

콘텐츠가 문화커뮤니케이션에 미치는 영향

A Study of Contents's Effect on Intercultural Communication

신정숙

1. 서론

- 1-1. 연구 목적
- 1-2. 연구 내용 및 방법

2. 콘텐츠와 문화

3. 문화커뮤니케이션

- 3 -1. 문화커뮤니케이션이란
- 3 -2. 문화커뮤니케이션의 경로
- 3 -3. 문화커뮤니케이션의 흐름을 변화시키는 요인
- 3 -4. 문화커뮤니케이션의 내용
- 3 -5. 문화커뮤니케이션의 영향

4. 콘텐츠가 문화커뮤니케이션에 미치는 영향

- 4 -1. 문화적 소외
- 4 -2. 문화적 종속
- 4 -3. 오락화
- 4 -4. 정보의 종속
- 4 -5. 우월주의

5. 결론

참고문헌

요 약

최첨단 컴퓨터 그래픽을 이용한 영화 <쥬라기 공원>은 직접적인 영화 수입외에 팬시, 테마 파크 등 관련 분야의 수입을 합쳐 30억 달러에 달하는 수입을 올렸다. 이렇듯 엄청난 고부가가치 산업인 콘텐츠의 대표적인 할리우드 영화의 수입액을 우리나라 작년 수출총액과 비교해 보면, 콘텐츠 산업의 규모를 가히 짐작할 수 있게 된다.

그 결과 많은 국가들이 콘텐츠 산업을 육성하는데 많은 비중을 두고 있다.

재미라는 동일한 목표를 가진 영화, 컴퓨터 게임, 애니메이션 등이 콘텐츠라는 말로 압축되면서 모든 이미지 소프트웨어들은 21세기 미디어 산업에서 우위를 확보할 것으로 기대된다.

그러나 정치, 경제적으로 우위를 확보하고 있는 국가들에서 만들어진 콘텐츠는 단순한 정보와 흥미를 넘어, 그 콘텐츠 속에 내포되어 있는 문화의 전달, 즉 정신문화의 전달이라는 측면이 더 부각되어야 할 것이다.

Abstract

The movie, <Jurassic Park> maked by ultramodern Computer Graphics has earned 100 million dollors admission fee in 9 days after opening release and has earned 3000 million dollors that add direct income to relative field income composed by fancy industry, theme park, and so on. If you compare the income with hollywood movies with ours total amount of export, you will know the contents industry scale

Many countries weight on contents industry in national supports movies, now.

All image softwares that have same target movies, computer game, animation, etc. compress to contents to entertainment and was expected to secure the superiority on the 21th ultramodern media industry. The one have hegemony 21th information period if how much have the contents by the dizital broadcasting.

But meaning of intercultural communication play on important part more value of contents than value of political and economical aspect.

Keyword

contents, intercultural communication, imperialism

1. 서론

1-1. 연구목적

최첨단 컴퓨터 그래픽을 이용한 영화 <쥬라기공원>은 개봉 9일만에 입장수입 1억달러를 돌파하였을 뿐만 아니라, 직접적인 영화 수입과 함께 팬시, 테마파크 등 관련 분야의 수입을 합쳐 30억 달러에 달하는 수입을 올렸다. 이렇듯 엄청난 흥행수입을 올리고 있는 헐리우드 영화들의 수입 규모와 우리나라의 작년 한 해 수출 총액인 1,297억 달러를 비교하면 콘텐츠 산업의 규모가 어느 정도인지 파악하는데 좋은 예가 될 것이다.

(표 1) 1996년 헐리우드 흥행 베스트 10 수입표

인디펜던스 데이	727.6
트위스터	472.7
미션 임파서블	422.0
더 록	328.5
너티 프로페서	252.7
노르트담의 쫓추	239.4
이레이저	233.2
버드 케이지	183.8
타임 투 킬	148.1
페노메논	142.6

(단위 : 백만달러, 총수입액 기준)

지금 세계각국은 '모든 길은 콘텐츠로 통한다' 라는 모토 아래 각국 정부의 적극적인 지원하에 콘텐츠 산업의 육성에 큰 비중을 두고 있다.

영화, 컴퓨터 게임, 만화 등 '재미'라는 공동목표를 갖고 있는 모든 영상 소프트웨어가 콘텐츠라는 말로 압축되면서 디지털방송기술의 확보와 함께 누가 얼마만큼의 콘텐츠를 확보하는가에 따라 21세기 첨단 미디어산업의 패권은 좌우될 것이다.

그러나 정보적인 측면에서의 우위확보와 경제적인 측면에서의 고부가가치 창출이라는 관점에서 콘텐츠의 중요성은 그 무엇보다 앞서 부각되어야 하겠지만, 그보다는 콘텐츠가 가지는 문화커뮤니케이션적 의미를 깨닫고 그 파급효과를 인식하는 것이 더 중요한 일일 것이다.

이하의 논의는 기존의 문화커뮤니케이션 이론을 재정립시킨 콘텐츠가 갖는 의미와 그 영향 등의 분석을 통해 우리가 나아가야 할 방향을 제시하고자 한다.

1-2. 연구내용 및 방법

기존의 커뮤니케이션이 주로 일방적인 형태인데 반해 인터

넷커뮤니케이션은 인터랙티브(Interactive)라고 하는 쌍방적인 형태로 이루어지며, 이러한 쌍방적인 형태의 새로운 네트워크의 형성은 기존 커뮤니케이션의 흐름을 바꿔 놓았다. 이에 문화 커뮤니케이션의 이론적인 측면에서의 고찰을 통해 그 변화에 적극적으로 대처해보고자 하는 것이 이 논의의 주목적이다. 또한 문화커뮤니케이션의 주된 변화요인으로 등장한 콘텐츠를 통해 제 측면에서의 파급효과를 살펴보고 그로 인해 제기되는 문제들의 대안을 모색해 보고자 한다.

2. 콘텐츠와 문화

콘텐츠(Contents)의 본래 의미는 논문 등의 내용이나 내용의 목차 등을 가리키는 말이었지만, 이제는 영화, 방송 뉴스 등 미디어의 내용이나 게임, CD롬 타이틀 등 컴퓨터와 관련된 각종 저작물의 내용을 폭넓게 일컫는 말로 사용되게 되었다.

최근에는 영화, 방송프로그램, 뉴스, 애니메이션 등의 영상 분야 외에 인터넷 등의 정보가 콘텐츠에서 각광받는 분야로 떠올랐다.

그 결과 콘텐츠 산업은 경제적인 측면에서 고부가가치 산업으로 인식되어 국가장려 산업으로 자리잡아 가고 있으며, 아이디어만으로도 높은 부가가치의 실현이 가능한 분야이기 때문에 경제적인 바탕이 부족한 개발도상국 등에서의 육성이 요구되는 분야가 되었다.

그러나 고부가가치 산업이라는 경제적인 측면에서만 콘텐츠 산업이 부각되고 있는 것은 아니다. 그 보다는 콘텐츠에 포함된 문화의 전달이라는 측면에서 그 중요성이 더욱더 부각되고 있다.

콘텐츠를 통해 전달되는 문화의 파급효과는 경제적인 측면에서의 파급효과보다도 더욱더 극적으로 나타나고 있다. 그러한 예는 우리 주위에서 쉽게 찾아 볼 수 있는데, 그 중 일본폭력만화에 등장하는 학원폭력조직 '일진회'를 모방해 조직을 만들어 폭력을 그대로 흉내낸 학생들이 경찰에 무더기로 적발되고 있는 것을 보면 그 영향력은 가히 짐작할 수 없을 정도이다.

그러나 이렇게 콘텐츠를 통해 다른 문화권에 파급효과를 발휘할 수 있으려면 문화의 대중적인 영향력이 필요하다.

이러한 부분이 우리와 같은 개발도상국들이 겪는 가장 큰 어려움이다. 미국이나 일본, 유럽 등과 같이 문화적 영향력이 있는 국가들은 자국의 이해득실에 따라 자국의 의도를 콘텐츠를 통해 자연스럽게 전달할 수 있다.

하드웨어나 소프트웨어 부분에서는 과감한 자본투자과 적극적인 기술획득을 통해 선진국들과 경쟁할 수는 있지만,

문화'의 대중적인 영향력이 없는 콘텐츠들은 세계시장은 물론 자국 시장에서도 외면받을 수 있다는 것이 콘텐츠 문화의 현실이기도 하다.

3. 문화커뮤니케이션

3-1. 문화커뮤니케이션이란?

스튜어트(E.Stewart)는 문화커뮤니케이션을 "문화가 다른 상황, 즉 언어, 가치체계, 풍습, 습관이 다른 문화 사이에서 일어나는 커뮤니케이션"이라고 정의하였다.¹⁾

매스미디어의 발달은 서로 다른 국가나 문화 간의 교류를 가능하게 하였을 뿐만 아니라 그 영향력의 범위와 속도를 확대시켰다. 그에 따라 그 문화권만의 고유한 문화적 특성을 지키기 어려워졌을 뿐만 아니라 다른 문화와 별개로 독립적으로 존재할 수 없게 되었으며, 그 결과 자의는 타의든 서로 영향을 주고 받으면서 살아가게 되었다. 이러한 측면에서 문화커뮤니케이션의 중요성이 부각되고 있다.

그리고 매스 미디어를 통해 전달되는 정보 등이 단순한 정보라는 측면외에 그 정보의 밑바탕에 그 문화만의 특성을 담고 있기 때문에 단순한 정보전달의 역할이 아닌 문화의 전달이라는 고차원적인 의미에서 다루어져야 할 것이다.

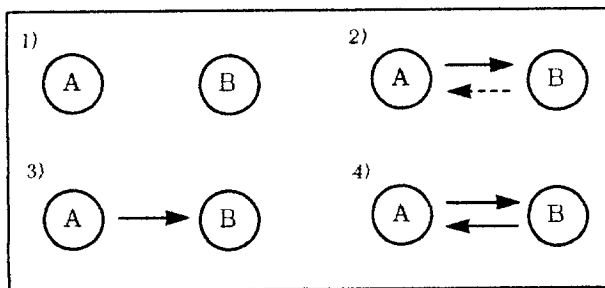
문화커뮤니케이션은 주제나 대상을 보는 방법에 따라 거시적인 측면과 미시적인 측면으로 구분하여 생각할 수 있지만, 이 논고에서는 문화의 차이에 따른 커뮤니케이션을 다루기 때문에 그 구분을 하지 않았다.

이하에서는 콘텐츠가 전달되는 경로와 내용, 그리고 그로 인해 발생하는 문제들을 문화커뮤니케이션적 입장에서 다루어보고자 한다.

3-2. 문화커뮤니케이션의 경로

문화커뮤니케이션은 문화를 하나의 유기체와 같이 생명력을 지닌 능동적인 존재로 인식하고 이러한 문화와 문화 사이의 커뮤니케이션을 의미한다.

이러한 문화와 문화 사이의 커뮤니케이션은 다음 4가지 유형으로 구분할 수 있다.²⁾



(그림 1) 문화커뮤니케이션의 메시지 흐름

첫번째 유형은 독립적인 두 문화 사이에 교류가 전혀 없는 것을 나타내지만, 사실상 이러한 상황은 거의 존재하지 않는다. 이러한 경우는 각각의 문화의 존재를 모르거나 제도적으로 교류가 금지된 경우에만 가능한 것이지만, 후자의 경우는 간접적인 경로를 통한 간접교류의 가능성이 존재하므로 이러한 유형의 존재는 거의 불가능할 것이다.

두번째 유형은 가장 우려되는 형태로서, 문화간의 격차로 인해 우세한 문화가 열등한 문화쪽으로만 전달되는 형태이다. 이러한 형태는 일방적인 전달과 수용의 관계에서 가능하므로 식민지와 정복국가의 사이에서 가능한 형태일 것이다. 그러나 이러한 유형은 지배와 피지배의 형태 뿐만 아니라 자신의 문화를 지키지 못하고 다른 우세한 문화를 일방적으로 받아들이는 현재의 콘텐츠 문화에서도 나타나고 있다. 이러한 형태는 문화적 종속을 유도하는데, 이는 선진국을 제외한 개발도상국이나 제3세계가 당면하고 있는 가장 큰 문제로 지적되고 있으며, 이는 선진국 중심의 주도적인 콘텐츠 문화가 지속되는 한 문화커뮤니케이션의 주된 형태가 될 것이다.

세번째 유형은 불균형적인 문화교류라는 점에서는 동일하지만, 열등문화의 반응이 고려되어 자율성이 어느 정도 보장되었다는 측면에서 두번째 유형과 구분되어진다. 이러한 유형은 선진국간의 문화커뮤니케이션의 주된 흐름으로 콘텐츠 문화를 선도하고 있는 선진국간의 관계에 해당될 것이다. 미국과 유럽의 경우, 미국의 우세가 확고한 반면, 유럽이 갖는 문화적인 우월의식으로 인해 이러한 흐름이 유지되고 있다.

네번째 유형은 가장 이상적인 형태로 두 문화가 균형적인 관계에서 메시지를 교환하고 있는 경우이다. 이러한 유형은 두 문화의 수준이 비슷할 때 일어나는데 서로의 접촉이 잦을수록 문화적으로 공통된 요소가 더 많아지게 된다. 이러한 유형은 미국과 일본의 관계처럼, 미국은 콘텐츠의 내용적인 측면에서 일본은 콘텐츠의 경제적인 측면에서 우위를 차지하는 관계에서 볼 수 있다.

3-3. 문화커뮤니케이션의 흐름을 변화시키는 요인

가. 정치

정치적인 요인으로는 국교관계, 이념, 법과 제도의 문제, 정치적인 힘 등을 들 수 있으며, 이 관계는 가장 현실적인 관계로, 두 문화의 정치, 경제적 수준의 차이가 클 경우 일방적 흐름만이 유지된다.

더우기 현재와 같은 정보유통의 체계에서, 매체상품의 선진국에서 후진국으로의 일방적인 침투는 후진국의 사회구성체내의 다양한 문화현상 및 제도를 침식하여 일종의 문화적 동질화를 조래하고 있다. 이것은 후진국의 전통문화가 선진

국의 문화에 의해 파괴되고 침식당하는 것을 의미하는 것이다. 이러한 문화적 동질화 현상은 소수 선진자본주의 국가의 다국적 배채산업을 중심으로 이루어진 현존 세계질서체제의 확고한 유지를 위한 문화적 지배양식으로 이해될 수 있다. 이는 단순한 세계체제 이론적 시각에서 문화의 지배적 현상을 선진국에 의한 일방적인 힘의 논리의 연장선상에서 본 것이다.

나. 경제

경제적인 요인으로는 무역의존도, 경제구조의 유사성 등을 들 수 있으며, 문화산업은 자본주의적 경제제도와 결합되어 있기 때문에 대중을 자본주의적 체제의 이데올로기에 일치시키는 기능을 가지고 있다.

특히 다국적 기업은 국가, 국적 및 국경을 초월하여 활동하며, 범세계적으로 분산되어 있는 영업의 거점에는 각각 기업 소재국의 국적을 갖는 현지 법인으로서의 기업이 설립되게 된다.

이러한 다국적 기업을 긍정적인 측면에서 보면,

첫째, 외국의 원료자원의 개발 및 본국 공업을 위한 반제품, 반제조업의 개발,

둘째, 본국에서 생산되거나 외국에서 생산된 재화를 외국 시장에서 분배 또는 판매,

셋째, 외국에의 용역 제공,

넷째, 외국 제조업에 대한 투자 등의 역할을 한다.

그러나 대부분의 경우 버리스(T.Varis)가 지적한 바와 같이 커뮤니케이션 분야에서 다국적 기업의 활동이 생산시설과 산업설비에 대한 소유통제에만 그치는 것이 아니라, 마케팅과 배급활동 등에까지 영향을 미쳐 부정적인 역할을 수행하고 있는 것이 현실이다. 그 역기능은 다음과 같다.

첫째, 출판사나 방송국과 같은 외국의 미디어산업을 소유하거나 통제하고,

둘째, 외국의 마케팅 네트워크, 즉 배급제도와 배급업체 등을 소유하거나 통제하며,

셋째, 세계시장에서의 지배적 형태인 미디어 산물의 해외 판매에 대한 통제 등을 하고 있다.³⁾

다. 문화

문화의 우월성과 열등성은 문화 간의 상대적인 수준의 차이를 가리킨다. 따라서 문화의 수준 차이에 따라 우수문화에서 열등문화로 메시지가 일방적으로 전달되거나, 쌍방향으로 서로 교환되기도 한다. 물론 이것은 우수문화와 열등문화를 결정하는 기준이 어떤 것이냐에 따라 그리고 어느 정도의 차이가 흐름을 결정하는가 등을 문제점으로 제기할 수도 있다.

그리고 다른 변화 요인으로 문화의 동질성과 이질성을 들 수 있는데, 두 문화 사이에 서로 공통된 요소가 많을수록 커뮤니케이션은 쉽게 일어나며 그 방향도 쌍방향으로 나타난다. 문화의 동질성은 두 문화의 관계에 영향을 주는 요인이기도 하지만 반대로 문화간 커뮤니케이션의 결과로 볼 수도 있다. 즉 커뮤니케이션이 빈번해지면 두문화 사이에는 공통적 요소가 많아지게 되는 것이다.

라. 과학

컴퓨터의 보급과 디지털 방송 기술의 발달은 문화커뮤니케이션의 흐름에 전기를 마련한 계기가 되었다. 이는 쌍방향 커뮤니케이션의 기능을 가리키는 것이다.

디지털 공중과 방송시스템은 쌍방향, 다채널, 고기능화로 다양한 형태의 정보를 동시에 전송할 수 있어 멀티미디어서비스를 가능하게 하였다. 특히 현재의 아날로그 방식보다 10이상 채널을 효율적으로 사용할 수 있어 본격적인 다채널 시대를 앞당겼다. 이로 인해 일반 가정에서도 저렴한 비용으로 주문형비디오 등 첨단 쌍방향 서비스를 즐길 수 있게 된 것이다.

또한 지역적으로 특화된 서비스가 가능해지고 전문 유료방송이 확대되며 방송된 내용을 스스로 PC를 통해 재편집하는 것도 가능해진다.

이러한 과학의 발달은 일방적인 커뮤니케이션을 쌍방향인 커뮤니케이션으로 바꾸는 계기가 되었다.

이외에도 지리적 근접성, 과거의 역사적 경험, 커뮤니케이션 역량 등을 지적할 수 있다. 특히 교통, 통신이 발달하지 못했던 시대에는 지리적 근접성이 주요한 요인 중의 하나였으나 오늘날에는 지리적 근접성보다 다른 정치, 경제적 요인들이 점점 더 영향력을 크게 행사하고 있다.

3-4. 문화커뮤니케이션의 내용

문화커뮤니케이션의 내용은 메시지로 전달되고 교환되는 문화의 구성요소들을 가리킨다.

메시지의 중심을 이루는 문화의 구성요소는 사고방식(thinking pattern), 가치(value), 언어(language), 자아개념(self-concept), 그리고 대인관계(interpersonal relationship) 등이다.

첫째, '사고방식'은 생각하는 유형을 가리키는 것으로, 자신과 환경을 이해하고 정리하는 정보처리 과정이다. 이는 사고를 전개하는 방법이 문화권에 따라 차이를 보이는 것을 가리킨다.

예를 들면 한국인과 미국인의 경우 사고를 전개하는 방법으로, 미국인은 귀납적인 사고법을, 한국인은 연역적인 사고

법을 사용한다.

둘째, '가치체계'는 사물 등을 구별하는 기준을 제시해 준다.

예를 들면, 한국인은 사회적인 가치를 중시하며 경제적인 것은 부수적인 것으로 생각하는 반면, 미국인은 제일의 가치를 경제적인 가치로 생각한다는 것이다.

셋째, '언어'는 그 언어를 사용하는 사람의 사고방식이나 행동유형과 밀접한 관계를 맺고 있다고 한다.

한 문화의 언어가 다른 문화에 전달될 때는 그 용어와 함께 그 언어가 나타내고 있는 사물이나 개념도 전달된다. 담배의 경우 그 용어는 담배와 함께 우리 생활에 흡연을 생활화시켰다.

네째, '자아개념'은 문화권에 따라 강조되는 측면이 다른데, 행동과 사고의 주체로서의 자아와 남과 관계맺고 있는 사회적 존재로서의 자아라는 2가지 측면으로 구분해 볼 수 있다.

즉, 미국인은 자아를 주로 성이나 역할 등 개인의 속성으로 파악하여 개인(person)으로 생각한 반면에, 일본인은 자아를 집단구성원의 일부라는 관점에서 이해한다.

다섯째, '대인관계'의 경우, 개인의 사생활에 대한 정보상대방을 사귀는데 기초 자료로 사용하는 우리와는 달리 미국인에게는 이러한 사생활에 대한 관심은 실패로 되어 있다.

또한 가족간의 관계에서도 형, 동생, 오빠, 언니 등 수직적 관계를 분명히 하는 우리와는 달리, 영어에서는 sister나 brother란 단어로 수직성 보다는 수평적 관계를 더 강조하는 경향이 있다.

3-5. 문화커뮤니케이션의 영향

가. 개인적 측면

첫째, 이해(understanding)라는 측면에서 자신의 문화와는 전혀 다른 문화가 있다는 인식과 함께 상대문화에 대한 지식의 축적으로 문화적 차원에서의 감정이입이 가능해진다.

예를 들면, 대중매체를 통한 미국문화의 내용은 미국의 지배적인 가치나 태도를 반영하는 것이다. 이것에 대한 누적적인 접촉은 그 문화 속에서 강조되는 현상과 가치를 자연스럽게 받아들여서 미국에 대한 인식이나 태도를 형성하게 된다. 또한 반영된 가치를 수용함에 따라 미국에 대한 호의적인 자세도 갖게 될 수 있는 것이다.

둘째, 고정관념(stereotype)의 형성이다. 고정관념이란 '어떤 사람에 대하여 개인적인 특성보다는 그 사람이 속한 집단을 근거로 하여 개인의 성격이나 특성을 파악하는 성향'을 가리킨다. 우리가 어떤 인종이나 민족, 성별, 사회적 계층 등의 집단에 대해 고정관념을 갖게 되면 그 집단에 속한 구성원들의

다양한 차이를 무시하고 일반화된 개념으로 그들을 파악하게 된다는 것이다.

카츠(D.Katz)와 브래일리(K.Brally)가 행한 실험을 통해 간접경험을 통한 고정관념의 예를 들어보면,

실험은 100명의 미국 백인 대학생들을 대상으로 흑인과 터키인의 전형적인 특성을 형용사 5개로 표현하도록 했고, 그 중에서 가장 자주 나온 6개의 형용사를 정리하면 다음과 같다.⁴⁾

흑인 : 미신적이고, 게으르고, 태평하고, 무식하고, 울동적이며, 허세를 부린다.

터키인 : 잔인하고, 종교적이며, 배신을 잘하고, 감각적이고, 무식하며, 더럽다.

이상과 같이 미국의 백인 대학생들은 대부분 흑인과 터키인에 대해 좋지 않은 고정관념을 갖고 있고, 이러한 고정관념은 부분적이고 잘못된 정보를 근거로 이루어진 것이라고 밝혀졌다.

이러한 고정관념의 대부분은 대중매체가 이의 형성에 주도적 역할을 하고 있다. 콘텐츠를 주도하고 있는 미국, 특히 미국의 대중문화를 계속하여 접하게 되면 문화적 조건반사 현상을 일으켜 그 문화에서 강조하는 가치관이나 문화적 지표가 바로 미국사회를 반영하는 것으로 잘못 인식하고 미국인에 대한 고정관념을 형성하게 된다는 것이다.

셋째, 편견(prejudice)은 '자기가 속한 문화를 기준으로 다른 문화나 그 구성원을 판단하는 자기중심적인 태도'를 가리킨다. 편견에서는 자신의 문화기준이란 다 옳은 것이고 당연하기 때문에 그렇지 못한 다른 문화집단을 부정적으로 보게 되며, 비논리적이고 감정적으로 부적절한 근거를 토대로 다른 문화나 그 구성원을 판단한다.

나. 사회적 측면

사회적 측면의 효과는 외래문화형과 이식문화형이라는 2가지 관점에서 논의할 수 있다.

첫번째, 외래문화형은 다른 문화요소를 받아들여 자기 문화에 수용하거나 거부하는 적응과정에 초점을 맞춘 것이다. 외래문화는 그 문화를 받아들이는 개인이 집단화되어, 이러한 문화수요가 일반화되면서 외래문화의 공급도 제도화되어 문화산업 특히 대중매체의 내용으로 나타나게 된다. 반대로 대중매체가 외래문화를 체계적으로 반복하여 공급하게 되면 그 사회에 새로운 문화취향을 창출하여 취향문화를 형성하기도 한다. 따라서 대중매체가 외래문화를 얼마나 전달하는가를 통해 알 수 있으며, 사회 구성원이 외래문화를 어떻게 받아들이는가를 보아 그 영향을 짐작할 수 있게 된다.

일반적으로 문화적 독립성이 약하거나 대중매체 산업이 미약한 나라일수록 TV에 편성된 외국프로그램의 비중이 큰

경향을 나타내고 있다고 한다.

두번째, 이식문화형은 이주민과 이주한 나라의 사회문화체계 간에 상호작용이 일어나면서 적응해가는 과정으로 설명할 수 있다.

장원호는 미국 LA 지역에 거주하는 이주민들이 미국사회에 적응해가는 과정을 조사하여 그 적응형태를 세 가지로 분류하였다.

첫째는 문화동화집단으로 이주한 나라의 문화를 전적으로 받아들여 내면화시키면서 자신의 본래 문화를 잊어버린 집단이며,

둘째는 이중문화집단으로 자신의 문화와 이주국가의 문화를 동시에 가지고 있는 집단.

세째는 토착문화집단으로 이주국가의 문화를 받아들이지 못하고 자신의 문화를 그대로 유지하는 집단이다.

그리고 미국인과 어울리는 정도나 미국의 대중매체 이용율은 미국사회에 어느 정도 적응했는가를 나타내주는 지표가 되며, 이들 지표는 이주기간과 높은 상관관계가 있다. 즉 이민은 기간이 길면 길수록 미국사회의 커뮤니케이션 활동에 참여하는 빈도가 높아지고 이를 통해 미국문화에 점점 동화된다는 것이다. 즉 초기의 토착문화집단에서 문화동화집단으로 변해가게 된다는 것이다.

4. 콘텐츠가 문화커뮤니케이션에 미치는 영향

4-1. 문화적 소외

콘텐츠를 전달하는 기본적인 수단으로 통용되는 언어는 극히 제한되어 있다.

유네스코(UNESCO)자료에 의하면, 세계 인체자료의 2/3가 영어, 러시아어, 불어, 독어, 스페인어로 되어 있으며, 과학정보의 경우에는 60%가 영어로 전달된다고 한다.

이러한 현상은 위의 언어를 사용하지 않는 국가는 국제사회로부터 문화적으로 소외당하는 결과를 초래하게 된다. 그래서 많은 나라들이 문화적 소외현상을 극복하기 위하여 외국어 교육에 상당한 노력을 들이게 되며, 이러한 노력이 크면 클수록 외국의 지식산업에 대한 의존도도 높아진다.

콘텐츠의 대부분을 차지하는 미국산 콘텐츠는 영어를 중심으로 그 내용이 구성되어 있어 그 언어를 사용하지 않는 나라들은 그 언어를 습득하기 위해 많은 노력을 할 뿐만 아니라 그 언어에 대한 인식이 단순한 언어 차원에서 벗어나 그 문화권에 대한 우월성을 인정하게 된다는 것이다.

4-2. 문화적 종속

문화종속이란 '선진국의 정치, 경제, 사회적 구조에 토대들 둔 문화적 산물이 개발도상국의 문화에 해로운 영향을 끼치는 것'을 가리킨다.⁵⁾

문화종속은 문화수용국의 대중매체가 외국의 것을 무비판적으로 수용하는데 그 원인이 있을 뿐만 아니라, 근본적인 원인으로는 다른 문화와의 접촉시 자국 문화의 우월성을 인정하지 않고 열등한 것으로 인식한다는 데 있다.

미국의 할리우드는 대중의 영웅을 만들어 낼 뿐만 아니라 지속적인 홍보를 통해 미국의 영웅을 곧 세계의 영웅으로 우상화시킨다. 그 결과 막대한 자본을 통해 만들어지는 미국의 콘텐츠들은 미국이라는 국가의 우위성을 인식시키고 미국인을 우상화시키고 있다.

4-3. 오락화

러시아의 노벨문학상 수상자인 알렉산드르 솔제니친은 러시아 과학 아카데미에서 한 연설에서 '세계문화가 오락을 추구하는 소비자 수요의 노예가 되고 있다'고 개탄했다고 한다.

그의 연설의 요지를 보면,

'기술이 정교한 도구들을 만들 수는 있지만 인간의 정신까지 개발하지는 못한다. 문명의 번영은 무한한 부와 편리함을 이룩해 낸 동시에 영혼의 빈곤화를 초래했다. 대중들이 쾌락만 추구하고 있고 돈에 눈이 어두운 영화제작업자들과 출판업자들은 이들의 천박한 취미에 영합함으로써 문명의 저질화를 심화시키고 있다. 할리우드의 영화제작업자들이 고전을 재당하면서 대중이 재미를 원한다는 이유로 비극을 해피 엔딩으로 바꿔놓고 있다. 서구문화는 돈의 지배에 의해 손상되지 않았더라도 전 세계용으로 적합치 않다. 전 세계적 단일 문화라는 개념을 정립하려 함으로써 토착 문화들을 위협하고 있다.'

이러한 오락화는 콘텐츠를 주도하고 있는 미국의 상업주의에 근간을 두고 있다. 투자한 것보다 더 많은 이익을 남기겠다는 상품 논리에 따른 작품 제작의 원칙은 스타시스템과 해피엔딩이다.

상업주의적인 미국문화의 단적인 예를 들어보면 다음과 같다.

'1억달러를 넘나드는 막대한 예산을 들이는 제작자들은 수천만달러의 개런티를 스타들에게 과감하게 지급한다. 큰 영화일수록 기획단계부터 시나리오작가나 감독도 상업적인 목표에 부합해 캐스팅 하는 것도 물론이다.

따라서 작가나 감독이 심혈을 기울여 훌륭한 각본을 써서 영화계에 발을 들여놓는 것은 하늘의 별따기처럼 어려워 창작의적인 개성은 흥행을 보장하는 경우에만 인정된다.

영화라는 예술작품을 만드는 것은 감독이나 작가라는 말은 통하지 않는다. 막대한 수익이 가능한 영화제작은 오락 상품을 만들기 위해 온갖 수단을 동원해 돈을 끌어들이는 금융 비즈니스에 가깝다고 한다. 기발한 영화를 기획하는 아이디어 하나

만으로 영화제작을 위한 돈줄과 기술진, 배우 등 인력을 동원하는 데에는 그 어떤 브로커보다도 교활하고 치밀한 전략과 전술이 필요한 것이다. 이러한 비즈니스는 개인의 욕망을 충족시킬 수 있는 목적을 위해서라면 모든 것을 희생시킬 태세이다.'

이런 상업주의적 바탕을 가지고 만들어진 오락적인 콘텐츠들은 각국의 문화적 특성을 고양시키는 대신 각국의 문화들 변질시켜 오락중심적이고 소비지향적이고 폭력지향적인 문화로 바꾸고 있고, 바뀌게 될 것이다.

4-4. 정보의 종속

문화커뮤니케이션을 주도하고 있는 나라들은 서방선진국들로 국제 사회에서 유통되는 대부분의 정보를 점유하고 그 양과 내용을 조정하고 있다. 자국의 이익적 특성에 따라 정보의 조작도 가능하게 된다는 것이다. 그 결과 대부분의 개발도상국들은 불평등한 정보환경에 놓이게 되어 국가발전이나 대외 이미지 형성도 서방세계에 의존하게 된다는 것이다. 결국 현재의 국제 정보질서는 '정보의 종속'을 초래한다는 것이다.

서구 선진국, 특히 미국 중심의 콘텐츠 문화는 미국에 유리하고 타국에는 불리할 수도 있는 자국이익우선의 원칙에 따라 정보를 조절하게 된다. 그 결과 정보를 조절하는 미국이 모든 지배력을 독점하게 될 것이 자명하다. 그러므로 콘텐츠를 통해 전달되는 정보에 대해 분석적이고 객관적인 자세가 필요하며 투철한 자국 문화에의 인식이 요구되어지고 있다.

4-5. 미디어 종속

골딩(P. Golding)은 미디어 종속 현상을 문화종속의 한부분으로 파악하고 있다. 그에 따르면, 미디어 종속이란 선진국으로부터 제3세계로의 일방적인 산업기술체계 즉, 미디어체계의 이전현상이며, 이는 국가간의 힘의 차이에에서 오는 불가피한 현상이고, 문화적 종속이란 후진국의 미디어체계와 교육체계 및 문화체계가 전반적으로 선진국의 동일체계로 영향받는 현상이며, 매스미디어를 선진자본주의 국가의 문화적, 이데올로기적 지배의 수단으로 인식하고 있다는 것이다.⁶⁾

미디어 종속은 국제적인 커뮤니케이션 유통의 패턴이 국가간의 힘의 차이에 기인하는 것이며, 지배, 종속의 관계를 미디어체계에 한정시켜 분석하면서 국가간의 힘의 차이, 즉, 힘의 불균형이란 국가간의 미디어유통에 있어, 수용과 흡수를 하는 과정보다는 수출과 전파를 하는 과정속에 더욱 많은 선택의 자유가 부여되고 있음을 의미한다.

서방미디어의 수출과 전파활동이 양적으로는 선진지역간에

서 더욱 많이 일어나고 있으며 커뮤니케이션 자원이 부족한 저개발국에서는 실제 매스미디어에 대한 접촉도가 낮기 때문에 제3세계 국가만이 일방적으로 문화침해를 당하는 것이라고 해석할 수도 있다.

현시대의 미디어구조는 거의 대부분의 나라가 미국적인 성격을 벗어나지 못하고 있으며, 미디어 체계내에서의 미국의 지배경향은 확실하다.

4-6. 우월주의

긍정적 의미에서 적당한 우월주의는 집단의 일체감이나 자부심을 강화시켜 준다. 그 예로 유대인들의 강한 일체감은 민족 우월주의를 향상시켜 왔으며, 그것은 유대 민족의 응집력과 도덕성을 유지시켜온 가치이기도 하다.

따라서 긍정적인 의미에서의 우월주의는 서로 다른 점의 가치를 인정하고 존경할 수 있으며, 상호간의 문화교류를 통해 서로의 문화를 발전시킬 수 있으므로 필요한 것이다.

그러나 문제는 많은 미국산 콘텐츠에 표현되어 있는 미국 중심의 우월주의이다. 이는 미국만이 좋은 나라이고 그외의 나라는 열등국가이며 열등국민이라는 것이다. 미국 우월주의는 미국만이 모든 문제를 해결할 수 있는 유일한 존재로 묘사하여 미국의 지배 이데올로기를 반영하고 있다.

작년에 개봉된 영화 <인디펜던스 데이>에서와 같이 지구의 위기를 구하는 나라는 미국이고, 그것을 주도하는 사람으로 미국 대통령을 설정하였다. 최근 개봉된 영화 <에어 포스 원>도 동일한 의미를 내포하고 있다. 무의식적으로 표현되고 있는 이러한 우월주의는 모든 문화의 중심은 미국이고, 미국 중심의 문화가 가장 좋은 것으로, 미국주도의 세계가 가장 안전하고 평화를 지킬 수 있는 유일한 나라라는 인식을 심어주고 있는 것이다. 그 결과 미국 외의 다른 국가는 미국보다 열등한 국가이고, 그 국민은 열등국민으로의 인식이 아무 저항없이 뿌리내리게 되는 것이다.

5. 결론

미국의 콘텐츠는 영화, 만화캐릭터, 스포츠, 음악, 웹사이트 내용들에 이르기까지 폭넓게 확대되어있다. 디지털 위성 방송이나 인터넷 전자신문 등은 모두 미디어이고 그 미디어들에 담은 내용들은 모두 콘텐츠라는 개념이다.

이러한 개념과 함께 할리우드와 컴퓨터 그래픽스, 프로 스포츠와 디지털 위성방송, 인터넷과 게임 소프트웨어, 화성탐사와 공상과학 등 각 분야의 전문가와 경영자들이 서로 얽혀 기업화되면서 만들어진 새로운 부가가치가 바로 미국의 콘텐츠 산업인 것이다.

이에 반해 유럽의 콘텐츠는 출판, 뉴스서비스, 문화정보 등

의 분야에서 우세를 보이고 있으며, 미국 못지 않은 콘텐츠 대국으로 발돋움하고 있다.

특히 유럽연합은 지난 95년부터 범유럽 차원에서 정보 콘텐츠 산업을 육성하기 위해 인포(Info) 2000이라는 프로젝트를 실시중이다. 이 프로젝트는 총 6천 5백만 ECU(약 6백 40억 8천 6백만원)을 투자하여, 96년부터 99년까지 유럽 국가의 경쟁력 향상과 개인의 사회적, 문화적 발전을 도모하기 위한 것인데, 이 프로젝트의 핵심인 정보 콘텐츠 개발은 에듀테인먼트(교육+엔터테인먼트)방식을 통한 문화유산 활용으로, 기업을 위한 비즈니스 정보, 지리정보, 과학기술 및 의료정보 등 3가지 영역으로 나누어져 있다.

이 정보 콘텐츠 중에서 유럽이 가장 비중을 두는 것은 문화유산 활용 분야로 이들은 유구한 역사의 문화유산을 교육용 CD롬 타이틀이나 인터넷 콘텐츠로 활용하여 미국의 아성에 도전하려 하고 있다.

콘텐츠 산업을 주도하고 있는 미국은 용해모이론(melting-pot theory)이라는 사회적 신조를 가지고 있다. 이 이론은 다른 모든 민족 집단이 그들의 고유한 가치관을 포기하고 지배층인 백인 중류 계급의 프로테스탄트 윤리에 동화되는 것을 의미한다.⁷⁾ 이러한 문화 제국주의적 발상은 할리우드의 영상산업이라는 콘텐츠의 내용에 용해되어 있다. 이렇듯 근간의 문화적 제국주의는 과거와 같이 무력을 앞세우는 대신 콘텐츠를 통해 아무 저항없이 자연스럽게 이루어지고 있다.

따라서 문화커뮤니케이션에 가장 큰 영향을 미치는 요소가 된 콘텐츠 영역에서 미국이 행하고 있는 문화적 제국주의에 피해입지 않고 살아남으려면, 유럽이 행하고 있는 콘텐츠 산업의 특성에 주목할 필요가 있다.

다양성과 오락성 등을 앞세우고 표현의 자유를 고집하는 상업적인 미국의 콘텐츠 영역에 유럽은 미국이 갖고 있지 못한 문화유산적 측면이나 에듀테인먼트 분야로 도전하고 있는 것이다.

그러므로 우리 역시 미국이 갖지 못한 요소, 그리고 유럽이 갖지 못한 가장 한국적인 것을 찾아내 그것으로 콘텐츠 산업에 적극 이용하는 것이 가장 중요한 과제일 것이다. 모방이나 흉내가 아닌 가장 한국적인 것을 가지고 독창적으로 승부할 때만이 거대한 미국 주도의 콘텐츠 시장에서 살아남을 수 있다.

또한 미국중심의 상업적이고 오락적인 콘텐츠 문화에 흔들리지 않고 고유한 문화를 지키면서 이상적인 문화커뮤니케이션을 가능케하기 위해서는 자국 문화에 대한 자부심과 가능성을 확신하고 그에 대한 적극적인 활용 자세가 필요하다.

만약 이러한 모든 전제가 이루어지지 않는다면, 다른 문

화와의 관계유형과 상관없이 일방적인 문화전달을 받게 되며, 결국은 영구적인 문화종속의 상태를 벗어나지 못하게 될 것이다.

콘텐츠가 갖는 문화커뮤니케이션적 의미는 정치적이나 경제적인 측면이 아닌 문화, 즉 우리의 정신문화와 관련된 것이므로 우리의 것을 지키는데 적극적으로 대처해야 할 것이다.

참 고 문 헌

- J. Baldridge, 이효재, 장하진 공역:사회학, 경문사, (1982)
- L.A.Cosner, 신용하, 박명규 역:사회사상사, 일지사, (1979)
- M.Coulson & Riddle, 박영신 역:사회학에의 접근, 대명사, (1979)
- M.S.Park:Communication Styles in Two Different Cultures, 한신출판사, (1979)
- P.Berger, 한완상 역:사회학에의 초대, 대명사, (1977)
- 김경동:현대의 사회학, 박영사, (1982)
- 김재은 외:일반심리학, 이화여자대학교 출판부, (1979)
- 박기성:문화커뮤니케이션과 대중문화, 평민사, (1983)
- 서봉연 외:심리학 개론, 박영사, (1984)
- 서정우:국제커뮤니케이션론, 나남, (1987)
- 이강수:미국 대중문화의 전파와 수용에 대한 고찰, 미국학 논집, 13집, 한국아메리카학회, (1981)
- 이강수:현대 매스커뮤니케이션 이론, 나남, (1991)
- 이장현 외:사회학의 이해, 법문사, (1983)
- 이진숙:제3세계의 문화제국주의 현상에 관한 일연구, 전북대학교, (1991)
- 임상원, 원우현:매스커뮤니케이션의 전파와 문화, 고려대학교 출판부, (1979)
- 최광석:커뮤니케이션 기술도입에 따른 제3세계의 문화제국주의 현상에 관한 연구, 고려대학교, (1988)
- 홍기선:커뮤니케이션론, 나남, (1984)

후 주

- 1) 홍기선:커뮤니케이션론, 나남, p 48, (1984)
- 2) 홍기선:커뮤니케이션론, 나남, p 60, (1984)
- 3) 최광석:커뮤니케이션 기술도입에 따른 제3세계의 문화제국주의 현상에 관한 연구, 고려대학교, p 26, (1988)
- 4) 홍기선:커뮤니케이션론, 나남, p 86, (1984)
- 5) 서정우:국제커뮤니케이션론, 나남, p438, (1987)
- 6) 존 톰린슨/강대인 역:문화제국주의, 나남, p 25, (1994)
- 7) J. Baldridge:사회학, 경문사, p 86, (1982)