

실제상황과 전통의 현대화

직접 느끼고 체험해야 문제점을 쉽게 파악할 수 있고 아이디어도 얻을 수 있다. 막연히 상상만으로 문제점을 파악하려고 해서는 완전히 엉뚱한 작품이 나오게 된다. 부지런히 현장을 찾아 실제상황도 살펴야 한다. 야구용품을 개발하고 싶다면 야구장에 가서 선수들이 뛰는 모습을 보고, 선수들과 만나서 직접 고충도 들어야 한다.

이와 함께 이제 전통도 낡은 창고에서 끄집어내어 전 세계인의 것으로 만드는데 관심을 쏟아보자. 전통식품을 현대화해 성공한 가장 대표적인 사례가 비락식품이 출시한 식혜와 수정과. 1993년 처음 출시된 식혜는 그야말로 선풍적인 인기를 끌었다. 한때 한국 시장에서 코카콜라를 앞질렀다는 평가를 받을 정도였다.

현장에 살아 숨쉬는 보물찾기

보통 발명가라 하면 책상에 앉아서 계산을 하거나 시험관을 기울이고 어두운 방안에 틀어박혀 복잡한 기계들을 만지작거릴 것이라고 생각하지만 천만의 말씀이다. 책상에 앉아서서는 절대로 좋은 아이디어를 얻을 수 없다.

부지런히 현장을 돌아다녀야 한다. 야구용품을 개발하고 싶다면 야구장에 가서 선수들이 뛰는 모습을 보고, 선수들과 만나서 직접 고충도 들어야 한다.

또 획기적인 교통제어 시스템을 만들 계획이라면, 복잡한 교통정체 지역을 부지런히 답사하는 것도 중요하다. 현재 교통제어 시스템은 어떻게 운영되고 있는지, 경찰청

을 방문하고 교통선진국을 직접 찾아가 눈으로 보는 것도 좋은 방법이다.

직접 느끼고 체험해야 문제점을 쉽게 파악할 수 있고 아이디어도 얻을 수 있다. 막연히 상상만으로 문제점을 파악하려고 해서는 완전히 엉뚱한 작품이 나오게 된다.

TV의 발달로 우리는 웬만한 문화 체험은 모두 안방에서 해결할 수 있다.

맘만 먹으면 문화공연만을 전문적으로 보여주는 케이블 채널을 신청해서 하루 종일 연극이나 발레, 콘서트 등을 실증나게 즐길 수 있다.

그러나 이렇게 보는 공연이 의미가 있을까? 물론 시간

이 없을 때는 좁은 TV 화면이나 좋은 공연을 보는 것이 좋은 경험일 것이다. 그러나 아무리 뛰어난 촬영기술로 현장을 포착하고, 첨단 스테레오 기술로 음향을 전송한다고 해도 공연장에서 느끼는 감흥에는 미치지 못한다.

아무리 능력 있는 카메라맨이 촬영을 한다고 해도, 레미제라블의 그 유명한 바리케이트 장면을 십분의 일이라도 살릴 수 있을까? 공연장 전체를 올려 퍼져 나오는 웅장한 사운드를 그대로 느낄 수 있을까? 천만의 말씀이다.

공연을 제대로 느끼기 위해서는 공연장을 직접 찾는 것이 가장 중요하다.

발명도 마찬가지다. 아이디어를 얻기 위해서는 실제 상황에 부딪히는 것이 가장 좋은 방법이다. 현장에서 많은 아이디어가 나오는 것도 바로 이런 이유 때문이다.

만약 특별히 관심 있는 분야가 없다면, 그저 목적 없이 돌아다니는 것도 좋은 방법이다. 성공한 인사들이 한결같이 여행을 권하는 것도, 새로운 환경을 접하다보면 예기치 않은 아이디어를 얻을 뿐 아니라 활기를 충전할 수 있기 때문이다.

새로운 것을 보면 그만큼 새로운 아이디어를 얻을 가능성이 많다. 그러나 책상 앞에 앉아서 내가 알고 있는 것밖에 응용할 것이 없다. 그만큼 아이디어의 폭이 줄어드는 것이다.

다만, 여행이나 산책을 통해서 아이디어를 얻기 위해서는 그만큼 관찰력 있게, 또 새로운 시선으로 사물을 보는 것이 중요하다. 아무 생각 없이 모든 사물을 스쳐 지나가듯, 평범한 관광객처럼 보고 즐기지만 한다면 말짱 헛일이다.

오래 전의 이야기인데, 가로수 정비에 사용되는 가지치기용 가위를 개발한 한 아마추어 발명가는 길에서 우연히 아이디어를 얻게 됐다.

여름날 한창 녹음이 우거질 무렵, 산책 중에 이 발명가는 우연히 재밌는 광경을 목격하게 됐다. 가지가 사방으로 뻗어나간 가로수의 가지치기가 한창이었던 것이다.

마침 다리도 아프던 터라, 그는 근처 벤치에 앉아 한참 동안 작업광경을 지켜봤다. 더운 여름이라 모두 머리에 수건을 쓰고 비지땀을 흘리면서 작업에 열중하고 있었는데 그게 보통 어려운 일이 아니었다. 아래쪽 가지는 낮은

사다리를 이용해 쉽게 잘라낼 수 있었지만, 문제는 높은 곳에 제멋대로 뻗은 굵은 가지였다.

게다가 이 가지 근처에는 전선이 흐르고 있어 빨리 잘라내야만 했다. 그런데 이 가지치기에 사용되는 도구가 문제였다. 톱처럼 보이는 칼에다 긴 장대를 메어 가지에 걸고 내리치는 방법을 사용하고 있었는데, 영 시원찮았다.

게다가 날카로운 칼끝이 위험해 보이기도 했다.

모두들 땀이 범벅이 되어 일하고 있었으나 거리에 있는 가로수를 모두 정비하기에는 역부족이었다. 다들 지칠 대로 지친 듯했다.

사실 그는 이런 문제에 한번도 관심을 기울인 적이 없었다. 어느 날 가로수의 가지가 많이 잘려나간 듯 보이면 그저 '가지치기를 했구나.' 하고 무심히 지나쳐 왔었다. 가지치기를 어떻게 하는지 무슨 도구를 사용하는지는 한번도 생각하지 않았다. 생각할 필요도 없었다.

그러나 실제 보고 나니 생각이 완전히 바뀌게 됐다.

'높은 가지를 쉽게 제거할 수 있는 도구가 있다면, 일이 좀더 쉬워질 텐데. 이 일을 연구한 사람은 아무도 없는 걸까? 전국에 있는 수많은 가로수를 이런 식으로 정비한다면, 이거 정말 큰일인걸.'

그는 산책을 끝내고 돌아오는 내내 새로운 가지치기 생각에 잠겨있었다.

그가 가장 역점을 둔 것은 톱을 가위로 바꾸는 방법이었다. 여러 번 움직여야 하는 톱보다는 가위가 잘릴 정확한 위치를 결정하기도 쉽고, 좀더 안전할 듯 했다. 그러나 문제는 2미터가 넘는 높은 곳에서 가위 날을 쉽게 조절할 수 있느냐하는 것이었다.

일단 주제가 정해지자, 그는 그동안 수집해둔 자료를 뒤지기 시작했다. 외국의 가지치기와 관련된 정보도 수집하고 조경 전문가를 만나기도 했다. 또 가위 제작사를 직접 방문하는 수고도 아끼지 않았다. 이렇게 해서 수십 개의 가위 디자인이 완성됐다. 그 중에서 몇 개를 추려서 실제 작업현장에서 사용해보고 가장 좋은 작품을 고를 계획이었다.

그가 다시 가로수 작업현장에 나타났을 때 사람들은 모두 의아해 했다. 조경과는 전혀 상관없는 사람이 현장에서 작업하는 사람들보다 더욱 문제를 잘 알고 있어 놀랄

정도였다. 그리고 그의 작품에도 찬사를 아끼지 않았다.

최종 선택된 작품은 가위 방식을 이용한 것. 자를 나뭇가지 아래쪽에다 한 개 날을 걸치고 손잡이를 잡아당기면 위쪽 날이 내려와 가지가 잘라질 수 있도록 고안된 것이었다.

나무의 높이에 따라 자유롭게 길이를 조절할 수 있도록 한 것이나, 뻗어있는 가지 틈새로 도구를 쉽게 올릴 수 있도록 디자인 된 것은 실제 작업을 하지 않는 사람이 아니고는 알 수 없는 일이었다. 물론 대 만 족이었다. 그로부터 얼마 후 그의 작품이 실제 현장에 쓰이게 됐다. 모두 그가 실제 현장에서 힌트를 얻고, 그 안에서 문제를 해결했기에 얻을 수 있었던 성과였다.

그가 아이디어를 길에서 주었다고 하면 지나친 표현일까?

좀 다른 예이지만, 영원한 어린이의 친구인 미키마우스도 길에서 태어났다. 희망도 미래도 없던 디즈니는 공원에서 본 어린 새앙 쥐에서 미키마우스의 영감을 얻었다. 작은 나무 아래에서 먹이를 먹는 모습에서 귀여움을 느낀 디즈니는 쥐를 모델로 해서 새로운 캐릭터를 만들었고, 그곳으로 성공의 발판을 만들 수 있었다. 당장 끼니를 이을 한 푼이 아쉬웠던 그가 세계에서 제일 큰 테마파크의 창시자가 된 것이다.

현장을 무시하고는 좋은 아이디어를 만들 수 없다. 작가들이 사실감 있는 작품을 쓰기 위해 일부러 시장 통에서 살거나, 포장마차를 운영하는 것도 모두 현장을 있는 그대로 체험하고, 그 안에서 아이디어를 이끌어내기 위한 노력인 것이다.

새로운 아이디어를 끊임없이 만들어내야 하는 발명가도 끊임없이 새로움을 찾아 돌아다녀야 한다. 자리에 우두커니 앉아서는 원하는 성공을 찾을 수 없다.

감나무 아래에 앉아 감이 떨어지길 기다릴 것인가, 아니면 장대를 찾아 가지 끝에 걸린 감을 딸 것인가? 성공은 결코 제 발로 찾아오지 않는다는 사실을 명심해야 한다.

내 발로 성공이 있는 곳, 아이디어가 있는 곳으로 부지런히 쫓아 다니자. 새로운 아이디어가 곳곳에 숨어 당신의 눈길이 미치지길 기다리고 있다.

우리 것이 좋은 것이여!

위 소 제목은 인간문화재이셨던 명창 故 박동진 선생이 남기신 명언 중의 명언이다.

또 오래전 조선시대 화가 장승업의 일대기를 그린 영화 '취화선'으로 칸느영화제에서 감독상을 거머쥔 임권택 감독은 늘 '가장 한국적인 것이 가장 세계적'이라는 말을 입버릇처럼 되뇌었다. 그는 자신의 믿음대로 늘 한국 고유의 전통적 정서를 영화로 표현하는데 전념해왔고, 결국은 세계적인 영화제인 칸스에서 인정받기에 이른 것이다.

두 분의 믿음대로 전통은 낡고 고루한 것이 아니라 늘 우리와 함께하는, 시대와 함께 살아가는 보편적 정서다. 어쩌면 우리의 가장 깊은 곳에서 항상 향하는 그리운 것이다. 또한 다른 나라 사람들은 쉽게 접근하지 못하는 우리만의 특권이기도 하다. 때문에 전통을 아이디어로 되살리면, 세계적인 상품으로 거듭날 수도 있다.

이제 전통을 낡은 창고에서 끄집어내어 전 세계인의 것으로 만드는데 관심을 쏟아보자.

전통적인 것을 현대화해 성공할 수 있는 아이템 중에 가장 대표적인 것이 식품이다. 식품은 오랜 세월 함께 한 것이기 때문에 우리 입맛에 맞고, 상품화하기도 비교적 쉽다.

전통식품을 현대화해 성공한 가장 대표적인 사례가 비락식품이 출시한 식혜와 수정과. 1993년 처음 출시된 식혜는 그야말로 선풍적인 인기를 끌었다. 한때 한국 시장에서 코카콜라를 앞질렀다는 평가를 받



을 정도였다.

일개 중소 유제품 생산업체에 불과했던 비락식품을 굴지의 식품회사로 끌어올린 이 효자 상품은 당시 전통을 현대화한다는 치밀한 기업전략이 빛을 성공사례다.

비락이 전통식품에 관심을 쏟기 시작한 것은 1989년 단팔죽을 출시하면서부터. 단팔죽으로 의외의 성공을 거둔 비락은 서서히 전통식품의 현대화에 관심을 기울이기 시작했다. 이런 관심이 절대적인 호기를 맞은 것은 당시 불어 닥친, 우루과이라운드(UR)의 바람 덕분이었다. UR로 우리 농산물 시장을 개방하게 되면서 우리 농촌이 파괴될지도 모른다는 우려의 목소리가 높아졌고, 당연히 우리 땅에서 나는 우리 먹 거리에 대한 관심이 증폭됐다. 이른바 '신토불이' 바람이 분 것이다.

이즈음에 비락의 신제품 개발부는 단팔죽에 이은 새로운 전통식품 개발에 주력하고 있었는데, 당시 가장 유력한 후보로 꼽은 것이 음료분야였다고 한다.

커피나 콜라 같은 습관성 음료에 외산 음료가 판을 치고 있던 때라, 제대로 된 국산 음료를 만들어보겠다는 기획 의도였다. 당시 비락이 신제품 개발에 원칙으로 내세운 것은 전통식품일 것, 신제품일 것, 시대의 흐름을 타는 상품일 것, 원료를 국내에서 손쉽게 조달할 수 있어야 할 것 등 4가지 조건이었다.

이 4가지 조건을 만족하면서 일반인이 가장 선호하는 음료로 꼽힌 것이 식혜와 수정과였다. 특히 이들 음료는 많은 사람이 좋아하면서도 만드는 방법이 까다로워, 명절

에나 맛볼 수 있는 귀한 음식에 속했다. 만약 슈퍼에서 손쉽게 사먹을 수 있다면 인기를 끌 것이라는 게 비락의 생각이었다.

생각은 적중했다. 그야말로 대박이 터진 것이다. 식혜는 처음 발매되자마자 인기가 치솟더니, 한달 매출액이 2백억 원을 돌파하는 대기록을 세웠다. 심지어는 물건이 없어서 못 팔 정도였다.

비락의 성공은 국내 음료업계의 판도를 바꿔놓았다. 이른바 전통음료 바람이 세차게 불기 시작한 것이다. 여기에 서양의 건강 바람까지 불어, 색소가 가미되지 않고 몸에 좋은 자연재료만 사용한 제품들이 인기를 끌었다. 경쟁업체들이 앞 다투어 식혜를 상품화하는가 하면, 대추음료 쌀 음료 녹차 등등 우리만의 독특한 음료수들이 속속 쏟아져 나왔다. 세계 어느 나라에서도 찾아볼 수 없는 우리만의 맛을 상품화해 성공한 것이다.

이 같은 전통바람은 술에서도 세차게 불었다.

90년대 말 국순당의 '백세주'가 전국적으로 판매되면서 그야말로 주류 시장은 전통주의 세상이 됐다. 국순당이 캐치플레이어로 내건 것은 '몸에 좋은 술'이라는 표어였다. 몸에 좋은 약초와 누룩을 이용해, 주정에 물을 섞은 소주와는 격이 다르다는 차별화 전략을 내세운 것이다. 특히 생쌀을 이용한 국순당의 특허공법은 전통과 첨단과의 조화라는 측면에서도 긍정적인 평가를 받았다.

여기에 97년 몰아닥친 IMF 한파로 인한 애국심도 한몫



을 했다. 우리 것을 찾자는 목소리가 높아지면서 소주와 막걸리 외에는 변변한 우리 술이 없던 주류시장에서도 전통 주에 대한 관심이 높아진 것이다.

그러나 무엇보다 전통주가 성공할 수 있었던 것은 기존의 낡은 이미지를 벗은 데 있다. 예전에는 전통 주라고 하면 얇고 투명한 비닐주머니에 담겨 아무렇게나 유통되던 막걸리가 떠올랐고, 이것은 '싸구려' 혹은 '낡고 고루한 것'이라는 이미지로 각인되어 있었다. 그러나 국순당이 내놓은 술은 달랐다. 포장도 깔끔한 병에 정성을 들인 흔적이 고스란히 스며있었던 것이다. 그동안 전통주가 가지고 있던 부정적인 이미지를 씻기에 충분했다.

오히려 몸에 좋은 약초를 넣는 등 적극적인 방법으로, '고급' '정성' 등의 이미지를 만드는데 성공했다. 결코 저렴한 가격이 아님에도 불구하고, 계속 인기를 누릴 수 있었던 것도 바로 이런 이유 때문이다.

백세주의 성공으로 그동안 변방시장에 머물렀던 전통 주 시장이 활짝 열렸다. 낡은 서고에 잠자고 있던 전통 주 기법이 현대화된 공장으로 넘어와, 자동화 공정을 통해 대량 생산됐다. 젊은이에게 외면 받던 막걸리도 캔 포장으로 바뀌면서 해외에까지 수출되는 쾌거를 거뒀다.

전통을 현대화함으로써 거둔 성과인 것이다.

대한항공도 그 누구도 시도하지 않는 전통음식을 기내식으로 채용함으로써 성공을 거둔 것으로 유명하다.

사실 전통음식을 기내식에서 서비스하는 것은 그리 낯선 일은 아니다.

일본 JAL의 경우 오래전부터 '자루소바(메밀국수)'와 '스시(회 초밥)'를 국제선에서 서비스해왔다. 그러나 이 경우는 이미 미국 등에서 일본 음식이 널리 알려져 인지도를 얻은 후의 일이었다.

그러나 대한항공의 비빔밥 기내식은 오히려 그 반대의 경우다. 비빔밥이 외국사람에게 가장 인기 있는 한국음식이라고는 하나, 그것은 한국을 방문한 경험이 있는 극소수의 사람들에게만 국한된 것이었다. 일본의 '스시' 처럼 일반 대중이 알고 즐기는 음식은 아니었다.

따라서 대한항공으로서는 일종의 모험이었다. 그러나 대한항공 측은 우리 전통의 음식을 하나쯤은 기내식으로 소개하는 것이 좋겠다는 내부 방침을 세우고 첫 번째 타자

로 비빔밥을 뽑았다. 먹기가 간편하고 한국 고유의 마늘 냄새가 가장 적다는 점도 고려됐다.

비빔밥을 채택할 수 있었던 것은 밥과 고추장 등 비빔밥에 사용되는 많은 재료들의 현대화도 한 몫을 거들었다. 밥은 완전히 익은 상태로 진공 포장되어 언제든지 가볍게 덥히기만 하면 금방 한 밥처럼 따뜻했고, 고추장은 가장 먹기 좋은 상태로 익어서 작은 튜브에 담겼다. 참기름도 작은 비닐 포장에 알맞은 양이 담겨서 출시됐다. 우리 고유의 양념들이 마치 미국의 유명한 페스트 푸드 점에서 공급하는 케첩과 소스와 같이 변신한 것이다.

결과는 대성공이었다. 한국을 체험하기 위해 관광객들은 비행기에서부터 서비스되는 한국음식에 만족감을 표시했다.

그리고 비빔밥이라는 새로운 음식에 대해 새롭게 알게 된 것이다.

한국인은 물론이고 외국인도 비빔밥을 먹기 위해 일부러 대한항공을 이용한다는 말이 나올 정도다. 심지어는 한국인 승객보다 외국인 승객이 더 비빔밥을 많이 찾는 경우도 있다고 한다. 이런 성공에 힘입어 대한항공은 비빔밥으로 최고의 기내식을 제공하는 항공사에게 수여하는 머큐리 상을 수상하기도 했다.

이밖에도 전통 한복을 현대식으로 개조한 개량 한복, 전통 재료를 사용한 고급 화장품, 한약재를 첨가한 어린이 영양제 등 무궁무진하다.

이들의 성공은 가장 한국적인 것을 발굴해, 현대화한 데 있다. 임권택 감독의 신조처럼 '가장 한국적인 것이 가장 세계적인 것'인 셈이다.

전통을 재료삼아 새로운 아이디어 발굴에 나서보자.

한국발명진흥원



왕연중
 한국발명문화교육연구소 소장
 한국과학기술인협회 사무총장
 영동대학교 발명특허공무원학과 겸임교수
 한국학교발명협회 및 한국스카우트연맹 편집위원
 특허청 발명교육센터 발명 강사
 세계최다발명도서저술인(104권)