

디지털 전환 이후, 나이지리아의 영화산업

After the Digital Transformation of Nigerian Film Industry

이정성(Jeongseong Lee)¹ | ¹ (제1저자) 전북대학교 프랑스·아프리카연구소 HK연구교수 | jeongseonglee@jbnu.ac.kr

이지현(Jihyun Lee)² | ² (교신저자) 전북대학교 프랑스·아프리카연구소 HK연구교수 | 13inoche@jbnu.ac.kr

목 차

1. 서론
2. 디지털 전환과 놀리우드의 성장
3. OTT 플랫폼이 서사에 미친 영향
4. AI 영화의 등장과 미학의 고민
5. 결론을 대신하여

초 록

본 연구는 나이지리아 놀리우드 영화산업의 디지털 전환과 이에 따른 산업 구조 변화를 통한 문화적 양상을 분석하였다. 1990년대 비디오 대여 확산 이후, 놀리우드는 VOD 중심 디지털 체제로 전환하며 다양한 작품을 빠르게 생산하는 대량 창작 방식을 발전시켰다. 2020년 넷플릭스 아프리카 시장 진입으로 글로벌 디아스포라까지 수요가 확대되며 산업 지형도가 변화하였다. 디지털 전환 이후 여성 서사 및 참여 증가, 모바일 기반 젊은 창작자 진입, AI 영화 등장과 실험적 시도가 두드러졌다. AI 영화는 기존 서사 공식을 강화하며 예술 동일성과 원본성, 저작권 문제 재검토를 시사한다. 놀리우드의 디지털 전환은 산업적 성장과 함께 미학적 담론에도 중요한 영향을 미친다.

※ 키워드 : 놀리우드, 아프리카 영화, 교차성, AI 영화, 자필적 예술

ABSTRACT

This study investigates the digital transformation of the Nigerian Nollywood film industry and its cultural implications. Beginning with the widespread adoption of video rentals in the 1990s, Nollywood evolved into a VOD-centered digital production system, relying on a high-volume, rapid-production model that prioritizes diversity of output over blockbuster-focused strategies. The entry of Netflix into the African market further expanded Nollywood's reach, extending digital demand beyond the continent to the global diaspora. Key features of this transition include increased female participation and female narratives, the rise of young creators through mobile-based, and experimental practices facilitated by AI-assisted filmmaking. Although AI productions often reinforce established narrative formulas and have limited qualitative sophistication, they signal an emerging shift in production practices and highlight the need to reconsider issues of artistic authorship, originality, and copyright in digital contexts. This study demonstrates that Nollywood's digital transformation is significant not only for industrial growth but also for broader aesthetic and cultural discourse.

※ Keywords : Nollywood, African cinema, intersectionality, AI cinema, autographic art

-
- 이 논문 또는 저서는 2025년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2025S1A6B5A01003729)
 - 논문접수 : 2026.02.27. • 최초심사 : 2026.03.14. • 심사완료 : 2026.03.25.

1. 서론

나이지리아가 공적 자금을 지원해 영상을 촬영하기 시작한 것은 2012년부터이다. 2012년, 나이지리아 연방 정부는 창조산업 개입 기금(Creative Industry Intervention Fund)을 통해 영화 관련 프로젝트 및 벤처에 2억 달러 규모 재정 지원을 승인했다. 나이지리아 역사상 연방 정부가 최초로 엔터테인먼트 부문에 직접 기금을 투입한 사례이기 때문에 이는 상징적 의미를 갖는다.¹⁾ 2015년 나이지리아 산업은행(Bank of Industry, BOI)은 500만 달러 규모의 기금인 놀리펀드(Nollyfund)를 출범했다. 기금의 목표 달성을 위해 BOI는 영화 배급사, 제작 및 후반 전문가, 평론가, 제작자 등으로 구성된 놀리펀드 실행 자문단(Nollyfund Implementation Advisory Group)을 설립했다. 이러한 정책은 놀리우드(Nollywood)를 제도권 영상산업으로 재편하고자 한 국가적 시도의 일환이라 볼 수 있다. 하지만 국가적인 제도적 지원 장치의 출범에도 불구하고, 다수의 나이지리아 극영화 제작자들은 해당 기금 체계에 적극적으로 참여하지 않았다. 가장 큰 이유는 제작 승인과 집행 과정에서 요구되는 행정 절차와 시간 소요 때문이었다. 나이지리아에서는 평균적으로 주당 약 50편에 이르는 영화가 제작되고 있다. 이는 ‘극장’ 중심의 배급 구조가 아니라, ‘지역 위성방송’과 ‘온라인 플랫폼’을 통한 직접 영상을 유통하는 구조에 기반하는 나이지리아 특유의 특징 때문에 가능한 수치이다. 다시 말해, 놀리우드는 저예산과 단기 제작을 통한 신속 유통이라는 디지털 친화적 생산 방식을 통해 세계적인 영화 생산 강국의 자리를 차지했다.

엘리자베스 T. 기와(Elizabeth T. Giwa)에 따르면, 2006년을 기준으로 놀리우드 영화의 평균 제작 비용은 약 15,000달러이고, 영화제작 기간은 평균 10일 정도 소요된다(Giwa, 2014), 2015년의 가사는 놀리우드에서 한 해에 제작되는 영화의 편수가 2500편에 달하고, 그 경제효과는 6억 달러에 해당한다고 밝힌다(하선영, 2025). 그리고 2022년 놀리우드의 총수익은 극장 수입과 스트리밍을 포함하여 68억 달러에 이르렀다. 나일 그룹(Nile Group)의 모세스 바바토페(Moses Babatope)는 코로나19를 거치며 “전 세계 영화 산업을 강타한 심각한 어려움에도 불구하고 2023년 (나이지리아는) 전 세계 박스오피스 수익은 약 339억 달러에 달했다”고 소개한다(Dan-Awoh, 2024). 요컨대 놀리우드는 현지 관객을 정확하게 겨냥한 영상 콘텐츠의 제작 전략을 사용하여 어느 나라와는 다른 영상산업 발전의 자국화를 이루어냈다.

본 연구는 나이지리아 영화산업이 디지털 전환 이후에도 여전히 놀리우드가 영화강국의 위상을 유지하며 지속적으로 성장해 온 구조적 요인을 분석한다. 기존의 놀리우드 영화산업 연구가 경제적 규모와 대중문화적 확산에 초점을 맞추어 진행된 것과 비교하여, 본 연구는 디지털 전환 이후 지속적으로 성장해 온 나이지리아의 영화제작 관행을 소개하고, 이를 동시대 기술 환경과 연결 지어 미학적으로 해석하고자 한다. 특히 최근 AI 기반 영상 제작 기술이 영화 산업 전반으로 확산되면서, 제작 공정의 자동화와 창작 주체의 재구성이 주요 쟁점으로 부상하는 지금의 상황에서 이러한 논의는 의미가 있다. 기계적이고 고전적인 영상창작의 과정이 놀리우드의 기존 디지털 제작 관행과 어우러져 어떻게 발전하

1) 2013년 Filmhouse Cinemas는 나이지리아 산업은행(BOI)의 산업 개입 기금 첫 수혜자가 된다(Trumpet Media Group, 2013).

고 있는지, 그리고 디지털 전환 이후 놀리우드가 여전히 영화 강국의 위상을 유지하며 성장해 온 구조적인 요인을 밝히고, 놀리우드 특유의 저예산 및 디지털 중심 제작 관행이 갖는 미학적인 함의를 고찰하는 것이 본 연구의 목표이다. 이 과정에서 기술 발전이 영화 제작의 개념 변화에 미치는 심미적 시사점을 일깨우고, AI 영화 창작의 주체성과 창작 개념이 어떻게 재구성될 수 있는지에 대한 이론적 토대를 마련하고자 한다.

2. 디지털 전환과 놀리우드의 성장

아프리카에서 영화산업은 비공식적 형태로 성장했다. 아프리카 대륙의 54개국 중 이집트와 모로코, 남아프리카공화국의 3개국 정도만이 ‘영화관 상영’을 경험한 적이 있었을 정도로, 영화사 초기부터 아프리카 대륙은 영화와는 먼 거리를 유지했다.²⁾ 이집트, 모로코, 남아공을 제외한 거의 모든 나라들이 필름을 전혀 경험하지 못한 상태로 곧바로 디지털 시대를 맞이한 것은 우연이 아니다. 아프리카의 다수 국가는 극장 중심의 영화 산업이 충분히 제도화되기 이전에 디지털 기반 유통 시장이 빠르게 확산되었는데, 그중 가장 빠른 속도로 영화를 산업화한 곳이 바로 나이지리아이다. 소위 ‘놀리우드’라 불리는 나이지리아의 영화산업은 1960년에 나이지리아가 영국으로부터 독립하며 본격적으로 발전하기 시작했다. 당시 대통령이었던 야쿠부 고원(Yakubu Gowon)이 법령을 발동하며 국내 영화관 소유권을 외국인에게서 나이지리아인에게 이전하게 한 것이 곧바로 토착 영화 제작의 변성으로 이어졌다. 놀리우드가 오늘날 세계 최대 규모의 영화 생산 산업 중 하나로 자리하게 된 데에는 몇 가지 구조적인 요인이 작용하였다. 본 연구는 이를 세 가지의 요인으로 꼽는다.

첫째, ‘제작 속도’이다. 대부분의 놀리우드 영화는 제작 기간이 빠르면 1주에서 길어도 3주 이내로 다른 나라와 비교해서 매우 빠른 편에 속한다. 다만 넷플릭스(Netflix)와 같은 글로벌 스트리밍 플랫폼의 등장 이후 나이지리아 영화 제작 비용과 기간은 여러 면에서 변화를 겪었지만, 그럼에도 그 내용은 일부이며 아직 몇몇의 구매 계약과 공동 제작으로 소개될 뿐, 통계적으로 의미 있는 결과가 드러난 상황은 아니다. 예를 들어 넷플릭스가 공동제작한 <더 블랙 북 *The Black Book*>(2023)은 100만 달러의 높은 예산으로 제작된 영화이다. 이는 나이지리아 역사상 기록할 만한 높은 비용으로, 이 작품은 공개 후에 넷플릭스 전 세계 영화 차트에서 3위를 차지하는 등 여러 기록을 세웠다. 참고로 이 영화는 2년 동안 시나리오를 쓰고 약 4개월에 걸쳐 촬영이 진행되었다. 대개 3주 안에 촬영을 마치는 보통의 놀리우드 영화들과 비교하면 매우 공들인 사례이다(Roxborough, 2023).

둘째, 영화 ‘유통 과정’의 특이점이다. 놀리우드에서 영화 상영시간은 1시간에서 2시간 사이로 평균화되어 있다. 그렇지만 내용이 길어지는 경우, 대부분의 콘텐츠는 시리즈화된다. 이렇듯 나뉘어진 콘텐츠는 대다수 DVD나 VOD로 유통되는데, 한 디스크에 영상이 담기거나 최대 3장 정도로 디스크로

2) 이집트와 남아프리카공화국은 1900년대 초반부터 영화 스튜디오와 제작 과정을 거친 나라들이며, 그중 이집트는 북아프리카에서 가장 큰 영화수출국으로 알려져 있다. 남아프리카공화국은 영화사 초기부터 할리우드 메이저들과 긴밀하게 관계를 맺었는데, 모로코의 경우는 프랑스의 영향으로 영화산업이 유지되어 왔다. 1944년 설립된 모로코 영화 센터(Centre Cinematographique Marocain)가 대표적인 사례이다.

나뉘어 소개되는 것을 드물지 않게 발견한다(Giwa, 2014). 또한 영화의 각 에피소드들 사이에 광고와 홍보 콘텐츠가 포함될 수 있다. 그렇다고 하더라도 놀리우드의 영화산업 기반이 본격적으로 형성된 것은 1990년대에 이르러서이다(Unesco, 2021). 대다수 서구 국가들이 영화 유통을 ‘영화관’ 중심으로 진행한 것과 달리, 나이지리아는 소위 ‘소비자 판매 모델’을 개척했다. 이는 시기적으로 홈비디오 최초의 블록버스터급 흥행작 <리빙 인 본디지 *Living in Bondage*>(1992)가 등장하며 시작된 역사이다.³⁾ 지금의 놀리우드를 존재하게 한 시초라고도 할 수 있는 <리빙 인 본디지>의 흥행 이후에, 놀리우드가 제작한 비디오 영상은 ‘대여’의 형태로 꾸준히 수익을 벌어들였다. 그리고 2000년대 초반 VHS 포맷이 VCD와 DVD로 전환되며 매출 규모는 이전보다 더 커졌다. 그리고 2004년 라고스 인근의 빅토리아 섬에 ‘실버버드 시네마(Silverbird Cinemas)’가 설립되며 상징적 구조는 이전과 많이 달라졌다. 현재에 이르고 있듯 “놀리우드는 곧 라고스이다”라는 등식이 성립하게 된 것은 2000년대 중반 즈음의 일이다.

셋째, 거대한 내수시장과 함께 나이지리아 영화산업에서 눈여겨볼 또 다른 요소는 ‘diasporic 영화(diasporic cinema)’ 소비층의 확보이다. 타국에서 살아가는 이산 공동체의 삶과 정체성을 중심으로 한 영화인 diasporic 영화는 나이지리아 영화산업의 안정적인 중추 역할을 도맡는다. 아프리카 전역 및 영국과 미국에 거주하는 아프리카 diaspora 영상시청자 수요는 나이지리아에 집중되어 있다. 앞서 소개한 <더 블랙 북>의 경우도 마찬가지다. 2023년 개봉 이후 이 영화는 몇 주 동안 세계 69개국 이상에서 넷플릭스 톱 10에 진입하였으며, 아프리카 diaspora 영상 수요를 가늠하는 데 큰 도움이 되었다. diaspora 영화의 관점에서 아프리카 영화가 여전히 잠재력을 가진 것은 분명하다.

2021년 발간된 유네스코의 ‘아프리카 영화산업 보고서’는 아프리카 54개국의 영화 및 시청각 산업의 현황과 과제를 분석하는 과정에서, 놀리우드가 영화 시청각 분야에서 두각을 드러낼 수 있었던 이유를 다음과 같이 소개한다. “미국, 중국, 인도와 같은 다른 시장과 마찬가지로 나이지리아의 제작 예산은 민간 자금으로 충당된다. 제작자는 성공적인 프로젝트의 수익을 새로운 프로젝트에 재투자하거나 친구, 가족 또는 고소득층과 같은 개인 투자자로부터 필요한 자금을 조달할 수 있다. 일부 대규모 영화의 경우 브랜드 또는 PPL의 재정 지원이 가능하다. 불법 복제가 만연한 상황에서 해결책은 최소 시간에 최대 수익을 창출할 수 있도록 대량 제작하는 것이다. 나이지리아 영화 제작자 협동조합에 따르면, 2014년 나이지리아 영화 한 편의 잠재 관객은 나이지리아 국내에서 1,500만 명, 전 세계적으로 약 500만 명이었다. 이 수치는 오늘날 더 높을 것으로 예상된다. 이러한 잠재 관객을 확보하려면 효과적인 배급이 필수적이다. 초기에 놀리우드 영화는 막강한 노점상 네트워크를 통해 DVD나 VCD 형태로 소비자에게 직접 판매되었지만, 오늘날에는 나이지리아, 아프리카, 그리고 해외 거주 유권자 등 온라인과 TV를 통해 널리 배급되고 있다”(Unesco, 2021).⁴⁾

3) 나이지리아의 영화 산업이 상업적인 모델을 형성한 것은 1980년대이다. 감독들이 자체 자금으로 영상을 제작하며 초기 모델이 완성되었고, 이들의 수익 보장을 위해 1990년대 초 정부가 나서서 영화 불법 복제 금지를 선언하며 산업의 활성화가 시작되었다. 흥미로운 점은 나이지리아 자국 영화 불법 복제는 완전히 금지했지만, 해외 영화는 제작자 복제물 재판매가 허용되었다는 사실이다. DVD/VCD 재판매로 인한 수익은 전적으로 판매자에게 이익이 돌아갔고, 영상을 제작·선순환 구조가 창출됐다.

4) 2021년 유네스코 영화 보고서가 소개하는 아프리카 영상산업의 부상 요소는 총 4가지로, 그 내용은 차례로 ‘놀리우드 모델(modèle Nollywood)’, ‘작가 모델(modèle Auteur)’, ‘서비스 모델(modèle Service)’, ‘영화제 모델(modèle Festival)’이다. 본문의 인용문구는 그중

놀리우드 영화의 디지털화는 영화 유통의 특수한 상황에 맞춰서 이루어졌다. 그리고 전 세계적으로 팬데믹과 디아스포라 영상수요의 결합을 통해 산업적으로 거의 상처 입지 않고 현재까지 유지되고 있다. 비전전대 한국과 같은 나라가 2000년대 이후 스크린쿼터(screen quota system)처럼 프랑스식 ‘영화 산업 보호 정책’을 통해 자국 내 영상산업을 성장시킨 것과 비교하여, 놀리우드는 특수하다. 할리우드를 제외한 여타 나라가 공적 자금의 지원 메커니즘을 수익성에 대한 기대가 없는 ‘문화적 다양성 증진’을 목표로 삼았다면, 놀리우드는 자체의 수요 개발을 통해 다양한 영상산업의 잠재력을 발굴한 경우에 속한다. 물론 영화산업의 디지털화 이후 OTT 플랫폼을 통한 영상 수요의 증가는 전 세계가 다 함께 겪어온 일이다. 그렇지만 아프리카 내에서 영상의 디지털화는 조금 더 일찍, 조금은 다른 형태로 진행되었다. 유네스코가 이른 ‘놀리우드 모델’은 그렇게 완성된다. 빠른 영상제작과 비공식 콘텐츠의 유통, 그리고 글로벌 플랫폼과의 결합이라는 이질적인 요소가 더해져서 나이지리아의 현재 영상산업 생태계는 다층화되어 유지되고 있다.

아프리카 내에서 놀리우드 모델이 전문화되면서, 아프리카 전역으로 영상 시장의 VOD사업(Video on Demand, 주문형 비디오)이 확장된 것도 주목되어야 한다. VOD 사업은 사용자가 원할 때 원하는 영상 콘텐츠를 스트리밍하거나 다운로드하여 시청할 수 있는 서비스로, 대체로 월정액 구독(Subscription Video on Demand, SVOD)의 형태로 진행된다. 개별 구매 역시 가능하다. 아프리카의 스마트폰 보급률이 높아지며 낮아진 디지털 격차(digital divide)로 인해 영상산업의 디지털화는 가속되는 상황으로, 2014년을 기준으로 아프리카 대륙 내 이동통신 보급률은 2000년 1%에서 2012년 54%로 급증하였다(Macharia, 2014). 아프리카에서도 인터넷 접속을 통한 영상 구매가 사치가 아닌 시대가 당도한 것이다. 1990년대 중반, 놀리우드의 영상물 제작자들은 직접 자신들의 채널을 소유하기 시작했다. 대부분은 흥행에 성공한 ‘텔레비전 시리즈’를 기반으로 그 역할을 발전시켰는데⁵⁾, <표 1>의 내용은 아프리카 내의 주요 VOD 사업자를 정리한 것으로 그들 중 일부는 뮤직비디오나 지역 콘텐츠 방송을 전담하며 성장했다.

지난 몇 년간은 나이지리아 영상산업에 참여한 신규 업체의 수가 눈에 띄게 늘어났다. 주로 미국과 중국의 민간기업이 매우 직접적인 방식으로 상업적 접근을 취한 것이 특징이다. 나이지리아의 PBO TV가 대표적이다. PBO TV의 모회사는 스타타임즈(StarTimes)로, 스타타임즈는 2002년 아프리카에 처음 진출한 중국의 미디어 회사이다. 이 기업은 남아프리카를 중심으로 사하라 이남 지역에서 가입자를 모집했고, 2025년 기준으로 37개국에서 StarTimes OTT 가입자 2,000만 명을 모았다. 참고로, 정확한 구독자 수치가 공식 공개된 적은 없다. 미국의 경우, 넷플릭스와 디즈니플러스, 아마존 프라임 등의 유명 OTT 서비스가 아프리카에 진출하였다. 넷플릭스는 2016년에 처음 아프리카 시장에 뛰어 들었고, 2020년 전후 본격적으로 활동하기 시작하였다(Wexler, 2020). 넷플릭스의 아프리카 대규모 콘텐츠 투자가 시작된 것도 같은 시점이다.

놀리우드 모델에 대한 설명 부분이다.

5) 가나계 미국인 제작자 Nicole Amarteifio가 제작한 <An African City>(2014)와 짐바브웨 드라마 <Working Wives>(2020)가 그 예시이다.

〈표 1〉 2021년 기준 아프리카의 주요 VOD 사업자⁶⁾

회사	운영 지역	가입자 (만 명)
iROKotv 나이지리아	영어권 아프리카 불어권 아프리카	200
Netflix 미국	아프리카 전역	69
ShowMax 남아프리카	영어권 아프리카	33
Amazon 미국	아프리카 전역	10
StarzPlay 아랍에미리트	북부 아프리카 (및 중동지역 포함)	180
Orange TV ⁷⁾ 프랑스	코트디부아르	-
Viusasa ⁸⁾ 케냐	케냐	-
DStv Africa 남아프리카	짐바브웨 외 사하라 이남	-

놀리우드를 중심으로 아프리카 영상산업의 디지털 전환은 전 세계 영화산업의 가치사슬을 재편하고 있다. 특히 기존의 ‘제작자와 배급자’ 중심의 산업구조에서 ‘스트리밍 플랫폼’ 중심의 플랫폼화(platformization)의 단계로 전환되는 속도가 빠르다. 비견컨대 한국이 기존 영화관 중심 영상산업 생태계의 우려하는 것과 달리, OTT 서비스의 부상은 아프리카 내에서 콘텐츠의 유통과 소비 패턴을 급격하게 변화시키며 긍정적인 힘을 부여했다. 스트리밍을 중심으로 한 놀리우드의 ‘산업 담론(industry lore)’은 분명 기존 산업 지식의 변화를 추진하고 있다. 주목해야 할 내용은 미디어와 커뮤니케이션의 유통 방식이다. 디지털 시대로 전환된 후 벌어지는 미디어의 물질적 측면은 관계적으로 다양하게 변화하고 있다. 디지털화된 영상매체는 “다양한 매체 플랫폼을 통한 시청의 촉진을 요구하며, 디지털 미학은 시청자 내부에서 재구성된 흐름의 형태를 강요”한다(Burroughs, 2019). 이 내용은 무엇보다 ‘영화 서사’의 경향성 변화와 맞물려 살펴볼 수 있는 영역이다.

6) 표의 내용은 Unesco의 2021년 ‘아프리카 영화산업’ 리포트 23-24쪽을 참고해 작성되었다. Orange TV와 Viusasa, DStv Africa의 경우에는 공식적으로 가입자가 공개된 적 없다.

7) Orange TV(프랑스)의 정확한 명칭은 ‘TV d’Orange Cote d’Ivoire’로, 가입자수는 공개되지 않았다. 대체로 통신사들은 VOD 서비스를 병행하는데, 프랑스의 Orange를 시작으로, 남아프리카공화국의 MTN, 코트디부아르의 Moov Africa 같은 이동통신사들이 차례로 VOD 서비스를 제공하고 있다. 코트디부아르의 지상파 채널 RTI가 운영하는 VOD 플랫폼 역시 존재한다.

8) Viusasa는 어플리케이션 가입으로 운영되고, 아프리카 토착어 콘텐츠 위주로 구성된다.

3. OTT 플랫폼이 서사에 미친 영향

넷플릭스 진입 이후 아프리카의 영화는 이전보다 훨씬 더 다양해졌다. 넷플릭스는 여전히 현지에서 부유한 자들을 위한 디지털 서비스로 인식되지만, 그럼에도 수치상 아프리카 VOD 부문에서 넷플릭스가 지닌 일반적인 영향력은 크다.⁹⁾ <표 1>에서 살핀 주요 VOD 서비스 플랫폼 외에도, 실제로 영향력의 관점에서 넷플릭스와 견줄만한 또 다른 세력으로 ‘유튜브(YouTube)’를 꼽을 수 있다. SVOD의 유료 기반 플랫폼과 무료로 접근이 가능한 유튜브 플랫폼을 절대적으로 비교하기 어렵지만, 인터넷 보급률의 상승으로 인한 접근성 측면에서 지역 창작자 생태계 내에서 유튜브가 미치는 영향력은 날로 높아지는 추세다. 비견컨대 넷플릭스가 프리미엄 플랫폼이라면, 유튜브는 대중 플랫폼으로서의 중요도를 지닌다.

나이지리아를 비롯하여 에티오피아, 케냐, 르완다, 세네갈과 같은 국가들은 저마다 유튜브를 통해 현지어로 제작된 웹 시리즈를 유포한다(Unesco, 2021). ‘#YouTubeBlackVoicesFund’와 같은 단체가 대표적이다. 2020년 시작된 #YouTubeBlackVoicesFund 기금은 흑인 창작자와 아티스트를 지원하고 확대하기 위한 글로벌 이니셔티브를 지향하며, 유튜브 오리지널 콘텐츠에만 재투자하는 특징을 가진 프로그램으로, 유튜브 영상의 선순환 수익 창출 구조를 선도하려 애쓰고 있다.¹⁰⁾ 넷플릭스와 비교할 때 유튜브 플랫폼의 차이는 표준화 기준에서도 명확히 발견된다. 동시에 국제화된 감수성에서도 차이점은 드러난다. 유튜브는 주로 로컬 기반의 실천적이고 저예산에 적합한 서사를 선보이지만, 넷플릭스는 글로벌 기준에 맞춘 높은 품질의 영상을 제작한다. 이들 각각의 플랫폼은 가시성 기준이나 자막, 상영 등급 등 추천 알고리즘의 작동에서도 차이를 보인다.

영화계 내부에서 유튜브와 넷플릭스는 서로 다른 캐릭터 재현 전략과 관객 수용의 지형 전략을 펼친다는 점에서 비견될 수 있다. 단, 과거 DVD 직판 시장에 집중하던 놀리우드의 방향이 ‘유튜브용 무료 콘텐츠’의 보급으로 변화하고 있다는 점은 구분되어야 한다. 이런 경향성의 변화는 아프리카 영상계가 광고 단가(cost per mille, CPM)보다 수백만의 안정적 조회수가 확보된 ‘디아스포라 영상’ 소비 구조와 유튜브 생태계에 치중하고 있음을 보여준다. 나이지리아에서 ‘유튜브의 여왕(Queen of YouTube)’이라고 소개되는 여배우 루스 카디리(Ruth Kadiri)의 채널 ‘RuthKadiri247’은 2026년 2월 기준으로 360만 명 이상의 구독자를 보유한다. 해당 채널의 영상당 평균 조회수는 260만 이상으로, 이는 아프리카 및 글로벌 디지털 콘텐츠 제작자 중에서도 상위권에 속하는 수치이다. 카디리는 자신의 활동에 대해서 유튜브라는 새로운 현상이 ‘경쟁적인 사업’이 아니라 ‘크리에이터로서의 열린 활동 영역’이라는 취지로 본인의 주력점을 소개한다(Okonjo, 2024). 즉, 넷플릭스와 달리 나이지리아에서 유튜브는 큰 사업 이익을 목표로 진행되는 모델이 아니다. 대신, 모바일 중심 소비 환경에서 꾸준히 순환할 수 있는 ‘저예산 구조의 사업모델’로 기능한다.

9) 2019년 넷플릭스는 아프리카 장기 제작 투자 약속을 했고, 처음에 그들이 주력한 나라는 나이지리아와 남아프리카공화국이었다. 이 국가들을 중심으로 넷플릭스는 방대한 콘텐츠 카탈로그를 확보했고, 현지 시장 가격을 훨씬 뛰어넘는 예산으로 작품을 제작해 양질의 오리지널 콘텐츠를 생산했다. 나이지리아에서 가장 유력한 OTT는 여전히 iROKOTv이지만, 아프리카 전역에서 가장 널리 알려진 글로벌 OTT는 단연 넷플릭스이다(Unesco, 2021).

10) 기본적으로 #YouTubeBlackVoicesFund는 페이스북 팔로워 등을 통한 광고로 동영상 시청을 독려하고, 유튜브 광고와 팬 구독을 통해 창출된 수익을 재투자하는 방식으로 운영된다(Ducard, 2020).

2018년 9월 토론토국제영화제에서 초연된 <라이온하트 *Lionheart*>(2018)의 저작권을 넷플릭스가 구매하겠다고 발표했을 때, 아프리카 영화계는 들썩였다(TIFF, 2018). 나이지리아 여배우 제네비브 응나지(Genevieve Nnaji)의 감독 데뷔작인 이 영화는 나이지리아 흑인 여성 제작자들이 제작 및 배급을 맡았다는 사실만으로도 화제가 되었지만, 이후 넷플릭스에서 배급을 결정하며 국제적으로도 주목받았다. 박스오피스 성공여부와 별개로, 이 작품은 아프리카 여성의 서사가 글로벌 플랫폼을 통해 어떻게 재현되고 해석될 수 있는지에 대한 새로운 가능성을 제시한다. <라이온하트>를 필두로, 넷플릭스를 통한 아프리카 영화의 배급은 특히 ‘아프리카 흑인 여성의 삶’을 바라보는 관점에 대한 환기를 불러왔다. 소위 ‘블랙 페미니즘(Black feminism)’이 영화적으로 적용할 수 있도록 기틀을 닦는 데 넷플릭스는 중요 역할을 맡았다고 볼 수 있다.¹¹⁾ <라이온하트> 외에도 <킹 오브 보이즈 *King of Boys*>(2018)와 <삼키고 삼키며 *Swallow*>(2021) 등의 넷플릭스 오리지널 콘텐츠를 통하여 이러한 ‘여성 주도 서사’의 경향성은 설명된다. 넷플릭스 등장 이후 주목받은 놀리우드 영화의 여성 서사의 확장성은 OTT 플랫폼이 가져온 아프리카 영화계의 새로운 변화라 설명될 수 있다.

쿤레 아폴라얀(Kunle Afolayan)의 <삼키고 삼키며>는 아프리카 영화의 서사 경향 변화를 설명하기 적절한 영화이다.¹²⁾ 이 영화는 1980년대 나이지리아 군사정권을 배경으로, 경제적 불안정과 성차별 구조 속에서 여성의 선택과 저항, 그리고 ‘주변적 정체성(marginal subjectivity)’이 교차하는 서사를 보여준다. 기존의 페미니즘 이론에서 강조하는 ‘비가시적 주체성’(invisible subjectivity)과 ‘구조적 불평등의 중첩’을 이 작품은 영화적 비전을 이용해 드러낸다. 흑인 여성의 주체성을 단순히 피해자나 영웅으로 그리지 않고, 오히려 취약성과 저항, 내면화와 거부 사이에서 끊임없이 협상되는 존재로 재현한다는 측면에서 영화는 블랙 페미니즘의 교차성(intersectionality) 개념을 통해 이해될 수 있다(UN Women, 2025).¹³⁾ 최근 블랙 페미니즘의 교차성 이론은 아프리카에서 넷플릭스 오리지널 콘텐츠를 통해 기존에 재현되던 방법과 다르게 표현된다. 여성이 중심이 되는 영화에서 인물의 구도가 과거처럼 ‘피해자와 영웅’ 간 이분법이 아니라, ‘취약성과 저항’, ‘내면화와 거부’ 사이에서 복합적으로 협상되는 존재로 나타난다는 점 역시 강조되어야 한다.

아프리카 영화에서 젠더 권력의 구조는 서구 및 아시아 상업영화의 서사 관습과 비교할 때, 보다 직접적이고 급진적인 방식으로 형상화되는 경향을 보인다. 특히 여성에 대한 착취나 폭력은 점진적으로 축적되기보다는 돌발적 사건으로 제시되는 경향이 있다. 그리고 남성 권력은 단순한 가부장제적 위계

11) 흑인 여성에게 부과되는 타자성의 층위와 관해 인종화되고 젠더화 된 사회 질서의 체계모니적 구성 방식을 비판적으로 탐구하는 학문이 ‘블랙 페미니즘’이다. 기존 연구는 아프리카 혈통의 여성을 지칭할 때 ‘흑인(Black)’과 ‘아프리카인(African)’을 혼용하는데, 블랙 페미니즘은 전자를 택했다. 블랙 페미니즘을 통해 영화의 텍스트는 권력 구조를 비판적으로 성찰하며, 다양한 흑인 여성들의 지식 생산 양상과 삶의 경험 표현에 대해 살핀다. 또한 서로 다른 맥락에서 전개되는 흑인 여성들의 삶의 경험을 이론화한다. 이는 언어적, 문화적, 국가적 경계를 넘어서는 경험의 유사성을 반영함과 동시에, 각 지역적 맥락에서 드러나는 세밀한 차이를 고찰하는 작업이기도 하다(Harris, 2003).

12) 영화 <삼키고 삼키며>의 줄거리는 다음과 같다. 1980년대 군사 정권기의 나이지리아, 두 명의 여성이 은행에서 일하고 있다. 그녀들의 이름은 툴라니와 로즈로, 둘은 룸메이트 관계이다. 그녀들의 직장에는 살라코라는 문란한 상사가 권력을 남용해서 자신의 비서를 괴롭히는 만행을 저지른다. 하지만 인사부를 장악한 그에게 맞설 수는 없다. 그러던 중 로즈가 그의 괴롭힘을 거부하며 해고당하게 되고, 이후 로즈의 빈자리를 툴라니가 채운다. 그리고 툴라니 역시 로즈가 겪었던 일과 마찬가지로의 과정을 겪는다.

13) 교차성 페미니즘(intersectional feminism)을 처음 주장한 것은 1989년 미국의 페미니스트 킴벌리 크렌쇼(Kimberle Crenshaw)이다. 그녀는 자신이 주장하는 ‘교차성’의 개념에 대해 “다양한 형태의 불평등이 어떻게 함께 작용하고 서로를 악화시키는지 보여주는 프리즘”이라고 설명한다.

이상의 구조적인 권위를 지닌다. 아무리 권선징악의 결말을 지향하더라도, 외부의 시선에서 볼 때 넷플릭스의 아프리카 드라마가 지니는 서사의 추세는 여성 캐릭터들을 중심으로 절대로 만족스러운 결말을 보여주지 않는다. 그렇지만 블랙 페미니즘의 교차성 개념으로 이들을 살펴보면, 그 작품들의 권선징악 메시지나 남성 위주 결말은 중요하지 않은 요소가 될 수 있다. 다시 말해, ‘아프리카 극영화의 현실적 선택’이라는 관점에서 볼 때, 최신 넷플릭스 여성영화에 나타나는 교차성은 중요한 의미를 지닌다. 아프리카 내에서도 이러한 경향성은 “넷플릭스는 특히 스크린 안팎에서 여성을 중심으로 성평등을 증진하는 데 전념하고 있다”고 평가된다(Nkosi, 2025). 실제로 넷플릭스를 비롯한 글로벌 OTT 플랫폼의 확산은 산업 전체에서 여성이 접근성을 확대하는 데 영향을 주었다. 2021년 설립된 남아프리카의 사우스게임스튜디오(Southgame Studio PTY Ltd)가 좋은 예시이다. 이 회사는 4명의 여성 창립자로 구성되어 있으며, 창립자인 시즈웨(Sizwe)가 밝히듯 “여성과 아프리카인으로서 겪는 많은 어려움을 조명하고, 캐주얼하고 가벼운 게임을 만들기 위해” 활동한다(Tseliso, 2024). 또 다른 남아프리카공화국 출신 그래픽 디자이너 알루타 널(Aluta Null)도 디지털 미디어를 통해 주류에 진입한 경우이다. 그녀는 2023년 암스테르담 국제 다큐멘터리 영화제의 IDFA DocLab 섹션에서 설치 영상 〈Phantom〉(2023)을 선보이며 국제적 담론의 장에 데뷔했다. 아프리카의 영화계는 변하고 있다. 디지털 콘텐츠의 발달과 OTT 플랫폼의 확산은 여성의 영상산업 진입 조건이 변화하고 있음을 나타낸다.

4. AI 영화의 등장과 미학의 고민

4.1 놀리우드의 AI 영화

2025년 개최된 FESPACO(Festival Panafricain du Cinéma et de la Télévision de Waagadougou) 영화제는 AI가 아프리카 영화 제작에 미치는 영향에 대한 심포지엄을 진행했다. ‘아프리카 영화의 미래 형성 - 인공지능 시대의 영화 제작 교육(Forger l’avenir du cinéma africain - Formation des cinéastes à l’ère de l’intelligence artificielle)’이라는 주제로 FESPACO의 조직위원회는 아프리카 젊은 영화인들에게 ‘시나리오’와 ‘캐릭터 개발’ 위주로 AI 교육을 진행해야만 한다고 조언하였다(Cheickna, 2025). 현재까지 전 세계 AI 영화 시장에서 아프리카의 IT기업이 차지하는 비중은 미미하다. 그러나 디지털 격차가 완화되는 상황에서, 아프리카의 AI 영화 제작 활용은 중국이나 미국을 중심으로 한 ‘기술적 발전’보다는 ‘사회적 도구’로서의 활용에 더 가까운 방향으로 전개되고 있다. 나이지리아의 경우, ‘라고스 테크 허브(Lagos Tech Hub)’를 중심으로 다양한 기술 스타트업과 투자 네트워크가 형성되며 AI 영화 제작 관련 활동이 이루어지고 있다.

2025년에 놀리우드는 2편의 AI 장편영화를 소개했다. 첫 번째 작품은 2025년 4월 18일 개봉한 〈메이크메이션 *Makemation*〉(2025)이다. 이 작품은 개봉 첫 4일 동안 3,290만 나이라(₦)의 수익을 기록했으며, 약 4주 간의 극장 상영 기간 동안 8,870만 나이라(₦) 이상의 수익을 올리며 흥행에 성공했다.¹⁴⁾ 실제로 이 영화는 역대 놀리우드 흥행 70위권 내에 안착하며 긍정적인 관객 반응을 입증했다.

나이지리아 일간지 ‘펀치(Punch)’는 이 작품에 대해 ‘많은 아프리카 소녀들이 처한 안타까운 상황을 보여주는 동시에 유연한 촬영, 탄탄한 줄거리’로 볼 가치가 충분하다고 설명한다(Adeyemi, 2025). 같은 해 공개된 또 다른 놀리우드 AI 영화로 <오메가맥스 컨스피러시 Omegamax Conspiracy>(2025)가 있다. 이 작품은 스스로를 ‘최초의 놀리우드 AI 영화’라고 홍보하였다. 2025년 3월 13일자 나이지리아 가디언(The Guardian Nigeria)은 이 영화를 “인공지능의 잠재력을 보여주는 선구적인 AI 실험”이라고 평가하면서도, 완성도 측면에서는 한계를 지닌 작품이라고 보도하였다(Egenuka, 2025). 실제로 <메이크메이션>과 비교할 때 <오메가맥스 컨스피러시>는 상업적 성과와 비평적 평가 모두에서 두드러진 성취를 거두지 못한 것으로 보인다. <메이크메이션>이 실사를 중심으로 촬영하고 서사 구성 단계에서 AI 기술을 보조적으로 활용하였다면, <오메가맥스 컨스피러시>는 시나리오를 포함해 제작 전반에서 과도하게 AI를 도입했다는 점에서 한계를 드러낸다. 물리적 세트와 배우의 부재 속에서 창작 과정 대부분을 AI로 생성한 이러한 방식은 기술적 실험으로서 의의를 지니지만, ‘언캐니 밸리’ 효과와 서사 전개的人工성을 충분히 완화하지 못했다는 평가를 받고 있다.

요하네스버그대학교의 오스웰드 우레케(Oswelled Ureke) 교수는 아프리카에서 영화를 제작하는 것은 몽타주(montage)가 아닌 메고타주(mégotage)¹⁵⁾라고 설명한다(Ureke, 2020). 그의 언급처럼 아프리카에서 우스만 셈벤(Ousmane Sembène)의 열성적인 작품 활동은 영화계 전반에 중요한 선례로 작용하였다. 그렇지만 충분한 자본과 제도적 지원이 부재한 상황에서도 영화 생산이 창조적으로 이루어질 수 있다는 사실로 인한 부작용의 우려도 있다. 유네스코가 소개하는 ‘작가 모델’과 ‘놀리우드 모델’의 상충점은 이 지점에서 발견된다. 소위 메고타주식 창작활동은 영화 제작 환경의 구조적인 모순을 고착시킨다. 2025년 10월 프랑스·아프리카연구소에서 진행된 연구전문가 회의에서 우레케는 아프리카에서 로케이션이 진행된 몇몇 할리우드 영화를 소개하며 “현재의 산업적 환경변화가 AI 영화 시대에 이르러 아프리카에 이점이 될 수도 있다”고 언급했다. 특유의 자연환경과 저임금 노동을 통한 제작이 해외 대형 로케이션 작품의 제작 과정에서 유용하게 이용될 수 있다는 취지이다. “만약 인공지능 분야에 숙련된 인력이 있고, 특정 아프리카 지역에서 인공지능 인프라 구축이 가능하다면, 전 세계 영화제작자들이 아프리카에 와서 영화를 제작하고 아프리카 영화산업을 발전시키는 데 매력적인 요소가 될 수 있을 것이다”라고 그는 부연한다(프랑스아프리카연구소, 2025). AI 기반의 영화가 활발하게 등장하기 시작한 지금의 시점에서, 아프리카가 지닌 잠재력은 재고되어야 한다. 아프리카 영화 전문가들은 놀리우드를 중심으로 한 현재의 영상시장이 ‘산업 담론’의 변환점에 있다고 진단한다.

14) 나이지리아의 경우, 극장 입장권 가격이 일정하지 않고 정확한 관객 수가 공개되지 않아 정확한 수치를 소개하기 어렵지만, 위키피디아가 소개하는 위의 수치는 이 수익 자체가 상당한 관객 동원을 반영한다는 것을 전제로 할 수 있다.

15) 메고타주는 ‘담배꽂초 시네마(cigarette-butt cinema)’를 뜻하는 우스만 셈벤이 창안한 용어로, 담배를 다 사용해 버릴 정도로 열정적이고 비공식적이고 ‘인력 소모 위주’의 아프리카 영화제작에 대해 이르는 말이다.

4.2 미학적 관점에서의 독창성 논의

디지털화 이전에도 영화미학은 꾸준히 ‘독창성(originality)’을 우선적인 예술적 가치로 추구해 왔다. 뤼미에르 형제가 영화 매체를 선보인 후 20년이 지난 시점부터 계속해서 ‘예술로서의 영화’에 대한 질문이 던져졌다. 그럼에도 예술과 엔터테인먼트 사이에서의 개념적 경계를 명확히 나누기는 어렵다. 현재의 영화관 중심 배급 시스템이 붕괴되며 드러난 AI 영화시장의 잠재된 영역은 고전적인 서사 구조를 표준화하는 데 영향을 미친다. 이는 화면의 창작 양식에 있어서도 자동화된 방식으로 이미지를 재생산하는 메커니즘으로 작동한다. 과연 어떤 것이 창조의 영역인가, 혹은 기술적인 메커니즘이 계층적 분리를 지나치게 앞당기고 있는 것은 아닌가를 우려하는 목소리가 들린다. 기존의 연구는 이를 ‘저작권법 영역’에서 검토한 바 있다. 그렇지만 이미지 복제나 카피본 창작의 가능에 있어, 원본이 지닌 비기술적(non-technical) 의식의 영역은 역사적으로도 줄곧 논란이 되어왔다. 따라서 인공지능이 지닌 창작성의 원천에 대해 “인공지능에 관한 연구개발이 가속도로 진행되고 기술이 향상되면서 인공지능 창작물이 인간 창작물과 거의 유사해졌”으며, “인공지능 창작물의 창작성 판단은 창작 과정에서 인간의 관여 형태에 따라 논의가 다르게 전개될 것”을 예상한다는 것을 전제하여 저작권 관련 논의는 진행되어야 한다(조연하, 2020).

일명 ‘앤 법(Statute of Anne)’이라 불리는 1709년의 저작권법(Copyright Act 1709)은 저작물을 인쇄할 수 있는 권리를 저자가 아닌 ‘회사(Stationers' Company)’에 부여하는 것이 가능하도록 만들어진 법률이다. 해당 내용은 저자 권리(authors' rights)와 저작권(copyright)의 영역을 분리했다. 향후 영화시장에서 이는 크게 두 가지 경향으로 나뉘어 발전하였다. 먼저 프랑스 영화사가 소개하는 ‘작가정책(politique des auteurs)’이다. 1960년대 프랑스의 누벨바그는 작가정책을 정립하며, 영화 제작에서 미장센(mise en scène)의 프레발랑스(prévalence)를 강조하고 감독의 창작적 비전이 다른 요소들보다 우위에 있음을 제시하였다. 저작권의 측면에서 영화의 주인은 ‘작가’이다. 단, 이때의 작가란 소위 말하는 ‘영상전문 연출가’를 가리키지 않는다.¹⁶⁾ 그들은 시나리오를 직접 쓰고, 본인이 직접 자신이 쓴 내용을 이미지화하는 사람들이다. 다음으로 미국 영화시장을 중심으로 소개된 ‘파이널컷(final cut)의 권리’를 살필 수 있다. 파이널컷은 기술적인 최종 편집의 의미뿐 아니라, 감독이 아닌 ‘제작사’가 작품의 저작권 전체를 소지한다는 사실을 법적으로 각인시킨 개념이다. 실제로도 할리우드의 스튜디오들은 영상의 최종 에디팅 권리를 감독이 아닌 회사가 갖는다.

AI 기반의 영상 창작이 급속히 확산되는 현재 시점에서, 빅데이터에 기반한 딥러닝 기술은 저작권법의 경계 지점에 다양한 쟁점을 발생시킬 가능성이 있기 때문에 영화창작의 내용은 미학적으로도 고려될 필요가 있다. 의도주의(intentionalism)의 관점에서, 현대의 미학자들은 예술이 단순한 시각적 대상이 아니라고 주장한다. 아서 단토(Arthur Danto)가 대표적이다. 기존 분석철학계 주장을 토대로, 단토는

16) 프랑스 저작권 문제의 기준이 되는 ‘1957년 3월 11일의 법(La loi du 11 mars)’은 문자 그대로 1957년 3월 11일의 법 제3조를 통해 확립되었다. 그 범위에는 ‘지적 저작물’ 전부가 해당되며, 책, 연극, 영화 작품 등의 예술작품이 이에 포함된다. 프랑스에서 입법적으로 영화는 그 자체로 예술로 간주된다. 다만 저작권법상으로 우선순위가 있다. 순서는 ‘시나리오 작가, 각색 작가, 대사 작가, 음악 관련 작가, 감독’ 순으로, 기준은 ‘작품의 지적 창작을 수행하는 물리적인 사람’이다. 오해하지 말아야 할 점은, 프랑스에서 글을 쓰지 않는 ‘연출 전문 감독’이 작가 지위로 인정될 수 있을지 아닌지에 대해 오랜 기간 논쟁이 있었다는 사실이다.

“비트겐슈타인에 의해 비로소 포착되었던 구체화된 모종의 실천적 영역과 (예술 언어가) 모종의 실천적 영역과 관계된 개념일 수 있다는 가설을” 내놓았다(김동일, 2009). 예술작품이 예술로 인정받기 위해서는 맥락과 의미의 해석이 필요하다는 것이 그의 주장이다. 또한 넬슨 굿맨(Nelson Goodman)은 예술을 ‘기호 체계에 의한 세계 구성(worldmaking by means of symbol)’이라는 틀로 해석했다(김미진, 2025). 굿맨의 기호 체계 이론(symbol system theory)은 예술을 ‘대필적(allographic) 예술’과 ‘자필적 autographic) 예술’로 구분한다. 이때, 자필적 예술은 ‘원작’과 ‘위조’ 사이의 구분이 의미가 있는 경우에만 적용될 수 있다. 예를 들어 가장 정확한 복제조차 그것이 ‘진짜’임이 간주되지 않는 경우에만 이 구분은 작동될 수 있다. 굿맨의 논의에 의하면 회화는 자필적 예술에 속한다. 이에 반해 음악은 비자필적이지만(간혹의 경우 음악은 표절 또는 샘플링 되지만), 대필적 예술에 속한다. 미학에서 이러한 용어들은 편의적으로 이용되지만, 그럼에도 불구하고 AI 기반의 영상 창작 생태계에서 이들 미적 표현의 상대적 개별성은 유용하게 활용될 여지가 있다. 요컨대, 예술 영역에서 AI 기반 이미지 창작은 아직까지 뚜렷한 미학적 요구를 형성하지 못했으며, 예술적 기반에서 도출되는 의미나 함축성 또한 충분히 확보하지 못했다. 다만 결과적으로 어떤 창작이 자필적인지, 그리고 그렇지 않은지를 구분할 수 있다는 점만은 예외적으로 남을 것이다.

5. 결론을 대신하여

1990년대 비디오 대여의 일반화를 거쳐 영상 콘텐츠를 통한 수익의 선순환 구조 통해 Hollywood의 영화 산업은, 메가히트 중심의 창작이 아니라 짧은 시간 안에 다양한 작품을 생산하는 대량 창작 방식을 기반을 두고 성장하였다. 2020년 넷플릭스의 본격적인 시장 진입 이후, Hollywood는 기존의 아프리카 스트리밍 산업의 가치사슬을 이용해 대륙 전역을 넘어 전 세계 디아스포라 인구를 포괄하며 디지털 수요를 확대했다. VOD 부문의 산업 지형도 역시 이에 발맞추어 빠르게 바뀌었다. 아프리카 영화계는 변하고 있다. 본 연구는 Hollywood를 형성하는 과정에서 나이지리아가 겪은 디지털의 영화생태계의 전환 과정을 설명하고, 디지털 전환 시점에서 Hollywood 영화산업이 나아가고자 하는 방향을 분석하고자 했다.

본 연구가 집중적으로 살핀 Hollywood의 디지털 변환 이후 특징은 다음과 같다. 첫째, 넷플릭스 진입 이후 여성의 작업 참여도가 늘어났다. 서사의 경향성에서도 이 점은 눈에 띈다. <삼키고 삼키며>를 비롯한 몇 편의 영화 예시를 통해 본 연구는 해당 내용을 살폈다. 둘째, 유튜브 영상제작의 증가와 핸드폰 영상 제작의 활성화는 젊은 아프리카인들의 영상업계 진출을 돕는 데 기여했다. 기존의 아프리카 작가영화에서 ‘메고타주’라 불린 즉흥적이고 열정적인 영화제작 방식은, 디지털 변환 이후 질적인 측면에서 조금씩 콘텐츠 내용을 변화시키고 있다. 아프리카의 젊은 영상 세대들은 유튜브를 소통의 플랫폼으로 삼아, 대륙을 넘어 전 세계와 연결될 수 있다고 믿는다. 셋째, 제작비용 절감에 유리한 AI 영화의 등장이 눈에 띈다. 2025년 Hollywood에서만 무려 2편의 AI 장편영화가 소개되었다. 이 작품들은 검증된 기존의 서사 공식을 재강화하는 경향을 지니며, 질적인 면에서 아주 우수하지는 못하지만,

스스로 그들이 나아가고자 하는 바를 증명한다. 디지털 영상 시스템을 통한 문화적 계토화(ghettoization)를 벗어나겠다는 것이 실질적인 아프리카 영상계의 목표인 듯 여겨진다.

기술적 측면에서 아프리카 영화계의 실험은 아직 완전히 정착되지 않았다. 그럼에도 이러한 영상 생태계의 최신 경향을 살피는 것은 여러모로 의미가 있다. 아프리카 영화계가 처한 특수한 조건은 분명 디지털 변혁의 시대에 하나의 중요한 좌표로 기능할 것이기 때문이다. AI 영화의 서사와 화면구성이 지닌 ‘저작권 논쟁’의 핵심은 미학적 기준을 아직 충분히 형성하지 못했다. 물론 법적 의미에서의 기준도 완전하지 않다. 다만 인간 창작과의 구분 가능성을 예외적으로 두고, 이 기준은 고심한다. 본 연구는 예술의 대필적 특성과 자필적 특성이라는 개념을 중심으로, 기존 미학의 ‘원본’ 논쟁에서 해당 논의의 실마리를 찾고자 했다. 정답이 아직 완전히 정해지지 않았더라도, 본 연구의 논의는 디지털 기술 환경 속에서 예술의 동일성과 원본성 개념을 재사유해야 할 필요성을 드러낸다는 측면에서 의의를 지닌다.

참고문헌

- 김동일 (2009). 단토 대 부르디외: '예술계'(artworld) 개념에 대한 두 개의 시선. *문화와 사회*, 6(1), 107-159. <https://doi.org/10.17328/kjcs.2009.6.1.003>
- 김미진 (2025). 넬슨 굿맨의 기호 체계 이론을 통한 무용저작권의 재해석. *움직임의 철학: 한국체육철학회지*, 33(3), 127-141. <https://doi.org/10.31694/PM.2025.9.33.3.011>
- 조연하 (2020). 인공지능 창작물의 저작권 쟁점: 저작물성과 저작자 판단을 중심으로. *언론과 법*, 19(3), 71-113. <https://doi.org/10.26542/JML.2020.12.19.3.71>
- 프랑스아프리카연구소 (2025). 제3차 연구 전문가 세미나 Oswelled Ureke 교수[동영상]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QwfDdv4aYo>
- 하선영 (2025). 한 해 영화 2500편 제작 ... 할리우드 뺄치는 '놀리우드'. *중앙일보*. <https://www.joongang.co.kr/article/18258736>
- Adeyemi, Ayodeji (2025). Makemation: A movie that promotes female tech adoption. *Punch Nigeria*. https://punchng.com/makemation-a-movie-that-promotes-female-tech-adoption/#google_vignette
- Burroughs, Benjamin (2019). House of Netflix: Streaming media and digital lore. *Popular Communication*, 17(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/15405702.2017.1343948>
- Cheickna, Salif D. (2025, March 1). Colloque Fespaco 2025/L'IA au service du cinéma africain: Un outil à adapter aux réalités culturelles. *FratMat*. <https://www.fratmat.info/article/2632056/culture/colloque-fespaco-2025lia-au-service-du-cinema-africain-un-outil-a-adapter-aux-realites-culturelles>
- Dan-Awoh, Deborah (2024, August 1). Nollywood to overtake Hollywood captures 50% of Nigerian box office revenue in first half 2024. *Nairametrics*. https://nairametrics.com/2024/08/01/nollywood-to-overtake-hollywood-captures-50-of-nigerian-box-office-revenue-in-first-half-2024/?utm_source=chatgpt.com
- Ducard, Malik (2020). Introducing the #YouTubeBlack Voices Fund. *YouTube Blog*. <https://blog.youtube/news-and-events/introducing-youtubebblack-voices-fund>
- Egenuka, Ngozi (2025). Unboxing Africa's first fully AI-generated movie, The OmegaMax Conspiracy. *The Guardian Nigeria*. <https://guardian.ng/art/unboxing-africas-first-fully-ai-generated-movie-the-omegamax-conspiracy/>
- Giwa, Elizabeth T. (2014). Nollywood: A Case Study of the Rising Nigerian Film Industry-Content & Production. *Research Papers*, 518.
- Harris, Paisley J. (2003). Gatekeeping and remaking: The politics of respectability in African American women's history and Black feminism. *Journal of Women's History*, 15(1), 212-220.

-
- Macharia, Joel (2014). Internet access is no longer a luxury. Africa Renewal. <https://web.archive.org/web/20140715190458/https://www.un.org/africarenewal/magazine/april-2014/internet-access-no-longer-luxury>
- Monaheng, Tšeliso (2024). The African Women Braving the Odds in Game Development. OkayAfrica. <https://www.okayafrica.com/the-african-women-braving-the-odds-in-game-development/119620>
- Nkosi, Siyabonga Magnificent (2025). SVODs and TV: Examining audience consumption patterns of South African feature films on Showmax and Netflix and its impact on terrestrial television from 2020 to 2023 [Master of Arts, University of Johannesburg].
- Okonjo, Jide (2024). How I Feel About Everybody Now Joining YouTube - Ruth Kadiri. Vocal Media. https://vocal.media/humans/how-i-feel-about-everybody-now-joining-youtube-ruth-kadiri?utm_source=chatgpt.com
- Roxborough, Scott (2023). The Nigerian Hit Movie That Broke Netflix. The Hollywood Reporter. <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-features/the-black-book-nigerian-hit-movie-topped-netflix-2023-1235766628/>
- TIFF (2018). LIONHEART Cast and Crew Q&A. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=nzEzzCpTWCY>
- Trumpet Media Group (2013). Filmhouse Cinemas benefits from BOI's Creative and Entertainment Fund. Trumpet Media Group. <https://trumpetmediagroup.com/the-trumpet/arts/filmhouse-cinemas-benefits-from-boi%27s-creative-and-entertainment-fund/>
- UN Women (2025). Intersectional feminism: What it means and why it matters right now. UN Women. <https://www.unwomen.org/en/articles/explainer/intersectional-feminism-what-it-means-and-why-it-matters-right-now>
- UNESCO (2021). L'industrie du film en Afrique: Tendances, défis et opportunités de croissance.
- Ureke, Oswelled (2020). Locating Sembène's mégotage in Zimbabwe's kiya kiya video-film production. Journal of African Cultural Studies, 32(2), 146-160. <https://doi.org/10.1080/13696815.2019.1599829>
- Wexler, Alexandra (2020). Netflix ups the ante in Africa. Mint. <https://www.livemint.com/companies/news/netflix-ups-the-ante-in-africa-11608744867416.html>

국문 참고자료의 영어 표기
(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- Kim, Dong-il (2009). Danto vs. Bourdieu: Two Different Gazes on “Artworld”. *The Korean Journal of Cultural Sociology*, 6(1), 107-159. <https://doi.org/10.17328/kjcs.2009.6.1.003>
- Kim, Mi-jin (2025). Reinterpreting Dance Copyright through Nelson Goodman’s Symbol System Theory. *Philosophy of Movement: The Journal of the Korean Society for the Philosophy of Sport, Dance, and Martial Arts*, 33(3), 127-141. <https://doi.org/10.31694/PM.2025.9.33.3.011>
- Cho, Youn-ha (2020). Copyright Aspects of Artificial Intelligence-Generated Works: Copyrightability and Author. *Journal of Media Law, Ethics and Policy*, 19(3), 71-113. <https://doi.org/10.26542/JML.2020.12.19.3.71>
- Institute of French-African Studies (2025). The 3rd Research Expert Seminar: Professor Oswelle d Ureke[Video]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=QwfDdvH4aYo>
- Ha, Seon-young (2015, September 3). Producing 2,500 Films a Year: “Nollywood” Rivals Hollywood. *JoongAng Ilbo*. <https://www.joongang.co.kr/article/18258736>