

세계경제연구원 / KT 공동개최 세미나

결과보고서 (Proceedings)

# 문화와 한국경제, 그리고 한류

Culture, Korean Economy  
and the Korean Wave



# 문화와 한국경제, 그리고 한류

Culture, Korean Economy  
and the Korean Wave

# 머 리 말

이 보고서는 지난 2012년 4월 20일 세계경제연구원과 KT가 공동개최한 “문화와 한국경제, 그리고 한류” 세미나에서 발표된 내용과 토론 결과를 정리한 것이다.

전통적 신고전경제학(neo-classical economics)에서는 문화를 경제현상의 인과관계 분석의 대상으로 삼지 않는 것이 보통이다. 그러나 미국과 유럽의 경제성과 차이를 문화에 기초한 제도로 설명한 2006년 노벨경제학상 수상자 Edmund Phelps 미 Columbia대 교수처럼 문화를 중시하는 정통 경제학자들도 있다.

또한 오늘날과 같이 세계화된 시대의 소비자들은 외국 제품을 구매할 때 제품의 성능뿐 아니라 제품에 내재되어 있는 특정국의 이미지와 문화를 고려한다는 점을 강조하는 전문가들도 있다. 게다가 서비스산업으로서의 문화산업은 고부가가치의 일자리 창출 효과가 특히 큰 산업이란 차원에서 최근 들어 더욱 초점이 모아지기도 한다.

이러한 점들을 고려할 때, 어떻게 해야 우수한 우리 문화를 경제성장과 발전의 원동력을 강화하는 방향으로 승화시킬 수 있는지, 좀 더 구체적으로 우리의 문화산업을 발전시키기 위한 정책적, 제도적 여건 조성을 위해 무엇을 해야 할 것인지, “한류”를 일시적 현상이 아닌 범세계적 흐름으로 지속시키기 위한 주요 과제는 무엇인지 등에 대해 사계전문가들과 산업 관계자, 그리고 정책당국이 함께 고민할 필요가 있다.

이러한 문제의식을 가지고 세계경제연구원과 KT가 공동으로 “문화와 한국경제, 그리고 한류” 세미나를 개최하게 된 것이다. 모쪼록 이 보고서가 우리 국민 모두의 문화에 대한 이해 증진과 아울러 문화 관련 정책당국과 문화산업 종사자들의 정책과 전략 채택에 도움이 되기를 기대한다.

끝으로 이 세미나의 성공적 개최를 위해 물심양면으로 지원을 아끼지 않은 이석재 KT 회장과 관련 임직원 여러분께 심심한 사의를 표한다.

2012년 7월

세계경제연구원 이사장 **사공 일**

# 목 차

- 04 **머리말** 사공 일 세계경제연구원 이사장
- 06 **개회사** 사공 일 세계경제연구원 이사장
- 08 **환영사** 이석채 KT 회장
- 10 **축 사** 최광식 문화체육관광부 장관
- 13 **기조연설** 이어령 전 문화부 장관  
Guy Sorman 문명비평가
- 35 **토 론 1. 경제와 문화**
- 사 회\_ 사공 일 세계경제연구원 이사장
  - 토 론\_ 이어령 전 문화부 장관  
이문열 작가/한국외국어대 석좌교수  
박종원 한국예술종합학교 총장  
Guy Sorman 문명비평가
- 49 **토 론 2. 한류 : 현황과 전망**
- 사 회\_ 사공 일 세계경제연구원 이사장
  - 토 론\_ 김진식 U-Stream Korea 대표이사  
조현재 문화관광체육부 기획조정실장  
전병준 매일경제신문 편집국 국차장  
이 참 한국관광공사 사장  
송승환 한국뮤지컬협회 이사장
- 66 **연사소개(발언순서)**

**무**엇보다 먼저 바쁘신 중에서도 이 자리에 참석해주신 모든 분들께 감사의 말씀 드립니다. 오늘 이 모임은 “문화와 한국경제, 그리고 한류”라는 제목으로 특별히 마련된 자리입니다. 이 특별한 자리를 마련하는데 적극 나서주신 이석채 KT 회장님과 KT 임직원 여러분께 감사의 말씀을 드립니다. 그리고 최근 들어 건강상 이유로 공적인 자리에 잘 참석하지 않고 계신 이어령 전 장관님, 멀리 프랑스에서 특별히 참석해주신 Guy Sorman 선생님께 감사드립니다. 또한 이러한 자리에서 자주 뵐 수 없는 이문열 선생님, 박종원 한국예술종합학교 총장님께도 감사드립니다. 그 외에 오늘 연사로 참석하신 여러 전문가들께도 감사드립니다. 그리고 많은 귀빈들께서 자리를 함께하고 계십니다. 특히 각종 정치일정으로 분주하신 새누리당의 정몽준 의원께서도 참석해주셔서 고맙습니다.

또한 특별한 감사말씀을 드려야 할 분이 계십니다. 바로 최광식 문화체육관광부장관님이십니다. 정말 공사다망하실 터인데 오늘의 뜻 깊은 자리를 더욱 빛내주시기 위해 참석해주신 것에 심심한 사의를 표합니다.

오늘 주제는 “문화와 한국경제, 그리고 한류”입니다. 보통 경제는 숫자와 가깝고 문화는 숫자와는 거리가 있는 개념으로 이해되고 있습니다. 이는 어느 정도 사실과 부합하며 실제로 경제학에서는 문화는 주어진 여건으로 보고 여러 가지 경제 변수에만 분석의 초점을 맞추는 것이 보통입니다.

그러나 사회학이나 정치경제학에서는 문화와 경제발전 간의 관계에 분석의 초점을 맞추기도 합니다. 일찍이 독일의 사회학자이며 정치경제학자였던 Max Weber는 아시아 특히 중국의 문화와 종교적 전통, 즉 유교와 도교 등을 중국의 근대화와 발전에 저해되는 요소로 보았다는 것은 이미 잘 아시는 바와 같습니다.

반면 세계 제2차 대전 이후 일본에 이어 한국, 대만, 싱가포르, 홍콩 등 소위 동아시아 네 마리 용의 경제가 눈부신 발전을 하게 된 이후에는 유교적 전통에 초점을 맞추어 이들의 발전을 설명하려는 소위 Culturist들의 주장도 있었습니다. 그러나 오늘 이 자리는 이러한 어려운 논의나 이론적 토의를 위한 자리는 아닙니다.

오늘날 선진제국의 경우를 보면, 경제가 발전하고 성숙함에 따라 일반적 의미의

문화에 대한 수요가 더욱 늘어나고, 나아가 문화도 하나의 산업으로서 이들 나라의 경제와 사회발전에 크게 기여하고 있다는 것을 알 수 있습니다.

우리나라는 오랜 역사와 전통, 그리고 자랑할 수 있는 문화를 갖고 있음에도 불구하고 이 같은 사실이 대외적으로 잘 알려져 있지 않을 뿐 아니라 문화산업의 발전도 미흡합니다. 하지만 이러한 잠재력을 잘 키워낸다면 이를 통해 세계 속에서 한국의 위상과 이미지를 높이고, 국격과 한국의 브랜드 가치를 크게 향상시킬 수 있는 소지가 큼니다. 최근 들어 특히 아시아 지역에서 한류라고 일컬어지는 한국의 특수문화가 큰 관심을 모으고 있는 것은 꼭 다행한 일입니다.

오늘 이 귀중한 자리에는 세계의 최고 전문가와 문화관련 정책담당자, 그리고 멀리 유럽에서 호의적인 시각으로 한국문화와 경제 관계를 관심있게 지켜보고 계신 분들이 함께 모였습니다. 좀 더 넓은 시각에서 바라본 문화와 경제, 그리고 구체적으로는 한류현상에 대한 평가와 추후 발전방향 등에 관해 많은 좋은 의견이 개진될 수 있기를 기대합니다.

감사합니다.



늘 존경하는 이어령 선생님, Guy Sorman 교수님, 박종원 총장님, 이문열 교수님을 비롯한 우리 시대의 지성과 석학들이 함께 하신 자리에서 환영인사를 하게 되어 영광입니다. 토론에 참여하시는 여러분과, 함께 해주신 각계 귀빈 여러분, 외교사절 여러분에게도 심심한 감사의 말씀을 드립니다. 그리고 이 어려운 자리를 만들어주신 사공 일 이사장님을 비롯한 세계경제연구원 여러분께 치하의 말씀을 드리고자 합니다.

인류 역사를 통해서 우리는 융성한 시대, 융성한 국가는 반드시 위대한 문화를 낳았음을 알고 있습니다. 이것이 오늘 우리들의 주제를 관통하는 핵심의 하나가 아닐까 저는 생각해 봅니다. 우리는 지금 놀라운 사실을 눈앞에 지켜보고 있습니다. 우리 한국의 수많은 젊은 아티스트들이 세계인을 열광시키고 있습니다.

불과 10여 년 전, 중국과 아시아 일각에서 불기 시작한 한국문화 열풍은 이제 태평양과 대서양을 거침없이 오가면서 수십만, 수백만의 열광적인 반응을 이끌어내고 있습니다. 베이징과 반둥, 파리와 런던, 뉴욕과 산티아고, 그리고 테헤란과 더반에서 사람들은 한국의 드라마를 보고, 한국의 음악을 즐깁니다. 그들은 이 낯선 나라의 문화에서 독창성과 역동성을 발견합니다. 그들은 한국문화에 한류라는 감동적인 고유명사를 선사했습니다.

생각해보면 한류열기가 일어나기 시작하던 그 때는 우리가 IMF 사태라고 부르는 절대적인 경제위기상황을 막 극복해내던 시기와 일치합니다. 얼마나 절묘한가요? 전쟁 이후 처음 당하는 엄청난 좌절을 이겨낸 그 자부심이, 오늘의 한류로 이어졌다고 생각하는 것이 저 한 사람의 감상은 아니기를 바랍니다.

이제 문화와 IT의 관계를 이야기할 때가 된 것 같습니다. 한국문화가 짧은 기간 동안에 세계인의 이목을 모을 수 있었던 것은, 바로 한국의 IT 수준에 크게 힘입었다고 저는 생각합니다.

최근에 K-pop 을 대표하는 걸그룹 ‘소녀시대’가 파리에서 대단한 콘서트를 가졌습니다. 그리고 프랑스에서 가장 유명한 TV토크쇼에 출연했습니다. 제가 놀란 것은 그 파리공연이 SNS를 통해 소녀시대와 그들의 음악을 아는 수많은 현지 팬들의 요청에 의해 이뤄졌다는 사실입니다. 한 1년 전쯤에는 또 다른 아이돌 그룹



‘빅뱅’이 미국에서 한 번의 마케팅 활동도 없이 빌보드 차트에 진입한 사실도 우리는 알고 있습니다. 뉴요커들도 SNS를 통해 빅뱅의 음악을 알았고, 빌보드 차트에 올려놓았던 것입니다. 또 어제 아침 뉴스에 의하면 한국 여성의 화장법과 요리법이 You-tube를 통해 순식간에 전 세계로 퍼져 나가고 있다고 합니다.

이 모든 것들은 국경도 없고, 관세도 없고, 물류비용도 들이지 않고 문화를 포함한 각종 콘텐츠를 세계인이 즐길 수 있는 스마트 시대가 도래했기 때문에 이뤄졌습니다. IT기술과 통신 네트워크가 융합하여 여는 스마트 시대는 점점 더 빠른 스피드로, 그리고 마치 실제 상황과 같이 각종 콘텐츠를 전 세계인들이 제공받을 수 있게 할 것입니다. 물론 이 서비스는 24시간 연중무휴로 이루어집니다.

문화의 창조와 확산을 위해 통신과 IT산업이 수행하는 역할은 사실 이제부터가 시작입니다. 콘텐츠와 소프트웨어를 포함한 수많은 가상재화(virtual goods)의 생산과 유통이 전 세계적으로 폭발하면서, 인류 문화의 새 장을 열뿐 아니라 세계 경제 성장의 새로운 원동력도 창출할 수 있을 것입니다. 그 과정에서 새로운 일자리가 창출되고, 무엇보다 우리의 삶의 내용이 풍요로워질 수 있을 것입니다.

지난 200여 년 동안 지속되었던 산업혁명 시대에는 physical goods, 즉 실물 재화가 세상을 바꿨습니다. 앞으로는 스마트 시대가 제공하는 가상재화들이 세상을 바꿀 것입니다. 그리고 우리 젊은이들은 한국인의 독창적인 문화원형질 외에, 이 가상재화의 시대에 가장 잘 적응하고, 어울리고, 즐기는 그런 천부적인 장점을 지니고 있지 않은가 저는 생각합니다.

아무튼 저는 이 스마트 시대의 주인공인 가상재화들이 보다 많이 만들어져서 젊은이들에게는 꿈을 주고, 문화산업에는 새로운 동력을 제공하는 그런 역할을 열심히 해보겠습니다. 이 자리가 경제와 문화의 동반발전, 특히 우리 한류가 앞으로 적어도 100년 이상 세계인에게 기쁨을 줄 수 있는 모멘텀을 만드는 그런 기회가 되기를 소망합니다.

대단히 감사합니다.

세계경제연구원의 세미나 행사를 진심으로 축하 드립니다. “문화와 한국경제, 그리고 한류”에 대해서 귀한 말씀을 듣는 자리에 초청해 주신 사공 일 이사장님, 남종현 원장님, 이석채 회장님께 감사의 말씀을 드립니다. 기조연설을 해주실 이어령 장관님, 기 소르망 교수님과 이른 시간부터 자리해 주신 토론자 선생님, 내외 귀빈 여러분께 감사 드립니다.

한류는 요새 제가 가장 관심을 가지고 있는 일 가운데 하나입니다. “어떻게 하면 한류문화를 더욱 많은 사람들이 즐길 수 있을까” 하는 것 말입니다. 한류는 1990년대 중반 드라마를 통해 아시아 지역에서 시작되었습니다. 최근에는 K-pop이 세계적 인기를 끌고 있습니다. 2004년 일본 마이니치신문은 한류를 5대 히트상품으로 꼽았는데 이 시기를 대체로 한류 1.0 시대라고 합니다. 그리고 지난해 프랑스 르몽드지, 미국 CNN 등에서 K-pop을 보도하였는데 이를 두고 보통 한류 2.0 시대라고 합니다. 이제는 이 같은 대중문화뿐 아니라 다양한 한국 문화를 세계인과 함께하는 이른바 한류 3.0시대를 열어야 한다고 생각합니다. 한류 3.0시대를 위해 문화체육관광부에서는 그 기반을 만드는 데 힘을 보태고자 합니다. 저는 세계인과 함께 즐기는 한국 문화를 세 가지 정도로 생각하고 있습니다.

첫 번째는 전통문화입니다. 가장 현대적으로 보이는 K-pop에도 전통문화의 요소가 들어 있습니다. K-pop에는 여러 명이 신명 나게 노래와 춤을 함께하는 특징이 있습니다. 다른 자리에서도 이야기한 적이 있습니다만, 이러한 특성은 고대 한민족 축제에서 찾아볼 수 있습니다. 「삼국지위지동이전」에는 한민족의 놀이가 ‘남녀 군취가무(群聚歌舞)’, ‘수족상응(手足相應)’, ‘답지저양(踏地低仰)’이라고 기록되어 있습니다. 단체로 노래와 춤을 즐기는데, 그 춤이 팔다리가 서로 만나고, 제자리에서 발을 구르며 뛰는 것이라고 합니다. K-pop 창작자들이 이를 알았는지는 알 수 없으나, 우리는 이 같은 춤과 노래에 익숙합니다. 지금까지 우리는 전통문화를 잘 모르는 것, 현재(現在)의 나에게 어울리지 않은 것, 나아가 세계인들과 공감하기 어려운 것으로 생각해 왔습니다. 그런데 K-pop 사례에서 보듯이 전통문화는 알게 모르게 우리에게 내면화되어 있습니다. 문화는 향기와 같이 우리에게 스며들어 있는 것입니다. 그렇기에 우리가 누구보다 잘할 수 있었으며, 그것을

본 세계인들이 감동을 받고, 그리하여 세계인과 함께하는 데까지 이른 것입니다.

시인 조지훈 선생님께서 일찍이 1964년에 “전통은 새로운 창조의 재료요 방법이며, 전통은 창조의 주체요 가치”라고 하셨습니다. 한류문화도 마찬가지입니다. 우리 문화가 세계인과 함께하기 위해서는 고유성과 보편성을 동시에 지녀야 합니다. 그런데 독창성은 갑자기 생겨나는 것이 아니라 전통 문화에서 비롯되는 경우가 많습니다. 한류문화 진흥에서도 법고창신(法古倉新)이 중요합니다.

두 번째는 현대문화예술입니다. 지금까지 우리는 한국 문화의 세계화를 위해 여러 가지 정책을 펼쳐 왔습니다. 적지 않은 성과가 있었지만, 아직 우리 문화예술에 대한 세계인의 관심은 높지는 않습니다. 지난해 기 소르망 교수님께서 백남준 선생이 지금까지 최고의 문화홍보가였다고 말씀하시면서 창의력 있는 젊은 예술가 지원을 강조하신 바 있습니다. 드라마와 K-pop에 한정되어서는 우리 문화의 정수를 보여주기 어렵습니다. 드라마와 가요가 우리의 일상을 보여준다면, 문화예술은 우리의 미의식, 감성, 사고체계를 보여줄 수 있습니다.

지난해 미국에서 출간된 소설 ‘엄마를 부탁해’의 성공은, 세계인들이 우리의 문화예술에 공감할 수 있음을 보여주는 사례입니다. 사람이면 누구에게나 통하는 무언가를 담고 있는 문화예술의 힘이 한류의 밑바탕에 놓여 있어야 합니다. 문화예술에 대한 적극적이고 지속적인 지원의 필요성은 아무리 강조해도 지나침이 없을 것입니다. 하지만 문화예술 지원의 효과가 가시적으로 나타나기까지는 꽤나 긴 시간이 필요합니다. 한국예술종합학교의 졸업생들이 각 분야에서 차세대 예술가로서 두각을 나타내고 있는 데 20여 년이 걸렸습니다. 지금까지 우리의 문화교류와 문화예술 진흥 정책의 성과를 바탕으로 지원사업을 꾸준히 전개해 나갈 것입니다.

세 번째는 다양한 문화콘텐츠의 산업화입니다. 보통 산업화의 목적은 표준화된 생산과 소비를 통한 이익의 실현입니다. 그간 문화산업 정책 역시 문화예술과 대중문화를 부(富)의 원천으로 생각해온 측면이 강합니다. 문화 ‘산업’에는 이 같은 산업적 측면이 존재합니다.

하지만 ‘문화’를 매개로 하기 때문에 일반적인 산업과는 다른 측면이 있습니다. 문화는 창조하고, 공유하며, 공감하는 것이기 때문입니다.

이어령 장관님께서 디지로그의 대표적인 성공사례로 말씀하시는 ‘아이폰’은 창조적 상상력의 결과물입니다. 우리의 문화가 창의력·상상력과 결합되어, 새로운 무엇을 만들어내기까지는 많은 난관이 있을 것입니다. 문화체육관광부는 민간이 역량을 잘 발휘할 수 있도록 환경을 조성하고 민간이 하기 어려운 일을 도와주는 코디네이터 역할을 하고자 합니다.

문화예술은 여러 사람에게 감동을 줍니다. 감동은 미래 사회를 경제적으로나 문화적으로 풍요롭게 해주는 요소입니다. 세계의 여러 사람들이 한국의 전통문화, 문화예술을 보고, 듣고, 즐기면서 느끼는 감동이 바로 공감(共感)입니다. 한류문화 진흥을 통해 우리가 추구하는 것은 ‘우리 문화를 통해 세계인과 공감하는 것’입니다. 공감은 일방적인 느낌의 전달이 아니라 상호 문화교류를 통해서만 가능합니다. 그래서 우리는 다른 나라들과 끊임없이 문화교류를 하고자 합니다.

우리의 문화를 그들이 즐기듯이, 그들의 문화를 우리도 즐기는 쌍방향 교류를 하려 합니다.

요즘 반한류(反韓流)·혐한류(嫌韓流)가 등장하고 있습니다. 상호 문화존중의 입장에서 우리가 적절하지 못하게 접근한 일이 있으면 풀어갈 것입니다. 이 문제의 해결의 실마리는 물론 문화교류, 상호 문화에 대한 존중입니다. 모든 일이 그러하듯 정성을 다하면 통합니다. 문화교류에도 정성을 다하면 세계인과 공존하고 상생하는 문화를 만들어 나갈 수 있을 것입니다.

한류문화를 세계의 더욱 많은 사람들이 즐기는 일, 이것이 우리가 꿈꾸는 한류 3.0입니다. 이를 위해서 필요한 것은, 우리 스스로가 한국문화를 잘 알고 즐기는 일, 외국 사람들이 한류를 즐기듯이 우리도 다른 문화를 관람하고 체험하는 일입니다. 그리고 문화체육관광부가 다른 부처, 민간영역과 함께 공동으로 노력하는 일입니다.

다시 한번 오늘 세미나에서 기조연설을 해 주실 이어령 장관님, Guy Sorman 교수님, 그리고 발제자 선생님과 참석하신 내외귀빈 여러분께 감사드립니다. 이번 세미나 준비를 위해 노고를 아끼지 않으신 세계경제연구원 관계자 여러분께도 격려의 말씀을 드립니다.

감사합니다.

## 글로벌 네트워크와 문화적 다양성

이 자리에 선 것을 무한한 영광으로 생각한다. 문화와 경제가 한 자리에서 토론 되는 것은 아주 드문 일이다. 역사의 큰 전환점을 보여주는 것이다. 사공일 이사장, 이석채 회장, 최광식 장관께서 제가 하고 싶은 말씀을 다 해주셨다. 이제 한류와 문화라는 것은 전문가가 따로 없구나, 전문가보다도 행정가나 CEO들이 훨씬 더 많은 지식과 새로운 아이디어를 갖고 있구나 라는 느낌을 받았다.

오늘은 추상적인 개념을 말씀드리고자 하는 것이 아니다. 정말 경제와 문화는 만날 수 있는 것인가? 한류를 경제적 효과, 즉 시장적 가치와 연관시키지만, 한류의 비시장적 가치에 대해 논의하지 않는 한 문화라고 말할 수 없다. ‘무네라 풀베리스(Munera Pulveris)’라는 책에서 처음으로 문화와 경제가 만났을 때, 영국에서 산업주의가 막 꽃피었을 때, 모든 사람이 경제와 산업에 도취해 있었을 때, 오직 러스킨(John Ruskin) 혼자만이 그것이 아니라고 했다.

고전경제학파들이 얘기했던 그 당시의 ‘부’라는 개념이 무엇인가? 경제학이 무엇인가? 이와 같이 기본에 관한 질문이 바로 문화와 경제의 만남이었다. 아드르노가 문화산업이라는 말을 처음 사용했던 제2차 세계대전 이후 문화라는 것은 무엇인가? 히틀러가 몇 백만 명을 학살했을 때 문화는 무엇을 했는가? 문화가 제대로 작동했었다면, 즉 베버(Max Weber)가 얘기했던 이성의 3대 결과(진선미)가 있었다면 히틀러가 그렇게 많은 사람들을 죽일 수 있었을까?

오늘날 우리는 경제와 산업화로 인해 부유해진 반면 궁궁하고 자살하는 사람도 있다. 원래 경제라는 것은 사람을 살리는 것인데, 오히려 경제가 우리의 삶을 압박하고 우리의 내일을 불안하게 만든다. 모든 사람들이 돈과 경쟁원리를 지나치게 강조하다 보니 사회주의에서 얘기하는 나눔(sharing), 복지가 거꾸로 압박을

하는 것이다. 그러니까 아드르노가 얘기하는 문화 속의 야만과 자연은 원래 부조화한 것이다. 그런데 불행하게도 이 분은 엘리트 문화에만 집중했기 때문에 오늘날 거론되는 한류라든지, 소위 오락문화, 시장에서 우위를 가지는 문화, 특히 CD/DVD 같은 패키지 프로그램이 모든 사람에게 번져나가는, 소위 활자가 아닌 문화 현상은 생각하지 못했다. 그렇기 때문에 하버마스(Juergen Habermas) 등 초대 문화산업론자들이 지금 전부 도외시되고 있는 것이다.

나는 오늘 참석하신 경제 관련 종사자들과 문화 관련 종사자들을 서로 자극시키고 이 자리에 섰다. 우리가 한류나 한국문화를 외치지만 이 방에 한류, 한국문화가 있습니까? 테이블에 있는 플라스틱 물병 모양조차도 우리나라의 향아리나 도자기를 닮았습니까? 출구(exit) 표지를 보자. 서양에서는 안전을 뜻하는 초록색을 사용한다. 그러나 서양의 초록색은 동양에서는 청색이다. 그리고 서양에서 청색(blue)은 아주 나쁜 것을 의미한다. Blue Monday(우울한 월요일)라든지, 파블로 피카소의 블루는 노동자들의 빈한함, 가난함을 나타낸다. 우리가 사용하고 있는 저 출구(exit) 표지는 누가 디자인한 것인가? 일본인이 ISO(국제표준화기구) 디자인 공모전에서 수상한 것이다. 저것이 문화다. 일본 사람들은 아이콘을 잘 그린다. 동양 삼국에서 아이콘을 제일 잘 그리는 문장문화(文章文化)이다. 유럽과 일본은 전형적인 기사, 무사 봉건제 시대 전쟁 시 깃발에 아이콘을 넣었다. 이 때문에 일본은 에도 시대부터 문장문화가 발달했다. 그러나 미국은 아직도 exit라는 문자를 쓴다. 어느 의미에선 영상문화에서 가장 낡은 것이 exit라는 문자를 쓰는 것이다. 저 exit 표지를 보면 전부 남자다. 왜인가? 여자들은 타 죽나요? 저렇게 뛰면 뛰어저요? 안 뛰어저요! 이걸 보면 문화는 항상 현실이 아니고, 상징은 현실과 다르며, 아이콘(icon)이 실생활과 상관이 있다는 생각이 든다.

그런데 실생활에서 상상의 문제를 다루는 것은 아이콘이고, 그래픽은 우리가 한류라고 하는 디자인, 가장 빨리 눈에 띄게 하는 시각적 효과이다. 실례를 들자면, 뉴질랜드를 문화산업으로 벤치마킹하면 재미있다. 국영철도보다 트럭이 빨라 국영철도가 인기가 없자 트럭은 기차보다 빨리 달리면 안 된다는 법률을 만든 나라이다. 그런데 그런 나라가 지금은 세계에서 가장 각광받는 나라로 바뀌었다. 웰링

턴(Wellington)은 웰리우드(Wellywood)로 거듭나고 있다. 아무 것도 없었던 나라에 피터 잭슨과 같은 유명 영화감독이 자기 개인의 힘으로 투자자들을 유인하자 국가가 뒤에서 지원했다. 역시 문화는 개인이 이끌어가는 것이지 시스템으로 하는 것이 아님을 보여준다. 그 결과, ‘아바타’ 같은 영화가 제작되고 부수적으로 엄청난 고용효과를 가져왔다. 지금도 35개국 3천여 명의 아주 creative한 사람들이 뉴질랜드 웰링턴에 모이고 있다. 그곳에서 영화라는 봄이 불고 있다.

그러나 이 자리에서는 문화가 산업과 어떻게 연결되는지 얘기하고자 한다. 미국발 금융위기에서 보았듯이 자본주의 자체가 흔들리고 있다. 세계는 20년 전에 사회주의가 몰락하는 것을 보았다. 자본주의, 자유시장 등 우리의 번영을 주도했던 소위 해양세력을 중심으로 한 300년의 부흥이 눈 앞에서 붕괴하기 시작하면서 대세가 브릭스로 옮겨가고 있다. 최근에는 심지어 기축통화에 관해서도 브릭스(BRICs)에서 회의를 개최하는 것은 대단하다. 지금까지의 시장경제로 번영한 한국의 패러다임이 이와 관계없이 지속적으로 성장 가능할 것인가라는 물음에 등장하는 것이 문화다. 경제력, 군사력, 문화의 힘, 소프트 파워, 그리고 이석재 회장께서 언급하신 소프트 파워와 하드 파워가 만난 스마트 파워이다.

종전에는 유용하고 교환 가능한 재산을 가진 사람을 부자라 했고 자유경쟁에 의해서 이루어진 것이 산업화로 명명되었다. 하지만 더 이상 그런 형태의 산업화는 어렵게 되었다. IMF 위기와 리먼 브라더스 파산과 같은 몇 차례의 위기를 겪고 나서는 더 이상 지속하기 힘들게 되었다. 경제 관료들은 전통적인 시스템으로 check and balance 해야 한다. 관료시스템에서 독창성이라고 하는 것은 역사상 있어 본 적이 없다. 관료체제는 창의성을 요구하는 집단이 아니다. 현실적으로 check and balance를 하는 튼튼한 세력들이다.

구체적으로 보면, 한국의 산업화를 통한 압축성장 과정에서 생겨난 경제원리, 정치원리, 사회원리들은 평등을 주장한다. 그래서 경쟁 위주 산업원리와 경제원리 간에 공정성과 소외계층에 대한 복지 문제와 더불어 민주화 과정에서 인권 문제가 생긴다. 4.19와 산업화 이후 두 세력 간 대한민국의 역사를 아주 간단하게 요약해 보면, 산업화로 상징되는 경제와 인권 또는 복지로 상징되는 민주화 과정

모두 압축성장을 했다는 것이다. 그렇기 때문에 민주화 토대가 별로 튼튼하지 않다. 근대 전통도 없고 사람도 없는 6.25 이후의 폐허를 겪고 독일과 일본 같은 기적은 불가능하다고 생각한 한국에서 산업화 그리고 한중일 3국에서 민주화가 가장 치열하게 일어났고 지금도 그러한 민주화 투쟁을 하고 있다. 산업화의 땅과 민주화의 피, 이 두 과정 말미에 올림픽과 월드컵 개최가 있었고, 한류가 생겨났다. 게다가 IT 강국으로서 일본이 하지 못한 Broadband 덕분에 새로운 문화가 생기는 놀라운 문화원리가 시작되었다.

이제는 산업화 세력과 민주화 세력이 서로의 발목을 잡고 있는 부정적(negative) 요인들을 어떻게 긍정적인 창의력(positive creativity)으로 전환할 수 있느냐가 관건이다. 그 때 한국에서 문화가 등장한 것이다. 우리는 전통문화는 있었다. 그러나 산업화 자산(resource)은 거의 없다. 민주화 자산(resource)도 거의 없다. 그런데 우리는 문화 자산(resource)을 가지고 있었다. 문화 강대국인 중국, 일본 또는 할리우드 문화와는 차별화되면서 아시아인들이 공감할 수 있는 문화적인 유대가 생겨나기 시작했다. 만약 IT가 없었더라면, CD라든지 DVD라든가 package program이나 UCC 같은 것이 없었더라면, 한류라는 것은 절대 있을 수가 없다. 예전에는 군사력과 전쟁에 의해 문화가 전파되었다. 그 이후엔 상품 경제를 통해 미국 문화, 일본 문화 등이 전파되었다. 그런데 지금은 세계 역사상 최초로 IT라는 뉴미디어를 통해서 문화가 전파된 한류가 생겨났다. 군사력, 경제력만이 아닌 정보력, 소통력을 통한 한류라는 하나의 흐름을 가져왔다.

한류는 한 나라의 문화가 어떻게 경제에 이바지하는가를 보여주는 것이라기보다는 오늘날 자본시장에서 소비자의 수요(demand) 변화를 극명히 보여준다. 경제학에서 얘기하는 생산, 유통, 소비의 시장을 연결하는 가장 큰 고리는 소비자의 욕망이다. 그런데 오늘날의 소비자는 수요(demand)를 모른다는 것이다. 뭘 원하는지, 인생에서 뭘 갖고 싶은지를 모른다는 것이다. 시장에서 만들어 준 것, 광고한 것에 따라 좌우된다. 살려고 사는 것인데 오늘날 사람들은 그 사는 것 자체가 무엇인지를 모른다는 것이다. 전 세계 인류가 사랑하고 노래하고 감동하는 demand를 잊어버렸다는 것이다. 그러니까 흔히 남이 뭘 입으니까 유행을 따



라 간다. 한류라고 하는 ‘류(流)’자가 wave인데 그것은 유한한 것이다. 이것을 최초로 언급한 사람이 바로 앞에서 언급한 러스킨(John Ruskin)이다.

Ruskin의 경제라는 것은 사람의 생을 지탱하는 힘의 가치, 그것이 즉 ‘부’고 경제학이어야 한다. 그러나 지금은 사람을 죽이는 경제학, 사람을 죽이는 시장, 생이 없고 영혼이 없는 시장이 성행하고 있다. 이 모두는 누굴 위한 것인가? 소비자는 수요(demand)를 모르는데 새로운 소비자가 광범위하게 탄생하고 있다. 그게 바로 문화적 연관이다. 사실 사랑하고 싶고, 살았다고 외치고 싶고, 외로우니깐 뭔가 감동을 받고 싶은 것이다. 요즘 젊은 애들은 ‘감동 먹었다’ 라고 한다. 감동 안 먹으면 죽는 거나 다름없다. 이것은 대중들의 수요(demand)가 확실하게 변했음을 나타낸다. 지금까지 경제시장에서 말하는 수요(demand), 판매량으로 측정되는 수요(demand)의 개념이 무너진 것이다. 따라서 문화에 대한 관심이 높아지고 있다.

경제 원리는 문화를 다스릴 수 없다. 문화 원리로는 경제를 말할 수 없다. 지금 이 두 원리가 융합하려는 새로운 trend가 생겨나고 있다. 그런데 경제 하는 사람은 문화를 모르고 문화 하는 사람은 경제를 몰랐다. 실제로 현실에서 한류 같은 것은 일시적인 현상인줄 알았는데 그것이 K-pop, C-pop, J-pop으로 성장하고 변화하고 있다. 과거 약 100년 내지 200년 가까운 기간 동안 ‘문화’ 하면 연상했던 서양의 문화들이 사라진 것이 아니라, 할리우드 입맛과 다른 수요(demand)를 충족시키기 위해 그 서양의 문화들이 굴절되고 변형되어 한류가 생겨났다. Ruskin이 말한 소비자들이 스스로의 수요(demand)를 이야기하기 시작했다는 방증이다.

이것을 직시하고 적어도 10년 앞을 내다볼 수 있는 경제 정책과 문화 정책을 수립할 수 있어야 한다. 한국은 산업화에 성공했지만 동시에 산업화가 정체되어 나타나는 실패 직전의 어려움과, 많은 희망을 줬지만 민주화가 되면서 생겨난 여러 문제점들을 안고 있다. 그 간극(gap)을 통합할 수 있는 원리는 경제 원리와 정치 원리를 떠난 문화 원리이다. 적어도 월드컵 때 천만 이상의 빨간 셔츠가 시장 가치로 얼마였느냐를 따지는 사람, 그때 얼마만큼 요식업이 잘 되었냐고 따지는 사람은 없다. 월드컵 때 수천만에 가까운 축구도 잘 모르는 사람들이 ‘대한민국’을 외

치니까 “쿵더쿵 쿵덕”이라는 옛날부터 내려오는 엿박자가 자연스럽게 나왔던 것이다. 그 전에는 모두 서양식으로 v-i-c-t-o-r-y라고 했다. 그제 한류다.

남녀노소 사람들이 모이는 것이다. 이것은 동원력이다. 중국에서는 민중을 동원하여 만리장성을 구축하였고, 히틀러도 대중을 동원하여 3공화국을 건국하고 제2차 세계대전을 일으켰는데, 한국에서는 지도자도 없이 자발적으로 (spontaneously) 전국 각처에서 모여들었다. 이것은 IT의 전파력이 더해진 새로운 대중 동원능력이라는 엄청난 문화의 힘이었다. 그런데 아직 이 문제에 대해서 심도 있게 분석한 글이 없다. 심지어 BBC가 전 세계를 대상으로 한류에 대한 인식 조사를 했을 때도 대부분 부정적(negative)이었다. 유럽, 특히 2002년 월드컵 때 우리에게 패한 스페인과 이태리가 한류에 대해 매우 부정적인 인식을 가지고 있다고 조사되었다. 이처럼 문화에 대한 인식은 아주 사소한 것에서 출발한다.

문화산업은 결코 합리적인 것이 아니다. 감성과 지식을 창조하는 창조산업(creative industry)에는 종전의 금융 시스템, 산업 시스템과는 판이한 경제와 소비자가 생겨나고 있다. 생산방식도 절대우위 코스트를 따질 수가 없다. 한 사람에게 편향되는 스타 산업들이 생겨나고 이런 산업들은 직접 맛을 봐야 아는 콘텐츠이기 때문에 라면 퍼지듯이 부지불식 간에 갑작스레 수요가 생기는 것이다.

산업화의 땀과 민주화의 피를 흘린 한국에게 땀과 피가 결합된 문화원리는 눈물이고 생명이다. 감동하지 못하고 남을 배려하지 않는 사회복지는 무의미하다. 사랑 없는 사회복지도 성공할 수 없다. 문화 원리는 어느 저녁의 평화, 자식들과의 조용한 식탁의 행복처럼 GDP나 숫자로는 계산될 수 없는 것들이 많다.

그렇다면 문화산업이란 무엇인가? 종래의 숫자나 컴퓨터로 계산할 수 없는 문제를 전에는 없었던 창조(creative)산업으로 전환하여 세상을 감동시키는 것이다. 눈물이라고 하는 것은 타자를 위해서, 나를 위해서 울리는 공감이다. 죽음과 생의 문제이다. 이것의 결론이 바로 교환가치, 흔히 얘기하는 노동가치, 그리고 생산재에서 오는 가치 등 종전의 여러 경제적 가치와는 상이하다. 150년 전 Ruskin이 강조한 내재적 가치(intrinsic value)이다. 내재적 가치란 생명가치이다. 사람들이 아편을 원한다고 산업화할 수는 없다. 거기에는 생명가치가 없기 때

문이다. 다시 말하자면, 내재적 가치가 만들어내는 것이 creative industry이고 문화이다. 옛날 문학자의 작품에만 있었던 것이 경제 속에 들어오기 시작한 것이다.

한류를 포함해 요즘 일어나고 있는 모든 문화산업이 150년 전에 사회주의, 이상주의, 낭만파로 몰리고 양극으로 갈렸던 한즘의 티끌이 우리들 영혼을 덮어주는 그 경제, 우리나라의 살림살이, 우리의 경제를 살림살이 하는 것이다. 여기에는 생(生)이 두 개나 들어있다. 살려놓고 산다. 그리고 경제학자들이 살림살이라는 말로만 바꿔도 우리 경제 좋아진다. 살리는 것이 경제다. 살림살이! 이렇기 때문에 오늘 토론자들이 한류를 한국의 현상으로만 국한하지 말고 소비자층의 대대적인 반란이 일어난 것으로 이해해야 한다. 그리고 그것은 전통 고전경제시장이 충족할 수 없는 새로운 수요가 생겨난 것으로 봐야 한다. 이제 그 수요가 무엇인지 알기 시작했다. 이제는 수요들에게 무엇을 제공할 수 있는가를 고민해야 한다. 전통적인 경제 틀에는 들어맞지 않는다. 이것을 어떻게 생산, 소비, 유통의 경제 원리에서 포괄할 수 있느냐가 관건이다. 이것이 성공하면 산업화와 민주화에 성공한 한국이 문화에서도 성공함으로써 아주 작고 고통스럽게 살았던 나라들에게 하나의 작은 모델이 될 수 있을 것이다. 번영을 누리고 살기 좋고 매력 있는 한국을 만들 때 아시아는 물론이고 세계 모든 나라 사람들이 오늘 이 작은 자리에 모인 여러분의 이름을 기억해 줄 것이다.

## 한국문화의 세계적인 가치

요즘 한국에 오면 감개무량하다. 1986년 첫 방한 당시를 여전히 기억하고 있다. 도착 후 처음 만난 인물이 사공 일 박사였다. 물론 오늘의 한국은 당시의 한국과는 전혀 다른 나라이다. 이제는 더욱 발전되고 민주화되었을 뿐 아니라 자국의 문화와 문명이 해외에 더 널리 알려져 있는 나라로 변모하였다.

1986년 첫 방한 당시만 해도 백남준이 내가 알고 있던 유일한 한국인이었다. 아마도 백남준은 일반 프랑스인들에게 알려진 유일한 한국인이었을 것이다. 그러나 이제는 유럽과 미국의 식자층들이 인지할 수 있는 한국 예술가들이 늘었다고 생각한다. 오늘 이 자리에 함께 하신 이문열 씨는 프랑스에도 많은 독자를 보유한 잘 알려진 유명한 작가이다. 유럽에서 한국영화는 매우 인기 있다, 임권택 감독과 박찬욱 감독은 특히 유명하다. 미술 분야에서는 이우환 화가와 전수천 미술가가 알려져 있다. 최소한 문화 애호가들 사이에서는 잘 알려진 한국 예술가들이 많다.

내가 우선적으로 언급하고 싶은 것은 예술가의 이름과 인물에 집중할 필요가 있다는 점이다. 문화부 차원에서 정책 논의가 있다. 그러나 문화부는 문화활동을 지원할 수는 있지만 문화를 생산하는 주체는 아니다. 문화는 기본적으로 예술가들에 의해 생산된다. 예술가가 논의의 중심에 있다는 것을 망각하면 일관성 있는 문화정책은 불가능하다. 예술가가 관심의 중심에 있어야 한다. 한국의 예술가들이 더 많이 알려지고 홍보될수록 한국문화는 한층 활성화되고 인정받게 될 것이다. 주인공이 누구인지 잊어서는 안될 것이다.

몇 가지 보다 자세한 소견을 밝히고자 한다. 우선, 이른바 한류에 초점을 맞추기 보다는 다른 분들의 연설에 대한 의견을 개진하고 싶다.

최광식 장관은 ‘한류가 진정 얼마만큼 한국적인가’라는 질문에 대한 답변을 시도했다. 한류가 얼마나 더 혹은 덜 한국적이냐는 문제에는 여러 주장이 있을 수 있

다. 그러나 수용하는 입장에서 보자면 아주 한국적이라는 느낌이 들지는 않는다고 하겠다. 파리나 뉴욕의 젊은이들이 K-pop에 맞추어 춤출 때 그들은 그것이 한국의 것이든 아니든 개의치 않는다. 기실 한류라는 말에는 다소 모호성이 있다. 한국이 한류가 매우 한국적이라고 다소 과대평가하고 있다는 생각이다. 수용자들은 실제로 그것을 한국적인 것으로 받아들이지 않는다. 한류는 세계적인 것이고 그것으로 족한 것이다. 한국이 세계 문화의 한 부분을 차지하고 새로운 요소를 더하는 것은 좋은 일이다. K-pop이나 여타 대중음악을 한국, 프랑스, 또는 미국에 국한할 것이 아니라 큰 세계 문화의 한 부분으로 보아야 한다. 한국은 이른바 퓨전문화에 새로운 요소와 한국적 관점을 보탤다는 것을 자랑스럽게 여겨야 한다. 나는 한국문화가 세계문화의 일부가 되었다는 점을 한류의 영향으로 평가하고 싶다. 한류를 오직 애국적인 차원에서 보는 것은 바람직하지 않으며, 한류와도 잘 어울리지 않는다.

두 번째로 지적하고자 하는 바는 한국 예술가와 작가들이 해외에서 상당히 고립되어 있다는 점이다. 인정받고 있는 한국 예술가 대부분은 개인적인 노력, 화랑과 출판사의 노력을 통해 이루어졌다. 대체로 한국정부나 민간부문은 한국 예술가들에 대한 지원에 적극적으로 나서고 있지 않은 실정이다. 예를 들면, 작년 여름 뉴욕의 구겐하임 미술관은 한국 화가 이우환에게 대대적 전시 공간을 제공했다. 구겐하임 미술관이 유명 한국 예술가에게 전시 공간을 헌정한 최초의 사건이었다. 한국의 민간기업이나 정부가 이 전시회를 지원하기를 기대할 수도 있었다. 그러나 그렇지 못했다.

한국 예술가들은 자력으로 작품을 알리도록 방치되는 경우가 허다하고 이는 매우 유감이다. 빈곤은 예술가가 치러야 하는 대가이지만 소프트 파워를 진작하고 향상시키려는 정치적 의지와 한국 예술가들을 자력에 의지하도록 방치하고 주의를 기울이지 않는 것 사이에는 상당한 괴리가 있다.

셋째, 내가 이미 수 차례 기고한 것처럼, 삼성과 현대 같은 한국의 대표적 기업은 자체 브랜드 홍보를 잘 해왔고, 마침내 글로벌 브랜드가 되었다. 그러나 나는 이들이 한국기업이란 사실을 감추려 하는 것에 늘 충격을 받는다. 여러 조사에 의

하면 현대 자동차나 삼성 휴대폰을 구입하는 프랑스 소비자의 80%가 제품의 원산지를 모른다고 한다. 이것은 다른 나라의 경우도 마찬가지다. 해외 소비자들에게 물어보면 대개 일본 제품이라고 답할 것이다. 동 한국 기업들의 프랑스 주재 마케팅 대표들과 이 문제에 대해 논의한 적이 있는데, 그들은 이런 상황이 괜찮다고 생각했다. 일본 브랜드는 강하고 한국 브랜드는 아직 미약하기 때문에 소비자들이 일본제라고 생각하는 것이 더욱 좋다고 믿는 것이다. 재벌들은 일부러 그들의 한국 뿌리를 무시하는 마케팅 전략을 쓰고 있다. 아마도 이런 경향은 앞으로 사라질 것이다. 한국은 예술가와 한국 제품 양쪽 모두를 통해 더 잘 알려지고 있지만 아직 글로벌 브랜드로서는 인정받지 못한 중간 단계에 위치해 있다.

넷째, 정부 정책에 대한 비판이다. 수용자 입장에서 볼 때 한국의 문화정책은 강력하다거나 혹은 일관성이 있다는 인상을 주지 못한다. 예를 들면, 한국은 로고가 없다. 한국 로고에 대한 논란은 상존한다. 프랑스에는 에펠탑이 있고, 미국에는 자유의 여신상이 있는데 한국의 로고는 무엇이 되어야 할까? 물론, 어느 한 국가가 꼭 로고를 보유해야 하는 것은 아니다. 그러나 서로 상충되는 여러 개의 로고는 더 심각한 문제이다. 한국이 바로 이러한 경우다. 한쪽에는 “고요한 아침의 나라”가 있고, 다른 한쪽에는 “다이나믹 코리아”가 있다. 인천공항에 도착하면 이 두 로고뿐 아니라 “Hi Seoul”까지 만나게 된다. 한국을 방문하는 사람은 그들이 지금 어디에 있는지 알아해할 수 밖에 없다. 한국은 이들 중에서 취사선택하고, 선택한 것을 고수할 필요가 있다.

문명과 문화는 차이가 있다. 문명은 영구적인 것이고 문화는 역동적인 것이다. 문화를 선양하는 것과 문명을 선양하는 것은 다르다. 남북한으로 나뉜진 (2개의 한국이 있는) 한국의 경우 이 차이는 매우 중요하다. 우리가 문명을 논의할 때는 남북한을 포괄하는 하나의 문명을 의미한다. 이것은 조금 더 복잡한 개념이다. 우리가 문화를 논한다면 그것은 남한의 문화를 말하는 것이다. 북한은 어떤 문화도 창조해내지 못했기 때문이다. 북한은 한국 문명의 어떤 항구적 측면을 거둬 되풀이하고 있을 뿐이다. 나는 문화정책이 우선시되어야 하고, 문화정책은 현존하는 예술가들을 지원하는 데에 초점이 맞춰져야 한다는 점을 강조하고 싶다.

이제 경제와 문화의 관계에 대해 논의하고자 한다. 나는 여러분에게 역동적인 문화의 경제적 혜택에 대해 강조하고자 한다. 첫째, 문화는 산업이다. 다소 충격적인 이야기로 들릴지 모르나 문화는 통상적인 산업은 아니지만 산업임에는 틀림이 없다. 한국의 문화산업은 약 50만개의 일자리를 제공하고 있는 것으로 추산되고 있다. 이것은 결코 무시할 수 있는 숫자가 아니다. 더욱이 문화산업은 성장하고 있는 산업이다. 국제 경쟁과 생산성 향상으로 산업계 일자리가 제약을 받을 때 문화는 유망한 미래의 일자리 시장이다.

한국은 성공적인 경제 산업화를 이루었지만, 문화, 관광 등 경제의 다른 부문을 다소 등한시했다. 많은 젊은이들이 이러한 부문의 일자리를 비주류 일자리로 간주하고 있다. 문화와 관광이 젊은이들에게 일자리를 제공할 수 있는 실질적인 산업임을 인정하는 한국인들의 사고방식 전환이 중요하다.

이는 한국경제에 대한 보다 큰 논쟁의 일부이다. 서비스 산업과 관련된 일자리는 늘어날 것이고, 생산성 향상 때문에 제조업의 일자리 수는 침체를 겪을 것이다. 이것이 문화가 경제와 일자리 창출에 직접적으로 관련되어 있는 첫째 이유이다.

두 번째 경제적 혜택은 문화가 생산품에 부가가치를 부여한다는 점이다. 프랑스 제품이기에 때문에 프랑스 와인과 향수에 기꺼이 더 높은 가격을 지불하려는 소비자들에게서 문화적 부가가치 개념의 실례를 볼 수 있다. 마찬가지로 사람들은 독일 제이기 때문에 독일 자동차에 더 높은 가격을 지불할 것이다. 이런 제품들이 갖는 부가가치는 소비자들이 해당 나라의 문화에 대해 가진 생각에 바탕을 두고 있다. 그러나 한국 자동차를 구매하는 소비자는 한국에 대해 어떤 각별한 생각이 있어서가 아니라 가격이 적정하기 때문에 사는 것이다.

요컨대 한국이 한국문화와 문명에 대한 꿈(dreams)을 더 만들어낼수록 한국제품의 가치는 한층 높아질 것이며, 소비자들의 한국제품 구매 욕구도 더 증대할 것이다. 휴대전화 산업이 이런 경우인 것 같지만, 이는 예외적인 경우이다. 대부분의 경우 한국산업의 경쟁력은 한국문화에 연계되어 있지 않다. 이것은 문화 브랜드로서의 한국이 비교적 취약한 때문이다.

강력한 문화정책의 세 번째 혜택은 이른바 소프트 파워이다. 북한의 위협이 상

존하는 한국 같은 나라는 세계무대에서 주목 받는 것이 대단히 중요하다. 한국이 주목 받고 존중 받으려면 강력한 문화 브랜드를 가져야 한다. 서울 G20 정상회의의 성공적인 개최가 브랜드로서의 한국을 제고하고 한국이 존중 받도록 하는데 매우 중요했다는 이야기를 하지 않을 수 없다. 이것은 전 세계의 많은 사람들이 한국의 안보와 안전에 관심을 갖게 되었음을 의미한다. 한국 같은 나라에게는 소프트 파워가 무시할 수 없는 자산이다.

적극적인 문화정책은 일자리 창출, 문화적 부가가치, 소프트 파워를 통한 국가 안보 등 세 가지 측면에서 절대적으로 중요하다. 나는 한국의 문화정책이 지향할 바에 대하여 몇 가지 구체적 권고를 제안하고자 한다.

첫째, 나는 한국이 두 개의 금광 위에 올라앉아 있다는 말을 하고 싶다. 첫째는 한국문명이고, 둘째는 한국문화이다. 한국문명은 분명히 금광이며, 국립중앙박물관에 가면 확인할 수 있다. 여러 차례 방문 때마다 감탄을 금치 못하면서도 동시에 이 박물관이 해외에 더 잘 알려지지 않은 것을 대단히 유감스럽게 생각한다. 이 박물관은 독창적이며 한국의 보석이다. 이 박물관에 필적할 박물관을 가진 나라가 아시아에는 없다. 국립중앙박물관은 시초부터 현재까지의 한국 문명 전체를 관람객들이 이해할 수 있도록 해준다. 국립중앙박물관은 더 잘 활용해야 할 금광이다. 예를 들면, 동 박물관은 반가사유상 두 점을 보유하고 있다. 이 중 한 점은 전시 공개되고 있고 나머지 한 점은 전시되지 않고 있다. 공개되지 않은 반가사유상은 항구적으로 전 세계 순회 전시를 해야 마땅하다. 프랑스나 미국 잡지에서 한국 국립중앙박물관에 대한 기사를 단 한 건도 보지 못한 것은 큰 유감이다. 나는 외국 친구들에게 이 박물관 하나만으로도 서울을 방문할 충분한 이유가 된다고 자주 언급한다. 잘 알려지지 않은 문명을 발견할 수 있다. 서양에서 한국문명은 아직도 숨겨진 비밀이다. 사람들은 한국 문명을 모르고 있으며, 한국은 충분히 노력하고 있지 않다.

한국이 널리 알려야 할 또 다른 하나는 한국의 성공 스토리이다. 한국의 성공은 2차 세계대전 이후 몇 안 되는 성공 스토리 중 하나이다. 한국이 이뤄낸 민주화, 경제발전, 그리고 문화발전의 결합은 독창적인 것이지만, 이를 널리 알리지 못했



다. 한국은 연사와 학자들을 해외로 내보내 한국에서는 문화와 발전과 자유를 결합시키는 것이 가능했다는 것을 널리 알려야 한다. 베이징 모델과 같은 다른 모델들이 있기 때문에 이런 가치들의 결합을 널리 알리는 일을 즉시 시행하는 것이 매우 중요하다. 중국인들은 발전은 가능하지만 문화는 다른 문제이며, 민주화는 지금으로부터 한 세기 이후에나 볼 수 있을 것이라고 말하고 있다. 한국은 국가들이 이 세 가지 요소를 결합시킬 수 있음을 보여준 좋은 사례이다.

둘째, 나는 공공부문과 민간부문이 힘을 합칠 것을 권고한다. 앞서 말한 것처럼 나는 한국의 재벌들이 ‘한국’이라는 카드를 전혀 쓰지 않는 것을 보고 놀랐다. 그 이유가 무엇인지 물을 필요가 있다. 한국제품이라고 하면 문제가 있는 것인가? 그렇게 하면 삼성과 현대가 휴대폰과 자동차를 팔지 못하는가? 기업들이 왜 이런 마케팅 전략을 쓰고 있는지 이해하는 것이 중요하다.

셋째, 한국 정부의 마케팅 전략 부재 이유에 대해 묻고 싶다. 한국 정부가 한국이란 브랜드, 또는 한국문화를 선양할 마케팅 전략을 갖지 못한 것은 매우 분명하다. 내가 알기로 세계 곳곳에 상당히 괜찮은 한국 기관들이 있다. 그러나 이런 기관은 대부분 해외 주재 한국인들을 위해 설립한 것이다. 해외의 이런 기관들은 실질적으로 한국인이 아닌 사람들에게는 알려져 있지 않다. 마케팅 조사와 전략이 정말 부족한 것이다.

나는 한국문화를 해외에 효과적으로 선양할 문화재단 설립을 제안하고 싶다. 재단만이 재정적 자원, 에너지, 그리고 예술가들의 지성, 민간부문과 정부를 통합할 수 있다. 만일 이런 재단이 만들어진다면, 한국이 해외 수용자에게 전달하기를 원하는 내용이 아니라 해외 수용자들이 한국으로부터 기대하는 바를 강조한 현명하고 집중된 마케팅 전략이 나올 수 있을 것이다. 이렇게 하면 현재 한국의 해외홍보 캠페인이 가진 문제점을 해결할 수도 있을 것이다. 기존의 캠페인은 한국의 관점에서 마련되어 아마도 한국인을 흡족하게 할지는 몰라도 뉴욕 시민이나 파리 시민들이 이해하기는 전혀 불가능하다.

넷째 권고 사항은 예술가들에 대한 정책적인 지원이다. 예술가들이 가난할 수 밖에 없다는 것을 잘 안다. 그러나 한국 작가들의 작품을 여러 나라 언어로 번역하는

일에 왜 적극적인 지원이 없는가? 작품 번역을 위한 지원은 많은 정부 예산이 필요한 것이 아니다. 한국 화가들이 해외에서 작품전시회를 개최할 때 왜 민간부문이나 정부로부터의 지원을 받지 못하는가? 이것은 정말 한국이 기회를 놓치는 일이다.

내 마지막 권고는 더 많은 외국 학자와 연구자, 그리고 언론인을 한국으로 초청하라는 것이다. 문화는 쌍방향이며, 이것이야말로 한국의 문명과 문화 모두를 선양하는 최선의 방법 중 하나이다. 유럽의 학자, 연구자, 언론인의 지도에 한국은 없다. 예를 들면, 한국은 외국 학자들에게 한국의 대학에서 2년 정도 가르칠 것을 제안할 수도 있다. 한국이 초청하지 않으면 그들은 오지 않을 것이다.

긍정적인 경제적 성과와 함께 역동적 한국과 역동적 문화정책은 교류 정책을 필요로 한다. 한국에서 살아 본 외국인인 한국을 위한 외교관이 될 것이다. 한국을 위한 최선의 외교관은 정부가 임명한 외교관이 아니다. 한국인 예술가와 한국에서 살아본 적이 있는 외국인들은 해외에서 한국을 대변할 더 우월한 위치에 있기 때문에 그들이야말로 최고의 외교관들이다.

# Global Value of the Korean Culture\*

It is very moving to be back in Korea today. I still remember my first visit to South Korea in 1986 and the first person I met when I arrived was Dr. SaKong Il. Of course, South Korea today is a completely different country. It is different not only because it is a more developed and democratic country now, but also because its culture and civilization are now better known abroad.

When I first came to Korea in 1986, Paik Nam-June was the only Korean name I knew. He was probably the only South Korean that the average person in France knew. Today, I think many educated Europeans or Americans are able to recognize more Korean artists. Yi Munyol, who is here with us today, is a very famous writer and well known in France with a wide readership. South Korean movies have been extremely popular in Europe with Im Kwon-taek and Park Chan-wook being particularly well known. In art, we know Lee Ufan and Jheon Soo-cheon. There are many Korean artists that are now quite well known, at least among the people interested in culture at large.

My first remark is that there needs to be a focus on the name and personality of the artist. We can talk about policies from the ministry of culture, but the ministry cannot produce culture. It can support culture. Culture is basically produced by the artist. If you forget that the artist is at the center of the discussion, then a coherent

\* Transcript of a speech given at the IGE/KT Seminar “Culture, Korean Economy and the Korean Wave” April 20, 2012

policy is not possible.

The artist must be at the center of our preoccupation. The more South Korean artists that are known and promoted, the livelier and more recognized the South Korean culture would be. Let's not forget who the main actor is.

I would like to mention a few more detailed observations. First, I do not want to focus on the so-called Korean Wave, but I would like to react to what has been said in other speeches. Minister Choe tried to answer the question about how Korean the Korean Wave really is. There can be arguments made for it being both more or less Korean. However, being on the receiving end I can say that I do not feel that it is very Korean. When youngsters in Paris or New York dance to K-Pop, they do not care if it's Korean or not. There is some ambiguity about the Korean Wave. I think there is somewhat of an overestimation on the Korean side on how Korean it is. It is not actually received as being Korean on the other end. It is global and that is good. It is good for South Korea to become part of the global culture and add an element to it. We should look at K-Pop and other popular music not as Korean, French, or American but as part of a bigger global culture. Korea should be proud of adding one element and one Korean dimension to the fusion culture.

I would evaluate the impact Korean Wave as such. One, South Korea has become part of the global culture. It is not right to see it in a strictly patriotic way and it does not fit the movement very well.

The second point I would like to make is that Korean artists and writers are quite isolated abroad. Most of the artists that have gained recognition are known through their private initiatives, gallery initiatives, and publisher initiatives. They usually get very little support from the South Korean government or the private sector. For example, last summer the Guggenheim in New York was dedicated completely to Lee Ufan. This was the first time it was ever dedicated to a major South Korean artist. It should be expected that private Korean companies or the government would bring some support to this exhibition. However, that was not the case.

I regret that too often South Korean artists are left on their own to promote their work. Of course, poverty is the price to pay when you are an artist. But there is quite a discrepancy between the political will to promote and improve their soft power and not taking care of what is happening with South Korean artists who are left on their own.

My third observation is something that I have often written about, and that is that I have always been struck by the fact that leading South Korean companies, such as Samsung and Hyundai, have been so good at promoting their trademarks and have become global brands and simultaneously erase the fact that they are Korean companies. Polls show that when French consumers buy a Hyundai car or a Samsung phone, 80% of them have no clue about the origin of the product and this is true in other countries, as well. If they are asked, then they will usually say that it is made in Japan.

I talked about this with the marketing representatives with these companies in France and they think that this situation is fine. They believe that if consumers think the products are made in Japan, it is better for them because Japan has such a strong brand and South Korea still has a weak brand. The chaebols have a deliberate marketing strategy of ignoring their South Korean roots. This will probably disappear, but we are still in a kind of intermediate stage where South Korea is getting better known through both its artists and its products, but still not recognized as a global brand.

My fourth observation is really a criticism about the government policy. From the receiver end, the Korean cultural policy does not strike me as very strong or coherent. For example, South Korea does not have a logo. There is always debate about what it should be. France has the Eiffel Tower and the United States has the Statue of Liberty, but what should the logo be in Korea. Of course, a country does not necessarily need a logo, but the worse thing is to have several logos in conflict with each other. This is exactly the case in South Korea. On one side we have “Land

of the Morning Calm” and on the other side we have “Dynamic Korea.” When somebody arrives at the Incheon Airport, they see both of these, plus the logo of “Hi Seoul”. People visiting Korea wonder where they are. Korea needs to make a choice and stick with it.

There is a distinction between civilization and culture. Civilization is eternal, and culture is something which is dynamic. The promotion of culture is different than the promotion of civilization. This is an important distinction in the case of Korea, because there are two Koreas. When we talk about civilization, we mean the civilization of both Koreas which can become a bit complicated. When we talk about culture, we talk about South Korean culture because North Korea does not produce any culture. The North just keeps repeating some eternal aspect of the Korean civilization. I would stress that cultural policy should come first and it should support the living artists.

Now, I would like to talk about the relationship between the economy and culture. I would like to remind everybody what the economic benefits of a dynamic culture are. First, culture is an industry. It is a bit shocking and is not a normal industry, but it is still an industry. It has been estimated that in Korea, the cultural industry represents about 500,000 jobs. This is not a negligible number and even more so because it is a growing industry. This means that at a time when industrial jobs are under constraint because of international competition and higher productivity, culture is a promising market for future jobs.

One of the problems in South Korea is that by being so successful at industrializing the economy the other part of the economy including culture and tourism has been a bit marginalized. Jobs in those industries are considered by many young people to be marginal jobs. It is important to shift the mindset of people in South Korea, so that they think tourism and culture are real industries that have jobs for them.

This is part of the larger debate about the South Korean economy. Jobs related

to service industries will increase and because of productivity gain the number of jobs in manufacturing will be stagnant. This is the first reason why culture is directly related to the economy and the creation of jobs.

The second benefit of culture in the economy is that it brings added value to what is produced. This notion of cultural added value can be seen in the case of consumers willing to spend more on a French perfume or wine because it is French. Likewise, people will pay more for a German car just because it is German. There really is an added value on these products which is based on the idea that consumers have about the culture of these countries. If somebody buys a South Korean car, however, it is not because of any notion they have about South Korea. They buy it because the price is right.

To summarize, the more Korea can create dreams about Korean culture and civilization, the higher the value of Korean products will be and the greater the desire of the consumer to buy Korean products will be.

This is beginning to be the case in the telephone industry, but this is an exception. In most cases the competitive edge of South Korean industries is not linked to the South Korean culture. This is because of the relative weakness of South Korea as a cultural brand.

The third benefit of a strong cultural policy is what has been called soft power. To be heard on the global stage is extremely important for a country like South Korea because it is under the permanent threat of North Korea. If South Korea wants to be heard and respected, then it needs a strong cultural brand. I must say the success of the G20 in Seoul was extremely important to increase South Korea as a brand and to make South Korea respected. This means that many people around the world would be more committed to the security and safety of South Korea. Soft power for a country like South Korea is not a negligible asset.

An active cultural policy is absolutely fundamental for the three reasons of creation of jobs, added cultural value, and safety through soft power. I have several

specific recommendations for what the cultural policy should look like.

First, I like to say that Korea is sitting on two gold mines. The first is the Korean civilization and the second is the Korean culture. Korean civilization is surely a gold mine and it can be seen at the national museum. I have been there several times and I was simultaneously full of admiration and extremely disappointed that the museum is not better known abroad. The museum is unique and it is a jewel for Korea. There is no other country in Asia which has a museum that equals it. It lets visitor understand the whole Korean civilization from its beginning until today. It is a gold mine that should be exploited more. For example, the museum has two statues of Buddha in a semi-sitting position. One is shown to the public and the other is not. The Buddha which is not shown to the public should be touring the world permanently. I deeply regret that I have never seen even one article in a French or American magazine about the Korean National Museum. I very often say to foreign friends that the museum is a good enough reason on its own to come to Seoul. They can spend a day there and discover an unknown civilization. As you know, the Korean civilization is still a hidden secret in the West. People are not aware of the Korean civilization and Korea does not promote it sufficiently.

Another thing Korea should be promoting is that South Korea is a success story. It is one of the very few success stories after the Second World War. The combination of democratization, economic development, and cultural progress is unique, but it is not promoted as such. South Korea should send speakers and academics abroad to express that it is possible to combine culture, development, and freedom. It is important to promote this combination of values right now because there are other models like the Beijing model. The Chinese are saying that there can be development, but culture is something else and democratization is something that we might see a century from now. South Korea is in the position to say that countries can combine all of these elements and it works.

Second, I recommend the public and private sectors to join forces. As I



mentioned before, I am struck that the Korean chaebols do not play the Korean card at all. We need to ask them why. What is wrong with being Korean? Does it prevent Samsung from selling cell phones or Hyundai from selling cars? It is important to understand why they have this marketing strategy.

Third, turning to the government, I would like to ask them why they do not have a marketing strategy. It is very clear that the South Korean government has no marketing strategy to promote Korea as a brand or to promote Korean culture. I know there are some very nice Korean institutes around the world, but they are mostly made for Korean audiences overseas. The institutions that do exist overseas are practically unknown to the non-Korean residents. There is a real deficiency in marketing-research and marketing-strategy.

What I would suggest is the creation of a cultural foundation to promote Korean culture abroad. Only a foundation could merge the financial resources, the energy, and the intelligence of the artists, the private sector, and the government. If this was done, then there could be a clever and well focused marketing strategy that emphasizes what others expect from Korea, rather than what Korea wants to send to them. This would address a problem with the current publicity campaigns for Korea abroad. The existing campaigns are designed from a Korean perspective and they probably please Koreans, but they are completely impossible for New Yorkers or Parisians to understand.

My fourth recommendation comes back to what I said earlier. There can be no cultural policy that does not support the artists. I know that artists are expected to be poor, but why do Korean writers not have any support to have their works translated in many different languages? It does not cost much for the government to help with translation of books. Additionally, when there is a Korean artist exhibiting his work abroad, why do they not receive any support from the private sector or the government? This is really a lost opportunity for Korea.

My final recommendation is to bring more foreign scholars, academics, and

journalists into South Korea. Culture goes both ways and this is one of the best ways to promote both the Korean civilization and its culture. South Korea is not on the map for European scholars, academics, and journalists. For example, Korea should propose for scholars to come and teach at Korean universities for a couple of years. If Korea does not bring them, then they will not come.

A dynamic Korea and dynamic cultural policy with positive economic consequences requires a policy of exchanges. Any foreigner who spends some time in South Korea becomes an ambassador for South Korea. The best ambassadors for South Korea are not the officially appointed ambassadors. The best ambassadors are the South Korean artists and the foreigners that have spent some years in South Korea and are in a better position to speak abroad about what South Korea is.

## 토론 I

# 경제와 문화

- 사회 : 사공 일 세계경제연구원 이사장
- 토론 : 이어령 전 문화부 장관  
이문열 작가/한국외국어대 석좌교수  
박종원 한국예술종합학교 총장  
Guy Sorman 문명비평가

**사회** 현재 우리는 한류와 한국문화를 논의하고 있다. 한국문학은 세계 속에서 어떤 위치에 와 있으며 우리 문화계에서는 언제 노벨문학상을 수상할 수 있을지 궁금하다. 이문열 선생님께서 말씀해 주시길 부탁 드린다.

**이문열 작가** 경제와 문화 간에는 두 가지 관계가 있다. 하나는 문화상품을 생산하는 주체인 생산자로서의 문화가 있고 또 다른 하나는 사회의 다른 생산을 유발, 증진, 그리고 도와주는 제도 또는 장치로서의 문화가 있다. 나도 문화상품을 생산하는 생산자로서 생산과 소비 관계에 대해서 말씀을 드리고자 한다. 오늘은 생산 자체에 초점을 맞추고자 한다. 더 구체적으로 문학에 국한시켜서 말씀드리면, 소설을 쓸 때 고전적인 이론에서 독자의 문제는 별로 고려되지 않는다. 하지만, 근래의 창작이론, 즉 소설을 쓸 때, 소비자 문제, 즉 독자 문제가 중요하게 취급이 된다. 그래서 생산에 관계하는 독자, 생산자로서의 독자라는 개념이 생겨난다. 우리 시대의 모든 문화양식에서 문학도 하나의 상품이 되었기 때문에 최종 결과로 보면 우리가 생산한 것을 소비해주는 주체이다. 그리고 그 소비를 통해서 초기부터 우리 생산에 관여를 하게 된다.

창작론의 순서를 말하면 글쓰기의 시작은 독자를 상정하는 것이다. 누구에게 이 글을 쓰는가? 이것이 글쓰기에서 가장 중요한 출발점이 된다. 독자가 누구인가에 따라 글의 여러 국면들이 달라지게 된다. 독자를 상정했다면 그 글의 주제와 문체와 심지어 구성, 스토리텔링까지 간섭된다. 즉, 독자가 생산단계, 창작단계부터 개입하므로 생산자로서 독자라는 뜻이 된다.

생산자로서 불량품을 내지않고 고급화된 상품을 생산해내는 것도 중요하지만 동시에 생산에 관여하는 독자의 역할에 대해서도 생각해봤으면 한다. 국가가 문화의 유통을 지원한다거나 문화의 세계화를 위한 정책적인 의도에 관심을 가지는 것만큼 문화 소비자에 적극적인 관심을 기울이는 것이 중요하다. 일반 소비자들의 참여가 문화의 생산에 어떤 영향을 미치는지에 대해서도 얘기하고 싶다.

**사회** 이문열 작가께서 또 다른 측면에서 문화와 경제에 관해 말씀해 주셨다.

다음 토론자는 한국예술종합학교 박종원 총장이다. 박 총장께서는 이문열 작가의 상당수의 소설을 시나리오화해서 영화로 만들었다. 뿐만 아니라 이들 영화를 통해서 다수의 상을 수상하였다. 우리들의 일그러진 영웅으로 우수작품상, 감독상을 수상했다. 그 외에도 영화계에서 많은 활동을 하시고 지금은 한국예술종합학교 총장으로서 영상물 관련 많은 일을 하고 계신다.

**박종원 총장** 한국예술종합학교에 대해 잠깐 말씀 드리겠다. 우리 학교는 20년 전에 설립된 유일한 문화부 산하 국립예술대학이다. 음악원, 무용원, 미술원, 영상원, 연극원, 전통예술원의 6개 단과대학이 있다. 올해로 20년밖에 안된 젊은 학교이지만, 체계적인 교육을 통해서 3~4년 전부터 성과를 내고 있다. 작년부터는 본격적으로 특히 음악과 무용 분야에서 앞서나가고 있다. 이는 21세기에 문화예술 콘텐츠 시대가 올 것이고 경제에 많은 부가가치를 부여하는 시대가 올 것임을 감지하고 실천해낸 우리 정부와 한국사람들의 역량 덕분이다. 앞에 기초연설에서 이어령 선생님께서 말씀하신 경제적 가치의 기준이 내면적 가치로 승화되어야 함에 공감한다. 앞으로 나아가야 할 방향성을 제시했다고 생각한다. 또한 이것은 앞으로의 일이 아니라 이미 있었는데 이를 논리적으로 따져보지 못한 문제인 것 같다.

경제적 가치로 예를 들면 볼펜을 살 때도 이 볼펜의 사용가치가 얼마나 있는가, 똑같은 화폐가치를 주고 다른 것과 비교할 때 교환가치가 얼마나 있는가 등을 포함해서 물건을 구매한다. 이러한 것들이 경제활동의 시작이라고 생각한다. 그런데 중요한 것은 이것이 어디서, 누가 만들었는지, 누가 쓰고 있는지, 내가 본적이 있는지 등의 요소를 가지고 물건 구매를 결정한다는 점이다. 즉, 자신이 갖고 있는 상품 이미지를 기준으로 구매가 결정된다고 생각한다. 그러한 내재적 가치라고 하는 것의 일차적인 접근은 소비자들이 가지고 있는 이미지이다. 그런데 이와 같은 이미지라고 하는 것은 경제적 활동에서만 나타나는 게 아니라 20세기 이후부터는 시각적인 요소, 즉 스토리가 담겨있는 이미지적인 요소에 의해서 많은 활동과 발전들이 이루어져 간다. 그리고 이것이 일상생활에 점점 안착되어 가고 있는

것 같다. 이처럼 사람들은 이미지를 보고 구매하는데 이런 이미지는 구매자의 머릿속에 있는 생각이다. 물론 주위에서 얘기를 듣거나 광고를 보거나 혹은 직접 사용해서 제품이 가지고 있는 내적인 가치, 즉 이미지를 가질 수 있다.

소비자가 가지고 있는 이미지가 무엇인지 안을 들여다보면 요즘 SNS시대 즉, 금세 정보가 소통되고 감정과 생각이 실시간으로 전달되는 지금 시대에는 유행이나 흐름을 무시할 수 없다. 유행이 상업적 고부가가치와 많은 부를 창출하기 위해서 조작되는 측면도 있지만 우리가 유행 속에 살아가고 있다는 것을 부정하는 사람은 아무도 없을 것이다. 그런 측면에서 유행에 민감하게 반응하는데 또한 유행 속을 들여다 보면 그 시대가 공유하는 정서가 있다. 이를 광고의 말로 하면 시대정신 속에 포함되어 있다고 생각하면 된다. 예를 들어 우리가 정치적, 경제적 부분에서 보아왔지만 나이를 불구하고 요즘 많은 사람들이 공유하는 시대정신은 일단 강한 자기표현 욕구이다. 이것이 시대정신의 제일 첫 번째 요소라고 생각한다. 두 번째는 즐거움을 추구해야 한다. 즉, 재미(fun)가 있어야 한다. 요즘 사람들은 골치 아프거나 재미가 없으면 그것에 관심을 잃는다. 그럼으로써 나와 비슷한 무리끼리 공감을 가지게 된다. 자기욕구가 강하고, 재미를 중시하며 결과적으로 나와 같은 생각을 가진 사람들이 공감을 이루는 것이 요즘 사람들의 시대 정신이라고 생각한다. 이와 같은 시대정신과 유행 속에서 물건이 구매된다.

지금까지 시대정신과 유행의 속성에 대해서 말씀드렸는데 잠깐 예술의 속성에 대해서 말씀드리겠다. 예를 들어 작가가 어떤 의도로 글을 쓰면 그 글을 통해서 어떤 생각을 하게 만든다. 그것이 자기표현을 하는 예술이다. 이러한 예술은 글을 쓰는 것 외에도 노래, 춤, 악기를 연주하는 것 등 모두가 자기의 생각을 수단을 통해서 표현해내는 것이다. 이것이 예술의 출발점이다. 표현하고자 하는 사람이 기존의 것을 탈피해서 얼마나 창의적인가에 따라 마지막 가치에 대해서 평가를 받기도 한다. 다시 말해서, 예술은 자신의 표현욕구가 중심에 있다. 두 번째는 대부분 예술은 보는 이에게 즐거움을 주려고 한다는 점이다. 즉, 예술은 재미(fun)라는 요소를 가지고 있다. 결과적으로 예술의 목적은 이 두 가지가 이루어졌을 때 소비자들의 공감을 이루는 것이다.

다시 돌아와서, 소비자들의 시대정신인 자기표현과 재미와 공감이라고 하는 일반적인 정서는 예술의 속성과 아주 많이 닮았다. 이들의 속성이 매우 유사하기 때문에 시대정신에 부응하고 일상생활에 접근하기 위해서는 예술이라는 도구를 잘 쓰면 아주 쉽고 편안하게 접목시킬 수 있다. 생활 속에 이런 시대정신과 예술의 속성이 침투된 상태가 되면 사람들은 그런 물건을 구입하고 예술행위를 봤을 때 즐거워하고 편안해하며 만족해 한다. 결국은 이러한 정서가 침투된 상태를 일반적으로 넓은 의미로 문화라고 얘기하지 않나 생각한다. 문화는 주변이고 환경이라는 생각을 많이 가졌었는데, 체계적인 논리 속에서 들여다 볼 때 예술이 일상화된 상태가 문화라고 한다면 문화는 소비를 정하는 중심에 있다. 그래서 문화는 오래전부터 주변과 환경에서 중심으로 이동해 왔는데 이제야 사람들이 깨닫기 시작하는 것 같다. 이것이 이어령 선생님 말씀에 대한 나의 공감과 생각이다.

마지막으로 Guy Sorman 박사가 말씀하신 ‘한류는 한국적 가치가 아니다’라는 부분에 전적으로 공감한다. 한류는 열정을 지닌 세계 젊은이들이 좋아하는 요소들을 한국의 공연자들이 그 속성을 잘 파악해서 표현한 것이다. 이는 세계 젊은이들의 욕구를 모아서 표현해내는 것이고 단지 표현하는 사람이 한국인이기 때문에 한국적 요소가 조금 담겨있는 것이다. 이런 면에서 Guy Sorman 박사의 한류는 한국적 가치가 아니라는 단언적 표현에 대해서 굉장히 중요하게 생각해야 할 부분이라고 본다. 또 하나 언급하신 것 중에 한국의 로고가 조용한 한국의 나라(Land of the Morning Calm)와 다이내믹 코리아(Dynamic Korea)라는 이율배반적인 두 가지 로고가 하나로 통일화되어 있지 않다는 부분에 대해서는 다른 측면으로 생각한다. 요즘 시대정신 중 하나는 다양성, 융·복합, 즉 서로 만나는 것이다. 오히려 이를 정책적 또는 전략적으로 조용한 한국의 나라라는 속성과 아주 역동적인 한국이라고 하는 속성을 좀 더 잘 알리면 다양한 한국이라고 하는 문화의 다양성까지 수용되지 않겠나 생각한다.

**사회** \_ 박종원 총장께서 통찰력 있는 말씀을 해주셨다. 로고와 관련해서 나는 Guy Sorman 박사와 여러 번 얘기한 적이 있다. 지금 박종원 총장께서 말씀해주

신 부분도 일리가 있다. 가령 Clean Korea 혹은 Safe Korea와 같은 말 한 마디로 한국의 특별한 이미지를 잘 전달할 수 있지 않을까. 이와 같은 것들을 종합해서 생각해보면 좋을 것 같다.

**이어령 전 장관**\_ 벤처상품이 문화상품이다. 스티브 잡스가 만든 것은 기존에 있었던 셀폰, 핸드폰에다 키보드를 없애고 인간과 기계 사이에 있는 입력방식을 바꾼 스마트폰이다. 컴퓨터와 사람은 모두 변했지만 키보드는 120년 동안 변하지 않았다. 수박을 먹어보지 않으면 어떤 맛인지 모르는데 콘텐츠 산업도 또한 마찬가지이다. 즉, 문화도 체험해 보지 않으면 모른다. 영화를 만들 때도 유명한 작가의 작품만 이용하려는 경향이 크다. 아무리 능력 있는 신인이라도 그의 콘텐츠는 사려하지 않는 것이 현실이다.

벤처가 아무리 좋은 제품을 만들어도 적절한 시장접근을 하지 못한다면 다 망하게 된다. 이는 종래의 경제원리와 전혀 다르다. 산업사회에 성공을 한 프랑스, 미국과 같은 소위 선진국들은 새로운 시대도 역시 산업주의 방식으로 해석하려고 하기 때문에 IT의 후진국들이다. 그런데 원래 우리는 산업 전통 없이 급성장했기 때문에 브로드밴드를 구축하니 어린애들이 인터넷을 전부 장악했다. 전 세계에 없는 현상이다. 지금까지 우리가 문화라고 했던 것은 군사, 종교, 산업 등 전부 상품 경제로 이뤄졌는데, 어떻게 종래의 시스템과 관계 없는 주변 문화가 다른 경쟁력은 약한데도 불구하고 프랑스로도 가고 하느냐를 묻지 않을 수 없다. 아까 얘기했지만 ‘조용한 나라’ 같은 것을 키워드로 뭘 만든다 하는 것은 언어적 사고다. 그런데 지금 아바타니 하는 것들은 언어적 사고가 아니고 영상적 사고이다. 영상화(visualize)된 영상효과(visual effect)다. 그렇기 때문에 지금부터 일어나는 경제는 아무도 모른다(nobody knows). 경제학자도 모르고 문화하는 사람도 모르고 다 모르니까 조용한 한국이 시끄러운 한국이 되는 것이다. 비빔밥처럼 되는 거다.

기조연설에서 언급하지 못한 말씀을 간단히 드리자면 내면가치(intrinsic value)라고 하는 것은 생명가치가 산업화의 가치, 경제적 가치라는 말이다. 산업



화 과정에서는 자유, 민주화 과정에서는 평등, 마지막에는 fraternity(박애)이다. 프랑스 혁명 때도 그랬다.

그 fraternity로 거슬러 올라가면 문화와 경제가 마주친다. 거기에서 자유 원리와 평등 원리는 절대 합쳐지지 않았다. 이 두 싸움 자체들이 하나는 평등적, 이념적이고 다른 하나는 상업적이었다. 하나는 산사람들이고 다른 하나는 항구 사람들이었다. 이처럼 문화와 경제라는 가치들은 종래적 개념으로 보면 서로 반대되는 것이었다. 서로 대립되는 것이었는데 놀랍게도 21세기에 와서는 평등과 자유의 정치 원리와 경제 원리가 이 문화 원리 fraternity 속에서 통합이 된다. 합쳐질 수 있는 근거가 있다는 것이다. 그렇기 때문에 경제와 문화를 얘기할 때 문화의 통합적 가치, 경제 원리와 정치 원리를 통합할 수 있는 가능성이 보이기 시작한다. 자본주의다, 사회주의다 하는 것을 극복할 수 있는(break through) 느낌도 여기서 온다. 동서양이 만나는 것도 그렇다.

창의적 도시(creative city) 혹은 창의적 인간(creative man)은 모두 집단이 만들어내는 것이다. 자유도 평등도 집단들이 주로 구축해온 것이다. 그런데 문화만은 개인들이 한다는 점이다. 한류의 배후에는 한류 스타라는 개인들이 있다. 그것을 국가시스템이나 종교나 혹은 다른 시스템으로 하려고 하면 실패한다. 우리들의 머리 속에는 지금까지의 경제는 국가가 하든 기업체가 하든지 자유와 평등의 산업화와 민주화에 성공한 것은 정당이라든가 기업체라든가 등 하나의 집단이 우리를 끌고 왔기 때문이라는 인식이 가득하다. 그래서 한국인의 인식에서 가장 부족하고 모자라는 것이 개인의 역할이다. 그런데 역설적으로 말하자면 그것이 예술의 자율성이다. 이걸 문화부에서도 못하고 정부에서도 못한다. 정말 특출한 창의적인 사람이 나와야 된다. 그 과정을 한국에서는 자꾸 시스템으로 하려고 한다. 또 당과 같은 어떤 정치적인 조직을 활용하여 하려고 한다. 물론 우수한 관료조직을 통해 산업화가 성공했다. 그리고 학교, NGO, 민주화 운동을 하던 사람들을 통해 소위 민주화가 이루어졌다.

그런데 우리 경험 속에는 한 개인의 가치보다 기업체, 국가, 군대 등 조직을 통해 새로운 문화를 창출할 수 있다는 생각이 강하다. 예를 들면, 한국 영화는 임권

택 감독이라든지 유명 여배우 등이 줄곧 이끌어 왔다. 그런데 지금은 시스템화하니까 자본 가진 사람들이 작가 위주로 하는 것이 아니라 작가의 시나리오를 시스템에 의해 걸러낸다. 그렇게 만들면 실패는 안 하지만 성공도 못한다. 그런데 소위 '대박이 터진다'는 것은 '해리 포터'처럼 어느 날 신인이 소비자의 수요(demand)에 맞는 독창적인 것을 창조하여 강한 수요를 유발하는 것이다. 이것을 경제가, 정부가, 기업체가 어떻게 할 수 있겠는가?

시스템, 권력, 돈으로 안 되는 것에서 독창성이 나온다. 이것들을 끌고 갈 개인들을 어떻게 육성하느냐가 중요하다. 그런데 우리 교육제도는 개인의 독창성을 전부 죽이고 있다. 다기망양(多岐亡羊), 즉 길이 많으면 양을 잃는다고 했다. 교육을 너무 다양하게 하다 보니 길을 잃는다. 창의적인 개인을 육성하자 예술가들이 일본의 공동화되고 슬럼화된 쿠로다구를 완전히 창의적인 도시로 탈바꿈시켰다. 전통 도시들을 creative한 도시로 만들어가는 것처럼 앞으로 산업은 한류나 문화가 우리의 실질적인 삶에 관여하게 되는 방법이다. 미국 소호(Soho)나 외국의 여러 문화도시처럼 우리나라에도 creative city가 생겨나고 있다. 이것은 창조적인 개인들이 삶의 lifestyle을 바꿔주는 것이다. 문화는 라이프스타일을 바꿔주는 것이다. 그것이 경제이며 정치이고 앞으로 나아가는 문명이다. 이 lifestyle을 바꿔주는 건 개인이다. 이러한 고민이 없다면 산업과 문화의 접점을 찾을 수 없다. 앞으로 이런 고민을 어떻게 풀어나갈 것인지 논의할 필요가 있다.

**사회**\_ 이어령 선생님께서 전체 문화와 우리 사회, 경제라는 측면에서 여러 가지 화두를 던져주셨다. 경제학에서도 공급이 수요를 창출한다는 이론이 있다. 바로 공급이 독창성을 살려줌으로써 새로운 문화에 대한 올바른 수요를 창출하게 된다. 이것은 교육개혁과 연관이 된다. 나는 오래 전부터 국정의 우선순위가 교육이 되어야 한다고 주장해왔다. 선생님께서는 특히 이 시대에 그와 같은 교육이 더욱 절실하다는 것을 말씀해주셨다. 다음은 Guy Sorman 선생께서 말씀해주시죠.

**Guy Sorman\_** 오늘의 논의는 문화에만 국한된 것이라기보다 한국사회의 전반에 걸쳐 관련되어 있다. 한국은 전환기에 있다. 모든 분야에서 개인주의가 사회체제와 경합하기 때문이다. NGO들이 정치에 개입하는 정치에서도, 대기업이 소기업과 경쟁하는 경제에서도, 그리고 문화와 교육에서도 그러하다. 지금 한국은 전통과 정책을 보다 서비스 및 개인주의적 사회로 전환하느냐, 혹은 지금까지 매우 성공적이었던 집단 사고, 대형 시스템, 그리고 대형 조직의 포로로 남느냐 하는 갈림길에 서 있다.

오늘의 토론을 들으면서 나는 한국문화의 독창성은 무엇인가에 대한 질문을 스스로에게 해보았다. 한국문화는 어떻게 다른가? 두 가지 생각이 떠올랐다. 첫째, 매우 한국적이라는 것이다. 소설가 이문열이 한국 어느 지역의 알려지지 않은 전쟁에 대하여 썼다면 그것은 한국적인 것으로 느껴질 수 밖에 없다. 바로 그 때문에 나는 관심을 갖게 되고 그것이 한국적인 것이기 때문에 세계적인 호소력을 갖는 것이다. 한국문명이 매우 독창적인 것은 그 초점이 작고 세밀하기 때문이며, 그 때문에 보편적인 가치를 지니는 것이다. 이문열 작가가 집필할 때 독자들을 염두에 두고 집필한다면 그건 사실이 아니라고 생각한다. 최소한 나는 그가 그러지 않기를 바란다. 이문열 작가가 독자를 염두에 두지 않았기 때문에 세계적인 작가가 되었다고 생각한다.

한국문화를 독특하게 만든 두 번째 특징은 놀라운 연속성이다. 백남준이나 전수천 같은 한국 현대 예술가들을 볼 때, 그들이 한국인일 수 밖에 없다는 생각이 든다. 현대 예술과 한국의 전통 사이에는 깊은 연속성이 있다. 이것은 상당히 독특한 것이며, 바로 이 때문에 나는 한국 국립박물관의 일부가 현대 예술가들을 위한 공간이 되어야 한다는 제안을 했다. 나의 제안에 박물관측은 현대 예술가를 위한 별도의 박물관이 존재한다고 설명했다. 그러나 현대 예술가는 한국문명의 연속성의 일부이기 때문에 나는 이런 주장을 수용하지 않는다. 이런 독특한 연속성은 널리 알려야 한다. 세계 어디에서도 비슷한 예가 없기 때문이다.

마케팅과 문화 사이에는 차이가 있다. 우리가 누가 예술가가 될 지 결정할 수 없다. 우리는 단지 그들을 후원하고 그들의 작품을 홍보할 수 있을 뿐이다. 어떤 예

술가가 부상하는 것은 언제나 예기치 않게 일어나는 기적이다. 갑자기 예술가의 수를 늘리는 시스템을 만들 수는 없다. 하지만 재단, 민간 및 공공 부문이 지원하는 시스템을 만들어 예술가들이 고군분투하지 않도록 도울 수는 있다. 이러한 환경이 조성되면 한국의 예술가들이 한국문명의 놀라운 연속성을 표현할 수 있을 것이다.

The debate that we are having today does not only relate to culture. Rather, it relates to all aspects of Korean society. Korea is at a turning point. This is true in every area because individualism is competing against the system. It is true in politics where we see NGOs interfering with politics. It is true in the economy where we see large companies competing with small entrepreneurs. It is also true in regards to culture and education.

The question is whether Korea will be able to shift its traditions and policies towards a more service-oriented and a more individualistically-oriented society or if it will remain a prisoner of group think, big systems, and big organizations which have actually been extremely successful so far.

While I was listening to the discussion today, I was asking myself what is so unique about Korean culture. What makes it different? There are basically two things that came to my mind. First, it is very local. When Yi Munyol wrote about the forgotten war in a part of Korea, it feels very local. This is why it interests me. Because it is local, it has global appeal. The Korean civilization is very unique because its focus is so small and precise and that is what gives it a universal value. I do not think that Yi Munyol is telling the truth when he says he thinks about his readers when he writes. At least, I hope he doesn't. I think it is because he doesn't think about his

readers that he became a global writer.

The second aspect of what makes the Korean culture distinct is the incredible continuity. When I look at contemporary Korean artists such as Paik Nam-June or Jheon Soo-cheon, it comes to my mind that they could only be Korean. There is a deep continuity between contemporary art and Korean tradition. This is quite unique and it is why I have suggested that part of the Korean National Museum should be devoted to contemporary artists. When I made that suggestion to the museum, I was told that it was not needed because there is another museum for contemporary artists. I do not accept this argument because contemporary artists are part of the continuity of the Korean civilization. This unique continuity must be promoted because we do not find it in other parts of the world.

There is a distinction between marketing and culture. We cannot decide who will become an artist. The only thing that we can do for artists is help them and promote their work. When an artist emerges, it is always an unpredicted miracle. We cannot create a system that will suddenly increase the number of artists. We can, however, create a system that gives artists support from some foundations and the private and public sectors, so they do not strive alone. This will let artists express the incredible continuity of the Korean civilization.

**이문열 작가** \_ 내가 1990년대 초 · 중반에 처음 컴퓨터를 사용하기 시작했던 것은 이어령 장관님 덕분이었다. 사람들이 컴퓨터로 글을 쓰기 시작했을 때 나는 과연 내가 이 프로그램을 활용할 수 있을지에 관해서도 의구심이 들었다. 그 때 당시 컴퓨터로 글을 쓰는 것은 다음 세대들의 것이라는 생각이 들었기 때문이다. 내 세대까지는 늘 그래왔듯이 필기구로 작업을 마치지 않을까 생각했다. 예전에 이

어령 선생님께서 국회도서관에서 책을 검색하다 결국은 그 책이 외국대학 도서관에 있음을 알게 되었다는 말씀을 들은 적이 있다. 나는 당시 ‘검색’이 무엇인지 몰랐는데 연세가 상당히 있으신 분이 컴퓨터에 대해 해박하여 참 인상적이었다. 그 때 그렇게 나도 컴퓨터를 시작했지만 아직까지도 이 세계가 이해되지 않는다.

요즘 문화상품의 중요성이 점점 커지고 있는데 과연 이것들이 모든 것을 지배할 수 있을까 하는 의심이 든다. 세상이 변해갈수록 생명화가 보강되고 충족되어야 한다는 것인지 아니면 이것이 우리가 지향하는 미래 모습이므로 생산의 개념들이 새로운 개념들로 완전하게 바뀌어야 하는 것인지 궁금하다.

**사회**\_ 이어령 선생님께서 문화와 경제의 관계를 철학적인 차원에서부터 넓은 시각에서 많은 말씀을 해주셨다. 앞에서 Guy Sorman 박사가 현재 한국 핸드폰의 프랑스 시장 점유율이 80% 이상이고 한국 자동차가 길에서 많이 눈에 띈다고 하셨다. 하지만 프랑스 국민 대부분이 삼성, 현대, LG가 일본회사인 것으로 알고 있다고 한다. 그럼에도 불구하고 이 회사들이 한국회사라고 선전하지 않는 안타까운 현실은 경제적으로 따져보면 이해가 간다. 이는 현재 국가 브랜드 가치가 회사 브랜드 가치보다 낮기 때문에 제품이 한국산(Made in Korea)으로 알려진다면 지금 가격보다 오히려 낮아질 우려가 있기 때문이다. 그렇기 때문에 Guy Sorman 박사가 한국의 훌륭한 역사, 문화, 그리고 아티스트들을 알림으로써 한국의 프리미엄을 충분히 실현할 수 있다는 문명비평가로서의 생각을 말씀해주셨다.

내가 무역협회 회장으로 있을 때 기업들을 대상으로 자사 제품의 질이 외국 제품과 비교해서 외국 제품을 100으로 했을 때 가격차이가 얼마큼 있는가에 대해서 설문조사를 했었다. 예상한대로 중소기업은 15~20% 가량 discount가 됐었고 이에 비해 대기업은 잘 알려져 있기 때문에 격차가 조금 줄어들기는 했지만 그래도 평균 10%나 discount 되었다. 작년 우리나라 수출이 5,600억 달러였는데 discount가 10%이면 560억 달러이다. 그러나 이러한 discount가 없다면 똑같은 제품을 수출하고도 560억 달러가 우리나라에 더 들어올 수 있는 것이다. 그만큼의 discount된 돈이 우리 국민의 복지와 일자리로 바로 연결될 수 있는데 그렇

지 못하는 것이다.

나는 문화의 가치를 상업적으로만 보자는 것이 아니라 현실적으로 보자는 것이다. 오늘날 당면한 가장 큰 문제는 일자리 창출이다. 이것은 비단 우리나라만의 문제가 아니다. 세계경제 전체적으로 자본주의 체제 자체의 문제로 대두되고 있다. 과거에는 자본주의 시장기반 경제시스템 하에서 성장은 곧 일자리 창출이라고 생각했다. 세계화와 지식기반 경제시대가 진전된 지금은 성장이 반드시 일자리로 연결되는 것은 아니라는 것이 우리 자본주의 시장경제 체제 자체의 고민이다. 또한 이것을 어떻게 보완할 수 있는가가 고민이다. 문화도 큰 틀에서 서비스의 일환으로 본다면 우리나라와 같은 경우에는 큰 해결책을 찾을 수 있는 부분이 바로 서비스 분야이다. IT 문명, 기술이 발달되지 않은 예전에 서비스는 비교역재 부문으로 분류됐었다. 그러나 문화가 수출되고 있는 지금 서비스는 분명 교역재 부문이다. 더욱 중요한 것은 우리나라의 경우에는 현재 제조업의 일자리 창출 혹은 취업 유발 효과가 점점 줄어들고 있다는 점이다. 반면 서비스 산업의 취업유발 효과는 제조업의 2배 이상이 되고 있다. 그것도 고부가가치의 일자리를 창출할 수 있다. 그런데 그 동안 정부의 제도와 정책, 그리고 사회기반시설은 초기 산업화 시대에 만들어진 그대로 남아 있었다. 그래서 서비스 산업이 우대를 받는 것이 아니라 오히려 역차별을 받고 있는 체제가 되어있다. 나는 우선 이런 것들을 개혁해야 한다고 생각한다.

나는 오래 전부터 산업공단의 이름부터 바꾸어야 한다고 주장을 해왔다. 이곳은 근로자들의 문화공간, 생활공간, 교육공간이 되어야 한다. 그렇게 되어야 이 시대에 맞는 생산현장이 될 수 있는 것이다. 그런데 기존 제도, 인프라가 그렇지 못하기 때문에 이 모든 것을 바꿔야 한다. 우리의 발상의 전환이 필요하다. 현재 가장 문제가 되고 있는 일자리 창출은 문화와 연결하여 해답을 찾을 수 있다. 작년 우리나라는 세계에서 제품 수출이 7위이고, 서비스 수출은 15위이다. 미국은 제품 수출 2위이고 서비스 수출 1위, 독일은 제품 수출 3위, 서비스 수출 4위이다. 이처럼 이 나라들의 수출은 균형 잡혀 있는 반면 우리나라는 그렇지 못한 상황이다. 다시 말하자면 우리나라에는 서비스 부문의 발전 여지가 많다는 뜻이다. 그래서 제

도를 옹게 만들고 독창성을 최대한 창출, 발휘할 수 있도록 여건을 만들어야 한다. 직접적인 보조금보다는 방해되는 요소를 제거해서 여건을 만들어 주는 것이 중요하다 생각한다. 지금까지 토론 I에서는 주요 화두를 던져 주셨다. 다음은 구체적으로 한류 부문으로 가서 현장에 계시는 분들과 정책입안자들께서 토론을 해주시겠다.



## 토론 II

# 한류 : 현황과 전망

- 사회 : 사공 일 세계경제연구원 이사장
- 토론 : 김진식 U-Stream Korea 대표이사  
조현재 문화체육관광부 기획조정실장  
한류문화진흥단 부단장  
전병준 매일경제신문 편집국 국차장  
이참 한국관광공사 사장  
송승환 한국뮤지컬협회 이사장

**사회** 앞 세션에서 문화와 경제를 큰 틀에서 보았다. 한류는 문화의 중요한 일부분이다. 지금 이 시점에서 한류를 짚어보고 지속가능하게 하기 위해 무엇을 해야 할지 생각해 보려고 여러분들을 모셨다. 제일 먼저 김진식 U-Stream Korea 대표이사를 모셨는데, 과거 삼성전자 글로벌 마케팅팀, 블룸버그(Bloomberg) TV 아시아 태평양 부사장 등을 역임하였고 IT산업과 방송매체에 많은 경험을 갖고 계신다. 그래서 유통과 콘텐츠에 대해 말씀 부탁드립니다.

다음 토론자는 조현재 문화체육관광부 기획조정실장으로 한류문화진흥단 부단장을 맡고 있다. 조현재 실장은 현재 한류 관련된 정책을 뒷바라지 하고 계시기 때문에 우리 업계 이야기를 충분히 듣고 앞으로 더욱 더 좋은 정책을 생산하기 바란다. 조 실장께서는 특히 과거 청년국장과 정부의 인력개발 쪽에서 많은 일을 하셨고 또한 예술인복지법 제정에도 주역을 하신 분이래 이에 대한 많은 생각을 갖고 계시리라 믿는다.

전병준 매일경제신문 편집국 국차장은 현재 매경 세계지식포럼의 사무국장이시다. 특히 최근 매경에서는 MBN과 공동으로 한류에 대해서 국민보고대회를 개최한 바 있다. 그렇기 때문에 전 국차장은 이에 대한 많은 생각과 고민을 해오신 분이다. 특히 전병준 국차장께 언론 차원에서 두 가지를 말씀해달라고 부탁을 드렸는데, 첫 번째는 정부의 정책이 어떻게 달라져야 하며 발전해야 할 부분이 무엇인가와 두 번째는 우리 업계 스스로가 어떻게 달라져야 되고 스스로 무엇을 생각해야 하는지 이다. 또한 한류가 길게 지속되기 위해서 해야 할 일이 무엇인가를 언론의 비판적인 시각으로 말씀해달라고 주문을 했다.

이 참 사장은 외모는 한국인 같지 않지만 가장 한국적인 분이시다. 이 분은 주머니에 늘 고춧가루통을 가지고 다니시고 한국말은 나보다 더 잘하는 가장 한국적인 분이다. 또한 현재 관광공사 사장을 하시고 있기 때문에 이 분야에 대해 많은 생각을 하시고 계시는 분이다. Guy Sorman 씨도 언급했지만 Receiving end와 관련된 중요한 것은 소비자 중심의 경영이다. 우리가 잘하는 것만 주장할 것이 아니라 상대방이 무엇을 원하는지를 파악해야 한다. 그런 차원에서 이 참 사장께서 많은 유용한 말씀을 해주실 것 같다.

여러분들께서 잘 아시는 송승환 사장은 아역배우로 데뷔하여 지금도 활발한 활동을 하고 계신다. 현재 PMC 프로덕션을 맡아서 특히 ‘난타’를 세계에 알리는데 주역을 하신 분이다. 또한 코엑스 아티움에서 항상 새로운 프로그램으로 한국 뮤지컬을 소개함으로써 외국관광객들의 호응을 얻고 있다. 특히 송승환 이사장께서는 문화산업 차원에서 허심탄회하게 정부에 건의할 것이라고 믿는다.

**김진식 대표이사** \_ 나는 지난 10년간 싱가포르에서 블룸버그 등 미국계 방송사들에서 업무를 했었다. 당시 아시아 콘텐츠 유통 업무에 종사하면서 한국 콘텐츠에 대해 느낀 점을 말씀 드리겠다. 하나는 유통체계가 잘 잡혀있지 않았고 배급하는 사람이 너무 많다 보니 바이어들에게는 여지가 많았다. 두 번째는 그런 연유로 가격체계가 제대로 형성되지 않았다. 앞으로 시장 지향적인 제품을 만들고 판단면 생명력이 긴 롱테일(long tail)로 갈 수 있는 우리의 콘텐츠가 될 것이라고 생각한다.

U-Stream Korea에 대해서 잠시 말씀 드리겠다. 앞에 이석채 회장님께서 KT가 한류 콘텐츠를 배급하는데 공헌하겠다고 한 것은 U-Stream Korea 회사를 두고 말씀하신 것이다. U-Stream은 지난 2007년 미국에서 라이브 스트리밍 플랫폼을 만들었다. 유튜브는 VOD 중심, 트위터는 텍스트 중심인데 비해 우리는 일종의 소셜방송 플랫폼이다. 최근 일본의 소프트뱅크와 한국의 KT가 공동투자를 해서 실질적으로 지배주주가 되었고 U-Stream Korea가 설립된 것이다. 이미 세계적으로는 유명한 플랫폼인데 한국에서는 만들어진 지 한달 밖에 안되었다. 우리 비전은 한국 콘텐츠의 글로벌 시장 접근성, 노출성을 최대한 용이하게 돕는 것이다. K-pop 이외에 앞으로 더 유명해져야 하는 한국의 콘텐츠들이 다양하게 배급될 수 있도록 노력할 것이다. 몇 가지 예를 들자면, 여의도 벚꽃길이 전 세계로 라이브 생중계 되고 있다. 한국의 벚꽃이라는 콘텐츠를 가지고 해외 여행자들을 많이 유치할 수 있다. 외국인들 입장에서 여수엑스포를 플랫폼을 통해 볼 수 있게 노출시킬 수 있다. 한국의 국악이나 시립 교향악단과 같이 상대적으로 배급 플랫폼이 미약한 콘텐츠를 만드는 분들에게 장을 제공하는 것이다. 이런 것들이

실제 U-Stream Korea가 하고 있는 일인 동시에 앞으로 하고 싶은 것이다.

**조현재 실장** U-Stream Korea 김진식 대표께서 전망과 비전을 제시해주셨는데 콘텐츠 또는 문화산업을 지원하는 정부 부처로서 크게 기대가 된다. 왜냐하면 K-pop 같은 경우는 유튜브를 통해서 이미 많이 알려져 있지만 이 외에 어떻게 전통문화와 K-Culture를 전세계에 알릴 수 있는지 걱정을 했는데 고민을 하나 줄인 것 같다.

사공일 이사장께서 말씀하신 것처럼 과거 제조업 중심에서 서비스 산업 중심으로 가고 있는 현재, 서비스가 성장동력과 일자리 창출을 하고 있다. 이것이 지금 정확하게 한국경제의 현안으로 대두되고 있다. 과거에 “문화가 밥 먹여 주냐”라는 말이 있었는데 지금은 그런 시대가 되었다. 지난 30~40년 동안 한국경제를 이끌어온 경제 부처가 모여 있는 과천에서 작년 예산편성지침에 문화산업(콘텐츠 산업)이 신성장동력 산업이고 일자리창출 산업이라는 내용이 포함되어 있다. 이는 굉장히 큰 사건이 아닐 수 없다. 그래서 문화산업은 예전처럼 비교역재 부문이 아니라 이제는 오늘 세미나 주제와 같이 경제와 뿔래야 뿔 수 없는 분야로 자리 잡았다.

최광식 장관께서 말씀하신 것처럼 드라마가 아시아에서 유명했었던 시대인 한류 1.0에서 K-pop이 아시아를 넘어서 유럽까지 진출한 한류 2.0 시대를 맞고 있다. 그 이상으로 K-Culture라는 우리 한국의 문화를 전 세계에 알리는 시대로 한류의 비전을 제시했다. 사실은 정부가 K-Culture로 가기 위해서 1월 30일에 한류문화진흥단을 구성했다. 한류라는 얘기가 나오면서 각국에서 견제가 많이 들어오고 특히 ‘국가가 문화제국주의로 나가는 것인가’ 라는 견제가 많이 들어오기 때문에 반한류(反韓流)·혐한류(嫌韓流) 현상에 대해서 고민을 굉장히 많이 했다. 앞서 이어령 선생님께서 지적해주신 것처럼 문화는 창의적인 개인이 특출하게 해서 나오는 분야이기 때문에 정부가 기획하고 주도적으로 제도적인 구조 속에서 만들 수 있는 분야가 아니라고 생각한다. 그럼에도 불구하고 정부가 해야 하는 역할이 있다. 전병준 국차장께서 말씀해 주시겠지만 많은 해외 전문가들이 과거의 홍콩 영화처럼 한류가 오래 지속되지 않을 것이라는 전망을 하고 있다. 한류가 5

년 이내에 소멸될 것이라는 주장이 과반수 이상을 차지한다는 최근 보고가 있다. 그래서 어떻게 하면 우리 정부가 한류를 지속가능하게 해서 한국의 국가 브랜드나 이미지를 코리아 디스카운트(Korea Discount)에서 코리아 프리미엄(Korea Premium)이 되는데 기여할지 초점을 맞추고자 한다.

정부의 역할은 간단하다. 정부가 앞서서 기획해 나가는 것이 아니라 후원자 또는 코디네이터 역할을 함으로써 창의적 인재가 성장할 수 있도록 기초를 만들어주는 역할을 하려고 한다. 그래서 현재 민간에서 잘 하고 있는 분야는 민간에 맡기고 정부는 민간에서 하기 어려운 분야, 특히 인력교육, 인재양성, 그리고 전통문화의 진흥과 보존을 맡는 것이다. 또한 한류에서도 대기업과 중소기업 간에 공생 문제가 있다. 창의적인 개인과 중소기업들이 역량을 발휘할 수 있도록 생태계를 건전하게 만드는 부분에 대해서 정부가 역할을 하고 있다. 정부는 지난 1월 30일에 ‘전통문화의 창조적 발전방안’을 발표했고 2월 28일에는 ‘세계와 함께하는 대한민국 문화예술 발전방안’을 발표한 바 있다. 마지막으로 4월 17일에는 ‘콘텐츠 글로벌 경쟁력 강화방안’을 발표하여 전통문화와 현대문화, 그리고 콘텐츠의 글로벌화에 대해서 총 세 가지 발표를 마쳤다. 여러 각계 전문가들로부터 제안도 받아 개선해 나가는 중에 있다.

한류는 문화관광체육부만 할 수 있는 것이 아니다. 정부 부처 간에 협력해야 할 부분이 많기 때문에 한류의 시너지 효과를 낼 수 있는 부처 간 협력체계를 준비하고 있다. 또한 문화체육관광부는 아시아 특히 일본에 80% 편중되어 있는 한류의 공간적 확산과 거의 마니아 중심, 특히 젊은 여성 중심에서 전 계층에서 즐길 수 있도록 보편화를 위한 플랫폼을 구축하고 있다. 현재 드라마, K-pop 중심에서 한국문화 전반에 걸쳐서 전 세계에 알릴 수 있는 방안에 대해서 문화체육관광부가 앞으로 열심히 해나가려고 한다. 많은 지원과 좋은 제안 그리고 한류 정책에 대해서 관심을 가져주시길 부탁 드린다.

**사회** \_ 정부에서 하고 있는 일들을 말씀하셨고 오늘 이 회의가 정부에서 정책을 수립하고 집행하는데 도움이 되길 바란다. 앞서 언급한 것 중에 서비스 산업을 강조

하는 것이 제조업을 하지 말자는 뜻이 아니다. 과거에 제조업 위주로 되어 있던 부분의 균형을 맞추자는 의미이다. 균형을 맞추기 위해서 해야 할 일이 너무나 많다.

**전병준 국차장** \_ 지난 달 매일경제에서는 국민보고대회를 열어 한류에 대해서 전체적인 점검을 해보았다. 사실 매일경제는 경제신문이고 경제와 관련된 한류에 대해서 상당히 고심을 했는데 결국 한류가 왜 중요한가는 모두에서 많은 석학들이 말씀하셨듯이 국격의 문제이고 또 국민이 먹고 사는 문제이다. 결국은 한류를 통해서 크게 두 가지로 국가의 격이 올라가는 것과 국민소득이 늘어나는 방향으로 생각해보았다.

1997년 영국의 1인당 GDP가 2만 3천 달러로 작년(2011년) 한국의 GDP와 비슷한 수준이었다. 영국이 국가적으로 'Creative Britain' 정책, 즉 문화를 창조산업으로 정의하고 제조업과 접목시켜 경쟁력을 갖추는 방향으로 유도한 결과, 6년 만인 2003년 3만 달러를 돌파했다. 그 정책을 통해서 문화의 상품화가 중요하다는 것을 느낄 수가 있다. 불과 3년 뒤인 2006년에 영국은 GDP 4만 달러마저 거침 없이 뛰어넘었다. 그리고 그 기간 동안 영국의 창조산업 분야에서 40만개의 일자리가 생겨났다. 우리가 앞으로 5년, 10년 후에 GDP 4만 달러 국가로 가는데 있어서 상당히 시사적인 부분이 있다.

한류를 흔히 단군 이래 최대 사건이라고들 한다. 전 세계 인구의 0.7%에 불과한 한국인이 일으킨 세계적인 충격이라고 자부심을 가져도 좋을 것 같다. 한류 전파국이 현재 우리나라 수교국보다 많은 상황이다. 매일경제와 문화관광부, 여러 컨설팅 회사와 함께 추산해본 결과 현재 추세대로 간다는 전제 하에 한류의 경제적 가치가 7조원이라면 2020년에 57조원에 이를 것으로 예상된다. 한류가 왜 전 세계적으로 인기를 끌고 있는지 분석해 본 결과 참신함, 세련됨, 그리고 보편성이라는 세 가지 포인트가 있었다. 서구 중심 문화에서 아시아적인 가치를 추구하고 또한 하드 트레이닝을 통해 완결성이 좋고 세련되어 보인다. 뿐만 아니라 좁은 내수시장을 극복해 국제적인 스탠다드를 가지고 나가다 보니 보편성을 가지고 있다.

하지만 이런 한류의 매력이 곧 위기 요인이 되고 있다. 참신한 것은 금방 식상해

질 수 있고 세련됨은 곧 진부해질 수 있다. 한류가 인기를 얻자 중국, 일본에서 혐한류(嫌韓流)·반한류(反韓流) 견제가 많이 들어오고 있다. 문화수출에서 게임이 53%를 차지하고 영화수출은 둔화되는 상황으로 전체적인 문화수출 입장에서 볼 때 밸런스가 맞지 않는다. 조현재 실장이 언급했듯이 현재 한류는 98%가 일본 등 아시아에서 소비되는 편중 현상이 심하다. 이런 부분들을 방치해서는 안 된다는 것이 현재 전문가들의 입장이다. 예를 들어, 인기 그룹 카라가 일본에서 100원을 벌었을 때 92원이 일본의 현지 유통사업 파트너에게 간다. 결국 8원을 매니저와 가수가 나눠먹는 상당히 불균형적인 구조이다. 또한 매일경제에서 일본, 중국, 대만의 1,200명을 상대로 설문조사를 한 결과 5년 안에 한류의 인기가 떨어질 것이라는 의견이 80%나 되었다. 물론 여기에는 약간의 시기도 있겠지만 한류가 과거의 J-pop이나 홍콩영화처럼 금방 사라져갈 가능성도 있다.

그래서 많은 전문가들과 대화를 나누면서 “어떻게 한류를 지속시켜나갈 수 있을까”라는 생각을 해봤다. 일단 문화산업 10대 강국을 만들어야 한다. 한국이 일인당 GDP 4만 달러가 되기 위해서는 문화산업이 발전해나가야 한다. 현재 세계에서 20위인 1인당 문화소비액을 10위 정도로 끌어올려야 하고 문화콘텐츠 수출도 400억 달러 정도로 늘려야 한다. 그럴 경우에 현재 60만개의 문화산업 일자리가 93만 개로 늘어나게 된다. 구체적으로 선진국이 되려면 1인당 문화소비액이 천 달러가 되어야 하는데 우리 나라는 현재 732 달러이다. 앞으로 연 8~9% 성장을 시키면 2020년에 1천5백 달러 정도가 되고 10위 권에 들어올 수 있다. 현재 전 세계 문화콘텐츠 시장규모가 자동차 시장보다 크다. 우리 문화콘텐츠 수출은 아까 사공일 이사장님께서 15위라고 말씀하는데 1위부터 15위 간에 격차가 매우 크다. 자동차 대비 10분의 1에 불과하다. 현재 분위기라면 이를 2020년 전까지 10배까지 늘릴 수도 있다.

매일경제가 제안하는 것을 전략으로 만들어보면 한류 위기의 핵심은 편중이다. K-pop과 드라마, 진출지역은 아시아로 결국 해결책은 비즈니스와 연계한 입체화 전략이다. 전 세계 한류와 기업 간 상생을 위한 벨트를 만들어 보니 M자 모양이 나와서 M-벨트라고 부른다. 여기에는 한류의 잠재력이 깔려 있다. 중남미, 북

미, 유럽 지역에 한류가 일회성으로 끝나지 않고 지속가능할 수 있는 방법이 무엇일까? 한국기업들의 시장개척이 한류와 함께 이루어져야 한다. 얼마 전 화장품 회사 사장이 프랑스를 다녀온 후 한류스타들에게 보조금을 지원해야겠다는 말씀을 했다. 그 이유는 예전에는 프랑스에서 한국化妆품을 거들떠보지도 않았는데 K-pop이나 드라마의 한류스타들 덕분에 화장품이 많이 팔았다는 것이다. 그래서 이제는 기업들이 단순히 한류스타들에게 보조금을 주는 차원이 아니라 이를 적극적으로 지원해줘야 하는 부분이라는 생각이 들었다.

몰링(Malling) 전략도 필요하다. ODA 자금으로 신흥국에 공연장 등을 지어줄 때 한국홍보관, 한국제품 쇼핑센터를 같이 지어 공연도 보고 한국 분위기도 알고 제품도 사게 하는 방향으로 유도를 해야 한다는 것이다. 따라서 COMITÉ 통해서 한류와 기업이 만남으로써 한류제품의 우수성을 널리 알려야 한다.

외국에서 볼 때 한류를 일으킨 대한민국이 제대로 된 나라라고 보이게 하려면 불법 다운로드를 반드시 근절해야 한다. 물론 불법 다운로드도 역시 처벌해야 한다. 정부가 직접 나서서 창작자보다 유통자가 돈을 더 많이 버는 구조를 개선해야 한다. 또한 품질관리에 있어서도 연예기획사와 제작사들의 무분별한 난립을 막는 등록제 방향으로 나가야 한다. 마침 몇 일 전 문화관광체육부가 등록제를 도입하기로 발표했다. 프랑스에서는 메세나법을 통과시켜서 기업들의 지원이 대폭 늘어나고 있는 반면 우리나라는 이 법의 시행이 국회에서 계류 중이다. 이 부분을 해결해야 한다. 청소년 문화바우처를 사용해 공연 수요를 늘리고 청소년의 잠재성을 키워주어 자라나는 청소년들에게 환경을 만들어주는 게 중요하다. 또한 한류가 국내에서 활성화되지 않으면 해외에 나가서 잘될 수가 없다. 외국 관광객이 서울에 와보면 관광루트에 한류 메카라는 것이 없다. 6대 거점(홍대-용산-충무로-대학로-잠실-청담)을 만들어 교통이 편한 루트를 만들어 보는 것도 정부가 시도해 봐야 하지 않을까 생각한다.

앞서 조현재 실장이 언급했듯이 정부는 주도하는 세력이 되어서는 안 된다. 정부는 축구에서 미드필더와 최전방 공격수를 연결시켜주는 새도우 스트라이커(shadow striker)와 같은 역할을 해야 한다. 예산을 집행하는 입장에 있기 때



문에 한번 주도권을 잡으면 계속 주도하게 되어 새도우 스트라이커(shadow striker) 역할이 쉽지 않지만 억제하면서 지원하는 마인드를 갖는 것이 상당히 중요하다 생각된다. 우리 문화산업의 번역 비율이 0.2%에 불과하다. 그렇기 때문에 번역 인프라 확충을 위해 한류 번역원이 필요하다. 해외에 설립된 한국문화원은 수도 적고 통합이 되어 있지 않은 상황이다. 한국문화원의 수를 100개 이상 늘리고 한글, 한국교육원, 문화가 한 곳에서 이루어질 수 있도록 통합관리가 되어야 한다.

한류가 아시아적 가치로 확산되고 서구인들에게 알려져야 하는데 그런 측면에서 볼 때 K-pop의 발상지인 한국에서 아시아 음악 거래시장(Asia Pop Fair)인 거래장터가 열려야 한다고 주장을 했다. 정부가 마침 10월에 아시아 뮤직마켓을 만들기로 발표했다. 매일경제의 제안을 상당히 적극적으로 수용해주어 감사 드린다. 원 아시아 문화 허브로서 문화 컨퍼런스가 상당히 중요하다고 생각한다. 많은 분들이 서울 국제아트스쿨, 일명 수많은 해외 연예인 지망생 양성기관을 제대로 설립해야 한다고 말씀하신다. 이의 커리큘럼은 물론 혁신적이어야 한다. 또한 한류는 종합적인 예술이다. 따라서 단순히 예술에만 관련된 것뿐 아니라 기획, 마케팅, 경영과 관련된 부분을 반드시 구체적으로 설립해야 한다고 말씀해주셨다.

마지막으로 한류가 냉전체제 종식에 기여할 것이라고 생각한다. 북한에 이미 휴대폰이 100만대 보급되어 있는데 이를 통해서 한류의 공연, 음악, 드라마가 전파된다면 결국은 경색된 남북관계 해소에도 도움이 될 것이라고 생각한다.

**사회** 토론을 통해서 정부에 대해 건의할 것과 기업과 업계가 스스로 해야 할 일을 생각해볼 필요가 있다. 이와 관련해서 대기업들이 해야 할 부분이 많다고 생각한다. 방금 한국 문화원에 대해서 이야기를 하셨는데 물론 정부가 이와 관련해서도 많은 일을 해야 한다. 하지만 정부가 하는 일은 모두 국민들의 세금으로 하는 것이기 때문에 한계가 있다.

이번 주 한중일 30인 회의에서 북경자동차회사 사장과 옆자리에 앉아 많은 대화를 나눴다. 유럽이나 서양의 자동차들과 한국자동차나 일본자동차, 그리고 중

국자동차와의 경쟁이 굉장히 심해지고 있다고 한다. 이 분 얘기가 유럽이나 서양의 자동차들이 스스로의 가치를 올리는 방법은 예를 들어 독일 문화를 더욱 더 알려 독일산을 선호하게 만든다는 것이다. 그러나 한국이나 아시아 지역에는 그러한 노력이 아직 미흡하다. 대기업들이 똑같은 제품을 가지고 코리아 디스카운트를 10%만 없애도 어마어마한 돈이다. 그것은 단기적인 이윤창출이란 측면에서도 필요하지만 이는 우리 국가 전체의 이미지 상승, 한국의 위상을 높이는 것이다. 기업의 사회적인 책임에 대해서도 많은 논의가 있지만 기업을 위해서도 필요하고 국가 전체적으로도 필요한 것이라고 본다. 그래서 기업이 한국의 문화원 같은 것을 많이 지원하면 기업의 직접적인 마케팅보다도 더욱 더 많은 효과를 얻을 것이라고 본다. 대기업의 적극적인 참여가 필요하다는 것이 강조됐으면 좋겠다.

반한류(反韓流)·혐한류(嫌韓流)에 대해서 말씀해주셨지만 우리가 한류에 대해서 굉장히 겸허하게 접근해야 한다고 본다. 한류가 단순한 호기심으로 끝나지 않게 긴 안목으로 겸허한 자세로 상대방의 문화와 문명을 최대한 존중해줘야 한다는 것이 지금 현재 단계에서 중요하다고 생각한다.

**이참 사장** \_ 나는 한국 사람이면서 세계 사람이다. 저도 한류의 한 요소(element)라고 할 수 있다. 한국드라마 출연 덕분에 일본에 가면 아직도 좋아하는 아줌마들을 가끔씩 만난다. (웃음)

사실 한류는 한국에서 많은 화제가 되고 있다. 그 전에도 물건을 팔면서 조금씩 세계적으로 인정받아 왔지만 그것은 결국 기술적, 기능적 가치를 알아주는 것이다. 따라서 크게 감동받지 못했다. 한국 자동차를 산다는 것이 어떤 정서적 가치를 느껴서라기보다 가격에 맞는 가치(value)가 있기 때문이다.

그런데 이제는 드라마를 비롯해서 K-pop 등 세계 사람들이 점점 열광해 오고 있다. 그러나 우리가 현실적으로 봐야 하는 것은 한류는 아직도 아주 미미한 현상이라는 사실이다. 앞서 토론자가 말씀했듯이 한류의 경제적 효과는 결국 일본 등 아시아에 국한되어 있다. 다른 지역에서는 아주 미미하다. 프랑스에서 K-pop을 듣는 청취자가 40만이라는 것은 우리 입장에서는 대단한 것이다. 그러나 사실 레

이디 가가(Lady Gaga)의 음악을 듣는 프랑스인은 5천만은 될 것이다. 한류가 세계적인 wave가 되려면 한국적인 것을 지나치게 강조해서는 성공하기 어렵다고 생각한다. K-pop을 좋아하는 세계 젊은이들에게는 그 노래가 한국 것인지의 여부는 중요하지 않다. 그들은 그저 세계적인 트렌드에 맞는 예쁜 가수들, 재미, 리듬감 등의 전체적인 이미지를 좋아할 뿐이다. 우리는 한류의 부가가치를 좀 더 확대해야 한다.

어쨌든 한국은 지금 한류의 혜택을 보고 있다. 어제도 캐나다 부자(夫子)를 만났는데 한국에 온 이유를 물어보니 아들이 빅뱅을 좋아해서 가족 전체가 여행을 왔다는 것이었다. 이처럼 적지 않은 혜택을 보고 있지만 앞으로 경제적인 효과를 좀 더 확대시키기 위해서는 한류를 한국적인 것에 국한하지 않는 세계적인 wave로 바라봐야 한다. 매경에서 예로 든 영국의 Creative Britain 정책이 성공할 수 있었던 이유는 지극히 영국적인 것을 강조해서가 아니라 글로벌한 부분을 강조해서 효과가 있었다고 생각한다.

Guy Sorman 교수께서 말씀해주셨지만 한국의 문명을 세계적으로 알리는 일이 시급하다고 생각한다. 한국의 문명은 분명히 한류는 아니다. 한류는 세계적인 트렌드인 반면 한국의 문명은 전통적인 가치와 아름다움, 한국의 철학, 한국의 미술과 예술이라고 할 수 있다. 한국의 문명을 세계적으로 알리기 위해서 앞에서 여러 차례 제안하셨듯이 독일의 괴테 재단(Goethe Institute)처럼 민간 중심의 재단을 설립하여 한국의 문명을 세계에 알리는 것이 시급한 과제라고 생각한다. 이것은 결과적으로 한국의 상품에 대한 감정적인 가치를 만드는 일이다. 그러나 고급스러운 한국의 문명을 세계적으로 알려야만 이러한 효과를 표출되게 할 것이다. 한국의 드라마, K-pop이 아무리 유명해져도 한국의 고급스러운 이미지를 담아낼 수는 없다. 한국의 고급스러운 이미지는 Guy Sorman 교수께서 말씀하셨듯이 전통적인 한국 역사를 통해 형성된 한국적인 정체성에서 나오는 것이다. 고급스럽고 재미있으며 독특하고 개성적인 한국 문명의 정체성을 알림으로써 부가가치 창출이 가능해질 것이다.

따라서 투트랙(two track) 접근 방식이 필요하다. 하나는 한류가 세계적 wave

가 될 수 있도록 개방화, 글로벌화하여 경제적, 마케팅 바탕을 구축하고 경제적 논리로 정립해야 한다. 또 다른 하나는 문명적 정체성, 이미지 창조를 위해 문화에 강력한 투자가 필요하다고 생각한다.

**사회**\_ 전적으로 동감이다. 앞에서 한류가 겸손하고 겸허해야 된다고 한 뜻은 나는 평소에 남들이 불러주는 게 아니라 우리 스스로 한류라고 부르는 것이 맞지 않다고 생각해왔다. 한류만 너무 강조하다 보면 일본, 중국 등 이웃 국가에서 부정적인 생각을 가질 수 있다 그러한 측면에서 거부반응이 상당히 있을 것이라 본다. 특히 정부에서 이 용어에 대해서 생각해봐야 할 것 같다. 문화의 세계화라는 것은 남이 볼 때도 포용할 수 있는 것이어야 한다. 우리 스스로가 한류를 광고하면 할수록 부작용이 커진다고 본다.

오늘 토론에서 주로 문화에 대해서 이야기를 했는데 문명에 대해서 말씀 드리자면 우리 한글이 세계적으로 자랑할만한 우리의 문명이라고 생각한다. 나는 예전에 한글날을 국경일로 정해야 한다는 기고를 했었다. 지금은 한글날이 국경일이 되었지만 쉬는 국경일은 아니다. 나는 다른 노는 국경일을 줄이고 한글날에 백일장 등을 통해서 우리 젊은이들이 디지털화된 세상에서 한글의 우수성을 세계에 알리는 것이 필요하다고 생각한다. 나는 한글 이상으로 한국적인 것은 없다고 본다. 한글이 없었다면 한국은 한자, 일본어 또는 영어를 쓰고 있었을 것이다. 그래서 한류와 함께 우리 문화뿐만 아니라 한글도 함께 알려야 한다고 생각한다.

**송승환 이사장**\_ 앞에서 좋은 말씀을 많이 해주셨다. 여러 비문화 전문가들이 문화에 대해서 열린 토론을 하는 것을 보니 기분이 좋다. 이렇게 문화에 대해서 관심을 가져주셔서 고맙다는 말씀을 드리고 싶다.

한류가 왜 생겨났는지에 대해서 잠깐 말씀을 드리면 우리와 같은 문화제작자들이 한국문화를 세계에 알리겠다는 사명감으로 절대 시작하지 않았다. 망하지 않으려고 시작했다. 대한민국에서만 공연을 해서는 절대로 제작비를 회수할 수 없었기 때문이었다. 작품을 가지고 일본이든 중국이든 나가서 시장을 넓혀야 제작

비를 회수할 수 있기 때문에 해외로 진출을 했다. K-pop이나 드라마도 마찬가지로 제작비는 점점 많이 드는데 국내시장으로는 제작비를 회수할 수 없기 때문에 해외로 나가는 것이었다. 그렇기 때문에 제일 가까운 일본, 중국으로 나간 것이 한류의 시작이었다. 한류는 굉장히 경제적인 논리로 출발한 것이라고 말할 수 있다. 도저히 국내시장만으로는 수익구조를 만들 수 없었다. 이는 문화산업뿐 아니라 다른 산업도 마찬가지라고 본다. 삼성이나 현대가 내수시장만으로는 큰 기업이 될 수 없었을 것이다.

일본의 문화산업 종사자들은 내수시장만 가지고도 잘 먹고 잘 살기 때문에 굳이 해외로 진출하려고 애를 쓰지 않는다. 우리와는 상황이 다르다. 세계시장을 진출하다 보니까 많은 어려움이 생기고 그 어려움을 타개하기 위해서 문제점들을 직면하고 관심을 가지기 시작했다. 우리는 먹고 살기 위해서 시작했는데 정부와 국가는 이 기회에 한국의 문화를 세계에 알리고 국가브랜드를 높일 수 좋은 기회로 활용하려고 한다. 아무리 좋은 정책이 있더라도 내수시장이 작다는 근본적인 문제가 해결되어야 한다. 영화, 연극, 뮤지컬, 발레, 오페라 등 우리나라에서 공연되는 모든 종류의 공연에서 1년 동안 팔리는 유료티켓이 바로 우리나라 공연시장의 규모인데, 이것이 6천억 원 정도 밖에 되지 않는다. 제조업에서 자일리톨껌이 1년에 2천억 원 정도 팔린다고 한다. 6천억 중에서 요즘 굉장히 잘된다는 국내 뮤지컬이 2천억에 못 미친다. 뮤지컬 시장도 자일리톨껌 값만도 못한 것이다. 결국은 내수시장이 작다는 뜻인데 이는 우리 국민들이 문화를 돈 내고 구입해서 즐기는 가치로 인정하지 않는다는 것이다. 우리나라에서는 지위가 높고 돈을 많이 벌수록 자기 돈을 내고 표를 사지 않고 초대권을 받기를 바란다. 사람들이 문화를 공짜로 소비하려고 하니까 내수시장이 탄탄해질 수 없다. 이런 바탕에서는 문화산업 발전이 매우 힘들다.

두 번째 문제는 아무리 좋은 정책도 자본주의 사회에서는 예산이 뒷받침되지 않으면 정책의 실효성이 없다. 문화체육관광부 예산이 우리나라 국가 예산의 1.2%인 것에 비해 OECD 평균 문화예산은 2.1%이다. 우리나라 문화체육관광부 예산이 OECD 국가 중 물론 꼴찌이고 OECD 평균의 절반 정도 밖에 안 된다. 그것

도 문화, 체육, 관광 예산을 합친 것이고 그 중 순수 문화예산은 6%이다. 사실은 OECD 국가 평균 문화예산의 4분의 1이다. 실제로 좋은 정책이 있더라도 우리 문화 실무자들이 문화체육관광부에 가서 실현하려고 하면 기획재정부에 가서 사정하다 끝이 난다. 내가 뮤지컬협회 이사장이 되어서 창작뮤지컬 지원예산을 받으려고 문화부 담당사무원, 국장 설득하고 문화부 재정국을 통과해서 간신히 문화부는 끝난 줄 알았다. 하지만 그 다음에 기재부 문화담당 사무관과 예산실장을 만나야 했고 그들을 설득을 해서 또 다 된 줄 알았다. 그런데 그 후에 이것이 국회예결에서 제동이 걸려 야당, 여당 의원들 만나 설득하고 어쨌든 시한에 쫓겨 날치기 통과가 되었다. 이처럼 예산이 작은 나라에서는 일을 벌릴 수가 없다. 앞서 매일경제에서도 아트스쿨, 아카데미 등 좋은 아이টে를 많이 제시해주셨지만 다 예산이 많이 드는 것이다. 정부에서 엄청난 투자를 해야 한다. 앞으로 이러한 토론에 기획재정부 분들이 많이 참석해 주셨으면 좋겠다.

또 하나는 우리는 개인적인 창작욕구와 신바람으로 이 일을 해왔다. 정부가 이와 같은 신바람을 부추기도록 인프라를 조성해주셨으면 좋겠다. 한국이 1970년대 수출드라이브 정책으로 수출업체에게 많은 혜택을 제공했었다. 문화수출 신바람이 날 수 있는 금융지원이 있었으면 좋겠다.

대한민국 사람처럼 DNA에 예술적인 끼가 있는 국가는 많지 않다. 동네마다 노래방이 있는 나라는 대한민국 밖에 없을 것이다. 분명 우리 DNA에는 끼가 있는데 그것이 억눌려 왔다. 부모님들은 상대나 법대를 보내려고 하지 예술 쪽은 싫어하셨다. 그래서 끼가 있는 사람들이 이 일을 하지 못한 경우가 많았었다. 현재 대한민국의 교육은 전혀 창의적이지 못하고 인프라가 매우 약하다. 한류가 지속적으로 발전하려면 창의적인 인재가 많이 필요하다고 말씀해주셨는데 오늘날과 같은 입시제도 하에서는 한류를 이어갈 수 있는 창의적인 인력을 기대할 수 없다. 이러한 창의적인 인재를 찾아내기 위해서 교육제도의 개편도 중요하지만 긴 노력이 필요하다고 생각한다.

**사회\_** 아주 좋은 말씀을 많이 해주셔서 감사하다. 우리나라는 경제발전을 한지가 오래되지 않아 인력 값이 싼 나라였기 때문에 사람 머리 속에서 나오는 것은 공짜라는 생각이 아직도 남아있는 것 같다. 지적재산권 보호에 대해서 굉장히 하드웨어 중심적 생각을 가지고 있다. 기계를 살 때 몇 백만 불은 쉽게 결제하면서 몇 십만 불인 소프트웨어는 망설여한다. 송승환 이사장이 언급한 것처럼 이 산업을 지키기 위해서 지적재산권 보호가 아주 중요하다. 그리고 정부 차원에서 이를 실현하는 데는 여러 가지 한계가 있으므로 민간부문 특히 대기업에서 스스로를 위해서도 이런 부분이 많이 보완되어야 한다고 생각한다.

예산의 제한이 있기 때문에 정부는 돈보다 여건을 만드는데 힘을 써주셨으면 좋겠다. 각 분야에 필요 이상의 규제와 간섭이 아직도 너무나 많이 남아있다. 특히 우리 제조업을 도와주는 서비스 분야의 벤처기업들이 오히려 역차별을 받고 있다. 그것은 산업화 시대에 만들어놓은 것이기 때문에 그렇기도 하다. 또한 서비스 산업은 금융기관에 융자받을 때도 역차별을 받는 문제도 있다. 발상의 전환 차원에서 모든 규제를 전부 살펴보고 이들 중 과감하게 정리해서 좋은 여건을 만들어 줘야 한다. 창의력이 최대한 발휘될 수 있게 해야 한다. 예를 들어 보건의료관광만 해도 할 수 있는 일이 많은데 한국은 법으로 그것을 못하게 제한하고 있다. 거기서 생길 수 있는 고부가가치 일자리가 많다. 그래서 예산 범위 내에서 정부가 여건을 만들어주는 일을 하는 것이 중요하다.

**김진식 대표\_** 미디어 콘텐츠 사업을 할 때 돈 버는 방법이 두 가지가 있다. 하나는 돈을 주고 콘텐츠를 사는 것이고 다른 하나는 광고시장이다. 한국축구 국가대표 경기와 같은 킬러 콘텐츠가 있는데 몇 년 전에 국민적 동의 혹은 미디어를 권력으로 쥐고 있는 사람들에게 제지를 당한 적이 있었다. 콘텐츠를 대가를 지불하고 구입한다는 사고방식이 중요하다. 어차피 다른 분야도 마찬가지지만 무역이라는 것은 쌍방향이기 때문에 콘텐츠도 그럴 것이라 생각한다. 한류 콘텐츠들이 나오고 있지만 지난 10년간 해외 콘텐츠 사업을 하면서 한국시장으로 진출하려 했더니 수익을 창출할 수 있는 방법들이 막혀있었다. 그 때 당시 규제기관은 일단 들

어오면 환경이 좋아질 때 수익을 낼 수 있을 것이라고 했었다. 하지만 이런 사고방식은 2~3년을 두고 사업을 해야 하는 입장에서는 수용하기 어려운 것이다. 또 하나의 관점은 한국의 콘텐츠들이 원자재 상태로 많이 팔리고 있다는 것이다. 글로벌 콘텐츠들이 글로벌 시장에서 유통되는 상황을 보면 비즈니스 모델만 3~4가지 된다. 한류 콘텐츠가 장기 유통되고 이를 활용하여 한국이 미디어허브가 될 수 있는 가능성이 있다고 생각한다.

**이참 사항\_** 한국이 IT 강대국이 된 과정을 보면 어느 시점에 IT가 살길이라는 것을 깨닫고 국력을 집중시켜 펀드를 조성하고 신소재를 개발하고 엄청난 돈과 노력을 집중시켰기 때문이다. 문화산업도 마찬가지다. 이런 과정을 거쳐야 문화의 경쟁력을 육성할 수 있다고 생각한다. 송승환 이사장께서 언급한 것처럼, 현재 논리로 문화를 발전시키고 상품화하려 하고 기존의 논리로 예산이 투입된다면 문화 강대국은 되지 못할 것이다. 창의적인 마인드를 제대로 활용하고 세계적인 경쟁력을 키우려면 새로운 발상, 즉 국력을 집중시키는 새로운 컨셉트가 필요하다. 이런 토론에서 완벽히 새롭게 출발할 수 있는 컨셉트를 제도화할 수 있는 방향을 논의해야 한다. 소위 문화산업이라는 개념을 다루는 정부의 기능을 새롭게 만들어야 한다고 생각한다.

**조현재 실장\_** 정부의 문화 예산이 부족하다는 말씀과 관련해 현실을 말씀 드리겠다. OECD 국가 중에서 문화 예산이 2.4%, 작년에는 1.1~1.2%이다. 이것은 문화, 체육, 관광을 모두 합친 예산이다. 문화관광체육부 예산은 3조 6천억 정도 된다. 여기에서 8천억 정도가 스포츠 분야가 많이 차지하고 있는 체육예산이다. 작년에 우리가 문화예산을 OECD 수준에서 평균 2% 정도인 중간 순위 정도로 목표를 세웠다. 장기적으로 2%라고 정했지만 작년에 1.5%를 달성하려고 많이 노력했다. 집권 여당에서 문화예산이 중요하다는 인식 하에 문화부가 생긴지 20년 만에 처음으로 문화부분에 대한 고위당정회의가 개최되었다. 그 결과 문화예산이 전년 대비 8% 정도 증액되어 지금의 1.1~1.2%가 되었다. 지난 5년 동안 정부에



산 증가율이 5~7%가 되었다. 재정당국도 평균 증가율이 2%인 문화분야 예산 증액이 중요하다고는 알고 있지만 복지, 국방, 교육 예산처럼 획기적으로 늘리긴 쉽지 않다. 그러므로 정부예산을 꾸준히 늘려나가는 노력을 하면서 민간분야의 협력을 통해서 문화분야 예산을 확보해 나갈 것이라는 말씀을 드린다.

**사회** \_ 몇 년 전 통계인데 한국이 OECD 국가 중 준법정신이 끝에서 3번째 나라이다. 우리 뒤에 멕시코, 터키가 있는데, 우리가 관광객을 많이 유치하고 한국 문화를 알리라고 하면서 우리가 법을 안 지키는 나라가 되면 안된다. 워낙 중요한 함축성을 갖고 있기 때문에 되풀이 하는데 우리 국민들의 OECD 국가의 평균만큼만 법질서만 지켜준다면 연 GDP가 1%p 성장하는 효과를 가져 온다는 예측도 있다. 예산만 평균으로 갈 것이 아니라 다른 부분에서도 선진화를 시켜 문화대국이 되어야 한다.

우리 세계경제연구원이 내년이 되면 벌써 20주년이 된다. 나는 지난 3~4년간 G20과 같은 정부 일을 하느라 연구원에 많은 관심을 두지 못했다. 앞으로 세계경제연구원에서 전통적 경제학 분야만이 아니라 문화 등 다양한 주제로 여러분들과 같이 생각하는 자리를 자주 마련하려고 한다. 많은 관심과 참석 부탁한다. 끝까지 경청해주셔서 감사하다.

---

# 연 · 사 · 소 · 개

---

- 사공 일 세계경제연구원 이사장
- 이 석 채 KT 대표이사 회장
- 최 광 식 문화체육관광부 장관
- 이 어 령 전 문화부 장관
- Guy Sorman 문명비평가
- 이 문 열 작가/한국외국어대 석좌교수
- 박 종 원 한국예술종합학교 총장
- 김 진 식 U-Stream Korea 대표이사
- 조 현 재 문화체육관광부 기획조정실장  
한류문화진흥단 부단장
- 전 병 준 매일경제신문 편집국 국차장
- 이 참 한국관광공사 사장
- 송 승 환 한국뮤지컬협회 이사장

## 사공 일 | 세계경제연구원 이사장

학 력	1964. 서울대학교 상과대학 졸업 1966. 9 미국 UCLA 석사 1969. 9 미국 UCLA 박사
주요경력	1969-1973 미국 뉴욕대학교 교수 1973-1982 KDI 재정금융실장 겸 부원장 1980 경제과학심의회 자문관 1981-1982 부총리 겸 경제기획원장관 자문관 1983 산업연구원장 1983-1987 청와대 경제수석비서관 1987-1988 재무부 장관 1989-1998 IMF 특별고문 1998-2000 ASEM비전그룹(AEVG) 의장 2000-2002 대외경제통상대사 2001.4-2002.3 대통령 국민경제자문회의 위원 2003.6-2004.5 대통령 국민경제원로자문회의 위원 2003.9-현재 고려대 석좌교수 2007.12-2008.3 대통령직 인수위원회 국가경쟁력강화 특별위원회 공동위원장 2008.3-2009.2 대통령 경제특별보좌관 겸 국가경쟁력강화위원장 2009.2-2009.11 대통령직속 G20 기획조정위원회 위원장 2009.11-2011.5 대통령직속 G20 서울정상회의 준비위원장 2009.2-2012.2 제27대 한국무역협회 회장 1993-현재 세계경제연구원 이사장
상 훈	국민훈장 모란장 청조근정훈장 중화민국 대수경성 훈장 벨기에 국왕 왕관대관장 고려대 정책인대상 UCLA 한국동창회 '자랑스런 UCLA 동문상' 주한미국상공회의소 특별공로상 한국통번역사협회 '올해의 연사상' UCLA 총장상 서울대학교 상과대학 총동창회 '빛내자상' 경북중고 총동창회 '자랑스러운 경맥인상'
주요저서 및 논문	1980 경제개발과 정부 및 기업가의 역할 1991 세계 속의 한국경제 2001 세계는 기다리지 않는다 외 다수

## 이석채 | KT 대표이사 회장

학 력	1968	서울대학교 상과대학(경영학) 졸업
	1976	미국 Boston University 정치경제학 석사
	1982	미국 Boston University 경제학 박사
주요경력	1968	제7회 행정고시 합격
	1984-88	대통령비서실 경제비서관
	1989	대통령비서실 지역균형발전기획단 부단장
	1991	대통령비서실 사회간접자본투자기획단 부단장
	1992-93	경제기획원 예산실장
	1994	농림수산부 차관
	1995	제1대 재정경제원 차관
	1996	제2대 정보통신부 장관
	1996-7	대통령실 경제비서실 경제수석비서관
	1998-2000	미국 미시간대학교 경영대학원 NTT 초빙교수
	2003-08	법무법인(유한) 태평양 고문
	2006-09	서울대학교 공과대학 기술경영 경제정책 대학원과정 초빙교수
	2008	BT(British Telecom) 고문
	2009-현재	KT 대표이사 회장 한국통신사업자연합회(KTOA) 회장 한국경제교육협회 회장

## 최광식 | 문화체육관광부 장관

학 력	1971 서울 중앙고등학교 졸업 1976 고려대학교 사학과 졸업 1981 고려대학교 대학원 졸업 (사학과) 1990 문학박사(고려대)
주요경력	1981-1982 고려대 · 효성여대 강사 1982-1993 효성여대 전임강사 · 조교수 · 부교수 1993-1995 효성여대 교수 1995 고려대 한국사학과 부교수 2000 고려대 박물관장 2000-2002 한국역사민속학회 회장 2001-현재 고려대 한국사학과 교수 2001-2002 미국UCLA 방문교수 2001-2003 한국고대사학회 회장 2003 중국의 고려사왜곡대책위원회 위원장 2004 고구려연구재단 상임이사 2007-2009 문화재위원회 사적분과위원 2008-2011 국립중앙박물관장 2009 문화재위원회 세계유산분과 위원 2009 국사편찬위원회 위원 2010-2011 한국사연구회 회장 2011 문화재청장 2011-현재 문화체육관광부 장관
상 훈	2007 박물관인의 날 대통령표창 2008 올해를 빛낸 중앙인상 2011 G20정상회의 대통령표창
저 서	1995 고대 한국의 국가와 제사 1998 몽골의 암각화 2000 남창 손진태의 삶과 학문 2000 용인의 마을의례 2003 해상왕 장보고 2004 중국의 고구려사 왜곡 2004 우리 고대사의 성문을 열다 2004 단재 신채호의 천고 2006 백제의 신화와 제의 2007 한국 고대의 토착신앙과 불교 2009 점교 삼국유사

## 이어령 | 초대 문화부 장관

<b>현 직</b>	대한민국 예술원 회원, 문학박사, 문학평론가, 이화여대 명예석좌교수, 중앙일보 상임고문	
<b>학 력</b>	서울대학교 문리대 졸업, 동 대학원 졸업, 문학박사	
<b>학 계</b>	1960년대 서울대 문리대 강사, 단국대학 전임강사로 출발, 이화여대 문리대 강사, 조교수, 부교수, 교수, 석좌교수 1980년대 일본동경대학 객원 연구원, 89년 국제 일본문화 연구센터 객원교수(89) 1989년 이화여자대학 기호학연구소 소장	
<b>언론계</b>	1960년 서울신문 논설위원으로 출발, 한국일보, 중앙일보, 조선일보 등 논설위원으로 칼럼을 담당, 경향신문 불란서 특파원 등을 역임	
<b>문화계</b>	1956년 문학예술지를 통해 문학평론가로 문단에 데뷔 1970년 문학사상 주간 1988년 올림픽 개폐회식 식전과 문화행사를 주도 1993년 대전 엑스포의 문화행사와 리사이클관을 주도 1990년 초대 문화부장관 (90-91) 1996년 무주-전주 동계유니버시아드 개폐회식 등을 주도 2010년 유네스코 세계문화예술교육대회 조직위원회 위원장	
<b>상 훈</b>	1979년 대한민국 문화예술상 1992년 일본 문화디자인상 대상 1996년 일본 국제문화교류재단 대상 1988년 대한민국 맹호훈장을 받음 (올림픽 공로) 1992년 대한민국 청조훈장을 받음	2001년 서울시 문화상 2003년 대한민국예술원상 (문학부문) 2006년 자랑스러운 서울대인상 2007년 삼일문화예술상 2009년 한민족문화예술대상 (문학부문)
<b>저 서</b>	<b>에세이</b> 「흠속에 저 바람속에」(60년), 「축소지향의 일본인」(81) 등 베스트 셀러 출간, 일본, 중국, 불란서, 미국 등에서 번역 소개 「가위바위보의 문명론」(일본 신조사 2005년) 「디지털로그」(2006년, 생각의 나무) 「젊음의 탄생」(2008, 생각의 나무) 「생각」(2009, 생각의 나무) 「지성에서 영성으로」(2010, 열림원)	소설「장군의 수염」「암살자」「환각의 다리 무익조」 외 <b>희곡, 시나리오</b> 「기적을 파는 백화점」「세 번은 짧게 세 번은 길게」 「사자와의 경주」 외 전집「한국과 한국인」(전 6권)「이어령 전집」(전 20권) 「생각에 날개를 달자」(전 12권)「이어령라이브리」(전 30권, 문학사상사, 2002 ~ 2004)

## Guy Sorman | 프랑스 칼럼니스트

<b>학 력</b>	프랑스 국립행정학교(ENA)	
<b>주요경력</b>	1970-2000 1979 1985 1995-현재	프랑스 파리정치학교 교수 프랑스 인권단체 Action against Hunger 설립자 미국 스탠포드대 후버연구소 객원교수 Boulogne시 부시장 프랑스 국가인권위원회 위원
<b>저 서</b>	2008 2006 2004 2003 1991	「경제는 거짓말을 하지 않는다(Economics does not lie)」 「중국이라는 거짓말」 「Made in USA」 「진보와 그의 적들」 「20세기를 움직인 사상가들」 등 다수 ※ 특기사항: 한국 경제 발전에 각별한 관심과 애정을 가진 경제학자

## 이문열 | 작 가

<b>학 력</b>	196 1967 1970	경북 안동고 중퇴 대입검정고시 서울대 국어교육과 중퇴		
<b>주요경력</b>	1978-1981 1979 1994-1997 1998 2003 2009-현재	대구 매일신문 기자 동아일보 신춘문예 등단 세종대 국문과 교수 부약문원 대표 한나라당 공천심사위원 한국외국어대 석좌교수		
<b>상 훈</b>	1979 1982 1987 1992 1992	제3회 오늘의 작가상 제15회 동인문학상 제11회 이상문학상 제37회 현대문학상 대한민국 문화예술상	1992 1998 1999 2009	프랑스 문화예술공로훈장 수훈장 제2회 21세기 문학상 호암 예술상 제54회 대한민국예술원상
<b>저 서</b>	'세하곡'(1979년, 데뷔작), '우리들의 일그러진 영웅', '젊은 날의 초상', '삼국지', '사람의 아들', '황제를 위하여', '구로아리랑' 등			

박종원 | 한국예술종합학교 총장

<b>학 력</b>	한양대학교 연극영화과 학사 한국영화아카데미(연출) 졸업 Academy of Art University MFA
<b>주요경력</b>	1997-1999 한국공연예술진흥협의회 위원 1999 영상물등급위원회 위원 2007 (사)영화감독협회 부이사장 2009 한국예술종합학교 영상원장 2009-현재 한국예술종합학교 총장
<b>실 적</b> (극영화제작)	1989 「구로아리랑」감독, 시나리오 1992 「우리들의 일그러진 영웅」감독, 시나리오 1995 「영원한 제국」감독, 시나리오 1999 「송어」감독 및 시나리오 2001 「파라다이스 빌라」 감독, 시나리오 2007 「정조 암살 미스터리 8일」 TV 드라마(10부작) 연출
<b>저 서</b>	1999 「시나리오에서 스크린까지」
<b>수상경력</b>	1992 「우리들의 일그러진 영웅」 우수 작품상, 감독상(대중상 영화제) 최우수 작품상, 감독상(청룡상 영화제) / 대상, 작품상, 감독상 (백상예술대상) 외 다수 1995 「영원한 제국」최우수작품상, 감독상(대중상영화제) / 최우수 작품상(영평상) 1995 「95 오늘의 젊은 예술가상」(문화체육부) 1999 「송어」 심사위원 특별대상(동경국제영화제) / 예술실험영화 선정(영화진흥위원회) 2007 「정조 암살 미스터리 8일」 좋은방송프로그램상 드라마부문 수상(한국방송비평회 선정)



## 김진식 | U-Stream Korea 대표이사

학 력	1995	서강대 경영학 전공
	2001	Indiana University MBA 수료 (마케팅 전공)
주요경력	2001-2003	삼성전자 글로벌 마케팅실 해외미디어 사업 제휴 업무 담당
	2004-2006	CNBC 아시아/태평양 이사 (아시아 지역 콘텐츠 유통 총괄업무)
	2007-2008	Bloomberg Television의 아시아-태평양 부사장
	2009-2010	Technicolor(구 Thomson) 아시아 담당 부사장 겸 싱가포르 대표이사
	2011	Viacom International Media Networks 콘텐츠 유통 아시아 담당 부사장

## 조현재 | 문화체육관광부 기획조정실장

학 력	연세대학교 행정학 졸업 영국 브리스톨대 청소년 정책 박사	
주요경력	1982	체육부 입부
	1986	86서울아시안게임 준비 참여
	1988	88서울서울올림픽 준비 참여
	1994	농어촌청소년육성재단 설립
	2002	부산아시안게임 준비 참여
	2002	월드컵축구대회 준비 참여
	2003	대구 유니버시아드대회 준비 참여
	2003	청소년 국장
	2011-현재	문화체육관광부 기획조정실장겸한류문화진흥단 부단장

## 전병준 | 매일경제신문 편집국 국차장

<b>학 력</b>	고려대학교 경제학과 졸업 미국 밴더빌트 대학 경영학 박사 (환경경영 전공)
<b>주요경력</b>	1987 매일경제신문사 입사 뉴욕 특파원, 경제부장, 금융부장, 산업부장 등 역임 현재 매일경제신문사 편집국 국차장, 세계지식포럼 사무국장

## 이 참 | 한국관광공사 사장

<b>학 력</b>	1991 Trinity Theological Seminary 대학원(성서상담학)석사 1977 Guttenberg Universitat대학교(불문학 석사)졸업 1972 Gymnasium an der Stadtmauer고등학교 졸업
<b>주요경력</b>	2009.7.30 한국관광공사 사장(공모 선임) 2007-09 예일회계법인 고문 2004-09 기획예산처 혁신 자문위원 2004-07 기아자동차 고문 2002-03 KTF 사외이사 2001-08 (주)빅웰 회장 2000-06 참스마트 대표이사 2000-02 문화관광부 한국방문의해 추진위원 1997-99 (주)신한경영연구소 고문이사 2000-06 해성 엔지니어링 대표이사 1992-94 한독상공회의소 이사
<b>수 상</b>	제 31회 백상예술대상 인기상 수상 2006 한글학회, 문화관광부 '우리말 지킴이' 선정

## 송승환 | 한국뮤지컬협회 이사장

<b>학 력</b>	한국외국어대학교 졸업
<b>주요경력</b>	(주)PMC 프러덕션 대표이사 성신여자대학교 융합문화예술대학 학장 문화산업포럼 공동대표 한국뮤지컬협회 이사장
<b>수 상</b>	2007 제13회 한국 뮤지컬 대상 프로듀서상 2007 제56회 서울시 문화상 연구분야 수상 2008 제40회 대한민국 문화예술상 문화부문 수상

## 세계경제연구원 출간물 및 특별강연 시리즈 목록

### Occasional Paper Series

00-01	한미관계: 현황 및 향후 전망	Stephen W. Bosworth
00-02	글로벌 뉴 이코노미: 도전과 한국의 활로	양수길
00-03	금융감독의 세계적 조류	이용근
00-04	성장하는 아시아와 침체 속의 일본	Kenneth S. Curtis
00-05	세계 금융체제의 미래와 우리의 대응	Morris Goldstein
00-06	시애틀 이후의 WTO와 한미 FTA전망	Jeffrey Schott/최인범
00-07	다자간 국제경제기구의 미래와 전망	Anne O. Krueger
00-08	남북한 관계: 현황과 전망	Marcus Noland
00-09	Knowledge 시대의 외국인 직접투자 유치	Andrew Fraser
00-10	미국 행정정부 및 의회의 대외 경제 정책방향	C. Fred Bergsten
01-01	2001년 미국, 일본경제와 아시아	Kenneth S. Curtis
01-02	부시 행정부의 對韓경제정책과 한국의 대응	Marcus Noland
01-03	3C를 극복하자	Jeffrey D. Jones
01-04	하이테크와 비즈니스, 그리고 세계경제	John Naisbitt
01-05	한국과 IMF	Stanley Fischer
01-06	한국경제의 향후 10년	Dominic Barton
01-07	세계 달러본위제도와 동아시아 환율딜레마	Ronald McKinnon
01-08	新국제질서 속의 유럽과 한국	Pierre Jacquet
02-01	금융위기 再發 어떻게 막나: 칠레의 경험을 중심으로	Carlos Massad
02-02	세계경제의 기회와 위험	Martin Wolf
02-03	미·일 경제 현황과 한국의 대응	Marcus Noland
02-04	미국경제와 세계경제: 회복가능성과 위험	Allen Sinai
02-05	세계화: 혜택의 원동력	The Rt. Hon. Patricia Hewitt, MP
02-06	9·11 테러사태 이후의 세계질서: 문명의 충돌인가?	Francis Fukuyama
02-07	아시아지역의 통화·금융 협력	Barry Eichengreen
02-08	세계경제, 회복되나?	Kenneth S. Curtis
02-09	미국경제와 달러의 장래	Marcus Noland
02-10	도하라운드: 문제점과 전망	Jagdish Bhagwati
02-11	2003 한국경제와 세계경제 전망	Paul F. Gruenwald

02-12	미국경제 현황과 세계경제의 앞날	John B. Taylor
02-13	9·11사태와 미국의 한반도 정책	Thomas C. Hubbard
02-14	미국 경제, 달러 및 대외통상정책 방향	C. Fred Bergsten
02-15	미국의 IT산업 관련 정책과 한국	Peter F. Cowhey
03-01	이라크전 이후의 미국경제와 세계경제	Allen Sinai
03-02	OECD가 본 한국경제	Donald Johnston
03-03	아·태 지역에서의 미국의 새 역할	Charles Morrison
03-04	세계경제 전망과 부시 행정부의 경기부양책	Phil Gramm
03-05	침체된 독일·유럽 경제가 주는 정책적 교훈과 시	Hans Tietmeyer
03-06	동아시아 금융협력과 한국	Eisuke Sakakibara
04-01	2004 미국경제와 세계경제 전망	Allen Sinai
04-02	김정일 이후의 한반도	Marcus Noland
04-03	미국 대통령선거와 韓·美·日 관계	Hugh T. Patrick/ Gerald Curtis
04-04	중국경제의 부상과 동북아 지역경제	Dominic Barton
05-01	대통령선거 이후의 미국 통상정책, 어떻게 되나?	Peter F. Cowhey
05-02	아시아 경제·무역환경, 어떻게 전개되나	Dominic Barton
05-03	2기 부시 행정부의 경제정책과 세계경제 및 시장 전망	Allen Sinai
05-04	일본의 시각에서 본 한국경제의 활로	Fukagawa Yukiko
05-05	국제 신용평가기관이 보는 한국	Thomas Byrne
05-06	세계 속의 한국경제: 역할과 전망	Anne O. Krueger
05-07	중국과 인도가 세계경제에 미치는 영향	Wendy Dobson
05-08	동아시아와 아·태지역 경제통합	Robert Scollay
06-01	고유가와 세계경제의 앞날	Philip K. Verleger
06-02	2006년 미국경제/세계경제와 금융시장 전망	Allen Sinai
06-03	한-미FTA: 지속성장의 활로	Alexander Vershbow
06-04	일본의 대외경제정책과 한-일 FTA	Oshima Shotaro
06-05	일본 경제회생과 한국경제	Fukagawa Yukiko
06-06	세계 M&A시장 현황과 전망: 우리의 대응	Robert F. Bruner
07-01	한미관계: 새로운 동반자 시대를 지향하며	Edwin J. Feulner
07-02	통일 이후 독일 경제 침체의 교훈	Juergen B. Donges
07-03	2007년 세계경제와 금융시장의 지각변동	Allen Sinai

07-04	급변하는 세계 경제환경, 어떻게 대처해야 하나	Angel Gurría
07-05	동아시아 FTA가능한가?: 중국의 시각	Zhang Yunling
07-06	구조적 변화 맞고 있는 세계석유시장과 한국	Fereidun Fesharaki
07-07	변모하는 세계경제와 한국	Anne O. Krueger
07-08	되살아나는 일본경제: 전망과 과제	Fukagawa Yukiko
07-09	디지털 네트워크 경제와 글로벌 기업 전략	Ben Verwaayen
07-10	한-미 FTA: 미국의 시각	Jeffrey Schott
07-11	한-미 FTA와 한국경제의 미래	Barry Eichengreen
08-01	국가 미래를 위한 한국의 세계화 전략	Anne O. Krueger
08-02	2008년 미국경제와 세계금융시장 동향	Allen Sinai
08-03	유럽의 경제침체: 우리에게 주는 시사점	Guy Sorman
08-04	차기 미국 대통령이 풀어야 할 세계적 도전	James A. Baker III
08-05	일본 증권시장의 현재와 전망	Atsushi Saito
08-06	대선 이후 미국의 정치·경제, 어떻게 전개되나?	Phil Gramm
08-07	세계 및 아시아 경제·금융 전망	Charles Dallara
09-01	2009년 한국 경제와 세계 및 아시아 경제 전망	Subir Lall
09-02	혼란과 전환기의 경쟁력 강화: 과제와 전망	Deborah Wince-Smith
09-03	위기 속의 미국 및 세계 경제와 금융: 전망과 정책대응	Allen Sinai
09-04	미국 오바마 행정부의 통상정책	Jeffrey Schott
09-05	하강하는 세계경제와 케인지언 정책처방의 실효성	Justin Yifu Lin
10-01	새로운 세계질서 속에 변화하는 EU: 한국의 기회는?	Jean-Pierre Lehmann
10-02	위기 이후 미국 및 세계경제 전망, 그리고 유산과 정책과제	Allen Sinai
10-03	세계경제, 어떻게 볼 것인가?: 진단과 전망	Anne O. Krueger
11-01	위기 이후의 세계경제와 한국경제: 2011년 및 2012년 전망	Allen Sinai
11-02	원자력 발전의 안전성과 경제성: 한국의 선택은?	장순홍
11-03	중국경제의 재(再)균형	Yu Yongding
12-01	혼돈 속의 세계경제와 금융시장: 분석과 2012년 전망	Allen Sinai

## 세 계 경 제 지 평

94-01	유목적 세계의 도전	Jacques Attali
94-02	세계주의와 지역주의 混在	이영선
94-03	기회와 위협으로서의 中國	김완순
94-04	21세기 준비, 어떻게 할 것인가	Paul Kennedy
94-05	화폐의 종말/자본주의 이후의 사회	홍기택/주한광
94-06	UR 이후 아·태 경제협력의 과제	유재원
94-07	환경과 무역	나성린/김승진
94-08	円高에 따른 일본의 산업구조조정과 한국경제의 대응	이종윤
94-09	세계경제환경 변화와 우리의 선택	사공일
94-10	개방화에 따른 기업정책의 방향	김종석
95-01	한국경제의 위상에 걸맞은 국제적 역할: 도전과 기회	사공일
95-02	기업의 세계화와 경쟁 규범	김완순
95-03	무엇이 세계화인가	김병주
95-04	한국과 미국: 2000년의 세계경제	James Laney
95-05	세계경제는 좌초할 것인가	김적교
95-06	엔화강세 지속가능성과 우리의 대응	박진근
95-07	세계화와 한국경제: 호황인가 거품인가	구본호
95-08	확산되는 특혜무역협정과 정책과제	남종현
95-09	역사인식과 한일 관계	홍원탁
95-10	일본산업의 네트워크 구조와 그 효율성	이종윤
95-11	국제경쟁력의 갈등	이재웅
95-12	해방 후 우리 경제 반세기의 회고와 전망	김광석
96-01	국내 선물시장의 구상과 전망	이선
96-02	중소기업시대 열릴 것인가	유동길
96-03	단체교섭제도 有感	배무기
96-04	세계화와 기업의 변신	지청
96-05	우리나라 금융시장개방의 추진방향	박영철
96-06	다변주의 對 지역주의, 兩立은 가능한가?	김세원
96-07	派生金融商品의 위험과 효용	민상기

96-08	최근 경제위기의 실체와 대응방향	김광석
96-09	경제발전, 제도개혁, 경쟁질서의 확립	이성섭
96-10	轉機를 맞이한 정부의 기능	김병주
96-11	WTO의 새로운 협상의제	김완순
97-01	노동법개정 難局의 해법: 교섭창구 단일화를 前提한 複數勞組 허용	김수곤
97-02	감속성장, 왜 바람직한가	김적교
97-03	韓寶 사태의 敎訓	이재웅
97-04	세계화 시대의 경제운영	남덕우
97-05	기업성장의 虛實: 韓寶事態에서 얻는 敎訓	지청
97-06	북한의 식량난과 집단농장체제	문팔용
97-07	한국의 금융개혁	윤계섭
97-08	高齡化社會의 도래와 財政危機	박종기
97-09	外換危機의 일반모형을 감안한 우리의 대응방향	박진근
97-10	벤처기업시대를 열어가려면	유동길
98-01	한국의 經濟奇蹟은 끝날 것인가?	남종현
98-02	패러다임의 대전환 없이는 위기 극복이 불가능하다	송대희
98-03	기업구조조정과 바람직한 은행-기업관계	남상우
98-04	새로운 기업지배구조의 모색과 사외이사의 역할	이영기
98-05	고투자-고저축 고리의 단절을 위한 제언	이영탁
99-01	연금개혁의 전망과 과제	박종기
99-02	지하철파업과 다시 보는 노조전임자 문제	김수곤
99-03	금융구조조정과 중소기업금융	박준경
99-04	21세기를 향한 환경정책과제	김종기
99-05	소득분배 문제의 실상과 대응방향	김광석
00-01	200년 경제전망 및 향후 과제	김준경
00-02	세계금융체제에 관한 논의, 어떻게 되고 있다	사공일
00-03	아시아 금융위기와 한국경제의 미래	사공일
00-04	고비용 低능률 구조의 부활	이종윤
00-05	아시아 경제회복, 지속될 것인가?	사공일
00-06	국제경제환경과 한국경제	조윤제
00-07	기업경영 감시를 위한 기관투자자의 역할	이재웅



00-08	미국의 구조조정 경험과 교훈	이영세
01-01	한국산업의 경쟁력 위기와 향후 진로	김도훈
01-02	주 5일 근무제 도입 신중해야	박영범

### 연구보고서 ( 세계경제 시리즈 )

94-01	UR이후 아·태 경제협력의 과제와 한국의 선택	유재원
94-02	환경-무역관계가 한국 무역에 미치는 영향	김승진/나성린
94-03	円高에 따른 일본의 산업구조조정과 한국경제의 대응	이종윤
94-04	개방화에 따른 기업정책의 방향	김종석
95-01	국내 외국인 직접투자 현황과 정책대응	주한광/김승진
95-02	비즈니스 리엔지니어링 기업:한일 기업의 수명가능성 비교	이재규
95-03	WTO 체제와 우리의 대응	김지홍
96-01	국내선물시장에 대한 구상과 전망	이선
96-02	일본산업의 네트워크구조와 그 효율성	이종윤
97-01	루마니아의 경제현황과 주요개혁과제	김광석/김병주/고일동
99-01	우리경제의 成長要因과 成長潛在力 展望	김광석
99-02	한국과 ASEAN 諸國間 무역구조의 변화추이와 대응방향	김승진
99-03	The Global Trading System: Challenges Ahead	Wan-Soon Kim/Nakgyoon Choi
99-04	정보화의 세계적 추세와 우리의 대응방안	박종국
00-01	Financial Crisis and Industry Policy in Korea	Young Sae Lee/Young Seung Jung
01-01	한국에서의 기술이전과 정보의 역할	이영세
01-02	우리나라의 산업·무역정책 전개과정	김광석

### 특별강연 시리즈

94-01	21세기 준비 어떻게 할 것인가	Paul Kennedy
94-02	미국과 일본 간의 기술경쟁과 한국에 미친 영향	Ronald Morse
94-03	일본경제, 무엇이 문제인가	Toyoo Gyohen

94-04	미국경제와 세계경제: 현황과 전망	Allen Sinai
94-05	국제환율제도 이대로 좋은가	John Williamson
94-06	The Promises of the WTO for the Trading Community	Arther Dunkel
95-01	멕시코 페소화 위기와 세계금융시장 동향	Charles Dallara
95-02	세계경제 동향과 미국경제 전망	Allen Sinai
95-03	새로운 게임, 새로운 규칙과 새로운 전략	Lester Thurow
95-04	미국 · 북한관계 전망	Robert Scalapino
95-05	미국의 동아시아 정책과 한반도	James A. Baker III
95-06	미 · 일 무역마찰과 한국	Anne O. Krueger
95-07	동북아경제권 개발 전망: 일본의 시각	Hisao Kanamori
96-01	Prospects of Global Economy in 1996	Allen Sinai
96-02	유럽연합(EU)의 앞날과 세계경제	Ørstrom Møller
96-03	세계경제와 OECD의 역할	Donald Johnston
96-04	동아시아 경제성장의 정치적 배경과 영향	Francis Fukuyama
96-05	국제사회에서의 한국의 새 역할	A.W. Clausen
97-01	다국적기업과 동아시아 경제통합	Wendy Dobson
97-02	아 · 태 지역에 대한 미국의 안보정책	William J. Perry
97-03	뉴질랜드의 공공부문 개혁	Donald K. Hunn
98-01	범 세계적 기업과 다자간 투자협정	Edward M. Graham
98-02	변화 속의 안정: 새로운 한 · 미 관계의 모색	W. Anthony Lake
98-03	한국: 동북아의 새로운 협력 중심으로	Donald P. Gregg
98-04	경제적 측면에서 본 독일 통일의 교훈	Juergen B. Donges
98-05	세계화와 종족화: 20세기 말의 딜레마	Guy Sorman
99-01	북한의 정치 · 경제 상황과 동북아 안보	Marcus Noland
99-02	엔-달러 환율과 국제금융시장	Kenneth S. Curtis
99-03	한국과 아시아 경제: 전망과 정책대응	Donald Johnston/Hubert Neiss
99-04	미국과 일본 경제의 비교평가	Hugh T. Patrick
99-05	세계경제: 도전과 전망	Rudiger Dornbusch
00-01	금융세계화, 어떻게 대처하나	James P. Rooney
00-02	2000년 국제금융 및 신흥시장 전망	Charles Dallara/Robert Hormats
00-04	기업 · 금융 관계: 현황과 전망	이용근

00-07	남·북한 관계: 현황과 전망	Marcus Noland
00-09	Knowledge Era의 외국인 투자유치	Andrew Fraser
01-02	2001년도 미국, 일본 경제와 아시아	Kenneth S. Courtis
01-02	부시 행정부의 對韓경제정책과 한국의 대응	Marcus Noland
01-04	3C를 극복하자	Jeffrey D. Jones
01-06	하이테크와 비즈니스, 그리고 세계경제	John Naisbitt
01-07	한국과 IMF	Stanley Fischer
01-07	한국경제의 향후 10년	Dominic Barton
01-11	금융위기 어떻게 막나: 칠레의 경험	Carlos Massad
01-11	미·일 경제현황과 한국의 대응	Marcus Noland
02-01	세계화: 혜택의 원동력	The RT, Hon. Patricia Hewitt,MP
02-01	9·11테러사태 이후의 세계질서: 문명의 충돌?	Francis Fukuyama
02-02	아시아 지역의 통화·금융 협력	Barry Eichengreen
02-06	미국경제와 달러의 장래	Marcus Noland
02-07	도하라운드: 문제점과 전망	Jagdish Bhagwati
02-09	2003 한국경제와 세계경제 전망	Paul F. Gruenwald
02-10	9·11사태 1주년과 미국의 한반도정책	Thomas C. Hubbard
02-10	미국경제 현황과 세계경제의 앞날	John B Taylor
02-12	미국의 IT산업 관련정책과 한국	Peter F. Cowhey
03-04	이라크전 이후의 미국경제와 세계경제	Allen Sinai
03-05	2003 세계경제와 한국: OECD의 시각	Donald Johnston
03-06	아·태 지역에서의 미국의 새 역할	Charles Morrison
03-07	세계경제 전망과 부시행정부의 경기부양책	Phil Gramm
03-10	세계환율체제 개편과 동아시아 경제	John Williamson
04-04	김정일 이후의 한반도	Marcus Noland
04-04	외국기업인의 눈에 비친 한국경제	William Oberlin
04-06	미국 대통령선거와 한·미·일 관계	Hugh T. Patrick
04-10	아시아 화폐단일화, 가능한가?	Robert Mundell
04-11	대통령선거 이후의 미국 통상정책, 어떻게 되나	Peter F. Cowhey
05-04	국제신용평가기관이 보는 한국	Thomas Byrne
05-09	세계경제, 무엇이 문제인가	Barry Eichengreen

05-10	미국의 힘은 얼마나 강한가	Paul Kennedy
05-10	중국의 부상, 어떻게 보아야 하나	Bernard Gordon
06-04	세계 IT리더십 경쟁: 승자와 패자	George Scalise
06-05	세계인이 보는 한국경제는?	Charles Dallara
06-06	20년 후의 중국, 어떻게 될까?	Richard Cooper
06-09	아시아 공통통화와 아시아 경제통합	Eisuke Sakakibara

## 전문가 진단

한국 FTA 정책의 虛와 實	남종현
A Foreign Businessman's Observation on the Korean Economy & Other Things	William Oberlin
세계 속의 한국 경제: 과제와 전망	사공 일編

## 기타 보고서

The Global Economy and Korea	사공 일編
The Multilateral Trading and Financial System	사공 일編
Major Issues for the Global Trade and Financial System	사공 일編
탈냉전시대 韓美 정치·경제협력관계	사공 일/C. Fred Bergsten編
새로운 韓美 협력체제의 모색	사공 일/C. Fred Bergsten編
세계화 시대의 英·美	C. Fred Bergsten編
한반도 통일 및 韓美 관계의 현황과 과제	사공 일編
International Next Generation Leaders' Forum [ I ]	세계경제연구원編
International Next Generation Leaders' Forum [ II ]	세계경제연구원編
International Next Generation Leaders' Forum [ III ]	세계경제연구원編
International Next Generation Leaders' Forum [ IV ]	세계경제연구원編
세계 반도체산업의 발전전망과 한국의 대응전략	세계경제연구원編
한국의 금융개혁	세계경제연구원編
Policy Priorities for the Unified Korean Economy	사공 일/김광석編

The Fifty Years of the GATT/WTO: Past Performance and Future Challenges	사공 일/김광석 編
아시아 금융위기의 원인과 대책	사공 일/구영훈 編
아시아 금융위기와 한미 관계	세계경제연구원 編
For Better Tomorrow: Asia-Europe Partnership in the 21 <sup>st</sup> Century	ASEM Vision Group
제6차 한미 21세기 위원회 보고서	세계경제연구원 編
동북아시아포럼 2000	세계경제연구원 編
Reforming the International Financial Architecture: Emerging Market Perspectives	사공 일/왕윤중
세계 자유무역 의제를 위한 여건조성	세계경제연구원 編
Rebuilding the International Financial Architecture: (EMEPEG 서울보고서)	Emerging Markets Eminent Persons Group 編
새로운 국제질서와 한국의 대응(Ⅰ) - 새로운 세계질서: 기회와 도전 -	세계경제연구원 編
새로운 국제질서와 한국의 대응(Ⅱ) - 세계경제 및 주요국 경제의 앞날 -	세계경제연구원 編
새로운 국제질서와 한국의 대응(Ⅲ) - 한국 경제의 진로 -	세계경제연구원 編
세계경제연구원 개원 10주년 국제회의	세계경제연구원 編
세계 환율체제 개편과 동아시아 경제	John Williamson
아시아 화폐단일화, 가능한가?	Robert Mundell
창업활성화, 어떻게 하나	세계경제연구원 編
세계경제, 무엇이 문제인가?	Bernard Gordon
미국의 힘은 얼마나 강하며, 중국의 부상은 어떻게 보아야 하는가?	Paul Kennedy/Barry Eichengreen
2006 IGE/삼성전자 GLOBAL BUSINESS FORUM	Richard B. Cooper/George Scalise
아시아 경제통합과 세계 속의 한국경제	Eisuke Sakakibara/Charles Dallara
2007 IGE/삼성전자 Global Business Forum	Guy Sorman/Tarun Das
Globalization and Korean Financial Sector (세계화 시대의 한국 금융산업)	세계경제연구원 編
2007 IGE/Prudential International Finance Lecture	David Hale/Jerald Schiff
2008 IGE/Prudential International Finance Lecture	Robert C. Pozen/Jeffrey R. Shafer
Lessons from the Recent Global Financial Crisis: It's Implications for the World and Korea	세계경제연구원 編
2009 IGE/Prudential International Finance Lecture	Danny Leipziger/Anne O. Krueger
2010 IGE/삼성전자 Global Business Forum	Guy Sorman/Jeffrey Schott
G-20 Reform Initiatives: Implications for the Future of Financial Regulation	세계경제연구원 編

2010 IGE/삼성전자 Global Business Forum	Fukagawa Yukiko/Danny Leipziger
2010 IGE/Prudential International Finance Lecture	Mark Mobius/Dominique Strauss-Kahn
G20 서울정상회의와 개발의제	세계경제연구원 編
Rebalancing the World Economy (세계경제의 재균형)	Paul A. Volcker
Reshaping the Global Financial Landscape	세계경제연구원 編
2011 IGE/Prudential International Finance Lecture	Haruhiko Kuroda/Richard N. Cooper
2011 IGE/삼성전자 Global Business Forum	Danny Leipziger/Marcus Noland
New Global Financial Regulatory Regime in the Making: Impacts on Asian Financial Markets and Institutions (새로운 글로벌 금융규제체제: 아시아 금융시장 및 금융기관에 미치는 영향)	세계경제연구원 編
Culture, Korean Economy and the Korean Wave(문화와 한국경제, 그리고 한류)	세계경제연구원 編

I G E b r i e f +

12-01 문화산업과 서비스교역 그리고 한국경제

남종현

# 문화와 한국경제, 그리고 한류

Culture, Korean Economy and the Korean Wave

---

- 발행일 2012년 7월 11일
  - 발행인 사공 일
  - 발 행 세계경제연구원  
서울시 강남구 삼성동 159 무역센터 2505호
  - 디자인 시 선
  - 인 쇄 현진프로세스
  - 정 가 7,000원
  - ISBN 978-89-86828-73-3
- 

파본은 구입한 곳에서 바꾸어 드립니다.

# kt와 삼성전자가 함께 개발한 LTE WARP 기술이 세계 최고 LTE 통신사업자상의 영예를 안았습니다

세계 최고의 LTE를 가리는 LTE AWARDS 2012  
그곳에서 모든 경쟁자들을 넘어, 최고의 영예를 거머쥔 LTE WARP,  
KT와 삼성이 함께 만들어 낸 기술에 세계가 놀랐습니다.  
이제 대한민국의 LTE WARP가 세계의 LTE를 주도합니다.



LTE AWARDS 2012는 세계적 통신미디어 전문 시장조사기관인 인포마 텔레콤앤미디어가 주관하는, LTE 분야에서 가장 뛰어난 성과와 혁신을 이룬 년 기업을 선정하는 세계 최고 권위의 상