Vol. 222 나라경제 2009 May

경제정책 하면

나라경제

2009 May
nara.kdi.re.kr
5

콘텐츠 속에 길이 보인다 Culture 콘텐츠

특집 신성장동력, 첨단융합 산업

집중토론 대한민국, 국가브랜드 가치를 높이려면

인터뷰 이윤호 지식경제부 장관

콘텐츠 속에 길이 보인다

경제부처합동편집위원회 편집 | KDI 경제정보센터 발행

ISSN 1227-8033

지금은 흙을 생각할 때

자동차를 타고 도로를 달리는 것에 익숙해진 현대인들은 그 길의 성분이 흙이라는 것을 까마득히 잊고 산다. 아스팔트가 흙을 덮고 있어 눈으로 볼 수 없기 때문만은 아니다.

달리는 차에서 바라보는 풍경은 설사 요즘처럼 벚꽃, 개나리, 목련 같은 봄철의 꽃들이 활짝 펴서 눈길을 사로잡아도 휙휙 스쳐가는 속도 때문에 그 아름다움이 마음에 새겨질 겨를이 없다.

그러나 걷고 있을 때는 보는 것에 마음이 얹힌다. 마음이 얹힐 때는 보고 듣고 느끼는 모든 것들이 안으로 침전되어 사유를 낳는다.

자 – 지금부터 차에서 나와 길을 걸어보자.



저만큼 꽃이 핀 목련나무가 서있다. 한들한들 흔들리고 있는 나뭇가지가 눈길을 끈다. 문득 걸음을 멈추고 가만히 서서 바라본다. 가지를 흔들고 있는 바람은 눈에 보이지 않지만 마음에선 보인다. 꽃봉오리를 스친 바람에 향기가 묻어난 것일까. 들이마시는 공기가 달콤하고 싱그럽다. 발 밑으로 눈길을 내린다. 보도블록 틈 사이에서 푸릇푸릇하게 돋아나고 있는 새싹. 이 새싹은 길의 성분이 흙임을 너무도 가냘프게 외치고 있다.

인간 삶의 효용가치에 따라 대지 위엔 빌딩과 집들이 들어서고 길들이 만들어져 포장 되고 있지만 대지는 한시도 그 품에서 생명을 길러내는 본분을 쉬어본 적이 없다. 흙은 아스팔트에 덮여 있든, 시궁창 물과 합쳐져 세균이 득실거리든, 손바닥만한 화분에 담겨 있든, 돌 짝 사이 사이에 띠처럼 끼어 있든 좌우지간 생명을 키운다. 뿐만 아니라 이 세상에서 모진 악을 저지르고 살았던 생명체라 해도 그가 남긴 육체의 넝마를 다시 새 생명을 품을 수 있는 흙으로 환원시킨다. 세상에 죽은 흙이란 없다. 흙은 모든 생명체의 영원한 모태다.

반면에 인간이 만든 것들은 천하에 없이 견고한 건축물이라 해도 만들어 세워지는 순간부터 생명에게 자리를 내어주며 천천히 붕괴되고 있다.

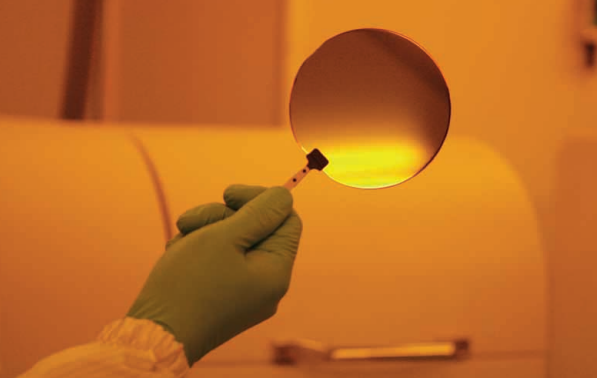
지난해 9월 28일부터 이룬(프랑스와 스페인 국경지대)에서 산티아고를 향해 하루 20~28㎞씩 걸었다. 동서남북으로 탁 트인 벌판 길, 밤나무 터널 길, 가파른 절벽 길, 울창한 유칼립투스 나무숲 길, 해안 모래사장 길, 외진 산속의 자동차도로, 목초지와 목초지 사이의 좁은 길, 작은 마을의 골목길, 사람들이 북적거리는 도시의 큰 길, 차량들이 씽씽 달리는 고속도로, 오래된 옛 도시의 네모난 돌길 등등 온갖 종류의 길을 40일 동안 1,200㎞ 정도 걸었다.

그렇게 걷는 동안, 지금은 길로서의 모습이 뚜렷해도 사람이나 차량의 통행이 뜸한 사이 재빨리 자라난 풀들로 지워지고 있는 길, 통행이 많은 4차선 도로임에도 아스팔트에 금이 간 부분에서 풀이 자라고 있는 길도 여러 차례 보았다. 어떤 곳에서는 이미 풀이 길을 완전히 지워버려 내가 길을 만들면서 걸어야 했을 때도 있었다.

풀들은 길에게 '너는 대지' 라고 끊임없이 속삭이고 있었다. 또한 길을 걷고 있는 사람에게도 '너는 흙으로 돌아가고 있는 중' 이라고 담담하게 일러주는 듯 했다. 이 엄연한 세계의 순환 구조를 우리는 왜 평소에는 잊고 사는 것일까?



서영은 소설가
1943년 강원도 강릉 출생. 1968년 〈사상계〉에 소설 '교(橋)' 가 입선하고 이듬해 〈월간문학〉에 '나와 나' 가 당선되며 등단했다. '먼 그대' 로 제7회 이상문학상(1983년), '사다리가 놓인 창' 으로 제3회 연암문학상(1990년)을 수상했다. 삶과 사랑의 고통을 섬세하게 묘사하는 소설가로 알려졌다. 인생의 많은 시간을 여행하면서 보냈다.



Contents

14 2018년 방송통신융합기술 수출 2천2백억 달러
장석영 방송통신위원회 정책총괄과장

16 '생각하는 자동차' '스마트의류', 굴뚝산업이 진화한다
정명애 한국전자통신연구원 융합기술미래기술연구부장

18 세계 3대 로봇강국 실현
원영준 지식경제부 로봇팀장

20 석기 → 청동기 → 철기 → 나노소재期!
박종구 한국과학기술연구원 나노과학연구본부장

22 수출 효과 170억 달러, 일자리 창출 24만 명
맹호영 보건복지가족부 보건산업기술과장

24 파리의 노천카페에서 오미자차를!
전한영 농림수산식품부 식품산업정책팀 서기관

26 이젠 도시 모델도 수출한다
안진애 국토해양부 도시재생과 사무관

28 기술, 노하우, 역량을 합해라
김휘석 산업연구원 주력산업실장

48 분단상황도 브랜드 가치 될 수 있다
김동률 KDI 연구위원
문애란 웰콤 대표
조삼섭 숙명여대 언론정보학부 교수
황준석 국가브랜드위원회 문화 · 시민국장

30 지난해 버스이용객 6% 늘어
고칠진 국토해양부 대중교통과장

32 이제는 주민번호 대신 '아이핀'으로
오상진 방송통신위원회 개인정보보호과장

지금은 흙을 생각할 때
서영은 소설가

3 천천히 걷기

Reader's Letter 6

p12 특집 신성장동력 III 첨단융합 산업

연중 기획 [녹색성장 어떻게]

집중토론 인터뷰

경제정책 해설

08 이윤호 지식경제부 장관
대담 김서령 나라경제 편집장



82 녹색성장 해답은 새로운 에너지
안지운 에너지경제연구원 책임연구원

84 '연료전지 아파트'를 아십니까?
안선경 나라경제 기자



표지사진 | 중앙포토

Vol.222 MAY



54 '대장금' 60개국 수출, 경제 효과 3조
표초희 나라경제 기자, 김훈민 인턴기자

57 창의력, 상상력이 최고 기술
구경본 한국문화콘텐츠진흥원 기획혁신팀장

58 백 년 감동의 킬러 콘텐츠에 4천억 투입
이영아 문화체육관광부 전략콘텐츠산업과 사무관

59 장소보다 스토리가 중요해진 관광산업
심원섭 한국문화관광연구원 책임연구원

60 런던 트라팔가에 물구나무선 한국의 비보이들
최규학 영국 한국문화원장 · 김상욱 베트남 한국문화원장

62 "브로드웨이 진출, 우리를 독립운동가로 불러다오"
윤호진 명성황후 연출가

64 '열두 고개 넘는' 우리 징소리, 튜닝이 필요없죠
김덕수 사물놀이 한울림 예술총감독

66 대한민국은 세계 최대의 온라인 게임시장
최승우 넥슨 일본법인 대표

68 "나는 가야금이에요"
숙명 가야금 연주단

70 아시아 정신에 녹아드는 한류를!
이동연 한국예술종합학교 한국예술학과 교수

71 극단의 두 요소가 절묘하게 공존한다
김기덕 건국대 문화콘텐츠전공 교수, 〈한국전통문화와 문화콘텐츠〉 저자

72 세계는 지금 '문화전쟁' 중
윤재근 한양대 명예교수, 〈문화전쟁〉 저자

34 [전봉관의 온고지신] 미두왕(米豆王) 반복창의 인생 유전
전봉관 KAIST 인문사회과학부 교수

44 [일상에서 깨닫다] 존중!
서정형 철학자

46 [김진호 교수의 금융갤러리] "꽃들에게 희망을"
김진호 이화여대 경영대학장

52 [나라 밖 경제] 깃코만 간장의 성공, '변화' 란 소스 때문!
서지영 나라경제 기자

77 [그 때 그 시절] 아시나요? 제가 당신을 사랑한다는 걸
서지영 나라경제 기자

81 ['it' Book] 세계는 울퉁불퉁하다
고승철 저널리스트

86 [나는 한국에 산다] 내 고향은 전라도, 내 영혼은 한국인
표초희 나라경제 기자

89 [궁금하다 북한경제] 이상한 민족 동질성
고일동 KDI 선임연구위원

94 [경제뉴스 행간읽기] 국회 안팎의 '뜨거운 감자', 한국은행법 개정
이준 조선일보 논설위원

96 [이동진과 함께보는 영화] '7급 공무원', '똥파리'
이동진 영화평론가

98 [시평] 국민연금 보험료 납부를 유예한다고?
문형표 KDI 경제정보센터 소장



지방이 좋다 문경이 좋다
표초희 나라경제 기자
90

p53 이달의 이슈
콘텐츠 속에 길이 보인다

인생 2막

칼럼

p36 정책 그 후
친환경 농업 육성정책

그들은 바쁘다

74 외교통상부 통상기획홍보과
박민희 2등 서기관

37 친환경농산물 인증마크 들여다보자
안선경 나라경제 기자

38 친환경 농업, 식품안전도 지키고 생태계도 지키고!
안선경 나라경제 기자

40 60여 개 농산물 '물맑은양평' 브랜드로
공은주 나라경제 기자

41 농약 검출되면 다음해 농사 못 지어요
공은주 나라경제 기자

42 토지에도 과잉 영양은 毒
김창길 한국농촌경제연구원 촉산 · 환경팀 팀장

변동해 78
세심원 주인, 前 장성군청 생활민원팀장
대담 김동률 KDI 연구위원



Reader's Letter

당신의 힘을 보여주세요!

윤증현 기획재정부 장관의 인터뷰를 접하니 좀처럼 나아지지 않는 우리 경제에 대한 걱정을 조금 내려놓게 되네요. 일단 경제위기 극복에 최우선 목표를 두고 내수 회복과 일자리 창출, 사회안전망 확충에 힘쓰겠다는 장관의 확고한 의지를 엿볼 수 있어서 좋았습니다. 나라 살림을 책임지는 장관님 어깨가 요즘 더욱 무거울 것 같습니다. **권류미**_서울 용산구 청파동

재래시장에 부는 변화의 바람

정책그후 '재래시장 활성화 지원사업' 기사를 관심 있게 읽었습니다. 급변하는 소비시장에서 재래시장이 대형마트에 밀려 많은 어려움을 겪어 왔습니다. '재래시장 활성화 지원사업'으로 떠난 고객이 다시 돌아오는 재래시장으로 변모하고 있는 것은 매우 고무적인 일이라고 생각합니다. **송재하**_대구 수성구 만촌1동

세계 속에 우뚝 선 우리의 한옥

이달의 이슈 '문화 속에 정답 있다' 기사가 흥미로웠습니다. 그 중에서도 조전환 목수가 소개한 한옥의 우수성에 또 한 번 놀랐습니다. 외국인들까지 매료시킨 한옥. 온돌과 마루가 균형 있게 결합된 친환경 공간으로 세계 속에 그 빛을 더욱 발하기를 바랍니다. **심재호**_울산 북구 호계동

가볍지도 무겁지도 않은 통화



이 코너는 14개 경제부처와 KDI가 함께 만든 경제정책지 나라경제 지난호를 놓고, 애독자와 전화로 이런저런 뒷얘기를 나누는 난입니다.

싱그러운 5월이다. 녹음 무르익는 철이지만 독자 앞에 5월호를 내놓는 편집자의 심정이 그리 밝지만은 않다. 이번 호 전화통화의 주인공은 자동차부품 생산업체인 성민산업의 표상률 부장(37세)이다. 볼보와 현대에 기어변속장치를 납품해왔지만 최근 일거리가 부쩍 줄었다고 목소리에 힘이 없다. 표부장은 정부 경제정책의 흐름을 제대로 알아야 개인의 미래를 정확하게 계획할 수 있겠다 싶어 나라경제를 정기구독해온 독자다. 도서관에서 우연히 발견하고 당장 정기구독을 결심했다고 말한다. 지난 호엔 〈음식, 통역이 필요없는 세계공용어〉라는 조태권 회장 인터뷰가 가장 인상적이었다고! 한식을 제대로 포장하고 홍보하기만 하면 세계시장에서 가장 가능성 있는 수출상품이 될 수 있다는 사실에 새롭게 눈을 뜨게 됐다고 전한다. '나라경제'가 경제정책을 다루는 잡지이긴 하지만 정기구독하는 독자를 위해 건강 칼럼 하나쯤은 실어달라는 부탁도 한다. 각종 금융상품을 소개하고 점검하는 기사도 요구한다. 페이지가 한정되어 있지만 독자의 요구를 충실히 반영하자는 것이 편집실의 첫번째 모토이니 고민해보겠다.

5월호 특집은 지난달에 이어 신성장동력을 다뤘다. 신소재, 방송통신, 로봇, 식품, 바이오산업 같은 첨단융합산업을 키우기 위해 정부가 어떤 계획들을 세우고 있는지를 꼼꼼이 짚어봤다. 이달까지 3개월째 계속해 온 신성장동력 특집을 묶어보면 이 정부의 미래 경제정책 방향의 얼개가 보일 것이다.

〈이달의 이슈〉는 지난 달 의식주에 이어 '콘텐츠 속에 길이 보인다'로 기획했다. 문화콘텐츠의 성장가능성과 현주소와 시장규모와 경쟁력의 세목을 고루 짚어봤다. 정부의 콘텐츠 지원정책도 살펴봤다. 우리가 가진 문화 콘텐츠들을 잘만 발굴하고 가꿔내면 그 안에 기존의 굴뚝산업보다 훨씬 큰 성장가능성이 잠재해있다는 것을 새삼 발견한다. 윤호진, 김덕수, 최승우 대표의 생생한 목소리를 독자께 전하고 싶다.

이윤호 지식경제부 장관에게 〈산업〉이 〈지식〉이란 모자를 쓸 때 비로소 새로운 힘이 생긴다는 이야기를 들었고 한국인보다 더 한국적인 인요한 세브란스 국제진료센터 소장도 만났다. 자식을 대하는 부모의 바람직한 태도는 오로지 존중뿐이라는 지적, 일 년 만에 재산을 1천 배로 불린 개화기 미두왕 반복창의 이야기도 흥미진진하다. 경제지표들은 어렵더라도 독자 여러분의 마음만은 밝은 5월이 되길 기대한다.

김서령 나라경제 편집장

나라경제는 KDI와 14개 경제부처가 함께 만듭니다.

나라경제

2009. 5 [제20권 5호 통권 222호]

발행 | **KDI 경제정보센터**
편집 | **경제부처합동편집위원회**

발행인 | 현오석 KDI 원장
편집인 | 김교식 기획재정부 기획조정실장
문형표 KDI 경제정보센터 소장

편집주간 | 김동률 KDI 경제정보센터 정책홍보실장

편집위원
기획재정부 이국형 정책관리담당관
교육과학기술부 조성찬 과학기술정책과장
외교통상부 윤상수 통상기획홍보관
행정안전부 박성환 재정정책과장
문화체육관광부 김동규 기획재정담당관
농림수산식품부 김정욱 홍보담당관
지식경제부 박동일 규제개혁법무담당관
보건복지가족부 노형욱 정책기획관
환경부 홍정기 정책총괄과장
노동부 권기섭 기획재정담당관
국토해양부 김경욱 기획담당관
방송통신위원회 정한근 기획재정담당관
공정거래위원회 김성하 경쟁정책총괄과장
금융위원회 김정각 정책홍보팀장

편집간사 | 김의택 기획재정부 정책관리담당관실

편집장 | 김서령 KDI 경제정보센터
취재 · 편집기자 | 공은주, 이재열, 안선경, 서지영, 표초희

배포 | 김경숙, 김정철

발행처 | **KDI경제정보센터**
ISSN 1227-8033 02
130-012 서울특별시 동대문구 회기로 49
전화 | **02-958-4656, 4654**
팩스 | **02-3295-0744**
홈페이지 | **http://nara.kdi.re.kr**
e-mail | nara@kdi.re.kr

발행일 | 2009년 4월 30일(매월 말일 발행)
제20권 5호 (통권 222호)
등록일 | 1990년 11월 14일 (문화 라 04859호)

기사 문의 | **02-958-4664**
광고 문의 | **02-958-4667**
구독신청 및 배달사고 | **02-958-4312**
구독료 | **권당 3,000원 연간 30,000원**

제작지원 | **중앙일보 시사미디어(주)**
인쇄 | **(주)삼화인쇄**

『나라경제』는 한국 간행물 윤리위원회의 도서잡지 윤리강령 및 잡지윤리 실천요강을 준수합니다.
『나라경제』에 실린 기사의 내용은 필자 개인의 의견으로 필자의 소속기관이나 본지의 공식견해를 대변하는 것은 아닙니다.

글과 사진은 KDI의 서면 허락 없이는 어떠한 경우에도 사용할 수 없습니다.

이윤호 지식경제부 장관

대담 : 김서령 나라경제 편집장
때 : 2009년 4월 14일
곳 : 포스트타워 장관 서울 집무실

위기 이후, 녹색기술로 뛰어 넘자

김서령 : '지식경제부' 라는 부서 명칭은 너무 모호하고 광범위한 것 아닌가. 취임 1년의 장관이 귀에 쏙 들어오게 설명해 달라.

이윤호 : 이제 우리는 기존 산업만으로는 경쟁력을 갖기 힘든 시대를 살게 됐다. 그래서 산업에 '플러스 알파' 를 해야 한다. 그 플러스 알파가 바로 '지식' 이다. 모든 산업 부문에 지식을 첨가해야 경쟁력을 가질 수 있다는 의미로 '지식경제부' 라 한 것이다.

김서령 : 그렇게 말씀하시니 경제와 지식의 조합이 명료해진다. 지식경제부 장관의 최근 가장 큰 고민은 무엇인가?

이윤호 : 경제가 워낙 어려우니 어떻게 이 위기를 잘 넘길 수 있을까 하는 것이 제일 크다. 또 경기가 좋아졌을 때 우리 경제가 경쟁력을 가지려면 기업들이 어떻게 대비해야 하는가 하는 부분도 큰 고민이다.

김서령 : 위기를 견딜 뾰족한 대안이 있나?

이윤호 : 우리 같은 시장경제 시스템에서 정부가 기업에게 이래라저래라 할 수 없다. 기업이 원하는 방향으로 인센티브를 주고, 하고자 하는 것을 쉽게 할 수 있도록 도와 줘야 한다. 제도적으로 고칠 것은 고치고.

김서령 : 경력을 보니 장관은 기업 사정을 잘 알아 적임자로 보인다. 제도 개선이 왜 필요하고 어디에서 막혀있는지도 소상히 알 듯한데.

이윤호 : 아무래도 기업에 있다 왔으니 그럴 것이다. 다행히도 내가 몸담았던 기업이 화학, 전자, 서비스업, 정유 등 광범위한 분야에 걸쳐있다. 지경부도 마찬가지로 산업 스펙트럼이 굉장히 넓다. 그런 부분에서 이전 경험이 크게 도움이 된다.

현 정부는 역대 어느 정부보다 규제개혁에 높은 관심을 두고 규제완화를 추진하고 있다. 올해 개선할 핵심 규제 50개를 선정해 이미 13개는 없애거나 완화했다. 수도권 내 공장입지 규제 개선, 무선통신사업자 출연금 폐지, 국가인증제도 개선 같은 거다. 하지만 기업과 국민이 실제로 체감하지는 못할 거다. 어떤 일을 추진하는 데 열 개의 규제가 있다고 치자. 이 중 아홉 개를 푼다 해도 나머지 한 개 규제 때문에 일이 추진되지 못하는 경우가 종종 있다. 그런 규제들을 부지런히 찾아서 없애거나 합리화하려고 노력 중이다.

김서령 : 기업 현장의 목소리도 많이 듣고 있다고 들었다.

이윤호 : 매주 산업현장을 찾아 기업들과 소통하고 있다. 기업애로를 해소하고 일자리를 창출하기 위한 노력이다. 취임 후 방문한 산업현장을 계산해보니 한 주에 평균 두 군데를 간 것으로 나오더라. 또 지난해 11월부터는 매일 3명의 기업인과 전화통화를 해 현장의 목소리를 듣는 방식으로 소통하고 있다.

김서령 : 최근 기사에서 지식경제부 직원들에게 '뉴욕타임즈 룰' 을 강조한 걸 봤다. 뉴욕타임즈에 나쁜 기사가 실려도 스스로 떳떳하고 당당해지라는 요구인 줄 안다. 직원들이 자기 일을 투명하고 충실하게 하자면 장관은 어떻게 해야 한다고 생각하나?

이윤호 : 우리 조직이 꽤 크다. 본부만 해도 1천 명이 넘고, 우정사업본부는 4만 명 이상이다. 거기에 공식으로 세는 공기업만도 69개다. 산하 공기업에서 무슨 일만 생기면 다 지식경제부를 쳐다본다. 떳떳하지 않은 일에 연루될 기회가 그만큼 많은 거다.

감시하는 것만으로는 방지하기 어렵다. 가장 중요한 건 의식이다. 그래서 "떳떳해라. 내가 하는 일을 누가 알아도, 그것이 신문 1면에 소상히 밝혀져도 한 점 부끄럼 없도록 행동해 달라" 고 기회 있을 때마다 부탁한다. 일일이 따라다니며 감시할 수는 없



1948년 대전 生
대전고, 연세대 정치외교학과
미 위스콘신대 경제학 박사
1973년 행시 13회 수석합격
1973년~1976년 경제기획원 근무
1984년~1988년 재무부 세제발전심의위원회 연구위원
1987년~1993년 럭키금성경제연구소 이사, 상무이사
1993년~2006년 LG경제연구원 대표이사 부원장, 원장
1998년~2002년 규제개혁위원회 위원
2008년 2월~ 지식경제부 장관



는 노릇이니 의식 개혁을 말할 수밖에.

김서령 : 그러나 당부한다고 되는 일도 아니지 않나?

이윤호 : 대신 비위 사실이 밝혀지면 엄격하게 처벌해야지. 공무원들에게 늘 "지금 하는 일이 얼마나 중요한 줄 아나. 우리는 국민들이 주는 봉급을 받는다. 사명감을 가지고 일하자"라고 말한다. 특히 지금처럼 어려운 때 국가의 내일을 결정하는 중요한 역할을 맡은 게 우리라고 자긍심을 심어주려고 한다.

김서령 : 말씀하신 대로 공무원들은 국가에 기여할 수 있는 기회가 많다. 선장인 장관직은 더 말할 것도 없다. 이윤호 장관 재직 중 만들어진 정책으로 우리 경제가 위기를 견딘다면 얼마나 큰 보람이겠나. 지난 1년 간 추진한 일 중 스스로 가장 잘한 업무로 평가하는 것은?

이윤호 : 하하. 굳이 그렇게 묻는다면 '국가에너지기본계획'과 '신성장동력 비전'을 들고 싶다.

우리는 그동안 에너지를 시장에서 사오는 걸로 알고 있었다. 알다시피 지난해 고유가로 어려움을 많이 겪지 않았나. 시장에서 사오는 에너지만으론 안 되겠다 싶었다. 그래서 해외자원을 적극적으로 확보하기 시작했다. 2008년이 그 원년이다. 2030년까지 내다보는 에너지 기본계획을 짜서 자원도 확보하고, 청정에너지도 개발하고, 원자력 비중도 높이고, 에너지 절약시책도 강도 높게 시행하는 것이 그 기본 프레임이다. 지난해 이미 미 멕시코만 유전 매입, 볼리비아 꼬로꼬로 동광 지분 인수 등 77건을 성사시켰다.

김서령 : 신성장동력은 『나라경제』도 석 달 연속 특집으로 다루는 주제다. 내용을 보니 지식경제부에서 다루는 분야가 가장 많더라. 일부에선 알맹이가 부족하다는 비판도 있던데?

이윤호 : 17개 신성장동력 분야 중 10개가 우리 부 소관이다. 우리가 가진 자료와 전문가들의 연구를 총동원해 준비했다. 올해 특히 중점을 두는 것은 성장잠재력 확충이다. 지금 마무리 단계에 있는 세부 추진계획을 보면, 핵심기술 개발, 인력 양성, 시장 창출, 규제완화 등이 종합적으로 포함돼 있다. 일반 국민들이 신성장동력에 대한 비전을 가질 수 있게 이달 말(5월 26~28일 예정) '신성장동력 박람회 2009'도 준비하고 있다. 이 사업은 민간이 주도적으로 나서야 하므로 투자환경 조성에도 최선을 다하고 있다.

김서령 : 10개 사업 중 가장 역점을 두는 것은?

이윤호 : 신성장동력은 크게 녹색기술산업, 첨단융합산업, 고부가 서비스산업의 세 분야로 나눌 수 있다. 그 중 가장 비중을 두는 게 '녹색기술'이다. 녹색기술은 녹색성장이라는 국가발전 전략과도 연관되고 청정에너지기술, 태양광 · 조력 · 풍력 에너지 개발은 미래를 위해 매우 중요한 사업이기 때문이다.

김서령 : 녹색성장은 서로 상충되는 개념으로 인식되는 '녹색'과 '성장'을 하나로 묶은 말이다. 그 방점이 녹색에 있나, 성장에 있나?

이윤호 : 방점이 한쪽에 치우치지 않고 양쪽에 고루 간다. 환경도 보호하고, 환경을 보호하는 기술이 성장의 동력도 되게 서로 맞물려서 가야 한다. 환경을 보호하기 위해선 CO_2를 절감해야 한다. 그러자면 에너지 절감, 신재생 에너지, 청정연료 등 녹색기술이 남들보다 앞서가야 경쟁력을 가질 수 있다. 다른 나라들의 목표도 마찬가지일 거다. CO_2 절감 기술을 먼저 개발하면 해외시장에 내다팔 수 있다.

김서령 : 2007년부터 추진한 한 · EU FTA가 곧 타결될 것으로 보인다. 우리 산업에 큰 변화가 올 것으로 보이는데, 대응전략은 있나?

이윤호 : 한 · EU FTA는 그동안 여덟 차례 협상을 거쳤고 곧 최종타결에 이를 거다. EU는 세계에서 두 번째로 큰 시장이며, 주요 품목의 관세율도 높다. 협정이 발효되면 경쟁국인 중국이나 일본보다 우리의 경쟁력이 높아질 것으로 기대한다. 수입 측면에선 고품질의 EU산 기계류나 정밀화학 · 원료 등의 가격이 내려가 무역 다변화나 부품조달 비용 절감에 도움이 될 것이다. 지금 FTA 타결에 대비해 우리 기업들이 특혜관세 혜택을 최대한 누릴 수 있도록 전략을 짜고 있다. 정밀화학이나 기계 등 일부 피해가 우려되는 업종에 대해선 지원방안을 마련 중이다.

김서령 : 최근 오래된 자동차를 바꾸는 사람들에게 세금감면 혜택을 주는 정책을 발표했다. 일부 국민에게만 좋은 정책이란 지적도 있다.

이윤호 : 자동차를 바꾸려는 사람들에겐 좋은 정책이 될 거다. 하지만 이 정책이 자동차 구매자들에게 혜택을 주려는 건 아니다. 자동차 산업이 우리 경제에서 차지하는 비중이 크지 않나. 고용효과도 크다. 침체된 경기도 활성화시키고 어려운 부품업체도 무너지기 전에 보살펴주자는 의미가 더 크다. 다른 분야에도 이런 방식의 지원책을 펼 것이다.

김서령 : 전기료를 올릴 듯한 언질을 했다. 일반 국민들은 그 문제에 아주 민감한데.

이윤호 : 우리 전기료가 너무 낮다. 이래서는 새로운 발전소를 지을 재원을 마련할 수 없다. 에너지는 중요하고 값비싼 것이란 인식이 있어야 행동도 변한다. 제도적으로도 에너지 절약을 유도해야 한다. 집을 지을 때 단열재를 의무적으로 넣게 해 에너지가 새지 않게 하고, 태양열이나 풍력을 많이 활용하는 '그린 홈'을 만들게 해야 한다.

물론 당장 아우성이 날 것이다. 하지만 국민들을 잘 설득해 동의를 구하는 수밖에 없다. 충분히 납득할 수 있는 과정을 거치면 이해해 주실 걸로 본다.

김서령 : 삶의 기본원칙이 있나?

이윤호 : 하하. 이건 식상한 질문 아닌가. 별건 없다. 사람이 산다는 것은 관계의 연속이다. 인간관계 속에서 온기가 느껴지는 사람이 되고 싶었다.

김서령 : 하하. 안 그래도 장관의 태도와 외모에서 보통의 온기를 느끼고 있다. 장관 되신 후 달라진 게 뭔가?

이윤호 : 기업에 있을 때엔 '어떻게 하면 기업이 잘 될까, 어떻게 하면 경쟁력을 가질까'만 고민했다. 기업 이익만 생각하면 됐으니 어찌 보면 굉장히 단순했다. 그런데 장관이 된 후엔 우리 경제가 어떻게 하면 잘 될까, 우리 국민들이 어떻게 하면 잘 살까 하는 측면에서 모든 걸 총체적으로 봐야 한다. 이해관계가 서로 긴밀히 얽혀 있고 대립되어 있어 복잡하다. 국민의 이익을 추구한다고 말하지만, 그 국민 중에는 기업도 있고 노동자도 있고 다양한 경제주체들이 혼재한다. 그들 간의 갈등을 잘 조율해야 한다. 그러면서 당장 어려움을 겪는 사람들을 배려도 해야 한다.

김서령 : 일상은 어떤가?

이윤호 : 특별한 일 없으면 새벽 5시에 일어나 1시간 반쯤 여의도공원을 속보로 걷는다. 출근하면 8시쯤 된다. 저녁엔 기업인, 언론인, 학자들 만나는 약속이 거의 매일이다.

김서령 : 대한민국 장관은 굉장한 중노동을 요구 받는 자리인 모양이다. 그런데도 칭찬엔 인색하고 조금만 잘못되면 지적부터 받는다. 억울하지 않나? 그럼에도 불구하고 매력 있는 자리인가? 지식경제부 장관으로서 자부심을 느끼나?

이윤호 : 사실 일이 많다. 특히 우리 부는 범위가 넓어서 더하다. 서운할 때도 있지만 온당한 체크 기능이니 감수해야 한다. 또 그렇게 지켜보는 눈이 있어야 정신 차리고 바른 방향으로 갈 수 있겠다.

장관직은 중요한 정책을 결정할 수 있는 자리다. 나라의 장기적인 경제정책을 세울 때 자부심을 느낀다. 물론 한 번 정해진 정책이 그대로 가는 건 아니고 상황이 바뀌면 조금씩 수정되지만, 방향을 옳게 잡을 때 뿌듯함을 느낀다.

김서령 : 가족은? 가장 만족감을 느낄 때는?

이윤호 : 집사람과 딸 둘. 하나는 대학 졸업했고 막내는 대학생이다. 사적으로는 산에 올라갔을 때 행복하다. 북한산에 자주 간다. 공적으로는 좋은 정책을 만들어 칭찬받을 때 만족감이 크다.

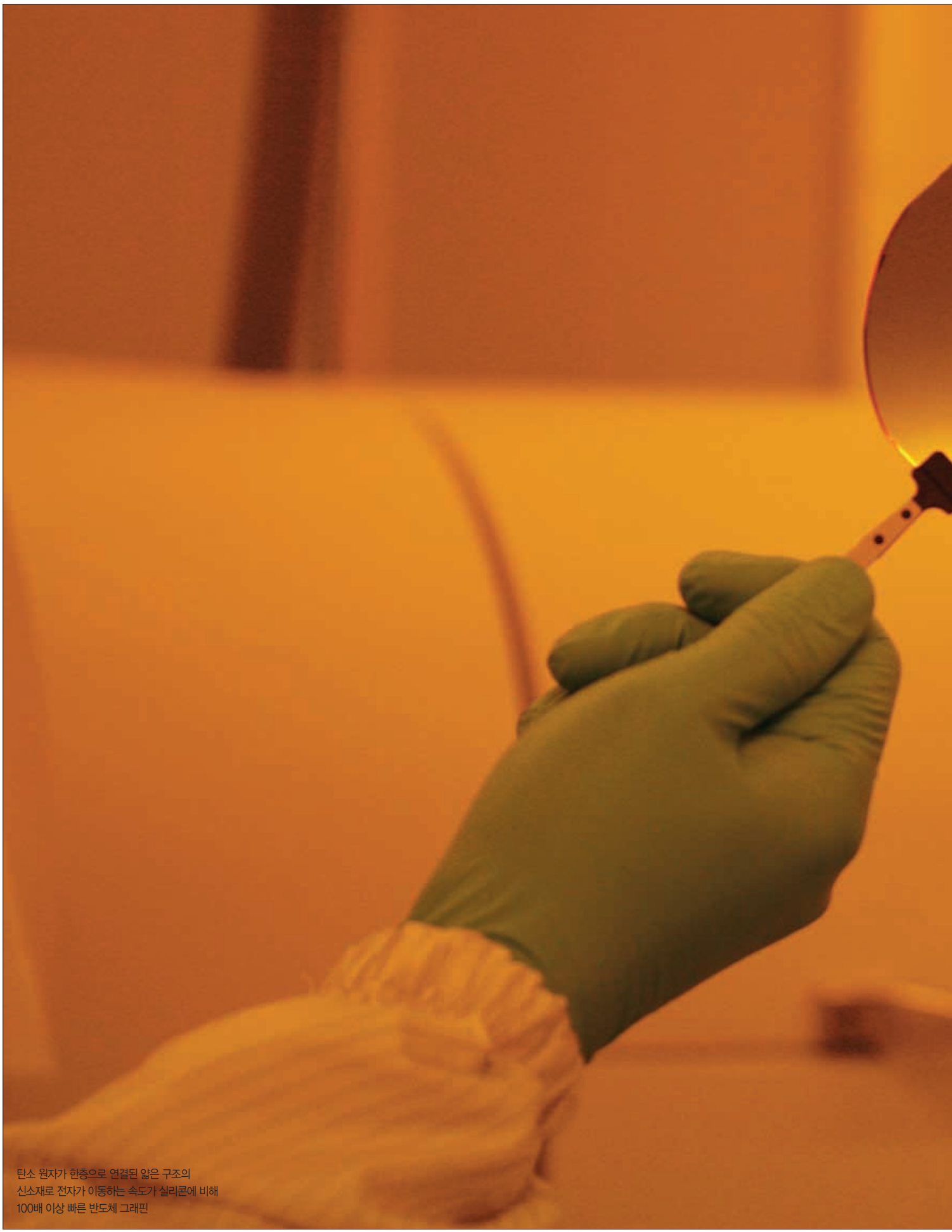
김서령 : 우리 경제는 언제쯤 좋아질까?

이윤호 : 지금도 좋은 신호들이 계속 나오고 있다. 주식시장도 그렇고, 외환시장도 안정돼 가는 조짐이다. 지난 3월 무역수지는 46억1천억 달러로 사상 최대를 기록했다. 우리 기업들의 선전도 계속되고 있어 올해 1분기 글로벌 '빅5' 휴대폰 제조사 중 삼성과 LG만이 시장 점유율을 높일 것으로 전망된다. 외국에서도 그렇게 평가하고 있다. 하지만 아직 경기가 바닥에서 벗어나지 못하고 있다. 올해 말쯤이면 숨통이 트이지 않을까 조심스럽게 내다보지만, 아직은 긴장할 때다.

김서령 : 경제위기로 고통 받는 국민들에게 희망의 메시지를 부탁한다.

이윤호 : 모든 위기에는 반드시 끝이 있다. 그리고 이 위기 이후의 세계질서 재편은 틀림없이 우리에게 도약할 기회가 될 것이다. 10년 전 외환위기 극복 과정에서 보여줬던 우리 국민의 저력을 다시 한 번 발휘해 달라. 국민 여러분이 한마음이 되어주신다면 한국은 분명 가장 먼저 위기를 극복해 도약하는 선진국가가 될 것이다.

정리 **공은주** 나라경제 기자 사진 **이찬원** 중앙일보시사미디어 기자



탄소 원자가 한층으로 연결된 얇은 구조의
신소재로 전자가 이동하는 속도가 실리콘에 비해
100배 이상 빠른 반도체 그래핀



신성장동력 Ⅲ, 첨단융합 산업

정부는 우리 경제의 새로운 성장 비전으로 3대 분야 17개 산업의 신성장동력을 확정했다. 『나라경제』에서는 미래 우리 경제를 이끌어갈 성장동력인 '녹색기술산업', '첨단융합산업', '고부가가치 서비스산업'을 3회에 걸쳐 분야별로 나눠 싣는다. 이 달은 마지막으로 '첨단융합산업'의 전략과 추진계획을 상세히 알아본다.

2018년 방송통신융합기술 수출 2천2백억 달러

올해 중 「방송통신 발전기본법」 제정 마무리



세계 각국이 방송통신융합산업에 대한 관심을 갖고 투자를 지속적으로 확대하고 있다. 사진은 두 여성이 인터넷 라이브 홈쇼핑을 시청하고 있는 모습

보험회사 영업사원 김보험 과장에게 올 봄은 여느 때와 달리 흥분되고 신나는 나날의 연속이었다. 좋아하는 야구대표팀 경기를 고객을 만나면서도 볼 수 있었기 때문이다. 3년 전 WBC(월드 베이스볼 클래식) 대회 때는 이동 중에 시청할 수 없었던 대표팀 경기를 새로 장만한 DMB(디지털멀티미디어방송) 폰으로 언제 어디서나 볼 수 있었다. 대표팀의 활약에 즐거워하는 고객들과 거래가 잘 풀린 것은 여기에 덤이다.

이는 물론 필자의 상상 속 이야기지만, 충분히 실현 가능한 일이기도 하다. 방송서비스인 야구경기 중계가 통신서비스인 휴대폰과 결합해 새로운 시장을 만든 것이다. 방송통신 융합서비스로는 인터넷과 방송이 결합한 IPTV(인터넷TV)도 있다. 이를 통해 배우가 드라마 속에서 입은 옷이나 걸치고 다니는 가방 등을 안방에서 직접 구매할 수 있고, 좋아하는 운동선수들의 자세한 성적이나 경기내용을 알아볼 수 있다.

한편 지금까지 방송과 통신의 결합이 융합시장의 대표적인 모습이었다면, 앞으로는 방송통신에 다양한 분야가 섞여 들어가면서 새로운 시장을 만들어 낼 것으로 보인다.

이미 세계 각국은 방송통신융합산업이 미래 인터넷 경제와 녹색성장을 이끌게 될 유망한 분야로 전망하고, 이에 대한 관심과 투자를 확대하고 있다.

미국은 오바마 대통령 취임 이후 신뉴딜 정책의 일환으로 전미 지역에 브로드밴드(Broadband, 광대역 통신)를 설치하고 있으며, 유럽에서도 EU경제 활성화를 위해 브로드밴드 투자 확대 계획을 세우고 있다. 우리 정부도 지난 1월, 3대 분야 17개 신성장동력의 하나로 '방송통신융합산업'을 선

정하는 등 차세대 미래산업을 선도하기 위한 노력을 구체화하고 있다.

방송통신융합산업의 수출액 규모는 2008년 현재 520억 달러였다. 2013년까지 1천2백억 달러, 2018년엔 4배 이상 성장한 2천2백억 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다. 앞으로 10년간 최소 15만 명 이상의 신규 고용도 창출될 것이다.

방송통신융합산업이 신성장동력 산업이 되기 위해서는 융합산업의 활성화를 제약하는 법률과 제도를 정비해 투자여건을 개선하는 것이 시급하다. 지난번 IPTV 도입 때처럼 법제 정비가 늦어지면 미래시장 선점 경쟁에서 뒤처질 수밖에 없다.

방송통신위원회의 정책 방향은 다음과 같다.

첫째, 올해 「방송통신발전기본법」 제정을 마무리해 방송통신융합산업 발전의 기초를 마련할 것이다. 융합을 촉진할 「방송통신사업법」 제정과 미디어산업 활성화를 위한 규제개선도 최대한 신속히 추진할 것이다.

둘째, 디지털화 및 융·복합 기반 산업 구조에 적합한 시험인증 인프라와 제작 인프라를 조기에 구축해 중소기업의 경쟁력을 강화할 것이다. 이를 통해 취약한 고부가가치 콘텐츠 및 장비 분야에서도 국제경쟁력을 높여나갈 것이다.

셋째, 원천기술 개발 및 국제표준화 활동을 더욱 강화할 계획이다. 현재 이동통신 및 디지털TV 기술은 선진국의 93~95% 수준이다. 세계 최고(World Best)가 되기 위해 차세대 원천기술에 대한 R&D 투자를 더욱 강화할 필요가 있다.

넷째, 기술·콘텐츠의 해외진출 확대다. 우리가 원천기술을 보유하고 있는 DMB, WiBro(무선 초고속인터넷) 기술을 보다 많은 국가에 보급해야 한다. 이를 통해 관련 서비스 및 기기·장비가 동반 진출할 수 있는 기반을 마련하는 등 세계시장 개척 노력을 확대해 나갈 것이다.

그러나 이러한 세부추진 전략에도 불구하고 융합산업이 제대로 성장하려면 정부와 민간이 미래 비전을 공유하고 효율적으로 역할을 분담해야 한다. 정부의 핵심원천기술 개발이나 제도개선과 같은 투자여건 조성 노력에 못지않게 민간은 미래 경쟁력 확보를 위한 네트워크 투자 확대 및 차별화된 콘텐츠 개발에 더 노력할 필요가 있다.

민관이 협력하여 융합 환경에 맞는 ICT(Information & Communications Technology) 생태계를 새롭게 조성해야 한다. 그 기반 위에 기술 개발과 장비 보급, 네트워크 구축, 콘텐츠 개발, 서비스 제공으로 이어지는 가치사슬이 동반 성장할 수 있는 여건을 마련해야 한다.

이제 우리는 '방송통신융합산업 강국'을 만들기 위해 'IT강국' 신화를 일궈냈던 역량을 다시 한번 모아야 한다. 세계 최고 수준의 ICT 인프라를 기반으로 보다 진취적으로 융합산업을 개척한다면 조만간 차세대 융합 환경을 선도하는 초일류국가로 도약할 수 있을 것이다.



장석영
방송통신위원회 정책총괄과장
denver@kcc.go.kr

잘 보이지
않으십니까?



복잡하고 어려운 경제정책을
쉽게 설명한 「**나라경제**」를 권합니다!

정기구독 문의 및 신청 ▶ 02-958-4656
nara@kdi.re.kr

'생각하는 자동차' '스마트의류', 굴뚝산업이 진화한다

일자리 창출과 녹색성장의 핵심 IT융합

"한국의 미래는 융합기술에 달려 있다." 지난 2005년 9월 세계적 미래학자 앨빈 토플러는 이 같이 단언하며 "한국은 IT와 BT 융합을 바탕으로 신산업·신시장을 창출해야 한다"고 제언한 바 있다.

이렇듯 언제부터인가 우리 주변에 자주 들리는 단어 중 하나가 바로 '융합' 인데, 그 뜻 자체가 어려워 'IT융합' 이라 하면 의미를 생각하기보다 손사래부터 먼저 치게 된다. 하지만 한 박자 멈춰 서서 차분히 생각해보면 IT융합이 그리 이해하기 어려운 것도 아니다. 기존의 산업에 IT 기술을 접목함으로써 지금까지 없었던 새로운 형태의 재화나 서비스를 창출하는 기술진화의 한 과정이 그것인 까닭이다.

결국 융합은 'A와 B를 더하여 C를 만드는 과정' 을 총망라하기에 A와 B의 단순 결합인 '통합(integration)' A와 B의 단순한 더하기가 아닌 전혀 다른 형태의 C를 만드는 '융합(fusion)' 또는 어떤 목적, 즉 인간의 능력 향상을 위한 나노(Nano), 생명(Bio), 정보기술(Info), 인지과학(Cogno)을 결합한 NBIC 융합기술 등을 달성하기 위해 A와 B의 집합(convergence)인 C로 수렴해 가는 과정까지 모두 포함한다.

이러한 IT융합시스템은, 차세대 핵심부품인 시스템반도체, 차세대 디스플레이 기기를 기반으로 하는 RFID/USN(필자주 : 태그와 센서를 통해 사물이나 주변 환경정보를 감지, 이를 저장·가공한 뒤 인터넷을 통해 전달하는 첨단 인식기술) 서비스 등과 같이 IT를 기존 주력산업과 접목해 새로운 맞춤형 융합서비스와 시장을 창출하고자 하는 신성장동력 산업 중 하나이다.



IT융합시스템은 RFID/USN 서비스 등 IT를 기존 주력산업과 접목해 새로운 맞춤형 융합서비스를 창출하고자 하는 신성장동력 산업 중 하나이다. 사진은 RFID를 이용해 와인 정보를 바로 확인할 수 있는 u-쇼핑 원스톱 서비스 시연 모습

또한 한국의 효자산업이었던 IT 산업이 통신 인프라 및 H/W 제품에만 역량이 편중되면서 한계에 직면하고 있는 반면, IT융합 시장은 2013년까지 지난해 대비 두 배 규모로 성장할 것으로 전망되는 등 미래 신

시장으로 시장개척 여지가 무한한 기회영역이기도 하다.

여기에 IT 응용범위 확대로 인해 새롭게 창출될 IT융합 산업은, IT산업 및 타 산업의 발전을 견인해 생산, 고용, 부가가치, 수출에 긍정적 효과를 미치게 될 것이다. 이에 기존 산업 간 경계구분이 모호해지면서 '+0.5차화'가 가속화돼 '2.5차' 또는 '3.5차' 산업이 등장하게 될 것으로 보인다. 또한 산업 내/산업 간 융합화의 확산은 산업 간 경계 구분을 무너뜨려 결국은 네트워크형 산업구조로 전환될 것이다.

하지만 우리나라가 가야할 길은 아직 멀다. 지난 2007년 산업연구원은 IT산업 관점에서 우리나라의 융합화 혁신역량을 선진국과 비교했을 때, 미국이 '100'이라면 일본은 '84', 한국은 '73'이라고 평가했다. 특히 제도 및 기반 개선과 창조경영 분야에서 혁신역량이 매우 낮은 수준에 있어, 창의성 · 감성 · 개방성 · 유연성 등이 중시되는 융합시대에 대한 준비가 부족(미국=100, 일본=74, 한국=60)한 것으로 분석했다.

반면 IT산업 발달로 시장수요에 대한 기업 대응성, 소비자의 융합제품 수용 준비성 등은 상대적으로 높아 융합시장과 고객의 니즈(Needs, 융합시장 수요창출) 분야에서 높은 혁신 잠재력을 보유하고 있는 것으로 평가했다(미국=100, 일본=94, 한국=89). 한편 전반적인 IT융합기술은 선진국의 최고기술 수준 대비 50~80% 수준으로 낮은 편이고, 전문인력의 경우 양적으로도 부족하지만 그 질적 수준도 저조한 것으로 분석했다.

현재 세계적 IT기업들은 IT융합 시장이 친환경, 안전, 편리성 등의 기능을 토대로 고부가가치화를 통해 전통산업을 급속하게 대체할 것이라는 전망 속에 세계시장 점유율을 확대해 나가고 있다. 또한 미국 · 일본 등 선진국들은 IT를 핵심 인프라로 설정하고 전통 · 기간 산업에서의 세계적 주도권을 확보하기 위해 치열한 경쟁을 벌이고 있다.

하지만 우리나라의 경우, 삼성 · LG · SK텔레콤 · KT 등 관련 기업들이 자사의 핵심기술을 기반으로 IT융합을 추진하고는 있지만, 자동차 · 조선 등 주력산업 위주로 IT기술이 활용되면서 IT융합의 전략적 측면이 다소 미흡한 실정이다. 또한 산업 전반으로의 IT 확산을 가속화하고 '범부처 융합기술 발전 기본계획(2008.11)'에 이은 범부처적 IT융합발전 방안을 수립해서 체계적이고 전략적인 연계 · 협력 체계를 구축하는 것이 과제다.

따라서 우리가 보유한 우수한 IT인프라에도 불구하고 저조했던 IT 활용도를 높여야 한다. IT 산업의 자체 기술혁신을 이루기 위해서도 한국경제의 버팀목인 자동차, 조선, 건설, 섬유, 기계/철강 등의 주력산업에 전면적인 IT융합을 통해 제품의 고기능화 및 제조업의 서비스화 전환을 추진하는 IT융합 발전이 절실하다.

이를 위해 첫째, 기존 산업의 신성장동력화에 박차를 가해야 한다. 가치사슬(value chain) 전반에 IT를 도입 · 활용 · 확산하여 생산성을 높여나가고 산업의 고부가가치화를 추구해야 한다.

둘째, 인지감성 조명, 웰페어(welfare: 사회보장) 산업 등 차세대 신기술을 산업화함으로써 IT융합의 미래 신시장을 개척하는 데 힘써야 한다.

셋째, IT의 전략적 활용에 의한 산업경쟁력 강화를 위해 중소기업 생산성 향상을 위한 IT활용 촉진, 전자문서(Paperless)를 통한 경영환경 개선 유도, IT활용을 통한 서비스산업 활성화가 필요하다.

마지막으로, IT융합을 촉진하기 위한 기반 조성을 위해, IT융합 네트워크 확대, IT융합 기술개발 및 시험 · 인증 지원, IT융합 인력양성, IT융합 관련 법 · 제도 개선 등에 노력을 아끼지 말아야 한다.

이를 통해 IT융합시스템 산업은 에너지 소비와 CO_2 배출량을 절감하는 녹색산업으로, 일자리를 창출하고 녹색성장을 뒷받침하는 핵심산업으로 육성될 것이다. 또한 '생각하는 자동차', '디지털 조선', '스마트 의류' 등 주력 제조업의 고부가가치화를 통해 세계시장 점유율을 유지하고, 웰페어 융합플랫폼, 감성형 기계 등 기술적 도약을 이루며, 국내 핵심원천기술 확보 가능성이 높은 융합 신기술 분야를 집중 육성해 나간다면 새로운 신화 창조도 그리 먼 일이 아니다.



정명애
한국전자통신연구원
융합기술미래기술연구부장
machung@etri.re.kr

세계 3대 로봇강국 실현

2013년 국내생산 4조 원, 세계시장 13% 점유



국방과학연구소(ADD)가 자체 개발한 견마 로봇.
이 로봇은 사람의 탑승 없이 최대 6㎞ 떨어진 적진으로 침투, 정찰 업무를 수행할 수 있다.

아침에 휴대폰을 집에 두고 오면 하루 종일 불편하고, 출장 가서 혹여 e-메일을 체크하지 못하면 불안해진다. 이와 똑같이 앞으로 15년쯤 흐른 미래의 어느 날에는 로봇이 없으면 생활을 유지할 수 없는 그런 날이 올 것이다. 로봇은 PC, 인터넷, 휴대폰과 같이 우리의 라이프 스타일을 크게 변화시킬 것이다.

마이크로소프트(MS)의 빌게이츠 회장은 지난 2007년 1월, '사이언티픽 아메리칸' 지 기고에서 "로봇이 PC 산업의 뒤를 이을 것"이라고 밝힌 바 있다. MS는 2006년 12월, 'MS 로보틱스 스튜디오(MSRS)'라는 로봇용 S/W 플랫폼을 내놓은 이후 MSRS를 보급 · 확산하기 위해 공격적 마케팅을 지속하고 있다. MS뿐 아니라 혼다와 도요타 등도 앞다퉈 로봇 제품을 선보이고 있다.

얼핏 보기에 로봇과 무관해 보이는 다국적 기업이 이 분야에 주목하는 까닭은 무엇일까? 그동안 경제성장을 견인해 온 반도체 · 자동차 등의 시장은 이미 포화 상태에 다다랐다. 여기에 중국 · 인도 등 개발도상국의 후발기업들이 풍부한 노동력과 자원의 이점을 안고 선진국을 맹렬히 추격하고 있다. 이런 현실에서 지속적인 기술우위를 유지할 수 있는 분야로 전자 · 기계 · 재료 · S/W 등이 총망라된 첨단융합 산업인 로봇산업이 부각되고 것이다.

또 다른 이유로 로봇산업의 미래성장 가능성을 꼽을 수 있다. 현재 로봇산업의 세계시장 규모는 81억 달러(추정)로 삼성전자의 D램 반도체 매출 100억 달러보다 작

다. 하지만 향후 로봇시장은 2013년에 300억 달러 규모의 본격적 시장성장 단계에 진입한 후, 2018년엔 1천억 달러 시장을 형성할 전망이다. 여기에 로봇기술과 타 산업간 융합으로 발생하는 로봇융합산업을 추가하면 로봇 자체 시장 대비 2~3배 시장을 형성할 것으로 기대되고 있다.

이러한 성장 가능성에 주목하여 세계 각국은 로봇시장과 기술을 선점하기 위해 경쟁적으로 투자에 나서고 있다. 일본 경제산업성은 21세기 경제를 견인할 7대 신산업으로 로봇을 선정하고, 2004년 '21세기 로봇챌린지' 계획을 수립하여 로봇시장을 현재의 자동차시장 규모로 육성할 계획을 세우고 있으며, 혼다의 '아시모', 도요타의 '파트너 로봇' 등 대기업들도 경쟁적으로 서비스로봇을 내놓고 있다.

세계 2위의 로봇생산국인 미국은 지능형 로봇기술을 6대 첨단기술의 하나로 분류하고, 인공지능 등 핵심기술의 경쟁력을 갖추어 가고 있다. 특히 방위고등연구계획국(DARPA)을 중심으로 국방로봇 분야에 핵심기술을 보유하고 있으며, 견마(犬馬)형 국방로봇인 '빅독(Big Dog)', 의료로봇인 '다빈치(da Vinci)' 등 전문 서비스로봇 분야에서 두각을 나타내고 있다.

정부도 고령화 사회의 도래와 삶의 질 향상에 따라 환경 · 실버 · 의료 · 경비 · 교육 등 다양한 분야에서 지능형 로봇 수요가 크게 증가할 것으로 전망하고 있으며, 산업용 로봇과는 달리 시장형성 단계에 있어 세계 시장을 선점할 가능성이 높다는 판단 아래 지능형 로봇 개발에 주력하고 있다. 지난 2003년 7월에 10대 차세대 성장동력산업으로 로봇산업을 선정했고, 매년 820억 원 가량의 기술개발자금을 지원하고 있다. 그 결과 지난해 국내 로봇시장 규모는 약 9천억 원에 달해 세계5위 규모로 성장했다.

그러나 연평균 16.1%의 성장에도 불구하고 아직 국내 로봇시장 규모는 미미한 것이 사실이다. KAIST에서 개발한 '휴보' 등은 우리의 기술수준과 발전 가능성을 확인하고 대중의 관심을 불러일으키긴 했으나, 로봇하면 '아톰' 이나 '로보트 태권브이' 를 우선 떠올리는 수요자의 기대에 미치지 못하고 있다. 수요자의 니즈(needs)에 부합하는 서비스를 제시하지 못함에 따라 수요로 이어지지 못한 경우가 적지 않았다.

이와 같은 서비스로봇 시장의 확대 부진은 우리보다 한참 앞서나간 일본도 같은 상황이다. 최근 개최된 일본 로봇산업진흥회의 '2008년도 연구개발성과발표회' 기조강연에서는, 일본 서비스로봇 시장이 현재 백억 엔 미만으로 서비스로봇 개발에서 '만들고 즐거워하는' 것은 달성되어 있으나 현장에서 즐겁게 사용할 만한 로봇을 제공하지 못함에 따라 '팔고 괴로워하고, 사고 괴로워하는' 상황이 이어지고 있다고 지적된 바 있다.

정부는 이런 한계를 극복하기 위해 최근 수립한 '제1차 지능형로봇 기본계획' 에서 시장형성 시기별 3대 제품군에 따른 차별화된 맞춤형 진흥정책을 제시했다. 우선 시장확대형 전략으로 제조 · 교육용 로봇 등 현재 시장이 형성되어 있는 제품군은 상용화 기술 및 사업화를 중심으로 지원할 계획이다. 신시장 창출형 전략으로 의료 · 사회안전로봇 등 5년 후 주력제품으로 성장 가능한 제품군은 신시장 창출을 위한 기반 마련에 집중하겠다. 또 생활서비스로봇 등 10년 후 시장을 목표로 하는 제품군은 로봇원천기술에 투자함으로써 산업의 기초체력을 강화해 나갈 계획이다.

지난 1월에는 로봇이 정부가 발표한 17개 신성장 동력산업 중 하나로 선정된 바 있어 정책 추진에 더욱 탄력을 받을 것으로 예상된다.

우리나라는 로봇시장이 급팽창할 수 있는 세계 최고 수준의 IT 인프라를 보유하고 있다. 자동차 · 통신 · 가전 · 조선 등 다양한 로봇 잠재시장이 있으며, 정형화된 주거환경(아파트), 첨단기기에 대한 빠른 국민의 수용성 등 로봇산업 초기시장 선점 측면에서 특유의 장점을 지니고 있다. 이 같은 강점과 정책적 노력을 결합한다면 2013년 총생산 4조 원 규모 달성, 세계 3대 로봇강국으로의 도약이 불가능한 이야기만은 아닐 것이라 확신한다. 나라경제



원영준
지식경제부 로봇팀장
weonyj@mke.go.kr

석기 → 청동기 → 철기 → 나노소재期!

2010년 세계시장 규모 3,400억 달러, 간접효과 고려하면 1조 달러



한국과학기술원(KAIST) 나노종합팹(fab)센터는 국내 나노기술 연구 개발 및 지원을 담당하고 있다. 사진은 지난 2004년 1월 열린 신축기공식에서 참석인사들이 기념 테이프를 자르는 모습

세계적 경기불황 속에서 오히려 판매량을 획기적으로 늘리고 브랜드 가치를 높이고 있는 한국산 LCD · LED TV와 명품으로 자리 잡은 핸드폰 소식을 듣는 것은 가슴 뿌듯한 일이다. 반면 경제성장의 추진력이 떨어지고 국제 경쟁력이 후퇴하고 있다는 다른 한편의 발표들은 여러 가지를 걱정하게 만든다. 세계적 경쟁력을 갖춘 몇몇 품목에서의 약진과 성장동력 상실에 대한 우려 사이의 큰 괴리는 경쟁력 창출의 원천, 새로운 성장동력의 뿌리를 찾아내고 동력화하라는 숙제를 우리에게 준다.

새로운 성장동력을 원천기술 즉, 바닥으로부터 찾는다는 점에서 17개 신성장동력에 신소재 · 나노융합이 포함된 것은 의의가 크다. '신소재' 부문은 1980년대 중반 이후 첨단제품 수출의 급격한 확대와 함께 확대된 부품소재 수입 때문에 국가적인 과제로 이슈화되었다. 그 이후 지금까지 상당한 투자를 해온 이 부문이 10년 내외의 장기 성장동력화될 부문에 다시 포함된 것은 지속성장에 필요한 동력의 뿌리를 강화하겠다는 강한 의지로 볼 수 있는 것이다. 또한 16개 신성장동력 부문의 상당 부분이 신소재 · 나노융합과 불가분의 관계를 갖고 있어서 함께 추진하는 것이 효율적이기도 하다.

신소재 · 나노융합은 원천기반 내지 융합을 위한 원천기술로서 신성장동력 창출의 뿌리 역할을 하는 분야이다. 이처럼 원천적이며 기반적인 성격을 가진 신소재 · 나노융합이 신성장동력이 될 수 있는 이유는 '훌륭한 성능에도 불구하고 값은 싸며,

환경친화적인' 제품을 원하는 소비자와 전방산업의 수요를 충족시킬 수 있는 바탕을 제공하기 때문이다.

구석기 시대로부터 철기 시대, 조만간 도래할 나노기술 시대가 소재의 종류와 가공기술로 구분됨은 신소재 · 나노융합의 중요성을 잘 말해주는 것이다(신석기 시대 말기에는 청동 소재, 청동기 시대 말기에는 강철 소재가 신소재였다). 결국 새로운 특성을 갖는 소재나 소재를 가공하는 특별한 방법 없이는 문명주도 세력이 될 수 없다는 점에서 신소재 · 나노융합(소재+나노가공기술)은 꼭 확보해야 하는 성장동력이다.

신소재는 말 그대로 새로운 소재로서, 강철의 담금질과 같이 소재의 내부상태를 조절하여 물성을 혁신적으로 개선한 소재나 새로운 화학조성(합금)을 갖거나 여러 소재의 물성을 발전적으로 결합한 소재(복합소재)를 말한다. 나노융합 기술은 초정밀 가공, 초정밀 물질제어에 기반을 둔 기술로서, 1~100 나노미터(필자주 : 1 미크론의 1/1000~1/10, 1 나노미터는 10억 분의 1 미터) 크기 범위에 있는 물질 또는 소자(시스템)가 나타내는 특이한 물성을 이용하는 기술이다. 가장 작은 단위의 물질을 다루는 기술이기에 당연히 거의 모든 융합기술의 바탕이 된다. 나노융합의 여러 분야 중 신성장동력 사업에 포함된 분야는 10년 내외의 기간 동안에 성장동력화가 가능한 수준에 있는 나노소재다(정확한 의미로는 나노융합소재가 될 것임. 현재 신성장동력에 포함된 나노융합소재는 나노기술 혹은 나노융합 기술의 일부임).

신소재 · 나노융합(소재)의 중요성은 이로 인해 큰 영향을 받게 될 부품소재산업 부문의 통계를 보면 실감할 수 있다. 2006년 기준으로 부품소재산업은 전체 제조업 대비 생산액의 42.7%(39.3%), 사업체 수의 32.0%(29.8%), 고용의 47.2%(46.2%), 수출의 45.3%(41.2%), 수입의 37.0%(42.0%)를 차지하고 있다(괄호 안은 2001년 기준). 또 2001~2006년 기간 동안 전체 제조업 부문에서 창출된 고용인원은 26만 명이었으며, 그 중 15만 명이 부품소재산업에서 창출된 것이었다(2006년 현재 전체 138만 명 고용).

나노융합(소재) 부문은 현재 산업화가 가속되고 있는 단계로, 2010년 3,400억 달러 규모의 세계시장(직접유발시장)을 형성할 것으로 예측된다. 미국 과학재단 자료에 의하면 여기에 나노기술을 바탕으로 한 반도체(3,500억 달러), 의약(1,800억 달러), 화학 · 정유(1천억 달러), 운송(700억 달러) 부분에서 유발될 간접효과를 고려하면 세계시장 규모는 1조달러에 달할 것으로 추정된다. 나노기술 개발에 거의 비슷한 규모(약 10억 달러)로 투자하고 있는 미국 · 일본 · EU · 러시아가 공통적으로 중점을 두는 영역이 바로 이 나노융합(소재) 분야다.

지금 우리는 아직도 계속되고 있는 원천소재 기술 부족의 고통에 더해 세탁기 한 대를 제조할 때마다 600kg 이상의 이산화탄소 배출 부담을 안아야 하는 새로운 도전에 직면해 있다. 에너지원은 물론 원자재의 대부분을 수입해 세계적 기업을 능가하는 제품을 만들어 내다 팔아야만 하는 것이 우리의 입장이다. 그런 만큼 1등 제품 창출에 필요한 '혁신기능'을 창출하고, 자원 사용량을 극소화하며 환경부담을 줄이는 데 요구되는 '고성능화'를 동시에 달성하기 위해 신소재 · 나노융합 분야에 적극 투자할 필요가 있다. 이러한 신소재 · 나노융합에 대한 적극적 투자는 신재생 에너지, 고도 물처리, LED 응용, 첨단 그린도시 등 다른 신성장동력 분야의 조기 동력화에도 직 · 간접적으로 기여할 것이다.

우리는 지난 1980년대 이후 대일 무역역조 개선을 위한 신소재 개발 노력을 계속해 오고 있다. 또한 2001년부터 세계적인 나노기술 개발 경쟁에 발 빠르게 대응하고 있다. 그동안 축적된 우수한 소재개발 인력, 반도체산업으로 대표되는 초정밀제조업 등 신소재 · 나노융합 부문의 성공에 필요한 상당한 수준의 기반을 갖고 있는 것이다.

우리 앞에 부각되고 있는 그린 이코노미, 탄소 경제 등 새로운 사회 · 경제 패러다임은 기존과는 다른 불연속적인 기술을 필요로 하는 경우가 많기에 우리는 이러한 새로운 게임의 장에서 충분히 승자가 될 수 있다. 아니 21세기 생존을 위해 승자가 돼야만 한다. 17개 신성장동력 부문이 조기에 동력화돼 한국경제를 크게 도약시키는 과정에 신소재 · 나노융합이 큰 기여를 하게 되기를 기대한다.



박종구
한국과학기술연구원 나노과학연구본부장
jkpark@kist.re.kr

수출 효과 170억 달러, 일자리 창출 24만 명

2018년 세계5대 생명공학 · 의료기기산업 강국으로



정부는 바이오자원 · 신소재 · 장기 및 친환경 바이오화학제품 생산, 첨단의료 영상진단기기 및 고령친화 의료기기 개발 등에 집중 지원할 방침이다.
독일과 이탈리아, 일본, 대만에서 건너온 치과의사들이 한국 의사의 임플란트 시술을 지켜보고 있다.

일본 · 독일 등 선진국은 이미 65세 이상 인구비율이 20%가 넘는 초고령 사회에 진입했다. 만성질환자가 급증하는 한편 소득증대에 따라 삶의 질 향상을 위한 요구도 점차 늘어나고 있다. 미래학자들은 바이오제약(자원) · 의료기기산업을 앞으로 세계시장을 선도할 신성장동력 산업으로 주목하고 있다.

세계적으로 새로운 효능을 가지는 합성신약의 개발이 한계에 도달하면서 유전자 · 단백질 · 세포와 같은 바이오물질을 이용해 난치성 질환을 치료하는 바이오 의약품이 급성장할 것으로 예상된다. 바이오기술을 농업에 접목할 경우 농생명 바이오자원을 기반으로 한 고부가 종자산업을 육성하고 바이오소재 및 바이오장기도 만들어 낼 수 있다. IT · BT · NT 기술융합을 통해 안전성과 성능을 한층 높인 첨단의료 진단 · 치료기기 개발도 활발하다.

세계 바이오산업 시장 규모는 2007년 1,123억 달러에서 2015년에는 3천억 달러를 넘어설 것으로 추산된다. 미국 · EU · 일본과 같은 선진 각국들은 바이오기술의 산업화를 국가 차원의 전략과제로 선정해 집중 투자하고 있다. 미국은 연방정부 차원에서 생명공학 로드맵을, 캘리포니아 주정부 차원에서 줄기세포 연구개발을 추진하

고 있다. EU는 생명공학에 대한 유럽전략을 수립했고, 일본은 '제3기(2006~10년) 과학기술기본계획'에서 신약개발 · 신의료기술 실용화, 생명정보 및 융합연구 강화를 천명했다.

우리나라도 지난 1994년부터 본격적으로 생명공학 분야에 투자해 왔다. 2007년까지 5조2천억 원을 투자했으며, 현재 세계 10위권의 기술경쟁력을 확보했다. 유관산업인 유기화학 및 의약품 제제화 분야에서 높은 기술수준을 보유하고 있으며, BT 기초분야 연구인력도 우수하다. 임상시험 인프라 및 관련 인력도 선진국 수준이다. 세계 6위의 농업 유전자원(24만8천 점)을 보유하고 있으며, 그 기술은 세계 8위권 정도로 평가된다.

바이오제약(자원) · 의료기기산업을 신성장동력으로 추진하는 데 있어서 장애요인도 있다. 최고 수준의 기술국들에 비해 핵심원천기술을 많이 확보하지 못했다. 전반적 기술수준은 선진국의 60~70%에 불과하고 원천기술 개발과 상업화 연계도 원활하지 못하다. 고위험-고수익형 산업 성격상 장기투자에 따른 민간투자도 미흡하다.

정부는 이 같은 우리의 강점을 살리고 단점을 해소하기 위해 산학연 협력체제를 고도화해 산업화 단계별 참여주체의 시장수요를 감안한 연구개발 지원체계를 수립할 계획이다. 바이오 및 첨단의료기기 분야의 특성을 감안한 생산 · 조세 · 자금 지원으로 산업 활성화를 위한 인프라를 구축할 것이다.

우선 항체 · 줄기세포 · 유전자 치료제를 개발할 방침이다. 농생명 유전자원과 첨단기술과 접목해 바이오자원 · 신소재 · 장기 및 친환경 바이오화학제품을 생산하고, 첨단의료 영상진단기기 및 고령친화 의료기기 개발을 집중 지원하려 한다.

바이오의약품은 발병원인을 찾아 표적만을 치료하는 특성이 있다. 소화기를 통해 흡수된 뒤 온몸에 영향을 미치는 화학합성 의약품보다 효과가 높고 부작용이 적다. 개발기간이 짧고 투자비용도 적게 든다.

바이오자원을 이용한 바이오기술은 기존 식량, 사료의 생산에서 신기능성 물질, 산업용 · 의료용 물질 생산기술로 발전하고 있다. 바이오매스(Biomass, 에너지로 이용 가능한 동식물)를 원료로 한 바이오화학 제품은 미래형 친환경 제품으로 기존의 석유화학 제품을 대체한다. 첨단의료 영상진단기기는 인체 내부의 조직이나 기관과 같은, 의학적으로 유용한 모든 생체정보를 방사선과 초음파를 이용해 영상화하고 이로부터 진단이나 치료에 활용되는 임상정보를 처리하는 기술이다.

고령친화 의료기기는 인공관절, 치과 임플란트, 전동휠체어, 맞춤형 보청기와 같은 노인성 질환 극복 의료기기 및 삶의 질 향상 의료기기를 말한다.

다음으로 올해 1천억 원을 목표로 바이오메디컬 전문펀드를 조성한다. 바이오 · 의료기기 분야 R&D 성과를 사업화하는 기업체에 50~200억 원을 투자할 계획이다. 민간투자를 유인하기 위해 R&D 투자비용 조세감면 확대 등 세제 지원도 늘려나갈 것이다.

마지막으로 산업 활성화를 위해 제도를 개선 · 정비하는 것도 빼놓을 수 없다. 인간복제 가능성이 있는 줄기세포의 윤리적 문제를 해결하기 위해 줄기세포 연구에 국가주도의 등록제를 시행할 계획이다. 등록된 정보를 데이터베이스화로 웹상에 제공해 줄기세포 연구를 북돋으려 한다. 의약품 및 의료기기 허가와 관련해 기업맞춤형 허가신청전 사전상담제를 마련하고, 의약품 제조 · 품목허가 분리 대상을 확대해 의약품 전문위탁기업을 키울 예정이다. 신개발 첨단의료기기가 신속히 시장에 진입할 수 있도록 생산품목 허가기간 단축 및 보험수가 반영도 검토하고 있다.

정부의 노력에 더해 민간도 설비투자를 확대하고 시장수요에 기반한 선도적 R&D 투자를 강화할 필요가 있다. 연구개발 성과를 상용화함에 있어서 부딪치는 법 · 제도적 장애요인을 적극적으로 발굴해 이의 개선을 정부에 제안하는 것도 중요하다.

이러한 신성장동력 산업 전략을 성공적으로 추진하면 바이오의약품(자원) · 첨단의료기기 부문에서 2018년에 일자리 창출 24만 명, 생산 45조 원, 수출 170억 달러라는 성과를 거둘 수 있을 것으로 전망된다. 세계시장 점유율 7.4%를 달성함으로써 세계 5위의 생명공학 · 의료기기산업 강국이 실현될 것으로 기대한다.



맹호영
보건복지가족부 보건산업기술과장
maeng102@mw.go.kr

파리의 노천카페에서 오미자차를!

2012년 농식품 수출 100억 달러, 한식을 세계 5대 음식으로

최근 영화 '엑스맨 탄생 : 울버린' 을 홍보하기 위해 한국을 찾은 영화배우 휴 잭맨은 '몸짱 근육' 을 유지하기 위해 불고기를 즐겨 먹는다고 말해 화제가 됐다. 미국의 오바마 대통령은 불고기와 김치의 팬이며, 여배우 기네스 펠트로는 출산 후 비빔밥으로 다이어트를 했다고 한다. 한식에 대한 세계인의 관심은 우리가 상상했던 것 이상이다.

영국의 리서치회사 데이터 모니터(Data Monitor)사의 추정에 따르면 세계 식품시장의 매출액 규모는 약 4조 달러(2002년 3조3천억 달러→2008년 4조 달러→2012년 4조6천억 달러)에 달한다. 자동차 · IT 시장보다 크다. 이 규모는 인구 증가에 따라 지속적으로 성장할 것으로 전망되고 있다. 특히, 식품선택 기준이 고급화, 웰빙 · 건강 지향, 안전성 중시 등으로 바뀌면서 유기식품, 기능성 식품 등의 고부가 식품에 대한 수요가 늘어나고 있다(세계 유기식품 시장 추정 : 2002년 219억 달러→2007년 415억 달러→2011년 671달러, 기능성 식품 추정 : 2002년 2,100억 달러→2007년 3,771억 달러).

고부가 식품이란 개념이 명확하지는 않다. 과거엔 식품이 영양 공급원일 뿐이었다면, 고부가 식품은 새로운 아이디어와 첨단 기술을 통해 새로운 가치를 창출해 부가가치를 높일 수 있는 식품이다. 건강과 웰빙을 지향하고, 편의화 · 고급화 등 최근 식품소비 트렌드와 미래 소비자 수요에 부합하는 식품을 의미한다.

그렇다면 왜 우리는 '고부가 식품' 을 신성장동력으로 육성해야 하는가? 식품산업은 첨단기술과 새로운 아이디어와 결합할 경우 향후 높은 수요를 불러내 경제 · 문화적 부가가치를 창출할 수 있는 잠재력이 높은 산업이다. 생물을 다룬다는 점에서 환경친화성 등으로 대표적인 녹색산업화도 가능하다.

또한 식품산업은 BT · IT · 나노(Nano) 등의 첨단기술과 접목되거나 문화와 결합될 경우, 국가 이미지 제고는 물론 연관산업 성장이라는 파급효과가 기대되는 분야다. 이미 세계 여러 나라들은 자국 음식과 식품을 국가 전략상품화하는 노력을 가시화해 나가고 있다.

중국을 비롯한 동북아 지역은 거대한 식품시장으로서의 미래 가능성을 지니고 있어 시장 여건도 희망적이다. 특히 중국의 급속한 경제성장과 도시화로 고급 식품 수요가 급증할 것으로 보인다. 중국의 경우 식품안전에 대한 불신이 높아 우리나라 식품의 안전성을 부각할 경우 시너지 효과도 기대된다.

하지만 아직 우리는 고부가 식품산업으로 갈 길이 멀다. 중소기업이 차지하는 비중이 너무 높다. 종업원 5인 이상 음식료품 제조업체 5만7천여 개 중 종업원 3백명 이상 업체는 0.1%인 39개에 불과하다. 이런 취약한 산업구조로는 민간 분야의 R&D 투자 역량이 미흡할 수밖에 없다.

국내에서 생산되는 식품원료가 부족해 곡물가 및 유가 급등 등 국제시장 변화에 탄력적으로 대응하는 데 한계도 있다. 바이오 연료 사용, GMO(유전자변형작물) 생산 등이 늘어나면서 안전한 원료를 안정적으로 확보하기가 점점 어려워지고 있다.

정부는 지난해 11월 '식품산업발전 종합대책' 을 발표하고, 식품산업을 녹색성장을 견인하는 세계일류 식품산업으로 육성한다는 비전을 제시했다. 앞으로 10년간 시장규모를 2.1배 늘리고, 2012년까지 농식품 수출 100억 달러와 한식(韓食)의 세계 5대 음식화를 달성할 계획이다.

먼저 빠른 시일 안에 선진국 수준의 기술력을 확보하기 위해 3대 중점분야를 선정하고 핵심기술 개발에 집중 투자할 것이다. 미래 유망식품, 첨단기술 융합 및 안전성 향상 등의 기술을 개발하고, 이러한 결과물을 산업체에 제공함으로써 세계시장 선점이 가능한 고부가 식품 개발에 힘쓸 것이다.

기술개발에 발맞춰 식품산업을 선도해 나갈 국가 식품클러스터 및 전국적인 식품 네트워크도 구축할 것이다. 국가 식품클러스터를 식품의 R&D 및 생산 · 수출의 거점으로 조성하고, 수요가 늘어날 것으로 예상되는 유기가공식품 등의 생산 인프라를 확충해 나갈 것이다.

또한 세계 발효식품시장을 선점하기 위해 세계 김치연구소를 설립해 발효와 관련된 기술개발 등을 주도할 계획이다. 우리의 전통 · 발효 식품은 영양학적으로 그 우수성을 인정받고 있어 수요가 늘어날 것으로 전망된다. 전통 · 발효 식품 가공업체의 품질을 개선하고 시설 현대화 등을 지원할 것이다.

우리의 우수식품에는 천일염도 빼놓을 수 없다. 우리나라의 천일염은 다른 나라에 비해 비만의 주범인 염화나트륨 함량이 낮고



식품산업은 경제 · 문화적 부가가치를 창출할 수 있는 무한한 가능성이 있다. 우리의 전통 오미자차는 빛깔이 아름다울 뿐 아니라 폐기능을 강하게 하고 기침이나 가래를 줄여 주기도한다.

(한국산 82.5% 〈 프랑스산 89.89% 〈 중국산 88.47%), 항암효과가 있는 칼륨 등 미네랄 성분이 많은 것으로 알려져 있다. 천일염의 명품화를 위해 낙후시설 개 · 보수 및 산지종합처리장 신축 등을 추진할 것이다.

마지막으로 대내외 우리 식품의 수요 창출을 위해 한식의 산업화 · 세계화에 노력할 것이다. 민관 공동 추진체계를 구축하고 투자펀드를 조성하며, 전문조리인력을 양성하는 등 산업 인프라를 구축할 것이다. 외국인 입맛에 맞는 메뉴 개발, 조리법 표준화, 한식 및 식문화 홍보 등을 통해 세계인의 입맛을 사로잡을 계획이다.

세계 식품시장은 새로운 기술개발과 새로운 시장을 선점하려는 싸움이 치열하다. 무한경쟁 속에서 항상 새로운 마인드로 기술을 개발하고 새로운 시장을 개척하려는 노력이 업계 · 학계 등 산업 전반에서 활발히 이뤄지고 있다. 우리나라가 세계 식품시장을 선도하고 파리의 노천카페에서 오미자차를 마시는 외국인들을 볼 날이 멀지 않았다.



전한영
농림수산식품부
식품산업정책팀 서기관
jeonhan0@mifaff.go.kr

이젠 도시 모델도 수출한다

교통 혼잡, 환경오염 등 도시문제 극복하는 그린도시 건설



미래 주거 문화 체험공간으로 꾸며진 파주 유비파크 체험관 전경

기존 도시에 첨단 IT기술과 생태기술을 융·복합한 새로운 도시모델인 '첨단 그린도시'는 U-City, ITS(편집자 주 : Intelligent Transportation Systems, 지능형 교통 시스템), 공간정보, 하이 그린홈 등 다양한 첨단산업을 포괄한다. 세계 첨단 그린도시 관련 시장의 규모는 2018년 2천4백억 달러로 예상된다. 특히 친환경, 그린 에너지, 쾌적한 공간 등 삶의 질에 대한 욕구가 커짐에 따라 첨단 그린도시 관련 산업의 수출기회는 크게 늘어날 것으로 보인다.

우리나라는 세계 최고 수준의 IT기반 인프라, 국가 공간정보인프라 등 우수한 환경을 보유해 첨단 그린도시의 테스트 베드(Test-Bed)로 최적의 조건을 갖추고 있다. 과거에는 반도체와 전자제품이 한국의 주요 수출 품목이었지만, 이제는 '제조된 물건'뿐 아니라 '도시'도 하나의 수출품목으로 자리 잡게 될 것이다. 그 선두에 대한민국의 특화된 도시모델인 '첨단 그린도시'가 자리 잡을 수 있도록 정책적으로 지원할 계획이다.

우선 공격적인 R&D 투자 전략을 바탕으로 민간 신시장 및 관련 산업을 적극 육성하고자 한다. ITS, 공간정보 분야는 기존 사업범위에서 관련 사업범위를 대폭 확대해 부가가치를 창출하고자 한다. 또한 핵심 인력을 양성해 인적 기반을 확충하고, 시범사업을 통해 성공모델을 창출하며, 우리나라 주도의 U-City 월드 포럼 구성 등을 통해 국제표준 획득, 해외시장 진출 등 해외시장에서 주도권 선점을 위한 정책 지원을 확대할 계획이다.

R&D부문에서 보면, U-City 구현을 위

한 핵심기술 개발 및 보급을 위해 통합 플랫폼, 고기능 유무선 통신망, 센서망 등 U-인프라 기술개발 및 제품화를 추진하고 있다. 기반시설 및 도시공간을 지능화하는 기술 개발과 지속 가능한 U-City 운영을 위한 수익모델도 개발하겠다.

U-City 핵심기술을 테스트 베드에 구축해 실용화 검증 및 사업화 방안을 도출해낼 것이다. 지능형 공간정보 핵심기술 개발에서 차세대 유비쿼터스 환경의 IT기술(RFID, WiBro 등) 및 인프라망에 GIS(지리정보시스템) 기술을 접목한 U-GIS 기술을 개발해, 최고 수준의 정보통신 인프라를 활용한 테스트 베드 적용을 거쳐 공간정보 핵심기술 및 표준을 선점할 것을 목표로 하고 있다. U-교통서비스 기반기술 개발을 통해서는 유비쿼터스 기술, 교통기술 융합, 이동 중 연속 교통정보서비스 등 교통시설 · 수단의 정보화, 지능화, 첨단화를 촉진하고자 한다.

도로-IT, 도로-자동차 등 관련시설과 수단 간 연계기술 및 정보수집, 영업시스템 개발 등을 추진해 SMART 하이웨이 관련 교통기술을 개발하도록 한다. 인텔리전트 복합 환승 관련 설계 · 핵심 기술 개발 분야에서는 복합 환승센터 설계 · 구축 · 운영 · 관리 기술, 환승유도 및 컨시어지(Concierge) 기술, 환승정보 수집 · 예측 기술, 교통수단 연계 예약시스템 기술, 휴대용 동적 환승 안내장치 기술 개발 등을 이룩할 계획이다. 지능형 위성 항행시스템 관련 기술개발을 위해 GBAS(위성 이 · 착륙 시스템)가 국내 공항에서 수평정확도, 수직정확도, 무결성 등을 보장하는 핵심기술을 개발할 것이다. 저에너지 친환경기술 개발 및 보급 확대를 위한 표준모델 개발을 위해 40~55% 정도 에너지를 절감하는 에너지 저감요소기술 개발도 추진 중이다.

예산사업으로는 U-City 시범도시 사업을 추진해 성공모델을 창출하고 해외 수출모델을 개발할 수 있도록 계획 중이다. 4개 대학에 U-City 석 · 박사과정을 개설해 연간 120여 명의 석 · 박사급 핵심인력을 양성하고, U-City 인력양성센터를 개설해 연간 4백 명의 전문기능인력 양성을 계획하고 있다.

공간정보 분야 인프라 구축을 위해 현재 분산된 정부기관의 공간정보를 통합, 관리하기 위한 공간정보서비스 표준 기반시스템을 개발 중이다. 통합 DB 구축을 통해 국가 공간정보체계를 구축하고 국가 주도하에 전국 3차원 지도를 조속히 완성해 공공정보 활용도를 높이겠다. 또 예산의 중복투자를 막고 대민 서비스가 가능하도록 하겠다.

「유비쿼터스도시의 건설 등에 관한 법률」이 지난 3월 제정됨에 따라 종전 지자체별로 무분별하게 추진돼 왔던 U-City를 표준화된 절차와 방법으로 추진하도록 제도적인 기반도 마련했다. 올해 안에 국가차원의 추진전략을 담은 종합계획을 수립할 예정이다. 공간정보 확충 및 유통을 제약하는 규제는 과감히 정비하겠다.

첨단그린도시 산업의 해외 수출을 위해 2010년을 목표로 U-City 월드 포럼을 구성할 계획이다. 해외 신도시 건설 개발에 참여할 때 첨단그린도시 관련 핵심기술을 패키지로 수출해 한국의 특화된 브랜드 '첨단 그린도시'를 해외에 수출하고자 한다. 공간정보 산업은 현재까지 구축 · 개발된 공간정보자료, 시스템, 소프트웨어, 서비스 등을 지속 보완해 동 · 서남아시아, 아프리카, 중유럽 등 해외시장 진출을 모색할 계획이다. 정부 간 MOU 체결, 개도국 공무원 초청연수 등의 국제협력프로그램, 공간정보박람회 및 해외 로드쇼 개최 등을 통해 해외 진출의 발판을 만들고자 한다.

이와 같이 다각적 지원을 통해 첨단 그린도시 산업을 육성 · 지원한다면 2018년까지 10만 명의 일자리를 창출하고, 세계시장 점유율 18%(약4백억 달러)를 확보해 국부 창출에 크게 기여할 것이다. 첨단 그린도시는 교통 혼잡, 환경오염 등 도시문제를 극복할 수 있는 저탄소 녹색성장의 핵심 토대다. 국내 우수한 역량을 바탕으로 해외 수출모델을 개발한다면 한국 고유의 글로벌 브랜드가 될 수 있을 것이다.



안진애
국토해양부 도시재생과 사무관
jinae@korea.kr

기술 · 노하우 · 역량을 합해라

실현가능한 구체적 액션플랜 필요

우리 경제는 이제 전환기에 접어들고 있다. 새로운 도약이 필요한데, 그것을 위한 새로운 성장동력을 찾기가 쉽지 않다. 제조업 위주의 경제구조를 지닌 한국은 이른바 '넛크래커'(nut-cracker) 상태에 처해 있다는 말을 종종 듣는다. 우리 경제의 실상을 그대로 나타낸 말이라고 생각된다. 중저가 제품은 중국 등 후발개도국의 거센 추격에 직면하고, 고급 제품은 미국 · 일본 등 선진국의 벽에 부딪쳐 설 자리가 없는 것이다.

우리가 이 같은 '넛크래커' 상황에서 벗어날 수 있는 방법은 과연 무엇인가? 새로운 성장동력을 발굴하여 산업화하는 것이 유일한 방법인데 이를 위해서는 몇 가지 대안을 고려할 수 있다. 최근 기술과 산업이 폭넓게 융합화 · 복합화하는 경향을 보면 융합산업이 하나의 대안이 된다. 융합산업은 본질적으로 기술과 산업을 결합하여 기존 산업을 고도화하고, 새로운 산업을 창출하는 것이다.

문제는 어떻게 새로운 산업을 생성하여 가치를 창출할 것인가에 있다. 새로운 기술을 개발하여 신제품을 출시하는 것도 가치



한승수 국무총리가 지난 2월 부산시청에서 열린 '정부 부처 합동 신성장동력 설명회'에 참석해 인사말을 하고 있다.

를 창출하는 하나의 방법이다. 신기술은 개발과 사업화에 매우 긴 시간과 투자가 필요하고 실패의 위험도 높다. 그러나 선진국들이 이전을 기피하는 핵심 원천기술들은 이 방법 외에는 달리 획득할 방법이 없다.

새로운 가치를 창출하는 다른 방법을 찾는 것도 신기술 개발 못지않게 중요하다. 신기술을 보유한 것만으로는 가치창출이 보장되지 않기 때문이다. 컴퓨터에서 윈도우 환경의 모태가 되는 GUI(graphic user interface) 기술은 원래 1970년대 중반 제록스에서 개발한 것이다. 그러나 당시 제록스 연구원들은 이 기술의 중요성과 잠재적 가치를 알지 못했다. 결국 제록스 연구소를 방문한 애플컴퓨터의 스티브 잡스 회장이 중요성을 인식하고 이를 바탕으로 매킨토시를 개발해 매우 큰 성공을 거두게 된다.

새로운 가치 창출은 혁신을 통해 성장을 추구하는 것과 맥을 같이 한다. 슘페터는 그의 1934년 저서 「경제성장론」에서 혁신을 '자원의 참신한 재조합' 으로 정의한다. 같은 맥락에서 펜로스도 그의 1959년 저서 「기업성장이론」에서 '자원을 사용하는 방법의 함수' 로 혁신을 정의한다. 융합산업은 이처럼 기술 · 노하우 · 역량 등 다양한 형태의 경영자원을 참신한 아이디어로 재조합함으로써 새로운 성장동력을 창출한다는 점에서 다분히 혁신의 개념적 틀로 설명이 된다.

문제는 자원의 참신한 재조합을 통해 새로운 성장동력을 찾아내는 것이 말처럼 쉽지만은 않다는 데 있다. 신기술 개발과 달리 자원의 재조합으로 생성되는 신산업은 견고한 사업모델을 견지하기가 매우 어렵다. 또한 신산업이 가치를 창출하는 사업모델로 부상하더라도 경쟁자에 의해 쉽게 모방될 수 있다면 성장동력으로서의 기능을 상실하게 된다. 따라서 기존의 기술이나 산업의 융합을 통해 신산업을 창출할 때에는 노하우, 조직프로세스, 고객기반 등의 독특한 경영자원을 결합하여 모방이 불가능하도록 만들어야 한다.

재조합의 관점에서 보면 제조 기능과 서비스 기능의 결합이 중요하다. 방송통신 융합을 예로 들어 보자. IPTV(인터넷TV), DMB(디지털 멀티미디어 방송), Wibro(무선 초고속인터넷) 등 최근에 개발된 융합산업은 서비스와 제품의 양면을 모두 가지고 있다. 새로운 방송통신서비스는 이를 구현할 새로운 기기가 뒷받침되지 않으면 사업화가 불가능하다. 새로운 서비스와 기기는 서로 영향을 주고받으면서 상호 발전하는 구조를 지니는 것이다. 이 같은 서비스와 제품 간 상호의존성은 정도의 차이는 있겠으나 방송통신뿐 아니라 IT융합시스템, 로봇응용, 신소재 · 나노융합, 제약 · 의료기기, 식품 등 모든 융합산업에 공통적으로 내재된다.

신기술을 활용해 새로운 제품을 개발하는 기업이 신규 서비스를 개발해 이를 직접 사업화한다면, 서비스는 물론 이를 구현하는 제품의 성능을 한층 더 높일 수 있을 것이다. 그러나 이 경우 대부분의 서비스 진입이 제한되어 있다는 점이 걸림돌이다. 따라서 제조기업이 서비스 분야로 자유롭게 진입할 수 있도록 진입장벽을 제거해 주는 것이 중요하다. 그래야만 융합을 통해 신산업이 원활하게 창출될 수 있다. 하지만 안타깝게도 서비스업 진입제한은 비단 방송통신 부문만이 아니라 금융 · 교육 · 보건 등 가치창출 잠재력이 높은 대부분의 서비스에 폭넓게 자리 잡고 있는 것이 우리의 현실이다.

마지막으로, 정책의 실효성을 높이기 위해 고려해야 할 점들을 살펴본다. 융합산업을 포함해 새로운 성장동력 사업들은 대부분 시장에서 검증이 되지 않은 상태 그만큼 불확실성이 높다. 따라서 성공확률을 높이기 위한 구체적 방안 마련이 필요하다.

우선 방송통신 융합, IT 융합, 로봇응용 등 융합산업의 세부사업에 대한 구체적인 실행계획을 수립할 필요가 있다. 이 계획에는 개별사업의 궁극적인 목표, 추진의 주체 · 기간 · 방식, 소요재원 및 조달방식, 정부와 민간의 역할, 평가 주기 · 방법 등 구체적인 행동지침이 포함돼야 한다.

또한 이러한 행동지침들은 실행이 가능해야 한다. 우리 기업이나 정부의 역량을 초월하는 계획은 달성이 불가능하고 미달하는 계획은 자원의 낭비를 초래한다.

아울러 정책의 지속성을 보장하는 방안을 마련해야 한다. 일회성 · 단기성 정책으로는 본질적으로 시간을 요하는 성장동력 창출이 불가능하다. 이번에 마련된 신성장동력 사업이 보다 내실 있게 추진돼 우리의 산업과 경제가 한 단계 더 도약하기를 기대해 본다.



김휘석
산업연구원 주력산업실장
kimhs@kiet.re.kr

지난해 버스이용객 6% 늘어

시내버스 준공영제 · 버스환승할인에 힘입어

우리나라 버스운송사업은 급속한 경제발전으로 인한 이동인구의 증가와 고속도로와 같은 자동차 인프라의 지속적 확충에 힘입어 성장했다. 지난 1990년엔 연인원 81억4천만 명이 이용할 정도로 많은 사랑을 받았다. 그러나 그 후 자가용의 증가와 교통체증으로 인한 정시성의 상실 등으로 2003년까지 지속적인 감소세를 보였다. 최고 정점을 기록했던 1990년 대비 버스이용객이 41%(47억3천만 명)나 줄어든 것이다. 그러나 2004년부터 서울시의 준공영제 시행과 버스노선체계 개편, 버스전용제로 확대 시행 등으로 다시 연평균 2.5% 증가하는 추세를 보이고 있다.

수도권 환승할인 효과, 고유가도 영향

지난해 사업용 버스(시내, 시외, 고속, 농어촌, 마을버스)를 이용한 사람은 53억5천만 명, 1일 평균 1천4백만 명으로 지난해 같은 기간에 비해 약 6%(3억 명)가 늘어났다. 업종별로는 시내버스가 6.7%(3억1천만 명), 시외버스가 1.0%(245만 명), 고속버스가 4.9%(188만 명) 증가한 반면, 농어촌 버스는 농어촌 지역 인구 감소 등에 따라 9.0%(989만 명) 줄어들었다.

권역별 증가율로는 시내버스 준공영제 실시와 환승할인제를 좌석직행버스까지 확대 시행한 수도권이 8.6%(2억5천만 명)로 가장 높았고, 다음이 영남권 4.5%(5천만 명), 강원권(190만 명) 순으로 나타났다. 반면 시내버스 요금을 19% 인상한 제주권은 전국에서 유일하게 3.6%(96만 명) 감소한 것으로 조사됐다.

지난해 국민 1인당 평균 버스이용 횟수는 108회로, 전년(102회)에 비해 6회(5.5%) 증가했는데, 이는 일본의 연평균 33.3회보다 3.2배나 많은 수치이다. 월별 버스이용객은 행락객이 증가하는 4월에 1일 평균 1,534명으로 가장 많이 나타났고, 가장 적



2004년부터 서울시의 준공영제 시행과 버스노선체계 개편, 버스전용제 확대 시행 등으로 버스이용객이 연평균 2.5%씩 증가하는 추세다.

버스업종별 이용승객수 추이 (단위 : 전년비, 만 명, %)

	시내버스	농어촌버스	시외버스	고속버스	합계
2007년	465,892	10,951	23,967	3,857	504,667
2008년	496,905	9,962	24,212	4,045	535,124
증감(%)	31,013(6.7)	-989(9.0)	245(1.0)	188(4.9)	30,457(6.0)

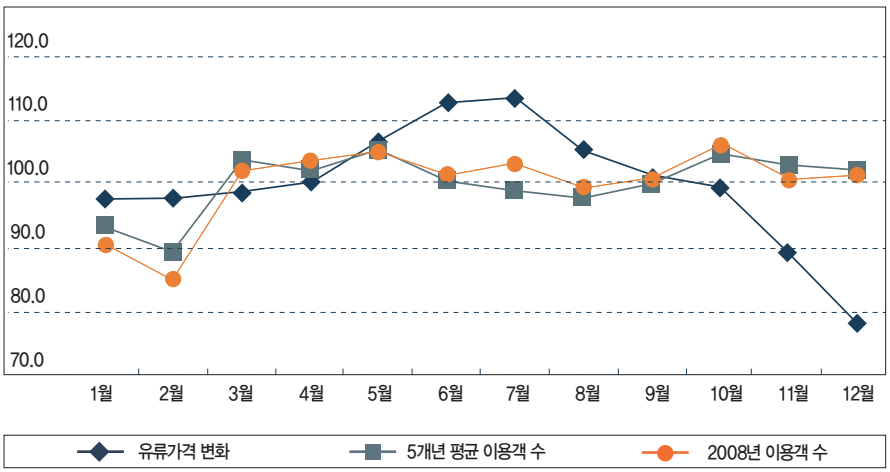
권역별 시내버스 이용객 증가율 (단위 : 만 명, %)

	수도권	강원권	충청권	호남권	영남권	제주권	계
2007년	288,043	5,094	27,208	31,074	111,830	2,643	465,892
2008년	312,865	5,288	27,951	31,404	116,849	2,547	496,905
증감(%)	24,822(8.6)	194(3.8)	743(2.7)	330(1.1)	5,019(4.5)	-96(-3.6)	31,013(6.7)

유류가격 폭등시기('08.5~8) 대비 지난 3년간 업종별 버스 이용객 (단위 : 만 명, %)

	시내버스	농어촌버스	시외버스	고속버스	합 계
2005~2007 (3년간)동기 평균	152,530	3,759	8,196	1,292	165,777
2008. 5~8	169,397	3,316	8,395	1,403	182,511
3년간 동기대비 증감(%)	16,867(11.1)	-443(-11.8)	199(2.4)	111(8.6)	16,734(10.1)

2008년도 유류가격 변동과 버스이용객 추이



은 달은 혹한기인 1월로서 1일 평균 1,298명에 그쳤다.

한편 지난해 5~8월 유류가격이 폭등했을 때 과거 3년간 같은 기간에 비해 버스이용객이 10.1%나 대폭 증가해 유가가 버스이용에 미치는 영향이 지대함을 보여주었다. 반면 인구가 지속적으로 감소하고 고령인구가 늘어나는 농어촌 지역을 운행하는 버스 이용률은 11.8%나 줄어들었다.

IT기반 정보시스템 구축 등 서비스 개선

지금까지 살펴본 바와 같이 버스이용객이 대폭 증가한 데에는 시내버스 준공영제 · 버스환승할인제 확대와 유류가격의 급등, 경기침체에 따른 대중교통수단의 선호, 고속도로 버스전용차로제 확대 실시 등이 복합적으로 작용한 것으로 풀이된다.

앞으로도 정부는 버스교통을 지속적으로 활성화시키기 위해 버스준공영제 · 환승할인제 및 버스전용차로제 확대 실시와 아울러 주요 정류장만 정차하는 광역버스 도입 · 운행, 왕복승차권 구입이 가능한 시외버스 전산망 구축, IT 기반의 버스이용정보 제공시스템 구축, 터미널 서비스 시설 개선, 대중교통 우선의 정책 추진 등 보다 편리한 고품질의 서비스개선 정책을 검토 · 추진해 나갈 것이다.



고칠진
국토해양부 대중교통과장
c5577@mltm.go.kr



정기구독 문의 및 신청
▶ 02-958-4656
nara@kdi.re.kr

이제는 주민번호 대신 '아이핀'으로

2015년까지 3단계에 걸쳐 전면 대체

현재 인터넷 이용자들은 다양한 서비스를 누리기 위해 대부분 주민등록번호를 제공하면서 회원가입을 하고 있다. 하지만 이 같이 인터넷을 활용하는 과정에서 주민번호와 같은 통일된 번호체계로 이용자를 인증하는 국가는 사실상 우리나라 뿐이다. 또한 이러한 확인 과정이 철두철미한 것도 아니어서, 대부분 웹사이트는 성명과 주민번호의 일치 여부만 확인되면 바로 회원가입이나 본인인증이 가능하게 되어 있다.

주민번호 도용 · 유출 피해 급증

현실이 이렇다 보니 타인의 성명과 주민번호를 도용해 몰래 가입하는 피해사례도 자주 발생한다. 실제 한국정보보호진흥원(KISA)의 개인정보 침해 신고센터에 접수된 신고 건수를 살펴보면, 최근 수년간 개인정보 침해사례 중 주민번호 도용이 과반수 가까이를 차지하고 있다.

주민등록번호는 그 자체만으로도 연령, 생년월일, 성별 등을 즉시 인지할 수 있는 데다, 변경이 원칙적으로 불가능하기 때문에 한번만 유출돼도 무한 복제되면서 나중에도 지속적으로 도용 피해를 입을 수밖에 없다. 따라서 주민번호의 도용과 유출의 악순환을 끊으면서 인터넷 이용도 더욱 활성화하기 위한 근본적인 개선이 필요하다.

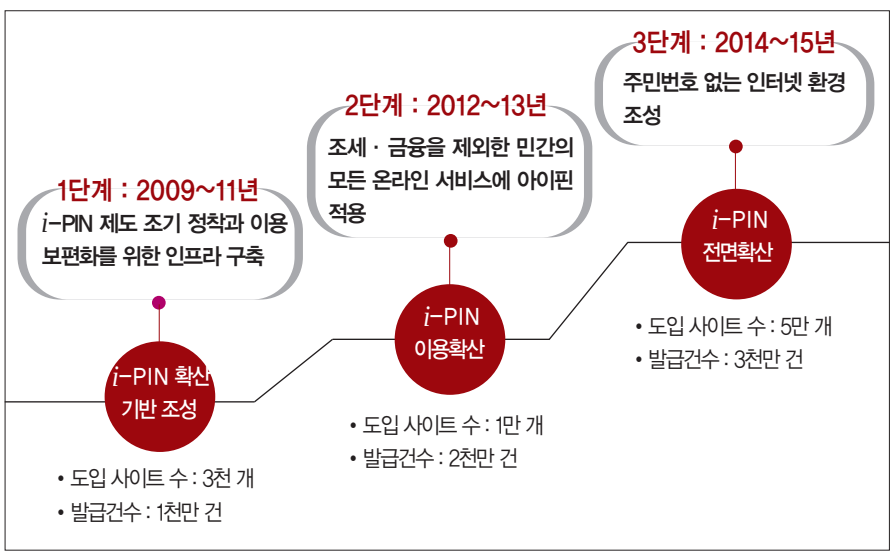
주민번호를 사용하지 않고도 인터넷에서 회원으로 가입할 수 있는 본인인증 수단은 여러 가지가 있으나, 그중에서도 안전성과 신뢰성, 편리성을 동시에 충족시킬 수 있는 '아이핀'이 있다. 아이핀(i-PIN; internet Personal Identification Number)이란 대면확인이 어려운 인터넷에서 명의도용이 손쉬운 주민등록번호를 대신해 본인을 확인할 수 있는 인증수단이다.

아이핀 발급 · 이용 방법은 의외로 간단하다. 인터넷 이용자는 아이핀 발급기관(본인확인기관)에 자신의 신원정보를 제공하고 휴대폰 또는 신용카드 인증 등을 통해 본인임을 확인 받은 뒤 아이핀을 발급받을 수 있다. 그 후 이 아이핀의 아이디와 비밀번호만으로 이용을 원하는 인터넷 사이트에서 본인확인을 받으면 된다.

올 3월 현재 한국정보인증, 한국신용정보, 한국신용평가정보, 서울신용평가정보, 행정안전부 등 5개 본인확인기관에서 아이핀 서비스를 제공하고 있다. 회원가입 절차에 아이핀을 도입한 사이트는 3월 현재 국회도서관 등 국가기관 103개, 김포시청 등 지자체 426개, 정부산하기관 98개, 기타 공공기관 9개, 그리고 네이버 · 다음 등 민간 웹사이트 95개로 총 513개에 달한다.

아이핀 도입에 따른 편익은 상상 외로 크다. 우선 이용자는 별도로 주민번호를 제공하지 않으므로 주민번호 유출 · 도용 등 피해를 막을 수 있다. 또한 사업자는 각종 법령에서 요구하고 있는 이용자의 신원 · 성별 · 연령 등을 확실히 확인하면서도 주민번호를 불필요하게 수집 · 보관하지 않아도 되므로 개인정보 보호 부담을 덜 수

아이핀 이용 활성화 단계별 추진전략



아이핀 이용방법

❶ 이용자는 본인확인기관에서 아이핀용 ID와 암호 발급
– 본인확인에 필요한 개인정보 입력, 인증절차
※ 인증방법 : 휴대폰인증, 공인인증서 등

❷ 개별 웹사이트에서 본인확인을 요구하는 경우, 아이핀의 ID와 암호를 입력

❸ 개별 웹사이트는 본인확인기관과의 연동을 통해 이용자 본인임을 인증한 뒤 회원가입 절차 진행



있다.

지난해 6월「정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률」이, 올 1월 동법 시행령이 각각 개정 · 공포됐다. 일정 기준 이상에 해당하는 정보통신서비스 제공 사업자에 대해 이용자가 정보통신망을 통해 회원으로 가입하는 경우 '주민번호를 사용하지 않고도 가입할 수 있는 방법'을 의무적으로 제공토록 했다. 사업자들의 무분별한 주민번호 수집 · 이용 관행에 제동을 거는 한편, 아이핀 등 대체 인증수단의 활성화를 위한 법적 근거가 마련된 것이다. 주민번호를 사용하지 않는 회원가입 방법을 의무적으로 제공해야 하는 사업자의 기준은, 포털의 경우 하루 평균 이용자수 5만명 이상, 전자상거래 · 게임 및 기타 서비스의 경우에는 하루 평균 이용자수 1만명 이상이다.

하지만 현재 제공되고 있는 아이핀 제도가 완전무결한 것은 아니다. 즉, 아이핀이 웹사이트 별로 다르게 적용돼 웹사이트 간 연계되는 제휴 서비스 등에 적용이 곤란하고, 온 · 오프 라인이 연계된 서비스의 경우에는 아이핀을 통해 온라인으로 가입한 회원이 오프라인 서비스를 제공받기 어렵다는 단점이 있다. 최초 발급받은 본인확인기관이 어디인지 기억해야 한다는 점, 기존 주민번호 가입회원은 일단 회원탈퇴를 해야 한다는 점 등도 불편한 점이다. 특히 본인확인기관에 개인정보가 집중되게 되는데 이들에 대한 법 · 제도적 근거가 미약하다는 지적도 있다.

'아이핀 2.0' 서비스로 사용자 불편 해소

이에 따라, 방송통신위원회는 '아이핀 활성화를 통한 그린인터넷 환경 구현'을 목표로 현행 아이핀 체계를 개선하고 이용범위를 확대하는 '인터넷상 주민등록번호 대체수단(i-PIN) 이용 활성화 기본계획'을 발표했다. 추진계획은 총 세 단계로 나뉘는데 1단계(2009~11년)는 아이핀 제도의 조기정착 및 이용 보편화를 위한 인프라 구축에 집중하고 2단계(2012~13년)에서는 조세 · 금융 등 특수 분야를 제외한 모든 민간 온라인서비스에 아이핀을 적용하며 3단계(2014~15년)는 모든 분야에서 궁극적으로 주민번호 없는 안전한 인터넷 환경을 조성하는 것을 목표로 하고 있다. 현재의 아이핀에서 한걸음 더 나아가 다른 사이트와의 연계나 온 · 오프 라인 연계가 자유롭고 이용자가 본인확인기관을 힘들게 기억할 필요가 없는, 이른바 '아이핀 2.0' 서비스를 구축해 이용자 편의성을 높일 방침이다.



오상진
방송통신위원회 개인정보보호과장
osjin@kcc.go.kr

전봉관의 온고지신

미두왕(米豆王) 반복창의 인생 유전

400원 밑천으로 40만 원 재산(당시 월급 6원) 일구기까지 1년

반복창은 1900년 강화도 이방(吏房)의 아들로 태어났다. 부친이 지방관아의 실무책임자였던 만큼 어린 시절 풍족한 환경에서 지냈다. 그러나 1910년 한일병합 이후 부친이 직장을 잃자 반복창의 가세는 급속히 기울었다. 호구지책으로 부친은 장사를 시작했지만 손대는 족족 큰 손해를 보았다.

거듭되는 사업실패로 화병까지 얻은 부친은 반복창이 열두 살 되던 해에 빚만 잔뜩 남긴 채 세상을 떠났다. 현직에 있을 때 부친에게는 의형제까지 맺은 절친한 친구가 여럿 있었다. 하지만 부친이 아전에서 쫓겨나고 사업에 실패하여 비참한 최후를 맞자, 그 많던 친구 중 어느 누구도 반복창의 가족을 도와주겠다고 나서지 않았다.

슬픔에 잠길 틈도 없이 열두 살 소년 반복창은 생활전선으로 내몰렸다. 강화도에서는 일자리를 구할 수 없어 배를 타고 인천으로 나가 아라키(荒木)라는 일본인 집에 아이 돌보는 하인으로 들어갔다.

개항 직후 화륜선을 몰고 인천으로 건너온 아라키는 한강 수로를 따라 인천과 한양을 오가면서 곡물을 운송해 엄청난 부를 축적한 인물이었다. 그는 1896년 인천에 '미두취인소(米豆取引所)'가 들어서자 '아라키중매점'이라는 미두중매점을 차렸다. 오늘날로 치면 '취인소'는 선물(先物)거래소, '중매점'은 선물회사에 해당한다.

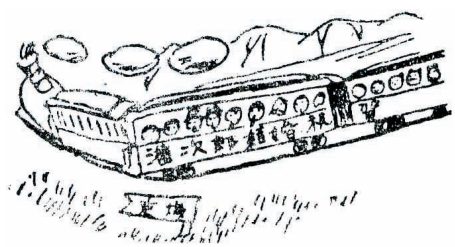
아라키중매점 '요비코'

열두 살 소년 반복창은 아라키의 집에서 아이를 보면서 그 자신도 자랐다. 그렇게 2년을 지낸 후 반복창은 아라키중매점의 '요비코(呼子, 미두 시세를 전하는 아이)'로 들어갔다. 열네 살 소년 요비코 반복창의 주 임무는 중매점에 모여 앉은 미두꾼에게 인천과 오사카의 미두 시세를 소리를 질러 전달하는 것이었다.

거래 성립을 알리는 딱딱이 소리 한 번에 기백원, 기천원이 오가는 곳이 미두시장이었다. 미두꾼에게 시세를 외치고 다니면서 반복창은 언젠가 자신도 미두로 일확천금을 하겠다는 꿈을 키워갔다. 철들면서 보고들은 게 미두뿐이다 보니 반복창에겐 미두가 세상의 전부였다. 아라키는 먹는 것 자는 것 제하고 반복창에게 월급조로 한 달에 6원씩 주었다. 터무니없는 박봉이었지만 미두 밑천이라 생각한 반복창은 허투루 쓰지 않고 악착같이 모았다.



1896년 문열어 1939년 폐장한 인천 미두취인소.
"인천 바다는 미두로 전답을 날린 자들의 한숨으로 파인 것이요, 인천 바닷물은 그들이 흘린 눈물이 고인 것이다"라는 말까지 남겼다.



당대 최고의 호화 결혼식이었던 반복창과 김후동의 결혼을 풍자한 만화.
열차에 적힌 글자는 '반지로 결혼 축하'. 『조광』, 1939년 9월호.

1918년, 아라키는 열아홉 살 반복창을 '바다지(場立, 중매점의 시장대리인)'로 발탁했다. 축하의 의미로 '지로(次郎)'라는 일본식 이름까지 지어주었다. 반복창은 아이 돌보는 하인으로 들어간 지 6년 만에 아라키중매점의 제2인자 '반지로'로 미두시장에 데뷔했다.

'미두신(米豆神)' 반지로

하지만 반복창이 '바다지' 생활을 시작한 지 6개월이 지났을 때 미두시장은 아리키를 비롯한 일본인 투기꾼의 농간으로 문을 닫았다. 벼락출세를 즐길 여유도 없이 반복창은 실업자로 전락했다. 1919년 6월, 석 달 간의 영업 정지를 끝내고 미두시장이 자본금을 늘려 재개장하자 반복창은 본격적으로 미두꾼으로

〈전봉관의 온고지신〉에서는 식민 통치로 고통받고 암울했던 시절, 아픔 속에서 태동되던 근대화의 씨앗, 그 안에 숨겨졌던 우리 경제 이야기를 들춰냅니다. 다양한 경제 사건과 인물, 스캔들을 통해 현재 직면한 문제의 뿌리를 찾고 해결의 실마리를 탐색해 봅니다.

나섰다.

1920년 1월, 몇 달 동안 지루한 보합세를 이어가던 쌀값이 갑자기 치솟기 시작했다. 쌀값은 하루에도 몇 원씩 화끈하게 오르내렸다. 큰 규모의 중매점은 하루 수수료가 만 원을 넘을 정도로 거래량이 폭증했다.

'칼 물고 뜀뛰기' 하는 것 같은 위험천만한 투기장에서 반복창은 연전연승의 신화를 이어갔다. 한 섬에 55원씩 1만 섬을 사서 73원씩에 팔아 한 번 거래로 18만 원을 벌기도 했다. 마치 귀신이 붙은 것처럼 맞추기를 몇 달. 반복창의 재산은 어느덧 40만 원으로 불어났다. 한 달 월급이 5~6원에 불과하던 요비코가 미두로 하루아침에 백만장자가 되었다는 소식이 전해지자 인천은 말할 것도 없고 조선 천지가 온통 반복창 이야기로 들끓었다.

스물한 살 청년 반복창은 미두꾼으로 나선 지 1년 만에 조선뿐만 아니라 일본까지 '미두계의 패왕'으로 이름을 떨쳤다. 반복창이 중매점에 나타났다는 소식만 들려도 미두 시세가 몇 원씩 오르내렸고, 그가 한번 팔고 사면 오사카 미두시장 시세까지 출렁거렸다.



인천 미두시장으로 쇄도하는 사람들을 풍자한 만화. 『조광』, 1939년 9월호.

득의양양해진 반지로는 인천 외리에 400평 집터를 사고 20만 원을 들여 조선에서 가장 크고 화려한 서양식 저택을 지을 계획을 세웠다. 굽어보면 인천 바다가 한눈에 들어오고, 올려다보면 만국공원(지금의 자유공원)이 펼쳐지는 인천 최고의 집터였다. 어른 키 두 배는 됨직한 높고 튼실한 돌담이 완공되어 갈 때쯤, 반복창은 당대 최고의 미인으로 손꼽히는 경성여고보 출신 신여성 김후동과 초호화 결혼식을 올렸다. 조선호텔에서 열린 결혼식 하객들을 수송하기 위해 인천역에서 임시급행열차가 배차되었고, 경성역에는 당시 서울 시내 차량 1/3이 동원되었다. 결혼식 당일 비용만 3만 원에 달했다.

영화(榮華) 2년, 미련 20년

1921년 5월 반복창은 지구상에서 가장 행복한 사나이였다. 400원 밑천으로 40만 원 재산을 일구기까지 그가 들인 시간은 고작 1년 남짓이었다. 앞길이 구만리 같은 스물두 살 청년이 앞으로 얼마나 큰 성공을 거둘지 가늠하기 어려웠다. 그러나 결혼 직후부터 반복창의 시세예측은 자꾸만 빗나갔다. 1921년 한 해 동안에만 10만 원 상당의 손실을 입었다. 현금 흐름이 좋지 않아 집 공사도 잠시 중단시켰다. 이듬해 더 큰 손실을 보았고, 그 이듬해에는 완전히 파산 직전까지 몰렸다.

미두 밑천이 떨어지자 반복창은 미두시장 근처를 기웃거리며 '합백꾼' 들과 어울렸다. '절치기' 라고도 부르는 합백은 많으면 1~2원, 적게는 10~20전씩 걸고 쌀값이 오르는지 내리는지를 맞히는 '사설 미두' 였다. 한번 거래로 18만 원을 벌던 반복창으로서는 너무나 초라한 영락이었다. 초호화 결혼식을 올렸던 아내 김후동은 그에게 세 아들을 남기고 이혼했다.

반복창은 미두로 돈도 잃고, 청춘도 잃고, 아내까지 잃고 나서도 미두에 대한 미련을 버리지 못했다. 거듭된 실패와 상실감으로 나이 서른에 중풍으로 쓰러져 반신불수가 되었고, 정신마저 이상해졌다. 지팡이 없이는 걷기조차 힘든 불구자가 되었지만 매일같이 미두시장 근처를 중얼거리며 돌아다녔다.

"쌀값이 오른다." "쌀값이 떨어진다."

반복창은 10년 가까이 정신이 이상한 불구자로 미두시장 근처를 떠돌다 1939년 10월, 미두시장 폐지 직전 세상을 떠났다. 반복창은 미두시장에서 가장 극적인 승리를 맛본 미두왕이었지만 부를 누린 기간은 2년에 불과했던 불운한 왕이었다.



전봉관 KAIST 인문사회과학부 교수
근대문학을 공부하던 중 그 시대 사회 · 문화의 역동성과 매력을 발견, 근대문화 연구에 뛰어들었다. '30년대 조선을 거닐다(조선일보)', '옛날 잡지를 보러가다(신동아)'를 연재했으며 〈황금광시대〉, 〈경성기담〉, 〈럭키경성〉, 〈경성자살클럽〉 등의 저서가 있다.
junbg@kaist.ac.kr

농림수산식품부

친환경 농업 육성정책

친환경 농산물인증 마크를 본적이 있는가? 친환경농산물 인증제는 2001년 시작돼 유기농, 무농약, 저농약의 3단계로 시행되고 있다. 이 제도는 무분별한 농약으로부터 우리의 밥상을 안전하게 지키기 위해 시작됐다. 지난해 전체 농산물의 10%가 인증을 받은 친환경농산물 인증제, 얼마나 까다롭게 지켜지고 있는지, 왜 우리가 친환경농산물을 먹어야 하는지에 상세히 알아본다.



친환경농산물 인증마크 들여다보자

밥상에 차려진 상추에서 벌레가? 깜짝 놀란 깜짝이는 호들갑을 떨었지만 옆의 친구는 '농약을 치지 않은 상추인가봐' 라며 벌레를 반긴다. 벌레가 나오지 않아도 친환경농산물은 쉽게 구별된다. 친환경농산물에는 인증마크가 부여되기 때문이다. 1993년부터 시작된 친환경농산물인증제는 2001년 의무화가 됐다. 하지만 아직까지도 이 인증마크의 신뢰성에 의문을 표시하는 사람들이 많다. 친환경농산물의 생산, 유통, 소비까지의 전 과정을 관리 · 감독하고 있는 국립농산물품질관리원을 찾았다.

소비안전과 김준규 계장은 친환경 농산물의 개념부터 차근차근히 설명해준다. "친환경농산물, 유기농산물을 구별 하지 않고 사용하는 경우가 많습니다. 하지만 친환경농산물이란 유기농산물, 무농약농산물, 저농약농산물을 모두 포괄하는 상위개념입니다." 유기농산물은 농약과 화학비료를 전혀 사용하지 않은 농산물, 무농약농산물은 농약은 사용하지 않고 화학비료를 권장량의 1/3 만 사용, 저농약농산물은 화학비료는 권장 시비량의 1/2 이내, 잔류 농약은 농산물 농약잔류 허용기기준의 1/2 이하인 농산물이다. "개념을 정확히 이해했다면 인증과정 중 가장 까다로운 유기농산물의 인증과정을 살펴봅시다." 김 주무관은 유기농산물 인증을 받은 나농부 씨의 사례를 들려준다.

나농부 씨는 종자를 구하는 것부터 신경을 썼다. 유기농산물로 인증받으려면 유기농장에서 생산된 유기종자를 심어야 한다. 그리고 재배 첫 시작 시점에서부터 2년까지의 재배 과정을 기록으로 남겨야 한다. 사용한 농자재, 거름의 종류와 양, 병충해 대처법 등을 꼼꼼히 기록한다. 그런데 나농부 씨에게 걱정이 생겼다. 본인은 농약을 사용하지 않았지만 비가 와서 다른 농장의 농약이 자신의 농장으로 침투될 가능성이 있기 때문이다. 그래서 그는 주변 농가의 농약실태를 면밀히 체크하고, 그 농가로부터 오염받지 않도록 자신의 농가를 철저하게 밀봉, 관리했다. 그리고 농업용수와 토지의 오염도(중금속) 검사를 무사히 통과했다. 여기까지가 외부적 환경요인이라면, 이젠 재배방법이다. 농약 및 화학비료를 사용하지 않으려면 토지의 상태가 좋아야 한다. 이를 위해 나농부 씨는 반드시 윤작을 한다. 과학적 윤작을 위해 한 해 농사가 끝나면 토지 샘플을 농업기술센터로 보낸다. 그러면 이곳에서는 토지의 유기물 함량 등을 분석해 어떤 농작물의 재배가 가장 적절한지를 알려준다.

그리고 진정한 유기농장으로 거듭나기 위해 나농부 씨는 '농장내 물질순환체계'를 실천하고 있다. 물질순환체계란 유기농산물과 유기축산물의 순환으로, 유기사료를 먹인 축산의 분뇨를 다시 유기농산물의 거름으로 사용하는 것이다. 유기농산물과 유기축산물의 만남은 진정한 상생의 관계로 유기농가의 진골 탄생을 가능케 해준다. 이렇게까지 했는데도 작물이 잘 자라지 않는다면 최후의 방법을 쓴다. 친환경농산물 인증법에서는 최후의 처방으로 외부 투입비료 118가지를 지정해 놓고 있다. 이 모든 것은 천연물질에서 비롯된 것으로 산야초의 퇴비, 목초액 등이다. 혹시라도 병충해가 생겼다면 천적으로 잡는다.



1993년부터 시작된 친환경농산물인증제는 2001년 법적으로 의무화됐다.

나농부 씨는 2년 동안의 노력 끝에 드디어 유기농산물 인증을 받았다. 하지만 여기서 긴장을 늦춰선 안된다. 분기 1회 이상 인증농가에 대해 모니터링이 실시되기 때문이다. 작년 친환경인증농가는 총 17만4천 호, 이 중 인증이 사후 취소된 농가는 2,300 곳이다. 김 주무관은 친환경생산물의 인증시스템뿐 아니라 유통단계의 인증시스템도 중요하다고 강조한다. "2007년부터 친환경농산물 유통인증제를 시행하고 있지만 아직 의무사항은 아닙니다. 까다로운 유통인증시스템 때문에 인증을 준비하는 유통업자는 아직 많지 않습니다." 하지만 꾸준히 늘어나고 있다고 한다. 또 유통과정의 모니터는 제어하기가 어렵다는 단점 때문에 소비자 단체와 전국 2만5천명의 명예감시원이 함께 활동하고 있다.

안선경 나라경제 기자

친환경 농업, 식품안전도 지키고 생태계도 지키고!

농식품 산업은 규모면에서 무시할 수 없는 큰 시장이다. 세계 자동차 시장이 1조6천억 달러, IT산업이 2조8천억 달러인 데 반해, 세계 농산품 시장은 4조 달러에 이른다. 최근 건강에 대한 관심도가 높아지면서 세계적으로 유기농 식품에 대한 관심이 증가하고 있는데, 국내시장도 예외만은 아니다. 농업의 녹색성장이라 불리는 국내 친환경농업은 2000년 이후 연평균 70%까지 급성장을 했다. 현재는 전체 농산물의 10.5%가 친환경농산물이다. 친환경농업 정책의 현 담당자 윤승우 사무관(농림수산식품부 친환경농업과)과 과거 담당자 이상집 사무관(농림수산식품부 농산경영팀)을 함께 만나 이 정책의 과거와 현재, 그리고 미래의 방향을 들어 보았다.

친환경농업정책은 언제, 어떻게 태동됐나?

우리나라는 세계적으로 비료와 농약을 가장 많이 쓰는 나라였다. 140개국에서 5위 정도를 차지했으니까. 친환경농업은 1970년대 중반 민간운동으로부터 시작됐고, 정부가 본격적으로 육성한 것은 1990년 중반이다. 환경농업과가 생긴 것은 1994년, 친환경농업육성법이 제정된 것은 1997년이다. 이후 친환경농업직불제를 도입, 친환경농산물 인증제가 시행되고 있다. 불모지였던 친환경농업을 본격적으로 끌어올린 사람은 김성훈 전 농림부 장관이다.


현 담당자 윤승우 사무관

정책 시행이 너무 이르지는 않았나?

물론 이른 감은 있었다. 2000년만 해도 친환경농업을 하는 곳은 홍성, 양평뿐이었고, 농약을 치는 것도 너무 대중화돼 있었다. 하지만 더 큰 문제는 토지였다. 유럽에 비하면 우리의 토지는 골다공증에 걸린 수준이었다. 지력은 약하고, 산성화는 심하고, 유기물 함량은 부족했다. 이런 열악한 상태에서 계속 농약을 뿌리니 땅은 갈수록 더 나빠졌다. 악순환의 고리를 끊기 위해 친환경농업정책이 절실했다.

친환경농산물에는 유기농, 무농약, 저농약이 있는데, 전체를 100으로 본다면 각각의 비율은 어느 정도인가?

유기농가는 5%, 무농약은 25%, 저농약이 70%를 차지한다. 국내 전체 농산물 중에서 유기농은 0.5% 정도다.

저농약의 비율이 압도적이고, 유기농가의 비율이 저조하다. 다른 유럽 국가들의 유기농 비율을 얼마나 되나?

오스트리아는 12%, 독일 4%, 프랑스 3% 정도, 유럽 전체 평균은 4% 수준이다.

저농약 인증제가 곧 폐지된다고 들었는데?

사실 진정한 친환경 농산물은 유기농이다. 하지만 저농약을 인정해 준 것은 우리의 농가 상황을 고려했던 것이고, 단계별로 기술을 높일 수 있도록 유인하기 위해서였다. 이제는 업그레이드할 때가 됐다고 판단했다. 2010년 1월 1일부터 폐지된다. 기존에 저농약을 재배했던 농가는 2015년까지 유예기간을 갖는다. 이 기간 동안 농가들은 무농약으로 전환할지 아니면 친환경농산물을 포기할지를 선택해야 한다.


과거 담당자 이상집 사무관

유기농으로 재배해면 아무래도 수확량이 줄어들 텐데, 농가가 힘들어하지 않나?

물론 첫해는 수확량이 줄어들 수밖에 없다. 하지만 유기농법으로 5년만 버티면 땅이 살아나고, 주변 생태계가 복원된다. 많은 농가에서도 땅의 변화를 보고 놀라더라. 반딧불이, 메뚜기가 살아난다며 신기해하더라. 땅이 비옥해지고, 생태계가 살아나니 수확량도 늘어나고, 과거 부족했던 수확량을 다 채울 수 있는 정도라며 만족해하더라.

땅의 변화가 그렇게 확실하게 나타난다니 신기하다.

우리가 먹는 유기농산물은 단순히 우리 몸에 좋은 것을 섭취하기 위해서가 아니라 환경과 우리 생태계를 지키는 일이다. 유기농 하면 비싸다고 하는데 이는 환경을 위한 보존금을 조금 더 지불하는 것이라고 생각해 줬으면 좋겠다.

친환경농산물이 학교급식으로도 많이 보급된다고 들었는데 학교 급식에서 수급이 맞나?

웰빙 열풍이 학교급식에도 들어오지 말라는 법이 있냐. 지자체에서 지원을 해주고 있는 부문이 크다. 친환경농산물을 홍보하기 위해 초등학교 창의재량 교재를 만들었다. 그런데 주변 선생님들에게 시안을 보여주니 컴퓨터, 한자, 영어 등 공부할 게 많은데 농업교육을 하겠냐며 회의적이었다. 당초 4만부를 발간할 예정이었는데, 우선 2만부만 찍었다. 그런데 일 주일 만에 2만부가 다 나갔다. 그리고 10만부까지 수요가 들어왔다. 이렇게 인기가 많을 줄 몰랐는데 우리도 깜짝 놀랐다. 결국 연말까지 4만부 더 찍었다.

친환경농업정책, 앞으로의 과제는 무엇인가? 정책 방향은?

친환경농산물 생산은 많이 증가했다. 이제는 이에 맞춰 유통 및 소비시장의 확대 및 개선이 시급하다. 친환경농산물 유통 투명성을 위해 거점유통센터를 준공하고 있다. 이와 함께 친환경농산물 유통인증제가 더욱 확대되도록 노력을 다할 것이다.

안선경 나라경제 기자

가격 조절은 직거래 유통으로

–최동근 환경농업단체연합회 사무총장

환경농업단체연합회는 어떤 단체인가?

친환경농업은 정부에서 본격적으로 추진되기 전, 민간에서 먼저 활성화됐다. 그 당시 단체들이 변모해 오늘날 환경농업단체연합회가 된 것이다. 연합회라는 이름처럼 환경농업 단체 상호 간 교류와 협력을 도모한다. 이를 통해 안전한 농산물의 생산 및 소비 기반 확대를 모색하고 있다.

한살림, 생협 등 많은 생산자 · 소비자 단체 등이 생겨났는데 이들을 총괄 관리하나?

별도로 회원조직을 관리하는 것은 없다. 다만 다양한 협력관계를 유지하고 정보를 공유한다. 총 회원은 37개 단체다. 생산자 단체가 26개, 소비자 단체가 8개, 기타가 3개다. 물론 한살림 생협 등도 소속돼 있다.

친환경농산물의 유통 과정은 몇 단계인가?

유형은 크게 4가지다. 첫째 생산자 ➡ 소비자의 직거래, 둘째 생산자 ➡ 생산자조직(농협) ➡ 소비자, 셋째 생산자 ➡ 생산자 · 소비자 단체(생협) ➡ 소비자, 넷째 생산자 ➡ 백화점, 대형유통업체 ➡ 소비자이다.

4가지 유형이 각각 차지하는 비중은?

직거래가 15%, 농협이 45%, 생산 · 소비단체가 20%, 백화점 대형유통업체가 25%를 차지하고 있다.

각 단계별 유통과정에서 가격의 변화는?

친환경농산물의 유통은 각각 차이가 있다. 채소를 기준으로, 품목에 따라 변동이 있다는 것을 전제하고 이야기를 하겠다. 생산자가를 100으로 한다면 생산자 · 소비자 단체 가격은 125~135 정도, 대형유통업체는140~170 정도, 전문소매업체의 경우는 150~180 정도다.

현 유통과정에서의 가장 큰 문제점은?

생협 등의 직거래 단체의 유통방식은 계약재배를 통한 수급방식으로, 친환경농업을 보호하기 위해 생산자와 소비자가 함께 가격을 결정한다. 반면 대형유통업은 시장상황에 따라 일반농산물의 가격을 기준으로 구매하는 방식이다. 상추 가격이 폭락했다면 친환경농산물 가격도 낮아진다. 최근 정부와 지자체의 적극적인 생산 확대 정책으로 생산량은 많아졌는데, 소비가 못 따라가는 현상이 생겼다. 어렵게 재배한 친환경농산물이 폐기되거나 일반농산물로 시중에 나가는 현상이 발생하고 있다. 정부가 직거래 유통방식이 더욱 확대될 수 있도록 정책적 지원을 해줬으면 한다.

아까운 친환경농산물이 소비되지 않고 폐기됐다니 안타깝다. 새로운 수요처를 발굴해야 할 것 같은데?

지금 그래서 학교급식을 적극적으로 추진하고 있다. 또한 가공품(주스, 과자 등) 등의 원료에도 친환경농산물이 쓰이도록 노력하고 있다. 이를 위해 정부에서는 올해 처음으로 '유기가공식품인증제'를 실시했다. 앞으로는 가공식품에서도 친환경농산물 비중이 높아질 것으로 예상된다.

유통과정의 투명성을 높이고 비용을 줄이려면 어떻게 해야 할까?

2012년도 경기도 광주에 친환경농산물종합물류센터가 세워질 계획이다. 이런 거점 물류센터가 생기면 유통과정도 투명해지고, 가격조절 기능도 살아날 것이다. 또한 다품목 소량생산체계로 분산됐던 과다한 물류비용이 줄어들 것이다. 물류센터를 너무 대형화하지 말고, 직거래 가능한 거리에서 권역별(광역시)로 물류체계를 설치해 지역 접근성을 더 높였으면 한다.

60여 개 농산물 '물맑은양평' 브랜드로

2006년 전국 최초 친환경농업특구가 선정됐다. 경기도 양평이다. 사실 양평이 친환경농업 육성에 힘을 쏟은 건 달리 방법이 없어서였다. 양평은 수도권 배후 지역에다 팔당 상수원 보호구역을 끼고 있어 각종 규제를 받아 개발이 제한돼 있다. 한편 차세대에는 보전이 개발보다 부가가치가 높을 것이라는 판단도 있었다. 특구 지정을 받았지만 정부에서 받는 지원은 딱히 없다. 군의 브랜드 파워를 높이고 농민들에게 친환경농사에 대한 자긍심을 높이려는 목적이 더 컸다.

양평군에서 나오는 농산물은 모두 친환경농산물이다. 1997년부터 제초제와 화학비료 사용이 금지됐기 때문이다. "'저농약'은 사실 친환경이라고 하기 어려워요. 엄밀히 말하면 무농약 이상이어야 친환경농산물이라 할 수 있죠." 안재동 양평군청 친환경농업과 계장은 말한다. 양평군 내에서 무농약 이상의 인증을 받은 농산물 비중은 약 12%라고 한다.

그렇다면 친환경 인증 관리는 제대로 하고 있을까? 혹시 소비자 몰래 농약을 살짝 치는 것은 아닐까?

"토양으로 관리하면 됩니다. 친환경의 기준은 토양이 무농약이냐, 유기토양이냐 하는 것이니까요. 토양 시료를 채취해 비료나 농약 성분이 있는지 확인하면 결과가 정확히 나옵니다. 여기서 인정받은 것만 친환경농산물로 판매되죠. 또 농산물도 수시로 검사합니다. 한 번이라도 농약이 나오면 인증이 취소되고 각종 지원혜택도 끝이죠."



친환경농업특구로 지정된 양평의 한 딸기 농가

양평군의 목표는 모든 농산물을 유기농으로 재배하는 것. 그러기 위해 가장 시급한 건 유기비료다. 군에선 유기질 비료를 농민들에게 무료로 공급하기 위해 퇴비공장을 만들었다. 축산에서 나오는 오수분뇨를 거둬 퇴비로 만든 후 농가에 공급한다. 농가에서 나온 볏짚을 가축에게 먹이고, 분뇨는 다시 퇴비로 만든다. 양평에서는 축산분뇨가 단 한 방울도 강으로 흘러 들어가지 않는다고 한다. 축산분뇨를 전량 수거하니 수질오염도 막고 퇴비도 만드는 일석이조의 효과다.

그러나 일반 축산농가에서 나온 분뇨는 유기농 퇴비로 쓰지 못한다. 가축들이 예방접종도 받고, 사료에 항생제가 들어 있기 때문이다. 그건 무농약 이하의 농가에 공급하고 유기농 농가에는 유기퇴비를 공급한다. 일반퇴비와 유기퇴비를 만드는 시설도 분리돼 있다. 퇴비 공급에 드는 비용만도 1년에 30억 원이나 된다. 퇴비뿐 아니라 천연농약과 풀 안 나게 하는 천연미생물제도 무상으로 나눠주고, 잡초를 베는 동력예취기도 무료로 공급한다.

판매단계에서의 지원도 중요하다. 친환경인증을 받은 벼는 전량 군에서 수매한다. 이 벼는 별도로 도정해 학교에 급식용으로 공급한다. 쌀값을 올려달라거나 더 사달라거나 하는 민원은 5~6년 전부터 싹 사라졌다고 한다.

양평의 고민은 친환경농산물 수요가 기대만큼 크게 늘지 않는 것이다. 소비자 선호도는 높게 나오지만 막상 매장에선 모양 예쁘고 색깔 선명한 일반 농산물에 손이 더 간다. 유통체제도 아직 미약하다. 일반 농산물은 가락시장에서 경매를 통해 대푯값이 형성되지만 친환경 농산물은 아직 그런 체제가 없어 유통에 제약이 많다.

농민이 생산에 전념할 수 있게 양평군은 2005년 친환경농산물 전문 유통사업단을 발족시켰다. 서울과 수도권에 '학교 급식단'을 두고 초 · 중 · 고와 유치원에 식자재를 공급하기 시작했다. 현재 360개 학교에 납품 중이다. 이 유통사업단은 지난해 7월 친환경농산물유통공사로 거듭났다. 유통공사의 지난해 매출액이 110억 원이었고, 올해 목표는 160억 원이다.

혹시 '물맑은양평'이란 브랜드를 보셨는지? 양평군에서 관리하는 친환경인증농산물 통합브랜드다. 96개 농가와 60여 개 품목이 등록돼 있다. 동네 슈퍼에서 혹은 대형 마트에서 이 마크가 붙은 농산물을 만나면 외양이 덜 예쁘더라도 양평군을 믿고 한번 구입해보시기 바란다.

김경준 양평 메아리농장 주인

농약 검출되면 다음해 농사 못 지어요

농사를 지은 지 얼마나 됐나?

올해로 13년째다. 원래는 인근에서 직장생활을 했었다. 이곳 출신은 아니지만 양평을 잘 알아 자리 잡게 됐다. 고추, 무, 배추 등을 재배하고 유정란도 한다. 주 작목은 밤호박이었는데 공급이 많아져 지금은 안 한다. 작년부턴 딸기도 재배한다.

농사를 시작한 시기가 양평에서 친환경농업 선언을 한 시기와 맞아떨어진다. 처음부터 친환경농업을 했나?

그건 아니다. 첫해엔 고추를 800평 심었다. 물론 농약을 쳤다. 노지에 심어 그런지 탄저병이 심해 실패했다. 돈 100만 원을 겨우 건졌다. 이듬해엔 작은 비닐하우스 두 동을 샀다. 그 다음해 하우스 200평에서 고추를 무농약으로 키웠다. 하우스 안이라 벌레가 많아 담배 진액을 내서 뿌리기도 하고, 목초액도 엄청 뿌렸다. 반은 버리고 반을 수확했는데도 1,500만 원을 벌었다. 이거 괜찮다 싶어 다음해엔 2천 평으로 늘렸는데 없어서 못 팔았다. 풋고추와 꽈리고추가 하루에 40~50만 원씩 팔렸다.

정말 비료와 농약을 전혀 안 쓰나?

그렇다. 대신 퇴비를 쓴다. 닭똥으로 작물을 키우고 남은 채소는 다시 닭에게 먹인다. 올해엔 군에서도 퇴비를 지원받았다. 또 상수원에서 잡힌 외래 물고기들을 군에서 사서 나눠 준다. 그걸 발효시켜 액비를 만든다. 딸기밭엔 액비를 뿌린다.

논농사도 친환경으로 짓고 있나?

2~3천 평 정도 짓는다. 양평에서 나는 쌀은 다 친환경쌀이다. 논농사 시작 전에 '리뷰액'을 논에 뿌린다. 못자리를 키우는 동안에도 여러 번 뿌린다. 리뷰액이 밥맛을 좋게 한다. 비료나 농약은 전혀 안친다. 리뷰액이나 참치를 발효시킨 비료는 군에서 보조해 준다. 올해에 비료 보조가 많이 늘었다.

농약을 치는지 아닌지는 어떻게 검사하나?

농약은 치고 싶어도 못 친다. 쌀 수매할 때 농산물관리원에서 나와 벼도 채취하고 쌀의 품질도 검사한다. 품질관리원에서 벼가 자라는 시기마다 와서 채취해간다. 토양도 수시로 떠가서 검사한다. 인증이 취소되면 쌀을 팔 수 없다. 농약이 검출된 작물은 다 갈아엎어야 하고 다음 1년 동안 농사를 못 짓는다.

지금 짓고 있는 농사는 무농약인가, 유기농인가?

전에는 전부 유기농이었는데 현재는 무농약이다. 다른 지역에서 달래를 사다 심었는데 달래 구근에서 농약이 검출됐다. 그래서 지난해 농사를 못 지었고 올해 무농약으로 신청해서 다시 짓고 있다. 2년을 무농약으로 지어야 유기농이 될 수 있다.



우리나라에선 유기농 재배가 어렵다고 들었는데.

10년 전만해도 벌레가 그렇게 많지 않았다. 지금은 약을 안친 지 오래돼 벌레가 많다. 다행히 인체에 해가 없는 친환경 약들이 많이 개발됐다. 일반 농약보다 열 배 정도 비싼 게 흠이지만.

비료 외에 어떤 지원이 유익했나?

교육을 많이 시켜주니 좋다. 난 양평군에서 운영하는 친환경농업대학 3기 졸업생이다. 벌써 10년 쯤 됐다. 토양의 성질이나 재배법 등을 배웠고 견학도 많이 다녔다. 농사를 처음 짓는 내겐 큰 도움이 됐다. 지금도 교육은 열 일을 제치고 따라다닌다.

군에서 여러 가지 지원을 많이 해주는 것 같은데 지금 제일 아쉬운 건 무엇인가?

체험장을 만들어 줬으면 좋겠다. 최근 전라도처럼 넓은 지역에서 대규모로 친환경농업을 하고 있다. 양평은 소규모 농가가 많아 농산물만으로는 가격경쟁이 어렵다. 대신 이곳은 유기농을 시작한 지 오래됐고, 서울에서 가깝고, 경관이 아름다워 체험농장을 많이 한다. 아이들이 와서 뛰어 놀 장소, 방문객들 교육장, 식사할 공간 등이 필요하다. 지금은 작업장에서 체험 행사를 하고 있다. 방문객들에게 유기농의 중요성도 홍보하고, 생산자들 교육도 할 수 있어 아주 유용할 것 같다.

글 **공은주** 나라경제 기자 사진 **이찬원** 중앙일보시사미디어 기자

토지에도 과잉 영양은 毒

농업과 환경의 조화를 목표로 하는 친환경농업이 본격적으로 육성된 지 15년째가 됐다. 1994년 말 농림부에 전담부서로 환경농업과가 신설되고 1997년에 친환경농업육성법이 제정되면서 친환경농업 확산을 위한 여러 가지 정책 프로그램이 실행돼 왔다. 이러한 정책적 지원에 힘입어 친환경농업 실천농가수와 재배면적은 1990년대 후반 이후 매년 50% 이상의 지속적인 성장을 해왔다. 2008년 친환경농산물 인증 재배면적은 17만4천ha로 농경지면적에서 차지하는 비중이 9.8%로 친환경농업은 괄목할 만큼 성장했다. 또한 친환경농산물 취급 점포수는 2000년 352개에서 2006년에 1,560개로 급증했다. 친환경농산물의 시장규모는 2008년에 약 2조 4천억 원, 2009년에는 2조 9천억 원으로 농산물 시장에서 8%정도를 차지하는 것으로 추정된다.



천적농법을 활용한 친환경농업을 실현하고 있는 전남 담양군 수북면 두리영농조합법인에서 무공해 토마토를 수확하고 있다.

친환경농산물 시장규모는 앞으로도 지속적으로 증가하여 2015년에 농산물시장에서 13%정도의 비중을 차지할 것으로 전망된다. 5대 광역시 소비자를 대상으로 2008년 1월에 친환경농산물 소비의향을 조사한 결과 현재 친환경농산물 소비자의 경우 현행 수준 유지가 45%, 지속적으로 구입 비중을 늘린다는 비중이 39%로 나타났다. 비구입자의 경우도 70% 정도가 소득증가 등 여건이 개선되면 친환경농산물을 소비할 것으로 나타나 친환경농산물 시장 전망이 상당히 밝다.

친환경농업 실천농가가 확산되고 시장규모도 지속적으로 확대돼 생산측면에서 상당한 성과를 거둔 것으로 평가된다. 그러나 친환경농산물 인증단계별 구성을 보면(2008년 기준) 유기농산물이 5%, 무농약농산물이 25%이고, 저농약농산물이 70%를 차지하고 있다. 친환경농산물 인증제도는 국제적인 기준과의 조화를 위해 2010년부터 저농약 신규인증이 폐지되고, 2016년부터 저농약농산물 인증은 폐지된다. 향후 저농약인증이 폐지되면 친환경농산물 시장규모가 축소되고 저농약 인증이 주류를 이루는 친환경 과일류의 거래에 문제가 발생하게 될 수도 있다. 따라서 저농약 인증제 폐지에 따른 대비책과 함께 소비자들이 확실하게 신뢰할 수 있는 철저한 인증제도가 정착되도록 해야 한다.

친환경농업은 안전한 농산물의 생산뿐만 아니라 농업부문이 환경에 미치는 부정적 영향이 최소화될 수 있도록 농업환경자원을 환경친화적으로 관리하는 것도 중요하다. 2008년 5월에 발표된 OECD 회원국의 농업환경지표를 이용한 실태분석 자료에 따르면 우리나라가 회원국 가운데 농경지의 질소성분의 과잉투입도가 가장 높은 국가로 나타났다. 이는 농업부문의 환경문제가 우려되는 수준임을 나타내는 것으로 양분관리를 위한 특단의 조치가 마련돼야 함을 시사하고 있다. 과잉양분 문제를 해결하기 위해 지역별(시 · 군단위) 농업환경용량을 고려하여 양분수지를 관리하도록 하는 지역단위 양분총량제(편집자 주 : 농경지에 뿌려지는 축산분뇨나 화학비료의 양과 작물의 비료 요구량을 비교해 과잉 살포되는 양분을 줄이는 것)를 시행하기로 발표한 바 있다. 그러나 아직까지 축산농가들의 반발과 관련 통계자료가 제대로 구축되지 않아 지역단위 양분총량제는 시행되고 있지 못하고 있다.

친환경농업 발전 초기단계에 있어서는 친환경농업 실천농가 확대를 위한 지원정책이 중요하다. 그러나 건실한 친환경농업체제로 전환하기 위해서는 친환경농법 확대도 중요하나 친환경농산물의 유통 활성화와 농경지의 과잉양분관리 등에도 보다 많은 관심을 가져야 할 것이다.



김창길
한국농촌경제연구원 축산 · 환경팀 팀장
changgil@krei.re.kr

존중!

부모의 선택은 오직 하나뿐

경상도 지방에 전설처럼 전해지는 부자(父子)의 얘기가 있다. 공부는 기본이고 효성까지 지극한 옆집 아들이 부러운 아비가 자식을 나무랐다.

"너어는 어예 남의 집 아아들 같지 않노?"

불초한 자식이 되받았다.

"아부지는 어예 남의 아부지 같지 않니껴?"



자녀를 교육할 때도 절제와 균형 감각이 필요하다.
세상의 부모 자식은 어느 정도 쌍방과실의 관계에 있다고 해도 과언이 아니다.

게으른데다 술이나 밝히는 아비가 못마땅하기는 아들도 마찬가지였나 보다. 자식의 이유 있는 반항에 대한 응징의 수단과 강도는 독자의 상상에 맡기겠다. 우스갯소리지만, 모르긴 해도 세상의 부모 자식은 어느 정도 이와 비슷한 쌍방과실의 관계에 있다고 해도 과언이 아니다.

석가모니가 열거한 인생의 갖가지 괴로움을 한마디로 뭉뚱그리면 '무력감'이라고 할 수 있다. 몸에 병 없기를 바라고 죽지 않기를 바라지만 내 몸은 협조해주지 않고, 변심한 애인을 잊자고 해도 내 마음은 말을 듣지 않는다. 나도 내 말을 안 듣는데 남이 내 뜻에 따르기를 기대하는 것 자체가 무리한 욕심이다. 자식도 남이다. 잘못하다간 남보다도 못하다. 이문구 소설을 보면, 충청도 아줌마가 개차반인 시동생을 두고 한 말이 있다. "남은 아닌데 남보다 못한 게 뭐여, 그게 바로 웬수여!" 자식도 언제 '웬수'가 될지 모르니 연수기관도 없는 부모 노릇 한다는 게 보통 어려운 일이 아니다.

세상만사 중에서 뜻 같지 않기로는 자식만한 것이 없다. 잘나면 잘난 대로 못나면 못난 대로 부모에게 자식은 애물단지다. 자신을 위해서는 그렇게까지 하지 않을 사람도 자식을 위해서는 간도 쓸개도 빼놓고 덤비다가 패가망신하는가 하면, "아비보다 자식을 더 잘 아는 사람이 없다"는 옛말이 무색하게 자식 앞에서는 눈귀가 멀어서 턱도 없는 기대를 걸다가 뒤통수를 맞기도 한다. 그러나 자식을 두고는 누구도 큰소리를 못 치는 법. 그들이 내가 아니라고 어떻게 장담할 수 있겠는가?

사람 사이의 문제가 대개 그렇지만 부모 자식 간에 불협화음이 생기는 것도 상대방이 기대에 부응하지 못하기 때문이다. 자식은 그만그만한데 부모의 기대치가 지나치게 높거나, 부모는 기본을 요구하는데 자식이 그 정도에도 미치지 못하면 양쪽 다 섭섭할 수밖에 없다. 섭섭한 정도에 그치면 그나마 다행이고, 심하면 가정의 평화가 위태로워진다. 그렇기 때문에 수요와 공급의 균형이 깨져서 삐걱거리게 되면 만사 제치고 고민해 볼 필요가 있다. 가정의 행복이 나와 국가 발전의 토대라는 것은 이미 수천 년에 걸쳐 검증된 진리이다.

물론 양자 간의 균형을 맞추는 것이 말처럼 쉬운 일은 아니다. 부

〈일상에서 깨닫다〉는 생활 속 사소한 일에 숨어있는 진리와 지혜를 탐구하고 모색해보는 칼럼입니다. 필자의 독특하고 깊이있는 시각으로 다시 들여다 보는 일상의 재발견, 함께 즐겨보세요.

인과관계는 간단 명료하다. "기대를 하지 않으면 불만도 없다" 현재의 모습 그대로를 '존중' 하자는 것이다.

모의 입장에서는 당연히 자식이 기대를 충족시켜 주기 바라고, 그것은 부모의 욕심을 채우기 위한 것이 아니라 자식을 위한 거라고 말한다. 믿기 어려운 주장이지만, 설사 그렇다 하더라도 자식이 따라주지 않는다면? 사실 대책이 없다. 자식이 벼랑을 향해 걸어가는 것이 분명하게 보이는데도 부모는 속수무책으로 바라볼 수밖에 없는 경우가 허다하다. 결국 만천하 불쌍한 부모들이 택할 수밖에 없는 최선(차선이 아니다)은 자식의 능력과 성품에 눈높이를 맞추는 것이다. 다시 말해서 자식의 현재 상황, 즉 '있는 그대로의 자식' 을 받아들여야 한다는 것이다. 이 대목이 어렵다. 자식에 대한 욕심만은 끝이 없는 게 부모의 마음인데 어찌 그 숭고한 욕심을 포기하거나 하향 조정할 수 있겠는가? 대신 온갖 당근과 채찍을 동원해서 인생의 승리자가 되도록 독려하는 것을 부모의 신성한 의무로 여긴다. 요행히 자식이 애초에 설정한 기대치에 도달하면 부모는 다음 단계로 기대치를 재조정한다. 그것이 욕망의 메커니즘이다. 나는 여기서 '욕심을 버리자' 는 케케묵은 훈계를 늘어놓으려는 것이 아니다. 개인과 사회가 발전하기 위해서 욕심은 필요하다. 다만 절제와 균형 감각이 중요하다.

얼마 전 나는 '가정의 평화와 번영을 위한 나의 구상' 을 밝히기 위해 가족회의를 소집했다. 다른 가정과 다름없이 소규모 국지전은 간헐적으로 벌어지지만 우리 가정이 특별히 평화롭지 않은 편은 아니다. 그러나 나는 '젖은 짚단 태우듯' 쾌청하지 못한 기류가 집안에 흐르고 있음을 오래 전부터 인지하고 있었다. 아마도 서두에 소개한 부자와 비슷한 양상이겠지만 나 또한 자식에 대한 불만이 없지 않았고, 그것이 가끔 폭발음을 내며 내연해 왔던 것이다. 언제부턴가 못마땅한 점이 하나 둘 눈에 띄더니 시간이 갈수록 일거수일투족이 죄다 불만스러운 것 투성이었다. 알다시피 불만은 자가 증식을 한다. 스스로 자식에 대해 기대하는 바가 별로 없다고 생각해왔는데 나 또한 나름대로 기대치를 설정하고 있었던 것이다. 인과관계는 간단 명료했다. "기대를 하지 않으면 불만도 없다"는 것이다. 그리고 방법론도 바로 도출되었다. 기대를 하지 말고 현재의 모습 그대로를 '존중' 하자는 것이다.

조금만 정신 차리면 공부를 더 잘 할 수 있을 것 같은데 도저히 납득할 수 없는 이유로 공부를 소홀히 한다. 그래도 딸이 소홀하게 공부하는 그대로 그 어리석음과 한계를 '존중' 해주자는 것이다. 바쁜 등교 시간에 30분 동안 머리를 매만지고 있어도 그것을 '존중' 하자는 것이다. 달리 방법이 없기 때문이다. 존중이란 포기나 욕심과는 차원이 다르다. 나의 기준과 욕심을 앞세워 상대방을 바꾸려고 해봤자 열에 한 둘도 성공하기 어렵다. 그렇다고 포기하고 방치하는 게 해결책도 아니다. 현재의 상황을 그대로 받아들이면서 변화를 모색해야 한다. 그것이 대화일 수도 있고 솔선수범일 수도 있다. '존중' 하다가 보면 방법은 저절로 생겨날 것이다.

아무튼 그 이후 우리 집에서는 "존중!" 이라는 구호가 이따금씩 들리게 되었다. 아내가 딸에 대한 불만을 토로할라치면 나는 옐로 카드를 꺼내 드는 축구 심판처럼 "존중!" 이라고 나지막하게 외친다. 난들 속 터지는 일이 왜 없겠는가. 내가 불만스러워 할 때도 아내는 내게 존중심을 촉구한다. 물론 군대에서 경례를 붙일 때와 같이 구호를 복창할 기분은 아니다. 고백하건대, 그 동안 존중을 덜 한 적도 많았고 특히 마음속으론 전혀 존중하지 않은 적도 여러 번 있었지만, 끝까지 애는 써볼 생각이다. 그것이 선택권 없는 부모의 운명임을 자각하고 있기 때문이다.



서정형 철학자
서울대 철학과, 한국산업기술대 교양학과에서 강의하고 있으며, 국제신문 칼럼니스트로 활동 중이다. 인간과 우주의 원리, 종교와 사회문화의 경계를 넘나드는 필력의 소유자로 지인들과 함께 일상의 사유와 정보를 나누는 사이버 공간, '사람다컴(www.sahram.com)' 을 운영하고 있다.
naruppe@empal.com

"꽃들에게 희망을"

트리나 폴러스가 쓴 '꽃들에게 희망을(Hope for the flowers)' 이라는 책에서는 작은 애벌레가 주인공이다. 삶이란 그냥 먹고 자라는 것 외에 더 오묘한 무엇인가가 있을 것 같다는 생각에 여행을 시작한다. 그러던 어느 날, 그는 벌레들이 서로를 짓밟으며 올라가기 시작해 하늘 끝까지 치솟은 커다란 기둥을 형성하는 것을 보고 충격을 받는다. 그 기둥은 서로 밀치며 앞서 가려는 애벌레 더미였으며, 애벌레들은 무조건 꼭대기로 올라가려고만 했다. 밟고 올라서느냐 밟히느냐 하는 처절한 싸움에서 그들은 서로에게 위협이자 장애물이었다. 하지만 독하고 무자비해진 애벌레가 기둥에 올라 결국 목적지에 도착했을 때, 그곳에는 아무 것도 없었다. 모두가 오르고자 하는 자리를 차지하려고 다른 수많은 애벌레를 밟고 올라섰음에도 불구하고 말이다.

우리 경제는 연공서열, 종신고용, 조직에 대한 무한충성 등으로 대표되는 '동아시아적 가치' 의 기반 위에서 1970~80년대 고도성장을 이뤄냈다. 그러나 10여 년 전 우리를 덮친 외환위기의 충격과 당시의 거대한 국제조류는 이른바 '신자유주의' 를 우리에게 강요하기에 이른다. 연봉제, 적자생존, 무한경쟁 등으로 대표되는 새로운 철학은 빠른 시간에 사회를 점령했다. 누군가 왜 우리가 변해야 하는가 하고 물었을 때 사실상 아무도 그에 대해 명쾌히 답해 주지 않았다. 단지 그러한 질문을 하는 사람들이 시대에 뒤떨어지고 세상의 흐름을 읽지 못하는 답답한 인간형으로 비춰졌을 뿐이다.



저렴한 노동력으로 '세계의 공장' 역할을 수행해 고도성장을 이룬 중국. 세계 금융 위기 속에서도 연 5% 이상의 경제성장률을 보이고 있다.

그랬던 신자유주의 철학이 금융위기를 맞이하면서 대대적인 도전을 받고 있다. 이를 공격하는 주축세력은 유럽과 중국이다. 미국이 전 세계의 헤게모니를 잡기 전 즉, 식민지 시대의 세계를 지배했던 유럽은 영미식 자본주의 및 금융철학에 비판적 시각을 유지해왔다. 하지만 어쩔 수 없이 미국 중심의 세계질서에 편입되어 반쯤은 주축세력의 역할을 담당해 온 것이 사실이다. 그러던 중 미국발 위기가 전 세계로 퍼져나가 유럽 또한 큰 피해를 입게 되자, 미국식 가치관을 대표하는 신자유주의 철학에 볼멘소리를 내기 시작한 것이다.

중국은 좀 더 느긋한 자세다. 사실 중국은 신자유주의의 무한경쟁으로부터 가장 큰 혜택을 받았다. 거의 무한정에 가까운 저렴한 노동력을 사용해 '세계의 공장' 역할을 수행하며 엄청난 속도의 고도성장을 이뤄낸 이 나라는 이번 위기에서 타격이 가장 적은 편이다. 위기라고는 하지만 5~10%에 달하는 연 경제성장률을 기록해 가히 놀랍기만 하다. 아마도 중국을 중심으로 한 브릭스(BRICs) 국가들이 이번 금융위기를 가장 먼저 탈출하리라는 데 현재 전문가들 사이에 달리 이견이 없는 듯하다.

중국은 이러한 자신감을 바탕으로 그 동안 기축통화로 군림해 온 달러화를 공개적으로 공격하고 있다. 아직까지는 여건이 형성되지 않았음을 인정하면서도, 위안화를 새로운 기축통화로 만들려는 욕심을 숨기지 않는다.

지구 반대쪽에서 일어나는 금융사건이 이젠 남의 일이 아니다. 삶과 밀착돼 있지만 어렵게만 느껴지는 경제 현상들을 금융전문가의 눈으로 날카롭게 분석한다.

하지만 이러한 중국의 기본 철학이 신자유주의라고 보기는 어렵다. 검은 고양이든 흰 고양이든 쥐만 잡으면 된다는 식의 전략을 추진해 왔지만, 중국이 깊은 속내에 감추고 있는 철학이 신자유주의일 것 같지는 않다.

그렇다면 2009년 대한민국은 어디로 가고 있는 것일까? 아니, 어디로 가야 할까? 가장 가난한 나라의 대열에서 벗어나 가장 잘사는 나라의 근방에까지 이르게 해준 동아시아적 가치를 다시 붙들어야 할까, 아니면 '썩어도 준치' 라는 식으로 거의 용도 폐기되어 가는 신자유주의 철학을 계속 고집해야 하는 것일까? 이에 대한 인문학적 고뇌를 거친 사회적 합의가 이뤄지지 않은 상태에서 이런저런 정책들이 마구잡이로 집행되다 보니, 이 사회는 갈수록 오리무중에 빠져 드는 느낌이다.

위기를 맞은 금융회사들에 자본확충펀드를 통해 후순위채 등을 매입해 주는 보완적 조치를 취할 것인가 아니면 보통주를 매입하는 직접적 조치를 취할 것인가, 금융회사 임원들에게 제공되는 인센티브의 성격과 규모, 사회불안 요인으로 오랜 동안 잠재해 온 비정규직 근로자 문제는 어떻게 할 것인가, 추경예산을 통해 중산층과 서민들에게 복지성 예산을 늘려줄 것인가 아니면 성장동력을 확충해 일자리를 늘리는 데 사용할 것인가 등 크고 작은 문제들이 사실상 동아시아적 가치와 신자유주의 철학 간 갈등선상에서 나타나고 있다.

이러한 문제들은 굳이 금융권에서만 발생하는 것이 아니라 학교 현장에서도 유사하게 나타난다. 산적한 문제들을 외면한 채 해외학술지에 실린 논문만을 우대하는 학문 풍토도 걱정이지만, 교육을 내팽개치고 연구에만 집중하도록 하는 교수평가시스템도 답답하다. 내용전달 효율성에 있어 우리말 강의의 절반 정도에 겨우 미치는 영어강의를 향한 대학의 무한경쟁도 마찬가지다. 누군가 이에 문제를 제기했을 때 돌아오는 것은 한결같이 '대학의 수월성 평가기준이 그러하기에 별수 없다' 는 대답뿐이다. 하지만 그 기준이라는 것을 누가 만들었으며, 그것이 과연 우리에게 적합한 기준이냐고 물었을 때 명쾌한 답을 들을 수 없다. 신자유주의의 무한경쟁 철학은 이미 우리네 뼈 속 깊이 녹아든 기분이다.

우리 삶을 이끌어 갈 중요한 철학적 가치관을 수립하는 일을 국제조류에 부합한다는 명분 아래 사실상 포기하고 있는 것은 아닌지 이번 금융위기를 맞아 심각하게 생각해봐야 한다. 지난 G20 정상회의에서 우리가 의장국이 되어 새로운 세계질서를 선도하게 되었다는 발표를 들으면서도 석연치 않았던 것은, 우리에게 그만한 철학적 기초가 다져져 있을 것 같지 않다는 의구심 때문이었다. 유럽과 중국이 미국식 신자유주의를 공격할 때 우리는 어디에 서야 할지를 결정하는 것은, 근시안적인 국가이익보다 먼 미래를 내다본 우리네 삶의 철학이어야 한다는 생각이다.

유럽과 중국이 미국식 신자유주의를 공격할 때 우리는 어디에 서야 할지를 결정하는 것은, 근시안적인 국가이익보다 먼 미래를 내다본 철학이어야 한다. 우리 삶을 이끌어 갈 중요한 철학적 가치관을 수립하는 일을 국제조류에 부합한다는 명분 아래 사실상 포기하고 있는 것은 아닌가.

이 글을 쓰는 이 순간에도 많은 사람들은 그저 열심히 살려고 노력한다. 그 중에는 이번 금융위기로 크게 상처받은 사람들이 많다. 이들이 피땀 흘리며 묵묵히 걸어가는 길은 우리 사회가 옳다고 제시한 것이다. 그러나 그 길을 열심히 갔음에도 불구하고, 그 결과가 단지 이웃들을 짓밟고 우리끼리 싸운 것에 그친다면 우리 삶은 얼마나 허망할 것인가? 앞서 책의 저자는 꽃들에게 희망을 주었지만, 우리 희망은 누가 가져다 줄 것인가?



김진호 이화여대 경영대학장 겸 경영전문대학원장
서울대 경제학과와 대학원을 졸업하고 미 컬럼비아대에서 재무학 박사 학위를 받았다. 한때 증권회사에서 투자분석, 한국금융연구원에서 금융정책 수립도 했다. 사람들이 어려워하는 금융이야기를 재미있게 설명하는 작업에 관심있다.
jhkim@ewha.ac.kr

때 : 2009년 4월 21일(화) 14시 30분
곳 : KDI 세미나실
참석자 : 김동률 KDI 연구위원
문애란 웰콤 대표
조삼섭 숙명여대 언론정보학부 교수
황준석 국가브랜드위원회 문화 · 시민국장

분단상황도 브랜드 가치 될 수 있다

김동률 : 최근 정부가 우리 국가브랜드 순위를 2013년까지 OECD 평균인 15위로 끌어올리겠다는 계획을 내놓았다. 우리나라 경제규모에 비해 국가브랜드가 너무 저평가되어 있기 때문이다. 국가브랜드가 저평가된 원인이 무엇인지부터 이야기를 시작했으면 한다.

황준석 : 대표적 브랜드 지수로 사용되는 사이먼 안홀트 조사에 따르면 우리는 1998년 이래 평가대상인 50개국 중 32~33위 수준에 머물러 있다. 교역규모가 12위, GDP 기준 13위인데 반해 국가브랜드 지수는 상당히 낮다. 그럼 왜 이런 일이 발생하는가. 우리가 국제 사회에서 경제력에 맞는 역할을 하지 못하고 있다는 데 있다. 2007년 기준 우리는 국민소득 대비 0.07% 수준의 공적개발원조(ODA)를 실시하고 있다. 이는 ODA에 참여하는 국가 평균인 0.28%에 크게 못 미친다. 경제적으로 압축성장을 하면서 외형은 커졌지만 국제사회에서 인



정받을 수 있는 시민의식, 윤리의식은 성장하지 못한 것이다. 게다가 외국엔 없는 월등한 자연환경이나 문화유적을 갖고 있지도 않다.

조삼섭 : 원인으로 하나 더 언급하고 싶은 건 북한 문제다. 한국의 인지도는 높일지 모르지만 항상 불안한 나라라고 여기게 만든다. 우리의 정치문화 역시 국가이미지에 부정적인 영향을 미치는 요인이다. 국가이미지라는 것은 어떤 나라가 다른 나라 사람들에게 어떻게 비춰지는가다. 그간 우리는 우리를 보여주는 일에 서툴렀다.

김동률 : '다이내믹 코리아', '스파클링 코리아' 등 정부가 그동안 내놓은 여러 슬로건이 있다. 그런데 과연 이것이 제대로 외국인에게 어필했나? 인도나 태국, 뉴질랜드가 내세우는 콘셉트들을 보면 우리나라의 슬로건은 현실과 너무 동떨어진 게 아닌가 싶다.

문애란 : 슬로건 하나만의 문제는 아니라고 본다. 어떤 메시지를 전달해줄 것인가에 대한 깊은 성찰이 필요하다. 우리나라는 개인의 역량이 큰 데 반해 그것을 국가의 통합적인 브랜드로 만들어내지 못하고 있다. 브랜드는 사람들이 막연하게 생각하는 이미지의 총체다. 실제 우리나라를 대하는 외국인들은 한국의 부정적이고 나쁜 소식들을 훨씬 쉽게 접한다고 한다. 시대의 변화에 따른 정확한 브랜드 전략이 없는 상태다.

조삼섭 : 커뮤니케이션 관점에서 덧붙이자면, 홍보를 잘하면 이미지가 좋아질 것이라고 생각하지만 그렇지 않다. 먼저 실체를 잘 만들어야 한다. 이미지 이면에 숨겨진 철학과 배경을 바로잡아야 한다. 선진국의 이미지를 만드는 것은 국제사회 기여도 뿐 아니라 정부정책, 교육정도, 인구밀도, 사회문화 등 각 부분의 모든 요소들이 선진화될 때 가능한 일이다.

김동률 : 앞서 말씀하신 것처럼 우리는 짧은 시간 압축성장을 하다가 이제야 남에게 어떻게 비춰지는지 고민하게 된 것 같다. 그래도 현재 브랜드 순위는 너무 낮지 않나? 일본브랜드 가치에 비하면 1/14, 미국에 비하면 1/26이라는 통계도 있더라. 국가브랜드를 바꿀 근본적인 실체를 만들어야 한다는 말씀도 맞지만 조급한 마음이 드는 것도 사실이다.

문애란 : 국가브랜드위원회가 생기기 이전에도 비슷한 기능의 국가이미지위원회가 있었다. 하지만 마땅한 대책 없이 문제점만 내놓다 끝나고 말았다. 이번 국가브랜드위원회는 결과에 대한 평가 기능까지 덧붙여졌다고 하니 실질적인 브랜드 가치 전략을 만들어야 한다. 더 이상 원리나 원칙 논의에 그쳐서는 안 된다.

조삼섭 : 최근 한 기사를 보니 한국 음식하면 김치, 불고기가 떠오른다고 한다. 전에는 단순히 김치, 불고기가 무엇인지를 알렸다면, 이젠 김치가 어떻게 만들어진 음식이고, 어떤 의미가 있고, 또 건강에 얼마나 좋은지 알리는 단계로 넘어갈 때다. 이젠 우리가 가진 것들을 알리는 데 급급해 하지 말고 관객들이 즉, 수용자들이 어떻게 받아들일지 생각해보자. 태권도가 우리 고유의 무술이라고 하지만 정작 우리는 어릴 때 형식적으로 배우다 그만 둔다. 우리조차 관심 없어 하는 걸 외국인에게 우리의 우수 문화라고 알릴 수 있겠나.

김동률 : 실제 전략을 고민하는 입장과 근본적인 정체성을 찾는 입장까지 스펙트럼이 매우 넓다. 국가브랜드위원회는 어떤 구



황준석
국가브랜드위원회 문화 · 시민국장

조삼섭
숙명여대 언론정보학부 교수

상을 갖고 있는지 궁금하다.


김동률 KDI 연구위원

황준석 : 구체적인 마스터플랜은 계속해서 협의 중이다. 과거 총리실 산하 국가이미지위원회가 있었지만 실질적인 집행력이 없어 큰 성과를 내지 못하고 해체되었다. 희망적인 것은 그간 우리 국민들의 의식이 변한 것이다. 품격을 갖춘 국가브랜드를 만들어야 한다는 인식이 생겨났다. 국민이 바뀌니 조직이 바뀌고 정책도 바뀔 것 같다. 관심이 많은 만큼 의견 수렴도 쉽지 않다. 국가브랜드를 높여야 한다는 점은 동의하는데 각론에 들어가면 생각의 차이가 존재한다. 전통을 강조하는 사람도 있고 보편성을 강조하는 사람도 있다.

문애란 : 각론에 차이가 있는 거야 좋은 현상 아닌가. 광고를 만드는 사람으로서 실례를 하나 들자면 최근 김연아 선수의 행보가 참 걱정된다. 수십 개씩 광고에 나오는데 '저렇게 하면 롱런할 수 없을 텐데' 하는 걱정이 든다. 상업광고 대신 비용을 국가가 지불하고 스타를 통해 국가브랜드를 만들면 안 되나? 김연아를 통해 영화, 게임, 책 등 얼마나 많은 것을 만들 수 있겠는가. 이렇게 중요한 순간에 그 모든 것을 개인에게 맡겨 둔다는 것이 아쉬울 뿐이다. 고베에 지진이 났을 때 일본은 국가 이미지를 업그레이드하는 기회로 삼았다. '일본인은 절대 사람을 해치지 않는다', '서로 돕고 화합하는 민족이다' 라고 알려 세계 이목이 집중됐을 때 국가브랜드를 높였다. 우리는 왜 이걸 못하나.

우리나라를 여행하러 온 외국인들의 수는 늘고 있는데 온라인상에 최신 정보가 너무 없다. 이런 기술적인 것부터 해결해줘야 하는데 이러다 타이밍 다 놓치는 것 아닌가.

황준석 : 여전히 개선해야 할 부분이 많다는 지적 같다. 하지만 사업을 하다 보면 어쩔 수 없이 선택과 집중이 필요하다. 어떤 분야에 치중하다 보면 소홀한 분야도 나올 수밖에 없다. 지금은 진행과정이니 추이를 주목해 달라.

김동률 : 그렇다면 우리가 자랑스럽게 내세울 수 있는 한국만의 가능성, 경쟁에서 비교우위를 갖고 있는 게 있나?

조삼섭 : 한식의 세계화 같은 최신 트렌드가 한국의 경쟁력이 될 거라고 생각한다. 기존의 것에서 경쟁력을 찾을 수도 있지만 새롭게 재창조할 수 있는 것도 많다. 요즘 현대 음악과 국악을 결합한 퓨전 국악이 인기다. 관련된 공연도 연일 보도되고 있다. 개방적으로 생각해보면 우리가 할 수 있는 것, 갖고 있는 것들이 굉장히 많다. 다만 우리 스스로 우리의 가치를 잘 모를 뿐이다. 한글이 우수하다고 하면서도 막상 한글 간판을 쓰면 격이 떨어진다는 인식이 존재하는 것 같다. 우리 의식주의 아름다움을 우리가 모르고 있다.

문애란 : 난 우리 가능성이 '사람' 에 있다고 생각한다. 그게 우리의 힘이다. 만약 우리가 아무 것도 가진 게 없는 나라라면 어떻게 현재의 경제 규모를 이룰 수 있었겠나. 우리의 자원을 글로벌하게 보자. 미국 힐튼호텔에서 주방장을 한 재미교포 2세들이 한 달간 휴가를 보낼 재밌는 일을 꾸미다가 '고기바비큐 닷컴' 이라는 포장마차를 열었다. 우리 불고기를 타코로 싸 주는 퓨전음식을 만들었는데 이게 대히트를 쳤다. 전통한식이 아니라 현대적인 한식으로 재탄생시킨 거다. 1인 미디어 시대라는 점도 더 활용했으면 좋겠다. 전 세계에 흩어져 있는 한국사람들을 자원화하고 이를 네트워크로 만들어서 영역을 넓히는 방식도 고안했으면 한다.

황준석 : 1997년 일본문화를 개방하기로 결정했을 때 반대가 심했다. 우리 문화가 다 무너진다고 했다. 결국 세 차례로 나눠서 문호를 열었는데 지금 어떤가. 영화, 드라마, 음악이 유사 이래로 이렇게 많이 해외로 진출한 적이 없었다. 우리의 문화 콘텐츠들이 경쟁력을 갖도록 새로운 강점을 만들어 우리 나름의 비교우위를 찾아내는 것이 필요하다.

문애란 : 난 남북대치상황도 국가이미지를 높일 수 있는 요소라고 생각한다. 역발상이다. 광고하는 사람들은 가장 나쁜 걸 어떻게 가장 좋게 보일까 고민한다. 결국 북한과의 관계도 어떻게 보여줄 것인지 해석에 따라 인지도 향상에 도움이 되게 쓸 수 있다.


문애란 웰콤 대표

김동률 : 역시 크리에이티브한 말씀을 하신다. 그럼 국가브랜드 향상을 위해 우리가 국제사회에서 할 일은 무엇인가?

황준석 : 일단 정부는 현 0.07%인 ODA를 늘려나갈 계획이다. 더불어 지금까지와는 다르게 체계적인 원조를 실시하려 한다. 적재적소에 원조를 한다면 같은 금액으로도 더 많

은 효과를 누릴 수 있다. 한해 해외봉사단을 2,800명 정도 파견한다. 이 수치는 민간기관은 제외된 것으로 미국, 일본에 이어 세계 3위를 차지한다. 그런데 나가는 기관마다 이름도 다르고 유니폼도 다르다 보니 봉사를 하고 와도 우리가 다녀간 걸 모르는 경우가 많다. 봉사를 티 내자고 하는 건 아니지만 해외봉사단의 이름을 통일하고 이들을 하나로 묶어 국가브랜드와 연결시키는 것도 방법이다.

문애란 : 전 세계 어려운 환경의 어린이를 돕는 컴패션의 경우 1952년부터 1993년까지 우리나라 어린이 10만 명을 후원했다. 우리는 2003년부터 후원을 시작했는데 제3세계 사람들을 만나면 우리나라처럼 되고 싶다는 말을 많이 듣는다. 우리도 힘든 시절 미국에서 원조를 많이 받아 은연중에 미국에 우호적인 마음이 있다. 이젠 우리가 다른 나라 사람들을 키워야 한다. 1달러 미만으로 하루를 살 수 있는 아이들이 얼마나 많은지 모른다. 만약 우리가 범국가적으로 어려운 아이들을 백만 명 쯤 후원한다면 우리는 하루아침에 배려하는 나라, 기여하는 나라로 이미지가 바뀔 수도 있다. 사람에서 가능성을 찾고, 사람을 키워야 하고 결국 사람이 답이다.


조삼섭 숙명여대 언론정보학부 교수

조삼섭 : 동감한다. 나도 미국에서 공부하면서 장학금을 받았었다. 내심 '난 분명히 한국에 돌아갈 텐데 미국은 날 왜 도와줄까?' 의구심이 들었었다. 객관적인 조건에 의해서 판단하고 평등하게 대하려는 태도. 그게 바로 미국의 힘이고 격(格)이다. 최근 우리나라에도 많은 외국인 유학생들이 들어와 있다. 우리도 이들을 위해 교육비를 지원하고 도와야 한다. 빌 게이츠를 보면서 꿈을 키우는 전 세계 어린이들이 얼마나 많은가. 그런데 왜 우리는 그렇게 존경 받는 기업인이 없나. 그만큼 우리 사회에 부자에 대한 가치관, 나눔에 대한 이해가 부족하기 때문이다.

황준석 : 경제 규모가 12위라고 해서 국가의 격이 12위는 아니다. 어떻게 생각하면 우리 국가브랜드는 현 수준인데 경제 수준이 너무 앞선 것 아닌가 싶기도 하다. 실제 삼성이나, LG, 현대의 제품을 한국 제품으로 알고 있는 사람이 드물다. 삼성을 일본기업으로 아는 사람이 50%를 넘는다. 해당 기업 역시 굳이 한국 기업이라는 사실을 알리고 싶어 하지 않는다. 우리 스스로의 문제점을 겸허히 받아들이고 차근차근 해결방안을 마련해야 한다.

김동률 : 현 상황에 대한 많은 이야기가 오고 갔다. 끝으로 국가브랜드 전략에 필요할 것들을 짚어보며 마무리하자.

문애란 : 요즘 미국에서 제일 뜨는 모 사이트는 쇼핑정보뿐 아니라 워싱턴, LA 등 가고 싶은 곳의 가장 'HOT' 한 소식을 알려준다. 우리도 이런 걸 만들어야 한다. 무겁지 않고 가벼운 주제로 세계의 젊은 층을 공략하자는 거다. '세계적으로 어필할 수 있는 가치'를 막연히 찾지 말고 '우리가 가진 가치'가 세계적인 것처럼 보일 수 있게 고도의 전략을 써서 가공하자는 말이다. 수많은 사람들이 우리 것을 보고 익숙해질 때 그것이 보편적인 가치가 될 것이다.

조삼섭 : 국가브랜드위원회에서 내세우는 단기 과제 중에도 해외 700만 동포들을 통한 간접 홍보가 있다. 오바마 대통령이 한국인을 부지런하고 성실한 사람들로 생각하는 것은 그가 성장하면서 주변에서 본 한국인들 때문이다. 현지에 나가 있는 동포를 지원하고 교육하는 것 역시 중요한 일이다. 하나 덧붙이자면 브랜드위원회 위원 중 외국인이 있어야 한다. 브랜드 전략과 평가 기준이 우리 중심이 아니라 외국인 중심이어야 한다. 최소한 자문단을 운영할 때라도 외국인 혹은 교포들을 참여시켜 다양한 목소리를 담아 주었으면 좋겠다.


황준석 국가브랜드위원회 문화 · 시민국장

황준석 : 국가브랜드는 실체를 탄탄히 하는 것이 중요하다. 죽어 있는 전통이 아니라 현대의 살아 있는 전통을 알리기 위한 시도는 있어 왔지만 그동안 제대로 산업화되지 못했다. 이제라도 한국의 매력을 알릴 수 있는 작업을 해나갈 것이다. 국민들도 글로벌 마인드를 갖춰야 한다. 우리의 현재 삶의 내용이 한국의 실체다. 글로벌 스탠더드를 갖추는 작업과 한국의 경쟁력을 찾는 과정이 함께 맞물린다면 국가브랜드는 업그레이드 될 수 있을 것이다.

정리 **표초희** 나라경제 기자 사진 **정치호** 중앙일보시사미디어 기자

「나라 밖 경제」는 해외 주요 경제저널에서 유익하고 흥미있는 기사를 선발하여 발췌, 소개하는 난입니다.

깃코만 간장의 성공, '변화'란 소스 때문!

'Sauce of success', Economist, April 8th, 2009



세계 최대의 자연숙성 양조간장 회사 깃코만의 모기 유자부로(茂木友三郎) 회장

1959년 시카고 국제무역박람회 방문객들은 젊은 동양인에게 고기 한 조각을 건네받았다. 고기에 올려진, 처음 맛본 짜고 향긋한 소스의 맛에 이들의 눈은 휘둥그레졌다. 일본의 깃코만(kikkoman) 간장이 바로 그 주인공. 이 시식회를 주관한 젊은이는 콜럼비아 경영대학에 재학 중이던 당시 24세의 모기 유자부로(茂木友三郎)였다. 그는 17세기 초부터 간장을 만들어왔던 깃코만 창업자의 후손으로 미국인들이 간장에 어떻게 반응하는지 직접 확인하고 싶었다. 1995년 깃코만의 회장으로 취임한 그는 서양인들에게는 생소한 일본의 간장을 세계적 상품으로 만들어 낸 인물이다.

그는 "일본인이 아닌, 세계의 평범한 소비자들을 타깃"으로 삼았다. 깃코만은 현재 세계 최대의 자연숙성 양조간장 회사로, 지난 25년간 해외 판매 실적이 매년 10%씩 성장해 왔다. 깃코만 특유의 미끈한 병은 이탈리아의 올리브유, 프랑스의 머스타드 소스와 함께 세계 각국의 레스토랑과 가정에서 흔히 볼 수 있다. 미국의 브랜드 컨설팅 업체 인터브랜드(Interbrand)는 깃코만을 가장 인지도 높은 일본 브랜드 중 하나로 꼽았다.

유학 시절, 새로운 문화요소에 개방적인 미국이 간장의 해외 진출을 위한 최적의 시장이라는 사실을 깨달았던 모기 회장은 미국 전역을 돌며 아시아 음식을 판매하는 식당을 조사했다. 당시 뉴욕에 있는 일본 식당은 단 8곳뿐. 깃코만이 성공하려면 미국 소비자의 입맛에 맞게 현지화된 간장이 필요하다고 생각했다. 그는 미국 현지 요리사를 고용해 깃코만 간장과 어울리는 요리법을 개발했고, 현지 신문과 TV를 통해 깃코만 간장이 일식뿐 아니라 '모든 음식에 어울리는 양념(all-purposed seasoning)'임을 알리는데 주력했다. 이들의 간장병에는 아직도 'all-purposed seasoning'이라는 문구가 붙어 있다.

깃코만의 경영 전략도 눈여겨볼 만하다. 일본의 식품 회사로는 최초로 미국에 생산설비를 갖춘 깃코만은 M&A에 부정적인 다른 일본기업들과 달리, 미국 · 일본 기업을 적극적으로 사들여 기업을 확장해 나갔다. 지난 1월엔 보다 효율적인 M&A를 위해 지주회사 체제로 전환했다. 가업형 기업임에도 불구하고 2004년부터는 사장을 외부에서 영입하고 있다. 해외 현지 자회사는 일본 본사의 영향력을 최대한 배제하고 현지 지사장에게 모든 권리를 이양해 운영하고 있다. 모기 회장의 이런 개혁으로 깃코만의 연간 판매실적은 40억 달러를 웃돌고 있다. 그러나 여기서 간장이 차지하는 비중은 20%뿐이다. 깃코만 브랜드 가치를 활용해, 미국과 일본 내에서 간장 이외의 식품으로도 영역을 확장해왔기 때문이다. 아시아 지역 내 델몬트(Del monte) 과일 · 야채 통조림 판매와 일본 내 코카콜라 계열의 음료도 깃코만의 몫이다.

그 결과 해외 판매분이 기업 총수입에서 차지하는 비율은 30%다. 이는 전체 순이익의 55%에 달한다. 이 중 4분의 3이 북미지역에서 나오는 것을 보면 깃코만은 대미 의존도가 가장 높은 일본 기업이라 할 수 있다. 미국발 금융위기가 한때 악영향을 미치기도 했지만 모기 회장은 "레스토랑 수요가 줄어든 대신 일반 가계의 수요가 늘고 있다. 한 시장에서의 손실이 다른 시장에서의 이익으로 보상되고 있다"며 태연하다. 엔고 현상도 깃코만에 큰 타격을 입히진 못하고 있다. 원재료인 콩과 밀을 미국과 캐나다에서 들여오고, 완성된 제품을 다시 이 시장에 판매하기 때문에 환율로 인한 생산비용 부담이 미미하다.

1961년 데리야끼 소스 개발로 깃코만은 더 많은 소비자에게 다가갔다. 데리야끼는 간장과 다른 원료를 섞어 만든 소스로, 미국인이 즐기는 바비큐 요리에 걸맞게 고안됐다. 현재 깃코만은 남미와 유럽시장을 새로운 타깃으로 겨냥하고 있다. 이곳 소비자들은 유전자 변형(GM, genetically modified) 식품에 강한 거부감을 갖고 있어, 이를 배제한 소스를 개발 중이다. 이미 오래 전부터 간장을 먹어 온 중국에도 진출한다. 저가의 화학간장이 시장을 지배하고 있어 신규 진입이 쉽지 않을 것으로 예상되지만, 중국의 부유층을 타깃으로 '몸에 좋은 고급 간장'이란 전략을 펼칠 계획이다. 철저한 연구 · 조사와 현지화된 상품 개발에 주력했던 모기 회장의 수완, 이것이 깃코만에게 간장의 세계화라는 성공을 맛보게 한 '특별 소스(special source)'가 아닐까.

정리 **서지영** 나라경제 기자



우리나라 대표기업 삼성의 브랜드 가치는 120억 달러. 그런데 '곰돌이 푸우'가 가진 브랜드 가치가 170억 달러랍니다. 미국의 '미키마우스'는 연간 6조원의 매출을 올리며 이미 거대시장을 형성했고, '반지의 제왕'은 뉴질랜드를 누구나 가보고 싶어 하는 관광지로 만들어 '프로도(Frodo, 반지의 제왕 주인공) 경제'라는 말도 생겨났습니다.

작은 캐릭터와 이야기들, 음악 한 곡, 드라마 한 편은 이제 단순한 즐길 거리를 넘어, 부(富)를 창출하는 새로운 성장 동력으로 떠오르고 있습니다. 우리는 잘 하고 있을까요? 이미 세계가 관심을 보이고 있는 우리의 소리와 춤과 디자인에 스스로 얼마나 관심과 애정을 가지고 있습니까? 『나라경제』는 4월 의식주 분야에 이어, 문화콘텐츠 분야의 경쟁력을 점검합니다. 우리가 가진 무한한 자원을 다듬어 세계시장에 '무기'로 내놓기 위한 전략을 함께 모색해봅시다.

콘텐츠 속에 길이 보인다

'대장금' 60개국 수출, 경제 효과 3조

"지난 주말 그 영화 주인공 너무 예쁘지 않니?" "CG효과가 끝내주더라." 의견이 분분하다. 어느 덧 영화는 세계 어디서든 동 시대에 누릴 수 있는 문화적 혜택이 되었다. 그런데 이 영화 한 편으로 오고가는 비용이 얼마나 될지 고민해 본적 있었나?

지난해 한국영화진흥위원회에서 발표한 통계를 보면 2008년 한 해 총 417편의 영화가 상영되었다. 이 중 외국 영화는 298편으로 전체의 58%를 차지한다. 전국 매출액에서 비교해보면 한국영화가 4,065억 원, 외국영화가 5,515억 원을 기록했다. 외국영화 한 편이 상영되면 평균 18억 원의 매출을 올리는 셈이다. 상영된 외국영화 중에는 미국영화가 143편으로 거의 절반을 차지하고 있다. 지난해 국내 상영된 영화 중 가장 높은 매출액을 올린 영화는 〈쿵푸팬더〉였다. 〈쿵푸팬더〉가 국내 관객들에게 벌어들인 금액은 무려 300억 원. 세계적으로는 6천억 원을 벌어들였다. 게다가 이는 영화 상영에 대한 순수 매출액이므로 〈쿵푸팬더〉를 이용한 광고, 음반, 캐릭터, DVD 등 연관 산업에서 거둔 2차 수익은 훨씬 커졌을 것이다.

이처럼 가장 대중적으로 소비되는 콘텐츠로서 영화는 꾸준히 성장하고 있으며 자본과 문화, 국가의 경계 없이 자유자재로 세계를 누비고 있다. 2007년 기준 국내에는 6천7백만 달러어치 영화가 수입되었으며, 2천4백만 달러 수출된 것으로 나타났다. 아직은 수출이 수입에 뒤지고 있으나, 한국영화의 수출 성적은 꾸준히 높아지고 있다. 작년 한국에서 흥행을 거둔 〈좋은 놈, 나쁜 놈, 이상한 놈〉은 미국의 중견배급사인 IFC가 개봉에 따른 마케팅, 배급비용을 전액 부담하는 조건으로 수출됐다. 올해 상반기 뉴욕, LA, 시카고 등 5대 도시의 50~100개 스크린에서 개봉될 예정이다. 〈좋은 놈, 나쁜 놈, 이상한 놈〉은 베를린 국제영화제, 칸국제영화제 등 유수 필름마켓에서 미국뿐 아니라 유고, 독일, 일본, 스페인, 이탈리아 등 30여 개 국가에 선판매되는 성과를 올리기도 했다. 지난 99년, 사상 초유의 국내 흥행기록을 세웠던 〈쉬리〉는 한국영화 수출의 선봉장이다. 일본, 홍콩, 북미지역 등 총 15개국에 수출돼 약 570만 달러의 수익을 거뒀다. 이후 많은 한국영화들이 해외 직접 개봉, 판권 수출 등으로 세계 영화시장에서의 인지도를 높여왔다. 아시아 지역에 국한됐던 시장도 미국과 유럽으로 확대되고 있는 추세. 지난해 〈괴물〉은 미국의 71개 스크린에서 개봉돼 220만 달러를 벌어들였고, 〈디 워〉의 경우 2,277개 극장에서 개봉, 1,098만 달러를 거둬 미국 내 한국영화 최고 흥행기록을 세웠다.

영화와 마찬가지로 세계에 퍼지고 있는 문화콘텐츠는 단연 드라마다. '미드족' 이니 '일드족' 이니 하는 말은 일상이 돼버렸고 한류의 출발점에도 바로 드라마가 있었다. 지난 97년, 중국 CCTV에 〈愛情是什?〉란 제목으로 방영된 〈사랑이 뭐길래〉. '이 드라마 할 시간에 남의 집에 전화하는 건 실례' 라는 말까지 나올 정도로 인기를 끌었다. 이때부터 포착된 한국 드라마의 관심은 일본에서 〈겨울연가〉, 〈올인〉 신드롬으로 본격화 돼 〈대장금〉에서 절정에 이르렀다. 〈대장금〉은 기존 한류 드라마와 달리 이란 · 터키 등 중동권, 짐바브웨 · 르완다 등 아프리카권, 프랑스 · 헝가리 · 러시아 등 유럽권까지 60여 개국에 수출됐다. 광고, 음악, 캐릭터, 한식, 한복산업에 영향을 미치며 지금까지 약 3조 원의 경제적 효과를 내고 있다. 이후 잠시 주춤하던 한국 드라마 열풍은 〈태왕사신기〉, 〈바람의 화원〉으로 다시 이어져 제

한국영화 흥행순위 (한국영화진흥위원회, 2008)

순위	영화명	개봉일	배급사	스크린 수	관객수	매출액
1	좋은 놈, 나쁜 놈, 이상한 놈	2008/07/17	CJ엔터테인먼트	825	6,685,988	43,761,835,333
2	추격자	2008/02/14	쇼박스㈜미디어플렉스	435	5,071,619	33,943,278,500
3	과속스캔들	2008/12/03	롯데쇼핑(주) 롯데엔터테인먼트	405	4,353,173	28,454,039,333
4	강철중	2008/06/19	CJ엔터테인먼트	659	4,300,670	28,465,757,767
5	우리 생애 최고의 순간	2008/01/10	싸이더스FNH	418	4,044,582	26,151,780,425
6	신기전	2008/09/04	CJ엔터테인먼트	585	3,726,134	24,314,570,667

외국영화 흥행순위 (한국영화진흥위원회, 2008)

순위	영화명	개봉일	배급사	스크린 수	관객수	매출액
1	쿵푸팬더	2008/06/05	CJ엔터테인먼트	351	4,673,009	30,000,965,000
2	맘마미아!	2008/09/03	UPI코리아	457	4,534,014	29,465,336,083
3	아이언맨	2008/04/30	CJ엔터테인먼트	592	4,316,003	27,802,744,668
4	인디아나 존스 4 : 크리스탈 해골의 왕국	2008/05/22	CJ엔터테인먼트	660	4,136,101	26,693,951,667
5	미이라3: 황제의 무덤	2008/07/30	UPI코리아	527	4,090,795	26,222,207,084
6	다크 나이트	2008/08/06	워너브러더스코리아	462	4,061,091	26,888,174,000

특허권 등 사용료수지 (한국은행 경제통계시스템, 억 달러)

	2005	2006	2007	2008	09.1~2	05~08	05.1~09.2
특허권 등 사용료수지	-26.5	-26.0	-34.0	-31.4	-5.2	-118.0	-123.2

국내 문화산업 수출입 현황 (백만 달러, %)

구분	수출					수입				
	2004년	2005년	2006년	비중	2004~2006 연평균성장률	2004년	2005년	2006년	비중	2004~2006 연평균성장률
출판	182.2	191.3	184.9	13.5	0.7	227.1	231.7	307.2	9.4	16.3
만화	1.9	3.3	3.9	0.3	43.2	0.4	0.9	4.0	0.1	198.8
음악	34.2	22.3	16.7	1.2	-30.2	20.6	8.3	8.3	0.3	-36.3
게임	387.7	564.7	672.0	48.9	31.7	205.1	232.9	207.6	6.3	0.6
영화	58.3	76.0	24.5	1.8	-35.1	66.2	46.8	45.8	1.4	-16.8
애니메이션	61.8	78.4	66.8	4.9	4.0	8.0	5.5	5.1	0.2	-20.2
방송	70.3	121.8	133.9	9.7	38.0	58.6	43.2	72.6	2.2	11.3
광고	20.8	9.3	76.0	5.5	91.3	918.7	2292.8	2415.5	73.7	62.2
캐릭터	117.3	163.7	189.5	13.8	27.1	129.4	123.4	211.9	6.4	28.0
에듀테인먼트	4.9	5.2	5.0	0.4	1.1	0.4	0.4	0.3	0.0	-11.1
합계	939.4	1236.0	1373.2	100.0	20.9	1634.5	2985.9	3278.3	100.0	41.6

출처 : 문화관광부, 〈2005~2007 문화산업통계〉

작 단계부터 해외 시장을 겨냥하거나 방송 중 이미 선판매가 결정되기도 했다. 지난 4월 초 열린 칸 국제영상프로그램박람회(MIPTV)는 또 한 번 한국 드라마의 가능성을 보여주었다. 세계적인 불황에도 불구하고 한국 드라마는 지난 해 수준인 1천 6백만 달러의 수출 실적을 유지했다. 세계 3대 방송영상물 시장 중 하나로 꼽히는 이번 박람회에서는 한국 드라마뿐 아니라 다큐멘터리나 오락프로그램도 수출돼 다양한 콘텐츠 제작의 필요성을 드러냈다. 채널의 증가와 더불어 각국의 늘어나는 콘텐츠 수요를 감당하기 위해서는 이를 위한 인력과 인프라를 점검해봐야 할 것이다.

문화산업 분야에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것은 출판이다. 2006년 기준 수출액은 약 1억8천만 달러, 수입액은 3억 달러로 1억2천만 달러 적자를 보이고 있다. 지난 4월 초 한국출판연구소가 발표한 수출현황에 따르면 해외에 수출하는 한국 도서 3권 중 2권은 만화와 아동 분야였다. 그 중 아시아 지역 수출이 72.3%를 차지해 압도적인 것으로 나타났다. 1978년 처음 저작권이 수출된 이후 지금까지 총 5500종의 저작권이 수출됐는데 그 중 만화가 2040종, 아동물이 1500종으로 전체의 64%를 차지한다. 이밖에 문학이 15%, 언어 분야가 6% 순이었다. 한국출판연구소 관계자는 2000년 들어 저작권 수출건수가 2배 이상 늘고 있다면서 번역 인력을 양성해 해외에 우리 문학을 알리려는 노력이 필요하다고 주장한다.

우리가 모르는 사이에 나가고 있는 특허권 관련 비용은 얼마나 될까.

세계 시장에서 한국 게임 시장의 비중 (2006년 기준, 백만 달러)

구분	온라인게임		모바일게임		PC게임		비디오게임		아케이드게임	
	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위	매출액	순위
일본	163	4	522	2	182	-	7,138	2	8,200	2
미국	1,295	2	570	1	1,014	1	12,147	1	10,025	1
유럽	651	-	761	-	1,370	-	9,349	-	10,737	-
중국	788	3	316	3	-	-	-	-	-	-
한국	1,861	1	250	4	28	15(추정)	143	15(추정)	3,537	6(추정)

특허권은 프랜차이즈 수수료나 등록된 상표를 사용하는 것에 대한 로열티와 특허, 저작, 산업공정에 대한 지식재산권 및 원고, 각종 프로그램이나 영상 · 음향물을 이용했을 때 지불해야 하는 로열티나 라이센스 비용을 모두 포함한다. 때문에 반도체나 휴대폰 같은 통신기기 수출이 늘어나는 만큼 원천 기술과 관련된 특허권에 지불해야 하는 비용은 커져만 간다. 일례로 우리나라의 2007년 퀄컴(Qualcomm) 기술 관련 수입액(기술사용료+핵심부품수입)은 27억8천만 달러였다. 이는 같은 해 우리나라 휴대폰 단말기 전체 수출액 186억4천만 달러의 14.9%에 해당한다. 2005년부터 2009년 2월 기준 로열티로 지불한 금액은 123억 달러에 달하고 있다.

우리나라의 대표적인 브랜드라 할 수 있는 삼성의 브랜드 가치가 120억 달러. 그런데 곰돌이 푸우의 브랜드 가치가 170억 달러라는 사실 놀랍지 않은가. 이것은 캐릭터가 단순히 만화영화의 주인공이 아닌 하나의 산업으로서 무한한 부가가치를 가지고 있음을 보여주는 증거

캐릭터산업 수출입 현황 (2007년 기준, 천 달러)

	2003	2004	2005	2006
캐릭터산업 수출 현황	116,313	117,336	163,666	189,451
캐릭터산업 수입 현황	99,381	129,402	123,434	211,909
수지	16,932	-12,066	40,232	-22,458

다. 더욱이 세계적인 캐릭터 시장의 규모가 커지면서 우리나라도 순수 국산캐릭터의 인지도를 높이기 위해 노력하고 있다. 〈2007년 캐릭터 산업백서〉를 보면 여전히 미키마우스, 키티 등 외국 캐릭터의 선호도가 높지만 최근 우리 캐릭터들도 해외에서 눈부신 성과를 거두고 있다는 소식이 들려온다. 지금까지 총 82개국에 수출된 '뽀로로'는 2,000여 가지 캐릭터 상품으로 개발돼 판매 중이다. 지난 해 말까지 해외에서만 1,800억 원대의 매출을 기록했다. 110여 개국에서 방영된 애니메이션으로 방영된 '뿌까'는 현재 3,000여 개 캐릭터 상품으로 만들어졌으며, 라이선스 계약으로 인한 수익이 지난 해 88억 원에 달했다. 유



'콘텐츠 산업 재도약을 위한 실천전략 포럼'이 지난 2월 서울 프라자호텔에서 열렸다. 참석자들은 영화 · 게임 · 공연 등 분야별 콘텐츠 산업 전략에 대해 토론했다.

럽의 맥도날드 매장에 가면 어린이 세트와 함께 판매되는 뽀까를 만날 수 있다. 세계적인 패션브랜드 베네통과 자라의 모델로도 활동 예정인 뽀까의 무궁무진한 변신을 기대해보자!

문화산업은 의식주만큼이나 우리가 모르는 사이, 우리의 삶 속에 깊숙이 들어와 있다. 하지만 이들은 일반산업과 다른 성향을 가지고 있어 이에 대한 별도의 전문적인 연구와 지원이 필요하다. 그간 우리는 문화 수요조차 제대로 파악하지 못했다. 그 사이 세계 문화 시장은 1조 달러 이상의 규모로 덩치가 불어났다. 세계 최고의 온라인 게임 시장이 바로 대한민국이라는 것을 알고 있나?

우리나라 문화산업에 가장 큰 수출 비중을 차지하고 있는 것이 게임, 출판이고 반면 광고, 캐릭터 등은 수입 비중이 크고 증가세 또한 커 지속적인 적자가 예상된다.

미국의 시장조사기관인 프라이스 워터하우스 쿠퍼스(Price water-house Coopers)전망에 따르면 세계 문화산업은 2011년까지 연평균 6.4% 성장해 1조 9500억 달러 규모를 이룰 것이라고 한다. 세계 문화산업은 2003년 약 1조1613억 달러, 2005년 1조 4324억 달러, 2007년 약 1조 5252억 달러를 기록해 매년 꾸준히 성장하고 있다. 이 수치는 각 국의 GDP성장률을 능가한다. 문화 산업 시장에 뛰어드는 국가와 기업이 늘어나는 것이 당연해 보인다. 무형의 자산으로 여겨졌던 문화콘텐츠가 국가의 또 다른 얼굴이고 브랜드로서 더 중요해졌다는 뜻일 것이다. 세계적인 문화 강풍에 맞설 'Made in Korea' 콘텐츠를 만들어야 할 때다.

표초희 나라경제 기자, **김훈민** 인턴기자

창의력, 상상력이 최고 기술

'창조경제'의 시대, 신성장동력으로 부각되고 있는 콘텐츠산업은 제조업이나 서비스산업과 비교할 때 성장률, 고용유발, 부가가치와 수출증가율이 매우 높은 고성장산업이다.

세계는 지금 '지식기반경제' 시대에서 창의성과 상상력의 기반 위에 문화, 예술, 교육, 기술 등이 접목된 '창조경제(creative economy)'의 시대로 빠르게 이행 중이다. 창조경제는 문화유산, 공연예술, 출판 · 신문, 뉴미디어, 디자인, 시청각서비스 등이 경제적 부의 창출에 핵심이 되는 새로운 시스템이다. 창조경제의 핵심에는 콘텐츠산업이 있다. 한국을 창조경제로 전환시킬 신성장동력으로 부각되고 있는 콘텐츠산업은 제조업이나 서비스산업과 비교할 때 성장률, 고용유발, 부가가치율 및 수출증가율이 매우 높다. 세계적인 경기 침체에도 불구하고 콘텐츠산업은 2008년 1조7천25억 달러에서 2012년 2조 1천977억 달러로 연평균 6.6%의 높은 성장률을 기록할 것으로 전망된다. 특히 아시아 지역 콘텐츠산업은 연평균 8.8%의 초고속 성장세를 보이고 있다.


MBC가 경기도 양주시에 오픈한 '대장금' 테마파크. 수라간, 대전, 대비전, 퇴선간, 객사, 사옹원의 건물 일부 등으로 구성돼 있다.

콘텐츠산업은 창의성, 감성, 재능 등 무형자산이 최고 기술이자 생산요소가 되어 '저탄소 녹색성장'을 선도할 미래 고부가가치 산업이다. 또 높은 전 · 후방 산업 연관효과를 통해 국가 경제성장에 기여한다. 문화, 미디어, 관광뿐 아니라 제조업 수출까지 연관 산업의 동반성장을 유도하고 콘텐츠, 서비스, 디바이스 등의 연계 모델로 부가가치를 창출한다.

게다가 지식노동집약형 인력구조로 고용창출 효과가 크고, 창의적 아이디어와 지식에 기반한 벤처기업에 유리하고 창업이 쉽다. '괜찮은 일자리'를 제공해 청년실업 해소에도 기여할 수 있다. 문화콘텐츠산업의 성장, IPTV 등 신규 서비스와 융합형 콘텐츠의 출현, 창의성과 지식 기반의 새로운 직업군 등장으로 디지털 스토리 텔러, 가상현실 디자이너, 프로게이머, 문화 PD 등 신규 일자리 창출은 지속적으로 증가할 것이다.

콘텐츠산업은 국가 브랜드도 크게 높인다. 그 나라 문화에 대한 호감과 관심이 높아져 국가 이미지가 높아지며, 이러한 긍정적 이미지는 상품에 대한 판매 증가를 유도하고 관광객의 증가로 이어진다. 전 세계 60개국에서 방영된 드라마 '대장금'이 대만에서 방영된 후 LG전자의 가전제품이 시장점유율 1위를 차지했으며, 이란에서는 시청률 86%를 기록하면서 한국어, 한국음식 등 한국문화 배우기 열풍을 불러 일으켰다. 국내 대장금 테마파크(촬영장)는 지금까지 120만 명의 관광객이 다녀갔다.

세계 각국은 콘텐츠 시장 선점과 경쟁력 확보를 위한 정책지원을 강화하고 있다. 미국은 콘텐츠산업을 군수산업과 함께 자국 경제를 이끌 2대 산업으로 선정하고, FTA 등 세계 콘텐츠 시장 지배를 위한 저작권 기반 통상정책을 강화하고 있다. 영국은 출판, 방송, 음악(뮤지컬) 등 창조산업을 국가 전략산업으로 육성하기 위해 범정부 창조산업추진반을 설립했다. 세계 2위 콘텐츠 강국인 일본은 민간주도의 '신일본양식 · 브랜드 추진협의회'로 국가 이미지를 구축하고, 콘텐츠산업 진흥 · 육성을 위해 지적재산전략본부와 영상산업진흥기구를 설치하고 콘텐츠 보호 육성법을 제정했다.

우리나라도 킬러콘텐츠 집중 육성과 투자 확대가 한창이다. 국내 문화콘텐츠산업은 최근 5년간 연평균 9.0%의 높은 성장세를 기록하며 2003년 약 44조 원에서 2007년 약 62조 원 규모로 급성장했다. 그러나 아직 세계 시장에서의 점유율은 2.4%로 세계 9위에 불과하고, 내수시장 위주의 유치산업 단계에 머무르고 있다.

정부는 지난 5월 '콘텐츠코리아 추진위원회'를 발족하고 '차세대 융합형 콘텐츠 육성', '제2의 온라인게임 혁명 주도', '100년 감동의 킬러콘텐츠 개발'을 콘텐츠산업의 신성장동력 핵심 과제로 선정했다. 각 과제별 중장기 육성전략도 수립해 오는 2012년까지 세계 5대 문화콘텐츠 강국으로 도약하겠다는 굳은 의지를 표명했다. 이를 통해 매출 1백조, 고용 1백만 명, 세계 시장 점유율 5%를 달성할 것으로 전망된다.



구경본
한국문화콘텐츠진흥원 기획혁신팀장
gengben@kocca.or.kr

백 년 감동의 킬러 콘텐츠에 4천억 투입

킬러 콘텐츠를 창출하기 위해 가장 중요한 것은 스토리텔링이다. 다양한 원작 콘텐츠의 지속적인 개발과 스토리텔링 역량 및 글로벌 프로젝트 기획력을 겸비한 전문 인력 양성이 중요하다.

지난해 9월 정부는 콘텐츠산업을 신성장동력산업으로 육성해 2013년 콘텐츠 5대 강국에 진입한다는 계획을 발표했다. 이후 정부는 12월까지 3개월에 걸쳐 콘텐츠 산업 5대 강국 진입을 위한 핵심 과제별 세부 추진계획을 차례로 발표했다. 핵심 과제는 차세대 융합형 콘텐츠 산업 육성, 제2의 온라인게임 혁명 주도, 그리고 100년 감동의 킬러콘텐츠 육성이다.

차세대 융합형 콘텐츠란 기존 엔터테인먼트 콘텐츠를 넘어서 IT 기술 및 고도화된 네트워크를 기반으로 제조, 서비스업 등 타 산업과의 접목이 용이한 콘텐츠를 의미한다. 아직 시장형성 초기 단계라 우리 정부는 이 분야에 선제적인 지원과 투자를 통해 세계 시장을 선점한다는 전략이다. 중점 추진 과제로 아시아 최대 CG 제작기지 구축을 통한 CG 신시장 창출, 미래 인터넷 공간을 대체할 디지털 가상세계 서비스 시장 선점, 인터렉티브 콘텐츠 등 신기술에 기반한 방통융합콘텐츠 시장 선점, 가상현실콘텐츠 신시장 창출, 문화콘텐츠 R&D 강화 등이 있다. 향후 5년간 3,400억 원을 투입해 7조 원의 신규 시장 및 13만 명의 고용 창출을 목표로 하고 있다.



뮤지컬로도 제작된 김수정 원작의 만화 '아기공룡 둘리'

글로벌 게임 시장에서 경쟁이 더욱 치열해지고 있는 가운데 한국 온라인 게임의 선도적 위상을 강화하고 지속가능한 게임 산업의 발전을 위해 정부가 마련한 세부 추진계획은 다음과 같다. 먼저 글로벌 게임 허브 센터를 구축해 2012년까지 300여 개 기업이 다중 플랫폼 게임 및 솔루션을 개발할 수 있도록 지원한다. 전 세계 소비자들이 플랫폼 형태를 막론하고 우리 게임 소프트웨어를 즐길 수 있도록 양질의 콘텐츠를 지속적으로 창출할 수 있는 시스템을 만드는 것이다. 콘텐츠 가치평가 및 완성보증, 게임펀드 결성 등을 통해 게임산업의 자금 상황을 개선하는 것도 중요 과제다. G-star 등 국제 게임쇼 개최, 게임시장 개척단 활동 지원 등 해외진출 지원 및 세계 e-스포츠 문화 선도사업은 한국 게임의 브랜드 가치를 높이고 한국 게임에 대한 글로벌 수요를 유지 발전시키기 위한 전략 사업으로 추진된다. 향후 5년간 게임 산업 육성에 3,500억 원을 투입해 2013년 국내 게임시장 규모 10조 원 달성, 수출 36억 달러 돌파, 신규 고용 7만 명 창출, 한국 게임산업의 세계시장 점유율 10% 달성을 이루는 것을 목표로 하고 있다.

'100년 감동의 킬러콘텐츠 육성'은 100년 가까이 세계인들의 사랑을 받으며 막대한 수익을 창출하는 미키마우스처럼, 글로벌 시장에서 끊임없이 파생상품을 탄생시키며 수익을 창출하는 킬러콘텐츠를 창출하기 위한 전략이다. 이를 위해 가장 중요한 것은 스토리텔링이다. 다양한 원작 콘텐츠의 지속적인 개발과 스토리텔링 역량 및 글로벌 프로젝트 기획력을 겸비한 전문 인력 양성이 중요하다.

킬러콘텐츠 창출을 위한 원작 콘텐츠로 정부가 초점을 두고 있는 분야는 만화, 애니메이션, 그리고 캐릭터다. 일본 만화의 경우 일본 내에서는 물론 할리우드에서도 소재로 활용될 만큼 다양하고 창의적인 스토리로 콘텐츠산업의 힘을 보여주고 있다. 우리 정부는 만화산업의 원작산업으로서의 중요성을 인식하고, 우리 만화가 글로벌 시장에서 매력적인 콘텐츠가 될 수 있도록 창작역량 강화, 글로벌 기획만화 프로젝트 등 지원사업을 확대한다. 또한 급성장하고 있는 디지털 만화 시장에서의 기술 표준 마련을 통해 글로벌 온라인 만화시장을 선도한다는 계획이다. 하나의 콘텐츠가 만화, 애니메이션, 캐릭터, 영화, 방송, 출판, 게임 등 다양한 장르의 콘텐츠로 변신하고 발전하고 끊임없이 수익을 창출하는 비즈니스 모델인 OSMU(One Source Multi Use)가 실현될 수 있도록 장르 간 협업 시스템 구축, 민간투자 유치 지원 등도 강화한다.

이와 같은 100년 감동의 킬러콘텐츠 창출 및 인력양성 사업에 정부는 2013년까지 약 4,100억 원을 투입해 시장매출 7조원, 수출 20억 달러, 고용 1만 명을 각각 신규로 창출하는 것을 목표로 하고 있다.



이영아
문화체육관광부 전략콘텐츠산업과 사무관
yalee@mcst.go.kr

장소보다 스토리가 중요해진 관광산업

소설 〈빨간머리 앤〉의 무대인 캐나다의 프린스 에드워드 섬은 앤의 초록 지붕집을 보기 위해 항상 외국인 관광객으로 붐빈다. 소설 한 편이 만들어낸 관광객이 연간 100만 명이라고 하니 문학이 만들어낸 관광의 스테디셀러인 셈이다.

관광이 발전하기 위해서는 무엇을 팔 것인가(so what) 하는 것과 경쟁력 있는 관광상품을 어떻게 만들 것인가(so how) 하는 것이 핵심이다. 우리의 관광정책은 '관광수용태세'를 가장 중요하게 여겨왔다. 관광수용태세란 도로 · 공항 · 철도, 숙박 · 관광안내체계 · 쇼핑 · 식음료 등 관광인프라를 의미한다. 그러나 관광인프라만 나아진다고 한 나라의 관광산업이 세계적 수준에 도달하는 것은 아니다. 중요한 것은 그 나라의 문화와 역사, 자연 등을 매개로 한 '핵심관광상품'이다. 경쟁력 있는 관광상품의 전제조건은 관광콘텐츠에 있다. 한국에서만 경험할 수 있는 한국만의 관광콘텐츠가 있어야 세계적인 관광대국으로 성장할 수 있다.

관광의 핵심경쟁력은 역사문화 · 자연 · 서비스 · 인적자산 · 패션 · 드라마 · 영화 · 엔터테인먼트 등 콘텐츠 파워에 의해 결정된다. 문화와 마찬가지로, 관광산업도 글로벌 가치는 중요하지 않다. 본질은 로컬리티(locality, 지역성)에 있다. 자신의 문화를 자신의 언어로 고민하고, 그것을 세계적인 문맥으로 전달해야 한다. 즉 자국의 문화를 다듬어 외국 관광객들에게 환상을 심어주고 매력적인 것으로 만들어주는 전략이 필요하다. 이 때 스토리텔링이 가지고 있는 이야기적 가치(story value)는 엄청난 힘을 발휘한다.

동서양을 막론하고 근대 관광은 제도화된 대량관광이 주류였지만 오늘날 관광은 일상생활과 융합해가면서 장치와 공간보다 콘텐츠가 중요해졌다. 이에 발맞춰, 관광정책은 우리의 정체성과 차별성을 보여줄 수 있는 요소들을 발굴해야 한다. 한국만이 가질 수 있는 확실한 경쟁우위 아이템을 가져야 한다는 의미다.

우리가 가진 문화콘텐츠를 관광상품으로 만들기 위해서는 세련된 '점진주의적 접근(incrementalism)'과 민관 파트너십이 매우 중요하다. 외국의 성공 사례를 보면 어느 것 하나 단기간에 이뤄진 것이 없다. 적지 않은 투자, 기획에서부터 상품개발까지 일일이 협조하고 최고의 창조적 아이디어를 얻기 위한 노력이 있었다. 창조적 아이디어는 관(官)중심이 아니라, 민간의 노력과 정부의 협력적 지원이 있어야 가능하다. 우리는 프랑스가 패션산업을, 영국의 웨스트엔드나 미국의 브로드웨이가 공연산업을 최고의 관광상품으로 만들어내는 것을 보았다. 소설 〈빨간머리 앤〉의 무대인 캐나다의 프린스 에드워드 섬은 앤의 초록 지붕집을 보기 위해 항상 외국인 관광객들로 붐빈다. 소설 한 편이 만들어낸 관광객이 연간 100만 명이라니 문학이 만들어낸 관광의 스테디셀러인 셈이다.



지난 2007년 뉴욕 브로드웨이에 전용극장을 연 뮤지컬 '점프' 공연 장면. '점프'는 탁월한 문화마케팅으로 세계적 공연관광상품으로 다시 태어났다.

우리는 '난타'와 '점프' 공연을 세계적인 공연관광상품으로 키워내는 탁월한 문화마케팅 능력을 보여줬다. 이처럼 한국적 문화특수성을 세계적인 보편성과 융합해 세계적인 관광상품으로 만들고 전용관이 집적된 뮤지컬 거리에서 공연한다면 웨스트엔드나 브로드웨이 못지않게 성장할 수 있다. 한국영화산업을 육성하기 위해 영화모태펀드를 활용했던 것처럼 공연상품을 체계적으로 개발하기 위한 펀드를 정부차원에서 조성하는 것도 고려해 볼 수 있다.

문화콘텐츠와 관광분야의 연계는 시너지 효과를 낸다. 대도시 의존성이 상대적으로 약한 문화관광산업은 낙후된 지역발전의 '캐시카우(cash cow · 현금 수익원)'가 될 가능성이 무한하다. 고유의 역사문화가 살아 있는 지역별 스토리 개발, 문화체험공간 조성 등 다양한 콘텐츠 상품을 개발해야 한다.

날로 치열해지는 관광경쟁환경에서 한국관광산업이 성장하려면 최초의 생각으로, 최초의 시스템으로, 최초의 관광상품과 서비스를 만들어야 한다. 좁은 한반도에 많은 관광객을 불러 모으려면 한국인의 DNA가 들어 있는 콘텐츠형 관광상품으로 승부해야 한다. 관광콘텐츠는 경쟁력 있는 관광상품의 '원천기술'임을 다시 한 번 강조한다.



심원섭
한국문화관광연구원 책임연구원
wsshim@kcti.re.kr

런던 트라팔가에 물구나무선 한국의 비보이들

한국어 수강신청 1분 만에 마감!

영국 한국문화원



작년 9월, 런던 최대의 야외 페스티벌 '탱즈 페스티벌'에서 공연 중인 한국의 비보이들

지난 1월 30일, 영국 한국문화원이 첫돌을 맞았다. 1년 전 런던 문화 · 관광의 요지 트라팔가 광장 인근에 개원한 이후 2008년 한 해 동안 2만 여명 이상이 방문하며 한국문화 홍보의 거점으로 자리매김했다. 영국민의 관심을 반영한 영화, 현대미술, 디자인, IT, 스포츠 등 젊고 현대적인 문화콘텐츠의 전략적 보급으로 한국문화의 역동성과 젊은 이미지 정립에 기여하고 있다.

문화원은 한국어 강좌, 한국문화 강좌, 한국영화 상영 등의 정규 프로그램을 운영하고 있다. 특히 한국어 강좌는 반응이 아주 뜨거워 초급 1반의 경우, 오전 10시 수강신청 접수 후 채 1분도 안 돼 24명의 정원이 모두 채워지는 기록을 세웠다. 10시 1분에 신청서를 이메일로 제출한 사람들의 불만 전화를 받아 그 이유를 해명하느라 진땀을 빼기도 했다. 학생은 모두 영국거주 외국인들로 외교부 직원, 공무원, 변호사, 은행원 등 전문직 종사자들이 대부분이다.

지난해 현지 문화예술단체, 외국문화원, 한 · 영 관련단체, 우리 기업 등과 연계해 26회에 걸쳐 영국 태권도협회 컨퍼런스, 한국 관광의 밤, 한영 변호사 협회 정기총회 등을 유치했다.

올해는 일본, 중국과 차별되는 한국문화이미지 구축에 보다 박차를 가함으로써 국가브랜드가치를 높이는 활동을 활발히 전개하고 있다.

문화원 개원 1주년을 계기로 '환경'을 주제로 설치미술 전시회 개최, 웨스트민스터구 초등학생이 참여하는 공공미술 워크숍, 옥스포드 · 런던대 등 유수 대학 '한국 문화의 날' 행사, 한국고전 영화제 등을 성공리에 마쳤다.

또한 버밍험, 노팅험, 맨체스터, 웨일즈 등 지방도시를 직접 찾아가 한국문화를 알리는 '이동문화원' 활동을 대폭 확대해 상대적으로 관심과 인지도가 낮은 지방도시에 우리 문화를 집중적으로 소개했다. 한글디자인전시회와 패션쇼, 한식페스티벌 등 '한 스타일' 행사를 통해 우리 정신문화, 생활문화의 세계화 기반도 마련할 계획이다.



최규학
영국 한국문화원장
kyuhak.choi@ kccuc.org.uk

'꽃보다 남자' 한국 방영 다음날 베트남에서

베트남 한국문화원

베트남 한국문화원은 2006년 11월 하노이에서 문을 열었다. 동남아 최초의 한국문화원이다. 베트남은 '한류 열풍'의 중심에 있다 해도 과언이 아닐만큼 한국문화에 대한 수요가 크다. 1992년 한-베 수교이후 상대적으로 미약했던 공식 문화교류를 활성화하는 것이 한국문화원의 임무라 할 수 있다.

문화원에서 처음 개최한 공연은 여성 그룹 '베이비복스 리브' 공연이었다. 외국인으로는 처음으로 3,600석의 컨벤션 공연장에서 열린 이 공연엔 4천 명이 넘는 관객이 몰려와 사고 방지를 위해 출입문을 잠궈야 할 정도였다. 장나라와 베트남 가수들이 합동공연을 할 때에도 역시 같은 장소에서 4천 명이 넘는 관객이 몰려왔다. 젊은 세대들에게 설문조사를 하면 동방신기, 수퍼주니어, 빅뱅 등 한국가수들의 인기가 높다. 한국으로부터 직접 CD나 DVD를 구입하는 경우도 있다.



베트남에 분 한류 열풍으로 한국어에 대한 관심이 높아지고 있다. 사진은 베트남 현지에서 한국 학생이 베트남 여성에게 한국어를 가르치는 모습

2007년부터는 한국 언론사와 공동으로 매년 한국영화제를 열고 있다. 베트남에서 외국 영화제는 보통은 작은 극장에서 열리지만 한국영화제는 3,600석 컨벤션 센터에서 3~4일 동안 열렸다. 2만 명이 넘는 사람들이 찾아와 한국영화에 대한 열기를 보여줬다.

한국 드라마는 중국 드라마에 이어 2위로 수입되고 있다. 대장금, 주몽 등 사극을 좋아하는 사람도 많고, 풀하우스나 겨울연가 등 트렌디한 드라마도 인기다. 한국에서 드라마 '꽃보다 남자' 열풍이 불 때 베트남도 마찬가지였다. 한국에서 방영된 다음날 베트남어 자막까지 넣어 인터넷으로 시청한다.

문화원에서 대장금 음식축제를 주최한 적이 있다. 한국에서 대장금에 출연한 배우들과 함께 김치와 삼계탕을 만드는 행사가 있었다. 2천 명 분을 준비한 떡과 불고기는 단 10분 만에 모두 사라졌다. 베트남은 김치에 대한 선호도가 높다. 매운 음식이 익숙하지 않지만 한국과의 교류를 통해 많은 사람들이 한국음식을 먹어보았기 때문이다. 한국의 인삼은 베트남 남성들이 가장 좋아하는 식품 중 한가지이다.

베트남에는 한국어를 공식적으로 가르치는 대학교가 10개 정도 있다. 하노이에만 3개 학교가 있는데 약 5백여 명의 학생이 한국어를 배우고 있다. 한국기업들의 적극적인 진출로 많은 일자리가 생기고 이에 따라 한국어과의 경쟁률이 높아졌다. 한국문화원에서도 한국어를 가르치는데 지난해 5백여 명이 배웠다. 6개월을 기다리고도 수강하지 못한 학생이 있을 정도로 인기가 높다.

베트남은 장기적으로 한국과 가장 우호적인 국가 중의 하나가 될 것이다. 지금의 한국문화에 대한 관심을 잘 관리하지 않으면 한 순간의 유행으로 끝나버릴 가능성도 있다. 따라서 한국문화에 대한 소개와 함께 쌍방향 문화교류 강화가 무엇보다 필요하다. 아직 산업과 문화가 결합되지 않아 한국이라는 이미지에 대한 통합효과를 내기 어려운 상황이다. 한국 브랜드의 프리미엄을 얻기 위해서라도 두 분야의 협조가 필수다.



김상욱
베트남 한국문화원장
roberttkim@hanmail.net

"브로드웨이 진출, 우리를 독립운동가로 불러다오"

윤호진 명성황후 연출가

지금은 콘텐츠 싸움이다. 브로드웨이도 이제 소재가 고갈돼, 동양적인 소재가 빛을 발할 시점이다. 명성황후는 소재면에서도 충격적이고 우리의 문화 전체를 집약해서 보여준다.

세계 최고의 공연단만이 입성할 수 있는 뮤지컬의 메카 브로드웨이. 그 꿈의 무대에 우리의 뮤지컬 '명성황후'가 당당히 모습을 드러냈다. 전회 기립박수, 전회 매진, 입석발매의 기적을 만들어낸 연출가 윤호진 선생을 만났다.

한국뮤지컬협회 회장, 단국대 공연영화학부 교수, 에이콤인터내셔널 대표, 명성황후 연출가 등 많은 수식어가 따라다닌다. 가장 애착을 느끼는 호칭은?

난 연출가니까. 연출가에 가장 애착을 느낀다. 최근에는 '100주년 연출가'라는 닉네임을 얻었다. 명성황후는 명성황후 시해 100주년을 추모해서 만들었다. 현재 준비 중인 '영웅'도 안중근 의거 100주년을 기념해 기획하고 있다.

명성황후의 성공비결은 뭔가?

다른 게 없다. 미친척과 무대뽀(?)정신이다.

공대 출신이라고 들었는데, 어떻게 뮤지컬 연출가가 됐나?

연극영화과를 가고 싶었는데, 부모님의 반대로 공대를 갔다. 공대를 다니면서도 연극반 활동 등으로 연극에 대한 열정은 점점 커져만 갔다. 결정적으로는 82년 영국에서 캣츠를 보고 감동을 받았다. "내가 지금 이 공부를 하지 않으면 국내 뮤지컬 시장은 전부 외국에게 뺏기겠다"는 생각을 했다. 그리고 이 공부를 해야 할 사람이 '바로 나'라는 사명감이 들었다. 그래서 뉴욕으로 유학을 떠났다.



윤호진 명성황후 연출가

명성황후의 브로드웨이 진출, 어떻게 계획됐나?

국내 반응이 좋아 브로드웨이 진출을 계획한 것은 아니다. 뉴욕 유학생활을 마치고 한국으로 돌아오는 비행기 안에서 "다음에 내가 다시 이곳에 올 때는, 꼭 나의 작품을 들고 오겠다"는 다짐을 했다. 명성황후 제작 자체가 브로드웨이 진출을 뜻했다. 이 다짐을 87년에 했고, 97년에 브로드웨이에 진출했으니 10년 만에 꿈을 이룬 거다.

명성황후가 브로드웨이에 진출할 97년 당시 그 곳에는 미국과 영국 작품만 있었다고 들었다. 어떻게 우리의 작품이 그 곳을 뚫을 수 있었나? 뭐가 힘들었나?

힘들었던 거 이야기하면 오늘 밤을 새도 모자란다. 완전히 무대뽀 정신으로 밀어붙였다. 반전의 반전을 거듭한 드라마였다(웃음). 가장 큰 어려움은 재정이었다. 당시 2백만 불이 들어가는 대형프로젝트였는데, 한 푼도 없이 시작했다. 스폰서를 구하기 위해 이리 뛰고 저리 뛰었지만 쉽지 않았다. 공연장소인 링컨 센터는 다섯 번만에 섭외 승인을 받았다. 처음에 우리가 공연을 하겠다고 찾아갔을 때는 "한국에서도 뮤지컬을 만드냐"라며 콧방귀를 뀌더라. 우리가 준비할 수 있는 자료란 자료는 다 만들어서 설득하고 또 설득했다. 우여곡절 끝에 장소는 섭외됐지만 돈이 없어 막을 올리지 못할 상황이 왔다. 결국 "지금은 시기상조다". "이건 불가능이다"라는 푸념들이 쏟아져 나왔고 나는 결국 포기를 선언하려고 운영위원회를 소집했다. 그만두자고 소집된 운영위에서 반전이 일어났다. 운영위원 중 한 사람이었던 김명환 회장이 우리가 어떻게 여기까지 왔는데 이대로 포기하느냐며 본인이 브로드웨이 진출 추진위원장이 되겠다고 자청했다. 김 회장은 자기 회사 중역들의 집까지 담보를 잡혀가면서 자금을 끌어 모아줬다. 이렇게 동분서주하는 동안 최종 리허설 날이 다가왔다. 그런데 돈이 없어 최종 리허

설을 다 끝내지도 못했다. 2타임(1타임이 3시간)을 빌려야 하는데 1타임밖에 못 빌려서 최종리허설은 1/3만 했다. 최종리허설을 채 끝내지도 못하고 무대에 섰으니 얼마나 불안했겠나.

불안했던 첫 공연을 끝낸 소감은?

연습이 부족했지만 공연은 한 치의 오차도 없이 끝났다. 관객들이 기립박수를 하는데 나는 다리에 힘이 쫙 풀려서 그 자리에 주저앉았다. 그리고는 억울해서 우는 것처럼 엉엉 울었다. 무대를 보니 배우들도 다 울고 있더라. 우린 꼭 독립운동 하는 사람들 같았다. 실제로도 나는 배우들에게 이렇게 말했다. "독립운동 하는데 돈 받고 하는 거 봤냐"고. 그러면서 노 개런티를 선언했다. 완전 무대뽀였다. 그땐 정말 돈이 없어 배우들에게 돈을 줄 수 없는 상황이었다. 나중에 돈을 주지 못하느니 처음부터 못준다고 선언해 버리는 게 맘이 편할 것 같아서 그랬다.

노 개런티 선언에 빠져나간 단원은 없었나?

물론 있었다. 나갈 사람은 나가라고 했더니 분유값 등의 이유로 3명이 빠지더라.

노 개런티 선언이 미국에서도 화제가 됐다고 들었는데?

"아무리 공연이 성공적으로 끝나도 입장료 수입만으론 명성황후 같은 대형프로젝트를 감당하기 어려웠을 텐데 도대체 어떻게 이 곳에 왔냐"고 미국의 한 기자가 질문을 해왔다. 나는 "노 개런티"라고 대답했다. 그랬더니 전부 눈이 휘둥그레졌다. 미국에선 있을 수 없는 일이라며 믿을 수 없다는 표정으로 "너희 종교집단이지" 라고 묻더라. 우린 그 질문에 포복절도 했고 "그렇다 내가 교주다"라고 받아넘겼다. 명성황후의 브로드웨이 진출은 그 정도로 배우와 스텝들의 헌신이 컸다. 우리의 것을 알리기 위한 맹목적인 믿음과 소명이었고, 우리 모두가 독립운동가인 셈이었다. 사실 지금 다시 하라고 하면 못할 거 같다. 그땐 무슨 열정이 어디서 솟았는지 (웃음).

명성황후를 소재로 택한 이유는?

지금은 콘텐츠 싸움이다. 브로드웨이도 이제 소재가 고갈됐다. 동양적인 소재가 빛을 발할 시점이다. 또한 명성황후는 소재면에서 충격적이다. 한 나라의 왕비가 남의 나라 사람들에게 그것도 궁에서 살해됐으니! 그리고 명성황후야 말로 우리의 역사와 전통, 의식주가 집약된 문화를 보여줄 수 있을 걸로 생각했다. 특히 화려한 궁중의상은 외국인의 시선을 끌기에 충분하다고 확신했다.

명성황후가 영국, 캐나다 미국까지는 진출했는데 가까운 일본엔 아직 진출 못했다. 진출 계획은 있나?

물론이다. 일본과 끊임없이 이야기는 하고 있다. 우리 뮤지컬에 대한 관심도 높아 취재도 계속 오고 있다. 그런데 결정적으로 명성황후란 소재 때문에 아직 받아들이지 못하고 있다. 아무래도 일본사람들에게는 충격일 것이다. 역사책 한 페이지에 살며시 묻고 싶었던 과거를 작품으로 만들어 전 세계를 돌아다니고 있으니 일본인들이 조금 열을 받았을 거다(웃음).

차기작인 '영웅'도 안중근 의사가 소재이니 일본과 관련이 있는데?

안 그래도 얼마 전 일본 취재진들이 찾아왔더라. 차기작을 묻길래 안중근 의사 100주년이라고 했더니 경악을 하더라(웃음) "이토 히로부미도 일본의 영웅인데 너희는 뭐가 없어?" 라고 묻자 일본은 아무것도 준비 중인 게 없다고 하더라. 영웅은 서울시 브랜드에도 선정됐다. 안중근의사의 기념관이 서울에 있으니 서울하면 안중근, 안중근하면 영웅이 떠오를 수 있게 브랜드화를 시키자는 전략이다.

우리만의 콘텐츠, 어떻게 해야 외국에 팔아먹을 수 있을까?

뮤지컬 연출가인 내가 가장 중요하게 생각하는 것은 작품구상이다. 우리의 소재에서 한 걸음 더 나아가서 지금 이 시대가 원하는 게 무엇인지를 끊임없이 탐구해야 한다. 그리고 세계인들의 공감을 얻을 소재를 선정하고, 그 위에 스토리의 강렬함을 입혀야 한다.

콘텐츠 산업 육성을 위해 정책적으로 바라는 게 있다면?

문화체육관광부의 업무 조직도를 보면 뮤지컬은 문화예술과 소속으로 돼 있다. 그런데 이제는 뮤지컬을 예술이 아닌 산업으로 접근해줬으면 좋겠다. 물론 예술적 장려도 좋다. 하지만 지금 우리 뮤지컬 시장은 산업으로 키워도 될 만큼의 우수한 콘텐츠들을 많이 확보하고 있다. 산업으로 키워 나간다면 활발한 펀드 조성과 함께 더 많은 부가가치를 끌어올릴 수 있을 것이다.

글 **안선경** 나라경제 기자 사진 **전민규** 중앙일보시사미디어 기자

'열두 고개 넘는' 우리 징소리, 튜닝이 필요없죠

김덕수 사물놀이 한울림 예술총감독

정중동(靜中動). 이 모순이 우리 문화의 최고 매력이자 에너지다. 조화, 상생의 정신이 바로 우리 문화의 근본이며 아름다움이다. 외국에선 인정받는 이것을 정작 우리가 모르고 있다.

지난 1월, 버락 오바마 대통령 취임식 축하공연에 초청되셨다고 들었다.

주최 측인 스미소니언 협회와 헤리티지 재단으로부터 초청장을 받았다. 미국의 내로라하는 정치 · 경제인들, 오바마 캠프의 '파워 엘리트' 들 앞에서 우리 것을 보여 줄 절호의 기회인데 놓칠 수가 있나. 한 번으로 계획됐던 공연이 네 번으로 늘었다. 유명 스타들과 함께 공연하고, 우리 문화에 대해 특강도 했다. 마지막 공연에서는 사물놀이뿐만 아니라, 소리하는 안숙선, 줄타기 인간문화재 김대균, 춤추는 양성옥이 함께했다. 전체 공연 중에서 우리 공연이 가장 '문화적' 이었는데, 반응이 정말 뜨거웠다.

아주 독특하고 고유한 우리만의 것인데, 외국인들이 그렇게 열광한다는 게 선뜻 믿기지가 않는다.

그 동안 의식주뿐만 아니라 문화까지도 디지털화되고 인위적인 아름다움이 주를 이뤄왔지만 이젠 아니다. 자연주의로 회귀하는 세계적인 흐름 속에서 사람들은 가장 자연적인 것을 통해 감흥을 얻고 에너지를 찾고자 한다. mp3의 홍수 속에서도 전축에 음반을 걸고 진공관으로 음악을 듣는 사람들이 늘고 있다. 우리 악기는 세계에서 가장 막강한 자연의 울림이고 신명이다. 모양도 직선이 아닌 곡선이고, 호흡도 '더~엉실 덩실' 하며 둥글게 굴러간다. 그것에 깃든 우리의 기질, 색깔, 맛. 어딜 가던 사람들은 열광한다. 64년 도쿄올림픽부터 '올림픽 예술 축제' 에 초청받았다. 68년 멕시코, 72년 뮌헨, 76년 몬트리올, 84년 LA, 88년 서울, 92년 바르셀로나까지, 가장 큰 호응과 박수를 받으며 꽹과리를 울리고 상모를 돌렸다. 보리밥 먹기도 힘들었던 60년대, 우리가 바로 '국가대표' 였다. 지난 78년 사물놀이를 만든 이후 30년 동안 초청공연만 4천 5백여 회다. 그 중 해외 공연이 절반을 넘는다. 늘 A급 개런티를 받았고, 비즈니스석 이하로는 비행기도 타지 않았다. 세계 유수의 프로모터들, 슈퍼스타들과 공연하고 음반을 내며 인정받아왔다. 얼마 전, 영국의 캠브리지 대학이 개교 800년 기념행사에 우리를 초청했다. 관련 학과에서는 사물놀이를 가르친다. 사물놀이 교본은 독일어 · 러시아어 · 일본어 · 영어로 번역돼 나간 지 오래다. 그 교본으로 사물놀이를 배웠던 젊은이들이 어느 새 대학교수가 됐다. 이젠 어느 나라를 가던 꽹과리, 징, 장구, 북을 구할 수 있고, 공연장은 아이부터 노인까지 다양한 관객이 찾는다. 국내에선 인정도 못 받는 악기들을 세계인이 갖고 논다. 사물놀이 30년의 성과다.



김덕수 사물놀이 한울림 예술총감독

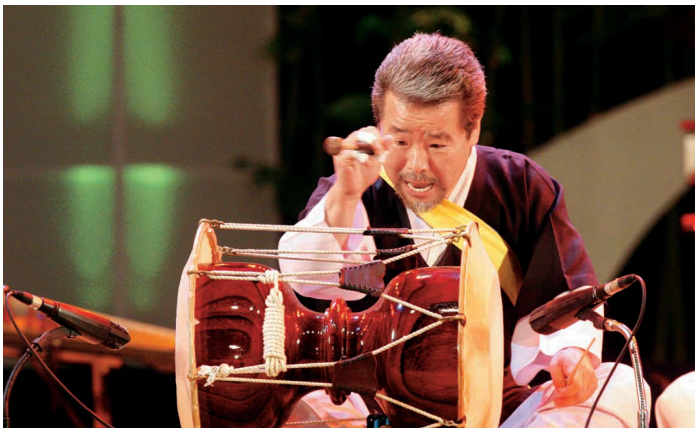
그 많은 공연을 펼치는 에너지가 도대체 어디서 나오나 했는데, 그런 성과들이 원천이 되시나 보다.

우리는 연주를 하고 나면 더 강해진다. 공연이 재충전이다. 우리가 세상에 내놓는 것은 두 가지다. 하나는 우리의 영혼, 또 하나는 다이내믹하면서도 정적인 우리 문화다. 정중동(靜中動). 이 모순이 우리 문화의 최고 매력이자 에너지다. 우리 리듬엔 그게 혼합돼 있다. '폴리 리듬(poly rhythm, 혼합박)' 이라고 한다. 조화, 상생의 정신이 바로 우리 문화의 근본이며 아름다움이다. 그런데 외국에선 인정받는 이것을 정작 우리가 모르고 있다. 가장 한국적인 게 가장 세계적인 거라고 외치면서, 가장 한국적인 건 다 무시하고 있지 않나. 몇몇 개인의 능력에 의존하고 있을 뿐, 과연 국가나 기업에선 얼마나 한국적인 것을 생각하고 그 가치를 인정하고 있나?

부끄럽고도 답답하다. 도대체 뭐가 문제일까?

된장은 우리 고유의 발효식품이지만, 세계인들은 일본의 '미소' 만 알고 있다. 일본은 세계인들이 날생선을 먹게 만든 사람들이다. 그들은 일찍부터 장인 · 명인을 양성하고 '최고로' 우대했다. 우리는 조선

조 5백 년 간 그런 전문인들을 '최고로' 무시했다. 예인(藝人)은 백정보다도 못했다. 우리 연금술이 세계 최고 수준이었다는 걸 아는가? 우리 징소리는 "열두 고개를 넘는다"고 한다. 한번 치면 오르락내리락 12번의 고개를 넘는 울림이 있다. 꽹과리, 징 자체가 튜닝(조율)이 돼 있는 거다. 세계 어디에도 없는 이 소리에 외국인들이 미치는 거다. 꽹과리 하나 만드는 데 8명의 장인이 필요하다. 지금은 한 사람이 다 만든다. 배고프고 인정 못 받으니 다 떠난 거지. 지금 5대양 6대주에 나가있는 이 악기들을 다 우리가 만든다면 부가가치가 엄청나다. 정부가 그토록 외치는 신성장동력, 국가 브랜드가 절로 생겨나는 일 아닌가. 우리에겐 아직도 북치면 상놈이고 가야금 하면 기생이란 인식이 있다. 연미복 입고 바이올린 켜고, 와인 마시는 것만 고급인가? 세계화 시대에 그런 문화를 익히는 것도 중요하지만, 적어도 우리 것을 동등하게는 봐줘야지. 왜 우리는 스스로를 무시하나? 가장 큰 무지 아닌가?



한국전통연희단체총연합회 이사장을 맡으셨는데. 할일이 정말 많으실 것 같다.

난 이미 가장 한국적인 게 가장 세계적인 것임을 경험했다. 가장 자연스러운 조화로움이 고유의 가무, 악, 극으로 일체화된 것이 바로 연희다. 수백 년 전 것을 그대로 지키잔 말은 아니다. 우리의 신명과 울림을 근간으로 하면서도 시대성에 맞는 지역 연희를 재창출하고, 싱싱하고 능력 있는 청년들이 그것을 세계 시장으로 가져갈 수 있는 바탕을 만들기 위해 노력할 것이다.

물질문명에 지치고 자본주의 근간이 흔들리는 오늘날, 으뜸국가로 발돋움할 수 있는 열쇠는 결국 정신이다. 경제성만 따지면 생명력이 길지 않다. 한류, 우리의 정신과 철학과 미학을 담지 못한다면 아류일 뿐이다. 앞으로 동북아 시대라는데, 중국엔 그 많은 소수민족이 있어도 고유의 리듬이 없다. 일본은 더 그렇다. 그에 비하면 우리나라는 보물창고다. 그런데 도대체 관심들이 있어야지(웃음).

지금까진 그럴 수밖에 없었다고 치자. 배가 고팠고, 성장해야 했으니까. 이젠 배 안고프지 않나. 우리의 근간이 뭔지 생각해야 할 때다. 우리 생활 속에 배어있는 정신과 문화를 담아 세계시장으로 나가야 한다. 이건 투자가 아니라 결국 우리 자신을 위한 것이고, '나라경제'를 업그레이드 하는 것이다(웃음).

가장 좋은 방법은 뭘까?

우선 지구촌의 다양한 개성과 정체성을 있는 그대로 이해하고 존중해야 한다. 문화는 우열을 가릴 수 없지만, 나를 좀 더 돋보이도록 하는 경쟁력을 찾아야 한다. 세상의 모든 것을 알고 우리 것을 안다면 필요한 만큼 골라 쓸 수 있고, 시간차 공격도 가능해지지 않겠나. 하지만 이 넓은 세상에, 내 손에 쥔 작은 돌을 던져서 파장을 일으키는 게 간단치만은 않다. 국가와 기업의 지원, 긴 안목과 계획이 있어야 한다. 5년차, 10년차 계획, 그걸 이루면 20년 후엔 굿거리장단과 휘모리가 빌보드 차트 상위권에 오른다는 꿈과 목표를 세워야 한다.

또 하나는 전통을 끊임없이 현대화하는 것이다. 전통은 형식에 치우치는 게 아니다. 핏줄을 타고 흐르는 근본을 지키면서 끊임없이 변화하는 것이다. 요새 말하는 퓨전, 크로스오버는 금방 생긴 게 아니다. 혜초대사가 당나라 다녀왔을 때부터 있던 거다. 마당에서 놀던 것을 소극장으로 가지고 온 게 바로 사물놀이다. 지금 사람들에게 맞게 변신한 전통인 거다. 생활 속에서 기본으로 다 하던 우리 민요, 춤도 이젠 옛날 얘기다. 이젠 지금 시대에 맞게 가르쳐야 한다. 세계화 될 수 있는 교육프로그램도 필요하다.

앞으로 계획을 듣고 싶다. 굉장할 것 같다.

세계인들이 아주 편하게 우리 리듬을 갖고 놀도록 하고 싶다. 아주 고급문화부터 대중문화까지 모두가 즐길 수 있도록, 내 지식과 경험을 최대한 자료화하고 싶다. 꽹과리, 징, 장구, 북을 드럼처럼 세트화 하는 걸 생각하고 있다. 새로운 공연 레파토리도 만들고 있다. 전통적인 가무, 악, 극을 이 시대에 맞춰 공연하는 '연희컬(전통연희+뮤지컬)'을 준비 중이다. 아직은 관심도 적고 투자하겠다는 사람도 없다. '태양의 서커스'는 한 작품 당 수백억씩 투자를 받아 최소한 5년 연습해 세상에 내놓는다. 우리라고 왜 못하나. 국가, 기업이 함께할 수 있도록, 관심을 불러일으킬만한 작품들을 만들려고 한다.

글 **서지영** 나라경제 기자 사진 **전민규** 중앙일보시사미디어 기자

대한민국은 세계 최대의 온라인 게임시장

최승우 넥슨 일본법인 대표

해외에서 성공을 이룬 한국산 게임을 자세히 보면 어떤 사회 · 문화적 배경이나 기술 환경, 타깃 유저층에도 널리 통용될 수 있는 '범용성'을 갖고 있다.게임 콘텐츠 개발에 관한 노하우나 기술력 면에서 우위를 갖고 있는 한국업체들이 선도해나가고 있다고 해도 과언이 아니다.

늦었지만 지난해 말 문화콘텐츠 해외진출유공자 대통령상 수상을 축하한다. 선정되신 비결이 무엇인가?

고맙다. 넥슨은 창립 이후 지난 15년간 동종업계 어떤 회사보다도 적극적으로 해외 진출을 추진해왔다. 전 세계 어딜 가든 인기를 끌 수 있는 우수한 콘텐츠를 만들어준 게임 개발자들이 있었기에 가능한 일이었다. 하지만 무엇보다 수많은 실패 속에서도 무모하리만큼 해외진출을 적극적으로 밀어붙인 창업주 김정주 사장과 경영진이 없었다면 불가능한 일이었을 거다.

지난해 넥슨의 매출액이 얼마인가? 해외 시장에서 달성한 비중은?

넥슨 한국법인의 매출액이 2,610억 원이고 아직 정확히 집계되지는 않았지만 해외 법인을 포함한 넥슨그룹 연결 매출은 4천억 원이 조금 넘을 것으로 예상된다. 넥슨 전체 매출 중 해외 시장이 차지하는 비중은 50%를 조금 넘는다.

해외 매출이 상당하다. 그간 어려움도 많았을 텐데 해외 진출에서 가장 중요한 점은 무엇인가?

넥슨을 포함한 한국 온라인 게임 업체들이 겪는 대부분의 어려움은 현지의 사회 · 경제 · 문화적 요소들을 잘 모른다는 거다. 현지 시장의 법적 규제, 사용자의 취향, 요금 부과 시스템 등을 제대로 이해하지 못하면 국내에서 큰 성공을 거둔 게임이라도 예상 밖의 실패를 경험할 수밖에 없다. 해당 시장에 대한 이해와 분석이라는 게 비단 온라인 게임 기업에만 적용되는 건 아니지만 상품이 아니라 서비스를 판다는 표현이 온라인 게임에는 더 정확하다. 지금껏 넥슨이 해외 진출에서 좋은 결과를 얻을 수 있었던 건 결국 해당 시장에 대한 현지화 전략 때문이다. 넥슨은 게임을 하나의 문화상품으로 보고 해외 온라인 게임 시장을 철저하게 분석한 후 현지 유저들을 끌어들일 수 있는 콘텐츠를 개발하고 선보였다. 해외 로컬시장 정보가 누적되어 넥슨만의 노하우가 될 거다.



최승우 넥슨 일본법인 대표

해외 시장에서 우리 콘텐츠는 정말 경쟁력이 있나?

우리나라 게임 콘텐츠와 클라이언트, 서버 개발 기술력과 운영, 서비스, 상용화 노하우 등은 세계 최고의 업체와 비교해도 확실히 우위를 나타내고 있다. 한국에서 처음 성공한 '부분 유료화 모델' 같은 경우는 세계적인 온라인 게임의 기준이 되고 있다. 더구나 온라인 플랫폼 게임 시장이 매년 큰 폭으로 성장하고 있어 우리 게임 업체들에겐 더 큰 기회가 될 거다.

솔직히 게임을 잘 모르는 사람들은 게임업계의 경제 규모가 잘 와 닿지 않는다.

좀더 구체적으로 말씀드리면 이미 우리나라 게임 수출액은 대표 수출 콘텐츠라고 인정받는 영화산업의 20배를 훌쩍 넘어섰다. 수출액 자체도 매년 30~40%씩 늘고 있는 추세다. 가까운 미래에 한국의 1등 수출 상품이 반도체나 자동차, 조선이 아니라 온라인 게임이 될 거다. 기존 매스미디어의 세계 중심이 할리우드였다면 앞으로 '인터랙티브(상호교류) 미디어'의 세계 중심은 한국이 될 것이다.

반가운 말씀이다. 그럼 사용자 입장에서 느끼는 한국게임의 차별성이 있을까?

넥슨의 메이플스토리를 포함해 해외에서 성공을 이룬 한국산 게임을 자세히 보면 어떤 사회 · 문화적 배경이나 기술 환경, 타깃 유저층에도 널리 통용될 수 있는 '범용성'을 갖고 있다. 해외에서 선전하는 다수의 한국산 게임들의 가장 큰 특징이 바로 이 범용성이다. 아직까지 역사물이나 MMORPG(편집자주 : 대규모다중사용자 온라인 롤플레잉게임) 장르 중심으로 역량을 키우는 중국업체나 콘솔게임, 웹보드게임과 같이 제한된 틀에 갇혀있는 서구업체들이 갖추지 못한 한국게임 업체의 차별성이자 경쟁력이라고 생각한다. 글로벌 시장의 경쟁이 치열해지고는 있지만 여전히 온라인 게임 시장의 기준은 게임 콘텐츠 개발에 관한 노하우나 기술력 면에서 우위를 갖고 있는 한국업체들이 선도해나가고 있다고 해도 과언이 아니다.





해외에 선보인 넥슨의 게임 포스터

최근 디즈니를 만났다는 소식에 북미 시장 진출을 위한 포석이 아닌가 하는 추측이 있었다. 또 일본에는 마비노기라는 게임이 성공적으로 진출했다던데 국가별 시장접근 전략에 차이가 있나?

현재 넥슨은 전 세계 60개국에서 30여 개의 타이틀을 서비스하고 있으며 약 3억 명의 회원을 확보하고 있다. 이런 성과를 이룰 수 있었던 건 국가별로 차별화된 시장 접근을 시도했기 때문이다. 콘솔게임이 주류를 이루는 미국의 경우, 회원가입과 다운로드의 번거로움을 최소화하고 편리하게 아이템을 구매할 수 있도록 오프라인 결제수단을 확보하려고 노력했다. 미국 유저들은 개인 정보나 구매 정보 유출에 우려가 많고 신용정보 도용이나 결제상 사기율이 높다. 그래서 우리는 세븐 일레븐, 베스트 바이 같은 유통업체와 제휴를 맺어 유저들이 편리하고 안전하게 넥슨의 선불카드를 구매해 게임에서 쓸 수 있게 했다.

일본의 경우 RPG중심의 온라인 게임시장이라는 특성에 맞춰 저희가 보유한 RPG게임 서비스에 주력했다. 마비노기 외에도 테일즈위버, 아스가르드, 루니아전기, 아틀란티가 등을 서비스하고 있다. 이들 중 다수의 게임이 일본 온라인 게임 상위에 랭크되어 높은 인기를 얻고 있다. 꾸준한 TV CM을 통해 이들 게임에 대한 일본 내 인지도와 넥슨에 대한 인지도를 함께 높이려고 한다.

대표께서도 해외사업본부에서 일본법인으로 자리를 옮기고, 최근 조직개편을 통해 국내 사업부가 축소된 것 같다. 해외시장에 더 무게를 두겠다는 뜻인가?

근래 조직개편이 국내 사업부에만 국한된 것은 아니다. 그룹의 조직 효율성을 높이기 위한 것뿐이다. 지난 몇 년간 넥슨의 해외 매출이 국내 매출을 넘어서긴 했지만 여전히 국내 시장은 굉장히 중요하다. 국내에서 성공하지 못하고 해외에서 성공한다는 것도 쉽지 않다. 다만 넥슨 일본법인을 필두로 해외 시장의 점유율을 좀 더 높여보겠다는 노력의 하나라고 봐주면 좋겠다.

넥슨은 콘텐츠 연계 사업(OSMU)에서도 두각을 나타내고 있는 기업이다. 간단히 내용을 소개해달라.

대표 온라인 게임인 카트라이더와 메이플스토리를 활용해 출판, 문구, 완구, 스포츠용품, 가방류, 신발류, 패션잡화 등 캐릭터가 활용된 대부분의 라이선스 사업이 진행 중이다. 개별 상품의 종류가 총 1,300여 종에 달한다. 또 넥슨은 자사에서 서비스하고 있는 게임의 시나리오와 캐릭터를 기반으로 '메이플스토리 TV 애니메이션', '아라드전기-슬랩업파티' 등의 애니메이션을 제작해 한일 양국에서 모두 방송했다. 이 같은 사업다각화를 통해 넥슨이 매년 거두는 매출은 순수 라이선스 기준 약 40억 원 정도 된다. 유통, 출판, 문화 콘텐츠 등을 통해 창출하는 부가가치는 훨씬 더 크다. 앞으로도 OSMU 사업을 꾸준히 늘려 게임 산업의 저변을 확대해나가고 온라인 게임이 진정한 문화콘텐츠로 자리 잡을 수 있도록 노력할 생각이다.

끝으로 올 넥슨의 계획을 들려준다면?

올해도 넥슨은 온라인 게임 개발사로서, 또 서비스사로서 전력을 다할 거다. 특히 작품성과 대중성을 겸비한 신작 게임을 개발해 국내는 물론 해외 각지에도 서비스할 계획이다. 자체개발 신작 5종과 퍼블리싱 게임 2종을 연내 선보일 거고 지금까지 좋은 성과를 낸 해외게임 서비스, 운영 수준도 한층 강화해 전략적인 해외 시장에 대한 접근과 현지 마케팅 전략, 수익구조 다변화를 꾀하는 한 해로 삼을 생각이다. 한국에서 뿐만 아니라 해외에서도 '온라인 게임' 하면 '넥슨'을 떠올릴 수 있도록 기업 브랜드의 세계적인 명성을 쌓아가고 싶다.

표초희 나라경제 기자

"나는 가야금이에요"

러시아·남미 음악과도 찰떡궁합

숙명가야금 연주단

지난해 6월 27일, 파리 '께 브랑리 박물관(Musee du Quai Branly)' 극장.

숙명가야금연주단의 연주에 맞춰 한국 비보이 그룹 '라스트 포 원'의 흥겨운 춤판이 벌어졌다. 빠른 공연과 느린 연주, 비보이와 가야금이 어우러진 공연이 끝나자 관객들은 우레 같은 박수를 보내느라 자리를 뜨지 못했다. 프랑스 언론은 "남성적인 역동성과 여성적인 섬세함, 靜과 動, 전통음악과 현대 대중문화가 절묘하게 조화를 이룬 멋진 무대"라는 칭찬을 아끼지 않았다.

한국의 전통음악이 해외에서 뜨고 있다. 그 선봉에 숙명가야금연주단(이하 숙가연)이 있다. 숙가연은 1999년 창단된 한국 최초의 가야금 오케스트라로 숙명여대 전통문화예술대학원 졸업생을 중심으로 현재 30여 명이 활동 중이다. 송혜진 단장은 "예술적 목표와 수익활동의 균형을 잡으려 노력한다. 연주단체로는 꽤 괜찮은 수입을 올리고 있다"고 귀띔한다.


숙명가야금연주단의 선율에 맞춰 비보이 그룹 '라스트 포 원'이 공연하는 모습

해외 공연을 자주 갖진 않지만 미리 공연장이 어디인지, 관객이 누구인지 분석해 제대로 준비된 공연만을 고집한다. 메인 레퍼토리인 전통음악에 관객들이 흥미를 느낄 만한 곡들을 적절히 배치하는 것도 잊지 않는다. 4월 30일 이란에서 갖는 공연에는 이란 민요와 '하마단'을 프로그램에 넣었다. 황병기 곡 '하마단'은 고대 이란의 도시를 소재로 한 음악.

"지난해 자카르타에서 열린 대사관 초청 행사에서는 참석하는 각국 대사들 나라의 민요를 연주했어요. 손님들이 한국음악을 들을 줄 알고 왔다가 깜짝 놀라며 반가워하더군요. 이런 연주는 한국을 친근하게 알리는 데에 아주 효과적이죠." 미국 켄트대 교수에게 숙가연을 위해 작곡을 의뢰해 받은 곡도 있다. "미국에 가면 이 곡을 연주할 거예요. 우리 음악을 듣는 사람들에게 '나는 가야금이라는 한국 악기인데 당신을 알고 있어요' 하며 접근하는 거죠. 이렇게 하면 누구도 거절하지 않고, 우리 음악에 관심을 갖게 됩니다."

가야금은 소리가 친근해 어느 악기와도 잘 어울린다. 러시아 음악이나 남미음악과 특히 잘 맞는다. 그래서 시장에 제한이 없다. "가야금이 가진 이미지도 고전적이면서도 세련되지 않았나요? 단아한 한국 여성의 아름다움과 닮았죠."

숙가연은 다른 장르와 결합한 새로운 콘텐츠를 끊임없이 생산해내고 있다. 비틀즈의 '렛 잇 비'나 남미 음악 '키사스 키사스 키사스'는 국내외 어디서나 환영 받는 최고 인기 곡이다. 모차르트 스페셜 공연, 크리스마스 캐롤이 있는 가야금 오케스트라, 한·중·일 민요 재해석곡 '뚤 몽드' 연주 등 다양한 시도도 계속된다. 이달 말엔 한국적인 포크송과 함께하는 가야금 병창연주도 계획 중이다.

가야금 드라마도 만들었다. 고전설화 '아기장수 이야기'를 노래와 가야금으로 들려주는 것인데 같은 내용을 인형극, 그림자극, 애니메이션 등으로 발전시킬 꿈도 있다. 소위 말하는 'OSMU(원 소스 멀티 유즈)'다.

"세계 음악시장에서 국악이 차지하는 비중이요? 너무나 미미하죠. 하지만 오히려 그게 강점이 될 수 있어요. 상대적으로 가능성이 크잖아요. 하지만 그만큼 준비와 노력이 따라야 합니다. 이걸 하다 굶어죽어도 좋다는 각오가 있어야죠. 콘텐츠를 계속 개발하고 그 콘텐츠를 어떻게 전파할지 연구해야 합니다. 국악이 좋은 음악인데 사람들이 듣지 않는다고 불평할 게 아니라 관객들이 좋아하는 콘텐츠를 만들어 내야죠. 분명한 동기를 가지고 풍부한 콘텐츠를 계속 만든다면 틀림없이 세계화의 길이 열립니다." 나경제

세계 패션계, 한국 전통문양에 빠지다

전통문양 디자인

지금 세계적인 패션 트렌드는 오리엔탈과 에스닉(ethnic)!

이 열풍을 타고 궁중문양, 단청문양, 자수문양 등 우리 전통문양의 세계화 작업이 한창이다. 정부와 대구시는 2004년부터 전통문양을 활용한 텍스타일 디자인 개발사업을 지원하고 있다. 이 사업은 한국의 전통문양을 현대적 디자인으로 재해석해 상품화하고, 국내외 수주 전문 전시회를 통해 프로모션 하는 것이다. 국내 섬유산업의 부가가치를 높이고 우리 전통문화가 세계적인 브랜드로 성장하는 토대를 마련하기 위해서다.



현대적 감각을 가미해 재탄생한 전통문양 디자인이 각광받고 있다. 쇼핑객들이 단청문양을 디자인한 앞치마를 고르고 있다.

지난해에는 홈 인테리어 분야 9개, 의류 분야 11개, 총 20개 컨소시엄사가 디자인 개발에 참여했다. 패션전문 컨설팅 업체에서 분석한 세계 트렌드와 시장 동향을 반영해 다양한 디자인이 쏟아져 나왔고 600여 점이 상품으로 출시됐다. 지난해 텍스월드 USA, 하임텍스틸, PID 등 해외 유명 전시회에서 계약한 금액만도 2천만 달러에 이른다.

해외시장에서 우리 전통문양이 관심을 받는 이유를 정병돈 삼포교역의 대리는 이렇게 분석한다. "서양인들이 동양 디자인의 신비로움과 자연스러운 느낌에 편안함을 느끼는 것 같습니다. 전통문양을 그대로 쓰는 게 아니고 현대적 감각으로 승화시키는 것에 포인트가 있지요."

삼포교역은 몇 년째 전통문양 디자인 개발사업에 활발하게 참여하고 있다. 길상문양(필자 주 : 십장생이나 나비 등의 문양으로, 장수나 행복 등 좋은 일을 상징)이나 궁중문양을 주 모티브로 하고, 기하학적인 현대문양을 조화시켜 입체감 있게 디자인하는 것이 강점이다. 미주시장에 월 50만 달러 정도를 꾸준히 수출하고 있다.

자카드직물 전문 수출기업인 백산무역은 2007년 모란문과 당초문양을 모티브로 멀티 칼라 자카드직물을 개발했다. 지난해엔 창(窓)과 창호의 이미지를 현대적인 감각으로 재해석한 전통문양 직물을 출시해 해외시장에서 좋은 반응을 얻었다. 지난 2월 초 뉴욕에서 열린 '텍스월드 USA'에 다녀온 남형우 차장은 "외국 바이어들이 특히 동양의 전통문양에 많은 관심을 보였다"고 전한다. 현장에서만 약 7천만 원 정도의 계약이 성사됐고 지금까지 계약문의가 잇따르고 있다.

그렇다고 장밋빛 전망만 있는 것은 아니다. "서양인들이 동양적인 디자인에 호감을 갖긴 하지만 아직 중국이나 일본 문양을 한국 것과 잘 구분하지 못 합니다. 특히 최근엔 중국의 도약이 눈부셔 위협을 받고 있어요. 우리가 개발한 디자인을 중국이나 일본 것으로 오해받기도 하구요. 해외시장 개척을 위해서도 한국적 색깔을 좀 더 분명히 해야 한다는 숙제가 있습니다." 남 차장의 고민이다.

공은주 나라경제 기자

아시아 정신에 녹아드는 한류를!

'한류'라는 이름이 더 이상 특수한 것이 아니라 아시아 대중문화 안에서 소통 가능한 여러 문화 중의 하나이며, 자신들의 문화의 한 과정으로 자연스럽게 흡수되는 '현지화'하는 문화로 받아들여질 때 '한류'는 문화민족주의라는 배타적인 이름을 떼고, 다른 국지적인 문화와 공존할 수 있다.

몇 년 전까지만 해도 문화계를 뜨겁게 달궜던 한류가 어느샌가 미디어와 대중의 눈과 귀에서 자취를 감추고 말았다. 드라마 '겨울연가'가 일본 열도를 뒤흔들고, '대장금'이 홍콩 드라마 역사상 최고의 시청률을 기록하던 시절은 어느새 과거지사가 된 것은 아닌가. 한 때 연간 1천억 원 넘게 판매되던 한국 드라마 시장도 내리막길을 걷고 있고, 한국영화의 해외 진출도 뜸해졌다. 일본에서 활동하던 보아와 아시아 남자 팝스타의 절대 지존인 비가 활동의 폭을 넓혀 미국 팝 시장에 진출했지만, 아직은 뚜렷한 성과를 거두지 못하고 있다.

한류는 우려했던 대로 일시적인 현상이었을까? 문화현상으로서 한류는 사실 시한부로밖에 살 수밖에 없는 운명이다. 어느 강력한 문화현상도 영원히 지속되는 법은 없기 때문이다. 문화현상으로서 한류를 잘 이해하기 위해서는 아시아 대중문화의 순환구조를 눈여겨 볼 필요가 있다. 한국적 팝 문화를 지칭하는 K-pop의 경우를 살펴보자. K-pop은 일본의 J-pop, 홍콩의 Canto-pop과 함께 아시아 대중문화의 문화유행의 순환 구조에서 탄생한 것이다. 1980년대까지 일본의 J-pop이 만화와 애니메이션을 중심으로 아시아 대중문화 현상을 주도했다면, 1980년대 말에서 1990년대 중반까지 홍콩의 광동 팝, 즉 Canto-pop은 무협과 느와르 영화를 주축으로 아시아 대중문화 시장을 호령했다. 그러나 1997년 홍콩의 중국반환이 이뤄진 후 홍콩 영화시장은 할리우드로 눈을 돌려 아시아에서의 위용을 급격히 상실했다. 한국의 K-pop은 일본과 홍콩에 이어 공백 상태에 빠진 아시아 대중문화를 메우기 위한 새로운 코드로 등장한 것이다.


일본과 한국을 오가며 인기를 누리던 가수 보아가 최근 미국 메인 스트림 음악시장에 진출했다.

따라서 문화적 순환 구조 속에서 한류는 영원히 지속될 수 없는 특수한 현상이라 볼 수 있다. 그러한 일시적인 문화현상으로서 한류가 아닌 내재적 문화로서의 한류는 오히려 거품이 빠진 지금, 제대로 시험대에 올랐다고 본다. 이른바 '한류 문화'라는 것이 '신드롬'이나 '트렌드'라는 일시적인 현상을 넘어 아시아 문화지형에서 내재적인 문화코드로 자리 잡기 위해서는 국가의 자부심을 드러내는 떠들썩한 사건이 아닌 아시아 대중들과의 공생 속에서 자연스럽게 소통돼야 할 것이다. '한류'라는 이름이 더 이상 특수한 것이 아니라 아시아 대중문화 안에서 소통 가능한 여러 문화 중의 하나이며, 자신들의 문화의 한 과정으로 자연스럽게 흡수되는 '현지화'하는 문화로 받아들여질 때 '한류'는 문화민족주의라는 배타적인 이름을 떼고, 다른 국지적인 문화와 공존할 수 있다. 어느덧 한류는 게임, 비보이(B-Boy)와 같은 새로운 영역을 통해서 '국적'이 지워진 채 자연스럽게 아시아 문화소비자들에게 '현지화'하고 있다.

'한류 노믹스'도 마찬가지다. 경제적 자산으로서 한류가 아시아 대중문화 시장의 독점권 지위를 누리기 위한 일종의 '문화수출 전위대'로만 간주될 경우, 그것은 상징적 자산으로서 한류의 가치를 포기하는 꼴이 될 것이다. 고가의 드라마 판권, 과도한 출연료, 분별력을 잃은 시장 진출 등은 한류의 잠재적 문화가치들을 너무 쉽게 화폐가치로 환산하려는 논리를 드러낸다. 하나의 신드롬으로 나타났던 한류 착시 현상 이후에 우리가 눈여겨봐야 할 한류의 지속가능성은 배타적인 문화민족주의나 성급한 시장논리에 의해 보장될 수 없다. 한류의 지속가능성은 이제 특정한 '스타덤'과 '킬링 콘텐츠'에 의존하는 게 아니라 한국 문화의 다양한 자원들이 다른 국가의 국지적인 문화와 함께 서로 공존하는 호혜적인 소통을 통해서 이루어질 수 있다고 믿는다. 이것이 한류를 넘어선 한류의 진실이 아닐까?



이동연
한국예술종합학교 한국예술학과 교수
sangyeun65@naver.com

극단의 두 요소가 절묘하게 공존한다

우리 전통문화의 어떠한 점이 세계인의 삶을 풍요롭게 하는 것인지에 대한 천착이 필요한 시점이다. 그런 바탕 위에서 디지털기술과 결합된 뛰어난 문화콘텐츠 결과물이 산출될 수 있도록, 진정한 산학협력과 적확한 정부 정책과의 상호협력체계가 시급하다.

'모든 역사는 현대사다' 라는 말이 있다. 역사는 지나간 과거지만, 그것을 다시 기억하고 조명하는 이유는 오늘의 입장에서 그것이 필요하기 때문이다. 21세기 최첨단 디지털시대에 왜 전통을 다시 들먹이는가? 역시 오늘의 우리들에게 전통문화가 필요하기 때문이다.

잠시 눈을 돌려 살펴보면, 크게 성공한 문화콘텐츠는 대부분 전통문화를 소재로 했음을 알 수 있다. 일찍부터 디즈니 애니메이션은 지속적으로 각 나라의 전통문화에서 소재를 가져왔으며, 〈반지의 제왕〉은 켈트신화를 소재로 한 것이다. 게임콘텐츠의 핵심은 중세시대를 중심으로 한 역사 소재가 일반적이다. 우리나라의 경우 〈서편제〉, 〈실미도〉, 〈태극기 휘날리며〉, 〈왕의 남자〉처럼 크게 성공한 영화도 기본적으로 역사와 전통문화를 소재로 한 것이다.

전통문화가 중요한 것은 그곳에 문화의 '원형(Archetype)' 이 담겨 있기 때문이다. 인간의 삶과 문화는 시대에 따라 차이가 있지만, 그것을 관통하는 기본 틀은 크게 변하지 않는다. 현대인은 자신들이 완전히 새로운 소재나 이야기를 만들어 낼 것처럼 생각하지만, 사실상 비슷한 소재나 이야기의 틀은 이미 예전에 다 있었던 경우가 많다. 그러므로 지구상의 모든 문화는 보편성을 갖고 있다. 반면 시대 및 지역, 종족에 따라 부분적인 차이도 있으므로 모든 문화는 동시에 특수성을 갖고 있기도 하다.

보편성과 특수성의 관점에서 보면 모든 전통문화는 나름대로 가치가 있다. 다만 시대 및 환경에 보다 정밀하게 대응했는가, 미적 감각이 어떻게 녹아 있는가, 주변에 폭넓게 적용할 수 있을 만큼 풍요로운 보편성을 간직하고 있는가에 따라 상대적인 우열은 나눠질 수 있다. 그런 관점에서 본다면 한민족의 전통문화는 특히 우수하다고 할 수 있다.

삶의 승리, 문화의 승리는 항상 양립하기 어려운 두 조건을 충족시킬 때에 온다. 김연아의 승리는 빠르면서도 우아했다. 한복의 멋은 화려하면서도 고상하다. 떡볶이는 매우면서도 달달하다. 매운탕은 뜨거우면서도 먹으면 시원해야 한다.

왜 지금 우리의 전통문화가 주목받는가? 그것은 항상 우리는 양립하기 어려운 두 조건 속에서 고민하며 살아왔기에, 우리의 문화 속에는 남이 쉽게 따라 할 수 없을 만큼 두 요소가 절묘하게 공존하고 있기 때문이다. 그러므로 우리 언어에는 '시원섭섭', '달콤쌉싸름', '매콤달콤' 등 양립하기 어려운 두 단어가 결합된 것이 아주 많다.



전통문화를 소재로 한 문화 콘텐츠들이 우리의 삶을 더욱 풍요롭게 하고 있다. 2005년 12월 개봉해 1천만 관객을 돌파한 영화 '왕의 남자' 중 한 장면

우리는 오랜 동안 빈번한 외침(外侵)을 받아 왔다. 그 결과 항상 '자주' 와 '개혁' 의 이중과제를 고민하며 살아왔다. 그런 조건이 우리의 국력을 약화시키기도 했지만 그 속에서 축적된 우리의 삶과 문화의 내공은 결코 만만한 것이 아니다. 오랜 산업혁명 단계에서 우리는 다소 후진적이었지만, 새롭게 맞이한 21세기 디지털혁명시대에는 무엇보다 디지털기술과 결합한 문화콘텐츠 분야에서 우수한 우리의 전통문화의 가치를 적극 활용해야 한다.

현재 한국문화콘텐츠진흥원의 '문화원형 디지털 콘텐츠화 사업', 정부 차원의 '한스타일' 등이 전통문화의 콘텐츠화에 주목한 사례이다. 실제 제작도 중요하고 마케팅도 중요하지만, 무엇보다 우리 전통문화의 어떠한 점이 세계인의 삶을 풍요롭게 하는 것인지에 대한 천착이 필요한 시점이다. 그리고 그런 바탕 위에서 디지털기술과 결합된 뛰어난 문화콘텐츠 결과물이 산출될 수 있도록, 진정한 산학협력과 적확한 정부 정책과의 상호협력체계가 시급하다.



김기덕
건국대 문화콘텐츠전공 교수
〈한국전통문화와 문화콘텐츠〉 저자
neutro@konkuk.ac.kr

세계는 지금 '문화전쟁' 중

굴뚝산업시대 힘의 원천은 지하에 있었지만 정보산업시대 힘의 원천인 창조력은 두뇌에 있다. 이 사실을 인류가 이전에는 겪어본 적이 없다.

문화가 없는 나라란 없다. 그러나 자문화(自文化)와 타문화(他文化)가 따로 있는 줄 아는 나라가 있고 그렇지 못한 나라가 있다. 타문화를 타산지석 삼아 자문화를 갈무리하는 나라일수록 자문화정신(自文化精神)이 강해 강문화(强文化)를 누릴 수 있다. 그러나 자문화를 밀어두고 타문화를 수용하는 나라는 자문화정신이 약해 약문화(弱文化)를 면하지 못한다. 남의 것을 얻어다(受) 쓰고서야(用) 어찌 강할 것인가. 물론 경제적으로 부강한 나라가 강문화를 다짐할 수는 있지만 경제력이 곧 강문화의 필요충분조건은 아니다. 오히려 강한 자문화정신이 강문화의 절대조건이 된다.



21세기 정보산업시대 문화강국으로 거듭나기 위해서는 자문화를 키우는 노력이 필요하다. 자문화정신이 강한 나라가 비로소 강문화를 가질 수 있다.

경제력을 축적하면서도 자문화정신이 빈약한 나라들이 있다. 그런 나라일수록 경제력이 선진국의 절대조건인 줄 알고 GNP만 올리면 선진국이 된다는 착각을 버리지 못한다. 그래서 경제력이 있어도 자문화정신이 약하면 '인화물(人化物)의 대란(大亂)'을 면치 못함을 모른다. 강자가 약자를 위협하고(强者脅弱), 다수가 소수를 짓누르고(衆者暴寡), 식자(識者)가 어수룩한 이를 속여먹고(識者詐愚) 노약자 어린이 외톨이 등이 살 곳을 얻지 못하는(老幼孤獨不得其所) 세상을 '인화물(人化物)의 대란(大亂)'이라고 이미 「예기(禮記)」의 '악기(樂記)'가 밝혔다. 약문화란 그런 대란을 방치하는 문화를 말하고 강문화란 대란없이 편안한 마음(安心)으로 편안히 사는(安居) 세상을 일구어내는 문화를 말한다.

20세기 우리는 구미문화가 곧 선진문화이고, 이를 본떠 생활의 변화를 도모해 왔다. 우리 조상들이 엮어왔던 문화는 낡았다고 밀쳐버린 지 이미 오래다. 그러다보니 지금 우리는 자문화정신의 상실증에 걸려들어 타문화의 아류로 전락한들 어떠냐는 듯이 앵무새 노릇하기에 바쁘다. 문화란 본래 수방이토(殊方異土)로부터 비롯된다. 저마다 다른(殊) 삶의 방식(方)과 서로 다른(異) 풍토(土) 때문에 서로 다른 문화가 형성된다는 이치를 망각하면 자문화의 본래(本來)가 왜 소중한지 잊어버리게 된다. 우리 조상들은 하늘땅의 질서(天地之序)를 따른 예(禮)와 하늘땅의 화목(天地之和)을 따른 악(樂)을 받들고 수방이토(殊方異土)를 바탕으로 삼아 자문화를 구축해 왔다. 지금 우리는 그들의 참뜻을 외면하면서 타문화에 종속되고 있는 우리 자신을 방치하고 있다. 이는 결국 자문화정신이 빈약한 까닭이다.

자문화정신이란 마땅하게 미래를 이끌도록 생존의 '다스림'을 제대로 닦고(文治), 생존의 '가르침'을 제대로 닦고(文敎), 생존의 '새로움'을 제대로 닦는(文化) 마음가짐을 스스로 일깨워감이다. 그래서 자문화정신이 강할수록 문화란 문치교화(文治敎化)의 줄임말임을 잠시도 잊지 않는다. 자문화정신이 약하면 생존의 다스림, 가르침, 새로움을 남이 하는 대로 따라하기를 부끄러워할 줄 모른다. 똑똑한 자문화정신은 언제나 타문화를 타산지석삼아 자문화를 강문화로 이끌어가는 촉매제로 활용할 뿐이다. 굴러온 돌이 박힌 돌을 뽑게 하는 어리석음이나 손님에게 안방을 내주는 넋 나간 짓을 결코 범하지 않는다. 그래서 문화전쟁에서 자문화를 강문화로 변화시키는 전술전략을 끊임없이 창안해 낸다.

굴뚝산업시대에 구미문화가 지배문화 노릇을 했다고 해서 정보산업시대에도 그럴 것이라고 생각한다면 이보다 더한 패배의식은 없을 것이다. 굴뚝산업시대 힘의 원천이었던 자원은 지하에 매장되어 있었지만 정보산업시대 힘의 원천인 자원 즉 창조력은 두뇌에 내장돼 있다. 이 사실을 인류가 이전에는 겪어본 적이 없다. 왜 지금 세계는 미래를 문화산업의 시대라고 일컫는가? 인간의 두뇌가 창조력을 발휘하도록 다스림, 가르침, 새로움을 가장 효과적으로 실현하느냐에 따라 인간집단의 명운이 달려 있기 때문이다. 문치교화(文治敎化)의 성패에 따라 정보산업의 성패가 갈리게 될 미래는 이미 21세기부터 현실로 나타나고 있다.

창조력의 광맥은 인간의 두뇌 속에만 있을 뿐이므로 인간이 저마다 제 나름대로 그 창조력을 자유롭게 발휘하게 하자면 안심(安心)-안거(安居)의 생존을 보장해주는 강문화가 필요충분조건이 된다. 이러한 강문화를 누리자면 무엇보다 먼저 자문화정신이 똑똑하지 않으면 안 된다. 그러므로 강문화를 누리게 해줄 자문화정신의 생리(生理)를 새삼 갈무리 해둘 일이다.

20세기 우리는 옛것을 살펴 새것을 알아채고(溫故知新), 과거를 고쳐 미래를 닦는(改往修來) 자문화정신을 상실했다. 그래서 옛것을 제치고 새것만 사귀고(除故接新), 과거를 얕보고 미래만 좇는(輕往從來) 타문화의 아류를 마다하지 않았다. 조선조-구한말의 자문화정신 역시 문화변동의 본래를 거역한 탓으로 옛것에 멈춰서 새것을 멀리하고(止故遠新), 과거에 머물러 미래를 홀대한(住往忽來) 시대착오를 범해 자문화를 짓밟히게 하고 말았다. 이 부끄러움을 더는 감춰선 안 된다. 부끄러워하면 무슨 일이든 마땅해질 수 있다. 21세기 정보산업시대에서도 강문화는 자문화로부터 말미암음을 깨닫지 못하고 타문화의 아류에 머문다면, 우리는 GNP가 아무리 올라간들 약문화의 졸부국가를 면하지 못할 것이다.



윤재근
한양대 명예교수, 〈문화전쟁〉 저자
yn711@hanafos.com

잘 보이지
않으십니까?



복잡하고 어려운
경제정책을
쉽게 설명한
「**나라경제**」를
권합니다!

정기구독 문의 및 신청
▶ 02-958-4656
nara@kdi.re.kr

정책을 수립하고 예산을 집행하고 나라 살림을 책임지는 사람들. 바쁘게 뛰고 있는 그들의 어깨에 경제정책의 성패가 달려있습니다. 〈그들은 바쁘다〉에서 그들이 일하는 현장을 구경해보실까요?

최상의 통상교섭 어떻게 이루어지죠?

4월 2일 밤 10시. 통상기획홍보과 사무실 공기가 긴장감으로 팽팽해지고 여기저기 전화벨 소리와 대화 소리가 끊임없이 이어지고 있다. 과원들 대부분은 한–EU 통상장관회담과 관련해 여러 신문, 방송 기자들 전화에 응대하느라 숨 돌릴 틈이 없다. 통상기획홍보과의 일상 중 한 풍경이다.

통상기획홍보과는 통상교섭본부 내에서 언론대응을 전담하고 있던 '통상홍보기획과'와 중장기 통상정책을 수립하고 추진해 가는 총괄업무를 담당하던 '통상정책총괄과'가 합쳐져 새롭게 탄생한 부서다. 두 가지 서로 다른 성격의 일들이 시너지 효과를 이루어나갈 수 있도록 윤상수 기획관 이하 13명의 과원들이 열심히 노력하고 있다.

전천후 기획관의 두 호위무사 – 좌 '영실', 우 '용범'

윤상수 기획관은 아침부터 정해지지 않은 퇴근 전까지 늘 바쁘다. 수시로 방문하는 기자들과 이야기를 나누고 본부장, 조정관이 주관하는 오찬간담회에 참석하고, 정례 브리핑 및 인터뷰 관련 사항들을 일일이 챙기다 보면 하루는 훌쩍 가 버린다. 어디 그뿐인가. 통상교섭본부 내 조직과 인사 문제, 예고 없이 내려지는 본부장 이하 간부들의 지시사항에 신속하게 해결책을 내놓는 일까지 몸이 열 개라 해도 모자랄 지경이다. 이렇게 바쁜 윤 기획관의 가장 든든한 버팀목이 바로 김영실 서기관과 박용범 서기관이다.

김영실 서기관은 인사과와 긴밀한 협조 속에서 통상교섭본부 내 인사 문제를 전담한다. 통상교섭본부의 주요 일정을 관리하면서 본부장 이하 간부들의 긴급 요청에 곧바로 달려가는 '5분 대기조'다. 하루 종일 동에 번쩍, 서에 번쩍 하면서도 시원한 웃음을 잃지 않는다.

박용범 서기관은 홍보 전문가로서 통상교섭본부 내에서 진행 중인 일들이 국민적 공감대를 형성할 수 있도록 언론의 협조를 구한다. 통상교섭본부에 출입하는 출입기자들과 끊임없이 교류하면서 정례 브리핑을 통해 통상교섭본부 관련 사항들이 언론에 올바르게 보도될 수 있도록 노력한다. 작년 한미 쇠고기 추가협상이 진행되던 시기에는 새벽에 퇴근해서 새벽에 출근하는 일의 연속이었다.

의욕으로 가득 찬 1년차 삼인방

김이경사무관, 박성인 행정사무관, 박민희 서기관은 이제 막 일을 시작한 신참내기 삼인방이다. 세 사람 모두 '어떤 일이든 다 덤벼 봐라'는 자세로 하루하루를 보내고 있다.

김이경 사무관은 외신을 맡고 있다. 지난해 말 금융위기 당시 외신들의 한국 경제에 대한 왜곡과 잘못된 보도가 많아 여기에 적극적인 대처가 필요했다. 무엇보다 김종훈 본부장이 외신 서울 지국장들과 오찬간담회를 가지고 직접 구체적인 내용에 대해 이야기를 나눈 결과외신보도의 실질적인 논조가 변했다는 점이 큰 수확이었다. 월스트리트 저널이 '자유무역 전도사들(Free Trade Evangelist)'라는 제목으로 보호무역주의 억제를 위해 노력하고 있는 한국을 높이 평가하는 글을 실었던 것이 좋은 예다.

박성인 사무관은 중장기 통상정책과 관련된 일을 담당하고 있다. 올해 초 연두업무보고의 취합과 교정을 위해 입원을 할 정도로 애를 썼고, 현재는 통상전략청에서 작

외교통상부 통상기획홍보과

통상기획홍보과는 통상교섭본부 내에서 언론대응을 전담하고 있던 '통상홍보기획과'와 중장기 통상정책을 수립하고 추진해 가는 총괄업무를 담당하던 '통상정책총괄과'가 합쳐져 새롭게 탄생한 부서다.



업을 진행하고 있다. 또 트레이드 클럽이라는 정기 세미나를 통해 내부 직원들의 지식과 정보를 높이는 일에 힘쓰고 있다.

박민희 서기관은 본부장 회의 업무 지원과 예산, 통상외교연구 사업을 시행한다. 특히 통상외교연구는 통상교섭본부에서 수시로 발생하는 현안들에 효율적인 대응방안을 찾고자 추진하는 일이다. 정부 통상정책에 대한 국민들의 정확한 이해와 지지를 구하기 위해 지난 4월에는 OECD 홍보위원회에 참석하고, 5월 중 통상교섭본부 자문위원회 회의를 개최할 예정이다.

정리의 달인 차현진 서기관 & 통계담당 서동건 서기관

168cm의 늘씬한 키와 미모를 자랑하는 차현진 서기관은 과 일정을 계획하고 청와대 보고를 위한 실적을 정리한다. 통상기획홍보과에서 발간하는 여러 책자를 펴내기도 한다. 서동건 서기관은 통계담당관으로 통상교


윤상수 기획관


박민희 2등 서기관


박성인 행정사무관


박용범 2등 서기관


하현주 인턴


강형욱 (공익근무)


서동건 3등 서기관


차현진 3등 서기관


원솔내 씨


이로운 씨


김영실 2등 서기관


김성희


김이경 행정 사무관

섭본부 내 통계자료를 정리하고, 필요할 경우 신속하게 사용할 수 있도록 가공한다. 실적 정리와 통계 관련 일 모두 세심한 주의가 요구되는 작업인데 차현진 서기관, 서동건 서기관 모두 꼼꼼한 성격이라 실수가 없다.

이선영 주무관과 two sisters

이선영 주무관과 원솔내 씨, 이로운 씨는 바쁘게 돌아가는 과의 일이 보다 효율적으로 이루어질 수 있도록 지원한다. 이선영 주무관은 기자들에게 통상교섭본부 내 관련 정보를 정확하게 전달하기 위해 보도자료를 배포한다. 또 다년간의 경험을 바탕으로 과내 여러 사안에 대한 지침을 알려주는 조언자이기도 하다. 이로운 씨는 브리핑 자료를 취합해 정리하는 한편 녹취록을 1차 감수하는 '이로운' 업무를 맡고 있다. 빠른 일처리 실력으로 서기관들의 업무 부담을 크게 덜어주고 있다. 원솔내 씨는 사서 업무를 맡고 있다. 과 업무 특성상 자료가 많아서 정리에 어려움이 많은데도 웃으면서 일을 해 '스마일 걸'이라고 불린다.

스크랩 삼총사 – 강형욱, 하현주, 김성희

통상기획홍보과의 주요 업무 중 가장 많은 시간과 노력이 들어가는 것 중 하나가 주요 통상기사 스크랩이다. 이 일은 강형욱, 하현주, 김성희 씨가 힘을 합쳐 효율적으로 해치운다. 이들의 도움이 없다면 서기관들이 스크랩 때문에 크게 애를 먹을 것이다. 그런 의미에서 과에서는 '완전 소중한 그들'이다.

현재 외교통상부의 기치 중 하나가 '국민과 가까이 있는 외교부'다. 이를 실현해 나가기 위해 통상기획홍보과는 하루 24시간도 모자라다. 하지만 서로에게 가까이, 국민들에게 가까이 가기 위해 'So Cooool~'로 통하는 윤상수 기획관 이하 모든 과원들이 하나가 되어 노력하고 있다. 나라경제

글 **박민희** 2등 서기관 사진 **전민규** 중앙일보시사미디어 기자



1977년 어린이날
창경궁 모습

아시나요? 제가 당신을 사랑한다는 걸

요즘처럼 즐길 거리가 많지 않았던 시절, 엄마가 싼 도시락을 들고 떠나는 거족나들이는 모든 어린이들의 '로망' 이었지요. 1977년 어린이날, 창경궁 잔디밭에 빼곡히 모여앉아 저마다 작은 '파티' 를 즐기고 있는 가족들의 모습입니다. 머리 위에 드리워진 벚꽃보다 사람 수가 더 많은데 엄마는 새벽부터 챙겨온 음식들을 풀어 식구들에게 먹이느라 바쁩니다.

엄마 아빠의 '어린이날 후유증' 이 가라앉을 때쯤 아들딸들이 서툴게 접은 카네이션을 부모님 가슴에 달아 드릴 어버이날이 옵니다. 카네이션의 온기에 흐뭇해하다 보면, 둘(2)이 만나 하나(1)된 인연을 되새겨보는 부부의 날(21일)도 다가오지요.

늘상 마주치며 살다보니 소중함과 애틋함을 잊곤 하지만, 위기와 고통을 이겨내는 희망은 역시 가족에게서 나옵니다. 새삼 가족 사랑을 다져보는 5월입니다.

글 **서지영** 나라경제 기자 사진 **중앙포토**

변동해 세심원 주인, 前 장성군청 생활민원팀장

때 : 2009년 4월 4일
곳 : 전남 장성 세심원

[인생 2막]은 안정된 공무원 생활을 하던 주인공이 삶을 새롭게 시작한 도전기입니다. 남다른 노력으로 인생 2막을 일궈 온 이들의 열정적인 이야기를 소개합니다.

마음을 씻고 쉬어가는 세심원

강호에 내공 깊은 고수가 한두 명이 아니겠지만 전남 장성 축령산에도 방외(方外)의 고수가 숨어 있다. 세심원(洗心院)의 주인 변동해(54)가 바로 그 주인공이다. 말단 공무원으로 30년을 보낸 그가 축령산 기슭에 편백나무와 황토로 움막을 서너 채 지어 놓고 도처에 내로라 하는 재사를 불러 들여 인문학 강좌를 열고 있다. 그가 부르는 재사는 일찍이 그가 현직에 있을 때에는 언감생심 교류하기 힘들었던 거물들이다. 화려한 인생 2막이다. 언뜻 보면 헨리 데이비드 소로우(Henry David Thoreau)의 '월든(Walden)'을 연상시키지만 소로우가 철저히 반문명주의자로 은둔 그 자체에 침잠한 데 비해 변동해는 저잣거리와 굵은 동아줄로 엮어 놓은 그런 삶이다. 그래서 스스로도 자신의 세심원을 '만인의 별장' 정도로 부르고 싶어 한다. 「나라경제」 인생 2막의 이번 달 주인공은 세심원장 변동해다. 지방 군청 서기에서 더할 수 없는 화려한 변신에 성공해 보란 듯이 생의 2막을 음미하는 그는, 무림으로 치면 깊은 내공을 지닌 개방의 한 장로 같기도 한다.

김동률 : 인생 2막이 오히려 인생 1막보다 더 화려하고 거창하다. 1막 공직은 2막을 위한 발판 같다. 이럴 경우 1막을 제대로 했겠나.

변동해 : 솔직히 고백하건대 1막은 그리 유쾌하지 못했다. 집안이 어려워 대학진학은 일찍이 포기하고 농업학교를 택했다. 졸업 후 9급 공무원으로 공직을 시작했다. 중간에 군대를 갔다 온 것을 포함해 30년 넘게 장성군청에서 일했다. 2005년 그만 두기 직전 마지막 보직이 생활민원팀장이었다. 군내 이 마을 저 마을 돌아다니면서 주민의 어려움을 듣고 해결책을 찾아보는 그런 일이었다. 남들에게 어떻게 비춰질지 모르지만 나름대로 보람도 있었다. 하지만 솔직히 우리 사회에서 고졸 하급 공무원이 할 수 있는 게 뭐가 있겠는가. 중간 중간에 좌절도 회의도 많았다. 그럼에도 불구하고 지금 돌이켜 보면 그래도 공무원 생활이 인생 2막의 든든한 자양분이 됐다. 퇴직 후 받는 한 달 연금이 186만원이다. 시골에서 살기에는 풍족하고 오히려 여유롭기까지 하다. 그래서 요즈음 같은 어려운 시기에는 주위분들께 오히려 미안한 맘까지 든다.

김동률 : 대도시에 오래 사는 사람은 자연을 꿈꾼다고들 한다. 그런데 시골에 살면서 또 다른 시골을 꿈꾸는 이유가 뭔가.

변동해 : 한국의 대다수 직장인들이 갖고 있는 로망 중의 하나가 전원주택을 한 채 갖는 것이라고 들었다. 허술한 오두막이라도 좋다. 공기 좋은 산골에 이른바 초가삼간 한 채 지어놓고 채마밭을 가꾸며 살고 싶어 한다. 도시에 사는 중년 이상이면 누구나 이런 생활을 꿈꿀 것이다. 그런데 나는 시골에 살면서도 이런 꿈을 꾸어 왔다. 장성도 서울로 치면 엄청난 시골이지만 난 더 깊디깊은 시골, 방외로 들어가고 싶었다. 출퇴근시간에 얽매이지 않는 자유인의 삶을 살고 싶은 욕망이 마음 한구석에 늘 꿈틀거리고 있었다. 1980년대 후반 우연한 기회에 축령산 기슭의 이 땅(전남 장성군 북일면 문암리)을 구입했다. 누에를 기르던 허름한 잠실(蠶室) 이었는데 사람이 살 수 있는 움막으로 개조했다. 이쪽을 고쳤다가 마음에 들지 않으면 다시 저쪽을 고치고 이런 식으로 눈이 오나 비가 오나 매달렸다. 세심원은 나의 소망과 꿈의 결정체다.

김동률 : 미안한 말이지만 촌사람 티가 물씬 나는 변선생의 풍모에 어울리지 않게 세심원과 세심원이 세상에 쏟아내는 이야기거리들은 이지적이고 또 그 파장이 크다. 당호는 어떤 연유로 지었나.

변동해 : 사람들이 매일 얼굴은 열심히 씻으면서(洗手), 마음은 씻지 않는다(洗心). 행여 건방지게 보일까봐 고민하다가 정했다. 마음을 닦고 쉴 수 있는 공간으로 이용해야겠다는 나의 간절함이 담긴 이름이다. 사람은 쉬어야 한다. 한국 사람은 그동안 지나치게 일만 해 왔다. 한번 돌아봐라. 불쌍하지 않은가. 쉬어야만 자신에 대한 성찰이 온다. 성찰이 있어야 자연이 눈에 들어오고 삶에 대한 허무감을 극복할 수 있다. 새벽에 세심원 아궁이에 장작을 때면 불꽃이 피어 오르고 그 아궁이 불꽃 속에서 나는 삶의 희열을 찾는다. 산기슭 계곡을 따라 피어 오르는 이른 새벽의 안개, 저녁의 노을이 나의 친구다. 이상하게 들릴지 모르겠지만 새벽녘에 퍼지는 연기가 좋아 나는 한여름에도 혼자 장작불을 지폈다. 옛 사람들은 이를 유식한 말로 연기와 노을을 찾는 그리움 즉, 연하벽(煙霞癖)이라고 하더라.

김동률 : 그건 그렇고 그 유명한 열쇠 이야기 한번 들어 보자. 이런 깊은 산속에 도둑을 걱정해 문을 잠궈둘 일은 없을 것이고, 그래서 열쇠 얘기는 듣기에 따라 진정성이 의심되기도 한다.

변동해 : 편백나무와 황토로 흙집을 완성한 뒤 곧바로 1백 개의 열쇠를 만들어 백 명에게 선물했다. 언제든지 와서 자고 가라는 의미다. 열쇠가 무엇인가, 무엇인가를 열 수 있다는 것이다. 마음의 족쇄를 열고 손에 쥔 열쇠를 핑계로 와서 한 마음 씻고 가라는 뜻이다. 열쇠는 상징이다. 세심원을 찾고 싶은 생각이 드는 순간 모든 이의 손에 세심원의 열쇠는 이미 쥐어진다. 지난해에만 수천 명이 이곳을 다녀갔다. 대학원생들이 MT를 오기도 한다. 자고 가기고 하고 잠깐 쉬다 가기도 한다. 자고 가나 쉬어가나 숙





식 등등이 모두 공짜다. 그런데 문제는 이곳을 찾는 열쇠를 만들어 주는 사람이 따로 있다는 것이다. 얼마 전에는 익명의 방문자가 어마어마한 거금을 두고 갔다. 마음이 지친 사람에게 드리는 열쇠를 만들어 달라는 의미가 아닐까. 열쇠에 대한 해석은 각자가 알아서 하면 된다.

김동률 : 세심원에 자고 나면 그 터가 지니는 땅 기운, 이른바 지기를 감지할 수 있다고 하더라. 터도 그렇지만 귀틀집 방바닥에 숯도 엄청나게 깔았다던데.

변동해 : 편백나무 송판 밑에 무려 2톤의 숯을 깔았다. 벽에도 1톤 가량의 숯을 집어넣었고. 숯만 넣은 것도 아니다. 숯 밑에 죽염도 넣었다. 가장 밑바닥에 황토를 깔고 그 위에 죽염을 깐 다음 숯을 깔았다. 숯의 두께만 7센티미터, 그 위에 1센티미터 공간에 편백나무 마루를 깔았다. 숯은 습기조절에 최고다. 장마철에 하룻밤을 자봐라. 뽀송뽀송한 느낌에 일어나기 싫어질지 모른다. 게다가 숯은 냄새를 없애주는 탈취효과, 공기정화에다 개미 등 해충이 접근하지 못하는 효과까지 있다. 편백나무는 또 어떤가. 일본에서도 눈이 많은 북해도의 편백나무 한 그루는 도요타 승용차 한 대 값과 맞먹는다고 한다. 다행히 축령산은 편백나무가 수백만 그루 자라고 있다. 일제 강점기시대에 선각자 임종국 선생이 일찍이 이 나무의 소중함을 깨달아 조림한 것이다. 나는 어찌 보면 임종국 선생이 뿌려 놓은 열매를 독식하고 있는 것이다. 그래서 요즘 임선생을 국가유공자로 모시는 사업을 진행 중이다.



김동률 : 산속에서 듣는 인문학 강좌 '축령산 이야기 마당'이 유명하더라. 서울서도 보기 힘든 거물들이 이 궁벽한 산골까지 찾아오고.

변동해 : 마음을 닦거나 쉬려고 오는 사람에게 작은 도움이 되고자 마련했다. 이름은 거창하지만 내용은 지극히 단순하다. 매월 둘째 주 토요일 밤에는 고수 한 분을 모셔 같이 이야기를 나누는 공간이다. '포크레인의 나라'에서 탈피해 보자 하는 바람을 공유하는 초청 인사가 한두 시간 이야기하고 모두가 뒷풀이에 함께 하는 그런 모임이다. 모임의 열기에 놀라는 쪽은 오히려 주최 측인 나, 변동해다. 올해 초에 역술학자 조용헌 선생이 스스로 참가, 주역 이야기로 좌중을 압도했고, 지난 3월 둘째 주 '탐매(探梅), 그림으로 피어난 매화' 마당에는 연극인 박정자, 윤석화, 구자범 광주시향 지휘자, 대기업 CEO 등등이 오셨다. 정말 재미있는 것은 뒤풀이다. 참가한 바이올리니스트는 바이올린 한 자락을, 판소리 고수는 춘향전 한 대목을 열창한다. 고방에 잘 익은 팔목주(여덟 가지 나무를 꺾어 변동해가 담그는 술)들이 줄어드는 것이 눈에 보인다. '목포의 눈물'이나 '동백아가씨'가 구성지게 들리는 밤도 있다. 그 가락들이 축령산 자락에 퍼지고 나는 그래서 또 다른 희열을 느끼곤 한다.

세심원장 변동해는 얼핏 보면 농투성이에 다름 아니다. 지독히도 시골스러운 용모에다 그냥 밭 매다 나온 느낌 그대로이다. 그럼에도 불구하고 그런 그와 수준 높은 얘기를 나누기에 필자의 내공이 딸리는 느낌이다. 그야말로 방외의 고수다. 그런 그에게 마지막으로 던진 반격의 한마디 "도대체 뭣 땜에 이런 일들을 벌이십니까?" 돌아온 대답이 더욱 필자를 당혹스럽게 한다. "다른 사람이 기뻐하는 일은 나에게도 좋은 일 아닙니까?"

인생 2막을 꿈꾸는 자는 축령산 기슭 세심원에 가서 변동해와 일합을 겨뤄봄이 마땅하리라.

글 **김동률** KDI 연구위원 사진 **이찬원** 중앙일보시사미디어 기자

〈이코노미스트가 추천하는 'it' book〉은 경제서가 딱딱하고 재미없다는 고정관념을 바꿔드립니다. 경제학자들이 콕 집어주는 경제 서로 폭넓은 경제학 독서를 즐겨보세요.

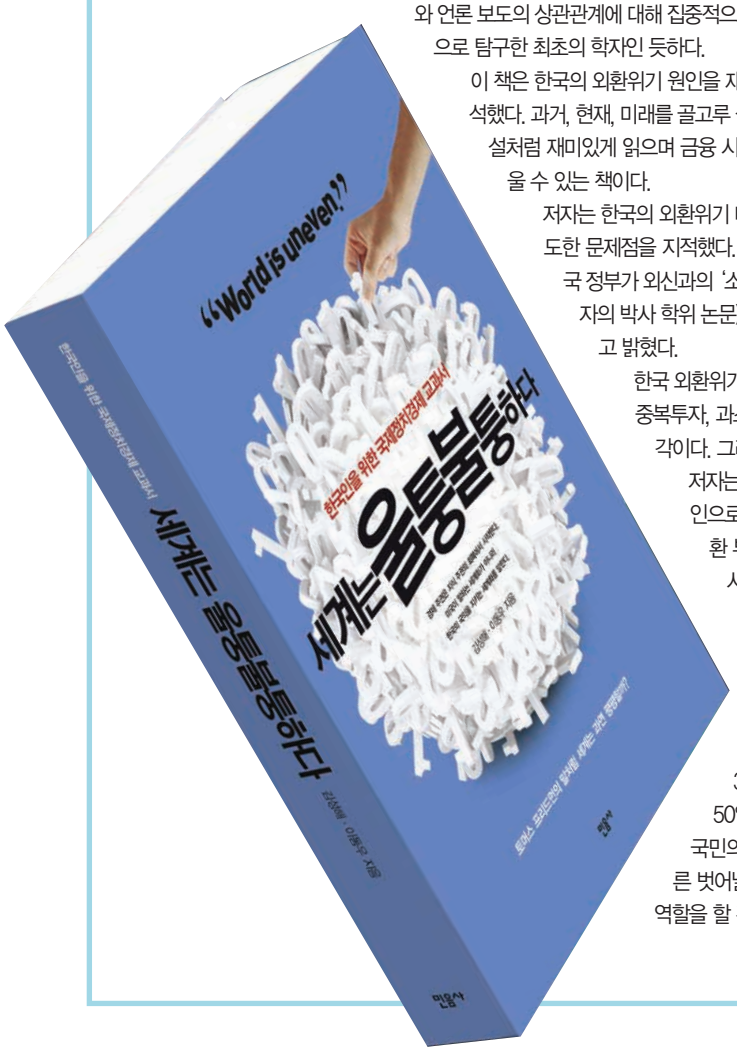
세계는 울퉁불퉁하다

김성해 지음 / 민음사

경제 지식은 이해하기 어렵다. 전문용어가 많고 개념도 복잡한 탓이다. 경제학자가 쓴 대부분의 글은 대중이 읽기에 골치가 아플 만큼 딱딱한 만연체다. 경제 전문기자가 집필한 기사는 쉽게 읽히기는 하지만 알맹이가 별로 없는 경우가 흔하다.

한국에서는 흥미진진하게 읽히면서도 영양가 높은 경제 서적을 좀처럼 찾기 힘들다. 노벨 경제학상을 받은 폴 크루그만, 조지프 스티글리츠 교수 같은 '글쟁이' 경제학자를 가진 미국이 부럽기도 하다.

경제와 언론 분야를 아우르는 지식을 쌓은 김성해 박사가 내놓은 저서를 보니 새로운 스타가 탄생했다는 감이 든다. 어려운 경제 현상을 쉬운 글로 설명하는 재능이 돋보인다. 저자는 한국의 외환위기와 언론 보도의 상관관계에 대해 집중적으로 연구해 박사 학위를 받았다. 이 사안에 대해 전문적으로 탐구한 최초의 학자인 듯하다.



이 책은 한국의 외환위기 원인을 재검토하는 한편 작년 이후의 금융위기에 대해 심층 분석했다. 과거, 현재, 미래를 골고루 살폈다. 한국뿐 아니라 세계 경제 전체를 조망했다. 소설처럼 재미있게 읽으며 금융 시스템, 언론 시스템, 세계화, 달러 등 다양한 주제를 배울 수 있는 책이다.

저자는 한국의 외환위기 때 미국과 영국의 여러 언론이 한국 상황을 부풀려 보도한 문제점을 지적했다. 이 때문에 한국 경제는 국가 부도 위기를 맞았다. 한국 정부가 외신과의 '소통'에 실패한 탓도 크다. 저자는 "외신들이 이 논문(저자의 박사 학위 논문)을 보고 작은 참회의 눈물이라도 흘리기를 소망했다"고 밝혔다.

한국 외환위기의 원인으로는 흔히 정경유착, 경제정책 실패, 재벌의 중복투자, 과소비 등이 꼽힌다. 한국 스스로의 잘못 때문이라는 시각이다. 그러나 저자는 '시장 공황' 가능성에 더욱 무게를 둔다.

저자는 작년에 미국 월스트리트에서 발생한 금융 위기의 원인으로 달러 체제의 붕괴를 지목했다. 한국이 장기적으로 외환 부문에서 안정을 꾀하려면 일본, 중국과 손을 잡고 아시아통화기금(AMF)을 설치하는 게 필요하다. 한 · 중 · 일 3국이 미국, 유럽연합(EU)에 맞서는 세력으로 협력체제를 굳혀야 한다. 이런 3극 체제가 안정적인 구조라는 것이다.

저자는 세계화 시대에 한국인이 외국어 가운에 영어에만 몰두하면 곤란하다고 꼬집는다. 영어 30%, 프랑스어 10%, 독일어 10%, 중국어 및 일본어 50% 비율로 다양하게 구사하면 유용하다는 것이다. 일반 국민의 경제지식 수준이 높아져야 한국 경제는 난국에서 얼른 벗어날 수 있다. 이 책은 그런 의미에서 '친절한 가정교사' 역할을 할 것이다.

고승철 저널리스트
koyou33@empas.com

「나라경제」는 2009년 연중 기획으로 '녹색성장 어떻게' 를 선보입니다. 이산화탄소를 줄여 지구환경을 살리는 것은 이제 선택이 아닌 생존의 문제입니다. 지속가능한 발전을 위해 온실가스를 줄이고 녹색기술을 개발하며 대체에너지원을 확보할 방안을 다함께 찾아봅시다.

녹색성장 해답은 새로운 에너지

고갈 염려 없는 수소 에너지, 기술적 한계 넘어야

〈연중기획 · 상반기 게재 순서〉

1월 | 녹색성장 왜 화두인가?
2월 | 우리나라 녹색시장 어디까지 와 있나?
3월 | 해외 녹색산업의 현장을 찾아
4월 | 함께하는 탄소 다이어트
5월 | 알고 싶다! 신(新)개념 에너지
6월 | 폐기물, 에너지로 살리는 방법 있다

지난해부터 화두로 떠오르고 있는 '저탄소 녹색성장' 은 대통령 직속 '녹색성장위원회' 의 주도 아래 범정부적으로 추진되고 있다. 비단 우리나라뿐만 아니라, 미국의 오바마 정부도 녹색성장과 관련해서 상당한 관심을 보이며 관련된 정책을 펼치고 있다. 이처럼 우리나라를 비롯한 세계 각 국은 수년 전부터 지속가능한 저탄소 녹색성장에 총력을 다하고 있으며, 기존의 화석연료 기반 에너지 체계를 재생에너지원으로 전환하는 데 주력하고 있다.

재생에너지와 더불어 기후변화 대응 및 화석에너지 고갈에 대응하는 분야 중 하나가 바로 '신에너지' 다. 우리나라는 '신에너지 및 재생에너지 개발 · 이용 · 보급 촉진법' 상에서 신에너지를 재생에너지와 통합하여 정의하고 있다. 이에 반해 EU는 태양에너지, 풍력과 같은 자연에너지를 재생에너지로 정의한다. 일본의 경우 '신에너지' 라는 용어를 사용하는데, 이 역시 재생에너지 및 신에너지를 포괄하고 있다. 일본의 '신에너지' 는 우리나라의 정의보다도 더 포괄적이어서 하천의 열에너지, 지하철폐열 등 다양한 미활용에너지들까지 포함하고 있다. 국가마다 신에너지에 대한 정의도 다르고, 그에 대한 인식과 활용가치도 다르겠지만 현재의 에너지 문제를 해결할 수 있는 새로운 에너지 기술로서 인정받고 있는 것만은 사실이다.

우리나라는 '석탄IGCC' , '수소' , '연료전지' 의 세 가지 분야를 신에너지로 정의하고 있다.

석탄가스화 복합발전기술(IGCC:Integrated Gasification Combined Cycle)은 석탄, 중질잔사유(편집자주 : 원유를 정제하고 남은 최종 잔재물) 등의 저급원료를 고온 · 고압의 가스화기에서 수증기와 함께 한정된 산소로 불완전 연소시킨다. 이를 통해 일산화탄소와 수소가 주성분인 합성가스가 만들어지면 정제 공정을 거친 후 가스터빈 및 증기터빈 등을 구동하여 발전하는 신기술이다. 기존의 화석에너지원을 보다 효율적이고 청정하게 사용할 수 있는 기법으로 세계국가 중 우리나라만 유일하게 '신 · 재생에너지' 로 이를 분류하여 개발하고 있다.

수소에너지는 실제 신에너지에 있어 가장 핵심적인 부분을 차지하고 있다. 수소를 에너지로 이용하는 기술은 아직 기초기술 단계에 머물러 있고, 특히 수소 생산 및 저장 분야는 기술적인 실현 가능성 문제에서부터 대규모의 인프라 구축이 필요하다는 점까지 실용화에 많은 애로점을 내포한다. 하지만 수소에너지는 이러한 문제점들에도 불구하고 향후 유망한 에너지 기술로서 부각되고 있다. 고갈되지 않으며 청정하다는 장점 때문에 현재의 에너지 시스템을 혁신할 수 있는 기술로 가장 큰 주목을 받고 있기 때문이다. 특히 수송부문에서 수소를 사용하는 경우, 가솔린차의 종합효율(Well-To-Wheel Efficiency)이 16~18%인 데 비해 연료전지 자동차의 경우 최대 42%로서 약 2.5배의 차이를 나타낸다. 환경오염의 면에서 볼 때도 연료전지 차량이 내연기관에 비해 50% 이상의 CO_2 배출량 감축효과를 보이는 등 여러 가지 경제적 · 환경적 이점을 가지고 있다.

수소에너지는 석유나 석탄처럼 하나의 에너지원(resource)이라기보다는 에너지 매체(carrier)에 가깝다. 따라서 수소에너지의 도입은 단순한 에너지원의 변화가 아닌 사회 전반의 에너지시스템 및 인프라의 변화를 가져오게 된다. 그리고 수소가 에너지매체로 사용될 경우 전력 및 수송 부문 간 에너지 수급이



수소에너지는 유망한 에너지원으로서 부각되고 있다. 사진은 기아자동차 스포티지 수소연료전지차

가능해져 – 예를 들어 원자력 발전을 통해 생산된 수소를 이용하여 수소연료전지 자동차를 운행하는 것과 같이 – 에너지를 보다 효율적이고 유연하게 사용할 수 있다. 따라서 수소에너지 기술 개발 및 수소경제 구축은 재생에너지 개발 이상의 적극적인 에너지 패러다임의 변화를 꾀하는 방법이라 할 수 있다. 수소는 직접 연소할 수도 있긴 하지만 연료전지를 통하여 이용하는 것이 훨씬 유리하다고 알려져 있다.

또 수소 이용 분야의 많은 부분이 연료전지 기술과 관련이 깊다. 우리나라는 신 · 재생에너지에 수소와 연료전지를 별도로 분류하여 정의하고 있으나 미국 등 다른 나라에서는 같이 묶어서 다루는 경우도 많다. 지금까지 용융탄산염형(MCFC)과 고체산화물(SOFC), 고분자전해질(PEMFC) 등 여러 방식의 연료전지가 개발되었으며, MCFC나 SOFC는 주로 발전용으로, PEMFC는 수송용 및 휴대용으로 사용될 예정이다. 그러나 연료전지 역시 수소 제조 및 저장 분야와 마찬가지로 기술적 애로사항이 산적해 있으며, 여타 신재생에너지원 중에서 선진국에 비해 다소 기술 수준이 낮은 상황이다.

이와 같은 신에너지들은 자연의 재생가능한 에너지원을 이용하는 재생에너지와 더불어 향후 에너지 문제를 해결할 수 있는 대안으로 세계적인 주목을 받고 있다. 하지만 재생에너지보다도 그 분류 기준이 불명확하고 나라마다 정의 및 지원 분야가 다르기 때문에 국제협력에서도 어려운 부분이 상당수 존재한다. 수소 및 연료전지 분야는 전 세계적으로 신에너지로 인정받고 있지만, 실용화 시점에 있어서 재생에너지들보다도 더 먼 미래가 될 것으로 전망하고 있으며, 단기적으로 큰 성과를 얻기는 어려울 것으로 보인다. 그러나 이러한 문제들이 있다 하여 신에너지의 중요성이 과소평가되어서는 안되며, 에너지 효율 및 재생에너지 육성 못지않은 중요한 분야임을 인식해야 할 것이다.



안지운
에너지경제연구원 책임연구원
indra4@keei.re.kr

'연료전지 아파트'를 아십니까?

보일러 대신 소형 열병합 발전 설비 내장

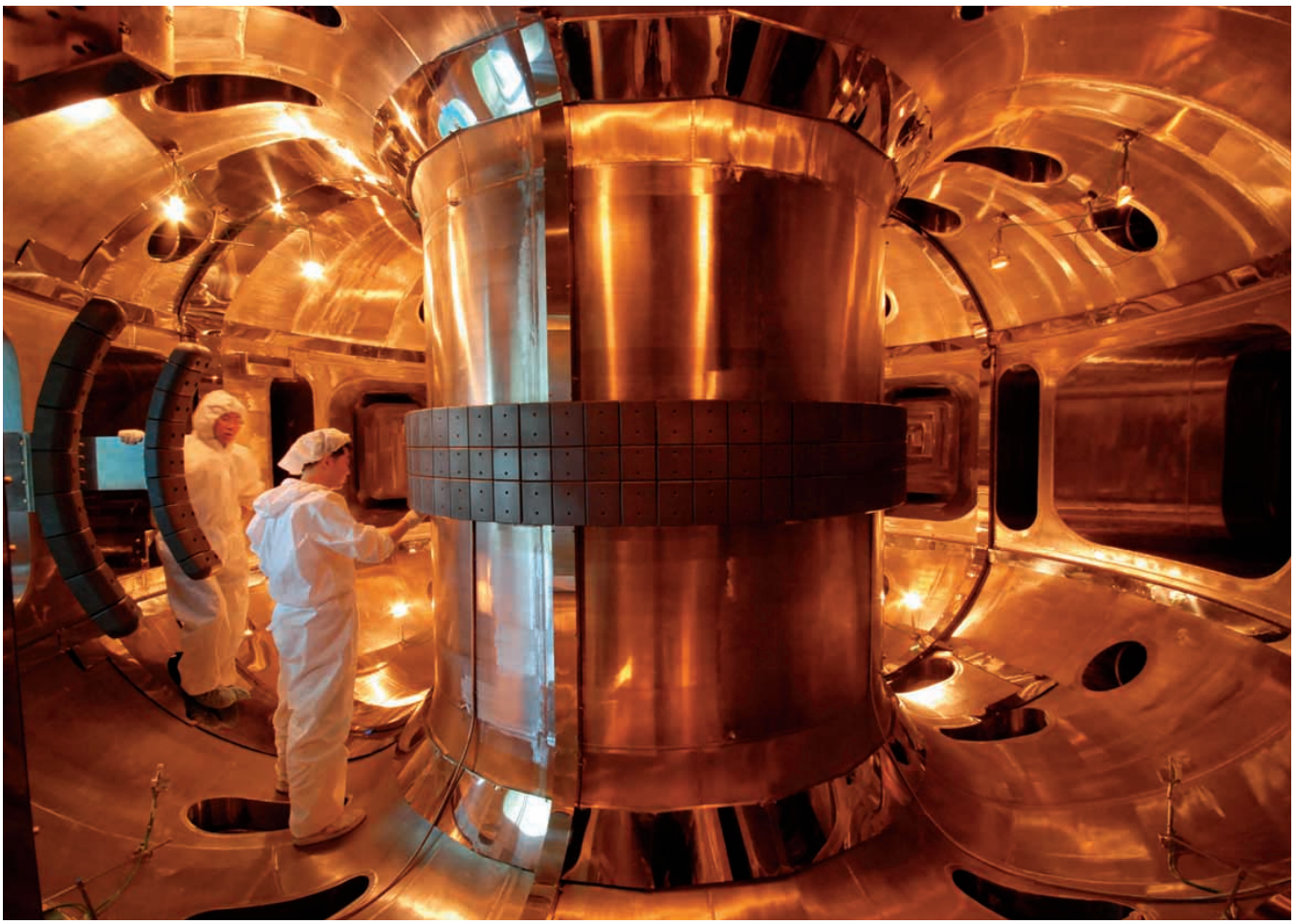
화창한 봄날을 즐기고 싶어 교외로 드라이브를 나온 나경이. 여유롭게 산책을 하고 있는데, 한 건물 앞에 사람들이 삼삼오오 모여 있다. 다가가 보니 어느 아파트 모델하우스 앞. 한 아저씨는 "믿을 수 없으니 눈으로 보여주세요" 라며 다짜고짜 따진다. "뭘 못 믿겠다는 거예요?" 나경이가 묻자 "공상과학이나 영화에서나 가능할 줄 알았던 일이 이곳에서 실현된다니 믿어지지가 않아서 그래요. 아니 가정에서 전기연료를 직접 생산한다는 게 말이 되냐구요" 라고 말한다. 이게 무슨 엉뚱한(?) 소리인가? 2010년 준공예정인 남양주시 호평동의 파라곤 아파트에는 어떤 비밀이 숨겨져 있는 걸까?

비밀의 답은 바로 연료전지다! 연료전지는 1960년대 중반부터 우주선에 탑재돼 왔다. 좁은 공간에서 고효율로 전기에너지를 발생시키는 것은 물론 우주비행사에게 식수까지 제공했다. 이런 '꿈의 전지'가 우리의 일상생활에 들어왔다. 이 아파트에는 기존보일러 대신 소형 열병합 발전시스템인 연료전지가 내장돼 있다. 연료전지는 공기 중의 산소와 도시가스를 연료로 전기화학 반응을 통해 전기와 열을 동시에 발생시킨다. 즉 가정에 설치하면 온수, 난방은 물론 전기까지 직접 공급받을 수 있다. 태양광발전의 1/50 면적이면 설치가 가능해 기존 보일러 설치 면적과 큰 차이도 없다. 또한 1년 365일 전기와 열을 동시에 생산해 낸다. 연료전지는 사용하기에도 편리하다. 거실에 설치된 홈네트워크 패널에서 터치스크린 방식으로 온·오프가 가능하며 온도조절도 자유롭다. 내부에는 인공지능이 내장돼 있어 각 가구마다 쓰는 전기와 열에 최적화되게 자동으로 작동된다. 발전량, 에너지비용 절감액, 환경기여도 등도 실시간 확인할 수 있다. 연료전지를 이용한 음식물쓰레기 건조기, 수건 건조기, 족욕기, 의류건조기, 수저건조기, 식기세척기 등은 개발을 마친 상태로 특허 출원됐다.

나경이가 놀란 것은 이뿐이 아니다. 연료전지 아파트는 세계 최초로 시도하는 기술이란다. 현재 우리나라의 연료전지 기술은 국산화율이 80%로, 세계 3위의 기술 강국을 자랑한다. 일본이 이 분야에서 최고의 기술력을 가지고 있지만 아직 공동주택에 대한 연료전지는 상용화되지 못했다. 또 이번에 도입되는 연료전지는 일본과는 달리 열과 전기를 일체시킨 고효율 시스템이다.

그런데, 이때 나경이의 머릿속에 스쳐 지나가는 의문 한 가지. 과연 안전할까? 다른 나라에선 상용화도 안됐다는데 괜찮을까? 하지만 이런 걱정은 싹 날려버려도 좋다. 에너지관리공단으로부터 신재생에너지 설비인증을 받아 안정성과 효율성이 검증됐기 때문이다. 그렇다면 연료전지를 가정에 설치하려면 비용은 얼마나 들까? 한 가구당 설치비는 7천만 원으로 굉장히 비싸다. 다행이 이번 아파트 분양가에선 연료전지 설치비용이 제외됐단다. 연료전지로 에너지 절약뿐 아니라 기존 가스보일러 사용 시 배출되는 이산화탄소 배출량 대비 최대 39%까지 감소한다. 또한 월평균 700kWh의 전력 사용 시 연간 잣나무 5,700그루를 심는 효과가 있다니, 이보다 더 좋을 수 있을까?

우리 미래를 바꾸게 될 또 다른 신개념 에너지를 찾던 나경이. '한국의 인공태양' 이라는 문구가 눈에 들어온다. 그리고 문득 지난번 독일에 갔을 때가 생각난다. 독일에서는 태양열 발전을 장려하고, 또 많이 사용하고 있었다. 가정에서 태양열발전을 설치할 돈이 없을 때는 독일 정부에서 대출까지 해줬다. 태양광뿐만이 아니라 유채꽃이나 다른 곡식에서 나온 기름들로 자



'KSTAR'는 '인공태양'으로도 불리는 우리나라 차세대 초전도 핵융합 연구장치이다. 사진은 대전 대덕연구단지에 있는 KSTAR의 진공용기 내부

동차가 굴러가기도 했다. "와~! 독일은 기름이 고갈돼도 살겠구나" 라고 부러워 했었는데, 우리도 인공태양 'KSTAR' 가 있다니 놀랍고, 반갑고, 든든하다.

'KSTAR' 는 '한국형 초전도 토카막 연구장치(Korea Superconducting Tokamak Advanced Research)' 의 영문 첫 글자를 딴 약자다. 토카막은 현존하는 핵융합장치 가운데 가장 발달한 것으로서, 강력한 자기력선 그물망을 이용하여 초고온의 플라스마를 가두고 핵융합 반응이 일어나도록 유도하는 장치이다. 'KSTAR' 는 세계 최초로 우리나라에서 설계 · 제작했다. 이런 기술력을 바탕으로 국제핵융합실험로(ITER)에 참여당사국의 만장일치 승인하에 가입 했고, 'KSTAR' 의 설비와 기술은 프랑스 카다라슈에 건설되는 국제핵융합실험로에 그대로 적용된다.

핵융합발전은 1억℃ 이상의 초고온이 10초 이상 지속되어야 가능한 것으로, 태양 에너지의 생성 과정을 인공적으로 재현하는 것이 목적이기 때문에 '인공태양' 이라고 불린다. 중수소 1그램만으로도 석유 8톤 정도의 에너지를 만들어낸다. 여기에 이산화탄소 발생이 없고, 아주 극소량의 핵폐기물이라 또 다른 핵폐기물 처리장도 필요 없다. 연료공급 중단으로 폭발이나 방사능 누출위험도 없다니 이 얼마나 청정하고도 상쾌한 에너지인가! 지금까지 'KSTAR' 에 투자한 금액은 총 3천억 원. 건국 이래 단일연구개발비로는 최고 액수란다. 아직까지 이 에너지를 상용화한 국가는 없으며 장시간 운전기술이라는 큰 관문이 남아 있다고 한다. 'KSTAR' 의 성공으로 우리나라의 인공 태양이 전 세계를 비출 수 있게 되기를 기대한다.

안선경 나라경제 기자

내 고향은 전라도, 내 영혼은 한국인

인요한 연세대세브란스병원 국제진료센터 소장

어서오세요~ 월요일 아침인데 5분쯤은 늦을 수도 있죠잉~ 자, 빨리 시작합시다.

어머, 소장님. 한국말을 정말 잘하시네요. 한국에서 태어나셨다고 듣긴 했는데 이 정도이신 줄은 몰랐습니다.

그런가요? 1895년 진외증조부(친할머니의 아버지, 유진 벨)가 제물포 땅을 밟으시고, 1899년 할머니가 목포에서 태어나셨어요. 1926년 아버지가 군산에서, 저는 59년 전주에서 태어나 순천에서 자랐습니다. 5대째 선교사 후손으로 살아왔죠. 조선말에 태어난 할머니, 일제시대 군산에서 태어난 아버지, 한국의 근대화시대를 거치면서 많은 어려움을 겪으셨어요. 하지만 어려움을 웃음으로 극복해나가는 한국인을 좋아하셨고 기꺼이 한국에서 사는 일을 선택하셨습니다. 저도 마찬가지고요. 그런데 막상 현재의 한국을 보면 예전의 장점을 많이 잃어가고 있어요.

어떤 점이 가장 변했다고 생각하십니까.

지난 50년간 한국은 정말 눈부신 성장과 발전을 이뤘습니다. 아마 세계에서 가장 빠르게 변화한 나라일 거예요. 하지만 얻는 것이 있으면 잃는 것도 있는 법. 한국 사회는 인간성을 잃어가고 있습니다. 순정과 의리가 사라졌지요. 3대가 한국을 사랑하며 살아왔고, 제 아내도 한국인이지만 앞으로 제 다음 세대도 한국을 사랑하며 살 수 있을지는 잘 모르겠어요. 그만큼 한국사회가 급변했거든요.

한국사회가 급성장했다는 점은 동감합니다. 좀 더 구체적으로 변화를 느끼는 부분을 설명하신다면?

가족의 형태가 달라지면서 교육 환경이 많이 달라졌습니다. 과거에는 온돌방에서 노인들에게 교육을 받던 '안방교육'이 인성의 기초가 되었습니다. 즉 어른들의 지혜와 함께 인간의 됨됨이를 배울 수 있었지요. 제가 미국의 카터, 클린턴, 부시 대통령을 만나러 가서도 당당할 수 있었던 것은 제 속에 담겨있는 안방교육이 있었기 때문이에요. 그 가르침이 튼튼했기 때문에 한 국가의 대통령을 만나도 인간 대 인간으로서 만날 수 있었어요. 그런데 지금 한국 사회는 공부만 잘하면 된다고 생각하는 것 같아요. 수조 원을 들여 자식들을 다른 나라로 내보내고 기러기 아빠가 되기를 자청하잖아요. 그 비용을 들여서 국내에 해외 학교를 유치해오면 되지 않나 싶은데. 인성교육이 무너지면서 요즘은 쉽게 비관하고 자신을 포기하고 망가뜨리기도 해요. 저는 외국인이지만 한국의 좋은 옛 것들은 지켜져야 한다고 생각해서 책도 쓰고 기고도 하기 시작했어요. 오랜 시간 함께 살아오면서 느낀 애정을 바탕으로 잘못된 점을 바로잡고 싶어진 겁니다. 연어가 수천 킬로미터를 돌아 죽기 전에 고향으로 거슬러 오듯 한국인들도 언젠가는 다시 자신들의 출발점으로 돌아올 것을 압니다. 아직은 아니지만요. 그 속도를 조금이라도 당기는데 도움이 될 수 있다면 더 바랄 것이 없겠어요.

시작부터 열띤 말씀을 들으니 정신이 없습니다. 그럼 소장님은 어떻게 의사가 될 결심을 하셨나요, 집안의 종교적 사명감 때문인가요?

전혀. 전 과학을 좋아했어요. 하지만 사람도 좋아했어요. 과학자는 과학만 하니까 사람 만날 일이 없잖아요. 의사는 달라요. 과학과 사람을 접목시킬 수 있는 분야라서 의학을 선택했습니다. 미국 대학에 진학했다가 다시 한국 의과대학에서 공부를 계속했죠. 91년부터 국제진료센터 소장을 맡게 되었습니다. 젊은 나이에 큰 책임을 맡겨주고 많은 배려를 해 주신만큼 저도 거기에 보답하는 마음으로 열심히 진료했습니다.

국제진료센터는 어떤 곳인가요.

한국에 있는 외국인들이 안심하고 편안하게 진료를 받을 수 있도록 돕는 곳이에요. 지금은 한국에 외국인들이 많아지고 그만큼 외국인 진료를 위한 곳도 많아졌지만 여전히 외국인들은 아플 때 의사소통이나 절차상 어려움을 겪기 쉬우니까요. 유학이나 취업을 위해 해외로 나갈 한국인의 신체검사도 해주고 있습니다.

말씀하신 것처럼 주한 외국인이 많아지면서 각 병원마다 외국인 진료센터를 만들고 있습니다. 해외 환자 유치에 대한 관심도 높고요. 실제로 우리나라 의료수준이 그만큼 경쟁력 있나요?

네, 한국의 의료기술은 세계 최고예요. 특히 손기술은 타고 난 것 같아요. 의료수준도 상당히 높은 편입니다. 게다가 기본적으로 의료수가가 낮게 책정돼 있고, 최근에는 원화까지 떨어지면서 경쟁력이 더 높아졌죠. 하지만 의료라는 게 가격으로만 선택할 수 있는

〈나는 한국에 산다〉에서는 다양한 분야에서 2009년 한국을 함께 호흡하는 외국인들을 만납니다. '5천년 단일민족'과 더불어 일하고 배우며 즐기는 그들의 눈에 비친 한국 · 한국인, 과연 어떤 모습일까요?



인요한(미국명 존 린튼, John Linton)소장은 93년 한국형 앰뷸런스를 처음 만들어 한국 응급의학 체계를 구축하는데 중요한 역할을 했다.

건 아니잖아요.

그럼 해외 환자 유치를 위해서는 어떤 노력을 해야 하나요, 실제 해외 환자 유치가 우리 경제에 큰 영향을 미칠 수 있습니까?

태국은 지난 해 140만 명의 해외 환자를 유치해 2조 원을 벌어들였습니다. 우리는 2만8천 명 정도로 추정하고 있으니 비교가 안 되죠. 싱가포르도 중국이나 베트남의 VIP 환자들을 유치해 경제적 이익을 누리고 있습니다. 이를 일부라도 우리가 끌어올 수 있다면 국가경제에 도움이 될 거라고 생각해요. 하지만 의료관광이라는 말은 적절하지 않다고 봅니다. 의료와 관광을 접목시키는 것은 개원한 일부 진료과나 가능한 일이에요. '외국인 환자 진료를 위한 인프라 구축' 이 필요합니다.

인프라 구축이라고 하면 어떤 것인지?

민간보험이 의료시장에 들어오면 다 해결된다고 봅니다. 외국인이 한국에 와서 진료를 받을 때 가장 어려운 점이 뭐겠어요? 만약, 외국인이 한국에 와서 대학 가려고 하는데 수능을 보라고 하면 진학할 수 있겠습니까? 불가능하겠죠? 마찬가지예요. 외국인이 한국에 와서 진료를 받으려면 이들이 편리하게 보조를 해줘야 합니다. 이 부분을 민간보험이 해결해주는 거죠. 민간보험 도입에 대해 걱정하는 사람들도 많은데 이를 계기로 한국 의료 환경이 양보다 질적으로 발전할 수 있습니다. 건강보험을 통해 기본적인 의료는 모든 국민이 받게 하고, 그 이상 진료를 원하는 부분은 민간보험에 가입해서 받게 하면 좋겠어요. 97년 일본 문화 개방할 때도 정부는 시기상조다, 문화개방하면 일본 문화가 다 장악할 거다 엄청 걱정했거든요. 전 그때도 '일부는 그렇게 될 수도 있다. 하지만 전체가 그렇게 되지 않을 거다' 라고 주장했어요. 의료시장이나 교육시장 개방에 대한 입장도 같아요. 의료시장을 개방해서 질적 발전을 이루면 하향평준화 되어 있는 현 의료수준을 끌어올릴 수 있고 외국인 환자들도 자유롭게 드나들 수 있는 시스템이 될 겁니다. 외국인에게 불편한 구조라는 얘기는 결국 국내인들에게도 불편한 구조란 거예요. 근본적인 해결책이 필요합니다.

현 진료 환경에 어려움이 많다는 말씀 같습니다.

종합병원 의사들 상당수가 환자에 치여서 환자기록도 제대로 할 수 없으니 질적인 의료서비스는 딴 세상 이야기죠. 그런데도 시쳇말로 '야매' 보험 환자들은 또 얼마나 많습니까. 어차피 돈 많고 빽 있는 사람들은 인맥으로 혜택다 받아요. 이걸 아예 민간보험 들어와서 양성화하자는 것이죠. 그것이 합리적이고 올바른 것 아닙니까. 저 미국에서 진료하면서 환자 관련된 청탁을 한 번도 받아본 적 없어요. 그런데 지금은 하루에 몇 번씩 그런 부탁이 오는 날도

있어요. 게다가 현재 건강보험 재정을 살펴보면 감기 환자에게 쓰는 비용이 암환자에게 쓰이는 것에 두 배 이상씩 들어가요. 이건 좀 이상하지 않나요? 물론 지금은 많이 개선돼서 암환자들도 지원을 많이 받게 되었지만요. 민간보험을 도입하자는 맥락입니다.

그런데 그 와중에 북한의료지원을 계속 해오셨던데 어떻게 북한에도 관심을 갖게 되셨는지.

84년 아버지가 교통사고로 돌아가신 일을 계기로 한국에도 앰뷸런스가 필요하다는 걸 깨달았습니다. 93년 한국에 첫 앰뷸런스를 고안해서 만들었고 이게 지금도 돌아다니고 있어요. 그러다 북한에도 앰뷸런스가 있어야겠다 싶어 97년 앰뷸런스 기증을 결심했습니다. 북한은 열악한 환경 속에서도 어려움을 극복해 나가던 한국의 모습을 많이 간직하고 있었어요. 이후 형(스티브 린튼)과 함께 북한 결핵환자 지원을 시작해 스무 차례 넘게 북한을 찾게 됐습니다. 많은 분들의 도움으로 97년 이후 6년 만에 350억 원을 모금했고 그 결과 현지에 200여 대의 의료차량을 지원하고, 15만 명의 결핵환자도 치료할 수 있게 되었죠.

방북 당시 기억에 남는 일이 있다면?

북한에 갔을 때 한 사람이 '왜 남조선이 조금 더 잘 살게 됐냐' 물어요. 물론 조금이라고 강조하면서. 그래서 우선 인권 부분에서는 아쉬움이 있지만 경제 부흥을 꾀한 박정희 같은 리더가 있었고, 16시간씩 공장에서 일을 해 자본을 모아준 근로자가 있었고, 절약정신으로 무장한 교육열 높은 엄마들이 있었기 때문이라고 했습니다. 그랬더니 '미국 편에 줄 서서 그런 거 아니냐' 고 되물어요. 그럼 백년 전에 미국편에 선 필리핀은 어떻게 된 거냐 물었더니 자릴 떴습니다. 역대 정권이 성장에 초점을 맞춘 나머지 잘못한 점도 있죠. 하지만 한국인들에게 보릿고개를 없애준 점은 높이 평가할 만해요. 중국의 덩샤오핑과 싱가포르의 리콴유가 역할모델로 삼은 사람이 바로 박정희예요. 그동안 양에만 신경 쓰느라 바빴지만 이젠 질적인 측면, 내용에 관심을 기울일 때가 됐습니다. 다시 철학이나 사학, 한옥과 국악, 몇 천년 동안 모아놓은 우리 문화를 찾는 분위기가 되고 있잖아요. 질적인 삶을 추구하는 시기가 된 것입니다. 이젠 전쟁 안 납니다. 문화와 기술로 세계를 장악해야지요. 그러기 위해 노력해야 하고요. 아직도 한국은 제대로 알려지지 않은 분야가 많아요.



문학도 그렇고, 소리도 그렇고. 사람과 사람이 부딪히고 사람을 그리워하고 아끼는 것, 이런 게 진정한 한국의 맛이라고 생각합니다.

한국사회가 지속적으로 발전하려면 어떻게 해야 할까요?

지금 한국사회는 '임금님 귀는 당나귀 귀' 라고 말해주는 사람이 적어요. 모순을 찾아내고 이를 고치는데 관심을 갖게 된 이유예요. 한번은 제가 즐겨 하는 수렵을 하러 제주에 간 적이 있어요. 이미 총기등록을 다하고 필요한 절차를 다 밟았는데 공항에서 적발경위서라는 걸 쓰라고 못 나가게 하는 겁니다. 돌아와서 경찰청에 공문을 띄웠습니다. 이런 중복절차는 잘못된 것 같다고. 바로 달라졌어요. 하나의 예지만 그런 요식행위는 없애야죠.

하나 더 말씀 드리고 싶은 건 실력 있는 사람을 인정하지 않는 것 같아요. 세계 최초의 거북선을 만든 이순신 장군이 감옥에 갔습니다. 구텐베르그보다 150년 앞섰다는 금속활자를 만든 사람은 누군지도 몰라요. 혹시 암매장이라도 당한 건 아닐까요? 필요하다면 싫은 소리라도 듣고, 쓴 약이라도 먹어야 하는데 자기보다 조금 우월한 사람이나 집단을 만나면 반대를 위한 반대를 하는 것 같아요. 좀 더 합리적이고 바람직한 방향으로 한국 사회를 이끌어 나가야 하지 않나 싶어요.

형님은 미국에서 사신다던데 한국에서 산다는 것이 소장님께는 어떤 의미인가요? 외국인이라 성장하면서 힘들지 않으셨나요?

외국인이라고 욕하고 알아듣지 못하는 줄 알고 말도 막하고 그런 사람들도 많았지요. 하지만 전 전라도에서 보낸 유년시절이 얼마나 행복한 추억인지 몰라요. 그런 면에서 전라도는 참 포용력 있는 문화를 가진 지역입니다. 파란 눈의 저를 이상하게 여기지 않고 전혀 낯가림이 없었거든요. 그래서 전 사실 제가 외국인이라는 것도 잊고 자랐어요. 고마울 따름이죠. 아! 그런데 하루는 저수지에서 멱을 감다가 보니 당시 저만 포경수술을 했더라고요. 위 낯가림은 안 하던 친구들이 아래 낯가림은 했던 기억이 나네요. 하하하. 지금도 일주일에 두 세 번씩 대중목욕탕 가는 낙으로 살아요. 별장살이 하듯 떨어져 사는 미국생활보다 사람들끼리 비비고 부대끼며 사는 한국이 전 좋아요.

글 **표초희** 나라경제 기자 사진 **정치호** 중앙시사미디어 기자

〈궁금하다 북한경제〉는 북한경제의 최근 동향과 이슈를 살펴보는 난입니다. 동시대를 살아가지만 우리와는 너무 다른 북한사회와 동포들의 삶. 통일을 대비하는 마음으로 그들에게 관심을 기울입니다.

이상한 민족 동질성



평안남도 강서군 청산협동농장 입구 광장에 설치된 김일성 주석과 농민들의 동상. 이처럼 북한의 곳곳에 고 김주석, 김정일 국방위원장과 관련한 선전물이 설치돼 있다.

우리가 어떤 거리의 사진을 보고 북한인지 아닌지를 알아내는 방법은 극히 간단하다. 사진 어느 구석에 대문짝만한 선전 문구가 보이면 북한이라고 지목하는 데에 별로 주저할 필요가 없다. 그것이 거리 모퉁이든, 큰 건물 꼭대기든 사람 눈이 쉽게 갈 만한 곳이 있으면 예외없이 정치 선전물이 눈에 띄는 것이 북한의 풍경이다.

물론 저잣거리에 나붙은 선전물이야 나중에 간단히 치울 수 있지만, 세계적인 명산이라고 자랑하는 곳에 미끈한 화강암 바위가 있으면 어김없이 새겨놓는 선전문구는 사정이 좀 다를 것 같다. 물론 깎아지른 듯한 바위에 집채만한 글자를 그렇게도 깊이 새겨넣는 기술이 경이롭기 때문에 통일이 되더라도 나름대로 보전의 가치가 있다고 주장하는 사람도 있을지 모르겠다. 그러나 아무리 돈을 들인다 하더라도 원상회복은 요원한 문제로 생각된다.

이러한 정치적 표어나 선전문구는 불쌍한 인민들의 머리에 정치적 슬로건을 새겨넣는 가장 확실한 주입교육수단임에는 틀림이 없다. 그러나 모든 전체주의 국가에서 이러한 방법을 동원했던 것은 아닌 것 같다. 물론 중국은 약간 예외라고 생각되지만, 동구나 소련 등 과거 공산주의 치하에서도 북한만큼 정치적 선전물을 많이 내건 경우는 발견되지 않는다. 사회주의 국가의 집권자 중에서 김일성 주석의 장기집권을 열심히 연구하고 또 몸소 실천하려고 노력했던 루마니아의 차우세스크 집권시절에도 정치적 선전문구가 부쿠레슈티를 도배하고 있었다는 얘기는 들어본 적이 없다.

이러한 정치 표어의 과잉은 북한에서만 발견되는 현상인가? 반드시 그렇지 않다는 것이 남북한 양측을 경험한 사람들의 공통된 의견이다. 과거 러시아와 수교가 처음 이루어진 1990년대 초반 러시아 학자들이 한국을 방문했을 때 가끔 지적하는 것이 남북을 막론하고 정치적 슬로건이 거리 곳곳에 수없이 발견된다는 것이었다. 오랜 분단으로 민족적 동질성이 점점 사라지고 있는 판에 남북이 공유하는 특이한 정서가 있다는 지적이 반갑기는 하지만 그렇게 자랑스럽지는 않은 것 같다.

남한 어디라도 어김없이 펄럭이는 광고 현수막이 한글해독이 불가능한 이들에게는 틀림없는 정치 선전물로 보일 게 오히려 당연한 일인지도 모른다. 문제는 한글해독이 가능하다고 해서 이러한 오해가 모두 풀릴 것인가 하는 점이다. 만약 어느 북한 동포가 경춘가도를 달리다 엄청난 크기의 빨간색 "땅, 땅, 땅" 광고를 목격한다면, 부동산 광고라고 생각하기 이전에 총부리를 어디에 두고 쏜 것인가 하는 염려가 앞서지 않을까 걱정된다.



고일동 KDI 선임연구위원
미 아이오와 주립대 경제학 박사. 국내 손꼽히는 '북한경제통'으로 KDI의 〈북한경제리뷰〉를 발간하고 〈북한경제연구협의회〉를 운영하고 있다.
남북경협과 북한의 경제개혁을 연구하는 웅숭깊은 학자다.
idkoh@kdi.re.kr



'새재의 아침'이 찻사발에 담겼다

광산이 호황을 누리던 1970년대 인구 16만이었던 경북 문경은 잘나가는 도시였다. 불과 20년 만인 1999년 은성광업소가 문을 닫으면서 문경은 잊혀지는가 싶었다. 떠나는 사람은 아쉬움 속에서, 떠나지 못하는 사람은 상대적인 상실감과 외로움 속에서 살아야 했다. 하지만 장원급제를 꿈꾸며 문경새재를 넘던 숱한 선비들의 마음이 하늘에 닿았을까. 문경은 문화라는 이름으로 부활을 시작했다.

2000년 문경새재도립공원 안에서는 드라마 세트장을 위한 첫 삽이 뜨였다. 문경의 드라마 세트장은 2만 여 평 부지에 왕궁 2채, 기와집 40채, 초가집 40채를 가진 국내 최대 규모의 촬영장으로서 〈태조왕건〉, 〈무인시대〉, 〈대왕세종〉 등이 이곳에서 촬영되었다. 새재도립공원은 다양한 역사적 체험을 가미한 프로그램과 문경새재라는 탄탄한 트레킹 코스로 연간 500만 명이 찾는 관광명소로 변신했다. 문경이 역사드라마의 촬영지로 이름을 알리자 여러 지방자치단체가 경쟁적으로 드라마 세트를 만들기도 했지만 지속적인 관리와 활용이 쉽지는 않았다. 문경은 새재도립공원 초입에 자연생태공원을 함께 조성하고 드라마 세트와 공원을 관리해 지역주민들과 관광객들이 편안하게 이곳을 찾도록 했다. 또 가은읍 일대에는 고려시대의 세트장을 조성해 조선시대를 배경으로 한 도립공원의 세트장과 차별화를 꾀했다. 현재 가은읍 세트장에는 〈자명고〉와 〈천추태후〉가 한창 촬영 중이다.

나는 새도 넘기 힘들어 쉬어 가야 한다는 문경새재. 이곳에는 세 개의 관문이 있다. 임진왜란 후 적군의 침략을 막기 위해 전략적으로 설치한 산성문이었다는데 지금은 6.5km 황톳길이 마냥 고즈넉하다. 영남 제1관문인 주흘관을 지나 새재 중간에 위



1 중요무형문화재로 지정된 '영남요'의 김정옥 선생과 그의 아들이 장작가마 앞에서 작업 중이다.
2 문경새재도립공원 내 KBS드라마 세트장 전경



치한 조곡관을 지나니 갑자기 경사가 가파르다. 이곳을 지난 사람들의 간절한 소원이 켜켜이 쌓여 곳곳에 돌탑으로 남아있다. 새재의 정상인 조령관에 올라서니 백두대간의 명산이라는 '주흘산'과 '조령산'이 좌우로 펼쳐져 있다. 생각 없이 조령관을 넘어 걷기를 계속하는데 아스팔트로 포장된 길에 발걸음이 멈칫, 이곳부터 충청도라는 표지판에 방향을 다시 잡는다. 이 길을 지나야 장원급제 한다는 말에 일부러 이 고개를 넘었다는 사람도 있었단다.

문경새재는 올해 열한 번째 열리는 '문경전통찻사발축제' 장소로도 이용될 예정이다. 작년까지 전통찻사발축제는 도자기 전시관 일대에서 열렸지만 협소한 장소에 관광객이 몰려 행사 진행에 어려움이 많았다. 올해는 드라마 세트장의 집 한 채를 도예가 한 사람씩이 맡아 별도의 부스 없이 도자기를 전시하기로 했다. 찻사발 빚기, 장작불 지피기 같은 프로그램도 늘었다.

전국에서 가장 많은 도예인이 모여살고 있는 곳은? 도예 명인으로 인정받은 8명 가운데 3명이 살고 있는 곳은? 바로 문경이다. 그 중 유일하게 중요무형문화재로 인정받은 김정옥 선생은 문경에서 나고 자라 50여 년 동안 도자기를 만든 장인이다. 도자기 만드는 것을 천직으로 알고 살아온 그에게 좋은 흙과 나무가 있는 문경은 지상 낙원이었다. 전국에서 전통 도자기를 만드는 가마를 집단 조성하고 있는 곳은 문경뿐이다. 8대째 가업을 이어가고 있는 그는 손자에게도 도자기 만드는 일을 물려주고 싶다고 했다. 전 세계에 한국의 도자기가 알려지길 바라는 마음에 자신의 주머니를 털어 일본, 미국, 유럽을 찾아 일주일에서 열흘간 전시회를 연 덕분인지 올 전통찻사발축제에는 25개국의 해외 작가들도 함께 하게 됐다. 축제위원장을 맡고 있기도 한 김정옥 선생은 "세계에 나가보니 외국인들이 먼저 우리 것을 알아보더라. 그들은 가장 한국적인 것이 세계적인 것이라고 말한다. 우리 전통의 맥이 끊기지 않도록 하는데 전통찻사발축제는 하나의 수단이다."라고 말한다. 축제를 앞두고 한창 바쁠 때라 이야기를 나누면서도 떡반죽 하듯 쓱쓱싹싹 순식간에 찻사발을 만든다. 이 많은 것 중에서 제대로 된 작품이 나오는 것은 3% 정도라며 빚어진 사발들을 전통 가마로 가져간다.

문경의 특산물이라는 오미자술로 입맛을 돋우고 약돌을 먹고 자랐다는 삼겹살을 구워 먹고는 석탄박물관을 찾아 갔다. 연탄 모양이라는 박물관 외관은 눈에 들어오질 않고 소풍을 온 초등학생들의 긴 행렬이 먼저 눈에 띈다. 박물관은 석탄의 생성 과









1 문경새재를 넘기 위한 제1관문 주흘관
2 새재의 황톳길을 걸어오는 관광객들
3 폐선된 철도위에 제작된 철로자전거
4 문경의 하늘을 즐길 수 있는 짜릿한 행글라이더

정과 석탄산업의 변천사를 한꺼번에 알 수 있도록 설계돼 있었다. 국내 석탄박물관 중 실제 폐광터에 자리를 잡은 유일한 곳이라서인지 광업소 분위기와 갱도가 더 실감난다. 방금 캐낸 석탄을 싣고 갱도를 따라 밖으로 나오는 광부들의 모습도 연출돼 있다.

석탄박물관에 이어 문경 특유의 관광 상품이라는 철로자전거.

지난 94년 폐선된 문경-가은선 철도 위에 특수 제작한 자전거를 올려 주변의 풍광을 누릴 수 있게 했다. 탄 사람이 직접 페달을 밟아야 하기에 선두가 힘을 잃으면 꼼짝없이 교통체증에 걸린다. 최고 속도는 시속 30km. 때마침 봄나들이를 나온 동창모임 어르신들이 동심으로 돌아간 듯 손을 흔들며 발을 구르고 있다.

문경은 지난해 인구가 늘었다. 34년 만에 첫 반전이었다. 'Running문경' 이라는 캐츠프레이즈를 내 걸고 국군체육부대와 각종 기업 유치에 성공한 이래 지역의 일자리가 늘었기 때문이다. 이를 바탕으로 문경은 올 한해 화려한 과거로 돌아갈 '또 하나의 도전' 을 시작했다.

문경은 과거를 그 자체로 아끼고 지킬뿐 아니라 현재로 재해석해 새로운 부가가치를 만들어 가고 있다. 21세기 새로운 한류문화를 이끄는 영상문화복합단지이며 체험형 관광지로서, 찻사발로 상징되는 전통문화의 고장이자 한지와 유기, 자수의 예인들이 살아가는 고장으로 다시금 부활을 꿈꾸고 있다. 새롭게 밝아올 새재의 아침이 기다려진다.

34년만에 인구 늘었다!

임기가 반을 넘어섰다. 그간 문경을 위해 많은 활동을 해오셨는데 가장 기억에 남는 성과가 있다면 무엇인가?

반을 넘어선 정도가 아니라 끝나간다. 하하. 짧은 시간 동안 여러 가지 일들이 많았는데, 국군체육부대를 유치해낸 것이 가장 기억에 남는다. 송파에 있는 국군체육부대가 이전을 결정하고 난 뒤 몇몇 지자체가 이를 유치하기 위해 경합을 벌였다. 문경은 뒤늦게 이 사실을 접한 후발주자였던 터라 더 바빴고, 더 치열했다. 문경의 입지조건과 지원방향 등의 공감을 얻은 것 같아 보람이 컸다.



국군체육부대뿐만 아니라 여러 기업 유치 소식도 이어졌다.

지역경제를 살리기 위해서는 먼저 일자리를 만들어야 한다. 국군체육부대 이외에도 알루텍, 대성계전, 성신산업 등 기업을 유치해 현재 공사 중이고 STX리조트 같은 경우 이미 완공돼 운영 중이다. 서울대병원, 숭실대학교와도 협약을 체결해 연수원을 만들기로 했다.

지난해 34년 만에 인구가 늘었다고 한다. 기업 유치의 효과인가? 인구 증가가 어떤 의미가 있는 건가?

1974년 이후 처음으로 지난해 말 706명 인구가 증가했다는 결과를 받았다. 정말 기뻤다. 그런데 지역의 인구 감소는 비단 우리 지역만의 문제가 아니다. 충청이남 영호남 지역은 지난 수십 년 사이 인구가 거의 절반 이하로 줄었다. 지방에서 인구 늘리기가 얼마나 힘든 줄 아나? 단순히 통계로만 봐도 출생이 5백 명, 사망이 1천 명이다. 전출인구가 1만 명이고 전입인구가 8천5백 명이니 간단하게 따져 봐도 연간 2천 명씩 줄어든다. 보통의 방법으론 인구를 지키는 것이 거의 불가능하다. 그러다 보니 체육부대를 목숨 걸고 유치한 거다. 부대원 천 명에 가족까지 합하면 2천 명이 늘어난다. 국가대표 전지훈련지로도 활용된다 하니 지역경제에 도움이 되는 것은 말할 것도 없다. 올해부터 유치된 기업이나 기관이 본격적으로 내려온다. 문경에 오겠다고만 하면 행정적인 절차나 지원을 전폭적으로 해줘서 단시간에 빨리 오게 돕는다. 이왕 올 거면 기분 좋은 마음으로 올 수 있게 하려는 것이다.

경기가 어렵다고는 하지만 문경은 분위기가 괜찮은 것 같은데 어떤가?

사실 문경은 농업이 주된 산업이라 경기에 둔한 편이다. 작년에도 풍작이 들었고, 한우나 오미자, 사과 같은 특산물 판매 실적이 좋아졌다. 게다가 최근에는 외부에서 인력과 자본이 들어오니 시민들의 눈빛에서 할 수 있다는 자신감, 희망이 느껴진다.

올해 가장 중점을 두고 있는 일은?

그동안 각 분야에서 진행해온 사업이 제궤도에 안착할 수 있게 계속해서 지원할 생각이다. 친환경 특산물을 만들기 위한 지원에 이어 '새재의 아침'이라는 브랜드를 만들었다. 시의 인증을 받은 최상급의 농산물을 따로 판로를 만들어 준 것이다. 체육부대 유치에 이어 세계군인올림픽 유치도 준비하고 있다. 세계군인올림픽은 하계올림픽의 1/4정도 규모로 20개 종목 1만 5천 명이 모인다. 2011년 브라질에서 세 번째로 열리는데 2015년 문경에서 개최할 수 있도록 노력하고 있다. 지금은 무엇보다도 전통찻사발축제 준비로 분주하다. 특히 올해는 새재도립공원으로 자리를 옮겨 더 많은 볼거리를 갖게 됐다. 문경찻사발축제는 문경에서밖에 할 수 없는 축제다. 안동 하회탈춤축제, 보령 머드축제를 능가하는 지역축제로서 천 년의 역사와 전통을 가진 문경을 알리는 계기가 될 것이다.

글 **표초희** 나라경제 기자 사진 **이찬원** 중앙일보시사미디어 기자

국회 안팎의 '뜨거운 감자', 한국은행법 개정

한국은행법 개정을 둘러싼 찬반 공방이 국회 안팎에서 뜨겁게 달아오르고 있다. 국회 밖에서 금융위원회와 한은 간에 시작된 한은법 공방은 국회 안에서 두 기관을 관장하는 기획재정위원회와 정무위원회의 공방으로 옮겨 붙어 '대리전' 양상까지 보이고 있다.

한은법 개정 논의에 먼저 발동을 건 것은 국회 기획재정위다. 재정위는 지난 3월 말 한은법 개정과 관련해 전문가 공청회를 열어 중앙은행의 설립 목적에 '금융시장 안정'을 명기하는 문제와 이를 위해 한은에 금융기관 검사권 등의 권한을 부여하는 방안을 논의했다. 기획재정위는 "4월 임시국회 중에 한은법 개정안을 처리하자"는 데 의견을 모았다. 이에 정무위는 여야 한 목소리로 반격에 나섰다. 정무위 소속 의원들은 "재정위가 은행에 영향력을 행사하려고 그러는 것 아니냐" "한은법 개정안은 대표적 기관 이기주의 악법(惡法)"이라며 감정섞인 비판을 터뜨렸다. 정무위는 기획재정위가 추진하는 한은법 개정안에 대해 반대 입장을 정리해 국회의장과 국무총리실 등에 송부하기에 이르렀다.

한은법 개정의 논의는 미국발 세계 금융위기가 본격화되면서 고개를 들기 시작했다. 한은은 작년 8월 금융통화위에서 금리를 5%에서 5.25%로 올렸고 9월엔 동결하도록 결정했다. 주요 선진국이 잇따라 금리를 내렸던 것과는 정반대 방향으로 간 것이다. 최우선 목표를 '물가안정'에 둔 한은으로선 그런 결정을 할 수밖에 없었을지 모르지만, 시장에선 "한은이 다른 나라 중앙은행에 비해 너무 소극적이고 굼뜨다"는 비판이 쏟아졌다. 결국 한은은 다음달 뒤늦게 '경기둔화와 내수부진'을 이유로 금리를 내려 '뒷북대응'이란 질책을 받았다. "한은의 설립 목적을 좀 더 폭넓게 규정할 필요가 있다"는 지적이 늘어났고 많은 전문가들이 공감을 표시했다. 이를 계기로 10개의 한은법 개정안이 의원 입법으로 만들어져 국회에 제출됐다. 세부 내용은 조금씩 다르지만 모두 한은의 설립 목적에 '금융안정 기능'을 추가하자는 주장을 담고 있다.



윤증현 기획재정부 장관(왼쪽)이 지난 2월 한국은행을 방문해 이성태 총재와 악수하고 있다. 기획재정부 장관이 상견례를 위해 한국은행을 방문한 것은 지난 1998년 한은법 개정이후 처음이다.

현행 한은법 1조는 "효율적인 통화신용 정책의 수립과 집행을 통해 물가안정을 도모함으로써 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다"고 규정돼 있다. 정부는 1998년 한은법 개정 때 한국은행의 독립성을 보장해주는 대신 그 역할을 '물가안정'에 치중하도록 했다. '금융시장 안정'이라는 중앙은행 고유 기능과 한은의 금융회사 검사권을 떼어내 신설된 금융감독위원회와 금융감독원이 가져갔다. 지금 국회에 제출된 한은법 개정안은 한은에게 '잃어버린 권한'을 되돌려 주는 대신 금융위기가 발생했을 때 한은이 중앙은행 발권력을 동원해 적극적으로 '금융소방수' 역할을 하도록 하자는 것이다.

그러나 문제는 생각처럼 간단하지 않다. 현실적으로 한은의 권한 강화는 금융위원회 등 현 금융감독기구의 권한 축소를 의미하기 때문이다.

한은이 가장 요구하는 권한은 독자적인 금융조사권이다. 현재 한은은 연초에 세운 계획에 따라 연 1회 금감원과 금융기관에 대한 공동 검사에 나서고 있다. 그러나 검사 범위가 은행과 농·수협 신용부문으로 국한돼 있다. 증권·보험사나 상호저축은행 등 제2 금융권은 아예 들여다볼 수 없다. 이에 대해 한은은 "금융 통합이 가속화되는 금융시장의 현실과 맞지 않은 규정"이라고 지적한다. 한은은 중앙은행이 '최종 대부자(lender of last resort)' 역할을 강화하는 건 찬성하지만 그에 상응해 금융조사권 같은 견제 권한을 충분히 갖지 못할 경우 자칫 정치논리나 여론에 밀려 돈만 푸는 공장이 될 소지가 많다는 논리를 펴고 있다. 그건 금융안정이 아니라 금융파국을 재촉할 지름길이란 얘기다.

그러나 단독 검사권을 달라면 금융위원회가 결사반대하기 때문에 한은은 검사권보다 한 단계 낮은, 자금흐름 실태 등을 파악하기 위한 '단독 조사권'과 금융사에 대한 '자료제출요구권' 보장을 요구하고 있다. 그리고 검사가 됐든 조사가 됐든 은행은 물론 제2 금융권까지 자금흐름을 들여다 볼 수 있어야 위기가 닥치기 전에 미리 대비하고 경고할 수 있다고 주장한다. 한은 관계자는 "금융 경색이나 유동성 쏠림 현상이 있을 경우 조기경보를 발동할 수 있는 권한, 예금 대비 대출 비율이 너무 높을 경우 이를 조사·시정할 수 있는 권한, 필요하면 은행장 회의를 소집할 수 있는 권한 등이 한은에 주어져야 한다"고 말하고 있다.

금융위원회의 주장은 정반대다. 진동수 금융위원장은 지난달 국회 정무위에 출석해 "통합감독기구를 가진 나라에서 단독 검사기능을 중앙은행에 부여한 나라는 한 곳도 없다"며 "한은 설립목적에 금융안정 기능을 추가하기에 앞서 금융시장 안정책임 소재를 어느 기관에 귀속시킬 것인가를 먼저 논의해야 하며 현 시점에서 그런 논의는 바람직하지 않다"고 못박았다. 한은에게 금융회사에 대한 검사권(한은 표현으로 '조사권')을 부여하자면 현재의 금융기구 체계를 전면 개편해야 하기 때문에 법 하나 손질해서 해결될 문제가 아니라는 게 금융위의 주장이다. 금감원 외에 한은까지 금융사 감독권을 행사할 경우 '시어머니'가 하나 더 늘어나 시장 불만을 키우는 역효과만 나타날 것이란 점도 지적한다. 따라서 금융위 주장을 종합하면 "한은법을 개정하지 말고 현행 법 테두리 내에서 금감원과 공동검사를 활성화하거나 정보공유를 확대하는 방향이 바람직하다"는 것이다.

기획재정부는 둘 사이에 끼여 "골치 아픈 논의는 좀 미루자"는 입장이다. 경제위기 상황에 부처 간 갈등은 오히려 혼란만 가중시킬 수 있고 현행법으로도 당장 급한 조치는 가능하니 법 개정은 중장기적으로 풀어나가자는 것이다. 그러나 기본 입장은 "한은에게 단독 조사권과 자료제출권을 주는 것이 꼭 필요하냐"는 것이어서 금융위 쪽에 더 가깝다.

어찌됐든 한은법 개정 공방은 이제 논리의 문제가 아니다. 1998년 1차 한은법 개정 파동 때처럼 감정 대립과 자존심 싸움으로 번져가고 있다. 그러나 금융안정이란 통화량과 이자율 등의 수단을 통해 금융시장의 거시적 안정성을 감독하는 중앙은행, 개별 금융기관의 미시적 건전성을 감독하는 금융위원회·금융감독원, 예금보험 기능을 수행하는 예금보험공사, 금융을 포함한 거시경제 전반을 총괄하는 기획재정부 등이 유기적으로 상호 협력함으로써 달성할 수 있는 목표다. 한은법 하나 개정해서, 한은 혼자 힘만으로 얻어지는 게 아니라는 말이다.

지금 금융시장의 가장 큰 불안요인은 금융안정 시스템에 참여한 이들 공공기관들의 손발이 안 맞고 불협화음이 끊이지 않는다는 점이다. 한은 요구대로 법을 바꿔 중앙은행 권한을 강화한다 해도 이런 상황에선 금융시장 안정 효과는 제한적일 수밖에 없다. 그렇게 볼 때 한은법 개정 논의는 중장기적 관점에서 이들 기관의 책무와 권한, 상호관계를 전체적으로 재점검하고 시스템이 원활하게 작동할 수 있도록 큰 틀을 다시 설계하는 출발점이 되어야 한다. 한은은 '실지(失地) 회복'이라는 편협한 조직 이기주의를 벗어나야 하고, 기획재정부와 금융위는 한은을 '재무부 남대문 출장소' 쯤으로 생각하는 과거 타성부터 털어버려야 한다. 국회도 코미디처럼 편 갈라 싸움이나 할 때가 아니다. '사상 최악'의 금융위기가 준 기회를 살리기 위해 여야와 관련 상임위가 이마를 맞대야 할 때다.



이준
조선일보 기자로 입사해 경제과학부, 산업부, 경제부, 경제부장을 거쳐 현재 논설위원으로 있다.
junlee@chosun.com



한없이 가볍고 경쾌한 '7급 공무원' 너무나 무겁고 끈끈한 '똥파리'

최근 나란히 개봉한 '7급 공무원'과 '똥파리'는 한국영화의 다양한 스펙트럼을 잘 보여준다. 영화적 지향점에서 배우들의 연기 스타일까지 모든 면에서 극과 극이지만, 스스로가 내건 약속을 지킨 작품들이라는 점에서 두 편 모두 추천할 만하다.

신태라 감독의 '7급 공무원'은 오락 영화로서의 약속을 충실히 이행한다. 품위와 세련미까지 갖췄다고는 할 수 없겠지만, 유머의 동력이 상영시간 내내 힘차게 작동한다. 제법 흥미롭게 출발하고도 중반 이후 현저히 힘이 떨어지는 충무로 코미디가 허다한 상황에서, 끝까지 경쾌하게 달려가는 이 영화의 발놀림은 상당히 인상적이다.

국가정보원의 비밀요원인 수지(김하늘)는 자신이 하는 일을 밝힐 수 없어 애인 재준(강지환)에게 늘 거짓말로 둘러댄다. 이해할 수 없는 수지의 행적에 지친 재준은 이별을 선언하고 러시아로 유학을 떠난다. 3년 후 회계사로 신분을 위장한 채 국가정보원 해외 파트 소속 요원이 되어 돌아온 재준은 청소부로 변장하고서 범죄 용의자를 미행 하던 수지와 화장실에서 마주친다.

코믹 첩보극 '7급 공무원'의 유머는 우선 양에서 압도적이고, 그 대부분이 관객과 통한다는 점에서 흥미롭다. 인물들이 절망에 빠지는 장면에서조차 감상에 빠지지 않고 유쾌하게 마무리함으로써 시종 발랄한 기조를 유지한다.

이 영화는 에피소드들의 기본 설정이 좋아 상상력이 바닥을 드러내지 않는다. 서로 다른 시공간의 상황을 재치 있게 이어붙이는 편집으로 탄력 넘치는 유머를 만들어내는 솜씨도 좋다. 대구나 대조의 형식을 활용하는 말장난 대사들도 귀에 쏙



쏙 들어온다. 이 영화의 액션은 제법 규모가 크지만 유머만큼 훌륭하진 않다. 하지만 다양한 로케이션을 통해 변주되는 갖가지 대결 장면들은 코미디 사이사이에서 양념 같은 볼거리를 제공하면서 괜찮은 효과를 만들어낸다.

김하늘은 '동갑내기 과외하기' 와 '그녀를 믿지 마세요' 에 이어 다시금(그리고 좀 더 능란하게) 사랑스러운 코믹 연기를 선사한다. 강지환은 ('영화는 영화다' 에서보다 훨씬 더) 몸에 잘 맞는 연기를 펼치며 관객을 자신의 편으로 만든다. 캐릭터의 기둥을 확실하게 세운 류승룡의 공헌도 빼놓을 수 없다.

사실 이 영화는 그다지 치밀하지 못하다. 노박사(강신일)처럼 역할이나 비중이 어정쩡한 캐릭터가 있고, 외출 중에 침입자가 있는지 확인하기 위해 매번 문에 스카치 테이프까지 살짝 붙여두는 비밀요원이 3년간 집 대문 비밀 번호를 바꾸지 않은 것으로 되어 있는 설정처럼 설득력이 약한 대목도 종종 발견된다. 그러나 이건 전체의 리듬보다는 에피소드의 선도가, 드라마보다는 아이디어가 중요한 영화다. 적어도 코미디를 보러 왔다면, 아마도 당신은 충분히 즐길 수 있을 것이다.

양익준 감독의 데뷔작 '똥파리' 는 모든 장면에 다이너마이트가 장착되어 있다. 플롯의 높낮이를 가리지 않고 수시로 폭발하는 이 가공할 화력의 영화는 관객의 취향에 따라 격렬하게 혐오할 수는 있을지언정 여유롭게 냉소할 순 없다. 이건 뜨뜻미지근한 반응 자체가 애초부터 불가능한 작품인 것이다.



용역 깡패로 거침 없이 폭력을 휘두르며 살아가던 상훈(양익준)은 거리에서 여고생 연희(김꽃비)와 다툼을 벌인다. 자신에게 지지 않고 대들던 연희의 모습에서 호기심을 느끼게 된 상훈은 그녀와 계속 만나면서 동질감을 확인한다. 그러던 어느 날, 어린 시절 자신에게 치유될 수 없는 상처를 안겨줬던 아버지가 15년 만에 출소하면서, 연희를 통해 세상에 대한 분노를 조금씩 가라앉혀가던 상훈의 가슴은 다시금 격렬하게 끓어오르기 시작한다.

로테르담 영화제에서 최고상인 타이거상을 받은 것을 비롯, 올 초부터 세계 각지에서 들려온 갖가지 수상 소식은 이 작은 독립영화를 개봉 전부터 뜨거운 화제작으로 만들었다. 아마도 '똥파리' 는 이제까지의 한국영화 중 욕설이 가장 많이 등장하는 작품일 것이다. 거친 것은 대사뿐만이 아니다. 오프닝 시퀀스부터 난폭하기 그지 없는 장면으로 윽박지르며 시작하는 이 영화는 폭력적인 장면이 너무나 많아 이야기 곳곳에 흡사 핏덩어리가 엉겨 붙어 있는 것 같은 느낌마저 준다. 게다가 주인공 상훈은 세상에 대한 독기와 결기, 타인에 대한 악과 깡으로만 빚어진 듯한 캐릭터다.

그런 야수 같은 사내의 삶 깊숙한 곳에 자리잡은 상처가 차츰 드러나고, 옴짝달싹할 수 없는 환경 속에서 절박하게 살아가는 여자 아이와 서서히 교감하기 시작하면서, 이 영화의 그 모든 과도한 폭력은 이유를 갖게 된다. 말하자면 '똥파리' 는 폭력의 가해자와 피해자가 서로 꼬리를 물고 돌면서 번갈아 절규하는 폐곡선의 공포를 담은 영화고, 악순환의 고리를 어떻게 끊고 밖으로 나갈지 알지 못하는 사람의 비극을 다룬 작품이다.

여기서 배우 양익준은 실제 모습이 어떤지가 궁금해질 정도로 무시무시하다. 주먹은 어떻게 놀려야 하는지 잘 알지만, 마음은 어떻게 써야 하는지 모르는 캐릭터를 맡아, 놀라울 정도의 실감으로 이 영화의 심장과 얼굴을 함께 드러냈다. '삼거리 극장' 에서 단숨에 온 몸 전체로 환하게 퍼지는 미소를 보여줬던 김꽃비 역시 짐승 같은 사내의 약한 면모를 끌어내 보듬는 연기를 통해 인상적인 면모를 남겼다. 그간 많은 독립영화들에서 연기의 약점이 연출의 강점을 상쇄해버려 안타까움을 주었지만, 이 작품은 배우 출신 감독이 만든 영화답게 조연진들의 연기도 나무랄 데가 없다.

'똥파리' 는 보는 이를 온통 뒤흔들어놓고 마는 강렬한 파토스(pathos)의 영화다. 분노는 빠르고 연민은 느리다. '잊고 싶다' 와 '잊을 수 있다' 사이의 거리는 때론 까마득히 멀다. 이 영화가 해피 엔드로 구두점을 찍기 어려운 이유는 바로 그 때문이다.

이동진 영화평론가 lifeisntcool@naver.com 서울대 종교학과를 졸업하고 10여년간 조선일보에서 영화 전문기자로 활동했다. 현재 1인 미디어 '이동진닷컴' 을 운영하며 명쾌한 글쓰기와 섬세한 감성으로 다수의 독자를 확보하고 있다.

문형표



KDI 경제정보센터 소장
펜실베니아대 경제학 박사

국민연금 보험료 납부를 유예한다고?

모든 정부 정책은 항상 편익과 비용을 동시에 수반한다. 이 때 정책비용에는 예산투입 같은 가시적인 비용뿐 아니라 보이지 않는 기회비용이나 효율성 비용 등도 함께 포함된다. 따라서 새로운 정책을 도입할 때에는 반드시 이에 따른 편익과 비용을 함께 고려해야 한다. 정책 시행 시에도 이에 따른 비용이나 부작용을 최소화하도록 대비하는 것이 올바른 정책결정의 자세일 것이다.

그러나 최근 언론을 통한 정책 논의들을 지켜보면 찬성 측은 편익만을 과장하고 반대 측은 비용만을 부각시켜 의견 수렴에 실패하고 있어 유감스럽다. 학계 일각에서 경제위기 탈출 대책의 일환으로 국민연금 보험료를 1년간 납부 유예하는 방안이 제기되고 있다. 약 25조 원에 달하는 보험료 부담을 덜어주면 상당한 소비진작 효과를 가져올 것이라는 주장이다. 우리가 정책의 편익과 비용을 엄밀히 따져봐야 하는 것이 바로 이 경우다.

우리나라 민간가구의 한계소비성향은 대략 0.4정도로 추계된다. 보험료 유예로 가처분소득이 늘어나더라도 이 중 40% 정도만이 소비 증가로 이어진다는 의미이다. 지난 97년 외환위기 때에도 그랬듯이 사람들은 경제위기 상황에서 오히려 저축을 늘리는 경향이 있기에 소비진작 효과는 더욱 줄어들 것으로 보인다. 더구나 보험료 납부유예는 일반적인 세금감면과는 성격이 매우 다르다. 1년간 보험료를 안 내는 대신 은퇴 후 받게 될 연금액도 그만큼 줄어들게 된다. 즉, 이 정책은 노후대비 저축을 줄여 소비를 늘리라는 '조삼모사(朝三暮四)' 식 조치이다. 많은 사람들은 이미 주식 및 부동산 가치하락으로 자산 감소를 겪었다. 이 경우 보험료 납부를 유예해 주면 사람들은 소비를 늘리는 게 아니라 줄어든 저축을 메우는 데 사용할 가능성이 커질 것이다.

또 이 정책의 가장 큰 비용은 은퇴 후 받게 될 연금액이 줄어 노후불안이 커지게 된다는 점이다. 세계에서 유례없는 급속한 인구고령화를 겪고 있는 현실을 고려하면 이는 결코 바람직한 일이 아니다. 게다가 현행 국민연금의 수익비는 1.0을 훨씬 초과하고 있으므로, 개인 입장에서 보면 유예 받은 보험료 가치보다 감소된 연금액의 가치가 더 커 결국 실질적인 손해를 입게 된다.

이런 정책은 국민연금 사각지대의 문제를 악화시킬 우려도 있다. 그동안 정부의 지속적인 노력에도 현재 보험료를 내지 않는 납부 예외자는 계속 늘어나 5백만 명을 넘어섰다. 보험료를 납부 유예해 줄 경우 1년 후에 모든 사람들이 보험료를 다시 납부하리란 보장은 없다. 이 경우 국민연금 사각지대 확대로 사회적 비용이 발생할 뿐 아니라, 재납부 유도를 위한 행정적 비용도 상당히 증가할 수 있다.

결론적으로 보험료 유예의 편익은 예상보다 크지 않은 반면 숱한 경제적 · 행정적 비용을 수반할 수 있다. 즉, 득보다 실이 많다. 만일 정부가 국민연금의 순기능을 훼손하지 않으면서 경기 침체 탈출을 도모하려면 다른 방안을 강구하는 편이 훨씬 나을 것이다. 예를 들어 저소득계층에게 한시적으로 보험료 일부를 지원해 주는 방식을 쓴다면 국민연금 가입률 제고와 소비 확대라는 두 마리 토끼를 잡을 수도 있을 것이다. 만일 소비 진작이 최우선 과제라면 차라리 정부지출규모를 직접적으로 확대하는 편이 보다 효과적이라고 생각한다.