

새로운 문화 감수성 분야 개척

문화적 빈곤 일깨우는 책 거의 없어

이중한 · 출판평론가 · 한국문화복지협회장

우리에게서 문화의 논의는 아직도 정치·경제·사회 다음에 있는, 마치 잉여부분인 것같은 위치에 있다. 그러나 '노동사회'에서 있는 이즈음 시각은 모든 세상을 문화 차원에서 봐야 한다는 주장에까지 이르고 있다. 이는 유네스코 문화정책연구보고서의 키워드이기도 하다.

문화적 감각을 요구하는 시대

유럽연합(EU)의 문서들은, 최근 '물질적·문화적 그리고 사회적 빈곤'이라는 문장을 쓴다. 사회적 빈곤을 넘어 문화적 빈곤이 더 중요하다는 의지를 표명하는 것이다. 최하위단위의 노동에서도 든든한 어깨보다는 사고력과 창의력을 요구하는 노동양식의 변화에 따라 문화적 감각, 미학적 감수성이 새로운 삶의 능력으로 요구되고 있음을 반영하고 있다.

이 점에서 문화영역의 출판경향을 점검하는 시야도 바뀌어야 한다. 그간 문화도서의 언급은 문화예술장르에 제한된 것이었다. 각 장르의 예술작품 비평서, 또는 에세이류를 대상으로 삼았다. 이 책들의 의미를 축소하지는 것은 물론 아니다. 이들은 전문예술영역으로 분류하고, 문화영역은 삶의 양식과 삶의 기반에 있는 보다 포괄적 삶의 조건으로 파악하는 시도가 필요하다는 생각이다.

이렇게 본다면 98년만이 아니라 90년대를 통틀어 근자에 변화하는 문화영역 논의를 일부나마 인지해 하는 책이 별로 출간되지 않았다는 지적을 피할 수 없다. 이제는 제법

일상어가 되고 있는 '문화산업' 관련서들에서도 산업사회적 문화산업이론에만 머물러 시효를 잃은 비판적 쟁점에 매달려 있는 게 사실이다.

따라서 98년에 간행된 예외적 몇 책을 언급함으로써 좀더 출판범위를 확산해야 한다는 주문을 하려 한다.

《기호와 공간의 경제》(스코트 래쉬·존 어리 지음/박형준·권기돈 옮김/현대미술사)는 오늘의 '사회'가 어떻게 변화하고 있는지 문화현상 분석을 통해서 설명한다. 시간·공간을 뛰어넘는 문화의 이동에 초점을 맞추고 여행·환경·세계화가 새로운 문화를 어떻게 만들어내고 있는가를 성찰한다. 문화경제학이라는 용어가 독립된 학문영역이 될 수도 있을 것이라는 가능성을 보여준다.

《뮤직비즈니스 핸드북》(데이비드 베스커벌 지음/김주호 옮김/시유시)은 제목 그대로 음반과 공연사업의 매뉴얼 북이다. 그러나 이 책은 음악과 공연이 수공업적 열정으로 이뤄지는 사업이 아니라 얼마나 복잡다단한 고도의 지적 전문산업인지 알게 해준다. 정신적 산물의 상품화과정이 그저 창조

이제까지 문화관련서들은 각 장르의 예술작품 비평서와 에세이가 주류였다. 이들을 전문예술 영역으로 분류한다면 이제는 삶의 양식과 기반의, 보다 포괄적인 삶의 조건으로 문화를 파악하려는 시도가 필요할 때다.

화와 그 세계화의 새로운 시장독점현상이 어떻게 진전되고 있는가에 많은 시사점을 준다는 점에서 문화영역 도서로 분류할 만하다.

황무지 같은 문화시장 개척할 때

《미래의 조직》(피터 드러커 외 지음/이재규·서재현 옮김/한국경제신문사)은 피터 드러커 재단의 연구서로 당연히 경영학 도서 목록의 하나다. 하지만 이 책은 기업문화의 변화양상을 다루고 있다. 노동조직의 변모는 이미 가정생활을 바꾸고 생애의 계획을 새로 짜게 하며 일상 속에서의 인간관계를 뒤 흔들고 있다. 건강한 기업조직은 불안정하고 노동자의 삶을 밝고간다는 느낌도 준다. 이 때문에 이 책은 삶의 문화를 어떻게 새로 조립해야 할 것인가라는 질문을 분명히 한다는 점에서 문화의 과제알기 역할을 할 수

자의 작품 하나만으로 성립되는 것이 아니라는 것을 깨달을 때 문화의 산업화는 가능해진다.

《국제커뮤니케이션과 세계화》(알리 모하마디 엮음/김승현·이경숙 옮김/나남출판)는 매스미디어 이론서로 씌어졌지만 문화의 세계

있다.

《텔레비전에 대하여》(피에르 부르디외 지음/현택수 옮김/동문선)는 TV에 대한 신랄한 공격으로 통쾌함을 준다. 그러나 통쾌함보다 중요한 것은 영상매체가 어떻게 예술·문학·철학·정치·과학의 기능까지 깊게 변화시키는가를 분석함으로써 정보사회의 더 강력한 영상화현상이 앞으로 얼마나 놀라운 변화를 일으킬 수 있을까 암시한다는 점이다.

문화산업, 영상사업, 소프트웨어산업, 그리고 지식기반국가라는 정책지표들이 지금 우리에게 상당히 무심하게 경제적 용어로만 쓰이고 있다. 그러면서 이 산업의 기반이 되는 예술창조물은 당장 그것이 상품이 되는 가만으로 거칠게 선별한다. 그런가 하면 문화예술 시장을 만들어내는 소비자로서의 문화향수층에 대해서는 아예 누구도 관심이 없다. 이 흥미로운 결국 창의력의 황무지화와 문화시장 최악의 하부구조화만을 만들게 할 것이다.

문화영역 출판은 그러므로 우리로서는 처음 만나는 새 분야를 개척해야 할 때다. 그것은 매우 기초적인 문화감수성 증진을 위한 텍스트와 창조적 다양성을 자극하고 습득케 하는 동기유발 도서다. 당연히 이 책의 시장은 없으므로 마케팅부터 새로 시작해야 한다. 가능한 일인지 아닌지는 예측할 수도 보장할 수도 없지만 말이다. ◆

〈謹賀新年〉

한국출판학회 창립 30주년을
맞이하러 우리 출판계의
진흥을 위해 앞장서는
학회로 거듭나겠습니다

1999년 새해 아침

한국출판학회 회 장 민병덕
사무국장 김기태

〈謹賀新年〉

보다 알찬 내용의
학술도서로 교육발전의
밑거름이 되겠습니다

1999년 새해 아침

한국학술도서출판협의회

회 장 강희일
총무이사 임춘환

〈謹賀新年〉

새해에도 우리나라
학술진흥을 위해
더욱 노력하겠습니다

1999년 새해 아침

한국학술진흥재단

이 사 장 박석무