

보다

효과적인

공공문화투자를 위해,

문화의 가치와 거래 이해에 필요한

새로운 개념 몇 가지 제안;

. 3-I Cultural Values for ABC-P 문화가치 모델

. 문화의 탈화폐화지대 (Cultural DMZ)

. 감정경제학 (Emotional Economics)

. 문화매력을 담는 그릇으로서 도시

The 10th World Summit on Arts and Culture 발표자료

(IFACCA, 한국문화예술위원회 공동주최, 2025.5.27.~5.30, 서울)

Parallel 8

: The future of investment in culture: supporting diverse models to build resilience and sustainability>
(2025.5.29.)

Open Session

: Proposal for Joint Research Participation: Developing the World Cities Attractiveness Index
(2025.5.28.)



<https://brunch.co.kr/@seaokof/98>

김해보(Hae-Bo KIM, 金海補)

서울문화재단 정책협력실 전문위원

한국광역문화재단연합회 한국지역문화정책연구소장

서울시립대학교 도시사회학과 강사

PhD in Sociology

sea@sfac.or.kr

<https://brunch.co.kr/@seaokof>

“보다 효과적인 공공문화투자를 위해, 문화의 가치와 거래 이해에 필요한 새로운 개념 몇 가지 제안

; 3-I Cultural Values for ABC-P 문화가치 모델, 문화의 탈화폐화지대(DMZ), 감정경제학, 문화매력을 담은 그릇으로서 도시”¹⁾

<목 차>

0. 공공의 문화투자 혁신에 대한 인식 전환

- (1) <효율적인 공공자원의 지출>에서 <효과적인 문화가치의 회수>로 인식 전환하기
- (2) 인식 전환을 도와줄 동양의 지혜
 - 1) 기정상생(奇正相生) : 실증주의 증거기반 정책(evidence-based policy)의 한계 극복
 - 2) 일체유심조(一切唯心造) : 정동경제(Affective Economy)에 대한 이해의 기초
 - 3) 경세제민(經世濟民) : <문화로 돈벌기~Cultural Economy : 문화경제>에서 <문화로 잘살기>로 전환
 - 4) 무위지위(無爲之爲) : 팔길이 보다 “팔들의 길이”를 인식하는 문화행정
- (3) <혁신>이란 <변화>를 이해하고 감응하는 것

1. <3-I Cultural Values for ABC-P> 문화의 가치 이해 프레임

- (1) 사회적 가치로 경제적 가치를 포괄하는 문화의 가치 이해 프레임
- (2) Intangible 한 것들에 주목해야 할 시점

2. 문화의 DMZ(De-Monetization Zone : 탈화폐화지대)

- (1) 빅테크들의 DMZ 만들기 경쟁
- (2) 공공이 만들고 지켜야 할 문화의 DMZ

3. 문화 가치 거래 이해를 위한 <감정경제학(Emotional Economics)>

- (1) 문화의 거래는 수요-만족 곡선이 아니라 만족-불만족 곡선으로 이해해야
- (2) 팬덤경제에 대한 이해부터 공공서비스 혁신까지 적용하기

4. 새로운 문화투자의 사례 또는 제안 - 매력을 담은 그릇으로서 도시 되기

- (1) 글로벌한 경쟁력에서 로컬리티를 담은 매력으로 전환 추세
- (2) 도시가 Intangible한 문화매력을 포집하는 플랫폼 되기를 위한 투자

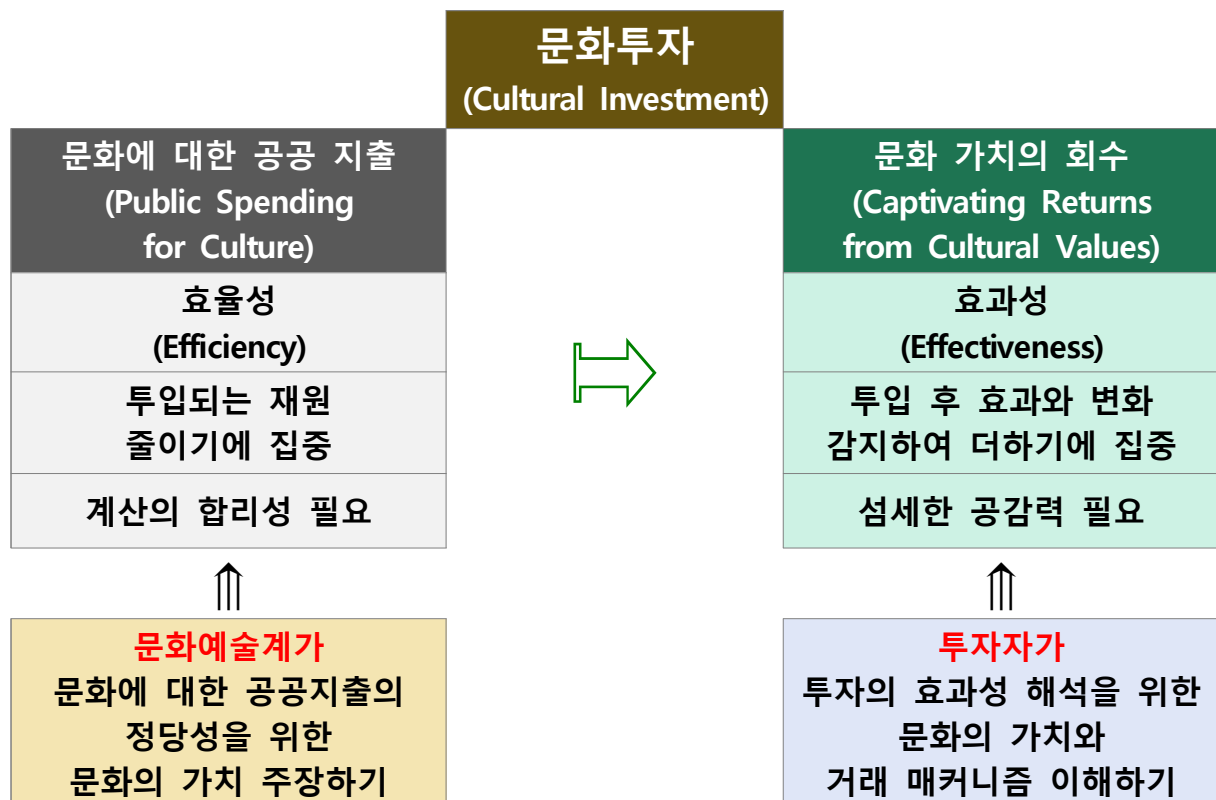
1) 영문제목은 “Proposing New Concepts for Understanding the Values and Trading of Culture for More Effective Public Investment ; 3-I Cultural Values for ABC-P, DMZ(De-Monetization Zone) of Culture, Emotional Economics, City as a Vessel of Cultural Attractions”

0. 공공의 문화투자 혁신에 대한 인식 전환

(1) <효율적인 공공자원의 지출>에서 <효과적인 문화가치의 회수>로 인식 전환하기

<투자>는 투입된 자원에 덧붙여 되돌려 받음을 고려한 행위입니다. 그 동안 공공영역에서 <문화에 대한 투자>라는 말로써 주로 <문화분야에 대한 공공의 지출>을 떠올리게 하며 그 확대를 요구해왔습니다. 문화에 대한 공공지출 관점으로 접근하면, 모든 분야를 두루 살펴야 하는 공공재정 담당자는 <효율성> 관점에서 합리적 계산을 통해 이를 최소한으로 줄이려는 태도로 임하게 됩니다. 이에 반발하여 문화예술계는 보다 많은 공공지출의 정당성으로서 문화예술의 가치들을 주장해왔습니다. 하지만 양측의 세계관이 서로 다르기 때문에 주장을 뒷받침할 증거도 논지도 객관성을 잃고, 결국 정치적 타결 이외에는 문화분야 공공지출을 늘이는 데 별다른 해결책이 없습니다.

반면 이를 투자로 인식하자고 말하면, 문화예술의 본질적 가치를 훼손하는 속물로 취급 받기 쉽습니다. 하지만 공공지출을 투자로 바라보면 자원 투입 후에 감지되는 긍정적 변화들을 통해 문화예술의 가치를 인식하고 이를 <효과성> 관점으로 해석하게 될 것입니다. 이때 다양한, 심지어 예상치도 못했던 변화들을 인식하는 섬세하고 민감한 감수성, 즉 공감력은 도출되는 여러가지 <효과>들을 누적적으로 포집하여 투자의 효과성을 더 높게 해석할 수 있게 해줍니다. 이때는 투입을 줄여 효율성을 추구하는 합리적 마음과는 다른 마음이 필요합니다. 만약 투자자 즉, 공공재정 지출 결정자가 직접 이런 일을 한다면, 문화예술계가 계속 일방적으로 문화의 가치를 주장하여 문화예산을 늘이는 것 보다 더 효과적이지 않을까요? 그래서 문화행정에서는 합리적 이성과 가치지향적 감수성이 동시에 필요합니다.

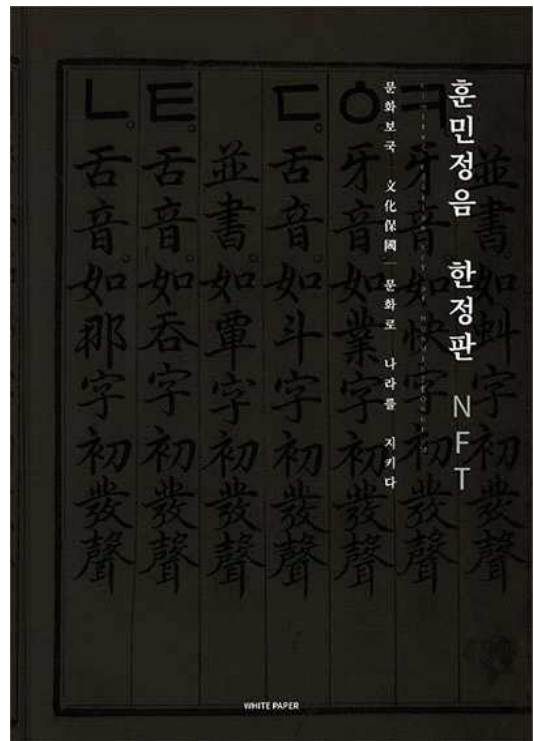


더 많은 투자 효과를 제시하며 문화분야에 대한 공공투자 확대를 요구하기 위해서는 문화가치의 생성-거래 메커니즘을 제대로 이해합니다. 그것이 공공문화투자의 혁신 포인트를 찾는 첫 걸음이기도 합니다. 그런데, 문화의 가치 인식과 거래는 예전과 같은 방식으로 이루어지지 않습니다. 늘 진화하는 새로운 자본주의의 자원으로 문화의 가치를 높게 인정하는 만큼 그것이 당연히 공공의 소유라는 주장의 당위성도 흔들립니다. 최근에 한국에서 논란이 되었던 사례들만 살펴봐도 시대와 기술 변화에 따라 흔들리는 가치 개념을 확인할 수 있습니다. 인간문화재 고(故) 이매방 선생님이 남긴 오고무, 삼고무 안무의 저작권 분쟁 사례²⁾, 간송미술관의 국보 훈민정음 해례본 NFT 판매 소동³⁾ 등은 문화예술계 바깥에서는 재미있는 토픽감 정도로 재밌게 볼 뉴스이지만, 문화계에서는 그 의미를 심각하게 곱씹어 봐야 할 사건입니다. 물론 전승되는 공동체 문화유산을 공공자산으로 보호하려는 움직임은 바람직하지만, 저작권과 상표권 분쟁, 심지어 **문화자원 확보 전쟁이 치열한⁴⁾** 지금, **문화가 공동체 공동의 자산이라는 주장은 이상적인 희망사항의 표현일 뿐입니다.**

“문화는 공공재”라는 말은 공공정책 주체들이 자신의 정책적 정당성을 옹호하기 위해 기치로 들어 올린 것일 뿐이며, 이 또한 어디까지나 희망사항입니다. **현실에서는 엄연히 문화는 최첨단으로 진화한 문화자본주의의 핵심 서비스이자 자원이며, 기업이나 개인의 영리 추구를 위해 스마트하게 활용되고 있습니다.** 그 전쟁은 보이지 않게 치열합니다. 이런 상황에서 이전의 문화의 가치 인식 체계에 기대어서 공공 문화투자의 혁신을 이야기하는 것은 공허합니다.



삼고무·오고무, 저작권 등록 두고 '갑론을박'
(출처 : 연합뉴스, 2018.12.17.)

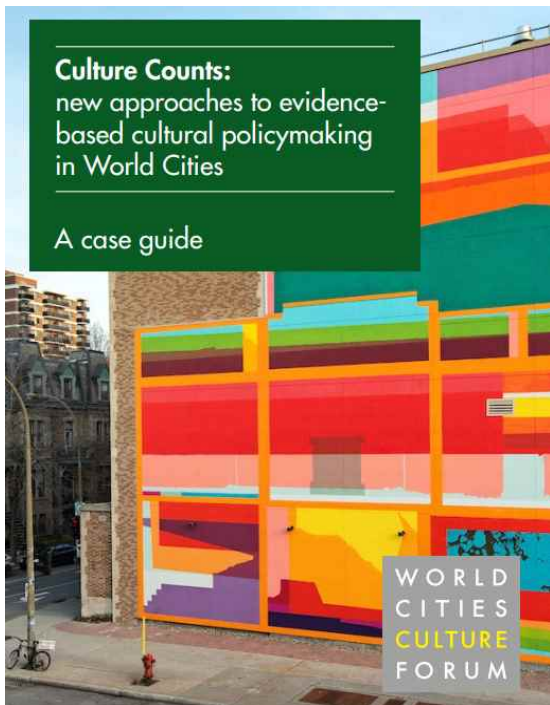


1억짜리 훈민정음 NFT

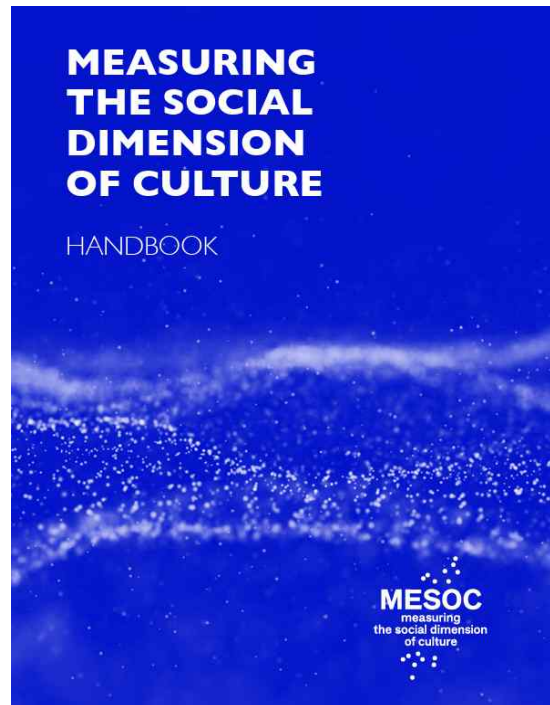
화제...간송미술관은 왜 국보로 NFT 사업을 할까? (출처 : 매일경제, 2022.6.20.)

2) 삼고무 논란과 안무저작권의 미래 (홍승기, 저작권보호협의 제도와 동향 2023 Vol 8, 한국저작권보호원, 2023) 참조
3) “간송미술관, 훈민정음 NFT로 판매... ”국보를 장삿속으로 이용” 논란 (채지선, 한국일보, 2021.07.22.), ”NFT 가위, 훈민정음과 해원전신첩을 조각내다”(이지혜, 르몽드 디프로마티크, 2023.1.31.) 참조
4) [한복 논쟁, 한류, 그리고 문화다양성 \(김해보, 문화+정책 이슈페이퍼 Vol-2022-3월호, 서울문화재단, 2022.3.16.\)](#) 참조

문화의 공공적 가치를 고려한 정부 지출을 당연한 것으로 주장해야지 그 지출에 대한 반대급부를, 특히나 주로 경제적 관점에서 기대하는 “투자”의 개념에 기대는 것은 부적절하다는 의견도 있습니다. 저 또한 그것이 문화예술의 본질에 어긋날 뿐만 아니라 자원확보 전략 상으로도 성공적이지 못하다고 지적합니다. <증거 기반 정책(evidence-based policy)> 기조가 실증주의에 기반한 정량적 성과 찾기에 치중하는 과정에서 오히려 문화예술의 가치가 좁게 해석되는 문제를 낳기도 하기 때문입니다. 다행히 유럽연합(EU)에서 2023년에 발간한 『Measuring the Social Dimension of Culture(MESOC) : Hand Book』은 동양의 세계관과 비슷한 “변화이론(Theory of Change)”을 적용하였습니다. 이 보고서는 정책개입 없이도 사회변화는 항상 일어나므로 정책이 변화를 유발했다고 주장할 수 없다는 한계를 분명히 인식하며, 오히려 광범위한 영향을 유발하는 “맥락적 요인들(contextual factors)”의 해석에 더 집중해야 한다고 주장합니다.



『Culture Counts: new approaches to evidence-based cultural policymaking in World Cities』 (WCCF, 2021)



『Measuring the Social Dimension of Culture(MESOC): Hand Book』 (Transit Projectes, EU, 2023)

결론적으로 저는 문화에 대한 <공공지출>이라는 말보다 <공공투자>라는 말을 지지합니다. 하지만 그것은 변화하는 문화의 가치와 거래 매커니즘에 대한 이해 위에서 투입과 산출을 엄밀하게 따지는 과학적인 접근이어야 합니다. 듣기 좋은 말로 포장하는 수사적 접근은 부적절합니다. 저는 공공지출이든 공공투자가이든 문화에 대한 자원 투입을 통해 얻어지는 경제적 가치 이외에 눈에 보이지 않는 사회적인 가치까지 제대로 이해하는 것이 오히려 문화가 사적인 이익을 위해 명칭하게 유용되지 않는 길이라고 생각합니다. 그래서 이 글은 그 동안 실증주의 증거기반 문화정책이 무시했던 문화의 Intangible한 가치까지 포함하는 문화의 가치 인식 체계로서 <3-I Cultural Values for ABC-P>를 제안합니다. 그리고 <정동경제(Affective Economy)>로 진화한 자본주의 체제 위에서 마음의 작용으로 일어나는 가치거래의 특징을 이해하는 <감정경제학>을 제시합니다. 그런 새로운 경제학을 활용해서 빅테크 기업들이 막대한 자본을 축적하고 있는 <DMZ(De-Monetization Zone : 탈화폐화지대)> 만들기 현상을 이해해봅니다. 그리고 공공정책이 <문화의 DMZ>를 만들고 지켜나갈 것을 제안합니다.

(2) 인식 전환을 도와줄 동양의 지혜

<문화>, <돈>, 그리고 <가치>라는, 눈에 보이는 것과 보이지 않는 것의 흐름을 제대로 이해하기 위해 동양의 지혜에 눈을 돌려봅니다. 이것은 그 동안 문화의 사회적 가치를 주장하면서 정량적 실증주의 증거기반의 문화정책을 추구해 왔지만 결국 봉착한 한계와 딜레마적 상황을 타개하는 방책입니다. 아울러 기술 발전에 편승하여 새롭게 변모하고 있는 문화자본주의의 문화가치 거래를 정확하게 파악하기 위해 필요한 것입니다.

동양의 지혜	원래 의미	문화정책 혁신에 적용
기정상생 (奇正相生)	기(奇 : Intangible한 것)와 정(正 : Tangible한 것)은 상생한다.	실증주의 증거기반(evidence-based) 정책의 한계와 딜레마 극복
일체유심조 (一切唯心造)	모든 것은 마음이 만든다.	마음의 움직임으로 돈을 버는 정동경제(Affective Economy)에 대한 이해
경세제민 (經世濟民)	세상을 가지런히 하고 백성을 구제한다 (경제(=Economy)의 본래 뜻)	<문화로 돈 벌기~Cultural Economy : 문화경제>에서 <문화로 잘 살기>로 전환
무위지위 (無爲之爲)	“하지 않음”의 “함”	“팔 길이”(=정책의 개입 강도) 보다 “팔들의 길이”(=다양한 이해 관계자들의 주체성 인식)을 중시

1) 기정상생(奇正相生) : 실증주의 증거기반(evidence-based) 정책의 한계 극복

기정상생(奇正相生)

“기(奇 : Intangible한 것)와 정(正 : Tangible한 것)은 상생한다”
(손자병법 中)

세상을 움직이는 보이지 않는 것에 대해 이해하기

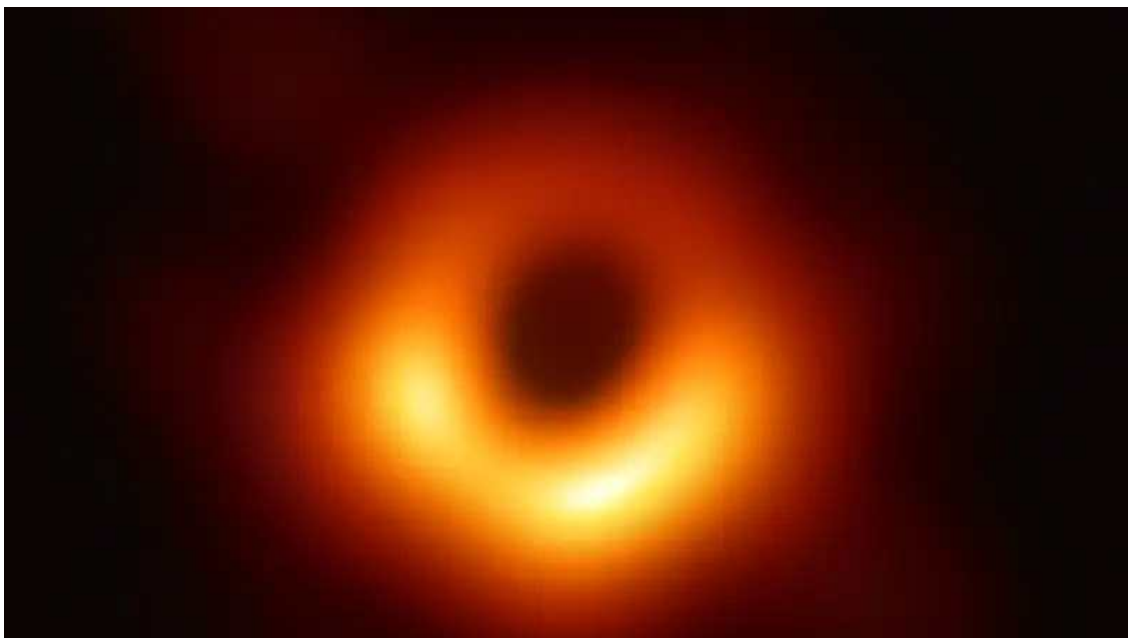
저는 먼저 손자병법에 나오는 “기정상생(奇正相生)”⁵⁾에 주목합니다. 이 말은 글자 그대로 <기(奇 : Intangible한 것)와 정(正 : Tangible한 것)은 서로 상생한다>는 뜻입니다. 사실 손자병법 안에는 기정(奇正)의 개념을 따로 서술해 놓은 단락이 없습니다. 이것은 시시각각 변화하는 자연의 이치를 음양(陰陽) 이론으로 이해한 것과 마찬가지로, 어떤 작용에서든 정(正) 또는 Tangible한 것뿐만 아니라

5) 凡戰者 以正合 以奇勝(범전자 이정합 이기승) (무릇 싸움은 정(正)으로써 맞붙고, 기(奇)로써 이긴다)“...故善出奇者(고선출기자) 無窮如天地(무궁여천지) 不竭如江河(불갈여강하) 終而復始(종이복시) 日月是也(일월시아) 死而復生(사이복생) 四時是也(사시시아) (고로 기(奇)를 잘 쓰는 자는 무궁하기가 천지와 같고, 마르지 않음이 큰 강과 같다. (그것은)끝나도 다시 시작되는데 해와 달이 그러하고, 죽어도 다시 살아나는데 사계절이 그러하다.) ...戰勢不過奇正(전세불과기정) 奇勢之變(기세지변) 不可勝窮也(불가승궁야) 奇正相生(기정상생) 如循環之無端(여순환지무단) 孰能窮之哉(숙능궁지재) (전장의 세는 기(奇)와 정(正)에 지나지 않으나, 기(奇)와 정(正)의 변화는 능히 다 이해하지 못한다. 기(奇)와 정(正)이 서로 상생함은 둥근 고리가 끝이 없는 것과 같아서 누가 능히 그것을 다 이해할 수 있으랴.) (孫子兵法 5篇(손자병법 제 5편) 兵勢(병세))

기(奇) 즉 Intangible한 것들이 함께 작용한다고 생각하는 것은 동아시아인들 인식 저변에 깔려있었던 것입니다. 이러한 동양적 관점을 종합하면 기(奇)와 정(正), 무형과 유형의 상호작용과 순환에서 비롯되는 인간의 감정, 문화, 사회의 변화를 더 잘 이해하는 데 도움이 됩니다. 손자병법에서는 “기(奇)와 정(正)이 서로 상생함은 둥근 고리가 끝이 없는 것과 같다”고 말했는데, 이 또한 부분과 전체, 개인과 사회의 역인과적 관계, Intangible한 것과 Tangible한 것들 간의 순환하는 상호작용을 통한 씬 없는 변화를 서술한 것입니다.

근대 이후 자연과학의 영향으로 <숫자>가 늘 <이야기> 보다 더 객관적인 것으로 오해되어 왔습니다. 공공지출에 대한 정당성을 이야기로 설명하기 특히 더 어려운 문화정책에서 최근 숫자를 맹신하는 실증주의 연구 결과를 부정하기 어렵습니다. 급기야 “증거기반 정책(evidence-based policy)”이라는 기치는 이제 거부할 수 없는 대세가 되어버렸습니다. **객관적 증거라는 것이 반드시 숫자로 표현되는 것이 아니라는 것을 다 알고 있지만, 보편적 소통을 지향하는 공공행정이 개별성을 담은 언어를 인정하지 않습니다.** 나아가 이제 문화예술의 <본질적 가치(intrinsic value)>라고 하면서 눈에 보이지 않는(Intangible) 그 어떤 가치의 존재에 기대어서 말하면 비과학적이며 현실감 없는 이상주의자로 치부되기 쉽습니다.

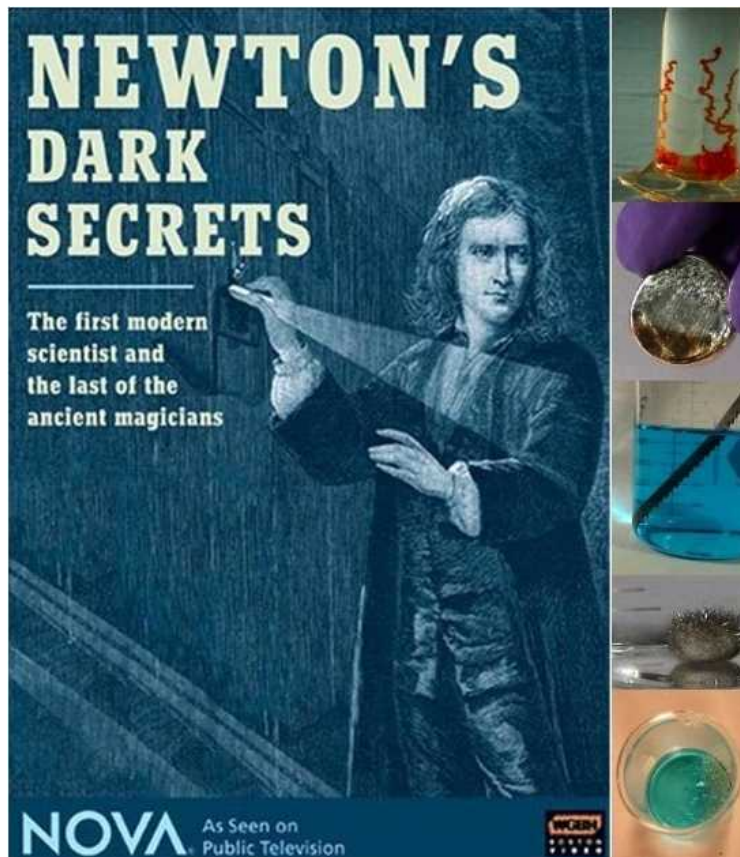
하지만 우리는 우주가 현대과학으로 보지도, 측정하지도, 제대로 이해하지도 못하는 <암흑물질>로 이루어졌다는 주장과, 우리 인생의 대부분이 숫자로는 서술되지 못하는 것들로 채워진다는 사실을 부정할 수 없습니다. 최근 <문화의 사회적 가치 구현>이라는 정책 기조 위에서 사회적 효능을 “숫자로 표현되는 증거”로 증명하려는 실증주의가 오히려 문화의 가치 확산을 추구하는 본래 취지에 반하는 결과를 낳기도 합니다. 문화예술이 바꾼 변화의 정량화 과정 자체가 정량화 되지 못하는 더 많은 가치와 효과들을 누락시킬 뿐만 아니라, 공공행정의 성과주의에 부합하여 보고된 숫자는 왜곡을 해서라도 계속 증가시켜야만 하기 때문입니다.



인류 최초의 블랙홀 사진은 약 200여 명의 과학자들이 참여하여 전 세계 8개 지역에 거대한 관측기를 설치한 '이벤트 호라이즌 텔레스코프' 프로젝트를 통해서 얻었음
(출처 : BBC뉴스코리아, 2019.4.11.)

이제 현금과 같은 Tangible한 것만 측정 가능하고 그것만이 추구할 만한 가치가 있다고 생각하는 것은 오히려 구시대적인 생각입니다. 블록체인, 디지털 플랫폼, AI의 감정인식 등 급속도로 발전하는 기술이 그 동안 Intangible하다고 생각되었던 것들을 Tangible한 자원으로 포집하여 쉽게 활용하게 해주고 있기 때문입니다. 기술이 만드는 새로운 자본주의 시대에 문화의 가치가 거래되는 양상을 제대로 파악하기 위해서나, 문화의 본질적 작용을 이해하기 위해서라도 “기정상생(奇正相生)”의 원리를 고려하지 않을 수 없습니다. 눈에 보이지 않지만 세상을 움직이는 더 큰 힘에 대해 관심을 가져야 합니다.

일본의 과학자 겸 과학저술가 야마모토 요시타카(山本義隆)는 근대 이전까지 사람들이 그 존재는 인식했지만 제대로 이해하지 못했던 자력과 중력을 물리학으로 해설한 것이 근대 과학의 탄생이라고 설명합니다⁶⁾. 경제학자 케인즈(John Maynard Keynes)는 만유인력 법칙을 제시하며 근대 과학의 아버지가 된 “뉴턴(1643~1727)은 이성의 시대(age of reason)의 최초의 인물이 아니라, 그는 최후의 마술사였다⁷⁾”고 평가했습니다. 우리는 보이지 않지만 그 주위의 별과 우주 물질들의 움직임으로써 블랙홀의 존재를 파악합니다. 보이지 않는 것의 가치를 주장하는 마술이 아니라 그것의 작용을 설명하는 과학이 문화 분야에도 필요한 시기입니다. 전 세계 200여 명의 과학자들이 참여하여 전 세계 8개 지역에 거대한 관측기를 설치한 '이벤트 호라이즌 텔레스코프' 프로젝트를 통해서 2019년에 인류 최초의 블랙홀 사진이 얻었던 경험을 문화예술계는 타산지석으로 삼아야 할 것입니다. 뉴턴이 보이지 않는 중력을 물리학의 공식으로 그려낸 것처럼, 문화의 보이지 않지만 작동하는 힘을 이해하는 과학적인 공식이 제시될 필요가 있습니다.



존재를 인식하지만 볼 수 없는 중력을 물리학의 언어로 서술하여 근대과학의 아버지가 된 뉴턴.

그를 최후의 마술사라고 평한 존 케인즈.

“Newton was not the first of the age of the reason he was the last of the magicians” (존 케인즈)

6) 『과학의 탄생』 - 자력과 중력의 발견, 그 위대한 힘의 역사(야마모토 요시타카 저, 이영기 역, 동아시아, 2005) (원저 : 磁力と重力の発見 (山本義隆, 2003))

7) Newton was not the first of the age of the reason he was the last of the magicians

2) 일체유심조(一切唯心造) : 정동경제(Affective Economy)에 대한 이해의 기초

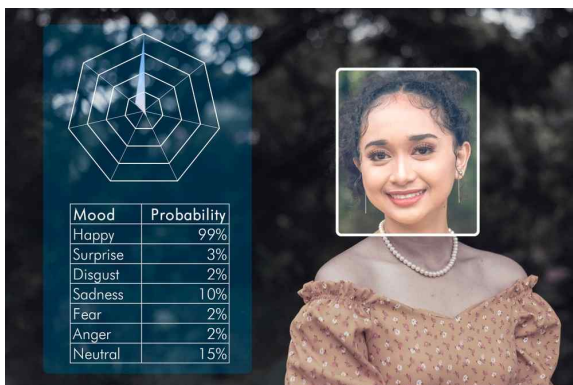
일체유심조(一切唯心造)

“모든 것은 마음이 만든다”

(화엄경 中)

마음의 움직임이 돈이 되는 정동경제(Affective Economy) 이해하기

가장 대표적으로 Intangible한 것이 바로 사람의 마음입니다. “모든 것은 마음이 만드는 것”이라는, 불교 화엄경의 “일체유심조(一切唯心造)” 개념에 주목할 필요가 있습니다. **이제는 “마음의 움직임”, 즉 정동(情動)이 돈의 흐름을 결정하는 <정동경제(Affective Economy)>의 시대이기 때문입니다.** 빅테크 기업들은 사람의 마음을 담은 것들, 예를 들어 SNS에 올려진 이야기와 이미지, 그에 대한 사람들의 “좋아요” 반응, 그리고 그런 마음들이 반영된 사람들의 클릭 수를 포집하는 장치로서 디지털 플랫폼 만들기에 열을 올리고 있습니다. AI는 인간의 마음을 제대로 읽어내기 위해 인간을 인간보다 더 열심히 탐구하고 있습니다.



'인간 감정' 읽는 AI 구축...오픈 소스 데이터셋 프로젝트 시작

(출처 : AI타임스, 2023.10.30일자.)

제목	[마감]AI 학습용 데이터 구축을 위한 '배우' 셀카 이미지 제공자 모집 공고		
작성자	한국연극협회	등록일	2020-10-21
첨부파일		조회수	32652



목 적

한국인 얼굴 이미지를 통한 AI 인공지능 대규모 학습데이터 구축
(학습 데이터 이외에는 사용되지 않음)

참가 대상

대한민국인 20대 ~ 50대 배우/배우지망생 (방송, 연극, 뮤지컬계 등 주/조연 관계)

수행 과업

다양한 장소에서 사전에 부여 받은 감정에 해당하는 얼굴 표정을 짓고 카메라 또는 핸드폰을 이용하여 찍은 본인의 얼굴 사진을 제출 (배경 포함 셀카 사진)

*이미지 제공 보수 : 1,000,000원 / 1,000장 ~ 세금3.3% 공제 가능

한국연극협회 공지문

“AI 학습용 데이터 구축을 위한 ‘배우’ 셀카 이미지 제공자 모집 공고 (2020.10.21.)

(출처 : 한국연극협회 홈페이지)

마음의 움직임으로 또는 마음을 읽어서 수익을 창출하는 정동경제를 구동하는 원료는 석유가 아니라 사람들의 행동 데이터입니다. 인간들의 정동(情動) 반응과 일거수일투족뿐만 아니라 인류가 역사 이래 축적한 문화가 모두 정동경제 구동 데이터로 활용됩니다. **감정은 더 이상 덧없는 것이 아니라 정량화되고, 저장 가능하며, 무엇보다도 돈이 됩니다.**

저는 이런 현상을 Culture as Algorithm 시대의 <Culture for the Algorithm>이라고 설명해왔습니다.⁸⁾ 이제 문화는 더 이상 인간에 의해서만 창조되고 소비되는 것이 아닙니다. 이제 문화는 점점 더 많이 기계에 의해 “생성”되고, 알고리즘 추천이라는 명분으로 필터링되며, 대세 유행 트렌드라는 명목으로 평가되고 있습니다. 이때 기계는 ‘보다 인간적인’ 출력 생산 능력을 향상시키기 위해 문화 자체를 훈련 데이터로 사용합니다. 그 결과, 우리는 깊은 전환을 목격하고 있습니다. 경제는 더 이상 단순히 물질적 희소성이나 수요와 공급을 반영하는 것이 아니라, <마음 붙잡기(attention)>와 <상징적 의미(symbolic meaning)>의 가치를 중심으로 움직이고 있습니다. 이런 변화는 자본주의 시장만이 아니라 문화정책의 핵심 논리까지도 재구성을 요구하고 있습니다. **이 지점에서, 보편적인 <AI 윤리>는 <문화적으로 무의미(CP: Culturally Pointless)> 해집니다.**

근대 이후 자본가들은 소위 <가볍게 자유로워진 것들>을 포집하여 <자본>으로 축적하기 위해, 시대마다 가장 적합한 <무거운 생산시설>을 짓는데 투자해 왔습니다. 초기 자본주의 시대에는 농지에서 떨어져나와 부유하던 노동력을 공장으로 포집했습니다. 지금은 가상세계를 부유하는 수많은 정동(情動)과 인간 정체성을 담은 데이터들을 포집하기 위해 데이터센터를 짓고 있습니다.



시대별 자본축적용 설비의 변화에 대한 서술 문단 내용을 챗-GPT가 삽화로 표현한 그림

8) “Culture as Algorithm 시대의 희한한 문화현상과 정책 이슈들” (김해보, 전파진흥지, Vol.32, 2022년 겨울호, 한국전파진흥협회, 2022) 참조

국경과 국가의 통제를 무력화한 글로벌 빅테크 기업들은 급기야 그것을 지구 위 도시가 아닌 달 위에 짓는 프로젝트를 추진하고 있습니다. 한국의 네이버가 2023년 4월 1일에 세계 최초로 달 데이터센터 구축 계획을 발표했었고, 미국 기업 론스타는 2025년 3월에 소형데이터센터를 달로 실어 보내는 데 성공했습니다. 이걸 공상과학소설이 아니라 현실입니다. **이런 현실 속에서 문화정책이 마음에 대해 관심 가지는 것은, 원래부터 본질적으로 당연한 것이었고, 지금은 더 혁신적이고 과학적인 접근으로 이해되어야 합니다.**

그런데, 어떤

마음, 心, 情, Mind?

계산하는 이성 vs. 공감하는 감성

개별성, 로컬리티, 다양성, 변화가 중요한 시대에

그런데 마음에 관심을 두더라도 서양과 동양이 주목하는 마음이 다른 점도 고려되어야 할 것입니다. 소위 혁신적으로 마음을 좇겠다는 공공 개입의 성과로서 측정해야 할 것이 도대체 어떤 마음인지, 정책적 선택에 따라 완전히 다른 결과를 보여 줄 것이기 때문입니다. 제가 보기에 서양은 보편적이며 절대적인 것의 존재를 인정하며 그것을 구현한 보편적인 이성을 중시하는 반면, 동양에서는 늘 변화하는 개별자로서 인간의 감성적 한계에 더 관심을 가지는 것 같습니다. **지금은 로컬리티, 개별자, 다양성, 변화가 중요한 시대입니다. 지금까지 합리적 이성에 경도되어 봉착한 문제 해결에 도움이 되도록, 적절한 균형을 되찾는데 도움이 되는 마음 쪽으로 좀 더 관심을 가질 필요가 있습니다.**

3) 경세제민(經世濟民) : <문화로 돈벌기~Cultural Economy : 문화경제>에서 <문화로 잘살기>로 전환

<p style="text-align: center;">경세제민(經世濟民)</p> <p style="text-align: center;">“세상을 가지런히 하고 백성을 구제한다”</p> <p style="text-align: center;">경제(=Economy)의 본래 뜻</p>	
<p style="text-align: center;">oiko nomos ⇨ Economy</p> <p style="text-align: center;">(οἰκονόμος~가계의 자원을 효율적으로 운영함)</p>	<p style="text-align: center;">經世濟民 ⇨ 경제</p> <p style="text-align: center;">(경세제민~세상을 잘 다스리고 백성을 잘 살게 함)</p>
<p style="text-align: center;">Economy ⇔ 經世濟民</p> <p style="text-align: center;">번역의 방향 바꾸어 보기</p> <p style="text-align: center;">사회적인 것이 곧 경제적인 것</p>	

문화정책이 추구해 온 <문화를 통한 경제적 가치 창출>과 <문화의 사회적 가치 확산>이 서로 충돌하지 않고 함께 갈 수 있게 하려면 <경제>에 대한 동양의 인식을 적용할 필요가 있습니다. 지금 동양에서 사용되는 철학이나 사회과학의 개념은 안타깝게도 대부분 근대화 시기에 번역을 통해 서양에서 수입된 것들입니다. 그 번역의 과정은 사실 당시 학자들의 세계관을 반영하는데, 일례로 “Economy => 경제(經濟)”로 번역되었습니다. “경제(經濟)”는 원래 “세상을 가지런히 하고 백성을 구제한다(편안하게 한다)”는 뜻을 가진 “경세제민(經世濟民)”의 약자입니다. 이 말에서는 개인의 영리를 추구하는 “가계” 단위의 효율적 자원 배분 활동을 의미했던 “Economy”에 비해 “국가” 단위까지 고려한 좀 더 공(公)적인 측면과 함께, 백성의 생활 전반에서 잘 사는 방안까지 보다 넓게 고려한 관점을 엿볼 수 있습니다.

이제 번역의 방향을 반대로 되돌려서 “경세제민(經世濟民) => Economy”라고 하면 “사회적 가치가 곧 경제적 가치다”는 명제와 연결되게 됩니다. 문화정책이 문화산업을 통해 화폐적 가치를 만드는 것만 경제적 가치 창출이 아니라 시민의 삶을 풍요롭게 하고 사회문제 해결에 투자되는 것도 경세제민, 또는 경제적 가치 창출이라는 뜻이 됩니다.

<p>Cultural 經世濟民 ~ 문화로 잘살기</p> <p>∨</p> <p>Cultural Economy ~ 문화로 돈벌기</p>
--

즉 <문화로 돈 벌기>를 지향하는 <Cultural Economy ~ 문화경제>는 <Cultural 經世濟民> 즉, <문화로 잘살기> 중 한 부분으로 인식되어야 하는 것입니다. 이렇게 동양의 오래된 사유체계를 반영하여 반대 방향으로도 생각해 보는 게 지금 당면한 문화정책의 한계를 극복하는 데 도움이 될 것입니다.

4) 무위지위(無爲之爲) : 팔길이 보다 “팔들의 길이”를 인식하는 문화행정

무위지위(無爲之爲)

“하지 않음”의 “함”

상대의 주체성을 인식하고 변화를 기다려 주는
무위(無爲)의 본질적 의미를 정부 개입 원칙에 적용하기

<무위(無爲)>는 억지로 뭔가를 하지 않는 것, 특히 통치자가 억지로 뭔가를 시키지 않는 것입니다. 이는 흔히 노자와 장자 계열의 <무위자연(無爲自然)>⁹⁾의 철학이 반영된 것으로 보이지만, 유교에서도 성균의 덕목¹⁰⁾으로 인식되었습니다. 무위지위(無爲之爲)는 아무것도 하지 않음으로써 소기의 변화를 이룰 수 있다는 것입니다. 이때 <무위(無爲)>의 핵심은 단순히 아무것도 안 하는 것이 아니라, 그 이면에 천지 만물이 각자 본성과 주체성에 따라 스스로 움직인다는 인식이 깔려 있는 것을 이해해야 합니다¹¹⁾.

최근 K-pop, K-드라마 등 한류의 성공 배경을 궁금해하는 사람들이 많습니다. 문화정책 영역에서 특히 국가의 역할이 큰 한국의 특성을 고려하여 한류의 성공 뒤에도 정부 정책의 기여가 있었을 것이라며 물어옵니다. 한류를 정책의 성과가 아니라 하나의 글로벌 문화현상으로 이해하는 사회학자들은 오히려 국가가 아무런 역할을 안 한 것이 그 성공의 배경이었다고 지적합니다. 한류의 성공에 편승하려고 뒤늦게 뛰어든 정부 정책의 성과주의가 자연스러운 문화전파 현상을 가로막는 국가주의나 지나친 상업주의를 부추기는 부작용을 낳고 있다는 지적도 있습니다.¹²⁾ 최근 문화정책 연구에서는 <일본 대중문화개방>, <팔길이 원칙 천명> 등 자율성과 다양성을 중시한 김대중 대통령의 문화정책이 그 밑거름이 되었다는 분석을 내놓기도 합니다¹³⁾. 두 관점을 모두 적용해도 결국 국가의 <무위지위(無爲之爲)>의 중요성이 부각됩니다.

정책 개입의 강도에만 집중하는

<팔 길이 원칙 : Arm's Length Principle>에서

이해관계자의 주체성과 다양성을 고려하는

<팔들의 길이 원칙 : Arms' Length Principle>으로 전환하기

9) 爲無爲(위무위) 則無不治(즉무불치) (무위로 행하면 다스려지지 않는 것이 없다) (노자 도덕경 3장)

10) 子曰 無爲而治者 其舜也與!(자왈 무위이치자 기순야)(공자 말하기를, 무위로 다스린 것이 있다면 아마도 순임금일 것이다.) 夫何爲哉?(부하위재)(도대체 무엇을 했는가?) 恭己正南面而已矣(공기정남면이이의)(몸을 공손히 하고 남쪽을 행해 앉았을 뿐이다) (논어 위령공편)

11) 道常無爲 而無不爲(도상무위 이무불위)(도는 항상 무위하여 그러므로 하지 못함이 없다) 侯王若能守之 萬物將自化(후왕약능수지 만물장자화)(제후와 왕이 만약 능히 이것을 지키면 만물은 장차 스스로 바뀐다)(노자 도덕경 37장)

12) 경제정책에서 34번 언급된 'K'의 고민 (한겨레21, 2020.1.1., 방준호) 참조

13) 김대중의 문화정치 (박소현 외, 지식산업사, 2025) 참조

여태까지 영국에서 유래한 <팔 길이 원칙 : Arm's Length Principle>이 문화행정에서 국가의 <무위지위(無爲之爲)>를 대표하는 말로, 황금률처럼 회자되었습니다. 하지만 이는 정책 지원 대상의 독립성을 고려하여 국가가 자신의 개입 강도를 조절한다는 뜻일 뿐, <무위지위(無爲之爲)>의 밑바닥에 있는 핵심에 다다르지 못한 것입니다. 앞서 언급했듯이 <무위지위(無爲之爲)>는 상대가 스스로 변화하는 <주체적 존재>라는 전제 위에서 출발합니다. 그리고 애당초 세상에 독립적으로 홀로 존재하는 것은 없고 서로 연결되어 함께 존재할 수 밖에 없습니다.

그러니 나의 개입 행위의 세기를 조절하는 팔길이가 중요한 것이 아니라, 상대도 그런 행위의 주체로서 그의 팔 길이, 즉 주체성을 가진다는 것을 인정하는 것이 더 중요합니다. 그것이 바로 <팔들의 길이 원칙 : Arms' Length Principle>입니다. 정부가 문화정책을 추진함에 있어서 직접적인 이해당사자인 문화예술가 외에도 그 관계에 직간접적으로 더 큰 영향을 주는 시장(market) 등 다양한 주체들의 팔들의 존재를 인식하는 것도 중요합니다. 그런 다양한 팔들의 주체들이 얹혀서 돌아가는 생태계의 자연스러운 변화를 뒤에서 보이지 않게 지원하고 촉매 역할을 담당해서 궁극적으로는 바람직한 방향으로 자연스럽게 흘러가도록 하는 것이 바로 공공정책의 <무위지위(無爲之爲)>입니다.



**<팔길이 : Arms' length>가 아니라
<팔들의 길이 : Arm's length>를 고려하는 것이
진정한 <무위지위(無爲之爲)>**

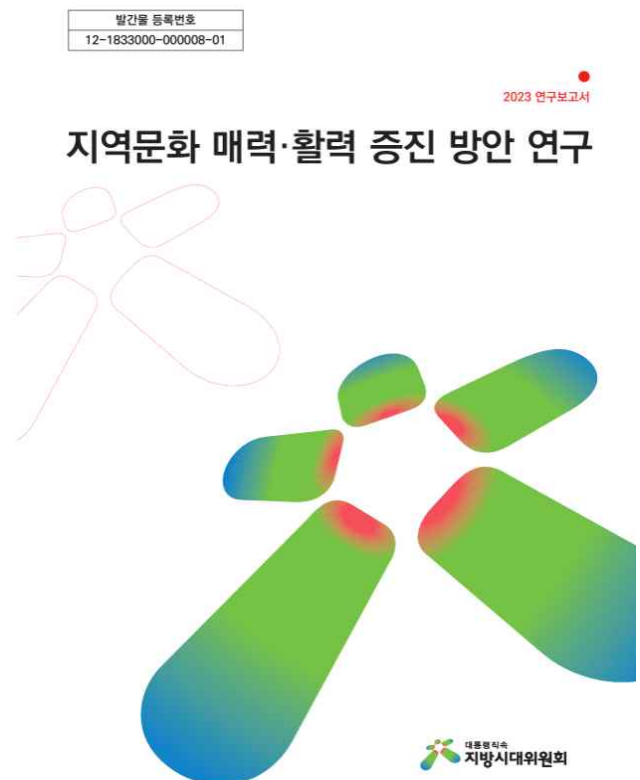
(3) <혁신>이란 <변화>를 이해하고 감응하는 것

문화투자의 혁신을 주제로 얘기한다면 정책의 새로운 집행 방식, 새로운 투자 어젠다 설정 사례 등이 고려될 것입니다. 실제로 문화정책이 문화예술 생태계를 지원하는 정책 프로그램으로서 단순한 지원금 지급에서 시작하여, 인적 역량강화, 시설 인프라 투자, 사회적 기업 양성, 상품화 및 유통 지원 등 다양한 방식이 수도 없이 시도되고 있습니다. 문화정책이 관심을 가지고 새로이 집중 투자하는 영역은 2000년대 이후로 지역문화진흥, 예술교육을 통한 창의성 개발, 문화기본권을 구현하는 문화복지서비스, 예술인 복지, 마음치유 등 사회적 문제 해결, 최근에는 지방소멸 대응까지... 다양하게 변해왔습니다. 하지만 가장 최근에 새로 등장한 것이 다른 것 보다 더 혁신적이라고 말하는 것은 적절하지 않습니다. **문화정책은 시대별로 필요에 따라 의제를 설정했고, 제기되는 문제들에 반응하며 집행 방식을 바꾸어 온 것입니다.** 정책적 집중투자 영역의 변화는 코로나, 인구소멸 등 시대별로 부각된 위기에 이에 필요한 대응책으로서 자연스럽게 선택된 측면이 있습니다.

<시대별로 부상한 사회 이슈에 대응한 문화정책의 기초 사례들 : 사회문제해결, 지방소멸 등>



『사회문제해결 문화정책 현장 _ 지역문화재단들의 사례와 시사점』 (김해보 외, 한국광역문화재단연합회, 2023)



『지역문화 매력·활력 증진방안 연구』 (김해보 외, 대통령직속 지방시대위원회, 2024)

그런데, 아직 문화이용권 발급이 진보와 보수 정권의 변화에도 아랑곳 하지 않고 계속 가장 집중되는 정책투자 영역으로 자리를 지켜오고 있는 것은 이것이 국민들의 문화기본권 구현에서 가장 혁신적이고 효과적이어서 그럴까요? 저는 그것보다는 문화바우처 발급 숫자가 문화정책 사업의 성과로서 가장 손쉽게 계측되고 부피감 있게 보고되기 좋은 성과지표(KPI)가 되기 때문이라고 생각합니다. 솔직히 말해서

문화의 세기라고 들었던 21세기가 시작된 이래, 문화정책 집행 방식에서 주목할 만한 혁신을 찾아보기는 어렵습니다. 그 이유는 문화정책의 집행은 결국 문화의 예외를 인정하지 않는 공공행정의 법과 규정에 묶여있기 때문입니다. 심지어 공공행정이 요구하는 프레임으로 숫자를 만들어 내기 위해 문화 현장의 실재를 왜곡해 온 것도 사실입니다. 이것이 공공부문의 효율을 최고 가치로 치켜올리며 소위 <21세기 문화의 세기>와 함께 우리 문화정책계를 지배해 온 신자유주의와, 투명성이 상호 감시체계로 전락한 한국의 민주주의 사회가 만든, 매우 비문화적인 양상입니다.

이제 문화의 주체인 사람이 인식하는 가치보다는 시스템으로 전달되는 성과만을 높게 인정하는 공공행정의 틀 안에서 소위 <증거기반 문화정책>이 만들어 내는 이런 비문화적인 아이러니를 끝내야 할 때입니다. 개별적 감성보다는 보편적 합리성을 추구해 온 서양의 실증주의 인식 틀에서 벗어나야 할 때입니다. 눈에 보이지 않는 것도 존재하며 매우 중요하다는 것을 주장하지 못하고, 서양이 설정한 <글로벌 원칙>에 부합하는 변방의 <로컬 데이터> 제공에만 안주하는 동양의 철학적 패배주의도 깨뜨려야 합니다. 오늘 이 자리와 같은 글로벌 서밋은 근대 문명이 그 동안 글로벌 기준이라고 세워 놓은 <보편 원칙>에 맞는 <로컬 사례>를 찾는 자리가 아니라, 로컬에 기반한 서로 다른 생각의 <원칙들>을 확인하며, 각자의 원칙을 바꾸어 나가는 자리입니다. 동양과 서양이 서로 생각하는 원칙이 다르다는 점을 인정하고 서로의 사례에서 배우며 새로운 문화과학을 만들어야 합니다.

혁신은 변화에 조응하는 것입니다. 껍질을 새로 벗기는(革新) 듯한 급격한 변화는 반감만 줍니다. 외부 변화에 조응하여 변화할 열린 마음을 내는 것 자체가 혁신이지, 새로운 가치를 높이 쳐든다고 혁신이 이루어지는 것이 아닙니다. 문화정책의 집중 투자 영역이 변해 온 것이 크게 구태의연해 보이지 않는 것은 시대의 요구와 변화에 찬찬히 조응한 것이기 때문입니다. 반면 정책 집행방식의 혁신을 이루기 위해 지금 조응해야 할 변화는 무엇일까요?

지금 회자되고 있는 AI에 의해 생성되는 문화도 쓰나미와 같이 높은 파도입니다만, 앞서 잠시 언급되었던 정동경제, 뒤에서 설명할 문화 거래의 탈화폐화는 이미 우리 주위에서 일상화된 변화입니다. 이처럼 기술과 사회 변화에 따라 완전히 변해버린 문화생태계가 어떻게 작동하는지를 이해하고 감응하는 것이 곧 문화투자의 혁신의 시작점이 됩니다. 그래서 다음과 같이 동양의 지혜를 빌어서, 변화한 문화생태계에서의 새로운 문화가치 거래를 이해하는데 요긴할 개념 네 가지를 제안합니다.



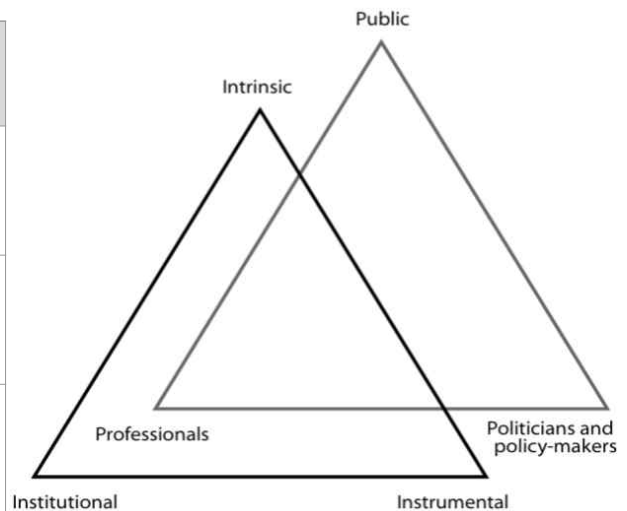
1. <3-I Cultural Values for ABC-P> 문화의 가치 이해 프레임

(1) 사회적 가치로 경제적 가치를 포괄하는 문화의 가치 이해 프레임

기술변화에 따라 문화의 가치 거래 양상이 바뀌고 있습니다. 혁신을 논하기 전에 우선 문화의 가치 거래가 지금 어떻게 이루어지고 있는지 정확히 파악할 필요가 있습니다. **이때 문화의 가치를 이해하는 인식 틀을 선택하는 것이 그 출발선입니다.**

문화의 가치체계를 인식하는 수 많은 프레임들이 경제학자들 뿐만 아니라 문화의 가치를 옹호하려는 사람들에 의해서 제시되었습니다. 『Understanding the Value and Impacts of Cultural Experiences - A literature review』(John D. Carnwath·Alan S. Brown, ACE, 2014)에서도 소개되듯이, 그 동안 제시된 프레임들이 수 없이 많았지만, 어떤 합의에 이르거나 널리 통용되지는 못했습니다. 특히 증거기반 정책을 지향한 연구자들 대부분은 Tangible한 가치를 실증적으로 검증하는 방식을 택했습니다. 그리고 문화권마다 사용하는 말의 의미와 개념 구분의 경계, 세상을 이해하는 관점이 다르니, 이를 반영하지 않은 가치인식 체계가 통용되기는 어려운 점을 무시하고 서양 중심의 개념과 가치관에 천착했습니다. 저는 특히 명확하게 구분될 수 없는 <개인의 영리>와 <사회의 복리>를 기계적으로 구분하려고 했던 것이 통용되는 프레임 하나도 건지지 못한 원인이라고 생각합니다.

존 홀든의 3-I Values for 3-P 모델 (2006)	
Intrinsic Value (본질적 가치)	Public (일반대중)
Instrumental Value (활용적 가치)	Politicians & Policy-makers (정치가, 정책가)
Institutional Value (제도적 가치)	Professionals (전문가)



김해보(2008)는 문화기관 서비스의 혁신 방안을 찾기 위해 문화의 가치 요소들과 그것들의 거래 메커니즘에 대한 이해가 먼저 필요하다고 주장하면서, “가치 중심의 혁신을 위한 공공문화서비스의 가치와 거래 방식에 대한 새로운 인식틀”을 제안했었습니다¹⁴⁾. 이 논문에서는 존 홀든(John Holden)(2006)의 “3-I values for 3-P 모델”¹⁵⁾을 변형하여 문화예술의 가치를 “본질적 가치(Intrinsic

14) “가치 중심의 혁신을 위한 공공문화서비스의 가치와 거래 방식에 대한 새로운 인식틀 제안 - 지역문화재단의 공공혁신을 중심으로” (김해보, 문화정책논총 제19집, 한국문화관광연구원, 2008). (Values-Centered Innovation : Proposal for a Recognitive Frame for Value and Trading Method of Public Cultural Service - Focus on Public Innovation of Local Cultural Foundations)

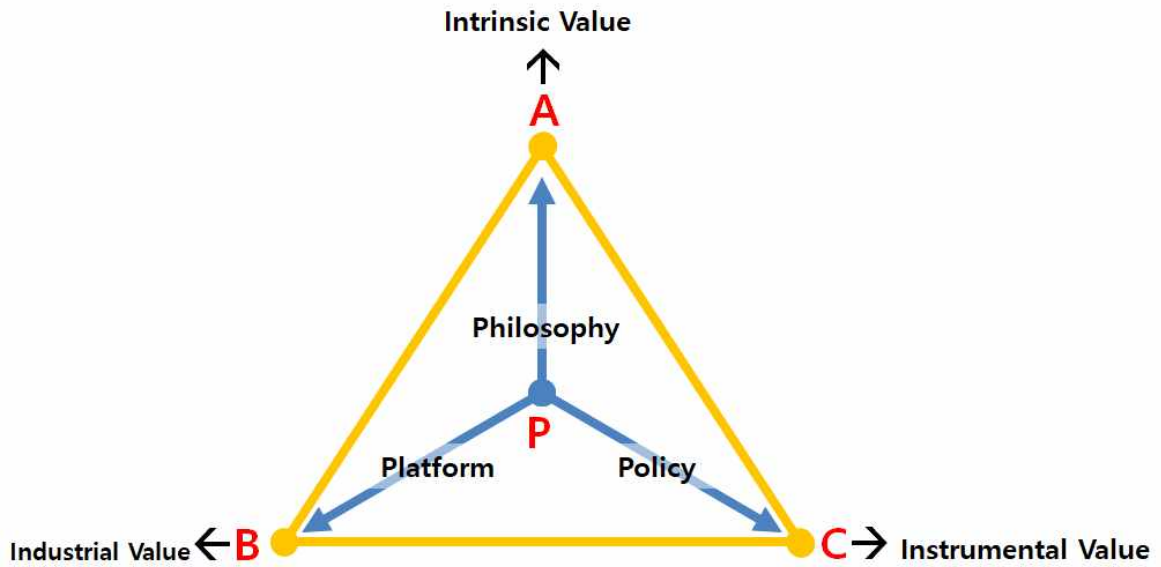
15) 『Cultural Value and the Crisis of Legitimacy』 (John Holden, DEMOS, 2006)

Value), 산업적 가치(Industrial Value), 활용적 가치(Instrumental Value)로 구분했었습니다. 여기서 “산업적 가치”(Industrial Value)는 직접적으로 돈을 벌어들이는 가치이고, 장기적이며 간접적으로 나타나는 활용적 가치까지 포함하여 “경제적 가치”(Economic Value)로서 조금 더 넓게 인식하였습니다.

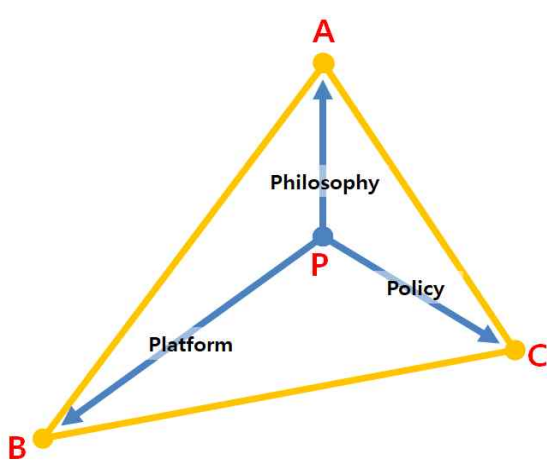
이후 이를 좀 더 발전시켜서 <3-I Values of Culture for ABC> 모델을 제시했습니다. **Intrinsic Value(본질적 가치)**에 집중하는 **Artists & Academia(예술계와 학계)**, **Industrial Value(산업적 가치)**에 집중하는 **Business(산업계)**, 그리고 **Instrumental Value(활용적 가치)**에 집중하는 **Civic(공공영역)**이 3-I for ABC에 매칭됩니다. 공공영역은 정부와 시민사회 공동체 영역을 포함합니다. 이 모델에서는 문화의 경제적 가치와 본질적 가치까지 합하여 가장 포괄적인 <사회적 가치>로 이해했습니다. 앞서 설명한 것처럼 <Economy = 경제>를 넘어서 <경세제민(經世濟民)>으로 전환하면, 자연스럽게 <가격> 중심으로 생각하여 돈을 얼마나 벌 수 있을까를 고민하는 <산업적 가치(Industrial Value)> 보다, 간접적이고 장기적으로 발현될 영향과 효과가 가지는 <활용적 가치(Instrumental value)>까지 포함하는 관점을 적용할 수 있습니다. 사회적인 것이 곧 경제적인 것이고, 경제적인 것은 사회적이어야 하는 것입니다.

<3-I Cultural Values of Culture for ABC-P>는 위의 문화의 가치 인식 모델에 그 가치 거래의 양과 양상에 영향을 주는 핵심 요소들로서 세 가지 P를 연결하여 업그레이드 한 모델입니다. 문화의 가치는 고정적인 것이 아니고 행위자의 가치관과 기술변화 등 외부 환경에 의해 쉽게 변화하는 점을 반영합니다. <3-I for ABC> 모델의 주요 주체인 A-B-C의 가치 인식과 거래 행위에 영향을 주는 중요 요소들을 추가로 고려한 것입니다. 우선 문화의 가치 거래가 성사되는 장(場)인 <플랫폼(Platform)>은 시장과 공공영역을 통틀어서 온라인과 오프라인을 모두 포함합니다. 두 번째 P는 그 플랫폼 위에서의 행위자들의 행위를 제어하거나 조장하는 <정책(Policy)>입니다. 세 번째 P는 행위자들의 가치관이 문화의 가치에 대한 평가와 거래 양상을 바꾸어 놓는 <가치관(Philosophy)>입니다. 이들 세 가지 P들 모두가 ABC 주체들에게 두루 영향을 주지만 특히 영향을 많이 주는 짝을 아래와 같이 대응시킬 수 있습니다. 이와 같이 문화예술의 가치 요소와 거래 통제 요인을 직관적으로 보여주는 <3-I Cultural Values for ABC-P> 모델을 아래 표와 같이 제안합니다. 이 모델은 도식화를 통해 가치거래의 주요 통제 요소들의 힘의 크기에 따라 전체 문화생태계가 한쪽으로 기울어지는 양상을 직관적으로 인식하는 데도 도움이 됩니다.

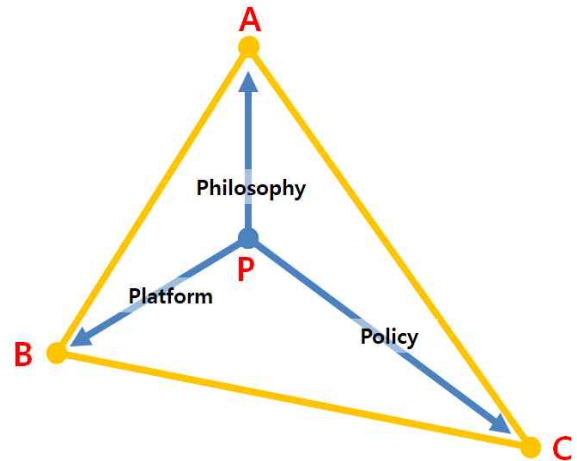
김해보의 <3-I Cultural Values for ABC-P> 모델				
문화의 가치 구분 (3-I)			주요 이해관계자들 (ABC)	가치거래의 주요 통제요소 (P)
Social Value (사회적 가치 = 經世濟民가치)	Intrinsic Value (본질적 가치)		Artists & Academia (예술계, 학계)	Philosophy (가치관)
	Economic Value (경제(經濟)적 가치)	Industrial Value (산업적 가치)	Business (산업계)	Platform (플랫폼)
		Instrumental Value (활용적 가치)	Civic (공공영역)	Policy (정책)



3-I Values of Culture for ABC-P
균형 잡힌 문화생태계 모델



산업계가 주도하는 산업적 가치 중심의
문화생태계 양상
(AB'C-P 모델)



정부가 주도하는 활용적 가치 중심의
문화생태계 양상
(ABC'-P 모델)

(2) Intangible 한 것들에 주목해야 할 시점

김해보(2008)는 문화예술이 제공할 수 있는 3-1 가치의 세부 요소들을 단순화하여 각각 <이미지-이야기>, <현금-신용>, <발전성-안정성>으로 인식했습니다. 그리고 기술발전과 시대 변화에 따라 손에 잡히고 “Tangible(가시적, 명시적) 요소”들을 중시하던 관점이 최근에는 손에 잡히지 않게 모호하지만 분명 존재하는 “Intangible(비가시적, 불확정적) 요소”까지 중시하는 **경향으로 바뀌고 있는 현상을 분석했습니다**. 여기에 奇正(기정)의 개념을 적용하면, 기존에 통용되고 정립된, 즉 Tangible한 것을 정(正)으로, 아직 손에 잡히지 않고 불확정적인 Intangible한 것을 기(奇)로 이해할 수 있습니다.

하지만 기와 정은 고정된 것이 아니고 상황에 따라 변화하는 것이다. 기(奇)가 시간이 지나 정립되고 보편적인 것이 되면 오히려 정(正)으로 인식되는 것입니다. 그것은 기술의 발전과 사람들의 인식, 그리고 이를 반영한 제도화의 결과에 따라 바뀌게 됩니다. **이 글에서는 <활용적 가치(Instrumental Value)>의 주요 요소로 대비시켰던 <발전성-안정성>은 도시 문화정책 수준에서 중요한 활용적 가치 요소인 <경쟁력-매력도>로 대체해 봤습니다**. 인프라 수준 등으로 이성적으로 파악되는 <경쟁력>은 어느 정도 도시 간 비교 지표로까지 정착된, 즉 Tangible한 요소로 평가됩니다. 이에 비해 <매력도>은 이제 주목 받기 시작하여 그 개념 정의도 확립되지 못했고, 감성적 측면이 강하다는 점에서 <Intangible>한 요소라고 보는 것이 무방해 보입니다.

<3-1 Cultural Value의 세부 가치 요소들과 시대에 따른 그 중요성 변화>

가치 구분			문화예술이 제공할 수 있는 가치요소와 시대에 따른 그 중요성 변화	
			예전에 더 중요했던 요소 (Tangible 요소)	새로 중시되는 가치요소 (Intangible 요소)
사회적 가치 (Social Value)	본질적 가치 (Intrinsic Value)		이미지 (Image)	이야기 (Story)
	경제적 가치 (Economic Value)	산업적 가치 (Industrial Value)	현금 (Cash)	신용 (Credit)
		활용적 가치 (Instrumental Value)	경쟁력 (Competitiveness)	매력도 (Attractiveness) ¹⁶⁾

16) 이전 모델에서는 발전성(Development)과 안정성(Sustainability)이었음

2. 문화의 DMZ(De-Monetization Zone : 탈화폐화지대)

(1) 빅테크들의 DMZ 만들기 경쟁

지금 기업들이 돈을 벌기 위해 집중할 것이 돈일까요? 자본주의 체제 안에서 비즈니스 성공의 관건이 <마음 움직이기>가 된 지 오래되었습니다. 자본주의는 끊임없이 진화하여 상품, 서비스, 정보, 체험, 취향, 드디어 정체성까지 사고 파는 단계에까지 다다랐습니다. 특히 기존의 <정립된(Tangible, 正)> 가치와 지불 수단이 아니라, 아직 <손에 잡히지는 않지만(Intangible, 奇)> <가치를 가진 것으로 인정되는 것>으로 거래가 성사되는 경우가 많아지고 있습니다. 저는 이런 현상을 가치거래의 <탈화폐화 현상 : De-Monetization>이라고 부릅니다. 주로 빅테크 기업들이 만든 디지털 플랫폼 위에서 문화와 같이 Intangible한 가치를 가진 상품과 서비스가 가상화폐나 회원 충성도, 마일리지 등 현금이 아닌 Intangible한 거래 매개체를 활용해 거래되는 현상에 주목합니다.

가치 거래의 탈화폐화 현상(De-Monetization)

= 비-화폐 거래토큰(non-currency token ~ intangible token) 사용
+ 비-화폐적 가치(non-monetary value ~ intangible value) 지향 구매 행위

<거래 토큰의 탈화폐화 경향과 그것이 내포하는 의미>

비화폐 거래	⇒	화폐 거래	⇒	탈-화폐 거래	변화 종합 (핵심적 의미)
현물		법정통화 (Fiat Currency) (지폐, 동전)		지역통화 (LETS, 타임달러...) 신용관리 시스템 (회원제도, 마일리지..)	가치(권력) 다변화
신용		디지털 화폐 (Central Bank Digital Currency: CBDC)		가상화폐 (virtual currency) (비트코인 등...)	탈중심화 디지털화

최근 챗지피티를 만든 오픈AI 임직원들이 자기 회사가 영리법인으로 전환하는 것에 반대했다는 기사가 “뭐야, 재네들 원래 영리기업 아니었어?”라고 머리를 갸웃거리게 만듭니다. 그리고 현금으로 벌어들인 매출 실적 보다 온라인 사이트의 일간 활성 사용자 수(DAU)가 IT 기업의 투자 가치를 결정하는 것, 돈을 지불하고도 아이돌 가수의 포토카드를 랜덤으로 받는 팬덤의 소속감 구매하기, 가상화폐를 활용한 NFT 예술작품 거래에서의 비이성적인 양상 등이 바로 DMZ(탈화폐화 지대) 위에서 벌어지는 거래의 모습입니다. 빅테크 기업들은 온라인 플랫폼과 가상화폐로 자신들이 통제하는 DMZ 만들기 경쟁에 열을 올립니다. 온라인 사이트이든 오프라인 도시이든, 이제 도처에 깔린 DMZ로 사람들이 찾아오는 발길을 만드는 <마음의 움직임>이 중요해집니다.

<문화예술의 효용이 거래되는 형태 및 최근의 주요 변화>

거래되는 문화의 효용과 형태	문화의 형태변화	문화의 성격변화	거래방식의 변화
	탈-물질화	탈-문화화	탈-화폐화
문화 상징	↑		↑
문화 서비스	디지털화 문화의 제도화 예술적 재현 및 상징화	유료구독 서비스화 문화의 상품화	비 화폐적 가치 소비 신용거래와 새로운 거래 토큰 사용
문화 재화		↓	↓

가치 거래의 탈화폐화 현상(De-Monetization)은 <경제 권력의 분권화> 뿐만 아니라 <가치의 다변화>와 연결지어 이해할 수 있습니다. 최근 각광 받는 블록체인 기술과 국가의 권한을 능가하는 빅테크 기업의 영향력에 기반 한 디지털 대안화폐와 다양한 개인 취향을 맞춤 저장하는 인공지능의 추천형 문화서비스들이 탈화폐화된 거래를 증가시키고 있습니다. **이런 현상 또한 21세기 문명 전반에 걸친 “디지털화”가 가져오는, 물리적 세계의 “가벼워짐”, “탈권위”와 “가치 다변화”, 궁극적으로는 “탈중심” 세계관의 확산과 연결됩니다. 문화경제 부문에서 탈화폐화 가치거래 양상은 다른 영역보다 더 강하게 나타납니다.**

원래부터 문화의 거래는 탈화폐적 가치 지향성이 강하고 예술작품에 대한 감동과 신뢰 등이 중요한 거래 매개 토큰으로 사용되기 때문입니다. 앞서 소개했던 국보 훈민정음 해례본의 NFT 판매 사례처럼, 최근 디지털 기술의 발전으로 **“문화가치 거래의 탈화폐화” 현상이 가속되고 있고, 이때 문화의 “탈물질화(제도화, 디지털화)”, “탈문화화(상품화)” 현상과 함께 나타나는 점을 특히 주목할 필요가 있습니다.**

<P2E 모델>의 문화콘텐츠 구독경제 뿐만 아니라, 최근 호황을 맞고 있는 K-Pop이 그 전형을 보여주는 <팬덤경제>가 문화가치의 탈화폐화 거래가 21세기의 더 진화된 자본주의의 새 흐름이 되어가고 있는 양상을 잘 보여줍니다. 문화가치의 탈화폐화 거래에서 구매자가 지불하는 거래 토큰도 법정 화폐가 아닌 신용(회원권), 충성도(마일리지), 호감정동(좋아요), 디지털 토큰(비트코인) 등으로 다양해지고 있습니다. 뿐만 아니라, 판매자가 제공하는 문화서비스도 단순히 문화상품 재화뿐만 아니라 비물질적인 문화 서비스, 심지어는 문화적 상징 구독서비스로 다양해집니다. 이런 현상을 관심과 감정 반응으로 만들어지는 가치에서 가격을 만들어내는 인지자본주의의 “정동경제”(Affective Economy)로 분석하기도 합니다(이항우, 2014)¹⁷⁾.

17) “구글의 정동 경제(Affective Economy) : 사용자 정동 노동의 동원과 전용” (이항우, 경제와 사회, 비판사회학회, 2014)

빅테크기업들이 이런 플랫폼 구축에 열을 올리는 이유는 이런 탈화폐화된 거래 결과를 축적하였다가 나중에 화폐화된 이윤과 자본으로 전환할 수 있기 때문입니다. 이런 형태의 비즈니스는 덜 상업적으로 보이기 때문에 문화적 가치의 상업적 거래에 대한 저항감도 줄여주면서 삶의 전반에 쓰여들었습니다. 구글은 사용자의 정보를 축적해서 광고에 활용하면서도 “구글 아트 앤 컬처” 서비스를 비영리 사업이라고 당당하게 말합니다.

<빅테크가 주도하는 DMZ들 구축 유형>

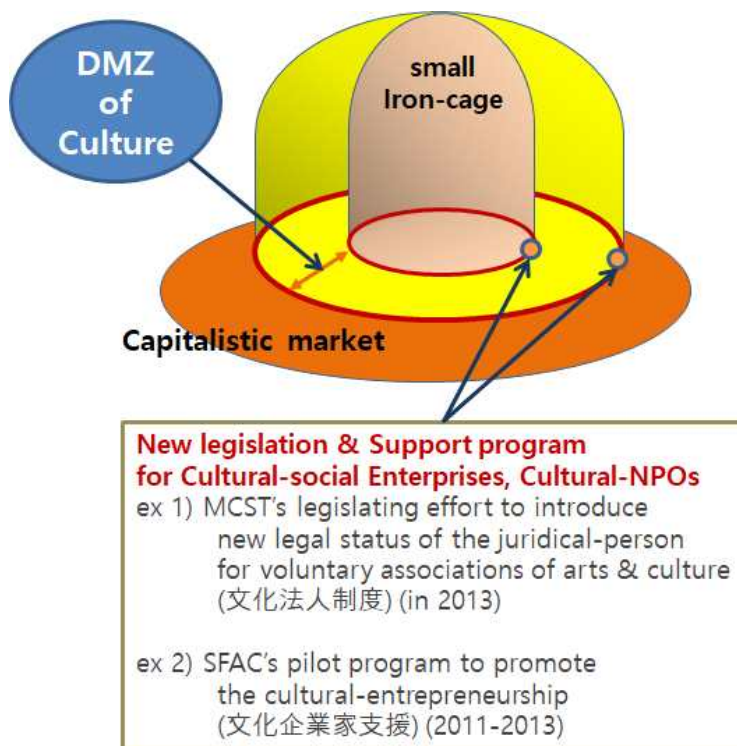
핵심 기술요소	탈화폐화 거래 방식	DMZ 구축 사례
신뢰정보 관리 +	회원관리	회원제 서비스
	마일리지 보상 제공	항공사 마일리지, 다단계 판매
	추천 서비스	SNS, IOB 플랫폼 (서울시 손목닥터 등)
	신용거래	신용카드
	P2E	온라인 게임, 구독경제 서비스
	핀테크 서비스	카카오페이, 네이버페이 등
	디지털 화폐 발행	비트코인, NFT
대안토큰 발행	사이버머니 발행	싸이월드 도토리, 별풍선, 각종 온라인 게임머니 등..
	유가증권 발행	백화점 상품권

(2) 공공이 만들고 지켜야 할 문화의 DMZ

빅테크 기업들이 만든 문화의 탈화폐화 지대(DMZ of Culture)에 공정한 규칙을 적용하는 것과 함께 공공정책이 스스로 문화의 탈화폐화 지대(DMZ)를 만들고 지켜내는 것이 공공 정책주체들의 당면과제입니다. 저는 2015년 도쿄아츠카운슬 정책포럼에서 문화의 탈화폐화 거래가 좀 더 원활하게 일어날 수 있는 “문화의 DMZ(De-Monetization Zone : 탈화폐화 지대)” 만들기를 제안한 바 있습니다(김해보, 2015)¹⁸⁾. 당초 이 개념은 주로 비영리 사업모델을 추구하지만 생존에 어려움을 겪는 문화기업들을 지원할 제도설계 모형으로 제시된 것입니다. 공공정책이 공공행정과 시장경제 시스템 사이에 <문화의 DMZ>를 구축하는 새로운 제도들 도입하여 비영리-영리를 적절히 오가는 문화거래의 활성화할 필요가 있습니다.

문화기업들은 주로 공공보조금을 활용한 탈화폐화된 거래를 통해 문화의 가치를 사회에 공급합니다. 그런데, 문화예술의 비-화폐적 가치는 자본주의 시장에서는 평가절하 되어 착취되거나 아예 무시되기 쉽습니다. 그리고 보조금 사업에 대해 비영리성을 요구하면서 그것의 비화폐적 거래를 화폐적 거래와 동시에 적절히 관리할 수 있는 예술경영관리 시스템은 없습니다. 결국 그 서비스는 대부분 무료로 제공되어 문화기업과 예술단체들은 정부의 보조금 사업을 수행할수록 적자를 보게 됩니다. 그리고 사회적 가치 등 비영리성을 추구하며 자생력 있는 기업이 되기 위해 수행한 거래들의 결과를 정산한 보조금 사업의 수익내역은 양쪽에서 공격당하게 됩니다. 시장 관점에서는 비효율 투성이고 공공행정 관점에서는 공적자금을 투입해서 부적절하게 사적 영리를 추구한 것으로 치부되기 쉽습니다. 이렇게 양측에서 압박받는 상황을 JSA(Joint Security Area)에서 감시받는 처지로 비유됩니다.

<JSA(Joint-Security-Area)에 갇힌 문화기업을 지원하기 위한 문화의 DMZ 제안>



(출처 : Hae-Bo Kim (2015))

18) “A way to the Self-Revolution of Cultural policy to save the Community, Society and the Culture in Danger” (Hae-Bo Kim, Open Forum by Arts Council Tokyo, 2015.2.7.)

이런 어려움을 해소할 방안으로 제안된 <문화행정의 DMZ 구축>은, 우선 공공 구매 계약 시스템 안에서 <사회적 기업 지원 법률>에 의해 취약계층 일자리 창출 부분 등에 대해 일부 인정되는 “사회적 가치” 뿐만 아니라, 문화예술의 “본질적 가치”의 “경제적이면서 사회적인 측면”, 즉 <경제제민적 측면>까지 가격 또는 수익으로 제대로 환산하여 인정하는 시스템을 마련하자는 것이었습니다. 이는 문화기업에 대한 지원사업 성과 평가나 문화프로젝트 파이낸싱 투자심사의 기준에도 적용될 수 있습니다. 그리고 화폐 이외의 문화통화 등 신뢰 토큰을 활용하여 문화서비스 거래를 활성화할 수 있습니다(김해보, 2004)¹⁹⁾.

공공정책이 말아야 할 또 다른 역할은 애당초 비화폐적으로 문화를 공유해 온 전통적인 <문화의 DMZ>가 빅테크 기업들의 자본 축적을 위해 오용되지 않도록 적절한 규제 시스템을 마련하는 것입니다. **문화의 거래에서 발생하는 고전적인 화폐화된 “이익 : profit” 뿐만 아니라 탈화폐화된 “이익”을 공정하게 분배하는 새로운 게임의 규칙이 필요합니다.** 빅테크 기업들이 만드는 문화의 DMZ들이 혁신적인 문화가치 거래의 플랫폼으로 쓰이는 것을 방해하지는 말고 정동 착취의 플랫폼으로 악용되지 않게²⁰⁾ 적절한 규제 장치를 개발해야 합니다. 사회의 공동자산인 문화의 거래로 얻은 “이익”은 인간사회로 환원하는 공정한 분배의 규칙을 만들어야 본인들이 주장하는 “비영리”의 취지를 살릴 수 있을 것입니다. 2019.7월에 일명 ‘GAFA(Google, Amazon, Facebook, Apple) Tax’로 불리는 “디지털 서비스세(taxe sur les services numériques)”를 법제화한 프랑스의 사례(오태현, 2019)²¹⁾, 2023년 6월에 최초로 발효된 EU의 인공지능법이 “감정 인식(emotion-recognition) AI 금지”를 강조한 것²²⁾의 의미를 기술적, 문화적으로 뿐만 아니라, 경제학 관점에서 해석하는데 이 감정경제학이 유용하게 사용될 수 있을 것으로 기대합니다.

사람들은 시장에서의 거래를 통한 “문화의 화폐화”(Monetization of culture trading)를 우려하지만 사실은 새로운 문화자본주의가 만들어 내는 “탈화폐화된”, 그래서 흔히 “비영리”라고 착각하기 쉬운 “문화의 탈화폐화(De-Monetization of culture trading)” 현상을 더 경계해야 합니다. 빅테크 기업들이 인류 공동의 문화자원과 인간들의 문화활동을 활용해서 돈을 벌면서 그 수익을 공정하게 나누지 않는다면 그들이 주장하는 비영리성의 의미를 다시 생각해봐야 할 것입니다.

19) “지역문화재단의 문화통화 도입 및 활용 방안 연구 : 서울문화통화를 중심으로” (Feasibility study on the cultural LETS as a new scheme for the cultural foundations : proposing a conceptual model for the Seoul cultural LETS) (김해보, 추계예술대학교 석사논문, 2004)

20) 구글·메타, '개인정보 불법 수집' 1000억 과징금 철회 (BBC뉴스 코리아, 2022.9.14.)

21) “프랑스 디지털세 도입의 의미와 전망” (오태현, KEIP세계경제포커스, 2019.8.21.)

22) EU AI Act: first regulation on artificial intelligence (News, European Parliament, 2023.6.14.)

3. 문화 가치 거래 이해를 위한 <감정경제학(Emotional Economics)>

(1) 문화의 거래는 수요-만족 곡선이 아니라 만족-불만족 곡선으로 이해해야

“탈화폐화 지대(DMZ : De-Monetization Zone)” 안에서 문화의 거래가 성사되는 양상을 살펴보면 <수요-공급 곡선>을 따라 움직이는 <가격>이 중요하지 않습니다. 아이돌 팬들의 굿즈 판매나 미술품 경매에서 가격이 높아질수록 수요가 더 커지는 현상도 쉽게 볼 수 있습니다. 그리고 이런 거래에서는 거래 확정 이후의 행동이 향후 문화시장 형성에서 더 중요합니다. 이때 **거래에 개입된 Intangible한 가치에 대한 신뢰 또는 매력도에 따라 달라지는 거래 <만족감>이 거래 후 행동을 좌우하고, 그것이 다른 사람들이나 당사자의 다음 거래의 지속 여부에 큰 영향을 미칩니다.** 저는 이런 거래 양상을 이해하는데 “DMZ(탈화폐화 지대 : De-Monetization Zone) 안에서의 감정경제학”²³⁾이 필요하다고 주장해 왔습니다.

사람들은 문화적 재화, 서비스, 상징의 형태로 제공되는 문화의 3-I 가치를 획득하기 위해 거래 플랫폼 안에서 통용될 수 있는 거래토큰을 지불합니다. 현금(cash), 신뢰(credit), 시간(time)이 문화가치의 거래 매개에 주로 사용되는 토큰들입니다. 앞서 문화의 가치 구분에서 적용했던 “Tangible”, “Intangible”한 3-I 가치 요소들처럼, 거래를 성사시키는 거래매개 및 지불의 토큰(Trade & Payment token)도 Tangible 토큰과 Intangible 토큰으로 구분할 수 있습니다. Tangible 토큰에는 현금(Cash ~ Y)이 포함되고, Intangible 토큰에는 신뢰(Credit ~ X)와 시간(Time)이 포함됩니다. 예를 들어, 우리는 서점에서 책을 구매하는데 돈을 지불할 뿐만 아니라 멤버십 가입 시에 받은 할인쿠폰이나 마일리지로 책값의 일부를 지불합니다. 서울시에서 개최하는 거리예술 축제의 무료공연에 참가하여 문화생활을 즐기기 위해 현금을 지불하지는 않지만 시간을 할애하고, 그에 합당한 수준의 만족감을 얻었을 때 행사 주최측에 대한 신뢰와 이를 승인한 서울시 문화정책 또는 서울시장에 대한 지지를 보내게 됩니다. 또는 나의 개인정보를 제공하고 서울시 문화정보 서비스 회원으로 가입합니다.

성사된 거래의 결과로 생기는 마음 속의 만족감은 획득한 가치의 총합이나 거래 직후 생기는 정동(情動) 자체가 결정하는 것이 아닙니다. 오히려 만족감은 애초에 기대했던 것에 대비하여 확인된 현실 인식의 차이가 가져다주는 것입니다. 그래서 거래에서 이미 지불된 토큰의 적정량에 대한 주관적 평가와 실제 지불된 양 사이의 차이에서 이득이 남으면 만족감을 느끼는 것입니다. 예를 들어, 방금 성립된 거래에서 100의 토큰을 실제로 지불했는데 거래 직후 생긴 감정에 근거하여 지급되었어야 할 적절한 토큰의 크기가 110이라고 평가할 경우 얻는 만족감은 그 차이, 즉 10토큰 만큼의 이득(= 110토큰 - 100토큰)이 되는 것입니다. 반대로 거래 결과에 대해 기분이 좋지 않아서 “90토큰만 줬어도 됐을걸...” 이라고 느낄 때는 10토큰 만큼의 불만족을 느끼게 되는 것입니다. 이런 차이는 주로 intangible 토큰의 적절한 양에 대한 주관적 평가로 결정됩니다.

23) “문화의 탈화폐화 지대(DMZ : De-Monetization Zone)” 안에서의 “감정경제학” ; “문화경제(cultural economy)”를 넘어 “문화경제제민(Cultural 經世濟民)”으로 나아가기 (김해보, 2023 World Conference on Cultural Cities, City IDEAS, 중국 청두시, 2023.10.16.) 참조

비교적 스테이블한 가격을 따르는 tangible 토큰의 양에 대한 평가보다는 그렇지 않은 intangible 토큰의 지불양에 대한 주관적 평가가 감정에 따라 요동치며 거래에 영향을 미치는 것입니다.

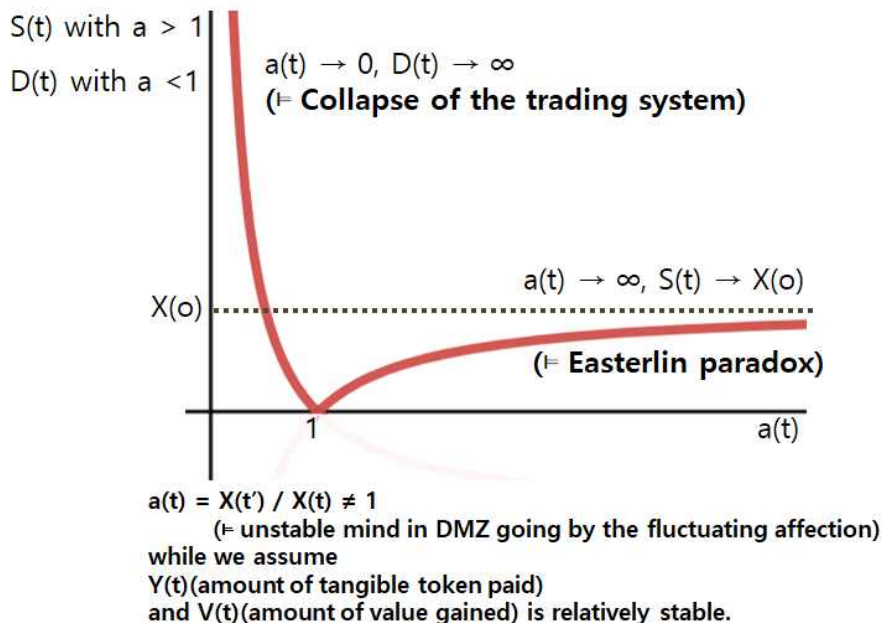
거래량이 많은 시장에서 현금 가격은 어느 정도 정해져 있기 때문에, $Y(t) \cong Y(o)$, 즉 tangible 거래 토큰의 지불량과 가치는 어느 정도 스테이블하다고 가정합니다. 이 가정 위에서 현금이라는 tangible 거래토큰과 신뢰라는 intangible 거래토큰을 지불하고 성사시킨 문화의 가치거래로 얻어지는 만족감을 계산해보면

$S(t) = \Delta X(t) \approx (1 - 1/a)X(o)$ 가 됩니다.

반대로 이 거래에서 얻어지는 불만의 크기를 계산해보면

$D(t) = \Delta X(t) \approx (1/a - 1)X(o)$ 가 됩니다. 상세한 수식 전개 과정은 별첨자료를 참조하세요.

<감정경제학의 만족-불만곡 곡선>



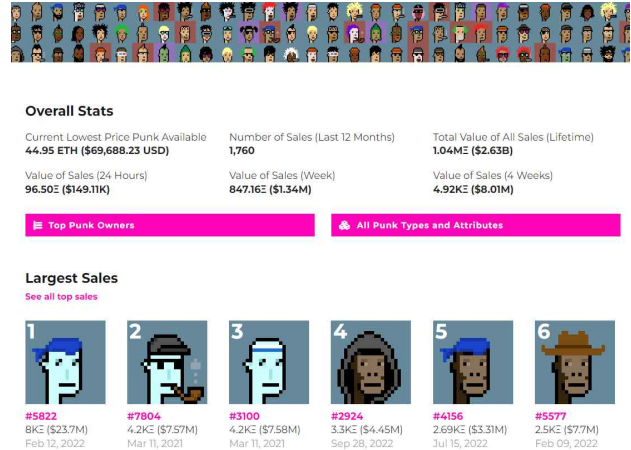
이 수식을 그래프로 그려보면 $a = 1$ (평정심)을 기준으로 꺾어지는 새 부리 모양의 커브가 그려집니다. $a(t)$ 가 무한대(∞)로 가면(우호적이고 긍정적인 정동의 증가) $S(t)$, 즉 만족감은 증가하다가 계속 증가하지 못하고 $X(o)$ 로 수렴합니다. 반면 1보다 적은 $a(t)$ 가 0으로 가면(부정적인 정동의 증가) $D(t)$ 즉 불만은 무한대(∞)로 발산합니다. 이때 거래 시스템은 붕괴되어 더 이상 작동하지 못합니다. 우리는 이것을 **“탈화폐화 거래에서의 만족-불만족 곡선”**으로 부를 수 있습니다. $X(o) = V(o) - Y(o)$ 이기 때문에 현금을 하나도 지불하지 않고 100% 신용토큰으로 지불했을 경우는 획득된 가치의 총계입니다. $a(t)$ 는 널뛰는 감정에 영향받는 요소이기 때문에 무한대로 증가할 수 있지만 인간의 본성에 따라 시간이 지나면 평정심으로 돌아옵니다. 하지만 긍정적 정동이 아무리 커져도 $S(t)$ 즉 그 거래에서 느끼는 만족감은 본래 가치 $V(o)$ 를 넘어서지 못할 뿐 아니라 $a(t)$ 가 커짐에 따라서 증가폭이 더 줄어든다는 것입니다.

(2) 팬덤경제에 대한 이해부터 공공서비스 혁신까지 적용하기

이와 같은 분석은 정동경제로 진화한 자본주의 시장에서의 문화가치 거래 매커니즘을 제대로 이해하는데 도움이 됩니다. 지금은 예전의 상품자본주의 시대 때 보다 재화에 대한 상징소비, 이를 통한 정동, 그리고 그에 따른 만족감이 거래 성사와 이후 지속적인 관계 유지 여부와 가격을 결정짓는 중요 요소가 되고 있습니다. 따라서 이렇게 도출된 <만족-불만족 곡선>은 소위 DMZ 안에서의 <감정경제>의 매커니즘을 이해하는 새로운 문화경제학이라고 부를 수 있습니다.



<아이돌 그룹 팬덤의 랜덤 포토카드>



<출처 : NFT 거래 플랫폼 크립토 펑크 홈페이지>

"...the emergence of a market for something that hasn't been possible to value before: emotion."

(Noelle Acheson, 2021)

최근 실물 예술작품을 불태워 없애고 이를 가상화한 NFT 작품을 유일한 원본으로 만들어 가격을 올리려는 시도가 빈번합니다²⁴⁾. 이런 가상에 반응한 정동(情動)으로 가격을 매기고 그것을 비-화폐 토큰인 디지털 화폐로 거래하는 “NFT는 제대로 값을 매길 수 없었던 ‘감정’이 거래되는 새로운 시장”(Noelle Acheson, 2021.)²⁵⁾이라는 논평이 문화거래의 탈화폐화 현상과 감정경제학의 단면을 잘 보여줍니다. 팬덤은 탈화폐화 방식으로 문화의 가치를 거래하면서 충성심과 소속감이 공고해지는 독립된 경제 체계를 이루는 것입니다. 이처럼 가격도 없고 보이지도 않는 것의 거래를 이해하는데 이 새로운 문화경제학이 도움이 될 것입니다. 위의 분석은 신뢰와 현금으로 Intangible 토큰과 Tangible 토큰을 단순화해서 분석한 것인데, Intangible 토큰으로서 시간(T)을 대입시키면 무료 행사 참여를 위해 줄을 선 시민들이 얼마나 많은 시간을 불만 없이 지불해 줄 지를 이해하는 데도 도움이 될 것입니다. 이를 통해 공공서비스 혁신을 설계하는 데도 활용될 수 있습니다.

24) Banksy Work Physically Burned and Digitized as NFT in Art-World First (Jamie Crawley, COIN DESK, 2021.3.4)

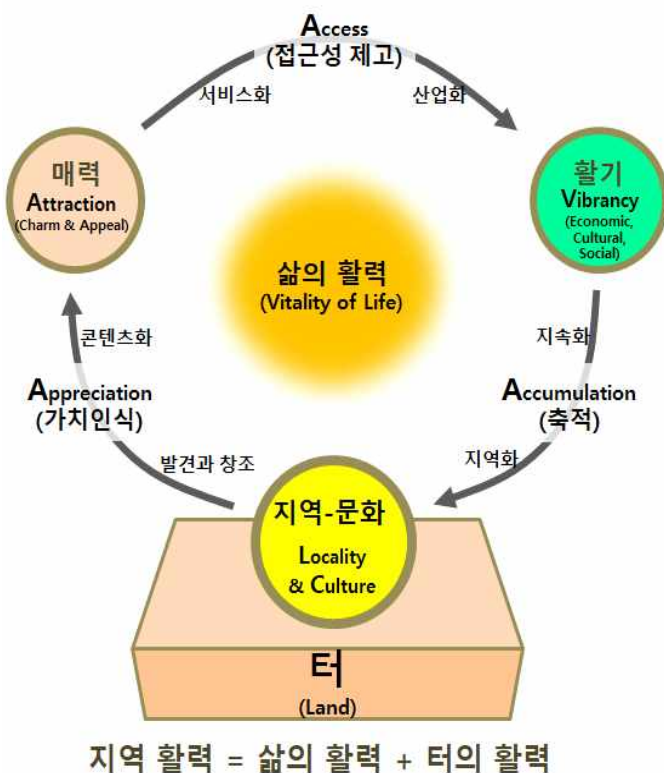
25) Crypto Long & Short: What NFT 'Markets for Emotion' Say About Tech Business Models (Noelle Acheson, CoinDesk, 2021.5.15.)

4. 새로운 문화투자의 사례 또는 제안 - 매력을 담은 그릇으로서 도시 되기

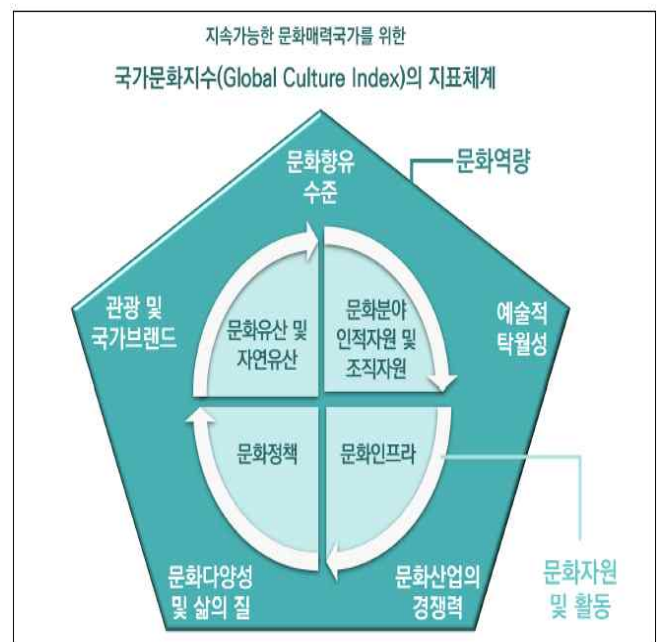
(1) 글로벌한 경쟁력에서 로컬리티를 담은 매력으로 전환 추세

앞서 제시한 <3-I Cultural Values for ABC-P> 문화가치 모델에서 특히 도시 문화정책이 추구할 문화의 <활용적 가치>의 주요 요소로서 <도시 경쟁력>과 <도시 매력도>를 들 수 있습니다. 매력이 도시의 인프라 수준이나 합리적 판단에 근거하지 않는다는 점뿐만 아니라, 아직 확고한 개념이 정립되지 않았지만 새로 떠오르는 중요한 정책 개념이라는 점에서도 intangible하다고 볼 수 있습니다.

그 동안 문화가 도시의 경쟁력을 높이는 것은 창조인구와 관광객을 불러들이고 주민들의 삶의 질 수준을 높이는 측면에서 이해되었습니다. 그런데 최근 로컬리티가 지역의 핵심 자원이 되는 시대에 이를 글로벌 기준에 맞춘 경쟁력이 아닌 지역만의 독특한 <매력>으로 파악하려는 정책 흐름이 세지고 있습니다. OECD는 코로나 이후 지역의 회복에 필요한 요소로서 경쟁력 대신 <지역매력지수>(Measuring the attractiveness of regions (OECD, 2022))를 제시했고, 한국 문체부도 국가의 문화매력을 정책적으로 관리하기 위해 『지속가능한 문화매력국가를 위한 국가문화지수 개발 연구』(양혜원 외, 2023)를 진행했습니다. 한국에서 매우 시급한 지방소멸 이슈에 대응하는 대통령직속 지방시대위원회도 『지역-문화-매력-활력 증진 방안』(김해보 외, 2024) 연구 통해 매력-활력 관련 지표체계들을 비교하고 대안적 지역 활력 지표체계를 제시했습니다.



지역-문화-매력-활력의 순환 체계
(출처 : 김해보 외, 지방시대위원회(2024))



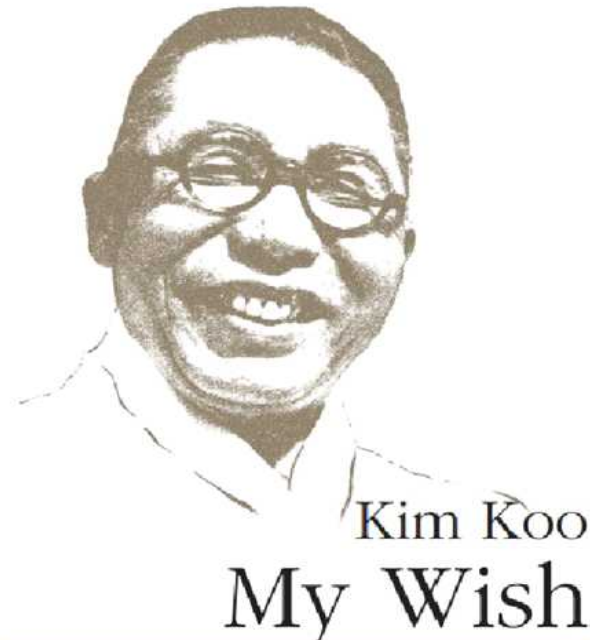
문화매력국가의 문화지수
(출처 : 양혜원 외, 한국문화광연구원(2023))

매력에 관심을 가지는 것은 최근 사회 트렌드와도 연결됩니다. 오늘날, 경쟁에 지친 이들이 '무해력(無害力, Power of the Harmless)'을 새로운 트렌드로 추구하고 있습니다. **<남을 이기는 힘 : 경쟁력> 보다 <남에게 사랑받는 힘 : 매력>의 힘이 더 강력한 시대입니다.** 앞서 살펴본 정동경제의 양상을 고려하면, <살기 좋은 도시(Livable City)의 경쟁력>보다 <사랑받는 도시(Lovable City)의 매력>이 사람들을 도시로 이끌 것 같습니다. 그렇기에 어떻게 하면 우리가 서로에게 좀 더 <사랑받는 존재>가 될 수 있을지를 고민하는 것이야말로 이 시대에 필요한, 문화의 힘으로 함께 살아가는 전략입니다.

		경쟁력 있는 도시	매력 있는 도시
사람	거주민(Citizens)		
	인재(Talent)		
	방문객(Visitor)		
돈	투자되는 돈		
	소비되는 돈		
발걸음	온라인 트래픽		
	오프라인 방문		
마음	합리적인 마음		
	공감하는 마음		

어디로
더
끌릴까?

우리는 한류의 성공 원류를 찾을 때, 김대중 대통령의 <정보화 사회에서의 국가 경쟁력 높이기 전략>에서 한 걸음 더 나아가, 백범 김구 선생의 한 시대 앞선 통찰에서 찾을 필요가 있습니다. 국가가 제대로 성립되지도 못했던 시절 대한민국 임시정부의 수반이었던 김구 선생은 『나의 소원』에서 “나는 우리나라가 세계에서 가장 아름다운 나라가 되기를 원한다... 오직 한없이 가지고 싶은 것은 높은 문화의 힘이다”라고 말씀하셨습니다. **김대중 대통령이 문화의 세기에 필요한 인터넷 인프라로서 국가 경쟁력의 기초를 놓았다면, 김구 선생은 사랑받는 매력이 주목받을 시대를 내다보며 문화국가의 철학을 제시한 것입니다.**



"...나는 우리나라가 세계에서 가장 아름다운 나라가 되기를 원한다... 오직 한없이 가지고 싶은 것은 높은 문화의 힘이다..."

김구 선생은 나라가 제대로 정립되지 못한
상황에서도 문화적이고 매력있는 국가가 되기를
소원했음

(사진출처 : 김구재단 홈페이지)



김대중 대통령은 정보화시대를 대비해
인터넷으로 국가 경쟁력의 기반을 다졌고,
이는 한류의 기반이 된 것으로 평가됨
(사진출처 : 한겨레신문, 2024.1.3.일자)

(2) Intangible한 매력을 포집하는 플랫폼 되기를 위한 투자

이런 흐름에 부응하여 이제 도시 문화정책은 이제 <글로벌 기준에 부합하는 경쟁력> 보다는 <로컬리티를 담은 매력>에 투자할 필요가 있습니다. 이것이 서울문화재단이 올해 <세계도시 매력지표 개발 연구>를 진행하는 이유입니다. 도시경쟁력 대신 '도시의 매력'에 주목하는 본 연구를 통해, 도시 정책의 초점을 경제 중심에서 문화와 로컬리티 중심으로 확장하고자 합니다. 문화정책 또한 문화예술을 넘어 로컬리티(Locality)에 기반한 <지역의 정체성>과 <공감(empathy)하는 인간성>을 중시하는 새로운 패러다임으로 발전하기를 기대합니다.

<투자자><방문객><관계 인구><창조적 인재><거주자>를 끌어오는 힘인 <매력(魅力)>은 그 정의나 구조를 이성적으로만 포착하기 어려운 개념입니다. 그 개념을 명확히 고정하려 하기보다, 경쟁력에서 매력으로 전환하는 글로벌 담론을 형성하고, 정책적으로 관심 가지고 관리할 매력의 요소들을 선별·공유하는 과정이 더욱 중요합니다.

이번 연구를 통해 확인하고 합의하려는 매력의 중요 요소로 <밖으로 매혹하는 힘(appeal)> 뿐만

아니라 <안에 내재된 가치(charm)>를 중시합니다. 도시에서의 풍요로운 <삶의 조건> <고유한 로컬리티> <재미> <공감>에 기여하는 다양한 도시 자원과 활동들을 살펴볼 예정입니다.

여기에는 도시경쟁력 전문가, 골목길의 매력에 집중하는 경제학자, 공감-한류-도시썸 이론 전문가인 사회학자, 문화정책 전문가로 구성된 4인의 공동 저자들의 관점이 골고루 반영되어 있습니다. 이번 연구에서는 특히 문화인프라 등의 손에 잡히는 자원들뿐만 아니라 사람들의 문화참여 활동과 그 웅성거림(Buzz)를 중요한 매력자원으로 인식하고 있습니다. 도시의 매력자원을 확인하는 과정에서 문화예술의 중요성이 부각될 것으로 기대합니다.

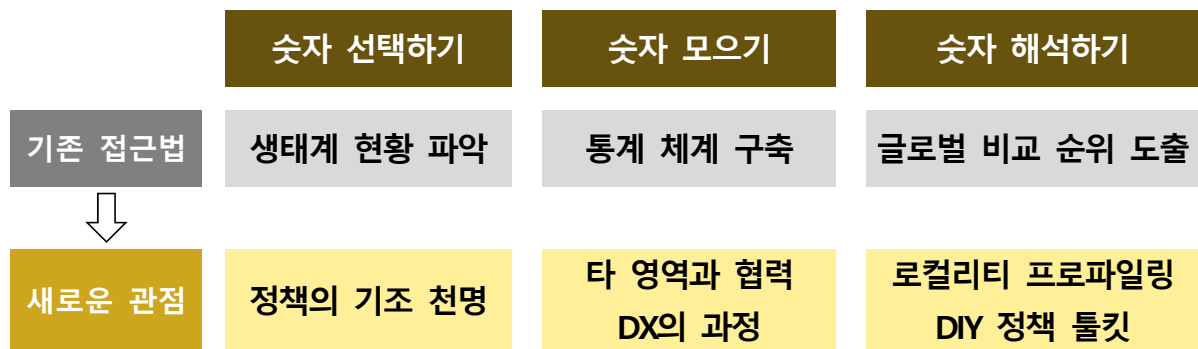
<세계도시 매력지표 체계에서 고려하고 있는 요소들(초안)>

매력의 개념 설정			= <투자자><방문객><관계 인구><창조적 인재><거주자>를 끌어오는 힘 = <안에 내재된 가치(charm)> + <밖으로 매혹하는 힘(appeal)> = <손에 잡히는 자산 : Tangible Asset> + <손에 잡히지 않는 자원 : Intangible Resource>				
공동연구진들 관점을 종합한 매력의 요소들 (1차 초안)			끌어오려는 사람들				
			투자자	방문객	관계 인구	창조적 인재	거주자
매력 (Attraction)	= Charm + Appeal	삶의 조건	경제적 번영 (GRDP 성장률, 창업생태계 지수 등)				
			주거 안정성 (주거비 부담률, 주택보급률 등)				
			일자리와 기회 (청년 고용율, 창조산업 업체 수, 문화산업 수출액 등)				
			사회적 환경과 삶의 질 (고등교육 참여비율, 의료 및 복지 서비스 수준, 녹지율 등)				
		고유한 로컬리티	독특하고 고유한 로컬리티 자원 (유네스코 유산, 골목상권, 문화유산 등)				
			문화자원 및 예술자원 (문화인프라, 예술생태계 활성화 정도 등)				
			인구 및 문화의 다양성 (외국인 주민 비율, 문화다양성 지수 등)				
			지리적 연결성 (항공접근성, 교통 인프라, 방문자 수 등)				
		재미	문화행사 및 예술프로젝트 (예술축제, 공공예술 작품 등)				
			야간 및 거리 문화 활성화 (야외 문화행사, 야간문화 즐길거리, 치안 수준 등)				
			관광 자원과 인프라 (국제행사 개최 수, 객실수, 체류일수 등)				
			시민들의 문화참여도 (시민 문화참여 수준, 문화소비지출액 등)				
		공감	표현된 매력 (여행플랫폼 등 Buzz 분석 결과 (양과 호감도))				
			평가된 매력 (주요 매체 평가, 수상실적 등)				
			방문객 만족도 (관광객 만족도, 기업활동 만족도 등)				
			거주자 만족도 (주민 삶의 만족도, 사회적 신뢰 수준 등)				

지표체계 연구는 단순히 또 하나의 숫자 만들어 내기 과정이 아닙니다. 지표로 채택된 숫자는 정책의 지향점을 표현하며, 새로운 지표는 인식의 전환을 반영합니다. 또한 지표 체계를 이루는 다양한 요소들과 관계된 숫자를 모으는 과정은 문화정책과 연관 지어야 할 다른 공공정책 영역과의 협력 채널을 구축하는 과정이 됩니다. 모아진 숫자는 통계로만 관리되는 것이 아니라 시민들을 위한 문화정보 서비스로 전달될 수 있습니다. 이런 일련의 과정이 문화정책의 영역 확장과 디지털 전환(DX)으로 이어지기를 기대합니다. 연구의 최종 성과로서, 모아진 데이터를 공유하고 도시 썸 단위의 매력도를 프로파일링 하게 도와주는 온라인 플랫폼을 구축하고자 합니다.

무엇보다도 서울시 차원의 매력도는 자치구의 로컬 단위 통계 데이터를 종합하여 도출될 수 있는 점을 고려할 때, 데이터 취합 과정이 로컬 주체와의 정책적 협력의 과정이 될 것으로 기대합니다. 이번 연구는 25개 자치구들이 각자의 지역적 특성을 반영하는 매력 특성에 근거하여 각자의 문화 전략을 수립할 수 있도록 도와주는, 소위 <DIY 정책 툴킷(Tool-Kit)>을 제공하는 것을 목표로 합니다. 매력은 본질적으로 다양성을 전제로 합니다. 따라서 도시매력지표는 단일한 글로벌 기준으로 도시들을 줄 세우는 새로운 순위 경쟁 지표가 되는 것을 지양합니다.

<문화정책이 숫자를 대하는 새로운 접근법>



<매력>은 사람의 마음의 움직임으로써 포착되고 디지털 이미지와 이야기로 전환되어 가상세계를 흘러 다니다가 사람들의 반응으로 재생산 되기도 합니다.. 앞서 소개했듯이, 빅테크 기업들은 그렇게 흘러다니는, <매력이 담긴 정동(情動)의 편린들>을 포집하기 위해 엄청난 에너지를 잡아먹는 데이터센터 짓기 경쟁에 돌입했습니다. 지금 도시에 살고 있는 우리는 사실 일상의 모든 측면이 디지털 트윈 가상으로 변환되어 통제되는 <스마트시티>에서 살고 있습니다. 이제 인간보다 더 깊고 빠르게 생각하며 문화를 만들어 내는 기계가 제공하는 편리함에 익숙해지면서, 우리는 조상에게서 물려받은 인간의 능력은 하나둘씩 퇴화시키고 있습니다. 인간의 문화 생산능력도 마찬가지입니다. 인공지능체의 문화 생성력에 인간의 문화 생산을 급속도로 압도하고 있습니다. 이런 상황을 고려하면 몸을 가진 사람들이 느낀 매력이 빅테크 기업이 관장하는 온라인 플랫폼의 탈화폐화지대(DMZ)만 웅성거리게 만들지만 말고, 도시의 광장의 DMZ 웅성거리게 만들어야 합니다.

문화예술은 도시의 다양한 로컬리티의 매력을 담아냅니다. 도시는 또 인간 개별자들이 서로 다른 위에서 공감하는 다양한 문화예술의 매력을 담아내는 그릇이 됩니다. 다양한 매력을 담기에는 자기 모양이 중요한, 기다란 병 보다는, 그 위에 얹혀질 샐러드 재료와 소스를 버무릴 정도의 깊이만 있는, 넓은 접시가 좋습니다. 도시의 광장은 이렇게 공감된 매력을 마음에 담고 흐르는 사람들의 발걸음을 담아내는 넓은 그릇이 되어야 합니다. 이것이 서울시 매력을 담아내는 플랫폼 되기를 추구하는 서울의 새로운 문화투자 방향입니다. 그 새로운 투자의 방향을 보여주는 <세계도시 매력지표> 개발 연구는 대략 다음과 같은 일정으로 진행됩니다. 전 세계 문화정책 전문가들의 관심과 지지를 기대합니다. (sea@sfac.or.kr)

◆ Phase 1: 공동 연구 출범 및 개념적 탐색

- 해외 협력 연구진과 온라인 워크숍 : ~2025.6월(또는 7월)
: 매력지표 개발의 필요성 공감
- 도시 매력의 개념, 서울의 매력에 대한 설문 : ~2025.10월
: 현장 워크숍 토론 자료 준비

◆ Phase 2: 현장 워크숍 및 서울국제문화예술포럼 참여

- 해외 협력연구진 서울 방문 오프라인 워크숍 개최 : 2025.11.2.(일)~11.5(수)²⁶⁾
 - . 4가지 테마 서울매력 현장투어 : 1. 역사와 자연 / 2. 예술과 문화 / 3. 힙한 정통성 / 4. 공감되는 다양성
 - . 도시매력 공감 워크숍 : 도시매력의 개념, 정책적 필요성, 관련 사례 공유
 - . 한국 관련 기관과의 교류 기회 제공 : 국제문화교류 네트워킹 워크숍(KOFICE 협력 프로그램), 국제포럼 공식 만찬에 초청
- 서울국제문화예술포럼(가칭) : 2025.11.4., DDP
 - . 주제(안) : The Future of Humanity, Arts, and the City
 - . 주제세션, 예술세션, 정책세션 : 국내외 문화예술계 저명 인사 및 정책전문가 초청 예정
 - . 정책세션 : 매력지표 개발 연구성과 중간 발표, 도시 매력 사례 공유
 - . 해외 초청 포럼 참가자 : 포럼 당일 발표 외에 국내 연구진과 함께 서울의 매력 현장 방문과 토론으로 이루어지는 <도시매력 공감 워크숍 (11.2~11.5)>에 초대함

◆ Phase 3: 통계 데이터 수합 시스템 구축 및 예비 조사

- <세계도시 매력지표> 체계(안) 발표 : ~2026.1월
- 시범 조사 및 도시 간 비교 : ~2026.12월
 - . 연구결과를 서울문화지표체계 개편 연구에 반영 : ~2026.3월
 - . 통계 데이터 수집 (개편된 서울문화지표체계에 포함) : ~2026.8월
 - . 시범 조사 및 지수화 결과 협력 연구 도시 간 비교 : ~2026.9월
 - . WCCF 서밋에서 연구 결과 발표 : ~2026.10월

* 세계도시 매력지표 개발 연구와 서울문화예술국제포럼(11.3~11.4)에 관심 있는 분은 연구 프로젝트 총괄 담당자 김해보(서울문화재단 전문위원)에게 연락바랍니다. (sea@sfac.or.kr)

26) 블룸버그재단이 지원하는 WCCF 리더십익스체인지 프로그램 지원금으로 진행 예정이며, 미 선정시, 국제포럼 초청 해외 패널과 세계도시매력지표 연구진 간 공동 워크숍으로 일부 규모 축소하여 진행 예정임

We put

$Y \equiv \text{Cash (or tangible token) paid}$

$X \equiv \text{Credit paid}$

$T \equiv \text{Time paid}$

$P \equiv \text{Total Tokens paid}$

$= \{\text{Tangible tokens, Intangible tokens}\}$

$= Y + X + T$

$V \equiv \text{Total Values gained}$

$= \{\text{Intrinsic value, Industrial value, Instrumental value}\}$

$= \{\text{Image, Story, Cash, Credit, Development, Sustainability}\}$

When the deal is sealed (거래가 성사되었을 때)

$V(t) = P(t)$ (획득된 가치의 총량은 지불된 토큰의 양과 동일)

$= Y(t) + X(t) + T(t)^{27)}$

사람들은 문화적 재화, 서비스, 상징의 형태로 제공되는 문화의 3-I 가치를 획득하기 위해 거래에 통용될 수 있는 토큰을 지불합니다. 현금(cash), 신뢰(credit), 시간(time)이 문화가치의 거래 매개에 사용되는 토큰들입니다. 예를 들어, 우리는 서점에서 책을 구매하는데 돈을 지불할 뿐만 아니라 멤버십 가입 시에 받은 할인쿠폰이나 마일리지로 책값의 일부를 지불합니다. 서울시에서 개최하는 공짜 거리예술 축제에 참가하여 문화생활을 즐기기 위해 현금을 지불하지는 않지만 시간을 할애하고, 그에 합당한 수준의 만족감을 얻었을 때 행사 주최측에 대한 신뢰와 이를 승인한 서울시 문화정책 또는 서울시장에 대한 지지를 보내게 됩니다. 또는 나의 개인정보를 제공하고 서울시 문화정보 서비스 회원으로 가입합니다. 앞서 문화의 가치 구분에서 적용했던 “Tangible”, “Intangible”한 3-I 가치 요소들처럼, 거래를 성사시키는 거래매개 및 지불의 토큰(Trade & Payment token)도 Tangible 토큰과 Intangible 토큰으로 구분할 수 있습니다. Tangible 토큰에는 현금(Cash ~ Y)이 포함되고, Intangible 토큰에는 신뢰(Credit ~ X)와 시간(Time ~ T)이 포함됩니다.

예전에는 그 신뢰토큰이 “찬사”와 같은 말이나 “신용장” 같은 비화폐적 토큰으로서 거래를 원활하게 만드는 기반으로 사용되었습니다. 하지만 지금은 아예 특정 양의 신뢰($X(o)$)를 공식적으로 지불하는 대신 현금 지불액($Y(o)$)를 줄여주는 경우가 허다합니다. 신규 회원 가입 조건으로 가격 할인해주기, 향후 일정금액의 카드를 사용하겠다는 약속에 근거하여 전자제품의 할부가격 깎아주기, 누적된 회원 마일리지로 현금 결제액 일부를 대신하기 등이 그런 경우입니다. 거래가 성사된 경우 거래 참여자들이 취득한 가치 요소들과 지불한 토큰들의 총량이 같아야 공정한 거래로 인식됩니다. 거래 참여자들은 자신의 가치관에 따라, 시장의 가격을 참조로 하여 지불할 거래매개 토큰들의 크기를 결정합니다.

27) 실제 문화서비스 거래에는 이 외에도 불필요하게 낭비되는 간접비용들이 발생함. 김해보(2008)는 이를 α 로 포함하여 “ $V = P = Y + X + T + \alpha$ ”로 분석하였으나, 이 글에서는 단순화를 위해 생략함.

for the simplicity, T is included in X(~intangible token)

and put

$$V(o) = X(o) + Y(o)$$

$$V(t) = X(t) + Y(t)$$

(intangible 토큰과 tangible 토큰으로 구매한 가치의 합)

put $a = a(t)$

$$\equiv X(t') / X(t)$$

(t 시점의 거래 직후에 발생하는 감정 요소로서 이미 지불된 토큰의 양이 적절했는지
t' 시점에 주관적으로 재평가하는데 작용함)

while $Y(t') \cong Y(t) \cong Y(o)$

(tangible 토큰 시스템이 스테이블 할 경우 그것의 적정량에 대한 평가가 변함없음)

$$X(t') = aX(t)$$

(아직 정립되지 않은 intangible 토큰의 기 지불량에 대한 주관적 평가가 거래성사 시점
t 직후(~t')부터 요동침)

if seen being rational (정립된 가격에 따르는 시장 거래)

$$a(t') = a(t) = 1 \text{ (합리적 시장에서의 항심(stable mind(恒心))}$$

if seen being emotional (요동치는 정동에 따르는 DMZ 안의 거래)

$$a(t') \neq a(t) \neq 1 \text{ (DMZ 안의 변덕심(unstable mind))}$$

여기서 동양의 관점을 적용해서 마음을 개입시켜 보겠습니다.

보편적 합리성을 반영하여 현금으로의 가격변동이 크게 없으면 보통 Tangible 토큰인 $Y(t) = Y(o)$ 로 비교적 “stable”합니다. 반면 Intangible 토큰인 $X(t)$ 는 매우 un-stable한 양상을 보입니다. 그 이유는 기 지불된 토큰의 크기에 대한 주관적 평가($X(t)$)는 t 시점에 성사된 거래에 대한 만족감이나 뿌듯함, 불만이나 후회의 감정이 작용한 요소($a = a(t)$)를 반영해서 실제 지불된 크기와 계속 다르게 인식하게 만들기 때문입니다. 합리적인 마음, 또는 여러 사람들의 마음을 평균한 보편적 마음으로 보면 $a = 1$ 이어야 합니다. 즉 시장거래에 임하는 마음이 한결같으면 그에 따라 거래 성사 전이나 후나 기 지불된 거래토큰 양에 대한 평가가 달라지지 않습니다. 동양에서 말한 “항심(恒心)”과도 상통합니다. 그런데 실제로는, 특히 문화적 DMZ 안에서 일어나는 거래에서는 $a(t') \neq a(t) \neq 1$ 인 매우 unstable한, 변덕스러운 모습을 보여줍니다. 자신 안의 마음과 외부의 요인이 어떻게 상호작용하는지에 따라 전혀 감정이 일어나지 않는 무심(無心)의 상태일 수도 있고, 공진(resonance)하여 조화로운 정상상태를 유지할 수도 있고, 파괴적인 폭발을 보이기도 합니다²⁸⁾.

28) 이와 같이 마음-마음, 마음-物 사이의 “공진(resonance)” 현상을 “공감(empathy)”으로 해석할 수 있음.

if we define

$S(t) \equiv$ Satisfaction with the result of trade at t

$D(t) \equiv$ Dissatisfaction with the result of trade at t

$S(t) \neq a(t)$ (요동치는 정동은 행복감이 될 수는 있지만 만족감을 의미하지는 않음)

or

$S(t) \neq V(t)$ (거래를 통해 획득된 가치의 총합도 만족감을 보장하지 않음)

but

$S(t) = \Delta X(t)$ ($Y(t) \cong Y(o)$ 인 상황에서, 거래 성립(t) 직후 지불된 intangible 토큰에 대한 주관적인 평가로 얻어진 차익이 만족감)

이 거래에서 얻은 만족감을 $S(t)$ 로, 불만족을 $D(t)$ 로 계산해봤습니다. 거래 결과로 생기는 마음 속의 만족감은 획득한 가치의 총합이나 거래 직후 생기는 정동(情動)이 결정하는 것이 아닙니다. 오히려 만족감은 애초에 기대했던 것에 대비하여 확인된 현실 인식의 차이가 가져다주는 것입니다. 그래서 거래에서 이미 지불된 토큰의 적정량에 대한 주관적 평가와 실제 지불된 양 사이의 차이에서 이득이 남으면 만족감을 느끼는 것입니다. 예를 들어, 방금 성립된 거래에서 100의 토큰을 실제로 지불했는데 거래 직후 생긴 감정에 근거하여 지급되었어야 할 적절한 토큰의 크기가 110이라고 평가할 경우 얻는 만족감은 그 차이, 즉 10토큰 만큼의 이득(= 110토큰 - 100토큰)이 되는 것입니다. 반대로 거래 결과에 대해 기분이 좋지 않아서 “90토큰만 줘어도 됐을걸...” 이라고 느낄 때는 10토큰 만큼의 불만족을 느끼게 되는 것입니다. 이런 차이는 주로 intangible 토큰의 적절한 양에 대한 주관적 평가로 결정됩니다. 비교적 스테이블한 가격을 따르는 tangible 토큰의 양에 대한 평가보다는 그렇지 않은 intangible 토큰의 지불량에 대한 주관적 평가가 감정에 따라 요동치며 거래에 영향을 미치는 것입니다.

$S(t) = \Delta X(t)$ ($Y(t) \cong Y(o)$ 인 상황에서, 거래 성립(t) 직후 만족감)

$= X(t) - X(t')$ (with $a > 1$)

$= (1 - 1/a)X(t')$

$\approx (1 - 1/a)(V(o) - Y(o))$

$\approx (1 - 1/a)X(o)$

($\because V(t') = X(t') + Y(t')$)

$X(t') = V(t') - Y(t')$

$\approx V(o) - Y(o)$ (V 와 Y 는 비교적 스테이블하다고 가정)

if $a(t) \rightarrow \infty$, $S(t) \sim X(o)$ (만족감은 계속 증가하지 않고 $X(o)$ 로 수렴)

$D(t) = \Delta X(t)$ ($Y(t) \cong Y(o)$ 인 상황에서, 거래 성립(t) 직후 불만족감)

$= X(t) - X(t')$ (with $a < 1$)

$= (1/a - 1)X(t')$

$\approx (1/a - 1)(V(o) - Y(o))$

$\approx (1/a - 1)X(o)$

if $a(t) \rightarrow 0$, $D(t) \rightarrow \infty$ (불만은 무한대로 발산하여 시스템 붕괴)

$Y(t) \cong Y(o)$, 즉 tangible 토큰의 가치는 어느 정도 스테이블한 시장에서의 문화의 가치거래로 얻어지는 만족감을 계산해보면

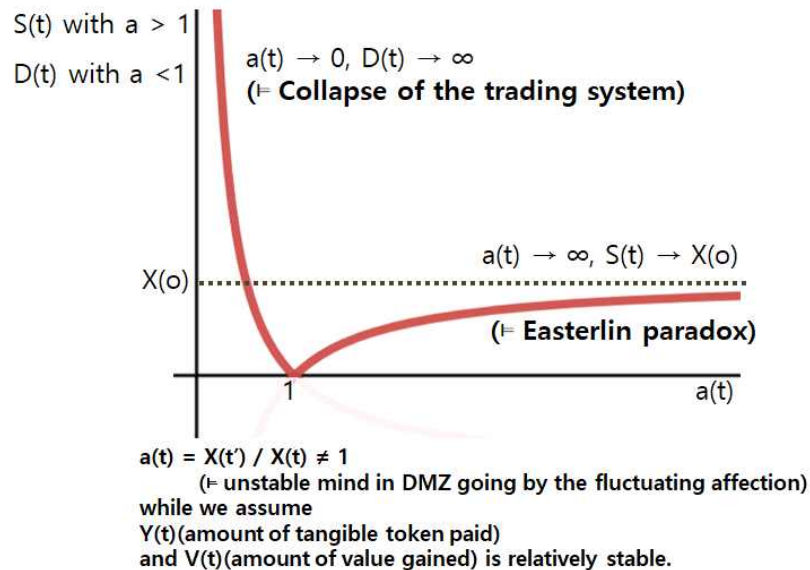
$S(t) = \Delta X(t) \approx (1 - 1/a)X(o)$ 가 됩니다.

반대로 이 거래에서 얻어지는 불만의 크기를 계산해보면

$D(t) = \Delta X(t) \approx (1/a - 1)X(o)$ 가 됩니다.

이를 수식을 그래프로 그려보면 $a = 1$ 을 기준으로 꺾어지는 새 부리 모양의 커브가 그려집니다. $a(t)$ 가 무한대(∞)로 가면 $S(t)$, 즉 만족감은 증가하다가 계속 증가하지 못하고 $X(o)$ 로 수렴합니다. 반면 1보다 적은 $a(t)$ 가 0으로 가면 $D(t)$ 즉 불만은 무한대(∞)로 발산합니다. 이때 거래 시스템은 붕괴되어 작동하지 못합니다. 우리는 이것을 “탈화폐화 거래에서의 만족-불만족 곡선”으로 부를 수 있습니다.

$X(o) = V(o) - Y(o)$ 이기 때문에 현금을 하나도 지불하지 않고 100% 신용토큰으로 지불했을 경우는 획득된 가치의 총계입니다. $a(t)$ 는 널뛰는 감정에 영향받는 요소이기 때문에 무한대로 증가할 수 있지만²⁹⁾, $S(t)$ 즉 그 거래에서 느끼는 만족감은 본래 가치 $V(o)$ 를 넘어서지 못할 뿐 아니라 $a(t)$ 가 커짐에 따라서 증가폭이 더 줄어든다는 것입니다.



29) $a(t)$ 는 한번 일어났다가 시간이 지나면 자연적으로 평정심으로 돌아오면서 없어지기도 하는데 그 자연 감쇠율이 사람마다 다르다. 반면 시간이 지나도 계속 외부에서 새로운 감정 자극이 주어질 때 그 자극의 세기와 이에 대한 반응 민감도에 따라 다르게 변화한다. 이를 수식으로 표현하면 아래와 같다. 감정 $a(t)$ 는 기본적으로 시간이 지나면서 평정심(1)을 향해 수렴하려는 성질을 가진다. 하지만 외부 자극(콘텐츠 업데이트, 사회적 평가, 추가 보상 등)이 발생하면 다시 $a(t)$ 를 요동시킨다. 아이돌 콘서트 등 문화이벤트의 시간대 별로 감정 자극 요인들을 파악하여 $a(t)$ 와 그에 따른 문화거래의 만족, 불만족 곡선이 요동치는 양상을 시뮬레이션하고 그것을 팬덤 관리 전략에 활용할 수도 있다.

$$dt / da(t) = -\lambda(a(t)-1)+\beta E(t)$$

여기서,

λ (lambda) = 감정의 자연 감쇠율 (stability tendency)

β (beta) = 외부 자극에 대한 감정 반응 민감도 (sensitivity to external stimuli)

$E(t)$ = 시간 t 에서 받은 외부 자극(external event)의 강도