

# 문화제국주의의 비판적 고찰

단선적 문화제국주의에서 역동적인 국제적 문화 유동으로\*

임동욱\*\*

(광주대학교 신문방송광고학부 교수)

---

본 연구는 지난 몇 십 년 동안의 문화제국주의 논쟁에서 가장 큰 쟁점들을 정리하고 평가분석·해석하는 데 중점을 두었다. 이들 쟁점의 하나는 국제적 문화 유동(교류)의 성격에 관한 것이었다. 이 교류에 대한 해석을 두고 문화제국주의가 끝났느냐 아니면 계속되고 있느냐 하는 이른바 ‘문화제국주의의 역전 현상’으로 이어졌다. 또 하나의 논쟁은 이러한 유동이 세계화의 연속이나 아니면 지역화의 일환이나, 또는 이 유동이 동질화를 불러일으키느냐 아니면 혼성으로 이어지느냐에 관한 것이었다. 대체적인 견해는 예전의 문화제국주의, 주로 1960년대와 1970~1980년대식의 일방적인 문화제국주의는 존재하지 않지만, 여전히 초국적 미디어 기업에 의한 세계적 지배는 형태를 달리할 뿐 여전히 존재하고 있다는 것이다. 따라서 문화미디어 제국주의 논쟁에서는 국가 간의 문화교류를 어떻게 바라보고 있는가? 문화제국주의는 존재하고 있는가? 세계화는 어떻게 바라보아야 하는가? 세계화는 또 다른 이름의 제국주의인가? 결론적으로 국제적 문화 유동은 그렇게 간단한 것이 아니다. 자연 현상이나 인류의 진보도 마찬가지이지만, 어느 한 현상은 하나의 요소나 관계만으로 이루어지는 것이 아니다. 문화 유동도 다양한 여러 현상과 관계 등이 관계하여 이루어지는 복합적인 것이다. 이는 외부와 내부의 모순, 문화 유동과 관계된 국가와 사회의 내부·외부 관계, 계급, 사회적·문화적 상황 등과 관련이 있다. 최근의 문화(미디어)제국주의 논쟁에서도 특정한 나라의 편성과 장르에서 지역화와 세계화가 맞물려 복합적으로 나타난다는 연구 결과가 나오고, 특정 프로그램과 문화에 대한 문화 해석이 그 나라의 문화와 양식에 맞게 변형되기도 한다는 연구 결과가 나오고 있다. 문화의 유동은 양면성이 있다. 어떤 시기나 어느 국가에서는 그것이 이롭거나 긍정적으로 작용하기도 하고 어떤 경우에는 해롭거나 부정적으로 작용하기도 한다. 국제적 문화 유동에서는 제국주의적인 요소와 세계화, 지역화, 동질화, 혼성이 동시에 작동하고 있다. 문화제국주의론이나 문화제국주의를 비판하는 양측 모두 동전의 한 면만을 보고 있다. 따라서 지금 이 시점에서 문화제국주의 현상이 끝났다고 결론 내리기는 어렵다. 왜냐하면 국제적 문화 유동에서 미국과 초국적 미디어 기업의 지배(영향력)는 계속되고 있기 때문이다. 다만

---

\* 이 논문은 광주대학교 연구활동 지원금을 지원받을 예정이다.

\*\* dongukim@gwangju.ac.kr

그 원인을 외부의 적으로만 돌려버리는 단선적인 문화제국주의가 아니라 복잡한 국제적 문화 유동의 과정을 밝혀 지배적 관계들(또는 과단한 영향력)을 밝혀내는 것이 중요하다.

주제어: 문화제국주의, 세계화, 초국적 미디어 기업, 문화 동질화(혼성)

---

## 1. 문제의 제기

국제 간의 커뮤니케이션과 문화 교류에 관한 논쟁은 상당히 오래되었다. 제2차 세계대전이 끝나고 많은 식민지 국가들이 독립을 하자, 미국 등 선진자본주의 국가들과 발전도상국들은 국가 간의 경제 교류뿐만 아니라 문화나 커뮤니케이션 분야에서의 교류 필요성을 느꼈다. 이런 필요성은 미국에 의해 주도된 발전이론 또는 근대화이론에서 그 필요성이 제기되었고, 많은 발전도상국들은 미국의 발전 모델을 받아들여 자국에 적용하였다. 그러나 남미와 아프리카, 아시아의 많은 나라들에서는 미국의 발전 모델을 받아들여 적용한 결과, 자국의 경제발전을 가져오기보다는 오히려 미국과 선진 유럽에 대한 경제 종속이 심화되었다는 주장이 제기되었고, 이는 종속이론으로 발전한다.

문화나 커뮤니케이션 영역에서도 많은 국제 교류가 이루어지지만 이 교류 또한 일방적인 흐름이라는 주장이 제기되고, 이는 문화제국주의나 문화종속이론으로 발전한다. 따라서 문화와 커뮤니케이션 교류에 관한 국제적 논쟁은 50년이 넘게 지속되고 있다. 이 논쟁의 핵심은 문화제국주의 현상이 지속되고 있는가, 그리고 이른바 ‘미디어(문화)제국주의의 역전’ 현상은 이루어졌는가에 관한 것이다. 또한 국제적 문화 유동을 분석하고 추적하는 데 문화제국주의라는 이론적 틀은 여전히 유용한가에 관해 집중되었다.

논쟁을 요약하자면, 예전의 문화제국주의, 주로 1960년대와 1970~1980년대식의 일방적인 문화제국주의는 존재하지 않지만, 여전히 초국적 미디어 기업에 의한 세계적 지배는 형태를 달리할 뿐 여전히 존재하고 있다는 주장 또한 만만치 않다. 따라서 문화(미디어)제국주의 논쟁에서는 국가 간의 문화교류를 어떻게 바라보고 있는가? 문화제국주의는 존재하고 있는가? 세계화는

어떻게 바라보아야 하는가? 세계화는 또 다른 이름의 제국주의인가? 아니면 세계화는 지구촌에 긍정적 발전을 가져다주는가? 세계화는 문화 동질화와 혼성 등과 어떤 관계를 가지고 있는가? 초국적 미디어 기업에 의한 세계적 지배와 세계 시장에 적응하기 위한 다양한 전략 등은 어떻게 해석해야 하는가? 이런 주장들의 밑바탕에는 예전의 일방적인 문화제국주의는 퇴조하고 정교하고 복합적인 국제적 문화 유동으로 그 양상이 바뀌었다는 것이 자리하고 있다. 본인은 이러한 문제제기에 답하기 위해 구체적으로 다음과 같은 연구문제를 다루고자 한다.

첫째, 문화제국주의가 비판받고 있는 주요 쟁점들은 무엇인가? 문화제국주의를 비판하는 학자들은 남미에서의 텔레비전 유입 등을 예를 들어 문화제국주의 현상이 사라졌다고 주장한다. 그들은 문화 수용 과정에서의 능동성을 들며 국제적인 문화 교류에서의 일방적인 문화제국주의 현상은 사라졌다고 비판한다. 또한 문화제국주의 비판론자들은 남미에서의 브라질이나 멕시코는 하부 문화제국주의 역할을 하기 때문에 종속이론에서 주장하는 중심이나 본산 등의 기능을 하는 문화제국주의는 사라졌다고 비판한다. 이러한 주장들의 일부는 맞고 일부는 틀리다. 이들 쟁점을 집중적으로 살펴본다.

둘째, 문화제국주의를 비판하는 일부 학자들은 미디어제국주의 현상이 역전되었다고 주장한다. 그렇다면 과연 미디어제국주의 현상은 역전되었는가? 이들이 미디어제국주의에 대한 대안으로 제시하는 ‘중범위 이론’은 문화제국주의의 대안적 이론이 될 수 있는가?

셋째, 세계화와 지역화, 동질화와 혼성 등은 문화제국주의와 어떤 관련이 있으며, 국제적으로 전개되고 있는 문화 유동의 다양한 방식들은 문화제국주의 양식과 관련이 있는가? 본문에서 강조하겠지만 국제적인 문화의 유동은 그렇게 간단하고 단순한 것이 아니다. 국제적인 문화 유동 또는 문화제국주의는 제국주의와 외부 국가(사회)라는 외부의 요소와 한 국가(사회)의 내부적 요소가 복합적으로 결합되어 나타난다.

필자는 기존의 문화제국주의나 국제적 문화 유동 논쟁 주장들을 소개하고 쟁점별로 각 주장의 목적과 의도에 대한 필자의 견해를 밝히고자 한다. 최근까

지의 문화제국주의와 국제적 문화 유동에 대한 연구에서도 이런 쟁점들을 중심으로 이론적 주장을 하거나 실증적 연구를 통하여 자기의 주장을 입증하는 방식으로 전개되고 있다. 필자는 이 논문에서 국제적인 문화 유동 현상을 두고 제국주의냐 아니냐 하는 단선적인 주장보다는 이 현상들<sup>1)</sup>이 어떻게 나타나고, 이 현상에 대한 본질은 무엇인가에 논의를 집중해야 한다고 주장한다. 이러한 노력의 일환으로 국제적 문화 유동 현상, 문화제국주의의 복잡하고 다양한 양상, 예를 들어 정보와 언어 영역의 제국주의, 편성 패턴의 방식을 살펴보기로 한다. 그리하여 국제적 문화 유동의 방식이 복합적이고 다양하게 전개되고 있다는 것을 보여주고자 한다.

## 2. 이론적 검토—문화제국주의와 반(反)문화제국주의

이 장에서는 문화의 국제적 교류와 유통 등에 대한 이론과 접근 방법들 중에서 문화(미디어)제국주의와 이를 반박하는 이론을 간략하게 소개하기로 한다.

### 1) 문화제국주의

제국주의 내지는 종속이라는 개념과 틀들을 거부하고 비판하면서, 문화와 정보 교류 자체가 인류 문화 발전의 원동력이 된다고 주장하는 학자들은 문화확산론자들이다. 문화확산 이론에 따르면 한 사회와 국가에서의 문화유입은 아무런 제약이 없는 자유경쟁에 의하여 우수한 문화는 자연스럽게 열등한 문화로 흘러들어간다고 주장한다. 국제간의 문화유입 현상은 자유 시장 논리에 의하여 그 영역을 확장해나간다. 문화제국주의론은 문화확산 이론에

1) 이 현상을 두고서도 지배나 헤게모니냐 또는 지배나 헤게모니가 아니다 라는 식의 논쟁으로 다시 옮겨가곤 한다. 세계화를 바로 보는 시각도 긍정적·부정적 영향 그리고 동질화, 혼성(화)의 논쟁으로 이어졌다.

대한 비판으로부터 출발한다. 1950년대와 1960년대 미국은 서구의 문화 및 가치 체계가 제3세계의 발전과 근대화를 이룩하는 데 도움을 줄 수 있다고 판단하였다. 서구 국가들, 특히 미국은 제3세계 국가들을 제2차 세계대전 후의 새로운 질서에 편입시키기 위하여 제3세계의 근대화와 발전에 깊숙이 개입하게 된다. 다른 한편, 제3세계 국가들은 서구 중심의 발전전략이 그들 나라의 근대화를 촉진시키고 탈식민지 상태를 속히 벗어날 수 있게 할 것이라고 믿었다.

그러나 문화확산 이론과 발전 이론은 비판에 직면하게 된다. 문화확산론과 발전 이론이 전통과 근대라는 이분법과 백인 중심의 인종주의에 근거하고 있다고 비판받았다. 특히 종속이론은 서구 중심의 발전론을 비판하며, 서구 중심의 발전 전략을 받아들였지만, 결국 남미 국가와 제3세계에 남겨진 것은 ‘저발전의 발전’밖에 없다고 주장하였다.

문화제국주의론은 종속론과 제국주의론에 입각하여 문화와 커뮤니케이션 영역의 불균등과 미국의 지배를 비판한다. 제3세계 국가들이 서구 중심의 발전이론과 근대화 이론을 받아들였지만, 결국은 서구 중심의 가치와 이데올로기와 문화 등이 제3세계를 동질화시켰다고 주장한다. 구체적인 문화제국주의 이론의 주장은 다음과 같다(임동욱, 1990, 104~107쪽). 첫째, 문화산업과 커뮤니케이션 산업의 활동들도 여타 다른 산업들과 마찬가지로 국제관계 차원에서 이루어지고 있다는 것이다. 문화산업과 커뮤니케이션 산업에서 국경이란 존재하지 않는다. 물론 다국적 독점기업들이 이러한 국제적인 활동에서 선봉장이 되어온 것은 두말할 나위가 없다. 국제 차원에서 이루어지는 활동의 결과로 문화와 정보의 영역에서도 국제적 불균등 관계 내지는 종속적 관계가 나타나고 있다.

둘째, 문화와 커뮤니케이션 산업의 활동들은 경제 관계 속에서 이해되어야 한다. 문화와 지식, 언어, 의식 등 인간의 지적인 생산물은 그들의 사회적·물질적인 토대에 근거를 두고 있다는 마르크스의 고전적인 명제에 입각하여, 문화제국주의 이론은 문화와 커뮤니케이션 산업의 전 세계적 자본주의 팽창을 지배하는 합법칙성과 일반적인 경향들을 찾아내는 데 주력하여왔다. 따라서

그들의 관심이 다국적 독점기업들의 시장팽창 과정과 이윤극대화 과정의 추적에 모아지고 있다는 사실이 이상할 것은 하나도 없다.

셋째, 문화산업과 커뮤니케이션 조직은 이데올로기 생산기구로서 파악되어야 한다. 커뮤니케이션 조직은 그 자체가 하나의 경제기초이면서 상품을 생산해내지만 또 한편으론 이데올로기, 가치와 사회의식도 생산해내는 이중적인 구조를 가지고 있다. 따라서 문화제국주의 주창자들은 미디어 조직이란 국내적으로는 지배 계급의 이데올로기를, 국제적으로는 지배국가의 이데올로기를 생산하는 기구라고 주장을 하며, 문화적인 패권 국가들을 제국주의 이데올로기의 생산국가로 규정짓고 있다.

## 2) 문화제국주의 비판

문화제국주의는 1980년대 초부터 비판을 받아왔다. 앞서 소개한 문화확산론에서의 비판뿐만이 아니라 — 문화확산론에서의 비판은 문화제국주의 자체를 인정하지 않는 맥락이지만 — 전 세계적인 문화지배나 종속, 제국주의 현상을 인정하는 학자들 사이에서도, 문화제국주의의 주장이 과장되고 일방적이거나 때로는 왜곡된 경우도 있다는 것이다. 문화제국주의에 대한 비판은 주장하는 관점과 시각에 따라 다양하지만, 가장 많이 제기되고 있는 비판을 요약하자면 다음과 같다(임동욱, 2006, 132~138쪽).<sup>2)</sup>

첫째, 문화제국주의를 비판하는 학자들은 문화제국주의가 국제간의 문화교류에 있어서 불균등한 교류의 원인을 유입국가의 내부 요인보다는 외부의적인 제국주의로 모두 돌리고 있다고 주장한다. 문화제국주의의 이른바 ‘일방적 획일화’ 명제와 ‘지배적 헤게모니’ 개념에 대한 근본적인 문제제기를 하고 있는 것이다(Straubhaar, 1991, p.40). 문화제국주의에 의하면 문화교류의 흐름은 중심 국가인 미국과 서유럽으로부터 주변 국가인 제3세계로 향하는 일방적이고 종속적인 것이다. 물론 불균등한 흐름의 원인은 제국주의의 야욕 때문

2) 문화제국주의에 대한 비판은 임동욱(2006, 132~138쪽)의 내용을 요약하였다. 자세한 쟁점별 주장과 논쟁은 다시 뒤에서 자세하게 언급한다.

이다. 제국주의 국가들은 그들의 경제적·문화적 이익을 채우기 위하여 주변 국가로 문화를 일방적으로 흘러보낸 것이다. 이 과정에서 제국주의 국가들은 많은 경제적 이익과 문화적·이데올로기적 이익을 취하고, 이데올로기 공세를 나중의 공세를 위한 기반이 된다는 것이다.

그러나 중심국가와 주변국가라는 일방적 ‘획일화 명제’와 ‘지배적 헤게모니’ 개념은 1980년대 초부터 문화제국주의를 비판하는 학자들로부터 거센 비판의 주된 근거가 된다. 문화제국주의 비판론자들에 의하면 이제 더 이상 세계는 중심과 주변, 지배와 피지배라는 이분법적 개념으로 나눌 수 없으며 문화와 커뮤니케이션 영역에서도 일방적이고 종속적인 흐름은 없다는 것이다. 중심국가와 주변국가 명제에 대한 비판은 문화제국주의 비판 학자들이 최근 들어 가장 많이 언급하며, 실증적으로 예를 들어 설명하는 ‘수문장(gate keepers)’ 국가의 역할 또는 유사 문화제국주의 개념으로 발전하게 된다.

‘중심·주변’ 모델은 미국 중심의 지배적 문화가 주변 국가의 문화를 침해하고 문화적 다양성과 문화적 동질성을 해친다는 문화제국주의의 핵심적인 명제로서, 이 중심·주변 테제가 비판받자 문화제국주의는 심각한 비판에 직면하게 된다. 문화제국주의는 산토스, 프랑크, 월레스타인 등이 주장한 미국을 중심국가로, 제3세계의 저발전 국가들을 주변국가로 상정한 종속 모델을 문화와 커뮤니케이션 영역에도 적용한 것이다. 그러나 종속 모델의 중심·주변 국가 테제가 비판을 받음으로서 문화제국주의도 심각한 비판에 직면하게 된다(Appadurai, 1990, p.296; Tomlinson, 1997/1998, 299~300쪽; Sinclair, 1993/2005: 232~233쪽).

둘째, 문화제국주의가 비판받는 이유 중의 또 하나는 국제간의 문화 수용과정에서 그 문화를 받아들이는 국가의 수용자들이 무시된다는 것이다. 문화제국주의를 비판하는 학자들은 문화제국주의가 수용자들을 효과이론의 피하주사이론이나 탄환이론의 수용자같이 수동적이고 피동적인 존재로 파악하고 있다고 주장하였다. 강효과이론에서는 수용자에 대한 미디어의 일방적인 영향력을 강조하였고, 이 과정에서 수용자들은 일정한 의미를 단순하게 전달받기만 하는 수동적이고 무기력인 대상이 되었다. 문화제국주의를 비판하는

학자들에 의하면 강효과 이론과 마찬가지로 문화제국주의에서도 주변국가인 수용국가의 수용자들은 송신자인 제국주의의 공세에 저항을 하지 못하는 아주 무기력한 존재가 된다고 주장한다. 즉, 제국주의의 일방적인 공세에 주변국가의 수용자들은 아무런 저항 없이 중심국가의 이데올로기를 받아들이는 피동적이고 무기력한 존재가 되는 것이다. 문화제국주의를 비판하는 학자들(Morley, 2006, p.39)은 문화제국주의가 20세기 초에 그 위력을 발휘하였던 강효과 이론을 다시 부활시키는 방식으로 송신국가인 제국주의의 위력을 너무 부각한다고 주장한다.

이들은 이에 대한 근거로 능동적인 수용자를 제시하며, 국제간의 문화교류에 있어서도 제3세계의 수용자들은 능동적이고 적극적인 수용 과정을 거친다고 주장한다. 여기서 말하는 능동적인 수용자란 강효과 이론에서와 같이 수용자가 나약하고 수동적인 존재가 아니라 자기가 처한 문화적 맥락과 사회적 상황에 따라 문화(또는 프로그램)를 해석하는 복합적인 존재이다. 문화적·사회적 상황은 그가 처한 사회의 문화 표현양식, 사회 질서와 관계, 수용자의 심리적 상황 등 주관적인 의미 해석을 포함한다. 따라서 수용자들은 문화를 아주 단순하게 수용하는 수동적·피동적 존재가 아니다.

이런 맥락에서 만약 제3세계 국가의 수용자들이 미국의 프로그램을 보았고 해서 수용자가 단순하게 그 프로그램의 의미를 받아들이는 것이 아니라 수용자들은 그 나라의 문화적 상황과 사회적 맥락 등을 감안해서 프로그램을 받아들인다. 즉, 전 세계의 수용자들은 미국의 문화를 단지 수동적으로 받아들이는 것이 아니라 미국 프로그램이 제공하는 미국 문화의 의미를 수용자에 맞는 방식으로 능동적으로 해석한다는 것이다. 문화제국주의 주창자들이 주장하듯 미국 문화가 일방적으로 다른 나라들의 문화를 소멸시키거나 동질화시키지는 않는다고 주장한다. 주로 수용자의 능동적 해석을 주장하는 학자들에 의해 주장되고 있는데, 이들 연구는 문화 연구와 밀접한 관련을 가지고 있다(Ang, 1985; Liebes, 1985, 1988; Katz and Liebes, 1985).

셋째, 남미나 아시아 등에서 텔레비전 프로그램의 지역생산자의 역할을 하며 그 주변에 텔레비전 프로그램을 수출하고 있는 나라들의 등장이다. 문화



제국주의 주장을 비판하는 학자들은 이들 나라들이 미국으로부터 여전히 TV 프로그램을 수입하지만, 자체적으로 TV 프로그램을 만들어 그 주변의 나라에 프로그램을 수출하는 지역 생산자로 등장했다는 것이다. 주로 남미의 멕시코와 브라질, 아시아의 인도, 일본, 홍콩, 최근의 한국 등을 지칭하는데, 이들 나라들은 그 지역에서 게이트 키퍼 역할을 하며 하부 제국주의 역할을 하고 있다는 것이다.

따라서 문화제국주의에서 주장하듯 문화나 TV 프로그램 교류가 일방적이거나 종속적이기보다는 상호종속(interdependence)이 이루어지고 있으며, 멕시코나 브라질 등의 국가는 TV 프로그램 교류에서는 더 이상 종속 국가가 아니라 지역의 중심 국가라는 것이다(Straubhaar, 1991). 로저스와 슈멘트 등(Rogers and Schment, 1984, p.160; Schment et al., 1984, p.171)은 이를 ‘미디어제국주의의 역전(reversed media imperialism)’이라고 표현하며, 텔레노벨라의 성공과 남미 미디어 기업의 성장은 이제 적어도 남미에서는 문화제국주의가 현저히 퇴보한 것이라고 주장한다.

이와 같은 맥락에서 이미 아시아의 텔레비전 프로그램 생산자들도 경쟁력이 상당해서 일방적인 문화제국주의의 영향력을 받지 않는다고 주장한다. 다만, 홍콩, 인도, 한국 등의 일부 방송국들은 예전의 미국 등의 프로그램을 일방적으로 수입하던 상황에서 벗어나 이제는 자생적인 지역 경쟁력을 갖추었다(Chadha and Kavoori, 2000, pp.425~428).

이 주장은 이미 1980년대부터 제기된 것으로, 특히 남미의 인기 드라마 장르인 텔레노벨라를 예로 들면서 문화제국주의의 영향력이 반감된 예로 자주 제시하고 있다. 이들 나라들은 TV 프로그램을 자체적으로 생산하는 능력이 상당해서 더 이상 미국의 프로그램에 의존하지 않을 뿐 아니라 주변의 나라들에게 프로그램을 수출하는 준제국주의 역할을 하고 있다는 것이다. 1960년대와 1970년대 일부 남미 국가들의 경우, 미국으로부터의 TV 프로그램 수입 비율이 80~90%에 달할 정도로 높아서 국제적인 문화유입이나 TV 프로그램의 일방적인 수입이 극에 달하였고 이는 문화제국주의의 주된 공격 목표가 되었다. 그러나 이제 그 일방적인 문화유입 현상이 상당히 해소되어

더 이상 일방적인 문화제국주의는 없다고 주장한다.

### 3) 문화제국주의 옹호

문화제국주의에 대한 비판이 계속 이어지고 있지만, 1990년대와 2000년대에 들어서도 여전히 미국에 의한 세계적 문화 지배는 계속되고 있다고 주장하는 연구자들 역시 많다. 문화제국주의라는 명시적인 표현을 쓰는 학자, 제국이라는 표현을 하는 연구자, 제국주의라는 표현은 쓰고 있지 않지만 미국의 지배와 문화적 헤게모니를 인정하는 학자 등 표현의 방식과 강도는 다르지만, 이들은 공통적으로 미국과 초국적 미디어 기업의 세계적 지배 현상을 인정하고 있다. 이들은 미디어 분야만이 아닌 문화의 다른 다양한 영역, 예를 들어 정보통신 기술, 음악 산업, 광고, 언어, 교육 등에서의 미국 지배의 예를 들어 미디어 제국주의<sup>3)</sup>만이 아닌 문화제국주의 다양한 측면을 강조한다.

문화제국주의를 옹호하는 연구의 흐름은 크게 두 가지로 구분할 수 있다. 첫째, 미국의 미디어 분야에서의 지배는 여전히 강력하며 이러한 문화제국주의 현상은 세계화의 확대에 의해 지속되고 있다고 주장한다. 지금은 작고하였지만 허버트 쉴러는 대표적인 문화제국주의 지지자이다. 쉴러(Schiller, 1991, p.22)는 아직 제국주의는 끝나지 않았다고 규정하면서, 세계화의 확대로 제국주의의 여러 징후들은 분명히 나타나고 있다고 주장한다. 그에 의하면 미국에 의한 ‘미디어-문화 지배’는 계속되고 있으며, 바로 ‘지배가 정확히 문화제국주의’라고 문화제국주의의 유효성을 강조하였다.

맥체스니 역시 이러한 시각을 유지하며 미디어제국주의는 계속되고 있다고 주장한다. 특히 그는 신자유주의 확장에 따른 글로벌 미디어의 세계적 지배에 주목한다. 그에 의하면 과점의 형태로 지속되는 초국적 글로벌 미디어 기업의 사적 소유는 특히 민주주의의 진전에 걸림돌이 된다고 주장한다 (McChesney, 2001, pp.12~13). 그에 의하면 세계적 저널리즘과 영화는 여전히

3) 미디어제국주의와 문화제국주의에 대한 개념과 이에 따른 문화제국주의 논쟁에서의 혼선은 뒤에서 다시 언급하기로 한다.

세계에서 지배적 위치를 점하고 있다. 1999년 할리우드 영화와 TV 쇼의 수출이 22% 늘었으며, 이는 미디어 기업의 상업화와 사유화에 의해 더욱 가속되고 있다. 맥체스니는 문화제국주의라는 명시적인 표현은 하지 않지만, 신자유주의에 따른 세계화와 군산 복합체, 그리고 미디어와의 관계가 제국주의의 본질이라고 주장한다(op.cit., pp.16~18).

둘째, 문화제국주의를 주장하는 또 다른 연구자들은 문화제국주의를 이전의 전통적 제국주의와 구분한다. 이들에 의하면 현대에서는 제국주의가 문화제국주의 형태로 나타나고 있는데, 이는 광고, 홍보, 정보통신기술, 언어, 교육 등의 다양한 분야에서 발현되고 있다고 주장한다. 제임스 페트라스(James Petras)는 제국주의를 ‘전통적’인 형태와 ‘근대적’ 형태로 구분하면서, 과거에는 ‘교회, 교육 시스템, 공적인 당국’과 같은 전통적인 제국주의가 횡행한 반면, 현대에는 “매스 미디어, 홍보, 광고, 세속적 연예인들과 지식인들이 주요한 역할을 하고 있다”고 주장하였다(Petras, 1993, p.140). 예전에는 군대나 폭압적 강제력을 동원한 제국주의가 횡행했으나 이제는 의식, 지식, 정보, 기호 체계 등의 문화나 생활에서의 문화제국주의로 그 형태가 변모하였다는 것이다. 보이드-바렛은 제국주의의 확장된 영역으로 정보통신(ITC)영역을 제시하고 있다. 그에 의하면 초기의 미디어제국주의 이론에서는 텔레비전 분야에만 관심을 기울였으나, 이제 인터넷과 온라인 등 정보통신 분야에 눈을 돌려야 한다고 하였다. 따라서 제국주의의 새로운 영역인 정보통신과 신기술 분야에서 미국은 또 다른 제국의 지위를 계속 유지하고 있다고 주장한다(Boyd-Barrett, 2006, p.53).

머독(Murdock, 2006, pp.24~28)은 위의 시각과는 약간 달리, 미디어제국주의나 문화제국주의라는 용어를 명시적으로 사용하지 않지만, 세계화에 따른 자본주의의 팽창에 대해 언급한다. 머독은 세계화 시장에서의 초국적 기업들의 역할에 주목하며 이들 초국적 기업들은 세계 시장에서 ‘이동 소비자’를 만들어낸다고 주장한다. 초국적 글로벌 미디어 기업들은 세계화를 위한 ‘현지화 전략’ 등을 구사하며,<sup>4)</sup> 여전히 세계적인 지배력을 행사하고 있다. 머독은 초국적 기업들의 행위를 로마의 제국주의에 빗대어 ‘정복자’라고 규정하며,

초국적 미디어 기업의 행태가 또 다른 (문화)제국주의임을 암시하고 있다.

문화(미디어)제국주의를 옹호하는 학자들은 문화제국주의라는 명시적인 용어를 쓰지 않고, 또한 문화제국주의의 일부 테제를 비판하더라도, 미디어 분야와 언어, 문화 체계, 광고·홍보, 정보통신 기술 등의 새로운 영역에서의 미국에 의한 지배는 계속되고 있다고 주장한다. 특히 세계화의 진전과 초국적 글로벌 미디어 기업과 같은 사적 자본의 팽창은 미국의 지배를 지속시키고 있다고 주장한다.

### 3. 문화제국주의 쟁점에 대한 논의

여기에서는 국제적인 문화와 커뮤니케이션의 교류와 관련해서 문화제국주의를 옹호하는 연구자들과 이를 비판하는 연구자들의 주장들 중에서 가장 논란이 되고, 광범위하게 전개되었던 쟁점을 중심으로 논의하기로 한다.

#### 1) 문화제국주의의 역전 현상

문화제국주의 테제를 반박하는 강력한 논거는 제3세계 국가의 미디어 산업이 상당한 규모로 성장을 해서 이제 이들은 제국주의의 희생자가 아니라 또 다른 유사 제국주의가 되었다는 것이다. 제3세계 일부 미디어 기업의 규모가 이주 커지고,<sup>5)</sup> 그 결과 이들은 다른 나라로 프로그램을 수출하는 정도로까지 발전하였다. 일부 학자들은 이를 미디어제국주의의 역전(reverse media imperialism)이라고 표현하며 적어도 남미에서는 문화제국주의의 영향력은 현저히 사라졌다고 주장한다.

로저스와 쉬멘트(Rogers and Schment, 1984, p.160)는 다음과 같이 주장한다.

4) 초국적 글로벌 미디어 기업의 전략은 뒤에서 다시 언급된다.

5) 멕시코의 Televisa, 브라질의 Globo가 대표적이다. 그러나 이들의 성장은 국가의 후원과 정치권과의 결탁 속에서 독점적 지위를 유지할 수 있었기 때문에 가능한 것이었다.

“이는 복수에 따른 역전된 미디어제국주의이고, 제3세계로부터 선진 발전국가로의 미디어 생산물의 대규모 수출을 나타낸다.” 남미의 미디어 유통을 특집으로 다룬 커뮤니케이션 리서치(Communication Research)의 또 다른 글에서 쉬멘트와 동료들(Schment et al., 1984, p.171)은 계속해서 미디어제국주의의 역전을 언급하며, “이러한 표면상의 역전된 미디어제국주의에서 분명한 미국 헤게모니 패러다임(American hegemony paradigm)의 여지는 없다, 이러한 경우는 또한 자유 유통 패러다임(free flow paradigm)에 대해 이례적인 것이다.”

그러나 남미와 제3세계 국가들의 미디어 산업의 성장의 예와 문화 수용 과정에서의 수용자의 능동성을 들어 문화제국주의의 주장이 과장되었고 너무 단순하다고 꾸준히 비판해온 싱클레어(Sinclair, 1993/2005)조차도 문화제국주의가 역전되었다는 이들의 주장은 과장되었다고 비판하였다. “미국 시장에서의 텔레비사(Televisa)의 침입이나 글로보(Globo)의 포르투갈이나 이태리에 대한 수출이 문화제국주의의 역전 형태라는 제안은 최악의 경우 와전에 근거한 비아냥거림이거나 아주 좋게 보아도 무지이다.” 또한 싱클레어는 미디어제국주의의 역전이라는 주장을 해온 로저스와 안톨라가 자신들의 연구에서 멕시코는 1982년에도 텔레비사가 십 년 전에 설립되었던 당시와 비슷하게 프로그램의 절반 정도를 수입했다는 예를 들며, 미디어제국주의의 역전이라는 주장을 반박하였다. 따라서 그는 “역전된 미디어제국주의라는 생각은 비슷한 이유에서 더 이상 유지될 수 없다”고 하였다(Sinclair, 1990, p.350).

이와는 다른 맥락이지만, 아직도 문화제국주의의 테제를 지지하는 허만과 맥세스니는 일부 제3세계 국가들의 거대 미디어 기업은 그 지역에서 ‘미디어 신제국주의’ 내지는 ‘하부 제국주의’ 역할을 하고 있다고 지적한다. 그렇지만 그들의 포맷은 파생적인 것에 불과하며, 외국으로부터의 편성과 기자재, 광고원에서 여전히 무시할 수 없는 비중을 차지하고 있기 때문에 제국주의와는 차원이 다르다고 주장한다. 허만과 맥세스니에 따르면 이들의 역할은 제한적이어서 제국주의의 하부 역할만을 하며, 편성과 기자재, 광고에서 여전히 제국주의 국가에 의존하고 있다고 한다(Herman & McChesney, 1997/1998, 306~314쪽).

세상을 떠나기 전까지 문화제국주의를 옹호하였던 쉐러(Schiller, 1991, p. 22)도 문화제국주의의 역전이라는 주장을 비판하며 (독일과 영국과의 합작으로) 미국의 문화적 영향력은 지속될 뿐만 아니라 오히려 그 영역을 동유럽과 러시아까지 더욱 넓히고 있다고 주장하였다.

국제적 텔레노벨라 논쟁과 유통의 역전에 대한 논의에 대한 연구에서 빌터 레이스트와 미어스(Biltereyst & Meers, 2000, pp.398~400)는 남미 미디어 산업의 성장과 텔레노벨라의 국제적 유통이 광범위하게 이루어져 ‘문화제국주의의 역전’ 현상이 이루어지고 있다는 주장은 과장되었다고 주장한다. 그들은 문화제국주의의 역전이라는 주장이 “철저한 이론적 주장의 결여”와 “유통의 역전이라는 실증적 데이터의 부족”으로 그 주장 자체가 과장되었다고 결론짓고 있다. 하지만 이들 역시 텔레비전 영역에서의 미국의 영향력 감소는 인정하고 있다.

문화제국주의 역전이라는 표현을 사용하지 않지만, 싱클레어와 스트로바 등의 많은 학자들은 남미의 브라질, 멕시코, 인도, 홍콩, 한국 등의 TV 산업의 예를 들며, 이들 나라에서 미국의 영향력은 현저히 낮아졌으며, 때로는 지역의 맹주 역할을 하고 있다고 주장한다(Sinclair, 1993/2005; Sinclair, 1996; Sinclair and Harrison, 2004; Straubhaar, 1991; 1984).

제3세계의 학자들도 인도(Pendakur and Subramanyam, 1996), 홍콩(Chadha, and Kavoori, 2000), 이집트(Amin, 1996), 한국(Jin, 2007) 등의 예를 들며 문화제국주의의 영향력이 감소되었다는 증거들을 제시하고 있다. 한국이 중국, 베트남 등 동남아시아로 TV 드라마와 영화, 음악 등을 수출하고 있는 ‘한류’ 현상도 문화제국주의의 영향력이 감소한 것으로 볼 수 있다. 한국은 외국 프로그램의 편성 비율이 상당히 낮을 뿐만 아니라, 이제 한국이 만든 텔레비전 프로그램이나 영화, 음악 등이 해외로 수출되어 한국의 문화를 전파하는 데 기여하고 있다. 따라서 한류는 한국에서 문화제국주의의 영향력이 감소된 것으로 볼 수 있을 뿐만 아니라, 더 나아가서 다른 나라에 문화적 영향력을 행사하는 정도로까지 발전했다. 이 현상이 하부 문화제국주의 역할을 하는 것으로까지 보아야 할 것인지는 더욱 많은 논의가 필요하다. 진달영은 한국 드라마가

중국과 대만 등에서 인기가 있는 것은 한국 드라마가 그들의 문화적 가치와 정서에 부합하고, 드라마가 지겹지 않고 재미있기 때문이라고 분석하였다(Jin, 2007, p.760).

문화제국주의 현상, 구체적으로는 텔레비전 영역에서 미국의 지배력과 영향력은 상당히 완화되었다. 일부 지역의 경우, 텔레비전 산업의 성장으로 자국 프로그램에 대한 시청이 늘어나고, 상대적으로 미국 프로그램에 대한 수입이 줄어들었을 뿐만 아니라, 일부 국가의 경우 프로그램 수출 등으로 일정 지역에서 영향력을 행사하고 있다. 따라서 적어도 특정지역의 텔레비전 분야에서 미국의 영향력과 지배는 감소되었다고 볼 수 있다. 그러나 이를 두고 ‘문화제국주의의 역전’이라고 부르거나 미국의 지배력과 헤게모니가 약화되었다고 표현하는 것은 미디어의 많은 영역이나 문화의 다른 영역 중에서 일부 현상을 과장하는 것이다. 뒤의 변화하는 문화제국주의 논의에서 다시 언급하겠지만, 오늘날 문화제국주의 현상은 패턴과 영역이 다양해지고 있고, 초국적 미디어기업의 전략도 변하고 있다.

## 2) 문화의 세계화 대 지역화, 동질화 대 혼성(잡종)화

문화제국주의 논쟁에서 가장 복잡하고 민감한 문제가 세계화를 어떻게 바라보느냐이다. 최근의 사회학, 정치학, 경제학 토론에서도 세계화는 한 마디로 설명하기 어려운 아주 복잡하고 난해한 주제이다. 물리학 및 사회학에서도 복잡이라는 용어 자체가 이미 거대한 담론의 하나가 되었으며, 경제학에서는 복잡계라는 것이 중요한 화두가 되었다.

어리(Urry)는 세계화를 ‘복잡성(complexity)’이라는 측면에서 분석을 하면서, 환원론적인 세계화의 규정이나 설명을 경계한다. 어리는 세계화를 “결국 환원론적인 것보다는 복잡한 관계(세계적 복잡성)”라고 규정하며, 세계화는 “다른 중복과 이동, 물질적 세계, 하이브리드 그리고 날로 증가하는 수렴 내에 함축되어있는 네트워크나 순환 관계 계통의 광범위한 정렬과 관계한다”고 하였다. 구체적으로 세계화는 크게 ‘글로벌 네트워크’와 ‘글로벌 유동(fluid)’의 두 가지

형태로 나타난다고 하였다. ‘글로벌 네트워크’는 맥도날드와 같은 상품의 세계적 유통이고, 이 네트워크는 사람, 대상, 기술 사이의 지속적이고 예상되는 관계들과 연계되어 있다. 동일한 서비스와 상품이 세계적 네트워크를 통해 거의 비슷한 방식으로 유통된다. ‘글로벌 유통’은 단순히 유통되는 것이 아닌, 세계 화폐, 자동화 이동(전자 거래 등), 사회 운동, 디지털 정보, 인터넷, 반세계화 운동, 국제적 테러, 깔끔한 군중 등이다(Urry, 2005, pp.204~205). 글로벌 유통에서 가장 중심적인 역할을 하는 것이 인터넷이다. 인터넷은 수많은 네트워크, 사람, 기계, 프로그램, 텍스트, 이미지를 연결하는 글로벌 유통의 상징이자 아이콘이다.

문화제국주의 논쟁에서 세계화와 지역화(globalization vs. localization) 또는 중심과 지역(center vs. local)의 개념은 아주 중요한 개념이다. 문화와 커뮤니케이션의 유통도 세계적인 규모로 이루어지는 국제적 유통이며, 글로벌 유통 중의 하나이다. 문화제국주의 내지는 미국에 의한 헤게모니 지배를 인정하는 측에서는 세계화를 제국주의의 연장으로 바라보고 있고, 세계화는 문화 동질화를 가속화하여 국가 정체성 상실과 문화 다양성을 훼손시킨다고 보고 있다(Schiller, 1991; McChesney, 2001). 문화제국주의 테제를 부정하는 측에서는 세계화를 세계적 동질화, 국가 정체성과 문화 다양성 상실, 그리고 미국에 의한 지배로 보는 시각을 비판하며, 다원성의 입장에서 긍정적으로 바라보고 있다(Straubhaar, 1996, p. 285; Sinclair, 1996).

미디어 분야의 유통에서도 텔레비전 프로그램 등의 국제적 교환이 빈번하고, 아시아와 남미 등지에서는 초국적 미디어 기업이 프로그램 유통을 원활히 하기 위하여 현지화 또는 지역화 전략을 사용한다. 이를 두고서도 문화제국주의의 또 다른 전술이라고 부르기도 하고, 현지에서 변형이 이루어졌기 때문에 문화제국주의의가 아닌 정착이라고 하기도 한다. 초국적 미디어기업의 현지 진출과 현지인의 수용<sup>6)</sup>이라는 똑같은 현상을 가지고 한편에서는 제국주의의

6) 물론 현지에서의 수용도 저항과 타협이라는 복잡한 과정을 거친다. 수용자의 수용 과정도 문화제국주의 논쟁에서 중요한 쟁점 중의 하나이다. 이는 뒤에서 좀 더 자세하게 언급을 하기로 한다.



연장으로 다른 한편에서는 현지에서 이미 적응이 되었고 현지인들이 이를 받아들이고 있기 때문에 혼성 또는 잡종화된 것이라고 주장한다.

타임워너, 뉴스 코퍼레이션 등의 초국적 미디어기업은 중국에 진출하기 위하여 지역화 전략을 사용하였다. 이들 초국적 미디어 기업들은 중국 정부의 미디어 정책에 부합하기 위하여 이른바 중국 공산당의 정책인 중국의 전통적인 가치—유교주의와 공산주의 가치—와 근대적 가치—경제 발전과 근대화—를 적절히 조절하며, 중국 정부와의 유화 정책으로 중국 진출에 성공하였다. 예를 들어, 머독의 지역화 전략은 시청자의 현대 문화 레퍼토리뿐만 아니라 중국에서의 사업을 위해 중국 정부가 설정한 ‘미래의 세계’와도 연결되는 것이다(Weber, 2003, pp.286~288).

초국적 기업은 인도에 정착하기 위하여 지역화 전략을 구사하였다.<sup>7)</sup> 초국적 기업들은, 예를 들어, 인도의 시청자들과 광고업자들의 요구에 부응하기 위하여 더빙, 시간 쪼개기, 지역 방송에 자율권 부여 등 편성에서 철저한 지역화, 현지화 전략을 구사했다(Pathania-Jain, 2006, pp.132~142).

국제적 문화 유동에 대해서 썬(Xin)은 중국의 예를 들며, 세계화와 지역화라는 구도보다는 세계화(global), 국가(nation/state), 지역(local)이라는 개념의 사용을 주장하였다. 세계와 지역 사이에 국가의 개념이 빠졌으며, 이분법적인 세계 대 지역 대신에 세계(화), 국가, 지역이라는 삼분법 개념의 사용을 주장했다. 초국적 미디어기업의 중국 진출에는 국가라는 아주 중요한 변수가 있었다는 것이다. 신화통신은 초국적 기업의 진출에 국가, 지역, 세계와 협상하였다(Xin, 2006, pp.112~124). 커뮤니케이션 정책 결정이나 프로그램 관리에서 국가는 영국과 다른 유럽 국가들, 미국 그리고 아시아, 아프리카, 남미에서도 아주 강력한 역할을 하고 있다(Xin, 2006, p.114).

국제적 문화 유동이나 초국적 미디어 기업의 현지 진출에 대한 현상에 대해서도 문화제국주의를 옹호하는 입장에서는 이를 세계화 현상의 하나로 규정하며 수용국가의 문화가 동질화되어간다고 주장한다. 문화제국주의를

7) 이에 대한 좀 더 자세한 논의는 아래의 초국적 미디어 기업의 세계화 전략에서 언급하기로 한다.

반박하는 입장에서는 이미 프로그램이 현지화 또는 지역화되었거나 되고 있기 때문에 이는 문화의 동질화(homogenization)가 아닌 이질화(heterogenization) 또는 혼성(hybrid)되었다는 주장을 한다.

같은 현상에 대하여 어떤 개념과 용어를 사용하느냐에 따라 문화 유입을 바라보는 시각과 전제가 달라지는 것이다. 동질화라는 용어를 사용하는 연구자들은 수용국의 문화가 수출국의 문화와 점차 비슷해져서 전 세계적인 문화의 동질화가 이루어지고 있다고 본다. 이에 반하여 문화제국주의를 비판하는 연구자들은 문화의 동질화가 이루어지는 것이 아니라 지역에서 또 다른 문화가 생겨나거나 수출국의 문화와 지역의 문화가 혼합되고 합쳐져서 또 다른 문화를 만들어내고 있다고 본다. 따라서 이는 동질화가 아니라 혼성이라고 주장한다.

스트로바와 듀아트(Straubhaar and Duarte, 2005)는 미국 초국적 미디어 기업의 전략을 분석하면서, 국제적 문화유동 현상이 문화제국주의에서 지역화와 혼성화로 바뀌었다고 주장한다. 이들은 초국적 미디어 기업들이 이미 지역화, 현지화 전략을 통하여 현지 문화에 적응하고 있기 때문에, 이는 문화제국주의가 아니라 문화 혼성화라고 보고 있다. 이들은 초국적 미디어 기업의 지역화 전략이 문화 동질화보다는 문화 혼성화를 주도한다고 주장한다.

찰라비(Chalaby, 2003, p.470)는 여전히 초국적 미디어 기업은 세계적 유통과 네트워크 활동을 통해 세계적 질서를 만들어내며 비영토화하고 있다고 주장한다. 이와 달리, 마토(Mato, 2005, p.423)는 남미의 텔레노블라 산업이 미국의 마이애미에 정착한 예를 들며, 세계화의 과정을 동질화되었거나 비영토화된 것이라고 주장하는 견해를 너무 단순화시킨 것이라고 반박하고 있다.

지역화/세계화 논쟁에서 “지역을 진정성이나 자기 창조로서 그리고 세계화를 미리 포장되고 비 진정적인 것의 영역”(Murdock, 2004, p.27)으로 이해하는 경향이 있다. 그러나 역사나 문화의 발전에서 그러하듯, 특정한 사건에서는 어느 한 요소가 강하게 영향을 미치는 경우가 있으나, 일반적인 경향은 한 가지나 그 이상의 요소들이 복합적으로 작용한다. 이를 우리는 외부와 내부의 모순 또는 관계라 부르기도 하고 변증적인 관계라고도 부른다. 세계화의 논쟁

에서 지역화/세계화의 문제도 그것이 어느 한 요소만이 작용하는 것이 아니라 두 요소가 복합적으로 변증적으로 작용한다. 그래서 우리는 세계화의 논쟁에서 “지역화가 세계화이고 세계화가 지역화”라는 모순적이면서도 변증적인 관계를 언급한다.

최근의 경향은 일방적인 문화제국주의나 문화 지배라는 개념보다는 중재(mediation), 협상(negotiation), 혼성(hybrid)이라는 개념을 더 많이 사용하고 있다. 특히 프로그램의 수용과 관련해서 중재 또는 협상이라는 개념이 자주 등장하고 있다. 초국적 미디어 기업들도 지역화, 현지화 전략을 구사하며 현지 문화와 충돌하기보다는 적응하려는 자세를 보이고 있다. 이러한 초국적 미디어 기업의 적응 전략은 문화제국주의 연장에서의 (세계화를 위한) 기업 전략이나 아니냐의 또 다른 논쟁으로 이어진다. 분명한 것은 예전의 일방적이고 단순한 문화제국주의나 동질화보다는 적응, 현지화, 지역화 등의 복잡한 양상으로 나타난다는 것이다. 이 혼성화와 집중화가 문화 다양성을 저해하느냐 아니냐는 또 다른 논쟁으로 이어진다.

### 3) 수용자의 수용 과정

문화제국주의 테제가 비판을 받는 또 다른 이유 중의 하나는 수용국가의 수용자의 수용 과정이 무시되어졌다는 것이다. 앞에서 언급한 대로 문화제국주의 이론에서는 주변국가의 수용자들이 텔레비전이나 영화 등에서 묘사된 중심국가의 문화와 이데올로기를 그대로 받아들이고 이것이 전 세계의 문화 동질화로 이어진다고 주장한다. 그러나 이를 반박하는 연구자들은 이 주장은 또 하나의 지배 헤게모니 이론으로 이전의 강효과 이론에서처럼 수용자를 무능하고 수동적인 존재로 만들었다는 것이다. 이들은 능동적 수용자를 언급하며, 이제 수용국가의 수용자들은 그렇게 나약하고 수동적인 수용자가 아니라 자기의 환경과 맥락에 맞게 프로그램을 수용하고 해석한다는 것이다.

이들은 문화 연구에서 비롯된 능동적 수용자론을 국제적 문화 교류에 적용하여 남미와 아시아 등에서의 수용 과정을 연구하였다. 그리하여 이들은 현지

인들이 외국 프로그램을 받아들이는 수용과정에서의 능동적 태도, 중재 (mediation), 협상(negotiation), 문화 근접성(cultural proximity) 등에 관심을 기울였다. 이들은 교차 문화 연구(Sinclair, 1996), 문화 근접성(Straubhaar, 1991), 협상, 중재, 교차 등의 개념을 도입하여 수용자의 능동적 수용 과정과 복잡성, 동적인 힘(dynamics)을 연구한다. 그리하여 제3세계의 수용자들도 외국의 프로그램을 시청할 때, 그 나라의 사회적·문화적 맥락을 고려하여 시청하는 능동적이고 복잡한 수용과정을 거친다고 주장한다.

스트레리츠(Strelitz, 2003)는 남아프리카 시청자들의 외국 프로그램 수용 과정에서 세계와 지역의 혼성 교차(hybrid intersection) 현상을, 크레이디(Kraidy, 2003)는 레바논에서의 문화 혼성(cultural hybridity) 현상을 분석하였다. 이들은 세계화의 진전으로 인한 세계와 지역이라는 구도 속에서 제3세계의 현지인들, 특히 젊은이들의 문화 수용 형태를 분석하였다. 연구 결과, 한편으로 현지인들은 미국 등 선진 자본주의 국가의 문화에 그들을 대입시키면서 세계 문화에 관심을 가지지만, 다른 한편으로 그들의 고유문화를 자랑스러워하며 자국 문화의 정체성에도 관심을 가지고 있다고 결론지었다. 따라서 문화의 수용과정은 문화제국주의에서 우려하는 것처럼 일방적이지도 지배적이지도 않고, 세계화라는 구도 속에서도 현지의 시청자들은 세계와 지역이라는 이중성을 이해하며 세계화에 적응하고 있다는 것이다.

차드하드와 케부리(Chadhad & Kavoori, 2000)는 중국, 대만, 인도의 예를 들어, 이들 현지의 시청자들은 외국 프로그램과 현지의 프로그램 속에서 그들의 문화에 근접하는 프로그램을 선호한다면서, 국제적인 문화 유통에서 문화의 근접성이나 문화 할인 등 문화적·사회적 요소에 영향을 더 많이 받는다고 주장하였다. 이들 역시 문화제국주의의 주장을 과장된 것으로 이해한다.

지금까지 문화제국주의를 둘러싼 논쟁을 요약하면, 첫째, 문화제국주의가 끝났느냐, 문화 지배가 지속되고 있느냐 아니냐 하는 것으로 모아지고 있다. 이를 두고 어떤 이는 문화제국주의의 역전으로 표현하기도 하고, 어떤 이는 문화제국주의의 역전은 아니지만 문화제국주의의 영향력은 감소되었다고 주장한다. 어떤 이들은 문화제국주의는 계속되고 있다고 본다. 둘째, 수용국가

수용자들의 수용 복합성이 문화 정체성의 상실이나 아니냐로 모아진다. 세계화에 따른 문화 동질화, 이질화, 혼성 등의 현상 등도 세계화를 어떻게 보느냐에 따라 진단과 해석이 달라진다. 어떤 부분은 세계화 속에서 이를 받아들여야 하고, 어떤 부분은 국가나 민족 정체성과 배치되므로 이를 배척해야 한다. 동질화나 혼성의 개념이 긍정적으로도 부정적으로도 사용되는 것이다. 세계화와 지역화도 어떤 경우는 세계의 지역화, 지역의 세계화 같이 다른 뉘앙스로 사용하기도 한다. 같은 현상에 대해서 다른 진단과 처방을 내리기도 한다. 그래서 논쟁이 격렬해지지만 때로는 모호해지기도 한다. 특히 문화제국주의는 미디어가 문화에 미치는 영향을 논의하므로 각종의 다양한 미디어와 문화의 개념이 중첩되어 더욱 논쟁을 복잡하게 만든다.

#### 4. 변화하는 문화제국주의—역동적인 국제적 문화 유동

여기에서는 앞에서 논의한 쟁점을 바탕으로, 먼저 문화제국주의는 국제적인 문화 유동과 교류를 논의하기 위한 유효한 이론이며, 문화제국주의를 대체할 수 있는 이론의 등장은 가능한 것인가를 논의하기로 한다. 그 다음 국제적 문화 유동 또는 문화제국주의의 복잡하고 변화하는 다양한 형태를 살펴보기로 한다.

##### 1) 문화제국주의 이론의 대안은 가능한가?

문화제국주의에 대한 비판은 이미 1980년대 초부터 광범위하고 다양한 시각에서 이루어지고 있다. 그러나 아직도 문화제국주의를 대체할만한 새로운 이론은 나오고 있지 않다. 그렇다면 왜 문화제국주의를 대체할만한 새로운 이론이 나오지 않고 있는 것일까?

싱크레어 등 문화제국주의를 비판하는 학자들(Sinclair et al., 1996, p.10)은

그들 자신에게 묻고 있다. “이미 1980년대에 분명해졌지만, 문화제국주의 담론이 텔레비전 생산, 분배, 소비의 좀 더 복잡한 국제적 패턴과 수용자가 그들에게 적절한 텔레비전을 찾는 데 대한 반응을 이해하는 데 부적절한 것으로 판명되었다면, 이 목적에 맞는 어떤 새로운 이론들은 가능한 것인가?”

로저스와 쉬멘트 등은 이미 1980년대에 미디어제국주의<sup>8)</sup> 이론의 대안으로 ‘중 범위 이론(middle-range theory)’을 제시했다. ‘미디어제국주의 역전’ 등의 개념을 사용하며 제국주의나 헤게모니, 지배 등과 같은 거대 이론을 비판해온 이들은 구조주의 사회학자인 로버트 머튼(Robert Merton)의 중범위 이론을 제시하였다. 이들은 중범위 이론을 다음과 같이 설명한다. “중범위 이론은 실증적으로 검증가능하고 이론적으로 적절한 것이다. 따라서 중범위 이론은 구체적(raw) 실증주의와 거대 이론의 중간에 있다”(Schment et al., 1984, p.178). 같은 저널의 특집 서문에서도 그들은 미디어제국주의에 대한 대안으로 중범위 이론을 언급하였다(Rogers and Schement, 1984, p.161).

그러나 그 후에도 문화제국주의에 대한 연구와 분석, 그리고 이에 대한 비판과 논쟁은 계속되었지만 이에 대한 대안은 나오지 않았다. 이에 대해서 싱클레어 등은 문화제국주의와 같은 “그릇된 ‘지배 이데올로기 패러다임’을 대체할 만한 적절한 이론을 찾는 데 실패했다”고 실토한다. 싱클레어 등에 의하면, 다시 문화제국주의와 같은 ‘거대 담론’과 ‘총체 이론’이 등장하는 것은 사회 문화 분석에서 포스트모더니즘이 네오마르크주의를 대체했기 때문이라고 주장하였다(Sinclair et al., 1996, p.11). 따라서 이들은 대안으로 포스트모더니즘 이론과 같은 난해하거나 모호한 추상적 담론보다는 구체적인 데이터에 근거한 실증주의적 분석을 제시하고 있다. 이들은 ‘자유 유통(free flow)’이나 ‘미국 헤게모니’, ‘문화제국주의’와 같은 거대 담론이 아니라, 앞에서 로저스 등이 제시한 머튼의 중범위 이론을 다시 제안하고 있다. 그러면서 아직도 그들은 그들의 이론이 “우리가 사다리를 타고 내려가야 하는 아주

8) 이들은 국제간의 커뮤니케이션 유통 행위에 대해 미디어제국주의라는 용어를 사용하였다. 그러나 이것이 뒤의 논쟁에서 문화제국주의라는 광범위한 개념으로 확대되어 사용되었다. 이에 대한 좀 더 자세한 언급은 뒤에서 다시 하기로 한다.

추상적인 단계”라고 주장하였다(op.cit., p.11).

이들이 중범위 이론의 예로 제시하는 것이 남미와 아시아 등에서의 지역 생산자의 역할이다. 그들은 수용자 수용연구도 국제 시장에서 남미 등이 생산한 프로그램들에 대한 수용을 거의 수행하지 못했으며, 그렇기 때문에 중간 범위 이론이 필요하다고 하였다. 그들은 “정치경제학 접근과 수용 분석 사이의 중간 범위에, 많은 요소들이 중재해있다”고 하며, “주요 국제 텔레비전 거래의 실질적 구조는 중간 범위 분석에 중요하다”고 주장하였다(Sinclair et. al., 1996, p.19).

이들이 제안한 중범위 이론은 이제 시작에 불과할지도 모르고, 구체적인 대안적 성과도 아직 내지 못하고 있다. 그렇다면 대안적 이론은 앞으로 가능할까? 이에 대한 필자의 생각은 부정적이다. 그 이유로는 우선 로저스 등이 제안한 중범위 이론 자체가 모호하다. 제국주의나 지배 등의 거대 이론과 구체적 실증주의 사이의 중간 범위는 무엇일까? 싱클레어 등이 제안하는 “정치경제학과 수용 분석 사이의 중간”은 무엇일까? 물론 이들의 제안이 “아주 초보적인 추상화”의 단계라고 하지만 아직도 이들의 개념은 모호하다. 정치경제학과 수용자 분석 사이의 중간이라는 제안이 모호하다. 정치경제학이 강조하는 초국적 미디어 기업의 소유나 통제 분석과 수용자 연구의 국제적 수용에서 언급하는 능동적 수용자 등의 중간이 무엇인지 분명치가 않다.

따라서 이들이 언급하는 제안들은 구체성을 띠는 이론이라기보다는 하나의 접근 방법이다. 아니면 적어도 아직까지는 추상적인 수준에 머무르는 제안이다. 그렇다면 아직까지 문화제국주의를 대체할 만한 이론이 나오지 않는 이유는 무엇일까? 필자는 다음과 같은 이유 때문이라고 생각한다.

첫째, 문화와 커뮤니케이션 영역에서 예전의 미국에 의한 일방적이고 전면적인 문화 지배는 감소했다 하더라도 미국의 기업이 중심이 되는 초국적 미디어 기업의 세계적인 지배는 지속되고 있기 때문이다. 특히 세계화가 가속되고 이를 뒷받침할 자유무역협정 등의 확산으로 초국적 미디어 기업의 사업 영역은 더욱 확대되고 있다. 세계화를 긍정적으로 바라보던 부정적으로 바라보던 문화와 커뮤니케이션의 세계화는 피할 수 없는 현상이다. 세계화가 지속

되는 한, 이 거대 지형 속에서 그것이 집중과 분산이든, 수평적 혹은 수직적 결합이든 간에 지배적 기업은 탄생할 것이고, 이에 따른 이익 창출과 자본의 재생산이라는 전 세계적인 활동은 지속될 것이다. 따라서 그것이 제국주의이든 아니든 간에 이를 둘러싼 활동과 그에 대한 결과에 대한 논쟁은 피할 수 없게 된다. 문화제국주의를 비판하는 연구자들은 제국주의나 지배, 헤게모니와 같은 개념 자체를 싫어한다. 그들은 이를 거대 이론이라고 지칭하며 이에 대한 언급을 꺼리는 것이다. 그들은 미국은 제국주의가 아니고, 지배를 하지 않고, 헤게모니를 행사하지 않고 있다고 말하고 싶은 것이다. 그들의 시각에서 보면 미국이 아프가니스탄이나 이라크에 개입한 것도 세계 평화를 위한 것이지, 아프가니스탄이나 이라크를 지배하기 위한 것이 아니다. 미국은 지배나 헤게모니를 행사하려고 하지 않았다. 다만 개입하고 중재한 것이다. 이와 같은 맥락에서 문화와 커뮤니케이션 영역에서도, 그들은 문화제국주의에서 말하는 지배와 헤게모니 같은 개념을 싫어한다. 그 대신 수용 연구에서 자주 등장하고 있는 개입과 중재 등의 개념을 선호한다. 이 언급이 물론 수용자 연구나 다른 영역에서의 개입이나 중재 등의 개념이 필요하지 않다는 이야기는 아니다.

둘째, 문화제국주의를 반박하는 연구자들의 연구가 아직은 방법론 제시의 수준에 머무르고 있다. 이들의 연구는 문화제국주의의 일방적 주장에 대한 대응과 비판으로는 충분하지만 이를 대치할 만한 이론은 아니다. 능동적 수용자나 제3세계 미디어 기업의 거대화 등은 새로운 이론이 아니기 때문이다. 능동적 수용자 개념은 데이비드 몰리가 1970년대에 계급과 계층, 성 등에 따른 영국에서의 문화 수용을 연구한 문화연구의 일환이다. 이를 이엔 앙 등이 미국 드라마인 ‘달라스’의 수용을 국제적 수준에 적용하여 국제적 유통에서의 능동적 수용자 개념이 정착되었다.

일부 제3세계 미디어 기업을 포함한 거대 미디어 기업의 초국적화도 세계화라는 명제와 이에 따른 지배 및 헤게모니 등의 거대 담론을 수반할 수밖에 없다. 또한 거대 기업의 자본 팽창과 사유화, 그리고 그에 따른 세계화는 자본의 지배에 따른 노동 계층 등의 반발, 세계화에 반대하는 거센 흐름 등의



또 다른 거대 담론으로 이어질 수밖에 없다.

따라서 논쟁의 본질은 국제적 문화의 유동이 제국주의적이냐 아니냐 하는 것보다는 세계적 지배로 이어지는 초국적 미디어 기업의 전 세계적 사업 확장의 본질과 목적이 무엇이나 하는 것과 국제간의 유동이 단순한 지배에서 벗어나 초국적 기업과 제3세계 기업 사이의 합종연횡을 하는 등 복잡한 양상을 띠고 있다는 것에 초점이 맞추어져야 한다.

## 2) 문화제국주의의 다양한 측면

문화제국주의 논쟁에서 혼란을 불러일으키는 것 중의 하나가 문화에 관한 것이다. 로저스와 쉬멘트 등이 언급한 ‘미디어제국주의 역전’ 개념도 미디어와 텔레비전을 중심으로 한 것이지, 문화에 대한 언급은 아니었다. 텔레비전이라는 한정적인 의미의 미디어제국주의 논쟁이 문화제국주의라는 포괄적인 개념으로 확대되었고, 그 결과 현재까지도 미디어제국주의와 문화제국주의가 동의어로 사용되고 있다. 보이드-바렛은 개념을 명확히 하기 위하여 ‘미디어 시스템에 대한 국제적 프레임’을 언급하며 문화제국주의보다는 미디어제국주의를 사용하였다(Boyd-Barrett, 1997).

지금까지의 국제적 문화 유동에 대한 분석은 거의가 미디어, 특히 텔레비전의 국제적 유동과 이에 따른 지배와 헤게모니에 대한 것이었지 문화제국주의에 대한 것은 아니었다. 지금까지 국제적 유동에 대한 텔레비전(미디어) 또는 문화 연구(개념을 확대하여 사용한다면)는 텔레비전 프로그램이 어떻게 국제적으로 유통되고, 이 유통의 결과에 대한(지극히 제한적인) 영향을 논의하였고, 이 결과를 문화적 영향으로까지 확대하여 문화제국주의라고 표현하였다.

문화제국주의 논쟁에서는 미디어와 문화에 대한 용어 구분을 명확히 하지 않는다. 미디어와 문화에 대한 구분이 되지 않은 채 사용되다 보니 미디어 수용 현상—예를 들어, 텔레비전을 보는 행위—을 문화에 대한 수용과 영향으로까지 확대하여 사용한다. 그러나 문화(수용) 과정은 아주 복잡하다. 레이몬드 윌리엄스는 가장 어려운 개념 중의 하나가 문화라고 실토하였다. 물론

시청 현상이 중복되고 반복되어서 일정한 생활양식으로 발전하면 이를 나중에 문화 과정이라고 부를 수 있다. 문화제국주의는 문화의 수용 과정을 국제적인 관계 속에서 다루기 때문에 더욱 그 과정의 추적이나 영향과 결과를 간단하게 결론짓기가 어렵다.

제국주의라는 개념도 상당히 복잡한 개념이다. 스투버니-모하마디(Sreberny-Mohammandi, 1997, p.51)는 제국주의의 복잡한 과정을 다음과 같이 설명한다. “제국주의는 단순히 억압을 통한 지배만을 유지하지는 않았다. 제국주의는 유럽식의 생활, 제도적 구조, 가치, 대인 간 관계, 언어 그리고 제국주의자 그들 자신들이 일단 고향에 갔을 때 받은 영향이 유지되고 지속되는 문화 상품의 수출과 도구화를 통해서 지배를 유지하였다. 간단히 말해, 제국주의는 그 자체가 훨씬 나중에 오는 중재된 문화 상품의 준비된 수용과 채택을 위한 기반을 만드는 다양한 측면의 문화적 과정이다.” 그는 ‘문화적 접촉으로서의 제국주의’를 언급하였고, 이에는 지도 제작과 민족성 강화, 선교 활동과 종교 수출, 교육, 행정, 언어, 여행과 관광, 기술 등이 포함된다. 스투버니-모하마디는 문화를 인간의 삶 자체로 확대 해석하는 광범위한 문화 개념을 도입하여, 제국주의 국가들의 행위는 식민지 국가의 현지인들의 삶과 문화에 영향을 미치고, 이러한 제국주의 국가들의 지배와 착취가 문화제국주의라고 주장하였다. 스페인, 영국, 프랑스 등 유럽의 강국들이 15세기부터 20세기에 걸쳐 행한 행위들, 예를 들어 군대를 통한 강제적 지배 외의 선교 활동, 교육 활동, 지리 탐험 활동과 이에 따른 지도 제작 행위 등이 광범위한 의미의 문화 활동이고, 이는 광의의 문화제국주의이다.

제임스 페트라스(James Petras, 1993, p.140)는 문화의 개념을 광범위하게 해석하여 ‘전통적인 형태’의 제국주의와 ‘현대적 형태’의 문화제국주의로 구분한다. 그에 의하면 전통적인 제국주의는 단순히 통제와 착취의 경제·군사적 차원으로서 이해하여야 하지만, 현대 제국주의는 매스 미디어, 홍보, 광고 등과 연예인, 지식들이 훨씬 더 영향력을 발휘하는 문화제국주의 형태를 띠고 있다. 따라서 국제적 문화 유동과 그에 따른 문화적 영향은 텔레비전 등 한정된 매체에만 한정하여 사용할 수 없다. 특히 최근에는 인터넷, DMB

등 정보 통신 기술의 발달로 매체가 다양화되어 국제적 문화의 유동과 그 영향에 대한 연구를 텔레비전 매체에만 한정할 수 없게 되었다.

미디어제국주의 문제를 꾸준히 제기하여왔던 보이드-바렛은 제국주의 문제를 신기술의 영역으로 확대한다. 보이드-바렛(Boyd-Barrett, 2006, p.70)에 의하면 정보통신기술(ICT) 분야에서 미국은 여전히 제국의 지위를 누리고 있다. 따라서 미국의 미디어제국주의는 유효하다고 주장한다. 그는 초기의 미디어제국주의 이론에서는 미국의 텔레비전 수출 현상에만 관심을 기울였지만, 이제 미디어제국주의는 인터넷과 온라인 서비스 등의 정보통신 영역에 관심을 기울여야 한다고 주장하였다. (문화)제국주의의 영역을 텔레비전 매체에서 새로운 매체 등으로 확대하여야 한다는 것이다.

밀러와 맥스웰(Miller and Maxwell, 2006)은 (할리우드) 영화의 세계화를 분석하였다. 그들에 의하면 할리우드 영화는 계속적으로 국가의 지원을 받아 국제적 팽창과 지배를 해왔으며, 최근에는 신 국제노동분업에 근거한 현지 영화 촬영(runaway)으로 새로운 시도를 하며 세계화를 지속하고 있다고 하였다. 신 국제노동분업 등으로 인한 장벽 없는 세계 시장이 영화 시장에서 미국의 지속적인 지배를 가능하게 했다는 것이다. 또한 우리가 알고 있는 세계화의 논리와 달리, 미국 정부는 지속적으로 할리우드 영화의 토대 마련을 위한 지원을 계속해왔다. 그러면서도 미국은 멕시코와 한국 등의 자국 영화 산업 보호를 위한 정책에는 반대를 해왔다. 세계화가 영화 시장에서 미국의 계속적 지배를 가능하게 한 것이다.

김고광미(Kim Ko, 2006)는 광고대행사의 세계화를 연구하였다. 이 연구에 따르면, 초국적 광고대행사들(TNAAs: Transnational Advertising Agencies)은 지속적인 성장을 해왔으며, 특히 그들은 아시아의 재정 위기 때에 급속히 팽창했다고 주장하였다. 헛치슨과 폴리(Hutchison and Pauly, 2006)는 초국적 홍보회사의 세계화를 연구하였다.

위의 연구들에서 볼 수 있듯이, 국제적인 커뮤니케이션과 문화 유동에 대한 연구들은 국제적인 문화유동 또는 문화제국주의 현상이 텔레비전의 영역에만 머무르지 않고, 매체의 거의 모든 영역에서 이루어지고 있다는 것을 보여주고

있다. 최근에는 국제적인 문화 유동 현상이 인터넷과 온라인 등 정보통신(ICT) 분야에까지 광범위하게 이루어지고 있다. 특히 이러한 문화와 커뮤니케이션 유동의 확대는 세계화와 이에 따른 초국적 미디어 기업들에 의해 주도되고 있다. 따라서 문화제국주의 논쟁은, 텔레비전의 국제적 유동만을 다루는 협의의 미디어제국주의뿐만이 아니라, 영화, 광고, 인터넷, DMB, IPTV 등 새로운 매체에까지 영역이 확대되는 문화제국주의 또는 커뮤니케이션 제국주의 논쟁이 되어야 한다. 국제적 문화 유동 또는 미디어제국주의라는 용어를 사용할지라도, 텔레비전 매체에만 국한되는 제국주의 논쟁이 되어서는 안 된다.

또한 미국으로부터 텔레비전 프로그램이 제3세계로 수출된다는 한정적인 의미의 문화제국주의만을 언급해서는 안 된다. 초국적 미디어 기업들은 프로그램과 콘텐츠라는 단순한 상품의 수출만이 아닌 현지 직접투자, 합작, 노동 분업과 같은 자본진출 등의 다양한 방법으로 전 세계적인 팽창을 계속하며, 세계의 소비문화를 이끌고 있다.

문화제국주의가 ‘지나치게 유행에 뒤떨어진 틀’이라고 비판하였던 톰린슨도 문화제국주의가 다음과 같은 몇 가지의 이유 때문에 버려질 이론은 아니라고 지적하였다. 첫째, 문화제국주의는 여전히 주요 노련한 문화비평가들에게서 사용되고 있고, 둘째, 많은 국가들이 GATT와 같은 국제협상에서 문화제국주의의 위협을 고려하고 있으며, 셋째, 비판적으로 세계화 과정을 바라보는 사람이라면 문화제국주의 시각에서 제기할 이슈가 있기 때문이다(Tomlinson, 1997/1998, 281쪽). 이는 톰린슨이 국제적 문화 유동 분석에서 중심-주변 국가 등의 낡은 틀을 적용하는 단선적 문화제국주의에서 복합적이고 역동적인 과정들을 고려하는 새로운 분석틀로 갈아 탈 것을 요구한 것이라고 할 수 있다. 진달영 역시 한국과 같이 텔레비전 산업이 견고한 나라에서도 문화제국주의의 의미가 끝난 것이라고 규정해서는 안 된다면서, 한정적인 의미의 문화제국주의 적용을 경계하였다(Jin, 2007).

따라서 문화제국주의 논쟁은 광범위한 문화의 개념, 다양한 영역의 국제적 문화 유동, 문화 유동에 따른 내·외부 세력의 상호 관계, 세계화의 진척에 따른 초국적 글로벌미디어 기업의 세계 팽창과 그 전략, 세계무역기구(WTO),

세계통신연맹(ITC)·세계저작권협회(WIPO)·UNESCO 같은 국제기구들과 정부와의 역할 등과 같이 국제적 문화 유동이 복잡하고 다양한 양상으로 변화하는 것에 초점을 확대하여야 한다.

### 3) 단선적 문화제국주의에서 역동적인 국제적·문화적 유동으로

텔레비전 이외의 다양한 문화제국주의적 측면은 앞에서 언급하였다. 문화 유동에 따른 내·외부 세력의 역동적 상호 관계는 임동욱(1990)이 이론적으로만 언급하였으나, 이는 앞으로 실증적이고 구체적인 연구를 통해 입증해나갈 영역이다. 초국적 미디어 기업은 공격적 마케팅, 공격적 인수·합병, 사업다각화, 현지화 전략 등을 통해 전 지구적으로 세계 시장을 확장해나가고 있다(임동욱, 2002). 브라질, 멕시코, 일본, 한국 등의 미디어 기업도 남미나 아시아 지역에서 사업 영역을 확대해나가고 있으나, 이는 글로벌 초국적 미디어 기업의 시장 확대와는 양적·질적으로 차원이 다르다.

초국적 미디어 기업은 신자유주의의 확대에 따른 세계화에 힘입어 세계 각국에 대한 투자를 확대하여왔다. 1980년대 후반과 1990년대에 걸쳐 이루어진 세계적 경제 성장과 기술의 발달은 글로벌 TV 시스템을 가장 규모가 크고 이익이 나는 기업으로 변모시켰다(Jin, 2007, p.192). 한국의 경우도 방송법 개정에 따른 외국인 투자가 확대되자 초국적 미디어 기업들이 케이블 TV의 PP와 SO에 진출하여 ‘주주가치 극대화’를 실현하였다(하운금, 2004).

초국적 미디어 기업들의 세계 확대 전략은 앞서서도 약간 언급하였지만 현지에 적응하기 위한 편성의 현지화와 지역화로 구체화된다. 이를 두고 문화의 동질화나 혼성(잡종)으로의 논쟁으로 이어지고 있지만, 현지화 및 지역화 전략은 초국적 미디어 기업의 시장 확대를 위한 전략임에 분명하다. 현지화 전략은 현지 시장과 문화에 적응하려는 초국적 기업들의 노력과 초국적 자본의 유치를 통해 문화 시장을 포함한 다른 부분의 세계 시장에 접근하려는 현지 정부나 기업과의 협력에 따른 결과이다. 이를 내·외부의 역동적인 관계로 보아야 할지의 여부는 좀 더 면밀한 관찰을 필요로 한다. 하지만 “현지화

전략은 초국적 기업들이 미국 문화의 전달자로 각인되는 것을 피하기 위한 초국적 기업들의 능력과 관계가 있고, 현지 편성을 통하여 문화적으로 민감한 접근을 피하기 위한 것”(Weber, 2007, p.288)임에는 틀림이 없다. MTV는 중국에서 현지화 전략을 통해 정부와 협조적인 관계를 유지하고 진전된 중국 문화를 발전시키는 데 기여하고 있다는 것을 보여주려고 하였다(Weber, 2007, p.288).

헤이븐스(Havens, 2007)는 헝가리 텔레비전의 편성을 분석한 결과, 새해 전야 등 계절적 또는 휴일 편성은 국내 편성을 유지하고 있지만, 평시 편성에서는 혼성 편성을 하고 있다고 결론지었다. 그는 헝가리의 경우를 세계적인 현상으로 일반화할 수는 없지만 편성의 관행에서 분명한 흐름은 존재한다고 주장하였다. 즉, 그에 의하면, 미디어 소유권과 편성 시장의 세계화가 진척시킨 새로운 관행들이 혼성을 향해 가고 있지만, 전통적인 편성 관행들은 여전히 국내 편성에 많이 담겨 있다고 주장하였다. 따라서 이들 지배적이고 전통적인 편성 관행들은 강력한 국가들이 약한 국가들에게 강제를 한다는 문화제국주의의 단순한 형태를 거부한다는 것(Havens, 2007, pp.234~235)이다. 이미 세계화된 오늘날의 텔레비전 시장에서 편성 그 자체도 역동적이고 강력한 혼성 현상이 나타난다. 편성의 혼성, 현지화 등은 국제적 문화 유동이 단선적이고 일방적인 문화제국주의 형태로 나타나지 않는다는 것을 보여주고 있다. 초국적 미디어 기업들은 세계화된 현지 시장에 적응하고 문화 거부 현상을 피해가기 위해 각종의 다양한 시장 확대 전략을 구사하고 있다.

## 5. 나가는 말

제2차 세계대전 이후 정치, 경제, 사회 등 각 분야에서 미국의 지배(지배가 아니라면 영향력)가 이어지고 미디어와 문화의 영역에서도 미국의 지배가 강해지자, 이를 두고 문화(미디어)제국주의라고 주장하는 학자들과 문화제국주의가 아니라는 학자들 사이의 논쟁이 끊임없이 이어졌다. 이들 쟁점의 하나는

문화 유동이 종속 또는 지배나 하는 것과 관련한 국제적 문화 유동의 성격에 관한 것이었다. 이를 두고 문화제국주의가 끝났느냐 아니면 계속되고 있느냐 하는 이른바 ‘문화제국주의 역전’ 논쟁이 이어졌다. 물론 아직까지도 이에 대한 결론은 나지 않고, 이 현상과 원인에 대한 논쟁은 계속 이어지고 있다. 또 하나의 논쟁거리는 이러한 국제적 유동이 세계화의 연속이냐 아니면 지역화의 일환이냐, 또는 이 유동이 동질화를 불러일으키느냐 아니면 혼성(잡종화)이 되느냐에 관한 것이었다.

앞에서도 언급을 하였지만 문화의 유동은 그렇게 간단한 것이 아니다. 자연 현상이나 인류의 진보도 마찬가지이지만, 어느 한 현상은 하나의 요소나 관계만으로 이루어지는 것이 아니다. 문화 유동도 다양한 여러 현상과 관계 등이 관계하여 이루어지는 복합적인 것이다. 이는 외부와 내부의 모순, 문화 유동과 관계된 국가와 사회의 내부·외부 관계, 계급 관계, 사회적·문화적 상황 등과 관련이 있다. 문화 지배나 유동도 관계하는 나라들의 특수한 역사 상황, 생산 양식의 변화, 그리고 계급 관계 등을 고려해야 한다. 좀 더 자세하게는 수용 국가의 문화 수용과 표현 양식도 살펴보아야 한다. 예를 들어, 특정한 나라의 미디어 수용 과정을 살펴보고자 한다면 그 나라 수용자의 수용 방식, 방송 구조, 방송 편성, 장르 그리고 이 관계들의 사회적·문화적 맥락도 바라보아야 한다. 최근의 문화(미디어)제국주의 논쟁에서도 특정한 나라의 편성과 장르에서 지역화와 세계화가 맞물려 복합적으로 나타난다는 연구 결과가 나오고, 특정 프로그램과 문화에 대한 문화 해석이 그 나라의 문화와 양식에 맞게 변형되기도 한다는 연구 결과가 나오고 있다.

이 같은 현상을 두고서도 어떤 이들은 이를 또 다른 세계화의 연장이나 지역화라고 보기도 하고, 동질화가 계속된다고 하기도 하고, 혼성이라고 보기도 한다. 그러나 이런 현상들의 발생은 단일적이면서 간단하게 나타나기 보다는 중첩적이고 복합적인 과정을 거치게 된다. 문화의 유동은 하나의 요소에 의해 설명할 수 없는 복합적인 것이고 복잡한 것이다. 하나의 요소만을 보면 이를 지배나 제국주의라 부를 수도 있고, 동질화나 혼성으로 볼 수도 있다. 마치 동전의 양면을 두고 어느 한 면만을 보고 판단하는 것과 같다.

문화의 유동은 양면성이 있다. 어떤 때나 어느 국가에서는 그것이 이롭거나 긍정적으로 작용하기도 하고 어떤 경우에는 해롭거나 부정적으로 작용하기도 한다. 국제적 문화 유동에서는 제국주의 적인 요소와 세계화·지역화, 동질화·혼성이 동시에 작용하고 있다. 문화제국주의론이나 문화제국주의를 비판하는 양측 모두 동전의 한 면만을 보고 있다. 이들은 수용자에 대한 미디어의 영향을 과도하게 부각시킨다. 이들 이론에 의하면 수용자들이 일정한 의미를 단순하게 전달받기만 하는 일방적인 대상으로 파악한다. 물론 능동적 수용자론에서 국제적인 문화 유동 현상을 다루고 있지만, 이들 또한 미디어의 특정한 측면이나 특정한 국가의 현상만을 과도하게 부각시키고 있다. 그들의 주장에서 내·외부의 역동성이라든가 하는 점 등은 크게 다루어지지 않고 있다. 따라서 문화(미디어)제국주의는 기존의 텔레비전 매체뿐만 아니라 새로운 매체를 포함한 다양한 매체들과 문화와의 관계를 복합적·중첩적으로 바라보아야 한다.

따라서 지금 이 시점에서 문화(미디어)제국주의 현상이 끝났다고 결론내리기는 어렵다. 왜냐하면 국제적 문화 유동에서 미국과 초국적 미디어 기업의 지배(영향력)는 계속되고 있기 때문이다. 다만 그 원인을 외부의 적으로만 돌려버리는 단선적이고 간단한 문화제국주의가 아니라 복잡한 국제적 문화 유동의 과정과 그 원인을 밝혀 지배적 관계들(또는 영향력)을 밝혀내는 것이 중요하다. 역설적이게도 이 복잡성이 문화(미디어)제국주의 논쟁을 더욱 가열시키고 지속시키는 요소가 되고 있는 것 또한 부인할 수 없다.

## ■ 참고문헌

- 임동욱 (1990). 문화제국주의론의 비판적 고찰. 김왕석·임동욱 외. 『한국언론의 정치경제학』, 서울: 아침, 99~131.
- \_\_\_\_\_ (2002). 글로벌 미디어 기업의 전략과 국내 진출 현황. 『언론과학연구』, 제2권 3호, 251~279, 한국지역언론학회연합회.



- \_\_\_\_\_ (2006). 문화시장개방의 정치경제학: 문화제국주의 논쟁과 비판적 수용. 『한국언론정보학보』, 가을 통권 35호, 114~146.
- 하윤금 (2004). 금융세계화(Financial Globalization)와 미디어 산업: 케이블TV의 외국투자에 관한 비판 정치경제학 일고찰. 『한국언론학보』, 48권 5호, 161~187.
- Amin, H. (1996). Egypt and the Arab World in the Satellite Age. In Sinclair, J., Jacka, E. and Cuningham, S. (eds.), *New Patterns in Global Television*, Oxford and New York: Oxford University Press.
- Ang, I. (1985). *Watching Dallas*, London: Methuen & Co.
- Appadurai, A. (1990). Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy). In Featherstone, M. (ed.), *Global Culture, Nationalism, Globalization and Modernity* (pp.295~310), London: Newbury Park and Delhi: Sage.
- Boyd-Barrett, O. (1997). Media Imperialism: towards an international framework for the analysis of media imperialism. In Curran, J., Gurevitch, M. and Woollacott. J. (eds.), *Mass Communication and Society*(pp.116~135), London: Edward Arnold.
- \_\_\_\_\_ (2006). Cyberspace, Globalization and US Empire. In Boyd-Barrett, O. (ed.), *Communications Media Globalization and Empire*(pp.53~74), John Libbery: Eastleigh.
- Chadha, K. and Kavoori, A. (2000). Media imperialism revisited: some findings from the Asian case. *Media, Culture and Society*, 22(4), 415~432.
- Havens, T. (2007). The hybrid grid: globalization, cultural power and Hungarian television schedules. *Media, Culture & Society*, 29(2), 219~239.
- Herman, E. S. & McChesney, R. W. (1997). *The Global Media, The New Missionaries of Corporate Capitalism*. 강대인·전규찬 공역 (1998). 『글로벌 미디어와 자본주의』. 서울: 나남출판.
- Hutchison, L. L. and Pauly, J. J. (2006). Global Corporations, Global Public Relations. In Boyd-Barrett, O. (ed.), *Communications Media Globalization and Empire* (pp. 227~241). John Libbery: Eastleigh.
- Jin, D. Y. (2007). Reinterpretation of cultural imperialism: emerging domestic market

- vs continuing US dominance. *Media, Culture and Society*, 29(5), 753~771.
- \_\_\_\_\_. (2007). Transformation of World Television system Under Neoliberal Globalization 1983 to 2003. In *Television and New Media Vol. 8 No. 3*, 179~196.
- Katz, E. and Liebes, T. (1985). Mutual Aid in the Decoding of Dallas: Preliminary Notes from a Cross-Cultural Study. In Drummond, P. and Paterson, R. (eds.), *Television in Transition*(pp.187~198). London: BFI Publishing.
- Kim, K. K. (2006). Global Advertising in Asia: Penetration and Transformation of the Transnational Advertising Agencies. In Boyd-Barrett, O. (ed.), *Communications Media Globalization and Empire*(pp.206~216). John Libbery: Eastleigh.
- Kraidy, M. M. (2003). Globalization avant la lettre? Cultural hybridity and media power in Lebanon. In Murphy, P. D. and Kraidy, M. M. (eds.), *Global Media Studies: Ethnographic Perspectives*, Routledge: New York.
- Liebes, T. (1985). Ethnocriticism: Israelis of Moroccan Ethnicity Negotiate the Meaning of 'Dallas'. In *Studies in Visual Communication*, 10(3).
- \_\_\_\_\_. (1988). Cultural Differences in the Retelling of Television Fiction. In *Critical Studies in Mass Communication*, 5(4).
- McChesney, R. B. (2001). Global Media, Neoliberalism, and Imperialism. In *Monthly Review, March*, 1~19.
- Miller, T. and R. Maxwell (2006). Film and Globalization. In Boyd-Barrett, O. (ed.), *Communications Media Globalization and Empire*(pp.33~52). John Libbery: Eastleigh.
- Mato, D. (2005). The Transnationalization of the Telenovela Industry, Territorial References, and the Production of Markets and Representation of Transnational Identities. In *Television & New Media* 6(4), 423~442.
- Morley, D. (2006). Globalisation and cultural imperialism reconsidered, old questions in new guises. In Curran, J. and Morley, D. (eds.), *Media and Cultural Theory*(pp. 30~43). Routledge: London and New York.
- Murdock, G. (2004). Past the Posts: Rethinking Change, Retrieving Critique. In *European Journal of Communication*, Vol. 19(1), 19~38.

- \_\_\_\_\_ (2006). Cosmopolitans and Conquistadors: Empire, Nations and Networks. In Boyd-Barrett, O. (ed.), *Communications Media Globalization and Empire*(pp. 17~32). John Libbery: Eastleigh.
- Pendakur, M. and Subramanyam, R. (1996). In Sinclair, J., Jacka, E. and Cuningham, S. (eds.), in *New Patterns in Global Television*. Oxford University Press: Oxford and New York.
- Petras, J. (1993). Cultural Imperialism in the Late 20th Century. In *Journal of Contemporary Asia*, 23(2), 139~148.
- Rogers, E. M. and Schement, J. R. (1984). Introduction. In *Communication Research*, 11(2), 159~162.
- Schement, J. R. et al. (1984). The International Flow of Television Programmes. In *Communication Research*, 11(2), 163~179.
- Sreberny-Mohammandi, A. (1997). The Many Cultural Faces of Imperialism. In Golding, P. and Harris, P. (eds), in *Beyond Cultural Imperialism*, London: Sage.
- Sinclair, J. (1990). Neither West nor Third World: the Mexican television industry within the NWICO debate. In *Media, Culture and Society*, 12, 343~360.
- \_\_\_\_\_ (1993). The Decentering of Cultural Imperialism: Televisi-ation and Globo-ization in the Latin World. 싱클레어, 존, 문화제국주의를 탈중심화하기: 라틴 세계의 ‘텔레비사’와 ‘TV 글로벌’, 김창민 외 편역 (2005). 『세계화 시대의 문화논리』(228~250쪽). 서울: 한울.
- \_\_\_\_\_ (1996). Mexico, Brazil, and the Ratin World. In Sinclair, J., Jacka, E. and Cuningham, S. (eds.), *New Patterns in Global Television*, Oxford University Press: Oxford and New York.
- Sinclair, J., Jacka, E. and Cuningham, S. (1996). Peripheral Vision. In Sinclair, J., Jacka, E. and Cuningham, S. (eds.), *New Patterns in Global Television*, Oxford University Press: Oxford and New York.
- Sinclair, J. and Harrison, M. (2004). Globalization, Nation, and Television in Asia. In *Television & New Media*, 5(1), 41~54.
- Straubhaar, Joseph. D. (1991). Beyond Media Imperialism: Asymmetrical interdependence and cultural proximity. In *Critical Studies in Mass Communication*, 8(1), 39~59.

- \_\_\_\_\_ (1996). Distinguishing the global, regional and national levels of world television. In Sreberny-Mohammadi, A., Winseck, D., McKenna, J. & Boyd-Barrett, O. (eds.), *Media in Global Context, A Reader*, London and New York: Arnold.
- Straubhaar, J. D. and Duarte, L. G. (2005). Adapting US Transnational Television Channels to a Complex World: From Cultural Imperialism to Localization to Hybridization. In Chalaby, J. K. (ed.) *Transnational Television Worldwide, Towards A New Media Order*, London: I. B. Tauris & Co. Ltd.
- Strelitz, L. (2003). Where the global meets the local: South African youth and their experience of global media. In Murphy, P. D. and Kraidy, M. M. (eds.), *Global Media Studies: Ethnographic Perspectives*, Routledge: New York.
- Tomlinson, J. (1997). 문화의 세계화와 문화제국주의, 알리 모하마디 지음/ 김승현·이경숙 공역 (1998). 『국제커뮤니케이션과 세계화』(273~305쪽). 서울: 나남.
- Urry (2005). The Complexity of the Global. In *Theory, Culture and Society* 22(5), 235~254.
- Weber, I. (2003). Localizing the Global: Successful Strategies for selling Television Programmes to China. In *Gazette*, 65(3), 273~290.
- Xin, X. (2006). Xinhua New Agency and Globalization: Negotiating Between the Global, the Local and the National. In Boyd-Barrett, O. (ed.), *Communications Media Globalization and Empire*(pp.111~128), John Libbery: Eastleigh.

(투고일자: 2008.11.28, 수정일자: 2009.01.08, 게재확정일자: 2009.01.20)

## Critical Analysis of Cultural Imperialism

From Simplistic Imperialism to Dynamic Cultural Fluid

Dong-Uk Yim

Professor

(Division of Mass Communication and Advertising, Gwangju University)

This article focuses on analysing and interpreting cultural imperialism issues that have long been debated. One of issues among them is related to the characteristics of international cultural fluid. What had been debated is that cultural imperialism has been ended or not and the debates were connected to the so called 'reverse cultural imperialism'. The other issue is about this fluid is the continuation of globalization or a part of localization and this is related to the phenomena of cultural homogenization or hybrid. General trend was that simplistic cultural imperialism which had been occurred during the 1970s and 1980s was no longer effective but global dominance by transnational global media is still strong and worldwide. Therefore my research interest is centered on how they look international cultural exchanges with regard to cultural imperialism. And is the framework of cultural imperialism thesis still effective tool in researching and analysing international cultural flows? How do we look globalization relating to international exchanges? Is globalization an another aspect of imperialism? In conclusion, international cultural fluid is not so simple. Like natural phenomena or human progress, a phenomenon is not consisted of a single factor or relation. Cultural fluid is a complex one mixed with various phenomena and relations. This is related to internal and external contradictions, internal and external dynamics of a society and nation, and social and cultural life of human beings. Recent research results show that globalization and localization are closely related to many country's programming schedule, and particular cultural interpretation of specific programmes and culture are adopted to the country's culture and patterns. Cultural fluid has both-sides. One the hand it has useful and positive sides and on the other hand it has harmful and negative aspects. Imperialistic factor, globalization, cultural homogenization or hybrid are all operated and

functioned together in cultural fluid. It is difficult to say that cultural imperialism thesis has been ended because American and global media's dominance is still effective. What needed at this time for us is a complex and dynamic analysis of international cultural fluid instead of simplistic cultural imperialism.

Key words: cultural imperialism, globalization, transnational global media, cultural homogenization or hybrid