

05-07-07

경제·인문사회연구회 협동연구총서

미래사회의 문화인프라 예측 및 구축:

- 구조로부터 콘텐츠로,
콘텐츠를 넘어 실천으로

김예란/신현준/전규찬

2005. 12

주관연구기관 : 정보통신정책연구원

협력연구기관 : 한국여성개발원·산업연구원

협성대학교(e-Health연구소)

한양대학교(인구 및 고령사회연구소)

한국정당학회·한림대학교

한국직업능력개발원

한양대학교(사회정보리서치센터)

경제·인문사회연구회 협동연구총서

- 05-07-01 정보통신정책연구원
미래 시나리오 방법론 연구
- 05-07-02 한국여성개발원
젠더문제와 여성의 노동참여
-노동구조의 변화를 중심으로
- 05-07-03 산업연구원
미래의 산업발전과 국가전략의 모색
- 05-07-04 협성대학교
Home Telecare 활성화 전략계획 수립연구
- 05-07-05 한양대학교
가족구조와 관계의 변화 및 전망
- 05-07-06 한국정당학회
고령층의 정치성향 및 세력화방안 연구
- 05-07-07 한림대학교
미래사회의 문화인프라 예측 및 구축
-구조로부터 콘텐츠로, 콘텐츠를 넘어 실천으로
- 05-07-08 한국직업능력개발원
지속발전을 위한 「인적자원확보 국가시스템」의 혁신
-창의성 제고를 중심으로
- 05-07-09 한양대학교
IT의 발달과 일상생활의 변화

목 차

요약문	7
제1장 서론	13
제1절 연구배경	13
제2절 연구문제	14
제2장 창의성과 문화, 규제와 효율성과 실현의 갈등성	21
제1절 창의 산업 담론의 지구화: 신자유주의의 문화적 환영?	23
1. 창의 산업 담론의 혁신적 전망	23
2. 창의 산업 담론의 비판적 이해	28
제2절 한국의 창의문화 담론 분석: 국가주의의 문화적 환영?	33
1. 정치-경제-문화의 다변적 융합 과정: 문화정책 및 문화산업정책의 시대적 변화	33
2. 창의 담론의 사회적 효과	46
제3장 자유와 독립, 그 모험과 질곡: 문화생산자 심층인터뷰를 중심으로	48
제1절 문화산업에 대한 이분법적 사고에 대한 문제제기	48
제2절 문화현장: 산업 구조로부터 생산 주체로	50
제3절 심층 인터뷰 실시 및 해석	54
1. 하위 문화적 공동체	58
2. 노동가치의 양면화	60
3. 복합문화직종의 성장	63
4. 대안적 문화질서의 구성	65
5. 구별 체제의(재)강화	68

6. 문화적 보수성과 획일화	71
제 4 장 반성과 모색: 문화 이론/실천가들의 분석과 전망을 중심으로	73
제 1 절 미래사회와 매체 · 문화정책	86
■ 위험의 지구화를 넘어 생태적 문화사회로!: 프랙탈 생태학과 미디어운동의 절합을 위하여(심광현/한국예술종합학교)	86
■ 일상문화의 재편과 문화권리 확보를 위한 문화정책의 재구성 (이동연/한국예술종합학교)	119
■ 미디어 정치학의 진보적 재구성: 문화다양성과 공공성의 매듭풀기 (이영주/성균관대학교)	140
제 2 절 한국 영화문화의 산업적 기반과 정책적 쟁점	185
제 3 절 대중음악과 창의성에 관한 몇 가지 시각들	225
■ 대중음악과 창의성에 대한 소고(신현준/성공회대학교)	225
■ 디지털 테크놀로지와 음악 산업의 변화 (이정엽/University of Massachusetts)	245
■ 창의 산업으로서 한국 음악산업의 현재와 미래, 그리고 역사: ‘창의적 제작자’를 중심으로(최지선/상수연구실)	270
■ 한국 인디 록 클럽 음악 문화의 의미: 창의 산업, 창의성 개념과 연관하여 (문신원/하와이대)	293
제 4 절 한국 미술계의 현대미술 경향과 전망	312
제 5 절 미래사회, 스포츠, 대중매체	325
제 6 절 한국 온라인게임, 캐주얼게임과 MMOrpg의 양 날개로	348
제 5 장 미래 모델: 순환과 역동의 다분지 모델	385
제 6 장 결 론	392
참고문헌	397
부 록	401

표 목 차

〈표 2-1〉 창익 세계에서의 의미의 가치 사슬	27
〈표 2-2〉 문화정책결정의 장	32
〈표 2-3〉 ‘창익한국’의 3대 추진목표, 5대 기본방향, 27대 추진과제	42
〈표 2-4〉 ‘새로운 한국의 예술정책’의 새 방향	43
〈표 2-5〉 ‘새로운 한국의 예술정책’의 4대 기본방향과 14대 역점추진과제	43
〈표 2-6〉 ‘문화강국(C-KOREA) 2010’ 비전	45
〈표 3-1〉 인터뷰 참여자의 사회인구학적 특성	55
〈표 4-1〉 주 40시간 근무제 후 주말이나 휴일의 주된 여가활용법	121
〈표 4-2〉 문화권리의 범주와 실천사례	133
〈표 4-3〉 성인남녀 생활시간(2004년 기준-단위 시간)	136
〈표 4-4〉 요일별 남녀 여가 활동시간	137
〈표 4-5〉 연도별 영화업 신고현황	195
〈표 4-6〉 연도별 영화 제작, 수입 및 상영편수	195
〈표 4-7〉 연도별 극장/스크린 수 및 관객 수	196
〈표 4-8〉 연도별 한국영화 시장점유율(서울 기준)	196
〈표 4-9〉 연도별 한국영화 제작비	197
〈표 4-10〉 연도별 한국영화 수출실적	197
〈표 4-11〉 한국영화산업의 매출액 경상이익률(2001~2003)	203
〈표 4-12〉 연도별 한국영화 매출구조	204
〈표 4-13〉 영화산업 관련교육기관 졸업생 및 취업자 수	208
〈표 4-14〉 영화 현장 스태프의 연간 참여 작품 수 및 임금수준	209
〈표 4-15〉 영화 현장 스태프의 작품당 평균 인건비 변동 현황	210

〈표 4-16〉 영화산업 조수급 스태프의 노동조건 국제비교	210
〈표 4-17〉 ‘아트플러스’ 예술영화관 현황	219
〈표 4-18〉 음악산업의 변화(Hughes & Lang, 2003, p.187)	257
〈표 4-19〉 영국의 특별지정행사 목록(2004년 11월 현재)	337
〈표 4-20〉 주요 유럽 국가들의 특별행사 목록	338

그 립 목 차

[그림 3-1] 스로스비의 동심원 모델(정성욱, 2004: 27쪽에서 재인용)	51
[그림 4-1] 정보통신부의 IT839 정책	150
[그림 4-2] 공공성과 공공성의 구조역학	167
[그림 4-3] 미디어 정치학의 진보적 재구성 모델	179
[그림 4-4] 디아블로	348
[그림 4-5] 쥬라기 공원	351
[그림 4-6] 리니지 공개 이민우 앨범	353
[그림 4-7] 메이플 스토리 만화도서	354
[그림 4-8] 스페이스인베이더	357
[그림 4-9] 풍	357
[그림 4-10] 넥슨 캐시	361
[그림 4-11] 한게임 맞고	364
[그림 4-12] 퀴즈퀴즈	365
[그림 4-13] 조선협객전	368
[그림 4-14] 플레이 포럼	370
[그림 4-15] 리니지 2 홈페이지	372
[그림 4-16] 길드워	375
[그림 4-17] 로한	375
[그림 4-18] 창세기전 3	378
[그림 5-1] 문화사회를 위한 정책과제의 개념도(문화연대, 2003)	386
[그림 5-2] ‘창의한국’의 문화 비전(문화관광부, 2004: 21쪽)	387
[그림 5-3] 다분지 모델	391

요 약 문

21세기에 들어서면서 ‘문화’가 정치, 경제, 기술을 아우르는 표상영역으로 등장하고 있다. 본 연구는 지금까지 전개되어 온 문화화의 양상을 비판적으로 해석하고, 향후 나아갈 방향을 모색, 제안한다. 이 연구에서 문화 인프라란 문화가 이루어지는 사회적, 정치적, 경제적 토대를 의미한다. 나아가 문화 인프라의 예측이란 현재의 위치에서 수행 가능한 것과, 더욱 중요하게는, 실현되어야 하는 미래의 형식을 제안하고 그 형태를 구현하기 위한 실천 방안들을 짚어나가 미래로 연결하는 능동적 작업을 말한다. 마지막으로 예측 이후의 문화 인프라의 구축이란, 그 문화를 살아가는 인간의 실천에 의해서 비로소 추동되고 구현될 수 있는 가능성에 접근할 수 있는 것이다. 따라서 예측은 현재에 대한 심층적 이해와 비판적 평가를 전제로 한다. 구축은 지금, 현실에 가려진 잠재력과 현실에 의해 드러나는 역동을 조화롭게 엮어내고 활성화하는 과정에서 구성되고 축적되는 것이다. 비가시적인 정신적 자원이 발견되어 소통하고 가시적인 물질적, 육체적 활동이 상호작용적으로 성장할 때 미래 문화가 비로소 현실로 만들어질 수 있다.

구체적으로 세 개의 문제 영역에 접근하였다. 첫 번째 관심 영역은 문화정책 및 문화산업정책의 담론 분석에 있다. 우선, 서구 후기 자본주의 단계에서 제시되어 전지구적으로 확산되고 있는 ‘창의 산업 (creative industries)’ 개념에 주목한다. 창의 산업 개념은 영국, 미국, 오스트레일리아에서 적극적으로 추진되는 문화화의 주류적 경향이었고 현재 동아시아 등 전지구적으로 확산되고 있다. 이는 주지하다시피 후기자본주의 체제에서 추구되는 신자유주의, 신경제적 문화 접근 방식을 취한다. 그러나 창의 산업 권력-담론은 현실적 ‘상상’ 이라기보다는 상상적 ‘현실’이다. 이 테올로기를 파생시키는 현실 ‘조건’이자 권력의 ‘산물’로서, 그리고 무엇보다도 현실적 효과를 발생시키는 ‘추동력’으로서 주목할 필요가 있다. 이에 대한 심층적이고

비판적인 이해를 통해 한국 미래에 대한 문화적 사고에 다다를 수 있다. 따라서 본격적인 분석의 초점은 한국의 문화 정치/정치 문화 지형으로 모아진다. 서구의 창의 산업이 하나의 전지구적 담론으로 확산되고 있는 바, 문민정부 이후, 국민정부와 참여정부를 거치며 지배적인 문화담론이 ‘창의문화’로 집중, 추진되는 과정에 주목하고, 이에 따른 사회적 반향과 효과를 추적한다. 이를 위해, 주로 문화정책의 변화 추이를 기술하고, 그 사회적 함의를 도출한다.

두 번째 관심 영역은 현재 문화의 장을 살아가는 문화생산자들의 관점에서 현 한국 문화의 장에 대한 분석을 시도하는 것이다. 이를 위해 영화, 미술, 패션, 음악 등의 문화산업 영역에 접근하였으며, 각 영역, 혹은 여러 영역을 넘나들며 활동하고 있는 20, 30대 남녀 문화생산자들을 대상으로 수행한 심층 인터뷰 자료를 분석하여, 예술과 문화 간 경계가 해체 혹은 혼합되는 현장의 움직임을 추적하였다. 그리고 기성 작가 뿐만 아니라, 잠재 문화 인력을 그에 동등한 연구 대상으로 포함시킴으로써, 진입 및 승인을 둘러싸고 모호하게 열려있거나 닫혀있는 문화의 장에서의 구별 구조 (재)생산 혹은 해체 양상을 파악하고자 했다.

세 번째 영역은 전문가들의 관점에서 본 현실 문화의 장에 대한 이해 및 미래에 대한 전망을 내용으로 한다. 주어진 물리적 조건 안에서 문화정책, 영화, 음악, 미술, 스포츠, 게임 영역을 선정하여 분석 대상으로 취했다. 각 영역의 전문가들이 제시한 다양한, 때로는 상충적인, 문제의식과 논지가 엮어져 하나의 문화지도가 구성되었다. 이 지도는—마치 모자이크처럼—우리 문화의 장에 대한 정세한 기술이며, 동시에—마치 이정표처럼—미래를 위한 전망과 제언을 함축한다.

현재 우리 문화의 장에는 다음과 같은 양지와 음지가 공존한다. 이러한 양면적 특성을 긍정적으로 이끌어 내는 것이 중요할 것이다.

(1) 하위문화적 공동체는 1990년 대 이후 본격적으로 성장한 흐름이다. 예술 혹은 문화 생산자들의 하위문화가 느슨한 네트워크를 형성하면서 오늘날 문화지도의 다양한 지적, 공간적 군락 형성에 기여하였다. 제도적 교육 과정 뿐 아니라 비제도적이고 자생적인 공간에서 축적된 지식과 문화적 자본이 주변화되는 것은 사회적으로

큰 손실일 뿐 아니라 문화의 비민주적 흐름을 심화하는 것이다. 따라서 다양한 위치에서 다기한 방식으로 성장한 ‘문화들’이 사회의 문화 지형에서 운동하고 재현하는 것이 가능하도록 각종의 제도적 경계를 낮추고 개방하는 것이 필요하다.

(2) 창의적 노동 가치는 양면성을 띤다. 노동 산물의 경제적 가치와 미학적 가치 및 열정과 같은 비경제적 가치가 긴장을 이루며 결합되어 있다. 현재 한국에서 행해지는 공모방식의 지원제는 이미 어느 정도 성공한 작가와 집단에게 집중되어 있고 그 결과, 예술인 혹은 문화생산자 집단 일반이 지속적이고 안정적으로 노동 활동을 할 수 있도록 실질적으로 지지하는 구조적 기능을 충분히 수행하고 있지 못하다. 그간 현시적으로 드러나는 창의적 노동의 경제적 가치만을 중시했던 관행을 탈피하는 것이 절실하다. 창의적 작업은 본질적으로 결과물이 산출되기까지 일정한 탐색, 숙고, 반성의 기간을 필요로 한다. 이렇게 비가시적인 활동은 적합한 재정적, 교육적 지원 없이는 충분히 행해질 수 없고 이렇게 잠재적인 준비 작업을 허용하지 않는 현실에서 깊이 있는 창의적 문화 활동이 제대로 성장할 수 없음을 물론이다. 이에 서구 선진 국가에서 이미 실시하고 있는 예술가와 문화생산자를 위한 각종 지원 정책을 적극적으로 참고하고 활용해서 한국 지형에 적합한 문화지원정책을 실시할 필요가 있다. 문화 생산을 위한 노동 활동과 제도적·비제도적 재교육 및 탐색 기간이 자유롭게 순환될 수 있는 정서적, 물질적 조건이 마련되어야 한다.

(3) 복합 문화 직종(multi-cultural job)의 확대 현상이 주목된다. 이는 미디어와 예술 영역 간 경계가 무너지면서 프로젝트 중심의 다발적인 예술 행위를 동시에 수행하는 노동 형태가 발전하고 있음을 의미한다. 복합문화 직종은 경험세계가 넓어지고 순발력과 적응력이 향상된다는 긍정적인 효과를 낳지만, 전문적인 교육, 훈련, 정책적 지원의 결여라는 문제를 안고 있다. 따라서 프로젝트 중심의 다양한 문화적 실험에 대한 열린 이해와 지원이 필요하다. 창의 산업의 창의적 효과는 기존의 문화 경계를 넘어선 창의적 도전을 통해 가능하다. 이미 성공이 입증되지 않은 다기한 실험들의 시너지 효과는 복합적 문화 활동들이 다 방향적으로 시도되고 축적될 때 형성될 수 있다. 따라서 이들의 도전적인, 그러나 불안한 실험에 대한 사회적, 경제적,

정서적 지원이 필요하다.

(4) 대안적 문화질서의 잠재력은 기성의 문화 생산—유통—소비 질서를 거부하고 신세대적인 대안 문화의 자생적 자본을 형성하려는 사회적 흐름에서 발견된다. 이는 신진 예술가들의 (절실한) 자생방안이며 동시에 (재미난) 잔치이지만, 문화 영역에서 배타적이고 불안정한 노동 조건의 현실의 반증이기도 하다. 따라서 대안적인 자기 생성 활동을 활성화하기 위한 안정적이고 민주적인 정책적 지원이 절실하다. 대안적 유통이란, 사회문화적 차원으로 확장한다면, 대안적 문화 소통에 다름 아니다. 기존의 문화시장은 특수계급을 대상으로 하는 지극히 제한적인 것이었다. 이런 구조에서는 서로 다른 지적, 문화적 위치에 있는 문화생산자와 문화 소비자 간 단절과 무지의 골이 심화될 뿐이다. 현재 한국 문화의 장에서 새로운 매개공간을 형성하고자 하는 욕구는 충분히 무르익었고 조심스럽게 행해지는 단계에 있다. 따라서 자생적으로 추동되고 있는 대안적 움직임을 긍정적으로 인정하고 적극적으로 활성화하는 것이 요구된다. 이는 그간 자신을 표출하는 데에 제약을 지녔던 예술 문화인의 활동 영역을 넓히는 데 기여할 것이다. 뿐만 아니라 지금까지 문화의 장에서 물질적, 정신적으로 빈곤한 상태에 남겨져있었던 다수의 일반인들이 다양한 문화적 경험을 할 수 있는 통로를 확장하는 데에 중요한 기여를 할 것이다.

(5) 구별체계의 (재)형성: 문화의 장이 다른 사회적 영역에 비해 개인화, 분산화, 탈중심화된 것은 사실이지만, 성, 계급, 지역, 교육수준 등의 요인들에 의한 차별과 배제의 ‘구별 체제’가 구조적으로 유지, 때로는 강화되고 있는 것 또한 사실이다. 계급적 구별이 교육 과정의 구별과 이어지고, 이것이 평가와 지원의 차별을 낳은 악순환이 거듭되고 있다. 이에 사회적으로 유지되는 계급과 교육의 구별구조에 도전하는 민주적 문화정책의 개입이 필요하다. 주변적인 사회적 위치에서 성장한 문화 인력이 사회의 문화의 장에 용감히 발을 내딛고 인정받는 폭이 넓어질 때, 문화의 장 전체가 보수의 틀 안에서 노쇠하지 않고 자기 생명력을 유지할 수 있다. 이것은 단지 일부 예술인들을 위한 일시적인 지원의 방식이 아니라 문화사회의 구현이라는 차원에서 행해져야 하는 문화 복지의 프로젝트인 것이다.

(6) 신세대 문화가 찬양을 받고 있지만, 여전히 자원의 지원과 후원에 관련된 정책 차원에서는 문화적 보수성이 강하게 작동한다. 문화적 감수성은 일반인의 문화 향유의 차원에서부터 정책입안자에 이르기까지 다양한 차원과 방식에서 요구되는 문화적 역량이다. 이미 입증된 ‘작품’ 뿐 아니라, 새롭고 실험적인 미학적 실험에 대해 개방적이고 적극적인 문화적 향유 및 평가의 태도가 필요하다. 문화의 장은 평면적이지 않으며 입체적이다. 서로 다른 역사성을 지니는 다양한 문화가 공존할 때 진정한 문화민주주의가 성장할 수 있다.

마지막으로 문화에 대한 단절적이고 고착적인 사고를 넘어서, 대신 유동성과 순환성을 강조하는 다분지(multi-ramification) 모델을 제안하였다. 다분지적 모델이란 상호연관성과 다방향의 흐름들로 구성된 문화의 장으로서 이해된다. 이러한 역동의 모델은 문화의 장의 공간적 특징은 정치적 ‘구조’로부터 산업적 ‘컨텐츠’를 넘어 인간의 문화 ‘실천’을 포괄할 때 가능하다. 이에 단절적이고 단선적인 문화 인프라 모델로부터 역동과 순환의 문화의 장 모델로 이행을 시도한다. 이 다분지 모델에서는 요소들(구조-컨텐츠-실천) 간의 상호 작용, 중첩적인 시간성, 잠재영역과 명시영역의 입체적 공존 구조가 중시된다.

결론적으로 민주적인 문화의 장이란 서로 다른 역사와 정치적 토양에서 자란 문화 실천력이 자생하고 성장할 수 있는 환경이며 과정이다. 이에 실험적 모색과 대화적 교통을 촉진, 장려하는 물질적, 정신적 지원이 요구된다.

제 1 장 서 론

제 1 절 연구배경

문화는 사회의 재현이다. 국가 정책에서부터 대중의 일상생활에 이르기까지, 전지구적 차원의 지배적 문화 산업 전략에서부터 개인의 자기 몸 꾸미기에 대한 지극한 관심에 이르기까지, 다양한 영역과 수준을 관통하며, 21세기 후기자본주의 체제를 이루는 중요한 축으로서 현대 문화 체제가 구성되고 작동하고 있다.

디지털화, 정보화, 세계화가 생활세계의 물적 조건으로 자리잡고 있다는 인식은 이미 새로운 것이 아니다(Lash, 2002; 2005). 이러한 외부 세계의 정치적, 경제적, 기술적 변화는 상징적 체계로 번역되어 우리의 정서적, 지적 세계에 영향을 준다(Malik, 2005). 문화화의 흐름이 정치, 사회, 경제, 의미의 영역들에 침투하고 있다(du Gay & Pryke, 2002)는 서구 이론가들의 지적이, 오늘날 한국 사회를 살아가는 우리에게 있어 낯설기만 한, ‘그들만의’ 담론은 아닐 것이다. 서구, 특히 미국을 주요 대상으로 하되, 그들의 선진적인 지적, 기술적, 정치적 우위에 대한 두려움과 부러움이 뒤섞여 키워졌던 반문화제국주의 담론이 한국에서의 지구적 문화화 인식에 대한 출발점이었다면, 반세기가 채 지나기도 전에 적어도 그 담론의 외양은 완전히 탈바꿈하였다. 한국 IT와 디지털 콘텐츠 산업의 지구적 확장에 대한 신념과 열의는(과거의 서러움을 망각한, 혹은, 극복한) ‘21세기 디지털 한국’의 미래상으로 주저 없이 내세워지곤 한다. 대내적으로도 상황은 비슷하다. 국내의 모순과 갈등을 덮거나 ‘감싸 안는’ 힘은 문화에 있다는 현실적 혹은 상상적 믿음이 이를 대변한다. 예컨대 문화화의 변동이 양산하는 어두운 측면은 세대갈등으로 인지된다(구세대의 보수—신세대의 진보 간의 갈등 담론이 그러한 예이다). 반면 세대 차이의 긍정적 그림은 세대적 변혁이라는 새로운 명명을 통해 선언된다(예를 들어 빈곤, 레드 등의 과거적 콤플렉스를

극복한 신세대라는 환희와 찬양의 담론을 생각해볼 수 있다). 이렇듯 문화는 역사를 기억하고 동시에 부인하기 위한, 그리고 미래를 개척하고 동시에 상상하기 위한, 지극히 현재적인 우리의 정경(情景과 政經, 두 가지 의미에서 모두 그러하다)으로서 우리의 생활세계를 구성하고 동시에 재현한다.

이렇게 혼돈스럽고 때로는 과격한 문화화의 현상을 경험하며 우리가 이론적으로 미래를 예측한다는 것은 상당히 용감한 시도임에 틀림없다. 그러나 미래 예측은 미래 형성을 위한 것이 아니다. 오히려 현실인식의 충분조건이다. 즉 미래 예측을 통해 현실을 이해하고 개입하게 된다는 것이다. 이런 의미에서 미래 예측은 수행적이다. 주지하다시피 화행론에서 수행적 언어란 참과 거짓을 판별할 수 있는 명제가 아니다. 발화함으로써 사건을 발생시키는 현실적 효과를 지닌 언어 실천이다. 본 연구의 미래 예측 및 구축 작업은 해석과 분석적 담론의 차원에서 수행적 가치를 지닌다.

그렇다면 우리의 ‘현실’은 어떻게 진행되고 있다고 ‘말하여’ 질 수 있는가. 좀 더 구체적인 맥락에서 정치, 사회, 경제가 문화화된 과정을 상기해보도록 하자. 문민정부, 국민정부, 참여정부로 지칭되는 바, 제도정치의 변화 과정은 곧 각 정권마다 자신의 정치적 정당성을 표상하기 위한 문화 체제의 건설 과정이기도 하였다. 문민정부의 ‘군사독재로부터 문민으로’, 국민정부의 ‘경제적 개발도상국에서 문화 선진국으로’, 참여정부의 ‘문화 민주주의’ 등의 슬로건이 압축적으로 보여주는 것처럼 정치의 문화화와 문화의 정치화는 동형이질적인 진행 과정을 겪어 왔다. 문화와 정치의 상호 결합 구조는 불연속적인 계기들을 지속적으로 파생시키면서 부단히 진행되었다(문화연대, 2002; 2003).

제2 절 연구문제

한국의 문화화 과정이 지니는 특수성은 바로 문화와 정치가 명시적으로 보다 밀접하게 연관지어졌다는 사실에 있다. 이런 점에서 새 밀레니엄을 전후하여 펼쳐진 한국의 문화화 논의는 서구의 그것과 구분되는 특수성을 지닌다. 서구의 문화화가

신자유주의, 탈규제, 다국적화, 탈영토화 등 탈정치화된 문화 산업적 팽창으로 요약될 수 있다면, 한국의 문화화 논의는—서구 지배적인 지구화 맥락으로부터 전혀 자유로울 수는 없겠으나—구체적인 국내 정치, 또는 국내 정치의 문화화 양상과 불가분의 관계를 형성하며 진행되어 온 것이다. 이 연구가 단지 ‘문화’로 명시되는 영역에 머물 수 없는 이유가 여기에 있다. 문화 개념 그 자체가 ‘정치’의 개념을 이미 괄호 안에 포함하고 있긴 하지만(원용진, 2003), 한국의 문화화는 그 괄호 안에 내포, 혹은 억압되어 있던 정치성이 내파 혹은 외파를 통해 격렬하게 노출되는 과정에서 진행될 수 있었다. 더불어, 그 노출이 디지털 테크놀로지, 경제적 위기와 급성장, 탈영토화라는 맥락적 요인들에 따른 테크노 경제의 영향력 속에서 추동되었기 때문에 우리는 한국의 문화화를 사고함에 있어 정치적 특수성과 함께 디지털화, 정보화, 지구화라는 일반성을 함께 고려해야 한다.

이처럼 새 밀레니엄을 전후하여 ‘문화’가 정치, 경제, 기술을 아우르는 표상영역으로 등장하였고, 여기에는 디지털화, 정보화, 지구화라는 일반성과 함께, 한국 사회의 문화—정치적 특수성이 중요하게 개입해 들어갔다. 여기서 본 연구가 제기하는 문제는, 지금까지 전개되어 온 문화화의 양상을 비판적으로 해석하고, 향후 나아갈 방향을 모색, 제안하는 것이다. 그리고 그 의미에 대해 보다 상세한 설명이 필요하리라 생각한다.

본 연구에서 문화 인프라란 문화가 이루어지는 사회적, 정치적, 경제적 토대를 의미한다. 나아가 문화 인프라의 예측이란 현재의 위치에서 수행 가능한 것과, 더욱 중요하게는, 실현되어야 하는 미래의 형식을 제안하고 그 형태를 구현하기 위한 실천 방안들을 짚어나가 미래로 연결하는 작업이다. 마지막으로 예측 이후의 문화 인프라의 구축이란, 그 문화를 살아가는 인간의 실천에 의해서 비로소 추동되고 구현될 수 있는 가능성에 접근할 수 있는 것이다. 따라서 예측은 현재에 대한 심층적 이해와 비판적 평가를 전제로 한다. 구축은 지금, 현실에 가려진 잠재력과 현실에 의해 드러나는 역동을 조화롭게 엮어내고 활성화하는 과정에서 구성되고 축적되는 것이다. 그 의미 그대로 구축은 생각을 만들어 엮어내고 쌓는 과정이다. 비가시적인

정신적 자원이 발현되어 소통하고 가시적인 물질적, 육체적 활동이 상호작용적으로 성장할 때 미래 문화가 현실로 만들어질 수 있다.

이 보고서의 ‘구조에서 콘텐츠로, 콘텐츠를 넘어 실천으로’라는 부제 역시 현재에 대한 비판적 해석과 미래적 형성이라는 함의를 지닌다. 한편으로 한국 사회의 문화는 국가 주도로 문화의 물질적 터전을 쌓는 근대화의 과정과 맞물려 그 건설이 시도되었다. 문화 ‘구조’ 정립을 위한 정책이 인간의 삶을 우선하며 ‘문화’를 대체한 것이다. 또 다른 한편으로는 문화산업이 중심이 된 지배적인 자본권력 질서가 후기자본주의 소비체제의 확장을 추진하였다. 사고와 경험의 ‘문화 수행’이 생산과 소비를 상품화하는 문화 ‘콘텐츠’의 경제적 가치로 환원된 것이다. 사고와 경험의 엮어집이 자본화되고, 삶의 구체적인 맥락이 정치화되었다는 점에서 문화가 문화 인프라로, ‘실천’이 ‘콘텐츠’로 축소되어져 왔다고 볼 수 있다. 여기서 문화 환경 대신 물적 토대가, 사고와 경험이라는 문화 내용 대신, 상품적 가치가 과잉 강조될 수 있다. 이처럼 ‘문화 인프라’라는 개념은 자칫 문화의 지평을 구조에 대한 정책적 접근과 콘텐츠에 대한 문화산업적 접근으로 축소시킬 우려가 있다.

이제 방향전환이 요구된다. 정책적 접근으로부터 삶의 터전으로, 상품화된 콘텐츠로부터 사고와 경험의 역동으로 전환할 것을 제안한다. 나아가 문화 인프라로부터 문화의 장으로 이해의 시각을 확장하는 것이 필요하다. 이러한 전환과 확장은 궁극적으로 인간의 잠재적, 현시적 실천에 의해 가능해진다. 인프라 구축이라는 접근 방식은 자칫(국가 및 자본에 의한)물적 토대 및 산물의 건설이라는 어조를 강하게 지닌다. 동시에 문화의 장을 살아가고 수행하는 개인과 집단을 정책적, 산업적 관리 대상으로 자리매김하는 경향이 있다. 구조, 콘텐츠 중심 시각으로 인해 인간 문화 실천 활동의 대상화가 일어나는 것이다. 실제로 이런 일방적인 단절 구조가 우리 문화의 부정적 현실이라고도 할 수 있다. 이에 비해 문화의 실천은 물적 조건과 호응, 갈등, 교섭하며 변화를 가하는, 인간의 능동적 활동을 포괄한다. 따라서 문화 인프라의 구축을 위한 접근은 인간 현실에 대한 몰이해와 무관심에서도 가능하지만, 문화 실천에 대한 진지한 관심은 인간의 의식적·무의식적, 그리고 개인적·사회적인

삶이 진행되어 가는 복잡한 진동에 주목한다.

따라서 인간 활동의 조건, 활동, 산물을 아우르는 개념으로서 우리는 ‘문화의 장’의 개념을 사용할 것을 제안한다.¹⁾ 인간 실천 조건의 긍정적 측면과 제약조건에 대한 검토는 현 문화정책에 대한 분석적 평가를 의미한다. 인간 실천 산물의 미학적, 윤리적 가치에 대한 이해는 현 문화산업의 경제적 질서 속에서 생산, 유통, 소비되는 콘텐츠에 대한 비판적 이해를 지향한다. 그리고 인간의 문화 실천은 정치적, 사회적, 경제적으로 구성되는 물적·정신적 토대(구조)와 그 다기한 요소들(콘텐츠)을 엮고 쌓아나감으로써 변화와 생성을 창출하는 인간의 활동을 포괄하는 것이다.

이후의 논의는, (1) 현실에 대한 비판적 이해를 토대로 하여, (2) 미래에 발전 ‘가능한’ 문화의 장의 형태를 ‘전망’하고, (3) 보다 바람직한 문화의 장을 모델 제시하는 방향으로 전개된다. 그리고 다음의 세 영역들에 대한 논의로 구성된다.

첫 번째 관심 영역은 문화정책 및 문화산업정책의 담론 분석에 있다. 우선, 서구 후기 자본주의 단계에서 제시되어 전지구적으로 확산되고 있는 ‘창의 산업(creative industries)’ 개념에 주목한다. 창의 산업 개념은 영국, 미국, 오스트레일리아에서 적극적으로 추진되는 문화화의 주류적 경향이었고 현재 동아시아 등 전지구적으로 확산되고 있다. 이는 주지하다시피 후기자본주의 체제에서 추구되는 신자유주의, 신경제적 문화 접근 방식이다(Garnham, 2005; Pratt, 2005, 이원재, 2003). 그러나 창의 산업 권력—담론은 현실적 ‘상상’ 이라기보다는 상상적 ‘현실’이다. 따라서 이데올로기로서 간과할 수 있는 문제가 아니다. 이데올로기를 파생시키는 현실 ‘조건’이자

1) 여기서 ‘장’의 개념은 부르디외가 제시한 장의 개념과 어느 정도 유사하지만 완전히 일치하는 것은 아니다. 부르디외는 인간 활동의 조건과 활동이 교섭적으로 이루어지는 공간으로서 ‘장’의 의미를 설명하였는데, 조건의 구성적 힘에 상대적인 강점을 부여했다. 이 연구에서도 장의 조건과 장의 구성 요소들 간의 상호작용 속에서 인간 문화 실천이 현실화된다는 점은 중요한 의미를 지니며 이런 점에서 부르디외와 같은 맥락에 있다. 그러나 현실 장의 변화 가능성을 예측하고 실제적인 구축을 기본 전제이며 목표로 지향한다는 점에서 부르디외의 입장과 차별적인 출발점과 목표를 지닌다.

권력의 ‘산물’로서, 그리고 무엇보다도 현실적 효과를 발생시키는 ‘추동력’으로서 주목할 필요가 있다. 이에 창의 산업 체제에서 성장하고 있는 문화, 문화산업, 문화산업 정책의 ‘현실’을 파악함으로써 창의 산업 권력-담론의 비판적 이해를 도모할 것이다. 이어 본격적인 분석의 초점은 한국의 문화 정치/정치 문화 지형으로 모아진다. 서구의 창의 산업이 하나의 전지구적 담론으로 확산되고 있는 바(Wang, 2004), 문민정부 이후, 국민정부와 참여정부를 거치며 지배적인 문화담론이 ‘창의’ 개념으로 집중, 추진되는 과정에 주목하고, 이에 따른 사회적 반향과 효과를 추적한다. 이를 위해, 주로 문화정책의 변화 추이를 기술하고, 그 사회적 함의를 도출할 것이다.

두 번째 관심 영역은 현재 문화의 장을 살아가는 문화생산자의 관점에서 현 한국 문화의 장에 대한 분석을 시도하는 것이다. 이를 위해 영화, 미술, 패션, 음악 등의 문화산업 영역에 접근하였으며, 각 영역, 혹은 여러 영역을 넘나들며 활동하고 있는 20, 30대 남녀 문화생산자를 대상으로 수행한 심층 인터뷰 자료를 분석하였다. 한국 문화예술인의 실태 조사가 1988년 이후 문화관광부 주관으로 소속 예술인들을 대상으로 시행되어 왔었다. 이 조사는 한국의 문화, 예술 정책의 현황 및 개선안을 도모하기 위한 정책적 조사로서, ‘한국예술문화단체총연합회’와 ‘한국민족예술인총연합’에 소속된 기성 작가들을 대상으로 한다(문화관광부·한국문화관광정책연구원, 2003). 이에 비해 본 연구는 예술과 문화 영역 간 경계가 해체 혹은 혼합되는 현장의 움직임을 읽어내고자 한다. 그리고 기성 작가 뿐만 아니라, 잠재 문화 인력을 그에 동등한 연구 대상으로 포함시킴으로써, 진입 및 승인을 둘러싸고 모호하게 열려있거나 닫혀있는 문화의 장에서의 구별구조(재)생산 혹은 해체 양상을 파악하고자 했다. 이 과정에서 성별, 연령, 수입, 학력 수준과 같은 기본적인 사회 인구학적 요인과 더불어 다양한 하위문화적 자본 등 새로이 부상하는 문화적 요인들에 주목하였다. 그리하여 때로는 기존 조건을 강화하고, 때로는 그를 해체하는 등의 변화를 드러내는 잠재적, 명시적 현상들을 읽어보고자 했다.

세 번째 영역은 전문가들의 관점에서 본 현실 문화의 장에 대한 이해 및 미래에 대한 전망을 내용으로 한다. 주어진 물리적 조건 안에서 일부 대표적인 영역을 연구

대상으로 선택하였고, 문화정책, 영화, 음악, 예술, 스포츠, 게임 영역이 선정되었다. 각 영역의 전문가들이 본 연구의 공동 필자로 참여하였으며, 각 글에 나타난 접근방식과 스타일은 바로 그 문화의 시각이자 특성 그 자체로서 유의미하다고 판단되어 전체적인 통일작업의 가하지 않았음을 밝힌다. 우선 공동 작업으로서, 문화정책 부문은 문화연대 매체위원회가 주관한 ‘미래사회와 매체 · 문화정책 세미나’에서 발표된 심광현, 이동연, 이영주의 논문들이, 그리고 음악 영역은 한국대중음악학회 ‘한국대중음악, 과거에서 미래로’ 세션에서 발표된 신현준, 최지선, 이정엽, 문신원의 논문들이 구성하고 있다. 또한 개인 필자로서, 영화 영역은 이상길, 예술 영역은 김인선, 스포츠 영역은 정준영, 게임 영역은 임상훈이 참여하였다. 이렇게 다수의 필자를 초대함에 있어, 통일성이라는 구획된 이점 대신 각 글이 취하는 다기한 문제의식과 논지가 다채롭게 엮어지는, 다양성이라는 열린 가치를 추구하였다. 더불어 이러한 다양한 이해와 전망들이 문화 지형에 대한 하나의 지도로 구성하는 것을 시도하였다. 이 지도는—마치 모자이크처럼—우리 문화의 장에 대한 정세한 기술이며, 동시에—마치 이정표처럼—미래를 위한 전망과 제언을 함축한다.

마지막으로 현장 조사 및 전문가 논의를 바탕으로, 한국 사회의 미래적 문화 공간에 대한 예측을 시도한다. 인간의 문화 환경, 산물, 실천이 동시에, 상호개입적인 관점에서 중요시된다. 정책적, 산업적 개념이 문화실천의 역동을 포용할 수 없으며, 이러한 구분틀이 오히려 그간 한국 문화 공간을 억압적인 방식으로 건설해왔음을 지적할 것이다. 그리고 궁극적으로 생산/유통/소비, 산물/경험, 상품/서비스, 일상/산업, 공공 문화 복지/사적 문화 경제 등, 다 영역 간 흐름을 열어두고 연결하는 순환과 역동의 흐름을 강조할 것이다. 이것은 인프라 모델이라기보다 문화의 장에 대한 비판적 이해이며 전망이다. 이 내용을 요약하면, 본 연구가 접근하는 문제들은 다음과 같다.

1. 전지구적 차원에서 확장되고 있는 후기자본주의 체제의 문화적 질서는 어떠한 방향으로 전개되고 있는가?
 - 문화 공공성 중심의 문화정책 영역과 경제적 가치 중심의 문화산업 영역의 갈등 상황을 검토하고 교섭적/대안적 접근방식의 대안성을 모색한다.

2. 오늘날(새 밀레니엄을 전후한 기간) 한국 문화적 구조화는 어떠한 방식으로 진행되고 있는가?
 - 정치의 문화화와 문화의 정치화의 질서가 수렴되는 한편, 디지털화, 미적경제의 논리에 기반한 주류 문화산업의 영향력이 급성장, 강화하고 있다. 그 조화적, 갈등적 접점의 지형을 살펴본다.
3. 1990년대 이후 역동적으로 활성화되고 있는 한국 문화의 장에서, 그 실천 주체들의 사회적, 문화적, 정치적, 경제적 환경의 조건과 수행의 특성은 무엇인가?
 - 문화정책은 문화의 구조를, 문화산업은 문화의 콘텐츠를 중시한다. 반면 문화적 접근은 이렇게 구조화되고 질서화되는 문화의 장을 몸으로 수행(여기서 수행이란 이용과 오용을 모두 포괄한다)하는 실천 주체에 주목한다. 정치적 규제 및 경제적 질서의 조건 안에서 교섭적으로 구성되는 문화적, 예술적 실천의 원리를 도출한다.
4. 현재 문화의 각 영역에서 전개되고 있는 중요한 흐름은 무엇이며, 향후 어떠한 방향으로 진행될 것으로 예측되는가?
 - 한국 문화의 장이 양·질적으로 성장하여 왔다는 인식은 정치-문화산업-시민사회에서 일반적인 동의를 얻고 있다. 그러나 지역적인 단위와 상호 지역적인 단위, 사회적 차원에서 공론화되거나 채 공론화되지 않은 문제점이 상존하고 있다. 현재문화의 장에 내재한 긍정적, 부정적 측면을 제시하고 향후 바람직한 성장의 방향을 제시한다.
5. 한국의 미래 문화의 장에 대해 어떠한 전망이 가능한가?
 - 기존의 문화정책 및 문화산업에 대한 개념도는 영역 내 혹은 영역 간 고립과 단선적 질서를 벗어나지 못했다는 한계를 지닌다. 문화에 대한 새로운 전망은 영역 간 소통과 순환을 중시한다. 이는 어떠한 정책과 자본권력이 충분히 해결하지 못하되, 문화 주체의 실천에 의해서 가능한 부분이다. 이에 다분지적 순환성에 근거한 문화의 장 모델을 제안한다.

제 2 장 창의성과 문화, 규제의 효율성과 실현의 갈등성

개인적 역동과 경계의 무너짐에 대한 긍정적인 문화적 정서는 20세기 후반, 후기 자본주의 체제로의 사회적 변동, 개인 소비주의의 확대, 포스트모던의 사회문화적 맥락 속에서 새로운 미적 경제 패러다임으로 활발히 진행되었다(김예란, 2005). 이러한 문화적 정서는 이에 상응하는 테크놀로지 체제와 결합하며 더욱 왕성한 상징적 실천력을 발휘하게 된다(Bolter, 2001). 예를 들어 개인적 차원에서 볼 때, 디지털 테크놀로지는 개인화된 미디어 생산, 유통, 소비의 가능성을 확대하였고, 정보화는 개인의 상징적 자원을 통한 자기 조직화의 역량을 강화하였으며, 지구화는 탈경계적 흐름과 운동의 범위를 확장하였다(Lash, 2002; 2005). 사회적 차원에서도 이와 변화를 감지할 수 있다. 개인화된 네트워크의 성장, 지구적이며 동시에 지역적인 혼종 문화의 자가발전, 정보, 지식, 의미 형태의 문화 자원의 왕성한 발전 등은 오늘날 문화의 장의 지형이 변화하도록 막강한 영향을 미치고 있다.

긍정적 관점에서 새로운 문화 테크놀로지는 개인 주체가 문화적 가치를 구성하고 재현하는 가능성을 확대시킬 것이라고 기대된다. 지배적인 정치, 사회 질서로부터 자율적인 문화 실천이 활발해지리라고 전망되는 것도 유사한 맥락에서이다. 급진적인 관점에서 푸코가 주장했듯, 삶에 대한 미학적 수행은 윤리적 가치로 체현된다(Foucault, 1980). 적어도 의미실천의 테크놀로지 조건에 있어서, 디지털화—정보화—지구화로 요약되는 새로운 문화적 조건은 개인의 윤리적 실험의 미적 수행의 가능성을 높였음에 분명하다.

자율적 삶에 대한 미학적 실험은 주체의 창의성을 근거로 한다. 삶의 미학적 스타일에 대한 욕망은, 광고 마케팅의 유혹적인 슬로건에서부터 급진주의 철학자들의 격렬한 부르짖음에 이르기까지, 현대 사회 맥락에서 다양하게, 때로는 대립적인 의미에서 추구되고 있다—소비주의 체제에서 스타일이란 상품의 기호로 구성되는 것

이고(길들여진), 구매 행위를 통해 개성이 계발된다는 식이다(Featherstone, Hepworth & Turner, 1991). 반면 저항의 원칙으로서 창의성은 주어진 일상적 규범을 문제시하며, 전복적인 해체 전략을 시도하는 것이다. 자기 성찰적인 창조성을 의미하는 것이다(Beck, Giddens & Lash, 1995). 이처럼 오늘날 대중문화란, 길들여진 창의성과 저항적 창의성의 복합적인 경쟁, 교섭, 격전의 장에 다름 아닌 것이다.

이 지점에서 개인의 미학적, 윤리적 창의성과 사회적 관리 체제의 관계가 문제시된다. 개인의 자유가 한껏 보장되면서도, 사회적 차원에서 효율적으로 규제되어야 하기 때문이다(Burchell, Gordon & Miller, (Eds.), 1991). 이러한 상반된 필요를 충족시키기 위한 정치적, 경제적 접근 방법은 단순한 억압이나 방관이 아닌, 개인의 자율적 역능 강화를 추진하는 체제적 권력을 발휘하는 것이다. 이를 위해 ‘기호의 경제’(Lash & Urry, 1994)가 물질 경제의 역할을 대체 혹은 보완한다. 권력의 대행자이며 대상으로서, 동시에 노동력의 제공자이자 문화(상품) 향유자(소비자)로서 개인 주체의 미학적 창의력이 중시된다. 그리고 개인의 자유의지를(정치적으로) 촉발하고(경제적으로) 지원하는 것이 체제 유지의 중요한 수단이 된다. 요컨대 우리가 20세기말 직면한 상황은 이런 것이다—개인의 창의성이란, 주체의 미적, 윤리적 실험이며 동시에 권력에 의해 촉진되고 배양되는 것이다. 정치적, 산업적 규제는 이러한 순환구조가 순조롭게 진행될 수 있도록 매개하는 역할을 담당하게 되는 것이다.

본 장에서는 후기자본주의 체제의 문화적 변화의 조건과 과정을 정치, 경제적 구조의 맞물림 속에서 관찰하고자 한다. 여기에 개인 주체의 미학적, 윤리적 수행 능력으로서 창의성의 문제가 내재하고 있음을 이미 확인했다. 개인의 자유의지와 욕망의 원리로서 창의성, 그리고 창의성의 발현 및 충족 양식을 계발하고 규율하는 문화산업의(매혹적인) 권력 작용, 개별 주체의 자발적 창의성의 효율적 통치를 도모하는 정치권력 작용이 복합적으로 맞물려 있다. 이 복합적인 문제를 철학적인 관점에서 이론적으로 분석하는 것은 이 글의 범위를 벗어난다. 대신 본 연구의 목적에 적합한 영역으로서, 새 밀레니엄을 전후하여 정책, 산업, 문화의 영역 간 급속하게 성장하고 있는 창의성, 혹은 창의 산업 담론에 주목한다. 이를 통해 기존의 문화를 통

해 매개되는 사회, 정치, 경제적 관계가 재편성되는 경향을 이해하고, 그 긍정적, 부정적 효과를 검토할 것이다.

제1 절 창의 산업 담론의 지구화: 신자유주의의 문화적 환영?²⁾

1. 창의 산업 담론의 혁신적 전망

창의 산업의 담론은 영국에서 본격적으로 개발된 이래 이후 오스트레일리아, 미국과 유럽 지역으로 확산되었고, 아시아의 문화산업 지형에도 중요한 영향을 미치고 있다.³⁾ 창의 산업 부문을 주도하고 있는 영국의 문화관련 정부 부처인 <커뮤니케이션, 문화, 스포츠 부(Department of Culture, Media and Sport)>의 정의에 따르면, 창의 산업이란 ‘개인적 창의성, 기술, 능력에 근거를 두고 지적 자산의 창출과 활용을 통해 부와 직업을 확보할 수 있는 잠재성을 지닌 산업 영역’이라고 설명되고 있다(http://www.culture.gov.uk/creative_industries/default.htm, 2005년 9월 23일 게재 기준). 광고, 건축, 예술, 고미술, 공예, 디자인, 패션, 영화 및 비디오, 컴퓨터 게임, 음악, 공연, 출판, 소프트웨어와 컴퓨터 서비스, TV 및 라디오 등 기존의 문화산업, 서비스업, 지식경제 영역을 아우르는 산업 부문이 창의 산업에 해당된다(위의 글; Cunn-

2) 창의문화 담론에 대한 이론적 분석은 연구자가 한국언론학회 2005년도 연구 프로젝트에 참여하여 발표한 논문 <삶의 기술로서의 이동성과 네트워크>(2006년 출간 예정)에 부분적으로 바탕을 두었다.

3) 문화산업 및 문화산업 정책이 전격적인 변화의 국면에 이르렀다는 인식은 대부분 공유되고 있으나, 이러한 변화를 ‘창의 산업’으로 재명명해야 하는 지에 대해서는 여전히 이론의 여지가 있다. 예를 들어 헤즈몬달은 창의 산업이라는 용어의 부분적 유용성을 인정하지만, 사회, 정치의 영역에 상응하는 영역으로서 문화와 그 지배적인 산업적 질서로서 문화산업이라는 용어를 고수할 것을 제안한다(Hesmondalgh, 2002). 한편 유럽통합 내 국가마다 상이한 문화산업 정책이 행해지고 있음에 유의할 필요가 있다. 예를 들어 프랑스는 공공성에 근거한 국가지원의 대상으로서 문화산업 영역을 관리하는 고전적 방식을 유지하고 있다는 점에서 영국을 비롯한 창의 산업 규제 움직임과 대립적인 양상을 보인다(송도영, 이호영, 조현영, 2003).

ham, 2004).

창의 산업은 생활 세계의 변화 즉 이동성, 유연성, 집중성, 가변성, 분산성의 강화 경향과 호응하며, 그 현실적 영향력을 더욱 확장하고 있다. 근면한 노동과 놀이를 통한 보상이 대중문화 체제의 노동과 소비의 원리로서 주어졌다면, 오늘날 ‘창의적’인 산업체제는 ‘놀이와 같이 즐거운 일, 일에 대한 영감의 터전으로서 놀이’의 등식을 통해, 노동과 소비의 경계가(적어도 표면적으로) 와해되는 양상을 보인다. 논의의 핵심은 노동과 소비 양식이 변화했다기보다는 그 와해의 원칙에 창의성이 자리 잡고 있다는 점이다. 창조적인 노동과 창조적인 소비가 문화의 경제적 가치 및 기호적 가치를 증대시키는 핵심적인 요소로서 중시되는 것이다. 나아가 ‘단순한’ 노동과 소비는 경제적인 행위이지만 ‘창조적’인 노동과 소비는 문화적인 행위가 된다. 요컨대 창의성의 원리는 단지 특정 문화산업 영역을 범위를 넘어서 전사회적인 파급효과를 낳고 있다. <개인 및 집단의 문화적 관리/문화산업의 팽창/일반 조직 및 사회활동의 문화화>라는 다각적인 문화화 양상을 낳는다(Flew, 2005). 고전적인 관점에서 창의성은 순수예술의 본질로 이해되었다. 그러나 후기 자본주의 체제에서 창의성은 관리체제의 ‘혁신’ 원리로서 활용된다. 이렇게 본다면 사회의 전 영역이 곧 창의 산업의 영역이라고 해도 과언이 아니다. 어느 노동이나, 어느 소비나 창의적인 인력이 투여된다고 볼 수 있기 때문이다(Pratt, 2005). 한편 이렇게 일반화된 논의의 허점을 보완하기 위해 다음과 같은 전략적 개념이 재빠르게 개발되고 있음을 발견할 수 있다. 하틀리에 의하면, 창의 산업의 개념이 ‘지향’하는 바는 **‘신지식경제 내 뉴미디어 테크놀로지(ICTs) 맥락에서 새로이 상호작용적인 시민-소비자의 활용을 위해, 창의적 예술(개인적 재능)이(대량적 수준)의 문화산업과 이론적이며 실제적으로 통합되는 것’**이다(원저자의 강조)(Hartley, 2005: 5).

이렇듯 전략적으로 정의된 창의 산업의 관점에서 볼 때 오늘날 문화, 문화산업, 혹은 사회전반적인 문화화의 특징을 다음과 같이 설명할 수 있겠다.

우선 소규모 주문 생산양식 및 스타일을 중시하는 생산 양식이 강조된다. 생산자가 독창적인 창조자이기보다는, 기성의 것을 조합하여 새로운 것을 개발하는, 자기

조형적인 ‘브랜드’로서 기능하게 된다(Lury, 2005). 또한 이것이 개인의 고유한 개성과 노동을 통해 이루어지는 것이 아니다. 대신 기성의 정보, 지식, 상품을 조합하고 ‘명명’함으로써 가치를 창출하는 것이다. ‘누구나’ 할 수 있는 일을 내가 먼저 선택함으로써 상품의 주인이 된다(예: 각종 ‘뽀짝 아이디어’ 상품들, 기성 이미지를 재활용하는 팝아트 계열의 예술 작품들). 사회학자 루리의 표현을 빌자면 ‘브랜드’란 기성 요소들을 대상으로 한 중개 작업을 통해 변형과 이동의 가능성을 조직하는 행위이다. 여기서 고전적 의미에서의 생산자적 노동의 가치의 진정성을 ‘서명’의 행위가 대체하게 된다(위의 글, p.97).

두 번째 특징은 생산 조직문화의 변화에서 찾아진다. 정해진 규범에 따라 근면 성실하게 일하는 노동 형태 대신 개별 생산자의 자유와 독창성을 강조하는 형태의 산업 조직이 확대되고 있다. 업무는 프로젝트 중심으로 집중적이고 단기적으로 ‘조직’되고 작업이 완료되면 해체되는 방식으로 이루어진다. 일의 성격에 맞추어 그때그때 공동 작업 조직이 형성되므로 해당 업무의 참여자들 간의 관계도 유연하고 가변적이다. 노동 형태의 유동성이란, 개인의 관점으로 바꾸어 놓고 본다면, 한 사람이 여러 일에 동시에 참여하는 폭이 넓어지는 것을 의미한다. 따라서 일시에 여러 프로젝트에 참여하는 프리랜서들의 활동이 두드러진다(‘투잡스’ 담론). 평생직장 또는 안정적인 고정적인 조직성을 원칙으로 하는 고전적인 노동관이 와해되고 있다는 지적은 더 이상 새로운 것이 아니다(일본의 ‘프리터족’).⁴⁾ 또한 업무능력에 있어서도 성실과 꾸준함보다는 순발력 있는 현실감과 시류에 적합한 인력 구성 능력, 공식적이고 비공식적인 네트워크에 활발히 참여할 수 있는 신체적이고 정서적 능력이 환영받는다.

생산 영역의 변화와 함께 산물/상품의 성격 역시 변화하고 있다. 상품은 단지 고

4) 프리터란 프리 아르바이트(free arbeiter)를 줄여 만들어진 신조어이다. 일본 노동성에 의하면 아르바이트나 시간제 노동으로 돈을 버는 15~34세 젊은이들을 의미한다. 돈을 모으는 것이 목적이 아니라 필요한 만큼만 돈을 버는 것이 이들의 목적이다(네이버 지식검색, <http://100.naver.com/100.php?id=745491>)

정된 사물이 아니라 정보, 테크놀로지, 의미,(서비스) 행위가 혼합되어 이루어지는 것이다. 즉 사용자의 ‘수행적’ 과정을 내포한다는 것이다. 이에 상응하여 상호작용성이 강한 디지털 상품에 대해서 산물의 획득보다 ‘경험’의 질을 향유하는 과정적인 소비 행위가 중시된다(Poster, 2004). 특히 정보는 중요한 상품들 중의 하나로서 정보 그 자체가 곧 의미이며 사건이 된다(Malik, 2005). 이처럼 시간성과 수행성을 지닌 상품의 기능이 본격적으로 발휘되기 위해서는 소비자/사용자의 역할이 필수적으로 요구된다.

이 소비자/사용자/수용자의 능동성이 바로 창 의 세계를 규정짓는 네 번째 특징이다. 창 의 상품 자체가 종결되지 않고 열려있는 ‘수행적’ 과정이기 때문에(Dijck, 2005) 소비자는 단순히 상품을 소비하는 것에 그치지 않고 사용함으로써 상품의 진정한 가치를 활성화하는 기능을 하게 된다. 이것은 디지털 콘텐츠 소비에서 두드러지는 현상으로서, 기성 소프트웨어와 콘텐츠의 업로드, 다운로드의 활용에서부터 각종 불법 복사와 패러디에 이르기까지, 소비자가 가치증식을 하는 사례는 무수히 많다. 소비자가 상품의 가치를 발현하는 생산자의 역할에서부터 상품의 유통을 담당하는 중개자 역할을 겸비하는 것이다. 따라서 소비자의 생산—유통—사용 측면에서의 ‘창의성’이 더욱 중요시된다. 그/그녀의 창의성에 따라 상품의 가치가 다양한 방식으로 발현될 수 있다고 예측되기 때문이다 — 게임이 그 대표적인 사례이듯이 디지털 멀티미디어 테크놀로지는 사용자—매체 간 상호작용성을 기술적으로 보장할 뿐 아니라 테크놀로지 그 자체가 소비자/사용자가 수행하는 상호작용성에 전적으로 의존한다—수용자의 사용에 의해서 마침내 실제 효과가 드러나기 때문이다. 이러한 상호작용적 기능에 힘입어 생산—소비간의 민주적인 역할 교환이 가능하리라는 기대도 표출되고 있다(Poster, 2004).

하틀리는 창 의 산업, 또는 이 개념을 보다 확장한 ‘창 의 세계’의 차원에서, 의미와 가치에 대한 생산—유통—소비 활동의 역사적 변화과정을 <표 2-1>과 같이 요약적으로 제시하고 있다(Hartley, 2004. p. 138)(<표 2-1> 참고).

〈표 2-1〉 창의 세계에서의 의미의 가치 사슬⁵⁾

역사단계 \ 범주	전근대적	근대적	탈근대적
가치 사슬 상품 의미	근원/ 생산 저자/생산자	상품/ 유통 텍스트/행위	소비/ 사용 독자/수용자
시공간 언제 어디서 누가(주체집단) 누가(중개인)	전근대 교회 신자 성직자	근대 공론장 공중 출판업자	현대 사적인 생활 DIY 시민 마케팅, 정보관리
체제 주권 투쟁세력 대립관계	왕조/신성 기사/십자군 동료/이교도	민족국가 군대/자원병 국가	자아 테러리스트 일반 시민
지식 철학 인식론 교육	계시 신학 엘리트	희소성 경험주의 대량(mass)	풍부함(plenty) 국민투표 전세계 보편/만인주의
형식 해석적 형식 창조적 형식	주해 제의/기도서	비평(그리고 재즈) 리얼리즘(저널리즘, 소설)	구성적 편집 ‘리얼리티’
커뮤니케이션 정치 리터러시 양식 발언 양식	듣기 개종 근본주의	읽기 설득 모더니즘	읽기와 쓰기 대화 포스트모더니즘/ 지구화

5) 하틀리가 제시한 표를 부분적으로 수정한 것이다. 수정내용은 역사 단계에서 하틀리는 전근대-근대-지구화로 구분했지만, 본 논문에서는 전근대-근대-탈근대로 구분하였다. 이것은 시간의 축에 따라 일관적으로 구성하기 위한 의도를 지닌다.

그러나 하틀리의 구분은 서구선진국가 중심으로 진행되는, 혹은 진행될 것이라 예기되는 ‘일반적’ 방향성을 파악하기에는 유용하나 실제 현실사회에 내재하는 복잡다단한 차이와 모순을 간파하기에는 한계가 있다. 그리고 다소 순진한, 단선 진화주의적인 신념이 깔려있음을 부인하기 어렵다. 따라서 이러한 낙관적 일반론에 일정 정도 거리를 두고, 그것에 내재하는 신자유주의적 권력 체제 및 그것이 유발 또는 강화하는 차이와 모순 구조를 추적하는 비판적 이해가 요구된다(Miller, 2004).⁶⁾

창의 산업 담론이 혁신적으로 제시하는 진보주의적 미래상에 대한 비판적 평가가 제기되고 있는 것은 당연하게 보인다. 다음의 절에서 창의담론의 비판적 평가를 문화 및 문화산업정책의 관점에서 살펴보기로 한다.

2. 창의 산업 담론의 비판적 이해

오늘날 서구 후기자본주의사회에서 팽창하고 있는 창의 산업 담론은 문화의 민주화라는 궁극적 가치를 실현하는 데에 한계를 노출하고 있다. 문제의 근원은 문화의 공공적 가치가 소비의 자유 및 기회의 평등을 위한 경쟁 체제로 환원되고 있다는 점이다. 그 구체적인 문제점을 문화와 문화산업정책 두 가지 측면에서 살펴보도록 한다.

가. 문화적 측면에서의 문제점

사회 전 영역의 문화화라는 일반적 차원에서 지적되고 있는 바, 창의 산업 담론의 문제점은 다음과 같다.

첫째, 노동 문화 영역에서 드러나는 모순이다. 노동구조의 유연성은 노동구조의 불안정성의 미사여구에 불과하다는 것이다. 또한 활달한 도시성과 젊음 지향적인

6) 예를 들어 밀러는 첨단 테크놀로지가 가져다 줄 미래를 낙관적으로 전망하는 신자유주의적 시각에 반대하며 선진 국가에서 수용하기 거부하여 중국 땅에 버려진 첨단기기 폐기물에서 값나가는 금속을 찾기 위해 해매는 10대 소녀를 어떻게 설명할 수 있을 것인가라는 질문을 던진다. 현실과 가상, 아날로그와 디지털, 생산과 소비의 대립축을 관통하는 지역적, 성적, 세대적 차별구조를 날카롭게 드러내는 질문이라 할 수 있다(Miller, 2005).

산업 질서에서 ‘창의적 계급(creative class)’(Florida, 2002)이 탄생하는 한편, 반대로 이러한 능력을 가지지 못한 사람들은 문화적, 사회적 빈자 계급으로 전락한다. 따라서 창의 세계에서 학력, 연령적, 지역적, 신체적인 차별구조가 더욱 악화되는 것이다(고연령층, 농촌지역, 장애인, 저학력 소유자). 매크로비가 노동의 환경이 ‘기업’에서 ‘클럽’으로 이동하고 있다고 냉소적으로 표현하였듯이 신자유주의적이고 탈정치적인 노동 문화가 지배적으로 되어 가고 있다(McRobbie, 2002).

둘째 노동과 노동 산물의 가치 평가 기준이 변화한다. ‘가상적, 성찰적, 네트워크적’ 특성이 강한 것으로 설명되는 신경제 체제에서 생산자의 의미와 노동 가치는 생산 주체의 노동의 양과 질로 평가되지 않는다. 오히려 유통과 소비 과정에서 상업적으로 부가되는 ‘전시적 가치(exhibition value)’에 의해 외부적으로 형성, 부여되는 것이다. 애드킨은 전시적 가치가 소비자/사용자의 물리적이고 전통적인 자본이 아니라 비가시적이고 지적인 자본에 의해 평가된다는 점(소비자 만족 지수 등)에서 노동 가치의 외부화(externalization)가 더욱 강화된다고 지적한다(Adkins, 2005). ‘독창성’을 핵심원리로 하는 창의 경제에서 오히려 저자의 본질적인 가치(고유성, 창의성, 진정성)가 브랜드의 가치로 대체되는 역설적인 현상이 나타나는 것이다.

셋째, 창의 세계에서 내세우는 자유는 주어진 사회적 권력체계로부터 완전히 자유롭지 못하다. ‘소비 선택’의 자유이지 결코 독창적 생산 행위를 보장하는 자유로 직결되지 않기 때문이다(Dijck, 2005). 삶의 기반으로 생산 및 유통의 과정에 대한 개입과 참여의 길이 누구에게나 평등하게 열려있는 것은 아니다. 한 개인의 출신 가문, 학력, 계급, 인종과 성별 등 세습적 혹은 획득된 경제적, 사회적, 문화적 자본에 따라 창의 세계에서 활동할 수 있는 위치와 범위가 정해지는 것이다(Bourdieu, 1984). 이러한 정교한 위계질서는 문화의 장에 대해 대중의 참여의 정도와 성격을 결정짓는 ‘중개적’ 통제 권력을 발휘한다는 것이다(Negus, 2002). 반면 대중은 다수의 소비자자로 규정된다.

넷째, 소비자/사용자의 능동성의 한계를 지적할 수 있다. 소비자/사용자의 기술적 능동성이 문화적 소비의 다양성을 보장하지는 못한다는 뜻이다. 또한 소비자 능동

성의 극대화된 표현인 ‘생비자’의 역할 또한 모호하다. 디지털 테크놀로지의 사용이란 주관적 기억, 감각, 감정, 정보, 이야기 맥락 등을 주어진 프로그램에 저장하고 정해진 규칙에 따라 수행하는 것을 의미할 따름이라는 지적은 상당히 설득적이다(Dijck, 2005). 프로그램을 벗어나서 개인이 발휘할 수 있는 미학적 독창성이란 거의 존재하지 않는다.

다섯째, 문화적 다양성과 획일화 간의 갈등 문제가 존재한다. 전지구적 문화—기술 네트워크는 이미 기성의 주요 멀티미디어 다국적 기업에 의해 ‘식민화’되고 있다(Bustamante, 2004). 따라서 매체기술은 다양 복잡화할지라도 담겨지는 내용물의 생산 주체는 그만큼 다양해질 수 없는 것이다. 오히려 디지털 문화 콘텐츠를 사용하기 위한 기기와 프로그램을 통제하는 생산 측면에서의 독과점 권력은 점차 강화되고 있다(시스템 통합과 지배권을 확보하기 위한 치열한 경쟁 등의 사례). 그리고 소비 측면에서 이러한 상품을 이용하기 위해서 개인이 부담해야 할 구매 비용이나 가입 요금은 더욱 상승하고 있다. 결과적으로 상품적 다양화는 활발히 진행되는 반면에 경제적 비용에 의한 문화적 차별 및 배제가 이루어지는 것이다. 상품은 ‘분화(fragmentation)’되지만 소비자/사용자는 소비 능력에 의해 ‘구분(segmentation)’된다(위의 글). 이에 반해 디지털 경제에서 심화되고 있는 구별 구조를 아우를 수 있는 문화적 시민권 확보를 위한 정치적 활동은 적어도 현재까지는 부재하는 상태이다(Uricchio, 2004). 이런 의미에서 현실적으로 가장 심대한 디지털 디바이드는 ‘생산자와 소비자’ 간에, 그리고 ‘시장과 정책’ 간에 존재한다는 쿨드리의 지적은 적절하다(Couldry, 2004). 나아가 점차 개인화, 분산화의 경향이 강조되는 탈근대적 소비사회에서 ‘정치적이고 사회적인 소속감(belonging)’의 공유에 근거하는 시민사회를 구성해야 하는 중요한 문제가 여전히 미해결의 상태로 남아있는 것이다(Couldry, 2004).

나. 문화산업정책의 측면에서의 문제점

하틀리가 정의한 바,(고전적 경제 영역과 구분되는) 신경제, 지식경제, 문화산업 맥락에서 새로운 뉴미디어 테크놀로지로 무장한 상호작용적인 시민—소비자라는 특정 영역에 집중할 때, 창의성 담론이 문화산업정책적인 접근과 빛을 갈등성은 문

화의 공공성의 원리와 사적경제 원리 간의 충돌로 압축할 수 있다. 창의 산업 지지자들은 소비의 자유와 탈규제를 주장하는 반면 문화적 시민권 및 문화적 복지기능을 주장하는 논자들은 문화의 공공규제 및 지원의 접근방식을 주장한다.

프랏은 현재 문화 영역에서 정치적 규제와 경제적 탈규제의 원리가 경쟁하고 있음을 정확하게 분별한 바 있다(Pratt, 2005). 그는 문화담론은 역사적으로 다차원적인 의미를 형성하며, 문화에 대한 통치 체제(governance) 역시 그에 상응하는 다양한 접근 방식을 취해왔다고 설명한다. 우선 문화적 담론은 경제적, 이데올로기적/정치적, 사회적 범주에서 다양하고 때로는 갈등적인 의미들을 지닌다.⁷⁾ 그리고 문화의 각 의미 범주마다 ‘위계적-시장적’ 방식으로 대별되는 통치체제가 형성되어 왔다. 위계적인 통치는 정부 중심적인 규제 방식을, 시장적 통치는 탈중심화되고 자유경쟁적인 탈규제 방식을 취한다. 오늘날 창의 산업 정책이 신자유주의적 정세 속에서 문화에 대한 경제적 가치를 극대화하는 통치 형태라면, 또 다른 한편에서는 국가정부에 의한 규제 원리가 여전히 유효한 영향력을 가지고 있다(이러한 문화산업에 대한 정치-경제 혹은 정부-시장의 갈등 관계는 한국문화산업정책에 관한 다음의 절에서 재차 논의될 것이다) 이러한 대척 관계 속에서 어떠한 대안적 모색이 가능할 것인가? 프랏은, 제섭(Jessop)의 논의를 따라, 위계 통치와 시장 통치 사이의 중간적 통치 방식을 택한다. 이 중간적 통치방식이란, 이질적인 행위자들을 자율 주체로 인정하고, 이들 간에 맺어지는 수평적이고 상호의존적인 관계 및 순환적인 활동을 중시하는 ‘복합 조직(heterarchy)’의 형태를 취한다.

7) 프랏은 각 범주마다 문화에 대한 다양한 수준의 의미들을 제시한다. 여기서 대표적인 의미들을 제시한다면, 경제적 범주에서는 문화의 경제적 가치를 평가하는 담론, 이데올로기적/정치적 범주에서는 문화에 대한 국가주의적 담론(문화를 국가의 유산이자 민족 정체성의 상징으로 취하는 사례), 사회적 범주에서는 문화가 공공복지의 주요 대상으로 취해지는 경우이다(Pratt, 2005).

〈표 2-2〉 문화정책결정의 장

1	2	3	Hierarchy
4	5	6	Heterarchy
7	8	9	Market
Economic	Ideotogical/Political	Social	↗ Governance
			⇐ Cultural discourse

복합조직은 중심화된 위계적 통치형태와 탈중심화된 시장 통치 형태의 중간 수준에 위치한다. 기존 문화산업 정책에서는, 문화의 사회적 가치와 그를 지지하기 위한 정부의 일관된 규제를 중시하는 3의 영역과, 문화의 경제적 가치와 시장적 접근을 강조하는 7의 영역이 중시되었다. 반면 4-5-6에 해당하는 중간지대는 간과되어 왔다. 특히 문화의 이데올로기적이며 정치적인 기능에 일정 정도 거리를 둔다면 4와 6이 새로운 문화산업정책에서 활성화되어야 할 대안적 공간으로 부각된다는 것이다. 프랫이 제시하는 복합지대의 중요성은 한국의 문화정책 문제와 관련하여, 기존의 고립적이며 단선적인 모델을 극복하기 위한 유용한 시사점을 제시한다(Pratt, 2005: 40).

프랫의 복합구조는 이질적 문화 구조를 연계하고 실행하는 문화의 장의 형식을 일정 정도 설명해준다. 이는 정책 중심의 구조와 시장 중심의 콘텐츠 담론에 의해 사장되어 왔었던 문화 실천 주체의 노동형태의 창조적 가치를 평가하기 위한 매개 공간으로 이해할 수 있겠다. 이후에 상술되겠지만, 문화 현장에서, 구조화된 위계질서가 상당 부분 해체되고 수평화되고, 다수 영역을 매개하는 노동 및 다분야에 동시에 개입적인 노동 형태가 활성화되며, 생산자와 소비자의 위치 간 순환성이 강화되는 경향이 강하게 나타나고 있는 것이다.

지금까지 디지털-전지구적-정보화의 환경에서 구축되고 있는 문화 환경의 속성을 창의 산업 담론을 중심으로 살펴보았다. 이제 논의의 흐름은 자연스럽게 한국 문화 지형으로 옮겨간다. 문화 담론은 주지하다시피 역사적이며 사회적인 특수성을

지닌다. 따라서 다음의 절에서는 한국의 문화산업 및 문화산업정책에서 창의 산업 정책이 수용된 방식을 파악하고, 그 사회적 효과를 살펴보고자 하겠다.

제 2 절 한국의 창의문화 담론 분석: 국가주의의 문화적 환영?⁸⁾

1. 정치—경제—문화의 다변적 융합 과정: 문화정책 및 문화산업정책의 시대적 변화

가. 정치의 문화화

1980년대까지 문화예술 정책은 한 마디로 중앙정부가 주도하는 ‘규제’와 ‘통제’ 중심의 정책이었다. 정부는 문화(엔터테인먼트)를 육성 또는 진흥의 가치가 있는 것으로 바라보지 못했던 게 사실이다. 진흥의 대상으로 간주했더라도 구체적이지도 장기적이지도 않았는데, 이 경우 문화정책은 ‘민족문화의 창달’이라는 추상적인 수식어로 요약할 수 있었다. 1980년대에는 이런 관변 중심의 민족문화를 비판하는 비제도권의 민중문화·민족문화 ‘운동’이 벌어지기도 했다. 하지만 1990년대 들어 ‘문화의 경제적 효용을 강조한 산업적 접근 시기’로 정부의 정책에 문화정책이 주요 의제로 부각되기 시작했다.⁹⁾

다시 말하면, 문화산업에 대한 정부의 정책은 1994년에 윤곽을 잡기 시작하여, 1998년 김대중 정부 출범 이후 본격적으로 추진되기 시작했다는 것이 일반적인 견해이다. 김영삼 정부(문민정부)가 출범한 1993년에 문화부와 체육청소년부가 통합하여 문화체육부로 개편되고 이듬해인 1994년에는 교통부의 관광국을 인수하여 오늘날의 문화관광부의 꼴이 갖추졌다.¹⁰⁾ 하지만 정부 차원에서 문화산업의 중요성을 인식하기 시작한 해로 1994년을 거론할 수 있는 결정적 계기는 문화체육부 내에 문화

8) 이 절에 제시된 한국 2000년대 이후 문화정책의 분석 내용은 상수연구실의 연구자들에게 빚진 바가 크다. 이 프로젝트에 참여해주신 분들께 감사드린다.

9) 정성욱(2004)

10) 물론, 정식으로 문화관광부란 이름으로 개편된 것은 1998년 김대중 정부(국민의 정부) 출범과 함께였다. 문화관광부는 폐지된 공보처의 업무까지 맡게 되었다.

산업국이 신설된 것이 1994년이기 때문이다.¹¹⁾ 문화산업국은 경제 부가가치 창출에 문화를 활용하는 방안을 마련하는 과정에서 신설되었는데, 이는 ‘문화적 매개 기능 중심의 문화산업 규제 정책’에서 ‘문화산업의 경제적 중요성을 적극적으로 강조하는 지원 정책’으로의 변화라는 의미를 띤다.¹²⁾

하지만 본격적으로 문화산업 정책이 수립되고 집행되기 시작한 것은 김대중 정부 이후부터이다. 김대중 정부의 인식을 단적으로 보여주는 사례는 신지식인 운동이었다. 1999년 ‘21세기 지식정보화 사회의 경쟁력을 기르자’는 취지로, 제2건국운동의 일환으로 시작된 신지식인 운동은 고부가가치와 고효율을 지닌 지적 생산의 창출에 초점을 맞추었다. 1999년 영화 <용가리>의 제작자겸 감독인 심형래가 신지식인 1호로 선정되고 공익광고를 통해 홍보되었던 일은 새삼스럽지만 상징적이다.¹³⁾

1999년 김대중 정부가 의욕적으로 전개한 신지식인 운동은 국민의 정부의 패러다임을 잘 보여주는 범국민 의식개혁 운동이었다. 이와 맥을 같이 하여 본격적인 문화산업 정책이 수립되고 시행되었다. 1999년 2월 ‘문화산업진흥기본법’이 제정되어 발효되었고, 이에 따라 문화산업진흥기금의 조성 및 운영, 문화산업 장기 발전계획의 수립과 시행이 이어졌다. 문화관광부에서 ‘문화산업진흥5개년계획’을 수립한 것이 그 결과 중 하나다. ‘문화산업진흥기본법’의 제정 취지는 문화산업을 국가의 주요 전략산업 중 하나로 간주하고 문화산업의 진흥에 관한 법을 제정함으로써 문화산업 발전의 기반을 조성하고 경쟁력을 강화하며 나아가 국민의 문화적 삶의 질 향상과

11) 이는 현재의 노무현 정부(참여정부)의 인식이기도 하다. 『2004 문화산업백서』를 보면, “2004년은 우리의 문화산업 정책이 10주년을 맞이하는 아주 뜻 깊은 해였습니다”란 구절이 발간사의 첫 머리를 장식하고 있고, ‘문화산업 정책 10년의 성과와 전망’이 제1장의 타이틀을 장식하고 있는 것은 대표적이다.

12) 임학순(2001), pp.279~300

13) 신지식인 운동은 산업화 시대의 성공지상주의와 다를 바 없는 변용된 ‘신 성장주의’라는 비판에 직면하는 등 한바탕 논쟁의 소용돌이에 휘말리기도 했다. 현재는 거의 ‘잊혀진 운동’이지만, 다양한 분야에서 신지식인을 선정하고 이를 독려하는 일은 아직도 계속되고 있다.

국민 경제의 발전에 기여하는 데 있었다.¹⁴⁾

‘문화산업진흥기본법’ 제정 및 ‘문화산업진흥5개년계획’의 수립은 김대중 정부 들어 정부 정책의 중심이 문화에서 문화‘산업’으로 이동하고 있음을 보여주었다. 다시 말해, “2000년 전후로 문화산업정책이 경제적 부가가치를 강조하는 쪽으로 기울”어지게 되고 문화산업의 경제적 가치에 두드러지게 주목하는 문화산업진흥정책으로 변모하였던 것이다.¹⁵⁾

물론 문화산업을 진흥하기 위한 기본법을 제정하고 문화산업에 관한 중장기 계획을 수립하여 시행하였지만 구체적인 세밀한 부분까지 담보하지는 못하였다. 하지만 전통적으로 문화(산업)의 범주에 속하지 않았던 게임산업, 캐릭터산업, 만화산업, 공연산업 등이 부각되어 새로운 수익 창구로 각광받았으며 문화산업의 주요 축들로 포함되었다.

1998년부터 2000년 사이의 문화관광부 예산과 문화산업국의 예산을 일별해보면 그 시기가 빅뱅의 시기였음을 파악할 수 있다. 문화산업국의 예산은 1998년 168억 원에서 1999년 1,000억 원으로 6배 증가하였으며(문화관광부 예산의 2.2%에서 11.7%로 급상승), 2000년에는 다시 1,787억 원으로 크게 증가하였다(문화관광부 예산의 15.3%로 상승). 문화관광부의 예산의 경우 1994년 3,012억 원(정부 예산의 0.63%)에서 꾸준히 증가하여 1999년 8,563억 원(정부 예산의 0.97%)을 거쳐 2000년에는 드디어 1조 원을 넘어섰을 뿐 아니라(1조 1,7078억 원), 정부 예산 대비 1% 선을 넘어섰다(1.23%).¹⁶⁾

14) 문화관광부(2004c). 『2004 문화산업백서』에서는 1994년부터 2004년까지 10년간 일어난 문화산업 정책 법제 변화 가운데 ‘문화산업진흥기본법’ 제정을 획기적인 사건 가운데 하나로 들고 있다. ‘문화산업진흥기본법’은 여러 차례 개정되었는데, 주목할 만한 것으로는 2002년 초 디지털 콘텐츠, 문화산업 진흥 시설과 문화산업 단지에 관련된 조항을 개정하는 동시에 한국문화콘텐츠진흥원의 설립 근거를 마련한 것이었다.

15) 정성욱(2004), 위의 글

16) 문화관광부(2004c), p.8. 표 1-2-1. 문화산업국 예산.

나. 문화의 경제화: IT 빅뱅, 주목받은 문화‘콘텐츠’산업

1999년을 기점으로 문화산업 정책이 본격적으로 쏟아져 나오고 관련 정부부처의 예산 또한 기억할 만한 증가치를 보인 배경에는 이른바 IT산업의 폭발적 대두현상이 있었다. 1999년에서 2000년에 이르는 시기 한국에는 ‘벤처’와 ‘IT’ 두 단어로 요약되는 열풍이 일었다. 비록 그와 같은 이상 열기는 일장춘몽처럼 깨졌지만, 초고속 인터넷망과 PC의 급속한 보급을 비롯해 정보통신부가 주축이 된 ‘디지털 드라이브’는 브레이크 없는 질주를 계속해갔다.

고부가가치 산업으로서 IT·디지털 열풍은 계속되었으며 콘텐츠 분야는 국가의 핵심전략 산업으로 육성되기 시작했다. 문화관광부에서는 2000년 2월 ‘문화산업진흥5개년계획’을 보완하여 ‘문화산업비전21’을 발표하였는데, “디지털 또는 인터넷 경제로 대변되는 지식 기반 경제는 정보 통신 기반 구축과 함께 정보 콘텐츠의 육성을 통해 균형 발전되는 것이며, 정보 콘텐츠의 대부분을 차지하는 문화 콘텐츠 산업의 육성은 그 나라 문화 정체성 및 지식 기반 경제 구현을 위한 핵심 과제로 대두”된 점을 역설하는 것이었다.¹⁷⁾ 문화관광부는 이듬해인 2001년 6월 다시 기존의 정책을 수정 보완해 ‘콘텐츠코리아비전21’ 계획을 발표했다. 이 계획은 “디지털 시대에 적합한 법제도 정비, 지식기반경제를 선도할 전문 인력 양성, 문화콘텐츠 창작역량 제고, 전략적 마케팅으로 세계진출 확대, 산업발전 기반조성을 위한 인프라 구축 등의 정책과제를 제시”했다. 디지털 시대의 도래를 보다 실감 있게 인식하고 디지털 콘텐츠를 육성할 정책의 필요성을 배경으로 보다 구체화한 것이었다.¹⁸⁾

2000년대에 접어들면서 ‘문화콘텐츠산업’이라는 용어는 한국에서 공식적인 의제로 자리매김을 시작했다. 앞서 언급했지만, 이를 가장 잘 드러내는 것은 2001년 한국문화콘텐츠진흥원의 설립이다. 한국문화콘텐츠진흥원은 1) 국제적 경쟁력을 가진 고품질의 문화콘텐츠를 제작 공급할 수 있는 핵심 성장기반을 조성하고, 2) 문화콘

17) 문화관광부(2000)

18) <http://www.kocca.or.kr>

텐츠산업을 총괄 지원하는 통합기관의 설립운영을 통해 취약한 콘텐츠 제작 유통업계에 대한 효율적인 투자지원 및 시너지 효과를 통한 산업 육성 도모하며, 3) 우리 문화의 원형과 창의성에 기초한 콘텐츠가 세계시장에서 높은 경쟁력을 가질 수 있도록 체계적인 산업지원시스템 구축하기 위한 취지로 설립되었는데,¹⁹⁾ 이는 문화콘텐츠산업에 대한 정부의 실행 목표를 집약하는 것이기도 하다.²⁰⁾

그런데 문화콘텐츠산업의 중요성이 대두하는 과정에서 문화관광부와 정보통신부 사이에 경쟁과 갈등이 문제화되기도 했다. “문화콘텐츠산업이 디지털기술과 문화요소의 유기적인 융합에서 비롯됐다는 점에서 양 부처 간의 충돌은 상당 부분 불가피한 측면도 있”지만 중복투자, 정책 혼선 등 가볍게 볼 수 없는 문제점이 빚어졌다는 평가가 여러 차례 제기되었다. 물론 당시 이를 합의 조정하기 위해 2001년 “문화부, 정통부, 산업자원부가 참여한 가운데 ‘IT업무 관련 경제정책 조정회의’를 개최하고, 오프라인 기반의 문화콘텐츠산업뿐만 아니라 게임, 온라인 애니메이션, e북 등 온라인 기반의 디지털콘텐츠 분야는 문화부 소관으로 하고, 기술개발 부문에서도 디지털저작권 관리와 관련된 응용기술 개발 분야는 문화부가 담당하는 것이 바람직하다는 결론을 내렸다. 정통부 역시 IT 관련 기술기반 구축에 전념하는 것이 국가적인 차원에서 효율적이라는 것이 당시 회의결과였다”는 것이다.²¹⁾

19) 한국문화콘텐츠진흥원 홈페이지. <http://www.kocca.or.kr/intro/history.jsp>

20) 참고로, 한국문화콘텐츠진흥원에서는 음악사업의 일환으로 2003년부터 ‘인디 레이블 육성 지원’사업을 추진하고 있다. 이 사업은 음악콘텐츠 저변 확대 및 장르 다양화를 위하여 비제도권 음악과 특수 장르 음악을 육성하고 다양한 음악 장르에 대한 매니아층 형성을 통한 창작자 자생 기반 조성을 목적으로 한다. 2003년 40개 인디 레이블에 1천만 원씩 4억 원, 2004년 25개 인디 레이블에 1천만 원씩 2억 5천만 원, 2005년 20개 인디 레이블에 1천만 원씩 2억 원을 지원했다. 허클베리펀, 스왈로우, 3호선 버터플라이, 이장혁, 손지연 등의 음반이 이 사업의 지원금을 받아 제작되었다.

이 사업에 대한 자세한 내용은 다음을 참고하라. http://www.kocca.or.kr/music/work_info_22.jsp

21) 서병문 한국문화콘텐츠진흥원장, <디지털 포럼: 문화콘텐츠 영역 갈등>, <디지털

하지만 문화관광부와 정보통신부 간의 정책 조율 문제는 ‘총론’에서는 합의되었는지 몰라도 ‘각론’에서까지 합의되지는 않았다. 부처 간 영역 싸움이 해소되지 않음에 따라 업계에서 양 부처 간 정책 조율과 갈등 해소를 재차 요구하는 움직임이 계속되었다. 결국 2004년 10월 1일 문화관광부와 정보통신부에서 공동으로 ‘문화콘텐츠·디지털콘텐츠 영역 상호협력방안’을 발표하고 중복사업 통합 및 분담에 적극 나서기 시작했다. 합의내용은 문화관광부는 문화콘텐츠 분야에서, 정보통신부는 디지털콘텐츠 분야에서 주무 부처로서 역할을 수행하겠다는 것이다. 하지만 이는 장관 차원에서 맺은 업무 협정이어서 법적 구속력이 전혀 없으며 합의서의 실효성을 극대화할 수 있는 제도적 방안을 마련하는 게 필요하다는 지적이 나왔는데, 이는 아직도 유효한 것으로 보인다.²²⁾

사실 문화콘텐츠산업의 부상은 IT산업의 붐을 타고 2000년대 초 디지털/온라인 사업에 대한 집중 육성에서 시작되었다는 점을 부인할 수 없다. 초고속인터넷망의 급속한 보급으로 상징되는 정보통신부 중심의 사업이 문화산업의 디지털 환경 및 인프라 구축과 변화에 큰 지렛대가 되어왔던 게 사실이기 때문이다. 하나의 예로 mp3 파일, P2P 공유방식 등 컴퓨터 테크놀로지 발달과 초고속인터넷망의 보급과 같은 네트워크 테크놀로지 기반을 제외하고 2000년대 음악산업을 논할 수 없다.²³⁾

시장의 급속한 재편과 부침에 따라 정책이 격심한 변화를 일으키기도 했다. 이는 한편으로 변화하는 시대에 대응한다는 측면도 있지만, 다른 한편으로 정책의 중장기적 안목이 부족했다는 지적과 일맥상통한다. 가령 1999년 문화관광부 내에 신설

타임스>, 2003.10.13. http://www.dt.co.kr/contents.htm?article_no=2003101302010469636001

22) <문화부-정통부 상호협력 선언 콘텐츠 영역 ‘자율조정’>, <디지털타임스>, 2004. 10.4. http://www.dt.co.kr/contents.htm?article_no=2004100402010351636002

23) 초고속 인터넷 가입회선 수는 1만 4천 회선(1998년)에서 1,192만 회선(2004년 12월, 보급률 세계1위)으로, 인터넷 이용자 수는 163만 명(1997년)에서 3,067만 명(2004년 6월)으로, 이동전화 가입자 수는 682만 명(1997년)에서 3,659만 명(2004년 12월)으로 비약적으로 상승했다. 문화관광부(2005b).

된 문화산업국의 내부 조직 편제만 봐도 “1999년 조직 개편에서 두드러진 게임 산업의 비약적인 외형 성장과 애니메이션 산업에 대한 주목이나, 2001년의 조직 개편을 통해 문화상품과가 사라진 자리에 멀티미디어 콘텐츠 산업 등을 관장하는 문화콘텐츠진흥과가 들어선 것”²⁴⁾과 같이 시장적 가치를 가진 산업에 집중하는 경향이 짙었다.

다. 문화의 정치화: 창의성, 국가정책의 키워드로

2000년을 전후해 IT산업의 빅뱅과 디지털에 기반한 환경이 대두에 따라 그것을 무엇으로 채울 것인가 하는 고민과 노력이 화두로 등장한 것은 자연스러운 일이었다. 그에 따라 2000년대 초 가장 각광받은 용어는 콘텐츠였다. 2004년을 기점으로 새롭게 떠오른 용어는 창의성이다.

앞서 인용한, 문화콘텐츠 영역 갈등과 부처 간 분야 조율에 관한 서병문 한국문화콘텐츠진흥원장의 기고문을 보면, 다음과 같은 구절이 나온다. “이러한 합의가 가능했던 것은 문화콘텐츠산업의 핵심 기반이 ‘기술’이 아니라 ‘창의성’이기 때문이다. 사실 콘텐츠 창작과 개발에 있어서 디지털이나 아날로그와 같은 신호체계는 큰 의미가 없다. 그것은 사업 방향과 전략에 따라 ‘선택’할 문제이지, 반드시 필요한 전제 조건은 아니다. 업계로부터 이야기를 들어봐도 ‘어떤 기술을 채택할 것인가’에 대한 관심보다는 ‘어떻게 하면 창의적이고 재미있는 콘텐츠를 만들어낼 것인가’에 대한 관심이 훨씬 큰 것을 알 수 있다.”²⁵⁾ 또 한국문화콘텐츠진흥원의 홈페이지를 보면, ‘창의적 문화콘텐츠 산업 강국 실현’이 비전임을 알 수 있다.²⁶⁾ 창의, 창의성, 창의

24) 문화관광부(2004c).

25) 서병문 한국문화콘텐츠진흥원장, <디지털 포럼: 문화콘텐츠 영역 갈등>, <디지털 타임스>, 2003.10.13. http://www.dt.co.kr/contents.htm?article_no=2003101302010469636001

26) 한국문화콘텐츠진흥원의 비전과 목표는 다음과 같은 내용의 다이어그램으로 표현되고 있다. ‘문화콘텐츠산업 종합지원체제 구축 → 해외시장 진출 최우선화, 문화콘텐츠 창작역량 강화, 창조적 전문인력 양성 및 기술 개발, 문화콘텐츠 발전 기반 구축 → 목표: 세계 5대 문화콘텐츠 생산국 진입, 문화콘텐츠 수출산업화 → Vi-

산업 등은 비단 한 기관의 비전이나 트렌드 용어에 머물지 않고 담론으로, 정부정책의 화두로 떠올랐다. 이는 주지하다시피 영국의 창의 산업 담론과 정책에서 비롯된 것이다.

1) 참여정부의 문화비전 ‘창의한국’

2003년 출범한 노무현 정부(참여정부)는 ‘창의성’을 화두로 한 문화비전과 정책들을 여러 차례 발표해왔다. 그 시발점은 2004년 6월 문화관광부에서 발표한 ‘창의한국: 21세기 새로운 문화의 비전’(이하 ‘창의한국’)과 ‘새로운 한국의 예술정책’이다(각각 700매를 전후한 두툼한 책으로 묶여 나왔다). 두 정책은 모두 기존의 문화정책이 대통령 재임기간 내 실현을 목적으로 한 단기사업 중심이었음을 지적하면서 문화에 대한 개념의 재정립, 창의성에 기반한 중장기 정책과 비전의 필요성을 배경으로 한 것이었다. 무엇보다, 선진국에 진입하기 위한 21세기 국가 발전의 성장 동력으로서 창의적 문화의 중요성을 강조한 것이었다.

‘창의한국’과 ‘새로운 한국의 예술정책’은 영국은 1998년 창의적인 영국(Creative Britain)을, 미국은 2000년 창의적인 미국(Creative America)을 발표하는 등 창의성이 모든 국가의 화두가 된 시대라고 진단하고 있다. 이들 선진 국가에서 미래의 사활을 창의성에 걸고 있는 이유는 창의성이 경제뿐 아니라 사회의 총체적 생산능력의 필수적인 요건이자 경제와 사회 발전을 이끄는 성장 엔진이기 때문이라고 밝히고 있다.²⁷⁾

두 정책 모두 총론에서 창의성이란 다르게 보고 다르게 생각하는 능력으로, 우리 시대의 창의성은 예술이나 과학의 전유물이 아니라 상상 가능한 모든 영역에서의 문제제기와 문제풀이를 의미하는 것으로 폭넓게 정의될 필요가 있다고 말한다. 기존에는 창의성을 특출한 몇몇 개인(예컨대 ‘천재’)의 전유물이나 일종의 선천적 능력으로 이해해왔는데, 21세기는 개인의 차원을 넘어 지역, 국가적 차원에서 창의성이 중요한 시대이며 한 국가가 보유한 가장 위대한 자원은 국민의 창의성이라고 해

sion: 창의적 문화콘텐츠 산업 강국 실현’ <http://www.kocca.or.kr/intro/vision.jsp>

27) 문화관광부(2004a), pp.27~28. 문화관광부(2004b), pp.13~14.

도 과언이 아니라고 주장한다. 창의성은 자유로운 환경에서 스스로 기르는 것이며, 문화는 창의성을 길러주는 인큐베이터로서 핵심적인 요체라고 역설하고 있다.²⁸⁾ ‘새로운 한국의 예술정책’에서는 가장 직접적으로 창의성을 인식할 수 있는 매체가 바로 예술이며 예술은 단지 미학적 상상력만 촉발하는 것이 아니라 사회적, 정치적, 과학적, 경제적 상상력을 만들어내는 산실이라고 적고 있다.²⁹⁾

그런데 이런 창의성을 강조한 비전과 정책을 입안하게 된 실질적 문제의식은 무엇일까. 신자유주의적 세계화, 디지털화, 경제성장률의 둔화 등 시대와 환경의 변화를 직시하면서, 이런 변화된 시대에 문화산업 혹은 창의 산업이 돌파구이자 새로운 성장 동력으로서 중요하다는 인식에 있다. 즉 기존 제조업의 성장률이 둔화하는 추세와 반대로 문화산업은 급속한 성장률을 기록하는 고성장 산업이며, 한 국가의 주요 성장 엔진이자 국가 전략산업으로 급부상하고 있다는 점이다.³⁰⁾

‘새로운 한국의 예술정책’의 경우, 1990년대 이후 문화정책이 산업적, 경제적 측면을 강조함에 따라(순수)예술계는 상대적 박탈감을 가지게 되었으며 ‘창의성의 샘’인 예술의 위기를 초래하고 예술인들은 생계가 아닌 생존을 위협받게 되었다는 상황 인식에서 비롯되었다.³¹⁾

‘창의한국’과 ‘새로운 한국의 예술정책’의 기본 방향과 추진과제는 다음과 같다.

28) 문화관광부(2004a), pp.28~30

29) 문화관광부(2004b), pp.16~17.

30) 이는 문화관광부에서 배포한 <한국 문화산업의 현황과 전망>(2005)에 잘 나와 있다. ‘문화산업은 차세대 성장 동력’이란 장(chapter)에 나와 있는 국내 경제 및 문화산업 성장률, 주요국의 GDP와 문화산업성장률, 제조업과 문화산업의 성장률 및 고용성장률 비교 등 각종 다이어그램과 표를 참고하라.

31) 문화관광부(2004b), pp.17~23. ‘새로운 한국의 예술정책’에서 포괄하는 분야는 시각예술(미술, 사진, 디자인, 공예 포함), 문학, 무용, 연극, 공연, 지역문화, 전통예술의 7개 분과이다. 즉 순수예술에 대한 정책이라고 말할 수 있다.

〈표 2-3〉 ‘창의한국’의 3대 추진목표, 5대 기본방향, 27대 추진과제

3대 추진목표	5대 기본방향	27대 추진과제
창의적인 문화시민 (Creativity)	문화 참여를 통한 창의성 제고	문화예술 교육을 통한 문화 역량 강화
		학교 체육 활성화를 통한 심신의 조화발달
		문화활동 증진과 여가문화의 질 향상
		생활체육 활성화를 통한 국민건강 증진
		창의적인 청소년 문화의 육성
		양성평등 문화 확립
		문화적인 노후생활 보장
		사회적 취약계층의 문화권 신장
다원적인 문화사회 (Diversity)	문화의 정체성과 창조적 다양성 제고	새 언어 문화의 형성
		열린 민족문화로 다가서는 문화 정체성
		문화유산의 보존과 전통의 현대적 계승
		예술의 창조적 다양성 제고
	문화를 국가발전의 신성장동력화	스포츠 시스템 개편과 지속적인 경기력 향상
		문화산업의 고도화
		관광산업의 전략적 육성
		스포츠산업을 신성장동력으로 육성
역동적인 문화국가 (Vitality)	국가 균형 발전의 문화적 토대 구축	지역의 문화 역량 제고
		쾌적하고 아름다운 공간 환경 조성
		문화시설의 균형적 확충과 운영 활성화
		국민에게 다가가는 문화정보체계 구축
		지역문화의 역동적 특성화
		농어촌의 문화환경 조성
	평화와 번영을 위한 문화 교류 협력 증진	신행정수도 문화기획
		국가의 문화적 이미지 향상
		국제교류 확대를 통한 문화다양성 증진
		동북아 문화협력 강화
		남북 문화교류 확대

〈표 2-4〉 ‘새로운 한국의 예술정책’의 새 방향

	〈이전의 예술정책〉	〈 새 예술정책 〉
예술정책 대상과 범위	전통적 기존장르중심	탈장르 및 실험적, 대안적 예술 중시 등 대상 범위 확대
중앙정부의 역할	집행. 규제. 감독자	기획. 조정. 평가자
정책방향	창작활동중심 지원 주류, 기성 작가위주 지원	창작, 매개, 향유부문 균형 발전 정책 비주류, 신진작가 지원 강화
추진체계	관주도의 정책 결정 중앙(정책결정)과 지방정부(정책집행)의 서열화	민간의 정책결정 역할 강화 중앙, 지방 정부 및 민간과 분권 및 협력
정책수단	국고, 기금에 과도한 의존 현행법, 제도의 예술 환경 변화 수용 한계	민간기부 등 재원 다각화 예술 환경변화에 맞게 법, 제도의 지속적 정비

〈표 2-5〉 ‘새로운 한국의 예술정책’의 4대 기본방향과 14대 역점추진과제³²⁾

4대 기본방향	14대 역점추진과제
1. 향유자 중심의 예술활동 강화	① 예술교육을 통한 문화향유능력 개발 ② 생활 속의 예술참여 활성화 ③ 예술의 공공성 제고
2. 예술의 창조성 증진	④ 장르별 예술 창작활동 지원 확대 ⑤ 새롭고 실험적인 예술 활동 지원 ⑥ 남북 및 국제예술교류를 통한 예술의 지평 확대 ⑦ 국립예술시설, 단체의 기능 활성화 및 특화된 예술 환경 조성
3. 예술의 자생력 신장	⑧ 예술인에 대한 사회적 예우 강화 ⑨ 예술전문인력의 체계적 양성 및 재교육 ⑩ 예술의 산업적 발전 지원 ⑪ 개성 있는 지역문화 진흥
4. 열린 예술행정체계 구축	⑫ 예술지원시스템을 현장중심으로 전환 ⑬ 예술재원의 안정적 확충과 효과적 활용 ⑭ 예술진흥을 위한 법과 제도 개선

32) 14대 역점추진과제 중 특기할 만한 것으로, ‘⑤ 새롭고 실험적인 예술활동 지원’에 소수·대안문화 지원 관련 내용이 있다. 대중음악 저변을 지키기 위한 라이브 클럽·인디 밴드 살리기 활동 등을 적극 지원하겠다는 내용이 포함되어 있다.

2) ‘문화강국(C-KOREA) 2010’

2004년에 발표한 ‘창의한국’과 ‘새로운 한국의 예술정책’은 2005년 ‘문화강국(C-KOREA) 2010’이란 정책으로 확대 보완되었다. ‘문화강국(C-KOREA) 2010’은 명실공히 참여정부의 문화비전과 정책을 구체화한 종합적인 청사진이다. ‘문화강국(C-KOREA) 2010’은 창의적 문화 기반 경제시대가 도래하고 있고,³³⁾ 디지털 융합 시대, 국민 관광·레저 시대, 지방분권 시대를 맞이하여, 21세기 국가발전 동력으로서 창의성(Creativity), 글로벌 시대 경쟁력을 좌우하는 핵심역량으로서 문화(Culture), 고용 없는 성장시대의 돌파구로서 콘텐츠(Contents), 이상 3C를 활용해 문화·관광·레저스포츠산업을 전략적으로 육성한다는 목표를 밝히고 있다. 한 마디로, ‘창의성(Creativity)과 문화(Culture)를 바탕으로 문화·관광·레저스포츠의 다양한 콘텐츠(Contents)의 산업적 활용을 통해 국민소득 3만 달러 시대를 조기에 견인하고 2010년 세계 5대 문화산업 강국을 실현하는 중장기 비전과 전략’이다.³⁴⁾

‘문화강국(C-KOREA) 2010’에 의하면, 문화·관광·레저스포츠산업은 기존 제조업의 성장률이 둔화하는데 비해 성장세가 두드러지게 늘어나는 추세이고(신성장동력), 같은 금액을 투자했을 때 제조업보다 더 많은 고용을 창출하며(고용 없는 성장 해소), 창의적인 아이디어만 있으면 적은 비용을 투입하고도 높은 이익을 창출할 수 있고(고부가가치산업), 다른 분야의 생산을 함께 촉진하는 등 파급효과가 크다(시너지 효과)는 점에서 21세기 국가 핵심 전략으로 삼아야 한다는 것이다.

‘문화강국(C-KOREA) 2010’은 하나의 문화비전 차원을 넘어서 국가적 차원의 중장기 비전이라고 해도 과언이 아닐 정도로 방대한 내용을 담고 있다. 각론에 담겨 있는 ‘2010년 세계 3대 게임강국 실현’, ‘2010년 세계 5대 영화강국 도약’, ‘2010년

33) 창의적 문화 기반 경제 시대의 도래(문화관광부(2005a), p.8)

1980년대	1990년대	2000년대
제조업 기반 경제	지식 기반 경제	문화 기반 경제
노동력, 가격	기술, 품질	기술, 감성, 이미지, 체험

34) 문화관광부(2005a), pp.8~22.

아시아 음악강국(K-Pop) 실현’, ‘2010년 방송영상 선진국 진입’, ‘한류 세계화를 통한 국가 브랜드파워 강화’, ‘외래 관광객 1,000만 명 시대 및 레저스포츠 인구 1,000만 명 시대 대비 제도 개선’ 등의 문구는 이 비전이 어디에 중심을 두고 있는지를 보여준다. 다시 말해 ‘문화강국(C-KOREA) 2010’에서 창의성(Creativity), 문화(Culture), 콘텐츠(Contents)란 키워드는 그 자체보다는 달라진 시대의 돌파구이자 선진국 진입을 위한 동력으로서 3C‘산업’을 표방하고 있는 것이다. 이는 문화산업의 경제논리를 적극적으로 강조하고 이를 전략으로 삼는다는 점에서 1990년대 이후 문화정책의 연장선상에 있으며, 경제성장과 수출을 최우선으로 한 3공화국의 경제논리에 서 그리 머지않은 후예로 평가할 수도 있을 것이다.

〈표 2-6〉 ‘문화강국(C-KOREA) 2010’ 비전³⁵⁾

국정목표	선진한국 · 선진경제		
	↑		
비전	문화로 부강하고 행복한 대한민국		
	↑		
3대 정책목표	세계 5대 문화산업 강국 실현	동북아시아 관광 허브 도약	세계 10대 레저스포츠 선진국 진입
10대 핵심과제	국제수준의 문화산업시장 육성	주40시간 근무에 따른 관광 수요 국내 충족	고부가가치 스포츠용품 개발 및 국제경쟁력 강화
	문화산업 유통구조의 혁신	외래 관광객 1,000만 명 시대를 위한 수용태세 개선	
	저작권산업 활성화를 위한 기반 구축	경쟁력 있는 지역특화	레저스포츠산업 기반 확대
	한류 세계화를 통한 국가 브랜드파워 강화	자원 개발 · 확충	프로스포츠산업의 자립 기반 구축
	↑		
추진전략	시장친화적 구조 창출		
	블루 오션(Blue Ocean) 전략		
	협치(Governance) 시스템 구축		

35) 문화관광부(2005a), p.18.

2. 창의 담론의 사회적 효과

앞에서 문민정부 이후 문화와, 창의성의 담론이 정치와 경제의 미묘한 변화 국면에 상응하는 방식으로 채택, 변용하는 과정을 문화정책 및 문화산업정책을 중심으로 검토하였다. 이 광범위한 역사에서 논의의 초점을, 본 연구의 출발점인 현재로 제한하기로 하자. 즉 참여정부 이후 창의한국과 새로운 예술정책이 수립되고 C-KOREA 정책이 완료된 2004~5년 시기이다. 이러한 정책들의 내용을 면밀히 살펴보고, 단지 이러한 문화담론이 서구 신자유주의적 담론을 수입한 표피 이상의 사회적 의미를 지니는지 여부를 판단하기 위해서이다.

국민정부로부터 참여정부로 이행하는 시기에 국민정부의 문화정책을 평가하고 참여정부의 문화정책의 대안을 제시하는 담론 생산 활동이 비교적 활발하게 전개된다. 문화연대 중심으로 이루어진 토론 내용을 검토하면, 문민정부로부터 국민정부로 이어지는 동안, 문화의 외형이 획기적으로 성장하였으며, 문화에 대한 체계적인 접근이 이루어졌다는 사실에 대한 동의가 이루어져 있음을 확인할 수 있다(문화연대, 2002). 물론 이러한 동의에는 정부의 문화정책이 문화의 경제적 가치 극대화에 편중하는 경향에 대한 경고가 깔려있다. 이어 발견되는 보다 흥미로운 사항은, 참여정부의 <창의한국> 문화정책과 시민단체 문화운동과의 친밀성이다. 참여 정부 문화정책에 대한 대안 제시라는 성격을 지니고 있는 2003년도 생산된 시민단체 중심의 담론들을 살펴보면, <창의한국>의 ‘문화 비전’ 담론과 놀랄 정도의 유사성을 보여준다(문화연대, 2003). 이렇듯 정부와 시민사회 간에 보이는 문화담론의 근접성은 문화의 사회적 가치(프랏의 논의를 상기하라)에 대한 것으로서, 개인의 자유와 평등의 원칙으로서 창의성, 그리고 창의성의 공동체적 발현 형태로서 문화권, 문화복지, 문화사회, 문화민주주의 등의 전망을 제시하는 부분에서 두드러진다. 이 관점에서 창의성의 민주적 실현은 신자유주의적 권력과 적대적인 것으로 이해된다. 실제로 시민단체의 문화론자가 문화정책 과정에 직접 참여하는 등(이는 정부에서 출간된 정책서와 논문의 합치, 및 정책서에 명시되어 있는 바, 정책과정 참여인과 토론회 자료 및 논문 저자들의 합치 확인을 통해 밝혀진다), 참여정부 초기의 창의문화정책

은, 단순히 서구 정책의 수입이나 피상적인 모방이었다기보다는 당시 참여정부와 시민사회의 적극적인 결합의 산물이었다. 이를 통해 당시 386세대, 혹은 그들의 ‘문화정치학적 정서(참여정부의 핵심적지지 집단으로 간주되는 386세대 대부분이 1990년 대 중후반 한국 사회의 문화화를 경험한 20대 청년집단이었음을 상기할 수 있다)가 참여정부의 문화정책담론 생산에 중요한 영향을 미쳤던 것을 알 수 있다. 한편 이렇듯 진보적인 문화담론의 장은 참여정부가 시민사회로부터 연계성을 끌어내고, 자신의 문화—정치학적 정당성의 근거를 구성할 수 있는 중요한 정치적 고리가 되었다.

그러나 이러한 문화에 대한 원론적 가치에 대한 사회적, 정치적 가치에 대한 신념은 2005년도 C-KOREA 정책에서 상당 부분 변화/변질되었음을 볼 수 있다. 프랏의 도식을 적용하여 설명한다면, 문화정책의 강조가 문화에 대한 사회적 가치로부터 경제적 가치로 우향화하였고, 정부 주도의 위계적 접근으로부터 시장적 접근으로 하향화하였다. 더불어 <창의한국>의 ‘문화비전’에서 제시되었던 바, 문화의 사회적 가치 및 정치적 역할에 대한 상당히 야심찬 도전 의지가 <C-KOREA>에 이르러서는 선택과 집중의 원칙으로 대변되는 신자유주의적 담론으로 퇴색되었음을 발견할 수 있다.

지금까지 제시된 문화정책담론 분석에 동의할 수 있다면, 현재 문화의 장에서 발견되는 바, 90년대 후반부터 양적, 질적으로 급성장한 문화생산자의 인력과 빈한한 문화구조, 문화 공간에서 표출되는 욕망경제와 현실 문화경제 간 존재하는 간극의 원인을 유추할 수 있으리라 생각한다(이에 대한 상세한 논의는 문화생산자 심층인터뷰 자료를 분석한 다음의 장에서 제시된다). 즉 문화의 본질적 가치—개인적 창의성의 가치 및 창의성의 민주적 실현—에 대한 원론적 담론이 형성되고 그 담론의 맥락에서 문화 실천의 장이 숙성되었음에도 불구하고, 실제적인 문화산업 질서는 시장주의적인 접근으로 현실화되고 관리되는 식의, 상반된(심지어 자기분열적인) 과정을 거쳐 온 것이다.

따라서 문제의 실상과 해결점은 문화의 장에 있을 것이다. 이 문제는 이어지는 절에서 문화생산자를 심층인터뷰 자료를 중심으로 다루어 보기로 한다.

제 3 장 자유와 독립, 그 모험과 질곡: 문화생산자 심층인터뷰를 중심으로

제 1 절 문화산업에 대한 이분법적 사고에 대한 문제제기

한국 〈문화산업 백서 2004〉는 한국 문화정책 10주년을 기념하는 자축의 인사로부터 시작된다. 지난 10년의 문화정책의 과정은 ‘문화산업 정책이 문화산업 진흥 정책으로 변모’하는 과정으로 선언된다(문화관광부, 2004: 5쪽). 이를 통해, 문화의 경제적 가치의 인식 및 본격적 추구라는 정책적 변화를 재확인할 수 있다. 따라서 이것은 이제 더 이상 새로운 것이 없다. 보다 미묘한, 그리고 유의미한 지점은, 이러한 변화가 어떠한 방식을 통해 현실화되며 그 긍정적, 부정적 효과는 무엇인가를 파악하는 것이다.

문화산업정책의 작동 방식을 보다 상세히 이해하기 위해 ‘문화산업정책의 방향’을 살펴보기로 하자. 역시 〈문화산업백서 2004〉은 ‘새로운 문화산업 정책의 패러다임’의 수립 방향을 다음과 같이 제시하며, 지혜로운 방식을 통한 상황 타개를 위하여 정책 관련자들의 ‘발상의 전환’을 요구하고 있다.

최근 목격되는 문화산업 정책의 재조정의 움직임을 요약하면, 한편으로는 문화산업 진흥 정책 관련 예산의 실질과 효율성을 증명하라는 정부 내의 요구와, 다른 한편으로는, 정부 바깥의 시민 사회를 중심으로 제기되어온 경제성 위주의 문화정책과 문화산업 정책에 대한 이의 제기의 수렴 노력이라 할 수 있다. 정부는 이들 요구와 이의 제기를 정책 결정 과정에서 함께 복합적으로 고려하여 새로운 문화산업 정책의 패러다임을 수립할 것이다(문화관광부, 2004: 18쪽).

〈문화산업 백서 2004〉는 문화의 공공적 접근과 경제적 접근 간의 위치한 문화산업정책의 갈등적 위치를 스스로 드러내고 있다는 점에서 흥미롭다. 그리고 이 갈등

을 다소 타협적인 방식으로 풀어내고 있다. 향후 문화산업 정책의 방향으로서(1) 문화산업의 경제적 가치와 문화산업정책, (2) 문화산업의 비경제적 가치와 문화산업정책 등의 두 방향성을 ‘수렴’한다는(문화관광부, 2004: 18~19쪽), 지극히 원론적이어서 타당하지만 동시에 현실적인 해결책이 결여된 시야를 드러내고 있다.

그러나 보다 중요한 문제점은 문화산업의 경제적 가치와 비경제적 가치의 수렴을 모색하려는 문화 정책적 시도가 비현실적일 뿐만 아니라 탈정치적이라는 사실에 있다. 그것은 경제적 가치와 비경제적 가치의 범주화 방식에서 드러난다. 우선 문화산업의 경제적 가치와 비경제적 가치가 각각 적용되는 영역을 살펴보자. 문화산업의 경제적 가치는 기존의 ‘창작 부문에 대한 정부의 직접적인 자금 지원’ 방식으로부터 벗어나 ‘여러 정책 대안과 경로들 간에 우선순위를 매겨 정책의 집중도를 제고할 필요’가 있으며, 이는 ‘투명한 유통 시스템의 정착’을 통한 ‘문화산업의 창작 부문을 간접적으로 자극하는 정책으로 전환해야 할 필요’로서 규정된다. 이 유통의 논리는 창작과 소비의 토양을 ‘폭넓게 허용함으로써 창작의 기반을 넓히는 법적 장치의 고안’으로 설명됨으로써, 창조의 광범위한 영역이 유통의 효율적 관리를 위한 법적 기제 차원으로 축소되고 있음을 알 수 있다(문화관광부, 2004: 19~20쪽). 한편 문화산업의 비경제적 가치는 소비의 영역에서 찾아진다. ‘문화 복지의 대중적 확산’을 통한 ‘좋은 소비 경험은 창조적 생산의 전제’가 된다는 ‘비시장적’ 논리가 주축을 이룬다.

이러한 문화산업의 경제적 가치와 비경제적 가치의 분류는 현실 문화의 현실의 노동의 방식과 보상의 원리를 단순화하는 한계를 지닌 것으로 판단된다. 특히 앞서 살펴본 것처럼, 문화화의 경향이 사회적으로 확산된 상황에서, 문화 생산자들의 움직임은 기존의 법적, 행정적, 산업적 체제가 보장하는 창조의 ‘권리’와 소비의 ‘덕목’을 해체하려는 움직임을 통해 발현되고 있다. 이것은, 법적 용어로 표현하면 ‘유통’의 질서이고, 이론적 용어로 표현하면 ‘매개자(intermediaries)’의 노동이며 현장의 용어로 표현하면 ‘소통’의 욕망이다(한국대중음악학회 토론회, 2004). 유통, 매개, 소통의 대안적 채널과 공간을 개척하는 활동은, 그 활동가들에 있어서 삶의 물리적 조건을 구성하는 핵심적인 ‘노동’이되 기성의 문화‘산업’정책 차원에서는 전혀 경제적

인 효용가치를 지닌 노동으로 보장받지 못하고 있는 것이다. 요약하자면, ‘생산/소비 = 경제적 가치/비경제적 가치 = 문화산업/문화복지’의 이분법적 접근은 현재 ‘복잡하고 경쟁적이며 모호한’(Hesmondalgh, 2002) 문화의 장의 욕구와 욕망과 필요를 수렴하기에는 기본적인 한계를 드러낸다.

이 절에서는 기존의 제도적 관념에 의한 문화산업의 구조 — 문화복지/문화산업, 생산/소비, 경제적 가치/비경제적 가치 — 가 와해되고 있는 한국문화현장의 사례를 제시함으로써, 새로운 문화 공간의 모색을 위한 전제적 인식을 제공하고자 한다.

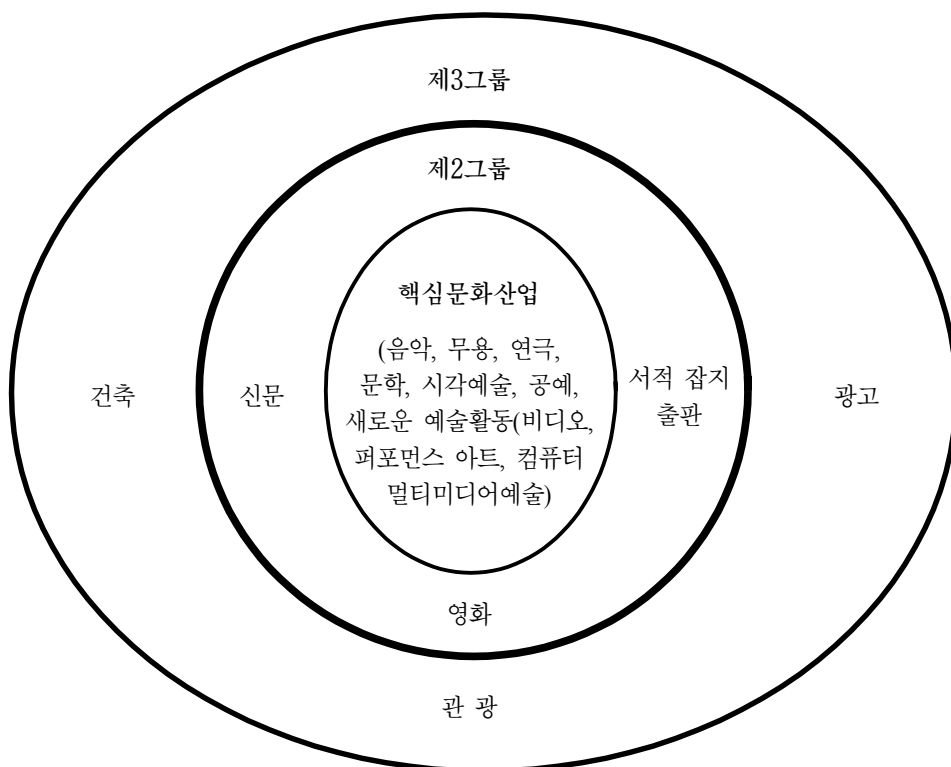
제 2 절 문화현장: 산업 구조로부터 생산 주체로

〈문화산업백서 2004〉의 구분에 의하면 한국 문화산업의 범위는 ‘영화, 음반, 비디오물, 게임물, 출판, 인쇄물, 정기간행물, 방송 프로그램, 캐릭터, 애니메이션, 디자인, 전통 공예품 및 멀티미디어 콘텐츠 등과 관련된 산업’으로 정의된다(문화관광부, 2004: 9쪽). 이 정의는 생산물의 형태 중심으로 구성됨으로써, 다분야적인 ‘활동’을 동시에 수행하는 문화 생산자들의 실제 노동 및 소비하는 현실과 유리되어 있다. 이런 범주적 제약을 부분적으로나마 해결하기 위해 크레이 — 타이트의 문화산업 구분도를 참조하기로 한다(Creigh-Tyte, 1998, 정성욱, 2004에서 재인용). 그녀의 접근 방식이 유용한 이유는 ‘창의적인 예술 활동’의 적용 방식 및 범위에 따라 문화산업을 이해함으로써, 그 다각적이고 광범위한 속성을 제시해준다는 점이다(정성욱, 2004). 창의 산업은 모두 다섯 개의 범주로 구분되는 바, 창의적인 예술 활동(글쓰기, 공연, 작곡, 그림, 디자인 등 문화콘텐츠) — 라이브 활동 — 배급 및 제작 — 관련 산업 활동 — 커뮤니케이션을 위한 문화 관련 장치 산업이다. 개인의 창의적인 예술 활동 쪽으로 갈수록 창의성이 강화되는 한편, 문화 관련 장치 산업 쪽으로 갈수록 기술적이고 집단적인 형태가 강화된다(정성욱, 2004: 30쪽).

이와 유사하게 스포츠비 역시 활동에 투여되는 창의성의 정도에 따라 〈핵심적인 문화산업〉과 〈주변적인 문화산업〉으로 구분한다. 창의적인 핵심 문화산업은 전통적

으로 창의적인 예술 범주에 해당하는 제 1 영역으로서, 음악, 미술, 연극, 문학, 시각 예술, 공예, 새로운 예술 등이 포함되고, 주변적인 문화산업은 핵심 문화산업을 응용하는 영역으로서, 두 개의 영역으로 하위구분된다. 제 2영역은 핵심문화산업에 경제적 가치를 부여하는 영역으로서, 신문, 잡지 및 출판, 영화 등이 해당된다. 마지막으로 주변적인 문화산업의 제 3 영역은 총괄적인 문화산업을 포괄하는 개념으로서 관광, 광고 등이 포함된다. 이처럼 창의 산업 혹은 문화산업의 다층적 이해는 각 영역마다 개인의 창의성 및 사회/경제적 가치가 상이한 영역마다 차별적으로 투여되고 산출된다는 점을 확인시켜 준다는 점에서 유용하다.

[그림 3-1] 스로스비의 동심원 모델(정성욱, 2004: 27쪽에서 재인용)



한국의 문화산업 체계 역시 입체적으로 파악할 필요가 있다. 아직까지 문화산업 인력에 대한 체계적인 조사가 이루어진 적이 없다는 빈한한 상황에 대한 비판을 차치하고서라도(정성욱, 2004: 8쪽), 문화산물 중심의 산업적 특성 이해가 인력과 활동의 요소를 포함시켜야 하는 이유들을 발견할 수 있다. 우선 미디어 다양화 및 통합화가 진행되면서, 단일한 예술 도구나 매체만을 고수하기 보다는 영역 간 혼합이 활발해지고 있다. 마치 멀티미디어 소비가 일반화되는 것처럼, 생산 영역에 있어서도 시각예술, 영화, 이벤트 영역이 자연스럽게 묶이고, 미술관의 큐레이터가 비평가 역할을 겸하게 되는 식이다. 물론 여기에는 미학적인 이유 못지않게 사회적 이유가 차지하는 비중이 크다 - 돈을 벌기 위해 생기는 일들을 배워가면서 하게 되기 때문이다.

둘째, 특정한 직업 체계로 명시될 수 없는 매개자의 역할이 점차 중요해지고 있다. 전통적인 예술 혹은 문화산업의 장에서 매개자는 전문적인 생산자와 일반 대중을 연결시켜 주는 존재이다. 양자 간의 상업적인 연결을 돕는 브로커에서부터 지식과 정보의 연계를 도모하는 기자와 비평가와 같은 정보전달자에 이르기까지, 직접 문화 생산 활동에 참여하지 않더라도 매개자는 문화의 장이 특정한 방식으로 구조화되고 작동할 수 있도록 중요한 역할을 한다(Hesmondalgh, 2002). 현대 정보와 상품이 급증하는 상황에서 물질적, 상징적 상품에 대해 생산자와 소비자를 연결하는 유통 주체로서 매개자의 영향력은 더욱 강화되고 있다. 예를 들어 디지털 테크놀로지 음악 산업에 대해 생각해보자. 디지털 하위문화에서 흔히 행해지는 P2P 문화가 상징하듯, ‘합법적’인 유통 조직을 ‘교린하는’ 생산자-소비자 간 직접 교류 현상이 증가하고 있다. 그 합법성 여부를 판단하는 것은 쉽지 않지만, 지배적인 문화산업 권력에 저항하려는 문화생산자로부터 최소한의 가격으로 좋아하는 문화를 즐기려는 청소년에 이르기까지, 대안적인 소통 문화로서 확산되고 있다. 이처럼 문화 생산 및 소비의 집중화 및 탈집중화의 논쟁의 핵심에 유통의 주체로서 매개자가 자리잡고 있는 것이다.

셋째, 사회적인 관점에서 동시간 다수 프로젝트 참여하는 방식의, 유동적이고 혼합적인 노동의 형태가 증가하고 있다. 문화산업 관련 활동은 유연한 노동 조건을 특

정으로 한다. 실질적인 노동시간이 감소하는 대신, 예술적 활동의 욕구 및 경제적 활동의 필요가 증가하게 되므로, 동일 기간 내 여러 프로젝트에 참여하여, 건당 수입을 벌어들이는 방법을 택하게 된다. 순수 혹은 대중 예술가는 정해진 물리적 조건 안에서 적어도 두 개의 상반된 가치를 추구한다. 비경제적인 가치와 경제적인 가치가 그것이다. 예술가는 일정시간 동안(예술적으로) 원하지 않지만(경제적인) 필요를 위해 노동을 하여 수입을 벌어들인다. 그리고 이렇게 벌어들인 수입에 의존하여 나머지 일정 시간을 자신의 예술적 활동에 투자하는 것이다. 이 기간에는 경제적 수입이 없는 대신 비경제적인 예술적 가치를 생산하는 것이다(Throsby). 사회는 문화 노동의 유동적이고 유연한 방식으로 구성되는 노동환경을 파악하고 존중해야 한다.³⁶⁾

넷째, 단지 산업적인 범주로 구획되지 않지만 실제 문화의 장에서 중요한 역할을 담당하는 하위문화 군락의 존재에 주목할 필요가 있겠다. 특히 서울의 주요 문화 중심 지대(신촌 대학가를 아우르는 ‘홍대앞’ 군락, 삼청동과 인사동을 아우르는 시각 예술 군락 등)를 중심으로 형성된 ‘젊은’ 문화 지대는 특정한 산업적 범주로 구분지을 수 없는, 하위문화적 공간성을 형성하고 있다. 이 지역은 현재 문화생산자와 소비자들 사이 상징적, 실제적인 차원에서 공존할 수 있는 ‘매개적’ 공간으로 중요한 의미를 형성하고 있다.³⁷⁾ 특정한 공간은 그 공간에 고유한 의미와 재현의 결을 지닌다. 르페브르가 섬세하게 읽어내었듯이, 제도적 공간 구조가 재현하지 못하는 의미를 삶의 공간은 ‘재현한다’(Lefebvre, 1974). 이런 공간성은 고유한 기억과 의미를 지닌다. 공간성은 내러티브를 갖는다는 뜻이다. 환원하자면, 하위문화적 자본이(상징과 물리적 차원에서) 공간성을 형성하며, 이것은 그 공간을 살아가는 하위문화의 수행

36) 예를 들어 프랑스에서는 문화산업에 종사하는 예술가의 활동 기간과 비활동 기간을 고려하여 지원 및 세제를 적용한다. 쉽게 말해 비활동 기간은 향후 활동을 위한 잠재적 노동 시간으로 간주하여, 그간 소득 정도와 납세정도에 따라 일정 정도의 지원금을 지급하는 방식이다(송도영 · 이호영 · 조현영, 2003).

37) 물론 이 지역들의 상업화 경향에 대한 문제 제기는 지극히 타당하지만, 이는 별도의 주제에서 다루어져야 할 문제이다.

자들에 의해 발현된다. 이 하위문화적 자본이 잠재적으로 대안적인 문화적 자원으로 생산, 유통, 소비되는 통로를 탐색하는 것은, 지배적인 문화 구조를 딛고 나타난 새로운 문화라고 할 수 있을 무언가의 생성 가능성을 모색하는 것이다. 이러한 근거들에 의거하여, 본 연구는 문화현장에 대한 심층 파악을 위해 현재 활동 중인 문화생산자를 대상으로 한 인터뷰를 실시하였다. 앞에서 제시된 논의들이—창의 산업 담론에 대한 이론적 검토에서부터 한국의 문화산업 및 문화산업 정책에 이르기까지—실제 문화 현장에서 어떻게 적용되고 어떠한 사회적 효과를 낳고 있는가 알아보도록 한다.

제3 절 심층 인터뷰 실시 및 해석

본 연구를 위해 심층 인터뷰를 실시했다. 인터뷰 참여자들은 20~30대 후반의 남녀 젊은이들로, 문화, 예술 분야(영화, 음악, 미술, 패션) 영역 종사자들이다. 전부 열네 명의 문화생산자들을 만났는데 그 만남의 계기는 대략적으로 다음과 같이 기술할 수 있다.

연구자와 연구보조원은 각계 지인들을 통해 인터뷰 대상자를 선정했다. 영화제작자와 시각예술 관련자들은 주로 시민단체가 주관하는 아카데미나 이벤트를 통해 형성하게 된 인맥을 통해 접근했고, 비평가와 일부 영화감독은 저널리즘에서 관련 역할을 담당하고 있는 기자나 이론 활동을 하는 지인들을 통해 만날 수 있었다. 이들은 대체로 ‘문화관’에서 알려진 분들이다. 반면 패션이나 공예 부문의 생산자들은 대체로 열려있는 가게의 문을 통해서 만났다. 삼청동이나 대학로 등지에 형성된 프리마켓(freemarket)을 통해 인상지어진 가게들에 인터뷰를 신청했고 거기서 소규모 가게 주인 혹은 아르바이트 직원이며 동시에 공예 디자이너들과 대화를 나누었다. 마지막으로 아직 독립적인 활동을 하기보다는 이제 출발지점에 서있는 문화생산자들이 있다. 거리공연과 클럽공연을 하며 음반 제작을 계획 중인 음악인들, 독립영화를 한두 편 어렵게 만든 경력으로 단편영화제에 참여하며 정부 지원 프로그램에 끌

임없이 신청하는 아마추어 영화인들을 예로 들 수 있다. 이들은 동호회나 유사한 일을 하는 지인들의 소개를 받아 만날 수 있었다.

인터뷰 문항들은 이론적인 문제들을 포괄하는 형태로 미리 준비하였지만, 인터뷰 대상자의 개인적인 특수성에 따라 조금씩 변용을 하였다(인터뷰 문항지는 〈부록 1〉을 참고할 것). 각 인터뷰 시간은 2~3시간 가량 되었다. 주로 대화자의 일터에서 만남을 가졌고 여의치 않은 경우에는 세미나용 카페 공간을 이용하였다. 각 인터뷰 내용은 녹음되었고, 인터뷰 후 녹취되어 분석의 자료로 사용되었다.

〈표 3-1〉 인터뷰 참여자의 사회인구학적 특성

인터뷰 대상자	영역	나이	결혼유무/ 주거형태	학력	직업	해외경험	성별
가	영화	39세	기혼	대학원졸	영화감독	유	남
나	영화	29세	미혼/독립	대학원 재	학생	유	여
다	영화	31세	미혼/독립	대졸	무직	무	남
라	영화	28세	미혼/독립	전문대졸	무직	무	남
마	음악	26세	미혼/독립	대졸	무직	무	남
바	음악	23세	미혼	고 자퇴	무직	무	남
사	음악	22세	미혼	고 자퇴	무직	무	남
아	미술	38세	기혼	대학원 재	미술관관장/ 큐레이터	무	남
자	미술	35세	미혼	대학원 졸	큐레이터	무	남
차	미술	35세	미혼	대졸	미술가	유	남
카	패션	31세	미혼	대졸	디자이너	무	여
타	패션	31세	미혼	대학 재	디자이너	유	남
파	패션	25세	미혼	대졸	디자이너	무	여
하	영화/ 미술	38세	기혼	대학원 졸	영화감독/ 미술관관장	유	남

연구자가 만난 인물들은 주로 대부분 크레이 타이트와 스포스비 등의 이론가들이 제시한 바, 문화산업의 광범한 영역에서 창의성이 중시되는 핵심 영역에 종사한다.

이들은 지배적인 문화산업의 권력 체제를 살고, 그와 교섭하면서, ‘자기’ 나름대로의 문화활동을 해나가기 위해 노력하고 있었다. 동시에 거대한, 혹은 빈곤한 문화 소비 집단으로 기능하고 있었다. 이들의 소비는 생산으로 이어진다. 그러나 그 소비와 생산의 연계 방식은 단지 상징적 기호와 의미 체계에 대한 취향의 문제로 설명하기에는 훨씬 복잡하고 갈등적인 사회적 관계를 내포하는 것으로 나타났다. 이하에서 주요 문제들을 중심으로 문화현장의 일면들을 살펴보기로 한다.

이론적 논의에 근거하여, 분석의 핵심 문제들은 다음과 같이 상정된다.

- 하위문화적 공동체: 예술 혹은 문화 생산자들의 하위문화 집단성 형성이다. 제도적 혹은 비제도적 교육과 인맥 관계를 통해 구성된 공동체로서, 90년대 이후 형성된 이 느슨한 공동체들은 오늘날 ‘문화판’의 지형을 형성하는 주요한 문화적 자본과 인력을 형성해나가고 있다.
- 노동 가치의 양면화: 창의적 생산의 노동가치는 경제적 가치와 비경제적 가치의 결합을 통해 구성된다. 예를 들어, 경제적으로 불안정하지만, 예술과 문화 활동에 대한 열정과 만족 때문에 일한다는 태도와 같은 것이다. 이런 정서적 구조는 예술과 문화가 상업적 유혹으로부터 자율적일 수 있도록 이끄는 중요한 에너지원이다. 그러나 자칫 문화 영역에서 노동의 모순이 유지, 강화되는 요소로 악용될 우려가 있다.
- 복합 문화 직종(multi-cultural job): 유연한, 혹은, 불안정한 노동 ‘체계’는 새로운 노동 ‘문화’를 낳는다. 문화 영역에서 단기 다수 프로젝트에 동시에 참여하는 노동형태가 대부분이다. 여기서 제도적인 문화산업의 범주는 무의미하다. 아날로그적인 시각예술가가 디지털 영상가가 될 수가 있고, 글쟁이가 큐레이터로 된다. 가방 디자이너가 애니메이션 제작에 참여하는 한편, 강의실에 머물러 있기 보다는 공연을 위해 거리와 공장을 헤매는 학생이 출현한다. 이러한 노동 문화를 복합문화 직종(multi-cultural job) 이라 칭하기로 한다. 복합문화 직종은 경험세계가 넓어지고 순발력과 적응력이 향상된다는 긍정적인 효과와 함께 전문적인 교육과 훈련의 부족 및 생활조건의 불안정이라는 부정적 측면이

불거지고 있다.

- 대안적 문화질서의 구성: 새로운 문화생산 인력은 경제적으로 무관심하지 않다. 국가나 사회의 지원을 받는 의존적 위치를 거부하는 듯한 양상을 보이는 경우가 대부분이었다. 이들의 주장은 탈상업화가 아니라 대안적 문화 공간을 구축하는 것이다. 대안성은 두 가지 방향으로 동시에 전개된다. 한편으로는 예술과 문화의 공공화이다. 공공프로젝트와 페스티벌이 대표적인 형태로서 사회적 공공재로서 예술과 문화가 향유되는 것을 추구한다. 그러나 예술가도 먹고 살아야 한다 — 따라서 자생의 원리가 고안된다. 대안공간이 대표적인 사례이다. 주변적, 진보적인 예술인을 적극적으로 발굴하고 소개하는 대안공간이 새로운 세대의 매개자들에 의해 적극적으로 개척되고 있다. 예를 들어 팩토리 옥션은 산업적 관점에서 소위 ‘실패작’이라 평가받은 작품들을 저렴한 가격에 판매하는 행사로서, 신진 예술가들의(절실한) 자생방안이며 동시에(재미난) 잔치이다. 기성의 관점에서 무시당하지만 참신하고 도전적인 미학적 실험이 행해지고 유통되고 향유되는 상업적 이벤트이다. 음악 부문에서 제안되고 있는 온라인 길드는 지배적인 음반 산업 및 디지털 음원 사업으로부터 자유로운 유통 활동을 안정적으로 수행하기 위한 일종의 실험적인 아이디어이다.³⁸⁾ 긍정적으로 볼 때 대안적 문화질서의 구성은 기성의 문화 생산—유통—소비 질서를 거부하고 신세대적인 대안 문화의 자생적 자본을 형성하려는 노력의 과정으로 이해할 수 있다. 신진 예술가들의(절실한) 자생방안이며 동시에(재미난) 잔치인 것이다. 그러나 현실은 그리 밝지만은 않다. 대안적 흐름에 대한 절실한 요구 그 자체가 배타적이고 불안정한 문화생산 구조의 반증이기도 하다.
- 구별체계의(재)형성: 문화의 장이 다른 사회적 영역에 비해 개인화, 분산화, 탈중심된 것은 사실이다. 그러나 기존의 경제적, 사회적 권력 관계로부터 완전히

38) 성기완, 한국대중음악학회(2005.12.17, 성공회대학)의 토론회에서의 논의를 인용한 것이다.

자유롭지 못하다. 적어도 두 가지 의미에서 그러하다. 한편에서는 보수적 가치관과 위계질서가 여전히 강력한 영향을 미친다는 점이다(성별 질서와 학력 등). 한편 보다 새로운 듯 보이는 창의 산업 정책은 ‘기회’보다는 ‘경쟁’의 기회를 보장한다. 문화인들 입장에서 습관적으로 지원하고 탈락하기 위해 존재하는 것처럼 느껴지는 정부 주관의 공모제가 대표적이다. 선택과 집중의 원리가 일상화된 의례로 체득된다. 결과적으로 ‘경쟁’의 자유는 빈익빈 부익부의 질서를 강화한다. 결과적으로 기회의 평등체제 안에서 성, 계급, 지역, 교육수준 등의 요인들에 의한 차별과 배제의 ‘구별 체제’가 강화된다(Bourdieu, 1984).

- 문화적 보수성: 일정한 틀에서 작품과 상품이 평가됨으로써 문화적 획일화가 야기된다. 이에 못지않게 공모제에서 상을 타는 작품 스타일이 고정화되어 있다는 활동인들의 자의식 자체가 작품의 형태를 자기통제하는 심리적 기제로 작동할 우려가 있다.

1. 하위 문화적 공동체

여기서 하위 문화적 공동체란, 예술과 문화의 이론 및 실천의 방향성을 공유한 사람들이 느슨한 친구 관계를 형성하며 일종의 공동체적인 활동 영역을 구성하고 있음을 뜻하는 것이다. 제도적인 교육 과정보다는 90년대 이후 급성장한 독립예술단체, 문화단체, 시민단체의 교육과정이 중요한 매개적 공간을 제공했던 것으로 보인다. 이런 공간들을 바탕으로 형성된 인간관계가 동료 관계로 지속되면서 일을 함께 해나가는 문화적 공동체로 발전해나간다. 친구, 선후배 간의 비공식적인 교육적 기능과 작업 세계에 대한 존중심이 중요시된다.

자: 대학원 들어오면서 문화 쪽에 관심이 많아서 지금은 이름이 바뀌어졌지만 문화사회연구소라고 그 당시 이름은 서울문화이론연구소라고 [...] 거기 선생님들이 만든 연구소가 있었거든요. 거기서 연구소를 다니면서 공부를 주로 많이 했구요 그때 만났던 사람들하고 그때 만났던 모임이 아직도 계속 이어지고 있고 [...] 저는 계속 활동의 이론적인 자원을 얻었던 거 같구요. 그렇게 해서 석사를 졸업할 무렵에는 그렇게 하

고 처음으로 바깥에. 아니 중간에도 일이 있었구나. 예를 들면 2000년쯤에는 문화웹진이 굉장히 유행을 했어요. 그 당시 인터넷이 막 발전을 할 때였고 새롭게 글을 쓰고 공부하는 학생이 굉장히 많이 늘어났던 시기였던 때라 저희도 문화사회연구소 사람들이 문화 웹진을 만들었던 거 같고 또한 그때 거기 사람들하고 외부사람들 하고 같이 잡지 같은 것도 만들었던 적도 있었던 거 같아요.

아: 그 당시에 대안공간이 막 생겼거든 [...]. 내가 대학 막 졸업했을 때 그 당시에 뭐 할려고 그랬냐면은 기획그룹전 카페같은 걸 만들려고 그랬거든. 창작. 미술하는 사람들한테 도움이 될 만한 잡지들이나 이런 것들을 모아놓고 볼 수 있는 장소. 지금으로 말하자면 아카이브네. 93년도에 그런 것들을 하고 싶어 했었다고. 같이했던 친구들과 장소도 좀 알아보고. 홍대근처에서. [...] 대안공간이 젊은 예술가들의 아지트같은, 되게 호감을 가졌고. 가능하면 어떤 리뷰 쓸 때도 대안공간 소개하려는 리뷰도 썼고. 전시기획도 몇 번 같이 했었고.

하: 처음에는 내가 과를 생물학과를 들어갔었어 [...] 한 2년쯤 다니다가 더 못다닐 거 같더라고. 학점도 안나오고. 재미도 없고. 그래서 그때 영화를 좀 찍고 싶을 때였어. 그래서 인제 신방과로 어떻게 전과가 되서 신방과로 전과를 하고. 아까도 이야기 했지만 8mm 영화 워크샵을 접해본 다음에 군대를 갔다와서 16mm로 한번 찍어보자. 내용이 있는 게 아니라. 한번 영화라는 걸 찍어보자. 라고 해서 한 열명이 모였었어. 그래서 그 당시 우리는 카메라를 신성사 가서 배우고 어떻게 돌리는지 [...] 사람들에게 얘기 듣고 돌리고 편집도 편집실이 없으니까 집안에서 벽에다 필름 붙여 놓고 [...] 손으로 찍찍하면서 그렇게 해서 하여튼 영화를 한편 완성을 했었는데 [...] 졸업하자마자 충무로에 들어갔었어. 혼자 배워보자 하고 처음 들어간 게 ○○○ 감독 밑에 들어갔었지.

위의 ‘하’는 미국에서 실험영화 공부를 마치고 귀국하여 현재 친구들과 실험적 시각예술 공간을 열어놓고 있다. 상업적인 이익 대신 항시적인 문화 활동 공간으로 활용하는 것을 지향한다. 그런 과정에서 미술계 사람들과 새로운 네트워크가 구성되고 미술과 영화를 연계하는 ‘열려져 있는 공간’이 마련되었다고 한다. 친구 관계뿐만 아니라 현재의 인간관계도 활동을 유지, 확장하는 데에 중요한 사회적 자본으로 활용된다.

타: 교류라는 게 양적인 이야기를 한다면 당연히 적구요, 질적인 이야기를 한다면 중간정도인거 같아요. 무슨 얘기냐면 패션업계 디자이너, 머천다이저, 바이어, 뭐 스타 일리스트.. 여러 분야들이 직종이 세분화 되어 있잖아요. 분화되어 있잖아요. 예를 들면 유행에 민감한. 그런 사람들이란 말이에요. 예를 들어 많은 파티나 런칭 기념행사라든지 패션쇼라든지 그들이 즐겨 찾는 클럽이라든지 그런 게 있어요.

그러나 항상 이렇듯 ‘세련된’ 관계만이 있는 것은 아니다. 오히려 필사적으로 선택되었고 여전히 고립된 상황에서 고투하는 사람들은, 외면상 화려한 예술 세계의 이면을 구성한다.

라: 내가 정말 하고 싶은 게 뭔지 결정적으로 생각하게 되면서 그 옛날 꼬마 때부터 생각했던 거. 그 생각을 하려고 굉장히 저 나름대로 혼자 여행도 다니고 하면서 생각했던 결론이 영화였어요. 저는 그때 굉장히 늦었다고 생각하고 아 이제부터라도 본격적으로 시작해야겠다고 생각하고 올라왔었는데 서울에 2년 전에 올라왔었는데 진짜 맨땅에 헤딩하는 거였죠. 아는 사람도 한명도 없었고 지금에야 형기형 밖에 아는 사람 없지만. 하하. 그게 그때는 정말 아는 사람 한명도 없이 그때 이제 인터넷 카페 들어가면은 영화에 관련된 게 많았는데 시나리오 카페에. 서울에 올라오자마자 어떤 시나리오 카페에 가가지고 [...] 사람들이 단편하는 데 참여했던 게 서울에서의 영화활동의 처음인데 [...] 그러다가 “이제 먼저 이야기를 쓰는 능력을 가지는 게 첫 번째다”라고 생각하고 그때부터 시나리오를 공부하기 시작했고 그래서 시나리오 공부하는 사람들, 한겨레 문화센터에 시나리오 강좌가 있는데 그 강좌에 들면서 좀 시나리오를 본격적으로 쓸 기회를 가졌죠. [...] 이후로는 [...] 시간 쪼개가면서 시나리오를 쓸려고 영화도 돈 모으는 대로 제 단편 찍을 거고 그리고 아는 형들 작업할 때 도와드리면서 배워나가면서 시나리오나 제 단편영화로나 이렇게 인정을 받을 생각을 하고 있는거

2. 노동가치의 양면화

흔히 새로운 도전과 신선한 체험이 가능한 곳으로서 문화의 장이 그려지곤 한다. 하지만 오히려 일정하지 않은 수입에의 갈등과 미래에 대한 불안감은 오히려 여타의 직업과 산업에 비해 훨씬 강하다. 경제적 불안감은 사회에 대한 소극적 태도와 무관심의 태도를 불러일으키기도 한다. 그러나 이러한 현실적 불안감과 더불어 자

기 일을 하고 있으므로 만족한다는, 예술적 정열에 대한 자기 인식이 예술과 문화 활동의 더욱 큰 비중을 차지하고 있다. 경제적 가치와 비경제적 가치는 예술 및 문화 노동을 이끄는 중요한, 그러나 모순된 요인들로 상호 작동한다. 어쩌면 이런 모순이 현재의 문화의 장을 이끄는 현실적인 추동력이 된다고 볼 수 있다.

가: 미래에 대한 불안이나 불만은 많죠. 많지만 근데 이미 선택을 할 때 잘 먹고 잘 살 자했으면 다른 걸 선택을 했어야 되는 거잖아요. 그러니까 그것 때문에 힘들어도 다 시 태어나도 이 길을.

사: 생계가 뭐 열심히 하면 충분히 될 수도 있지만 일은 자기가 하고 싶지 않아도 해야되는 게 일이잖아요. 대신 음악은 자기가 하고 싶을 때하고 자기가 마음에 우려났을 때 하는 게 음악인거지. 그래서 일하고 음악은 별개라고 생각하고 그래서 일을 따로 하고 음악을 따로 하고.

카: 다행히 제 부모님한테 제가 뭔가를 해드리지 않아도 되는 상황이긴 해요. 아까 말한 것처럼 제가 저만 책임을 지면되긴 하는데. 그래도 (...) 통장에 돈이 줄어들면 굉장히 불안감이 있고 사람을 만나는데 있어서도 굉장히 위축이 들어요. 그리고 만날 것도 못 만나게 되고. 많이 있죠. 그런데 지금은 좀 안 불안해요. 왜냐면 여기서 저는 크게 욕심을 안 부리는 쪽이거든요? 그러니까 없으면 없는 대로 살면 돼. 없는데 가지려고 하니까 불안한 거지 없는데 왜. 이미 사람이 미련이 생겨서 힘든 거잖아요.... 그러니까 불안하지만 불안해하지 않으려고. 앞으로도 저는 계속해서 이거 다음에 이거 하고 이거 하고 계속 계획을 갖고 생활을 하고 있으니까 불안해하진 않아요. 제가 지금 가만히 있진 않으니까. 그런 면에서 불안하지 않죠.

파: 저는 제가 하는 일 때문에 우울해 지지는 않는데 미래에 대한 불안감.. 때문에.

경제적 가치와 비경제적 가치는, 일의 가치에 대한 사회적 평가와 주관적 인식 간의 간극으로 반복되어 나타난다.

나: 내가 내 개인적인 입장으로는 뚜렷한 일을 하고 있는데 사회적으로 봤을 때는 어떻게 보면 아무 일도 안하는 것일 수도 있는 거지. 같이. 나한테는 되게 절실한 건데 사회적으로 봤을 때는 상품적인 가치라 던지 상업적인 가치가 하나도 없으니까. 팔수 있는 게 아니니까. 더군다나 우리나라 같은 경우는 실험영화나 이런 언더 이쪽으로

하면은 팔 수 있는 방법이 전혀 없으니까 사회적으로 봤을 때나 부모님으로 봤을 때는 아무 일도 안하는 거와 다름없는 그런 상태.

자: 이렇게 사는 게 워낙 불안정하기 때문에 저는 그렇게 까지 생각 별로 안해요. 할 여유도 별로 없고. 사실 자본주의 사회기 때문에 돈이 자유잖아요. 자유기 때문에 그걸 얼마만큼 갖고 있느냐에 따라서 자기 선택의 폭이 굉장히 넓어지는데 사실 저는 그게 별로 없거든요? 별로 없기 때문에 길게 생각하면 생각 할 수 있지만 사실 이제 다가올. 다가오지 않은 미래에 대한 고민을 하기보다 지금 할 수 있는 일. 지금 재밌게 할 수 있는데 더 힘을 쓰려고 하죠.

바: 백순데 예술가가 되고 싶어하는 백수죠. 굳이 뭐 네. 그래요.

사: 저도 그냥 탄파라죠. 음악하는 것 밖에 할 줄 아는 게 없으니까. 그거에만 전념하고. 그걸로 뭐 크게 이뤄보겠다 하는 생각보다는 내가 좋아하니까. 이 일을 계속 해보자. 하는 생각으로.

하: 두개의 일(영화감독, 대안 공간 운영)에서는 뭐 돈이 안 나오니까 기본적으로 나는 딸이 있고 가정이 있으니까 어떤 생계의 부분도 스트레스로 다가오는 부분도 많고. 그래서 하는 일은 비디오 프로덕션같이 어떤 일을 맡아서 해주고. 돈을 버는. 그런 일들을 지금 하고 있죠. 앞으로는 어떤 형식으로 가든 이게 내가 영화를 해서 먹고 살 수 있는 구조가 되지 않는 한 이런 일들이 병행이 되겠죠.

그러나 중요한 점은 현대의 문화활동가가 반드시 자본과 전적으로 분리된 활동을 지향하지 않는다는 점이다. 여기서 고전적인 순수예술가의 상과 구분된다. 현대 문화활동가와 예술인들은 프로젝트를 활기차게 벌이고 싶어 하고 새로운 사회적 경험에 대한 욕구도 크다. 다음의 영화감독의 발언은 사회적 활동의 욕구를 분명히 내비치고 있다.

하: 이 생활이라는 게 되게 불규칙하고 또 경제적으로 안정적이지 않잖아요. 그런 것들이 결혼한 지 이제 10년인데 한번도. 아. 딱 한번 일년 정도 회사 다닌적 있어요. 중간에. 영화사인데. 그래도 출퇴근 하니까 월급 받고 그 때 일년 딱 직업을 갖고 생활을 한건데, 그때 느낌이 나는 좋았어요. 뭐가 좋았냐면 굉장히 사람이 어떤 틀을 갖게 되잖아요. 그 틀 속에서 그걸 쪼개서 그 안에서 막 노력하고 시간도 그렇게 쓰고 이런

것들이 나를 억압하는 게 아니라 오히려 더 틀을 이용해서 굉장히 사람이 이게 좀 제대로 사는 거구나. 이런 느낌이 들 때도 많았고, 경제적으로도 안정이 되니까. 그래서 물론 인제 거기에 그렇게 생활을 오래 못 한 거는 그 틀이 안맞기 때문인데 결과적으로는. 내가 하고 싶은 일이 이런 틀 속에서 가능하다면. 예를 들어서 내가 실험영화를 찍는데 출퇴근 하면서 월급 받으면서 찍을 수 있다. 아니면 갤러리에서 기획을 하는데 출퇴근하면서 찍을 수 있다는 구조가 된다면 기꺼이 하고 싶은 생각이. 다만 내가 하고 싶지 않은 일이라면 틀이 그래도 힘든 일.

이들은 사회적 조직 전반을 기피하기보다는 자신의 예술적 노동의(경제적, 비경제적) 가치를 인정하지 않는 지배적 산업 질서에 대해 거부감을 느끼는 것이다. 이러한 경향은, 대안공간에 대한 인식과 함께, 예술 활동과 문화 활동의 활성화에 기여하는 사회적 조직 모델을 전망하기 위한 중요한 시사점을 안겨 준다.

3. 복합문화직종의 성장

문화 영역에서 유일직업의 가치관이 적용되지 않는 이유로서, 첫째 경제적 불안정성이라는 어두운 요인을 들 수 있다. 한편 가치차원에서 보다 중요하게 여겨지는 두 번째 요인은 일과 놀이가 혼용되어 있다는 점이다. 예를 들어 ‘자’는 시각 예술 영역에서 교육과 집필을 하면서 큐레이터 일을 겸하고 있다.

자: 요즘 예를 들면 큐레이터 일이 인기가 굉장히 높잖아요? 문화 쪽 일을 하면서. 그런 걸 지향하거나 하려고 하는 후배들이나 아니면 제자들을 많이 보게 되죠. 불황이잖아요? 취업하기도 힘들고? 나는 사실 내가 인제 이것 꼭 해야 되겠다. 자신 있어서. 내가 뭐 능력이 많다는 이야기가 아니라 나는 내가 이 길을 하면서 이게 재밌겠다라는 생각이 들었고 마침 형이 제안을 해서 일을 한 거기 때문에 사실 나는 어떤 일이나 직업 그 자체에 대해서 연연해 본적은 별로 없어요. 이거 아니더라도. 내가 다른 일을 하자면 또 다른 일이 있을 것이다. 라고 믿는 부분도 있거든요.

타: 저처럼 속한 데가 많은 사람도 없을 거예요. 안그래요? 왜냐면 대부분 [...] 저는 저의 가게, 의상도 있고 노트도 있고 모임..별에서 이런저런 활동을 하고 있고 또 크리스탈이라는 이름으로 또 다른 그래픽하는 친구랑 작업을 하고 있는 것도 있어요. [...]

크리스탈 같은 경우는 경제적 수입과도 많은 연관을 갖고 일을 하는 케이스로서 [...] 어떤 주얼리 디자이너가 자기 프레젠테이션 쇼를 하고 싶은데 진행을 좀 맡아 달라고 하면 크리스탈이 맡아서 장소, 쇼에..프레젠테이션의 방식, 그런..거기에 제반되는 모든 포스터, 이런 작업까지..한다던지 그런 일도 하고 있어요.

복합문화 직업은 때로는 ‘공부’의 형태로, 때로는 아르바이트의 형태로, 때로는 실험과 모색의 형태로 인지된다. 개인적 차원에서는 동일한 일을 하는 것이지만, 사회적 인정과 경제적 수익 창출 여부에 따라 노동의 사회적 성격이 재규정되기 때문이다. 여기서 노동 가치의 외시화 측면이 발견된다. 자본의 유혹(혹은 빈곤에 대한 두려움)과 예술 활동의 자유감(혹은 불안정한 가치에 대한 혼란)이 문화의 장에 중첩적으로 투영되는 것이다.

가: 본질적으로 영화자체가 가진 특성상 영화를 좀 보지 말고, 영화를 덜 보고 영화 한편을 보면 연극을 한편 보든지, 무용을 한편 보든지 미술관에 한번 가든지 이런 식으로 유학생활도 그렇게 했고. 그러는 걸 좀 권하고. 여전히 지금도 그렇게 하는 것이 내 영화를 좀 풍성하게 하는 방법이라고 생각해요. 안 그러면 누구 스타일의 영화를 좀 따라가게 되거나. 이런 식일 거 같아요. 오히려 그것보다 그냥 내러티브가 강조된 미술이 강조된 또는 음악이 너무 잘 쓰인 이런 식으로 조합이라고 하는데 안에 여러가지 언어들 중에 하나씩을 발전시켜 나가는 것이 좋겠다. 좋다. 이렇게 생각을 해요. 뭐, 여전히 음악 듣는데 시간 많이 쓰고. 미술에 대한 지지는 계속적인 나의 관심사이기 때문에 공부하는 기분으로 보고 있고.

자: 아까 제가 활동하고 있는 문화사회연구소에서 계속 세미나 같은걸 하고 있죠. 요즘에는 제가 많이 바빠서 못하고 있는데 그리고 또 미학과 박사과정이 이번이 마지막 학기거든요. 그러면서 이론이나 공부가 그런 것들은 계속 해왔다고 할 수 있어요. 계속 공부를 해왔고 물론 책을 좋아해서 뿐만 아니라 공부를 하지 않으면 사실 소모가 되는 거는 주지의 사실이잖아요? 계속 세미나나 그런 것들을 찾아서 하고 같이 연구소 사람들이랑 하고 없으면 만들어서라도 하고 그렇게.

자: 생계. 항상 고민하죠. 이 일 자체가 안정된 일이 아니기 때문에 그런 거에 대한 고민을 많이 하고 했고 지금도 하고 있고 근데 고민을 한다고 해결될 문제가 아니기 때문에 어차피 치러야 될 대가인 거죠 뭐. 안정되지 않은 일... 포기한 거죠. 사실 저도

집안 형편이 좋은 편이 아니기 때문에 다 여러 가지를 할 수 밖에 없었던 이유 중의 하나. 물론 그거를 제가 뭐 슬프다거나 안타깝게 생각하는 건 아닌데 그런 어려운 과정을 겪었기 때문에 그런 건 별로 없어요. 지금은 이제 달관까지는 아니지만 그렇구나...하고 살죠.

그래서 때로는 ‘모든 일’을 하는 것이 ‘아무 일도 안하는 것’으로 나타나기도 한다. 주관적인 판단과 가치 평가에 따라 자신의 일의 성격과 정의가 내려지게 된다(다). 그리고 때로는 이 복합적인 삶의 문제가 ‘인기 작가’의 스타일로 물신화되기도 한다(차).

다: 저는 좀 아주 개인적으로 머하나 물으면, 제가 그냥 놀아요 라고 이야기해요. 어떻게 보면 영화 쪽 비슷한 걸 하고 있어 라고 얘기안하는 이유는 상대방입장에서 그게 뭐야? 라고 생각할 것을 알기 때문에 그냥 놀아요 라고 이야기를 하거든요?

차: 낸시 랭은 노골적인 명품지향 아티스트고 뭐 젊은 작가들은 대부분 비슷해요. [...] 요즘 아티스트들은 이런 거 다 알고 있어요. 저는 말로 표현을 하는 거고 그 사람들은 안하는 거고 [...]. 돈을 많이 벌어야겠다는 생각에 꽂혀 있어요.

4. 대안적 문화질서의 구성

문화생산 노동이 전적으로 경제적이고 비경제적이지 않다는 점은 전술한 바와 같다. 경제적 효용과 비경제적 효용이 교섭적으로 고려되고 적용된다. 그 교섭적 산물로 두드러지는 현상은 대안적인 문화 생산—유통—소비의 공간 형성 움직임이다. 경제적이고 상업적인 활동이 하되, ‘생산적인 자본’을 구축하는 것이다(‘아’와의 인터뷰). 그리고 자신의 노동의 성격과 가치가 활용되고 동시에 존중되는 유통망이 절실히 요구되고 있다.

가: 최근에는 그 젊은 감독의 모임에서 열심히 하고 있는 게 길드 만들자 예요. 감독 길드를 만들자. 조합을 만들어야 된다. 이걸 도대체 말도 안 된다. 감독들이 이렇게 하여튼 저작권에 관련된 거라든지 생계에 대한 어떤 계약 조건이나 이런 것들에 있어서 너무 기준이 없기 때문에 길드를 만들자 라는 운동이 좀 있었어요. [...] 나에게도 의

미 있는 영화 하게 된다면 진짜 다행한 일이고 감독은 할 때는 재미있어요. 그러니까 만족을 느끼기가 쉬워요. 그런 면에서는. 하고나서는 굉장히 비참하지만 할 때는 괜찮아요. 그런 면에서 만족을 느끼기가 쉽고. 부족한 부분은 체계성이 좀 생겼으면 좋겠다 라는 부분. 제작 측면이든. 그냥 기분, 감, 예술적인 창작 이런 단어들 말고 산업적인 체계성을 가지고 다음 것에 대한 장기적인 준비. 내가 5년 후에 할 영화라면 지금부터 할 수 있는 작업들. 이런 게 좀 체계적으로 될 수 있는 시스템이 갖춰졌으면 좋겠다. 이런 게 아쉽죠.

문화인들의 이익집단의 새로운 형태가 길드로 상상된다면, 유사한 업종들 간의 통합도 점차 활성화되고 있다. 그러나 여기서는 주류적인 미디어기업들처럼 수익의 극대화를 위한 통합은 아니다. 대신 극대화된 수익 구조로부터 숨통을 터 줄 수 있는 이탈 공간을 배태하기 위한 제휴와 초대가 이루어진다.

아: 여기 추천작가들한테 무슨 얘기를 하나면 여기는 기존 전시공간하고 성격이 다르다. 일반 대중 상대가 아니라 관계자들에게 자기 작업이나 개념을 선보이는 자리이기 때문에 일종의 조금 더 진화된 오픈 스튜디오 개념이다.

대안공간은 문화의 자생 및 자가발전을 위한 토대와 같다. 이것은 이익창출, 노동조건 개선과 같은 물적 토대 구성에 관한 것, 지적-의미적 실천의 공유성 확대, 소비자와의 활발한 교류와 같이 상징적 차원에 관한 것을 모두 포함한다. 일부 젊은 문화인들은 실제 대안 공간 구축이나, 온라인 교류 등을 통해 이러한 대안적 문화 활동을 조금씩 시도하고 있었다. ‘대안’의 의미를 대안적으로 다양화하는 것이 이들의 지향이기도 하다(‘아’와의 인터뷰).

사: 아직까지 우리나라는 제가 하는 음악이 비주류고 그러니까 뭔가 내가 지금 하고 있는 음악이 주류인 쪽에서 하고 싶은 거는 당연한 마음이잖아요. 그런 쪽에서 뭔가 섞여보고 싶고 한데. 아직까지 이 나라에서는 별로 인정해 주질 않으니까. 제가 부족한 게 당연한 거겠지만 그래도 가끔씩 화가 날 때가 있죠. 수입도 없고 그러니까. 음악으로 돈벌고 싶은데.

나: 자부심을 얻을 때는 그냥 우리는 단편영화감독이니까 관객들이 좋아해주고 그런

걸 거의 기대할 수가 없고 기대하기가 힘든데 유일하게 좋을 때는 영화제 같은데 당선이 되서 상영할 기회가 주어 졌을 때 그때 제일 자부심을 느끼고, 일단 영화 자체를 이해할 수 있는 관객과 거의 영화의 관객이 친구나 아니면 친척이나 가족이니까 거의 내 영화를 이해할 수 있는 수준의 사람과 소통할 수 있는 유일한 방법이 영화제라고 생각하거든.

하: 예를 들어서 자기들 콘텐츠로 어떤 상업적인 이익을 낸다라는 건 굉장히 바람직한 거 같아. 자기들이 꿈꿔왔던 콘텐츠를 가지고. 그건 굉장히 큰 의미가 있는 거고. 결국은 지향해야 할 부분들이 아닌가 하는데 그런 콘텐츠가 아니라 어떤 다른 거를 가지고 와서 그걸 가지고 상업적인 이익을 낸다는 거는 좀 비판할 수 있지.

하: 미술 쪽에서 나오는 얘기는 작가들이 크리에이티브한 작업들은 하는데 프로덕션을 해내지 못한다는. 그거는 뭐냐면 그걸 자기가 어떤 작업을 한 거를 사회적으로 소통시키고 어떤 유통되고 이런 거에 대한 고민들을 전혀 안하는 거예요. 독립영화도 비슷한 거라고 생각하고. 그 안에서 다른 얘기겠지만, 미국 같은 경우는 뭐 B급영화들이 유통되는 시장이 있잖아요. 그런 게. 우리 현실에 안 맞을 지는 모르겠지만. 그런 노력들은 해야 되지 않을까. 그런 생각이 있어요. 단순히 영화제나 독립영화 전용관에서 틀어주는 게 아니라 그런 태도에서 사람들이 그걸 꼭 보러가고 싶어지고 예를 들어 그런 풍토를 만드는 건 굉장히 중요하다고 생각해요. 미술도 마찬가지. 물론 더 극단적으로 작업하는 사람들은 그 나름의 가치가 거기. 지원해 줄 필요는 있지만. 사람들이 결국은 다양화 되고 그러려면 시장의 힘이라는 게 굉장히 큰 거예요.

아: 건전한 미술시장이 필요하죠. 건전한 미술 유통 시스템이 필요하고. 건전하기 위해서 작품을 검증할 수 있는 담론 시스템도 필요하고 (...) 그 창작자체가 어떻게 보면 어느 때 건 간에 사회적인 의미를 갖게 되죠. 개인적인 어떤..외적인 고독 고민. 이게 언젠가는 관계성을 갖게 되죠. 언젠가의 계기는 무엇이고 그 언젠가는 또 언제냐 그게 문제인거지 결국 창작이라는 거 자체가 소통의 첫 번째 발을 내 딛는다. 말이 그런데. 그렇죠. 어떻게 보면 창작 자체가 유통과 관련이 되겠죠. 유통이라는 게 뭐예요. 내가 느끼는 느낌을 유통시키는 거거든. 표현을 해야 되잖아요 (...) 나는 20대에서 40대 초반까지. 40대 중반까지의 한국의 지금 미술을 하는 미술환경에 어떤 역할을 하죠. 그 역할이라는 건 활성화겠지. 기획을 한다는 건 일을 만든다는 거거든. 일이라는 건 전시기획이라든지 아니면 워크샵이 됐던지. 어떤 교육프로그램이 됐던지 뭐든 간에. 이벤트가 됐던지 간에. 여하튼 간에 작가들, 내 또래, 또는 내 후배 기획자들에 함

게 일할 수 있는 어떤 그런 사이트를 확장한다.

5. 구별 체제의(재)강화

현실에 대해 자유롭거나 이탈적인 성향이 강한 문화의 장이지만, 문화의 장 역시 현실적 질서로부터 완전히 독립적이지 않다. 가정의 경제적, 사회적, 문화적 계급 수준이 개인의 예술과 문화 활동을 수행하기 위한 기반을 결정하는 경우가 많다. 중상류 가정 출신의 자녀들이 대학에서 예술을 전공하고 해외 유학 후 귀국하여 새로운 예술 활동을 전개해나가는 과정이 상대적으로 안정되어 있다. 이들은 서구 사회의 보다 세련되고 진보적인 문화의 흐름을 한국 지형에 새로이 전수하는 역할을 한다. 뉴욕이나 유럽에서 활발한 대안공간 활동을 적극적으로 개진하는 사람들도 이들이다. 이들은 경제적으로 불안할 지라도 자신의 일에 대한 만족감과 열정을 드러낸다. — ‘자부심’이라는 단어를 굳이 쓰지 않는 세련성과 함께.

하: 갤러리 이 건물이 아버지 건물이에요. 내가 살던 집이었어요. 대학교 다닐 때까지. 그 공간에 아버지가 병원을 하시는데, 아버지 정년퇴임하고. 정신과 의사. 병원.. 상담하시고 거기에 많은 공간이 필요한 게 아니고 아버지도 그렇게 해놓으면 전년도 보고 좋겠다 해서 내가 이제 말씀을 드렸더니 흔쾌히 일년간 무상으로 빌려주고 그 다음부터 돈을 받겠다. 그래서 그렇게 만든 거죠.

해외 생활 및 활동의 경험은 생산과 향유에 있어 새로운 시야를 가지게 되는 경험으로 인식되기도 한다. ‘외국’은 ‘국내파’에 있어 물리적 여건이(만) 허락되면 언젠가 나가고 싶은 곳으로 이상화되기도 한다.

타: 해외도 어느 나라냐에 따라 다르겠죠. 패션필드에서는 이탈리아. [...] 많은 노하우를 가진 사람들이 많이 있고 공장에서 일한 사람들마저도 또 패션이라는거 자체에 대해서도 한국 사람들과 매우 다르죠. 인식자체가 굉장히 다르다구요. [...] 이탈리아는 누구나 패션을 얘기하잖아요. 그런 나라사람들이니. 태어날 때부터 패션패션하고 태어났으니 오죽하겠어요. 그 말은 그 나라 국민이 모두가 패션 산업 사람들은 아니지만 패션이라는게 굉장히 뿌리깊게 박혀있다는걸 의미해요. [...] 일류대가 이류

삼류대보다 좋은 교수진을 자랑하는 것처럼 그 부분도 역시 그렇다는 얘기죠. 그런 면에서 내가 만약 패션디자인을 한국 서울에서 하는 것과 밀라노에서 하는 건 굉장히 의미가 다르겠죠. 과정 자체가 다르니까요. 그리고 또 큰차이는 한국은 자체 디자인이. 정말 솔직히 말씀드려서 자체 디자인이 별로 없어요. 거기는 있구요. 엄청 큰 차이죠.

이에 비해 어려운 가정을 박차고 나온 문화인들은 주로 밴드나 문화운동가로, ‘바닥’에서부터 활동 영역을 개척하는 모습을 보인다. 부모나 가족과의 유대감이 적다. 몸은 현실구조에 묶여있고 생각은 외계를 향해 있는 것이다. 세상은 넓고, 나는 앞으로 계속 배워나가고 쌓아나가야 한다는 식의, 막연하지만 강한 현실 의지를 보인다.

바: 저는 이것저것 다 문화계통은 다 좋아하구요. 용돈은 없어서 소비할게 없고 어디서 기냥 주변에서 쉽게 얻을 수 있는걸로 다 이렇게 소비를 하고 있습니다. 주변에서 책을 빌려서 읽거나 음악을 빌려서 듣거나 영화도 쉽게 구할 수 있는. 딱히 소비할만한 그런 재력이 없어서 그 정도를 합니다.

한편 문화 공간에서 보수적인 성별질서는 일상적으로 재생산된다. 예쁜 가수에 대한 선호로부터 ‘여자’ 감독에 대한 불신과 같은 정서가 일반화되어 있다.

마: 클럽의 아저씨가 여성 프론트식 밴드를 좀 좋아하는 거 같아서 [...] 디바 스페셜 라이브 라는 기획을 자주해요. 한달에 한번, 두 달에 한번정도는. 진짜 다 여성 프론트 밴드가 한 네 팀 나와서 하는 거죠. 주말에. 그렇게 할애를... 그런 조합이나. 그게 여자를 비하하는 건 아닌데, 어떤 스타일화 되버린다고 할까? [...] 예뻐야 되기도 하고. 아직 좀. 그리고 제일 안타까운 게 제 음악을 듣고 주위에서 아우. 노래 안 되겠다. 여자 보컬 영입해라. 왜 하라고 하는지. 우리음악은 그런 음악도 아닌데. 짜증나죠. 너희는 그게 생존의 길이다. 안되겠다. 그러면. 안타까워요.

나: 남자스텝들이 젤 힘든 게 남자애들이 맨 처음엔 시나리오 좋고 작업분위기 좋고 그래서 했다가 점점 가면서 남자애들은 정말 내가 느낀 건 남자애들은 정말 자기네들 스스로가 위계질서를 원하는 거 같애. 찾아해메는 거 같애. 형이라고 깎듯이 모시고 형이 나한테 혼내줬으면 좋겠고. 형이 나한테 큰소리 쳐줬으면 좋겠고. 말 안 들으면 앞드려 뺄려 시켰으면 좋겠고 그걸 되게 원하는 거 같애. 남자애들이. 근데 난 그걸 해 줄 수가 없거든? 나는 내가 돈도 안주면서 부리는 애들한테 큰 소리 치고 싶지도

않고 개네들한테 무섭게 하고 싶지도 않고 난 개네들한테 잘해주고 싶고. 근데 애네들은 잘해주는 게 오히려 좋아하는 게 아니더라고. 내가 잘해주면 잘 해줄수록 누나는 카리스마가 없어. 앞으론 여자랑 작업 안해. 이런 식으로 뒤통수를 치면서 가더라고.... 여자는 안된다. 여자 밑에선 일 할 수 없다. 이게 공통적인 애네의 화운데 이게 과연 나의 개인적인 문제지. 내가 뭔가 잘못하고 있는 건지 아니면 내가 단순히 여자이기 때문에 그런 건지 그건 아직도 미스터리야.

성별 차별적인 질서는 여성 활동인들에게 긍정적이고 부정적인 영향을 미친다. 이번 인터뷰에서 현실적 도전 욕구를 더 강하게 드러낸 쪽은 여성이었다. 동시에 현실에 대해 우울한 그림을 가지고 있는 편도 여성이었다. 반면, 남성 예술인과 문화인들은 현실에 대해 통제된 무관심을 표출할 ‘수 있다.’

파: 저는 지금 올라왔거든요? 부산에 살았는데. 부산에선 거의 집에 안 붙어 있고 거의 하루에 두세 개씩 약속 있고 그랬는데 지금은 나와서 살면서 돈도 없고 친구도 없고 해서 집에만 있어요. 그래서 살만 찌고.

제도적 차원에서 ‘이름’과 ‘간판’에 따른 지원 및 후원 제도는 문화의 차별 구조를 공고히 하는 부작용을 낳는다. 어디서 교육을 받고 학위를 받았는가가 이후 활동의 범위를 결정짓는 중요한 요인이 된다. 따라서 제도교육을 받지 않은 ‘재능 있는’ 하위문화 출신의 장의 진출은 지난해지는 것이다.

차: 자기가 만들어서 홍대 앞에 놀이터 삼삼오오 가지고 나가서 전시도 하고 꼭 팔자는 목적이 아니고 그랬었어요. 그게 인제 90년대 후반에 그런 문화가 있었지 [...] 그런 서브컬처에 중요성을 우리가 모른다면 뭐 돈 안 되잖아. 뭐 볼 필요도 없는 거고 만들 필요도 없는 거고 한두 번은 해볼 수 있지만 지속적으로 발전은 못 시킨다는 거지. 뭐 언더그라운드문화나 인디펜던트 문화들이 다 마찬가지로 맥락이에요.

다: 예를 들면 제가 시나리오를 하나 썼어요. 내가 쓴 시나리오가 정말 죽이는데 이게 공모전에 가서 상도 받았어요. 이제 투자를 받아야되는 데 막말로 충무로에서 잔뼈가 굵어서 인맥도 있고 [그러면] 어디 영화사에서 사줄지도 모르겠지만 저는 그런 게 아니니까 애가 뭐하는 인간인지 뭐, 어디 뭐 경력도 없고 어디 학교를 전공한 것도 아니고 [...] 그럴 때는 제 경력보다는. 경력이 없기 때문에 그런 간판이 더 중요하지 않을

까. 라고 생각을 해요.

6. 문화적 보수성과 획일화

예술과 문화에 대한 보수적 틀짓기는 사회전반적인 획일화를 낳는다. 가장 명시적으로는 심의에서부터 암묵적으로는 지원제도에 이르기까지, 특정한 양식의 문화물만이 소통되고 환영받는 문화적 검열이 이루어지기 때문이다. 심의에 따른 외부적인 검열에 대해서는 비판적인 발언과 토론이 가능하다(‘자’의 경우). 이에 비해 보다 미묘하고 복잡한 검열은 혜택에 대한 심리적 욕망이다. 즉 공모제에 지원하는 작가는 어떤 작품이 선택되리라는 것을 감지하고 그에 대한 타협점을 고민하지 않을 수 없다. 이 때 자신의 작품을 사회가 요구하는 방식대로 구성해야 한다는 자기통제가 일어날 수 있는 것이다.

자: 문화시장이라고 보기는. 시장보다는 보수주의에 대한 문제가 더 크지 않을까. 이 건 뒤 최근에 피씨게임 부분을 일을 하면서 느낀 부분인데 막상 [...] 다른 쪽에서 오신 분들하고 일을 하다보면 내가 살고 있는 사회가 굉장히 좁구나하는 생각을 굉장히 많이 하게 되요. 그분들과의 생각은 저하고 사실 굉장히 판이하거든요. 예를 들면 어떤 게임을 심의를 할 때 나를 전체가라고 하면 그 분은 15세 18세 이렇게 보는 경우가 굉장히 많기 때문에.

나: 영화제에서 지원하는, 새로운 독립영화 작가 이래가지고 지원하는데 그거 작년에 당선된 사람들 영화 시나리오 내용이나 그런 거 보니까 다 뭐. 상업영화 쪽이더라고. 약간 느낌이. 독립영화긴 한데 상업영화. 약간 사랑이야기, 소년이 소녀를 만났다. 여자가 남자를 만나 이별을 했다. 다 그런 내용인거야. 그렇게 상업영화가 아니면 지원을 잘 안 해주는 거 같아. 시나리오 내용이. 어차피 떨어져봐야 밀려야 본전이지 그래서 했는데 역시나. 떨어졌지.

제도의 관료화도 문제시된다. 미디어의 통합은 기술적인 문제인 것만은 아니다. 예술과 문화 영역 간 경계가 허물어지고, 복합매체 활동이 활발해지고 있는 현실에서, 제도는 여전히 매체 중심의 구획짓기를 고수하기 때문이다.

하: 갤러리의 실험영화 워크숍을 영진위(영화진흥위원회)에 워크숍 신청한 건 있는데 우리가 이제 셀이 영화단체가 아니라는 이유로 접수를 거부당한 거죠. 그런 것들도 굉장히 개인적으로는 말이 안 된다고 생각을 하는 거고. 영화적인 활동을 하면 영화 단체인거고 그러니까 뭐 인디단체라고 이름 하나 붙여서 내면 접수가 된다는데 그거를 어떤 실질적으로 그런 사업을 해왔던 단체한테 단순히 그런 이유로. 뭐 미술 단체다. 미술 하는 사람들은 영화 찍지 말라는 얘기랑 똑같은 거거든요.

위의 인터뷰 내용에 근거하여, 하위문화적 공동체 형성, 노동 가치의 양면화, 복합 문화 직종의 성장, 대안적 문화질서의 구성, 구별체계의(재)형성, 문화적 보수성 등 여섯 가지 문제를 검토하였다. 각 문제들은 장단점을 동시에 내포한다. 예를 들어 노동 형식의 자유로움이 경제적 불안정과 이어지는 것, 자기 활동에 대한 열정이 현존하는 사회적 문제들과 타협적인 무관심 내지 도피로 이어지는 식이다. 이렇듯 유동적인 것이 예술과 문화의 장의 속성이라면, 최선은 이러한 유동성을 건강하게 유도하고 연계하는 사회적 장을 형성하는 것이 될 것이다. 이를 위해 다음의 장에서 문화 영역의 전문가들의 진단과 전망을 탐색한다. 이 절에서 논의된 현장 활동인과 전문가의 견해는 문화의 사회적 실천 모델을 구성을 시도하는 결론의 장에서 총론적으로 다루어진다.

제 4 장 반성과 모색: 문화 이론/실천가들의 분석과 전망을 중심으로

본 장에서는 여러 분야의 전문가들이 각각 현실적이고 구체적인 문화의 장에 대한 이해 및 미래에 대한 전망을 제시한다. 물론 영역들의 경계가 중첩적이고 복잡적임을 고려하지 않을 수 없겠지만 이를 모두 담아낼 수 없는 물리적인 한계 조건을 고려하여 문화정책, 영화, 음악, 미술, 스포츠, 게임 영역을 선정하였다. 이에 따라 각 분야의 전문가들은 다양한 문제의식과 논지를 가지고 속한 분야를 그려내되 세밀하고 역동적으로 현장성을 보여주고 있다. 따라서 이들 전문가들의 글들은 한국의 현재의 문화의 장에 대한 살아있는 기술이며 각 영역들의 다채로운 전개와 그 중첩들의 기술이기도 하다. 더불어 본 장의 글들을 통해서 정책에서 집행하고자하는 구조, 콘텐츠 중심의 틀이 감지해낼 수 없는 실질적인 실천들로 어떠한 것들이 존재하고 있는지를 각 영역들 내에서 확인할 수 있다. 곧, 다양한 필자들이 생산한 글들이 각 문화의 지형도 위에 배치되면서 상호간의 대화를 이끌어내고 있는데, 먼저 원론적인 차원에서 적합한 문제인식을 위한 틀로서 문화 정책과 미디어 정책에 대한 상상이 선행한 후, 각 부문에서의 산업 구조와 같은 체계들의 양태와 정책적 개입의 현실, 그 와중에 활성화되고 있는 대안적인 매개자와 같은 움직임들 그리고 새로운 테크놀로지의 도입 등과 같은 급속한 변화와 맞물린 영역들의 적절한 대응과 전망을 모색하고 있다.

좀 더 구체적인 내용을 언급하자면, 제1절에서는 문화 이론가들의 현실 상황에 대한 진단과 문화 정책에 대한 비판적 독해, 향후 정책적 제언들을 찾아볼 수 있다. 심광현은 “위험의 지구화를 넘어 생태적 문화 사회로: 프랙탈 생태학과 미디어운동의 절합을 위하여”에서 프랙탈 생태학이라는 포괄적인 운동으로 문화 정책의 방향성을 제시하고자 한다. 이 글은 문화 정책이 일부 산업들과 세부 영역들만을 대상

으로 하기보다 개인들의 일상적인 차원과 주체 생성의 과정, 그를 둘러싸고 있는 모든 환경을 비물질적인 차원에까지 확장시켜 대상으로 삼아야함을 전제하고 있다. 이러한 전제 위에서 저자는 생산 양식의 변화와 함께 생활양식 전반의 변화가 추구되고 있음을 강조하면서 그 방법론적인 전략으로 프랙탈을 제시한다. 여기서 생활양식의 전반의 변화란 일상생활의 물질적인 측면의 변화만을 의미하는 것이 아니라 육체적, 정서적, 지적, 소통적 만족과 삶의 목표와 가치라는 생활의 비물질적인 측면의 변화까지 수반하는 적극적인 움직임이다. 이렇듯 통괄적인 움직임은 복잡한 단계와 과정들로 개재되어있는데, 이 복잡함을 설명 가능한 개념으로 풀어내기 위해서 프랙탈이라는 전략이 시도되고 있다. 곧 무한한 차이를 변주해내면서 반복을 통해 자기 조직적으로 생성해내는 프랙탈의 구조를 언급했던 펠릭스 가타리와 질 들뢰즈의 이념을 발전시키면서 저자는 서구의 이분법을 넘어서서 자연과 인공적 문화의 경계를 넘나들고 한국 전통의 문화를 껴안아서 결과적으로 생태 다양성과 문화 다양성을 동시에 허용하는 창조적인 생활양식이자 미래를 위한 대안적 생활양식으로서의 프랙탈 생태학을 제안하고 있다.

이동연 역시 “**일상생활 재편과 문화 권리 확보를 위한 문화정책의 재구성**”에서 문화적 다양성이 성취되어야 할 민주적 문화 권리라고 주장하고 있되 일상적인 맥락에서 이를 짚고 있다. 이는 노동 시간 단축이라는 문화생활을 위한 필요조건이 충족되고 있고 또한 글로벌 문화자본의 압박이 가해지고 있는 상황에서 시민들의 일상적인 문화가 개인들의 문화적인 권리가 확대되는 방향으로 진행되고 있는가에 대한 고찰이다. 그렇다면 문화적인 권리는 다양한 차이들을 보호하고 감성의 자유를 함께 주장하는 차이로서의 문화권과 평등하게 문화생산물에 접근하고 자유롭게 자기생활의 활성화를 이루어낼 수 있는 접근과 참여의 문화권으로 나누어 설명할 수 있다. 그리고 이 문화권은 공적 서비스의 통합적 운영이나 공공성의 제도로 근본적으로 해결될 수 없는 개별성, 다중성의 차이들을 가지고 있다. 따라서 이러한 차이를 극대화하여 다중의 문화로서 시민들의 문화민주주의를 위한 시민들의 문화적 권리를 보장할 수 있는 방향으로 설정되어야함을 저자는 역설하고 있다. 그러나 기

존의 문화 정책들은 관광산업과의 연계나 가족 공동체의 위기 극복과 같은 별개의 목적을 두고 있을 뿐 개인의 일상적 문화 권리에 대한 인식이 부족했다. 물론 제도적 과정이 전적으로 해결해줄 수 없는 개인적인 감수성의 자율성을 고려해야하는 차원이 존재한다. 이를 위해서는 여성, 소수자들의 문화 표현의 권리를 확장하여 다양성을 보장하는 정책들로 보완될 수 있다는 것이 저자의 정책적 전망이기도 하다.

반면, 이영주는 “**미디어 정치학의 진보적 재구성: 문화 다양성과 공공성의 매듭 풀기**”에서 위의 두 저자들과 문화적 다양성의 가치에 대해 공통적으로 동의하되 미디어의 공공성에 대한 새로운 사유를 가지고 현실의 신자유주의적인 억압에 저항하는 것에 대해 초점을 맞추고 있다. 다시 말해 풍부해지고 새로워진 미디어 환경에서도 미디어 권리와 미디어 문화는 척박한 것이 사실인데, 이에 뉴 미디어 테크놀로지의 도입을 경제적인 차원으로 환원하려는 기업들의 시도와 이를 일조하는 정부의 육성 정책에 일부 원인이 존재한다. 커뮤니케이션 네트워크와 이와 관련된 인프라, 방송망 등을 공공의 영역에서 빼내어 사유화, 민영화하려는 기업들과 정부의 탈규제 정책, 이에 글로벌 자본주의 기구들의 요구들이 미디어 생태와 문화 생태에 대한 고려 없이 무한 경쟁을 유발하고 있는 것이다. 새로운 미디어가 보다 직접적인 디지털 민주주의를 열리라는 낙관적인 기대와 달리 공공 커뮤니케이션의 영역을 축소되고 일부 권력집단으로 미디어 공개성과 재현의 영역은 축소되고 있다는 것이 저자의 견해이다. 더불어 미디어 공공성의 개념에 대한 비판적인 논의도 빈곤한 미디어 생태로의 추동에 한 몫 해왔는데, 이 모든 논리적이고 역사적인 모순을 제하고 새로운 공공성을 모색해야할 필요성이 있다고 주장하고 있다. 새로운 공공성이란 국가나 엘리트적인 공공성의 발현 공간이 아닌 다양한 개인과 사회집단들의 공동체적 지행 속에서 자신과 타인의 공통의 이익을 정향할 수 있도록 공통의 소유와 통제의 권능을 확장하는 것이라고 말한다. 또한 이는 차이와 다양성의 투쟁이며 새로운 욕망과 감수성으로 가능해지는 것이라는 측면에서 저자의 논점은 위의 이동연과 심광현과 일치하는 것이라 볼 수 있다. 이들 모두 문화정책의 방향성을 다양한 개인들의 물질적, 비물질적 토대가 지지를 받고 발현될 수 있는 장을 만들고 그것이 포괄적인

생활양식을 통해서든, 일상적인 차원의 보장을 통해서든, 미디어의 공공성을 새롭게 담보하는 측면을 통해서든 이루어져야함을 주장하고 있는 것이다.

그에 비해 2절은 한국영화의 영역을 다루되 좀 더 구조적인 기반을 분석하고 있다. 이상길은 “**한국 영화의 물적 기반과 정책적 쟁점**”에서 그간의 영화 정책을 분석하고 현재 영화산업 내의 불합리한 구조들을 밝혀내면서 새로운 미디어 환경에서 영화 정책이 모색해야할 길을 조심스레 조언하고 있다. 그의 분석에 따르면, 90년대 이전까지 한국의 영화정책은 정치권력의 개입과 엄격한 통제 아래 있었지만, 90년대 이후 점차 이는 완화되어 탈규제와 산업 육성의 측면으로 방향전환을 하게 된다. 그 결과 영화계의 자율성은 강화되며, 영화시장은 시장경쟁구조로 재편되고 경제적 합리성을 확보하게 되었다. 정부의 적극적인 지원정책은 영화제작을 위한 안정적인 재원을 마련하고 투자, 제작, 유통 구조의 통합과 효율성 극대화를 지원해주었다. 그리고 2000년대 이후 정책적인 방향은 문화적 다양성을 보장하는 쪽으로 일부 변화를 보이는데, 아직 일관성 있고 확고한 원칙이 적용되고 있는지는 지켜보아야할 것으로 여겨진다.

이러한 정책적 기반과 다른 외부적 요소와 결합하여 한국 영화는 외형적으로 엄청난 성장을 이루었다. 그러나 여전히 몇 가지 정책적인 쟁점들이 남아있는데, 제작과 유통의 부문 간 수익의 불균형과 불합리한 노동시장과 인력 양성 체계가 가장 고질적인 것으로 지적되고 있다. 또한 한국영화의 다양성의 확보와 산업적인 기획이 갈등 상황에 처하는 경우가 두드러진다. 곧 제작-배급-상영의 구조를 수직적으로 통합하는 것이 시장에서 살아남을 수 있는 새로운 대안이라고 제시되고 있지만, 이는 영화의 다양한 제작과 유통 환경을 침해할 우려가 있다. 물론 예술 영화 전용관의 보조금 지급과 같은 대책도 동시에 이루어지고 있긴 하지만 갈등을 해소하기엔 무력하다. 덧붙여 본론에서 언급하지 못하였지만, 저자는 영화의 생산을 변화시키고 수용의 형태와 양태의 변화를 가져오는 새로운 테크놀로지의 도입과 그에 대한 활발한 논의도 염두에 두고 있다. 다양한 방식의 수용과 생산의 출몰은 기존의 산업적 시스템에만 골몰했던 정책에 변화와 상상적인 응전을 요구한다. 따라서 기

존의 정책적 쟁점이 되고 있는 이슈들을 해결하되 새로운 미디어 환경과의 결합에서 일어날 수 있는 가능성들도 고려해야 할 것이라는 것이 저자의 추가 제언이다.

제3절은 대중음악의 영역을 다루고 있는데, 정책 담론과 그의 핵심적인 개념인 창의성 개념 자체에 대한 성찰부터 제작 기업, 인디록음악 클럽 등 구조 내에서의 창의성이 발현되고 있는 방식이나 그 모순성을 드러내고 있는 상황에 이르기까지 세밀히 분석하고 있다. 신현준의 “대중음악과 창의성에 대한 소고”가 한국 사회의 대중음악과 관련해서 큰 쟁점이 되고 있는 창작, 창조, 창의의 개념에 대한 고찰을 중심으로 적절하게 새로운 상황에 반응할 수 있는 기준과 개념의 정립을 시도하고 있는 글이다. 다시 말해, 위의 단어들이 혼용되어 일상적인 의미를 획득한 채 사용되고 있는 현실에서 예술적 창작과 산업적 생산이라는 이분법에 기초한 판단만으로는 이 복잡하게 얽혀있는 현실을 통괄하여주지 못하고 있다는 것이다. 따라서 각 단어들의 어원까지 거슬러 올라서 역사적 과정을 통찰하고, 한국의 현대 사회에서 이 용어들의 일상적인 사용과 그것이 생산해내고 있는 사회적 실천들을 되짚고 대안적인 기준을 제시하고자 한다.

구체적으로 한국의 대중음악계에서는 대중음악을 아티스트의 창작물로 보려는 대중적 합의에 이르지 못하지만, 이를 성실한 노동의 생산물로 대치하려는 의도와 예술가로서 창작물을 인정받고자하는 욕망이 뒤섞여있다. 또한 이를 감상하고 평가하는 영역에서도 이의 혼란은 마찬가지이다. 그러나 여기에서 핵심적인 용어들의 어원과 역사들, 현재의 의미를 분석해보면 보다 세밀하게 현재의 지점들을 정리해 볼 수 있을 것이다. 먼저, 창조와 창작은 번역되어오기 이전의 서양의 역사에서도 볼 수 있듯 인간의 초월적 능력이나 그 과정, 그리고 그 결과를 지칭하는 것이 되었다. 그에 비해 창의를 다소 새롭게 진입한 단어로 자유로운 상상력과도 등치될 수 있는 일상적인 영역에 속한 단어가 되었다. 다시 말해 창조나 창작과 달리, 창위는 신과 예술의 배타적 영역으로부터 해방되어 비예술가의 영역으로까지 내려왔다.

창의성을 둘러싸고 생산된 담론은 국가적인 기획과 경제적인 전략과 결합되어있는 감도 없지 않아있지만, 그것에 완전히 포획되지 않은 대안적인 개념 또한 가능하

다. 니거스와 피커링(2002)가 언급했듯 창의성은 인간의 보편성을 확인케 하는 천재의 생득적 성격에 기반하거나 산업에의 수동적 호명이 아니라, 다종다양한 사람들의 다종다양한 소통의 과정이다. 저자는 이에 덧붙여 창의성의 폭과 더불어 깊이 또한 고찰되어야 함을 강조하고 있다. 다시 말해 폭과 깊이라는 두 개의 범주가 구성해내는 복잡한 전개가 현재의 다중화한 상황들을 포착해내는 효과적인 기제가 될 수 있는 것이다. 폭과 깊이가 다양한 소통적 가치를 지닌 창의성의 개념이 새롭게 전진되어 가면서 고전적인 이분법을 탈피하고 현실적이고 다양한 기준을 세워갈 것을 기대할 수 있을 것이라는 것이 저자의 결론이다.

이정엽은 보다 직접적으로 현실적으로 쟁점이 되고 있는 대중음악 영역에서의 새로운 테크놀로지 환경을 논하고 있다. 그는 **“디지털 테크놀로지와 음악 산업의 변화”**에서 디지털 테크놀로지의 도입으로 인한 음악의 문화, 산업적 순환의 변화 양상을 추적하고 있다. 그러나 테크놀로지 결정론적인 시각을 피하고 이 테크놀로지를 둘러싸고 진행되고 있는 변화를 구체적 맥락 위에서 다양한 환경적 요인들을 고려하여 기술하고자 한 것이다. 이 변화 양상을 기술함에 있어 저자는 탈매개화와 재매개화라는 두 개의 축을 설정하고 있다.

다시 말해, 기존 음악업계의 음반 중심적 경향과 수용자들의 음악 경험 사이의 간격이 이미 존재했다는 취약점에도 불구하고 디지털 테크놀로지가 탈매개화를 촉진하는 결정적인 계기가 되었던 것도 사실이라는 지적이 먼저 제기되고 있다. 다양한 컴퓨터 테크놀로지와 네트워크 테크놀로지는 음악 산업의 매개를 벗어난 새로운 음악의 창작과 향유의 방식을 보여주는 음악 공동체를 형성하고 있다는 것이다. 그러나 이에 대해 음악 산업은 법적 대응, 테크놀로지 통제 전략, 다양한 합법적인 디지털 음악 서비스를 제공하는 등 여러 방안을 통하여 대응하고 있으며, 특히 마지막 전략은 가장 적극적으로 새로운 방식의 산업의 재매개화를 추진하고 있는 것이라 볼 수 있다.

그러나 이러한 재매개화 과정이 전적으로 새로운 산업적 논리로의 변화를 의미하는 것은 아니다. 재매개화의 모델은 기존 음악 산업을 중심으로 온라인을 활용, 결

합하는 모델, 새로운 주체를 중심을 기존의 음악 산업이 포괄되는 모델, 기존의 음악 산업이 배제되는 순수한 모델이 있을 수 있으나 현실적으로 두 번째 모델이 지배적인 위치를 차지하고 있다. 그리고 이는 이전보다 더 강력한 거대 기업의 매개로 인해 문화의 다양성과 창조성을 만개하기보다 새로운 방식으로 주변화할 가능성이 높다는 예측을 낳는다. 따라서 이는 비단 음악 창작과 음악 산업만의 문제가 아니라 일상적인 음악의 향유의 문화와도 관련을 맺어 개인의 음악적 실천에 영향을 미친다. 그러나 음악 산업의 재매개화 경향이 재조직화와 지배의 강화로 인해 일방적인 통제를 가한다고 말할 수 없고, 다양한 방향으로 진행되는 음악 창작과 향유의 문화적 실천이 지역적이고 복합적인 차원에서 일어나고 있다는 것도 고려해야 할 것이다.

결론적으로 저자는 디지털 테크놀로지의 도입에 대한 탈매개화의 전망은 지나치게 낙관적인데 비해, 음악 산업의 재매개화의 논리는 현실성이 있는 반면 훨씬 복잡한 실천적 상황을 무시하기 쉽다고 덧붙인다. 음악 산업의 재매개화라는 현실 위에서 디지털테크놀로지를 통해 창출되는 새로운 공간은 보다 유연하고 지역적, 분산적, 공동체적인 음악 창작과 향유의 실천이 복잡한 방식으로 이루어지고 있다는 것이다. 그리고 이는 소수자적, 대항적이고 다양한 음악 문화를 낳을 수 있으리라는 기대도 가능하게 한다.

새로운 미디어 테크놀로지 환경과 산업적인 격변을 고려하되 현 문화정책인 창의 산업 정책과의 연관성을 추적하고 있는 글은 최지선의 글이다. 그녀는 **“창의 산업으로서 한국 음악산업의 현재와 미래, 그리고 역사: ‘창의적 제작자’를 중심으로”**에서 한국의 창의 산업 담론을 분석하면서, 한국 음악 산업을 이 담론의 개념에 근거하여 분석하고 있다. 현재의 지점을 분석함으로써 담론적 개념이 담지하고 있는 바의 모순성을 드러내고 미래의 음악 산업을 예측하면서 정책적으로 지향되고 있는 창의 산업으로서의 음악 산업의 전개와 이를 벗어난 가능성을 제시하고 있다.

먼저 현 한국 정부의 문화 정책의 핵심인 창의 산업이 여타 국가의 경우와 같이 경제의 전반적인 재편성과 더불어 발전했으며, 문화 산업을 잇고 있는 것이라고 비판하며 그럼에도 이러한 단순화한 비판만으로 충분치 못한 현실의 복잡한 상황을

지적한다. 그렇다면 구체적인 한국의 현실을 들여다보아 음악 산업을 주목할 필요가 있겠다. 현재 한국의 음악 산업은 기획사나 음반사가 아닌 엔터테인먼트사가 주도권을 쥐고 있는데 이는 음악 외적인 제작이 음악의 제작 못지않게 중요한 현실이 되었음을 단적으로 보여주고 있다. 음악가의 창의성보다 제작자의 촘촘한 기획이 음악계를 이끌고 있는 상황에서 기업의 보다 엄격한 통제전략의 성공이 창의적인 산업의 예로 여겨질 수 있다는 것이다. 이에 음악가의 자율성이 보장된 느슨한 통제력의 음악 산업이 대안이 될 수 있겠지만, 경제적인 존립을 보장받을 수 없다는 어려움이 있다.

이러한 현실 하에 디지털 테크놀로지와 엔터테인먼트의 통합, 나아가 IT부문과 모바일 커뮤니케이션의 통합이 가속화되면서 변화될 수밖에 없는 음악 산업의 미래는 몇 가지 부문으로 나누어 전망해볼 수 있다. 점점 대형화되어가고 초국적 경향을 지니는 주류 음악 산업, 새로운 환경에 따라 나타나게 될 개인들의 다양하고 불규칙적인 창의적 소비, 디지털 공간을 통해서 음악의 생산부터 소비까지 전 과정이 하나의 완전한 순환을 이루게 될 디지털 음악인의 탄생, 여전히 물리적인 공간에서 소통하고 있는 다양한 씬(Scene)들의 국지적인 변성이 그것이다. 그리고 창의 산업이 정책적으로 대형화되어가는 초국적 음악 산업을 지지하는 것으로 끝나지 않고 그 외연을 확장하여 다른 국소적 가능성들을 뒷받침해줄 때 허울뿐인 창의 담론을 대체할 수 있을 것이라는 것이 저자의 전망이다.

그렇다면 대단히 세부적인 현실의 장소에서 정책적인 쟁점인 창의 산업과 창의성의 개념은 어떻게 마주치고 있는가에 대한 질문을 제기할 수 있다. 이에 대해 문신원은 **“한국 인디 록 클럽 음악 문화의 의미: 창의 산업, 창의성 개념과 연관하여”**라는 글에서 인디 록 클럽이라는 사례를 통해 이에 대한 답변을 제시한다. 먼저 저자는 한국 인디 록 클럽 문화의 생성의 역사를 살펴보고, 이후 창의 산업과 창의성의 개념을 검토한 뒤, 한국 인디 록 클럽 문화의 창의성의 특성을 분석하고 있다.

곧, 공연에서의 현장성과 즉흥성이 두드러지는 한국의 인디 록 클럽 음악은 1995년경부터 싹트기 시작하였다. 초기에는 미국과 영국의 록 클럽 문화의 영향을 받았

으나 점차 지역화된 특성을 보이기 시작했다. 곧 ‘조선펍크’라는 예에서도 볼 수 있듯 한국 인디 록 음악의 정체성을 찾으려는 시도가 공통적으로 존재했고, 인터넷 매체를 이용하여 연주자와 청중 사이의 활발한 소통이 이루어지고 있었다.

그러나 정책 담론에서의 창의성의 면모를 살펴보자면, 영국의 창의 산업은 개인성을 지나치게 강조하고 있고, 한국의 창의 산업에 대한 정책적인 담론은 마땅한 일관성을 보여주지 못하고 경제적인 효과에 주목하고 있는 반면, 니거스와 피커링의 글은 창의성을 지적이고 이성적인 인간의 정신활동에 의해 전개되어지는 특성에 강조하고 있다. 또한 그 산물이 창의적인지 아닌지를 판단하는 것은 사회적인 행위에서 비롯된다고 정리하고 있다. 따라서 창의 산업 담론에서의 창의성보다 후자의 창의성에 바탕을 두고 한국의 인디 록 클럽 문화의 창의성을 살펴볼 필요가 있을 것이다. 한국 인디 록 음악의 실제 공연 상황에서의 고유한 소통의 경험과 즉각성 등은 위의 창의성 개념과 상통하는 것으로 발견 될 수 있다. 또한 이 소통성은 창의적 음악의 생산을 촉진시키리라는 것도 전망할 수 있다. 따라서 이러한 소규모의 장소들의 창의적인 음악의 경험들은 음악 산업 내의 창의적인 음악 산물의 생산 가능성을 배태시키고 있는 것이다.

제3절에서는 한 영역에서 다수의 저자들이 폭넓게 구조, 정책담론, 산업적인 변화와 대응, 문화의 장에서의 매개자들, 그 구체적인 실천들 등을 논하고 있는 반면, 제4절에서는 미술 영역에서의 현재의 구조적 특성과 그 안에서 대안적 매개자들의 활발한 움직임을 포착하고자 한다. 김인선은 “**한국 미술계의 현대미술 경향과 전망**”에서 현대 한국 사회에서의 미술이 많은 사람들에게 이해되어지고 소통하기 위하여 어떠한 방식으로 예술가 자신, 관객, 이를 매개하는 기획자들을 통해서 실현되고 있는가를 기술하고 있다. 난해한 예술이라는 기존의 인식과는 달리 당대를 담아내는 반영하는 그릇으로서 예술은 공존해왔고 이는 현대에 이르러서도 마찬가지이다. 현재 전개되고 있는 미술계의 다양한 시도들을 예로 들면서 관객에게 적극적으로 다가가고 소통하고 있는 모습을 제시하고 있는 한편, 이러한 관객과 예술 작품 사이의 자연스럽게 활발한 소통을 위한 미술계의 시스템을 소개하고 있다.

관객과 작품 사이의 매개 공간은 네 종류로 나누어 볼 수 있겠는데, 대안공간, 상업화랑 그리고 비엔날레, 공공예술 분야가 그것이다. 먼저, 대안공간은 관객과의 실험적인 소통을 시도하며 신선한 신진작가들의 발굴 장소로 기능하기도 한다. 그러나 국가 보조에만 의존해야하는 경제적인 어려움을 극복하지 못하는 난점을 지니고 있다. 게다가 국가 정책적으로 미술 분야에 대한 지원이 지극히 미흡한 실정이기 때문에 이와 관련된 정책적인 변화가 요청된다. 둘째로 상업 화랑은 작품을 전시할 뿐만 아니라 실질적인 구매도 일어나는 장소이다. 그렇기 때문에 작품에 대한 철저한 소개와 더불어 예술계 전반에 대한 이해와 작가, 작품에 대한 해박한 지식이 제공되는 곳이기도 하다. 그러나 현재 국내 상업 화랑의 경우 해외의 유명 작가의 작품들의 전시가 대부분이고 컬렉터들의 취향도 고정적이고 소극적이어서 편중 현상이 나타나고 있다. 따라서 현대 미술을 이해하고 지원하는 컬렉터들의 발굴을 위한 교육의 마련이 시급하다. 셋째로 비엔날레는 한 자리에서 세계의 다양한 작가들의 최신 작품을 보여주고 대다수의 관객들과 만날 수 있는 장점이 있는 반면, 행사 규모에 비해 전문성을 갖추지 못하고 있는 실정이다. 지역 비엔날레의 명칭을 달고 있음에도 지역화되지 않은 운영은 소수 전문가들의 단발적인 프로젝트로서만 기능할 뿐 지역성의 취지를 발현하고 있지 못하다. 마지막으로 공공예술분야는 예술의 경계를 허물고 건축, 조경, 디자인 등 타 장르와 어우러진 행사를 이끌고 있다. 아직 초기 단계에 있지만 예술을 넘어서서 다른 분야와 연계하고 나아가 지역의 개발의 단계에도 예술이 개입할 수 있는 가능성을 열었다. 그러나 아직까지 정책적으로 프로젝트의 진행단계에서 초기에 배제되었다가 마무리단계에서 초청되는 식의 관행으로 인해 마찰을 빚고 그 한계를 가지게 된다. 현대 미술에서의 경향이 보다 예술의 높은 장벽을 허물고 관객과 소통하며 사회의 정확한 반영을 지향하고 있는 것처럼 예술을 매개하는 시스템 자체도 각양각색으로 변화가 진전되고 있다. 따라서 저자는 현재 그 시스템들이 지니고 있는 한계를 벗어나고 보다 적극적이고 창의적인 관객들이 생성될 수 있는 요건을 마련하기 위해서 정책적으로 이에 맞춘 대응이 요구된다고 전망하고 있다.

이후, 가장 일상적이고 보편적이면서 국가 공동체와 긴밀한 연관을 맺고 있는 스포츠의 영역에서의 정책적 방향성에 대한 제언이 제5절에서 언급되고 있다. 정준영의 “**미래사회, 스포츠, 대중매체**”가 그것이다. 저자는 이 글에서 현대 사회에서 스포츠가 가지고 있는 의미를 탐구하되 그것이 특별히 대중 매체와 관련하여 이를 모색하고 있다. 현대 국가에서 스포츠와 대중 매체가 수행하고 있는 역할과 그것들이 상호적인 연관관계 속에서 배태한 결과들은 구성원들의 공통성의 확인이라는 말로 요약될 수 있다. 이는 사회의 안정성을 부여하게 되는데, 미래의 미디어 테크놀로지 환경에 직면하여 변화의 가능성을 보이고 있다. 따라서 이에 적절히 대응한 조심스러운 조정과 기획이 요청되고 있다는 것이다.

스포츠의 역사에서도 드러나듯 스포츠는 표준화되고 제도화된 현대사회의 조직 원리를 바탕으로 형성되었다. 또한 자본주의 체제에서 노동의 소외에 따른 결과이자 소비로의 축진을 위해 불가결한 여가의 일종으로, 그 중 스포츠는 규율 잡힌 노동력 공급에 효과적인 활동으로 여겨졌다. 또한 현대사회의 구성원들에게 공통의 정체성을 제공해주는 역할도 수행하고 있다. 그리고 이러한 스포츠의 국민적인 차원의 장려를 위해 대중 매체가 사용되었다. 이는 스포츠의 상업화와도 긴밀한 연관성을 지니고 있는데, 이른바 프로 스포츠의 발달과 전개 과정에서 대중매체는 필연적이었으며, 높은 시청률로 인한 수익과 사회구성원들의 스포츠에 대한 관심을 지속적으로 붙잡아주고 나아가 중계권료를 징수한다는 점에서 스포츠와 대중 매체는 상호 이익 관계라고 볼 수 있다.

역사적으로 위와 같은 과정을 거친 스포츠는 현대에 이르러 현대사회 내부의 다양한 사회적인 분리와 초국가적인 인적, 물적 교환은 공통된 정체성에 위협을 가져오는 상황 하에서 스포츠는 이에 대해 문화적 공통성을 회복시키는 효과적 수단으로 여겨져 왔다. 그런데 최근에 스포츠 중계권을 둘러싸고 방송사간의 갈등이 불거져 나오고 있다. 제한된 채널의 중계권 독점으로 인해 특히 저소득층의 시청을 불가능하게 하고 사회 구성원의 문화적 향유권을 박탈하게 될 가능성을 앞두고 있다.

더구나 다양한 미디어 테크놀로지의 도입을 앞두고 이는 더욱 중요한 쟁점으로

부상할 가능성이 있다. 이른바 기술 격차의 문제와 더불어 매체와 스포츠 간의 공생 관계를 악화시키고 나아가 수용자의 문화적 향유의 권리를 박탈하고 현대사회의 통합을 이루는 안정성도 위기에 직면할 수 있는 것이다. 따라서 새로운 미디어 테크놀로지의 시대에 스포츠는 미디어와의 조화를 이루고 공생할 수 있는 관계를 모색하고 정책적으로 이를 유연하게 뒷받침해주어야 할 것이라는 것이 저자의 결론이다.

마지막으로 가장 최근에 급부상한 영역이자 창의 산업에 초점을 맞춘 문화 정책에서 핵심적인 부분을 차지하는 것이 게임 영역이다. 한국의 게임 영역은 급속한 부상으로 인해 정책적인 담론 내에서 고부가 가치 산업적인 측면만 강조되는 경향이 있었다. 그러나 임상훈은 한국 게임 영역 내부의 고유한 특성을 지적하면서 산업구조와 콘텐츠의 특성과 더불어 하위문화적이고 공동체적인 실천의 존재를 뚜렷이 보여주고있다. 그는 “한국 온라인게임, 캐주얼게임과 MMORpg의 양 날개로”에서 한국 온라인게임의 역사를 개괄하면서 그 전개과정을 상세히 기술한 후 향후 게임에 대한 전망을 제시하고 있다. 이러한 방식을 통해서 자국 내의 게임 산업적인 측면뿐만 아니라 게임 자체의 특성들, 그것을 사용하는 사용자들의 경향과 세부적인 실천, 이를 가능케한 외부의 환경들, 타국과의 비교 등을 포괄하면서 경제중심적인 게임 개발 예측에서 간과되기 쉬운 복잡한 지점을 포착해내고 있다.

외국의 메이저 게임회사들의 게임에 자극을 받아 이를 모태로 자국의 게임 테크놀로지를 개발함과 동시에 국내에 이미 구축되어있던 네트워크 테크놀로지의 영향으로 국내의 게임 산업은 단기간에 급성장하였다. 뿐만 아니라 이와 관련 상품들이 출시되고 방송 채널이 신설되는 등 그 영역이 확장되어가고 있는 추세이다.

RPG게임을 진화시킨 MMORPG의 성공뿐만 아니라 보다 넓은 사용자층의 확보를 위해 캐주얼 게임의 개발에까지 이어지면서 게임은 일부 계층이나 일부 매니아에게 국한된 문화가 아니라 보편적이고 일상적인 문화로 자리 잡게 된다. 게다가 다양한 온라인상의 과금 방식의 도입과 게임 그 자체가 가지고 있는 즐거움의 특성과 같은 요인들로 인하여 캐주얼게임은 다양한 장르의 분화와 계층을 초월하여 향유되고 있고, 앞으로 특화된 비게이머까지 끌어들이는 광대한 문화로 전개되리라 여겨진다.

MMORPG의 경우, 이를 개발하고 투자하는 게임 산업의 시도와 더불어 주목할 만한 점은 게임을 하는 사용자 간의 커뮤니티의 결속력의 강화이다. 다양한 유저들의 경험들이 커뮤니티를 통해 공유됨으로써 팬페이지와 같은 하위문화적인 실천물들이 생산되기도 하고 이는 산업과 유기적인 상호관계를 맺게 된다. 즉, 게임 그 자체의 즐거움이나 사이버스토리텔링 등과 같은 특성보다도 게이머들의 놀이와 소통의 욕구는 국내의 독특한 게임 문화가 이루어지는 근간이 되어 게임 콘텐츠의 개발과 수용에 영향을 끼치기도 하고, 게임 생산자들이 디자인한 콘텐츠의 일탈적 화용의 성격을 보이기까지 하고 있는 것이다. 따라서 국내 게임 산업은 잘 짜여진 게임 콘텐츠(예를 들면 퀘스트 시스템)의 개발보다 게이머들이 놀고 소통할 수 있는 빈 공간을 디자인하는 경향을 보여주기도 하였다.

고로 저자는 국내 게이머들의 커뮤니티 형성하는 하위문화적인 성향과 게임 테크놀로지의 다양한 개발, 기존에 구축된 단단한 네트워크 테크놀로지가 다양한 게임 외의 분야와 결합할 때, 산업 일방향적인 구조가 아닌 다방향적이고 풍요로운 게임 문화가 전개되리라는 기대를 보여주고 있는 것이다.

본 장에서 제시하고 있는 다양한 영역들에서의 현재 상황들과 이에 대한 전문가들의 분석은 정책적 담론에서 간과하고 있던 현실들을 일깨워준다고 볼 수 있다. 이론적이고 포괄적인 방향성의 제시부터 개별적이고 사소한 현장에서의 움직임에 이르기까지 다양한 스펙트럼을 보여주는 글들을 통해서 본 보고서의 전체적 조망을 아우르기 위한 토대를 구축할 수 있겠다.

제 1 절 미래사회와 매체 · 문화정책

■ 위험의 지구화를 넘어 생태적 문화사회로 !: 프랙탈 생태학과 미디어운동의 절합을 위하여

심 광 현(한국예술종합학교)

1. 들어가며

현재 인류는 해결해야 할 산적한 문제들로 몸살을 앓고 있다. 계급갈등은 초국적 금융자본과 군산복합체—글로벌 미디어군단이 주도하는 신자유주의 지구화의 파도를 타고 지구 전체를 10:90 사회로 몰고 가고 있으며, 이 과정에서 해묵은 성적—인종적 차별 역시 극대화되고 있다. 에너지낭비를 재촉하는 무분별한 소비문화의 지구화는 공동체 윤리와 주체성의 해체를 동반하며 폭력적 성향의 확산을 부추기고 있으며 이런 흐름은 전쟁과 군사적 팽창주의의 의식적—무의식적 확대를 뒷받침해 주고 있다. 그리고 이 모든 문제들이 복잡하게 서로 얽혀 갈등을 거듭하고 있는 사이에 지구온난화의 속도는 기하급수적으로 증가하고 있다. 사회 내부에서 또 사회 간의 갈등에 매몰되어 있는 사이에 사회를 떠받쳐온 지구 자체가 급속하게 붕괴되고 있는 상황이다.

20세기 내내 진보 운동은 생산수단의 소유와 부의 분배구조를 바꾸는 형태로 생산양식의 변화를 모색해 왔다. 그러나 세기말에 들어 이 운동은 힘을 잃고 오히려 신자유주의의 지구화가 가속화되고 있을 따름이다. 이에 대응하여 20세기 후반에 새롭게 등장한 생태주의 운동은 생산수단의 소유 여부를 떠나 현재 생산양식 자체의 반생태적 성격을 변화시키려는 운동을 벌여왔다. 그러나 근본생태주의자들의 열망과는 달리 생태주의 운동은 에너지 소비와 오염의 정도를 줄이려는 환경운동이나 대체에너지 개발을 강조하는 대안에너지 운동으로 현실화되어 오늘에 이르고 있을 따름이다. 하지만 주지하듯이 이와 같은 소극적 운동은 신자유주의 지구화와 그에

상응하는 생활양식이 소모하는 대량에너지 낭비의 속도를 따라잡지 못하고 있다. 에너지 대량소비에 기초한 생활양식 자체를 바꾸어야 한다는 주장이 제기되는 것은 이런 맥락 때문이다. 물론 생산양식의 변화가 먼저냐 생활양식의 변화가 먼저냐를 밝히기는 쉽지 않을 것이다. 실제로 이 문제는 동전의 양면처럼 내적으로 얽혀 있다고 보는 것이 적절하다. 하지만 오늘날 악순환이 계속되고 있는 이유는 생산양식을 바꾸려던 진보운동이 생산양식의 성격에 대해서는 무심했다는 사실과 함께 생산양식의 성격변화를 위해서는 생활양식의 변화 역시 필수적이라는 사실 자체에 대해 무지했다는 점에 있다고 본다. 다시 말해서 생산수단의 소유와 부의 분배의 양극화를 막는 것만이 아니라 생활양식 자체를 바꾸는 것이 미래의 재앙을 막고 새로운 풍요를 가져오는 필요조건이라는 인식이 결여되어 있었다는 것이다.

지속가능한 경제를 위해서는 에너지 낭비는 아랑곳하지 않고 돈벌기에 최우선 가치를 둔 생활양식을 바꾸어야만 한다. 하지만 선진국은 지속불가능한 소비행태를 지속하고 있고 이는 개도국의 지속불가능한 생산에 의해 유지되고 있다. 이런 악순환의 고리는 다시 개도국과 최빈국 사이에서도 반복되며 각국의 부르주아와 민중 사이에서도 반복되고 있다. 하지만 유럽인들 중에서는 아직도 돈벌기에 최우선 가치를 부여하며 에너지 낭비를 자신들의 특권으로 착각하는 대다수의 미국인들과는 달리 돈보다는 삶의 질 향상에 최우선 가치를 두기 시작하는 사람들의 수가 늘고 있다. 선진국부터 10%내외로 에너지 소비량을 감축하겠다는 교토의정서를 유럽연합이 주도했고 선진국 중에서는 유독 미국만이 이에 반대하여 서명을 거부하고 있는 현실이 이를 입증하고 있다.

바로 여기서 새로운 문제설정이 가능하다고 본다. 우선, 현재 생산양식의 반생태적 성격을 그대로 유지하는 한 조만간 사회 전체의 공멸이 불가피하다는 인식 하에서 생산양식의 성격을 바꾸려는 노력에 모두가 동참해야 하는데, 생산양식의 성격변화를 위해서는 반생태적인 생활양식 자체를 생태적 생활양식으로 바꾸지 않으면 안 된다는 점이다. 생활양식의 변화에는 두 가지 측면이 있을 수 있다. 에너지 소비의 대폭 감축과 관련하여 의식주 등 일상생활의 물질적 측면의 변화가 그 하나이다.

그러나 이것만으로 생활양식의 변화가 이루어지는 것은 아니다. 육체적, 정서적, 지적, 소통적 만족과 삶의 목표와 가치라는 생활의 비물질적 측면의 변화가 수반되어야 진정한 생활양식의 변화가 이루어질 수 있다. 나는 『프랙탈』(심광현, 2005)에서 이 두 측면을 구별하기 위해 후자를 주체화양식이라는 용어로 개념화했다.

우리 사회에서 그동안 환경운동이 노력을 기울였던 것은 생산양식의 친환경적 변화와 함께 생활양식의 물질적 측면에서 친환경적인 변화를 만들어내는 일이었다고 할 수 있다. 환경영향평가의 시행, 에너지 감축과 대체에너지 준비, 국립공원 안식년제 도입, 쓰레기 분리수거의 정착, 친환경적 쓰레기 소각정책 등이 그것이다. 이런 부분들은 앞으로도 더욱 확대되어야 할 것이다. 그러나 이런 노력만으로는 생활양식 전반의 변화를 이루어낼 수 없다. 생활양식의 물질적 측면의 변화가 비물질적 측면, 즉 주체화양식의 변화와 맞물리지 않으면 안 되기 때문이다. 환경운동이 문화운동과 결합해야 하는 이유가 바로 여기에 있다.

에너지 소비와 환경오염을 줄이는 근검절약의 생활을 하면서도 오히려 육체적, 정서적, 지적, 소통적인 차원에서는 더욱 풍요로운 생활을 누릴 수 있는 방법이 있다면(진정한 의미의 삶의 질 향상) 생활양식 전반의 변화를 앞당길 수 있을 것이다. 또 생활양식 전반이 변화한다면 그렇지 않을 경우와 비교해서 생산양식의 변화로도 모호하기가 상대적으로 더욱 쉬워질 것이다. 내가 『프랙탈』과 『홍한민국』(심광현, 2005)에서 모색하려 했던 변화의 방향은 주체화양식을 포함한 생활양식 전반의 변화를 통해 현재의 반생태적 생산양식을 생태적인 생산양식으로 변화시키려는 방향이다. 물론 쓰레기 분리수거와 에너지 절약의 생활화라든가 상품미학이 아닌 생태미학의 활성화라는 미시적 실천에서부터 자본주의 생산양식 전반의 변화라는 거시적 실천에 이르는 사이에는 어마어마하게 복잡한 단계와 과정들이 개재되어 있다. 그간 많은 이론과 실천들이 있었지만 중도에 하차하거나 길을 잃는 이유도 이런 중간 단계들의 복잡한 얽힘에 있을 것이다.

아무리 단순화해도 그 층위는 자연, 생명, 개별 인간, 문화, 경제, 정치 등 환원 불가능한 여러 층들로 구별된다. 나는 『프랙탈』에서 이런 복잡한 미궁을 다루면서도

거기에 갇히지 않기 위해 비교적 단순한 방법을 택했다. 자연에서 출발하여 사회구성체까지 나아갔다가 자연으로 돌아오는 순환의 길을 그리면서 그 출발 지점에 하나의 아드리아네의 실을 매우 둔 것이다. 프랙탈이라는 실타래가 바로 그것이다.

프랙탈이라는 개념은 자기-조직하는 자연 생태계와 생명으로부터 인간 주체성의 생명활동의 구조와 배치, 생태적 문화와 사회구성체의 배치와 작동 방식을 올바르게 이해하게 해줄 뿐 아니라 이 모든 지층들을 연결해주는 접합체의 기능도 함께 가지고 있다. 프랙탈은 울퉁불퉁한 시골길이나 소나무, 난류(亂流)의 불규칙한 질서의 가치를 제대로 보고 정확히 계산하게 해주는 수학적 개념이지만 철학적으로 보면 들뢰즈가 『차이와 반복』에서 규명하고자 한 생명적 생성의 원리,³⁹⁾ 『천의 고원』에서 규명하려 했던 리좀적 운동과도 상통하는 개념이다.

들뢰즈는 가타리와 함께 이제 더 이상 존재나 실체의 형이상학에 머물지 말고 무한한 생성과 과정과 사건의 철학과 과학으로 나아가자고 제안했었다. 무수한 차이를 변주해내면서도 자기-조직적인 반복을 거듭하여 역동적으로 새로운 질서를 만들어내는 사이-존재적인 생성을 무제한적으로 긍정하는 것이 그것이다. 나는 차이와 반복의 프랙탈한 운동이 자연, 생명, 인간, 문화, 사회, 역사를 관통하는 공통개념이자 공통감각이라고 보았다. 물론 들뢰즈가 주장한 리좀적, 유목적이라는 개념을 그대로 쓸 수도 있을 것이다. 그러나 은유적인 성격이 강한 들뢰즈의 리좀 개념을 뒷받침해주던 역할에 머물던 프랙탈이라는 개념을 전면으로 부각시키고자 하는 것은 이 개념이 이제까지의 서구 수학과 과학이 배제해온 자연을 새롭게 수학적으로 해명함은 물론 자연과학-사회과학-인문학-예술을 함께 연결해줄 수 있는 보편

39) 이 책에서 저자는 들뢰즈가 1960년대에 막 탄생한 분자생물학에 잠재된 힘을 인식하고 그로부터 새로운 수리철학, 새로운 자연철학, 새로운 생명철학을 선구적으로 제시한 것이 『차이와 반복』(1968)이라고 주장하면서 들뢰즈 자신이 자신의 모든 저작은 결국 ‘생명론’이며 닫힌 길을 열어 생명에 출구를 제시하는 작품이라고 말한 바에 의거하여 들뢰즈의 전체 저작을 생명철학의 관점에서 재해석하고 있다 (6~7쪽).

적이고 포괄적인 원리를 지닌 개념이라고 생각하기 때문이다. 나아가 프랙탈 개념은 동북아시아의 기(氣) 개념, 한국의 흥(興) 개념과도 상통한다는 점에서 동서 사상과 문화를 연결하는 개념으로 유용하다고 생각한다(『흥한민국』과 『프랙탈』).

흔히 이렇게 꼭짜여진 자본주의적 생활양식과 생산양식을 바꾸는 것이 불가능하다고 느끼는 것은 우리 몸과 감각, 시간과 공간, 문화와 사회에 빈 틈이 없다고 보는 유클리드적인 사고방식과 단순성의 과학인 근대과학의 틀에 우리가 익숙해져 있기 때문이다. 그러나 유클리드적인 1차원과 2차원, 2차원과 3차원 사이에는 프랙탈한 분수 차원, 즉 1.345, 2.059...등의 차원이 무한히 펼쳐져 있다. 시각을 바꾸면 유클리드적으로 꼭 짜여진 격자 구조 사이에서 프랙탈하게 일어나는 다양한 생성과 사건, 자연과 인간과 사회의 창발적인 자기-조직화의 생태적 과정들이 보일 것이다. 자연도, 인간도, 사회도 유클리드적인 단순한 차원에 정태적으로 갇혀져 있는 물체나 고체가 아니다. 그 모두는 프랙탈한 차원에서 역동적으로 자기-생성하는 창발적인 생태적 존재인 것이다. 자기-조직하는 자연과 생명, 신체적 공통감각을 통해 다차원적 역능을 원심적-술어적으로 통합하는 자기-조직적인 주체성, 사회적 격자를 깨고 민주적으로 재전유할 수 있는 다중의 프랙탈한 에너지는 서로 공명하고 있다. 바로 이 공명의 지점에서 민주적 생태적 문화사회로 향한 길이 열릴 수 있다.

단순화하면 이 프랙탈한 공통감각과 공통개념을 통해서 프랙탈한 자연생태계에 걸맞는 프랙탈한 생활양식을 새롭게 구성할 수 있고, 이를 매개로 프랙탈한 생산양식을 구성할 수 있다고 보는 것이다. 이런 주장은 얼핏 보면 동화 같은 얘기처럼 들릴 수 있다. 하지만 지구적 차원에서 복잡성을 더해가는 오늘의 미궁과 같은 사회체를 분석하려면 반쪽 지구화 시대의 유클리드적인 단순성의 과학이 아니라 프랙탈한 복잡성의 과학이 필요하다. 프랙탈이라는 개념은 이 복잡성의 과학을 대변하는 개념이라고 보아도 좋을 것이다.

2. 프랙탈 생태학

질 들뢰즈와 공동작업을 했던 프랑스의 정신의학자이자 철학자인 펠릭스 가타리는 『세 가지 생태학』(1989년)에서 임계점에 달한 환경의 위기, 주체성의 위기, 사회체(socius)의 위기에 대해 생태철학(ecosophie)의 관점에서 세 영역을 윤리-정치적으로 ‘절합’하는 방식의 대처가 필요하다고 주장한 바 있다. 그는 동시다발로 나타나는 생태학적 위기들에 대한 진정한 해결책은 지구적 규모에서 물질적/비물질적인 재화의 생산 목표를 새롭게 설정해 나가는 진정한 정치-사회-문화 혁명을 통해서만 가능하다고 보았다. 그가 세 가지 생태학의 절합이라는 다극적인 전략을 세우면서 모색했던 새로운 혁명의 개요는 다음과 같다.⁴⁰⁾

첫째, 사회생태학의 차원에서는 커플, 가족, 도시생활, 노동 등과 같은 집단적 존재양식 전체를 재구축해야 한다. 거시적 제도 수준에서만 아니라 미시사회적 수준에서도 실효성 있는 실험적 실천을 실행에 옮겨야 한다. 하지만 가타리는 새로운 주체화 양식이 산업시대의 황폐화된 집단적 주체화나 전 산업시대의 의고주의(擬古主義)에 사로잡힐 위험을 경계했다. 대중이 의고주의에 빠진다면 자본의 전횡은 더욱 자유로워질 것이기 때문이다. 그는 이런 위험을 피하기 위해 대중매체 시대에 서 탈-대중매체 시대(디지털멀티미디어방송시대와 같이 매체 유형의 다양화시대)로 이행하는 과정에서 복수의 주체집단이 매체를 재전유하는 일이 중요하다고 역설했다.

둘째, 정신생태학의 차원에서는 신체, 환상, 지나간 시간, 생과 사의 신비에 대한 주체의 관계를 재발명하는 쪽으로 나아가야 한다. 가타리는 이 재발명이 근대적인 ‘과학성’이라는 낡은 이상에 집착하는 정신분석 전문가들의 방식보다는 환상-경제라는 우회로를 통해 발생기 상태의 창조적 주체화에 접근하는 예술가의 방식에 더 가까운 것이 되어야 한다고 강조했다. 또 주체의 재발명은 개인 차원에만 머물러서는 안 되고 개인과 인간 집단의 형성 및 원격조종을 주재하는 제도적 차원들과 사회

40) 펠릭스 가타리 지음/윤수종 옮김, (2003), 이하의 설명은 7~58쪽 참조

계급에 대한 비판적 개입과 창조적 변형을 통해서만 실현가능하다고 보았다.

세제, 환경생태학의 차원에서는 그 어느 때보다 자연과 문화가 구분되기 어렵게 되었기에 생태체계, 기계권, 사회적이고 개인적인 준거 체계간의 상호작용을 횡단하는 방법을 배워야 한다. 자연환경이 생명체와 분리된 것이 아니라는 한 예로 그는 한 텔레비전 프로그램에서의 실험을 들고 있다. 그 실험에서 마르세이유 항의 오염된 물이 담긴 수조 안에서 원기왕성하게 헤엄치던 낙지를 꺼내 오염되지 않은 바닷물을 넣은 수조에 집어넣었을 때 몇 초 후 낙지가 오그라들어 죽어버렸다고 한다. 이런 실험은 생명의 활동과 독립적으로 정의할 수 있는 환경이라는 개념이 무의미하다는 것을 보여준다. 때문에 환경생태학의 문제는 자연애호가나 환경전문가라는 협소한 틀에 갇혀서는 안 되며 자본주의 권력구성체와 주체성 전반에 대한 문제 제기를 통해 확대되어야 한다는 것이다.

자연의 균형 유지 여부는 이제 인간의 개입 방식에 달려 있기 때문에 공기 속에 있는 산소, 오존, 탄산가스의 관계를 조절하기 위한 거대한 종합계획을 시작하는 것이 필요한 시대가 왔다는 가타리의 주장은 올해부터 온실가스방출억제를 위한 교토 의정서가 발효되면서 지구적 차원에서 현실화되기 시작하고 있다.

가타리는 이렇게 환경-사회체-주체성의 문제가 유기적으로 얽혀 있기 때문에 환경생태학은 자연주의적인 차원을 넘어서서 기계적 생태학 *machinic ecology*이 되어야 한다고 역설했다. 인구급증과 결합된 과학기술 진보의 가속화가 전체 기계권 *mechanosphere*을 지배하는 상황이 되었기 때문에 앞으로는 단순히 자연을 옹호하는 데서 머물 것이 아니라 아마존의 허파를 회복하기 위한, 사하라를 소생시키기 위한 적극적 공세가 필요하다는 것이다.⁴¹⁾

환경생태학이 기계적 생태학이 되어야 한다는 그의 주장은 모순적이고도 생소해 보일 것이다. 그런데 여기서 그가 말하는 기계의 의미를 고려해 보면 그의 주장을 이해하기 쉽다. 이는 자연과 대립하는 인공적 도구로서의 기계라는 통상적인 의미

41) 펠릭스 가타리, 앞의 책, 54쪽.

의 기계가 아니다. 그것은 움베르토 마투라나와 프란시스코 바렐라가 생명을 새롭게 정의하는 개념으로 사용했던 자기-조직self-organization의 개념에 입각한 새로운 기계 개념이다. 그의 기계론은 “개방적이고 살아있는” 기계론machinism이지 폐쇄적이고 외부의 흐름과 단절된 코드화된 관계만을 지닌 공허한 반복의 도구적 기계학mechanism이 아니다.⁴²⁾

생명과 생태계를 자기-조직하는 기계로 파악하는 것은 앞서 말한 세 가지 생태학을 상호 교환적으로 바라보게 하는 하나의 렌즈⁴³⁾ 역할을 해 줄 수 있다. 이 렌즈를 통해 바라보면 자연환경-인간주체성-사회구성체의 생태적 위기의 극복은 각기 따로 따로 이루어질 수 없다. 폐쇄적인 도구적 기계학의 상태에 빠져 과편화되고 고립되고 죽어가고 있는 자연-인간-사회를 자기-조직하는 살아 있는 기계론으로 전환하는 것, 자기-조직하는 기계의 작동을 “변화 과정의 움직임과 강렬도의 논리”⁴⁴⁾에 따라 최대화하는 일이 필요하다는 것이다.

자기-조직하는 살아 있는 기계론이라는 개념은 기계론/유기체론/생기론 간의 해묵은 대립을 넘어서고자 하는 것이기에 인공적 문화와 비인공적 자연의 이분법을 넘어서는 방향으로 기존의 과학/예술/철학의 관계를 혁신하고 상호간에 창조적 접촉과 횡단적 연결을 촉진하도록 새로운 시야를 제공해준다. 그런데 이런 연결접속의 실제적인 메카니즘이 무엇일까?

자기-조직하는 자연=생명 기계의 주된 특성과 작동 메카니즘은 프랙탈이라는 개념을 통해 자세히 설명될 수 있다. 실제로 가타리는 들뢰즈와 함께 쓴 『천의 고원』(1980)에서 프랙탈 개념을 통해 기계의 작동이 설명될 수 있다고 주장했다. 그들에 의하면 프랙탈은 욕망하는 기계와 기관 없는 신체들로 작동하는 유목적 지리정치학nomadic geopolitics의 핵심 개념인 매끈한 공간smooth space에 대한 가장 일반적인 수학적 정의이다.

42) 펠릭스 가타리, 앞의 책, 48쪽

43) 펠릭스 가타리, 앞의 책, 24쪽

44) 펠릭스 가타리, 앞의 책, 27쪽

‘프랙탈’은 차원수가 분수 또는 비정수인 집합 또는 차원수가 정수이면서 방향이 연속적으로 변주되는 집합을 말한다. 가령 선분을 3등분해서 중앙부를 그 길이를 한 변으로 하는 정삼각형의 두 변으로 바꾼다. 다음에는 이렇게 해서 생긴 4개의 선분에 대해 똑같은 조작을 반복한다. 이와 비슷한 관계를 유지하면서 이를 무한히 반복한다. 이렇게 해서 생긴 선분은 차원수가 1보다 크지만 평면의 차원수($=2$)보다는 작은 무한한 선 또는 곡선이 된다. 삼각형의 ‘꼭지점’을 첨가해 나가는 대신 하나의 원에 ‘개구부’를 만들어 구멍을 뚫어 나가도 동일한 결과를 얻을 수 있다. 상사의 원리에 따라 구멍을 뚫은 입방체도 마찬가지로 입체 이하인 동시에 평면 이상의 것이 된다...이와 다른 형태를 가진 경우도 있는데, 브라운 운동, 난류, 천개도 이러한 ‘프랙탈’이다. 아마 이를 통해 퍼지 집합을 정의할 수 있는 새로운 방법을 찾아낼 수 있을 것이다.⁴⁵⁾

들뢰즈와 가타리는 프랙탈의 특성을 다음과 같이 재해석한다. (ㄱ) 벡터적인 성격을 지닌 사이-공간 in-between space을 가리키는 지표로서 접선을 결정할 수 없게끔 방향이 연속적으로 변하는 것, (ㄴ) 헤아려지는 것이 아니라 주도적으로 공간을 차지하는 것, (ㄷ) 별도의 보충 없이 공간 자체와 공간을 차지하는 것이 서로 일치하는 것이 그것이다.

프랙탈 공간은 유클리드 공간과 같이 텅 빈 것이 아니라 연속적으로 변주하면서 스스로 생성되는 공간이다. 또 패치워크 patchwork 같은 비정형적 조각들의 모음이 라고 할 리만 공간을 생성하면서 동시에 연속적으로 그 사이를 주파하는 자기-조직하는 공간이기도 하다. 여기에 자기 복제와 반복이라는 특성이 추가되어야 할 것이다. 프랙탈이 자기-조직하는 생태계의 생성원리이자 작동원리가 될 수 있는 이 유가 여기에 있다. 스스로 끊임없이 주름 접기와 펴기를 반복하면서 자기 복제를 수행하고 연속적인 변주를 통한 비정형적인 자기 조직화의 과정이 바로 프랙탈한 것이다.

45) 질 들뢰즈 · 펠릭스 가타리 지음/김재인 옮김(2001), 928~930쪽 참조.

우리가 익숙해 있는 유클리드 공간은 무한하게 생성적인 프랙탈 공간을 커다란 격자로 체를 뜬 것과 다름없다. 마치 0 또는 1만을 따지는 크리스프(crispe) 집합의 유한한 그물망 사이에 0.1, 0.01, 0.13, 0.175 등의 무한한 요소들을 집합으로 하는 퍼지(fuzzy) 집합의 무한한 세계가 펼쳐지는 것과 같은 이치이다.⁴⁶⁾ 유한한 정수의 공간 사이에 무한한 분수의 공간이 존재하고 있는 것이다. 마치 격자로 물을 떠내면 물이 그 사이로 빠져나가듯이 프랙탈 공간은 유클리드 공간 사이로 빠져나간다.

하지만 들뢰즈와 가타리는 『천의 고원』에서 매끈한 공간을 프랙탈 공간이라고 정의했음에도 불구하고 이후 이 개념을 본격적으로 활용하지 않았다. 그들이 주장하는 리좀(rhizome)의 개념 역시 프랙탈이라는 개념을 통해 보다 선명하게 이해될 수 있음에도 불구하고 말이다. 그들이 만일 프랙탈 개념을 일관되게 활용하면서 기계적 생태학이라는 생소한 개념 대신 프랙탈 생태학이라는 명칭을 사용했다면 기계라는 용어가 일으킬 수 있는 오해를 불식하고 실제의 생성과정을 정확하게 전달하는 데 성공했을 거라고 생각한다. 다음 구절들을 보자.

“다양체는 연결접속들을 늘림에 따라 반드시 본성상의 변화를 겪게 되는데, 배치물이란 이런 다양체 안에서 차원들이 이런 식으로 붙어난 것이다. 리좀에는 구조, 나무, 뿌리와 달리 지정된 점이나 위치가 없다. 선들만이 있을 뿐이다. 글렌 굴드가 연주에 가속을 붙일 때 그는 단지 달인의 숨씨를 발휘하는 하는 것이 아니라 음악 상의 점들을 선들로 변형시키고 악곡 전체를 증식시키는 것이다.”⁴⁷⁾

여기서 다양체(multiplicite)와 리좀을 프랙탈로 설명하면 그 무한한 변주와 자기 증식성이 쉽게 이해되지 않을까? “리좀은 시작하지도 끝나지도 않는다. 리좀은 언제

46) 바트 코스코 지음/공성곤 외 옮김, (1993). 바트 코스코는 〈二値〉(bi-valance) 논리에 서 〈多値〉(multi-valence) 논리로, 흑백의 이분법 논리(아리스토텔레스의 A or Not-A)에서 무한한 정도의 차이를 지닌 회색의 논리(부처의 A and Not-A)로의 전환이 필요하다고 강조한다(22~23쪽). 여기서 딱딱한 논리라는 의미의 〈크리스프 논리〉는 흑백의 이분법에, 애매한 논리라는 의미의 〈퍼지 논리〉는 회색의 논리에 해당한다고 하겠다.

47) 질 들뢰즈 · 펠릭스 가타리, 앞의 책, 21쪽

나 중간에 있으며 사물들 사이에 있고 사이-존재이고 간주곡”⁴⁸⁾이라는 구절도 그렇다. 프랙탈은 1차원과 2차원, 2차원과 3차원 사이에 있으므로 사이-존재일 수밖에 없다. 다양체가 본성상의 변화를 겪게 되는지, 다양체의 차원 증식과 배치물이 무슨 관계인지 역시 프랙탈한 공간의 무한한 변주, 무한한 자기 증식의 논리로 이해될 수 있다. 왜 리즘에는 선들만 있는지, 왜 리즘은 ‘사이-존재’인지가 그 자체로는 잘 납득하기 어렵다. 그러나 0과 1 사이의 퍼지 집합 개념에 입각하면 역시 쉽게 이해될 수 있다.

『천의 고원』의 키워드들인 기관 없는 신체, 추상기계, 천 개의 고원, 매끄러운 공간, 촉지적haptique 감각 등의 개념들 역시 프랙탈의 관점에서 보면 그 의미를 구체적으로 이해할 수 있다. 앞서 소개한 가타리의 기계론 역시 정수 차원의 유클리드 기하학의 관점에서 보면 폐쇄적이고 수동적이고 도구적인 기계로 보이지만 프랙탈 기하학의 관점에서 보면 분수 차원에서 무한하게 작동하는 자기-조직하는 기계로 이해될 수 있다.

이들이 유목민의 예술을 설명할 때 사용하는 촉지적 감각 역시 프랙탈 기하학을 통해서만 비로소 이해가능하다. 몸과 주변 공기와의 접촉은 유클리드적인 2차원 또는 3차원의 공간적 접촉이 아니다. 우리 몸이 2차원 또는 3차원으로 편평하게 퍼질 수 있는 것이 아니기 때문이다. 우리 눈이 주변 공간이나 공기를 광학적이 아니라 촉지적으로 포착한다는 말은 곧 우리의 눈과 감각과 몸 전체가 울퉁불퉁하게 주름져 불규칙하게 유동하는 외부 공간과 똑같이 프랙탈하게 접촉한다는 것을 의미한다.

우리 몸은 무수하게 작은 세포 구멍들이 뚫려 있는 울퉁불퉁하여 프랙탈 기하학에서 말하는 2.7268 차원을 가진, 마치 수세미나 스폰지 같은 시에르펜스키 공간⁴⁹⁾

48) 질 들뢰즈 · 펠릭스 가타리, 앞의 책, 54쪽

49) 질 들뢰즈 · 펠릭스 가타리, 앞의 책, 929쪽. 평면(2차원) 이상이며 입체(3차원) 이하인 차원수를 가진 스폰지. 정방형에 파놓은 구멍 하나하나는 한 변의 1/3을 한 변으로 하는 정방형 8개에 의해 둘러 싸여 있다. 이들 8개의 정방형은 다시 저마다 각각 1/3변을 한 변으로 하는 정방형 8개에 의해 둘러싸여 있다. 이 과정을 무

과 같은 것이다. 그 때문에 울퉁불퉁하고 불규칙한 공기나 사물을 만질 때 남김없이 감쌀 수 있다. 메를로-퐁티Mauris Merleau-Ponty가 ‘세계-내-신체’의 개념을 설명하면서 우리 몸은 세계라는 장갑의 안감에 낀 손처럼 세계와 꼭 맞물려 있다고 보는 것도 세계와 우리 몸이 프랙탈하게 맞물리기 때문에 가능한 설명이다.

동양미학의 정수라고 할 정경묘용(情景妙融)의 경지라든가 발터 벤야민Walter Benjamin이 아우라aura 개념을 통해 설명하려 했던 신비한 느낌을 이해하는 데에도 프랙탈 개념이 필요하다. 아우라적인 미적 경험의 순간에 우리 눈은 손가락으로 먼 산의 능선을 어루만지듯 감싸 안는다. 이것이 곧 눈과 손이 서로 연결되는 듯한 촉지적 감각을 가능하게 하는 프랙탈한 메카니즘이다.

자기-조직하는 생태기계의 의의를 제대로 살리자면 개념적 원천부터 다시 검토하고 이를 구체적인 문화적 경험에 응용할 수 있게 보완하는 일이 필요하다. 움베르토 마투라나와 프란시스코 바렐라Francisco J. Varela, 그리고 에리히 얀치의 오토포에시스autopoiesis 개념, 베노이트 만델브로트의 프랙탈 개념, 그리고 바트 코스코Bart Kosko의 퍼지 개념 등이 이런 작업에 큰 도움이 된다. 이런 과학적 개념들은 상대적으로 잘 정의되어 있고 실제 사례에 대한 적용이 쉬워 들뢰즈와 가타리의 글에서 보이는 개념적 생경함과 어휘들의 현란함을 피해 복잡한 사태를 보다 명료하게 이해하는 데 도움을 줄 것이다.

앞서 가타리가 시급하다고 강조한 세 가지 생태학의 다극적 절합도 자기-조직적인 프랙탈 생태학(또는 퍼지 생태학)이라는 개념적 문제틀conceptual problematics⁵⁰⁾

한히 반복하면 결국 입방체는 무한수의 구멍이 뚫리게 되고 체적이 0에 가까워짐과 동시에 파내어진 입방체의 표면적이 무한으로 증가하게 된다. 이 공간을 시에르펜스키(Sierpensky) 스폰지라고 부른다.

- 50) 루이 알튀세르 지음/고길환과 이화숙 옮김(1990). 35, 78~80쪽. 1960년대 중반 프랑스의 맑스주의 이론가 루이 알튀세르는 <문제틀>(problématique, problematics)라는 개념을 자끄 마르탱(Jaques Martin)에게서 빌려와 맑스의 초기 철학과 후기 철학 사이에서 발생하는 <인식론적 단절>(바슐라르)을 발견해내어 당대까지 헤겔주의에 침윤되어 있던 맑스주의를 혁신하고자 했다. <문제틀>이란 개념은 철학과 이

에 입각하여 재해석할 경우 더 구체적인 길을 발견할 수 있다. 가타리가 세 가지 생태학적 과제를 하나의 렌즈를 통해 절합하려는 일이란 곧 대량소비에 기초한 위험 사회를 지속가능한 문화사회로 전환하는 것에 해당한다. 성장의 제한—소비의 제한—인구의 제한—절약적인 생활—새로운 문화적 향유로 이어지는 사회생활양식 전반의 변화와 주체성의 새로운 배치가 병행되어야 한다. 단 그런 새로운 생활양식이 개인들에게는 이제까지와는 다른 형태의 풍요로움을 가져 올 수 있어야만 한다. 그렇지 않을 경우 현재의 개인들이 미래의 위기를 염려하여 자율적으로 에너지를 절감하는 고통을 감수하지는 않을 것이기 때문이다. 생태주의적 실천이 절약적 생활양식과 함께 삶의 질 향상이라는 문화적 차원의 변화와 맞물릴 때에만 성공할 수 있는 것은 이 때문이다.

이제까지 생태주의 사상과 정치에서 문화의 문제는 주변적으로 다루어져 온 감이 없지 않다. 가타리가 생태철학의 핵심을 굳이 새로운 윤리적—미적 패러다임의 발견이라고 주장하는 것도 실은 당시까지 맑스주의 생태학이나 심층생태주의, 사회생태학이나 생명운동에서 문화혁명의 중요성을 본격적으로 의제화하지 않고 있었기 때문이었다. 반생태적인 근대성의 패러다임을 생태적인 사회적 패러다임으로 전환

론의 핵심이 답이 아니라 문제를 제기하는 방식에 있다고 보는 개념이다. 이에 따르면 철학하는 것은 답변이 아니라 철학에 의해 제기되는 문제 그 자체라는 것, 그리고 바로 문제 그 자체 속에서, 즉(대상 자체 속에서가 아니라) 한 대상을 성찰하는 방법 속에서 이데올로기적인 신비화를(혹은 그와 반대로 대상과의 진정한 관계를) 찾아야 한다는 것이다. 이런 점에서 알튀세르는 〈문제들〉의 본질을 구성하는 것은 〈문제들〉의 내재성이 아니라 〈문제들〉과 실제 문제들 간의 관계라고 주장한다. 알튀세르는 이런 관점에서 자본론을 재독해하여 맑스의 후기 철학이 헤겔 철학과는 인식론적 단절을 이루고 있음을 입증했다. 같은 각도에서 그는 『자본론을 읽는다』(루이 알튀세르 지음/김진엽 옮김, 두레출판사, 1991년)에서 이렇게 질문한다. 왜 아담 스미스나 리카도의 “정치경제학은 필연적으로 자신이 생산한 것과 자신의 생산 작업에 대하여 맹목적일 수밖에 없는 것일까? 그것은 그 눈이 종래의 낡은 문제 위에 고정되어 있고 또한 이 낡은 문제에 새로운 답을 관련시키고 있기 때문이다. 또한 그것은 새로운 문제가 ‘보이지 않는’ 낡은 ‘지평’(자본론 불어판, 제2분책, 210쪽) 위에 초점을 맞추고 있기 때문이다.”(28쪽)

하려면 생산의 제한에 따른 노동과 부의 분배를 재구성함과 동시에 소비를 제한하면서도 새로운 만족을 줄 수 있는 문화적 양식의 창조가 필수적이다. 그런데 제레미 리프킨에 따르면 유럽연합에서는 요즈음 이와 같은 문제의식이 크게 확산되고 있다고 한다.

유럽인들은 문화 및 지역 정체성을 유지하면서도 세계적으로 서로 연결되기를 원한다. 그들은 자율과 독립에서가 아니라 서로 간의 관계 속에서 자유를 찾는다. 그들은 이 지구상에서 가장 높은 삶의 질을 추구한다. 그들에게 높은 삶의 질이란 후손들을 위해 지구와 지속 가능한 관계를 맺는 것까지 포함된다. 유럽인의 69퍼센트는 환경 보호가 시급한 문제라고 응답했다. 그와는 대조적으로 미국인의 경우 환경 문제를 심각하게 생각하는 비율은 네 명 가운데 한 명 꼴이었다. 더욱 흥미로운 것은 유럽인의 56퍼센트가 ‘환경의 악화를 멈추려면 우리의 생활과 개발 방식을 근본적으로 뜯어 고쳐야 한다’고 대답했다. 유럽인들은 일하기 위해 살기보다는 살기 위해 일한다. 물론 그들의 삶에서도 일은 필수적이다. 그러나 일만으로 그들의 존재를 규정하는 데 미흡하다. 유럽인들은 직업 경력보다 심오한 놀이, 사회적 자본, 사회적 결집을 중시한다. 자신들에게 가장 중요한 가치를 묻는 조사에서 유럽인의 95 퍼센트는 다른 사람을 돕는 것이라고 대답했다. 92퍼센트는 사람을 있는 그대로의 가치로 평가해야 한다고 말했고, 84퍼센트는 더 나은 사회를 건설하는 데 참여하는 것이 중요하다고 응답했으며, 79퍼센트는 개인의 발전에 더 많은 시간과 노력을 할애하는 것이 중요하다고 말했고, 49퍼센트는 돈을 많이 버는 것이 가장 중요하다고 대답했다.⁵¹⁾

물론 이런 변화는 아직 유럽연합에서나 이루어지고 있을 뿐이다. 우리사회는 리프킨이 비판하고 있는 미국사회와 큰 차이 없이 환경 악화나 삶의 질 악화는 뒷전이고 오직 돈 버는 일에 모두가 혈안이 되어 있다. 하지만 한국의 환경운동이 꾸준히 성장하여 아시아 최대의 NGO 활동으로 부상했다는 점에서 희망의 단초가 없는 것

51) 제레미 리프킨, 『유러피안 드림』, 493~494쪽

은 아니다. 그러나 유럽연합의 사례에서 보이듯 환경운동은 삶의 질 향상 운동으로 발전해야 한다. 환경운동과 사회운동은 문화운동과 유기적인 연계를 맺지 않으면 안 된다. 생태학적 과제와 문화정치적 과제가 서로 꼬리를 물듯 맞물릴 수밖에 없는 내적 상호관계를 따져보고 자연과 공생하는 새로운 사회 구성의 전망을 살피는 연구 방법이 곧 비판적 문화생태학⁵²⁾이다.

-
- 52) 문화생태학은 문화와 자연환경의 상호작용 속에서 적응과 수정을 통해 문화가 변화(또는 진화)해가는 과정을 연구하는 데 역점을 둔 문화인류학 또는 생태학의 한 분야이다. 그러나 문화가 환경에 미치는 영향이 날로 증가하여 문화와 환경의 쌍방향적 상호작용 자체가 의미가 퇴색하고 문화의 일방적 영향만이 두드러짐에 따라 문화생태학의 애초의 의의가 미약해지고 있다. 이런 이유로 자연의 힘에 예속되어 있던 사회에 대한 문화생태학적 연구와 자연에 대한 기술적 지배를 강화한 현대사회에 대한 문화생태학적 연구는 큰 차이가 있을 수밖에 없다. 근대 이전에는 문화공동체가 자연생태계에 적응하는 것이 관건이었다면 근대 이후에는 자연생태계가 문화공동체의 요구에 따라 크게 변형되고 왜곡되어 가고 있다. 전자의 경우 자연생태계의 차이에 따라 그에 적응하는 문화공동체가 큰 차이를 보이게 마련이라면 후자의 경우 문화공동체의 지향과 특성이 문제이지 자연생태계의 차이는 큰 문제가 되지 않는다. 과학기술의 보편성으로 인해 문화생태계의 다양한 특성도 쉽게 등질화되기 때문이다. 하지만 기술과 산업의 발전으로 자연생태계가 심하게 파괴되자 생태파괴를 최소화할 수 있도록 현대의 문화와 생활양식을 대대적으로 수정해야 할 필요성이 급증하고 있다. 교통 의정서의 발효에 따라 에너지 사용량의 감축 문제가 발등에 떨어지고 있고 그에 따라 생활양식의 급속한 변화가 불가피해지고 있다. 우리나라도 2013년부터는 최소 5% 이상 매년 에너지 소비량을 감축해야 한다. 문화와 자연의 긴장관계를 새롭게 조정하고 자연과 공생가능한 문화와 생활양식을 발견해내는 것이 오늘날 문화생태학 연구의 긴급한 과제가 되고 있는 것은 이 때문이다. 여기서 자연과 문화의 상호작용의 역사—지리적 변증법적 과정에서 주목하고자 하는 것은 현재와 같이 문화가 자연을 파괴하고 그 결과가 부정적으로 피드백되는 과정을 중성적으로 관찰하기 위해서가 아니라 이 과정에 대한 적극적인 문제제기와 대안을 제시하기 위한 것이다. 이런 문제제기는 현대의 반생태적 문화에 대한 적극적인 비판과 아울러 생태적 문화의 새로운 창조를 함께 지향한다는 점에서 일종의 비판적(인 동시에 구성적인) 문화생태학이라고 지칭할 수 있다. 미적 문화와 생태적 윤리의 적극적인 ‘절합’을 시도함으로써 지속가능한 민주적 문화사회로의 전환을 가능케 할 새로운 주체화 양식과 문화정

3. 분과학문 횡단과 전통의 재해석

지속가능한 문화사회를 만들려면 대량소비에 기초한 위험사회 속에서 살아오면서 당연하고도 자명하다고 생각했던 몇 가지 생각과 개념들을 먼저 재검토할 필요가 있다. 에너지를 마구 쓰며 혼자서도 잘 살 수 있다고 생각했던 삶과 절약하지만 공생하는 과정에서 삶의 질을 새롭게 향유할 수 있는 삶은 그 경제적, 문화적, 정치적 전제가 판이하게 틀릴 수밖에 없기 때문이다.

물질과 생명, 정신과 육체, 노동과 정치, 경제와 문화, 삶의 목적과 가치 등에 대한 전면 재검토가 필요하다. 세 가지 생태학적 위기를 극복할 대안을 고민했던 들뢰즈와 가타리는 현대사회가 당연시해온 이런 개념들과 사유를 해체—재구성하기 위해 서양의 역사와 문화 전체를 종횡무진으로 횡단하는 노고를 감수했다. 한편으로는 베르그송, 니체, 칸트, 스피노자를 거쳐 멀리 스토아학과까지 역사를 거슬러 올라가는 철학사적 재구성을 시도했다. 다른 한편으로는 미적분학과 위상수학, 현대생물학과 카오스 이론 등 현대과학의 성과들을 현대의 아방가르드 예술 및 고대의 유목 예술 등과 접속시켜 새로운 사유를 위한 개념적 영감을 발견했다. 근대성의 패러다임을 해체하기 위해 전근대 사유와 현대과학의 새로운 성과들을 서로 마주치게 하는 포위 전략을 사용했던 셈이다. 『프랙탈』에서 나도 이들과 유사하게 이질적인 원천들을 연결—접속하는 분과—횡단적trans-disciplinary 방법을 택했다.

첫째, 근대화 과정에서 강제로 폐기되었던 동북아시아의 전통사상 중 역학(易學)과 기학(氣學)의 핵심 문제의식을 살려내고 전통 문화와 예술에 깃들어 있던 생태학적 지혜ecosophie를 적극적으로 현대화하려 했다. 둘째, 60년대 이후 서구의 탈근대 사상(맑스주의 및 프랑크푸르트 비판이론과 연속성을 가지면서도 불연속적인 관

치적 실천의 형태를 전망해보려는 것이다. 앞서 말했듯이 이런 발상은 애초에 칸트가 『판단력 비판』에서 자연과 예술에 대한 미적 판단(미적 문화에 대한 판단)과 자연에 대한 목적론적 판단(생태학적 문제에 대한 판단)을 반성적 판단력에 입각하여 하나로 묶어낸 방식에 그 근원을 둔 것이다. 보다 자세한 내용은 『프랙탈』 제4장 문화생태학 참조.

계를 지닌 프랑스의 비맑스주의 좌파 이론과 영국의 비판적 문화연구의 흐름)을 매개로, 특히 들뢰즈와 가타리를 매개로 하여 칸트와 맑스를 연결-접속해 보려 했다. 셋째, ‘복잡성의 과학’이라 불리는 20세기 후반의 과학혁명의 성과들을 문화적 실천 방안을 구성하는 데 적극적으로 응용하고자 했다.

근대 자본주의는 이전에는 통합되어 있던 학문과 지식을 인문학, 사회과학, 자연과학이라는 3개의 분과와 수백수천 가지의 하위분과들로 재편성하여 지식인이든 노동자들이든 어느 누구도 전체는 알 수 없고 오직 해당 분야의 세분화된 특수 전공만을 알 수 있도록 함으로써 인간을 노동사회라는 거대 공장의 부품으로 만드는데 성공했다. 근대성의 패러다임이 그 한계를 노정하고 있는 오늘의 복합적 위기에 대처하려면 아파트에 갇혀 있듯이 서로 괴리되어 있는 이 3개의 학문분야와 다양한 하위분과학문들을 과감히 가로지르는 학문적 모험이 불가피하다.

푸코, 들뢰즈와 가타리 등 프랑스의 진보적 지식인들이 벌인 인문학적 실험이 남긴 중요한 교훈은 일관성이라는 명분 하에 한 우물만 팔고 살던 근대 전문가들의, 안전하나 갑갑한 분과주의를 가로질러 비록 공중에서 추락할 위험이 있더라도 이질적 차이들의 ‘절합’을 두려워하지 않는 용기를 보여준 점이라고 생각한다. 맹자가 참된 학문과 덕을 얻으려면 반드시 호연지기浩然之氣를 길러야 한다고 강조했듯이 용기는 이 복잡성의 시대에 학문하는 자세의 새로운 기초가 되어야 한다고 본다. 70~80년대만 해도 이들의 선구적인 실험은 험란한 묘기에 불과해 보였고 많은 비판이 따랐다. 그러나 이제 위기의 지구화 시대를 극복하려면 우리도 이들 못지않게 과감한 실험을 해야 한다고 생각한다.

여기서 한 가지 유의할 점이 있다. 푸코/들뢰즈와 가타리는 이질적 차이들의 접속을 강조했고 그런 태도를 실천에 옮겼지만 동북아시아의 전통사상이나 문화적 실천과의 접속에 대해서는 매우 소극적이었다. 그들은 몽골리안의 유목적 삶에서 강렬한 영감을 받았지만 그 이상을 넘어서지는 않았다. 또 불교나 도교, 중국이나 일본의 문화에 대해 부분적으로 거론할 뿐이었고 한국에 대해서는 전혀 아는 바가 없었던 것 같다. 이점이 그들의 서구 중심주의적 한계를 보여주는 부분이다,

동북아시아 문명은 세계에서 가장 오래된 전통을 지닌, 다양하고 풍부한 결실을 맺어낸 문명 중의 하나이다. 또 역사 시대 이래 서양과 교류하면서 요즘과는 달리 그들에게 많은 문화적 성과들을 전승해준 문명이다. 그러나 20세기에 들어 이 지역은 서양문명의 수용에만 급급했다. 서양 역시 지난 200년간의 성취에 도취하여 앙드레 군더 프랑크(Andre Gunder Frank)가 주장하고 있듯이 18세기까지만 해도 그들의 조상들이 이 지역에서 얻어갔던 높은 기술문명의 성과들을 망각하고 있다.⁵³⁾ 그 결과 동북아시아 전통문화가 이루어낸 높은 성취들은 현대에 와서도 아직 제 위치에 맞는 역사적 평가를 못 받고 있는 형편이다.

현대로부터 소외되어 있는 동북아시아 전통문화와 서양사를 횡단했던 들뢰즈와 가타리의 작업을 서로 마주치게 하는 일이 시급하다고 보는 것은 이런 이유에서다. 이 마주침에서 발생하는 연결접속connexion, 이접disjunctuion, 연결conjunction의 다양한 경우로부터 생산적인 단서를 발전시키기 위해 복잡성의 과학의 여러 성과들을 창의적으로 활용하는 일 역시 필요하다.

60년대 이래 일련의 서구 학자들은 현대과학을 동양의 전통사상과 비교하여 근대 세계가 배태한 위기를 넘어설 새로운 자연철학과 생명철학을 구축하려는 노력을 개시해 왔다. 프리초 카프라의 『물리학의 도』Tao of Physics(1975)라는 유명한 책이 대표적인 예이다. 그는 양자역학 이후 20세기 과학혁명의 성과들을 힌두교, 불교, 유교, 도교 사상과 비교하면서 생태학과 생명사상의 발전을 촉진할 수 있는 다양한 담

53) 안드레 군더 프랑크 지음/이희재 옮김, 『리오리엔트』(이산, 2003년), 프랑크는 1998년에 출간된 이 책에서 1400~1800년 사이의 세계경제에서 동아시아와 중국이 세계경제의 주축은 아니었는지 몰라도 적어도 서양에 대해 우위를 차지하고 있었다는 대담한 주장을 펼치고 있다. 그는 당시 세계의 생산량의 절반을 중국에서 소비했다는 사실 하나만으로도 이 점을 입증할 수 있다고 주장한다. 흔히 알려진 것과 달리 조선과 일본은 세계경제에서 고립되어 있지 않았고 조선과 일본을 봉건제로 규정하는 것은 어불성설이다. 한국과 일본의 민간 및 공공/국가 제도가 유럽에 비해 열등했다고 많은 이들이 생각하고 있지만 절대로 그렇지 않다는 것이다(17~18쪽). 그는 이런 역사적 흐름이 21세기에 되살아날 것이라고 전망한다.

론을 전개했다. 그는 현대 물리학의 눈부신 성과들이 동양의 전통적인 신비주의자들이 지녀왔던 것과 매우 유사한 세계관으로 우리를 새롭게 이끌고 있다고 주장했다. 또 그는 이런 회귀가 직관에만 의존하는 것이 아니라 극도로 치밀하고 정교한 실험과 엄밀하고도 일관성 있는 수학적 형식주의에 근거를 두고 있다는 것을 보여줌으로써 설득력을 높이려고 했다.⁵⁴⁾ 이후 카오스 이론이나 생물학, 프랙탈이론, 퍼지이론, 인지과학의 발전 등에 힘입어 이런 노력들이 계속되고 있다. 에리히 얀치, 그레고리 베이트슨, 움베르토 마투라나, 프란시스코 바렐라, 제레미 리프킨 등의 작업도 그런 연속선상에 놓여 있다.

우리 사회에서는 이런 노력들이 그동안 영성운동의 관점에서부터 소개되어 왔기에 공식적인 제도 학계나 진보 학계 모두가 이를 꺼려 왔다. 이런 노력들 중 상당 부분은 신비주의적 성향이 강하여 거부감을 유발하는 것도 사실이다. 잘못하면 의고주의로 퇴행할 우려도 있다. 들뢰즈와 가타리도 이런 움직임이 자칫하면 오리엔탈리즘이나 미시과시즘으로 퇴화할 위험이 크다고 경고한 바 있다. 하지만 이런 위험을 사전에 충분히 경계한다면 동양사상과 현대사상, 동양사상과 현대과학의 접속에서 생산적인 대화를 이끌어내는 것이 불가능한 일은 아니라고 본다. 또 이런 방식의 이질적이고 잡종적인 대화들이 현재 위기에 처한 분과학문의 혁신에도 상당한 자극을 줄 수 있을 것이다.

분과－횡단적 작업은 그간 『문화/과학』지의 편집동인들과 함께 지난 십삼 년 동

54) 프리츠 카프라 지음/이성범과 김용정 옮김, 『현대물리학과 동양사상』(범양사출판부, 1979년 1판 1쇄, 1995년 3판 3쇄), 29~30쪽 참조. 그는 1974년에 출판된 원전의 서문에서 현대물리학과 동양사상의 합치점이란 다른 아니라 양자 모두가 모든 사물의 전일성과 상호연관성을 깨달아 고립된 개별자의 관점을 초극하여 궁극적 실재와 합일되는 데 있다고 주장한다. 다만 현대물리학이 수학적 분석과 합리적 사유를 통해 이런 인식을 얻는 데 반해 동양 사상은 명상적 체험을 통해 각성을 얻는다는 점에 차이가 있다는 것이다. 때문에 후자의 체험은 언어적 이해가 아니라 그 속에 뛰어들어 직접 느끼는 수밖에 없다는 점을 강조한다(21~23쪽). 이런 차이에도 불구하고 양자의 결합은 근대화 과정에서 신비주의로 매도되고 배척되어온 동양 사상의 현대적 의미를 새롭게 일깨우는데 매우 유용한 방법이라고 본다.

안 비판적 문화연구와 현대과학의 성과들을 절합하여 진보적 문화정치의 이론과 실천 방안을 재구성하고자 했던 과정에서 큰 비중을 차지했던 방법이다. 그동안에는 맑스주의의 생산적 재구성, 서구 탈근대 사상의 수용을 통한 근대성 비판, 우리 사회와 문화현실의 문제점 비판과 정책 대안을 마련하는 일 등에 초점을 두어 왔었다. 그러나 여기서는 그간의 작업과 일정하게 연속성을 유지하되 크게 두 가지 방향에서 변화를 꾀하고자 한다.

첫째, 이론적인 차원에서는 현대 자연과학과 동북아시아의 전통사상의 만남을 통해 프랙탈 생태학의 방법론을 구성하고 이를 통해 탈근대 사상의 근저에 깔린 이론적 반인간(중심)주의⁵⁵⁾를 재조명하여 진보 이론의 의제를 혁신하는데 초점을 두고자

55) 〈이론적 반인간주의〉는 루이 알튀세르를 통해 1960년대 맑스주의와 좌파 사상계에서 본격적인 쟁점으로 부상했다. 사르트르의 실존적 휴머니즘과 정면으로 대결하는 구조주의적 반휴머니즘은 부르주아적 휴머니즘에 부지중에 잠식된 전통적인 맑스주의의 주체철학을 이론적으로 해체하고 주체를 주조하는 역사적 구조와 정면으로 대결할 것을 요청했다. 자끄 데리다, 미셸 푸코, 질 들뢰즈 역시 데카르트에서 기원하는 근대적 주체 철학을 해체하려 했다는 점에서 알튀세르와 함께 이론적 반인간주의의 맥락에 속한다. 그러나 이론적 반인간주의가 실천적인 차원에서도 휴머니즘을 거부하는 것은 아니다. 이론적 반인간주의는 오히려 실천적인 차원에서는 새로운 형식의 휴머니즘을, 이데올로기로서의 휴머니즘의 실천적 기능을 보다 정확하게 파악할 수 있게 해준다. 알튀세르의 논쟁적인 글 「맑스주의와 휴머니즘」(루이 알튀세 지음/고길환 외 옮김, 『마르크스를 위하여』, 백의, 1990)을 참조해 보자. “맑스가 가져온 근본적으로 새로운 것이 무엇인가를 이해하려면 사적 유물론의 관념들의 참신성뿐 아니라 그 개념들이 내포하고 지칭하는 이론적 혁명의 깊이를 깨달아야 한다. 휴머니즘의 위상이 규정 가능한 것은 바로 그러한 조건, 즉 휴머니즘의 이론적 주장들을 거부하고, 이데올로기로서의 그것의 실천적 기능을 확인한다는 조건 하에서이다...그러므로 맑스의 이론적 반-휴머니즘은 휴머니즘의 역사적 존재를 조금도 제거하지 않는다...휴머니스트의 이데올로기의(있을 수 있는) 맑스주의적 정치학, 즉 휴머니즘에 대한 정치적 태도는...그것이 이론적 반-휴머니즘을 전제로 하는 맑스주의 철학에 토대를 두고 있다는 절대적 조건 하에서만 가능하다”(262~264쪽). “휴머니즘이라는 슬로건은 이론적 가치가 아니라 실천적 지표로서의 가치를 지닌다”(285쪽). “오늘날의 사회주의 휴머니즘은 어떠한가? 그 또한 거부이며 고발이다. 즉, 말하자면 인종적이거나 정치적이거나

한다.

둘째, 실천적 차원에서는 자연과 문화의 상호작용을 분석하는 비판적 문화생태학의 관점에서 세 가지 생태학적 위기를 해결할 새로운 민주사회의 거시적 로드맵, 즉 민주적 생태적 문화사회론의 뼈대를 짜는 일에 역점을 두고자 한다.

근대 자본주의의 필요와 맞물려 근대 분과학문 전반에 확산되어온, 이론적으로는 인간주의(휴머니즘)를 표방했지만 실천적으로는 반인간주의(반휴머니즘)로 그치고 말았던 근대성의 패러다임은 몇 가지 측면에서 성공했으나 여러 면에서 수많은 문제들을 양산해왔다. 페르낭 브로델의 장기지속의 관점에서 자본주의 세계체제의 역사적 궤적을 수십 년간 추적해온 임마누엘 월러스틴이 밝혔듯이 근대성의 패러다임은 500년 동안 인간해방과 기술해방이라는 두 개의 주요 담론을 축으로 삼아 작동해 왔다.⁵⁶⁾

해방의 담론을 자처한 근대 휴머니즘은 신 중심의 중세적 질서와 봉건적 신분체제를 해체하여 개인의 자율성을 크게 증대하는 데 기여했다. 그러나 부르주아의 전일적 지배라는 새로운 계급지배구조를 탄생시키면서 인류학적 다양성을 백인남성 부르주아라는 주체와 나머지 타자군들로 위계화하고 다차원적인 인간 존재의 역능을 데카르트적인 ‘명석 판명한 의식’이라는 협소한 수준으로 일차원화 하는데 앞장서 왔다.

기술해방의 담론은 유사 이래 처음으로 인간이 자연의 항상적 위협으로부터 벗어날 수 있게 한 놀라운 기술적 성취를 과시함으로써 서양과학의 지구화를 이끌어내는데 성공했다. 하지만 자연을 조작 가능한 물리적 대상으로 도구화하고 추상화하여 생명의 복잡성을 단순화시키는 물리주의적 실증주의 이데올로기의 확산도 부추

종교적이거나 혹은 그 밖의 것이든 간에 모든 인간적 차별에 대한 거부 말이다. 그것은 모든 경제적 착취와 정치적 예측에 대한 거부이다. 그것은 전쟁에 대한 거부이다”(271쪽)

더 자세한 설명은 다음 책을 참고할 것. *Posthumanism*, ed.by Neil Badmington, Palgrave, 2000.

56) 심광현 지음, 『탈근대 문화연구와 문화정치』(문화과학사, 1998년), 18쪽

졌다. 사물과 동식물만이 아니라 인간 존재의 복합적 역능을 단순한 임금노동력으로 환원하여 평가하는 노동중심사회의 기저에도 이런 ‘무차별적인’ 기술해방의 담론이 깔려 있다. 이런 기제가 세 가지 생태위기의 전 지구적 확산을 부추기는 동력이 되었던 것이다.

『프랙탈』에서는 이에 맞서 이론적으로는 탈인간중심주의로 인식론적, 존재론적, 윤리적 지평을 확대하면서 실천적으로는 생태적 인간학(자연과의 공생에 초점을 두는 새로운 인간학)을 지향하는 탈근대성의 패러다임과 민주적인 생태적 문화사회로의 이행에 필요한 거시적 로드맵의 윤곽을 그리고자 했다.

이를 위해서는 백인남성부르주아 중심의 주체철학, 주/객 분리의 이원론과 도구적 합리성을 해체하는 일이 더욱 발본적으로 진행되어야 한다. 그 대신 자연과 인간의 생성적 공진화를 지향하는, 표상중심의 의식철학에서 벗어나 신체 지각과 생명활동을 근간으로 하고 개념적 의식과 실천적 윤리를 양 날개로 삼는 새로운 생태적 인간학을 제시하는 일이 필요하다. 또 사회적 차원에서는 세 가지 위기를 심화시키고 있는 자본의 전일적 지배체제에 맞서 임노동을 최소화하고 생명력 넘치는 창조적 문화활동을 극대화하는 데 역점을 두는 민주적 생태적 문화사회를 앞당기기 위한 로드맵을 그려나가야 한다.

이론적 탈인간중심주의에 기초한 실천적 인간학이라는 문제의식은 달리 말하면 자연-인간의 내재적 관계(자연과 인간의 생태적 공생관계)를 자연-인간의 외재적 관계(자연과 인간의 도구적 관계)로 변질시켜 왔던 근대화 과정을 해체하고, 전자를 새로운 방식으로 회복하는 가운데 제한적이며 지속가능한 자연의 이용후생(제한적이며 지속가능한 도구적 관계)과 자유롭고도 평등한 사회적 관계를 재구성해가는 실천 방안을 의미하는 것이다.⁵⁷⁾

57) 에리히 얀치, 『자기 조직하는 우주』(범양사 출판부, 1989년 초판, 1995년 5쇄). “초기의 문화와 문명들은 내적인 통로를 길러 왔다. 서양 문명은 창조적인 기회와 아울러 진리를 탐구하는 과정에 1차적으로 외적 통로를 길러 왔다. 우리 시대의 갈림길에 서서 우리들은 그 두 길 가운데 어느 한 쪽을 결정할 수도 있고, 인류 역사

민주적 생태적 문화사회를 구체적으로 그려보기 위해 동양의 전통사상과 문화를 재조명할 필요가 바로 이런 문맥 속에 드러난다. 고대로부터 자연과 인간의 관계를 수직적으로 파악해온 서양과는 달리 동양에서는 자연—인간의 내재적이고 수평적인 관계를 전제한 사상과 문화가 풍성하게 결실을 이루었었기 때문이다.⁵⁸⁾

상 처음으로 그 두 길의 상호 보완성을 바탕으로 공생을 선택할 수도 있다. 하지만 이렇게 하자면 우리들이 창조적 과정 그 자체를 이해하고, 진화의 과정으로부터 그것이 탄생하는 방식을 알고 있어야 한다.”(350쪽). “창조성이란 어떤 상태가 아니라 과정이다.....창조성이란 국소화할 수 있는 상태가 아니라 의식의 보다 높은 상태와 일상적인 ‘나’의 계속적인 연결의 피드백 과정이다.” 안치는 롤란드 피셔의 ‘의식의 회전 무대 모델’을 이용하여 일상적 ‘나’에서 초개인적 ‘자아’로 이르는 두 가지 길을 소개한다. 하나는 이완—좌선—집지식(執持識)—정려—무분삼매—초개인적 자아로 이어지는 동양적 길이며, 다른 하나는 감수성—상상력—불안—정신이상흥분—강경증—신비적 열광—초개인적 자아로 이르는 서구적 길이다. 그에 의하면 창조적 과정은 황홀적/명상적 수준과 이성적 수준 사이의 흔들림이라기보다는 이 연속체의 많은 수준들의 동시적인 떨림이다. 안치는 뇌과학의 연구를 근거로 창조적 개방성의 단계에 이르면 세타(꿈의 상태), 알파(순수한 개방성이나 완속 운동 상태), 베타(환경과의 적극적인 교환 작용) 리듬이라는 3가지 뇌파대가 좌우반구 사이에서 완벽한 균형을 잡는다고 한다. 뇌의 좌반구는 이성적이고 일상적인 ‘나’의 자리인데 반해 뇌의 우반구는 전일적으로 지향된 전체 신경계의 연장으로 그 위에 뇌 좌반구의 디지털적인 작용기능이 후성 계통적인 과정을 통해 새겨진다. 안치에 의하면 서구의 교육은 주로 뇌의 좌반구에 집중되어 왔다면 이제 필요한 것은 좌우반구의 균형, 새로움과 확인의 균형이다. 안치에 의하면 우리들의 삶에 깊이를 마련해주는 것은 바로 세 수준의 의식의 동시적인 살아있음이자 다수준적인 떨림이다(400—407). 이런 논의에 따르면 서구의 근대과학은 좌반구적 사고를 집중발달시켜 왔다면 동북아시아의 전통 사유는 우반구적 사고를 발달시켜 왔다고도 할 수 있다. 이런 주장은 『미디어는 메시지다』(1967)의 저자로 잘 알려져 있는 맥루한이 브루스 R. 파워스와 공동으로 저술하다가 유작으로 출판된 『지구촌』(1988)(박기순 옮김, 커뮤니케이션북스, 2005)의 제4장 「뇌의 좌우반구와 동서양의 만남」에서도 찾아볼 수 있다.

- 58) 제레미 리프킨, 『유러피언 드림』, “아시아인들은 인간과 인간, 인간과 자연의 관계를 중시하기 때문에 있는 그대로의 사실을 밝히는 것보다는 ‘과정’에 대한 이해에 더 관심을 갖는다. 궁극적으로 그들에게 가장 중요한 것은 자연을 획득하는 것이 아니라 자연과 조화롭게 지내는 방법을 알아내는 것이다. 그것은 화이트헤드의

물론 많은 이들이 지적하듯이 동양의 사상과 문화는 공동체적 연대감을 중시한다는 장점은 있으나 다른 한편으로 개인적 자율성을 무시하고 집단만을 강조하는 편향이 강하다는 문제점을 안고 있다. 이런 문제점을 의식하여 21세기가 필요로 하는 자연—인간의 수평적 관계 회복은 과거로의 복귀가 아니라 전근대와 근대의 장점을 교차시킨 형태로 생태 다양성(유기체적 전체)과 문화 다양성(개인의 자율성)을 동시에 허용하는 다중multitued이라는 새로운 존재양식을 촉진하는 방향으로 이루어져야 할 것이다. 우리가 전통을 재조명할 때 놓쳐서는 안 되는 지점이 바로 이것이다.

동북아시아 사상의 중추인 유불선 삼교는 그 윤리적, 종교적 외관의 이면에 자연—인간의 내재적이고 순환적인 관계를 전제로 하는 자연철학을 내포하고 있었다. 그런데 한국의 전통 사상과 문화는 『홍난민국』에서 자세히 살폈듯이 중국이나 일본과 골격은 유사해 보이지만 작용면에서는 훨씬 더 자기 조직적이고 프랙탈한 자연 개념, 생성적이고 생명력이 넘치는 기(氣)(카오스모스적인 역동적 에너지)의 개념, 천지만물과 공진화하고 공명하는 인간 개념에 근접하고 있다. 이런 점에서 우리 전통사상과 문화에 대한 과학적 재조명은 위험의 지구화를 넘어설 실천적 방법을 찾는 과정에서 점점 더 중요한 비중을 갖게 될 것이라고 본다. 20세기 후반 서구에서 발원한 탈근대 사상과 복잡성의 과학은 철학과 과학 분야에서는 눈부신 발전을

‘과정철학’과 흡사하다...아시아인들의 사고방식은 상호 관계, 포괄성, 합의, 조화, 맥락적 사회에 안성맞춤인 듯 하다. 물론 그런 사고방식은 점점 더 서로 연결되고 상호 의존적으로 되어 가는 세계에서 아시아인들이 초국가적 정치기구를 형성하는 데 많은 도움이 될 수 있을 것이다. 그러나 다른 면에서 볼 때(물론 이 견해는 서양인인 나의 편견일 수도 있다)...미국인들의 생각이 지나치게 개인주의적이고 다윈의 적자생존과 생존경쟁에 집착한다는 비난을 받는다면, 아시아인들의 생각도 ‘집단 사고’에 지나치게 편향되어 있다는 비난을 받을 수도 있다. 모든 것이 서로 연결되는 글로벌 세계에서는 아시아적 사고방식이나 미국적 사고방식 둘 중 어느 하나만으로는 적합하지 않다...나 개인적으로는 유럽이 미국의 극단적 개인화와 아시아의 극단적 집단주의 사이에서 균형을 잡고 그 새로운 시대를 선도할 수 있는 가장 유리한 위치에 있다고 믿는다”(469~470쪽)

거듭하고 있다. 그러나 문화적 차원에서는 그에 상응하는 새로운 실천의 풍부한 범례들을 갖고 있지 못한 형편이다. 반면, 우리 전통문화는 실천적으로는 자기-조직적이며, 프랙탈하고 카오스모스적인 사례를 풍부하게 갖고 있지만 봉건적인 이론체계와 개념 틀에 발목이 잡혀 그 풍부한 의미가 명시적으로 드러나지 못하고 있다. 서양과 한국의 사상과 문화는 서로 반대 방향으로 탈구되어 있는 셈이다.

메를로-퐁티의 몸의 현상학이나 들뢰즈의 감각의 논리는 자연-몸-비전-사유가 서로 내재적으로 감싸고 얹히는 과정을 섬세하게 분석하고 개념화해내어 인식론/존재론의 지평을 변화시키는 데 크게 기여했다. 하지만 그들이 그에 상응하는 예술적 실천의 범례를 들어 보일 수 있었던 것은 프루스트Marcel Proust, 세잔Paul Cézanne과 프란시스 베이컨 Francis Bacon 정도였을 뿐이다. 그에 반해 『프랙탈』에서 살폈듯이 한국의 산수화나 한시(漢詩), 전통 건축과 원림, 연행예술들에는 자연과 인간이 합일될 때 나타나는 정경묘용(情景妙融)의 경지를 보여주는 사례들이 풍부하다. 하지만 이런 문화적 성과들이 대개는 과거의 비의적(秘儀的) 언어에 갇혀 있어 현대를 사는 우리들에게 피부에 와 닿게 소통되지 못하고 있다.

그렇다고 우리의 전통 사유가 서구의 탈근대 사유에 비해 무조건 뒤쳐진다는 것은 아니다. 우리의 전통 사유(易學, 氣學, 東學)에는 서구의 탈근대 사유가 이룩한 성과들을 훨씬 넘어서서 미래 과학의 지평을 선취하고 있는 부분도 적지 않다. 또 우리의 전통문화에는 서구의 탈근대 사유와 첨단 과학으로도 충분히 설명하기 어려운 독창적인 생태문화적 실천들(풍수지리, 사상의학, 음식문화 등)이 널려 있어 우리 스스로의 힘으로 현대적인 재해석을 수행해야 할 부분도 많다. 이런 복합적 맥락들이야말로 서구의 탈근대 사유와 과학을 우리 전통 사유/문화와 마주치게 하는 상호번역의 과정에서 반드시 유념해야 할 점이다.

4. 생태문화운동과 미디어문화운동의 절합

그러나 이런 주장들은 많은 것이 파괴된 이후 뒤늦은 깨달음의 일환일 뿐이다. 오

늘날 대다수의 지식인과 언론이 흡모해마지 않는 서구 탈근대 사상의 대가인 들뢰즈/가타리와 복잡성의 과학이 이론적 모형으로 제시하는 프랙탈 사상의 실천적인 문화적 사례들이 가장 풍부하게 내장되어 있는 우리의 전통문화와 주름진 자연이 여지없이 오늘도 부서져 나가고 있기 때문이다. 우리가 간신히 이제야 머리와 입으로 생태주의와 프랙탈의 중요성을 강조하는 동안 우리의 몸과 마음은 반생태적이고 유클리드적으로 재단된 생활양식에 폭 빠져 있다. 새로운 개발주의는 바로 이런 간극을 철저하게 이용하고 있다. 서울의 역사적이고 생태적인 공간의 중추인 청계천의 개발주의적인 활용, 그린벨트로 묶여 있던 지축과 기자촌 일대를 거대한 아파트 단지로 재개발하려는 은평구 뉴타운 개발의 강행, 한강의 몇 개 안 남은 생태섬인 노들섬의 오페라하우스 개발과 용산 미군기지의 상업주거지구 개발 등이 시민들과 언론의 무관심 속에서 착실히 추진 중에 있다. 생태주의가 사회적으로 의제화되지 못했던 압축적 근대화 기간 동안 진행된 강남 개발은 그렇다 치고, 역사문화공간과 프랙탈한 자연 생태계의 큰 골격이 아직도 살아 있는 강북 지역을 휩쓸기 시작한 신 개발주의의 강풍에 능동적으로 대처하지 못하고 있는 것은 심각한 문제가 아닐 수 없다.

최근 많은 학자들이 주장하듯이 서울은 내사산과 외사산으로 둘러싸여 있으며 그 산들로부터 흘러나오는 수많은 지천(청계천을 포함하여)이 한강으로 흘러드는 주름진 지형 위에 인구 1000만 명이 밀집해 살고 있다는 점에서 세계 유일의 독특한 지형을 지닌 메가폴리스이다. 서울의 프랙탈한 생태경관의 파괴량을 계산하기는 매우 쉽다. 사대문 안으로부터 외사산 너머로까지 확장된 인공의 구조물, 강남 개발을 포함하여 서울의 지면 위에 우뚝 선 고층건물들과 도로들만큼이 바로 그 파괴분이고, 꼭 그만큼이 에너지 소비와 대기 오염의 양이기 때문이다. 앞서 언급했던 것과 같이 지구적 공멸을 막기 위한 시급한 실천이 우리의 반생태적 생활양식을 생태적 생활양식으로 바꾸는 일이라고 했을 때, 우리에게 주어진 당면의 과제는 명백하다.

- 유클리드적으로 재단되고 재구성되고 있는 서울의 공간을 서울이 애초에 지닌 프랙탈한 생태공간으로 복원하고 재생하는 일. 이를 위해 모든 종류의 유클리

드적인 개발사업을 중단하고 모든 공간을 프랙탈 원리에 입각하여 생태적으로 재구성하는 일이 그것이다.

- 서구적 생활양식과 자본주의적 상품문화의 도입으로 인해 파괴되어 버린 프랙탈한 생활양식을 복원하고 재생하는 일. 반생태적인 서구식 식생활(양식과 패스트푸드)을 생태적이고 프랙탈한 한식으로 전환하는 일이 그것이다(암을 위시한 모든 성인병을 예방할 수 있는 한식과 한방). 유클리드적으로 획일화되고 대량화된 아파트형 주거문화를 프랙탈하고 생태적인 주거문화로 전환하는 일(이 부분이 가장 어려운 일이겠지만 황토와 목재와 통풍을 기본으로 삼는 전통 주거양식으로부터 현대적인 주거문화의 새로운 원리를 의무적으로라도 발견해야 한다).
- 유클리드적 조형원리를 근간으로 삼은 근대 서구예술과 대중오락의 양식을 프랙탈한 생태미학에 입각한 예술과 자연과 벗 삼는 가운데 형성되는 새로운 풍류문화로 전환하는 일. 이를 위해 내재산과 외사산을 보호하고 도심 공간 내부에 다양한 생태문화공간을 만들고 프랙탈한 흥의 문화를 확산시키는 일.
- 물론 모든 생활공간과 생활문화를 프랙탈 생태문화의 양식으로 전환하는 일이 서울에서만 필요한 것은 당연히 아니다. 오히려 서울 밖에 그나마 더 많이 보존되어 있는 생태공간이 서울을 모방하도록 하는 일을 중단시키고, 지역의 자연공간이 지닌 프랙탈한 생태문화적 가치를 새롭게 인식시키고 자연의 보존과 재생을 실천하는 일도 시급하다. 이 모든 문제는 농촌의 보존과 재생에 직결된다. 하지만 재생은커녕 11월 23일 쌀협상비준동의안이 국회에서 통과됨으로써 한반도는 농촌의 붕괴를 향해 한 걸음 더 나아가게 된 것이 현실이다. 정부에서는 쌀 수입량이 10년 후 현재 20만톤에서 40만톤(국내 소비량의 7.96%)으로 늘어나는 것에 불과하며 그 댓가로 공산품 수출이 크게 늘어나기 때문에 그동안 119조원을 투입한다면 농촌의 손실을 상쇄할 수 있다고 주장하고 있다. 하지만 구멍 난 부분을 때우겠다는 정부의 방식과 농민들이 주장하는 식량자급 화계획의 법제화, 그리고 한반도의 자연생태계의 보존과 재생이라는 과제 사

이에는 상당한 간극이 존재할 수 있다. 정부가 농촌에 보조금을 지급하는 방식이 농촌을 도시적으로 현대화하는 방식이어서는 곤란하며, 농민들의 식량자급화계획이 무조건적으로 곡물의 양적 생산을 증대하고 고소득을 누리는 방식으로 나아가는 것과 농촌이 생태적 생활양식을 재생시키는 거점이 되는 것과는 큰 차이가 있을 수 있기 때문이다. 생태계의 보존과 재생이라는 관점에서 농업 정책을 리모델링해야 하는 이유가 여기에 있다.

이런 과제들을 몇 사람이 주장하고 실천한다고 해결할 수 있는 일이 아님은 분명하다. 매스미디어의 역할이 문제시되는 이유가 여기에 있다. 물론 매스미디어가 모든 일을 해결해줄 수는 없다. 하지만 지난 시기의 근대화가 이론 성과 이외에 그것이 야기한 위험사회화의 심각성을 규명하면서 이를 방지할 경우 지구적 공멸의 목전에 다가오고 있다는 사실, 이에 대한 시급한 대안으로 생활양식의 생태적 전환이 요구된다는 사실을 국민들에게 알리고, 보다 다양한 심급에서 단기적, 중장기적 대안을 공론화하는 일만큼은 매스미디어가 아니고서는 할 곳이 없다. 금년 1년 동안 해방60주년을 주제로 그간 우리 사회가 안고 있는 문제점과 대안에 대한 다양한 기획물이 방영되었다. 대개는 경제성장의 이면에 드리웠던 정치적 억압과 그에 맞선 민주화운동의 문제나 사회적 양극화의 문제, 분단과 통일 등에 관한 것이었던데 반해 지난 60년 동안 한반도의 자연생태와 생태적 생활양식의 파괴가 얼마나 광범위하고 심각하게 진행되었으며, 물리적, 생태적, 문화적 위험사회화의 정도가 얼마나 심각한 것인지, 또 현재 국토균형발전이라는 슬로건 아래 진행 중인 신자유주의적 개발의 문제를 진지하게 다룬 프로그램들은 거의 없었다. <역사스페셜>과 같은 프로그램들은 늘어나는 데 반해 <환경스페셜>이 사라진 것, <역사스페셜>에서도 우리 역사의 우수성을 알리는데 치중하는 데 반해 그 우수성의 근거가 생태문화적인 데 있다는 사실에 대해서는 무심하다는 점 등도 문제가 아닐 수 없다.

미디어가 존재하는 모든 사회적 문제들을 의제화하고 공론화할 수는 없는 노릇이다. 그러나 시대적인 화두와 미래사회에 큰 영향을 미칠 쟁점들을 사회적 의제화하는 일은 미디어의 주된 기능이다. 현재의 미디어정책은 신자유주의적 편향으로 흐

르고 있고 미디어운동은 미디어의 공적 기능 회복과 강화를 위해, 사회적 약자와 소수자의 문제가 비결정의 영역에 방치되는 것에 맞서 투쟁해 왔다. 그러나 이 수많은 의제 설정들이 나열되는 한 설령 공공성이 확대되더라도 수많은 의제들의 내적인 상관관계가 자동으로 드러나는 것은 아니다. 자유와 평등을 인간중심적으로 생각하고 자연을 문화발전의 도구로 간주하는 한 더 많은 분배는 지금보다 더 큰 아파트에서 더 많은 에너지를 소비하며 더 많은 자유는 더 많은 상품문화를 소비하는 자유로 귀착되는 것을 진보라고 생각하는 것에 다름 아닐 것이다. 이런 생각은 생산양식과 생활양식을 바꾸지 않은 채 더 많은 부의 분배와 소비의 자유를 확대한다는 것을 의미하므로 지구 전체를 오늘날 10%가 소유하고 소비하는 상품으로 가득 채우는 것을 의미할 것이고 이는 지구의 공멸을 앞당기는 일이 될 따름이다. 지구적 공멸의 위험을 줄이면서 자유와 평등을 확대하기 위해서 오늘날 필요한 새로운 평등과 자유는 생태적인 삶을 공유하며, 자연과의 소통 속에서 생명가치를 인식하고, 생태미학적 경험의 질을 높이는 삶, 결국은 노동시간을 줄이고 생태적 문화활동을 늘리는 사회로의 전환이라는 상하에서만 의미를 가질 수 있는 것이다. 노동운동과 환경운동과 여성운동 등이 생활양식을 바꾸는 운동과 결합되지 않으면 안 될 이유가 여기에 있으며, 미디어 운동이 주목해야 할 점이 바로 이와 같은 생태문화적인 전환의 방향이다.

5. 나가며

금년 1월 하순 언론에 보도된 전 세계 명망 있는 정치인과 학계 및 업계 지도자들로 구성된 연구팀이 최근 작성한 <기후변동에 대한 대응>이라는 보고서에 따르면, “대기 중 이산화탄소 함유량이 400ppm에 도달하고 산업혁명 이후 지구의 평균 기온이 2℃ 상승하는 시점이 바로 지구촌 환경 재앙의 위험 수위가 될 것이며, 현재의 추세대로라면 거기에 도달하는 데는 10년도 걸리지 않을 것”⁵⁹⁾이라고 한다. 여기서

59) 한겨레신문 2005년 1월 26일자 6면, <환경재앙 10년 시한폭탄>(류재훈 기자). 이

10년이라는 수치는 물론 절대치가 아니다. 독일의 기후변화 연구기관인 포츠담 연구소의 빌 헤어 박사가 금년 2월초에 발표한 연구결과에 따르면 2℃ 상승에 이르는 시기는 2030년, 3℃ 상승은 2050년, 4℃ 상승은 2070년으로 예상된다고 한다. 2℃ 상승 시점에는 열대고원의 숲과 건조시대의 식물 등이 위협받게 되고 식량 생산의 감소와 물부족 현상이 나타나며, 4℃ 상승 시점에는 북극빙하가 완전히 사라지게 된다고 한다.⁶⁰⁾

북극빙하가 사라져 지구상의 생태계와 인류의 생존을 심각하게 위협할 시기가 늦어도 2070년이라는 것은 결코 먼 미래의 얘기가 아니다. 이는 올해 태어나는 아이들이 65세가 되는 시기이다. 또 그 사이에 심각한 기후변동과 현재로는 예측하기 어려운 재앙들이 계속해서 닥쳐올 것이다. 당장 금년에도 남아시아 재앙 같은 위기가 닥쳐오지 않는다고 누구도 장담하기 어려운 것이 현 상황이다. 위기는 2030년, 또는 2050년에야 다가오는 것이 아니다. 이미 위기는 시작되어 진행 중에 있다.

이런 통계 수치들은 어떤 변수를 포함시킬 것인가에 따라 탄력성이 있을 것이다. 그러나 중요한 사실은 이런 심각한 상황은 현재와 같이 단지 온실가스 배출량을 5~10%줄이는 식의 부분 통제로는 개선될 여지가 별로 없어 보인다는 점이다. 일단은 기후 상승의 시기를 뒤로 늦추기 위해 할 수 있는 일은 대체에너지 개발에 박차를 가하면서 동시에 에너지 소비량을 계속 줄여나가는 일 뿐이다. 그러나 대체에너지 개발에는 너무도 많은 시간이 걸리기 때문에 여기에 희망을 걸 수도 없다. 그렇다면 현시점에서는 오직 에너지 소비를 대폭 줄이는 길만이 인류와 지구 생태계

보고서는 주요 8개국이 이런 위협에 대처하기 위해 2025년까지 전체 전력생산의 25%를 재생에너지로 대체하고, 2010년까지 저탄소에너지 기술연구비를 두 배로 증액하고, 엄청난 이산화탄소 배출국인 중국과 인도 등 선발 개도국들과 기후변화 대책 그룹을 결성할 것을 촉구하고 있다고 한다.

- 60) 한겨레신문 2005년 2월 4일자 10면 <온난화 ‘재앙 시간표’ 나왔다>(윤진 기자). 이 기사에 따르면 헤어 박사는 올해 <G8 정상회의>의 의제로 지구변화문제를 다루도록 촉구하기 위해 2월 1~2일 개최된 <기후변화에 관한 국제회의>에서 지구온난화의 단계별 시간표를 발표해 대책마련을 요구했다고 한다.

의 생존 시간을 늘릴 수 있는 가장 빠른 길인 셈이다.

현재 인류가 대면하고 있는 사회 위기는 지구적 환경 위기를 동반하고 있기에 그동안과 같은 방식으로 사회 체제의 재구성만으로는 해소되기 어렵다는 특징을 갖고 있다. 2015~2030년 사이에 지구온도가 1도 상승하게 되는 지구온난화의 시간표는 소유와 분배 방식을 재구성하는 사회체제만이 아니라 생산과 소비를 둘러싼 삶의 양식 전반의 전면적 재구성이라고 하는 사회문화적 시스템의 혁명적 재구조화를 요구하고 있기 때문이다.

앞서 살폈듯이 대대적인 에너지 소비량의 감축을 하려면 대량에너지소비에 의존하고 있는 현재 우리 삶의 방식 전체를 대폭 바꾸지 않으면 안 된다. 물론 생존을 위한답시고 무작정 에너지 소비를 절반으로 줄이자는 식의 ‘생태 파시즘’은 미래 세대를 위해서는 바람직할지 모르나 현재 세대가 받아들일 수 있는 방책은 아니다. 에너지 소비를 근본적으로 줄이면서도 오히려 문화적 향유의 깊이를 심화할 수 있는, 또 끊임없이 다중의 잠재력을 통제하고 자본의 이익에 봉사하도록 유혹하고 강제하는 국가와 자본에 개입하여 이를 다중의 이해에 봉사하도록 변형할 수 있는 실천적인 새로운 삶의 방식을 찾는 것이 관건이라고 하겠다.

질 들뢰즈와 공동작업을 했던 펠릭스 가타리는 이렇게 임계점에 달한 세 가지 유형의 위기를 〈환경의 위기〉, 〈주체성의 위기〉, 〈사회체(socius)의 위기〉라고 부르면서, 이런 문제들은 자신이 “생태철학”(ecosophie) 하에 포괄하고 있는 세 가지 생태학적 작용영역의 윤리적/정치적 절합을 통해서만 대처할 수 있다고 주장한 바 있다. 그는 3가지 차원에서 동시에 발생하고 있는 생태학적 위기들에 대한 진정한 답은 지구적 규모에서, 그리고 물질적이고 비물질적인 재화의 생산이라는 목표를 새롭게 설정해 나가는 진정한 정치, 사회, 문화 혁명이 일어난다는 조건에서만 가능하다고 보았다.⁶¹⁾ 이런 정치, 사회, 문화혁명이란 바로 그동안 문화과학의 편집동인들 및 문화연대의 활동가들과 함께 주장해온 민주적 생태적 문화사회로의 전환이라는 요구

61) 펠릭스 가타리 지음/윤수종 옮김(2003). 7~58쪽 참조.

에 다름 아니며, 미디어운동이 앞으로 주력해야 할 사회적 의제화의 주된 방향 역시 이에 다름아니라고 할 수 있다.

그런데 생태적 생활양식, 생태적 문화의 상을 그리는 일은 거시적으로는 자본주의적 생산양식의 변화라는 과제와 맞물려 있으면서도 미시적, 단기적으로는 도처에서 제기되는 삶의 질 향상의 요구와 맞물려 구체적인 대안을 제시한다는 장점이 있다. 미디어운동과 미디어문화연구가 전략적으로 주목해야 할 지점이 바로 이런 구체성, 피부에 와 닿을 수 있는 대안적 문제설정이다. 웰빙이 부르주아의 특권이 아니라 국민 모두의 권리라고 하는 점, 생태적 공간에서 문화적 향유를 통해 삶의 질을 높이는 것이 계급적-성적-인종적 차별 없이 모두에게 부여된 자연권이라는 사실을 주장하고 공론화하는 것처럼 피부에 와 닿으면서도 계급투쟁의 지형을 민중에게 유리하게 변화시키는 일은 없다. 생태문화운동이 계급적-성적-인종적 차별 철폐, 사회적 양극화의 해소, 평화/반전운동 등의 연결고리 역할을 할 수 있는 이유가 여기에 있다.

참 고 문 헌

- 심광현(1998). 『탈근대 문화연구와 문화정치』, 서울: 문화과학사.
- _____(2005). 『홍한민국』, 서울: 현실문화연구.
- _____(2005). 『프랙탈』, 서울: 현실문화연구.
- 고이즈미 요시유키 지음/이정우 옮김(2003). 『들뢰즈의 생명철학』, 서울: 동녘.
- Althusser, Louis(1965) Pour Marx Paris: La Découverte. 고길환과 이화숙 옮김(1990) 『마르크스를 위하여』 서울: 백의.
- Capra, Fritjof(1975) The Tao of physics: an exploration of the parallels between modern physics and eastern mysticism, Boulder: Shambhala. 이성범과 김용정 옮김, (1995) 『현대물리학과 동양사상』, 서울: 범양사출판부.
- Deleuze, Gilles & Guattari, Felix(1980/1987) A thousand plateaus: capitalism and schizophrenia, Minneapolis: University of Minnesota Press. 김재인 옮김(2001) 『천

개의 고원』 서울: 새물결.

Frank, Andre Gunder(1998) ReOrient: global economy in the Asian Age. Berkeley: University of California Press, 이희재 옮김(2003) 『리오리엔트』, 서울: 이산.

Guattari, Felix(1989) Trois ecologies, Paris: Galilée, 윤수중 옮김(2003) 『세 가지 생태학』, 서울: 동문선 현대신서.

Jantsch, Erich(1979) The Self-organizing universe: scientific and human implications of the emerging paradigm of evolution, Oxford: Pergamon Press, 홍동선 옮김 (1995) 『자기 조직하는 우주』, 서울: 범양사 출판부.

Kosko, Bart(1993) Fuzzy thinking: the new science of fuzzy logic, NY: Hyperion Books, 공성곤 외 옮김(1995) 『퍼지식 사고』, 서울: 김영사.

McLuhan, Marshall & Powers, Bruce R(1989)(The) global village: transformations in world life and media in the 21st century, NY: Oxford University Press 박기순 옮김(2005) 『지구촌: 21세기 인류의 삶과 미디어의 변화』 서울: 커뮤니케이션 북스,

Rifkin, Jeremy(2004)(The) European dream: how Europe's vision of the future is quietly eclipsing the American dream, NY: Polity Press 이원기 옮김(2005) 『유러피안 드림』, 서울: 민음사

한겨레신문. 2005년. “환경재앙 10년 시한폭탄”, 1월 26일자 6면.

_____. 2005년. “온난화 ‘재앙 시간표’ 나왔다”. 2월 4일자 10면.

■ 일상문화의 재편과 문화권리 확보를 위한 문화정책의 재구성

이 동 연(한국예술종합학교)

1. ‘주5일근무제’ 시대의 여가

2002년 7월부터 시행되기 시작한 ‘주5일근무제’가 2005년 7월부터 300인 이상 사업장에서 의무적으로 시행되면서 사업장 전체 근로자의 절반 이상이 혜택을 되었다. ‘주5일근무제’는 매년마다 단계적으로 확대되어 2008년 이후부터는 20인 이상 50인 이하 작업장에서도 의무적으로 도입되며 2012년에는 전사업장에 실시하게 되어 있다. 2002년 7월을 기준으로 전국 100명 이상 사업장 4,563곳을 대상으로 실시한 노동부의 설문조사에서 월 1회 이상 토요일휴무제를 실시하고 있는 사업장은 1,379개(29.6%)로 주5일근무제를 완전하게 실시하고 있는 곳은 286개(6.1%)로 나타났다. 1,000명 이상의 사업장에서 토요일휴무제를 완전하게 실시하고 있는 곳은 35.9%로 아직 주5일근무제가 완전하게 뿌리내리지는 않고 있다.⁶²⁾ ‘주5일 근무제’는 주당 전체 노동시간 단축과 병행하는 것이 일반적이지만, 주당 근무만 5일로 줄어들었을 뿐, 실제 주당 노동시간은 변함이 없는 경우나 약간 축소되는 경우도 많다. 그러나 전반적으로 ‘주5일근무제’의 도입은 노동시간의 단축을 전제로 한다. 노동시간의 축소는 자연 비노동시간, 자유허간의 확대를 가져오면서 시민들의 일상생활, 일상문화의 재편에 직간접적으로 영향을 주는 요인으로 작용하고 있다.

노동시간 단축이 일상생활의 변화에 미치는 가장 큰 요인은 여가생활의 증가라고

62) 사업장별 토요일휴무제 실시현황을 정리하면 다음과 같다(자료: www.molab.go.kr).

총계	실시					미실시			직종별 다름
	소계	완전 실시	월 3회	월 2회	월 1회	소계	완전 미실시	격주 (탄력적으로)	
4,653	1,379 (29.6%)	284 (6.1%)	49 (1.1%)	976 (21.8%)	70 (1.5%)	3,076 (66.1%)	2655 (57.3%)	411 (8.8%)	198 (4.3%)

할 수 있다. 물론 노동시간의 단축이 곧바로 여가시간의 증대나 여가생활의 만족을 보장하지는 않지만, 여가생활의 양적 증가나 질적 개선의 필요조건이 되는 것은 사실이다. 국정홍보처가 주5일제의 전면실시를 대비해서 자체 조사한 바에 의하면, 국민들의 74%가 ‘주5일근무제’를 찬성하는 것으로 나타났다. 또한 ‘주5일근무제’ 시행으로 인한 기대효과로는 ‘근로자의 삶의 질 향상으로 인한 노동생산성 향상’(53.4%)이 가장 많았고 그 다음으로, 일자리 나누기로 인한 고용창출(25.5%), 관광·문화·교육산업의 활성화(18.5%) 등으로 생각하는 것으로 조사됐다.⁶³⁾ 대다수 국민들은 ‘주5일근무제’가 실시된다 해도 여가생활이나 문화활동이 곧바로 확대될 것으로 생각하고 있지는 않고 있다. 2001년에 통계청이 실시한 설문조사에도 드러났듯이 주 5일 근무제에 대한 기대효과에서 문화여가 생활의 활성화 부분이 그리 높은 수치로 나타나지는 않았고, 실제로 주 5일 근무제에 따른 대중들의 문화생활의 변화에 대한 분석이 거의 나타나지 않은 점을 지적할 수 있다.⁶⁴⁾ 이는 노동운동이나 문화운동계 내부에서 ‘주5일근무제’의 실시에 따른 대중들의 문화생활의 변화에 대한 문화정책이 부재하는 것을 보여주면서, 노동시간의 단축에 따른 문화적 파급효과가 현재로서는 그리 크지 않을 것이라는 판단을 가능케 해준다. 그러나 ‘주5일근무제’가 본격적으로 시행되는 시점에서 2004년에 통계청이 조사한 자료에 의하면 여가생활에서 문화적 활동에 대한 욕구들은 갈수록 높아지고 있는 추세이다.

여가활동의 유형은 주40시간 근무제 시행 이전에는 주로 가정 내에서 소극적인 여가활동이 대부분이었지만, 주40시간 시행 이후에는 야외에서의 여가활동이 증가하였다.⁶⁵⁾ 물론 주 5일 근무제에 따른 비노동시간의 증대가 대중들의 문화생활의 확대

63) 국정홍보처, 「주5일 근무제에 따른 근로자의 삶의 변화 조사」 2001년 8월. 참고

64) 2001년 통계청 조사에 의하면 주5일근무제가 실시되면 가장 먼저 하고 싶은 생활을 묻는 질문에서 상위에 속한 것은 “TV시청”, “부족한 수면채우기”, “집안경조사 참여”로 나타났다.

65) 주40시간근무제 이전에 여가생활은 휴식/TV이 57.1%, 수면이 24.9%, 가사 21.7%, 문화예술활동이 13.5% 음반비디오감상 11.9% 등으로 나타난 반면, 주40시간근무제 이후에는 문화예술활동이 22.6%, 등산/낚시가 21.9%, 여행이 20.9%, 운동/스포츠

와는 직결되지는 않지만, 점차적으로 문화적 참여와 활동의 욕구는 노동시간의 단축과 비례해서 나타난다고 볼 수 있다. 따라서 노동시간 단축 본래의 취지에 부합하는 대안으로서 문화생활의 활성화는 중요한 과제인 것은 분명하다.

〈표 4-1〉 주 40시간 근무제 후 주말이나 휴일의 주된 여가활동⁶⁶⁾

(단위:%)

구분	15세 이상 인구	TV 시청	여행	문화 예술 관람	스포츠	컴퓨터 게임, PC 통신	자기 계발	사교 관련	가족과 함께	가사일	휴식 수면	기타
2004	100.0	26.1	5.2	2.3	4.3	6.9	1.8	11.4	9.3	12.1	16.1	4.4
동 부	100.0	26.4	5.3	2.6	4.6	7.2	2.1	11.3	9.7	11.2	15.2	4.6
읍면부	100.0	24.7	4.7	1.0	3.2	5.4	0.8	12.2	7.6	16.0	20.6	3.8
남 자	100.0	26.5	7.0	1.7	7.1	9.9	2.0	11.0	8.7	3.9	18.2	4.1
여 자	100.0	25.7	3.4	3.0	1.7	4.0	1.7	11.9	9.9	19.8	14.2	4.9
15~19세	100.0	22.9	0.5	3.6	3.8	29.7	8.2	13.5	1.6	0.9	12.2	3.2
20~29세	100.0	21.4	4.0	7.4	3.8	14.2	3.0	19.2	4.9	5.0	13.2	3.9
30~39세	100.0	23.2	6.6	1.8	4.4	4.7	1.4	8.7	18.1	13.4	13.6	4.2
40~49세	100.0	26.6	7.3	0.8	6.0	2.4	0.9	7.3	11.1	15.8	16.3	5.5
50~59세	100.0	30.2	6.9	0.4	4.7	1.0	0.7	9.1	7.0	16.3	18.7	5.0
60세 이상	100.0	33.1	2.7	0.1	2.7	0.4	0.2	12.4	5.7	15.8	22.7	4.2

노동시간의 단축이라는 문화생활 환경의 필요조건이 충족된 이후, 시민들의 일상적인 문화는 어떻게 재편되어야 할까? 노동시간이 단축되고 자유허간이 증대한다고

츠가 17.2%, 휴식/TV시청이 16.8%로 나타났다. 2003년 평일 여가시간은 3시간 5분으로 2000년 3시간 27분보다 적음. 주말과 휴일 여가시간도 5시간 44분으로 6시간 6분보다 적음. 대부분 집안에서 수동적인 여가활동을 TV시청이 22.9% 낮잠 16.0% 인터넷 게임 9.5%, 신문잡지보기 7.9% 산책/스포츠 7.4% 가족과의 대화/외식 5.4%, 친구만나기 4.9% 독서 4.5%순, 여가활동의 장애요인은 시간부족(56.4%)과 경제적 부담(31.4%)이 주를 이룬다.

66) 통계청. 『사회통계조사보고서—정보와 통신·문화와 여가·교육 부문』. 2004.

해서 일상문화는 창조적이고 자생적으로 조직될 수 있을까? 일상과 여가의 비용은 모두 개인이 부담해야하는 것인가? 일상을 행복하고 즐겁게 살 수 있는 권리를 확보하기 위해서 어떤 문화운동과 문화정책이 필요한가? 일상문화의 활성화가 일과 여가의 균형있는 발전과 새로운 형태의 삶의 역동성을 보장할 수 있을까? 이런 질문에 대한 논의들이 ‘주5일근무제’의 본격 실시 시대에 문화적 재구성을 위해 필요하지 않을까 싶다.

2. 일상문화의 재편과 소비 문화자본의 형세

일상. 혹은 일상문화에 대한 이론적인 입장은 대체로 일상 속에서 발견되는 현상들을 구조나 체계에 의해서 조작된 허구로 보고 이를 근본적으로 비판하려는 것과, 개인의 일상에서 발견되는 다양한 실천들의 가능성을 긍정적으로 보려는 것으로 구분할 수 있다. 전자의 설명은 앙리 르페브르(Henri Lefebvre)나 기 드보(Guy Debord)의 논의에서 두드러지게 나타나고 있고, 후자의 설명은 미셸 드 세르토(Michael de Certeau)나 미셸 마페졸리(Michael Maffesoli)의 논의에서 두드러지게 나타나고 있다. 르페브르는 일상생활의 비판은 사회 전체에 대한 평가와 개념화를 함축하고 있다고 보며 이는 곧 노동자계급의 소외에 대한 비판이라 할 수 있다. 소외는 “일상을 그 풍요로움에서부터 떼어내고”, “일상을 경멸하고, 이데올로기의 헛된 광채 밑에 일상을 가림으로써 생산과 창조의 장을 감춘다”⁶⁷⁾고 말한다.

르페브르는 일상생활의 비판은 낡은 자유주의적 휴머니즘을 새롭게 하고, 혁명적 휴머니즘을 대체하는 것이며, 삶의 변혁을 목표로 함을 강조하고 있다. 한편으로 기 드보는 자본주의 사회를 거대한 스펙타클의 세계로 간주하면서 현대적 생산 조건들이 지배하는 모든 사회들에서 삶 전체가 스펙타클의 거대한 축적물로 나타나고 있다고 말한다. 즉 일상은 스펙타클한 경제에 의해 지배되며 스펙타클한 사회에서

67) 앙리 르페브르, 「현대세계의 일상성」, 『일상생활의 사회학』, 박재환 외 역, 한울아카데미, 1994, 74쪽.

개인은 수동적인 방관자가 되는 것이다. “스펙타클은 상품이 사회적 삶을 총체적으로 점령하기에 이른 계기이다. 스펙타클과 상품의 관계는 가시적일 뿐만 아니라 사람들이 못보는 것이기도 하다.”⁶⁸⁾ 기 드보에 의하면 일상은 화폐와 경제가 지배하는 스펙타클한 사회의 허구적 이미지에 의해 왜곡된 채로 개인에게 전달된다.⁶⁹⁾

이에 반해 드 세르토는 일상에서의 개인의 적극적인 자기 표현을 강조한다. 드 세르토의 주요 관심은 일상의 창조적 실천성이다. 그의 관심은 사회구조에 매몰되지 않을 가능성을 찾는다는 점에서 계몽주의나 자유주의와의 전통과 연관되어 있다. 그러나 그러한 인간의 가능성을 이성이나 자유의지 등에서 찾지 않고 바로 일상생활의 창조성에서 찾기 때문에 그의 시각은 새롭다. 세르토가 보기에 도시계획이나 지도에 나타나는 개념도시는 일종의 판옵티콘(panopticon)이다. 걷기는 개념도시에 저항하는 하나의 방식이다. 우리는 걷기를 통해 판옵티콘에 훈육되고 종속되는 삶이 아니라 주어진 판옵티콘을 정치적, 제도적 차원이 아닌 아주 일상적인 차원에서 재전유 왜곡 변형할 수 있다.

걷기와 관련된 이론적 시도를 위해 드 세르토는 우선 걷기를 발화로 본다. 걷기는 말하기 행위로 간주된다. 보행발화는 공간적 랑그의 가능성을 실현하고 공간을 분별하며 친교적인 것으로 만들기도 한다. 나아가 걷기의 수사학이 가능하다. 특히 걷기의 제유법과 연사생략은 도시의 완고한 질서를 부수는 의미생산행위로 강조된다. 이로써 걷기는 과거의 잃어버렸던 전설과 신화를 재창조한다. 걷기는 도시계획의 전체주의와는 다른 지방권력이 되고 이를 통해 공간에 얽힌 잊혀진 기억과 의미들을 살림으로써, 황량한 도시에서 살아갈 의미공간을 창출한다. 나아가 걷기는 원초

68) 기 드보, 『스펙타클의 사회』 이경숙 역, 현실문화연구, 1996, 45쪽

69) 다음의 인용을 보라, “스펙타클은 가시화하는, 현전하면서도 동시에 부재하는 세계는 삶에 속하는 모든 것을 지배하는 상품세계이다. 상품세계는 이처럼 보여지면서 그 자신의 모습을 있는 그대로 드러낸다. 왜냐하면 상품세계의 운동은 인간들 사이 및 인간들과 그들의 모든 생산물 사이의 관계에서 일어나는 모든 소외와 동일한 것이기 때문이다.”(같은 책, 67쪽)

적 경험을 재생하여 움직이는 도시, 은유적인 도시를 만들어 나간다. 결국 공간을 창출하는 것은 우리들의 일상적인 견기실천이라는 것이다.

프랑스 사회학자 마페졸리는 일상의 우연성을 강조한다. 그는 일상생활의 사회학은 여러 종류의 기관(학교 관청, 조직체)이나 여러 형태의 집합체, 또는 우리가 일이나 여가를 통해 경험하게 되는 다양한 상황에서 일어나는 순전히 기계적이지 않은 모든 것들을 다루는 하나의 방법이라고 말한다.⁷⁰⁾ 일상을 설명하는 방식을 합리성이나 논리성에 의거하기보다는 “상상, 즐거움, 꿈같은 변수들”에 의존하는 것이 그가 생각하는 “에토스로서의 사회성”이라 할 수 있다. 그는 일상생활의 사회학이 관심을 두는 생활세계는 이론적 표상 그 이전의 것이며, 그 자체 외의 어떤 것에도 주목하지 않고, 집합적인 경험에 바탕을 두고 있다고 말한다.⁷¹⁾

이상과 같은 일상에 대한 이론적인 접근은 일상에 대한 이데올로기적 비판과 일상의 개인적인 경험의 자발성에 대한 적극적인 동의를 축으로 하지만, 궁극적으로는 일상은 사회성격을 규명하는 데 있어 대단히 중요하며, 개인들이 문화적인 삶을 풍요롭게 하는 데 있어서도 중요한 실천지점임을 부정하지는 않는다. 일상의 중요성에 대한 계급적인 시각을 견지하고 있는 르페브르의 언급⁷²⁾이나, 명백한 정치적 반대는 아니지만, 다양한 견기의 수사학을 동원하여 위장한 속임수로 현존하는 사회질서에 대한 광범위한 대중적 저항을 주장하는 세르토의 언급은 계급적인 지향성을 다르지만, 일상적 실천의 중요성을 모두 강조하고 있다.

70) 미셸 마페졸리, 「일상생활의 사회학—인식론적 요소들」, 『일상생활의 사회학』, 미셸 마페졸리, 앙리 르페브르 외, 박재환 외 역, 한울아카데미, 1994, 44쪽 참고.

71) 마페졸리, 위의 글, 59쪽

72) “외관상 빈약한 일상성의 밑에 숨겨진 풍요로움을 폭로하는 일, 경박성 밑에 심오함을 드러내는 일, 정상의 비정상을 꿰뚫어보는 일, 이것들은 모두 노동자의 생활에 근거를 둬으로써만, 그리고 노동자의 창조력을 부각시킴으로써만 분명해지고 또 진실이 될 수 있다고 믿었다. 하나의 양식을 재창조하고, 축제를 되살리고, 문화의 흩어진 부스러기들을 일상의 변형 속에서 한 데 모으는 것, 이것이야말로 혁명의 계획을 정당화해준다”(위의 글, 79쪽).

일상에서 소비행위가 갖는 긍정성에 대해서는 존 피스크(John Fiske)의 언급을 경청할만하다. 피스크는 일상생활이 물질화된 문화는 지배적인 사회질서와, 그 안에 존재하는 다양한 하위지형적인 구성체 사이의 모순을 구체화한다고 말한다. 사회질서는 대중을 억압하지만, 동시에 그들에게 그러한 제한점들에 대항해 싸울 수 있는 원천들을 전공해 준다. 이러한 제한점들은 가난한 사람들의 사회적 경험들의 한계를 억압적으로 결정하는 물질적이고 경제적인 것들을 말한다. 억압은 항상 경제적이다. 경험의 다양성과 풍부함을 기대하는 욕망은 자본주의의 산물이고 그 시스템에 기여하지만 그러한 다양성과 풍부함을 생산하는 것은 대중의 창조성의 일로 남기도 한다. 피스크는 그 일례로 슈퍼마켓에서 물건을 살 때 그 공간을 어떻게 이해하느냐에 따라 그 의미가 달라진다고 말하면서 상품이 진열되어 있고 어떤 물건을 어느 장소에서 찾을 수 있다는 구입정보를 구매자가 선택하는 과정을 셋팅(setting)으로 보았다.⁷³⁾ 상품들의 목록을 선택하는 과정이 일종의 셋팅을 구성하는 것인데, 이때 셋팅은 구매자의 인지적 과정들이 생산한 것이고 그 과정들을 생산하는 데 중요한 부분을 차지한다. 셋팅은 맥락의 물질적인 구체성과 그러한 맥락이 경험되는 정신적 과정을 결합하는 소비의 실천행위를 말한다. 셋팅은 사회적 질서의 산물들인 다양한 활동장(arena)들 내에 구성된다. 슈퍼마켓은 자본주의 정치경제학이 생산한 상품들과 정보들로 가득 찬 활동장이지만, 그 안에서 구매자들은 쇼핑의 기간과 목적들을 위해 자신의 고유한 활동의 장을 설정한다. 셋팅은 활동의 장이 반복적으로 경험되고, 개인적으로 질서지워지고 편집된 형태이다. 소비적 실천행위들은 개인들의 문화적 취향과 차이를 드러낸다. 일상생활에서의 문화는 차이를 체화하고 수행하고 구체적인 실천을 담은 문화이다. 이러한 체화된 차이들은 사회적 훈육을 구성하는 계층된 개인들과, 대중의 공간과 권력을 채우고 확장하는 대중적 생산성의 차이들 사이의 투쟁의 장소이다.⁷⁴⁾

73) John Fiske, "Cultural Studies and the Culture of Everyday Life", Cultural Studies, eds. by. Lawrence Grossberg et al., Routledge: New York London, p.160.

74) John Fiske, 같은 책. p.162.

그러나 존 피스크의 언급대로 개인의 일상적인 소비행위들이 문화적 취향의 차이를 자생적으로 만드는 것은 아니다. 개인의 소비행위들은 자발적인 즐거움의 행위일 수 있지만, 고도소비사회에서 그러한 행위들은 대부분 관리되거나 조작적이거나 차별적인 경우가 많기 때문이다. 특히 문화적 비용을 상당부분 부담해야 하는 고도소비사회에서 특정한 정보의 체계에 의해 관리되는 소비행위들은 계급적 구별짓기를 드러낸다. 고도소비사회로의 진입은 소득의 불평등을 야기시키고, 이는 자연스럽게 소비의 양극화와 특정 계층의 과잉소비로 이어진다. 한국사회에서 명품에 대한 과잉된 욕망이 특정한 계층뿐 아니라 대중들에게 투사되는 것도 고도소비사회에서 주입하는 소비적 욕망의 과잉 표현 때문이다. 명품에 대한 욕망은 과잉된 소유욕, 특정계층에 대한 결속감, 과시의 욕구, 가치상응의 욕구 등을 내면화한다.⁷⁵⁾

노동시간의 단축으로 인한 자유허간의 증대는 일상에서의 문화비용의 증가를 야기시킨다. 일상적 삶의 재편에서 문화비용의 증가는 불가피한 부분이 없지 않지만, 역으로 일상적 삶의 대안적 선택을 위해서는 문화비용의 최소화 역시 불가피하게 개선되어야 할 지점이다. 문화자본 시장은 일상 여가시간의 증대를 계기로 해서 대중들에게 더 많은 문화비용을 지불하도록 할 것이며, 일상적 삶의 재편은 문화자본 시장이 일상을 지배하지 않도록 하는 실천이 전제되어야 한다. 따라서 자유허간의 증대가 보장되는 일상생활 속에서 개인들의 문화적 권리를 확대하는 것은 문화자본으로부터의 개인 삶이 자유로워질 수 있는 중요한 실천지점이다.

3. 글로벌 시대의 일상과 개인들의 문화적 권리의 구상

우리 시대는 다양한 문화가 공존하고 다양한 문화권리가 보장받고 있는가? 이 질문에 대한 대답은 그리 간단하지 않다. 어떤 사람들은 글로벌한 문화환경의 도래가 서로 이질적인 문화들을 공존하게 만들었다고 주장하는가 하면, 또 어떤 사람들은

75) 최항섭, 「한국사회의 과시적 문화: 명품소비를 중심으로」, 『일상문화읽기』, 나남, 2004년 참고

초국적인 경제 조건들이 국지적 문화의 다양성을 파괴하고 있다고 주장하기 때문이다. 현상적으로 보면 지구상에는 수없이 다양한 문화들이 존재하고, 서로 소통하고 교류하고 있다. 전 세계에는 수많은 고유한 민족문화들이 존재하고, 이 문화들은 다양한 국제 이벤트를 통해서 다른 문화권에 사는 시민들에게 전시되기도 한다. 위성 채널은 세계에서 벌어지는 소식들을 실시간으로 전하며, 월드컵과 유럽 챔피언스 리그 경기를 150여개 국가에 생중계한다. 할리우드 영화는 수십 개 국가에서 동시 개봉되고, 글로벌한 관광회사들은 세계 시민들에게 전지구의 다종다양한 축제들을 소개한다. 또한 제3세계 ‘종족문화들’(ethnic cultures)이 세계문화의 변방에서 중심으로 이동하는 사례들⁷⁶⁾을 발견할 수 있다. 이렇듯 글로벌 시대 문화는 국경과 인종과 종족을 넘어서 융합되고 혼종화된다. 아파두라이의 지적대로 새로운 전지구적 문화 경제는 현존하는 중심-주변의 용어로는 이해될 수 없는 복합적이고, 중층적이며, 탈구적인 질서로 간주하는 것이 적절할 듯싶다.⁷⁷⁾

그러나 다른 한편으로 글로벌 시대 문화는 갈수록 그 다양성을 잃어가고 있다는 지적도 설득력을 얻고 있다. 할리우드 영화가 세계 영화시장의 85%를 장악하고,⁷⁸⁾ 상업적인 대중음악이 미국 팝음악의 유행형식을 모방하며, 이라크 전쟁에서 목격했듯이 제국의 전쟁이 제3세계 문화유산을 파괴하는 상황에서 문화다양성의 시대가 도

76) 1990년대 말부터 대중음악 신에서 주목받고 있는 ‘제3세계 월드뮤직’이 유럽과 미국에서 인기를 얻고 있는 것이 대표적인 예이다.

77) Arjun Appadurai, “Disjuncture and Difference in the Global Culture Economy”, in *Modernity at Large*, Verso, 1996.

78) 주요 국가들의 자국영화시장 점유율을 살펴보면 다음과 같다.

구분	1999	2000	2001	2002	2003
미국	93.40	95.70	94.30	96.30	95.10
한국	39.70	35.10	50.10	48.30	53.49
프랑스	32.40	28.90	41.40	25.10	35.00
일본	31.90	31.80	39.90	27.10	34.00
독일	14.00	10.03	17.87	13.66	15.80
영국	16.50	19.60	4.90	8.30	10.20

래했다고 말할 수 있을까? 글로벌한 대중문화의 소비양식이 문화자본의 규모를 확대한 것은 사실이지만, 다양한 문화를 볼 수 있는 기회를 그만큼 앗아간 것도 사실이다. 일례로 한국의 영화산업은 스크린 쿼터 제도로 인하여 세계에서 가장 강력한 자국 영화시장을 형성하고 있지만, 오히려 몇몇 한국형 블록버스터 영화들의 독점으로 인하여 다양한 영화들을 볼 수 있는 여건이 줄어들고 있다.⁷⁹⁾ 일본과 미국의 팝 음악의 스타 시스템을 모방하는 한국의 대중음악 산업 안에도 다양한 음악장르들이 공존하지 못하는 것은 마찬가지이다.

다양한 문화형식들이 공존하고 각국 문화의 교류가 과거보다 훨씬 활발하게 진행되는 국제적 문화환경에 살고 있으면서도 문화의 다양성이 소멸하지 모른다는 위기의식이 여전히 유효한 것은 아마도 글로벌 문화자본이 문화의 다양성을 실제로 파괴하고 있다는 판단 때문일 것이다. 더욱이 문화라는 것이 레이먼드 윌리엄즈의 지적대로 고급예술만이 아니라 대중들이 살아가는 삶의 총체적인 양식으로 정의한다면, 일상적인 라이프스타일을 지배하는 문화자본에 의한 문화 다양성의 파괴는 더 심각할 수 있다. 따라서 문화다양성의 시대는 곧 위기이자 도전의 역설적인 담론을 암시한다. 문화다양성이란 담론은 오늘날 문화가 직면한 현실적인 문제이면서, 동시에 현실을 극복하고 미래로 가기 위한 실천적인 문제이기도 하다.

우리가 문화다양성의 시대에 문화적 권리를 강하게 주장해야하는 이유도 바로 여기에 있다. 문화다양성은 글로벌 시대에 그냥 주어진 시민들의 권리가 아니라 획득해야 할 권리이다. 글로벌한 시대는 문화의 다양성이 서로 소통할 수 있는 환경을 마련해주었지만, 역으로 자본의 힘에 의해 특정한 문화가 독점할 수 있는 환경도 마련해주고 있다. 문화다양성은 국가 간, 민족 간의 문제이면서 동시에 문화를 다양하게 향유할 수 있는 개인들 간의 문제이기도 하다. 문화다양성이 생산하는 다문화주

79) 2003년 블록버스터 영화들이 많이 등장하는 여름 시즌에는 전국 극장 스크린 수 1200여개에 상영되는 영화는 고작 10여편이 되지 않는다. 한국형 블록버스터 영화들은 할리우드 영화산업 시스템을 모방하여 한 영화가 보통 400여개의 스크린을 독점하는 경우를 어렵지 않게 만날 수 있다.

의가 소수자들이나 하위주체들의 문화적 자율성과 무관하다면 문화적 다양성에 대한 다문화주의적인 생각은 주체의 위치를 변형시키지 않으며, 그래서 문화적 정체성을 재해석하는 데 실패 할 수 있다. 켈리 치엔 후이의 지적대로 만일 다문화주의가 하위주체 그룹들을 위한 공간을 성공적으로 만들어줄 수 없다면, 문화제국주의에 쉽게 포섭될 것이다.⁸⁰⁾ 이 글은 글로벌 시대 문화다양성을 위해 개인들의 문화적 권리가 왜 중요한지, 동시대 문화적 권리에서 문화다양성은 어떤 의미를 가지는지, 문화적 권리의 국지적인 실천과 연대를 위해 어떤 과제들이 제안되어야 하는지를 논의하고자 한다.

그렇다면 구체적이고 국지적인 차원에서 문화권은 어떻게 정의될 수 있을까? 문화를 정의하는 방식에 따라 다양하게 기술될 수 있지만, 문화권은 인간의 감성적 활동을 위해 표현할 수 있는 권리, 참여할 수 있는 권리, 접근할 수 있는 권리 등을 주장한다. 문화권을 정의하는 방식에는 대체로 두개의 서로 다른 함의들이 존재한다고 볼 수 있다. 첫째는 ‘차이’로서의 문화권이다. 문화권은 문화를 향유하고 있는 사람들의 다양한 차이들을 보호하고, 문화가 다양한 영역으로 발전하고 표현될 수 있도록 하는 권리이다. 차이로서의 문화권은 구체적인 다수의 삶의 양식과 문화적 취향을 차별하지 않는다는 점에서 감성적 차원에서의 권리를 강하게 주장할 수 있다. 가령 성적소수자들의 문화적 욕망이나 창작자들의 표현의 자유, 소수종족들의 언어와 일상 생활양식에서의 자기표현 등이 차이로서의 권리를 의미한다고 볼 수 있다.

차이로서의 문화권은 전통적인 의미에서의 사회복지의 요구를 넘어서는다. 이것은 문화복지의 영역으로 포함할 수 없는 감성의 자유를 함께 주장하는 권리이다. 물론 문화권은 문화복지를 중요한 구성요소로 간주할 수 있다고 본다. 그러나 문화권은 개인의 문화적 감수성의 활성화와 연관되기 때문에 소수자를 위한 혜택이나 배려로 환원될 수 없다. 요컨대 문화복지가 결핍에 따른 ‘필요’에 근거한 것이라면 문화권은 생산에 따른 ‘욕망’에 근거한 것이다.

80) Kelly Chien-Hui Kuo, A euphoria of transcultural hybridity: is multiculturalism possible?, in p.223

둘째는 접근과 참여⁸¹⁾로서의 문화권이다. 문화권은 표현의 자유를 확대하는 감성의 자유를 의미하는 것만이 아니라 생산수단을 확보하는 물질적 실천을 의미하기도 한다. 문화권은 시민들이 문화향수를 위해 필요한 각종 문화적 생산수단을 공적으로 확보하고, 문화적 활동에 쉽게 접근할 수 있는 환경을 요구하는 것이다. ‘접근’과 ‘참여’로서의 문화권은 문화적 평등과 관련된다. 모든 사람들이 계급과 연령과 성과 지역적인 불평등으로 인하여 차별받지 않고 평등하게 문화생산물에 접근하고 문화활동에 참여할 수 있는 권리가 이에 해당된다. 물론 이 때 접근과 참여는 비주류문화가 주류문화로 접근하고, 소외된 주체들의 지배적 영역으로의 편입을 의미하지는 않는다. 접근과 참여로서의 문화권은 경제적 평등 분배와는 다르게 자기 삶의 활성화와 연관되어 있다. 물론 문화권은 몇몇 문화예술생산자들의 표현의 자유를 보장하는 것만이 아니라 일반 시민들이 다양한 문화적 표현을 주장할 수 있는 권리를 의미한다. 그것은 또한 창작의 권리만이 아니라 수용의 권리이기도 하다. 즉 문화권은 생산자의 권리와 수용자의 권리 모두를 포함한다. 가령 모든 사람들이 문화예술교육을 받을 수 있는 권리, 문화축제와 문화행사에 참여할 수 있는 권리 등을 생각할 수 있다. 문화에 대한 접근과 문화생활에 대한 참여는 동일한 두 가지 보완적인 양상을 지니는데, 이것은 하나가 다른 것에 영향을 주는 방법을 보면 명백해 진다. 즉 접근은 문화생활의 참여를 증대시킬 수도 있으며, 참여는 문화의 참된 의미로서 그것에 부여된 문화에의 접근을 넓혀준다. 참여 없는 문화의 단순한 접근은 문화발전 목표에 반드시 도달하지 못한다. 이러한 접근과 참여의 문제는 생활의 다양한 분야

81) 「경제적, 사회적, 문화적 권리 국제협약」에 있어 문화적 권리에 대한 조항은 제15조에 명시되어 있다.

15조 1. 현재의 당면한 계약에서 주의 정당은 모든 사람의 권리를 인식한다.

a) 문화적인 삶에 참여하기 위해, b) 과학적인 진보와 그 적용의 이익을 즐기기 위해, c) 도덕적인 보호와 과학, 문학, 예술적인 생산과 그 저자로부터 나온 이익 물질들의 이익을 보기 위해

2. 각 주의 정당으로부터 각 단계는 성취되는데 과학과 문화의 전파와 발전, 보존을 필요로 하는 이런 것들을 포함하는 권리 권리를 완전히 실현하기 위함이다.

와 생활양식과 연결되는 총체적인 접근에 의해 해결될 수 있다는 것, 그러한 접근은 각 사회특정에 따라 다양화되어야 하고, 생활을 위한 진정한 설계를 전반적으로 구성하는 데 근본정책이 요구된다. 문화권에 대한 접근과 문화생활에 대한 참여는 대중노동자, 노동단체, 여가시간, 가족생활, 교육훈련, 도시계획 환경 등의 조건을 다루는 전반적인 사회정책에 필수적 요소이다.

차이로서의 문화권과 접근과 참여로서의 문화권은 감성적인 것과 물질적인 것, 주체화양식과 생산관계 사이의 관계라고 할 수 있다. 문화권은 제도나 법으로 실현할 수 있는 차원을 넘어서 개인의 표현과 감각을 통해서 획득된다. 문화권은 제도로서 실현되는 것도 있지만, 근본적으로는 인간의 욕망에 대한 것이기 때문이다. 물론 문화권이 욕망의 문제라 해서, 그것이 실현되는 과정에 일정한 제도적 장치나 정책적 개입이 불필요하다고 말하는 것은 아니다. 문화의 공공성 확보나 공적 서비스의 제도적 완성은 문화권 확보를 위한 중요한 실천과제 중의 하나이다. 그러나 문화권은 공적 서비스의 통합적 운영이나 공공성의 제도화로는 근본적으로 해결될 수 없는 개별성, 다중성의 차이들을 가지고 있다. 어떤 점에서 문화의 공적 서비스는 그러한 문화권의 차이를 극대화할 수 있는 제도적 장치로서 기능하는 점에서만 유의미하다. 사실 문화적 차이야말로 ‘보편적 공공성’으로 설명될 수 없는 부분이기 때문이다.

결국 문화권은 문화민주주의를 실현하기 위한 구체적인 시민의 요구를 담고 있다. 문화민주주의를 위한 시민들의 문화적 권리는 문화적 행복, 문화적 쾌락을 위한 권리이며 이는 하나의 권리로 말할 수 없다. 문화권은 ‘보편적인 시민’으로 단일화할 수 없는 서로 많은 차이를 가진 ‘다중’(multitude)의 문화를 의미한다. 노동자, 여성, 청소년의 문화적 권리들은 서로 동일한 것은 아니지만, 인간의 삶을 더욱 풍요롭게 만들 수 있다는 점에서 공통점을 가지고 있다.

한국 사회에서 문화적 권리가 중요해진 배경은 여러 가지로 논의할 수 있지만, 대체로 세 가지 배경을 논의할 수 있다. 첫째, 노동시간의 단축이다. 노동운동 진영에서 작년 중요한 이슈 중의 하나가 노동시간 단축이었고, 그와 연동하여 주 5일 근무

제의 본격실시를 주장했다. 주5일 근무제는 앞으로 시간이 문제이지 언젠가는 도입 될(되어야 할) 제도이다. 국정홍보처가 자체 조사한 바에 의하면, 국민들의 74%가 주5일 근무제를 찬성하는 것으로 나타났다. 또한 주 5일 근무제 시행으로 인한 기대 효과로는 같은 맥락에서 ‘근로자의 삶의 질 향상으로 인한 노동생산성 향상’(53.4%) 이 가장 많았고 그 다음으로, 일자리 나누기로 인한 고용창출(25.5%), 관광·문화·교육산업의 활성화(18.5%) 등으로 생각하는 것으로 조사됐다.⁸²⁾

둘째는 대량 소비문화의 확산으로 문화비용의 증대됨으로써 문화적 향유 권리가 제한되었다는 점을 지적할 수 있다. 일상에서 일반 대중들의 문화체험은 갈수록 증가하고 있다. 극장관람객의 증가, 스포츠경기관람, 멀티미디어수용확대, 공연관람 등 문화생활 지수는 과거보다 크게 증가한 상황이다. 그에 따라 자연스럽게 대중들의 문화비용이 갈수록 증가하고 있다. 고가의 문화 관람료, 과잉 책정된 인터넷·모바일 통신요금, 늘어나는 관광여가비용 등 개인이 지불해야하는 문화비용은 갈수록 늘어나고 있다. 이렇듯 해가 거듭될수록 대중들의 문화적 비용은 증가할 것으로 예상할 수 있는데, 대중들의 문화적 비용의 증가를 사적 문화자본의 시장에 그대로 방임할 경우 대중들의 문화비용의 부담이 클 것으로 예상할 수 있다. 문화비용의 증가는 문화적 소비에 있어 계층 간의 심각한 격차를 야기할 수 있고, 그에 따른 문화적 소외가 발생할 수도 있다.

셋째는 문화의 독점화 경향과 함께 다양한 형태의 소수문화의 출현도 중요한 문화정세로 읽어야 한다. 물론 문화의 독점화 경향으로 인해 소수문화의 자기시장이 그리 활성화되었다고 보긴 어렵지만, 비주류 문화공간의 형태에서 다양한 차이를 드러내는 문화행동들은 나름대로 자신의 공간을 넓혀 나가고 있는 중이다. 예컨대 청년세대들의 문화적 커뮤니티의 확대, 여성문화운동의 다양화, 동성애자들의 문화적 참여의 확대, 섹슈얼리티의 진보에 대한 요구 등이 이른바 소수문화의 진지전을 가동시키고 있는 중이다. 소수문화의 활성화에서 우리가 주목할 점은 바로 문화적

82) 『연합뉴스』 2001년 8월 2일자 참고.

차이의 인정이고, 이들의 표현의 자유를 최대한 보장해 주는 토대를 마련하는 것이다. 세대적, 성적, 지역적 소수자들의 문화적 취향의 차이의 인정을 위해 지금 문화 운동 진영에는 하나의 전선이 형성되었다고 볼 수 있고, 이러한 전선은 소수자와 국가권력과의 대립, 소수문화주체와 주류 문화주체와의 대립을 낳고 있다.

〈표 4-2〉 문화권리의 범주와 실천사례

운동영역	문제설정	이론적 검토	구체적인 실천사례
표현의 자유의 권리	문화생산자의 권리 문화소비자의 권리	만들 권리 볼 권리 감수성의 정치	- 표현의 자유 침해 법률 개폐 - 성인영화전용관 운영 - 음란물에 대한 사회운동 - 청소년들의 문화적 권리
소수자의 문화적 권리	- 청소년 문화권 - 동성애 문화권 - 기층노동자문화권 - 노인장애인문화권 - 이주노동자문화권	소수자의 정의 소수문화의 검토	- 대안적 청소년 문화 활동 확대 - 청소년관련시설의 개혁 - 동성애문화커뮤니티확대 - 노인들의 문화교육프로그램 - 이주노동자 문화적 활동보장
문화적 접근의 권리	- 퍼블릭엑세스운동 - 문화시설의 공공성 - 정보격차극복 - 주 5일근무제 실시 - 시청자주권운동	공공문화의 정의 퍼블릭엑세스운동의 과정학습	- 문화기반시설의 이용확대방안 - 영상미디어센터의 활용방안 - 시민들의 자치 문화 활성화 - 문화공공시설 개혁운동 - 방송, 언론 시민프로모니터링
문화공공서비스의 권리	- 문화비용의 증가 - 문화수용의 공공서비스강화 - 주 5일 근무제실시	공공문화서비스의 개념, 노동과 여가의 이론적인 쟁점	- 문화이용료 인하 운동 - 문화공공시설 이용 개혁 - 문화소외자의 문화향수권 확대 프로그램
문화교육의 권리	- 평생교육권 - 문화재생산교육 - 문화 사교육비증가	문화교육의 이념과 방법	- 주민자치센터 프로그램운영 - 가정에서의 문화교육프로그램 - 문화노동인력의 활용방안
공간 환경의 권리	- 도시생태권 - 도심 속에서 걷기 - 일상문화와 라이프 스타일	문화, 도시, 생태에 대한 이론학습	- 난개발반대 문화행동 - 보행권 확대 - 도시생태공간의 확대

일상생활 속에서의 문화적 권리는 결국 문화독점에 따른 문화적 권리 박탈에 저항하고, 일상에서의 문화적 차이를 활성화하며, 문화적 공공성 확보를 위한 실천으로 요약할 수 있지 않을까 싶다. 이러한 세 가지 문화적인 실천들을 문화권리의 영역으로 정리하면 다음과 같다(다음의 <표 4-2> 참조).

<표 4-2>에서 정리한 내용 중에서 개인의 일상생활에서의 문화적 권리를 활성화하는 영역은 대체로 소수자의 문화권리의 확대, 문화접근권과 공공서비스권의 확대, 공간환경과 생태의 확대 정로로 요약할 수 있지 않을까 싶다. 소수자들의 문화권리는 일상에서 차별당하는 사회적 소수자들이 문화적 차별과 배제로부터 벗어나 자신들의 정체성의 중요함을 역설하고 자신들의 권리를 주장할 수 있도록 사회가 보장하는 것을 의미한다. 문화적 접근과 공공서비스의 권리는 경제적 불평등으로 인해서 개인이 문화적인 권리를 박탈당하지 않도록 공공분야에서 문화적 권리를 보장하는 것을 의미한다. 공간환경과 생태의 확장은 일상의 주거공간을 생태적으로 전환하는 다양한 실천들을 의미한다. 이러한 일상에서의 문화권리는 결국 “주5일근무제”와 “노동시간의 단축”에 따른 문화적 비용의 증대를 최소화하고, 비노동시간을 의미 있게 보내기 위한 권리를 주장하는 것이라 할 수 있다. 이러한 일상에서의 문화권리를 확보하기 위한 구체적인 대안적인 문화정책을 장기적으로 어떻게 구상할 수 있을까?

4. 일상문화의 재편과 일상적 문화권리 확보를 위한 정책

먼저 정부의 일상·여가 정책에 대한 비판적 검토가 필요하다. 참여정부 출범 초기 문화관광부는 새로운 문화비전을 제시하는 문화정책 중장기 정책연구를 실시하였다. 『창의한국』에서는 한국 여가생활의 문제점으로 여가정책에 대한 정부의 인식 및 정책접근의 부족, 여가시간 확대에 대응하는 생활 여유보장과 국민의 불건전한 여가문화 노출, 국민의 문화활동 참여율 감소와 지역별 문화향수 격차심각, 문화활동 향유를 위한 인프라구축 미흡, 국민의 문화창작 향수확대를 위한 다양한 프로그램

램 개발 미흡 등으로 들고 있다.⁸³⁾ 문화관광부는 이러한 여가생활과 여가문화정책의 문제점을 개선하기 위해서 여가의 중요성에 대한 사회적 인식제고, 여가시간의 자율적인 설계를 위한 여건 조성, 사행성 산업 관련 사회적 부작용을 최소화, 여가에 대한 정책적 기능을 강화라는 안을 제시하고, 예시사업으로 건강한 가족문화형성과 가족공동체회복을 위한 가족여가 프로그램 확대,⁸⁴⁾ 국민관광향유권 도입과 운영⁸⁵⁾ 등을 제시하고 있다. 문화관광부의 일상과 여가문화정책은 다양한 프로그램들을 제시하여 긍정적인 계획을 갖고 있지만, 이러한 여가문화정책을 문화적 권리라는 관점으로 폭넓게 인식하지 못하고 있다. 여가문화정책을 구체화할 수 있는 사업들은 가족공동체의 위기를 극복하는 별도의 목적을 병행하고 있고, 관광산업과의 연계를 염두에 두고 있는 것들이 많아 개인의 일상적 문화권리와 생산적으로 맞물려 있는 것들은 거의 없다. 특히 전통적인 공연관람과 같은 여가정책에서 개인들의 다양한 문화적 취향과 취미활동들을 활성화할 수 있는 수요자 중심의 공공문화정책의 수립에 있어서는 부족한 면이 많다.

둘째, 일상의 문화권리의 차별과 모순은 제도적인 과정을 통해서 해결할 수 있지만, 제도적인 관점으로 해결할 수 있는 정서적, 감성적 영역도 존재한다. 일상의 문화적 권리들은 공공문화시설의 건립, 문화수용이 다양한 혜택을 넘어서 서로 다양한 문화적 취향과 의견과 주장을 갖고 있는 사람들 간의 감성적인 소통과 상호이해

83) 문화관광부, 『창의한국』, 2004, 91~92쪽 참고. 한국의 문화기반시설은 도서관 479관, 박물관 355관, 문예회관 122관, 문화의집 123관으로 일본과 비교했을 때, 공공공연장은 7분의 1, 박물관은 17분의 1 수준으로 나타났다.

84) 문화관광부는 구체적인 예시로 “가족체험 관광프로그램 개발·운영”, “주말 가족스포츠캠프, 가족운동의 날 운영”, “상설 토요일문화광장”, “가족과 함께하는 주말국악문화강좌”, “엄마, 아빠와 함께하는 박물관프로그램들”을 운영하고 있다(『창의한국』, 97~8쪽 참고).

85) 구체적인 프로그램으로는 사회적 소외계층 관광참여 기회를 제공하는 국민관광향유권 도입 방안 마련, 국민관광향유권 운영·평가위원회 구성, 국민관광향유권 단계적 확산과 여행자 금고 설립운영 등으로 제시하고 있다(『창의한국』, 100쪽 참고).

를 통해서 온전하게 확보될 수 있다. 이는 일상에서 벌어질 수 있는 문화적 차이가 보장되고 다수의 문화적 취향들이 인정되고 활성화하는 감성적 영역에서의 실천이라 할 수 있다. 이는 글로벌 시대 문화적 이질성을 극복하고, 사회적 소수자들의 일상의 표현과 문화적 관습, 유산의 권리를 보장하는 것에 일치한다. 문화다양성의 원리가 구체적인 일상의 문화권리를 확보하는 정책 안에서 해결될 수 있다. 가령 우리 사회의 사회적 소수자들. 성적소수자. 이주노동자, 장애인들과 같은 소수자들의 문화적 표현의 권리들을 인정하고, 그들의 언어와 문화행동, 문화적 특이성들을 장려하고 활성화하는 정책들과 맞물려 있다.

〈표 4-3〉 성인남녀 생활시간(2004년 기준-단위 시간)⁸⁶⁾

성별	수면	식사	일	학습	가사	이동	미디어 활용	교제	기타 여가	기타 필수
남	7.52	1.39	4.29	1.19	0.32	1.51	2.22	0.47	1.15	1.00
여	7.47	1.35	2.34	1.9	3.11	1.30	2.16	0.56	1.51	1.12

셋째, 번째는 일상문화를 활성화는 정책에 있어 성차에 대한 고려가 더 많이 강화되어야 한다. 여가의 문화적 다양성을 제한하고 있는 사회적 제도 중의 하나가 성차적 차별이다. 문제는 여가시간과 일상 문화활동에서 성인지적인 불평등이 여전히 개선되지 않고 있다는 점이다. 여가정책을 문화정책의 한 하위분야로 볼 때, 성인지 문화정책이 지극히 초보적인 수준에 머물러 있는 것과 마찬가지로 성인지 여가문화 정책 또한 거의 부재한 실정이다.⁸⁷⁾ 통계청이 전국 1만 2,651가구 3만 1,643명을 대상으로 실시한 “2004년 생활시간”에 의하면 2004년 성인 남녀들의 생활시간 중에서 주5일근무제 이전보다 여가시간이 남녀 모두 늘어난 것은 사실이지만, 남성이 여성

86) 『서울신문』 2005년 5월 27일자 참고.

87) 류정아, 「성인지적 관점에서 본 여가문화정책」, 한국여가학회2005년 콜로키움 10월 포럼 자료집 참고.

보다 많이 여가시간을 사용하며, 여성의 가사일은 남성보다 여전히 압도적으로 많은 것으로 나타났다.

〈표 4-4〉 요일별 남녀 여가 활동시간⁸⁸⁾

구분	요일평균		평일		토요일		일요일	
	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성
계	4:35	5:04	4:16	4:34	4:55	5:31	5:48	7:08
교제활동	0:57	0:48	0:55	0:43	1:01	0:53	1:03	1:09
대중매체 이용	2:18	2:29	2:06	2:14	2:32	2:40	3:00	3:32
신문	0:04	0:11	0:04	0:11	0:04	0:11	0:02	0:09
텔레비전	2:04	2:06	1:53	1:52	2:18	2:16	2:45	3:06
일반인의 학습	0:07	0:10	0:08	0:11	0:05	0:09	0:05	0:08
종교활동	0:15	0:05	0:11	0:03	0:12	0:05	0:34	0:17
관람 및 문화적 행사 참여	0:02	0:01	0:01	0:01	0:03	0:02	0:04	0:04
스포츠 및 집밖의 레저활동	0:13	0:25	0:13	0:22	0:14	0:28	0:13	0:36
취미 및 그 외 여가활동	0:40	1:04	0:39	0:59	0:42	1:11	0:45	1:19
교제 및 여가활동 관련 물품구입	0:03	0:01	0:02	0:01	0:04	0:01	0:04	0:02
기타 여가관련 활동	0:01	0:01	0:01	0:01	0:01	0:01	0:01	0:01

이는 여가생활을 비교하는 과정에서도 동일하게 드러난다. 여성과 남성의 요일평균 여가시간은 여성이 4시간 35분, 남성이 5시간 4분으로 집계되어 평균적으로도 30여분이 많은 것으로 나타났고, 특히 주말에 남성과 여성의 여가생활을 비교해보면 주말로 갈수록 남성과 여성의 여가시간 차이는 더 커진 것을 볼 수 있는데, 이는 그만큼 여성들의 주말 가사노동시간이 많다는 것을 예증하는 것이다. 남녀의 여가 활용 방법에 대한 지표의 차이도 여성과 남성의 성인지적인 차이를 드러내고 있는데, 특히 여성들이 가사노동에 의해 여가생활이 주로 수동적인 반응을 보이는 것을 알 수 있다.⁸⁹⁾

88) 한국문화관광정책연구원, 『문화예술통계』, 2004 참고.

2004년도 자료에 의해 여가활동에 개선 사안에 있어 여성의 의견에는 자기계발에 대한 욕구가 가장 많이 나타나고 있음을 알 수 있다. 이는 일상생활에서 여성들의 여가생활이 자기만족적이지 못하다는 것을 보여주는 것이다. 일상의 문화권리에 대한 정책 비전을 제시할 때, 계층별, 지역별, 세대별 차이 혹은 차별을 개선하는 관점을 비교적 많이 제시되는 반면, 성차적인 관점에서 제시되는 경우는 드물다. 성차에 대한 일상의 문화권리를 구체화하기 위해서는 1) 성차적 관점에서의 문화 차별에 대한 일상적인 사례들의 축적과 개선방안 도출, 2) 성차-평등주의적인 미디어 생산과 유통 소비의 체계구축, 3) 기혼여성의 문화적 자기계발을 위한 아젠다 설정과 실행 프로그램 계획, 4) 스포츠-레저, 관광문화자원의 활성화에 있어 성차적 관점의 도입 등의 실질적인 정책안들이 제시되어야 한다.

마지막으로 문화적 공공성을 확보하는 실천들은 일상의 문화권리를 지속가능하게 확장할 수 있는 중요한 과제라 할 수 있다. 문화적 공공성은 주로 문화인프라의 공공성으로 한정되는 경우가 많은데, 문화를 만들고 수용할 수 있는 모든 문화적 생산과 유통과 소비과정에서 공공의 이익이 최대한 확보될 수 있는 것들을 제도화하는 것이다. 문화적 공공성의 실천들은 주로 수순 문화예술의 창작과 수용의 권리로 한정하고, 대중문화산업 분야는 오히려 문화자본의 확대재생산을 목적으로 정부의 정책이 추진되는 경우가 많은데, 일상의 문화권리들은 사실 대중문화와 생활문화의 영역에서 많이 발견되는 것이므로 이에 대한 구체적인 실천 아젠다들이 개발되어야 할 것이다.

89) <표> 남녀 여가활용방법

(단위: %)

	감상· 관람	TV 시청	PC 관련	창작적 취미	스포츠	여행	사교 관련	가족과 함께	가사· 잡일	휴식· 수면	자기 계발	봉사 활동	기타
남성	10.8	57.5	24.6	2.8	14.6	15.7	29.9	23.8	17.1	52.4	4.9	1.8	2.3
여성	10.7	56.0	13.4	3.4	3.6	9.2	30.1	25.4	48.0	49.1	3.7	2.6	3.5

자료: 문화관광부·한국문화관광정책연구원, 「문화예술통계」, 2004
통계청, 「2004 사회통계조사보고서」

참 고 문 헌

- 국정홍보처(2001). 「주5일 근무제에 따른 근로자의 삶의 변화 조사」 2001년 8월.
- 류정아(2005). 「성인지적 관점에서 본 여가문화정책」, 한국여가학회2005년 콜로키움 10월 포럼 자료집
- 문화관광부(2004). 『창의한국』
- 문화관광부·한국문화관광정책연구원(2004). 「문화예술통계」
- 최향섭(2004). 「한국사회의 과시적 문화:명품소비를 중심으로」, 『일상문화읽기』, 나남, 2004년
- 통계청(2004). 『사회통계조사보고서－정보와 통신·문화와 여가·교육 부문』
- Appadurai, Arjun(1996) “Disjuncture and Difference in the Global Culture Economy”, in *Modernity at Large*, Verso; New York.
- Kelly Chien-Hui Kuo, “A euphoria of transcultural hybridity: is multiculturalism possible?” *Postcolonial Studies: Culture, Politics, Economy* Volume 6, Number 2, Routledge: New York London
- Lefebvre, Henri(1968) *La vie quotidienne dans la monde moderne*, Paris: Gallimard , 박재환 외 역(1994) 「현대세계의 일상성」, 『일상생활의 사회학』 한울아카데미: 서울.
- Debord, Guy(1967) *La societ  du spectacle*, 이경숙 역(1996), 『스펙타클의 사회』 현실문화연구.
- Maffesoli, Michel 「일상생활의 사회학－인식론적 요소들」, 박재환 외 역(1994). 『일상생활의 사회학』 한울아카데미
- John Fiske(1992), “Cultural Studies and the Culture of Everyday Life”, eds. by. Lawrence Grossberg et al.(1992) *Cultural Studies*, Routledge: New York/London.

■ 미디어 정치학의 진보적 재구성: 문화다양성과 공공성의 매듭풀기

이 영 주(성균관대 신방과 강사)

1. 서론: rich media, more diversity?, more democracy?

‘rich media, poor democracy.’ 미국의 미디어 정치경제학자인 맥체스니(McChesney)가 그야말로 풍요로운 미디어 시대에 우리에게 던지고 있는 화두이다. 이 질문은 굳이 최근의 상황이 아니더라도 과잉 상업화된 인쇄 매체와 방송 매체, 인터넷 매체가 가져오고 있는 민주주의의 위기 상황과 관련된다.⁹⁰⁾ 최근에는 여기에 물음 하나가 덧붙여지고 있다. ‘rich media, more diversity?’ 이때 다양성은 미디어 내용물의 생산자, 내용물의 장르와 형식 및 소재, 내용물의 전달 매체, 내용물의 노출(수용)의 다양성을 의미하는 것이지만, 더 넓게는 한 사회에 있어서 이념과 사상, 의견과 주장, 취향과 기호의 스펙트럼을 넓히고 이것이 다원주의적 사회의 기초로 작동하는 미디어 생태와 관련되어 있다. 또 ‘rich media, more diversity, more democracy?’의 질문은 미디어 학자, 미디어 단체, 정책기구나 심지어 미디어 사업자들도 어떤 식으로든 응답해야 하는 담론의 분위기가 형성되어 있다.

이 같은 담론의 분위기가 유지되는 것은 풍요로운 미디어와 민주주의, 문화적 다양성의 관계에 대한 물음이 가장 핵심적이고 대규모적인 정치적, 문예(화)적 공론장으로서 미디어의 사회적 가치를 가늠하는 일종의 평가틀이자 가치지향적 틀이기 때문이다. 또 미디어 기술과 환경의 변화에도 불구하고 이의 문제들이 미디어 정책이나 규제 및 시민사회의 미디어 감시와 참여의 의제로 작동할 수 있는 생명력을 가지고 있기 때문이다.

90) 맥체스니는 미국의 상황에 대해 서술하고 있고, 미국의 미디어 산업구조와 기업 형태와 행태, 미디어 내용물에 있어서 극히 비정상적인 상황 등의 여러 가지 요소들에 대한 비판을 담고 있다는 점에서 이 질문의 강도는 한국의 미디어 현실에서 느끼는 것보다 훨씬 더 강력할 수 있다.

그러나 우리는 항상 강조하고 있는 이 다양성과 민주주의의 내용과 차원이 무엇인지에 대해서는 각기 다른 생각을 가지고 있다. 그렇다면, 사회 각 집단들은 자신들의 이해관계 속에서 이 용어를 제각기 재전유(reappropriation)한다. 이 과정에서 수용자의 자유로운 미디어 선택과 접근, 다양한 미디어문화상품 박람회와 전시회에 참석하는 우리의 일상이 민주주의적 지표로 전유되기도 한다.

물론 풍요로운 미디어 시대에 미디어와 네트워크 공간 내부와 외부에서 새롭고 다양한 사상과 운동들, 새로운 조직과 관계 등의 새로운 사회적 형식들이 만들어지고 이것이 사회의 변화를 발생시킬 수 있다는 점을 부정할 수도 부정할 필요도 없다. 또 이러한 새로운 사회변화가 보다 민주주의적인 정치와 경제양식, 사회적 참여를 확장시킬 수 있다는 가능성도 부정할 수 없다. 다만 하나의 전제조건이 필요하다. 미디어 그 자체는 자연인이 아니며, 따라서 미디어 스스로가 무엇인가를 만들어 내지는 못한다는 것을 인식하는 것이다. 미디어는 사람에 의해, 인간 집단과 조직에 의해 개발되고 변화하며 특정한 목적을 위해 사용된다는 것이다. 이것은 미디어의 물신적 사고와 논리에 사로잡혀 미디어에 대한 통제의 논리를 망각하고 있는 사회 집단에게 특히나 필요한 말이다.

우리 사회를 배회하고 있는 미디어 물신성이라는 유령. 도대체 이 유령은 무엇을 집어삼키려고 하는 것일까? 아니면 이 유령은 무엇을 창조하는 신이 되고자 하는 것일까? 이 유령의 기술정치학을 확장하고 있는 집단은 누구이며, 기술정치학의 효과는 무엇인가? 우리에게 이 집단을 통제할 수 있는 이념과 연대의 힘은 있는가? 또 우리가 이 집단을 통제하고자 한다면 어떤 차원에서 실현가능할 것인가? 이것들이 이 글의 전개를 자극하는 질문들이다.

미디어 기업의 자유화와 상업화, 이를 뒷받침하는 정부의 미디어정책의 산물은 현재 우리가 경험하고 있는 미디어 사업자 간의 이전투구이고, 미디어를 사람, 사회, 문화적 가치의 실현보다 돈과 권력을 위해 돌진하게 만드는 거대 미디어 사업자들의 탐욕과 브레이크 없는 질주이다. 이제는 사회적 논의와 합의보다는 ‘일단 시작하고 밀어붙이기 식’ 미디어 사업논리를 적절하게 제어할 힘도 거의 남아있지 않다.

물론 이들의 성공 뒤엔 대중들의 ‘미디어 탐식’이 일정 정도 자리잡고 있다. 하지만 대중들의 미디어 탐식이 거대한 미디어 사업 집단과 기술주의 정치학의 산물임을 감안한다면 대중의 기호와 필요에 부응하고 충족한다는 자기 언설을 순수하게 받아들이기 어렵다.

미디어 생태 더 나아가 커뮤니케이션 생태를 돈과 권력으로 환원시키려는 집단에 맞서는 통어적 논리 또한 최근 들어 급속히 자신감을 잃어가고 있다. 제한된 전파 자원이나 미디어의 외부효과 등의 막강한 사회적 영향력으로 인해 방송이나 신문에 ‘공론장’의 이념을 들이밀며 공정하고 균형잡힌 뉴스와 정보 제공, 다양하고 질높은 교육과 오락을 제공하도록 요구했던 전통적인 ‘대중매체－공론장－민주주의－문화적 다양성’의 가치들은 당연하게 인정받았다. 하지만 지금의 다종다양한 미디어를 공론장의 이념이나 이론을 통해 사고하고 이에 기초해 정책과 규제, 시민사회의 감시와 견제를 요구하는 것이 타당한 것인지에 대해서는 선뜻 자신감 있는 반응을 보이지 못한다. 특히 보다 개인화되고 개별적인 선택과 계약을 통해 일종의 교환이 이루어지는 통신 미디어나 융합 미디어에 미디어의 공공성⁹¹⁾ 개념과 이념을 적용할 수 없다는 도전적인 논리에 극히 취약하다.

2005년 한해 동안 언론 보도와 광고, 세미나와 공청회 등을 통해 사람들의 입에 오르내렸던 디지털 변환과 위성 DMB와 지상파 DMB, DAB, IP-TV와 VoIP(인터넷

91) 공공성을 일컫는 용어로는 ‘publicity’나 ‘publicness’가 있지만 충분한 의미를 담아 내기에는 한계가 있다. 또 공공성의 개념은 정치학, 행정학, 경제학, 정치사회철학, 커뮤니케이션학 등에서 어느 경우에는 유사한 의미로, 어느 경우에는 매우 차별적인 의미로 사용되는 경우가 있어 한 두가지 개념으로 정의내릴 수 없다. 이 글에서는 ‘공적인 것(the public)’과 ‘공통적인 것(the common)’이라는 두 가지 핵심적인 의미를 담아낼 수 있도록 ‘공적인 것과 공통적인 것에 대한 지향과 실천적 양식들’로 정의하고자 한다. 이때 공적인 것은 사적인 것에 대립하는 개념으로, 공통적인 것은 배타적인 것에 대립하는 개념으로 설정된다. 따라서 공공성은 어떤 사물이나 자원, 조직 등을 공적인 소유와 통제에 두고 개인이나 부분 집단의 이해관계 보다는 보편적이고 포괄적인 이해관계를 지향하도록 하는 이념이나 실천적 양식이라고 볼 수 있다. 이 부분에 대해서는 본문에서 다시 이론적으로 검토될 것이다.

전화), TPS(Triple Play Service), 유비쿼터스(ubiquitous), WiBro와 BcN 등의 미디어 기술 용어들은 우리의 암기력과 변별적 사고를 시험하고 있을 뿐, 이들이 무엇을 위해 어떻게 사용되어야 할 것인가를 둘러싼 전면적인 정치학이 부재하다. 미디어와 민주주의의 큰 틀 속에서 보다 진보적인 민주주의의 지형을 구상하고 구성할 수 있는 ‘미디어 정치학’적 상상력과 실천적 연대가 부족하다. 정책 담론은 많지만 진보적인 미디어 정치학의 담론은 발견하기 힘들다. 미디어는 많아짐에도 불구하고 미디어 권리와 미디어 문화는 척박하다. 미디어는 많아짐에도 불구하고 민중과 소수에 대한 배제의 미디어 동학은 굳건하다. 미디어가 많아지고 커뮤니케이션이 확대됨에도 불구하고 사회적 단절과 소외, 맹목적인 대립과 냉소는 커져간다. 미디어 기업은 거대해지고 부유해짐에도 불구하고 민중들의 권능은 축소된다. ‘rich media, more media-poor democracy, less culture?’

정보혁명, 통신혁명, 사이버공간의 시대, 인터넷 시대, 디지털 시대, 유비쿼터스 시대, 지식과 문화의 세기 등 수많은 수사들에 관심을 기울여야 하는 이유는 미디어 기술 그 자체에 문제가 있는 것이 아니라 이러한 미디어 기술이 우리가 살아가는 가정, 마을, 도시, 직장, 노동, 정치, 제도, 학교, 교류형식 등 사회의 전반적인 변화를 가져오는데 작동하기 때문이다. 따라서 미디어 정치학의 층위는 미디어와 전체적인 사회 구성과 변환 영역을 포함한다.

이 같은 문제의식에서 이 글은 ‘more socio-cultural media, more democracy, more diversity’를 위한 미디어 정치학을 서술하는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 이 글은 미디어 정치학의 진보적 재구성을 위한 두 가지 제안을 담고자 한다. 하나는 미디어 정치학의 진보적 재구성의 차원과 내용이며, 다른 하나는 이를 위해 필요한 미디어의 공공성과 다양성의 개념과 이론에 대한 비판적 검토이다. 여기서 미디어 공공성과 다양성에 대한 비판적 검토란 기존의 미디어 공공성과 다양성에 대한 개념 및 논의들이 가지고 있는 한계를 지적하고 이를 보다 진보적으로 재구성해 내는 것을 의미한다. 즉, 그동안 신문과 방송의 전통적인 매체 영역뿐만 아니라 현재의 뉴미디어 환경에서도 진보진영의 이념적, 실천적 주춧돌이 되고 있는 미디어의 공공성과 미

디어(문화) 다양성의 개념과 이론의 사물화된 활용을 지양하고 보다 진보적인 공공성과 다양성의 개념과 이론의 필요성을 제기하고자 한다.

2. 미디어 정치학의 진보적 재구성 – 어떠한 현실로부터 출발할 것인가?

가. 미디어 사유화와 상업화의 거친 파도: 텔레커뮤니케이션

커뮤니케이션 네트워크와 자원은 전통적으로 공적 소유와 통제 하에 놓여있었다. 커뮤니케이션 네트워크는 개인이나 기업이 소유해 상업화할 수 있는 대상이 아니었다. 또 이러한 네트워크를 이용하는 미디어 사업자들 또한 보편적 서비스나 공적 책무로부터 자유롭지 못했다.

그러나 미국을 중심으로 한 자본주의 국가에서 커뮤니케이션 네트워크의 사유화와 상업화를 위한 치열한 싸움이 벌어졌다. 미국의 경우, 1950년대 후반부터 사업수행에 필요한 무수한 많은 도구, 시설 및 서비스를 이용하거나 설치하는 것과 똑같은 방식으로 커뮤니케이션 시설의 사용과 도입을 위한 로비를 벌이기 시작했다. 이들은 커뮤니케이션 네트워크에 대한 규제 강화를 막을 수 있는 포괄적인 권리를 요구했고, 커뮤니케이션 네트워크에 부과된 요금과 공적인 책임(보편적 서비스)으로부터 발생하는 수십억 달러의 경비를 덜어내고자 했다. 물론 이러한 로비와 자유화와 주장들은 컴퓨팅 네트워크에서 시작되었지만, 이후 텔레커뮤니케이션 영역 전체로 확장되었다. 이에 따라 FCC는 전국 텔레커뮤니케이션 네트워크의 유일한 서비스 제공자였던 AT & T 외에 경쟁 통신사업자들을 허가했다. 미국의 정책당국 스스로가 정보 테크놀로지 네트워크를 마치 사적인 것처럼 이용할 수 있는 자유를 최대한 부여한 것이다(Schiller, D., 추광영 역, 2001, 33~38쪽).

실러(Schiller)는 인터넷 네트워크를 중심으로 한 미국 내 네트워크 기술의 혁신, 대기업 네트워크의 강화, 경제 전반에 걸친 정보 네트워크 투자 확대 등의 흐름과 함께 기존 기간통신사업자(전화사업자)들이 가장 큰 충격을 받았고, 이 같은 위협 상황을 돌파하기 위해 기간통신사업자들은 인터넷 정보통신산업으로의 진출이나 다른 미디어 산업 영역으로의 진출, 다른 미디어 기업의 통합을 통해 또 다시 거대

한 독과점 체제를 형성하고 있다고 보고 있다. 특히, 기간통신사업자들은 소매와 도매의 방식으로 인터넷 서비스 분야를 잠식하고, 자신들의 기간망을 사용하려는 사업자들을 취사선택할 수 있었으며, 기간망의 사용에 대한 요금 부과를 통해 권력을 행사할 수 있게 되었다(Schiller, D., 추광영 역, 같은 책, 제1장 참고).

막대한 네트워크 구축 비용, 서비스의 생산과 공급에서 나타날 수밖에 없는 규모와 범위의 경제, 국가안보에 미치는 전략산업이자 사회경제적 하부구조로서 신경망의 역할을 하는 통신 영역은 전 세계적으로 1980년대부터 정부의 탈규제와 민영화의 조치, WTO 체제하에서의 기본통신협상 타결(고경민, 2001, 17~18쪽) 등으로 사유화와 상업적인 분할이 가속화되었다.⁹²⁾

한국의 경우에도 상황은 크게 다르지 않다. 고경민에 따르면, 한국의 텔레커뮤니케이션 산업 구조를 텔레커뮤니케이션이 처음 도입되었을 때부터 해방 시기까지의 ‘정부 독점 시기’, 정부 수립 이후부터 70년대까지의 ‘강력한 정부 독점 시기’, 1982년에서 1990년 사이의 ‘독점적 경쟁 시기’,⁹³⁾ 1990~1994년 사이의 서비스 영역별 독과점의 유지와 경쟁 체제로의 전환이 혼합되어 있던 시기, 1994년 이후의 경쟁체제 확립 시기로 구분된다. 그리고 이 시기 구분은 역대 정권의 변동과 궤를 같이하고 있다(고경민, 위의 책, 29~30쪽).

92) 고경민은 텔레커뮤니케이션의 자유화를 1) 텔레커뮤니케이션 서비스의 제공과 소비를 공적인 책임, 사회적 의무 또는 도덕적 책임으로 간주하기보다는 사업자들의 경제적 상품 교환으로 간주하는 것, 2) 가정이나 공동체 집단들 또는 공적 기관들의 서비스에 대한 접근 확보보다는 텔레커뮤니케이션 서비스 상품의 교환을 위한 국가적이고 국제적인 시장의 창출, 3) 텔레커뮤니케이션 서비스를 제공하는 공기업 또는 국가 기업들의 민영화, 4) 텔레커뮤니케이션 서비스 활동과 사업에 대한 국가 규제의 목표와 형태의 변화(규제완화), 5) 텔레커뮤니케이션 서비스 활동에서 국제 무역과 외국인 직접 투자의 확대 및 글로벌한 기초 위에서 텔레커뮤니케이션 서비스의 생산을 통합 등으로 규정하고 있다(고경민, 2001, 같은 책, 23~24쪽).

93) 체신부가 모든 서비스를 공급하도록 되어 있던 일원적 구조가 정책 기능과 사업 기능의 분리를 기초로 서비스 분야별로 공기업을 설립함으로써 다원적 사업체제로 전환했던 시기임.

한국의 텔레커뮤니케이션 산업은 1990년 노태우 정부에서 자유화 전략을 채택하고 경쟁을 도입한 후 민간기업의 참여를 유도하는 정책적인 전환이 이루어졌다. 또 김영삼 정부는 텔레커뮤니케이션 산업의 국제 경쟁력 강화를 내세우면서 세 차례의 구조조정을 통해 1998년 완전 경쟁체제를 구축하였다. 이를 통해 약 100여년 동안 독점을 유지해오던 시내전화는 복점 시외 및 국제전화로, 무선과 데이터 통신은 과점이나 다수 경쟁체제로 전환했고, 시장 진입도 등록이나 신고제 등으로 완화되었다. 또 국내 사업자뿐만 아니라 외국 사업자의 시장 진입 요건도 완화하였으며, 정부투자기관의 민영화 조치를 취하였다.

1994년에는 ‘통신사업구조개편추진위원회’가 구성되어 구조개편의 틀을 마련하였는데, 이에 따르면 사업자 분류 체계의 개편(기간통신사업자와 부가통신사업자로 이원화), 제공 서비스 분류 체계의 개편, 시장 진입 조건의 완화, 개인휴대통신과 주파수 공용통신, 발신전용 휴대전화와 저궤도 위성통신 서비스 등의 신규 서비스의 도입, 자가 통신 설비의 여유 시설을 활용한 케이블 TV 전송 회선 서비스를 제공할 수 있도록 했다. 또 정보통신부는 1995년 제3차 구조조정을 통해 전면적인 경쟁 체제의 조기 구축과 텔레커뮤니케이션 시장의 완전 자유화, 한국통신의 주도적 사업자 지위의 보장, 주도적 텔레커뮤니케이션 사업자와 경쟁 사업자 간의 공정 경쟁 여건 조성을 추진했다. 이로써 시내, 시외 분야를 제외하고는 텔레커뮤니케이션 사업자 수를 늘리고 허가 자유 신청제의 도입, 외국 사업자까지 아우르는 글로벌 경쟁 체제의 구축하고자 했다. 이후 시내 전화와 시외 전화도 개방되어 ‘하나로통신’이 제2시내전화 사업자로, ‘온세통신’이 제3 시외전화 사업자로 선정되었다. 그리고 이 같은 자유화와 상업화의 물결은 삼성, 현대, LG 등 대표적 재벌 기업들이 계열사를 설립하고 텔레커뮤니케이션 시장에 참여하고자 하는 경쟁을 벌이게 되었다(고경민, 같은 책, 5장 참고).

이 같은 커뮤니케이션 네트워크와 관련 인프라의 사유화와 상업적 분할은 방송망의 경우에도 동일하게 적용된다. 우선 케이블 방송전송망의 경우 케이블 TV는 원래 SO와 PP, NO의 3분할 체제에서 출발하였다. 즉, SO, PP, NO의 사업 영역을 구분해

준 것이다. 이들 간의 분할 운영 체계를 유지하고 각 분야 간에 겸영을 금지하며, SO의 복수 소유 금지, 방송법상의 무선국과 일간신문, 통신 등의 SO 소유 금지, PP 허가제, 보도채널의 참여 자격 제한, 지상파방송의 동시 재송신 의무 명시, 구역 외 방송국 프로그램의 동시 재송신 금지 등 엄격한 규제체제하에 있었다.

그러나 1999년 1월 ‘종합유선방송법 개정안’이 통과되면서 이 SO, PP, NO간의 삼분할 체제가 해체되고 SO/NO-PP라는 이분할 체제로 변화하였다. 또 복수 SO(MSO) 허용, 대기업과 외국인의 SO와 PP 지분 확대(33%), NO 사업자의 등록제 전환이 이루어졌다. 바로 이 과정에서 관심을 가져야 할 부분이 SO와 NO의 겸영이 허용된 것이다(김영철, 2005 참고). 이후 SO들은 자체 방송전송망의 확보뿐만 아니라 전송망의 다각적인 활용(통신사업)을 통한 망사업자로서 다른 통신사업자들과 경쟁하게 되었다. 현재 전국의 119개 케이블 SO 사업자중 88%(105개 SO)가 초고속인터넷 서비스를 제공하고 있다. 전체 가입자 규모는 통신사업자와의 협업⁹⁴⁾을 포함할 경우 250만 가구를 넘어섰다. 이중에서 자가망을 운영하는 SO는 61곳, 자가 가입자수는 143만 9,000명으로 나타나고 있다. 특히 MSO는 초고속인터넷사업과 TPS 사업에 적극적이다.

케이블TV SO들은 현재 인터넷전화(VoIP) 추진법인인 ‘한국케이블텔레콤(KCT)’을 통해 2010년 650만명 정도의 가입자를 확보하는 계획을 추진 중에 있어 통신사업자와의 경쟁은 더욱 심화될 것으로 보인다. 케이블망을 통해 전송 가능한 방송과 통신 미디어 사업(케이블방송, 초고속 인터넷, 인터넷 전화)을 확장하려는 욕심은 당연해 보인다.

다른 나라들에서도 텔레비전과 전화, 인터넷 서비스 소비자를 확보하기 위한 케이블과 통신회사 간의 경쟁이 치열하게 전개되고 있다. 거대 전화회사들은 가입자 TV 서비스(subscription-TV Service)를 시작하기 위해 투자하고 있고, 이것이 케이블

94) 하나로텔레콤과 23개 SO의 협업의 경우 약 53만, 두루넷과 28개 SO의 협업의 경우 약 42만명의 가입자 확보. SO들이 자가망을 확보해가는 추세에서 하나로텔레콤과 두루넷, 드림라인이 통신사업에서 가장 큰 타격을 입을 것으로 전망되고 있음.

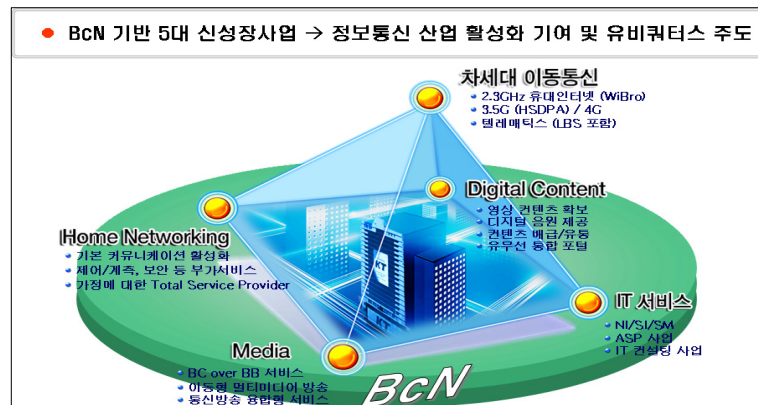
방송사업자들의 주요 위협 요소로 부상하고 있다(Media Worldwide, 2005년 8월호, 75~76쪽). 케이블 업계는 인터넷을 기반으로 한 서비스를 확대해 가면서 통신업계에 도전하고, 통신업계는 다양한 디지털 방송 서비스를 통해 기존의 방송사업자들에게 도전하고 있다. 각각의 커뮤니케이션 네트워크를 갖춘 위성과 케이블, 지상과 간의 방송통신서비스의 경쟁이 확대되면서 미디어 산업 자체가 무정부주의적인 상태에 빠져들 위험성이 상존한다는 점을 감안했을 경우, 이들 간의 경쟁이 가져오는 비용의 증가, 사회적 자원의 낭비, 전자커뮤니케이션 영역의 사고 비용과 외부 비용 등의 증가는 엄청난 사회적 손실을 유발할 것이다(이영주, 2005b).

최근에는 통신서비스의 가입자 포화상태로 인하여 통신시장이 정체되고 있다. 이에 통신기업들은 정보통신부가 제시한 IT839전략과 맞물리면서 본격적인 방송통신 융합서비스와 유비쿼터스 환경의 서비스에 적극 진출하고 있다. 차세대광대역통합 망인 BcN 시범사업에 SKT와 KT, 하나로 통신이 주관사업자로 참여하고 있으며, 초고속무선인터넷인 WiBro 서비스 사업권을 획득하기도 하였다. 텔레매틱스 시장에서는 SKT가 네이트 드라이브 서비스를 제공한 경험을 앞세워 제주텔레매틱스 시범 사업을 주관하고 있으며, KT 또한 KTF, 현대오토넷과 손잡고 텔레매틱스 시장에 진출하고 있다. 나아가 각각의 통신기업들은 유비쿼터스의 핵심 서비스인 홈네트워크 서비스 시범사업을 전개하고 있다(박성배, 2005, 1~4쪽).⁹⁵⁾

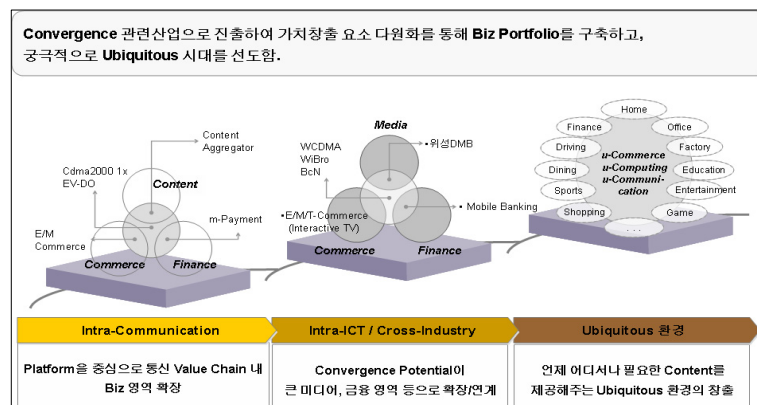
이처럼 통신기업들이 미디어 산업 영역을 주도하게 된 배경에는 정부의 정보통신 육성정책이 놓여 있다. 지금까지 정부는 5대 국가기간전산망 사업, 정보화추진위원회의 운영, 정보화를 위해 한시적으로 신설된 정보통신부의 강화를 중심으로 범국

95) KT는 2004년 ‘미래비전 2010’을 발표하여 ‘차세대이동통신’, ‘홈네트워킹’, ‘IT서비스’, ‘미디어’, ‘디지털 콘텐츠’ 분야를 BcN기반의 5대 신성장 사업으로 지정하여 유비쿼터스 시대를 주도하기 위한 노력을 하고 있다. 이는 KT의 전통적인 사업영역인 전화, 초고속인터넷 서비스, 이동통신 서비스 등의 통신영역을 벗어나, 기간통신망을 기반으로 미디어 영역에서의 방송서비스는 물론, 텔레매틱스 서비스와 홈네트워크 서비스 및 디지털 콘텐츠 사업까지 진출하겠다는 야망을 보여주고 있다(이영주, 2005a).

가적인 정보통신정책을 확립하였다. 현재 정부의 통신산업 육성정책은 정통부의 “IT839” 정책으로 상징된다. IT839 정책은 IT산업의 가치사슬에 기반을 둔 8대 신규 서비스를 도입하여, 인프라에 대한 투자를 유발시키고, 그 인프라 위에서 9대 기기 산업의 발전을 통해 IT강국으로 나아가려는 정통부의 IT산업 육성 계획이다.



SKT 또한 2006년부터 WCDMA와 WiBro를 상용화할 계획에 있으며, 2005년 말까지 영상연동장비(IMS) 개발을 통하여 CDMA와 WCDMA 망을 통합할 계획을 갖고 있다. SKT의 단계별 컨버전스 추진전략은 결국 컨버전스와 관련된 다양한 산업으로 진출하여 금융, 교육, 스포츠, 쇼핑, 게임 등의 미디어콘텐츠를 확보하고 BcN과 무선인터넷 등의 자사의 네트워크를 이용하여 유비쿼터스 시대를 주도하겠다는 의지의 반영이다.



〔그림 4-1〕 정보통신부의 IT839 정책



자료: 정보통신부, “IT839 전략”

이제 대부분의 사람들은 통신영역의 기술적 혁신이 다른 많은 경제 영역들과 사회문화적 행위들을 만들어내고 ‘무엇인가를 가능하게’ 한다는 믿음을 가지고 있다. 즉, 통신기업들이 이제 정보와 네트워크 사회의 원동력이 되고 있다는 것이다. 대부분의 국가들은 앞으로 통신산업이 국가 경제의 중심부이자 커뮤니케이션 산업의 성장 엔진이 될 것이라고 전망하고 있다. 이에 따라 거대한 서비스 산업군으로서 통신 인프라를 구축하고 발전시키면서 효율적이고 역동적인 경제의 기초를 만들기 위한 정책적, 산업적 전략들이 실행되고 있다(Barr, T., 2002, pp.118~119). 이에 따라 세계의 대부분의 국가에서 통신산업을 위한 새로운 탈규제적 정책들을 준비하고 있다. 이 과정은 미디어 기업의 막강한 영향력 하에서 진행되고 있으며 커뮤니케이션 영역을 최대한 상업화하고 이로부터 이윤을 창출하려는 시장적 동기에 기초하고 있다. 급속한 기술 변화와 산업의 확장에 장애물이 될 수 있는 규제나 개입에 대한 비판이 우세하고 급격한 변화가 오직 좋은 것이라는 이데올로기적 전환까지 가세해 있는 형국이다. 규제는 시장이 충분한 경쟁을 제공하지 못하는 상황에서만 요구되고 있으며, 정부를 사전 정책입안자가 아닌 경쟁법을 집행하는 시장 경찰(market policeman)로 만들고 있다(Herman, E., McChesney, R. W., 1997, p.109).

이 같은 탈규제와 상업화의 흐름을 설명하는 배경적 요소들은 많을 것이다. 하지

만 결정적인 배경은 통신기업의 이윤추구의 욕망, 통신산업분야에 투자를 집중하고 있는 투자자본과 금융자본, 이를 뒷받침하고 있는 정부 정책과 탈규제의 움직임이다. 앞에서 끌고 뒤에서 미는 격이다. 물론 정부의 탈규제 움직임은 세계은행이나 IMF와 같은 글로벌 자본주의의 기구들의 시장 개방과 민영화, 탈규제에 대한 요구들과 연결되어 있다. 1995년 ‘재건과 발전을 유럽은행(European Bank for Reconstruction and Development)’은 ‘자유화된 통신산업이 자유시장경제로의 이동과 성장을 가속화하는데 필수적인 요소이다’고 밝히고 있다. 또 1997년 통신산업시장의 90%를 차지하고 있는 60개의 국가가 통신서비스시장을 개방하고 자국 통신기업의 주식을 외국 기업이 소유할 수 있도록 합의한 WTO의 통신협약은 이 같은 상업화, 자유화, 민영화와 탈규제의 결정적인 계기가 되었다(Herman, E., McChesney, R. W., 앞의 책, pp.111~112).

통신기업의 주도하에 놓인 미디어 환경의 재구조화속에서 국가는 미디어 산업에 대한 투자자가 되어 가고 있다. 미디어와 문화의 산업화가 국가 전략의 핵심적인 대상이 되고 있다는 것은 국가의 본격적인 ‘투자의 정치학(politics of investment)’속에서 규제의 틀이 해체 또는 재형성됨을 의미한다. 또 이 같은 경향은 국가와 통신기업 간의 정책적 연계나 협력을 통해 이루어지는 코포라티즘(corporatism)을 낳고 있는데, 코포라티즘적 정책 양식의 특징은 특정 부문의 정책과정이나 내용이 그 부문의 독특한 정책망 즉 국가와 기업 또는 국가와 이익집단에 의해 결정되는 것이다(김시윤, 1998, 133~134쪽).

특히 노무현 정부 들어 정부와 통신기업간의 코포라티즘적 정책 양식의 강화가 눈에 띈다. 기존의 문화정책이나 미디어정책 및 규제의 중심 부서였던 문화부나 준국가 기구인 방송위원회의 영향력이 쇠퇴하고 대신 정통부의 막강한 영향력이 정부를 이끌고 있다고 해도 과언이 아니다. 정통부의 정보통신정책에서도 보았듯이 노무현 정부의 커뮤니케이션 정책은 그야말로 산업정책의 기초를 강화하고 있다. 즉, 커뮤니케이션과 미디어의 영역이 한 사회의 문화와 의식, 폭넓은 성찰성과 메타 커뮤니케이션(meta communication)에 대한 사고보다는 경제적 이윤 창출과 새로운 경

제 시장의 창출이라는 시장주의적 논리 하에 놓여 있다. 이 같은 산업논리는 미디어 생태와 문화 생태에 대한 다각적인 고려나 고민 없이 미디어 기술의 난개발과 미디어 기업 간의 탈규제적 무한경쟁의 상황을 유발하고 있다. 동시에 이 같은 미디어 기업들은 사람들에게 소통과 연결의 가능성을 제시하고 욕망의 충족을 약속하면서 상업적인 과잉커뮤니케이션의 세계 속에 사람들을 몰아넣거나 다른 한편으로는 미디어 기술 자원의 사유화와 상업화를 통해 지불할 수 없는 사람들의 커뮤니케이션 권리를 축소시키고 있다. 하지만 이러한 과잉커뮤니케이션에 기반한 미디어 생태 속에서 사람들은 어떠한 삶의 양식 속으로 진입하고 있는가?

더 나아가 사람들의 내밀성의 영역은 미디어를 통한 공개와 이어짐을 통해 외접성(外接性)의 영역이 되어 가고 있다. 가정을 점령한 텔레비전, 인터넷 등의 매스미디어의 확산, 가정 텔레마틱스 네트워크 등의 미디어 기술은 현존과 부재, 노동과 여가, 직장가 가정, 사적 영역과 공적 영역의 경계를 해체하고 있다. 즉, 사적 공간이 외부 세계로 활짝 열린다는 것을 의미한다. 내밀성의 공간이었던 가정은 이제 전시(display)의 공간이 될 것이며, 더 빠르고 많은 소통과 소비의 공간, 감시와 통제의 공간이 될 것이다. 가정 내에서 이루어진 모든 행위와 가족 구성원들의 몸과 정신에 관련된 각각의 정보들이 분석되고 누군가에 의해 활용될 것이다.

“달콤한 가정, 세상으로부터의 도피처, 적절한 가치의 중심지, 사랑과 도덕성, 자유와 행복의 근원”(Livingstone, S., 2002, p.119)이라고 여겨졌던 공간, 그래서 부르주아지와 중산 계층, 가정주부들이 그 가정을 꾸미는데 수많은 에너지를 쏟아 부었던 그 공간. 그 공간은 이제 관찰과 감시, 기록과 분석의 공간이 되어가고 있다. 동시에 기록되고 분석될 필요가 없는 경제적 빈곤 집단에게는 보편적 서비스마저 축소시키려고 하고 있다.

나. 공공 커뮤니케이션(공공 미디어)의 쇠퇴

1980년대 후반부터 미국과 영국을 중심으로 ‘새로운 권리(New Right)’ 정책이 공공 정책을 주도하고 있는데, 공공 커뮤니케이션 분야도 예외는 아니었다. ‘새로운 권리’ 정책은 고전적인 자유 시장 모델에 기초하고 있다. 영국이나 서유럽의 경우,

그동안 공적 서비스 이념과 공적 재산에 대한 규제 이념이 지배했던 시대를 지나 커뮤니케이션 자원이 풍부해지면서 시장 관점이 우세해지고 있다. 그리고 이들의 시장 모델은 사람들이 경쟁적인 전자 미디어를 통해 다양한 범위의 선택을 할 수 있도록 만드는 것이 공공적 가치를 극대화하는 것이라고 보고 있다. ‘새로운 권리’ 정책의 중심부에는 자유 시장의 역동성이 현존하는 텔레커뮤니케이션과 방송 독점을 다양한 디지털 멀티미디어 서비스 시장으로 전환하는데 가장 효과적이라는 믿음이 깔려있다(Wise, R., 2000, pp.95~97).

이 같은 탈규제의 정책 기조의 중심부에는 미디어 산업 주도자뿐만 아니라 시장 자유주의를 옹호하는 지식인, 정치인, 정부의 정책입안자 등이 위치하고 있다. 정부 외부의 다양한 지지 집단으로부터 정책적 정당성을 확보하고 있는 각 정부의 정치적 목표는 공적 제도와 산업의 이익 사이의 균형을 유지하고자 했던 과거의 정책 패러다임을 변화시키는 것이다. 1970년대까지 유지되었던 경제에 대한 국가 개입의 정치적 목표가 해체되기 시작했고, 시장의 반사회적 효과를 통제할 수 있는 공적이고 집합주의적인 조직과 국가의 개입에 대한 반대의 흐름이 더욱 강화되고 있다. 예를 들어, 영국의 BBC는 ‘새로운 권리’를 주창하는 집단들의 주된 공격대상이 되었고, 새롭게 선출된 정부의 방송과 커뮤니케이션 정책의 일차적인 목표는 공영방송이나 공적 제도들의 재구조화를 겨냥하고 있다.

물론 이 같은 방송이나 커뮤니케이션 영역의 탈규제와 탈중앙화가 방송영역만의 문제로부터 발생하는 것은 아니다. 전 세계적인 경제 질서와 정치 체계의 변동과도 관련되어 있다. 세계의 대부분의 국가들은 정치-행정 영역의 탈중앙화를 주도하고 있는데, 정치-행정체계의 탈중앙화는 사회 각 부문의 자율성을 지지하면서 각 지역들에서의 문화, 커뮤니케이션 상품들을 경쟁적인 시장에 진입시킨다. 이에 따라 방송영상산업을 국가의 통제 아래 두는 것보다는 자율성과 경쟁을 보장하는 방향으로 나아가고 있고, 각 지역의 새로운 엘리트들이 텔레비전 방송 영역의 탈중앙화를 지지하고 있다(Miquel de Moragas Spà & López, B., 2000, pp.34~35).

이와 동시에 문화적인 측면에서도 기존의 제한된 공공 미디어에 기초한 독과점

체제에 대한 비판이 제기되고 있다. 지금까지 소수의 제한된 채널은 주로 공통적인 보편 문화의 형성자로서 방송의 역할이 우선시되는 상태에서 유지되어 왔다. 대부분의 국가에서 공영방송 중심의 독점 체제나 공-민영 혼합 체제를 유지하더라도 민영방송에 공적 책임성을 부과하는 것도 이 같은 이유에서였다. 하지만 이 독점체제 또는 혼합체제는 극히 소수의 방송 생산자들이 제한된 범위의 프로그램을 생산하고 이를 일방적으로 대중에게 전달하는 과정에서 소수의 관점과 취향에 기초한 권위적 문화의 전달이라는 부분에서 비판받아왔다(Green, L., 2002, pp.61~62). 이 같은 차원에서 대부분의 학자들은 지금의 미디어 혁명을 ‘대중민주주의’, ‘다원적 문화주의’, ‘보편적 인간주의(universellen menschen)’(Schaff, A., 1985; 구승희 역, 2002)의 실현 과정이라고 보고 있기도 하다. 우리가 지금의 다채널 방송환경에 대해 기대하고 희망을 갖는 것도 학자들의 이러한 믿음들과 별반 다르지 않다. 특히 한국의 경우, 현재 진행되고 있는 사회 각 부분의 민주화와 이에 따른 다원주의적 가치의 수용이 진행되고 있는 상황에서 보다 다양해진 텔레비전 방송의 사회적 기능과 역할에 그만큼 더 큰 기대를 가지고 있다.

대부분의 사람들은 지금의 커뮤니케이션 환경이 다양한 취향과 문화의 창조에 기여하면서 분중(分衆)과 다중(多衆)의 사회, 다원주의 사회의 토대가 되고 있다는 긍정적인 평가를 내리고 있다. 또 다양한 미디어 채널들을 통해 시민들의 표현 기회와 참여가 확대됨으로써 보다 직접적인 디지털 민주주의가 가능할 것이며, 국가적으로나 국제적으로 보다 많은 사람들의 상호소통과 교류가 다양한 전자 미디어를 통해 이루어지면서 상호이해를 촉진하고 교잡적인 문화가 형성될 것이라고 전망하고 있다. 또 이 같은 전망들은 지금까지의 문화의 장을 형성하고 있었던 중심적인 미디어 체계에 대해 완고하고 관료적이며 소비자의 요구에 반응하지 못하는 것이라는 비판들과 결합되고 있다. 이에 따라 흥미진진한 새로운 세계로서의 시장을 선호하는 목소리는 높아지는 대신 공공 미디어 중심의 구세계의 가치에 대해서는 더 이상 큰 관심을 기울이지 않고 있다. 여기에 지금까지의 역사 속에서 경험했던 공공 미디어의 실패가 더욱 이러한 논리들에 힘을 실어주는데 기여하고 있다. 이에 따라

인터넷과 다채널 방송통신 미디어가 문화적 다원주의와 새로운 민주주의적 지평을 열어갈 것이라는 지배적인 담론과 함께 공공 커뮤니케이션의 영역을 축소시키고 그 자리에 시장지향적인 상업 커뮤니케이션 체계를 확장하는 것이다.

그러나 공공 커뮤니케이션이 민주주의 과정의 심장부에 놓여있다는 것은 누구나 모두 동의하는 상식 같은 것이다. 시민들은 정보에 대해 평등하게 접근하고 공적 논의에 참가할 수 있어야 하며, 이러한 토대 위해서 사회내의 풍부한 공론 과정과 정책결정 과정이 보다 민주적인 방식으로 전개될 수 있다. 하지만 커뮤니케이션 영역에서의 시장 영향력의 점증, 문화적 자원의 분할에 있어서 지금까지 선호되었던 모델인 공공 서비스의 점차적인 해체, 텔레비전과 같은 전자 미디어의 보다 사사화된 소비 공간화, 고비용의 특화된 정보와 문화 서비스를 수용하는 정보 부자와 확실적인 오락 서비스를 수용할 수밖에 없는 정보 빈자 간의 이중 시장화, 국가적인 차원에서 국제적인 차원으로서의 정보와 문화 시장의 확장, 개인화된 매스미디어 프로그램의 수용에 따른 수용자 파편화 등의 변화 속에서 공공 커뮤니케이션의 가치들이 축소되고 미디어 공개성과 재현의 영역은 부유한 사람과 권력집단, 엘리트 집단으로 집중되고 민중적 공개성은 축소되거나 배제되고 있다.

다. 커뮤니케이션 네트워크와 인프라, 미디어, 표상의 양극화

커뮤니케이션 네트워크와 인프라의 사유화와 상업화, 소유 집중의 경향은 이미 지적되었다. 공공재인 커뮤니케이션 네트워크와 인프라의 사유화와 소수 거대 자본으로의 소유 집중 및 상업화에 대해서는 어떠한 대항적인 언어를 발화할 수 없을 만큼 당연시되고 있다. 또 미디어의 집중도 심화되고 있다. 형태가 어떠하든지 간에, 미디어 집중은 미디어의 공급이 다양한 소유자들보다는 소수 거대 기업에 의해 지배됨을 의미한다. 심화된 시장 지배는 경쟁하는 공급자의 수를 축소하며, 더 적은 경쟁 공급은 다원주의의 축소를 가져온다.

거대한 상업·영리적 미디어 체제의 정치, 사회적 함의는 정치문화의 맥락 즉, 시장경제 지향적인 신자유주의 환경이 부추기는 유형의 정치문화의 맥락에서 보았을 때 더 분명해진다. 세계 어디서나 시장경제와 수익 찬미로의 전환이 계급과 계층 분

할격차를 더욱 넓히고 있다. 상업·영리적 침범은 공공생활에 의미를 부여할 수 있는 자율적인 사회조직을 저해하는 경향을 갖는다. 또 글로벌 상업·영리적 미디어는 탈정치화에 관여하는데 무엇인가 사전에 생각할 필요도 없이, 그리고 단순히 시장원리가 명하는 바에 따라 이들 글로벌 미디어 업체는 사회적인 이해와 활동보다는 개인적 소비를 우선시하는 탈정치화한 사람들을 겨냥한다. 그렇기 때문에 글로벌 상업·영리적 미디어는 엘리트와 중상위 계층을 목표로 하고, 그들의 필요와 편견에 맞추어 만든 ‘고답적인’ 저널리즘을 제공하고 그 균형을 맞추기 위해 일반 시민용으로 저급 타블로이드판 뉴스를 마련한다. 미디어 체계는 그 방송 수용자들에게 가벼운 기분전환 연예 오락물을 제공하는데 분명히 중점을 둔다(McChesney, R., 김지운 역, 1999, 29~37쪽 부분인용 및 참고).

미디어의 표상 영역은 어떠한가? 대중수용자(mass audience)는 라디오, 텔레비전, 신문, 잡지, 영화, 책 등의 매스미디어 시장의 역동적인 창조의 과정 속에서 구성된다. 개인들을 대중으로 동질화하는 매스미디어의 특성은 공론장(public sphere)과 공동체의 토대를 구축한다. 매스미디어는 시간과 공간을 가로질러 사상, 언어, 음성, 이미지 등을 대중에게 전달하고 축적시킨다. 매스미디어는 대중을 공동체로 포섭하거나 공동체로의 참여를 촉진한다. 매스미디어는 공동체와 사회의 많은 의제들에 대한 토론하게 하고 사람들의 이해를 발전시킬 수 있는 재료들을 제공한다. 이것이 미디어를 의식산업으로 보는 이유이다. 사람들은 수동적으로 매스미디어의 내용물을 소비하는 것이 아니라 보고 듣고 읽는 것들에 반응하면서 적극적으로 자신을 조정한다(Green, L., 2002, pp.61~62).

매스미디어는 지금까지 주로 공통적인 보편 문화의 형성자로서의 가치가 우선시되는 상태에서 유지되어 왔다. 대부분의 국가에서 공영방송 중심의 독점 체제나 공-민영 혼합 체제를 유지하더라도 민영방송에 공적 책임성을 부과하는 것, 사적으로 소유되는 신문에 사회적 책임성을 요구했던 것도 이 같은 이유에서였다. 하지만 이러한 체계는 제한된 범위의 표상을 생산하고 이를 일방적으로 대중에게 전달하는 과정에서 소수의 관점과 취향에 기초한 권위적 문화의 전달이라는 부분에서 비판받

아왔다.

그러나 최근의 미디어 환경의 변화는 보다 많고 다양한 생산물의 제작과 소비자의 선택을 가능하게 하고 있다. 이에 따라 중앙의 권위성은 퇴색하고 있고 대중 수용자라는 수용자의 개념 또한 해체되고 있다. 이에 따라 타겟 마케팅(target marketing)과 수용자의 세분화가 진행되면서 미디어를 통한 보편 문화보다는 미시문화(microcultures)의 측면들에 더 많은 관심을 기울이고 있다(Nelson, R., 1997, p.213).

이러한 미시문화들은 사회 구성원들과 집단들의 차별화에 기여하면서 새로운 사회 계층의 형성을 가져올 수 있지만, 이것은 다분히 다양성과 유동성이라는 시장의 필요를 반영하는 것이다. 상업미디어문화 생산자들이 주장하는 유동성, 다양성, 차이와 상대주의는 고정성과 동형성 그리고 합의의 가치를 대체한다. 새로운 문화적 가치로서 다양성과 선택의 자유가 보편적 문화의 토대를 침식하고 있는 것이다(Kroker and Cook, 1988 ; Nelson, R., 1997, p.215에서 재인용). 또 이 같은 경향은 미디어의 성공을 시장의 잣대로 가늠함으로써 미디어가 문화적인 가치를 결정하는데 있어서 미학적인 기준보다는 경제적인 기준에 종속되게 한다(LeMahieu, D. L., 1988, pp.96~99).

이에 따라 미디어 영역은 모든 사람들의 자유로운 표현 권리를 전제하고 있음에도 불구하고 사람들에게 좀더 ‘돈 되는’ 표현을 강요하고 있다. 또 자유주의적인 자유 개념(정치권력으로부터의 자유)에 기초하고 있는 매스미디어의 자유는 사람들의 자유보다는 커뮤니케이션 수단 소유자의 자유가 되고 있다(Splichal, S., 1993, p.11). 즉, 국가권력으로부터의 획득한 자유가 방송 생산자 집단과 사회의 엘리트들의 전유물로 전환된 것이다.

반면, 소위 ‘돈 되지 않는 것’에 대한 배제와 미디어 기업에게 돈을 주지 못하는 사람들의 커뮤니케이션 권리의 축소는 심화되고 있다. 사람들이 자신의 사상과 삶을 미디어를 통해 공시할 수 있는 권리와 미디어의 소유와 통제나 커뮤니케이션 조직에 참여할 권리, 자유롭게 소통하고 연결될 수 있는 커뮤니케이션 연결체계에 대한 접근 권리가 화폐와 교환되어지는 것이다. 미디어 조직이 ‘다공성(porousness)’에

기초해야 하고, 다양한 사회계층들의 평등한 참여를 보장해야 함에도 불구하고, 미디어 표상의 영역은 양극화되고 있다. 벤하비브(Benhabib)는 현대사회에서 다양한 사회계층들이 자신들의 동등한 권리에 의거하여 각기 '무엇인가를 공적인 것으로 만들려는 투쟁'을 벌이며, 그들의 입장들이 모두 공적인 것으로 수용되는 것이 민주주의의 기초이며 전체주의를 지양하는 것이라고 주장한다(서유경, 1999, 22쪽 참고). 하지만 미디어 표상의 장애는 부와 권력, 엘리트들의 공개성이 극대화되는 반면, 다른 계급의 공개성은 축소되고 있다.

보통 우리는 미디어가 다른 어떠한 커뮤니케이션 형식보다 일반 민주주의(*general democracy*)나 참여 민주주의(*participant democracy*)와 밀접한 관련성을 갖는다고 생각한다. 민주주의가 사람들에게 정치적 동등성과 공적인 의사 결정에의 참여를 보장하는 것이라면, 미디어는 이 두 가지 민주주의적 가치를 최대한 실현하는 토대가 됨으로써 그 지위와 가치를 인정받기 때문이다. 이같은 측면에서, 소수의 계급 집단만이 아닌 보다 더 많은 사람들(*the people*)의 자율적 결정과 참여를 매개하고 가능하게 하는 미디어의 기능은 곧바로 민주주의의 이념의 실천으로 이어진다. 하지만 지금 확장되고 있는 커뮤니케이션 네트워크와 인프라, 미디어와 표상의 집중과 양극화는 더 많은 미디어와 커뮤니케이션의 과잉에도 불구하고 빈곤한 민주주의와 보다 표준화된 문화를 낳고 있다.

3. 미디어 정치학의 진보적 재구성을 위한 개념의 재정립

가. 미디어의 공공성에 대하여

임의영에 따르면, 현재 사용되고 있는 공공성의 사전적 의미로는 (1) 모든 사람 혹은 국가의 모든 영역의, 모든 사람 혹은 국가의 모든 영역에 관련된, 모든 사람 혹은 국가의 모든 영역에 영향을 미치는, (2) 정부의 혹은 정부와 관련된, (3) 공동체 혹은 국가의, 공동체 혹은 국가와 관련된, 공동체 혹은 국가에 봉사하는, (4) 인류 일반의 혹은 인류 일반에 관련된, 보편적인, (5) 일반적인, 대중적인, (6) 사적인 일과는 대립되는 것으로서 회사 혹은 공동체의 이익에 관련된, (7) 일반적인 혹은 국가적인 복

지에 헌신하는, (8) 공동체의 모든 구성원들에 의해서 접근 가능한 혹은 공유된, (9) 일반적인 시야에 노출된, (10) 개방된, 잘 알려진, 현저한, (11) 인지할 수 있는 등이 있다. 이같은 사전적 의미를 통해 임의영은 공공성을 첫째, 국가 혹은 정부 및 공공기관에 의해 이루어지는 행위 일체와 법적이고 제도적인 것 둘째, 다수의 사람들에게 공통적으로 혹은 보편적으로 관련되는 경우 셋째, 사회 활동 전반에 적용되는 것으로 사적으로 혹은 감정적으로 상호작용하는 것과 대비되는 공식성(officiality) 넷째, 행위의 목적과 관련된 것으로서 공익을 추구하는 경우 다섯째, 접근가능성(accessibility)과 공유성 여섯째, 사람들에게 널리 알려지는 것으로서 개방성과 공시성(publicity)의 의미를 갖는 것으로 설명하고 있다(임의영, 2003, 27~29쪽).

또 소영진(2003)이 정리하고 있는 공공성 개념을 보면 첫째, 전체 또는 다수에 관한 일(public as group affairs)로 자주 사용되는 공공영역(public sphere)의 개념이 이에 해당한다. 둘째, 권위(public as authority)로서 정부 뿐 아니라 은행이나 대기업과 같이 믿을 수 있는 민간조직도 포함된다. 셋째, 정부(public as government)를 가리키거나 넷째, 전유불가능성(public as non-exclusiveness), 비배제성, 비경합성(non-competitiveness)을 말한다. 또 다섯째, 이타성(public as altruistic interest)으로 교육이나 언론, 의료 등의 공공성을 논할 때, 이들 부문이 전적으로 사익추구와 이윤동기에만 맡겨져서는 안된다는 점을 지적하는 것이다(소영진, 2003, 8~9쪽).

이와 같은 임의영과 소영진의 논의는 거의 유사한 개념적 정의에 바탕하고 있는데, 이를 다시 범주화해보면 공공성은 첫째, ‘드러남’, ‘보여짐’, ‘인지할 수 있음’, ‘노출된’, ‘일반적인 또는 대중적인’이라는 의미로서의 ‘공개성’이나 ‘공시성’ 또는 ‘가시성’의 의미를 가진다. 둘째, ‘모든 사람과 관련되거나 국가에 관련된 것’, ‘정부의 혹은 정부와 관련된 것’, ‘공동체 혹은 국가의, 공동체 혹은 국가와 관련된’ 것의 의미로서 ‘국가와 정부 등 공권력의 영역’이나 ‘공동체’의 의미를 가진다. 셋째, ‘국가에 봉사하는 혹은 국가적인 복지에 헌신하는 것’으로서 ‘국가 이익’의 의미를 가진다. 넷째, ‘공동체의 이익에 관련된 것’으로서 사회 일반 또는 사회구성원들의 보편적인 이익을 가리키는 ‘공익(public interest)’의 의미와 마지막으로, ‘모든 구성원

들에 의해서 접근가능하거나 공유될 수 있는 것'으로서 '공동 소유, 보편적인 접근성'을 의미한다.

지금까지 공공성은 사회 일반의 공공선을 보증하는 주체, 가치, 규범, 법률, 정책 등에 의해 담지된다고 보는 시각이 우세했다. 예를 들어, '국가는 개인의 인권과 인격 그리고 자유를 최대한 보장하면서 개인의 이기적인 욕구를 규제하고 초월하는 공공성을 추구하는 공공의 성격을 갖는다'고 표현되는 경우가 이에 속한다. 특히 법학적 시각에서의 공(公)개념이 이에 기초하고 있는데, 자본주의 사회체제하에서 정부가 국민에 대한 간섭을 정당화하는 당위성을 마련하기 위한 개념으로 실증주의 국가 원리의 공개념, 즉 공적인 것은 모두 국가적인 것으로 규정하고 국가가 지배권을 독점하고 국가에 의해 공적인 것이 실현되어야 한다는 '권위적 공공성'과 사회국가(sozialstaatlicher) 원리의 공개념 등이 이에 해당된다. 공공성은 결국 자본주의 국가의 사적 부문이나 시장에 대한 개입의 정당성과 관련된 개념이며, 이 공공성은 국가나 정치 체계에 의해 각기 다른 형태로 나타날 수 있음을 보여준다(이향순, 2002, 36~37쪽).

한편, 공공성은 사회주의 국가의 출현 이후 개인주의에 기초한 자유주의를 보전하는 의미의 차원에서 부르주아 국가들이 제시한 '사회적 가치' 개념인 동시에 제도적 장치를 지칭하는 것이기도 하다. 즉, 자본주의 국가에서 무한한 경쟁으로부터 발생하는 사회적 문제를 건강한 중산층 시민의 여론에 기반하여 수정 보완하는 사회적 장치를 정당화하는 개념이다(김진균, 2003, 212~213쪽). 이 같은 김진균의 주장에 따르면, 공공성은 자본주의 국가들의 사회적 책임성이나 사회적 가치의 보전을 위한 정책, 제도, 행위 등을 의미한다. 이 경우 공공성은 자유시장경쟁의 실패를 미리 막거나 이를 조절할 수 있는 정부의 개입, 통제, 조절성과 관련된다.

이 같은 맥락에서, 공공성의 개념은 자본주의 국가에서 강력하게 형성되었던 역사적 산물이다. 시장 메커니즘을 바탕으로 한 자본주의의 발달과정에서 개인의 이기심이 '보이지 않는 손'의 인도 하에 최선의 결과를 산출하지 않을 수도 있다는 발견(이은우, 1997, 8쪽)은 사익과 집단의 이익을 조정하는 '공공성'의 창출에 대한 논

의를 유발했다. 이 같은 역사적 사실들에 입각해 보았을 때, 공공성은 사적 이익과 공적 이익의 매개 원리이자 이념이라고 할 수 있다.

반면 공공성은 사적 욕망과 자유를 억압하거나 차단하는 개념이기도 하다. 지금까지 대부분의 국가 형성의 역사에서 공(公)개념 또는 공공(公共) 개념은 공과 사의 관계에서 사를 억압하는데 활용되었다. 이것은 모든 정치적 과정에서 그렇듯이 그 시대 나름대로의 정당성을 확립하고 확보된 공적 영역에 대한 지배권을 확장하려는 의지에서 나온다. 또 인간의 욕망과 사영역에 대한 통제는 수많은 금기와 억압으로 기능했고 이를 위한 논거들이 교조화되고 교육되기도 했다. 이로 말미암아 인간의 감성적, 충동적 삶뿐만 아니라 사의 영역은 위축되고 왜곡된다(고 박영은 교수 유고집 간행위원회, 2004, 289쪽).

공공성의 개념적 지형은 복잡하지만 그동안 마르크스주의나 비판이론, 공동체주의나 참여민주주의 이론에서는 핵심적인 사고의 대상이 되어왔다. 이들의 공공성에 대한 철학사상은 주로 공공성의 역사적 형성과 그 형태 및 정치사회적 기능과 효과에 관심을 기울인다. 이의 대표적인 경우가 아렌트(Arendt)와 하버마스(Habermas), 시민사회 해석가들이며, 이들의 사상을 커뮤니케이션 연구의 기초로 삼고 있는 학자들에 의해 공공성에 대한 연구의 폭이 넓어지고 있다. 이들은 주로 공공영역의 형성과 변화의 과정에 대한 연구에 집중하며, 이 경우 대부분 공공영역, 공론장, 공공성의 개념을 분리하지 않는 경우가 많다.

우선 아렌트 사상에 있어서 공공영역(공적 영역)은 일종의 출현의 공간(the space of appearance)으로 설명된다. 출현의 공간은 발언과 행위를 통해 사람들이 함께 살아갈 때 존재하게 되며, 따라서 모든 공식적 제도들에 앞서 존재한다. 이 출현의 공간은 사람들이 좋건 나쁘건 자신이 누구이며 또 무엇을 할 수 있는가를 행위와 발언으로 보여줄 수 있는 장소이다. 이 출현의 공간 안에서 공동세계의 여러 문제가 공개적으로 드러나게 되며, 여러 사람들은 그 문제들을 상이한 각도에서 바라보게 된다. 바로 이 같은 공공영역에서 인간은 무엇보다도 '공적 존재(the public being)'가 된다(김비환, 2000, 130~131쪽). 그녀에 따르면, 우리는 정치적인 것의 영역(공공영

역)에서 개인의 일상적인 이해관계에서 벗어나 ‘공동의’ 또는 공론의 영역에 몰입하게 되며 이 같은 공공영역의 가장 핵심적인 요소는 다원성과 복수성이 된다(장명학, 2002 ; 김선옥, 2002 ; 정운석, 2000). 아렌트의 논의를 따라가다 보면, 공공영역(정치영역)은 사회의 공공성이 형성되는 공간이자 과정으로 보인다. 아렌트는 “공공성은 공동의 세계에 대해 책임을 지는 사람들의 ‘함께 행위 함’에서 형성되고 발휘되는 것이며, 인간의 자유의 능력이기도 하다. 이 공공성은 사람들이 필연적이고 생물학적인 영역인 노동과 사적영역, 경제적 교환행위의 영역인 사회가 아닌 정치적 행위를 통해서 가능하다. 따라서 이 공공성의 조건은 인간의 개성과 자유가 실현되면서 시민들의 활발한 토론으로 채워지는 정치공간으로서 공론장의 형성과 확장에 있다”고 밝히고 있다(정운석, 2000, 280~281쪽 참고).

이 같은 아렌트의 공공성에 대한 철학사상은 칸트(Kant)의 철학에 많은 부분 의존하고 있다. 칸트에게 있어서 공공성은 ‘자유롭고 동등한 시민들의 판단과 의견’속에서 드러나는 것이다. 자유롭고 평등한 시민들은 모든 것을 자유롭고 공개적으로 조사하고 시험한다. 따라서 칸트에게 가장 악마 같은 존재는 ‘비밀리에 예외가 되려는 성향을 가진 이들’이다. 이 비밀스럽게 예외가 되려는 사람들은 사람들의 판단과 의견 과정에 드러나지 않으며 공개되지 않는다. 이에 따라 이들은 공공연할 수 없게 되고 결국 명백히 공공의 이익에 반하게 된다(Arendt, H., 1982; 김선옥 역, 2000, 52쪽 인용; 서유경, 1999, 19~21쪽 참고). 특히 정치는 이러한 공공성(공시성, 공개성)에 의존하게 되는데, 드러나지 않는 것들은 정치를 부정하는 것이다.

칸트가 공공성을 강조하는 이유는 사악한 사람, 사악한 권력, 사악한 사고들은 비밀스러운 상태로 드러나지 않고 있다는 생각 때문이다. 따라서 칸트는 공론장의 중요성을 강조한다. 그는 인간의 기본적인 사교성에 대해 설명하면서 그것의 요소로서 인간이 소통해야 할 필요성을 의미하는 소통가능성과 단지 생각하는 것에 그치지 않고 이것들을 표현하고 출판할 수 있는 공적 자유를 강조한다.

동시에 칸트가 공개성(공공성)을 강조하는 이유는 공통감(common sense)이라는 그의 독특한 개념적 기능의 중요성 때문이다. 칸트는 시민으로 하여금 공동체에 참

여할 수 있는 요소로서 서로 인격적으로 의사소통을 할 수 있게 해주는 공론장의 형성과 이를 통한 공통감의 형성을 필수적인 것으로 보았다. 이 공통감은 의사소통 참여자의 사적 조건을 지양하여 서로의 기능적 판단을 허용해준다. 즉 이 공통감은 편견에 사로잡히지 않고 늘 열려진 마음으로 일관성 있게 서로를 관계하도록 해준다. 따라서 이 공통감은 자기 이익보다는 무관심적 보편성에 입각하여 타자와의 사침으로 나아가는 미감적 공통감(미적 공통감각)의 형태를 취하고 있다. 이 공통감은 공적 공간이 사적 이익에 의해 잠식되는 것을 경계하도록 만들어준다(김석수, 2002, 102~126쪽 부분인용 및 참고). 김석수는 칸트의 시민개념을 현대적으로 재해석하는 연구를 통해 칸트의 입장이 사익보다는 공익을, 시민사회보다는 국가를, 사유보다는 공유를, 유용성보다는 도덕성을 중시했다는 점에서 공익주의, 국가주의, 도덕주의로 규정받기도 하지만, 국가와 시민사회, 통치자와 시민, 도덕성과 유용성 사이를 분리시켜 대립적으로만 바라본 것이 아니라 이들 사이를 상호 긴장속에서 조화를 도모한 입장으로 해석하고 있다.

시민사회의 해석자들 또한 공공성에 많은 관심을 기울인다. 이들에게 시민사회는 다원적 민주주의에서 사적인 영역과 공적인 영역을 매개하는 공간이며, 개인이나 집단이 독립적으로 기능하면서 시민과 국가를 매개할 수 있는 조직을 자유롭게 구성할 수 있는 공간이자 자율적인 공론장들이 존재하는 공간이다. 또 이 시민사회의 공론장에서는 대중의 토론을 통해 공공성(공적이성) 발견될 수 있다고 보았다. 그리고 이 공공성이 사적 이익의 추구에 맞서 정의와 공정성, 단합의 정신을 창조하는 것으로 보았다(Ehrenberg, J., 1999, 김유남·주미영·이상환 역, 2002, 47~51쪽 참고).

이와 함께, 하버마스의 공공성(공공영역/공론장)에 대한 관심은 근대 부르주아 공론장의 출현과 쇠락, 비판적 공중의 출현과 쇠락에 모아지고 있다. 그는 20세기에 걸쳐 진행된 매스미디어의 성장, 사회의 복잡성의 증대와 합리화가 공론장을 변화시켰는데, ‘공론장은 비판적인 논쟁이 수행되기 보다는 명성이나 위세가 전시되는 법정이 되었다(Habermas, 1989)’고 주장한다. 즉, 시민들 간의 수평적인 커뮤니케이션이 국가나 자본, 소비자에 의해 영향 받는 매스미디어간의 수직적인 커뮤니케이션

션으로 대체되었고, 참여적인 커뮤니케이션 공간이 축소되었음을 비판하는 것이다. 하버마스의 이러한 진단은 문화산업과 행정(관료) 사회에 대한 아도르노(Adorno)와 호르크하이머(Horkheimer)의 연구에 영향을 받고 있다. 하지만 하버마스의 의도는 현대의 공론장에 대한 비판뿐만 아니라 이를 부활시키는 것이었다. 따라서 하버마스에게는 대안적인 공론장의 창조와 시민들이 동등하게 만나고 토론할 수 있는 공간의 창출을 둘러싼 윤리적 긴장이 놓여 있다.

특히 하버마스는 20세기 후반에 들어서 산업사회의 비약적 발전에 따라 시장기능의 확대와 국가권력의 지속적인 확장에 의해 점차 축소되는 공론장의 변화 과정에 주목한다. 시장의 확대와 국가권력의 확장은 일반의지를 표방했던 근대적 공론장의 보편적인 특성이 붕괴됨을 의미했고, 공론장은 대중소비사회의 특성에 발맞추어 사적인 이해관계를 둘러싼 각축장으로 전락하게 되었다. 정치적 정당성의 발원지였던 공론장은 대중조작 및 대중소비문화의 진원지이자 선전장으로 타락했고, 정치의 공개성이 아닌 밀실정치로, 그리고 시민은 비판적 합리적 시민 공중이 아닌 무비판적이고 수동적으로 시민 대중으로 대체되었다(Habermas, 1990; 장명학, 2003, 5~6쪽에서 재인용)는 것이 그의 주장이다.

하버마스는 권력을 매개로 하는 행정체계가 아닌 돈을 매개로 하는 경제체계가 아닌 새로운 방식으로 사회를 통합할 수 있는 가능성을 합리적 의사소통의 영역인 공론장에서 찾고 있다. 여기서 공공성은 공론장과 동일한 개념이기도 하고 공론장에서 형성되는 의사소통적 합리성과 사회의 비판 원리로 해석할 수 있다. 하버마스에게 공공성은 국가와 경제의 영역이 아닌 시민들의 자유로운 의사소통인 영역인 공론장에서 형성되는 여론이나 의사소통적 합리성 그리고 이에 기반한 사회 운영의 합의적 규범이나 원리를 지칭하는 것으로 볼 수 있다.

이상에서 살펴본 것처럼, 공공성이라는 용어는 현대 자본주의와 국가 관료주의, 시장경제양식과 체계의 비밀성, 참여 민주주의의 제한성에 대한 비판의 원리로 사용되는 경우가 많다. 따라서 이 개념은 폭넓은 계보를 가지고 있고 동시에 유사한 개념들이 많다. 키인(J. Keane)에 따르면 첫째, 현대에서 공론장(공공성) 개념의 출현

은 유럽 지역에서의 전제 국가에 맞선 투쟁과 관련되어 있다. ‘the public(공중)’, ‘pubic virtue(공공선)’, ‘public opinion(여론)’의 개념은 ‘자유로운 언론’과 ‘공적으로 향유되는 자유’를 지지하는 무기였다. 공중은 자의적으로 행위하고 권력을 남용하며 국가를 희생시켜 자신들의 사익을 챙기는 군주와 법정에 맞섰다. 17세기와 18세기 동안 공론장—국가권력의 세력 범위 하에서 시민들이 자신들의 정체성을 만들어가는 영역—은 중간계층의 공화주의 정치학의 핵심적인 주제였고, 그 당시 시민적 공공성의 생성 공간이었다.

둘째, 현대의 자본주의적 경제의 점증하는 권력과 활력이 전개되면서 공론장(공공성)의 이념은 경제적이고 계산적인 이해득실을 따지는 것으로부터 보호되어야 하는 삶의 영역을 상품생산과 소비가 독점적으로 장악해 들어가는 상황을 비판하기 위해 이용되기 시작했다. 키인(Keane)은 1984년 〈Public life and Late Capitalism〉에서 베버(M. Weber)의 죽음 이후 20세기의 독일 정치사상을 추적하고 있는데, 이 당시에 정치사상들은 조직화된 자본주의, 광고산업, 여론조사산업의 영향력이 커지는 것에 맞서 공론장(공공성)을 보호하는 것에 관심을 기울이고 있었다. 토니스(Ferdinand Toenies)의 〈Kritik der Oeffentliche Meinung(여론에 대한 비판), 1922〉은 여론의 조작으로부터 이득을 얻는 자본주의적 언론과 같은 조직적인 집단이 증대하던 시대에 여론을 신성시하는 위험성에 대해 경고하고 있다. 야스퍼스(K. Jaspers, 1969)는 시장추동적이고 합리적인 계산의 시대에 제한되지 않는 커뮤니케이션의 중요성을 방어했다. 또 아렌트와 하버마스에게 공통적인 것은 상품경제가 이기심을 조장하고 공익(공공선)을 경시한다는 것, 시민들을 노동시간에 묶이게 함으로써 공적인 삶에 시민으로서 참여하는 것을 힘들게 한다는 것, 시장추동적인 미디어의 조작을 통해 무지와 기만을 촉진시킨다는 비판이다.

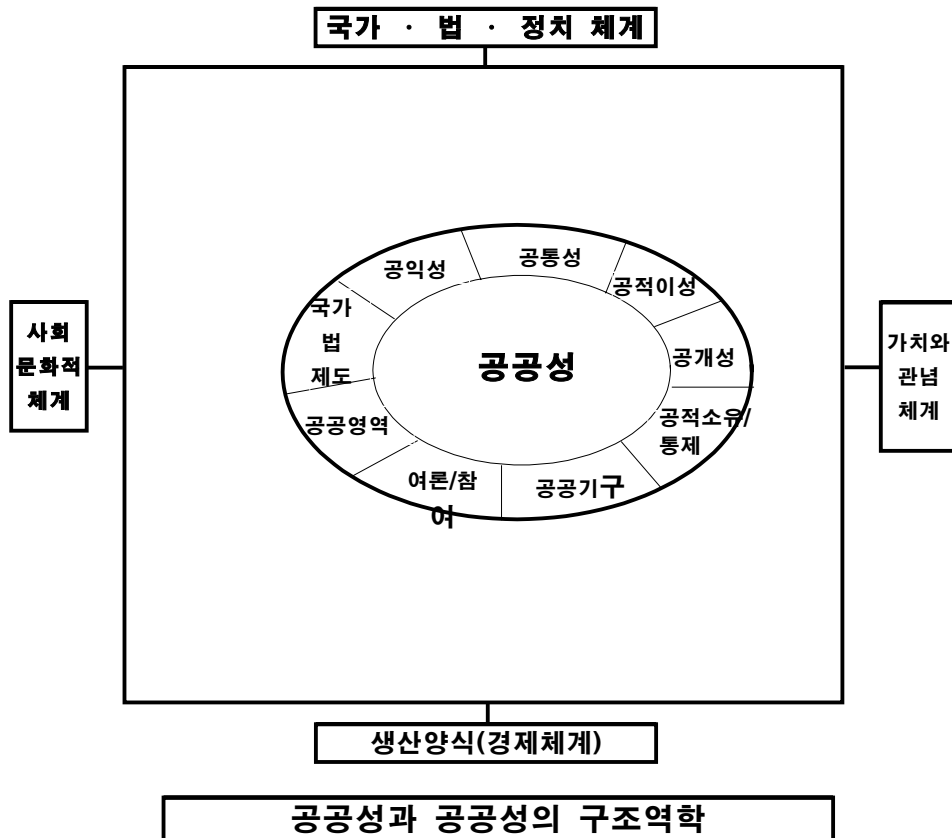
셋째, 공론장(공공성)의 많은 사상들은 국가권력의 시민에 대한 무책임성과 조직화된 시장 자본주의의 상업지향적인 이기주의에 초점을 맞추었다. 최근의 공론장(공공성) 개념 또한 이의 문제들에 초점을 맞추면서 이를 제어할 수 있는 방법들에 관심을 기울이고 있다. 간햄(N. Garnham), 스캐넬(P. Scannell)과 다른 연구자들이 대

표적이다. 간헐은 경제와 국가로부터 구분되는 합리적이고 보편적인 정치 공간으로서 공론장(공공성) 개념을 설정하고 있으며, 이때 공론장(공공성)은 분석-경험적이지자 규범적인 목적을 갖게 된다. 그리고 이러한 공론장(공공성)의 구체화된 형태 중 가장 대표적인 것이 ‘공영방송모델’인데, 공영방송은 국가권력, 기업의 경제적 목적에 대한 대항성을 가질 수 있기 때문이다. 간헐에게 있어서 공영방송은 시민들에게 부, 지리적인 위치, 교육 정도 등에 상관없이 동등한 오락, 정보, 교육에 대한 보편적인 접근성을 부여하며, 방송의 생산자들이 다른 집단보다는 시민들의 취향의 만족에 복무할 수 있는 목적을 가질 수 있다(Keane, J., 1995, pp.1~22).

지금까지의 공공성에 대한 철학 사상들을 보면, 어떤 경우에는 ‘공공영역=공론장=공공성’의 개념으로 사용되기도 하고, 어떤 경우에는 ‘공공영역/공론장-공공성’의 구분 속에서 사용되기도 하는 혼란성을 가지고 있기는 하지만, 사용되는 맥락에 따라 이들의 차별적인 용어 사용과 혼용적인 용어 사용 모두 가능하다.

그러나 문제는 공공성이 개념적인 차원에서만 사고될 수 없다는 것이다. 즉, 공공성은 사회적, 역사적, 정치적, 경제적인 맥락과 이 맥락들을 공유하고 있는 사회 집단들 사이에서 특정한 형태로 구조화되는 것이기 때문에 공공성의 사회적이고 역사적인 형태와 그 특성을 파악할 수 있어야 한다. 예를 들어, 소영진(2003)은 공공영역 또는 공공성의 역사적 변화를 구분하고 있는데 이의 논의에 따르면, 공공성은 국가-시장-사회간에 발생하는 문제들을 조정, 관리, 해결하고자 하는 사회 내부의 구조역학으로서 국가-시장-사회의 역학과 기능과 역할의 역사적 조건 속에서 변화한다는 것이다(소영진, 2003, 9~13쪽). 이 말은 공공성의 개념 속에 포함되는 국가/정부/공권력의 행위와 그 산물로서의 법, 제도, 공적인 소유와 통제 체계, 공론장과 공적 이성, 여론과 대중 참여, 공통성과 공개성 등은 특정한 생산양식과 국가 및 정치체계, 법과 제도 체계, 사회문화 체계와 의식이나 관념 체계 등의 중층적인 결합 속에서 그 형태와 기능이 달라진다는 것을 의미한다. 따라서 우리는 다음과 같은 공공성의 차원들과 공공성의 구조역학 차원에서 미디어 공공성의 개념과 실천적 지평을 검토할 수 있을 것이다.

[그림 4-2] 공공성과 공공성의 구조역학



[그림 4-2]처럼 미디어 정치학의 진보적 재구성을 위한 미디어 공공성에 대한 모색은 단순히 미디어 생태 속에서만 사고될 수 없다는 것을 알 수 있다. 미디어 공공성은 미디어를 통해 무엇이 표상되어지고 공개되는가(공개성의 차원), 미디어를 어떻게 공적으로 소유하고 통제할 것인가(공적 소유와 통제 차원), 미디어가 어떠한 여론과 공적 이성의 창조에 기여하게 할 것인가(여론/공론장/공적 이성의 차원), 공적 미디어 체계를 어떻게 제도화할 것인가(공적 기구, 제도적 차원), 어떻게 모든 사람들이 보다 자유롭고 평등하게 미디어에 접근하게 하고 공통감과 공통문화를 공유하게 할 것인가(공통성의 차원), 이러한 다양한 미디어 공공성의 차원들을 보장할

수 있는 정부와 법률체계는 무엇인가(국가/정부/법제적 차원), 그리고 이를 통해 미디어가 궁극적으로 부분 이익이 아닌 공통의 이익에 어떻게 기여하도록 할 것인가(공익적 차원)를 둘러싸고 현존하는 경제체계와 정치체계, 사회문화체계와 관념과 사상의 체계가 상호 작동하며 특정한 형식과 내용으로 구현된다. 따라서 미디어 공공성의 문제는 단순히 미디어 기업이나 기술, 산업과 시장에 대한 통제 차원에서만 국한되는 것이 아니다.

그렇다면, 우리는 어떠한 미디어 공공성을 모색할 것인가? 다시 하버마스의 논의로 돌아가 보자. 하버마스에 부르주아 공론장(공공성)은 국가로부터 분리되고 국가 권력의 잠재적인 비판자로 기능할 수 있었기 때문에 중요한 대상으로 인식된다(Thompson, J. B., 1995, p.235). 즉, 부르주아 공론장과 부르주아 공공성은 국가적인 공론장 또는 국가적 공공성에 대한 대항적 힘으로서 그 중요성이 있다는 의미이다. 그러나 국가적(권위적) 공공성이나 부르주아 공공성은 공적인 것(영역)과 사적인 것(영역), 개별 이익과 공적 이익, 국가—시장—시민의 매개 원리이자 이념의 한 형태이지만, 부르주아 계급의 이해관계를 반영하고 있는 역사적 형식이다. 부르주아 공론장은 부르주아들의 세계관과 정치의식, 계급적 이해관계를 표상하는 공론장이며, 이를 통해 부르주아 공공성이 공개되고 확장되는 것을 가능하게 한다. 이 말은 공공성이라는 것이 물계급적이거나 탈계급적인 개념이 될 수 없음을 의미한다. 공적인 것과 공통적인 것을 둘러싼 현실적인 구조역학은 항상 특정한 생산양식과 국가, 정치, 법체계와 사회구조와 관념체계의 중층적인 맥락 위에서 형성되며, 이때의 국가나 정치체계, 법체계, 생산양식과 사회구조 등은 결코 중립적이거나 물계급적일 수 없음은 자명하다. 따라서 지금 우리가 주장하고자 하는 미디어 공공성은 적어도 국가적 공공성도, 부르주아적 공공성도 아닐 것이다. 적어도 우리는 이러한 역사적 공공성을 뛰어 넘는 새로운 공공성을 모색하고 있는 것이며, 이같은 차원에서 최근 제기되고 있는 사회적 공공성이나 민중적 공공성의 논의에 관심을 기울일 필요가 있다.

사회적 공공성은 ‘사회적(social)’이라는 개념과 ‘공공성’의 개념의 결합물이다. 하지만 ‘사회적(social)’이라는 용어는 극히 추상적이고 때로는 이데올로기적인 형태로

사용된다. 이런 맥락에서 하이에크(Hayek)는 이 용어를 극단적으로 배격하고 비난하기도 한다. 우선 그의 주장을 살펴보면, 오늘날 이용되고 있는 ‘사회적’이라는 표현은 전체 사회 혹은 모든 구성원들의 이해관계와 관련시킴으로써 점차 도덕적인 가치를 내포하게 된다. 1870년대 이 용어가 일반적으로(폭넓게) 사용되었을 때, 그것은 당시 지배계급에게 이 계급이 아직 적절히 배려하지 못한 많은 빈곤한 사람들의 후생의 증진에 더 힘써야 한다고 호소하는 의미로 사용되었다. 사회의 소외된 계층의 목소리는 정부의 각종 회의에서 별로 큰 비중을 받지 못했는데 ‘사회적 문제’는 이 계층의 복지에 대하여 책임을 인정하도록 상류층의 양심에 호소하기 위한 것으로 제기되었다. ‘사회정책(sozialpolitik)’은 일상적인 정책이었고, 모든 급진적이고 선량한 사람들의 주요 관심사였다. 이때부터 ‘사회적’이라는 말은 점차 윤리적 혹은 ‘선량한’이라는 용어의 의미를 가지게 되었다.

이후 불행한 사람들을 돌보고 이들을 사회의 구성원으로 인정하도록 대중의 양심에 호소하기 위한 것으로부터 그 개념은 변동하기 시작하여 ‘사회’가 모든 구성원들의 특정한 물질적 지위에 대하여 책임져야 하고, 개개인들이 각자 자기에게 마땅한 것을 받을 수 있도록 책임져야 한다는 것을 의미하게 되었다. 또 이것은 특정한 결과를 얻을 수 있도록 사회의 과정을 임의적으로 조종해야 한다는 것을 의미했다. 결국 이 개념은 사회를 의인화함으로써 이를 의식적인 정신을 부여받은, 그 작동에서 도덕적 원칙에 따라 행동할 수 있는 능력을 가진 주체로 표현했다. 이후 이 용어는 ‘사회적 정의’, ‘사회적 민주주의’, ‘사회적 시장경제’, ‘사회적 법치국가’ 등의 모든 것에 결합가능한 형용사가 되었다(Hayek, F. A., 1996, 민경국 역, 1997, 168~180쪽). 하이에크는 이같은 사회적이라는 용어가 현실적인 정책과 제도화의 정당성의 기제로 작용해왔던 사례로서 사회적 불평등의 해소를 위한 정책과 제도, 경제적 분배의 조정, 공적 기구와 복지 기구 등의 설립과 확장을 들고 있다.

하이에크는 결국 사회적이라는 용어의 사용이 사람들의 도덕적 민감성에 파괴적인 효과를 미쳤다고 주장한다. 그에게 이 용어의 사용은 정직하지 못하고, 또 그것은 지속적인 정치적 혼란의 원천일 뿐만 아니라 도덕적 감정에 대해서도 파괴적이

다. 이 용어는 자유로운 사회가 가능하려면 전제되어야 할 기본적인 도덕적 개념들 중 하나를 거부하고 있으며, 이 용어에 대한 호소는 모든 사람들에게 똑같이 적용될 수 있는 동일한 규칙만이 강제로 집행되어야 한다는 자유로운 사회의 기본원칙과 갈등한다는 차원에서 거부된다. 하이에크의 이러한 사상은 신공공관리론의 이념적 기초가 되는데, 이에 따르면 사회가 복잡해지면 인간의 제한된 정보능력 때문에 정부가 사회를 계획하고 가치를 분배하도록 내버려두어서는 안 되고, ‘사회적’이라는 불투명한 관념의 형태보다는 시장과 경쟁이라는 확실한 논리가 더 우월하다는 입장이다.

하이에크나 그의 추종자들의 경우가 아니더라도 ‘사회적’이라는 용어에 대한 극단적인 거부감을 나타내는 사람들은 많다. 특히 한국의 경우, ‘사회적’이라는 말은 어느 경우에는 집단주의나 사회주의의 개념 하에서 해석되기도 하고, 어떤 경우에는 전체주의적인 통합의 이데올로기로도 사용되기도 한다. 또 이 용어는 평등주의자나 소수자 이익을 대변하는 사람들에 의해 강력한 수단으로 활용되기도 하고, 공권력과 질서유지를 위한 폭력의 이용을 정당화하는 용어로도 사용되는 등 사실 ‘사회적’이라는 용어는 적절하게 규정되어 있지는 않다.

그러나 ‘사회’의 개념과 정의를 부정하는 이러한 부류의 논리들은 사회를 단순히 경제적인 속성으로만 환원시키는 경향이 있다. 이 때문에 마르크스는 이러한 사회 개념의 주창자들을 비판한다. 마르크스에 따르면, 사회를 경제적인 차원으로 환원시키는 사상들은 정치(국가)－사회－개인의 구분에 기초하고 있는데, 이는 비역사적이고 추상적인 것에 불과하다. 그는 오히려 사회란 ‘인간 삶의 실존적 표상’이자 ‘인간관계의 산물’이며 ‘그러한 교류와 상호관계’라고 규정한다. 이렇게 함으로써 마르크스는 정치와 개인으로부터 분리된 사회 개념을 구축하고 있는 국민경제학자들을 비판한다. 마르크스가 보기에 국민경제학자들이 주장하는 사회는 다른 아닌 부르주아 사회(bürgerlich Gesellschaft)에 불과했고, 이속에서 개인들은 욕망들의 전체로서만 존재하며, 각 개인은 상대방에 대해 수단으로 전화되는 것이다(Marx, 1844; 박주원, 2001에서 재인용).

마르크스가 국민경제학자들의 사회 개념을 비판하는 것은 이러한 영역의 구분이 매우 이데올로기적인 함의를 가지기 때문이다. 부르주아 경제학자들의 사회에서는 개인들은 단지 자신의 욕구 추구만을 위해 행위하며 따라서 타자에게 무관심한 인간 욕구 관계의 합으로만 상정되는 자유주의적 사회의 성격을 비판하기 위한 것이다. 더 나아가 마르크스는 ‘개별 이익의 합’이 자동적으로 ‘상호 교류하는 모든 개인의 사회 전체 이익’이나 ‘공동이익’이 되지 않음을 지적한다. 마르크스는 만일 개별 이익이 사회적 이익과 모순적으로 드러난다면 하나의 공동적인 것으로서 ‘사회’란 형성될 수 없으며, 그것은 단지 ‘인간에게 외적인 힘’으로만 존재하게 된다고 주장한다. 즉 자유주의적 논의에서와 같이 만일 개개인의 욕망과 선호에 의해 사회가 형성된다면 ‘사회’가 사회이어야 할 보편적 공공성은 존재할 수 없게 된다. 따라서 마르크스에게 사회란 인간에게 자연스럽고 필연적인 욕구로서 결합된 관계이면서도 동시에 그것이 의식적인 보편적 교류와 연대의 체계로 형성되어야 하는 것이다.

마르크스에게 부르주아 사회가 아닌 자유로운 개인들의 연합적 사회는 사회적 보편성과 공공적 합리성(공공성)이 형성되는 곳이다. 이 사회적 보편성과 공공성은 개별적인 욕구의 충족을 위한 자연성에 기반하면서도 동시에 이 개인들 사이에, 개별적인 욕망들 사이에 교류와 연대가 형성됨을 통해 창조된다. 동시에 사회는 국가나 정치, 개인의 영역과 구분된 것이 아니라 이를 포괄하고 있는 개념이기도 하다. 이 사회 안에서 정치와 경제, 개인 간의 교류와 연대, 문화적인 것들이 발생하기 때문이다.

또 마르크스의 국가권력과 자본에 대한 비판은 ‘사회를 통제하고 억압하는’ 조직화된 힘이라는 판단에 기초한다. 즉 사회가 국가권력이나 자본에 의해 통제되고 억압되는 것은 곧 사회의 상실이기 때문이며, 사회적 합리성에 의해 권력과 자본이 통제되지 못하기 때문이다. 마르크스의 사상을 보다 적극적으로 해석했을 경우, 사회가 항상 사회로서 존재하지 않게 되는 것은 사회가 특정한 권력과 힘에 의해 통제되고 억압되는 경우로서 그 때 그 사회는 ‘특정 집단의 사회’라고 하는 차원에서 온전한 사회의 의미를 가지지 못한다.

따라서 ‘사회적’이라는 말은 사회구성원들의 삶을 구성하고 조정하는 권위와 토대가 국가나 기업(자본)에게 있지 않고 국가와 기업마저도 통제할 수 있는 사회적 권위에 있다는 것을 의미한다. 물론 이 사회적 권위는 사회적인 통제양식을 지칭하며, 국가가 사회를 지배하거나 자본이 사회를 지배하는 것이 아닌 개인들의 다양하고 자율적인 연합체와 연대로서의 사회가 오히려 국가와 자본의 통제력으로 작동한다는 것을 말한다(이영주, 2004). 네그리(Negri)와 하트(Hart)는 국가관리가 아닌 공통적인 것(the common)에 근거한 공적인 것(the public)의 개념들을 제시한다. 즉, 이들은 ‘사적인 것과 공적인 것의 대립을 떠나서 공동의 재화와 서비스의 사유화에 어떻게 저항할 것인가’라는 물음에 첫째, 모든 것은 시장에서 결정된다는 신자유주의적 원칙의 오류를 검증해야 하며 둘째, 일반 이해(general interest)나 공익(public interest)의 개념들을 재화나 서비스의 관리에 공동으로 참여하는 것을 허용하는 공통적인 것(the common)의 틀로 대체해야 한다고 주장한다. 또 이들에게 있어 공동의 이해(the common interest)는 국가의 통제에 의해 성립된 것이 아니라 사회적, 생체 정치적 생산을 협동하여 수행하는 주체들에 의해 전유된 일반적 이해(general interest)로 이해되며, 공통적인 것은 관료들에 의해 관리되는 것이 아니라, 다중들에 의해 민주적으로 관리되어야 한다(Negri, Hart, 2004; 김경수, 2005, 212~213쪽). 네그리와 하트가 이러한 ‘공통적인 것’의 개념들을 주장하는 것은 자본주의 체제 내부에서 공적인 것(the public)이 전적으로 사적인 것이 되어 버려서, 사회 전체가 생물학적 자기 재생산 영역에 머물고 있다는 아렌트(Arendt)의 현재 자본주의 사회에 대한 비판을 공유하고 있는 것이다(김경수, 같은 글, 214쪽).

이 같은 사회 개념에 기초해 우리는 미디어 커뮤니케이션 영역을 국가나 엘리트적 공공성의 발현 공간이 아닌 다양한 개인과 사회집단들이 공동체적 지향 속에서 자신과 타인의 공통의 이익을 정향할 수 있도록 공통의 소유와 통제의 권능성을 확장할 수 있도록 해야 한다. 동시에 더 많은 사람들에게 미디어 공간을 개방하고 필요에 따라 자기 표현과 자기 공개의 기회를 보다 동등하게 가져나갈 수 있도록 해야 한다.

이를 통해 문화적이고 미적인 차원에서 사회 구성원들의 공통체 감각(*community sense*)과 공통감(*common sense*)이 형성될 수 있도록 해야 한다. 공동체 감각이란 “우리로 하여금 공동체에 어울리게 해주는 별개의 감각”이며, 또 한 공동체의 구성원이 공유하고 있는 공통감각이라는 의미에서 공통감이다. 이 공통감이 사회 구성원들 간의 판단의 소통을 가능하게 해주는 근거이며, 이를 통해 우리는 의사소통 공동체의 일원이 된다(김선옥, 2002, 182쪽).

나. 문화 다양성과 다원주의적 문화정치학에 대하여

공공성의 개념 속에 포함되어 있는 공개성과 공적 이성, 여론, 공공영역의 개념은 문화적 다양성이나 다원주의적 민주주의 이론과 가장 밀접하게 연결된다. 아렌트와 칸트가 공개성과 공공영역의 중요성을 강조하고 있듯이, 한 사회의 공적 이성의 형성은 다양한 개인과 집단들이 공개하는 자신의 사상과 관념, 취향과 기호, 이해관계의 실현 욕구 등의 소통 속에서 형성되어지는 것이기 때문이다.

다원주의적 가치와 사회 체계는 현대 사회의 거의 모든 사람으로부터 칭송받는다. 이에 따라 다원주의적 민주주의는 현대의 거의 대부분의 국가가 추구하는 정치, 사회, 문화양식으로 상징화되기도 한다. 커뮤니케이션 학자들이나 미디어 운동가들이 미디어의 다양성과 문화 다양성을 외치는 이유도 여기에 있다.

동시에 다원주의적 가치의 추구하고 요구는 포스트(*post*) 계열의 정치사회문화이론의 확산과 무관하지 않다. 정체성, 차이, 문화와 일상생활 등의 요소들에 이론적이고 실천적인 관심이 모아지고 이것들은 새로운 주체들의 생산에 기여하는 것으로 보여졌다(Best, S., Kellner, D., 정일준 역, 1995, 39~40쪽). 또 주변적이고 억압받고 지배받는 여러 집단들—노동자 계급 뿐만 아니라 신사회 운동들의 틀 속에 포착되는—의 경험과 삶에 동등한 권리를 부여하려는 움직임이 가세했다. 이들은 차이와 다양성을 주장하면서도 자본주의 내에서 형성되는 억압이 갖는 궁극적인 공통성을 주장함으로써 연합의 정치 및 신사회 운동들에 대한 개입을 함축하고 있다(Best, S., Kellner, D., 정일준 역, 같은 책, 247쪽).

차이와 다양성, 다원주의적 민주주의를 주장하는 사람들은 네그리(Negri)의 표현

처럼, 다중 전체의 구성적 연합과 개인들의 신체와 정신의 기능을 발휘할 수 있는 충분한 자유의 상태인 민주주의 즉, 자유로운 다중에 의해 창조되는 ‘자유롭게 되기’(조정환, 2003, 262~263쪽)의 조건이 바로 차이와 다양성의 인정투쟁이며, 이 인정투쟁의 핵심적인 장소가 바로 미디어 공공영역이다. 자유롭게 되기를 추구하는 다중들이 연합하고 이들의 투쟁이 서로 소통하며, 다중들의 욕망과 욕구가 다른 언어로 끊임없이 번역됨을 통해 다중들의 삶 정치적 투쟁과 삶의 형식을 둘러싼 새로운 공적 공간과 새로운 공동체 형식을 창조하는 구성투쟁(조정환, 같은 책, 282~284쪽)의 장소가 더 많아지고 열린 미디어 공간인 것이다.

따라서 차이와 다양성의 정치학은 미디어 정치학의 진보적 재구성의 한 축이다. 마르쿠제(Marcuse)의 『해방에 관한 에세이(An Essay on Liberation)』에 따르면, 해방은 어떠한 급격한 변동이나 혁명 이후까지 지연될 필요가 없다. 또 해방의 전과 후(before and after)의 명확한 경계가 존재하는 것은 아니며, 단지 인간이 사회를 변형하는 확장된 과정만이 있을 뿐이다. 그리고 이 지속적인 변동을 위한 실천은 새로운 계급과 집단 형성을 위한 서막으로서 개인의 욕구와 가치 패턴의 변환시키기 위한 투쟁을 포함한다(Agger, B., 1992, p.89). 마르쿠제는 새로운 감성을 통해 개인의 존재와 일상을 변환시키면서 동시에 해방을 먼 미래까지 지연시키지 않아야 한다고 주장한다. 이 새로운 감성은 미래의 해방이라는 이름으로 타자를 억압하지 않고 개별적인 해방에 기여한다. 주체적인 자기 변형은 구조적인 변환을 위해서 필수적인 것이며, 주체적인 자기 변형은 항상 집합적인 해방의 시작이다.

주체적인 자기 변형은 주체의 새로운 감성과 욕망을 통해 가능하다. 마르쿠제에 따르면, 사회의 급진적인 변환은 새로운 합리성과 새로운 감성의 연합을 수반한다. 즉 새로운 사회에서 사람들은 전혀 다른 방식으로 느끼고 생각한다는 것이다. 따라서 해방 투쟁은 “비억압적이고, 에로틱하고, 수용적인 능력”을 가진 개인들에 의해, “감미롭고, 감수성이 풍부하며 더 이상 자신들을 부끄럽게 여기지 않은” 사람들에게 의해 수행되어야 한다. 혁명은 다른 언어로 이야기하고, 다른 제스처를 가진 사람과 새로운 방식으로 보고, 듣고, 느끼는 사람들을 필요로 한다(Bonika & Lukes, 1994,

pp.106~110).”

보다 더 많아지고 새롭게 열려지는 미디어 공간을 통해 분출되는 개인들의 욕망과 욕구, 상호소통의 과정 속에서 확대되는 다양성의 문화와 차이의 인정이 주체적인 자기 변형을 통해 구조적인 변환을 이끌어낼 수 있는 가능성에 주목하고, 이들의 미디어 횡단과 유목민적 탈주를 부추기는 것도 해방과 연대의 또 다른 이름일 수 있다. 또 국내의 주요 학자들에 의해 주창되고 있는 ‘문화사회’의 이론들(강내희, 2000; 심광현·이동연, 1999)과 ‘소수자 정치학’의 이론들(전규찬, 2005; 고길섭, 2000) 또한 이러한 정치적 운동들의 지지일 것이다.

그러나 우리가 다양성과 차이, 이를 확장하는 미디어 정치학에 관심을 가지면서도 간과하지 않아야 할 것이 있다. 그것은 바로 다양성과 차이의 정치학을 자유주의자들의 언어 속으로 유입되지 않게 하는 것과 대중에 대한 전이된 신뢰로부터 벗어나는 일이다. 하운금(2002)은 수정주의적 문화이론의 경향에 분석을 통해 이들이 계급 개념과 계급 정치학을 부정하고 있다고 지적한다. 그녀에 따르면, 수정주의적 문화이론들은 계급 이외의 다른 사회적 분할의 존재 범주를 설정하면서 그람시주의적 신사회운동론과 맥을 같이하는 다원적인 급진 정치학을 도입하고 있다. 이들은 사회에서 권력관계는 계급적인 차원에서 뿐만 아니라 다양한 차원에서 작동하고 있다고 주장하며, 페미니스트, 동성애자, 평화주의자, 생태주의자들과 같이 계급과 생산논리로 환원되지 않는 새로운 정체성의 정치학을 강조하였다(하운금, 2002, 29~30쪽).

이에 대해 하운금은 분산된 권력 개념과 그람시의 헤게모니 개념이 합쳐져 이루어진 네오그람시주의적 신사회 운동론적인 주장들이 문화를 매개로 투쟁해야 할 대상을 다원화시켰으며, 외적 조건들에 대한 분석에서 뿐만 아니라 운동의 이념과 주체 설정에서 주요한 의문을 남겨놓았다고 평가하고 있다. 또 그녀는 미디어와 대중문화가 계급투쟁의 장소라기보다는 누구든지 참여가능한 시민사회를 위한 비판적인 담론형성의 공간으로 개념화되었으며, 이같은 생각들은 자유-다원주의적 자본주의 체계의 문화-미디어관과 크게 다르지 않다고 보고 있다(하운금, 같은 글, 30~31쪽).

이같은 차원에서, 자본주의 생산양식과 문화산업, 대중문화의 체계 속에서 차이와

다양성, 다원주의적 정치사회문화적 가치들의 언어와 조우하는 미디어문화정치학의 함정을 벗어나야 한다. 자본주의 미디어와 대중문화체계는 미디어문화정치학의 요구를 오히려 환영하고 이들을 적극적으로 안아 줄 준비가 항상 되어 있다. 자본주의 미디어와 문화산업은 항상 대중들의, 다중들의 욕망과 다양한 언어와 탈주를 활용한다.

이정우(2003)는 파시즘과 대중의 관계를 설명하는 부분에서 파시즘은 철저하게 군중의 욕망을 이용한다고 지적한다. 파시즘적 군중은 개개인의 욕망 및 이해관계, 처한 상황, 열등의식, 원한 등이 모자이크처럼 짜여져 형성되며, 개개인의 욕망—엔진이 모여 거대 엔진으로 화한 존재이며, 파시즘은 대중의 욕망을 억압하는 것이 아니라 이용함으로써 형성된다는 것이다(이정우, 2003, 28~29쪽). 동시에 이정우는 대중의 욕망이 코드화되어 있다는 사실을 깨닫는 것, 탈주선의 일차성을 무조건 낙관적으로 강조하기 보다는 탈주선을 갖지 못하게 만드는 조건들을 꼼꼼히 분석하는 것이 더 필요한 일이며, 냉소주의, 금전적 소외, 생활의 박탈, 노동착취, 감정의 식민화 등과 같은 국민국가—자본주의—대중매체/문화로 구성되는 제국의 내재적 구도 전체와의 투쟁을 통해 내재성의 존재론적 혁명으로 나아가는 것이 우리에게 열린 미래의 가능성임을 강조한다(이정우, 같은 글, 93~94쪽).

동시에 문화적 다양성과 차이의 정치학은 극단적인 경우 문화적 상대주의의 오류에 빠져들 수 있다. 문화적 상대주의에 빠질 경우, 모든 문화에 동일한 가치를 부여하기 때문에 모든 문화를 인정해야 한다. 또 마르티니엘로(Martiniello)는 문화적 관계에 주의를 집중시키면서 경제적, 사회적 문제를 은폐하려는 경향과 문화를 사회를 읽는 핵심적인 열쇠로 삼아 문화, 경제, 사회의 영역간 상호작용을 소홀히 하는 경향에 대해 비판하고 있다(Martiniello, M, 윤진 역, 2002). 이들은 새로운 공공성과 도덕 질서를 주장하는 사람들에게 교조주의적이고 전체주의자로서의 기표를 얼마든지 부여할 수도 있다.

그러나 우리는 모든 문화와 관습, 관계들을 인정할 수는 없다. 우리에게 필요한 것은 보다 자유롭고 평등하며 호혜적인 사회관계와 공동체적인 욕망을 조직하는 것이며, 이를 구조적으로 가로막고 있는 억압과 지배의 요소들을 인식하고 이에 대해

투쟁할 수 있는 새로운 해방적 이성을 만들어가는 것이다. 미디어문화정치학에 필요한 것은 대중들의 다양한 욕망과 정체성, 언어와 실천들에 환호하는 것보다 대중들의 욕망과 언어, 감성과 의식의 재생산 체계로서의 미디어에 대해 투쟁하고 이를 보다 해방적인 언어들로 채우는 것이다. 마르쿠제가 다른 포스트모더니스트들과 달리 분명하게 우리에게 설명하고 있는 것은 “억압된 사회 내부에서 그리고 그것의 편재된 기구에 대하여, 자발성 자체가 급진적이고 혁명적인 힘이 될 수는 없다. 그것은 계몽과 교육, 그리고 정치적 실천의 결과로서 주어질 때에만 그러한 힘이 될 수 있다”는 것이다(Marcuse, 김택 역, 2004, 133쪽). 또 오이코스(Oikos)와 아고라(Agora), 에클레시아(Ecclesia)를 유기적으로 연결하고(Castoriadis, C., 최연구 역, 2001, 35~37쪽) 이들 간의 상호작용을 높이는 것 그리고 개인의 자유의 보장과 함께 아고라의 자유 즉, 공적 권력의 행사에 민중의 참여를 확대할 수 있는 공적 활동의 촉진자이자 민중의 권능화의 장소로서의 미디어 체계를 변혁하고 창조하는 것이다.

4. 결론: 미디어 정치학의 진보적 재구성

커뮤니케이션 영역의 개혁과 민주화를 추구하는 실천은 사회의 개혁과 민주화를 추구하는 실천이기도 하다. 보다 자유롭고 평등하며 민주적인 커뮤니케이션 체계가 민주적인 문화와 사회체제로의 이행에 기여하기 때문이다. 동시에 민주적인 문화와 사회 체계는 보다 민주적인 커뮤니케이션의 영역의 창조를 확대한다. 또 민주적인 문화와 사회 체계는 사회적 공공성의 확장으로부터 가능하며, 민주적인 커뮤니케이션 체계는 커뮤니케이션 영역의 사회화(사회적 공공성)의 확장으로부터 가능하다. 자본이나 국가, 이익집단의 이해관계에 의해 경제와 정치, 교육과 의료, 문화와 미디어가 통제되는 것이 아니라 ‘접속되고 계열화된’ 민중과 다중⁹⁶⁾의 공동체적인 참여

96) 이정우는 “다수자는 자신의 규정성들을 고착화시킬 수 있다는 점에서 기득권 다수자이다. 소수자는 자신의 규정성을 자신의 의지에 관계없이 바꾸어야 한다는 점에서 소수자이다. 다수자는 왕, 차, 포와 같이 장기판의 말과 같다. 소수자는 바둑알과 같다. 그것은 익명의 대중이다. 하지만 그 수가 고정되어 있는 바둑알은 계열

와 결정에 의해 통제되어야 한다.

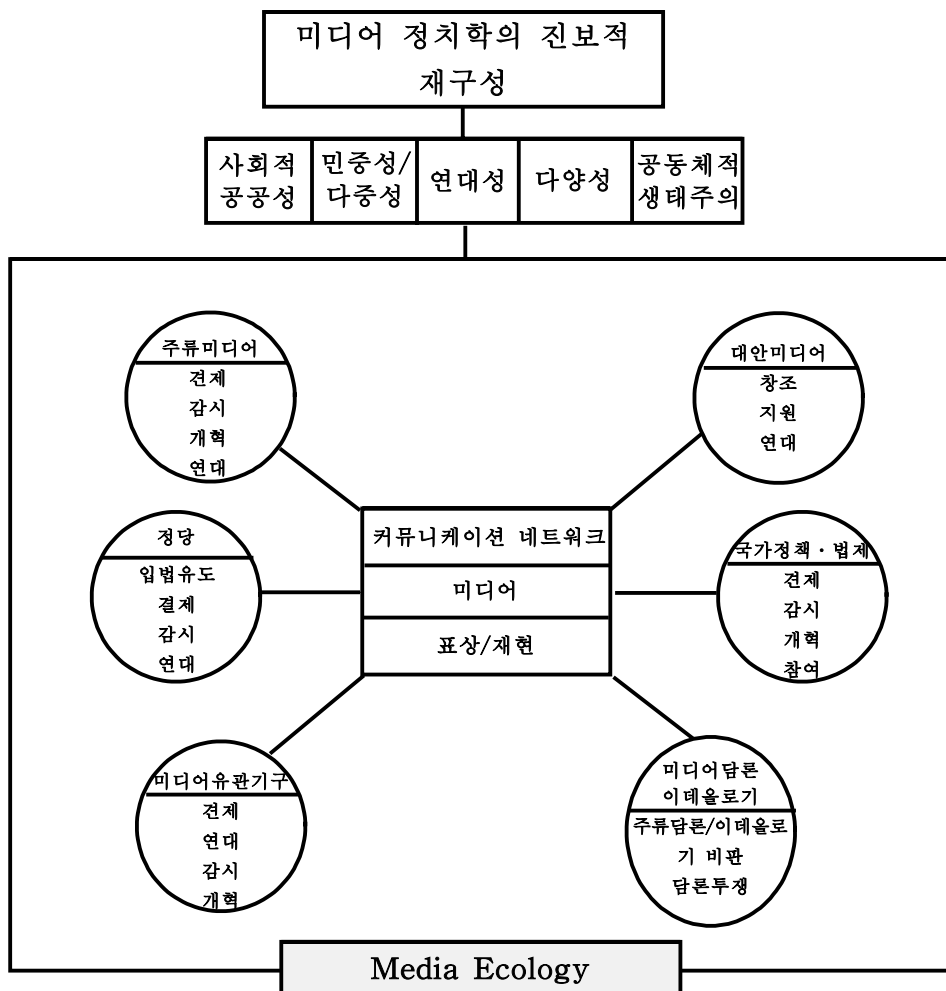
커뮤니케이션 영역의 사회화는 커뮤니케이션 기술과 네트워크와 인프라, 미디어를 사회적으로 운영하고 통제하는 것, 민중과 다중의 연대성과 상호성의 원칙하에 운영되는 공공 미디어에 재정적인 자원을 제공하는 것, 커뮤니케이션 정책과 미디어 표상체계에 민중과 다중의 영향력을 행사하는 것을 포함한다. 소비 영역에 수동적인 접근을 제공하는 것 대신 민중과 다중의 적극적인 참여를 가능하게 하는 것이며, 커뮤니케이션 미디어와 메시지의 생산과 분배에 민중과 다중의 직간접적인 협력을 확장하는 것이다. 스피리칼(Splichal)의 표현을 빌자면, ‘민중과 다중의 커뮤니케이션 능력과 수단들을 재전유하는 과정’(Splichal, 1993, pp.12~13)이다.

미디어 정치학의 진보적 재구성은 바로 미디어 커뮤니케이션 영역의 사회화적 전략에 기초해야 한다. 진보적 미디어 정치학은 사유화되고 상업화된 커뮤니케이션 영역을 사회적 공공성의 영역으로 변혁하고, 민중과 다중의 자율적이고 공동체적인 소통과 문화 창조의 장으로 만들어가는 것이다. 또 미디어 생태를 보다 다양하고 민

화됨으로써, 접속됨으로써 무한에 가까운 수(手)를 만들어낸다. 익명의 대중은 특정한 계열화를 통해서 구체적 얼굴을 가진 다중으로 화한다. 그 자체로서는 힘없는 졸과 병, 바둑알이지만 계열화를 통해 거대한 역능을 가질 수 있는 존재, 그것이 다중이다. 자체로서는 힘없는 소수자들의 계열화와 접속이 다중을 만들어낸다. 그 전형적인 경우가 프롤레타리아 계급이며, 때문에 들뢰즈와 가타리는 소수자의 역능은 프롤레타리아에서 그 보편적 의식을 발견한다고 말한다. 다중은 운동으로서, 되기로 존재한다. 대중은 다중이 될 수도 있지만 민중/인민, 군중, 우중이 될 수도 있다. 대중들이 기표화와 주체화에 길들여져 국가장치에 순종할 때, 어두운 욕망의 포로가 되어 권력자들의 놀음에 동원될 때, 자본주의와 테크놀로지, 대중매체와 대중문화 등으로 구성된 오늘날의 문화에 비판적인 눈길을 가지지 못하고 탁한 욕망의 회로속에서 살아갈 때 민중과 군중, 우중이 된다...민중, 군중, 우중이 아닌 다중으로서의 대중, 새로운 민중으로서의 대중, 아마도 여기에 미래 사회의 희망이 있을 것이다”고 서술하고 있다(이정우, 2003, 본문과 같은 책). 이정우의 이같은 사상이 미디어 정치학의 진보적 재구성을 위한 전체적인 틀을 제공하고 있음을 밝힌다. 특히 노동자와 농민, 빈민 등의 전통적이고 정형화된 계급적 틀 속에 전제되고 자연화되어 있는 민중계급의 계급의식과 실천 보다는 끊임없는 ‘되기’와 ‘접속’, ‘계열화’의 과정 속에서 계급과 민중을 사고할 수 있게 해준다.

주적으로 재편하면서 소비와 스펙타클, 문화산업의 파시즘적 체계로부터 벗어나 생산과 참여, 상호이해와 협력, 교육과 계몽, 공통감각과 공동체적 문화를 만들어가는 ‘공동체적 미디어 생태’로 변화시켜 나가는 것이다. 이를 위해 진보적 미디어 정치학은 다음과 같은 이론과 실천의 차원들을 고민할 필요가 있다.

〔그림 4-3〕 미디어 정치학의 진보적 재구성 모델



조희연(2005)은 억압적 권력관계에 저항하고 정치적 자유, 자율, 평등을 실현하고자 하는 적극적인 민주주의적 지향은 정치적, 경제적 영역을 뛰어넘어 사회문화적, 생활세계적 영역에서 급진적으로 관철되도록 하는 노력이 필요함을 강조한다. 또 정치경제적 개혁 자체가 문화적, 생활세계적 토양을 바꾸지 않고는 전진할 수 없다는 점도 강조한다(조희연, 2005, 106쪽).

거대한 상업미디어 체계가 사회문화와 생활세계의 영역을 지배하고 있는 상황에서 진보적 미디어 정치학이 유독 관심을 기울여야 하는 부분은 ‘공공 미디어’와 ‘대안 미디어’일 것이다. 보다 진보적인 신문과 라디오, 텔레비전, 인터넷 매체가 대중들의 생활세계에 자리잡고 이들의 담론들을 통해 연대적이고 해방적인 감성과 감각, 의식과 실천들에 접속하고 계열화 될 수 있도록 하는 것, 공영방송과 같은 공공 미디어를 보다 민중/다중적인 커뮤니케이션 영역으로 재편하는 것이 가장 핵심적인 진보적 미디어 정치학의 대상이 될 수 있다. 이를 통해 우리는 ‘진보 시장’을 형성하고, ‘진보 정치’의 연대를 확장해 가는 지난한 발걸음을 내딛을 수 있지 않을까?

참 고 문 헌

- 강내희(2000). 『신자유주의와 문화: 노동사회에서 문화사회로』, 서울: 문화과학사.
- 고경민(2001). 『한국 텔레커뮤니케이션 자유화의 정치경제학』, 서울: 커뮤니케이션 북스.
- 고길섭(2000). 『소수문화들의 정치학』, 서울: 문화과학사.
- 고 박영은 유고집 간행위원회(2004). 『현대와 탈현대를 넘어서: 한국적 현대성의 이론적 모색』, 서울: 역사비평사, 고 박영은 교수 유고집.
- 구승희(2000). “생태학적 희망을 위하여,” 계간 〈가나아트〉, <http://homini.tripod.com/46.htm>.
- 김경수(2005). “매체혁명과 공공적 이성의 구조변화: 제국과 다중, 그리고 변증법의 몰락—네그리의 경우,” 〈철학연구〉 제29집, 195~220쪽.
- 김비환(2000). 『축복과 저주의 정치사상: 20세기와 한나 아렌트』, 서울: 한길사.

- 김석수(2002). “칸트 시민 개념의 현대적 의의,” 한국칸트학회, 『칸트연구』 vol.9, 102~134쪽.
- 김선욱(2002). “문화와 소통가능성: 한나 아렌트 판단 이론의 문화론적 함의,” 한국정치학회, 『정치사상연구』 6집, 169~222쪽.
- 김시윤(1998). 「정책패러다임, 산업구조 그리고 정책변화: 전자산업부문의 사례」, 『한국정치학보』 vol.32 no.1, 한국정치학회, 133~151쪽.
- 김영철(2005). “케이블TV 새로운 가치 창출을 위한 도전: 지역 디지털문화발전소 역할론,” 〈SO의 사회적 책임을 묻는다〉, 언론개혁시민연대 2차 토론회, 2005년 10월 24일.
- 박성배(2005). “유선통신/방송 서비스 산업의 현황과 과제,” 〈SERI 경제 포커스〉 제 40호, 삼성경제연구소.
- 박주원(2001). 「마르크스 사상에서 생산과 정치 개념: 아렌트와 하버마스의 마르크스 비판에 대한 검토를 중심으로」, 한국정치학회, 『한국정치학보』 vol.35, 85~105쪽.
- 서유경(1999). “아렌트의 정치행위와 자기정초적 토대의 문제,” 〈시민정치학회보〉 vol.2, 시민정치학회, 7~44쪽.
- 소영진(2003). “행정학의 위기와 공공성 문제,” 고려대 정부학연구소, 『정부학연구』 제9권 제1호, 5~22쪽.
- 심광현·이동연(1999). 『문화사회를 위하여』, 서울: 문화과학사.
- 이냐시오 라모네, 베르나르 까생, 피에르 부르디외, 펠릭스 가타리 외, 최연구 역 (2001). 『프리바토피아를 넘어서』, 서울: 백의.
- 이영주(2004). “방송 공공성의 구조변동 연구: 방송생태의 구조역학 분석과 디지털 시대 방송철학을 중심으로,” 성균관대학교 신문방송학과 박사학위논문.
- _____(2005a). “유비쿼터스 미디어 생태: 통신기업의 커뮤니케이션 지배,” 한국방송학회 봄철정기학술대회 발표문.
- 이영주(2005b). “전자커뮤니케이션 네트워크의 사회적 관리의 경제학,” 한국방송학

회 가을철정기학술대회 발표문.

이은우(1997). 「방송의 공공재적 성격의 변화에 대한 연구: 디지털시대의 지상파 TV를 중심으로」, 연세대학교 언론홍보대학원 석사학위논문.

이정우(2003). “노마디즘과 커뮤니즘,” 『아카필로』 8호 2003년 여름호, 철학아카데미, 7~95쪽.

이향순(2002). 「민주화와 시민사회, 그리고 공공성의 위기」, 『담론 201』 vol.5 no.2, 한국사회역사학회, 5~43쪽.

임의영(2003). 「공공성의 개념, 위기, 활성화 조건」, 『정부학연구』 제9권 제1호, 고려대 정부학연구소, 23~50쪽.

장명학(2003). “하버마스의 공론장 이론과 토의민주주의,” 한국정치연구소, 「한국정치연구」 제12집 제2호, 1~34쪽.

정윤식(2000). 「아렌트의 근대 비판과 새로운 정치의 모색: 근대적 정치기획을 넘어서 공화주의에로」, 서울대 철학사상 연구소, 『철학사상』 vol.11, 269~293쪽.

정보통신부(2004.12). 국민소득 2만불 달성을 위한 “IT839 전략 8대 서비스 마스터 플랜”

조정환(2003). 『아우토포노미아: 다중의 자율을 향한 네그리의 항해』, 서울: 갈무리.

조희연(2005). “87년 체제의 전환적 위기와 민주개혁,” 〈다시 대한민국을 묻는다: 역사와 좌표〉, 참여사회연구소 해방60주년 기념 심포지엄 자료집, 68~113쪽.

하윤금(2002). “문화연구의 패러다임 위기,” 『진보평론』 제14호 2002년 겨울호, 11~33쪽, 서울: 현장에서 미래를.

한국언론재단(2005). “방송시장 규제완화 놓고 사활을 건 한판 싸움,” 〈Media Worldwide〉 2005년 8월호, 75~79쪽.

SKT(2004. 6). 유비쿼터스 환경 하에서의 홈네트워크 서비스 모델 개발

_____(2005). 디지털 컨버전스 시대의 SKT 사업전략, KISDI 20주년 기념 컨퍼런스

KT(2004. 6). KT홈네트워킹(Home N) 서비스

Agger, B.(1992). The Discourse of Domination: From the Frankfurt School to Post-

- modernism, Illinois: Northwestern University Press.
- Arendt, H.(1982). Lectures on Kant's political philosophy, 김선욱 역(2000), 『칸트 정치철학 강의』, 서울: 푸른숲.
- Barr, T.(2002). Telecommunications and the new economy, in The Media and Communication in Australia, Crows Nest NSW: Allen & Unwin.
- Best, S., Kellner, D.(1991). Postmodern Theory, 정일준 역(1995). 『탈현대의 사회이론』, 서울: 현대미학사.
- Billington, R., Strawbridge, S., Greensides, L & Fitzsioms, A.(1991). Culture and Society: A Sociology of Culture, London: Macmillan.
- Bokina, J., Lukes, T. J.(1994). Marcuse, the University Press of Kansas.
- Ehrenberg, J.(1999). Civil Society: The Critical History of an Idea, NY University Press, 김유남 · 주미영 · 이상환 역(2002), 『시민사회, 사상과 역사』, 서울: 아르케.
- Green, L.(2002). Communication, Technology and Society, London: Sage Publications.
- Habermas, J.(1989). Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen ze einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag, 한승완 역(2001), 『공론장의 구조변동: 부르주아 사회의 한 범주에 관한 연구』, 서울: 나남출판.
- Hayek, F. A.(1996). Law, Legislation and Liberty, 민경국 역(1997), 『법, 입법 그리고 자유: 사회적 정의의 환상』, 서울: 자유기업센터.
- Herman, E. S., McChesney, R. W.(1997). The global media: the new missionaries of corporate capitalism, London: Cassell Welkington House.
- Keane, J.(1995). "Structural Transformations of the Public Sphere", The Communication Review, 1, pp.1 ~ 22.
- Livingstone, S.(2002). Young People and New Media, London: Sage Publications.
- Marcuse, H.(1969). An Essay on Liberation, 김택 역(2004), 『해방론』, 서울: 울력.

- Martiniello, M.(1997). *Sortir des ghettos culturels*, 윤진 역(2002). 『현대사회와 다문화 주의』, 서울: 한울.
- McChesney, R. W.(1999). *Rich Media, Poor Democracy: Communication Politics in Dubious Times*, Urbana & Chicago: University of Illinois Press.
- McChesney, R. W.(1998). *Capitalism and the Information Age: The political Economy at the Global Communication Revolution*, 김지운 역(1999), 『커뮤니케이션 기술혁명의 정치경제학』, 서울: 커뮤니케이션북스.
- Miquel de Moragas Spà & López, B.(2000). “Decentralization processes and proximate television Europe”, edited by G. Wang, Servaes, J. & Goonasekera, A.(2000), *The new communications landscape*, London & NY: Routledge.
- Nelson, R.(1997). *TV Drama in transition: Forms, Values and Cultural Change*, Houndmills: MacMillan Press.
- Schaff, A.(1985), *Wohin Führt der Weg: Die gesellschaftlichen Folgen der zweiten industriellen Revolution*, 구승희 역(2002). 『우리는 어디로 가는가: 정보사회의 인간의 조건』, 서울: 한길사.
- Schiller, D., *Digital Capitalism*, 추광영 역(2001). 『디지털 자본주의: 미국의 새로운 세계지배 전략』, 서울: 나무와 숲.
- Splicahl, S., Wasko, J.(1993). *Communication and Democracy*, New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Thompson, John B.(1995). *The media and modernity: a social theory of the media*, Cambridge: Polity Press.
- Wise, R.(2000). *Multimedia: A Critical Introduction*, London & NY: Routledge, pp.95 ~ 97.

제 2 절 한국 영화문화의 산업적 기반과 정책적 쟁점

이 상 길(연세대 영상대학원)

1. 들어가며

이 글은 현재 한국 영화문화의 산업적 기반이 어떤 상태에 있는지를 검토하고, 향후의 바람직한 발전을 위한 정책적 개입의 지점들은 어디인지 짚어보는 데 그 목적이 있다. 이를 위해 90년대 이후의 영화계 상황을 정책과 산업 중심으로 개관해보고, 최근 몇 년 동안 영화계에서 활발하게 논의된 정책적, 산업적 쟁점과 과제들을 정리해보려 한다. 따라서 이 글은 새로운 시각이나 독창적인 분석을 제출하기보다는, 이제까지 다양하게 그리고 산발적으로 이루어져온 주장과 문제제기들을 좀 더 분명하면서도 체계적으로 논점화 하는 데 중점을 둔 문헌연구의 성격을 띤다. 제2장에서 우리는 먼저 90년대 이래 지금까지 영화정책의 특징과 영화산업의 성장추세를 간략히 살펴볼 것이다. 이를 통해 민주화 이후 영화정책이 주로 탈규제와 영화산업의 육성에 초점이 맞춰져 있었으며, 그에 힘입어 국내 영화산업이 괄목할만한 외형적 성장을 이루었지만 내재적 취약성 또한 보여준다는 점을 지적할 것이다. 이러한 논의를 바탕으로 제3장에서는 영화문화의 발전을 위해 주목해야 할 몇 가지 중요한 문제들을 제기하고자 한다. 우선 현재 영화산업이 지닌 구조적 불안정을 극복하기 위해 절실히 요구되는 수익구조의 개선과 제작자본의 강화 문제를 다룰 것이다. 다음으로 노동환경의 정상화와 인력양성체제의 재정비 필요성을 살펴볼 것이다. 끝으로 영화산업 내에서 수직적 통합과 과점체제 형성이 두드러지는 상황에서 영화문화의 다양성 확보를 위해 필요한 비주류영화의 투자, 제작, 배급, 상영여건 문제를 되돌아볼 것이다. 이와 같은 문제들에 대한 현상진단과 개선논의는 영화정책이 ‘영화경제의 지속가능하면서도 균형 잡힌 발전’과 ‘영화문화의 다원주의’를 지향해야 한다는 전제에 기초해있다. 맺음말에서는 영화계 구성원들의 조직화와 집단행동이 만들어내고 있는 산업구조 내의 새로운 역학관계를 간략히 지적하고, 그와 더불어

디지털화에 대한 효율적 대응이 장래 영화문화의 산업적, 정책적 주요과제라는 점을 강조할 것이다.

2. 90년대 이후 영화정책과 영화산업의 전개

가. ‘탈규제’와 ‘산업육성’의 영화정책

한국 영화계는 80년대 중반이후 시장개방을 기점으로 90년대 말까지 일종의 경제적 합리화의 과정을 겪게 된다(Cf. 이상길, 2005). 그 이전까지 영화계는 강력한 정치논리에 의한 시장논리의 억압으로 특징지어졌다. 이는 수십년간 영화와 관련된 다양한 법안과 제도가 개폐되었지만, 그것들이 한편으로는 영화제작과 유통 전반에 대한 통제, 다른 한편으로는 영화내용에 대한 엄격한 검열의 실시로 특징지어진다는 점에서도 알 수 있다. 물론 1962년 1월 한국 최초의 영화법 제정으로부터 제4차 개정기까지 ‘기업화 정책’은 매우 중요했다. 하지만 그러한 정책은 자본주의적 산업으로서 영화부문의 특성에 대한 적절한 인식을 결여하고 있었고, “오히려 시장에 대한 국가 개입과 이데올로기적 통제정책들은 시장논리를 거스르는 방향으로 작용했다”(박지연, 2005, 267쪽). 이러한 상황은 80년대 중반 이루어진 5, 6차 영화법 개정, 그리고 '87년의 정치적 민주화, 80년대 말부터 시작된 영화시장 개방 등에 의해 상당히 변화하였다. 1984년 12월의 5차 개정은 영화업자(제작업, 수입업)를 허가제에서 등록제로 환원하였고, 검열제를 사전심의제도로 대체하고 그 임무를 공연윤리위원회로 이관했다. 또한 영화제작, 수입업자 등록시 예탁금을 납부하게 했고, 영화제작 업자로 등록하지 않고도 영화를 제작할 수 있게 하는 독립영화제작 제도를 신설하였다. 이어 '85년의 한미영화협상에서는 영화시장 개방이 결정되었고, '86년에는 외국인에게 영화업을 개방하고 외국영화 수입시 국산영화 진흥자금 납부제도를 폐지하는 내용의 6차 개정이 이루어졌다. 영화시나리오 사전검열제 또한 '87년 민주화운동의 여파로 폐지되었다. 1988년 제2차 한미영화협상을 통해 수입 프린트별수 제한 완화조치가 이루어지면서 1994년에는 완전히 폐지되어 한국영화계는 완전한 해외시장개방을 하기에 이르렀다. 영화시장 개방이라는 특수한 상황에서 1995년 영화

진흥법이 제정되고, 1999년에는 2차, 2000년에는 3차 개정이 이루어진다. 이러한 법령의 개편은 문화영화 동시상영의무 폐지, 영화업 신고제, 독립제작 제한 철폐, 영상물 등급위원회에 의한 심의 등, 영화계에 대한 정치권력의 개입을 계속 줄여가는 방향으로 진행되었다(황동미 외, 2001, 15~16쪽).

오랫동안 영화산업은 진입규제에 의해 영화제작과 외화수입을 독점한 극장을 가진 소수의 영화사업자에 의해 좌우되었다. 이러한 진입규제는 '84년 제5차 영화법 개정'에 의해 해소되었다. 영화제작업이 허가제에서 등록제로 전환되어 독립제작사가 영화산업에 참여할 수 있는 길이 열렸다. '84년까지 20개사였던 영화사는 '85년 29개사, '86년 61개사, '88년 104개사로 증가한다. 이는 20여 년간 독점구조로 유지되어오던 한국영화제작구조를 치열한 경쟁구조로 재편하였으며, 외화수입쿼터를 독점적으로 배정받아 한국영화 제작의 손실을 메우는 기존의 제작사 운영방식의 획기적인 변화를 요구하였다. 직배 실시 또한 외화수익에 의존하고 있던 한국 영화사들의 가장 중요한 수입원을 박탈하고, 외화배급을 위한 투자의 성격으로 한국영화 제작에 투자했던 흥행자본의 유입을 제한하는 결과를 가져왔다. 사실 80년대 말까지 한국영화 제작의 주요 자금원이 된 것은 이른바 '충무로 토착자본'으로 불리는 극장주 중심의 소자본가들이었다. 이 시기 영화제작은 각 지방 배급업자로부터 미리 돈을 받아 비용을 마련하는 이른바 '입도선매'에 의존했다. 이처럼 흥행자본을 제작에 투자하던 '입도선매'가 1988년 직배 실시와 더불어 변화의 조짐을 보이기 시작했던 것이다. 독점적인 외화수입으로 부를 축적했던 영화사들은 할리우드 직배사에 대항하기 어렵다고 판단해, 제작편수를 줄여갔다. 이러한 상황에서 1980년대 말부터 비디오 출시용 영화의 판권확보가 필요했던 대기업이 새로운 제작자본의 공급원으로 등장했다. 대기업의 투자는 비디오와 방송판권료 등으로 영화의 수익률이 높아진 상황과 관련 있었는데, 1992년 삼성이 비디오 판권의 형식으로 투자한 <결혼이야기>가 그해 한국 영화 최고의 흥행성적을 올리면서 본격화되었다. 애초에 비디오 판권을 확보하는 정도의 부분투자를 주로 했던 대기업들이 1995년 이후에는 영화제작비 전액을 투자하기 시작했고, 삼성, 대우에 이어 현대와 제일제당이 투자

에 나서는 등, 참여기업 수도 점차 많아졌다. 그러다가 제일제당을 제외한 대부분의 기업은 1997년의 경제위기를 맞아 영화산업으로부터 철수하게 된다(윤재식, 2002, 86쪽). 하지만 대기업 제작 자본은 전근대적인 한국영화자본 운영방식에 합리적인 예산기획과 운영이라는 개념을 자리 잡게 만들었다. 즉 대기업 자본은 보수적이며 안정지향적인 투자관 위에서 내용의 표준화, 스타시스템에 대한 의존, 사전마케팅과 홍보의 강화와 같은 전략을 도입하고, 이전의 주먹구구식 제작에서 벗어나 제작 과정을 합리화하려는 노력을 기울였던 것이다(Cf. 황동미 외, 2001, 23~35쪽).

이러한 맥락에서 김대호 등(1998)은 1990년대 영화시장이 경제적 합리성을 확보하게 된다고 분석한다. 이들에 따르면, 제5차 영화법 개정으로 인해 영화제작업과 수입업이 분리되고, 외화수입 1편당 지불하도록 되어 있던 국산영화진흥자금 납부제(편당 1억원)도 폐지되면서, 국산영화 제작과 외화수입의 연결고리가 완전히 끊어졌다. 이는 외화수입에 국내 영화제작이 종속되었던 구조에서 한국영화만으로 수익을 올리고 이를 다시 제작 자본으로 투자하는 구조를 구축하려는 계기가 되었다. 70년대에 국산영화제작이 외화수입권과 연계되면서 의무편수를 채우기 위해 제작되는 영화가 많았고 제작되고도 상영되지 못하는 영화들이 많게는 거의 50편에 이르렀으나, '84년 5차 법 개정과 함께 제작업과 수입업이 분리되면서, 제작편수와 상영편수 간의 격차가 줄어들기 시작했고 거의 모두 상영관에서 소화되기에 이르렀다. 한편 1994년 프린트 별수 제한의 폐지는 극장환경에 영향을 미쳐 개봉관, 재개봉관의 구분을 없애고, 영상부문에 진출한 대기업들이 효과적인 배급망의 구축을 위한 극장 진출 확대와 수직적 통합체계의 구축, 6개 이상의 스크린을 갖춘 복합문화공간으로서 멀티플렉스의 출현, 마케팅 개념을 도입하고 관객지향적인 노력을 하는 영화관들의 출현 등을 가져왔다. 이는 수요자극을 통한 전체 영화시장 확장의 토대가 되었다. 그 결과, 영화시장에서 국내영화의 관객점유율이나 흥행수입이 증가하는 등, 발전적인 양상이 전개되고 있다는 것이다. 법제도 측면의 정비와 영화업 지원정책들 역시 90년대 이후로는 시장의 효율성을 최대화하는 방향으로 이루어지고 있는 형편이다.

물론 그렇다고 해서 정치권력의 영향력이나 역할이 완전히 사라졌다고 볼 수는 없다. 국가는 영상산업 육성정책의 주체라는 개입논리를 통해서, 영화계에 지속적으로 영향력을 행사하였다. 1993년 김영삼 정부는 영상산업에 대한 국가 차원의 관심을 드러내고, 대대적인 영화진흥시책을 마련하기 시작했다. 이는 국가개입을 줄이는 신자유주의적 탈규제정책과 국가개입에 힘입은 성장 정책을 동시에 추진했던 김영삼 정부의 경제정책의 틀 안에서 이루어졌다. 즉 영화정책에서도 탈규제적 조치와 산업 지원정책이 나란히 시행되었던 것이다. 1995년 1월 제정된 영상진흥기본법은 영상물 제작, 유통 및 배급 활성화를 위해 필요한 여건마련에 정부가 노력해야 할 사항들을 포괄적이면서도 선언적으로 언급한 법률이었다. 구체적인 탈규제 정책은 주로 대기업의 영화산업 참여를 묵인하는 방식으로 진행되었고, (노태우 정권 초기에 이루어진 한미영화협상의 결과였던) 프린트 벌수 제한폐지는 이에 긍정적으로 작용하였다. 또 검열과 같은 이데올로기적 규제완화, 영상산업용 영상기기에 대한 특별소비세 인하 등 산업적 규제완화도 이루어졌다. 산업 지원정책으로는 영화진흥법 제정, 영화진흥금고의 설치, 영화업의 제조업 분류, 공업기반기술 개발사업에 영상기술을 포함시키고 신용보증대상 업종에 영상산업을 포함시킨 조치 등을 들 수 있다. 이밖에도 기존의 제작비 지원, 해외진출에 대한 지원, 인력양성을 위한 영화아카데미 운영, 종합촬영소 건립 등이 지속적으로 추진되었다(안지혜, 2005, 307쪽).

이 가운데 영화업의 제조업 분류조치는 영화제작에 금융자본이 투입되는 본격적인 계기가 되었다. 제조업의 경우, 정책적으로 법인세를 감면해 주거나, 일정한 기간 동안 세무조사를 유예하는 등의 방식으로 금융 및 세제상의 혜택이 주어진다. 영화산업은 그 이전까지 이러한 혜택을 받지 못하는 서비스 산업으로 분류되어 있었다. 그러다가 1993년 7월 김영삼 정부가 발표한 신경제 5개년 계획 중 산업발전전략 부문에서 영상산업을 제조업 관련 지식서비스산업으로 명시하였고, 그에 따라 1995년 통상산업부는 영화업을 서비스 업종이 아닌 제조업에 준하는 업종으로 산업분류표준을 개정하였다. 이는 자금력과 담보력이 부족한 영화사들이 금융 및 세제상의 혜택을 받을 수 있는 근거가 되었으며, 창업투자회사를 비롯한 금융자본이 무담보 투

자로 영화산업에 활발히 참여할 수 있는 여건을 마련해 주었다(Cf. 민성환 외, 2005). 기존의 흥행자본과 대기업 제작자본의 비중이 줄어드는 상황에서 영화부문에 새로이 유입가능해진 금융자본은 90년대 말부터 제작에 핵심적인 역할을 수행하게 되었으며, 회계의 투명성을 높이고 합리적인 제작시스템을 구축하는 데 기여하였다. 1997년 경제위기 이후 새로 들어선 김대중 정부의 영화정책은 문화산업 육성이라는 큰 틀 안에서 ‘산업으로서의 영화’를 적극적으로 진흥하는 데 초점을 맞추었다. 김대중 정부는 1999년 ‘창의적 문화국가 실현을 위한 기반구축’을 위해 문화 관련 각종 규제의 완화, 문화산업에 대한 투자 및 육성전략 수립, 문화재원 확보 등을 추진하였는데, 영화계에서 이는 영상산업에 대한 다양한 지원, 영화진흥법의 개정, 영화산업 종합진흥대책의 수립, 영화진흥금고의 조성 등으로 나타났다. 정부는 영상산업을 벤처산업으로 지정하여 금융지원이나 세제에서 파격적인 혜택을 부여했고, ‘문화산업진흥기본법’을 통해 영화산업을 ‘중소기업창업지원법’의 혜택을 받는 업종으로 지정했으며, 이 법에 투자조합에 관한 규정을 둬으로써 영화제작을 위한 안정적 재원을 마련할 수 있게 하였다.

이 시기 각종 법제도의 정비를 살펴보면, 1999년 2월 제2차 영화진흥법 개정이 이루어졌다. 그로 인한 가장 큰 변화는 영화정책을 실행하는 핵심기구의 개편이었다. 즉 기존에 영화정책을 실질적으로 담당해왔던 영화진흥공사가 민간협의체 기구인 영화진흥위원회로 개편됨으로써 법규, 제도, 인사정책 등에 영화계의 목소리를 반영하는 통로가 마련되었다. 또 공연법 개정을 통해 사실상의 검열기구였던 공연예술진흥협의회가 해체되고, 각계 전문인들로 구성된 영상물등급위원회가 신설되었다. 이와 같은 민간 주도적 기구들의 출현으로 정치권력으로부터 영화계의 자율성은 더욱 강화되었다. 이 밖에도 2차 영화진흥법 개정에서는 영화업 등록제를 신고제로 바꾸고, 독립영화제작 신고제를 폐지하며, 영화필름제출을 의무화하는 등의 변화가 있었다. 2001년 1월의 제3차 영화진흥법 개정에서는 영화진흥위원회의 조직과 등급심의제도와 관련한 약간의 변화만이 있었다. 한편 2002년 1월 제4차 영화진흥법 개정에서 가장 중요한 변화는 영화등급심의 관련 규정이었다. 헌법재판소가

영상물 등급위원회의 활동을 위헌으로 판결함에 따라, 문화관광부는 등급보류제도를 폐지하고 제한상영관 도입을 골자로 하는 영화진흥법 개정작업을 진행하게 된다. 제4차 개정 영화진흥법에서는 또 기존에 공연법의 적용을 받던 영화 상영에 대해 상영신고제 및 상영관 등록제도를 신설함으로써 영화상영관에 관한 모든 규정을 영화진흥법으로 일원화하게 된다. 한국영상자료원 설치를 명문화하여 필름, 영화관 계문헌 등 영상자료의 수집·보관·전시 및 영화의 예술적·역사적·교육적 발전을 위한 활동을 수행하는 임무를 부여한 것도 4차 개정에서 이루어진 일이다(안지혜, 2005, 330~345쪽).

김대중 정부 영화정책 수립과 시행의 핵심주체였던 영화진흥위원회는 2000년 3월 ‘한국영화진흥종합계획’을 발표하고 본격적인 육성정책을 펴나갔다. 그 골자는 다음과 같다. 첫째, 정책연구 기능의 강화 및 영화아카데미 운영개선이다. 즉 위원회 내에 정책연구실을 설치하고 영화산업의 통계자료 수집 및 분석 활동을 비롯한 정책관련 연구를 수행하며, 민간 학술연구 활동에 대한 지원계획을 마련하는 것이다. 또한 한국영화아카데미를 운영하면서 현장영화인 재교육 사업 등을 추진하여 한국 영화산업의 기술력을 제고하였다. 둘째, 한국영화 제작활성화를 위한 지원 사업이다. 이 사업은 극영화 제작지원, 한국영화 저변확대, 유통환경 개선 및 정보화 지원 등으로 세분되었는데, 한국영화의 제작 편수를 늘리고 다양성을 확보하는 차원에서 극영화 제작지원 부분이 가장 큰 비중을 차지하였다. 셋째, 한국영화의 해외진출을 위한 지원활동이다. 여기에는 국제영화제 참가 및 국제교류에 대한 지원과 한국영화 해외마케팅 활동지원이 포함되어 있으며 외국과의 합작이나 공동제작을 활성화하기 위한 지원책도 포함되었다. 넷째, 서울종합촬영소 운영 및 서비스 개선을 통한 기술경쟁력 제고이다.

김대중 정부는 특히 영화산업 차원에서 금융자본의 영화부문 유입을 촉진하고 영화시장을 합리화하는 정책을 실시하였다. 이는 구체적으로 영상전문투자조합제도와 극장통합전산망 사업의 시행으로 나타났다. 먼저 영상전문투자조합은 영상산업 투자에 따른 성과를 조합원들이 나누어 갖는 것을 목적으로 공동재원을 조성하는

조합 형태이다. 1999년 2월 문화산업진흥기본법 제정을 통해 ‘문화산업전문투자조합’의 개념과 그 설립에 필요한 사항들이 규정됨으로써 이 제도가 탄생하게 된다. 이전까지 금융자본이 영화계에 유입되는 주된 통로였던 창투사가 개별영화 프로젝트 중심의 투자였던 데 비해, 투자조합은 여러 편의 영화에 동시에 투자하는 포트폴리오 형이라는 점에서 위험부담의 분산효과를 가진다. 1999년 12월 처음 결성된 이래 영상전문투자조합은 한국 영화제작의 중요한 재원으로 자리 잡았다. 투자조합은 2001년에 12개, 투자규모 1,144억 원 수준에까지 이르렀으며, 2002년과 2003년에는 각각 6개 조합에 500억 원대로 결성되었다. 투자주체별 구성비는 일반출자가 70% 정도, 영화진흥위원회 및 중소기업진흥공단의 출자비중이 20~30%를 유지하고 있다(Cf. 민성환 외, 2005). 투자조합은 창투사와 더불어 한국 영화제작의 주요한 재원으로 자리 잡으면서, 영화산업의 양적, 질적 성장에 커다란 기여를 했다. 하지만 낮은 수익률과 투자 결정·집행 과정에서의 전문성 부족은 꾸준히 문제로 지적된다.

극장 통합전산망 구축은 김영삼 정부 시절인 1997년부터 추진되었던 사업으로, 전산망 시스템을 도입하여 운영하는 영화 상영관에서 입장권 발권 정보를 온라인으로 전송 받아 저장·집계하는 시스템의 구성을 목표로 삼았던 것이다. 이는 영화관별, 영화별, 지역별 관객과 흥행수입 통계를 신속, 정확하게 산출함으로써, 효과적인 투자와 배급, 합리적인 수익배분, 과학적인 정책수립 등에 요구되는 신뢰할만한 정보를 제공한다는 명분을 가지고 있었다. 하지만 통합전산망 시범사업자 선정과정에서부터 잡음이 불거지는 등 행정 편의주의적이며 불투명한 정책진행과 세원노출을 꺼리는 극장업계의 계산 등이 맞물려 오랫동안 난항을 거듭하였다. 2000년 8월 문화관광부로부터 사업 추진과 운영에 관한 권한을 넘겨받은 영화진흥위원회는 2003년 시스템 구축을 마치고, 그해 12월 중간전산망 사업자와 영화관을 대상으로 통합전산망 연동신청 공고를 냈다. 통합전산망은 2004년 1월 1일 가동이 시작되었는데, CGV 등 대형 복합상영관 체인들이 점차 연동신청을 하게 되면서, 같은 해 12월 가입 상영관이 전체 스크린 수의 50%를 넘기에 이르렀다. 2005년 12월 현재 전국에서 총 180개 영화관 1,226개 스크린이 영화관 입장권 통합전산망에 연동신청을 한 상

태이며, 가입률은 전체 스크린 기준 82%에 달한다. 이미 2004년 5월부터 영화진흥위원회는 통합전산망을 통한 영화별 전국 관객수와 매출액 등을 공개할 수 있게 되었는데, 이를 통해 시장상황에 대한 정확하고도 합리적인 정보수집과 평가가 가능해졌다.

종합해보면, 90년대 이후 영화정책은 한편으로는 영화계의 지속적인 탈규제, 다른 한편으로는 국가의 적극적인 영화산업 지원과 육성이라는 양면적인 특성을 보여주었다. 이는 권력체제의 민주화와 시장개방 같은 정치경제적 배경을 깔고 있었으며, 김영삼 정부와 김대중 정부의 정책에 어느 정도 일관되게 나타났다. 물론 경제위기 상황에서 출발했던 김대중 정부는 IMF 프로그램에 맞춘 신자유주의적 원리들을 경제부문에 관철시키고자 노력했고, 영화정책에 있어서도 김영삼 정부보다는 좀 더 자율적이고 덜 권위적이면서도 영화의 산업적 성격과 시장논리의 중요성에 더욱 치중하는 양상을 드러냈다. 그러한 노력은 나름대로의 성과로 이어져서 불과 10여년 사이에 한국 영화산업은 급속한 성장을 이룩하게 된다. 특히 90년대 말 이후의 변화는 놀라울 정도인데, 이는 영화진흥위원회가 2000년에 발표한 ‘한국영화진흥종합계획’에서 2004년을 기준으로 잡았던 산업적 목표치들이 불과 2년도 지나지 않아 대부분 달성되는 실적으로 생생하게 드러났다. 즉 2001년 이래 한국영화의 시장점유율은 평균 50%대를 유지하고 있으며, 한국영화의 관객 수 역시 2001년 4천5백만 명에 육박한 이래 계속 증가하고 있다. 이러한 상황에서 정부의 영화정책 역시 ‘산업진흥’ 못지않게 ‘문화적 다양성 보장’을 강조하는 쪽으로 방향 전환하기에 이른다. 즉 2002년 출범한 2기 영화진흥위원회를 중심으로 시장의 역기능 조정이나 인프라 구축, 연구개발, 공익적 성격의 사업수행을 적극적으로 시도하게 된 것이다. 그 구체적인 예로, 예술영화 제작지원사업, 시네마테크전용관 및 예술영화전용관 지원사업, 독립영화 진흥을 위한 미디어센터 건립추진 등을 들 수 있다(안지혜, 2005, 345~346쪽).

이와 같은 정책기조는 노무현 정부에 들어서도 비교적 꾸준히 이어지고 있다. 이 정부는 대통령이 국회 시정연설에서 “문화산업이 고부가가치를 창출하는 새로운 성

장동력이 되도록 적극 육성하겠다”는 말을 잊지 않을 만큼 이전의 산업진흥적 문화관을 견지하는 동시에, 2005년 출범한 3기 영진위 주도 아래 다양한 영화들이 지속적으로 생산되고 유통될 수 있는 안정된 시스템의 마련에도 적지 않은 노력을 기울이고 있다. 하지만 그러한 노력이 확고하고 일관성 있는 원칙이나 입장 위에서 이루어지고 있는지는 의문이다. 이는 스크린쿼터제도나 문화다양성협약에 대한 정부의 오락가락하는 태도에서 잘 나타난다. 더욱이 정보기술과 미디어 환경의 급격한 변화가 영화정책의 새로운 대응을 요구하고 있는데 반해, 2004년 10월 국회에서 발의된 영화진흥법 개정안은 아직까지도 표류중인 형편이다.

나. 영화산업의 외형적 성장과 내적 취약성

90년대 후반부터 최근까지 한국 영화산업의 외형적 성장은 괄목할만하다. 불과 십년도 채 안 되는 기간 동안 영화와 관련된 다양한 부문의 기업 수가 전체적으로 크게 증가했을 뿐만 아니라, 연도별 영화제작 편수와 관객 수, 스크린 수 그리고 해외수출액까지 높은 성장을 보였다. 1999년의 〈쉬리〉 이후 지금까지 관객 수 오백만 명을 넘는 영화만 해도 열편에 이르며, 〈실미도〉와 〈태극기 휘날리며〉는 천만 명 이상의 관객을 동원했다. 영화진흥위원회의 통계자료에 따르면, 1998년 187개에 불과했던 영화업 신고업체는 1999년에 1,146개로 급증했다가 2004년에는 2,853개로 2배 이상 증가했다. 그 가운데 특히 제작업에 종사하는 사업체는 1,375개사로 1998년의 116개에 비해 약 12배가 늘어났다(〈표 4-5〉 참조). 또한 한국영화의 제작편수도 급증하여 1998년 43편에서 2004년에는 82편으로 90%가 증가했다(〈표 4-6〉 참조). 극장 수는 1998년 507개관에서 2004년 302개관으로 40% 가까이 줄었으나, 멀티플렉스⁹⁷⁾의 증가와 더불어 스크린 수는 같은 기간 동안 507개에서 1,451개로 거의 세 배 가량 늘어났다(〈표 4-7〉 참조). 1인당 영화관람 횟수는 1999년 1.2회에서 2004년

97) 외국에서는 통상 스크린 6개 이상의 복합상영관을 멀티플렉스로, 20개 이상을 메가플렉스로 보나, 〈한국영화연감〉에서는 스크린 3개 이상의 영화관부터 멀티플렉스로 취급한다.

2.8회로 증가했다. 특히 관객수 기준 자국 영화비중도 크게 높아져 1998년의 21.3%에서 2004년에는 54.2%를 기록하였다(〈표 4-8〉 참조). 이를 주요국의 자국 영화점유율과 비교해보면, 한국은 인도, 미국에 이어 세계 3위이며, 이를 기준으로 한 극장 매출에 있어서도 미국, 인도, 일본, 프랑스에 이어 세계 5위권이다(정현창, 2005). 한편 한국 영화산업의 성장은 영화제작에 투여되는 투자규모의 증가로도 나타난다. 편당 평균제작비는 1998년 15억 원에서 2004년에는 42억 원으로 2.8배 상승했다.

〈표 4-5〉 연도별 영화업 신고현황

구분	제작업	수입업	배급업	상영업	계
1998	116	71	—	—	187
1999	367	215	155	409	1,146
2000	715	347	259	466	1,787
2001	918	390	268	511	2,087
2002	1,081	428	290	557	2,356
2003	1,218	469	302	611	2,600
2004	1,375	509	315	654	2,853

자료: 〈한국영화연감〉과 영화진흥위원회 홈페이지에서 재구성

〈표 4-6〉 연도별 영화 제작, 수입 및 상영편수

구분	한국영화		외국영화		총 상영편수
	제작편수	상영편수	수입편수	상영편수	
1998	43	43	296	244	287
1999	49	42	348	233	275
2000	59	62	404	277	339
2001	65	52	339	228	280
2002	78	82	262	192	274
2003	80	65	271	175	240
2004	82	74	285	194	269

자료: 〈한국영화연감〉과 영화진흥위원회 홈페이지에서 재구성

(〈표 4-9〉 참조). 수출실적 또한 아시아권의 한류열풍, 해외영화제에서의 호평 등에 힘입어 놀라운 성장을 보였다. 1998년 33편의 한국영화가 해외에 수출되어 총 3백만 불 가량의 실적을 올렸던 데 비해, 2004년에는 193편의 영화가 총 5천8백만 불을 받고 수출되기에 이르렀다. 같은 기간 동안 편당 수출가격도 9만3천 불에서 30만 불로 세 배 이상 올랐다(〈표 4-10〉 참조).

〈표 4-7〉 연도별 극장/스크린 수 및 관객 수

연도	총 관객(만 명)	극장 수	스크린 수
1998	5,017	507	507
1999	5,472	373	588
2000	6,169	373	720
2001	8,936	344	818
2002	10,513	309	977
2003	11,948	280	1,132
2004	13,517	302	1,451

자료: 〈한국영화연감〉과 영화진흥위원회 홈페이지에서 재구성

〈표 4-8〉 연도별 한국영화 시장점유율(서울 기준)

연도	상영편수	편수비율	총관객수	편당관객수	관객점유율
1998	43	15%	4,779,537	111,152	21.30%
1999	42	15.30%	8,610,437	205,010	35.80%
2000	62	18.30%	8,799,953	148,509	32%
2001	52	18.90%	16,131,887	283,016	46.20%
2002	82	29.90%	18,364,143	217,719	45%
2003	65	27.10%	21,780,462	317,109	49.60%
2004	74	27.60%	25,513,346	306,509	54.20%

자료: 〈한국영화연감〉과 영화진흥위원회 홈페이지에서 재구성

〈표 4-9〉 연도별 한국영화 제작비

(단위: 억원)

연도	평균제작비	순제작비	마케팅비	제작편수	연간총제작비
1998	15	12	3	43	645
1999	19	14	5	49	931
2000	22	15	7	59	1,269
2001	26	16	9	65	1,658
2002	37	25	13	78	2,902
2003	42	28	13	80	3,328
2004	42	28	14	82	3,411

자료: 〈한국영화연감〉과 영화진흥위원회 홈페이지에서 재구성

〈표 4-10〉 연도별 한국영화 수출실적

연도	편수	편당 가격(\$)	수출액(\$)
1998	33	93,144	3,073,750
1999	75	79,590	5,969,219
2000	38	185,625	7,053,745
2001	102	110,289	11,249,573
2002	133	112,422	14,952,089
2003	162	191,228	30,979,000
2004	193	301,993	58,284,600

자료: 〈한국영화연감〉과 영화진흥위원회 홈페이지에서 재구성

수치상으로 분명히 드러나는 한국영화산업의 비약적 성장 때문에 노무현 정부가 들어선 이래 정책당국자와 학자들 사이에서는 스크린쿼터 무용론이 본격적으로 제기되기도 했다. 이제 쿼터제의 보호막이 없이도 발전할 수 있을 만큼 우리 영화산업의 경쟁력과 자생력이 충분히 갖추어졌다는 것이다. 하지만 외형적 성장에도 불구하고 영화산업은 아직까지는 불안정한 토대 위에 놓여있다는 지적이 더욱 설득력 있는 것으로 여겨진다. 2000년 이후 한국영화산업의 성장요인에 대한 김미현, 최영준, 전범수의 연구(2004)는 그러한 시각을 실증적으로 잘 보여준다. 그에 따르면, 최

근 한국영화 관람객이 급증하고 시장이 확대된 데 절대적인 기여를 한 요소는 무엇보다도 제작부문의 자유화로 인한 한국영화 공급능력의 확충이었던 것으로 나타났다. 즉 80년대 중반 법적 제약의 해소와 더불어 영화산업에서 제작이 자유화된 상황은 제작사의 수적 증가와 전문인력의 유입을 초래했고, 이는 한국영화의 공급역량을 강화시켰다. 규모의 경제(economies of scale)와 범위의 경제(economies of scope)가 실현가능해지면서, 한국영화의 다양성과 경쟁력이 높아졌는데, 이러한 공급부문의 변화가 새로운 수요를 창출함으로써 한국영화시장의 확장을 가져왔다는 것이다. 또한 흥행 상위 다섯 편 영화의 시장집중도 분석결과, 한국영화시장은 흥행작 의존도가 높은 것으로 나타났다. 이는 한국형 블록버스터 영화들이 새로운 관객층을 영화관으로 끌어들이므로써 시장 확대에 크게 이바지했다는 것을 의미한다. 그러나 이처럼 블록버스터에 의해 새롭게 창출된 시장은 불안정한 성장과 거품의 가능성을 내포하는 것이기도 하다. 즉 블록버스터에 기댄 성장은 곧장 한국영화 전체의 경쟁력 상승이나 브랜드 가치의 제고를 가져오지 않는다. 한국영화가 최근 경쟁력을 확보하는 과정에 있으나, 아직 안정적인 브랜드 가치를 가지고 있지는 못하다는 것이다. 이는 현재 한국영화시장의 규모 성장이 일시적인 현상으로 그칠 가능성이 있다는 의미이기도 하다.

현재 한국영화산업은 이중적인 발전양상을 드러내고 있다 해도 크게 빗나간 진단은 아닐 것이다. 한편으로는 제작부문에서의 역량향상과 자본유인을 통해 질 높은 영화가 만들어지고 이를 바탕으로 시장이 확대되는 경향이 나타나고 있다. 다른 한편으로는 블록버스터의 제작과 멀티플렉스를 통한 유통시장의 전략적 확대에 의해 관객 수가 증가하고, 이것이 다시 블록버스터 제작을 유도하는 경향이 나타나고 있다. 그런데 이 두 경향은 서로 조화로운 것만은 아니다. 전자가 80년대 중반 이후 장기적으로 진행되는 경제적 합리화의 추세라면, 후자는 90년대 말 제작자본의 성격 변화와 <쉬리> 등 한국형 블록버스터 영화의 잇따른 성공이 빚어낸 일종의 역순환 구조라 할 수 있다. 문제는 후자의 역순환구조가 공고화되면서, 전자의 바람직한 합리화 추세가 정체되거나 심지어 역전될 위험성조차 크다는 점이다. 안정적인 투자

제작 시스템을 갖추지 못한 환경에서 블록버스터 영화에 대한 의존도가 지나치게 높아진다면, 몇 개의 대작이 실패할 경우 한국영화산업의 기반을 뒤흔들 정도의 부담을 안길 위험성이 커진다. 그런데 현재 동향을 보자면, 제작부문의 발전이 자연스럽게 시장의 확장을 가져오기보다는, 유통부문의 과잉성장(고비용, 고위험, 고수익의) 특정한 유형의 영화제작을 추동하면서 시장을 확대하고 지탱해나가는 불안정한 구조가 고착될 가능성이 다분하다.

유세경과 김숙의 연구(2003)는 이 점에서 시사적이다. 그에 따르면, 한국 영화 흥행의 성공에 있어 가장 결정적인 요인은 대형 영화배급사의 적극적인 마케팅 전략인 것으로 드러났다. 대형 영화배급사일수록 제작비가 많이 투자된 영화를 배급하고, 투자수익을 회수하기 위해 활발한 마케팅 전략을 세워 많은 광고비를 지출한다. 최근 멀티플렉스의 확산과 더불어 한국영화도 전국에 걸쳐 많은 수의 스크린을 잡고 동시에 대규모 개봉을 하는 배급방식인 광역개봉(wide release)의 비율이 커지게 되었고, 관객동원에 성공하기 위해서는 블록버스터형의 마케팅을 해야 하기 때문이다. 이는 자본가나 배급사들이 영화의 질을 높이기 위한 제작비보다, 관객동원을 위한 마케팅비에 더 많이 투자하는 결과를 가져온다. 1998년부터 2004년까지 한국영화의 편당 평균 순제작비가 2.3배 오른 데 반해, 마케팅비(사후비용, P&A)는 4.7배나 올라 평균제작비의 1/3을 차지하게 된 사실(〈표 4-9〉 참조)은 이러한 주장을 확인시켜준다. 이처럼 유통부문이 제작부문을 주도하는 상황이 지속될 경우, 장기적으로는 한국영화의 다양성과 경쟁력이 약화되고 이는 다시 시장의 위축을 낳게 될 위험성이 높다.

3. 영화문화의 산업적 기반과 정책적 쟁점

전체 시장규모와 연간 제작편수, 한국영화의 관객점유율이 급속하게 증가하는 외형적인 성장세에도 불구하고, 지금의 한국 영화계가 지속가능하고 균형 잡힌 발전을 도모할 수 있는 구조를 갖추고 있는지에 대해서는 여러 가지 의문이 제기된다. 특히 현재와 같이 대형배급사 주도의 블록버스터 제작과 마케팅 전략에 주로 의존

하는 관객동원은 산업규모와 시장의 확장에 효율적인 만큼이나 여러 가지 면에서 위험한 방식이기도 하다. 이것이 다양하고 창조적인 영화생산과 수용에 과연 긍정적인가 하는 문제도 제기된다. 여기에서는 영화산업과 문화의 발전을 북돋우기 위해 주목해야 할 네 가지 현실적 과제들을 차례로 검토해보고자 한다. 제작자본의 강화, 노동환경의 개선, 비주류영화의 활성화 그리고 디지털화에 대한 효율적 대응이 바로 그것이다.

가. 수익구조의 개선과 제작자본의 강화

한국영화의 공급역량을 향상시키기 위해서는 제작자본의 안정적인 확보가 매우 중요하다. 현재 제작자본의 주된 공급원은 투자조합과 투자배급사라고 할 수 있다. 90년대 중반이후 대기업 자본이 서서히 영화계로부터 철수하면서, 일신창투를 위시해 국민기술금융, 산은캐피탈, 미래에셋 등 금융자본이 제도상의 변화 등에 힘입어 본격적으로 유입되었다. 하지만 이들 금융자본은 초창기 투자에 적극적인 관심을 보이다가, 차츰 소극적으로 변모하였다. 이는 수익률만을 고려하는 금융자본의 속성상 어느 정도는 예상가능한 일이기도 했다. 〈은행나무침대〉, 〈쉬리〉, 〈공동경비구역 JSA〉, 〈친구〉 등의 흥행성공에도 불구하고, 한국 영화산업 전체의 수익률이 기대보다 훨씬 못 미쳤기 때문이다. 사실 개별 영화의 흥행성공 확률은, 극소수를 제외하면, 구조적으로 매우 낮은 편이라 할 수 있다. 게다가 마케팅 비용을 비롯한 평균 제작비의 상승 등은 영화산업의 수익률을 한층 떨어뜨리는 요인으로 작용했다. 여기에 벤처 붐이 꺼지고 2002년 〈에스터데이〉, 〈아유레디?〉, 〈성냥팔이 소녀의 재림〉 등 60억 원에서 100억 원 이상의 제작비가 든 블록버스터 영화들이 연이어 흥행에 실패하는 사건이 벌어지면서, 금융자본 투자자들은 더욱 신중한 태도를 취하게 되었다. 그렇다고 해서 금융자본이 영화계로부터 완전히 철수한 것은 아니다. 금융자본은 펀드조직과 결합한 형식이나 영상전문투자조합을 통한 포트폴리오 투자 형식으로 아직까지 영화제작의 중요한 자금원을 담당하고 있다.

90년대 말 이후 제작자본의 또 다른 축은 배급사다. 1994년 프린트 벌수 제한폐지와 함께 영화의 광역개봉이 가능해지고 멀티플렉스가 증가하면서 유통의 중요성이

커지자, 대기업들은 영화제작뿐만 아니라 영화배급에도 참여하게 되었다. 그 중 삼성, 대우, 현대와 같은 기업들은 자사 영화의 원활한 공급을 위해 극장업까지 진출하였으며, 삼성, 대우는 전국 수준의 직배 또한 시도하였다. 원래 극장자본과 연계되어 있던 시네마서비스나 금융자본인 일신창투와 같은 배급사들 또한 경쟁력을 갖추기 위해 전국적인 배급망 형성에 나섰다. 이렇게 해서 90년대 말에는 시네마서비스, 삼성, 대우가 3대 메이저 배급사로 자리 잡았다. 또 1998년에는 강변CGV11을 개관한 CJ엔터테인먼트와 오리온, 롯데가 배급라인과 멀티플렉스 체인을 중심으로 영화 시장에 진입하였다. 이후 삼성과 대우가 빠져나가면서 CJ엔터테인먼트가 그 자리를 대신해, 2000년경에는 시네마서비스와 CJ엔터테인먼트의 양대 메이저 체제가 구축되었다(유세경, 김숙, 2003, 65~66쪽).

2000년대 한국영화시장에서 대형 배급사는 자체 자본을 영화제작에 투자하는 일종의 투자배급사로서, 기업간 수직적 통합(vertical integration)⁹⁸⁾의 중심이 되고 있다. 이들은 제작사들과 전략적 제휴 등을 통하여 안정적인 수익을 도모하며, 극장업을 겸업하면서 막강한 시장지배력을 행사하고 있기도 하다. 4대 배급사로 꼽히는 CJ엔터테인먼트, 시네마서비스, 쇼박스, 롯데엔터테인먼트는 각각 CGV, 프리머스, 메가박스, 롯데시네마와 같은 멀티플렉스 체인을 운영하면서, 제작사에 투자해 만든 영화를 스스로 배급하고 자기 극장에서 상영함으로써 수익을 창출하는 식의 구조를

98) 영화산업은 고위험 고수익의 전형적인 위험산업이다. 위험을 감소시키기 위한 방법 중 하나는 제작-배급-상영의 구조를 수직적으로 통합하는 것이다. 다시 말해, 거래행위자는 거래행위가 시장에서 일어날 때 발생할 수 있는 거래비용을 최소화하기 위해 기업 내부교환을 선택할 수 있다. 수직적 통합은 바로 이러한 교환의 하나이다. 평균 생산비용이 높고 투자비용의 회수 기간이 상대적으로 긴 데다 흥행여부의 불확실성이 높기 때문에 영화가 제작, 상영되는 전 과정이 시장에서 이루어진다면 엄청난 거래비용이 발생할 수밖에 없다. 그러나 만약 제작사가 자신의 배급사를 통해 자신의 극장에 배급·상영 한다면 그만큼 공급과 수요의 불확실성을 감소시킬 수 있다. 이 과정에서 수직적 통합은 각 단계별 거래행위에서 발생하는 이중마진을 해소함으로써 가격을 인하할 수 있으므로 소비자에게 긍정적 효과를 발생시킨다(남지원, 2005, 139~140쪽).

갖추었다. 2004년에는 이 가운데 CJ와 시네마서비스가 사실상 합병하면서, 결국 CGV가 프리머스를 인수하였다.⁹⁹⁾ 이러한 상황은 흥행자본에서 대기업자본, 금융자본으로 옮겨갔던 영화 제작자본의 중심축이 다시 흥행자본으로 넘어왔음을 의미한다. 멀티플렉스 흥행자본은 수직결합을 이룬 대기업-투자배급사 자본이라는 점에서 80년대의 극장 흥행자본과는 그 성격이 많이 다르다. 물론 이 자본은 영화산업 내에서 조성된 것이며 제작에 대한 안정적인 재투자를 보장한다는 점에서, 수익성만을 좇는 금융자본에 비해 영화산업의 자생성 확립에 더 긍정적일 것으로 평가된다. 하지만 그렇다고 해서 현 상태가 그저 바람직한 것만은 아니다.

사실 2000년대 들어 한국영화산업이 화려한 성장의 외양과는 달리 투자, 제작부분의 수익성이 악화되었다는 진단이 나오고 있다. 김미현(2005)은 2001년부터 2003년까지 한국 영화산업이 공급 부분의 성장 둔화와 수요 부분의 지속적인 성장으로 특징지어진다고 주장한다. 제작, 상영 편수의 증가율이 둔화되고 있는 반면, 스크린수와 흥행실적은 계속 성장하고 있으며, 2002년 이후 투자·제작 부문은 적자인 반면 극장 부문은 안정적인 흑자를 기록하고 있다는 것이다. 김미현의 분석에 의하면, 영화산업의 매출액 경상이익률은 2001년 19.0%, 2002년 8.0%, 2003년 6.0%로 나타나, 다른 분야에 비해 상당히 수익성이 높은 산업이라는 점을 확인시켜준다. 그러나 투자·제작 부문과 극장부문의 매출액 경상이익률을 구분하여 살펴보면, 투자·제작 부문은 2001년 29.3%, 2002년-9.7%, 2003년-8.8%로 집계되어 수익성이 점점 악화되고 있는 반면, 극장부문은 2001년 14.9%, 2002년 18.1%, 2003년 18%로 안정적인 수익을 올리는 것으로 드러났다(〈표 4-11〉 참조). 특히 브랜드화된 멀티플렉스 체인의 수익성은 2001년 18.6%, 2002년 20.0%, 2003년 21.2%로 나타나, 전국 극장 평균에 비해 훨씬 높았다.

99) 이처럼 국내시장에서 영화유통을 주도하는 상위의 배급사들이 ‘한국’기업이며, 극장사업에 직접 관여하고 있다는 점은 90년대 이후 한국영화산업의 매우 중요한 성장요인으로 꼽히기도 한다. 배급시장에서의 우월적 지위가 한국영화의 시장지배력을 강화했다고도 볼 수 있다는 것이다(김은영, 2004, 42쪽).

〈표 4-11〉 한국영화산업의 매출액 경상이익률(2001~2003)

(단위: %)

구분	2001	2002	2003
투자, 제작부문	29.3	-9.7	-8.8
극장부문	14.9	18.1	18.0
산업 전체	19.0	8.0	6.0

* 매출액 경상이익률=(총매출-총비용)/총매출×100

자료: 김미현(2005), 〈한국영화산업 수익성 분석과 투자 활성화 방안〉에서 재구성

이처럼 멀티플렉스의 수익성이 20%를 넘어서고 전체 영화의 편당 관객 수도 25% 정도 증가하였음에도 불구하고, 여전히 투자·제작 부문에서는 수익을 창출하거나 안정적인 제작 자본을 마련하기가 어렵다는 것이다. 투자, 제작부문의 수익성 악화는 제작비용의 급격한 상승, 부가판권시장의 침체와 극장 매출의존도 심화 등의 요인이 복합적으로 작용한 결과이지만, 무엇보다도 투자, 제작부문과 극장부문 사이의 불평등한 수익분배비율(부금비율)(이하 부율)이 크게 영향을 미친 것으로 보인다. 사실 부율의 불평등성은 어느 정도 제작사와 극장 간의 불평등한 권력관계를 반영하는 것이기도 하다. 영화의 극장매출 의존도가 25%선인 일본이나 30%선인 미국과 달리, 한국의 경우 부가판권시장의 미발달로 인해 극장의존도가 75%에 달하기 때문이다. 최근 비디오 판권수입이 급격히 감소한 반면 DVD 판권수입이 그에 상응해 증가하지 않는 상황은 한국영화의 매출구조 개선전망을 더욱 불투명하게 만드는 요인이 되고 있다(〈표 4-12〉 참조). 현재 할리우드 영화의 극장과 투자, 제작간의 부율은 4:6인데 반해, 한국영화의 경우는 통상 5:5이며, 경우에 따라서는 6:4, 7:3까지도 된다. 한국영화의 부율이 외화보다 못한 5:5로 조정된 것은 90년대 초 한국영화의 점유율이 15% 정도에 머물고 있을 때의 관례이다. 하지만 2001년 이래 한국영화 점유율은 45%를 훨씬 넘어섰고, 현재 스크린당 평균 좌석점유율도 20% 선인 할리우드 영화에 비해 7~10% 가량 높아 극장주에게 많은 수익을 안겨주는 상황에서, 외화와 동일한 수준의 부율 조정이 당연하다는 지적이다. 김미현은 그렇게 될 경우, 투자, 제작부문의 평균수익률이 약 13% 개선되는 효과를 보일 것으로 추정한다. 또

부율 조정은 투자, 제작부문의 관객 당 수익규모를 증가시켜 손익분기점을 낮추고 제작비 규모별 리스크가 감소하는 효과를 동반할 것으로 기대된다는 것이다. 부문별 수익성의 불균형 문제는 장기적으로 영화산업에 대한 투자활동과 자본 순환을 저해하고 영화의 기획, 제작능력을 위축시키는 요인으로 작용할 가능성이 높다. 따라서 산업 전체의 합리성을 도모하고, 제작역량과 콘텐츠의 질을 제고하기 위해 부율 조정은 중요하고도 시급한 과제라 할 수 있다. 제아무리 제작에 재투자되는 비율이 높다 하더라도, 아직까지 극장자본의 수익성만이 일정한 수준을 유지하고 있으며, 이러한 위상이 산업부문간 불평등한 수익 배분구조에 기초해있다는 사실은 심각한 문제가 아닐 수 없다. 현행 부율은 일종의 불공정거래 행위의 소지가 큰데다, 기존 제작자본의 확대재생산을 어렵게 만들고 새로운 투자자금의 유입을 막는다는 점에서 반드시 개선될 필요가 있다. 그러나 멀티플렉스 체인을 소유한 메이저 배급사들이 안정적인 수익지분을 보장받는 동시에 제작에 대한 지배력도 발휘할 수 있는 지금의 체제를 선호하는 상황에서, 부율 조정이 순탄하게 이루어질 수 있을지는 미지수다.

〈표 4-12〉 연도별 한국영화 매출구조

매출내역	2001	2002	2003
극장매출	74.00	75.00	76.00
비디오	12.10	12.18	7.07
DVD	0.25	1.38	1.20
TV(지상파, 케이블, 성방송)	5.08	4.90	3.56
디지털(온라인, 디지털영화관)	0.14	0.34	0.48
해외수출	7.10	3.43	9.67
기 타	1.34	2.77	2.03
합 계	100.00	100.00	100.00

자료: 김미현(2005). 〈한국영화산업 수익성 분석과 투자활성화 방안〉

한편 미디어 환경변화에 따라 최근 활발해지고 있는 방송사나 통신사업자 등 유

관산업의 시장진입은 제작자본의 강화에 나름대로 이바지할 수 있을 것으로 기대된다. 한국영화에 대한 시청자들의 관심이 높아지면서, 방송사는 90년대 중반이후 이미 방영권 구매라는 소극적 수준을 넘어서 자회사들을 통해 사전구매, 투자 등의 적극적인 방식으로 제작에 참여하기 시작했다. 그러한 참여는 이제 단순한 투자를 벗어나 공동제작을 시도하거나, 독자적인 제작 프로젝트를 개발하는 데까지 이르렀다.¹⁰⁰⁾ 지상파방송 3사 가운데는 MBC가 가장 활발한 활동을 보이고 있으며, KBS, SBS도 점점 그 활동 폭을 넓혀가는 중이다. KBS는 2004년 이래 영화진흥위원회와 함께 ‘방송(HD)영화제작지원’ 사업을 벌이고 있다. 또 지상파 각 채널은 역량 있는 제작사의 저예산 HD영화 프로젝트나 필름영화 프로젝트에 투자하고 함께 제작함으로써 영화제작 기술을 축적해가고 있다. 케이블 채널인 OCN도 2004년과 2005년 영화제작사와의 협력 아래 ‘TV영화’를 기획, 제작하였다. 지상파 방송사들로서는 케이블 및 위성채널의 확대와 디지털 TV 시대의 도래를 앞두고 다양한 콘텐츠 확보를 위해 움직이고 있는 셈이다. 케이블 채널로서도 차별화된 TV영화 제작이 전체 케이블 시장의 몫을 키우는 데 유용한 방법의 하나라는 인식이 강하다(Cf. 한선희, 2005a). 영화계 쪽에서 보자면, 방송사의 부분투자 참여나 투자조합 결성은 제작자본의 확충에 도움이 된다. 더욱이 방송사는 연관산업이라는 특성 때문에 다른 금융자본에 비해 더 책임감 있는 투자양상을 보일 수 있다는 장점을 가진다. 그 외에도 방송사의 영화투자는 중요한 수익창출 창구인 방송의 한국영화 편성확대, HD 등 디

100) 한국영화 판권에 대한 방송사의 관심은 어느 정도 제도적으로 부과된 측면도 있다. 2000년 김대중 정부 하에서 제정된 통합방송법 시행령이 한국영화에 대한 방송쿼터제를 명시하였기 때문이다. 그에 따르면, 지상파방송은 전체 영화방송시간의 20~40% 이하, 지상파 외 방송은 30~50% 이하를 한국영화의 편성에 의무적으로 할애하여야 한다. 이에 근거해 방송위원회는 2000년 이래 매년 쿼터 비율을 지상파 방송 25%, 지상파 외 방송 30%로 고시하였다. 지상파 채널들은 27%였던 시행 첫해만 제외하고는 매년 30%를 웃도는 한국영화를 편성하였다(스크린쿼터문화연대, 2005). 통합방송법은 외주제작 방송프로그램 또한 일정 비율 이상 편성하도록 의무화함으로써 영화제작사들이 방송에 참여할 수 있는 가능성을 확대하였다.

지털 신기술 관련 교류와 재교육가능성, 저예산영화의 공동제작과 방영채널 확보 등 여러 측면에서 영화계의 발전에 기여할 수 있다(Cf. 황동미, 2002). 정책적으로는 방송산업과 영화산업의 긴밀한 연계전략 또한, 프랑스의 예에서 보듯, 영화제작의 활성화와 다양화에 중요한 역할을 수행할 수 있다(Cf. 이상길, 박진우, 2004, 5장). 한국영화의 방송쿼터제 등은 사실 그러한 발상에서 나온 제도로서 이해된다. 그렇다면 예컨대 한국영화가 양적, 질적 성장을 거듭하고 시청자들의 호응도 역시 높아 가는 상황에서(특히 공영채널들의) 한국영화 의무편성비율의 상향조정은 충분히 고려해볼만 하다. 또 프랑스처럼 매년 방송사 매출액의 일정 비율을 영화산업에 투자하도록 직접적으로 유인하거나 법제화하는 방안도 가능할 것이다. 이는 물론 방송사가 영상콘텐츠의 중심으로서 영화의 중요성을 인식하고, 그러한 고려 위에 장기적인 발전전망을 세울 때 더욱 효율적으로 이루어질 수 있을 것이다.

이동통신사 자본은 2005년 영화계에 본격적으로 진입했다. KTF는 투자배급사 쇼박스의 영화펀드에 투자했고, 싸이더스FNH를 인수, 계열화했다. 또 SKT는 정우성, 전지현 등 유명배우들이 소속된 종합 엔터테인먼트 회사 IHQ의 지분 21.7%를 인수했다. 이통사들의 영화산업 진출은 위성디지털멀티미디어방송(DMB)과 차세대 모바일 등 새로운 멀티미디어 엔터테인먼트 단말기용 콘텐츠를 안정적으로 확보하는데 주목적이 있는 것으로 보인다. 방송사와 마찬가지로 이통사 역시 유관산업이며, 유통창구의 확대라는 면에서 영화 제작자본 참여를 긍정적으로 평가할 수 있을 것이다. 하지만 거대자본인 이통사가 장기적으로는 시장판도에 큰 변화를 가져올지 모른다는 점에 유념할 필요가 있다. 통신사의 콘텐츠 산업 진출의 무게중심은 콘텐츠를 이용한 정보통신산업의 확장에 있다. 따라서 업계가 이들의 자본에 의존하고 점차 산업의 헤게모니가 옮겨지게 되면, 결국 영화계가 이들의 단순 하청업체로 전락하게 될 수도 있는 것이다. 그렇게 되면 콘텐츠 자체의 내적 논리보다는 모바일 미디어의 형식적 특성에 맞춘 영상물 제작이 지배적인 위치를 차지하게 될 지도 모른다. 더욱이 이통사의 영향력이 강화된다면 극장개봉 뒤 곧바로 DMB를 통해 상영되거나, 아예 극장을 거치지 않고 DMB에서만 상영되는 등의 새로운 영화유통구조

가 만들어질 수도 있다. 그러므로 방송사든 이통사든 영화와 관련한 미디어산업의 제작자본 참여는 영화계가 디지털화와 미디어 환경변화에 어떻게 대응할 것인가라는 근본 질문 안에서 그 의미가 되새겨져야 할 듯하다. 또한 이러한 신규자본이 영화계 내부의 메이저사 위주의 시장질서를 심화시키는 데 주로 기여한다는 문제를 짚어봐야 할 것이다(Cf. 도동준, 2005).

나. 노동환경의 정상화와 인력양성체제의 재정비

한국영화산업의 공급역량을 향상시키기 위해 제작 자본을 강화하는 일 못지않게 중요한 과제가 불합리한 노동환경과 인력양성체제를 개선하는 일이다. 다른 문화산업과 마찬가지로, 영화산업의 발전과 경쟁력은 근본적으로 우수한 영화의 제작에 달려있으며, 이는 무엇보다도 우수한 전문 인력의 확보에 달려있다. 전문 인력의 교육, 육성기반은 이제 어느 정도 틀을 갖춘 것으로 보인다. 하지만 노동조건과 재교육시스템은 여전히 많은 문제점을 안고 있다. 즉 영화계는 그동안 능력 있는 전문 인력이 지속적으로 유입될 수 있을만한 작업 여건마련에 소홀해온 것이 사실이다. 또 기술변화와 전문화가 빠른 속도로 이루어지고 있는 상황에서, 질 높은 영화제작에 요구되는 기존인력의 재교육기반도 제대로 정비되어있지 않은 형편이다.

영화관련 정규교육기관은 최근 20여년간 성장을 거듭해왔다. 1984년 영화진흥공사 부설로 한국영화아카데미가 설립되었고, 1990년대 중반 이후에는 대학에 본격적으로 영화관련 학과가 설치되었다. 그에 힘입어 1980년 이전 5개에 지나지 않던 대학(4년제와 2년제)의 영화관련 학과는 2000년에 이르러 모두 45개로 급격히 증가하였다(이상길, 2005, 83~84쪽). 그에 따라 1998년 635명이었던 대졸자 수도 2002년 1,252명으로 두 배 가까이 증가하였다(〈표 4-13〉 참조). 문화관광부 자료에 따르면, 정규교육기관의 관련전공학과 졸업생 수와 평균 산업진입률을 고려한 영화산업 전문 인력은 2003년부터 2008년까지 매년 1,036명이 배출될 전망이다. 이러한 인력공급의 적정성 여부는 산업성장 정도와 맞물려 있기 때문에 성급히 판단하기 어렵다. 그렇지만 현재의 성장속도가 계속 유지된다고 볼 때, 대체로 공급부족현상이 나타나다가 2007년 이후에야 해소될 것이라는 관측이다. 이러한 공급부족은 특히 기획,

디지털 기술 등 전문영역에서 심할 것으로 예상된다(한국문화콘텐츠진흥원, 2004, 157쪽).

〈표 4-13〉 영화산업 관련교육기관 졸업생 및 취업자 수

(단위: 명)

구분	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년
대학(2년제)	402	565	560	752	599
대학(4년제)	233	267	365	485	573
대학원	—	47	52	48	80
졸업자 수	635	879	977	1,285	1,252
취업자 수	519	727	807	1,058	1,036
취업자 증가율	—	28.6%	10.0%	23.7%	-2.1%

자료: 한국문화콘텐츠진흥원(2004), 〈문화콘텐츠 산업인력구조 및 직무분석: 애니메이션산업을 중심으로〉

정규교육기관을 통해서든 아니면 그 외의 경로로든 일단 새롭게 충원된 영화계의 제작 전문 인력은 열성적이고 헌신적인 노동에 걸맞지 않는 부당한 처우를 받게 된다. 게다가 이러한 현실은 어제오늘의 일이 아니다. 영화산업 전문 인력 고용형태의 특징은 90%이상이 작품별 고용계약을 하는 임시직 근로로서, 근로계약기간이나 노동시간 등 주요 근로조건을 보장받는 계약이 아니며, 따라서 고용안정성이 매우 취약하다. 구체적인 계약형식을 보면, 고용당사자인 제작사와의 개별계약 형식이 40%, 도급계약(팀 계약)이 약 41%, 외형상 개별계약 형식이지만 실질적으로는 도급계약인 경우가 18%로 대부분 도급계약의 형식을 취하게 된다. 이는 열악한 노동조건을 시발점이라 할 수 있다. 도급계약은 각종 사회보험으로부터 배제되어 있으므로, 피고용자는 고용 중 발생하는 재해위험과 실업위험에 그대로 노출되어 있다(한국문화콘텐츠진흥원, 2004, 159~160쪽). 이러한 조건에서 스태프들 가운데 68%가 1년에 한편 이하의 작품에 참여하며, 약 56%가 600만원 이하, 80%가 1,200만원 이하의 평균연봉을 받는다(〈표 4-14〉 참조). 연봉 300만원 미만의 스태프들도 약 16%나 된다.

〈표 4-14〉 영화 현장 스태프의 연간 참여 작품 수 및 임금수준

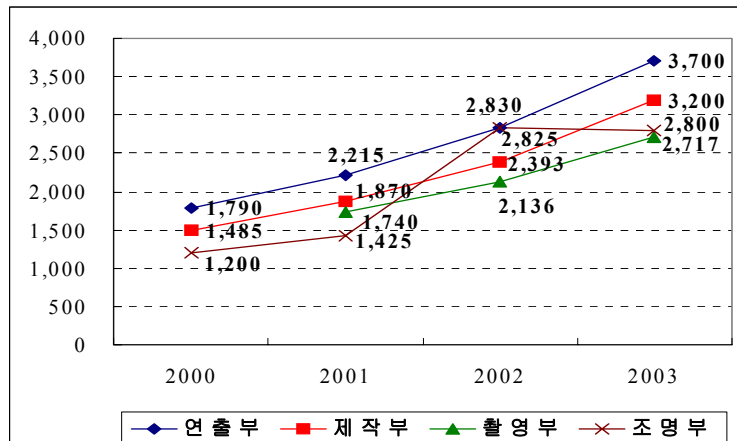
연간 참여 작품 수	빈도	비율	작품당 평균 수입	빈도	비율	환산 평균 연봉	빈도	비율
1편미만	18	12.2	300만원 미만	18	14.2	300만원 미만	20	15.7
1편	82	55.8	300만원 ~ 600만원	68	53.5	300만원 ~ 600만원	52	40.9
1.3편 ~ 1.5편	17	11.6	600만원 ~ 900만원	18	14.2	600만원 ~ 900만원	18	14.2
2편	22	15.0	900만원 ~ 1,200만원	13	10.2	900만원 ~ 1,200만원	12	9.5
2.5편 이상	8	5.5	1200만원 이상	10	7.9	1,200만원 이상	10	7.9
						1,500만원이상	13	10.2
전체 연간평균 작품 수: 1.24편			전체 작품당 평균 수입: 540만원			전체 환산 평균연봉: 634만원		

자료: 영진위 단체사업지원, 4부 조수연합(2004), 〈영화 현장스태프의 근로조건개선과 전문성 향상을 위한 연구〉

이러한 구조를 구체적인 예로써 설명해보자. 스태프들은 한 작품 당 팀 전체가 한꺼번에 혹은 개별적으로 제작사와 계약하게 된다. 최근에는 개별계약이 늘어나는 추세지만, 그렇다고 해서 팀 전체가 받는 임금이 크게 많아지는 것은 아니다(〈표 4-15〉 참조). 작업기간은 부서에 따라 달라지는데, 장소헌팅이나 캐스팅 등 사전제작에서부터 후반작업까지 관여하게 되는 연출부의 경우 한 작품에 1년을 넘기기도 하고, 촬영부나 조명부의 경우는 약 3~6개월이 걸린다. 연출부 평균임금을 4천만원 정도로 잡고, 이를 5명의 연출부가 나누어 가진다고 가정하면, 1,000~1,500만원 정도를 조감독이 가져가고 나머지 인원은 6~7백만원씩을 받게 된다. 결국 월급으로 따져보면, 매달 50~60만원 정도의 돈을 버는 셈이다. 그나마 이러한 살인적 저임금의 고용조차 전혀 안정적이지 못하며, 실업을 당하거나 은퇴한 후의 수입은 사회적으로 거의 보장되지 않는다. 영화산업의 현장스태프들은 이처럼 전문성을 제대로 인정받지 못한 채, 열악한 제작환경과 노동조건, 만성적인 고용불안 아래서 노동력을 착취당해왔다고 해도 과언이 아닐 것이다. 한국에서의 영화스태프에 대한 처우를 일본, 미국, 프랑스 등 다른 나라와 비교해보면, 그 상대적 후진성이 더욱 두드러져 보인다(〈표 4-16〉 참조). 이러한 상황에서 영화 전문인력들에게는 끊임없는 자기

〈표 4-15〉 영화 현장 스태프의 작품당 평균 인건비 변동 현황

(단위: 만원)



자료: 영화진흥위원회

〈표 4-16〉 영화산업 조수급 스태프의 노동조건 국제비교

	한국	미국	프랑스	일본
1일 노동시간 및 초과근무수당 지급여부	- 평균 16시간 - 지급기준 없음 (계약기간 초과시 50~80%지급)	- 기준시간 8시간 - 일별 지급기준 (초과 2.5시간당 1.5~3배 지급)	- 주당 39시간 (43~45시간은 1.25배, 45시간 이상 2배 지급)	- 평균 14시간 (계약기간 초과만 100% 지급)
고용계약형태	- 도급(팀), 작품별 계약이 일반적	- 주별 고용계약	- 기간계약(평균 35~40주 계약)	- 월별, 일별 계약 병행
임금지급방식	- 계약시, 중도금, 잔금의 3단계	- 일당, 주급 등	- 주단위 지급	- 월급제
사회보장 보험적용	- 거의 적용 안됨	- 영화산업연금 및 의료플랜혜택	- 사회보장보험 분담분을 제작자가 더 많이 부담	- 노동법에서의 사회보장을 받지 못함
기타	- 고용기회가 제한적이고 임금체불 등 부당노동행위 빈번히 발생	- 휴가, 휴일수당, 휴식시간 등의 관련제도 존재	- 예술종사자에 대한 실업수당 관련제도 존재	- 월급제 지급이 원칙

자료: 한국문화콘텐츠진흥원(2004), 〈문화콘텐츠 산업인력구조 및 직무분석: 애니메이션산업을 중심으로〉

희생이 강요되어 왔으며, “영화를 돈 벌려고 하나, 내가 좋아서 하지” 식의 예술가적 소명감, 그리고 ‘자유로운 창작자 혹은 프리랜서’로서의 자의식과 생활양식은 “자기착취(self-exploitation)”를 위한 강력한 이데올로기로 작용한다. 이는 다른 문화산업 종사자들에게서도 마찬가지로 나타나는 현상이지만, 영화계 종사자들에게는 환경이 열악한 만큼 더욱 심하게 부과되는 경향이 있다.

영화산업 현장스텝들의 처우가 열악한 근본적인 이유로는 대개 다음의 몇 가지가 꼽힌다. 첫째, 법적인 측면에서 이들의 이른바 ‘근로자성’이 모호하다는 점이다. ‘특수고용관계 종사자’로서 분류되는 스텝들은 일반 근로자가 가지는 노동 3권 등의 기본권을 누릴 수 없었다. 근로기준법 상의 ‘근로자’가 되려면 노동자가 사용자의 지휘, 명령, 감독 아래서 일정한 노동을 제공하는 사용종속관계를 맺고 있어야 하는데, 영화제작의 특수한 조건과 고용방식은 스텝들이 제작사에 귀속돼 자신의 노동력을 제공하고 임금을 받는다는 사실을 불분명하게 만들었기 때문이다. 그에 따라 모호해진 이들의 법적 정체성은 근로기준법과 노동조합법 상의 권리를 보장받지 못하게 만드는 장애가 되었다. 둘째, 스텝들의 계약방식이 작품계약, 도급계약 위주로 이루어지다보니, 계약기간이나 고용주 등이 불명확하다는 점이다. 셋째, 아직까지 영화산업의 산업예비군 규모가 상당히 크다는 점이다. 이는 물론 전문분야별로 사정이 다를 수 있다. 그러나 다소 일반화시켜 말하자면, 매년 제작되는 영화들의 필요인력에 비해, 작업참여를 원하는 사람들 수가 월등히 많은 편이다(한국문화콘텐츠진흥원, 2004, 161쪽). 이외에도 영화계에 일반화되어 있는 도제식 인력양성시스템 또한 저임금의 중요한 요인이라 할 수 있다. 즉 도제시스템 아래서 막내급들은 전문성이 부족한 수습 내지 잉여인력에 가까우며, 이는 제작사로 하여금 낮은 수준의 급여제공을 정당화하도록 해준다.

국내외 정규교육기관을 통해 배출되는 영화 전문 인력이 점점 더 많아지고, 사회적으로 인권과 노동자 기본권에 대한 인식수준이 높아지면서, 영화스텝들 사이에서도 제작환경의 개선과 정당한 대우를 요구하는 목소리가 커지기 시작했다. 영화산업의 규모가 성장하면서, 이러한 주장을 수용할 수 있는 여지 또한 넓어진 것이 사

실이다. 그와 함께 스태프들에 대한 열악한 처우를 합리화했던 원인들도 점차 개선될 조짐을 보이고 있다. 우선 2001년 현장에서 피해를 입은 스태프들이 인터넷 상에서 결성한 모임 ‘비둘기둥지’로 시작된 총무로 노동운동이 2005년 12월 15일 전국영화산업노동조합의 발족으로 결실을 맺었다. 영화노조는 2006년 1월 2일 노동부로부터 노동조합설립신고증을 발부받음으로써 공식적인 인정을 얻었다. 이는 노동부가 영화스태프들의 ‘근로자성’을 적극적으로 해석했다는 의미이며, 앞으로 노동시장과 노동조건의 불합리성을 고쳐나가는 데 있어 합법적 이익단체로서 영화노조의 역할이 중요해지리라는 의미이기도 하다.

우선 한 가지 분명한 것은 제작사 쪽에서 먼저 저임금과 부당한 처우, 열악한 노동환경, 불안정한 고용을 해결하려는 의지를 적극적으로 보여야 한다는 점이다.¹⁰¹⁾ 이 모든 악조건을 견디지 못한 스태프들이 현장을 떠나면, 그 자리를 다시 미숙련 스태프들이 채우게 된다. 이는 저임금을 정당화할 뿐만 아니라, 결과적으로 작품의 질을 떨어뜨리고 영화기술의 발전을 저해하는 악순환 구조를 만들어낸다. 그러므로 이 악순환의 고리를 끊기 위해서는 제작사 측이 먼저 최저임금의 보장과 고용계약의 합리화를 비롯해, 기존 관행들의 개선에 솔선수범할 필요가 있다. 그런 상태에서 공공기관과 제작사, 노조 등이 공동으로 스태프들의 전문성 강화를 위한 대안 마련에 나서야 할 것이다. 현재 계약형식에 있어서도 차츰 개별계약이 늘어나고 있는 추세이고, 이는 영화노조의 활동에 따라 더욱 탄력을 받을 것으로 보인다. 제작사와 노조 간의 합의 하에 합리적인 표준계약서가 분야별, 직능별로 만들어지고, 실제 현장에서 쓰인다면 여러 부조리한 문제들이 많이 개선될 수 있을 것이다. 표준계약서 안에는 공통적으로 급여 지급방식, 노동시간 및 노동조건, 시간 연장이나 야근 등 초과근무 관련 내용, 그리고 현장에서의 정확한 임무와 권리 등이 명기되어야 한다. 정책적인 차원에서도 영화산업의 고용관행을 개선시키고 회계의 투명성을 높이기 위해, 제작사가 개별계약을 채택하는 경우, 고용계약서로 입증된 인력에 대해 지출된

101) 이는 사실 제작사의 수익성과도 직결되어 있는 문제이며, 부율조정은 이러한 견지에서도 시급한 과제라고 할 수 있다.

노동비용을 소득공제해주는 식의 세제혜택을 고려해볼만하다(Cf. 김은경, 2005).

계약방식의 변화는 한국영화계의 전통적인 인력수급 및 교육방식이었던 도제시스템의 붕괴를 한층 촉진시킬 것으로 보인다. 도제식 인력양성시스템은 팀 내부에서의 업무관리와 감독, 자체 내부의 교육과 평가, 승급을 통해 감독급을 포함한 전문영화인력을 공급해 왔다. 이 제도는 전문적인 영화교육기관이 거의 없다는 점 하에, 한국영화가 산업으로서의 규모를 제대로 갖추지 못했던 시절, 저임금으로 영화제작 현장을 떠받치는 가장 중요한 토대 역할을 했다. 도급계약방식은 이러한 도제제도를 바탕으로 한 것이다. 하지만 개별계약제가 충무로에 도입되면서 계약제도로써 도제의 의미는 퇴색했으며, 열악한 환경으로 신규인력을 구하기 힘든 상황에서 이전에 비해 팀 내부의 구속력과 폐쇄성 역시 많이 약화되었다(안영진, 2003, 2쪽). 전문 인력의 기초소양교육이 대학을 비롯한 정규교육기관 중심으로 이루어져가는 현실 또한 도제제도의 해체를 가속화시키는 요인이 되고 있다. 그렇다면 이러한 현실을 인정한 바탕 위에서, 도제시스템을 대체해 스태프들의 전문성 제고에 이바지할 수 있는 재교육 프로그램을 활성화할 필요가 있다. 영화진흥위원회 영화아카데미는 이미 2003년부터 본격적으로 현장영화인 재교육사업을 벌이고 있다. 영화제작 전반에 걸친 다양한 분야의 단기교육프로그램을 개설함으로써 기존 인력의 전문성 향상에 이바지하고 있는 것이다. 이는 현재 제작사나 직능조직이 실질적으로 주도하기 어려운 재교육을 공기관이 주축이 되어 이끈다는 점, 그리고 영화아카데미의 새로운 위상정립에도 도움이 된다는 점에서 바람직한 일이다. 장기적으로는 공기관과 더불어(영화노조를 비롯한) 다양한 직능조직들이 재교육 프로그램을 독자적으로 기획, 운영할 수 있는 역량을 갖추어야 할 것이다. 이는 직원들의 결속력을 높이고, 조직의 역량을 강화할 수 있다는 적극적인 장점 또한 지닌다. 제작사는 재교육 프로그램을 통해 배출되는 인력들에 대한 고용과 처우를 우대함으로써, 이 시스템의 정착에 기여할 수 있다. 할리우드와 같이 직능별 조합과 제작협회 간의 협상을 바탕으로 재교육 수료생만을 조수급 스태프로 채용한다든지, 프랑스의 직업카드 제도와 같이 숙련공 자격의 취득요건에 재교육 수료를 넣어 권리를 법적으로 보장해주는

방안 등은 하나의 예가 된다(안영진, 2003, 4쪽). 정부에서는 일종의 세제지원으로, 제작사가 전문 인력 양성을 지원하기 위해 투자한 교육훈련비를 소득에서 전액 공제해주고, 영화산업 종사자가 개인적으로 지출한 직무관련 교육훈련비 역시 일반 근로자들의 경우와 마찬가지로 소득공제를 해줄 수 있을 것이다(Cf. 김은경, 2005).

다. 비주류영화의 활성화

시장에서의 성공에 요구되는 지배적 감수성을 바탕으로 상업적 이윤추구를 일차적인 목적으로 생산되는 영화를 ‘주류영화’라고 한다면, 그렇지 않은 모든 영화들, 이른바 ‘예술영화’, ‘독립영화’, ‘작가영화’, ‘저예산영화’¹⁰²⁾ 등을 통틀어 ‘비주류영화’라고 이름붙일 수 있을 것이다. 자본주의 시장에서 주류영화와 비주류영화는 영화작품 자체의 성격이나 지향성에 있어서 뿐만 아니라, 물질적, 경제적인 토대에 있어서도 상당한 차이를 보인다. 즉 전자가 메이저급 영화사에서 대규모의 예산을 들여 제작되고, 활발한 마케팅과 대량상영의 방식을 통해 관객 수와 수익을 극대화하고자 한다면, 후자는 대체로 소규모의 예산으로 제작되어 소수의 개봉관(혹은 대안적 유통경로)을 통해 관객과 만나며 감독 개인의 주제의식과 스타일의 표현을 강조한다. 이러한 맥락에서 메이저시장과 마이너시장의 분화, 그리고 긴장관계가 존재하는 것이다.

2000년 이후 한국영화산업의 성장이 영화문화의 다양성 확보에 반드시 긍정적으로 작용했던 것만은 아니다. 물론 연간 한국영화 제작편수가 증가하고, 일정한 수준의 질을 갖춘 영화들이 많아진 것은 사실이다. 스크린 수가 엄청나게 증가하면서, 영화 관람의 편이성과 접근성 또한 높아졌다. 하지만 시장논리의 심화는 표준적인

102) 이 용어들은 일반적으로 널리 쓰이고 있으며 경우에 따라 혼용되기도 하지만, 명확한 정의를 가지고 있지는 않으며 상호관계 또한 모호하다. 예컨대 독립영화는 대개 저예산이지만, 저예산영화 가운데는 상업영화도 많다. 또 모든 예술영화나 작가영화가 독립영화로, 혹은 저예산영화로 제작되는 것도 아니다. 이 글에서는 논쟁의 여지가 많은 용어의 정의 문제(Cf. 강한섭, 2004)는 편의상 제쳐두고, 일상적이며 느슨한 의미로 이 용어들을 쓰기로 한다.

기획의 양산과 소비자 취향에의 영합, 블록버스터의 제작경쟁을 초래했으며, 멀티플렉스는 소수의 상업영화에 소비를 집중시켰다.¹⁰³⁾ 결국 영화산업의 발전은 주류영화와 비주류영화 사이의 다양성을 저해하는 요소로 작용하였다. 90년대 중후반까지만 하더라도 국내외의 ‘예술영화’, ‘작가영화’가 상업적 성공을 거두는 사례까지 있었고, 독립영화와 저예산영화에 대한 사회적 관심 또한 적지 않았다. 그러나 현재 영화산업의 발전은 이러한 비주류영화의 성장과 함께 이루어지지 못한 채, 도리어 세 위축을 불러일으키고 있는 형편이다.¹⁰⁴⁾ 이것이 비주류영화의 질적 수준 탓이기보다, 투자와 배급 상의 구조적 요인들 때문이라는 데 바로 문제의 심각성이 있다. 특히 최근 가속화되고 있는 영화산업의 수직적 통합과 극장시장의 과점 경향은 비주류영화들의 배급과 상영기회를 원천적으로 축소시키고 영화문화의 다양성을 저해하는 근본요인이 될 수 있다는 점에서 각별한 주의를 필요로 한다.

앞에서 지적한 바 있듯, 2000년 이후 영화산업의 시장 규모가 커지고 콘텐츠 소비

103) 김미현, 최영준, 전범수(2004)는 90년대 말 이후 멀티플렉스의 확산으로 인한 전체 스크린 수의 증가가 외화관람객의 증가를 가져온 반면, 반드시 한국영화 관람객의 증가를 가져왔다고 보기 어렵다고 지적한다. 시장에서 오랫동안 경쟁력을 인정받은 외화는 스크린 수 증가가 상영관 수의 증가로 이어져 공급이 확대된 반면, 브랜드 가치가 상대적으로 낮은 한국영화는 상영관 수의 증가로 이어지지 못해 시장규모의 성장에 직접적인 영향을 미치지 않는 것으로 보인다. 남지원(2005)은 이 문제와 관련해 흥미로운 분석을 제시한다. 그에 의하면, 멀티플렉스의 증가와 더불어 한국영화의 관객수가 급격히 증가했으나, 일인당 외국영화의 관람회수 역시 안정적으로 증가했다. 이는 외국영화를 꾸준히 관람하는 관객들이 외국영화와 비슷한 한국영화, 즉 흥행성이 높은 한국영화를 관람하는 회수가 증가하는 식으로 한국영화가 성장하였을지 모른다는 추론을 가능하게 한다. 즉 멀티플렉스가 전체 영화시장의 확대에 원동력이 되고, 그 덕분에 한국영화와 외국영화의 균형 있는 성장이 가능해진 것은 사실이나, 그 직접적인 혜택은 정확하게는 흥행성 있는 상업영화가 받았다고 보는 편이 옳다는 것이다. 멀티플렉스 중심의 상영구조는 영화의 국적과 관계없이 상업성이 높은 영화의 소비를 증대시키면서, 장르의 다양성을 훼손시켰다는 것이 그의 주장이다.

104) 이는 사실 비주류영화들이 국내의 다양한 영화제들을 제도화된 공간으로 확보하게 된 것과도 관련이 있다.

창구가 증가하면서 멀티플렉스를 기반으로 한 대기업들은 꾸준한 수직적, 수평적 통합을 통해 종합 엔터테인먼트 기업화 전략을 취하게 되었다. 즉 영화산업, 나아가 엔터테인먼트 산업의 높은 흥행 위험과 제작비용의 상승이라는 문제를 방어하기 위해 다양한 창구의 연합을 통해 콘텐츠의 활용도를 극대화하고 거래비용을 절감하고자 하는 것이다. 대기업의 수직계열화는 2004년에 CJ엔터테인먼트가 시네마서비스 계열 멀티플렉스 체인인 프리머스 시네마를 인수하면서 영화산업의 독과점 수위에 대한 논란까지 불러일으킨 바 있다.¹⁰⁵⁾ CJ가 프리머스 인수를 통해 투자-제작-배급-상영에 이르는 영화산업 전 분야에서 실질적으로 독점적인 지위를 확보했다고 할 수 있기 때문이다. 만약 CJ(시네마서비스 인수와 관련하여)와 같은 기업이 수직적으로 통합된 각 단계에서 자신의 시장지배력을 행사할 경우 최종 상영 단계에서 소비자들이 선택할 수 있는 상품, 즉 영화의 다양성은 원천적으로 감소할 수밖에 없다(남지원, 2005). 즉 소수의 블록버스터나 대형 상업영화가 스크린의 절대다수를 독점해버리는 상황에서, 예술영화나 저예산 영화들은 시장에서 스크린을 확보하기가 더욱 어려워지며, 영화의 성과도 작품의 질보다는 배급력과 마케팅으로 결정되는 경향이 커진다. 가장 최근의 예로, 2005년 12월 CJ는 자사가 제작한 영화 <태풍>

105) 공정거래법 상 독과점업체는 1개사 시장점유율이 50% 이상이거나 상위 3개사 시장점유율이 75% 이상인 경우가 해당된다. 하지만 독과점 금지의 목적이 소비자 보호에 있기 때문에, 영화산업의 특성상 법적 수치보다는 시장에서의 실질적 영향력을 기준으로 공정거래위원회가 경쟁제한성 여부를 판단할 수도 있다. 류형진(2005)에 따르면, 최근 한국의 극장시장에서 CGV, 메가박스, 롯데시네마 3사는 약 50%의 실질적인 시장지배력을 발휘하고 있으며, 3사 중 한 회사가 독점적인 지위를 확보하지 않은 상태이기 때문에 경쟁적인 과점체제로 볼 수 있다. 하지만 2004년 CGV가 프리머스를 인수한 이후, CGV-프리머스가 멀티플렉스 시장 내에서 과반 이상의 스크린과 관객 지분율을 차지하면서 이러한 경쟁구도가 깨질 위험이 나타난 것이 사실이다. 하지만 CGV-프리머스 연합 이후에도 CGV의 완전한 독점이 아직 실현되지 않고 있으며, 3사간의 경쟁이 활발하기 때문에 담합에 의한 독과점체제가 이루어질 가능성은 희박해보인다. 오히려 현재의 과점체제는 3사 내부의 경쟁을 격화시키는 동시에, 3사 외부에 대한 불공정한 경쟁 제한적 행위를 불러올 가능성이 크다.

을 역대 최대 규모인 530여개 스크린에서 상영함으로써, 작품에 대한 비평가들의 평가나 관객들의 호응도와 상관없이 350만명 이상을 동원한 바 있다. 시장지배력의 행사에는 불공정거래행위 또한 뒤따를 수 있다. 다른 배급사 영화에 비해 자기 계열 배급사의 영화를 훨씬 더 오래 상영해주는 ‘밀어주기’ 관행이라든지, 경쟁관계에 있는 배급사 극장에 대한 프린트 별수 제한, 중소규모의 지방극장에 대한 압력, 편법 상영 등이 나타날 수 있는 것이다. 아직 영화산업의 수직계열화와 대기업 3사의 시장지배적 지위가 법적 규제가 필요한 수준에까지 이른 것은 아니지만, 공정한 거래 질서를 확립하기 위한 노력이나 조치가 강구될 필요가 있다는 지적들이 이러한 맥락에서 나온다. 할리우드의 반독점법처럼 투자배급업과 극장업의 겸업을 금지하는 제도라든지 특정한 영화의 배급규모에 제한을 두는 제도가 신중히 검토될 필요가 있는 것이다.

수직적으로 통합된 몇몇 대기업 중심의 영화산업 질서(과점체제)가 경제논리에 의해 어느 정도 불가피한 측면이 있으면서도 영화문화의 다양성과 경쟁력 확보를 위해 견제되어야 한다면, 마찬가지로 목적에서 비주류 영화의 활성화를 위한 좀 더 적극적인 정책들의 시행도 가능할 것이다. 먼저 투자의 차원에서 저예산, 예술영화, 독립영화를 위한 전문투자조합의 설립, 프로젝트별 제작지원사업의 확대 등이 요구된다.¹⁰⁶⁾ 영진위의 지원사업은 물권담보유자, 저예산 예술영화 제작, 독립영화 제작, 디지털 장편영화 배급 등을 대상으로 꾸준히 이루어지고 있지만, 사업목표의 명분에 의한 선언적 의미가 강하고 현실적으로 한계가 있다는 지적이 있다. 따라서 조세혜택을 통한 투자자금의 적극적 유인을 시도해볼만하다. 예를 들어, 비주류영화에 대한 투자를 활성화하기 위해 제작비 공제를 법제화하는 방안이 있을 것이다. 이를테면, 전년도 기준 평균제작비 미만의 예산을 지출한 비주류영화의 경우, 국내에서 지

106) 2004년 <문화백서>에 따르면, 상영시간 40분 내의 단편영화는 대략 550~600여 편, 학생작품을 제외한 순수 독립영화(중단편 포함)는 약 300편 정도 제작된 것으로 추정된다. 영화진흥위원회는 1998년부터 2002년까지 이러한 영화들을 187편 제작 지원하였다(한국문화콘텐츠진흥원, 2004, 145쪽).

출된 제작비가 총제작비의 일정비율 이상을 차지할 때, 제작비의 일정비율을 공제 해줄 수 있다. 이 때, 세부적인 제작비나 지원대상 영화의 성격규정 등은 영화산업의 특성과 변화를 감안하여 영진위가 구체화시키면 된다(김은경, 2005). 또 미국의 예를 본떠, 충무로의 영화제작 수익금의 일부에 대한 세금환급제도를 활용해 자발적인 기부금 형태로 기금을 조성하고, 이를 바탕으로 예술영화나 저예산영화의 투자기금을 마련하는 시스템을 구축해볼 수도 있을 것이다(박철, 2003, 114~115쪽).

비주류영화가 직면한 가장 큰 난점은 사실 투자나 제작보다는 배급과 상영 쪽에 있다. 저예산 상업영화의 경우, 메이저사들에서도 시장세분화나 위험분산, 틈새시장 개척, 이미지 관리 등의 차원에서 부분적으로나마 배급과 상영을 시도하고 있다. 또 예술영화, 작가영화는 백두대간, 독립영화는 인디스토리나 미로비전, 필름메신저를 비롯한 전문배급사가 있다. 문제는 이들이 수익을 제대로 내지 못한다는 것이다. 그렇다면 비주류영화 배급의 목표는 수익창출을 위한 최소한의 스크린 수 확보와 최소상영기일을 보장하는 시스템의 구축, 그리고 창구의 다양화 등에 있을 것이다. 이를 위해 우선 현재 21개가 등록되어 있는 전용상영관을 한국예술영화, 독립영화, 청소년영화, 환경영화, 단편영화, 애니메이션 등으로 분화, 확대시키는 작업이 필요하다. 각 지역에 시네마테크를 확산시키는 일도 중요하다. 한편 영화진흥위원회는 2003년부터 예술영화 등의 상영관에 대한 현금보조금을 지원하고 있다. 이는 비주류 영화에 정책적으로 더 많은 상영기회를 제공하기 위해서, 그런 작품을 상영하는 경우 발생할 것으로 예상되는 예술영화관의 매출감소분을 보전해주는 지원책이다.¹⁰⁷⁾ 그러나 예술영화관 네트워크인 ‘아트플러스’ 영화관의 수가 10개 전후로 적고, 극장시설 및 입지조건이 양호하지 못한 경우가 많다(<표 4-17> 참조). 또 예술

107) 2005년도에 선정된 아트플러스 영화관은 연간 219일 이상 예술영화, 다양성 영화를 상영하여야 하고, 이중 70일 이상은 한국 국적 작품이어야 하며, 이러한 상영의무를 지키는 경우 ① 기본보조금(좌석점유율 8% 매출규모), ② 인센티브 보조금(한국 국적 추가상영/프로그래밍 사후평가 기본지원금의 최대 40%), ③ 프로그래밍 실비 보조금을 지급 받게 된다.

영화관에서 외국 예술영화의 상영이 큰 비중을 차지하는 반면, 한국 예술영화 상영 비중은 미미하며, 예술영화 개봉이 일반화되어 있지 않고, 교차상영이나 재상영, 기획상영 방식이 주를 이룬다는 특징을 지닌다. 그 때문에 이 영화관들은 현재 비주류 영화가 극장에서 관객과 만날 수 있는 최소한의 기회를 보장해 주는 역할은 수행하고 있으나, 실제 대안적 배급통로로 기능하는 데까지는 이르고 있지 못하다(김현수, 2003, 2005). 이러한 문제점들을 극복하기 위해 예술영화관 네트워크를 이용한 동시개봉이나 순회상영 등의 방안도 좀 더 적극적으로 시도해볼만 하다. 아트플러스 네트워크에 DLP(Digital Lighting Processing) 프로젝터가 제대로 갖추어져 있지 않아, 대부분 디지털 영화인 독립영화 상영에 큰 장애가 되고 있는 현실도 빨리 시정되어야 한다.

〈표 4-17〉 ‘아트플러스’ 예술영화관 현황

2003년도			2004년도			2005년도		
상영관명	지역	좌석수	상영관명	지역	좌석수	상영관명	지역	좌석수
하이퍼텍 나다	서울	147	하이퍼텍 나다	서울	147	시네코아 5관	서울	242
엠포크 4관	서울	104	뤼미에르 3관	서울	133	씨네큐브 1관	서울	293
뤼미에르 3관	서울	133	씨어터 2.0	서울	70	필름포럼 2관	서울	300
씨네큐브	서울	293	시네코아 5관	서울	242	하이퍼텍 나다	서울	147
아트큐브	서울	78	광주극장	광주	862	광주극장	광주	862
씨어터 2.0	서울	70	DMC 부산6관	부산	124	전주 아카데미홀	전주	333
씨네 아시아	대구	524	프리머스 제주 5관	제주	129	대전국제 문화센터	대전	196
DMC 부산6관	부산	124	제일극장	목포	390	동성아트센터	대구	201
광주극장	광주	862	동성아트홀	대구	201	DMC 부산8관	부산	131
프리머스 제주 5관	제주	129				수원드림 플러스3관	수원	140
10개관			9개관			10개관		

독립영화의 경우, 예술영화나 저예산 상업영화와 다른 운동성을 분명히 표방하고

있기 때문에, 배급과 상영에 있어서도 대안성을 강화하려는 노력이 치열하다. 특히 2005년 배급위원회를 구성한 한국독립영화협회는 배급과 상영의 큰 틀을 새롭게 정비하고 구체화해나가는 작업을 추진하고 있다. DVD와 VHS 제작, 판매 등 전방위적 유통을 포괄하는 배급, 그리고 극장이나 방송 등 기존 창구뿐만 아니라, 대학교나 문화회관, 지역회관 같은 비극장시설, 온라인 영화관 등을 이용하는 상영 등이 그 틀 안에 포함된다. 영진위는 2004년부터 독립영화 DVD제작과 배급 지원사업을 벌이고 있고, 독립영화와 예술영화를 아우르는 다양성을 위한 마케팅 지원사업을 시행하고 있다. 2004년부터 CGV에서는 인디영화 전용상영관을 개설하여 다양한 독립영화, 예술영화 작품들을 상영하고 있다. 여기에 일정기간 동안 안정적으로 독립영화를 볼 수 있는 전용관이 확정된다면, 독립영화의 배급과 상영시스템도 최소한의 기반은 갖추 수 있을 것으로 여겨진다(김용언, 2005).

마지막으로 비주류영화를 활성화하기 위한 좀 더 근본적이고 장기적인 정책은 결국 영상문화의 저변확대를 위한 교육이라는 점이 강조되어야 할 것이다. 새롭고 실험적이고 창조적인 영화들을 다양하게 감상할 수 있는 눈을 갖춘 관객의 양성이야말로 독립영화, 예술영화, 작가영화, 저예산영화들의 생존과 성공을 보장하는 가장 확실한 기초작업이다. 이를 위해 학교와 지역사회에서 영상관련 정규, 비정규교육을 실시하고, 시네마테크와 영상 라이브러리의 운영, 지역별 영화상영 등을 주도해 나갈 필요가 있다. 또 그러한 교육과 문화의 거점으로서 영상미디어센터 ‘미디어팩트’와 시네마테크 전용관인 서울아트시네마의 활동을 더욱 강화해나가야 한다. 특히 시네마테크의 정착과 발전을 위해서는 조속한 독립공간의 확보와 필름 아카이브 구축이 필수적이다. 국내 아카이브가 있고 일정 기간의 상영권도 가지고 있다면, 안정적인 프로그램을 운영할 수 있고, 아주 적은 비용으로 영화를 상영할 수 있으며, 지방 상영도 용이해질 것이다(김수정, 2005).

4. 나가며

이상에서 우리는 90년대 이후 한국에서 영화정책과 영화산업이 어떻게 전개되어

왔는지 살펴보고, 그러한 역사적 맥락 위에서 형성된 현재의 영화산업이 어떠한 문제들을 안고 있는지 짚어보았다. 이 문제들은 정책적 개입과 조정을 필요로 하며, 그와 같은 산업과 정책, 경제와 정치의 길항작용 속에서 영화문화가 틀 잡힌다는 전제가 우리 논의의 바탕에 깔려있었다. 최근 영화계 종사자들의 잇따른 조직화와 집단행동은 이 길항작용에 중요한 변수로 등장했다. 2005년 12월 6일에는 범영화인으로 구성된 「한국영화산업구조 합리화 추진위원회」가 출범했다. 추진위는 상영-제작간 수익분배구조의 개선, 부가관련시장 정상화, 제작시스템 합리화 등을 우선과제로 선정하고 멀티플렉스 측과 개선방안 마련에 들어갔다. 또 한국영화제작가협회에서는 영화제작시스템을 합리화하기 위해 구체적인 자료를 토대로 표준제작규약을 준비하고 있는 것으로 알려졌다. 한편 2005년 11월 30일과 12월 15일에는 영화인조합과 전국영화산업노동조합이 각각 발족했다. 영화인조합이 영화감독, 촬영감독, 시나리오작가, 미술감독 등 영화업계 종사자들의 직능단체로서, 세 결집을 통해 동업자들의 권익을 보호하려는 성격을 띠다면, 영화노조는 합법적인 노동자 단결체이다. 두 단체는 제작기 단체협약안을 작성 중이며, 영화노조는 작업환경개선, 4대 보험 적용 등을 주장하고 있다. 현재 영화노조에는 연출, 촬영, 조명, 제작부 소속으로 700여명이 가입되어 있는데, 미술, 의상, 녹음, 분장, 운송, 스티트맨 등의 산하 직능별 하부 조직까지 갖추게 되면, 장기적으로 영화 제작에 참여하는 모든 인력을 포괄하는 노조로 거듭나게 된다(〈한겨레〉, 2006년 1월 2일자 참조). 이러한 조직과 단체들의 주체적 개입에 의해 영화산업의 고질적인 문제점들이 점차 합리적인 방향으로 개선된다면, 이는 더욱 질 높은 영화의 제작과 다양한 공급을 통해 영화문화의 진작에도 크게 기여할 수 있을 것이다.

이 글에서는 다루지 못했지만, 정보기술과 문화 전반에서의 디지털화의 진전은 이미 영화산업과 영화문화에도 큰 변화를 가져오고 있으며, 곧 정책의 주요과제로 떠오를 것으로 전망된다. 정보통신과 멀티미디어 기술의 발전으로 텍스트, 음성 및 영상콘텐츠의 디지털화, 온라인화가 급속하게 진행되면서 영화의 제작, 배급, 상영, 수용방식에 이르기까지 전 과정에 많은 변화가 이루어지고 있다. 이러한 대변동은

아직도 진행 중이며, 앞으로 그 파급효과를 예측하기도 쉽지 않다. 한 가지 명확한 사실은 이러한 변화의 흐름에 대한 적절한 대응 여부가 미래의 한국영화산업과 영화문화의 향방을 좌우할 것이라는 점이다.

벌써 컴퓨터와 인터넷, 디지털 기술의 사용은 한국영화의 투자에서 상영에 이르는 모든 단계를 질적으로 변화시켰다. 이제 영화생산과 수용의 어떤 국면에서든 디지털 기술이 개입되지 않은 부분은 찾아보기 어려울 정도다. 인터넷을 통해 시나리오와 배우를 공모할 뿐만 아니라, 영화 제작비의 부분적인 조달과 홍보까지 자연스럽게 이루어지고 있다. 최근 1~2년 사이에는 영화현장의 각 부문이 아날로그에서 디지털로의 전환을 겪고 있다. 사전제작과 콘티 작성에 컴퓨터 소프트웨어가 동원되고, 저렴한 비용과 뛰어난 화질을 앞세운 HD카메라가 충무로 상업영화에 새로운 가능성으로 자리 잡았다. 디지털편집과 녹음기술은 이미 완전히 정착되어 있으며, 디지털 색보정과 컴퓨터 그래픽의 비약적인 발전이 한국영화에 좋은 ‘때깔’을 입히고 있다. 디지털 영사기와 서버를 갖춘 멀티플렉스의 수도 점차 늘어나는 중이다. 2005년 10월 디지털위성방송 서비스가 개시되면서, 한국도 이제 본격적인 멀티미디어 다채널의 시대로 접어들었다. 디지털 기술의 발달과 네트워크의 광대역화로 미디어간 융합현상이 가속화되면서 영상콘텐츠의 디지털화는 더욱 중요해지고 있다. 특히 디지털화와 온라인화의 급속한 진행은 이제까지 가능하지 않았던 영역에서 새로운 창구의 창출을 가능하게 함으로써, 산업뿐만 아니라 일상문화의 전반적인 판도에도 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 또한 인터넷이나 모바일 미디어를 위한 맞춤형 영화가 따로 제작되고 있으며, 그러다보니 상호작용성이나 작은 화면, 이동중 관람과 같은 미디어 특성에 맞는 영화형식과 미학이 개발되고 실험되기도 한다(강승묵, 2005; 이동후, 2003). 디지털영화가 일반화되면, 영화의 고전적 서사나 작가 개념조차 변할 수밖에 없을 것이라는 전망도 나온다(오진곤, 2001). 수용자 문화 역시 큰 변화를 겪고 있다. 온라인 불법유통과 같은 영화수용 양상이 일반화되어버렸으며, 이는 DVD 판권과 같은 부가시장의 성장에 결정적인 장애가 되고 있을 정도다. 하지만 문제는 이러한 현상을 기술적으로나 법적으로 제대로 통제하기도 어려운 상

황이라는 것이다. 더욱이 최근 인터넷상 불법 다운로드의 규제를 강화한 저작권법 개정안을 둘러싸고 비판적 여론이 전개되는 상황은 디지털화가 인식과 문화의 차원에까지 미친 심층적인 영향력을 보여준다. 이를테면, ‘접속’과 ‘공유’, ‘카피레프트’의 정신이 그것이다. 이러한 예는 장차 영화산업과 문화에 대한 정책적 개입이 경제적 효율성이나 법적 정당성과 같은 기존의 가치기준을 넘어서, 훨씬 더 창조적이고 유연하며 종합적인 사고능력을 요구할 것이라는 점을 분명히 드러낸다.

참 고 문 헌

- 강승묵(2005). 모바일 전용 영화의 이미지 스타일에 대한 연구. 『영화연구』, 25, 93 ~ 122.
- 강한섭(2004). 『한국의 영화학을 만들어라』. 서울: 삼우반.
- 김동호 외(2005). 『한국영화 정책사』. 서울: 나남출판
- 김미현(2005). 『한국영화 수익성 분석과 투자활성화 방안』. 영화진흥위원회.
- 김미현 · 최영준 · 전범수(2004). 『한국영화산업 규모예측과 성장요인 분석』, 영화진흥위원회.
- 김수정(2005). 시네마테크의 안정화를 위한 필수 조건들. 『한국영화 동향과 전망』, 4월호.
- 김은경(2005). 영화산업에 대한 조세지원정책 연구. 『EU학 연구』, 10(2). 출판예정.
- 김은영(2004). 한국영화의 생존력 제고를 위한 연구: 수직통합 모델의 도입과 완성. 『영화연구』, 24, 41 ~ 59.
- 김현수(2003). 예술영화관 현황과 전망. 『한국영화 동향과 전망』, 9월호.
- _____(2005). 예술영화관 전국 네트워크 <아트 플러스>. 『한국영화 동향과 전망』, 4월호.
- 남지원(2005). 한국영화 산업의 시장구조 변화 및 정책방안 연구: 멀티플렉스를 중심으로. 『영화연구』, 25, 123 ~ 151.
- 도동준(2005). 영화산업 인수합병 현황. 『한국영화 동향과 전망』, 6월호.

- 류형진(2005). 『멀티플렉스 산업연구』. 영화진흥위원회
- 박 철(2003). 저예산영화 투자 제작 배급시스템에 대한 연구. 『영화연구』, 통권 제 22호, pp.99~123.
- 안영진(2003). 영화인 재교육 프로그램 - 한국영화 성장 촉매제. 『한국영화 동향과 전망』, 11월호.
- 오진곤(2001). 디지털 시대와 새로운 이미지 표현으로서의 디지털영화. 『영화연구』, 17, 223~242.
- 유세경·김숙(2003). 한국영화산업의 시장구조적 변화와 영화흥행 관련성에 관한 연구. 『미디어 경제와 문화』, 1(3), 58-93.
- 윤재식(2002). 『방송영상 콘텐츠 제작, 투자 및 성과』, 한국방송진흥원.
- 이동후(2003). 인터넷 영화의 혼성적 성격에 관한 고찰. 『한국방송학보』, 15(2), 233-268.
- 이상길(2005). 1990년대 한국 영화장르의 문화적 정당화 과정 연구 - 영화장의 구조 변동과 영화 저널리즘의 역할을 중심으로. 『언론과 사회』, 13(2), 63-116.
- 이상길·박진우(2004). 『프랑스방송 - 구조, 정책, 프로그램』. 서울: 한나래.
- 정현창(2005). 전세계 영화산업 중 한국영화산업의 위치. KOFIC, 3월호.
- 한국문화콘텐츠진흥원(2004). 『문화콘텐츠 산업인력구조 및 직무분석: 애니메이션 산업을 중심으로』.
- 한국영화진흥위원회(2004). 『한국영화연감』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 한선희(2005). 여의도와 충무로 제2그라운드. 『필름2.0』, 246호.
- 황동미(2002). 방송사들의 영화산업 진출: 가까이 하기엔 너무 멀었던 방송과 영화, 한 배를 타다. 『한국영화 동향과 전망』, 8, 9월호.
- 황동미 외(2001). 『한국영화산업구조 분석: 할리우드 직배이후를 중심으로』. 영화진흥위원회.

<웹사이트>

www.kofic.or.kr/contents/html/index.aspx?MenuId=131

제 3 절 대중음악과 창의성에 관한 몇 가지 시각들

■ 대중음악과 창의성에 대한 소고

신 현 준(성공회대학교)

1. ‘최초의 창작’

두 달 전 쯤 한 인터넷 포크가요 동호회에서 조용하지만 치열한 논쟁이 있었다. 쟁점은 한국의 포크 음악 혹은 통기타 음악에서 ‘창작의 시초’가 무엇인가라는 점이 었다. 한 평론가가 이전에 그가 주재한 강연에서 “한국 통기타음악에서 창작의 시초 는 “악속”(뚜아 에 무아)이다. 1968년 말에 발표되었고, 1969년 한대수의 발표보다 앞선다”¹⁰⁸⁾라고 주장한 것이 논쟁의 발단이 되었다(이 글에서는 ‘창작의 시초’라는 표현을 ‘최초의 창작’이라고 바꾸어 논의를 전개하겠다. 주장을 펼친 사람의 논지에 서 크게 벗어나지 않을 것이라고 믿는다).

이후 ‘어느 작품이 최초의 창작인가’라는 점을 둘러싸고 열띤 논쟁이 전개되었다. 자신의 주장을 뒷받침하기 위해 ‘초반’과 ‘재반’을 따지면서 당시 발표된 음반의 판 본에 수록된 정보가 제시되었고, 당시에 출판된 잡지와 신문에 수록된 각종 자료들 이 증거로 제시되었다. 당시 음악 생산의 현장에 가까이 있었던 사람들은 자신의 직 접적 체험에 기초한 기억을 회상해내는 시도도 있었고, 음악인 당사자와의 개인적 인터뷰를 통해 얻은 정보가 제시되기도 했다. 파편화된 개인의 기억들이 사실의 형 태를 취하면서 집단적으로 수집되고 여기에 상상과 해석이 덧붙여졌다.

이 모임의 외부자라면, 이 논쟁을 인터넷 게시판에 비밀비재한 해프닝 정도로 취 급할 수도 있을 것이다. 하지만 그렇게 말하고 끝내 버리기에는 논쟁에 참여한 당사

108) 이 표현은 논자 자신의 것이라기보다는 그의 강의를 들은 사람이 인터넷 사이트 게 시판에 옮겨 적은 것이다. 이 표현 외에 논쟁의 주요 주장들에 대해서는 http://windbird.pe.kr/index_board.htm 특히 3179~84, 3195~7번 게시물을 참고하라.

자들의 태도는 지나칠 정도라고 말할 만큼 진지했다. 논쟁 당사자들 사이에 적대적 정서가 있었던 것은 아니었으며, 오히려 동지적 정서를 전제로 한 것이었지만, 경쟁 의식만큼은 대단했던 것이었다. 이때 보였던 지식을 향한 의지는 “보편적 이론보다 지역의 지식(local knowledge)이 중요하다”는 문화연구의 한 명제를 뒷받침할 만한 사건이었다.

여기서 나는 ‘무엇이 최초인가’, ‘누구의 주장이 옳은가’라는 진실 게임을 하려는 것은 아니다. 더불어 나는 이 논쟁이 불필요한 것이라고 냉소하려는 것도 아니다. 단지 흥미로운 것은 이런 논쟁을 벌인 주체(음악 팬)들도, 그리고 논쟁의 대상이 된 주체(음악인)들도 ‘최초(혹은 시초)의 창작’이라는 담론에 매우 민감해 한다는 점이었다. 즉, 나는 ‘무엇이 최초의 창작인가’라는 질문을 던지려는 것이 아니라 ‘무엇이 최초인가’라는 것을 이토록 중요하게 생각하는 이유와 동기는 무엇인가라는 질문을 던지고 싶다.

‘최초’라든가 ‘창작’이라든가 하는 말은 아무런 조건을 달지 않는다는 관념, 즉 절대적이라는 관념을 제공한다. 즉, ‘최초의 창작’은 무(無)의 상태를 전제한다. 즉, 그 전에는 없던 것이 어느 순간 만들어진 것이다. 이 대목에서 ‘무에서 유를 창조한다’라는 한국인에게 익숙한 어구를 떠올려도 좋을 것이다. 즉, ‘조건부 최초’란 어불성설이다.

그렇지만 ‘최초의 창작’이라는 담론의 허점들을 발견하기는 그리 어렵지 않다. 무엇보다도 ‘가장 먼저’라는 뜻의 ‘최초’라는 단어의 의미를 따지다 보면 ‘다른 것보다 먼저’라는 상대적 의미를 가지고 있음을 알 수 있다. 즉, ‘먼저’를 따지다가 그 앞에 아무 것도 없을 때 그것을 ‘최초’라고 부를 뿐이지 절대적으로부터 무로부터 ‘창조’된 것은 아님을 알 수 있다. 위 논쟁의 당사자들이 “(이제까지) 밝혀진 최초의 창작 포크”¹⁰⁹⁾라는 신중한 표현을 사용한 것도 이와 무관치 않을 것이다. 사실, 이른바 ‘팩

109) 위 게시판 3183번 게시물.

http://windbird.pe.kr/technote/read1.cgi?board=free_music_0106&y_number=3183

트'라고 부르는 것도 실제로는 제한된 자료에 기초하고 파편화된 기억과 자유로운 상상을 경유하여 신화와 전설로 굳어져 버리는 것이 오히려 현실에 가깝다.

나아가 '최초의 창작'에 관한 담론은 '무엇 가운데 최초'라는 범주적 사고를 전제하는 경우가 대부분이다. 앞서 예로 든 논쟁에서도 '한국 포크'¹¹⁰⁾라는 범주를 전제해야만 최초 여부를 판가름할 수 있다. 그런데 '한국 포크'라는 장르적 범주가 그 이전에 존재했던 대중음악의 다른 장르적 범주와 절대적으로 구분되는지에 대해서는 의문을 제기할 수밖에 없다. 대중음악에서의 창작이라는 실천이 이전에 존재했던 음악적 실천과 단절이 존재했다는 것을 인정할 수 있다고 해도, 그것을 '무로부터 유를 창조하는 행위'라고 보기곤란한 면들은 여전히 존재한다.¹¹¹⁾ '진정한 최초'라는 표현을 사용하는 경우도 종종 있지만 이는 논의를 더욱 복잡하게 할 뿐인 것 같다.

마지막으로 남는 문제가 하나 더 있다. 그것은 적어도 지금까지 대중음악의 창작물에 대해 최초 여부를 가릴 때는 '한국 최초' 혹은 '국내 최초'라는 단서가 달릴 수밖에 없다는 점이다. 이는 너무나 자연스러워서 이 점을 제기하는 것조차 낯설 정도이다. 전세계적으로도 '대중음악'이라는 범주가 20세기 이후(아무리 더 멀리 거슬러 올라간다고 해도 19세기 말 이후)의 산물이고 그 기원이 북아메리카와 유럽 등 이른바 '선진국들'에 있다고 한다면, 그 이외의 지역의 대중음악의 경우 '외래의 영향'으로부터 자유로울 수 없다. 더군다나 '재즈', '포크', '록', '힙합'처럼 외국으로부터 유래한 음악 장르의 이름을 그대로 차용한 경우 '한국 최초'라는 말의 의미는 제한적일 수밖에 없다. 즉, '한국 최초'라는 규정은 '세계 최초는 아니다'라는 것을 당연히 전제하는 것이다.¹¹²⁾

110) '포크 음악'과 '통기타 음악'의 정의에 관한 논란은 여기서는 생략한다. 두 개를 병기하는 것도 읽기에 번거로울 것이므로 '포크 음악'으로 통일한다.

111) 한 예로 논쟁의 와중에서 "우리나라 최초의 싱어송라이터는 "기다리겠어요"의 최양숙인데...작사 작곡 노래 모두 최양숙이지요. 방송에서 '기다리겠어요'가 소개될때마다 최초의 싱어송라이터 라는 수식어가 늘 따라다녔지요."라는 주장이 개진되었다. 위 게시판 3184번 게시물.

http://windbird.pe.kr/technote/read1.cgi?board=free_music_0106&y_number=3184

그럼에도 불구하고 대중적 담론에서 최초와 창작이라는 용어가 사라질 것 같지 않다. 그렇다면 이상의 논의의 결론은 무엇인가. 나의 의도는 ‘최초’와 ‘창작’에 집착하는 인간의 심리에 대해 ‘한심하고 어리석다’는 거만한 평을 내리려는 것과는 거리가 멀다. 나의 주장은 최초의 창작은 연역될 수는 없고 귀납될 수 있을 뿐이라는 것이고, 따라서 우리는 ‘창작’이라는 개념에 대해 성찰적으로 접근할 필요가 있다는 것이다. 결론적으로 말한다면, ‘최초의 창작’이란 미리 주어진 것이 아니라 사후적으로 구성되는 담론이라는 것이다.

나아가 모든 담론의 장이 그렇듯 이곳도 여러 가지 견해가 서로 경쟁하고 협상하는 장이다. 즉, 최초의 창작이라는 것이 선형적으로 정의될 수 없는 것처럼, 최초의 창작을 주장하는 견해 역시도 ‘모든 오류로부터 자유로우면서 진리를 독점하고 있는 사람’의 것이 될 수 없다. 따라서 최초의 창작에 관한 담론은 영원히 경쟁하고 협상하면서 부단히 재구성될 수밖에 없다. 그 주제가 세인의 관심 밖으로 밀려서 소멸하지 않는다면 말이다.

이 절의 마지막 질문은 이런 것이다. 대중음악에서 ‘창작’이란 도대체 무엇을 ‘의미’하는가. ‘최초의 창작’이라는 논란을 일단 덮어 둔다면, 대중음악에서 창작이란 통상 ‘신곡을 작곡하는 실천’을 지칭한다고 말할 수 있다. 그렇다면 질문을 이렇게 바꾸어 보자. ‘신곡’은 왜 필요한 것인가. 우리가 주위에서 듣는 ‘신곡’들이 대부분 ‘어디선가 들어본 것 같은 곡’이라고 해도 왜 그것을 ‘새로운’ 곡이라고 부르는 것이 이상하지 않은 것일까. 이를 위해서는 창작과 산업의 관계에 대해 깊이 성찰할 수밖에 없을 것이다.

112) 가사가 있는 노래의 형식을 취하는 경우 ‘한국 최초’라는 규정은 ‘한국어 가사로 창작되었다’는 것을 덧붙여야 할 것이다. 그렇지만 가사가 자국어라고 하더라도 ‘창조성’의 일반적 기준에 미달하는 경우, 즉 창작자의 고유한 작품(스타일)이 표현되지 못한 경우는 ‘최초’라는 규정을 붙이지 못하는 경우가 일반적으로 보인다.

2. 창작과 산업

창작이라는 행위가 신(神)이나 외계인이 하는 것이라고 생각하는 사람은 없을 것이다. 따라서 창작은 분명 인간 행위의 하나에 속한다. 그리고 창작은 인간의 행위 가운데 가장 경이로운 행위에 속한다는 것이 일반적 관념일 것이다. 특히 음악적 창작을 포함하여 예술적 창작이라는 인간의 행위는 ‘산업’이라는 단어가 주는 뉘앙스와는 거리가 멀어 보인다. ‘문화산업’이라는 용어가 공식적 시민권을 얻었다고는 해도 산업적 힘은 예술적 창작을 ‘방해하지 않으면 다행’이라는 견해가 이제까지 세간의 상식일 것이다. 문화라는 단어가 ‘여가’와 ‘이완’을 전제하고, 산업이라는 단어가 ‘노동’과 ‘근면’을 전제한다면 문화산업이라는 용어 자체가 이율배반이라는 지적은 지나친 말장난이라고 해도 한번쯤을 짚고 넘어갈 만한 점이다. 또한 ‘예술성’과 ‘대중성’이 서로 모순된다는 상식적인 담론을 연상해도 이 점을 확인할 수 있을 것이다.

이는 다소 상이한 두 가지 의미를 동시에 내포하고 있다. 하나는 창작곡은 기성곡의 ‘변안(adaptation)’이나 ‘개작(remake)’이 아니라는 것을 의미하고, 이때 기성곡이 국내곡인가 외국곡인가는 부차적인 문제다. 두 번째 의미는 창작이라는 실천이 ‘모작(imitation)’이나 ‘표절(plagiarism)’이 아니라 창작자의 세계를 반영한다는 것을 의미한다.

두 개의 창작 개념에 대해 전자가 법률의 영역에 속한다면, 후자는 도덕의 영역에 속한다고 구분할 수 있다. 간단히 말해서 변안이나 개작을 한 사람의 경우 법적으로 도덕적으로 찬사를 듣더라도 음악을 ‘소유’할 권리를 갖지 못하는 반면, 모작이나 표절을 한 사람은 도덕적 비난만 감수한다면 법적으로 음악을 ‘소유’할 권리를 갖는다. 곰곰 반추해 보면 아이러니가 아닐 수 없다. 앞 절에서 문제가 된 ‘최초의 창작 포크’를 예로 들어 본다면, 1960년대 말~1970년대 초의 음악적 실천에서는 변안곡이나 개작곡이 ‘창작곡보다 더 창조적’으로 인정받는 경우를 심심치 않게 발견할 수 있다.¹¹³⁾

113) 통상 ‘한국 최초의 포크 음반’은 트윈 폴리오의 음반을 꼽는데, 이들이 노래하고

그런데 이상의 논의가 음악적 창작이라는 실천에 대해 갖는 함의는 무엇인가. 앞서 논한 개념과 연관 짓는다면, 전자의 경우는 아무리 창조적으로 재해석했다고 해도 ‘신곡’이 되지 못하는 반면, 후자의 경우는 그다지 창조적이지 않다고 해도 ‘신곡’이 된다. 이때 신곡인가 아닌가라는 판단은 예술적 기준보다는 법률적 기준에 의탁하는 편이 차라리 명확하다. 간단히 말해서 하나의 법률적 권리인 저작권이 발생하는 순간부터 그 곡은 신곡, 즉 새로운 창작곡으로 인정받게 된다.

따라서 ‘어떤 곡이 신곡인가 아닌가’라는 질문은 하나의 창작물이 예술적으로 얼마나 새로운가라는 질문과는 전혀 다른 성질의 것이다. 이를 위해서 저작자를 보호한다는 취지로 제정된 저작권법을 잠시 들여다 볼 필요가 있다. 저작권법에 나와 있는 ‘저작물’의 정의, 즉, “사람의 사상이나 감정을 독창적으로 표현한 창작물”이라는 정의를 음미해 보더라도, ‘창작’의 정의에 해당하는 표현으로는 ‘독창적’이라는 모호한 수사 외에는 발견되지 않는다. 저작권법의 취지가 “창작 자체를 보호 대상으로 하지 않고, 창작의 결과인 저작물에 대해서 저작자를 보호한다”라고 밝히듯, 저작권에 대한 담론은 ‘이미 창작된 대상이 존재한다’는 사실을 전제로 하여 전개되는 법률적 담론일 뿐, ‘무엇이 창작인가’라는 궁금증은 해결해 주지 않는다. 저작물이라는 인간 행위의 결과가 창작이라는 인간 행위의 하나를 구속하고 있는 셈이다.

그렇다면 우리는 창작이란 인간의 행위 가운데 가장 특별한 행위, 즉, 숭고하고 초월적인 행위이기 때문에 우리가 일상에서 사용하는 보통의 어휘로는 정의하기 곤란하다고 사고해야 하는 것일까. 아니면 정반대로 ‘하늘 아래 새로운 것이란 없다’는 철학적 혹은 문학적 수사를 원용하여 자본주의 사회에서 창작이란 기실 보통의 직업적 실천과 별 다를 바 없는 것이라고 정리하고 넘어가는 것으로 충분할까. 하지만 정반대의 주장들이 사실은 동일한 전제를 깔고 있는 경우가 많다. 전자는 창작이

연주한 곡들이 외국곡들의 변안곡들이었다는 것은 공공의 지식이 되었다. 한편 트윈 폴리올을 ‘한국 최초’라고 규정하는 것 역시 당시에 만인이 합의한 것이 후대로 전승된 것이 아니라 오랜 시간을 걸쳐서 담론적으로 구성된 것이라고 말할 수밖에 없다.

라는 행위를 신비화 혹은 탈속화(脫俗化)하는 견해이고, 후자는 창작이라는 행위를 세속화 혹은 탈신비화하는 견해일 것이다. 그리고 양자 모두 예술적 창작에 대한 이상적 견해를 전제하고 있다는 것을 알 수 있다. 전자의 견해를 취하는 사람은 예술적 창작에 대한 이상적 개념을 고수하고 그것이 구현되었던 역사적 시대에 대한 노스탤지어를 가지고 있으면서 이 이상적 개념이 자본주의에 의해, 더 정확히 말하면 자본주의적 문화산업에 의해 ‘타락’했다고 한탄하는 사람일 확률이 높다. 후자의 견해를 취하는 사람은 보다 현실적인 사람으로서 모든 것이 상품화되고, 돈이 모든 것을 변화시키는 자본주의 사회에서 ‘예술적 창작에 대한 이상적 개념은 불행히도 이제 더 이상 실현될 수 없다’고 생각하는 사람일 공산이 크다. 간단한 예를 들자면 전자는 순수예술에 종사하면서 ‘문예진흥기금’으로 생계를 보조받는 사람일 것이고, 후자는 문화산업에 종사하면서 기업으로부터 봉급을 받는 사람일 것이다.

그럼에도 불구하고 양자가 ‘예술(혹은 창작)과 산업(혹은 상업)이 기본적으로 모순되고 갈등된다’는 관념을 공유하고 있다는 사실을 발견하기는 어렵지 않다. 조금 뒤에 엄밀하게 논하겠지만 이런 견해는 아마도 서양의 ‘르네상스’ 시기에 확립된 예술관에 빚지고 있을 것이다. 차이가 있다면 전자가 불가능하고 멀어져 가는 꿈을 실현하기 위해 분투하는 반면, 후자는 그 꿈을 일찌감치 포기했다는 차이가 있을 뿐이다. 이런 상이한 선택의 윤리에 대해 여기서 논하는 것은 적절치 않다. 우리가 확인하는 것은 예술적 창작에 대한 상이하고 다기한 이데올로기가 존재한다는 것이고, 그 이데올로기를 유지하는 한 예술(혹은 예술적 창작)에 대한 오래된 관념이 설정한 이분법으로부터 좀처럼 벗어나기 힘들다는 점이다. 그런데 이 이분법으로부터 벗어나는 필요는 있는 것일까.

3. 창작자와 비창작자

이제 직접적 현실로 돌아와 보자. 현재 한국의 대중음악계에서 ‘창작’에 대한 담론들, 대부분 미디어를 통해 보고 듣는 담론은 이런 유구한 이분법을 쉽사리 허물어뜨리고, 예술적 창작에 대한 유구한 관념과는 심각한 괴리를 보인다. ‘신곡’, 즉, ‘새

롭게 창작된 저작물'을 소개하기 위해 '컴백'한 가수들이 방송과 신문에서 하는 '멘트'는 대체로 이런 형식을 취한다. “이번에 새로 나오는 앨범(이른바 ‘신보’)은 정말 열심히, 공을 들여 만들었으니 많이 사랑해 주세요”.

이때 “많이 사랑해 주세요”라는 방송용 멘트가 ‘많이 사 달라’는 의미라는 것을 모를 정도로 순진한 사람은 없을 것이다. 그런데 흥미로운 것은 이렇게 노골적으로 창작물을 ‘세일’하는 논리적 근거다. 저 표현을 끝이끝대로 해석한다면 그것은 ‘열심히 공들였기 때문’인데, 이를 끝이끝대로 해석하지 않아야 할 이유는 별로 없어 보인다. 대부분의 경우 이런 표현이 창작자가 아니라 실연자(performer)인 가수가 한다는 것을 인정한다고 해도 사정은 크게 바뀌지 않는다. 신곡의 창작자이자 저작권자인 작사가·작곡가이든, 이 신곡(및 신보)의 출판권자인 제작자든 ‘열심히 공들여 만들었다’는 사실을 마음에 품고 있다고 유추하는 것이 그리 부당한 일은 아닐 것이라고 믿는다. 즉, 현재 한국의 주류 대중음악계에서 “이번 앨범은 독창적 창작물이 수록되어 있으므로 감상해 주시기 바랍니다”라고 말하는 일은 거의 들어 보지 못했다는 것이다.

이 대목에서 한국의 현실과 ‘외국’(이른바 ‘선진국’)의 현실은 대조적이다. 이른바 ‘아티스트’의 대우를 받는 서양의 음악인들이 자신의 작품을 발표한 뒤 ‘열심히 했다’는 점을 내세우는 경우는 거의 보지 못했다. 독창적 작품세계를 인정받고 싶다는 욕망을 ‘열심히 일했다’는 노동의 윤리로 대체하려는 수사법은 적어도 그곳의 관행은 아닌 것 같다.

반면 한국의 대중음악계에서 음악인들에 대해 ‘예술가’, 더 폼나는 용어로 ‘아티스트’라는 말을 사용하는 것은 아직까지도 무언가 어색해 보인다. 즉, 대중음악을 아티스트의 창작물로 대우하는 것은 작사가·작곡가의 희망사항일지는 몰라도 공공의 합의에 이르지 못하는 것 같다. 이를 대신하는 것이 ‘열심히 일했다’는 이데올로기다. 이를 어떻게 해석할 수 있을까. 미친 듯이 일하고 그에 대해 보상을 받아야 한다는 이른바 ‘유교자본주의’의 근로 윤리일까.

이렇게 단순한 문제는 아닐 것이다. 따라서 우리는 한국 대중음악계에서 창작이

나 예술가(아티스트)라는 용어가 어떻게 소통되고 있는가에 대해 간략하게나마 들여다 볼 필요가 있다. 이 논점에 접근하기 위해 몇 년 전 연예계에서 일어났던 사건 하나를 다시 검토해 보자. 2001년 7월을 뜨겁게 달구었던 이른바 ‘연예계 노예계약’ 파문이었다. MBC-TV의 한 시사 프로그램¹¹⁴⁾에서 연예인과 매니저의 관계를 ‘노예 계약’이라는 표현을 사용하여 불거진 이 사건에 대해서는 많은 사람들이 기억하고 있을 것이다. 그런데 이 사건에서 흥미로웠던 에피소드 하나가 있다. 그것은 가수이자 작곡가인 박진영이 “일부에 지나지 않는 문제를 확대해 연예계 전반을 비리집단으로 매도했다”라고 발언한 부분이었다.

이 발언은 매우 양면적이고 민감한 것이었다. 한편으로 확인할 수 있는 것은 단지 ‘실연자(연예인)’이 아니라 ‘창작자(아티스트)’라고 부를 수 있는 인물이 음악산업과 공생관계에 있다는 점을 인정했다는 사실이다. 실제로 “우리는 노예가 아니다”라는 플래카드를 내걸고 MBC-TV의 보도에 항의하는 기자회견장에는 박진영을 비롯하여 단지 연예인이라고 불리는 것에 불만스러워 할 다수의 음악인들이 동참했다. 이렇게 창작자와 음악산업이 ‘한 통속’이라는 것을 확인할 수 있는 사건은 그 뒤에도 계속 이어졌다. 특히 2003년 이후에는 ‘디지털 음원의 무단 사용’에 항의한다는 취지로 창작자와 음악산업 세력이 힘을 합하여 집단행동을 취한 몇 차례 사건이 있었다.¹¹⁵⁾ 이때 우리들은 “저작자의 창작의욕을 자극하고, 더 나아가 문화와 관련 산업

114) ‘한·일 비교 연예인 대 매니저’, <시사매거진 2580>(2001년 6월 17일 방영)

115) 2003년 7월 9일 있었던 이 사건에 관한 기사의 일부를 인용하면 다음과 같다. “국내 정상급 가수 200여 명이 9일 오후 1시 서울 여의도 63빌딩에 모여 ‘사전 승인을 받지 않은 음악사용은 불법’이라면서 디지털 음원의 무단 사용에 대한 입장을 밝혔다. 이 자리는 한국음반산업협회, 한국연예제작자협회, 한국음원제작자협회 등 3개 음반 관련 단체가 벅스뮤직 등 온라인 음악 사이트들의 불법 서비스를 규탄하기 위해 마련됐다. 특히 네티즌들의 온라인 음악 사이트의 유료화에 대한 반발이 거세진 가운데 박진영, 보아, 신화, 임창정, 주얼리, 양동근, 이수영 등 국내 인기 정상급의 가수들이 이 자리에 참석해 눈길을 끌었다. ‘사전승인 없이 음악을 무단으로 사용하는 불법 사이트들에 대한 조치와 P2P, 파일교환 서비스 업체들이 자발적으로 불법 파일을 삭제할 수 있도록 조속한 시일 내에 조

의 발전을 피하게 한다”는 저작권의 취지가 현실에서 어떻게 적용되고 있는지를 생생하게 목격할 수 있다.

그런데 다른 한편으로 박진영의 발언에서 “일부에 지나지 않는 문제”라는 표현은 ‘한 통속’에 속하는 집단 내부에서 항의를 받았다는 후문이 있었다. 즉, 그의 발언은 ‘일부의 경우 노예계약이 맞다’라고 시인한 셈이고, 이에 대해 음악 동료들이 서운해 했다는 것이다. 말하자면 은연 중에 자기는 ‘보통의 연예인’과는 다르다는 점을 내세웠다고 ‘오해’받았던 것이다. 흥미로운 것은 박진영의 머리 속에 있던 갈등이다. 그는 한편으로는 연예인 전체의 일반적 권리를 옹호하고 싶었지만, 그렇다고 창작자인 자신을 비(非)창작자인 여타의 연예인과 동일시하고 싶지는 않았던 것 같다.

이렇게 연예인이자 가수인 사람들 가운데 창작자와 비(非)창작자를 가르는 것은 창작자들의 공통된 욕망으로 보인다. 1996년 서태지와 아이들이 잠정적 은퇴를 선언했을 때 서태지가 은퇴의 이유로 ‘창작의 고통’을 들었던 것은 많은 사람들이 기억할 것이다. 아마 그 때 서태지와 아이들은 다른 작곡가가 만든 곡을 받아서 노래하는 여타의 댄스 그룹과는 다르다는 점을 부각시키고 싶었을 것이다. 나의 기억이 맞다면, 1990년대 중반 신승훈과 김건모가 ‘국민가수’라는 호칭을 들으면서 절정의 인기를 누릴 무렵 신승훈은 “나는 내가 곡을 직접 만들어 부르는 사람이므로 김건모와 단순 비교할 수는 없다”고 말했다. 신승훈도, 김건모도 ‘연예인이자 아티스트가 아니다’라고 생각하는 사람이라면 이정선이 한영애에 대해 “한영애는 가수다. 아티스트라고 생각하지 않는다. 아티스트는 자기 음악을 하는 사람이다”¹¹⁶⁾라고 말한 사실을 전해 주고 싶다.

이상의 논의에 대해 반론을 전개할 수 있을 것이다. 예를 들어 ‘신승훈은 자작곡을 부르기는 하지만 그가 만든 곡들은 그게 그거 같아서 그리 창조적으로 들리지 않

치를 취해 달라’고 부탁했다.” ‘가수 200여 명, 불법 음악 사이트 퇴치하자’, 〈아이뉴스〉, 2003.7.9. http://www.m-talk.co.kr/php/news_view.php?g_serial=94463&g_menu=090290

116) 박준흠(1999), p.42.

는다'라든가, '한영애는 곡의 창작자는 아니지만 창의적인 곡 해석력을 갖추었다'라든가 등등... 이런 딜레마를 어떻게 해결할 수 있을까. 한 가지 정리해 둘 것은 '신곡'이나 '창작곡'이라는 범주의 사전적 정의로부터 자유로울 필요가 있다는 것이다. 대중적 담론에서 전개되는 '창작'이란 단어의 의미는 흔히 말하는 '무로부터 유를 창조하는 행위'와는 거리가 있고, 산업의 통제로부터 절대적으로 자유로운 행위도 아니라는 점이다. 다른 한편 '독창적이지 않으므로 창작이 아니다'라고 말하는 것도 현실을 직시하지는 못하는 관습적 태도다. 따라서 이제까지 불가피했지만 산만하게 사용되었던 창조, 창작, 창의 등의 용어에 대해 조금 더 원론적으로 검토할 순서가 된 것 같다.

4. 창조로부터 창작으로, 창작으로부터 창의로

창조, 창작, 창의 등의 용어를 '정확히' 정의하는 일은 쉬운 일이 아니다. 게다가 불행히도 우리가 현재 이들 용어를 사용하는 것은 서양에 기원을 둔 용어들이 번역되었기 때문이지, 그 반대는 아니다. 따라서 서양, 정확히 말하면 로마자에 기초한 단어들, 'create', 'creation', 'creative', 'creativity' 등에 대해 간단하게나마 검토해야 할 것 같다.¹¹⁷⁾

먼저 '창조'라고 번역될 수 있는 'creation'이란 용어의 기원은 유대교-기독교 전통으로 소급할 수 있다. '천지창조'라는 용법에서 볼 수 있는 이 단어는 신의 행위를 말하는 것이지 인간의 행위를 지칭하는 것은 아니었다. 조물주라는 뜻의 영어 단어에 정관사를 붙이고 첫 글자는 대문자를 해서 'the Creator'라고 쓰고, '인간'을 포함하여 신에 의해 창조된 대상, 이른바 피조물을 정관사 없이 소문자로 시작하는 'creature'라고 적는 것은 이렇게 오래된 전통의 산물일 것이다.

117) 여기서 내가 참고하고 있는 문헌은 키쓰 니거스(Keith Negus)와 마이크 피커링(Mike Pickering)의 견해다. Negus & Pickering(2002), Negus & Pickering(2004)을 참고하라.

이렇게 신의 영역에 속하는 용어가 인간의 영역으로 강립한 것은 16~7세기 이후다. 물론 서양 사회에서의 일이고, 이 시대가 르네상스의 인문주의와 그 뒤의 낭만주의로 이어지는 시대였다는 사실은 많은 이들의 상식에 속할 것이다. 창조의 행위가 인간의 행위의 하나로 규정되기 시작했음에도 불구하고 창조란 학습되고 실천되는 기예(craft)를 통해 무언가를 만들어 내는 것이 아니라는 관념은 지속되었다고 한다. 우리가 창조라는 단어를 접할 때 연상하는 ‘신적 영감’이라든가, ‘천재적 영감’이라는 표현은 ‘창조는 아무나 하는 것이 아니다’라는 대중적 인식을 심어 주었다.¹¹⁸⁾ 이렇게 서양 사회에서 창조의 담론의 진화 과정을 추적한 니거스와 피커링은 20세기에 접어들면서 창조성(creativity)은 하나의 능력(faculty)을 지칭하는 명사로, 창조(create)는 하나의 과정을 지칭하는 동사로 확립되었다고 결론짓는다.

그 뒤 이 개념을 문제시하는 니거스와 피커링의 논점들은 매우 정교하다는 차이를 제외한다면, 앞에서 내가 창작에 대해 문제 삼은 것과 크게 다르지 않다. 그 가운데 핵심적인 부분만 인용하면 “영감을 받은, ‘진정한’, 혹은 ‘진품의(authentic)’ 창조성과 다소 일상적이고, 자기의식적이고, 조작적이고 허위의 창조성” 사이의 이분법이다.¹¹⁹⁾ 앞서 나의 단순한 용어를 다시 빌리고 변형하여 다시 표현한다면, 창작자의 세계를 표현한 작품(및 행위)과 그저 생계를 마련하기 위해 만든 작품 사이의 이분법이라고 해도 좋을 것이다. 앞 절에서 말한 창작자와 비창작자의 위계만큼이나 창작자(혹은 창작물) 내부에서의 위계도 존재하는 셈이다.

잠시 용어 정리에 들어가자. ‘create’, ‘creation’, ‘creative’, ‘creativity’를 차례로 ‘창

118) 니거스와 피커링은 예이츠와 존 레논의 발언을 언급하고 있다. 예이츠는 시적 창조에 대해 “나는 그것을 한 입만큼의 공기로 만들었다(I made it out of a mouthful of air)”라고 말했고, 존 레논은 “진정한 음악”을, “천체의 음악(music of spheres), 이해를 넘어서는 음악... 나는 단지 채널에 불과하다... 나는 마치 하나의 미디어인 것처럼 그것을 옮겨 적었다(transcribe).” Negus & Pickering(2002), pp.179~80. 아주 신기하게도 신중현은 나와 가진 인터뷰에서 ‘리얼 뮤직(real music)’이라는 똑같은 표현을 사용했다.

119) Negus & Pickering(2002), p.180.

조하다’(동사), ‘창조’(명사), ‘창조적’(형용사), ‘창조성’(명사)으로 번역하는 것이 일반될 것 같다. 그런데 앞서 나는 이미 ‘창조’라는 용어보다도 ‘창작’이라든가 ‘창의’라는 용어를 이미 사용해 버렸다. 그렇다면 한자 두 자로 이루어진 이 세 용어들에 대해서도 간략히 설명하는 것이 균형잡힌 일로 보인다.

먼저 창조와 창작은 자의적 의미로는 큰 차이가 없다. 국어사전을 찾아보더라도 ‘창조’의 첫 번째 정의는 “처음으로 만듦”이고, ‘창작’의 첫 번째 정의는 ‘처음으로 만들어내는 일’이다. 전자가 행위를 지칭하고 후자가 결과를 지칭한다는 점을 제외한다면, 즉, 시각의 차이만 제외한다면 양자는 기본적으로 동일한 것을 지칭한다. 단지 한국인의 일상의 용어법에서 창조라는 단어가 인간의 능력을 초월하는 과정(및 결과)을 지칭하는 반면, 창작은 인간의 능력으로 달성할 수도 있는 과정(및 결과)을 지칭한다고 볼 수 있지 않을까.¹²⁰⁾ 한 예를 들어 작곡가가 스스로를 ‘창작자’로 자처하는 경우는 있어도, ‘창조자’로 자처하는 경우는 발견하기 힘들다. 이 대목에서 몇 년 전 한 기업의 CF에 출연하여 “창조, 창조, 창조”라고 외쳤던 백낙준의 동영상을 떠올릴 사람이 있을 텐데, 그 동영상의 효과들 가운데 하나는 ‘아무나 자신의 행위를 창조라고 지칭할 수는 없다’는 것 아니었을까.

불행히도 나는 한자어의 뜻을 기원과 연관하여 분석할 전문적 능력은 없다. 단, ‘創’에서 우변에 있는 칼 도(刀)를 제외한 문자인 ‘倉’이 ‘창고, 감옥, 내장’ 등의 뜻을 가지고 있다는 사실에서 설문해자를 해 볼 수는 있다. 한자 사전에서 ‘創’을 찾으면 ‘비롯하다’, ‘만들다’, ‘흔이 나다’, ‘데다’, 심지어 ‘징계한다’라는 훈(訓)이 나

120) 실제로 국어사전을 뒤져 보면 창조의 두 번째 정의는 “조물주가 우주를 처음으로 만듦”이라고 나와 있는 반면, 창작의 두 번째 정의는 “문예·회화·음악 등의 작품을 독창적으로 만들어 냄”이라고 나와 있다. 전자가 초인적인 힘의 영역인 반면, 후자는 인간적 행위에 속하는 것이다. 단, 현재 우리가 사용하는 많은 한자 단어가 그렇듯 이런 정의들은 19세기 말~20세기 초 일본(및 중국)에서 서양의 단어를 번역하는 과정에서 전환된 것이라고 생각된다. 이에 대해서는 차후에 더 깊이 연구해야 할 것이다. 교학사 출판부(1988), 『뉴에이지 새국어사전』, 교학사

온다. 로마자 전통의 ‘create’에는 고통스럽다는 정서가 수반되지 않는 반면, 한자의 ‘創’에는 고통스러운 과정을 거쳤다는 뜻이 내포되어 있는 것이다.¹²¹⁾ 앞서 서태지가 언급한 ‘창작의 고통’이라는 표현은 참으로 ‘동양적’이었던 셈이다.

그렇지만 한국 사회는 한자문화권에 속했다고는 해도 점차 그 영향으로부터 벗어나고 있는 것 아닐까(그 과정이 바람직하다는 말은 아니다). 그렇다면 한국 사회에서 이상의 설문해자가 얼마만큼 설득력을 갖는지를 판단하기는 쉽지 않다. 창조나 창작의 경우에는 이런 영향이 어느 정도 남아 있다고는 할 수 있지만 세 번째 단어인 창의(創意)라는 단어에 이르면 더 이상 그렇지 않다. 국어사전에 의하면 창의에 대한 정의는 창조나 창작과는 다소 뉘앙스가 다르게 ‘새로 의견을 생각하여 냄, 또는 그 의견’이라고 적혀 있다. 단어에 해당하는 영어 단어의 경우도 창조는 ‘creation’, 창작은 ‘creative work’ 등이 적혀 있는 반면, 창의는 ‘original idea’가 선택되고 있다. 창이라는 표현은 한자 ‘창(創)’이 본래 가지고 있던 뜻으로부터 가장 떨어진 단어인 셈이다.

실제로 우리의 일상 용어법에서 ‘창의’라는 단어는 창조나 창작과는 다소 다른 뜻으로 사용되고 있다. 어떤 면에서 인간은 미디어의 산물이므로 한국인이려면 아마도 한 학습지 상업광고에서 “창의력입니다!”라는 카피라이팅을 기억할 것이다. 이때 창의력이라는 말은 오래된 사전에는 그 항목조차 나오지 않는 것으로 보아서 오래 전부터 일반화되어 사용된 것은 아닌 것으로 보일뿐더러 그 의미도 ‘고통스러운 과정을 거쳐 짜낸 생각’이라기보다는 ‘자유롭게 상상을 펼쳐 만들어진 생각’이라는 것에 가깝다. 그 점에서 ‘창의력’이라는 말은 ‘자유로운 상상력’이라는 말과 그리 다르지 않아 보인다. 결론적으로 말한다면, 창의라는 단어는 ‘신의 영역’에 속하는 창조

121) 이렇게 유추한 뒤 중국어 전공자에게 질문을 던졌더니 중국어 사전에서 창(創)의 의미는 ‘상처받고 누워있는 사람의 모습’이라는 답변을 받을 수 있었다. 아래와 같다. “(指事。從刀, 倉聲。金文, 象一个躺着的人, 手上脚上都有小豎, 表示受了創傷,是个指事字。本義: 創傷, 傷口)”

<http://cb.kingsoft.com/search?s=%E5%88%9B&t=word&lang=utf-8>.

와도, ‘예술가의 영역’에 속하는 창작과도 달리 ‘보통 사람들’의 영역에 속한다. 창조를 하기는커녕 창작과도 거리가 먼 일반인들도 ‘창의’를 발휘할 수 있고 ‘창의적’일 수 있는 것이다. 정리한다면, 창의는 신과 예술가의 배타적이고 독점적인 영역으로부터 해방되어 비(非)예술가의 영역까지 내려 왔다.

나아가 반대의 추론도 가능하다. 이제까지 ‘창작’이라고 인정된 작품들 가운데 많은 작품들은 ‘창의적이지 않다’라고 볼 수도 있다. 창조나 창작으로부터 파생된 창의라는 단어가 이제는 기원의 단어에 도전하고 있는 것이다. 실제로 우리 주변에서 접할 수 있는 많은 창작물들 가운데 그다지 창의적이지 않은 경우는 너무나도 많이 발견된다. TV 드라마, 대중음악, 영화 등을 보면서 ‘뭐랑 비슷하다’, ‘베낀 것 같다’라는 느낌을 갖는 것은 너무나도 일상적이다. 나처럼 문외한인 사람은 어쩌다가(유럽의) 고전 음악 연주회를 찾아갈 때마다 ‘똑같은 것을 반복하고 기껏해야 변주하는 행위’에서 아무런 창의적인 면을 발견하지 못한다.

5. 창의 산업적 창의성 vs 소통적 가치

창의성 혹은 창의력이란 용어가 이렇게 일반화되어 사용된다면, 그것은 현실의 어떤 변화가 배경에 깔려 있을 것이다. 그 점에서 나는 최근 놀라운 사실 몇 가지를 발견하게 되었다. 다름 아니라 그 유명한 영국산(産) 용어인 ‘creative industry’가 한국에서 ‘창의 산업’¹²²⁾이라고 번역되고 있다는 사실이다. 창의 산업의 담론은 기업담론일 뿐만 아니라 국가담론이 된 것이다. 이런 현상에 대한 고찰과 평가는 다른 글에서 이루어져야 하지만, 창조나 창작이 아니라 창의라는 단어를 사용한 동기는 유추해 볼 수는 있을 것 같다. 그것은 창조나 창작이라는 말이 주는 부담감에서 벗어나려는 욕망으로 보인다.

122) 2004년에 문화관광부에서 발간된 『창의한국』, 2005년에 발간된 『C-KOREA 2010』이라는 정부 보고서 모두에서 ‘creative’ 혹은 ‘creativity’라는 로마자 단어는 ‘창의적’, ‘창의성’이라고 번역되어 있다. 문화관광부(2004a), 문화관광부(2005)를 각각 참고하라.

영어 문헌으로 쓰여진 창의 산업의 담론에 익숙한 사람이라면, 이 담론이 “예술과 경제를 매개하는 것”(리처드 케이브스)¹²³⁾이자, “아이디어로부터 돈을 버는 방법”(존 호킨스)¹²⁴⁾이며, 이들 논의에 편차는 있더라도 예술 영역에 신고전학과 경제학을 응용한 것이라는 사실을 알고 있을 것이다. 그래서 이 용어에 대해 문화산업이라는 기존의 용어와 별 다를 것이 없다든가, 오히려 기존 용어보다 설득력이 없다는 비판이 존재하고 있다는 점도 알고 있을 것이다. 즉, 창의성을 ‘산업적 창의’로 정의하는 창의 산업 담론을 전적으로 무용하다고 말할 필요는 없겠지만, 창의성의 담론적 체계 모니의 경향은 대체로 명확하다고 하겠다. 아주 단순한 논리로 말한다면, 시장과 경쟁에서 살아남기 위해서는 창의적이지 않을 수 없고, 그렇다면 창의성이란 시장에서 살아남은 자에 대해 사후적으로 붙여주는 훈장에 다름 아니다. 이런 훈장을 단 사람에게 ‘정부의 전폭적 지원’이라는 추가적 포상이 있을 것이라는 점도 어렵지 않게 예측할 수 있다.

그렇다면 모든 담론이 그렇듯 창의성 담론의 실천 역시 사회적 차원에서 선택과 배제가 작용하고 있다. 이는 달리 말해 창의성 담론 역시 쟁론적(contested) 상황에 처할 수밖에 없다는 것을 의미한다. 따라서 이 쟁론에 개입하여 지배적 의미의 창의성 담론에 불만을 제기하려고 한다면, 몇 가지 담론적 실천이 가능할 것이다. 하나는 창의성/창의 산업을 전면적으로 거부하고 ‘무시’하면서 대안적 개념을 통해 이를 대체하는 실천일 것이다. 이 전략은 유효해 보이지만 담론 주체의 지위에 따라 불균등한 효과를 나타낼 것이다. 그래서 창의성/창조성 담론을 피해갈 수 없는 상황이라면, 이 담론을 내적으로 비틀거나 뒤집어서 대안적 개념을 생산하는 또 하나의 전략을 취할 수 있다.

그 점에서 니거스와 피커링의 영국에서의 논의로 돌아가 보자. 글의 말미에서 두 저자는 다음과 같이 쓰고 있다.

123) Caves(2000).

124) Howkins(2001).

“이것은 보편적 원칙을 탐색하는 것이 아니다. 그것은 문화적 실천들을 함께 접속하여 이해, 의미, 소통의 메타문화적 틀을 형성하는 동태적 운동에 관여(engagement)하려고 시도하는 것이다. 모차르트, 마일스 데이비스, 밥 말리의 천재성(더 좋은 말이 없어서 이 말을 사용한다)은 그들이 보편적이고 초역사적인 예술작품을 창조했고, 우리는 단지 그 예술작품을 통해 우리가 ‘인간’이라는 것을 공유하기 때문만은 아니다. 우리는 많은 사람들이 시간과 공간의 다양함을 가로질러서 그들의 음악에 관여하고 있다는 것을 인정해야 한다. 이는 그들이 단지 공유된 정체성의 감각을 투사했다거나 창작자와 청취자 사이에 공통의 의미가 공유되었기 때문은 아니다. 이는 특수한 표현양식—모차르트 작품의 화성적 순서, 마일스 데이비스의 트럼펫의 민감한 인간적인 목소리, 밥 말리의 노래의 우아한 서정주의—으로 인해 다종다양한 사람들에게 그 작품에 참여하는 진입점(a point of entry)을 허락했기 때문이고, 연주된 것과 체험된 것 사이의 어떤 접속을 활성화했기 때문이다”¹²⁵⁾

이런 논증과 예증 뒤에 니거스와 피커링이 내리는 결론은 “음악적 창의성(창조성)이란 경험의 소통으로서 사유되어야 한다”¹²⁶⁾는 것이다. 그리고 이 경험의 소통은 “범박한 것과 예외적인 것, 신통치 않은 것과 혁신적인 것, 직접적인 것과 멀리 떨어진 것 사이의 점층적 운동(gradations of movement)”이라고 주장한다.

여기서 니거스와 피커링이 강조하는 것은 창조성/창의성이란 것이 범상하고 지루한 실천을 배제하지 않으며, 천재적이고 예외적인 실천과 더불어 하나의 운동과 과정으로 이해해야 한다는 것이다. 또한 더 중요한 논점은 이런 창조성의 효과는 ‘인간의 보편성’을 확인하는 것이 아니라 다종다양한 사람들에게 다종다양한 소통을 허락했다는 점이다. 그가 예로 든 음악적 천재의 삶에 대해 천착해 본 사람이라면 그의 말의 의미를 이해할 수 있을 것이다. 즉, 창의성/창조성은 한편으로 비범하고 선천적 재능을 가진 예술가의 생득적 성격이 아니지만, 그렇다고 그저 ‘창의 산업’에 의해 피동적으로 구성된 것도 아니다.

125) Negus & Pickering(2002), p.189.

126) Negus & Pickering(2002), p.189.

6. 대안적 창의성을 위하여

니거스와 피커링의 논의로부터 시사를 받아 창의성/창조성을 ‘소통적 가치’로 재조명할 수 있다면, 다음과 같이 말할 수 있을까. 김해송, 신중현, 김창완이 ‘창의적’이었다면 그들이 ‘시대를 초월한 명곡’이나 ‘한국 대중음악을 빛낸 명반’을 남겼기 때문이 아니라, 그전까지 막혀 있던 소통의 새로운 기회를 제공했고, 이런 소통은 당대에 머물지 않고 이후로도 오랫동안 지속되는 효과를 가졌기 때문이라고.... 많이 알려져 있다시피 김해송은 ‘악극단’에서, 신중현은 ‘밤무대’에서, 김창완은 ‘음반사’¹²⁷⁾에서 지루하고 소모적인 음악적 실천을 해 왔다.

그렇지만 이는 ‘creative industry’를 ‘창의 산업’으로 흉내내는 한국 정부와 마찬가지로 니거스와 피커링의 논의를 흉내내는 것에 지나지 않는 것 같다. 따라서 나 역시 그들의 논의를 슬쩍 비틀어 보고 싶은 욕망을 가지게 된다. 그것은 니거스와 피커링의 주장은 창의성/창조성의 소통적 가치의 ‘폭’에 대해서 강조했을 뿐 그 ‘깊이’에 대해서는 강조하지 않는다는 인상을 주고 있기 때문이다. 물론 모차르트, 마일스 데이비스, 밥 말리 등의 위대한 인물들이 만들어낸 작품의 소통적 가치는 폭과 깊이 모두를 충족할 것이다. 한국인들 중에서도 이들의 작품에 ‘관여’하는 사람들이 있을 정도로...

물론 그들이 예로 든 ‘폭은 넓지만 깊이는 얇은’ 소통도, ‘폭은 좁지만 깊이는 깊은’ 소통도 나름의 가치를 갖고, 창의성/창조성의 개념은 조금 더 복잡하게 전개될 필요가 있다. 음악산업의 미래가 주류의 대형 비즈니스와 ‘마이너’하거나 ‘인디펜던트’한 실천들로 구분되고, 이전과 달리 이들 두 범주 사이에서의 이동성이 갈수록 줄어드는 상황에서 이 점은 재차 강조될 필요가 있다. 아마도 미래는 ‘폭만 넓고, 깊이는 얇기만 한’ 소통적 가치를 갖는 대형 스타(한국의 경우 이른바 ‘아시아의 스타’)와 연관된 창의성의 지배 하에서, ‘폭은 좁지만 깊이는 한없이 깊은’ 창의성의

127) 김창완은 1980년대 초 대성음반에서 ‘이사’로 근무하면서 많은 가수와 그룹에게 작곡을 해 주었다.

다양한 시도들이 전개될 것이다.

양자는 전혀 다른 창의성 개념을 가지게 될 것이고, 이 가운데 어느 것이 더 ‘좋은’ 창의성인가는 소통과 경험에 의해 판가름될 것이다. 나는 당연히 후자의 편에 서겠지만, 소통의 개방성의 문제는 여전한 숙제로 남을 것이다. 그 점에서 창의성을 위한, 그리고 창의성을 둘러싼, 나아가 창의성의 새로운 정의를 위한 투쟁은 계속될 것이다. 오래된 고전적 개념을 해체하고, ‘창의 산업적 창의성’이라는 새로운 개념에 도전하면서.

참 고 문 헌

- 교학사 출판부(1988). 『뉴에이지 새국어사전』, 교학사.
- 김형찬(2004). 「1970년대 통기타 음악과 청년문화의 인프라」, 『노래 5: 대중음악과 노래운동, 그리고 청년문화』, 한울 아카데미.
- 문화관광부(2004a). 『창의한국』
- _____ (2004b). 『새문화예술정책』
- _____ (2005). 『문화강국 C-KOREA 2010』
- 박준흠(1999). 『이 땅에서 음악을 한다는 것은』, 교보문고.
- 사이먼 프리스, 윌 스트로, 존 스트리트 엮음(2001). 장호연 옮김(2005), 『케임브리지 대중음악의 이해』, 한나래.
- Caves, R.(2000). *Creative Industries*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Chu, June Chi-jung(2004). “Museums and Creative Industries: a Myth in Taiwan”, The paper presented at *ICOM Triennial Conference*(Seoul, Korea), October 2~8, 2004.
- CITF(Creative Industries Task Force)(2001). “Creative Industries Mapping Document”.
<http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/338EFCBC-F706-4191-A1A4-CCB7EFF7EDA0/0/foreword.pdf>
- Florida, R.(2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work*,

- Leisure, Community and Everyday Life*. Perseus Books Group. 국역 이길태 역
(2002), 『Creative Class: 창조적 변화를 주도하는 사람들』, 전자신문사.
- Hartley, John and Cunningham, Stuart(2001). “Creative Industries: From Blue Poles to fat pipes”, *Humanities and Social Sciences Summit papers*. Canberra: DETYA, forthcoming.
- Howkins, J.(2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Allen Lane, London.
- Lash, S. and Urry, J.(1994). *Economies of Signs and Space*. Sage, London.
- Negus, Keith & Mike Pickering(2002). “Creativity and Musical Experience”, in Keith Negus and David Hesmondhalgh(eds.) *Popular Music Studies*. Arnold: London.
- Negus, Keith(1992). *Producing Pop. Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. Arnold: London.

■ 디지털 테크놀로지와 음악 산업의 변화

이 정 업(University of Massachusetts, Amherst)

1. 서 론

한국의 음악 산업은 큰 변화를 겪고 있다. 이 변화는 디지털화(digitalization)이라는 말로 요약될 수 있다. 다시 말하면 음악 만들기(창작), 생산(제작), 유통(분배), 소비(사용)에 이르는 음악의 문화적 산업적 순환의 모든 계기가 새로운 디지털 테크놀로지의 도입으로 인해 전반적인 변화를 겪고 있다고 할 수 있다. 이런 새로운 디지털 음악 테크놀로지에는 초고속 인터넷과 무선 통신과 같은 네트워크 테크놀로지, CD 버닝, p2p 음악 파일 공유 같은 컴퓨터 소프트/하드웨어 테크놀로지, mp3 플레이어 같은 음악 소비 테크놀로지 등이 포괄될 수 있다. 이와 같은 새로운 테크놀로지의 도입은 기존의 음악 산업의 영향력을 크게 축소시키고 있다. 다시 말하면 음악의 소비와 이용이 기존 음악 산업의 통제를 벗어나서 이루어지고 있으며, 따라서 음악 산업의 수입으로 환원되지 않는다는 것이다. 이에 따라 기존 음악 산업은 법적, 기술적, 비즈니스적인 대응을 전개하고 있으며, 이 과정에서 새로운 산업적 주체의 등장을 통해 음악 산업이 전반적으로 재편되고 있다.

이 글은 이와 같은 음악 산업의 변화의 양상을 판별하는 것을 목적으로 한다. 산업적 문화적 변화의 급격한 양상에 비추어보아 이 글에서 내리는 전망은 지극히 제한적이고 잠정적일 수밖에 없다. 그럼에도 그러한 전망은 일정한 의미가 있을 것이다. 즉 대중음악과 음악 산업은 여러 가지 테크놀로지적 산업적 특성으로 인해,¹²⁸⁾

128) 음악은 다른 문화 상품에 비해 복사가 쉽게 이루어질 수 있고, 복사본과 원본의 차이가 적다는 기술적인 특성을 가지고 있다(Jones, 2002, p.222; Hesmondhalgh, 2006, p.3). 프리스는 이런 이유 때문에 음악 산업은 전 역사에 걸쳐 저작권의 문제에 특히 집착해왔다고 지적한다(Frith, 2002, p.198). 1970년대 말 홈 테이핑에 대한 음악 산업의 대응이 한 예다. 가장 최근의 예는 CD 버닝, p2p 네트워크를

디지털 테크놀로지가 가져오는 여러 상이한 효과들과 가장 처음으로 맞닥뜨리는 전통적인 문화산업의 영역이기 때문이다.¹²⁹⁾ 따라서 음악 산업의 변화의 전망은 정책적 측면에서도 함의를 갖는다. 현재 문화정책의 지배적인 담론으로 떠오른 창의 산업 담론이 문화와 산업/경제의 결합에 대한 공식적인 선언이며, 여기에는 문화 산업과 디지털 경제의 결합에 대한 인식이 전제되어 있다. 다시 말하면 창의 산업 담론은 이른바 지식 경제, 디지털 경제라는 현실에 대한 특정한 규정임과 동시에, 정책적 의지를 담은 규범적인 인식이기도 하다. 따라서 음악 산업은(전통적인) 문화산업 전반이 디지털화의 과정에 어떻게 적응할 것이며, IT 산업과 어떤 방식으로 결합하여 창의 산업으로 거듭나게 될 것인지를 보여줌으로써, 창의 산업의 정책 담론에 투사되는 시금석의 영역이 될 것이다.

이 글은 몇 가지 이론적, 방법론적 전제를 가지고 있다. 첫째, 이론적으로 테크놀로지의 영향을 독립적인 변수로 간주하지 않고 특정한 산업적 문화적 맥락 속에서 작동하는 것으로 간주한다. 음악 산업의 변화는 새로운 디지털 테크놀로지에 의해서 시작된 것이라기보다는 음악 산업을 둘러싼 여러 산업적 문화적 변화가 디지털 테크놀로지의 등장으로 표면화되고 가속화된 것이라고 보아야 한다. 따라서 새로운 테크놀로지가 비용을 낮추고 따라서 시장 진입 비용을 낮추어 다양하고 민주적인 문화적 장을 마련할 것이라거나, 디지털 테크놀로지가 유동적, 사용자 지향적인 특성을 가지고 있다는 점을 들어서 기존의 산업적 통제와 질서를 해체하고 문화 창작자와 향유자에 의한 민주적 교환이 이루어질 것이라는 테크놀로지 유토피아적 견해(예를 들어, Poster, 2004)를 전적으로 받아들이지 않는다. 반대로 디지털 테크놀로지의 발전이 소비자에 대한 통제와 감시를 가져올 것이라는 테크놀로지 디스토피아적

이용한 음악 파일 공유 등 디지털 테크놀로지이며, 이를 통해 저작권 문제가 최대한으로 증폭되고 있다고 볼 수 있다.

129) 아마도 ‘데스크탑 출판’이라는 테크놀로지적인 변화를 겪고 있는 잡지 출판산업 또한 음악 산업과 마찬가지로 지위에 있다고 할 수 있을 것이다(Hesmondhalgh, 2002, p.201).

전망 또한 전적으로 받아들이지 않는다. 두 가지 입장은 상반되는 것처럼 보이지만, 테크놀로지의 내재된 힘을 절대시한다는 점에서 테크놀로지 결정론의 양면이다.

둘째, ‘음악’ 산업과 ‘음반’ 산업의 문제다. 현재 음악 산업과 음반 산업은 혼란스럽게 혼용되고 있다. 예를 들어 문화관광부(2005)에서 발간한 『2005년 음악 산업 백서』는 ‘음악’ 산업이라는 이름을 달고 있음에도 불구하고, 실제 내용에 있어서는 음반 산업, 디지털 음악 산업, 공연 산업을 포괄하고 있다. 다시 말하면 디지털 음악 산업은 음반 산업과의 관계 속에서만 규정될 뿐이다. 이는 단지 용어상의 문제에 국한되지 않으며, 음반/음악 산업 전반의 동학과 깊이 관련된다. 다시 말해 음반 산업을 중심에 놓고 고찰한다 하더라도 보다 넓은 음악 산업의 동학을 고려해야 한다는 것을 의미한다. 보다 구체적으로 말하면 CD와 같은 고정된 형태의 음반과 무형의 자산으로서 음악이 맺는 관계의 변화를 놓치지 않는 것을 의미한다. 1980년대 이래 음악 산업은 유형의 음반의 제조, 판매를 중심으로 하는 음반 산업로부터, 무형의 음악(최근 주로 사용되는 용어로 하면 ‘음원’)에 대한 권리의 제공을 중심으로 하는 음악 산업으로 서서히 이행해왔다는 점은 여러 번 지적되었다(Frith & Marshall, 2004, pp.1~2; 신현준, 2002, 63~69쪽).

따라서 1990년대 후반 이후 음반 산업의 산업 규모가 축소된 반면, 1980년대 이래 음악 산업 전체는 꾸준히 영역을 확장하여 성장해왔다는 점을 강조할 필요가 있다. 일반적으로 저작권 수입은 음반 판매 수입보다 이윤 폭이 크고 보다 안정적인 특성을 갖는다는 점도 덧붙인다(Frith & Marshall, 2004). 한국의 상황으로 좁혀 보자면, 1980년대 말 저작권법이 도입되면서 지상파 방송에 대해 저작권료를 징수했고, 케이블, 위성, 유선 방송 등 방송의 창구가 다양화되면서 저작권료 수입원 또한 급격히 증가했다. 특히 1990년대 이후 전국적인 인기를 얻은 노래방으로부터의 저작권 수입도 무시하지 못할 규모를 이루고 있으며, 상당수의 저작권자(작사·작곡가)가 이를 통해 안정적인 수입원을 확보했다. 이동 통신과 더불어 발전한 ARS 전송 사용료, 유무선 인터넷 전송 사용료를 더하면 이미 음반 판매 수입 규모를 추월했다. 또한 DMB 등 새로운 미디어가 계속 등장하고 있고 음악 산업의 아시아 진출은 궁극

적으로 해외 저작권 수입을 추구하게 될 것이다. 정리하면 음악 산업은 음반 산업으로부터 저작권의 지속적인 강화와 확장을 추구하는 음원 산업으로 전환하고 있는 중이라는 것이다. 1990년대 이후 등장한 디지털 테크놀로지는 ‘음반’ 산업에서 ‘음원’ 산업으로 전환을 가속화하는 강제하는 동력으로 작용하고 있는 점은 이후 서술 과정에서 보다 명확히 드러나게 될 것이다.

셋째, 음악 산업의 변화를 음악을 둘러싼 전반적인 문화적인 변화의 맥락에서 볼 필요가 있다. 여기서 음악은 여전히 중요한가, 그렇다면 왜 중요하고 어떻게 중요한가, 하는 근본적인 문화적 질문을 던져볼 필요가 있다. 디지털 테크놀로지와 음악 산업의 변화에 대한 기존의 많은 설명들은 오프라인 유통망이 온라인 유통망으로 단순 대체되는 방식으로 이행을 설명하는 경향이 있다. 즉 음악 산업의 변화를 순경계적 순산업적인 과정으로 묘사한다(예를 들어 온라인과 오프라인 산업의 경쟁과 교체 등). 여기서 음악 만들기과 음악의 향유라는 전반적인 음악 문화의 문제는 누락된다. 음악 만들기과 음악 향유는 수요와 공급의 시장적 실체, 비용과 수입의 회계적 상수항으로만 규정될 뿐이다. 특히 음악의 향유자는 문화적 동학을 갖지 않는 수동적인 소비자로서 규정된다.¹³⁰⁾ 그러나 음악 산업의 구조적 재조직화는 산업적 과정뿐만 아니라 전반적인 음악 문화적 변동 속에서 설명되어야만 한다. 이를 통해서만 디지털 음악 문화의 전개와 음악 산업의 지배와 통제에 대한 지나치게 낙관적이거나 지나치게 비관적인 결론을 피할 수 있을 것이다.

이 글에서는 이와 같은 이론적, 방법론적 전제를 통해, 기존의 음악 산업의 해체(‘탈매개화 de-intermediation’)와 새로운 산업적 주체들의 등장으로 인한 권력 관계의 변화와 새로운 산업적 질서의 수립(‘재매개화 re-intermediation’)의 과정이 순전히 테크놀로지적, 산업적 과정이 아니라 음악 만들기과 음악의 향유의 문화적 전변을 수반하는 복잡한 과정이라는 점을 밝히고자 한다.

130) 수많은 정책, 산업 분석 자료는 이와 같은 방식으로 접근하고 있다. 이런 접근 방식을 보여주는 가장 최근의 예로서는 앞서 언급한 문화관광부(2005) 발간 자료와 함께 이종수, 윤충한(2005)을 보라.

2. 음악 산업의 구조와 위기

우선 기존의 음악 산업의 구조, 활동방식과 그 최근 변화에 대해서 간략하게 스케치하는 것이 필요하다. 한국의 음악 산업은 1990년대를 거쳐 산업적인 측면에서 괄목할 발전을 이루었다. 음악 산업의 양적 성장에 관해 다시 언급하는 대신, 1990년대에 성장한 ‘메이저 기획사’의 일반적인 활동 방식의 특징을 짚어 보고자 한다.¹³¹⁾ 메이저 기획사는 이전의 음반 기획사, 음반 제작사에 비해 보다 합리적이고 체계적인 방식으로 활동하며 이는 ‘아이돌 스타 시스템’으로 집약된다. 보다 자세히 말하면, 가수의 선발과 훈련의 체계화, 녹음과 음반 제작, 치밀하게 계산된 이미지 구축 등의 합리적 매니지먼트, 방송을 통한 집중적인 음반 홍보와 마케팅 등이다. 또한 스타 시스템은 단지 가수가 아니라 토틸 엔터테이너를 만들어 부가적인 수입을 창출하는 것을 주요 목표로 삼아, 음반 사업은 토틸 연예 매니지먼트 활동의 일부로 자리잡게 되었다. 정리하면, ‘감’에 의해 주먹구구식으로 운영하던 이전의 음반사 운영 방식과는 달리 체계화된 미세 연예 경영 기술의 측면에서 큰 발전을 이루었고, 음반 산업은 21세기 들어 종합 엔터테인먼트 산업으로서 위상을 인정받기에 이르렀다.

그렇지만 몇몇 메이저 기획사의 성공이 음반 산업에 내재적인 항상적 위기를 완전히 극복한 것이라고 볼 수는 없다. 음반 산업은 모든 문화 연예 사업이 그렇듯이, 기본적으로 투기적 성격을 가지고 있다. 열 장의 음반 중에서 손익 분기점을 넘는 음반은 한두 장에 불과하지만, 성공한 음반이 모든 실패를 때우고 남는다는 것은 어느 나라 어느 시기 음반 산업에도 통용되는 ‘법칙’이다(Frith, 1983). 음반사의 전략

131) 여기서 ‘메이저 기획사’라는 용어는 신현준(2002)의 용어를 빌어 썼다. 다국적 메이저 음반사가 1980년대를 거치면서 “아티스트의 발굴과 다양한 장르의 개발과 함께 세분화된 시장(혹은 니치 시장)까지 통합하는 정교한 배급 시스템”(233쪽)을 구축했다면, 한국의 메이저 기획사 체제는 특히 음반 배급 시스템의 통합과 같은 체계적인 집중을 이루지는 못했다. 따라서 ‘메이저’라는 용어는 높은 시장 점유율과 비교적 대규모의 투자와 회수를 지칭하는 기술적인 용어라고 할 수 있다(225~226쪽). 이 글에서 메이저 기획사의 특징에 관한 논의 또한 신현준(2002)에 주로 의존한다.

은 여러 개의 작은 성공을 추구하기보다는 하나의 큰 성공을 추구하는 것을 선호한다. 일종의 규모의 경제는 음반 산업 뿐 아니라 기존의 문화 산업 전반에서 작동하는 경향이라고 할 수 있을 것이다. 따라서 제작비와 홍보, 마케팅비를 확대할 수 있는 메이저의 지위를 차지하는 것이 절대적으로 유리하다. 1990년대 성공한 메이저 기획사는 바로 이런 규모의 경제의 활용을 통해 항상적 위험을 효과적으로 극복하는 데 성공한 주체들이라고 볼 수 있을 것이다.

여기서 메이저 기획사의 확립 과정에서 새로운 테크놀로지의 적절한 활용과 그에 대한 적응이 중요한 요소였다는 점을 눈여겨 볼 필요가 있다. 먼저 멀티 트랙 레코딩, 샘플링 등 새로운 음악 제작 테크놀로지를 적절히 통제하고 활용하여 체계적인 음악 제작 과정을 확립함으로써 일정 수준 이상의 음악을 제작했다. 또한 영상 세대의 감각에 맞추어 텔레비전을 중심으로 한 시각적 이미지를 적절히 관리했다. 이런 테크놀로지의 활용 측면은 음악 산업이 위기를 극복하는 방식으로 테크놀로지의 활용과 시장의 끊임없는 확대를 추구한다는 프리스(Frith, 1983)의 지적에서 한 축과 일치한다. 그렇지만 1990년대 이후 새로운 테크놀로지에 대한 적응과 활용은 이전처럼 순탄하지 않았다는 것은 주지의 사실이다. 다른 한편 또 다른 한 축인 시장의 확대, 다시 말해 주류 음악의 청중의 확대의 문제는 어떤가.

1990년대 후반 음악 산업은 전면적인 위기에 노출되었다. 경제 위기로 인한 전반적인 구매력의 저하 등의 문제는 논외로 하자. 여기서는 주요한 음악 향유자로서 10대 중심으로 집중된 음악 산업의 활동 방식과 구조적인 문제점이 전면화되었다는 점을 강조하고자 한다. 다시 말하면, 1990년대를 거쳐 크게 성장한 음악 산업은 더 이상의 청중 확대, 시장 확대를 이루지 못했다.¹³²⁾ 1990년대 주류 음악이 10대의 세대적 정체성에 적극적으로 호소하고 그것을 구축한 음악 문화를 형성한 반면(이정엽, 1999), 10대 중심의 단기적인 수입에 대한 의존이 강화되었다. 미국 등의 음악

132) 대신 메이저 기획사 일부는 방향을 전환하여 일본, 중국, 동남 아시아 등 아시아 진출을 통해 시장 확대를 성공적으로 도모했다. 한국 음악 산업의 아시아화의 문제는 디지털화와 더불어 또 다른 중요한 주제다.

시장과 비교하면, 한국은 10대에 대한 의존이 강하며 백 카탈로그에 거의 의존하지 않고 짧은 주기를 갖는 새 음반에만 의존하는 ‘휘발성’이 강한 시장이다. 실제로 강한 구매력을 가진 20~30대를 끌어들이기 위해 백 카탈로그를 이용한 편집 음반이 한꺼번에 쏟아져 나왔지만 이 역시 단기적인 대응에 지나지 않음이 금세 드러났다.

무엇보다도 청중의 확대는커녕, 음반 산업의 주요 지지 청중인 10~20대의 문화적 분산 현상이 나타났다. 특히, 중심적인 음반 구매층인 10대를 둘러싸고 경쟁적인 엔터테인먼트가 발전하자 음악이 10대의 또래 문화와 정체성 형성에서 여전히 특권적인 지위를 점하고 있는지 더 이상 의심스럽게 되었다. 여기서 음반에 경쟁적인 엔터테인먼트란 컴퓨터 게임, 인터넷 그 자체, 그리고 휴대 전화 등을 말한다(Leyshon, 2005, pp.184~185).¹³³⁾ 바로 이런 청중의 분산이 음악 산업의 탈매개화(de-intermediation)의 문화 경제적 맥락을 형성한다. 음악 산업의 위기는 바꾸어 말하면 바로 탈매개화의 전개라는 말로 바꾸어 쓸 수 있을 것이다. 그렇다면 음악 산업의 탈매개화를 새로운 디지털 음악 테크놀로지의 발전과 새로운 음악 문화의 전개와 관련하여 좀 더 들여다보도록 하자.

우선 새로운 디지털 음악 테크놀로지는 음악의 전달 방식을 수반한다. 다시 말하면 물질적 실체를 가진 앨범 단위의 패키징(카세트 테이프, LP, CD 등)으로부터 디지털화된 무형의 음원 정보로의 물리적인 변화다. 바로 이런 디지털 테크놀로지의 성격으로 인해 음악은 이전보다 훨씬 편리하고 쉽게 돌아다닐 수 있다. 기존 음악 산업의 활동이 CD와 같은 음반을 중심으로 구축되었다면, 음반의 테크놀로지적 지

133) 이 문제에 대해서 한 음악 산업 종사자는 필자와 대화하는 도중, “아이들이 손에 핸드폰을 쥐는 순간 음반 업계에는 재앙이었다”라고 표현했다. 휴대 전화의 사용, 문자 메시지 전송, 아이템과 정보 다운로드, 그리고 잦은 신형 모델 교체 등은 청소년에게 가용한 지출을 크게 축소시켰다고 추측할 수 있다. 뿐만 아니라 휴대 전화는 그 자체로서 오락의 도구이며 새로운 문화를 형성하고 있다. 여기서 인터넷, 휴대 전화 등은 음악 산업의 탈매개화의 강력한 문화 경제적 맥락을 형성하면서도, 뒤에서 살펴보듯이 음악 산업의 재매개화의 과정에서도 중심에 서 있다는 점에서 흥미롭다.

위 변화는 음악 산업의 구조적 변화를 함축한다. 여기서 음반의 테크놀로지적, 산업적 지위의 변화를 음악 문화의 맥락 안에서 고려해볼 필요가 있다. 즉 음악 산업은 CD 음반을 중심으로 구축된 반면, CD 음반의 문화적 지위와 가치는 디지털 테크놀로지가 본격화하기 이전에도 이미 의심스러웠다는 것이다.

이는 무엇보다도 주류 음악의 음반 제작 과정과 관련된다. 대부분의 주류 음반이 한두 곡의 대표곡과 자리를 채우기 위한 나머지 곡들(fillers)로 구성된다는 것은 새삼스러운 비밀이 아니었다. 대표곡들은 거액의 곡비를 받는 유명 작사 작곡가의 손에 의해 만들어지고, 음반사에 의해 뮤직 비디오가 제작되고 방송에서 적극적으로 홍보되는 곡들이다. 싱글 시장의 활성화가 대안으로 제시되기도 했지만, 대부분의 제작비가 대표곡 몇 곡에 집중되기 때문에 비용 절감 효과가 크지 않은 음반사 입장에서 소극적이었고, 중간 마진이 적기 때문에 도매상 입장에서 달갑지 않았다. 따라서 주류 음악 CD 패키지는 한두 곡의 히트곡에 다른 곡들을 끼워 부풀려진 가격에 판매하는 사업이라는 비난이 그치지 않았다.

또한 뉴 미디어의 확장, 주류 음악의 향유 방식과 관련지어 생각해 볼 수 있다. 방송 채널의 확장을 통해 음악과 음악 정보는 지상파 방송에 제한되지 않고 케이블, 위성 등 다양한 채널을 통해 접할 수 있게 되었다. 또한 핸드폰, mp3 플레이어 등 새로운 기기를 통해 음악의 향유는 보다 유연하고 유동적이게 되었다. 앞서 주류 대중 음악의 시각 지향적 성격을 지적했는데, 이러한 확대된 매체를 통해 주류 음악의 시각적 향유는 포화 상태에 이르렀다. 따라서 유행 주기가 점점 짧아지는 경향과 더불어, 주류 음악의 중심적 매체인 CD의 문화적 가치는 점점 저하되고 있다고 추측할 수 있다. 앞서 언급한 수많은 편집 음반 또한 비슷한 힘으로 작용했다. 반면 주류 음반의 패키지는 점점 고급스러워졌는데(화보, 뮤직 비디오 수록, 기존의 플라스틱 케이스가 아닌 고급 포장 등), 이는 CD라는 방식으로 음악을 포장하는 것이 한계에 이르렀다는 것을 반증하는 사례다. 음악의 향유가 더 이상 CD로 수렴되지 않는다는 것이 명확해졌다. 요약하면 음반 중심의 음악의 판매와, 시각 이미지와 곡 중심의 음악 경험 사이의 간격은 점점 벌어지고 있다는 것이다.

이런 맥락 하에서 2000년부터 폭발적인 인기를 끈 소리바다, 벅스 뮤직 등 온라인 음악 유통 서비스는 새로운 음악 유통 테크놀로지에 기대어, 기존 음악 산업의 표준적인 실천과 음악 향유의 경험의 질 간의 차이를 효과적으로 파고들었다고 볼 수 있다. 이와 같은 온라인 음악 유통은 기존 음악 산업을 탈매개화하는 결정적인 계기가 된 것은 주지의 사실이다.

3. 탈매개화의 디지털 음악 테크놀로지

여기서 음악 산업의 탈매개화를 추동한 디지털 테크놀로지와 그 전개 과정에 대해서 간략하게 짚어보는 것이 필요할 것 같다. 디지털 음악 테크놀로지는 컴퓨터 테크놀로지와 네트워크 테크놀로지로 구분할 수 있다.

먼저 컴퓨터 테크놀로지는 mp3 음악 파일, mp3 플레이어 소프트웨어, CD 리핑, CD/DVD 버닝 테크놀로지 등으로 구성된다. mp3 음악 파일은 CD에 수록된 디지털 음악 정보를 1/12 정도의 크기(128kbps 기준)로 압축한 포맷으로서, 컴퓨터와 인터넷 상에서 음악을 다루기 편하게 만들어주었다.¹³⁴⁾ CD 리핑은 CD에 수록된 음악을 추출하여 mp3로 변환해주는 소프트웨어이고, mp3 플레이어(소프트웨어)는 컴퓨터 상에서 mp3 음악 파일을 편리하게 들을 수 있도록 해주는 프로그램이다(윈앰프 등이 대표적이다). CD 버닝은 컴퓨터 파일을 CD 저장 매체에 수록할 수 있도록 해주는 소프트/하드웨어로서, 한 장의 공CD에 mp3 형식의 음악 파일 120여곡을 저장할 수 있다(공DVD는 공CD의 6배 정도의 용량을 가지고 있다). 특히 테크놀로지의 발전에 따라 CD/DVD 버너와 공CD/DVD의 가격은 최근 몇 년 간 획기적으로 하락하였다. 이상의 컴퓨터 테크놀로지는 음악이 mp3 파일 형식으로 컴퓨터상으로 옮겨지고 쉽게 복제될 수 있는 기술적인 배경을 제공했다. 특히 CD 버닝은 음질의 손상이

134) mp3는 mpeg layer3의 약자로서, 동영상 압축의 기술적 표준을 논의하기 위한 MPEG의 파생물이다. 따라서 원래 음악을 위해서 개발된 것이 아니라는 점에서 음악 테크놀로지의 ‘우연한’ 사용과 ‘오용’의 한 예라고 할 수 있을 것이다.

적고 편리한 음악 복제 방식을 제공함으로써, 홈테이핑과 같은 개인적이고 일상적인 음악 실천을 기술적으로 ‘업그레이드’했다고 볼 수 있다. 여기에 휴대용 mp3 플레이어는 덧붙일 수 있을 것이다. 이른바 ‘워크맨’의 진화한 형태로서, mp3 파일을 플래시 메모리, 하드 디스크 등의 방식으로 저장하여 들고 다니면서 들을 수 있는 기기다. 최근에는 mp3 플레이어 기능을 통합한 휴대 전화가 등장하기도 했다.

다음으로 네트워크 테크놀로지는 초고속 인터넷의 급속한 보급으로 네트워크 전송 속도가 획기적으로 빨라진 것을 배경으로 한다. 여기에 2000년경부터 소리바다와 벅스뮤직 등의 온라인 음악 서비스가 인기를 끌면서 디지털 음악 테크놀로지의 핵심으로 떠올랐다. 먼저 소리바다는 냅스터를 본떠서 만든 p2p(peer-to-peer) 방식의 네트워크로서, 이용자들의 컴퓨터 사이를 상호 연결해주는 클라이언트 소프트웨어와 이를 통한 네트워크를 말한다. 이용자들은 이 프로그램을 통해 다른 이용자의 컴퓨터에 있는 mp3 음악 파일 등을 검색, 다운로드할 수 있고, 서로 메시지를 주고 받을 수도 있다. 또한 이와 같은 p2p 네트워크는 많은 이용자가 접속하면 할수록 그만큼 음악 파일의 수가 많아지기 때문에 찾고자 하는 음악을 더 쉽게 찾을 수 있다는 특징을 갖는다. p2p 네트워크는 서비스를 제공하는 중앙 서버에 음악 파일이 저장되는 것이 아니기 때문에, 저작권과 관련하여 특히 복잡한 논란을 불러 일으켰다.

반면 벅스 뮤직의 서비스 방식은 중앙 서버에 음악 파일을 저장하고 이용자가 접속하여 음악을 들을 수 있도록 하는 중앙 집중적 스트리밍(streaming) 서비스 방식이다. 이 방식은 음악 파일이 이용자의 컴퓨터에 저장되지 않기 때문에 초고속 인터넷이 연결된 상태에서만 음악을 들을 수 있다. 음악 다운로드 서비스가 여전히 음악 파일이라는 대상이 교환되는 것에 반해, 음악 스트리밍 서비스는 그렇지 않다는 점에서 음악 라디오의 인터넷 버전이라고 할 수 있을 것이다. 개인화된 플레이리스트의 설정 등으로 ‘아날로그’ 라디오에 비해 상호 작용적이고 진화한 서비스를 제공해 준다. 이 서비스는 중앙 집중적 방식으로서 기존 음악 산업에 의한 법적 대응에 의해 쉽게 굴복할 수밖에 없었다.

개인 홈페이지(‘미니홈피’, 블로그), 인터넷 커뮤니티(‘카페’) 등을 이용한 음악 파

일의 공유, 게재 등도 널리 이루어지고 있다. 개인 홈페이지나 인터넷 커뮤니티는 음악 서비스만을 위한 것은 아니지만, 음악 파일이 가장 인기가 있는 아이템 중 하나로 자리잡고 있다. 홈페이지와 커뮤니티 웹사이트의 이용자들은 음악 파일 게재와 링크 등을 통하여 음악 정보를 교환하고 자기의 정체성과 기분을 전달하고, 이를 주위 사람들(‘이웃’ 등)과 교류하고 커뮤니케이션하는 방식으로 사용한다. 따라서 이와 같은 음악의 이용은 비상업적이고 보다 개인적이라는 특징을 갖는 한편, 음악 산업은 저작권법을 강화하고 서비스 제공자에게 압력을 행사하고 이용자 개개인에 대한 소송을 제기하는 방식으로 대응하는 한편, 음악 아이템 판매 등의 방식으로 ‘합법화’와 상업화를 시도하고 있다.

4. 탈매개화의 문화적 논리

많은 논자들은 음악의 창작, 향유와 관련하여 새로운 문화적 논리의 발전이 이루어지고 있다는 점을 강조한다. 즉, 디지털 테크놀로지에 내재한 해방적 잠재력에 주목하여 창작과 향유의 새로운 문화적 힘을 추동하고 있다는 것이다.

존스(Jones, 2002)는 온라인에서 새로운 방식으로 음악 공동체가 형성되는 지리적 공간이 형성된다고 지적한다(pp.224~226). 그는 프리스와 그로스버그를 인용하면서, 대중 음악에서 정체성, 진정성, 공동체의 감각은 특정 장소에 대한 정서적 투여와 깊이 관련된다고 지적한다. 여기서 인터넷은 공간을 가로질러 정서적으로 투여하고 연합하며, 접속, 연결, 결집할 수 있는 대중 음악의 장소성에 새로운 논리를 부여하는 공간이라는 것이다. 이와 같은 분산되고 유연한 온라인 음악 공동체의 예는 냅스터와 같은 p2p 네트워크에서 찾을 수 있다. 이런 관점에서 보면, 냅스터는 단지 음악 다운로드를 가능하게 했을 뿐 아니라, 다른 공간에 존재하는 음악 팬들이 서로 접속하고 서로 매개자가 될 수 있는 방식을 제공하여 새로운 음악 공동체의 형성을 가능케 한다는 점에서 중요하다. 특히 홈태핑 등을 통한 음악의 공유가 음악 팬에게는 지극히 일상적인 문화적 실천이었다는 점을 고려하면, 이와 같은 디지털 음악 공동체의 문화적 실천은 이전의 일상적 문화 논리와 연속적이며 확장적인 측면을

보여준다는 점도 중요하다.

젠킨스(Jenkins, 2004)는 피에르 레비(Pierre Levy)의 논의에 근거하여, 새로운 디지털 공동체가 정서적 공동체일 뿐 아니라 새로운 지식 공동체라는 점을 강조한다. 즉, 새로운 디지털 공동체가 대규모 정보 집적과 처리 활동 능력을 가지게 되고 자발적인 “집합적 지식”의 네트워크를 이룬다는 것이다. 이와 같은 “공유된 지적 자산과 감정의 투여”, “상호적 생산과 호혜적 지식 교환”(p.35)을 통해, 포스트모던 디지털 문화의 사용자는 문화의 단순한 소비자가 아니라 창작자로서의 지위를 가질 수 있는 가능성이 높아진다는 것이다. 넵스터와 같은 인터넷 음악 공동체의 형성은 음악 경험의 질의 변화와 하위문화적 자본의 축적을 수반하며, 이는 산업적 논리와는 거리를 두고 있다는 점에 비춰보면 그의 주장은 수긍할 수 있는 면이 있다.

휴즈와 랭(Hughes & Lang, 2003)은 한발 더 나아가 기존 음악 문화로부터 새로운 음악 문화로 전면적으로 대체될 것이라고 희망적으로 예측한다. 역동적이고 자기조직적인 공동체의 상호 교환을 통해 새로운 문화적 가치가 발생하고 있으며, 이를 바탕으로 기존 음악 산업으로부터 디지털 음악 공동체로 전면적인 권력 이동이 일어나고 있다고 주장한다. 이들은 〈표 4-18〉에서 디지털 음악 문화의 해방적 성격에 대한 기존의 논의를 종합하여, 기존의 음악 문화와 대비하고 있다. 요컨대 새로운 디지털 테크놀로지는 기존의 메이저 음악 산업에 의한 독점적 정보와 유통의 체계를 근본적으로 파괴하고, 분산적으로 다양성이 보장되는 새로운 공동체적 음악 문화를 가져올 것이라는 낙관적 견해라고 할 수 있다.

이와 같은 논의들은 음악 산업의 탈매개화의 저류에 흐르는 문화적 흐름을 포착하여 전반적인 변화의 동력이 무엇인지를 밝히는 데 도움이 된다. 그러나 디지털 테크놀로지의 해방적 잠재력으로부터 문화적 변화의 결론을 직접 도출하는 것은 성급해 보인다. 즉, 기존의 산업적 구조와 새로운 문화적 힘을 극단적으로 대비하여 일상생활의 문화적 실천과 간주하며 디지털 음악 문화의 전복적 성격을 과장하고 있다. 그러나 일상생활은 고립되고 특권적인 영역이 아니며(Grossberg, 1992, pp.96~99), 이 역시 문화 산업의 헤게모니적 힘이 작용하는 공간으로 보아야 한다. 따라서

〈표 4-18〉 음악산업의 변화(Hughes & Lang, 2003, p.187)

현상태	새로운 경향
집중화된 시장 5대 메이저 음반 레이블은 수백만 명 규모의 구매자에게 상대적으로 동질적인 상품을 제공하며, 미디어 시장 집중, 규모의 경제를 추구	적소 시장(niche markets) 수천 개의 음악 제작자들이 고도로 특화된 소규모 이용자 집단의 요구에 맞추며, 시장 분화, 특화의 경제를 추구
계획, 합리적 기업 마케팅 결정은 경쟁 전략에 근거	자기 조직적, 자생적 수많은 네트워크 이용자들의 협동적, 집합적인 행동에 근거(디지털 공동체 네트워크)
대상 지향적 CD, 슈퍼 오디오 CD, DVD 오디오	정보 지향적 mp3, wav, 리얼 오디오
희소성의 경제 공급은 음반 레이블에 의해 조절; 물리적 생산과 유통	풍부의 경제 P2P 네트워크는 수요에 맞추어 자기 재생적으로 공급; 파일이 인기가 있을수록 구하기 쉬워짐
대량유통 전문적인 소매 유통 통로, B2C(온라인 쇼핑)	P2P 유통 파일 공유 네트워크를 통한 이용자 간의 유통(가상 마케팅)
집중화된 콘텐츠 관리 상품 콘텐츠는 산업 전문가(A&R)의 판단에 의존	분산된 콘텐츠 획득 가능성 이용자의 집단적 판단에 의해 결정; 어떤 콘텐츠라도 획득 가능
희소하고 고가의 생산 자원 전통적인 녹음 스튜디오, CD 프레스	편재적이고 저비용의 생산 자원 디지털 오디오 워크스테이션, MP3 저장 미디어, IT 저장 미디어
상품 중심의 매출 패키지 CD의 소매 매상	서비스 중심의 매출 가입자 서비스, IT와 재생 하드웨어, 소프트웨어를 통해 2차적 시장 창출
사유화된 음악 고정되고, 정적이고, 저작권화된 음악 상품	오픈 소스 음악 정보 후속 작업을 위한 자원으로서 음악 정보(리믹싱, 샘플링)
창작자/소비자 이분법 산업(스타, 레이블)은 음악을 만들고, 구매자는 최종 상품의 수동적 소비자	창작자/소비자의 수렴 이용자는 디지털 오디오 워크스테이션과 네트워크를 통해 음악 과정에 참여할 수 있는 힘을 가짐

음악 산업의 변화에 대한 보다 현실적인 상은 기존 음악 산업의 대응, 새로운 음악 산업 주체의 부상 등의 산업적 과정을 보다 구체적으로 살펴보고, 이러한 헤게모니 논리가 어떻게 새로운 디지털 공동체 문화의 논리와 연결되며, 긴장 관계 속에서 후자를 통합하는지에 관한 복잡한 과정을 살펴보아야 얻을 수 있을 것이다.

5. 음악 산업의 대응

음악 산업의 탈매개화에 대응하여 기존의 음악 산업이 취하는 전략은 크게 세 가지로 확인할 수 있다. 첫째는 법적인 대응이며, 둘째는 테크놀로지적 통제 전략이며, 셋째는 보다 적극적인 대응으로서 다양한 형태로 ‘합법적인’ 디지털 음악 서비스를 제공하는 방식이다.

첫째, 저작권을 무기로 법적 압박을 가하는 것이다. 냅스터 등 p2p 서비스는 불법 판결로 인해 무료 서비스를 중단했다. 한국에서도 음악 산업은 벅스뮤직과 소리바다에 대한 소송 등 사법적 대응을 통해 서비스의 소유와 경영권을 넘겨받거나(벅스뮤직), 서비스의 유료화를 강제해내고 있다(소리바다 등). 또한 인터넷을 통한 비상업적인 개인적 이용(블로그 게재 등)에 대해서까지도 무더기 소송을 벌이고 있기도 하다.

다른 한편, 저작권의 확대와 강화의 방향으로 입법이 이루어지고 있다. 일련의 저작권 강화 입법 과정(디지털 밀레니엄 저작권법, 일명 소니 보노 저작권 기간 연장법 등¹³⁵⁾)에는, ‘위기’를 내세운 음악 산업의 로비의 힘이 일정하게 작용했다는 분석도 가능하다(Hesmondhalgh, 2006, p.10). 한국의 경우에도 개정 저작권법 입법을 통해 저작권자의 권리가 크게 강화되었다.¹³⁶⁾ 대신 개인적 사용, 공정한 사용(fair use)

135) 디지털 밀레니엄 저작권법(1988)은 DRM 소프트웨어를 변경하거나 훼손하는 행위를 금지하는 조항을 담고 있다. 소니 보노 저작권 기간 연장법은 개인 저작자의 저작권을 사후 50년에서 70년으로, 기업 저작자의 저작권을 75년에서 95년으로 크게 늘렸다(Hesmondhalgh, 2006, p.13). 이상의 예에서 볼 수 있듯이 저작권자의 보호와 공공성의 균형이 전자 쪽으로 심하게 기울고 있다.

등 저작권의 기본적인 원리가 점점 침식되고 훼손되고 있다(Marshall, 2004, pp.200~201). 또한 중요한 측면은 이와 같은 사법적, 입법적 대응이 음악 산업의 탈매개화를 지연하거나 저지하는 무기일 뿐 아니라, ‘음반’ 판매 산업으로부터 ‘음원’ 서비스 산업으로 음악 산업의 전환을 가속화하여 음악 산업을 재매개화하는 동력이기도 하다는 점이 중요하다.

둘째, 불법 복제에 대응하기 위해 테크놀로지적 장애물을 설치하는 것이다. 우선 CD 자체에 복제 방지 장치, 워터마크 등을 설치하는 방법으로서, CD를 컴퓨터에서 mp3로 변환(이른바 ‘리핑 ripping’)하지 못하도록 하여 mp3 음악 파일을 원천적으로 막으려는 전략이다. 그러나 이 방법은 최근 소니-BMG의 복제 방지 CD 회수 소동에서 보듯이 그리 성공적이지 못했다.¹³⁷⁾ 다른 한편, 음악 파일 자체에 대한 디지털 권리 관리(Digital Rights Management; DRM)는 위에서 설명할 독자적인 온라인, 모바일 음악 유통 서비스를 위한 테크놀로지적인 방책으로서 상대적으로 성공을 거두고 있다. 애플의 아이튠스는 특정한 mp3 플레이어(아이포드)에서만 작동될 수 있도록 DRM을 제어한 음악 파일을 서비스하여 큰 성공을 거두고 있다. 또한 개별 다운로드가 아니라 가입자 방식의 서비스는 독자적인 DRM을 통하여 이용자를 통제하고 있다(Hesmondhalgh, 2006, p.7). 모바일 음악 서비스는 파일 전송과 기기에 대한 통제라는 기술적인 특성이 성공의 한 요인으로 간주된다. 즉 휴대 전화는 무선 통신 사업자의 완전한 통제 내에 존재하고 네트워크와 콘텐츠에 대한 이용자의 접근이 기술적으로 차단되어 있다는 점이다.¹³⁸⁾ 그러나 다른 한편 이와 같은 기술적인 제한

136) 2005년의 개정 저작권법을 통해 저작권자 뿐 아니라 실연자와 제작자에게도 전송권이 부여되었다. 또한 사후 허락을 배제하고 사전 허락을 명시했다. 또한 막판에 철회되기는 했지만, 저작권 침해에 대한 친고죄 조항의 폐지도 적극 검토되기도 했다.

137) 메이저 음반사인 소니-BMG가 최근에 내놓은 복제 방지 CD는 컴퓨터에 일종의 ‘바이러스’를 심어놓는 방법을 이용했는데, 이를 통해 컴퓨터가 외부의 해킹에 취약해지게 되는 문제점이 발생하여 소비자에게 항의를 받았고 4백만 장에 이르는 CD를 회수했다(Sony folds tent, recalls CDs, 2005. Nov. 16.).

의 설정은 온라인, 모바일 음악 서비스가 더 이상 성장하는 데 있어서 걸림돌로 작용하는 측면도 있다. 즉 배타적인 기업 이익을 우선으로 하여 소비자에게 불편함과 비용을 전가하고, 음악 산업을 포괄하는 범용적 온라인, 모바일 서비스의 발전을 저해한다는 것이다(〈온라인 음악 시장 현황 및 발전 방향〉, 2005).

이상의 두 가지 방식은 탈매개화의 속도와 정도를 늦추는 데 있어서 부분적으로 효과적인 것으로 드러나고 있다. 또한 음악 산업의 재조직화와 새로운 온라인, 모바일 서비스의 활성화의 동력이 되고 있기도 하다. 그러나 기본적으로 기존의 음악 산업의 수입 구조를 지키고자 하는 방어적인 성격이 강하다는 점에서 궁극적인 대안이 되지 못한다. 이 두 가지보다 적극적인 세 번째 대응은 음악 산업이 제휴 등 다양한 전략을 통해 온라인에서 ‘합법적인’ 사업 모델을 발전시켜 음악 산업의 재매개화를 추구하는 방법이다.

6. 산업적 재매개화

음악 산업의 완전한 탈매개화는 상상하기 어렵고 실현되기도 불가능하다. 현대 대중 음악은 창작자와 향유자의 시간적, 공간적 분리이고, 그것을 다시 매개화하는 산업적 과정을 전제로 한다(Frith, 1983). 지금까지 LP, CD, 카세트 테이프 등의 사운드 저장, 재생 테크놀로지는 시공간적 제한을 뛰어넘음으로써 이와 같은 산업적 매개 과정을 가능케 했다고 말할 수 있다(Jones, 2002, p.214). 새로운 디지털 테크놀로지가 창작과 향유의 분리를 뛰어넘어 산업적 과정을 배제하고 직접적인 교환을 이룰 수 있다는 생각은 유토피아적이다. 다시 말하면 기존 음악 산업이 점차 배제되는

138) 이용자가 휴대 전화에 벨소리(‘링톤’), 통화 대기음(‘컬러링’)을 직접 만들어 올리는 것은 기본적으로 차단되어 있다. 물론 완전히 불가능한 것은 아니다. 인터넷에서 골드 웨이브, 사운드 포지 등의 소프트웨어를 이용하여 휴대폰의 벨소리와 통화 대기음, 동영상 등을 제작해서 올리는 방법을 공유하는 지식, 카페 등을 쉽게 찾을 수 있다. 그렇지만 CD의 음원을 mp3로 만드는 것만큼 간단한 것이 아니기 때문에 일부에 국한된 문화적 실천이다.

탈매개화는 얘기할 수 있지만 모든 산업적 과정이 배제되는 완전한 탈산업화는 상상하기 어렵다는 것이다. 오히려 새로운 매개자의 출현, 새로운 방식의 산업화, 새로운 산업의 하부 구조의 형성(p.224) 등의 방식을 상상하는 것이 보다 현실적인 전망이다. 이 과정을 ‘재매개화(re-intermediation)’라고 부를 수 있을 것이다.

재매개화 과정을 통해 문화 산업의 상업적, 산업적 논리가 완전히 바뀌고 대체되는 것은 아니라는 점은(Bustamante, 2004, p.805, 815) 새로운 매개자의 활동 방식을 살펴보면 분명해진다. 새로운 매개자로서 기존의 음악 산업의 외부에서 나타난 온라인 음악 산업은 새로운 테크놀로지(백스 뮤직, 소리바다 등 인터넷 스트리밍, p2p 다운로드 등)를 바탕으로 하여 무료 서비스로서 출발했다. 그러나 애초부터 이들의 관심은 어떤 방식으로 유료화, 수익화할 것인가에 맞춰져 있었다. 즉, 모험적으로 음악 서비스를 시작하고 일정 규모의 이용자 확보를 통해 시장에서 지위를 구축한 이후 어떤 방식으로든 유료로 전환하는 것은 예정된 수순이라고 볼 수 있다. 따라서 한국에서 거의 전적으로 탈산업 매개적인 온라인 음악 서비스는 존재하지 않거나 미미하다고 볼 수 있다. 저작권을 둘러싸고 벌어지는 새로운 온라인 서비스 업체들과 기존 음악 산업의 마찰은 현재 상황에서는 유료화라는 기본에는 동의하면서도 서로 더 많은 이익을 얻을 수 있는 모델을 이끌기 위해 벌이는 지루한 싸움의 단계로 접어들었다.

또한 온라인 음악 업체는 완전히 새로운 모델을 수립했다기보다는 기존의 문화 산업과의 연계, 그에 대한 의존을 통해서 활동하고 있다. 부스타만테가 지적한대로, 새로운 콘텐츠의 결여로 인해 새로운 문화(New Culture) 또는 새로운 커뮤니케이션(New Communication)을 이야기하기는 성급해 보인다(2004, p.815). 즉, 온라인에서 어떤 음악이 유통되는가 하는 것은 여전히 기존 음악 산업에 의존하고 있다는 것이다. 따라서 새로운 온라인 산업 모델은 기존 음악 산업에 기생적이며, 기존 음악 산업의 투자와 활동에 무임승차하려는 존재라는 기존 음악 산업의 주장은 어느 정도 타당성이 있다(Leyshon, et al., 2005, p.190). 결국 기존 음악 산업은 음악의 공급자로서 독점적 지위를 여전히 지키고 있고, 새로운 온라인 음악 산업이 새로운 음악적

문화의 지지자인지도 명확하지 않다. 명확한 것은 재매개화가 산업적 논리를 따르고 있다는 것이다.

여러 신규 산업 주체의 활동 방식에 따라 이와 같은 산업적 재매개화의 몇 가지 모델을 생각해볼 수 있다.

첫째, 기존의 오프라인 음악 산업에 중심으로 두고 온라인을 포섭, 활용하거나 결합하는 모델이다. 기존의 메이저 음반사가 연합하여 온라인 유통 사업체를 설립하거나(다국적 메이저가 연합한 Pressplay, MusicNet 등) 독자적으로 온라인에 진출을 타진하는 것을 포함한다. 벅스 뮤직은 특이한 경우로서, 기존 음악 산업의 연합체가 소송 등의 압력을 통해 다수 지분과 경영권을 얻어내고 유료 서비스로 전환을 모색하고 있다. 다른 한편 소리바다는 음악 산업 외부의 p2p 서비스로 시작했으나, 결국 기존 음악 산업에 콘텐츠를 의존하고 있기 때문에 ‘합법적인’ 방식의 서비스를 모색할 수밖에 없는 입장이다. 따라서 불법 판결을 받은 이후 기존 음악 산업과 유료화를 두고 갈등과 협상을 계속하고 있다. 방식은 조금씩 다르지만 기본적으로 기존 음악 산업의 영향력을 전제로 하고 있다고 볼 수 있다. 그러나 다국적 메이저의 온라인 서비스의 지지부진, 벅스 뮤직과 소리바다의 유료화 난항 등에서 볼 수 있듯이, 기존의 활동 방식에 대한 집착, 복잡한 이해 관계와 권리 문제 등으로 인해 기존 음악 산업이 스스로 온라인에 적응하기까지는 보다 더 많은 시간이 걸릴 것으로 보인다.

둘째, 온라인 등 기존 음악 산업 외부의 새로운 주체를 중심으로 기존의 음악 산업을 다양한 방식으로 포괄하는 모델이다. 특히 인터넷 포털, 인터넷 회선 사업자(ISP), 이동 통신, 휴대폰, 기기 제조 사업자 등 대규모 자본력을 가진 산업 주체가 주도적인 위치를 점하고, 기존의 음악 산업과 연계를 맺는 방식이다. 미국의 경우, 컴퓨터 제조 업체인 애플이 mp3 플레이어인 아이포드와 연계하여 아이튠스(iTunes) 서비스를 시작하여, 유료 온라인 음악 서비스 시장에서 60% 이상의 시장 점유율을 올리고 있다. AOL, 야후 등 인터넷 포털, 버라이즌, 싱귤러, 스프린트 등 무선 통신 업체도 최근 인터넷 음악 서비스를 강력하게 추진하고 있거나 준비 중이다. 한국의 경우, 최근 한 오프라인 음반사를 인수한 SKT의 유무선 연동 음악 서비스인 멜론의

예에서 보듯이, 새로운 주체는 자금력과 네트워크를 바탕으로 기존 음악 산업과 제휴하거나 펀딩, 흡수, 계열화하여 안정적인 음원 공급원을 확보하고 나아가 새로운 음악 산업의 매개 모델을 구축하는 방향으로 나아가고 있다. 이와 같은 모델은 현재 온라인 음악 서비스 모델 중에서 가장 큰 수입을 올리고 있으며 앞으로도 지배적인 지위를 점하게 될 가능성이 가장 유력하다. 이러한 유형의 재매개화는 기존 음악 산업의 힘이 크게 약화되는 반면, 새로운 산업적 주체에 의해 새로운 음악 산업의 하부 구조가 구축됨을 의미한다. 거대 기업의 개입으로 인해 기본적으로 부정적이고 중소기업적인 성격을 띠던 이전의 음악 산업에 비해 산업의 집중이 훨씬 높아지는 방향으로 전개될 가능성이 높다. 이는 지배적 주체의 교체에도 불구하고, 주류 문화 산업의 상업적, 산업적 논리와 힘이 여전히 유지되거나 이전보다 강화되는 방향으로 나아감을 의미한다.¹³⁹⁾

셋째, 순수한 온라인 모델로서 기존의 음악 산업이 배제되는 모델이다. mp3.com의 초기 형태, 이를 본떠서 출발한 한국의 millim.com의 초기 형태 등이 이에 속한다. 이 모델은 기존 음악 산업을 건너뛰고 음악 창작자와 향유자 사이에 새로운 매개를 설정하고자 시도했다. 이 모델은 기존 음악 산업의 A&R, 제작, 홍보, 마케팅 등이 모두 배제된 채, 그런 활동이 온라인 상에서 음악 창작자와 향유자의 상호 작용을 통해 대체된다는 점에서 탈매개화에 가까운 모델이다. 이 모델의 전제는 메이저 음악 산업의 필터링이 신뢰할 수 없거나 제대로 작동하지 않는다는 것이다. 그런 점에서 이 모델은 mp3 음악 파일 포맷이 등장한 초기에 인터넷을 이용하여 일종의 온라인 인디펜던트 음악 공동체/시장의 역할을 하고자 했다고 볼 수 있다.

세 가지 방향 중에서 두 번째 모델이 지배적인 위치를 점하게 될 것이라는 예상이

139) 온라인, 모바일 음악 서비스의 수입 분배 구조는 저작권자, 음악 제작자에 비해 네트워크 사업자에게 훨씬 유리하게 짜여 있다는 점은, 기존 음악 산업과 새로운 재매개화의 주체 간의 불균등한 권력 관계를 잘 보여준다. 특히 모바일 음악 서비스의 경우, 네트워크 사업자는 음악 콘텐츠 사용료의 일부와 함께 네트워크 회선 사용료에 대한 수입을 거두어 들이는 이중적 수입 구조를 취하고 있다.

가능하다. 어쨌든 간에 분명한 것은 어떤 모델이건 간에 유형의 재화로부터 무형의 서비스로 음악 산업의 축이 이동하는 것을 촉진할 것이다. 즉, 저작권의 확장과 강화, 그리고 DRM 등 기술적인 보완을 바탕으로 ‘합법적’ 유료 음악 서비스가 대세가 될 것이라고 예상하기는 어렵지 않다. 점차 활동 영역이 축소된 p2p 서비스는 완전히 사라지지는 않겠지만, 보다 언더그라운드적이고, 매니아적 음악 실천으로 부차화, 주변화되거나 제한된 적소 시장에만 호소하는 형태로 자리 잡을 것이라는 예측도 가능하다(Bakker, 2005). 헤즈몬달(Hesmondhalgh, 2006)은 메이저 음반사는 “마케팅과 프로모션에 대한 결정적인 통제를 유지하고 있는데, 어떤 음악이 다수의 소비자에게 들려지고 알려지는가는 대개 이것에 의해 결정된다”(p.16)고 지적한다. 따라서 거대 기업으로부터 소비자에게 통제가 완전히 넘어가는 일은 일어나지 않을 것이며, 미디어의 집중과 수렴을 통해 지배적인 힘이 유지, 강화되는 쪽으로 귀결될 것이라고 예상한다. 결국 디지털 테크놀로지의 도입은 이전보다 산업적으로 훨씬 강력한 메이저 디지털 음악 산업이 자리를 잡고, 문화의 다양성과 창조성은 만개하기보다는 새로운 방식으로 주변화하는 것으로 귀결될 가능성이 높다는 것이다(Bustamante, 2004, p.817).

7. 재매개화와 음악 문화

음악 산업의 탈매개화가 그렇듯이, 재매개화 또한 단지 산업적 재조직화의 문제가 아니라 문화적 차원의 동학을 수반하는 과정이다. 음악 산업의 재매개화는 기존 음악 산업의 논리를 답습하기보다는 새로운 테크놀로지에 적응하고 그것을 활용하여 새로운 디지털 음악 문화를 흡수, 통합하는 과정이라는 것이다. 프리드먼(Freedman, 2003)은 음악 산업은 자원과 법적 대응력은 가지고 있으나, “p2p 네트워크의 신뢰성과 유연성에 적합한 문화 자본”(p.178)이 결여되어 있기 때문에 분산되고 탈중심화된 문화에 적응할 수 없을 것이라고 단언한다. 하지만, 실제로 새롭게 재조직된 음악 산업은 그보다는 훨씬 유연한 방식으로 새로운 테크놀로지와 문화에 적응하고 그것을 통합하고 있다.

이와 같은 음악 산업의 재매개화의 문화적 과정의 몇 가지 예를 들어보자. 우선 냅스터, 소리바다 등 p2p 서비스를 그대로 ‘합법적인’ 유료 서비스로 전환하고자 하는 시도에서 잘 드러난다. 무료 p2p 서비스를 법적 대응을 통해 무력화한 후 완전히 없애는 대신에, 서비스의 자원과 이용자 기반을 이용하여 직접 유료화를 추진하거나 유료화를 강제하는 것이다. p2p 방식의 파일 검색과 공유, 이용자 간의 교류 방식 등 ‘중독성’과 ‘재미’를 그대로 유지하고, 새로 발매되는 음반의 홍보와 마케팅의 도구로 이용하는 등으로 사업화하고자 하는 것이다. 정서와 지식의 공동체를 사업화에 직접 이용하는 것이다.

또한 과거에는 산업적 과정의 외부에서 이루어지던 일상생활의 음악 향유 방식이 디지털 테크놀로지에 힘입어 점점 온라인, 모바일 음악 서비스에 통합되고 있다. 음악과 정체성 표현, 음악과 공동체적 교류 등은 이전에는 음악 산업에 의해 전적으로 통제되지 않은 외부적 일상생활의 영역이었다. 홈페이지를 통한 음악의 편집, 복사, 그리고 선물 등의 아날로그 활동은 온라인/모바일 음악 서비스에서 개인화된 플레이리스트 설정, 배경 음악 아이템 등을 통해 디지털 방식으로 실현되고 있다. 라디오에서 흘러나오는 음악이 일상의 배경을 이루었다면, 스트리밍 서비스는 보다 개인화된 플레이리스트를 통한 배경음악을 제공한다. 디지털 음악 테크놀로지는 정체성과 공동체성을 표현하고 경험하는 새로운 방식을 제공하고 있으며, 동시에 이런 영역은 점점 더 산업화, 상업화되고 있다는 것이다.

또한 테크놀로지는 소비자의 취향과 소비 행태를 디지털로 기록, 저장할 수 있게 해줌으로써, ‘디지털 감시(digital surveillance)’에 대한 문제를 불러일으키기도 한다. 디지털의 이용자는 사소한 댓가로 기꺼이 또는 자신도 모르게 개인의 매우 상세한 소비 정보를 제공하기까지 한다(Turow, 2005). 개인화된 디지털 음악 구매 기록, 개인화된 플레이리스트가 저장되고, 이는 고객 관계 관리(Customer Relations Management; CRM)의 자료로 이용되어 소비에 대한 통제 가능성을 확대할 수 있다. 따라서 장기적으로 음악 산업이 발전시키게 될 서비스 방식은 다운로드—판매 방식보다 가입자 서비스—대여(subscription-rental) 방식이리라는 예상이 가능하다(Leyshon,

2005). 부스타만테(Bustamante, 2004)는 디지털 테크놀로지의 상호 작용성과 개별화 등이 디지털 경제의 상업적 목적으로 적극적으로 활용되는 “관계의 경제(economies of relations)”(p.810)에 대해 언급하고 있다. 이처럼 지배적 디지털 음악 산업은 점점 일상생활을 테크놀로지 과정과 밀착시키고 다시 그 관계에 밀착하고 있다.

8. 더 많은 ‘재매개화들’을 위하여

디지털 음악 산업과 문화에 대해 지금까지 살펴본 두 가지 현실과 견해는 극단적으로 대비된다. 앞서 살펴 보았던 음악 산업의 탈매개화에 대한 전망이 지나치게 낙관적이라면, 음악 산업의 재매개화와 집중, 새로운 음악 문화와 일상생활의 영역의 흡수와 통합에 대한 견해는 지나치게 비관적이고 암울하다. 디지털 음악 테크놀로지에 관한 필자의 견해는 음악 산업의 재매개화 경향이 보다 현실적이라는 이 견해가 현실의 ‘지배적’ 경향을 보다 잘 설명한다는 쪽에 가깝다. 그러나 디지털과 관련되는 전반적인 변화의 현실은 훨씬 더 복잡하다고 덧붙이고 싶다. 음악 산업의 재조직화와 지배의 강화를 예측한다고 해서 그것이 일방향적이고 전일적인 지배와 통제가 이루어진다는 것을 함의하지는 않는다. 오히려 파편화되고 다기한 방향으로 진행되는 음악 만들기과 향유의 문화적 실천이 산업적 과정에 의해 완전히 무력화되거나 그것으로 완전히 포섭될 것이라는 예상은 불가능하다. 그것은 산업적 재조직화보다 훨씬 예측하기 어려운 복잡하고 지역적인(local) 과정일 것이다. 따라서 지배와 통제는 매끈하고 모순 없는 과정이 아니라 오히려 끊임없이 갈등과 모순을 드러내는 과정이라고 본다. 다시 말하면, 디지털화, 탈매개-재매개화의 과정은 지배적 산업적 힘과 새로운 음악 문화 간의 모순과 교차, 결합과 분리, 접속과 매개가 복잡하게 일어나는 과정이라는 것이다. 이러한 모순과 교차의 양상을 쉽게 예측하기는 힘들지만 몇 가지 실마리를 찾을 수 있다.

헤즈몬달(Hesmondhalgh, 2006)은 낭만적 무정부주의적 태도가 일반 음악 팬의 태도에 깊이 뿌리박혀 있다고 지적하며, 이는 음악의 상업화와 산업화에 대한 의미 있는 반경향으로 작용할 것이라고 주장한다. 따라서 예술과 상업, 창조성과 산업 간의

이분법적 인식, 음악의 공공적 성격에 대한 의식을 보다 일관된 문화적 비판으로 끌어올리는 일이 필요하다고 제안한다. 이는 ‘록 이데올로기’가 광범하게 퍼져있는 서구의 음악 문화에 국한된 현실이라고 치부할 수도 있다. 그러나 사용자 개인에 대한 소송 등의 위협적 방법을 통하여 개인적이고 일상적 음악 향유의 영역을 급격하게 음악 산업의 지배의 영역으로 재조직화하고자 하는 음악 산업의 시도는 광범위한 반발을 낳고 있는 것 또한 사실이다.

또한 주류적 음악 문화가 강력하게 다시 자리를 잡는 다른 한편, 디지털 음악 테크놀로지를 통해 창출되는 새로운 공간을 통해서, 보다 유연하고 유동적인 지역적, 분산적, 공동체적 음악 만들기과 향유의 실천은 더욱 활성화될 가능성이 높다. 이와 같은 실천은 현재의 저예산, 인디펜던트, 언더그라운드, 소수자적 음악 실천을 증폭시키고, 대량적이고 주류적인 음악적 실천에 기대지 않는 다양화된 음악 문화들을 낳을 수 있을 것이다. 물론 이런 지역적 문화 실천은 쉽게 고립되고 주변화되기 쉽고 주로 비상업적인 영역에 제한될 가능성이 높다. 또한 지배적인 주류 문화에 어떤 의미 있는 영향을 미칠 수 있는지도 미지수다. 그러나 중요한 것은 이와 같은 지역적 음악 만들기과 음악 향유 사이를 가로지르는 새로운 수많은 선들을 그어내고 확인하는 작업일 것이다. 더 많은 분산과 함께 더 많은 연결들, 더 많은 ‘재매개화들’이 필요하다.

참 고 문 헌

- 문화관광부(2005). 『2005 음악 산업 백서』.
- 신현준(2002). 『글로벌, 로컬, 한국의 음악 산업』. 서울: 한나래.
- 〈온라인 음악 시장 현황 및 발전 방향〉.(2005). NHN 주식회사.
- 윤충한 · 이종수(2005). 〈온라인과 오프라인 시장의 경쟁: 음악 산업 사례 연구〉. 2005년 11월 15일, ‘2005년 디지털 2 컨퍼런스’ 발표 자료.
- 이정엽(1999). 〈1990년대 대중 가요의 문화적 형성에 관한 연구〉. 서울대학교 언론정보학과 석사 학위 논문.

- Bakker, P.(2005). "File-sharing-fight, ignore or compete: paid download services vs. p2p-networks". *Telematics and Infomatics*, 22, 41-55.
- Bustamante, E.(2004). "Cultural industries in the Digital Age: some provisional conclusions". *Media, Culture & Society*, 26(6), 803-820.
- Freedman, D.(2003). "Managing pirate culture: corporate responses to peer-to-peer networking". *The International Journal on Media Management*, 5(3), 173-179.
- Frith, S.(1983). *Sound effects: youth, leisure, and the politics of rock 'n' roll*. New York: Pantheon.
- _____(2002). "Illegality and the music industry". In M. Talbot(Ed.), *The business of music*. Liverpool: Liverpool University Press.
- Frith, S. & Marshall. L.(2004). "Making sense of copyright". In S. Frith & L. Marshall (Eds.), *Music and copyright*(2nd edition)(pp.1~18), New York: Routledge.
- Grossberg, L.(1992). *We gotta get out of this place: popular conservatism and post-modern culture*. London & New York: Routledge.
- Hesmondhalgh, D.(2002). *The cultural industries*. London: Sage.
- _____(2006 forthcoming). Digitalisation, copyright and the music industries. Retrieved Dec. 1, 2005, from http://www.open.ac.uk/socialsciences/staff/djhesmondhalgh/digitalisation_copyright_and_the_music_industries.pdf.
- Hughes, J. & Lang, K. R.(2003). "If I had a song: the culture of digital community networks and its impact on the music industry". *The International Journal on Media Management*, 5(3), 180-189.
- Jenkins, H.(2004). "The cultural logic of media convergence". *International Journal of Cultural Studies*, 7(1), 33-43.
- Jones, S.(2002). "Music that moves: popular music, distribution and network technologies". *Cultural Studies*, 16(2), 213-232.
- Leyshon, A., Webb, P., French, S., Nigel, T. & Crewe, L.(2005). "On the reproduction

of the musical economy after the Internet”. *Media, Culture and Society*, 27(2), 177-209.

Marshall, L.(2004). Infringers. In S. Frith & L. Marshall(Eds.), *Music and copyright*(2nd edition)(pp.189 ~ 207), New York: Routledge.

Poster, M.(2004). “Consumption and digital commodities in the everyday”. *Cultural Studies*, 18(2/3), 409-423.

Sony folds tent, recalls CDs.(2005, Nov. 16). *Wired News*. Retrieved Dec. 1, 2005, from <http://www.wired.com/news/technology/0,1282,69590,00.html>.

Turow, J.(2005). “Audience construction and cultural production: marketing surveillance in the Digital Age”. *Annals, AAPSS*, 597, 103-121.

■ 창의 산업으로서 한국 음악산업의 현재와 미래, 그리고 역사: ‘창의적 제작자’를 중심으로

최 지 선(상수연구실)

1. 창의 산업

최근 정부에서 나오는 문화관련 발간물들을 검토해 보면, 앞으로 창의성¹⁴⁰⁾이라는 단어를 피해갈 수는 없을 것 같다. 이렇게 창의성이라는 단어가 일반화되어 사용되는 것은, 어떤 현실적인 배경이 있을 것이다. 먼저 놀랐던 점은, 1997년 영국의 블레어 정부의 태스크 포스 팀에 의해 창안되어 전지구적으로 확산된 ‘그 유명한’ 용어인 ‘creative industry’가 한국의 문화관광부에서 ‘창의 산업’이라고 번역된 사실이다. 2004년에 문화관광부에서 발간된 『창의한국』,¹⁴¹⁾ 2005년에 발간된 『C-KOREA 2010』¹⁴²⁾이라는 굵직한 정부 보고서 모두에서 ‘creative’ 혹은 ‘creativity’라는 로마자 단어가 ‘창의적’, ‘창의성’이라고 번역되어 있는 것이다.

또 하나의 놀라운 사실은 한국(남한)과 여러 면에서 비슷한 타이완의 정부도 ‘creative industry’¹⁴³⁾를 문화창의 산업(文化創意產業: wenhua changyi chanye)으로 번역하여 사용하고 있다는 사실이다. 중국 대륙의 경우도 ‘창의 산업(創意產業)’이라는 용어가 서서히 확립되어 가고 있고, 베이징과 상하이 등의 대도시는 경제적 구조조정의 일환으로 이 창의 산업을 중시하고 있다.¹⁴⁴⁾ 동아시아 각국의 혹은 각 지방

140) 창조, 창작, 창의(성)를 둘러싼 기본적인 논의는 필자의 「대중음악과 창의성에 대한 소고」를 참고하라.

141) 문화관광부(2004a).

142) 문화관광부(2005).

143) 타이완의 ‘문화창의 산업’에 대한 논의는 Chu(2004)를 참고하라. 이 글이 게시된 URL은 <http://www.intercom.museum/conferences/2004/chu.pdf> 이다.

144) 이 글을 쓰는 시점에서 발견한 최근의 보도를 인용하면 아래와 같다. 참고로 이 기사는 지난 11월 23일 상하이에서 열린 ‘상하이국제창의 산업활동주간’의 기자

의 정부가 용어의 통일을 위해 명시적으로 협력한 사실이 없었음에도 이렇게 번역어의 준(準)통일을 달성한 것은 우연의 일치라고 넘겨 버리기는 힘든 징후로 보인다.

가장 놀라운 사실은 창의라는 담론이 ‘산업’과 밀접하게 결합되어 있다는 점이다. 나아가 관련된 문헌들을 조금만 들여다 보면 이때의 ‘산업’이란 ‘기업의 비즈니스’라는 차원을 넘어 ‘국가의 정책’이라는 담론과 결합되고 있음을 어렵지 않게 알 수 있다. ‘창의’와 ‘산업’의 접속, ‘creative’와 ‘industry’의 접속은 너무나도 급속하게 이루어지면서 다양한 담론들을 대량으로 담론을 생산하고 있어서, 나의 놀라움은 세상 물정 모르는 사람의 뒤늦은 소회처럼 들릴 것이다.

여기서 잠시 창의 산업의 ‘정의’를 내려 보기로 하자. 1997년 블레어가 이끄는 노동당 정부의 집권과 더불어 기존 부서를 통폐합한 뒤 만들어진 영국의 문화미디어 스포츠부(DCMS: Department for Culture, Media and Sport)가 발간한 Creative Industries Mapping Documents는 창의 산업을 “개인의 창의성, 기술, 재능 등을 이용해 지적재산권을 설정하고 이를 활용함으로써 부와 고용을 창출할 수 있는 잠재력을 지닌 산업”¹⁴⁵⁾으로 정의하고 있다.

영국의 창의 산업에는 광고, 건축, 미술 및 골동품 시장, 공예, 디자인, 패션 디자인, 영화, 양방향 레저 소프트웨어, 음악, 텔레비전, 라디오, 공연예술, 출판 및 소프트웨어 등이 망라되어 있다. 창의 산업은 통상 문화산업이라고 알려진 부문 외의 부

회견을 기초로 작성된 것이다. “상하이시는 창의 산업(Creative Industry) 발전을 경제전환의 중요한 전력조치로 게시하였다. 도시의 전체 계획과 장기목표에 기초하여 상하이시는 향후 5년 간 6개 방면에서 큰 진전을 보일 창의 산업은 그 가운데 특히 중요한 역할을 수행할 것이라고 한다.”, ‘상하이: 창의 산업 발전을 추진’, 〈신화통신〉, 2005.11.23. 내가 기사를 찾은 곳은 <http://www.xinhua.jp/news/free/10040213.html>의 일본어판이다. 이 기사에서 보듯 일본에서는 ‘창의 산업’이라는 번역어보다는 가다카나의 차음을 통해 ‘クリエイティブ産業’이라고 표기하는 것이 더 일반적이다. 일본의 ‘크리에이티브 산업’과 관련된 문헌으로는 Mitsuhiro Yoshimoto(2003)이 있다.

145) 이 정의가 게재된 공식 사이트는 http://www.culture.gov.uk/creative_industries/이며 이 정의는 수많은 문헌들에서 인용되고 있다.

문들(광고, 건축, 패션 디자인)을 포함할 뿐만 아니라,¹⁴⁶⁾ 아날로그와 디지털을 망라하고 있다는 점에서도 특징적이다. 이런 절충적 성격에도 불구하고 영국산 창의 산업 담론은 그 자체가 상징적 가치를 충분히 발휘했다. 이른바 ‘쿨 브리태니카(Cool Britannica)’라는 상징적 가치를 말하는데, 이 점에서 창의 산업의 담론이 상징적 가치의 효과를 의도한 정치적(혹은 정책적) 담론이라는 사실을 확인할 수 있다.¹⁴⁷⁾

창의 산업의 모호한 정의에 대해서는 이런저런 비판이 개진되어 왔다. 한 예로 앤디 프랫(Andt Pratt)은 창의 산업이라는 용어가 분석적 가치가 없다고 비판하면서 그 이유로 1) 창의 산업과 창의적 행동을 비창의 산업과 비창의적 행동과 구분하기 어렵다는 점, 2) 문화산업의 경우 문화적 대상을 생산하기 위해 추정되는 행동을 가지고 있지만 창의 산업의 대상은 창의성 그 자체라는 점을 타당하게 지적하고 있다.¹⁴⁸⁾ 한편 스튜어트 커닝햄(Stuart Cunningham)은 창의 산업의 담론이 예술 영역에 주류 경제학, 정확히 말하면 신고전파 경제학을 응용한 것이라는 점을 지적하고 있다.

따라서 창의 산업의 정확한 정의를 둘러싼 논쟁¹⁴⁹⁾ 보다 중요한 것은 이 담론이 경

146) 문화콘텐츠진흥원(2004)은 영국의 창의 산업(이 문서에는 ‘창조산업’으로 표기하고 있다)의 분류의 특징에 대해 1) 광고, 건축, 패션 디자인이 포함되어 있으며 2) 게임산업을 양방향 레저 소프트웨어 산업으로 표기했고, 3) 컴퓨터 및 소프트웨어 서비스 산업까지 포함되어 있다는 것, 4) 음반산업 대신 포괄적인 음악산업으로 분류했다는 점을 들고 있다(p.100). 또한 창의 산업 프로젝트의 한계성으로 1) 2002년 창조산업의 고용전망에 관한 한 조사에서 데이터 수집상의 어려움, 2) 개별 부문들의 경제적 부가가치를 측정할 수 있는 방법의 실질적 부재, 3) 포괄 범위가 광범위할 뿐만 아니라 자료간의 양도 많아서 부문간 중복추계의 가능성을 지적하고 있다(94~95쪽).

147) 앤디 프랫에 따르면 ‘창의 산업’의 담론은 블레어 정부가 자신을 ‘구’ 노동당과 차별화하기 위해 선택한 것이라고 한다. 즉, ‘문화산업정책’이 구 노동당의 좌파적 가치를 반영하는 단어로 굳어진 결과 새로운 용어를 개발하여 ‘정치적으로 중도적’이라는 이미지를 만들어내기 위한 동기가 작용했다고 진단한다. Pratt(2004), p.6. 한편 창의 산업 담론의 전사를 ‘지식국가(Knowledge nation)’ 담론으로 소급시키는 분석 역시 일반화되어 있다.

148) Pratt(2005), pp.6~7.

제의 전반적 재편성(restructuring)과 더불어 발전했다는 사실, 특히 대도시 공간의 재배치(및 재개발)와 관련된 정책적 담론을 전개해 왔다는 사실이다. 크리에이티브 산업, 크리에이티브 경제에 이어 크리에이티브 도시(creative city)라는 담론이 대량 유행한 현상은 자연스러운 수순을 따른 것으로 보인다.

정리한다면 창의 산업은 20세기에 ‘문화산업’이라고 불렸던 것의 21세기의 진화형이라고 보는데 큰 문제가 없을 것이다. 역사를 간략히 묘사하는 게 허용된다면 그 진화과정은 다음과 같다. 문화산업이라는 단어가 1940년대에 탄생하여 대체로 부정적 의미를 가지고 소통되다가, 1970년대에 기존의 상업적 산업들(예를 들어 TV, 라디오, 음반, 영화)을 ‘문화’ 산업이라고 재개념화하는 움직임이 있었고, 그것이 1980~90년대에 응용예술의 발달과 도시 재개발(regeneration) 정책이라는 한 단계를 더 매개로 한 뒤 1990년대 후반 자식을 낳고 새로운 이름을 붙인 셈이다.¹⁵⁰⁾ 이 아이가 아버지보다 장수할지는 아직 미지수이지만, ‘새로운 시대’를 담론적으로 표상한다

149) 스튜어트 커닝햄은 2000년대 이후 등장한 창의 산업/창의경제 담론을 검토하면서 ‘협회의 정의’와 ‘광의의 정의’를 구분하고 있다. 전자는 ‘예술과 상업의 계약’이라는 패러다임으로 예술과 미디어 사이의 관계에 집중하는 리처드 케이브스(Ricahrd Caves)의 견해를 지칭하며, 후자는 저작권, 특허권, 상표권, 의장등록권 등 지적재산권 전체에 기초한 경제를 망라하는 존 호킨스(John Howkins)의 견해다. 케이브스가 DCMS의 견해를 축소조정하고 있다면, 호킨스의 경우는 확대하고 있는 셈이다. 이상 Cunningham(2002), Caves(2000), Hawkins(2001)를 각각 참고하라. 미국의 경우 창의 산업/창의경제는 ‘예술행정’이라고 불리던 영역을 대체하고 있는 추세로 보인다.

150) 이상은 Cunninham(2002), p.58에 나와 있는 것을 많이 참고했다. 한편 데이빗 헤스몬드프는 유사한 시기 구분을 내리고 있지만 1970년대 프랑스의 사회학자들, 특히 베르나르 미에쥬(Bernard Miege)의 문화산업들에 대한 논의를 참고하고 있다. 참고로 1940년대 유태계 독일인 학자 막스 호르크하이머(Max Horkheimer)와 테오도르 아도르노(Theodor Adorno)의 문화산업은 ‘the culture industry/die Kulturindustrie’로 표기하지만, 1960~70년대 프랑스 사회학자의 문화산업은 ‘cultural industries/industries culturelles’로 표기되고 있다는 점이다. 이상은 Hesmondhalgh (2002), pp.15~16.

는 것은 분명하다.

영국산(産) ‘크리에이티브 인더스트리’, 타이완산(産) ‘문화창의 산업’, 남한산(産) ‘창의 산업’ 모두에는 음악산업이 포함되어 있다. 따라서 우리는 다시금 ‘문화산업 때리기(bashing)’를 반복하는 것으로 충분한 것일까. 용어를 구분하면서 “창조와 창작은 훌륭한 것이지만 창의는 무언가 수상하다”라는 혐의를 보내는 것으로 충분한 것일까. 그렇다면 해도 창의 산업을 ‘자본주의 이데올로기의 변종’, ‘신자유주의 이데올로기’라고 몰아 붙여서 문제를 완전히 해결해 버리기에 현실은 훨씬 복잡하다.

그렇다면 하나의 질문을 제기할 수 있다. 창의성의 범주를 ‘신의 창조 행위’나 ‘예술가의 특별한 행위’를 넘어 인간 실천의 여타의 영역까지 확장할 수 있다면, 아침에 출근하여 저녁에 퇴근하는 직장인도 창의적이라고 불릴 수 있을까. 맞다. 물론 매우 소수의 사례이기는 하지만. 그 하나의 예를 들어 보자. 그리고 아직은 영국의 환경에 머물러 있어 보자.

2. ‘창의성’과 ‘크리에이티비티’

창의성은 크리에이티비티이고, 크리에이티비티는 창의성일까? 이 어리석어 보이는 질문은, 그러나 어리석지 않다.

창의 산업을 주제로 한 몇 권의 베스트셀러들 가운데 하나인 리처드 플로리다의 저서 *The Rise of the Creative Class*(부제: *And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*)¹⁵¹⁾의 한국어판은 원제와는 다소 다르게 ‘Creative Class: 창

151) Florida(2002). 리처드 플로리다가 말하는 창의계급 혹은 ‘창의적 전문직(creativity professionals)’은 이른바 ‘지식노동자(knowledge workers)’ 뿐만 아니라 금융설계사, 의사, 변호사 등도 포함하는 광범한 개념으로 미국 성인 인구 가운데 4,000만 명을 아우르는 개념이다. 그래서 그는 ‘초창의적 핵심(super-creative core)’을 구분하는데 이 범주조차도 미국의 직업 가운데 12%를 차지하고 있고 건축, 교육, 스포츠 등 광범위한 직업들을 망라하고 있다. 이 책에서 리처드 플로리다가 개진한 논점들과 관련된 토론은 <http://www.creativeclass.org/>를 참고할 수 있다. ‘카피’만을 인용한다면 “어떤 자리가 지루해지면, 부자라도 그 자리를 떠난다”인데, 여기

조적 변화를 주도하는 사람들¹⁵²⁾이라고 번역되었다. 직역과는 거리가 먼 번역을 택한 이유가 무엇인지는 불분명하지만, 아마도 한국에서 ‘창의계급’이라고 번역한다면 독자를 넓게 확보하기 어렵다고 판단했기 때문일 것이다. 즉, ‘계급’이라는 번역어를 사용한다면 이 책은 필시 대형 서적 매장에서 ‘사회과학’으로 분류될 것이고, 그곳에 함께 분류된 고루하고 진부한 사회과학 서적들에 묻혀버릴 것이라고 판단했을 것이다. 나아가 ‘창의’라는 한국어 단어(정확히 말하면 한자에 기초한 단어)를 사용하는 것보다 ‘Creative’라고 영어 단어(정확히 말하자면 로마자로 구성된 단어)를 그대로 놓아두는 것이 훨씬 ‘쿨’하고 ‘모던’해 보인다고 판단했을 것이다. 간단히 말해서 ‘창의성’이라는 토착화된 단어보다는 ‘크리에이티브’라는 외래 단어가 세련되고 멋져 보인다.

그리고 이견 단지 세련되고 멋지다는 미학적 이유가 아니다. 인터넷 서점에서 ‘창의’를 검색어로 하여 서적을 검색해 보면 주로 어린이 양육과 관련된 ‘교육서’들이 검색되는 반면, ‘크리에이티브’(주의! 한글이다)를 검색어로 자판을 치면 새로운 산업, 예를 들어 웹 디자인, 일러스트레이션, 패션 디자인, 포토 아트 등의 직업과 관련된 ‘경제서’들이 주루룩 뜬다. 전자가 집안 어딘가에 꽂혀 있다가 아이가 중학생 정도가 되면 재활용품으로 내다 버릴 부류의 책이라면, 후자는 깔끔하고 산뜻한 오피스텔에 있는 사무실에서 트렌디하게 차려입은 젊은 직원들을 거느리고 있는 사람의 서가에 꽂혀 있을 책이다.

‘창의’와 ‘크리에이티브’의 화용론적 의미는 왜 이렇게 다른 것일까. 아마도 ‘아이들’과 ‘엄마들’에게는 아직도 ‘크리에이티브’라는 단어의 의미가 선명하게 각인되지 않았기 때문일 것이다. 이 점도 조만간 크게 달라질지도 모른다. 반면 위와 같은 업

서 우리는 창의성 담론의 하나의 단면이 ‘지루함과 투쟁’, ‘재미를 위한 투쟁’이라는 것을 알 수 있다. 아직은 패러디일 뿐이지만 이 사이트는 이런 투쟁을 ‘창의적 계급투쟁(creative class struggle)’이라고 부르고 있다. 따라서 이 글에서 사용하는 ‘창의계급’이라는 단어는 리처드 플로리다의 정의를 그대로 따르는 것은 아니고, ‘창의적으로’ 번역하여 훨씬 좁은 의미로 사용할 것이다.

152) 한국어 번역본은 이길태 역(2005).

종에 종사하는 직장인들의 경우 ‘크리에이티브’라는 단어의 사용 빈도는 적어도 10 위권 내에는 들 것이다. 주로 “일을 좀 크리에이티브하게 해 봐!”라는 직장 상사의 명령에 삽입되어 있을 확률이 높기는 하지만.

실제로 크리에이티브라는 단어가 가장 많이 사용되는 산업, 많이 사용되는 정도가 아니라 직장의 부서의 이름 자체가 ‘크리에이티브’인 산업이 존재하고 있다., 다름 아니라 광고산업인데, ‘크리에이티브’라는 단어가 포함된 제목을 가진 서적들 대부분은 광고산업과 관련된 것들이다. 광고산업에 종사하는 사람들에게는 상식에 속하는 일이겠지만 ‘크리에이티브 디파트먼트(creative department)¹⁵³⁾’는 ‘카피라이터(copywriter)’와 ‘아트 디렉터(art director)’, 그리고 이 둘을 총괄적으로 관장하는 크리에이티브 디렉터(creative director), 약자로 CD로 구성된다. 장차 이들 ‘새끈한’ 용어들이 차례로 ‘창의부서’, ‘광고문구 작가’, ‘미술 감독’, ‘창의 감독’ 등으로 토착화될 가망은 별로 없어 보인다.

이 글은 광고산업을 대상으로 하는 것이 아니며 또한 광고산업의 전문가가 아니기 때문에 창의 계급이 어떻게 살아가는지에 대해서는 다음 인용문을 소개하는 것으로 대체해야 할 것 같다. 영국에서 발간되는 잡지 Sunday Times 에 ‘A Day in the Life of...’라는 타이틀로 정기적으로 실리는 ‘피쳐 기사(feature article)’의 일부분으로, 크리에이티브 부서를 이끄는 마크 넥(Mark Wneck)이라는 인물의 하루에 대해 소개하는 글이다.¹⁵⁴⁾

153) 한국은 광고회사들은 대기업의 자회사로 출발했기 때문에 대체로 ‘인하우스 시스템(in-house system)’을 갖추고 있다. 간단히 말한다면 ‘외주’의 비중이 크지 않고 하나의 회사 내부에서 제작의 거의 모든 과정을 해결하는 시스템이다. 따라서 크리에이티브 부서는 대형 광고회사의 하나의 부서로서, ‘영업부’와 더불어 중요한 양대 부서다. 두 부서들 사이의 긴장관계를 분석하는 것도 흥미로운 일이겠지만, 여기서는 생략한다. 반면 영국이나 미국 등 선진국의 경우는 인하우스 시스템을 벗어나서 크리에이티브 기능을 담당하는 독립된 회사가 존재하는 경우가 많다.

154) Sunday Times Magazine, 14.4.2000: 90) Nixon(2003), pp.1~2로부터 재인용

“나는 세수할 거리를 챙겨서 하버 클럽(Harbour Club: 헬스 클럽의 이름)까지 차를 몰고 가죠. 내 차는 크고 우람한 메르세데스 벤츠입니다. 그리고 나는 한 시간 정도 러닝 머신 위에서 달립니다. 달리기를 할 때 나는 생각을 많이 하는 것 같습니다. 그때 나는 카피라이터인 것 같아요. 내 클라이언트는 내가 생각을 하도록 나에게 보수를 지급하는 것이죠. 조금은 고통을 느끼는 것은 좋습니다. 한 주 동안 300시간을 일하는 것도 꽤넘치 않습니다. 그건 부적절한 것이기는 하지만, 내 생각에 모든 사람은 약간은 상처를 주는 무언가를 해야 한다고 생각해요.

내가 처음 하는 업무는 나의 리스트들을 쭉 읽는 것입니다. 그건 지난 밤부터 모두 손으로 적은 것들입니다.... 그리고는 속도를 내어 모든 문서들을 읽죠, 나는 내가 코만도(commando)인 것 같아요. 나는 살벌한 속도로 정보를 채취하는 것을 배웠어요... 나는 30명으로 구성된 크리에이티브 부서를 가지고 있어요, 나는 한 팀에게 브리핑을 할당해 주는데, 만약 그들이 그걸 따라오지 못한다면 그들은 당장 해고가 되죠... 크리에이티브한 사람에는 두 가지 유형이 있습니다. 하나는 삶의 잠동사니의 저장소(reservoir)에서 무엇인가를 끌어 올리는 사람이고, 다른 하나는 그저 똑똑하기만 한 사람이죠. 나는 대부분 전자라고 생각하지만, 조금은 후자인 면도 있죠. 나는 1초도 두려워하는 일은 없습니다. 공포가 다가오는 순간, 당신은 끝장이죠. 광고란 사회에게 반향과 색채를 주는 것입니다. 그게 없다면 우리는 아무 것도 아니에요. 그렇기 때문에 현명하고 위트 있고 생각하게 해 주는 무언가를 만들어내는 것이 중요한 것이죠. 아무 생각 없는 쓰레기에 용단폭격을 당하는 것이 아니라 말입니다”

이 기사는 런던에 본사를 둔 광고 에이전시(Euro-RSGG)의 ‘크리에이티브 디렉터’의 삶과 이데올로기를 잘 드러내 준다. 이 점에 대해 여러 각도로 논평할 수 있겠지만, ‘창의계급’에 속하는 사람의 삶과 이데올로기가 우리가 알고 있는 예술의 창조자 혹은 창작자와는 사뭇 다르다는 점이다. 우리의 기존 관념으로 예술가란, ‘빈둥 빈둥거리면서 노는 것 같다가도 천재적 영감으로 결정적 순간을 잡아서 창조의 행위를 실천하는 사람’이다. 그렇지만 현대의 창의계급은 이런 예술가의 초상과는 거리가 멀고, 몇 년 전 한 기업의 CF에 출연해 “창조, 창조, 창조”라고 외친 ‘창조자 백남준’의 이미지와도 어느 정도의 차이가 느껴진다. ‘창의성’ 혹은 ‘크리에이티비티’라는 단어는 고액의 연봉과 높은 삶의 ‘퀄리티’를 누리면서 살아가는 ‘감독(director)’에

게 적합하다. 이때 배경화면으로는 서양의 젊은 남녀가 등장하고 “그는 나의 뉴욕행을 포기하게 만들었다”라는 카피가 나오는 모 카드회사의 광고의 동영상이라도 깔아야 할 것 같다.

물론 창 의 산업에 속한다고 해도 음악산업과 광고산업이 작동하는 메커니즘이 똑같다고 생각하는 것은 순진할 것이다. 그렇지만 창의성과 크리에이티비티라는 담론을 음악산업과 연관짓는다면, 기존에 가지고 있던 창작의 관념은 많은 부분 버려야 할 것 같다. 즉, 피아노와 기타가 놓여 있는 ‘작곡가 사무실’같은 곳에서 오선지에 ‘콩나물 대가리’를 그려 넣으면서 악전고투하는 창작자의 이미지는 이제 더 이상 현실의 것이 아니다.

3. 창의적 제작자 혹은 창의적 관리자?

앞서 언급한 광고산업의 크리에이티브 부서를 음악산업과 비교하면 각각은 무엇에 대응할까. 카피라이터는 ‘작사가’에, 아트 디렉터는 ‘작곡가’에, 그리고 크리에이티브 디렉터는 ‘제작자(프로듀서)’에 근접하게 대응할 것이다. 그렇다면 음악산업에서 창의 계급에 속하는 사람은 작사가나 작곡가보다는 프로듀서에 가까울 것이다.¹⁵⁵⁾ 실제로 우리가 익히 이름을 알고 있는 서양 대중음악의 저명한 프로듀서들의 삶은 위에서 언급한 광고회사의 ‘크리에이티브 디렉터’의 삶과 그리 다르지 않을 것이다. 음악산업에서 창의 산업 담론을 적용하려면 작곡가와 작사가에 시야를 국한시키지 말고 ‘창의적 제작자’를 발견해야 할 것이다.

그런데 한국 대중음악의 현실을 보면서 ‘창의적 제작자’를 찾아본다면, 영어 이니

155) 헤스몬대프는 ‘일차적 창작자’(예를 들어 ‘뮤지션’)와 ‘창의적 관리자’(예를 들어 ‘A&R 맨’)를 구분하고 있다. Hesmondhalgh(2002), pp.52~3. 주의할 것은 ‘테크니션’인 음악 프로듀서의 경우 ‘일차적 창작자’에 포함된다는 점이다. 그런데 이 점에서 논의가 복잡한데 한국에서 ‘제작자’는 ‘producer’의 번역어이기도 하지만 ‘음악 프로듀서’가 아니라 ‘행정적 제작자(executive producer)’이고 ‘홍행주’를 겸하는 경우가 대부분이었다. 간단히 말하면 ‘음악 제작자’는 ‘연예인 매니저’를 의미하는 경우가 많다. 이 현상의 변화에 대해서도 뒤에 언급할 것이다.

설 이름을 가진 ‘엔터테인먼트회사’의 제작자들에 대한 평가를 피해갈 수가 없다. ‘단군 이래의 최대의 불황’이라는 현실에서도 음악산업의 ‘빅 3’로 자리 잡은 세 회사, 즉, SM 엔터테인먼트(SM Entertainmanet), JYP 엔터테인먼트(JYP Entertainment), YG 엔터테인먼트(YG Entertainment) 외에 많은 회사들이 ‘엔터테인먼트’라는 이름으로 개명을 했다. 명칭의 변화에만 주목한다면 1990년대 중반까지 ‘기획사’라는 이름이 보편적이었다면, 그리고 1980년대에는 ‘레코드회사’라는 이름이 보편적이었다면 ‘엔터테인먼트사’로의 이름의 변화는 대중음악과 음악산업 환경의 전반적 변화를 보여주는 것이다. 이제까지 음악산업에서의 제작자란 ‘음반 제작자’를 지칭했지만 이제 제작자의 직업적 실천은 단지 ‘음반의 제작’에 국한되지 않을뿐더러 연예 매니지먼트 전반에 대한 제작, 달리 말하면 음악외적 제작이 음악의 제작 못지 않게 중요한 현실이 되고 있는 것이다.¹⁵⁶⁾ 이들의 주요 업무는 콘텐츠 제작, 재능 있는 신인 발굴, 마케팅과 프로모션 계획 등이지 음반(미디어)의 배급과 관리리는 아니다.¹⁵⁷⁾

이들 ‘창의적 제작자’(라고 불릴 수 있는 인물들)에 대한 평가는 극단적으로 엇갈릴 것이다. 한 극단에서는 ‘시대의 변화를 예민하게 관찰한 비즈니스맨’이라는 평가가 있을 것이고, 다른 한 극단에서는 ‘아이돌이나 만들어서 10대들의 코 문은 돈이나 굶어 먹는 장사꾼’이라는 평가가 있을 것이다. 그렇지만 분명한 것은 2000년대 중반이 되면서 이들에 대한 비판적 태도가 어느 정도 관대해지고 있는 현상이다.

156) 이 글에서 현재 한국 음악산업의 현장에서 ‘창의성’ 혹은 ‘크리에이티비티’가 어떻게 발휘되는가를 충분히 구체적으로 분석하고 있지 못하고 있는 것은 유감스러운 일이다. 하지만 한국 음악산업의 현장에서 아직 이 용어가 광범하게 사용되지는 않고 있기 때문에 이는 차후의 과제로 미루고자 한다.

157) 이 과정을 거치면서 음악산업의 성격이 ‘제조업’(음반의 제조와 배급)으로부터 ‘서비스업’(음원의 제작과 통제)으로 이행했다는 점이다. 단, 한국의 대형 엔터테인먼트 회사는 ‘배급’ 기능을 갖지 않는다는 점에서 글로벌 메이저 음악기업(global major music corporation)과 다르다는 점도 확인해 두어야 할 것이다. 사이먼 프리츠는 글로벌 메이저 음악기업들의 20년 동안의 과정을 ‘위험기피적 행동’으로 해석하고 있다. “지난 20년 동안 위험(risk)을 피하기 위한 기업의 전략은 필요한 도박을 다른 사람들의 손에 맡기는 것이었다.” 장호연 역(2005), 102쪽.

SM 엔터테인먼트의 최대 주주인 이수만은 2003년 10월 연예계 비리와 관련하여 한 때 최대의 위기를 맞았지만 버텨가 재기한 뒤 최근에는 각종 회의에서 이른바 ‘CT (culture technology)’¹⁵⁸⁾의 화신으로 자처하고 있다. 박진영의 경우 비를 ‘아시아의 스타’로 길러낸 뒤 LA에 캠프를 차리고 미국 아티스트와의 공작(共作)을 추진하는 행동으로 공신력을 얻고 있다. YG의 대표인 양현석은 이들보다 매스 미디어를 기피하는 신비주의 전략을 통해 세븐(Se7en), 빅마마, 휘성, 거미 등 ‘퀄리티 싱어’들을 줄 줄이 길러낸 배후의 실력자라는 이미지를 강화시키고 있다.

적어도 이들 세 명에 대해서는 그동안 한국의 음악산업의 실력자들에 대한 지배적 표상과는 다르게 취급하는 것이 일반적이다. 이들은 여전히 막강한 힘(이른바 ‘문화권력’)을 가진 흥행주(impresario)이기는 해도 ‘암흑계’와 연관된 부정적 이미지와는 거리가 있다. 실제로 이들 세 명이 경영하는 엔터테인먼트 회사는 서울의 요지에 위치한 4~5층의 빌딩에 마련된 ‘인하우스 시스템’을 통해 작동하는 조직구조를 갖추고 있고, 그 점에서 ‘수도권 외곽에 위치한 기성 레코드 회사’와도, ‘빌딩의 한

158) CT 이른바 컬처 테크놀로지(culture technology)는 이미 한국의 정부와 기업의 담론에서 준 공식용어가 되어 있다. 문화관광부/문화콘텐츠진흥원(2005)에 따르면, CT란 “좁은 의미로는 문화산업을 발전시키는데 필요한 기술”이자 “문화콘텐츠 기획, 상품화, 미디어 탑재, 전달의 가치사슬 과정에 사용되는 기술”이라고 정의되고 있다. 문화콘텐츠 진흥원은 이미 2002년 9월 25일부터 <CT News>라는 이름으로 뉴스레터를 발간하고 있으며, 2005년 11월 말 현재 163호까지 발간되고 있는데, 내용은 ‘문화산업계의 동향’을 넘지는 않는 것 같다. 한편 그렇지만 영어 문헌에서 이 단어가 일반화되어 사용되지 않는 것으로 보아, ‘콩글리시’로 보인다. 한 예로 이수만은 2005년 5월 ‘서울디지털포럼’에 보아를 대동하고 발표자로 참석해서 “아시아의 콘텐츠 협력: 한류의 사례”라는 주제로 연설을 했는데, 여기서 CT를 재정의했다. 그에 의하면 “IT라는 말이 있다면 SM엔 CT가 있다”며 “CT란 컬처 테크놀로지(Culture Technology)이며, 가수를 프로듀싱하고 영화를 만드는 등 문화를 만들어내는 기술을 CT라고 이미 1996년부터 부르기 시작했다”고 설명했다. 『오마이뉴스』, 2005.5.19. 한편 이 기사에 대한 독자 의견글의 제목은 아래와 같았다. “한 때 검찰의 수사를 받아 해외로 도피한 인간”, “수만이가 실수한 것”, “미래를 열려고 미국으로 도망갔었니?”, “보아는 일류의 한국 전파”. http://ohmynews.com/ArticleView/article_view.asp?no=227237&rel_no=1.

층 정도를 사용하는 기획사'와도 다르다.¹⁵⁹⁾ 인력에 있어서도 이들 회사는 '명문대 출신의 브레인'들을 갖추고 있다는 점에서 '동물적 감각'에 의존했던 전통적 매니저들과는 상이한 색채를 갖추고 있다.

비판적 학술연구자들의 경우도 적어도 이들 세 명에 대해서 '뒤에서 욕할 수는 있지만, 막상 만나서 이야기하면 사정을 이해하고 돌아오는' 경우를 왕왕 볼 수 있다. 이 글에서 개진한 용어를 사용하면 이들을 '창의계급'이라고 부르지 못할 이유는 없을 것이다. 이들에 대해 비판하면, '시기심'이나 '질투심' 이상이 아니라는 사회적 분위기가 있는 현실이라면 더욱 그렇다.

이런 관대한 평가는 아래와 같은 두 학술 논문의 일부에서도 드러난다.

“그 결과 한국의 통기타 음악의 걸작들이 그(주: 오리엔트 프로덕션의 나현구 사장)의 녹음실에서 쏟아져 나오게 된 것이다. 이런 방식은 1980년대로 이어져 동아기획과 같은 독립 프로덕션으로 연결되어 또 한번의 대중음악의 중흥기를 마련하는 발판이 되었고, 1990년대는 SM과 같은 기획사에 의한 음반제작 시스템으로 연결되는 역사적인 분기점이 된 것이다.”¹⁶⁰⁾

“이는 BoA(보아)를 기획한 SM 엔터테인먼트가 애초에 의도했던 아시아 최고의 팝 스타 전략에서도 드러나는 문제이다. BoA는 아시아 팝 스타의 위치에서 글로벌한 지위를 견지할 수 있다는 일종의 글로벌한 문화적 혼종화의 사례라 할 만하다. 국지적인 정서와 권역적인 물적 토대, 그리고 글로벌한 이미지가 서로 혼종된 BoA의 문화정체성은 미국 팝문화를 토착화하는 문화적 혼종화와 그것의 국지적 자생성을 읽게 해 준다.”¹⁶¹⁾

두 글은 분석의 대상이나 초점, 함의가 매우 다르고, SM 엔터테인먼트에 대해 무작정 옹호하는 것도 아니다. 그렇지만 적어도 SM 엔터테인먼트에 대해 직접적이고 가혹한 공격을 가하는 것 같지는 않고, 오해일지는 모르지만 SM 엔터테인먼트의 실

159) 음악산업의 대표적 조직구조가 '레코드 회사'(1980년대 이전)로부터 '독립 프로덕션(기획사)'(1980~90년대)를 거쳐 '엔터테인먼트 회사'로 진화하는 과정을 여기서 간략히 설명하기는 곤란하다. 이에 대해서는 신현준(2000)을 참고하라.

160) 김형찬(2004), 192쪽.

161) 이동연(2005), 32쪽.

천을 상찬하는 것처럼 들리기도 한다. 김형찬의 경우 통기타 음악과 민중가요의 재야(在野) 연구자로, 이동연의 경우 문화개혁시민연대의 이론가이자 실천가로 알려져 있다는 점에서 이런 관대한 평가가 다소 뜻밖인 독자들도 있을 것이고, 나 역시 그러한 독자들 가운데 한 명이다. 적어도 이 글을 쓰기 전까지는 그랬다는 뜻이다.

그렇지만 위 절에서 언급한 창의제급의 정의를 염두에 둔다면, SM 엔터테인먼트를 포함하여 현재 한국의 대중음악계에 군림하고 있는 제작자이자 흥행주를 ‘창의제급’이라고 부르지 말라는 법은 없을 것 같다. 말하자면 이제 ‘크리에이티비티’의 주체는 창작자로부터 관리자(manager)로 불균형스러운 정도로 이동해 간 것이다. 이른바 ‘가치사슬’에서의 지위로 볼 때 한국의 음악산업에서 가장 흥미로운 대상은 이제 더 이상 ‘크리에이티브 아티스트’가 아니라 ‘크리에이티브 매니저’로 보인다. ‘보아가 창의적인가, 이수만이 창의적인가’, ‘비가 창의적인가, 박진영이 창의적인가’, ‘세븐이 창의적인가, 양현석이 창의적인가’라는 단순한 질문을 던진다면, ‘이수만, 박진영, 양현석이 아무대로 더 창의적이라고 보아야하지 않을까?’라고 답변할 수밖에 없다. 만약 이런 평가가 불만스러운 사람은 이들을 창의적이라고 부르는 것에 대해 유감을 가질 것이 아니라, 창의성/창의 산업 개념 그 자체(정확히 말하면 이 개념들이 구성되는 과정)에 대해 성찰적이고 비판적으로 접근해야 할 것이다. 또한 이런 비판과 성찰은 ‘무시’나 ‘거부’와는 거리가 멀 것이다.

이 주제와 관련하여 한 가지 남은 문제가 있다. SM 엔터테인먼트와 이수만을 오리엔트 프로덕션과 나현구의 직계라고 보아야 하는가라는 점이다. 이는 이수만이 ‘포크송 가수’로 활동하던 1970년대 중반 그가 오리엔트 프로덕션의 일원, 이른바 ‘나현구 사단의 일원’이었다는 사실을 밝혀내는 것만으로는 불충분한 문제다. 이 점이 중요한 이유는 창의적 제작자(혹은 창의제급)가 무엇인가를 재확인하기 위해서가 아니라, 대중음악에서 창의성을 다르게 정의할 수 있는 가능성을 찾기 위한 것이다.

4. SM 엔터테인먼트인가, 하나음악인가

‘판 장사’라는 용어가 상징하듯 음악산업에 종사하는 인물에게 창의성이라는 용어를 적용하기는 곤란하다는 정서가 지배적이다. 그렇지만 한국 음악산업의 역사에서도 ‘창의적’이라고 부를 만한 존재가 있다는 사실이 재조명되고 있다. 그 가운데 1970년대 중반 나현구 사장과 그가 경영한 오리엔트 프로덕션은 음악산업 외부에는 많이 알려지지 않았음에도 불구하고 중요한 위치를 갖는다.

나현구 사장과 오리엔트 프로덕션은 1973년부터 1975년까지 이장희, 송창식, 김세환, 윤형주, 투 코리언스 같은 ‘청년문화의 기수’들, 당시에는 이들보다 덜 알려졌지만 조동진, 양병집, 김의철, 현경과 영애 등의 오랫동안 사랑받게 되는 음반들을 제작했다. 1970년대 청년문화를 논할 때 빼놓을 수 없는 영화 〈별들의 고향〉과 〈바보들의 행진〉의 사운드트랙도 그의 손끝을 거쳐 나올 수 있었다. 나현구 사장의 지휘하에, 이 음반들에서 연주를 담당한 밴드 동방의 빛의 연주인들(강근식, 조원익, 유영수, 이호준)도 녹음 과정에서 ‘창의성’을 발휘했다는 것이 한결같은 평가다.¹⁶²⁾

이런 재조명에도 불구하고 나는 음악인들과의 인터뷰에서 나현구 사장에 대한 ‘항의’도 들을 수 있었다. 당시 아직 어렸던, 그렇지만 자의식이 강한 싱어송라이터들, 즉 ‘아티스트’라는 개념에 가장 가까운 존재들의 회고였다.¹⁶³⁾ 한 예로 양병집은 “내 음반에서 나현구 사장과 동방의 빛이 편곡해 놓은 결과를 듣고 경악했다”고 말했고, 김의철은(현경과 영애의 음반을 평하면서) “김민기가 통기타 반주를 할 때가 좋았는데, 나 사장이 버려 놓았다”고 말했다. 이정선은 “나현구 사장과 작업하지 않는 이유가 있었는가”라고 묻자 “잠깐 한 적이 있는데, 내가 녹음해 놓은 것을 나도

162) 이에 대한 선구적 조명은 김형찬(2005)을, 여기에 나온 것보다 조금 더 상세한 고증에 대해서는 신현준, 이용우, 최지선(2005)을 참고하라. 김형찬은 위 글을 확대한 책을 집필 중이다.

163) 대부분이 사적 대화에서 한 것들이므로 본인들의 의사를 정확히 전달되는 데는 한계가 있다는 사실을 염두에 두고 읽어주기 바란다. 일부는 녹음된 자료가 남아 있지만, 일부는 녹음을 전제로 하지 않은 인터뷰에서 이루어진 것이므로 녹음된 자료가 남아 있지 않다.

모르는 사이에 더빙해 놓고 있어서 같이 작업하기가 싫었다”고 말했다. 김민기는 “제작자가 음악을 안다고 해서 음반을 만드는 과정에 개입하면 안 된다. 그게 나현구 사장이 실패한 이유다”라고 말했다. 조금 뒤의 이야기지만 김세환은 “나현구 사장이 뽕짝(트로트)을 부르라고 해서 대판 싸우고 결별했다”는 뒷얘기도 있다.

간단히 말해서 나현구 사장은 음반에 최종적으로 고정되는 음에 대해 자신의 의사결정 외에 아무런 사람의 개입을 받지 않았다는 사실이다. 거꾸로 말하면 자율적 아티스트의 상징 같은 ‘싱어송라이터’라는 이미지에도 불구하고 나현구 사장이 제작을 맡아 이들의 이름으로 나온 음반에서 ‘아티스트의 자율성’은 제대로 실현되지 않았다. 하나의 단적인 예는 이들 싱어송라이터 대부분이 나름대로 기타(어쿠스틱 기타)를 연주하는 사람들이었음에도 불구하고 스튜디오 녹음 과정에서 직접 기타를 연주한 사람은 한두 명에 지나지 않았다는 사실(혹은 증언)이다.

이러한 특징은 어쩌면 SM 엔터테인먼트에서 이수만의 통제 하에 제작되는 음반과 동일한 점이다. 1970년대 오리엔트 프로덕션에서 제작된 음반과 1990~2000년대 SM 엔터테인먼트에서 제작된 음반에서 ‘창의성’의 가장 큰 몫은 제작자에게 돌아가야 한다는 공통점이 있는 것이다. 따라서 김형찬이 SM 엔터테인먼트의 먼 뿌리가 오리엔트 프로덕션에 있다는 지적은 이 점에서는 타당하다고 볼 수 있다. 지금은 그런 이미지가 남아 있지 않지만 오리엔트 프로덕션에서 음반을 제작한 음악인들은 당시의 기준으로는 ‘아이돌’(당시 용어로는 ‘하이틴 스타’)에 속했다.

그렇지만 정반대의 측면도 존재한다. 무엇보다도 SM 엔터테인먼트에 소속된 엔터테이너의 경우, ‘자율적 아티스트’라는 이미지가 허구적이거나 존재하지 않는다는 점이다. 문희준을 록 아티스트라고 생각하는 사람이 아니라면 말이다. 이것보다 더 중요한 점이 있다. 오리엔트 프로덕션의 경우 음반 배급 면에서 ‘푸쉬’가 없지는 않았지만, 언론이나 방송을 통한 마케팅과 프로모션의 경우 거의 아무런 신경을 쓰지 않았다는 점이다. 한국의 음반업계에서 ‘자연뽕’이라고 불리는 단어가 상징하듯, 나현구 사장의 업적이 있다면 ‘방송의 연예 프로그램이나 야간업소의 밤무대에 출연하지 않고도, 음반만으로 스타가 될 수 있다’는 신화를 창조했다는 점이다.¹⁶⁴⁾ 이

신화는 1980년대 동아기획을 통해 음반을 제작한(당시 영어로) ‘언더그라운드 음악인’들을 통해 만개했지만, 그 맹아는 이미 이때 싹텄던 것이다.

이 두 번째 점에서 SM 엔터테인먼트와 오리엔트 프로덕션은 오히려 정반대라고 해야 할 것이다. 그 점으로 인해 하나의 결정적 차이가 파생된다. 오리엔트 프로덕션을 거쳐 갔던 음악인들은 뒤에 자신의 프로덕션을 차려서 독립에 성공했던 반면, SM 엔터테인먼트의 경우 그럴 일은 거의 발생하지 않을 것이라는 점이다. 말하자면, 이수만은 나현구 사장이 실패한 일, 즉, ‘아티스트의 지속적 관리’를 자신의 비즈니스의 핵심으로 삼았을 것이다. H.O.T.와 S.E.S.가 별다른 이유 없이 갑자기 해체되고, 신화가 계약이 끝난 뒤 소속사를 옮기는 변화가 발생하는 것은 이들이 ‘스타성’을 상실했기 때문이 아니라 ‘관리’로부터 벗어나는 행동을 보였기 때문이다.

따라서 이수만과 SM 엔터테인먼트의 실천을 ‘창의적’이라고 부를 수 있는가 없는가로 논쟁하는 것은 소모적인 일이다. 이때의 창의성이란 ‘자유로운 상상력’이라는 상식적 정의와는 거리가 멀다. SM 엔터테인먼트가 자랑스럽게 말하는 ‘문화 테크놀로지’는 기업적 통제전략과 긴밀하게 연관되어 있고, 이 통제는 점점 더 엄격해질(tight)해질 것이다.¹⁶⁵⁾ 앞서 잠시 소개한 사건에 등장했던 ‘노예계약’이라는 감정적

164) 오리엔트 프로덕션에 속했던 음악인들이 충분한 경제적 보상을 받았는지는 사람에 따라 견해가 엇갈린다. 하지만 이 점에 대해서 큰 불만을 가진 사람도 많지 않아 보인다. “그때는 다 그랬다”는 것이 대체적 견해였다. 또한 오리엔트 프로덕션 소속 음악인들이 의도적으로 방송을 기피했거나 업소 출연을 사양했던 것은 아니다. 그렇지만 논리와 순서가 뒤바뀐 것이다. 즉, 방송과 업소에 출연하여 음반을 홍보하는 것이 아니라, 음반 판매를 통해 스타가 된 뒤 방송과 업소에서 ‘모셔 가는’ 결과가 나온 것이다.

165) ‘엄격하면서도 느슨한 통제’란 이미 음악산업에 대한 고전이 되어버린 Negus (1992)에서 개진된 견해다. 즉, 서양 음악산업의 메이저 음반회사들은 금융과 배급은 엄격하게 통제하는 반면, 아티스트의 관리(이른바 A&R)는 느슨하게 통제하는 양가성을 가진다는 것이다(한국의 ‘레코드회사’의 조직을 떠올리면, 전자는 영업부, 후자는 문예부에 가까울 것이다). 사이먼 프리츠(2001)에 따르면 영국에서 전자는 주로 ‘여성 팝 팬들’이, 후자는 ‘남성 록 팬들’이 담당하고, 이는 이데올로기적 갈등을 낳는다고 한다.

표현은 이런 엄격한 통제에 대한 엔터테이너 일부의 반발이었을 것이다. 이들 엔터테이너들이 좁은 의미에서 창작자가 아니므로 ‘창의적이지 않다’고 말할 수도 없다. 그렇지만 이들이 발휘할 수 있는 창의성이란 일반적인 회사에 취직한 직원이 발휘하는(혹은 발휘할 수 없는) 창의성의 범위와 그리 다르지 않다.

따라서 한국의 주류 음악 비즈니스의 ‘통제된 창의성’에 대한 대안을 사고하고자 한다면, 오리엔트 프로덕션의 후예의 하나이면서도 SM 엔터테인먼트와는 거의 모든 면에서 정반대인 하나의 사례를 참고할 수 있다. 이른바 ‘조동진 사단’으로 알려진 하나음악이 좋은 예이다. 이곳에서 음반을 제작하는 음악인들 대부분은 싱어송라이터(즉, ‘창작자’)이고, 프로듀서로서는 조동진(과 조동익)의 이름이 적혀 있다. 그렇지만 하나음악에서 프로듀서가 아티스트의 미학적 자율성에 대해 통제하는 방식은 매우 ‘이완된(loose)’ 것이다.¹⁶⁶⁾ ‘아티스트의 관리’는 거의 없다고 해도 지나친 말이 아니고, 다들 자발적으로 모여든 것이다.

문제는 하나음악에서 제작하는 음반들 가운데 손익분기점을 넘어서는 경우가 드물다는 점이다. 조동진 본인이 1980년대 발표한 음반을 통해 몸소 보여주었던 ‘자연 뿔’이 이제는 더 이상 발생하지 않는다는 점이다. 그 이유는 무엇일까. 고전적 의미에서 아티스트의 창의성이 한국의 음악산업의 환경에서 더 이상 발휘될 수 없다고 말해야 하는 것인가, 아티스트의 관리 면에서 하나음악은 ‘이제 더 이상 창의적이지 않기 때문’이라고 말해야 하는 것인가.

하나음악을 포함하여 ‘창작자(아티스트)의 자율성’이라는 이데올로기를 보유하고 있는 한국의 음악 프로덕션(혹은 레이블)은 모두 이상의 곤경에 직면해 있다. 간단히 말해서 CD를 제작한 다음 거기에 들어 있는 음악을 어떻게 홍보해야할지를 모르고 있다.¹⁶⁷⁾ 그렇다면 이들에 대해 ‘시대착오적인 이데올로기’, ‘서양식 예술관’을

166) 하나음악은 경제적 곤경에 처한 뒤 MIDI작업에 기초한 홈 레코딩 방식을 통해 음반을 제작하고 있다. 조동익의 ‘통제’ 하에 이루어지는 이런 녹음 방식이 사운드의 ‘표준화’를 낳고 있는지 여부에 대해서는 견해가 엇갈리고 있다.

167) 하나음악 소속은 아니지만 싱어송라이터로 활동하고 있는 손병희는 올해 신보를

가지고 있으면서 지나간 과거에 대한 동경에 사로잡혀 있는 것으로 단정하는 것으로 충분할까. 따라서 이 절의 제목인 ‘SM 엔터테인먼트인가, 하나음악인가’라는 질문은 현재를 떠나 미래에 대한 담론을 상상해야만 답할 수 있을 것 같다.

5. 미래의 음악문화 인프라에서의 창의성

‘디지털 테크놀로지와 엔터테인먼트의 통합, 나아가 IT 부문과 이동통신(‘모바일 커뮤니케이션’)의 통합이 가속화되면서 음악산업은 지속적으로 변화할 것이다’라는 식으로 예측하는 일은 어려운 일이 아니다. 하지만 불행하게도 테크놀로지가 음악 산업과 대중음악에 미치는 효과를 예상하는 일은 번번이 ‘잘못된 예측’으로 끝났기 때문에 선부른 예측은 금물이다. 지금 해 볼 수 있는 예상은, 음악산업이 이제까지의 존재했던 지배적인 역사적 모델들을 대체하는 새로운 유형의 모델을 성립시킨다기보다는 이제까지 존재해 왔던 음악산업의 상이한 종류의 모델들이 함께 공존할 것이라는 정도의 전망이다.

먼저 주류 대중음악의 미래에 대해 전망할 수 있다. 먼저 주류 대중음악의 비즈니스는 대형화의 길을 걸으면서 계속될 것이다. 이들은 아날로그와 디지털, 온라인과 오프라인을 가리지 않고 음악과 관련된 모든 매체들을 이용하여 마케팅과 프로모션을 전개할 것이다. 콘텐츠 기획, 마케팅, 미디어 탑재, 전달의 가치사슬(value chain)에 대해서는 정부와 공공기금의 지원을 받는 경제학자들의 연구와 발표가 계속될 것이고, 대형 음악 비즈니스는 이들의 결과에 대해 불평을 하면서도 가장 부가가치가 높은 분야에 대해서는 계속 주목할 것이다. 이른바 ‘원 소스 멀티 유스’라는 용어가 시사하듯, 하나의 대형 스타를 소스로 하여 벌어들이 수 있는 수입의 통로들은 더욱 다양화될 것이므로 이런 대형 스타를 길러내기 위한 투자는 더욱 증가할 것이다.

한 가지 추가한다면 향후 주류 음악 비즈니스는 초국적(transnational)인 양상으로

발표한 뒤 “싱어송라이터까지는 하겠는데 싱어송매니저까지는 못 하겠다”라고 말했다. 그에게 필요한 것은 ‘창의적 매니저’일까?

전개될 전망이다. CT(culture technology)라는 단어가 이른바 ‘한류’의 시작과 더불어 등장한 개념이라는 것을 상기한다면, 그리고 한국이 금융이나 배급, 시장 등의 측면에서 ‘비교우위’를 갖추지 못하고 있다는 현실을 돌아본다면, ‘아시아 시장’을 대상으로 하는 초국적 비즈니스에서 ‘컨텐츠 프로바이더(contents provider)’로서 한국 음악산업의 역할은 당분간 지속될 전망이다. 지금까지 아시아권에서의 대중음악의 플로우가 주로 ‘엔터테이너의 외국 진출’이라는 형식을 취했다면, 앞으로는 엔터테이너의 활동의 초국적 성격보다는 창의계급에 속하는 사람들 사이에 다양한 계약에 기초한 초국적 파트너십이 발전할 전망이다.¹⁶⁸⁾ 그 결과 우리는 ‘아시아의 스타’에 속하는 엔터테이너를 도처에서, 이른바 ‘유비쿼터스’한 환경에서 보고 들을 수 있을 것이다.¹⁶⁹⁾

이상의 모든 미래의 실천들은(전자의 경우) 디지털화(나아가 모바일화)와(후자의 경우) 아시아화(나아가 글로벌화)라는 비가측적 현실에 민감히 반응하면서 스스로

168) 위에서 CT와 관련하여 언급한 기사에서 이수만은 “서울—베이징—도쿄를 잇는 ‘아시아 네트워크’”를 제시했다. ‘아시아 네트워크’이란 “일본의 자본 및 마케팅 능력과 중국의 풍부한 인적자원, 그것에 한국의 CT를 결합해 세계적으로 가장 큰 문화시장이 될 아시아 시장을 선점하는 것”이라고 했다. 『오마이뉴스』, 2005.5.19. ‘한국형 CT’와 ‘아시아 시장’이 매우 밀접하다는 것을 보여주는 발언이다.

169) 한 가지 더 추가한다면, 한국의 음악산업은 저작권과(출)판권을 비롯하여 음악과 관련된 권리의 소유 및 행사에 대한 업무를 강화시킬 것이라는 전망도 해볼 수 있다. ‘불법복제 및 불법전송이 창작자의 의욕을 저하시킨다’는 음악산업의 기존의 논리는 계속 강조되기는 하겠지만, 불법복제 및 불법전송을 통제하면서도 프로모션 수단이 된다면 적절히 이용하는 실천도 연구될 것이다. 그리고 불법복제 및 불법전송에도 불구하고, 혹은 그것을 넘어서 수입을 올릴 수 있는 있는 창의적 전략을 개발해 나갈 것이다(나의 판단으로 불법복제와 불법전송에 대해 강도 높게 비난하는 세력은 음악산업의 전통적 세력, 즉 음반의 도매 및 소매와 관련된 세력의 이해를 반영한 것이다. 이는 서글프고 가슴 아프지만 미래가 없다는 점에서 일종의 ‘러다이트 운동’이다.). 즉, 창의계급은 이른바 ‘창의적 공유물(creative commons)’에 대해서는 가열차게 투쟁할 것이고, 온라인 공간에서 일종의 ‘인클로저 운동(enclosure movement)’을 전개하고, 이를 ‘아시아 시장’ 전체로(특히 중국으로) 확대해 나갈 것이다.

를 변화시키지 않으면 살아남을 수 없다. 따라서 이 부문은 앞으로도 계속 ‘창의적’ 일 수밖에 없을 것이다. 이때 ‘창의성’이라는 표현은 결국 살아남은 자들에게 사후적으로 붙이는 수사가 될 공산이 크다는 것을 알 수 있지만, 이런 비밀을 간파한다고 해서 이들에게 ‘창의성’이라는 이름을 붙이면 안 된다’고 주장하기는 힘들 것이다.

그렇다면 21세기 이후의 대중은 전능한 엔터테인먼트 산업에 의해 구성된 동질화된 공간에 압도당한 채 질식당한다는 디스토피아라는 결론을 내리는 것으로 충분할까. 그렇지만은 않을 것이라고 믿는다. 모든 문화적 과정이 그러하듯 미래의 음악문화도 양가적인 길을 밟을 것이다. 그래서 먼저 사고할 수 있는 것은 ‘창의적 소비’의 가능성이다. 소비자가 생산자가 만들어 놓은 전략에 순종하지 않는다는 것은 경험적으로나, 이론적으로나 타당한 주장이다. 디지털—온라인—모바일 환경은 음악 소비자가 자신을 표현할 공간을 확대하고 다양화시키면서 예측불가능하고 불규칙적인 음악 소비의 형태들을 만들어낼 것이다. 나는 소비자의 실천이 생산자의 권력을 전복시킬 것이라는 소박하고 낭만적인 주장에는 결코 동의할 수 없지만, 그것이 ‘지루함에 대한 투쟁’이 될 것이라는 점까지 반대하고 싶지는 않다. 한 예로 적어도 일부의 소비자의 경우 ‘변덕’이나 ‘줄잡’이 이전보다 더 심해질 것이고, 이는 생산자에게 새로운 콘텐츠의 개발을 강박할 것이다.

두 번째는 디지털 음악인의 탄생가능성일 것이다. 이는 디지털 공간을 이용하여 음악을 배급하거나 소비하는 것을 말하는 것이 아니고 디지털 공간을 통해서 음악의 생산부터 소비에 이르는 전 과정이 하나의 완전한 순환을 이룬다는 것을 말한다. 이 실체 없는(tangible) 디지털 음악인은 한국처럼 오프라인 음반시장이 급격히 쇠퇴하고 온라인 음원시장이 급성장한 상황에서 현실감 있게 다가올 것이다. 물론 아직 ‘성공사례’를 찾기는 힘들다. 1998년에 ‘사이버가수’라는 홍보 컨셉트를 가지고 등장한 아담과 류시아는 이제는 흘러간 옛 이야기가 되었고,¹⁷⁰⁾ 온라인 싱글을 mp3형

170) 아담과 류시아가 ‘망한’ 이유는 여러 가지가 있겠지만 오프라인에서 인기를 누리는데 음악과 별 다르지 않은 음악을 통해 온라인에서의 성공을 시도했다는 점에 있다. “인간을 넘보는 사이버 스타”, 『한겨레21』, 제 208호, 1998.5.21. <http://www>.

태로 사전 배포하는 행위도 온전한 의미에서 디지털 음악이라고 말할 수는 없다. 몇몇 개그우먼의 패러디 송을 벨소리용 음원으로 배포한 것이 근접한 것이겠지만, 이것 역시 오프라인 공간에서의 실체성(tangibility)의 그림자가 강하다. 따라서 디지털 음악생산자의 탄생 가능성은 단지 기술적으로 가능한가의 문제가 아니라 음악 소비자가 음악 생산자의 물리적 실체성으로부터 자유로울 수 있는가라는 질문과 연관되고, 그 점에서 사이버섹스(cybersex)의 가능성과 동일한 궤적을 따라 진행될 것이다. 따라서 ‘디지털 음악인’이 성공적으로 만들어 낼 음악의 형식과 스타일은 지금 존재하는 음악과는 판이한 것이 될 것이다.

마지막으로 디지털/온라인 공간의 영향에도 불구하고, 아날로그/오프라인 공간에서의 소통은 국지적으로 산포된 채 곳곳에서 이루어질 것이다. ‘홍대앞’에서 ‘미사리’에 이르는 라이브 음악의 다양한 씬(scene)이 번성하(거나 명맥을 유지하)게 된 것이 PC통신이나 인터넷의 번성과 시간적으로 일치했다는 점은 역설적이지만 자연스러운 일이다. 이런 음악적 공공 공간의 확대 여부에 대해 속단할 수는 없지만, 주류 음악 비즈니스의 위세나 온라인 공간의 확대에 따라 순식간에 소멸하지는 않을 것이라는 것이 대체적 의견이다. 이곳에서 연주되는 음악은 어떤 의미에서든(때로는 정반대의 의미에서) 주류 음악 비즈니스에 의해 만들어지는 음악과는 다를 것이다. 즉, 나이든 세대를 위한 흘러간 음악이든 젊은 세대를 위한 전위적 음악이든 미디어에 의해 과소표상되는 음악이라는 점에서는 공통적일 것이다. 그리고 이런 곳 역시 무료해지는 순간 문을 닫을 수밖에 없기 때문에 나름의 창의적 노력을 게을리하지 않을 것이다.¹⁷¹⁾

여기까지 왔으면 이 글의 담론적 전략이 창의성이라는 개념을 적용할 수 있는 대

hani.co.kr/h21/data/L980511/1p9j5b01.html

171) 디지털 환경에서 ‘인디 레이블’은 기본적으로 노스텔지어에 기초한 것일까? 그렇다고 해도 ‘노스텔지어이기 때문에 가망이 없다’고 판단하기보다는 노스텔지어의 전복적 기능의 창안에서 해답을 찾아야 할 것이다. 인디 음악의 창의성에 대해서는 문신원의 글을 참고하라.

상을 극대화시켜서 그 개념을 무의미하게 만드는 것이라는 점을 눈치챘을 것이다. 즉, 모든 것은 창의적이고, 따라서 아무 것도 창의적이지 않다. 나의 판단으로는 이런 전략만이 국가 담론이 되어 버린 창의성의 지배적 개념을 해체할 수 있는 가장 효율적인 것이라고 생각한다. 그 무의미로 가득찬, 의미가 텅 빈 공간이 될 때 창의성은 새로운 의미화 공간이 될 수 있을 것이다. 즉, 미래에도 문화는 계속해서 정치적인 것이고, 창의성을 둘러싼 싸움은 계속될 것이다.

참 고 문 헌

- 김형찬(2004). 〈1970년대 통기타 음악과 청년문화의 인프라〉, 『노래 5: 대중음악과 노래운동, 그리고 청년문화』, 한울 아카데미.
- 문화관광부(2004a). 『창의한국』
- _____ (2004b). 『새예술정책』
- _____ (2005). 『문화강국 C-KOREA 2010』
- 문화관광부/문화콘텐츠진흥원(2005)『CT 정책비전 및 로드맵: CT를 통한 세계 5대 문화 산업 강국 견인』 2005.7.
- 박준흠(1999), 『이 땅에서 음악을 한다는 것은』, 교보문고.
- 사이먼 프리스, 윌 스트로, 존 스트리트 엮음(2001). 장호연 옮김(2005). 『케임브리지 대중음악의 이해』, 한나래.
- 신현준 외(2005a). 『한국 팝의 고고학 1960』, 한길아트.
- _____ (2005b). 『한국 팝의 고고학 1970』, 한길아트.
- 신현준(2002). 『글로벌, 로컬, 한국의 음악산업』, 한나래.
- 이동연(2005). 〈한류 문화자본의 형성과 문화 혼종화: 보아(BoA)를 통한 문화모방 사례 연구〉, 성공회대학교동아시아연구소 컨퍼런스, 『동아시아, 대중문화와 (탈)민족주의』 2005.05.14
- Caves, R.(2000). *Creative Industries*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Chu, June Chi-jung(2004). "Museums and Creative Industries: a Myth in Taiwan", The

- paper presented at *ICOM Triennial Conference*(Seoul, Korea). October 2~8, 2004.
- CITF(Creative Industries Task Force)(2001). Creative Industries Mapping Document.
<http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/338EFCBC-F706-4191-A1A4-CCB7EFF7E DAE/0/foreword.pdf>
- Cunningham, S.(2002). “From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications”, *Media Information Australia Incorporating Culture & Policy* 102: 54-65.
- Florida, R.(2002). *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*, Perseus Books Group. 국역 이길태 역 (2002), 『Creative Class: 창조적 변화를 주도하는 사람들』, 전자신문사.
- Hartley, John.(ed.)(2005). *Creative Industries*. Blackwell Publishers.
- Hesmondhalgh, David(2002). *The Cultural Industries*. Sage: London.
- Howkins, J(2001). *The Creative Economy: How People Make Money From Ideas*. Allen Lane, London.
- Lash, S. and Urry, J.(1994). *Economies of Signs and Space*. Sage, London.
- Mitsuhiro Yoshimoto(2003). “The Status of Creative Industries in Japan and Policy Recommendations of Their Promotion”, *NLI Research*. 2003.12.02 <http://www.designindaba.com/advocacy/downloads/japan.pdf>
- Negus, Keith & Mike Pickering(2002). “Creativity and Musical Experience”, in Keith Negus and David Hesmondhalgh(eds.) *Popular Music Studies*. Arnold: London.
- Negus, Keith(1992). *Producing Pop. Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. Arnold: London.
- Pratt, Andy(2005). “Cultural Industries and Cultural Policy: an Oxymoron?” *International Journal of Cultural Policy* 11(1): pp.31~44.

■ 한국 인디 록 클럽 음악 문화의 의미¹⁷²⁾: 창의 산업, 창의성 개념과 관련하여

문 신 원(하와이대 석사)

1. 서 론

문화의 정의는 역사에 따라 조금씩 변화해 왔다. 주로 서유럽을 중심으로 펼쳐진 문화에 대한 생각들을 살펴 보면, 문화를 도덕적 정신 함양 활동으로 보기도 했고, 인간의 정신적인 활동의 산물로 여기기도 했다(원승룡, 김종현, 2005, 22, 39쪽). 근래에 와서 문화는 한 사회의 물질적, 정신적인 모든 삶의 양식을 뜻하는 것으로 본다(같은 책, 2005, 53쪽). 즉, 문화는 사람들이 살아오면서 경험한 모든 것과 그 경험을 서로 나누는 가운데 드러나는 모든 양상을 말한다고 할 수 있다. 그 양상은 눈에 보이는 어떤 산물로 나타날 수도 있고, 눈에 보이지 않는 소통의 과정 그 자체이기도 하다.

이 글은 눈에 보이는 산물로서, 동시에 눈에 보이지 않는 음악적 소통 활동으로서 이미 서울의 한 지역에 자리 잡은 한국 인디 록 클럽 음악 문화를 창의 산업(creative industries)에서 말하는 창의성(creativity) 개념과 관련하여 고찰하고자 한다. 이러한 시도는 한국 인디 록 클럽 음악 문화가 의미 있는 문화현상 중의 하나이고, 나아가 한국 대중 음악의 미래에 이바지하는 바가 있음을 보여줄 것이다. 우선, 한국 인디 록 클럽 음악 문화가 성립된 시기와 그 모습을 간략하게 서술하고 난 후, 창의 산업의 정의, 창의성 개념을 살펴보고, 한국 인디 록 클럽 음악 문화의 창의성 문제를 언급하겠다.

172) 이 글에서 인디 음악은 클럽에서 실제로 연주되는 라이브 음악 공연만을 다루고 있다.

2. 한국 인디 록 클럽 음악 문화의 생성과정과 특성

인디 음악(Indie Music)은 주류 음반사, 지상파 방송국, 거대 기획사 등과 깊이 연관되지 않고 비교적 자유롭게 음악활동을 하는 대중음악인들의 음악¹⁷³⁾이며, 이들의 음악양식은 록, 펑크를 비롯하여 매우 다양하다(Shuker, 2002, pp.170~171). 또한 인디 음악은 공연장에서의 즉흥연주가 많이 이루어지므로 주류 음악에 비해서 좀 더 즉흥성과 현장성이 강하게 드러나는 특성이 있다(같은 책, 같은 곳). 다시 말해, 주류 음악은 라이브 음악 공연 시에도 미리 준비된 효과음향을 함께 사용하는데 비해, 인디 밴드들의 라이브 공연에서는 그 순간에 직접 연주하는 소리만으로 공연을 진행하는 경우가 많다(같은 책, 같은 곳). 그러므로 같은 곡이 음반에서 재연될 때와 라이브 공연에서 연주될 때 다른 부분이 많을 수 있다. 라이브에서는 현장의 분위기에 따라 즉흥 연주를 더함으로써, 공연의 흥을 더 돋울 수 있기 때문이다.

한국에서는 인디 음악이라는 용어와 인디 록 음악이라는 용어가 셔커(Shuker)의 정의에 유사한 것으로서 함께 사용되는 경향이 있다. 또한, 한국 인디 록 클럽 음악도 셔커(Shuker)가 정의하고 있는 인디 음악처럼, 라이브 음악 공연에서 직접 연주하는 소리로 공연을 이끌어가며, 공연에서의 현장성과 즉흥성이 두드러지게 나타난다. 이러한 이유로, 이 글에서 셔커(Shuker)의 인디 음악 정의를 한국의 인디 록 클럽 음악에 적용했다.

한국 인디 록 클럽 음악 문화는 몇몇 클럽들이 문을 여는 것과 함께 1995년 경 싹텔었다. 이들은 주로 신촌, 홍익대학교 앞 부근에 위치하고 있으며, 언더그라운드 록

173) 셔커(R. Shuker)의 본문에서 이 내용은 인디 레이블(Indie record lable), 즉, 소규모의 독립 음반사와 관련한 내용이지만, 이 글에서는 음반사에 대해서는 언급하지 않고 라이브 음악 공연만으로 대상을 한정하고 있으므로, 셔커의 정의를 인디 음악에 통합하여 언급했다. 사실, 셔커(Shuker)의 책에서 인디 음악은 얼터너티브 음악(alternative music)과 통하는 것으로서, 매우 다양한 스타일의 음악을 포함하며 그 정의 자체에 많은 문제점을 가지고 있다고 말한다. 이 점 역시, 이 글의 범위를 넘어가는 부분이므로 인디 음악의 정의에 대해서는 더 논의하지 않겠다.

클럽이라고도 불리는데, 최근에는 인디 록 클럽, 인디 클럽이라는 명칭이 더 자주 쓰이는 듯하다. 넓은 의미로 인디 클럽이라고 불리는 많은 곳들이 현재 모두 록 음악만 연주하는 것은 아니고, 테크노 음악, 재즈를 주로 다루는 곳들도 있다. 이 글에서는 주로 록 음악을 다루는 인디 록 클럽들의 음악 문화를 언급하려고 한다.¹⁷⁴⁾

초기에 생겨난 인디 록 클럽은 드럭, 재머스, 롤링 스톤즈 등이다. 이 클럽들이 문을 열게 된 이유는 대부분 미국과 영국의 록 클럽 문화의 영향으로 보인다. 예를 들어 클럽 드럭의 경우를 살펴보면, 미국 록 음악 밴드인 너바나(Nirvana)의 리드 싱어, 커트 코베인(Kurt Cobain)의 추모 모임을 가지면서 너바나 음악 팬들과 너바나 음악을 연주하는 밴드들의 결집이 1995년에 있었다. 그리고 그 밴드들은 점차 그들이 만든 음악도 연주하게 되면서 크라잉 넛과 같은 인기 있는 인디 밴드도 배출하였다(이석문, 1999). 클럽 드럭의 인터넷 홈페이지에 있는 글에는 당시의 이야기가 자세히 나오는데, 너바나 음악 팬들이 클럽 드럭에 모였던 그 분위기며 그들의 열기는 가히 그들을 너바나 매니아로 부를 만했다고 말하고 있다(같은 곳). 너바나 팬들은 클럽 드럭에 모여서 직접 너바나 음악을 연주하는 밴드들의 음악을 들었으며, 여러 밴드들 중 너바나 음악을 가장 너바나와 유사하게 연주하는 밴드에 열광했다(같은 곳). 주로 너바나 음악을 연주하고 듣는 열정으로 클럽 드럭이 많은 사람들이 모이는 곳이 되었지만, 시간이 흐르면서 점차 너바나 음악만을 연주하거나, 다른 미국, 영국의 록 밴드 음악만을 연주하는 밴드들과 함께 스스로 만든 록 음악을 연주하는 밴드들도 나타나기 시작했다. 클럽 드럭에서 연주했던 자작곡 록 밴드들 중 가장 많은 사람들에게 관심을 받은 밴드는 크라잉 넛이다. 크라잉 넛 밴드는 한국 인디 록

174) 록, 테크노, 재즈, 펑크, 펑크 록 등 대중음악의 장르구분과 그 성격에 대해서는 많은 이야기가 있을 수 있으나, 이 글에서는 그것에 대해서 자세히 언급하지 않겠다. 대중음악의 장르구분과 그 성격은 그 자체로 하나의 논문이 될 수 있을 것이며, 많은 논의가 필요하기 때문이다. 이 글에서 인디 록 클럽 음악이라고 부르는 대상은 그것을 연주하는 사람들과 듣는 사람들 사이에서 느슨하게나마 합의가 되어 인디 록 음악이라고 불리면서, 인디 록 클럽에서 연주되는 것으로 정의하고 이 글을 전개할 것이다.

클럽 음악 문화가 배출한 밴드들 중 대표적인 밴드라고 할 수 있다.

미국과 영국의 록 음악 문화의 영향을 받아 생겨난 또다른 클럽은 재머스인데, 재머스는 클럽 드럭처럼 너바나 밴드의 음악에 열광했기에 문을 연 것은 아니다. 재머스 홈 페이지에 나온 내용을 보면, 미국 록 음악인들의 클럽 연주가 미국 록 음악의 발전에 기여한 부분이 크다고 언급하고 있다(재머스, 2002). 즉, 미국과 영국의 록 클럽은 숫자 면에서도 한국과 비교할 수 없을 만큼 많고 그 클럽들에서 연주만 하면서 음악활동을 하는 밴드들도 많기에, 그 수많은 클럽의 밴드들 가운데 많은 팬들을 가지게 된 밴드들은 주류 대중 음악 시장에 진출하기도 하며, 그 과정에서 록 음악이 끊임없이 새로운 변화와 음악적 실험을 거듭하며 발전한다고 말한다(같은 곳). 만약 한국에서도 클럽 연주만으로 록 음악인들의 생계유지가 가능하고 그래서 록 음악인들이 록 음악창작과 연주에만 힘쓸 수 있게 된다면 한국 록 음악이 세계적인 수준에 이를 수도 있을 것이라고 예측하고 있다(같은 곳).

위와 같은 생각을 가지고 있는 가운데, 클럽 재머스를 만든 직접적인 계기는 기타와 드럼을 치는 두 친구가 연습실 장소를 구하면서 지금의 클럽 자리를 얻었고, 연습만 하는 곳이 아니라, 간단한 음료를 팔면서 록 음악을 좋아하는 사람들이 모여 연주도 하고 듣기도 하는 장소로 그 곳을 운영하게 된 것이라고 적고 있다(같은 곳). 클럽 재머스는 록 음악 연주자가 마음 놓고 록 음악을 만들고 연주해 나갈 수 있는 클럽문화는 한국 록 음악의 발전을 위해서 계속 이어져나가야 하며, 클럽 문화가 활성화 되는 것이 한국 대중음악의 한 부분으로서의 록 음악 발전에 큰 영향을 줄 것임을 이야기한다(같은 곳).

클럽 드럭과 재머스의 경우를 통해서 한국 인디 록 클럽 문화가 형성된 이유를 살펴본 결과 미국과 영국의 록 음악 문화의 영향이 적지 않음이 발견되었다. 결과적으로 한국 인디 록 클럽 음악 문화의 형성과정을 미국과 영국이 주도하는 록 음악의 세계화(globalization) 현상의 하나로 보고, 한국 인디 록 클럽 문화의 의미를 간단히 이야기하고 지나갈 수도 있다. 그러나, 한국 인디 록 클럽 음악 문화는 세계화의 영향을 받아서 생성되었을 뿐 아니라, 그 문화의 전개과정에서 보이는 양상들은 한국

인디 록 클럽 음악 문화만의 지역화(localization) 된 특성들도 보여주고 있다. 그 특성들은 다음과 같다.

첫째로 한국 인디 록 음악의 정체성 찾기 시도이다. 한국적인 성질을 가지는 록 음악을 만들어 보려는 시도는 크라잉 넛을 비롯한 클럽 드럭에서 연주하던 몇몇 밴드들에게서 찾아볼 수 있다. 그들은 그들의 음악을 ‘조선 핑크’라고 명명하고 있는데, 조선이라는 한국의 옛 국가 이름을 사용하는 명칭이 한국만의 특징을 가진 록 음악을 추구한다는 그들의 목표를 확실하게 드러낸다. 그렇지만, 그들이 만든 록 음악의 특징 중 어떤 것이 한국적 조선 핑크(록)만의 성질인지는 확실하지 않다. 그러나 이러한 한국만의 특징을 가진 인디 록 음악을 만들려는 시도 자체는 세계화된 일반적 경향이 아니고 한국 인디 록 클럽 문화 주변에서 발견되는 상황이라는 점에서 지역성을 띠다고 보인다.

그런데, 세계 각 지역의 록 밴드들은 많은 경우, 그 지역만의 특성을 가진 록 음악을 지향한다. 예를 들어, 짐바브웨의 록 음악은 그 나라의 전통 음악과 록 음악의 결합을 통해, “치무렝가(Chimurenga)”라고 불리는 그 나라만의 록 음악을 만들었다. 치무렝가(Chimurenga)는 모던 록, 음비라,¹⁷⁵⁾ 그리고 노래를 포함하는 형태이다(Kaemmer, 1998, pp.756~757). 치무렝가(Chimurenga)는 1960년대 후반에서 1970년대에 걸쳐 짐바브웨에서 일어난 영국 식민통치에 반대하는 치무렝가 전쟁(Chimurenga War) 중에 생겨난 음악이다. 즉, 그 나라의 특정한 상황과 밀접하게 관련되어 있는 토착화된 록 음악으로 여겨진다. 세계의 많은 지역의 록 음악이 그 지역만의 특징적인 록 음악을 추구하는 것을 일종의 세계적 현상이라고 볼 수 있는 동시에, 특정 지역에서 특정 지역만의 록 음악을 만드는 것을 목표로 노력하는 과정과 그 산물은 분명히 지역적 차이를 보인다. 그러므로 그 지역만의 록 음악을 ‘추구’하는 현상이 세계적인 것이라면, 추구하는 가운데 나타나는 다양한 ‘양상’들은 지역적인 것이라고

175) 음비라(mbira)는 짐바브웨의 전통 악기인데, 커다란 박 껍질 안쪽에 금속성의 가늘은 판들을 붙이고, 그 판들을 손가락으로 뜯어 연주한다(Kaemmer, 1998, p.745).

본다. 결론적으로, 한국 인디 록 클럽 음악인들이 한국적 인디 록 음악을 추구하는 현상은 세계적인 흐름에 포함된다고 해도, 그것을 위해 노력하는 양상과 그 과정, 그리고 그 산물은 지역적 특성을 가지고 있다.

조선 핑크(록) 음악을 지향하는 밴드들과는 조금 다른 시각을 가진 피터팬 컴플렉스라는 인디 밴드는 그들의 음악에 대한 영국 대중음악과의 유사성 지적에 대해 이렇게 말한다. 밴드 구성원들이 실제로 영국 대중음악에 호감을 가지고 있어서 비슷한 음악적 분위기를 드러내기도 하겠지만, 수많은 연습과 부단한 음악적 노력 속에서 피터팬 컴플렉스만의 색채가 드러날 것이라고 했다(피터팬 컴플렉스 리더 전지한과의 인터뷰, 2004). 피터팬 컴플렉스 밴드의 리더 전지한과 인터뷰한 내용을 보면, 그 밴드가 한국 인디 록 음악을 만들기 위해, 한국 인디 록만의 음악적 특성을 가진 곡을 작곡하는 것과 함께, 록 음악이 유래한 미국이나 영국의 록 음악에서 드러나는 그 음악의 내용을 잘 습득하고 심화함으로써, 미국과 영국의 록 음악을 넘어서는 수준의 음악을 연주하고 만드는 경지를 목표로 하고 있음을 알 수 있다(같은 글). 피터팬 컴플렉스의 리더 전지한은 그러한 목표를 달성해나가는 과정 가운데 성취될 그들만의 음악적 색채 속에는 자연스럽게 한국 록 음악의 특성이 녹아있으리라는 자신감을 보여주고 있다(같은 글).

그의 말에 의하면 다른 한국 인디 록 밴드들과 한국적 인디 록 음악의 특성에 대해서 의견을 나눌 때가 가끔 있는데, 그들 사이에서 그 특성을 구체적으로 합의한 바는 아직 없다고 한다(같은 글). 다만, 어떤 한국 인디 록 밴드들은 한국적 인디 록 음악을 만들기 위해 매우 진지하게 고민을 하고 있다고 하면서, 전지한은 오히려 그러한 한국 인디 록 음악에의 몰입이 음악적 시야를 좁게 만들 수도 있다고 말했다(같은 글). 한국을 벗어나 다른 지역과의 교류 속에서 넓은 시각을 가지고 음악에 임할 때, 한국 인디 록 음악만의 특성이 자연스럽게 발현될 가능성이 많다고 그는 전망했다(같은 글).

조선 핑크를 추구하는 인디 록 밴드들과 피터팬 컴플렉스 밴드의 시각은 약간의 차이가 있을 수 있다. 조선 핑크의 경우 한국 인디 록 음악만의 특성을 직접적으로

추구하는데, 피터팬 컴플렉스 밴드의 경우는 영국이나 미국 등의 록 음악을 더 많이 공부하는 과정과 다른 지역과의 음악적 교류를 통해서 자연스럽게 한국 인디 록 음악적 특성이 드러날 것이라고 언급하는 점들이 차별성을 보인다. 그러나, 방법이 약간 다를 뿐 한국 인디 록 밴드로서 그들만의 고유한 음악적 특성을 추구하는 태도는 많이 다르지 않다. 또한, 두 경우 모두 아직 한국 인디 록 음악만의 특성이 무엇인지 뚜렷하게 제시하지 못하고 있다는 것은 유사한 상황이다.

한국 인디 음악만의 특성이 아직 확실하게 정립되지 않은 상태임을 보여주는 위와 같은 예들을 가지고서 한국 인디 록 음악은 전혀 존재하지 않는 것이라고 단언할 수는 없다. 끊임없는 무의식적, 의식적 시도에 의해 지금 이 순간도 한국 인디 록 음악은 연주되고 청중에게 다가가고 있기 때문이다. 특정한 노래나 음악이 한국 인디 록 음악의 특성을 보여주느냐 보여주지 못하느냐를 떠나서, 한국 인디 록 음악을 찾는 “시도”를 둘러싼 한국적 상황 자체가 한국 인디 록 음악 문화의 지역성을 보여주는 하나의 실례라고 본다.

한국 인디 록 음악 문화의 지역성을 보여주는 두 번째 예로 인터넷 매체를 이용한 연주자와 청중 사이의 활발한 소통(communication)이 이루어지는 상황을 들 수 있다. 이것 역시 세계화의 측면을 동시에 가지는 것이기도 한데, 사실 인터넷 매체를 이용하는 소통은 미국, 일본 등의 나라에서도 흔히 발견할 수 있기 때문이다. 그러나, 한국 인디 록 음악인들과 그 청중들은 그 나름의 지역적 특징을 보여준다. 과거에 기타를 치며 한 일본 밴드에서 록 음악을 연주하고 현재 종족음악학을 전공하는 일본인의 인터넷 검색으로 알아본 한국과 가까운 일본의 경우와 비교하면, 일본의 대중 음악인들은 그들의 청중이 보낸 인터넷 편지에 개인적으로 답장을 하거나, 실시간으로 인터넷상에서 대화를 나누지는 않는다(익명의 일본인과의 인터뷰, 2004). 다만, 청중은 자신이 좋아하는 음악인에게 인터넷 편지를 보낼 수는 있고, 대중 음악인이 올린 일기 같은 글을 읽을 수는 있으나, 개인적인 차원에서 직접 소통은 할 수 없다(같은 글). 이에 비해, 한국 인디 록 음악인들과 청중은 인터넷상에서 직접 실시간 대화를 하기도 하고, 올린 글에 대해 답글도 달면서 직접적인 소통을 하는

방식으로 청중과 음악인들 사이의 의견이 활발하게 교환되는 양상을 보여준다. 클럽 제머스, 클럽 롤링 스톤즈 등에서 현장 조사를 통해 알게 된 Ares, Crave 4, Nastyona, 14 Left 등의 여러 인디 록 밴드들은 그들의 인터넷 카페를 알려주면서 카페가입과 함께 그들의 음악에 대해 의견을 나눌 것을 적극적으로 권유했고, 그 카페를 가입한 결과 소수지만 팬들과 직접적 대화를 나누고 있음이 드러났다. 보통은 그들의 음악에 호감을 느껴 의견을 남기는 경우가 많았기에, 주로 그들의 음악에 대한 칭찬이 대부분이었고, 그 칭찬에 대한 감사글이 많았지만, 간혹 음악적인 특징을 세세하게 지적하면서 의견을 나누는 경우도 있었다. 이러한 인터넷을 통한 의견교환이 인디 록 밴드와 팬들 사이에 직접적으로 개진되는 양상은 한국의 지역적 특성으로 보인다. 그러므로 두 번째 항목도 세계화된 측면이 있으나, 한국의 지역적 특성도 동시에 나타나고 있다.

한국 인디 록 클럽 문화는 미국, 영국의 록 음악 문화의 영향을 받은 부분도 있고 세계화의 흐름에 함께하는 측면도 있으나, 한국만의 지역적 특성도 가진다. 또한, 인디 음악으로서 셔커(Shuker)가 언급한 인디 음악의 즉흥성, 현장성이 드러나는 점에서 볼 때, 사전에 조작되고 치밀하게 계산되어 만들어진 음악이 가지지 못하는 살아 숨쉬는 현장의 음악으로서의 의미를 보여준다. 이러한 의미를 가지고 있는 한국 인디 록 클럽 음악 문화에 있어 창의 산업에서 내세우고 있는 창의성은 어떤 식으로 이야기 되어야 하는지를 다루기 위해, 다음 부분에서는 창의 산업, 창의성 개념을 고찰해 보려고 한다.

3. 창의 산업(creative industries)의 정의와 관련한 문제

창의 산업(creative industries)은 문화산업(cultural industries)과 함께 쓰이는 범주이다. 영국을 비롯한 미국, 호주 등의 나라에서는 1990년대 후반 이후 음악, 스포츠, 영화, 인터넷 게임 등을 창의 산업 혹은 문화 산업에 포함하고 지원하는 정책을 추진하고 있다. 특히 창의력에 중요한 의미부여를 하고 있다는 점에서 한국과 유사한 영국은 1997년 6월에 창의 산업을 다루는 부서를 만들고 집중적으로 육성해 왔다.

영국의 창의 산업 관련 문서에 의하면 창의 산업의 정의는 “개인의 기술, 재능, 창의력에 의해 재화와 직업이 창출되는 산업”을 말한다(*The Creative Industries Mapping Document*, 2001).

이 정의에서 “개인의(individual)” 그리고 “창의력(creativity)”이라는 어휘들을 살펴보면, 어떤 “개인”의 두드러진 능력, 곧 “창의력”에 중심을 둔 것을 알 수 있다. 그런데, 이 개인이 과연 태어나면서부터 홀로 창의력을 발휘하게 되었을 것인가를 생각하지 않을 수 없다. 창의력이 무엇인가 가치있는 것을 만들어 내는 것이라면, 그 가치있는 무엇인가를 만들어내는 능력은 그 개인의 주변에 그에게 계속해서 창의력을 키울 수 있도록 하는 어떤 환경과 사람들이 있어왔기에 가능했을 것이다. 즉, 개인의 창의력이 발휘되는 순간에는 마치 그 개인이 단독으로 그 능력을 보여주는 것 같지만, 창의력이 형성되고 발현되기까지에는 수많은 사람들이 그의 능력형성에 개입하게 된다. 그러므로 “개인의”라는 어휘는 그 개인에게만 집중하게 만들어 수많은 사람과의 교류와 소통의 중요성을 인식하지 못하게 하는 문제가 발생할 수 있다고 보인다.

영국에서 만든 창의 산업 개념 정의가 가진 또 하나의 문제점은 “창의력(creativity)”이라는 어휘이다. 창의력, 즉 *creativity*와 연관된 단어 *creative*의 의미는 사전에서 “새로운 것을 만들 수 있는”(Collins Cobuild 2001, p.355)의 뜻을 가진다. 이것 또한 “개인의”라는 어휘와 유사한 경우인데, 새로운 것을 새롭다고 생각하고 받아들이는 사회가 존재하지 않는다면 한 개인이 아무리 무언가를 만들어 낸다고 해도 그것이 새로운 것으로 존재할 수 없을 것이다. 다시 말하면, 한 개인의 창의력이 드러나는 행위와 그 산물은 그것들을 창의력 있는 것으로 여겨주는 사회와의 끊임없는 상호작용 속에서 가능하다. “개인”의 “창의력”에 집중하는 영국의 창의 산업 정의는 창의력 있는 개인을 중요시하다가 그 개인이 끊임없이 교류하고 소통하면서 창의력을 발휘할 가능성을 열어주는 수많은 사람들로 구성된 공동체의 중요성과 그 개인의 능력을 창의력 있는 것으로 합의하는 사회의 역할과 의미를 간과할 수도 있는 위험성이 내재한다.

개인과 창의력에 주목하는 영국의 창의 산업 정의와 비교할 때, 문화관광부가 한국 창의 산업을 정의내리고 그 실태와 전망을 정리한 ‘문화산업비전21’(2000), ‘창의한국’(2004), ‘C-KOREA 2010’(2005)과 같은 경우, “문화(culture)”의 개념 정의가 확실하지 않다는 문제가 있다. ‘문화비전21’에서는 유네스코에서 제시된 문화 개념을 인용하면서 “광의의 문화란 집단의 성격을 나타내는 독특한 영적, 물질적, 지적, 정서적 특성들의 총체적인 복합체”로서 “예술과 문자뿐만 아니라 삶의 양식, 인간의 기본권, 가치체계, 전통, 믿음을 포함 한다”고 여겼다. 이는 문화의 가시적 산물과 비가시적 활동과정이 사회집단에서 비롯됨을 의미하는 것이다. 그런데, ‘창의한국’(2004. 32쪽)에서는 개인의 창의성이 지역사회의 다양성과 국가의 역동성을 만드는 것이라며 개인의 힘을 강조하고 있다. 또 다른 부분에서는 문화 개념을 “타인에 대한 공감능력”과 연관된 것으로 보기도 한다(창의한국, 2004, 20쪽). 이는 문화가 홀로 존재하는 개인이 만들어내는 어떤 것이 아니고, 여러 사람이 존재하는 사회에서 서로 서로 다른 사람을 배려하고 이해함으로써 나타나는 것임을 이야기하는 부분이다. ‘창의한국’에서는 개인의 창의성이 공동체에 영향을 줌으로써 창의적 문화가 발전한다고 언급하고, ‘문화비전21’이나 ‘창의한국’에서는 공동체 안에서 나타나는 문화의 양상을 말하고 있어서 문화에 대한 개념이 일관성 있게 개진되지 못하는 듯하다. 결과적으로, 문화를 기본적 대상으로 다루고 있는 한국의 창의 산업과 관련된 글들이 서양의 나라들, 특히 영국의 창의 산업에서 설정한 개념들을 가져와서 사용하면서 그것들을 체계적으로 정리하지 않은 상태에서 인용한 것으로 보인다.

무엇보다도 경계해야 할 점은 영국과 한국 모두가 창의 산업에서 창출되는 경제적 효과에 지나친 주목을 하고 있는 것이다. 이는 사회 속의 다양한 문화 활동과 그 산물을 경제적 논리로만 판단하고 유도하는 결과를 가져올 수도 있는 위험성을 가진다. 20세기 이후 어떤 문화 활동이나 그 활동의 산물이 거대한 재화를 창출하는 결과를 가져오는 경우가 자주 있어 왔다. 예를 들어, 전 세계적으로 알려진 영국의 축구 선수 벤투라나, 수많은 팬을 이십년이 넘도록 확보한 미국 영화 ‘스타 워스(Star Wars)’ 등은 그 선수가 출전하는 경기의 관중수를 늘려서 만드는 경제적 이익이나,

그 영화 자체가 상영하여 창출하는 수익 자체뿐만 아니라, 그 인물을 기용하여 광고한 스포츠화, 스포츠 의류 회사의 수익을 증대했고, 그 영화의 등장인물들과 소품들을 상품화하여 전 세계적인 매출을 올린다. 그 경제적인 효과는 부인할 수 없게 크다. 그러나 많은 재화를 창출하기 위해서 인위적으로 어떤 문화 활동을 조작하거나 지원하고 어떤 문화 활동은 매출이 현재 낮기 때문에 가치가 없는 것으로 여겨버린다면, 사회 속에서 생성되는 수많은 문화와 그 산물이 경제상황에 따라 생동감 있게 전개되기도 하고 혹은 사멸되기도 하는 현실이 나타날 것이다. 인간 사회에서 일어나는 모든 활동을 다양한 문화 현상으로 볼 때, 지나친 경제 논리의 개입이 건강한 사회의 균형을 깨는 것이 되지 않도록 조심해야 할 필요성이 있다.

4. 창의성(creativity) 개념 고찰

인디 록 클럽을 중심으로 전개되는 음악문화가 가지는 창의성의 의미를 이야기하기 위해 창의 산업(creative industry)에서 언급되는 창의성(creativity) 개념의 정의에 대해 알아보고자 한다. 이 부분에서는 음악의 창의성에 대해서 글을 썼던 키스 니거스(Keith Negus)와 마이클 피커링(Michael Pickering)을 주로 인용할 것이다. 그들은 레이몬드 윌리엄스(Raymond Williams)를 인용하면서 창의성(creativity)에 대해서 이렇게 이야기하고 있다. 창의성(creativity), 혹은 창의적(creative)이라는 용어는 유대교와 기독교에 관련하여 쓰인 것이 그 시발점이다(Negus and Pickering, 2002, p.179). 신이 이 세계를 창조한 성경의 이야기에서 인간과 이 세상은 신의 창조물(creature)인 것이다(같은 곳). 신의 창조물로서 인간이 무언가를 만드는 것은 완전하지 못한 존재인 인간에 의해 역시 불완전한 산물을 만드는 것으로 그다지 큰 가치를 가지지 못했다. 이러한 생각은 르네상스 시대까지 이어져 인간의 창조(creation)는 신의 창조에 비해 열등한 것으로 여겨졌다(같은 책, 같은 곳). 그런데, 17세기에 이르자 예술이라는 인간 활동 분야가 가치 있는 것이라는 생각이 퍼지면서, 인간의 창조(creation), 창의성(creativity)도 전시대에 비해 긍정적인 대상으로 받아들여지기 시작했다(같은 책, 같은 곳). 인간의 창의성이 발휘되는 예술에 속하는 활동과 산물은 시,

회화, 조각, 음악, 무용, 건축 등이었는데, 그림이나 건축이 인간의 이성적 사고에 의해 만들어지는 것이라는 생각과는 조금 다르게, 음악, 시 등은 여신 뮤즈(Muse)에게 홀린 상태에서 혹은 제작자의 무의식 상태에서 만들어지는 것으로 보았다. 이와 같이 음악이 초월적이고 신비스러운 힘에 의해 만들어진다는 인식은 음악활동에서 드러나는 창의성(creativity)에 대한 사회학적 이해와 접근을 어렵게 만드는 요소가 되어왔다(같은 책, 같은 곳).

그러나, 많은 학자들은 음악을 포함하여 예술적 산물을 만드는 과정이 무의식적인 황홀경 속에서만 이루어지지 않는다고 주장한다. 영미 미학자인 제롬 스톨니츠(Jerome Stolnitz)는 무의식적 영감에 의해 이루어지는 것처럼 보이는 예술 창작의 과정이 “많은 시간이 소요되고 의식적인 재작업의 과제”를 통해 이루어지거나 “의식적인 노력”이 진행되는 것이라고 언급한다(Stolnitz, 1994, p.105). 스톨니츠(Stolnitz)처럼 예술적 산물의 제작과정이 비이성적인 충동만으로 이루어지지 않고 이성적인 지적활동에 의해 전개된다는 견해를 주장하는 니거스(Negus)와 피커링(Pickering)의 경우 그 견해를 뒷받침하기 위해서 살만 루시디(Salman Rushdie)를 비롯한 몇몇 작가들의 말을 인용하고 있는데, 이 작가들은 주어진 매체들을 재조합하고 그 매체들 사이에 새로운 관계를 가져옴으로써 작품을 만든다고 말하고 있다(Negus and Pickering, 2002, p.184). 즉, 시의 재료로 주어진 매체인 단어, 문장, 글감이 되는 생각들을 조합하는 이성적 과정 속에서 하나의 시를 작품으로 만들어 내는 것이다. 이와 같은 작업은 지극히 이성적인 인간의 정신 활동이 작동하지 않고는 불가능하다. 또한, 니거스(Negus)와 피커링(Pickering)의 글에서 매체를 재조합하는 과정 중에 매체들 사이의 새로운 관계가 만들어지면서 수많은 변화들이 생겨나며, 이 변화들이 모여 혁신적이고 풍부한 내용의 산물이 나오기도 한다는 사실을 언급한다(같은 책, 같은 곳). 이와 같은 사실은 미국의 재즈 연주가 찰리 파커(Charlie Parker)의 말을 인용함으로써 예를 들고 있는데, 파커(Parker)는 주어진 음표들로부터 새로운 변화를 만들어낸 경험을 이야기하고 있다(같은 글, 2002, p.185). 위에서 제시한 스톨니츠(Stolnitz), 니거스(Negus)와 피커링(Pickering)이 주장하는 대로 음악을 비롯한 예

술 산물의 제작과정은 말로 설명할 수 없는 신비스러운 힘에 의해서 이루어진다고 보다, 지적이고 이성적인 인간의 정신활동에 의해 전개되어지는 측면이 있는 것으로 여겨진다.

니거스(Negus)와 피커링(Pickering)은 예술 산물의 제작행위가 이성적인 활동이며, 그 활동과정에서 창의적인 산물이 나오는 것이라고 보는데서 더 나아가, 그 산물이 창의적인 것인지 아닌지를 판단하는 것은 사회적인 행위에서 비롯한다고 본다(같은 글, 2002, pp.187~188). 그들은 음악의 창의성이 단순히 연주자나 작곡자의 개인적인 창조 행위에서 나타나는 것이 아니고, 그들의 창의성이 다른 사람들과의 소통 속에서 가치가 매겨지고 있음을 주장한다(같은 책, 같은 곳). 즉, 어떤 음악이 창의적인지 아닌지는 타인들과의 교류 속에서 합의되는 것이다. 니거스(Negus)와 피커링(Pickering)은 창의성이라는 것이 홀로 격리되어 존재하는 문화 속에서가 아니라 서로 다른 문화들 사이에서 오가는 가운데 나타난다고 말하고 있다(같은 글, 같은 곳).

니거스(Negus)와 피커링(Pickering)의 음악과 창의성에 대한 고찰과 유사하게 예술 전체에 대해서 사회와 연관된 주장을 펼치는 또 하나의 예를 영미 미학자 조지 디키(George Dickie)에게서 찾을 수 있다. 그는 창의성에 대해 이야기 한 것은 아니지만, “어떤 대상을 예술 작품으로 만드는 것은 작품 내에서 관찰될 수 있는 특별한 성질이 아니라, ‘예술계(art world)’에 의해 그 대상에 부여된 특별한 종류의 사회적 지위”라고 주장한다. 여기서 예술계라는 것은 느슨하게 조직된 예술가, 제작자, 박물관장, 관객, 비평가, 기자 등 서로 연관된 사람들과 더 나아가 자기 자신을 예술계의 일원으로 보는 사람은 누구나 포함이 되는 사회를 말한다(김혜숙, 김혜련, 1995, 122~124쪽). 디키(Dickie)의 예술 정의론에 해당하는 이 내용은 미학자들 사이에서 적지 않은 비판이 있었고, 디키(Dickie)는 그 비판에 대응하면서 예술계라는 개념 대신 예술가의 역할을 조금 더 강조하는 “Art Circle” 개념을 내놓기도 했으나, 이 개념 역시 예술가, 감상자, 비평가들의 사회를 상정하고 있으므로, 사회적 상호 작용에 의해 이루어지는 예술 활동을 주장하는 것은 유사하다고 여겨진다.

위에서 살펴본 여러 가지 예들에서 보듯이, 음악 제작과 실제 연주 과정, 혹은 시,

그림 등, 창의성이 발현된다고 생각되는 예술 행위들과 그 산물들은 무의식 속에서 능력을 발휘하는 개인이 홀로 만들어 낸다기보다, 그 개인의 행위와 산물에 대해 공감하고 판단을 내리는 사회 안에서 생성되는 것이라고 보인다. 예컨대, 창의성이라는 것은 개인적 능력이면서도 사회와 함께, 사회 속에서 발현되는 특성을 가지고 있다.

5. 한국 인디 록 클럽 음악의 창의성

앞서 살펴본 한국의 창의 산업 정의의 문제와 창의성 개념에 대한 고찰을 통해 한국 인디 록 클럽 음악의 창의성에 대해 다루면서 가장 먼저 언급할 것은 인디 록 클럽 음악의 실제 공연 양상이다. 실제 공연은 녹음된 음악을 사용하지 않고 직접 현장에서 연주하는 연주자들과 그 음악을 현장에서 듣고 공감하면서 동시에 음악적 수준을 평가하는 청중이 만나는 자리이다. 그 청중들의 음악적 수준이 높고 낮음과는 관계없이 청중들은 눈에 보이지 않는 무의식적 합의를 그 공연에서 도출해내어 한 곡의 연주가 끝날 때마다 즉각적으로 반응한다. 이 반응을 연주자들은 예민하게 감지하고 그 곡에 대한 그들의 생각을 그 순간의 경험과 비교, 평가하면서 기억한다.

예를 들어 새로운 곡을 만들어서 클럽 무대에 선 한국 인디 록 음악 연주자들은 곡을 만들거나 연습을 하면서 서로 나눈 그 곡에 대한 해석, 연주 방법 등을 떠올리며 열심히 연주할 것이다. 그리고, 그 곡을 듣는 청중들은 새로이 듣는 그 곡의 음악적 내용뿐 아니라 연주자들의 연주 수준을 비롯하여 함께 그 곡을 듣고 있는 타인들의 반응, 전체적인 연주회장의 분위기 등을 총체적으로 감지하고 연주가 끝나면 그에 따른 반응을 보일 것이다. 이 반응을 연주자들은 기억하여, 만일 청중의 반응이 호감 섞인 것이라면 그 곡을 다음 번 연주 때에도 또 비슷한 방식으로 연주할 것이고, 반응이 별로 좋지 않았다면, 그 이유는 무엇인지에 대해 생각할 것이며, 다음 번 연주 때 그 곡을 연주하지 않을 수도 있다.

또한, 실제 음악 연주를 통한 현장에서의 소통의 경험은 그 경험 자체로 고유하다. 그 경험은 다시 그 순간과 완전히 똑같이 되풀이될 수 없다. 설령 그 곡에 대한 반응이 아주 좋아서 다음 번 연주 때 다시 연주한다고 해도, 그 때에 모인 청중과는 다른

구성원들이 다른 반응을 보일 것이다. 만일 동일한 청중이 모여서 동일한 연주자의 곡을 듣는다고 해도 완벽하게 동일한 경험은 일어나지 않는다. 그 순간에는 그 순간만의 또다른 경험을 가져온다. 그런데, 각각의 공연은 모두 서로 다른 경험들이지만, 일정한 곡에 대한 반응에서 느껴지는 호감도가 유사할 수는 있다. 이 경우, 유사한 반응을 경험하고 그 경험을 기억하는 연주자는 그 곡이 청중들에게 어느 정도의 호감을 불러일으키는지를 기억할 것이다.

위와 같은 현장에서의 경험과 현장에 있던 사람들의 소통에의 기억은 앞서 인용한 니거스(Negus)와 피커링(Pickering)의 창의성 개념과 통하는 것이다. 즉, 한국 인디 록 클럽 음악 문화가 현장에 있는 사람들의 상호 소통 속에 전개되는 양상을 가졌기에 니거스(Negus)와 피커링(Pickering)이 설명한 창의성을 가진 것이라고 보인다.

그런데, 이러한 현장에서 일어나는 연주자와 청중의 소통은 과연 한국 인디 록 클럽에서만 이루어지는가에 대해 의문을 제기할 수 있다. 예를 들어, 주류 대중 음악의 경우에도, 신곡 발표를 하는 현장에서 청중과 가수 사이에서 새로운 노래에 대한 교류와 평가가 내려지고, 그 현장에서의 반응을 보면서 가수와 가수의 소속사는 새 노래에 대한 한국 대중 음악 시장에서 새 노래가 어느 정도 인기를 끌 것인가를 예상할 것이다. 지명도가 높은 대중 음악 가수의 신곡 발표회의 경우와 인디 록 클럽에서 새 곡을 연주하는 두 경우가 모두 현장에서 청중의 반응을 읽어낸다는 점은 유사할 수 있으나, 조금 다른 특징도 존재한다. 지명도가 높은 대중 음악 가수의 신곡 발표회에는 이미 그 가수에 대한 호감도를 가지고 있는 많은 수의 팬들이 참석할 가능성이 높다. 신곡 발표에 대한 정보가 소속사에 의해 지상파 방송국, 인터넷, 모바일 등을 통해서 대대적으로 광고될 것이고, 이 광고에서 그 신곡과 함께 치밀하게 계획된 가수의 새로운 이미지가 청중이 그 노래를 듣기 전에 인식되어 있을 것이다. 사전에 인지되는 새 노래와 가수의 이미지들은 현장에서의 연주에 호감도를 높여주는 역할을 한다. 현장성은 존재하지만, 현장 이전에 음악 외적인 요인이 광고에 의해서 청중에게 각인되는 부분이 있는 것이다. 이에 비교할 때, 인디 록 클럽에서 연주하는 많은 인디 록 밴드들은 소속사에 의해서 새 노래를 발표하기 전에 광고를 내

는 경우가 드물다. 인디 록 밴드들은 아예 소속사가 없는 경우도 많다. 그들은 새로운 노래가 더 많은 사람들에게 주목 받을 수 있도록 밴드들이 노래에 맞는 어떤 새로운 이미지를 창출하여 미리 광고하기 보다는 클럽 현장에서 새로운 노래를 잘 연주하여 수준 높은 음악을 청중에게 들려줌으로써, 그들의 다음 번 클럽 연주 때에 청중들이 더 많이 오도록 노력하는 측면이 강한 것으로 보인다. 이 말은 지명도가 높은 주류 대중 가수들이 현장에서의 연주를 위해서 들이는 노력이 인디 록 밴드들 보다 떨어진다는 의미는 아니다. 다만, 현장에서의 소통이라는 측면을 생각할 때, 주류 대중 가수들의 현장에서의 음악은 라이브로 이루어지는 공연이라고 해도, 그 공연 전에 주어지는 가수에 대한 이미지가 광고를 통해서 이미 호감을 가지게 된 청중들이 올 가능성이 높으므로, 그 현장의 분위기가 그 현장에서 즉각적으로 형성되는 부분이 인디 록 클럽의 현장에 비해서 적게 생각된다는 뜻이다. 인디 록 클럽의 경우, 어떤 밴드들이 출연하는지는 그 클럽의 인터넷 홈 페이지에 안내되고 있지만, 그 밴드들이 무슨 노래를 하는지는 명시되지 않으며, 이 경우 청중들은 현장에서 노래를 듣고 즉각적으로 반응한다. 물론, 어떤 청중은 특정 밴드의 특정 노래를 알고 그것에 대해서 호감을 가지고 클럽에 갈 수 있다. 그러나, 인디 록 클럽은 클럽의 현장성과 즉흥성 자체를 선호하는 청중이 어떤 밴드들이 연주하는지를 전혀 모르고 클럽을 찾아가는 경우도 있고, 인디 록 클럽이 어떤 곳인지 알고 싶어 클럽을 찾는 경우도 있다. 이런 측면에서 볼 때 주류 대중 음악의 현장성과 인디 록 클럽 음악의 현장성은 차이가 있는 것으로 여겨진다.

한국 인디 록 클럽 음악 문화가 현장에서의 소통이라는 특성을 강하게 가진다는 것과 관련하여, 창의적인 음악 산물을 앞으로 내놓으리라는 전망을 할 수 있다. 이것은 물론 현장에서 일어나는 연주자와 청중의 활발한 소통작용과 깊이 연관된 것인데, 소규모의 공연장에서는 연주자와 청중의 거리가 매우 가까운 가운데 연주가 이루어진다. 소규모이고 거리가 가깝기 때문에 사전에 치밀하게 계획된 대규모 공연에 비해 연주자와 청중의 소통작용은 매우 민감하고 즉흥적인 부분이 있다. 물론 대규모의 계획된 공연도 예측하지 못했던 상황이 일어날 수 있으나, 보통 대규모의

공연을 할 수 있는 연주자는 지명도가 높은 경우가 많고 이런 공연에서는 돌발적인 상황이 원래의 계획에 따르는 내용대로 자연스럽게 묻히면서 진행되기가 쉽다. 그러나, 인디 록 클럽에서의 공연에서는 청중의 규모가 작고 연주자와의 거리가 가깝기 때문에 예상치 않은 반응이 나올 경우, 연주자는 거기에 적절히 대응하면서 즉흥적인 요소를 더해 공연을 더욱 역동적으로 이끌어 갈 수 있다. 그 공연에서 사전에 예측한 것과는 다른 식으로 진행되는 상황이 전개되기도 할 것이다. 이는 앞선 창의성 부분에서 인용한 것처럼 매체와 매체 사이의 새로운 관계를 엮어가면서 혁신적이고 내용이 풍부한 산물이 만들어 지는 경우에 해당한다. 이 경우에는 매체가 단순한 음표들이라기보다, 연주되는 음악과 예상치 못한 청중의 반응, 그 반응에 역동적으로 반응하는 연주자를 모두를 포함한다고 여겨진다. 이러한 창의적 현장은 창의력 있는 산물로서의 인디 록 음악을 만들어 낼 것이다. 중요한 점은 이러한 역동적이고 즉흥적인 현장에서 창의성이 드러나는 한국 인디 록 클럽 문화가 소규모임에도 불구하고 신촌과 홍익대학교 앞 부근의 클럽들에서 거의 매일 실현되고 있다는 사실이다. 창의적인 산물을 내놓을 미래는 창의성 넘치는 현장이 실현되는 상황이 계속될 때 실현가능성이 높을 것으로 본다. 창의성을 그 고유한 특성으로 가지고 있는 한국 인디 록 클럽 음악 문화는 한국 대중 음악의 한 부분으로서 지속적으로 이어져 가야 할 것이다.

6. 결 론

1995년 경 신촌과 홍익대학교 앞 부근에서 형성된 한국 인디 록 클럽 문화는 2005년 현재까지 10년의 세월을 거치면서 나름대로의 생명력을 지니게 된 듯하다. 초창기에는 영국과 미국의 록 음악을 선호하는 소수의 애호가들이 모여서 연주하기 시작하다가, 스스로 만든 음악을 연주하고 음반도 제작하면서 크라잉 넷 밴드를 비롯한 몇몇의 음악인들은 제법 많은 수의 청중에게 다가가기도 했다. 그런데, 2005년 현재의 모습이 2000년을 전후한 무렵에 주목 받던 것에 비해 활발하지 못하다는 의견도 있다.

그러나 한국 인디 록 클럽 문화는 거대한 규모의 공연장에서 1년에 2~3회 연주되는 공연과는 다르다. 그러한 대규모 공연은 홍보에서부터 연주 자체까지 지상과 방송을 이용하여 알려지는 경우가 많다. 그래서 사람들은 그런 공연을 대중 음악의 전부로 기억하기 쉽다. 대규모의 공연은 그 공연이 가지는 또다른 의미가 있을 것이다.

그러나 그러한 눈에 띄는 광고를 내보내지 못하고, 소수의 청중에게만 접근할 수 있는 인디 록 클럽 음악인들이 모여서 연주하는 클럽 음악이 정체되어 있는 것은 아니다. 눈에 드러나게 보이는 가시적 결과물이 관찰되지 않는다고 해서 한국 인디 록 음악 클럽 문화가 무의미하지 않다. 거의 매일 이루어지는 일상적인 소규모의, 그러나 역동적인 현장 공연이 연주자와 청중의 소통을 통해 창의적인 음악적 경험을 만들어 내고 있는 오늘의 한국 인디 록 클럽 음악 문화와 그 문화의 내일은 한국 대중 음악의 건강한 장으로서 계속될 것이며, 살아있는 현장에서의 경험들은 창의적인 음악적 산물을 만들어 낼 것이다.

참 고 문 헌

- 김종현 · 원승룡(2005). 『문화 이론과 문화 읽기』. 서울: 서광사.
- 김혜련 · 김혜숙(1995). 『예술과 사상』. 서울: 이화여자대학교 출판부.
- 문화관광부(2005). 『문화강국 C-KOREA2010』.
- _____ (2000). 『문화산업비전21』.
- _____ (2004). 『창의한국』.
- 이석문(1999). 드럭의 역사. <http://www.drugrecords.co.kr/history.htm>
- 익명의 일본인과의 인터뷰.(2004.4.18.).
- 재머스(2002). 히스토리+칼럼. <http://www.jammers.co.kr/main.htm>
- 피터팬 콤플렉스 리더 전지한과의 인터뷰.(2004.8.20.).
- creative(2001). *Collins Cobuild English Dictionary for Advanced Learners*. Glasgow: Harper Collins Publishers.
- The Creative Industries Mapping Document 2001*.(2001)

- Kaemmer, J. E.(1998). Music of the Shona of Zimbabwe. In *The Garland Encyclopedia of World Music*.(Vol. 1, pp.745 ~ 757). New York: Garland Publishing, Inc.
- Negus, K. & Pickering, M.(2002). “Creativity and Musical Experience.” *Popular Music Studies*. London: Arnold.
- Shuker, R.(2002). *Popular Music: The Key Concepts*. New York: Routledge.
- Stolnitz, J.(1994). 『미학과 비평철학』. 오병남 역. 서울: 이론과 실천.

제 4 절 한국 미술계의 현대미술 경향과 전망

김 인 선(큐레이터)

1. 서 론

이 글에서는 지금 벌어지고 있는 미술의 경향과 현상을 전체적으로 소개하면서 미술과 현대인, 즉 관객들과의 관계, 관객과 작품 사이에서 기획자의 역할, 기획자로 인해 만들어지는 행사 및 공간의 성격, 이들이 복합적으로 어우러져 만들어지고 있는 문화적 현상, 파생되는 문제점 등을 살펴봄으로써 미술문화가 우리 사회에서 어떠한 방식으로 자리 잡고 있는지, 한국의 미술문화는 어떠한 방향으로 나갈 수 있는지, 이에 대한 문화 인프라 구축이 어떠한 방식으로 형성될 수 있는지에 관해 전망을 해 보고자 한다. 이 글에서는 미술의 시스템 중 몇 가지만을 나열했을 뿐이지만 사실 미술계 내의 작품 성향과 시스템은 다양한 모습을 띠고 있다. 그렇기 때문에 이 글에서 제시하는 방향성은 미술계 전체를 아우른 해결책으로 읽혀지기에 무리한 부분이 없지 않음을 밝혀둔다. 이 글에서 초점을 맞추고 있는 것은 이미 미술계에서 그 자리를 확고히 하고 있는 작가 및 작품 경향과 시스템은 그리 비중 있게 다루지 않았으며 여기서 다루고자 하는 것은 그 시스템 생성이 근 10년 내외의 역사를 가지고 있고 이 테두리 속에서 보여 지는 새로운 시도들에서 생겨난 문제점들에 관한 것이다. 이를 굳이 여기서 다루게 되는 것은 이러한 여러 가지 미술의 모습들이 현대미술을 주도해 나가고 있는 것이 사실이고, 이를 보다 긍정적인 차원으로 발전시켜 나가야 한다고 느끼기 때문이다.

2. 현대미술에 대한 인식

미술은 사회현상의 반영이다. 심지어는 사회현상에 등을 돌리거나 무관심을 표출하고 있다고 하더라도 이는 그 당시 사회에 대한 반응인 것이다. 미술사의 흐름을

살펴보면 사회의 변화, 특히 과학, 문학, 사회전반의 종교 및 사상 등의 조류와 함께 맞물려서 그 역사를 만들어오고 있다는 것을 발견할 수 있다. 가령, 기독교 미술이 교리 전파를 위해 무지한 민중을 대상으로 그림의 형식으로 교육하면서 발달한 과정, 인본주의 사상에 입각하여 형성된 르네상스 미술의 사실적 표현의 변성, 미술의 본질적인 요소에 관심을 가지고 그 가치를 격상시키고자 했던 추상미술의 발생과정 등을 공부해본다면 금방 그러한 원리를 읽을 수 있을 것이다. 그렇기 때문에 미술의 역사는 그 시대 사회의 역사이며 그 시대의 현대미술(contemporary art)로서 지금 학자들이 명명하고 있는 사조(ism)들이 꼬리표로 붙게 된 것이다. 당연한 사실을 다시 한 번 확인하는 것은 지금 우리 시대의 현대미술 문화가 그 흐름과 다르지 않은 문맥을 유지하고 있다는 것을 상기하기를 바라는 바에서이다.

대규모 국제 행사를 진행하다보면 가끔 이런 질문을 듣는다. “미술 자체를 일반인들이 접하기 쉽지 않은데, 어째서 우리나라에서 컨템포러리 아트라는 전문가도 이해하기 힘든 이런 국제 행사를 대규모로 해야 하는가? 전통적인 그림도 제대로 이해 못하는데 어찌 이 어려운 현대미술을 감상해야 하는 것인가?” 이는 문화부 기자라고 하는 모 신문사 기자의 공식적이면서 다소 공격적인 질문이었다. 한 유명한 젊은 큐레이터는 이렇게 답한다. “당신이 말하는 현대미술(contemporary art)은 미술사의 흐름 속에서 만들어진 인상주의니, 르네상스니, 바로크니 하는 등등의 용어 중 하나가 아니다. 당신이 전통이라고 부르는 미술작품들은 당대의 현대미술이었다. 그리고 여기에는 그 당시의 사회상황을 파악할 수 있는 내용들이 들어있다. 지금 우리 시대의 현대 미술은 당신의 생활의 반영이다. 직접 겪고 있는 현상이다. 조금만 관심을 기울이면 어렵지 않을 것이다.”

현대미술(Contemporary Art)은 보통 생각하는 것처럼 그리 힘들고 난해한 분야는 아니다. 일반인들이 이해할 수 없는 심오한 정신세계를 표현했던 모더니즘(Modernism)의 시대사조를 벗어나고자 하는 노력이 일어나고 있는 것이 21세기 미술이라고 해도 과언이 아니다. 그렇게 때문에 미술은 보다 많은 사람들에게 이해되기 위하여 다양한 시도를 하고 있는 것이며 이를 이해하기 위한 관객의 노력도 증가되고 있

고 이를 보다 더 쉽게 이해시키고자 하는 역할을 하는 기획자들이 늘어가고 있는 것도 사실인 것이다.

그러나 솔직히 고백하자면 현대의 기획자들은 현대미술을 단순히 쉬운 것으로 치부하지는 않는다. 오히려 그들의 글에서 예술의 해석이 난해해 지기도 하다. 또한 모든 미술은 전문 기획자라고 해서 쉽게 이해하게 되는 것도 아니다. 그렇지만 이를 많은 사람들에게 이해시키기 위한 노력을 하고 있으며 그러한 과정이 전시나 작품에 반영되도록 기획하고 작가에게 요구하기도 한다. 이는 전시를 통해 드러나기도 하지만 보다 적극적인 차원으로 시도하기도 하는데 워크숍, 아카데미 등의 교육활동이 그 예라고 볼 수 있다.

3. 현대 작가들과 전시공간이 표현하는 현대사회

다시 앞서 언급한 사회현상 속에서 표출되는 미술은 어떠한 방식으로 나타나는지 그 예를 들어보자. 한국 작가 오인환(38)은 2002년 광주 비엔날레에서 〈분실물 센터 LOST AND FOUND〉를 실현한다. 그는 실제로 기능하는 분실물 센터를 전시관 안에서 운영하는데, 관람객들이 땅에 떨어진 물건을 주워 와서 맡겨놓거나 혹은 물건을 잃어버린 사람들이 자신의 물건을 찾아가는 행태의 실제 행위가 이루어졌다. 이것은 일반적으로 행사장에서 운영되는 시설물에 작가의 개념이 더해지고 — 작가는 물건을 주어오는 관람객과 자신의 물건을 찾아가는 관람객들의 폴라로이드 사진을 찍어서 보관소에서 전시하여 관객참여를 강조하는 동시에 익명의 인간들의 관계성, 즉 물건의 본 소유자와 우연한 소유자와의 관계 등에 주목했다 — 관객의 참여가 자연스럽게 유도되어 그 과정까지도 작품의 일부가 되는 형식을 지닌다. 이러한 작업 경향은 이후 대안 공간 사루비아 다방에서 행해진 〈나의 아름다운 빨래방〉에서 직접 빨래방을 운영하며 관객과의 일상적 소통을 유도하는 시도로 연장된다.

2002년 광주 비엔날레는 ‘대안적인 미술’에 초점을 맞추고 이를 실현하는데 세계적으로 분포되어있는 다양한 형태의 대안 공간들을 초청하여 그 공간 자체를 전시장 속에서 실현하여 자체적으로 전시를 운영하고 꾸밀 수 있는 여건을 마련해 주었

다. 여기에 참여한 공간들은 17개의 유럽 및 아시아 지역의 대안 공간들이었으며 그 소통이 성공적이었든 아니든 여러 가지 성격의 공간이 비엔날레관이라는 거대한 전시장 속에서 다양한 분화를 이루어냈다. 행사 참여 대안 공간의 물리적 구조가 광주 전시관에서 재현되어 각 층마다 각 나라의 실험적인 미술의 일면을 보여주는 동안 건물 사이로 개별 작품들이 벽화, 설치, 영상 등의 형식으로 끼어들어 복합적인 도시의 모습을 창출하였다. 그리고 이 공간은 하나의 촌(村)을 이루며 ‘현대 미술의 단면을 매 2년마다 제시하고 이를 세계 미술의 흐름 속에서 이슈화 할 수 있는 개념을 도출한다’는 비엔날레의 성격을 반영하게 된다.

2005년 12월 인사미술공간에서 벌어지고 있는 김지은 개인전에서는 건축법에서 규정하고 있는 여러 가지 법규들을 어떠한 방식으로 지켜나가며 도시가 만들어지고 있는지를 시니컬하게 보여주고 있다. 예를 들어 좁아터진 골목의 주차 공간 구획 라인은 법규 제정 수치를 단 1cm도 모자라고 있지 않으며, 그 이상도 절대로 넘지 않는다. 이는 주차 공간 때문에 누군가 불만을 얘기할 수 없는 근거로서 법규가 이용되고 있고 더 나아가서는 법적인 체제를 통하여 도시 미관을 조성할 수 있는 여건을 마련하기는 불가능하다는 의미를 가진다. 그리고 법적으로 정해진 공사현장의 방음벽 설치 모습이 도시 미관에 어떠한 불균형을 초래하는지, 그리고 법규의 틀에만 맞출 뿐 아무런 기능도 하지 못하는 참담한 도시의 모습을 적나라하게 드러낸다. 이는 다시 미술에 대한 또 하나의 이슈를 끌어낸다. 미술은 공적인 영역에서 무엇을 얼마나 타협할 수 있는가? 미술이 공공영역에서 어느 범위까지 실현가능한가?

2005년 안양유원지에서 개최된 제1회 안양공공예술프로젝트행사에서 건축, 조경, 디자인, 미술이 복합적으로 구성되고 기능성이 함께 반영함으로써 미술이 현 제도 속에서 독자적으로 생존해 나가기보다는 도시 개발의 과정 속에서 어떻게 맞물려 반영되는지에 대한 모델을 제시한다. 이 행사에서는 기존 비엔날레에서 보여준 전위적인 실험과는 방향을 달리한 새로운 시도를 보여주는데, 미술이 미술 경계를 넘어서 공공영역을 향해 적극적으로 개입해 들어가는 첫걸음을 내딛음으로써 보다 폭넓은 미술의 가능성을 보여주게 된다. 건축물들은 전시의 기능 뿐 아니라 실제로 전

망대, 회합의 장소, 쉼터, 사무실 등의 기능을 제공하면서 시각적으로 아름다움과 특이성을 보여주고 있으며, 디자이너들과 작가들이 만든 벤치, 휴지통, 평산, 안내판, 지도 등의 스트리트 퍼니처들은 사용자들의 요구에 맞추어진 작가들의 실용적 작품들로 나타난다. 예술성, 기능성, 대중성이 함께 실현될 수 있는 공공예술은 이 행사를 기점으로 앞으로 보다 활성화될 수 있음을 확인할 수 있었다.

1999년부터 대안 공간(Alternative Space) 루프, 사루비아 다방, 풀 등을 중심으로 지금껏 본격적으로 생성되고 있는 여러 가지 대안 공간의 다양한 성격들이 산재함에도 공통적으로 내는 목소리가 있다. 현대 미술을 대중과 더 가깝도록 만들자는 것이다. 그렇기 때문에 루프의 경우 공간의 운영이 커피숍을 운영하는 가운데 차와 작품을 함께 즐길 수 있는 공간으로 출발을 하였고, 많은 관람객이 흥미로워할 수 있는 성격의 전시, 즉, 이진경의 작업실을 루프 공간 속에 그대로 옮겨서 관람객이 그림 주문을 직접 할 수 있게 한다던가, 정연두가 꾸민 댄스홀에서 일반인들이 댄스를 배우고 즐긴다던가, 혹은 노석미의 <즐거운 가게>에서 직접 상품을 고르듯이 작품을 즉석에서 구입하는 등 다양한 형태의 관객 끌어당기기 작업이 이루어져 왔던 것이다. 정부에서도 대안 공간을 자체적으로 지원하여 운영하고 있으며(인사 미술 공간), 문예진흥기금, 서울문화재단지원금, 문화관광부, 각 지자체 기관들 등에서 실행하는 각종 작가 지원 프로그램도 늘어나고 있다. 이는 한국 정부차원의 문화 투자, 문화 키우기의 일환으로 보여지기도 한다.

2003년 설립된 <팩토리Factory>는 다양한 워크숍 활동과 옥션 등의 행사를 통하여 각종 파티 문화를 통한 관객과의 소통이 이루어지고 있다. 작가의 작품을 직접 제작할 수 있고 그 과정을 보다 깊게 이해하는 프로그램과 미술에 대한 이해에 목말라하고 있는 사람들에게 도움을 주는 각종 프로그램을 전시와 함께 소규모로 기획, 운영하고 있다. 특히 이 공간에서는 순수예술(Fine Art)영역에 국한된 기존 대안 공간들의 틀을 벗어나 작가들의 생산행위, 판매 행위를 적극적으로 다루기 위하여 디자인 성격이 많이 가미되어 있다. 연별 팩토리 전시의 디자이너 및 공예작가 참여 비율이 50%를 육박하며 순수 예술과 기능적 예술과의 경계를 자유롭게 드나들면서 예술영

역자체를 새롭게 개척하고 있다. 이러한 활동의 방향을 가늠하게 하는 것도 관객이다. 관객이 흥미로워 하는 것을 예술영역에서 찾아가고 있다.

이러한 미술문화 현상을 주도하기 위해서는 바른 의식의 기획자가 필수적이다. 현대 미술의 문맥을 경험하고 이해하는, 미술과 관객의 사이에서 이를 매개하고 중재하며 상호 이해시키는 역할의 기획자가 요구되는 것이 현대이다. 매개의 역할은 홍보와 교육이 또한 큰 비중을 차지하게 되는데, 이는 기획단계에서 염두에 두어야 하는 항목인 만큼 관객과의 소통에 대해 철저한 구상이 이루어져야 한다.

4. 미술의 매개자

현대의 전시 기획자들은 작품과 관람객의 매개자로 인식되고 있는 것이 현대 미술계의 또 다른 특징적 현상이다. 이는 작품과 관람객의 관계 속에서 자연스럽게 생성된 중요한 역할이다. 이 지점에서 나는 전시를 바라보는 관객도 다양한 종류가 존재하며 관객의 종류에 따라 전시공간의 성격이 생성되며, 이례 적절하게 중간 역할을 하는 매개자들에 대하여 기술하고자 한다. 디종 컨서시움의 큐레이터인 김승덕 씨는 프랑스의 예술정책과 공공예술 시스템을 설명하면서 매개자라는 용어를 사용하고 있다. 매개자는 주문자와 생산자 사이에 있으며 미술은 주문자, 즉 미술을 필요로 하는 관객을 의식하고 이들을 배려하는 역할을 매개자를 통하여 할 수 있는 시스템을 보여준다. 여기서 ‘매개자’는 비단 공공예술분야에만 국한되어 쓸 필요는 없을 듯하다. 매개자는 관객의 다양한 요구를 인식해야 하고 어떤 순간에 그 세분화된 영역을 선택하게 된다. 이 선택으로 인하여 그 매개자의 활동과 공간의 성격이 드러나게 된다. 혹은 공간 자체가 매개자의 기능을 한다.

공짜로 미술전시를 보는 사람은 돈 내고 영화 보는 사람보다 훨씬 적다. 그 이유는 무엇일까? 볼거리에 대한 개인적인 취향이라고 하기에는 해도 너무한다. 아무리 생각해도 관람객들은 기본적으로 미술을 어렵다고 생각한다. 그렇게 때문에 전시를 봐도 본 것 같지 않으며 시간을 낭비하는 듯한 생각까지 드는 모양이다. 그럼에도 불구하고 사람들이 몰리는 전시가 있다. 세계적인 거장의 전시 내지는 워낙 유명한

작품이라 볼만한 가치가 있다고 판단되는 작품들은 돈을 내고 봐도 아깝지 않게 생각한다.

이것은 미술의 또 다른 딜레마이다. 많은 사람들이 관람해주고 이해해 주어야만 종래에는 유명한 작품을 만드는 작가가 될 텐데, 물리는 전시만이 성황을 이루고, 신진 작가나 알려지지 않은 작가는 공짜로 팜플릿을 나누어주거나 공짜로 입장을 시켜도 관람객이 몰리지 않는다. 이러한 현상은 기획자로 하여금 각 공간의 특성을 발전시키고 구체화하여 관람객의 성격을 만들어내고 이에 따라 공간을 운영함으로써 적절하게 조절된다. 이러한 적절한 조정은 대안공간에서 시작된다.

대안 공간은 이제 막 작가 수업을 마치고 그만의 실험적인 표현을 관람객에게 보여주고자 하는 신진 작가의 발굴 장소이다. 구체적인 사례로 대안 공간 루프의 운영 상황을 예로 들어보자. 이 곳에서는 관람객이 작품을 보다 친근하게 이해하도록 하기 위하여 밤늦도록 전시를 개방하거나, 전시장에서 차를 마실 수 있게 하거나 작가와 직접 만나서 대화를 나누게 함으로써 직접 작가와 소통할 수 있게 하는 등, 각종 이벤트도 함께 진행을 해왔다. 하지만 관람객들은 여전히 현대미술을 힘들어한다. 그것이 무엇인지 제대로 알지 못하면 애써 알고 하는 사람은 매우 드물다. 그렇기 때문에 대안 공간에서 소개하는 작품들은 점점 그 관객층을 좁혀 가게 되었다. 현대 미술의 작가발굴에 관심 있는 기획자, 평론가, 젊은 작가들이 주 관객층이 된 것이다. 그러자 많은 대안 공간 출신 작가들이 주 관람층인 기획자들에게 발탁되어 비중 있는 기획전, 국제 전시 등을 통하여 세상에 알려지게 되었다. 대안 공간의 역할은 그리하여 젊은 작가 발굴의 장으로 성공적으로 굳혀졌다. 때문에 공간에 필수적으로 구비되어야 하는 것은 작가에 대한 정보이다. 즉 아카이브 형성이 중요하다. 이 아카이브는 미술 전문가들에게 소개 될 수 있어야 하기 때문에 업데이트가 신속해야하고 작가가 전문가의 발굴을 거쳐 일반인들에게 보여지게 되는 단계가 될 수 있기 때문에 얼마나 관객이 흥미로워할 수 있을지를 부각시킬 수 있어야 것이다. 그렇기 때문에 작가의 작품경향과 그가 추구하고자 하는 개념을 잘 보여줄 수 있는 자료화 작업이 중요한 역할을 한다. 실제로 한국의 젊은 작가들을 발굴하고자 하는 큐레

이터들은 대안 공간의 문을 제일 먼저 두드리는 경우가 부쩍 늘어난 것도 사실이다.

상업화랑은 작가의 작품을 전시 뿐 아니라 판매하는 곳이다. 아트 마켓의 가장 기본적인 형태를 가지고 있는 시스템이다. 상업화랑에서는 작가의 작품에 대한 홍보가 필수적으로 따른다. 그 홍보 대상이 일차적으로는 작품을 사고자 하는 컬렉터층이고 그 갤러리에서 적지 않은 돈을 쓰게 만들어야 하기 때문에 ‘당신이 사는 작품은 이만 이만한 가치가 있습니다’라는 내용을 잘 전달해야 한다. 갤러리에서 이야기하는 모든 것을 믿게 하기 위해서는 그 갤러리의 안목이 믿을만해야 할 것이다. 그렇기 때문에 좋은 작가들을 다루는 갤러리라는 사실을 인식시키기 위해서는 또한 역량 있는 기획이 필요하다. 전시를 통하여 작가가 부각되고, 이를 잘 홍보하여 전문성을 인정받게 되는 과정이 고객들로 하여금 신뢰를 쌓게 하는 것이다. 그리하여 많은 관객이 유치되고 언론홍보가 잘 되는 전시의 작품은 그만큼 작품을 사는 사람에겐 구입행위를 안심하고 할 수 있게 한다. 작품을 구입하는 사람들은 자신이 사는 작가가 어떤 작가이며 어떤 작업을 하는지 알고 싶은 것은 당연하다. 이를 제대로 전달하지 못한다면 갤러리의 기능이 제대로 발휘하지 않고 있다는 것이며 컬렉터의 소비심리를 위축시키는 결과를 만들어낸다. 여기서 매개자의 역할이 중요해진다. 매개자가 우선 작가의 작품을 이해하고 소개할 수 있어야 하며 이로 인해 컬렉터에게 신뢰를 가질 수 있도록 해야 한다. 작품 판매를 위한 매개자는 보통 화상, 작품 딜러 등의 역할이기도 하고 제도적으로 경매활동을 하게 되기도 한다. 우리나라의 전문 경매회사인 서울 옥션에서는 정기적으로 작품 판매를 위한 옥션 행사를 열고 있으며 전문 경매사의 진행으로 아트 딜러의 도움을 받아 작품을 구입하게 되는데, 작품 구입을 위한 컬렉터의 학습도 철저하므로 단순한 판매행위에 그치지 않고, 작가론, 작품론에 해박한 지식을 필요로 한다.

컬렉터의 학습도 물론이지만 작품을 보다 심도 있게 즐기고 일반 대중문화보다는 고급화된 문화를 즐기고자 하는 관람객들에게 미술의 이해를 돕는 것도 매개자의 역할이다. 즉, 미술교육활동이 필요하다. 미술교육 활동은 여러 가지 형태로 보여진다. 가장 기본적인 것은 어릴적 학교에서 이루어지는 교육인데 한국의 미술교육은

내용에서 중요한 문제점을 지적할 수 있다. 교과서 중심과 기능성 중심의 미술교육으로는 현대미술을 이해하기는 힘들다. 유명 미술 작품을 중심으로 단순 암기형식의 교과서 중심 학습 방법으로 인하여 미적 감각의 자연스러운 형성이 학교 학습을 통해서 오히려 위축되고 한정적일 수밖에 없게 된다는 것을 인식해야 한다. 그렇기 때문에 학교 교육만으로는 그 안목이나 취향에 있어서 현대의 실험적이고 다양한 미술에 대한 감상까지 연장될 수 없는 수준이 되는 것이다.

5. 공간 및 행사별 문제점 파악 및 개선 방안

위에서 간략히 살펴본 미술활동의 성격은 대안 공간, 상업화랑, 비엔날레, 공공예술분야로 크게 나누어질 수 있다. 앞서 언급했듯이 이들은 나름대로의 뚜렷한 성격을 지니고 있으면서도 동시에 각각의 성격에 따른 애로사항이 존재한다. 이 단락에서는 이들 행사의 전반적인 문제점을 살펴보고 그에 대한 개선책을 살펴봄으로서 현대 미술에서 요구되는 혹은 필수적인 부분을 어떻게 보완해야 할 것인지 고찰할 수 있다. 이는 앞으로의 미술활동에 대한 전망을 위한 분석작업이기도 하다.

대안 공간은 운영 면에서 경제적인 어려움을 극복해야 하는 숙제를 안고 있다. 즉, 대안 공간 자체가 수익성이 없는 비영리 단체로서 정부나 기업의 지원금에 의지하여 그 공간의 전시를 운영, 유지하고 있는 실정이며, 정부 책정 지원금은 그 규모가 일년 동안 공간을 유지하기에는 미미한 수준에 그친다. 게다가 그나마 지원자금은 매년 그 금액과 선정 여부에 따라 공간 존속의 여부가 결정될 수 있을 정도로 매우 불안정적인 수익 구조일 수밖에 없다. 그리고 대안 공간은 뜻있는 미술인들, 작가들이 모여서 조그만 공간이라도 마련되면 쉽게 설립이 가능하기 때문에 이들은 해마다 증가하고 있으며 우후죽순으로 생겨나는 신진 대안 공간들 속에서—기본 자급력이 형성되어 있는 공간의 경우는 전시 지원의 성격과 형식을 유지할 수 있겠지만—대다수 공간의 경우 경제적 자립을 위해서라도 공간의 변별성을 가지기 위한 변화와 진화가 요구된다. 이미 존재하는 국가의 문화지원 정책 테두리에서도 존재하고는 있으나 공연, 음악 등에 비교한다면 미술 분야에 대한 지원은 지극히 미흡한

실정이기 때문에 이 비율을 좀 더 높일 수 있는 정책의 변화도 요구된다.

미술 자체로 자본이 생성될 수 있는 가장 기본적인 시스템은 화랑에서의 판매이다. 물론 개인 딜러가 독립적으로 활동하는 경우도 있으나 보통은 전시와 함께 판매 행위를 하기 때문에 화랑 시스템은 비교적 안정적인 형식을 갖추고 운영이 되는 편이다. 하지만 한국의 컬렉터층은 그 숫자나 구입 작품에 있어서 한계가 있다. 아직 국내 작가에 대한 인식이 미흡한 부분도 있고, 작품 수집에 관심이 있는 정도의 재력가들은 그 수가 많지 않기 때문에 컬렉터층이 매우 얇은 실정이다. 그나마 존재하는 컬렉터층은 외국 유명작가에 더 관심을 기울이고 있고 화랑의 입장에서도 국내 작가보다는 국외 작가의 작품 가격이 훨씬 높기 때문에 적극적 판매행위의 대부분을 국외 작가를 위주로 행해지고 있는 것도 현 미술시장의 실정이다(2005년 현재는 특히 일본, 중국의 미술 작품을 다루는 경향이 눈에 띄고 있다). 이 시점에서 잠재적인 컬렉터 양성을 위하여 각 화랑, 갤러리에서는 나름대로의 교육프로그램을 운영하여 보다 많은 작품을 접하게 하고 그 가격대의 책정을 이해시키는 것이 이들의 과제라고 보여진다. 왜냐하면, 사실 조그만 작품이라도 집에 한 점정도 마련하고 싶으나 도대체 어떤 작품을 사야하며 그 작품을 어디서 어떤 경로로 구입해야 하는지, 전혀 알 수가 없어 포기했다는 사람들이 많기 때문이다.

그리고 ‘팔리는 작품’이 따로 있을 정도로 구입자의 취향 또한 고정적이고 소극적이다. 이는 소위 ‘성공한 작가’의 작품을 구입하겠다는 투자심리가 많이 작용하기 때문이다. 작품구입을 재테크의 방식으로만 보는 구입자들로 인하여 미술시장에서는 일부 유명작가에게 작품 판매가 편중되는 현상이 나타난다. 이는 작품 소장을 하다가 미술관 등 전문 기관으로 도네이션을 하여 사회에 문화적 혜택을 제공하고 환원하는 외국 컬렉터들의 문화 마인드와는 동떨어진 방식이다. 현대미술을 이해하고 사랑할 수 있는 컬렉터층의 발굴이 필요하며 이는 매개자의 적극적인 교육활동 개발에서 어느 정도 해소될 것이라고 기대된다.

국내의 광주 비엔날레나 부산비엔날레, 그리고 미디어시티 서울 등의 비엔날레 규모 국제 행사들은 한국을 세계 속에 알리는 문화 활동이기도 하다. 세계 각국의

작가들이 매 2년 한자리에서 현재 가장 최신 작업을 보여주면서 현대미술의 단면을 보여주고자 하는 취지가 있는 비엔날레 행사는 국내 도시나 한국 이미지를 알리는 역할을 하기도 하지만 짧은 행사기간동안 약 100만명 수준의 관람객을 끌어들이는 힘을 가진 그야말로 대규모의 행사이다. 이러한 행사를 통하여 국내인들이 세계 곳곳의 현대미술을 관람할 수 있는 기회를 가지게 된다. 그러나, 광주비엔날레의 경우, 그 행사 규모에 비해 전문성이 제대로 갖춰져 있지 않아서 매번 시행착오와 진행의 어려움을 겪는다. 즉, 비엔날레 재단은 여전히 존속하고 있으나 광주 지역인으로서 세계적인 흐름에 반응하는 전문 미술인이 부재한 실정이기 때문에 매 해 전문 인력이 서울 등 타 지역에서 구성되어 행사를 마친 후는 그 지속성이 없이 팀 자체가 해체되어 버리고 만다. 그리고 광주에서는 그 다음 행사를 위한 인력을 다시 구성해야 하기 때문에 시스템을 이해하지 못하고 전시만을 진행하는 인력과 마찰과 시행착오는 개선의 여지가 없이 반복되고 있다. 이는 지역자체에서 전문인을 양성할 수 있는 장치를 마련하여야 하며, 그런 고정적인 인력이 지속적으로 존재한다면 광주 지역인 외 필요한 타 지역의 전문인미술인의 영입이 있더라도 행사의 진행을 지속성있게 끌고 나갈 수 있을 것이다.

또 한 가지는 그만큼 많은 관객들이 현대미술을 접할 기회를 가지게는 되지만 대규모 관람객을 위한 전시 안내 등의 관객소통의 활동이 절대적으로 개선되어야 한다. 이 글의 서두에서 언급했듯이 관객들이 현대미술을 너무 어렵게 생각한다고 하였지만, 이해 못할 정도로 난해한 부분이 있는 것도 사실이며 이에 대한 의문을 갖는 것은 관객의 입장에서는 당연한 일이다. 대중의 이해를 돕고 보다 현대미술을 친숙하게 접할 수 있는 대중을 위한 미술이해의 자리가 마련되어야 하고, 전시 안내 부분에서도 보다 세심한 배려가 있어야 한다.

앞서 잠깐 소개한 공공예술 분야를 살펴보자. 국내에서 ‘공공예술’이라는 개념이 아직은 자리가 잡히지 않았고, 그 전문성이 완전하게 확립되지 않은 상태에서 대규모 국제 행사로 안양의 공공예술프로젝트는 2005년 그 첫 테이프를 끊은 셈이 되었다. ‘공공예술’이라는 용어를 본격적으로 사용한 이 행사에는 미술 뿐 아니라 건축,

조경, 디자인 등 예술적인 성격이 함께 존재해 온 분야들과 본격적으로 예술이라는 테두리 속으로 수용한 것이다. 그리하여 이들 분야는 보다 더 예술적으로 구현되었고, 미술은 보다 더 기능적으로 그 성격을 드러나게 되었다. 이는 단순히 예술의 경계를 허물고 보다 적극적으로 타 장르를 유치하여 어우러진 행사라는 차원을 넘어서서, 지역 재개발의 단계에서 예술이 개입해 들어갔다는 것을 커다란 성과로 보고 있다. 이는 한국 내에서는 매우 고무적인 사건이라고 할 수 있는데, 일반적으로 재개발 사업을 살펴보면 예술과 건축의 개입은 배제되고 토목과 조경이 그 주를 이루어 왔다는 것을 쉽게 찾을 수 있을 것이다. 이 행사가 벌어진 안양유원지 역시 조경, 토목 사업이 한창 진행되고 있었으며 수려했던 자연경관에 이미 강변석축, 강변데크, 새교량, 인공폭포, 야외 무대, 산속 휴게센터, 주차장, 전망대, 운동기구 등의 공사가 완료, 진행되거나 계획이 끝난 단계였다. 비록 처음 단계에서 개입하지는 못했으나 개발 진행 중간 단계에서 일부 시설물의 공사를 중단시키고 예술가와 건축가, 디자이너들의 디자인으로 구상된 각종 시설물들이 들어서게 된 것이다. 그렇기 때문에 벤치, 쉼터, 전망대, 주차장, 전시관, 놀이터, 운동기구, 산책로 등 이 유원지의 이용객들이 보다 즐겁게 즐기고 사용할 수 있는 작품들이 이 일대에 놓여지게 된 것이다.

이 행사를 진행하는 과정에서 이미 진행되고 있는 공사의 중단으로 다시 공사를 진행하게 할 때 이미 계약이 되어있었던 시공사, 자재 등을 활용하기 위하여 이를 유지, 변경하는 과정에서 많은 어려움이 드러났다. 자금의 전용이 쉽지 않으며, 기존 계획의 틀 속에서 작품의 계획을 맞추어 나가야 했기 때문에 그 조정이 쉽지 않았고, 시청의 문화예술과와 도시개발과가 얹혀서 진행해야 했으므로 양 부서 간 협업과 조율이 필요했다. 만일 이 개발 사업의 초기 단계에 이 행사의 방향과 방식이 논의 되었다면 그렇게 큰 어려움은 없었을 것이라 보인다. 보통 모든 개발 사업이 완료된 후 예술을 장식처럼 끼워 넣는 식이었던 것이 기존의 방식이었지만 이렇게나마 개입하여 성과를 이루어내고, 공공 시설물 자체를 작품을 활용하는 식으로 구현되었다는 것은 예술이 도시의 개발 속에서 할 수 있는 역할을 다시 한번 살펴보게

만든 것이다. 이처럼 어려운 여건 속에서 행사가 가능했던 것은 사용자가 확실하게 존재하고 있었기 때문이다. 단순 관람자의 차원을 넘어선 실제 사용자들이 뚜렷하다는 것은 주문자의 역할이 이 프로젝트의 실현에서 중요한 자리를 차지했으며 이를 감지하고 실현하고자 하는 매개자의 의지가 있었기 때문이다.

미술은 언제나 예측 불허이다. 작가들의 다양한 구상들은 또한 다양한 시도로 실현되고 이를 받아들이는 관객들의 취향 또한 다양하다. 특히 급격히 변화하고 있는 현대 사회에서의 미술은 혼란 그 자체로 보여 진다. 이러한 전제들 속에서 미술의 흐름을 예측하기란 쉬운 일이 아니며 어떠한 방향으로 나가야 한다는 단정 또한 어려운 과제이다. 하지만 내가 이 글에서 이 모든 다양성 속에서 염두에 두고자 하는 기준은 바로 ‘관객’이다. 한국의 관객은 그러나, 현대미술의 빠른 진보와 흐름 속에서 기대만큼 적극적이거나 창의적이지 않다. 관객의 역할이 다양한 만큼 그에 따른 대책이 다양할 것이라고 생각되지만 관객을 위한 프로그램이 빈약하기 때문에 보다 적극적이고 창의적인 관객이 생성될 수 있는 여건이 그리 탄탄하지 못하다. 그것은 미술에 대한 관객의 특성을 제대로 파악하기 위해서는 매개자의 역할이 중요하다는 것을 재차 강조하고 싶다. 관객의 호기심을 끌어내고 그들의 요구가 무엇인지에 대한 귀를 기울이고 그것에 대한 실현을 위해 고민할 수 있는 시스템이 갖춰져야 한다. 이 시스템을 주도하는 것은 매개자만의 몫은 아니다. 작가와 기획자 모두가 관객에 관심을 두고, 관객은 이들의 생산 활동에 적극적인 관심을 기울이는 상호 교류 속에서 만들어지는 것이다. 이러한 현상의 촉매제로서의 문화정책의 수립 또한 중요할 것이다. 수많은 실험과 시행착오들은 이미 진행되고 있다. 이 과정은 귀중한 자료이다. 정보의 분석을 통한 기존 시스템을 보완할 수 있는 대책이 적극적으로 마련되기를 바란다.

제 5 절 미래사회, 스포츠, 대중매체

정 준 영(한국방송통신대학교 문화교양학과)

1. 스포츠와 현대사회

현대 스포츠는 19세기 중반 영국에서부터 시작되었다고 할 수 있다. 이 시기 영국에서 여러 스포츠의 규칙체계들이 통일되고 그것들을 규제하는 기구로서 스포츠 조직이 자리잡았기 때문이다. 이 스포츠는 제국주의의 망을 타고 전세계로 확대되었으며 그 과정에서 스포츠의 원형이라 할 수 있을 각국의 전통적인 민속놀이들은 점차 쇠퇴의 길을 걸어 결국 현대 스포츠가 세계인의 공통언어로 정립되게 되었다. 이는 전세계를 비교적 단일한 사회조직의 원리로 변형시킨 현대화(modernization)의 여러 요소들 가운데 현대 스포츠도 빠질 수 없는 한 자리를 차지하고 있다는 점을 시사한다. 여러 연구자들이 주장하듯이 표준화되고 제도화된 현대 스포츠의 속성이 현대사회의 조직원리와 정확한 상동성을 지니고 있다면(Brohm, 1978; Guttmann, 1978; Overman, 1997) 이는 바로 현대 스포츠의 이와 같은 역사적 배경과 연관되어 있는 것이라 할 수 있다.

스포츠가 현대화의 한 요소라고 한다면 현대 스포츠는 현대사회의 다른 요소들과 어떤 식의 관계를 맺고 있는 것일까? 다시 말해 왜 현대사회는 스스로와 상동구조를 지니고 있는 스포츠라는 놀이의 형태를 만들어 낸 것일까? 이와 관련해서는 먼저 현대 스포츠가 기반하고 있는 자본주의 산업사회에서 일반적으로 여가 활동이 지닌 의미를 생각해 보지 않을 수 없다. 현대 스포츠는 이 여가 활동의 대표적인 형태 중 하나이니 말이다.

주지하듯이 여가는 전형적인 현대사회적 현상 중 하나이다. 노동과 대비되는 것으로서 여가의 개념은 이미 고대 그리스 시대부터 정립되어 있었으나 시간적, 공간적으로 양자가 뚜렷이 구분되어 별개의 영역으로 자리 잡은 것은 현대 산업사회가

성립된 이후이기 때문이다. 산업사회는 일터와 가정, 공적 영역과 사적 영역을 나누고 양자에 별도의 기능을 부여함으로써 일부 특권계층을 넘어 여가가 널리 일반화될 수 있는 바탕을 마련했다. 여기에 자본주의적 노동이 지닌 소외적 성격은 그 소외에 대한 보상으로서 여가를 필수적으로 요구하기도 한다.¹⁷⁶⁾ 흔히 노동을 자기실현의 과정으로 얘기하지만 소외의 결과 노동이 자기실현으로 연결될 회로가 파괴되어 버렸으며 이를 보상하기 위해 의미를 찾을 수 있는 영역으로서 여가와 같은 다른 장치가 필요하게 되었다는 것이다. 게다가 20세기 초반 이후 대량생산과 대량소비가 일반화되면서 여가를 비롯한 소비의 영역은 자본주의 체제의 안정적 운영을 위해서도 불가결한 것이 되기도 했다. 현대 스포츠는 바로 이 여가활동의 중요한 한 부분으로서의 의미를 지니고 있다는 것이다.

두 번째로 여러 형태의 여가 활동 중 스포츠는 산업사회가 요구하는 강건하고 규

176) 20세기 중반 이후 본격적으로 발전된 여가의 의미에는 크게 세 가지 요소가 뒤섞여 있다. 먼저 고통스러운 노동과정에 수반되는 필수적인 휴식시간으로서 여가가 있다. 생산활동으로서의 노동은 인간의 생물학적 생존과 사회의 유지를 위해 필수적인 활동이다. 하지만 적절한 노동능력을 유지하려면 일정 부분의 휴식, 즉 재생산 활동이 필수적이기도 하다. 여가는 이 재생산 활동이 됨으로써 생산을 보완하는 역할을 담당한다. 두 번째는 보상으로서의 여가이다. 공적 영역에서의 노동이 사회를 위한 개인의 기여를 함축하는 것이라면 여가는 이 노고에 대한 보상으로 이해될 수 있다. 따라서 여가의 향유는 더 이상 부끄러운 것이 아니며 개인은 죄책감을 느낄 필요없이 떳떳하게 여가를 향유할 수 있다. 좀 더 적극적인 의미에서 여가는 그 자체가 생산적인 의미를 지닌 활동이기도 하다. 대량생산의 시대에는 적절한 여가와 그에 수반되는 소비가 뒷받침되지 않는다면 자본주의 체제의 생산활동 자체가 제대로 유지될 수 없기 때문이다. 모든 형태의 소비가 미덕이라고 할 수는 없지만 어떤 종류의 소비는 반드시 필요하며 바람직하기도 하다는 것이다. 한편 여가에 부여된 이상의 의미 외에 탈산업사회의 발전과 함께 좀 더 새롭고 적극적인 의미가 여가에 포함되기 시작했다. 그것은 바로 창조적 활동으로서의 여가이다. 이런 개념을 따를 때 여가는 일상적 틀에 매몰되어 있는 노동과 달리 이 일상의 진부하고 반복적인 틀을 벗어나 새로운 가능성의 모색이 이루어질 수 있는 영역이다. 이제 여가가 단지 노동에 대한 보충적 역할에서 벗어나 생산 활동 자체를 이끌어 가는 것으로 새롭게 자리매김되기 시작한 것이다.

을잡힌 노동력의 공급에 가장 효과적인 활동이기도 하다. 이와 관련해서는 스포츠가 육체의 건강에 미치는 유용한 효과 외에 스포츠 이데올로기의 여러 측면을 반드시 고려할 필요가 있다. 이를테면 스포츠가 요구하는 규칙준수적 속성이라든지, 이와 밀접하게 연관되어 있는 권위에 대한 복종, 경쟁논리와 일원적 평가 기준의 자연화, 자발적 통제의 내면화, 결과에 대한 복종 등이 현대 산업사회의 유지와 재생산에 적합한 사회성원을 길러내는 데 효과적이라는 것이다(정준영, 2003).

마지막으로 스포츠가 현대 사회의 성원들에게 공통의 정체성을 제공해 주는 역할을 한다는 점도 빼놓을 수 없다. 실상 원래 영국에서 현대 스포츠가 발전된 배경 중 하나는 신분제의 약화와 함께 신분간의 장벽이 무너지고 있던 영국 사회에서 19세기 중반 퍼블릭 스쿨에 함께 취학했던 구지배층과 신지배층의 자녀들에게 공통의 여가활동을 제공해 줌으로써 계층 융합에 도움이 될 공통 문화를 창출하는 것이었다고 할 수 있다. 이와 마찬가지로 현대사회에서 스포츠는 작게는 특정 집단에서 크게는 한 국가를 구성하는 민족에 이르기까지 그 구성원들에게 문화적 공통성을 제공해 줌으로써 공통 정체성을 형성하는 데 큰 기여를 하고 있다. 여기에는 다시 두 가지 요소를 구분해 볼 수 있는데 그 중 한 가지는 스포츠가 성원들이 함께 공유할 수 있는 공통의 문화 내용을 구성한다는 점이며, 다른 한 가지는 경쟁활동인 스포츠가 집단내부와 외부를 명확히 구분짓는데 도움을 줌으로써 집단의 경계를 확정짓는 데 유용한 도구가 된다는 점이다. 특히 대량살상무기의 발달로 전쟁과 같은 실제적 갈등의 위험부담이 지나치게 커진 현대사회에서 스포츠는 상상적 갈등으로서 유용한 대체수단이 되고 있다.

2. 대중매체와 스포츠

가. 스포츠와 대중매체의 결합

스포츠와 현대사회의 밀접한 연관에서 스포츠와 대중매체 사이의 긴밀한 결합관계가 자연스럽게 파생되어 나오게 된다. 현대사회에서 스포츠와 대중매체는 일종의 공생관계를 형성한 채 상호간에 밀접한 영향을 주고받고 있는 것이다. 실상 따지고 보면 대중매체 역시 현대화의 한 주요 구성 요소 중 하나이며 스포츠와 유사하게 현

대사회의 구성원들을 한 데 묶는 데 중요한 역할을 수행해왔던 존재라는 점에서 이들 사이의 연관은 자연스러운 것일지도 모른다. 그렇다면 양자는 어떤 논리를 기반으로 어떤 과정을 거쳐 이 결합관계를 이루게 되었을까? 이를 설명하기 위해서는 먼저 보는 스포츠의 발전이라는 과정에 대해 알아 볼 필요가 있다.

앞에서 얘기했듯이 현대사회에서 스포츠가 수행하는 다양한 기능으로부터 현대 사회에서는 스포츠가 적극 장려된다. 교육기구에서 스포츠의 교육을 의무화하여 모든 사회성원에게 스포츠 활동을 할 수 있는 기본 체력과 기량을 기르도록 장려하는 것은 바로 이 때문이다. 하지만 사회성원들의 사회화에 스포츠를 활용하려 할 때 스포츠와 교육의 결합만으로는 한계가 있다. 사회성원 전체를 대상으로 널리 확산된 대중교육을 통해 스포츠에 대한 관심이 교육된다고 하더라도 일반적으로 스포츠 활동, 특히 팀 스포츠에 대한 참여도는 학교 졸업과 함께 현저히 하락하기 때문이다 (Guttman, 1978, p.145).¹⁷⁷⁾ 이를 보완하여 스포츠를 일종의 평생교육의 장으로 활용하기 위해 현대 사회에서는 보는 스포츠가 고도로 발전한다. 보는 스포츠의 발전에서는 상호 연결된 두 가지 요소를 구분해 볼 수 있다. 하나는 스포츠의 상업화, 좁게는 프로 스포츠의 발전이며, 다른 하나는 대중매체와 스포츠의 결합이다.

하는 스포츠에서 보는 스포츠로의 전환, 다시 말해 관객 스포츠의 전면적 발전은 현대 스포츠의 한 특징이라 할 수 있다. 한편으로 관객 스포츠의 발전은 스포츠 활동이 일상의 활동을 방해하지 못하도록 만드는 것, 즉 스포츠를 안전하게 만드는 과정과 긴밀하게 연결되어 있다. 관객들은 스포츠를 직접 하는 과정에서 발생할 수 있는 다양한 위험요소로부터 격리되어 경기장에서 벌어지는 스포츠를 즐기며 안전하게 스포츠의 의미를 습득한다. 관람의 구조도 일상의 구조와 충돌하지 않도록 구성

177) Guttman(1978, p.145)은 미국 성인의 스포츠 참가율이 떨어지는 이유가 학교체육, 팀스포츠 중심인 스포츠 제도 때문이라고 주장한다. 클럽 중심의 스포츠 제도가 발달했고 개인 스포츠에 대한 선호도가 높은 유럽국가들에서는 이런 현상이 잘 나타나지 않는다는 것이다. 그러나 정도의 차이일 뿐 학교 졸업 이후 스포츠 참가율이 떨어지는 현상은 어느 나라에서나 동일하다. 유럽 여러 나라 국민들의 연령별 스포츠 참가율에 대한 Gratton과 Taylor(2000, p.78)의 보고를 보라.

되어 있으며 고도로 통제되어 결코 틀을 벗어나지 않는다. 축구 홀리건에 대한 가혹한 처벌에서 볼 수 있듯이 혹시라도 이 틀을 벗어나는 사례가 발생하면 여지없이 엄격한 규제가 가해진다.

다른 한편 보는 스포츠의 발전은 스포츠의 상업화를 상징하기도 한다.¹⁷⁸⁾ 현대 스포츠는 거대한 상업적 잠재력을 지니고 있으며 이를 적극적으로 활용하고 있다. 산업사회의 도래와 함께 노동과 여가가 분리되었고 스포츠의 상업적 잠재력을 적극적으로 활용할 체제가 자리잡았다는 점이 이에 영향을 미쳤다. 프로 스포츠가 정착된 19세기말은 영국을 위시한 선진 산업사회가 여가사회로 변화한 시기이기도 하다 (Walvin, 1975, p.53). 전반적인 노동 시간의 단축과 토요일 오전 근무제, 임금의 상승 등에 힘입어 이제까지 노동에 얽매어 있던 일반 노동자들도 ‘유한계급’의 대열에 본격 합류하기 시작한 것이다.¹⁷⁹⁾ 산업화 과정에서 일시적인 쇠퇴의 길을 걷던 축구의 인기가 다시 부활한 것도 이 무렵부터이다. 자연스럽게 이들을 겨냥한 상품으로서 보는 스포츠가 발전하였는데 프로 스포츠의 발전은 이런 맥락에서 이해해 볼 수 있다. 1870년대 이후 본격적으로 발전된 프로 스포츠는 초기에 상류층 아마추어들의 강한 저항 때문에 다소 어려움을 겪기도 하였으나 곧 대중의 관심을 장악해가기 시작한다.¹⁸⁰⁾ 1923년 볼톤 완더러스(Bolton Wanderers)와 웨스트햄 유나이티드(West Ham United) 사이에 치뤄진 영국축구 FA컵 결승전에서 12만7천명 수용의 구장 벽을 넘어 난입해 경기를 지켜 본 20여만명의 관중은 세기 전환기를 거치며 보는 스

178) 스포츠의 상업화가 지닌 여러 측면에 대해서는 Gratton과 Taylor(2000, 1부)를 참조하라.

179) 물론 대공황기의 사례에서 드러나듯이 노동과 여가의 상대적 중요성에 대한 인식은 경기상황의 부침에 매우 큰 영향을 받는 것이지만 적어도 1950년대 이후 서구 선진사회에서 여가는 삶의 필수적 한 부분으로 정착되는 것을 볼 수 있다.

180) 프로 스포츠에 대한 상류층 아마추어의 이런 반발은 현대 스포츠의 초기 발전과정을 주도했던 상류층이 노동계급의 스포츠계 참여가 본격화되는 가운데에서 스포츠에 대한 주도권을 여전히 간직하고자 하는 욕망에서 비롯되었던 것으로 해석해 볼 수 있다. 이에 대해서는 정준영(2002)를 참조하라.

스포츠의 인기가 얼마나 확산되었는지를 상징적으로 보여준다.

그러나 보는 스포츠의 인기가 아무리 커졌다고 하더라도 스포츠 관람의 효과가 단지 직접 경기장에 참여하여 관람하는 사람들에게만 국한된다면 그 영향력의 범위는 일정한 수준으로 제한될 수밖에 없다. 보는 스포츠의 대표적인 프로 스포츠는 상업적인 속성 때문에 주로 대도시를 기반으로 하고 있어 소수 대도시 이외의 거주자들을 스포츠 관람에서 배제하고 있을 뿐 아니라 대도시 거주자들 중에도 실제 경기장에 가서 스포츠를 관람할 수 있는 사람의 수는 전체 인구에 비해 보자면 여전히 소수에 지나지 않기 때문이다. 그리고 바로 이 부분에서 스포츠와 대중매체 사이의 결합이 중요한 의미를 지니게 된다.

스포츠와 대중매체 사이의 결합은 19세기 초반 신문의 상업화 시기까지 거슬러 올라간다. 1822년에 설립된 뉴스지 <벨즈 라이프 인 런던(Bell's Life in London)>이 스포츠 기사를 실어 판매량을 올리면서 스포츠와 대중매체 사이의 행복한 결합이 시작된 것이다. 특히 1880년대부터 지역신문들은 조직 스포츠 전반을 진지하게 다루워 프로 스포츠에 대한 관심과 지식을 확산시키는 데 기여했다(Walvin, 1975, p.60, 63). 이후 1920년대에 등장한 라디오와 1950년대 이후 널리 보급된 텔레비전이 신문에 이어 스포츠의 강력한 후원자로 등장했다. 특히 현대사회의 전체 가정에 널리 보급되어 있는 텔레비전은 스포츠 현장에서 벌어지는 상황을 생생하게 잡아 시청자들에게 보여 줌으로써 다른 매체가 감히 따라올 수 없는 커다란 매력을 제공해 주었다.

물론 여기서 스포츠와 대중매체 사이의 결합을 스포츠를 통한 현대 사회성원의 사회화라는 시각에서 바라본다고 해서 양자 사이의 결합이 어떤 계획이나 음모의 산물이었다고 보는 것은 아니다. 오히려 이 결합을 만들어 냈던 것은 순수한 상업적 동기였다고 할 수 있다. 우선 대중매체의 입장에서 보자면 스포츠는 수용자를 유혹하는 효과적 수단이 된다. 당장 2006년 월드컵을 앞두고 전자업계에서 대형 고화질 텔레비전의 판매량이 폭발적으로 늘어날 것으로 기대하고 있듯이 스포츠 중계는 대중매체의 하드웨어 판매에 큰 도움을 줄 수 있다. 역사적으로 볼 때에도 스포츠는 초기 텔레비전 산업의 성장에 결정적인 도움을 주었던 것으로 평가되고 있다(캐시

모어, 2001, p.355). 이와 더불어 더 중요한 것은 스포츠가 대중매체의 내용을 구성하는 데 있어서 수행하는 역할이다. 이를테면 다양한 채널들 사이의 치열한 경쟁 탓에 대략 10% 정도의 시청률만 기록해도 매우 인기있는 프로그램이 되어 큰 광고수익을 얻을 수 있는 미국의 텔레비전 시장에서 스포츠 중계는 다른 프로그램들이 거의 꿈도 꿀 수 없는 엄청난 규모의 시청자들을 수상기 앞으로 모아준다. 프로 미식축구 결승전인 슈퍼보울의 시청률이 평균 40% 이상을 넘어 선두를 달리고 있으며 프로 농구 챔피언전도 20% 내외의 시청률을 올리고 있고 메이저 리그 야구의 월드 시리즈 역시 15% 내외의 고정 시청률을 자랑하고 있는 것이다. 분당 300만불 이상의 광고료가 책정되어 있으며 그 자체가 새로운 광고의 전시장처럼 되고 있는 슈퍼보울 경기의 중계는 스포츠가 방송사에게 어떤 이득을 안겨 주는지를 상징적으로 보여주고 있다. 이보다 조금 못미치기는 하지만 마찬가지로 우리 사회에서도 스포츠 중계는 텔레비전의 인기 아이템으로 거대한 시청층을 확보하고 있다. 시청률 조사기관 TNS 미디어가 2005년 한 해 동안 가장 인기있었던 텔레비전 프로그램을 조사한 결과에 따르면 <내 이름은 김삼순>이 50.5%, <장밋빛 인생>이 47%로 1, 2위를 차지했지만 독일 월드컵 아시아 최종예선 한국대 우즈베키스탄 2차전이 43.5%로 3위, 2005 세계 청소년축구 한국대 브라질전이 41.9%로 4위를 차지하는 등 10위권내에 든 프로그램 중 5개를 스포츠 중계가 차지한 것을 볼 수 있는 것이다. 이외 케이블 방송에서도 최홍만이 출전한 이종격투기 경기가 두 번이나 케이블 TV 역대 시청률 최고 기록을 갱신하기도 했다. 2002년 월드컵 때 우리 대표팀의 경기 중계 시청률이 무려 90%까지 치솟았던 것을 생각해 본다면 텔레비전 방송에 있어 우리 스포츠의 잠재력이 어느 정도인지를 쉽게 짐작해 볼 수 있을 것이다.

다른 한편 스포츠의 입장에서 보자면 대중매체는 두 가지 점에서 중요성을 지니고 있다. 먼저 대중매체는 스포츠에 대한 정보를 제공해 줌으로써 사회성원들이 스포츠에 대한 관심을 형성하고 지속적으로 유지하도록 하는 데 도움을 준다. 역사적으로 볼 때 대중매체는 보는 스포츠의 형성 초기 지역수준에 머물러 있던 특정 프로팀이나 스포츠에 대한 관심을 전국화시키는 데 기여했으며 좀 더 나아가 어떤 종목

의 스포츠 또는 스포츠 전체의 표준화된 이미지를 형성하여 전파하는 데도 기여했다.¹⁸¹⁾ 즉 대중매체는 단순히 스포츠를 수용자에게 전달해 주는 데서 그치는 것이 아니라 수용자들이 특정한 방식으로 스포츠를 수용하도록 의도적으로 수용자를 구성해 스포츠에 적합한 사회성원을 만들어 내기도 한다(Duncan & Messner, 1998, p.173). 우리 선수들의 해외진출과 결합된 대중매체의 적극적인 보도와 중계로 미국의 프로 야구와 프로골프, 영국의 프로축구 등에 대한 정보와 관심이 우리사회 성원들에게 널리 확산되고 있는 근자의 상황은 스포츠 수용자의 형성에 있어 대중매체가 미치는 영향을 단적으로 보여주는 실례라고 할 수 있다.

덧붙여 대중매체는 스포츠의 주요 수익원이 되기도 한다. 텔레비전 중계권이 그 대표적인 예이다. 사실 중계권료의 발전은 대중매체의 힘에 대한 스포츠계 내부의 우려에서 비롯된 것이라 할 수 있다. 대중매체의 종류가 신문이나 영화 정도에 국한되었던 시대에는 스포츠와 대중매체 사이에 아무런 갈등없는 조화로운 관계가 존재하고 있었다. 신문에서 스포츠 관련 소식을 다뤄주면 대중의 인지도가 높아져 더 많은 관객을 끌어 모을 수 있으며 신문은 스포츠 관련 소식을 다룸으로써 더 많은 독자를 확보할 수 있었기 때문이다. 이런 조화는 20세기 초반부터 뉴스의 형태로 스포츠 관련 소식을 영상으로 보여주었던 영화와 관련해서도 비슷하게 유지되었는데, 영화관에서 방영되는 뉴스 필름은 최소한 시합이 벌어진지 1주일 후에 상영됨으로써 스포츠의 흥행에 별다른 영향을 미치지 않았기 때문이다. 미국에서 1912년에 권투 필름을 영화관에서 상영할 수 없도록 금지하는 정책을 시행하다가 1939년 상원에서 주경계를 넘어 권투필름을 전송할 수 있도록 허용하는 법안을 통과시키면서 영화관에서의 스포츠 필름 방영 제한을 완화시켜 주었던 배경에는 이처럼 스포츠와 대중매체 사이의 조화로운 관계에 대한 인식이 자리잡고 있었다.

하지만 라디오의 등장 이후 이와 같은 조화에는 조금씩 균열이 생기기 시작한다.

181) 대중매체가 특정 스포츠의 대중적 이미지를 형성하고 확산시키는 데 공헌한 사례를 보려면 미식축구의 대중화 과정을 분석하고 있는 Oriard(1993, p.2장)의 논의를 참조하라.

라디오 중계가 지닌 직접성이 경기에 대한 관심을 끌어올리는 효과를 불러 버릴 수 있기 때문이다. 그 결과 프로 스포츠의 관계자들 사이에서 라디오 중계에 만족해 잠재 스포츠 관객이 더 이상 경기장을 찾지 않게 될 우려가 제기되었다. 일종의 좋은 광고매체로 인식되었던 신문과 달리 라디오에 대해서는 스포츠를 다루는 데 돈을 받기로 한 것이 이런 우려에서 비롯된 것이다. 그 결과가 바로 스포츠 중계권료이다. 그리고 이 중계권료는 텔레비전의 등장과 함께 더욱 폭발적으로 성장하기 시작한다. 일찍이 1947년 미국 가구의 텔레비전 보급률이 겨우 12%에 지나지 않았을 시기에 포드사와 질레트사가 미국 야구 월드시리즈의 텔레비전 중계권료로 이미 6만 5천불을 지불했다. 이후 텔레비전의 중계권료는 텔레비전 수상기의 보급 확대와 함께 시간이 지날수록 큰 폭으로 늘어나기 시작했는데, 특히 중계권료로 큰 수익을 본 스포츠 이벤트로 올림픽의 예를 들 수 있다.

1976년 몬트리올 올림픽에서 엄청난 적자를 본 이래 재정적 독립을 주요 당면과제로 삼았던 국제올림픽위원회는 전 회장 사마란치의 지휘 아래 올림픽을 수익사업화하는 방안을 광범위하게 모색했다. 이 수익사업의 내용으로는 올림픽 공식 후원업체의 지정 등 여러 가지가 동원되었으나 그 중 가장 대표적인 것이 올림픽 경기의 텔레비전 중계권료이다. 올림픽 중계권료는 최초로 올림픽의 텔레비전 중계가 이뤄졌던 1956년 멜버른 올림픽에서부터 시작되었으나 당시에는 미국과 유럽의 주요 방송사들이 이를 보이콧하여 실제 수입은 아주 미미한 수준에 머물렀다. 올림픽 중계권료는 각국의 방송 시장 크기와 경제발전 정도에 따라 차등적으로 책정되는데 가장 중요한 계약은 역시 전체 중계권료 수입의 50~75% 수준을 차지하는 미국 방송사와의 계약이다. 1960년 로마 대회에서 겨우 60만불에 불과했던 미국 방송사의 중계권료는 역사상 가장 상업적인 올림픽으로 일컬어졌던 1984년 L.A. 올림픽에서 2억2천5백만불로 상승했으며 최근의 가장 마지막 대회였던 2004년 아테네 올림픽에서는 7억9천3백만불로 뛰어 올랐다.¹⁸²⁾ 현재 올림픽의 미국내 중계권은 2008년까

182) 이에 대해서는 Michael R. Real, *MediaSport: Technology and the Commodification*

지 NBC 방송사가 독점적으로 장악하고 있는데 NBC는 북경에서 개최될 2008년 올림픽에는 8억9천4백만불의 중계권료를 지불하기로 계약한 바 있다. 이처럼 중계권료가 폭등하면서 올림픽 개최에 드는 비용에서 중계권료가 충당하는 비율이 1960년에는 400분의 1에 불과했으나 1984년 올림픽에서는 2분의 1까지 확대되었다. 이외 주요 프로 스포츠에서도 텔레비전 중계권료는 프로 구단의 가장 중요한 수익원 중 하나를 구성한다.

결국 대중매체와 스포츠의 결합은 양자의 경제적 이해가 정확하게 맞아 떨어졌기 때문에 가능했다고 할 수 있다.¹⁸³⁾ 하지만 이 결합으로 인해 결합을 추진했던 당사자들은 별로 염두에 두지 않았을 새로운 효과들이 생겨나기 시작한다. 앞에서 얘기한 바 있던 정체성 형성에 미치는 스포츠의 효과가 바로 그것이다. 다음 절에서는 이와 관련된 내용을 좀 더 자세히 살펴보기로 하자.

나. 스포츠 중계의 사회적 중요성

대중매체를 통해 전달되는 스포츠 관련 정보가 지니는 엄청난 대중적 흡인력은 현대 사회 성원들의 정체성 형성에 있어 이 정보가 미치는 효과에 주목하도록 만든다. 이 효과의 중요성은 현대사회가 매우 불안정한 통일성을 이루고 있다는 점과 밀접하게 연관되어 있다. 주지하듯이 근대 민족국가는 절대주의 국가의 성립 이후 인위적인 민족 형성과정에 힘입어 구성된 상상적 공동체라 할 수 있다(홉스보움, 랑거, 1995). 그리고 이 상상적 공동체의 구성 과정에서 중요한 역할을 수행했던 것은

of Postmodern Sport, Lawrence A. Wenner(ed), MediaSport, Routledge, 1998, pp.18 ~20을 참조하라.

- 183) 하지만 스포츠와 대중매체의 결합이 이처럼 항상 행복한 결과만을 낳는 것은 아니다. 흔히 권투는 텔레비전 중계권료에 대한 지나친 의존이 스포츠 자체의 대중적 인기를 떨어트린 대표적 종목으로 꼽히곤 한다. 헤비급과 같은 중량급에서부터 밴텀급에 이르기까지 스타들이 속속 등장하면서 1970년대에 최고의 인기 스포츠 중 하나로 군림했던 권투는 텔레비전을 위한 이벤트에 너무 치중하고 과도하게 텔레비전에 노출되면서 1980년대 중반 이후 급격히 인기를 잃어 가게 되었기 때문이다. 이는 스포츠와 대중매체가 기본적으로 공생관계를 맺고 있지만 다른 한편에서 일정한 갈등을 내재하고 있음을 보여준다.

국기와 국가 등의 여러 가지 상징과 아울러 국가의 성원들에게 부과된 공통의 문화였다. 이 공통의 문화가 한 국가의 성원들에게 문화적 동질성을 제공해 주었으며 이를 통해 공통의 정체성이 구성될 수 있었기 때문이다. 따라서 이 공통 문화의 지속적인 유지와 갱신은 민족 국가의 안정적 유지에도 결정적인 중요성을 지니게 된다.

그런데 오늘날의 시대는 이 민족 국가의 안정성에 심각한 위협이 제기되고 있는 시대이기도 하다. 그 원인과 관련해서는 내부적 요인과 외부적 요인을 들 수 있다. 내부적 요인으로는 이미 19세기부터 시작된 다양한 사회적 분리를 빼놓을 수 없다. 전통 사회의 성원들이 지니고 있었던 최소한의 동질성이 산업사회의 도래와 함께 서서히 약화되어 계급간, 성간, 세대간 분리가 본격화되었기 때문이다.¹⁸⁴⁾ 특히 이런 분리는 2차적 관계가 지배하고 경제적 이해관계를 우선적으로 고려하는 자본주의 사회의 현실 속에서 더욱 심화된다. 현대사회 초창기에 활동했던 사회과학의 여러 거장들이 현대사회 성원들 사이의 연대를 어떻게 수립할 것인가 하는 문제에 깊은 관심을 기울였던 것은 바로 이와 같은 배경에서였다. 여기에 영국과 같이 한 국가 내부의 이질적인 민족 구성원 사이에 내재해 있는 갈등도 무시할 수 없다.

외부적 요인으로는 민족 국가의 경계를 약화시키는 다양한 요인들을 꼽아 볼 수 있다. 세계화를 통해 자본의 이동이 자유로워지고 다국적 기업, 나아가 초국적 기업이 급속히 성장하고 있는 것이 대표적이다. 더불어 이런 현실에 발맞춰 정치적 통합도 점차 가속화되고 있다. 이미 유럽의 여러 국가들이 경제적 통합에 기반해 정치적 통합을 지향해 나가고 있으며 이것이 성공적으로 완수된다면 다른 지역에도 유사한

184) 물론 전통사회가 지니고 있었던 동질성과 공동체의 안정성에 대해서도 지나치게 과대평가할 필요는 없을 것이다. 엄격한 신분제를 기반으로 하고 있던 전통사회는 어떤 면에서 보자면 현대사회에 비해서도 훨씬 더 강한 분리가 존재했던 사회이기도 하기 때문이다. 게다가 전통사회의 공동체는 공동체 바깥의 외부자나 소수자에게 매우 배타적인 곳이기도 했다. 하지만 인구의 압도적 다수가 농업이라는 공통 산업에 종사하고 있었고 대면적인 소규모 공동체가 성원들에게 강한 유대관계를 제공해 주었다는 점에서 익명성이 지배하는 현대 산업사회에 비해서는 좀 더 안정적인 공동체가 존재했던 사회였다는 점은 부정할 수 없다.

통합을 강요하는 자극제가 될 가능성이 높다. 여기에 아직까지는 자본의 이동에 비해 보자면 미미한 수준이지만 각 국의 제한에도 불구하고 점증하는 노동력의 국제 이동도 한편으로 민족 국가의 경계를 약화시키면서 다른 한편으로 민족 국가 내부의 이질성을 심화시키는 데 영향을 미칠 것이다. 1991년 미국 LA에서 있었던 흑인 폭동이나 2005년 프랑스에서 벌어졌던 아랍계인들의 폭동은 민족 국가 내부의 이질성이 누적되어 터져 나온 대표적 사례라 할 수 있을 것이다. 우리 사회의 경우에도 한 조사에 따르면 이미 농촌 지역에서 이루어지는 결혼의 4분의 1이 국제결혼이라는 보도가 나오고 있어 점차 민족 내부의 이질성이 심화될 가능성이 높아지고 있다.

이런 상황에서 스포츠, 특히 대중매체에서 스포츠 관련 정보를 다루는 것은 민족 국가의 위기를 치유하고 국가 성원들 사이에 문화적 공통성을 회복시키는 효과적인 수단이 될 수 있다. 현대 스포츠 자체는 세계인의 공통 언어라고 할 수 있지만 지역 단위에서 전세계 차원으로까지 다양한 위계를 형성하며 이루어지고 있는 스포츠 경기는 ‘우리’와 ‘그들’을 효과적으로 구분하고 ‘우리’에 대한 소속감을 강화시키는 데 큰 기여를 할 수 있기 때문이다. 나아가 이에 대한 정보 자체가 공통의 문화적 지식을 형성한다는 점도 무시할 수 없다. 여러 나라에서 대중매체의 내용과 관련한 정책에서 타국에서 생산한 문화 생산물을 과도하게 싣는 것을 제한하는 가운데 가장 대중적 전달력이 높은 공중파 방송에서 의무적으로 특정한 스포츠 이벤트를 중계하도록 규정하고 있는 것은 스포츠의 이런 특성 때문이라 할 수 있다.¹⁸⁵⁾ 즉 그것은 마치 교육과정에서 필수 교과과정을 지정하는 것과 같이 한 국가의 국민이 반드시 보아야 할 텔레비전 내용물을 규정하는 것과 마찬가지로 할 수 있다는 것이다. 현재 스포츠 중계와 관련해 가장 엄격한 정책을 실시하고 있는 곳은 영국과 호주인데 영

185) 물론 스포츠 중계에 대한 규정의 일차적 이유는 시청자의 접근권이다. 즉 케이블이나 위성방송 등과 달리 무료로 볼 수 있는 공중파 방송에서 중요한 경기의 중계를 해야 모든 국민이 그 혜택을 누릴 수 있다는 것이다. 하지만 접근권의 내용 중에 바로 특정 스포츠 이벤트가 포함되어 있다는 것은 단지 시청자의 욕구에 대한 배려 뿐만이 아니라 그것이 문화적 공통성의 형성에 미치는 효과와도 밀접하게 연관되어 있다고 할 수 있다.

국의 경우 1996년 1월 루퍼트 머독의 위성방송인 BSkyB가 올림픽의 유럽지역 중계권 획득에 나선 것을 계기로 국민들 사이에 인기 스포츠를 무료로 시청할 권리에 대한 여론이 확산되자 1996년 방송법에 의해 무료공중파의 인기 스포츠 방송권을 확립한 바 있다. 이 법에서는 소관부처와 방송 사업자, 중계권 소유 스포츠 단체가 협의하여 특별지정행사를 정하도록 하였으며 이에 따라 1998년 6월에 특별지정행사의 목록이 확정되었다. 이 목록에는 두 종류의 행사가 포함되어 있는데 A항은 무료 공중파 방송사의 생중계권이 합리적 가격으로 확보되어야 하는 행사이며, B항의 행사는 비공중파 방송사가 생중계권을 가지고 있을 경우 무료 공중파 방송사에게 2차 중계권을 제공해야 하는 행사이다(정용준, 2005, 2~3쪽). 이들 행사의 목록을 표로 정리해 보면 다음과 같다.

〈표 4-19〉 영국의 특별지정행사 목록(2004년 11월 현재)

종목	A항	B항
종합경기	올림픽 본선경기	Commonwealth Games
축구	월드컵 UEFA European Championship 결승 토너먼트 FA컵 결승 Scottish FA컵 결승	
테니스	윌블던 테니스 결승	윌블던 테니스 기타 경기
경마	그랜드 내셔널 더비	
럭비	럭비리그 챌린지컵 결승 럭비 유니언 월드컵 결승	럭비 유니언 Five Nations 대회 럭비 유니언 월드컵 기타 경기
크리켓		Cricket Home Test Matches 크리켓 월드컵 준결승 및 결승
골프		브리티시 오픈 라이더컵
육상		세계육상경기

자료: 정용준, 2005, 2~3쪽.

여기서 무료 공중파가 반드시 중계하도록 규정하고 있는 A항 행사의 선정 기준은 첫째, 국민적인 공감대 있어 국민을 통합하는 이벤트와 국민적인 연중행사이고 둘째, 탁월한 국내 혹은 국제적인 스포츠 이벤트, 국가를 대표하는 스포츠팀 혹은 선

수가 출전하는 경기이다(정용준, 2005, 3쪽). 이 기준에서 드러나듯이 특별지정행사를 선정하여 공중과 방송의 중계를 의무화하는 일차적 목적은 국민 통합으로 되어 있어 스포츠가 국민 통합의 주요 수단이 된다는 인식을 잘 보여주고 있다. 그리고 이런 인식은 영국 뿐 아니라 다른 유럽의 여러 국가에도 널리 확산되어 있어 여러 유럽 국가들이 유사한 형태의 법제를 가지고 있다. 영국 이외에 현재 유럽의 주요국에서 공중과 방송이 의무적으로 중계하도록 규정하고 있는 주요 스포츠 이벤트를 정리해 보면 <표 4-20>과 같다.

<표 4-20> 주요 유럽 국가들의 특별행사 목록

국가	종목	내 용
독일	올림픽	하계 및 동계 올림픽
	축구	UEFA European Championship과 FIFA 월드컵 - 독일 국가대표팀 경기, 개막전, 준결승, 결승 FA컵: 준결승 및 결승 Champion League, Cup Winners Cup, UEFA Cup - 독일 국가대표팀 경기
이탈리아	올림픽	하계 및 동계 올림픽
	축구	European Championship과 FIFA 월드컵 - 이탈리아 국가대표팀 경기 및 결승전 국내 및 외국에서 열리는 국가대표팀 경기 Champion League, UEFA Cup - 국가대표팀이 벌이는 준결승, 결승
	사이클	Tour of Italy
	자동차경주	이탈리아에서 벌어지는 F1 그랑프리 레이스
프랑스	올림픽	하계 및 동계 올림픽
	축구	European Championship과 FIFA 월드컵 - 프랑스 국가대표팀 경기, 준결승, 결승 French Football Cup Final
	사이클	Tour de France
	럭비	Five Nations Championship 프랑스팀의 경기

자료: 정용준, 2005, 5쪽.

3. 스포츠 중계권을 둘러싼 논란과 합의

가. 스포츠 중계권을 둘러싼 논란의 현실

유럽의 여러 나라에서 주요 스포츠의 중계권이 법적으로 규제되고 있는 것과 달리 우리 사회에는 아직 이런 법제적 장치가 미비한 상태에 머물러 있다. 그러다 보니 최근 우리 사회에서 스포츠 중계권을 둘러싸고 방송사와 스포츠계 사이에 갈등이 빚어지고 있다. 갈등의 발단은 케이블 TV의 스포츠 전문채널을 운영하는 IB 스포츠가 4년간 미국 메이저리그 야구 중계권을 획득한 데 이어 아시아축구연맹(AFC)이 주관하는 모든 경기의 국내독점중계권과 국내 프로농구의 중계권을 획득한 데 있다. 여기에 그치지 않고 현재 IB 스포츠는 프로야구와 프로배구의 중계권과 프로 스포츠의 DMB 중계권에 대해서도 협상을 진행 중인 것으로 알려져 있으며 이에 반발해 공중과 방송사들은 국내 프로농구의 중계를 거부하기로 결정한 바 있다. IB 스포츠는 중계권의 독점 계약 후 이를 재판매할 의도를 표명했으나 공중과 방송사들은 일종의 자존심 싸움에서 비용 상승의 우려를 내세우며 중계권의 구입을 거부할 것이라고 공언하고 있는 것이다. 결과적으로 논란이 적절히 해결되지 않으면 많은 시청자들이 공중과 방송을 통해 주요 스포츠 경기의 중계를 시청하는 것이 불가능한 상황이 도래할 지경에 처하게 되었다.

이런 상황과 관련해 현재 진행되고 있는 논란을 정용준(2005, 10쪽)은 공익주의와 시장주의 사이의 대립으로 설명한다. 즉 주요 공중과 방송사와 규제기관들은 보편적 시청권을 법제화하여 인기스포츠 중계권을 규제함으로써 중계권료의 지나친 폭등과 스포츠 상업주의를 막고 국민들이 인기스포츠를 무료로 시청할 수 있는 권리를 보장해야 한다고 주장하는 반면, 뉴미디어 사업자들은 이런 법제화에 반대하며 법제화가 자유로운 시장경쟁을 막고 공중과의 독과점을 가속화시킬 우려가 있으며 결과적으로 오히려 시청자들의 자유로운 시청권을 막게 될 것이라고 주장한다는 것이다.¹⁸⁶⁾ 그렇다면 우리 사회의 방송현실에 비춰볼 때 어느 쪽의 주장이 좀 더 설득

186) 실상 이런 주장은 단지 명분에 지나지 않을 뿐이라는 비판도 있다. 공중과 방송

력을 지니고 있다고 볼 수 있을 것인가?

방송위원회에서 발표한 방송산업실태조사에 따르면 2005년 6월 현재 우리 사회에서 유료 방송의 가입률은 종합유선방송과 중계유선방송을 포함해 케이블 TV에 가입하고 있는 가구가 69.2%에 위성방송 가입 가구가 10.3%에 이르러 총가구수의 79.5% 정도가 어떤 형태로든 공중파 방송 이외의 방송에 접근 가능한 것으로 나타나고 있다. 즉 주요 스포츠 중계가 공중파에서 방영되지 못하게 된다면 전체 가구의 20.5% 정도가 스포츠 중계를 시청하지 못하는 결과를 낳게 되리라는 것이다. 이처럼 비율로 보자면 압도적 다수가 이미 유료 방송을 시청하고 있으며 그 확산 속도 역시 점차 빨라지고 있다는 점에서 설사 공중파 방송에서 스포츠 중계를 하지 못하게 되더라도 현실적인 피해는 그리 크지 않을 것으로 판단할 수도 있다. 단지 산술적으로만 따져 본다면 월드컵과 같은 특수 사례를 제외할 경우 일반적으로 스포츠 중계를 시청하는 시청자수를 고려해 볼 때 실제 피해를 볼 사람은 극히 미미한 수준이 될 수 있다는 것이다.

하지만 앞에서 살펴보았듯이 스포츠가 국민통합에 미치는 효과를 생각해 본다면 이런 산술적 계산만으로 주요 스포츠 경기의 중계권이 특정 매체에 독점되는 것의 효과를 판단하기에는 무리가 있다. 우선 고려해야 할 것은 현재 유료방송에 가입하지 않고 있는 가구가 주로 저소득 가구에 치우쳐 있을 가능성이 높다는 점이다. 이는 이들이 상대적으로 우리 사회에 통합된 정도가 낮은 사람들일 가능성을 높여준

에서 중계권 규제의 명분으로 시청자의 볼 권리 훼손과 스포츠 상업주의의 확산을 들고 있으나 과거 MBC가 엄청난 중계권료를 지불하며 미국 메이저리그 야구의 독점중계권을 취득하여 중계권료의 인상러시를 불러 온 바 있으며 중계권을 획득한 스포츠에 대해서도 일부 경기만 중계하여 시청자들의 볼 권리를 제대로 충족시켜 주지 못했다는 것이다. 즉 이번 논란은 공중파 사업자와 뉴미디어 사업자 사이의 방송시장을 둘러싼 싸움에 지나지 않는다는 것이다. 하지만 이런 비판이 상당한 타당성을 지니고 있음에도 불구하고 논란의 원인과 무관하게 그 결과가 미칠 영향에 대해서는 별도의 검토가 필요하며 그 과정에서는 이 명분이 주된 논점이 되어야 한다는 점도 분명하다.

다. 따라서 이들이 스포츠 중계에 접촉하지 못하게 된다면 우리 사회에서 이들이 느낄 소외감은 더욱 강화될 것이며 이들을 전체 사회로 통합할 수 있는 가능성도 그만큼 줄어들게 될 것이다.

좀 더 중요한 것은 앞으로 방송시장을 포함해 전반적인 미디어 시장이 변화할 방향이다. 현재 이미 라디오와 텔레비전 등의 전통적 대중매체 외에 케이블과 위성방송, 인터넷 등이 급속히 시장을 확대해 가고 있으며 이동통신기술의 발전에 힘입어 DMB(Digital Multimedia Broadcasting)의 상용화도 시작되었다. 이들 미디어 외에도 앞으로 또 어떤 새로운 미디어가 등장해 대중의 관심을 사로잡을지는 지금 시점에서 감히 예상도 하기 어려운 실정이다. 결과적으로 스포츠 중계권을 둘러싼 공중과 방송과 케이블 사업자 사이의 경쟁은 향후 다양한 미디어 사이의 경쟁으로 확대 재생산될 가능성이 크다고 할 수 있다. 그 경우 지금 유료방송을 시청하고 있는 압도적 다수의 스포츠 중계 시청권이 앞으로도 계속 확보될 수 있을지에 대해 심각한 우려가 제기될 수 있다. 이 점과 관련해서는 절을 달리해 살펴보도록 하자.

나. 미래사회에서의 대중매체와 스포츠

스포츠 중계권의 문제는 정보사회의 성숙과 함께 새로운 미디어가 속속 개발될 미래사회에서 더욱 중요한 쟁점으로 부상할 가능성이 적지 않다. 그리고 이 논란이 어떤 식으로 결론지어 질 것인가는 미디어 사업자들 사이의 경쟁구도에 큰 영향을 미칠 뿐 아니라 우리 사회의 통합성이 앞으로 어떻게 변화해 갈 것인지에 대해서도 큰 의미를 지니게 될 것이다.

새로운 미디어가 등장해 대중매체 시장의 경쟁이 치열해질수록 대중의 관심을 끌 수 있는 미디어 콘텐츠를 둘러싼 경쟁 역시 격화될 것이며 그 과정에서 스포츠 중계권을 둘러싼 갈등 역시 심화될 가능성이 높다.¹⁸⁷⁾ 이미 살펴보았듯이 스포츠 중계는

187) 미디어 콘텐츠를 둘러싼 경쟁은 먼 미래의 이야기가 아니라 현재진행형의 사건이기도 하다. 이미 1990년대 이래 활발하게 펼쳐지고 있는 미디어 사업자들 사이의 대규모 인수, 합병이 바로 이 콘텐츠 확보전략과 밀접하게 연관되어 있는 것이다. 이런 상황에서 매체의 수가 늘어날수록 제한된 콘텐츠를 둘러싼 경쟁 역시

특정 미디어의 수용자 확보에 도움을 줄 수 있는 엄청난 잠재력을 지니고 있어 이 중계권을 얼마나 적절히 확보하느냐가 경쟁적 매체 시장에서의 생존을 좌우할 주요 변수가 될 가능성이 높기 때문이다. 그리고 이런 경쟁이 심화될수록 스포츠 중계권료 역시 급격히 높아지게 될 것이다. 하지만 미디어간 스포츠 중계권의 향배가 단지 다양한 미디어 중 누가 살아남고 누가 사멸하게 될 것인가를 결정하는 의미만 지니고 있는 것은 아니다.

우선 고려해야 할 것은 새로운 미디어를 둘러싸고 심화될 정보격차의 문제이다. 전통적인 맥락에서 정보격차는 컴퓨터 하드웨어와 인터넷 접속의 불균형과 관련하여 제기된 것이었으나 컴퓨터와 초고속 인터넷의 보급이 급속히 확산되면서 점차 정보의 이용능력과 관련된 문제로 전환되어 왔다. 하지만 새로운 미디어가 다수 생겨나고 각 미디어가 독점적으로 취급하는 대중문화 생산물이 늘어나게 된다면 하드웨어의 보급과 관련된 정보격차 문제가 다시 쟁점으로 부상할 가능성이 높아질 것이다. 새로운 미디어의 보급 초기에는 하드웨어가 상대적으로 높은 가격을 유지함으로써 대중적 확산에 상당한 시간이 걸릴 것이며 이런 지체 현상은 미디어의 종류가 늘어날수록 더욱 심화될 것이기 때문이다. 사실 각각의 미디어가 서로 다른 대중문화 콘텐츠를 독점적으로 제공하고 이를 즐기기 위해서는 이 미디어 하드웨어를 모두 갖추어야 한다면 새로운 미디어를 모두 구비해 문화에 대한 욕구를 적절히 충족할 수 있는 사람의 수는 현저하게 줄어들 수밖에 없을 것이다. 마찬가지로 극단적인 경우 스포츠 종목에 따라 중계권이 미디어별로 독점된다면 스포츠 중계를 즐길 대중의 권리 또한 심각하게 침해될 수밖에 없다. 하드웨어와 관련된 정보격차가 스포츠 중계의 향유를 둘러싼 격차를 낳을 수 있다는 것이다.

더욱 격화될 수밖에 없다. 물론 그 과정에서 시장의 논리에 따라 자연스럽게 살아남는 매체와 그렇지 못한 매체가 정리되고 결과적으로 수용자들이 소수의 미디어만 선택하더라도 모든 콘텐츠를 수용할 수 있는 상황이 도래할 수도 있으나 그에 이르기까지는 상당한 시간이 경과해야 할 것이며 그 과정에서 많은 혼란을 감수하는 것도 불가피할 것이다.

스포츠계의 입장에서라도 장기적으로 이런 발전이 바람직하지 않은 결과를 낳게 될 우려가 적지 않다. 단기적으로 보자면 다양한 미디어들 사이에 스포츠 중계권을 둘러싸고 경쟁이 격화되는 것은 중계권료의 상승을 가져와 적자를 벗어나지 못하고 있는 국내 프로 스포츠의 재정상태를 좋게 만들 수 있을지 모른다. 하지만 스포츠 중계권이 매체별로 독점되고 이 매체를 모두 갖추기에는 비용이 너무 많이 들어 정보격차가 생겨난다면 결과적으로 각 종목의 팬기반은 시간이 지날수록 점차 축소될 것이며 스포츠와 대중매체 사이에 존재해왔던 조화로운 공생적 관계 역시 파괴되어 버리고 말 것이다. 스포츠계 입장에서 볼 때 미디어 사이의 경쟁으로 초기에 높게 유지될 중계권료도 팬기반의 축소와 함께 점차 하락하여 오히려 현재보다 더 낮은 수준으로 떨어질 가능성이 적지 않다는 것이다. 그리고 이런 진행과정의 결과 스포츠계의 재정상태가 악화되어 일부 스포츠가 몰락하게 된다면 우리 사회의 성원들이 향유할 수 있는 여가의 종류도 그만큼 줄어들게 될 것이다. 여가 활동의 다양한 선택지가 줄어들어 전반적인 삶의 질이 하락할 우려도 무시할 수 없다는 것이다.

더 큰 문제는 정보격차로 인한 문화와 스포츠 향유의 불균형이 불안하게 유지되고 있는 현대사회의 문화적 통일성을 더욱 약화시킬 수 있다는 점이다. 이미 정보사회의 진전과 함께 과거의 획일적 대중문화가 쇠퇴하고 다양성이 증가하고 있다는 보고가 여러 부문에서 다수 제출되고 있다. 실상 일정 수준까지 다양성이 강화되는 것은 문화의 풍부함을 함양하고 창조성을 북돋는다는 점에서 긍정성을 지니고 있다. 하지만 다양성이 지닌 이런 이점에도 불구하고 지나친 다양성은 오히려 획일성에 못지않은 위험성을 지니고 있는 것이기도 하다. 이는 다양성이 자칫 혼란으로 변질되어 공동체가 유지될 수 있는 최소한의 존재기반을 파괴할 수 있다는 점에서이다. 지나친 과잉 정보가 오히려 정보의 편식을 가져와 사회적 분리를 심화시키고 있는 인터넷의 사례가 이미 그 예를 보여주고 있다. 과거 인터넷은 흔히 ‘정보의 바다’로 불리며 사상의 자유시장을 확립할 매체로 각광받았으나 실상 최근의 발전 상황을 보면 오히려 특정 취향을 지닌 이용자들이 자신의 기존 취향을 더욱 강화하는 정보에만 매몰됨으로써 다른 취향에 아예 등을 돌리도록 만드는 사례가 적지 않게 나

타나고 있는 것이다. 이는 정보의 과잉 속에서 이용자들이 새로운 정보의 검색을 아예 포기하게 됨으로써 나타나는 현상이라고 할 수 있다. 간단한 클릭 한 두 번의 수고만 거치면 쉽게 다른 정보를 접할 수 있는 인터넷에서도 그런 현상이 나타나고 있다면 하물며 새로운 하드웨어의 구비까지 요구하는 다양한 미디어들 사이에서 정보의 공유가 적절히 이루어지리라고 기대하기란 쉽지 않을 것이다. 자칫 미래사회에서는 다양한 미디어의 이용자들 사이에 접촉하는 문화 콘텐츠의 내용이 달라짐으로써 의사소통의 단절이 초래될 우려도 있다는 것이다. 이런 상황이 도래한다면 현대사회의 발전과정에서 스포츠가 수행했던 사회통합적 기능은 급격히 약화될 것이며 스포츠를 통해 오히려 사회적 분리가 심화되는 결과까지 빚어질 수 있다.

4. 맺음말

현대 스포츠는 불안정한 통합을 이루고 있는 현대국가의 성원들에게 문화적 동질성을 제공해 줌으로써 그 통합성이 유지, 강화될 수 있도록 하는 기능을 수행해 왔다. 이 과정에서 대중매체는 스포츠 수용자의 기반을 확대하고 스포츠 관련 정보를 효과적으로 확산시킴으로써 스포츠의 기능을 보완해 주는 역할을 담당했다. 스포츠와 대중매체는 서로 공생하며 현대 국가의 안정성에 기여해 왔다는 것이다.

미래사회는 새로운 매체를 다수 만들어 내고 이들 사이에 시장에서의 생존을 위한 치열한 경쟁이 불가피하게 만듦으로써 이 공생관계를 위기에 빠트릴 가능성을 지니고 있다. 스포츠와 대중매체의 조화로운 공생이라는 역사적 경험에 기반해 새로운 매체들이 스포츠 중계권의 확보를 둘러싸고 격렬한 경쟁을 벌이게 될 것인데 그 경쟁의 결과는 이 조화를 파괴하는 것이 될 우려가 크다는 것이다. 더불어 이 조화에 기반했던 현대사회의 안정성도 심각한 위기에 직면하게 될 것이다.

이와 같은 위기를 미연에 방지하고 조화를 유지해 나가려면 미디어와 스포츠 사이의 관계를 새로이 정립하여 적절히 유지해 나가는 것이 중요하다. 그리고 이 과정에서는 향후 미디어 시장이 어떤 식으로 전개될지에 대한 정확한 예측이 수반되어야 한다. 예를 들어 현재의 상황만을 염두에 둔다면 유럽의 여러 국가에서 시행하고

있듯이 무료 공중파 방송에서 주요 스포츠 경기를 의무적으로 중계할 수 있도록 하는 것이 효과적인 방안일 수 있으나, 앞으로 공중파 방송의 위상이 지금 상황과 현저하게 달라지게 된다면 이런 정책이 오히려 미디어와 스포츠 사이의 조화를 새롭게 구성하는 것을 막는 장애요인이 될 수도 있기 때문이다. 이는 미래 기술 발전의 예측 불가능성을 고려해 볼 때 미디어와 스포츠 사이의 관계에 대한 정책이 매우 큰 유연성을 지녀야 함을 시사한다.

위성방송과 같은 뉴미디어의 초기 발전단계에서 광범위한 사회적 논의를 거칠 수 있었던 유럽의 여러 국가들에 비해 우리 사회에서는 아직 스포츠와 미디어 사이의 관계를 어떻게 설정할 것인가에 대한 논의가 제대로 이루어지지 못하고 있다. 이런 상황에서 최근 우리 방송과 스포츠계에서 일어난 스포츠 중계권을 둘러싼 논란은 새로운 정책의 마련이 시급하게 이루어질 것을 요구하고 있다. 하지만 사안이 시급하다고 해서 너무 서둘러가는 오히려 장기적으로 더 큰 문제를 야기할 수 있다. 우선 우리 사회에서 스포츠가 지니고 있는 의미, 이 의미의 실현과정에서 다양한 미디어가 수행할 수 있는 역할에 대해 꼼꼼한 분석이 이루어져야 할 때다.

참 고 문 헌

- 박흥규 · 정홍익 · 임현진(공편)(1992). 『스포츠 사회학』, 나남.
- 정용준(2005). 「한국방송과 스포츠 중계권」, 안민석 의원실 주최 토론회, 『스포츠중계에서의 보편적 접근권 어떻게 볼 것인가?』 토론회자료.
- 정준영(2002). 「축구와 노동계급」, 윤상철, 안민석편, 『월드컵: 신화와 현실』, 한울.
- _____(2003). 『열광하는 스포츠, 은폐된 이데올로기』, 책세상.
- 홉스보움, 랑거편(1995). 『전통의 날조와 창조』, 서경문화사.
- 엘리스 캐시모어(2001). 『스포츠, 그 열광의 사회학: 왜 스포츠는 우리를 매혹시키고 사로잡는가?』, 한울.
- 크리스토퍼 라쉬(1989). 『나르시시즘의 문화』, 문학과 지성사.
- J. 호이징하(1981). 『호모 루덴스: 놀이와 문화에 대한 연구』, 까치.

- Brohm, Jean Marie(1978). *Sport, a Prison of Measured Time: Essays*, London: Ink Links Ltd.
- Collins, Tony(1998). *Rugby's Great Split: Class, Culture and the Origins of Rugby League Football*, London: Frank Cass Publishers.
- Duncan, Margaret Carlisle & Michael A. Messner(1998). "The Media Image of Sport and Gender," Wenner, Lawrence A.(ed), *MediaSport*, London: Routledge, pp.170 ~ 185.
- Ferguson, Andrew(1999). "Inside the Crazy Culture of Kids Sports," *Time*, Vol 154, No. 2(July 12), pp.50 ~ 60.
- Goodman, Cary(1979). *Choosing Sides: Playground and Street Life on the Lower East Side*, New York: Schocken Books.
- Gratton, Chris and Peter Taylor(2000) *Economics of Sport and Recreation*, London: Spon Press.
- Greenfeld, Karl Taro(1998). "A Wider World of Sports," *Time*, Vol. 152, No. 19(Nov. 9), pp.80 ~ 81.
- Guilianotti, Richard(1999). *Football: a sociology of the global game*, Cambridge: Polity.
- Guttman, Allen(1978). *From Ritual to Record: The Nature of Modern Sports*, New York: Columbia University Press.
- _____(1988). *A Whole New Ball Game: An Interpretation of American Sports*, Chapel Hill: The University of North Carolina Press.
- Murphy, Patrick, John Williams and Eric Dunning(1990). *Football on Trial: Spectator violence and development in the football world*, London: Routledge.
- Oriard, Michael(1993). *Reading Football: how the popular press created an American spectacle*, Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Overman, Steven J.(1997). *The Influence of the Protestant Ethic on Sport and Re-creation*, Aldershot: Ashgate.

Walvin, James(1975). *The People's Game: A Social History of British Football*, London:
Allen Lane.

Wenner, Lawrence A.(ed)(1998). *MediaSport*, London: Routledge.

제 6 절 한국 온라인게임, 캐주얼게임과 MMORpg의 양 날개로

임 상 훈(게임 컨설턴트)

1. 산사태(blizzard)가 끼친 영향

한국 온라인게임은 미국 게임개발사 ‘블리자드’¹⁸⁸⁾에 빛을 지고 있다.

첫번째 산사태는 <디아블로>¹⁸⁹⁾였다(〔그림 4-4〕 참조). 이 게임은 세계적인 인터넷 게임매체 게임스팟에서 9.6(10점 만점)이라는 점수를 받을 만큼 싱글플레이만으로도 충분한 흥행성을 갖추고 있었다. 기존 턴제 RPG와 달리 실시간으로 전개되는 빠른 액션과 전투 위주의 게임 스타일은 RPG 정신을 훼손시켰다는 일부 마니아들의 비판을 사기도 했지만 대중적으로 폭발적인 인기를 얻는 요인이었다.

〔그림 4-4〕 디아블로



188) 1991년 마이크 모하임 등이 설립한 미국의 게임 개발사. <워크래프트> 시리즈와 <스타크래프트>를 개발했던 South와 <디아블로> 시리즈를 개발한 North Studio로 분리돼 있다 2005년 통합했다. 최근 MMORPG <World of Warcraft>로 전세계적인 인기를 얻고 있다.

189) 1996년 발매된 액션 RPG. 기존 RPG와 달리 직관적인 액션성을 강조해 대중적인 인기를 끌었다. 특히 배틀넷을 활용한 유저들 간의 멀티플레이 지원으로 각광을 받았다.

〈디아블로〉에서 특히 주목할 부분은 게임 자체보다는 게임을 서비스하는 방식의 변화였다. 기존 PC패키지 게임은 일반 공산품처럼 공장을 나가면 끝이었다. 하지만 〈디아블로〉는 ‘배틀넷’이라는 멀티플레이용 서버를 마련해 게이머들이 함께 던전(dungeon)을 탐험하거나 대결할 수 있는 공간을 열어주었다. 90년대 후반 신림동 등 대학가 젊은이들이 밤새도록 게임에 몰입했던 것은 ‘배틀넷’이 다른 플레이어와 함께 몬스터를 사냥하는 새로운 재미를 주었기 때문이다.

두번째 산사태는 〈스타크래프트〉¹⁹⁰⁾였다. 98년 출시된 이 게임은 임요환, 이윤열 등의 스타 게이머를 배출하며 요즘도 e-스포츠로 각광받으며 양대 게임전문 케이블방송(온게임넷과 MBC게임)의 시청률을 이끌고 있다. 보통 PC 패키지 게임의 인기 유효기간을 출시 후 3~6개월 정도 잡고 있는 점을 감안하면 전세계적으로도 기적 같은 현상이다.

〈스타크래프트〉의 인기는 IMF 여파에 따른 PC방 산업의 성장 같은 경제적 요인 외에도 청년실업의 급증 같은 문화적인 환경, 게임 자체가 지닌 빠른 스피드와 전략성,¹⁹¹⁾ 이런 환경을 통해 게임 산업에 종사하게 된 이해관계자들¹⁹²⁾의 적극적인 지원 등 여러 요인이 결합된 결과였다. 〈디아블로〉와 마찬가지로 배틀넷을 통한 멀티플레이 지원은 현재까지 〈스타크래프트〉의 ‘이상한’ 인기가 지속되게 하는 가장 중요한 계기이다.¹⁹³⁾

블리자드의 이 두 게임은 초창기 한국 온라인게임의 발전에 중요한 지렛대 역할

190) 미국 블리자드사가 1998년 개발한 실시간전략시뮬레이션 게임. 발매 당시 전세계적으로 인기를 모았으나 유독 국내에서는 2006년 11월 현재까지도 가장 인기 있는 PC 패키지 게임이다.

191) 개인적인 경험을 이야기하면 98년 한창 취업 준비중이던 필자는 〈스타크래프트〉에 이틀 밤을 샌 뒤 CD를 쪼개버린 기억도 있다. 〈스타크래프트〉의 성공에는 게임 외적 영향만큼이나 상업적인 완성도가 큰 역할을 했다.

192) 게임방송사와 프로게이머, PC방 관계자 등

193) 배틀넷에 접속해 〈스타크래프트〉 유저수를 체크하면 11월 30일 현재도 10만명 이상이 접속해 있음을 확인할 수 있다. 물론 그 대부분은 국내 게이머들이다.

을 했다. <디아블로>를 통해 ‘함께 플레이하는 즐거움’이 확산됐고, <스타크래프트>를 통해 그 즐거움을 보다 많은 사람이 경험할 수 있는 물리적 공간(PC방)이 확장됐다.

국내 최대 동시접속자를 기록 중인 MMORPG <리니지>¹⁹⁴⁾는 98년 9월 상용화했다. 동시접속자가 1,000명이 도달한 시점은 그해 마지막 날이었을 정도로 동시접속자가 늘어나는 추세는 당시까지만 해도 굉장히 더딘 상황이었다. 하지만 때마침 불었던 <스타크래프트> 열풍과 이에 따른 PC방의 확산은 <리니지>에게 절호의 기회를 주었다. <리니지>는 PC방 마케팅 등을 통해 기회를 잡았고 덕분에 현재와 같은 거대한 사용자 층을 확보할 수 있게 된 것이다.

재미있는 점은 <리니지>가 <디아블로>에서 모티브를 얻었다는 사실이다. <리니지>를 개발한 송재경 씨¹⁹⁵⁾는 필자와의 인터뷰에서 “<디아블로>를 열심히 플레이했고, 이 게임에서 영감을 얻어 <리니지>를 개발했다”고 밝혔다. <리니지>의 빠른 전투액션과 직관적인 인터페이스 등은 <디아블로>의 유산이다. 결국 한국 최고의 MMORPG는 개발 모티브에서는 <디아블로>의 덕을, 사용자 층 확보에는 <스타크래프트>의 덕을 본 셈이다.

그로부터 약 7년 후 블리자드는 또 한차례 한국 온라인게임의 지형에 눈사태를 일으켰다. 2004년 말 미국과 동시에 국내에서 서비스를 시작한 <World of Warcraft> (이하 <WOW>)는 그동안 세계 최고라고 자부하던 한국 온라인게임에 무시무시한 어퍼컷을 날리며 큰 충격을 안겨주었다.

2. MUD

초창기 한국 온라인게임 지형에 블리자드 게임들의 영향이 컸지만 한국은 별다른

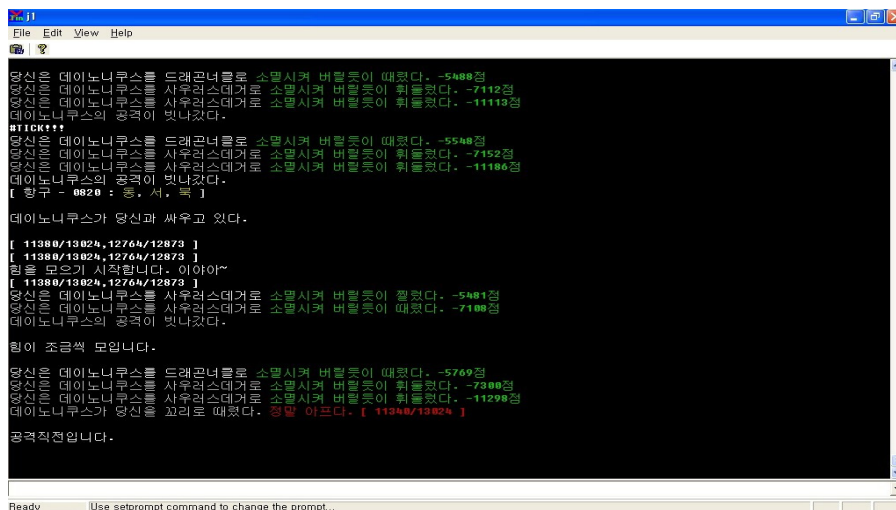
194) 명실공히 한국 최고의 MMORPG. 신일숙 원작의 동명의 만화를 원작으로 제작돼, 98년 9월 상용화 이후 국내에서 서비스 중인 MMORPG 중 동시접속자 1위를 줄곧 유지해오고 있다. 2005년 11월 말 현재 국내 동시접속자 수가 17만명이다.

195) 넥슨의 공동 창립자. 세계 최초의 MMORPG <바람의 나라>(넥슨)와 <리니지>(리니지)의 개발자.

공백 없이 세계적인 온라인게임 강국으로 부상했다. 블리자드로부터 받은 자극에 밀려 떨어지지 않고 한국형 MMORPG로 도약할 수 있었던 것은 90년대 초반부터 쌓아온 서버 등 네트워크에 대한 내공 덕분이다. 세계 최초의 MMORPG <바람의 나라>가 <스타크래프트>보다 2년 먼저 나왔던 사실은 이런 내재적인 역량을 시사해준다.

90년대 초 인터넷 접속이 가능했던 서울대와 한국과학기술원(KAIST), 한국과학기술대학(KIT) 등의 일부 공대생들은 외국에 서버를 둔 MUD¹⁹⁶⁾에 빠졌고, 스스로 자체적인 MUD를 개발하기 시작했다. 그리고 이들이 만든 MUD는 90년대 중반 천리안, 하이텔 등 PC통신을 통해 대중적으로 큰 인기를 얻었다. <바람의 나라>와 <리니지> 등 90년대 후반 MMORPG는 <KIT머드>로부터 시작해 <쥬라기공원>, <단군의땅>, <타임 스트레인저>로 이어지는 MUD 게임의 유산을 ‘직접’ 이어받았다(다음 [그림 4-5] 참조).

[그림 4-5] 쥬라기 공원



196) multi-User Dungeon의 약자. 영국의 R. 바틀와 R. 트립쇼에 의해 처음 사용됐다. 웹이 없던 시절 그래픽 없이 텍스트 명령어를 입력하는 방식으로 진행된 온라인 게임이다.

MUD 개발 과정의 네트워크에 대한 노하우를 바탕으로 세계 최초의 MMORPG 〈바람의 나라〉와 〈리니지〉 등이 제작됐는데, 송재경, 김지호, 박용현 등 초창기 MMORPG 개발자들은 모두 상용 MUD의 개발자 출신이다.¹⁹⁷⁾ 또한 넥슨(김정주), 엔씨소프트(김택진), NHN(이해진), 태울(조현태) 등 국내 대표적인 MMORPG 개발사 창립자들의 출신이 서울공대나 한국과학기술원(KAIST)을 공통 배경으로 한다는 점도 우연이 아니다.¹⁹⁸⁾ 이들은 모두 패키지게임 개발 경력이 전무하다. 이는 북미의 MMORPG 개발사들이 대부분 PC게임이나 비디오게임 개발 경력을 바탕으로 한다는 점과 대비되는 면이다.

한편 이공계를 주축으로 형성된 자생적 개발 역량의 축적과 별도로 MMORPG에 지대한 영향을 끼친 것은 불법복제 시장이었다. 90년대 이후 국내 PC패키지 게임 시장은 불법복제 문제로 골머리를 앓아왔는데, 그 대표적인 사례는 2001년 발생한 〈화이트데이〉¹⁹⁹⁾ 사태다. 3년이라는 PC패키지 게임으로는 긴 기간 동안 개발된 이 게임은 출시 직전 불법복제판이 유통되는 바람에 흥행에 참패를 기록했다. 실제 판매된 수량이 1만 개 미만이었는데, 홈페이지를 통한 업데이트 패치 다운로드도 어처구니 없게도 10만회 이상을 기록했다. CD라이터 및 P2P 사이트 등을 통해 개인적인 불법복제가 워낙 쉬워진 탓이었다. 이 사건 이후 대부분의 PC패키지 개발사는 온라인게임으로 방향을 선회해 결과적으로 온라인게임 개발 인력의 다양화에 기여했으나, 2005년 국내에서 개발된 PC 패키지게임이 하나도 없는 현상을 동반해야 됐다.²⁰⁰⁾

197) 94년부터 PC통신을 통해 서비스를 시작한 국내 상용 MUD는 〈쥬라기공원〉, 〈단군의 땅〉, 〈타임 스트레인저〉 순으로 나왔다. 이 세 명은 각 게임의 핵심개발자들.

198) 한국 MMORPG 개발역사에 관한 자세한 내용은 김형진, “개발자 측면에서 본 한국 온라인게임산업 개괄”, 정보과학회지, 2005년, 제23권 제6호 참고

199) 국내 대표적인 PC패키지게임 개발사 손노리가 제작한 호러 장르의 게임. 작품성과 상업성을 갖춘 게임으로 좋은 평가를 얻었으나 불법복제로 인해 흥행에는 실패해 ‘저주받은 걸작’의 대표적인 예로 거론된다.

200) 권상희, “국산게임 ‘17년 명맥’ 끊겼다”, 전자신문, 2005년 11월 26일 기사 참고

3. 한국 온라인게임의 현황

앞에서 언급한 외부적 자극과 자생적 요인으로 한국 온라인게임은 비교적 짧은 시간에 급성장했고 세계적으로 주목받는 시장이 됐다. 또한 한류 열풍의 또다른 얼굴로 아시아 시장에서 큰 영향력을 발휘하고 있다. 통계 수치로 볼 경우, 국내 온라인게임 시장규모는 2002년 이후 연평균 27%로 성장하며 줄곧 게임 플랫폼 중 1위 위치를 유지해오고 있다. 2003년 약 7,500억원 규모에서 2007년에는 약 2조원에 육박할 것으로 예상되고 있다. 세계 시장에서 국내 온라인게임 시장의 점유율이 25% (2004년 기준)가 될 정도로 큰 시장을 형성하고 있을 뿐만 아니라 약 2억 9,000만 달러의 수출액을 기록할 만큼 세계 시장에 미치는 영향력도 크다.²⁰¹⁾

〔그림 4-6〕 리니지 공개 이민우 앨범



이런 성장세는 2005년 게임을 활용한 부가상품이나 공동마케팅을 통해서도 ‘생생

201) 문화관광부·한국게임산업개발원, “2005 대한민국 게임백서”, Chapter I 산업계 동향 참고

히' 확인할 수 있다. '국민 여동생' 문근영은 KTF CF모델로 TV에 등장해 〈카트라이더〉를 타는 모습을 연출했다.²⁰²⁾ 또한 SBS TV 예능 프로그램 〈웃찾사〉의 한 코너는 〈카트라이더〉 효과음을 그대로 가져다 썼고 그룹 신화의 멤버인 M 이민우는 두번째 독집 앨범 중 〈The Battle〉을 MMORPG 〈리니지2〉에서 8월 처음으로 공개했다 ([그림 4-6] 참조). 매출액과 시청률을 위해 온라인게임이 활용되고 있는 추세다.

[그림 4-7] 메이플 스토리 만화도서



횡스크롤 RPG 〈메이플스토리〉는 2003년 4월 정식 서비스 이후 2005년 11월까지 도서, 학용품, 아동 의류 및 우산 등 총 1,447종의 캐릭터상품을 시장에 내놓았다. 특히 도서 상품은 교보문고 등에서 베스트셀러 단골손님으로 현재 12권까지 발매된 〈코믹 메이플스토리〉(서울문화사)(위의 [그림 4-7] 참조)는 전반적인 출판계 불황

202) 이외에도 코카콜라, 파파이스 등 다양한 상품들과 공동마케팅을 했다. 단순한 소비재 상품 외에도 BMW와도 공동마케팅을 전개하기도 했다. 이런 공동마케팅은 대부분 비게임업체가 〈카트라이더〉 제작사인 넥슨에 제안하는 형식으로 이루어졌다.

에도 누적 판매량이 300만부를 넘어서는 성공을 거뒀다. 덕분에 〈큐링〉이나 〈귀혼〉 같은 10대 위주의 캐주얼게임은 출시 전부터 출판사와 캐릭터 업체의 러브콜을 받는 행운을 누렸다.

온라인게임이 일상에 얼마나 가깝게 다가왔는지는 포털 사이트를 통해서도 확인이 가능하다. ‘야후코리아’의 발표에 따르면 2005년 1월부터 11월까지 인기검색어 10위 중 6개를 온라인게임이 차지했다.²⁰³⁾ 또한 국내 최대 포털 ‘네이버’에서 2004년 단 3건에 불과하던 온라인게임 광고가 2005년(11월말 현재)에는 무려 62건으로 대폭 늘어났다. 온라인게임의 성장세를 TV CF나 예능프로그램은 물론 서점이나 인터넷포털 등 일상 곳곳에서 쉽게 체감할 수 있게 된 셈이다.

이런 인기와 더불어 게임 관련 교육기관의 증가세도 두드러진다. 2000년대 이전 2군데에 불과했던 4년제 대학의 게임 관련 학과는 2004년 말까지 19곳으로 늘어났다. 특히 2004년에만 6개 대학에서 게임 관련 학과를 개설할 정도로 확대 추세이다.²⁰⁴⁾ 2000년대 이전 3곳에 불과하던 2년제 대학의 게임 관련 학과도 2004년 말까지 43곳으로 급속히 늘어났고 2004년에는 전북 완주에 게임 개발 인재 양성만을 목적으로 한 한국게임과학고등학교가 개설되기까지 했다.

4. 캐주얼게임, 다시 일상 속으로

앞에서 언급한 것처럼 게임을 일상 곳곳에서 쉽게 체감할 수 있는 배경에는 여러 요인이 있겠지만 계속 늘어나는 캐주얼게임의 인기가 가장 큰 역할을 했다. 2004년 8월 정식서비스를 시작한 〈카트라이더〉(넥슨)의 인기가 수그러들지 않으며 2005년 12월 현재 15만명 이상의 동시접속자를 유지하고 있고 2005년 등장한 〈프리스트

203) 장정훈, “2005년 인기 검색어 톱10중 7개가 ‘게임’”, 중앙일보, 2005년 12월 2일 기사 참고. 기사와 달리 야후 코리아가 발표한 리스트를 살펴보면 실제로는 6개가 게임이다.

204) 문화관광부·한국게임산업개발원, “2005 대한민국 게임백서”, 부록 국내 게임교육기관 참고

일)(JC엔터테인먼트), 〈던전앤파이터〉(네오플) 등도 3만~5만 명 수준의 동시접속자를 기록하며 기대 이상으로 선전 중이다. 온라인게임의 대세가 MMORPG에서 캐주얼로 이동하고 있는 듯한 추세다. 최근 발표된 〈카트라이더〉의 회원수는 1,500만 명에 이른다. 이는 2005년 6월 한국 인터넷진흥원에서 발표한 국내 전체 인터넷 이용인구(3,257만명)의 절반에 육박할 수준이다.

가. 패턴의 복잡화—일상에서 떨어진 게임

그런데 묘하게도 이같은 현상은 비디오게임이나 PC 패키지게임 시장의 전개과정과는 정반대의 경향이다. MMORPG 중심에서 캐주얼게임으로 확장 중인 온라인게임과 달리 비디오게임이나 PC게임은 점점 정교해지는 경향을 보여왔다.

게임이 가정집으로 들어오게 된 것은 75년 미국에서 크리스마스 상품으로 나온 ‘홈 폰’(아타리 제작) 이후다. 이듬해 ‘홈 폰’은 미국 대형 백화점 시어스 로빅의 최고 히트상품이 될 정도로 큰 인기를 모았다. 그 뒤 마그나복스, 콜레코 등의 경쟁사들이 가세하며 적어도 태평양 건너와 유럽, 일본 등에서는 비디오게임기의 시대가 펼쳐졌다. 83년 ‘아타리 쇼크’²⁰⁵⁾를 거치면서 아타리가 몰락한 뒤 80년대 닌텐도의 전성기와 이에 세가와 소니까지 가세한 90년대, 그리고 세가 대신 마이크로소프트까지 뛰어든 차세대 비디오게임기 경쟁은 계속 이어지고 있다.

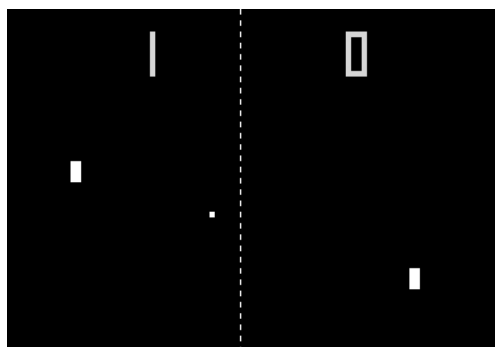
70~80년대 초창기 게임은 비교적 단순했다. 최초의 상업적 성공을 거둔 〈폰〉은 탁구를 본따 만든 게임으로 똑딱똑딱 화면 좌우를 오가는 네모 픽셀 조각을 주고 받는 게 전부였다. 그 외에도 〈브레이크 아웃〉 〈스페이스인베이더〉, 〈스트리트 레이서〉, 〈미사일 코맨드〉, 〈팩맨〉 등 주로 아케이드게임기에서 이식됐던 초창기 비디오게임들은 직관적으로 이해되는 ‘단순함’을 미덕으로 했다.²⁰⁶⁾ ([그림 4-8]과 [그림 4-9] 참조)

205) 미국 아타리사가 1977년에 발매하여 전 미국에서 약 2500만대나 팔린 가정용 비디오게임기 ATARI 2600 VCS 의 급격한 몰락과 그로 인해 발생한 비디오게임 시장 전반의 붕괴를 가리키는 용어. VCS 2600은 미국에서만 2,500만대 가량 판매돼 가정 점유율이 17%에 이르렀으나 조악한 개발사들이 만드는 소프트웨어(게임)의 품질관리에 실패함으로써 소비자들로부터 급격히 외면당했다.

[그림 4-8] 스페이스인베이더



[그림 4-9] 풍



이 게임들이 ‘단순한 패턴’으로 구성됐던 것은 10대를 포함한 가족 전체를 대상으로 제작됐기 때문이다. 따라서 복잡한 스토리나 구조는 엄두를 낼 수 없었고 이미 친숙한 소재를 활용하는 방향으로 제작됐다. 스포츠(탁구, 테니스, 농구 등)나 레이싱 혹은 화면 위에 있는 외계인과 싸우는 전형적인 1:1 대치전은 별도의 설명이 필요 없었다. 또한 당시 하드웨어와 디스플레이의 성능 등 기술적인 한계와 게임제작 노하우의 부재 등도 작고 단순한 게임이 나올 수밖에 없는 이유였다.

206) 스티브 켄트, “게임의 시대”, 러셀 드마리아, 조니 L. 윌슨, “게임의 역사” 참고

영화와 대중음악의 발전이 그러했듯, 게임도 시간이 흐르면서 초기의 간단한 패턴은 좀더 복잡하게 변해갔다. “일단 패턴에 숙달되고 나면, 우리는 더 이상 그 게임을 계속하지 않을 것”이라는 라프 코스터의 지적처럼 이미 단순한 형식에 익숙해진(=지루해진) 게이머들은 보다 강한 자극, 어려운 패턴을 원했기 때문이다.²⁰⁷⁾ 개발 노하우가 쌓인 개발자들 역시 보다 발전된(=복잡한) 게임을 만들고 싶은 욕구를 느꼈고 치열해진 제작사 간의 경쟁은 이 욕구를 정당화해줬다. 소니, 마이크로소프트 등 첨단 기술력을 가진 업체들이 뛰어난 게임기 경쟁이나 CPU, 3D 그래픽카드의 기술혁신이 게이머와 개발자 양쪽의 욕구보다 더 빠른 속도로 하드웨어의 성능을 개량시킨 것도 게임 패턴 복잡화에 한 몫을 했다.

그에 따라 RTS(실시간 전략시뮬레이션), FPS(1인칭슈팅), RPG(롤플레이), 비행시뮬레이션 등 다양한 게임 장르가 등장했고, 화려한 그래픽과 정교한 형식을 띤 게임들이 출시하게 됐다. 그런데 이런 게임의 진화는 해당 장르의 하드코어 게이머들에게 환영받았지만 심심풀이로 게임을 즐기던 대중과의 거리는 갈수록 벌어지는 결과를 빚었다. <팩맨>은 아버지와 아들이 쉽게 함께 할 수 있지만 레벨, 클래스, 스킬 트리 개념 등이 있는 <디아블로>나 기능이 다른 여러 유닛을 쉴새 없이 동시에 조종해야 하는 <스타크래프트>는 부자가 함께 하기에 힘든 게임이었다.

나. MMORPG에서 캐주얼로 영역확대

한편 90년대 중반 등장한 <바람의 나라>와 <울티마 온라인>(오리진)은 네트워크 기능을 활용해 RPG를 진화시킨 동서양 최초의 MMORPG다. 이용자층으로 본다면 기존 RPG에 익숙하며 네트워크에 접속이 가능한 하드코어한 이용자들이 이런 종류의 게임을 즐겼다. 동서양 최초의 MMORPG들이 상업적인 성공을 거두자 같은 장르의 <어둠의 전설>(넥슨), <리니지>(엔씨소프트), <에버퀘스트>(SOE) 등이 뒤를 이었다. 따라서 최근까지 ‘온라인게임’이라는 용어는 일반적으로 MMORPG를 지칭하는 것으로 받아들여졌다.

207) 라프 코스터, “재미이론” 참고

또한 <리니지>, <미르의 전설>(위메이드), <뮤>(웹젠) 등 단일 MMORPG를 통한 벤처기업의 성공신화가 잇따르면서 2000년 초반 규모가 되는 패키지 게임사들은 대부분은 온라인게임 제작에 들어갔다. 그리고 그 장르는 성공이 확인된 MMORPG일 수밖에 없었다. 투자자나 개발자나 모두 캐주얼게임을 만들어봐야 매달 정액제 모델에서 돈을 낼 소비자는 없는 것으로 판단했기 때문이었다.

99년 이후 <퀴즈퀴즈>와 <포트리스2>가 캐주얼게임의 물꼬를 트긴 했지만 주로 유저층이 한정됐고 결정적으로 수익모델이 불안했다. 또한 일반적인 유저들의 인식도 캐주얼게임에 돈을 내는 것을 쉽게 받아들이지 못하던 실정이었다. 덕분에 두 게임 모두 MMORPG처럼 PC방 과금방식을 시행하면서 PC방 불매운동 등 홍역을 치러야 했다.²⁰⁸⁾ 그런데 2004~2005년 들어 들어 인기를 얻고 있는 <카트라이더>, <팡야>, <프리스타일>, <던전앤파이터> 등 캐주얼게임은 대중적인 인기는 물론 별다른 어려움 없이 상업적인 성공을 거두고 있다.

온라인게임 시장에서 캐주얼 장르의 확장을 상징적으로 보여주는 사례는 2005년 6월 <리니지>, <리니지2> 등 정통 MMORPG로 유명한 엔씨소프트가 ‘플레이NC’라는 이름으로 마침내 캐주얼게임 시장에 뛰어들기로 발표한 일이다. 이 밖에도 MMORPG만 만들거나 유통해왔던 한빛소프트나 그라비티 등도 게임포털 사이트를 강화하며 캐주얼 게임쪽으로 화력을 모이고 있는 추세다.

다. 캐주얼게임의 성장 배경 1-MMORPG 시장의 한계 인식

캐주얼 시장의 확대 현상은 크게 두 가지 측면에서 설명될 수 있다. MMORPG 시장의 성장 한계에 대한 인식의 확산이 큰 몫을 한 것으로 보인다.

<라그나로크 온라인>의 개발자 김학규 대표(IMC게임즈)의 지적처럼 “초창기 온라인게임의 전성기를 이끌었던 MMORPG는 ‘블루오션’에서 ‘레드오션’으로 바뀌었다.”²⁰⁹⁾ <바람의 나라>와 <리니지> 등 90년대 MMORPG가 여전히 인기를 얻고 있는

208) 임상훈, “‘퀴즈퀴즈’ 유료화가 웬말이냐!” 일간스포츠, 2000년 1월 4일, 강훈상, “‘포트리스2’ 유료화 철회하라”, 연합뉴스, 2001년 1월 5일 참고

가운데 우후죽순 늘어나는 MMORPG의 물량에 비해 유저층의 확대 속도는 더디다. 공급(MMORPG의 수)이 수요(MMORPG 유저층)보다 많은 상황이니 가격하락(부분 유료화 모델의 확산)이 발생할 수밖에 없다.

유저층의 확대 속도가 느린 것은 MMORPG가 어느 정도 진입장벽이 있는 장르이기 때문이다. 비게이머나 가볍게 게임을 즐기는 사람들에게 MMORPG는 다소 복잡한 패턴을 가지고 있다. MMORPG를 즐기는 유저는 일반적으로 하드코어 게이머들로 분류되는데 이는 ‘대한민국 게임백서 2005’(이하 ‘게임백서’)의 이용자 동향을 살펴보면 어느 정도 추론이 가능하다. 하루 2시간 이상 게임을 즐기는 핵심 이용자²¹⁰⁾가 가장 선호하는 장르는 ‘롤플레이нг’(33.3%)이었던 반면 일반 이용자의 가장 좋아하는 장르는 ‘웹보드게임’(38.1%)이었고, ‘롤플레이нг’은 17.4%에 머물렀다.

핵심이용자층은 일반이용자에 비해 단단하지만 그 확장속도는 느리다. 따라서 제한된 유저층을 대상으로 한 경쟁은 더욱 치열해질 수밖에 없고, 이런 경쟁상황에서 이기기 위해 게임을 만드는 비용은 기하급수적으로 늘어났다. 제작사의 발표에 따르면 <리니지2>(2003년, 100억원), <RF온라인>(2004년, 80억원), <아크로드>(2004년, 100억원) 등 최근 등장한 대형 MMORPG들의 제작비는 100억원에 육박하는 규모다. 또한 2008년께 등장할 MMORPG는 혁신이 없는 한 1,000억원 규모의 제작비가 들어갈 것이라는 전망까지 나오고 있는 상황이다.²¹¹⁾

이처럼 ‘고위험, 고수익’(high risk, high return)이 더욱 심화되는 MMORPG 시장에서는 엔씨, 넥슨, 웹젠, 그라비티 등 성공 경험과 풍부한 자금력을 가진 회사들의 블록버스터급 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다. 하지만 ‘high risk’를 감당할 맷집이나 아예 시도할 실탄조차 부족한 작은 규모의 개발사나 개발팀은 대안을 찾을 수밖에

209) 김학규, “게임과 블루오션 전략”, KGC2005 기조연설 참고

210) “대한민국 게임백서 2005”에서 게임 이용자의 성향을 분류하기 위해 사용한 개념. 하루 이용시간(2시간)을 기준으로 핵심 이용자와 일반 이용자를 나눴다.

211) 전설리, “[G★]”1천억대 대작게임시대 온다—엔씨 김택진 사장”, 이데일리, 2005년 11월 10일 기사 참고

라이더)(1,500만명)의 회원 수는 캐주얼 시장에서 넥슨이 차지하는 위상을 가늠할 수 있는 수치다. 넥슨이 전통적으로 캐주얼게임 시장에서 안방마님 노릇을 했다면 2003년 정식 서비스를 시작한 원디소프트의 <갯애프드>(1,000만명)는 캐주얼게임 시장에 새로운 가능성을 확인해줬다.

과거 게임업체는 대박 MMORPG가 있을 때 기업공개(IPO)를 추진했다. 하지만 원디소프트는 <갯애프드>의 성공을 기반으로 IPO를 추진하고 있다. 수익성과 연결되는 소액결제 등 과금모델이 확실하기 때문에 가능한 일이다. 현재 국내의 과금 방법은 매우 다양하다. 미국의 경우 온라인게임의 과금은 6개월짜리 패키지를 살 경우의 직접 지불하는 방식과 신용카드를 통한 지불 말고 다른 방식은 거의 일반화되어 있지 않다. 반면 국내의 경우, 신용카드는 물론 유선전화(ARS), 휴대전화, 선불카드, 문화상품권 등 손쉽게 접근 가능하며 소액 단위의 결제가 가능한 다양한 과금모델을 가지고 있다. 넥슨 캐시의 경우 무려 14가지 방식의 과금 수단을 가지고 있다.

비게이머층의 공략, 캐주얼게임에 대한 관심 등은 국내에서만 있는 현상은 아니다. 미국 등 해외 게임업계에서도 뜨거운 이슈로 2000년대 이후 E3나 GDC 같은 개발자들이 모이는 행사에서는 여성 게이머나 비게이머를 위한 게임 디자인이나 마케팅에 관한 주제의 발표가 끊이지 않아 왔다. 로버츠 개리엇(엔씨 북미 지사장)이나 하워드 막스(어클레임 대표) 같은 이들도 필자와의 미팅에서 한국 캐주얼게임에 대한 적극적인 관심을 표명하기도 했다. 이런 관심은 2005년 11월 열린 KGDC2005에서도 두드러졌다. 기조연설을 한 라프 코스터(소니온라인엔터테인먼트 CCO)와 빌 로퍼(프레그쉽 스튜디오 대표) 모두 모두 비게이머층을 위한 캐주얼게임이 더 많이 나올 것으로 예상하며 그 예로 <카트라이더>를 언급했다.

하지만 당분간 미국이나 유럽 등 소액결제를 위한 과금모델에 제약이 있는 국가에서는 캐주얼게임의 성공은 보장하기 힘들다. 그런 까닭에 KGDC2005 패널 토의 같은 자리에서는 국내 게임개발자들에 대한 부러움을 토로하기도 했다.

마. 맞고, 포커 VS 캐주얼게임

캐주얼게임의 성장은 <맞고>([그림 4-11] 참조)나 <포커>류의 ‘웹보드게임’의

성장세가 정체된 상황에서 발생한 현상이라는 점도 주목할 필요가 있다. 〈맞고〉와 〈포커〉 등의 웹보드게임은 성인 유저층에게 가장 인기있는 장르의 게임으로 알려져 있다. 그런데 웹보드게임의 성장세가 계속 주춤한다면 접근이 쉬운 캐주얼게임이 성인 유저층에게 더욱 매력적인 장르로 자리잡을 가능성이 있다.

‘랭키닷컴’에 등록된 게임포털 상위 30개 사이트 중 〈맞고〉와 〈포커〉가 없는 사이트는 ‘넥슨닷컴’(1위)과 ‘소니엔터테인먼트코리아’(17위), ‘스타이리아’(27위)밖에 없을 정도로 〈맞고〉와 〈포커〉는 게임포털에게는 약방의 감초다.²¹²⁾ 하지만 실질적인 유저층은 대부분 ‘한게임’, ‘넷마블’, ‘피망’ 등 웹보드 메이저 3사에 집중돼 있다. ▲ 언제나 쉽게 플레이를 하기 위해서는 동시접속자가 많은 사이트일수록 유리하다는 점, ▲ 사이버머니가 오가므로 신용도가 높고 전통이 있는 큰 사이트를 선호한다는 점, ▲ 한 사이트에서 쌓아둔 사이버머니와 인적 네트워크를 버리기 힘들다는 점 등이 기존 사이트에서 이사 나가기를 꺼리게 만들기 때문이다.²¹³⁾

메이저 3사는 웹보드게임에 대한 동시접속자 수를 공식적으로 발표하지 않는다. 다만 필자의 문의에 최근 2년 간 동시접속자 수는 거의 변화가 없다는 사실을 밝혀 주었다. 이를 통해 웹보드게임 성장세가 정체돼 있음을 추론할 수 있다. 즉 현재 〈맞고〉, 〈포커〉류의 웹보드게임은 포화상태라는 이야기다.

이런 포화상태를 대표적으로 보여주는 예는 게임포털 1위의 ‘넥슨닷컴’이 2005년 11월 24일 〈맞고〉, 〈포커〉 등 웹보드게임을 한꺼번에 사이트에서 거둬버린 사건이다. 넥슨의 〈맞고〉나 〈포커〉의 퀄리티가 기존 메이저에 밀리지 않았을 뿐만 아니라 회사 가진 인지도와 전용준, 엄재경 등을 활용한 마케팅을 펼쳤음에도 웹보드게임 시장에 안착할 수 없었고 결국 웹보드게임 시장 철수를 선택하게 된 것이다.

212) 이 중에서는 ‘소니엔터테인먼트코리아’는 분류가 잘못된 경우고, ‘스타이리아’는 애초에 ‘플랫폼’이라는 다른 개념을 내세운 게임포털이었으므로 일반적인 게임 포털 중 ‘넥슨닷컴’을 제외하고는 모두 〈맞고〉와 〈고스톱〉을 가지고 있는 셈이다.

213) 웹보드게임과 관련된 내용은 임상훈, “[허접칼럼] 넥슨, 맞고/포커 버리다”, 2005년 11월 23일 참고

〔그림 4-11〕 한게임 맞고



넥슨이 이 같은 결정을 내릴 수 있게 된 또다른 이유는 캐주얼게임의 확대된 유저층이 <맞고>의 유저층보다 더 큰 잠재성이 있다는 판단 때문이었다. 국내 웹보드 게임의 동시접속자 수가 2년 동안 30만~40만명 수준에 머무는 것으로 추정되는 반면 <메이플스토리>와 <카트라이더>로 대표되는 넥슨의 캐주얼게임은 이미 그 수준을 넘어서고 있고 두 게임 자체만으로도 매달 60억원 이상의 매출을 올리고 있다.²¹⁴⁾

바. 캐주얼게임의 미래

국내 온라인게임 중 MMORPG가 일반적으로 커뮤니티성을 강조하고 <맞고>나 <포커>가 합법적인 공간에서의 유사 사행 심리를 만족시켜준다면, 캐주얼게임은 ‘게임 그 자체의 즐거움’에 더 집중할 수 있는 장점이 있다. 또한 쉽게 배울 수 있고, 한 게임의 승패가 결정되는 시간이 비교적 짧기 때문에 가족이나 친구들과 함께 ‘심

214) 넥슨이 공식적으로 발표한 <메이플스토리>와 <카트라이더>의 국내 동시접속자 수는 각각 20만명, 22만명이다.

심풀이 땅콩'으로 즐길 수 있다는 미덕도 있다.

최근 나오는 비디오게임들은 '최고의 그래픽'이나 '사실감' 등을 강조하지만 70년대 비디오게임의 광고 카탈로그에는 가족이 함께 플레이하는 모습이 담겨져 있다. 온라인게임에서 캐주얼 장르의 발전은 게임이 가족이 함께 즐기는 일상적인 놀이문화의 하나로 인정받을 수 기회를 제공할 것으로 기대된다.

한편 캐주얼게임은 유저들의 게임 플레이 방식에도 변화를 가져왔다. 투여한 시간에 비례해 레벨이 오르고, 그에 따라 능력치가 결정나는 MMORPG의 경우 두 개의 게임을 한꺼번에 진행하는 것은 일반인에게 쉬운 일이 아니다. 반면 캐주얼게임의 경우, 상대적으로 시간이라는 변수로부터 자유롭고 한판의 시간이 길어야 5분 내외로 짧기 때문에 다른 게임을 즐길 여유가 생긴다. 오락실에서 이 게임, 저 게임 옮겨가며 플레이하는 방식이 온라인에서도 쉽게 가능해졌다.

[그림 4-12] 퀴즈퀴즈



캐주얼 장르의 발전에 따라 좀더 다양한 분화가 발생할 것으로 보인다. 초창기 〈퀴즈퀴즈〉는 게임이라기보다 애플리케이션에 가까운 형식을 보여줬다(그림 4-

12) 참조). 이 게임을 기획한 이승찬 씨(전 위젯 대표)는 필자와의 인터뷰에서 “게임을 개발했다기보다 애플리케이션을 하나 만들었다고 생각했다. 거기에 게임성을 덧붙여서 재미있게 했다. 유저들이 싸이월드 미니홈피나 블로그를 돌아다니며 재미를 느낀다. 앞으로는 게임 같지 않은 게임이 나올 것이다”고 말했다. ‘게임 같지 않은 게임’은 게임의 외연을 확대시키며, 그 중 하나의 가능성으로 <퀴즈퀴즈>가 그랬듯 게임과 교육을 ‘재미있게’ 연결시켜 줄 것으로 기대된다.²¹⁵⁾

현재 주로 10대 유저층에 맞춰진 캐주얼게임의 개발 경향도 경쟁이 치열해짐에 따라 특화된 비게이머층을 겨냥한 게임이 전망된다.

“게임을 안 하는 계층 중 대표적인 계층인 여성층과 장년층, 이 두 층을 합치면 아줌마다. 이런 분들은 게임을 안 하는 것일까, 못하는 것일까? 아줌마층은 가사와 육아의 부담도 어느 정도 덜었고, 경제적 능력 되고, 시간도 있고, 격한 레저는 할 수 없고, 집에서 보내는 시간 많고, 모여서 수다 떠는 것을 좋아하는 분들이다. 이런 분들이 앞으로 온라인게임의 이상적인 소비층이 될 수는 없을까? 참고로 우리 어머니 친구분 중에는 <디아블로 2>를 2년 동안 플레이해서 거의 최고렐까지 올린 분도 있다. 대한민국 아줌마의 근성파워는 그 누구에게도 뒤지지 않는다. 지금 만드는 게임은 그런 게 아니지만, 다음이나 다다음 게임은 우리 어머니가 하루 보내는 패턴을 파악한 뒤 눈높이와 반응 속도를 관찰해 게임을 만들고, 아줌마 커뮤니티에 뿌려보면 어떨까 하는 생각을 하고 있다.”²¹⁶⁾

5. MMORPG, 콘텐츠와 커뮤니티의 결합을 위해

최근 <리니지>가 최고동시접속자수 17만명을 기록했다는 보도가 있었다.²¹⁷⁾ 앞서 설명했던 캐주얼게임의 성장을 무색케 하는 수치다. '98년 12월 31일 처음으로 동시

215) 임상훈, “퀴즈 속에 수능 정답이...”, 일간스포츠, 1999년 11월 30일 참고

216) 김학규, “게임과 블로오션 전략”, 2005년 11월 10일, KGC2005 기조연설 참고

217) 엔씨홍보팀, “리니지, 최고동시접속자수 17만 명 고지 탈환”, 2005년 11월 29일, 보도자료 참고

접속자 수 1,000명을 간신히 넘겼던 게임이 그로부터 7년 뒤 17만명이 함께 즐기고 있다는 사실은 유례를 찾기 힘든 현상이다. 아참, 아니다. 비슷한 사례가 또 하나 있다. 지난 8월에 넥슨은 '96년 상용화한 세계 최초의 MMORPG 〈바람의 나라〉의 동시접속자 수가 11만명을 넘었다고 발표했다.²¹⁸⁾

가. 커뮤니티의 힘—〈리니지〉와 〈포가튼 사가2 온라인〉

국내 MMORPG 중 가장 비싼 월정액(2만 9,700원)의 〈리니지〉가 업데이트에 맞춰 동시접속자 수가 증가하는 현상만큼이나(비록 부정적인 내용일지라도) 게임에 대한 사회적 이슈가 발생했을 때 오히려 동시접속자가 늘어나는 비상식적인 현상은 주목할 필요가 있다. 지난 6월 중국 해커에 의한 〈리니지〉 이용자 정보 유출에 대한 뉴스들이 나왔다.²¹⁹⁾ 일반적으로 이런 사건이 생기면 진위와 관계 없이 유저들이 줄어들어야 한다. 그런데 이 논란 이후 〈리니지〉의 동시접속자 수는 오히려 늘어나는 현상이 일어났다. 이는 이런 이슈가 업데이트와 마찬가지로의 효과를 냈기 때문이다. 〈리니지〉를 떠났던 유저들에게 ‘고향생각’을 하게 했고 귀향을 재촉했다는 것이다. 화려한 3D MMORPG의 새로운 게임들이 쏟아지더라도 과거의 ‘손맛’을 대신하기는 힘들다. 업데이트, 이벤트, 이슈 등은 이런 ‘손맛’을 다시 생각나게 하고 유저들을 고향으로 부르는 역할을 하는 셈이다. 고향에 가면 옛 전우들을 다시 만날 수 있게 된다.

〈리니지〉의 꾸준한 선전은 특히 캐주얼게임의 부침과 비교해 보면 더욱 두드러진다. '98년 이후 등장해 화제를 모으며 최소 10만명 이상의 동시접속자를 기록했던 〈포트리스2〉(CCR), 〈퀴즈퀴즈〉(애플레이), 〈비엔비〉(넥슨) 등은 1~2년의 전성기 이후 급격히 동시접속자 수가 줄어들었다. 마치 번덕스러운 유행처럼 금세 타올랐다, 금세 가라앉는 경향은 “재미의 패턴이 단순한 이상, 지루해지기 쉽다”는 라프 코스

218) 〈바람의 나라〉 동접자 수의 증가에는 부분 유료화가 큰 역할을 했다. 넥슨홍보팀, “바람의 나라 동접 11만 돌파”, 2005년 8월 19일, 보도자료 참고

219) 유주연, “리니지 이용자정보 유출 논란”, 매일경제신문 2005년 6월 16일 참고

터의 지적을 떠올리게 한다.²²⁰⁾ 또한 온라인게임의 지속적인 인기가 커뮤니티의 결속력과도 관계가 있음을 시사한다. 캐주얼게임은 MMORPG에 비해 길드와 팬페이지의 규모나 결속력이 약하다. 일단 게임 상에 멤버들이 함께 둘러앉아 이야기를 나누거나 이벤트를 펼칠 수 있는 공간이 없다. MMORPG 길드가 단체로 수행하는 퀘스트나 길드간 PVP, 공유해야 할 지식의 양, 아이템의 교환 등이 강한 결속력을 요구하는 반면 캐주얼게임의 길드는 주로 게임팁 공유에 머무는 것도 결속력에 한계가 있을 수밖에 없는 이유다.

[그림 4-13] 조선협객전



〈리니지〉와 〈바람의 나라〉처럼 장기집권 중인 대형 MMORPG가 있는 반면 서비스 회사의 별다른 업데이트가 없음에도 불구하고 변방의 소수민족처럼 기껏 수백명

220) 라프 코스터, “재미이론” 참고

단위의 동시접속자를 유지하며 서버를 연명하고 있는 MMORPG도 있다. 〈조선협객전〉(2000년)이나 〈포가튼사가2 온라인〉(2001년)가 그 대표적인 게임들인데, 〈포가튼사가2 온라인〉의 경우 현재의 2대의 서버에서 500명 수준의 동시접속자를 기록하고 있다. 한 서버당 250명의 동시접속자라면 1시간 정도 게임을 돌아다니다 보면 다 만날 수 있는 수준이다.

개발사 입장에서는 회원수가 1,000명만이라도 유지된다면 별도의 비용 추가 없이 매달 1,000만원 내외의 수익이 가능하기 때문에 게임을 접을 이유가 없다. 하지만 유저들은 새로운 내용도 없는 게임을 계속 할까. 〈포가튼사가2 온라인〉을 서비스하는 아라곤 네트워크의 양순영 부사장은 “신규 유저 유입은 없지만 초창기 유저들이 아직도 남아있다. 오랜 시간을 부대껴 온 사이들이어서 마치 마치 오랫동안 알아온 친구처럼 게임 내에서 일상 이야기들을 허물없이 주고받는다. 이런 끈끈한 관계는 게임 내에서 말고는 경험할 수 없는 위안을 주는 것 같다. 그 위안의 대가로 한달에 1만원 정도는 큰 돈이 아니다”고 설명했다. 이는 마치 게임 자체가 하나의 큰 길드를 형성하고 있는 셈이다. 그 길드의 회비가 한달에 1만원인 셈이다.

90년대 PC통신의 채팅을 통해 알게돼 결혼한 커플이 있었다면 요즘 온라인게임에서 만나 결혼하는 커플은 새로운 뉴스가 아니다.²²¹⁾ MMORPG를 통해 결혼까지 이르는 관계가 흔해진 것은 게임 속에서 커뮤니티가 형성되고, 그 커뮤니티에서 많은 대화들이 오가고, 친밀함이 쌓였음을 의미한다. 이런 관계에서는 콘텐츠보다 커뮤니티가 더 중요하다. 보통 게임상의 커뮤니티는 초창기에는 특정 목적(정보 교환, 퀘스트 수행 등)을 위해 결성되지만 함께 나누는 시간이 많아질수록 점점 채팅방처럼 변해간다. 길드 홈페이지에서 가장 업데이트가 잘 되는 메뉴는 공략게시판이 아니다. 잡담을 주고 받는 자유게시판이다.

221) 〈쉴온라인〉, 〈WOW〉, 〈메타2〉, 〈RF온라인〉에서 만나 결혼하게 된 커플 이야기는 게임회사들이 보도자료로 통해 확인할 수 있다. 디스이즈게임을 실시간정보 참고

나. 커뮤니티의 힘 – 팬페이지

MMORPG의 커뮤니티성은 ‘팬페이지’(fan page)라 불리는 커뮤니티 사이트를 통해서도 엿볼 수 있다. 상당수 팬페이지는 게임의 공식 홈페이지보다 큰 영향력을 행사하기도 한다. 제작사에서 보내주는 일방적인 업데이트 정보 대신 유저들이 직접 만든 팬페이지에서는 유저들 간의 자유로운 소통이 가능하기 때문이다. 쉬운 예를 든다면 A라는 물건을 만든 회사의 홈페이지는 제품에 대한 딱딱한 정보 이상을 제공하기 힘들다. 반면 A라는 물건을 샀거나 산 사람들이 모인 사이트에서는 불평, 불만, 꿈수 등을 비롯해 공식사이트에서 제공하지 못하는 생생한 정보들이 꾸준히 축적될 수 있다.

(그림 4-14) 플레이 포럼



이런 유저 ‘풀’(pool)을 바탕으로 특화된 정보교환 차원에서 시작한 팬페이지 중 일부는 차츰 미디어 성격을 띠기도 한다. 마치 메뉴가 100개 있는 음식점(웹진)보다 딱 하나 있지만 제대로인 원조집(커뮤니티 사이트)이 인기가 있는 것처럼 한 게임에 대한 몰입도가 높은 MMORPG 유저층은 커뮤니티 사이트를 더욱 자주 찾을 수밖에 없고 그곳에서 회자되는 이야기는 무게를 가지게 된다. 국내 전체 사이트 중 60위권(랭키닷컴 기준)을 유지하고 있는 ‘플레이포럼’은 그 대표적인 예이다(그림 4-14) 참조).

2000년 1월 〈울티마 온라인〉 팬페이지로 시작한 ‘플레이포럼’은 이듬해 ‘리니지 포럼’을 열면서부터 큰 인기를 모으게 됐다. 2001년 12만명에 이르던 1일 방문자 수는 2005년 3월 방문자수 60만명, 페이지뷰 1,200만에 이를 정도로 크게 성장했다.²²²⁾ 최초의 〈리니지〉 팬페이지로 자리매김했고, 그뒤 상당 기간 경쟁 팬페이지가 없는 독점적인 지위를 누려온 점이 성장의 밑거름이었다. 덕분에 비슷한 종류의 팬페이지는 물론 〈리니지〉(랭키닷컴 253위, 2005년 12월 4일 현재)를 비롯한 모든 온라인 게임의 홈페이지보다 높은 트래픽을 자랑한다.

플레이포럼이 가진 최대 장점은 〈리니지〉에 대한 전문성이다. 신문이나 웹진이 주로 동시접속자나 매출액 같은 산업적 수치나 이벤트나 업데이트에 관한 일방적인 뉴스, 사건사고에 대한 피상적인 보도 등 일반인을 위한 정보를 전달했다면 ‘플레이포럼’은 각 서버별 전쟁상황이나 보스급 몬스터 사냥 원정기 같은 일반인들에게는 영양가 없는 이야기지만, 실제 〈리니지〉를 즐기는 유저들이 필요하거나 궁금한 정보들을 제공할 수 있었다. 한 두명이 만드는 기성 매체와 달리 게임을 직접 하는 다양한 계층의 유저들이 경험했던 일들을 그들의 언어²²³⁾로 공유했기 때문에 가능한 일이다.

커뮤니티 사이트가 번성하기 위한 1차적인 열쇠는 게임 그 자체에 있다. ‘플레이

222) 플레이포럼 홈페이지(www.playforum.net) 회사 소개 참고

223) 일종의 ‘전문용어’(jargon). 게임 내의 고유명사나 RPG 용어들은 마치 전문적인 법률용어가 그렇듯 비게이머가 쉽게 이해하기 힘들다.

포럼'의 번영은 7년 이상 장수해온 <리니지>의 인기를 빼고는 설명할 수 없다. 반면 인기가 떨어진 게임은 유저 수가 줄어들고, 당연히 유저들이 만드는 팬페이지의 업데이트나 북적거림에 영향을 미칠 수 밖에 없다. '리니지 포럼'의 인기를 바탕으로 '플레이포럼'이 열었던 <탄트라>와 <트라비아>의 팬페이지는 게임 자체의 인기 하락과 더불어 결국 폐쇄되고 말았다. <라그나로크>의 팬페이지는 '라그나게이트'라는 이미 자리를 잡고 있던 커뮤니티에 밀려 문을 닫게 되었다. 이 같은 현상은 MMORPG 유저들의 특성과 이에 따른 커뮤니티 확장의 한계를 보여줬다.

[그림 4-15] 리니지 2 홈페이지



커뮤니티 사이트가 강세를 보이자, 기존 웹진들도 커뮤니티를 만드는 현상이 빚어졌다. 대표적인 게임웹진 ‘게임메카’가 현재 <WOW>, <SUN>, <그라나도 에스파다>의 팬페이지를 개설했고 ‘디스이즈게임’, ‘젬티즌’, ‘머드포유’ 등의 웹진들도 팬페이지를 추가하고 있다. ‘게임메카’의 경우 전체 페이지뷰의 절반 이상이 2003년 말 추가한 ‘WOW메카’에서 발생되고 있다. <WOW>의 인기와 함께 팬페이지의 위력을 보여주는 대목이다.

한편 팬페이지의 영향력이 커지자 이를 자체 커뮤니티로 흡수하려는 개발사의 움직임도 활발해지고 있다. 개발사들이 뒤늦게 커뮤니티의 중요성을 인식하고 게임과 자체 홈페이지 콘텐츠의 연동을 도모하고 있기 때문이다. 또한 ‘팬페이지’라는 이름과 어울리지 않게 일부 커뮤니티 사이트가 유저 트래픽을 바탕으로 이익집단화²²⁴⁾하는 경향을 보인 점도 이런 추세를 부채질했다. <마비노기>나 <리니지2>의 경우, 초창기 게임 홈페이지와 달리 카툰이나 동영상 등 볼거리를 강화하는 한편 유저들의 참여공간을 대폭 늘려 팬페이지의 기능을 흡수하는 모습을 띠고 있다. 이런 경향은 더욱 확대될 것으로 보인다.

다. 사이버스토리텔링의 비현실성

MMORPG에 대한 ‘외부적’ 담론들은 도식적으로 나뉘 ▲ 심리학적 시각, ▲ 법률적 시각, ▲ 경제적 시각, ▲ 국문학적 시각 등을 바탕으로 발전해왔다. 그중 최근 들어 부각되고 있는 논의는 국문학적 배경에서 나온 것으로 게임을 진전된 서사적 구조로 파악하는 ‘사이버스토리텔링’과 관련된 것들이다.

게임이 심리에 미치는 영향, 특히 일탈이나 부작용, 그에 따른 ‘심의’와 관련된 담론이나 아이템의 저작권(또는 소유권)에 관한 논의, 그리고 온라인게임의 매출액과 수출, 비즈니스모델 등과 관한 이야기는 <리니지> 이후 꾸준히 있어 왔다. 이에 비해 ‘사이버스토리텔링’과 관련한 담론은 비교적 최근 MMORPG를 바라보는 새로운

224) 팬페이지가 개발사와 반대 입장에 서서 “각성하라” 류의 선동형 게시물을 톱기사로 올리는 경우가 심심찮게 발생하고 있다. 일부 메이저 커뮤니티는 유저 결속력을 위해 엔씨소프트나 넥슨 등 게임사와 대립적 관계를 유지하기도 하다.

시각을 제공하고 있다. ‘인터랙티브 스토리텔링’²²⁵⁾ 혹은 ‘디지털 스토리텔링’이라는 다른 이름으로도 불리는 이 관점은 게임을 ‘놀이’라고 보아온 고전적 관점 대신 소설이나 영화 같은 서사적 콘텐츠로 자리매김할 수 있는 논리를 도와준다.

비록 읽고 보는 것과 직접 플레이하는 차이는 있지만, 점점 어려워지는 퀘스트를 따라가며 캐릭터(아바타)가 성장해가는 RPG나 주어진 상황에서 선택을 통해 문제를 해결해가는 어드벤처 게임의 기본 형식은 영화나 소설의 서사구조를 닮아있다. 특히 〈파이널 판타지〉나 〈드래곤퀘스트〉 시리즈 등 시나리오와 그에 따른 감동을 중시하는 일본식 RPG들은 결말 장면에서 게이머의 눈물샘을 자극할 정도로 잘 짜여진 스토리를 갖추고 있어 ‘시나리오 RPG’라고 불릴 정도다.²²⁶⁾ 최근 일부 MMORPG는 게임 중간중간에 짧은 동영상 신을 삽입해 선형적 구조의 스토리를 설명함으로써²²⁷⁾ 게임을 통해 영화와 같은 감동을 줄 수 있는 가능성을 타진하고 있다.

하지만 온라인게임이 ‘서사 장르’로 인정받는 것은 평론가나 제작자의 설명이나 해석을 통해서가 아니다. 게이머가 실제로 그렇게 느끼느냐에 달려있다. 그런데 대부분의 국내 MMORPG 게이머들은 영화나 소설에서 느꼈던 즐거움을 얻기 위해 플레이하지 않는다. 그들은 이야기를 듣고 싶어서 게임을 하는 게 아니라 놀이나 소통의 욕구를 충족하기 위해 로그인 한다.

2005년 출시된 온라인게임 중 〈길드워〉와 〈요구르팅〉은 서사적 구조를 강조하는 형식을 취하고 있는 대표적인 작품이다. 특히 〈길드워〉의 경우(〔그림 4-16〕 참조) 이인화 교수(이화여대 국문학과)가 시나리오 작업에 직접 참여하는 등 유저가 게임 속에서 느낄 수 있는 서사적 재미와 감동에 공을 들였다. 반면 〈데카론〉과 〈로한〉의 경우, 퀘스트를 통한 서사적 전개보다는 인챈트 시스템 등 액션RPG적 요소와 커뮤니티에 포커스를 맞춘 게임이다. 특히 2005년 9월 공개시범 서비스를 시작한 〈로

225) 자넷 머레이, “인터랙티브 스토리텔링”

226) 임상훈, “RPG의 역사 “마법을 풀어 세계를 구할지니...””, 일간스포츠 2003년 8월 23일 참고

227) 〈길드워〉는 퀘스트의 완료 후나 퀘스트 중간에 짧은 동영상을 만날 수 있다.

한>은([그림 4-17] 참조) ‘시스템홀릭’이라는 슬로건을 내걸 정도로 커뮤니티를 강조한 게임이었다. 공식적으로 시스템들에 중점을 두고 퀘스트는 차후 보강하겠다는 입장을 밝혀 서사적 완성도를 중시하는 전문 리뷰어들에게는 혹평을 받기까지 했다.²²⁸⁾

[그림 4-16] 길드워



[그림 4-17] 로한



그런데 막상 뚜껑을 연 결과는 <길드워>, <요구르팅> 참패와 <데카론>, <로한>의

228) 박진형, “〈이 게임 한번 해볼까〉로한 ★★☆☆”, 연합뉴스, 2005년 10월 14일 참고

성공이었다. <길드워>는 미국의 게이머커뮤니티 ‘MMORPG.com’에서 최고 평점을 받을 정도로 완성도를 인정받았고 대대적인 마케팅을 펼쳤지만 국내에서는 동시접속자가 1,000명이 안될 정도로 처절한 실패를 겪었다. 반면 <로한>은 아무도 예상치 못했던 대성공(동시접속자 7만명)을 거두었다. 서사적 완성도의 기본이 되는 퀘스트 시스템의 초라함에도 불구하고, 유저들은 ‘살생 시스템’이나 ‘결속 시스템’ 같은 커뮤니티를 강조한 선택에 호응한 것이다.²²⁹⁾

이 같은 결과는 온라인게임에서 ‘사이버스토리텔링’의 비중이 실제 게이머들에게 어떻게 받아들여지는지를 냉정히 보여주는 사례다. 패키지게임과 달리 온라인게임 유저들은 ‘엔딩’을 기대하지 않는다. 전문가들의 전망 혹은 희망과는 달리 실제 필자가 7년간 게임 분야를 취재하면서 만나본 대부분의 MMORPG 유저들은 ‘스토리가 주는 감동’보다는 ‘레벨업의 성취감’, ‘파티플레이의 즐거움’, ‘PK의 짜릿함’ 등을 위해 MMORPG를 한다고 밝혔다.

대부분의 MMORPG에서 유저들은 기획자가 설정해 놓은 퀘스트의 사연이나 의의는 무시하고 충족조건과 보상에만 관심을 보인다. 그들에게는 레벨업과 퀘스트를 통해서 얻는 아이템이 가장 큰 관심사항이기 때문이다. 유저들은 똑똑하다. ‘스토리가 주는 감동’은 영화나 드라마를 통해 쉽고 다양하게 경험할 수 있지만 게임이 주는 보상은 다른 것이라는 것을 안다.

한편 서사적 진행을 더욱 힘들게 하는 것은 유저들은 기획자가 설정해 놓은 길 대신 전혀 예상치 못한 새로운 길을 만드는 경향을 보이기 때문이다. 그 대표적인 경우가 <WOW>에서 나타난 게이머들의 ‘일탈’ 현상이었다.²³⁰⁾

“호드지역 불모의 땅에 가시닝쿨골짜기라는 던전이 있죠. 이곳이 완성되지 않았던 때

229) 이에 대한 자세한 게이머들의 반응은 윤주홍, “[칼럼] 로한의 흥행은 가문의 위기”, 디스이즈게임, 2005년 10월 10일, 임상훈, “[허접칼럼] 웰메이드?”, 디스이즈게임, 2005년 10월 21일 참고

230) 이하 두 개의 인용은 윤주홍, “국내최초 GM과의 만남, WOW 최전방 초병 ‘고진규’”, 게임메카, 2004년 8월 7일 참고

장벽을 뚫고 들어간 유저는 한국인뿐이었습니다. 아예 시야가 막혀버리는 지역에선 ‘왼쪽으로 두 발짝, 오른쪽으로 세발짝...’ 이런 식으로 일종의 공식(?)을 작성해 난입하는 장면을 보고 혀를 내둘렀죠”

“WOW에는 미완성된 지역을 ‘블리자드의 수호자’라는 NPC가 지키고 있습니다. 일정한 반경 내 이상에 진입하면 이 수호자의 공격으로 단 한방에 캐릭터가 사망하죠. 이 시간차를 노리고 15명 이상의 캐릭터들이 4~5시간에 걸쳐 블리자드의 수호자를 넘어서는 광경은 경악 그 자체였죠”

라. 동양과 서양의 간격

이런 경향은 국내에서 특히 두드러진다. <WOW>의 운영자는 북미 서버에서는 상상할 수 없는 일들이 한국서버에서 자주 발생하면서 버그리포팅에 큰 도움을 얻고 있다고 밝혔다. ‘서양은 논리를 중시하고 동양은 경험을 중시한다’는 리처드 니스벳의 지적²³¹⁾을 상기시키는 대목이다. 논리적으로 연계된 퀘스트를 따라가는 서양 유저에 비해 동양 유저들은 다른 방식으로 움직이는 경향이 많다는 것이다.

이런 이유 때문인지 현재까지 <WOW>를 제외하고 동양과 서양에서 모두 성공한 MMORPG가 없다. 엔씨소프트는 블리자드와 함께 동양과 서양에서 모두 퍼블리셔로 성공했지만 동양에서 성공한 게임(<리니지> 시리즈)과 서양에서 성공한 게임(<길드워>, <시티오브히어로>)은 철저히 나뉘져 있다.

이렇게 뚜렷하게 갈라지는 동서양 유저들의 기호의 차이는 패키지 RPG 때부터 있어왔다. 자유도를 강조하고 거칠지만 사실적인 캐릭터를 선호하는 서양 RPG에 비해 흔히 일본식 RPG로 불리는 동양 RPG는 치밀한 스토리와 예쁜 캐릭터를 택했다. 시점도 차이가 났다. 미국 3대 RPG로 꼽혔던 <울티마>, <마이트앤매직>, <위저드리> 시리즈 중 <마이트앤매직>과 <위저드리>는 게임 주인공이 1인칭으로 사물을 바라보는 시점을 택했고 <울티마> 시리즈도 쿼터뷰와 1인칭이 섞여있다.²³²⁾ 반면 <창

231) 리처드 니스벳, “생각의 지도” 참고

232) 3D로 진행되는 <둠>이나 <퀘이크> 등 FPS(1인칭 슈팅게임)도 3D 시점과 이동방식을 따른다.

세기전〉 시리즈 등 국내에서 제작된, 혹은 국내에서 인기를 끈 일본식 RPG는 대부분 3인칭 시점을 택하고 있다(그림 4-18) 참조). 따라서 캐릭터의 이동도 서양 RPG는 FPS(1인칭 슈팅게임)에서처럼 키보드의 W, A, S, D키를 사용하는 게 편리했지만 동양RPG는 마우스로 배경 중 한 곳을 클릭하는 게 좋았다.

[그림 4-18] 창세기전 3



필자가 인터뷰한 한 미국 유저는 〈리니지〉에 대해 “많은 사람이 섞여 있어 하기 힘들다. 내 캐릭터가 어디 있는지도 모르겠다”는 불평을 토로했다. 1인칭 시점의 RPG에 길들여진 유저에게는 당연한 반응일 것이다. 하지만 그래픽이나 시점, 또는 인터페이스가 게임의 흥행에 미치는 영향은 최근 들어 많이 줄어들었다. 동서양을 동시에 겨냥해 제작된 게임은 이런 문제를 잘 알고 있기 때문이다. 〈리니지2〉가 그랬듯 〈길드워〉 역시 그래픽에 관한한 동서양 유저 모두로부터 높은 평가를 받았고 인터페이스는 양쪽 선호도를 모두 고려해 유저가 선택 가능하게 제작되었다. 그럼에도 왜 MMORPG는 문화적 장벽에 가로막히는 것일까.

서양 MMORPG를 대표하는 〈에버퀘스트〉는 제목 자체에 ‘퀘스트’를 담고 있다. 리처드 개리엇²³³⁾이 말했듯이 일반적인 서양 유저들은 PVP보다 PVE를 선호한다.²³⁴⁾

233) 서양 RPG의 고전 〈울티마〉와 〈울티마 온라인〉의 개발자. 관련 내용은 김광택,

‘프라이버시’를 중시하는 서양 유저들은 다른 게이머들과의 관계(PVP)보다는 프로 그래머가 만든 환경(=퀘스트)을 탐험하는 것을 선호한다. 이 퀘스트는 갈수록 어려워지고, 어려워질수록 파티플레이가 중요하게 된다. RPG에 익숙한 서양 하드코어 게이머들은 이런 목적을 위한 파티플레이에 익숙하다. 이는 일종의 ‘2차 집단’적인 관계다.

반면 국내 유저들은 대부분 <리니지> 이후 <디아블로>풍의 직관적인 사냥 스타일의 MMORPG에 적응해 왔다. RPG에 대한 경험이 있더라도 스토리를 따라가기만 하는 일본식 RPG에 익숙한 편이다. 따라서 직관적인 사냥과 단선적인 레벨업에만 익숙한 ‘캐주얼한 RPG 유저’다. 이런 탓에 기능적으로 역할이 분담된 파티플레이보다는 부담이 적은 솔로잉을 선호한다.

이런 유저들의 ‘경험의 차이’는 <리니지>와 <에버퀘스트> 이후 지금까지 계속 그 간격을 유지해왔다.²³⁵⁾ 필자 주변에 <리니지2>와 <뮤>에서는 고레벨이면서도 <길드워>나 <에버퀘스트 2>를 어려워하는 여성 유저들이 많은 것이나 서양 유저들이 <리니지2>를 지루해 하는 것은 이런 차이에서 비롯된다. 그들은 퀘스트를 위해 단발적으로 맺는 ‘기능적 관계’보다는 함께 개인적인 이야기를 나누며 잡담할 ‘1차 집단’적인 관계를 선호한다.

마. 예쁜 빈칸 만들기

최근 들어 온라인게임 개발자들을 가장 골치 아프게 하는 문제는 유저들의 왕성한 식욕이다. 한달 동안 야근하며 만든 퀘스트를 유저들은 2~3일 만에 깨버리게 때문이다. 5년에 걸쳐 만든 <WOW>는 2004년 11월 서비스를 시작하며 방대한 퀘스트를 자랑했다. 하지만 2주 뒤 ‘만렙’(가장 높은 레벨) 유저가 출현했다. 이처럼 콘텐츠의 공급은 유저의 수요를 따라가지 못한다. 개발자는 개발자대로 골치 아프겠지만 유저들도 속상하기는 마찬가지다. 배는 고포데 먹을 것이 없으니 말이다.

“RPG의 전설, 개리엇을 만나다”, 디스이즈게임, 2005년 12월 8일 참고

234) PVP=Player VS Player, PVE=Player VS Environment

235) <WOW>는 이런 간격이 줄어들 가능성을 열었다.

이런 현상을 예상하고 고안된 것은 아니지만 〈리니지〉의 공성전은 수요와 공급의 불균형을 해결할 단초를 주었다. 콘텐츠 공급이 없더라도 유저들 사이에 성을 놓고 무한 전쟁을 벌이는 순환 구조를 만든 것이다. 이 시스템에서는 일방향적인 콘텐츠 공급 구조의 한계를 벗어나 유저들이 자체적으로 콘텐츠를 만들어갈 수 있게 된다. 이런 시스템을 〈라그나로크〉의 개발자 김학규는 ‘예쁜 빈칸’²³⁶⁾ 이라고 표현한다.

“엔씨소프트의 사람들은 공성전이 열릴 수 있는 빈칸, 성이라던지 그에 따른 특혜라던지 여러가지 시스템적 기능, 빈칸을 잘 만들어줬습니다. 여기서 예쁘다는 것은 그만큼 매력적이란 것입니다. 공성전을 했는데 ‘뭐 아무것도 얻는게 없다. 괜히 피곤하고 그냥 짜증만 난다’ 그러면 별로 예쁘지 않겠죠. 빈칸이 있어도 굳이 신경쓰고 싶지 않은 그런 것이 될 것입니다.(중략) 열심히 스크립트, 퀘스트 막 만들고, 뭐 새로운 던전, 퀘스트, 맵 추가하는 것보다 그냥 간단하게 만든 대화방 기능이 더 많은 이득을 낳는다. 이득이라고 하는 것은 이제 그 대화방 가지고 놀이를 하면서 사람들끼리 즐기게 되면 결국 그 접속시간이 개발사, 운영사에게는 수익으로 작용하기 때문에 노력은 적게 했는데 더 많은 결과를 창출할 수 있는 그런 효과를 본 것입니다.”

‘예쁜 빈칸’은 ‘DC인사이드’나 ‘웃긴대학’ 같은 커뮤니티의 게시판 같은 시스템을 MMORPG에도 적극 활용하자는 것이다. 사이트 운영자가 게시판을 일일이 채우는 것이 아니라 유저들이 자발적으로 게시물을 올리듯이 개발자가 아닌 유저가 게임의 콘텐츠를 채우는 구성을 만들면 콘텐츠 공급 부담에서 벗어날 수 있기 때문이다. 현재 MMORPG에서 ‘빈칸’에 해당하는 시스템은 채팅부터 거래, PK, 레이드(raid),²³⁷⁾ 공성전, RVR²³⁸⁾ 등이 있다.

이중 국내에서 처음 시작된 ‘공성전’은 피할 수 없는 선택이었다. 수년간 〈울티마〉 시리즈를 만들었던 경험에서 나온 〈울티마 온라인〉이나 〈워크래프트〉 시리즈의 세

236) 이하 인용은 김학규, “성공적인 온라인게임 개발을 위하여”, KGC2004 기조연설 참고

237) 대형 몬스터를 잡기 위해 일반적인 파티 규모 이상의 수십명이 함께 수행하는 미션

238) ‘Realm vs Realm’의 약자. 개개인 단위의 전투 대신 국가 단위의 전쟁 개념이다. 특히 3개의 Realm으로 구성된 〈다크에이지오브카멜롯〉의 RvR이 유명하다.

계관과 캐릭터를 가져온 <WOW>와 달리 한국의 MMORPG는 맨바닥에서 시작했다.²³⁹⁾ 앞서 이야기했듯 초창기 국내 온라인게임의 선도자들은 콘텐츠보다는 서버 등 네트워크 기술의 전문가들이다. 따라서 충분한 콘텐츠를 만들 역량이 부족했다. 이 때문에 콘텐츠 대신 PK나 공성전 같은 유저들간의 자체적인 활동에 방점이 찍힐 수밖에 없었던 것이다.

덕분에 운 좋게 <리니지> 같은 게임은 ‘커뮤니티’에 관해서는 서양 온라인게임이 가지지 못한 역량을 가질 수 있게 됐다. 그중 주목할 것은 게임 내의 물가를 일정하게 유지하는 능력이다. 비록 공성전을 치뤄낼 수 있는 서버관리 능력만큼 부각되지 않고 눈에 바로 보이는 것도 아니지만 이 능력은 유저들의 일상 활동에 훨씬 더 큰 영향을 미친다. 콘텐츠가 부족한 상황에서 게임 내의 물가가 흔들리면 사냥이나 아이템 구입 등 모든 경제활동이 무너져 버리고, 유저들이 떠날 수밖에 없다.

바. MMORPG의 미래

서양 MMORPG에 대한 국내 MMORPG의 자신감에 일격을 가한 게임이 <WOW>다. 동서양 유저들의 성향 차이 등으로 <WOW> 이전에는 국내에서 성공한 서양 MMORPG가 없었다. 하지만 <디아블로>와 <스타크래프트>로 국내 게이머들에게 가장 강력한 브랜드파워를 가진 블리자드는 역시 달랐다. 비록 상용화 초기 서버의 불안과 유저들의 불매운동 같은 혹독한 악재가 있었음에도 친절하게 잘 짜여진 퀘스트가 얼마나 매력적인 요소인지를 증명해줬다.²⁴⁰⁾

이는 또한 국내 유저들의 콘텐츠에 대한 갈증을 반증해줬다. 그동안 국내 MMORPG들은 대체적으로 커뮤니티성을 강조했다. 하지만 그 커뮤니티성이 실제 게임에 제대로 반영된 경우는 그리 많지 않다. 파티플레이 유도나 레이드, RvR 등과 같은 공식적인 커뮤니티 요소는 오히려 서양 MMORPG가 뛰어난 편이다. 그럼에도

239) <바람의 나라>나 <리니지>는 모두 동명의 만화를 원작으로 했다.

240) 윤주홍, “WOW 동접 9만...”이제부터 시작이죠.”” 디스이즈게임, 2005년 11월 25일 참고

국내 MMORPG에서 커뮤니티성이 더 잘 발현되는 것은 아이러니하게도 콘텐츠가 부족했기 때문이다. 대부분 유저들이 ‘할 게 없으니까’ 그냥 필드에 앉아서 이야기 하고 노닥거린 측면이 크다.

‘콘텐츠’에 대한 동서양 개발사들의 인식 차이는 ‘공개시범 테스트’에서 특히 두 드러진다. 서양 MMORPG는 공개시범 테스트를 하지 않는다. 아예 이 용어에 대한 개념이 희박하다. 최근 들어 서버의 안정성을 확인하기 위해 2~3주 단위의 ‘과부하 테스트’를 하지만 국내 MMORPG처럼 수 개월 단위의 ‘공개시범 테스트’를 한 예는 없다. 서양 개발자들 입장에서는 피땀 흘려 만든 콘텐츠를 무료로 나눠주는 것에 대해 이해할 수 없기 때문이다.

반면 국내에서는 3달 이상 공개시범 테스트를 하는 게임이 대부분이다. 이 기간을 입소문 등을 통한 홍보, 회원유치의 기간으로 사고하기 때문이다. 또한 유저들의 피드백에 따라 게임을 수정할 수 있는 기간으로 설정한다. 이는 마케팅이나 유저친화적인 서비스 면에서는 긍정적인 부분도 있다. 하지만 콘텐츠에 대한 관심을 보여주기도 한다.

이런 인식의 차이 때문에 <바람의 나라>가 나온지 10년이 지났지만 아직도 국내 온라인게임의 퀘스트 시스템 등은 서양과 비교해서 너무 빈약하다. <WOW>의 예에서도 보였듯 커뮤니티와 콘텐츠는 결코 대치되는 것이 아니다. 좀더 빠른 시작과 네트워크 기술력, 그리고 유저들의 참여 덕분에 국내 MMORPG는 나름대로의 경쟁력을 갖췄다. 특히 서버기술력과 게임 내의 경제적 밸런스를 맞출 수 있는 능력은 안정감 있는 MMO 세상의 든든한 토대가 된다.

하지만 <WOW> 이후가 문제다. 수십년간 쌓아온 콘텐츠 파워를 바탕으로 <WOW>의 성공패턴을 따라 만들어지고 있는 서양 MMORPG들에게 국내 게임들이 밀릴 가능성이 높다. 이미 유저들은 콘텐츠의 즐거움을 맛봤기 때문이다. 또한 이런 경쟁 상황이 아니더라도 MMORPG가 단순히 칼질 하는 곳이나 채팅방의 한계를 벗어나기 위해서는 보다 유기적으로 구성된 다양한 콘텐츠의 공급이 절실하다.

국내 MMORPG는 이 부분에서 빈 자리가 많다. 다른 분야도 그렇지만 특히 게임

은 더욱 그렇다. 서양의 패키지 게임 역사에 비해 국내게임의 역사는 너무 짧다. 비디오게임은 물론 만화 시장이 발달한 일본에 비해서도 턱없이 부족하다. 상상력을 제약해온 권위주의의 탓이다. 그런 면에서 지금껏 서버 기술력으로 MMORPG 시장에 우뚝 일어난 한국 온라인게임의 역사는 기적에 가깝다. 그 기적이 계속 유지되기 위해서는 프로그래밍에 대한 투자에 못지않은 콘텐츠에 대한 투자가 절실하다.

MMORPG는 하나의 세계다. 그 세계를 다양한 요소들로 구성돼 있다. J.R.R. 톨킨이 중간계를 만들기 위해 신화와 역사와 종족과 언어와 문화를 먼저 만들어냈듯이 게임 이전에 세계가 먼저 있어야 한다. 그 세계를 위해서는 다양한 분야의 공조가 필요하다. 음악가 양방언 씨가 엔씨소프트의 차기작 <아이언>에 참여한 것은 그런 좋은 예가 된다.²⁴¹⁾ 게임이 영역을 확대하는 일 혹은 게임으로 영역을 확대하는 일 모두 좋다. 그런 겹침을 통해 한국 온라인게임은 더욱 풍요롭게 될 수 있을 것이다.

이와 함께 국내 유저들의 특별한 커뮤니티 성향을 적극적으로 반영해야 한다. 즉 ‘예쁜 빈칸’들이 더 많이 만들어지길 기대한다. 유저들이 자발적으로 즐겁게 참여할 수 있는 시스템이라면 서양 MMORPG에 뒤진 콘텐츠의 약점을 보충할 수 있기 때문이다.

MMO와 RPG의 합성어인 MMORPG 세상은 단편적이거나 일방향적인 곳이 아니다. 프로그래머와 기획자와 유저가 함께 만들어 가는 곳이며 정해진 ‘서사 구조’에 따르는 것이 아니라 모두 함께 역사를 직접 만들어 가는 곳이다.

참 고 문 헌

- 고 옥·이인화 외(2003), 『디지털스토리텔링』. 황금가지.
 김학규(2005), ‘기술과 놀이 문화의 결합에 대하여’, 『놀이, 기술, 예술 그리고 문화 산업으로서의 게임』. 청강문화산업대학.

241) 김광택, “양방언, 엔씨신작 ‘아이언’ 음악 맡기로”, 디스이즈게임 2005년 11월 16일 참고

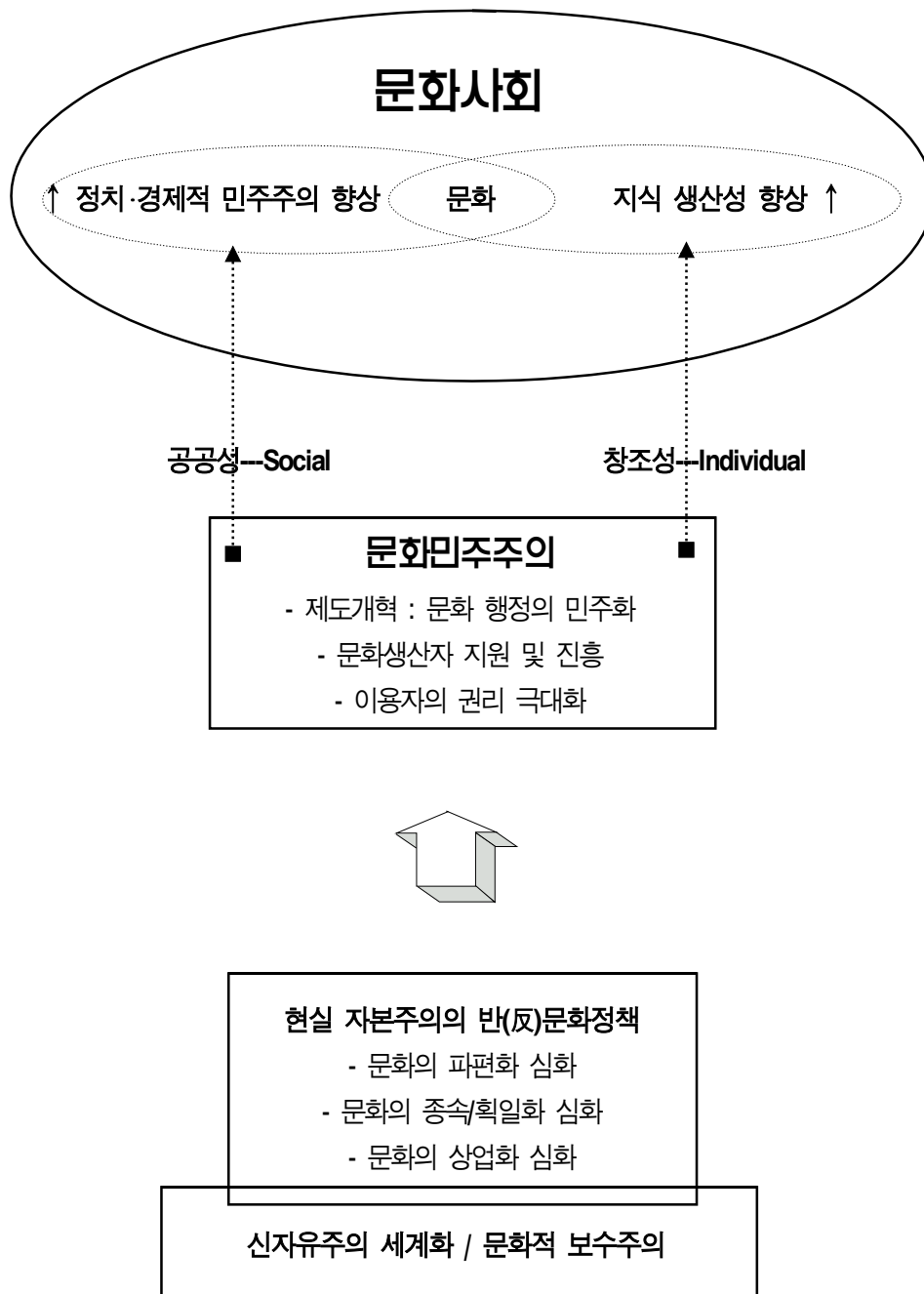
- 김형진(2005), '개발자 측면에서 본 한국 온라인 게임 산업 개괄', 《정보과학회지》 6월호. 한국정보과학회.
- 라프 코스터(2005), 안소현 옮김(2005), 『재미이론』. 디지털미디어리서치.
- 러셀 드마리아, 조니 L. 월슨(2002), 송기범 옮김(2002), 『게임의 역사』. 제우미디어.
- 리차드 니스벳(2003), 최인철 옮김(2004), 『생각의 지도』. 김영사.
- 스티븐 켄트(2001), 이무연 옮김(2002), 『게임의 시대』. 파스칼북스.
- 윤웅기(2005), 'MMORPG의 법적 정체성 탐구', 《게임산업저널》 가을호.
- 아카오 고우이치, 히라바야시 히사가즈(1996), 에이케이 편집부 옮김(1996), 『게임대학』. 에이케이.
- 자넷 머레이(1997), 한용환, 변지연 옮김(2001), 『인터랙티브 스토리텔링』. 안그라픽스.
- 제시카 멀리건, 브리짓 패트로브스키(2003), 송기범 옮김(2003), 『온라인게임기획, 이렇게 한다』. 제우미디어.
- 장근영(2004), 「온라인 게임에서 발현되는 라이프스타일의 탐색연구」. 연세대학교 대학원 심리학과.
- 전홍석(2005), "To be or not to be, that is NOT the question—컴퓨터 게임에서 아바타의 위상에 관한 연구", 게임문화연구회 제2회 정기연구회.
- 최혜실(1999), '디지털 서사의 미학', 『디지털 시대의 문화예술』. 문학과지성사.
- 한국게임산업개발원(2005), 『2005 대한민국 게임백서』.

제 5 장 미래 모델: 순환과 역동의 다분지 모델

지금까지 문화정책 및 문화산업 정책 영역, 예술인과 문화활동가 영역, 분야별 전문가 영역 등 세 가지 영역에 걸쳐 한국 문화의 장의 특성을 검토하였다. 2000년대를 전후한 한국 문화정책 및 문화산업정책을 검토한 결과, 정치의 문화화와 문화의 정치화의 경향과 함께, 디지털 테크놀로지를 기반으로 한 정보/문화 산업의 성장 기세가 맞물려 문화산업 정책이 급성장하였음을 확인하였다. 이것은 지구적으로 확장하고 있는 바, 신자유주의적 이데올로기와 지배적인 문화산업 권력 질서에 근거한 창의 산업 담론이 한국의 정치적 상황과 결합하여 이루어진 것으로 이해되었다. 이러한 지구적 현상은 한국 사회의 고유한 맥락 속에서 변용의 접합 과정을 거친다. 즉 문화 비전 담론에서 발견되듯이 문민정부 이래 참여정부에 이르기까지 시민사회에서 제기된 문화 공공성의 원리와 문화민주주의 실현에 대한 요구가 보다 적극적인 정치적, 사회적 동의를 획득하게 된다. 이러한 문화 구조에 대한 급진적 접근 방식은 창의담론을 중심으로 하는 일련의 문화정책으로 가시화되었다. 그러나 정책의 원론적인 차원에서 인식되는 문화 민주화의 수준과 달리, 현실의 추진 과정에서는 집중과 선택의 원리 및 경제적 가치가 중시되는 경향을 보인다는 점이 지적되었다. 한국 사회적 특수성이 문화산업의 전지구적 일반성에 재수용되는 측면이라 할 수 있다.

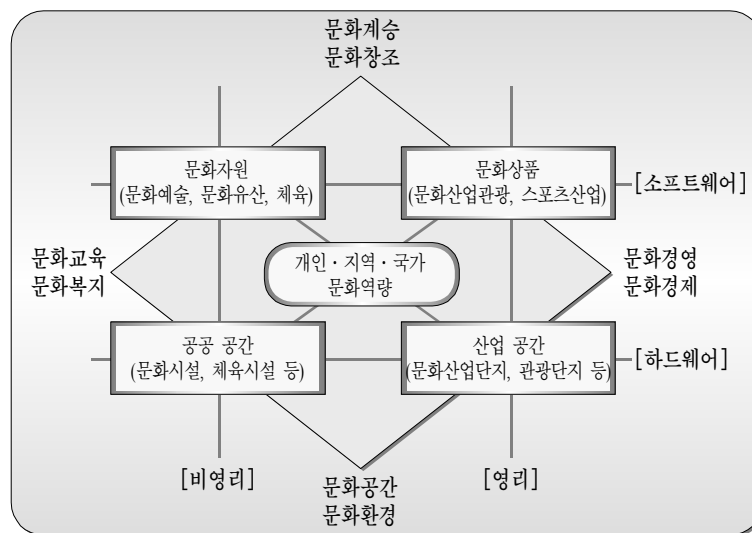
기존 문화정책의 현실적 한계이자 가능성은 모두 실제 문화의 장에서 표출되는 유연성과 역동성에 있다. 특히 문화 공간 및 하위문화적 네트워크의 성장은 예술 및 문화에 대한 가치관과 실천 지향의 공유를 기반으로 문화생산 집단들의 형성에 중요한 기여를 하였다. 이렇게 항상적으로 성장하는 문화의 장에 대해서, 구조 및 컨텐츠 중심적인 접근은 부적절하다. 이 사실은 각 분야의 전문가들의 견해를 통해서 확인된다.

〔그림 5-1〕 문화사회를 위한 정책과제의 개념도(문화연대, 2003)



따라서 본 연구는 문화 활동의 시공간적 역동성을 강조하고, 그것을 순환적으로 연계하기 위한 문화 실천의 속성을 설명할 수 있는 모델 구축을 시도한다. 문화의 장은 문화 고유의 활동을 중심으로, 정치, 경제, 사회적 맥락과 동등하게 밀접한 교류를 통해서 작동한다. 그러나 시민사회에서 제시되고 있는 문화사회 개념도(그림 5-1) 참고)와 정책적으로 제시된 문화비전(그림 5-2) 참고)은 공통적으로 고립적이고 단선적인 구조를 취하고 있다.

[그림 5-2] ‘창의한국’의 문화 비전(문화관광부, 2004: 21쪽)



- 가로 방향의 하드웨어/소프트웨어 축은 문화를 구조/컨텐츠로 단순화한다.
- 세로 방향의 비영리/영리의 축은 문화의 비경제/경제, 문화자원/문화상품, 문화 복지/문화경제의 영역을 분리한다.
- 공간 차원에서 일상/산업의 구분은 일/놀이, 일상/이벤트의 경계가 해체, 혼합 되는 문화 공간의 리듬을 반영하지 못한다.
- 시간 차원에서 산업화된 전문가/대중, 생산/향유의 분리는(제도적·비제도적) 하위문화적 경험 및 관계의 지속적인 축적과 순환이 중요시되는 문화 공간의

시간성을 결여한다.

이러한 고립적 모델은 다기한 영역들 간 다수의 명시적, 잠재적 예술문화인이 활동하고 있는 현실을 제대로 반영하지 못한다. 이에 다음과 같은 보완이 요구된다.

- 하드웨어/소프트웨어, 구조/콘텐츠를 연결하는 인간 실천의 역동적 요소가 포함, 강조될 필요가 있다.
- 문화/경제/사회의 상호밀접성이 고려되어야 한다. 문화의 사회적 가치를 강조하는 입장에서는 경제적 요소를 자본주의적 ‘반문화’ 권력으로 적대하는 반면((그림 5-1)의 문화사회 개념도), 문화의 경제적 가치를 강조하는 입장에서는 문화 자원의 민주적인 사용이 문화상품의 풍부한 소비와 직결된다는 점을 간과하고 있다. 그러나 현실의 문화공간에서는 상품의 유통과 정서의 소통을 위한 대안 공간에 대한 고민과 실험이 이루어지고 있다. 자생적인 자본에 대한 모색이라고 할 수 있다. 따라서 문화—정치—경제—사회의 상호 관계를 동시에 포괄하되, 경직된 정책 구조와 독과점적인 문화산업 권력으로부터 자유로운 문화 시장을 개척하는 것이 절실하다.
- 예술과 문화 생산 및 소비 활동의 특성 상 일과 놀이, 또는 명시적 활동 기간과 잠재적 활동기간을 포괄할 수 있는 시공간적 구조를 열어두는 것이 필요하다. 일종의 해면과 같은 경계막을 상상할 수 있다(노동 활동의 진입과 이탈이 상대적으로 자유로운 방식). 복합 문화 직종의 사례에서 나타났듯이, 문화 영역에서는 동시에 다수의 작업을 수행하는 집중적인 활동시기와(기획, 전시, 평가와 같이) 잠재적인 활동기가 동일하게 요구된다. 이에 명시적 시기와 잠재적 시기를 항상적으로 아우를 수 있는 제도적 기반이 요구된다. 이러한 공간은 개인 및 집단의 작업 장소와 같은 물리적 차원에서부터 모임과 소통 공간을 위한 사회적 차원 및 지원 및 후원과 같은 제도적 차원을 모두 포괄하는 것이다.
- 명시적이고 제도적인 경로 바깥에 수평적인 군락의 형태로 응집/분산된 하위 문화 집단의 문화 축적 잠재성에 주목할 필요가 있다. 물론 문화 공간 내 기존의 경제적, 사회적, 문화적 계급 구조가 반영, 재강화되는 측면이 분명히 존재

한다. 그럼에도 불구하고 기성의 구별 체제로부터 상대적으로 자율적이고, 때로는 대안적인, 변동 과정이 진행되고 있음을 확인할 수 있다. 이러한 경향은 고전적인 예술 분야에 비해 연극, 영화 등 현대 대중문화 영역에서 강하게 발견된다. 이러한 문화 인력을 풍부하게 지원하고 사회적 접근의 폭을 확대할 필요가 있다. 기성의 제도적인 교육과정을 통해 문화산업 제도로 편입되는 단선적인 방식을 벗어나, 사회 다양한 영역으로부터 상이한 방식으로 성장한 문화 인력이 사회 각 분야로 진입하는 것, 동시에 기성 활동가들이 다양한 통로를 이용하여 정보, 지식을 재충전하는 것이 똑같이 중요하다. 즉 현장과 산업 간 노동과 교육 기능이 쌍방향적으로 이루어져야 함을 의미한다. 이것은 문화의 사회적 다양성을 확장을 지향하는 사고의 근거를 이룬다.

이에 문화에 대한 단절적이고 고착적인 사고를 넘어서, 대신 유동성과 순환성을 강조하는 다분지(multi-ramification) 모델을 제안한다(그림 5-3) 참고). 다분지적 모델이란 상호연관성과 다방향의 흐름들로 구성된 문화의 장이다.

문화의 장의 공간적 특징은 정치적 ‘구조’로부터 산업적 ‘콘텐츠’를 넘어 인간의 문화 ‘실천’을 포괄하는, 역동과 순환의 공간이라는 점이다. 따라서 다양한 요소들, 즉 구조-콘텐츠-실천 간의 상호 작용인 집합과 교통이 이루어진다.

더불어 문화의 장은 본질적으로 시간성을 함축한다. 문화 생산의 개인적, 집단적 삶의 과정이 문화의 장으로 구성되고 재현되기 때문이다. 정책과 산업은 토양, 빛, 공기와 같이 문화 활동이 진행되는 물적 조건이며 자원이다. 이를 바탕으로 인간의 문화 실천이 건강하고 활기차게 수행될 수 있다. 마치 외면상 고정되어 있는 나무의 광합성 작용이 무기물의 자원과 빛 에너지를 합성하여 유기물을 구성하는 생산행위이며, 이로부터 다양한 그물 순환 작용을 통한 생물체의 활동과 성장이 이루어지는 것처럼. 문화의 장은 인간 활동의 유기적인 활동을 통해 유지, 발전하고 그 역도 마찬가지이다. 따라서 일시적으로 정지와 활동의 시간적 리듬이 변화하고, 굴곡과 경사의 지형적 변동이 있을지라도, 그 위에서의 삶의 실천이 진행될 수 있도록 안정적이고 지속적인 물적, 정신적 자원이 공급되어야 한다. 물적 인프라는 주로 문화정책을 통해,

상징적 자원은 상업적, 비상업적 콘텐츠를 통해 공급된다. 물적 구조 및 자원, 그리고 상징적 형태의 정보, 지식, 의미는 사회 내 민주적이고 평등한 방식으로 제공, 분배되어야 할 것이다.

문화의 장의 시공간적 다양성과 순환성에 대한 인식에 근거할 때 문화의 잠재적 형태와 현시적 형태가 똑같이 중요시된다. 문화의 민주화란 성장, 확장, 쇠퇴의 유기적인 순환 과정이 자유롭고 건강하게 이루어지는 과정을 의미한다. 전통적 문화 기억에 대한 선택적 계승과 변용, 현재적 문화 지도에 대한 비판적 활용이 동시다발적으로 진행된다.

잠재영역은 외면상 정지해있지만 성찰과 교육이 이루어지는 기간이다. 명시영역은 제도적이고 산업적으로 변별되는 활동의 기간이다. 주로 잠재적 형태는 부상하는 문화와 잔존하는 문화에, 그리고 현시적 형태는 지배적인 문화에 상응한다고 볼 수 있다(Williams, 1978). 중요한 것은 잠재 영역과 현시 영역 간의 유통과 순환 작용이다. 이것은 노동의 활동과 반성과 모색의 활동이 사회적으로 보장되어야 함을 의미한다. 일반적으로 경제적 가치를 창출하는 노동은 문화실천으로 정당화되지만, 반성과 모색의 기간은 경제적 가치를 전혀 창출하지 못하고 있는 자원을 소비하는 무가치한 활동으로 간주되어 왔다. 그러나 새로운 문화의 부상과, 기성 문화에 대한 변화는 잠재영역에서의 비판적 관찰과 대안모색을 통해 이루어질 수 있다. 이처럼 잠재적이고 명시적인 문화 활동을 통해 산출되는 경제적 가치와 비경제 가치란 동일하게 중요한 것이다. 따라서 이러한 잠재적이고 비경제적인 문화 실천이 적극적으로 이루어지도록 지지하고 촉진하는 사회적 보장 제도가 필요하다. 예를 들어 직접 제작을 하지 않고 기획단계에 있거나(재)교육 단계에 있는 문화생산인의 물적 생활 여건을 보장해주는 정책이 가능할 것이다(본문 제3장 참조).

원기둥은 구체적인 문화 영역을 가리킨다. 그 높이는 시간적 경험의 축적을, 영역의 크기와 방향은 역량과 영향력의 수준을 의미한다. 커다란 원기둥은 상대적으로 지배적인 문화 영역을, 작은 원기둥은 상대적으로 약한 문화적 영역을 가리킨다. 앞의 복합문화 직종의 활성화 경향에서 확인하였듯이(본문 제3장 참조) 오늘날 서로

다른 삶의 주기에 있는 문화들 간의 교류를 통한 해체 및 재결합 활동이 활발해지고 있다. 한편 문화적 보수주의의 정서는 이렇듯 새로운 변용의 시도를 거부하는 경향을 지녔고, 새로운 문화 세대의 자기통제를 유도하는 암묵적 권력 효과를 낳았다. 이에 서로 다른 문화 영역 간 실험적 개방 및 대화 작업을 촉진하고, 그 결과물에 대한 열린 이해가 요구된다.

[그림 5-3] 다분지 모델



제 6 장 결 론

지금까지 한국 문화 현장을 비판적으로 이해하고 미래의 문화의 장 모델을 예측하고 실현하기 위한 가능한 방법을 모색하였다. 전지구적으로 확장되고 있는 테크노 미학 경제의 조건에서 문화 및 문화산업 질서의 지배적 논리로 작동하고 있는 창의 산업 담론을 검토하였다. 서구 선진사회의 신자유주의 이데올로기를 근간으로 하여 확장되고 있는 창의 산업 담론은 노동구조의 유연성과 개인주의적인 발상과 조합의 문화생산 가치를 촉진하는 것을 추구한다. 그러나 노동 조건의 불안정성, 노동가치의 외시화, 기성 사회적 구별구조의 강화, 기술적 능동성의 증대가 문화적 능동성 확대에 대해 지니는 한계 등의 부정적인 효과가 드러나고 있다.

창의 산업에 대한 사고는 1990년대 중반 이후 한국 사회에 적극적으로 수용되고 정책화되는 양상을 보인다. 신자유주의 확대라는 전지구적 경향과 함께, 정치의 문화화 및 문화의 정치화라는 한국 사회 특수성이 결합된 것이다. 문민정부, 국민정부, 참여정부의 문화(산업)정책을 중심으로 그간 한국사회에서 구축된 창의 산업 담론을 분석한 결과 문화 비전이라는 원론적인 차원에서 문화민주주의의 가치에 근접해 가고 있지만, 현실적으로는 선택과 집중이라는 경제적 논리에 편향되고 있음을 지적하였다. 이에 20세기 이후 전개된 문화정책의 역사에서 관찰되는 바, 위계적인 정책적 접근과 분산적인 시장모델 등 양극단에 편향된 태도를 극복할 것을 제안하였다. 이에 이 연구의 관심의 초점은 정치, 경제, 사회적 요인들이 상호 개입하고 작용하는 문화의 장 그 자체의 현실적 역동으로 모아진다. 논의는 자연스럽게 문화정책이라는 구조적 차원과 콘텐츠라는 경제적 차원으로부터 한걸음 더 나아가 오늘날 문화 현장의 실천적 현재를 검토하고 미래적 전망을 탐색하는 작업으로 이어진다.

문화란 본질적으로 해체와 중첩의 다양성을 지니지만 이 조사에서는 영화, 미술, 음악, 스포츠, 게임 등 대표적인 문화 영역을 조사대상으로 선정하였다. 한편으로는

현장에서 활동 중인 문화 생산자를 대상으로 심층 인터뷰를 실시하여 얻어진 자료를 중심으로 현재 문화의 장의 특성을 조사하였다. 또 다른 한편으로는 각 영역의 전문가들이 제시하는 현황 분석과 미래 전망들을 엮어 하나의 문화 지도를 그렸다.

문화 생산인들을 중심으로 조사한 결과, 현재 우리 문화의 장은 다음과 같은 특성을 지니는 것으로 판단되었다. 각 특성은 긍정적인 동시에 부정적이다. 이러한 양면적 특성을 긍정적 잠재적으로 키워 내는 것이 문화 인프라의 역할이라 생각된다.

(1) 하위문화적 공동체는 1990년 대 이후 본격적으로 성장한 흐름이다. 예술 혹은 문화 생산자들의 하위문화가 느슨한 네트워크를 형성하면서 오늘날 문화지도의 다양한 지적, 공간적 군락 형성에 기여하였다. 제도적 교육 과정 뿐 아니라 비제도적이고 자생적인 공간에서 축적된 지식과 문화적 자본이 주변화되는 것은 사회적으로 큰 손실일 뿐 아니라 문화의 비민주적 흐름을 악화하는 것이다. 따라서 다양한 위치에서 다기한 방식으로 성장한 ‘문화들’이 사회의 문화 지형에서 운동하고 재현하는 것이 가능하도록 각종의 제도적 경계를 낮추고 개방하는 것이 필요하다.

(2) 창의적 노동 가치는 양면성을 띤다. 노동 산물의 경제적 가치와 미학적 가치 및 열정과 같은 비경제적 가치가 긴장을 이루며 결합되어 있다. 현재 한국에서 행해지는 공모방식의 지원제는 이미 어느 정도 성공한 작가와 집단에게 집중되어 있는 결과, 예술인 혹은 문화생산자 집단 일반이 지속적이고 안정적으로 노동 활동을 할 수 있도록 실질적으로 지지하는 구조적 기능을 충분히 수행하고 있지 못하다. 그러나 일부 ‘유명한’ 예술인 뿐 아니라 문화 생산인 전체가 안정적인 삶의 환경에서 자신의 문화 생산 노동에 전념할 수 있는 노동환경을 제공하는 것은 창의문화의 사회적 잠재력을 성장시키기 위해 필수적인 작업이다. 그간 현시적으로 드러나는 창의적 노동의 경제적 가치만을 중시했던 관행을 탈피하는 것이 절실하다. 창의적 작업은 본질적으로 결과물이 산출되기까지 일정한 탐색, 숙고, 반성의 기간을 필요로 한다. 이렇게 비가시적인 활동은 적합한 재정적, 교육적 지원 없이는 충분히 행해질 수 없고 이렇게 잠재적인 준비 작업을 허용하지 않는 현실에서 깊이 있는 창의적 문화 활동이 제대로 성장할 수 없음을 물론이다. 이에 서구 선진 국가에서 이미 실시

하고 있는 예술가와 문화생산자를 위한 각종 지원 정책을 적극적으로 참고하고 활용해서 한국 지형에 적합한 문화지원정책을 실시할 필요가 있다. 문화 생산을 위한 노동 활동과 제도적·비제도적 재교육 및 탐색 기간이 자유롭게 순환될 수 있는 정서적, 물질적 조건이 마련되어야 한다.

(3) 복합 문화 직종(multi-cultural job)은 미디어와 예술 영역 간 경계가 무너지면서 프로젝트 중심의 다발적인 예술 행위를 동시에 수행하는 노동 형태가 발전하고 있음을 의미한다. 복합문화 직종은 경험세계가 넓어지고 순발력과 적응력이 향상된다는 긍정적인 효과를 낳지만, 전문적인 교육, 훈련, 정책적 지원의 결여라는 문제를 안고 있다. 따라서 프로젝트 중심의 다양한 문화적 실험에 대한 열린 이해와 지원이 필요하다. 창의 산업의 창의적 효과는 기존의 문화 경계를 넘어서는 창의적 도전을 통해 가능하다. 이미 성공이 입증되지 않은 다기한 실험들의 시너지 효과는 복합적 문화 활동들이 다방향적으로 시도되고 축적될 때 형성될 수 있다. 따라서 이들의 도전적, 그러나 불안한 실험에 대한 사회적, 경제적, 정서적 지원이 필요하다.

(4) 대안적 문화질서의 잠재력은 기성의 문화 생산—유통—소비 질서를 거부하고 신세대적인 대안 문화의 자생적 자본을 형성하려는 사회적 흐름에서 발견된다. 이는 신진 예술가들의(절실한) 자생방안이며 동시에(재미난) 잔치이지만, 문화 영역에서 배타적이고 불안정한 노동 조건의 현실의 반증이기도 하다. 따라서 대안적인 자기 생성 활동을 활성화하기 위한 안정적이고 민주적인 정책적 지원이 절실하다. 대안적 유통이란, 사회문화적 차원으로 확장한다면, 대안적 문화 소통에 다름 아니다. 기존의 문화시장은 특수계급을 대상으로 하는 지극히 제한적인 것이었다. 이런 구조에서는 서로 다른 지적, 문화적 위치에 있는 문화생산자와 문화 소비자 간 단절과 무지의 골이 심화될 뿐이다. 현재 한국 문화의 장에서 새로운 매개공간을 형성하고자 하는 욕구는 충분히 무르익었고 조심스럽게 행해지는 단계에 있다. 따라서 자생적으로 추동되고 있는 대안적 움직임을 긍정적으로 인정하고 적극적으로 활성화하는 것이 요구된다. 이는 자신을 표출하는 데에 제약을 지녔던 예술 문화인의 활동영역을 넓히는 데 기여할 것이다. 뿐만 아니라 지금까지 문화의 장에서 물질적, 정

신적으로 빈곤한 상태에 남겨져 있었던 다수의 일반인들이 다양한 문화적 경험을 할 수 있는 통로를 확장하는 데에 이바지할 것이다.

(5) 구별체계의(재)형성: 문화의 장이 다른 사회적 영역에 비해 개인화, 분산화, 탈중심된 것은 사실이지만, 성, 계급, 지역, 교육수준 등의 요인들에 의한 차별과 배제의 ‘구별 체제’가 구조적으로 유지, 때로는 강화되고 있는 것이 사실이다. 계급적 구별이 교육 과정의 구별과 이어지고, 이것이 평가와 지원의 차별을 낳은 악순환이 거듭되고 있다. 이에 사회적으로 유지되는 계급과 교육의 구별구조를 민주화하는 문화정책적 개입이 필요하다. 주변적인 사회적 위치에서 성장한 문화 인력이 사회의 문화의 장에 용감히 발을 내딛고 인정받는 폭이 넓어질 때, 문화의 장 전체가 보수의 틀 안에 노쇠하지 않고 자기 생명력을 유지할 수 있다. 이것은 단지 일부 예술인들을 위한 일시적인 지원의 방식이 아니라 문화사회의 구현이라는 차원에서 행해져야 하는 문화복지의 프로젝트인 것이다.

(6) 신세대 문화가 찬양을 받고 있지만, 여전히 자원의 지원과 후원에 관련된 정책적 차원에서는 문화적 보수성이 강하게 작동한다. 문화적 감수성은 일반인의 문화향유의 차원에서부터 정책 입안자에 이르기까지 다양한 차원과 방식에서 요구되는 문화적 역량이다. 이미 입증된 ‘작품’ 뿐 아니라 실험적인 작품에 대해 개방적이고 적극적인 향유와 평가의 태도가 필요하다. 문화의 장은 평면적이지 않으며 입체적이다. 서로 다른 역사성을 지니는 다양한 문화가 공존할 때 진정한 문화민주주의가 성장할 수 있다.

이어 여러 분야의 전문가들이 현실적 문화의 장에 대한 통찰 및 미래에 대한 전망을 제시한다. 물론 영역들의 경계가 중첩적이고 복합적이지만 이를 모두 담아낼 수 없는 물리적인 한계 조건을 고려하여 문화정책, 영화, 음악, 미술, 스포츠, 게임 영역을 선정하였다. 각 분야의 전문가들은 다양한—때로는 상충된—문제意識 속에서 세밀하고 역동적인 현장성을 보여주고 있다. 이 글들은 한국의 현재의 문화의 장에 대한 살아있는 기술이다. 더불어 정책의 거시적 시각에서 포착되기 어려운 실천의 실질적인 과정에 주목하여, 문제점을 해소하고 잠재적 가능성을 활성화할 수 있는

방안을 제시한다. 논의의 구체적인 흐름은 다음과 같다. 우선 원론적인 차원에서 적합한 문제인식을 위한 틀로서 문화정책과 미디어 정책에 대한 비판적 상상이 선행한 후, 각 부문에서의 산업 구조와 같은 체계들의 양태와 정책적 개입의 현실이 검토되고 그 속에서 시도되고 있는 대안적인 매개자와 같은 움직임에 대한 분석이 행해진다. 마지막으로 새로운 테크놀로지의 도입 및 문화공간의 성장 등과 같은 변화과정 속에서 이루어지는 바, 일상적이고 대중적인 문화 활동의 의미를 도출하고자 했다. 진정한 문화민주주의는 이처럼 사회적인 일상 및 일상의 정치 속에서 발현되는 것임을 재확인하면서, 그 발전을 위한 적절한 대응 방식 및 예기되는 효과를 모색하였다. 이렇듯 필자들이 생산한 글들이 엮여져서 궁극적으로는 한국 사회의 현재적, 미래적 문화지도가 구성될 수 있도록 의도하였다.

마지막으로 문화에 대한 단절적이고 고착적인 사고를 넘어서, 대신 유동성과 순환성을 강조하는 다분지(multi-ramification) 모델을 제안하였다. 다분지적 모델이란 상호연관성과 다방향의 흐름들로 구성된 문화의 장으로서 이해된다. 이러한 역동의 모델은 문화의 장의 공간적 특징은 정치적 ‘구조’로부터 산업적 ‘컨텐츠’를 넘어 인간의 문화 ‘실천’을 포괄할 때 가능하다. 단절적이고 단선적인 문화 인프라 모델로부터 역동과 순환의 문화의 장 모델로 이행을 시도한다. 이 다분지 모델에서는 요소들(구조—컨텐츠—실천) 간의 상호 작용, 중첩적인 시간성, 잠재영역과 명시영역의 입체적 공존 구조가 중시된다.

결론적으로 민주적인 문화의 장이란 서로 다른 역사와 정치적 토양에서 자란 문화 실천력이 자생하고 성장할 수 있는 환경이며 과정이다. 이에 실험적 모색과 대화적 교통을 촉진, 장려하는 물질적, 정신적 지원이 요구된다.

참 고 문 헌²⁴²⁾

- 김예란(2005) 정보생산자로서의 개인역량의 증가와 사회문화적 함의. 21세기 한국
메가트렌드 시리즈 II. 정보통신정책연구원.
- 문화관광부(1998). <국민의 정부 새 문화관광정책>
_____ (2000). <문화산업비전 21: 문화산업진흥 5개년계획>
_____ (2001). <콘텐츠 코리아 비전 21: 문화콘텐츠산업 발전 추진계획>
문화관광부·한국문화관광정책연구원(2003). 문화예술인실태조사. 서울: 저자.
문화관광부(2004a). 『창의한국: 21세기 새로운 문화의 비전』
_____ (2004b). 『새로운 한국의 예술정책』
_____ (2004c). 『2004 문화산업백서』 서울: 저자
_____ (2005a). 『문화강국 C-KOREA 2010』
_____ (2005b). <한국 문화산업의 현황과 전망>
문화연대 [문화개혁을위한시민연대](2002). 문화사회를 위한 정책 과제: ‘국민의 정
부’의 문화적 평가와 정책 대안> 자료집.
_____ (2003). <참여정부 문화정책의 개혁과제 및 대안정책 제시를 위한 공개토론
회> 자료집.
문화부(1990). <문화발전 10년 계획>
삼성경제연구소(2002). <Issue Paper: 콘텐츠 비즈니스의 새 흐름과 대응전략>, 2002.
7. 29.
양건열·양현미·원준식(1998). 『창의적 문화국가 건설을 위한 정책 제안』. 한국문
화정책개발원

242) 이 참고문헌 목록에는 외부 공동필자가 작성한 논문들에서 인용된 문헌들은 제
외되어 있다. 각 논문의 각주 또는 말미에 해당되는 참고문헌이 제시되어 있다.

- 원용진(2003). 참여정부 문화정책의 주요 개혁과제: 문화부 정책 조정 및 조직개혁 문제를 중심으로. <참여정부 문화정책의 개혁과제 및 대안정책 제시를 위한 공개토론회> 자료집. 28~51.
- 이원재(2003). 참여정부 문화산업정책의 개혁과제. <참여정부 문화정책의 개혁과제 및 대안정책 제시를 위한 공개토론회> 자료집. 66~85.
- 이종인(2004). <문화정책과 문화행정>
- 임학순(2001). <문화산업과 예술영역에 대한 정책목표들 양립 가능성 연구, 『문화정책논총』
- 정성욱(2004). <문화산업정책 10년 평가와 전망>
- 정성욱/한국문화관광정책연구원(2004). <순수예술과 문화산업의 연계전략 개발>
- 한국소프트웨어진흥원(2004). <디지털콘텐츠 산업분류 체계에 관한 연구>
 _____(2004). 『문화콘텐츠산업분류』
- Adkins, L.(2005) The new economy, property and personhood. *Theory, Culture & Society*. vol. 22(1). pp.111~130.
- Beck, U., Giddens, A. & Lash, S.(1995). *Reflexive modernization*. Stanford University Press.
- Bolter, D.(2001). *Writing space*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Burchell, G., Gordon, C. & Miller, P.(1991). *The Foucault effect: studies in governmentality*. University of Chicago Press.
- Bustamante, E.(2004) Cultural industries in the digital age: some provisional conclusions. *Media, Culture & Society*.
- Bourdieu, P.(1984). *Distinction: a social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Chomsky, N. *et al.*, Penser le XXI e siecle. 백연구 옮김(2001). 프리바토피아를 넘어서. 백의출판사.
- CITF(Creative Industries Task Force)(2001). “Creative Industries Mapping Document”.

- <http://www.culture.gov.uk/NR/rdonlyres/338EFCBC-F706-4191-A1A4-CCB7EFF7E-DAE/0/foreword.pdf>
- Couldry, N.(2004) the productive ‘consumer’ and the dispersed ‘citizen’. *International Journal of Cultural Studies*. vol. 7(1). pp.21 ~ 32.
- Cunningham, S.(2005). Creative enterprises. Hartley, J.(Ed.), Creative industries. Blackwell. pp.282 ~ 98.
- Dijck, J. V.(2005) From shoebox to performative agent: the computer as personal memory machine. *New Media & Society*. vol. 7(3). pp.311 ~ 32.
- du Gay, P. and Pryke, M.(2002). Cultural economy: cultural analysis and commercial life. Sage.
- Featherstone, M, Hepworth, M & Turner, B.(Eds.)(1991). The body: social process and cultural theory. Sage.
- Flew, T.(2005). Creative economy. J. Hartley(Ed.)(2005). Creative industries. pp.344 ~ 60.
- Florida, R.(2002). The Rise of the Creative Class: And How It’s Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life. Perseus Books Group.
- Foucault, M.(1980). Power/knowledge. Pantheon.
- Garnham, N.(2005). From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*. vol. 11(1). 15-29.
- Giddens, A.(1993). The transformation of intimacy: sexuality, love and eroticism in modern societies. Stanford University Press.
- 배은경, 황정미 옮김(2001). 현대 사랑의 친밀성 구조 변동: 성, 사랑, 에로티시즘. 새물결.
- Hartley, John and Cunningham, Stuart(2001). “Creative Industries: From Blue Poles to fat pipes”, Humanities and Social Sciences Summit papers. Canberra: DETYA, forthcoming.

- Hartley, J.(2005). Creative industries. J. Hartley,(Ed.) Creative industries. pp.1 ~ 40.
- Hesmondalgh, D.(2002). The cultural industries. Sage Publications.
- King, A.(Ed.), (1998). Culture, globalization and the world system: contemporary conditions for the representation of identity. Minesota University Press.
- Lash, S.(2002). Critique of Information. Sage.
- _____(2005). *Lebenssoziologie: Georg Simmel in the Information Age*. Theory, Culture & Society. vol.22(3), 1-23.
- Lash, S & Urry, J.(1994). Economies of signs and space. Sage Publications.
- Lefebvre, H.(1974) The production of space. trans. D. Smith. Blackwell.
- Malik, S.(2005). Information and knowledge. *Theory, Culture and Society*. vol.22(1), 29-49.
- McRobbie, A.(2002) Clubs to companies: notes on the decline of political culture in speeded up creative worlds. *Cultural Studies*. vol. 16(4). pp.516 ~ 31.
- Miller, T.(2004) A view from a fossil: the new economy, creativity and consumption- two or three things I don't believe in. *International Journal of Cultural Studies*. vol. 7(1). pp.55 ~ 65.
- Negus, K.(2002) The work of cultural intermediaries and the enduring distance between production and consumption. *Cultural Studies*. vol. 16(4), pp.501 ~ 15.
- Pratt, A.(2005). Cultural industries and public policy. An oxymoron? *International Journal of Cultural Policy*. vol.11(1). 31-44.
- Uricchio, W.(2004) Beyond the great digital: collaborative networks and the challenge to dominant conceptions of creative industries. *International Journal of Cultural Studies*. vol. 7(1). pp.79 ~ 90.
- Wang, J.(2004). The global reach of a new discourse: how far can 'creative industries' travel? *International Journal of Cultural Studies*. vol. 7(1): 9-19.
- Williams, R.(1978). Marxism and Literature. Oxford University Press.

〈부 록〉

심층인터뷰를 위한 반구조화된 질문지

— 신상정보 —

1. 나이, 성별, 하는 일, 학력, 부모님의 직업, 월 소득(부모님의 월소득과 학력), 주거 형태
2. 자기 소개, 좋아하는 것, 주로 소비하는 것, 직업에 대한 생각, 현재 하는 일 등 (자기 해석학)
3. 학교 다닐 때 어떤 학생이었는가?
4. 가족 간의 관계는 어떠한가? 이러한 불안정한 상황을 어떻게 보는가?

— 일(작업)과 자기경험(자아성찰 혹은 정신적 지향점, 가치관) —

5. 자신이 과연 ‘뚜렷한’ 일을 하고 있다고 생각하는가?(명칭? 예를 들어 예술가, 작가, 따까리, 혹은 직업 없음, 백수 등). 그 명칭의 가장 핵심적인 의미는 무엇인가(예: 기능, 서비스, 경제적 이익, 독창성, 자유)?
6. 이 일을 하게 된 이유나 계기는 무엇인가? 이 일이 생계를 위한 일이라고 생각하는가?
7. 요즘 주로 주의 깊게 하는 일(작업)은 무엇인가(위치)? 그것을 통해 무엇을 할 수 있으리라 생각하는가(잠재성)? 자발적인 일인가? 거기서 무엇을 얻는가? 즐거움을 얻는가? 누구를 위해 하는가? 그 속에서 자부심을 느낀 적은 있는가? 그 일(작업)에서 자신이 정한 룰이나 법칙 같은 것이 있는가? 그 일을 하는데 스스로를 설득하기도 하는가? 그 일(작업)이 사회적인 일이라고 생각해 본적 있는가? 있다면, 없다면 그 이유를 말해달라.
8. 자신의 작업, 일에서 추구하는 것은 무엇인가? 자신의 이 작업(일)이 창조적이

라고 생각하는가? 왜 그런가? 다른 일, 작업과의 차별성은 무엇인가?

9. 그 일(작업)을 위해 어떤 노력을 하는가(전략)? 시간은 얼마나 투자하는가? 왜 그렇게 노력했나? 노력했다는 것은 그것에 대한 가치의 부여 있을 텐데, 무엇을 하고 바라는가? 그 일을 하는데 본인이 적합하다고 생각하는가? 그 이유는?
10. 현재 자신에 있어서 우선시 되는 일은 무엇이며, 지연시키는 일은 무엇인가? 그 선후관계를 정하는데 어떤 갈등은 없는가?
11. 여타의 관심분야와 일을 결합시키고자 노력하지는 않는가?
12. 개인적, 사회적으로 삶의 지향점이 있다면, 무엇인가?
13. 어떤 정치적 지향점을 가지고 있는가? 혹시 자신의 작업을 기성 질서의 대안적인 것으로 규정할 수 있을까?
14. 일을 하면서 보람을 얻는가? 어떤 면에서? 다른 일을 선택(가령 전체, 조직적인 일) 했더라면 지금과 어떻게 다를 것 같은가?
15. 안정적이지 않은 상태에 대해 어떻게 생각하는가? 안정적이지 않은 상태를 극복하기 위한 노력을 하는가?
16. 자신의 일과 생활과 관련해서 가장 큰 문제점은 무엇이라고 생각하는가?
17. 혹시 절망, 불안을 느끼는가? 어떻게 해소하려 노력하는가?
18. 예술 주류 공간의 상업화 경향에 대해 어떻게 생각하는가?

— 전문 영역으로서의 일 —

19. 자신의 작품(창작)활동에 가장 많은 영향을 미친 인물이나 작품은?
20. 당신이 지금 사용하는 매체(자신의 일)의 매력과 중요한 점은 무엇이라 생각하나?
21. 디지털 미디어를 활용하는가?
22. 아트 언어이자 매체로서, 지배적 미디어의 변화(디지털화, 멀티미디어)가 자신의 작업 형태에 유의미한 변화를 낳고 있다고 생각하는가?
23. 사회와 문화공간의 변화에 따라(예술가, 작가, 활동가 등 앞서 말한 자신의 직업)의 역할에 변화가 있다고 생각하는가?(주고객층은 누구인가?)

24. 추구하는 작품세계를 말해달라?

— 일, 교육, 자기발전 —

25. 이 일을 위해 어디서, 무엇을 배웠는가?

26. 그 교육 외에 학교 외에서 특별한 공부나 절차 등을 가졌는가?

27. 작품 아이디어 및 아이디어 발전은 어떻게 이루어지는가?(예: 지독한 자기만의 공부와 사색, 유행을 탐색, 타인의 지도를 받음)

28. 일을 하면서 가장 중요한 정보는 어디서 얻는가(예: 공식적이고 공평한 전달망, 혹은 인맥을 통한 접근)?(각 개인이 자신의 사회적 문화적 자본에 따라 formal system에 얼마나 포함, 접근, 혹은 배제, 소외되고 있는가를 묻는 질문)

29. 유학, 부모님을 따라서, 아니면 그냥 관광을 위해서라도 해외에서 생활해본 적이 있는가? 해외에서 살아본 적이 있다면 그것이 현재 삶에 미친 영향이 있는가? 없다면 해외파와 함께 지내면서 느끼게 되는 유리함, 불리함 등이 있는가?

30. 언젠가 다시 해외에 나갈 예정이 있는가?

31. 전문적 활동과 삶의 양면에서, 한국과 해외의 가장 큰 차이가 무엇이라고 생각하는가?

— 일과 커뮤니티 —

32. 일을 하면서 새롭게 만나거나 관계한 이들이 있는가? 있다면 주로 무슨 대화를 하는가? 같이 일을 한 적은 없는가? 그들과의 소통 속에서 무엇을 얻는가? 그 후 스스로에게 변화되는 것이 있는가? 그 속에서 나의 위치는 어떠한 것 같은가?(새로운 정치적 역할)

33. 혹시 속해있는 그룹, 공동체가 있는가? 왜 참여하게 되었는가? 그들과는 얼마나 가깝게 교류를 하는가?

34. 정부나 기업, 외부의 지원을 받은 적이 있거나 시도해 본 적이 있는가?

35. 정부나 기업, 외부의 지원을 받은 적이 있거나 시도해 본적 있다면 그 경험에 대해 구체적으로 알려달라.
36. 공모 지원을 한 적이 없다면, 그 이유는?(예: 지원했으나 탈락, 혹은 어떤 이유에서든 안 함)
37. 매번 활동 프로젝트는 어떻게 개시하는가?(예: 단독적인 작업과 교섭을 통해, 혹은 친구들과 함께 공동체 자가발전, 혹은 기업, 정부, 지도교수의 프로그램에 참여, 프로젝트 기획한 후 추진함)

— 일과 지역 —

38. 주로 어디서 일을 하는가? 작업실은 어디인가? 그 장소에서 어떤 사람들을 주로 만나서 어떤 교류를 하는가?
39. 어디서 공연, 전시, 판매를 하며, 왜 그 공간을 선택하였는가?

— 일상, 일, 여가 —

40. 일상의 하루가 어떠한가?(기상, 취침, 먹기, 수다하기, 이동과 방콕, 야행성, 아침인간 등)
41. 지극히 개인적인 질문이지만, 괜찮다면 가족 관계에 대해 답해 달라. 혼자 산다면 그 이유는?(예: 일에 방해된다. 사랑에 관심없다. 일만 해도 충분히 기쁘다). 현실적으로 친밀성의 관계를 어떻게 지속시켜 나갈 생각인가(예: 동거, 결혼, 계획 없다 등).
42. 생활 속에서 작업의 시간이 어떻게 배분되는가?
43. 일과 자신의 생활양식과 밀접히 연관되어 있다고 생각되는 가? 왜?
44. 여가시간에는 어디서, 무엇을 하는가? 휴식과 여흥은 일과 어떻게 분리되는가?
45. 주로 행하는 문화 활동은 무엇인가?
46. 주로 혼자 지내는가 혹은 친구들과, 동료들과 함께 있는가?

— 현재와 미래의 계획 —

47. 현재 수입원은?(정기적/부정기적, 자율 충당/ 타인에게 의존)
48. 현재 재원이 풍족한가? 부족하다면 어떻게 보충하고 있는가? 그리고 그 금전적 부족은 작업이나 일을 하는 데에 영향을 끼칠 텐데, 이를 어떻게 충당하는가?
49. 현재 자신이 하고 있는 일에 만족하는 부분은 무엇이며, 앞으로 어떤 부분을 보강하고 싶은가?
50. 앞으로 계속 이 일을 계속하리라 생각하는가?(평생직업). 아니라면 구체적인 변신 예정, 전망이 있는지?
51. 앞으로 하고 싶은 일이나 작업은 무엇인가?
52. 앞으로 개인적 사업이나 안정된 조직에 들어 갈 기회가 주어진다면 어떻게 하겠는가?
53. 현재 한국의 문화시장, 문화공간 상의 가장 큰 문제점이 무엇이라고 생각하는가? 개선안을 제안한다면?

경제·인문사회연구회 협동연구총서 05-07-07

미래사회의 문화인프라 예측 및 구축:
구조로부터 콘텐츠로, 콘텐츠를 넘어 실천으로

2005년 12월 일 인쇄

2005년 12월 일 발행

발행인 이 주 현

발행처 정 보 통 신 정 책 연 구 원

경기도 과천시 주암동 1-1

TEL: 570-4114 FAX: 579-4695~6

인 쇄 인 성 문 화
