

# 전통문화의 상품화

나 경 수 교수(전남대학교 국어교육과)

## 1. 전통의 단절과 문화의 변질

우리 사회에서 전통의 단절이라는 말을 흔히 듣는다. 오늘날 우리나라의 문화현상을 전통문화의 입장에서 바라볼 때, 과거와 현재의 연결이 매끄럽지 못하다는 것은 누구나 인지하고 있는 바다. 우리가 추구해 왔던 서구화가 여기에 일조를 했던 것이 사실이다. 그러나 이러한 상황에 대한 진단은 당연히 그에 대한 처방으로 이어져야 함에도 불구하고, 오히려 이러한 단절 현상이 사회적으로 방기되고 있거나 심지어는 조장되어 온 실정이다. 유구한 전통과 역사를 운운하면서도 자신들의 문화사를 지닐 뿐, 지키지 못하는 민족은 개인에게 있어서 기억상실증에 걸린 것이나 같다.

주지하다시피 우리나라의 전통적인 민족문화는 외래문화, 특히 서구문화에 의해 잠식되면서 서서히 와해되는 과정을 거쳐왔다. 한편 다른 측면에서 보면 새로운 문화를 받아들이지 못하면 그 문화는 낙후될 수밖에 없다는 항변도 가능할 것이다. 문화에 있어서 배타적 주체성은 편집증적 당착에 불과하기 때문이다. 그러나 중요한 것은 일방적인 외래문화의 수용에 따르는 폐해를 우리가 실감해야 한다는 것이다.

우리 문화에 있어서 전통이 전통으로 취급받지 못해온 그간의 파행적 상황을 살피기 위해서는 구한말에 크게 유행했던 신문물이라는 말부터 검토할 필요가 있다. 세계의 패권을 장악한 서구 열강의 문물을 새로운 것으로 이해하고 무한히 선망하던 시대에 전통을 인습으로 몰아세우는 것만이 병들고 나약한 우리 나라를 일신할 수 있을 것으로 당시의 지식인들은 굳게 믿고 있었으며, 이광수의 “민족개조론”에 이르러 이러한 믿음은 극에 달했다.

新文物 = 西洋 = 新式 = 선망

舊文物 = 東洋 = 舊式 = 폐기

위와 같은 등식은 아직도 우리 사회에서 유효한 듯하다. 예를 들어 문화의 가장 기본

이라고 할 수 있는 의·식·주에 있어서 우리의 재래 문화가 어떠한 위상을 보이는가를 살펴보면 그 면모를 쉽게 확인할 수 있을 것이다.

洋服 : 韓服 / 洋食 : 韓食 / 洋屋 : 韓屋

위와 같은 대립소 중 우리 사회에서 주류를 이루는 것이 무엇인지를 우리는 금방 안다. 우리 나라 미인의 상징이기도 한 춘향이가 세모시 옥색치마가 아닌 나시에 미니스커트를 입고, 광한루가 아닌 레스토랑에서 역시 양복에 넥타이를 맨 이도령과 마주앉아 스테이크에 칼질을 하고 있다.

물론 오늘날 이에 대한 일련의 저항이 없는 것은 아니다. 전반적으로 보면 미미할 수 있지만, 생활한복이 고안되고, 김치며 된장 등이 예찬되고 있으며, 황토집이며 옥돌 침대에 대한 광고가 한창이다. 물론 이러한 분위기는 별미로 먹는 보리밥과는 다른 차원에서 이해되어야 할 것이다. 말하자면 복고지향의 그것은 아니라는 것이다.

전통과의 단절로 인해서 우리의 문화가 전반적으로 기형화된 예를 우리는 수없이 열거할 수 있다. 그 전형은 바로 생활문화 속에 파고든 문화의 중복구조일 것이다. 온돌 위의 침대 위에서 잠을 자는 기형적 형태를 우리는 오히려 선망하는 우를 저지르면서도 아무도 부끄러워 할 줄을 모른다. 또 외래문화에 대한 선망이 잘못된 지식이나 의도적인 오류에 의해 기인한 사례도 없지 않다는 것을 우리는 이제 반성적으로 접근해 보아야 할 것이다. 문화의 중요한 속성중의 하나는 변화된다는 것이다. 그러나 우리의 문화는 변화보다는 변질되어 왔으며, 재창조보다는 모방에 그쳐 왔다는 사실을 솔직히 자인하는 것으로부터 새로운 출발점을 삼아야 할 것이다.

## 2. 문화산업시대의 도래와 세계의 한국화

오늘날 격변하는 세계에 살고 있는 우리는 거대한 정체성(正體性)의 혼란을 겪고 있다. 전통적인 농경사회에 익숙해 있다가 1960년대 중반부터 급격한 공업사회의 기류에 휩싸였고, 1990년대 초반부터는 다시 정보화사회를 맞았다. 서구사회는 공업사회에서 정보화사회로의 전환이 200여년 이상의 기간을 두고 일어났기 때문에 변화의 충격을 충분히 완충하고, 오히려 주체적으로 역사를 견인해 왔으나, 우리의 경우는 이러한 모든 변화가 지난 반세기만에 이루어진 것이기 때문에 문화 충격(culture shock)이 심대하여 각종 사회적 파행을 양산해온 실정이다. 예를 들어 대부분의 생활주기가 바뀐 것을 비롯해서, 공업사회

로의 전환은 갑작스런 이농현상을 야기했고, 정보화사회로의 전환은 세대간의 골 깊은 갈등을 낳고 있다. 이러한 사회적 변화를 주체적으로 견인하지 못한 우리로서는 정체성의 혼란을 당연히 겪을 수밖에 없는 것이다.

그러나 변화는 계속된다. 농업에서 공업으로, 공업에서 정보화로 변화되어 왔듯이, 정보화사회는 또 다시 새로운 사회에 의해 대체될 것이다. 새로 대체되어 나타날 사회가 문화산업사회일 것이라는 예측은 세계 지식인들에 의해 거의 기정 사실처럼 주장되고 있다. 이미 세계적으로, 앞으로 맞게 될 문화산업사회에 대한 갖가지 모색과 선취권의 확보를 위한 경쟁이 치열하게 벌어지고 있다. 우리의 입장에서 공업화는 서구에 비해 200여년 뒤졌던 것에 반해서, 정보화는 거의 서구와 시대를 같이 하여 발전하고 있으며, 지금 부분적으로는 우리가 그들을 앞서 가는 예도 있다. 따라서 지난날의 혼란을 거울삼아 내일을 준비할 수 있는 가능성과 잠재력을 우리는 충분히 가지고 있는 셈이다.

그간에 계속되어 왔던 세계의 변화는 문화산업사회를 위한 필연적 모색이었다고 볼 수 있다. 레비스트로스가 인류사 최고의 혁명이라고 일컬은 농업을 통해 삶의 가장 기본적인 조건인 먹고사는 문제가 해결되자, 삶의 편의를 위한 공업이 대두했고, 공업의 발달이 궤도에 오르자 정보화를 통해 그 혜택을 공유하는 쪽으로 급속히 사회는 변화되어 왔다.

정보화사회가 가지는 몇 가지 전형적인 특징이 있다. 전자혁명에 의한 물리적 시공(時空)의 극복, 다량의 정보 수취에 따른 수요자 권리 신장, 형이상학의 해체에 의한 사고의 다원성, 서구 일변도에서 탈피한 문화와 생활의 다변화 등이 그것이다. 여기에 더해서 근대사회를 특징짓는 이성, 구조, 식민 등의 개념이 현대(post-modern)에 와서 탈이성, 탈구조, 탈식민 등의 개념으로 대체되는 뚜렷한 상황을 맞고 있어, 우리는 현재 거대한 패러다임의 변화 속에 놓여 있는 셈이다.

특히 이러한 변화 속에서 우리가 눈여겨보아야 할 것은 정보화의 덕택으로 탈서구화의 움직임이 두드러지고 있다는 것이다. 일찍이 산업혁명을 통해서 세계의 주도권을 행사해 왔던 서구의 영향력은 이제 과거만큼 절대적이 아니다. 문화진화론이라는 역지 주장을 통해 마치 진보의 모델인양 군림해 왔던 서구의 문화가 더 이상 세계인에 의해 문화발전의 최종적 샘플로 인정받고 있지 못하게 된 것이다. 이와 더불어 우리가 사는 시대는 근대화, 서구화, 공업화의 단계를 넘어서 첨단화, 세계화, 정보화를 외치는 시대가 되었다.

탈서구화는 세계문화의 다변화를 촉구하는 대개체가 되었으며, 이를 계기로 하여 일방적 문화수입국들이 앞으로 문화수출국이 될 수 있는 발판을 마련하게 된다. 그런 점에서

정보화사회에 뒤이어 도래할 문화산업시대에는 누구나 세계의 문화적 주도권을 행사할 수 있는 상황 변화가 예고되고 있다. 이러한 상황에서 우리는 내 것을 아끼는 것이 최고의 상품가치를 창출해낼 수 있다는 사실을 상기할 필요가 있다. 오랜 동안 우리의 문화를 열등감과 자괴감으로 바라보았지만, 결국 우리가 버린 것이 우리를 버린다는 사실을 실감해야 하며, 그런 점에서 그간에 버려두었던 우리의 전통문화에 대해 새로운 가치평가를 통해 원상으로 되돌려 놓아야 할 사명을 이 세대의 우리는 안고 있다.

최근 정보통신기술의 발달과 함께 개방화가 가속화되면서 세계화의 물결이 거침없이 국경을 넘나들고 있다. 이에 대한 우려의 소리에 우리는 겸허하게 귀를 기울여야 한다. 바로 일방적인 세계화가 낳은 폐해에 대해 생각을 깊이 하지 않으면 안 되는 시점이기 때문이다. 사실 세계화(Globalization)라는 말은 단독으로 쓰일 수 없는 말이다. 우리는 흔히 세계화라는 말에 대한 주체나 객체를 전혀 고려치 않고 사용하는 경향이 짙다. 세계화란 “한국의 세계화”를 뜻하는 말이지만, 그 반대인 “세계의 한국화”에 대해서도 관심을 기울이지 않으면 안된다. 오히려 세계화라는 원심력과 한국화라는 구심력이 힘의 균형을 이룰 수 있도록 문화를 추진할 때, 우리 문화의 파행과 변질을 막을 수 있을 것이다. 결국 한국의 세계화를 모색하는 한편 세계의 한국화를 함께 도모함으로써, 우리가 버린 것이 우리를 버렸던 역사적 시행착오를 다시 겪지 않게 될 것이다.

이제 우리는 서구화와 세계화를 동일시하는 혼동에서 벗어나 세계문화의 한 주체로서 당당한 자아를 실현시키기 위한, 그리고 우리 앞에 성큼 다가선 문화산업시대를 맞아 세계의 한국화를 실현시키기 위한 원대한 설계를 서둘러야 할 때이다.

### 3. 문화공학과 생태문화의 지향

한 민족의 전통문화가 가지는 진정한 가치와 권위는 보존이 아닌 재창조에서 찾아져야 한다. 앞으로 전통문화는 그런 측면에서는 일종의 工學으로 자리를 잡아가야 할 것이다. 전통문화란 그것이 속한 문화권에 있어서 DNA와 같은 권위를 지닌 것으로서, 무한한 문화유전공학적 가능성을 안고 있다. 일정한 문화권에 전승되어 온 전통문화는 나름대로 그 지역의 자연적, 역사적, 사회적 조건에 의해 형성되었으며, 적응해 온 것이기 때문에 오랜 역사를 통해 검증되어 왔으며, 따라서 강한 생명력을 내재하고 있다고 할 수 있다.

여기서 우리는 문화공학과 관련하여 두 방향을 설정할 필요가 있을 것이다. 하나는 인류 또는 세계문화에 대한 기여(寄與)요, 다른 하나는 상품화(商品化)라는 것이다. 상품은

가치를 통해 가격이 매겨진다. 우리의 전통문화가 높은 가격에 거래되는 상품이 되기 위해서는 그것이 가지고 있는 고부가가치가 찾아져야 하며 또한 경우에 따라서는 그 가치가 창출되어야 할 것이다.

현재 인류가 직면하고 있는 최대의 난제 중 하나는 환경문제일 것이다. 만일 동양에서 산업혁명이 일어났더라면 지금까지 인류가 자행해온 심각한 자연파괴가 다른 양상으로 전개되었을 것으로 믿는다. 신화와 철학과 논리에 각인된 동양과 서양의 근원적인 차이는 바로 자연 또는 객체에 대한 태도의 문제다. 동양의 정신은 합일(合一) 또는 일여(一如)에 두철한 반면, 서양의 정신은 분리(分離)와 배타(排他)를 기저로 한다. 천인합일, 물아일여의 정신에 입각하여 산업혁명이 일어났다고 하면 자연파괴의 정도는 훨씬 완화된 수 있을 것이다.

우리의 전통문화는 합일과 일여의 동양정신을 바탕으로 하여 창출되고 전승되어 온 것인 만큼 그것들이 가지고 있을 이러한 가치를 적극적으로 해석하는 작업이 필요하다. 결국 생태문화의 실현을 위해 우리의 전통문화가 가지고 있는 잠재적 가능성과 세계의 기여도를 궁구하는 가운데 적극적인 가치 창출을 생각해야 하며, 그를 기반으로 한 상품화 전략이 고안되어야 할 줄로 안다. 특히 포스트 모더니즘이 운위되고 있는 오늘의 상황에서, 그 포스트가 바로 후(後)라는 시간 개념에서 동양(東洋)이라는 공간 개념으로 치환될 수 있다는 적극적 자세를 견지하는 쪽으로 사고의 대전환을 시도할 필요가 있다. 중세의 암흑을 벗어나기 위해 "그리스로 돌아가자"라는 웅변이 유효했듯, 공업화에 따른 인간소외와 자연파괴를 치유하기 위해 "한국[동양]으로 돌아가자"라는 웅변이 다시 한번 인류사에 복음이 될 수 있다는 믿음을 발판으로 삼을 일이다. 다시 말해서 중세의 신본주의에 압제되었던 인간을 회복시키기 위해 그리스로의 시간적 회귀가 주효했다면, 근대의 산업화에 파괴된 자연의 건강을 회복시키기 위해 한국[동양]으로의 공간적 귀환이 큰 그림이 될 수 있다고 본다.

우리가 테마가 있는 전통문화의 상품화를 도모해야 한다면, 그 테마는 바로 자연친화에서 찾아야 하지 않을까 싶다. 인류가 봉착하고 있는 자연생태의 복원과 보존을 위해 우리 문화가 기여할 수 있다면 그것은 오늘을 살고 있는 우리에게만 아니라 후세를 위해 배려하는 차원이 될 것이며, 그런 점에서 상품화에 따른 고객은 오늘을 사는 사람만 아니라 앞으로 살게 될 미래의 사람들까지 수요층으로 확보하는 셈이다.

## 4. 전통문화의 상품화 전략

문화란 워낙 넓은 개념이다. 크게는 자연과 대칭되는 개념이며, 물질적·기술적·정신적 문화로 분류하기도 하고, 학문·예술·종교·관습·제도, 관념 등을 문화요소라 부르기도 한다. 그러나 필자가 생각하는 문화란 자연과 인간을 분리시키는 방법의 총체를 지시하며, 그 방법은 바로 간접화를 통해서 실현된다고 보고 있다.

간접화의 방식이 자연에 대한 순응이나 아니면 자연에 대한 도전이나 하는 준거를 통해서 동양 문화와 서양 문화의 생리를 파악하고 있는 입장에서, 필자는 우선 우리 전통 문화의 상품화를 위해 우리의 전통문화가 어떤 점에서 자연친화적이냐 하는 것을 해명하는 한편, 더 나아가 상품화를 위한 몇 가지 전략을 마련하는 것이 필요하다고 본다.

우리 문화의 가장 큰 장점으로 복합적 기능이 가능한 융통성과 변용이 용이한 유연성을 꼽을 수 있을 것이다. 예를 들어 외국인들이 깜짝 놀라는 것 중의 하나가 보자기의 쓰임새이다. 보자기는 2차원과 3차원을 자유롭게 넘나들면서 그 쓰임새가 다양하다. 펼쳐 물건을 덮으면 2차원이지만, 물건을 싸면 3차원이 된다. 그리고 사용하지 않을 때 접어두면 최소의 공간을 차지할 뿐이다. 이는 생활의 지혜일 수 있으며, 기본문화인 의·식·주에도 이러한 지혜가 잘 반영되어 있다. 한복은 전형적인 평면 구성이기 때문에 만들기가 쉽고, 재활용의 폭이 넓으며, 또한 접어 보관하기 때문에 공간을 차지하는 비중이 낮다. 주거 형태 역시 전형적인 기능 복합을 통해 효율을 최대화한다. 예를 들어 안방에서 밥 먹고 자고, 놀고, 일할 수 있다. 그에 따라 이불이나 상도 접었다 펼쳤다 차원 변경이 자유롭다. 한국의 대표적인 음식으로 꼽는 김치나 된장찌개도 보면 식물성 영양소와 동물성 단백질을 동시에 섭취하는 종합식품이다.

생활의 일차적 요소인 이러한 의·식·주에 관한 기능복합과 높은 재활용도는 궁극적으로 자연 훼손을 최소화하는 방편이라는 점에서 관심을 요한다. 30~40평의 아파트가 그리 넓은지 모르는 것은 각 방들이 각각 독립적 기능을 가지기 때문이다. 거실, 침실, 주방 등으로 용도가 정해져 있고, 그에 따라 소파, 침대, 식탁 등 항상적 공간을 차지하는 가재도구가 많아 넓은 공간이 넓지 않게 느껴진다. “개고, 접고, 말고, 펴고”를 자유자재로 했던 우리의 전통적인 생활구조로 보면 공간의 낭비가 너무 심하며, 따라서 그 모든 자재를 자연에서 얻는 것으로 보면 결국 그러한 생활 구조는 자연의 훼손을 유발하게 된다.

우리의 전통문화가 결국 환경보존적이며, 자연친화적이라는 사실을 전제로 하여, 이를 통해 우리의 현재의 삶을 재구성하는 한편 인류와 세계문화에 기여할 수 있는 방법을

모색하는 것이 필요할 것이다. 이러한 모색 방법 중 하나는 경제적 효용과 문화적 교역을 가능하게 하는 상품화 전략이라 하겠다. 결국 우리는 우리의 전통문화를 상품화하는 전략에 대해서 이제 진지하게 생각해 보아야 할 시점에 이른 것이다. 그 전략을 기본적인 전략과 실천적 전략으로 양분하여 생각해 본다.

먼저 기본적인 전략은 두말할 여지없이 전통문화의 현대화와 세계화일 것이다. 본래 전통문화란 현행되는 문화이기 때문에 굳이 현대화를 필요로 하지는 않는다. 그러나 우리는 그간 전통문화를 과거의 문화 정도로 인식을 해왔으며, 우리의 실생활과는 거리를 두어 온 것이 사실이다. 예를 들어 인류 성악의 완성이라고까지 일컬어지는 판소리가 정작 그것을 생성시킨 우리 자신들에게는 노인들이나 듣는 또는 과거에 천민 광대들이 불렀던 노래 정도로 치부되면서 외면당하고 있는 현실이다. 전통의 힘은 현행된다는 것이다. 그럼에도 불구하고 우리는 전통을 전통이 아닌, 다시 말해서 전통문화를 현행의 문화가 아닌 과거의 문화로 이해하고 또한 폄시를 해왔기 때문에 지금에 와서는 자연적 적응과 변화보다는 인위적인 현대화를 강구하지 않으면 안되는 상황에 이르게 된 것이다.

또 하나의 기본 전략으로 꼽는 세계화는 넓은 시장의 확보와 질관리 차원에서 긴요할 것이다. 근대사회의 세계화 특성은 보편성, 편재성, 통일성 등이었다. 그러나 현대사회와 미래사회의 세계화란 개성, 차별성, 대표성 등을 표방한다. 세계화를 추진하는 가장 두드러진 힘이 경쟁력 또는 비교우위라고 볼 때, 우리의 전통문화가 상품화 전략에서 성공하기 위해서는 바로 오늘의 사회가 요구하는 세계화의 특성에 적응할 수 있도록 모든 것이 고안되어야 할 것이다. 결국 우리 전통문화의 우수성을 통한 경쟁력 확보와 이를 통한 세계 시장의 개척이라는 반경 넓히기가 동시에 추진되어야 할 것이다.

현대화와 세계화라는 기본적인 전략을 뒷받침할 수 있는 실천적 전략으로 꼽을 수 있는 것은 전통문화의 과학화, 생활화, 첨단화, 표준화, 고급화 등일 것이다.

의료인류학에서는 아메리카 인디언들이 사용했던 약용식물 중 60% 이상이 병을 치료하는데 효과가 있다는 사실을 과학적으로 증명하고 있다. 역사를 관류하면서 오랜 시행착오 과정을 거쳐 정수된 전통문화는 과학적 증명을 통해서 그 유용성과 실용성이 확보될 수 있을 것이다.

굴절된 개념과는 달리 전통문화가 현행의 문화라는 짐을 감안하고 본다면 그것은 복고 취향적 완상의 대상이나 의례적(儀禮的) 소도구가 아니라 오늘의 생활 속에서 형태와 기능을 유지하고 작용할 수 있도록 생활 속의 문화로 자리를 잡도록 해야 한다. 즉 기능은 없어진 채 형태만 남아 있는 소위 잔존문화(survival culture)로서가 아닌 오늘의 문화.

그리고 미래의 문화로서 거듭남을 이룩해야 한다.

세계 패션의 첨단에 우리의 복식이 각광받고, 우리의 온돌이 첨단의 기술력과 결합하여 에너지 절약 및 건강에 기여하며, 우리의 전통식품이 첨단의 건강 및 영양식품으로 세계인의 미각을 만족시킬 수 있는 방법적 모색이 강구되어야 한다.

과거의 전통적인 생활은 자연적 환경에 의해 거의 절대적으로 결정될 수밖에 없었다. 그러나 과학과 기술의 발달로 인해서 인간은 자연에의 종속에서 어느 정도 탈피하게 되었다. 쾌적한 삶을 추구하는 인간의 공통심리로 인해서 미시적으로는 개성을 추구하면서도 거시적으로는 매우 유사한 패턴의 생활환경을 앞으로 가꾸어가게 될 것이다. 따라서 전통문화는 이러한 변화에 적응할 수 있도록 표준화를 실현시키는 것이 바람직할 것이다.

끝으로, 차별화를 통한 경쟁력 확보라는 차원에서 고급화는 필수적이다. 대량생산에 의한 원가절감과 대형 유통구조의 확보를 통한 박리다매형의 상품화 전략도 있을 수 있지만, 이 역시 잉여생산물의 과잉을 낳을 수 있으며, 투기적 성격이 짙을 수 있기 때문에 전통문화의 상품화 전략으로서는 적정치 못하다. 따라서 질적인 개선과 지속적인 개량을 통한 고가형 고급 전통문화 상품의 개발이 필요하다.

지금까지 우리의 전통문화를 상품화하는 전반적인 기초로서, 먼저 자연친화형의 상품화라는 테마를 선택했으며, 그에 따른 기본 전략과 실천 전략을 간단히 모색해 보았다. 그러나 이 모든 것이 바로 우리의 문화를 재창조하고, 또한 특성화와 차별화를 통해서 경쟁력을 확보하는 방안으로 직결되어야 할 것이다. 앞으로 소비자 중심의 시장이 주류를 이루게 됨에 따라 지금은 바로 우리의 문화상품에 대한 소비심리를 최대한 고양하여 그것들을 선택할 수 있도록 하는 끊임없는 개척정신을 발휘해야 할 때라 하겠다.

[참고도] 자연과 문화의 양식

