

중국 온라인 게임 심의에 관한 규제 분석

-중국 NHN 게임을 중심으로-

The Analysis for the Regulation related to Chinese Online Game Review

-Focused on NHN Chinese Game-

송승근*, 김치용**

동서대학교 디지털콘텐츠학부*, 동의대학교 영상정보대학 영상정보공학과**

Song Seungkeun(songsk@gdsu.dongseo.ac.kr)*, Kim Cheeyong(kimchee@deu.ac.kr)**

요약

본 연구의 목적은 중국에 수출할 온라인 게임에 대한 심의 기준과 절차를 살펴보고 중국 자국산 게임물 보호정책에 따른 외국산 게임에 대한 규제 정책을 어떻게 해결해야 할지에 대한 방안을 모색하고자 한다. 중국 온라인 게임 산업 정책과 전체적인 규제현황에 대해서는 관련 문헌을 검토하고 베일에 가려진 중국 온라인 게임 심의 기준 및 절차는 중국 현지화에 성공한 한국 기업의 사례분석을 통해 명확히 파악할 수 있었다. 그 결과 중국 온라인 게임 심의에서 가장 중요한 판단 기준은 '중국 사회주의 체제 전복', '홍콩반환이나 대만 정부 인정과 같은 영토문제', '소수민족 독립 문제', '국보급 기물 파괴' 등과 같은 반사회성임을 발견하였다. 중국 자국산 게임 심의는 2단계 절차를 통해 1달 정도 걸리는 반면 외국산 게임물 심의는 4단계 절차를 통해 최소 3개월 이상 소요되고 게다가 외국산 게임물은 중국인민공화국 신문출판총서의 온라인 게임물 총량 규제에 의해 판호 획득이 어려운 상황이다. 이러한 중국 온라인 게임물 심의 규제를 해결하기 위해 합작기업의 경우, 한국 개발사와 중국 운영사간의 원활한 의사소통이 가장 중요하며 더 나아가서 외형적으로는 중국 기업으로서 중국시장의 확고한 위치를 선점해야만 중국의 외국산 게임에 대한 강한 규제를 피할 수 있다. 마지막으로 중국 윤리교과서에 제시된 정치·사회·문화에 대한 깊이 있는 이해를 통해 게임물에 대한 명확한 심의기준을 예측할 수 있다. 본 연구는 중국에 게임을 수출하고자 하는 기업들에게 중국 온라인 게임 심의에 대한 예측력과 설명력을 향상하기 위한 심의 지침에 중요한 시사점을 제공 할 것이다.

■ 중심어 : | 다중접속역할수행게임 | 심의 기준 | 심의 절차 | 정부주도규제 | 판호 |

Abstract

The objective of this study is to uncover the standard and procedure of the review for the online game to export to China and try to find a plan how to solve a problem such as regulation for the online game imported into China depending on a protective policy for homemade game. The literatures related to the policy of China online game industry and the present condition of the wholistic restriction are reviewed and the standard and procedure of the review of China online game which is able to find definitely by using the case study on Korean company which was a great success as localization in China. As a result of this study, we found that the key factor on the review standard of China online game is the anti-social personality, such as 'the overthrow of Chinese socialist system', 'the territorial issue as the eviction of Hong Kong or the acknowledgment of Taiwan government', 'independence problem of the minorities', and 'damage to property as national treasure', et cetera. While the review of the homemade game in China takes about a month through just two steps in review process on online game, that of foreign game is required over at least three months through four steps in it. Moreover, it is difficult for foreign games to obtain the license due to total amount regulation for online game by 'General Administration of Press and Publication of the People's Republic of China'. In the case of the joint-venture company, it is most important to the smooth communication between Korean company and Chinese company in order to overcome these strong regulation for online game review in China. Furthermore, as Chinese company in outward appearance it is need to be positioned absolutely in Chinese marketplace. The definite positioning strategy enables foreign companies to avoid the strong regulation about the foreign game in China. To understand, finally, deeply politics, society, and culture presented in Chinese ethics textbook permits the foreign companies to predict the exact standard of the review for online game. Therefore, this study is concluded with key implications to sustain guidelines on the deliberation for foreign companies which want to export online game to China to improve the predictability and accountableness about the review of the online game in China.

■ keyword : | MMORPG | Review Standard | Review Procedure | Government Driven Regulation | License |

I. 서론

한국 기업입장에서 중국에 투자하는 이유는 중요한 매출 증가의 역할을 담당할 뿐만 아니라 비용 절감의 장소로서 우위를 차지하기 때문이다. 그럼에도 불구하고 중국에 투자한 한국 온라인 회사 중에 수익을 내는 기업은 극히 일부에 그친다. 더욱이 기존 제조업체인 삼성이나 LG, SK와 같은 경우, 중국 현지화에 성공한 반면 인터넷을 기반으로 한 인터넷 서비스 관련 업체는 아직 중국 내에서 이렇다 할 만큼 성공한 기업이 아직 없는 실정이다[1].

지난 몇 년 전만 해도 중국 온라인 게임 시장 대부분을 한국 온라인 게임들이 차지했었다. 그러나 최근 중국 자체에서 제작한 온라인 게임들이 중국 시장 전체를 차지하고 있다. 다시 말해서 중국시장에서 더 이상 한국의 온라인 게임을 찾아보기 어려운 상황이다[2][3].

그 동안 한국 온라인 게임 기업들은 중국 기업들보다 네트워크 서버 기술과 운용 능력에 대한 기술적 우위를 가지고 있다고 생각해 왔다. 그러나 중국의 기술적 맹렬한 추격에 의해 이제는 한국 온라인 게임의 기술적 입지도 상당히 낮아진 실정이다. 이는 얼마 전부터 한국 게임 개발자들이 중국 게임업체에 상당수 스카우트 되면서 한국 게임업체들이 보유한 온라인 네트워크 서버 기술과 서비스 노하우 상당부분이 중국 게임에 그대로 적용되어 출시되고 있기 때문이다. 특히 중국 자체에서 개발된 '완미세계'가 2007년 9월부터 한국 시장에 공개 서비스 되면서 중국 온라인 기업은 자국 시장을 넘어 해외시장까지 넘보는 일까지 벌어지고 있다[4].

중국 온라인 게임 기업의 괄목할 성장에도 불구하고 아직 중국 정부는 게임에 대해서 좋지 않은 시각을 가지고 있다. 그러나 게임 사용자 층이 늘어나고 산업화 되면서 그 시장을 외국에 줄 수 없다고 판단한 중국은 자국산 게임 보호 정책을 위해 외산 게임에 대한 차별화 정책을 시행하고 있는 실정이다[4]. 아울러 중국은 인터넷 환경을 국가가 나서서 해결 하지는 않겠다고 까지 주장할 정도이다. 현재 중국에 초고속 인터넷 망이 깔려 있다고 하지만 그 속도가 50M bps도 안 되는 실정이며 한국에 있는 사이트에 접속 하려면 결국 전용선

을 설치해서 사용해야 할 정도로 아직 낙후되어 있다. 또한 중국정부는 강력한 권한과 집행력에 기초해서 민간 영역을 위계적으로 규제과정에 참여시키는 방식을 채택하고 있다[5]. 예를 들어 중국은 정부의 입장에 반대하는 내용이 발견되면 바로 자국 내 인터넷 사이트를 차단하는 강력한 조치를 취하기 때문에 중국에 진출한 해외 인터넷 기업들 (구글, 야후 등)도 정치적으로 민감한 내용들을 차단하는 시장검열에 동참할 정도이다[6].

중국에 진출한 많은 한국 업체들의 경우 중국의 현실을 제대로 이해하지 못함으로써 해서 결국 혈값으로 게임물을 파는 것이 다반사이다. 중국에 현지법인을 설립하여 기업다운 기업 활동을 중국 내에서 하는 한국 기업은 극소수이다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 중국이 갖고 있는 기술적, 문화적, 법률적 이해가 절실히 필요하다[7]. 이에 본 연구의 목적은 중국에 수출할 온라인 게임에 대한 심의 기준과 절차를 살펴보고 이에 대한 해결 방안을 모색하고자 한다.

II. 중국 온라인 게임 산업 고찰

1. 중국 온라인 게임 시장 동향

중국 온라인 게임 시장은 다른 PC 게임이나 비디오 게임시장과 달리 지난 몇 년간 급속한 발전을 통해 새로운 비즈니스 모델로 주목받기 시작 하였다. 중국 온라인 게임 시장 규모는 2007년 17억 달러에서 2008년 25억 달러로 47.0% 이상 급성장 할 것으로 추정 되며, 2013년까지 연 평균 22.3% 성장률을 기록하면서 68억 5,000만 달러 규모의 시장을 형성 할 것으로 기대 된다 ([표 1]참조)[7].

표 1. 중국 온라인 게임 시장 규모 및 성장 추이
(단위: 백만 달러)

2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	연평균
1,000	1,700	2,500	3,400	4,440	5,150	6,000	6,850	22.3%

중국은 아직 그 인구에 비해 인터넷 보급률이 상대적으로 낮은 수준이다. 그래서 지속적인 성장잠재력을 지

니고 있기 때문에 인터넷 사용자 수는 급격히 늘어날 전망이며 이에 따른 온라인 게임 이용자 수도 함께 늘어 날것이다[8]. PWC의 자료에 의하면 2008년도 말 중국 인터넷 보급률은 24.2%이며 broadband 보급률은 20.2%이다. 2012년이 되어도 broadband 보급률이 44.8%정도로 추정 되나 중국 인구를 고려할 때 이 정도 수는 다른 어떠한 국가 보다 많다고 할 수 있다([그림 1]참조)[9].

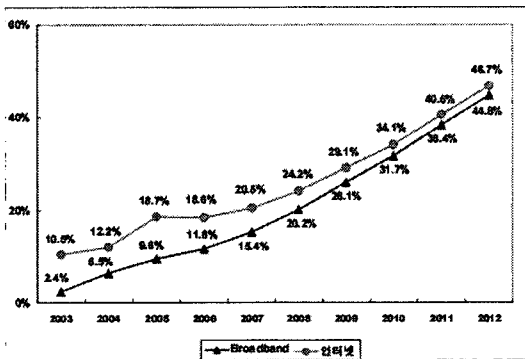


그림 1. 중국 인터넷 및 브로드밴드 보급률 추이 및 전망

2. 중국 내 한국 온라인 게임 산업의 현황

2.1 적절한 시기를 놓친 게임시장 진출

중국의 급속한 온라인 게임 시장 성장과 2006년까지 중국 온라인 게임 시장을 석권한 경험이 있는 한국 게임 업체 입장에서는 중국은 매력적인 시장일 수밖에 없다. 중국에 진출한 주요 한국 게임 개발사를 중심으로 살펴보면 캐주얼 게임장르에서 넥슨의 카트라이드와 같은 캐주얼 게임은 중국과 대만에서 상당한 수익을 내고 있다. 그럼에도 불구하고 MMORPG 장르의 리니지 게임은 중국 시장에서 실패했다. 그 원인에 대해서 여러 가지 의견이 있을 수 있다. 엔씨소프트사에서 주장하는 사실 서버문제에 의한 피해는 다소 인정이 되지만 그것이 주요 원인으로 보이진 않는다. 왜냐하면 그 당시 중국 대륙으로 진출하기 전에 테스트 베드의 역할을 했던 대만에서는 리니지가 성공적이었다는 평가를 받고 있다. 이후 진출한 중국 게임 시장이 여타 MMORPG 게임이 너무 성행하였기 때문에 리니지 게임이 더 이상 중국 게이머들에게 신선한 게임으로 등장

하지 못했기 때문이라는 지적도 있다. 다시 말해서 중국 게임시장에서 엔씨소프트사의 리니지 게임이 실패한 이유는 적절한 시기에 중국시장에 진출할 시간을 놓친 데서 기인한 것이다[10].

2.2 한·중 게임업계의 분쟁

과거 2001년부터 한국 온라인 게임 업체는 중국의 유명 게임사와 합작 형태로 온라인 게임을 중국 내에서 서비스해왔다. 그 대표적인 온라인 게임으로서 액토즈소프트와 위메이드의 '미르의 전설'이다. 본 게임은 중국의 산다사와의 합작한 사례로서 그 당시 만 하더라도 국내 '리니지' 게임의 동시접속자 수가 10만명인데 반해 '미르의 전설'은 중국 내에서 70만명에 이를 정도로 성공적이라고 할 수 있었다. 그러나 2002년 9월, 불법 서버 출현의 이유로 중국 산다측으로부터 로열티 지급이 중단 되고 2003년 1월 한국 액토즈소프트와 위메이드사의 계약 중도해지를 선언하였으며, 2003년 7월 중국 산다사의 '전기세계' 게임의 불법복제 파문으로 이어지기도 했다[11-14].

이러한 분쟁이 발생하는 데 있어서 한국게임업체가 미처 고려하지 못한 주요 원인은 중국 합작 업체에게 즉각적인 기술 지원을 하지 못한 점과 중국의 특징을 정확히 이해하지 못한데서 부터 출발 한다. 다시 말해서 합작 초기 산다사 측에서 제기한 불법 서버 문제에 대해 한국 게임 기업 입장에서 그 대응책을 제때 마련하거나 효과적으로 해결 했었어야 하는 아쉬움이 남는다. 또한 중국은 광대한 지역, 많은 인구, 복잡한 온라인 환경을 가지고 있다. 예를 들어 중국은 서로 다른 통신사가 남과 북으로 나누어져서 인터넷 망을 구축하고 있다. 그래서 게임 업체는 이러한 구조를 반영하여 IDC(Internet Data Center)와 서버 전용 구역을 설정하여 운영해야 한다. 그러나 한국 온라인 게임업체는 이러한 인터넷 환경에 익숙하지 않아 불안정한 온라인 환경이 발생할 때 이를 즉시 해결하지 못했다는 지적도 있다[11-14].

그 외에도 한국의 액토즈소프트사와 중국의 하이홍 간의 경영방식의 차이에서 비롯된 문제, 한국의 CCR과 중국의 완마네트워크 간의 게임운영능력과 자금력에

다른 문제 등 한국과 중국 게임업체간 각종 분쟁이 끊이지 않고 발생하고 있는 실정이다[13].

2.3 한·중 게임업계의 경쟁

초기 중국 온라인 게임 업체의 가장 큰 약점은 자체 지적재산권이 부족하다는 점이다. 이는 한국 업체 입장에서 자체 성공작 뿐만 아니라 기존에 실패했던 제품도 함께 판매하는 기위 팔기 전략을 채택하게 한다는 것이다. 이러한 불평등 계약은 양측에 합작관계를 분쟁으로 이끄는 원인으로 작용한다. 이러한 갈등은 2007년도 여름, 한국의 T3와 중국의 나인유닷컴의 분쟁으로도 알 수 있다. 실제 양국 업체는 서로 다른 목적으로 합작을 유지해 온 것이다. 중국 게임 업체는 한국의 온라인 게임을 통하여 중국 시장 내에서 자사의 시장 점유를 높이기 위해서였던 반면 한국 게임업체는 중국 시장에 더 많은 게임을 수출하여 막대한 이윤을 얻기 위해 합작을 한 것이다. 그 결과 중국 게임업체는 자체 연구개발에 집중하고 위험도를 줄이기 위해 한국 온라인 게임 뿐만 아니라 세계최고의 온라인 게임인 WoW(World of Warcraft)까지 매우 흡사하게 표절을 시도 하고 있다 실정이다. 서로 간의 이러한 경쟁은 앞으로도 지속될 전망이다[7].

3. NHN China 현황

3.1 중국 기업으로서 현지화 전략

대다수의 국내 게임회사들이 중국 시장에서 실패를 맛 본 근본적인 원인은 중국 시장에 대한 정확한 사전조사 및 실패과악이 부족해서였다. 이를 타산지석으로 삼아 NHN은 중국 현지화를 위해 철저한 사전조사와 시장분석에 많은 노력을 기울였다고 한다[10].

특히 중국에서는 외국 회사에 대한 부정적 인식이 광범위하게 퍼져 있다. 다시 말해서 외국 회사가 중국에 들어와서 수익만 내고 사회에 환원하지 않는 것에 대한 강한 불만을 가지고 있기 때문에 한국의 NHN이 중국에 온 목적은 돈을 벌기 위해서가 아니라 사회봉사활동을 하기 위해서라고 홍보한다. 그래서 이러한 부정적 인식을 불식시키기 위해 중국 내 빈민지역 및 오지에 학교를 설립하고 해마다 황사의 원인이 되는 사막지역

에 나무를 심는 등 사회봉사사업에 매년 동참하고 있다.

NHN China는 이러한 긍정적인 자사 이미지 홍보사업 외에도 중국에서 서비스 되는 다른 어떠한 게임들보다 높은 품질의 게임 서비스를 제공하는 것을 목표로 지속적인 노력을 기울임으로서 중국에 진출한 한국 게임 업체 중에서도 가장 높은 경쟁력을 갖고 있는 업체로 평가받고 있다. 현재 우리나라 게임 회사들의 중국 투자는 자사의 매출 증가뿐만 아니라 생산비용 절감 면에서도 중요한 의미를 갖고 있다. 이를 위해 NHN China는 현재 개발 아웃 소싱이나 단순한 게임개발 부분에서 직원교육에 힘쓰고 있으며 향후 중국인 직원들의 업무담당 비중과 분야를 계속 늘려 나갈 것이라고 한다[10].

3.2 중국 온라인 보드 게임의 특징

현재 중국에서 가장 유행하는 기패류¹ 게임은 투지주(鬪地主: 지주에게 투쟁하기)이다. 본 게임은 우리나라의 고스톱 이상으로 많은 사용자층이 존재한다. 이 게임만 해도 NHN China ('렌중' Ourgame)의 경우, 10만 명이 넘을 정도이다. 본 게임은 카드로 하는 게임으로서 그림하나, 건물하나 식으로 구성되고 세 명에서 게임을 플레이하고 있다. NHN China에서는 최근에는 투지주의 유사한 형태를 취하면서 2인용 맞고 처럼 '두지주(斗地主)'를 서비스 하기도 하고 있다 ([그림 2]참조)[15].

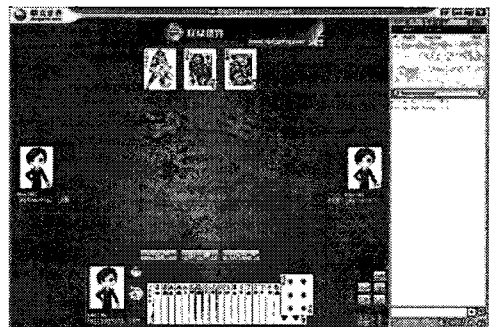


그림 2. 렌중(Ourgame)게임회사의 투지주(斗地主) 보드게임

1. 한국의 고스톱, 포커와 같은 고포류 게임물들을 의미하며 기류는 것 발을 뺀 마작, 장기, 바둑 같은 것을 의미하며 패류는 화두 패와 같은 카드 게임들을 의미한다.

이러한 중국 온라인 보드게임의 특징을 살펴보면 모두 회원제로 운영된다. 한국의 온라인 보드게임과 다른 중국만의 큰 차이점은 게임에 배팅이 없다는 것이다. 왜냐하면 배팅이 들어가면 도박으로 간주하기 때문이다. 지금 중국에서는 마약, 도박, 부정비리는 사회 3대 악으로 규정하고 도박을 중요한 사회적 문제로 보기 때문에 모든 고평류 게임에 배팅이 없도록 게임디자인 되어 있다. 또 다른 특징으로서 한국처럼 아바타를 사서 게임머니를 주고 받는 방식은 동일하며 간접충전 방식을 사용하고 있다. 한국의 게임물 심의에서 이용자 보호를 위한 충전 한도는 없는 대신에 갑작스런 소진이 일어나서 밀어주기 식으로 게임이 운영되는 것은 강하게 금지하고 있다[1][18].

III. 중국 온라인 게임물 심의 분석

1. 중국 온라인 게임 산업 정책

1.1 중국 내 외국산 온라인 게임 규제 현황

중국 내에서 전반적인 온라인 게임 산업에 대한 규제 정책은 [표 2][표 3]에 제시 되어 있다. [표 2]는 2005년 이전에 제정된 정책들로서 이 당시까지만 해도 중국 정부는 온라인 게임 '시장 진입'과 '신규 등록'을 관리하는 데에만 집중하다 보니 그 운영에 대한 취약성이 드러났다. 그래서 중국정부는 2005년부터 온라인 게임 운영에 대한 규제와 그 절차에 대한 정책들을 보완하게 되었다 ([표 3]참조)[11]. [표 2]와 [표 3]에서 제시된 바와 같이 외국 기업이 중국 시장에 진입하는 단계에서부터 여러 규정에 저촉되는 것을 알 수 있다. 예를 들어, 신문출판총서에서 발표한 '인터넷 게임 출판물에 대한 규정'을 살펴보면 "신문출판총서의 동의 없이 해외기구는 합자, 합작 등 형식으로 중국인민공화국 내에서 인터넷게임 출판활동에 참여 하지 못한다. 해외기구와 개인은 독자 투자 형식으로 인터넷게임출판활동을 할 수 없다"라고 되어 있다[13]. 다시 말해서 이 법안은 "중국과 합작을 통해서만 중국시장에 진출 할 수 있으며 또한 기술이전 까지 해야 한다"는 내용까지 담고 있다[12]. 이러한 규정 때문에 한국기업과 같은 외국업체는 반드시 중국 업

체와 합작의 형태로 중국 시장에 진출해야 하는 제도적 장벽에 봉착하게 된다.

표 2. 2005년 이전 중국 정부의 온라인게임산업 정책 근거

구분	구체적인 정책
시장진입	① '외국기업투자방향 지도 규정' 및 부록 '외국기업투자산업지도목록' ② 중화인민공화국통신조례 ③ 외국기업의 통신기업에 대한 투자 관리 규정
권리 취득 및 보호	① 중화인민공화국저작권법 ② 중화인민공화국컴퓨터소프트웨어보호조례 ③ 컴퓨터소프트웨어저작권등록방법 ④ 중화인민공화국특허법 및 심사규이드라인
온라인게임업체 설립 및 행위 규범	① 소프트웨어제품등록관리방법 ② 인터넷정보관리방법 ③ 인터넷퍼블리싱관리임시규정 ④ 인터넷접속서비스영업장소관리조례 ⑤ 인터넷 등 정보망을 통한 영상 및 음향 프로그램 전파에 관한 관리방법 ⑥ 인터넷문화관리임시규정 ⑦ 중화인민공화국 컴퓨터정보시스템보안조례 ⑧ 문화부의 온라인게임제품 콘텐츠 심사 강화에 관한 통지 ⑨ 국무원 판공청의 인터넷 접속서비스 영업장소 관리 강화에 관한 통지 ⑩ 중공 중앙 국무원의 미성년자 사상도덕 건설 강화에 관한 약간의 의견 ⑪ 불법서버 및 해킹 특별 정비 실시에 관한 통지 ⑫ 국무원 판공청이 문화부 등 부서에 하달한 PC 방 등 인터넷접속서비스영업장소 특별 정비 실시 의견에 관한 통지 ⑬ 신문출판총서와 국가판권국의 전자 및 인터넷 게임 출판물 심의 및 허가업무의 국무원으로의 일원화 결정에 관한 통지

표 3. 2005년 제정된 중국 온라인 게임산업 관련 정책 및 법규

구분	구체적인 정책
권리 취득 및 보호	① 인터넷저작권 행정보호방법 ② 인터넷 보안기술조치 규정
온라인게임업체 설립 및 행위 규범	① 온라인게임을 이용한 도박 활동 금지에 관한 통지 ② PC 정보망 서비스 경영장소 및 전자오락실 관리 직무 분담에 관한 통지 ③ 중공 중앙 국무원의 미성년자 사상 도덕 건설 강화에 관한 약간의 의견 ④ 온라인게임 정화작업에 관한 통지 ⑤ 온라인게임 발전 및 관리에 관한 약간의 의견 ⑥ 중독방지시스템 개발 표준

1.2 중국 온라인 게임 심의 규제 현황

중국 온라인 게임물 심의 규정을 살펴보면 현재 국가 기관인 신문출판총서에서 콘텐츠 · 게임사 자격 · 판권 심의 및 관리를 하고 있다. 중국 온라인 게임물 심의는 '청소년의 정신건강을 보호하고 사회주의 정신문명 건

설을 촉진'하고 '자국의 게임 산업을 보호하고 육성'을 목적으로 한다. 심의 목적에서 분명히 밝히 바와 같이 중국 정부는 자국 온라인 게임 시장 보호 정책을 실행하기 위해 한국과 같은 외국 게임에 대한 규제를 강화하고 있다.

중국에 진출한 NHN China, NC soft, Neowiz 등 한국 게임사들에 따르면 외국 게임에 대한 강력한 규제정책으로서 중국 신문출판총서에서 시행하는 판호 심사 및 관리라고 한다. 2007년에 중국 정부는 게임 판호를 10개로 한정하였다. 이는 10위 순위 안에 들어간 업체들에게는 상관없겠지만 순위 10위를 기준으로 앞·뒤에 위치한 게임사에게는 상당한 부담으로 다가올 수밖에 없다.

또한 온라인 게임 심의 시 제출하는 문서의 경우 외국 게임사에게는 자사의 주요 정보 제공을 요구하고 있으며 이러한 부분이 판호를 새로 받고 유지하는데 기초 자료로 활용 된다는 점에서 외국(한국)기업은 민감하게 받아들일 수밖에 없는 것이다.

더욱이 최근 중국 시장에 재진입한 Ubisoft와 같은 글로벌 기업의 경우 아직 중국 정부에서는 우호적인 입장을 취한다. 왜냐하면 기술경쟁력이 뛰어난 외국 기업의 경우 중국 입장에서는 매력적인 기술이전 대상이기 때문이다. 그러나 한국 기업의 상당수 핵심기술이 중국 기업으로 이전되고 복제되어 더 이상 매력적인 외국 기업이 아니라는 것이다. 그 동안 중국기업은 꾸준한 자체개발능력과 핵심역량을 보유하여 이제는 오히려 한국기업을 능가하는 상황에 놓여있는 실정이다. 이러한 환경에서 중국 정부는 한국 게임사들이 개발한 게임들에 대해 더 이상 호의적이지 않을 것이라는 관측도 제기되고 있다[4].

앞에서 언급한 것들은 결국 법 제도적 진입장벽인 판호 심사에 결정적인 영향을 끼친다는 점을 주목하지 않을 수 없는 것이다. 이러한 문제를 해결 위해서 중국 현지화에 성공한 NHN China의 사례에 주목할 필요가 있다.

2. 한국 온라인 게임 심의 사례 분석

중국 현지화에 성공한 NHN China의 게임물 심의 사

례를 중심으로 중국 온라인 게임 심의절차상의 차이를 다음 절에서 자세히 비교분석하고자 한다.

2.1 저작권의 중요성

2006년까지 기패류와 같은 게임물은 심의를 하지 않았으나 저작권 문제가 계속 발생하면서 2007년부터 심의가 이루어지고 있다. 한국에서도 마찬가지로 중국에서는 저작권이 각별히 중요하다. 저작권 등록을 하지 않을 경우 얼마든지 무단으로 사용하는 사례가 비일 비재하기 때문이다. 그래서 심의를 받기 전에 저작권 관련 사항을 제일 먼저 각 시의 판권국(예를 들어: 북경시 판권 보호 센터)에서 조회를 실시한다[16].

2.2 심의 기구 조직

중국 중앙정부 국무원에는 문화부를 포함하여 28개 정부 부처가 있으며 각종 위원회들은 이 국무원의 직속 기관으로 구성되어 있다. 이러한 위원회 가운데 신문출판총서는 언론 출판을 검열하는 기관으로서 이 기관 산하에 4개의 사로 구성 되어 있다. 이 들 중 컴퓨터 게임 관련해서 음향출판인터넷사(부서장)가 이를 관장한다. 이러한 중앙 정부 기능이 각 지방 행정 기구에 비슷한 업무를 수행하는데 북경시의 경우 신문출판총서에 대응하는 곳인 신문출판국이 있으며 음향출판인터넷사에 대응하는 곳이 음향출판인터넷처에 대응한다[1][17][18] [(그림 3)참조].

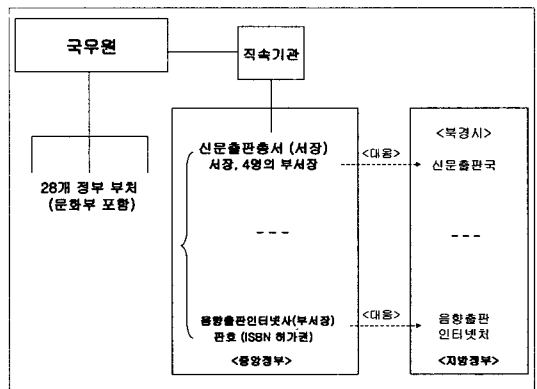


그림 3. 중국 온라인 게임을 심의 기구 조직도

2.3 게임물심의 주요 쟁점

중국에서 최우선적인 심의 요소는 반사회성이다. 특히 국가체계를 강하게 부정하는 것에 대해서는 다른 국가에 비해서 강하게 집행한다. 그 다음이 사행성이며 폭력성과 선정성은 한국의 게임물 심의에 비해서 상대적으로 약하게 반영하는 실정이다[1][17][18].

2.4 심의 판정 기준

한국의 게임물 심의는 게임물 등급을 분류하는 측면에서 연령과 초·중·고교 학교 체제를 기준으로 전체 이용가, 12세 이용가, 15세 이용가, 청소년이용불가(18세 이상), 등급거부와 같은 등급[19]을 부여하는 반면 중국은 단지 2가지 등급만 가지고 있다[20]. 다시 말해서 ‘건전’과 ‘불건전’으로만 구분을 짓는다. 오로지 건전한 게임물만 시장에 나갈 수 있는 것이 중국의 정책이며 등급 부여라기보다는 검열의 성격이 강하다고 할 수 있다[7]. 사실 중국에서 연령별 등급을 적용하지 못하는 이유로는 한국과 같은 실명제를 할 수 없는 사회적인 문제 때문이기도 하다. 이는 대만도 마찬가지라고 할 수 있다. 중국은 현재 영화와 온라인게임의 등급화 문제를 연구 중에 있다. 그러나 해외의 연령등급제와 같은 형태를 그대로 수용하지는 않을 것을 분명히 했다[7]. 심의 기준을 자세히 살펴보면 ‘불건전’으로 분류되는 경우는 ‘반사회성’, ‘도박’, ‘마약’이 등장할 때이며 ‘폭력성’과 ‘선정성’ 관련해서 불건전은 한국의 등급분류 가운데 청소년이용불가(18세 이상) 정도라고 할 수 있다.

‘불건전’의 가장 중요한 심의 기준인 반사회성에 대한 구체적 사례로서 (1) 중국 체제를 전복하는 내용을 담고 있든가 (2) 홍콩반환이나 대만을 국가로 인정하는 등의 영토문제를 다룬다든가 (3) 중국은 각 성으로 이루어진 중앙집권 체제인데 지난 티벳 사태와 같은 독립 관련된 문제를 다룬다든가 (4) 소수민족 관련된 문제 (5) 만리장성과 비슷한 국보급 기물 파괴한다든가 (6) 조선족이 등장해서 누군가와 싸운다든가 (7) 중국 사회주의 체제에 반하는 모든 말과 행동 등이 이에 해당하는 반사회성 주제들이다. 또한 중국심의에는 금칙어 규정이 있어서 정기적으로 게임업체에 해당 목록을

제시하고 이를 지키는지 확인하기 위해 공안들이 이를 검사한다[1][7][17][18][19].

2.5 심의 절차

중국온라인 게임물에 대한 심의는 국내용과 국외용으로 구분하여 심의가 진행된다. 본 사례는 중국 북경시를 기준으로 하고 있다. 우선 국내용 게임물에 대한 심의를 먼저 살펴보면 다음과 같다.

2.5.1 중국 국내 게임물 심의 신청

게임업체는 우선 [표 4]에 제시된 5가지 서류를 준비하여 ‘북경시 판권 보호센터’에 제출하면 본 센터는 20일 기한 내에서 제출한 온라인 게임 지적재산권이 중국에 등록된 회사 소유인지를 확인한 후에 ‘컴퓨터 소프트웨어 저작권 등기 증서’를 게임업체의 심의 위탁업무를 맡은 출판사로 보낸다. 2단계로서 해당 출판사는 [표 5]에 명시된 13가지 서류를 북경시 신문출판 총서에 제출한다. 이때 심사 소요 기간은 15일 정도이며 심사에 통과하면 중국 게임업체는 신문출판 총서를 통해 정신 관호를 바로 발급받아 온라인 게임을 운영하게 된다. [그림 4]와 같이 중국 국내 게임물에 대한 심의는 전체 30일 정도 소요되며 외국산 게임물에 비해서([그림 5] 참조) 심의 절차가 두 단계로 간단하며 제출서류 또한 간소화되어 있다[18].

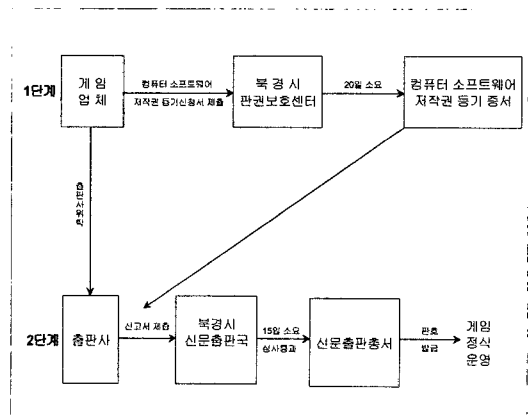


그림 4. 중국 국내 온라인 게임물 심의 절차

표 4. 저작권 등기시 필요한 서류 목록

순서	항목	세부 내용
1	게임정보	판호번호, 개발시간, 개발상황 (독립개발/위탁개발)
2	소프트웨어정보	소프트웨어사업체의 기술특징 및 주요기능에 대한 간단한 설명
		해당소프트웨어 프로그램 언어
		해당 소프트웨어를 실행하는 하드웨어 상황 소프트웨어 가격
3	소프트웨어 프로그램 문서	모든 프로그램의 앞 30페이지 및 마지막 30페이지
4	소프트웨어 설명 문서	사용자 매뉴얼, 조작 매뉴얼, 디자인 설명서, 사용설명서
5	저작권자 신분 정보	사업자등록증 복사본

표 5. 중국 국내 게임물에 대한 심의 신청 시 필요한 서류 목록

순서	항목	세부 내용
1	소프트웨어 저작권 등기 증서	북경시 판권 보호 센터 신청
2	게임설명서	
3	게임클라이언트 CD	최소 3개 계정, 패스워드
4	게임애니메이션 시연 CD	
5	게임그래픽 소개	주요 캐릭터 및 캐스트 등 그림 스캔 자료
6	게임메뉴얼 설명서	모든 문자 설명
7	게임 서체	중국어
8	게임음성대화	게임 내 모든 음성 문자 설명
9	게임자체심사보고	
10	합작운영 협의	저작권 단위와 운영단위가 다를 때
11	중국 국내회사소개	기본 상황, 주소, 담당자 및 연락처
12	중국 국내회사 자질자료	사업자등록증, 세무등기증, ICP 복사본, 날인
13	출판물 외주 디자인 문서	포장함, CD, 설명서(칼라), 바코드 위치

2.5.2 외국산(한국 등) 게임물 심의 신청

외국 게임업체(한국 등)는 심의 위탁기관인 출판사에 의해 대행되며 [표 6][표 7]에 제시된 게임물과 관련 서류를 제출한다. [표 7]은 [표 6]의 게임설명서에 포함될 구체적인 10가지 내용에 해당한다. 외국산(한국 등) 게임물 심의 1단계로서 북경시 저작권 보호 센터에서는 국외전자출판물 및 컴퓨터 소프트웨어 계약등기를 먼저 확인한다. 이때 소요기간은 중국 국내 게임물의 심의가 처리되는 것과 비슷하게 20일 정도 걸린다. 이를 통과하면 모든 자료가 다시 북경시 신문출판국으로 이관된다.

참고로 현재 북경에서는 저작권 보호센터와 신문출판국이 같은 건물을 쓰고 있다. 심의 2단계로서 북경시 신문출판국에서는 게임 내용을 심사하고 게임을 시연

하며 북경시 국장 심사를 거친다. 이때도 중국 국내 게임물 심의 소요기간과 별 다른 차이 없이 20일정도 걸린다. 그러나 국내버전과 국외버전간의 궁극적인 차이는 심의 3단계에서 발생한다. 북경시 신문출판국에서 심사가 모두 끝나고 나면 다시 중앙 행정기관인 국가신문출판총서로 이관된다. 이곳에서 다시 게임내용을 재심사하고 게임을 시연하며 게임공작위원회 등 전문가 평가를 거치고 다시 음향관리사가 심사를 한다. 최종심사는 신문출판총서 서장에 의해 최종 판정이 난다. 이때 무려 45일 이상이 소요된다. 마지막 4단계로서 신문출판총서 심사를 통과하면 게임출판공문 및 판호를 게임물 심의 대행사인 출판사에 전달하고 다시 이를 게임사에 최종 통보한다(그림 5참조).

중국 국내 게임물의 경우 1달 안에 게임 심의가 끝나는 반면 외국산(한국 등) 게임물의 경우 3단계에서 한번 더 심의가 진행되어 전체 심의 기간이 늘어나고 있다. 그러나 중국 정부에서는 외국산 게임물의 양이 자국산 게임물보다 적기 때문에 반기 단위로 일정 분량 정도의 게임물이 누적되기를 기다렸다가 그들이 정한 분량만큼 쌓이게 되면 그때 중앙정부인 신문출판총서로 이관한다고 한다. 이러한 이유로 심의가 지연되는 것이 외국산 게임에 대한 차별적 정책에 의해 재심을 하는 것은 아니라고 주장한다. 또한 심의를 신청하면 판호 수의 제한을 가하는 것은 절대 아니며 앞에서 언급한 이유로 심의 과정이 지연될 뿐이지 기다리면 늦게라도 심의결과를 통보받을 수 있다고 주장한다[18].

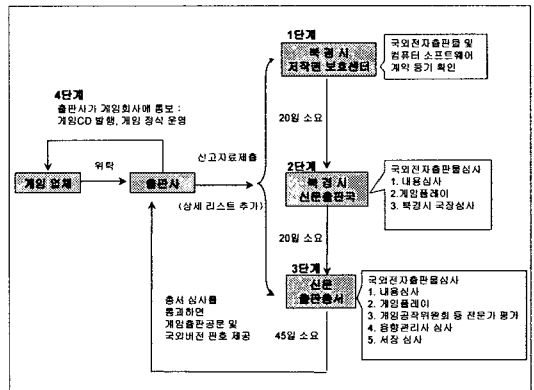


그림 5. 외국산(한국 등)게임물 심의 절차

표 6. 외국산(한국) 게임물에 대한 심의 신청 시 필요한 서류 목록

순서	항목	세부 내용
1	게임설명서	중국어, 외국어(한글)
2	게임클라이언트 CD	최소 3개 계정, 패스워드
3	게임애니메이션 시연 CD	중국어
4	게임그래픽 소개	중국어, 외국어(한글)
5	게임메뉴얼 설명서	중국어, 외국어(한글 : 게임 내 모든 문자 설명)
6	게임 시체	중국어
7	게임음성대화	중국어, 외국어(한글 : 게임 내 모든 음성문자 설명)
8	소프트웨어 사용 위임장	중국어 번역본, 외국어(한글)
9	네트워크 등급 분류 공증	중국어 번역본, 외국어(한글)
10	저작권 증명서	중국어 번역본, 외국어(한글)
11	외국(한국 등) 회사 소개	중국어 번역본, 외국어(한글)
12	외국(한국 등) 회사 기본 정보	중국어 및 영문 주소, 담당자 성명, 연락처
13	외국(한국 등)회사의 게임운영 상황	중국어 번역본, 외국어(한글)
14	게임 자체 심사 보고	중국어
15	합작운영 협의	중국어, 외국어(한글)
16	중국 국내회사소개	중국어
17	중국 국내회사 자질자료	사업자등록증, 세무등기증, ICP 복사본, 날인

표 7. 외국산(한국) 게임물에 대한 심의 신청서류(게임설명서)

순서	항목	세부 내용
1	게임배경	문자소개
2	직업소개	그래픽/명칭/소대문자, 주로 소개 문자
3	맵 소개	각 맵/명칭/간단한 소개
4	NPC 소개	모든 맵/그래픽/명칭/소개
5	스킬 소개	직업별 그래픽/명칭/소개
6	MOB 소개	그래픽/명칭/소개문자
7	아이템 소개(무기/장화 등)	그래픽/명칭/소개문자
8	게임 퀘스트	문자소개
9	도우미 문서	문자소개
10	그래픽 자료	그래픽 스캔

IV. 중국 온라인 게임 규제 정책 분석결과

중국심의의 최대 걸림돌로 작용하는 규제정책을 분

석한 결과 다음 세 가지로 정리된다. 첫 번째, 중국의 자국산 게임산업 보호 정책에 의해 중국에 진출하는 외국 회사는 반드시 중국 서비스 업체와의 라이선스 계약 형태 혹은 중국회사와 합작업체를 설립해야만 하는 법·제도적인 장벽이 존재한다. 우선 각각의 장단점을 살펴 보도록 하자. 라이선스 계약 형태는 초기 중국진출에 많은 이점을 가져다준다. 이러한 계약의 가장 큰 장점은 중국 업체 선정을 위한 수고를 덜고 투자자금의 회수 위험이 없다는 것이다. 왜냐하면 합작업체는 10~20년 정도 장기간 계약을 해야 하는 반면 라이선스 계약은 단기간이기 때문에 개발사 입장에서는 위험부담이 적다는 것이다[12].

합작법인체 설립은 합작을 위한 자금이 소요되며 직원 파견, 법적 실제 구성 등 운영자금이 절대적으로 필요하다. 그러나 장기적으로는 합작업체가 더 높은 수익을 올릴 수 있는 장점을 가지고 있다. 또한 한국 개발사의 기술적 지원과 중국 운영사의 마케팅 노하우를 효과적으로 접목하면 더 많은 시너지 효과를 낼 수 있다는 것이다. 게다가, 지속적인 공동개발을 통해 신속한 중국 시장 진입이 가능하고 중국의 정책적 변화에 능동적으로 대처 할 수 있는 강점을 가지고 있다[12].

이러한 각각의 장점에도 불구하고 앞서 언급한 한국 개발사와 중국 운영사간의 분쟁이 끊이지 않은 것이 오늘날의 현실이다. 이러한 상황을 극복하기 위해 한국의 액토즈소프트·위메이드와 중국의 산다 간의 분쟁에서 발생한 주요 원인을 면밀히 통찰하여 얻게 된 교훈은 한국의 개발사가 신속하게 중국의 운영사에게 기술 지원을 할 필요가 있다는 것이다. 이를 위해서는 한국 개발사의 기술진과 중국 운영사의 기술진 간의 긴밀한 협조체제가 필수적이다. 이는 결국 원활한 의사소통의 문제로 귀결된다. 그래서 이러한 문제를 해결하기 위해서는 중국어 의사소통이 가능하고 중국의 현실을 잘 이해 하면서 온라인 게임의 기술적인 측면을 잘 알고 있는 직원이 필요하다. 이를 해결할 가장 적절한 해결책은 중국유학생을 현지에서 채용하고 이들을 재교육하여 중국 운영사에 파견하는 것이다. 더 나아가서 국내로 복귀시켜 국내 개발팀에게 중국 실정을 알리도록 한다. 이렇게 하면 한국 기업 입장에서 비용 절감효과가 바로

발생하고 현지적용 기간도 필요 없는 강점으로 작용한다[12]. 이러한 방법은 중국 현지화에 성공한 기존의 제조회사인 삼성, LG, SK 등에서 활용한 방법이며 상당한 성과를 거두기도 했다.

두 번째, 외관적으로 게임물 심의 절차와 관련법규가 공개되어 투명한 것처럼 보이지만 신문출판총서에서의 게임판호 심의기간이 중국 국내산게임은 1개월, 외국산게임은 최소 3개월 이상 걸리는 것이 현실이다. 이는 중국 업체와 외국 업체 간의 차별화 정책이 게임물 심의에 내재적으로 반영되었기 때문이다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 이전과 다른 접근법이 필요하다. 앞에서 언급한 라이선스 계약과 합작업체 설립 방법 외에도 중국 현지화를 모색할 필요가 있다. NHN은 2004년 중국 하이홍사와 합작해서 '렌중(Ourgame)'이라는 현지법인을 설립하였다. 이는 중국 기업으로서 중국시장에 확고한 위치를 선점 한 후 중국기업 자격으로 게임판호 획득을 용이하게 할 수 있다는 것이다. 결국 게임물 심의과정에서 중국 자국산 게임물이 받게 되는 혜택을 모두 얻을 수 있다는 것이다[4]. 이는 판호 획득에서 오는 한국기업의 부담과 차별을 해소할 수 있는 대안인 것이다.

세 번째, 중국에 서비스되는 한국 온라인게임은 국내에서 제작된 게임이기 때문에 서구적 배경과 소재를 이용한 판타지류가 대부분이다. 여기에 단지 언어만 중국어로 바꾸어 수출할 뿐 중국인의 전통적인 문화와 현재 중국이 안고 있는 정치·사회적 문제를 전혀 고려하지 않은 게임물이다. 이렇게 개발된 게임을 그대로 심의를 신청할 경우 중국 시장에 서비스하지도 못하는 사태가 발생할 수도 있다. 현재 중국 온라인 게임 심의에서 최우선적으로 고려하는 요인은 '반사회성'이다. 한국의 게임물등급 심의를 고려해서 사행성이나 폭력성, 선정성 기준에만 부합되게 게임물을 제작하고 중국체제를 부정하거나 위협을 가하는 내용을 제대로 알지 못해서 게임물 심의를 신청하게 된다면 100% '불건전'으로 분류된다. 사실 '반사회성' 항목은 앞에서 언급한 7가지 이외에도 독자가 상상하는 것 이상으로 다양하고 특별한 것이 많다. 이러한 중국 정부가 생각하는 반사회성에 관한 지표는 어떻게 얻을 수 있을까? 이는 현재 중

국 초등학교부터 대학교까지 채택하는 국정 윤리 교과서인 것이다. 바로 윤리 교과서 안에 중국정부가 생각하는 반사회적인 요소가 아주 자세히 기록되어 있다. 또 다른 대안으로서 NHN China의 실제 사례를 살펴보면 본 회사는 게임물 심의를 신청하기 전에 '렌중(Ourgame)'에 근무하는 중국 현지인들을 대상으로 반사회성 요소가 있는지를 사전에 검토하고 아무런 이상이 없음을 확인한 후 심의 신청을 진행한다고 한다.

요약하자면 중국의 자국 게임산업보호로 빚어지는 해외(한국)게임사에게 가해지는 규제를 극복할 수 있는 대안들은 한국 개발사와 중국 운영사간의 원활한 의사소통, 중국 기업으로서의 중국시장의 확고한 위치선점, 중국의 정치·사회·문화에 대한 깊이 있는 이해가 절실히 필요하다고 하겠다.

V. 결론 및 논의

중국의 13억 인구를 통해 알 수 있듯이 잠재적 성장 가능성이 다른 어떠한 나라보다 높은 국가이다. 중국은 한국기업입장에서 이미 포화상태에 이른 국내게임시장을 넘어 중요한 매출 증가의 역할을 담당할 뿐만 아니라 비용 절감의 장소로서 우위를 차지하는 곳이다. 이러한 중국에서의 온라인 게임 사업 성공은 해외시장 진출을 위한 교두보로서의 역할을 담당할 수 있을 것이다.

본 연구는 중국 내 외국산(한국) 온라인 게임 산업 정책과 맞물려 돌아가는 온라인 게임물 심의 규제에 대해 기존의 문헌들을 조사하고 중국에 진출한 한국 기업의 사례를 분석하였다. 이를 통해 중국시장의 진입장벽으로 작용하는 정부 규제를 극복할 해결방안을 모색하여 다음과 같은 연구 결과를 정리 할 수 있게 되었다.

첫째, 한국 온라인 게임 개발사가 중국시장을 진출하기 위해서는 중국의 현실(과다한 법·제도, 광활한 지역, 다 민족 등)을 고려해서 온라인 게임을 개발하여 중국에 서비스해야 한다.

둘째, 한국 개발사와 중국 운영사 간의 긴밀한 협조체제를 만들어 이윤 창출을 극대화 하고 양측 간의 시너지효과를 높여서 중국 시장 변화에 즉각적인 대응 체

제를 만들 필요가 있다. 또한 중국과의 지속적인 공동 개발을 통해 새로운 내용의 게임을 만들어 발 빠른 시장진입을 시도해야 할 것이다. 이와 함께 합작업체의 장점과 현지화 전략을 통한 중국기업으로서의 위치선점 효과를 활용하여 중국 정부의 지속적인 정책적 변화에 능동적으로 대처해야 할 것이다.

셋째, 한국에서 개발되어 중국에 서비스되는 대부분의 온라인 게임은 서구풍의 내용과 소재에 기초하기 때문에 중국인들의 정서에 맞지 않다. 그래서 중국인들의 취향에 적합한 게임 콘텐츠 개발이 필요 할 것이다. 또한 중국 온라인 게임물 심의에서 중요한 평가 잣대로 작용하는 반사회성요소를 사전에 제거하기 위해 중국의 정치·사회·문화를 반영한 중국 윤리교과서에 대한 고찰이 절실히 요구 된다.

넷째, 국가 기관 차원에서 한국콘텐츠진흥원의 중국 북경사무소와 상해출장소를 중심으로 중국 진출 장벽이나 법·제도 연구 및 정보제공 등을 통해 중국진출에 실패하지 않고 안정적으로 사업을 할 수 있는 기초를 마련해야 할 것이다.

다섯 번째, 중국 국가 기관과 한국 기관간의 관계 개선 노력이 필요하다. 예를 들면 한·중 일 심의기관 컨퍼런스 개최와 같은 공식행사를 마련하여 국가 기관 대기관 간의 관계개선을 모색해야 한다. 중국은 시장경제를 채택한 사회주의 국가이기 때문에 단순 민간 교류 혹은 민간 기업차원에서 극복되지 않는 문제점들이 산적해 있다. 이러한 부분에 대해서 대한민국 문화체육관광부를 비롯한 한국콘텐츠진흥원, 게임물등급위원회 등 유관기관에서는 중국 온라인 심의 규제에 대한 직접적인 대응과 중재가 그 어느 때 보다 요구되는 시점에 와 있다.

최근 중국 정부의 조직개편으로 온라인 게임물 심의가 신문출판총서에서 문화부로 이관되어 지금까지의 과도한 규제가 완화된다는 희망적인 전망도 있기는 하지만 중국은 자국민 보호정책을 기본으로 하는 국가이기 때문에 다른 어떠한 형태의 복잡한 규제가 다시 만들어 진다는 점도 간과해서는 안 될 것이다.

마지막으로 본 연구는 중국에 게임을 수출하고자 하는 기업들에게 중국 온라인 게임 심의에 대한 예측력과

설명력을 향상하기 위한 심의 지침에 중요한 시사점을 제공 할 것이다.

참고문헌

- [1] 송승근, “중국 게임물 심의를 위한 해결방안”, 2008 한국디지털콘텐츠학회 학술대회 논문집, Vol.9, No.1. pp.109-112, 2008.
- [2] B. James, China's online games to beat Korea, News Guangdong, <http://www.newsgd.com/news/china/200606070067.htm> 2006.6.7.
- [3] 표병준, 중국 온라인게임의 역습이 시작됐다, 게임스팟코리아, http://gamespot.zdnet.co.kr/ArticleView.asp?artice_id=20090710095738 2009.7.10
- [4] 도영기, 중국 온라인게임 시장상황의 변화와 국내 업체들에게 요구되는 전략적 대응방안, 스트라베이스, 2008.
- [5] 장우영, 유일상, “사이버공간의 표준화와 인터넷 규제의 동학”, 한국지역정보학회지, 제8권, 제2호, 2005.
- [6] 황승흠, 황성기, 인터넷 자율규제, 커뮤니케이션 북스, 2005.
- [7] 최규남, 2008년 대한민국 게임백서, 문화관광부 한국게임산업진흥원, 2008.
- [8] 이상오, 2008년 해외 디지털콘텐츠 시장조사: 게임편, 스트라베이스, 한국소프트웨어진흥원, 2009.
- [9] PWC(Price Waterhouse Coopers), *Global Entertainment and Media Outlook 2008-2012*, 2008.
- [10] 송승근, 생생한 현장 주목 1: 중국 게임산업 현장보고, 게임We 통권 5호, 게임물등급위원회, 2007.
- [11] 우종식, 2006 중국 게임산업 보고서, 문화관광부 한국게임산업개발원, 2006.
- [12] 김영훈, 한국 온라인게임산업의 중국시장 진출

전략 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위청구논문, 2005.

- [13] 박춘섭, 중국의 온라인 게임 시장 진출전략에 관한 연구, 호서대학교 석사학위청구논문, 2006.
- [14] 천기화, 한국 온라인게임기업의 중국진출전략에 관한 연구, 위덕대학교 석사학위청구논문, 2007.
- [15] 렌중 게임사의 2인용 두지주 게임
[http://www.ourgame.com/game/game-intro-new/glgame.html?gameid=22075\\$0](http://www.ourgame.com/game/game-intro-new/glgame.html?gameid=22075$0) 2009.9.14.
- [16] 우종식, 중국 게임시장 진출 법률 가이드북, KGDI 동향보고서 06-003, 문화관광부 한국게임산업개발원, 2006.
- [17] 이용호, "게임물 심의제도의 한·중·일 비교분석", 한국게임학회지, 제5권 제1호 통권 제7호, pp.4-15, 2007.
- [18] 송승근, "중국게임산업 동향 및 게임물 심의", 한국국제게임컨퍼런스 KGC 2007.
- [19] 김찬수, 박태순, "게임물등급위원회의 발전방향 모색", 한국콘텐츠학회논문지, Vol.7, No.4, pp.114-122, 2007.
- [20] 김찬수, 박태순, "세계 게임 심의제도 비교분석", 한국콘텐츠학회논문지, Vol.6, No.5, pp.56-65, 2006.

김치용(Kim Cheeyong)

정회원



- 2000년 8월 : 인제대학교 전산물리학과(이학박사)
 - 2000년 3월 ~ 2003년 2월 : 부산정보대학 정보통신계열 전임강사
 - 2003년 3월 ~ 2006년 2월 : 동서대학교 디지털디자인학부 조교수
 - 2006년 3월 ~ 현재 : 동의대학교 영상정보대학 영상정보공학과 부교수
- <관심분야> : 3D Character Animation, Computational Design, VR Contents Design, Motion Graphics, Fractal & Chaos Design, Game & Conceptual Design

저자 소개

송승근(Song Seungkeun)

정회원



- 2007년 2월 : 연세대학교 인지과학(공학박사)
 - 2006년 10월 ~ 2008년 2월 : 문화체육관광부 게임물등급위원회 선임전문위원, 미래게임등급연구소 소장
 - 2008년 3월 ~ 현재 : 동서대학교 디지털콘텐츠학부 교수
- <관심분야> : 게임시스템 설계 및 평가, 게임산업론