

문화적 재전유의 공간 모색을 위한 〈국립한글박물관〉의 커뮤니케이션에 관한 연구*

태지호**

【 차 례 】

- I. 들어가는 글
- II. 박물관의 구성요소와 기능
- III. 야콥슨의 커뮤니케이션 모델로 본 박물관의 기능
- IV. 전시실로서 〈국립한글박물관〉의 커뮤니케이션
- V. 기관으로서 〈국립한글박물관〉의 커뮤니케이션
- VI. 나가는 글 : 공간형 콘텐츠를 넘어 문화적 재전유의 공간으로

국문초록

본 논문은 문화적 재전유의 공간 모색을 위한 <국립한글박물관>의 커뮤니케이션에 관한 연구이다. 이를 위해 본 논문은 박물관을 ‘기호’로 전제하고, 박물관의 구성요소는 무엇인지 그리고 박물관의 커뮤니케이션 모델은 어떠한지에 대해 살펴보았다.

본격적인 <국립한글박물관>에 대한 논의는 ‘전시실’과 ‘제도’의 관점에서 진행하였으며, 특히 전시실에 대한 분석은 이야기와 담화의 차원에서 다루었다.

논의의 결과는 다음과 같다. 현재 <국립한글박물관>은 한글이라는 테마를 통해 공간형 콘텐츠의 모습을 분명하게 드러내고 있다. 그리고 이는 이야기, 스펙터클, 가상, 참여의 공간이라는 특징으로 나타난다. 본 논문은 한글을 전유하는 공간으로서 현재와 같은 <국립한글박물관>의 모습을 넘어서 문화적 재전유의 공간으로서 가능성을 제안한다. 이를 위해 <국립한글박물관>은 관람객 ‘유치’가 아니라 관람객 ‘개발’의 관점에서 박물관의 운영과 관리를 지속하여야 한다.

열쇠어 : 국립한글박물관, 박물관, 박물관 커뮤니케이션, 재전유, 공간형 콘텐츠

* 본 연구는 2016년 한국기호학회 추계국제학술대회에서 발표한 원고를 수정한 논문입니다.

** 안동대학교 사학과 조교수

I. 들어가는 글

박물관은 논쟁적인 대상이다. 일상에서 생산되고 소비되는 여러 문화적 생산물들 중에서 박물관만큼 역사가 오래되었거나, 정치적, 사회문화적, 그리고 최근 들어와서는 경제적인 관점과도 맞물려 그 역할과 전망에 대한 논의가 매우 활발히 이루어지는 경우도 흔치 않다. 실제 박물관에 관한 연구는 박물관학 뿐만 아니라, 역사학, 예술학, 사회학, 미디어학, 건축학, 디자인학 등에 이르는 여러 분야에서 다뤄지고 있으며, 그에 따른 다양한 논점들을 제공한다.

적어도 국내에 산재되어 있는 기존의 박물관은 대중들에게 큰 공감을 얻어내지 못한 일종의 ‘성전’과 같았다. 박물관은 ‘영화관이나 테마파크 등’과 달리 엄숙하고 진지한 공간으로 여겨졌다. 이는 박물관이 통해 국가나 민족 혹은 인류와 같은 집단을 상징한 국가주의, 애국주의, 민족주의 등의 담론을 생산하는 ‘제도’로서의 역할에서 크게 벗어나지 못하였기 때문이다. 이러한 박물관에서는 지적 욕구의 충족이나 문화적 혜택을 원하는 개인으로서의 관람객은 소거된다. 단지 역사와 문화 그리고 예술이라는 거대 서사의 부분으로서 개인들은 박물관에 ‘이끌렸다’.¹⁾

한편 현재 박물관은 과도기적 상황에 있다. 경제적 성장과 다양한 재화의 생산과 소비의 확산 그리고 뉴미디어 및 새로운 여가 문화의 출현과 같은 문화 소비의 다변화 등의 사회 변동 상황들은 박물관의 기존 위

1) 권혁희, 「내셔널 스토리(national story) 속 민속의 발견과 확장- 국립민속박물관 전시 내러티브 구조」, 『인문콘텐츠』, 33호, 인문콘텐츠학회, 2014, 9~27쪽.

김형곤, 「한국전쟁의 공식지역과 전쟁기념관」, 『한국언론정보학보』, 통권40호, 한국언론정보학회, 2007, 192~220쪽.

박훈하, 「한국 근대박물관의 계보학- 민족주의와 지역의 기원」, 『인문학논총』, 12집 1호, 경성대학교 인문과학연구소, 2007, 115~133쪽.

태지호, 「<독립기념관>에 나타난 ‘독립’의 기억과 그 재현 방식에 관한 연구」, 『미디어, 젠더 & 문화』, 25호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2013, 145~177쪽.

태지호 외, 「공적 기억의 문화적 실천으로서 <대한민국역사박물관> : “상상된” 경제성장과 기억의 정치학」, 『아세아연구』 57권 3호, 고려대학교 아세아문제연구소, 2014, 146~179쪽.

상을 위협하기도 한다. 박물관은 문화 산업이나 문화 복지 등과 같은 담론 속에서 절대 자유로울 수 없으며, 그에 따른 변화상을 요청받고 있다. 이와 관련된 여러 논의들은 그러한 박물관이 문화경제학과 연관하여 좀더 유연하게 대중들과 조우하고 있으며, 그에 따른 제도적 역할을 수행함을 강조한다. 이러한 논의들에서 제시되는 박물관에 대한 관점은 ‘일상과 유리되지 않은 박물관’이라는 점에 있다. 이를 정리하면 다음과 같은 표로 일목된다.

〈표 1〉 박물관의 변화상

장치로서 박물관 (museum as apparatus)	문화콘텐츠로서 박물관 (museum as cultural contents)
Archive/Gallery/Exhibition	Theme Park
World EXPO	Cultural Events
Education	Edutainment
Institution	Spatial Contents
Meta Narrative	Micro Narrative
Civilizing Rituals	Cultural Benefits
Social Group/Nation	Individual
Museology	New Museology
Top-down	Down-top

이러한 배경 속에서, 현재의 박물관들이 박물관은 유물의 수집 및 보관 그리고 전시 등과 같은 기존의 영역과 기능 외에 문화콘텐츠라는 특별한 ‘기호’로서의 모습을 보여주고 있다. 따라서 박물관은 이제 단지 ‘제도’로서 대중들을 규율하기 위해 일방적으로 지식과 정보를 전유(appropriation)하는 것을 넘어서 일상 속에서 문화 소비의 재화로서 기능하며 대중들에 의해 재전유(re-appropriation)의 가능성을 열어줄 수 있는 공간으로 변모할 필요가 있다.

본 연구는 박물관 자체, 관람객으로서의 대중, 미디어 환경, 문화 경제학 등과 같은 박물관을 둘러싼 일련의 커뮤니케이션 양태가 변화하고 있다는 점을 전제로 하여 <국립한글박물관>을 다루고자 한다. 2014년 개관한 <국립한글박물관>은 한글이라는 특정한 테마를 중심으로 자료 수집 및 전시 그리고 교육을 진행 하고 있는 국립 박물관이다. 문자가 내포하고 있는 문화적 의미와 가치로 인해 한글 박물관은 공공 박물관으로서의 위상을 강조한다. 동시에 앞서 언급한 박물관에 대한 인식의 변화와 맞물려 대중성을 강화하려는 모습도 보이고 있다. 이에 본 연구는 <국립한글박물관>이 한글을 중심으로 하여 공간에 구축된 특별한 문화적 텍스트라는 점에 주목하고, 그 커뮤니케이션 양상이 어떠한지 다루는데 목적이 있다. 이를 위해 본 연구는 우선 박물관 구성요소와 기능이 어떠한지에 대해 살펴본다. 이를 통해 <국립한글박물관>의 공간적 실천을 다루고, 이후 현재의 박물관에 관한 사회문화적 변화상과 속에서 <국립한글박물관>의 방향성을 문화적 재전유의 공간이라는 측면에서 조망하고자 한다.

II. 박물관의 구성요소와 기능

박물관이 텍스트라 함은, 현실의 지식들인 박물(博物)들이 코드화되어 의미를 획득하는 기호의 통합체임을 뜻한다. 박물관이 표상하는 바는 박물관의 소재이자 내용에 대한 문제이며, 코드화의 관점은 특별한 형식을 수반한 구성물에 대한 문제이다. 그리고 이는 분명한 의도를 가진 인위적인 재현물임을 뜻한다. 하지만 다른 여타의 텍스트와 달리 박물관이라는 텍스트가 가지는 특징은 좀 더 복잡한 모습으로 나타난다. 이에 대해서는 박물관을 ‘박물관답게’ 구성하는 요소들이 무엇인가를 살펴봄으로서 구체화할 수 있다.

우선 박물관은 건축물과 공간이라는 매체를 수반하여 그 의미 작용을

수행한다. 공간은 박물(博物)들을 전시하기 위한 인위적으로 구획되고 조성된 건축물 외에도 그것을 둘러싸고 있는 환경들 그리고 박물관의 위치도 포함된다. 이러한 공간들에는 야외 시설이나 각종 조형물들이 배치되는데, 이들 또한 박물관의 의미 작용에 매우 중요한 역할을 한다. 그러한 조형물은 대개 규모가 매우 크며, 박물관에 대한 함축적이고 상징화된 의미들을 제시한다. 박물관 자체의 건축물 또한 그 자체가 거대한 상징물이기도 하다. 박물관 건축물은 그 자체가 역사적 산물이기도 하지만 당대의 시대적 요구를 응집하거나 이끌기도 하며 동시에 예술 작품으로 평가되기도 한다.

전시는 박물관을 박물관답게 구성하는 가장 대표적인 요소이다. 전시는 오브제라는 유형물을 배치하여 특별한 의미를 파생토록 한다. 이 일반적으로 오브제는 실물 혹은 복제된 구체적인 유물을 말하지만, 전시되는 혹은 관람객이 관람할 수 있는 모든 것들이라고 확장적으로 이해될 수도 있다. 중요한 것은 각각의 오브제가 아니라 오브제들 간의 상호 관계이다. 오브제는 전시라는 체계에 속하게 됨으로서 본래의 의미가 해체되거나 강조되는 등의 변화를 수반하게 된다. 이는 곧 전시가 단순히 객관적인 설명 혹은 논리적 집합으로서 대상을 이슈화하지 않으며, 특정한 분류 기준이나 관점을 가지고 그것의 의미와 가치를 판단하며, 구성물들을 보여주는 작업임을 의미한다.²⁾ 다시 말해, 전시라는 맥락 속에서 오브제는 새롭게 구성된다. 최근 들어와 전시는 시각적 경험을 위한 전시 케이스에 오브제를 배치하는 방식 외에 다양한 미디어 기술을 활용하여 관람객들에게 공감각적 경험을 제공하는 방향으로 변모하고 있다.

박물관은 전시 이외에도 유물의 수집 및 박물관 주제에 관한 연구 업무를 수행하거나 각종 교육 프로그램을 운영하기도 한다. 이러한 업무는

2) Lidchi, H., *The Poetics and the politics of exhibiting other cultures*, Hall, S., (Eds.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practice*, (pp. 151~222), SAGE, 2000, p. 160.

박물관이 연구 기관이자 교육 기관으로 공적인 역할을 수행하는 사회적 제도임을 의미하는 것이기도 하다. 특히 최근 들어와 교육 프로그램은 박물관의 위상과 사회적 기여도를 높이기 위한 차원에서 활용되곤 한다. 이를 위해 박물관은 연령별 혹은 계층별 교육 프로그램을 구성하여 대중들로 하여금 더욱 적극적인 참여를 유도토록 하고 있다.

이와 유사한 맥락에서 박물관이 대중들에게 다가가는 방법은 레저와 상업 시설의 유치 및 운영을 통해 제시되기도 한다. 일부 박물관에서는 박물관 야외 공간을 활용하여 캠핑장을 운영하거나 공연 등을 개최하거나, 식당이나 카페 등의 운영을 통해 관람객들이 박물관에서 좀 더 머무를 수 있도록 한다. 또한 뮤지엄 샵에서 판매하는 기념품은 이제 도록이나 형식적인 구색 맞추기에 한정되지 않고, 관람객들이 ‘구입하고 싶을 만한’ 다양한 종류 및 가격대의 제품을 구비하기도 한다.

이러한 일련의 전시와 프로그램들은 큐레이터나 학예사 등과 같은 주체들에 의해서 운영된다. 예전에는 박물관 운영 주체가 주로 전시물의 수집 및 보존과 연구 및 일부 교육 프로그램 등의 운영을 담당하는 학예사 중심이었던데 반해, 최근에는 다양한 미디어 기술의 활용을 통한 전시의 기획을 위해 디자이너 인력, 관람객과의 소통 및 다양한 체험 프로그램의 운영 등을 위한 교육 인력, 그리고 홍보 및 마케팅 관련 인력도 매우 중요하게 인식되고 있다.

관람객 또한 예전에는 일반 대중 및 국민으로 포괄적으로 여겨졌었지만 이제는 연령, 학력, 지역 등과 같은 인구 통계학적 변수 및 사회 문화적 요인에 따른 세분화된 관람객들로 나뉜다. 관람객은 단지 박물관에서 제시하는 전시를 통한 정보를 일방적으로 수용하는 집단이 아닌 ‘스스로’ 박물관의 내용을 탐구하고 방문하는 등과 같은 자신들에게 필요하고 유용한 정보와 지식을 습득하는 적극적인 박물관 ‘이용자’로 변모하고 있는 것이다.

이러한 박물관의 요소들은 특별한 사회문화적 맥락 속에서 배치될 때,

특별한 역할을 한다. 사회문화적 맥락이란 결국 박물관의 건립 및 운영 목적 및 그에 따른 사회적 효과를 의미하는 것이며, 그러한 맥락 속에서 박물관의 제 요소들은 의미 작용을 위한 의미소로서 기능한다.

Ⅲ. 야콥슨의 커뮤니케이션 모델로 본 박물관의 기능

박물관 커뮤니케이션은 박물관이라는 텍스트가 앞서 살펴 본 요소들에 의해서 나타나는 특정한 의미화 과정을 의미한다. 박물관은 사회적으로 관습화 된 의미화 체계를 가지고 있으며, 이를 통해 ‘의미 있는’ 텍스트로 인식되기 때문이다. 따라서 박물관의 제 요소들은 박물관 커뮤니케이션을 설명하기 위한 기호가 되며, 커뮤니케이션 과정 속에서 제 기능들을 수행한다.

커뮤니케이션에 관한 여러 모델에서 반드시 강조되는 점은 메시지의 전달이자 의미의 생산과 교환이다. 이 과정에서 메시지 혹은 의미의 전달자인 발신자와 이에 대응하는 수신자가 존재한다. 또한 메시지가 전달될 수 있도록 하는 기술적이고 물리적인 수단으로서 매체가 필요하다.

이러한 양상을 기호학적 관점에서 언어의 다양한 기능과 관련하여 논의한 학자가 로만 야콥슨이다. 야콥슨의 커뮤니케이션 모델은 모든 언어 교환 과정에 대한 구성 요소를 파악함으로써 언어의 의미나 메시지의 내적 구조가 어떠한지를 제시한다. 야콥슨의 모델은 발신자, 수신자, 메시지, 그리고 접촉이라는 매체 외에, 코드와 맥락이라는 요소를 다루고 있다. 이와 동시에 야콥슨은 이들 요소들이 각각 커뮤니케이션 과정에 관여하는 여섯 가지 기능을 제시한다. 그는 이러한 모델을 통해 커뮤니케이션이 단지 기계적 혹은 과정론적 차원에서 진행되는 관점을 넘어서 문화적이고 특히 기호학적 차원에서 다루어 질 수 있음을 밝히고자 했다.³⁾

3) Jakobson, R., *Essais de Linguistique Generale*, 1963, 권재일 역, 『일반 언어학 이론』, 민음사, 1989.

또한 야콥슨의 커뮤니케이션 모델은 단지 심미주의적인 접근에서의 송신자의 역할 뿐 만 아니라 사회맥락적인 차원의 분석, 수용자의 수용 방식, 메시지의 의미 그리고 기호학에서 강조하는 약호와 메타언어적 기능까지 설명할 수 있는 방법론적 함의를 제시한다.⁴⁾

이러한 논의에 비추어 볼 때, 야콥슨의 관점에서 박물관 송신자는 박물관의 운영 주체로서 학예사 및 큐레이터 그리고 기획자 등이다. 이들이 관여하는 박물관의 커뮤니케이션 기능은 ‘정서적 기능’으로서의 유물 및 자료의 수집, 보존과 아카이브의 구축이다. 이들에 대응하는 수신자는 관람객이다. 이들은 박물관의 ‘명령적 기능’과 연관되는데 박물관은 이들로 하여금 박물관을 통해 문화인이나 교양인이 될 것을 강조하며, 문화의 소비 뿐 만 아니라, 적극적인 문화의 생산이라는 문화적 실천을 유도한다. 결국 박물관 운영 주체와 관람객 혹은 관람객들 간의 접촉은 박물관이라는 공간이 존재할 때 가능하다. 따라서 박물관은 ‘교감적 기능’을 수행하며, 박물관이 사회적 상호 작용과 인적 교류의 장이 됨을 의미한다. 이는 다분히, 박물관의 건립 및 운영 목적이라는 맥락 속에서 진행된다. 그러므로 박물관의 맥락은 ‘지시적 기능’을 수행하며, 이는 박물관이 교육적이고 문화적 효과를 전제로 하고 있음을 뜻한다. 이것이 최근 들어와서는 경제적 효과까지 확대되고 있는 것이며, 박물관에 관한 비평적 논의에서는 이에 관한 박물관의 정치적이고 이데올로기적인 사회적 맥락을 강조한다. 한편 박물관의 메시지는 전시 내용이자 전시 서사에 의해 구축되는데, 이는 박물관의 ‘시적 기능’으로 제시된다. 박물관은 인류 지식의 역사적, 미적, 예술적 의미와 가치를 밝히고 전달하는 기능을 가진다. 야콥슨이 언어의 시적 기능을 강조한 바와 같이, 박물관의 시적 기능 또한 박물관이 여타의 문화 생산물과 다른 고유의 존재 의미가 있다는 점과 연관된다. 좀 더 나아가 설명하면, 박물관의 메시지는 영

4) Stam, R., *New Vocabularies in Film Semiotics: Structuralism, Post-Structuralism and Beyond*, 1992, 이수길 외 역, 『어휘로 풀어 읽는 영상기호학』, 2003, p. 34.

화, 테마파크, 게임 등의 기호와 다른 박물관 기호 자체가 가지는 특성에 의해 구체화되고 유지되는 것이다. 박물관 메시지 자체가 박물관 존립을 위한 목적이 되기 때문이다. 이와 더불어, 전시는 효과적인 메시지 전달을 위해 미디어 장치나 기술 그리고 디자인 등에 의해 특별하고 다양한 방식으로 약호화된다. 이것이 박물관의 ‘메타언어적 기능’이며, 박물관은 전통적 박물관에서부터 최근에 이르기 까지 박물관 공간 자체가 예술적 일 뿐 만 아니라, 여러 첨단 기술의 결집체로 인식되고 있다. 즉 동일한 전시 내용 혹은 메시지로 할 지라도 어떠한 전시 기법을 활용하는가에 따라 메시지의 위계가 달라지며, 관람객의 참여도 혹은 만족도가 높아질 수 있다.

이러한 박물관 커뮤니케이션의 모델에 따른 기능은 크게 두 가지로 정리될 수 있다. 첫 번째는 박물관의 내적 기능인 전시실(exhibition, gallery)로서의 박물관이며, 두 번째는 외적 기능인 기관(institute)으로서의 박물관이다. 전자인 전시실로서의 박물관은 정서적, 시적, 메타언어적 기능과 그리고 후자인 기관으로서의 박물관은 지시적, 교감적, 명령적 기능과 연관된다. 본 논문은 박물관의 이러한 기능을 통해 연구 방법론을 설정하고자 한다. 따라서 전시실로서의 박물관은 전시실을 중심으로 하여, 박물관이 어떠한 정보나 지식을 제공하며, 이는 어떠한 방식으로 구체화되어 있는지 그리고 그것의 의미 작용은 어떠한지에 대한 논의를 수반한다. 특히 이에 대한 구체적인 연구 방법으로는 박물관이 특정한 서사라는 점을 전제로 하여, 박물관이 제시하는 이야기(story)를 통합체와 계열체적 관점에서 살펴보고, 동시에 그 표현 방식(storytelling)은 어떠한지에 대해 담화적 관점에서 접근할 것이다. 이에 반해 기관으로서의 박물관은 박물관의 행정적 기능 혹은 대외적 관계의 특성 그리고 전시 이외의 제반 활동과 같은 사회적 실천이 무엇인지를 다루는 논제가 된다.

정리하면, 박물관 커뮤니케이션은 박물관 기호의 제 요소들에 의해 구성되며, 이는 결국 텍스트로서 박물관 기호를 넘어서 박물관 문화 전반

에 관한 일반론과 연관된다. 박물관 커뮤니케이션은 박물관을 통한 사회적 상호 작용과 다르지 않으며, 박물관이 전달하고자 하는 내용의 전달 외에 그것이 제기하는 효과의 문제 그리고 이를 통한 의미의 생산과 교환 과정을 의미한다.

IV. 전시실로서 <국립한글박물관>의 커뮤니케이션

1. 한글에 관한 이야기(story)의 공간

주시하는 바와 같이, <국립한글박물관>은 종합박물관이라기보다는 한글을 소재한 테마박물관이다. 박물관이 기호라는 관점에 비추어 볼 때, <국립한글박물관>은 전시실을 중심으로 하여 공간을 구획하고 다양한 시설들을 배치한 통합체로 볼 수 있다. <국립한글박물관>에는 전시실 외에도 다른 시설들이 배치되어 있는데, 그 개략적인 구성 방식은 다음과 같이 일목된다.

〈표 1〉 <국립한글박물관>의 공간 구성 및 개요

공간 구분	명칭	개요
전시 시설	한글이 걸어온 길 : 상설전시실	1부 : 새로 스물여덟 자를 만드니
		2부 : 쉽게 익혀서 편히 쓰니
		3부 : 세상에 널리 퍼져 나아가니
	특별전시실	기획 전시
교육 및 관리 시설	강의실	한글 관련 주제 교육 장소
	사무동	박물관 운영 및 관리 인력 공간
	한글누리	한글정보실
	한글배움터	외국인 체험실
	한글놀이터	어린이 체험실
편의 시설	아름누리	기념품점과 카페
	하늘정원	전망대 및 휴식 공간

<표 1>에서 알 수 있듯이 <국립한글박물관>은 여타 박물관의 일반적인 시설들과 크게 다르지 않다. 다만 주목되는 것은 외국인과 어린이를 대상으로 한 특별 공간을 마련하고 있다는 점이며, 이들은 <국립한글박물관>에서 ‘중요한 관람객’으로 설정된 것으로 이해된다. 실제 <국립한글박물관>의 관람객들 중, 어린이의 비율은 상대적으로 높으며, 어린이 관람객들은 가족 단위 뿐 만 아니라, 유치원 등에서 단체로 관람하는 경우도 많이 있다.

한글이라는 소재는 무엇보다 전시실에서 구체화 된다. 전시실은 한글에 관한 이야기를 전달하는 핵심적인 요소이다. 전시실은 연대기적 순과 주제별 구성을 혼용하고 있으며, 1부의 입구에서부터 3부의 출구로 나아가는 관람객 동선을 제시한다. 전시실을 따로 통합체로서 살펴보면 <표 2>와 같은 전시 시나리오를 가지고 있다. 전시 시나리오는 시간의 흐름에 따른 논리적인 연결을 갖추고 있으며, 일관된 주제를 전제로 한 사건들의 상술을 통해 전체 서사로 통합되고 구조화된다. 따라서 기호학적 관점에서 전시실은 특정한 서사를 가지고 있는 텍스트이다.

〈표 2〉 〈국립한글박물관〉 주 전시실의 에피소드 구성

	전시 섹션	핵심 가치
사건의 전조	새로 스물여덟 자를 만드니	창제, 반포, 독창적, 과학적
사건의 전개	쉽게 익혀서 편히 쓰니	쉬움, 실용적, 일상적, 근대화
사건의 위기 및 절정	세상에 널리 퍼져 나아가니	주시경, 조선어학회
사건의 종결		정보화, 세계화

<표 2>에서 제시한 바와 같이, 전시실은 사건의 전조로서 한글의 창제 및 특징, 사건의 전개로서 한글의 일상적이고 다양한 관점에서의 활용, 사건의 위기 및 절정으로서 일제에의 탄압과 극복, 사건의 종결로서 한글의 현재 모습 및 전망을 중심으로 하여 구성되어 있다. 여기서 주목

할 점은 전시실의 서사에서 사건의 위기 및 절정이 국내의 여러 국공립 박물관과 비교하여 그리 ‘극적이지 않다’는 점이다. 국내의 국공립 박물관들의 대다수는 그 내용에서 ‘국난 극복’이 매우 강조되는데 반해, <국립한글박물관>은 이를 상대적으로 소략하게 다루고 있으며, 그것의 메시지와 표현 방식도 자극적이지 않다. 오히려, <국립한글박물관>은 다소 ‘세련된’ 방식⁵⁾으로 한글의 우수성을 제시하고 있는데, 이와 관련하여 전시실의 계열체적 특성을 살펴보면 다음과 같다.

〈표 3〉 <국립한글박물관> 전시실 구성의 체계 및 잠재적 의미

	한글	타 문자
새로 스물여덟 자를 만드니	애민	무관심
	과학	비과학
	독창적	모방적
쉽게 익혀서 편히 쓰니	쉽다	어렵다
	활용	불용
	근대	전근대
세상에 널리 퍼져 나아가니	계승	단절
	세계화	국내적
	미	추

<표 3>에서와 같이, 전시실의 전시 내용은 한글 및 한글의 내적 요소들과 이항대립의 관계를 통해 구성된다. 이러한 전시 내용의 내재적 관계는 <국립한글박물관>을 이해하는 준거이자 <국립한글박물관>이 강조

5) 본 논문을 작성하기 위해, 필자는 <국립한글박물관>을 2회 방문하여 전시물을 관람하고 체험하였다. 사실 첫 방문 전, 필자는 ‘위대한 세종대왕’과 그에 의한 창조물로서 ‘위대한 한글’에 대한 전시 내용을 예상하기도 했다. 하지만 실제 관람 후, 필자는 <국립한글박물관>이 적어도 현충원이나 전쟁기념관 등과 같은 기념관 및 박물관에서 제시하는 영웅주의나 자극적인 민족주의를 표방하지는 않았다는 점을 확인하였다. 이는 물론 한글이라는 테마로 부터 기인하는 특성이기도 하겠지만, 최근 변모하고 있는 박물관들의 ‘긍정적’인 한 단면을 보여주는 대목이기도 하다.

하고자 하는 한글에 관한 가치이기도 하다. 이렇게 보면, <국립한글박물관>은 한글이라는 문자가 타문자와 비교하여 우수한 문자라는 가치를 표방하는 박물관으로 이해될 수 있다. 전시실의 출구 직전에 다음과 같은 내용으로 구성된 패널은 이러한 가치를 구체적으로 확인시켜준다.

“현존하는 문자 가운데 가장 완전한 글자”

“세종의 한글 창제는 인류사의 빛나는 업적”

“전적으로 독창적이고 놀라운 음소문자, 세계 어떤 나라의 문자에서도 가장 과학적인 표기 체계”

“한국인들은 세계에서 가장 좋은 문자를 발명하였다”

“지난 20여년 동안 해마다 한글날을 기념하고 있다. 세계 언어학회가 한글날을 찬양하고 공휴일로 기념하는 것은 타당한 일이다”

전시실의 서사적 종결이라 할 수 있는 출구의 전시물은 통합체적 차원에서 전시실이 표방하고자 하는 지향점과 강조하고자 하는 가치를 함축하고 있기 때문에 박물관에서 특별한 의미를 가진다는 점을 인식할 필요가 있다. 물론 본 논문은 한글의 가치에 대해 다루는 것도 아니며, 이와 동시에 한글의 문자적 혹은 문화적 가치를 폄하하거나 곡해하고자 하는 것도 아니다. 여기서 강조하고 싶은 바는, <국립한글박물관>이 표방하고자 하는 한글의 우수성은 기존의 박물관들에서 나타나는 무비판적 혹은 맹목적인 민족주의 찬양 방식과는 사뭇 다르다는 점에 있다. 기존의 박물관들이 애국주의나 민족의 우수성을 ‘우리들의 언어’로서 강조하고 있는데 반해, <국립한글박물관>은 적어도 ‘타자의 말’인 해외 학자들의 언술을 통해 그것을 ‘입증’해내고 있기 때문이다.

이러한 한글의 우수성은 대한민국의 문화적 위상이라는 의미로 연결된다. 이와 관련하여 전시실의 전시 서사에서 행위자가 각 섹션별로 바뀌고 있다는 점도 주목된다. ‘새로 스물여덟 자를 만드니’ 섹션에서는 한글 창제자인 ‘세종대왕’으로, ‘쉽게 익혀서 편히 쓰니’ 섹션에서는 ‘백성

혹은 국민’으로, ‘세상에 널리 퍼져 나아가니’ 섹션에서는 ‘대한민국’으로 제시된다. 특히 마지막 섹션인 ‘세상에 널리 퍼져 나아가니’는 대한민국이 전면으로 행위자로 드러나면서 한글의 우수성과 전망을 제시하고 있다. 그리고 그 주된 내용은 ‘국의 한글학교의 개설 교과 현황’, ‘국의 초등중학교에서의 한국어 과목 채택 현황’, ‘연도별 한국어 능력시험 실시 현황’, ‘연도별 세종학당 및 수강생 수’ 등으로 나타난다. 하지만 이는 엄밀히 말해, 한글의 현황과 전망이라기보다는 한국어에 관한 내용이다. 물론 한글과 한국어는 불가분의 관계에 있는 개념이긴 하지만, 여기서는 한글과 한국어를 구분하지 않는다. 특히 내용상으로는 이전의 두 개 섹션이 한글이라는 문자의 고유한 특징이나 일상적 활용을 보여준데 반해, 마지막 섹션은 대한민국의 언어로서 한국어의 가치와 전망을 강조하고 있다는 점에서 한글보다는 대한민국의 위상이 더 두드러진다.

요컨대, <국립한글박물관>은 한글에 관한 이야기를 보여주는 공간이다. 특히 전시실에서, 한글은 타문자와 비교하여 우수한 문자라는 의미를 획득하고 있으며, 이는 앞서 제시한 통합체적이고 계열체적인 관계 속에서 구체화된다. 이러한 한글의 가치는 결국 담화적 차원에서 형식과 표현을 필요로 한다. 이후의 논의는 <국립한글박물관>의 시각적 표현 방법이 어떻게 구체화되고 있는지를 다룰 것이다.

2. 한글에 관한 이야기하기(storytelling)의 공간

앞 절의 논의는 전시실을 중심으로 한 <국립한글박물관>이 제시하고자 하는 내용 즉 이야기는 무엇인가에 대한 것이다. 이러한 이야기는 담화(discourse)적 측면에서 특별한 방법을 통해 구체적으로 제시될 때, 관람객들의 경험이 가능해진다. <국립한글박물관>의 이야기하기(storytelling) 방식에 관한 논의는 공간의 배치에서부터 시작할 필요가 있다. 관람객들의 동선과 관람 경험은 공간 배치에 의해 결정되며, 이는 곧 박물관이라

는 공간의 구조이기 때문이다.

건축물은 박물관이 다른 문화적 재현들과 구별되는 가장 중요한 특징 중 하나이며, 인류의 지식과 역사에 관한 분류의 기준들에 관한 담론들이 연관되는 장이다.⁶⁾ 이러한 관점에서, <국립한글박물관> 건물은 “한글 모음의 제자 원리인 천지인을 형상화하여 하늘의 켜, 사람의 켜, 땅의 켜를 켜켜이 쌓아올린 공간에 소통의 매개체인 한글을 담고, 한국 전통 가옥의 처마와 단청의 멋을 현대적으로 재구성”하였다.⁷⁾ <국립한글박물관>은 건축물을 통해 한글의 가치와 그 원리를 제시함으로써 박물관의 취지와 의미를 드러내고 있다. 이는 지하1층과 지상3층이며, 이외에 별도 공간으로 갖춰져 있다. 지하는 주차장으로, 지상은 전시실 및 연구, 교육, 관리 공간으로 구성된다. ‘전통적으로’ 박물관은 대공간(major hall)을 중심으로 하여 전시 및 박물관 경험이 진행되도록 한다. 대공간은 박물관의 현관이자, 전체의 동선이 시작되는 장소이며, 이를 통해 시각 경험을 통합하는 기능을 한다.⁸⁾ 하지만 <국립한글박물관>에는 대공간이라 할 만한 장소가 없다.⁹⁾ 대공간이 없는 대신, <국립한글박물관>은 목적에 따라 분명하게 공간을 나누고 있다. 우선 1층에는 교육 시설로서 한글정보실인 한글누리과 강의실 그리고 관리 시설로서 사무실이 위치하고 있다. 전시 시설은 2층에 위치한다. 관람객은 지하 주차장을 통해서 오던

6) Bennett, T., *The Birth of the museum: history, theory, politics*, 1995.

7) www.hangeul.go.kr <국립한글박물관> 홈페이지.

8) 김용승 외, 「박물관 건축에서의 대공간의 기능적 변화와 공간 구성적 특성」, 『대한건축학회논문집』, 18권, 12호, 대한건축학회, 2002, 84쪽.

9) 대공간이 가지는 의미와 기능으로 인해, 많은 박물관은 대공간에 상징적인 오브제를 구성하기도 할 뿐 만 아니라, 대공간을 중심으로 박물관 공간의 기능을 구획하기도 한다. <국립한글박물관>에서의 대공간의 부재는 효율적인 공간의 구성을 위해 혹은 기존 양식의 탈피와 같은 시도로서 그리고 이후에 다루게 될 ‘신박물관’ 담론의 영향일 수도 있다. 하지만 필자는 <국립한글박물관>에 방문하였을 때, 대공간이 존재하지 않아 어디서부터 본격적인 박물관 경험이 시작되는지에 약간의 혼동이 있었다. 일부 다른 관람객들도 필자와 같은 경험을 하였을 것이라 예상되는데, 실제 한 관람객 무리는 관람하러 온 필자에게 전시실이 어디에 위치하고 있는지 물기도 했었다. 이는 <국립한글박물관>이 안내판이나 이정표를 제대로 구축하지 않았다고 보다는, 관람객들이 가지고 있는 박물관에 대한 일종의 ‘스키마’와 부합되지 않은 결과일 수도 있다.

건물 출입구를 통해서 오던 실제 본격적인 박물관의 경험을 위해서는 2층으로 이동해야 한다. 2층 또한 대공간은 없으며, 상설전시실과 기념품점 및 카페로 구성되어 있다. 기념품점 3층은 기획/특별전시실과 어린이를 위한 한글놀이터 그리고 외국인들을 위한 한글배움터가 위치하고 있으며, 4층은 하늘정원이라는 휴식 공간으로 구성하고 있다.

본격적인 <국립한글박물관>의 이야기하기는 전시실에서 제시된다. 전시실 입구에 위치한 ‘훈민정음 해례본의 어제서문(御製序文)’ 조형물은 일종의 대공간 대리 역할을 한다. 해당 서문 자체가 대한민국 사람들에게 워낙 유명할 뿐 만 아니라, 조형물 자체가 거대한 원통 형태로 매우 크게 전시되어 관람객들의 이목을 집중시킨다. 이로 인해, 본 전시물은 대공간 역할을 대신하며, 많은 관람객들은 기념사진 촬영 장소로 이용한다.

이후의 전시물은 주로 한글과 관련된 일상 용품, 서책, 출판물 등이 소주제별로 전시 케이스에 전시되어 있거나 패널 전시를 통해 제시된다. 패널 전시에서 주목되는 것은 마지막 섹션인 ‘세상에 널리 퍼져 나가기’이다. 여기 패널의 주요 내용은 앞서 언급한 바와 같이, 한글의 정보화 및 세계화에 대한 것이다. 그러한 내용의 강조를 위해, 그 현황 파악이 이전의 전시물들과 비교하여 매우 용이하도록 제시하고 있다. 이전 전시물들의 조명이 다소 어둡고 차분한 색조로 구성된 반면, 여기서는 색채의 대비와 및 그 활용 그리고 다이어그램을 통한 시각적 효과를 극대화함으로써, 다소 추상적이고 지루한 내용들에 대해 일목할 수 있도록 구성하였다.

무엇보다 <국립한글박물관>에서 주목되는 이야기하기의 방식은 상호작용적(interactive) 전시 기법이다. 최근의 많은 박물관이 건립 혹은 리모델링을 통해 상호작용적 전시 기법을 다수 활용하고 있다는 것은 이미 익숙한 사실이다. 하지만 <국립한글박물관>은 모든 전시에서 그러한 기법을 활용한 것이 아니라 아이들과 외국인이라는 특정한 타겟을 염두에 두고 선택적으로 적용하고 있다는 점이 주목된다. 큐레이터나 도슨트 등

에 의한 일방적인 전시 내용 전달이나 기존 전시 케이스의 전시물에서의 수동적 관람객과 달리 상호작용적 전시 기법은 관람객들을 능동적인 참여자로 유도한다.¹⁰⁾ <국립한글박물관>은 다수의 미디어 패널, 미디어 보드, 키오스크, 디오라마 등을 통해 관람객들이 ‘놀 수 있도록’ 한다.

이러한 전시 기법은 ‘한글놀이터’와 ‘한글배움터’에서 두드러진다. 우선 한글놀이터는 말 그대로 놀이터이다. 여기는 상설 전시실과 같은 동선의 제약도 없을 뿐 만 아니라, 전시 내용 또한 어린이들의 수준에 맞춰져 있다. 동일한 상호작용적 전시라 할지라도 상설 전시실에서와 달리 한글놀이터에서의 어린이들의 참여가 높아지는 이유는 타깃에 따른 컨셉이 명확하기 때문이다. 다시 말해, 한글놀이터는 어린이들에게만 특화된 체험 시설이기 때문이다. 따라서 기존 박물관의 관점에서 보면, 한글놀이터에서는 관람할 것이 거의 없다. 오히려 관람의 대상은 한글놀이터에서 즐기고 있는 어린이들이 된다.¹¹⁾ 한글놀이터는 상설 전시실에서의 다소 딱딱한 분위기와 달리 한글을 가지고 자유롭게 놀 수 있는 체험 시설이 주를 이루고 있다. 체험 시설 디자인 또한 어린이들의 안전을 고려한 재질을 사용하였으며, 색상도 원색과 파스텔 톤의 조화를 통한 어린이들 취향을 고려하였다. 가령, 한글놀이터의 섹션 중 ‘한글 숲에 놀러와’는 ‘숲’이라는 모티브를 활용한 시각적, 공간적, 내용적 구성을 통해 어린이들이 스스로 노래도 부르고, 게임도 할 수 있도록 유도한다. 이러한 한글놀이터는 상설전시실에서와 같은 원본 있는 재현이 아니라, 원본 없는 시뮬라크르이다. 박물관에 대한 ‘보수적인’ 입장에서 보면, 한글놀이터는 ‘보존할 만한 가치가 있는 오브제나 유물’이 존재하지 않는 가상적 공간이다. 그럼에도 불구하고 <국립한글박물관> 전체 중, 어린이들의

10) <국립한글박물관>에도 전시 해설 프로그램이 있지만, 스마트폰 애플리케이션에 QR 코드 인식, NFC(Near Field Communication) 등의 기능을 탑재하여 관람객이 취사선택하여 개인화 된 정보를 습득할 수 있도록 하고 있다.

11) 부모나 인솔 교사와 같은 보호자들에게 스펙터클한 대상은 한글놀이터에서 ‘놀고 있는’ 어린이들이 된다.

‘한글에의 참여’는 한글놀이터에서 극대화되는데, 이는 마치 테마파크나 게임에서 자신들이 주인공이 되어 즐기는 것과 동일한 경험을 제공하기 때문이다.¹²⁾ 물론 테마파크와 같은 대형 어트랙션이 갖춰져 있는 것은 아니지만, 한글놀이터가 어린이들에게 매력적인 것은 분명하며, 실제 어린이들이 <국립한글박물관>에서 가장 오래 머무르는 공간이 한글놀이터이다. 이와 유사한 맥락에서, 한글배움터 또한 게임과 같은 체험 시설을 통해 한글을 경험할 수 있는 장치들로 구성되어있다. 애초에 한글배움터는 외국인들을 타겟으로 한 것이지만, 여기서도 어린이들의 참여도는 매우 높았다.

정리하면, <국립한글박물관>의 이야기하기 방식은 타겟에 의해 크게 두 가지로 구분된다. 첫 번째는 한글을 ‘알고 있는’ 일반 대중을 위한 관람형 전시이다. 이는 내용 뿐 만 아니라 그 전달 방식 또한 대체적으로 기존의 전시 관습을 수용하고 있다. 두 번째는 한글을 배우는 어린이 및 외국인을 위한 체험형 전시이다. 여기서의 한글에 친숙하도록 혹은 익숙하도록 유도하기 위해 관람객들의 참여를 극대화하기 위한 미디어 및 놀이 시설이 주를 이룬다. 이후의 논의는 이러한 관람객 타겟에 따른 <국립한글박물관>의 커뮤니케이션이 ‘기관으로서 박물관’일 경우 어떻게 이해될 수 있는지를 다룰 것이다.

V. 기관으로서 <국립한글박물관>의 커뮤니케이션

전시실로서의 기능 외에 <국립한글박물관>은 사회적 기관이라는 역할도 수행한다. 이 또한 전시실의 기능과 중첩되는 바가 없지 않지만, <국립한글박물관>은 교육과 복지의 문화 시설로서 ‘국민’들의 사회적 상호

12) 이러한 주인공 경험으로 인해 테마파크는 재방문율이 매우 높다. 이와 마찬가지로 한글놀이터에서의 어린이들은 여러 물리적 제약과 통제가 있었던 기존 박물관에서의 관람객이 아니라 전시물을 스스로 조작하고 의미를 획득하는 주인공으로 경험하고 있기 때문에 몰입도가 더욱 큰 것이다.

작용을 유도한다는 점에서 전시관으로만 그 기능을 한정할 수 없다.¹³⁾ 이러한 문화 기관 혹은 시설로서의 박물관은 최근 들어 ‘신 박물관학(The New Museology)’¹⁴⁾의 관점에서 새롭게 정의되고 있다. 신 박물관학은 박물관의 교육적, 정치적, 사회적 역할에 대한 재고와 다원주의, 다양성, 창의성 등에 바탕을 둔 박물관의 사회적 조화와 연관된다. 다시 말해, 이는 사회 변동에 따라 변화하고 있는 사회 구성원들의 취향과 가치의 문제를 박물관에서 어떻게 인식할 것인가에 대한 논의이며, <국립한글박물관> 또한 이러한 문제의식을 일정 부분 공유하고 있다.

우선 <국립한글박물관>의 위치는 <국립중앙박물관>, <용산가족공원>과 인접해 있다. 근처에 <전쟁기념관>도 가까운 곳에 있기 때문에, 일종의 박물관 클러스터¹⁵⁾와 같은 문화적 혜택을 향수(享受)할 수 있도록 한다. 일부러 <국립한글박물관>을 찾아오기도 하지만, 여러 문화 시설들이 한 곳에 있기 때문에 자연스럽게 관람객들을 유도한다. <국립한글박물관>은 기존의 박물관들과 달리 입구가 화려하지도 않으며, 적어도 ‘정치적인’ 조형물 등을 통해 박물관의 위상을 강조하지도 않기 때문에 관람객들을 압도하지 않는다.

이와 관련하여, <국립한글박물관>에는 여러 휴식 공간이 많다. 박물관 외부는 물론이고, 옥상의 하늘정원 등은 관람객들이 편히 쉴 수 있는 시설들이다. 이는 어린이들과 가족 단위의 관람객들을 염두에 둔 구성이라 할 수 있다. 이와는 조금 다른 맥락이지만, <국립한글박물관>은 전시실 내에도 곳곳에 의자 등의 쉴 수 있는 공간이나 시설을 배치해 놓고 있다.

13) 전시실로서 박물관의 수용자가 ‘대중’인데 반해, 기관으로서 박물관의 수용자는 ‘국민’임을 의도적으로 구분하였다. 이는 공공 및 국가 기관 혹은 문화 정책의 문화 수혜주체가 ‘국민’임을 강조한 것이다.

14) Vergo, P., *The New Museology*, Reaktion Books, 1997.

15) 도시 문화 정책과 관련하여 참고할 만한 곳이, 오스트리아 비엔나의 뮤지엄 쿼터(Museums Quartier, MQ)이다. 2001년 정비된 뮤지엄 쿼터는 현대 미술, 어린이, 뉴미디어, 공연, 디자인 숍, 카페 등의 문화 시설이 한데 모여 있다. 이는 문화 예술 단체의 거점이자, 도시 문화 자본으로서 기능과 효과가 분명하다.

사실 일반적으로 박물관의 관람 시간은 한 시간이 넘는 경우가 많은데, 전시실 내에 의자 등과 같은 휴식 시설은 거의 없다. 이에 대해서 박물관을 비판적 관점에서 혹은 지식/권력의 제도로써 인식할 경우, 박물관은 관람객들을 통제하고 규율하기 위한 장치이기 때문에 그러한 시설들이 제공되지 않는다는 해석도 가능하다. 하지만 <국립한글박물관>은 그러한 기존의 박물관들과 달리 곳곳에 휴식 공간을 제공함으로써 관람객들에게 좀 더 친근하게 다가가기 위한 전략을 취하고 있다. 여러 휴식 공간은 박물관 관람을 좀 더 여유 있게 즐길 수 있게 해준다. 또한 야외 잔디 광장이나 지하 강당에서는 여러 차례 무료 문화 공연을 진행하였으며, 한글날에도 각종 행사를 통해 관람객들과의 소통을 꾀하고 있다.

특히 관람객들을 위한 각종 프로그램이 정기적으로 진행되고 있는 점도 주목된다. 이는 유아, 초등학생, 중·고등학생 그리고 성인 및 전문가 등과 같이 대상별로 구분한 프로그램과 문화 행사로 운영되고 있는데, 관람객들의 참여율과 호응도가 높은 편이다. 이중 교육 프로그램은 2014년 6개, 2015년 22개, 2016년 9월 현재 17개가 진행되었으며, 문화행사는 2014년 46회, 2015년 139회, 2016년 10월 현재 54회가 개최되었다.¹⁶⁾ 이외에도 <국립한글박물관>은 강의실 및 강당 그리고 야외 공원 등의 시설에 대한 대관 업무도 수행한다. 그 현황으로는 2014년 5회, 2015년 29회, 2016년에는 23회가 대관되었거나 대관 예정이다.¹⁷⁾ 기존의 여러 박물관들이 국민 혹은 지역민이 별도로 이용하기에는 매우 어렵고 까다로운데 비해, <국립한글박물관>은 그 개방성이 상대적으로 큰 편이어서 한글 연구 및 교육 관련 단체뿐만 아니라, 여러 분야의 사설 단체 및 전문가 그룹 등이 시설을 이용하고 있다.

이외에도 <국립한글박물관>은 공간 및 전시 시설 등의 조성 및 구축에

16) <국립한글박물관> 교육 프로그램 현황 및 문화행사 개최 현황. 출처 : <국립한글박물관> 정보 공개 청구 자료(저자 요청)

17) <국립한글박물관> 대관 현황. 출처 : <국립한글박물관> 정보 공개 청구 자료(저자 요청)

google(한글놀이터, 한글배움터 후원), NHN(국립한글박물관 후원회, 유물 구입 지원, 도서관 및 별관 등 공간 조성) 등과 같은 기업들의 후원을 받아 진행하고 있다.

한편 ‘신 박물관학’과 연관하여, <국립한글박물관>이 보완해야 할 점도 있다. <국립한글박물관>이 한글에 관한 문화를 담고 있는 박물관임을 표방한다면, 방언 혹은 지역어, 남북한의 한글에 관한 좀 더 상세한 전시 콘텐츠가 필요할 것이다. 물론 <국립한글박물관> 상설 전시실에는 이에 대한 전시물을 제공하고 있다. 하지만 다른 한글에 관한 문화에 비해 상대적으로 그 내용이 매우 소략하다. 다양성 확보 및 존중이라는 박물관의 방향성에 비추어, 지역어에 관한 내용은 보강될 필요가 있다. 한국어의 세계화나 정보화 보다는 오히려 지역어와 같이 국내에서의 한글과 관련된 현황이나 문화에 대한 의미가 더욱 강조되어야 할 것이다. 앞서 한글과 한국어와의 전시에 관한 논점을 제기하긴 했지만, 한글이 표준어만을 의미하는 것은 아니기 때문이다. 부연하여, 이는 전시실의 내용에 대한 문제이기도 하지만, 그 사안의 의미가 사회적인 성격이기에 기관으로서의 박물관과 연관된다고 볼 수 있다.

VI. 나가는 글 : 공간형 콘텐츠를 넘어 문화적 재전유의 공간으로

논의한 바와 같이, <국립한글박물관>은 기존의 (공공)박물관과 달리 명확한 관객 설정과 그에 따른 전시 및 관련 프로그램의 진행 그리고 문화 시설로서의 역할에 대한 입지를 구축하고 있다. 이러한 관점에서 볼 때, <국립한글박물관>의 여러 시도들은 기존의 박물관에 대한 인식을 넘어서 최근 문화적 생산물의 주 영역이라 할 수 있는 문화콘텐츠 중에서 ‘공간형 콘텐츠’로서의 포지셔닝을 구축하고자 하는 모습을 보인다. 공간형 콘텐츠란 문화적 소재가 구체적으로 가공되어 공간이라는 매체에 체화된 무형의 결과물이다. 이는 본 논문에서 다루는 박물관 뿐 만

아니라 테마파크, 축제 등을 일컫는다. 공간형 콘텐츠는 콘텐츠의 유통과 소비의 장소가 공간이 되며, 이는 실제 공간에서 경험되고, 시간 집약적이며, 영상, 공연, 게임 등과 같은 여러 장르가 컨버전스되는 콘텐츠의 종합체로서 성격을 가진다. 덧붙여 공간형 콘텐츠는 이야기적 공간, 스펙터클의 공간, 가상의 공간, 참여의 공간이라는 특성을 보이면서, 다른 문화콘텐츠와는 구별되는 문화적 재화로서 이해될 수 있다.¹⁸⁾ 이러한 모습들은 한글이라는 문화적 소재를 공간 속에서 제시하고 있는 <국립한글박물관>에서도 드러난다. <국립한글박물관>은 한글에 관한 역사와 문화를 전시 시나리오로 구축한 이야기의 공간이자, 이를 여러 뉴미디어 기법 등을 통해 제시하는 스펙터클의 공간이며, 일상에서 접하기 힘든 한글에 관한 모든 것을 체험토록 하는 가상적 유희의 공간이며, 상호작용적 전시나 각종 프로그램들을 통해 어린이들 및 관람객들의 몰입을 유도하는 참여의 공간이다. 이러한 공간형 콘텐츠의 관점에서 <국립한글박물관>은 전시실로서 그리고 기관으로서 양 기능을 수행하며, 한글과 관련된 문화적 가치와 경험들을 역사적이고, 고증학적이고 그리고 문자학적 측면에서 전유(appropriation)하여 대중 혹은 국민들에게 제공하고 있다.

실제 <국립한글박물관>의 이러한 시도들의 일정 부분은 유효한 가치를 가지고 있으며 성과를 보여준다. 하지만 본 논문은 이에 더 나아가 문화적 재전유(re-appropriation)의 공간으로서의 <국립한글박물관>의 방향성을 제안하고자 한다. 문화적 재전유란 전유된 기호가 본래 가지고 있는 맥락을 변경하여 다른 기호 의미를 만드는 행위이다. 이는 지배적인 기호 작용의 변화 가능성을 내포하고 있으며, 브리콜라주(bricolage)와도 유사한 개념이다.¹⁹⁾ 이러한 문화적 재전유의 관점에서 <국립한글

18) 태지호, 『공간형 콘텐츠』, 커뮤니케이션북스, 2014.

19) 브리콜라주는 어떤 사물이 서로 뒤섞여 새롭게 배치되고 동시에 새로운 의미를 가지게 되는 상황을 뜻한다. 레비스트로스는 그의 저서인 “야생의 사고”에서 원시 문화와 현대 문화와의 차이점을 브리콜라주적 사고와 엔지니어적 사고로 대별시킨다. 레비스

박물관>은 한글에 관한 다양한 시공간적인 맥락이 관람객들에 의해 스스로 해석될 수 있도록 하여야 한다. 다시 말해, <국립한글박물관>은 익숙하고 정착된 한글에 관한 상징적 의미를 전달하는 현재의 모습을 넘어서 그 공간 자체가 한글과 관련된 다양한 여러 인공물과의 관계 속에서 새로운 의미를 형성할 수 있는 공간을 지향할 필요가 있다. 이는 다소 선언적인 관점에서, <국립한글박물관>이 한글을 테마로 한 박물관을 넘어서 좀 더 혁신적인 박물관이 될 수 있는 가능성은 없는가에 대한 문제이다. 구체적으로, 이는 의미 생산자인 박물관 중심이 아닌, 의미 소비자로서 관람객 지향적인 박물관 공간에 대한 탐색을 의미한다. 바꾸어 말해, 박물관이라는 기존의 공간성을 탈피하고, 관람객들이 새로운 의미를 만들어 낼 수 있는 실천적인 공간성은 무엇인가에 관한 모색이다.

이와 관련하여, 제기될 수 있는 사안은, <국립한글박물관>이 관람객과 커뮤니케이션하는 기본 전제나 입장이다. 현재 <국립한글박물관>은 공공박물관이라는 위상과 취지로 인해 관람객을 ‘유치’하고 있으며, 그에 따른 전시와 프로그램 등이 고정되어 있는 모습을 보인다. <국립한글박물관>은 관람객들을 다분히 인구통계학적인 측면에서 특정한 계층들로 정형화시키고 있기 때문이다.²⁰⁾ 본 논문에서 제안하는 문화적 재전유의 공간이 의미하는 바는, <국립한글박물관>이 현재와 같이 관람객들을 특정한 문화자본의 소유자들로 한정할 것이 아니라, 좀 더 유연하게 관람객들을 ‘개발’하여야 한다는 관점에 근거한다. 이러한 논의는 관람객 유치가 양적 관점에서 관람객 수의 증대를 요청하는 한계를 가지고 있다는 점을 전제로 한다. 이에 반해, 관람객 개발은 박물관과의 지속적인 커뮤니케이션을 유지하며, 양자가 문화적 자양분을 함께 공유하고 이를 통해

트로스는 원시인들이 한정된 재화와 도구로 인해 ‘이것저것’을 상황에 따라 활용하는 것을 브리콜라주로 설명한다. 이러한 의미가 문화 연구 등의 관점에서는 좀 더 실천적인 차원에서 기존의 것을 활용하여 저항적인 의미를 생산하는 행위로 이해되고 있다.

20) 이와 관련하여, <국립한글박물관>에서 진행하는 다문화 가정과 관련된 프로그램은 ‘한글문화와 우리 말 글’, 1개를 꼽을 수 있을 정도로 매우 미비하다.

박물관 문화를 함께 만들어 나가는 차원에서 진행되는 것을 의미한다.

본 논문은 관람객 개발이 관람객 유치와 달리 유동적인 개념임을 강조하고자 한다(<표 2> 참조). 기존의 관람객 유치가 관람객에 대한 일방적 평가와 기대 그리고 그에 따른 재단에 입각한 단방향적 이면서 수직적 커뮤니케이션이라면, 관람객 개발은 다양한 문화적 취향과 소비 형태를 인정하고 그에 따른 양방향적이면서 수평적 커뮤니케이션의 관점에서 새롭게 관람객을 발굴하는 과정이라는 것이다. 관람객 개발의 관점에서 볼 때, 기존 관람객들을 어떻게 유치하는가에 대한 문제보다 중요한 것은 잠재적인 관람객의 발굴이다.

〈표 2〉 관람객 유치와 관람객 개발

관람객 계층	<ul style="list-style-type: none"> • 인구통계학적 접근 • 특정한 문화자본의 소유자 • 평균인 	<ul style="list-style-type: none"> • 문화 소외자들을 포함한 고른 계층 • 잠재적인 관람객의 발굴 • 재방문을 유도
의미의 창출과 해석 주체	<ul style="list-style-type: none"> • 박물관 • 박물관에 의한 ‘소재’의 전유 	<ul style="list-style-type: none"> • 관람객 • 관람객에 의한 ‘소재’의 재전유
커뮤니케이션 형태	단방향적 커뮤니케이션/수직커뮤니케이션	양방향적 커뮤니케이션/수평적 커뮤니케이션
박물관 마케팅 전략	<ul style="list-style-type: none"> • 대량 마케팅, 대량 홍보 • 박물관 운영 주체의 직관이나 관습에 의존 	<ul style="list-style-type: none"> • 고객 관계 마케팅(CRM), 고객참여마케팅(CPM), BIG DATA • 실증적
박물관 운영의 목표	<ul style="list-style-type: none"> • 박물관의 양적/외연 확장 • 박물관의 가시적인 성과 	<ul style="list-style-type: none"> • 관람객과 상호 질적/동반 성장 • 박물관의 브랜딩 강화
박물관에 대한 관람객들의 인식	<ul style="list-style-type: none"> • ‘타자’로서 박물관 • 진리의 장소 	<ul style="list-style-type: none"> • ‘나의’, ‘우리’의 박물관 • 다양성의 공간

이는 특히 외국인 관람객과의 커뮤니케이션에서 강조된다. 현재 <국립한글박물관>을 방문하는 관람객 중 외국인의 비율은 매우 낮다.²¹⁾ 따라서 <국립한글박물관>은 모든 혹은 평균적 외국인이라는 관점에서 벗어나, 어떤 외국인이 방문할 것인가 그리고 그들의 요구 조건은 무엇인가에 대한 문제에 좀 더 다각적인 고민이 필요할 것이다.

한편 관람객 개발은 관람객들과 함께 박물관에 관한 사안들을 논의하고 탐구함으로써 지속적인 파트너십을 유지하기 위한 방안을 포함한다. 다시 말해, 관람객 유치가 박물관의 여러 계획의 입안과 진행 등이 박물관 운영 주체의 관점에 방점을 두고 있기 때문에 닫힌 개념이라면, 관람객 개발은 박물관을 대중과 국민의 공간으로 좀 더 개방하고, 관람객들에게 제기될 수 있는 현재적이고 잠재적인 문제들을 극복하기 위한 열린 개념이다. 이러한 논의의 초점이 단지 <국립한글박물관>의 외연이나 양적 확장 등에 놓여있는 것은 아니다. 중요한 것은 <국립한글박물관>의 건전한 성장이며, 이를 위해 가령, 한글 문화의 규정과 해석에 대한 전반인 사안들도 <국립한글박물관>의 운영 주체 뿐 만 아니라, 관람객들과 함께 할 수 있다는 인식을 <국립한글박물관>과 관람객이 서로 공유할 필요가 있다. 이러한 열린 개념의 관점에서 박물관의 공간성이 유지될 때, <국립한글박물관>과 관람객은 상호 성장할 수 있다. 또한 <국립한글박물관>과 관련한 블로그, 카페, SNS 등에서의 다양한 관람객들의 활동들을 검토할 필요가 있다. 특히 최근 들어와, 빅데이터를 활용한 소비자들의 가치 및 요구 분석이나 그에 따른 마케팅 등이 주목되고 있다. 이

21) <국립한글박물관> 관람객 현황

구분	2014년	2015년	2016년
전체 관람객 수	129,475명	532,566명	392,869명
내국인 관람객 수	126,885명	522,232명	387,953명
외국인관람객(비율)	2,590명(2.1%)	10,334명(2.0%)	5,916명(1.3%)

출처: <국립한글박물관> 정보 공개 청구 자료(저자 요청)

러한 변화상의 강조점은 top-down 방식이나 기존의 관습 그리고 직관에 의존하여 소비자에 접근하는 것이 아니라, 소비자들이 진정으로 원하는 것이 무엇인지를 실증적으로 파악하는 전략이 중요하다는 것에 있다. 여러 매체를 통한 온라인상의 빅데이터는 <국립한글박물관>에 대한 관람객들의 수많은 흔적들이다. 따라서 <국립한글박물관> 또한 빅데이터를 통해 직접적으로 소비자의 반응을 살피고, 경청함으로서, <국립한글박물관>에 대해 소비자들이 어떠한 관점에서 의미망을 형성하고 있는지에 대해 면밀히 검토할 필요가 있다. 덧붙여, 이는 앞서 언급한 정형화된 계층으로서 소비자가 아니라, 데이터에 근거한 세분화 된 소비자와 그에 따른 프로그램의 제시로까지 이어져야 한다.

요컨대, <국립한글박물관>이 박물관으로서 브랜딩을 확고히 하고, 한글 문화의 확산을 도모하는 역할을 수행하기 위해, 관람객들이 ‘타자로서 <국립한글박물관>’이 아니라 ‘나의 <국립한글박물관>’으로 인식할 수 있는 방안들은 무엇인가에 대해 고민하여야 할 것이다. 관람객들이 이러한 인식을 공유하게 될 때, <국립한글박물관>은 한글을 전유한 전 시실이나 기관이 아닌 문화적 재전유의 공간으로서, 한글 문화의 공간으로 자리매김 할 수 있을 것이다.

한편, 본 논문은 <국립한글박물관>에 국한하여 박물관의 새로운 모색을 살펴보았지만, 사실 한글 문화와 관련된 박물관은 서울 광화문광장에 위치한 <세종이야기> 박물관도 있다. 한글 문화의 재현과 공간적 실천에 관한 좀 더 풍성한 논의를 위해서는 <세종이야기>도 다룰 필요가 있음으로, <국립한글박물관>에 한정하고 있는 본 논문의 한계도 분명하다. 이와 관련하여서는 추후 연구가 필요할 것이다.

참고 문헌

- 권혁희, 「내셔널 스토리(national story) 속 민속의 발견과 확장- 국립민속박물관 전시 내러티브 구조」, 『인문콘텐츠』, 33호, 인문콘텐츠학회, 2014, 9~27쪽.
- 김용승 외, 「박물관 건축에서의 대공간의 기능적 변화와 공간 구성적 특성」, 『대한건축학회논문집』, 18권, 12호, 대한건축학회, 2002, 79~86쪽.
- 김형곤, 「한국전쟁의 공식기억과 전쟁기념관」, 『한국언론정보학보』, 통권40호, 한국언론정보학회, 2007, 192~220쪽.
- 박훈하, 「한국 근대박물관의 계보학- 민족주의와 지역의 기원」, 『인문학논총』, 12집 1호, 경성대학교 인문과학연구소, 2007, 115~133쪽.
- 태지호, 「<독립기념관>에 나타난 ‘독립’의 기억과 그 재현 방식에 관한 연구」, 『미디어, 젠더 & 문화』, 25호, 한국여성커뮤니케이션학회, 2013, 145~177쪽.
- _____, 「공적 기억의 문화적 실천으로서 <대한민국역사박물관> : “상상된” 경제성장과 기억의 정치학」, 『아세아연구』 57권 3호, 고려대학교 아세아문제연구소, 2014, 146~179쪽.
- _____, 『공간형 콘텐츠』, 커뮤니케이션북스, 2014.

Bennett, T., *The Birth of the museum: history, theory, politics*, Routledge, 1995.

Jakobson, R., *Essais de Linguistique Generale*, 1963, 권재일 역, 『일반 언어학 이론』, 민음사, 1989.

Lidchi, H., *The Poetics and the politics of exhibiting other cultures*, Hall, S., (Eds.), *Representation: Cultural Representations and Signifying Practice*, (pp. 151~222), SAGE, 2000.

Stam, R., *New Vocabularies in Film Semiotics: Structuralism, Post-Structuralism and Beyond*, 1992, 이수길 외 역, 『어휘로 풀어 읽는 영상기호학』, 시각과 언어, 2003.

Vergo, P., *The New Museology*, Reaktion Books, 1997.

www.hangeul.go.kr <국립한글박물관> 홈페이지

<국립한글박물관> 정보 공개 청구 자료

A study on communication in <The National Hangeul Museum> to make space for cultural re-appropriation

Tae, Ji-Ho

This study is about communication in <The National Hangeul Museum> to make space for cultural re-appropriation. This author supposes museums are the ‘signs’ and examines what constructs a museum and what a museum’s communication model can be.

The genuine discussion over <The National Hangeul Museum> starts in the perspectives of ‘exhibition’ and ‘institute’, and particularly, analysis on exhibition is done in the aspects of story and discourse.

The discussion results are as follows: presently, <The National Hangeul Museum> distinctly reveals the aspects of spatial contents with its theme of Hangeul, and this is expressed as the characters of story, spectacle, virtuality, and space for participation. The present study presents the potential of <The National Hangeul Museum> as space for cultural re-appropriation, not just as space appropriating Hangeul like now. To realize it, <The National Hangeul Museum> should continue to be operated and managed not to ‘attract’ the visitors but ‘develop’ them.

Key word : The National Hangeul Museum, museum, museum communication, re-appropriation, spatial contents

투고일 : 2016. 11. 25. / 심사일 : 2016. 11. 27. / 심사완료일 : 2016. 12. 10.