

전통문화유산을 활용한 대만과 한국의 문화산업

- 「국립고궁박물관」과 「국립박물관문화재단」의 문화창의 발전사업 전략*

정윤도**

Chung, Yun-do. A Comparative Study on Traditional Cultural Contents Industry between Korea and Taiwan. To be confronted by the challenge of the globalization and the turning point of the traditional cultural contents industry, Taiwan and Korea government started to advocate the policy of 'Cultural Creative Contents Industry'. This paper aims to attempt a new definition of the National Palace Museum of Taiwan and the Cultural Foundation of Nation Museum of Korea, focusing on how to rediscover the value of traditional culture. It also attempts to explain how to preserve and promote the national heritage in perspective of cultural, social and historical values. A SWOT analysis method helps to identify the internal and external factors that are favorable and unfavorable to achieve respectively the objective of the National Palace Museum of Taiwan and the Cultural Foundation of Nation Museum of Korea in cultural contents industry. It also helps to more clearly understand each other's advantages so that this paper can suggest some ways to enhance its policy as a platform for international cultural contents industry.

Key words: Cultural Contents Industry, The National Palace Museum of Taiwan, The Cultural Foundation of Nation Museum of Korea

1. 양국 문화산업에 대한 고찰의 의의

오늘날 한국과 대만도 대내외적인 자기 여건의 한계와 주위 환경의 변화를 인식해 문화산업을 국가적 정책으로 추진하고 있다.

본 논문은 '전통문화를 활용한 대만과 한국 양국 문화창의산업의 발전 전략에 있어서 중추적 역할을 담당하고 있는 대만 「국립고궁박물관國立故宮博物院」과 한국 「국립박물관문화재단國立博物館文化財團」을 사례로 비교 고찰해 본다.

대만과 한국 양국은 전통적으로 '문사철文史哲'을 중시해 온 유교적 문화 배경에서 산업화를 이룬 사회이다. 이런 양국 사회는 기존의 대립적이고 분리된 기표로 인식되어 오던 '문화'라는 정신적 가치와 '산업'이라

* This work was supported by the Academy of Korean Studies (KSPS) Grant funded by the Korean Government (MOE) (AKS-2010-CAA-2015)

** 中國文化大學 韓國語文學系 副教授

는 물질적 가치가 서로 조화하는 개념에서 ‘유산의 상징적인 무형가치’ 에서 ‘현실의 실용적인 유형가치’ 로의 전환을 통한 경제적 부가가치를 창출하기 위해서는 일련의 학습과 적응 과정을 통한 성장이 필요하다.

비록 국가와 민족이 지닌 역사 배경과 발전 과정이 제각기 다르더라도, 유사한 조건의 국가에서 성공한 정책의 참고적 가치는 크겠다. 그러므로 대만과 한국이 문화창의산업면에서도 교류하여 서로 타산지석으로 삼도록 노력해야 한다. 즉 폐단은 경계하여 같은 전철을 밟지 않도록 예방하고, 장점은 잘 활용한다면 그 성공률과 효과가 증대될 수 있다고 믿는다.

2. 양국 문화산업의 핵심가치

문화를 경제활동의 대상으로 삼아 산업화한 것이 문화산업이라고 정의한다면, 그에 기초한 각국의 문화산업에 대한 나라별 통칭은 다소 다르다. 이는 국가마다 정책적으로 추진하는 문화산업의 중점이 다소 차이가 나기 때문인데 문화산업의 명칭을 통해 양국 문화산업의 특징을 알아보자.

국가 정책적으로 문화산업을 처음 시작한 국가로 알려진 영국에서는 「창조산업creative industries」이라고 한다.¹ 이는 디자인과 창의적인 아이디어를 활용하여 상품의 새로운 가치를 창출한다는데 중심을 둔 개념이다.

한국에서는 「문화콘텐츠산업culture contents industry」이라 일컫는다.² 문화적 요소를 지닌 내용물이 미디어에 담긴 것을 통칭하여 문화콘텐츠라 하므로, 이는 지식경제시대의 한국의 핵심적 국가발전 산업인 IT산업과 연계되어, 온라인 매체만이 아니라 오프라인 영역에서 사람들이 지적 정서적으로 향유하는 모든 종류의 무형자산을 포괄한 문화 활동과 관련한 산업 발전에 중심을 둔 개념이라 하겠다. 그래서 대만에서는 한국의 문화산업을 중국어로 「文化內容產業」이라고 소개하기도 한다.³

¹영국 노동당이 1992년 설립된 문화유산부(DNH)를 1997년 7월 ‘문화미디어체육부(Department for Cultural Media and Sport)’로 변경하고, 1998년과 2001년 발표한 문화백서인 CIMD(Creative Industries Mapping Document)를 통해 ‘창조산업 creative industries’ 이란 명칭이 공식화 됨.

²2001년 문화콘텐츠진흥원을 설립하면서 ‘문화콘텐츠산업’ 이라는 명칭을 공식 사용함.

³柯亞先(2015). 3쪽

대만의 문화산업은 「문화창의산업文化創意產業 cultural and creative industries」 혹은 줄여서 「창의산업創意產業」이나 「문창산업文創產業」이라 한다.⁴ 그 명칭 속에서 이렇다 할 정책의 특징이나 개념은 아직 그리 명확하게 정의되지는 않더라도, 역시 「문화의 산업화」와 「산업의 문화화」를 통해 새로운 가치를 창조해 나가자는 개념을 바탕으로 함은 한국과 유사함이 분명하다. 그리고 대만의 「문화창의산업」의 목표 역시 「문화적 국력文化國力」과 「문화적 자본文化資本」⁵을 발전시키겠다는 점에서는 한국과 대동소이하다.

하지만 그 가운데 서로 다른 핵심가치가 있는지도 알아보려고 대만 문화부가 밝힌 부서의 성립 연혁과 시정 방침 등을 근거로 영국과 한국을 비교해 유추해 보면, 다소 다른 특징을 찾을 수 있다. 영국과 비교한다면 문화 개념에서 대만은 비교적 ‘전통 문화적 유산’의 산업화를 위한 창조를, 그리고 한국과 비교한다면 산업 개념에서 ‘기존 산업 자원의 문화콘텐츠화’를 위한 것이다. 곧 대만의 문화창의산업은 「전통문화유산을 보존하며 대만 산업발전의 활성화를 위한 상품의 새로운 가치를 창출한다」는데 크게 중점을 둔 개념이라 분석할 수 있다.

3. 대만 「국립고궁박물관」 문화창의사업의 발전 전략

이에 본장에서는 전통문화를 활용한 대만 문화산업의 발전을 주도하는 중추적 역할을 담당하는 「국립고궁박물관國立故宮博物院」(이하 ‘고궁박물관’이라 칭함)의 성공 사례를 소개해 본다.

앞서 대만 문화창의산업은 「문화적 국력」과 「문화적 자본」의 축적을 목표로 하고 있다고 보았다. 여기서는 이러한 전통 중화문화에 기반을 둔 대만의 문화창의의 핵심가치를 산업화하는 과정에서 어떻게 콘텐츠화된 상품으로 생산되어 얼마만큼의 부가가치를 창조해 내고 있는지를 중점으로 고

⁴명칭에 사용된 ‘創意’란 어휘는 넓은 의미에서는 한국어의 한자어 ‘創意’ 혹은 ‘創造’로의 해석도 무난하겠다.

⁵ http://ccp.npm.gov.tw/content/plans/plans_01.aspx , 故宮文創計劃, 計劃緣起

찰해 본다. 즉 고궁박물관을 통해 실제로 어떻게 산업체와 연계되어 얼마만큼의 상업적 가치를 창조하고 고급화시키고 있는지 그 성과를 알아본다. 또한 국립고궁박물관이 지닌 문화창의 발전 전략의 파급효과를 근거로 SWOT 분석을 해 그 장단점과 한계 및 발전 가능성을 요약 정리해 한국에 참고토록 제시해 본다.

3.1 고궁박물관 「문화창의발전처文化創意發展處」

대만 고궁박물관에서 발행한 2014년도 연보에 의거하면⁶, 관내 문화창의 발전처의 설립과 사업 추진 방향을 다음과 같이 밝히고 있다.

“고궁박물관에 소장된 문물은 문화창의 산업의 모태가 되는 것으로써, 문화창의 발전처를 통해 본 고궁박물관 브랜드 이미지의 향상과 아울러 국내 산업 발전에 있어서 유용하게 활용될 문화창의 산업을 촉진발전하기 위함이다.” 즉 문화창조산업에 이바지하는 부가가치를 창조해 내는 것이 바로 그 설립의 목적이며 역할인 것이다.

3.2 고궁박물관 문화창의 사업의 현황

국가기관인 고궁박물관의 문화창의 발전사업은 다음과 같이 현 정부의 정책적인 예산 및 법적인 근거에서 추진되고 있다.

3.2.1 법적 근거

고궁박물관은 2013년 7월 17일 정부가 발표한 「문화창의산업 발전법文化創意產業發展法」제 21조 5항의 규정에 따라 문화전담기관인 문화부가 지정한 <중앙정부사업주관기관中央目的事業主管機關>이 되었다. 그리고 동법에 의거해 2014년 6월 「국립고궁박물관소장품법國立故宮博物院藏品圖像授權及出版授權利用辦法」이 제정 공포됐다. 이러한 바는, 고궁박물관이 대만

⁶ 《行政院組織法》에 의거한 《國立故宮博物院組織法》에 따라 행정 인원은 488명, 2014년도 운영예산금액은 대만돈 23억 6천 4백여만 원(NT. 2,374,599,000, 약 한국돈 776.7억원). 《國立故宮博物院 103 年年報, National Palace Museum Annual Report 2014》, 84-92 쪽. 故宮典藏國寶文物為文化創意產業的母體, 如何藉此吸取養分, 提升故宮 品牌形象、協助國內產業活用典藏文物, 並創造文創產品的 附加價值, 是本院文創行銷工作 正落實與努力的方向。

문화정책에서 담당하는 법적 지위와 정책적 권한을 통해서 대만 정부가 전통문화에 기반을 둔 문화창의 발전 사업을 중시하고 있음을 알려주고 있다.

3.2.2 정부의 예산 지원 규모

현임 대만 총통 마잉주馬英九 정부는 2008년 대선 공약으로 「대만사랑 12개 경제건설책愛台十二建設」의 한 사업으로 문화창의산업 방면의 지원을 약속해 온 바로, 현재 실천 중에 있다.⁷ 문화창의산업과 관련한 지원사업 대상은 다음 3가지 영역이다.

- (1) 문화 창의 상품의 개발 및 문화콘텐츠사업의 촉진을 위한 지원 사업
- (2) 지식경제 산업의 발전에 있어서 보다 편리하고 신속한 정보체제로 수출 상품을 효율적으로 관측, 유통할 수 있도록 세계 제일의 무선네트워크망 구축 지원 사업
- (3) 인터넷페이스 생활환경 구축 지원 사업

이상에 의거해 실제 대만 정부에서 고궁박물관에 지원되는 2014년도 총 예산액은 NT.23억6천4백여만 원으로 그 중 큰 비중의 사업비가 문물의 부가가치 운용 및 관리 등의 문화창의 발전 사업에 소요되고 있다.

3.3 고궁박물관 문화창의사업의 내역과 성과

3.3.1 고궁박물관 문화창의사업 업무와 성과

고궁박물관에서 현재 시행하는 문화창의 발전과 관련한 주요 업무는 이하 7개 분야의 업무이며, 2014년도 사업성과는 다음과 같이 요약할 수 있다.⁸

- (1) 출판물 발행 사업의 성과:

연간 252,422 부수의 출판물 발행과 박물관 매점, 일반 서점, 인터넷 판매와 서적박람회 참가로 획득한 총 수입은 NT.120,678,638 원.

⁷ 「愛台十二建設」 중 다섯번째 사업으로 〈智慧台灣〉 사업이라 불린다. 총 284 항목에 걸쳐 실시되고 있으며, 총 사업비는 NT.3조9천9백억 원(정부 예산 70%, 기타30%)이다. 현재까지 사업 집행율은 76%이다. 문화창의산업 발전과 관련된 〈智慧台灣〉 사업의 경비는 국가발전기금에서 지원하는 NT.100억원(한국돈 3,200억여 원)이다. 위키백과, 維基百科 <http://zh.wikipedia.org/wiki/Wikipedia>:

⁸ 《國立故宮博物院 103 年年報》, 166 쪽

(2) 문물 관련 인물과 도형 사진, 문헌 자료 구축과 보존 관리의 성과:

- ① 2014년도 관내 설치된 문물 도형 촬영실, 필름 보존실 사용 신청 건은 연간 7건의 19장.
- ② 문물 도형 촬영 수량은 서화류 2171장, 문헌류가 1311장.
- ③ 문물자료 관련 서적의 판매 방면에서는 정기 간행물인《故宮文物月刊》과《故宮學術季刊》의 게재 내용 전문 검색 시스템 및 기타 관내 소장품의 도형 및 문헌 자료의 검색 시스템 관리로 국내외 호평을 누림.

(3) 문화창의 발전 사업에 활용되는 문물 도형 사진 및 문헌 자료 사용권한의 판촉 관리 성과:

- ① 출판물 사용권한을 부여받은 산업체와 안건은 11곳 52종으로, 그 권리금 수입은 NT.8, 293,534원
- ② 문물 도형 사진의 국내외 사용 건수는 374건, 그 권리금 총수입은 NT.11,360,238원
- ③ 문물 모조품, 예술기념품의 위탁 생산 업무와 관련된 협력 산업체는 136곳, 개발된 상품은 약2,552종, 그에 따른 영업액은 NT.560,608,098원이며, 상품 판매 수량은 2,613,261 건에 달함.
- ④ 고궁박물관 브랜드의 사용권한을 부여받은 산업체는 20곳으로, 권리금 수입은 NT.29, 741,174원이다. 그에 따른 판매 이익 할당 수입이 약 NT.2백만 원인 것에 미루어 협력 산업체들의 실제 영업액은 총규모 NT.519,922,903원 정도가 될 것이라 예상됨.
- ⑤ 기타 인터넷 판매 방식 및 관내 외 24곳에 위탁 판매도 실시함.

(4) 문물의 부가가치 창출을 위한 디자인 경선대회 개최 및 후속 상품화 관리의 성과:

「국보과생상품경선대회國寶衍生商品設計競選」9는 2010년부터〈표1〉와 같이 매년 다른 주제 하에 개최되어 올해로 제 5 회째이다. 2014 년도에 선정된 입상작품 중 후속 조치로 11 점의 창의 상품이 현재 이미 생산되어 시판되고 있는 바 그 높은 효율성이 발휘되고 있다.

⁹國寶衍生商品設計競賽 사이트, <http://app.npm.edu.tw/ntd>.

〈표1〉 「국보파생상품경선대회國寶衍生商品設計競選」 경선 주제 일람표

년도(회기)	경선 주제
2010(1th)	「Magic의 경전-국보100선 총동원, Magic經典—國寶—○○總動」
2011.7(2th)	「베스트100 국보 총동원, 精彩—○○. 國寶總動員」
2011.9(2.5 th)	「문예재생, 紋藝再生」
2012(3th)	「건륭황제의 예술적 품위, 乾隆皇帝的藝術品味」
2013(4th)	「고금을 넘는 우아한 기품의 재창조, 穿越古今, 再創風華」
2015(5th)	「고궁90주년 문물의 패션, 故宮九〇潮文物」

자료출처:2014년 국립고궁박물관 연보

(5) 문물 전시회 및 문화 창의 박람회의 참가 성과:

2014 년도 국내외 대표적인 전시성과는 아래의 〈표 3〉 과 같다. 특히 일본 동경 국립박물관에서 개최된 전시회에서는 중국이 노골적으로 대만을 주변화 시키기 위한 항의에도 불구하고 고궁박물관을 대표하는 문물인 옥배추翠玉白菜와 육형석肉形石 등의 원할한 전시를 위해 「國立故宮博物院」의 정식 명칭 하에 전시회가 진행되었다. 이것은 바로 「문화적 국력」으로 대만의 국력과 박물관의 위엄을 국제 무대에서 수립한 이정표라 평해진다. 그 가치는 비록 수치로 매길 수 없는 무형일지라도 그 어느 유형적 가치보다도 값진 성과로 평가될 수 있다.

(6) 문물과 문화창의 상품의 국제화를 위한 영상 광고의 사용 권한 판촉과 관리 방면의 성과:

- ① 일본 동경국립박물관 전시를 위해 일본 방송협회 NHK 에 영상광고 사용권한을 위임함.
- ② 영국 저명 방송국인 BBC 에서 제작 방송해 전 세계 48 개국에 내보내는 프로그램의 제작에 협조해, 박물관이 제작한 문물 소개 영상 및 디지털 소개 영상 자료의 사용, 그리고 촬영 허용과 관련하여 지적재산권 사용과 관련된 부가가치를 크게 거둬.

(7) 지적재산권의 보호조치 성과:

고궁박물관에서는 국가문화자산 및 지적재산권에 대한 권익을 적극적으로 보호하기 위한 조치로써 2014년11월13일 「국립고궁박물관 지적재산권보호조 설치요강國立故宮博物院智慧財產權維護小組設置要點」을 제정함과 동시에 이에 의거해 「국립고궁박물관 지적재산권 보호조國立故宮博物院智慧財產權維護小組」를 발족해 지적재산권에 대한 권익보호를 위해 노력하고 있

음.

〈표 2〉 대만 「국립고궁박물관國立故宮博物院」 문화창의산업의 SWOT 분석

<p>강점Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> • 방대한 수량과 소재의 다양성, 높은 예술성의 문물 • 전통 중화문화의 주체성과 대표성 • 중화권 인구의 다수성을 토대로 문화 대국으로서 그 주체성을 과시 • 정책적 예산 차원의 운영경비 조달 • 높은 지명도로 민간 차원의 연구 및 사업 활동 후원자금이 용이 • 정부 차원의 지적재산권에 대한 법적 인 보장 • 정부 차원의 전문 관리원 및 연구원 등의 우수한 고급 인적 지원 • 사회 전반적으로 문화에 대한 인문학 접근의 높은 소양 • 장기 누적해 온 9종 국제언어의 지원 	<p>약점Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> • 전시 공간의 부족 • 중소기업 규모의 생산업체에 편중돼 의존해 고품질의 고가품 생산이 곤란함 • 국가브랜드의 위상에 비해 부족한 창의 상품의 품질 • 관광 특산품식 혹은 기념상품 위주식의 판 매로 특정 소비자를 대상으로 한 마케팅 운영과 유통 체제 • 고정적인 문화 정체성 혹은 역사 및 예술성을 고수해 자유로운 창의력 발휘를 저해 • 관료기구의 경직된 수직 관리체제
<p>기회Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> • 남부 嘉義懸에 새로운 박물관 단지 건립과 台北 박물관의 확충으로 협소한 장소 문제를 해소할 수 있음 • 적극적인 해외 전람을 통한 세계화와 국제 교류로 지명도와 대중화를 꾀함 • 발달된 IT산업으로 문화창의 상품의 미디어화가 용이 • 기존 전문 인력을 활용해 인문학적 접근에서의 주변 무형 문화재와의 연계가 용이해, 문화체험교육 및 관광 산업을 촉진시킬 수 있음 • 양명산국립공원과 편리한 도심 시설을 충분히 이용해 문화, 쇼핑, 휴양 등 다각적이고 집합적인 종합 관광 개발 계획에 유리함 • 서구 문물, 저명 화가 등의 특별 전람회 개최 및 문화활동의 연계를 통해 국내 관람객 재방문 기회를 축성 • 발달된 IT산업을 이용한 디지털화, 콘텐츠화가 용이함. 	<p>위협Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> • 중국, 한국 등 인근 유교권 국가와의 고유문화의 유사성 • 정부 간섭에 따른 의식적인 문화 정체성 조성의 정치적 도구로 전락되기 쉬움 • 전통 궁중 문물이 갖는 높은 예술적 가치에 집착해, 민간의 대중문화가 갖는 자유롭고 실용적인 문화 창의력 발휘가 저해됨 • 국내 대중서민문화라 할 수 있는 민남인 문화,客家 문화 및 소수의 특색있는 원주민 문화창의 상품과의 경쟁 • 정식 명칭「國立故宮博物院」의 「국립」이란 어휘 사용에 있어 중국의 제재로 해외에서 받는 국격과 박물관 지위 손상 및 하락의 처우 위기

4. 한국 「국립박물관문화재단」 문화창의사업의 발전 전략

4.1 국립박물관문화재단 「문화사업부」

본고에서는 한국의 문화창의정책의 실천과 관련해 대만 「국립고궁박물관」에 상당하는 기관으로 「국립박물관문화재단國立博物館文化財團」(이하 ‘박물관문화재단’ 이라 칭함)을 사례로 소개해 본다. 2005년 아시아 최초로 박물관사업회사인 이 기관은 국립중앙박물관 내 문화상품과 공연장 및 각종 시설을 운영하며 국내는 물론, 해외에 한국 문화와 전통을 알리는 문화체육관광부 산하의 공공기관인 국립중앙박물관과 기타 국립박물관을 운영하는 특수법인으로서 ‘박물관사업회사’인 셈이다.¹⁰ 기능은 역시 한국의 전통문화가 담긴 문화 상품의 개발, 선정 및 판매를 담당하며¹¹, 한국의 문화창조 산업에 이바지하도록 부가가치 창조에 있어서 효율을 활성화하고자 하는 점이 바로 그 설립의 주요 목적이며 역할이다. 동시 이를 위해 산하에 「문화사업부」를 설치, 그 밑에 극장운영팀, 공연기획팀, 서비스운영팀, 문화상품개발팀을 두고 문화창의사업 발전에 주력하고 있다.

4.1.1 설립취지

- (1) 임무: 문화유산의 보존, 계승 및 이용 촉진과 국민의 문화 향유를 증진
- (2) 비전: 대한민국 대표 문화서비스를 구축
- (3) 핵심가치: 전통과 혁신, 문화융성의 선두, 전문성과 다양성, 살아있는 박물관 구축

4.1.2 법적근거와 사업비 운영

「박물관 및 미술관 진흥법」 제 33 조에 의거해 설립된 국립박물관문화재단이 특수법인으로 자리잡고자 하는 의도는, 역시 수입금을 국고에 충당시기보다는 법인의 발전을 위해 재투자 하거나 사용됨으로서 결국 법인자체의 이익이 아니라 사회의 공익으로 실현될 수 있는 목적을 피함에 그 의도가 있겠다. 2014 년도 사업운영 결산과 금년 2015 년도 사업운영 예산 금액은 각각 한국돈 83 억 9 천 8 백만 원과 94 억 3 천 9 백만 원으로 매년 증가추세인 점으로 미루어 기대한 효율성이 서서히 발휘되고 있다. 아래 <표 3>

¹⁰ 김준영(2010), pp205-208

¹¹ 한국 국립박물관문화재단 웹사이트, <http://www.cfnmk.or.kr>

은 이를 증명하는 최근 5 년간의 주요 사업 및 사업비 통계자료인 바, 이를 보면 특히 문화상품발전 관련의 사업비가 매년 증가되어 2012 년부터 그 비중이 전체 재단사업비의 50%를 넘었고, 금년 2015 년도에는 52%를 웃돌고 있다.

〈표3〉 국립박물관문화재단 주요 사업 및 사업비규모 (단위:백만 원/won)

구분	2010년결산	2011년결산	2012년결산	2013년결산	2014년결산	2015년예산
공연사업	2,338	2,367	2,231	2,391	2,066	2,341
문화상품사업	3,639	4,116	4,560	4,329	4,242	4,936
식음료사업	2,097	2,192	1,811	1,720	2,090	2,162

자료출처: 국립박물관문화재단 <http://www.cfnmk.or.kr/design>

4.2 국립박물관재단 문화발전사업의 현황

4.2.1 전략 목표 및 발전 추진과제

- (1) 공연사업의 정체성 제고: 극장 ‘용龍’ 10주년 특별기획공연 추진, 대관공연의 품질 개선, 무대시설 개보수 및 장비 개선
- (2) 문화상품 브랜드 구축 및 보급 확대: 문화상품 브랜드 구축, 문화상품 관리체계 개선, 문화상품 보급 확대
- (3) 서비스 품질 향상 및 고객 만족도 제고: 매장별 특성화 및 품질 강화, 사업 통합 마케팅을 통한 서비스 제공, 직원 교육을 통한 서비스 제공, 직원 교육을 통한 서비스 역량 강화, 시설 개선을 통한 고객 만족도 제고
- (4) 효율적인 조직운영 및 기관 공공성 증진: 조직의 효율성 증대, 인력의 전문성 강화, 공공기관으로서의 사회적 책임강화

4.2.2 주력 사업 및 업무

박물관문화재단에서 현재 시행하는 문화창의 발전과 관련한 주요 업무는 재단 「문화사업부」에서 관장하며 그 주력 업무는 다음과 같다.

(1) 문화예술진흥사업:

- ① 문화공연사업을 위주로 박물관 전시와 연계한 공연을 선보임

- ② 국내 우수 뮤지컬 발굴을 통해 창작뮤지컬을 발전시킴
 - ③ 가족 및 청소년을 위한 다양한 문화예술프로그램을 개발
- (2) 창조적 문화상품 개발과 보급 사업:
- ① 박물관 문화자산을 활용한 독창적 문화상품을 개발
 - ② 다양한 유통경로 개발을 통해 한국 문화상품을 보급

〈표4〉 국립박물관문화재단國立博物館文化財團 문화창의산업의 SWOT분석

<p>강점Strength</p> <ul style="list-style-type: none"> • 자체적 예산차원의 사업운영경비의 유연성 있는 운영 체제 • 공익 사업체로서 민간 차원의 연구 및 사업 활동 후원 자금이 용이 • 전시 및 공연 공간이 충족 • 사회 전반적으로 문화에 대해 살아 있는 박물관으로의 접근 • 외국인뿐만이 아니라 국내 소비자를 대상으로 한 마케팅 운영과 유통 체제 	<p>약점Weakness</p> <ul style="list-style-type: none"> • 정부 차원의 지적재산권에 대한 법적 인 보장 부족 • 국가브랜드의 위상에 비해 부족한 예산 지원 • 자체 전문 관리원 및 연구원 등의 우수한 고급 인력 배양 지원이 부족
<p>기회Opportunity</p> <ul style="list-style-type: none"> • 적극적인 해외 전람을 통한 세계화와 국제 교류로 지명도와 대중화를 꾀함 • 누적된 무형문화재 인력과 공연 예술 연력과의 연계가 용이해, 전통문화공연, 문화체험교육 및 관광 산업을 촉진시킬 수 있음 • 재단 관리 소속 전국 각지 국립박물관과의 연계를 통해 지역 민간 문물이 갖는 자유롭고 실용적인 대중문화로의 발전. • 서구 문물이나 저명 화가 등의 특별 전람회 개최 및 문화활동의 연계를 통해 국내 관람객 재방문 기회를 촉진 • 발달된 IT산업을 이용한 디지털화 및 콘텐츠화가 용이함. 	<p>위협Threat</p> <ul style="list-style-type: none"> • 중국, 대만 등 인근 유교권 국가와의 고유문화의 유사성 • 지역 문화 간의 유사성 • 현존 K-pop 한류와 전통문화와의 괴리성 극복 • 전통무형문화 전수자의 부족 • 지방 문화무형유산의 특화와 선진화 부족 • 문화유산에 대한 무형가치 의식이 현실의 실용적인 유형가치로의 전환이 부족함 • 창의 상품의 관광기념품 수준에서 고급 면세품으로 품질 개선이 부족 • 한류 문화의 산업화에 뒤떨어지는 전통문화의 산업화

5. 결론

5.1 양국의 문화창의사업에 대한 종합지평

그렇다면 이상을 바탕으로 문화 창의를 어떻게 할 것인가 하는 실행을 위한 구체적 전략이 있어야 하며, 그 전략에 따른 성과로서의 평가도 뒤따라야 하겠다.

5.2 양국 문화창의 발전사업에 대한 종합지평

대만의 「국립고궁박물관」 혹은 한국의 「국립박물관문화재단」이 중추가 되어 추진하는 양국의 문화 창의발전사업은 공통적으로 「문화적 국력」과 「문화적 자본」을 기르기 위해 새로운 과학기술의 힘을 빌려 국가 브랜드 수준의 고급 상품을 개발하겠다는 의도는 같다고 하겠다.¹² 그 공통적 문화창의 발전사업 계획을 정리하면 다음과 같다.

- (1) 첨단기술을 이용해 소장품의 자료의 디지털화로 아직 충분히 발휘하지 못한 부가가치적 산업 영역의 발전을 촉진함.
- (2) 기존 산업의 진부한 디자인 설계 능력을 보조 지원함.
- (3) 문화상품의 콘텐츠화를 통해 창의상품의 판촉과 유통 과정이 국제무역에서 원활하고 유리하도록 적극 지원함.
- (4) 창의 상품의 전람, 전시의 지원을 통해 대중화를 꾀하여 수요를 자극시키며, 민중으로 하여금 널리 체험시켜 예술이 생활 속에 융합되어 그 창조력을 드높일 수 있게 유도함.
- (5) 디자인설계, 생산, 판촉, 홍보 등 측면의 인재 배양에 있어서 첨단기술흡수 및 계승과 교류를 통해 글로벌 지식경제시대의 인재를 배양함.

바로 양국 모두 이상의 사업들을 주도로 문화콘텐츠화를 통한 박물관 문물을 활용한 전통문화창의 상품의 부가가치를 구현시키고 있는 것이다.

특히 대만의 문화산업은 유구하고 다양하며 풍부한 전통문화가 남긴 풍

¹²國寶衍生商品設計競賽사이트, <http://app.npm.edu.tw/ntd>.

부한 박물관 문물 유산을 토대로 발전하려는 의도가 강함이 한국과 다른 점이다. 그리고 현재 국가와 사회가 대내외적으로 당면한 경제적위기를 타파해 나가려는 국가 정책적인 핵심사업인 동시 오늘날 대만의 가장 큰 과제 중 하나인 양안문제와 관련해 대만은 「문화적 국력 배양」과 「문화적 자본 축적」을 통해 흔들리는 정체성을 치유하여 국가의 생존과 발전을 도모하겠다는 정치적 목적도 큰 비중을 차지한다. 대만의 이런 정책적인 문화산업은 자연스럽게 민족과 국가의 주체성을 발양하는 특질을 배제할 수 없다는 점이 우려된다. 그러나 반면 비록 대만은 문화창의 정책을 전담하는 문화부의 출범이 한국에 비해 늦어지기는 했지만 그 저력적인 면에서는 전혀 뒤쳐질 것이 없다고 생각된다.

바로 이 점을 한국은 유의하여 한국과 대만이 줄곧 국가발전과정에서 경쟁자이자 협력자였던 점을 상기시켜, 장래 문화산업에서도 상호 협력을 통해 양국의 경쟁력을 높이며 성장해야 한다고 여긴다. 이는 유사한 아시아 문화권에서의 경쟁자가 되기보다는 상호 협력을 통해 동아시아 문화 권을 형성하는 최적의 반력자로 성장해야 하겠다.

이를 위해서는 이상에서 소개한 바와 같이 대만 고궁박물관이 갖고 있는 방대한 수량과 소재의 다양성, 높은 예술성의 문물을 한국은 교류를 통해 공유하며, 대만의 정책적 예산차원의 운영경비 조달, 정부차원 지적재산권에 대한 법적인 보장과 지원도 한국으로 하여금 참조토록 건의해 본다.

반면 대만은 한국 국립박물관문화재단이 갖는 특수법인으로의 유연성 있는 관리체제를 참조토록 건의해 본다. 즉 국가기관이 갖는 관료기구의 경직된 수직 관리체제에서 벗어나며, 고정적인 문화정체성이나 역사 및 예술성에 속박받지 않는 자유로운 창의력 사업을 통해 사업 이윤이 국고가 아닌 재단 사업비로 환원되며 재투자될 수 있겠다. 동시 사회와 민중에 기여하는 공익기관으로서 대중 문화 실생활에 기여하고 성장하는 살아있는 박물관 역할을 도모하고자 하는 점을 고찰해 보도록 건의해 본다.

5.3 맺음말

이상 건의의 의도는 바로 오늘날의 사회는 지식경제의 발달로 인하여 국가와 민족을 초월해 문화를 공유하는 시대이므로 문화산업에 있어서도 대만과 한국은 협력관계를 통해 양국이 같이 발전할 수 있는 전략이 필요함을 강조해 보고자 하는 것이다.

이는 문화의 개념을 논함에 있어 서양의 레이먼드 윌리엄스(Raymond Williams 1983)는 예술과 예술적 활동으로서의 문화, 삶의 방식으로서의 문화, 과정과 발전으로서의 문화를 구분하여 문화를 정의하고 있다. 또한 중국의 량수밍梁漱溟은 저서《中國文化要義》에서 “문화는 인류의 모든 생활이며, 문화는 그 누가 창조했느냐 보다는 우리의 생활에 얼마만큼 유용하느냐가 중요하다”며, 그래서 “좋은 문화는 금지해도 흠쳐서라도 학습해 전승되어 나갈 것이고 유용하지 못한 문화는 쓰라고 권유해도 도태될 것이다.”라고 했다. 이런 점을 우리는 잊어서는 아니되겠다.

문화를 연구함에 있어서 동서양을 대표하는 두 사람의 견해처럼 동서양을 막론하고 문화는 우리의 삶의 생존과 발전에 깊이 관계되는 중요한 것이다. 그러므로 한국이 대만의 문화산업이 지닌 저력 있는 인문정신을 바탕으로 한 문화개념을 참고로 삼아 그 발전 전략에서도 인성人性을 중시하는 인문정신과 융합한 일상생활에 유용하고 유익한 상품을 개발한다면 그 산업 가치는 따라 높아질 것이다. 즉 현실 이익 도모적인 단기 정책으로써 현실에 직접 실용적인 기여를 하는데 그치지 않고 장래의 행복한 인류의 삶을 내다보는 인문학적 접근이 그 중심축을 형성하고 있는 문화 사업이 돼야 할 것이다. 바로 이런 문화산업의 개념을 양국이 서로 공유하며 실천해 나간다면 영구히 발전할 수 있을 것이라 믿어마지 않는다.

참고문헌

- 김준영(2010), 박물관사업회사의 설립과 운영에 대한 고찰: 국립박물관재단의 사례를 중심으로, 박물관학보, 205-219쪽, 한국박물관학회
- 李仁芳(2011), 2011台灣文化創意產業發展年報,台北, 政院文化建設委員會,12, 17,21쪽
- 柯亞先(2015), 探索文創企業之經營策略-以力馬生活工坊例房爲, 第一屆全球創意產業研討會(2015.4.18.-19), 台北
- 梁수밍梁漱溟(1949), 《中國文化要義》, 台北, 1988, 五南圖書出版公司
- 文建會(2009), 創意台灣 —文化創意產業發展方案行動計畫, 98-102쪽, 98-102年(核定本)
- 《國立故宮博物院103,102年年報, National Palace Museum Annual Report 2014》, 台北, 2015.3
- 國立故宮博物院, <http://www.npm.gov.tw/zh-TW/Article.aspx>
- 國立故宮博物院/博物館行政/公開資訊」
http://ccp.npm.gov.tw/content/plans/plans_01.aspx
- 國立故宮博物院/認識故宮/年報」 <http://www.npm.gov.tw/zh-TW/Article.asp>
- 국립박물관문화재단 웹사이트 <http://www.cfnmk.or.kr/design/index.asp>

