한글의 보편성을 생각하며

로버트 파우저 서울대학교 국어교육과 교수

한글로 글 쓰는 것은 쉽지만, 한글에 대해 글 쓰는 것은 어렵다. 한글의 독창성 및 과학성은 널리 알려져 있어서 새로운 쓸거리를 찾기 어렵기도 하거니와 한글이 창제된 15세기 이후의 역사를 이해하려면 한국의 전체적인 흐름을 이해해야 하기 때문에 또 다른 어려움이 있다. 이러한 어려움 속에 새로운 쓸거리를 찾아본다면 한글의 독창성 및 과학성보다는 한글의 보편성을 통해서 한글을 새로이 볼 수 있지 않을까 하는 생각이 든다.

한글의 보편성을 생각하기 위한 첫 단계로 한글의 역사를 보자. 많은 언어는 한글과 같은 ‘맞춤형 문자’는 아니지만 인접해서 영향을 주는 ‘문명 원어(文明 原語)’에서 문자를 빌려 쓴다. 이 과정에서 원어의 모습이 바뀌기도 한다. 영어에서 사용하는 로마자는 라틴어와 형태가 거의 비슷하다. 반면 한자에서 나온 일본의 히라가나는 변화가 많은 사례 중 하나다. 한글은 이러한 문자들과 달리 언어의 특성에 대한 분석을 바탕으로 그 특성에 알맞게 구성한 문자다. 이것은 찾기 어려운 사례다. 그리고 세계의 주요 언어 중 ‘맞춤형 문자’가 있는 언어는 한국어밖

에 없다는 것 역시 독특하다면 독특하다.

15세기 중반에서 말까지 한글은 화려하게 데뷔했지만, 그 후 한자의 강력한 힘에 밀려 쇠퇴하고 20세기 초까지는 널리 사용되지 않았다. 물론 시조, 가사, 고전 소설 등 많은 문학 작품에서 한글이 사용됐지만, 한문으로 쓴 시, 소설, 문집 등에 비해 적은 양이었다. 인접 ‘문명 원어’인 한자가 한국의 언어생활 및 문자 생활에 깊은 영향을 미쳤다는 것은 보편적 현상이라고 할 수 있다. 베트남은 17세기에 로마자에서 파생한 ‘꾸옥응으’라는 문자를 도입하기 전까지 한자를 사용했고 전쟁이 없었던 일본 에도 시대에는 한문이 사무라이 계층의 필수 교양이 되었다. 유럽에선 ‘문명 원어’인 라틴어가 유럽 전역에 영향을 미쳤고 중세까지 거의 모든 집필 활동이 라틴어로 이루어졌다. ‘문명 원어’에서 멀리 떨어진 곳의 언어는 영향을 덜 받는데, 십나라인 일본과 영국이 적절한 사례이다. 아랍어권은 고전 아랍어로 집필 활동을 오래 해 왔고 오늘날도 이슬람 신자는 코란을 고전 아랍어로 읽는다.

일반화하기 어렵지만, ‘문명 원어’에 지리적으로 가까운 언어는 더 많은 영향을 받고 자국어 집필 활동이 주변 국가보다 늦는 경향이 있는데, 한국어 역시 일본어 및 베트남어에 비해서 중국어 및 한자의 영향을 더 많이 받았고 자국어 집필 활동이 늦었다. 조선은 ‘소중화(小中華)’라고 할 수 있을 만큼 중국 문명의 영향을 많이 받았던 것이다.

여기서 흥미로운 것은 ‘탈중화(脫中華)’, ‘반일’, ‘독립’으로 이어지는 20세기 역사 속 한글의 역할이다. 19세기 말에 중국 문명의 영향이 약해지고 일본 제국주의의 영향이 커지면서 탈중화가 시작돼 한글은 15세기 말 이후 처음으로 관심을 받기 시작했다. 그런데 일본 제국주의의 힘이 커져 결국 조선은 식민지가 되었고 한글은 반일의 상징으로 급부상했다. ‘내선일체(內鮮一體)’ 정책을 도입한 일제의 의도는 한국을

문화적으로 흡수하는 것이었다. 이러한 정책 가운데서도 한국어로 집필 활동은 가능했기 때문에 한글은 한국 문화를 지키는 데에 중요한 역할을 하게 되었다.

20세기는 ‘민족주의의 세기’라고 말할 수 있을 정도로 민족주의 바람이 전 세계에 불었다. 이런 민족주의적 분위기에서 민족이 사용하는 언어도 관심의 대상이 되었다. 아일랜드의 독립운동과 아일랜드어, 유태인의 이스라엘 건국과 히브리어가 대표적인 사례다. 20세기 말에도 소련의 붕괴로 인하여 언어와 민족에 대한 관심이 다시 부상해 자국어를 지키고 키우려는 운동도 확산됐다. 이런 맥락에서 한글을 사용하는 반일은 자연스럽게 20세기에 쉽게 볼 수 있는 보편적인 현상이었다.

20세기는 민족주의뿐만 아니라 독립의 세기였다. 20세기 초엔 아프리카, 아시아, 중동의 많은 나라가 식민지였지만, 20세기 말에 식민지는 거의 남지 않았다. 이런 급격한 변화가 가능했던 것은 유럽에서 발생한 양차 세계 대전, 자발적 독립운동, 민주주의의 확산 때문이라고 할 수 있다.

한국에서 반일은 문화를 지키는 중요한 도구였지만, 독립해서 새로운 나라를 만들어야 하는 과제도 있었다. 즉, 독립이 없으면 문화를 지키는 것은 어렵고 성공할 가능성도 희박하다. 그래서 일본 제국주의와 같은 외세에서 독립하는 것이 중요했고 분단 후에도 남북한은 국민의 결속을 위해 민족주의를 활용해 왔다.

이렇게 강하면서도 자연스러운 독립 심리 속에서 한글의 독창성은 독립의 상징도 되었다. 자국어가 남의 언어와 다르다며 남의 언어보다 우수하다는 사고는 차별성을 강조해 독립을 정당화하는 사고에서 나오는 것인데, 이것도 역시 보편적 현상이라고 할 수 있다. 그래서 18세기에 프랑스가 강한 독립 국가로서 권력을 행사하게 되면서 프랑스어에

대한 관심이 높아지고 그 속에 프랑스어의 우수성에 대한 논의가 시작되었다. 영국도 비슷하게 18세기에 강대국으로 부상하면서 자국어에 대한 관심이 높아져 1755년에 새뮤얼 존슨의 영어 사전이 출간되었다. 역사상 첫 영어 사전이었다.

남북한은 독립된 국가로서 언어 정책을 도입했는데 한글이 이 정책의 핵심 내용 중 하나이다. 가장 쉬운 예는 한글 전용 정책이다. 분단이후 남북한에서는 한글 전용이 추진되었는데, 북한은 바로 도입했고 남한은 1960년대 말에 도입했다. 자국어인 한국어는 '남의 글자'를 사용하지 않으므로 독립된 언어다. 한글 전용 외에도 남북한에서 마치 18세기 프랑스와 영국처럼 한글을 통해 자국어의 우수성을 호소하고, 사전 편찬을 많이 지원했으며, 나아가 국어 순화 정책도 도입했다. 이렇게 보면 한글이 한국의 독립을 합리화하는 '차별성' 및 '우수성'의 중요한 상징인데 근대 국가 형성 과정에서는 보편적 현상이라고 할 수 있다.

'가까운 과거'를 포함한 한글의 역사는 보편적이다. '문명 원어' 그늘 밑에서 많은 영향을 받다가 독립된 국가에 대한 의식이 형성되면서 자랑스러운 독립어로 발전하는 과정이다. 한국의 경우 한문을 통해 '문명 원어'의 영향을 강하게, 그리고 길게 받았고, 독립된 국가를 형성하는 과정에서 일본 제국주의의 식민지가 되었기 때문에, 이 과정은 프랑스와 영국보다 늦었고 일본보다도 다소 늦고 압축됐지만, 그래도 비슷한 과정을 겪어 왔다.

그런데 여기서 흥미로운 것은 현재의 보편성이다. 즉, 오늘날 우리가 어떠한 시대에 사는지, 한글이 이 시대에 어떠한 의미가 있는지에 대한 대답은 1990년대에서 찾을 수 있다. 소련이 붕괴되면서 민족주의가 한시적으로 다시 유행했지만, 이후에 컴퓨터 및 인터넷의 보급으로 '세계화' 또는 '글로벌화'가 급격히 부상했다. 불과 50년 전에는 서로 싸우

던 유럽 국가들이 유로라는 공동 통화를 도입하고 자본은 국가에서 독립하기 시작했다. 이러한 변화 속에 민족을 기반으로 형성된 국가의 구분은 느슨해졌다. 국가는 ‘브랜드’로 변해 ‘국가 시장’에서 유리한 위치를 차지하는 것이 중요하게 되었다. 이 변화는 급격히 이루어졌는데, 적응하지 못한 나라는 심각한 경제적 어려움을 겪기 시작했다. 북한이 대표적인 사례다. 경제 강대국인 일본도 어려움도 겪었다.

한국도 마찬가지로 1990년대 말에 외환 위기라는 급격한 변화를 겪었다. 위기 상황을 극복할 수 있는 저력 때문에 빠른 속도로 경제가 회복됐지만, 그 과정 속에 한국은 급속히 ‘글로벌화’를 포용했고, 한국에서 민족주의는 퇴색하기 시작했다. 2000년대에 들어오면서 한국이 정보 기술(IT) 강국이 되어 한류 및 케이팝(K-Pop) 열풍으로 대중문화를 수출하기 시작했다. 또한 외국인을 위한 한국어 교육도 급성장했다. 2000년대 말에 국가 브랜드를 구축하는 것은 주요 사업 중 하나가 되었다.

이러한 변화의 물결 속에 한글도 브랜드로 변해 또 하나의 한류 상품이라는 이미지를 갖게 되었다. ‘우리 것’에 대한 관심이 많았던 386세대가 나이를 먹으면서 ‘글로벌화’에 관심이 있는 세대가 등장해 한글 전용, 국어 순화와 같은 이슈는 젊은 사람 사이에서 더 이상 관심을 끌지 못했고 ‘한글의 우수성’은 국가 브랜드의 코드로서 단순히 소비되기 시작했다. 이런 맥락에서 ‘한글 세계화’에 대한 논의가 시작됐다. 즉, 한류를 수출할 수 있으면 한글도 가능하다는 것이다.

국가가 브랜드가 되어 그 브랜드가 경쟁력을 갖추기 위해 독특한 위치를 갖춰야 하는 현실에서 한글이 오히려 보편성을 벗어나 독특한 역할을 하게 되었다. ‘글로벌화’ 시대에 영어의 힘이 커지면서 자국어에 대한 관심이 사라져 국가 브랜드에서 언어의 역할은 약해졌다. 국가 브랜드는 남이 살 수 있는 상품, 남이 쉽게 소비할 수 있는 문화에서 형성

되는데 문자가 브랜드화된 것은 찾기 어렵다. 흥미롭게도 한글은 오랫동안 다른 문자와 비슷한 보편적 과정을 통해 변했지만, 최근 들어 '브랜드 문자'가 되었다. 그래서 역사상 처음으로 한글은 내적으로, 즉 한 민족의 공동체 안에서만 사용하는 것은 아니라 대외적으로도 소비할 수 있는 '문화 콘텐츠'가 되었다. 이제 세계의 수많은 문자 중 첫 번째 '포스트모던 문자'로서 등장해 문자사의 새로운 창을 열었다. 이것은 바로 이 시대 한글의 독창성이 아닌가 싶다.