국제교류는 우리문화의 생존, 우리의 삶과 직결

우리나라 문화예술교류 활성화와 해외문화원의 역할

정 갑 영 | 한국문화정책개발원 연구위원

국제문화교류 활성화를 위한 해외문화원의 역할

21세기가 문화의 세기임은 이제 더 이상 거론하지 않아도 될 만큼 잘 알려져 있다. 그리고 이러한 변화의 과정에서 문화를 중심으로 국가간 경쟁이 더욱 심화된다는 주장 역시 전혀 낯설지 않다. 문화에 대한 소박하고 원칙적인 생각을 하던 시절 국제사회에서 문화예술의 교류는 서로에게 자신을 알려서 이해의 정도를 높이고 그것이 세계적인 차원에서 문화의 발전을 가져오고 동시에 국제평화에 기여할 것이라는 목표와 믿음을 가지고 있었다.

그러나 오늘날 국가간 문화교류가 갖는 의미는 이러한 원론적 차원을 넘어서 있다. 다시 말해서 매체가 발달하고 심화되는 세계화 시대에는 문화와 예술을 그 자체의 영역에 제한하지 않으며 또 원하든 원하지 않든 문화간 경쟁을 피하기 어렵게 하고 있다. 특히 세계화의 심화 경향은 그 옳고 그른 가치판단의 문제를 넘어 힘과 영향력을 갖지 못한 수많은 국가와 민족의 고유하고 가치있는 문화와 예술들을 이 땅위에서 사라지게 하고 있다. 그러므로 우리는 그 어느 때보다도 활발한 국제교류의 장을 갖고 있는 오늘의 세계에서 개별문화들의 존재가 위협당하고 있는 현실에 주목하여야 한다. 문화의 세기, 세계화 시대에 문화와 예술을 중심으로 한 국제교류는 우리문화의 생존, 우리의 삶과 관련된 문제이다.

국제문화예술 교류가 이러한 의미와 중요성을 갖는 것으로 이해한다면 제도적인 차원에서 현황과 문제점을 알아보는 것은 국가차원의 효과적인 정책의 기획과 수행을 위해서뿐만이 아니라 문화의 세기에 우리문화의 생존과 발전을 위해서도 매우 필요하다. 우리나라 해외문화원은 이러한 맥락에서 그 의미와 역할이 아무리 강조되어도 지나치지 않다. 물론 문화와 예술교류가 정부 중심의 공공영역에서만 이루어지는 것은 아니다. 오히려 민간영역에서 이루어지는 교류는 훨씬 더 폭넓고 다양하게 전개되고 있다고도 할 수 있으며 국가가 이러한 국제문화교류에 얼마나 효과적으로 개입할 수 있느냐의 문제가 제기될 수 있는 것도 사실이다. 그럼에도 불구하고 우리나라뿐만 아니라 국제문화교류를 효과적으로 전개하고 있는 세계 여러

문화원 중심으로 국제문화교류를 활발히 수행하고 있는 나라로 영국 독일 프랑스 그리고 일본 등을 들 수 있다. 영국의 경우 전 세계에 걸쳐 254개의 해외문화원을 갖고 있으며 프랑스는 이보다 많아 370개, 독일은 127개, 그리고 뒤늦게 시작한 일본의 경우도 29개나 갖고 있다. 우리보다 경제에 뒤진다는 중국만 해도 해외 90여개 처에 286명의 문화관을 파견하고 있다.

나라들의 경우, 직·간접으로 공공영역이 개입하고 있음은 잘 알려진 사실이며 또 실제적으로 거두고 있는 성과 역시 만만치 않음도 잘 알려져 있다. 따라서 이 글에서는 우리나라 해외문화원이 문화의 세기 도래에 따른 국제문화교류 활성화를 위해 어떤 역할과 과제를 안고 있는지 살펴보고자 한다.

우리나라 해외문화원 활동현황과 과제

우리나라 해외문화원은 1979년 5월 문화공보부 소속으로 시작되었으며 1989년 12월 31일까지 지속되었다. 그리고 1990년 1월 공보처가 신설되면서 그 업무가 이관되었다. 공보처 소관으로 있던 해외문화원의 업무는 다시 1994년 네 곳의 문화원(프랑스 파리, 일본 동경, 미국 로스앤젤레스와 뉴욕)이 문화체육부로 이관되면서 지금까지 지속되고 있다. 그러나 1998년 3월 1일 문화체육부가 문화관광부로 명칭이 변경되면서 해외문화원도 해외문화홍보원으로 바뀌었으며 1999년 5월 직제 개정에 의하여 해외문화홍보원에서 문화홍보원으로 변경되었다.

이렇게 길지 않은 역사에서 그 소속이나 명칭이 자주 바뀌는 것은 결국 해외문화교류 사업이 문화예술교류 측면에서 수행되느냐 아니면 국가의 홍보차원에서 수행되느냐에 따라 다르게 전개된 것이라고 하겠다. 우리를 알리는 공보업무는 사실 과거 우리의 존재가 워낙 국제사회에 알려지지 않았으며 정치적 상황에 대한 해외로부터의 비판이 존재하고 있었던 시절에 특히 강조되었다. 그래서 알린다는 것의 내용이 역사, 문화, 그리고 예술과 같은 우리의 존재에 대한 깊은 이해를 도울 수 있는 것이 아니라 정치와 경제를 중심으로 우리의 장점을 알리려 한 경우가 많았다. 그러나 국제교류에 있어 문화적 접근은 이러한 순수한 문화예술의 교류를 통해 상호이해의 증진과 문화발전을 목표로 하는 만큼 선전의 효과를 강조하는 공보적 접근과는 다른 것이다. 다시 말해서 경제성장이나 민주주의의 달성과 같은 국가적 업적을 자랑하는 것이 아니라 문화와 예술을 통해 그 나라의 역사와 생각하고 살아가는 방법을 보여주고 이해를 구하고 자신을 알리는 것이다. 물론 오늘날 이러한 문화교류를 성공적으로 수행해온 몇몇 나라들의 경우 자국의 언어전파 노력에서 보듯이 그 시작이 반드시 순수 문화교류 목적에서만 연유한 것은 아니었다.

이러한 우리나라 해외문화원의 역할은 일단 국제문화교류의 증진을 목표로 하되 역사문화강좌, 한국어 교실 등을 운영하고 영화상영, 문화예술품 전시, 자료실을 통한 한국관련 정보제공은 물론 국제 문화정보 국내 보급확산, 나아가 문화관광을 위한 해외세일즈 지원까지 다양한 영역에 걸쳐있다. 현재 미국 로스앤젤레

스와 뉴욕, 프랑스 파리, 그리고 일본 동경 등 네 곳에 설치된 한국문화원은 네 곳의 국고지원액이 총 46억 정도이며 건물은 임차형식(동경, 뉴욕)이거나 국유재산(로스앤젤레스, 파리) 형식을 띄고 있다. 규모는 200평 내외이며 로스앤젤레스만 549평으로 타 문화원에 비해 넓은 편이다. 네 곳 모두 영사실, 전시실, 도서실, 영상자료실 등이 마련되어 있다. 인력은 2, 3급에 해당하는 원장과 4, 5급 직원 1명씩 2명의 주재관이 문화관광부에서 파견되어 있으며 7, 8명 내외의 고용원을 채용하여 운영하고 있다. 고용원의 50% 이상은 현지 채용인력인 것이 특징이라고 할 수 있겠다.

해외문화원을 국제문화교류 차원에서 보아 외국의 해외문화원 사업과 비교해 볼 때 재정, 인력, 시설 등 모든 면에서 대단히 열악한 것이 사실이다. 그러나 또한 중요한 문제는 어떤 대상을 상대로 어떤 의미 있는 프로그램을 제공하는가 하는 것이다. 다시 말해서 현지인 및 현지의 우리 교민들에게 우리 문화를 알리고 그곳의 문화를 우리에게 전달하고 소개하는 역할을 충실히 하고 있는지에 대한 것이다.

그러나 여러 어려운 여건 하에서도 많은 노력을 하고 있는 것은 사실이나, 현지 문화예술계와 활발한 문화교류를 위한 역할을 충실히 하고 있다고 보기도 어렵고 우리 교민들에게 우리 문화정체성을 유지시키려는 노력에 충실하다고 보기도 어렵다. 물론 외형적인 교류사업 건수만 보면 적지 않은 노력을 기울였음을 알 수 있다. 동경문화원만 해도 2000년 한 해 동안 43건의 문화교류 사업을 시행했으니 위의 예산과 인력으로 보면 적지 않은 성과라고 할 수 있다. 그러나 그 사업 하나하나가 얼마나 해외문화교류에 성과를 가지고 왔는지는 별개의 문제이다. 왜냐하면 현지외국인들을 위한 양질의 서비스 제공이 부족하고 또 현지교포를 위해 우리의 문화예술을 알리는 작업 역시 충분하지 않다고 계속 지적되어 왔기 때문이다.

문화의 시대에 전 세계에 걸쳐 겨우 네 곳의 해외문화원을 갖고 있는 한국을 오랜 기간 동안 해외문화원 활동을 해온 국가들의 경우와 비교하는 것은 다소 무리가 있을 수 있으나 우리의 현실을 진단하고 개선방안을 마련하는 데 많은 도움을 줄 수 있는 만큼 외국의 경우를 간단히 알아보자.

외국의 문화원 운영사례

문화원 중심으로 국제문화교류를 활발히 수행하고 있는 나라는, 영국 독일 프랑스 그리고 일본 등을 들 수 있다. 영국의 경우 전 세계에 걸쳐 254개의 해외문화원을 갖고 있으며 프랑스는 이보다 많아 370개, 독일은 127개, 그리고 뒤늦게 시작한 일본의 경우도 29개나 갖고 있다. 우리보다 경제에 뒤진다는 중국만 해도 해외 90여 개처에 286명의 문화관을 파견하여 자국의 문화와 언어 보급에 전력을 기울이고 있는 형편이다. 또한 해외문화원 운영과 사업을 위하여 영국은 8,229억, 프랑스는 1조 8,000억, 독일 2,297억 등의 예산을 쓰고 있으며, 직원 수는 독일이 약 3,400명, 프랑스가 약 3만명, 그리고 가까운 일본도 271명이나 된다. 각 기관의 조직은 그 성격이 외무부 소속인 경우도 있으며 독일문화원처럼 독립법인 형태를 띤 경우도 있다. 물론 정부조직과의 관련성에서 보면 대부분 외무부 업무의 연장선상에서 파악되고 있다. 즉 이들 나라에서의 해외문화원 사업은 문화외교의 차원에서 이루어지는 것

문화의 시대를 맞아 해외문화원 활동을 보다 활발히 전개하는 것은 더 이상 우리를 세계에 알리는 정도의 홍보차원이 아니라 각축을 벌이는 세계 속의 여러 문화들의 경쟁과정에서 우리 문화의 정체성을 확보하고 이를 바탕으로 경쟁에서 살아남으려는 생존의 차원으로 인식되어야 한다. 이제 국제교류는 우리문화의 생존, 우리의 삶과 관련된 문제이다.

으로 보여진다. 비록 외무부와의 관련성 속에서 해외문화원이 활동한다 해도 이미 오랜 기간 동안 문화와 예술 중심의 활동을 해온 역사와 경험의 바탕에서 전개되고 있다.

보다 구체적으로 우리나라에서 활동하고 있는 외국문화원의 사례를 보면 법적으로 일본 대사관 부속기관의 성격을 갖고 있는 일본문화원은 외무성 직원인 외교관 약 8명과 현지직원 18명 정도를 운영요원으로 하고 있으며 약 6백평의 건물을 임대하여 사용하고 있다. 경상운영비로 연간 5천만엔, 즉 우리 돈으로 5억 정도를 지출하고 사업비는 국제교류기금 *Japan Foundation* 예산을 사용한다. 또 서울주재 일본기업으로부터 연간 약 7천만엔, 우리 돈으로 7억 정도의 지원을 받는다고 한다. 주요 행사는 연간 약 50건 정도를(이 가운데 문화원내 행사 50%) 개최하고 있다. 그러나 일본문화원의 경우, 문화원 업무를 공무원들이 담당하여 직원들의 사기가 저하되고 있다는 주장도 있다.

오랜 사간동 시절을 마감하고 봉래동으로 장소를 옮긴 프랑스문화원의 경우 법적으로는 일본과 마찬가지로 대사관 부속기관의 성격을 띠고 있으며 15명의 프랑스인 직원과 35명 정도의 현지직원으로 운영되고 있다. 프랑스문화원의 사업비예산은 AFAA라고 불리우는 프랑스문화교류위원회 예산에서 지원 받는다. 일본과 달리 현지 프랑스 기업의 지원을 특별히 받고 있지 않은 프랑스문화원은 약 60~70건의 연간 행사를 치러 내고 있다.

독일문화원은 법적으로 비영리법인의 성격이며 따라서 민간인 신분의 독일인 직원 6명과 28명 정도의 현지직원으로 구성되어 있다. 지상 5층에 연건평 1천평 이상 면적의 건물을 소유하고 있는 독일문화원은 우리 돈으로 연간 약 15억 정도의 예산을 독일 외무성에서 지원받고 있으며 사업비는 뮌헨의 독일문화원 본부에서 별도로 지원 받는다. 주한 독일문화원은 가능하면 예산지원이 아닌 인력지원, 스폰서지원, 그리고 협찬지원 등을 위주로 사업을 해나가고 있다. 흥미있는 것은 독일항공사인 루프트한자로부터 항공권 중심의 지원이 이루어지고 있다는 것이다. 연간 주요행사 약 30건 정도로 일본이나 프랑스보다는 적은 편이다.

이들 주한 외국문화원들의 주요 사업 가운데 첫번째는 일단 자국 언어의 보급이며, 또 자국과 우리나라 문화예술교류를 원칙으로 하여 활동하고 있는 것으로 보인다. 이들은 일단 우리나라 사람들과 기관을 상대로 하여 문화교류사업을 하고 있으며 우리나라에 살고 있는 자국민들의 문화정체성 유지를 위한 사업은 하고 있지 않다. 무엇보다도 주한 외국문화원들은 접근성이 매우 좋은 곳에 위치해 있다는 점이 주목할 만하다. 이들처럼 세계적으로 해외문화

원 활동을 활발히 전개하고 있는 국가들에 있어 공통으로 나타나고 있는 현상은 일단은 예산, 시설, 그리고 인력 등에 있어서 우리보다 상대적으로 좋은 여건을 갖춘 것으로 보여지며 이러한 점은 향후 우리가 해외문화원 활동을 하는데 참고해야 할 것이다.

우리나라 해외문화원 활성화를 위하여

물론 외국의 경우와 우리를 단순비교할 수는 없다. 왜냐하면 우선 한국어에 대한 수요가 그렇게 많은 것이 아니며, 우리문화에 대한 관심이 우리가 이들 나라에 대해 갖는 것과 다르며 제반 여건 또한 크게 다르기 때문이다. 그럼에도 불구하고 국제문화교류를 활발히 진행하고 있는 나라들의 사례에 비추어 현재 운영되고 있는 네 곳 해외문화원의 조직, 인력, 프로그램, 그리고 사업과 활동의 효과분석을 통해 보다 개선된 운영방안을 마련하여야 할 것이다. 그런 점에서 다음의 몇 가지 사항을 지적할 수 있다.

첫째, 우선 우리나라 해외문화원은 국제 문화교류의 중심 역할을 수행하여야 한다. 따라서 홍보를 목적으로 하는 사업이 있다면 과감히 문화교류 중심으로 전환시켜야 한다. 또한 향후 해외문화원은 지속적으로 확충되어야 한다. 이런 맥락에서 향후 문화원을 확충할 경우 우리문화 전파와 교류의 효과를 극대화할 수 있는 지역이 우선적으로 선정되어야 한다. 이런 점에서 우리보다 경제력이 다소 뒤떨어지고 우리에 대하여 보다 알고 싶어하는 동남아시아 지역이나 향후 유럽의 중심지로 떠오를 베를린 같은 곳은 반드시 문화원이 설치되어야 한다. 이러한 문화교류 활동을 세계적 차원으로 확장시키는 일은 결국 그 주도권을 외교업무를 담당하는 부서가 행사하느냐 아니면 문화를 담당하는 부서가 행사하느냐의 문제로 연결된다. 현재 여러 나라에서 국제문화교류는 외교 업무 담당부서가 주도하고 있으나 우리의 경우는 그럴 경우에 문화예술교류 업무 경험부족이 결정적인 장애물이 되는 만큼 기존의 문화원 업무를 담당해왔던 문화부가 중심이 되는 것이 보다 타당하다고 판단된다.

둘째, 지역에 따라 해외문화원 사업은 문화원별로 그 중점을 달리해야 할 필요가 있다. 예를 들어 교민들에 대한 문화정체성 유지와 관련된 사업이 중요한 곳이 있는가 하면, 우리 전통문화를 중심으로 교류를 해야 할 곳이 있을 것이며, 영화 등 대중문화가 더 강조되어야 할 곳도 있을 것이다. 각 지역의 특성과 수요를 정확히 파악하여 그에 합당한 방향과 과제가 도출되어야 한다.

셋째, 해외문화원 활동 전문인을 양성하는 것은 시급한 과제이다. 즉 해외문화원에 근무하는 인력의 순환보직제의 개선은 물론 해외문화교류 활동을 위한 전문성을 갖추도록 교육과정을 심화시키는 작업이 필요하다. 이런 의미에서 최소한 원장의 경우에는 국제문화예술교류 관련 전문인을 일정기간 계약을 통해 영입하는 것도 한 방법이 될 것이며 직원들의 경우에도 파견 전에 일정기간 동안 현지 사정은 물론 국제문화교류 활동에 대한 전문성을 배양할 수 있는 교육과정이 반드시 필요하다. 이와 관련하여 문예진흥원이나 문화부 산하기관 등에서 국제문화교류 활동의 경험이 있는 직원을 파견하여 활용하는 것도 좋을 것이다. 어차피 해외문화원의 인력이 부족한 형편인 만큼 여러모로 많은 도움이 될이다.

넷째, 해외문화원 활동에서 무엇보다 중요한 것은 프로그램 공급에 관한 것이다. 물론 이 문제는 지원의 정도나 인력의 전문성과 같은 문제와 무관한 것이 아니다. 그럼에도 불구하고 해외문화원 활동의 개선을 위한 요구의 대부분이 프로그램과 관련이 있는 것이고 보면 이 부분의 개선은 시급하다. 이와 관련하여 현재의 여건에서 국내에서 해외문화원 활동을 위한 프로그램 공급의 기능이 충분하지 못한 점이 지적될 수 있다. 사실 예술국의 문화교류과 한 곳에서 해외문화원에 관련한 업무를 담당하고 있는 현실을 감안할 때 이것은 당연한 결과라고 할 수 있다. 따라서 해외문화원 활동의 활성화를 위해서 중·장기적으로는 해외문화원 담당 부서를 두어야 할 것이며, 단기적으로는 현재 문화부 문화교류과가 중심이 되어 관련 업무를 하는 산하기관과 함께 프로그램 공급업무를 담당하도록 하는 것도 생각해 볼 수 있다. 그런 점에서 문화예술인들 및 현장과 교감능력이 뛰어난 문예진흥원에 일정부분 역할(프로그램의 기획 및 공급, 나아가 해외문화원 현지에 직원파견 등)을 부여할 수 있을 것이다. 해외문화원의 문화교류 업무지원을 맡은 팀은 문화부와 그 산하기관은 물론 지방자치단체와 그 산하단체를 비롯하여 동원 가능한 문화자원을 파악하고 평가하여 해외문화원이 필요로 하는 프로그램의 기획 및 공급을 담당할 수 있을 것이다. 여기에 덧붙여 관광홍보와 같은 기능을 함께 운용하는 것도 필요하다. 그럴 경우 관광공사나 민간 관광관련 기관 등에서 협조가 필요하다는 것은 두말할 필요가 없다.

다섯째, 홍보기획 관련 전문인력을 활용하여 해외문화원의 존재와 활동에 대하여 주재국에 널리 알려야 한다. 이를 위해서는 이런 문제를 포함해서 현지인력의 부족은 기업의 자원봉사인력을 활용할 수 있을 것이다. 오늘날 여러 기업들에서 자원봉사를 장려하고 있는 만큼 문화원의 노력에 따라서 이러한 인력의 활용은 충분히 가능하다. 기업들의 인력지원과 더불어 해외문화원의 문화예술교류 사업을 지원하도록 하는 방안을 마련하는 것도 대단히 중요하다. 일본이나 독일의 경우 이러한 현지 진출 자국 기업의 지원을 충분히 활용하고 있음은 이미 언급한 바 있다. 또 인터넷과 같은 매체의 효율적 활용도 매우 필요하다. 현재 네 곳의 해외문화원 모두 인터넷 홈페이지를 갖고 있으나 자료의 제공 등에 있어 만족스럽지 못한 형편이다. 인터넷의 효과적인 활용만으로도 큰 효과를 거둘 수 있는 만큼 이 부분의 보완이 요구된다.

문화의 시대를 맞아 해외문화원 활동을 보다 활발히 전개하는 것은 더 이상 우리를 세계에 알리는 정도의 홍보차원이 아니라 각축을 벌이는 세계 속의 여러 문화들의 경쟁과정에서 우리 문화의 정체성을 확보하고 이를 바탕으로 경쟁에서 살아남으려는 생존의 차원으로 인식되어야 한다. 따라서 해외문화원 활동의 활성화를 위한 각종 지원에 정부는 절대 인색하면 안된다. 그런 점에서 현재 네 곳의 문화원 활동에 대한 점검과 개선방안 마련은 물론 나아가 여타 지역에도 문화원을 설립하고 그 활동을 적극 지원해야 할 것이다. 왜냐하면 해외문화원 활동은 이제 더 이상 단순한 문화교류 활동 그 자체만을 의미하는 것이 아니라 한 민족이나 국가단위의 생존전략으로 인식되어야 하기 때문이다.