

한국 문화의 멋과 한국 음식의 맛이 융합된 세계화의 길

진상범

전북대학교 독어독문학과



한국 문화의 세계화를 간절히 꿈꾸고 있는 한 사람으로서 한국 문화의 멋과 한국 음식의 맛이 환상적으로 융합될 때에야 비로소 한국 음식의 세계화에 밝은 길이 트일 거라는 평소의 생각을 한번 정리할 겸해서 부족하지만 용기를 내어 글을 쓰게 되었습니다. 한국 음식의 세계화를 실현시키려면 먼저 문화적 원동력으로서 한국 문화의 본질을 이해해야 한다고 생각합니다. 왜냐하면 한국 문화의 정체성에 대한 이해 없이 진정한 의미에서 한국 음식의 세계화는 불가능하기 때문입니다. 한국의 전통 음식은 이 땅을 지켜온 선조들이 음양오행의 균형과 조화의 원리에 따라 정교한 요리 솜씨로 음식의 멋과 맛을 창조해낸 유형 문화로 볼 수 있습니다. 그렇다면 이러한 음식의 멋과 맛을 창조해낸 우리 선조들의 지혜가 담긴 한국 문화 속에는 과연 어떠한 정체성이 잠재되어 있는지를 한번 살펴볼 필요가 있습니다. 따라서 한국 음식의 세계화에 대한 가능성을 필자가 해외에서 체험한 것을 바탕으로 알아볼까 합니다.

■ 한국 문화의 세계화를 위한 원동력으로서 한국 문화의 정체성

인도의 시성 타고르(Tagore)는 한국을 ‘동방의 햇빛’ 이라고 칭송한 바 있으며, 영국의 역사 학자인 토인비(Toynbee)는 일찍이 한국의 역사를 검토하면서 “다른 나라 같으면 벌써 지구상에서 사라지고 없을 터인데 술한 전쟁을 치르면서도 지금까지 살아남은 현상은 나의 ‘도전과 응전(Response and challenge)’ 의 역사적 법칙으로는 도저히 설명이 되지 않는다”고 고백한 바 있습니다. 풍전등화 속에서도 꺼질 듯 꺼지지 않은, 그 술한 위기를 극복할 수 있었던 힘은 과연 어디에서 기인하고 있는 것인가, 작은 나라이면서도 수많은 위인과 학자를 배출시키는 문화적 원동력은 과연 무엇일까 하는 의문을 가져봅니다. 또 고대 한국인이 다양한 종교를 적극적으로 수용하고 종합하여 한국화한 힘과 여러 상이한 종교들이 다투지 않고 조화 있게 공존하는 힘은 어디에서 나오는 것일까 하는 의문을 갖지 않을 수 없습니다.

한국 문화의 정체성을 잠깐 들여다보면 다음과 같은 여러 가지 요소가 보입니다. 우리 문화의 정체성을 언급할 때 제일 먼저 은근과 끈기의 특성을 꼽을 수 있습니다. 그 은근과 끈기 중에서 끈기의 특성이 상징적으로 잘 드러나 있는 것이 바로 단군신화입니다. 단군신화는 인간이 되고 싶어 하는 곰에게 끈기의 근성을 요구합니다. 그 밖에도 단군신화는 인간이 되기 위해 어두운 동굴에서 100일 동안 쓰디쓴 음식(마늘, 쑥 등)을 먹으며 견뎌낸 강인한 민족성과 더불어 널리 인간을 이롭게 하라는 뜻의 홍익인간을 궁극적인 인간형으로 보여주고 있습니다.

한국인의 민족성을 이야기하면서 우리 의식의 기저를 지배하고 있는 샤머니즘을 언급하지 않을 수 없습니다. 시베리아 벌판에서 인간의 질병과 고통을 치료하며 우주와 소통했던 샤먼에 대해 경외심을 가지고 숭상하고 믿고 따르던 고대 한국인의 샤머니즘이 현대 한국인의 의식 속에도 잠재되어 있다고 생각합니다. 뿐만 아니라 샤머니즘 의식은 외래 불교 및 기독교 문화를 수용하는 과정에도 잘 반영되어 있습니다.

우리의 문화는 고난의 시대 속에서도 웃음을 잃지 않은 해학성이 풍부한 문화요, 정중동(靜中動)의 문화이며, 정이 넘치는 문화요, 한이 많은 문화입니다. 그런 한의 소리를 담은 판소리, 그리고 그 한을 신명 나는 굿풀이(진도 씻김굿)¹⁾로 해소하는 문화입니다. 동학란이 외세로부터 핍박받은 원한을 복수로 푸는 것이 아니라 상생의 종교로 승화시키고 있는 점을 보아도 우리 문화는 어려운 여건 속에서도 지혜롭게 잘 극복해 나가는 저력 있는 문화로 이해할 수 있습니다. 모든 종교, 즉 샤머니즘과 유불선(儒佛仙) 그리고 그리스도교가 큰 갈등 없이 잘 조화를 이루고 있는 공존의 문화요, 오방색이 조화를 이루는 우주와 상통하는 색채가 있는 멋과 맛을 지닌 문화입니다.

1) Ho-Toun Kwon, (edit) Korean Cultural Roots, Religion and Social Thoughts, North Park College and Theological Seminary, Chicago, Illinois, pp.45~69, 1995

한국인을 단적으로 규정한다면 외국 문화에 대한 수용 능력이 높고, 위기를 극복하는 능력이 남달리 뛰어나며, 유머 감각이 있는 독창적인 민족이라고 할 수 있습니다. 전자의 경우 외래문화는 한국에 와서 한국화되고 종합화되어 새로운 형태의 양상을 띠기도 합니다. 예컨대 불교의 경우 신라시대의 원효가 종합적이고 실천적인 색채가 있는 정토교(淨土敎)로 재탄생시켰고, 유교의 경우 퇴계와 같은 대학자가 중국 성리학의 이론 체계인 이기론(理氣論)을 통합하기도 했습니다. 또 우리 선조들은 유불선 삼교가 조화롭게 공존하는 해학적인 고전문학을 만들어내기도 했습니다.

한국인은 위기 능력이 뛰어나다는 말은 곧 우리 선조들이 수백 번의 전쟁을 치러오면서도 살아남을 수 있었던 것이 바로 힘이 아니라 정신적 지혜 때문이라는 사실을 깨달았다는 말로 이해할 수 있습니다. 참혹한 시대를 이기고 살아남은 지혜로운 문화 민족이라는 말입니다.

21세기, 동서양 간에 상호 소통의 속도가 빨라지고 있는 이 글로벌 시대에 우리는 선조들의 지혜를 더욱 가속시켜서 전해야 할 사명이 있다고 봅니다. 지금까지 한국을 존재하게 해온 역동적인 지혜를 개발하고 세계화하여 전 세계인과 상호 소통해야 할 시기가 도래했다고 봅니다. 조상들이 우리 후손들에게 물려준 유·무형의 문화 자산을 세계에 알리고 상호 소통하여 선진국의 세계화보다 더 앞선, 더 나은 세계화를 만들어가야 한다고 생각합니다.

■ 한국 문화의 멋을 가미한 한국 음식 문화의 세계화 가능성

필자는 1988년 문교부 해외 파견 교수로 오스트리아 비엔나 대학교에서 연구하며 체류하던 중, 현지 TV에서 방영하는 한 예술 프로그램(Arte)에서 ‘말과 인간의 꿈(Pferde und Menschentraume)’이라는 제목의 공연 작품을 흥미 있게 감상할 기회가 있었습니다. 프랑스의 유명한 연출가인 징가로(Zingaro)의 작품으로, 그는 세계를 순회하면서 아름다운 음을 탐색하던 중 한국에 와서야 비로소 영원한 음을 전통 판소리에서 발견했다고 고백한 바 있습니다. 한국의 판소리와 전통 음악에 매료된 그는 마치 서양 서커스처럼 기마수가 빙글빙글 큰 원을 그리며 역동적으로 달리는 말 위에서 곡예를 할 때 한국의 판소리와 전통 아악을 도입시킴으로써 하나의 독특한 공연 작품을 만들었습니다. 다시 말하자면 한 외국인 연출가에 의해 한국의 판소리가 연극 공연 예술로 재창조된 작품을 보면서 새로운 한국 음식에 대한 세계화의 가능성을 발견한 것입니다.

한국 음식의 세계화는 징가로의 공연을 통해 보여준 것처럼 한국 문화의 이미지와 전통 음식을 현대적인 감각으로 변형시켜 외국인의 입맛에 맞춰 새롭게 재창조한 방식으로 이루어질 때 충분히 가능성이 있다고 봅니다.

오스트리아의 수도 비엔나의 지하철 광고 간판에는 “아이스크림은 아이스크림이 아니다”

라는 문구가 적혀 있습니다. 정말 그 아이스크림을 먹어보면 보통 아이스크림의 맛이 아닌 환상적인 맛을 느낄 수 있습니다. 그 유명한 아이스크림 가게 앞은 언제나 환상적인 맛의 아이스크림을 사 먹으려는 사람들이 긴 줄을 이루고 있는 광경을 목격할 수 있습니다. 이처럼 많은 사람들의 인기를 독차지하고 있는 이유는 수많은 사람들의 입맛에 맞춘 환상적인 맛의 아이스크림을 만들어냈기 때문이라고 생각합니다.

비엔나 중심가에는 또 이 아이스크림 가게만큼 높은 인기를 누리고 있는 일본 스시 레스토랑이 있습니다. 필자도 비엔나에 갈 때면 시간이 허락될 경우 한 번씩 들르곤 하는 일본식 정통 레스토랑입니다. 품격 있는 레스토랑으로 많은 사람들에게 큰 호응을 얻어 지금은 해외 여러 나라에 지점을 냈을 정도로 유명한 곳입니다. 이곳이 더욱 관심을 끄는 것은 비엔나 문화의 거리 중심에 자리한 큰 레스토랑 공간에 일본을 상징하는 전형적인 그림으로 장식하고 일본풍의 분위기를 자아내고 있기 때문입니다. 이 레스토랑 주인의 성공 비결은 바로 일본풍의 분위기를 자아내는 공간에서 현지인의 입맛에 맞춰 개발한 색다른 일본 스시를 제공하고 있다는 점입니다. 특히 이러한 일본 스시 레스토랑은 유럽인으로 하여금 수준 높은 일본 음식 문화를 체험케 함으로써 일본의 대표 음식인 스시를 세계인에게 알리고 있는 점을 지적할 수 있습니다.

우리 역시 선조들이 물려준 전통 음식을 잘 개발하면 세계인의 입맛을 사로잡을 수 있는 먹을거리의 소재가 일본보다 더 많다고 확신합니다. 또 한국 음식의 맛을 세계인에게 소통시키려면 독창적인 한국 전통문화의 멋을 상징하는 우아한 백자 등 도자 그릇을 사용하는 것은 물론, 한국적인 분위기로 실내장식을 하여 한국의 맛을 흠뻑 느낄 수 있도록 해야 한다고 생각합니다. 이렇게 하면 한국 음식에 대한 세계인의 인식이 이전과는 훨씬 달라질 것입니다. 전통적인 한국 문화의 혼이 깃든 백자 그릇에 서구인의 입맛에 맞춰 개발한 한국 음식을 경험케 함으로써 일본 못지 않은 품격 높은 문화적 이미지를 심어줄 수 있다고 봅니다.

전 세계인의 입맛을 사로잡고 있는 세계적인 식품들이 많지만 그중에서도 특히 맥도날드를 들 수 있습니다. 맥도날드에서 제공하는 햄버거는 값싸게 어디에서든지 간편하게 먹을 수 있는 패스트푸드 식품으로서 전 세계인이 선호하는 식품 중 하나입니다. 하지만 패스트푸드를 많이 먹으면 건강에도 좋지 않은 것은 물론, 열량이 너무 높아 비만이 되기 쉽습니다. 서구인이 비만으로부터 자유로워지려면 한국적인 채식 위주의 건강 음식에 관심을 돌리게 되어 있습니다. 그러므로 위에서 언급한 맥도날드 경영 시스템을 우리 전통 음식의 세계화 경영 방식에 과감히 도입할 필요가 있다고 봅니다. 맥도날드 햄버거가 세계인이 즐겨 찾는 기호 식품이 된 데에는 무서운 경영 전략이 숨겨져 있을 것입니다.

우리는 맥도날드 같은 패스트푸드보다는 건강에 좋은 양질의 식품을 충분히 개발할 수 있다고 확신합니다. 예를 들어 한국의 대표 음식 중 하나인 비빔밥을 한 손에 쥘 수 있는 크기로 작고 둥글게 압축하여 김으로 싸서 만든 맥도날드식 김밥을 패스트푸드로 제품화하여 팔면 큰 부를 창출할 수 있을 것으로 생각합니다. 우리의 전통 음식에는 분명히 세계인의 건강을 강화시켜주는 요소가 충분하다고 확신하기 때문입니다. 어느 정도의 숙성 기간을 거쳐 새로운 맛을 창출해내는, 우리 조상들의 지혜가 담긴 김치와 같은 발효 식품과 여러 가지 음식이 한데 섞여 있지만 음식 각각의 독특한 맛을 유지하면서도 그 맛이 잘 어우러지는 비빔밥 등을 비롯해 고품격의 궁중 요리를 세계인의 입맛에 맞춰 잘 연구 개발한 결과물을 여러 외국어로 번역, 콘텐츠화하여 인터넷을 통해 홍보한다면 우리 한국 음식의 세계화는 머지않아 성공적으로 실현될 것이라고 생각합니다.