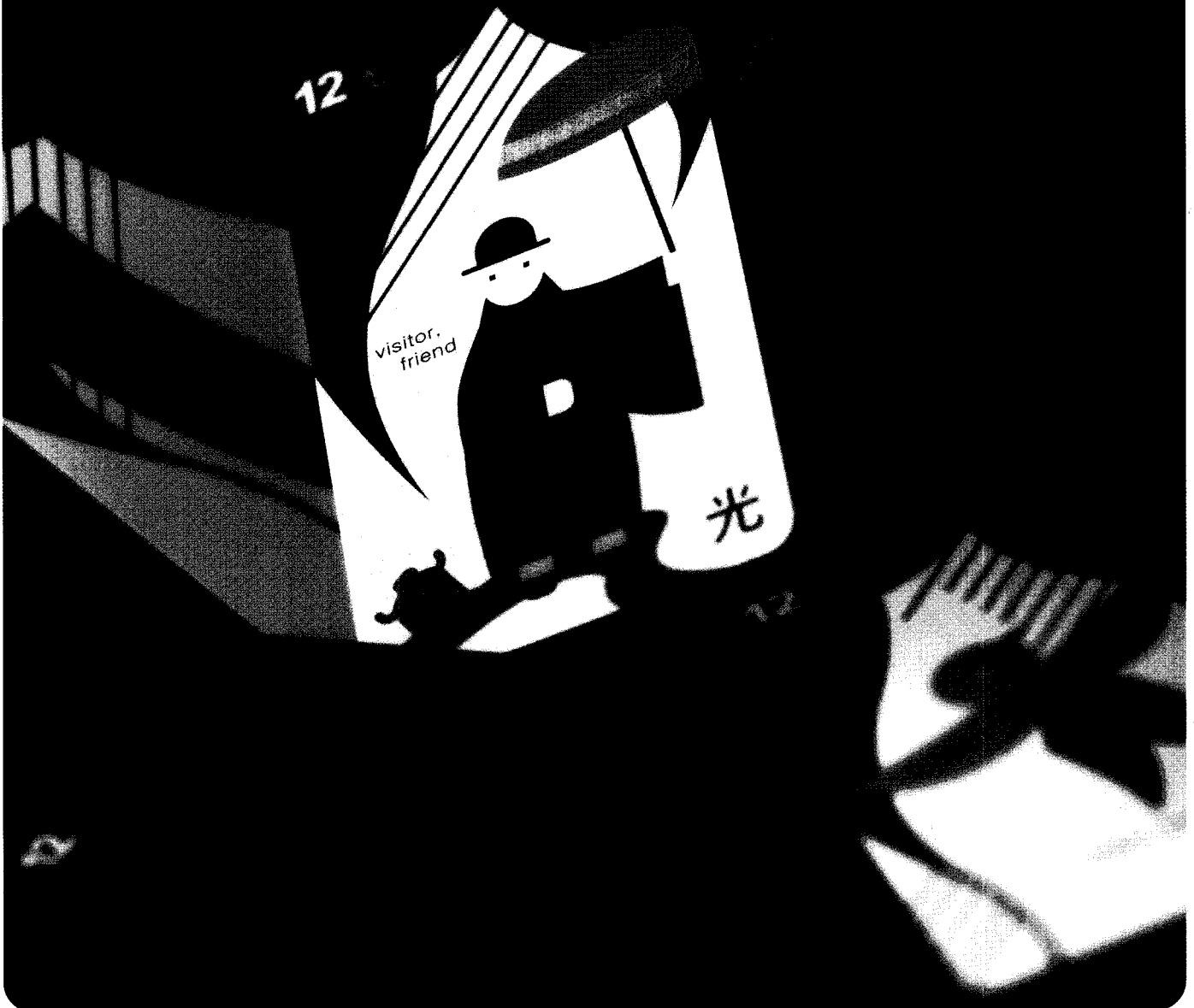


명절 놀이문화의 대명사

인쇄도 명품 · 신기술 있다

도로를 짝 메운 귀성 행렬, 오랜만에 만나 더 반가운 가족·친지들, 떡국과 차례음식, 세뱃돈, 가족·친지들과 함께하는 윷놀이 등등. 이런 익숙한 설날 풍경에 빼놓을 수 없는 것이 바로 화투놀이. 특히 게임방식의 하나지만 일반명사처럼 쓰이는 '고스톱'이다. 상습도박이 아니라면 명절 때 가족들과 즐기는 '고스톱'은 무료한 시간을 달래며 얼마간의 판돈에 걸린 스릴까지 만끽하는 인기 놀이다.



화투 매출로 우리 경제사정을 짐작할 수 있다

덜컹덜컹. 차르륵 차르륵. 경쾌한 리듬에 맞춰 '비풍초동팔삼' 화투장이 끊임없이 쏟아져 나온다. 설 대목용으로 전국에 배달될 화투상자가 김재방 사장(무지개화투)의 회사 창고에 그득그득 쌓이고 있다. 평년보다 주문 물량이 감소했기 때문이다. 하지만 설이나 추석과 같은 명절은 화투 공장을 운영하는 김 사장(무지개화투)에겐 말 그대로 '특수'다.

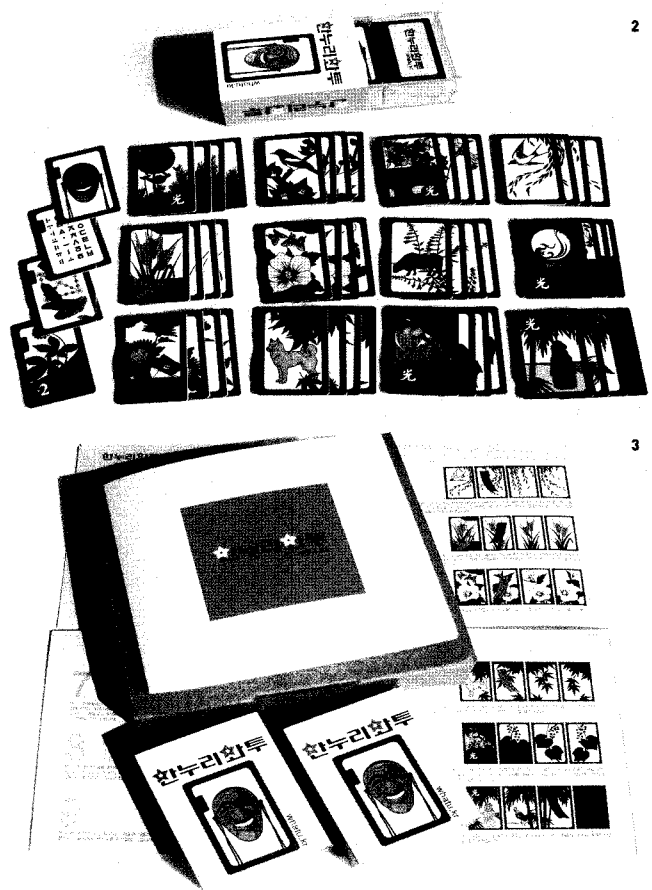
김 사장은 "경기가 진짜 좋을 때는 사람들이 일하기에도 바쁘니 화투 매출이 떨어집니다. 그러다 경기가 약간 주춤할 때, 사람들도 한숨을 돌리려는지 화투가 제일 잘 팔립니다. 이렇게 경기가 오르락내리락하는 맛이 있어야 하는데 작년 이후 계속 밀리로만 곤두박질치니 우리 같은 중소 제조업체는 직격탄을 맞은 셈이죠. 온통 불경기라는데 사람들이 화투 잡고 싶은 생각이 들겠어요"라고 말한다.

화투를 인쇄하는 업체들은 명절에 사람들이 많이 찾기 때문에 설날과 추석 전이 1년 중 가장 바쁘다. 반면 꽃놀이가 한창인 봄날과 단풍이 곱게 물들 때는 화투공장의 비수기다. 김 사장은 "비수기 때는 사람들이 밖으로 놀러 다니느라 화투를 잘 안 찾는 것 같다"고 말한다.

화투는 앞면보다는 뒷면이 중요

화투는 48장으로 구성돼 있다. 그러나 요즘 화투는 '조커'라 불리는 6장이 포함돼 54장이 한패로 구성된다. 조커 6장은 지역이나 취향에 따라 다르게 사용된다. 과거와 달리 이들 조커 때문에 고스톱은 막판 대역전이 가능한 더욱 흥미진진한 놀이가 됐다.

1 독특한 디자인으로 인쇄된 용쟁화투
2-3 한국적 이미지를 넣어 만든 한누리 화투





- 1 미라클피쉬(용쟁화투)는 기존 화투에서 벗어나 독특한 디자인으로 화투를 제작했다.
- 2-5 화투의 좌측상단에 월(1~12) 표시와 특수화투(괘, 띠) 표시를 적용해 초보자도 쉽게 적응할 수 있게 만들었다.
- 6 최종포장박스까지 3중으로 포장해 선물용으로 손색이 없게 디자인 했다.

이런 54장의 화투 한패가 만들어지기 위해서는 총 5단계의 공정을 거쳐야 한다.

가장 먼저 빨간색의 뒷장과 뽀뽀한 속지, 화투패 각각의 그림이 그려진 종이와 코팅지 등 4장의 종이를 순서대로 놓는다. 이 4장의 한 묶음을 프레스라 부르는 철판에 넣어 열을 가해 눌러준다. 다소 까끌까끌한 화투 특유의 감촉을 내는 빨간 뒷 무늬도 이때 만들어진다.

50여장의 전체 화투패 한 세트가 넓은 한 장의 도화지 모양으로 찍혀 나오면 이를 규격에 맞게 자르면 우리 손에 들어맞는 크기의 화투가 완성된다. 이를 한 곳에 차곡차곡 쌓아 옮긴 뒤, 다시 화투의 네 귀퉁이를 등글게 다듬어 미리 준비해 놓은 케이스에 집어넣으면 화투 한 세트가 완성된다.

화투의 생산 방식은 철저히 분업화돼 있다. 또 자동화 기계가 설치돼 가로 3.5cm, 세로 5.5cm의 화투 54장을 정확히 잘라내지만 나머지 부분은 일일이 손으로 작업을 해야 한다.

화투에도 명품이 있다

김 사장은 “화투 제품 중에서도 명품이 있다”며 “그림의 선명성과 인쇄 방식, 그리고 감촉에 따라 화투의 가치가 달라진다”고 말한다. 그는 “화투 생산에서 가장 중요한 건 앞면이 아닌 뒷면”이라고 강조했다.

“화투는 뒤집어놓고 하나씩 펼쳐가며 즐기는 놀이가 아닙니까. 그래서 54장의 화투패 중 하나라도 뒷면에서 작은 차이점이 있으면 불량품이고 화투로서의 가치를 잃게 됩니다. 화투 제작자는 앞면보다 뒷면을 더욱 소중하게 다뤄야 합니다”라고 말한다.

똑같이 보이는 화투에도 분명한 품질의 차이가 있고, 이 차이로 인한 선호 브랜드가 생긴다. 손끝에 걸리는 화투 뒷면의 감촉이 좋고, 표면이 잘 긁히지 않고, 그림 색이 선

명한 것이 좋은 화투의 기준이라는 것이다.

최근에는 인쇄가 선명하게 오래 유지되는 오프셋 인쇄방식에 고급스런 아크릴케이스에 담아 판매하는 '럭셔리 화투'도 제작되고 있다.

독특한 디자인 통한 화투 시장 개척

미라클피쉬(대표 양승용 · 정세운, miraclefish.co.kr)는 얼마 전 주문형 화투인 '용쟁화투'를 선보였다. 이 화투를 선물 받은 사람들은 하나같이 "화투도 이렇게 바뀔 수 있구나"하며 감탄사를 연발할 정도다.

용쟁화투는 일반적인 빨간색 화투(핫 핑크)를 비롯해 연두(올리브 그린), 블루 블랙 등 3가지 색깔과 크기도 기존 가로 3.5cm, 세로 5.5cm에서 4.0cm, 6.6cm로 만들어지며 주문자가 원하는 대로 색깔과 디자인을 넣을 수 있다는 게 일반 화투 제작업체와 다른 점이다.

디자인을 담당하는 양승용 실장은 "별도의 기술로 코팅해 오래 써도 닳아 벗겨지는 일이 없다"면서 "디자인 · 색깔 · 재질 등 제품을 의뢰하는 고객사의 취향을 100% 이상 만족시켜 줄 수 있다"고 말한다. 특히, 화투 앞면에 홍보 문구까지 넣을 수 있어 자연스럽게 간접광고 효과까지 낼 수 있다.

설 명절에 일본식 화투 대신할 한국식 화투

한누리화투(대표 이영식, www.whatu.kr)는 1월 솟대와 소나무, 2월 동백꽃과 까치, 3월 진달래와 한국 담장, 4월 제비와 버드나무, 5월 보리, 6월 무궁화와 호랑나비, 7월 머느리밥풀꽃과 황소, 8월 백두산 천지위의 삼족오, 꿩이갈매기와 독도, 성산일출봉, 금강산, 9월 과꽃과 방패연, 10월 진돗개와 단풍, 11월 가창오리와 산머루, 12월 돌하루방과 대나무, 긴꼬리닭 등 온통 우리 문화와 자연을 그려 만들었다. 재미있고 신선한 발상이다.

이영식 대표는 "화투는 오래전 일본에서 유래돼 널리 사용되며 대중에게 익숙해 한국화투로의 대체가 시급하다"며 "우리나라의 천연기념물이나 동식물과 생활문화속의 익숙한 소재들을 계절에 맞게 배치해 한국정서의 한누리화투를 제작하게 됐다"고 설명했다.

화투, 건전한 놀이문화로 이어져야

한국 놀이문화를 이끄는 화투는 단순한 '민화투' 수준에서 1960년대 독창적인 룰의 '고스톱'으로 진화했다. 이후 대중의 '놀이'로 뿌리내리며 이후 오히려 종주국 일본보다 더 큰 인기를 유지하고 있다. 민심과 시대상을 반영하며 진화를 반복한 고스톱은 이제 그 뿌리를 따지기 무색할 만큼 한국인들의 '명절놀이'로 자리매김했다.

우리에게 전통놀이 율놀이도 있지만 인기로 치면 솔직히 화투에 비길 바가 못 된다. 화투 게임인 고스톱은 이미 온 · 오프라인 통틀어 남녀노소가 함께 즐기는 '국민 게임'의 반열에 올랐다. 신문지 한 장 펼 자리만 있으면 화투패는 돌아간다. 이번 설은 도박이 아닌 건전한 설 연휴를 맞으면 어떨까. ☺

박성권 기자 vovsys@print.or.kr

