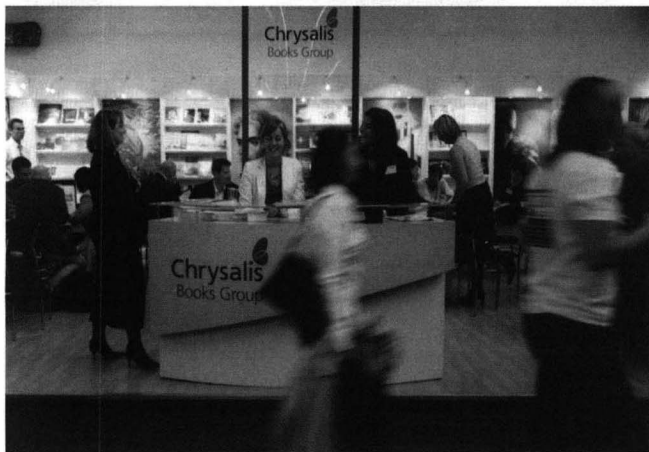


한국문화는 '메이드 인 코리아'의 날개

'주빈국 한국'의 '문화경제학'적 의미

손택수_ 한국학중앙연구원 · 경제학 교수



21세기를 문화의 세기라고 부른다. 오래 전에 인류학자 프란츠 보아스가 문화의 세기를 처음으로 언급하였고, 최근에는 《문화가 중요하다. Culture matters》의 새뮤얼 헌팅턴과 프랑스의 미래학자 겸 경제학자인 기 소르망 등이 이러한 슬로건을 확산시키는 첨병 역할을 하고 있다.

물론 문화예술이 중요하지 않은 시대가 어디 있었을까만 산업화시대를 마감하고 정보통신기술이 발달한 오늘날 문화예술은 전보다 더 일상생활의 구석구석에 심대한 영향을 미치고 있다. 특히 선진국들에서는 그 현상이 더욱 뚜렷하게 나타나고 있다. 우리의 경우도 급속한 경제여건 변화로 선진국 경향을 바짝 뒤쫓고 있는 실정이다.

흔히 지금까지의 소비자들은 상품을 선택할 때 기능을 중시하였다. 그러나 이제부터는 상품이 담고 있는 상징성, 의미, 심미성 등을 중시할 것이다. 그리고 과거의 제조업은 경쟁력의 원천으로 생산성을 중시하였으나, 이제는 변화하는 소비자의 기호에 부응하기 위해 특특 튀는 창조성에 의존하고 있다. 소비자의 새로

운 기호나 제조업의 창조성은 세계사적 경험에서 볼 때 대부분 문화예술로부터 창출되었다.

이러한 세계적 추세 속에서 한국은 소위 문화올림픽이라 일컬어지는 프랑크푸르트도서전의 주빈국으로 초청받았다. 독일은 주빈국인 한국의 문학과 출판물을 전시할 수 있도록 2,700평의 공간을 제공하는 등 다양한 형태의 혜택을 부여하기로 했고, 각종 도시에 문학순회프로그램이나 시낭송 모임을 주선해 주고 있다. 그리고 한국은 대회 기간 중에 31개의 주빈국 프로젝트를 기획하면서 독일과 파트너십 형태의 공동제작 개념으로 행사를 추진하고 있다. 《직지심경》과 《고려대장경》 등 오랜 출판역사 자료와 첨단 IT 기반의 가상출판물 등을 전시하기로 하였다. 이 외에도 학술 행사, 전통공연예술 행사를 폭넓게 소개하기로 되어 있다.

프랑크푸르트도서전의 역사적 성과와 세계 출판업계에 미치는 영향력을 고려할 때, 그리고 EU라는 유럽 국가들의 긴밀한 관계를 고려할 때, 본 행사가 전 유럽에 전달될 것임은 명약관화하다고 하겠다. 각 방송사나 언론들은 행사 내용을 주요 뉴스로 다룰 예정이며, 이미 각 행사들을 소재로 방송 프로그램과 기획기사들을 만들어 전파하여 왔다고 한다.

뿐만 아니라 현장에 참여하는 참관자도 대단히 많을 것이다. 2004년도 전시회 실적을 보면, 전 세계 110개국에서 6,691명의 전시자가 참가하였다. 여기에 430명의 에이전트와 27만 명의 여행객이 몰렸으며, 1년 동안 거래된 판권의 25퍼센트가 대회 기간 중 성사되는 등 본 전시회는 최대의 비즈니스장이 되었다. 그리고 1만 2,000여 명의 저널리스트들이 참여하여 최근의 출판 동향과 추세를 보도하였다. 뿐만 아니라 미국의 대형출판사들은 미국으로 수입할 출판물들과 각국에 수출할 자국의 출판물들을 탐

색하였다.

우리는 주빈국인 한국문화계가 이러한 기회를 어떻게 선용할 것인가에 대해, 문화의 전파과정과 활용과정으로 나누어 생각할 수 있다.

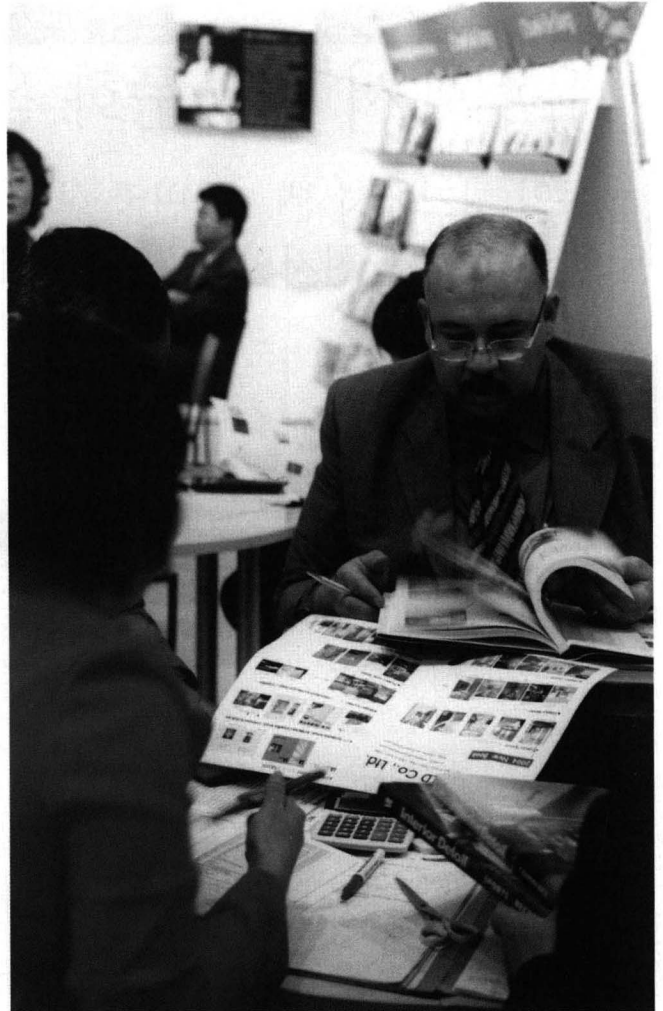
먼저 한국문화의 전파과정에 관한 것으로서 이번 기회를 한국문화의 질적 제고와 세계화에 활용할 수 있을 것이다. 주빈국으로서의 활동은 독일의 문화계와 인적 네트워크를 구축할 수 있을 것이며 유럽과 세계에 분명하게 알리는 계기가 될 수도 있다. 그리고 주빈국 행사의 모토인 '대화과 스밈' 처럼 한국문화의 정체성이 서방과의 대화 및 소통을 통해 알려지고, 한국과 서방이 서로 스며들 수 있는 좋은 기회가 되리라고 본다. 이를 잘 실현하기 위해서 우리 문화계는 열린 마음으로 세계 출판업자들과 면대면의 접촉을 강화하여야 한다. 그리고 우리의 출판산업을 홍보하는 동시에 세계 출판전문가들과 네트워크를 형성하고, 개별 출판업자 및 출판협회들과 상시 대화채널을 구축하도록 노력하여야 할 것이다.

이상의 노력이 한국문화의 발전에 지속적인 영향력을 끼치게 하려면 국내 문화인들 또한 예술성이 풍부하면서도 한국적인 창작품을 만들어내도록 노력하여야 할 것이다. 우리는 지난 100년간 다양하고도 엄청난 경험을 하였다. 조선왕조의 패망, 일본의 식민지배, 독립운동, 해방, 남북분단, 미군정, 6·25전쟁, 학생혁명, 군사혁명, 독재, 민주화투쟁, 경제발전, 이념대립 등등. 실로 인간이 경험할 수 있는 각종 희노와 애락의 스펙트럼적 양극단을 모두 경험하였다.

이러한 경험은 창조성의 기본이 된다는 점에서 우리의 문화발전에 풍성한 소재로 기능할 것이다. 그러나 이처럼 풍부한 경험을 대하는 태도가 어떠한가에 따라 그 결과는 판이하게 된다. 상담심리학의 최고 권위자였던 칼 로저스에 의하면 개인은 자신의 과거 체험을 열린 마음으로 받아들일 때 건설적인 창조성을 유발할 수 있다. 마찬가지로 우리의 문학인 및 예술인들도 건설적인 창조성을 유발하자면 지금까지와는 달리 열린 마음으로 우리의 역사, 즉 집단적 체험들을 대하여야 할 것이다.

다음은 한국문화의 활용단계에 관한 것으로서 한국문화의 세계화를 경제 및 산업의 발전에도 활용할 수 있다. 우선 한국 문학 및 예술의 세계화가 한국 문화산업의 활성화를 가져오리라는 것은 너무 자명하다. 우리의 영화, 음반, 대중공연예술, 게임 등은 한국문화의 상징성을 담고 있어 한국문화에 익숙한 외국인들로 하여금 친밀성을 느끼게 할 것이다.

이러한 논리는 제조업 상품에도 마찬가지로 적용될 수 있다. 우리 경제는 지난 40여 년 동안 급속히 팽창한 결과, 이제는 세계경제체제에 편입되어 있다. 대부분의 제조업들은 선진국과



밀접히 연결되어 있으며, 그 상품들은 선진국 시장에서 다른 국가의 상품들과 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 따라서 상징성과 감성 등을 중시하는 선진국의 일반 소비자들이 우리 문화에 익숙해지면 '메이드 인 코리아'가 부착된 상품에 친근감을 가질 것이고, 이것이 구매선택으로 연결될 것이다. 또한 한국문화의 세계화는 한국 상품의 수출 증대로 연결된다고 추론할 수 있다. 실제로 한류 바람을 일으키고 있는 일부 국가들에서는 한국의 자동차, 전자제품 등이 잘 팔리고 있음을 본다. **한류**

사진 | 2004 프랑크푸르트도서전 · 프랑크푸르트 = 신동섭 기자

● **이 글을 쓴 손택수는** 서울대학교 사회교육과를 졸업했고 미국 뉴욕주립대학교에서 경제학 박사학위를 받았다. 현재 한국학중앙연구원에서 문화경제학을 가르치고 있다. 논문으로는 《한국경제발전과정에서 보인 전통문화의 역할》이 있고, 쓴 책으로는 《문화경제학만나기》(김영사), 《한국경제의 선진화와 범치원리》(백산서당) 등이 있다.