트래픽을 앞세워 해당 작품의 IP개편 추진을 기대할 수도 있으나, 최근 조회수 조작이 빈번하게 발생한 까닭에 조회수가 높다고 해서 IP개편으로 이어질 가능성이 큰 것은 아니다.⁴²⁾ 오히려 유료플랫폼에서 VIP장절 구독료 수입이 많거나 ‘맹주’의 물표를 받은 작품에 대한 신뢰도가 더 높을 것이다.

41) 李哲·況曉彤, 「我國網絡文學作品版權運營模式研究」, 『商業文化』 NO.506, 2021년6월, 134쪽.

42) 文倩, 「網絡文學江湖, 明爭流量暗戰IP」, 『商學院』, 2022년6월, 95쪽.

4. 나가며

경영층 교체 이후 유료모델을 폐기하고 전면무료화를 선택할 것이라는 작가들의 우려와 달리, 웨원그룹의 새로운 계약을 계기로 인터넷 문학과 작가 사이의 관계는 새로운 전환점을 맞이한 것으로 보인다. 즉 웨원은 경영실적 감소와 주가 하락, 유료 MAU 수 감소, 무료플랫폼의 약진 등의 환경 변화에 직면해 기존 플랫폼에 무료서비스를 확대하고 자체적인 무료플랫폼을 출시함으로써 최소한의 월평균 활성 사용자수 증가세를 유지할 수 있었다. 이와 동시에 1인당 유료사용자 수입 증가와 판권 운용 수입 비중 증가라는 요소에 주목해, 작가와의 관계를 재설정하고 유료리딩시스템의 팬 중심의 정교한 운영, 작품 내 활동 및 상호작용 강화, 작품의 질량 관리 또한 중요하게 유지함으로써 이를 활용한 IP 산업 확대 추세를 이어나가고자 하였다.

웨원그룹은 경영층 교체 이전에 이미 2018년 8월 신리미디어(新麗傳媒)를⁴³⁾ 155억 위안에 인수함으로써 웨원그룹 내에서 직접적인 IP 개편이 가능해졌다. 그러나 2019년 3월부터 6월까지 적용된 고전 드라마 방영 제한령[限古令]과 Covid19 팬데믹의 여파로 경영실적은 오히려 악화되었다.⁴⁴⁾ 이러한 상황에서 텐센트 본사 및 계열사 경영진이 웨원그룹의 CEO를 겸하게 된 것은 그 메시지가 분명하다. 텐센트가 지닌 영상(影視), 애니(動漫), 게임(遊戲), 음악(音樂) 등 ‘범엔터(泛娛樂)’ 생태계를 보다 적극적으로 활용하겠다는 것이다. 신임 CEO 청우는 2021년 실적보고회에서 “대웨원전략업그레이드(大閱文戰略升級)”를 발표하며, 인터넷 문학을 기초로 하고 IP 개발을 추동력으로 해 개방적으로 전향업 협력 파트너와 IP생태 업무 매트릭스를 공동으로 구축할 것이라고 발표하였다.⁴⁵⁾ 이는 숏폼 등 영상 콘텐츠의 시장 충격과 새로운

43) 신리미디어는 『北京愛情故事』(2012), 『辣媽正傳』(2013), 『我的前半生』(2017) 등 공전의 히트작을 제작한 드라마 전문 제작사이다.

44) 陳茜, 「閱文集團如何“斗破蒼穹”」, 『商學院』, 2019年9月, 31쪽.

45) 文倩, 「網絡文學江湖, 明爭流量暗戰IP」, 『商學院』, 2022年6月, 96쪽.

시장 수요에 근거한 무료리딩플랫폼의 약진 상황에서 텍스트 기반의 문화콘텐츠가 고정 팬덤의 강화 및 이를 통한 IP개작의 방향성을 지속적으로 유지 및 정교화하고 있음을 보여준다. 이 경우 플랫폼은 중립적 매개자에서 나아가 IP 원천 콘텐츠의 제공자 또는 선별자가 될 수 있으며 그 안에서의 '문화권력'은 팬에게 부여되었다.

선행연구에서 지적하였듯이 '하침시장'의 수요가 이미 정점을 찍었고 작품의 동질화 및 저급화 문제가 노출됨에 따라 무료리딩플랫폼은 2020년부터 이미 성장세가 주춤하고 있다. 일부 연구에서는 조만간 도태되어 사멸할 것이라는 전망도 서슴치 않았다. 그러나 이는 기존의 '문학성', 즉 작품성의 유무와 문학 소비 관행이라는 기준에 따른 판단이며 다음의 두 가지 요소를 간과한 것으로 보인다.

첫째, 무료모델 플랫폼의 진화이다. 작품의 질적 저하나 수익분배의 불투명성과 같이 선결 과제는 존재하나, 미두소설에서 이미 시도하고 있듯이 유료모델을 부분적으로 도입함으로써 정체된 신규 수요로 인한 광고 수입 담보 상태를 극복하는 것이다. 투명한 관리에 대한 시스템, 시장, 당국의 관리 감독이 강화된다면, 데이터 트래픽과 플랫폼 광고 수입에 기반한 운용 모델은 지속 발전이 가능하다. 또한 불법 복제에 대한 중국의 소비 관행이 빠르게 사라지지 않는 까닭에 '하침시장'의 소비자 상당수가 조만간 유료모델로 전환하리라는 보장은 없다. 웨원그룹의 무료 MAU 수는 증가하나, 유료 MAU 수는 2022년 상반기까지도 지속 감소하고 있는 것이 이를 방증한다.

둘째, 광고형 플랫폼의 일반화 가능성이다. 즉 소극적 의미의 광고 수익이 아닌, 광고 시청을 주요 모델로 한 플랫폼의 존재 가능성이다. 어떤 플랫폼이라고 할지라도 신규 회원을 플랫폼으로 유도하고 기존 회원의 지속적인 활동을 지원하는 어포던스 구축 방식은 존재한다. 무료모델이 '문학 감상'이라는 본연의 기능에서 일정 부분 이탈한 것은 사실이나, 광고형 플랫폼에서 소설 작품이라는 콘텐츠가 하나의 트래픽 유인의 수단이 되었다고 해서 그것이 '문학성'의 저해로 이어질 수는 있어도 해당 수익모델 자체의 성공 여부 판단의

절대적 기준이 될 수는 없다.⁴⁶⁾ 게다가 완결된 유명 작품의 상당수가 무료 및 유료모델 모두에서 동시에 제공되고 있으며, 유료모델에서 불리한 중소형 신진작가의 또 다른 활동무대가 될 수 있다.

이처럼 무료모델이 지속된다고 한다고 해서 유료모델이 크게 위협을 받거나, 무료모델의 진화를 통해 쉽게 도태되지 않을 수 있다면, 당분간 중국의 웹소설 플랫폼은 유료모델의 팬덤 중심의 '콘텐츠 & IP형 플랫폼'과 무료모델의 플랫폼 중심의 '데이터 & 광고형 플랫폼'으로 분리되어 발전할 가능성을 조심스럽게 전망할 수 있다.⁴⁷⁾ 특히 웨원의 플랫폼이 대표하는 '작가-팬-플랫폼'의 관계성 및 작품 내 팬 영향력 구현과 텐센트 생태계를 활용하는 웹소설 IP 개작의 방향성은, 플랫폼-작가 사이의 새로운 관계 설정 시도 등과 맞물려, 글로벌 콘텐츠 선점 경쟁에서 우리 콘텐츠 시장에 일정한 시사점을 제공할 것이다.

46) 플랫폼 일반으로 확대했을 때 광고형 모델이 웹소설 분야 이외에도 존재하는 상황은 이러한 판단에 대한 하나의 근거가 될 수 있다. 가령 '덕 애드(Duck Add)'라는 플랫폼은 광고 시청, 사용자 정보 제공, 쇼핑 및 기부 등 플랫폼 내 활동량에 비례해 투표권을 부여받는데, 사용자는 그 투표권으로 자신이 지지하는 아티스트에게 투표할 수 있으며, 최종 순위권에 든 아티스트에게는 무료 지하철 광고의 기회가 주어진다.

47) 이 연구는 현 시점에서 유료플랫폼 치텐두수와 무료플랫폼 치마오소설을 위주로 한 것이다. 따라서 웨원그룹 내 모든 유료플랫폼과 기타 무료플랫폼 전체를 대상으로 한 연구에서 보다 유의미한 전망이 가능할 것이다. 2019-2021년 정책 및 코로나 변수가 있었던 만큼 이에 대한 연구는 엔터 및 빅테크 규제 완화 및 엔데믹에 따른 일상성 회복이 어느 정도 진행된 이후의 과제로 남긴다.

參考文獻

- 김혜주, 노정은, “웨인그룹을 통해서 살펴본 중국 인터넷문학 산업의 현재와 미래”, 『중국학』, 통권 76호, 2021.
- 서봉교·이화진, 「중국 플랫폼과 앱 사업자의 협력과 강제: 웹소설 콘텐츠 앱 사례를 중심으로」, 『현대중국연구』, 23권 4호, 2022.
- 이중희, 김성자, 이문, “중국의 인터넷 문학그룹(웨인)의 성장 요인과 플랫폼의 발전: 코로나19 팬데믹 이후 성장 요인의 지속성”, 『아시아연구』, 24권 1집, 2021.
- 최재용, “스마트폰 시대 인터넷 문학의 변화 -한국과 중국의 사례를 중심으로”, 『중국학보』, 제89집, 2019.
- 陳茜, 「閱文集團如何“鬥破蒼穹”」, 『商學院』, 2019年9月.
- 陳茜, 「“5·5斷更”閱文“變法”」, 『商學院』, 2020年6月.
- 方靜, 「網絡文學平台付費閱讀模式的剖析及再創-以“閱文集團”旗下子品牌為例」, 『文化傳播』, 第29期總第174期, 2020年10月.
- 馮碩·陳丹, 「免費VS付費--網絡文學產業閱讀模式發展困局」, 『出版廣角』, 2022年 第12期 總第414期.
- 李明霞·趙晴, 「網絡文學泛娛樂化運用模式下IP版權價值計算與收益分配問題探析-從盛大文學衰落到閱文集團崛起」, 『戲劇之家』, 2020年第12期總第348期.
- 李哲·況曉彤, 「我國網絡文學作品版權運營模式研究」, 『商業文化』, NO.506, 2021.06.
- 路遙·段倩倩, 「閱文換帥迎騰訊入駐」, 『商學院』, 2020年5月.
- 王秋實, 「娛樂下沉:免費閱讀的產品策略與自生困局」, 『新媒體研究』, 2021年第22期.
- 文倩, 「網絡文學江湖,明爭流量暗戰IP」, 『商學院』, 2022年6月.
- 歐陽友權, 「從“閱文風波”看網絡文學生態培育」, 『中南大學學報』, 第26卷 第5期, 2020年9月.
- 「紅星資本局:閱文集團推出新合同,三類四種授權分級,著作權歸作者,是否免費

可自選」, 2020-06-03.

易觀, 『2020中國移動閱讀市場年度綜合分析』.

社科院, 『2021年度中國網絡文學發展報告』.

Mob 研究院, 『2020移動閱讀行業報告』, 2021年11月.

Mob 研究院, 『2021移動閱讀行業報告』, 2022年11月.

2017-2022年『閱文集團年度報告』.

起點中文網(<https://www.qidian.com/>)

七貓免費小說(<https://www.qimao.com/>)

Ben Light b.light, Jean Burgess, and Stefanie Duguay, *The Walkthrough method: An approach to the study of apps*, *New Media & Society*, Volume 20(3), 2018.

Abstract

Response of Chinese Web Novel Platforms to the Advancement of Free Platforms: Focusing on Tencent Yuewen Group

Lee, Hwa Jin

This study identified the external factors of the expansion of the free reading platform by paying attention to the background of the transition to the Tencent direct management system and the resulting conflict with the primary creators. To this end, I first explained the current status of the free platform, the background of the advancement, and the change in the profit structure of Yuewen, which occurred in conjunction with this. And I revealed the response of Yuewen's platform, the representative of the paid model, through new copyright contracts for copyrights and walkthrough analysis of and apps. Through this, at a time when competition for preoccupation of global cultural content between platforms is fierce, it was confirmed that a differentiated operation method centered on fans and IP in the face of a new challenging environment of free platforms. In addition, it predicted the possibility that China's web novel platform will develop separately into a free model of 'advertisement-data' and a paid model of 'contents-IP'.

Key words : chinese web novel, Qidiandushu, Yuewen Group, Tencent, platform, cultural industry, subscription system

투 고 일 : 2023. 1. 10. / 심 사 일 : 2023. 1. 15. ~ 2023. 2. 15. / 게재확정일 : 2023. 2. 20.

