

하인즈 워드 신드롬에 관한 단상

: 세계화 시대 민족정체성

가히 '하인즈 워드 신드롬'이다. 지난 4월 초 '어머니의 나라'를 방문한 미식축구 슈퍼볼 MVP 하인즈 워드에 대한 우리의 반응은 이렇게 정리된다. 신문과 방송은 그의 일거수일투족을 연일 커버스토리로 다루며 대서특필했다. 대통령은 워드 모자와 오찬을 했다. 이명박 서울시장은 서울시 명예시민증을 수여하며 환담했고 정동영 열린우리당 의장은 대국민 서신을 통해 "하인즈 워드는 우리의 영웅"이라고 칭송했다. 정부와 정치권은 혼혈인차별을 금지하는 법을 추진한다고 호들갑이다. 워드 마케팅에 다름 아니다.

가장 미국적인 가치를 반영하고 가장 상업화된 스포츠, 미식축구에서 한국계 선수의 성공은 우리에게 감동을 주는 매력적인 사건임에 틀림없다(사실 풋볼은 전형적인 미국스포츠일 뿐이다. 우리 국민이 축구를 좋아하나, 여전히 우리에게 풋볼은 낯선 게 사실이다. 그게 어떤 경기인지도 모르고 그냥 MVP라니까 뛰어난 줄 믿는 거다). 그에 대한 열광이 당연한 듯 보인다. 그런데 이러한 호들갑이 왜지 불편한 이유는 무엇까.

흑인병사와의 결혼 후 남편으로부터 버림받고, 조국에서도 버림받아 낯선 땅을 찾아 떠날 때 '대한민국'은 그녀를 외면했다. 그리고 잊고 지냈다. 그런데 2005년 홀연히 등장한 '미국영웅'을 우리는 '대한의 아들'이라며 자랑스러워한다. 모두가 외면해왔던 혼혈 미식축구 선수를 하루아침에 한국인의 피, 한국적 사고방식 때문에 성공한 영웅으로 치켜세운 것이다. '세계화 시대 흑인이면 어떤가, 반은 한국인인데...' 그런 생각이 깔려있는 듯 하다.

그는 과연 한국인인가, 미국인인가... '반반' 한국인? 혹은 '반은' 한국인? 복잡하다.

하여 세계화 시대 국가의 문제, 민족정체성의 문제를

짚어보자.

세계화 시대 민족정체성 개념의 혼란

오늘날의 세계는 맥루한이 규정한대로 지구촌(Global Village)이다. 하여 세계화라는 용어가 더 이상 낯설지 않다. 세계화는 지식의 전 지구적 생산, 문화생산물의 전 지구적 수용과 향유, 미디어 네트워크의 전 지구적 연결 등 문화와 지식 활동에서 뚜렷한 현상으로 나타나고 있다. 나아가 미국문화 중심의 이른바 '세계문화'가 전 지구적으로 급속히 확산됨으로써 개인과 집단의 사고와 행동의 근간이 되는 민족정체성에 급격한 변화와 혼란이 발생했다. 20세기 이후 우리는 민족문화와 경제구조 및 역사적 경계선 등의 영향에 있어서 결정적인 변화를 목격하고 있으며, 자국 중심의 안정성은 국제적이고도 세계적인 혼합의 실체에 점점 더 직면하고 있다. 이러한 과정의 결과는 새로우면서도 분명한 문화공간, 즉 글로벌 스페이스를 형성하였으며, 이 공간 속에서는 민족문화와 정체성이라는 전통성이 말살되고 타파될 수밖에 없다.

세계화는 복잡하고 불규칙적인 속성을 지닌다. 세계화 과정은 단일화와 다양화, 통일화와 파편화, 획일화와 이질화가 동시에 전개되는 패러독스의 전개이다. 또한 세계화는 특정한 사회구조가 이미 존재하고 있는 지역 사회에 침투하는 형태를 띠게 마련이고, 이 과정에서 필연적으로 글로벌한 수준과 지역적 수준에서 충돌과 융화작용을 통해 다양한 결과가 도출된다고 하겠다.

이러한 배경에서 글로벌 문화시대 민족정체성을 어떻게 볼 것인가 하는 문제는 그리 단순한 것이 아니다. 정체성은 근대적 개념인 '민족', '국가'와 불가분의 관계

를 맺고 있는데, 모든 분야에서 국가 간 상호교류와 연계성이 강화되면서 민족정체성 개념이 혼동을 겪고 있기 때문이다.

자국 문화를 세계화하려는 노력과 세계문화를 자국화하려는 노력으로 20세기 후반 세계 각국에서는 민족적 문화 구조와 경제 구조에 있어서 결정적인 변화를 경험하게 되었으며, 자국의 문화적 경계선 확장 그 영역의 보장은 세계화 추세에 의해서 점점 더 위협받게 되었다. 이러한 사실을 수용함으로써 생겨나는 공간이 바로 세계적인 동시에 자국적인 공간이다.

대량 이주와 미디어의 지구적 확산, 초국가적 문화 형성

대량이주(移駐)와 전자매체의 시대로 특징화되는 지구화 시대에 있어 문화변동의 문제는 하나의 문화가 다른 문화를 대체하거나 연관관계의 그물망에서 빠져나와 순수한 고립의 상태를 유지하는 것이 아니라 상호융합의 불규칙적 운동의 문제이다.

20세기 이후 세계화는 미디어를 통해 문화 간 접촉이 새로운 형태로 변화하고 있다. 커뮤니케이션 미디어와 이주로 인해 물질적 교환을 넘어 기호, 유행, 사상에까지 확장되는 세계화 시대가 도래 한 것이다. 즉, 오늘날 세계화는 경제적이고 문화적인 유통망이 전 지구적 규모로 팽창하고 가속화하면서 국가 상호간의 의존도가 강화된 것이다.

미디어를 통한 정보의 세계적인 확산이나 초국적기업의 경제행위의 전 지구적 확산이 세계화의 한 측면이라면, 사람들의 끊임없는 이주로 인해 탈영토화된 개인들의 삶의 층위들이 다양한 차원에서 서로 경계를 접하면서 중층적으로 상호작용하는 현실은 세계화의 또 다른 측면이다. 미디어를 통한 시공간 압축적 소통과 빈번한 이주는 주체와 정체성을 분산시키고, 근대성의 거대담론에 심각한 균열을 일으키고 있다.

현대인의 생활에서 특정의 개념과 구조들은 글로벌화를 통해 전 세계적으로 확산된다. 이와 동시에 특정의 생활방식들은 글로벌 문화구조의 배경 하에서 상대적으로 부각되어 문화적 특수성으로 더욱 확고히 자리잡거나 그런 상황 하에 최초로 창조되기도 한다. 민족주의나

가장 미국적인 가치를 반영하고 가장 상업화된 스포츠, 미식축구에서 한국계 선수의 성공은 우리에게 감동을 주는 매력적인 사건임에 틀림없다. 그에 대한 열광이 당연한 듯 보인다. 그런데 이러한 호들갑이 왠지 불편한 이유는 무엇까.

인종적 정체성 등이 그 좋은 예이다. 지역적 특수성은 차츰 글로벌문화의 일면이 되어갈 뿐만 아니라 바로 이것을 모태 삼아 비로소 창조된다. 결국 전 세계인 네트워크화는 새로운 글로벌 공동체와 지역공동체들을 연결시키며, 그 결과 국경을 초월해 사람들이 연결됨으로써 초국가적 문화가 만들어진다. 동시에 글로벌화는 민족 및 지역정체성을 다양화하고 세분화시킴으로써, 사람들이 한 장소에서 하나의 문화만을 공유하는 경우는 드물어지게 된다.

세계화 시대 문화시장의 흐름

오늘날 벌어지고 있는 세계화와 문화시장의 상황은 새로운 설명을 요구하게 되는데, 뚜렷한 징후들을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 미국이 여전히 프로그램 수출국의 지배국이지만 세계화가 진행됨에 따라 문화수출국이 다양화되고 있다. 영화, 영상 분야에서 호주와 남미, 홍콩이 세계차원에서 중요한 프로그램 수출국으로 등장했으며, 한류현상 또한 프로그램 수출의 다원화를 설명해준다. 세계시장이 공유할 수 있는 내용과 형식을 추구함으로써 문화할인율(cultural discount)을 최저화하려는 세계화의 논리 속에 지역적이고 문화적인 정체성의 논리를 접목시키는 글로벌리즘의 논리에 따라 세계시장을 겨냥하는 프로그램들이 생산되는 것이다. 미국 영화, TV 시리즈들이 세계시장에서 대중문화의 스탠더드를 형성해왔지만, 그 프로그램들은 수용자의 문화적 환경과 기준에 따라 매우 다른 형태로 소비되며, 국내생산 프로그램이라는 대안이 있는 한 관객은 수입프로그램이 아니라 자국 프로그램을 선호한다는 것이다. 최근 국내 영화의 현실



이 이를 증명한다.

둘째, 다양한 해독활동을 하고 있는 수용자들이 세계화되어 있는 다매체 환경 속에서 스스로 변화하고 있다. 이들은 위성채널, 인터넷 등을 활용해 스스로 소비할 텍스트를 선택하고 비평하며, 이를 세계의 네트워크에 게시하고 회답하는 적극적인 소비자들이다.

셋째, 이제 수용자들은 단지 미디어의 재현을 통해서만 타자를 이해하는 것이 아니라 개인적 경험이나 직간접적인 유대관계를 통해 타자의 문화를 수용할 수 있는 기회가 확대되었다. 수용자들이 받아들일 수 있는 현실담론과 관객이 용납할 수 있는 정체성 전략을 구사해야 하는 환경이 조성되었다. 더 이상 백인 배우를 아시아인으로 분장하여 등장시키는 수준의 재현은 '용서받지 못하는' 것이다.

초국가적 상상력과 사회적 실천으로 정체성 발전시켜야

미디어를 통한 초국적 왕래는 다양한 초국가적 상상력을 불러일으킨다. 미디어상품에서 보이는 환상, 이 환상이 불러일으키는 상상력은 사적으로 소유될 뿐만 아니라 무언가 새로운 표현방법의 징후를 나타내는 투영감을 지닌 집단상상력도 될 수 있다. 그런 의미에서 오늘날 상상력은 단순한 도피가 아닌 행동의 계기가 된다. 국가주의적인 사회적 상상력을 초국가적인 대화로 변화시키고, 사적 환상을 비판적 역사인식과 결합해 자기 변혁과 사회 변화라는 현실적 프로젝트로 이어가려는 낙관적 개입의지를 계속 갖기 위해서라도 언제나 초국가적인 상호 연결과 상호 관통이 만들어내는 불균형을 지나치지 말고 그것에 비판적으로 맞서는 것이 필요하다고 하겠다.

세계화가 문화의 동종화를 가져올 것인가? 아니다. 오히려 세계의 각 지역과 그룹들은 글로벌 시대를 맞아 고유의 정치제도, 고유의 경제제도, 고유의 문화제도를 다양하게 발전시키고 있다. 글로벌화의 미디어들은 이 독자적 운동을 촉진하는 수단으로 이용되고 있다. 글로벌화는 지구촌의 서로 다른 문화권들이 서로 대화할 수 있는 기반으로서의 준거시스템을 마련해 줄 뿐이며 그리하여 각 문화권들로 하여금 자아를 새롭게 정의하고 정

체성을 발전시킬 수 있게 도와준다.

인간은 낯선 영향에 대해 능동적으로 대처하며, 거기에 새로운 의미를 부여하고 고유의 상징을 만드는 능력이 있다. 유럽의 경우 산업혁명 당시에 철도가 부설됨으로써 유럽은 이미 현대적 의미의 세계화를 경험했다. 철도는 유럽을 하나로 연결했지만 그것이 곧 유럽국가들의 고유문화를 소멸시키지 않았으며, 오히려 유럽의 생활수준을 향상시켜 각국의 고유한 근대 시민문화를 발전시킬 수 있는 물적 토대를 확고히 해주었을 따름이다. 문화는 단순히 주어진 것이 아니라, 늘 변화하고 새로 창조되는 것이기 때문이다.

세계화를 주제로 한 얘기들은 대부분 세계화가 초래할 정치적, 경제적 변화에 집중한다. 간혹 세계화의 문화적 결과들에 관해 언급하는 경우에는 문화의 소멸이 곧 압박했다는데 의견이 모아지며, 그리하여 획일화된 '맥월드(McWorld)' 만 남을 것이라는 끔찍한 상상을 부추긴다. 이 끔찍한 세계적 문화융합을 피할 수 있는 유일한 대안은 사람들이 순수한 원시사회로 회귀하여 서로 아무런 접촉 없이 분리되어 사는 길 밖에 없는 것처럼 보인다. 하지만 오늘날 발칸반도, 러시아 체첸, 아프리카 대륙에서 벌어지는 유혈충돌에서 보여지듯, 분리주의에 입각한 각국의 다양한 민족문화 이념 역시 바람직하지 않은 한낱 환상에 불과하다.

하여 세계화 논의에서 전지구적 동질화 대 지역적 이질화의 이원론적 논쟁은 무의미하다. 멕시코의 사빠띠스타 봉기는 세계적 동질화나 지역적 이질화로 갈라지는 배타적인 문제가 아니라 이 두 가지 경향들이 21세기 세계의 특징적인 삶의 방식의 문제라는 것을 보여준다. '세계적 차원에서 생각하고 지역적 차원에서 행동하라'는 구호가 그러하다.

'세계적 차원에서 생각하고 지역적 차원에서 행동하라' 상호존중이 중요

대부분의 사람들은 세계인으로서의 정체감을 느끼기 보다는 예나 지금이나 특정 장소, 즉 마을이나 도시, 혹은 국가에 소속감을 느낀다. 세계화는 대부분의 사람들과 사회의 시각에서 볼 때 상황의 묘사가 아니라 잠재력이 지나지 않는 것이다. 그러나 세계화는 의사소통과 상

'반만' 한국인이라 할지라도 혼혈인은 '우리의 대한사람'이다. 하인즈 워드가 진정 바라는 것은 반짝 영웅으로 대접받다가 잊혀지는 것보다 보통의 이웃처럼 대해주는 것일 게다. 그의 어머니가 바라는 것 역시 그의 아들을 단지 '한국인'으로 '대우' 해 달라는 것일 게다.

호이해 및 상호인정의 기회를 확대시켜준다. 문화가 점차 뒤섞이고, 텔레비전, 라디오, 인터넷 등의 미디어가 사람들이 글로벌 사건에 직접 관계하고 지역적으로 결과를 도출할 수 있게 해주는 이 세계에서는 '문화를 비교하는 의식'이 일상적 사고방식이 된다. 점점 더 많은 사람들이 점증하는 글로벌 시스템에 관계하고 있다. 그리고 점증하는 네트워크화 및 상호존중을 통해 시너지 효과가 더욱 증가한다. 이렇듯 글로벌화에는 긍정적인 잠재력이 더 많이 존재한다. 그러나 그러한 잠재력이 곧 긍정적인 결과로 이어진다는 보장은 없다. 관건은 우리의 실천이다.

현재 한국의 혼혈인구는 3만 5천여 명에 달한다고 한다. 전체 인구의 0.73%에 해당한다. 국제결혼이 크게 늘고 있어서 이 수치는 빠르게 증가할 것으로 보인다. 2003년 전체 결혼의 8.4%를 차지하던 국제결혼이 지난해에는 13.6%로 늘었다. 불과 2년 만에 5%포인트 이상 늘어난 것이다. 이 중 상당수가 동남아시아계 여성과 한국의 농촌 거주 남성의 결혼이다.

하여 '대한민국'을 외치고 '단군의 자손, 한민족'임을 자랑스러워하는 통속주의가 강한 우리지만, '반만' 한국인이라 할지라도 혼혈인은 '우리의 대한사람'이다. 하인즈 워드가 진정 바라는 것은 반짝 영웅으로 대접받다가 얼마 지나지 않아 잊혀지는 것보다 맥주 마시며 담소 나누는 보통의 이웃처럼 대해주는 것일 게다. 그의 어머니가 바라는 것 역시 그의 아들을 단지 '한국인'으로 '대우' 해 달라는 것일 게다. 스타 혹은 영웅은 잊혀지기 마련이다. 대중의 기호는 늘 새로운 것을 찾기 때문이다. 워드 신드롬, 워드 마케팅을 우려하는 이유가 바로 여기에 있다.

김원제 · 유틸러스연구소장, 언론학박사