

실리우드(Siliwood)의 세계정치

정보화시대 문화제국과 그 국가전략적 함의**

김상배*

❖ 요약 ❖

이 글은 실리우드(Siliwood)의 사례를 통해서 IT변수를 매개로 하여 집중과 탈집중의 네트워크 모델이 국가의 안과 밖에서 만들어가고 있는 21세기 문화세계정치의 동학을 살펴보았다. 실리우드는 지난 한 세기 동안 글로벌 영화산업의 중추로 군림해왔던 할리우드(Hollywood)의 스튜디오들이, 정보화시대를 맞이하여 첨단 IT분야 실리콘밸리(Silicon Valley)의 기업들과 제휴하는 현상을 지칭한다. 그러나 실리우드는 할리우드와 IT산업의 단순한 기술적 결합의 수준을 넘어서는 좀 더 복합적인 정치경제적 의미를 갖는다. 실리우드는 정보화시대

의 새로운 영화산업 패러다임의 부상을 지칭하는 동시에 할리우드와 군산복합체의 결합과정에서 드러난 미국의 기술혁신모델을 엿보게 한다. 또한 실리우드는 정보화시대를 맞이하여 확대 재생산되고 있는 미국 세계패권의 문화적 측면을 반영하며, 더 나아가 새로운 권력 개념을 바탕으로 부상하는 21세기 문화제국의 정치질서를 극명하게 대변한다. 21세기 문화전략의 대계를 고민하는 첫걸음은 정교하게 확대 재생산되고 있는 글로벌 문화권력의 실체를 제대로 읽으려는 노력에서부터 시작되어야 한다.

핵심어 : 실리우드, 정보혁명, 문화제국, 세계정치, 네트워크, 문화전략

I. 머리말

최근 들어 한국의 대중음악과 TV드라마가 아시아 각국으로 활발하게 진출하면서 소위 한류(韓流) 열풍이 불고 있다. 한국 영화의 팔목할만한 성장도 대내외적으로 자랑거리가 되었다. 게다가 온라인 게임이나 인터넷 커뮤니티

『국가전략』 2006년 제12권 2호

* 서울대학교 외교학과 조교수

** 이 논문은 2004년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(KRF-2004-042-B00018).

니티의 성공은 디지털 문화산업에 대한 밝은 전망을 갖게 한다. 지난 식민지의 경험은 우리로 하여금 문화라고 하면 으레 방어적 이미지를 떠올리게 하였다. 최근 문화개방에 대한 우리의 대응양식도 다분히 19세기적인 저항민족주의의 양상을 띠었던 것이 사실이다. 스크린쿼터를 둘러싼 최근의 논란도 이러한 저항적 태도의 대표적인 사례이다. 그러나 겉으로는 요란한 시위를 벌이면서도 결국에는 구조적으로 밀려오는 기세에 눌려 부지불식간에 무너져 버리곤 했던 일이 다반사였다. 이러한 맥락에서 볼 때 최근 한류의 성공은 일단 지난 세월 동안 한국 문화가 보여준 수세적인 외양을 넘어서 적극적으로 그 기개를 펼치려는 시도라는 점에서 각별히 주목할 필요가 있다. 그렇다면 스크린쿼터 수호의 거리시위를 넘어서는 차원의 세련된 문화전략을 펼치기 위해서 앞으로 우리는 어떻게 해야 하는가?¹⁾

무엇보다도 21세기 문화전략의 대계를 고민하는 첫걸음은 빠른 속도로 변화하는 글로벌 문화산업 분야의 판세 읽기에서부터 시작하여야 한다. 20세기 문화세계정치의 구조를 장악해온 세력은 지난 수십 년 동안 자신들의 문화권력을 확대재생산하는 정교한 시도를 계속하고 있기 때문이다. 이렇게 등장하고 있는 21세기 글로벌 문화권력은 기존의 문화권력과는 그 존재양식이나 작동방식의 측면에서 매우 다르다. 이 글이 최근 국제정치학계에서 한창 논의되고 있는 ‘제국’의 개념을 원용하여 21세기 문화세계정치를 이해하려는 것은 바로 이러한 이유 때문이다.²⁾ 21세기 문화권력은 근대 국민국가의 경쟁과 대외적 팽창의 연속선상에서 본 소위 ‘문화제국주의’(cultural imperialism)³⁾와는 달리 새로운 형태의 권력과 정치질서의 구성에 기반을 둔 ‘문화제국’(cultural empire)으로 이해할 수 있다. 마이클 하트(Michael Hardt)와 안토니오 네그리(Antonio Negri)가 말하는 ‘탈영토적’이고 ‘탈중심

1) 한류 열풍에 대해서는 최근 많은 연구들이 이루어지고 있다. 한류 연구의 길잡이로는 조한혜정 외(2003), 장수현 외(2004), 유상철 외(2005) 등을 참조. 한류를 포함한 한국의 미래전략에 대한 연구로는 평화포럼21 편(2005)을 참조.

2) 이 글에서 사용하는 제국의 개념에서 대해서는 최근 구미 학계를 중심으로 활발한 논쟁이 진행되어 왔다. 한국적 맥락에서 제국 개념의 수용에 대한 논의는 박지향 외(2005)를 참조. 특히 정보화의 맥락에서 제국의 개념을 이해하는 분석틀로는 김상배(2005)를 참조.

3) ‘문화제국주의’에 대한 다양한 이론적 시각과 사례에 대한 소개를 겸한 연구서로는 Tomlinson(1991)을 참조. 커뮤니케이션과 문화제국주의에 대한 연구로는 Schiller(1969)를 참조.

적’이며 ‘외부의 경계를 갖지 않는’ 21세기 제국이 문화 영역에서 등장하고 있는 것이다(Hardt and Negri 2000; 2004).

이 글은 21세기 문화제국 등장 of 핵심적인 요소로서 IT(information technology) 변수의 역할에 주목한다. 실제로 최근 미국이 문화 영역에서 제국으로 등장할 수 있었던 것은, 2차 대전 이래 첨단 기술을 생산·활용·전파하는 ‘기술제국’의 토대를 구축할 수 있었기 때문이다(김상배 2005). 이러한 맥락에서 볼 때 IT변수가 어떠한 과정을 거쳐서 문화제국의 개념과 구체적으로 연결되느냐가 관건이 된다. 이 글이 주안점을 두는 부분도 바로 정보화시대의 기술변화가 문화의 생산·전파·공유의 메커니즘을 어떻게 변화시키고, 더 나아가 정체성이나 가치관 및 신념 등과 관련된 문화세계정치에 어떠한 영향을 미쳤는가의 문제이다. 또한 이 글의 목적 중의 하나는 이러한 문화세계정치의 변형과정에 관통하여 작동하고 있는 새로운 권력정치의 메커니즘을 분석적으로 밝히고, 이에 대응하는 ‘매력’(魅力, soft power)의 미래전략을 탐구하는 데 있다(평화포럼21 편 2005).

이 글은 21세기 문화제국의 부상을 미국 할리우드 영화산업의 구조변동 사례를 통해서 파악하고자 한다. 할리우드는 19세기 말과 20세기에 걸쳐서 미국 문화패권의 상징으로 군림해 왔으며, 20세기 후반에는 문화지구화의 추세와 더불어 미국의 ‘매력’을 전파하는 첨병으로서 자리매김하고 있다. 이러한 할리우드가 정보화시대를 맞이하여 구조변동의 소용돌이 속에서 실리우드(Siliwood)로 탈바꿈하고 있다. 실리우드는 지난 한 세기 동안 세계 영화산업의 종주로 군림해왔던 할리우드(Hollywood)의 스튜디오들이 최고의 기술을 자랑하는 실리콘밸리(Silicon Valley)의 IT기업들과 제휴하는 현상을 지칭한다. 그러나 실리우드는 IT산업과 단순한 기술적 결합의 수준을 넘어서는 좀 더 복합적인 정치경제적 의미를 갖는다. 실리우드는 정보화시대의 새로운 영화산업 패러다임의 부상을 지칭하는 동시에 할리우드와 군산복합체의 결합과정에서 드러난 미국의 기술혁신모델을 엿보게 한다. 또한 실리우드는 정보화시대를 맞이하여 확대 재생산되고 있는 미국 세계패권의 문화적 측면을 반영하며, 더 나아가 새로운 문화권력 개념을 바탕으로 부상하는 21세기 문화제국의 정치질서를 극명하게 대변한다(Hozic 1999; 2001).

할리우드에 대한 기존 연구는 상당수가 진행되었다.⁴⁾ 그러나 이들 연구는 정보화시대의 도래를 주요 변수로 설정하지 않고 이루어진 것이 대부분이

다. 또한 국제정치학적 시각에서 21세기 문화제국으로서 할리우드가 지니는 세계정치적 의미를 탐구한 연구도 매우 드물다. 특히 기존 연구들이 결여하고 있는 것은 입체적인 관점에서 이루어진 이론적 분석이다. 따라서 기존에는 단순 네트워크 형태로 이루어지던 문화의 생산·전파·소비 과정에 IT 변수가 개입하면서 변환의 과정을 겪고 있는 21세기 문화제국의 복합 네트워크를 제대로 포착할 수가 없다. 이러한 맥락에서 이 글은 좀 더 가시적인 논의의 전개를 위해서 최근 물리학과 사회학 분야에서 발전하고 있는 네트워크 이론의 유추를 초보적인 형태로나마 도입하였다.⁵⁾ 이러한 시각에서 파악된 실리우드는 대내적으로는 소위 포스트 포디즘(post-Fordism)을 넘어서는 집중과 탈집중의 복합 네트워크로, 그리고 대외적으로는 탈집중의 외양을 뒤집어 쓴 집중의 네트워크, 즉 21세기 문화제국의 복합적 모습으로 나타난다.

이 글은 정보화시대 문화제국의 동학을 구체적으로 살펴보기 위해서 다음과 같이 구성되었다. 제2장과 제3장에서는 할리우드가 실리우드로 전환되는 산업구조의 변동과정과 그 과정에서 작동한 국가의 역할에 대해서 검토하였다. 새로운 '산업모델' 또는 '산업패러다임'의 등장을 조장한 미국 영화산업 내의 동인과 IT변수에 주목했으며, 이러한 과정에서 작동한 소위 '미국형 네트워크 지식국가'의 역할을 살펴보았다. 제4장과 제5장에서는 이렇게 등장한 실리우드의 세계정치적 동학을 이익(interests), 제도(institutions), 관념(ideas)의 세 가지 측면에서 분석하였다. 특히 할리우드의 세계 영화시장에 대한 지배의 현황을 데이터를 통해서 이해하고, 할리우드의 문화패권을 강화하기 위해서 할리우드와 미국 정부가 활용하는 제도적·관념적 메커니즘의 내용을 탐구하였다. 제6장에서는 21세기 문화제국의 시각에서 실리우드

4) 할리우드에 대한 연구 중에서 단행본 규모로 진행된 것들을 소개하면 다음과 같다. 할리우드의 영화산업사에 대해서는 Segrave(1997), Prince(2000), Schroeder(2002); 할리우드의 산업구조변동에 대해서는 Gomery(1986), Wasko(1994); 특히 디즈니의 영화전략에 대해서는 Wasko(2001); 할리우드 영화산업을 정치표상이라는 차원에서 접근한 연구로는 Prince(1992); 할리우드와 전쟁과의 관계에 대해서는 Garofolo(2000), Der Derian(2001); 문화지구화의 맥락에서 본 할리우드 연구로는 Norris(2001), Miller et al.(2001), Barber(1995), Cowen(2002); 실리우드의 관점에서 본 할리우드 연구로는 Hozic(2001) 등을 참조.

5) 네트워크 이론에 대한 개괄적 이해로는 Barabási(2002)와 Urry(2003)를 참조. 또한 네트워크 이론의 국내 국제정치학계에 대한 소개로는 민병원(2004)을 참조.

의 문화권력을 해석하고 그 작동 메커니즘을 파악하였다. 결론에서는 이 글의 논지를 종합·요약하고 21세기 문화세계정치를 헤쳐 나가는 미래전략의 방향을 지식과 네트워크의 관점에서 간략히 제시하였다.

II. 정보화시대 실리우드의 부상

정보화시대를 맞이하여 발생하고 있는 실리콘밸리와 할리우드의 연합, 즉 실리우드의 부상을 제대로 이해하기 위해서는 할리우드 영화산업의 구조변동이라는 역사적 맥락에서부터 이야기를 풀어나갈 필요가 있다. 에이다 호직(Aida A. Hozic)에 의하면, 할리우드 영화산업의 역사는 i) 1920년대 중반에서 1950년대까지의 스튜디오 시기, ii) 1960년대부터 1980년대까지의 현지촬영 시기, iii) 1990년대 이후의 실리우드 시기 등의 셋으로 구분된다(Hozic 2001). 이러한 시기 구분에서 기준이 되는 것은 할리우드의 양대 세력인 제작자와 배급업자 간의 역관계 변화와 산업구조의 변화인데, 이는 할리우드에서 ‘산업모델’ 또는 ‘산업패러다임’의 변화를 의미한다(Kim and Hart 2001).

1920년대 중반부터 1950년대까지는 대량생산(mass production)과 수직적 통합(vertical integration)으로 대변되는 스튜디오 시기이다. 1910년대에 할리우드의 제작자들은 이후 50여 년 동안 영화산업의 3대 축인 제작·배급·상영을 지배한 산업패러다임을 수립하였다. 이는 ‘스튜디오 시스템’이라고 알려져 있는데, 자동차산업에서 유래한 포디즘(Fordism)을 영화의 생산과 판매에 적용한 것이었다. 스튜디오 시스템은 조립공정 방식을 통한 영화의 대량생산과 산업구조의 수직적 통합을 바탕으로 8대 메이저 스튜디오가 시장을 지배하던 시기이다. 이들 8대 메이저 중에서 5개 스튜디오가 전체 박스오피스 수입의 75%이상을 통제하였으며, 교묘한 배급망의 수립을 통해서 세계 영화시장도 지배하였다. 당시 메이저 스튜디오들은 소위 ‘스타 시스템’의 채택을 통해서 많은 관객들에게 어필할 수 있는 주연배우를 기용하여 흥행을 확실하게 보장하려는 전략을 택했다. 또한 일반적인 영화 주제와 대중적 이야기 유형을 지향하는 ‘장르 시스템’을 고안하기도 하였다. 요컨대, 이 시기는 스튜디오라는 지정된 공간 내에서 고도로 집중화된 생산을 통해 ‘규

모의 경제'를 지향하는 시기로 요약된다(Hozic 2001; 신강호 1991).

1960년대부터 1980년대까지는 스튜디오를 벗어나서 현지촬영을 통해서 영화를 제작하던 분산생산(dispersed production)과 수평적 통합(horizontal integration)의 시기이다. 스튜디오 시기의 포디즘 모델이 해체되고 포스트 포디즘(post-Fordism)의 길을 걷게 되는 시기이다. 이전에는 모든 부문을 자체 생산하던 스튜디오들이 편집, 조명, 음향, 특수효과 등을 담당하는 독립 제작자들로 분리되면서, 영화산업은 수평적 통합의 형태를 띠게 된다. 또한 할리우드의 영화제작자들은 2차 대전이 끝날 무렵의 노동 불안과 불안정한 시장에 대한 대응책의 일환으로 현지촬영을 통한 '해외제작'(runway production)의 방식을 택하게 된다. 이러한 생산구조의 변형 및 공간적 확장은 제작자의 권력을 잠식했으며 배급업자(또는 배급업자와 투자자 및 에이전트의 연합)가 세력을 얻게 되는 계기를 마련하였다. 할리우드가 생산자 주도에서 구매자 주도의 상품 사슬(commodity chain)로 이행한 것이었다. 한편, 글로벌 차원에서는 배급업자들이 지적재산권, 마케팅, 배급, 상영 등에 대한 통제를 활용하여 집중적 배급(centralized distribution)을 실현함으로써 소위 NICL(New International Division of Labour)모델이 구축되었다(Miller 2001; Hozic 2001; Wayne 2003; Lampel and Shamsie 2003; 신강호 1995).

1990년대 이후부터 현재까지는 IT를 활용한 특수효과의 도입으로 점차 복합적인 제작·배급방식이 출현하는 시기이다. IT도입에 따른 산업패러다임의 변화는 할리우드의 제작자와 배급업자 간의 오래된 갈등의 연속선상에서 이루어졌다(Hozic 1999: 293-294). 갈등의 근원은 1970-80년대에 배급업자들이 독세하면서 로열티와 라이선싱을 주요 수입원으로 하는 프랜차이즈 스타일의 거대 미디어 기업이 등장하면서 스타와 감독 및 작가들을 묶어서 영화를 제작하는 관행이 확산에서 비롯되었다. 결과적으로 이러한 관행의 확산은 영화를 제작하는 비용을 크게 상승시켰다. 특히 이러한 상황은 독립 제작자들이 공정한 경쟁에서 제외되는 결과를 낳았는데, 독립 제작자들의 작품에 유명배우를 출연시키는 것은 구조적으로나 비용 면으로나 거의 불가능하게 되었다. 따라서 독립 제작자들은 저렴한 촬영장소를 물색하고 노동 조합을 회피하며 가능한 한 예산을 절감하는 데 지대한 관심을 갖게 되었다. 이러한 맥락에서 할리우드의 제작자들은 특수효과에 다시 눈을 돌리게 되었던 것이다(Hozic 2001: 135).

할리우드의 제작자들에게 있어서 특수효과와 디지털 기술은 여러 가지 면에서 매력적인 대안이었다. 특수효과는 변하기 쉬운 인물 캐릭터에 대한 의존이나 실감나는 제작을 저해하는 현실공간의 제약, 그리고 제작 기간이나 촬영 장소에서 발생하는 비용 등과 같은 고질적인 문제를 해결하면서 원하는 영화를 만들 수 있는 가능성을 의미했다. IT를 활용한 영화의 제작은, 당시 다른 산업부문에서 그랬던 것처럼, 자동화된 공장(automated factory)의 신화와 같은 것이었다. 1970년대부터 할리우드에서는 일군의 젊은 ‘이단자’ 감독과 제작자들이, 그 당시에는 메이저 스튜디오들은 상대적으로 등한시하고 있던, 특수효과 기법을 활용하여 적은 예산으로 공상과학영화를 제작하였다. 이러한 움직임은 특수효과를 활용한 영화의 효시로 인식되는 ‘스타워즈’와 ‘ET’를 제작한 조지 루카스(George Lucas)와 스티븐 스피버그(Steven Spielberg)에 의해서 주도되었다. 루카스와 스피버그가 취한 전략의 주요 요소는 스타를 기술과 특수효과로 대체함으로써 생산비용을 절감하고 배급과 라이선싱에 대한 권리를 배급업자들로부터 되찾아 오는 데 두어졌다(김경욱 2002).

이렇게 해서 도입된 특수효과 기법은 이후 실리우드의 부상으로 요약되는 산업구조 변동의 촉발제가 된다. 구체적으로 실리우드의 현상은 영화제작에 컴퓨터 그래픽스와 같은 특수효과가 도입되는 것으로 나타난다. 다시 말해, 영화제작 과정에 컴퓨터에 의한 영상과 음향의 처리를 도입하는 디지털 영화가 출현하는 것이다. 실제로 이러한 실리우드의 영향력은 세계적으로 대단한 것이어서 1980년대까지만 해도 IT특수효과는 일부의 영화에서 사용되었지만 이제는 국내외에서 흥행에 성공한 영화중에서 이러한 특수효과를 사용하지 않는 영화가 없을 지경이다. 이러한 실리우드의 등장은 영화의 제작이나 보급의 양식을 바꾸어 놓고 있다. 특히 실리우드의 등장은 스토리 구상과 영화제작의 관계를 역전시켜 놓았다. 종전에는 특수효과를 만들 수 있을지를 따져보고 영화의 스토리를 구상했다. 그러나 지금은 IT의 도입으로 인해 어떤 효과이든 기술적으로 가능하게 되면서 영화 제작자들의 구상은 날개를 얻었다. 물리적 또는 재정적 문제로 인하여 실제 촬영할 수 없는 장면이라도 컴퓨터 그래픽스를 활용하면 실현 가능할 뿐만 아니라 현지 촬영에 못지않은 생생한 장면을 관객들에게 제공할 수 있게 된 것이다.

그런데 실리우드의 부상은 영화 제작자들에게만 유리한 환경을 제공한 것

이 아니었다. 디지털 기술은 영상정보 전송의 시공간적 제약을 허물었을 뿐만 아니라 다양한 미디어의 형태로 무제한 복제하는 것을 가능케 했다. 이러한 디지털 기술을 바탕으로 지난 시절 아날로그 배급망을 통제해왔던 할리우드의 배급업자들이 디지털 배급망을 구축하고 있는 것이다.⁶⁾ 예를 들어 IT의 도입은 극장에서만 즐기던 영상콘텐츠의 통로를 다양화시키고 있다. 즉 영화가 개봉되면 동시에 TV와 비디오는 물론이고 CD롬 타이틀, 테마파크, 가상현실게임, 뮤지컬, 캐릭터 등이 홍수처럼 쏟아져 나온다. 원작을 다양하게 변형시켜서 시장을 공략하는 소위 '원 소스 멀티 유즈(one-source multi-use)'의 전략이 보편화되고 있다. 요컨대 실리우드의 부상은 할리우드의 제작자와 배급업자의 역관계나 이를 반영하는 산업구조의 측면에서 이전의 시들과는 상이한 복합적인 제작·배급방식의 출현을 촉발하고 있다.

III. 실리우드와 미국형 네트워크 지식국가

실리우드의 부상 과정에서 흥미로운 것은 미국의 국가가 담당한 독특한 역할이다. 1990년대 실리우드의 형성을 보면, 특수효과 분야의 기술개발과 관련하여 할리우드와 군산복합체의 제휴가 발견된다. 이러한 할리우드와 군산복합체의 만남은 다소 예외적인데, 역사상 엔터테인먼트 산업이 군산복합체의 대리인이 되어 기술혁신에 나선 예가 없기 때문이다. 2차 대전 무렵부터 미 군부는 기초 과학이나 IT분야에 막대한 방위예산을 투입하여 기술개발을 지원하고, 이렇게 생산된 기술을 재구매하는 등의 중요한 역할을 하였다. 반도체, 컴퓨터, 소프트웨어, 인터넷 등이 바로 이러한 초기 단계의 방위예산 투자를 통해서 개발되었다. 이렇게 군용으로 개발된 IT분야의 기술이 민간으로 전용(spun-off)되는 과정에서 상용화되었다. 그렇지만 1980년대까지만 해도 할리우드는 R&D나 디지털기술의 투자대상이 될 가능성이 없어 보였다. 그러던 것이 1990년대에 와서 미 군산복합체가 할리우드의 영화산

6) 이에 대한 제작자들의 반격도 만만치 않다. 예를 들어 루카스가 최근 그의 스타워즈 시리즈인 '스타워즈: 에피소드 II'를 극장 상영관으로의 직접 전송이 가능한 디지털 카메라로 촬영한 것은 배급업자들의 디지털 배급망을 바이패스하려는 제작자들의 의도를 내보인 것이라고 한다(Hozic 2001: 138).

업에 제휴의 손길을 내밀었던 것이다(Flamm 1987; 1988).

그렇다고 1980년대 이전에 할리우드가 따로 기술혁신을 수행한 것도 아니었다. 실제로 영화산업과 기술의 관계는 가까우면서도 먼 사이였다. 영화산업이 안팎으로 위기가 닥칠 때마다 제작자들은 항상 기술혁신에 의존했지만, 기술혁신은 항상 스타나 흥미로운 시나리오의 값싼 대용품과도 같은 취급을 받아왔다. 마찬가지로 배급업자들도 기술을 그들이 통제할 수 없는 대상으로 인식하였으며 따라서 기본적으로 불신의 태도를 가지고 있었다. 간혹 흥행을 위해 컬러영화나 3차원 입체영화 기술을 활용하는 정도였다. 제작자나 배급업자 모두 R&D에 투자하는 데에는 인색해서 1920년대 후반 유성영화가 도입된 이래 1980-90년대에 디지털 기술이 도입될 때까지 이렇다 할 기술발전은 없었다(Hozic 2001: 291-292).

그러한 와중에 영화 ‘스타워즈’의 신선한 시도가 할리우드와 군산복합체 간의 협력을 향한 길을 닦았다. 스타워즈의 판타지(fantasy) 기술이 보여준 속도와 전투기술 및 사이보그 등은 머릿속으로만 상상하던 정보전쟁(information warfare)의 진면목으로 보여주기에 충분했다. 미 국방성이 일부러 나서서 홍보하는 것보다 더욱 실감나게 걸프전이나 코소보전의 전투양상을 그려냈던 것이다. 특수효과 기술을 매개로 하여 미국의 방위산업과 할리우드의 영화산업 간의 이해관계가 맞아떨어지는 순간이었다. 실제로 할리우드 특수효과를 위해 사용된 컴퓨터 디자인과 상호 엔터테인먼트 분야의 기술은 기본적으로 군사 목적을 위해서 개발되는 시뮬레이션 기술과 유사했다. 이러한 기술적 유사성은 실제 전투세계와 단순한 오락세계의 구분을 허물어 버리는 효과를 가져왔다. 예를 들어, 오존 데이터를 모니터링하는 시스템은 특수효과의 디지털 이미징에 사용되었고, 비행체험 시뮬레이터는 테마파크의 오락 기구에 응용되었다. 또한 잠수함 소음 탐지기술은 음악 레코딩에 사용되었고, 미사일 발사 연습에 사용되던 이미지 창출 기술은 컴퓨터 게임 소프트웨어의 일부로 변형되었다(Herz 2002).

1990년대 들어 이러한 기술들의 연계는 미국 정부에 의해서 적극적으로 지원되었다. 방위예산 삭감 등으로 인해 시뮬레이션 기술개발이 난항을 겪게 되자 미국 정부는 군사기술을 민간기술로 전환하기 위한 일련의 인센티브 장치를 마련하였다. 그 중에서도 가장 대표적인 것으로는 클린턴 행정부가 TRP(Technology Reinvestment Project)를 통해 민군겸용기술(dual-use

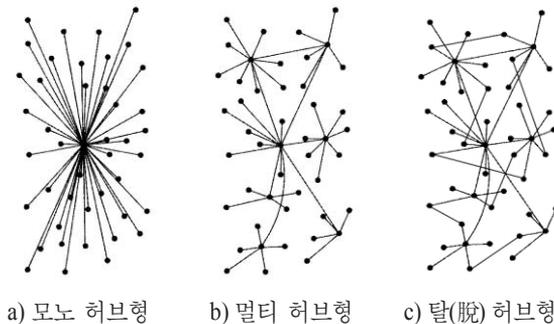
technologies)을 개발한 사례와 미 상무성이 ATP(Advanced Technology Program)를 통해 정부와 산업 간의 파트너십을 강화한 사례를 들 수 있다. 1990년대 이전의 엔터테인먼트 산업에 대한 정부 정책들이 시장 질서를 유지하고 내용 규제를 강화하는 성격이었다. 그렇지만 이러한 프로젝트들은 할리우드에 대한 정부의 규제를 완화하는 차원을 넘어서 군사기술 개발의 함의를 지닌 민간산업에 대한 지원을 강화하는 성격의 것이었다. 이는 할리우드의 전략적 가치에 대한 인식의 변화를 보여주는 것이기도 했지만, 당시 일본과의 기술경쟁에서 클린턴 행정부가 보여주었던 ‘산업정책’의 발상과도 관련이 크다(Hart et al. 2000).

그런데 여기서 유의할 점은 영화산업에 대한 미국 정부의 정책에는, 다소 역설적으로 보이는, 상이한 측면이 존재한다는 사실이다. 컴퓨터나 문화산업의 분야에서 보여준 미국의 국가는, 국제경쟁력 강화를 위한 지원책을 펼치는 모습이 아니라, 시장경쟁의 유지를 위해서 독점기업을 규제하는 조절국가(regulatory state)이다(Kim and Hart 2001). 영화산업 분야에서도 미국 정부는 할리우드의 포디즘적 구조를 해체하는 반독점 정책을 펼친 바 있다. 1940년대 말까지만 해도 할리우드의 메이저 스튜디오들은 영화제작과 함께 광범위한 배급망을 보유하고 있었으며, 자신들이 제작한 영화의 상영을 위한 극장 체인도 소유하고 있었다. 그러던 것이 1948년의 파라마운트사에 대한 반독점 판결에서 미 연방 대법원은 영화산업의 독과점화를 막기 위해 스튜디오들이 제작과 흥행업을 동시에 할 수 없다고 판결하였다. 그 후 메이저 스튜디오들은 극장 체인들을 매각해야 했고, 그 결과 미국 영화산업에서 상영 부문은 독립하게 되었으며, 편집, 조명, 음향, 특수효과 등을 담당하는 독립 제작자들도 부상하였다(Wayne 2003: 92-93; Scott 2004: 35). 요컨대, 미국 정부의 반독점 정책은 독립제작자들이 성장하는 토양을 제공함으로써, 원래 의도했던 바와는 상관없이, 미국 영화산업의 발전을 촉진한 일종의 ‘산업정책’ 효과를 창출하였던 것이다.

이상의 할리우드와 실리콘밸리 및 미국 정부가 구성하는 미국 영화산업의 독특한 기술혁신 네트워크를 제임스 데어 데리안(James Der Derian)은 ‘MIME(military-industrial-media-entertainment) 네트워크’라고 개념화하고 있다. 그런데 이러한 MIME 네트워크의 작동을 이해하는 데 있어서 빼놓을 수 없는 것은 대학 연구기관이 담당했던 역할이다. 이러한 맥락에서 데어 데리

안은 미국 남캘리포니아 대학교의 ICT(Institute for Creative Technologies)의 사례를 들고 있다. ICT는 미 육군, 실리콘그래픽스사, 파라마운트사 등이 참여하는 MIME 네트워크에서 전문가·기금·장비들을 결집하여 첨단 시뮬레이션기술을 생산하기 위한 연구의 기능을 수행하였다(Der Derian 2001: 161-162). 한편 에이다 호직은 이러한 기술혁신 네트워크의 존재를 소위 ‘디지털 연합’(digital coalition)에서 찾고 있는데, 이는 학술기관, IT부문, 연예인, 투자자, 정치인, 심지어는 히피 경력이 있는 대학 중퇴생까지도 포함되는 미국사회의 정치경제적 연합을 의미한다. 디지털 연합의 사례로서 호직이 들고 있는 것은 MIT(Massachusetts Institute of technology)의 미디어랩이다. MIT 미디어랩은 디지털 기술을 무미건조한 군사적·산업적 존재로부터 생활에 필수불가결한 오락적 존재로 탈바꿈하는 연구를 진행하였다(Hozic 2001: 302).

〈그림 1〉 네트워크의 세 가지 유형



출처: Baran(1964)에서 응용하여 재구성

요컨대, 실리우드의 부상을 뒷받침한 산업모델은 집중과 탈집중의 복합 네트워크이다. 실리우드의 모델을 가시적으로 표현해 보면, 〈그림 1〉에서 보는 바와 같이, 멀티 허브형 네트워크(multi-hub network)과 모노 허브형 네트워크(mono-hub network)의 복합모델로 유추해 볼 수 있다. 미국 영화산업의 기저에는 독립 제작자들과 대학 및 연구소 등으로 구성된 수평적 멀티 허브형 네트워크가 존재한다. 이들 수평적 네트워크는 자유롭고 혁신적인 방식으로 기술과 문화를 생산하고 전파한다. 그러나 이러한 수평적 네트워크가

제대로 작동하기 위해서는, 집중의 네트워크 역할을 담당하는 ‘조정자’가 필요하다. 이러한 맥락에서 할리우드의 배급업자들이 IT를 매개로 하여 만들어 내고 있는 디지털 배급망은 국내외적으로 이러한 모노 허브형의 조정자 역할을 담당하였다. 또한 미국 정부도 첨단기술 개발에 따른 리스크를 감당하는 ‘지원자’의 역할과 동시에 영화산업에 게임의 룰을 부과하는 조정자(또는 ‘규제자’)로서의 이중적 역할을 담당하였다. 이러한 과정에서 할리우드를 둘러싸고 미국의 국내체제에서 발견되는 것은 ‘지식’을 매개로 하여 다양한 행위자들을 독특한 네트워크로 엮어내는 ‘미국형 네트워크 지식국가’의 모습이다.

IV. 할리우드의 글로벌 문화패권

2차 대전 이후 유럽과 일본 영화에 밀려서 뒷전으로 밀려난다고 했던 할리우드가 1990년대에 이르러 할리우드의 등장에 힘입어 화려하게 부활하고 있다. 1995년 이래 할리우드는 미국 남캘리포니아에서 항공·방위산업을 누르고 가장 많은 고용을 창출하는 산업으로 부상하였으며, 세계경제를 선도하는 부문으로 탈바꿈하였다. 이제 할리우드는 영화와 TV시리즈로부터 테마파크, 특수효과, 미용상품, 장남감 등에 이르기까지 모든 제품을 생산하는 글로벌 멀티미디어 산업의 엔진으로서 재등장한 것이다. 이러한 할리우드의 위력은 1990년대와 2000년대 초에 걸쳐서 나타난 할리우드의 세계 영화시장 점유율에서 잘 드러난다. 세계 주요 10개국의 영화산업 규모를 보면, <표 1>에서 보는 바와 같이, 미국은 1999년부터 2003년까지의 5년간 평균 시장규모가 약 290억 달러에 달하는데, 이는 10개국 중에서 58.8%의 점유율이며, 세계시장 전체로 보아서는 46.9%의 점유율에 달한다. 2위를 차지하고 있는 일본의 세계시장 점유율이 10.2%임을 감안하면 미국은 세계 영화산업에서 압도적인 지위를 차지하고 있다고 평가할 수 있다.

〈표 1〉 주요국의 영화산업 규모 비교

(단위: 백만 달러, %)

국가	시장규모 평균 (1999-2003년)	10개국 중 점유율	세계시장 점유율
미국	29,073	58.8	46.9
일본	6,313	12.8	10.2
영국	4,269	8.6	6.9
프랑스	3,927	5.6	4.4
독일	2,053	4.2	3.3
이태리	1,100	2.2	1.8
스페인	1,099	2.2	1.8
한국	1,068	2.2	1.7
호주	988	2.0	1.7
인도	708	1.4	1.1

출처: 유상철 외 (2005) p.192

할리우드는 영화산업의 초창기부터 해외시장을 공략해 왔는데, 2차 대전 이후 그 수출액이 크게 증대되었다. 특히 할리우드의 매출액에서 해외시장이 차지하는 비중은 지난 10여 년 동안 급속히 증대되어 오늘날 약 50%의 매출액이 수출을 통해서 발생하고 있다. 비슷한 기간 동안 미국 내 영화시장에서 주요 영화사들이 기본 생산비용도 충당하지 못하고 있는 현실과 크게 대비된다(Scott 2004: 37). 〈표 2〉에서 보는 바와 같이, 1986년 미국 영화의 해외 매출액은 16억 2800만 달러로서 59억 7,000만 달러의 국내 매출액에 크게 못 미쳤다. 1998에는 미국 영화의 해외 매출액은 68억 2,100만 달러에 달해서 68억 7,700만 달러를 기록한 국내 매출액과 거의 맞먹었다. 2001년에 이르면 미국 영화의 해외 매출액은 93억 400만 달러로서 84억 1,300만 달러의 국내 매출액을 능가하게 된다. PWC(Price Waterhouse Coopers)에 의하면, 2004년까지 할리우드는 약 140억 달러의 해외 매출액을 올릴 것으로 예측되었다(Miller et al, 2001: 5). 한편, 증가율의 면에서도 국내 매출액은 1986년의 59억 7,000만 달러에서 2001년의 84억 1,300만 달러로 0.7배 증가한데 비해, 해외매출액은 1986년의 16억 2,800만 달러에서 2001년의 93억 400만 달러로 5.71배나 증가하였다(Scott 2004: 53).

〈표 2〉 할리우드 영화의 국내외 매출액

(단위: 백만 달러)

구분	1986	1991	1996	1998	2001
해외매출액	1,628	2,400	5,290	6,821	9,304
국내매출액	5,970	-	-	6,877	8,413

출처: US Bureau of Economic Analysis, *Survey of Current Business*:
Scott(2004) pp.53-54와 Miller(2001) p.4에서 응용하여 재작성

이러한 할리우드의 영화 매출 현황에서 흥미로운 것은 수출의 대부분이 유럽 국가들로 이루어지고 있다는 점이다. 〈표 3〉에서 보는 바와 같이, 1986년과 2001년 사이의 세계 주요 대륙별 할리우드 영화 수출현황을 보면, 전체 영화의 60%가 넘는 부분이 유럽으로 수출되었다. 그 중에서도 영국, 독일, 네덜란드가 36.7%의 할리우드 영화를 수입함으로써 큰 비중을 차지하고 있다. 유럽의 비중이 이렇게 높은 것은 언어적·문화적 유사성에서 기인하는 바가 크다. 한편 아시아·태평양 지역에서 할리우드의 영화에 대한 수입이 1990년대에 걸쳐서 소강상태를 보이거나 다소 줄어들고 있는 것도 흥미로운 부분이다.

〈표 3〉 할리우드 영화의 대륙별 수출 현황

(단위: %)

수출국	1986	1991	1996	2001
유럽	60.3	66.5	64.9	62.8
아시아·태평양	22.1	18.3	19.3	17.1
북남미(미국 제외)	17.9	12.51	3.0	16.9
아프리카	-	1.0	1.2	1.0
중동	-	0.5	0.8	1.1

출처: US Bureau of Economic Analysis, *Survey of Current Business*:
Scott(2004) p.54에서 응용하여 재작성

〈표 4〉에서 보는 바와 같이, 미국은 해외 각국의 국내시장에서 과반수 이상의 점유율을 보이고 있으며 몇몇 나라에서는 3분의 2가량의 점유율을 보이는 경우도 있다. 이러한 통계는 할리우드가 다른 나라들과는 비교가 되지 않을 정도의 막대한 예산을 들여 영화를 제작하고 있지만, 동시에 상이한 문화를 배경으로 한 관객들의 구미에 강력히 어필하는 콘텐츠를 제공하는 능력도 지니고 있음을 보여준다. 물론 미국의 다국적 기업들이 보유하고 있는 전세계 영화 배급망도 이러한 결과를 낳는 데 기여하였다.

〈표 4〉 각국의 국내 영화시장의 현황, 2000

국가	영화 생산편수	총관객수 (백만 명)	총수입액 (백만 달러)	자국 영화 점유율(%)	미국 영화 점유율(%)
미국	460	1420.1	7661.0	96.1	-
일본	282	135.4	1585.3	31.8	64.8
영국	90	142.5	941.2	19.6	75.3
프랑스	204	165.5	821.3	28.9	58.3
독일	75	152.5	463.5	9.4	81.9
이태리	103	103.4	258.1	17.5	69.5
스페인	98	135.3	297.1	10.1	82.7
호주	31	82.2	401.0	8.0	87.5

출처: CNC Info, 283 (Paris: Centre National de la Cinematographie, 2002); Scott(2004), p.55에서 재인용

이러한 할리우드의 양적·질적 우위와 지구적 배급망의 존재 등을 고려할 때 가까운 시일 내에 할리우드의 세계영화시장에 대한 지배력이 줄어들 조짐은 보이지 않는다. 오히려 〈표 5〉에서 보는 바와 같이, 전세계의 거의 모든 국가들이 지난 25년 동안 할리우드의 영화에 대한 수입률을 계속해서 늘려오고 있다. 예를 들어 자국 영화산업의 보호에 남다른 관심을 보이고 있는 프랑스조차도 1980년의 32.2%에서 1995년에는 57.0%로 수입률 증가를 보이고 있다. 따라서 할리우드가 예술적·상업적으로 매력적인 영화를 제작하여 공급하는 한 당분간 미국이 세계 영화시장에 대한 최대 수출국으로서의 지위를 고수할 가능성이 매우 크다고 전망된다(Wayne 2003: 90). 이러한

글로벌 문화산업에서 할리우드의 지위는 앞서 제시한 <그림 1>의 모노 허브형 네트워크에서 허브의 역할에 해당된다고 할 것이다.

〈표 5〉 할리우드로부터 세계 각국의 영화 수입률 (괄호 안은 연도/연차)

국가	1990년대 이전 수입률(%)	1990년대 중반 수입률(%)	해당기간 내 증가율(%)
그리스	31.8 (1970)	75.7 (1993)	138.0 (23년)
독일	60.5 (1990)	68.5 (1995)	13.0 (5년)
멕시코	40.1 (1970)	59.3 (1995)	47.0 (25년)
베네수엘라	40.4 (1975)	80.1 (1993)	98.0 (18년)
불가리아	6.8 (1985)	88.7 (1995)	1204.0 (10년)
오스트리아	29.3 (1970)	58.9 (1995)	101.0 (25년)
이스라엘	35.7 (1970)	80.3 (1993)	124.0 (23년)
이태리	51.7 (1970)	57.7 (1994)	11.0 (24년)
키프로스	27.9 (1970)	88.8 (1995)	218.0 (25년)
포르투갈	27.7 (1971)	63.1 (1993)	127.0 (22년)
프랑스	32.2 (1980)	57.0 (1995)	77.0 (15년)
홍콩	32.8 (1980)	65.5 (1995)	99.0 (15년)

출처: Wayne(2003), p.91

그렇다고 할리우드의 문화패권에 대한 도전이 아예 없는 것은 아니다. 문화지구화의 추세가 확산되면서 유럽이나 일본을 배경으로 한 대규모의 미디어 다국적 기업들의 부상과 함께 세계 문화산업의 지평은 상당히 복잡해지고 있다. 이들 다국적 기업들 중의 일부는 미국 내의 영화, TV, 음악, 출판, 기타 문화산업 분야에서 상당한 지분을 획득하고 있다. 따라서 당분간 할리우드의 영화산업은 양적·질적 측면에서 대적할 적수를 찾기 어려울 것이지만, 그렇다고 할리우드의 리더십이 자동적으로 마냥 계속되리라고 보장할 수도 없다. 실제로 할리우드의 자국 영화시장 침투에 대한 반발로 반대운동을 펼치는 나라도 있고, 여기에 정부가 가세하여 스크린쿼터 제도를 운영하는 나라들도 있다. 아마도 할리우드에 대한 가장 큰 위협은 영화에 대한 세계 관객들의 선호 구조가 바뀌는 상황일지도 모른다(Dowmunt 1998).

V. 실리우드의 세계정치적 동학

이러한 상황에서 할리우드의 시장지배를 방어하기 위한 정치적·제도적 메커니즘이 국제적 차원에서 작동하고 있음에 주목할 필요가 있다. 지구화가 가속화됨에 따라 미국 정부는 전세계에 대해서 상품과 서비스의 자유무역을 증진하기 위해서 공세적으로 대응하고 있는데, 이는 직접적·간접적으로 할리우드에 이득을 안겨준다. 실제로 할리우드 영화의 자유무역을 보장하는 국제레짐의 수립을 위해서 미국 정부는 할리우드를 전폭적으로 지원해 왔으며, 외국 정부에 대해 문호개방의 압력을 넣어 왔다. 알렌 스캇(Allen J. Scott)에 의하면, “2차 대전 이래로 할리우드의 이해관계와 워싱턴의 목적은 이데올로기 전선에서는 마찰이 있었을지라도 적어도 경제 전선에서는 지속적으로 일치해왔다”고 한다(Scott 2004: 55). 이러한 점에서 볼 때, 현재와 같은 영화산업의 글로벌 분업질서, 즉 NICL 하에서 할리우드의 시장지배를 강화하는 최대의 제도적 메커니즘은 GATT(General Agreement on Tariffs and Trade)와 그 뒤를 이은 WTO(World Trade Organization)라고 할 수 있다(Drake 1992).

이러한 서비스 분야 자유무역 레짐의 형성과정에서 할리우드 영화산업의 이해관계가 미국 정부를 경유하여 반영되었다. 특히 할리우드의 대변인이자 로비스트의 역할을 한 MPAA(Motion Picture Association of America)의 역할에 주목할 필요가 있다. MPAA는 할리우드 영화의 수출을 촉진하는 임무를 기본으로 하여 지적재산권을 보호하고 해외시장에서 할리우드의 일반적 이익을 향상시키는 일들을 수행하였다. MPAA는 자유무역의 독트린을 공세적으로 설파해 왔는데, 1993년 GATT협상 과정에서 음향 및 영상 서비스 무역과 관련하여 미국과 유럽(특히 프랑스)의 국가들이 대립했을 때 활발한 장외활동을 펼치기도 하였다. 당시 미국은 우루과이라운드에서 영상·음향 서비스 부문의 완전 자유무역을 관철시키려고 하였다. 그러나 문화적 예외(cultural exception)를 주장하고 각국의 선호에 따라 무역에 대한 제한을 허용하자는 유럽의 반대에 부딪혔다. 결국 이 문제는 차후 국가 간 협상의 문제로 남게 되었다(Scott 2004: 56).

이렇게 GATT협상과정에서 스크린쿼터를 포함한 문화산업 보호장치의 철

폐를 완벽하게 관철시키지 못한 미국은 개별국가와의 양자투자협정(BIT)을 통해 이의 철폐를 요구하는 경로를 밟는다. 문화논리에 입각한 일부 국가들의 방어적 태도가 잠재적으로 최대 걸림돌로 인식되면서 미국 정부는 일부 국가의 소위 스크린쿼터를 무력화시키는 것이 순조로운 전략 수행을 위한 급선무라고 인식하였던 것이다. 실제로 BIT의 미국 측 표준 문안 제6조에서는 “채약국들이 협정 적용대상 투자의 조건으로서 일정 수준 또는 비율 이상의 국내 부품 사용, 국내산 재화 또는 용역의 구매, 사용 또는 선호를 부여할 수 없도록” 규정하고 있다(김미현 외 2003). 이를 근거로 미국 정부는 한국과 같은 국가들과의 양자투자협정을 체결하는 과정에서 자국 문화상품 보호 장치를 인정하지 않는 전략을 사용하였던 것이다.

이러한 갈등은 일견 단순한 정치경제적 충돌로 볼 수도 있지만, 그 본질적인 내용은 문화정치적 충돌의 성격이 강하다. 문화상품의 자유무역을 반대하는 측은 주장하길, 곡물이나 석탄과는 달리 문화상품은 자아감이나 정체성 및 의식 등의 문제와 밀접하게 관련되어 있기 때문에 단순히 경제적으로 접근해서는 안 된다고 한다. 따라서 각 사회의 조건에 맞는 대응 방식이 필요하며 이는 그 사회의 문화주권적 관할사항이라고 주장한다(Scott 2004: 56-57). 이에 비해 미국 정부와 MPAA가 전파하려는 관념은 문화상품의 국제무역은 가능한 한 개방되고 자유로운 방식으로 이루어져야 하며 어떠한 제약도 두지 말아야 한다는 것이다(Miller 2001: 36). 이러한 입장에 의하면, 소위 문화주권을 주장하는 목적은 비효율적이고 경쟁력이 없는 문화산업을 보호하려는 데 있을 뿐이며, 이러한 논리에 의해서 양질의 ‘글로벌 문화’를 소비할 수 있는 소비자들의 권리만이 피해를 본다는 것이다. 요컨대, 문화상품의 자유무역이라는 논리를 앞세운 신자유주의적 가치관을 부과하려는 문화세계정치의 과정이 아닐 수 없다(Volkmer 1997).

실제로 이러한 문화상품의 수출에 항상 따라다니는 것은 미국적 가치관이다. 지구적으로 확산되는 실리우드의 생산물에 담기는 내용을 살펴보면, 이는 진정한 의미의 ‘글로벌문화’ 라기보다는 코카콜라, 맥도널드, 디즈니, 스타벅스 등으로 흔히 상징되는 미국의 대중문화를 그 근간으로 하고 있다. 다시 말해, 글로벌 미디어의 지구화에 힘입어 등장한 소위 ‘맥월드(McWorld)’에서 유통되는 지배적인 논리는 미국적인 가치와 문화규범에 맞추어 세계 각 지역의 문화를 재구성하려는, ‘글로벌 스탠더드’의 확산 메커니즘이다

(Barber 1995). 그런데 문제는 이러한 문화세계정치 분야 글로벌 스탠더드의 실체가 ‘아메리칸 스탠더드’ 라는 데 있다. 다시 말해 문화세계정치의 영역에서 스탠더드를 설정하고 전파하는 메커니즘을 통해서 문화수입국에 사는 사람들의 가치관과 정체성이 문화수출국의 의도에 맞추어 변형되는 세계정치의 현상이 실리우드의 전파에서 발생한다는 것이다. 정보화시대를 맞아 기술·정보·지식이 가지는 다층적 권력으로서의 함의를 실감케 하는 대목이다(라모네 2002).

그렇다면 실리우드가 겉으로 드러내지 않으면서도 집요하게 설파하려는 미국적 가치의 내용은 무엇인가? 할리우드 영화가 옹호하는 지배적 가치는 개인주의(자아신뢰와 정부에 대한 불신), 자본주의적 가치(자유경쟁과 적자생존), 가부장적 제도(남성의 지배적 역할과 여성의 부차적 지위) 등으로 대별해 볼 수 있다(김지석 1991; 김성곤 2003). 1970년대 후반부터 등장한 영웅은 인디애나 존스나 루크 스카이워커와 같은 철저한 개인주의자의 특성을 지니고 있다. 이러한 영웅들은 대체로 자유주의적 기업가, 전사, 가부장의 모습을 보인다. 즉 기업가는 보다 많은 부의 축적을 위해 세금감축과 자유로운 시장경제를 요구하고 아울러 군국주의를 부추겨 이익을 보는 전사가 되는 것이다. 이런 점에서 보면, 스타워즈 시리즈는 신보수주의의 이념, 즉 개인주의, 엘리트에 의한 통솔, 정부통제로부터의 자유 등이 가장 뚜렷하게 드러나는 작품이다. 이러한 흐름은 1980년대 ‘강력한 미국’의 재건을 부르짖는 레이건 행정부의 신냉전 이데올로기와도 맞아 떨어진다(김지석 1991: 67).

이런 흐름은 1990년대에 들어 형태를 달리하며 재생산된다. 1970년대 말과 1980년대 초에 등장한 루카스의 ‘스타워즈’ 삼부작이 냉전이라고 하는 국제정치적 상황에서 ‘악의 제국’과 대결하는 ‘선의 제국’의 이미지를 영상으로 표출하였다면, 실리우드의 현상을 바탕으로 1999년에 제작·개봉된 ‘스타워즈: 에피소드 I’은 탈냉전 시대의 무역전쟁에서 미국의 상업적 이익을 위협하는 일본과 중국의 보호무역주의, 침략과 인권침해의 만행 앞에서도 무기력한 UN, 민주주의에 내재하고 있는 취약성 등을 겨냥하고 있다는 점이 다를 뿐이다. 결과적으로 엄청난 자본과 기술을 바탕으로 IT 특수효과로 포장된 실리우드의 생산물들은 한 때 쇠퇴하는 것으로 보이던 미국의 세계패권을 더욱 더 교묘한 형태로 재생산하는 이데올로기적 장치로서의 일익을 담당하는 것으로 평가된다. 그런데 더욱 교묘한 것은, 다음 장에서 살펴보

는 바와 같이, 이러한 패권의 이데올로기를 관객이 거부감 없이 받아들여도 록 하기 위한 기법으로서 관객을 수동적으로 만드는 환상주의라는 이데올로기가 복합된다는 점이다.

요컨대, 실리우드의 등장은 기술의 우위가 문화의 지배로 전환되는 정보화시대 문화세계정치의 단면을 극명하게 보여준다. 다시 말해 실리콘밸리의 지원을 받은 할리우드는 종래에 행사해온 ‘매력’의 메커니즘을 정교화시키면서 미국의 글로벌 문화패권을 재생산하고 있다. 물론 할리우드의 영화를 통해서 미국의 정치군사적 패권을 정당화하고 미국의 다국적기업들의 자본 축적 과정을 효율적으로 뒷받침하는 이데올로기가 전파된다는 주장은 그리 새삼스러운 것은 아니다. 그렇다고 미국의 영화산업이 미국 정부의 무역정책상의 지원을 받는 것은 사실이지만 할리우드가 정부의 지시를 받고 움직이는 것도 아니다. 그러나 할리우드가 영화를 통해 전파하는 가치들이 이기심, 탐욕, 폭력 등 미 패권주의와 자본주의적 팽창주의가 추구하는 가치들과 상충되지 않으며 때로는 동조적인 것이 사실이다. 그야말로 수잔 스트레인 지(Susan Strange)가 말하는 ‘초국가적 제국’ (transnational empire)의 ‘구조적 권력’ (structural power)을 연상케 하는 대목이다(김상배 2004). 아울러 〈그림 1〉에서 논한, 모노 허브형 네트워크가 탈 허브형 네트워크의 외양을 뒤집어쓰고 행세하는 모습을 유추해 보게 하는 대목이기도 하다.

VI. 21세기 문화제국의 정치질서

실리우드의 부상은 미국 영화산업의 구조변동을 야기하고 세계 영화시장에서 할리우드의 위상을 강화시켰을 뿐만 아니라 세계정치에서 미국의 패권이 확대 재생산되는 과정에까지 연결된다. 일차적으로 실리우드의 등장은 ‘실력’ (實力, hard power)을 중심으로 한 미국의 군사적·경제적 지배에 대한 논의를 ‘매력’을 기반으로 하는 문화와 엔터테인먼트의 문제로 옮겨 놓았다(Nye 2004). 21세기 미국의 ‘매력’을 전파하는 첨병으로서의 실리우드는 미국의 패권을 재활성화하고 재투사하는 데 성공적으로 기여하였다. 그렇다면 실리우드는 어떠한 방식으로 미국의 패권을 부활시키고 재구조화했는가? 만약에 전통주의자들이 말하는 차원의 문화권력으로서만 실리우드가

부상했다면, 머리말에서 언급한 대로, ‘21세기 제국’을 거창하게 거론할 필요가 없을 것이다. 실리우드가 던지는 세계정치적 의미는 할리우드의 안과 밖에서 맞물리면서 선보이고 있는 새로운 권력현상의 연속선상에서 파악되어야 한다. 이러한 관점에서 볼 때, 실리우드의 부상은 할리우드의 세력구도와 경쟁력을 변화시키는 데에서 더 나아가 근대적 정치질서의 내용을 변화시키고 있는 것으로 판단된다.

실리우드의 권력현상을 논하는 데 있어서 미국의 패권이 재구성된다는 논의는 단순히 ‘사적 권력’과 경계가 구분되는 ‘공적 권력’으로서의 ‘국가 권력’의 확장을 의미하는 것이 아니다. 실리우드의 권력에 대한 논의에서 오히려 중요한 것은 실리우드 현상과 병행하여 ‘정치’의 개념과 ‘정치적 권위’의 성격이 변화하고 있다는 점이다. 다시 말해, 실리우드의 등장은 우리가 정치적 문제라고 생각하는 것과 그렇지 않다고 생각하는 것에 대한 정의를 바꾸고 있다. 전통적으로 패권의 생산이 경제로부터 정치의, 그리고 사적 이익으로부터 공공 이익의 추상화와 객관화의 계속적인 과정을 통해서 이루어졌다면, 실리우드의 부상으로 인해 등장하는 새로운 ‘미디어 공간’은 정치에 대한 우리의 관념을 사유화(私有化, privatize)시키고 있다. 이러한 점에서 판타지의 생산이 지니는 권력적인 의미가 중요하다.

실제로 세계정치에서 미국과 실리우드의 권력은 새로운 사고 공간의 구성과 판타지를 조직하는 능력에 크게 의존해왔다. 실리우드가 정치적이고 권력적이라는 의미는 실리우드가 국가, 대통령, 군부와 친하다거나 이들을 위한 일류급의 선전을 담당한다는 뜻이 아니다. 실리우드의 권력적 의미는 실리우드가 현실과 판타지의 경계에서 대안적인 공간과 역사를 창출할 수 있기 때문이다. 다시 말해, 실리우드가 조직화된 ‘공공 판타지’(public fantasy) 그 자체인 것이다(Hozic 1999: 304-305; 김지석 1991: 63). 이렇게 판타지를 구성하는 권력의 요체는 쟁점이 되는 문제로부터 주위를 다른 곳으로 분산시키고, 토론해야 할 문제를 감추는 능력에 달려 있다. 이러한 판타지주의는 미국의 지배 이데올로기를 포장한다. 실리우드의 영화 속에 등장하는 영웅과 폭력에 대한 심취는 판타지의 형식을 빌려 미국의 지배 이데올로기를 교묘히 은닉한다. 실리우드 영화의 지배 이데올로기는 직접 이야기되지 않는다. 흔히 말하길, 할리우드의 영화가 ‘현실의 반영’이라지만 더욱 조심해야 할 것은 실리우드의 영화가 만들어내는 ‘반영의 현실’이다. 다시 말해 실리

우드가 창출하는 것은 또 하나의 ‘초현실’ (hyperreality)이다(Baudrillard 1988).

실리우드의 판타지 권력은 담론적으로나 공간적으로 부르주아적 패권의 전제조건으로서 인식되어 온, 공공 문제와 사적 문제, 정치와 경제, 일과 오락의 구분을 희미하게 하면서 작동한다(Hozic 1999: 289). 실리우드의 권력은 기존 권력의 경계선을 허무는 능력에 의존한다. 이러한 경계 허물기는 궁극적으로 ‘권위의 사유화’ (privatization of authority)로 귀결된다. 예를 들어 할리우드는 미국이 패권을 다시 활성화시키는 과정에서 공공문제에 대한 사적 해법을 제공하는 가장 강력한 국가기구로 인식되었다. 또한 사유화된 공적 공간의 등장과 함께 발생하는 것은 명확하게 구분되어지던 사적 공간의 상실이다. 호직은 이렇게 등장하는 새로운 공간을 피터 테일러(Peter Taylor)의 은유를 원용하여 ‘위안지대’ (comfort zone)라고 부르고 있다(Hozic 2001). 결국 패권을 유지하는 데 있어서 중요한 것은 평범한 소비자들을 위한 위안지대의 창출을 염두에 두고 공적 공간과 사적 공간을 독특하게 분리하고 동시에 통합해 내는 것이다.

정보화시대에 이러한 위안지대의 사례로서 사이버공간은 매우 중요한 의미를 지닌다. 사이버공간은 ‘시공간의 압축’ (time-space compression)을 바탕으로 집단적으로 상상해낸 매트릭스공간이다(Harvey 1990; Gibson 1984). 할리우드는 이러한 사이버공간을 창출함으로써 글로벌 신경제에서 미국의 패권을 재창출하는 데 기여하였다. 공(公)과 사(私)의 경계가 허물어진 사이버공간에서 실리우드는 정치의 본질을 변화시키고, 아직 경험해본 적이 없는 형태의 사회정치적 갈등의 영역으로 세계를 인도한다. 이러한 과정에서 재건되는 미국의 패권은 홈쇼핑과 주문형 비디오의 형태로 안방의 TV로 침투하고 인터넷상의 전자상거래와 동영상의 형태로 밀려온다. 이러한 과정에서 노동과 비즈니스의 공적 영역은 엔터테인먼트와 오락 및 편의성의 이름으로 위장하고서 ‘사적 생활의 공간’ (the sphere of private life)으로 은밀히 침투하고 있는 것이다(Hozic 2001: 300; Barber 1995: 88-99).

이러한 새로운 정치공간의 출현과정에서 재구조화된 미국의 패권은 어디에 존재하는가? 실리우드에 대한 논의에서 미국이라는 절대적 중심은 어딘가에 사라져 버린 것이 아니라 그 자체가 지구적 제국의 형태로 스며드는 형태로 작동한다. 예를 들어, 재구조화된 미국의 패권은 인터넷상의 전자상

거래와 전자금융 또는 사이버 정보교류 등과 같이 태생적으로 초국적인 메커니즘을 지니는 부문에서 신자유주의의 얼굴로 자신을 발현한다. 미국 문화의 지배 아래 지구적 대중문화가 만들어지고 있다고 하면서도 미국의 패권은 전 세계의 문화적 차이를 파괴하지 않고 오히려 온존하려 든다. 다시 말해 실리우드의 문화권력은 문화적 차이의 인식을 전제로 하여 미국의 세계관에 따라 형성되고 있는 모든 것을 덮는 듯 큰 틀 안에서 그것들을 흡수한다. 바로 이러한 점이 실리우드를 무경계의 문화제국이라는 개념을 통해서 이해하려는 시도의 핵심이다(이와부치 2004: 54).

그렇지만 실리우드의 정치질서에서 아무리 물리적 경계가 허물어진다고 해도 관념적·논리적 경계는 존재한다. 지배하려는 측의 물리적 중심은 보이지 않지만, 그러한 지배의 메커니즘에 의해 지배당하는 측이 있는 한, 실리우드라는 문화제국의 ‘논리적 중심’은 엄연히 존재한다. 실리우드의 생산품이 아무리 그럴듯한 ‘매력’으로 포장되어 무소부재(無所不在)의 네트워크를 타고 확산되더라도, 그 출발은 문화의 생산자와 소비자의 위계적 관계를 전제로 한 ‘실력’의 메커니즘이다. <그림 1>에서 예시한 네트워크 유추로 돌아가면, 탈 허브형 네트워크의 이면에서 모노 허브형 네트워크가 교묘하게 몸을 숨기고 작동하고 모델을 연상하게 된다. 다시 말해 실리우드가 보여주는 네트워크는 기술과 문화의 생산을 담당하는 ‘비대칭적 중심’이 있는 모델이다. 이러한 실리우드의 현상에 국제정치학자들이 관심을 기울여야 하는 이유는 다름 아니라 실리우드를 통한 문화의 생산과 전파가 우리의 생활에서 발휘하고 있는 막대한 위력 때문이다.

VII. 맺음말

이 글은 실리우드의 부상으로 대변되는 정보화시대 문화제국의 세계정치를 검토하였다. 실리우드는 세계 영화산업을 지배하고 있는 할리우드와 IT의 메카인 실리콘밸리의 합성어로서 최근 영화산업에서 발견되는 특수효과의 기법을 의미한다. 그러나 실리우드는 영화산업과 IT산업의 단순한 기술적 결합을 넘어서는 좀 더 복합적인 정치경제적 의미를 갖는다. 이러한 시각에서 볼 때, 우선 실리우드는 포스트 포디즘적 산업구조를 넘어서는 새로운

영화산업모델의 등장을 의미한다. IT를 활용한 특수효과의 도입을 통하여 영화산업의 양대 세력인 제작자와 배급업자의 역관계가 변화하고 이러한 과정에서 영화의 제작·배급 양식이 변형되고 있다. 아울러 실리우드는 할리우드와 군산복합체의 결합과정에서 드러난 미국의 기술혁신모델을 엿보게 한다. 특수효과 관련 IT분야 기술을 개발하기 위해서 지원한 국가의 독특한 역할을 엿보게 하는 대목이다.

또한 실리우드는 정보화시대를 맞이하여 증대되고 있는 할리우드의 세계 영화시장에 대한 지배력의 비결이며 동시에 새롭게 재생산되고 있는 미국 세계패권의 문화적 측면을 반영한다. 2차 대전 이후 경쟁력 하락의 우려를 불식하고 1990년대 들어 할리우드는 부활하여 세계 영화시장에 대한 점유율을 계속 증대하고 있다. 현재의 추세를 보건대 가까운 미래에 양적·질적인 차원에서 세계 최대의 영화수출국으로서의 미국의 지위는 고수될 것으로 보인다. 할리우드의 문화패권에 대한 도전이 없는 것은 아니지만 그 시장지배를 방어하기 위한 정치적·제도적 메커니즘이 작동하고 있으며, 미국적 가치관과 지배 이데올로기의 지속적인 유포는 문화패권의 재생산을 위한 ‘매력’의 세계정치를 발산하고 있다.

더 나아가 실리우드는 새로운 문화권력 개념을 바탕으로 부상하는 21세기 문화제국의 정치질서를 극명하게 대변한다. 특히 실리우드가 던지는 세계정치적 의미는 할리우드의 안과 밖에서 동시에 진행되고 있는 새로운 권력현상의 맥락에서 이해되어야 한다. 실리우드의 새로운 권력은 정치와 정치권력에 대한 새로운 정의를 바탕으로 등장한다. 이러한 점에서 실리우드의 권력은 공적 공간과 사적 공간의 경계를 허무는 판타지를 생성해내는 권력이며, 이러한 과정은 궁극적으로 ‘권위의 사유화’로 귀결된다. 실리우드는 이렇게 사유화된 정치권위의 상징이며 사이버공간은 실리우드가 소위 ‘위안지대’를 제공함으로써 지배의 메커니즘을 교묘하게 만드는 새로운 장이다. 요컨대, 실리우드의 권력은 탈정치화되고 탈중심화된 형태로 작동하면서 우리의 ‘사적생활의 공간’에 침투하는 무경계의 문화제국이라고 할 수 있다.

21세기 문화지구화에 대한 대항운동의 진영이 이의를 제기하는 것은 바로 이러한 맥락이다. 유럽영화제의 반(反)할리우드적인 수상작 선정의 관행이나 한국에서의 스크린쿼터 수호운동 등의 사례는 거대한 자본과 세련된 문화의 힘을 등에 업고 기세를 올리고 있는 실리우드에 대한 저항의 양식이

다. 그러나 실제 현실을 돌아보면, 이러한 ‘지하드’(Jihad)적인 대응이 그리 쉽게 돌파구를 마련하지 못하고 있음을 발견한다. 예를 들어, 스크린쿼터는 한국 영화산업의 숨을 돌리기 위한 임시방편의 방패막이 노릇은 할지언정 급속히 부상하는 새로운 문화 생산과 전파의 양식으로서의 실리우드에 대한 근본적인 처방일 수는 없다. 현재 우리에게 필요한 것은 수용이나 아니면 저항이냐는 식의 이분법적인 발상을 넘어서는 좀 더 세련된 문화전략의 모색이다. 문화제국주의에 대항하는 19세기 저항민족주의 발상으로 21세기의 문화제국에 대처할 수는 없기 때문이다. 그렇다면 이상의 실리우드의 문화제국에 대한 논의를 바탕으로 할 때, 문화제국에 대응하는 우리의 미래전략은 어떠한 방향으로 펼쳐져야 하는가?

일차적으로는 디지털 시대에 걸맞은 ‘실리우드’ 따라잡기 전략이 필요하다. 21세기 문화전략의 출발은 역시 IT를 기반으로 한 문화역량의 강화에서 구해져야 할 것이다. 이러한 맥락에서 ‘한국판 실리우드’를 모색하는 것도 의미가 크다. 그런데 한국판 실리우드의 추진을 위해서는 미국의 실리우드에서 발견되는 복합적인 제도 네트워크의 마련이 필요하다. 최근 정부가 나서서 아날로그 시대에 제조업을 육성하는 방식으로 문화강국을 달성하려는 ‘발전국가’(developmental state)의 발상은 디지털 시대에는 통하지 않을 것이다. 아울러 최근 국내에서 일고 있는 저항적 문화수호운동을 넘어서 글로벌 코드와 호환되는 안과 밖의 네트워킹 전략도 필요하다. 실리우드가 주도하여 전세계적으로 짜고 있는 문화산업의 글로벌 네트워크에서 우리의 역할에 걸맞은 역할을 찾는 것이 중요하다. 이러한 점에서 최근 인천 송도지역, 상암동 DMC(Digital Media City), 부산 센텀시티 등에 고려되고 있는 ‘디지털 미디어 집적화단지’에 대한 구상은 네트워크를 확충하는 차원에서 적절한 방향 설정이라고 볼 수 있다. 다만 안으로 웅크리는 ‘집적단지’(cluster)가 아닌, 밖으로 열린 네트워크의 ‘노드’(node)를 지향하는 발상이 필요할 것이다.

그러나 실리우드 따라잡기 전략은 실리우드의 문화제국에 대한 근본적인 대항 전략이 되지 못하는 못한다. 이러한 맥락에서 문화제국에 대항하는 또 다른 문화 네트워크의 맹아가 사이버공간을 중심으로 출현하고 있음에 주목하여야 한다. 사이버공간은 실리우드의 권력재생산의 공간을 창출하는 동시에 대항진영에도 새로운 희망의 기회를 제기한다. 특히 최근 한국에서 신세대

들을 중심으로 등장하는 인터넷 커뮤니티의 문화생산과 소비의 행태는 기존의 전통적인 모델보다도, <그림 1>에서는 보는 같은, 탈허브 네트워크 모델을 창출한다. 그러나 아직은 담론 차원에서 제기되고 있는 이러한 사이버공간의 대항모델을 현실화(materialize)시키기 위해서는 오프라인에서의 성공을 거울삼고 실패를 극복하는 냉철한 전략을 마련해야 한다. 그나마 소박한 기대를 갖게 되는 것은, 최근 유행하는 소위 ‘싸이월드’나 온라인 게임 등에서 보는 바와 같이, 최근 우리가 사이버공간을 둘러싸고 발생하고 있는 대항적 문화생산·소비의 양식에 결코 뒤져 있지 않다는 사실이다. 이는 향후 한국의 글로벌 문화전략 연구가 각별한 관심을 기울여야 할 연구주제라고 생각된다.

요컨대, 21세기 문화세계정치에서 ‘코리안 스탠더드’가 ‘동아시아 스탠더드’를 넘어서 ‘글로벌 스탠더드’와 경쟁하기 위해서는 변화하는 바깥세상의 코드를 정확히 읽고 대응하여야 한다. 21세기 제국의 틀 안에서의 실리우드의 세계표준을 따라가고 호환성을 유지하는 생존전략을 추구하는 동시에 제국 자체에 대한 대항담론의 개발에 주의를 기울일 필요도 있다. 이러한 점에서 국가의 역할도 대외적인 문화의 흐름에 대해서도 개방과 규제, 복합적 발상과 함께 근대적 발전국가 구상과 탈근대적 조절국가 구상의 긴장관계 속에서 설정되어야 한다. 다시 강조컨대, 21세기 문화세계정치에서 성공의 요체는 문화 분야 ‘네트워크 지식국가’(network knowledge state)의 모색에 있다.

참고문헌

- 김경욱. 2002. “할리우드 블록버스터의 전개과정과 이데올로기: <스타워즈> 시리즈를 중심으로.” 『영화연구』. 20, 171-190.
- 김미현 외. 2003. 『한미투자협정과 스크린쿼터제』. 서울: 영화진흥위원회.
- 김상배. 2004. “정보화시대의 지식구조: 수잔 스트레인지의 개념화를 넘어서.” 『한국정치학회보』. 38(3), 255-276.
- 김상배. 2005. “정보화시대의 제국: 지식/네트워크 세계정치론의 시각.” 『세계정치』. 26(1), 93-120.
- 김성곤. 2003. 『영화로 보는 미국: 할리우드 영화의 문화적 의미』. 서울: 살림.
- 김지석. 1991. “할리우드 영화의 두 얼굴: 지배 이데올로기와 환상주의.” 『영화연구』. 8, 58-77.
- 라모네, 이나시오. 2002. 『소리 없는 프로파간다: 우리 정신의 미국화』. 서울: 상형문자.
- 민병원. 2004. “네트워크의 국제정치: 새로운 이론들의 모색.” 한국정치학회 추계학술회의 발표논문.
- 박지향 외. 2005. “기획특집: 세계정치와 제국.” 『세계정치』. 26(1).
- 신강호. 1991. “할리우드 스튜디오 시대의 황금기” 『영화연구』. 8, 98-118.
- 신강호. 1995. “뉴 할리우드.” 『영화연구』. 10, 119-139.
- 유상철 외. 2005. 『한류DNA의 비밀: 소프트 파워, 소프트 코리아의 현장을 찾아서』. 서울: 생각의 나무.
- 이와부치 고이치. 2004. 『아시아를 잇는 대중문화』. 서울: 또 하나의 문화.
- 장수현 외. 2004. 『중국은 왜 한류를 수용하나』. 서울: 학고방.
- 조한혜정 외. 2003. 『‘한류’와 아시아의 대중문화』. 서울: 연세대학교출판부.
- 평화포럼21 편. 2005. 『매력국가 만들기: 소프트 파워의 미래전략』. 서울: 21세기평화재단·평화연구소.
- Barabási, Albert-László. 2002. *Linked: The New Science of Networks*. Cambridge, MA: Perseus Publishing.
- Baran, Paul. 1964. “On Distributed Communications: Introduction to Distributed

- Communications Network.” *RAND Memorandum*. RM-3420-PR. <<http://www.rand.org/publications/RM/RM3420/>> (검색일: 2004년 12월 4일).
- Barber, Benjamin R. 1995. *Jihad vs. McWorld*. New York: Times Books.
- Baudrillard, Jean. 1988. “Simulacra and Simulations.” in Mark Poster, ed. *Jean Baudrillard: Selected Writings*. Stanford, CA: Stanford University Press, 166-184.
- Cowen, Tyler. 2002. *Creative Destruction: How Globalization is Changing the World's Culture*. Princeton: Princeton University Press.
- Der Derian, James. 2001. *Virtuous War: Mapping the Military-Industrial-Media-Entertainment in Network*. Boulder, CO: Westview Press.
- Dowmunt, Tony. 1998. “An Alternative Globalization: Youthful Resistance to Electronic Empires.” in Daya K. Thussu, ed. *Electronic Empires: Global Media and Local Resistance*. London and New York: Arnold, 243-256.
- Drake, William J. and Kalypso Nicolaidis. 1992. “Ideas, Interests, and Institutionalization: ‘Trade in Services’ and the Uruguay Round.” *International Organization*. 46(1), 37-100,
- Flamm, Kenneth, 1987. *Targeting the Computer: Government Support and International Competition*. Washington, DC: The Brookings Institute.
- Flamm, Kenneth. 1988. *Creating the Computer: Government, Industry, and High Technology*. Washington, DC: The Brookings Institute.
- Garofolo, John. 2000. *Telling War Stories: How The U.S. Military and Hollywood Produce a Warrior Culture*. Ph.D. Dissertation, University of Southern California.
- Gibson, William. 1984. *Neuromancer*. New York: Ace Books.
- Gomery, Douglas. *The Hollywood Studio System*. New York: St Martin's Press.
- Hardt, Michael and Antonio Negri. 2000. *Empire*. Cambridge MA: Harvard University Press.
- Hardt, Michael and Antonio Negri. *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*. New York: Penguin Press.
- Hart, Jeffrey A., Stefanie A. Lenway and Thomas P. Murtha. 2000. “Technonationalism and Cooperation in a Globalizing Industry: The Case of

- Flat-Panel Displays.” in Aseem Prakash and Jeffrey A. Hart, eds. *Coping with Globalization*. London and New York: Routledge, 117-147.
- Harvey, David. 1990. *The Condition of Postmodernity*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Herz, J.C. and Michael R. Macedonia. 2002. “Computer Games and the Military: Two Views,” *Defense Horizons*, 11, (2002), <<http://www.ndu.edu/inss/DefHor/Dh11/Dh11.htm>> (검색일: 2005년 8월 8일).
- Hozic, Aida A. 1999. “Uncle Sam goes to Siliwood: Of Landscapes, Spielberg and Hegemony.” *Review of International Political Economy*. 6(3), 289-312.
- Hozic, Aida A. 2001. *Hollyworld: Space, Power, and Fantasy in the American Economy*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Kim, Sangbae and Jeffrey A. Hart. 2001. “Technological Capacity as Fitness: An Evolutionary Model of Change in the International Political Economy.” in William R. Thompson, ed. *Evolutionary Interpretations of World Politics*. New York: Routledge, 285-314.
- Lampel, Joseph and Jamal Shamsie. 2003. “Capabilities in Motion: New Organizational Forms and the Reshaping of the Hollywood Movie Industry.” *Journal of Management Studies*. 40(8), 2189-2210.
- Miller, Toby, Nitin Govil, John McMurria, and Richard Maxwell. 2001. *Global Hollywood*. London: British Film Institute.
- Norris, Vivian. 2001. *Globalization and Anarchy in Cinema: Who Wins and Who Loses in the Entertainment War*. Ph.D. Dissertation. University of Washington.
- Nye, Jr., Joseph S. 2004. *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: PublicAffairs.
- Prince, Stephen. 1992. *Visions of Empire: Political Imagery in Contemporary American Film*. New York: Praeger.
- Prince, Stephen. 2000. *A New Pot of Gold: Hollywood under the Electronic Rainbow, 1980-1989*. New York: Charles Scribner's Sons.
- Schiller, Herbert I. 1969. *Mass Communications and American Empire*. New York: Augustus M. Kelley.
- Schroeder, Andrew. 2002. *Strategies of Cinema: Cultural Politics in the New*

- Hollywood, 1967-1981*. Ph.D. Dissertation. New York University.
- Scott, Allen J. 2004. "Hollywood and the World: The Geography of Motion-picture Distribution and Market." *Review of International Political Economy*. 11(1), 33-61.
- Segrave, Kerry. 1997. *American Films Abroad; Hollywood's Domination of the World's Movie Screens*. Jefferson, NC: McFarland.
- Tomlinson, John. 1991. *Cultural Imperialism: A Critical Introduction*. Baltimore, Maryland: The Johns Hopkins University Press.
- Urry, John. 2003. *Global Complexity*. Cambridge: Polity.
- Volkmer, Ingrid. 1997. "Universalism and Particularism: The Problem of Cultural Sovereignty and Global Information Flow." in Brian Kahin and Charles Nesson, eds. *Borders in Cyberspace: Information Policy and the Global Information Infrastructure*. Cambridge, MA: MIT Press, 48-83.
- Wasko, Janet. 1994. *Hollywood in the Information Age: Beyond the Silver Screen*. Austin: University of Texas Press.
- Wasko, Janet. 2001. *Understanding Disney: The Manufacture of Fantasy*. Cambridge: Polity.
- Wayne, Mike. 2003. "Post-Fordism, Monopoly Capitalism, and Hollywood's Media Industrial Complex." *International Journal of Cultural Studies*. 6(1), 82-103.