

글로벌문화포럼 2007 서울

Global Culture Forum 2007 Seoul

- 글로벌 컨버전스 시대의 문화 -

- Culture in the Era of Global Convergence -



글로벌문화포럼 2007 서울

Global Culture Forum 2007 Seoul

- 글로벌 컨버전스 시대의 문화 -

- Culture in the Era of Global Convergence -

문화

글로벌 컨버전스 (Global Convergence)

컨버전스(Convergence)의 사전적 의미는 여러 기술이나 성능이 하나로 융합되거나 합쳐지는 일을 말한다. 또한 다양한 기존 가치요소(기술, 비즈니스, 산업)의 화학적 결합에 의해 새로운 가치요소를 창출하는 것을 의미한다. 그러나 컨버전스(Convergence)는 단순히 가치의 복합화 뿐만 아니라 융합(Fusion)의 의미도 포괄적으로 정의를 하고 있다. 이렇듯 컨버전스(Convergence)는 융합이라는 의미로 사용되어지고 있으며, 오늘날에는 디지털의 개념과 연결하여 디지털 컨버전스(Digital Convergence)로 더욱 널리 쓰이고 있다.

이때 디지털 컨버전스(Digital Convergence)는 디지털 기술 기반의 제품과 서비스가 융합되어 새로운 형태의 제품과 서비스를 창출하는 것을 의미한다. 이러한 디지털 컨버전스는 음성·데이터·영상 등의 '정보융합', 방송·통신·인터넷과 같은 '네트워크의 융합', 컴퓨터·통신·정보가전과 같은 '기기의 융합' 등으로 전개되고 있다.

디지털 컨버전스는 이동통신 등 전자제품에서 가장 빠르게 진전되고 있으며, 최근에는 업종 및 서비스 간 융·복합 현상이 두드러져 새로운 사용가치가 창출되는 방향으로 심화·확대되는 추세이다.

글로벌 컨버전스(global convergence)란 이러한 융합 현상이 지역적, 기술적으로 확산되는 것을 의미한다. 본 포럼에서 정의하려는 글로벌 컨버전스는 글로벌리제이션, 즉 세계화가 진행되고, 기술적으로는 디지털 융합현상, 즉 디지털 컨버전스가 확대되는 것을 아우르는 복합적 의미로 해석할 수 있다. 세계화에 따라 국경이 사라지고 융합화에 따라 상품 간, 서비스 간, 그리고 기술 간에 기존처럼 획일적인 구분이 어렵게 되었다. 이에 따라 문화 뿐 아니라 정치, 경제 등 사회 전반의 거의 모든 영역에서 다양한 문제들이 제기되고 있음은 주지의 사실이다. 특히 문화 부문에서의 영향은 새로운 산업의 등장에 따른 비즈니스 기회의 선점 관련 문제, 다양한 문화콘텐츠 제작에서 기술적 표준을 마련하는 문제, 문화콘텐츠 제작 기술개발의 범위를 설정하고 최적의 기술개발이 이루어지도록 목표를 정하는 문제, 광범위한 저작권의 권리 관계를 명확히 하는 문제, 문화 콘텐츠의 내용 심의가 온라인 상에서 무리 없이 이루어져서 국민의 건전한 문화활동을 유도하는 문제, 국경간 거래에 있어 자국 상품의 보호와 수출 개선과 관련된 문제, 민간에 의한 자생적 산업 발전이 최적화 되도록 정책적으로 제도 개선을 하는 문제 등이 그것들이다.

글로벌 문화포럼 2007 서울 일정

2007년 3월 28일 수요일 / 국립중앙박물관 대강당

시 간	내 용
10:00~10:30	등 록
10:30~10:50	개 회 식
10:50~12:00	<p>미래는 문화다 : 경험경제로의 길 - 기초강연 롤프 옌센 (Rolf Jensen) 드림컴퍼니 대표</p>
12:00~13:50	오 찬
14:00~16:00	<p>제1주제 : 미래 환경변화 전망 - 사회 : 정홍익(서울대학교 행정대학원 교수)</p> <p>디지털 기술과 문화의 공존 티모시 맥(Timothy Mack) 세계미래회 회장</p> <p>21세기 문화적 도전과 응전 하마다 가즈유키(Hamada Kazuyuki) 국제미래과학연구소 대표</p> <p>글로벌 컨버전스 시대의 한국 문화 최정호 울산대학교 석좌교수</p> <p>토론 - 박인배(한국민족예술인총연합 상임이사) - 최혜실(경희대학교 국문학과 교수)</p>
16:00~16:30	Coffee Break
16:30~18:30	<p>제2주제 : 글로벌 컨버전스시대 문화정책의 도전과제 - 사회 : 소병희(국민대학교 국제학부 교수)</p> <p>문화정책과 가치 충돌 올리버 베넷(Oliver Bennett) 영국 워릭대학교 교수</p> <p>글로벌 컨버전스와 문화정책의 도전과제 데이비드 트로스비(David Throsby) 호주 맥쿼리대학교 교수</p> <p>디지털 융합과 문화콘텐츠산업 육성 원광연 한국과학기술원 문화기술대학원장</p> <p>토론 - 김정수(한양대학교 행정학과 교수) - 박조원(한국문화관광연구원 문화산업정책연구실장)</p>

글로벌 문화포럼 2007 서울 일정

2007년 3월 29일 목요일 / 국립중앙박물관 대강당

시 간	내 용
13:30~15:30	<p>제3주제 : 주요국가 문화정책 현안 - 사회 : 양현미(한국문화관광연구원 연구위원)</p> <p>프랑스의 문화정책 베누아 포미에(Benoit Paumier) 프랑스 문화통신부 국제국장</p> <p>일본의 문화정책 오야마 신노스케(Oyama Shinnosuke) 일본 문화청 문화부장</p> <p>캐나다의 문화정책 장 피에르 블래(Jean Pierre Blais) 캐나다 문화부 차관보</p> <p>영국의 문화정책 폴 커크만(Paul Kirkman) 영국 문화스포츠미디어부 문화예술부국장</p>
15:30~16:00	Coffee Break
16:00~18:00	<p>제4주제 : 한국의 문화정책 - 사회 : 김형국(서울대학교 환경대학원 교수)</p> <p>한국의 문화정책 - 주제강연 김명곤 문화관광부 장관</p> <p>종합 토론</p>
18:00	폐 회

PROGRAM

DAY 1 - March 28th 2007 (Wed)

10:00 ~ 10:30 Registration

10:30 ~ 10:50 Opening Ceremony

10:50 ~ 12:00 Opening Address <Culture is Our Future: The road to The Experience Economy.>
- Rolf Jensen, C.I.O of Dream Company

12:00 ~ 13:50 Luncheon

THEME 1 : The Prospects for Socio-economic environment Changes in the Future

14:00 ~ 16:00

Address 1 <Coexistence Between Digital Technologies and Culture>

- Timothy Mack, the President of World Future Society

Address 2 <Cultural Challenges and Tasks in the 21st Century>

- Dr. Kazuyuki Hamada, the President of Future Technologies Research Institute,
Tokyo, Japan

Address 3 <Korean Culture in the Age of Global Convergence>

- Chunggho Choe, A chair-professor of Ulsan University, Korea

Discussion

16:00 ~ 16:30 Coffee Break

THEME 2 : Cultural Policy Challenges in the Age of Global Convergence

16:30 ~ 18:30

Address 1 <Cultural Policy and the Conflict of Value>

- Oliver Bennett, A professor of University of Warwick

Address 2 <Global Convergence and the Challenges to Cultural Policy>

- David Throsby, A professor of Economics at Macquarie University in Sydney

Address 3 <The Digital Convergence and Fostering the Culture Contents Industry>

- Kwangyun Wohn, A professor of KAIST, Korea

Discussion

PROGRAM

DAY 2 – March 29th 2007 (Thu)

THEME 3 : Cultural Policies in Advanced Countries

13:30 ~ 15:30

Address 1 <France's Cultural Policy>

- Benoit Paumier, Ministry of Culture and Communication, France

Address 2 <Japan's Cultural Policy>

- Shinnosuke Oyama, A Director-General in culture Affairs Department of Agency for Cultural Affairs, Japan

Address 3 <Canada's Cultural Policy>

- Jean Pierre Blais, Assistant Deputy Minister Cultural Affairs Sector, Department of Canadian Heritage Government of Canada

Address 4 <Britain's Cultural Policy>

- Paul Kirkman, A Deputy Director of the Department for Culture, Media and Sport

15:30 ~ 16:00 Coffee Break

THEME 4 : The Vision and Strategies of Korea's Cultural Policy Korea's Cultural Policy

16:00 ~ 18:00

Address 1 <Korea's Cultural Policy>

- Myung Gon Kim, Minister of Culture and Tourism, Korea

Discussion

18:00 ~ Closing Ceremony



Global Culture Forum 2007 Seoul

기조강연 <미래는 문화다 : 경험경제로의 길 >

Opening Address <Culture is Our Future: The road to The Experience Economy>

롤프옌센 Rolf Jensen -----12



롤프 예센 (Rolf Jensen)

드림컴퍼니 대표

(C.I.O, Dream Company, Denmark)

드림컴퍼니(Dream Company A/S) 최고상상책임자(Chief imagination Officer)로 1970년 6월, 오르후스 대학(Århus University)에서 정치학 석사 학위를 취득한 후, 국방부, 외교부 및 수산부를 거쳐, 1984년 코펜하겐 미래학 연구소(Copenhagen Institute of Future Studies)에 합류했으며 1998년부터 2001년까지 연구소장을 역임했다.

저서로는 베스트셀러 “드림 소사이어티(The Dream Society)”와 "하트스툼(Heartstorm)" 등이 있다. 현재 미래학 및 기업 관련 분야에서 왕성한 자문, 저술 및 강연 활동을 하고 있으며, Børnefonden(아동재단), Foreningen FAIR, 및 왕립지리학학회 Byprojekt Tordenskiold. Fellow 이사회에 참여하고 있다.

Chief imagination Officer, Dream Company A/S. Student. MSc. Political Science, Århus University June 1970. Thereafter principal in the Ministry of Defence, then at the Ministry of Foreign Affairs, and finally Ministry of Fisheries. In 1984 employed Copenhagen Institute of Future Studies, CEO between 1988 and 2001.

He has written the bestsellers "The Dream Society" and "Heartstorm". Rolf Jensen is a frequently used advisor, author and lecturer. On subjects within the future and corporate storytelling. He is currently on the boards of Børnefonden (The Childrens Foundation), Foreningen FAIR and Byprojekt Tordenskiold. Fellow at the Royal Geographical Society.

기조강연

미래는 문화다: 경험경제로의 길

근대 인간은 약 십 만년 전에 시작되었다. 정말 긴 시간 동안 우리는 지구에 존재해 온 것이다. 그 중의 약 9만년 동안은 수렵과 채집생활을 했다. 그리고 약 만년 전에 혁명적인 사건, 농경생활이 시작되었다. 불과 200년 전에 근대적인 공장들이 지구상에 처음 생겨났다. 산업사회가 시작된 것이다. 또한 우리가 정보 사회라는 것에 대해 이야기하기 시작한 것도 35년 밖에 되지 않았다. 컴퓨터와 자동화의 발전으로 상품 생산에 예전만큼의 노동자가 필요하지 않고, 인터넷으로 전 세계 정보와 아이디어, 문화를 서로 교환할 수 있는 가능성이 더욱 커지게 되었다.

여기까지가 우리 인간, 호모 사피엔스의 간략한 역사이다. 그러나 여기서 끝나는 것은 아니다. 사회의 또 다른 형태가 지금 바로 우리 앞에 펼쳐지려 하고 있다. 바로 꿈의 사회(dream society)와 경험 경제(experience economy)이다. 어떠한 일들이 일어나고 있는가?

우리가 부유해지면서, 점차 물질주의의 시대가 사라져 가고 있다. 유럽과 북미의 일반 시민들은 지난 수 백 년 전보다 여섯배 내지 일곱배나 더 부유해졌다. 엄청난 발전이지만, 한국에서는 이러한 발전이 더 빠른 속도로 일어나기 조차 했다. 이러한 발전은 우리가 단순히 물질적인 것보다 더 많은 것을 취할 수 있게 되었다는 것을 의미한다. 우리의 대부분은 다음 끼 식사에 대해 걱정할 필요가 없다. 우리는 가난을 이겨내고 풍요로운 삶을 누리게 되었다. 중요한 사실은 우리 이웃에 사는 이들이 자신보다 더 부유하기 때문에 이러한 사실을 그리 인식하고 있지 못하다는 것이다.

경험 경제에 대한 개념을 최초로 소개한 세계적으로 저명한 영국의 경제학자인 케인즈는 1930년에 탐욕과 물질주의가 사라질 것이라 예견하고 이런 글을 쓴 적이 있다. "백 년 안에, 가장 숭배 받는 사람은 들판에 핀 꽃을 가장 잘 묘사하는 사람이 될 것이다." 케인즈가 말한 백 년은 지금으로부터 25년 후인 2030년이다. 그러므로 우리가 지금 목도하고 있는 것은 단지 시작일 뿐이다.

GDP가 매년 2, 3퍼센트씩 상승하고 있고, 이를 10년 단위로 환산하면 거의 30퍼센트에 육박한다. 한국은 더욱 빠르게 발전하고 있다. 지성, 기술, 과학, 물질주의에 호소하던 시대가 감성, 느낌 그리고 감정에 호소하는 시대로 변화해가고 있다. 이러한 변화는 바로 지금 일어나고 있는 것이다. 그렇다면 이것이 의미하는 것은 무엇인가?

즉 문화, 가치, 생각, 정신(spirituality)이 점차 더 우리의 삶에 있어 중요해 지고 있다는 것이다. 물론 빈국은 제외하고 부유한 국가들에 해당하는 것이긴 하다. 세계적으로 10억 명이 경험 경제의 시대에 진입하고 있다. 중국과 인도를 포함한 나머지 사람들은 이번 세기 안에 곧 경험 경제로 이행하게 될 것이다.

문화뿐만 아니라 시장도 변화시킬 것이다. 정보 사회에서 도시들은 점점 더 비슷해 질 것인데, 같은 초고층 빌딩, 상품, 음악, 패션이 도시 속에 자리하게 될 것이다. 이것이 바로 물질주의의 결과이다. 우리는 서로에게, 타인에게 우리가 부유해졌다고 말한다. 다음 세대들에게 미래는 다른 모습일 것이다. 한국을 방문한다면, 우리는 세계문화가 아닌 한국의 문화를 경험하기를 원한다. 다른 선진국과 정말 똑같은 모습을 하고 있는 대형마켓을 방문하기를 원하지 않는다. "동일함(same-same)"보다는 다양성을 원한다. 관광산업의 미래는 다양성에 달려있다. 우리가 파리를 방문하는 것은 맥도날드를 가고자 하는 것이 아니라 에펠탑을 보고자 하기 때문이다.

이것이 관광의 한 면모이다. 대도시의 대형 호텔들은 거의 비슷한 모습을 띠고 있다. 그러나 소규모의 개인화된 일명 "부티크(boutique) 호텔"들이 모습을 속속 드러내고 있다. 다양성, 개인주의가 바로 화두이다. 스웨덴 북부지역에는 얼음과 눈으로만 만든 아이스 호텔이 성업 중이다. 이 호텔은 단순히 숙박장소가 아니라 관광명소 그 자체이다. 일부 도시지역에는 얼음과 눈으로 세워진 아이스 호프집이 있다. 춥긴 하지만 한잔의 술로 따뜻해 질 수 있을 것이다. 서울도 곧 이런 명소가 생기길 기대한다.

앞서 언급한 예는 일부분일 뿐이다. 즉 말하자면, 이러한 경향은 메가트렌드로 자리를 잡았다. 내 고향인 덴마크의 한 소금판매 회사는 자사의 상품에 이야기를 담아서 판매하고 있다. 이 소금은 예전 방식을 고수하여 덴마크에서 만들어진 특별한 것이 없는 것이지만, 소금가격은 일반 소금보다 10배나 비싸다. 이 소금의 소비자 가격은 소금가격에 이야기 가격이 합쳐져서 책정된 것이다. 소금은 그냥 소금일 뿐이다. 염화 나트륨으로서 그냥 화학 물질의 일종이다. 그러나 우리는 부유해지고, 단순히 기능보다 더 많은 것을 누릴 수 있게 되었고, 소금이상의 이야기를 요구하게 되고, 또한 이에 합당한 돈을 지불할 수 있게 된 것이다.

시계 시장을 한번 살펴보자. 시계의 기능은 정확한 시간을 알려주는 것이다. 그렇다면, 왜 시계에 10달러 이상의 돈을 지불해야 하는 것일까? 왜냐하면 시계는 우리 "자화상"의 일부이며, 다른 이들에게 우리가 누구인지, 무엇이 되고자 하는지 말하고 신호를 보내는 수단이기 때문이다. 이는 핸드폰에도 적용되는 이야기이다. 눈부신 기술의 결정체인 핸드폰, 과연 우리는 기술을 따지며 핸드폰을 구입하는 것일까? 아니다. 브랜드, 디자인, 색을 보고 구입을 결정한다. 한국의 단말기 회사들은 이를 너무나 잘 알고 있다. 물론 기술적인 기능도 반드시 좋아야 하겠지만, 앞서 말한 것이 대부분의 사람들이 핸드폰을 구입 할 때 고려하는 요소일 것이다. 최근 비즈니스 베스트 셀러인 "블루 오션 전략(Blue Ocean strategy)"에서 이가 잘 설명되고 있다. 기술적인 면에서 상품은 거의 비슷하다. 이런 상품이 감성적인 호소, 이야기로 차별화되길 바란다.

이것이 나를 포함한 대부분의 사람들이 생각하는 미래의 모습이다. 우리는 경제의 빠른 성장 덕분에 경험경제로 이행하고 있다. 하지만 이에 대해 더 자세히 살펴볼 필요가 있는 것이, 경험 경제는 대단한 호소력을 가지고 있고 시장의 모습을 곧 바꾸어 놓을 것이기 때문이다. 나는 이러한 다음세대의 시장을 경험 경제의 아이들이라 부른다. 이 아이들은 경험경제의 DNA를 가지고 있지만, 진짜 아이들과 마찬가지로 부모들과는 조금 다른 양상을 보인다.

다양성

같은 것에서 다른 것, 다양성으로 이행하고 있다. 서두에서 밝혔듯이 도시는 세계 공동체의 가치가 아니라 사람들의 가치를 반영하며 다시 변해가고 있다. 한국만의 문화를 만들어내고, 지역이나 국가의 신화나 전설을 발견해내고 영감을 얻을 것! 이는 한국의 건축가들이 기억해야 할

메세지이다. 관광객이나 한국인들은 우리 덴마크인들이 그러했듯이 한국의 가치가 도시에 반영된 것을 보길 원한다.

10년 전만 해도 나는 대규모의 국제적인 브랜드가 승리할 것이라고 예견했었다. 하지만 시대가 바뀌고 내가 틀렸다는 것이 밝혀졌다. 이제 브랜드는 지역적인 특색에 적합해지고, 규모는 더 작아 졌으며, 소규모의 소비자를 대상으로 하는 집중화된 것으로 변화해가고 있다. 패스트 푸드의 일인자인 맥도날드조차 변화하고 있다. 이제 맥도날드의 점포들은 각 지역의 가치에 순응해가고 있다. 이렇게 대규모의 회사들의 동참은 중요한 경향을 만들어 낸다. 우리는 이에 귀를 기울여야만 한다. 유럽에서 한때 맥주, 버터, 우유, 치즈산업의 대형화 바람이 불었으나 이제는 상황이 변화했다. 이전 소규모의 업체들이 시장점유율을 놓고 있고, 영세 양주업자들과 낙농업자들이 점차 늘어나고 있는 추세이다. 큰 것에서 작은 것으로 바뀌고 있는 것이다. 오늘날의 소비자들은 “난 특별해. 내 이웃과 똑 같은 것을 구입하고 싶지 않아”라고 외치고 있다. 10년 전만해도 같은 상품을 구입하는 것은 당연히 여겨졌지만 말이다. 이가 바로 대형 업체들이 입지를 잃어가고 있는 이유이다. 그렇다면 과연 대량 판매 시장이 사라져 갈 것인가? 대량 판매 시장이 사라지긴 하겠지만, 대형 업체들이 사라진다는 의미는 아니다. 이 업체들은 지금의 코카콜라와 마찬가지로 더 많은, 더 소규모의 브랜드를 만들어 낼 것이다.

또 다른 경향이 대두하고 있다. 과거 대형 은행들이 자신들의 지점을 규격화했었다. 예전엔 장소와 상관없이 이들은 똑 같은 모습을 지녀야만 했지만 더 이상은 아니다. 물론 대부분 아직도 규격화된 모습을 띄고는 있지만, 분명히 다양화되어 가고 있다. 각 지점이 자신만의 개성을 찾아 가는 시도가 시작되고 있다.

참여

핀란드의 북부지방에 마지막 남은 자수정 광산이 있다. 자수정은 대부분의 나라에서 귀중한 보석으로 대우받고 있으며 특히나 브라질에서 그렇다. 핀란드인들은 자신들이 브라질의 값싼 노동력과 경쟁상대가 되지 않는다는 것을 알고, 새로운 방도를 찾았다. 관광객들에게 직접 광산으로 와서 자수정을 캐도록 한 것이다. 광산에 도착한 관광객들은 자수정에 얽힌 신화와 전설을 듣게 되고, 그 다음 자수정을 직접 캐 수 있도록 장비를 받는다. 이는 관광객들을 참여시키는 훌륭한 방법으로, 단순히 구경하는 것을 넘어서 직접 경험하도록 하는 것이다. 물론 관광객들은 이에 대가를 지불한다. 광부들이 아니라 관광객이 광산에 있는 것이다.

젊은 여행객들이 포도 수확을 하기 위해 북유럽에서 남부 유럽으로 여행을 한다. 돈을 벌러 가는 것이 아니라, 포도농장으로 떠나는 것이다. 노동이 아니라 재미를 위한 여행이다. 덴마크의 장난감 회사인 레고는 열성 고객들에게 자사의 “마인드 스톰(Mindstorm)” 상품의 새로운 버전 개발에 참여하도록 요청했다. 열성 고객들에게 있어 이러한 요청은 돈벌이이기 보다는 소비자의 권한 신장이라는 측면에서 상품개발에 참여할 수 있는 좋은 기회였기에 그들은 기꺼이 레고의 요청을 받아들였다.

아마프로들(The amaproffs)

프로페셔널하게 일하는 아마추어가 등장했다. 이러한 새로운 경향은 점차 중요한 의미를 부여하고 있다. 점점 더 많은 사람들이 참여하기를 원한다. 세계적인 온라인 백과사전인 위키피디아(Wikipedia)가 가장 좋은 예이다. 위키피디아에는 전문가가 없다. 거의 백만개가 넘는 위키피디아의 모든 문서들은 비전문가들이 생성해 낸 것이다. 위키피디아는 무료로 제공되기 때문에

기존의 책으로 된 백과사전의 강력한 경쟁 상대가 되었다. 어떻게 고객들에게 스스로 상품을 만들도록 요청해서 돈을 벌 수가 있을까? 위키피디아가 이 질문에 대한 한 가지 대답이 된다.

한국에는 시민 참여 언론인 오마이뉴스가 있다. 전세계 수 만 명의 아마추어 기자들이 뉴스를 보도한다. 돈 때문이 아니라 이들은 자신들이 하고 싶기 때문에 이러한 일을 한다. 이들이 수익을 올릴 수는 있는 것일까? 대답은 그렇다. 광고를 통해서 수익을 올린다. 이 참신한 아이디어는 지금 전 세계로 퍼져나가고 있다. 오마이뉴스가 7년 전에 시작되었다는 것을 감안할 때, 좁은 감이 있긴 하지만 아이디어의 전파 속도는 때때로 느리기도 하다.

정신(spirituality)

경험경제란 우리 신체뿐만 아니라 정신적인 니즈(needs)가 점차 중요해 진다는 것을 의미한다. 휴식이나 삶의 의미를 되새겨 보기 위해 몇 주 정도 머무를 수 있는 장소가 중요해 지고 있다. 왜 우리가 지구상에 존재하는 것일까? 내 삶의 진정한 의미는 무엇인가? 물질주의가 팽배하던 시대에는 이렇게 중요한 질문들은 잊혀졌거나 관심의 대상이 아니었다. 돈 버는 데에 더 많은 시간을 할애했다. 이러한 경향은 종교, 지혜, 철학 그리고 풍습에도 영향을 미친다. 이제 우리는 자신만의 대답과 스스로의 진리를 찾고자 하다. 유럽에서 뚜렷한 경향이 나타나고 있다. 교회를 다니는 사람이 적어 졌지만, 반면에 삶의 의미에 대해 종종 고찰해 본다는 사람들은 늘어났다. 10년 안에 많은 휴양지가 생겨날 것이다. 일부는 종교적인 장소일 수도, 또 아닐 수도 있을 것이다.

문화와 예술은 본질적으로 가치, 감정에 관한 것이다. 영화, 소설, 연극, 그림 모두가 인간인 우리에게 메시지를 전달한다. 문화는 점차 우리의 삶에 있어 더욱 중요한 부분이 될 것이다. 그렇다면 여기서 세계화에 대한 한번 생각해 보자.

상품과 재화의 시장은 지난 10년에서 20년 동안 세계화되어 왔다. 정말 빠른 속도로 이루어 졌다. 반면에 가치는 그보다 훨씬 느린 속도로 움직였고, 그래서 가치를 세계화시킬 시간은 없었다. 그리고 사실, 세계화된 가치란 우리가 전혀 원치 않는 것이다. 세계화된 가치란 비현실적이며 거짓이다. 그래서 두 가지의 트렌드가 정반대 방향으로 움직이고 있다. 상품은 더욱 세계화되어 가고, 가치는 탈 세계화 되어가고, 더욱 국가적, 국지적으로 되고 있다. 대규모 회사들의 관심사는 세계적인 상품을 생산해 낼 수 있는지, 즉 똑 같은 상품을 세계적으로 판매할 수 있는지 하는 것일 수 있다. 하지만 대부분의 대기업들은 이러한 꿈을 버렸다고 개인적으로 생각한다. 대신에 이들은 각 지역의 기호에 맞는 상품개발을 하고 있다. 세계적인 상품 없이도 이들은 대기업으로 남아있을 것이다. 문화관련 단체들은 뿌리로 돌아가 과거를 재발견하려고 한다. 많은 국가의 문화 단체들은 정보화 시대 동안 제대로 대접받지 못해왔다. 이 단체들은 곧 물질적인 상품보다도 더 중요한 위치를 점할 것이다. 물론, 의식주를 충족시키기 위해 돈을 벌어야 하겠지만, 이러한 니즈가 충족되면 우리가 원하는 것은 정신적인 니즈가 될 것이다. 이는 탈 물질주의 미래, 탈 물질주의적인 다양화된 미래의 상이다.

한국도 자신만의 방식으로 세계에 기여하고 덴마크도 그래야만 한다. 그렇게 된다면 이는 훨씬 더 흥미롭고 부유한 세상을 만드는데 기여할 것이다. 만약 모든 것이 똑같기만 한다면, 여행을 할 필요가 없다. 내게 있어, 이것이 가장 중요한 결론이다. 그렇다면 어떻게 문화적인 장벽을 넘어서 서로 대화하게 할 수 있을까?

우선 이는 중요한 것이다. 왜냐하면 가치는 어떤 방식으로 보나 같지 않고, 한 세기가 지난다고

해도 세계화될 가능성은 없기 때문이다. 그렇기 때문에 교육적인 면에서의 도전과제는 다른 이들의 문화를 존경하도록 가리키고, 이러한 문화는 종교와 철학에 기반을 두고 있으며 오랜 시간에 걸쳐 각 세대가 다듬어낸 것이라는 것을 인식하는 것이다. 사실, 여기서 가치라는 말은 적합하지 않다. 문화는 영감을 얻어내는 훌륭한 자원이다.

열정

이 글은 경험 경제에 관한 것이다. 또한 경험 경제의 필수적인 도구인 이야기하기(storytelling)에 관한 것이다. 잘 전달된 이야기는 정말 강력한 힘을 가진다. 실제로 이러한 힘에 대항할 그 무엇도 존재하지 않는다.

훌륭한 이야기란 무엇일까? 우선 열정이 있어야 한다. 만약 진실로 이야기에 정당성이 부여되면 그 이야기는 신뢰를 얻는다. 문화이든 사업이든지 자신이 스스로의 가치나 상품을 진실로 믿지 못하면 절대 다른 이들로부터 신뢰를 얻을 수 없다. 특히 사업을 할 때 이는 중요한 부분이다. 대부분의 회사들이 이익을 내기 위해 상품을 판매한다. 돈을 번다는 점에서 아무것도 잘못된 것이 없지만 최고의 광고는 열정과 진실성인 것을 기억해야 한다.

이야기는 반드시 갈등을 포함해야 한다. 그렇지 않다면 과연 누가 흥미를 가질 수 있겠는가. 갈등이 내포되지 않는 영화를 한번 생각해 보라. 남녀가 만나서 사랑에 빠지고 결혼하는 결말을 말이다. 뭔가 부족한 것이다. 이야기에는 갈등이 포함되어야만 한다. 부모가 결혼을 반대한다면 흥미로운 줄거리가 완성된다. 일부 문화단체들, 그리고 거의 모든 회사들이 이야기하기에 있어서 이렇게 중요한 규칙을 잊어버리고 있다.

미국의 비즈니스 잡지인 포춘지의 한 기사에 따르면, “열정적인 사람을 고용하고, 회사의 정신을 개발시킨다”는 새로운 기업의 규칙이 생겨났다고 한다. 이는 특히나 미국에서 생긴 규칙이라는 점에서 더욱 흥미롭다. 미국 회사들은 지난 10년간 잭 웰치(Jack Welch)와 같은 사고에 영향을 받았다. 회사를 잘 굴러가게 하는 동력으로 잭 웰치의 효율성, 리더쉽과 아이디어에 중점을 두었으나 상황은 변화하고 있다. 이제 떠오르는 것은 가치 중심의 회사이다. 모든 사원들에 영감을 주는 핵심 이야기가 있는 회사가 바로 가치 중심의 회사이다. 왜 이러한 변화가 생겨났는가? 글썽, 아마도 애플의 성공이나 리더쉽의 유행이 세월의 흐름에 따라 변화하기 때문일 수 있다. 그러나 무엇보다 직원들이 의미 있는 일을 하고자 원하고, 그 일을 왜 하는지 알고자 하기 때문이다.

미국의 의약품 회사인 제넨텍(Genentech)에는 주가를 알려주는 알람판이 과정에 있었다. 아침마다 직원들은 이 알람판을 보았다. 그러나 이제 이 알람판에는 제넨텍의 약을 복용하는 환자들의 사진이 붙여져 있다. “여러분은 주주들을 위해 일하는 것이 아니라, 우리의 고객인 환자들을 위해 일하는 것이다”라는 분명한 메시지를 보내는 알람판인 것이다. 물론 수익을 내는 것이 중요하지만 수익을 내는 방식을 변화시키고 있는 것이며, 그러한 과정에서 “고객은 왕이다”라는 잊혀진 옛 진리를 재발견하고 있다. GE사는 고객사와 소위 “꿈꾸기(Dreaming) 기간”을 마련했다. “꿈꾸기(dreaming)”라는 단어에 주목하기 바란다. 기술적인 것이 아니라 영감, 아이디어, 전략, 그리고 꿈에 대해 생각해 보는 기간이다.

21세기에 경험 경제로 이행하기 위한 전략

국가적 지역적인 차원에서의 전략

한국은 점차 경험 경제로 들어서고 있다. 한국인들의 삶은 물질주의적인 방식을 벗어나 탈 물질적인 방식으로 변화되고 있다. 이는 지금 바로 일어나고 있다. 이런 변혁이 일어나게 되면, 그 진전을 측정할 수 있는 새로운 방법이 필요하게 된다. 지금까지 한 국가의 국민의 부의 수준이 얼마나 높아졌는지를 측정하기 위해서는 모든 국가가 국내 총생산, 즉 GDP를 이용해 왔다. 지난 20여 년간 한국은 크나큰 발전을 이루었다. 탈 물질주의적인 가치가 더욱 중요해지면 삶에 있어 행복의 수준이나 만족도를 측정하는 것이 필요하다. 세계 가치 조사기구(World Values Survey)가 바로 이러한 일을 종종 하고는 있지만, 현재 어떤 나라도 이러한 조사를 실시 하고 있지는 않다. 아마 히말라야의 작은 부탄 도시를 빼놓고, 한국이 아마 이런 조사를 한 최초의 국가일 것이다. 영국의 보수당의 당수인 캐머론(Cameron)은 만약 자신이 다음 번에도 선출이 되고 지지도가 반대당보다 10% 앞선다면, 행복지수(GHI-General Happiness Index)를 도입 할 것이라 말했다. 정부기관의 행복지수 측정 질문지는 이럴 것이다. “자신의 삶에 전체적으로 봤을 때 만족하십니까? 1~10점으로 표시하세요.” 또는 “자신을 행복한 사람으로 생각하십니까? 그렇다면 행복의 정도를 1~10점으로 표시해주세요.”

이론은 이렇다. 우리는 더 부자가 되기 위해 또는 행복해 지기 위해 일한다. 더 많은 것을 사지만 우리의 이웃은 우리보다 더 많은 것을 살수 있는 여유가 있다. 부(富)라는 것은 상대인 개념의 것이기에 다른 이들과 비교할 수 밖에 없다. 단순히 더 많은 것을 살 수 있다는 사실로 행복해 질 수는 없다. 사실, 더 많이 일하면, 스트레스를 더 받고 결국 몸이 아플 수도 있다. 이는 아무것도 얻을 것이 없는 제로 썸(zero-sum)게임이다. 부와 행복의 관계는 복잡하다. 미국과 영국에서 실시된 연구에 따르면 지난 20년 동안 GDP는 50% 상승한 반면에 행복은 제자리 걸음 수준이라고 한다.

행복에 관한 연구가 보여주는 것은 일반적으로 부유한 사람이 극빈층을 제외하고는 가난한 사람보다 더 행복하지 않다는 점이다. 젊은 사람들이 노인들보다 행복하지 않다는 점에서 나이도 그리 중요한 요소가 되지 않는다. 그러나 중요한 요소는 가족, 친구, 그리고 좋은 사회적 관계이다.

행복지수로 한국인들이 더 행복해 졌는지 알아볼 수 있을 것이다. 삶에 있어 행복과 만족에 장애 요인이 무엇인지 알아보는 것조차 가능할 것이다. 한국의 행복지수 측정 방식은 세계 도처의 관심을 끌어 모을 것이다.

국가적 지역적인 문화 관광 전략

경험 경제란 우리의 지성이 아닌 마음과 감정에 호소하는 것을 의미한다. 우리 뇌는 세 부분으로 나뉘어 있다.

- 본능을 관장하는 파충류의 뇌(reptilian brain)
- 감정을 관장하는 변연계(limbic brain)
- 이성을 관장하는 신피질(Neo Cortex)

변연계는 경험 경제에 있어 중요한 부분이다. 변연계는 어떻게 작동되는가? 이야기, 책, 영화, 음악, 문화 행사, 종교, 가치 등으로 인해 움직인다. 이미 앞서 언급했듯이, 많은 국가의 건축 트렌드는 획일화된 도시의 고층 빌딩의 모습에서 벗어나고 있다. 새로운 빌딩은 이야기를 가지고 있어야 하고, 내재된 가치와 빌딩의 목적을 나타내는 상징을 가지고 있어야만 한다.

결과적으로 자연스럽게 오래되거나 역사적인 건물들, 즉 이야기와 상징이 담긴 건물들이 더욱 가치를 인정받게 되었다. 그렇다면 이는 과거를 돌아보아야 한다는 의미일까? 옛 한국을 돌아 봐야 한다는 이야기 인가? 정확히 그렇다. 과거는 일반적으로 현대 건물보다 더 많은 가치를 지닌다. 뿌리를 찾고, 원래의 모습으로 건물을 복원하는 이러한 일이 지금 유럽의 일부 지역에서 일어나고 있다. 여기서 다시 다양성이 강조된다. 풍요로워진 도시 환경. 우리는 부유해 졌고, 기능이상의 것을 누릴 수 있는 여유를 가지게 되었다. 박물관 밖에서 한국의 실제 가치를 체험하는 것이 가능해져야만 한다.

너무나 피상적인 메시지가 판을 치는 세상에서 현 트렌드는 진실성에 더욱 다가가는 것이다. 실제적인 것, 열정을 가지고 만들어진 것들이 추구되고 있다. 공장과 같은 농장이 지역적으로만 상품을 파는 소규모 농장으로 변화한다는 것을 의미한다. 우리는 어떻게 밭에서 식탁까지 상품이 생산되어 공급되는지 그 과정을 알기를 원한다.

국가적인 차원에서 경험 경제는 예술에서, 행사에서, 그리고 삶의 방식에서 다양성을 받아들이는 것이다. 획일화에서 다양성으로의 변화이다. 이는 이렇게 되어야 한다고 말하는 권유가 아니다. 실제로 가치 패턴(value patterns)에서 발생하고 있는 세계적인 트렌드이다.

기업을 위한 전략

질문을 우선 먼저 하겠다. 한국 핸드폰 단말기 제조업체들이 세계 시장 점유율을 높일 수 있었던 이유는 무엇일까? 핸드폰이 저가이기 때문에? 더 발달된 기술 덕분? 아니다. 바로 한국 업체들이 경험 경제로 벌써 들어서서, 디자인과 색감, 브랜드에 집중하고 있기 때문이다. 모든 핸드폰이 잘 작동하고, 거의 모든 핸드폰의 품질이 좋기 때문에 더 이상 품질이 관건이 아니다.

이는 원칙적으로 핸드폰 제조 분야 이외의 다른 모든 한국 산업들도 주목해야 하는 점이다. 한국의 임금과 생산 비용도 이미 상승했고, 저 비용 국가들과의 경쟁은 더욱 거세지고 있다. 해답은 바로 상품에 대한 감정적인 호소를 덧붙이는 것이다.

그렇다면 서비스 분야는 어떠한가? 간단히 말해서 지역적인 가치를 접목시켜야 한다. 은행이나 패스트푸드 업체, 호텔들은 지금 부유한 국가에서 이미 이러한 일을 실천으로 옮기고 있다. 다시 한번, 다양성과 뿌리, 진실성이 강조되는 순간이다.

많은 회사들이 다른 회사에 상품을 판매하고 있다. 이들이 해야 하는 일은 무엇인가? 대답은 같다. 회사의 가치에 이야기를 덧붙이는 것이다. 덴마크의 도매 회사는 강관(steel pipes)을 북유럽 소매상과 건설 회사에 판매하고 있다. 이 회사는 성공적으로 마케팅과 판매에 이야기를 담았다. 영업 사원들은 고객과의 성공적인 관계에 대한 이야기를 들려준다. 구매자들은 이런 이야기를 듣고 관심을 가지고 설득된다. 이러한 전략은 성공적이다. 회사 관계자들이 말하는 자신들이 경쟁자들 보다 앞설 수 있는 성공의 유일한 원인은 바로 이러한 전략이다.

거의 모든 회사들이 회사 조직도를 가지고 있다. 조직도의 작은 네모들은 서로 다른 기능과 그들의 관계를 가리키다. 최고 경영자가 제일 상단에 위치하고, 그 밑으로 영업, 마케팅, 생산, 경제팀이 있다. 아마 계열사들이 있을 수도 있다. 조직도의 목적은 조직의 개요를 보여주고 책임이 어떻게 분산되어 있는지 보여주기 위함이다. 회사 조직이 대부분 비슷하기 때문에 조직도도 비슷하다.

그러나 이러한 조직도는 구성원들이 사기가 높은지, 회사의 가치에 대해 알고 있는지, 그래서 일을 수행할 때 그 가치를 따라 행동하는지 보여주지 못한다. 여러분의 회사 직원들은 회사의 가치에 헌신적인가? 동기부여가 충분히 되어 있는가? 이러한 중요한 부분을 측정할 수 있는 대안 조직도를 소개하겠다. 여러 개의 동그라미가 그려져 있는 작은 과녁을 우선 그려보라. 그런 다음 질문을 하라. “경영진이 정말 동기 부여가 잘 되었는가?” 대답이 그렇다면 중앙의 원을 빨간색으로 칠해라. 만약 일부 경영진만 그렇다면 노란색으로 칠해라. 전혀 그렇지 않다가 대답이라면 파란색으로 칠해라. 그런 다음, 회사의 다른 구성원들의 동기부여에 대한 대답도 이런 식으로 색을 칠해라.

동료들에게 똑같이 하도록 요청한 후 결과를 비교할 수 있을 것이다.

- 만약 과녁이 모두 빨간색이면, 여러분들의 회사는 동기부여가 잘 된 회사이다. 혹은 좀 과하다고 할 수도 있겠는데, 왜냐하면 짧은 기간 동안 너무 많은 일들을 추진하고 있어서, 과열된 위험이 있을 수 있기 때문이다.
- 다양한 색이 균형 있게 나타나면, 이야 말로 가장 좋은 결과이다.
- 만약 파란색이 너무 많다면, 이는 회사가 헌신과 동기가 부족하다는 징후를 보여 주는 것이다.

관광지에 대한 전략

지난 수년 동안 한 덴마크 섬은 “문화 주간”을 지정해 왔으나, 그리 큰 성공을 거두지는 못했다. 음악과 공연, 콘서트, 강의를 주체했다. 문제는 너무나 많은 도시와 섬들이 똑 같은 일을 한다는 것이다. 행사의 목적은 물론 섬으로 더 많은 관광객을 유치하는 것이다. 그러나 실패하고 말았다. 이들이 실패한 이유는 “왜 관광객이 이 행사에 와야 하는가? 이 행사가 가지는 특별한 것이 무엇인가?”와 같은 질문에 대한 답을 찾지 못했기 때문이다.

이는 전 세계 관광지들이 일반적으로 겪는 문제이다. 모두들 남들과 같은 것만 하고 있다. 이제 이 덴마크 섬의 행사 주체 측은 다른 행사와 구별되는 일을 하기로 결정했다. 우선 “문화 주간” 행사는 이름은 그대로 유지하되 한달 동안 열기로 했다. 그리고 관광객들에게 특별한 것을 기대해도 좋다고 선전하고, 행사들을 다양하게 준비했다. 서커스와 광대가 오페라 무대에 서기도 하는 등의 이제껏 볼 수 없었던 다양한 행사를 준비했다. 물론 이는 여러분들의 관광지를 “평범한” 곳에서 “특별한” 곳으로 바꿀 수 있는 한가지 방법일 뿐이다. 대부분의 관광지들은 이야기를 찾는 일(storymining)을 할 수 있다. 이러한 과정을 통해 왜 자신들이 특별한지 찾는 것이다. 종종 과거에 묻혀있는 이야기를 찾을 수도 있고, 잊고 있었던 설립자들의 창립 정신을 다시 찾아낼 수도. 다른 이들에게 도움을 요청해서 이야기를 찾을 수도 있다. 런던의 첼시(Chelsea)호 텔은 바로 이러한 일을 했다. 질문의 요지는 바로 “어떻게 우리를 특별하게 할 것인가?”이다.

결론

요약을 하자면 과거 물질주의 시대에서 우리는 탈 물질주의 시대로, 즉 경험 경제, 꿈의 사회로 이행하고 있다. 기술은 여전히 중요하지만, 이제 곧 너무나 당연시 될 것이다. 우리는 반드시 가치와 핵심 이야기를 재발견 해야 한다. 국가, 지역, 도시, 회사, 문화 단체 모두가 동참해야 한다. 브랜드는 점차 작아지고, 더 작은 규모를 대상으로 하는 더욱 집중화된 것으로 변화하고 있다. 더 설득력 있는 이야기를 만들어 내는 것이 가능해 졌다. 우리는 반드시 정신적 가치들을 재발견하고 이를 충실히 이행해야만 할 것이다.

TITLE:

Culture is Our Future: The road to The Experience Economy.

As modern human beings we are approximately 100.000 years old. We have been on this planet for a long time. Most of the time – 90.000 years actually – we were hunters and gatherers. 10.000 years ago something revolutionary happened: agriculture were introduced. Only 200 years ago – if we look at it globally – did we see the first modern factories. The industrial society was born. 35 years ago we began to talk about the information-based society. With computers and automation we could produce products with fewer workers and – just as important – the internet gave us greater possibility to communicate, to exchange information, ideas and culture, globally.

This is a brief history of Homo sapiens, our species. However, it does not end here. The next type of society is emerging just now above the horizon. It has been called the dream society and the experience economy. What is happening?

We are moving towards post-materialism, gradually. Why? Because we have become rich. In Europe and in North America the average citizen has become six or seven times richer during the past hundred years. That is a lot. It has gone even faster in Korea. This means, that we can afford more than just material things. Most of us don't have to worry about where our next meal is coming from. We have moved from poor to affluence. We do not notice it as much, because our neighbor has also made more money – but it is an important fact.

The world famous English economist, Lord Keynes, wrote an essay in 1930. He was the first to introduce the experience economy. He wrote: “in a hundred years, the most admired person will be the one that best describes the beauty of the flower in the field”. He predicted that greed and materialism would be a thing of the past. In a hundred years time is actually in 2030 – in less than 25 years. What we see today is just the beginning.

GDP is growing by 2-3 % each year, which is approximately 30 % every 10 years. In Korea it is even more. We are moving from appeals to the mind, the technological, scientific, materialistic era – to emotions, to feelings, to appeals to the heart. The change is taking place right now. What does it mean?

It means that culture, values, ideas, spirituality is becoming more and more important in our lives. Not in the poor countries, but in the rich ones. One billion people globally are entering the experience economy. The rest will follow some time in this century, for example China and India.

This will change the market place as well as the cultural scene. In the information society cities are becoming more and more alike, the same high rise buildings, the same products, the same music, the same fashion. This is a demonstration of the result of materialism. We tell each other – and visitors – that we have become rich. Next generation – the future will change this. When we go to Korea we want to experience Korean culture, not international culture. We do not want to visit the super market, because it is exactly the same as in other developed countries. From “same-same” to diversity. The future of tourism is build on diversity. We do not go to Paris to visit McDonald’s, we come to see the Eifel tower.

This is just one aspect of tourism. The big hotels are more or less the same in all big cities. What is happening right now is that small, personalized hotels are coming along, “boutique hotels”. Again, diversity, individualism. In Northern Sweden there is an ice-hotel, build out of ice and snow –nothing else. Something special. This hotel is not only a place to sleep, it is the destination in itself. In some cities we have “ice-bars” build of ice and snow. It is cold but the drink will warm you up. Seoul will soon have one as well.

These are small examples, but there are many. Put together, they indicate the megatrend. In my home country, Denmark, a company is selling salt with a story attached to it. This salt comes from this small island and it is produced in this old fashioned way. The formula is this: P for Price, S for story. $P + S =$ selling price. In this case the price is 10 times as much as ordinary salt. Please, remember salt is salt, it is just natrium chloride. It is a chemical thing. We have become rich, we can afford more than function, we demand a story on top of it – and we are prepared to pay for it.

The market for watches – all watches gives you the right time – so why pay more than 10 dollars? Because the watch is a part of our “self portrait”, we send signals with it, we tell other people, who we are – or who we want to be. The same with mobile phones, these wonderful pieces of technology, do we buy them for the technology? No, we buy for brand, for design or color. The Korean producers know this very well. Of course, the technical function must be ok, but this is the case for all of them. A recent bestselling business book, “Blue Ocean strategy” said exactly that. Technically, products are much the same; please make them different with an emotional appeal, a story.

This is the general direction of the future – as I and others as well – see it: we are entering the

experience economy and the driver behind it is the growth of the economy. But let us go into more detail with our subject, because the experience economy has got many appeals to the mind and they will change the market place - soon. I call the following for Next Generation – the experience economy children. They have some DNA from it, but like real children, they are a bit different from their parents.

Diversity

From same-same to different, to diversity. As mentioned in the introduction our cities are again becoming different – reflecting the values of the people, not the international community. This is a message to the architects of Korea. Build with Korean culture in mind. Discover the myths, the fairy tales of the region, the country and get inspiration. Tourists and Korean citizens want to see Korean values reflected in the city. Just as we in Denmark want Danish values.

Brands. Ten years ago I predicted that the big, global brands would win. Times have changed however, I was wrong. Now, it is about adapting to local tastes. Now it is about smaller brands, more focused, aiming at a smaller target group. Even McDonald's, the global leader in fast food restaurants, is changing. Now, each restaurant is encouraged to adapt to the local values. When this big company is doing it, then it is an important trend. We will have to listen. In Europe, there was a trend toward bigger brands in beer, butter, milk and cheese. Not any more. Now we see small brands taking market share, the micro breweries, and the micro dairies are taking over. From big to small. The consumer of today says: "I am special, I do not want to buy the same as my neighbor" – ten years ago, it was ok to have the same products. That is why the big brands are loosing. Does this mean that the mass market is disappearing? Yes, but not the big companies. They can introduce more brands, smaller ones, just like the Coca Cola Company is doing right now.

Another trend: the big banks were standardizing their branches. They had to look the same, irrespective of location – not so any more. Most of them are still standardized, but the clear trend is toward diversity. Allowing each brand to have its own personality.

Involvement

In northern Finland we have the last amethyst mine. The amethyst is a precious stone found in many countries, especially in Brazil. The Finnish realized, that they could not compete with Brazilian wages and asked tourists to come and visit the mine – and dig their own amethyst. First they were told some of the best myths and fairy tales about this precious stone, then they were given an axe and asked to dig their own amethyst. If they had problems in life, they could take the amethyst in their hand and tell it about it. The amethyst would give an answer to its owner. This is a good way of involving the tourists, not just watching something, but to become involved, to take part. Of, course, the tourists pay for the chance to work. No workers, just tourists.

In Southern Europe young tourists are travelling from North in order to harvest grapes. They are not paid, the wine farm is the destination. It is not work, it is fun. Lego, the Danish toy company asked “nerds” – customers - to take part in developing their new version of the product “Mindstorm”. They responded, for them it was a chance to be part of the process. It was not about money, but about empowerment.

The amaproffs

Amateurs working professionally. This new trend is becoming increasingly important. More and more people want to contribute. My best example is Wikipedia, the global on-line encyclopaedia. No expert has worked on this. All articles, more than a million, are produced by “bare-foot professors”. It has become a serious competitor to the paper encyclopaedias – especially because it is free. How to make money by asking customers to produce the product themselves? Wikipedia is just one answer to this question.

Ohmy News was invented in Korea. Citizen journalism. Tens of thousands of bare foot reporters around the world are producing news. They are doing it, because they want to, not because of the salary. Can they make money? Yes, through advertising. A great idea, it is spreading to the rest of the globe right now. Ohmy News started 7 years ago, but sometimes ideas travel slowly.

Spirituality

The experience economy means that our spiritual – as well as our physical – needs are becoming more and more important. Retreats – places where you can stay for a week or to in order to reflect on the meaning of life. These important questions: Why are we on this earth, what is the meaning of my life. During the materialistic era these questions were pushed into the background or forgotten. We devoted more time to make money. It is also about religion, wisdom, philosophy and rituals. We want to find our own answers, our own truths. In Europe the trend is clear: fewer people go to church, but more people says that they often think about the meaning of life. In 10 years time we will see a lot of retreats around the world. Some of them will be religious places, some not.

Culture and art is essentially about values, about emotions. A movie, a novel, theatre, paintings – all of them has a message to us as human beings. Culture will become a more important aspect of our life. What about globalization?

The market place for products and services has become globalized during the past ten to twenty years. It has happened very fast. Values are moving much more slowly – there has not been time to globalize values. And as I see it, this is exactly, what we do not want. Globalized values is an abstraction, it is false. Therefore, I see to trends moving in opposite directions. The one about

products = more globalization. The one on values = less globalized, more national, more local. The interests of big companies could be to produce world products – the same kind of product marketed all over the world. It is my impression that most big companies have left this dream. Instead they adapt to local tastes. They will still be big companies – even without the world products. The needs for cultural institutions are to go back to the roots, to re-discover the past. Cultural institutions in many countries have been neglected during the information era. They will soon be seen as more important than materialistic products. Of course, we have to make money in order to find food and shelter, but when these needs are satisfied, the spiritual needs are the ones we seek. A post-materialistic future. A post-materialistic and diversified future.

Korea making her contribution to the world, Denmark making hers. This will become a much more exiting future, a richer globe. If everything is the same, there is no point in travelling. To me this is my most valuable conclusion. How to talk across cultural barriers?

First, this is a necessity, because values will not – by any means – be the same, become globalized, not even in a hundred years. The educational challenge is thus to teach respect for other cultures, to realise that they are built on religion and philosophy, refined by every generation through time. No, value is wrong; it is a great source of inspiration.

Passion

This paper is about the experience economy. It is also about the essential tool of this economy: storytelling. A story well told is very powerful; actually we have no defense against it.

What is a good story? First it is about passion. If strongly believed in, it is believed. Whether we talk about culture or business – if you do not believe strongly in your values or in your product, you are not going to be listened to. Especially, in business this is a problem. Most companies want to sell products in order to make money. Nothing wrong with making money, but the best advertising is passion and authenticity.

A story has to have a conflict – otherwise, nobody will want to hear it. Imagine a movie without conflict. Girl and boy meet, they fall in love and marry – end of story. That is not enough. There must be a conflict. The parents must be against it – now it becomes an exiting story. Again, some cultural institutions forget this important rule in storytelling. Nearly all companies forget about it.

In a recent article in the American business magazine, Fortune, it said: new rule of business: hire passionate people, develop the soul of the company. This is interesting, especially when it comes from the US. They have been influenced by the thinking of Jack Welch for the past ten years. His efficiency, his control, his idea of the company as a well-oiled machine. Not any more.

We are now talking about the value driven company. The company with a core story that inspires all employees. Why has this change happened? Well, perhaps because of the success of Apple, perhaps just because fashion in leadership changes from time to time. But most importantly, because employees want to have meaningful work, to know why they are doing it.

The American health care company, Genentech used to have a sign telling the share price. This sign greeted employees in the morning. Now they have a picture of a patient, using their medicine. There is a clear message: you are not working for the shareholders, but for the customers, the patients. Of course, we have to make money, we are just changing the logic of doing it and in the process we re-discover the old truth: “the customer is king”. At General Electric they arrange what they call “dreaming sessions” with the business clients. Mark the word: dreaming. It is not a technical thing, it is about inspirations, ideas, strategy – and dreams.

Suggested Strategies for Entering the Experience Economy in the 21. Century

On the national and regional level

Korea is gradually entering the experience economy. The Korean people are moving from a materialistic lifestyle to a more post materialistic one. This is happening right now. When this transformation takes place we shall need a new way of measuring progress. Up till now all countries are measuring GDP, Gross Domestic Product, in order to find out how rich citizens have become. Korea has made great progress during the past 20 years. When the post materialistic values become more important it is necessary to measure progress in happiness and satisfaction in life. World Values Survey is doing it now and then, but no nation is doing it at the moment. Perhaps with the exception of small Bhutan in the Himalayas. Korea could be the first big country to do it. In the United Kingdom, the leader of the Conservative Party, Mr. Cameron has suggested - if he is elected next time – and he is leading in the polls with more than 10% – introducing a GHI, a General Happiness Index. It will be done with interviews. A government institution will set up some questions. It could be “How are you satisfied with your life, all in all? Please, indicate on a scale from 1 to 10.” Or it could be: “Do you consider yourself a happy person? Please, indicate the degree of happiness on a scale from 1 to 10.”

The rationale is this: We work in order to become richer and thus happier. We buy more things, but our neighbour is also buying more things. Since wealth is a relative thing – you compare with others – we do not get happier just from buying more things. Actually, we may work more, get more stress and perhaps get ill. It is a zero-sum game. There is at best a complicated relation between wealth and happiness. Studies from both the US and the UK indicate that happiness has either not gone up during the past 20 years or gone down. At the same time the GDP has grown nearly 50 %.

Happiness studies indicate that richer people are – in general – not happier than poorer ones, except the very poor. Age is not important either, young people are not happier than older ones. What is important, however, is family, friends – a good social network.

With a GHI for Korea it becomes possible to find out if the Korean people are moving forward in happiness. It would even be possible to know what obstacles to more happiness or satisfaction with life exists. A Korean system for GHI would attract interest from all over the world.

National and Regional Strategies for Culture and Tourism

The experience economy means appealing to the heart, to our emotions, not the mind. Our brain is divided into three parts:

- The reptilian brain is seat for our instincts
- The limbic brain is seat for our emotions
- The Neo Cortex is the rational part.

The limbic brain is the important part in the experience economy. How do we talk to the limbic brain? We use stories. Books, films, music, cultural events, religion and values. As already mentioned, the trend in architecture in many countries is to move away from the uniform high-rise buildings in the cities. Any new building must have a story, some embedded values, symbols which tells about the purpose of the building.

Consequently older or historical buildings become more valuable. Because they have stories and symbols. Does this mean that we are looking back – back to old Korea. Yes, exactly, the past has more values – generally – than buildings from modern times. This is what is happening right now in some places in Europe, getting back to our roots, restoring old buildings to their original image. Again, this means diversity, a richer urban environment. We have become rich; we can afford more than function. It must be possible to experience real Korean values outside the museums.

The trend is toward authenticity – in a world with so many superficial messages – we are seeking what is real, what is done with passion. In farming it means moving from the farm as factory to the small farmer selling his products locally. We want to know how the products are produced, from field to table.

On a national level the experience economy points toward accepting diversity, in art, in events, in lifestyle. From uniformity to diversity. This is not a recommendation as such – it is a fact that this is the global trend in values patterns.

Strategies for Companies

Let me start with a question? Why have Korean producers of mobile phones been able to win market share in the global market place? Is it because of lower prices? Better and more advanced technologies? No, it is because they have entered the experience economy and concentrated on design, colours and branding. All mobile phones function well, it is not about good quality, nearly all phones are good quality.

This is – in principle – the recipe for the rest of Korean industry. Korean wages, the cost of production, has gone up, competition with lower cost countries becomes difficult. The answer is to add an emotional appeal to the product.

What about services? The short answer is to adapt to local values. Banks, fast food restaurants and hotels are doing it in many places in the rich part of the world. Again, diversity, roots, authenticity.

Many companies are selling to other companies, what should they do? The same thing. Add stories about the company values. A wholesale company in Denmark is selling steel pipes in the Nordic countries, they are selling to retailers and construction companies. They have successfully added stories to marketing and sales. The sales staff is telling good stories about successful relations with clients. This appeals to the buyer; they are seduced by good story. It works and they say that this is the only explanation to the fact that they are more successful than their competitors.

Almost all companies have a chart of the organisation. Small boxes indicate different functions and their relationship. We have the CEO on top, then sales, marketing, production and economy.

Perhaps adding other companies partly owned by them. The purpose is to give an overview of the organisation and how responsibilities are organised. Most of these charts look the same, because the company structure does not deviate much from one company to another.

The chart does not, however, show whether the staff is motivated, whether they are aware of company values, whether they act on them when they are working. Are your staff dedicated to

company values, are they motivated? Let me suggest a small chart, an alternative chart to measure this important aspect. Draw a small target – like the ones used in dart with concentric circles. Then you ask: is management really motivated? If yes, you fill in with red colour in the middle. If management is only partly motivated, you fill in with yellow colour. If they are not motivated at all, you fill in with blue colour. Then you proceed to fill in with colours for other groups in the company.

You may even ask your colleagues to do the same and compare result.

- If the result is almost totally red, you have a very motivated company, perhaps a bit too much. You may run a risk of “overheating” – too many initiatives in a short period.
- If there is a balance between the different colours, this could be the best result
- If the result is dominated by blue colour, the company is in danger for lack of dedication, motivation.

It is a subjective method but if several members of the staff are filling in the target then you have a pretty good indication. There is always a balance between control and motivation, the secret is to reach a balance.

Strategies for Tourist Destinations

A Danish island has for the past couple of years organised a “Week of Culture” – without much success. They had some music, theatre, concerts and lectures. The problem is this: a lot of cities and islands are doing exactly the same. The purpose for the event is of course to attract more tourists to the destination. However, it failed. They failed to answer the question: “Why should we come to you event, what is special about it?”

This is a common problem for a lot of destinations around the world. They are doing the same as everybody else. Now, the organisers have decided to do things differently. First, the “Week of Culture” lasts a month, but it still has the same title. They do it just to tell tourists to expect something different.

Next step is to mix events. Circus and clowns along with opera and a lot of other unusual events. Of course, this is only one way of moving your destination from “normal” to “special”.

Most destinations can do some storymining – that is discovering why they are special. The story is often buried in the past; perhaps the founders original idea has been forgotten. It may even be possible to ask the guests for help, to ask them about their stories. Chelsea Hotel in central has done just that.

The central question to ask is this: “How are we special?”

Conclusion

To sum up: from materialism to post-materialism – the experience economy or the dream society. Technology will still be important, but it will often be taken for granted. We must re-discover our values, our core story. Whether we are a country, a region, a city, a company or a cultural institution. Brands are becoming smaller, more focused, aiming at a smaller target group. This makes it possible to develop a stronger story.

We must re-discover our spiritual values and stay loyal to them.



Global Culture Forum 2007 Seoul

주제 1: 미래 환경변화 전망

THEME 1: Prospects for Socio-economic environmental Changes in the Future

- 1-1 디지털 기술과 문화의 공존 Coexistence Between Digital Technologies and Culture
티모시 맥 **Timothy Mack** -----32
- 1-2 21세기 문화적 도전과 응전 Cultural Challenges and Tasks in the 21st Century
하마다 가즈유키 **Hamada Kazuyuki**-----49
- 1-3 글로벌 컨버전스 시대의 한국 문화 Korean Culture in the Age of Global Convergence
최정호 **Choe Chungho** -----64



티모시 맥 (Timothy C. Mack)

세계미래회 회장

**(President, World Future Society,
United States of America)**

현재 경향 분석, 사회 역학, 공공 정책 분야에서 활동하고 있다. 하버드대학 케네디스쿨 (John F. Kennedy School of Government) 과 미국 학술원 (National Academy of Sciences)에서 연구직을 역임한 후 미국 의회 산하 회계감사원 (General Accounting Office) 예산 정책 특별팀에 합류했다.

1985년 이후로 미래학 분야에서 가장 오래되고 권위 있는 Futures Research Quarterly지 (誌)의 편집국장을 맡고 있으며, 2004년 6월 미래학 분야를 40년 동안 선도해온 세계미래회 (World Future Society) 회장으로 부임했다.

He has involved in trend analysis, social dynamics and public policy. After holding research positions at the John F. Kennedy School of Government at Harvard University and the National Academy of Sciences, Tim Mack joined the Budget Policy Task Force at the US General Accounting Office, which serves as the analytical arm of the US Congress.

Since 1985, Tim Mack has edited the oldest and best respected professional journal in the foresight area, Futures Research Quarterly. In June of 2004, he assumed the Presidency of the World Future Society, which has been the leading organization in the futures field for 40 years.

As a change consultant, Tim Mack assisted the US General Services Agency and the US Dept of Defense in developing strategic planning and change management strategies for such challenges as innovation enhancement, privatization of public services, superfund clean up and transportation planning. In addition, he has managed global trade issues and technology trends at the local, state, federal, and global level, working with clients on each continent, including the Institute for Global Chinese Affairs (ranked Number One globally three years running by the Foreign Experts Bureau in Beijing). He also spent five years as a Vice President at WPP Ltd., which at the time was the largest management consulting and market communications company in the world.

This wide-ranging experience has provided extensive subject area background in areas ranging from new digital communities to financial services to energy technologies to media trends. Mr. Mack has testified as an expert witness before the White House Conference on Small Business and is presently completing a book on the social and economic impacts of the Internet on modern society and the global economy.

제1-1주제:

디지털 기술과 문화의 공존

산업화 이전의 사회는 종교와 신의 중요성, 선과 악의 절대적 기준, 가정의 중요함, 권력에의 복종 등 전통적인 문화가치라고 여겨지는 보편적 가치를 공유했다. 이러한 전통적 가치들과 대조되는 것으로는, 때로 모던 혹은 포스트모던 문화가치라 불리는, 세속적이고 이성적인 가치관들이 있다. 여기서 세속적이라 함은 비종교적인 것을 의미하고, 이성적이라 함은 사회, 정치, 경제적 생활을 다스리는데 있어 종교나 오래된 관습보다는 이성, 논리, 과학 그리고 목적달성을 위한 수단을 고르는 계산법을 이용하는 등 사회가 합리화됨을 의미한다. 이러한 세속적 이성의 가치관들은 비교적 낮은 종교적 신념, 선과 악의 약한 상대적 기준, 다양성의 인정, 성의 상대적 평등, 그리고 권력에 대한 낮은 정도의 복종을 의미한다.

문화적 가치에 대한 다른 접근 방법으로는 서로 절충될 수 없는 상반된 사회로의 분열을 생각해 볼 수 있다. 어떤 사회는 가치관이나 도덕적 기준을 신(예를 들어 신의 이름을 막론한 종교)에 둘 수도 있고, 다른 사회는 절대론이나 상대론처럼 가리는 자아에 근거를 둘 수도 있다. 그리고 디지털 기술등과 같은 기술이 문화에 끼치는 영향이 확대됨에 따라 다른 세속적 가치들이 힘을 얻게 되었다. 문화의 변화방향을 보다 잘 이해하면 기술의 영향의 성질을 규정하는데 도움이 될 것이다.

효율성은, 한 예로, 현 문화에서 아주 중요한 가치로 자리잡았다. 효율성에 대한 사회의 요구는 물질과 경험에 대한 끝없는 열망을 보면 알 수 있다. 하지만, 효율성이 현 사회의 만연한 가치라 해도, 10년 후에는 또 ‘평온’이라는 가치관의 도전을 받을 것으로 보인다. 차분함, 평화, 조용함, 평온함, 그리고 간략함에 대한 사회의 욕구가 여러 이유로 더욱 중요하게 자리잡게 될 것이다. 첫째, 현재 진행되고 있는 사회의 노령화로 인해 이러한 가치에 대한 요구가 증가될 것으로 보이기 때문이다. 또한, 우리 삶의 많은 부분을 재구성 하면서 진행되고 있는 많은 대변혁의 여파로 인해 증가할 것이다. 이렇게 평온함에 대한 요구가 증가되면서, 레저 생활과 여유 있는 느긋한 삶에 대한 전통적 가치관들은 다시 등장할 것이다. 특히 적당한 풍요를 누리는 계층의 사람들에게 있어 아마도 값비싼 물건보다는 우아한 삶에 대한 요구가 우위를 점하게 될 것이다. 세계 경제와 통신 시스템이 엄청난 속도로 국제화 되고 긴밀히 연결되어왔지만, 동시에 한 문화권 내에 많은 분열이 있어왔다. 이러한 현상은 구 소련의 붕괴에서 여실히 드러난 바 있다(중국, 인도 캐나다의 경우도 그랬고, 그리고 아프리카 대륙의 국가들도 같은 형식으로 분리되고 있다). 사람들이 자신들의 인종, 권리, 지위, 신념, 종교, 성별, 직업, 연령, 정치적 성향, 레저활동 경향, 피해의식, 생활방식, 혹은 그 외 다른 조건들에 대해 관심을 갖기 시작하면 공화정치라는 개념은 힘을 잃게 마련인 것이다. 디지털 통신 기술이 발달될수록 인류가 이토록 다양하고도 상반되는 신념을 가지고 있다는 것을 깨닫게 된 것이다. 이렇게 다양한 신념들은 결국 사회적 해석의 차이라는 의혹이 커지고 있어서 어떤 신념이 맞고 틀리느냐에 대한 판단을 특정 방법, 신념, 혹은 변수에 근거할 수는 없다.

사실, 이 의혹이라 함은 세계 도처에서 점차 하나의 생활방식으로 자리잡아가고 있다. 미국에서 있었던 9.11 테러 사건, 런던의 지하철 폭파테러, 이집트와 스페인, 그리고 도처에서 일어난 테러공격들 후에 일상생활에서 감시 기술의 사용이 급격히 늘어났다. 불시 검문은 이제 흔한 일이 되었고, 법 집행기관과 사설 경비 업체들은 다양한 종류의 감시 기구를 사용하여 거리, 아파트 로비, 주차장 등에서의 범죄를 줄이기 위해 노력하고 있다. 음식점과 은행, 법인체들은 감시카메라로 직원들을 감시하고 있으며 전자 메일과 그 밖의 다른 통신들도 수시로 감시되고 있다.

집을 떠나 여행을 할 수 있는 능력이 눈부시게 발전하면서 사생활등, 공간의 개념 역시 기술의 영향을 받고 있다. 기술의 발전이 여행, 통신, 사업 방식 등을 바꾸어 놓았다. 유럽부흥개발은행 총재를 역임했던 자크 아탈리는 ‘호모 노마드: 유목하는 인간’이라 하여, 세계 곳곳에서 특정 국가나 영역에 얽매이지 않고 일하는 사람들의 유형을 일컬은 바 있다. 도시들, 특히 교외지역은 점차 닳은 꼴이 되어가고 있다.

근래의 변화양상

세계는 이제 매일 끊임없는 변화를 겪고 있다. 21세기에 들어서면서 새로운 작업 양식, 전혀 기대하지 않았던 곳에서의 자본주의의 출현, 도시 환경 문제 등이 많은 문화 양식을 바꾸어가고 있다. 기술의 발전이 문화 그리고 사람들이 일하고 쉬는 방식의 변화를 주도하여 온 것이다. 번두리에서 도시로의 이주는 농부들을 근로자 계급으로 변화시켰고 이로 인해 예전 농경 사회에서는 파트너였던 여성들의 역할이 점차 육아, 가사일 등으로 한정되게 되었다. 지난 세기에 있었던 산업 혁명은 노동을 사회 구성의 중심에 위치시켰고, 자유 시간이라는 것은 사치가 되었다. 사업체와 정부기관 등에서 주도하는 변화들이 이렇게 문화 역시 바꾸어 놓게 되는 것이다.

이러한 변화들을 주도하는 가장 중요한 요소는 바로 전세계적으로 변져가는 새로운 양식의 교육과 디지털 통신 기술인데 이 두 요소가 전세계적으로 경쟁과 변화를 가속화 시켰다. 시장에서 개인들은 이제 어떤 제품과 서비스를 사용할 것인지, 어떻게 자신들의 삶을 살아갈 것인지에 대한 선택이 다양해졌고 이러한 현상을 점차 가속화 되어가고 있다. 점점 더 많은 수의 노인들이 편리함에 가치를 두고 적절한 시설을 원하고 있다. 적잖은 문화 운동들이 도시 문화의 성격이라 할 수 있는 도심 확산현상과 자동차문화를 최소화 하기 위해 시작되기도 했다. 이러한 움직임의 한 예로 ‘스마트 성장(Smart Growth)’을 들 수 있는데, 스마트 성장이란 새로운 발전계획을 지난 세기의 도시 팽창으로부터 이제는 인구밀도 높은 도심지와 기존 도시, 그리고 교외 쪽으로 돌리자는 것이다. 스마트 성장을 지향하는 도시란 교통의 부정적 영향을 줄이면서 주민들의 걷기와 교류관계 증진을 권장하여 보건 향상을 꾀하는 곳을 말한다. 문화적 활동으로써, 즐거움을 주는 활동으로써, 여행으로써, 또한 사람들과 교류하는 한 방식으로써 아주 좋은 걷기는 많은 현대 문화권에서 쇠퇴해왔다. 이러한 변화의 중심에는 교통과 통신 기술의 발달이 있었다. 교통과 통신 기술의 발달은 사람간의 직접적 교류와 여유 있게 직장을 통근하는 것들은 불필요하고 심지어 부적절한 것으로 만들었다. 걷기는 또한 개인의 특정한 자유나 즐거움을 알 수 있는 척도가 될 수 있는데 예를 들어 자유 시간, 자유롭고 매력적인 공간, 다른 것에 구애 받지 않는 자유로운 신체 등 빠른 속도의 문화권 보다는 여유 있고 느린 속도의 문화권에 더 적합하다. 빠른 속도의 문화권에서 걷기는 일상생활에서 벗어나 여유를 즐길 기회를 제공한다.

가속화 문화, 기술, 그리고 스트레스

현대 사회에서 시간은 점점 더 귀중한 자원이 되고 있다는 사실은 부정의 여지가 없다. 역사가자들은 18세기 중반 이후부터 인류의 생활의 속도가 빨라져 왔다고 주장한다. 이렇게 사회가 가속화 되는 것은 천천히, 그리고 꾸준히 일어나는 것이 아니라 (새로운 기술의 보급, 사회 경제 단체의 형성 등으로 인한) 일대 파도처럼 일어나면서 상당한 저항과 동시에 부분적인 반전을 겪는 과정이다. Rosa는 다음과 같이 한 사회에서 일어나는 가속화의 유형을 구분하였다.

1. 기술 가속 - 계획적이고 목표 지향적인 교통, 통신, 그리고 생산의 가속화
2. 사회 변화의 가속 - 사회자체의 가속화, 즉 사회 변화의 속도 자체가 변하고 있다는 것이다. 이에 따라, 사람들의 태도, 가치, 패션, 생활방식, 계층, 주위 환경, 사회적 언어, 습관들도 점점 더 빠른 속도로 변해가고 있다는 것이다.
3. 생활 속도의 가속화 - 일상 생활에서의 활동이나 경험의 시간적 압축. Rosa는 일상생활 가속화에 대하여 각 개인을 주관적으로 평가하거나, 혹은 객관적으로 측정할 수 있다고 하였다. 측정해 보면 개인이 일정한 한 경험, 혹은 일련의 단위 행동들, 즉 잠자기, 먹기, 산책하기 등에 쓴 시간이 상당히 줄었다는 것을 알 수 있다. 가속화란 적은 시간에 더 많은 활동을 하는 것을 의미한다.

많은 자료들이 현대 사회인들이 더 많은 스트레스를 받는다는 것을 입증하고 있다. 직원의 기술부족으로 오는 여파, 생산의 가속화, 증가하는 업무량, 그리고 직원들의 복종을 요구하는 새로운 형태의 압력 등에 대한 사측의 관심이 부족하다. 일본은 효율성 혁명 과정에서 모델 국가로 인식되어 왔지만 최근 한 조사에 의하면 토요타 사의 200,000 명에 달하는 직원들 중 124,000 명은 스트레스 관련 질환인 만성 피로에 시달리고 있는 것으로 밝혀졌다.

현 사회는 시간 부족에 시달리고 있다. ‘서두르기’란 복잡한 용어이다. 물론 서두르는 것이 용이한 상황도 많이 있다. 집에 불이 났다면 집 밖으로 서둘러 뛰쳐나와야 하고, 강도가 쫓아온다면 서둘러 도망쳐야 하고, 바람에 모자가 날라갔다면 서둘러 잡아야 하겠지만 일반적으로 ‘서두르기’란 그다지 매력적인 단어로 들리지 않는다.

‘시간 심화(time-deepening)’란 사람들이 한 가지 이상의 일에 흥미와 욕구를 가질 때 더욱 더 빠른 속도로 일을 진행할 수 있는 것을 말한다. 사람들은 하나를 선택하기 위해 고심하기 보다는 두 개의 활동을 다 하는 능력을 발전시키는 것이다. 시간 심화는 다음과 같은 네 가지 양상으로 일어난다. 한 가지 활동을 더욱 빨리 끝낸다. 좀 더 오래 걸리는 일보다는 빨리 끝낼 수 있는 일을 한다. 한 번에 여러 가지 일을 한다. 주어진 시간을 더욱 정밀히 측정하며 일을 한다.

시간 심화란 성과적 측면에서 볼 때는 이점이 있겠지만 상당한 스트레스를 동반한다. 스트레스를 해소하고 휴식을 취하는 능력과 여러 가지 건강상의 문제, 즉, 고혈압이나 두통, 또는 허리통증, 당뇨, 심장 발작 등의 가능성을 줄이는 것과는 연관이 깊다. 즉, 흔히 말하는 ‘삶의 질’과 관련이 있는 것이다. 다행히 이러한 현상에 맞서서 건강, 정신 세계, 그리고 창조적인 우뇌 부분의 기능에 대한 전세계적인 문화적 관심의 증가가 시간 심화 현상을 상쇄시키고 있다. 또한 세계화에 동참하는 정부 그리고 기업투명성 등이 증가하여 문화적 변화를 예고하고 있다. 국제 무역, 투자 활동이 많은 국가들의 문화, 경제, 라이프스타일을 변화하고 재조정하고 있다. 그리고 이러한 변화들이 상당 부분 디지털과 통신기술의 발달로 인해 이루어지고 있는 것이다.

기술과 문화

중심논제는 어떻게 기술, 디지털, 그리고 그 외의 것들이 한 국가의 문화의 방향을 결정하느냐는 것이다. 이러한 논의를 위해서는 다양한 기술들이 문화(혹은 경제, 시장, 정치 구조 등)에 영향을 어떻게 끼치느냐에 대한 이해와 한 국가의 미래 보건과 활기를 위해 어떠한 문화적 목표가 바람직한가에 대한 이해가 필요하다. 교통 면을 보자면, 중국은 인도에서 성공을 거둔 자전거와 기차 이용보다는 자동차와 고속도로 이용을 권장하는 정책을 선택하였다. 이러한 중국의 결정으로 인해 전세계적으로 자동차의 수는 급증하게 될 것이다. 만약 중국이 미국의 정책을 모방한 것이라면 향후 15년 후에 중국은 세계 최대의 자동차 시장이 될 것이고 동시에 세계에서 가장 공해가 심한 나라가 될 것이다.

자동차는 전세계적으로 인구밀집도가 높은 도심 지역에서 그리 훌륭한 선택은 아니었다. 이러한 상황이 지속된다면 아마도 앞으로는 인구가 급증하는 도심지역에서 자동차의 사용은 상당히 규제되거나 심지어 금지될 수도 있을 것이다. 하지만 다행히 기술적으로 다른 선택이 가능하다. 예를 들어 자기 공중부양 열차가 도입될 수도 있을 것이다. 공중부양 열차는 시속 600km로 달리며 정확한 조종력, 탁월한 가속력을 자랑하고 소음과 진동이 없다. 도시간 이동이나 작은 대륙간의 이동에 대해서도 자기 공중부양 열차는 실제 초음파 비행기도 날지 못하는 속도로 달릴 수 있다. 약 80%에 해당하는 이동이 실제 50km 거리 내에서 행해지므로 이러한 변화는 도시들을 깨끗하고 건강하게 만들 수 있다.

도시간 이동이나 작은 대륙간의 이동에 대해서도 자기 공중부양 열차는 실제 초음파 비행기도 날지 못하는 속도로 달릴 수 있다. 약 80%에 해당하는 이동이 실제 50km 거리 내에서 행해지므로 이러한 변화는 도시들을 깨끗하고 건강하게 만들 수 있다.

디지털 기술보다는 정도가 덜 하지만 에너지, 교통, 그 외 다른 일상생활의 영역들 역시 통신과 유비쿼터스 기술과 긴밀히 상호 작용하여 한 국가의 문화적 색깔을 형성해 나간다. 따라서, 디지털 기술에 대한 선택들도 이렇게 광범위한 영역의 새로운 기술들을 포괄해야 한다.

인구 노령화와 이민의 영향

기술만이 변화를 주도하는 것은 아니다. 인구 구조 역시 이러한 문화의 변화를 주도하는 요소이다. 일본의 65세 이상 노인의 비율이 1970년대의 7.1%에서 2040년 33.2%에 이를 것으로 예상되고 있다. 독일의 경우, 13.8%에서 30.9%로 예상되고 있다. 출산율의 저하와 빠른 고령화가 노동력의 변화도 야기시킬 것이다.

거시 경제의 관점에서 볼 때, 고령화를 겪고 있는 나라에서 노동력은 상대적으로 더욱 희귀해지고 자본은 집중되어가고 있다. 이러한 현상은 앞으로 노동력의 가격 변화를 가속시키고, 더 높은 자본 집중을 야기하며, 따라서 세계적으로 노동력, 자본, 물품의 이동을 초래하게 될 것이다. 따라서, 노인 인구 증가 교육수준이 낮은 젊은 이민 노동자 계층이 개도국을 포함해 많은 국가에 병존하게 될 것이다. 도미니카 인들은 푸에르토리코로, 인도네시아 인들은 호주로, 터키 인들은 스웨덴, 캐나다, 중국으로 이주해 갈 것이다. 심지어 자국으로의 이민을 최소화하기 위해 규제하고 있는 아이슬란드도 태국과 같은 나라들로부터의 이민자들을 받아들일게 될 것이다. 이렇게 되면 그들의 문화도 새로 유입된 이민 인구들의 영향을 받게 될 것이 자명하다.

다양화된 인구 구조, 노동시장의 세계화, 정치적 불안정, 분쟁 등은 2015년까지 사람들의 이주를 부추기게 될 것이다. 현재 약 50개 국에서 합법과 불법 이민자들의 수가 인구의 약 15%를 차지하고 있다. 이 수치는 앞으로 엄청나게 높아지게 될 것이고 사회적, 경제적 역동성에 도움이 되는 동시에 또한 사회적, 정치적 긴장을 야기하고 아마도 국가들의 정체성마저 바꾸어놓게 될 것이다. 언제나 그렇듯이 기술의 진보로 인해 사람들은 새로운 문화권과 국가에서의 기회를 더욱 쉽게 접하게 되고 쉽게 이동하게 된다.

각 국가는 매년 수백만에 달할 이민과 이주문제를 다루는데 점차 더 큰 어려움에 직면하게 될 것이다. 향후 15년 간 이주자들은 움직임은 다음과 같을 것으로 예상된다.

- 주로 남아메리카와 동부/남부 아시아로부터 북아메리카로
- 주로 남아프리카와 중동, 남아시아와 전 공산국가들이었던 동부유럽과 유라시아 국가들로부터 유럽으로
- 최빈국으로부터 아시아, 남아메리카, 중동, 사하라 남부 아프리카 중 선진국으로. 고령 국가 중 일부는 해외로부터의 젊은 노동력을 충분히 공급 받지 못할 수도 있다. 확장 전 EU(유럽 연합)의 경우, 인구 안정화를 위해 매년 250만 명의 이민자가 필요하고 노동력의 안정을 위해서는 매년 430만 명의 이민자가 필요하다. 일본의 경우, 인구 안정화를 위해 매년 30만 명의 이민자가, 노동시장 안정을 위해서는 60만 명의 이민자가 필요할 것이다. 1975년과 2000년 사이 중국의 평균 연령은 20세에서 30세가 되었으며 2025년경에는 약 40세가 될 것으로 추정된다. 그렇게 되면 중국 인구의 평균 연령이 미국인구의 평균 연령보다 높아지게 되는 것이다.

전세계적으로 상위 1/5 부유층의 인구가 86%의 GDP(국내총생산)을 차지하고 하위 빈층 1/5의 인구가 1%를 차지하고 있다. 부분적으로는 이러한 인구 이주 양상의 결과로 범죄와 전쟁의 경계가 모호해지고 따라서 낮은 강도의 소모전이 종전에 국경을 따라 행해지던 전쟁을 대신하게 될 것이다. 군사 전문가인 Martin Van Crevald는 산발적으로 일어나는 작은 규모의 전쟁들이 확산되면서 예전의 군대는 그 형태가 바뀌고, 규모가 축소되고 결국은 사라지게 될 것이라고 예견하고 있다. 그렇게 되면, 낮은 강도의 국지전에 대항하여 사회를 방어하던 부담이 보안 산업으로 돌려지게 될 것이다.

실제 이민 양상에서 한 가지 눈에 띄는 점은, 해외 아웃소싱(outsourcing)이 예전에는 중급 컴퓨터의 코드 작업이나 고객 서비스 지원 사업 등의 일에 국한 되던 것이 이제 점차 지식계층이 맡고 있는 엔지니어링, 분석, 기술 발전 등의 분석 프로젝트에 투입이 되고 있다는 것이다. 이런 현상이 지속된다면 앞으로 심지어 정부 기능을 관리하는 일조차 국제 민영 기관의 몫이 될 수도 있을 것이다. 하지만 재미있는 것은 현재 일어나고 있는 문화적 변화의 양상이다. 영어권 사람들은 종종 영어가 세계의 언어가 되었다고 생각하지만 영어를 사용하는 사람의 비중은 점차 줄어 전세계 인구의 약 7.6%에 불과하다. 사실, 서구 언어들은 전세계적으로 약 20%의 사람들이 사용하고 있다. 또한 2050년까지 기독교 인구의 50%가 아프리카에 거주하게 될 것이고 17%는 아시아에 거주하게 될 것으로 예상된다. 천주교의 경우, 이러한 경향은 벌써 일어나 이제는 유로 아메리카인들이 소수가 되었으며 이 역시 중요한 문화 변화 현상이다.

문화를 통한 여행과 관광의 영향

전세계적인 문화의 변화를 주도하는 요소를 논할 때 빠질 수 없는 것이 관광의 증가이다. 지난 수십 년에 걸쳐 여행에 대한 인류의 가치관은 혁명적으로 변화했다. 한 때 파스칼은 인류가 태어난 곳에서 살기 싫어 떠나는 것이 여행이라고 회의적으로 말한 바 있지만 지금은 다르다. 예전의 인류가 극한의 환경에 때문에 강제로 주거지를 떠났다면 현 인류는 환경에 굴복하기 보다는 잠시나마 환경을 바꾸어보려는 욕구가 있고 또한 바뀐 새로운 환경에 적응도 잘하는 것이다. 사람들은 자신이 속한 환경과 다른 곳의 사물, 경관, 관습, 문화에 관심이 있다. 이에 따라 점차 새로운 가치가 형성되었다. 즉, 낯설이나 진귀한 것에 대한 것을 경험하고 감상하는 것이다. 예전에 인류가 여행을 두려워했다면 이제는 흥미를 가지고, 즐기고 있는 것이다.

관광이 경제, 환경, 문화에 걸쳐 엄청난 영향을 끼치는 반면, 이러한 영향에 대한 이해는 이제 막 시작되고 있다. 관광에 대한 이론들조차 아직 충분한 이해가 부족하다. 관광을 온갖 여러 가지 시각에서 바라보고 있는 것이다. 놀이문화의 형태, 제국주의, 낯선 이들과의 관계, 진정함에 대한 추구, 경제 발전의 결과, 이해와 세계 평화 증진을 위한 수단, 이데올로기와 공간의 개념을 허무는 포스트모더니즘적 현상 등등.

대부분의 관광은 여행사를 끼고, 호텔과 평준화된 숙식과 교통까지 포함한 패키지를 이용하는 대중관광의 형태로 이루어지고 있다. 이런 경우 여행객은 그들의 문화권 영역에서 크게 벗어나 관광하기 어렵다. 하지만 생태관광(Ecotourism)의 경우, 그 정의를 규정하기는 힘들지만 시골, 문화 유적지, 자연, 탐험과 경험 등을 포함하고 있으며, 친 빈곤 관광 (Poverty Tourism. * 여행 일정의 일부로써 빈곤한 지역을 방문하여 빈곤생활을 체험하고 지역주민을 위한 봉사활동에 참여 - 역자 주)의 경우에도 대중관광의 형태로 성장해오고 있다. 국제 생태관광 협회(The International Ecotourism Society)는 생태관광을 '주민의 안녕을 증진시키고 환경을 보전하는 자연에 대해 책임을 지는 관광이다'라고 정의하고 있다.

또 다른 눈에 띄는 관광 형태는 자주, 단기간을 이용하여, 거주지와 가까운 곳을 여행하는 형태이다. 이 경우 거주지로부터 321.8km 내의 여행지를 이틀이나 사흘을 소요해 여행한다. 긴 여행 자체가 스트레스를 줄 수 있고, 여행을 떠나는 사람들도 그들의 일상생활과 직장에서 스트레스를 받고 있기 때문에 여행기간 동안 휴식과 안정을 찾는다. 점점 더 많은 사람들이 자녀, 그리고 부모를 동반해 여행을 나서고 있다.

현재 가장 큰, 그리고 앞으로 계속 증가가 기대되는 여행자 집단은 바로 노년층이다. 세계무역기구(WTO)는 동아시아, 동남아시아, 중동 지역으로부터의 여행객이 빠른 경제 성장에 힘입어 크게 증가할 것으로 내다보고 있다. 반면 유럽의 여행자 수는 상대적으로 줄어들 것으로 전망하고 있다.

결론

디지털 기술은 이처럼 전세계적으로 문화에 대해 파괴적으로, 혹은 건설적으로 영향을 끼칠 수 있는 잠재력을 지니고 있다.

자명한 것을 분명 어느 쪽으로든 문화를 변화 시키는 힘이 있다는 것이다. 새로운 정보, 새로운 경향, 새로운 능력, 새로운 관계, 새로운 정치적 네트워크와 동맹, 이 모든 것들이 현재 우리가 경험하고 있고 앞으로도 계속 경험하게 될 빠르게 변화하는 요소들이다. 점차 사라져가는 국경과 문화권을 대신해 뉴욕증권거래소, 전미 증권업협회(NASDAQ) 등이 인도, 도쿄, 런던의 증권거래소등과 합병하게 되어 소위 국제 증권 거래소들의 통합의 시대가 올 것이라는 예견도 있다. 디지털 기술로 인해 힘입은 세계화가 진행될수록 우리를 둘러싸고 있는 세계가 얼마나 복잡한지, 그리고 얼마나 새로운 것이 많은지에 대해 인류는 놀라게 될 것이다. 따라서 문화 변화의 역동성, 그로 인한 우리의 선택, 그리고 지도자들이 지키고 싶어하는 가치관들에 대한 충분한 이해는 이러한 변화 속에서 우리가 미래를 위해 내리는 결정들을 선택하는데 중요한 지침이 될 것이다.

새로운 기술은 종종 혁신, 그리고 상상을 통하여 발전하게 된다. 상상이라는 작업은 시간이 걸리는 일이다. 전세계의 비즈니스가 점점 더 빠른 속도로 움직이는 상황에 창조적인 아이디어란 종종 더디고, 현실과 동떨어지고, 시간이 해결해주는 작업으로 보일 수가 있다. 개방 시장시스템 혼자서는 이상적인 미래를 위한 충분한 설계와 형태를 제공할 수 없다는 것도 자명한 일이다. 인류가 자유로운 소비 활동에도 부정적인 면은 있다는 것을 인식하기 시작했다라는 것을 보여주는 자료들이 있다. 즉, 사람들은 수입이 많아질수록 비교 수준을 상향조정 하여 자신의 이력서에 더 많은 경험을 넣으려 하는 경향이 있다는 것이다. 하지만 이렇게 비교 기준이 높아지더라도 사람들은 예전보다 훨씬 더 행복하지는 않다는 것이다. 한 조사에 따르면 복권에 당첨된 사람은 당첨 직후에는 이전보다 훨씬 많이 행복하더라도 9점 만점인 행복지수가 당첨 전 6.5에서 1년 후에는 6.8정도로만 상승했다. 거꾸로 마비에 걸린 환자의 행복지수는 1년 후 6.5에서 6.0 정도로의 하락을 보여주었다. 극심한 빈곤에 시달리는 사람들은 수입이 생기면 훨씬 행복하지만 어느 시점이 지나면 행복지수에서 그다지 큰 차이를 보이지 않은 것이다. 한 경제학자는 부와 경험, 성공의 한계 효용은 정점을 친 시점이 지나면 감소한다고 설명했다.

디지털과 기술이 병합하여 문화를 계속 변화시키면, 변화에 영향을 받는 사람들의 가치관이 만족을 느끼는데 가장 중요한 역할을 하게 될 것이다. 사람들은 점차 소비보다는 만족을 원하고 있다. 예를 들어, 더 많은 물건이나 돈보다는 원하는 정도의 즐거움을 원하는 것이다. 문화의 움직임 속에는 물론 항상 서로 상충하는 것들이 있다. 예로, 지난 세기의 환경 단체인 ‘그린 무브먼트(Green movement)’는 고대 수행 덕목 중 하나인 ‘가능한 한 조금 소비하자’를 신조로 삼았지만 빈곤층의 사람들로부터 외면을 당해왔다. 개도국과 선진국을 망라해서 경제적 불평등과 가난으로부터 벗어나려 고군분투하는 사람들이 존재하는 한 ‘이제 충분하다’라는 메시지는 허상일 뿐이다.

자 이제 우리는 기술 중에서도, 특히 디지털 기술이 국가적, 세계적으로 문화를 변화시킨다는 것을 이해하였다. 이제 우리가 해야 할 일은 그 변화를 이해하고 변화의 틀을 만들어나가는 능력을 발전시키는 일이다. 21세기의 도전과제는 점점 충돌해가는 문화들, 기술의 영향, 환경 보전에 대한 요구, 그리고 경제 성장을 어떻게 조화시켜나가는 것이냐 하는 것이다. 이는 결코 쉽지 않은 과제가 될 것이다. 목표는 복잡한 영향 요소들을 파악하고 그것들이 새로운 미래를 형성해 나가는데 어떻게 상호작용을 하는지 알아내고 이해하는 것이다.

TITLE:

Coexistence Between Digital Technologies and Culture

What is Driving Shifting Cultural Values?

Pre-industrial societies shared common characteristics that can be considered traditional cultural values: the importance of religion and God; absolute standards of good and evil; importance of family life; deference to authority. In contrast to these traditional values are secular-rational values, sometimes called modern or postmodern cultural values. Secular means nonreligious, while rational refers to the rationalization of society, including the use of reason, logic, science, and means-end calculations rather than religion or long-established customs to govern social, political, and economic life. These values include generally lower levels of religious belief, relative standards of good and evil, acceptance of diversity, relative gender equality, and less deference to authority.

Another way to think about cultural values is the division of societies into opposing groups that have differences that cannot be reconciled. One camp assumes the source of values and moral judgment exists outside the self in God (i.e., religion, regardless of the title of the deity) or in the authority of society, while the other locates the source of values and moral judgment in the self— i.e. absolutism and relativism. And as the growth of the influence of technology, including digital technology, on modern cultural patterns continues to increase, other secular values have gained in importance. It is unlikely that the impact of technology could be neutralized, but a better understanding of the direction of cultural changes may assist in shaping the nature of that impact.

Efficiency, for one, has become a very important value in modern culture. The desire for efficiency reflects open-ended aspirations toward the consumption of both things and experiences. However, if efficiency is now a pervasive value in modern culture, it may well be challenged for supremacy during the next decade by a counterforce, best defined as “tranquility.” The desire for calm, peace, quiet, serenity and simplicity will become more important in the future for a variety of reasons. First and foremost, the population of modern nations is aging and there seems to be a greater desire for these qualities in later life. Physiologically, we react differently to loud noise and other sources of discomfort as we age. And there is also more desire for tranquility because of the impact of the multiple revolutions going on in our society, which often appear to be endlessly reordering every aspect of our lives. As desire for tranquility grows, more traditional notions of leisure and living leisurely may reassert themselves. Graceful living may soon be desired more than the ownership of expensive possessions, especially for those whose material needs are largely met.

Even as global economies and communication systems have become increasingly internationalized and interdependent, a growing counter-trend has been Balkanization within cultures. This was evident in the splitting apart of the Soviet Union (and countries such as China, India, Canada and a number of African nations may be splitting apart the same way). The notion of commonweal fades where people start to define themselves based on ethnicity, entitlement status, addiction, religion, gender, occupation, age, political affiliation, leisure interests, victimization, lifestyle, or numerous other statuses. Digital communications technologies have increased our awareness of multiple and conflicting belief systems. There is a growing suspicion that many belief systems are social constructions, so the basis for deciding what is true cannot be attributed to any single method, belief system, or variable.

Suspicion, in fact, has become a lifestyle in many parts of the world. The aftermath of the 9/11/2001 attacks in the United States, subway bombings in London, terrorist attacks in Egypt, Spain, and elsewhere have all sped up the use of surveillance technology in everyday life. Random searches are more common and law enforcement agencies and private security forces use a variety of monitoring devices to observe public streets, apartment lobbies, and parking lots to reduce crime. Many restaurants, banks, and other corporate entities monitor their employees by a number of devices, including television cameras. Electronic mail messages and other communication are routinely monitored.

Sense of place is, like privacy, being affected by technology. The ability of people to travel from their homes has increased dramatically. Higher levels of technology have transformed travel, communication, and the conduct of business, producing what President of the European Bank of Reconstruction, Jacques Attali, called a 'nomadic elite,' a class of people who conduct their business from anywhere in the world and owe no allegiance to any country or territory. Towns, particularly suburban areas, begin to look more and more alike in every modern nation.

Modern Patterns of Change

Constant change is our new global status quo. As we enter the 21st Century, new work patterns, the emergence of capitalism in unexpected places, the evolving urban environment etc. are changing many cultural patterns. Change in culture and changes in how people work and play have often been driven by advances in technology. Migration from countryside to city transformed many peasants into working class. Previously partners in agricultural work, many urban women were subsequently constricted to more limited work roles or homemaking and childrearing as primary tasks. Last century's industrial revolution put work at the center of social arrangements; free time became what was left over. Many of the same forces that are driving changes in the way business and government organizations function are also reshaping culture.

A primary driver of these changes is the worldwide spread of new types of education and digital communications technologies, which increased global competition and accelerated the rate of change. In the marketplace, individuals now have many more options as to what products and services they will or will not use and how they will live their lives, and the rate at which these options grow is accelerating. Many elderly citizens value convenience and want appropriate facilities. Modern cultural movements have been launched to minimize the urban sprawl and car culture that characterize urban culture. One such global movement is Smart Growth, which aims to channel new development into dense urban centers and existing cities and suburbs versus the constant spiraling out and diffusion of the last century. Smart Growth communities can be places that improve public health by encouraging physical activity and social interaction while reducing the negative impact of traffic.

Walking—as a cultural activity, as a pleasure, as travel, as a way of getting around—has been fading in many modern cultures and with it goes an ancient and profound relationship between body, world and imagination. The driver of this change has been transportation and communications technologies, making both face-to-face connection and the leisurely commute unnecessary or even inappropriate. Walking is also a systemic indicator for specific freedoms and pleasures: free time, free and alluring space, and unhindered bodies and therefore fits better in slower paced cultures than faster-paced ones. In fast-paced cultures, walking offers a change of pace from ordinary life.

Cultural Acceleration, Technology and Stress

There seems little doubt that time has become a more scarce resource in modern society. Historians argue that a speed-up of life has occurred since the middle of the eighteenth century. Social acceleration is not a steady process, but evolves in waves (most often brought about by new technologies or forms of socioeconomic organization) with each new wave meeting considerable resistance as well as partial reversals. Rosa has identified the types of acceleration that take place in a society as:

1. Technological acceleration—speeding up of intentional, goals-directed processes of transport, communication and production.
2. Acceleration of social change—acceleration of society itself. The underlying idea is that rates of change themselves are changing. Thus, attitudes and values as well as fashions and lifestyles, classes, or milieus, social languages as well as the forms of practice and habits are said to change at ever increasing rates.
3. Acceleration of the pace of life—the compression of actions and experiences in everyday life. Measuring the acceleration of the pace of life, Rosa contends, can be done subjectively by measuring individual experiences of time or objectively. This leads to measurable contractions

of the time spent on definable episodes or units of action such as sleeping, eating, going for a walk. Acceleration implies doing more things in less time.

There are numerous indicators that residents of postmodern societies feel more stressed. Insufficient attention has been paid to the effects of the deskilling of work, the accelerating pace of production, increasing workloads, and new forms of coercion used to force worker compliance. While Japan has been the model in the efficiency revolution, one recent study found that 124,000 of Toyota's 200,000 workers suffered from chronic fatigue, a stress-related condition.

Modern society is starving for lack of time. 'Rushing', of course, is a complex term and there are many situations in which rushing would be functional. If your house is on fire, you should rush out of the building; if a mugger is chasing you, run away; if the wind blows your hat across the field, rush after it. As a way of life, however, rushing doesn't sound very inviting.

The term 'time deepening' assumes that, under pressure of expanded interest and compulsion, people are capable of higher rates of 'doing.' Rather than thinking of behavior in 'either-or' terms, people develop the capacity to do both activity A and activity B. Time deepening occurs in four ways. People may attempt to speed up a given activity. Individuals may substitute a leisure activity that can be done more quickly for one which takes longer. A person may do more than one activity at once. Someone may undertake a string of activities with little tolerance in the schedule.

Time deepening, while it may have some advantages in terms of accomplishment, can produce significant stress. The ability to relax and relieve such stress is positively associated with reducing a variety of health risks, from high blood pressure to headaches and backaches to diabetes to depression to heart attack. Certainly there is a connection to what most call the 'quality of life.' As a cultural counterforce, the growth of interest in health, spirituality and creative "right-brain" skills across the globe appears to balance the 'time deepening' phenomenon. As well, the increase in globalization-driven government and business transparency appears to portend cultural changes in each country it touches. International trade and investment dynamics are reshaping and transforming many countries' culture, economy, lifestyle choices – and these transformations are shaped in part through the growth of digital technology and transportation efficiency and connectivity.

Technology and Culture

A central concern is how technology, digital and otherwise, does in fact shape the cultural direction of a country. Such a discussion requires both an understanding of how technology of various types influences culture (as well as economies, markets and political structures) and an understanding of what cultural goals are desirable for the health and future vitality of a nation.

In the transportation arena, China has made policy decisions which favor an ‘automobile and highway’ system of transportation, rather than the ‘bicycle to train’ system which has been used in India with success. This decision may mean that the number of automobiles in the world overall will increase dramatically. If the Chinese model their travel patterns after the United States, China could be the world’s largest auto market within the next 15 years, and perhaps the world’s most polluted country.

The automobile has not ideally served the densely populated urban areas of the world. If present concerns continue to grow, it is likely to be increasingly regulated, even banned, from many urban areas where population densities are skyrocketing. And technology choices do exist; the magnetic levitation train might be used in such areas. These trains, which run up to 600 kilometers per hour, have precision of control, rapid acceleration, and absence of noise and vibration. In terms of intercity travel or across smaller continents, magnetic levitation trains could provide supersonic speed where supersonic airplanes can’t fly. Since 80 percent of all travel takes place within 50 kilometers of home, such changes could make cities cleaner and healthier. While not as pervasive as the impact of digital technologies, choices concerning energy, transportation and other lifestyle-related areas work interactively with communications and ubiquitous connectivity to shape the cultural character of a country. Accordingly, choices concerning digital technologies should include the wider field of new technologies generally.

The Forces of Aging and Immigration

And technology is not the only driver of change...just as powerful is the impact of demographics. Japan is in a transition in which the percentage of its population age 65 and over has grown from 7.1 percent in 1970 to a projected 33.2 percent in 2040. Comparable percentages for Germany are a growth from 13.8 percent to 30.9 percent. Declining birth rates, in combination with rapid aging, will mean a transformed labor force.

On a macroeconomic level, labor is becoming relatively scarce in the more rapidly aging countries, while capital becomes relatively more abundant. This precipitates changes in the relative price of labor, will lead to higher capital intensity, and might generate large international flows of labor, capital and goods. Thus, an older “resident” population and a much younger and usually less educated “immigrant” population may exist in many countries, even developing nations. Puerto Rico will have more Dominicans, Australia more Indonesians, Sweden more Turks, and Canada more Chinese. Even Iceland, whose policies consciously seek to minimize immigration, is experiencing more immigrants from Thailand and elsewhere. Accordingly, the ‘culture’ of these countries will be strongly affected by this influx of new influences.

Divergent demographic trends, the globalization of labor markets, and political instability and conflict will fuel a dramatic increase in the global movement of people through 2015. Legal and illegal migrants now account for more than 15 percent of the population in more than 50 countries. These numbers will grow substantially and will increase social and political tension and perhaps alter national identities, even as they contribute to demographic and economic dynamism. As always, technology enhances both the ability of individuals to learn about opportunities in new cultures and countries and their ability to easily travel there.

Nation states will face increasing difficulty in managing migration pressures and flows, which will number several million people annually. Over the next 15 years, migrants will seek to move:

- to North America, primarily from Latin America and East and South Asia
- to Europe, primarily from North Africa and the Middle East, South Asia, and the post-Communist states of Eastern Europe and Eurasia
- from the least to the most developed countries of Asia, Latin America, the Middle East, and sub-Saharan Africa. Some aging countries may not be able to import large numbers of young immigrants to do the work best done by younger people. For the pre-enlargement European Union (EU), a net inflow of about 2.5 million people a year will be needed to stabilize the population, and about 4.3 million to stabilize the workforce. For Japan, 300,000 net newcomers a year would be needed for population stability, and 600,000 for workforce stability. Between 1975 and 2000, China's median age jumped from just over 20 to about 30; by 2025, it is projected to rise to nearly 40. This will make its median age greater than that of the United States.

The top fifth of the world's people now have 86 percent of the gross domestic product and the bottom fifth about one percent. In part as a result of these transformative immigration patterns, the line between crime and war is disappearing and, as that happens, low-intensity conflicts of attrition will largely replace wars fought along traditional lines. According to military expert Martin Van Creveld, the spread of sporadic small-scale war will cause armed forces to change form, shrink in size, and perhaps wither away. As they do, much of the day-to-day burden of defending society against low-intensity conflict will be transferred to the booming security business.

Impact of Travel and Tourism on Culture

And when we are speaking of the forces driving cultural change worldwide, the amazing growth of global tourism has got to be one of them. The changes of the last few decades in the attitudes of human beings toward travel are revolutionary. The world has forgotten the pessimistic

assessment of Pascal: “All human troubles arise from an unwillingness to stay where we were born” Instead, while primitive and traditional man left his native habitat only when forced to by extreme circumstances, modern man is more loosely attached to his environment, much more willing to change it, especially temporarily, and is remarkably able to adapt to new environments. He is interested in things, sights, customs, and cultures different from his own, precisely because they are different. Gradually, a new value has evolved: the appreciation of the experience of strangeness or novelty. This experience now excites, titillates, and gratifies, whereas before it frightened.

While tourism has massive impacts on the economy, environment and culture in which it takes place, these impacts are just beginning to be understood. Even theories of tourism reflect this uncertainty, viewing tourism in a variety of lights: as a form of play, or imperialism, as relations among strangers, as a search for the authentic, as a form of economic development, as a means of promoting understanding and world peace, and as a postmodern phenomenon that diminishes both ideology and sense of place.

Most tourism in the world continues to be mass tourism—that which is done using travel agents, tourist hotels, standardized “packages of travel, lodging and sometimes transportation.” In such experiences, travelers never get too far outside their “cultural bubble.” Ecotourism, however, which, while hard-to-define, includes rural tourism, heritage/cultural tourism, nature-based tourism, and adventure/experience-based tourism, and even ‘poverty tourism’ has been experiencing growth in excess of mass tourism. The International Ecotourism Society defines ecotourism as “responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people”

Other pronounced tourism trends include more frequent, shorter vacations, closer to home. Such travel is usually less than 200 miles and involves a stay over from two to four days. Since travel has become more stressful and many tourists themselves have higher stress levels in their working lives, many tourists seek stress relief on their vacation and in the travel phase. More people are traveling with children today, and travel with grandparents is also becoming more popular.

The biggest group of tourists, and still growing, is older people. The World Tourism Organization has projected that tourism will continue to grow dramatically with East Asia, Southeast Asia and the Middle East experiencing faster growth rates than other, more established tourism regions of the world, while Europe will decline comparatively.

Conclusion

It is clear that digital technology has the potential to be a disruptive or a constructive element within the culture of any and all countries worldwide, but it will definitely be a highly transformative one, regardless. New information, new attitudes, new capabilities, new working relationships, new political networks and alliances are all part of the accelerating change we are all experiencing – and will continue to experience. One illustration of the fading of national and cultural boundaries is the interweaving of global stock exchanges, as the New York Stock Exchange and National Association of Securities Dealers Automated Quotations (NASDAQ) begin

To merge with the National Stock Exchange of India, Tokyo and London Stock Exchanges, etc. As the globalization process – enabled by advances in digital technology – goes forward, the complexity and unfamiliarity of the world around us might often prove overwhelming. In response, understanding of the dynamics of cultural change, the options, and the values that leadership de-sires to preserve will be critical in guiding this change and making wise choices for the future.

New technology is very often driven by innovation and imagination. Awakening the imagination can be a time-consuming process, and while the business world continues to move faster and faster, innovative ideas are often found by slowing down, stepping away, and allowing time to reflect. It is also clear that the open market system alone cannot provide enough shape and form to a set of optimal futures for any country. There is considerable survey evidence that the global public is beginning to recognize the downside of open-ended consumption. Humans have a natural tendency to upgrade their comparison levels when they earn more money, have more experiences, or do more things to put on their resume. But as this basis for comparison changes, they aren't measurably happier than they were before. In one study of lottery winners, while such individuals were much happier immediately after winning the lottery, one year later their average happiness, as measured on a nine-point scale, had increased only from 6.5 to 6.8. Conversely, the level of happiness of those who had become paraplegics, after one year, had only dropped from 6.5 to 6.0. While it does appear that people in dire poverty are significantly happier if they gain somewhat economically, after the initial gain, more additional income doesn't seem to make much difference. As an economist might say, the marginal utility of more wealth, experience, or success declines dramatically after an initially acceptable level has been reached.

As the digital and technological cross-fertilization of cultures continues, values will continue to play a central role in the satisfaction of those affected by these changes. There is a strong case to be made that it is consummation rather than consumption that people increasingly seek, i.e. taking pleasure to an achievable degree of intensity, and not just having more things, money or free time. Of course, there are always counter trends in cultural dynamics. The motto of the Green Movement in the last century was to consume as little as possible, but that was largely a leftover from the ancient tradition of asceticism, which the world has repeatedly rejected, especially on the lower end of the economic scale. It is very likely that both developing and developed cultures will continue to reject the message of 'enough' as long as there is economic inequality and people struggling to come out of poverty who have not tasted satiety.

And so we are left with an understanding that technology, especially digital technology, is changing both national and global culture. The question which remains is our developing ability to understand and shape that change. Accordingly, the challenge for the 21st Century will be how to balance the increasing clash of cultures, the impacts of technology, the demands of environmental stability and the need for viable economic growth. This will be no easy task. The goal is making sense and meaning out of a complex set of forces and how they interact to form unique futures.

References

Anderson, W. T. (1990). *Reality isn't what it used to be*. San Francisco, CA: HarperCollins.

Attali, J. (1991). *Millennium—Winners and losers in the new world order*. New York, NY: Random House.

Ausubel, J. and Grubler, A. (1994). *Working less and living longer: Long-term trends in working time and time budgets (Working Paper 94-99)*.

Ausubel, J., Marchetti, C. and Meyer, P. S. (1998). *Toward green mobility: The evolution of transport*. *European Review*, 6(2), 137–156.

Baltes, P. (1987). *Theoretical propositions of life-span developmental psychology: On the dynamics between growth and decline*. *Developmental Psychology*, 23, 611–626.

Börsch-Supan, A., Ludwig, A., and Winter, J. (2004). *Aging, pension reforms, and capital flows*. Mannheim, Germany: Mannheim Research Institute for the Economics of Aging.

Chermack, T.J. and van der Merwe, L. (2003) *The role of constructivist learning in scenario planning*, *Futures* 35, 445.

Csikszentmihalyi, M (1996) *Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention*. New York, NY: Harper Collins.

Eberstadt, N. (2004). *Power and population in Asia*. *Policy Review*, 123, 179.

Freund, A. M., Li, K. Z. H., and Baltes, P. B. (1999). *Successful development and aging: The role of selection, optimization, and compensation*. In



하마다 가즈유키 (Hamada Kazuyuki)

국제미래과학연구소 대표

(President,

**Future Technologies Research Institute,
Japan)**

동경외국어대학(Tokyo University of Foreign Studies)에서 중국학을 전공하고 조지워싱턴 대학(George Washington University)에서 정치학 박사 학위를 취득했다. 신일본제철(Nippon Steel Corporation), 미국 국제전략문제연구소(The Center for Strategic and International Studies), 미국 의회조사국(Congressional Research Services)을 거쳐 현재 일본 국제미래 과학연구소(Future Technologies Research Institute) 원장으로 활동하고 있다.

정치, 경제 및 기술에 관해 30권 이상의 책을 저술했으며 대표적인 저서로는 헤지펀드(Hedge Fund), 세계의 통화전쟁 (Currency Battle Royale), 위대한 발명가 에디슨의 비밀(Great Inventor Edison's Secrets), 미래 비즈니스를 읽는다(How to Read Future Business), 국익이란 무엇인가(What is National Interest), 워터 머니(Water Money), 베이비 붐 세대의 고령화(Anti-aging for Baby Boomers) 등이 있다.

Graduated from the Tokyo University of Foreign Studies, majored in Chinese studies. Received his Ph.D. in political science from the George Washington University of the United States. He worked for Nippon Steel Corporation, the Center for Strategic and International Studies (US), the Congressional Research Services (US) and now heads the Future Technologies Research Institute in Tokyo, Japan.

Dr. Hamada has published more than 30 books on political, economic and technological matters. His books include Hedge Fund, Currency Battle Royale, Great Inventor Edison's Secrets, How to Read Future Business, What is National Interest, Water Money, and Anti-aging for Baby Boomers.

제1-2주제:

21세기 문화적 도전과 응전

인류와 지구는 과거와는 다른 불확실성과 불안정성에 직면해 있다. 기후 변화, 에너지, 경제와 지정학적 불안 등으로 인하여 인류는 현재 어려운 현실에 적응하여 밝은 미래를 계획하는 데 어려움을 겪고 있다.

환경을 개선하고 현명한 결정을 내리기 위해 우리는 윤리, 주위 환경과 패러다임의 변화와 문화적인 관점 등과 같은 사회 근본적인 요소를 꼼꼼히 살펴보아야 한다.

이런 기본적인 흐름과 함께 전통적인 경제, 사회 변화가 인간과 제도의 행동양식에 영향을 미칠 것이다. 그 결과, 계속되는 사회 가치의 변화와 새로운 현실에 직면하게 될 것이지만 이들 중 받아들이기 힘든 것도 있을 것이고 우리의 눈에 잘 띄지 않는 것들도 있을 것이다. 환경문제와 같은 전세계가 직면한 문제로부터 건강과 인생처럼 개인적인 문제에 이르기까지 21세기는 가장 힘들지만 가치가 있는 시대로 규정될 것이다.

우리를 둘러싼 지역사회의 모든 환경, 윤리, 문화의 차이를 반영하는 집합적 공간에 대해 관심을 기울이지 않고서는 어떠한 정부나 인간도 효율적인 결정을 내릴 수 없을 것이다.

다음의 일상적인 이슈에 대해서 잠깐 생각해보자. 기후 변화, 지구 온난화, 유가 폭등, 수자원 고갈, 식량 부족, 인종과 종교간의 갈등, 경제적 불안, 문화에 대한 오해와 동식물의 멸종. 사실 이러한 문제는 빙산의 일각에 불과하다. 미래에 대한 우리의 비전은 우리가 현실을 어떻게 인식하는가에 따라 상당히 영향을 받을 것이다. 그렇다면 우리의 현실 인식은 어떠해야 하는가? 이 때, 언론매체가 중요한 영향력을 행사한다. .

사실, 많은 나라에서 미디어는 새로운 현실을 단순히 따라가기만 하는 경향이 있다. 그들의 분석은 지나친 비판 아니면 낙관뿐이다. 계속 넘쳐나는 미디어 정보의 홍수 속에서 사람들은 미래를 기술 발전에도 불구하고 이로 인해 人性에 부작용이 나타나는 시대로 생각하고 있다.

미래에 대한 두려움은 빛의 속도처럼 빠른 과학, 기술발전으로 더욱 커져 가고 있는데 예를 들면 유전자 조작으로 개인의 정체성이 유전자에서 제거될 수 있고 빠른 정보 회전으로 인해 문화의 불확실성이 야기되며 인공 지능으로 인간과 기계간의 경계가 무너지고 있는 등 과학기술은 그야말로 빠르게 진행되고 있다.

인간 수명도 매년 늘어나고 있다. 이제는 100 살 이상의 인구가 전세계적으로 50만 명에 이른다. 심지어 사이버 시민도 현실화되고 있다.

만약 이런 추세가 계속된다면 인간과 문화에 대한 개념이 조만간 180도 바뀔 것이다. 그러나 미디어가 주장하는 대부분의 이런 사실 중 진실은 얼마나 될까?

출판뿐 아니라 방송 미디어에서는 과학 발전의 영향에 대해 불안감이 커지고 있는 현실이 반영되고 있다. 오히려 20년 전과 비교했을 때 과학 발전을 지지하는 사람들은 줄고 더 많은 의문점들이 제기되고 있다. 미래를 온통 암울한 잿빛으로 묘사하지 않는 경우 언론은 미래를 유전자 치료, 인터넷을 통한 세계 시민의 등장과 영구적인 청정 에너지 자원과 유전자 변형 음식 등과 같이 획기적인 인류 발전의 시대로 바라보고 있다.

대부분의 TV 방송국 간부들은 프로그램의 질 보다는 시청률에 더 많은 관심이 있다. 최근 일본의 한 TV 방송국 건강프로그램은 잘못된 내용을 보도를 계속 하고 있다는 비난을 받은 적이 있다. 많은 시청자들의 관심을 끌기 위해서는 이성적인 심층보도보다는 충격적인 보도나 잘못된 실험 데이터가 더욱 효과적일 것이다. 일반적으로 시청자 수가 많을수록 교육수준이 낮을수록 언론메시지는 더욱 더 암울하다. 이것은 매우 위험한 현상이며 사람들은 자칫 불편한 거짓 세계로 호도될 수 있다.

과학, 기술에 대한 언론 보도내용은 문화적 상황, 광고주의 정보기술력과 기타 성장기업들에 따라 또한 천차만별이다. 언론은 기업의 이해관계에 갈수록 관련성이 커지게 된다. 미래에 대한 언론의 이미지는 내재적인 가치는 존재하지 않고 단지 시장의 상품에 불과할 뿐이다.

언론 보도 내용은 후원자에 의해 왜곡될 수 있다. 문화란 수치화 할 수 없는 모호한 개념이기 때문에 언론과 기업의 이해관계에 따라 미묘한 영향을 받게 된다. 심리적, 제도적, 정치적, 지적 학적인 문맥을 문화의 요소로써 고려해야만 한다. 그러나 이러한 요소들은 현대 언론의 엄청난 힘에 의해 쉽게 조작이 가능하다.

일반 시민들이 항상 맹목적이지는 않다. 시청자들은 이미 이상하고 낮은 형태의 프로그램에 지겨워하고 있다. 사람들은 전환의 시기에 현재 살고 있다는 사실을 인식하고 있으며 정신과 육체의 균형을 맞춘 삶을 원하고 의사소통이 더욱 이성적이며 덜 육감적이길 원한다. 하지만, 그들의 의지가 아직도 약하다는 것이다.

만약 언론이 시청자들의 인식이 갈수록 커지고 비평적이라는 것을 깨닫게 된다면 그들은 우리를 더욱 안심시키려고 하며 문화라는 것이 일생생활에서 가지는 의미에 대해 관심을다시 보일 것이다. 불행하게도, 언론과 일반시민들은 이러한 사고방식이 부족하며 그 결과 문화의 방향을 다시 바꾸는 것이 필요한 것이다.

이를 위해서, 문화적인 의미에서의 인류 범주와 기술이 가지는 가능성과 한계를 알아보는 것이 좋을 것 같다. 예를 들면, 과학과 대중 문화 분야에서는 달과 화성 같은 행성을 인간의 식민지로 만들겠다는 이야기가 종종 논의 되어왔다. 꿈을 위해 노력 하는 것은 사실 인간의 본성이다. 꿈이 있어야 발전을 할 수 있는 것이다.

문화가 지속되기 위해서는 희망을 주는 꿈으로 가득 차 있어야 한다. 에디슨은 전기를, 라이트 형제는 하늘을 나는 꿈을 가지고 있었다. 그들은 셀 수 없을 만큼 많은 실수와 실패를 거듭했다. 그러나 그들은 결코 꿈을 포기하지 않았고 마침내 성공을 했다. 이것이 호기심과 인내심의 문화인 것이다.

인간 수명도 매년 늘어나고 있다. 이제는 100 살 이상의 인구가 전세계적으로 50만 명에 이른다. 심지어 사이버 시민도 현실화되고 있다.

만약 이런 추세가 계속된다면 인간과 문화에 대한 개념이 조만간 180도 바뀔 것이다. 그러나 미디어가 주장하는 대부분의 이런 사실 중 진실은 얼마나 될까?

출판뿐 아니라 방송 미디어에서는 과학 발전의 영향에 대해 불안감이 커지고 있는 현실이 반영되고 있다. 오히려 20년 전과 비교했을 때 과학 발전을 지지하는 사람들은 줄고 더 많은 의문점들이 제기되고 있다. 미래를 온통 암울한 잿빛으로 묘사하지 않는 경우 언론은 미래를 유전자 치료, 인터넷을 통한 세계 시민의 등장과 영구적인 청정 에너지 자원과 유전자 변형 음식 등과 같이 획기적인 인류 발전의 시대로 바라보고 있다.

대부분의 TV 방송국 간부들은 프로그램의 질 보다는 시청률에 더 많은 관심이 있다. 최근 일본 의 한 TV 방송국 건강프로그램은 잘못된 내용을 보도를 계속 하고 있다는 비난을 받은 적이 있다. 많은 시청자들의 관심을 끌기 위해서는 이성적인 심층보도보다는 충격적인 보도나 잘못된 실험 데이터가 더욱 효과적일 것이다. 일반적으로 시청자 수가 많을수록 교육수준이 낮을수록 언론메시지는 더욱 더 암울하다. 이것은 매우 위험한 현상이며 사람들은 자칫 불편한 거짓 세계로 호도될 수 있다.

과학, 기술에 대한 언론 보도내용은 문화적 상황, 광고주의 정보기술력과 기타 성장기업들에 따라 또한 천차만별이다. 언론은 기업의 이해관계에 갈수록 관련성이 커지게 된다. 미래에 대한 언론의 이미지는 내재적인 가치는 존재하지 않고 단지 시장의 상품에 불과할 뿐이다.

언론 보도 내용은 후원자에 의해 왜곡될 수 있다. 문화란 수치화 할 수 없는 모호한 개념이기 때문에 언론과 기업의 이해관계에 따라 미묘한 영향을 받게 된다. 심리적, 제도적, 정치적, 지적 학적인 문맥을 문화의 요소로써 고려해야만 한다. 그러나 이러한 요소들은 현대 언론의 엄청난 힘에 의해 쉽게 조작이 가능하다.

일반 시민들이 항상 맹목적이지는 않다. 시청자들은 이미 이상하고 낯선 형태의 프로그램에 지겨워하고 있다. 사람들은 전환의 시기에 현재 살고 있다는 사실을 인식하고 있으며 정신과 육체의 균형을 맞춘 삶을 원하고 의사소통이 더욱 이성적이며 덜 육감적이길 원한다. 하지만, 그들의 의지가 아직도 약하다는 것이다.

만약 언론이 시청자들의 인식이 갈수록 커지고 비평적이라는 것을 깨닫게 된다면 그들은 우리를 더욱 안심시키려고 하며 문화라는 것이 일생생활에서 가지는 의미에 대해 관심을다시 보일 것이다. 불행하게도, 언론과 일반시민들은 이러한 사고방식이 부족하며 그 결과 문화의 방향을 다시 바꾸는 것이 필요한 것이다.

이를 위해서, 문화적인 의미에서의 인류 범주와 기술이 가지는 가능성과 한계를 알아보는 것이 좋을 것 같다. 예를 들면, 과학과 대중 문화 분야에서는 달과 화성 같은 행성을 인간의 식민지로 만들겠다는 이야기가 종종 논의 되어왔다. 꿈을 위해 노력 하는 것은 사실 인간의 본성이다. 꿈이 있어야 발전을 할 수 있는 것이다.

문화가 지속되기 위해서는 희망을 주는 꿈으로 가득 차 있어야 한다. 에디슨은 전기를, 라이트 형제는 하늘을 나는 꿈을 가지고 있었다. 그들은 셀 수 없을 만큼 많은 실수와 실패를 거듭했다. 그러나 그들은 결코 꿈을 포기하지 않았고 마침내 성공을 했다. 이것이 호기심과 인내심의 문화인 것이다.

다시 말하자면, 우리는 건강한 호기심은 결코 부정해서는 안 된다. 그렇다면 문제는 인간 이외의 다른 피조물을 탐색해보는 것이 과연 건강한 호기심인지 하는 것이다. 새로운 개척지를 길들이고 싶은 생각은 ‘달’이라는 단어처럼 강력하고도 로맨틱한 매력으로 우리를 끌어들이고 있다. 일본과 중국에서는 예로부터 달에 대해 문화적인 친근감을 보여왔다. 이들의 독특한 문화유산에서는 달에 대한 남다른 애정을 표현한 묘사를 찾을 수 있다. 적어도 일본인들에게서는, 달에 대한 애정이 동기로 작용해 달과 우주에 대한 과학 발전이 있을 수 있었다.

그러나 이러한 생각으로 인해 파괴를 합리화하는 즉, 만약 지구를 온통 쓰레기로 더럽힌다 해도 살 수 있는 방법이 있다는 희망의 목소리가 나오는 것이다. 아무리 기술적으로 가능하고 흥미롭다 할지라도 다른 행성을 정복하겠다는 생각은 매우 이기적으로 들린다. 만약 달이나 화성에서 살고 싶다면 후진국에 가든지 가난한 시골 마을에서 살면 되는 것이다. 아마 그런 곳은 물이나 동물도 없고 살기에 척박하며 엄청난 도전이 있는 곳일 것이다.

비록 우주시민이라는 개념이 매우 먼 이야기처럼 들리고 도전적이긴 하나 인간은 지구에서 진화를 하게끔 만들어져 있다. 더군다나 대기, 영양분, 자연의 사이클과 생물학적 조직도 인간과 함께 진화하며 지구에 살고 있는 우리에게 도움을 준다. 즉, 인간은 달의 조건에 맞춰서 진화하도록 만들어지지 않았다는 것이다.

따라서, 우리가 우주 탐구에 많은 과학적 가치와 새로운 발견에 대한 잠재력을 깨닫고 있고 기술 혁신으로 아직까지 인류가 가보지 못한 미지의 장소까지 가볼 수 있게 되었다고 해도 우리는 신중해야 한다.

달에 기지를 건설하는 계획을 세우고 달의 자연 자원 개발을 목표로 정한 나라들도 있다. 이들은 달표면의 모래에 헬륨 3이라는 물질이 지구에서 전기를 만드는데 사용될 수 있다고 주장한다. 이것은 청정 에너지의 매우 소중한 자원이 될 수 있다. 달이란 인류가 탐험해야 할 자연의 신 개척지인 것이다. 그렇다면 우주시민도 탄생되고 새로운 우주 문화가 만들어 질 것인가? 우리는 여기서 잠깐 생각을 해보고 실제 조사를 해보아야 한다.

비록 우리가 지구 이외의 곳에서 살 수 있는 방법을 알아냈다고 해도 호들갑을 떨며 환경이 척박한 그곳으로 이동하지는 말자. 그보다는 지구에서 계속 살 수 있는 기발한 생각을 고안해 지구인으로 살아가는 방법을 다시 발견하는 것이 어떨까? 현재 기업 환경에서는 속도가 관건이지만 문화 형성의 단계에서는 반드시 속도가 능사가 아니다. 오히려 속도를 늦추는 것이 필요하다. LOHAS(Lifestyle Of Health And Sustainability)의 인기가 갈수록 높아지는 이유가 바로 여기에 있다.

그렇다고 해서 기술발전의 이전상태로 되돌아가자는 것은 아니다. 그 대신, 나는 인간이 최고의 기술과 문화를 서로 융합하여 새로운 사상과 무한한 가능성이 인류 문명에 반영되어야 한다고 믿는다.

우선은 내 주위에 가깝게 있는 물건이나 환경에 더 많은 관심을 기울이는 것에서부터 시작한다. 우리는 종종 속도와 근시안적 하고 방식 때문에 이들을 제대로 보지 못하고 있기 때문이다.

친환경 측면에서 살펴보자면, 건물, 시스템, 이웃이나. 심지어 도시, 나라 전체가 서로 윈윈할 수 있는 방법으로 주변 생태 시스템과 밀접하게 연결되어 있다. 우리 모두는 모든 자연 장소는 인간의 쓸데없는 간섭이나 거주를 막는 성역처럼 보호되어야 스스로 성장할 수 있는 것에 동의해야 할 것이다.

시간이 지날수록 전 세계의 도시들은 자연과 인간이 만든 영양분을 다른 장소로 이동하기 위한 인프라를 구축해왔다. 이로 인해 자원, 토지와 식품을 차지하기 위한 문화간 충돌이 발생했다. 이를 문화변화의 역사라고 볼 수도 있을 것이다. 농업의 예를 보자. 19세기와 20세기, 화학 비료의 개발로 기업형 농업의 생산성이 급속하게 향상되는 기반이 만들어졌다. 이로 인해, 토양을 자연상태로 내버려 둘 때 보다 곡식의 수확량은 늘었지만 심각한 부작용이 야기되었다. 화학 비료가 전혀 없는 속도로 토양을 부식시키며 영양이 풍부한 인간도 점점 줄어들고 있다.

농부들 중 생물학적 쓰레기를 토양의 영양을 공급하는 비료의 주 성분으로 사용하는 사람들은 오늘날 거의 찾아보기 힘들며 기업형 농업의 경우 거의 없다. 게다가, 화학 비료는 카드뮴과 방사능 물질 등으로 심하게 오염되어 있지만 농부나 소비자는 이에 대한 위험에 대해 일반적으로 잘 알지 못한다. 물론 일부 전통 문화 중 영양분의 자연적 흐름을 소중히 보존하는 곳도 있다.

인간은 토양에서 생물학적 과정을 위해 필요한 많은 양의 영양분을 흡수하는 유일한 종이다. 그러나 우리는 이 영양분을 재사용이 가능한 형태로 자연에 거의 돌려주지 못하고 있다. 우리의 농업 시스템 자체도 소규모를 제외하고는 이런 식으로 더 이상 만들어지지 않고 있다. 심지어 중국의 농부들도 화학 비료 중심의 영농시스템에 관심을 보이고 있다. 다른 국가와 마찬가지로 중국의 수입 식품에 대한 의존도는 갈수록 커지고 있다. 이에 서구의 중자회사가 성장하고 있는 중이다.

극단적인 예는 일본의 농업이다. 일본은 현재 칼로리 기준으로 볼 때 일일 소비 식량의 60%를 해외에서 수입하고 있다. 일본의 전통 농업 문화 대신 서구의 기업형 농업 문화가 더 많아지고 있다. 공산품 생산으로 돈을 벌 수 있다면 굳이 농사를 지을 필요가 없는 것이다. 그저 값싼 농산품을 해외에서 수입만 하면 되는 것이다. 그러나, 식량과 돈의 이 방정식이 지금 바뀌어 가고 있다. 지역사회의 근간으로써의 농업 문화는 각국에서 사라지고 식량 안보가 심각한 위기에 처해있다.

토양은 1인치 높이의 풍부한 미생물과 원활한 영양분 흐름을 만들어 가는데 약 500년 정도 걸리는데, 결국 현재 만들어지는 토양보다 사라지는 토양이 5000배 더 많은 것이다. 이 속도는 더욱 빨라지고 있다. 기본적인 생명을 지탱해주는 농업 문화와 이에 수반되는 공동체 의식이 인공적인 메카니즘에 의해 점차 사라져가고 있는 것이다.

산업화 이전에도 사람들은 물건을 소비했다. 일단 버려지거나 땅에 묻어지거나 태워진 물건들은 안전하게 미생물로 분해되곤 했으나 금속만이 예외였다. 사람들은 금속의 가치가 높다고 생각하고 녹여서 다시 사용했었다. 금속은 ‘기술 영양분’이라고 했다.

그러나, 산업화가 진행되면서 생산품의 실제 소비가 더 늘지 않았음에도 불구하고 이런 소비 패턴은 계속 되었다. 소위 쓰고 버려진 물건들이 일반화되고 이런 문화가 계속 이어져 왔다. 이런 문화는 계속 진행되면서 우리는 달에 우주선을 보내어 달에 있는 금속과 천연 자원을 지구에 가져오려고 하고 있다. 우리는 다른 모습의 미래를 볼 수 있는 상상력이 필요하다. 달에 가는 모험은 정말 환경적으로나 윤리적으로 가치가 있는 것일까? 우리는 두려움이라는 인간의 본성은 버리지 않고 오히려 농업 문화를 버리려고만 하는 것은 아닐까?

이 지구상의 생명과 미생물이 태고에 어떻게 시작되었는지 상상해보라. 그때는 지구에 돌과 물 밖에 없었고 태양은 열과 빛을 보내었다. 수천 년에 걸친 합성 에너지가 자연적으로 결합된 덕분에 우리가 이 세상에 탄생했던 것이다. 우주로부터의 화학, 물리, 에너지가 푸른색의 지구와 인간 진화를 만들어 낸 것이다.

지구에서는 수 천년 동안 인간 종의 다양한 문화가 시간과 공간을 초월하여 형성되어 왔다. 우리는 서로 다른 방식으로 먹고, 말하고, 옷을 입고 신앙 생활을 하며 감정을 표현하고 가치를 만들고 가족을 형성해왔다. 각각의 문화는 각자의 독특한 특성을 가지고 있다. 이와 동시에 세계화라는 미명아래 동질성이라는 물결이 전세계적으로 퍼져나가고 있으며 문화적인 세부차이 점들이 이에 사라져 가고 있다.

동질성의 물결 속에서도 다양성을 존중해야 한다는 목소리가 나오고 있다. 생산과 개발의 기존 패러다임에서는 다양성은 적대적인 힘이나 목적을 위한 위협으로만 다루어졌다. 자연과 문화의 다양성에 대한 목소리가 일반적인 사회 개발이라는 강력한 힘과 일률적인 도시계획에 밀리게 되자 다양성은 줄어들고 오히려 동질성이 더욱 커지게 되었다. 새로운 지역사회를 만들어 가는 과정을 한번 생각해보자.

대부분의 현대 도시 지역은 자연과 문화의 경치를 중심으로 디자인되기 보다는 성장하는 암세포와 같이 점점 주변지역이 팽창하고 있으며 이 과정에서 살아있는 환경이 파괴되며 자연 경관은 온통 아스팔트와 콘크리트 층으로 뒤덮이고 있다. 전통적인 농업 역시 기존의 자연환경을 무시하면서 발전하는 경향이 있다.

언뜻 보기에는 이러한 현대적 계획이 일리가 있는 것 같다. 소비자들은 이러한 원칙에 적응하도록 교육되고 있다. 그러나 이러한 원칙에는 잠재적인 문제와 걸로 드러난 문제점들이 고스란히 다 존재하고 있다. 농산물의 빠른 수확을 위해서 생태계에서 제거한 영양분들은, 오히려 그대로 두었다라면 농업에 더 많은 혜택을 줄 수 있었을 것이다.

예를 들면, 경작지에서 식물들이 사라지지만 앓았다면 토양부식과 홍수를 막고 토양을 안정화에 큰 도움이 되었을 것이다. 또한 곤충과 새들의 서식지로 될 수도 있었을 것이며 농작물 해충을 자연적으로 없애줄 수도 있었을 것이다. 이제는 해충의 살충제에 대한 면역력이 강해지고 있으며 해충의 수 역시 증가하고 있는데 그 이유는 자연 천적이 멸종되어 가기 때문이다.

위에 열거한 문제들은 농업 자체에만 국한된다고 할 수 없으며 모든 인간 활동의 목적 달성과 매우 깊은 연관을 가진다. 어떤 한 종자만을 맹목적으로 재배하게 되면 풍부한 서비스 네트워크가 급격히 줄어들고 전체 시스템에도 부작용이 초래된다. 인간과 문화 활동은 같은 배를 탄

운명체와 같다. 효율성과 속도라는 미명아래 우리는 문화와 인간 본성을 하나로 통일하려는 위험한 시도를 하고 있는 중이다. 주로 IT와 의료 발전이 이러한 방향으로 사용되고 있다. 이것은 21세기 인류가 직면한 가장 까다로운 난제이다.

알버트 아인슈타인 박사가 지적한 것처럼, 이 골치 아픈 문제의 해결을 위해서는 애초부터 이 문제가 생길 때 우리가 가지고 있던 사고 방식을 초월해야만 할 것이다. 우리는 농업을 파괴하는 어리석은 실수를 되풀이해서는 안 된다. 사회 성패를 결정하는 것은 정치가 아니라 문화이다. 그리고 문화의 다양성을 보존하고 강화해 나갈 책임이 우리 인간에게 있는 것이다.

TITLE:

Cultural Challenges and Tasks in the 21st Century

Humanity and the planet Earth face an extraordinary period of uncertainty and instability. Because of major shifts in climate, energy, financial and geo-political turbulence, people in the world are having a hard time in adjusting to the ongoing hard reality and planning for the bright future.

In order to position ourselves for a better environment and make a wise decision, we must examine the underlying fundamental elements of our society such as ethics, context, paradigmatic change and cultural perspective. All of these social structures are undergoing a big change.

Those basic trends, together with traditional economic and social changes, will influence human and institutional behaviors. As a result, we will encounter a series of social value shifts and be ushered into the new reality. Some are hard to accept and others are even harder to be recognized. Starting from the global issues such as environmental problems to the more personal issues of health and life, the 21st century will be characterized as the most challenging and rewarding time.

No government or private decisions will be effectively made without paying attention to aggregating environments surrounding our communities and space which reflect the ethical and cultural differences. Just think about the following everyday topics: climate change, global warming, peak oil, depletion of water, food shortage, racial and religious conflicts, economic disruption, cultural misunderstanding and species extinction. These are only a few pieces of mountain of problematic iceberg. Our future vision is substantially affected by our perceived reality. Then how do we perceive our reality? Media has a critical influence.

In many countries, however, the media is tended to follow a simplistic vision of the new reality. Their analysis has been shifting between gloom and euphoria. Under the constant showering flow of media information, people are accustomed to regard the future a mixed course of development of technology and its side effects on human nature.

Fear of the future is fueled in large part by lightning-fast, uncontrolled developments in science and technology such as genetic manipulations that make it possible to free an

individual's identity from his or her genome, the high-speed circulation of information which shakes cultural certainties, and artificial intelligence which seems to abolish the boundary between humans and machines.

Human lifespan is being extended year after year. Now there are half a million centenarians in the world who are living more than 100 years. Even Citizen Cyborg is becoming a reality. If this trend continues, the concept of humankind and its culture will become totally different in a near future. But how much truth in these pictures which are mostly presented by the media ?

Not only print but also broadcast media echo rising anxiety about the impact of scientific advances, which have much less support and raise many more questions than they did 20 years ago. When they are not preaching doom and gloom, the media offer an almost idyllic vision of the future as an era of tremendous advances for humankind, including gene therapy, the emergence of a global citizenry through Internet, development of clean and lasting energy sources and genetically modified foods.

Most television executives are more interested in high audience shares than program quality . Recently a Japanese major TV station was accused of repeated false reporting in their health programs. In order to capture the attention of a large number of viewers, shocking presentation or faked experimental data are often regarded as more effective than rational inquiry. By and large, the bigger and less educated the audience, the gloomier the message. This is a very dangerous phenomenon and will mislead people into a false world of inconvenience.

Media coverage of science and technology also varies depending on the cultural context and advertiser's power of IT and other prospering companies. The media increasingly belong to these corporate interests. The image they provide of the future has no inherent value but is merely one more product on the market.

Media coverage is so much biased by the sponsoring institutions. As culture is a nebulous concept that cannot be quantified, it is subtly influenced by the media and corporate interests. Psychological, institutional, political, geographic contexts are put into consideration as an element of culture. These elements, however, are all easily manipulated by the overwhelming power of the modern day media.

The public is not always blind. Audiences are already fed up with the bizarre and the alien type programs. People are aware they are living through a period of transition and want order to

balance their mental and physical life. They want more rational and less sensational communication. But their determination is still weak.

If media realize this slow but steadily growing and critical awareness among viewers, they would do much better to fall into step with the trend towards reassurance and a shift in focus back to everyday life of cultural meaning. Unfortunately, both media and the general public are running short of such way of thinking. Therefore we need a cultural reorientation.

To achieve that goal, it may be a good idea to examine the potential and limit of human scope and technologies in a cultural context. For example, there has been some talk in science and popular culture about colonizing other planets such as the moon or Mars. Dreaming and making efforts to realize it is just a human nature. Dream is a motivation of a progress.

Lasting culture is full of history of encouraging dreams. Edison dreamed about electric light, while the Wright Brothers had a dream of flying in the sky. They made countless mistakes and failures. But they never gave up their dreams. Then they succeeded. That is a culture of curiosity and perseverance.

In other words, we should not deny any healthy curiosity. Then the question is whether exploring other forms of creatures is a healthy curiosity or not. The idea of taming a new frontier has a compelling, even romantic, pull, like that of the moon itself. Not only Japanese but also Chinese have a legendary and cultural affinity toward the moon. It is a unique cultural asset to find such an affectionate touch with the moon. For Japanese, at least, such a feeling toward lunatic romance is a motivation of scientific approach toward the moon and the beyond.

But the idea also provides rationalization for destruction, an expression of our hope that we will find a way to save ourselves if we trash our planet. No matter how interesting and technologically possible it may be, the idea of conquering other planets sounds very selfish. If you want the moon or Mars experience, go to any under-developed nation and live in a typical poor village. There may be no running water or animals. The landscape is hostile to humans, and it would be a tremendous challenge.

Although the concept of Space Citizenship seems very futuristic and challenging, humans are meant to evolve on the Earth. Its atmosphere, its nutrients, its natural cycles, and its own biological systems evolved together and support us here on the Earth. Humans are not designed by evolution for lunar conditions.

Therefore while we could recognize the great scientific value of space exploration and the exciting potential of new discovery there, and while we applaud technological innovations that enable humans to boldly go where no man has gone before, we should be cautious.

Some countries are already planning to construct a lunar base and targeting to cultivate natural resources on the moon. They argue that lunar surface sands contain helium 3 which could be used for generating electricity on the Earth. It will be a very precious source for clean energy. For them, the moon is a natural next frontier for humankind to explore. Will it be a path to Space Citizenship ? Will it lead us to a new Space Culture ? We should pause and extend due diligence.

Let's not make a big mess here and go somewhere less hospitable even if we figure out how . Why not use our ingenuity to stay here and to rediscover how to become native to this planet again ? Speed is important at today's business environment. But when it comes to a new elevation of forming a culture, speed is not almighty. Slow-down is a necessary element. That is why LOHAS is getting so popular.

This re-affirmation does not mean that we should return to a pre-technological state. Instead , I believe that humans can incorporate the best of technology and culture so that our civilized places reflect a new view and extended possibilities. It begins with an idea of paying attention to the more close objects and environment. We are often blinded by speed and near-sightedness.

Viewed from the green-build perspective, buildings, systems, neighborhoods and even whole cities and a state at large can be entwined with surrounding ecosystems in ways that are mutually enriching. It is necessary for all of us to agree that some natural places should be kept as sanctuary to thrive on their own, without undue human interference or habitation.

Over time cities all over the world built up an infrastructure for transferring natural and man-made nutrients from place to place. Cultures went into conflict with other cultures for resources, land and food. In a sense, this is a history of cultural transformation. Take a case of agriculture. In the 19th and 20th centuries, synthetic fertilizers were developed, laying the ground for massively intensified production of industrialized agriculture. As the result, soils now yield more crops than they naturally could, but with some severe side effects. They are eroding at an unprecedented rate, and they are drained of nutrient-rich humans.

Very few small farmers return local biological wastes to the soil as a primary source of nutrients any longer, and industrialized farming almost never does. Moreover, the synthetic fertilizers were often heavily contaminated with cadmium and radioactive elements from

phosphate rocks, a hazard of which farmers and residents were generally unaware. Lack of awareness brought about lack of information. Yet certain traditional cultures have well understood the value of nutrient flows.

Humans are the only species that takes from the soil vast quantities of nutrients needed for biological processes. But they rarely put them back in a usable form. Our systems are no longer designed to return nutrients in this way, except on small and local levels. Not to mention Japan, even in China, farmers have turned to systems based on chemical fertilizers. Like everywhere, therefore, Chinese are growing more dependent on imported foods. Western seeds companies are prospering.

The extreme case is Japan's agriculture. Japan is now importing 60% of its daily food from overseas on a calorie base. Japan's traditional farming culture has been replaced by a Western industrial culture. If you could earn hard currency by manufacturing industrial products, you don't have to work on farms. You should just import cheaper foods from abroad. However, the food and money equation is changing now. Local farming culture, the backbone of community, is being lost and food security has also been challenged.

It can take approximately five hundred years for soil to build up an inch of its rich layers of microorganisms and nutrient flows, and right now we are losing five thousand times more soil than is being made. Speed is accelerating. Our basic life-supporting farm culture and accompanying community sense are being taken over by artificial mechanism.

In pre-industrial culture, people did consume things. Most products would safely biodegrade once they were thrown away, buried or burned. Metals were the exception. As they were seen highly valuable, they were melted down and reused. They were called as technical nutrients.

But as industrialization advanced, the consumption mode persisted, even though most manufactured goods could no longer actually be consumed. So called throwaway products have become the norm. Throwaway culture has become dominant. With such a culture left as it is, we are scoping to send missions to the moon and retrieve its metal and natural resources. We need an imagination to look into the alternative future. Will such a venture really be environmentally and ethically rewarding? Aren't we throwing away our human nature of fear and respect just like throwing away the farming traditions?

Imagine the primordial beginning of life and organism on this planet Earth. There were only matters such as rock and water. The orb of the sun sent out heat and light. With those natural gifts of energy combined over thousands of millennia, we were given birth in this world. Chemistry, physics and energy from the universe turned the mass into the blue-green planet and human evolution.

On earth, over centuries, our species has built up a variety of cultures across the time and the globe. We have developed different ways of eating, speaking, dressing, worshiping, expressing, creating values and family forming. Each culture has its own uniqueness. At the same time, a tide of sameness under the name of globalization is spreading from sea to sea, sweeping away these cultural details.

Against this tide of sameness, there emerged a call for the principle of respect for diversity. Under the existing paradigm of manufacturing and development, diversity is treated as a hostile force and a threat to design goals. Brute force and universal design approaches to typical development tend to overwhelm natural and cultural diversity, resulting in less variety and greater homogeneity. Let us consider the process of building a new community.

Rather than being designed around a natural and cultural landscape, most modern urban areas simply grow like a cancer cell, spreading more and more of themselves, eradicating the living environment in the process, blanketing the natural landscape with layers of asphalt and concrete. Conventional agriculture tends to work along the same line of abandoning the existing nature.

On the surface, these modern strategies seem reasonable. Consumers are molded into adjusting to these principles. But they are harboring both underlying and overlying problems. Elements that are removed from the ecosystem to make the operation yield more grain more quickly would otherwise actually provide benefits to farming.

For instance, the plants removed by tillage could have helped to prevent erosion and flooding and to stabilize and rebuild soil. They also would have provided habitat for insects and birds, some of them natural enemies of crop pests. Now, as pests grow resistant to pesticide, their numbers increase because their natural enemies have been wiped out.

The above problem is not agriculture per se but the narrowly focused goals of the every civic and human operation. The single-minded cultivation of one species drastically reduces the rich network of services and side effects in which the entire ecosystem originally engaged. Human beings and their cultural activities are in the same boat. Under the name of efficiency and speed, we are taking a risky course of conforming culture and human nature into the sameness.

IT and medical advancements are being used to promote such a direction. This is the most difficult challenge faced by the citizens of the 21st century.

As Albert Einstein once observed, if we are to solve the problems that plague us, our thinking must evolve beyond the level we were using when we created those problems in the first place. We should not repeat the mistake of destructive farming. It is culture, not politics, that determines the success of a society. And it is the human responsibility to navigate a voyage of preservation and strengthening of cultural diversity.

최정호 (Chungho Choe)

울산대학교 석좌교수

(Chair-Professor, University of Ulsan, Korea)

서울대학교 철학과 졸업 후 하이델베르크대학을 거쳐 독일 베를린 자유대학에서 박사 학위를 취득하였다. 1977년부터 1979년에는 한국언론학회장을 역임하였으며, 1991년부터 1999년에는 한국미래학회 창립 멤버 및 회장을 역임하였다. 성균관대학 및 연세대학교에서 후학을 양성하였으며 퇴임 후 한국일보, 중앙일보, 조선일보의 논설위원을 거쳐 현재 울산대학교 석좌교수 및 동아일보 대기자로 활동하고 있다.

He received degrees from Heidelberg University and the Free University Berlin on scholarships after graduating from Seoul National University, majoring in philosophy. From 1977 to 1979, he was president of the Korean Society for Journalism and Communication Studies. In addition, he was a founding member of the Korean Future Society in 1991, and in 1999, he became president of that organization. Now he is working as an Editor-at-Large for DongA-ILBo and a chair-professor at the University of Ulsan after resigning as a professor at Sungkyunkwan University and Yonsei University.

제1-3주제:

글로벌 컨버전스 시대의 한국 문화

한국과 한국 문화의 경우

글로벌 한 차원에서 미래 환경의 변화를 전망한다는 것은 나로선 감당할 수 없는 크고 어려운 주제입니다. 이 문제에 대해선 그러한 전망을 할 수 있는 vantage point에 서계신 미국의 동료 교수나 세계미래학회장이 좋은 발표를 해주심으로 나는 물러서기로 했습니다. 다만 나는 그 분들도 잘은 모를 수 있는 한국의 경우에 관해서만 평소 생각해오던 얘기를 몇 가지 해볼까 합니다.

실은 나도 “미래가 많이 남아있던” 젊은 시절에는 미래문제에 대해 많은 관심을 기울인 일이 있었습니다. 그래서 1968년 한국 미래학회의 창립에 참여했고 1970년 일본 오사카에서 개최된 국제미래학회에는 “서기 2000년의 한국”이란 보고서를 들고 참여한 일도 있었습니다.

그로부터 세기말까지의 지난 30년 동안 한국은 물론 정치 경제 문화적으로 엄청난 변화를 경험했습니다. 우리는 1980년대 중반에 우리들이 15년 전에 예측했던 “미래를 회고”하는 리뷰를 해본 일이 있습니다. 그 결과는 “하드”한 물리적 차원의 변화(예컨대 인구, 수명, 도시화 또는 GNP, 수출, 중화학 공업화 등의 거시 경제 지표 등)는 대체로 예측과 일치했거나 오히려 예측을 앞서 가 있었습니다. 그러나 “소프트”한 인간적 차원의 변화(예컨대 자유화, 인간화, 사회복지, 인간의 연대 또는 평화적 정권 교체, 지방자치제, 남북한관계의 발전 등)는 거의 예측에서 벗어났던지 지체되고 있었습니다.

그러한 리뷰를 통해서 얻게 된 깨달음은 단순한 것입니다. 세상에는 “변화하는 것”만이 아니라 “변화하지 않은 것도, 또는 “빨리 변화하는 것”만이 아니라 “더디게 변화하는 것”도 미래를 예측하는 데에, 아니 미래를 결정하는 데에 중요한 구실을 한다는 것이었습니다. 물론 변화하지 않은 것도 미래의 변화된 환경에서는 그 의미가 달라질 수 있습니다. 그렇기에 여기서는 세계의 미래 환경 변화에 대한 훌륭한 예측을 해외의 석학 분들에게 미루고 나는 한국의 별로 크게 변화하지 않을 듯싶은 미래에 관한 얘기를 주로 해보고자 합니다.

우선 한국의 지리적 및 지정학적 여건은 미래에도 전혀 또는 거의 변화할 전망이 없습니다. 한국은 앞으로도 계속 유라시아의 두 거대한 대륙국가, 중국과 러시아, 그리고 태평양의 두 강력한 두 해양국가, 일본과 미국에 둘러싸인 동북 아세아의 작은 반도 국가로 남아 있을 것입니다. 강대국들이 세력 다툼을 하던 지난 세기까지만 해도 한반도는 결코 남들이 부러워할 복 받은 지정학적 위치에 있다고 하기는 어려웠습니다. 1970년대 이후 산업화 도시화의 거센 바람이 한국사회를 휩쓸면서 한국인은 아마도 집단적으로나 개인적으로나 세계에서 가장 많이 이사를 했고 지금도 하고 있는 국민이 되고 있습니다. <오늘의 한국인은 결혼 후 지금 살고 있는 집을 마련할 때까지 87.6%가 평균 4.7회 이사를 했으며, 23%는 7회 이상, 그리고 11%는 10회 이상 이사하고 있다는 통계도 있습니다 (통계청: “사회통계”. 서울. 2004년. “주거와 교통”부문)>.

다만 한 가지 불가능하고 보기에 따라 불행스러운 것은 한국인의 삶의 터전인 한반도 그 자체는 이사 갈 수가 없다는 사실입니다. 만일 한반도가 유럽으로 이사를 갈 수만 있다면 남북한 인구 7천만의 한반도는 그곳에선 결코 작은 약소국은 아닐 것입니다. 혹은 미 대륙이나 대양주의 어느 곳에 이사를 간다면 4천 년의 역사를 이어온 한반도는 문화사적 차원에서나 관광사업적 차원에서 훨씬 매력적인 지역이 될 수가 있었을 것입니다.

그러나 지금처럼 동북아의 한 구석에 자리 잡은 한반도와 그 문화는 중국을 보고 또는 일본을 보고 건너 온 많은 외국인들에게는 별로 내세울 것 없고 보잘것없는 곳일 수 있을 것입니다. 비단 외국 관광객만이 아닙니다. 많은 한국인들 스스로도 중국의 紫禁城이나 萬里長城의 거대함, 또는 “차이니스 바로크 (chinese baroque)”라 일컫는 중국 건축양식이나 故宮博物院 소장품의 화려함 등 중국문화의 초(超)차원적인 유적을 보면 압도 되곤 합니다. 그러나 그 한국인이 중국에 1주일쯤 머물다 보면 점차 형언키 어려운 정신적 피로를 느끼면서 어서 귀국하고 싶은 강력한 향수에 빠지곤 합니다. 나도 자신의 경험에서 그것을 확인한 일이 있습니다.

이것은 비단 현대의 한국인에게 국한되는 일이 아닙니다. 한반도가 외부세계에 대해 문을 잠그고 있던 이른바 “鎖國”의 시대에도 중국으로 가는 문호는 널리 열려 있었습니다. 한중간에는 경제적 문화적 교류가 활발하게 이뤄지고 있었습니다. 중국은 당시 한국에 대해서 거의 유일한 타자(他者)이자 가장 “중요한 타자(significant other)”였습니다. 그러한 역사적 지정학적 시공간(時空間)에서 형성된 한국 문화는 지난 수천 년 동안 중국과 이웃하며 중국과 교류하며 중국문화를 받아들이며 중국문화에 대해 한민족이 시도하고 성취한 자기주장의 소산입니다. 한자(漢字)에 대해서 제정한 표음문자 체계인 한글, 동양에서 유일한 음소(音素)문자인 한글, 언제 어디서 누가 어떤 의도로 만들었는지가 분명하게 알려진 지구상의 유일한 문자인 한글이 그렇습니다. 중국의 책력(冊曆)에서 독립하여 한국 고유의 책력을 제정하기 위해 착수한 15세기 한국의 천문기기와 천문학의 발전이 그렇습니다. 중국미술 풍(風)으로부터 독립해서 한국 고유의 자연과 아름다움을 추구한 18세기 한국의 사실주의 회화가 그렇습니다. 송(宋)·명(明)의 중국 자기에 대해 갈수록 국제적 평가가 높아가는 고려 정차와 조선백자가 그렇고 다분히 “고딕”풍(風)으로 보이는 조선시대 목기의 꾸밈없고 고졸한 아름다움 등이 또한 그렇습니다. 요컨대 그러한 보기들은 모두 “중국적 거대주의(gigantism)”를 거부하고 “인간적 척도 (human scale)”에 바탕을 둔 한국문화의 본질을 보여주는 것들입니다.

나는 프랑스 정부의 초청으로 파리를 방문했을 때 아직 복원이 덜 돼 일반에 공개되지 않은 베르사이유 궁전의 몇 개 방을 특별히 부탁해서 본 일이 있습니다. 왕의 가족들끼리 모이는 단란(團欒)의 방, 왕비가 목욕 후 오수(午睡)를 즐기는 휴식실 등입니다. 나는 그 방들이 전혀 크지 않고 알맞게 작은 것을 보고 기분 좋게 실망한 일이 있습니다. 왕후나 일반 서민이나 참으로 편안한 거처란 어디서나 누구에게나 “인간적 척도”를 크게 벗어나지 않은 아늑한 곳이란 사실을 나는 그 때 확인할 수 있었습니다.

이사 갈 수 없는 지정학적 위치 때문에 한반도는 과거 곧잘 주변 열강들이 세력다툼 하는 싸움터가 되곤 했습니다. 그럴 경우 압도적으로 강한 이웃에 힘으로 맞설 수 없는 한반도는 곧잘 열강의 식민지, 반식민지, 또는 종속국의 지위로 전락하기도 했습니다. 그럼에도 불구하고 지난 수천 년 동안 한민족의 정체성과 한국문화의 정체성(identity) 유지돼왔다는 사실은 동북아 역사의 기적이라 할 만합니다. 특히 과거 중국 대륙을 정복 지배하기도 했던 북방민족들이 장기간의 역사과정에서 거의 중국에 흡수 동화돼버린 사례들과 비교해보면 더욱 그렇다 하겠습니다.

다행히 세상이 달라져서 이제는 약육강식의 제국주의 열강들이 세력다툼을 일삼는 전쟁의 시대는 멀어져 가고 있습니다. 국가 간에는 협력과 교류, 그를 위한 평화를 선호하는 좋은 시대가 돼 가고 있습니다. 이러한 시류에 따라 한반도도 이제는 대륙세력과 해양세력이 충돌하는 전쟁터에서 벗어나 점차 육지와 바다에서 많은 나라들이 찾아와 서로 만나 교류하는 다리가 되고 있습니다. 미국과 옛 소련 두 강대국이 서로 한번 씩 보이코트해서 반쪽자리 오륜(五輪)대회를 연거푸 개최한 뒤에 세계에서 가장 많은 나라들이 참가한 1988년 서울 올림픽대회, FIFA(국제축구연맹) 역사상 처음으로 시도된 두 나라 공동개최의 2002년 한.일 월드컵 대회의 성공 등이 그 사례들이라 할 수 있습니다.

이사 가지 못하는 한반도에 새로운 조명을 해주는 또 다른 지정학적 의미변화가 있습니다. 한반도가 그 구석에 몰려 있는 태평양의 위상변화입니다. 중국의 영향력이 압도적이었던 반면에 수시로 왜구(倭寇 - 일본의 海賊, 또는 해적화한 일본)에 시달려 온 한민족은 특히 조선조 500년 동안은 매우 대륙 지향적이었으며 바다를 두려워했습니다. 한민족의 의식에 바다란 길이 끊어지는, 모든 교통 통신이 막히는 “절해(絶海)”의 이미지로 각인됐으며, 그래서 “저 바다가 육지라면~”하는 노래가사가 한국인의 공감을 불러일으키기도 했습니다. 대륙으로 가는 육로(陸路)는 열고 바다로 나가는 해로(海路)는 닫는다는 것이 곧 조선시대의 “쇄국”이었습니다.

어떤 면에선 이처럼 대륙지향적이요 해양폐쇄적인 동북 아세아와는 전혀 다른 전개(展開)를 보여준 것이 유럽 세계가 아닌가 생각합니다. 지구 위의 가장 작은 대륙 유럽은 “유라시아 대륙의 반도”처럼 3면이 바다에 둘러 쌓여있습니다. 그래서 유럽을 “뛰어난 의미에서 해양적 대륙”(le continent maritime par excellence)이라 일컫기도 합니다. 스위스의 역사학자 레놀드(Gonzague de Reynold)의 말입니다. 그는 이렇게 말하고 있습니다. “이 해양이 유럽을 유럽에서 떠나게 했다 (la mer a fait sortir l'Europe de l'Europe)”. 그리고 유럽이 바다를 향해 스스로를 떠나면서 유럽은 큰 유럽이 됐습니다.

유럽이 유럽으로부터 떠난 “서양문명”은 지중해(地中海)에서부터 시작됐습니다. 지중해란 말은 서양 말에서나 한자(漢字)의 번역어에서나 다 같이 지중(地中)의 바다, 육지에 둘러싸인 바다라는 뜻입니다. 바다가 사람의 내왕을 막는 “절해”가 아니라 오히려 사람의 문물교류를 위해 육로보다 편리한 수로가 될 때 그 바다는 육지 안의 바다, 지중의 바다, 지중해가 되는 것입니다. 그를 위해서는 바다를 두려워하지 않은 진취적인 정신과 바다를 이기는 해양(조선, 항해)기술의 발달이 전제가 됩니다. 고대 아테네를 중심으로 그리스 사람들은 남유럽과 북아프리카 그리고 소아시아 3 대륙이 머리를 맞대는 바다에 거미줄처럼 오고 가는 물길을 열어 이미 2500년 전에 여러 지역 여러 대륙을 연결하는 고대세계 최초의 국제적인 “지중해 문화”를 꽃피웠습니다.

그로부터 2000년이 지난 15세기말 칼럼버스의 미 대륙 발견으로 시위된 “대항해(大航海)의 시대”는 유럽과 미국을 연결하게 됩니다. 구대륙에서 획기적인 산업기술이 발전하고 신대륙에서는 무진장한 자원이 개발되면서 두 대륙 사이를 가로막던 대서양이 수많은 배가 내왕하는 “지중의 바다”로 둔갑하면서 “제2의 지중해 문화” 곧 “대서양 문화”를 낳았습니다. 지나간 20세기는 이러한 대서양문화가 절정을 기록한 세기요 동시에 그것이 서서히 기울어져가기 시작한 세기였습니다. 이러한 맥락에서 본다면 이제 막이 오른 우리들의 21세기는 “태평양의 세기”, “환태평양 문화권의 세기”가 되리라 보아서 좋을 줄 압니다. 그것은 이 지구 위의 마지막 바다, 가장 큰 대양(大洋)인 태평양 조차 이제는 그 연안의 육지에 둘러싸인 바다, (만일 그렇게 불려도 된다면) “제3의 지중해”가 된다는 뜻이 되겠습니다.

태평양이 새로운 지중의 바다가 돼가는 여건은 이미 성숙돼가고 있습니다. 갈수록 서부의 비중이 커져가는 태평양 국가로서의 미국, 세계의 생산 공장으로 급부상하고 있는 중국, 유럽을 따라잡고 앞서가기 시작한 일본, “야성적(野性的)인 활력”이 충천(沖天)하고 있는 이 지역의 신흥공업국가들이 환태평양 권역(圈域)을 이루고 있는 나라들입니다. 그리고 그들 사이에는 태평양 위를 오고 가는 거미줄 같은 정보 제트기의 항로와 갈수록 짝 짝 하게 짜여져 가는 인공위성의 중계통신 네트워크가 형성되고 있습니다.

이처럼 이미 모습을 들어내고 있는 “환태평양 권의 시대”, “제3의 지중해 문명의 시대”의 문화란 어떤 것이 되겠습니까? 우선 부정적인 면부터 생각해봅시다. 환태평양 권에는 과거의 지중해 문화권, 대서양 문화권 또는 중국문화권에 있었던 것처럼 하나의 통합적인 문화가 없습니다. 예컨대 헬레니즘 문화, 그리스도교 문화 또는 유교(儒敎)문화와 같이 그 권역에서 국경을 초월해 수용되고 있는 “보편적인 문화”라 할만한 것이 없습니다. 그곳에는 하나의 문화가 아니라 여러 개의 문화가 혼재. 공존하고 있습니다. 그리스도교 문화든 회교문화든, 혹은 불교 문화든 유교문화든, 과거 어느 권역에서 오랫동안 배타적인 “보편문화”로 군림했던 문화들이 환태평양 권역에서는 저마다 하나의 특수문화로 자리 매겨져 다른 문화와 공존하고 있습니다. 어떤 의미에서는 그 점이 곧 “제3의 지중해 문화”의 특징이 되지 않을까 생각됩니다.

원래 외부세계에 대해 문호를 개방하고 타자(他者)와 만나 교류하고 이질적인 문화를 수용한다는 것이 “지중해적”이요 그것이 바로 “지중해 문화”의 본질이라 생각됩니다. “글로벌 컨버전스 시대의 문화”가 만일 내가 이해하는 “환태평양 권의 문화”, “제3의 지중해 시대의 문화”와 전혀 다른 것이 아니라 한다면 그것은 결코 일극(一極)중심으로 수렴되는 문화가 아닐 것입니다. 그것은 다극적, 다중심적이요, 다형태적(polymorphous), 다색적(polychromatic), 다성적(polyphonic)인 문화가 될 것입니다. 대서양 시대의 서양문화가 일신론적(monotheistic)인 그리스도교 문화였다고 한다면 환태평양 시대의 문화는 다신론적(polytheistic)인 다(多)종교의 문화가 되리라 여겨집니다.

나는 이처럼 다양한 환태평양 권의 문화를 설명하거나 대변할 능력도 없고 그럴 의사도 없습니다. 다만 한 사람의 한국인으로서 내가 알고 있는 한국문화에 관해서만 얘기하고자 합니다. 한국은 매우 종교적인 나라로 흔히 알려지고 있습니다. 뿐만 아니라 한국은 다종교적인 나라이기도 합니다. 한 조사에 의하면 한국인의 56.1%가 종교를 믿고 종교 별 분포는 불교도가 25.5%, 개신교가 24.0%, 천주교가 5.8%, 기타 0.8%로 나타나 있습니다 (공보처: 한국인의 의식. 가치관 조사-자료편-1996) 서양에서는 그리스도교의 신구교(新舊敎)가 서로를 용인하기까지에도 수백 년에 걸친 피비린내 나는 종교전쟁이 있었습니다. 하지만 한국에서는 개신교와 천주교는 처음부터 평화적으로 공존해왔으며 불교와 그리스도교도 아무런 마찰 없이 공생하고 있습니다. 뿐만 아니라 많은 한국인은 불교를 믿으면서 또는 그리스도 교를 믿으면서 유교적인 조상숭배의 제사를 지내기도 있습니다.

더욱 흥미로운 것은 한국에는 국가적인 차원에서만이 아니라 가정적인 차원에서도 다(多)종교 상황을 보여주고 있는 사례가 적지 않다는 점입니다. 한 조사에 의하면 부자 간에 종교가 일치하는 경우는 45.2%, 모자간에 일치하는 경우는 60.4%로 나타나고 있습니다(한국 갤럽조사연구소: “한국인의 종교와 종교의식” 서울, 1984). 한국의 가정에선 아버지는 유교적으로 조상숭배의 제사를 지내고 어머니는 절에 가서 불공(佛供)을 드리며 아들은 예배당에 나가 주일

예배를 보고 딸은 천주교의 성가대에서 노래 부른다고 해서 놀랄 사람은 없습니다. 것처럼 상호 조화적인 신앙형태는 어느 조사결과 대부분의 응답자(75.3%)가 “모든 종교는 나름대로 진리를 갖고 있다”는 수용적인 입장에도 들어나고 있습니다. 그에 반해 “진리를 갖고 있는 종교는 오직 하나뿐”이다라는 배타적 입장은 14.9%에 지나지 않았습니다(공보처: “한국인의 의식·가치관 조사” 서울,1996).

다종교적인 상황에 못지않게 한국문화에 특징적인 것은 한국인의 종교적 태도입니다. 한국인은 종교의 본질적 의미를 “내세의 삶”과 결부시키기보다는 “현세적 삶”과 결부시키는 경향이 높은 것으로 밝혀지고 있습니다. 그것은 내세 피안(彼岸)에서의 영생(永生)이나 구원(救援)보다도 현세 차안(此岸)의 복(福)을 기원하는 태도라 할 것입니다. 세계 초월적(超越的)이 아니라 세계 내재적(內在的)인 세속적 신앙 태도입니다. 한국인이 종교를 믿는 이유를 조사한 결과 가장 높은 비중을 차지하는 것이 “마음의 평화를 얻기 위해서”라는 응답(64.1%)이고 그 다음은 “나 자신과 가족 친지들이 잘 되었으면 해서”라는 이유(16.7%)입니다. “죽은 다음의 삶을 위해서”라는 응답은 7.1%에 불과합니다(공보처: 앞에 든 책).

요컨대 한국의 종교는 매우 현세적 세속적이며 그렇기에 그것은 매우 “인간적”이라고 할 수 있습니다. 한국에서는 종교가 신(神)을 섬긴다기보다 인간을 섬긴다고 할 수 있습니다. 따라서 한국에는 여러 개의 종교가 들어오더라도 “제신(諸神)의 싸움”에 인간을 희생시키는 일은 거의 없고 인간의 복(福)을 위해 제신이 평화를 강구해서 협조하는 것처럼 보이기도 합니다. 뿐만 아니라 다(多)종교적이요 다신론적이요, 그래서 현세적 세속적인 한국인의 종교생활에서는 인간이 신을 섬기기보다는 신이 인간을 섬기고 있습니다. 한국에서는 오직 “인간이 만물의 척도”가 되고 있다고 하겠습니까. 지중해의 정신을 철학한 프랑스의 시인 발레리(Paul Valéry)는 “인간이 만물의 척도라고 한 프로타고라스(Protagoras)의 말은 본질적으로 지중해적 성격을 갖는다”고 적은 일이 있습니다.(Paul Valéry, “Inspirations mediterraneennes” Variete III, Paris, 1936) 이 지구의 마지막 대양인 태평양이 “지중의 바다”가 되는 “제3의 지중해문화시대”, 바로 “글로벌 컨버전스의 시대”를 맞으면서 한국문화는 그러한 시대의 문화적 본질을 약간 선취(先取)하고 있다고 한다면 잘못이 되겠습니까.

“글로벌 컨버전스 시대의 문화”가 무엇인지는 아직 나 자신 알지 못합니다. 다만 한가지 분명해 보이는 것은 적어도 그것이 종교적 세계관적 근본주의나 원리주의, 또는 절대주의와는 양립하기 어렵겠다는 점입니다. 글로벌 시대에는 지난날 서로 다투며 보편성을 주장하던 모든 문화는 이제 특수 문화로 상대화되고 절대적인 것으로는 오직 인간의 삶, 인류의 삶만이 남게 될 것이라 여겨집니다. 글로벌 시대의 문화는 따라서 인간이 중심이 되는 인간(주의)적인 문화가 돼야 할 것입니다. 그것은 그 점에서 매우 차안적(此岸的) 세속적인 문화가 될 것입니다. 차안의 세계, 세속의 세계란 곧 생명 있는 세계입니다. 생명 있는 인간과 생명 있는 자연의 세계입니다.

차안적, 현세적 한국문화는 죽음을 싫어하고 삶을 존중하는 문화입니다. 한국인은 모든 복(福) 가운데서 장수(長壽)의 복을 으뜸으로 치고 있습니다. 그것은 생명지상주의 사상입니다. 수복(壽福)을 으뜸으로 하는 한국문화에는 어떻게 죽는가 하는 것을 보여주는 죽음의 예술(ars moriendi)은 존재하지 않은 카테고리입니다.

많은 문화가 공존하는 글로벌 시대의 문화는 서로가 서로를 죽이는 문화가 아니라 살리는 문화요, 그러기 때문에 그것은 다(多)종교적 다신론적인 문화일 수 밖에 없습니다. 그것은 생명 있는 인간, 생명 있는 세계를 존중하고 섬기는 문화가 되고 또 되어야 할 것입니다. 그것은 인간을 죽이는 문화가 아니라 살리는 문화, 세계를 죽이는 문화가 아니라 살리는 문화가 되고 또 되어야 할 것입니다, 그것은 가장 인간적인 문화이자 2중의 의미에서 가장 “세계적”인 문화가 될 것입니다. 그것은 어떻게 죽어야 할 것인가를 추구하는 아르스 모리엔디가 아니라 다양한 민족, 다양한 대륙, 다양한 문화, 다양한 종교가 어떻게 서로 협조하며 살 것인가 하는 삶의 방식, 곧 모두스 비벤디(modus vivendi)를 추구하는 문화가 될 것입니다. 그러한 협조적인 삶의 대전제가 되는 것은 두 말할 것도 없이 평화입니다. 글로벌 시대의 문화는 평화를 지향하는 문화가 되고 또 되어야 할 것입니다.

평화란 어떻게 가능합니까? 저마다 서로 다른 “하나의 절대자”를 섬기는 곳에선 평화가 불가능합니다, 서로 다른 하나의 진리, 하나의 이념, 하나의 유토피아를 믿는 곳에선 언제나 피비린내나는 “제신(諸神)의 싸움”이 있어왔습니다. 그것을 역사는 가르쳐주고 있습니다. 평화란 브란트의 말처럼 “하나가 아니라 여러 개의 진리가 존재한다”는 인식에서 비로서 가능한 것입니다.(Willy Brandt: “Frieden”, Reden und Schriften des Friedenspreistraegers. Bonn-Bad Godesberg, 1971) 모든 절대자가 상대화되는 “제신의 화해” 위에서만 평화는 가능한 것입니다. 글로벌 시대의 문화란 그러한 화해를 가능케 해주는 문화라 할 것입니다. 글로벌 시대의 문화를 이렇게 전망해본다면 한국문화는 나름대로 그 속에서 기여할 충분한 자격과 자질이 있다고 나는 생각되는데 여러분의 생각은 어떠신지요?

이쯤 해두겠습니다.

감사합니다.

TITLE:

Korean Culture in the Age of Global Convergence

The Case of Korea and Korean Culture

Discussing the prospect of future environmental changes on a global level would be too difficult and too big a task for me, and I will leave this matter to my colleagues and professors from the United States and the president of the World Future Society, who have vantage points for providing such an outlook and will be speaking here today. Instead, I will simply offer my thoughts on Korea, which may be an area that my distinguished co-speakers are relatively unfamiliar with.

I was very interested in the problems of our future in my younger days when there were “a lot of days still ahead of me”. I took part in founding the Korea Future Society in 1968, and once participated in the World Future Society Conference held in Osaka, Japan in 1970 with a report titled, “Korea in 2000 A.D.”

Since then to the end of the century, for the past 30 years, Korea underwent enormous changes both politically and economically as well as culturally. In the mid-1980s, a review of “Retrospective Future” was done on what we had predicted 15 years earlier. The results of that review indicated that “hard”, physical changes (for example: population, life span, urbanization or macroeconomic indices like GNP, export, and industrialization in heavy and chemical industries) matched the predictions fairly well, or even found that changes were a pace ahead. On the other hand, “soft” changes related to the humane aspect (for example: liberalization, humanization, social welfare, human solidarity or peaceful transition of government, autonomy of regional governments, development of inter-Korean relations) mostly fell out of the predicted range or were being delayed.

What we learned from this review was simple. In this world, not only “things that change” but also “things that do not change”, or not only “things that change fast” but also “things that change slow” all play an important role in predicting, or rather deciding the future. Of course, things that do not change may take on a different meaning in a different, future environment. This is the reason why I am not making a grand forecast regarding the upcoming environmental changes, but instead passing this task onto my outstanding, overseas scholars, and I will stick to talking about the future of Korea, whose changes will likely be smaller in scale.

First off, Korea’s geographical and geopolitical conditions are hardly expected to change in the future. Korea will continue to remain a small, peninsular nation in Northeast Asia surrounded by China and Russia, Eurasia’s two grand continental nations, and by Japan and the US, the two strong oceanic nations of the Pacific Ocean. Just in the past century, when the strong nations were fighting for power, it was quite unthinkable to say that the Korean Peninsula was situated

on a blessed, geopolitical location that would be envied by others. After the 1970s, great tides of industrialization and urbanization swept across the Korean society, and numerous Koreans moved from one place to another. I believe Koreans, both collectively and individually, have probably done more moving than any other people in the world and are still currently doing so.

After marriage, 87.6% of Koreans today moved an average of 4.7 times to buy the house that they are presently living in; 23% moved more than 7 times; and 11% moved more than 10 times. (The National Statistical Office: "Social Statistics". Seoul. 2004. "Housing and Transportation" section)

However, the bad news is that the home ground of Korean lives, the Korean Peninsula itself cannot move to another location. This is an impossible wish and an unfortunate matter depending on the point of view. If the Korean peninsula could move to Europe, a population of 70 million, comprising both North and South Koreans, certainly will not be a small, weak nation. Or if it had moved to a place on the American continent or Oceania, the Korean Peninsula with its history of 4000 years would have been a more attractive region in terms of cultural history or tourism industry.

Unfortunately, the Korean Peninsula and its culture will remain situated in a corner of Northeast Asia, and it may not be very appealing to the many foreigners touring in from China or Japan. This is true not only of foreign tourists. Many Koreans themselves are also overwhelmed by the colossal Secret Garden or the Great Wall of China, the magnificence of the Chinese architectural style referred to as "Chinese Baroque" or the collection displayed in the National Palace Museum, or other extraordinary relics. Then again, that very Korean who was in awe by all that he or she has seen in China for about a week, is likely to feel a gradual yet indescribable, psychological fatigue and becoming nostalgic, strongly wanting to return home. I, too, have experienced such an incident.

This transition of feelings is not limited to Koreans in present times. In the so called "national isolation" age, during which the Korean Peninsula closed its doors to the outside world, the road to China was wide open. Economic and cultural exchanges between Korea and China took place freely. At that time in history, China was practically Korea's sole "significant other". In such a historical and geopolitical time and space, Korean culture took shape. Korean culture is the fruit of the self assertion that the Korean people attempted and succeeded in establishing against the Chinese culture throughout the past several thousand years, all the while engaging in exchanges with neighboring China and absorbing her culture. The leading example is the Korean language. It is a system of phonetics formulated from Chinese characters, the Orient's only alphabetic writing, and the only letters in the world that has a undisputed history on who, when, where, and why they have been made. The second example is Korean astronomy and astronomical instruments that started to be developed in the 15th century in order to enact an independent almanac separate from the Chinese one. Here's the third example. The 18th century realism paintings of Korea freed themselves from Chinese art style and sought to visualize Korea's indigenous nature and beauty. Other examples include Goryeo celadon (porcelain) and Joseon's white porcelain, which are gaining higher international praise in comparison to the Chinese porcelain of the Song and Myung Dynasties, and the simple and archaic beauty of the much

gothic-like wooden tableware of the Joseon Dynasty. In short, these are good examples that show the essence of the Korean culture, which refused “Chinese gigantism” and was based on “human scale”.

When I visited Paris with an invitation from the French government, I was granted a special request of seeing a few rooms in the Versailles Palace that were yet to be fully restored and so not open to the public. They were the family room where the king and his family gathered to chat happily, and the resting room where the queen enjoyed a siesta after a bath. I remember being happily disappointed in seeing that the rooms were not at all big but the right small size. Right there and then, I was able to confirm that whether for royalty or commoners, a truly comfortable and cozy place anywhere or for anyone does not fall far off of the “human scale”.

Its steadfast geopolitical location made the Korean Peninsula a frequent battling ground for surrounding powers in the past. When it could not stand up against an overpowering forceful neighbor, it degraded to a colony of the stronger nation, or a semi-colonial or vassal state. Nevertheless, it maintained the identity of the Korean people and the Korean culture throughout the thousands of years, which is considered a miracle in Northeast Asian history. This is particularly notable when one compares with the cases of the northern races that once conquered and ruled the great Chinese continent, but throughout the long historical process, have now mostly been assimilated into today’s China.

Luckily, the world has changed and imperialist states no longer fight for power according to the law of the jungle. We are moving further and further away from the age of war. We now live in good times where nations extend cooperation and exchanges, and there is a preference for peace towards that end. According to this trend, the Korean Peninsula stops being a war ground for continental and oceanic powers, and instead becomes a bridge on which various nations from land and sea come together to interact with one another. Here are a couple of exemplary successful cases: the 1988 Seoul Olympics, where the greatest number of nations participated since the Olympics had been consecutively reduced in scale because the two superpowers, the US and the Soviet Union, took turns in boycotting the world event; and the 2002 FIFA World Cup - Korea/Japan, the first World Cup ever to be jointly hosted by two nations.

There exists another change in the geopolitical context that will shed new light on the immovable Korean Peninsula. That is the change in the status of the Pacific Ocean, where we find the Korean Peninsula at a mere corner. Although China’s influence was overbearing, the Korean people, who were frequently harassed by Japanese invaders (pirates or Japanese that became pirates), favored the continent and feared the ocean particularly during the 500 years of the Joseon Dynasty. The Korean people thought of the ocean as a distant sea, where the road ends and all transportation and communication are blocked. This is also the reason why the lyrics to “If that ocean were land...” came home to many Koreans. The “national isolation” of the Joseon Dynasty meant exactly that: opening the road to land and closing the route to the ocean.

Unlike this pro-continental and anti-oceanic Northeast Asia, Europe developed in a totally different way in certain aspects. Europe, the smallest of Earth’s continents, is surrounded by water on three sides much like a “Eurasian Peninsula”. This is why Europe is at times referred to as “the grand oceanic continent” (le continent maritime par excellence), an expression first

coined by Gonzague de Reynold, a Swiss historian. He also said, “The oceans that made Europe leave Europe” (la mer a fait sortir l'Europe de l'Europe). And as Europe left itself towards the ocean, it became a big Europe. “Western civilization” in which Europe left Europe started from the Mediterranean Sea. The Mediterranean Sea has the same meaning both in the western language and from the Chinese character translation: It means subterranean ocean or ocean that is surrounded by land. It is an ocean that is not “a distant sea” that blocks people from coming and going, but instead becomes a convenient waterway for people to share civilizations. Then that ocean becomes an ocean within land, a subterranean ocean, the Mediterranean Sea. To this end, a progressive spirit that is fearless of the ocean and developing oceanic technology (shipbuilding, navigation) to conquer the ocean will first be needed. The Greek of ancient Athens opened up the entangled spider web-like waterways in the ocean where three continents, namely South Europe, North Africa and Asia Minor, stood in confrontation, and already 2500 years ago, successfully connected many regions and continents and blossomed the international “Mediterranean Culture”, the first of its kind in the Ancient World.

At the end of the 15th century, after a lapse of 2000 years, Columbus discovered the American continent and ignited “the Age of the Sail”, and Europe and America were connected. New and innovative industrial technology developed on the old continent, while enormous resources were exploited on the new continent. Numerous ships sailed across the Atlantic Ocean, which stood between the two continents, and it was transformed into a “Mediterranean Sea” to give birth to “the Second Mediterranean Culture” and soon after “the Atlantic Culture”. The past 20th century was a time of glory coming abreast of the gradual decline of the Atlantic Culture. In this respect, we are happy to witness how the currently emerging 21st century which will be “the Age of the Pacific Ocean”, “the Age of the Pacific Rim Cultural Regions”. Even the Pacific Ocean, which is the last and biggest ocean on earth, will now become an ocean surrounded by its coastal land and “the Third Mediterranean Sea” (if I may use that term).

The conditions of the Pacific Ocean becoming the new subterranean ocean are already maturing. The United States, a nation of the Pacific Ocean with its growing western role; China, fast-rising as the world's production factory; Japan, catching up with Europe and starting to take the lead; emerging industrial nations in the region soaring high with wild energy – these are all nations comprising the Pacific Rim region. Furthermore, flight routes for jumbo jets are zigzagging over the Pacific Ocean and an increasingly complex relay communication network via satellites is being built among these nations.

Then what will culture in this already surfacing “Age of the Pacific Rim Region”, or “the Third Mediterranean Civilization Age” be about? Let's think of its negative aspects first. In the Pacific Rim region, a single integrated culture does not exist in the way of the past Mediterranean Culture, Atlantic Culture or the Chinese Culture. For example, like Hellenic Culture, Christian Culture or Confucian Culture, there is no accepted “universal culture” that transcends national borders in this region. Here, not a single but many cultures are mixed and exist together. Whether it be Christian Culture, Islamic Culture, or Buddhist Culture or Confucian Culture, cultures that at once ruled a specific region for a long time as the exclusive “universal culture”, all take their place as special cultures in the Pacific Rim region and co-exist with other cultures. In a certain sense, I believe this very point may soon be the characteristic of “the Third Mediterranean Culture”.

I believe that opening the door to the outside world, and meeting and exchanging with others and accepting foreign cultures means being “Mediterranean”. This is exactly what “the Mediterranean Culture” is all about. If “culture in the age of global convergence” is not far from my understanding of “culture in the Pacific Rim region” and “the Third Mediterranean Culture Age”, then by no means can it be a culture that converges to one extremity. It will be a multipolar, polycentric, polymorphous, polychromatic, and polyphonic culture. If western culture in the Atlantic Age was a monotheistic Christian culture, then culture in the Pacific Rim Age will be polytheistic and multi-religious.

I am not up to the task nor do I have any intention to explain or speak for such a diverse Pacific Rim Culture. I wish to talk about the Korean culture that I know of simply as a Korean. Korea is generally known to be a very religious nation. Not only that, Korea is a multi-religious nation as well. According to one survey, 56.1% of Koreans believe in religion, and the distribution by religion was 25.5% for Buddhism, 24.0% for Protestantism, 5.8% for Roman Catholicism, and 0.8% for others (Bureau of Public Information: Survey on the Awareness and Values of Koreans. – Data Section - 1996). In the West, it took hundreds of years of bloody religious wars for the Christian Protestants and Catholics to tolerate one another. However, in Korea, Protestantism and Catholicism co-existed peacefully from the very beginning and are in no discord with Buddhism either. To take a step further, many Koreans that believe in Buddhism or Christianity even carry out Confucian ancestral rituals.

What I find even more interesting is that Korea has quite a few multi-religious cases not only on a national level but also on a family level. The results of another survey find that 45.2% have matching religion between father and son and 60.4% have matching religion between mother and son (Gallup Korea: “Religion and Religious Belief of Koreans” Seoul, 1984). It would not be surprising to anyone to find the father of a Korean family carrying out Confucian ancestral rituals, the mother making a Buddhist offering at a temple, the son making daily prayers at a chapel, and the daughter singing in a Catholic church’s choir. This kind of mutually harmonious faith is also indicated by the respondents (75.3%) of another survey, accepting the view that “all religion has its truth”. Meanwhile, only 14.9% was exclusive and agreed to “there is only one religion with truth” (Bureau of Public Information: “Survey on the Awareness and Values of Koreans” Seoul, 1996).

The other strong characteristic of Korean culture besides the aspect of multi-religion is the religious attitude of Koreans. Koreans tend to link the essential meaning of religion to “worldly life” rather than “the life to come”. This comes from an attitude of praying for terrestrial blessing in the current life over eternal life or salvation in the Paramita of future life. It is an attitude of secular faith that is not transcendent but inherent of the world. When asked why one believes in religion, the highest number (64.1%) of Koreans answered “to gain peace of mind”, and followed by “to wish the best for myself and my family and friends (16.7%)”. Only 7.1% answered “for life after death” (Bureau of Public Information, Ibid).

In other words, religion in Korea is very worldly and secular, and so all the more “humane”. In Korea, religion serves the people rather than god. Therefore, even when many religions reach

Korea, people are rarely sacrificed during “the battle of gods” and instead, god seems to work towards peace and gods cooperate to bring blessing to the people. Moreover, multi-religion and polytheism make religious life in Korea worldly and secular, and rather than the people serving god, god serves the people. In Korea, only “man is the measure of all things”. Paul Valéry, the French poet that thought deeply about the spirit of the Mediterranean Sea, once said that “Protagoras’s words of man being the measure of all things essentially hold Mediterranean qualities (Paul Valéry “Inspirations mediterraneennes” Variete III, Paris, 1936). “The Third Mediterranean Culture Age” is the age when the Pacific Ocean, the last ocean of earth, becomes “the subterranean ocean”. Heading into the “the age of global convergence”, would it be wrong to say that the Korean culture is slightly ahead of the game in capturing the essence of our future culture?

I have yet to understand what “culture in the age of global convergence” should be. However, one thing is certain. It will at least be difficult for culture to stand alongside fundamentalism or absolutism, regarding religion and world views. In the global age, all cultures that fought to assert universality in the past will become relative, special cultures, and only the life of humans and the human race will stand as absolute matters. Culture in the global age, therefore, should be human-oriented and centered on humans. In this respect, the culture will be very terrestrial and secular. A terrestrial world, a secular world is a world with life. It is a world of human and nature that has life.

The terrestrial and worldly Korean culture despises death and respects life. Out of all blessings, Koreans put the blessing of longevity at the top of the list. This comes from the life-for-life principle. In Korean culture, which highly values long life and happiness, *ars moriendi*, or “the art of dying” is a category that does not exist.

Culture in the global age where diverse cultures co-exist will not be a culture that kills one another, but saves one another. And that is why it inevitably must be multi-religious and polytheistic. It is and has to be a culture that respects and serves humans with life and a world with life; it is and should not be a culture that kills humans but saves them, not kills but saves the world; and it will be the most humane culture and the most “global” culture. It will not be *ars moriendi* that pursues how to kill, but *modus vivendi*, a way of life for diverse races, continents, cultures, and religions to cooperate and co-exist. The grand premise of such a cooperative life is none other than peace. Culture in the global age is and has to be one that aims for peace.

What makes peace possible? Peace will be impossible to attain where each serves a different “one and only absolute being”. Where people believed in a variety of one and only truths, ideologies and utopias, bloody “battle of gods” has always taken place. History teaches us this. Like Brandt said, peace only becomes possible under the awareness that “not one but several truths exist” (Willy Brandt: “Frieden”, Reden und Schriften des Friedenspreisträgers. Bonn-Bad Godesberg, 1971). Peace is possible through “reconciliation of the gods” based on relativism of all absolute beings. Culture in the global age will be one that enables such reconciliation. Under this prediction, I believe that the Korean culture is sufficiently qualified with enough potential to make contributions of its own. What are your thoughts, I wonder.



Global Culture Forum 2007 Seoul

주제 2: 글로벌 컨버전스시대 문화정책의 도전과제

THEME 2: Cultural Policy Challenges in the Age of Global Convergence

- 2-1 문화정책과 가치 충돌 Cultural Policy and the Conflict of Value
올리버 베넷 **Oliver Bennett**-----78
- 2-2 글로벌 컨버전스와 문화정책의 도전과제
Global Convergence and the Challenges to Cultural Policy
데이비드 트로스비 **David Throsby**-----94
- 2-3 디지털 융합과 문화콘텐츠산업 육성
The Digital Convergence and Fostering the Culture Contents Industry
원광연 **Whon Kwangyun**-----110



올리버 베네트 (Oliver Bennett)

영국 워릭대학교 교수

(Professor, Director Centre for Cultural Policy Studies, University of Warwick, United Kingdom)

워릭대학(University of Warwick) 문화정책 교수이자 1999년 본인이 설립한 워릭 대학 문화정책학 센터(the Centre for Cultural Policy Studies at the University of Warwick) 소장이 다. 정책 및 문화 문제에 대해 글을 집필했으며, 대부분의 저서에서 역사 및 이론적 관점을 사용하여 현대 정책을 조명했다.

현재 문화정책 국제저널(The International Journal of Cultural Policy) 초대 편집장이며, 대표적인 저서로는 문화 비관주의: 포스트모던의 쇠락(Cultural Pessimism: Narratives of Decline in the Postmodern World (Edinburgh University Press, 2001년)), 인문학의 사회적 영향에 대한 재고: 역사비판적 시각(Rethinking the Social Impact of the Arts: a critical-historical review (Centre for Cultural Policy Studies, 2006년) 등이 있다.

Oliver Bennett is Professor of Cultural Policy and Director of the Centre for Cultural Policy Studies at the University of Warwick, which he established in 1999. He has published both on policy issues and on broader cultural questions. A common thread in much of his work has been the use of historical or theoretical perspectives to illuminate contemporary policy assumptions.

Oliver Bennett is the founding editor of *The International Journal of Cultural Policy and the author of Cultural Pessimism: Narratives of Decline in the Postmodern World (Edinburgh University Press, 2001)* and recently published *Rethinking the Social Impact of the Arts: a critical-historical review (Centre for Cultural Policy Studies, 2006)*

제 2-1 주제:

문화정책과 가치 충돌

서론

문화 정책의 문제점에 주안점을 두고 이 포럼의 주제에 도달하기 위해 학계와 정책의 담론을 통한 문화 정책의 다양한 논의를 살펴보는 것이 좋겠다고 생각한다. 나는 언제나 국제 학회에 참석할 때마다 똑 같은 단어들을 사용해도 언어 형태와 지역적 특성이 다르기 때문에 다른 방식으로 이해하고 있다는 사실을 인지한다. 문화 정책은 이의 좋은 예시다. 따라서 나는 최근 문화 정책이 다른 의미로 사용되고 있는 점을 명확히 할 것이며 동시에 이를 명제화하여 앞으로 논의의 중요 지침이 되길 바란다.

문화 정책의 정의는 나와 동료들이 최근 발표한 서구 사회와 문화에 관한 역사적 사상에 언급된 것과 마찬가지로 가치의 충돌과 연관시킬 수 있다고 제안한다. 이는 현재 유럽 국가들 내에서 일어나고 있는 충돌의 주요 단면으로 여겨진다. 내가 유럽 국가에 초점을 두는 이유는 유럽 중심적 사고 때문이 아니라 유럽이 내 연구의 기반이며 내가 가장 잘 아는 부분이기 때문이다. 이 포럼에서 내가 특별히 영감을 받았던 이유는 현재 한국 문화 정책의 문제점이 이와 비슷한 혹은 다른 방향으로 전개되고 있음을 볼 수 있는 기회이기 때문이다.

나의 발표는 다음 순서로 구성되었다.

- 문화 정책의 의미
- 문화 가치의 단면으로서의 문화 정책
- 최근 문화 정책의 충돌 단면

문화 정책의 의미

‘문화 정책’이란 용어는 비교적 짧은 역사를 가지고 있다. 처음 영어에 이 용어가 등장한 사례 중 하나는 1969년 유네스코에 의해 정의된 ‘국가에 의한 문화 실행의 기본을 제공하는 원칙, 행정, 예산 이행의 기본 핵심이다’라는 것이다 (유네스코, 1969). 이것이 아직도 문화 정책의 가장 일반적인 정의로 보여지지만 더 넓은 의미로 확장하자면 예술 문화원, 지방 정부, 특정 문화 기관 등의 정책까지도 포함한다. 이러한 기관들을 알리고 문화 정책을 공공 재산으로 정당화하기 위해 발표된 폭넓고 돈보이는 실증적인 연구도 있다 (슈스터, 2002). 그러나 영국 사회학자 짐 맥기건 (1996, p.1)이 지적하듯, 문화 정책은 단순히 정부 기관의 행정 정책을 실행하기 위한 정치적 목적 이상의 것으로 보기 어렵다.

맥기건이 시사하는 바는 문화 정책을 정치적으로 무의미한 것 이상으로 보려 했거나 혹은 좀더 정확히 이야기하자면 정치가 문화 정책에 관여해왔던 점을 여실히 드러내려는 의도일 것이다. 그가 흥미를 가졌던 부분은 문화 정책이 실제로 실행되고 있는가에 대한 것이 아니라 그것이 무엇을 대표적으로 드러내는 가이다. 맥기건은 (맥기건, 1996, p.1) 문화 정책은 일반적으로 문화의 정치성, 즉 상징적 의미를 생산하고 배포함에 있어 아이디어가 충돌하고 문화 기관이 권력 관계를 형성하고 투쟁 하는 것을 의미한다고 논의했다. 이것은 독일의 사상인 ‘Kulturpolitik’이나 프랑스의 사상인 ‘la politique culturelle’와 크게 다르지 않다. 현대 사회에서 ‘상징적 의미들’이란 물론 다양한 기관들, 문화 조직에서부터 미디어, 그리고 패션계나 프로 스포츠 등의

문화와 연관된 모든 산업을 통해 생산될 수 있다. 이는 레이몬드 윌리엄스가 (1984, p.3) 왕실이나 군대의 전시와 같이 특정 사회의 공공 의식이 의미를 만들어내기 위한 계획적인 행위이며, 따라서 이를 문화 정책의 한 형태로 볼 수 있다고 주장한 것과 같다.

문화 정책의 정치적 단면을 강조하는 이론은 정책의 세세한 부분으로부터 한 발 물러나 정책 이면의 문화적 가치를 살펴볼 것을 장려하기 때문에 유용하다. 여기서 문화적 가치란 개개인, 문화, 그리고 사회가 믿는 관계의 중요성을 고려함에 있어 믿음 체계를 의미한다. 따라서 문화정책은 그러한 믿음을 표현하거나 확정하게 된다. 그리고 그러한 믿음이 그것을 단언하는 개개인이나 기관의 권력에 얼마나 강하게 연루되는지에 대해서도 알 수 있다.

내가 발표한 실용적 개념 보다 이러한 방향에서 문화 정책을 연구하면 영어에서 문화 정책이 사용 되듯 문화 정책이 단순히 20세기 말 특정 기관의 산물이라고만 여기지 않게 된다. 즉 문화 정책이 특정 문화 가치와 실행을 단언하거나 배제하는 데 들었던 노력들의 표현으로 볼 수 있다. 따라서 문화 정책은 현대 기관뿐 아니라 문화와 사회가 밀접한 관계를 맺고 있다는 최근 사상을 발췌해 문화 정책에 대해 많은 아이디어를 생산한 학자들과 문화 엘리트들로부터 구체화됐다고 볼 수 있다.

문화 가치의 확정 체계로서의 문화 정책

앞에서 논의한 관점을 취하게 되면 지적 역사 그 자체인 문화 가치에 대한 서구 논쟁을 언급하지 않을 수 없음을 알게 된다. 또한 이 문화 가치의 충돌은 항상 일어났다. 나는 나와 동료들의 연구로부터 두 가지 예시를 들려 한다. 엘레노라 벨피오레와 나는 최근 예술이 개인과 사회에 어떻게 영향을 미치는가에 (벨피오레와 베넷, 2006) 대해 오랫동안 주장해왔다. 이는 현대 정책 담론에서 종종 예술의 사회적 영향으로 언급된다.

예시를 제시함에 있어 나는 역사적으로 오랫동안 발전된 사상을 언급하겠다. 그러나 세대를 거쳐 이 사상이 어떤 의문도 일으키지 않았다는 것을 의미하지는 않는다. 반대로 우리의 연구는 연속성과 비연속성을 동일하게 강조했으며, 적어도 무엇이 예술을 구성하고 있는가에 대한 생각에 대해서 집중했다. 그러나 예술이 사람들에게 어떻게 영향을 미치며, 우월한 정치적, 문화적, 지적 환경을 대변하는 가에 대한 기본적인 믿음 체계가 역사적으로 다른 모습으로 나타났다는 의견은 적절하다.

내가 언급하고자 하는 첫 번째 가치 충돌은 우리가 부정적인 전통과 긍정적인 전통이라 여겨왔던 것 중간에 자리하고 있다. 이는 예술이 개인과 사회에 긍정적인 영향을 미치거나 혹은 부정적인 영향을 미친다는 전통적인 사고를 의미한다. 최근 예술계와 사회를 둘러싸고 ‘예술은 매우 유익하다’ 식의 담론은 치열하게 논의돼왔다. 그리스 철학자 플라톤이 예술에 반하는 논의를 제시한 첫 번째 학자다. 플라톤은 (1993) 저서 <국가>에서 시와 연극이 신뢰할 수 있는 지식의 기반으로 간주해서는 안 되며, 따라서 전래된 예술 작품이 지적 혹은 도덕적 교훈이라고 기대하는 것은 어리석은 행위라고 주장했다. 나아가 시를 읽고 연극을 관람하면 보다 가치 있는 일을 추구하기 어려워지며, 최악의 경우 그것이 부패할 수 있다고 주장했다. 시가 플라톤의 이상향에는 포함되지 못했다는 것은 말할 필요도 없겠다.

여기서 예술이 역사를 통해 반향을 일으켰던 것에 반하는 경우를 볼 수 있다. 예를 들어 기독교 초기 교부들은 1세기와 6세기 사이에 플라톤의 염려를 기독교적 맥락에 도입했다. 특히 시와 연극의

향유는 실제 삶을 모방해 시에서 낭독되고 연극 무대에서 보여진다는 플라톤의 논의를 두드러지게 강조해 끊임없이 반복하고 윤색했다. 이 교의는 수세기 동안 연극에 관한 선입관의 중요한 요소로 자리잡아 왔다. 이는 16세기에서 18세기 영국에서 청교도들이 배포한 연극에 반하는 악의에 찬 글에서 절정에 달했다. 현대 사회에서는 이러한 문화의 특정 형태가 젊은 인상주의적 사고에 자리해 예술의 유해한 영향에 관한 우려로 나타났다. 예를 들어, 영화나 텔레비전에서 본 폭력을 행동으로 옮기는 등의 모방 범죄는 미디어 연구의 끊임 없는 논쟁 거리가 돼왔으며, 이를 발전시켜 심리학자와 사회학자들이 이를 폭넓게 연구해왔다.

현대 사회에서도 문화의 향유는 도덕적 것과 거리가 멀다는 주장은 올바른 시민권에 반한다는 사고를 실질적으로 지지한다. 비평가이지 소설가인 조지 스타이너는 (1996, p.13) 예술이 문명화에 영향을 미치지 않을 지도 모르지만 실제로 삶의 고통에 연루되는 것에 대체한다고 주장했다. 스타이너를 통해 다른 사람들과 마찬가지로 예술을 사랑하는 나치들은 문화의 영향이 가졌던 인간화를 넘어선 어두운 그림자로 형상화됐다.

긍정적인 전통을 돌아보자면 우리는 흥미로운 양식을 찾아볼 수 있다. 부정적인 전통을 지지하는 의견에 대한 응답에 기반해 끊임 없이 이론을 생산해왔기 때문이다. 초기 형태는 아리스토텔레스가(1967) ‘카타르시스’ 이론으로 플라톤이 연극을 비난한 것에 반하는 데서 찾아볼 수 있다. 카타르시스에 대한 개념은 예술 작품을 통해 개인이 순수화 과정을 거치는 예술의 치료, 교화 교육적 측면의 이론으로 발전돼왔다.

괴테와 쉴러에 의해 18세기 발전돼온 바이마르 문화 이론에서는 현대 국가에서 예술이 문명화에 영향을 미치고 필수적인 도덕과 교육적 기능을 수행해왔다고 설명한다 (브루포드, 1962). 이는 아리스토텔레스의 최초 이론에 정교함을 더해 도덕적이고 지적인 카타르시스 개념으로 발전된 것과 연관된다. 그러나 동시에 (특히 쉴러는) 정치 철학자인 장 자크 루소가 주장한 가장 최근의 부정적인 전통에 대해 응답했다. 루소는 (1987 [1750], p.3) 그의 저서 <예술과 과학의 담론>에서 퇴락과 억압의 상징으로서의 예술을 비난했다. 쉴러는 (1989 [1795]) 미학적 교육의 도덕적, 사회적 이점에 대해 주장한 매우 정교한 논문에서 루소의 주장을 비판했다. 쉴러는 2차 대전 이후 독일 문화 정책 수립의 중요한 지침이 되고 있다.

마찬가지로 18-9세기 영국의 낭만주의 운동은 빠르게 변화하는 사회에서 시의 가치에 대한 열정적인 방어로 볼 수 있다. 시인 셸리에(1988 [1821], pp.282-3) 따르면, 시는 상상력의 가치로 타인에 대한 공상적 잠재력을 일깨우는 능력이 있다. 상상력은 공감의 뿌리며 공감은 도덕적 행동을 활성화하기 때문에 시는 중대한 도덕적 기능을 수행한다. 이러한 논의 역시 아리스토텔레스의 카타르시스 개념을 더욱 발전시킨 것으로 보여진다. 그러나 이는 동시에 영국에서처럼 점점 진화해가는 기술과학 시대에 예술이 갖는 주변적 위치에 대해 다른 부정적 전통의 징후에 관한 응답이기도 하다. 셸리는 유명한 에세이 <시의 옹호>에서 예술이 위협에 처해있기 때문에 시에 대한 옹호는 필요하다고 적었다. 이 옹호의 개념은 두드러지게 영속적인 것으로 입증돼왔다. 셸리에 의해 촉진된 많은 논의들은 특히 예술이 변화의 능력을 가지고 있다는 생각과 연관돼 영국에서 문화 정책의 중요한 지침으로 여겨진다.

긍정적인 전통과 부정적인 전통의 지지자들 사이의 논쟁은 문화적 가치 충돌, 즉 예술의 기능에 대해 기계적 혹은 미적 시각의 충돌이 나타내는 것의 좋은 예다. 긍정적인 전통과 부정적인 전통이 서로 극단적으로 대립하고 있지만 예술이 개인과 사회의 행동 양식에 영향을 준다는 것에

대해서는 이견이 없다. 여기서 중립적 입장을 취하는 세 번째 전통이 나온다. 이 의견에서 보면 예술이 교육적, 인지적, 그리고 인도주의적이건 혹은 부패화된 기능이건 이 모든 것은 다음 문제다. 즉 예술 작품의 가치는 미적 측면에서만 평가된다. 예술은 단지 예술을 위한 것이다.

‘예술을 위한 예술’이란 표현은 18세기 이전에는 찾아볼 수 없었던 것으로 도덕적 혹은 설교적 측면에서 분리해 예술의 미적, 자주적인 면을 강조한다. 이러한 이론이 미적 이론의 왜곡된 의견으로부터 정교화된 것은 독일 철학자인 임마누엘 칸트에서 비롯됐으며 여기서 모든 것을 다 설명하기는 불가능하지만 이는 충분히 적절한 논의다. 그러나 19세기 미학 운동으로 성취된 ‘예술을 위한 예술’ 이론의 적절성은 문화 가치의 대안에서 비롯된다. 이러한 가치는 무엇보다도 예술을 도덕성, 특히 기독교적 도덕으로부터 분리해냈다는 것을 의미한다. 또한 마치 대중이 원하는 것을 제공한다는 단순한 시장 논리로부터의 전복을 의미하기도 한다. 예술은 이러한 한계에서 벗어나 그들만의 미적 논리로만 답할 수 있는 것이다.

지금까지 다뤄온 역사적 문화 논쟁을 참고해 앞으로 전개할 두 가지 쟁점을 이어가겠다.

- 1) 문화 정책은 문화 가치의 단정에서 유래했다.
- 2) 문화 정책은 가치 충돌과 필수적으로 결부된다.

앞으로 내가 탐구할 근래 문화 정책의 상충적인 면에 대한 지적 맥락을 제시하겠다 .

최근 문화 정책의 충돌 현장

이는 분명히 폭넓고 복잡한 주제다. 이 시간의 유용성을 위하여 나는 최근 서구 사회에서 공사, 즉 국가나 지방 정부와 기관에서 문화 정책을 추구하면서 발생한 충돌에 대해 탐구해보도록 하겠다. 이를 간략하게 정부의 문화 정책들이라고 부르겠다. 특히 나는 두 분야의 충돌에 포커스를 맞추고 싶다. 첫째, 여러 종류의 문화를 넘어선 상충은 정부의 문화 정책에 의해 특별 허가되어야 한다. 둘째 성취되어야 할 사회적, 문화적 목표를 넘어선 상충 역시 그러하다. 이 두 가지 이슈는 밀접하게 연결되어야 한다.

문화 정책의 문화

20년 넘게 이탈리아 작가인 움베르토 에코는 저서 <초현실로의 여행>에서 다음과 같은 사실에 주목했다.

오래 전 대중매체란 것이 있었다. 그것은 물론 사악하고 죄가 많다. 그렇다면 이 범죄를 고발 해야 할 고결한 목소리가 있어야 한다. 그리고 예술은 (아, 얼마나 다행인가!) 대중 매체의 죄인이 아닌 사람들에게 대안을 제시한다. 그렇다 이제 끝이다. 우리는 처음부터 시작해야 한다. 서로에게 세상이 어떻게 돌아가고 있는지 물어보자. (에코, 1987, p.150)

20년이 지난 지금 난 여전히 세상이 어떻게 돌아가고 있는 지 서로 물어야 한다고 생각한다. 에코가 나타내고자 한 바는 솔직히 문화 계층의 소멸이다. 간략하게 이야기하자면, 유럽 고급 문화의 위대한 작품들, 즉 유럽의 지식층과 학자들에 의해 정당성과 가치를 부여 받은 음악, 문학, 연극과 예술이 대중 매체가 전파한 대중 문화보다 우월했다. 그러나 포스터모던 시대가 도래함에 따라 이러한 계급은 철저히 도전을 받아왔다. 그렇다면 이 도전의 본질은 무엇인가?

서구의 많은 문화 분석가들과 비평가들은 60년대와 70년대로 돌아가 그들이 문화적 권위의 위기라고 보는 것을 언급해왔다. 자의든 타의든 이제 개인적으로나 사회적으로 바람직한 문화 형태를 구성하는 요소들에 대한 합의점을 찾기 어렵다.

여러 가지 이유가 있다. 첫째 인문학과 사회학에서 소위 포스트모던 시대로 넘어오면서 냉담한 비판적 판단의 개념에 대한 의혹을 형성했다. 문화의 가치 측정은 개인적, 사회적 정체성과 직접적으로 연관되는 것으로 보여진다. 이는 우월한 문화로 여겨지는, 실제로 ‘예술 작품’을 구성하는 문화적 형태를 결정하는 정당화의 기준이 없을 수도 있다는 데서 기인한다. 옥스퍼드 대학의 영문학 머튼 교수인 존 캐리 (2005, p.29)조차도 최근 예술 작품은 누구라도 예술 작품이라 여겼던 것이면 작품이 되는 그 무엇이냐는 결론을 내렸다. .

둘째, 이에 따라 어떤 문화 계층도 필수적으로 특정 사회 계층의 이익의 특권을 대변할 수 있다. 서구 유럽 국가의 정부 문화 정책에 있어 상위 문화의 특권은 이의 한 예다. 상위 문화를 공동의 문화로 정립하고 민주화하려는 노력에도 불구하고 상위 문화는 여전히 소수의 문화로 남아 상위 계층의 이익을 대변한다. 일반적으로 민주적 정치를 통해 보다 대중적인 논조를 강화함에 따라 사회적 엘리트의 예술적 선호도에 기인한 문화 정책의 정당성은 점점 의의가 제기되고 있다.

셋째, 서구 유럽 문화 정책 내 유럽 문화의 위상은 다문화주의 개념에 의해 도전을 받았다. 이는 2차 대전 이후 수십 년간 특히 프랑스, 독일, 영국 등 유럽 내로 진입한 다양한 이민자들의 각성으로 발전했다. 이민자들의 문화를 인지하고 공표하기 위한 문화 정책을 수용하면서 유럽 문화 자체는 상대화됐다. 동시에 후기 식민지 연구의 새로운 분야는 유럽 예술과 문화가 식민 사업의 도덕적 정당화에서 체계적으로 전개된 방법으로 이목을 집중시켰다.

넷째, 모두가 다 인지하듯, 상업적 엔터테인먼트 산업, 특히 미국의 다국적 기업에서 제공한 대규모의 문화 상품이 급증해왔다. 그러나 많은 지식인들, 문화 비평가들 혹은 문화 정책가들은 대중이 이러한 다국적 상품을 통해 문화적 욕구를 충족하고 있다는 사실은 남겨둔 채, 새로운 문화 가치를 촉진하기 위해 노력해왔다. 역사학자 에릭 홉스봄은 (1994, p.520) 기술이 미적 경험에 있어 사적, 공적인 삶으로 침투했다는 사실을 지적했다. 그는 ‘예술 작품’은 말과 음성, 그리고 이미지의 홍수 속에서 우리가 한때 예술이라고 불렀던 보편적인 환경을 잃어버렸다고 언급했다.

이러한 모든 요소는 문화 비평가들이 문화적 권위의 위기라고 부르는 현상에 기여했다. 나는 이 현상을 권위의 복수화라 보고 싶다. 그러나 이를 무엇이냐 생각하든 상관 없이 이는 정부나 기관의 문화 정책을 수립하는 데 문제점을 발생시킨다. 이러한 정책은 어떤 특정 문화가 다른 문화보다 우월하다는 판단을 요구하기 때문이다. 그러나 일반적 동의를 지배하는 문화적 권위 없이 이러한 판단의 근거는 무엇으로 형성되는가? 따라서 문화 정책은 무엇이 문화 수행 촉진을 형성하는 가가 아닌 실제로 무엇이 문화를 구성하는지를 넘어선 다양한 사회적 계층의 충돌이 된다. 정확히 이러한 충돌이 어떻게 중요한 의문점 중 하나로 보여지는 지, 합의점을 찾을 수 있는 지에 대해 이 포럼에서 논의해보겠다.

문화 정책의 목적

내가 간략하게 논의하고자 하는 두 번째 상층은 정부 문화 정책의 목표를 고려한 것이다. 많은 서구 국가에는 정부 문화 정책의 구성 요소 뿐 아니라 그 정책이 성취해야 하는 폭넓은 문화적, 사회적 목적을 넘어선 충돌이 존재한다. 여러 가지 면에서 이 두 번째 상층은 내가 앞서 언급한 문화의 기계적 기능과 미적 기능 사이의 논쟁의 최근 명제로 보여진다. 그러나 기능주의적 입장에서 보면 다른 가치 역시 존재한다.

기능주의적 문화 정책은 문화 분야 보다는 다른 분야에서 추구해온 문화적 목적을 의미한다.

(베트타임, 1994, p.65). 이는 경제적, 사회적, 외교적 혹은 이 셋의 혼합일 수도 있다.

경제적 모델로 보면, 문화적 가치는 경제적 이윤 창출 면에서 창출될 수 있다. 이는 종종 취업 통계나 수출 수입의 측면에서 GDP로 환산된다 (문화 산업 인력부, 1998, p.8). 지역적 측면에서 보면 문화는 도시 재생 혹은 지역 기업 자산의 촉매제로 여겨질 수 있다. 이 경제적 모델을 지지하기 위해 문화부나 예술원에서 지원하는 연구 단체가 활성화되고 있다.

문화 정책의 사회적 모델은 경제적 효과가 더욱 인류주의적으로 가치 있는 목표를 저해한다는 것을 강조한다. 이 모델에서 보면 문화는 사회적 단결과 공동체 권한 부여 등을 포함한 폭넓은 사회적 목표를 성취하기 위한 수단이 되어야 한다. 정책 수립에 있어 문화는 올바른 시민권 행사와 시민 사회의 부활을 위한 대리인으로 촉진되어야 한다 (유럽 문화원, 1996; 일크죽, 2001).

문화 정책의 외교적 모델은 그리스의 헬레닉 파운데이션이나 독일의 괴테 협회와 같은 기관이 추구하는 것이다. 외교에 있어 보다 큰 국가의 이익을 얻기 위해 문화를 이용하는 등 보다 정치적인 기능을 나타낸다. 최근 가장 눈에 띄는 예는 냉전 시대 CIA의 미국 문화 프로모션이다

내가 이미 논의했듯이 문화는 문화 논쟁이 벌어지는 동안 기계적 기능으로 양도돼왔다. 그러나 우리는 문화의 특성과 기능이 특히 강하게 상충하는 시대에 살고 있다. 내가 이전에 언급했던 문화적 권위의 복수화가 그 한가지 이유다. 문화가 과연 무엇이고 무엇을 위해 존재하는가에 대해 무엇보다 소중한 설명 없이 우리는 이 차이를 매우기 위해 복안 된 기계적 이론들의 홍수만을 보게 된다. 바꿔 말하면 이는 폭넓은 정책 목표를 가르기 위한 문화나 예술을 위한 예술의 가치로 돌아가기 위한 선포의 강력한 부활을 촉발할 뿐이다.

영국에서는 런던 바비칸 센터장인 존 투사의 의견이 가장 눈에 띈다. 그는 저서 <예술의 중요성: 문화의 반영>에서 다음과 같은 기계적 문화 정책을 비난했다.

우리는 가치가 돈으로 환산되기 보다는 가치로 측정되는, 즉 영감이 받아들일 수 없는 위험 요소가 아닌 하늘이 보내준 특권으로 여겨지는 곳에서 일어나는 공적 소통을 위한 말과 영역을 잃어가고 있다. 대신 비물질적인 것이 가치 있는 것이 아니라 방자한 것으로 여겨지는 곳, 즉 예술에 의한 예술적 가치가 사회 필수 요소가 아니라 그저 개인적 집착으로 목살되고 공공의 이익이 대차 대조표에서 환산되지 않는 한 '키메라' (괴물)로 평가 절하되는 세상에서 물질주의적인 논쟁을 하고 있다. (Tusa, 2000, pp.29-30)

결론

더 많은 이야기를 나누고 싶지만 우리의 논쟁으로 돌아가야겠다. 그러나 적어도 나는 문화 정책이 일으키는 가치 충돌을 성공적으로 설명했길 바란다. 정부나 기관으로부터 수립된 정책이나 성취하기 기대하는 목표는 이러한 충돌이 우위를 점하는 가치에 좌우된다.

주요 충돌이 무엇이고, 우위를 점하는 가치가 무엇이며, 왜 그 가치들이 우위를 차지하고 있는가는 최근 문화 정책의 역동성을 이해하기 위한 시발점으로서 중요한 의문점으로 여겨진다. 이는 역사, 종교, 그리고 사회적 정치적 권력 행사와 관련된 매우 복잡한 문제점이다. 그러나 우리가 이를 논하지 않는다면 문화 정책은 수단이 아닌 기계적 역할 정도 밖에 할 수 없다. 빅토리아 비평가인 매튜 아놀드 (1981 [1869], p.49)가 문화와 무정부주의에 관한 에세이 시리즈에서 지적했듯 '기계 장치 혹은 조직에 대한 믿음은 우리를 끝까지 괴롭히는 위험 요소다. 마치 이 믿음이 스스로 또는 스스로를 위한 가치가 있다고 여겨지는 것처럼'

참고문헌

- 아리스토텔레스 (1967) 시학. G.F. 엘즈 역, 미시간 대학 출판, 앤 하버
- 매튜 아놀드 (1981 [1869]) 문화와 무정부, 캠브리지 대학 출판.
- 엘레노라 벨피오레와 올리버 베넷 (2006) 예술의 사회적 영향의 다시 생각하기: 비판적 역사의 리뷰. CCPS 연구서 9장. 문화 정책 연구소. 워릭 대학교. 코벤트리.
- 브루포드, W, H. (1962) 1775-1806 전통 바이마르 문화에서의 문화와 사회. 캠브릿지 대학 출판. 런던.
- 존 캐리 (2005) 예술의 이익은 무엇인가? 파버 앤드 파버 출판. 런던.
- 문화 산업 인력부 (1998) 창조적 산업의 사상 문헌. 문화부. 미디어와 스포츠. 런던.
- 움베르토 에코 (1987 [1986]) 초현실로의 여행, 위버 역. 팬 북스/섹커 & 바르부르그 출판. 런던.
- 유럽 문화 발전 사업부 (1997) 주변으로부터: 유럽의 문화 발전 논쟁의 기여. 유럽 문화원. 스트라츠부르그, 1997.
- 에릭 홉스봄 (1994) 극단의 시대: 20세기의 짧은 역사 1914-1991, 마이클 조셉, 런던.
- 일크죽 (2001) 문화 시민: 유럽의 시민 사회와 문화 정책. 보엑먼연구소/서클, 암스테르담.
- 플라톤 (1993) 국가. 워터필드 역. 옥스퍼드 대학 출판. 옥스퍼드.
- 장 자크 루소 (1987 [1750]) 과학과 문화 담론. (장자크 루소의 정치 에세이 중) 크레스 역. 헤켓 출판사. 인디애나폴리스/캠브리지. Pp 1-21
- 페르디난트 쉘러 (1989 [1795]) 인간의 미적 교육에서: 서한 시리즈. 윌킨슨과 윌로그비 역&편집. 옥스퍼드 대학 출판. 옥스퍼드.
- 슈스터 (2002) 문화 정책 홍보: 연구와 홍보의 하부조직. 도시정책 연구소.
- 셸리 (1988 [1821]) 시의 옹호.
- 조지 스타이너 (1996) 페스티벌 교섭: 대학 페스티벌 강의. 에딘버러 대학 출판. 에딘버러.
- 존 투사 (2000) 예술의 중요성: 문화의 반영.
- 유네스코 (1969) 문화 정책: 예비 연구. 유네스코. 파리.
- 베스타임. (1994) 스칸디나비아 국가의 기계적 문화 정책: 비판적 역사의 관점. 문화 정책 저널. Vol 1, no.1 pp 57-71
- 레이몬드 윌리엄스 (1984) 정부 문화를 넘어서. 아피그난세이 편집의 문화와 국가 중. 현대 예술 협회. 런던.

TITLE:

Cultural Policy and the Conflict of Value

INTRODUCTION

As we now move to the point in the Forum when we begin to focus on questions of cultural policy, I thought it might be helpful, first of all, to spend a few minutes looking at some of the different notions of cultural policy that are in use in academic and policy discourse. I'm always very aware at international conferences that, although we can use the same words, we so often misunderstand each other because these words have different associations in different languages and in different parts of the world. 'Cultural policy' is a good example of this. So I will try to clarify some of the different meanings of cultural policy in current usage and at the same time put forward a way of conceptualising it that I hope might be a useful reference point in the discussions that follow.

I will be suggesting that cultural policy, by definition, involves a conflict of values, which I will illustrate with reference to a history of ideas about culture and society in the West that colleagues and I have recently produced. This will lead us on to what seem to me to be the main sites of conflict today in cultural policy within European countries. I focus on Europe, not out of a Eurocentric attitude of mind, but because this is where my own intellectual roots are and it is what I know best. What I find particularly stimulating about this Forum is the opportunity to see if the problematics of cultural policy in present-day Korea are being articulated in similar or in very different ways.

My presentation will therefore be structured in this way:

- Meanings of cultural policy
- Cultural policy as the assertion of cultural values
- Sites of conflict in contemporary cultural policy

MEANINGS OF CULTURAL POLICY

The term 'cultural policy' has a relatively short history. In one of its first appearances in English, it was defined by UNESCO in 1969 as 'a body of operational principles, administrative and budgetary practices and procedures which provide a basis of cultural action by the state' (UNESCO, 1969). This is probably still the most common usage of 'cultural policy', though, by extension, it also gets applied to the policies of arts councils, local government and specific cultural institutions. There is also a significant body of research, largely empirical in nature, which has been produced to inform the policies of these agencies and to justify their use of public resources (Schuster, 2002). However, as the British sociologist, Jim McGuigan (1996, p.1), has pointed out, when 'cultural policy' is conceived of in this way, it can so easily be seen as little more than 'an ostensibly apolitical set of practical operations that are merely administered and policed by government officials'.

What McGuigan wants us to do is to put the politics back into cultural policy; or, to put it more accurately, as politics have always been there, to reveal what they are. For him, the interesting

question is not so much whether a cultural policy ‘works’ but what it *represents*. Cultural policy, he argues, is ‘about the politics of culture in the most general sense: it is about the clash of ideas, institutional struggles and power relations in the production and circulation of symbolic meanings’ (McGuigan, 1996, p.1). This is not dissimilar from the German notion of *kulturpolitik* or the French idea of *la politique culturelle*. In modern societies, ‘symbolic meanings’, can of course be produced by a very large number of agencies – from arts organisations, to the media, to all those other industries which have now become associated with culture, such as fashion and professional sport. Raymond Williams (1984, p.3) reminded us that ‘the public pomp of a particular social order’, such as royal or military displays, was a deliberate act of meaning-making and could therefore also be seen as a form of cultural policy.

This emphasis on politics is useful, because it encourages us to stand back from the minutiae of policy detail and to look at the cultural values behind the policy. By cultural values, I mean a set of beliefs about what is considered to be important in the relations between the individual, culture and society. A cultural policy thus becomes an expression or assertion of those beliefs. And how powerfully those beliefs get asserted will depend upon the power of the individual or the institution that is doing the asserting.

If we think of cultural policy in this way, rather than in the narrowly pragmatic terms that I began with, we can see that cultural policies are not just an institutional product of the late 20th century - which is when the term came into use in English. They can also be seen as an expression of all those attempts that have taken place over time to assert or prohibit particular cultural values and practices. As such, cultural policies will be seen to emanate not just from modern institutions but from those thinkers, theorists and intellectuals to which contemporary ideas about culture and society can be so clearly seen to relate.

CULTURAL POLICY AS THE ASSERTION OF CULTURAL VALUES

If we take this view, we soon begin to realise that we are participating in a debate about cultural values that, in the West, is almost as old as intellectual history itself. Furthermore, there has never been a time when these conflicts of value have not taken place. I would like to illustrate this with two examples from a study that my colleague, Eleonora Belfiore, and I have recently made of the claims that have been made over time for the ways in which the arts affect individuals and society (Belfiore & Bennett, 2006). In modern policy discourse, this is often referred to as ‘the social impact of the arts’.

In citing these examples, I make reference to a history of ideas that spans quite a long period of time. In doing this, I do not, of course, suggest that there is an unproblematic continuity of ideas that passes from one generation to another. On the contrary, our study highlights discontinuities as well as continuities, not least in what was actually thought to constitute ‘the arts’. But it is probably also fair to say that clusters of basic beliefs about how the arts affect people, inflected by the prevailing political, cultural and intellectual climate, have reappeared over time in different guises.

The first clash of values I want to refer to is that between what we have called the ‘negative’ and the ‘positive’ traditions. What we mean by this is traditions of thinking that suggest, on the one hand, that the arts have a positive impact on both individuals and society, and, on the other, that they have a negative effect. Although the dominant discourse around the arts and society today suggests that the ‘arts are good for you’, this has often been fiercely disputed. The Greek philosopher, Plato, was one of the first to formulate the case against the arts. In his *Republic*, Plato (1993) argued that poetry and the theatre should not be regarded as a reliable source of knowledge and that it would therefore be foolish to expect artworks to transmit any form of intellectual or moral teaching. Plato also believed that engagement with poetry and the theatre distracted people from worthier pursuits and, at worst, corrupted them. Needless to say, the poet had no place in Plato’s ideal city.

It is possible to see this case against the arts echoed in many different historical periods. The early fathers of the Christian church, for example, took up Plato’s misgivings and adapted them to a Christian context between the first and sixth centuries AD. In particular, they repeated and embellished Plato’s argument that enjoyment of poetry and the theatre brought with it a heightened disposition to imitate in real life what had been read in poems or seen on the stage. This belief remained, for centuries, an important ingredient in the prejudice against the theatre. It culminated, in England, in the venomous writings of the Puritan anti-theatrical pamphleteers, whose work stretched from the sixteenth to the eighteenth century. In modern times, these concerns live on in anxieties about the damaging impact that certain forms of culture might have on young or impressionable minds. The issue of ‘copycat behaviour’, for example – where people are said to act out the violence they have seen in films or on TV – has been much discussed in the media and studied extensively by psychologists and sociologists.

In modern times, we also find continued expression of the fear that engagement with culture, far from being morally improving, actually works against good citizenship. The critic and novelist, George Steiner (1996, p.13), for instance, has argued powerfully that the arts may not exercise a civilising influence but in fact become a substitute for engagement with real suffering. And for Steiner, as for many others, the art loving Nazis cast a dark shadow over the supposed humanising influence of culture.

If we turn to the ‘positive tradition’, we find an interesting pattern. The formulation of the case for the arts is invariably produced as a response to one of the proponents of the negative tradition. It is a pattern that is set from the earliest times, when Aristotle (1967) responded to Plato’s censure of the theatre with his theory of *catharsis*. The notion of *catharsis*, through which the individual was somehow ‘purified’ by his or her encounter with a work of art, was subsequently developed by generations of scholars into full-blown theories of the healing, edifying and educational power of the arts.

For example, the so-called Weimar theories of culture, developed in the eighteenth century by the German writers, Goethe and Schiller, suggest that the arts can have a civilising effect and perform a vital moral and educational function in the modern state (Bruford, 1962). This can be related to notions of intellectual and ethical *catharsis* – both elaborations of Aristotle’s original idea. But at the same time, Schiller, in particular, was responding to a contemporary representative of the ‘negative tradition’, namely the political philosopher, Jean-Jacques Rousseau. In his *Discourse on the Arts and Sciences*, Rousseau (1987 [1750], p.3) had denounced the arts as a symbol of decadence and oppression. Schiller (1989 [1795]) responded with a highly elaborate treatise on the moral and social benefits of aesthetic education. Schiller remained an important reference point for the architects of cultural policy in Germany in the years following the second world war.

Similarly, the Romantic movement in England during the eighteenth and nineteenth centuries articulated a passionate defence of the value of poetry in a rapidly changing society. According to the poet, Percy Bysshe Shelley (1988 [1821], pp.282-3), poetry, by virtue of its imaginative power, had the capacity to awaken the imaginative potential of others. Because imagination is at the root of empathy, and because empathy promotes moral conduct, poetry thus fulfils a vital moral function. This, too, can be seen as a further elaboration of Aristotle’s *catharsis*. But it is also a response to another manifestation of the negative tradition, namely, the view that in a growing techno-scientific society, which Shelley’s England had become, the arts are of marginal significance. Shelley’s famous essay, was, significantly, entitled ‘a Defence of Poetry’: a defence required because the arts were perceived to be under attack (1988 [1821]). The terms of this defence have proved remarkably enduring. Many of the arguments put forward by Shelley can be found in contemporary articulations of cultural policy in the UK – particularly in relation to the idea that the arts have transformative powers.

If these conflicts between proponents of the ‘positive’ and ‘negative’ traditions exemplify one clash of cultural values, the conflict between an instrumental and an aesthetic view of the function of the arts represents another. Both the ‘positive’ and the ‘negative’ traditions, despite the opposition between them, do have one thing in common: their valuation of the arts rests on the perceived impact that the arts have on the behaviour of individuals or society. There is, however, a third tradition, which might be termed the ‘autonomy’ tradition. In this way of thinking, although the arts might well have educational, cognitive, humanising or corrupting powers, these, at best, are of secondary importance. The real value of a work of art resides only in the aesthetic sphere. This is sometimes referred to as ‘art for art’s sake’.

Although there were a few earlier, isolated expressions of ‘art for art’s sake’, it was not until the eighteenth century that the idea of the aesthetic, as an autonomous sphere, distinct from moral or didactic considerations, really began to take shape. The story of how this idea was elaborated from a distorted view of the aesthetic theories of the German philosopher, Immanuel Kant, is too long to tell here – and not strictly relevant anyway. But what is relevant is how the

idea of ‘art for art’s sake’, and the nineteenth century Aesthetic movement that championed it, was an assertion of alternative cultural values. These values represented, first of all, a rejection of the association of art with morality and, in particular, the precepts of Christian morality. And, secondly, they represented a rejection of the subordination of art to market principles, based on supplying the public with what it claimed to want. The arts were instead to be cut free from these restraints and become answerable only to their own aesthetic logic.

With these brief references to cultural debates in different historical periods, I hope that I have succeeded in illustrating the two key points that I began with:

- 1) That cultural policy originates in an assertion of cultural values.
- 2) That cultural policy inevitably involves clashes of values.

I hope that I have also provided some kind of intellectual context for what I am going to briefly explore next – that is, sites of conflict in contemporary cultural policy.

SITES OF CONFLICT IN CONTEMPORARY CULTURAL POLICY

This is obviously a very large and complex topic. In the time available, I would like to explore some of the conflicts arising over cultural policies currently pursued by public authorities in Western countries – that is to say, by national and local governments and the institutions they support. In what follows, I will refer to these simply as ‘governmental cultural policies’. In particular, I would like to focus on two areas of conflict. Firstly, the conflict over what kinds of culture should be privileged by a governmental cultural policy; and secondly, the conflicts over the broader social and cultural objectives that such policies are supposed to achieve. These two issues are of course closely inter-connected.

THE CULTURE OF CULTURAL POLICY

Over twenty years ago, in a book entitled *Travels in Hyperreality*, the Italian writer Umberto Eco, made the following observation:

Once upon a time there were the mass media, and they were wicked, of course, and there was a guilty party. Then there were the virtuous voices that accused the criminals. And Art (ah, what luck!) offered alternatives, for those who were not prisoners of the mass media. Well, it’s all over. We have to start from the beginning, asking one another what’s going on. (Eco, 1987, p.150)

Now, twenty years later, I think we are still asking one another what is going on. What Eco was referring to was the disappearance of a fairly straightforward cultural hierarchy. Put simply, the great works of European high culture – that is to say, the music, literature, theatre and art legitimised by European intellectuals and scholarship – was superior to the popular culture distributed by the mass media. But, with the coming of the postmodern age, this hierarchy had been vigorously challenged. So what was the nature of this challenge?

Many cultural analysts and critics in the West have commented on what they see as a crisis of cultural authority, which they trace back to the 1960s and 70s. There is no longer a consensus – either enforced or freely entered into – as to what constitutes the most individually and socially desirable forms of culture.

There are a number of reasons for this. First, the so-called postmodern turn in the humanities and social sciences cast doubt on the very notion of 'disinterested' critical judgement. Valuations of culture were seen to be intimately connected to individual and social identity. It followed from this that there could be no legitimate basis for determining that some forms of culture were inherently superior to others or - indeed - what might actually constitute a 'work of art'. Even the Mer-ton Professor of English Literature at Oxford University, John Carey (2005, p.29), was recently compelled to conclude that 'a work of art is anything that anyone has considered a work of art'.

Secondly, following on from this, any hierarchy of culture would inevitably privilege the interests of one social group over another. The privileging of high culture in the governmental cultural policies of western European countries was one example of this. Despite efforts to democratise it and to establish it as a kind of 'common culture', high culture remained a minority culture, reflecting the interests of the higher social classes. With the development of a more populist tone in democratic politics generally, the legitimacy of a cultural policy based on the artistic preferences of a social elite was increasingly questioned.

Thirdly, the status of European culture within western European cultural policies was further challenged by the notion of 'multiculturalism'. This developed in the wake of the large-scale immigration of non-Europeans into Europe, particularly France, Germany and the UK, in the decades after the Second World War. With the call for cultural policies to recognise and celebrate the culture of immigrant communities, European culture itself was relativised. At the same time, the new field of 'post-colonial studies' was drawing attention to the ways in which European arts and culture had been systematically deployed in the moral justification of the colonial enterprise.

Fourthly, as everyone knows, there has been a massive increase in the volume of cultural goods provided by the commercial entertainment industries, particularly, the US multinationals. However much intellectuals, cultural critics or ministries of culture tried to promote alternative cultural values, the fact remained that the vast majority of people met their cultural needs through these transnational, commercial products. The historian, Eric Hobsbawm (1994, p.520), observed that technology was now drenching everyday life in private as well as public with aesthetic experiences. 'The "work of art", he noted, was now 'lost in the flow of words, sounds, of images in the universal environment of what once would have been called art'.

All of these factors have contributed to what some critics refer to as a crisis of cultural authority. I prefer to see it as the pluralisation of authority. But whatever we call it, it makes the formulation of a governmental or institutional cultural policy highly problematic. This is because any such policy requires a judgment that some forms of cultural practice are more

valuable than others. But without a cultural authority that commands general assent, on what basis can this judgement be made? Cultural policy thus becomes a conflict between different social groups over not just what forms of cultural practice to promote but over what actually constitutes culture. Precisely how such conflicts can be negotiated seem to me to be one of the crucial questions that this Forum might address.

OBJECTIVES OF CULTURAL POLICY

The second area of conflict that I would briefly like to discuss concerns the objectives of governmental cultural policy. In many western countries, there are not only conflicts over what the content of governmental cultural policies should be, but also over the broader cultural and social objectives that such policies are supposed to achieve. In many respects, this second area of conflict can be seen as the latest manifestation of the dispute I described earlier between instrumental and aesthetic views of the function of culture. But there are also different values at work *within* the instrumentalist position.

By instrumental cultural policy, I mean the use of culture to pursue objectives in other than cultural areas (Vestheim, 1994, p.65). These can be economic, social, diplomatic or a combination of all three.

In the economic model, culture is usually valued on account of the contribution it makes to the economy. This is often expressed as a percentage of GDP, in employment statistics and as export earnings (Creative Industries Task Force, 1998, p.8). At a local level, culture is also represented as a catalyst for urban regeneration or as a business asset for a region. There is an extensive body of research, usually commissioned by ministries of culture or arts councils, which is cited in support of this model.

Advocates of the social model of cultural policy see the emphasis on economic impact as a distraction from more worthy, humanistic goals. In their model, culture should be used as a means of achieving a wide range of social objectives, including social cohesion and community empowerment. In some policy formulations, culture is even put forward as an agent of good citizenship and the renewal of civil society (Council of Europe, 1996; Ilczuk, 2001).

The diplomatic model of cultural policy is pursued by organisations such as the Hellenic Foundation in Greece or Germany's Goethe Institute. These can have a more directly political function, using culture to further a nation's interests in foreign affairs. One of the most notable examples of this in recent history was the CIA's promotion of American culture during the Cold War.

As I have already shown, culture has been assigned an instrumental function for as long as long as debates about culture have taken place. But we are arguably living through one of those periods when the nature and function of culture is being contested particularly strongly. One reason for this is the pluralisation of cultural authority that I described earlier. Without an overarching narrative of what culture is and what it is for, we see a multiplication of instrumental theories designed to fill the gap. This, in turn, has provoked a powerful resurgence of calls for culture to be cut loose from wider policy objectives and for a return to the values of ‘art for art’s sake’.

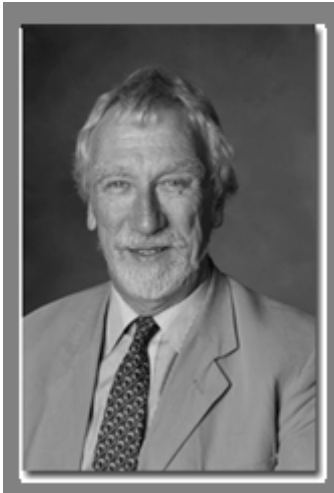
In Britain, one of the leading proponents of this view is John Tusa, the Director of London’s Barbican centre. In his book, *Art Matters: Reflecting on Culture*, he denounces instrumental cultural policy in the following terms:

We have lost a vocabulary and an area of permitted public discourse where values are valued rather than costed; where inspiration is regarded as heaven-sent rather than an unacceptable risk. Instead, we have a materialistic debate where the immaterial is dismissed as pretentious rather than welcomed as essential; where art for art’s sake is pigeon-holed as a personal obsession rather than recognised as a vital social ingredient; where the public good is dismissed as a chimera so long as it cannot be quantified on a balance sheet (Tusa, 2000, pp.29-30)

CONCLUSION

There is much more to be said on these matters and I hope that we can return to them in the course of our discussions. But what I hope that I have at least succeeded in doing is to throw some light on the conflicts of values that arise when cultural policies are articulated. The policies that are given governmental or institutional form, and the goals they are expected to achieve, will ultimately depend upon the values that come to prevail as a result of these conflicts.

What the major conflicts are, which values do prevail, and why they prevail, seem to me to be the key questions we need to start with in trying to understand the dynamics of contemporary cultural policies. They are extremely complex questions, relating, amongst other things, to history, religion and the distribution of social and political power. But unless we do address them, we will be concerning ourselves only with the mechanics of cultural policy and not with its meaning. As the Victorian critic, Matthew Arnold (1981 [1869], p.49) put it, in his famous series of essays on culture and anarchy: ‘faith in machinery is our besetting danger...as if it had a value in and for itself’.



데이비드 트로스비 (David Throsby)

호주 맥쿼리대학교 교수

(Professor, Economics, Macquarie University, Australia)

1974년 부터 호주 맥쿼리 대학 경제학 교수로 재직 중이며 세계은행, OECD, FAO, UNCTAD, UNDP, UNESCO와 정부 기관 및 민간 기업의 고문으로 활동하고 있다. 또한 호주 경제학회(Economic Society of Australia) NSW주(州) 지부 회장 및 국제문화경제학회(Association for Cultural Economics International) 회장 등 여러 이사회 및 위원회에 참여하고 있다.

트로스비 교수는 문화경제학 저널(The Journal of Cultural Economics), 문화정책 및 시문 국제 저널(The International Journal of Cultural Policy, Poetics), 태평양 경제지(The Pacific Economic Bulletin) 편집위원이며, 저서로는 문화경제학(Economics and Culture, 2001) 등이 있다.

Professor of Economics at Macquarie University in Sydney since 1974. Also a consultant to the World Bank, the OECD, FAO, UNCTAD, UNDP and UNESCO as well as many government organisations and private firms. David Throsby has held numerous positions on Boards and Committees, including President of the NSW Branch of the Economic Society of Australia and President of the Association for Cultural Economics International.

He is currently a member of the Editorial Boards of the *Journal of Cultural Economics*, the *International Journal of Cultural Policy, Poetics*, and the *Pacific Economic Bulletin*. His book *Economics and Culture*, published in 2001.

제2-2주제:

글로벌 컨버전스와 문화정책의 도전과제

서 문

"세계화"는 경제, 사회 및 지정학 분야에서 볼 수 있는 일련의 트렌드를 규정하기 위한 논의에서 가장 널리 사용되는 용어이다. 원래 세계화는 세 가지 현상으로 정의될 수 있다. 세계화란 자본과 노동을 포함한 자원의 국가간 지역간 이동을 막는 장벽이 붕괴되고, 글로벌 상품 시장이 형성되면서 국가 기업과 다국적 기업의 사업 기회가 확대되며, 통신의 국제화로 인해 문화적 상징과 메시지가 전세계로 자유롭게 확산되는 현상이다. 이러한 현상에는 기술적 경제적 원인이 있다. 디지털 혁명, 컴퓨터 성능의 폭발적 증가로 인한 다양한 애플리케이션 구현, 인터넷 성장, 통신 및 데이터 전송 기기의 개발과 같은 기술적 요인뿐만 아니라, 국가 및 국제 정책 결정의 적절한 기초로서 신자유주의적 경제 원칙이 광범위하게 수용되면서 세계화가 빠른 속도로 이루어졌다.

세계화는 문화 산업의 중요성을 부각시켰을 뿐만 아니라 문화 정책에 새로운 도전과제를 제시하고 있다. 1990년대 통신 신기술이 개발되기 이전에 문화 상품의 생산과 소비는 주로 국가 및 지역 안에서 이루어 졌다. 물론 음악, 영화, 방송과 같은 문화 상품이 국제적으로 활발히 거래되었지만, 문화 상품의 세계화는 정보화 시대가 도래하면서 이루어 졌고, 한국과 같은 동아시아 국가는 문화 상품과 서비스를 생산·유통·소비하는 새로운 방법을 개발하고 문화 상품을 거래하는 글로벌 시장을 형성하는데 있어 중요한 역할을 담당했다.

창조 경제

창조 경제는 다양하게 정의될 수 있지만, 국제적인 관점이든 국가적인 관점이든, 창조 경제는 빠르게 성장하고 있다. 통계에 따르면 1990년대 OECD 회원국에서 광의의 의미의 창조 경제(과학, 기술, 예술 및 문화 포함)의 연평균 성장률이 서비스업보다 2배 이상 높고 제조업보다 4배 이상 높았다(Howkins, 2001: xvi). 협의의 의미의 창조 산업은 지난 5년, 10년, 15년 동안 많은 국가에서 유사한 패턴을 보이고 있다. 예를 들어, 1997~2004년 동안 영국에서 창조 산업은 부가가치 기준으로 연평균 5%의 생산증가율을 기록한 반면 타산업은 3%을 기록했다(DCMS, 2006). 창조 산업의 고용증가율도 높다. 지난 10년 동안, 영국에서 창조 산업의 고용증가율은 타산업보다 약 2배 정도 높았다. 1995~2000년 동안, 유럽 문화 산업은 연평균 3~5%라는 고용증가율을 기록했으며 일부 국가에서는 보다 높은 증가율을 기록해(Wiesand and Sondermann, 2005:9) 일반적으로 타산업보다 문화 산업의 고용증가율이 높다는 점을 다시 한번 보여줬다.

창조 산업이 전세계적으로 성장하고 있는 주요 동인은 멀티미디어와 통신 기술의 컨버전스에서 찾을 수 있다. 이로 인해 문화 콘텐츠를 생산·유통·소비하는 방법이 통합되고 새로운 형태의 예술 및 문화가 생겨났다. 동시에 미디어와 통신 산업의 규제가 완화되고 국영 미디어 및 통신 기업이 민영화되면서 민간 투자가 급증하고 생산과 고용이 전반적으로 확대되었다. 많은 국가가 이러한 변화가 제공하는 기회를 포착했다.

한국은 비디오 게임, 애니메이션 및 오디오비주얼 서비스 분야의 신기술을 콘텐츠 개발에 활용함으로써 생겨난 성장이라는 파도를 타게 되었다. 예를 들어 한국의 TV 프로그램 수출액은 1999년 1,270만 달러에서 2003년 3,750만 달러로 3배 증가했다(Shim, 2006: 28).

이러한 변화의 저변에는 보다 일반적인 경제 정책 결정 트렌드가 있다. 즉 과학과 기술에만 국한되던 혁신의 개념이 경제에서 창조의 역할을 광범위하게 인정하는 방향으로 확대되고 있는 것이다. 창의적인 아이디어를 지식 경제의 원동력으로 인정하면서 창조 산업은 전문 인력의 주요 공급원으로 조명을 받게 되었고 이러한 전문 인력이 창의적인 아이디어를 내고 비즈니스에서 새 사회 프로그램에 이르기까지 다양한 분야에서 혁신을 창출하고 있다.

창조 산업이 계속 성장하는 또 다른 요인으로 문화 소비의 변화하고 있는 성격을 들 수 있다. 이러한 변화도 또한 통신 신기술이 보급되면서 이루어 지고 있다. 신세대 소비자들은 인터넷, 휴대폰, 디지털 미디어 등을 활용해 다양한 문화를 즐길 뿐만 아니라 수동적인 문화 수용자에서 벗어나 적극적으로 문화 콘텐츠를 만들고 있다. 이러한 변화로 인해 문화 정체성이 재정의되고 있으며 이 과정에서 힘을 갖게 되었다고 생각하는 소비자들의 의식은 앞으로도 창조 산업의 성장에 상당한 영향을 미치게 될 것이다.

창조 산업의 정의

위에서 나는 창조 경제의 구성 요소로서 "창조" 또는 "문화" 산업의 중요성을 언급했다. 그러나 창조 산업이란 정확히 무엇인가? 창조 산업을 정의하는데 있어 예술과 문화를 통신 신기술과 결합하는 아이디어는 1994년 호주 정부가 창조적 국가(*Creative Nation statement*)를 선언하면서 처음 등장했지만, 1997년 영국에서 창조 산업 특별팀(*Creative Industries Task Force*)이 신설되면서 공식적으로 구체화되었다. 영국은 광고, 건설, 미술 및 골동품 시장, 공예, 디자인, 패션, 영화, 게임 산업, 음악, TV 및 라디오, 공연 예술, 출판, 소프트웨어 등을 창조 산업으로 규정하고 있다. 이러한 산업이 모두 지적 재산을 만들고 활용하여 부와 일자리를 창출할 수 있는 잠재력이 있는 산업으로 간주된다.

새 천년이 시작되고 5년 동안, 많은 국가에서 경제 원동력으로서 창조 산업에 대한 관심이 높아졌다. 특히 급성장하는 아시아 국가들은 컴퓨터 게임 산업, 웹 사이트, 디지털 비디오 아트, 디지털 영화, TV 프로그램은 물론 음악, 건축, 디자인을 위한 디지털 콘텐츠 개발에 주력해 왔다. 텍스트 제작, 그래픽, 특수 효과, 애니메이션, 후반 제작 등 창조 산업의 다양한 측면에 디지털 기술이 적용되고 있다.

대부분 국가에서 창조 산업의 생산 및 일자리 창출 기여도는 타산업을 압도하고 있다. 일자리 창출면에서 창조 산업은 전문 기술과 우수한 자질을 가진 인력을 필요로 하는 지식 집약적인 산업이자, 공연이나 영화 제작에서 볼 수 있는 것처럼 창의적인 인력을 집중적으로 투입해야 하는 노동 집약적인 산업이다. 창조 산업의 고용기여도도 매우 높다. 창조 산업은 정의에 따라 다르기는 하지만, 총고용의 4~8%를 담당한다. 창조 산업의 일자리 창출 잠재력은 정책적인 측면에서 중요할 수 있다. 예를 들어, 많은 국가에서 침체된 산업 지역 재개발 전략은 고용을 높이기 위한 효과적인 방법으로 창조 산업 육성에 의존하고 있다. 또한 창조 산업에서 창출되는 일자리의 질은 창조 활동에 적극 참여하고 있다는 의식으로 인해 타산업의 일자리보다 더 높은 직업 만족도를 제공할 수 있다.

표 1은 국가별 창조 산업의 GDP 및 고용 기여도이다.

국가	GDP 기여도	고용 기여도
	(%)	(%)
미국 (2001)	7.8	5.9
영국 (2000)	5	5.3
캐나다 (2000)	5.1	7
호주 (2000)	3.3	3.8
아르헨티나 (1993-94)	4.1	3.5
브라질 (1998)	6.7	5
칠레 (1990-98)	2	2.7
에콰도르 (2001)	1.8	n.a.
우루과이 (1997)	6	5
베네수엘라 (2001)	2.3	n.a.
홍콩 (2002)	2	3.7
일본 (2001)	3	3.2
싱가포르 (2001)	5.7	5.8

*포함된 참조 산업은 국가별로 다를 수 있으며 기여도는 대략적인 수치이다.

출처:

호주/캐나다: Wall Communications Inc. (2004), "The Economic Contribution of the Copyright-Based Industries in Canada", in WIPO (2004), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*, Creative Industries Series No. 1, 107-208.

영국: DCMS (2001), *Creative Industries Mapping Document 2001*, Department of Culture, Media and Sport, London.

일본: GDP 데이터: Keane, Michael (2004), *Creative Industries: an Internationalizing Dynamic?*, Media Technology, Creative Industry and Cultural Significance Conference, Communications and Arts Research Institute, Taiwan, September; **고용 데이터:** Yoshimoto, Mitsuhiro (2003), *The Status of Creative Industries in Japan and Policy Recommendation for their Promotion*, NLI Research, 12/02.

홍콩: Hong Kong Trade Development Council (2002), *Creative Industries in Hong Kong*, www.tdctrade.com/econforum/tdc/tdc020902.htm

기타 국가: OAS (2004), *Culture as an Engine for Economic Growth, Employment and Development*, Organization of American States, Washington DC, June.

긍정적인 영향

창조 산업이 생산 및 고용 증가에 미치는 영향 이외에도 창조 산업은 경제와 사회에 긍정적인 기여를 할 수 있는 특성이 있다. 이 글에서는 세 가지 특성에 초점을 맞추었다.

첫째, 문화 및 창조 산업에서 창의성이 하는 역할은 새 비즈니스 모델 개발과 혁신 도모에 기여한다. Flew(2002)가 언급한 바와 같이 창조 산업, 문화 그리고 지식 경제의 관계는 신경계 역학을 이해하는데 중요하다. 지속적인 기술 및 경제 혁신 과정은 사회, 문화 및 제도 혁신에 의해 강화되어야 한다는 점을 고려하면, 창의성을 촉진하거나 저해하는 요소가 무엇인지를 파악하는 것이 중요하다. Flew는 신경계 역학이 혁신의 문화, 리스크의 문화, 가능성의 문화에 의존하고, 궁극적으로 희망의 문화에 의존하는 한, 신경계는 문화적(Castells, 2001:112)이라는 Manuel Castells의 주장을 지적했다.

둘째, 세계화와 문화 산업은 이로 인해 새로 생겨난 문화 형태와 교류 수단을 통해 긍정적인 영향을 미친다. 첨단 신미디어 분야의 예술인들은 혁신적인 예술 방법을 실험하고 소비자에게 선보인다. 이러한 상황은 상업적 성공은 불확실하지만 성공하면 이익이 막대한 타산업의 전통적인 R&D 활동과 유사하다. 신기술을 활용해 제공 플랫폼들이 새로 개발되면서, 신기술은 소비자들이 예술 상품과 서비스를 거래하는 부문에도 긍정적인 영향을 미친다. 새 플랫폼을 통해 최종 사용자는 문화 상품 소비 방법을 창의적으로 선택할 수 있게 된다.

셋째, 문화 상품을 전통적인 상품 및 서비스와 차별화하는 문화 상품의 기본 특성도 매우 중요하다. 문화 상품은 실제적인 가치뿐만 아니라 문화적인 메시지를 전달하고 사회에 중요한 문화 가치를 표현하는 수단이기도 하다. 이러한 특성으로 인해 UNESCO는 2001년 문화 다양성 선언(*Universal Declaration on Cultural Diversity*)에서 문화 상품과 서비스는 정체성, 가치관 및 의미를 전달하는 고유한 특성이 있는 상품이라고 정의한 바 있다. 따라서 문화 상품의 생산자로서 창조 산업은 아래에서 내가 주장하는 바와 같이 문화 정책에서 매우 중요한 비중을 차지한다

도전 과제

나는 세계화와 세계화가 창조 산업에 미치는 영향이 수반하는 세가지 문제에 초점을 맞추고자 한다.

첫째, 앞서 언급한 바와 같이 창조 산업은 지적 재산의 창출에 의존하고 있으며, 지적 재산권 거래는 오늘날 세계에서 이루어지고 있는 문화 교류의 대표적인 형태이다. 잘 알려진 바와 같이, 저작권 침해가 창조 산업 매출 감소의 주요 원인일 수 있다. 대표적인 예가 음악 산업이다. 음악 해적 행위(CD, 카세트 테이프, 라디오 방송 등의 불법 복제)는 계속 있어왔다. 그러나 오늘날 음악 산업 매출에 영향을 미치면서 가장 빠르게 증가하는 해적 행위는 인터넷을 통한 불법 거래다. 인터넷 해적 행위는 저작권 소유자의 승인 없이 저작권 사용에 대한 대가를 지불하지 않고 소비자들이 즉시 다운로드 받을 수 있도록 인터넷에 음악 파일 데이터베이스를 만드는 것을 말한다. 인터넷 뉴스 그룹과 채팅룸에서 음악을 정기적으로 업로드 또는 다운로드할 수 있고, 많은 사이트에 불법 음악을 다운로드 받을 수 있는 사이트로 연결되는 링크가 있다.

일반적으로 음악 저작권 보유자들에게 인터넷 환경 관련하여 가장 중요한 문제는 소비자들이 P2P 파일 공유가 아닌 합법적인 채널로 음악을 구입할 수 있도록 디지털 음악 사용 허가 제도를 실제로 구축할 수 있는지 여부이다. 인터넷에서 거래되는 음악 정보를 표시하고 추적할 수 있는 기술을 개발하면 특정 작품의 사용을 모니터하고, 사용료를 받거나, 불법 사용을 방지할 수 있을 것이다. 이 경우 합법적인 매출 대비 디지털 음악 불법 복제율이 카세트 테이프와 같은 전통적인 매체의 불법 복제율 수준으로 낮아질 수 있을 것이다.

이러한 기술이 개발되면 통합 디지털 저작권을 저작권법에 편입해 CD, 영구적인 다운로드, 양방향 스트리밍을 다룰 수도 있을 것이다. 이 경우 메이저 음반사와 음악출판사(music publishers)가 현재 시장 입지를 유지할 수 있게 하는 효과가 있을 것이다. 그러나 인터넷 상에서 음악의 불법 사용을 막을 수 없을 것이라는 주장도 있다. 이 주장대로라면 미래에 음악 산업의 구조는 현재와는 완전히 다를 것이다.

두 번째 문제는 노동 시장 문제와 관련이 있다. 대부분 국가에서 고용 및 직장 관행에 전반적인 변화가 일어나고 있으며, 창조 산업도 이러한 변화에서 자유롭지 않다. 예를 들어, 단기 계약직이 장기 계약직과 정규직을 점차적으로 대체하면서 노동의 임시직화(Casualisation)가 상당히 이루어졌다. 예술 노동 시장은 예술인에 대한 보수가 상대적으로 낮고, 불안정성과 불확실성이 오랫동안 있어왔다. 현대 경제에서 변화하고 있는 노동 시장 환경은 예술인 고용 형태를 더욱 불안정하게 만드는 경향이 있었다. 이에 대응하여 일부 예술인들은 새로운 고용 형태를 만들어 가고 있다. 즉 전문성을 필요로 하는 프로젝트별로 고용이 이루어져 창의적 요소를 문화 및 기타 타산업에 제공하고 있는 것이다. 그럼에도 불구하고, 전통적인 예술인들은 새 환경에서 인정받지 못하고 저평가될 수 있는 위험이 있다.

셋째, 세계화와 창조 산업의 팽창으로 인해 국가간 문화 동질화가 이루어질 거라는 두려움이 만연하고 있다. 통신 신기술을 채택함으로써 문화적 메시지와 상징이 유례없는 규모와 속도로 확산되고 있는 것은 사실이다. 많은 경우에 문화적 메시지와 상징은 소비자 상품과 연관이 있어 전세계에 퍼져있는 시장에 광범위하게 진입할 수록 표준화라는 필연적인 인식을 불러일으킨다. 글로벌 기업의 브랜드가 전달하는 친숙한 이미지뿐만 아니라 TV 프로그램이 전달하는 보다 복잡한 문화 콘텐츠나 대중가수의 노래도 우리가 점점 더 동질화된 환경에 살고 있다는 느낌을 갖게 한다.

그러나 세계화가 끊임없이 진화하는 역동적인 과정이기 때문에 세계화의 문화적 영향에 대한 증거는 확실하지가 않다. 세계화의 문화적 영향이 앞서 언급한 바와 같이 보편적으로 인정되는 문화적인 상징의 확산이라고 한다면 확실히 어느 정도의 동질화는 일어났다. 그럼에도 불구하고 외래 문화의 영향이라는 위협은 지역 사회이든 국가든, 특정 그룹의 의지를 강화시켜 문화적 독창성을 발휘하도록 할 수도 있다. 사실 국가 내 또는 국가간 문화적 특성이 사라지고 있다는 증거는 없다. 전세계 곳곳에서 미술, 음악, 문학, 전통 의식 등을 통해서 고유한 문화적 정체성이 여전히 분명하게 보존되고 있다.

문화 정책 대응

이번 포럼에서 다른 연사들이 앞서 언급한 도전 과제를 해결하기 위해 각국 정부가 채택할 수 있는 특정 정책 옵션을 구체적으로 제시할 것이다. 따라서 나는 세 가지 근본적인 측면을 알아보고자 한다.

첫째, 디지털 저작권 관리 문제로 돌아가, 글로벌 컨버전스 시대에 국가와 국제 사회가 기존 저작권 시스템을 강화하는 노력을 해야 한다는 점은 분명하다. 많은 국가에서 기존 저작권 시스템은 새 문화 상품은 물론 전통적인 문화 상품 제공 형태를 다루기도 부적절한 상태에 있다. 변화를 따라잡을 수 있는 국가의 역량은 다르다. 일부 국가는 다양한 사용 형태를 다루는 폭 넓은 의미의 저작권법을 가지고 있어서 변화를 따라잡기 위해 저작권법을 개정할 필요가 적지만, 일부 국가는 저작권을 좁게 정의하고 있어서 저작권법을 개정해야 하는 문제가 있다. 어느 쪽이든, 현재 상황은 각국이 창조자의 권리를 효율적으로 보호하기 위해 저작권법을 개정하는 것을 더욱 어렵게 만들었고, 거의 모든 국가에서 저작권법의 개정 속도는 필요를 따라가지 못하고 있다. 결과적으로 지적 재산을 수출하는 주요 국가(주로 미국)는 무역관련지적재산권협정 (Trade Related Intellectual Property Rights protocol 또는 TRIPS) 등을 이용해 무역 포럼이나 무역 협상에서 저작권 보호 강화 문제를 직접 제기하게 되었다.

둘째, 어느 국가에서든 문화 정책은 (공연, 무용, 오페라, 음악, 시각예술, 공예, 문학 등) 예술 정책을 실행하는 핵심 요소이며, 창조 예술이 한 국가의 문화를 표현하는 주요 수단이라는 점을 고려할 때 이는 당연한 사실이다. 한 국가의 문화 정책은 지역 또는 지방의 문화 정체성을 보여주는 역할을 하는 지역 예술 활동을 다룬다. 예술 중심적인 문화 정책이 창조 산업을 위한 문화 정책이 가지는 보다 광범위한 특성과 어떻게 공존할 수 있을까? 다양한 예술 활동을 추구하는 적극적이고 혁신적인 전문 예술인들이 있는 예술 부문의 성공은 문화 산업이 텍스트, 사운드 및 영상의 독창적인 아이디어와 새 디지털 환경에 적용될 수 있는 창조적 기술 개발을 위해 의존하는 중요한 토대라는 점을 기억해야 한다.

새로 등장하는 창조 산업에서 순수 예술의 중요성은 문화 산업을 일련의 동심원으로 개념화하면 더 잘 이해할 수 있다. 생산에 투입되는 문화적 또는 창조적 요소는 동심원의 중심에서 멀어질수록 줄어든다 (Throsby, 2001). 동심원의 중심에는 앞서 언급한 창조적 예술이 있고 다음 층에는 영화, 방송, 미디어, 출판이, 그 다음 층에는 광고, 건축, 패션, 디자인 등이 있다. 이 모델에서 예술인의 순수 창작 아이디어가 외부로 확산되어, 동심원 중심에서 멀리 떨어진 산업의 문화 콘텐츠 공급을 촉진하고 있다는 것을 알 수 있다. 이는 창조 산업의 기초가 되는 혁신의 힘으로서 창의적인 예술인의 역할에 대해 다시 생각하고, 가장 경제 중심적인 정부조차도 창의적인 인력에 관심을 가져야 하는 이유이기도 하다.

마지막으로 나는 문화 가치와 문화 가치가 문화 정책에 얼마나 중요한 지에 대해서 알아보고자 한다. 각국 정부는 다양한 목표가 있고, 그 중에서도 성장, 고용, 물가 안정, 수지 균형과 같은 전통적인 경제 목표를 항상 달성하고자 한다. 그러나 잘 알려진 바와 같이, 민주 정부는 시민의 복지를 위해 선출되고, 재정적인 복지만으로는 사람들을 행복하게 만들 수 없다. 지역 사회의 구성원은 문화적인 욕구를 가지고 있으며 구성원들이 문화 자원을 보다 쉽게 이용하고 사회의 모든

그룹에서 문화 활동을 할 수 있는 기회를 확대하는 것이 문화 정책의 목적이다.

잘 아시다시피 창조 산업은 문화 가치를 창출하는 문화 상품과 서비스를 생산하고, 사회의 문화적 욕구 충족에 기여하고 있다. 문화 상품 생산이 경제력 향상과 부 창출의 원천으로 간주되는 글로벌 컨버전스 시대에 정부의 문화 정책은 시민에게 풍부한 예술 및 문화 생활을 제공할 책임이 있다는 사실을 잊어서는 안 된다.

TITLE:

Global Convergence and the Challenges to Cultural Policy

Introduction

The term “globalisation” is widely used in the contemporary discourse to identify a series of related trends that can be observed in economic, social and geo-political spheres. Essentially globalisation can be defined as three phenomena: the breakdown of barriers to the movement of resources, especially capital and labour, between countries and regions; the emergence of a global marketplace for many commodities, with increased commercial opportunities for both national and transnational companies; and the internationalisation of communications leading, among other things, to the free transmission of cultural symbols and messages around the world. There are both technological and economic causes underlying these phenomena: the digital revolution, the explosion in computational power available across a wide range of applications, the growth of the internet, and the invention of new devices for communication and data transmission have together provided the technological impetus for globalisation, while its operations have been enabled by a widespread acceptance of neoliberal economic principles as the appropriate basis for national and international policy-making.

Globalisation has given an entirely new prominence to the cultural industries and has provided new challenges for cultural policy. Prior to the development of new communications technologies in the last decade or so of the twentieth century, the production and consumption of cultural goods occurred largely within national and regional boundaries. True, there was considerable international trade in cultural product, especially music, film and television, but it has taken the advent of the new information age – in which the high performing East Asian economies such as that of the Republic of Korea have played such an important role – to open up new means for the production, distribution and consumption of cultural goods and services and to create a global market place in which these products can be bought and sold.

The creative economy

Whether it is viewed from a global or a national perspective, the creative economy – however it is defined – is growing, and growing rapidly. Data for the broadest conceptualisation of the creative economy (i.e. including science and technology as well as the arts and culture) show that in the 1990s in OECD countries it grew at an annual rate that was more than twice that of the service industries overall and more than four times that of manufacturing (Howkins, 2001: xvi). For the creative sector more narrowly defined, statistics on output growth in a number of countries over the past 5, 10 or 15 years show a similar pattern. For example, in the period 1997–2004 output of the creative industries in the UK, measured as value added, grew at 5 per cent per annum, compared to 3 per cent growth for the rest of the economy (DCMS, 2006).

Employment growth has also been substantial. In the UK, employment has grown approximately twice as fast in the creative sector as elsewhere over the last decade, while in the cultural sector of Europe as a whole, the average number of employed persons grew by about 3 to 5 per cent annually in the period 1995 to 2000, with significantly higher rates of growth in some countries (Wiesand and Sondermann, 2005:9), pointing again to generally stronger employment growth in the cultural industries than elsewhere in the economy.

The major drivers of the world-wide growth in the creative industries can be found particularly in the convergence of multimedia and telecommunications technologies that has led to an integration of the means by which cultural content is produced, distributed and consumed, and has fostered in turn new forms of artistic and cultural expression. At the same time the deregulation of media and telecommunications industries and the privatisation of previously state-owned enterprises in these spheres has opened the way for massive growth in private-sector investment, with consequent effects on output and employment across the board. A number of countries have seized the opportunities provided by these developments. To illustrate, Korea has ridden a “wave” of growth driven by its harnessing of content creation to the new technologies in video games, animation and other audiovisual services, with the result that Korean television programming exports, for example, increased threefold in value (from \$12.7 million to \$37.5 million) over the period 1999 to 2003 (Shim, 2006: 28).

Underlying these developments has been a more general trend in economic policy-making towards a broadening of the concept of innovation from one concerned only with science and technology into a more wide-reaching appreciation of the role of creativity in the economy. Opening up the idea of creativity as a driving force in the knowledge economy pushes the creative industries into the spotlight as a primary source of the skilled workforce that can produce creative ideas and make innovation happen across a wide range of activities from business entrepreneurship to imaginative new social programs.

A further factor that continues to drive the growth of the creative economy is the changing nature of cultural consumption. Again it is the spread of new communications technologies that lies behind the transformation. New generations of consumers are using the internet, mobile telephony, digital media etc. in ways that not only expand their range of cultural experience but also transform them from passive recipients of cultural messages into active co-creators of cultural content. The sense of empowerment brought about by these developments and the process of re-defining cultural identities that they initiate are likely to continue as significant influences on the growth of the creative industries in the future.

What are the creative industries?

I have alluded above to the significance of the “creative” or “cultural” industries as components of the creative economy. But what exactly do the creative industries entail? The idea of linking arts and culture to new communications technologies in defining creative industries emerged first in the Australian Government’s *Creative Nation* statement of 1994, but

it took its first formal shape in 1997 in the UK with the establishment of a Creative Industries Task Force. The activities included within the ambit of the creative industries in Britain are: advertising; architecture; arts and antique markets; crafts; design; fashion; film; interactive leisure software; music; television and radio; performing arts; publishing; and software. These are all regarded as industries which have the potential for wealth and job creation through the generation and exploitation of intellectual property.

In the first five years of the new millennium, interest in the creative industries as a dynamic force in the economy has consolidated in a number of countries, especially in the rapidly growing economies of Asia, where there has been a particular focus on the creation of digital content for the computer games industry, web sites, digital video arts and digital film and television production, as well as music, architecture and design. The digital applications have covered a number of aspects of these activities, including the creation of text, graphics, special effects, animation and post-production.

In most countries the growth of the creative industries has outstripped that of the rest of the economy, measured in terms of their contribution both to the value of output and to job creation. In the latter respect, it can be noted that the creative industries are both knowledge intensive, requiring specific skills and high-level qualifications in their workforce, and labour intensive, especially those with a high concentration of creative inputs, as occurs, for example, in theatre or film production. The contribution of the cultural industries to employment is usually significant; typically they account for around 4 to 8 per cent of the workforce in the economy, again depending on the scope of the sector as defined. The job-creation potential of these industries can be important in policy terms; for example strategies aimed at redeveloping depressed industrial regions in a number of countries have looked to establishment of creative industries as an effective way to boost employment. Furthermore it is sometimes noted that the quality of jobs generated in the cultural industries may provide greater levels of employee satisfaction than in more routine occupations because of the commitment and sense of cultural involvement engendered amongst participants in a creative endeavour.

Some indicative statistics on the contribution of the creative sector to GDP and to employment for a range of countries are shown in Table 1.

Table 1. Contribution of the creative industries to the economy: selected countries^(a)

Country	Proportion of GDP	Proportion of total employment
	(%)	(%)
United States (2001)	7.8	5.9
United Kingdom (2000)	5.0	5.3
Canada (2000)	5.1	7.0
Australia (2000)	3.3	3.8
Argentina (1993-94)	4.1	3.5
Brazil (1998)	6.7	5.0
Chile (1990-98)	2.0	2.7
Ecuador (2001)	1.8	n.a.
Uruguay (1997)	6.0	5.0
Venezuela (2001)	2.3	n.a.
Hong Kong (2002)	2.0	3.7
Japan (2001)	3.0	3.2
Singapore (2001)	5.7	5.8

Notes:

(a) Industries included vary from country to country and percentages are only approximate.

Sources:

Australia and Canada: Wall Communications Inc. (2004), "The Economic Contribution of the Copyright-Based Industries in Canada", in WIPO (2004), *National Studies on Assessing the Economic Contribution of the Copyright-Based Industries*, Creative Industries Series No. 1, 107-208.

UK: DCMS (2001), *Creative Industries Mapping Document 2001*, Department of Culture, Media and Sport, London.

Japan: *GDP data*: Keane, Michael (2004), *Creative Industries: an Internationalizing Dynamic?*, Media Technology, Creative Industry and Cultural Significance Conference, Communications and Arts Research Institute, Taiwan, September; *Employment data*: Yoshimoto, Mitsuhiro (2003), *The Status of Creative Industries in Japan and Policy Recommendation for their Promotion*, NLI Research, 12/02.

Hong Kong: Hong Kong Trade Development Council (2002), *Creative Industries in Hong Kong*, www.tdctrade.com/econforum/tdc/tdc020902.htm

Other countries: OAS (2004), *Culture as an Engine for Economic Growth, Employment and Development*, Organization of American States, Washington DC, June.

What are the positive impacts?

In addition to their effects on output and employment growth, the creative industries have some particular aspects that make a positive contribution to the economy and to society. Here I simply highlight three such aspects.

First, the essential role that creativity plays in the cultural and creative industries is conducive to the development of new business models and to the promotion of innovation. As Flew (2002) has noted, the relationship between the creative industries, culture and the knowledge economy is central to understanding the dynamics of the new economy. Given that sustained processes of technological and economic innovation must be underpinned by social, cultural and institutional innovation, it is important to comprehend what factors encourage or discourage creativity. Flew points to Manuel Castells' observation that the new economy is cultural insofar as its dynamics are dependent on "the culture of innovation, the culture of risk, the culture of expectations, and ultimately, on the culture of hope in the future" (Castells, 2001:112).

Second, globalisation and the cultural industries have had positive impacts via the ways in which they have opened new forms of cultural expression and fostered new avenues for cultural exchange. At the cutting edge, artists working in new media are experimenting with innovative methods for making art and communicating it to consumers; these developments can be likened to traditional R&D activities in other industries, where eventual commercial payoff is uncertain but could be substantial. At the other end of the value chain, where artistic goods and services are purchased by consumers, the new technologies have also had positive impacts, through the development of new platforms for delivery, especially those involving interactive consumption where end-users themselves may exercise creative choices in how they consume the cultural product.

Third, it is important to remember a fundamental property of cultural goods, one which serves as a basis for distinguishing them from other conventional goods and services in the economy. Cultural goods are more than simply utilitarian in their value; in addition they are means for conveying cultural messages or representing cultural values of importance to society. This is the characteristic recognised in UNESCO's *Universal Declaration on Cultural Diversity* of 2001 where it is stated that cultural goods and services are commodities of a unique kind, since they transmit "identity, values and meaning". Hence the creative industries, as producers of such goods, have a special claim on cultural policy, as I discuss further below.

What are the challenges?

I want to draw attention to three problems that have accompanied the spread of globalisation and its effects on the creative sector.

First, as noted above, the creative industries depend on the production of intellectual property, and trade in rights is the major form in which cultural exchange takes place in the world today.

It is well known that copyright infringements can be a very significant source of lost revenue to creative producers. The music industry is a good example. Music piracy (unauthorised copying of CDs, cassette tapes, radio broadcasts etc.) has been around for many years. But the most rapidly growing form of piracy to affect music sales at the present time has been the unauthorised exchange of music via the internet. Internet piracy simply involves making databases of music files available on the world-wide web for immediate download by consumers, without payment to the rights-holders whose material is being used and without their permission. Internet newsgroups and chat rooms may be involved in serial uploading or downloading of music material, and many sites have been established offering links to sources of infringing material. For music copyright-holders generally, the key issue in the evolving internet environment is whether or not viable and enforceable licensing arrangements for digital music can be established which will make peer-to-peer file-sharing a less attractive option for consumers than obtaining music through legitimate channels. Technological developments enabling the marking and tracking of musical information as it moves about the internet may make it possible to monitor usage of specific works, and hence to extract payment or prevent infringement. If so, the private copying of music in digital form may be reduced to the same manageable proportions in relation to legitimate sales as is currently the case for private copying in conventional formats such as off-air taping.

Such a development would enable the incorporation of an integrated digital right into copyright legislation which would cover CDs, permanent downloads and interactive streaming. It would presumably have the effect of allowing the major record labels and music publishers to maintain something like their present market positions. Against this, however, it must also be remarked that unauthorised use of music on the internet may well prove unstoppable; if this is the case, the entire structure of the music business in the future will be radically different from what it is now.

The second problem relates to labour market issues. In most countries changes have been taking place in employment and workplace practices across the board, and the creative industries are not immune from these effects. For example, there has been significant casualisation of the workforce, with a gradual replacement of long-term or permanent employment arrangements with short-term contracts. Markets for artistic labour have a long history of instability and uncertainty, with relatively low rewards to creative practitioners; the changing circumstances of labour markets generally in the contemporary economy have tended to de-stabilise artists' working arrangements even further. In response, some creative workers are fashioning new career styles, operating as a highly-skilled project-based mobile workforce that provides creative input to the cultural and other industries. Nevertheless there is a danger that traditional artists may remain an underprivileged and under-appreciated class in this new environment.

Third, there is a pervasive fear that globalisation and the expansion of the creative industries will lead to a homogenisation of cultures between countries. It is true that the adoption of new communications technologies means that cultural messages and symbols are being transmitted

in volumes and at speeds that have never been witnessed before. In many cases the messages and symbols are associated with consumer products which, as they penetrate markets more and more widely scattered around the world, carry with them an inevitable sense of standardisation. It is not just the familiar images conveyed by global corporate branding, but also the more complex cultural content conveyed by television programs or the songs of popular music performers that contribute to this feeling that we are living in an increasingly homogenised environment.

However, the evidence on the cultural impact of globalisation is mixed, particularly because these are dynamic processes in a constant state of evolution. If impact is measured by the observable spread of universally recognised cultural symbols as described above, certainly some homogenisation has occurred. Nevertheless, the very threat of external cultural influences may actually sharpen the resolve of particular groups, be they local communities or nation states, to assert their own cultural distinctiveness. Indeed, there is little indication that cultural differentiation within or between countries is dying out. The celebration of specific cultural identities through art, music, literature, ritual, tradition and in many other ways is clearly alive and well in all parts of the world.

Cultural policy responses

Other speakers at this forum will be providing detailed suggestions as to particular policy options that governments can adopt to deal with the challenges discussed above. I wish just to identify three underlying aspects.

First, to return to the issue of digital rights management, it is clear that in an era of global convergence, it is essential to reinforce national and international efforts to strengthen existing copyright regimes, which remain inadequate in many territories to cover conventional formats for the delivery of cultural product, let alone newer ones. Countries vary in their capacity to deal with changing times; some have broadly defined rights covering many types of usage, thus reducing the need for legislative amendments to meet changing times, others have more narrowly defined rights such that new challenges to copyright law have to be met with legislative amendment. Either way, current developments have made it increasingly difficult for national copyright laws to be effective in protecting creators' rights, and the pace of change in legislation virtually everywhere has lagged far behind what has been required. As a result, the main countries which export intellectual property (principally the USA) have moved to bring improved copyright protection directly within the ambit of trade forums and trade negotiations, through avenues such as TRIPS (the Trade Related Intellectual Property Rights protocol).

Second, whatever country is being considered, cultural policy is likely to have a central component dealing with policy towards the arts (theatre, dance, opera, music, visual arts, craft, literature, etc.). This is entirely appropriate, given the fact that a country's creative arts are a primary means by which the culture of the country is expressed. At sub-national levels of government, too, the ambit of cultural policy is certain to embrace the local practice of the arts which act as a mirror of the cultural identity of the region or province. How does cultural policy

focussing on the arts coexist with those wider aspects of cultural policy that deal with the creative industries? Here it is important to remember that a flourishing arts sector with active and innovative professional artists working across a range of artforms, is a necessary foundation on which the wider cultural industries depend for original ideas in text, sound and image, and for the development of the creative skills that can be applied in the new digital environment.

The importance of the pure arts to the newly emerging creative industries can be better understood by conceptualising the cultural industries as a series of concentric circles, where the cultural or creative component of the output produced declines as one moves further outwards from the centre (Throsby, 2001). At the centre of the concentric circles lie the creative arts as delineated above. The next layer in this conceptualisation includes film, broadcasting, media, publishing etc. A further and more remote circle can be identified to include advertising, architecture, fashion, various aspects of design and so on. In this model we might observe the way in which pure creative ideas originating from artists percolate outwards, stimulating the provision of cultural content in the industries further from the core. This brings us back to the role of the creative artist as the innovative force providing the foundation on which the creative industries are built, and provides a significant reason as to why even the most commercially-driven government should be interested in these creative workers.

Finally I return to the question of cultural value and its importance to cultural policy. Governments have a range of objectives, amongst which the traditional economic goals of growth, employment, price stability, balance of payments equilibrium and so on always take a pre-eminent position. But governments in democratic countries are elected to serve the will of the people, and it is well known that financial wellbeing is not the only thing that makes people happy. Members of the community have needs and desires for cultural fulfilment, and it is a task of cultural policy to facilitate access to cultural resources and to foster opportunities for cultural expression across all groups in society.

As we have noted, the creative industries produce the cultural goods and services that yield cultural value and hence contribute towards fulfilling society's cultural needs. In an era of global convergence, when the production of creative goods is seen increasingly as a source of economic empowerment and wealth creation, a government's cultural policy should not lose sight of its essential responsibility to deliver a rich artistic and cultural life for the citizens it serves.

References

Castells, Manuel (2001), *The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*, Oxford University Press, Oxford. Department for Culture, Media and Sport (2006), *Creative Industries Economic Estimates Statistical Bulletin*, 5, September.

Flew, Terry (2002). "Beyond ad hocery: defining creative industries", (Paper presented to *Cultural Sites, Cultural Theory, Cultural Policy, The Second International Conference on Cultural Policy Research*, Te Papa, Wellington, New Zealand, January).

Howkins, John (2001), *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, Allen Lane Press, London.

Shim, Doobo (2006). "Hybridity and the rise of Korean popular culture in Asia", *Media, Culture & Society*, 28(1): 25-44.

Throsby, David (2001), *Economics and Culture*, Cambridge University Press, Cambridge.

Wiesand, Andreas and Michael Sondermann (2005), *The "Creative Sector" – an Engine for Diversity, Growth and Jobs in Europe*, European Cultural Foundation: 18.



원광연 (Kwangyun Wohn)

한국과학기술원 문화기술대학원장

**(Professor, Graduate School of culture
Technology, Korea Advanced Institute
of Science and Technology, Korea)**

1974년 서울대에서 응용물리학을 전공하고 1981년 위스콘신 대학(University of Wisconsin, Madison)에서 컴퓨터과학 석사 학위를, 1984년 메릴랜드(University of Maryland, CollegePark)에서 컴퓨터과학 박사 학위를 취득했다. 하버드대 응용과학부 강사(1984-1986), 펜실베이니아대 컴퓨터 정보공학과 교수(1986-1990)를 거쳐 KAIST 컴퓨터과학과 교수(1990-91)로 부임했다. 전문분야는 컴퓨터 시각화(visual computation), 가상 현실 및 컴퓨터 음악 등이다.

Received the B.S. degree in Applied Physics from the Seoul National University in 1974, and the M.S. and Ph.D. degree in Computer Science from the University of Wisconsin, Madison in 1981, and University of Maryland, CollegePark in 1984, respectively. The Division of Applied Science at Harvard University as a Lecturer(1984-86), the Department of Computer and Information Science at the University of Pennsylvania as an Assistant Professor (1986-90); the Computer Science Department at KAIST as a Visiting Associate Professor (1990-91).

Faculty of KAIST on July 1991 as an Associate Professor. His research interests are visual computation, virtual reality, and computational music.



Global Culture Forum 2007 Seoul

주제 3: 주요국가 문화정책 현안

THEME 3 : Cultural Policies in Advanced Countries

3-1 프랑스의 문화정책 France's Cultural Policy

베누와 포미에 **Benoit Paumier**112

3-2 일본의 문화정책 Japan's Cultural Policy

오야마 신노스케 **Oyama Shinnosuke**126

3-3 캐나다의 문화정책 Canada's Cultural Policy

장 피에르 블래 **Jean Pierre Blais**139

3-4 영국의 문화정책 Britain's Cultural Policy

폴 커크만 **Paul Kirkman**153



베누아 포미에 (Benoit Paumier)

프랑스 문화통신부 국제국장

(Director of cultural policies and international affairs, Ministry of culture and media, France)

1983년에 파리정치대학(Institut d'Etudes Politiques de Paris), 1987년에 국립행정학교(Ecole Nationale d'Administration)를 졸업했다. 파리국립오페라단(Opéra National de Paris) 재무 및 관리 이사(1987년), 프랑스 국제라디오 및 Radio Monte-Carlo Moyen-Orient 대표이사(1998-2002)를 역임했으며, 2002년 이후로 프랑스 문화부 문화정책 및 국제문제 담당 국장으로 활동하고 있다.

Graduate of the Institut d'Etudes Politiques de Paris (1983) and the Ecole Nationale d'Administration (1987), Director of Finance and Administration of the Opéra National de Paris (1987), Managing Director of Radio France Internationale and Radio Monte-Carlo Moyen-Orient (1998-2002), Director of cultural policies and international affairs at the French Ministry of Culture et Medias, since 2002.

제3-1 주제:

프랑스의 문화정책

먼저, 이 컨퍼런스에 초청해 주신 김명곤 문화관광부 장관님께 ‘르노 돈디유 드 바브르 (Renaud Donnedieu de Vabres)’ 프랑스 문화통신부 장관님을 대신하여 감사말씀 드립니다. 또한 제가 모국어인 프랑스어로 연설할 수 있는 기회를 주신 조직위 측에 감사 드리고 싶습니다. 이는 프랑스에 대한 배려일 뿐만 아니라, 문화분야 국제관계에 있어 기본이 되어야 하는 문화 및 언어 다양성의 원칙에 대해 한국과 프랑스가 가지고 있는 공통의 의지를 반영하는 것이라 할 수 있습니다.

지난 몇 년간, 한국과 프랑스는 다양한 문화 정책, 특히 문화 다양성이라는 문제에 대해 검토하고 의견을 나누었습니다. 프랑스에서 있었던 한-불 수교 120주년 기념행사 ‘한국을 가슴속으로 (Corée au Coeur)’ 와, 루브르 박물관 소장품의 한국 전시회가 큰 성공을 거둔 것을 자랑스럽게 생각합니다. 이 행사들을 통해 양국 문화 관계의 깊이를 많은 사람들이 분명히 알 수 있었습니다.

제 연설의 제목인 ‘프랑스의 문화 정책’은 폭넓은 내용을 담고 있습니다. 그래서 오늘 저는 프랑스 문화 정책의 근간이 되는 대원칙들을 여러분께 소개하고, 다음으로 우리의 문화 정책이 해결해야 하는 주요 도전과제에 대해 말씀 드리고자 합니다.

1. 프랑스 문화 정책의 대원칙

프랑스는 전통적으로 문화를 공공정책의 중심에 놓는, ‘국가 개입 원칙 (State Intervention)’을 견지해 왔습니다.

따라서 프랑스의 문화 조직 시스템은 아주 일찍부터 ‘문화가 정치적 권한 행사나 여타의 사회 활동과 불가분의 관계에 있다’는 개념에 따라 형성되어 왔고, 당연히 문화 정책이 전반적인 공공정책의 핵심 축이 되어 왔습니다.

국제적 차원에서, 문화는 국제 사회에 영향을 끼치고 국제 대화를 하는 외교적 수단입니다. 이에 따라 프랑스는 일찍부터 해외에 광범위한 문화 네트워크를 구축해 왔습니다.

사회적인 측면을 보면, 문화 정책은 사회적 통합과 연대감 형성에 기여할 수 있습니다.

경제적인 견지에서 보면, 문화는 한 나라의 매력과 발전도를 결정하고 부가가치를 창출하는 요인이 됩니다.

마지막으로 보다 넓은 정치적인 관점에서 보면, 문화는 대화, 관용, 다원주의 및 민주주의를 강화하는데 필요한 모든 가치를 발전시키는 도구로 활용될 수 있습니다.

이처럼 문화에 대한 확신을 가진 프랑스는 문화 정책에 대한 무거운 책임감을 느끼고 있습니다. 국가는 나라의 유산을 보호하고, 창작활동을 촉진하고, 국민 모두가 문화를 향유할 권리를 누릴 수 있도록 보장해야 할 뿐만 아니라, 전반적인 공공 문화정책의 집행에도 적극 개입해야 합니다.

이 같은 프랑스 문화의식의 뿌리는 역사에서 찾을 수 있습니다. [콜레주 드 프랑스(College de France)]^[1], [프랑스국립극단(Comédie française)], [왕립음악아카데미(Academie Royale de Musique)], [파리국립오페라(Opéra National de Paris)]와 같은 기관들이 16, 17 세기에 왕실의 의지로 탄생했으며, 오늘날까지 그 명맥을 이어오고 있습니다.

프랑스 혁명과 함께 문화 유산의 보존에 대한 열망이 대두되었으며, 이에 따라 1793년 루브르 박물관이 개관하고 ‘역사적 기념비’라는 개념이 탄생하게 되었습니다.

그 후, 문화 유산 보존에 관한 규제를 담당하는 여러 행정관청들을 통합해 문화 분야 전반의 업무를 전담하는 장관급 부서를 만들 필요가 있다는 의견이 나오게 되었고, 이에 따라 1959년에 ‘안드레 말로(André Malraux)^[2]’를 초대 장관으로 문화부(Ministry for cultural Affairs)가 만들어졌습니다.

이후 문화부는 권한과 영향력이 더욱 확대, 강화되어, 문화 유산뿐만 아니라 무용, 연극, 음악과 같은 창작 분야 업무를 담당하게 되었고, [프랑스국립도서관(Bibliothèque Nationale de France)]을 비롯한 기타 도서관 업무가 교육부에서 문화부로 이전되면서 문서보관 및 도서, 도서관 관리를 맡게 되었습니다. 또한, 원래 주택공공사업부(Ministry of House Building and Public Works)의 업무였던 건축관련 업무를 승계했고, 마지막으로 미디어와 신기술 분야의 법적, 기술적 규제 업무를 추가로 담당하게 되어 현재의 문화통신부(Ministry of Culture and Communication)의 모습을 갖추게 되었습니다.

문화통신부가 이처럼 다양한 업무를 담당하게 된 것은 문화의 ‘광의적 정의(a broad definition of culture)’에 기초한 것입니다. 문화의 광의적 정의를 근거로, 여러 부처가 관련된 의사결정에서 문화통신부장관의 의견이 무게를 가질 수 있게 되었고, 이에 따라 문화통신부 소르본느(La Sorbonne)의 보수적 추종주의에 대한 반발로 1530년 프랑소와 1세(François I)에 의해 탄생한 특수 교등교육 기관으로, 학위는 수여되지 않음

^[2] 1901~1976 프랑스의 작가, 미술평론가, 정치가신부장관이 문화 정책을 리드할 충분한 수단을 갖게 된 것입니다.

과거, 문화정책에 다양한 행정부처가 관련되어 있었던 구체적인 예로서, 저는 하나의 수치를 들고 싶습니다. 2006년 문화통신부 예산이 25억 유로로서, 문화 활동에 대한 총 정부 지출 62억 유로의 절반에도 못 미치는 수준이었습니다. 이것은 기타 여러 부처들도 문화 분야에서 상당한 역할을 하고 있었기 때문입니다. 특히 외무부(Ministry of Foreign Affairs)는 대외 문화 활동을 담당했고, 교육부(Ministry of Education)는 각급학교의 예술, 문화 교육을 지원했습니다. 또한, 문화통신부는 병원과 교정수감시설에서의 문화 활동 개발을 위해 보건부(Ministry of Health) 및 법무부(Ministry of Justice)와 협력 관계를 맺고 있었습니다.

과거로 잠깐 돌아가 보면, 당시에 문화 정책들은 보다 넓은 대표 주제 하에서 수립되었습니다. ‘예술, 문화를 최대한 많은 사람들이 누릴 수 있게 하는 것’으로부터 시작하여, 그 주제는 ‘프랑스 본토 및 프랑스령에서의 문화 발전’, ‘문화의 민주화’, 마지막으로 가장 최근의 ‘문화 다양성 및 문화간 대화’의 순서로 변천해 왔습니다.

[1] 소르본느(La Sorbonne)의 보수적 추종주의에 대한 반발로 1530년 프랑소와 1세(François I)에 의해 탄생한 특수 교등교육 기관으로, 학위는 수여되지 않음

[2] 1901~1976 프랑스의 작가, 미술평론가, 정치가

이와 병행하여, 프랑스의 문화 정책의 집행은 시 정부, 지역 정부, 문화분야 관련 공공기관 등, 지역 행정 주체의 증가와 함께 변화해 왔습니다.

각급 지역 정부들이 자치권을 갖게 되면서 각 지역의 정체성을 강화하고 지역 발전에 공헌하기 위해 자체적으로 문화 정책을 마련하려는 의지가 생겨난 것입니다. 지역 차원에서, 문화는 지역적 특색과 매력을 증가시키고 문화 관광 산업을 개발하는 수단이 될 수 있습니다.

따라서, 다른 유럽 국가들에서처럼 지역차원의 재정지원이 문화 지원에서 점점 더 중요한 부분을 차지하게 되었습니다. 이러한 현상은 1982년에 ‘지방분권법(Laws of Decentralization)’이 마련되면서 더 활기를 띠게 되었습니다.

지역적, 국가적 차원에서의 문화 활동이 변화하는 이 시점에서 문화 정책의 범위 또한 확대되었고, 특히 1992년 ‘마하트리트조약(Treaty of Maastricht)^[1]’ 체결 이후에는 유럽차원의 문화 정책에 보다 큰 무게가 실리게 되었습니다.

유럽 전역에 걸쳐 모든 국가에 문화부가 설립 되는데, 스페인이 1977년, 영국이 1994년에 문화부를 설치 했습니다. 독일은 1998년에 문화부를 창설했는데, 다만 독일은 연방국가체제를 견지하고 있기 때문에 문화정책은 이론적으로 연방정부의 소관입니다. 이탈리아에서는 문화상품부가 문화부로 바뀌었습니다.

마지막으로, 문화에 투자하는 개인 및 기업에 감세를 비롯한 재정적 인센티브를 지출액의 최고 60%까지 제공하는 민간후원에 관한 법안이 2003년에 마련되면서, 프랑스의 각급 정부들은 민간의 문화에 대한 지원을 적극 장려해 왔습니다.

그러나 프랑스의 문화분야에 대한 지원은 중앙 정부가 전체의 1/2, 지방 정부가 1/3을 담당하는데 비해 민간의 지원은 3% 정도에 불과하고, 그 나머지는 공연수익금 등 문화활동 자체의 지원으로 충당되고 있습니다. 이는 미국의 사례와 비교해 보았을 때 아직 미미한 수준입니다.

2. 도전과제

제 의견으로는, 프랑스의 문화정책은 향후에 두 가지 큰 도전과제에 직면하게 될 것으로 보입니다. 첫 번째 도전과제는, 세계의 문화가 세계 경제와 어떤 관계 속에서 발전할 수 있는가 하는 문제를 해결하는 것입니다. 두 번째 도전과제는, 빠른 기술발전 추세 속에서 세계화 및 표준화와 문화다양성의 보호라는 문제의 균형을 어떻게 잡아갈 것인가 하는 것입니다.

첫 번째 문제에 관해서는, 문화가 경제 활동에 점점 더 큰 부분을 차지하고 있다는데 대해 폭넓은 공감대가 형성되고 있습니다. 기술혁명과 세계화로 인해, 오늘날 문화와 창의성은 선진국가 개도국을 막론하고 국가의 경제적 경쟁력을 높이고, 시장을 활성화 하고, 소비자들을 설득하는데 있어 중요한 자산이 되고 있습니다.

문화적 세계와 경제적 세계의 관계를 가깝게 하는 것은 꼭 필요한 문제이지만, 경제와 문화의 역사를 돌이켜 볼 때, 이것은 또한 복잡한 문제이기도 합니다.

[1] 1992년 2월 7일 유럽공동체(European Communities)의 당시 12개 회원국간에 체결된 유럽연합(European Union) 창설에 관한 조약

문화와 경제의 융화는 문화와 음악-영상 산업관련 법, 신기술의 영향, 로열티, 저작권과 같은 지적재산권 문제뿐만 아니라, 한 차원 넓게는, 지속가능 발전의 한 모델로서의 문화 관광 산업 또는 문화를 기반으로 한 국가의 이미지 같은 문제들에 관련이 있습니다.

문화 활동은 또한 경제 발전 및 일자리 창출에도 기여합니다. 프랑스 문화 분야에서 창출된 일자리가 약 47만개로서 전체 고용의 2%를 차지하고 있습니다. 이것은 자동차 산업과 비견될 만한 수준이며, 보험 업계에 비해서는 그 비중이 두 배나 큰 것입니다. EU권에서는 문화와 관련된 분야에서 일하는 인원이 420만 명에 이르며 그 중 절반이 문화 산업에 종사하고 있습니다.

이 추산치는 문화 산업을 영화, 음악, 출판 산업만으로 제한했을 때의 수치입니다. 대단히 예술적인 직종이 많이 존재하는 패션, 명품 산업 그리고 건축, 소프트웨어 등 기타 창의적인 산업으로 그 범위가 확장된다면, 그 수치가 7% 정도로 훨씬 커질 것입니다. 관광 분야에서 창출된 간접적 고용도 이들 수치에 고려되었음을 말씀 드리고 싶습니다.

이 뿐만 아니라, 문화 분야는 국부 창출 면에서 가장 현대적이고 특히 역동적인 분야입니다. 1990년 이후, 프랑스에서 문화와 관련된 고용의 창출이 기타 분야에 비해 두 배나 빠른 성장을 보여 왔습니다. 특히 빠른 성장을 보인 분야가 음악-영상 분야로서, 동기간 기타 업계의 창업이 불과 10% 성장한 반면, 음악-영상 분야의 창업은 42%나 급상승 했습니다. 또한, 프랑스가 관광 분야에서 벌어들이는 수입이 300억 유로인데 프랑스를 찾은 7천 5백만 관광객들의 절반이 프랑스를 찾은 동기 중 하나가 프랑스의 문화라고 답했으며, 15%는 프랑스 방문의 주요 목적이 프랑스의 문화라고 밝혔습니다.

따라서, 문화에 투자하는 것이 특히 수익성 높은 경제적 투자라는 것이 분명하다고 하겠습니다.

하지만, 문화는 그 특수성과 다양성을 보존할 때에만 경제적 자산으로 남을 수 있습니다.

문화는 그 전통적인 차원에서뿐만 아니라 창의적인 차원에서도 그 문화권에 속하는 개인과 사회의 정체성을 표현하는데 기여합니다. 유형이던 무형이던, 문화유산이 진정한 가치를 갖기 위해서는, 공동체의 가치관에 갖고 있는 그 문화유산의 뿌리를 생각하고 그것을 존중해야 합니다. 창작은 작가가 및 예술가의 자유와 및 비판정신에 의해서만 꽃필 수 있습니다.

오스트리아 태생의 미국 경제학자 ‘슈페터(Joseph Alois Schumpeter)^[1]’는 예술적 창의성과 경제적 창의성을 구별하면서, ‘예술가는 발명을 하고 사업가는 혁신을 한다’고 했습니다. 경제적 창의성의 결과는 시장이 제공하는 기회를 활용하는 데에 그칩니다. 그러나 우리는 경제적 창의성보다 더 본질적인 것이 있다고 생각합니다. 그것은 바로 예술적 창조성입니다.

문화를 오로지 경제적, 상업적 규칙에만 종속시킨다면 결과적으로 문화는 그 특수한 가치와 매력을 잃게 될 것입니다. 우리가 자연 자원에 대해 그랬던 것과 같이, 단기적 경제 이익을 얻기 위해 문화 자원을 남용한다면, 그것은 황금알을 낳는 거위를 죽이는 일이 될 것입니다.

[1] 1883~1950 오스트리아 출신의 미국 경제학자. 체코의 모라비아 출생. J.M. 케인스와 함께 20세기 전반의 대표적 경제학자의 한 사람.

경제와 문화의 관계는 서로 종속적인 것이어서는 안됩니다. 문화는 재계와의 지속적이고 진실한 대화를 통해서만 재계의 새로운 후원을 이끌어 낼 수 있습니다. 반면, 문화가 또 하나의 상업 분야쯤으로 격하되어서는 안됩니다.

뿐만 아니라, 문화는 그 다양성이 보장될 때에만 가치와 매력을 유지할 수 있습니다. 저작자이던, 관객이던, 아니면 단순히 문화 상품이나 음악 및 영상 상품의 소비자이던 간에 유럽인들이 한국 문화를 매력적으로 느끼는 것은, 한국의 문화가 지구상의 어느 대도시에서나 찾아볼 수 있는 표준화된 형태의 문화이기 때문이 아닙니다. 오히려 그 반대로, 한국의 문화가 유럽의 문화와 다르기 때문에 매력적인 것입니다. 우리와 다른 문화가 가지고 있는 세계관, 인생관을 통해 우리는 우리 자신의 세계관을 발전시킬 수 있습니다. 마찬가지로, 프랑스 문화 역시 그 특수성을 지킬 때에만 외국 방문자들에게 매력적으로 느껴질 수 있습니다.

이 모든 점을 고려해 볼 때, 캐나다를 위시한 여러 나라들과 함께 프랑스가 오랫동안 지지해 왔고 2005년 10월에 유네스코가 채택한 ‘문화적 표현의 다양성 보호와 증진을 위한 협약(문화다양성협약)’의 중요성을 알 수 있습니다.

EU의 적극적인 참여와 유네스코의 협약 채택이 문화 분야에서 ‘유럽위원회(European Commission)’가 내린 몇 가지 정치적 결정에 이미 가지적인 영향 미쳤습니다. 특히 최근에 ‘유럽위원회’가 공정경쟁에 관한 규정에서 프랑스가 자국의 영화 및 비디오 게임을 지원하는 것이 합법이라고 인정한 것이나, 유럽 전체의 방송정책으로 채택된 ‘국경 없는 텔레비전’에서 음악 및 영상 분야에서의 문화적 다양성이 인정된 것 등은 ‘문화다양성협약’의 주요 원칙들과 협약 자체의 중요성이 유럽 차원에서 이미 고려되고 있음을 보여준다 하겠습니다.

문화 다양성의 원칙은 문화 외교 정책의 지침일 뿐만 아니라 국내 문화 정책의 지침이기도 합니다.

아이디어, 예술 조류, 문화의 확산에 있어 더 이상 국경이 존재하지 않는 세계화의 진전 속에서, 문화 다양성의 원칙은 국가간에 문화적, 음악-영상 분야의 관계를 어떻게 형성할 것인가 하는 문제에 국한되지 않습니다. 이는 또한 우리 사회의 중심에서, 지역, 국가 혹은 초국가적 차원에서 문화 정책을 어떻게 펼 것인가를 자문하고자 하는 것입니다.

문화적 다양성을 국가차원에서 인정하는 것만으로는 충분하지 않습니다. 문화간 대화를 지지하는 정책의 집행이 수반되지 않는다면, 문화적 다양성은 위기에 처할 수도 있습니다. 이 점을 잘 인식하고 있는 ‘유럽위원회’는 2008년을 유럽의 ‘문화간 대화의 해(European Year of the Intercultural Dialogue)’로 정했습니다. ‘2008년 문화간 대화의 해’ 행사의 일환으로 문화에 이민이 끼친 긍정적인 측면에 초점을 맞추어, 유럽 다문화 환경의 가치가 재조명 될 것입니다. 여기서 우리의 과제는 창조의 과정에 문화 다양성이 반영되도록 하고, 표현의 통로가 없는 사람들에게 표현의 통로를 제공하는 것입니다.

프랑스에서는 2006년에 [케브랑리 원시미술 박물관(Musée du Quai Branly)]이 개관했고, 2007년에는 파리의 [팔레 드 라 포르트 도레(Palais de la Porte Dorée)]에 [국립 이민사 도시(National City of the Immigration History)]가 개관합니다. 이를 통해 프랑스 문화에 이민자들이 얼마나 풍부한 기여를 했는지 프랑스 국민 모두가 분명하고 쉽게 알 수 있을 것입니다.

또한, 예술 문화 교육, 특히, 현재 문화적 산물을 만들어내고 전파하는데 핵심적인 역할을 하고 있는 문화 산업분야에서의 예술 문화 교육이 문화적 다양성을 지키는 데 중요한 요인이 됩니다. 더 분명히 말씀 드려서, 우리가 영화 산업을 뒷받침할 훌륭한 시스템을 갖고 있다 하더라도, 만약 우리 신세대들이 몇 안 되는 거대 영화제작사에서 제작하는 영화만을 보고 정형화된 같은 음악만을 듣는다면, 그 시스템은 무용지물일 것입니다.

예술 문화 교육은 공교육 프로그램의 ‘공동 지식 기반(Common Base of Knowledge)’에 등록되어 있는데, 이것은 당장의 소비를 위한 작품과 진정한 예술 작품을 구분하는 방법을 통합적으로 공교육에서 가르치는 것을 목적으로 하는 야심 찬 프로그램입니다. 이 프로그램의 목표는 학생들이 중학교(collège)^[1]를 졸업하는 약 16세 정도가 되면 이러한 구분을 할 수 있도록 하겠다는 것입니다.

이 목표의 달성을 위해, 2005년 1월에 개시된 예술 문화 교육 계획에 따라 각급 학교와 문화관련 기관이 의무적으로 연계되어, 문화가 학교 교육의 일환이 되도록 했습니다. 2007년 1월에 문화 예술 교육의 효과를 평가하기 위한 심포지엄이 문화통신부와 교육부의 주관으로 개최되었습니다. 한국의 대표단도 참가했던 이 심포지엄을 통해서, 예술 문화 교육의 긍정적인 효과를 분명하게 확인할 수 있었습니다. 예술 문화 교육은 학생 개인의 예술, 문화적 성장과 문화적 가치 및 예술 행위의 전파뿐 아니라, 경제 분야의 창의성과 젊은이들의 혁신 정신에도 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났습니다. 즉, 젊은이들의 주어진 상황에서 모든 가능한 해법을 활용하는 능력, 직접적으로 관찰할 수 없는 것이나 상상하는 능력, 내재적인 목소리에 귀를 기울이고 그것을 바탕으로 세계를 보는 태도 등이 향상된 것입니다. 예전에 파리 오페라 하우스의 행정과 재정을 담당했던 사람으로서, 저는 가난한 교외의 학생들을 위해 계획되었던 오페라 하우스의 프로그램들이 학생들에게, 또 그들이 반듯한 사회의 일원으로 자라날 수 있도록 하는데 얼마나 큰 긍정적인 영향을 미쳤는지 직접 목격할 수 있었습니다.

저는 한국이 2006년 리스본에 이어 2009년에 제2차 예술문화교육에 관한 국제컨퍼런스를 개최함으로써 예술 문화 교육의 성과에 공헌하게 된 것을 기쁘게 생각합니다.

마지막으로, 문화 다양성의 원칙은 우리 나라, 국토에도 적용됩니다. 그 의미는, 어떤 지역이나 도시의 고유한 특성을 발전 시키는 것이 그 지역이나 도시의 매력을 결정짓는 핵심적인 요소가 된다는 것입니다. 다시 말해, 투자 및 인재를 유치하고 문화 관광을 개발하는 국가간, 지역간 경쟁에 있어 주요 자산이 된다는 뜻입니다. 이를 위해서는 중앙 정부, 지방 정부, 민간의 협력을 위한 정책이 요구됩니다.

귀빈 여러분,

저는 이처럼 유익한 행사를 마련해 주신 문화관광부에 다시 한번 감사 드리면서 연설을 마칠까 합니다. 오늘의 행사는 국제 사회가 대단히 필요로 하는 문화간 대화를 촉진하는데 적극 기여할 것이라고 생각합니다. 문화 다양성은 우리를 풍요롭게 하는 것이며, 우리는 문화 다양성을 지킬 필요가 있습니다. 또한, 각국의 정체성에 맞는 문화 정책을 펼 필요가 있습니다. 우리는 정형화된 세계를 원치 않습니다. 문화가 각 사회의 연대감 형성 및 세계 평화에 지대한 관련이 있다는 것과 발전과 풍요의 원천임을 우리는 잘 알고 있습니다. 바로 이 때문에 문화 다양성과 문화간 대화라는 대의를 위해 우리 모두가 힘을 모아야 하는 것입니다.

[1] 프랑스에서는 중학교를 ‘collège’, 고등학교를 ‘lycée’, 대학교를 ‘univercite’ 라고 함.

TITLE:

France's Cultural Policy

First of all, I would like to thank Mr Myung-Gon KIM, Korean Minister for culture and tourism, for his invitation to take part in this conference on behalf of Mr Renaud Donnedieu de Vabres, French Minister for culture and communication.

I would like also to thank the organizers of this conference to give me the possibility to speak in my own language, which is a mark of attention, but which also reflects a common will of Korea and France to be faithful to the principle of cultural and linguistic diversity, that must be in the basis of cultural international relations.

These last years, Korea and France had several opportunities to share their reflections and their interrogations about the cultural policies, and particularly about the question of cultural diversity. We are proud of the impressive success of the Korean cultural season in France «Corée au coeur» (Korea at heart), as well as of the exhibition of some master pieces of the Louvre Museum in Korea. These events give a clear and popular visibility of the intensity of our cultural relations.

The title which was suggested for this conference, a presentation of the French cultural policy, is very broad . Therefore, I would like to present you the great principles at the basis of the French cultural policy, and then handle some of the main challenges that our cultural policy has to handle.

1. Great principles of cultural policies in France.

France has an old tradition of State intervention, that places culture at the heart of public policies.

The French system of culture organization was undoubtedly very early marked by the perception that culture is not dissociable from the other social activities and the exercise of the political authority, and therefore that cultural policy could be one of the axes of public policies in general.

On the international level, culture is a diplomatic instrument of influence and of international dialogue ; this lead France to develop a vast cultural network abroad very early.

As regards the social aspects, the cultural policy can contribute to integration and social cohesion.

From the economic point of view, the culture is an factor of attractiveness and development and generates added value.

Finally, on the broad political level, culture can be used as a tool to develop dialogue, tolerance and pluralism, all values which are necessary to strengthen our democracies.

This conviction confers a very heavy responsibility to cultural policy . It has not only vocation to protect national heritage, or to encourage creation, or to make possible for any citizen to exert his «right for culture», but it also has to take part in the conduct of public policies in general.

This conscience has its roots in history, since the creation of the first State institutions. The College de France, the Comédie française, the French Academy or the royal Academy of music, then the Opera national de Paris result of a royal will, and have existed since the 16th and 17th centuries.

With the Revolution, the preoccupation of preserving heritage appears, with in particular the creation of the Louvre Museum in 1793, and the birth of the concept of historical monuments.

Then the administrations in charge to manage the regulations concerning preservation of heritage gave birth to the idea of the creation of a ministry which could be specifically dedicated to culture in a broader sense.

Thus, with André Malraux as Minister, the Ministry for cultural Affairs was created in France in 1959.

The Ministry has then reinforced and widened its influence from the heritage to the sectors of creativity as dance, theatre, music, then , archives, books and libraries (with the transfer of the libraries and in particular of the National Library of France from the Ministry of education to the Ministry of culture), architecture which was initially part of the ministry of house building and public works, and finally the charge of legal and technical regulations of the sector of medias and new technologies.

This area of competence is thus based on a broad definition of culture , which is aimed to give to the minister of culture and communication a base to have a sufficient weight in the interministerial decisions, and thus to have enough means to lead cultural policies.

As an example of the implication of most administrations in cultural policies, I would give just one figure : in 2006 , the budget of the ministry of culture represents only less than half the total of the State spendings for cultural activities (2,5 Billion Euros out of 6,2 Billion Euros), because several ministers give important contributions too, especially ministry of foreign affairs for our cultural external action, or the ministry of education to support education to art and culture in schools and colleges. On the same subject, the ministry of culture has some conventions with ministry of health in order to develop cultural activities in hospitals, or with the ministry of justice, in order to develop cultural activities in prisons.

If I make a short comeback to the past, I would say that these cultural policies were gathered under some broad flagship topics, which were successively the access of the greatest number to art and culture, then the cultural development of the territories, the democratization of culture, and finally, more recently, cultural diversity and intercultural dialogue.

In a parallel way, the implementation of the cultural policies in France also evolved with the increase of the local authorities, which means the municipalities and the regional administrations, as well as the development of the public agencies in the cultural field.

As the local authorities gained in autonomy, those had the will to develop cultural policies in order to reinforce their collective identity, and to contribute to the local development. On a local level, culture can be a mean of increasing the attractiveness of their territory and by developing cultural tourism.

Thus, as in other European countries, local financing has been taking a more and more important share in the financing of culture, especially since the adoption of the laws of decentralization, in 1982.

On the fringes of this change of the local and national cultural action, the sphere of the cultural policies has also widened, with the more important place granted to the European dimension, especially since 1992 and the signature of the Treaty of Maastricht.

Across Europe, ministries of culture were constituted in every country: Spain in 1977, Great Britain in 1994, Germany in 1998 whereas this country preserves a federal structure and therefore culture is in theory a competence of the federated states, Italy also, where the ministry of the cultural goods has become the ministry of culture.

Lastly, the French authorities showed their determination to promote private financing with the adoption in 2003 of a law about the private sponsorship, that gives fiscal incentives, especially tax deductions, to the individuals or the companies who invests in culture, up to 60% for their spending.

However, this share of private financing in the French culture remains very marginal compared to the American example, since it only represents 3% of the financing of culture, while State represents half of this financing, local governments, one third, and the own resources of cultural activities such as fees, and tickets the remainder.

2. Main challenges

In my opinion, our cultural policy has to face two big challenges in the future, which are how to handle the question of the relations that the world of culture can develop with the world of economy, and the question of the balance between globalization and standardisation on one hand, and the preservation of diversity of cultures on the other hand, in a context of fast technological developments.

On the first aspect, a broad consensus takes shape to note that culture has become an increasing dimension of economic activity. Today, technological revolutions and globalisation make culture and creativity a major asset in the economic competition, the stimulation of markets, and the persuasion of the consumers, as much in the developed as in the developing countries.

To bring the world of culture and the economic world closer is necessary, but this is also a complex challenge, if we consider our respective histories.

The contacts between economy and culture concern many subjects, such as the question of the statute of cultural and audio-visual industries, the impact of new technologies, the question of the royalties and intellectual property system and more particularly of the author's copyright, or these sectors in expansion like cultural tourism, or the attractiveness of the territories based on culture as a model of sustainable development.

Cultural activity also contributes to development and to employment.

Cultural employment represents in France nearly 470.000 actives, that is to say 2% of total employment. This share is comparable to the share of the car trade and is twice more important than the share of the insurance sector. In the European Union, there are more than 4,2 million employees working in the area of culture, and half of them are in cultural industries.

We need to add that this estimation concerns a strict definition of cultural industries, limited to cinema, musical industries or publishing industry. If this is extended to the creative industries, such as fashion, the luxury industries (in which many jobs are eminently and obviously artistic), architecture, or software, the amount would be much larger, and go up to an estimated 7%. I should add that the indirect employment involved in the sector of tourism is taken into account in these figures.

Moreover, the economy of culture is today a modern and particularly dynamic segment in the process of creation of richness. Thus, since 1990, cultural employment in France progressed twice more quickly than the remainder of employment. It is particularly impressive in cultural industries: in the audio-visual sector, the number of companies increased by 42% during the same period, while the creation of companies increased by 10% in the rest of the economy. In the same way, whereas the sector of tourism represents in France a turnover of 30 Billion Euros, half of the 75 millions of tourists in France declare that culture constitutes one of their motivations to visit France, and 15% say that culture is their main purpose in visiting France.

So, this is clear that investing in culture is a particularly profitable economic investment.

However, the culture can remain an economic asset, only if it preserves its specificity and its diversity.

Culture, as well in its patrimonial dimension as in its creative dimension contributes to the expression of the identity, individual and collective. Whether it is tangible or intangible, the heritage has a real value only if we consider and its roots in the values of a community, and the respect we grant it,. Creation can only bloom thanks to the freedom and the critical spirit of the creator or the artist.

To resume the distinction of Schumpeter between artistic creativity and economic creativity, the artist invents while the businessman innovates. The finality of the second remains limited to exploit occasions provided by the market, while we can think that there is something more essential than the economic creativity: artistic creativity.

Subordinating culture to the sole reign of economic or commercial rules would result in making culture loose its specific value, and at the same time its attractiveness. An economic

exploitation of the cultural resources with a vision led by the exclusive prospect for the short-term profit, as we did with behaviour towards his natural environment, would be killing «the goose that lays the golden eggs» so to speak.

Getting onto the question of the relations between economy and culture must keep itself of any form of subordination. Culture can attract new financial flows in the form of sponsorship only in a constant and trustful dialogue with business. In return, culture cannot be reduced to a commercial sector among others.

Furthermore, culture can keep its value and attractiveness only if the cultural diversity is preserved. What makes the cultural attractiveness of Korea for a European, whether he is creator, tourist, or just a consumer of cultural goods or audiovisuals, this is not the fact that the Korean culture could reproduce a form of the standardised culture which we can find in all the large cities of the planet, but on the contrary, this is the attractiveness of a different culture, another manner of considering the world and the life, through which we can be able to improve our own vision of the world. And reciprocally, the cultural attractiveness of France has sense for a foreign visitor, only if it can preserve its own specificity.

Those observations show the importance of the International Convention on the diversity of cultural expressions, adopted by UNESCO in October 2005, for which, France, together with other countries, especially Canada, has been a long time advocate.

On the matter, the strong engagement of the European Union and the adoption of the convention by the UNESCO already produced already some tangible consequences on some political decisions of the European Commission, in the field of culture. In particular, the recent decision of the European Commission which recognizes as legal our system of support to films and cinema or videos games, in regard to the rules of fair competition, or the recognition of cultural diversity in the audio-visual area, in the directive known as «television without borders», shows that the principles of the Convention and its own dynamic have already been taken into account at the European level.

The principle of cultural diversity is not only a guideline for cultural external policy, but also for internal cultural policies.

In the context of an increasing globalization, in which the borders, in terms of diffusion of ideas, artistic currents and cultures, almost no longer exist, this principle of cultural diversity is not intended to limit itself to the organisation of the cultural and audio-visual relations between the States, but also questions us about the implementation of the cultural policies at the heart of our societies, at the local, regional and national, or supranational levels.

The recognition of cultural diversity at the very heart of our countries would be insufficient, even dangerous, if it is not accompanied by the implementation of policies dedicated to support intercultural dialogue. The European Commission understood that well, since it decided that

2008 would be the European Year of the intercultural dialogue. This year will be placed under the sign of the valorisation of the multicultural fact in Europe with a marked accent on the positive aspects of the immigration contributions to national cultures. The challenge is to imply cultural diversity in the creation process, and give an expression channel to those which do not have it.

In France, the opening in 2006 of the Musée du Quai Branly dedicated to the heritage of primitive arts in the world, as well as the opening of the national City of the immigration history, planned for 2007 in Paris, at the Palais de la Porte Dorée, will be a way to make visible and more accessible to the whole French population the richness of the contributions of the successive waves of immigration to the national culture.

In addition, artistic and cultural education is a condition of cultural diversity, in particular in the sector of cultural industries, which now constitute the major vector of production and diffusion of cultural works. More clearly, should we have a wonderful system of assistance for the movie industry, this would be largely inefficient if the new generations watch only films produced by the same few large studios of cinema, or listen to the same standardised musics.

Artistic and cultural education is now registered in the "Common Base of knowledge" of the programs of public education, which, in an ambitious way, integrate the objective «to learn how to differentiate the products for current consumption and leisure from the works of art». The aim is that that the students should know how to make this distinction when they leave the college, that is to say when they are approximately 16 years old.

For that purpose, the plan for artistic and cultural education, launched in January 2005, has planned a mandatory linking between each educational school or college and each cultural institutions, in order to make culture enter the schools. A recent symposium of research on the evaluation of the effects of artistic and cultural education, which the Ministry of culture and communication organised with the Ministry of national education in January 2007, and where an important Korean delegation took part, allowed to clarify the positive impact of artistic and cultural education. They regard not only the individual blooming of the students and the transmission of cultural values and artistic practices, but also the positive impact on the creativity in the economic sector and on the innovation spirit of the young people. I would like to quote them: capacity to exploit all the possible solutions in a given situation (and not only one single), capacity to imagine what one cannot observe directly, aptitude to listen to its interiority and to place it in the world. In a more personal way, I can indicate you that in my previous position, as administrative and financial director of the Opera houses of Paris, I had been able to notice how much the programs to the opera dedicated to groups of students from schools and colleges of poor suburbs had an extremely positive impact on the young people and on their capacity to be integrated in the society.

I am glad to see that, in 2009, Korea will contribute to this major reflection, with the organization in 2009 of the second international conference on artistic and cultural education, after Lisbon in 2006.

Lastly, the principle of cultural diversity applies to the heart of our countries, on the territories ; that is to say that the development of the specific character of a region or a city, is also a key factor of attractiveness. By this way it constitutes at the same time a major asset in the competition between the territories to attract investments, brains, and to develop cultural tourism. It requires a policy of partnership between the central State the local authorities, and private sector.

Ladies and gentlemen, in conclusion, let me thank once again the ministry of culture and tourism of Korea for this useful initiative. We think that it contributes very actively to the intercultural dialogue that our world needs so much. The cultural diversity is our richness, and we need to preserve it. It also requires the implementation of specific cultural policies adapted to the identity of each of our countries. The alternative we do not want would be that of a standardized world. We are fully aware that the cultural stakes also concern the cohesion of each society and peace in the world, and that culture is a source for progress and richness. Those are the reasons why we estimate that the cause of cultural diversity and intercultural dialogue needs the mobilization and the effort of each one of us.



오야마 신노스케 (Oyama Shinnosuke)

일본 문화청 문화부장

**(A Director-General in culture Affairs
Department of Agency for Cultural Affairs,
Japan)**

1978년 동경대학 법학부에서 학위를 취득한 이후 문부과학성(Ministry of Education, Science and culture) 등 교육 및 문화 관련 정부 요직을 거쳤다. 특히 2000년 6월부터 문화 관련 부서에서 근무하기 시작했으며 2007년 1월, 일본 문화청(Agency for Cultural Affairs) 문화부 국장으로 부임했다.

Oyama Shinnosuke received the degree in Faculty of Law from the University of Tokyo at 1978. He had started working in the Ministry of Education, Science and culture as a public official since 1978. He has consecutively filled various government posts in education and culture. Especially from June 2000, he begun to work in the office related culture, and he became a Director-General in culture Affairs Department of Agency for Cultural Affairs in January 2007.

제3-2 주제:

일본의 문화정책

문화예술 진흥에 관한 기본적 방침

1)경위

일본에서의 문화 행정은 2001년에 제정된 「문화예술진흥기본법」 및 동법의 규정에 의해서 각의 결정된 「문화예술 진흥에 관한 기본적 방침」에 근거하여 실시되고 있다.

이에 따라, 올해 2월 9일에 각의 결정된 「문화예술 진흥에 관한 기본적 방침」(제2차 기본방침)의 내용을 중심으로 설명하며, 필요에 따라서 관련된 일본의 구체적인 문화 시책 등에 대해서도 설명하기로 한다.

우선, 「문화예술 진흥기본법」 및 「문화예술 진흥에 관한 기본적 방침」이 제정된 경위에 대해서 설명한다.

지금까지 일본의 문화행정에 대해서는, 문화재 보호법이나 저작권법 등, 개별 사항에 대한 법률은 있었지만 문화예술 전반에 걸친 법률이 없었고, 문화예술의 의의나 국민의 요구의 고조 등을 배경으로, 이전부터 문화예술의 진흥을 위한 기본적인 법률 제정이 필요하다는 말이 나오고 있었다.

이 때문에, 2001년에 당을 초월한 국회의원들에 의해 제안된 「문화예술 진흥기본법」이 동년 11월에 성립, 12월에 공포·시행되었다.

본법률은, 문화 예술의 진흥에 관해서 기본이념을 규정하고, 국가와 지방공공단체의 책무를 분명히 함과 동시에, 문화예술의 진흥에 관한 기본적 시책을 규정하는 것으로, 문화예술 활동을 실시하는 사람들의 자주적인 활동을 촉진, 문화예술의 진흥에 관한 시책의 종합적인 추진을 도모하려고 하는 것이다.

본 법률에서는, 문화예술 진흥의 기본 이념으로서 문화예술을 하는 사람의 자주성 및 창조성의 존중과 그 지위의 향상 등, 나중에 설명하는 8가지 이념을 제시하고 있다. 또한, 문화예술의 진흥에 관한 국가의 책무로서, 지금 말한 기본 이념에 따라서 문화예술의 진흥에 관한 시책을 종합적으로 책정 및 실시할 것을 규정하고 있다. 나아가, 문화예술 진흥에 관한 기본적 시책으로 예술의 진흥, 미디어 예술의 진흥, 전통예능의 승계 및 발전을 비롯, 지역에 있어서의 문화예술의 진흥, 국제교류 등의 추진, 학교교육에 있어서의 문화예술 활동의 충실 등, 28개 항목을 꼽고 있다.

동법에서는, 정부는 문화예술 진흥에 관한 시책의 종합적인 추진을 도모하기 위해서 [문화예술 진흥에 관한 기본적 방침]을 책정하기로 했으며, 동법률에 근거하여 2002년 12월에 5년 예정으로 제1차 기본방침이 책정되었다.

지금까지 제1차 기본방침에 근거하여 일본의 문화예술 진흥이 도모되어 왔다. 문화예술 진흥의 현대적 의의 및 각종 정세의 변화 등을 토대로, 문부과학대신의 자문기관인 문화심의회에 있어서의 논의를 거쳐, 2007년 2월에 새로이 [제2차 기본방침]이 책정되었다.

아래에, 제2차 기본방침에서 제시된 사항에 관해 설명한다.

2) 제2차 기본방침의 구성

본 기본방침은 「제1 문화예술 진흥의 기본적 방향」과 「제2 문화예술 진흥에 관한 기본적 시책」의 2부 구성으로 되어 있으며, 총론에 해당되는 제1에서는 「1. 문화예술 진흥의 의의」, 「2. 기본적 시점」, 「3. 중점적으로 임해야 할 사항」의 3항목으로 구성되어 있으며, 각론에 해당되는 제2에서는 분야마다의 구체적인 시책을 열거하고 있다.

3) 문화예술 진흥의 의의~문화예술의 의의~

제1의 「문화예술 진흥의 의의」에 관해서는, 종래의 의의로서 ①인간이 인간답게 살기 위한 양식, ②함께 사는 사회의 기반 형성, ③질이 높은 경제활동의 실현, ④인류의 진정한 발전을 위한 공헌, ⑤세계 평화의 초석, 이 5가지를 열거하고 있다.

4) 문화예술 진흥의 의의~문화예술 진흥의 현대적 의의~

앞으로의 종래의 의의에 더하여, 제2차 기본방침에서는 문화예술 진흥의 현대적 의의로서 「문화력이 국력일 것」, 「문화예술과 경제는 밀접하게 관련되어 있을 것」을 열거하고 있으며, 앞으로 가일층의 문화예술을 진흥시키므로써 마음이 풍요로운 국민생활을 실현함과 동시에, 활력이 넘치는 사회를 구축하여 국가의 매력을 높이며, 경제력 뿐만이 아니라 문화력으로 세계의 평가를 받는 국가로 발전하는 일, 즉, 문화예술로 국가를 만들어 나가는 「문화예술입국」을 지향한다고 명기하고 있다.

5) 문화예술의 진흥에 있어서의 기본적인 관점~기본이념~

또한, 기본법에서 열거한 8개의 기본이념은 제2차 기본방침에 있어서도 계속 이어나간다. 그 8개의 개요를 소개하자면, 슬라이드에 제시된 바와 같다.

1. 문화예술 활동을 하는 자의 자주성 존중
2. 문화예술 활동을 하는 자의 창조성 존중, 지위 향상
3. 문화예술을 감상, 참가, 창조할 수 있는 환경의 정비
4. 일본 및 세계의 문화예술의 발전
5. 다양한 문화예술의 보호 및 발전
6. 각 지역의 특색있는 문화예술의 발전
7. 일본의 문화예술의 세계로의 발신
8. 국민 의견의 반영

6) 문화예술 진흥에 있어서의 기본적 시점~각종 정세의 변화~

이어서, 「문화예술 진흥에 있어서의 기본적 시점」으로서 제1차 기본방침 책정 후의 각종 정세 변화에 관해 언급하고 있다.

국내에 있어서는 「민」의 역할 증대에 동반하여 기업 메세나 등의 민간부문의 활동의 다양화, 지정관리제도의 도입, 과소화, 소자녀 고령화의 진전을 꼽을 수 있다. 지정관리제도란, 극장 및 홀 등의 공공시설의 관리를 기한을 정하여 민간에게 위탁하는 것으로, 주민 요구의 효율화, 효과적인 대응 및 경비의 절감 등을 목적으로 도입된 것이다. 일본에서의 공립극장, 홀에서의 도입상황은, 약 2000개 중에서 약 40%가 이 제도를 도입하고 있다.

또한, 국제적으로는 글로벌화의 진전 및 저온통신기술의 발전 등을 배경으로, 유네스코에 있어서의 문화다양성 조약의 채택 및 국경을 초월한 대화 및 교류가 활발화되고 있음을 꼽을 수 있다.

7) 문화예술 진흥에 있어서의 기본적 시점~3개의 시점~

이상의 제1차 기본방침 책정 후의 각종 정세변화를 토대로, 문화예술 진흥에 있어서의 기본적 시점으로서 3개의 시점이 제시되고 있다. ①문화력을 높이고 활력있는 사회를 실현한다는 시점에서, 전통문화에서 현대문화까지 포함한 「문화력 시대의 개척」, ②풍요로운 지역문화가 일본문화의 기본이며, 사람들에게 활력을 주는 힘이라는 관점에서 「문화력으로 지역으로부터 일본을 활기에 넘치도록 한다」, ③사회 전체에서 문화예술의 진흥을 도모한다는 관점에서 「국가, 지방, 민간이 상호 연계하여 문화예술을 지탱한다」의 세 가지 관점을 제시하고 있다.

① 문화력 시대의 개척

「문화력 시대의 개척」에서는, 문화력을 높이고 마음이 풍요롭고 활력이 넘치는 사회를 실현하는 일, 문화예술을 통해 세계에 공헌하는 일, 또한 장기적이고 지속적인 시점에 선 시책을 전개하는 일이 필요하다는 것을 제시하고 있다.

② 문화력으로 지역으로부터 일본을 활기에 넘치도록 한다

「문화력으로 지역으로부터 일본을 활기에 넘치도록 한다」에서는, 지역문화의 풍요로움이 일본의 문화, 일본의 매력을 높이는 일, 각종 형태의 문화예술에 접하며, 나아가 풍요로운 문화예술을 창조할 수 있도록 하는 일, 또하느 단과세대 사람들을 지역의 문화예술 활동에 참가시키기 위한 환경정비가 필요하다는 것을 제시하고 있다.

③ 국가, 지방, 민간이 상호 연계하여 문화예술을 지탱한다

「국가, 지방, 민간이 상호 연계하여 문화예술을 지탱한다」에서는, 국가는 문화예술 활동의 발전을 지탱하는 환경만들기를 진행시키며 관계부처의 연계 및 협력을 더욱 촉진하며, 나아가, 사회 전체에서 문화예술의 진흥을 도모하는 것이 필요하다는 것을 제시하고 있다.

8) 문화예술 진흥에 있어서 중점적으로 임해야 하는 사항

위와 같은 기본적 시점을 토대로, ①인재육성, ②국제발신, ③전략적 지원, ④지역문화, ⑤어린이 문화예술 활동, ⑥문화재, 이 6점을 앞으로 중점적으로 임해야 할 사항으로 제시하고 있다. 아래에, 각 사항에 관해 개별적으로 설명한다.

①일본의 문화예술의 승계, 발전, 창조를 담당할 인재의 육성

일본에 있어서의 인재육성의 현재 상황은, 미술 및 음악에 관한 인재육성은 기본적으로는 대학에서 이루어지고 있다. 또한, 발레는 민간의 발레 학교에서, 연극의 민간의 극단을 중심으로 이루어지고 있다. 이러한 인재양성 기간에서 기량을 연마한 인재 중에서, 특히 우수한 자에 관해서는 매년 문화청이 항공비 및 체재비를 부담하며 해외연수 기회를 부여하거나(2006년에 약 160명을 파견), 신국립극장에 마련한 연수소에서 장학금을 주며 연수할 기회를 마련하고 있다. 또한, 각 예술단체가 실시하는 신진예술 등에 대한 양성 및 연수사업, 신인 콩쿨 등의 사업 지원도 실시하고 있다.

전국의 문화회관의 직원 등을 대상으로 아트 매니지먼트 및 무대기술에 관한 연수를 실시하고 있으나, 규모가 작으며 그 충실을 도모하는 것이 앞에서 말한 바와 같이 앞으로의 과제가 되고 있다.

②일본문화의 발신 및 국제 문화교류의 추진

일본의 국제 문화교류의 현재 상황은, 문화청에서 오케스트라 및 발레, 연극 등의 단체가 실시하는 우수한 해외공연, 일본의 전통예능 등의 해외공연에 대해서 지원을 실시하고 있다. 2006년도의 지원 건수는 약 110단체이다. 또한, 1997년부터 실시하고 있는 미디어 예술제, 대상은 컴퓨터 그래픽스, 애니메이션, 만화지만, 그 내용이 충실하다는 것을 전제로, 한국 및 중국에 있어서의 일본 미디어 예술작품전을 실시함과 동시에 일본의 뛰어난 예술작품을 해외의 미디어 예술제 등에 출품하므로써, 해외에서 발표하는 터전을 제공하고 있다. 나아가, 영화에 관해서는, 한국에서 2004년부터 한국정부의 협력 하에 일본영화의 상영사업을 실시함과 동시에, 중국에서도 올해 3월에, 중국정부와 공동개최로 베이징에서 일본영화의 상영사업을 실시했다.

문화제에 있어서의 국제교류 및 협력에 관해서는 전쟁이나 재해로 피해를 입은 문화재를 보호하기 위해 일본의 전문가를 파견하거나, 상대국 전문가를 초청하는 등의 사업, 한국과의 문화제 교류 등의 양국간 교류, 독립행정법인 문화재연구소에서의 둔황, 앙코르, 바미안 계곡 등을 대상으로 하는 조사연구 등의 협력사업을 실시하고 있다.

이 외에, 국제적인 국내외의 예술가, 문화인 등을 초청하여 좌담회, 대담, 공연 등을 실시하며, 세계의 문화예술의 최신 정보 및 동향에 관한 의견교환을 목적으로, 2003년부터 국제문화 포럼을 실시하고 있다.

또한, 예술가, 문화인 등, 문화예술에 관련된 사람들을 일정기간 「문화교류사」로 지명하여 세계인들에게 일본문화에 대한 이해 촉진 및 일본과 외국 문화인의 네트워크 형성 및 강화로 연결되는 활공의 전개를 목적으로 한 사업을 실시하고 있다. 「문화교류사」의 활동에는 「해외파견형」, 「현지 체재자형」, 「일본방문 예술가형」의 세 가지 유형이 있다. 2003년에 사업을 개시한 이래로 해외파견형 및 현지 체재자형이 38명, 일본방문 예술가형으로 25조를 지명했다.

이러한 상황 하에서 본 방침의 ② 「일본문화의 발신 및 국제 문화교류의 추진」에서는 일본문화의 적극적인 해외발신 및 Japan Cool로서 주목을 받고 있는 미디어 예술 등의 새로운 문화예술의 국제적인 거점형성, 문화재 보호의 국제협력의 추진이 필요하다는 것을 설명하고 있다.

③문화예술 활동의 전략적 지원

문화청에서는 일본의 예술수준의 향상의 직접적인 견인력으로서 예술수준이 높은 음악, 무용, 연극, 전통예능, 대중예능의 각 분야의 뛰어난 자주공연에 대해서 제작비 일부를 지원하고 있다. 지원을 받고 있는 단체의 수는, 2006년에 약 150단체이다.

이러한 현상 하에서, 본 방침의 ③ 「문화예술 활동의 전략적 지원」에서는, 수준이 높은 활동에 대한 중점적 지원과 지역성 등도 배려한, 폭넓고 다양한 지원 균형을 도모하여 보다 효과적이고 전략적인 지원이 중요하다는 사실, 그리고, 각종 조성기관 등의 적절한 역할 분담을 도모함과 동시에 전문적 기관을 경유하여 조성하는 재조성 제도의 유효성도 검토해 나가는 것으로 되어 있다.

④지역문화의 진흥

지역에 있어서의 문화를 진흥한다는 것은, 풍요로운 마음의 창출 및 주민에게 친근한 문화예술 기회의 확보, 지역사회의 연대감의 형성이라는 의의 외에도, 국가 전체로서도 지역문화가 풍요로워지면 풍요로워질수록 일본 전체의 문화도 풍요로워지며, 일본의 매력도 한층 더 높아진다는 사실, 각 지역에서 독자성이 있는 문화가 진흥된다는

것은 일본 전체로서 문화 다양성의 확보로 연결된다는 사실 등의 의의가 있다는 것을 인식하고 있다.

그러므로, 문화청에서도 각 지방공공단체의 문화진흥책을 지원하는 시책으로서, ① 공립 문화시설이 연계하여 자주기획, 제작사업의 실시에 필요한 기획 및 제작비의 지원, ②지역의 전통문화 보존단체 등이 실시하는 전승자의 양성, 용구 등의 정비, 영상 기록의 작성 등, 전통문화의 계승 및 발전을 위한 사업에 대한 지원, ③어린이에 대해서 주말에 학교의 시설 등에서 다도, 꽃꽂이, 전통음악 등을 체험 및 습득할 수 있는 교실 개최의 지원, ④각 지역이 문화예술 활동을 통해 활동화를 도모할 수 있는 지역문화 리더 및 지역의 문화예술단체의 육성에 대한 지원, ⑤국민문화제 실시, ⑥문화 볼런티어의 지속적인 활동의 장의 창조 및 제공에 관한 모델적 도입에 대한 지원, 문화 볼런티어의 교류의 장의 개최 등의 도입을 실시하고 있다.

이러한 상황 하에서 본 방침의 ④「지역문화의 진흥」에서는, 주거하는 지역에 상관 없이 동등하게 문화예술의 감상 및 참가가 가능하도록, 거점만들기 활동을 지원하거나 지역의 고등교육기관이 지역문화 진흥에 공헌할 것. 그리고 지역의 문화력을 널리 마음만들기에 살리는 것이 필요하다.

⑤어린이 문화예술 체험활동의 충실

본 방침의 ⑤「어린이 문화예술 체험활동의 충실」에서는, 어린이의 풍요로운 마음이나 감성, 창조성을 키우기 위해, 어린이가 친숙하게 전통문화나 현대문화 예술에 접촉할 기회를 충실하게 할 필요가 있으므로, 학교의 문화예술 활동을 지역 전체가 지원할 것, 그리고 어린이의 국제적인 문화교류에 더욱 힘을 쏟아 나가도록 하고 있다.

문화청에서는, 어린이가 학교의 체육관 등에 있어서 오케스트라나 발레, 연극 등의 뛰어난 무대예술을 감상하고, 문화예술단체 등에 의한 지도, 워크숍 및 이러한 단체 등과의 경연에 참가하여, 실제로 무대예술을 가까이에서 접할 수 있는 기회를 제공하고 있다. 또한, 매우 우수한 활동을 하고 있는 예술가 및 전통예능 보유자 등을 출신 지역의 학교로 파견하여, 우수한 기술을 보여 주거나 문화활동이 얼마나 멋진 일인지 등에 관한 강의를 통해, 어린이들의 예술에 대한 관심을 높이는 사업을 실시하고 있다.

⑥문화재 보존 및 활용의 충실

일본에 있어서의 문화재 보호의 현재 상황은, 문화재보호법에 근거하여 문화재 중에서 중요한 것을 지정 및 선발, 현상변경, 수리, 수출 등에 일정한 제한을 가하는 한편, 유형문화재(미술가공품, 건조물, 민속자료 등)에 관해서는 보존수리, 방재, 구입 등에 의해, 또한 무형문화재(예능, 공예기술, 풍속습관, 민속예능 등)에 관해서는 전수자 양성 및 기록장성 등에 대해서 지원하는 등, 보존과 활용을 위해서 필요한 각종 조치를 강구하고 있다.

세계 유산에 관해서는 이미 문화유산 10건, 자연유산 3건의 13건이 기록되어 있다. 무형문화유산에 관해서는, 일본은 2004년 6월에 「무형문화유산 보호에 관한 조약」의 체결국이 되었다. 조약에 앞선 조치인 「인류의 구전 및 무형유산에 관한 결작의 선언」으로서 노가쿠(能楽), 인형 죠루리분라쿠(人形浄瑠璃文楽), 가부키(歌舞伎, 전통적인 연기 연출양식에 의해 공연되는 가부키에 한함)의 3건이 선언되었다.

이러한 상황 하에서, 본 방침의 ⑥「문화재의 보존 및 활용의 충실」에서는, 문화재의 실효성있는 보존 및 활용의 충실을 도모해 나가는 것이 중요하며, 문화재를 국민 공통의 재산으로 여기며 지켜나가는 기운을 양성하는 일, 또한, 유네스코 세계유산의 추천, 등록을 추진해 나가는 것이 중요하다.

9) 문화예술 진흥에 있어서 배려할 사항

또한, 문화예술 진흥에 있어서 배려할 사항으로서 「예술가 등의 지위향상을 위한 조건 정비」로서는, 예술가 등이 안심하고 안전하게 임할 수 있는 환경의 정비와 사회적인 역할에 관한 이해의 촉진과 적극적인 홍보를 꾀고 있다. 「국민의견의 반영 등」에서는 정책형성 등에 있어서, 국민의견을 충분히 파악함과 동시에 문화예술 시책의 적절한 평가방법 개발을 꾀고 있다.

10) 문화예술 진흥에 관한 기본적 시책

「제2 문화예술 진흥에 관한 기본적 시책」에서는, 제1의 「문화예술 진흥의 기본적 방향」을 토대로, 문화예술 진흥기본법의 제3장에서 열거하는 각 분야에 관해, 앞으로 임해야 할 기본적 시책으로서 「예술, 미디어 예술, 전통 예능, 예능, 생활문화, 국민오락, 출판물 등의 각분야의 문화예술 진흥」, 「문화재 등의 보존 및 활용」, 「지역의 문화예술의 진흥」, 「국제교류 등의 추진」, 「예술가 등의 양성 및 확보 등」, 「국어의 올바른 이해」, 「일본어 교육의 보급 및 충실」, 「저작권 등의 보호 및 이용」이다.

그리고, 「국민, 고령자 및 장애인 등, 청소년과 학교 교육에 있어서의 문화예술 활동의 충실」, 이어서 「극장, 음악당, 미술관, 박물관 등의 문화예술 거점의 충실」, 「기타 정보통신기술의 활용, 민간 지원활동의 활성화, 홍보 등의 기반정비 등」의 11개 항목에 관해 107개 사항의 구체적 시책을 새로운 시점에서 기술하고 있다.

앞으로, 일본은 이 제2차 기본방침에 근거하여 「문화예술 입국」을 지향하며, 더욱 전략적으로 문화예술의 진흥에 임해 나갈 생각이다.

TITLE:

日本 の文化政策

「文化芸術の振興に関する基本的な方針」(第2次基本方針)
について

1) 経緯

日本では、文化行政は2001年に制定された「文化芸術振興基本法」及び同法の規定によって閣議決定される「文化芸術の振興に関する基本的な方針」に基づいて実施されている。

そこで、本日は、本年2月9日に閣議決定された「文化芸術の振興に関する基本的な方針」(第2次基本方針)の内容を中心に説明し、必要に応じて関連する日本の具体的な文化施策などについても触れてみたい。

まず、「文化芸術振興基本法」及び「文化芸術の振興に関する基本的な方針」が制定された経緯について説明する。

これまで、我が国の文化行政においては、文化財保護法や著作権法など個別の事項に対する法律はあったが、文化芸術全般にわたる法律がなく、文化芸術の意義や国民のニーズの高まり等を背景として、従来から文化芸術の振興のための基本的な法律の制定が必要であることがいわれてきた。

このため、2001年に、超党派による国会議員により提案された「文化芸術振興基本法」が同年11月に成立し、12月に公布・施行された。

本法律は、文化芸術の振興に関して基本理念を定め、国と地方公共団体の責務を明らかにするとともに、文化芸術の振興に関する基本的施策を定めることにより、文化芸術活動を行う方の自主的な活動を促進し、文化芸術の振興に関する施策の総合的な推進を図ろうとするものである。

本法律では、文化芸術振興の基本理念として、文化芸術を行う者の自主性や創造性の尊重とその地位の向上など、後ほど説明する8つの理念を示している。また、文化芸術の振興に関する国の責務として、只今述べた基本理念に則り、文化芸術の振興に関する施策を総合的に策定し、及び実施することを規定している。さらに文化芸術の振興に関する基本的施策として、芸術の振興、メディア芸術の振興、伝統芸能の継承及び発展をはじめ、地域における文化芸術の振興、国際交流等の推進、学校教育における文化芸術活動の充実など28項目をあげている。

同法では、政府は文化芸術の振興に関する施策の総合的な推進を図るため、「文化芸術の振興に関する基本的な方針」を策定することとされており、同法律に基づいて、2002年12月におおむね5年間を見通し、第1次基本方針が策定された。

これまで、第1次基本方針に基づき、我が国の文化芸術の振興が図られてきた。文化芸術振興の今日的意義や諸情勢の変化等を踏まえ、文部科学大臣の諮問機関である文化審議会における議論を経て、2007年2月に新たな「第2次基本方針」が策定された。

以下、第2次基本方針に示された事項について説明する。

2) 第2次基本方針の構成

本基本方針は、「第1 文化芸術の振興の基本的方向」と「第2 文化芸術の振興に関する基本的施策」の2部構成となっており、総論にあたる第1では、「1. 文化芸術の振興の意義」、「2. 基本的視点」、「3. 重点的に取り組むべき事項」の3つの項目立てとなっており、各論にあたる第2では、分野毎の具体的な施策を列挙している。

3) 文化芸術の振興の意義～文化芸術の意義～

第1の「文化芸術の振興の意義」については、従来の意義として、①人間が人間らしく生きるための糧、②共に生きる社会の基盤の形成、③質の高い経済活動の実現、④人類の真の発展への貢献、⑤世界平和の礎、の5点を掲げている。

4) 文化芸術の振興の意義～文化芸術振興の今日的意義～

これらの従来の意義に加え、第2次基本方針では、文化芸術振興の今日的意義として、「文化力が国の力であること」、「文化芸術と経済は密接に関連していること」を掲げ、我が国は、今後一層文化芸術を振興することにより、心豊かな国民生活を実現するとともに、活力ある社会を構築して国の魅力を高め、経済力のみならず文化力により世界から評価される国へと発展していくこと、すなわち、文化芸術で国づくりを進める「文化芸術立国」を目指すことを明記している。

5) 文化芸術の振興に当たっての基本的視点～基本理念～

また、基本法に掲げられた8つの基本理念は、第2次基本方針においても、引き続き踏まえていく。その8つの概要をご紹介しますとスライドで示されたとおりである。

- 1 文化芸術活動を行う者の自主性の尊重
- 2 文化芸術活動を行う者の創造性の尊重、地位の向上
- 3 文化芸術を鑑賞、参加、創造、できる環境の整備
- 4 我が国及び世界の文化芸術の発展
- 5 多様な文化芸術の保護・発展
- 6 各地域の特色ある文化芸術の発展
- 7 我が国の文化芸術の世界への発信
- 8 国民の意見の反映

6) 文化芸術の振興に当たっての基本的視点～諸情勢の変化～

次に、「文化芸術の振興に当たっての基本的視点」として、第1次基本方針策定後の諸情勢の変化に触れている。

国内においては、「民」の役割の増大に伴い、企業メセナなど民間部門の活動の多様化、指定管理者制度の導入、過疎化、少子高齢化の進展が挙げられている。指定管理者制度とは、劇場やホールなど公の施設の管理を期限を定めて民間にゆだねるもので、住民ニーズへの効率的、効果的な対応や、経費の節減等を目的として導入されたものである。日本での公立の劇場、ホールでの導入状況は、約2000館のうちおおよそ40パーセントがこの制度を導入している。

また、国際的には、グローバリゼーションの進展や情報通信技術の発展などを背景として、ユネスコにおける文化多様性条約の採択や国境を越えた対話・交流が活発化されていることが挙げられている。

7) 文化芸術の振興に当たっての基本的視点～3つの視点～

以上の第1次基本方針策定後の諸情勢の変化を踏まえ、文化芸術の振興に当たっての基本的視点として3つの視点が示されている。①文化力を高め、活力ある社会を実現するという観点から、伝統文化から現代文化まで含めて「文化力の時代を拓く」、②地域文化の豊かさが日本文化の基盤であり、人々を元気にする力となるという観点から、「文化力で地域から日本を元気にする」、③社会全体で文化芸術の振興を図るという観点から、「国、地方、民間が相互に連携して文化芸術を支える」の3点を示している。

①文化力の時代を拓く

「文化力の時代を拓く」では、文化力を高め、心豊かで活力にあふれた社会を実現すること、文化芸術を通じて世界に貢献していくこと、また、長期的かつ継続的な視点に立った施策を展開することが必要であることを示している。

②文化力で地域から日本を元気にする

「文化力で地域から日本を元気にする」では、地域文化の豊かさが日本の文化、日本の魅力を高めること、様々な形の文化芸術に触れ、更に豊かな文化芸術を創造できるようにすること、また、団塊の世代の人々に地域の文化芸術活動へ参加していくための環境整備が必要であることを示している。

③国、地方、民間が相互に連携して文化芸術を支える

「国、地方、民間が相互に連携して文化芸術を支える」では、国は文化芸術活動の発展を支える環境づくりを進め、関係府省間の連携・協力を一層促進すること、また、社会全体で文化芸術の振興を図っていくことが必要であることを示している。

8) 文化芸術の振興に当たって重点的に取り組むべき事項

以上の基本的視点を踏まえ、本方針では、①人材育成、②国際発信、③戦略的支援、④地域文化、⑤子どもの文化芸術活動、⑥文化財、の6点を今後重点的に取り組むべき事項として示している。以下各事項について個別に説明する。

①日本の文化芸術の継承、発展、創造を担う人材の育成

日本における人材育成の現状であるが、美術や音楽に関する人材養成は、基本的には大学で行われている。また、バレエは民間のバレエ学校で、演劇は民間の劇団を中心に行われている。これらの人材養成期間で研鑽を積んだ者のうち、特に優秀な者については、毎年、文化庁が渡航費と滞在費を負担して海外研修の機会を与えたり（2006年度は約160名を派遣）、新国立劇場に付置されている研修所において奨学金を給付し、研修する機会を設けている。また、各芸術団体が行う新進芸術等に対する養成・研修事業や新人コンクール等の事業へ支援も行っている。

全国の文化会館の職員などを対象に、アートマネジメントや舞台技術に関する研修を行っているが、規模が小さく、その充実を図ることが先ほど述べたように今後の課題となっている。

文化財については、国は、無形文化財のうち重要なものを重要無形文化財として指定し、同時に、これらのわざを高度に体現している者を保持者または保存団体に認定し、我が国の伝統的なわざの継承を図っている。保持者と認定された個人は、一般に人間国宝と呼ばれ、国は

年額200万円の特別助成金を交付している。また、保持団体、地方公共団体等の行う伝承者養成事業、公開事業等に対しその経費の一部を助成している。このほか、国立劇場において、能楽、文楽、歌舞伎、組踊、演芸等の芸能に関して、それぞれの後継者のための研修事業等を行っている。

このような状況の下で、本方針の、①「日本の文化芸術の継承、発展、創造を担う人材の育成」では、専門的人材の計画的・系統的な育成が必要であるとし、特に、アートマネジメント担当者や舞台技術者などの文化芸術を支える人材の育成が必要であるとしている。また、無形文化財等の継承者の養成や文化ボランティア活動を活発にするための環境整備が必要であるとしている。

②日本文化の発信及び国際文化交流の推進

日本の国際文化交流の現状であるが、文化庁では、オーケストラやバレエ、演劇等の団体が行う優れた海外公演、日本の伝統芸能などの海外公演に対し支援を行っている。2006年度の支援件数は、約110団体である。また、1997年から実施しているメディア芸術祭、対象はコンピューター・グラフィック、アニメーション、漫画であるが、その内容が充実してきたことを踏まえ、韓国や中国において日本メディア芸術作品展を実施するとともに、我が国の優れた芸術作品を海外のメディア芸術祭等に出品することにより、海外において発表する場を提供している。さらに、映画については、韓国において2004年から韓国政府協力の下、日本映画の上映事業を行うとともに、中国においても、本年3月、中国政府と共催で、北京において日本映画の上映事業を行った。

文化財における国際交流・協力については、戦争や災害で被災した文化財を保護するため我が国の専門家の派遣及び相手国の専門家の招聘等を行う事業、韓国との文化財交流など二国間交流、独立行政法人文化財研究所において敦煌、アンコール、パーミヤンなどを対象にした調査研究などの協力事業を行っている。

このほか、国際的な内外の芸術家、文化人などを招聘し、座談会、対談、公演などを行い、世界の文化芸術の最新の諸相や動向について語り合うことを目的として、2003年度から国際文化フォーラムを実施している。

また、芸術家、文化人等、文化芸術に携わる方々を、一定期間「文化交流使」として指名し、世界の人々の日本文化への理解の進化や日本と外国の文化人のネットワークの形成・強化につながる活動の展開を目的とした事業を行っている。「文化交流使」の活動には、「海外派遣型」「現地滞在型」「来日芸術家型」の3つの類型がある。2003年の事業を開始以来、海外派遣型及び現地滞在型で38名、来日芸術家型で25組を指名した。

このような状況の下で、本方針の、②「日本文化の発信及び国際文化交流の推進」では、日本文化の積極的な海外発信やジャパン・クールとしても注目を集めているメディア芸術などの新しい文化芸術の国際的な拠点形成や文化財保護の国際協力の推進が必要であるとしている。

③文化芸術活動の戦略的支援

文化庁では、我が国の芸術水準向上の直接的な牽引力となる芸術水準の高い、音楽、舞踊、演劇、伝統芸能、大衆芸能の各分野の優れた自主公演に対し、制作費の一部を支援している。支援を受けている団体数は、2006年度で約150団体である。

このような現状の下で、本方針の、③「文化芸術活動の戦略的支援」では、水準の高い活動への重点的支援と地域性などにも配慮した幅広く多様な支援のバランスを図り、より効果的で戦

略的な支援が重要であること、また、各種助成機関等の適切な役割分担を図るとともに、専門的機関を経由して助成する再助成制度の有効性も検討していくとしている。

④地域文化の振興

地域における文化を振興することは、心豊かさの創出や住民の身近な文化芸術機会の確保、地域社会の連帯感の形成といった意義のほかにも、国全体としても、地域文化が豊かになればなるほど日本全体の文化も豊かになり、日本の魅力が一層高まること、各地域で独自性のある文化が振興されることは日本全体として文化多様性の確保につながるということと意義があるものと認識している。

このため、文化庁においても、各地方公共団体の文化振興策を支援する施策として、①公立文化施設が連携して行う自主企画・制作事業の実施に当たり必要な企画・制作費の支援、②地域の伝統文化保存団体等が実施する伝承者の養成、用具等の整備、映像記録等の作成など伝統文化の継承・発展のための事業への支援、③子どもたちに対し週末に学校の施設等において茶道、華道、伝統音楽などを体験・修得させる教室の開催への支援、④各地域が文化芸術活動を通じて活性化を図ることができるよう地域文化リーダーや地域の文化芸術団体の育成への支援、⑤国民文化祭の実施、⑥文化ボランティアの継続的な活動の場の創設・提供に関するモデル的な取り組みへの支援、文化ボランティアの交流の場の開催などの取り組みを行っている。

このような状況の下で、本方針の、④「地域文化の振興」では、居住する地域にかかわらず等しく文化芸術の鑑賞・参加が可能となるよう、拠点づくりなどの活動を支援することや地域の高等教育機関が地域文化の振興に貢献していくこと、また、地域の文化力を広くまちづくりを生かすことなどが必要であるとしている。

⑤子どもの文化芸術体験活動の充実

本方針の、⑤「子どもの文化芸術体験活動の充実」では、子どもの豊かな心や感性、創造性をはぐくむため、子どもたちが身近に伝統文化や現代の文化芸術に触れる機会を充実することなどが必要であるとし、学校の文化芸術活動を地域ぐるみで支援していくこと、また、子どもたちの国際的な文化交流に一層力を注いでいくとしている。

文化庁では、子どもたちが学校の体育館等においてオーケストラやバレエ、演劇等の優れた舞台芸術を鑑賞し、文化芸術団体等による実演指導、ワークショップやこれらの団体等との競演に参加し、本物の舞台芸術に身近に触れる機会の提供を行っている。また、非常に優れた活動を行っている芸術家や伝統芸能の保持者等を出身地域の学校等に派遣し、優れた技の披露や文化活動のすばらしさなどについての講話を通して、子どもたちの芸術への関心を高める事業を行っている。

⑥文化財の保存及び活用の充実

日本における文化財保護の現状であるが、文化財保護法に基づき、文化財のうち重要なものを指定・選定し、現状変更、修理、輸出などに一定の制限を課す一方、有形の文化財(美術工芸品、建造物、民俗資料等)については保存修理、防災、買い上げ等により、また、無形の文化財(芸能、工芸技術、風俗慣習、民俗芸能等)については伝承者養成や記録作成等に対して助成するなど、保存と活用のために必要な様々な措置を講じている。

世界遺産については、既に文化遺産10件、自然遺産3件の合計13件が登録されている。無形文化遺産については、我が国は、2004年6月、「無形文化遺産の保護に関する条約」の締約国となった。条約に先立つ保護措置である「人類の口承及び無形遺産に関する傑

作の宣言」として、能楽、人形浄瑠璃文楽、歌舞伎(伝統的な演技演出様式によって上演される歌舞伎)の3件が、宣言されている。

このような状況の下で、本方針の、⑥「文化財の保存及び活用の充実」では、文化財の実効性ある保存・活用の充実を図っていくことが重要であるとし、文化財を国民共通の財産として親しみ、守っていく機運を醸成していくこと、また、ユネスコ世界遺産の推薦、登録を推進することなどが重要であるとしている。

9) 文化芸術の振興に当たって配慮する事項

また、文化芸術の振興に当たって配慮すべき事項として、「芸術家等の地位向上のための条件整備」としては、芸術家等が安心して安全に取り組める環境の整備と社会的な役割に関する理解の促進と積極的な顕彰を掲げている。「国民の意見の反映等」では政策形成等に際しては、国民の意見を十分に把握するとともに、文化芸術施策の適切な評価方法の開発を掲げている。

10) 文化芸術の振興に関する基本的施策

「第2 文化芸術の振興に関する基本的施策」では、第1の「文化芸術の振興の基本的方向」を踏まえ、文化芸術振興基本法の第3章に掲げる各分野について、今後取り組むべき基本的施策として、「芸術、メディア芸術、伝統芸能、芸能、生活文化、国民娯楽、出版物等の各分野の文化芸術の振興」、「文化財等の保存・活用」、「地域の文化芸術の振興」、「国際交流等の推進」、「芸術家等の養成・確保等」、「国語の正しい理解」、「日本語教育の普及・充実」、著作権等の保護・利用」である。

そして「国民、高齢者・障害者等、青少年や学校教育における文化芸術活動の充実」、次に「劇場、音楽堂、美術館、博物館等の文化芸術拠点の充実」、「その他情報通信技術の活用、民間支援活動の活性化、顕彰等の基盤の整備等」の11の項目について、107の事項の具体的施策を新しい視点に立って記述している。

今後、我が国は、この第2次基本方針に基づき、「文化芸術立国」を目指して、より一層戦略的に文化芸術の振興に取り組んでいく考えである。



장 피에르 블래 (Jean Pierre Blais)

캐나다 문화부 차관보

(Assistant Deputy Minister Cultural Affairs Sector, Department of Canadian Heritage, Canada)

퀘벡변호사협회(Quebec Bar, 1985년) 및 온타리오주(州) 변호사협회(Law Society of Upper Canada (Ontario), 1994년) 회원이다. 맥길대학(McGill University)에서 민법 학사 학위 및 관습법 학사 학위를, 호주 멜버른대학(University of Melbourne)에서 법학 석사 학위를 취득했다. 2004년 캐나다 문화부(Department of Canadian Heritage) 차관보로 임명되었으며 1999년부터 2002년까지 캐나다 라디오 방송 통신 위원회(Canadian Radio-television and Telecommunications Commission) 사무차장(Executive Director)으로 근무했다.

방송신호, 스포츠 중계방송 독점권, 저작권 및 공연예술가 권리 등과 같은 문제에 대해 여러 법률 저널에 많은 글을 기고하고 있다.

A member of both the Quebec Bar (1985) and the Law Society of Upper Canada (Ontario) (1994). A Bachelor of Civil Law and a Bachelor of Common Law from McGill University, as well as a Master of Laws from the University of Melbourne in Australia. Appointed Assistant Deputy Minister (ADM) Cultural Affairs at the Department of Canadian Heritage in 2004. Executive Director Broadcasting, Canadian Radio-television and Telecommunications Commission From 1999 to 2002.

He has published in numerous legal journals articles on such topics as the protection of broadcasting signals, exclusive television rights to sporting events, copyright of the Crown, and the rights of performing artists.

제3-3주제:

캐나다의 문화정책

I. 캐나다의 문화 정책

1. 주요 원칙 (Guiding Principles)

1) 캐나다는 다음과 같은 이유로 예술과 문화를 지원한다.

- √ 문화는 국민 생활에 중요한 역할을 한다.
- √ 예술적 표현은 역동적 사회를 위해 가치가 있다.
- √ 다양한 목소리와 의견이 문화와 사회를 풍요롭게 한다.
- √ 문화는 독립적으로는 충분히 부흥할 수 없다.
- √ 문화 및 창작 활동은 지식 경제의 꽃이자 혁신의 핵심 원동력이다.

2) 캐나다는 유네스코의 ‘문화적 표현의 다양성 보호와 증진을 위한 협약(Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions)’을 지지한다.

- √ 캐나다를 비롯한 52개국이 비준, 2007년 3월 18일 발효
- √ 자국의 다양한 문화적 표현을 지원하기 위한 조치를 채택할 각국의 권리 인정
- √ 문화 상품 및 서비스의 두 가지 성격(경제적, 사회적) 인정
- √ 이미 존재하는 기타 협약과 동등한 중요성을 가지고 상호 보완적이며, 기존 협약 하의 의무사항에 영향을 미치지 않음
- √ 캐나다는 아시아 국가들이 2007년 봄, 파리 유네스코본부에서 개최되는 제1차 체약국 회의(COP)에 참석해 줄 것을 당부하고자 함

2. 집중 분야 (Areas of Focus)

창작: 캐나다의 다양성을 잘 보여주고 높은 우수성을 가지는 창작

● 전략적 목표 I

- √ 캐나다의 문화 상품과 체험이 풍부한 언어, 인종문화, 토착민, 지역 다양성을 포함하여 다민족으로 구성된 캐나다 사회와 공통의 가치관을 반영하도록 한다.

● 전략적 목표 II

- √ 우수성에 투자 함으로써 창작의 우수성이 발전하고 성공에 대한 포상을 보장하여, 장기적으로 이 분야의 활기를 더하는데 공헌하도록 한다.

접근성: 캐나다 국민들이 국내에서 다양한 문화적 표현을 접할 수 있도록 하고, 세계 전역의 사람들이 캐나다 문화를 접할 수 있도록 하는 것

● 전략적 목표 III

- √ 캐나다의 문화 상품과 체험이 건전한 공급망을 통해 작가로부터 국민들에게 전해질 수 있도록 하여, 캐나다의 다양한 문화 콘텐츠를 모든 국민들이 즐길 수 있도록 한다.

● 전략적 목표 IV

√ 캐나다의 문화 상품과 체험이 잘 개발된 국제 시장을 통해 세계로 뻗어나갈 수 있도록 한다.
이 시장을 통해 캐나다의 재능과 문화를 전세계 사람들과 공유하여, 캐나다 예술인들이 국제무대에서 자리 잡을 수 있도록 한다.

● 전략적 목표 V

√ 신기술이 제공하는 기회와 그 혜택을 십분 활용하여, 작가의 권리를 존중하면서도 캐나다 국민들이 문화 작품을 최대한 향유할 수 있도록 한다.

3. 정책 도구

1) 법 제정 및 규제

√ 캐나다 콘텐츠 및 접근성 보장

√ 기타 부처 및 연방 기관과의 책임 분담

2) 직간접 지원

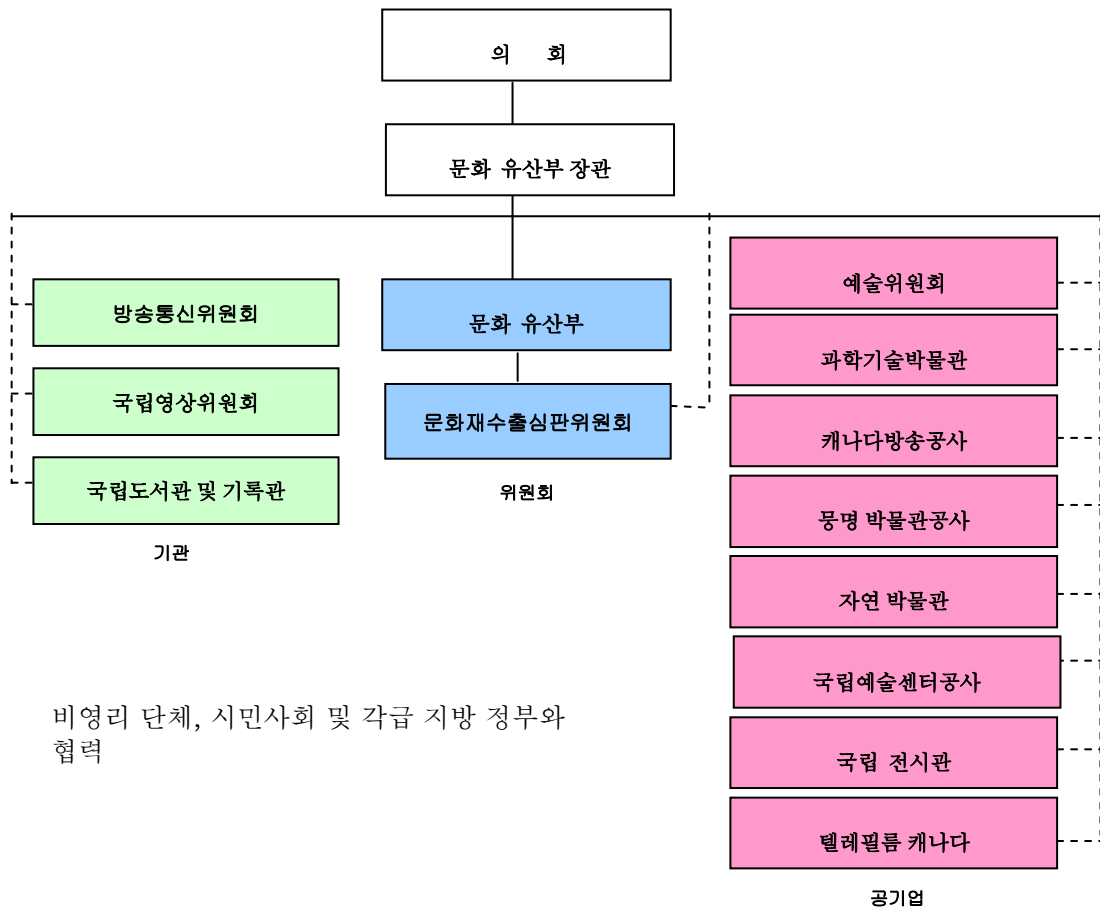
√ 특정 요구사항에 대한 맞춤 이니셔티브

√ 중앙 및 지방 정부 차원의, 또는 파트너를 통한 지원

3) 파트너쉽

기관, 공기업, 기타 정부 부처, 각급 정부의 협력이 정책 성공에 필요하다.

4. 캐나다 문화유산부 조직도



5. 문화 및 기술 전담부서(Task Force) 설치

- 1) 2005년 11월 문화유산부의 문화업무부(Cultural Affairs Sector) 산하에 설치된 본 전담 부서의 소명은 다음과 같다.
 - √ 핵심 트렌드를 파악하고, 문화 분야 전반에 기술이 끼치는 영향에 관해 근거에 입각한 결론을 도출한다.
 - √ 기술이 문화 정책에 끼치는 영향에 대한 수평적 정책 토의를 활성화한다.
 - √ 파트너십을 통해 캐나다의 문화 정책 목표를 달성하고 기술에 관한 공통 우려사항을 해소하기 위한 포괄적인 계획을 마련한다.

6. 신기술의 등장

- 1) 지난 몇 년간 문화적 창작 및 경험에 끼치는 신기술의 영향이 증가해 왔다.
 - √ 인터넷
 - √ MP3
 - √ 광대역 통신망
 - √ P2P
 - √ 인터넷 라디오
 - √ 온라인 매거진 등

7. 새로운 규범

- 1) 문화 환경이 변화하고 있다.
 - √ 전통적인 것과 새로운 것의 공존
 - √ 신규 관행의 중첩
 - √ 신규 예술 형태의 뒤섞임
 - √ 보다 중요한 변화로서, 소비자들의 강화된 문화 경험 제어 능력
- 2) 디지털로의 전환에 끝이 보이지 않으며, 변화가 새로운 규범이 되었다.
- 3) 그 결과, 근본적인 변화가 우리 주변에서 일어나고 있다.

8. 도전과제

- 1) 신기술이 가능케 한 새로운 배급 모델로 인해 캐나다 국민들이 원하는 때와 장소, 방식으로 문화 콘텐츠를 접할 수 있게 되었다.
- 2) 문화 산업에서 일어나고 있는 소매와 미디어의 융합이 기존 비즈니스 모델에 도전이 되고 있다.
- 3) 문화적 표현에 대한 접근성 및 새롭게 대두되는 문화적 표현 형태가 지적재산권과 균형을 이루어야 한다.
- 4) 법적인 선례가 가용 정책 도구에 영향을 미친다.
- 5) 증가하는 인종문화 다양성과 원주민 비율의 증가, 노령화, 도시인구 증가를 비롯한 인구 변화로 공공 정책의 새로운 접근법이 요구된다.

9. 캐나다 방송 산업이 직면한 도전과제

- 1) 캐나다 방송통신위원회(CRTC)는 캐나다 방송법(Broadcasting Act) 제15항에 준거하여 캐나다 방송 시스템이 직면할 미래 환경 조사 보고서를 작성했다.
(www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/broadcast/rep061214.pdf)

2) 다음의 슬라이드는 이 보고서의 결과를 보여주고 있다.

3) HDTV

√ 방송사들이 디지털/HD 제작 및 전송방식으로 업그레이드 하는 비용이 상당하다. 여기서 핵심적인 경제 이슈는, 이 비용이 현재의 규제 및 사업 모델 하에서 시장에 누적된 비용 회수 없이 어느 정도까지 자본 투자 및 운영비를 증가시킬 것인가 하는 것이다.

√ 캐나다 TV 방송 제작자의 66%가 현재 HDTV 포맷의 콘텐츠를 제작하고 있고, 56%가 인터넷이나 모바일 플랫폼을 위한 비디오 콘텐츠를 만들고 있다. 조사 대상 중 현재 HDTV 콘텐츠를 제작하고 있지 않은 제작자의 87%가 2년 안에 HDTV 콘텐츠 제작을 시작할 것으로 예상했다.

4) 초고속 인터넷

√ 인터넷을 통한 비디오 스트리밍이나 오디오 파일 다운로드와 같은 활동은 더 큰 대역폭을 요구하기 때문에, 캐나다에서 초고속 광대역 인터넷에 대한 소비자 수요가 지속 증가하고 있다. 2006년 기준, 인터넷을 사용하는 가정의 81%가 초고속 인터넷을 이용했으며 불과 19%만이 다이얼 업(dial-up) 모뎀을 사용했다.

5) 디지털 라디오/오디오 서비스

√ 디지털 라디오의 롤 아웃(roll-out)이 정체된 것으로 보인다. 소비자들은 독특한 새 콘텐츠가 있어 수신기를 구매 할만하다는 확신을 갖기 전에는 수신기 구매를 꺼리고, 방송사업자들은 충분한 시청자 층이 형성되어 있어 콘텐츠 제작 비용을 투입 할만하다는 확신을 갖기 전에는 새로운 콘텐츠 제작을 꺼렸다.

6) 주문형비디오 (VOD)

√ 케이블 방송을 시청하는 가정의 44%, 캐나다 전 가정의 9%가 2006년에 1회 이상 유/무료 VOD

를 이용한 적이 있으며, 이는 2005년의 36%에서 크게 증가한 것이다. 케이블이나 DTH 플랫폼을

통한 VOD 이용 가정은 향후 5년간 꾸준히 증가하여 캐나다 전 가정의 30% 정도가 될 것으로 예상된다.

7) 개인용 비디오 녹화기 (PVR)

√ VOD와 PVR에 힘입어 사용자들의 주문형 콘텐츠 이용이 점차 늘어날 것이고, TV 시청자들

사에서 보다 편리하게 콘텐츠를 이용하려는 문화가 형성될 것이다. 초고속인터넷 플랫폼을 통한

주문형 콘텐츠의 편리성에 익숙해진 이용자들은 TV플랫폼에서도 같은 편리성을 추구하고자 한다.

8) IPTV

√ 2005년 기준으로 캐나다에는 약 십만 명의 IPTV 가입자가 있었다. 그 숫자는 2010년에 8십만 명을 상회할 것으로 전망된다.

√ IPTV의 혁명은 기존 방식 및 주문형 HD 콘텐츠를 다양한 수신 장비로 언제 어디서나 즐길 수 있는 확장된 방송 환경에서 일어날 것이다. 미래의 네트워크 모델은 개인별 맞춤형 서비스를 제공할 수 있는 사용자 중심 모델이 될 것이 분명하다.

II. 뉴미디어 콘텐츠 제작

1. 캐나다 뉴미디어 기금

1) 캐나다 뉴미디어 기금 (CNMF)

√ CNMF는 뉴미디어 콘텐츠의 개발, 제작, 배급을 지원하고, 뉴미디어 분야 역량을 강화한다.
√ 텔레필름 캐나다(Telefilm Canada, www.telefilm.gc.ca)가 관리하는 CNMF는 이 같은 활동을 지

원하는 1차적 수단이다.

√ 20억불 규모의 뉴미디어 산업은 대부분 직원 10~50인의 중소기업으로 이루어져 있고, 밴쿠버,

토론토, 몬트리올에 집중되어 있는 기업들을 포함하여 캐나다 전역에 1,900여 개 업체가 있다.

√ CNMF는 웹사이트, 비디오 게임, 모바일 콘텐츠에 이르기까지 다양한 뉴미디어 콘텐츠 개발

비용의 최고 50%를 지원한다.

III. 뉴미디어 콘텐츠의 접근성 확대

콘텐츠 개발에 대한 자금 지원이 우리 전략의 핵심이지만 이것으로 충분한 것은 아니다. 캐나다

의 콘텐츠는 광대한 인터넷 공간에서 실종될 수도 있다. 그러므로 캐나다 국민들이 캐나다 콘텐츠

를 찾을 수 있도록 적극 도와야 한다.

1. Culture.ca(www.culture.ca, 게이트웨이)가 인터넷 상에서 캐나다 문화 콘텐츠의 가시성을 높

이는 열쇠이다.

2. The Virtual Museum of Canada(www.virtualmuseum.ca, 포털)가 캐나다 국민들을 위한 온라인

인 박물관 전시작품의 중앙 접속점의 역할을 한다.

3. 대두되는 문제는 검색 위주인 인터넷 환경에서 어떻게 하면 구글이나 야후 같은 전통적인 시

스템을 통해 캐나다 국민들이 캐나다 콘텐츠를 찾을 수 있도록 돕느냐 하는 것이다.

IV. 뉴미디어 연구개발

PCH는 과학과 문화의 교차점에서의 혁신적 응용 연구를 지원한다. 뉴미디어 연구 네트워크

기금(New Media Research Networks Fund)과 뉴미디어 R&D 이니셔티브(New Media R&D

Initiative)를 통해서 PCH는 아래와 같은 사항을 돕는다.

1. 디지털 콘텐츠의 창작, 관리, 전달을 위한 도구를 개발하여 뉴미디어의 혁신을 앞당김

2. 뉴미디어와 문화관련 단체의 R&D 역량 강화

3. 지식발전 및 신기술과 연구자들의 능력개발을 위한 관련기관들의 협력 촉진

V. 캐나다 문화관련 기관의 뉴미디어 활동

각기 정도는 다르지만, 캐나다의 문화관련 기관들은 맑은 소명을 다하기 위해 뉴미디어를 활용

하고 있다.

캐나다방송공사 (CBC, www.cbc.ca)

1. CBC는 CBC.ca와 SRC.ca를 통해 캐나다 국민들이 언제라도 뉴스, 비즈니스, 스포츠, 예술, 연예오락, 아동용 게임 등 다양한 콘텐츠를 이용할 수 있도록 하고 있다.
2. 캐나다문화온라인정책(Canadian Culture Online, CCO)에 따라, 캐나다 언론 및 문화의 역사를 관심을 유발하는 흥미로운 포맷으로 만들어, 온라인으로 소장된 콘텐츠를 검색해 볼 수 있도록 했다.

CBC의 구체적인 프로젝트들:

√ Zed (www.zed.cbc.ca) - 2002년에 시작된 Zed는 TV, 인터넷, 모바일 플랫폼을 이용, 원본 음악 및 시청각 콘텐츠를 발굴, 방송하여 사용자가 일방향이 아닌 쌍방향으로 콘텐츠와 상호작용할 수 있도록 하고 있다. 사용자가 제공한 콘텐츠가 TV 플랫폼에서 제공되기도 한다.

√ Radio3 (www.radio3.cbc.ca) - Radio3는 웹 매거진, 위성 라디오, 포드캐스팅 등 다중 플랫폼을 이용하여 새롭게 뜨고 있는 캐나다 음악 및 문화를 전문적으로 소개하고 있다.

√ Première chaîne de Radio-Canada (www.radio-canada.ca/radio/baladodiffusion/) - 라디오-캐나다(Radio-Canada)는 현재 정규 라디오 프로그램의 일부를 포드캐스팅으로 서비스하고 있다.

국립영상위원회 (National Film Board of Canada, www.nfb.ca)

국립영상위원회는 기존 영상작품을 뉴미디어 프로젝트로 보완하고, 초고속 인터넷을 이용해서 캐나다 국민들이 무료로 위원회의 영화 카탈로그를 검색할 수 있도록 함으로써, 캐나다 국민들에게 다가서고 있다. 여기에는 아카데미상 단편만화영화부문 2007년 수상작인 *The Danish Poet*이 포함되어 있다.

문화관련 기관 및 국립박물관들

국립예술센터 (National Arts Center, www.nac-cna.ca), 캐나다 공원청 (Parks Canada, www.pc.gc.ca), 여러 국립박물관과 같은 문화관련 기관들은 CCO 파트너십을 통해 소장품을 온라인으로 전시하고 있으며, 뉴미디어를 이용해 보다 폭넓은 계층에게 다가서고 있다.

TITLE:

Canada's Cultural Policy

Canada's Cultural Toolkit:
Transition in a Digital Age

I. Canada's Cultural Policy Toolkit**1. Guiding Principles**

1) Canada Supports Arts and Culture Because:

Culture plays a role in civic life.

Artistic expression is valuable to a dynamic society.

Diverse voices and viewpoints enrich culture and society.

Culture cannot fully thrive on its own.

Culture and creative activities are the centrepiece of the knowledge economy and are a key innovation driver.

2) Canada Supports the UNESCO Convention on the Protection and Promotion of the Diversity of Cultural Expressions:

Ratified by 52 countries (including Canada); entered into force on March 18, 2007;

The Convention recognizes the right of States to adopt measures in support of their diverse cultural expressions;

It recognizes the dual nature of cultural goods and services (economic and social);

The Convention is placed on equal footing with, and is mutually supportive of, other treaties while not modifying existing obligations;

We encourage Asian countries to come to the table when the 1st Conference of Parties meets at UNESCO in Paris in Spring 2007.

2. Areas of Focus

Creation that is reflective of Canada's diversity and attains a high degree of excellence.

• Strategic Objective I

Canadian cultural products and experiences will reflect ourselves, holding a mirror to Canada's shared citizenship and common values, including our rich linguistic, ethnocultural, Aboriginal, and regional diversity.

• Strategic Objective II

Investing in excellence will ensure that creative excellence flourishes and success is rewarded, contributing to the vitality of the sector over the long term.

Access for Canadians to diverse cultural expression at home, and a strong presence for Canadian culture around the world.

- Strategic Objective III

Canadian cultural products and experiences will reach audiences via a healthy supply chain continuum from creator to citizen, so that diverse Canadian content is available and accessible to all Canadians.

- Strategic Objective IV

Canadian cultural products and experiences will reach the world through well-developed international markets. These markets share Canadian talent and culture with global audiences, so that Canadian artists take their place on the international scene.

- Strategic Objective V

Proactively harnessing the opportunities of new technologies and take full advantage of their benefits, providing maximum access to cultural works for Canadians while respecting the rights of creators.

3. Tools of the Toolkit

- 1) Legislation and regulation

Ensure Canadian content and access.

Shared responsibility with other departments and federal agencies.

- 2) Direct and indirect support

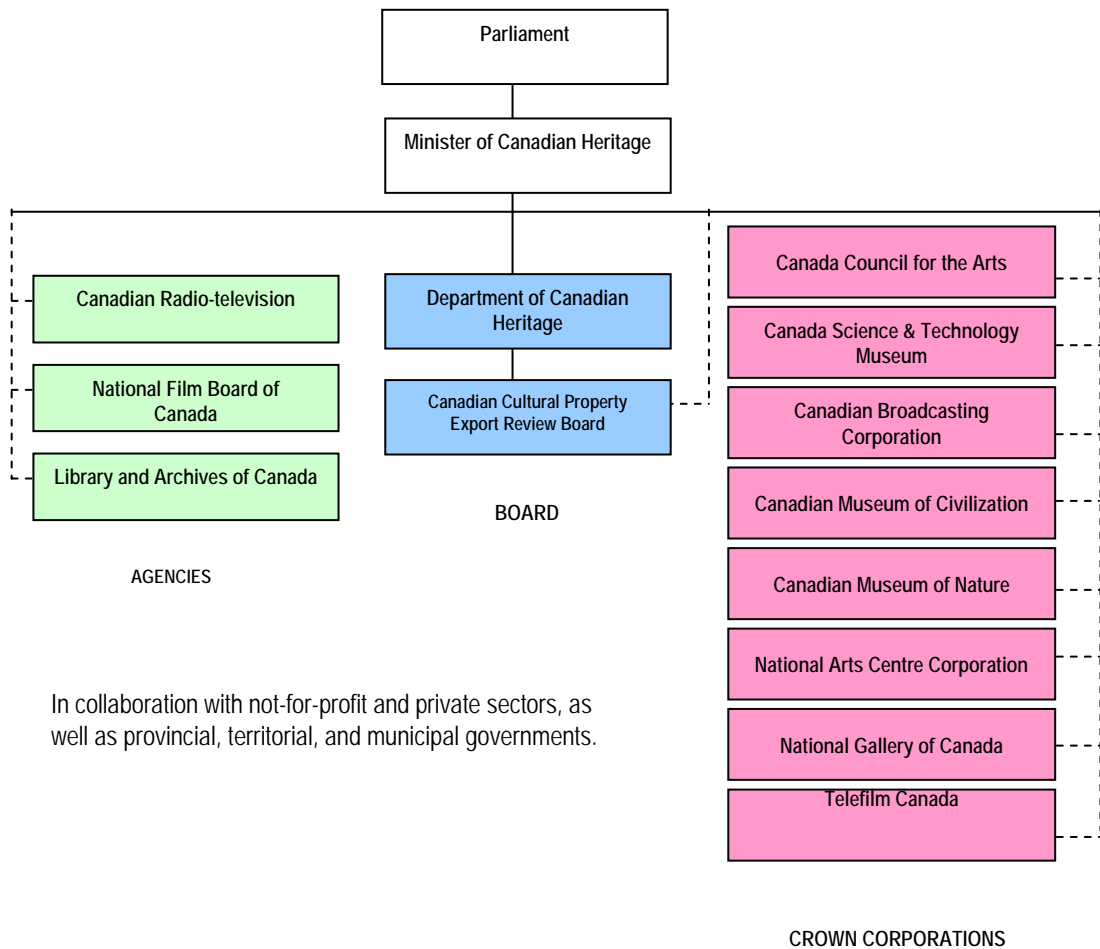
Targeted initiatives for specific needs.

Delivered centrally, locally, or by partners.

- 3) Partnerships

Agencies, Crown Corporations, other Government Departments and other levels of Government are critical to our success.

4. Canadian Heritage Portfolio



In collaboration with not-for-profit and private sectors, as well as provincial, territorial, and municipal governments.

5. Creation of the Culture and Technology Task Force

1) Created in November 2005 in Canadian Heritage’s Cultural Affairs Sector with a mandate to:

Articulate key trends and draw evidence-based conclusions regarding the impacts of technology across the cultural sector;

Facilitate a horizontal policy discussion of the impact of technology on the cultural policy toolkit; and

Develop, in partnership, a comprehensive plan to help meet Canada’s cultural policy objectives and address shared concerns related to technology.

6. Emergence of New Technologies

1) Growing emergence of new technological involvement in cultural creation and experiences over the course of the past few years.

Internet

MP3s

Broadband

Peer-to-Peer

Internet Radio

Online Magazines, etc.

7. The New Normal

1) Transforming the cultural ecosystem:

Intermingling of traditional and new players;

Overlapping of old and new practices;

Mashups of old and new art forms; and

Most importantly, an empowered consumer who is increasingly in control of their own experience.

2) The digital transition has no end in sight and change is the new norm.

3) Result: A fundamental shift is unfolding around us.

8. Challenges

1) New distribution models made possible by new technologies allow Canadians to access cultural content where, when and how they choose.

2) Retail and media convergence in the cultural industries challenges existing business models.

3) Intellectual property rights must be balanced with access and emerging forms of cultural expression.

4) Legal precedents influencing the available policy tools.

5) New distribution models made possible by new technologies allow Canadians to access cultural content where, when and how they choose.

6) Retail and media convergence in the cultural industries challenges existing business models.

7) Intellectual property rights must be balanced with access and emerging forms of cultural expression.

8) Legal precedents influencing the available policy tools.

9) Demographic changes, including an increasing ethnocultural diversity and a larger proportion of Aboriginal peoples, an aging population, and the growth of urban communities require new approaches to public policy. Demographic changes, including an increasing

ethnocultural diversity and a larger proportion of Aboriginal peoples, an aging population, and the growth of urban communities require new approaches to public policy.

9. Challenges Facing the Canadian Broadcasting Industry

1) The Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) prepared a report examining the future environment facing the Canadian broadcasting system, pursuant to Section 15 of Canada's *Broadcasting Act*.

www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/broadcast/rep061214.pdf

2) The following slides showcase some of the Report's findings

3) HDTV

The cost of upgrading to digital/HD production and transmission are substantial for broadcasters. A key economic issue is the extent to which these costs significantly increase capital investment and operating expenses without any ability to recover the incremental costs in the marketplace under existing regulatory and business models.

66% of Canadian television producers are currently producing content in HDTV format, and 56% are producing video content for the Internet or mobile platforms. 87% of those surveyed who are not currently producing content in HDTV expect to begin producing in HD within the next two years.

4) Broadband Internet

As activities such as streaming video over the Internet or downloading audio files require more bandwidth, consumer demand for high speed broadband Internet continues to increase in Canada. As of 2006, 81% of homes with Internet access employed high-speed while only 19% used dial-up.

5) Digital Radio / Audio Services

Digital radio's roll-out has apparently stalled. Consumers do not want to buy receivers until they are convinced that there is unique new content available to justify the purchase, while broadcasters have been unwilling to create the required content until there are adequate audiences to justify the programming expenditures.

6) Video-on-Demand

44% of digital cable households, or 9% of Canadian households, used paid or free VOD at least once in 2006, up from 36% in 2005; and on-demand use via the cable or DTH platform will increase in the next five years to approximately 30% of all Canadian households.

7) Personal Video Recorders

With services such as VOD and PVR at their disposal, more consumers will adopt on-demand habits, creating a culture of convenience among television viewers. Consumers accustomed to on-demand convenience from the broadband platform are seeking the same convenience from their televisions.

8) IPTV

As of 2005, there were approximately 100,000 subscribers to IPTV services in Canada. The number of Canadian subscribers is forecast to increase to more than 800,000 by 2010.

The evolution of IPTV will occur in an expanded broadcasting context that features conventional and on-demand HD content being delivered to a multiplicity of receiving devices at any time and any place. It is clear that the network model of tomorrow will be consumer-centric in its ability to deliver personalized services.

II. Supporting New Media Content Creation -

1. Canada New Media Fund

1) Canada New Media Fund

The Canada New Media Fund (CNMF) promotes the development, production and distribution of new media products and fosters capacity in the new media sector

Administered by Telefilm Canada, the CNMF is the primary vehicle for supporting these activities.

This \$2B industry is made up typically of small businesses with between 10 and 50 employees and has 1,900 firms across Canada, including clusters in Vancouver, Toronto and Montréal.

CNMF provides up to 50% funding for new media product development in products ranging from Websites, to video games, to mobile content. www.telefilm.gc.ca

III. Increasing Access to New Media Content -

While funding the creation of content is the core of our strategy, it is not enough: Canadian content can easily get lost in the vast space of the Internet, so we have to actively help Canadians find it.

1. Culture.ca—a gateway—is key to increasing the visibility of Canadian cultural content on the Internet. www.culture.ca

2. The Virtual Museum of Canada portal provides Canadians with a central access point for online museum exhibits. www.virtualmuseum.ca

3. The emerging question is how can we help Canadians find Canadian Content in a search driven environment, via traditional systems such as Google and Yahoo?

IV. Supporting New Media Research and Development -

PCH supports **innovative, applied research** at the intersection of technology and culture.

Through the **New Media Research Networks Fund** and the **New Media R&D Initiative**, PCH helps:

1. Advance innovation in new media – develop tools for the creation, management and delivery of digital content.

2. Strengthen R&D capacity in new media and cultural organizations.

3. Encourage organizations to partner to:

Advance knowledge, and

Develop new technologies and the skills of researchers.

V. New Media Activity By - Canadian Cultural Agencies

To varying degrees, Canadian cultural agencies are using new media activities to deliver their mandates

Library and Archives Canada

1. Employs new media technology to preserve and make accessible authentic and authoritative content
2. Provides international expertise in this area; for example, the National Archives of Ireland has engaged Library and Archives Canada to digitize their census data so they can make it available online.
3. Provides leadership in the development of a Canadian strategy for the preservation of digital information.

www.collectionscanada.ca

Canadian Broadcasting Corporation (CBC) – www.cbc.ca

1. CBC, through CBC.ca and SRC.ca, use the Internet to reach and engage Canadians whenever they choose with Canadian content, including news, business, sports, arts and entertainment, and games for kids.
2. Through Canadian Culture Online support they also make their archival collections accessible online for free, linking the journalistic and cultural history of Canada in engaging formats.

Specific projects of CBC are:

Zed – Launched in 2002, Zed uses TV, the Web and mobile platforms to seek out and broadcast original music and audiovisual content allowing users to interact with it in a participative rather than linear way. User presented content may also be profiled on the TV platform. www.zed.cbc.ca

Radio 3 – Radio 3 uses multi-platforms such as Web magazines, satellite radio, and podcasting to exclusively promote and showcase new and emerging Canadian music and culture. www.radio3.cbc.ca

Première chaîne de Radio-Canada – Podcasting – Radio-Canada currently makes available part of its regular radio programming through podcasting. www.radio-canada.ca/radio/baladodiffusion/

National Film Board of Canada – www.nfb.ca

The National Film Board is expanding its reach to Canadians by complementing its existing film work with new media projects, and using broadband Internet to make its catalogue of films available to Canadians free of charge. This includes the 2007 recipient of the Academy Award for best short animation film, *The Danish Poet*.

Cultural Agencies and National Museums

Cultural agencies, such as the National Arts Centre (www.nac-cna.ca) and Parks Canada (www.pc.gc.ca), and national museums have presented their collections online through CCO partnerships, and are using new media to reach broader audiences.



폴 커크만 (Paul Kirkman)

영국 문화스포츠미디어부 문화예술부국장

(A Deputy Director of the Department for Culture, Media and Sport, United Kingdom)

에딘버러 대학(Edinburgh University)에서 철학을 전공하고, 골드스미스 대학(Goldsmiths College)에서 현대 시각 예술 방법론을 이용해 월터 벤자민(Walter Benjamin) 작품의 사상을 연구한 논문으로 미술사 석사 학위를 취득했다. 4년 동안 재무부에서 소비자 금융 시장을 담당했으며, 2년 동안 자연사박물관(Natural History Museum) 정책 및 기획국장으로 일한 후 1997년 G8 의장국 관련 준비작업을 위해 재무부로 복귀했다.

2005년 영국 문화부(Department for Culture, Media and Sport)에 합류했으며 2006년 부국장(Deputy Director)으로 임명되었다.

Studied Philosophy at Edinburgh University. MA in Art History at Goldsmiths College. His dissertation traced ideas from the work of Walter Benjamin through the way we engage with contemporary visual art. He worked on retail financial markets for 4 years in the Treasury. Head of Policy & Planning at the Natural History Museum for two years. Paul returned to the Treasury to co-ordinate its preparations for the Presidency of the G8 in 1997, working through the hand-over of power to the current Labour administration.

He joined the Department for Culture, Media and Sport in 2005 as Head of Museums, Libraries and Cultural Property and became Deputy Director (Arts) in 2006.

제3-4주제: 영국의 문화정책

저는 이 연설을 역사 이야기로 시작하고자 합니다. 우리 모두는 당연히, 현재 우리가 어디쯤 와 있는지, 또 장래에 어디로 어떻게 움직여야 하는지에 관심을 가집니다. 그러나 문화가 조직되는 방식은 상당히 오랜 역사적 기반을 지니고 있으며, 저는 영국 정부의 문화 지원 정책의 역사를 통해 현재와 미래를 좀 더 명확하게 이해할 수 있으리라 생각합니다.

그렇기 때문에 저는 제 2차 세계대전 직후의 암담한 상황 속에서 영국의 예술과 문화를 위한 정부 지원이 현대의 장(章)에 들어선 시기를 되짚어보고자 합니다. 영국의 예술 위원회는 1946년 존 메나드 케인즈의 지휘 하에, 국가적 차원의 예술 지원을 담당하는 공공 기관으로서 설립되었습니다. 이는 너무 오래 전 얘기여서 현재 우리 사회나 문화 담당 기관들, 예술가들이 직면한 애로사항들과는 별로 관련이 없다고 생각될 수 있습니다. 그러나 예술 위원회의 설립으로 인해 우리는 오랜 세월을 걸쳐 영국의 문화 정책 구성의 기반이 된 네 가지 테마를 꼽을 수 있습니다. 이 네 가지 테마들은 그 동안 매우 다른 방식으로 작용해왔으나, 오늘날까지도 여전히 주요한 토론의 틀을 제공하고 있습니다.

문화는 정부로부터 ‘한 팔 길이의 거리’를 둔다

그 첫 번째가 영국에서 ‘한 팔 거리 원칙 (arms length principle)’이라 불리는 항목입니다. 예술 위원회는 재무부로부터 직접 재원을 받아 설립된 기관이며, 전문가적인 관점을 도입하고 독립적인 의사 결정을 할 수 있도록 전 세계적으로 명성이 있는 예술계의 인사들로 이사회를 구성하였습니다. 위원회는 예술 혹은 교육부 장관 휘하에 있지 않습니다. 영국의 이러한 모델은 스탈린 시대 소련에서 문화를 정치적으로 조정했던 것과 같이, 앞으로는 지양해야 할 모델과 대조해 볼 수 있겠습니다. 사람들은 문화란 직접적인 정치적 영향에서 멀어지는 게 최선이라는 점을 점점 강하게 깨닫고 있습니다. ‘한팔 거리’ 관계가 작용하는 방식은 세월이 흐름에 따라 변해왔습니다. 문화적 안전들에 대한 책임은 스코틀랜드와 웨일스의 신 행정부로 이전되었습니다. 이로 인해 영국의 여러 지역 내에서 각각 문화 부문에 대해 상이한 접근 방식을 취하게 된 것입니다. 웨일스에서는 웨일스의 문화 장관이 이끄는 새로운 ‘전략 위원회’가 설립되었는데, 여기에는 이뿐 아니라 웨일스의 예술 위원회 및 웨일스 정부의 다른 기관들도 함께 참여합니다. 이 전략 위원회에서 웨일스 정부의 예술 지원의 큰 목표를 설정하며, 대규모 기업들과 관련한 일부 안전들을 처리하는데, 웨일스 예술 위원회가 이 틀 안에서 운영되는 것입니다. 스코틀랜드에선 이제 국립 극장, 오페라, 무용단 및 교향악단이 모두 스코틀랜드 예술 위원회가 아닌 문화/교육 부서로부터 직접적인 지원을 받고 있습니다. 동시에, 그리고 대조적으로, 지역 관료들 사이에서 문화 부문을 직접 조율하는 대신 독립적인 신탁 조직으로 이동시키고자 하는 경향이 나타났습니다. 이러한 변화들이 어떻게 자리를 잡아가더라도, 문화 기관들은 독립적인 전문 운영 위원회를 갖추지 않는 경우가 많습니다. 그리고 예술의 독립성은 문화 실무자들이나 정치가들 모두에게 가장 중요한 명제입니다. ‘한 팔 거리’ 원칙은 영국의 문화 정책에 있어 지금까지도 핵심적인 개념의 하나로 유지되어오고 있습니다.

재정 지원은 다양한 곳에서

‘한 팔 거리’ 원칙은 예술 위원회와, 위원회가 지원하는 극장, 오페라 하우스, 그리고 기타 조직들과의 사이에 맺어진 자금 지원에 대한 합의 사항에 따라 더욱 강화되었습니다. 일반적으로, 예술 위원회는 소규모의 부분적 지원만을 제공합니다. 문화 기구들은 항상 자선 혹은 상업적인 지원 출처들에 의지해왔습니다. 그리고 이는 예술 위원회와 영국 정부의 ‘한 팔 거리’ 정책의 의의를 보강해주었습니다. 기관들은 항상 정부보다는 재정 지원을 제공하는 이들의 의도를 파악할 필요가 있었던 것입니다. 다른 많은 나라들에서 국립 극장들은 국가의 창조물이었고 지금도 그러하지만, 영국의 왕립 오페라 하우스나 국립 극장의 경우는 조금 다릅니다. 이는 문화 분야의 모든 부분 간에 조정된 바가 아니었습니다. 대형 국립 박물관들 (대영 박물관, 내셔널 갤러리 등)의 경우, 당시에는 중앙 정부가 절대적으로 재정 지원을 담당하였습니다. 그러나 시간이 지난과 함께 다양한 재정 지원의 출처 확보라는 모델이 대다수 문화 분야에 확대되었으며, 여기에는 중앙 정부와 가능하면 지역 정부 각자가 상당한 수준으로 기여하게 되었고, 또 자선 용도 및 상업적 수익 확보가 이제는 전형이 되었습니다.

최대의 사람들을 위한 최선의 예술

예술 위원회 설립의 목표들은 또한 위원회가 오늘날까지도 나아가는 방향에 대해 영향을 주고 있습니다. 본질적으로 그 목표들이란, 훌륭한 예술의 진흥을 담당하며, 또한 최대의 사람들이 그 예술을 즐길 수 있도록 장려하는 일을 책임지는 것입니다. 1946년 당시의 위대한 예술이라 하면, 현재보다 훨씬 덜 이론의 여지가 있었습니다. 그 당시에는 고급 예술에 대해서 상대적으로 안정적이면서 논란의 여지가 적은 기준들이 존재했습니다. 영국 정부와 국민들은 새롭게 나타나는 - 그리고 흔히 미국에서 건너온 - 대중 문화에 대해 보호 정책을 마련해야 한다고 느끼기 시작했습니다. 당시 예술 위원회의 임무는, 단순히 위에서 언급한 기준을 사람들에게 심어주고, 그 미덕을 알리는 일이었습니다. 문화적 가치에 대한, 그리고 다른 종류의 사람들이 어떻게 다른 종류의 문화적 생산에 참여하고 있는지에 대한 생각들은 물론, 1946년 이후 더욱 더 복잡하게 변화하였습니다. 그러나, 흔히 불필요하게 반대되는 용어처럼 사용되고 있는 우수성과 접근성이라는 이 두 가지 테마는 영국 정부의 예술 지원에 대한 논의에서 여전히 핵심적입니다. 각 기관들이 위의 두 가지 목표를 동시에 충족시키려고 노력하는 가운데 비평가들은 그 동안 그 기관들의 결정들에 대해 ‘엘리트주의’라는 비난과 ‘우민화 정책(dumbing down)’이라는 비난을 동시에 해왔습니다.

“빵과 장미를”

마지막으로, 예술 위원회가 전쟁 직후 재건 당시에 설립되었다는 사실이 매우 중요합니다. 예술 위원회는 “음악과 예술의 장려를 위한 위원회(CEMA)”를 전신으로 합니다. CEMA는 제2차 세계 대전 동안 예술을 통해 영국 국민들의 사기를 복돋기 위하여 설립된 기관입니다. 오히려 전쟁 당시보다 전쟁 직후에 대중의 사기가 더욱 떨어져 있었습니다: 가족들은 뿔뿔이 흩어져 수많은 사람들이 고향으로부터 떠나왔거나 집을 잃었고, 식량 배급이 여전히 진행 중이었으며, 대다수 큰 도시들의 중심가는 전쟁의 피해를 고스란히 담고 있었습니다. 이러한 상황 속에서, 많은 사람들이 주장한 바대로, 가장 심각한 문제들 - 가난, 실업, 열악한 주거상황 등 - 에 집중하는 게 더욱 용이했을지도 모르겠습니다. 그러나 당시 영국 정부는, 나이 비번(Nye Bevan)의 표현을 빌자면 ‘희망의 빈곤(poverty of aspiration)’ 문제에도 관심을 가졌던 것입니다. 그래서, 이 어려운 시기에 단지 주택이나 학교에만 투자하는 게 아니라 나라에 생기를 불어넣는 데에도

투자를 해야 한다는 결정이 내려진 것입니다. 1946년 예술 위원회의 설립에 대해 존 메너드 케인즈는 위원회의 임무는 ‘책망이나 비판이 아니고 용기와 자신감, 그리고 기회를 제공하는 일’이라고 말했습니다. 어려운 삶 속에 영감과 변화를 불러올 수 있는 예술의 힘이라는 이 관념은 지금까지도 예술에 대한 영국 정부의 지원 정책의 근간이 되고 있습니다: 이는 사람들에게 ‘빵과 장미’ 둘 다 제공한다는 노동자 전통의 좋은 예라고 할 수 있겠습니다. 그러나 지금까지도 여전히 이는 실속 없는 논란의 주인공이 되고 있는데, ‘상아탑’이라는 책망과 속물적인 도구주의라는 비난을 여전히 받고 있는 것입니다.

지난 10년간의 조용한 혁명

그렇다면 이런 배경 속에서 정부의 문화 지원은 현재 영국에서 어떤 수준에 있는가? 한마디로, 매우 탄탄한 상태입니다. 지난 10여 년은 정부의 문화 지원 측면에 있어서 조용한 혁명의 기간이라고 볼 수 있습니다.

영국 예술 위원회에 대한 납세자들의 재정 지원은 실질 금액상 1997-8년의 1억 8700만 파운드에서 2006-2007년의 4억 1200만 파운드로 증가하였는데 이는 지난 10년간 73퍼센트의 증가율을 보인 것입니다. 이 중에서, 연극에 대한 지원은 두 배 이상으로 증가하였음을 볼 수 있는데, 1996-7년의 4790만 파운드에서 2006-7년에는 9750만 파운드 정도로 증가하였습니다. 같은 기간 동안, 영국 예술 위원회는 또한 내셔널 로터리(National Lottery)로부터 20억 파운드의 재정 지원을 받아 예술 부문에 투자하였습니다. 이로 인해, 100개 이상의 새로운 예술 전용 건물을 새로 세울 수 있었고 거의 500개에 달하는 예술 용도 건물들을 새단장할 수 있었습니다. 우리는 이를 통해 연간 300개 정도의 투어 프로젝트를 지원하고, 또 백만 명 이상의 젊은 이들이 매년 ‘Youth Music’이라는 새로운 프로그램의 혜택을 받고 있습니다.

예술분야는 증가된 핵심 공공 지원을 활용하여 자체적인 수익 창출을 늘려가고 있습니다. 최근의 수치를 보면, 예술 분야에 대한 민간 지원의 총 액수는 2002-3년 4억 4800만 파운드에서 2005-6년 5억 3000만 파운드로 연간 성장률 2.2퍼센트를 보였습니다. 여기에는 개인들의 기부액 2억 6200만 파운드, 기업의 투자 1억 5000만 파운드, 그리고 자선 기금 및 재단의 지원금 1억 1300만 파운드가 포함되어 있습니다.

납세자들의 국립 박물관 지원 액수는 2008년에 되면 3억 3600만 파운드로 증가하리라 예상하고 있는데, 이는 1997년 이후 실질적으로 28퍼센트의 증가율을 보이는 것입니다. 이러한 투자의 증가가 가져온 중요한 변화로는 국립 박물관의 무료 입장을 들 수 있는데, 이를 통해 박물관 방문객의 숫자가 40퍼센트 증가하였습니다. 국립 박물관들은 또한 1997년 이후로 자체 수익 창출 액수를 상당 수준 확대하였습니다.

‘비 국립’ 박물관들의 재정 지원은 ‘지역 부흥(Renaissance in the Regions)’ 프로그램을 통해 진행되는데, 내년에 지원 액수가 40퍼센트 증가하여 총 4500만 파운드에 달할 것으로 예상됩니다. 2002년부터 2008년까지 총 1억 4700만 파운드가 DCMS에 의해 영국의 지방 박물관에 분배되는데, 이는 박물관의 근대화와 수준 향상, 관객의 접근 확대, 그리고 지역 내 학교들에게 총체적인 서비스를 제공하는데 사용되고 있습니다. 이 중에서 3100만 파운드는 2008년까지 소장품의 보존과 관리에 사용될 예정이며, 이로 인해 지역 사회 내에서 평소 같으면 박물관을 방문하지 않을 새로운 방문객들을 창출하여, 90만 이상의 방문객 숫자를 기록했습니다.

극복해야 할 재정적 애로 사항들

이렇게 대단한 성장을 보이는 가운데, 영국 문화 부문에 있어 재정적인 전망은 어떠할까요?

이번 여름에 재정부 주도의 2개 년도 총괄 지출 조사(Comprehensive Spending Review)가 마무리됩니다. 이 결과에 따라 앞으로의 3개 회계 연도의 공공 지출액이 결정될 것이므로, 앞으로 문화 부문에 대한 중앙 정부의 재정적 지원 수준에 대해 확실한 예측을 하기는 어려운 입장에 있습니다. 그러나, 이사회 전체에 걸쳐 공공 재정을 축소하는 상황 속에서 문화 지원액 증가율이 지속적으로 기하급수적 성장을 보일 것을 예상할 수는 없습니다. 어느 순간에는 분명히 감속이 되어야 할 것입니다. 결과가 어떻게 나오든, 영국 정부는 지난 10년간 성취한 진보를 유지할 필요가 있다는 점을 분명히 하고 있습니다. 현재 영국의 문화 인프라 수준과 국민의 생활을 변화시킬 수 있는 문화 잠재성은 역사적으로도 유례 없는 최고 수준에 있습니다. 우리는 이러한 기준을 계속해서 유지할 것입니다.

지방 정부 지원에 대해서도 예측하기는 어렵습니다. 영국에서는 중앙 정부에서 지방 정부로, 또 지방 정부에서 각 지역 사회 및 동네들로 권력을 이임하려는 지속적인 정책이 실행 중인데, 이는 의사 결정 과정에 국민들이 좀 더 적극적으로 참여하게 하고자 하는 의도를 갖고 있습니다. 이러한 의사 결정의 분산이 가져온 결과가 있다면 결정 사항들이 불가피하게 분산된다는 점입니다. 즉 각각의 지역들은 여러 공공 서비스 제공에 대해 서로 다른 우선 순위를 부여하고 있습니다. 그리고 또한 문화 서비스 분야에서도 모순되는 경향들이 나타나고 있습니다. 예술 분야에 종사하는 많은 사람들이 지역 당국의 법령에 규정된 서비스들, 즉 교육, 사회 보장, 쓰레기 처리 등에 밀려 문화 시설들은 어려움을 겪게 될까 우려하고 있습니다. 영국에서는 문화 시설 중 도서관들만이 이와 같은 법정 지위를 지닙니다. 그리고, 불가피하게, 지역 당국들이 까다로운 재정적 결정을 내려야 하는 경우에, 이들은 종종 문화 서비스에 불리한 결정을 할 수 밖에 없고, 중앙 정부는 지방 당국의 민주적 의사 결정을 존중할 수 밖에 없습니다.

그러나 동시에, 어떤 지역 당국들은 각자의 지역사회를 재활성화하고 새롭게 탄생시키는데 문화를 중심으로 활용하고 있습니다. 타인 강(River Tyne) 유역의 탈공업화 지역을 활용해 발틱 현대 예술 센터와 Sage 음악 센터를 새롭게 유치한 게이즈헤드 같은 도시는, 안소니 곰리의 유명한 작품 'Angel of the North'가 곱어보고 있습니다. 그리고 설문에 따르면, 문화 예술 시설이 없어지는 것은 큰 상실이라고 대답한 주민의 비율이 3년의 기간 동안 50퍼센트에서 93퍼센트로 증가하였습니다. 또한 미술 갤러리나 공연장을 방문한 주민의 비율도 3배 이상 증가했습니다. 영국 전역에 걸쳐 이보다는 작지만 수많은, 문화를 이용한 지역 사회의 재생 사례들이 존재합니다. 이러한 두 가지 경향들이 앞으로 어떻게 상호작용할 것인가는 예측하기 어렵지만, 각 지역마다 다른, 다양한 양상으로 나타날 것이라는 점은 말할 수 있겠습니다.

지난 몇 십 년간 문화 부문에 대한 민간 지원이 강한 상승세를 보인 것은 사실이나, 최근 몇 년 동안에는 예술에 대한 기업 지원이 답보 상태에 있습니다. 민간 지원의 성장이 주춤하는데 대해 문화 부문은 그 이유를 찾아내야 할 필요가 있습니다. 이는 아마 기업의 사회적 책임에 대한 기업들의 접근 방식이 점점 더 전문화 되어가는 데 기인할 수 있습니다. 문화 기관들은 교육이나 환경 관련 자선 캠페인과 경쟁해야 할 뿐 아니라, 더욱 엄격해진 재정 지원 결정에 대한 기준을 충족시켜야 합니다. 다른 한편으로는, 새로운 유형의 개인 후원자들로부터 자선 단체에 대한 민간 기부가 매우 크게 성장하였다는 최근 보고가 있는데, 이들은 새로운 경제 틈새 시장, 즉 헤지펀드나 민간 주식 시장에서 개인적으로 엄청난 부를 축적한 좀 더 젊은 부자들입니다. 이들 중

많은 사람들이 최근 현대 미술 시장에서 가격 상승을 부추기는 구매자들입니다. 그러므로, 이 영역은 여전히 상당부분 미개발된 문화 기관 관련 시장이기는 하나, 전망이 밝다고 할 수 있겠습니다.

그렇다면 이렇게 개선된 문화적 인프라가 우리, 영국의 국민들에게 어떤 영향을 주었을까요?

접근성과 우수성을 넘어서

초기의 예술 위원회는 대중 문화와 매스미디어의 발전으로 위기에 처했다고 생각되던 엘리트 예술들을 보존하는데 크게 신경을 썼습니다. 그 후에는 흔히 정치적 의도를 지닌 지역 사회 예술 정책이 나타났습니다. 종종 영국의 문화 정책은 ‘접근성’과 ‘우수성’이라고 알려진 두 가지 경향들을 지지하는 사람들 사이의 긴장 관계 속에서 시행되어 왔습니다. 질(quality)를 지지하는 사람은 ‘엘리트주의자’라는 비난을 받았으며, 보통 시민에 대한 고려를 하는 사람은 ‘우민화’라는 비난을 받았습니다.

현재 우리의 우선 순위는 이러한 잘못된 이분법적 개념을 극복하는 일입니다. 우리의 기초 가치를 소수의 사람들만이 문화를 즐기고 나머지 사람들에게 사고 방식을 가르치는 문화적 독점 상태가 아니며, 또한 숫자만으로 승부하는 문화적 대중주의도 아닙니다.

영국 사회는 근본적인 변화를 겪고 있습니다. 이민을 통해 영국 대도시의 인구 구성은 메너드 케인즈나 다른 예술 위원회 창립 멤버들이 상상하지 못한 수준으로 변화하였습니다. 그로 인해 이제 당시에는 알려지지도 않았던 전 세계의 수많은 나라들과 연계되며, 취향도 변화하게 된 것입니다. 이제 파키스탄의 수도인 이슬라마바드의 거리에서 벌어지는 일이 같은 날 이슬링턴(Islington)에서도 벌어질 수 있습니다.

이와 같은 전세계적 변화는 우리가 지난 세대에서 경험한 사회적 변화와 결합되고 있습니다. 일부 사람들은 이러한 변화들을 ‘태도의 정치학(politics of behavior)’이라고 명명하기도 했습니다. 존중의 축소, 신뢰를 바탕으로 한 행동이나 사고에 대한 거리낌, 그리고 사회적으로든 지리적으로든 ‘자신의 자리를 아는’ 데 대한 저항 등을 예로 들 수 있습니다. 사람들은 다양한 사회적 지역적 정체성들을 탐구하고 표현하는데 더욱 민감합니다. 그리고 판단을 내리고 책임 소재를 묻는 데에는 신속합니다. 전통적인 연대가 약화되면서, 사람들은 불안감을 느낄 수 있습니다. 미래의 가능성이라고 생각되던 것이, 이제는 오래된 확실성을 부식시키는 또 하나의 사례로 간주되는 것입니다.

이러한 변화를 통해 우리는 훌륭한 작품에 대한 고착된 기준과 그 기준을 주입할 수 있는 수동적인 관객이라는 관념을 바탕으로 하는 우수성과 접근성 사이의 불필요한 이분법을 떨쳐버려야 합니다.

‘접근성’(이따금씩 학교의 단체 방문이나 저렴한 공연 티켓 등)만으로 족하다고 생각하던 시대는 가고 사람들은 이제 지속적인 참여, 실질적이고 적극적인 참여, 그리고 제공되는 문화 서비스 자체를 결정할 수 있는 기회 등을 요구하고 있습니다. 기회를 제공할 수 있는 이들과, 그 기회를 최대한으로 활용할 준비가 된 이들 사이에 이제야말로 제대로 된 대화가 이루어지게 된 셈입니다.

이것이 바로 정부가 문화 기관들에게 각자의 공공 가치를 명확히 하도록 권고하며, 국민들이 국가의 문화 기관들로부터 높이 사는 것이 무엇인지, 또 기대하는 바가 무엇인지를 더 잘 이해하기 위해 국민들과 직접적으로 대화할 수 있는 혁신적인 방법들을 찾고 있는 이유입니다.

어떤 나라든 사람들이 문화 참여에 대한 갈증이 있다는 점을 우리는 알고 있습니다. 우리는 각국의 예술가들, 사서들, 큐레이터들, 보존가들이 대단한 일들을 해내고 있음을 또한 잘 알고 있습니다. 우리의 임무는 이제 그 사이의 간극을 메우는 일이라고 생각합니다. 즉, 대중의 문화에 대한 갈증과 예술적 지식 및 창의성을 결합하는 일입니다.

그러기 위해서는 우리가 원하는 위치가 아니라, 사람들의 현재 위치에서 시작해야 합니다. 이는 사람들이 여가 시간을 어떻게, 어디서 보내며, 또 우리 부문이 제공할 수 있는 바 사이에 존재하는 간극을 제거하는 일입니다. 그리고 그들이 현재 즐기고 있는 것, 춤이든, 영화든, 라이브 음악이든, 그것을 인정해야 합니다. 그리고 또한 문화 부문은 사람들이 관심을 갖고 흥미를 보이는 분야에서 출발해서 발전시키는 게 최선이라는 점을 알아야겠습니다.

그 반대로 예를 들면, 1953년 독일 봉기에 대한 동독 정부의 반응을 패러디한 베르톨트 브레히트, 즉 ‘국민을 해산시키고 다른 국민을 선출하겠다’라는 것을 언급할 수 있겠습니다.

예술을 위한 예술, 그리고 사람을 위한 예술

문화 기관들과 대중 사이의 대화는 문화 활동이 가져올 수 있는 모든 혜택에 대해 명확하게 해 줄 것입니다. 그 혜택들이 광범위하고 심도 있는 가운데 (경제, 도시 재활성화, 국민 건강, 교육 성과, 사회 유대, 비판적인 청년들에게 기회 제공 등), 문화만이 가져올 수 있는, 국민들의 삶에 정신적인 풍요로움을 제공하는 혜택들에 반드시 초점을 맞추어야 할 것입니다. 제가 앞에서 게이츠헤드라는 도시를 예로 들었습니다. 게이츠헤드 도시 위원회는 수년간 전후 파괴된 건물의 복구와 직업 창출을 가장 중요한 임무라고 생각했습니다. 그리고 그들은 옳았습니다. 그러나 1980년대에 놀라운 일이 발생했습니다. 이들은 게이츠헤드에 대한 새로운 비전을 가졌던 것입니다. 이는 영국 전역에서 예술가들을 끌어들이고, 전 유럽에서 관광객들을 유치하며, 시민들에게는 우리가 너무나 흔히 당연하게 받아들였던 그런 종류의 문화 생활을 누릴 수 있도록 한 것입니다.

그들은 안소니 콤리라는 예술가를 발탁해서 게이츠헤드에 진입하는 주 도로가에 있는 불모지 자락에 상징적인 건축물을 짓는 것으로 그 계획을 시작했습니다. 처음 논의될 당시, 도시 위원회와 콤리 둘 다 ‘Angel of the North’에 대한 일련의 비난을 감수해야 했습니다. 전국 및 지방 언론, 그리고 동료 시의회 의원들도 그 계획을 엄청난 돈 낭비라고 비난했습니다. 위원회의 한 멤버는 시골의 좋은 땅을 망치는 일이라고 했습니다. 그는 엄청난 판단 착오를 했던 것입니다. 그러나 더욱 중요한 것은, 비판을 한 그보다 그가 비판한 동료들이 시민들을 더욱 존중하는 사람들이었다는 사실입니다. 현재 우리에게 ‘Angel of the North’는 게이츠헤드뿐 아니라 북동부 지방 전역에 걸쳐 상징적인 구조물이 되었습니다. 이는 전 유럽에서도 가장 놀라운 예술 작품 중 하나로 손꼽힙니다. 이는 케이사이드의 발틱 밀(Baltic Mill) 예술 갤러리아, 새로운 세이지(Sage) 음악 센터/콘서트 홀 등과 마찬가지로 매우, 크게 유명한 명소로 자리잡았습니다. 위의 명소들은 게이츠헤드와 그 시민들의 삶을 변화시켰습니다. 그러나 분명히 말하건대 이는 시민들의 예술적 비전에도 불구하고, 혹은 그에 추가로서가 아니라, 시민들의 예술적 비전 덕분에, 또 그를 통해서 가능했던 것입니다.

저는 연설을 시작하면서 역사 이야기로 연설을 시작하는 데 대해 양해를 구했습니다. 그리고 저는 연설의 상당 부분을 영국 문화 정책이 지닌 지속적인 문제점들(정부와 문화 기관들 사이의 관계, 엘리트주의와 ‘우민화’, 그리고 문화의 본질적, 도구적 가치)이 현재 어떻게 작용하고 있는가를 설명하는데 할애했습니다. 저는 이제 현재 매우 큰 반향을 일으키고 있는 논제, 즉 세계화와 점점 더 작아지는 세상이라는 문제가 지닌 영향력에 대해 논의함으로써 연설을 마무리하고자 합니다.

문화와 정체성

세계화는 내부로부터 우리 사회의 인구 구성을 변화시키고 있습니다. 영국에서 일부 사람들은 우리가 어떻게 현재의 모습을 갖추게 되었는지에 대해 단일한 설화를 가르쳐야 한다고 주장합니다. 이 설화는 왕들과 여왕들과 혁명들이라는 단순한 이야기에 기반한 ‘섬 이야기’입니다. 그러나 우리 시대의 주요 문제들은 단일하고 단순한 이야기만으로는 해결될 수 없는 것입니다.

사실, 우리 나라, 혹은 여러분의 나라가 오늘날의 모습을 갖추게 된 과정을 단일한 이야기만으로 설명할 수 없습니다. 영국의 역사가 로마의 침략, 혹은 헤이스팅스 전투로 시작되었다는 관점은 근시안적입니다. 영국에는 단일한 ‘섬 이야기’가 있을 수 없습니다.

그러나 우리는 서로 얽혀있고, 상시 경신되는 다수의 ‘섬 이야기’들을 지니고 있습니다. 이는 현재 영국에 살고 있는 사람들의 역사와 구성을 반영하는 이야기들입니다. 이는 또한 우리가 공유하는 유산에 초점을 맞추는 것이지 가공의 이미지에 의지하지 않습니다. 이를 통해 우리는 과거의 우리가 아니라, 현재의 우리 모습, 그리고 앞으로 어떻게 되고 싶은가를 이해할 수 있는 것입니다.

올해 영국은 함께 나누는 국가적 유산을 잘 보여주는 중요한 사례를 기념하게 됩니다. 올해가 과거 대영제국이 노예 무역을 폐지한지 200년을 맞는 해이기 때문입니다. 문화 부문은 이 기회를 통해 영국의 유산이 어떻게 공유되고 있는지를 보여줄 예정입니다. 영국의 유산은 비인간적인 잔인함이나, 소수의 계몽적인 사회 개혁자들에 대한 단일한 이야기가 아닌 것입니다.

그 대신, 어떤 일이 있었는가에 대한 그리고 그 이유는 무엇인지, 또 어떤 결과를 가져왔는지에 대한 복합적이고 공유된 이야기들이 존재합니다. 이렇게 공유된 이야기는 무슬림이나 시크교도, 캐리비안 및 아프리카 혈통을 지닌, 연령층과 사회 배경을 막론한 모든 이들에게뿐 아니라, 백인 영국 혈통을 가진 사람들에게도 똑같이 중요합니다.

우리 나라의 문화 기관들이 맞닥뜨린 난제는, 정체성과 소속감의 문제들에 있어 젊은이들을 도울 수 있는 수단을 과연 자신들이 전해주고 있는가를 자문하는 것입니다.

국제주의

그리고 국제화는 세계 속에서의 영국의 위치와 이미지를 변모시키고 있습니다. 중국, 인도, 브라질의 경제력 상승; 우려를 불러일으키는 신규 갈등 상황들; 그리고 점점 더 많은 이주자 집단들의 확산은 국제 관계의 장을 재구성하고 있습니다. 영국은 이렇게 변화하는 세계에 적응해야만 합니다. 우리는 세계화 속에서 적응력을 키우기 위해 문화적 관계가 공공 외교 속에서 해낼

수 있는 역할에 대해 점점 깨닫고 있습니다. 그리고 또한 영국의 문화가 그 역할을 하는 자원으로 지금까지 충분히 활용되지 못했다는 점을 또한 인식해가고 있습니다. 영국은 역사적 강점을 지닙니다: 영국의 예술 컬렉션들과 공연단들은 세계 최고 수준이고, 영국 출신의 뛰어나고 존경 받는 문화 전문가들이 많으며, 세계에서 인정받는 다수의 예술가들을 배출하였을 뿐 아니라, 우리의 문화 유산은 관광 산업과 비즈니스를 끌어들이는 자석과 같은 역할을 합니다. 또한 우리의 창의적 산업 분야들은 탄탄하며, 특히나 전세계 방방곡곡에 자리잡은 영국 문화원의 덕분에 전통적인 강국들과 신규 강국들 모두와 탄탄한 관계를 확보하고 있습니다. 그리고 2012년 올림픽에 앞서 2008년에는 올림픽아드가 개최될 예정이므로, 내년부터 세계의 눈이 런던에 집중될 것이라 예상합니다. 우리는 앞으로 6년간 이러한 가능성들을 최대화하는데 초점을 둘 것입니다.

TITLE:

Britain's Cultural Policy

I hope you will forgive me if I begin with a little history. We are all, of course, concerned with where we are now, where we go in the future and how we get there. But the way culture is organised has fairly long roots and some history of Government support for culture in the UK will help put the present and the future into some clearer context.

I want to look back to the time when, in the austere aftermath of the Second World War, the modern chapter of government support for arts and culture in Britain began. The Arts Council of Great Britain was established in 1946 under the chairmanship of John Maynard Keynes as the public agency responsible for national level support of the arts. This might seem a long time ago and of unlikely relevance to the challenges faced by our society now or its cultural institutions and artists. But the founding of the Arts Council revealed four themes that run through the organisation of cultural policy in Britain through the years. They have played out over time in very different ways, but continue to frame much of the debate today.

Culture is at 'arms length' from Government

The first is what we know in Britain as 'the arms length principle'. The Arts Council was set up with direct funding from the Treasury, and with a board made up of arts world figures expected to bring an expert view and take independent decisions. It was not under the control of an arts or education minister. Comparisons were made to the political organisation of culture in Stalin's Soviet Union, as a model of to be avoided. There was a strong sense that culture would work best if it were distanced from too direct political involvement. How the arms length relationship works has changed over time. Responsibility for cultural matters has been devolved to new administrations in Scotland and Wales. This has made for different approaches in different parts of the UK. In Wales there is a new Strategic Board, chaired by the Culture Minister, but involving other parts of government as well as the Arts Council of Wales. This will set out the Government's broad aims for support of the arts and deal with some issues relating to the biggest companies, with the Welsh Arts Council operating within this framework. In Scotland, the National Theatre, Opera, Dance and orchestral companies are now supported directly by the Culture and Education department, rather than by the Scottish Arts Council. At the same time, and in contrast, there has been a trend among local authorities to move cultural provision out of direct control and into independent trusts. However these changes might balance out, cultural institutions are as often as not set up with independent expert governing boards and artistic independence is of the highest importance to cultural practitioners and politicians alike. The arms length principle remains one of the central concepts in British cultural policy to this day.

Funding is from multiple sources

The arms length principle was reinforced by the funding arrangements that the Arts Council had with the theatres, opera houses and other organisations it supported. Typically, the Arts Council would provide only quite partial support for an organisation. Cultural institutions always looked to other sources of charitable and commercial funding. And this reinforced the sense of ‘arms length’ from the Arts Council and the Government. Institutions always needed to be conscious of the agendas of funders other than Government. The Royal Opera House or the National Theatre were not creatures of the state in quite the way they were and are in many other countries. This was not the arrangement in all parts of the cultural sector. The great national museums - the British Museum, the National Gallery and so on – were at this time funded overwhelmingly by central government. But as time has passed, the model of multiple sources of funding has spread to most parts of the cultural sector, with significant contributions from each of central and possibly local government, philanthropic and commercial income now being the norm.

The best art for the most people

The objectives with which the Arts Council were founded also set a direction which has continued to this day. In essence, they are charged with promoting great art and with encouraging it to reach as many people as possible. In 1946, what constituted great art was much less contentious than it has become since. There was a relatively stable and uncontested canon of high art. Government and people felt it was important to protect from an emerging, often transatlantic, popular culture. The Arts Council’s job, then, was simply to take this canon to people and educate them in its virtues. Ideas of cultural worth and of how different kinds of people engage with different kinds of cultural production have, of course, become infinitely more complex since 1946. But these two themes, excellence and access, often set up in unnecessarily and unhelpfully oppositional terms, have continued to be at the centre of the debate about government support for the arts in Britain. Critical voices down the years have continued to throw accusations of both ‘elitism’ and ‘dumbing down’ at the same decisions by the same organisations as they aim to meet these two objectives simultaneously.

“Bread and roses”

Finally, the immediate post-war context of reconstruction in which the Arts Council was established is important. The Arts Council evolved from the Committee for the Encouragement of Music and the Arts (CEMA). CEMA was set up so that the arts could promote the morale of the British people during the Second World War. The immediate post war period was, if anything, more difficult for public morale than the war: families torn apart with many displaced or homeless, still rationing in place, and the centres of many of the big cities devastated. Faced with those decisions, it would have been easy, many would have said right, to just concentrate on the hardest issues – poverty, unemployment, poor housing. But the government of the time were also concerned with what Nye Bevan had termed of the ‘poverty of aspiration’. So, at this hard time, the decision was to invest not only in homes and schools but also in the soul of the

country. Speaking in 1946 about the setting up of the Arts Council, John Maynard Keynes said that their job was ‘not to teach or to censure – but to give courage, confidence and opportunity’. This sense of the power of art to inspire and transform difficult lives is a theme that runs through

government support for the arts to this day: an exemplification of the labour tradition of giving the people ‘bread and roses’. And yet it has been and remains an unhelpfully controversial theme, with cries of ‘ivory tower’ sitting alongside accusations of philistine instrumentalism.

A quiet revolution over the last decade

So against this background, where does government support for culture stand in Britain today? In short, in a very healthy state. The last decade has seen a quiet revolution in government support for culture.

Funding from the tax-payer to Arts Council England has increased by 73 percent in real terms over the last 10 years, from £187 million in 1997-8 to £412 million in 2006-7. Within this, theatre funding has more than doubled, rising from £47.9 million in 1996-97 to an estimated 97.5 million in 2006-7. Across the same period, Arts Council England has also invested £2 billion of funds from the National Lottery into the arts. Because of this, there are over 100 new arts buildings and almost 500 arts buildings have been refurbished. Around 300 touring projects are supported each year and more than a million young people have benefited from a new Youth Music programme.

The arts are using the increased core public subsidy to generate more income themselves. The latest figures show the total amount of private support for the arts

has grown from £448 million in 2002-3 to £530 million in 2005-6 - an annual growth of 2.2 percent above inflation - made up of: Individual giving of £262 million; business investment of £150 million; and £113 million from charitable trusts and foundations.

Funding from the tax-payer for our national museums will increase to £336 million by 2008, a real terms increase of 28 percent since 1997. A key outcome of this investment is free entry to national museums which has led to a 40 percent increase in visits. National museums are helping themselves too – there has been a significant increase in self-generated income since 1997.

Funding for ‘non-national’ museums, through the Renaissance in the Regions programme, will increase by 40 percent next year to £45 million. In all £147 million

(2002-08) has been allocated by DCMS to England’s regional museums between 2002-2008 to modernise, raise standards, broaden audience access and provide a

comprehensive service to schools. Of this some £31 million will have been invested in collections care and management by 2008.

This has resulted in more than 900,000 visits by new users from communities that would not traditionally attend a museum.

Financial challenges to overcome

Against this fantastic growth, what are the financial prospects for culture in Britain?

We will this summer come to the end of a two-year Comprehensive Spending Review led by the Treasury. This will set levels of public spending for the following three financial years, so I am not in a position to speculate too firmly about the financial position we will see for central government support of culture in the future. However, against a background of tighter public finances across the board, it would be unrealistic to expect these kinds of rates of growth to continue exponentially. There will clearly be a deceleration at some stage. Whatever the outcome, Government is absolutely clear about the need to sustain the great strides made over the last decade. The quality of the country's cultural infrastructure now and its potential to transform the lives of our citizens is historically unprecedented. We are determined to maintain those standards.

The prospects for local government support are also hard to predict. There is an ongoing agenda in England of increased delegation of power from central to local government and from local government onto neighbourhoods and communities, designed to involve the people in decision making more actively. An effect of this dispersion of decision making is an inevitable dispersion of decisions. Different places will give different priorities to providing different public services. And in cultural services we see contradictory trends. Many in the arts worry that cultural facilities will be squeezed out by services required by statute of local authorities, like education, social care or waste disposal. Only libraries have this statutory status in England. And, inevitably, where local authorities have had to take tough financial decisions, sometimes they have gone against cultural services and central government has to respect those local democratic decisions.

But at the same time, other local authorities have put culture at the heart of the regeneration and reinvention of their communities. Places like Gateshead, where the post-industrial banks of the River Tyne have become home to the Baltic Centre for Contemporary Art and the Sage Centre for Music, the city is overlooked by Anthony Gormley's Angel of the North and the proportion of the population who said they would lose something if arts and cultural facilities disappeared increased from 50% per cent to 93% in three years and the proportion of people visiting art galleries or the theatre has increased more than threefold. There are smaller examples of the power of culture in regeneration up and down the country. It is impossible to say how these two trends will play themselves out in the future, other than to say it won't be the same everywhere.

And while private support for culture is on a very strong upward trend over the last decades, the last few years have seen a levelling off of business support for the arts. There is a real challenge for the cultural sector in understanding the reasons why this growth has slowed. It may be because of the increasing professionalisation of businesses' approach to corporate social responsibility. Cultural institutions are having to struggle with strong competition from educational and environmental charitable causes, and more rigid criteria for funding decisions.

On the other hand, there is recent evidence of very strong growth in private giving to charities from a new kind of individual donor – younger people who have often made large personal fortunes in emerging financial niches like hedge funds or private equity business. Many of these people fit the profile of buyers driving the recent climbs in the contemporary art market. So while this remains a still largely untapped market for cultural institutions, it looks a promising one.

So what then has this improved cultural infrastructure done for us, the people of Britain?

Beyond access and excellence

The early Arts Council was largely concerned with preserving elite arts forms that were thought to be in danger as popular culture and mass media developed. The following decades saw the emergence of often politicised community arts initiatives. Often British cultural policy has seen a surprising tension between supporters of ‘access’ and ‘excellence’ as the two tendencies have come to be known. Anyone who dares to support quality accused of being an ‘elitist’. Anyone who dares to think about the ordinary citizen accused of ‘dumbing down’.

Our priority now is to bridge this false dichotomy. Our guiding value is not a cultural monopoly where a small minority enjoys culture and tells the rest what to think – nor should it be cultural populism – where we simply paint by numbers.

British society is undergoing profound changes. Immigration has changed the demographic make up of our big cities beyond the imagination of Maynard Keynes and the other members of the Arts Council in 1946, shifting tastes and connecting us with then unknown parts of the world. What happens now in the streets of Islamabad can happen in Islington the same day.

Those global changes are combining with the social changes that we have seen in the last generation – what some people have termed the changes to the ‘politics of behaviour’. Less deference, people being less willing to take actions or ideas on trust, a (right) reluctance to ‘know their place’ – either socially or geographically. People who are keener to explore and express different social and community identities. And a quickness to judge and to hold to account. As the traditional ties come adrift, people can feel uneasy. Where something was once seen as an opportunity for the future, it can now be seen as another example of the erosion of an old certainty.

This transformation requires us to rise above the unhelpful split between quality and access, assuming a static canon of great works and a passive audience into whom they can be injected.

Where once said we that ‘access’ was enough – via an occasional school visit or a slightly cheaper theatre ticket, now people look for ongoing engagement, for real and active participation, for the chance to shape what is on offer. A proper conversation between those who can provide the opportunities and those who are ready to make the most of them.

That is why the government is encouraging cultural institutions to be clearer about the public value they produce and finding innovative ways of engaging directly with citizens to understand better what they value in and expect from the country’s cultural institutions.

In all our countries we know the hunger that people have to get involved in culture, and we all know the incredibly work that our artists, librarians, curators, conservators do. We see our task now as filling-in the bit in the middle – joining up that public hunger with artistic knowledge and creativity.

To do that we need to start with where people are, not where we want them to be. Removing the step between how people spend their leisure time and where they spend it, and what our sector has to offer. Recognising what they are doing now – be it dance, film, live music. Understanding that when the cultural sector is at its best we start from people’s passions and enthusiasms and build from there.

The alternative is what Berthold Brecht parodied as the East German Government’s response to the German uprising in 1953 in which they would just ‘dissolve the people and elect another’.

Art for arts sake and for people’s sake

That conversation between cultural institutions and the public will help make clear all the benefits cultural activity can bring. And while those benefits will be wide-ranging and profound - to economic and urban regeneration; to people’s health; to their educational achievement; to social cohesion; to the life chances of disaffected young people – it is essential to focus on those benefits that culture alone can bring in providing a spiritual richness to citizen’s lives. I mentioned earlier the town of Gateshead. Gateshead Council for years saw its single most important duty as replacing shattered post-war housing and finding jobs. And they were right. But in the 1980s something remarkable happened. They also had a vision of a Gateshead that was a magnet for artists from all over the country, tourists from all over Europe and for the people of Gateshead themselves to have the kind of cultural life that so many of us take for granted.

They started the plan to engage the artist Anthony Gormley to build an iconic piece of architecture on a piece of wasteland by the main road into the town. Both the Council and Gormley had to endure a torrent of criticism about the Angel of the North when it was first mooted. The media, national and local, and even their fellow Councillors condemned it as a spectacular waste of money. One Council member said it would ruin a nice piece of

countryside. He had spectacularly missed the point. But more importantly, the colleagues he criticised had greater respect than him for the people they represented. The Angel of the North, as we now know, has become an icon, not just for Gateshead but for the whole of the North East. It is one of the most spectacular pieces of art in Europe. And it is hugely, wildly popular, as is the Baltic Mill Art Gallery on the Quayside and as is the new Sage Music Centre and Concert Hall. Together they have transformed the town and the lives of its citizens, but precisely because of and through, not in spite of, or in addition to, their artistic vision.

I begged your forgiveness at the beginning of my talk for beginning with some history. And I have for the most part been dealing with how some of the perennial issues have British cultural policy - the relationship between government and cultural institutions, elitism and dumbing down, the intrinsic and instrumental value of culture - are playing themselves out at the moment. I want to conclude with the consequences of an issue that is very much of the moment. Globalisation and the increasingly small world we live in together.

Culture and Identity

Globalization is changing the demographic make of our society from within. In the United Kingdom some have argued that we should teach a single narrative about how we came to be who we are, based around a simple tale of Kings and Queens and Revolutions – ‘An Island Story’. But the compelling questions of our age cannot be answered via a single simple narrative.

The truth is that there has never been a single story about how our country - or yours - came to be what it is today. The view that our history began with the Roman invasion, or the battle of Hastings, is short-sighted. There is no single ‘Island Story’ in the United Kingdom.

But what we do have are 'Island Stories' - interweaving, interlocking, constantly being updated. Stories that reflect the make-up and history of those who live here now. Which concentrate on our shared heritage, not on an illusory image. That help us to understand not who we were, but who we are and who we want to be.

This year we have a prime example of the importance of that illumination of our shared heritage when we commemorate the Bicentenary of the Abolition of the Slave Trade in the former British Empire. The cultural sector is responding to the call to take the opportunity to show how our heritage is shared – that it is not a single story either about inhuman cruelty or about a few enlightened social reformers.

Instead there is a complex, shared narrative about what happened, and why and what the consequences have been. That shared narrative is just as important to people of all ages and backgrounds, to Muslims, to Sikhs, to those of Caribbean and African heritage as it is to those of us of a white English background.

The challenge for our cultural institutions has been to ask themselves if they are really passing on the tools to help young people get to grips with the issues of identity and belonging.

Internationalism

And globalisation is transforming Britain's place and image in the world. The rise in the economic power of China, India and Brazil; new and worrying conflicts; and the spread of more and larger diaspora communities are reshaping the arena of international relations. Britain needs to adapt to that changing world. We are increasingly conscious of the role that cultural relations

can play in the public diplomacy that can help do this job. And increasingly conscious that Britain's culture has been an underutilised resource for this job. The UK has historical advantages: its collections and performing companies are world class, we have highly skilled and respected cultural professionals, we are home to world-class artists, our culture and heritage act as magnets for tourism and business, our creative industries are strong and we have a wealth of relationships with traditional and emerging powers alike, not least through the British Council's presence around the globe. And from 2008 onwards the eyes of the world will be focused on London as it begins its Olympiad ahead of the 2012 Olympic Games. We will be turning our attention over the next six years is to maximising those opportunities.



Global Culture Forum 2007 Seoul

주제 4: 한국의 문화정책

THEME 4 : Korea's Cultural Policy

4-1 한국의 문화정책 Korea's Cultural Policy

김명곤 **Kim Myung Gon**-----

172



김명곤 (MYUNG GON KIM)

문화관광부 장관

(Minister of Culture and Tourism Korea)

1976년 서울대학교를 졸업하고 예술극장 한마당 대표, 극단 아리랑 대표 및 전국민족극운동협의회 의장, 국립중앙극장장을 지냈으며, 2006년부터 문화관광부 장관으로 재직하고 있다. 대표적인 저서로 “김명곤의 광대기행-한(恨)”과 “문화의 블루오션을 꿈꾸다” 등이 있으며, 다수의 연출과 희곡 및 시나리오 창작, 다수의 연극 및 영화에 출연하였다.

Minister, Myung Gon Kim graduated from Seoul National University in 1976. He worked in the theatrical world for a long time as the President of Hanmadang (the art theater), Arirang (the theatrical company), and National Council for the Theatrical Art. He was appointed Minister, Ministry of Art and Tour in 2006, after he served as a head of the National Theater of Korea.

He had published "Myung Gon Kim's a Player's Voyage" and "Dreaming of Blue Ocean." In addition he wrote a number of plays and scenarios, directed plays, and acted in movies and plays, as well.

제4-1주제 : 한국의 문화정책

1. 서론

삶은 선택의 연속입니다. 어제의 선택이 현재를 만들었듯이, 오늘의 선택이 미래를 결정짓게 될 것입니다. 오늘도 정부는 수많은 정책을 결정하고 집행하고 있습니다. 우리는 이러한 결정을 통해 어떤 미래를 선택하고 있는 것일까요? 우리는 절망의 문화를 선택한 것일 수도 있고 희망의 문화를 선택한 것일 수도 있습니다.

문화정책에도 우리가 가고자 하는 곳을 입력하면 자동적으로 경로를 알려주는 내비게이터가 있다면 얼마나 좋을까 하고 생각해 봅니다. 그렇게 된다면 우리는 현재의 문제들과 앞으로 닥쳐 올 크고 작은 위기들을 넘어 시행착오 없이 희망의 미래에 도착할 수 있을 것입니다.

이런 맥락에서 이번 글로벌문화포럼은 우리 모두가 꿈꾸는 미래의 문화를 일구어 나가기 위한 큰 좌표를 제시해 주었다고 생각합니다. 저는 이제 글로벌한 차원에서 제기되는 이러한 좌표들을 고려하면서 한국의 문화정책이 나아가야 할 ‘희망의 지도’를 그려보고자 합니다.

2. 문화를 둘러싼 환경변화

동일한 병이라도 건강한 사람에게는 별 문제가 되지 않지만 허약한 사람에게는 치명적이 될 수 있는 것처럼, 문화에 영향을 주는 변화요인들은 각 나라의 문화가 갖고 있는 체질과 면역력에 따라 다르게 나타납니다.

경제, 사회, 문화적 상황을 종합적으로 고려할 때 향후 한국문화에 영향을 미치리라 예상되는 환경변화의 요인들은 크게 두 가지 방향으로 요약됩니다. 하나는 한국이 경제성장을 이룩한 속도만큼 빠르게 선진국이 겪었던 제반 사회문제들을 한꺼번에 해결해야 하는 상황에 처해 있다는 것이고, 다른 하나는 그럼에도 불구하고 세계화와 디지털 기술의 발전에 따른 산업구조의 변화 속에서 새로운 성장의 활로를 찾아야 한다는 것입니다. 이중 몇 가지를 살펴보면 다음과 같습니다.

첫째, 여가사회로의 진입입니다. 한국은 세계에서 가장 빠른 속도로 경제발전을 이룩한 나라입니다만, 그렇게 되기까지 한국 국민들은 세계에서 가장 긴 노동시간을 견뎌야 했습니다. 한국에서 주5일 근무제가 시작된 것은 2004년이므로 이제야 여가사회에 들어섰다고 할 수 있습니다. 국민소득의 증가에도 불구하고 제대로 쉴 시간을 가질 수 없었던 우리 국민들에게 주5일 근무제는 앞으로 달려가기만 했던 삶을 되돌아보면서 양이 아니라 질을, 속도가 아니라 여유를 추구하는 가치관의 변화를 일으키고 있습니다. 그러나 우리 문화의 현실은 국민소득 2만불 시대에

도달한 국민의 다양하고 고급한 수요를 감당하기에는 역부족인 상태입니다. 그러다보니 고소득층은 더 나은 서비스를 찾아 해외로 나가고, 저소득층은 경제적 부담으로 인해 시간이 있어도 여가를 즐기지 못하는 양극화 현상이 심화되고 있습니다.

둘째, 고령사회의 도래입니다. 한국은 현재 매우 급속하게 고령화가 진행되고 있습니다. 전통적으로 노인을 부양하던 가족이 더 이상 의지처가 되지 못하는데다 아직 고령사회에 대비한 사회보장체계가 충분히 갖추어져 있지 못한 상태에서 노인은 심각한 사회문제가 되고 있습니다. 고령사회의 도래는 새로운 문화소비 주체로 떠오르는 노인 계층을 겨냥한 실버산업의 성장 기회를 제공하고 있습니다. 그러나 아직은 공공부문에서나 영리부문에서 모두 이들에 대한 차별화된 서비스를 찾아보기가 어려운 실정입니다.

셋째, 다민족 사회로의 변화입니다. 요즘 한국인이 세계화를 가장 피부로 느끼게 되는 계기는 맥도날드 햄버거나 미국의 블록버스터 영화가 아니라 길거리에서 마주치게 되는 외국인 근로자들입니다. 아시아 각국에서 온 외국인 근로자들은 우리가 얼마나 단일민족의 신화에 갇혀 있었으며 다민족 사회에 적응할 준비가 되어 있지 않은지를 절감하게 합니다. 이주민은 아직 소수에 불과하지만 우리나라의 출산율이 세계에서 제일 낮은 점을 감안할 때 계속 늘어날 것으로 예상됩니다. 그럴 경우 앞으로 문화적 다양성은 그동안 우리나라 문화정책에서 다루어졌던 것과는 다른 의미를 갖게 될 것이며, 한국의 문화적 정체성과 문화를 통한 사회통합 문제를 다시 생각해볼 수 없습니다.

넷째, 세계화와 디지털 기술의 발전으로 인한 산업구조의 변화입니다. 한국 경제는 힘겹게 일군 성장의 결실을 맛보기도 전에 선진국과 신흥 개발도상국 사이에서 새로운 활로를 모색해야 하는 상황에 처해 있습니다. 인도, 중국, 베트남 등의 경제적 성장은 한국의 산업구조를 노동집약적인 산업에서 기술집약적이고 감성집약적인 산업으로 전환하도록 촉구하고 있습니다. 적어도 한국은 문화산업 분야에서 어느 정도 진전을 이루어낸 것이 사실입니다. 그러나 디지털 컨버전스로 특징지어지는 기술의 새로운 발전단계를 맞이하여 문화산업을 새롭게 재편하고 기술집약적이고 감성집약적인 산업의 핵심이 되는 창의적 인재를 양성해 나가야 하는 과제를 안게 되었습니다. 또한 개인화된 각종 기기를 통해 세계 유수의 문화 콘텐츠들을 실시간으로 접할 수 있게 된 시대를 맞이하여, 열려있으면서도 중심을 잃지 않는 문화적 정체성을 어떻게 형성하고 유지해 나갈 것인가에 대해 깊이 고민하지 않을 수 없습니다.



3. 한국 문화정책의 현주소

한국 문화정책의 역사 속에서 현재의 문화정책이 갖는 특징을 요약한다면, 문화의 영역을 확장하고 문화의 가치를 확대한 데 있다고 하겠습니다. 초기의 문화정책은 문화유산과 문화예술에 국한되어 있었으나, 오늘날 문화정책은 광의의 문화 개념에 입각하여 문화유산, 문화예술, 문화산업, 관광, 체육을 아우르는 통합적인 정책영역으로 확장되었습니다. 또한 1980년대까지만 해도 문화정책은 문화 자체의 보존과 진흥에 국한되어 있었으나, 국민의 정부에 들어오면서 문화의 경제적 가치에 입각한 문화산업 정책이 본격화되었으며, 참여정부에 들어와서 문화의 경제적 가치는 문화산업, 관광, 레저스포츠산업을 아우르는 국가 전략산업의 육성으로 확대되었습니다. 뿐만 아니라 문화의 사회적 가치에 주목하면서 문화를 통해 창의적 인재를 양성하고 취약계층의 복지를 제고하며 지역을 재생하는 정책의 초석을 놓게 되었습니다.

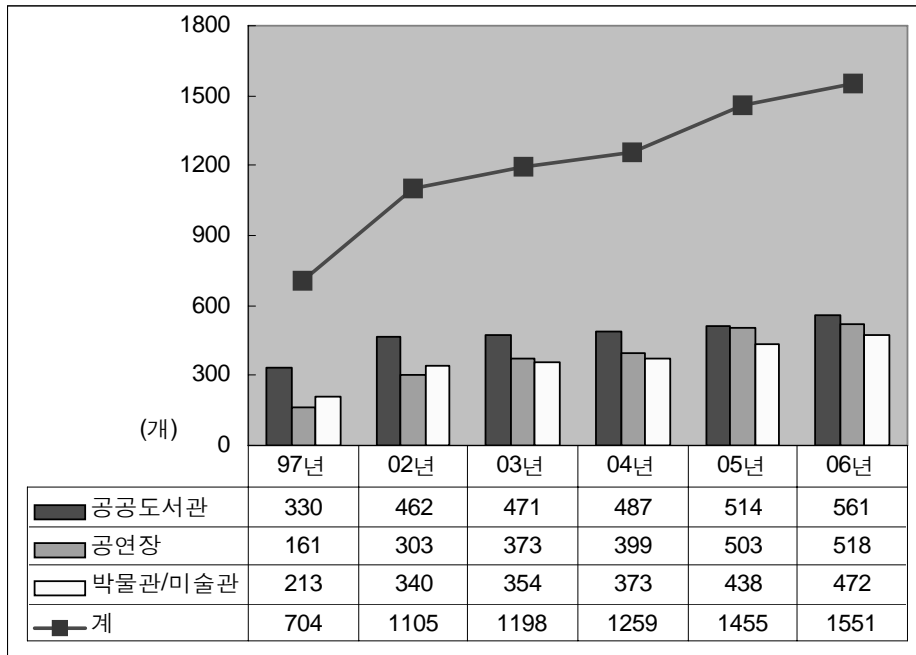
이러한 정책기조는 참여정부가 수립한 문화비전인 <창의한국>(2003)과 그 실행계획인 <예술의 힘 - 새로운 한국의 예술정책>(2003), <문화강국(C-Korea) 2010>(2004), <전통예술진흥 2010>(2006) 등의 중장기계획을 관통하고 있습니다. 그간 참여정부가 추진해 왔던 성과를 분야별로 살펴보면 다음과 같습니다.

< 문화예술 분야 >

민간 주도의 자율적 지원기구인 ‘한국문화예술위원회’의 설립(‘05.9월)으로 현장중심의 예술정책 추진체계의 기반을 닦았습니다. 문화예술교육지원법 제정(‘05.12월), 한국문화예술교육진흥원 설립(‘05.2월) 등 문화예술교육의 활성화 기반 마련 등 향유자 중심의 문화정책을 강화함으로써 국민의 문화 향수권 신장에 기여하였습니다.

공공도서관(99개관), 박물관+ 미술관(132개관), 문예회관(45개관)을 대폭확충하고, 국립중앙박물관(‘05)개관하여 문화예술의 인프라를 확대하였습니다. 광주 아시아문화중심도시, 부산 영상문화도시 등 지역간 문화의 균형 발전과 문화의 특성화 전략을 함께 추진하고 있습니다.

《 문화기반시설 현황 》

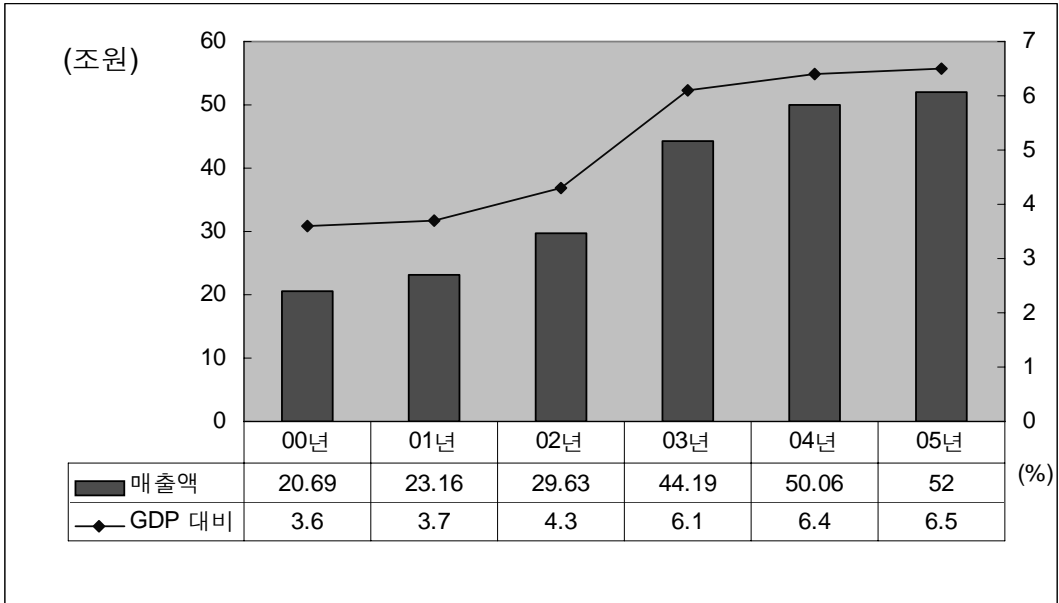


출처: 문화관광부, '전국도서관 예산 및 자료실태조사' '박물관 운영 실태조사'
'도서관운영실태조사', '시도자료종합'

< 문화산업 분야 >

문화산업연구센터(CRC) 조성 지원, 문화기술대학원 개원('05.9월), 영화관입장권통합전산망, 수출종합정보시스템(CEIS) 구축 등 기술 및 인력, 투자·유통 등 문화산업 인프라를 대폭적으로 확충하고, 문화산업진흥기금 용자 확대, 특수목적회사(SPC) 도입 등 투자활성화유통구조를 혁신하고, 한류의 영향으로 문화콘텐츠 수출이 지속적으로 증가하였습니다('04년 8억 9천만불로 '02년 대비 78% 증가).

《 문화산업 매출액 》

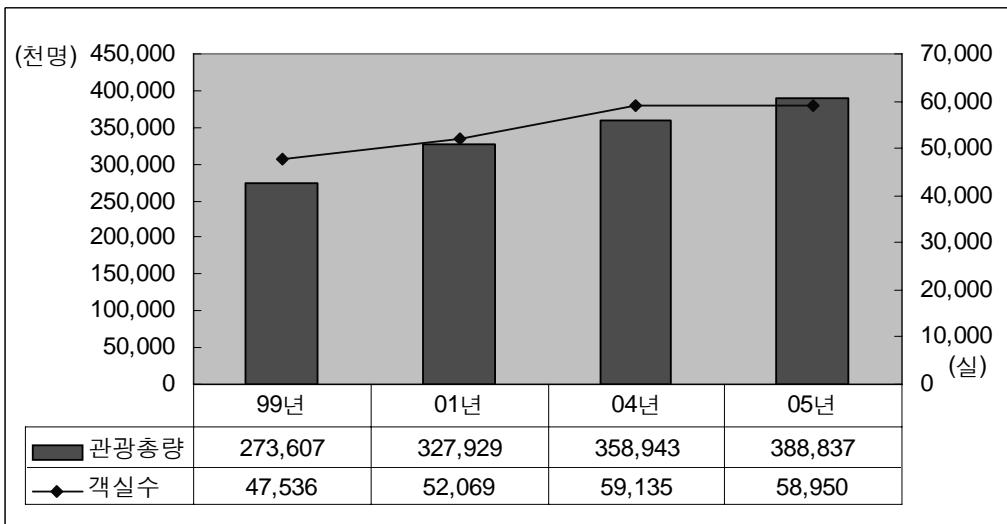


출처: 문화관광부, '문화산업통계'

< 관광 분야 >

관광호텔 객실, 고택·종택의 관광자원화 등 관광서비스 인프라를 대폭 확충하고, 남해안 관광 벨트, 유교문화권 등 6대 관광권 개발 사업과 미래형 복합관광레저도시 조성(무주, 태안, 영암, 해남) 등 경쟁력 있는 지역 특화 관광자원의 개발을 추진하였습니다.

《 국민관광 총량 및 관광호텔 객실 수 》

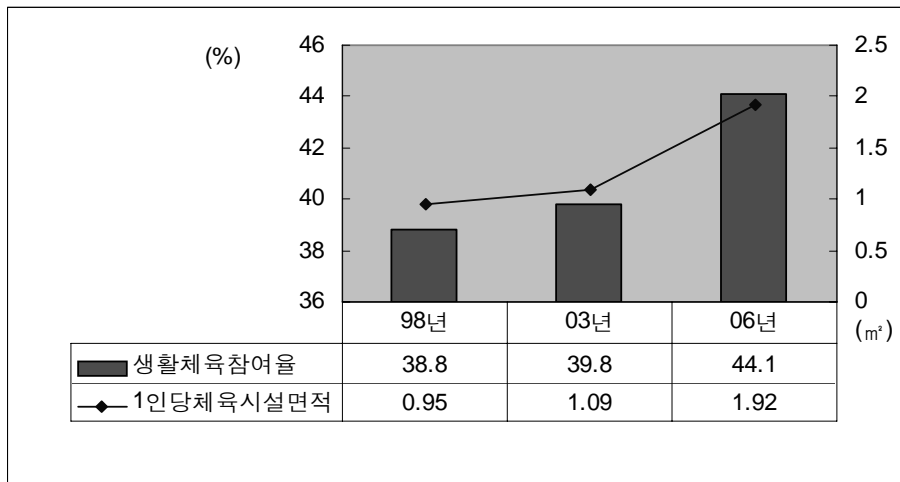


출처: 관광공사, '국민여행실태조사'

< 체육 분야 >

2003년 ‘참여정부 국민체육진흥 5개년 계획’을 수립, 생활체육시설 조성 및 스포츠클럽 육성, ‘스포츠 7330’(‘05.10월) 캠페인 전개 등 국민의 생활체육 참여 여건을 개선하고, 스포츠산업 전담부서 신설(‘04.11월) 및 비전(SPO-BIZ 2010) 수립(‘05.7월), 스포츠용품 인증제시행(‘04.9월), 스포츠경영관리사 제도 도입(‘05.9월) 등 레저스포츠 산업의 육성 기반을 마련하였습니다.

《 생활체육참여율 및 1인당 체육시설 면적 》



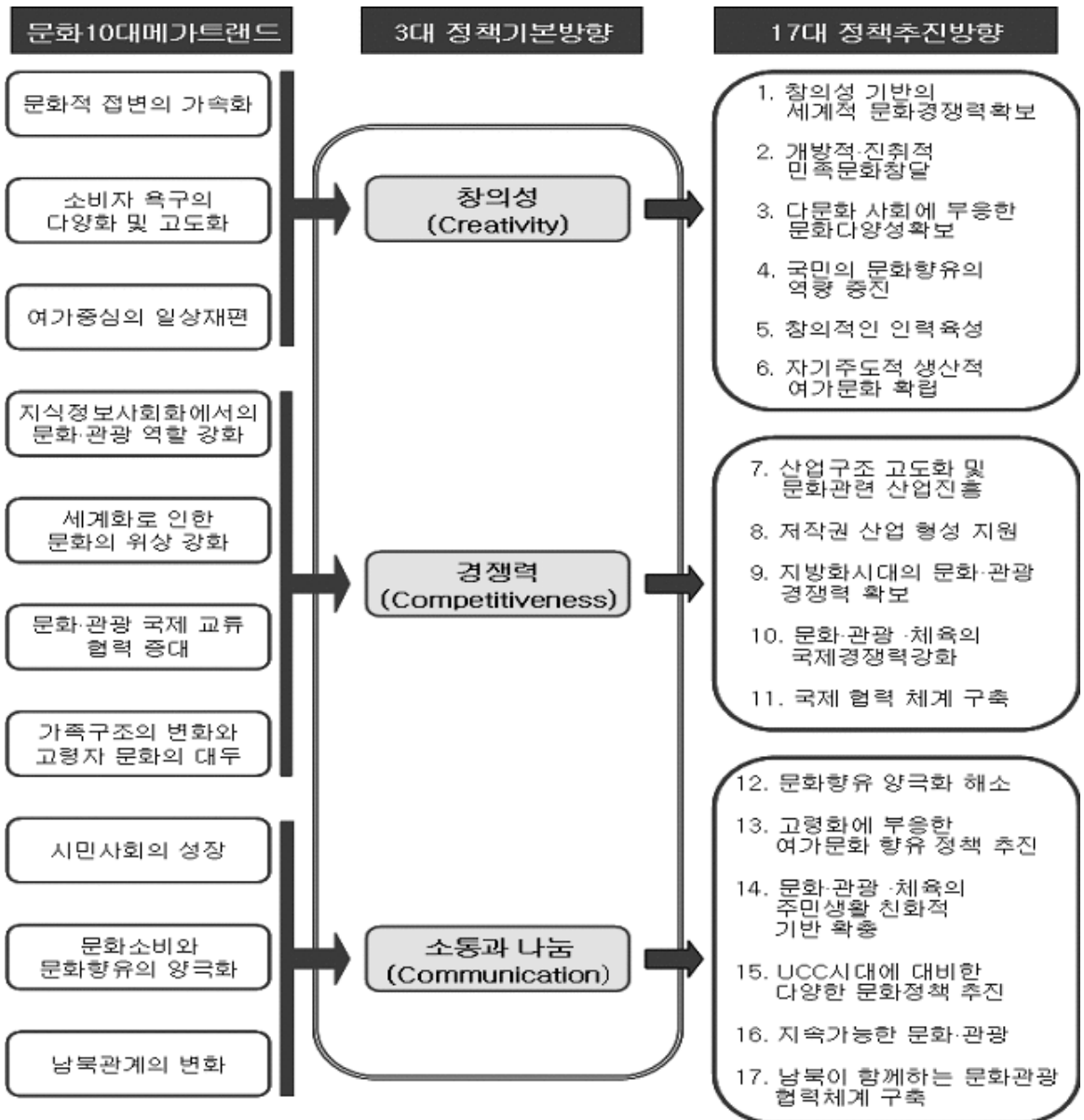
출처: 문화관광부, ‘국민생활참여실태조사’

이러한 성과에도 불구하고, 문화에 미칠 앞으로의 환경변화를 고려할 때 아직 해결해야 할 과제가 많은 것 같습니다. 어떤 것은 방향은 제대로 세웠으나 구체적인 방안을 찾지 못한 것도 있고 어떤 것은 예상했던 만큼 성과가 나타나지 않은 것도 있습니다. 그중에서 특히 아쉽게 생각하는 것은 문화의 가치들, 즉 문화의 창조적 가치, 문화의 경제적 가치, 문화의 사회적 가치가 상호 연계되지 못하고 있을 뿐만 아니라 균형을 이루지 못하고 있다는 점입니다. 앞서 살펴보았던 환경변화의 요인들 - 여가사회의 진입, 고령사회의 도래, 다민족 사회로의 변화 등을 생각해 볼 때, 문화의 사회적 가치는 더욱 중요해질 것으로 생각됩니다. 그러나 아직까지 이와 관련한 정책은 문제제기만 되어있을 뿐 심도 있게 연구되지 못하였으며 나눠주기 식의 방법론에서 벗어나지 못하고 있습니다.

4. 미래 문화정책의 방향과 과제

참여정부가 출범한 지도 5년이 되었습니다. 하루가 다르게 변화하는 세계 속에서 이제 변화하는 미래 환경에 맞는 새로운 문화전략을 수립할 때가 된 것 같습니다. 이를 위해 정부는 지난 8개월여 간 정책자문위원회를 구성하여 전문가들로부터 폭넓은 의견을 수렴해 왔으며, 이번 글로벌문화포럼 역시 새로운 문화전략을 수립하기 위한 작업의 일환입니다.

정책자문위원회는 앞으로 우리 사회가 당면한 정치·경제·사회·문화 분야에서 예상되는 변화에 따라 ‘문화적 접변의 가속화’, ‘가족구조의 변화와 고령자 문화의 대두’, ‘가치체계와 소비문화의 변화’와 같은 10대 문화 메가 트렌드가 도래할 것이라고 보았습니다. 이러한 문화 트렌드 하에서 문화정책의 기본 방향을 창의성(Creativity)발현, 경쟁력(Competitiveness) 강화, 소통과 나눔(Communication) 등의 3C로 보았습니다. 그리고 3C의 정책기본방향을 구현하기 위하여 17대 중점추진과제를 도출하였는데, 이는 「창의성 기반의 세계적 문화경쟁력 확보」, 「다문화 사회에 부응한 문화 다양성 확보」, 「산업구조 고도화 및 문화관련 산업진흥」, 「문화향유 양극화 해소」 등입니다.



출처: 문화관광부 정책자문위원회, ‘미래의 문화, 문화의 미래’

우리부는 이러한 제안을 토대로 보다 폭넓은 의견 수렴과 추가 연구를 통하여 우리사회가 지향할 미래문화정책 비전과 전략을 수립할 계획입니다.

이 자리에선 미래 문화 정책의 3대 기본방향을 중심으로 말씀드리겠습니다.

첫째는 창의성(Creativity)의 발현입니다. 창의성은 인간의 사유 능력에 있어 중요한 구성요소이며, 인간이 공동체를 구성하고 공동체의 문화를 발전시키는데 있어 핵심적인 동력으로 기능해 왔습니다. 문화는 미학, 예술의 영역은 물론 일상문화, 소비문화에 이르기까지 사회적, 공동체적 창의성을 기반으로 태생하고 확산됩니다. 따라서 창의성은 언제나 문화정책의 중요한 개념이며, 한국은 1990년 후반부터 본격적인 정책 개념 및 대상으로 삼고 고민하여 왔습니다.

창의성은 문화정책 뿐만 아니라 교육, 과학기술, 노동, 환경, 경제 등 다양한 사회정책 속에서 상호보완적이고 통합적으로 고민되고 구현되어야 합니다. 창의성에 대한 정책은 개별적 창의성의 자유를 최대한 보장하고, 그 자유로운 창의성들이 문화적 실험성, 다양성, 공공성 등을 통해 사회적으로 소통되고 공유될 수 있어야 합니다.

국가정책의 관점에서 창의성은 비물질적임에도 불구하고 매우 중요한 사회적 자원이자 공동체적 대안으로 인식되어야 하며, 국가는 이러한 소중한 사회적 자원의 지속적인 발현과 공유를 위한 사회적 시스템을 형성하고 발전시키기 위한 구체적인 정책을 사회 전 분야에 걸쳐 기획하고 통합적으로 연계할 수 있어야 할 것입니다.

창의성의 발현을 위해서는 개방적이고 진취적인 문화를 만들어 가고, 문화다양성을 추구해야 할 것입니다. 다문화의 개념, 방향성에 대한 공감대를 형성하고 다양한 문화오리엔테이션 프로그램 운영하여 다양한 문화가 공존하고 상호 존중할 수 있는 문화적 소양을 높여가야 할 것입니다. 또한 문화예술교육 확대, 새롭고 실험적인 것에 대한 예술적 이해관용 증진을 위한 정책, 그리고 문화예술인에 대한 지원을 강화하는 노력이 병행되어야 할 것입니다.

일부에서는 문화의 세계화는 상업화된 일부 선진국 문화의 일방적인 침탈이라는 점을 강조하여 고유의 가치관과 정체성의 상실로 인해 ‘고유의 문화.가치’라는 창의성의 근원이 상실될 것을 우려하기도 합니다. 그러나 문화의 혼합 즉 문화의 컨버전스는 역사적으로 볼 때 새로운 문화의 기원이 되어 왔습니다. 찬란했던 이슬람의 문화가 그러했고 실크로드의 문화가 그러했습니다. 컨버전스 시대 세계문화의 혼합 또한 이러한 역할을 할 것이라고 봅니다. 그리고 이러한 과정에서 이질적인 문화가 충돌하면서 변형을 겪는 가운데 컨버전스 시대의 문화 정체성이 새로 확립될 수 있다고 생각합니다. 이러한 문화 정체성을 바탕으로 한 컨버전스 문화는 새로운 창의성의 기원이 될 것입니다. 다만, 이러한 과정을 역행하여 자국의 문화를 폐쇄적으로 고집하는 태도는 경계해야 할 것입니다.

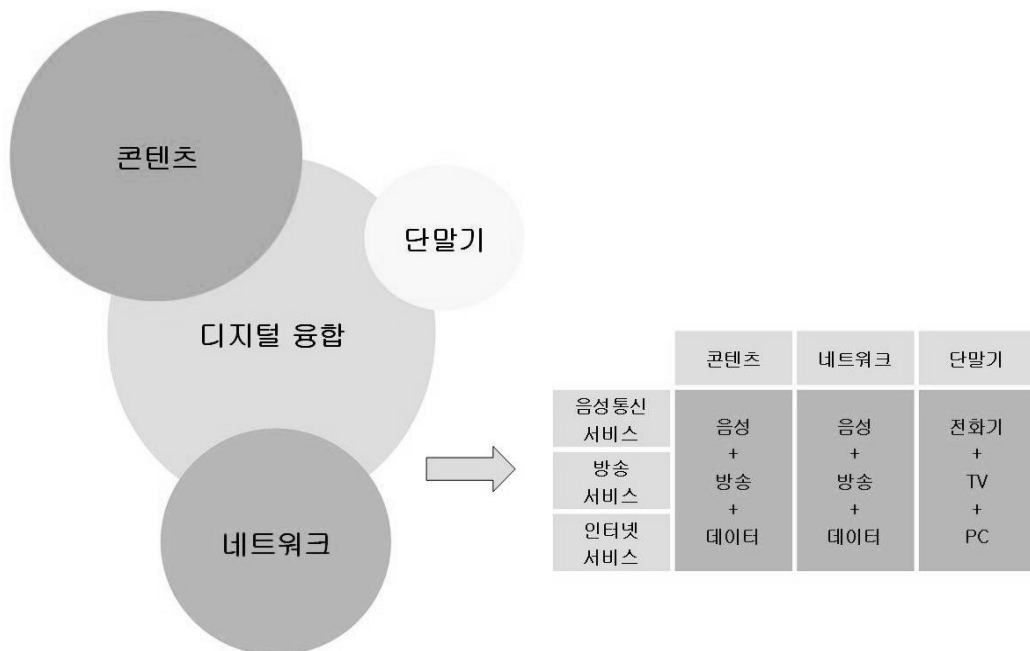
두 번째는 경쟁력(Competitiveness)의 강화입니다. 문화에서 경쟁력 중심의 사고는 경쟁 속에서 살아남을 수 있는 문화만이 지배적인 문화, 우수한 문화로 평가되면서 문화다양성을 심각하게 훼손할 수 있습니다. 따라서 지나친 경제중심의 사고에서 전환되어 창의성, 다양성, 정체성의 총합으로서 발현되는 상태를 경쟁력으로 보는 시각이 필요합니다.

고부가가치 창출이 가능한 문화산업, 관광산업 그리고 스포츠산업 등 신성장 문화관련 산업의 경쟁력을 지속적으로 강화할 정책이 요구됩니다. 새로운 경영환경에 대한 적응력 향상과 경쟁력 확보가 가능한 적극적 산업 육성 정책을 마련하여야 할 것입니다.

저는 디지털 기술의 발전이 가져올 컨버전스 현상에 특별히 주목하고자 합니다. 퓨전, 하이브리드, 융합 등 여러 용어로 표현되는 컨버전스는 기술 분야에서 비롯되었습니다.

디지털 기술의 발달은 전송기술의 발달을 가져왔으며, 이것이 방송망과 통신망의 유기적 결합 등을 통해 서비스 자체가 혼용, 광대역화, 양방향화 하는 변화를 겪고 있습니다.

〈디지털 융합〉



출처: 문화관광부, 'C-Korea2010 문화강국'

이러한 방송통신융합은 매체를 다양화 시키고 채널이 증가한다는 장점을 가지고 있습니다. 그러나 소비자를 만족시키는 것은 다양한 매체가 아니라 그 매체가 전달하는 콘텐츠의 양과 질일 것입니다. 따라서 경쟁력의 관점에서 증가한 새로운 매체의 수요에 부합하도록 콘텐츠에 주력해야 할 필요가 있습니다. 일부에서는 디지털 컨버전스 기술 자체가 새로운 콘텐츠를 창조하는 원동력이라고 주장하기도 합니다. 그러나 콘텐츠라는 것은 기술이 아니라 문화에 기초한 사람들의 창의성과 감수성에서 만들어 지는 것입니다.

저작권산업은 국제 저작권 환경이 보호를 강화하는 방향임에도 불구하고, 디지털기술발전예 따라 저작물 복제가 매우 용이해지므로 저작권 보호문제가 계속 대두될 전망입니다. 기존 법률과 제도로 적용할 수 없는 새로운 저작물 이용 서비스가 등장하게 되는 경우 적절한 대응이 요구됩니다. 특히 해외저작권 침해는 각국의 상이한 법체계, 막대한 소송비용 등으로 인해 민간차원의 해결이 어려우므로 정부차원의 대책이 필요합니다.

그리고 지방화 시대의 각 지방의 문화·관광 경쟁력의 확보가 담보되어야 할 것입니다. 중앙정부 주도의 획일적인 발전정책의 추진과 SOC 등 하드웨어 중심의 지역 문화·관광정책의 추진은 지역의 몰개성화를 가져왔습니다. 따라서 지방화시대 지역자치단체가 자생적으로 역량을 강화시킬 수 있도록 뒷받침하는 역할이 필요하다고 생각합니다.

마지막으로 소통과 나눔(Communication)입니다. 문화는 사람들에게 만져지고, 느껴지고, 공유함으로써가 발전하는 것입니다. 따라서 국민들의 문화 참여와 소통을 더욱 강화할 필요가 있습니다. 사회양극화 해소를 위한 문화적 해결 노력이 필요로 하며, 저소득, 노인 등 문화소외계층에 대한 문화향유 정책이 강화되어야 할 것입니다. 대도시 중심으로 공급된 문화시설들은 지역 간 편차를 심화시키는 요인으로 작용하고 있습니다.

문화, 관광, 체육 분야의 기반시설은 각 분야의 생산자, 유통자, 소비자인 국민 모두에게 각 영역의 교류의 장이자 향유의 핵심적인 기본요소입니다. 특히 문화에 대한 국민의 소비형태가 집단적 소비에서 개별적, 다원적 소비 향유형태로 바뀌면서 공급중심이 아닌 향유자 개개인의 눈높이에 맞는 기반 확충이 절실히 요구되고 있습니다.

남북한간 교류협력은 다양한 분야의 교류가 진행되어 많은 성과를 거두었으나, 당국간의 지속적 대화 단절, 협력체계의 제도적 미흡, 북한의 지속적 경제난 등으로 인한 지원금의 어려움 등의 문제점이 발생하였습니다. 그럼에도 불구하고 문화예술분야의 교류, 금강산 및 평양을 대상으로 한 관광 스포츠 분야의 단일팀 구성 등의 교류, 협력이 지속적으로 진행되고 있습니다. 미래사회에 대한 준비와 국제사회에서의 한반도의 경쟁력 강화를 위하여 보다 능동적인 남북한 교류협력을 위한 토대를 구축하고 정책 대안을 모색하는 노력이 계속되어야 할 것입니다.

이러한 3대 기본 방향 하에서 문화환경변화에 대응한 정책적 노력이 성공할 경우 2030년 우리의 생활은 노동과 여가가 균형을 이루어 주당 40시간 일하고 40시간 여가생활을 할 것으로 전망됩니다. 그리고 현재 국민문화 향유율이 62%에서 95%, 문화산업 매출 규모가 50조에서 150조로, 생활체육 참여율이 39.8%에서 70%이상으로 확대되는 등 본격적인 행복사회·여가사회로 들어설 수 있다고 확신합니다.

《2030년 한국의 문화전망》

	2005년	2030년
여가지표		
노동-여가균형 주40시간 근무제 실시 - 사업체 비율 - 해당근로자 비율 여가소외현상(여가비 격차)	45 : 30 (주당 평균) 1.0% 31.8% 7배 이상	40 : 40 (주당 평균) 100% 100% 3배 수준
문화예술지표		
국민문화향유율 ¹⁾ 문화기반시설 확충 - 도서관 - 박물관	62 (2003년) 관당 10만 명 관당 13만 명	95 관당 1만 명 관당 3만 명
문화산업지표		
문화산업 수출규모 문화산업 매출 규모 문화산업 고용규모	934백만 달러 (2004년) 50,060십억 원 (2004년) 451,360명 (2004년)	13,761백만 달러 150,358십억 원 1,604,888명
관광지표		
국제관광: 외래객 입국 국민관광: 내국인 출국 국민국내관광총량	617만 명 1,150만 명 4억 578만 명	1,518만 명 3,671만 명 11억 678만 명
체육지표		
생활체육 참여율 세계 경기력 향상 스포츠레저시장 규모	주 2~3회, 39.8% - 아테네 올림픽 9위 - 아시아경기대회 2위 17조원 (2004년)	주 2~3회, 70% 이상 - 올림픽 5위 이내 - 아시아경기대회 2위 유지 70조원

출처: 문화관광부 정책자문위원회, '미래의 문화, 문화의 미래'

1) 연간 1회당 관람자수/총인구수

5. 맺음말

문화는 단순히 삶을 장식하는 도구거나 일부 층만이 향유하는 사치가 아니라 모든 사람들이 누리고 즐길 권리입니다. 우리 문화관광부가 2006년 5월에 발표한 ‘문화현장’도 “모든 시민은 계층, 지역, 성별, 학벌, 신체조건, 소속집단, 종교, 인종 기타에 의한 어떠한 차별도 받음이 없이 문화를 창조하고 문화 활동에 참여하며 문화를 향유할 평등한 권리를 갖는다”라고 선언하고 있습니다.

우리는 궁극적으로 인간적인 삶, 행복한 삶을 추구합니다. 이는 일상이 풍족하고 아름다운 문화적인 삶을 누릴 때 비로소 가능할 것입니다. 따라서 각각의 문화 영역을 개별적인 영역으로 보지 않고 ‘행복한 삶’을 완성하기 위한 하나의 생태계적 관점에서의 접근이 필요한 때입니다.

인간의 일상적인 삶이 문화적으로 영위되고 문학과 미술, 공연 등 인간의 고도의 정신적 활동의 산물인 기초예술과 문화산업의 순환이 원활하여 상호 발전이 가능한 선순환 구조를 만들어 가야 할 것입니다

이러한 기초 하에 우리는 컨버전스 시대의 조류에 부응하는 시대가 요구하는 문화 여건을 만들어 가는데 노력해야 합니다. 이것이 바로 새로운 시대에 환경에 대응하는 정책책임자의 역할이 아닐까 합니다.

감사합니다.

TITLE:

Korea's Cultural Policy

1. Introduction

Life is about making choices. What we chose yesterday led us to what we are today, and so will our choices of today. The government is making many policies and executing the law everyday. Where are the choices we make everyday leading us? Are we heading towards a hopeful culture or a hopeless one?

I sometimes imagine how convenient it would be to have a tool such as GPS that tells us the right direction when it comes to making a cultural policy. Then it will be really easy for us to make our way on the bumpy road to a future that we dream of.

In this regard, this global forum offers a valuable landmark on our journey to a desirable culture. Now, let me begin with the cultural policies of Korea.

2. The changing circumstances surrounding culture

An illness will be a different blow to patients of different physical condition. Likewise, change will affect the cultures of different countries in different ways.

Considering the economy, society and culture of Korea today, it comes down to two factors that will influence Korea's culture in the future. One is the situation where we have to deal with a variety of social issues within a period of time that is as short as the period of Korean economic growth. The other is that we are being forced to find other growth engines due to the changing industrial structure caused by globalization and the development of digital technology. Let me discuss this in some more detail.

First, the Korean people now more and more cherish their free time and their leisure time. So far the Korean economy experienced one of the world's highest growth rates, but the price workers had to pay was the longest working hours, compared to other nations. Since 2004, Korea has adopted the five day working system, and with it came the culture of leisure and free time, awakening Korean people to the concepts of putting quality before quantity and ease before speed. However, our culture has yet to step up with such cultural changes to deal with a variety of new needs and demands of people. What we are witnessing now is a deepening social polarization where low income people can not afford to enjoy what leisure time they have due to their economic burdens, while rich people go abroad for a variety of services.

Second, Korea is becoming an aging society. The Korean population is now rapidly aging. Many old people have nowhere to turn because the family no longer serves as a guaranteed safety net like it did in the past. The social safety net has yet to be fully prepared. The upcoming aged society offers many good opportunities for the silver industry that targets elderly citizens who are becoming an increasingly important consumer class. However, both public and private sectors are lagging far behind in meeting the new demands.

Third, Korea will become a multiracial country. We run into foreign workers on the street everyday, which makes Korean people realize the on-going globalization and how obstinately we fenced our world with the myth of a nation-state and how unprepared we are for the upcoming multiracial country. The number of foreign workers in the Korean society is not yet big, but considering Korea's low birth rate, the number is expected to grow. Then the concept of cultural diversity will take on a new meaning in the context of Korea's cultural policy. We will have to redefine Korea's culture and deal with the issue of social unification, and that can be done through culture.

Fourth, the changes in the industrial structure caused by globalization and digital technology. Now the Korean economy is sandwiched between those of advance nations and developing nations even before fully enjoying the economic fruit it reaped. The economies of India, China, and Vietnam are forcing us to change our industrial structure from a labor intensive one to a technology and sensitivity intensive one. It is true that Korea partly succeeded in nurturing the right cultural industry so far. However, we have a long way to go before rearranging the cultural industry and nurturing a pool of creative persons to lead the technology and sensitivity intensive industries in the era of digital convergence. In addition, we have to find a solution to establishing a cultural identity that is wide open to the world, but at the same time well balanced, in this era when people can get various cultural contents of the world in real-time.



3. Current status of Korea's cultural policy

In the history of Korea's cultural policy, the current policy is characterized as one that aims to broaden the realm of culture and its values. Today's cultural policy encompasses cultural heritage, art, cultural industry, tourism, and sports, whereas that of the past focused on only cultural heritage and art. In addition, as recently as in the 1980s, the focus of Korea's cultural policy was limited to preserving and promoting the culture itself. However, since the first 'Civil government', which was launched in 1987, the cultural policy focusing on the culture's economic value has gained attention. Then, during the 'Participatory government', the cultural industry grew into one of the strategic industries, encompassing even the tourism and leisure sports industries. This government also paid attention to the influence of culture to society and began to foster a culture where policies focus on nurturing creativity in the mind of young people and on improving the welfare of low-income families, and thereby to revitalize the local economy.

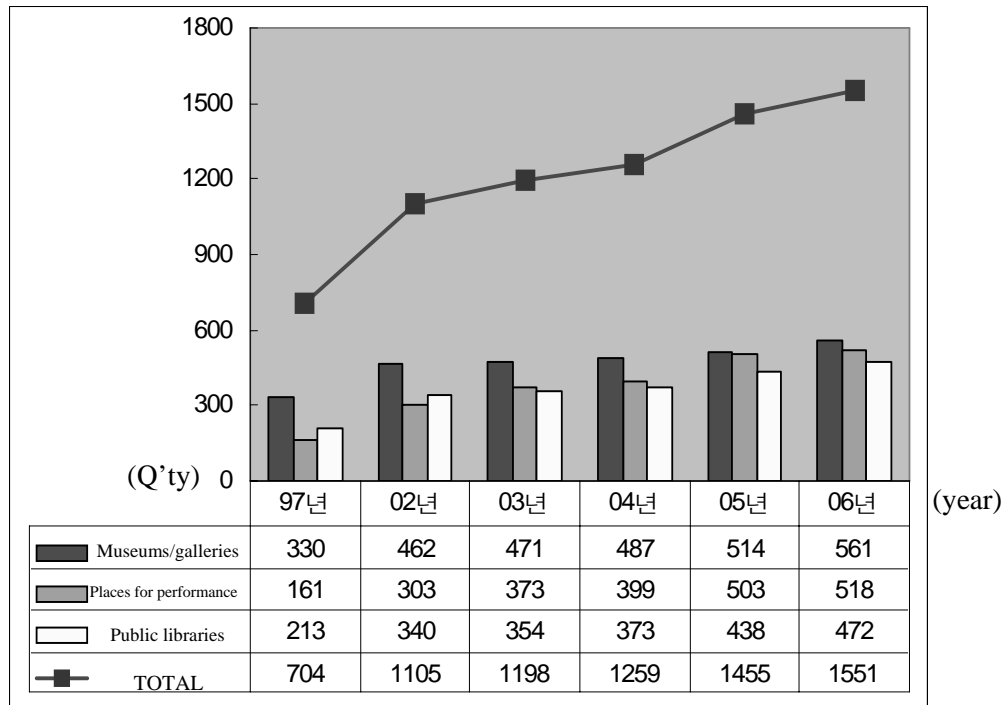
The current government inherited these efforts. We established the vision 'Creative Korea' (2003). In order to realize this vision, we also came up with concrete action plans such as 'Power of Art - New Policy for Korean Art' (2003), 'C-Korea 2010' (2004), and 'Korean Traditional Performing Arts 2010' (2006). These are medium and long-term plans. Now, let me tell you about some of the results we achieved.

The Area of Culture and Art

We laid a foundation for pursuing art policies that are realistic by establishing The Arts Council Korea (September 2005). Our efforts then went on to establish a law for art and culture education support (December 2005) and The Korea Art and Culture Education Service, thereby improving the environment where people can better enjoy culture.

We newly opened public libraries (99), museum and galleries (132), local centers for culture and art (45), and National Museum of Korea (2005), thereby greatly expanding the infrastructure for culture and art. We also aim to have balanced development among local cities and at the same time characterize the uniqueness of local cultural resources. As part of the efforts, we plan to make the city of Kwangju the Asian hub of art and culture and Pusan the mecca of the motion picture industry in Asia.

《 The Status of Cultural Facilities of Korea 》

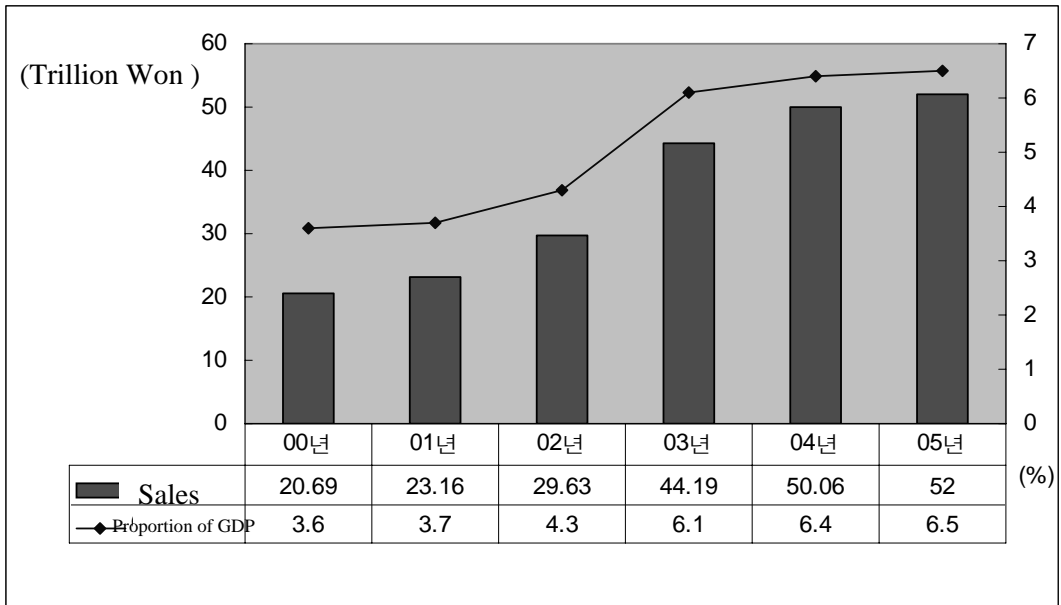


Sources: 'Study on the budget for libraries nationwide', 'The status of library material', 'Study on the condition of museums', 'Study on the operations of public libraries', and 'The overall statistics regarding cities and provinces', published by the Ministry of Culture and Tourism.

The Cultural Industry

The Korean government have improved cultural infrastructure such as relevant technology, personnel, investment, and logistics. These efforts included establishing Culture Research Center (CRC), opening the Graduate School of Culture Technology, (September 2005), introducing the Nationwide Computerized Box Office Data System, and building a Contents Export Information system (CEIS). We also renovated the investment system to activate investment activities by expanding financing of the fund for promoting the cultural industry, and by introducing a special purpose company (SPC). The 'Korean wave', which refers to the popularity of South Korean popular culture in other countries and is also known as 'Hallyu' in Korean pronunciation, also played an important role in exporting our cultural contents (Total volume of export reached \$890 million in 2004, a 78% increase from 2002).

《 Sales of Cultural Contents 》

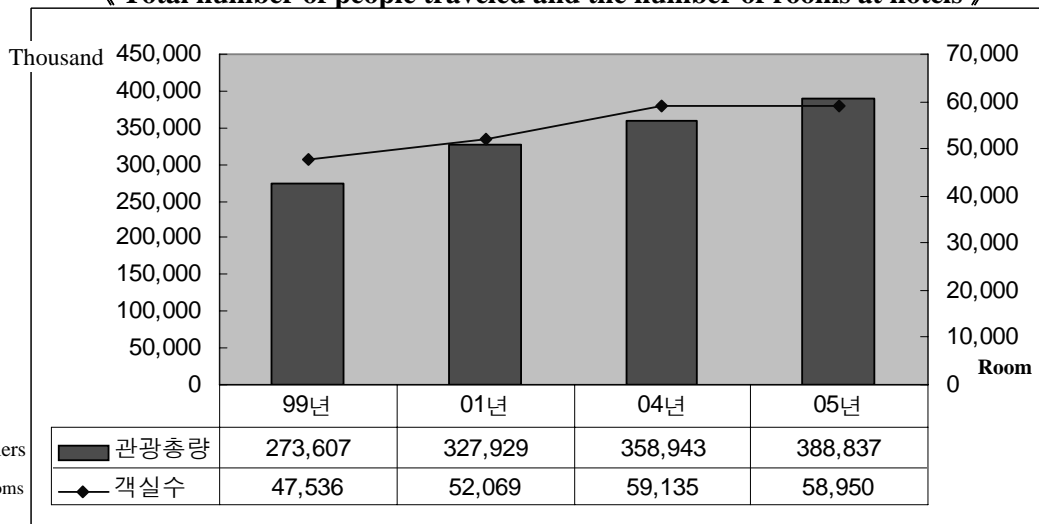


Source: 'The statistics of the cultural industry' published by the Ministry of Culture and Tourism

< The Area of Tourism >

The Korean government improved the infrastructure of the tourism industry such as by increasing the number of rooms at hotels and developing old houses and the head house of a family, or the house of the eldest son of the eldest son of a family, called 'Jongtaek' in Korean, to be assets for the tourism industry. We also developed six tourism sites such as the number one tourist location along the Southern Sea and the Confucian Cultural Areas, and further developed many tourist attractions such as Moju, Taean, Youngam, and Haenam to be future-oriented cities for touring and leisure.

《 Total number of people traveled and the number of rooms at hotels 》



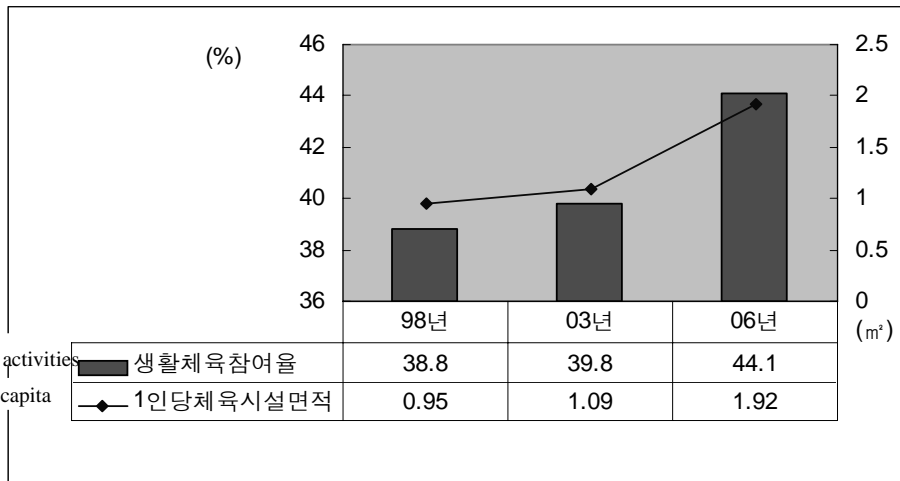
Number of travellers
Number of hotel rooms

Source: 'Research on domestic tours of the Korean people' published by the Ministry of Culture and Tourism

< The Area of Life Sports >

In 2003, the Korean government established 'The five year-plan for promoting life sports' and improved the environment through the establishment of life sports facilities, nurturing many local sports clubs, and conducting campaigns such as 'Sport 7330' (October 2005) so that people can easily enjoy sports activities in their daily lives. We also laid a foundation for the leisure sports industry by establishing a bureau for the sports industry (November 2004) and a vision such as 'SPO-BIZ 2010' and opening Korea Institute of Sport Science (September 2004) and Sports manager and Administrator School of Korea (September 2005).

《 **The status on people's participation in life sports activity and the size of facility per capita** 》



Source: 'The research on people's participation in life sports activities' published by the Ministry of Culture and Tourism

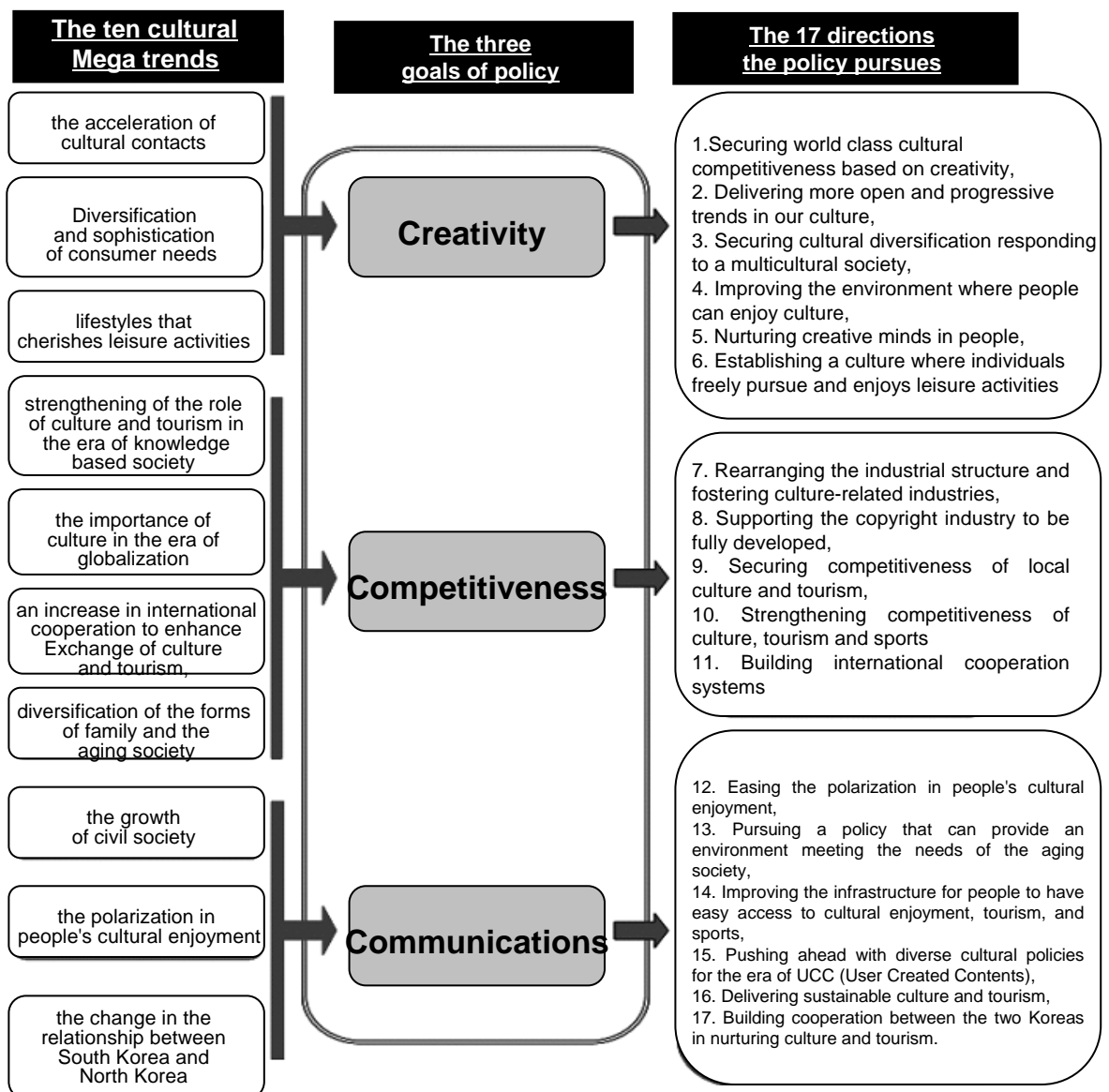
Aside from such efforts so far, our Ministry still has a lot do. We have some tasks that were well planned but lacked the appropriate action plans and others that failed to reap the desired fruit. In particular, we note that cultural values, such as creative value, economic value, and social value need to be linked to one another to form a healthy and beautiful culture. Those factors that we regard as environment changes, such as increasing leisure time, the aging society, and the multi-race society trend, can be considered to make the social value of the culture more important. Still, however, policies regarding these issues are not in the pipeline.

4. The direction and task for Korea's future cultural policies

It has been five years since the 'Participatory government' was launched. It is high time that we established the right strategies responding to an ever-changing environment. To this end, the Korean government has gathered a broad range of opinions from groups of experts during the last eight months. In this regard, it is also a very timely opportunity for us to participate in this global forum to build the right strategies.

The Policy Advisory Committee is noting that the ten megatrends, including the acceleration of cultural contacts, diversification of forms of family and the aging society, as well as changes in values and the consumer culture will arise due to the changes in politics, economy, society, and culture. The Policy Advisory Committee recommended the three goals of our cultural policy: Creativity, Competitiveness, and Communications, the three Cs. And to these goals' end, The committee suggested 17 concrete action plans such as securing world class cultural competitiveness based on creativity, securing cultural diversification that responds to a cultural multicultural society, rearranging the industrial structure and fostering cultural industries, and easing the polarization in people's cultural enjoyment.

Our government will continue to launch research studies based on a broad range of opinions and will establish future oriented cultural policies and visions considering the possible impacts that changes of the environment will have to culture.



Now, let me explain further, focusing on the three major goals of the policy. First, about creativity. Creativity has been the very driver of humans' ability to think and in the center of building societies and cultures. A culture, may it be of aesthetics, arts, everyday daily lives, or even consuming activities, is born and grow based on creativity. The Korean government has been taking creativity seriously in the forming of cultural policies since the late 1990s. Not only for cultural policies, creativity should be the basis for forming policies for education, science and technology, labor, environment, and economy. Policies for creativity should aim at guaranteeing maximum personal freedom to pursue one's creativity so that the creativity can eventually be shared and communicated as widely as possible through various channels.

Creativity should be taken seriously at the national level as a valuable asset. The government should work out concrete policies for building a social system for nurturing and utilizing creativity. And those policies should cut across the society and at the same time be connected with each other.

For the sake of creativity, we should build a culture that is open and progressive and pursue cultural diversity. It is also our mission to raise the cultural level through diverse means so that people can better understand and appreciate a multicultural society where various cultures can coexist and respect one another. We can make it possible through, for example, diverse cultural orientation programs. In addition, the government should make efforts to expand the opportunities of culture and art education, come up with policies to enhance openness in the minds of people to new and experimental forms of art, and support artists.

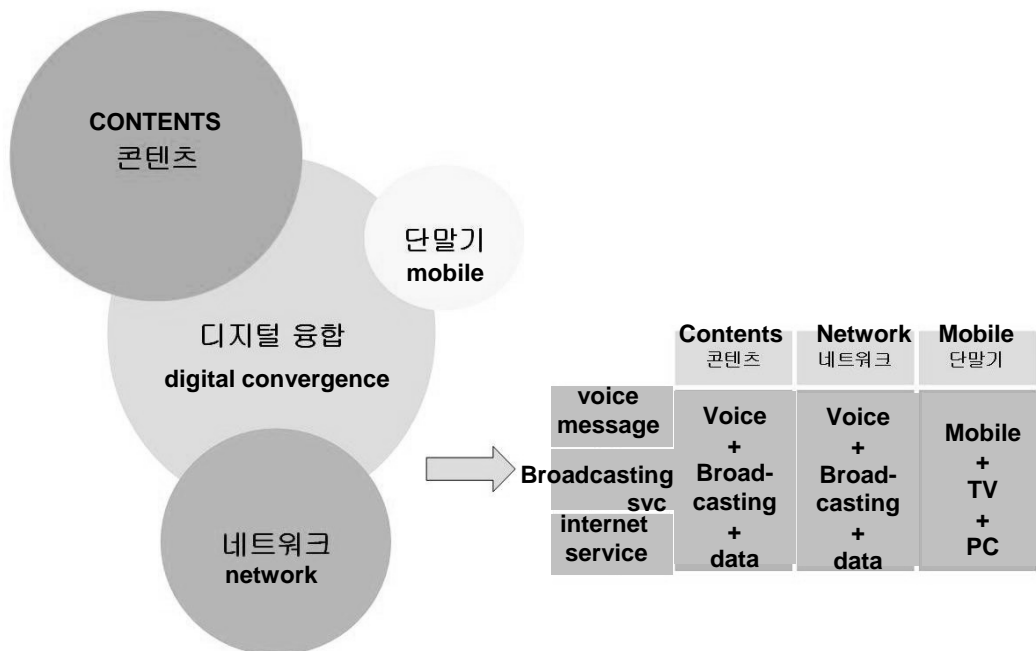
Some people say that cultural globalization is amounting to colonization by the commercialized cultures of advanced countries. They say, therefore, that our unique and traditional culture, the very basis for the creativity of our people, will disappear. This is not true. Throughout the cultural history, fusion of cultures, or cultural convergence, has been a seed for a new culture. There are many examples like the culture of Islam and the Silk Road. So will be the mixture of cultures in this era of convergence. During the course of collision of different cultures, the culture of the era of convergence will change and eventually be redefined. This culture will serve as a new source for creativity for the new era. What we do not need is the attitude of sticking to one particular culture blindly.

Second, we need to enhance competitiveness. In a culture where competitiveness is considered to be the most important value, only those cultures that survived in competition will most likely be regarded as strong and good ones. This will severely damage cultural diversity. Therefore, we need to abandon the attitude of giving our priority only to the economy and see creativity, diversity, and identity as a whole to judge competitiveness. There is a strong demand for appropriate policies to sharpen the competitive edge of our culture-related industries such as the cultural industry, tourism industry, and the sports industry, all of which can yield high added value. In other words, we need policies for nurturing industries that can help us to adapt ourselves to the new business environment with competitiveness.

I would like to pay keen attention to the convergence trend brought by digital technology. The term, convergence, otherwise often termed as fusion or hybrid, comes originally from the field of technology.

Digital technology has led to the development of transmission technology. Broadcasting network and communication network were combined based on those two technologies, bringing forth entire new services such as broadband services and interactive services.

《Digital Convergence》



Source: 'C-Korea 2010' published by the Ministry of Culture and Tourism

The convergence of broadcasting and communication networks has the merit of offering an increased number of channels and diversified media. However, what is important in meeting customers' needs is not quantity but the quality of contents, hence the reason we need to develop good contents. Some people contend that digital convergence itself can serve as a driving force behind creating new contents. This is incorrect, since contents are not about mere technology but about the creativity and sensitivity of people and culture as well.

Now let us talk about the copyright industry. The current global trend is towards stronger copyright protection. As the digital technology develops, however, it is becoming easier for people to copy. Therefore, the issue of copyright protection is expected to remain a hot potato. We need to get fully prepared for any possible new service that slips through the existing laws enabling people to copy easily. In the case of copyright infringement of foreign material, due to the difference between law systems of each country and the huge cost of lawsuits, countermeasures at the government level are necessary.

In addition, we need to secure the competitiveness of the cultural and tourism industries of local cities, as we pursue to characterize and utilize dynamic local culture. The central government-led development policies and the hardware-based development policy such as SOC so far have only weakened characteristic traits of local culture. In this regard, the government should play a role in supporting local communities to rediscover and strengthen the value of their cultural and tourism assets.

Finally, communications. Culture is developed by being touched, sensed, and shared by people, hence the need for people's participation in cultural activities and communications. We need a solution to solve the problem of polarization of society and appropriate policies to embrace culturally alienated people including low income families and elderly citizens so that they can share and enjoy our cultural assets. Currently, most of the cultural facilities are concentrated in the large cities, whereas people in small cities and local areas are in need of them. There should be a balanced expansion. Facilities for culture, tourism, and sports can serve as places for exchange among producers, distributors, and consumers of culture and are the very basic element in enjoying culture, tourism, and sports. People's needs and their enjoyment of cultural assets are being diversified and personalized making it necessary to develop the appropriate infrastructure.

Although there have been a lot of achievement in the interchange between the two Koreas, many a problem has also arisen due to disconnection of dialogue, insufficient systems for cooperation, the matter of assistance from South Korea to North Korea, etc. Despite such difficulties, however, exchanges and cooperation between the two Koreas are being continued including cultural and art interaction, the Geumgang Mountain and Pyeongyang tour business, and dispatching a single team to international sports events. The efforts for laying a foundation and coming up with measures for promoting further active interaction between the two Koreas should continue so that we can strengthen our competitiveness in the world stage and be better prepared for the future.

If we succeed in adapting ourselves to the changes of culture and the environment under these three goals, it is also expected that we will have a balance between working hours and leisure hours, with 40 hours respectively, by 2030. This is not the end. The number of people having cultural enjoyment will go up to 95% from the current 62%, the sales volume in the cultural industry will rise from 5 trillion Won to 150 trillion Won, and the participation of people in life sports to 70% from 39.8%. This is amazing.

《The Prospect for Korea's Culture in 2030》

	2005	2030
Index for leisure		
balance btw labor & leisure time 40 working hour per week system - business - employees gap in expenses for leisure	45:30 (per week) 1.0% 31.8% over 7 times	40 : 40 100% 100% about 3times
Index for culture & art		
cultural enjoyment of people cultural infrastructure - public libraries - museums	62 (2003) 100 thousand/library 130 thousand/museum	95 ten thousand 30thousand
Index for the cultural industry		
export volume sales volume employment volume	\$ 934 million (2004) W 50.060 trillion 451,360	\$ 13,761 million W 150.358 trillion 1,604,888
Index for tourism		
international: inbound tourists domestic: outgoing tourists total domestic tourists by Koreans	6.17 million 11.50 million 405.78 million	15.18 million 36.71 million 1,106.78 million
Index for sports		
participation in life sports competitiveness in world events sports leisure market volume	39.8%, 2-3weeks - 9th in Athens olympics - 2nd in Asian games W 17 trillion (2004)	over 70%, 2-3weeks - within 5th in Olympics - 2nd in Asian games W 70 trillion

Source: 'The culture of the future, future of the culture' published by the Ministry of Culture and Tourism

5. Conclusion

Culture is for everyone to enjoy, not for a specific class of people. It is not a luxury. The Charter on Culture, which was proclaimed in May 2006, says "each and every individual has the equal right to create, participate in, and enjoy culture regardless of his class, where he lives, gender, education, physical condition, religion, race, etc."

All human beings aspire to well-being and happiness. This aspiration can be realized only when a certain point of wealth and appropriate culture are secured. Therefore, we need to see each and every cultural aspect as a whole, not separately from one another, for each cultural aspect is a part to build a happy life together.

It is time for us to build a virtuous circle where there is smooth interaction between art, including literature, arts and performances, which are the products of human's mental activities and the cultural industry.

Only when this environment is secured, can we make efforts to build a cultural environment that responds to the new era of convergence. And here, fellow policy makers, is where I find we have a grave responsibility.

Thank you for listening.

Official Publisher
P.O.D Communications Inc.

Seogang B/D 2F 330, Changjeon-dong, Mapo-gu Seoul, Korea 121-882
Tel. +82.2.325.1715 Fax. +82.2.325.1719 web.<http://www.pod-pco.com>



G.L.O.B.A.L.C.U.L.T.U.R.E.F.O.R.U.M

March 28~29, 2007

Seoul, Korea