

# 문화콘텐츠산업의 전략적 수용과 안동 문화정체성의 재구성\*

조 관 연\*\*

## The Strategic Adoption of Creative Industry and Its Impact on the Reconstruction of Cultural Identity in Andong Province\*

Cho, Gwan-yeon\*\*

**요약** : 1997년 국제 외환위기를 거치면서 한국정부는 미래의 새로운 경제적 활로를 모색하게 되었는데, 이미 경제적으로 괄목할만한 성과를 거둔 영국의 세계도시 전략과 창조산업이 주요한 본보기가 되었다. 한국의 중앙정부는 경제적 효과를 극대화하기 위해 창조산업을 한국의 사회적 환경에 맞도록 변용하였는데 이로부터 문화콘텐츠산업이 탄생하게 되었고, 이를 정책적 차원에서 적극적으로 지원하였다. 한국의 고유한 문화전통을 기반으로 세계적인 문화산업으로 육성하기 위해 시작된 문화콘텐츠 진흥정책으로 인해 다양한 문화전통을 간직하고 있는 안동은 재발견되었다. 안동 지방정부와 대학과 유림가문을 중심으로 한 지역 주도층들은 이 진흥정책이 침체된 안동의 지역경제를 활성화하는데 새로운 전기가 될 뿐만 아니라 지역의 고부한 이미지를 탈피하는데 도움을 준다고 판단하였기 때문에 문화콘텐츠산업을 적극적으로 수용하고 진흥하였다. 문화콘텐츠 산업이 주목한 안동의 문화전통은 유교뿐만 아니라 기층문화로 여겨지던 무속이나 불교 등이었다. 이로부터 상대적으로 안동 지역민 사이에는 다양한 문화전통들 중에서 어떤 것을 지역의 진정한 전통문화로 선택할 것인지에 대해 이견이 발생했다. 서로 결이 다른 지역 정체성들이 전략적으로 타협되면서 공존하게 되는데, 이는 문화적 다양성이 관광의 활성화를 통해 지역경제를 되살리는데 중요할 뿐만 아니라 제한된 자원을 둘러싼 다른 지역들과의 경쟁에서 우월적 지위를 차지하는데 도움을 주었기 때문이다.

**주요어** : 안동, 문화 정체성, 문화콘텐츠, 문화산업, 정신문화의 수도

**Abstract** : Having gone through the international financial crisis in 1997, the Korean government has sought a new future economic breakthrough. In this line, the government chose the cultural contents business and has supported this area intensively. With the cultural contents promotion policy initiated to foster the world-class culture business based on the traditional Korean culture, Andong, which has diverse cultural traditions, was rediscovered. The Andong local government and the local power elites decided that this promotion policy can not only be an opportunity to invigorate the sluggish local economy, but also help eliminate the old-fashioned image of Andong, and thus actively promoted the cultural contents business. However, there's a conflict among the local elites over which cultural tradition should be chosen as a genuine local cultural tradition. The different views and efforts regarding the cultural identity of the region by each entity not only contributed significantly to the recovery of the local economy by revitalizing tourism, but also helped the region gain an advantageous position in competition with other regions over limited resources. This progress became the groundwork for attracting major institutions and facilities, which are essential for the revitalization of the local economy.

**Key Words** : Andong, cultural identity, cultural contents, creative industry, capital of the Korean spirit

### 1. 서론

동유럽 사회주의 국가들의 붕괴 이후 전 지구화와 정보통신기술의 비약적인 발달 그리고 문화의 산업화는 전 세계의 거의 모든 지역에서 커다란 문화변동을 초래했다. 한국도 1997년 외환위기를 거치면서 정치, 경제, 사회 그리고 문화 부문에서 큰 변화를 겪었다. 경제적 선진국과의 경쟁에서

뒤쳐진다고 평가된 국내의 다양한 제도와 의식을 '국제적 표준'에 맞도록 개혁하려고 하였을 뿐만 아니라 변화한 국제환경 속에서 살아남기 위해 새로운 미래 성장 동력을 발굴하려고 했다. 이 같은 변화 노력은 강력한 중앙정부의 주도로 추진되었는데, 영국의 창조산업을 본보기로 해서 문화콘텐츠산업이 탄생하였다. 지방자치제도는 1995년부터 전국적으로 시행되었지만, 아직 지역 사회에 제대

\* 이 논문은 2007년도 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음(NRF-2007-361-AL0001)

\*\* 부산대학교 한국민족문화연구소 HK교수(HK Professor, Korean Studies Institute, Pusan National University) (book@pusan.ac.kr)

로 뿌리를 내리지 못한 상태였다. 중앙정부에 비해 재정과 제도 측면에서 취약한 지방정부는 이런 중앙정부의 정책에 영향을 받아서 치열한 국내외 경쟁에서 살아남기 위해 다양한 자구책을 모색하였다. 각 지방정부는 자구책을 모색하는 과정에서 국제적인 모델뿐만 아니라 중앙정부의 정책을 중요하게 참고하였는데, 이들 모델과 정책을 단순히 참고하거나 또는 수동적으로 수용하는데 그치지 않고 지역 경제를 활성화하기 위해 자신들에게 주어질 조건과 환경 속에서 이를 적극적으로 수용하였다.

문화인류학에서 전 지구화 시대에 벌어진 한국의 이런 현상을 해석하는 시각에는 여러 가지가 있다. 코탁의 견해는 문화접변(acculturation)의 시각을 잘 보여주고 있다. 그는 문화접변을 상이한 문화를 가진 집단들이 지속적으로 직접 접촉할 때 문화적 특색들의 교환이 발생하는 현상이라고 정의하면서, 둘 중의 한 집단 또는 두 집단 모두에게서 이전의 문화적 패턴은 바뀌게 되지만, 집단은 변별적으로 유지된다고 주장하였다(Kottak, 2007, 209). 문화접변에 대한 대부분의 연구는 소수집단이 경험하는 교류의 양상과 적용에 중점을 두고 있다. 이와 달리 문화 전유(cultural appropriation)의 시각은 특정한 문화적 요소의 수용 맥락과 형식 그리고 내용뿐만 아니라 그 근저에 깔린 수용 주체의 전략적 이용 측면에 주목한다. 문화 전유에 대한 논의는 문화 간에 존재하는 정치적, 경제적, 사회적, 그리고 군사적 측면에서 주도와 종속의 권력관계를 전제로 한다. 종속적 위치에 있는 문화집단은 주도적 집단의 몇몇 특정한 문화 요소들을 수용하는데, 이때 주도적 집단의 문화적 맥락 속에서 존재하던 원래적 의미들이 상당 부분 탈각되고, 상이한 의미가 이를 대체한다. 이 때문에 문화 전유를 문화의 도둑질(cultural theft)이라고 폄하하는 연구자들도 있지만, 조지 립시츠는 문화 전유를 “전략적 반본질주의”(strategic anti-essentialism)라고 정의했는데, 이는 자신 또는 자신이 속한 집단의 밖에 존재하는 문화적 형태를 계산적으로 이용하고 있기 때문이다(Lipsitz, 2006, 56). 이런 맥락에서 문화 전유는 종종 주도적인 또는 지배적인 사회에 대한 저항으로 간주될 수 있다.

크리켓을 통해 영국에 대비되는 인도의 국가적 정체성이 구축되어 가는 과정을 총체적인 시각에서 분석한 사례는 문화 전유의 전형을 보여준다. 영국 빅토리아 시대의 엘리트 이념을 가르치기 위한 수단으로 크리켓이 인도에 전해졌는데, 인도인에게 확산되는 과정에서 영국에서 있었던 크리켓의 원래적 도덕 이념들은 점차 증발되었다. 이렇게 크리켓이 토착화되는 데는 자국어로 된 매체들이 특히 중요한 역할을 했는데, 이들은 크리켓에서 영국적 맥락을 탈각시키고, 다양한 인도의 종족들을 하나로 묶어주는 상상의 공동체 의식을 만들고 이를 확산하는 수단으로 크리켓을 이용하였다. 이를 통해 과거 중주국의 스포츠였던 크리켓은 질적인 토착화 과정을 통해 - 인도에서 ‘크리켓민족주의’라는 조어가 탄생했을 정도로 - 탈식민화되었을 뿐만 아니라 인도를 대표하는 국민스포츠가 되었다(아과두라이, 2004). 아과두라이(2004, 30)는 민족성 또는 집단정체성은 다양한 주체들이 상호관계를 통해 공동의 상상을 공유하게 됨으로써 나타나는 집단의 성격이며, 이의 핵심은 “차이를 의식적이며 상상에 입각한 방식으로 구조화하고 동원해 내는 것”으로 파악하고 있다. 또한 문화의 전 지구화는 문화의 동질화와 같은 개념이 아니며, 문화는 어느 한 쪽이 일방적 방향으로만 강요되는 것이 아니라 복잡적이며, 중층적이고, 탈구적(disjunctive)이다. 그는 이러한 탈구적 방식을 바라보는 틀로 에스노스케이프(ethnoscape), 미디어스케이프(mediascape), 테크노스케이프(technoscape), 파이낸스스케이프(financescape), 이데오스케이프(ideoscape)의 다섯 가지 스케이프를 제시하고 있는데, 각 스케이프는 단일하게 발생하는 것이 아니라 상호 개입하는 복합적인 운동을 보여준다고 말한다. 그렇기에 하나의 운동은 다른 운동을 완전히 포섭하며 진행하지 않고, 다양한 담론의 변형을 주며, 다른 종류의 것으로 연합된다고 보고 있다. 따라서 전 지구화 시대의 문화 정체성 문제는 기존의 사회학이 만들어 준 인식론적 그물망으로는 포착하지 못했던 미시적인 요소들의 내재적인 운동에 대한 이해를 통해서만 해결될 수 있다고 주장하고 있다.

외환위기 사태 이후 중앙정부에 의해 급하게 탄생한 문화콘텐츠산업은 한국인의 삶의 형태와 질

을 크게 변화시켰을 뿐만 아니라 문화를 바라보는 시각과 지역 정체성 변화에도 적지 않은 영향을 끼쳤다. 하지만 이에 대한 연구 성과들이 별달리 없기 때문에 현시점에서 이 문제를 학술적인 차원에서 분석하는 것이 중요하다고 생각한다. 이를 통해 외환위기 사태 이후 한국의 문화정책을 되돌아보고, 좀 더 나은 개선책을 모색해 볼 수 있기 때문이다. 본 글은 이와 같은 문제의식에서 작성하게 되었다. 중앙정부의 강력한 의지에 의해서 영국의 창조산업에서 아이디어를 얻어서 탄생한 문화콘텐츠산업은 한국형 문화콘텐츠를 개발해서 전 세계로 수출하는 것을 목표로 하고 있다. 이런 이유에서 문화콘텐츠산업을 종합적으로 이해하기 위해서는 일국적 차원에서 분석하는 것만으로는 불충분하다. 초국가적 시각과 분석 틀이 필요한데, 앞서 소개한 문화 전유의 시각과 틀을 참조해서 이 문제를 분석해 볼 것이다. 다양한 스키이프들이 상호 개입하고 복합적으로 운동하는 전 지구적 환경 속에서 경제적 위기에 처한 한국 중앙정부는 영국의 창조산업과 세계도시 담론을 어떤 방식으로 수용하고 재조합하였는지 그리고 주변적 위치로 전략한 안동의 중층적인 문화전통이 이로 말미암아 어떻게 재발견되었으며, 이로 인해 지역의 문화 정체성들이 어떤 과정을 거쳐 어떻게 재구성되고 있는지를 현지조사와 문헌조사를 통해 얻은 정보들을 통해 분석하고자 한다.

## 2. 창조산업의 수용

일제 강점으로부터 해방된 서울은 한국의 수도일 뿐만 아니라 거의 모든 부문에서 중심이 되었지만, 과도한 수도권 집중화는 지역불균등 발전이라는 심각한 문제를 일으켰다. 지방자치가 1995년 시행되면서 이 문제가 개선될 것으로 기대되었지만, 1997년의 외환위기와 국가 경쟁력 강화라는 담론은 이런 기대를 무산시켰다. 국가 경쟁력을 강화하고, 미래성장 동력을 발굴하여야 한다는 당위성은 세계도시와 문화산업, 특히 창조산업(Creative Industry)의 수용을 쉽게 하였다(매일경제, 1997.01.11, 5).

프리트만(Friedmann, 1986, 72)의 평가에 의하면 1980년대 중반 서울은 마닐라나 방콕과 같이

‘준주변도시들’의 ‘이차적’ 지위에 머물고 있었는데, 이런 상황은 외환위기 사태까지 큰 변화가 없었다. 외환위기가 닥치자 한국정부는 국제화 수준이 매우 낮은 상태라는 사실을 절감하게 되었고, 국가경쟁력을 다시 회복하기 위해서는 ‘글로벌 스탠다드’에 맞도록 국가와 사회의 제도를 개혁하고 국민의 의식 수준을 고양해야 한다고 판단하고, 이를 개선하기 위한 다양한 노력을 한다. 정부는 기업연구소의 도움을 받아서 도시별로 경쟁 우위에 있는 산업군과 지역 특성을 고려한 성장 잠재력이 큰 유망산업군으로 분류해서 <21세기 한국의 산업지도>를 발표한다(문화관광부, 2001.08; 삼성경제연구소, 2002.07). 이에 의하면 중앙정부는 서울을 중심으로 생산자서비스를 중점적으로 육성시키려는 전략을 취했다. 수도권 중심부인 서울에는 생산자서비스업이 집중되고, 그 주변 수도권에는 지식기반제조업이, 비수도권에는 일반 제조업이 자리 잡는 산업분포가 형성되었다. 이런 성장전략 때문에 서울과 수도권으로의 집중화는 가속되었는데, 특히 서울을 세계도시로 육성하기 위해 많은 재원이 투입되었다. 이 때문에 서울로의 경제자본과 문화자본 그리고 고급 인력의 집중이 가속화되었다. 아시아의 주요 국가들은 이미 1990년대 세계도시의 의미와 필요성을 깨닫고, 각 국가의 주요도시를 세계도시로 육성하기 위해 많은 노력을 하였다. 두바이, 북경, 홍콩, 싱가포르, 오사카, 상하이, 쿠알라룸푸르, 방콕 등과 같은 도시들이 세계도시가 되기 위해 치열한 경쟁을 벌였지만, 국가의 전폭적인 지원을 받은 서울은 2010년의 세계도시 순위에서 10위권에 진입하는 성과를 거두었다(서울시정개발연구원, 2003, ii).

외환위기 이후 한국 사회를 지배한 또 다른 주요 담론 중의 하나는 영국의 창조산업이었다. 1997년 등장한 토니 블레어 정부는 제3의 길에 기반을 둔 새로운 행정개혁을 하였는데, 주요 내용 중의 하나는 예술문화 정책을 통해 사회의 창의적 힘을 끌어내는 것이다. ‘문화, 미디어, 스포츠성’(Department for Culture, Media and Sport, 略: DCMS)의 스미스 장관은 1997년 TF팀을 구성해 창조산업에 대한 개념을 정리하고, 정량화 작업을 마무리했다. 1998년과 2001년에 발간된 보고서는 광의의 예술문화 산업을 분류하고, 사회의 풍부한 창조능력을

끌어내기 위한 진흥정책을 담고 있다. 이 보고서에서 창조산업은 “개인의 창조성, 기술, 재능을 원천으로 지적재산권의 활용을 통해 부와 고용을 창조할 가능성을 가진 산업”으로 정의하고 있는데, 이 안에는 음악, 무대예술, 영상, 영화, 디자이너 패션, 디자인, 공예, 미술품, 골동품시장, 건축, 텔레비전, 라디오, 출판, 광고, 게임 소프트웨어 및 컴퓨터 소프트웨어 관련 산업 등이 포함되어 있다(DCMS, 1998). 이 산업은 1997~2000년까지 - 비즈니스서비스업 다음으로 높은 - 연평균 실질 성장률 13%를 달성하였으며, 추가로 53만명의 일자리가 창출되었다(DCMS, 2001). 창조산업의 성공은 ‘영국병’을 극복하는데 큰 도움을 주었는데, 이로부터 창조산업 또는 창의성과 관련된 다양한 담론들이 생겨났다. 코이(Coy, 2000)는 새로운 창조경제의 출현을 예고하면서 창조성이 혁신의 자리를 대체할 것이라고 주장했다. 이를 시발점으로 창조경제(Coy, 2000; Howkins, 2002), 창조계층(Florida, 2002), 창조도시(Landry, 2000; Franke & Verhagen, 2005), 창조산업(Caves, 2002; Hartley, 2005) 등의 용어가 영국과 미국을 비롯한 선진국에서 화두로 떠오르고, 이에 대한 연구가 본격적으로 시작되었다.

외환위기를 겪은 한국정부는 이차산업 중심의 한국 경제를 선진화할 수 있는 새로운 성장 동력을 찾고 있었는데, 영국의 창조산업은 한국정부에게 특히 중요한 연구모델이었다. 김대중 대통령은 1998년 광복절 기념식에서 외환위기의 극복을 선언하면서 - 영국의 창조산업을 염두에 두고 - ‘창조적 지식기반국가의 건설’을 주창하였는데(매일경제, 1998.12.03, 3), 이는 한국이 세계경제에서 주변부로 전락할지도 모른다는 위기감에서 나온 것이었다. 이후 정부연구기관과 기업연구소뿐만 아니라 매스미디어들은 보고서와 기사들을 통해 창조산업을 소개하면서, 한국적 창조산업에 대한 다양한 제안을 제시하였다. 당시 한국정부는 미래성장 동력으로 정보통신기술을 집중적으로 육성하기로 하였는데, 정보통신기술과 문화가 새롭게 융합되는 새로운 분야를 문화콘텐츠산업으로 명명했다. 한국정부에 의해 최초로 범주화되고 명명된 문화콘텐츠산업은 한국형 창조산업인 것이다. 이후 이의 상업적 성공 가능성을 조사한 연구서들이

발간되었는데, 이에 의하면 세계적으로 진행될 국제경쟁력의 재편에서 문화콘텐츠산업의 시장규모는 2001년 8,500억 달러에서 2005년에는 1조 4천억 달러(1,820조 원)로 급성장할 것으로 전망하였다(삼성경제연구소, 2002.07). 또한, 문화콘텐츠산업은 타 산업보다 부가가치가 높아서 21세기 디지털 경제를 선도할 핵심산업으로 부상할 것으로 전망하였다. 하지만 문화콘텐츠 산업을 육성하기 위해서는 투자부족, 업체 및 시장 규모의 영세성, 하청구조에의 종속 등의 걸림돌을 해결하는 것이 중요했다(문화관광부, 2001.08, 2-15). 하지만 당시 아시아권에서 불기 시작한 ‘한류’와 몇몇 디지털콘텐츠의 세계시장 진출 사례 등에서 볼 수 있듯이 문화콘텐츠산업은 지적 전통기반과 문화적 창의력이 풍부한 한국인에게 적합한 분야이며, 이를 통해 획기적인 고성장도 기대할 수 있다고 보고서는 주장했다(문화관광부, 2001.08). 이 결과에 힘을 얻은 정부는 -영국정부가 국가적인 차원에서 창조산업을 육성한 것처럼 - 문화콘텐츠 산업을 집중적으로 육성해서 한국을 세계 5대 문화콘텐츠 강국으로 만들기로 결정한다. 정부는 2001년 8월 22일 재단법인 한국문화콘텐츠진흥원을 발족시킨 뒤, 2002년 10월에는 이 기관을 문화산업진흥기본법에 따라서 특수법인으로 개편하였다.

문화콘텐츠진흥원의 다양한 업무 중에서 지역 전통문화의 재구조화에 가장 큰 영향을 끼친 것은 콘텐츠개발본부가 추진한 <문화원형 디지털화 사업>이다. 이 사업은 경제적 활로를 찾기 위해 많은 나라가 문화산업에서 경쟁하는 상황에서 한국만의 차별화된 문화산업 모델을 모색하는 과정에서 탄생했다. 영국의 창조산업처럼 한국의 문화콘텐츠산업이 고부가가치를 거두기 위해서는 - 당시 한국에서 유행하던 ‘지역적인 것이 세계적이다.’라는 말처럼 - 자국의 (전통)문화가 콘텐츠 속에 녹아들어 있어야 한다고 정책입안자들은 생각했고, <문화원형 디지털화 사업>이 강력하게 추진되었다(한국문화예술진흥원, 한국문화콘텐츠진흥원, 2002.06). 이 사업은 2002년부터 시작되어 현재까지 지속되고 있는데, 목적은 한국의 문화원형을 주제별로 디지털 콘텐츠화해서 문화산업에 필요한 창작 소재를 제공하고자 하는 것이다. 현재까지 200여 개 이상의 과제가 3~5억 원의 지원을 받아 아니

메이션, 음악, 출판, 전자책, 만화, 캐릭터, 게임, 방송영상, 영화, 모바일인터넷 등에서 활용 가능한 창작소재들을 개발하였다. 정부의 대폭적인 지원으로 인해 당시 거의 주목을 받지 못하던 다양한 기층- 또는 전통문화의 의미와 중요성이 재발견되었고, 많은 연구자와 개발자들도 이 분야에 관심을 가지게 되었다. 이 덕분에 ‘문화콘텐츠 시나리오 소재 개발 분야’, ‘문화콘텐츠 시각 및 청각 소재 개발 분야’, ‘전통문화민속자료 소재 콘텐츠 개발 분야’ 등에서 다양한 한국 고유의 원천소스와 이야기들이 개발되었다.

### 3. 안동 문화 정체성의 재구성

일차와 이차산업 기반이 취약한 안동은 오랜 기간 내륙 속의 오지였으며, 수도권과 몇몇 지방거점 중심의 개발정책 때문에 지역경제는 심각한 어려움에 처해있었다. 하지만 전 세계적으로 문화산업이 성장하고, 한국에서도 전통문화를 중시하는 문화콘텐츠 산업이 진흥되면서, 새로운 경제적 활로를 모색하고, 안동시와 주민은 자신들의 역사와 전통문화도 재발견할 수 있는 계기를 맞게 된다.

#### 1) 2000년대 안동 지역 현황

안동시의 총면적은 1,519.81km<sup>2</sup>(382,936필지)인데, 서울시 면적보다 약 2.5배나 넓으며, 전국 기초 자치단체 중에서 가장 넓다. 하지만 면적 대부분이 비교적 험준한 산악이며, 풍산 평야를 제외한다면 평지면적은 적다. 안동시에는 대규모 일차리를 제공하는 산업시설도 거의 없다. 당시 관광객들이 유명한 도산서원과 하회마을을 방문하기는 하였지만, 그 숫자는 상대적으로 많지 않았고, 지역경제는 관광으로부터 큰 혜택을 받지 못했다.

1990년대 말 현지조사에서 만났던 대학과 일부 유럽 유력가문 출신 사람들은 한때 경상북도의 중심도시였던 안동이 이렇게 퇴락한 이유를 자랑스러운 항일투쟁과 사회주의운동에서 찾았고, 안동 사람들이 고루하게 유교에만 집착하지 않고 항상 외부의 상황 변화에 가장 능동적으로 대처했음을 자랑스러워했다. 이들은 또한 안동은 불교나 유교, 기독교 그리고 사회주의와 같은 외부 문물을 적극

적이고 능동적으로 수용하였으며, 또한 이를 상황에 맞도록 주체적으로 해석했을 뿐만 아니라 이를 행동으로 실천한 사람들이 사는 곳이라고 설명했다. 안동은 한국에서 가장 많은 독립 운동가를 배출한 도시이며, 이 때문에 일본 식민세력의 가혹한 각종 탄압을 받을 수밖에 없었다고 했다. 이들 주장에 의하면 안동은 항상 개방적이고 역동적인 전통을 가지고 있는 도시였다. 하지만 유교를 안동의 진짜 정신이라고 간주하는 다른 일군의 사람들은 안동이 한국사회의 대전통<sup>1)</sup>을 일군 유학의 중심지일 뿐만 아니라 그 소중한 정신적 가치가 아직도 전 세계적으로 유일하게 살아 숨 쉬고 있는 장소라고 생각하고 있었다. 하지만 많은 외지인은 안동을 개방성과 역동성이 살아 숨 쉬는 장소 또는 소중한 정신적 가치를 가지고 있는 도시라고 더 이상 생각하고 있지는 않았다. 대부분 한국 사람에게 유교는 애증 관계 속에서 인식되고 있는데, 대체적으로는 애(愛)보다는 증(憎)이 강했다. 따라서 많은 외지인은 안동을 조선시대에 온갖 영욕을 만들어낸 유교의 잔재들이 아직도 뿌리 깊게 남아 있는 ‘지체되고’, ‘고루한’ 도시 정도로 생각하고 있었다.

안동의 문화적 가치는 1999년 영국 엘리자베스 여왕이 방문하면서 부분적으로 다시 재발견된다. 외국문화에 대해 관심이 많은 여왕은 짧은 한국방문 일정에도 하회마을과 봉정사를 방문했다. 풍산 류씨의 600년 된 동성마을인 하회마을에서는 가장 ‘전통적인’ 유교식 생일잔치 상을 받았으며, 한국에서 가장 오래된 목조건물이 있는 봉정사에서는 문인 스님으로부터 인생의 경구가 담긴 족자를 선물로 받았으며, 탈춤을 구경했다. 여왕은 안동에서 가장 ‘한국적인’ 건축물과 민속 문화뿐만 아니라 불교전통 그리고 빼어난 경관을 보고 감탄하였는데, 이 사실은 미디어를 타고 전 세계로 알려졌다. 그동안 대부분 한국인에 의해 백안시되던 안동의 중층적인 문화전통이 ‘진정한’ 문화선진국의 여왕에 의해 이제야 제대로 인정을 받게 되었다고 안동시민은 느끼기 시작한 것이다.

안동 기층문화를 대표하는 하회탈춤은 여왕의 방문 이전부터 한국의 자랑스러운 예술로 인정받고 있었지만, 일부 보수적인 사람들은 이것을 ‘아랫것들의 난장판’이라고 부정적으로 인식하고 있

있기 때문에 지역에서의 영향력은 제한적이었다. 하지만 지역 경제 활성화를 중시하던 지방정부는 1997년부터 하회탈춤을 기반으로 <국제탈춤페스티벌>을 개최하였는데, 처음부터 유명한 외국의 탈춤들이 이 축제에 대폭 포함함으로써 지역의 국제성과 개방성을 표방하였다. 이 같은 시도의 이면에는 풍부한 이국적인 볼거리가 축제의 성공 가능성을 높일 것이라는 실리적인 이유뿐만 아니라 의지인의 머릿속에 아직도 강하게 남아 있는 안동의 고루한 이미지를 탈피하고자 하는 의도도 있었다. 이런 국제성과 개방성 덕분에 실제로 많은 사람이 이 축제를 관람하기 위해 안동을 방문하였을 뿐만 아니라 2000년에는 문화관광부로부터 전국 축제종합평가에서 최우수축제들 중의 하나로 평가 받는다. 여왕의 방문과 탈춤축제의 성공은 안동의 전통문화와 그 유산의 의미와 역할에 대해 새롭게 평가하는 계기가 되었다. 문화관광을 통해 지역경제가 활성화될 수 있을 것이라는 희망은 2002년 중앙고속도로가 완전히 개통되면서 더 커졌다. 왜냐하면, 이전에 거의 5시간이나 걸리던 서울과 안동 간의 교통 시간이 거의 절반으로 줄어들었기 때문이다. 이와 같은 상황에서 안동의 전통문화는 문화콘텐츠산업에 의해 재발견된다.

## 2) 문화콘텐츠산업과 문화전통의 재발견

전 지구화의 환경 속에서 한국적인 문화상품을 만들어서 외국으로 수출하는 것을 목표로 하는 <문화원형 디지털화 사업>은 사업 당 3~5억 원을 지원해 주었는데, 이 액수는 외환위기로 어려움에 처한 소규모 기업이나 이제 막 창업한 IT업체에는 한동안 안정적으로 회사를 운영할 수 있는 큰돈이었다. 문화산업 관련 기업들은 학계와 연계해서 이 사업을 수주하기 위해 많은 노력을 기울였는데, 사업수주에서 가장 큰 관건은 매력적인 소재발굴이었다. 이런 맥락에서 다양한 문화전통이 아직도 풍부하게 남아 있는 안동은 특히 주목의 대상이 되었다.

2002년 처음 실행한 문화원형 디지털화 사업에 응모한 기업 대부분은 서울에 기반을 두고 있었는데, 이는 세계도시 전략 때문에 문화콘텐츠의 기획, 생산, 유통과 관련된 모든 인력과 기반시설이

서울에 집중되어 있었기 때문이었다. 당시 대부분의 문화콘텐츠 관련 전문가는 안동에서는 이 사업을 수주할만한 능력을 갖춘 업체가 없다고 예상했는데, 안동대학교 교수들이 주축이 되어 설립한 (주)여금은 과제수주에 성공한다. 이 회사가 수주한 <옛집> 프로젝트의 목표는 안동에 아직도 많이 남아 있는 전통 한옥을 기반으로 사이버 세트를 개발하는 것이었다. 당시 안동에서 한옥들은 대부분 유지보수가 힘들고 살기도 불편했기 때문에 대부분 방치되고 있었는데, 이 프로젝트는 한옥이 재평가되는 하나의 계기를 마련했다. 이 업체는 다음 해에도 치열한 경쟁을 뚫고 봉정사와 영주부석사를 기반으로 한 <사찰 건축 디지털세트, 절집>, 2004년에는 <조선 궁중 과학기술관-천문> 프로젝트를 수주하였다. 변방의 작은 지역 업체인 (주)여금은 이를 통해 일약 문화콘텐츠산업계의 유망주로 부상하게 되었다. 서울에 소재하는 IT업체들도 안동의 다양한 전통문화를 기반으로 해서 많은 프로젝트를 수주하였는데, <전통건축과 장소>, <한국의 탈, 탈춤>, <한국전통 문화공간인 정원과 정자>, <전통놀이>, <한국의 고유복식>, <한민족 전투원형>, <조선시대 식문화 원형>, <한국 대표이미지 국보하회탈> 등이 그것이다(<http://www.culturecontent.com/index.asp>). 안동은 문화콘텐츠 산업을 통해 자신의 문화적 자산, 특히 선비문화 또는 양반문화만이 아니라 민속, 무속 그리고 불교와 같은 소전통 역시 문화산업의 소중한 자산이 될 수 있음을 깨닫게 된 것이다.

안동 지방정부는 문화원형사업을 통해 새로운 경제적 활로를 발견하였을 뿐만 아니라 이 산업이 가져다줄 유발효과도 깨닫게 되었다. 지역을 홍보할 수 있으며, 관광과 서비스업도 활성화할 수 있으며, 이로부터 다양한 일자리가 창출되어서 지역 경제도 활기를 되찾아 지역의 화려했던 영화를 다시 찾을 가능성을 문화콘텐츠에서 발견한 것이다. 안동시장의 적극적인 주도 아래 지방정부와 일부 지역 지식인은 2003년부터 중앙에서 추진하는 사업들을 수동적으로 수주하는 단계를 넘어서서 적극적으로 주체적으로 자신들의 문화유산을 문화산업화하는 프로젝트를 추진하기 시작한다. 중앙정부와 경상북도로부터 재원을 지원받기 위해 문화콘텐츠 산업 육성 방안에 대한 제안을 발표하는

데, 이 제안서에서는 안동이 자신들의 문화전통에 대해 되찾은 자신감을 발견할 수 있다.

“... 한국 문화콘텐츠산업의 선도자는 전통문화원형의 리소스를 찾아 안동으로 오게 될 것이다. (...) 안동은 스스로의 의지와 능력이 없던 세계적 경쟁력을 얻으려는 한국 문화콘텐츠산업계가 반드시 거쳐야 하는 플랫폼일 수밖에 없다. (...) 문화원형의 디지털 리소스화와 디지털 콘텐츠기획력은 인동만이 할 수 있고 따라서 가장 경쟁력 있는 문화콘텐츠 특화분야이다.(안동시, 2003.01, I-II)”

이 제안서는 안동을 캐릭터, 애니메이션 그리고 게임산업을 위한 1) 전통문화원형 자원을 디지털 자원으로 바꾸어 그 자체를 문화상품으로 제공하는 일, 2) 더 진전된 부가가치를 창출하는 ‘기획된 이야기’ 문화상품을 제공하는 일로 특화할 것을 제안하고 있다. 이 같은 전략은 영국의 세필드와 부천시를 모델로 해서 작성된 것인데, 제안서는 1) 선택과 집중, 2) 지역민의 문화역량 향상, 3) 산학관민 공동협력체제, 4) 집적지의 구축, 5) 전문인력의 확보와 양성을 주요 추진 항목으로 제시했다. 이 제안서는 곧바로 문화산업지구 지정과 클러스터 조성사업으로 이어지지 않자, 전통문화 디지털박물관의 설립으로 이어졌다.

중앙정부의 지원으로 시작된 문화원형사업은 양반문화 또는 선비문화에 대해 강한 자부심을 느끼고 있는 안동의 정체성을 확대했다. 문화산업의 논리에서 시작된 이 사업에서 양반문화는 한국 전통문화 중에서 단지 하나일 뿐이었다. 또한, 유교는 중국으로부터 수용한 것이기 때문에 한국의 문화원형이라고 간주하기 어려웠다. 하지만, 안동의 다양한 민속이나 무속전통은 한국적인 것이며, 문화산업의 소재로는 매우 매력적이었다. 문화산업을 통해 지역경제를 발전시켜야 하는 지방정부 담당자와 진보적인 지역 지식인들은 변화된 이런 시선과 가치를 받아들여 지역 발전방안을 제시하고 있다.

“안동이 갖춘 것은 대한민국 어느 지역과 비교해 보아도 가장 풍부한 문화유산의 집적지라고 할 수 있다. 한마디로 ‘한국 속의 또 하나의

한국’이요, ‘한국 전통문화로 들어가는 플랫폼’이 바로 안동이다. 삼국시대로부터 현재까지 각 시대마다 유무형의 문화유산이 비교적 원형대로 잘 보존되고 있을 뿐 아니라, 내용 면에서도 무속문화, 불교문화, 유교문화가 지역적 변형태로 다양한 모습을 가지고 조화를 이루며 남아 있는 곳이다. 특히 동아시아 문화의 지반이라 할 수 있는 유교문화는 중국이나 일본에 비해서도 그 질과 양면에서 가장 보존이 잘 되고 있는 곳으로 정평이 나있다. 불교문화에 있어서도 한국불교의 중심축을 이루고 있는 화엄종의 본산지로서 다른 불교문화지역에서는 시대에 따른 착종이 있지만 안동지역의 불교문화는 통일신라시대의 초기모델(봉정사와 전탑 문화 등은 독자성을 가짐)을 가지고 있는 독특한 불교유산의 보유지이다. 또 우리문화의 저변에 놓여 있는 무속문화와 그것의 시대적 변형으로서 민속적 생활문화도 어느 지역보다 다양하고 풍부하다.(안동시, 2003.01, 23)”

문화콘텐츠 산업을 통해 발견된 문화정체성은 조선시대 양반문화를 넘어서서 무교, 민속, 불교 등의 소전통까지로 확대되었는데, 여기에는 이것을 지역 발전의 새로운 원동력으로 삼고자 하는 의도가 담겨 있다. 하지만 아직도 안동에는 과거의 화려했던 유교전통을 금과옥조처럼 여기는 가문과 사람들이 적지 않게 살고 있는데, 이들은 경제논리에 따라서 자랑스러운 대전통인 유교 또는 선비문화가 무속이나 민속 등과 같은 반열에 놓이는 것에 대해 그다지 반가워하지 않았다.

### 3) 유학전통의 재부상

유교를 기반으로 하는 선비문화 또는 양반문화를 안동의 진정한 정신으로 생각하는 사람들에게 문화산업의 논리에 의해 소전통들이 안동을 대표하는 아이콘으로 등장하는 현상을 열악한 지역경제 상황 때문에 공개적으로 비판하기는 힘들었지만, 이에 대한 불만은 커져갔다. 안동에서 문화콘텐츠산업으로의 전환은 민선시장에 의해 관의 주도로 시작되었지만, 시장은 이 지역의 선비문화를 중시하는 사람이기도 했다. 따라서 그에게는 문화콘텐츠산업을 통해 지역의 새로운 활로를 찾는 것만큼이나 지역의 자랑스러운 대전통을 올바르게

재정립하는 것도 중요하였다. 이 같은 맥락에서 <한국정신문화의 수도 안동> Andong, the Capital of the Korean Spirit 담론은 만들어지고 전국적으로 확산된다.

김회동 안동시장(재임 2002.07~2010.06)은 취임 후 열린 시청 확대간부회의에서 도덕이 살아 숨 쉬는 “국민정신문화의 본 고향”이라는 시정방침을 하달하였는데, 이 시기는 문화콘텐츠산업 덕분에 안동의 소전통이 재조명되고, 이를 진흥하려는 정책이 적극적으로 모색되던 때와 일치한다. 시장의 하달에도 불구하고 지역 공무원들은 거의 1년 동안 별달리 진척된 성과를 내놓지 못했다. 시장의 거듭된 독려와 지시 의해 2003년 중순 ‘한국정신문화의 수도’라는 슬로건이 만들어졌고, 담당 공무원은 학계, 유림단체, 시민단체와의 공식 또는 비공식 만남을 통해 이에 대해 다양한 의견을 수렴했다. 지역민들의 반응이 상당히 호의적임을 깨닫고는, 학계의 도움을 받아 2003년 말 ‘한국정신문화의 수도’의 취지문과 7가지 성립요건을 수립한다.

“서울은 우리나라의 모든 분야를 대표하는 거대한 도시로서 21세기 디지털 혁명을 통해 급속하게 지식기반 사회로 진입하기 위한 노력을 기울이고 있습니다. 그러나 지식기반사회를 이끄는 것은 기술을 활용할 줄 아는 지식과 인간성 실현이라는 정신적 가치임은 시대를 지나며 더욱 입증되고 있습니다. 그리고 역사를 보더라도 새 시대를 준비하는 가치는 반드시 정치나 행정의 중심에서 이루어진 것이 아닙니다. 오히려 통일신라나 고려의 화엄사상, 조선시대 성리학, 일제 강점기 독립운동의 중심은 모두 수도가 아닌 변두리였던 안동이었습니다. 이에 안동은 아래와 같은 전통을 이어받아 21세기 새로운 정신을 찾고 우리 삶에 충실히 융화시키는 한국정신문화의 수도의 역할을 다하고자 합니다. (<http://www.andong.go.kr/open.content/ko/organization/introduction>)”

취지문에서는 동도서기론(東道西器論)을 연상시키는 논리로 안동의 의미와 사회적 역할을 재정립하고 있다. 생산자서비스와 IT 기술로 세계도시를 지향하고 있는 서울과 인간성 실현이라는 정신적 가치를 추구하는 정신문화 수도인 안동을 대비시

키고 있는데, 여기에서 안동은 예전의 고루한 유학 중심도시가 아니라 문화적 중층성과 역동성을 가지고 있는 도시로 제시되고 있다. 이 취지문에 의하면 안동은 한국의 정신적 수도가 되기 위한 7가지 요건을 갖추고 있는데, 이는 다음과 같다. 우선 유교문화의 원형을 고스란히 간직한 추로지향(鄒魯之鄉)의 도시이며, 국내 유일의 지역학인 안동학(安東學)이 존재하는 곳이고, 선비정신을 올곧게 이어가고 있는 장소이며, 가장 많은 독립 운동가를 배출한 독립운동의 성지이고, 전통과 예절이 살아 숨 쉬는 인보협동(隣保協同)의 고장이고, 한국의 대표 축제인 국제탈춤페스티벌이 확고하게 자리 잡은 도시이고, 마지막으로 과거 지식정보를 집대성, 미래비전을 설계하는 한국국학진흥원이 있는 도시이다(위의 사이트). 이상의 요건들은 취지문의 내용과는 달리 유학이 전면에 부각되고 문화콘텐츠산업이 중시하던 문화적 다양성과 중층성은 약화되고 있다.

안동의 정신문화 수도 담론은 대전통인 유학을 중심으로 안동의 정체성을 다시 정립하겠다는 선언이며, 그동안 소외된 느낌을 가졌던 유학 중심의 지역유력 가문이나 인사들의 자존감을 공식적으로 인정하는 선언이기도 하다. 영국 여왕의 방문이나 문화산업으로 안동의 문화적 다양성과 역동성이 재발견되었다면, 정신문화 수도 담론은 선비문화를 중심으로 한 유학전통에 방점을 찍고 있는 것이다. 지방정부의 문화콘텐츠 육성사업으로 인해 의도하지 않게 촉발된 지역정체성 문제는 명분과 실리 그리고 주도권을 둘러싼 미묘한 긴장관계를 야기했다. 산업적 이해관계에서 시작된 문화콘텐츠산업 분야는 안동의 문화적 역동성과 다양성 그리고 조화성을 강조했지만, 정신수도 담론에서는 세계에서 유일하게 안동에서만 살아 숨 쉬는 유학이 부각되고 있는 것이다. 2004년부터 시 소재 모든 공공건물에 “한국정신문화의 수도 안동”이라는 현판이 게시되기 시작하였고, 2006년 7월에는 고유 브랜드로서 특허청에 특허 등록되었다. 이후 이 슬로건을 기반으로 다양한 강연회들이 안동을 중심으로 점차 전국적으로 확산되면서 열렸다.

시장 개인의 야망과 비전에 의해 시작되었고, 지역의 유력 가문들의 지원 하에 추진된 정신문화 수도 담론은 오랫동안 주변인으로 살아왔던 안동 시민에게 자긍심을 불러일으켰다. 또한, 이 담론은



지역 사회에서 이제는 절대 다수는 아니지만, 아직도 무시할 수 없는 대전통 기반 가문들의 존재와 가치를 공식적으로 인정하고, 도시 발전을 위해 이들의 적극적인 참여를 동원하는 역할도 담당하였다. 또한 정신문화 수도 슬로건이 전국적으로 확산되고, 자연스럽게 인정되기 시작하면서, 도시의 위세와 지위도 강화되었다. 이런 변화는 다른 지역들과 제한된 재원을 둘러싸고 벌이는 경쟁에서 특히 효과적이었다. 안동시는 2006년에는 안동영상미디어센터, 2009년에는 경북 문화콘텐츠지원센터를 유치하는데 성공하였을 뿐만 아니라, 오랫동안 염원해 왔던 문화산업진흥지구로도 지정받는다. 또한 2008년 6월에는 경북도청이 안동과 예천 경계지역으로 이전하기로 결정되는데<sup>2)</sup>, 기존의 문화콘텐츠 육성 성과와 정신문화 수도 슬로건은 이에 중요한 역할을 하였다.

안동의 성공은 이에 그치지 않고 계속되고 있다. 2011년에는 그동안 공들여 추진해 온 3대 문화권 사업이 결정되면서 안동이 진짜 정신문화 수도로 도약하기 위한 발판이 마련되었다. 세계유교선비문화공원이 도산면 일원에 100만㎡(30만 평) 규모로 들어서게 된 것이다. 이 공원 건립을 위해 2015년까지 총 2,450억 원이 투입될 예정인데, 이 안에는 세계유교문화박물관과 세계유교문화 컨벤션센터가 들어설 예정이다. 이와 연계해 ‘유림문화유토피아’ 사업에 512억 원, 2013년도 ‘전통 빛타래 길쌈마을 조성’ 사업에 147억 원, 2014년도 ‘선성현 문화단지 조성’ 사업에 626억 원이 연차적으로 투입되고, 이 모든 사업은 2018년에 완료될 예정이다. 사업이 완료되면 안동은 세계적인 유교문화 도시로 거듭날 좋은 기반을 갖추게 될 것이다. 많은 안동주민은 안동이 세계의 다른 어떤 도시들보다 ‘유교문화원형’을 더 많이 간직하고 있기 때문에 명실상부한 세계정신문화의 수도로 거듭날 것이며, 지역경제도 확연히 개선될 것으로 확신하고 있다. 실제로 이 같은 변화 덕분에 안동의 인구는 이미 증가세로 돌아섰으며, 경북지역에서 드물게 지역 경기가 좋아지고 있다.

#### 4) 중층적 문화 정체성의 전시장

안동시가 주체적으로 자신들의 문화자원을 디지

털화해서 지식정보사회에서 새로운 경제적 활로를 찾기 위한 노력은 전통문화 콘텐츠박물관을 통해 가시적인 성과를 선보였다. 전통문화 콘텐츠박물관을 건립하기 위한 노력은 2003년 말부터 시작되었지만, 2005년에야 국비와 도비 81억 원을 지원받아 착공할 수 있었고, 2007년에 완공되었다<sup>3)</sup>. 안동의 주요 문화유산들이 밀집해 있는 시내 중심가에 자리 잡은 이 박물관은 1층 한옥이며, 지하에는 전시실이 있다. 안동에는 약 20여 개의 소규모박물관이 있었지만, 낙후한 시설과 전시방식 그리고 보잘것없는 전시유물들 때문에 지역주민과 관광객 모두에게 외면을 받고 있었다. 문화원형사업에서 볼 수 있듯이 사람들은 대부분 안동의 유교뿐만 아니라 민속이나 불교 등의 ‘작고’, ‘일상적인’ 이야기에 관심이 많았다. 이 박물관은 첨단디지털 기술과 전통문화의 만남을 통해 체험과 지식 그리고 정보를 제공하는 것을 목표로 설계되었는데, 국내에서는 최초이고, 전 세계적으로는 세 번째인 ‘유물 없는 박물관’이다<sup>4)</sup>. 기존 박물관 전시방식이 제대로 전달하지 못하던 내면의 가치관, 생활양식, 원리를 보고 느끼며 체험할 수 있는 것을 목표로 이 박물관은 기획되었다. 이 같이 새로운 전시 방식은 - 〈국제탈춤 페스티벌〉에서와 같이 - 안동의 중요한 문화 정체성 중의 하나인 진취성과 개방성과 관계를 맺고 있다.

이 박물관의 전시구성 변화는 안동 지역의 정체성을 둘러싸고 벌어지는 미묘한 갈등이 무엇이며, 이것이 어떻게 조정되고 있는지를 잘 보여준다. 2007년 개장할 당시 박물관에는 총 17개의 코너가 있었다. 안동 민요와 사투리를 들어볼 수 있는 〈클릭! 옛 소리〉, 맛집에서 유적지에 대한 관광정보를 제공하는 〈안동여행 내비게이션〉, 안동 음식과 복식의 유래를 설명하는 〈맛 자랑 멋 자랑〉, 낙동강에 달걀불을 띄우며 놀던 놀이를 재현한 〈월영교 달걀불놀이〉, 승경도 놀이를 이용해서 조선시대 어린이들이 서당에서 배운 내용을 배워보는 〈장원급제놀이〉, 안동의 유적지의 옛날과 현재의 모습을 비교할 수 있는 〈사이버 안동읍성〉, 안동에 소재하는 통일신라시기에 제작된 3기의 7층 전탑과 봉정사에 관한 문제를 풀어보는 〈퀴즈 7층 전탑과 봉정사〉, 안동의 설화 다섯 가지를 애니메이션으로 구현한 〈주니어 옛이야기 토크〉, 전통

천체관측기구와 무기 등의 유물을 원격조정해 볼 수 있는 <가상유물체험>, 종갓집에서 손님을 맞고, 제사를 치르는 절차와 예의를 보여주는 <봉채사접빈객>, 안동에서 제작된 유교목판과 지도, 부적, 문양 등의 탁본 체험을 할 수 있는 <장판각과 목판체험>, 안동의 전통마을과 서원을 감상할 수 있는 <스카이 안동>, 노국공주와 공민왕의 이야기가 시물레이션 게임형식으로 구현한 <민속놀이 낮다리밧기>, 하회탈춤을 가상 공간에서 출 수 있는 <하회탈춤 UCC.얼쭈!>, 관람후기를 문자메시지로 보낼 수 있는 <엄지족 댓글놀이>, 낙동강 주변의 아름다운 경관을 보여주는 <낙동강700리, 안동물길70리> 그리고 고창전투를 4D로 재현한 <특수영상관>이 그것이다.

박물관의 내장과 전시콘텐츠들은 일반인이 안동의 전통문화에 대해 가지고 있는 주된 관심이 무엇이며, 문화산업의 상품화 가능성이 있는 주제가 무엇인지 보여준다. 우선 이 박물관은 외형은 한옥의 형태로 지어졌지만, 건축자재는 콘크리트이다. 또한, 지하 전시실은 매우 현대적으로 구성되어 있어서 그 어떤 전통 건축 양식과의 연관성을 찾기 힘들다. 천장과 바닥은 푸르고 검은색으로 칠해져 있으며, 공간 안에는 콘텐츠를 보여주기 위한 모니터와 대형 스크린들이 있는데, 시설만 놓고 본다면 현대 예술품을 전시하는 공간처럼 꾸며졌다. 이런 디자인은 안동이 고루한 문화전통을 가진 도시가 아니라, 항상 진취적이었고 개방적이었다는 사실을 전달하고 있다. 전시 콘텐츠를 살펴보면 고려 개국에 결정적인 역할을 한 고창전투를 4D로 재현한 <특수 영상관>에는 가장 많은 10억 원이 투입되었다. 이 코너는 안동의 역사적 유래와 선조들의 뛰어난 정세 판단 능력 그리고 차전놀이에 대해서 설명하고 있다. 당시 한국에서 거의 접하기 힘들었던 4D로 구현된 이 영상은 안동을 고루한 유학의 전통과 분리하면서 과거의 역동성을 강조하고 있다. 나머지 16개 코너에서도 유학전통은 상당히 억제되는 반면에, 민속과 불교와 관련된 콘텐츠는 상대적으로 비중 있게 전시되고 있다. 보수적인 지역민은 이런 전시콘텐츠에 대해 다양한 이유를 들면서 우회적으로 비판하고 있지만, 그 이면에는 자랑스러운 유학의 대전통이 '아랫것인' 민속이나 무속 또는 불교와 같이 취급

받고 있을 뿐만 아니라, 유학의 정신적 진정성이 유희화되고 있는 사실에 불쾌해하고 있는 것이다.

개장 이후 박물관 전시콘텐츠는 두 차례 보강된다. 15억 원 이상이 투입되면서 2009년 핵심콘텐츠 전시관이 새로 만들어지고, 그 안에는 7개의 코너가 추가된다. <하회마을과 느티나무>, <나도도편수>, <봉정사의 사계절 이야기>, <퇴계 선생과 함께하는 도산서원>, <선비의 건축>, <안동 옛집탐방>, <강 따라 길 따라 안동문화유람> 등이 그것이다. 이전의 17개 코너는 <박물관 전시마당>으로 명명되면서 보통의 콘텐츠로 일반화되는 반면에, 새로운 전시관은 <핵심콘텐츠 전시관>으로 명명되면서 특수화된다. 이를 통해 전시실의 콘텐츠 사이에는 위계가 만들어진 것이다. 한국의 국보인 봉정사를 제외한다면 새 전시관은 유교의 대전통과 선비문화 그리고 이것이 탄생한 배경인 자연경관을 소개하는 내용으로 구성되어 있는데, 이를 재현하는 방식도 이전과는 달리 진지해졌다. 이를 통해 문화산업의 논리에 의해 개발되면서 상대적으로 과도한 비중을 갖게 된 소전통의 콘텐츠들과 <정신문화 수도 안동>을 통해 다시 격상된 대전통 사이의 미묘한 위계와 재편이 시각적으로 드러나고 있다.

개장 이후 두 차례의 전시공간이 확장되면서 관람공간이 비좁아졌는데, 이 때문에 다른 박물관과는 달리 학생 단체관람은 거의 없는 편이다. 개장 후 중앙일간지와 지역일간지에 박물관이 대대적으로 소개되었지만, 초기에는 일일 관람객 숫자가 십여 명 정도밖에 되지 않았다. 하지만 이제는 한 해에 4만 명 가까운 관람객이 찾는 안동에서 가장 성공한 박물관이 되었다. 이 박물관의 인기는 사이버 공간에서 더 높는데, 네이버에서만 400여 개 이상의 기사들이 검색되고 있다. 일일 박물관 홈페이지 방문자는 3,000명을 넘고 있는데, 이 정도의 방문객 숫자는 국립중앙박물관과 비슷하다. 관람객 대부분은 가족이나 학생들인데, 이들은 주로 3~4명씩 무리를 지어서 방문하고 있으며, 이들의 몰입도와 재방문율은 비교적 높은 편이다. 2009년 러시아 <민족학박물관> 관장이 이 박물관을 극찬한 사실이 일간지를 통해 알려지면서, 안동 문화유산과 첨단 디지털 기술이 융합된 이 박물관이 다시 조명을 받았다. 이 박물관의 혁신성

은 많은 지자체들의 벤치마킹 대상이 되고 있다. 현재까지 300여 기관에서 견학을 왔고, 국립중앙박물관을 비롯한 20~30여 기관은 이와 비슷한 개념으로 전시관을 만들고 있다. 비록 다양한 주체들이 대전통인 유교문화와 민속, 무속 그리고 불교 등의 소전통의 중요성과 의미를 두고 차이점들을 보이고 있지만, 전통문화 콘텐츠박물관의 성공이 보여주듯이 유교를 중심에 두고 다른 소전통의 문화들이 함께 공존하는 현상이 정착되어가고 있다.

#### 4. 나가는 글

1997년 국제 외환위기를 거치면서 한국정부는 미래의 새로운 경제적 활로를 모색하였는데, 이런 맥락에서 - 영국 창조산업을 참조해서 - 문화콘텐츠산업이 선택되고 정부의 집중적인 지원을 받게 되었다. 한국의 고유한 문화전통을 기반으로 세계적인 문화산업을 육성하기 위해 시작된 문화콘텐츠 진흥정책에 의해 다양한 문화전통을 간직하고 있는 안동은 재발견되었다. 안동 지방정부와 지역의 파워엘리트들은 이 진흥정책이 침체된 안동의 지역경제를 활성화하는데 새로운 전기가 될 뿐만 아니라 지역의 고무한 이미지를 탈피하는데 도움을 준다고 판단하고 문화콘텐츠산업을 적극적으로 진흥한다. 하지만 안동 지역의 많은 문화전통들 중에서 어떤 것이 진정한 지역 전통문화인지에 대해서는 이들 사이에서 의견이 달랐다. 삼국시대에서 독립운동의 역사까지를 모두 포괄할 경우 안동의 전통은 항상 다양한 문화전통들의 서로 뒤섞이면서 역동적으로 전개되어 왔다. 때문에 지역의 일부 진보적인 지식인은 안동의 정신을 진취성, 중층성 그리고 복잡성 등에서 찾았는데, 이는 문화콘텐츠 산업과 관광산업의 기대치와 잘 부합하였다. 이런 경향은 전통문화디지털박물관의 초기 콘텐츠 구성에서 잘 드러나고 있다. 하지만 안동의 진정한 정신을 유교에서 찾던 유럽가문 출신의 일부 보수적인 사람에게 이런 이미지는 실망스러운 것이었다. 이들은 당시 사회에서 긍정적으로 재평가받기 시작하던 유교가 안동 전통문화의 적자이며, 이를 통해 척박해진 현대 사회를 혁신할 수 있을 뿐만 아니라 지역 경제도 활성화할 수 있다고 생각했다. 이로부터 정신문화수도 담론이 만

들어지고, 안동 지방정부는 이 담론을 확산시키기 위해 생산자서비스와 정보통신 진흥을 통해 세계 도시 전략을 펼치고 있는 서울과 대립각을 세우기 위해 노력했다. 이런 일련의 노력들을 통해 안동은 자랑스러운 대전통인 유교의 유구한 역사를 간직한 한국의 정신문화 수도라는 이미지를 성공적으로 구축하였을 뿐만 아니라 유교문화콘텐츠를 통해 지역 경제를 활성화하는데도 상당한 성과를 거두었다.

지방정부와 유지들은 두 개의 서로 다른 지역의 문화적 정체성을 각기 다른 상황과 맥락에 따라 다르게 호출하고, 이것을 지역 발전을 위한 상징적 자산으로 활용하고 있는데, 지역민들은 이것을 당연하게 받아들이고 있다. 따라서 지역의 문화적 정체성을 둘러싼 서로 다른 주체들의 상이한 시선과 노력은 관광의 활성화를 통해 지역 경제를 되살리는데 각기 중요한 기여를 하고 있을 뿐만 아니라, 다른 지역들과의 제한된 자원을 둘러싼 경쟁에서 우월적 지위를 선점하고, 지역경제 활성화에 필수적인 주요기관과 시설을 유지하는데도 상호 보완적인 역할을 하고 있다. 이 같은 노력을 통해 안동은 경북의 중심도시뿐만 아니라 세계적인 도시로 거듭나는데 유리한 조건을 구축하고 있다.

본 논문은 문화 전유의 시각에서 한국의 중앙정부에서 적극적으로 진흥한 세계도시와 문화콘텐츠산업이 어떤 맥락에서 탄생하였으며, 이것이 어떤 내적 운동성을 가지게 되었는지를 살펴보았다. 또한, 이것들이 지역의 전통 문화 재발견과 문화 정체성 형성에 어떤 영향을 끼쳤는지도 살펴보았다. 전 지구화 현상 속에서 영국의 창조산업과 한국의 문화콘텐츠산업을 문화 전유의 시각에서 분석하는 것에는 몇 가지 문제가 있다. 한국중앙정부는 창조산업을 직접적으로 수용한 것이 아니라 창조산업으로부터 아이디어를 얻어서 문화콘텐츠산업을 탄생시켰으며, 또한 영국과 한국 또는 서울과 안동의 관계를 주도와 종속의 맥락에서 파악하기는 어려운 측면들이 많기 때문이다. 이 때문에 본 글의 주제는 문화접변의 시각에서 분석하는 것이 더 적합한 듯 보인다. 하지만 문화 전유의 시각 또는 분석 틀에서는 전 지구화 환경 속에서 문화집단들 속에 존재하는 다양한 주체들의 뒤엉킴 측면, 주체들 간의 불평등한 권력관계에 대한 측면, 다양

한 주체들의 경쟁적이고 전략적인 수용 측면 또한 의미의 변용과 정치적, 경제적 그리고 문화적 합의와의 관계 측면을 종합적으로 살펴보는 데 필요한 도움을 얻을 수 있다고 판단해서 이를 취하였다. 이와 같이 시론적으로 시도한 글의 결과를 앞으로 이와 유사한 성격을 가진 다른 사례들에도 계속 적용해봄으로써 좀 더 완결되고 적합한 연구들을 만들어보고자 한다.

## 주

- 1) 한 문화집단 또는 지역 내에는 여러 개의 다양한 문화전통들이 중층적으로 혼재하고 있다. 이 문화전통들 사이에는 위계질서가 존재하는데, 본 글에서는 한 사회 내에서 주도적인 지위를 차지하고 있는 것을 대전통 그리고 소수적 또는 주변적 지위를 차지하고 있는 것을 소전통이라고 사용한다.
- 2) 조선시대 안동은 지금의 공역자치단체격인 대도호부 3회, 도호부 4회, 관찰부의 역할을 수행해오다가 1896년 13개도로 행정구역이 개편되면서 지방 중소도시로 전략하게 되었다. 도청 이전 후보지 조사는 1995년부터 시작되었는데, 정치적 논리와 지역들 간의 이해관계가 대립하면서 2008년에야 결정되었다.
- 3) 2007년 9월 1일에 개관하였으며, 규모는 부지는 5,957㎡, 시설규모는 1,698㎡이다, 전시공간이 작지만 많은 디지털콘텐츠가 있기 때문에 전체 관람 시간은 60~90분 정도 소요되며, 최대수용인원은 약 180명이다.
- 4) 이 박물관의 모델이 된 곳은 미국의 '뉴스엄(Newsum)' 과 일본의 '시구레텐(時雨殿) 전시관'이다.

## 문헌

구문모, 2000, 문화산업의 발전방안, 을유문화사, 서울.

김인, 1995, 세계화시대 서울의 도시경영전략, 국토계획, 30(3), 대한국토·도시계획학회, 5-16.

김현민·박지윤, 2005, 세계도시성 지표 분류와 시사점에 관한 연구, 국토계획, 대한국토·도시계획학회, 40(6), 23-37.

문화경제학회, 2001, 문화경제학 만나기, 김영사, 서울.

아르준 아파두라이, 2004, 고삐 풀린 현대성, 현실 문화연구, 서울(Apadurai, Arjun, 1996, *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization*, University of Minnesota, Minneapolis).

이성복, 2004, 세계화시대에 세계도시의 발전전략, 한국지방자치학회 하계학술발표회 및 제13회 한일 지방자치 국제세미나 2004.8, 한국지방자치학회, 955-988.

이재하, 2003, 세계도시지역론과 그 지역정책적 함의, 대한지리학회지, 38(4), 562-574.

Caves, R., 2004, *Creative Industry: Contacts between Art and Commerce*. Harvard University Press, Cambridge.

Coy, P., 2000, The Creative Economy, *Business Week*, August 28.

DCMS, 1998, 2001, *Creative Industries: Mapping Documents*.

EDAW/Urban Culture, 1998, *Sheffield Cultural Industries Quarter : Strategic Vision & Development Study*.

Feagan J. R. and Smith M. P., 1987, Cities and the New International Division of Labour, in Smith M. P. and Feagan J. R. (eds) *The Capitalist City*, Blackwell, Oxford, 3-36.

Florida, R., 2002, *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Basic Books, New York.

Frank, S. and Verhagen, E., 2005, *Creativity and the City: How the Creative Economy Changes the City*, NAI Publishers, Amsterdam.

Friedmann, J., 1986, The World City Hypothesis, *Development and Change*, 17, 69-83.

Hartley, J., 2005, *Creative Industries*, Blackwell, MA..

Howkins, J., 2002, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Penguin Book Ltd., London.

Howkins, J., 2002, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Book Ltd., London.

Kottak, Conrad Phillip, 2005, *Windows on Humanity*, McGraw, New York.

Landry, C., 2000, *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, Earthscan, London.

Lipsitz, George, 2006, *The Possessive Investment*

- in Whiteness: How White People Profit from Identity Politics*, Temple University Press, Philadelphia.
- Massey, Doreen, 2007, *World City*. Polity, Cambridge.
- Sassen, S., 1995, On Concentration and Centrality in the Global City, In *World Cities in a World System*, P. L. Knox and P. J. Taylor(eds.), Cambridge University Press, Cambridge, 63-78.
- 보고서
- 경상북도, 1999, 경상북도 문화산업 육성방안(2000~2009).
- 경상북도, 2009, 안동문화산업진흥지구 지정시청서.
- 고정민, 2002, 부천 문화산업 클러스터의 중장기 발전전략, 삼성경제연구소.
- 구준모, 2001, 문화산업과 클러스터정책, 산업연구원.
- 김포시, 2001, 캐릭터산업 성공사례, 제2회 지방자치단체 개혁박람회 보고서.
- 문화관광부, 2001, 2001 문화정책백서.
- 문화관광부, 2001, 문화콘텐츠산업 발전정책, 문화산업육성정책방향 워크샵 자료.
- 부천시, 2001, 송내첨단문화산업단지 조성계획.
- 산업연구원, 2001, 문화산업과 도시발전.
- 삼성경제연구소, 2002, Issue Paper: 콘텐츠비즈니스의 새 흐름과 대응전략.
- 삼성경제연구소, 2002, 부천 문화산업클러스터의 중장기 발전전략.
- 삼성경제연구소, 2002, 한국 문화산업 발전을 위한 긴급제언, CEO Informetion 제361호.
- 삼성경제연구소·중앙일보사, 2002, 산업 클러스터의 성공원리와 발전전략에 관한 심포지움 주제발표논문집.
- 서울시정개발연구원, 2003, 세계 대도시 비교 연구 ii.
- 서울시정개발연구원, 2008, 서울 글로벌도시화 기본계획 연구용역.
- 서울시정개발연구원, 2008, 서울시 문화콘텐츠 산업클러스터 발전전략.
- 서울시정개발연구원·노무라종합연구소 편, 2004, 서울시 미래상 연구-세계도시 서울은 가능한가.
- 안동시, 2003, 안동시 문화콘텐츠산업 육성방안.
- 안동시, 2008, 문화콘텐츠지원센터 건립 타당성 조사 및 문화산업 육성방안.
- 안동시, 2009, 대구경북연구원. 안동문화산업진흥지구 조성 타당성 조사.
- 정보통신부, 2001, 디지털콘텐츠산업발전 종합계획-Digital Contents Action Plan 2005.
- 한국문화예술진흥원·한국문화콘텐츠진흥원, 2002, CT산업정책포럼 주제발표논문집.
- 한국문화정책개발원·정보통신정책연구원, 2000, 문화콘텐츠산업 진흥방안.
- 한국지방행정연구원, 2000, 지방문화산업 육성방안 : 문화산업지구 조성을 중심으로.
- 신문
- 매일경제, 1994.11.14, 도시경쟁력이 국가경쟁력, 5면.
- 매일경제, 1997.01.01, 비전코리아... 21세기를 실천한다-프로로그, 7면.
- 매일경제, 1997.01.01, 세계주요도시 경쟁력 비교 <자료: 삼성경제연구소>, 3면.
- 매일경제, 1997.01.11, 한심한 <서울시 경쟁력>, 5면.
- 매일경제, 1997.03.13, 국가건설팅 <비전코리아> 발진, 1면.
- 매일경제, 1997.11.01, 도시별 경쟁력 분석 방안 제시, 9면.
- 매일경제, 1997.12.26, 비전코리아 부즈엘런보고서, 13면.
- 매일경제, 1998.01.05, 비전코리아 건설팅 대표 비대위 자문 맡아, 1면.
- 매일경제, 1998.12.03, 김대통령 두뇌강국 보고대회 연설문, 3면.
- 조선일보, 1995.03.09, 21세기 정보화 포럼 9인 위원의 정보화 전망 “정보화는 세계화의 핵심 - 100년 전 실패 되풀이 말아야”, 14면.
- 조선일보, 2001.08.25, “문화콘텐츠 시장 1조불 육박 애니메이션, 만화 DB화 주력” 한국문화콘텐츠진흥원 서병문 초대원장, 25면.
- 조선일보, 2001.11.16, 6개 전략산업 40만 육성, 29면.
- 조선일보, 2002.04.06, 2020 미래로 가자. 미래는 문화다. 100억달러 문화수출국 되자, 1면.
- 조선일보, 2002.06.04, 32억 투입 공동제작실 연다

문화콘텐츠진흥원. 올 8월 목동에 개설, 59면.  
조선일보, 2003.01.11, 전통문화콘텐츠센터 설립,  
25면.

안동시 홈페이지  
<http://www.andong.go.kr/open.content/ko/organization/introduction>

(접수: 2011.8.11, 수정: 2011.9.20, 채택: 2011.10.15)