

# 미디어 정치경제학의 학문적 지형과 이론적 과제\*

문상현\*\*

(광운대 미디어영상학부 교수)

---

미디어 정치경제학은 미국을 중심으로 한 주류 커뮤니케이션 연구의 실증주의와 행태주의적 경향에 반기를 들며 등장한 비판커뮤니케이션 연구전통의 하나이다. 비판커뮤니케이션 연구는 주류 커뮤니케이션 연구가 메시지의 효과에 과도한 관심을 기울인다고 비판하면서, 사회의 권력관계와 지배구조 재생산에 커뮤니케이션 메시지와 제도가 어떤 기능을 하는지에 주목하였다. 특히 미디어 정치경제학은 커뮤니케이션 제도의 소유와 통제, 미디어의 생산, 유통 및 수용과정, 그리고 커뮤니케이션과 자본주의 재생산 간의 관계에 대한 분석을 통해 권력의 문제를 다루는 데 주력해왔다. 이 글의 목적은 미디어 정치경제학의 학문적 지형과 이론적 과제를 살펴보는 데 있다. 먼저 미디어 정치경제학의 학문적 지형에 대한 검토는 미디어 정치경제학의 학문적 특성, 주요 관심주제, 주요 연구자들, 학문적 허브, 주요 논문, 주요 학술조직과 학회지 등을 살펴보는 것에 의해 이루어진다. 이어서 본 연구는 미디어 정치경제학 내에서 혹은 문화연구 등과의 이론적 논쟁을 통해 제기된 미디어 정치경제학의 이론적 한계들을 간략하게 되짚어보고, 이를 극복하기 위한 노력과 앞으로의 당면 과제들을 검토할 것이다.

주제어: 미디어 정치경제학, 비판커뮤니케이션, 문화생산, 문화연구

---

## 1. 들어가는 말

한 사회의 지식체계는 통시적으로 그리고 공시적으로 학자들 간에 이루어진 집단적 사고와 협업의 산물이다. 이러한 집단적 사고와 협업은 대개 유사한 학문적 관심을 갖는 학자들의 공동체를 기반으로 하는 경우가 많다. 학문공동

---

\* 이 논문은 2007년도 광운대학교 교내 학술연구비 지원에 의해 연구되었음.

\*\* moon73sh@paran.com

체는 대학이나 연구소 등과 같이 제도화되고 고정된 물리적 공간을 거점으로 하기도 한다. 그러나 학문적 관심사를 공유하는 학자들의 수가 많아지고 그들의 시공간적 위치가 다양해짐에 따라 공식적인 제도보다는 비공식적인 형태의 관계망을 통해 유지되는 학문공동체가 더 일반적이다. 학파나 연구전통 등 우리가 빈번하게 사용하는 용어들은 대개 이러한 과정을 통해 형성·발전되어 온 비공식적 학문공동체를 가리킨다. 이 글의 목적은 비판커뮤니케이션학의 대표적 학문공동체 중 하나인 미디어 정치경제학의 학문적 지형과 이론적 과제를 살펴보는 데 있다. 먼저 미디어 정치경제학의 학문적 지형에 대한 검토는 미디어 정치경제학의 학문적 특성, 주요 관심주제, 주요 연구자들, 학문적 허브, 주요 논문, 주요 학술조직과 학회지 등을 살펴보는 것에 의해 이루어진다.<sup>1)</sup> 이어서 본 연구는 미디어 정치경제학 내에서 혹은 문화연구 등과의 이론적 논쟁을 통해 제기된 미디어 정치경제학의 이론적 한계들을 간략하게 되짚어보고, 이를 극복하기 위한 노력과 앞으로의 당면 과제들을 검토할 것이다.

글을 시작하기에 앞서 본 연구의 주제와 성격에 관해 논란의 여지가 있어 이에 대해 설명하고자 한다. 이 글은 한국언론정보학회 20주년 기념행사로 기획된 “비판언론학 20년의 성찰과 전망” 세미나에서 발표된 것이다. 세미나의 기획 의도는 한국 비판언론학에 대한 성찰이었지만, 이 글은 한국 미디어 정치경제학에 대한 내용을 담고 있지 않다. 대신 이 글은 북미와 유럽학자들을 중심으로 발전해온 미디어 정치경제학 연구전통에 관한 내용을 다루고 있다. 연구자의 입장에서 이러한 선택은 불가피한 것이기도 했고 의도적인 것이기

1) 특정 학문공동체의 학문적 특성과 발전과정을 검토하는 방식에는 여러 가지가 있을 수 있다. 일정 기간 동안 진행된 연구들을 특정 주제나 범주에 따라 분류한 후 이를 비판적으로 평가하는 문헌연구(literature review)나 메타연구(meta-research)는 가장 대표적인 방식이다. 보다 낮은 차원(상대적으로 덜 분석적이라는 의미에서)에서 교과서나 핸드북(handbook) 등에 실을 목적으로 학문공동체의 특성이나 이론적 성과와 한계 등을 비교적 단순하고 객관적으로 기술하는 방식도 있다. 미디어 정치경제학에서는 이러한 두 가지 방식들 중 하나를 사용한 여러 연구들이 있다. 예를 들면, 가장 최근 출판된 것으로 와스코(Wasko, 2005)와 미한(Meehan, 2004)의 논문을 들 수 있다.

도 했다. 불가피했던 측면은 이미 김동민(1998), 임영호(2000), 조항제(2008) 등에 의해 국내 미디어 정치경제학 연구에 대한 비판적 성찰이 시도되었다는 것이다. 특히 이번 한국언론정보학회 20주년 기념 1차 세미나에서 발표된 조항제의 글은 문화연구와 함께 한국 미디어 정치경제학에 대한 꼼꼼하고 정치한 분석을 담아내고 있다. 비록 조항제의 글은 연구 관심과 접근방법의 측면에서 본 연구와 달랐지만 내용의 중복을 피하기는 어려웠다.

그러나 미디어 정치경제학 일반을 다룬 것은 연구자의 의도적인 선택이기도 했다. 문화연구의 경우 국내 학자들 간에 이론적 논쟁이 왕성하게 진행되어 왔고, 문화연구에 관한 다양한 개론서와 이론서도 국내에 꾸준히 소개되었다. 반면에 미디어 정치경제학에 경우 위에서 언급한 연구들과 이남표·김재영(2006) 등의 연구 정도를 제외하고는 미디어 정치경제학의 발전과정이나 이론적 성과들을 체계적으로 다룬 연구가 거의 드물다. 미디어 정치경제학을 소개한 개론서나 이론서 역시 오래전에 출간된 이상희(1990)의 『커뮤니케이션과 이데올로기』와 김지운(1994)의 『매스미디어 정치경제학』, 그리고 최근 국내에 번역된 모스코(Mosco, 1996)의 *Political Economy of Communication* 정도이다. 다소 놀라운 사실은 국내 미디어 정치경제학 논문의 상당수가 1990년대 이후 문화연구 등과의 이론적 논쟁을 거치며 외국의 미디어 정치경제학자들이 고심하여 이뤄낸 이론적 성과들에 대해서 거의 다루지 않고 있다는 점이다. 연구자가 보기에 이는 국내 미디어 정치경제학자들의 이론적 무관심에 기인한 것 같다. 이러한 맥락에서 본 연구자는 미디어 정치경제학의 학문적 발전과정과 이론적 과제 등을 정리하는 것도 한국비판언론학 20주년에 즈음해서 의미 있고 필요한 작업이라고 생각하였다. 국외 학자들의 이론적 성과들을 통해 우리의 학문 현실과 이론적 수준을 돌아보는 것 역시 중요한 학문적 성찰이기 때문이다.

## 2. 미디어 정치경제학의 학문적 지형

### 1) 미디어 정치경제학의 정의와 특성

미디어 정치경제학은 미국을 중심으로 한 주류 커뮤니케이션 연구의 실증주의와 행태주의적 경향에 반기를 들며 등장한 비판커뮤니케이션 연구전통의 하나이다. 비판커뮤니케이션 연구는 주류 커뮤니케이션 연구가 메시지의 효과에 과도한 관심을 기울인다고 비판하면서, 사회의 권력관계와 지배구조 재생산에 커뮤니케이션 메시지와 제도가 어떤 기능을 하는지에 주목하였다. 문화연구와 구조주의가 주로 미디어가 생산해내는 메시지의 소비와 이데올로기적 역할에 관심을 기울였다면, 미디어 정치경제학은 커뮤니케이션 제도의 소유와 통제, 미디어의 생산, 유통 및 수용과정, 그리고 커뮤니케이션과 자본주의 재생산 간의 관계에 대한 분석을 통해 권력의 문제를 다루는 데 주력해왔다.

미디어 정치경제학을 올바르게 이해하기 위해서는 무엇보다도 정치경제학(political economy)에 대한 이해가 선행되어야 한다. 모스코(Mosco, 1996)는 *The Political Economy of Communication*에서 정치경제학을 “자원의 생산, 분배 및 소비를 상호구성하는 사회관계, 특히 권력관계들에 대한 연구”라고 정의하면서, 정치경제학의 핵심적 특징을 다음과 같이 설명한다(pp.25~38). 첫째, 정치경제학은 전통적으로 사회변동과 역사적 변환을 이해하는 데 주요한 관심을 두었다. 특히 비판정치경제학은 자본주의의 역동성을 밝혀내는 데 초점을 맞춘다. 예를 들면, 단기적 팽창과 위축, 그리고 더 장기적인 변환의 사이클 등 자본주의의 순환적 성격을 밝혀내는 것, 독점자본의 성장, 국가기구의 성장과 변화 등이 정치경제학의 연구대상이 된다. 둘째, 정치경제학은 좀 더 거시적인 사회적 총체성(social totality)에 대한 분석에 뿌리를 둔다. 정치경제학은 전체론적 접근(holistic approach)으로서 상품, 제도, 사회관계와 헤게모니간의 관계를 탐구하며 이들 간의 결정관계(determination)를 밝혀내고자 한다.

셋째, 도덕철학(moral philosophy)은 정치경제학의 특징으로서, 사회적 가치와 적절한 사회적 실천을 지칭한다. 즉, 정치경제학은 단순히 경제시스템에

대한 분석에서 그치는 것이 아니라 정책문제들과 그것으로부터 파생되는 도덕적이고 규범적인 이슈들에 관심을 갖는다. 정치경제학의 마지막 특징으로는 실천(praxis)을 들 수 있다. 정치경제학에서 실천은 인간의 활동으로서 자신과 세계를 만들고 변화시키는 자유롭고 창의적인 활동을 가리킨다. 따라서 미한, 모스코와 와스코(Meehan, Mosco & Wasko, 1994)가 주장한 것처럼, 정치경제학은 연구와 사회적 개입 간의 구분을 지양하며, 학문적 연구를 통해 실질적인 사회변화를 추구한다(pp.350~351). 이들에게 연구행위는 노동이자 사회적 개입의 형태이고, 그 목표는 사회현실의 단순한 반영이 아닌 분석대상에 의문을 제기하고 행동을 취하는 자기성찰적 과정이 된다(Meehan et al., 1994, p.351).

와스코가 요약한 것처럼, 정치경제학은 자본주의사회의 자원 할당에 일차적인 관심을 두며 소유와 통제의 연구를 통해 권력관계, 계급체제와 사회구조적 불평등을 분석하는 학문이다(Wasko, 2005, p.27). 특히 정치경제학은 권력관계에 대한 단순한 이론적 분석에서 멈추지 않고, 지배구조에 대한 저항과 개입의 전략을 제시한다. 미디어 정치경제학 역시 정치경제학의 핵심원리와 가정을 공유하며, 이들을 커뮤니케이션의 연구에 적용한다. 미디어 정치경제학자들은 경제가 기술, 정치, 문화와 정보에 미치는 영향을 밝혀내기 위해 소유권, 기업구조, 금융자본과 시장구조간의 연계성을 분석하는 수많은 연구들을 수행해왔다(Meehan et al., 1994, p.347).

## 2) 미디어 정치경제학의 연구주제

미디어 정치경제학은 미디어 생산, 유통 및 소비의 정치경제적 맥락에 초점을 두고 다양한 미디어와 정보 이슈를 다루어왔다. 문화연구나 구조주의가 미디어 텍스트의 수용과 그것의 의미 혹은 이데올로기적 역할 등에 주로 천착한데 반해, 미디어 정치경제학은 경제적 실체(economic entities)로서 미디어와 텔레커뮤니케이션에 관한 탐구와 분석에 집중해왔다. 사실 다양한 학문적 관심을 가진 학자들의 연구를 몇 개의 주제 유형으로 분류한다는 것은

자의적이라는 논란을 불러일으킬 수 있어 쉽지 않은 작업이다. 게다가 주류 미디어 연구들과 달리 비판커뮤니케이션 연구는 대부분 질적이고 기술적(descriptive)인 연구라는 점에서 하나의 연구가 복수의 주제 유형에 해당될 수 있다는 점도 이 같은 분류시도를 어렵게 만든다. 그럼에도 이러한 분류시도는 미디어 정치경제학의 주요 연구주제들을 드러낼 수 있다는 점에서 의미 있는 것이라고 할 수 있다. 이 글에서는 미디어 정치경제학의 연구주제들을 크게 다섯 가지로 분류하고자 한다.

첫 번째 주제의 연구들은 미디어 제도의 발전과정에 대한 역사적 분석에 초점을 맞춘다. 정치경제학의 시각에서 영화산업에 대한 역사적 분석을 시도한 구백(Guback, 1969)의 연구가 이 유형에 해당한다. 또한 정부와 기업 권력(corporate power) 간의 관계를 분석한 연구들도 이 유형에 포함된다고 할 수 있다. 미국 미디어 시스템의 형성과정에 미친 미군부의 역할을 분석한 쉐러(H. Schiller, 1969, 1973)의 연구들이나 신문에 대한 자본가와 정부의 통제의 역사와 그것의 정치경제적 함의를 다룬 큐란(Curran, 1979)의 연구는 이 분야에서 대표적인 초기 연구들이라고 할 수 있다. 광고와 홍보산업의 역사적 발전과정을 분석한 유웬(Ewen, 1976, 1998)의 저작이나 전신을 분석한 두보프(Duboff, 1984)의 저작도 이 범주에 속하는 중요 연구들이다.

두 번째 주제의 연구들로는 제3세계에 대한 미국 미디어와 문화의 영향과 그것의 정치적 함의에 대해 분석한 국제적 연구들을 들 수 있다. 국제커뮤니케이션 현상을 다룬 이 연구들은 주로 미국과 제3세계 간 미디어 콘텐츠의 불균등하고 불평등한 유통이나 문화종속의 문제들을 검토하였다. 캐나다의 종속에 대한 스마이드의 연구(1981)가 좋은 예이다. 특히 쉐러는 이 연구 유형에서 선구적 역할을 한 학자이다. 문화제국주의에 대한 그의 연구(1976)는 1970년대 국제정치학의 뜨거운 이슈였던 신국제정보질서운동(New World Information and Communication Order)의 이론적 토대를 제공해주었다. 그 밖에도 구백과 바리스는 미디어 상품의 국제적 유통과 그것의 정치경제적 함의를 분석하였다(Guback & Varis, 1982). 이 유형의 연구에서는 북미 학자들 외에도 남미를 중심으로 한 제3세계 정치경제학자들의 활약이 두드러진다. 이들은

서구의 시각이 아닌 제3세계의 시각에서 미디어 종속과 문화제국주의의 문제를 다루었고, 신국체정보질서운동에 관한 많은 연구들을 수행하였다.

세 번째 주제의 연구들은 미디어와 통신의 소유와 집중 문제를 다루는 것들이다. 미디어 기업은 규모의 경제와 범위의 경제 효과를 극대화하기 위해 수직적 공급사슬의 각 단계에서 자신의 영향력을 확대하고자 시도한다. 인수, 합병과 제휴 같은 전략이나 이중매체로의 진출 등은 모두 이러한 목표를 이루기 위한 기업행동의 예들이라고 할 수 있다. 미디어 산업에서의 소유 집중과 독점화 경향은 미디어 콘텐츠의 다양성을 감소시킬 뿐만 아니라 공론장의 위축과 소비주의의 확산 등을 결과한다는 점에서 미디어 정치경제학자들의 주요한 비판의 대상이 되어왔다. 디지털 기술의 발전으로 인한 미디어 융합은 커뮤니케이션 산업의 전통적인 시장구분을 무의미하게 만들었고, 개별 시장 내에서뿐만 아니라 상이한 시장들 간에서도 경쟁을 증대시키고 있다. 이에 따라 미디어 산업에서 통합과 집중은 더욱 가속화되고 있으며, 소수 글로벌 미디어 기업의 시장 통제력과 영향력 역시 유례없이 커지고 있다. 바지키안(Bagdikian)은 *The Media Monopoly*(1992)에서 다양한 미디어 부문에서 진행되고 있는 집중화 경향이 미디어 생산물에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 분석하였다. 허먼과 촘스키(Herman & Chomsky, 1988)의 연구와 맥체스니(McChesney, 1999)의 연구 역시 미국 미디어산업의 집중화가 갖는 정치경제적 함의에 대해 분석하였다.

1980년대 중반 이후 미국과 영국을 기점으로 하여 전 세계적으로 확산된 미디어 부문의 민영화는 유럽의 미디어 정치경제학자들로 하여금 탈규제 정책이 공공방송을 포함한 매스 미디어의 소유 및 산업구조에 미친 영향에 대해 천착하게 하였다. 영국의 대표적 미디어 정치경제학자인 간햄(Garnham, 1990)은 영국방송의 탈규제과정을 검토하여, 시장의 힘이 영국 방송에 어떠한 변화를 가져왔는가에 대해 분석하였다. 간햄과 함께 미디어 정치경제학의 이론화에 기여한 머독(Murdock, 1990)은 탈규제 환경에서 유럽 커뮤니케이션 산업의 변화하는 경제구조에 주목하였다. 정보통신기술의 급속한 발전은 전통적인 미디어뿐만 아니라 통신 및 정보산업의 경제구조에 대한 미디어 정치

경제학자들의 관심을 제고시켰다. 베이브(Babe, 1995), 모스코(1989), 멜로디(Melody, 1997) 등의 북미의 정치경제학자들이 특히 두드러진 연구 성과들을 보였지만, 간햄(1990, 1997)과 만셀(Mansell, 1993) 등과 같은 영국의 학자들 역시 통신산업의 정치경제적 함의에 대해 점차 많은 관심을 보여 왔다.

네 번째 주제의 연구들은 커뮤니케이션 산업과 국가(state)의 관계를 탐구하는 연구들이다. 쉐일러는 *Mass Communication and American Empire*(1969)에서 커뮤니케이션서비스의 중요한 사용자로서 국가의 역할을 분석하였다. 특히 북미의 정치경제학자들은 커뮤니케이션 산업과 미군부 간의 관계에 많은 관심으로 보였다(Schiller, 1969; Mosco, 1989). 이 주제를 다룬 많은 연구들은 미디어 및 통신 산업에서 규제자와 정책입안자로서 국가의 역할에 주목하였는데, 이들은 다섯 번째 연구주제인 정책연구(policy studies)와 밀접한 연계성을 갖고 있다. 많은 정책연구들이 국내 및 국제 커뮤니케이션 시스템의 형성과정에서 국가가 수행한 역할과 그 정치경제적 함의를 분석하였다(Garnham, 1990; D. Schiller, 1982; Smythe, 1957). 미국통신산업의 탈규제정책의 함의와 국가의 역할에 대한 힐스(Hills, 1986)의 연구나 미국 정부의 상업방송 관련 법제도의 정치경제적 함의를 분석한 스트리터(Streeter, 1996)의 연구들이 이 주제범주에 속한다고 할 수 있다.

마지막 주제인 정책 연구 분야에서는 특히 IAMCR(International Association for Media and Communication Research)의 커뮤니케이션 테크놀로지 분과(Division of Communication Technology)의 학자들이 두드러졌다. 이들은 신국제정보질서 운동에서부터 새로운 정보통신정책에 이르기까지 국내 및 국제 공공정책의 정치경제적 함의를 분석하였고, 주류 정책연구가 내세우는 정책들에 대한 비판과 함께 공공성에 기반을 둔 정책대안들을 제시하였다. 이 분야에서는 특히 스마이드의 동료이자 제도주의 정치경제학자로 분류되는 멜로디(1997)와 그 제자들인 만셀(1993)과 사마라지바(Samarajiva, 1993) 등의 연구가 두드러진다.



### 3) 미디어 정치경제학의 중요 연구자들

#### (1) 북미의 정치경제학자들

스마이드는 북미 미디어 정치경제학 연구의 학문적 토대를 세운 학자로 평가받고 있다. 그의 선구적 연구들은 정치경제학과 커뮤니케이션 간의 핵심적 연관성을 수립한 것으로 평가받고 있다(Melody, 1993b, p.64). 스마이드는 모든 제도화된 형태의 커뮤니케이션은 자본주의의 맥락에서 권력관계라는 관점에서 이해되어야 한다고 주장하였다. 그의 삶을 관통하는 연구주제 중 하나는 미디어로 대표되는 커뮤니케이션 제도가 인간의 독립적 사고를 제약하고, 여론을 특정한 방식으로 이끌며 광고주를 위한 상품으로서 수용자를 구성하는 방식과 그것의 정치경제적 함의를 밝혀내는 것이었다(Melody, 1993a, p.296). 이론적인 측면에서 스마이드의 성과가 가장 잘 응축되어 있는 저작으로 *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada* (1981)를 들 수 있다.

학자로서 뿐만 아니라 스마이드는 1943년부터 5년간 미연방통신위원회(FCC) 최초의 선임경제학자(chief economist)로 일할 기회를 갖게 된다. 미국 최고의 정책결정기구인 연방통신위원회의 선임경제학자로서의 경험은 그의 학문적 관심을 공공정책 영역에까지 확장시켰다. 이러한 스마이드의 정책기구에서의 경험은 현실의 정책결정자들과 공공정책연구의 함의를 소통하고 이를 통해 실제 정책결정과정에서 개입하는 새로운 차원을 개척하는 데 기여했다는 평가를 받게 된다(Melody, 1993b, p.73). ‘뉴딜 좌파 경제학자’로서 자신의 정체성을 규정한 5년간의 FCC 활동을 마친 후 스마이드는 다시 학계로 돌아왔고, 일리노이(Illinois) 대학과 사이먼 프레이저(Simon Fraser) 대학에서 연구와 후학 양성에 매진하게 된다(Wasko, 1993).

쉴러는 스마이드와 함께 북미 미디어정치경제학에서 가장 중요한 학자로 평가받고 있다. 그의 연구는 제3세계에 대한 미국 미디어의 영향, 미국에서의 군산-커뮤니케이션 복합체의 형성, 새로운 정보통신기술의 함의, 공공영역에 대한 자본권력의 침식 등과 가 같은 매우 다양한 주제를 다루고 있다. 쉴러는

1963년 스마이드가 하던 커뮤니케이션 정치경제학강의를 맡으면서 일리노이 대학의 교수가 되어 7년 정도 재직을 한 후 캘리포니아(California) 대학 샌디에고(San Diego) 분교로 옮기게 된다. 쉐러는 일리노이 대학 재직 중에 첫 번째 저작인 *Mass Communication and American Empire*(1969)를 저술했는데, 이 책에서 그는 주파수의 관리와 커뮤니케이션 연구의 재정지원을 통해 미군부가 미국 커뮤니케이션 시스템의 형성에 얼마나 큰 영향을 미쳤는지를 보여주었다. 그의 군부-산업-커뮤니케이션 복합체라는 개념은 이러한 과정의 산물이었다. 군부의 역할에 대한 쉐러의 연구는 이어진 *Mind Manager*(1973)에서 계속되는데, 여기서 그는 미국사회의 정보화과정은 군부의 팽창과정과 궤를 같이 하는 것이라고 주장하였다. 1970년대까지 쉐러는 문화제국주의 문제에 특히 많은 관심을 보였다. 그의 *Communication and Culture Domination*(1976)은 정보와 문화상품의 불균등한 국제 흐름을 비판하면서 초국적기업의 정보와 문화상품이 제3세계의 고유한 문화를 침식할 뿐만 아니라 세계체제의 지배구조를 재생산하는데 공헌한다고 주장하였다. 1980년대 이후로 쉐러의 학문적 관심은 정보기술의 발전이 초래한 사회의 정보화와 그 정치경제적 함의에 맞춰진다. *Information and the Crisis Economy*(1984)는 정보기술이 자본주의 침체의 위기를 극복하는 데 어떻게 기여하는지를 보여준다.

스마이드와 쉐러 외에 미디어 정치경제학 발전에 중요한 이론적 기여를 북미 학자들에는 멜로디, 구백, 모스코와 갠디(Gandy) 등이 있다. 먼저 스마이드의 동료이자 제도주의 정치경제학자인 멜로디는 정보통신기술의 사회, 정치, 경제적 함의에 관심이 많았으며, 1990년대 이후로 미국 및 캐나다와 유럽 국가들의 텔레커뮤니케이션 개혁과정에 대한 정책연구에 연구의 초점을 맞추어왔다. 특히 멜로디는 왕성한 정책 연구와 함께 네덜란드, 덴마크, 스리랑카 등에 정책센터를 설립하여 선진국 및 개발도상국의 정책결정자들을 위한 다양한 트레이닝 프로그램(policy training program)을 제공하였다. 구백은 스마이드의 제자로 국제영화산업에 관한 많은 연구를 남겼다. 그의 저작은 영화의 상품화, 기업 내에서 자본할당의 변화와 그것이 노동에 미친 영향, 그리고 서비스경제에서 사기업의 역할 같은 이슈들을 다루었다(Mosco, 1996, p.88).

모스크오는 최근 미디어 정치경제학 분야에서 가장 왕성한 활동을 보이는 학자로서 텔레커뮤니케이션 정책과 커뮤니케이션 테크놀로지의 정치경제적 분석에 관한 많은 논문을 발표해왔다. 1989년에 발표한 저서 *The Pay-per Society*에서 모스크오는 전자미디어와 컴퓨터가 자본주의 사회에서 어떻게 금융과 사회통제를 확대하는 데 사용되는지를 분석하였다. 그는 IAMCR의 정치경제학분과(Division of Political Economy)의 회장과 IAMCR의 운영위원을 역임하였다. 한편 인종문제에도 많은 관심을 보이는 갠디는 새로운 정보기술이 파생시키는 프라이버시와 감시 이슈에 관한 저작들을 발표하였다(1993).

## (2) 유럽의 정치경제학자들

북미정치경제학자들이 이론보다는 실제 경험적 연구에 더 많은 관심을 기울였다면, 유럽의 정치경제학자들은 상대적으로 이론적 발전에 큰 기여를 했다고 할 수 있다. 특히 영국의 정치경제학자들인 머독, 간햄과 골딩(Golding)은 미디어 정치경제학에 이론적 토대를 제공했다는 평가를 받는다. 머독과 골딩(1974)의 “For a Political Economy of Mass Communications”와 간햄(1979)의 “Contribution to a Political Economy”는 미디어정치경제학 분야에서 가장 많이 인용되는 논문들이다. 상당한 이론적 기여에도 불구하고 이들의 논문은 마르크스주의 정치경제학의 결정론(determinism)과 환원론(reductionism)의 오류에 빠졌다는 이유로 다른 커뮤니케이션학자들, 특히 문화연구자들의 비판의 대상이 되었다(Grossberg, 1995). 그럼에도 1995년 *Critical Studies in Mass Communication* 학술지를 통해 진행된 문화연구자 그로스버그(Grossberg)와 캐리(Carey)와의 논쟁에서도 드러났듯이 이들의 주장은 두 논문이 발표된 1970년대 이래로 크게 변화된 것이 없다.

벨기에 태생의 마텔라르(Mattelart)와 프랑스의 미에(Miege) 역시 유럽의 정치경제학을 발전시키는 데 기여한 학자들이다. 마텔라르는 “For a Class Analysis of Communication”에서 미디어와 커뮤니케이션 연구에 마르크스주의적 접근을 적용하였다(Wasko, 2005, p.29). 그는 생산수단, 노동방식, 생산관계 등의 커뮤니케이션 생산양식을 마르크스의 자본론에 근거해서 설명하고

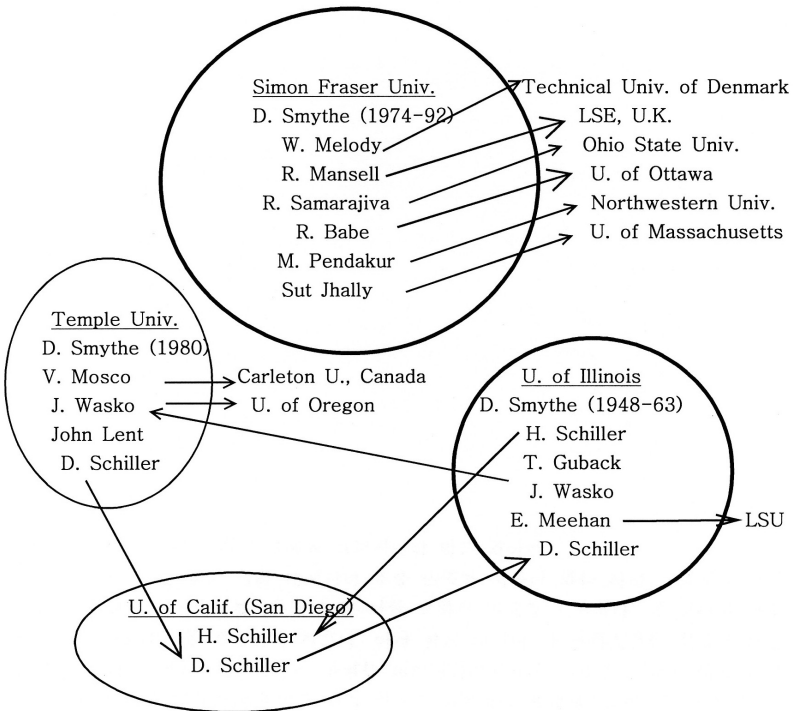
자 시도했다. 미에는 그레노블(Grenoble) 대학의 경제학자들을 중심으로 한 프랑수아 학파를 대표하는 학자이다(Bolano, Mastrini & Sierra, 2004, p.49). 경제학과 인문학에서 박사학위를 취득한 미에는 문화산업의 발전과정에 대해 특히 관심을 가졌는데, 마텔라르와 쉴러 등의 거시적인 정치경제학자들과는 달리 문화산업들 내부의 차이점을 이해하고자 하였다(Mosco, 1996, p.110). 제도주의 정치경제학자인 멜로디의 제자로 텔레커뮤니케이션 개혁과 정보격차, 네트워크 표준화 등의 정책 이슈들에 관한 논문을 다수 발표해온 만셀도 주목할 만한 학자이다. 현재 런던정경대학(LSE)의 교수로 있는 만셀(1993)은 시장경제 체제에서 새로운 네트워크의 표준을 디자인하는 과정이 공공네트워크를 더 개방적이고 접근가능하게 만들기보다는 기존 지배적 사업자와 초국적 기업의 필요에 더 적합하도록 조정된다고 비판하였다.

#### 4) 미디어 정치경제학의 학문적 허브

커뮤니케이션학의 중요한 이론적 조류로서 미디어 정치경제학은 북미와 유럽뿐만 아니라 남미와 아시아 지역 등 전 세계에 걸쳐 연구자들 간 비공식적 네트워크를 형성해왔다. 그럼에도 미디어 정치경제학의 형성과 이론적 발전 과정에서 몇몇 대학은 중요 학자들의 학문적 허브를 제공함으로써 이론 및 방법론을 정교화하는 데 기여했을 뿐만 아니라 동료 혹은 지도교수와 지도학생의 관계형성 등을 통해 학문 공동체의 새로운 구성원을 충원하는 중요한 역할을 하였다.

영국의 레스터(Leicester) 대학은 유럽 미디어 정치경제학과 학파의 형성과정에 매우 중요한 역할을 했다. 물론 영국문화연구의 중심지였던 버밍햄 학파(Birmingham School)에 비견할 바는 아니지만, 레스터 대학은 머독과 골딩 같은 영국의 정치경제학자들의 중요한 지적 공간이 되었다. 반면에 북미에서는 캐나다의 사이먼 프레이저 대학과 미국의 일리노이 대학이 동일한 역할을 했다. 특히 북미 미디어 정치경제학의 선구자였던 스마이드는 두 대학 모두에서 교수로서 재직하였고, 미디어 정치경제학의 중요한 학자들이 두 대학을

통해 동료 혹은 지도학생으로 스마이드와 직간접적인 인연을 맺게 된다. 사실 스마이드가 여러 대학에서 정치경제학을 가르친 것을 고려하면 이러한 현상은 이해할 만하다. 예를 들면, 북미 미디어 정치경제학의 또 다른 중요 학자인 쉐러는 스마이드가 캐나다의 레지나(Regina) 대학으로 옮긴 이후 일리노이 대학에서 스마이드의 정치경제학 강좌를 맡아 강의하였다. 또한 제도주의 정치경제학자인 멜로디는 사이먼 프레이저 대학에서 함께 재직했던 동료 교수였다. 다음 그림에서 알 수 있듯이 많은 북미 미디어 정치경제학자들은 스마이드가 강의나 연구를 위해 재직했던 대학들에서 배출되었다.



<그림 1> D. Smythe 커넥션

## 5) 중요 논문들

미디어 정치경제학의 이론적 토대를 구축하는 데 기여한 초기 연구들을 살펴보는 것은 미디어 정치경제학이 어떠한 문제의식과 이론적 정향 속에서 태동하였는지를 살펴볼 수 있다는 점에서 큰 의미가 있다. 미디어 정치경제학 자들에 의해 가장 많이 인용되었고 다른 커뮤니케이션학자들에 의해 이론적 논쟁의 대상이 되었던 대표적 연구들로는 세 편의 논문을 들 수 있다. 첫 번째 논문은 스마이드의 “Communications: Blindspot of Western Marxism”이다. 1977년 *Canadian Journal of Political and Social Theory*에 실린 스마이드의 논문은 정치경제학자들뿐만 아니라 주류 커뮤니케이션학자들과 문화연구자들 사이에 상당한 논쟁을 불러일으켰다. 이 논문에서 스마이드는 서구 마르크스주의가 매스커뮤니케이션 시스템의 정치경제적 중요성을 지나치게 간과하였다고 비판하였다. 특히 그는 이 논문에서 수용자상품(audience commodity) 개념을 제기하였는데, 이 개념은 미디어 정치경제학뿐만 아니라 커뮤니케이션학 전반에서 큰 논란의 대상이 되었다. 스마이드는 서구 마르크스주의 내에 미디어 텍스트의 이데올로기를 지나치게 강조하는 경향이 있다고 비판하면서 더 큰 관심이 미디어의 경제적 기능에 주어져야 한다고 주장하였다. 그의 주장의 근거에는 이데올로기 생산이 미디어의 경제적 기능에 의존할 수밖에 없으며 수용자 상품의 생산 역시 미디어의 경제적 기능이라는 인식이 깔려 있다. 스마이드의 논문은 북미에 정치경제학을 소개하는 선구적인 연구로 평가받고 있으나, 수용자상품에 대한 주장은 유럽의 정치경제학자들과 문화연구자들로부터 많은 비판을 받았다. 소위 ‘맹점논쟁(Blindspot Debate)’에서 간헐은 “스마이드는 마르크스주의 경제이론에서 추상(abstraction)으로서 상품 형태의 기능을 잘못 이해하고 있으며, 그로 인해 상품의 구체적 형태— 즉, 수용자—와 상품형태 일반 간의 관계를 간과하고 있다”고 비판한다(1990, p.29).

다른 두 논문은 영국의 미디어 정치경제학자들에 의해 쓰인 것으로 커뮤니케이션 학자들이 가장 많이 인용할 뿐 아니라 미디어 정치경제학을 이론화하

는 데 핵심적인 기여를 한 것으로 평가받는다. 머독과 골딩(1974)이 쓴 “For a Political Economy of Mass Communications”은 미디어 정치경제학의 출발점은 매스미디어가 무엇보다도 상품을 생산하고 유통하는 산업 및 경제조직이라는 인식이라고 주장하였다(pp.205~206). 머독과 골딩은 영국미디어에 대한 사례 분석을 통해 매스커뮤니케이션의 경제적 맥락을 특징짓고 구조화하는 특성들과 그 정치적 함의를 검토하였다. 또 다른 논문은 간햄이 1979년에 발표한 “Contribution to a Political Economy of Mass Communication”이다. 간햄은 자본주의 문화생산에서 경제적인 것의 중요성을 강조하며 상부 구조적 담론의 자율성을 지나치게 강조하는 후기 알튀세주의적 경향을 비판하기 위해 마르크스의 하부구조/상부구조(base/superstructure) 정식으로 돌아간다.

## 6) 중요 학술조직

학회 조직은 강력한 비공식 네트워크를 형성하기 위한 이상적인 포럼을 제공해준다. 학회를 통해 구성원들은 의견과 정보를 교환하며, 자신의 연구들에 관하여 토론하고 이를 기반으로 보다 진전된 연구를 위한 도움을 얻는다. ICA(International Communication Association), NCA(National Communication Association)나 AEJMC(Association for Education in Journalism and Mass Communication) 같은 대규모 학회를 포함해 다수의 학회조직을 갖고 있는 주류 커뮤니케이션학과 달리 미디어 정치경제학의 경우 독자적인 학회를 갖고 있지 못하다. 대신에 많은 미디어 정치경제학자들에게 IAMCR이 비공식 네트워크를 형성하는 장을 제공하였다. 유럽의 커뮤니케이션학자와 비판연구자들이 주로 활동해온 IAMCR은 1978년 레세스터 대학에서 열린 정기학술대회에서 설립된 정치경제학 분과(Political Economy Section)를 통해 미디어 정치경제학자들에게 연구와 교류의 공간을 제공해왔다(Mosco, 1996, p.132). 2004년 브라질에서 열린 정기 학술대회에서 정치경제학분과는 모두 14개의 세션을 구성했고 44편의 논문이 발표되었다(Meehan, 2004, p.24). 간햄, 머독, 골딩, 모스코, 펜다커(Pendakur), 쉘러와 와스코 등 주요 미디어 정치경제학자들이

모두 IAMCR의 정치경제학분과에서 활동하였다.

정치경제학분과 외에 IAMCR의 커뮤니케이션기술정책분과(CTP: Communication Technology Policy Section) 역시 미디어 정치경제학자들의 연구 및 교류가 활발하게 이루어진 분과이다. 특히 이 분과에서는 정보통신정책에 관심이 있으며 사이먼 프레이저 네트워크에 속해 있는 학자들의 활동이 활발하였다. 예를 들면, 스마이드는 IAMCR의 집행위원을 지냈으며 커뮤니케이션기술정책 분과의 전신이었던 커뮤니케이션 위성 분과(Communication Satellite Section)의 초대 분과회장을 역임했다. 또한 스마이드의 사이먼 프레이저 대학 동료교수이자 제도주의 정치경제학자인 멜로디, 그리고 사이먼 프레이저 대학에서 멜로디의 제자로 박사학위를 받은 만썬(현 영국 정경대학 뉴미디어 교수)과 사마라지바(전 오하이오 주립대학 교수) 역시 이 분과의 회장을 역임하였다.

비록 학회는 아니지만 UDC(Union for Democratic Communication) 역시 정치경제학자들을 포함한 북미지역 비판연구자들의 연구와 실천적 활동을 위한 포럼의 역할을 해왔다. 1983년 설립된 UDC는 학자들뿐만 아니라 저널리스트, 미디어 제작자, 정책분석가, 시민활동가 등으로 이루어진 조직으로 민주적 커뮤니케이션의 실현이라는 목표를 내세우고 있다. 1998년 이후 UDC의 연례 학술대회에는 약 90여 편의 논문들이 비판연구자들에 의해 발표되고 있으며, 미국과 캐나다 등 북미지역의 학자들에 국한되었던 초기와 달리 최근에는 호주, 아시아, 유럽 학자들의 참여도 눈에 띄게 증가하고 있다. *Enclosure, Emancipatory Communication and the Global City*라는 주제로 사이먼 프레이저 대학에서 열린 UDC의 2007년 학술대회는 인터넷과 액티비즘, 문화산업, 정부와 미디어, 담론과 텍스트 분석, 이론과 역사, 커뮤니케이션권리, 노동과 문화산업 등 총 9개의 세부주제로 구성되었다.

## 7) 중요 학술지

학회와 함께 학술지는 특정 학문 공동체의 구성원들이 자신의 학문적 아이디어와 주장들을 공유하고 교류하는 지적 포럼의 역할을 한다. 특히 동료



학자들에 의한 논문심사제도(peer-review system)는 연구자들 간 지적 소통이 이루어지는 대표적 방식이다. 대부분의 전문 학술지들의 경우 자신의 학문적 정향과 관심을 분명하게 드러낼 수 있는 논문들의 게재를 선호하는 경향이 강하다. 커뮤니케이션학에서도 이러한 경향은 주류 커뮤니케이션 연구들을 선호하는 학술지들에서 뚜렷하게 드러난다. 이들은 특정 이론이나 주제 분야, 연구 방법, 스타일 등과 관련해서 나름대로 특정한 기준과 원칙을 두고 투고를 받는 경우가 많다.

미디어 정치경제학과 함께 비판연구의 양대 산맥을 이루는 문화연구가 자체 전문학술지를 보유하고 있는 데 반해, 미디어 정치경제학의 경우 몇 차례의 시도에도 불구하고 현재까지도 고유한 학술지를 갖고 있지 못한 상태다. 따라서 대부분의 미디어 정치경제학자들은 커뮤니케이션학 관련 일반 학술지들이나 비판커뮤니케이션 연구들을 중점적으로 실는 학술지 등에 원고를 게재하여 왔다. 이에 속하는 대표적인 학술지들은 *Journal of Communication*, *Critical Studies in Media Communication*, *Media, Culture & Society*, *Canadian Journal of Communication*, *Journal of Communication Inquiry*, *Journal of Economic Issues*, *New Media and Society* 등이다. 특히 간헐이 학술지 창간 편집인으로 활동한 *Media, Culture & Society*는 미디어 정치경제학자들이 편집위원회에서 활동하는 경우도 많았고, 정치경제학 관련 논문들을 많이 게재하는 등 유력한 포럼으로 기여해 왔다. 그 밖에 *Telecommunication Policy*는 커뮤니케이션 정책에 관심이 있는 미디어 정치경제학자들의 논문을 다수 게재해왔다.

### 3. 미디어 정치경제학의 이론적 한계와 과제

미디어 정치경제학은 미디어의 소유와 통제, 미디어 생산, 유통 및 소비 과정, 그리고 미디어와 자본주의 재생산 간의 연관성 등의 분석을 통해 권력 문제에 연구의 초점을 맞추어왔다. 북미와 유럽의 미디어 정치경제학자들은 이론적 논의 혹은 사례분석들을 통해 이러한 이슈들이 갖는 정치경제적 함의

에 대한 많은 의미 있는 연구들을 수행해왔다. 그러나 미디어 정치경제학은 동구 사회주의 몰락 이후 대부분의 서구 마르크스주의 이론들이 그랬던 것처럼 급격한 쇠퇴의 길을 걸었다. 동구 사회주의의 몰락으로 인해 ‘사회주의 기획’은 파산 선고를 받았다. 이는 비판연구자들에게 단순히 냉전이 끝났음을 의미하지 않았다. 이 역사적 사건은 정치경제학자들에게 ‘정당성의 위기(crisis of legitimation)’의 문제를 제기했을 뿐 아니라 정치경제학 그 자체의 유용성에 대해서도 근본적인 의문을 던졌다. 소비의 영역으로 침잠한 채 정치적으로 보수화의 길을 걸으면서 생존의 길을 찾은 문화연구와는 달리 미디어 정치경제학은 정보통신기술의 발전으로 인한 기술 및 경제적 변화와 정치적 보수주의의 소용돌이 속에서 방향성을 잃고 끝없는 침체 상태에서 헤어 나오지 못하고 있다.

더욱 심각한 문제는 미디어 정치경제학의 침체가 단순히 미디어 환경의 변화에서만 기인한 것이 아니라는 데 있다. 사실 미디어 정치경제학은 문화생산과정의 과도한 강조가 낳은 이론적 경직성과 방법론적 정치함의 결여라는 이유로 주류 커뮤니케이션 학자들은 물론이고 텍스트의 해독과 소비를 중시하는 문화연구자들로부터 많은 비판을 받아왔다. 특히 1990년대 중반 문화연구자들과의 사이에서 벌어졌던 이론 논쟁은 미디어 정치경제학의 이론적 한계를 분명하게 드러내주었다. 경제결정론과 환원론적 사고, 소비과정에 대한 무관심, 허위의식으로서 이데올로기에 대한 단순한 정식화, 사회변화의 주체로서 계급에 대한 집착 등이 미디어 정치경제학을 향해 가해진 비판들이었다. 자본주의의 변화와 이로 인한 미디어제도의 역동적 변환을 이론적으로 제대로 담아내지 못하고 있다는 비판은 미디어 환경 자체의 변화보다도 미디어 정치경제학의 입장에서는 더 뼈아픈 것이라 할 수 있다. 이 절에서는 다양한 이론적 논쟁을 통해 제기된 미디어 정치경제학의 이론적 한계들을 되짚어 보고, 이를 극복하기 위한 미디어 정치경제학의 노력과 앞으로의 과제를 검토해보고자 한다.

특정 학문 공동체의 이론적 발전은 다양한 경로와 방법을 통해서 이루어진다. 개별 학자의 창의적 연구를 통한 이론적 공헌은 그 방법 중 하나일 것이다.

이와 함께 학자들 간에 이루어지는 이론적 논쟁 역시 학문공동체의 이론적 성숙과 체계화의 핵심적 기제라고 할 것이다. 특히 학문적 사상과 견해를 달리하는 학문 공동체들 간의 논쟁은 비록 생산적인 합의나 결론에 도달하지 못한다 하더라도, 그 과정에서 각 공동체의 학문적 논리가 정교해지고 이론적 강점과 한계에 대한 자기 성찰이나 반성이 이루어진다는 점에서 큰 의미가 있다. 때로는 논쟁 과정에서 학문공동체들 간에 지나친 감정의 과잉이나 적대감이 발생하기도 하지만, 그것 자체가 이론적 논쟁의 무의함을 주장하는 근거가 될 수는 없다. 미디어 정치경제학과 관련된 주요 학문적 논쟁은 크게 3가지 유형으로 분류할 수 있을 것이다. 첫 번째 유형은 미디어 정치경제학 내에서 이루어진 학문적 논쟁이다. 공동체 내부자들 간의 논쟁은 자신의 이론적 가정과 주장들을 체계화하고 정교화할 수 있다는 점에서 매우 긍정적이다. 스마이드에 의해 제기된 수용자상품(audience commodity) 개념을 둘러싸고 미디어 정치경제학자들 사이에서 벌어진 논쟁이 그 대표적인 사례라고 할 수 있다. 두 번째 유형은 미디어 정치경제학을 포함한 비판커뮤니케이션 진영과 경험주의 및 실증주의에 기반을 둔 주류 커뮤니케이션 연구자들 간에 이루어진 논쟁이다. 특히 1980년대는 미국을 비롯해 전 세계적으로 비판커뮤니케이션 연구의 외형적 성장과 학문적 성과가 두드러진 시기였고, 이는 주류 커뮤니케이션 연구 진영과의 치열한 논쟁과 대립으로 이어졌다. 이 논쟁은 “Ferment in the Field”(1983)와 “The Future of the Field”(1993)라는 제호를 달고 *Journal of Communication* 특별호를 통해 진행되었다.<sup>2)</sup>

특히 1993년 특별호에서 맥체스니가 “Critical Communication Research at the Crossroads”라는 제목으로 쓴 논문은 지속적으로 확대되어온 미디어 정치경제학과 문화연구 사이의 이론적 긴장이 명백하게 드러난 글이었다. 이 논문에서 맥체스니는 비판커뮤니케이션의 반자본주의와 급진적인 사회변혁에 대

2) 물론 *Journal of Communication*을 통해 이루어진 1983년 논쟁과 1993년 논쟁은 그 의미와 성격, 그리고 논쟁에서 미디어 정치경제학을 포함한 비판커뮤니케이션이 차지하는 위상과 비중은 확연히 차이가 난다. 이는 두 특집호에 실린 비판커뮤니케이션 논문들의 수의 차이에서도 분명하게 드러난다.

한 임무와 헌신을 방기하는 문화연구의 경향을 비판하였다(McChesney, 1994, pp.342~343). 맥체스니는 문화생산의 제도적 맥락을 간과하고 수용자의 저항적 해독가능성과 문화소비를 과도하게 강조하는 문화연구가 후기구조주의와 탈근대론의 영향으로 급진주의의 계몽(enlightenment)의 기획을 포기했을 뿐만 아니라 이성(reason)에 대한 믿음을 버렸다고 주장하였다(McChesney, 1994, p.343). 같은 논문에서 그는 광고메시지 효과의 증대를 위해 문화연구 방법론의 사용을 제안한 학회논문들의 사례와 시카고 광고회사들이 문화연구 논문들을 효과적으로 소비자를 설득하기 위한 트레이닝에서 사용한 사례들을 언급한다. 그리하여 상대주의와 해독에 대한 강조를 통해 문화연구가 어떻게 역설적으로 자본주의 확대와 재생산에 기여하는지를 보여주었다.

앞에서 언급한 맥체스니의 논문에서도 엿보이듯이, 세 번째 유형인 미디어 정치경제학과 문화연구 사이의 이론적 논쟁은 1990년대 이후 가장 치열하게 진행되었고, 여전히 현재진행형이라고 할 수 있다. 특히 1995년 커뮤니케이션 관련 학술 전문지인 *Critical Studies in Mass Communication*(CSMC)을 통해 간헐과 머독이 문화연구자인 그로스버그와 캐리와 치른 논쟁은 미디어 정치경제학과 해독 및 문화소비를 강조하는 문화연구[혹은 김동민(1998)이나 류용재(2008)가 지적한 것처럼 ‘주의주의적/포퓰리즘적’ 문화연구 분파] 간의 이론적 차이와 대립을 명백하게 드러냈다. 논쟁의 톤(tone)이 다소 적대적이며 감정적이었고 대부분의 저자들이 기존 주장들을 되풀이함으로써 융화(reconciliation)를 도모한다는 목적이 전혀 달성되지 않았다는 점에서 미한은 1995년 논쟁을 무의미하고 헛된 것으로 평가하였다(Meehan, 1999). 그럼에도 1995년 논쟁은 자본주의 체제하에서의 문화생산과 소비, 커뮤니케이션과 이데올로기의 의미와 기능 등을 둘러싼 미디어 정치경제학과 문화연구, 두 진영의 상이한 시각을 명확하게 드러내주는 계기가 되었을 뿐 아니라, 이후 양 진영의 통합이라는 맥락에서 소통을 지속시키는 단초가 되었다는 점에서 평가할 만하다. 일례로 1999년 리오르단(Riordan)과 맥러플린(McLaughlin)은 국제커뮤니케이션학회(ICA) 정기 학술대회에서 “Paradigm Dialogue: Crossing the Gap between Cultural Studies and Political Economy”라는 세션을 구성해 양 진영 간 소통을

이어가는 계기를 마련했다(Meehan, 2004, p.22). 미한에 따르면, 이 세션에서는 미디어 정치경제학과 문화연구, 그리고 페미니즘의 통합을 시도하는 논의들이 이루어졌다(2004, p.22).이상에서 기술한 이론적 논쟁들은 미디어 정치경제학의 이론적 강점뿐만 아니라 한계 역시 드러내는 계기가 되었다.

미디어 정치경제학에 대한 가장 대중적인 비판은 미디어 정치경제학이 경제, 특히 생산양식과 노동과정을 과도하게 강조함으로써 문화, 이데올로기 등 상부구조적 활동의 자율성을 간과하는 경제결정론적 오류를 범하고 있다는 것이다(Grossberg, 1995; 임영호, 2000; 조항재, 2008). 이러한 오류는 미디어와 문화의 역할 등 사회 내의 다양하고 복잡한 현상을 경제라는 하나의 본질적 속성으로 환원시키는 환원론적 사고와도 직결된다. 1995년 CSMC에서의 간헐의 글에 대한 답변에서 그로스버그(1995)는 “고전적 마르크스주의적 입장을 한 단계 발전시킨 간헐의 정치경제학은 여전히 사회적 실천의 모순적 특성을 고려하는 것을 외면하고 있다. 그는 명백히 자본이 기계적인 방식으로 처음부터 끝까지 결정한다고 본다”며 정치경제학의 경제주의적 환원론을 비판하였다(p.76). 이러한 비판에 대해 대부분의 정치경제학자들은 미디어 정치경제학이 경제주의적 환원론이라는 주장은 미디어 정치경제학에 대한 오해에서 비롯되었다고 강변한다(Meehan et al., 1994; Mosco, 1996, Murdock, 1995). 이들은 단순하고 기계적인 인과론은 이미 대부분의 정치경제학자들에 의해 거부되었다고 주장한다. 예를 들면, 그로스버그의 글에 대한 재답변글에서 간헐(1995b)은 그로스버그가 정치경제학을 경제주의적인 것으로 호도한다고 비판하면서, 자신은 결코 생산과 소비의 관계가 단순하거나 안정적이라고 주장한 적이 없을 뿐 아니라, 소비가 하찮거나 생산보다 중요하지 않다고 주장하지도 않았다고 항변하였다(p.96). 나아가 그는 정치경제학자가 그로스버그가 주장하는 것처럼 필연적으로 환원주의자나 기능주의자인 것은 아니라고 하면서, 생산양식은 개인의 생존과 재생산의 조건을 설정한다는 의미에서 최소한의 요건이자 중요한 요소이지만 동시에 불확정적이고 역사적으로 조건화되는 것이라고 주장하였다(p.98).

또한 머독(1995)에 따르면, 정치경제학은 경제, 더 구체적으로는 생산, 소유

와 통제구조에 대한 이해가 자본주의 문화적 실천의 역동성을 이해하기 위한 출발점(starting point)이라고 보는데, 이는 윌리엄스(Williams)나 홀(Hall)같은 선구적 문화연구자들도 동의한 것이라고 주장한다(pp.90~92). 생산이나 소비의 특정한 행위들이 경제적 법칙으로부터 의심 없이 읽혀지거나 환원될 수 없으며, 특정 국면에서 이루어지는 문화적 실천을 이해하기 위해서는 좀 더 세밀한 사회학적 연구가 필요하다는 머독의 주장은 생산의 중요성을 강조하면서도 환원론의 비판에 대응하기 위한 노력이라고 볼 수 있을 것이다. 반면에 미디어 정치경제학의 성찰과 쇄신이라는 부제의 책을 쓴 모스크오는 명시적으로 환원론과 결정론이라는 용어의 사용을 거부한다(1996, pp.136~138). 그는 ‘한계를 설정한다(setting limits)’는 윌리엄스의 결정개념과 알튀세르(Althusser)의 ‘중층결정(overdetermination)’ 개념은 긍정적으로 평가하면서도, 여전히 결정이라는 용어가 인과성의 존재를 암시한다고 보고 기든스(Giddens)의 ‘상호구성(mutual constitution)’ 개념을 대안으로 제시한다(Mosco, 1996, p.138).

구성(constitution)이라는 용어는 서로 상호작용하는 사회적 장의 모든 요소들 내에서의 형성 과정(the process of becoming)을 전면에 부각시킨다. 어떠한 것도 완전히 형성되거나 명확히 규정되지는 않지만, 우리는 이들 요소들 내와 사이에서 작동하는 구성적 과정들을 상세히 기술할 수 있다. 상호(mutual)라는 표현은 중층(over)이라는 표현보다 선호되는데, 그 이유는 중층이라는 개념에 함축되어 있는 과도함의 인상을 피하면서 다변다양(manifold)의 의미를 유지할 수 있기 때문이다(Mosco, 1996, p.138).

상대주의와 결정론을 모두 피하면서 통합적이고 비환원론적인 인식론을 정립하려는 모스크오의 시도가 미디어 정치경제학에 대한 비판의 적절한 대응인지, 그리고 그러한 시도가 얼마나 성공적인지에 대해서는 이론적 논쟁뿐 아니라 경험적 연구들을 통해 평가되어야 할 것이다. 상당수의 정치경제학자들은 모스크오의 이러한 시도에 대해 대체로 긍정적으로 평가하고 있다(예를 들면, Calabrese, 2004; Meehan, 2004; Wasko, 2005; 조항제, 2008).

미디어 정치경제학은 문화생산의 경제적 과정과 문화적 실천이 그러한 경제적 과정에 어떻게 연관되는지에 주요한 관심이 있다. 즉, 문화소비의 측면에서 문화적 실천의 복잡성이나 의미생성과 해석과정에 주목하기보다는, 문화생산의 측면에서 문화적 실천을 위한 물질적·상징적 자원이 어떻게 상품화된 문화생산, 유통, 소비의 순환과정을 통해 가능해지는가를 분석하는 데 집중하는 것이다. 따라서 문화연구나 구조주의와는 달리 소비의 문제와 이데올로기적 역할 등에는 상대적으로 무관심한 경향을 보여왔다. 이러한 경향은 특히 문화연구자들로부터 많은 비판을 받았다. 이들은 미디어 정치경제학이 문화의 경제적 특성을 지나치게 강조하며 문화적 실천의 자율성과 소비의 역동성을 간과한다고 주장하였다. 예를 들면, 그로스버그(1995)는 “미디어 정치경제학자들은 문화는 오직 상품과 조작의 이데올로기적 수단으로서만 중요하다고 생각한다”고 비판하였다(p.76). 따라서 소비의 문제는 미디어 정치경제학의 가장 취약한 영역으로 간주된다.

정치경제학은 수용자상품 개념을 통해 소비와 수용자의 이슈를 다루고자 시도했으나 논쟁만 불러일으켰을 뿐 큰 성공을 거두지는 못했다. 특히 수용자의 텔레비전 시청행위가 잉여가치를 만들어내며, 따라서 소비행위 역시 생산적일 수 있다는 스마이드의 주장은 생산과정에서만 잉여가치가 발생한다는 마르크스경제학의 노동가치설과 상충된다는 점에서 머독, 잘리(Jhally), 미한 등의 정치경제학자들에게도 비판을 받았다(임영호, 2000). 일부 정치경제학자들은 정치경제적 위기에 대한 자본주의의 구조적 대응이라는 맥락에서 소비의 문제를 다루기도 했다(Ewen, 1976). 이러한 시도들에도 불구하고 미디어 정치경제학은 어떻게 문화텍스트가 생산되는지에 대해서는 통찰력과 분석력을 보이는 데 반해, 그러한 텍스트가 소비되고 생산되는 방식을 이해하는 데에는 한계를 보인다는 평을 받아왔다. 그리고 이러한 한계는 정치경제학자들로 하여금 소비의 단계에서 저항적 혹은 일탈적 해독이 왜 일어나는지를 설명할 수 없게 만든다는 비판에 직면하도록 했다. 조항제(2008)가 지적하듯이, 미디어 정치경제학은 “수용자는 다양한 사회적 균열에 따라 문화소비가 구조적으로 배열되어 있고, 이는 생산에도 영향을 미쳐 생산과 소비는 상호구

성”된다고 본다(13쪽). 그러나 정치경제학은 이러한 문화생산과 소비의 상호 구성과정을 세밀하게 보여줄 수 있는 절차나 방법론이 없다는 한계를 갖는다(조항제, 2008, 13쪽).

그러므로 자본주의에서 문화생산과 소비의 복잡한 과정을 이해하기 위해서는 생산과정 혹은 소비과정에만 주목하는 것이 아닌 좀 더 통합적인 접근이 필요하다. 머독(1995)이 지적한 것처럼, 미디어 정치경제학은 “문화산업을 단순히 구조적 힘들이 상호 교차하는 장소나 의문시되지 않는 텍스트의 기원으로서 간주하지 말고 복잡한 사회조직으로서 이해해야만 한다”(p.92). 정치경제학자들은 문화의 경제적 특성이 핵심적이라는 사실에 중심을 두는 동시에 소비의 역동성도 고려해야 하는 것이다. 이러한 접근은 정치경제학자들로부터 문화 생산이 어떻게 문화 소비를 제약하고 구조화하는지를 보다 잘 이해할 수 있도록 할 것이다. 특히 융합으로 상징되는 미디어환경의 변화를 고려하면 문화생산과 소비에 대한 통합적 접근의 필요성은 더욱 커진다. 정보통신 기술의 발전으로 다양한 미디어 플랫폼들이 등장하고 미디어의 생산과정 역시 한층 복잡해지고 다양해졌다. 이로 인해 수용자의 미디어 선택 및 통제권은 증대되고 미디어 이용 방식 역시 매우 다양해졌다. 불특정 다수를 대상으로 동질적인 메시지를 전송하던 일방향적 매스미디어 시대와는 근본적으로 다른 미디어 환경이 조성되고 있는 것이다. 변화하는 미디어 환경에서 문화적 실천의 정치경제적 함의를 올바르게 이해하기 위해서는 단순히 생산과정뿐만 아니라 소비과정을 세밀하게 읽어내고, 이를 생산-유통-소비라는 자본주의 순환과정의 거시적 틀에서 통합적으로 이해하려는 노력이 필요하다.

정치경제학의 문화 분석에 내재하는 계급 중심성 역시 주요한 비판의 대상이다. 노동계급이 자본주의 생산과정에서 잉여가치를 창출하는 주체이자 지배구조를 변혁하는 사회혁명의 작인(agency)이라는 тезе는 정치경제학의 핵심적인 원리이다. 따라서 자본주의의 문화생산 및 소비과정을 이해하기 위해서는 계급적 속성에 대한 고려가 일차적이다. 미디어 정치경제학이 생산수단에 대한 접근구조와 경제적 잉여가치의 분배구조를 뜻하는 계급을 지배구조의 핵심요소로 보는 반면, 문화연구는 계급에 의해서 결코 결정되지 않는 지배의



대안적 구조로서 성(gender)과 인종에 초점을 맞춘다(Garnham, 1995a, p.70). 문화연구에 따르면, 수용자가 문화텍스트를 소비하고 해석하는 방식을 들 지우는 데 성과 인종관계가 매우 중요하기 때문에 문화적 실천을 이해하기 위해서 반드시 고려되어야 한다(Kellner, 1997, p.115). 문화연구자들은 미디어 정치경제학의 계급중심성이 결국에는 또 다른 환원론의 오류를 범하게 만든다고 비판한다. 즉, 자본주의 문화적 실천의 복잡한 속성을 단순히 계급이라는 본질적 속성으로 모두 설명하려는 시도는 기계적인 환원론이다. 이러한 비판에 대해 간헐(1995b)은 경제와 계급은 여전히 인종과 성의 권력구조를 설명하는 데 핵심적인 역할을 할 것이라고 반박하였다(p.97).

그러나 모스코(1996)가 인정하듯이, 미디어 정치경제학은 성과 인종 등 자본주의사회의 다양한 사회적 적대(social antagonism)의 형태들을 고려할 필요가 있다. 문화적 실천을 분석하기 위한 핵심적 출발점으로 계급을 고려하는 것은 합리적이고 정당한 명분이 있으나, 성이나 인종과 같은 여타 사회관계 역시 문화적 실천의 역동성을 좀 더 잘 이해하기 위해서 고려되어야만 하기 때문이다. 그러나 사회적 적대의 형태로서 성이나 인종을 지지하는 것이 라클로(Laclau)나 무프(Mouffe) 같은 포스트 마르크스주의자들의 주장에 동의하는 것은 아니어야만 한다. 라클로와 무프(Laclau & Mouffe, 1985)는 사회적 적대의 형태로서 계급을 언급하지만, 실제로는 계급을 성이나 인종으로 대체해버렸다. 우드(Wood, 1986)가 적절히 지적했듯이 그들은 계급으로부터 후퇴한 것이다. 따라서 성/인종과 권력 간의 관계를 검토하기 위해서는 사회계급을 출발점으로 삼는 것이 매우 중요하다. 이 점은 정치경제학의 성찰과 쇄신을 시도한 모스코(1996)에 의해서도 재확인된다. 그는 “계급권력이 모든 다른 입장들이 그것에 환원될 수 있는 바로 그 위치를 포기한다 하더라도, 계급권력은 여전히 커뮤니케이션의 정치경제학 내에서 핵심적 요소로 남아있다”고 주장한다(p.271).

일부 미디어 정치경제학자들은 자신의 연구에서 성과 인종을 중요한 사회관계로서 고려하였다. 이들 연구들은 여성들이 정보통신의 가부장적 구조에 대응하는 특정한 양식들을 탐구하였다(Mosco, 1996, p.96). 예를 들면, 마틴

(Martin)은 여성이 노동력으로 전화 회사에 고용되고 전화 사용자로 보다 큰 커뮤니케이션 네트워크에 편입되면서 그들의 사회관계가 어떻게 변화되는지에 대해서 검토하였다(Mosco, 1996, p.96). 최근 페미니즘 연구와 정치경제학연구의 접합을 통해 미디어 정치경제학의 계급중심성과 경제결정론을 극복하려는 시도가 리오르단(2002), 맥러플린(2002)과 같은 여성 정치경제학자들에 의해 성공적으로 시도되었다(Riordan, 2004, p.351). 또한 일부 정치경제학자들은 소유권을 포함한 커뮤니케이션 자원에 대한 접근에서 인종에 따라 어떠한 차이가 발생하는지를 검토함으로써 인종의 문제를 다루기도 했다(Tabor, 1991). 잘리와 루이스(Jhally & Lewis, 1992) 역시 특정 인종에 대한 이미지의 범위가 어떻게 제한되는가에 대한 분석을 통해 인종의 문제를 다루기도 했다. 그러나 이러한 연구들은 문화소비의 측면이 아닌 문화생산의 관점에서만 인종과 성의 문제에 접근했다는 한계를 갖는다.

인식론과 존재론에 관련된 철학적 수준에서의 도전은 아니지만 변화하는 국제정치적 정세와 미디어 기술 환경의 변화 역시 미디어 정치경제학의 설명력과 통찰력에 큰 도전을 제기하고 있다. 1980년대 이후로 국제정치경제는 혁명적인 변환을 경험해왔다. 이러한 변화는 민족국가에 기반을 둔 국내 정치경제와 국제정치경제의 구체제를 본질적으로 재구조화하고 있다는 점에서 그 자체로 ‘근본적인’ 변화라고 할 수 있다. 자유무역체제의 공고화와 지구화 현상의 가속화는 국가 간 착취구조와 문화적 불평등의 지배구조를 비판해온 미디어 정치경제학의 이론적 근거와 규범적 정당성을 약화시키고 있다. 사회주의 블록의 해체와 함께 집합적 개념으로서 제3세계의 점증하는 파편화 역시 미디어 정치경제학자들에게는 큰 도전이 되었다. 제3세계 내 국가들 간 상이한 경제발전과 정치적 민주화의 성취는 더 이상 이들 국가를 한 범주 내에 묶어두는 것을 어렵게 만들었다. 신국제정보질서 운동의 침체 역시 이 같은 제3세계의 파편화와 밀접한 관련이 있었다. 이 같은 국제정치경제의 변화는 국가 간 혹은 국제 커뮤니케이션 현상에 초점을 맞추는 미디어 정치경제학자들에게 새로운 과제를 제기하고 있다. 더 이상 서구와 전체로서 제3세계 간의 관계에 대한 단순한 일반화가 어려워졌기 때문이다. 미디어 정치경제

학자들의 강력한 지지를 받아온 문화제국주의론의 사례가 대표적이다. 소위 문화적 혼종화(cultural hybridity)를 주장하는 학자들은 문화제국주의론이 발전 커뮤니케이션론과 마찬가지로 문화에 대한 이식론적 관점을 따르고 있으며, 지구화된 사회에서 글로벌 문화와 지역 문화 간에 이루어지는 조우(encounter)의 복잡성을 지나치게 단순화한다고 비판하였다(Pieterse, 2003).

기술변화로 인한 커뮤니케이션부문의 구조적 변화 역시 미디어 정책과 국가의 역할에 관심을 기울여 온 정치경제학자들에게 어려운 과제를 제기하고 있다. 1980년대 이후 전 세계적으로 진행된 탈규제와 민영화는 기술의 차이에 근거한 미디어 산업의 시장 구분을 무의미하게 만들었다. 이에 따라 국가의 역할과 규제제도 역시 새로운 기술 및 시장 환경에 맞도록 변화되어야 한다는 주장이 제기되었다. 방송과 통신의 상호시장진입과 경쟁을 허용한 미국의 1996년 통신법을 시발로 주요 국가들에서 국가의 시장 개입을 축소하고 시장 경쟁을 강화하는 규제제도들이 마련되었다. 이 같은 변화는 미디어 정치경제학자들로 하여금 미디어 산업에서의 국가의 역할에 대해 더 세심하고 구체적인 접근을 요구하게 되었다. 이와 함께 미디어 간 융합현상은 집중과 다각화 이슈와 관련해서 정치경제학자들에게 또 다른 복잡한 과제를 제기한다. 즉, 미디어 산업 간 경계의 소멸로 인해 특정 산업 내에서의 소유 구조와 집중이 갖는 함의는 전체 미디어 산업에서의 소유구조와의 연관성 속에서 검토되어야 하는 것이다.

#### 4. 덧붙이는 말

미디어 정치경제학은 자본주의 산업으로서 미디어에 대한 비판적 이해와 이를 둘러싼 권력관계에 대한 통찰력을 제공해주었다는 점에서 높은 평가를 받아왔다. 특히 미디어 정치경제학은 미디어에 대한 국가의 영향력이 절대적이었던 한국사회에서도 국가와 자본, 그리고 시민사회의 역학관계를 설명하는 중요한 분석틀을 제공해주었다. 비록 현실사회주의 몰락 이후 주류 커뮤니

케이션 연구나 문화연구에 비해 학문적 성장이 정체되어 있지만 미디어 정치경제학이 커뮤니케이션학, 특히 비판커뮤니케이션 연구의 발전에 미친 긍정적 영향은 부인할 수 없을 것이다. 신자유주의로 상징되는 정치적 보수화의 여파로 학계에서도 비판커뮤니케이션 연구가 침체 일로를 겪고 있지만, 변화하는 미디어 환경은 오히려 비판커뮤니케이션 연구의 필요성을 더욱 높이고 있다. 특히 1990년대 이후 규제완화와 시장경쟁의 강화로 미디어 영역에서 자본의 통제력이 증대하고 국가의 미디어 거버넌스 기능이 변화함에 따라 미디어 정치경제학의 학문적·실천적 효용성에 대한 기대감은 더욱 커지고 있다. 미디어 정치경제학이 이러한 기대를 충족시켜줄 수 있는가는 전적으로 철저한 자기 성찰과 쇄신 여부에 달려 있다고 할 것이다.

그동안의 경험으로 미루어 보면, 특정 비판이론이 마르크스주의에 충실하면 할수록 자본주의 현실의 변화에 대한 적응력은 떨어지는 경우가 많았다. 현실이 변하면 이론도 변해야 하는 것은 필연적이라 하겠다. 물론 물과 함께 아이를 버리는 우는 범하지 말아야 할 것이다. 이런 맥락에서 볼 때, 1990년대 중반 이후 모스크, 리오르단, 맥플러린 등 일군의 정치경제학자들이 정치경제학의 성찰과 쇄신이라는 목표하에 기든스의 구조화 이론이나 페미니즘 이론 등과의 이론적 결합을 시도해온 것은 주목할 만하다. 특히 동구사회주의 몰락과 신자유주의의 득세에도 불구하고 일종의 ‘우경화’ 과정을 통해 그 세를 유지·확대해온 문화연구와의 통합 시도는 변화하는 미디어 환경에서 비판적 커뮤니케이션의 급진성과 현실 적합성을 재복원 한다는 측면에서 의미 있는 과제라고 할 것이다. 앞에서 살펴본 것처럼 미디어 정치경제학과 문화연구 간에 존재하는 이론적 견해의 차는 쉽게 좁혀지지 않을 것이다. 그럼에도 여전히 두 이론의 통합은 미디어 정치경제학에게는 삶의 미시적 영역에서 이루어지는 문화적 실천을 들여다볼 수 있는 정밀한 시각을 제공해줄 수 있으며, 문화연구에게는 거시적이고 구조적인 맥락에 대한 관심을 회복함으로써 지속적으로 약화되어온 급진성과 자본주의 비판정신을 복원시켜줄 수 있을 것이다. 이는 국내 비판커뮤니케이션 연구에도 동일하게 적용된다고 할 수 있다. 이런 점에서 최근 국내의 일부 문화연구와 정치경제학자들이

미디어 정치경제학과 문화연구의 상호소통과 통합의 필요성을 제기한 것은 비판커뮤니케이션 연구자들에게 무게감 있게 받아들여질 필요가 있을 것이다 (예를 들면, 조항제, 2008; 류웅재, 2008).

## ■ 참고문헌

- 김동민 (1998). 비판커뮤니케이션 연구의 평가와 과제: 미디어 정치경제학을 중심으로. 『한국언론정보학보』, 11, 62~84.
- 김지운 편 (1994). 『매스미디어 정치경제학』. 나남.
- 류웅재 (2008). 한국문화연구의 정치경제학적 패러다임에 대한 모색: 한류의 혼종성 논의를 중심으로. 『언론과 사회』, 16권 4호, 2~27.
- 이남표·김재영 (2006). 방송통신 융합 시대의 정치경제학. 『한국언론정보학보』, 33, 193~225.
- 이상희 편 (1990). 『커뮤니케이션과 이데올로기』. 한길사.
- 임영호 (2000). 미디어정치경제학의 한계와 전망. 부산대 언론정보연구소 엮음. 『21세 미디어 연구의 패러다임』, 한나래, 94~128.
- 조항제 (2008). 한국의 비판언론학에 대한 비판적 성찰: 문화연구와 정치경제학을 중심으로. 『한국언론정보학보』, 43, 7~46.
- Babe, R. (1993). Communication: Blindspot of Western Economics, In Wasko, J., Mosco, V. & Pendakur, M. (eds.), *Illuminating the Blindspot: Essays Honoring Dallas W. Smythe*(pp.15~39). Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- \_\_\_\_\_ (1995). *Communication and the Transformation of Economics*. Westview Press.
- Bagdikian, B. (1992). *The Media Monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Becker, J., Hedebro, G. & Paldan, L. (1986). *Communication and Domination: Essays to honor Herbert I. Schiller*. Norwood, NJ: Ablex.
- Bolano, C., Mastrini, G. & Sierra, F. (2004). A Latin American Perspective for the Political Economy of Communications, *The Public*, 11(3), 47~58.
- Calabrese, A. (2004). Toward a Political Economy of Culture, In Calabrese, A. &

- Sparks, C. (eds.), *Toward a Political Economy of Culture: Capitalism and Communication in the Twentieth-First Century*(pp.1~12), Rowman & Littlefield.
- Curran, J. (1979). Capitalism and Control of the Press, 1800~1975. In Curran, J., Gurevitch, M. & Woollacott, J. (eds.), *Mass Communication and Society* (pp.195~230). Beverly Hills: Sage.
- Duboff, R. (1984). The Rise of Communication Regulation: The Telegraph Industry, 1844~1880, *Journal of Communication*, 34(3), 52~66.
- Ewen, S. (1976). *Captains of Consciousness*. New York: McGraw Hill.
- \_\_\_\_\_ (1998). *PR!* New York: Basic Books.
- Gandy, O. (1993). *The Panoptic Sort: The Political Economy of Personal Information*. Boulder, CO: Westview Press.
- Garnham, N. (1979). Contribution to a Political Economy of Mass Communication. *Media, Culture and Society*, 1, 121~133.
- \_\_\_\_\_ (1990). *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. Sage.
- \_\_\_\_\_ (1995a). Political Economy and Cultural Studies: Reconciliation or Divorce?, *Critical Studies in Mass Communication*, 12(3), 62~71.
- \_\_\_\_\_ (1995b). Reply to Grossberg and Carey, *Critical Studies in Mass Communication*, 12(3), 95~100.
- \_\_\_\_\_ (1997). Universal Service. In Melody, W. (ed.), *Telecom Reform: Principles, Policies and Regulatory Practices*(pp.207~212). Lyngby: DTU.
- Guback, T. (1969). *The International Film Industry: Western Europe and America Since 1945*. Bloomington: Indiana University Press.
- Guback, T. (1987). The Evolution of the Motion Picture Theater Business in the 1980s. *Journal of Communication*, 37(2), 60~77.
- Grossberg, L. (1995). Cultural Studies vs. Political Economy: Is Anybody Else Bored with this Debate? *Critical Studies in Mass Communication*, 12(3), 72~81.
- Guback, T. & Varis, T. (1982). *Transnational Communication and Cultural Industries* 92, Paris: UNESCO.
- Herman, E. & Chomsky, N. (1988). *Manufacturing Consent: A Political Economy of the Mass Media*. New York: Pantheon.

- Hills, J. (1986). *Deregulating Telecoms: Competition and Control in the United States*. London: Frances Printer.
- Jhally, S. & Lewis, J. (1992). *Enlightened Racism: The Cosby Show, Audiences, and the Myth of the American Dream*. Boulder, CO: Westview Press.
- Kellner, D. (1997). Overcoming the Divide: Cultural Studies and Political Economy. In Ferguson, M. & Golding, P. (eds.), *Cultural Studies in Question*(pp.102 ~ 120). London: Sage.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Toward a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Mansell, R. (1993). *The New Telecommunications: A Political Economy of Network Evolution*. London: Sage.
- \_\_\_\_\_ (1995). Against the Flow: The Peculiar Opportunity of Social Scientists. In Lent, J. (ed.), *A Different Road Taken: Profiles in Critical Communication* (pp.21 ~ 42). Westview Press.
- McChesney, R. (1994). Critical Communication at the Crossroads. In Levy, M. & Gurevitch, M. (eds.), *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field*. Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_ (1999). *Rich Media, Poor Democracy*. Urbana: Illinois, University of Illinois Press.
- McLaughlin, L. (2002). Something Old, Something New: Lingering Moments in the Unhappy Marriage of Marxism and Feminism. In Meehan, E. & Riordan, E. (eds.), *Sex and Money: Feminism and Political Economy in the Media*(pp.30 ~46). Minnesota: University of Minnesota Press.
- Meehan, E. (2004). Moving Forward on the Left: Some Observations on Critical Communications Research in the United States, *The Public*, 11(3), 19 ~30.
- \_\_\_\_\_ (1999). Commodity, Culture, Common Sense: Media Research and Paradigm Dialogue. *Journal of Media Economics*, 12(2), 149 ~163.
- Meehan, E., Mosco, V. & Wasko, J. (1994). Rethinking Political Economy: Change and Continuity. In Levy, M. & Gurevitch, M. (eds.), *Defining Media Studies: Reflections on the Future of the Field*(pp.347 ~358). Oxford University Press.
- Melody, W. (1993a). Dallas Smythe: A Lifetime at the Frontier of Communications.

*Media, Culture & Society*, 15, 295~297.

- \_\_\_\_\_ (1993b). On the Political Economy of Communication in the Information Society. In Wasko, J., Mosco, V. & Pendakur, M. (eds.), *Illuminating the Blindspot: Essays Honoring Dallas W. Smythe*(pp.63~81). Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- \_\_\_\_\_ (Ed.). (1997). *Telecom Reform: Principles, Policies and Regulatory Practices*. Lyngby: DTU.
- Mosco, V. (1986). New Technology and Space Warfare. In Becker, J., Hedebro, G. & Paldan, L. (eds.), *Communication and Domination: Essays to Honor Herbert I. Schiller*(pp.76~87). Norwood, New Jersey: Ablex.
- \_\_\_\_\_ (1989). *The Pay-per Society*. Norwood, NJ: Ablex.
- \_\_\_\_\_ (1996). *The Political Economy of Communication*. SAGE.
- Murdock, G. (1990). Redrawing the Map of the Communications Industries: Concentration and Ownership in the Era of Privatization. In Ferguson, M. (ed.), *Public Communication - The New Imperative: Future Directions for Media Research*(pp.1~15). London: Sage.
- \_\_\_\_\_ (1995). Across the Great Divide: Cultural Analysis and the Condition of emocracy. *Critical Studies in Mass Communication*, 12(3), 89~95.
- Murdock, G. & Golding, P. (1974). For A Political Economy of Mass Communications. In Milliband, L. & Saville, J. (eds.), *The Socialist Register 1973*(pp.205~234). London: Merlin Press.
- Pendakur, M. (1995). "Critical" Communication Research: New Directions. In Lent, J. (ed.), *A Different Road Taken: Profiles in Critical Communication*(pp.67~78). Westview Press.
- Pieterse, J. N. (2003). *Globalization and Culture: Global Melange*. Rowman & Littlefield.
- Riordan, E. (2002). Intersections and New Directions: On Feminism and Political Economy. In Meehan, E. & Riordan, E. (eds.), *Sex and Money: Feminism and Political Economy in the Media*(pp.3~15). Minnesota: University of Minnesota Press.
- \_\_\_\_\_ (2004). Feminist Theory and the Political Economy of Communication. In Calabrese, A. & Sparks, C. (eds.), *Toward a Political Economy of Culture:*



*Capitalism and Communication in the Twentieth-First Century*(pp.342~355),  
Rowman & Littlefield.

- Samarajiva, R. (1993). Down the Dependency Road? The Canada-US Free Trade Agreement and Canada's Copyright Amendments of 1998. In Wasko, J., Mosco, V. & Pendakur, M. (eds.), *Illuminating the Blindspot: Essays Honoring Dallas W. Smythe*(pp.152~180). Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- Schiller, D. (1982). *Telematics and Government*. Norwood, NJ: Ablex.
- Schiller, H. (1969). *Mass Communication and American Empire*. New York: Augustus M. Kelly.
- \_\_\_\_\_ (1973). *The Mind Mangers*. Boston: Beacon Press.
- \_\_\_\_\_ (1976). *Communications and Cultural Domination*. New York: International Arts and Sciences Press.
- \_\_\_\_\_ (1984). *Information and the Crisis Economy*. Norwood, NJ: Ablex.
- \_\_\_\_\_ (1989). *Culture Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression*. New York: Oxford University Press.
- Slack, J. (1984). Survey of the Impacts of Communication Technologies. In Dervin, B. & Voight, M. (eds.), *Progress in Communication Science, 4*. Norwood, NJ: Ablex.
- Smythe, D. (1957). *The Structure and Policy of Electronic Communications*. Urbana: University of Illinois Press.
- \_\_\_\_\_ (1977). Communications: Blindspot of Western Marxism. *Canadian Journal of Political and Social Theory, 1*(3), 1~27.
- \_\_\_\_\_ (1981). *Dependency Road: Communications, Capitalism, Consciousness and Canada*. Ablex.
- Smythe, D. & Vahn Dinh, T. V. (1983). On Critical and Administrative Research: A New Critical Analysis. *Journal of Communication, 33*(3), 117~127.
- Streeter, T. (1996). *Selling the Air: A Critique of the Policy of Commercial Broadcasting in the United States*. Chicago: University of Chicago Press.
- Tabor, M. (1991). Encouraging "Those Who Would Speak Out with Fresh Voice" Through FCC Minority Ownership Policies. *Iowa Law Review, 76*(3), 609~639.

- Tsui, L. (1995). Herbert Schiller: Clarion Voice Against Cultural Hegemony. In Lent, J. (eds.), *A Different Road Taken: Profiles in Critical Communication* (pp.135 ~ 154). Westview Press.
- Wasko, J. (1993). Introduction. In Wasko, J., Mosco, V. & Pendakur, M. (eds.), *Illuminating the Blindspot: Essays Honoring Dallas W. Smythe*(pp.1~11). Norwood, NJ: Ablex Publishing Corporation.
- \_\_\_\_\_ (2005). Studying the Political Economy of Media and Information, *Comunicacao e Sociedade*, 7, 25~48.
- Webster, F. (1995). *Theories of the Information Society*. London and New York: Routledge.
- Wood, E. (1986). *The Retreat from Class: A New 'True' Socialism*. London: Verso.
- Zuccala, A. (2006). Modeling the invisible college, *Journal of the American Society or Information Science and Technology*, 57(2), 152~168.

(투고일자: 2008.11.30, 수정일자: 2009.01.10, 게재확정일자: 2009.01.20)

## **The Development of Political Economy of Communication as a Critical Scholarship and Its Theoretical Limitations**

Sang-Hyun Moon

Assistant Professor

(School of Communication, Kwangwoon University)

This study explores the academic development of the Political Economy of Communication, which is pursued by reviewing academic characteristics, research subjects, key scholars, formal and informal institution as an academic hub, key articles, major academic associations and academic journals. In addition, this study examines important theoretical limitations and tasks to deal with in the future, which have been exposed through several heated debates with other research traditions such as Cultural Studies and Post Modernism.

**Key Words:** political economy of communication, critical communication research, cultural production, cultural studies