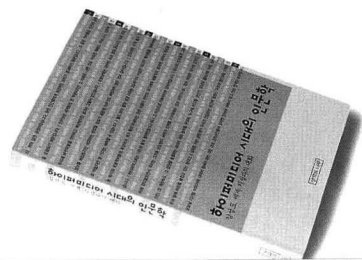


학문의 성과는 대학의 바깥에서 성취되어야 한다



《하이퍼미디어 시대의 인문학》 김성도 지음 | 생각의나무 | 232쪽 | 값 9,500원



《하이퍼미디어 시대의 인문학》은 세계 석학들과 나눈 대화를 모은 대담집이지만 동시에 우리 학계의 고질적인 문제를 꼬집는 도전적인 저작이기도 하다. 저자인 김성도 교수(40)는 서문에서 “우리나라 학자들이 학문 선진국의 학자들과 견주어서 가장 취약한 부분이 바로 구술언어의 미숙함과 대담에 대한 일천한 전통”이라고 ‘감히’ 말하고 있다. 그가 한번에 써내려갔다는 서문은 너무 솔직한 나머지 친분이 있는 한 학자로부터 ‘공갈협박 하는 거 아니냐?’ 는 핀잔(?)을 듣기도 했다.

김 교수가 생각하기에 인터뷰는 학문을 하는 가장 기본적이고 적극적인 방법 중의 하나다. 단지 텍스트를 읽는 것과는 달리 얼굴을 마주하고 말이 오가는 인터뷰는 그들의 정신을 보다 직접적이고 구체

적으로 탐험할 수 있게 하기 때문이다.

“외국에서는 인터뷰가 논문만큼 보편화되어 있습니다. 단지 언론을 대상으로 한 짧은 인터뷰뿐만 아니라 해당 분야 전문가나 전문기자가 일주일 열흘을 함께 하며 그 대화내용을 책으로 내는 경우도 많죠. 그에 비해 우리는 고작해야 방담수준일 뿐 어디에도 깊이 있는 인터뷰를 찾아보기가 쉽지 않습니다. 그나마 최근에 한양대 사학과 임지현 교수와 미국 코넬대 아시아연구과 사카이 나오키 교수의 《오만과 편견》(휴머니스트), 오슬로대학의 한국학과 박노자 교수와 경희대 사학과 허동연 교수의 《우리 역사의 최전선》(푸른역사) 같은 책이 출간된 건 의미있는 일이라고 생각합니다.”

학문이론이 실무, 즉 사람들의 삶에

적용되지 못하고 학자들 사이에서만 통용되는 우리나라 현실에서 그의 지적은 일리가 있다. 이러한 인터뷰 문화 부재는 학문의 대중적인 확산을 가로막는 걸림돌이기도 하기 때문이다. 움베르토 에코 교수와 같은 ‘스타 학자’의 탄생은 단지 한 명의 명성으로 끝나는 것이 아니라 그가 연구하는 분야에 대한 대중적인 관심으로 이어진다는 데 주목할 필요가 있다.

“학자가 나름의 독창적인 연구를 하는 것도 중요하지만 그에 못지않게 중요한 것은 그 내용을 말과 같은 쉬운 방식을 통해 대중들에게 널리 확산시키는 것입니다. 물론 움베르토 에코 교수가 베스트셀러 작가이기도 하지만 애초에 그가 그렇게 대중적인 지지도를 얻을 수 있었던 것은 언론의 집중적인 관심 때문이기도 합니다.”

김 교수가 스스로 ‘감히’라는 표현을 썼듯이 이와 같은 주장이 학계에 곱게 받아들여지는 것만은 아니다. 그저 신문에 이름을 올려 유명세를 타려고 한다(김 교수는 책으로 엮기 전에 일간지나 계간지에 인터뷰 내용을 기고하기도 했다)는 비난에서부터 외국사상을 수입하는 오피상이라는 오해를 감수해야 하기도 했다.

“요즘 같은 세계화시대에는 학문이 어느 한 학과나 한 나라에서 완성되지 않습니다. 미국은 유럽과, 유럽은 아시아와, 또 아시아는 미국과, 상호교류함으로써 발전하는 것이죠. 외국에서는 지금도 수많은 새로운 학문이 생겨나고 있고 그들이 고민한 문제는 곧 우리가 고민해야 할 문제이기도 합니다.”

.....“학자가 나름의 독창적인 연구를 하는 것도 중요하지만.....그에 못지않게 중요한 것은.....그 내용을 말과 같은 쉬운 방식을 통해 대중들에게 널리 확산시키는 것입니다. 움베르토 에코 교수가 베스트셀러 작가이기도 하지만”.....



김 교수는 서구를 극복하는 가장 근본적인 방법은 오히려 그들을 정말로 이해하는 데서 시작될 수 있다며 외국학문의 수용 자체를 반성할 게 아니라 수용하는 방법을 반성해야 한다고 지적한다. 학문의 주체성은 '어떤 문제'를 풀고자 하는냐에서 드러나고 그 문제를 풀기 위해 다양한 방법이 사용되는 것은 당연하다. 하지만 우리의 경우 그 문제를 풀기 위한 방법을 수입한다기보다 '문제' 그 자체를 수입한다. 가령 외국의 유명한 언어학자가 '자기self'라는 주제로 논문을 한 편 발표하면 우리나라에서 역시 '자기'라는 주제로 100편의 논문이 쏟아져 나오는 기현상이 아무렇지도 않게 벌어지고 있는 것이다.

움베르토 에코를 비롯해, 자크 데리다, 피에르 레비, 제비 데이비드 볼터, 캐서린 헤일스, 그레고리 울머, 마르틴 줄리 등 《하이퍼미디어 시대의 인문학》에 등장하는 인터뷰 대상자의 면면이 대단한 건 사실이다(프랑스 철학계의 거두 미셸 세르의 강연록과 구조언어학의 창시자 페르디낭 드 소쉬르와의 가상 대담도 실렸다). 하지만 이들이 이 책에 등장한 보다 본질적인 이유는 그들이 유명해서라기보다 김 교수와 관심사를 공유하고 있기 때문이다. 그의 관심사는 다름 아닌 '하이퍼미디어 시대의 인문학', 즉 세계화로 인해 보다 강조되는 문화의 다원성과 새로운 매체의 등


장, 그리고 이로 인해 소외받을지도 모르는 인문학과 우리의 몸(언어)에 관한 문제다.

“일부 학자들은 지금과 같이 에토스(이성)가 관여하지 않는 가상세계에 청소년들이 무분별하게 노출되어 있는 상황을 우려하고 있습니다. 하지만 뉴미디어는 공교육과 같은 획일적인 교육을 탈피해 다원화된 교육, 열린 교육을 가능하게 하기도 합니다. 뉴미디어는 '작은 괴물'을 만들 수 있지만 동시에 새로운 인간형을 창조할 수도 있죠. 결국 '희망은 사람이 다'는 포스트 휴머니즘 시대로 가고 있는 것입니다.”

김 교수가 현재 관심을 가지는 분야는 '응용기호학'의 가능성이다. 기존의 학자들이 학문을 하는 것으로 자신의 역할을 다했다고 여기는 것에 비해 김 교수는 실사구시의 입장에서 학자로서의 사회적 역할을 다하겠다고 한다.

“지금까진 개발에 학자들이 끼어들 여지가 적었습니다. 가령 한강이 현재 최악의 모습을 하고 있는 것은 경제, 환경, 문화 등 총체적인 접근이 아니라 단지 경제적인 논리로 개발되었기 때문이죠. 하지만 좀더 시간이 지났을 때 우리는 미처 생각하지 못한 것들을 보완하기 위해 더 많은 경제적 비용을 들여야 합니다. 각 분야의 학자들이 보다 적극적으로 사회에

참여해야 하는 이유입니다.”

특히 기호학에서는 기업의 브랜딩 및 마케팅에 기호학적 접근이 가능하다. 외국에서는 이미 20여 년 전부터 활발히 적용되고 있는 분야로 김 교수는 올해 《기호학, 마케팅, 커뮤니케이션》(장마리 프로슈, 나남신서)을 번역해 국내에 소개하기도 했다. 

취재 신동섭 기자·사진 박신우 기자