

企劃論文

정보통신혁명에 따른 인문학·문화예술과 문화산업의 상호 발전에 대한 논고

전택수*

I. 서론	IV. 문화산업과 인문학·문화예술의 발전
II. 인문학·문화예술의 전통적 역할	V. 인문학·문화예술의 상업화에 대한
III. 정보통신혁명과 인문학·문화예술의 새로운 역할	전향적 자세 VI. 결론

I. 서론

어느 시대 어느 국가를 막론하고 인간이 집단적으로 추구하는 것에는 공통점이 들어 있다. 미국의 Harvard 대학교수였던 Galbraith(1996)의 말을 빌리면 그 공통점은 ‘살기 좋은 사회(Good Society)’를 만드는 것이라고 할 수 있다 이는 인간적인 관점에서 해결해야 하는 아젠다로서 시대의 고금을 막론하고, 그리고 양의 동서를 막론하고 모두 해당되는 것이다. 물론 ‘살기 좋은 사회’가 무엇을 의미하는지는 서로 다르다는 것은 전제되어야 한다.

본 논문은 ‘살기 좋은 사회’를 ‘정신적으로나 물질적으로 풍요로운 사회’로 정의한다. 물질적인 풍요는 생활수준의 향상을 가져다주고, 정신적인 풍요는 바람직한 인간상의 정립을 통해 내적인 희열감을 가져다준다. 그런데 현실적으로 인간은 무한한 욕망을 원하고, 그것을 충족시킬 자연은 극히 유한하다. 무한한 인간 욕망

* 한국정신문화연구원 교수, 경제학

과 유한한 자연의 갈등 때문에 인간은 항상 불만 속에서 살아 갈 수밖에 없었다.

역사적으로 이를 해결하려는 연구가 두 가지 방향에서 이루어졌다고 할 수 있다. 하나는 인문학·문화예술이 추구하는 것처럼 인간에게 물질적 욕망을 억제시키는 대신 심미감을 제고하여 정신적인 풍요를 깨닫게 하려는 것이 그것이다. 인문학은 본래 비물질적인 인간을 연구함으로써 인간의 본질이나 그 존재를 밝히려는 것을 목적으로 하고 있다. 그래서 인문학과 문화예술은 인간 본질의 하나인 심미의식을 깨닫게 함으로써 인간으로 하여금 정신적인 풍요를 찾도록 유도한다.

다른 하나는 과학기술과 경제·경영처럼 한정된 자연을 더욱 효율적으로 활용하여 물질적으로 부족한 것을 채워주려는 것이다. 경제학은 한정된 자연으로 무한한 인간의 욕망을 어떻게 충족시킬 수 있을 것인가를 연구하는 학문으로서 과학과 기술의 중요성을 강조한다. 자연의 한정성은 인간을 둘러싸고 있는 환경으로서 피할 수 없는 사실(facts)에 관한 문제이고, 욕망의 무한성은 인간 본성이 가지고 있는 개인들의 주관적 가치(values)에 관한 문제이다. 개인들이 가지고 있는 주관적 가치들은 너무나 다양하여 한가지 뜻으로 설명하기 힘들다. 그래서 경제학은 인간의 가치 문제를 주어진 것으로 가정하고, 한정된 자연을 효율적으로 활용하여 인간의 욕구를 가능한 한 최대로 충족시키는 것을 주요 목표로 삼고 있다.¹⁾ 그 결과로 경제학에서는 효율성을 높이는 것이 최대의 규범이 되었다.

최근에 인간을 둘러싸고 있는 여러 가지 환경이 과거와는 크게 다르게 변하고 있다. 특히 정보통신기술의 발달로 세계는 인터넷으로 거미줄처럼 연결되어 있으며, 우리가 인식하거나 상상할 수 있는 모든 것을 기호화하여 공통된 언어(?)로 표현할 수 있는 디지털 기술이 보편적으로 이용되고 있다.

본 논문은 이러한 새로운 환경 하에서 인간에게 정신적 풍요를 제공하던 인문학과 문화예술이 기존의 전통적 역할을 더욱 활발하게 수행할 뿐만 아니라 물질적 풍요를 가져오는데도 중요한 역할을 할 수도 있음을 분명하게 보이고자 한다. 이를 위해 먼저 제2장에서 지금까지 진행된 인문학과 문화예술의 전통적 역할을 경

1) 경제학은 경제활동과 관련된 인간의 선택행위를 체계적으로 설명하려는 학문이다. 이러한 경제학은 대부분의 사람들이 자신의 이익을 최대로 높이도록 행동한다는 소위 이기주의에 기반을 두고 행동한다고 가정한다. 자세한 것은 전택수 「경제학 분석에서의 인간성 문제와 한국인의 경제적 성격」, 한국정신문화연구원 발표문(1999) 참조.

제학적인 관점에서 소개하고, 제3 장에서는 정보통신혁명의 의미를 밝히면서 인문학과 문화예술의 새로운 역할을 정립하기로 한다. 이어 제4 장에서는 인문학과 문화예술이 문화산업의 자본재 역할을 할 수 있다는 점을 구체적으로 밝히면서 문화산업의 활성화가 다시 인문학과 문화예술의 발달을 촉진시킬 수 있음을 규명하고자 한다. 제5 장에서는 4 장에서 제시한 실증적인 근거를 기초로 문화의 상업화가 인문학과 문화예술의 발달을 가져온다는 사실을 일반론적으로 증명하고 이를 정리 하겠다. 마지막 제6 장의 결론에서는 본 논문의 요약과 함께 문화발전을 위한 제언을 제시하는 것으로 마무리짓는다.

II. 인문학·문화예술의 전통적 역할

‘살기 좋은 사회’를 구현함에 있어서 그 동안 인문학과 문화예술의 역할은 아날로그라는 정보 표현 기술에 의해 크게 제약되었다.

아날로그는 정보통신에 있어서 정보를 표현하는 하나의 방법이다. 이 기술은 정보를 전기의 강약에 따라 연속적으로 변화하는 전압 및 전류에 실어 표시하고, 이를 가공처리하며, 저장 및 전송한다. 이 방법은 정보처리에 있어서 그 다양성이 부족하고 처리 과정이 복잡하며, 정보 형태별로 그리고 개별적으로 처리한다. 정보 저장에 있어서는 연속적인 물리량을 저장하므로 저장 용량의 한계를 갖는다. 정보 전송에서는 신호가 왜곡되거나 잡음이 크게 발생하며, 정보의 가공 및 변형시 정보 손상이 심하게 나타난다.

이에 따라 인간은 지식과 정보로서의 인문학 및 문화예술에 대한 산업적 활용을 생각할 수도 없었다. 그 대신 이들 영역은 인간의 정신적 풍요를 증진시킨다는 전통적 역할을 수행하는 데 그 역할을 다 하였다. 그 결과 인문학이나 문화예술은 때로는 자본주의의 물질 문화를 탐닉하는 대중들의 일상생활과는 점차 유리되어 갔다.²⁾

인문학은 인간을 연구하는 학문 즉 그들의 이념, 역사, 문학, 조형물 그리고 가

2) 전택수, 「지식정보시대에서의 사회생산함수와 인문학의 새로운 역할」(2001)를 참조.

치 등을 연구하는 것이다. 거기에는 윤리, 사회, 정치, 경제사, 문학, 언어학, 철학, 예술, 역사학, 고고학, 인류학, 법제사, 종교학, 그리고 역사 및 철학적 접근법을 사용하는 사회과학 등이 포함된다. 인문학의 존재 근거는 개인과 사회의 발전을 제고시키고, 현대 사회에서 건전한 민주 시민으로서, 그리고 노동력의 소유자로서 그 역할을 이해하도록 도와주는 터전을 제공하려는 것이었다. 이것은 Humboldt 가 제시한 ‘바람직한 인간상을 만든다는 것’을 쉽게 설명한 것이다. 따라서 인문학이 추구하고자 하는 비는 인간이 가지고 있는 물질적 욕망을 통제하기 위한 규율을 제시하려는 것으로 해석될 수 있다.³⁾

아마도 동양의 전통적인 인문학도 흠볼트적인 인간상과 유사한 이념을 가진 것으로 보인다. 우리를 포함한 동양문화권에서는 문학·역사·철학이 인문학을 대표하는 학문 분야로 쓰이고 있다. 문학은 시·서·화로 구성되어 있으며 또한 시를 읊는 과정에서 음악과 무용 등의 공연예술도 나타난다. 그리고 서·화는 시각예술을 의미한다. 이에 따라 문학은 각 분야의 공통적 덕목인 심미감을 제고하는 역할을 하는 것이며, 심미감은 욕구 세계를 절제하는 데서 생성되는 것으로 보았다. 역사는 사회의 변천 과정, 내용, 원인 등을 기술하기 때문에 우리에게 옳고 그름을 비교할 수 있는 시비론과 가치관을 제공한다. 마지막으로 철학은 각종 경전 및 주역에 나타나는 내용을 연구함으로써 길흉관, 종교관 등을 제공한다. 이들 모두는 예술의 소재가 되고, 그 예술을 즐기는 사람들에게 상상력과 삶의 교훈을 제공한다. 인문학이 우리에게 제공하는 함의에 따르면 동양의 인문학과 문화예술은 인간의 본능적 욕구를 억제하기 위한 윤리와 도덕을 제시하는 것으로 볼 수 있다. 이것은 궁극적으로 부족한 재화를 어떻게 하면 균등하게 배분하는가에 대한 방법을 제시하는 것으로서 형평을 중시하는 것이라고 해석할 수도 있다.⁴⁾

한편, 지금까지의 문화예술은 여가 시간을 보내기 위한 단순한 소비 대상의 하나로 존재해 왔으며, 시대에 따라 성격이 다르고 그 역할을 달리했다. 이는 예술가

3) 1999년에 미국 University of Michigan은 인문학을 새로이 사고하자는 시도에서 「인문학에 대한 신사고(Rethinking the Humanities)」라는 주제로 이틀간 전문가 회의를 열었는데, 그 주요 주제는 ‘규율, 욕망, 그리고 인문학’이었다.

4) 물론 인문학은 경제 생활을 할 때 요구되는 고도의 분석력과 인지력, 그리고 표현기술 등을 구성원들에게 심어주어 경쟁력 있는 태도와 활동을 가능하게 할 수도 있지만, 이는 부차적인 역할일 것이다.

들의 경제적 여건과 밀접히 관련되었는데 그 변천 과정을 다음과 같이 정리할 수 있다.⁵⁾

19세기 이전, 유럽 각국의 생활수준이 매우 낮았을 때에는 문화예술은 소수의 귀족을 위하여 존재했다. 소수의 특권층을 제외한 대부분의 사람들은 장시간의 노동에 얽매어 있어 여가 시간을 거의 갖지 못했다. 이런 상황에는 대부분의 예술가들도 예외가 아니어서 15세기 문예부흥기에서조차도 그들은 생계를 유지하기 힘들었다. 다소 사정이 나은 예술가들은 독립적인 예술활동을 추구하기 위하여 돈을 벌려고 노력하였다.⁶⁾ 그 반면, 왕이나 귀족들은 문화인들 곧 예술인들의 생계를 지원함으로써 자신의 취향에 맞는 예술을 요구했다. 또한 종교도 예술을 수요하는 주요 고객층의 하나이었다. 건축물은 대성당이나 사찰 등의 형태로 나타나고, 종교 그림은 그 내부에 있는 벽화나 천장 그림 등에서 볼 수 있다.

그러나 근대에 와서는 문화예술은 대중에 의해 享有되었다. 18세기 말엽 유럽 각국은 산업혁명을 거치면서 생활수준이 서서히 개선되었고, 19세기를 거쳐 20세기로 넘어 오면서 근대화가 성숙되자 일반 국민들의 생활수준이 급격히 높아졌다. 그 결과 일반인들은 노동시간이 줄어들었고 여가시간을 충분히 가질 수 있었다. 따라서 대중들도 문화와 예술을 즐기는 데 동참할 수 있게 되어 예술시장이 급속도로 팽창하였다. 그 결과 예술인들의 경제적 환경도 그만큼 개선되었다. 역설적으로 들릴지 모르지만 이는 시장경제 제도 때문에 문화인들은 귀족들의 변덕스러운 개인적 취향으로부터 완전히 독립할 수 있게 되었다는 것을 의미한다.

이상과 같은 흐름은 산업화 및 그 이후의 시대를 대량소비시대로 변모시켰으며, 특히 대중에게 문화와 예술을 향유할 수 있는 권리와 기회를 제공했다. 그래서 근대성으로 특징지어지는 20세기를 ‘대중문화의 시대’로 규정하고 있다. 특히 TV, 비디오, 케이블 TV 등의 매체가 확산되면서 각종 예술에 대한 정보가 신속히 확산되었으며 그 확산된 정보 속에는 현장감이 내포되어 있어 그 가치가 더욱 높아

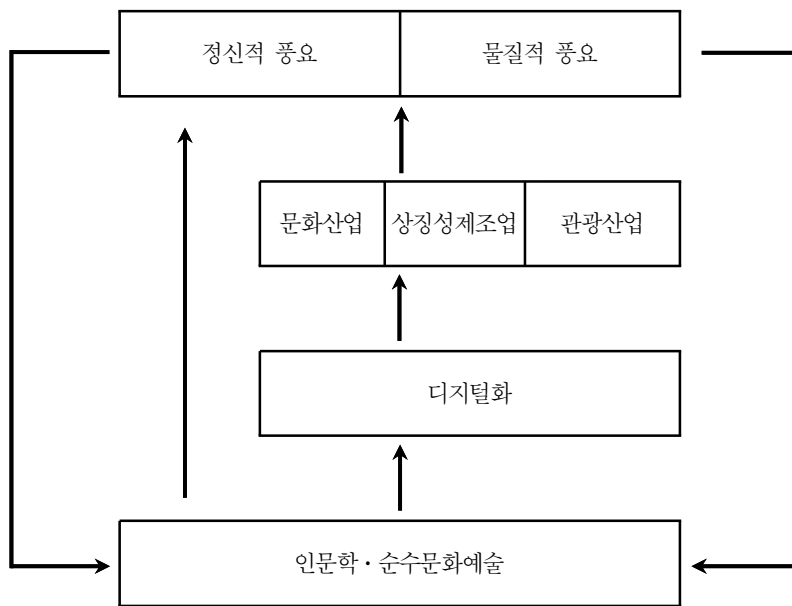
5) 전택수, 「지식기반사회에서의 문화와 경제」, (2001), 18장 참조

6) 미술가들은 귀족들의 초상화를 그려주고, 음악가들은 궁중의 연회나 교회에서의 장례식에서 연주를 하는 대가로 생계를 유지하였다. 예를 들면 모차르트는 생활비를 조달하는 것이 힘들다는 점을 친구에게 보내는 한 편지에 지적하고 있다. “진실로 말하건대, 나의 유일한 목적은 돈을 많이 버는 것이다. 왜냐하면 돈이 나의 건강을 보장해줄 유일한 수단이기 때문이다” T. Cowen, In Praise of Culture, Cambridge, Harvard University Press, 1998. 참조

졌다. 곧, 한정된 시간에만 펼쳐지는 공연예술, 전시회, 박람회 등에 관한 소식이 대중매체를 통하여 즉시 전달되어 대중이 손쉽게 값싸게 예술을 즐길 수 있게 되었다. 그뿐만 아니라 노동의 桎梏으로부터 해방된 일반 대중은 문화를 즐길 수 있는 시간적인 여유와 소득의 증대로 인한 경제적 여유를 갖게 되었다.

요약하면 개인들은 여가 시간에 인문학의 연구결과를 이해하고 문화예술을 향유하게 되었는데, 이를 통해 자신의 정신적 풍요를 드높이려고 하였다. 그 결과 정신적 풍요는 인문학과 문화예술에 의하여 성취되었고, 오늘날도 꾸준히 추구하고 있다<그림 1> 참조.

<그림 1> 인문학·순수문화예술의 역할 개념도



III. 정보통신혁명과 인문학·문화예술의 새로운 역할

1. 정보통신혁명의 의미

20세기 말엽에 정보를 소통시키는 정보통신기술이 혁명적으로 발달했다. 컴퓨터 산업의 발달로 인터넷망이 전 세계적으로 확산되었고, 디지털이라는 새로운 정보 표현 기술이 보편적으로 활용되기 시작했다. 인터넷망의 확산과 디지털 기술의 발달은 사회의 모든 분야에 엄청난 변화를 초래하고 있으므로 이를 ‘정보통신혁명’이라 부른다. 인문학과 문화예술의 새로운 역할에 대한 모색을 염두에 두면서 정보통신혁명이 사회에 끼치는 의미를 간단히 살펴보자.

인터넷은 전용선을 이용하여 지역(local) 컴퓨터 네트워크를 전 세계의 컴퓨터와 연결시킨 거대한 망(network)으로서 이것은 세계 사람들로 하여금 다양한 정보를 상호 교환할 수 있게 한다. 웹(web)의 도움을 받아 일정한 경로를 무시하고 장애물을 뛰어넘듯 곧 바로 원하는 정보에 접근할 수 있게 되었고, 모든 정보를 마우스 하나로 찾을 수 있게 되었다. 이에 따라 인터넷을 통해 정보를 이용하는 데에 소요되는 비용은 시간이나 거리에 무관하게 일정하고 매우 저렴하다.

이상은 모든 정보를 하나의 표준화된 형식으로 표현하게 하는 디지털기술 때문에 가능하게 된 것이다. 이 디지털기술은 문자, 화상, 동영상, 음성 등의 정보를 0과 1의 수열로 변환시키고, 이를 다시 전자신호로 만드는 방식으로서 인식 가능한 모든 대상물을 기술적으로 디지털 부호로 전환할 수 있다.

디지털기술은 정보를 교환하는 통신 서비스에서 특별한 강점을 가지고 있다.

우선 정보통신 과정에서 나타날 수도 있는 잡음을 완벽하게 차단하고 정보의 질에 대한 고품질을 기할 수 있다. 보통 문서나 사진을 전송할 때 바람이 부는 등 일기가 불순하면 수신상태가 불량하게 나타난다. 그러나 전송하고자 하는 자료가 음성이든, 화상이든, 동영상이든 이것들을 디지털화하여 전송하면 품질에서 전혀 손색이 없게 전달된다.

그 뿐만 아니라 다양한 형태의 정보가 단일 신호로 전환되기 때문에 정보통신 설비의 공용을 가능하게 하고, 이에 따라 다양한 형태의 서비스를 가능하게 할 것이다. 예를 들면 다양한 전자기계들을 서로 융합시키며, 통시에서 쌍방향의 이용

을 가능하게 한다. 또한 디지털기술은 정보를 압축해서 전송하고 대용량의 정보를 값싸게 축적할 수 있으므로 수많은 채널을 가진 위성방송을 가능하게 한다.

그리고 원본의 품질을 그대로 유지한 채, 지식 및 정보의 복사 비용을 극단적으로 줄인다. 제작에 수십만 달러가 투입되는 서적이라도 1~2달러로 인쇄와 제본이 가능하다. 수십 억 원의 거금을 투입한 영화라도 몇 백원이면 비디오테이프에 복사할 수 있다. 음악의 경우도 마찬가지로 MP3가 테이프 레코더나 AM 방송 등의 방법보다 훨씬 저렴하다.

이에 따라 디지털 기술은 모든 정보를 인터넷의 콘텐츠로 변환시키는 표준적인 기술이 되었고, 인터넷은 가장 보편적인 교환채널이 되었다. 그래서 인터넷과 디지털화는 소위 글로벌 스탠더드(세계의 표준)의 하나로 자리 잡았다고 말할 수 있다. 이러한 체제에서는 어느 일부분에 이상이 생겨도 나머지는 정상적으로 작동한다. 지구를 하나의 촌락으로 보는 ‘지구촌’ 개념이나 시간과 공간이 축소된다는 것은 이를 두고 하는 말이다. 따라서 이제부터는 통합화, 다극화(multi-polar), 지방분권화, 수평화, 그리고 고유성 등이 사회를 지배하는 중심적인 話頭가 될 것이다

정보통신혁명이 갖는 이상의 특성은 인문학과 문화예술에 대한 대중적 활용과 전문가적 활용을 동시에 가능하게 할 것이어서 이들 영역의 발달에 다양한 함의를 제공할 것이다. 우선 거리 개념의 소멸로 인하여 먼 지역에 산재해 있어 지금까지는 관심을 얻지 못했던 전통문화가 산업적으로 쉽게 활용될 수 있게 되었다. 또한 특수성을 기본 생명으로 하는 이들 영역들이 그 동안에는 높은 비용 때문에 활용될 수 없었지만 이제는 저비용으로 인해 널리 활용될 수 있게 되었다. 그리고 통일된 표현기술 때문에 다양한 형태의 방송국과 오락 기기들이 생겨나서 사회와 대중 매체 등이 다양하고도 대량의 디지털문화컨텐츠를 요구하고 있다. 이는 디지털화된 인문학과 문화예술이 문화산업의 자본재가 된다는 것을 의미한다.⁷⁾ 그리하여 인문학과 문화예술이 갖는 창의성으로 인해 문화산업이 경쟁력을 얻게 되고, 문화산업으로 창출된 풍요와 일자리는 인문학과 문화예술의 활동 공간을 더

7) 원래 경제학에서 자본재는 다른 상품의 생산을 위해 이용되는 기계, 시설, 장비, 건물 등을 말한다. 그래서 일반적으로 자본이라 하면 이는 장기간에 지속되는 가치를 저장하면서 인간에게 편익을 제공하는 것으로 인식되고 있었다. 그러면서 시간이 지남에 따라 점차 그 가치가 감소하는 성질을 가지고 있는 것이 보통이다. 그러나 최근에 와서는 자본을 폭넓게 해석하여 문화자본을 개념화하기도 한다.

욱 넓혀 줄 것임에 틀림없다.

2. 인문학·문화예술의 새로운 역할

인문학 및 문화예술은 경제적 가치뿐만 아니라 문화적 가치를 가지고 있고, 이를 통해 인간에게 직·간접적으로 편익을 제공하는 자산으로 인식되고 있어 ‘문화 자본’이라 불린다. 그러면 문화자본은 경제활동에서 어떤 경로를 거쳐 작용하는가. 이것은 당연히 물리적 자본의 작용과 비슷하다. 즉 문화는 다른 물적 생산요소와 결합하여 고부가가치의 상품을 생산하는 데 필요한 자본적 서비스를 만들어낸다. 다시 말하면 문화는 다른 상품 및 서비스의 생산에 중간 원료로 이용되어 물질적 부를 초래한다는 것이다.⁸⁾

특히 인문학과 문화예술이 자본재의 역할을 충실히 수행하기 위해서는 디지털 부호로 변환되고 인터넷에 보관되어 누구에게나 저렴하게 이용될 수 있어야 한다. 인문학의 연구 결과물과 우리의 전통문화에서 구전되거나 전승되어 오는 것들을 체계적으로 정리하여 사이버 공간에 축적해 놓으면 콘텐츠에 대한 검색 엔진이 발달함에 따라 그 활용은 훨씬 더 광범위하게 나타나면서 손쉽게 이루어질 것이다. 예를 들면 문화상품이나 제조상품의 개발부서는 먼저 소비자의 기호가 어떠한지를 조사한 후, 그 기호를 충족시킬 수 있는 방안을 사이버 공간으로부터 체계적이고도 쉽게 조사할 수 있을 것이다.

먼저 인문학의 경우를 살펴보기로 하자. 인터넷망과 디지털 기술 때문에 지엽적이거나 특수한 것이거나 원거리에 있는 하찮은 것 등도 매우 쉽게 대중에게 전달될 수 있게 된다. 그런데 보편성보다는 특수성을 다루는 인문학은 여기에 속한다. 인문학의 내용이 일단 디지털화 하여 DB 형태로 컴퓨터에 내장되면 이를 ‘디지털 인문 콘텐츠’라고 부르기로 하자, 이는 순수 문화예술 문화산업 그리고 제조업의 자본재로 활용될 수 있으며, 실제로 그 파급 효과는 엄청날 것으로 생각된다.

8) 물론 인문학과 문화예술은 최종 소비자의 여가시간에 소비되는 최종소비재의 역할을 계속하리라는 것은 의심의 여지가 없다. 그래서 전통적인 역할로서 소비자의 희열감과 정신적인 풍요로움을 제공할 것이므로 인문학과 문화예술의 산업적 활용이 인문학과 문화예술의 본래적 역할을 손상시키지 않을 것임도 논리적으로 분명하다.

인문학 연구 결과에 대한 디지털화는 지금까지 중요하게 인식되어 오던 인문학 본래의 가치를 전혀 손상시키지 않으면서 인문학의 경제적 가치를 증대시킬 수 있는 길을 열었던 것이다. 순수 문화예술가들은 창의적인 작품을 생산하기 위하여 문학가의 비평가 작품, 역사적 사건에 대한 역사학자의 해석, 그리고 철학자의 새로운 생사관과 종교관에 관심을 갖지 않을 수 없다. 그리고 미래의 소비자는 상품을 선택할 때 그 기능보다는 상징성을 보고 그것을 선택하게 되는 경향이 있음을 알게 되었다. 소득이 증대됨에 따라 소비자의 취향은 더욱 다양할 터인데 이를 충족시켜 주기 위해서는 상품이 특유성과 문화에 대한 상징적 의미를 내포해야 할 것이다. 상품의 특유성과 상징성은 바로 고도의 상상력에서 나올 수밖에 없는데 이것은 바로 인문학의 연구 결과에서만 확인될 수 있는 내용이다.

또한 기초과학과 고도의 신기술은 하늘에서 떨어지거나 진공상태에서 만들어지는 것이 아니다. 기술은 인간이 자연에 관한 지식을 실천적으로 활용한 결과이고, 상상력은 인간의 마음으로부터 나오는 창조력의 근원이다. 인간 마음으로부터 표현되면서 인간의 마음을 고매하게 하는 인문학과 문화예술은 자연과학이나 기술 발달에 중요한 상상의 근원을 제공하고, 그 근원을 확대하는 역할을 한다. 그 결과는 20세기 후반에 이루어진 많은 기술 발명에 잘 나타나 있다. 대표적으로 일상생활이나 지적 활동을 변환시켜서 나타난 결과인 우주 탐험이나 최근의 유전 공학을 들 수 있다. 인문학과 문화예술은 과학 기술의 혁명에 의해 발전하기도 하지만 많은 경우 인문과학이 새로운 사고 방식을 유발시킨다는 점을 잊어서는 안 된다.

다음으로 디지털문화컨텐츠가 어떤 과정을 거쳐 문화산업, 문화 상징성의 제조업, 그리고 관광산업에의 자본재 역할을 할 수 있는지를 보기로 한다< 그림 1> 참조.⁹⁾

첫째, 디지털화한 문화예술은 인터넷망과 통신 및 전자 기기의 통합을 통해 문자 그대로 문화산업의 최고의 중간원료로 작용할 것이다. 문화산업은 영화, TV 드라마, 대중공연예술, 게임, 애니메이션, 영상, 그리고 디자인 등을 일컫는데 이들 모두는 상상력 혹은 새로운 아이디어를 기반으로 하여 만들어진다. 그 상상력은 지난

9) 물론 인문학의 연구 결과를 컨텐츠화하여 인터넷망에 올려놓으면 문화예술의 경우처럼 산업적으로 활용될 수 있으나 직접적인 연계성에서 다소 낮을 것이다. 전택수, 「지식기반사회에서의 문화와 경제」, 18장 참조

5000년 동안 우리 선조의 경험을 통해 축적되어 온 전통문화에서, 그리고 대중보다 앞서가는 창작자의 고민과 고뇌의 산물인 순수예술에서 나오는 것이 보통이다. D. Hume(1996)이 지적한 것처럼 상상력은 우리가 살고 있는 공간 및 시간상의 위치를 결코 잊고서는 나타낼 수 없다.¹⁰⁾ 특히 전통문화는 우리의 시간적, 그리고 공간적 경험의 결정체이므로 모든 상상력의 주요 원천이면서 그 보고가 될 것이다.

전통문화와 전통예술은 현대적 공연예술을 위한 소재로 활용되고 있다. 지금까지 공연예술은 예술성을 중시하는 대신 시장성을 경시하였다. 그러나 관객들은 심미성을 요구하면서도 독창성과 창의성, 그리고 고유성을 요구하기 시작했다. 서구 예술의 장르에다 서구의 생활내용을 담은 공연예술은 서구의 심미성을 중시한 것이라고 한다면, 서구의 장르에다 자국내의 생활내용을 담은 것은 자국의 창의성과 고유성을 반영한 것이라 볼 수 있다.

최근 한편으로는 세계화의 추세에 부응하면서 다른 한 편으로는 우리 문화에 대한 정체성을 찾으려는 노력으로 서구 장르에 자국의 내용을 담은 형태를 취한 작품들이 관객 동원에서 상당한 성공을 거두고 있다. 명성황후와 난타는 그 구체적인 예로써 이미 국제적으로 호평을 받고 있다. 이외에도 사물놀이, 오구굿, 춘향뎐 등은 독창적인 소재로 성공한 공연물로 평가받고 있다. 이것들은 모두 전통문화에서 그 소재를 찾은 것이다.

한편, 우리의 대중예술이 중국을 포함하여 동남아 각국에서 유행하고 있는데, 이것은 일시적인 유행으로 끝나지 않게 하기 위해서는 계속적으로 새로운 소재를 발굴해야 한다. 예를 들면 대중공연예술에서 중시되는 율동은 굿이나 민속춤 등에서 아이디어를 얻을 수 있다. 노래가사도 의미를 내포해야 할 것인데, 이는 지역의 전설이나 설화에서 얻을 수 있다. 그리고 위성방송과 케이블 방송으로 수많은 채널이 생기고 있는데, 이런 채널은 콘텐츠에 대한 수요를 폭증시킬 것이다. 게임에서는 이미 고구려 시대를 배경으로 한 「바람의 나라」가 큰 성공을 거두었다. 캐릭터산업이나 각종 디자인 분야 등에서 성공사례가 다수 관찰되고 있다. 최근에는 문자 훈민정음과 태극기가 티셔츠의 디자인에 이용되고 있으며, 전통적인 섬유재질과 옷 모양이 프랑스의 고급 디자인 계에서 호평을 받은 바 있다.

10) D. Hume Treatize of human Nature, Book 2, 1996, p. 172 참조

이상의 성공 사례를 분석하면 한국적 특성을 살린 문화상품이 세계시장에서 더 호평을 받았음을 알 수 있다.

둘째, 디지털화된 문화예술은 문화 상징성을 담은 제조상품에도 널리 활용될 수 있다. 전통적으로 계승되어오는 식료품 제조법과 건강 관리법, 민간 치료법, 낚업법 등은 우리 선조들이 생활문화를 통해 경험적으로 축적된 것들이다. 첨단적인 바이오테크놀로지를 생산기술로 전환하고 이를 전통문화에 접목하면 훌륭한 상품을 양산할 수 있을 것이다.¹¹⁾ 이들 상품들은 모두가 자연 친화적이면서 우리들의 육체와 조화를 이루므로 소비자의 관심을 확실하게 유발할 것이다.

많은 사례가 있지만 옷의 예를 들어보자. 옷은 전통적으로 공예품의 도료 혹은 건강 식품의 재료로 이용되었다. 현재는 첨단 기술의 도움을 받아 고부가가치를 가진 중간원료로 다양하게 이용되고 있다. 높은 순도로 정제된 옷 분말은 고강도의 접착성 때문에 금속의 표면에 직접 닿는 천연도료로 쓰이는데, 이는 현재 벤츠 등 고급자동차에 이용되고 있다. 또한 옷으로부터 향암물질 성분이 추출되기도 하였다. 이러한 활용은 일본에서 이루어지고 있는데 일본은 옷과 관련하여 수 백 건의 지적재산권을 확보하고 있는 실정이다.

디지털문화컨텐츠는 건축물의 디자인에도 널리 활용될 수 있다. 월드컵 축구대회가 개막된 상암 축구장을 그 대표적 사례로 볼 수 있는데 여기에는 방패연, 황포 돛대, 그리고 팔각소반의 모습을 이용하고 있다. 이 설계디자인은 건설공사의 낙찰에 결정적인 영향을 미친 것으로 알려졌다. 공사입찰에서 경쟁상대는 200억 원이나 저렴한 공사비용을 제시했으나 낙찰은 전통문화를 설계에 도입한 삼성엔지니어링에게로 돌아갔다. 그래서 이 조그만 아이디어에 바탕을 둔 디자인의 경제적 가치는 최소한 200억 원을 넘는 것으로 보이도 전혀 어긋남이 없다.

그리고 소득 증대로 사람들은 상품을 소비할 때 그것이 담고 있는 문화적 상징성을 중시한다고 일찍이 프랑스의 기 소르망이 말한 바 있다. 그래서 기능 중심의

11) 현재 선진국에서는 수많은 첨단 바이오 기술이 상품화를 기다리고 있다. 정부는 이러한 기술을 도입하여 생산기술로 전환하도록 지원하여야 할 것이다. 이러한 노력은 낮은 비용으로도 가능하며 실패할 위험도 극히 낮다는 점에서 과학기술정책의 한 부분으로 자리잡아야 할 것이다. 우리의 과학기술정책은 첨단적인 기초기술의 개발에 전력하고 있는데 이는 너무 높은 투자비용과 낮은 성공확률 때문에 우리의 국가 R&D 투자규모를 고려할 때 매우 선택적으로 이루어져야 할 것이다.

소비재에 문화적 상징성을 담은 상품이 소비자의 깊은 관심을 끌 것이다. 일상 생활용품에 우리의 전통적 문양을 응용한 사례로는 아트그룹 씨우터(주)가 제작한 책갈피 꽃이, 명함 케이스, 열쇠 고리, 마그네트, 컵 받침, 탁상시계, 목걸이, 손거울, 메모 집게 등을 들 수 있다.¹²⁾

마지막으로 디지털화된 문화예술은 관광객을 유인하는 역할을 할 것이다. 선진국의 관광객들은 여행이나 관광을 직장생활의 재충전 기회로 삼고 있어 테마 관광 혹은 테마 여행의 형태를 선호하게 되었다. 따라서 여행을 떠나기 전에 인터넷을 통해 현지를 가상 방문함으로써 현지에 대한 충분한 정보를 수집하고 사전에 이해하는 과정을 거친다. 이 과정에서 필요한 정보를 충분히 제공하기 위해 여행사 및 관광회사들도 관광상품을 개발하여 홍보하고 마케팅해야 한다. 이때 다양한 요소를 내포하고 있는 전통문화가 디지털화되어 있다면 ‘실시간(real time)’에 쉽게 사용될 수 있으며 실질적인 정보를 제공하는 자료가 될 것이다. 여기서 한국의 경우라면 외국인의 관심을 유발할 수 있는 문화 내용, 즉 경쟁력 있는 테마는 당연히 한국적이어야 함은 재론할 필요가 없다.

또한 관광이 수출을 증대시키는 과정은 다음과 같이 이해될 수 있다. 외국인 관광객들이 한 나라를 방문하여 그 나라의 민족적 특성을 가진 전통문화와 문화예술을 즐기는 동안, 그들은 자신의 마음속에 그 나라에 대한 특정한 이미지를 형성하게 될 것이다. 물론 그 나라의 음악·미술·조각·비디오·영상·영화·문학 등을 즐기는 경우에도 마찬가지로 효과를 기대할 수 있다. 문화를 향유하면서 얻게 되는 국가에 대한 좋은 이미지는 그 나라의 모든 기업들에 대한 이미지를 새롭게 바꾸게 된다. 특히 중소기업의 신용에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. 중소기업들은 자신의 제품을 해외 시장에 광고할 만한 충분한 자원이나 능력을 가지고 있지 못하다. 그래서 외국인의 관광 증대는 중소기업에게 좋은 광고효과를 가져다 줄 수단이 된다. 그리하여 외국관광객이 일단 자국에 돌아가면 그들이 받은 이미지는 그들이 방문한 나라로부터 수입된 제품을 구매하도록 유도할 것이다.

12) 전택수, 「지식정보시대에서 지방문화의 디지털화 필요성과 그 활용」, 『문화경제연구』(2001) 참조.

IV. 문화산업과 인문학·문화예술의 발전

앞에서 보인 것처럼 문화산업은 정보통신혁명의 혜택을 최대로 받을 분야이다. 디지털기술과 인터넷망의 장점은 문화산업이 갖는 특성을 처리하는 데 가장 적합하다는 것은 명약관화하다. 여기에 소득과 여가시간의 증대로 문화와 문화산업에 대한 요구가 절실해지면서 문화관련 기업들에게 발전할 수 있는 많은 기회를 제공할 것이다. 특히 하드웨어의 마진율이 급감함에 따라 소프트 및 창조에 바탕을 둔 문화산업이 차세대 성장엔진으로 부상하고 있다.¹³⁾

그리하여 선진국들은 문화산업을 전략분야로 설정하고, 그 육성에 박차를 가하고 있다. 미국은 자국의 영상산업이 2005년 세계시장의 70%를 점유할 것으로 기대하면서, 영상산업을 군수산업과 함께 2대 주력산업으로 육성할 계획을 세우고 있다. 영국은 콘텐츠산업을 창조산업이라 명명하고서 GDP 대비 10% 달성과 100만개의 일자리를 창출할 것을 주요 목표로 세우고 있다. 한국에서도 현재 문화산업의 시장규모가 연 평균 28%의 높은 성장률을 보이고 있으며 정부는 앞으로 문화산업을 경제발전의 원동력으로 간주하고 그것에 전력을 기울이고 있다.¹⁴⁾

특히 한국에서는 위성방송체제가 본격적으로 출범함에 따라 관련업체는 신규로 많은 일자리를 창출하고 양질의 문화콘텐츠를 개발하며 그 수요에 부응할 것으로 생각된다. 디지털화를 통한 정보의 압축기술과 광대역 때문에 방송 채널이 엄청나게 증가하고 있다. 이런 현상은 고품질의 방송물과 그 종류의 다양성을 필요로 할 것이며, 다양한 소재에 대한 수요도 촉발할 것이다 따라서 고도의 추상성과 작품성을 내포한 인문학과 문화예술에 대한 사회적 요구는 그 어느 때 보다도 증가할 것으로 보인다.

그런데 문화산업의 핵심가치는 감성, 상징, 의미 등이며, 이들은 인문학과 문화예술에서 나오므로, 문화산업이 경쟁력을 갖추려면 그 핵심가치에서 전통적 고유성을 가지고 있어야 할 것이다. 즉, 문화산업이 발전하려면 심미성과 작품성이 뛰

13) 예를 들면 「스타워즈 에피소드 I」은 약 1억달러의 제작비를 들여 47억 달러의 수익을 올렸다. 그 수익 내역을 보면 극장상영 7억 달러, 비디오 9억 달러, 그리고 캐릭터 27억 달러 등이다. 삼성경제연구소, 『한국문화산업발전을 위한 긴급제언』, (2002) 3쪽 참조.

14) 앞의 주 참조.

어난 고유한 인문학적 연구 업적과 문화예술을 갖추고 있어야 한다는 것이다. 따라서 문화산업의 활성화는 인문학과 문화예술의 발달을 촉진시킨다고 예측할 수 있다. 뿐만 아니라 문화산업의 활성화는 문화영역에서 많은 부를 축적할 것인데, 이는 궁극적으로 문화 창작자에게 작품활동의 독립과 자유를 보장하게 될 것이다.¹⁵⁾

창작자는 심리적 요인인 내적인 힘과 환경적 요인인 외적인 힘에 공통적으로 반응할 것이다. 내적인 힘은 여러 가지로 구성되어 있는데, 대표적으로 창의성에 대한 예술가의 애착, 돈과 명예에 대한 욕구, 심미감을 실현하고자 하는 욕구 등을 들 수 있다. 외적 힘도 마찬가지로 여러 가지로 구성되어 있다 여기에는 작품 재료, 홍보수단, 후원자 중개망, 그리고 소득 획득의 기회 등이 포함된다. 이들 두 힘 중에서 내적인 힘은 개인이 선호(preference)에 반응하고, 외적인 힘은 기회조합(opportunity set)과 제약조건(budget constraints)을 반영하는데 양자의 상호작용에 따라 예술품이 생산된다고 볼 수 있다.¹⁶⁾

심리적 동기는 비록 위대한 예술품 뒤에 숨어있는 추진력이기는 하지만 외부적 제약조건과 독립적으로 작동하지는 않는다. 경제적 환경은 예술가들이 심미적 열망을 표현하게 만드는 능력에 영향을 미친다. 특히 예술적 독립성은 재정적으로 독립되었을 때 가능하며, 이는 활기찬 자본주의적 상업시장에서 가능하고 실제로 실현된다. 베토벤의 다음 지적이 이를 뒷받침한다. “나는 여러분이 생각하는 것처럼 돈을 벌기 위해 작곡하는 예술적 고리대금업자는 결코 아니다. 그 대신 나는 독립적인 예술활동을 원한다. 그런데 어느 정도의 소득이 없으면 이런 생활을 얻을 수 없음이 분명하다.”

예술이 직업으로 자리잡은 것은 최근의 일이지만, 직업으로서의 예술은 경제성장과 더불어 번성하기 시작했다. 점증하는 부와 안락함 때문에 창작인들은 고통스런 육체노동으로부터 해방되었고, 상상의 날개를 마음껏 펼칠 수 있게 되었다. 부유한 사회일수록 비물질적 즐거움을 많이 추구하는 경향을 보인다. 일단 기초생활 수준을 보장해주고 나면 부라는 것은 우리의 생활목표를 높여주고 심미감에 대한

15) T. Cowen(1998) pp. 1~43 참조.

16) 선호, 기회조합, 제약조건 등은 경제학 용어이다. 선호는 일관성을 유지하는 개인의 가치관 및 욕망을 의미하고, 기회조합과 제약조건은 소득과 가격에 의해 결정되는 선택영역을 의미한다.

관심을 유발한다. 독립적인 생활을 영위할 수 있는 전업 창작인의 숫자는 이러한 시장 메커니즘의 도움으로 수세기 동안 꾸준히 증가하여 왔다.

역설적으로 들릴지 모르지만, 문화산업의 발달 때문에 인문학자와 문화예술가들은 자신들의 작품들을 필요로 하는 대중의 즉각적인 요구들로부터 더욱 자유로울 수 있었다. 자본주의는 문화예술가들에게 다양한 원천적 재정지원을 제공한다. 이러한 재정지원을 통해 인문학자와 예술가는 자신의 능력 개발에 많은 시간을 투입하거나, 장기 프로젝트를 실행할 수 있다. 그 외에 새로운 장르를 개발하거나 혹은 자신의 작품을 판매할 능력을 키우는 데 시간이나 자원을 투입할 수 있다. 일반 대중들을 대표한다고도 할 수 있는 주류의 취향을 도외시하고, 예술의 틈새 시장에서 활동함으로써 충분히 작품생활을 영위할 수 있는데, 이런 작품생활은 문화산업의 발달 때문에 과거보다 훨씬 쉬워졌다.

자본주의가 만들어 낸 경제적 부와, 이에 따른 기호의 다양성 때문에 예술가들은 비평가들과 청중들을 폭넓게 교육시킬 수도 있게 되었다. 19 세기를 시작으로 하여 많은 화가들은 관객들이 쉽사리 접근할 수 있는 작품을 만들기를 거부하는 경향을 보였다. 처음에는 마네, 모네, 그리고 세잔느 등은 자신들의 작품으로 예술 세계를 경악케 하였으나, 결국은 그런 경향이 세상을 바꾸어 놓았다. 우리들은 한 때는 이상했던 그들의 접근법을 이제는 당연한 것으로 받아들이면서 그들의 대작들을 마음껏 즐기고 있다.¹⁷⁾

문화산업은 소비자들에게 그들이 원하는 것을 제공하는 이상의 역할을 한다. 예술은 창작자와 문화 향수자 사이의 지속적인 대화로 구성되어 있다. 이 대화는 시장에서 나타나는 이윤추구 동기를 통해 각자가 원하는 바를 선택하도록 도와준다. 이 과정에서 창작자와 향수자는 자신의 취향을 개선하도록 하는 유인 동기를 제공하게 된다. 그래서 시장이라는 공간은 생산자에게 관중을 교육시킬 최대의 여건을 제공한다고 말할 수 있다. 물론 현실 사회에서는 창작자가 향수자의 저급한 취향에 굴복하여 반사회적인 작품을 만들기도 한다. 또한 이러한 작품이 사회적으로 유행하기도 한다. 이를 ‘문화 후퇴’의 악순환으로 해석하기도 한다. 그래서 문화 비평가들은 후자의 경향을 중시하고서 ‘문화의 상업성’이라는 명분을 내세워 오늘

17) T. Cowen(1998) 제1장 참조

날의 경향을 비판하거나 질타하기도 한다. 이것은 양질의 문화에 미치는 시장의 역기능을 지적한 것이다. 그러나 본 논문은 문화인들에게 시장에 대한 균형된 견해를 보이자는 의도에서 다음에서 문화에 대한 시장의 순기능 몇 가지를 정리해보기로 한다.

V. 인문학·문화예술의 상업화에 대한 전향적 자세

오늘날 인문학과 문화예술이 시장과 자본주의가 추구하는 상업성에 굴복해서 점차 나쁜 쪽으로 쇠퇴해지고 있다는 주장이 국내외의 문화계에서 공통적으로 인식되고 있다. 그 대표적인 예의 하나가 문학의 본령을 탈상업주의로 규정한 <2000 서울 국제문학포럼>이다. 여기에 참석한 프랑스 사회학자인 삐에르 부르디외는 금권이라는 무서운 기구가 ‘문학을 검열한다고 하면서 최우선적인 과제는 문학의 자율성을 찾는 것이라고 하였다. 더욱 극단적인 예로는 김상환의 『物神과 아우라(aura)』에서 나타난 다음의 주장을 들 수 있다. “상업성에 침윤될수록 문학은 작아질 수밖에 없다. 작가의 지갑이 부풀수록 문학의 크기는 쪼그라들기 쉽다. 작가는 권력과 명예 같은 세속적 욕망은 물론 경제적 보상마저 잊고 지내야 한다. 그래야 위대한 작품을 이룰 수 있다.”

이러한 주장은 어제 오늘의 일이 아니다.¹⁸⁾ 산업혁명 이후 대중의 소득과 여가 시간이 늘어나면서 일반 대중이 문화를 향유하게 되자 문화의 대중화를 비판하는 소리가 나타나기 시작했다. 18세기 중엽부터 유럽의 창작인들은 중산층, 상인 계급, 그리고 일부의 여성을 상대로 창작활동을 하기 시작하자 문학의 상업성을 비판하는 소리가 급속히 확산되었다. 다수의 작가, 시인, 수필가들이 그 주도 세력이었으며, 심지어는 소설의 확산으로 위협을 받고 있는 순수예술가들도 그 비판 세력에 합류하였다.¹⁹⁾

18) 문학의 상업성에 대한 비판의 역사적 원류는 전택수, 「문학과 시장의 동반자 관계를 모색하기 위한 시론」, 『시와 비평』, 도서출판 불휘 (2002), 46~51 쪽을 참조할 수 있다

19) T. Cowen(1998)은 이러한 부류의 주장을 자본주의 경제가 발달함에 따라 문화가 저급하게 되고 위축된다는 주장으로 이해하고서 문화적 비관주의(cultural pessimism)라 부르는 반면 자본주의가 궁극적으로 문화를 발달시킨다는 주장을 문화적 낙관주의(cultural optimism)로 부르고 있다

1940년을 전후해서는 복사기술이 발달하면서 문화 예술품에 대한 기계적 복사품이 널리 확산되자 독일의 프랑크푸르트학파는 문화산업을 맹렬히 공격하였다.²⁰⁾ 복제 기술 때문에 진품 예술품의 값어치는 떨어지고, 상의하달식의 대량 생산 방식은 소비자들의 다양성과 의미화를 억제시키므로 궁극적으로는 순수문화예술을 위협하리라고 주장한다.

최근에는 시장경제가 새로운 예술의 출현을 방해하는 ‘그 무엇을 가지고 있다고 많은 사람들이 지적한다. 예를 들면 그것은 소비자들의 무지 문화적 혁신에 대한 적대감, 예술가들에 대한 명시적인 실적 요구, 복잡한 유통체계, 광고, 미디어 등이 되겠다. 이것들은 예술의 질을 고려하지 않는다는 점에서 심미적 가치를 존중하는 예술애호가들로 하여금 시장교환을 혐오하게 만든다.

그러나 이와 같은 비판은 상업성을 금력, 시장, 경쟁 자본주의 등의 약점 혹은 단점에 초점을 맞추고 있다. 이는 시장을 과소평가하고 있으며 시장의 극단적인 측면을 부각시키고 있다. 그러나 우리는 경쟁적인 시장이 경제의 건전한 성장을 가져오고, 이것은 다시 문화적 창조성을 유발하고 지원하며 예술품의 보존과 전파도 지원할 수 있음을 발견한다.²¹⁾ 여기서 시장은 돈을 매개로 하여 창작자와 소비자(향유자)를 연결시켜주는 유무형의 장소 및 상태를 의미하기로 한다.

첫째, 시장은 역설적이게도 부르디외가 말하는 문화예술가들의 자율성을 높여 줄 수 있다. 상식적으로 작품성과 창의성은 자율성과 밀접히 연결되어 있으므로 자율성의 존재 여부는 매우 중요하다. 시장이 매우 협소하여 창작자가 소수의 소비자와 대면하면 창작자의 자율성이 존재하겠는가. 창작자는 소비자의 기호에 강제적으로 적응하느라고 작품성을 추구하지 못할 것이다. 대신 시장이 확대되어 예술가가 소비자를 직접 만날 필요가 없는 환경에서는 대규모의 소비자가 다양한 취향을 가지게 된다. 그러면서 어느 부류이든지 그 규모가 적절히 커서 모든 창작자

그러면서 Cowen은 후자의 입장을 견지하고 있는데 자세한 것은 그의 책 **장 참조**

20) 이러한 생각은 문화산업(cultural industry)의 개념을 처음으로 제시한 Theodor Adorno and Max Horkheimer(1947)에 의해 처음으로 제시되었고, 그 최초의 아이디어는 Walter Benjamin(1937)으로부터 나왔다. Benjamin은 후에 문화산업이 대중들에게 문화를 향수할 수 있는 기회를 제공해 국민의 문화의식 수준을 높여준다는 장점을 지적하였다.

21) 기본적인 논리는 문화와 시장의 발전적 관계를 정립한 전택수, 「문화와 시장의 동반자 관계를 모색하기 위한 시론」, (2002)에서 차용된 것이다. 자세한 것은 전택수, 위의 논문 52~58쪽 참조.

의 생계를 유지시켜 줄 수 있을 것이다. 이 경우에는 창작자는 특정 소비자의 기호를 고려하지 않고, 즉 생계를 염려하지 않고 문화사에 영원히 남을 명작을 만들 수 있을 것이다. 다시 말하면 오늘날의 시장경제에서는 창작자는 일반 대중의 취향을 고려하는 경우는 대중적 작품을 만들 수 있고, 자신의 취향대로 창작하고자 하는 일부는 소수의 고급 소비자를 대상으로 심미적 작품을 만들 수 있게 된다.

둘째, 시장은 창작자의 동기유발 요인인 명성의 범위를 확대할 것이다. 창작자들이 정신적인 고통과 고민을 감수하면서 새로운 작품을 만들고자 하는 동기는 무엇일까? 자기 표현을 통한 자아 실현, 타인으로부터의 인정을 통한 명성의 획득 그리고 금전적 보상 등을 생각할 수 있지만 대부분의 창작자들은 불후의 명작을 남기고자 하는 욕망을 제일의 이유로 내세운다. 이는 시장에서 활동하는 일반 독자들의 기호와 판단의 다양성에 의해 자연스럽게 이루어진다. 시장은 독자의 기호와 작가의 의도를 반영하여 다양한 장르를 탄생시켰고, 이는 문화의 틈새시장을 확대시키는 역할을 하였다. 각 틈새마다, 즉 각 장르마다 명성이 생기는 것이다.

그러면 각 장르에서 누가 특정 작품을 불후의 명저로 인정할 것인가. 정부가, 아니면 관련 공무원이, 아니면 협회 임원이? 이들의 판단 능력과 공정성을 담보할 수 없다. 왜냐 하면 이들이 우리보다 특별히 나은 능력을 가진 집단이 아니기 때문이다. 대신 시장은 다수의 소비자와 비평가로 하여금 유능한 창작자에게 명성을 부여하도록 유도한다. 그래서 시장에서는 익명의 다수 소비자와 비평가가 예술인에게 명성을 부여하는 주체가 된다.²²⁾

셋째, 시장의 발달은 지적 재산 소유권을 확립하여 창작자의 재정적 자립을 가능하게 한다. 문화예술의 기획사, 문화상품의 유통업자 등 교환과 관련되는 상인이나 무역상은 특별히 착하거나 마음이 넓은 사람이 아닌 것은 당연하다. 그럼에도 불구하고 이들의 역할 때문에 창작자들은 자신의 창작력과 지식을 담보로 생활을 영위할 수 있게 되었다. 창작자들은 역사상 처음으로 특정 개인의 자의적인 판단에 의해서가 아니라 익명의 다수에 의해 생계를 유지할 수 있게 되었다. 이는 우연히, 그리고 자연스럽게 이루어진 것이 아니고 저작권법의 확립에 의해 가능하게 되었다.²³⁾ 오늘날에는 저작권의 확대 개념인 지적재산소유권이 확립되고 독자

22) 물론 이 과정에서 독자의 무식함과 비평가의 불공정성이 발생할 수 있으나 이는 경쟁에 의해 교정된다. 비평가의 불공정성은 독자에 의해 교정되고, 독자는 후세의 독자에 의해 보완되어 왔다.

의 기호가 다양해지기 때문에 순수예술을 고집하는 창작자는 특정 부류의 사람들을 대상으로 자신의 사상을 전개할 수 있게 되었다.

마지막으로, 시장은 표현수단의 다양화와 새로운 장르의 개발을 초래하였다. 교환의 자유와 분업화는 시장 발달의 근간을 이루고 있는데, 이는 구성원 사이의 경쟁을 유발하고 자연스럽게 다양성을 유도한다. 이미 BC 700년에 중국의 관중이 지적하였듯이 시장에서의 경쟁은 이익이 있는 곳으로 사람들을 몰려들게 한다. 시장은 그러다가 한 곳이 너무 경쟁적이면 시장참여자들로 하여금 서로 흩어져서 자신의 장점을 발휘할 만한 다른 곳으로 눈길을 돌리게 한다. 그 결과 시장은 사람들 사이에 유일성을 축소하는 대신 다양성을 촉진시킨다. 문화예술계도 사람이 사는 곳이므로 이러한 현상으로부터 예외가 될 수 없을 것이다.

예술가들은 새로운 작품을 선보임으로써 이러한 시장에서 소득과 명예를 더욱 높이기 위해 그리고 청중들과 더욱 많이 접하기 위해서 노력한다. 그들은 과거의 성과에 나타나 있는 수단이나 스타일을 반복하기를 거부한다. 피카소는 기존의 프랑스 인상파를 복제하기보다는 새로운 혁신적인 기법을 도입하였다. 브람스는 베토벤과 비교되는 것을 두려워하여 교향곡 대신에 합창곡을 작곡하였다. 베토벤은 모차르트의 오페라를 듣기 싫어하여 교향곡에 전념하였다. 오늘날의 포스트 모던 스타일의 모방품은 과거의 스타일을 참조하고 있다. 이들은 어떠한 경우에도 위협적인 경쟁으로부터 피할 수 없었다. 결국에는 최초의 기법을 도입한 작가들은 경쟁에 밀려 하락하는 명성과 소득 때문에 다시 새로운 혁신을 찾아 나서는 것이다. 이처럼 시장제도의 산물인 혁신은 과거 예술 모형을 퇴색시키는 것이 아니라 옛 것을 변화시키고 뒤흔들면서 새로운 천재성을 촉진시켜왔다.²³⁾

23) 최초의 저작권법은 1710년 영국에서 확립되었으며, 작품의 판권을 작가에게 주도록 한 규정을 담고 있었다. 이는 작가와 출판업자의 오랜 투쟁의 결과물이며, 시장의 힘에 의해 가능해진 것이다.

24) Tyler Cowen(1998) pp. 24~29 참조.

VI. 결론

인문학과 문화예술은 인간에게 심미성과 문화적 상징성을 강화시켜주는 동시에 사회적 정체성을 형성시켜주는 기본적인 역할을 결코 소홀히 할 수 없다. 이러한 역할이 아직까지는 제대로 평가되지 못하고 있는 실정이므로 이 분야의 육성을 위해 정부 혹은 뜻 있는 사회집단의 지원은 당연히 제공되어야 할 것이다.

그러나 본 논문에서는 기술적 환경의 변화로 인문학과 문화예술이 과거보다는 훨씬 쉽게 자립할 수 있는 가능성을 제시하였다. 논리적으로 제시한 몇 가지 주장을 다음과 같이 요약하기로 한다.

첫째, 인문학과 문화예술은 그동안 인간의 욕구억제와 심미성 제고의 기능에 머물러 있었으며, 대부분의 내용은 여가시간의 최종소비재 역할에 안주하였던 것으로 나타났다.

둘째, 디지털기술의 발달과 인터넷망의 확산으로 앞으로의 인문학과 문화예술은 문화산업에서 경제적 가치를 창출하는 데 중심적인 역할을 할 것임을 밝혔다. 인문학의 연구물과 문화예술 작품은 디지털화 과정을 거치면 인터넷을 통해 쉽게 전달되고 처리되므로 대중예술과 문화산업에 저렴한 자본재로 활용될 것이다.

마지막으로 문화산업의 경쟁력은 고품질의 인문학적 연구물과 문화예술 작품에서 나오므로 문화산업의 활성화는 인문학과 문화예술의 발달을 초래한다고 볼 수 있다. 다양성과 특수성을 중시하는 이 영역은 문화산업의 富가 제공하는 창작자의 자율성과 틈새시장의 가능성, 그리고 인문 및 문화 교육 등을 통해 더욱 발달할 것임을 보였다. 소득과 여가의 증대는 대중들로 하여금 문화상품에 대한 수요를 높일 것이므로 문화산업이 활성화될 것임은 명확하다고 하겠다.

이렇게 볼 때 정보통신혁명은 장구한 전통문화를 가지고 있는 우리에게서 최대의 기회가 될 것이므로, 본 논문은 우리나라가 이 기회를 잘 활용하여 문화선진국에 진입하기를 제안한다.

이상의 발견이 우리에게 주는 함의 세 가지를 제시한다.

우선, 우리의 인문학자와 문화예술가들은 문화산업의 활성화가 자신의 활동 영역을 넓혀준다는 점을 인식하고서 문화산업의 활성화를 긍정적으로 바라보기를 제

안한다. 특히 순수성을 중시하는 인문학과 문화예술가들은 자신의 연구물이나 창작물이 경제적으로 활용되는 것을 주저하지 말아야 한다. 자신의 작품이 변형되어 활용되면 다른 사람에게 창조적인 아이디어를 줄뿐만 아니라 창작자 자신도 대중의 비판을 토대로 자신의 작품을 더욱 발전시킬 수 있을 것이다.

둘째로, 문화산업의 발달은 인문학 및 문화예술 전공 대학졸업생들에게 많은 일자리를 제공함으로써 인문학 및 문화예술 교육을 정상화시킨다. 문화 관련 대학 졸업생들이 전부 전문가가 될 수 없고, 현실적으로는 더욱 그러하다. 창작자로 진출하지 못하는 관련 전공 졸업생들은 전문적인 창작물을 누구보다도 잘 해석할 수 있으므로 문화를 활용하고자 하는 산업에서 상대적으로 우월한 역량을 발휘할 것이다. 따라서 문화산업의 활성화는 문화 관련 졸업생들을 많이 수용하게 함으로써 대학의 인문학 및 문화예술 분야에 많은 입학생을 유도할 것이다.

마지막으로, 문화발전에 대한 정부의 올바른 인식이 중요하다. 문화산업은 정의상 그리고 궁극적으로 문화기업의 영역이므로 경쟁의 원리에 맡겨져야 한다. 문화단체가 아닌 문화기업은 이윤을 목적으로 하는 조직이므로 자신에게 이익이 되는 분야를 찾아 활동하는 것은 당연하다 하겠다. 그래서 정부는 문화산업을 지원할 때에도 소위 창구효과라고도 불리는 전방 연쇄효과보다는 후방 연쇄효과를 중시해야 한다. 즉 심미성과 작품성을 중시하는 인문학과 순수문화예술은 문화산업을 위한 창의성과 상상력의 원천이므로 정부는 이 분야가 발전할 수 있도록 지원하여야 할 것이다. 인문학과 문화예술은 배타적으로 이용되지 않는 공공재적 성격을 내포하므로, 이윤을 추구하는 문화기업은 일반적으로 이 분야의 발전에 투자하려 하지 않을 것이다.²⁵⁾

25) 문화관광부 산하 한국문화컨텐츠진흥원이 추진하고 있는 문화원형 디지털화 사업은 전통문화의 특정 주제에 대한 디지털화이므로 인문학과 문화예술의 발달과 무관하여 본문의 원칙에 위배됨을 쉽게 알 수 있다. 특정 주제에 대한 디지털화는 특정 문화기업에 의해 이용될 것이므로 이를 필요로 하는 기업에 의해 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- 김상환, 「물신과 아우라」, 『세계의 문학』, 겨울호, 2000.
- 삼성경제연구소, 『한국 문화산업 발전을 위한 긴급 제언』, 2002.
- 전택수, 「경제학 분석에서의 인간성 문제와 한국인의 경제적 성격」, 한국정신문화연구원 발표논문 1999.
- 전택수, 「지식기반 사회에서의 문화와 경제」, 『문화경제학 만나기』, 문화경제학회 서울 김영사 2001.
- 전택수, 「지식정보시대에서의 사회생산함수와 인문학의 새로운 역할」, 인문사회연구회 발표논문 2001.
- 전택수, 「지식정보시대에서 지방문화의 디지털화 필요성과 그 활용」, 『문화경제연구』, 문화경제학회, 2001.
- 전택수, 「문학과 시장의 동반자 관계를 모색하기 위한 시론」, 『시와 비평』, 경남시사랑문화인협회의회 도서출판불휘, 2002.
- Adorno, Theodor and Max Horkheimer, *Dialectic of Enlightenment*, Continuum International Publishing Group, Incorporated, 1975.
- Benjamin, Walter, *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*, <http://www.student.math.uwaterloo.ca/~cs492/Benjamin.html>, 1937.
- Cowen, Tyler, *In Praise of Commercial Culture*, Cambridge, Harvard University Press, 1998.
- Galbraith, J. K., *The Good Society: The Human Agenda*, New York, Houghton Mifflin Company, 1996.
- Hume, D., *A Treatise of Human Nature*, Book 2, (『인간의 본성에 관한 논고2』, 이준호(역), 서울: 서광사, 1996).
- 주제어
인문학, 문화예술, 문화산업, 디지털 문화컨텐츠