

지철 스님의 도상(圖像)을 통해 본 상징과 은유

연꽃향에 젖은 가야금 소리



신윤복 작 국보 제135호 '청금상연도'. 간송미술관 소장

청금상연도(聽琴賞蓮圖)

해원(海園) 신윤복(申潤福; 1758~?)은 김홍도(金弘道)와 금재(金在) 김득신(金得臣)과 더불어 조선시대 삼대 풍속화가로 지칭되는 인물이다. 그는 풍속화와 더불어 남종화풍의 산수화와 영모(翎毛, 날개달린 새와 털있는 짐승)를 잘 그린 직업화가였다.

청금상연도는 국보 제135호로 지정된 화첩으로 오세창 선생이 생전에 해원전신첩(海園傳神軸)이라고 표제를 써붙인 30폭으로 이루어진 풍속화도첩이다. 지금은 간송미술관에 소장돼 있다. 간송 전형필 선생이 일본 오사카에 있는 어느 골동품상에서 상당한 액수를 지불하고 천신만고의 노력 끝에 찾아온 귀중한 화첩이다.

화첩의 크기는 28.2cm x 35.2cm 정도로 양손으로 덮으면 그림의 상당부분이 가려지는 작은 화첩이다. 조선중기 풍속과 문화전반에 대한 엄청난 자료를 지닌 화첩이라 가히 국보의 풍격을 지니고 있어서 수많은 평론가들과 미술애호가들의 격찬을 받는다.

그림의 명칭은 이명(異名)으로 연당야유도(蓮塘野遊圖)라고 부르기도 한다. 녹음이 우거진 여름에 어느 지체 높은 양반댁 연못가에서 dot자리를 깔아놓고, 기생의 가야금 연주를 들으며, 풍류에 젖은 세 고관(高官)의 모습을 볼 수 있기 때문이다.

그림 속 세 인물의 머리띠를 통해 관직의 고하(高下)를 판단할 수 있다. 두루마기에 매고 있는 자줏빛이나 붉은 색 띠로 보아 당상관으로 보인다. 직급이 낮은 당하관(堂下官)은 파란색 띠, 벼슬을 하지 못한 서생은 검은 띠를 맨다는 예규가 있었다. 이를 보면 그림 속 인물들은 상당한 고관으로 궁궐에 등청하여 임금을 마주대하고, 국가의 중대사를 직접 논할 수 있는 높은 관직에 있다는 것을 알 수 있다.

예전의 지체 높은 인물들은 풍류와 풍격이 뛰어나었다. 그러나 FTA와 같은 국가의 중대사를 다루는 요즘의 관료들은 바빠서 이 그림 속 선조들

처럼 여유를 갖고 음악을 들으며, 장죽 담뱃대를 물고, 아름다운 연꽃을 감상할 수 있는 시간은 없어 보인다.

그림을 더 자세히 살펴보면, 누런 두루마기를 입은 인물은 서서 기녀와 함께 앉아있는 동료들 바라보고 있고, 제 짝이 서있는 관계로 앉아 담배를 피는 기생 한 사람, 곱돌화로를 놓고 그 앞에서 담배를 피우는 양반 한 명, 가야금을 연주하고 있는 기생 한 사람 등 여섯 명이 소나무 아래 연못에 흥취와 넓은 연잎이 가득한 가운데, 시간을 보내고 있다.

곱돌화로는 담뱃불을 붙이는 데 사용하는 것이니 담배쌈지를 꺼내 필 때 마다 앞에 두었다. 그 당시에 이미 많은 사람들이 담배를 피고 있음을 이 그림은 보여준다.

담배는 속가에서는 구름과자라 하여 모락모락 올라오는 흰 연기 속에서 신선의 즐거움을 깨고, 불가에서는 마지(摩訶)라 하여, 부처님께 사시에 공양을 올리어 따끈한 흰 밥에서 오르는 김을 빗대어 말하기도 한다.

담배는 본래 다년생 초본식물로 남초(南草)·연초(煙草)라고 부르기도 한다. 원래 남아메리카의 고원이 그 원산지인 것으로 알려져 있다. 우리나라에는 1618년(광해군 10)에 중국 북경(北京)을 내왕하던 상인들과 일본에서 도입했다고 전한다. 일본산은 남초·왜초(倭草)였으며, 예수교인에 의하여 도입된 것은 서초(西草)라 했다고 하니 개신교의 역할이 지대한 사실이다.

담배는 사실 위계질서와 권위와 밀접한 관련이 있어서, <경도잡지>에 의하면 비천한 자는 존귀한 분 앞에서 담배를 피우지 못한다고 규정했다. 또, 재상이 지나가는데 담배를 피우는 자가 있으면 잡아가다 치죄한다고 했다. 때문에 담배를 끊는 것이 예의범절을 잘 지키는 일이 아닐까 한다.



동화사 성북박물관장

박재완 기자의 불교사진이야기 겨울 숲



<부여 무량사>

겨울 숲을 종종거리던 다람쥐가 잠시 허리를 편다. 숲은 다비를 치렀다. 마른 나뭇가지와 잎들이 다비장의 사리처럼 흩어져서 식어간다. 숲에 사는 모든 것들이 사리 수습에 나섰다. 사리 한 과 찾았을까. 온 세상이 뒤져 도토리 한 톨 입에 문 다람쥐가 돌담

너머에 있는 법당을 바라본다. 관세음보살. 산문을 나와 겨울 숲을 걷는다. 겨울 숲엔 한 철 주고받은 숲의 범어가 고스란히 남아 있었다. 나무와 산새가, 꽃과 나비가, 바람과 구름이, 달빛과 풀벌레들, 이슬과 아침이, 천년과 천년이 주고받은 숲의 언어가 고스란

히 있었다. 배우고 싶어도 배울 수 없는 자연의 언어. 지금처럼 계속 산다면 우리는 영원히 그 말을 알아들을 수 없을 것이다. 부처님 말씀도 지금처럼 산다면 영원히 알아듣지 못할 것이다. 노닐이 발목을 적시고 범고소리 떨어진다.



편집국 사진부 차장

한국의 선사강상 조선 환성지안 선사의 '운을 부름에[呼韻]

괴로움이라 말하지 말라

壁破南通北 (벽파남통북) 簞疎眼近天 (점소안근천) 莫講荒涼苦 (막위황량고) 迎風得月先 (영풍득월선)

허물어진 벽 남북이 통하고 성근 처마 눈과 하늘 맞닿았다. 웅한 괴로움이라 말하지 말라 바람과 달 먼저 맞이할 수 있네.

조선 환성지안(喚惺志安; 1664-1729) 스님은 "마치 전단 향을 옮겨 심으면 다른 물건에서도 다 같이 향기가 나듯 그 당시의 선을 부리고 교를 통달한 이치가 모두 스님의 풍격이었다"는 후인의 평가를 받는 선지식이다. 이 시에는 이러한 스님의 풍격이 고스란히 배어 있다.

'안빈낙도' '안분지족' 등은 청렴한 수행자의 표상으로 제시돼 왔다. 그러나 자본주의를 추구하는 현대사회에서 수행자라고 해 가난을 즐겨워 할 사람

이 있거나 한 것일까. 상대적 박탈감이든가 빈곤은 인과(因果)에 비취됐을 때 어느 한 시대의 유산이 아닌 것은 분명하다. 가난은 어디까지나 개인의 기대치이기에 내가 남보다 더 가졌다고 여길지라도 나보다 더 많이 가진 이 앞에서 만족하기는 힘들다. 비교하는 어리석음에 기인한다.

고민이다. 이렇게 일정한 수치로 해결되지 않는 가난을 어떻게 기꺼이 받아들여야 하나? 산수 간에 지어놓은 한간 토굴은 벽이 허물어져 사랑으로 통한

다. 바람 길이 나뻐졌으며 이영으로 얼기설기 얽은 처마는 하늘이 한눈에 쏟아져 내려온다. 이쯤 되면 스님의 표현대로 황폐되고 쓸쓸해진 신산할만 남을 것이다. 그러나 스님은 그러한 것을 괴로움이라 여기지 말라고 한다. 그러한 조건이기 때문에 맑고 밝은 풍월(風月)을 누구보다도 먼저 만날 수 있기 때문이다. 긍정의 힘이다.

스님의 긍정적인 시선은 통(通)·근(近)·영(迎)의 시어선택에서도 나타난다. 이 긍정적인 사고는 내가 처한 현실에서 지금보다 못하지 않은 것에 대해 감사하는 마음을 낳게 하며 내 자신이 처한 상황을 위로해 주고 행복을 가져다준다. 선교를 두루 겸비한 스님의 법해(法海)는 바로 일체유심조(一切唯心造)다.



원법 스님(문문사 중강·조계종 교수사리)

Advertisement for 'Bongmyeongjae (奉命齋) 기도 안내' (Bongmyeongjae Prayer Guide). It describes a 104-day prayer program for health and well-being, featuring a '빛의 축복' (Blessing of Light) and '운명의 대전환' (Great Transformation of Fate). It includes contact information for the prayer center.

Advertisement for 'Durian Shop' (두리안). It promotes high-quality durians, with prices like 55,000 won for 6.5KG and 100,000 won for 14KG. It features a 'Sale!' banner and contact details for the shop.

Advertisement for 'Superenertec' (슈퍼에너지). It promotes energy-saving products, highlighting a 1/5 reduction in electricity costs and 80% energy savings. It includes images of the products and contact information for a consultation service.

Advertisement for 'Easy Gold' (이지골드). It promotes a cleaning product for metal surfaces, listing features like 'no smell', 'easy to use', and 'effective cleaning'. It includes an image of the product and contact information for the company.