

문화+산업 = 문화산업

‘인쇄는 문화생산제조업’

일년 넘게 진행되어 온 인쇄문화산업진흥법안이 국회의원실과의 사전 조율을 거쳐 국회에 정식 제출된 후 지난 3월29일 국회법제실 심의를 마쳤다.

동 법안은 5월3일 공청회 개최를 신호로 국회 통과를 위한 멀고도 힘든 항해에 나설 예정인데 주지하는바와 같이 공청회는 법률을 발의한 정부부처나 국회의원실에서 주최하는 것이 원칙인데 국회의원회관 대회의실에서 대규모 공청회를 여는 것은 그 의미가 사뭇 크다고 할 수 있다. 국회에 제출된 「인쇄문화산업진흥법안」이 인쇄업계 모든 분야를 만족시킨다고는 할 수 없으나 전문 인력양성, 시설현대화지원, 국제교류, 수출시장확대, 국산인쇄기자재 개발지원, 교육·연구사업지원, 협동화사업지원, 인쇄 및 관련산업 통계조사, 전시사업, 품질인증원 설립, 직지의 위상명문화 등 인쇄 및 인쇄관련업계를 망라한 인쇄문화산업 진흥방안을 담고 있다.

아직까지는 희망사항이지만 법안이 원안대로 통과된다면 인쇄업계는 문화산업적 위상과 대국민 이미지 선양에 지각변동을 일으킬 것으로 예상된다.

현행 「출판및인쇄진흥법」은 인쇄문화산업에 대한 애매한 표현 때문에 인쇄가 간행물을 발간하는 것이 전부인양 오인되고 심지어 인쇄가 출판의 하부구조로 인식되는 사례마저 있었다. 이 때문에 인쇄업계에서는 줄기

차게 문제제기를 해 왔으며 인쇄문화산업을 확실하게 구분한 단독법안을 추진하게 된 중요 사유중의 하나로 꼽히고 있다.

사실 「출판및인쇄진흥법」 제정 과정에서 인쇄업계가 손을 놓고 있었던 것은 아니다. 당시에 인쇄단체장을 중심으로 한 범업계적인 법률제정추진위원회를 구성해서 독자적인 법률안을 문화부에 제출하는 등 활발한 움직임을 보였지만 역부족(?)으로 현행법 제정에 만족해야만 했던 씁쓸한 과거가 있다.

이번에 법제실 심의를 마친 법률안이 마련되기까지는 18명의 전국인쇄업계 대표로 구성된 ‘인쇄문화산업진흥법 제정 추진위원회’ 등에서 수십차례의 회의를 거치면서 의견을 수렴하고 무리한(?) 내용까지 담았으나 법률계, 국회, 학계, 법률용역 자문회의 등을 거치면서 내용이 간추려졌다. 상식적인 이야기이지만 법률을 제정하려면 그 법률이 국가정책목표와 일치하고 특정 분야가 아닌 국민생활에 이바지 할 수 있느냐 하는 기준과 그 기준을 스스로 해 내고자 하는 열의와 방안이 마련되어 있느냐 하는 잣대에 맞아야만 국회통과가 가능하다는 분위기이다.

실제로 법률안 기초자료수집을 위한 실무접촉에서 “건의서를 내는거냐”, “정관을 만들려는 거냐”라는 무

안도 당했고, “인쇄업계가 뭐라고 국민이 낸 세금을 쓰려고 하느냐”는 등의 심한 이야기도 들었다.

또한 정부나 국회에서 거부반응을 나타낼 수 있는 내용은 피해간다는 추진위원회의 방침과 세부적인 사항은 법률 통과 후 시행령에 반영시키자는 현실적인 여건도 감안한 것으로 보인다. 이 밖에 과거와 달리 특별히 사회적 이슈가 있다거나 국민생활에 직결되지 않는 사항이라면 특정분야에 대한 법률제정이 매우 어렵기 때문에 법률제정 필요성에 대한 논리 개발이 무엇보다 중요한 과제이며 현행법을 분법해서 인쇄부문을 독립시킨다는 명분 또한 뚜렷하지 않으면 안되는 실정이다.

‘문화산업’이라는 용어의 정의와 범위도 교통정리가 필요한 시점이라고 하겠다.

1970년대까지만 하더라도 문화와 산업은 사전적 개념으로도 어느정도 구분이 가능했으며 쉽게 말해서 ‘제조업은 산업이다’라는 등식이 어색하지 않았다.

그러나 이제는 시대가 바뀌고 개념도 크게 변화했다. 세계적 석학인 「피터 드러커」교수는 그의 대표적 저서인 「21세기 지식경영」에서 “새로운 정보혁명은 기술, 기계, 기법, 소프트웨어 또는 속도의 혁명이 아니다. 그것은 정보기술(IT)이나 경영정보시스템(MIS)에서 나타나지 않으며 최고정보경영자(CIO)에 의해 주도되지도 않는다. 다시말해 정보혁명은 IT나 MIS분야에서 진행되고 있는 것이 아니며 그리고 CIO에 의해 추진되지도 않는다. 그것은 하나의 인쇄혁명이다”라고 지적함으로써 인쇄를 정보라는 상위개념의 반열에 올려놓았다.

또한 매경지식프로젝트팀이 펴낸 「지식혁명보고서」

에서는 “지식기반 경제사회에서는 기존의 화이트칼라와 블루칼라의 구별도 없어진다. 오로지 자신이 하는 일을 개선, 개발, 혁신해서 자신의 부가가치를 높이는 지식근로자와 그렇지 못한 지식소작인이 있을 뿐이다”라고 밝힘으로써 제조업은 산업이라는 고정개념을 엮어버렸다. 이와함께 우리나라 문화산업의 모태가 되는 ‘문화산업진흥기본법’ 제2조(용어의 정의)를 보면 “문화산업(항목에 인쇄물 포함)이라 함은 문화상품의 기획, 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업”으로 규정하고 있어 문화와 산업의 경계를 구분하지 않고 있음을 알 수 있다.

정부산하기관인 한국문화관광정책연구원이 분류한 ‘문화산업’과 ‘산업’의 관계를 보면 시대흐름을 보다 분명하고 쉽게 읽을 수 있다.

문화관광정책연구원은 우선 통계청 특수분류 중 문화생산제조업에 속하는 산업으로 인쇄산업을 포함한 9개 업종을 꼽고 있다. 인쇄산업은 표준산업분류에 따른 문화산업으로서 분류번호 223. 인쇄 및 인쇄관련산업(경인쇄, 스크린인쇄, 제판 및 조판, 제책업 등이 포함)임을 명시하고 있으며 다른 문화산업도 출판·음반산업, 영화산업, 방송산업, 공연산업, 광고산업, 인터넷콘텐츠산업 등 하나같이 ‘산업’으로 표현하고 있으며 「산업디자인진흥법」의 적용을 받는 디자인산업도 문화산업으로 분류되어 있다.

다시말해 문화산업이라는 큰 틀아래 인쇄산업, 출판산업, 디자인산업 등이 문화생산제조업으로 공식 명시되고 있으므로 인쇄산업이 문화산업이 아니라고 주장한다

“

국회에 제출된 인쇄문화산업진흥법안이 인쇄업계 모든 분야를 만족시킨다고는 할 수 없으나 전문인력양성, 시설현대화 지원, 국제교류, 수출시장확대, 국산인쇄기자재 개발지원, 교육·연구사업지원, 협동화사업지원, 인쇄 및 관련산업 통계조사, 전시사업, 품질인증원 설립, 직지의 위상명문화 등 인쇄 및 인쇄관련업계를 망라한 인쇄문화산업 진흥방안을 담고 있다.

”

면 이는 그야말로 ‘치외법권적’ 메아리일 뿐이고 현실적으로 거리가 먼 주장이라고 할 수 밖에 없다.

특히 동연구원이 문화산업인 인쇄산업에 대한 지난해 4분기 분석내용을 보면 업종, 규모에 따라 수익편차가 심한 편이라고 분석했으며, 오프셋업종의 경우 대규모 업체들이 구조조정을 통한 원가절감을 통해 수주전에 앞서고 있는 것으로 분석했고, 레이블 인쇄시장은 기획력과 경영에서 성과우위를 점유하는 경우가 많다고 지적하는 등 인쇄 전 분야를 골고루 분석하고 있다.

이런 자료를 보더라도 인쇄문화산업이 단순히 간행물 제작 수준에 머무르는 평가만 받는다고는 볼 수 없다.

이제 문화의 영역은 단순히 사전적 의미를 벗어난지 오래이며 그 가치기준을 삶의 질을 향상시키는 쪽에 맞추고 있다고 보아야 하겠다. 당연한 지적이지만 지식정보산업 분야에서는 문화산업이 제조업으로 통칭되는 산업개념보다 중요하고도 비교우위에 있는 개념으로 받아들이는 것이 세계적인 추세이기도 하다.

비근한 예로 요즘은 제조업 분야에서도 어떻게 하면 문화와 연결시킬 수 있을까하는 문제를 심도깊게 다루고 있으며 업종명칭에 무슨무슨 문화라고 내세우는 경쟁을 하고 있는 실정이고 건축업계도 건축문화라는 표현을 즐겨쓰고 있는 형편이다. 더욱이 우리의 인쇄문화는 금속활자발명국의 전통을 이어받아 21세기를 인쇄문화산업의 강국으로 발돋움해야 하는 상황에서 인쇄는 문화가 아니고 산업이라는 논리는 설득력을 찾아보기 어렵다.

이런 의미에서 보더라도 공청회를 앞 둔 「인쇄문화산업진흥법안」은 인쇄 및 관련업계의 전폭적인 지지와 협조가 뒤따라야만 추진동력을 얻을 수 있을 것으로 보인다.

하나의 법률이 세상에 그 모습을 보이기 위해서는 절차와 과정이 만만치 않다. 발의된 법안은 소관상임위 심의를 거쳐 법사위를 통과한 후 본회의에서 과반수 승인을 받아야 하는데 나타난 것 말고도 곳곳에 높은 장벽이 수없이 가로놓여 있다. 사실 ‘국민적 공감대’를 지닌 법률을 탄생시키는 일이 어찌 쉬울 수 있겠는가? 특히 의원입법인 경우에는 관계부처의 이해와 협조를 구하는 일도 중요한 과제의 하나라고 할 수 있다.

현재 인쇄관련업계의 법률추진 움직임을 보면 출판협회가 한국출판진흥위원회 설치를 주요 내용으로 하는 출판 및 인쇄진흥법 개정안을 국회에 제출했으며 잡지협회의 잡지진흥법도 국회에 계류 중이다. 또한 5년 한시법으로 되어 있는 도서정가제 개정안이 서점업계에 의해서 추진되는 등 동시다발로 추진중인데 주변여건이나 파워(?)면에서 인쇄업계의 법률안이 우선 처리된다는 보장은 없다.

오로지 단합된 모습으로 논리를 확립하고 법률의 시대적 필요성을 이끌어 내는 가시적 효과가 있어야 유리한 분위기를 만들 수 있을 것이다. 다행히 「인쇄문화산업진흥법안」은 서울을 비롯한 전국시도조합 인쇄인들의 열의와 직지의 본산인 충청도의 적극적인 참여가 희망의 기대치를 높여주고 있다. 법안이 결실을 보려면 욕심(?)내지 말고 가능한 범위내에서 실제적 성과를 거둘 수 있는 방향으로 접근해야만 할 것으로 보인다. 혹시 오해와 갈등의 불씨가 인쇄업계 안팎에 조금이라도 남아 있다면 이번 기회에 훌훌 털고 미래에 내놓을 수 있는 큰 밑그림을 함께 그려보기를 기대해 본다. 인쇄 및 관련업계의 뜨거운 호응 여부가 법률안 성패의 키워드임은 두 말할 나위조차 없다.

오세익·편집주간

“

우리나라 문화산업의 모태가 되는 ‘문화산업진흥 기본법’ 제2조 용어의 정의를 보면 “문화산업(항목에 인쇄물 포함)이라 함은 문화상품의 기획, 개발, 제작, 생산, 유통, 소비 등과 이에 관련된 서비스를 행하는 산업”으로 규정하고 있어 문화와 산업의 경계가 구분되지 않고 있음을 알 수 있다.

”