

한국 “술”의 과거와 현재, 그리고 미래

박록담

(시인, 한국전통주연구소장,
숙명여자대학교 전통문화예술대학원 객원교수)

1. ‘우리 술’ ‘전통주’ 아닌 “술”

세계인의 공통된 “술”은 그 종류를 막론하고 기호음료(嗜好飲料)이며, ‘나라와 문화·종교에 관계없이 성인에 한하여 마실 수 있는 알코올음료’가 본의(本義)이다.

우리나라의 “술”은 우리 민족이 영위해 온 식생활의 근간이랄 수 있는 주식, 곧 ‘밥’이 되는 쌀을 양주(釀酒)의 주원료로 이용해 왔다는 점에서 다른 어떤 나라·민족의 양주문화와 차별된다고 할 수 있다.

우선, 우리 말 “술”이라는 용어를 보다 함축적으로 표현하면, 우리 민족은 예로부터 우리 고유방식으로 발달시켜 온 누룩을 발효제로 하여 “술”을 빚어 왔으므로, ‘우리 민족이 주식으로 삼아 온 쌀을 술의 주원료로 빚는 술’이라는 것을 알 수 있다.

여기에 이견이 있을 수 없다. 오히려 주류선진국들은 자국의 농산물에 그치지 않고, 생산지와 생산방법, 품종 및 수확시기까지를 구체적으로 명문화하여 빈티지를 주는 등 다른 주류와의 차별화와 신뢰성을 높이고 있는 것이 오늘날 세계에서 이뤄지고 있는 양주산업의 현주소라고 할 수 있다.

따라서 우리가 얘기하고자 하는 ‘전통주’ 곧 “술”의 정의는 무엇보다 국민적 공감대 형성에 있는 만큼, 문화적인 이해와 접근에서 출발해야 할 것이고, 어디에 내놓아도 떼뻗해야 하며, 술에 깃든 그 나라의 역사와 문화, 그리고 전통을 떠나서는 생각할 수 없다는 생각이다.

1907년의 <주세령> 발표 이전까지 한국에는 ‘전통주’나 ‘민속주’라는 말이 없었다. 그 어떤 종류이던지 모두 “술”이었다. 그러던 것이 <주세령>과 <주세법>에 의한 ‘조선주’와 ‘일본주’로 구별하더니, 주종을 ‘청주’와 ‘약주’로 나뉘어 부르게 되면서 일본 방식의 술은 ‘청주(淸酒)’, 전통방식의 술은 부재료의 사용여부와 무관하게 모두 ‘약

주(藥酒)’로, ‘흐린 술’은 ‘탁주(濁酒)’가 아닌 저급의 ‘막걸리’로 불리면서 시장의 주류를 형성하는 기현상이 나타나면서, 근래에 와서 소위 ‘민속주’ · ‘전통주’라고 구별 짓게 되었던 것이다.

따라서 ‘전통주’니 ‘민속주’니 ‘약주’니 하는 표현방식보다는 본디의 명칭이었던 “술(SUL)”이어야 한다는 것이다. 또한 <주세법>상 발효주의 주종분류에 있어서도 청주(淸酒)와 탁주(濁酒), 가향주(佳香酒)와 약주(藥酒)로 세분화 할 필요가 있으며, 입국 방식(粒麴方式)으로 빚는 술의 경우, ‘신식청주(新式淸酒)’와 ‘신식탁주(新式濁酒)’ 등으로 구분하여 한국 “술”의 정체성을 확립할 필요가 있다고 생각한다.

2. 한국 “술”의 과거

인간이 문명을 꽃피우기 전부터 인간과 친숙했던 양식이 술이라고 한다. 특히 우리나라는 사람들이 모이는 곳이면 어디든 술이 있고, 술이 있으므로 해서 그 모임은 화해와 성취, 혹은 단결과 공동선을 약속 받았다.

이러한 바탕 위에서 우리나라는 전통적으로 술을 숭상해서 근대에 이르기까지 세계에서 가장 아름다운 풍속을 가꾸어 왔다. 이를테면 술 자체를 숭상하는 것에 그치지 않고 음주에 따르는 그릇이나 도구까지도 중요하게 여겨, 특별히 제작하여 사용하는가 하면, 술 마시는데 따른 예절을 가르침으로써, ‘각종 행사나 모임에서의 술을 마시는 예(群飲)’와 ‘접대와 응대의 예(鄉飲酒禮)’를 달리할 정도로 품격이 있었고, 그 문화가 매우 고상하였다.

그러기에 술을 얘기할 때 풍류(風流)니 흥취(興趣)를 빼놓을 수 없었다. 소위 한국인의 음주에 따른 멋이란 바로 흥을 바탕으로 하는데, 술을 마시고 난 뒤의 정신적 육체적 활동이 미적(美的)으로 승화되기도 하는데, 이를 흥취라고 한다.

1) “술”에 깃든 한국인의 철학 : 우리 조상들이 우리말인 “술”을 일컬어 “물에 가둔 불”이라는 생각을 갖게 되었다. 그 배경을 이해하고 나면, 그간 술에 대한 막연한 생각이나 이해가 좀 더 구체적으로 다가오게 되고, 술을 어떻게 대해야 하는지도 곱씹어보게 된다. 즉, 발효현상을 두고 “난데 없이 ‘물에서 불(열)이 난다’는 생각”을 갖게 된 것이나, 특히 사과 · 포도와 같은 맛있는 과일향기가 생성되는 현상을 통해, 자연에 존재하는 뭔가가 있어 이러한 현상을 주관하고, 인간의 길흉화복을 예측할 것이라는 막연한 상상과 함께 경외스러운 마음을 갖게 되었던 것이고, 이 신비로운 물질의 귀한 음식을 천지신명께 바치고, 그 보살핌으로 자손과 가족이 평안하고, 풍요롭게 살 수 있기를 기원했다.

후일에 이르러, 이러한 술을 인간이 만들 수 없는 가장 숭고한 음식으로 여기게 되었고, 나름의 철학을 갖게 되었다. 즉, 술은 분명 물(水) 형태의 액체이지만, 술 속에

는 순수한 물의 성질인 차고(冷) 가라앉히는 성질과는 다른, 따뜻(熱)하고 불처럼 일어나는 동(動)적인 불(火)의 성질을 가졌다고 여기게 되었다. 술을 일컬어 ‘물에 가둔 불’이라는 생각을 갖게 된 배경이 그것이다.

이는 동양철학의 기본인 음양사상(陰陽思想)과도 맞닿아 있음을 알 수 있다. 사실, 술의 80% 이상은 물로 음(陰)의 성질을 지녔고, 나머지 20%에 못 미치는 알코올(술)은 뜨겁고 위로 상승하는 불의 기질인 양(陽)의 성질을 지녔으니, 이야말로 ‘물(陰)과 불(陽)의 환상적 조화, 곧 음양화합(陰陽和合)의 상징이 아닐 수 없다.

이렇듯 술에 녹아 든 한국인의 철학은, 술을 단순히 마시고 취하기 위한 음식이나 수단으로만 인식하지 않았다는 사실의 반증이요, 술을 빚는 사람의 마음자세에서 출발하여 마시고 대접하는 모든 행위와 절차, 그리고 마신 후의 행동거지에 이르기까지 예의를 바탕으로 깔고 있음을 거듭 생각해 봐야 할 것이다.

2) 한국인의 전통 음주관(飲酒觀)과 문화(文化) : 한국인들의 음주관은 동양문화권인 중국이나 일본과도 차별화된다. 한국인은 술을 마시는 절차와 규칙, 사람의 자세를 중요하게 여겼는데, 궁극에는 “술 마시는 예의(禮儀)”로 집약된다고 할 수 있다. 곧 한국인의 음주관은 “술을 마시는 가운데 한 치의 흐트러짐도 없는 정신자세를 통해 인간 본래의 숭고한 정신과 깨끗한 물질인 술이 한데 어울려 비로소 이루는 조화”에 음주의 목적이 있다고 여겼던 것이다.

결국 음주를 통해서 배우게 되는 것은 예절이다. 인간의 숭고한 정신과 깨끗한 물질(술)이 어우러져 이루는 조화, 곧 예절을 가르치는 것이 향음주례의 목적이며, 한국인의 음주관이라고 할 수 있다.

3) 한국 “술”의 내력 : 술의 발달과정을 추측하건데, 우리나라는 계절풍의 영향으로 고온다습하여 농경형 식생활이 형성되었고, 농경에서 산출한 곡류에 자연적으로 곰팡이를 번식시킨 누룩을 이용한 술을 빚어왔다.

고구려 건국 초기(AD 28년)에 “지주(旨酒)를 빚어 한나라의 요동 태수를 물리쳤다.”는 기록과, 중국인들 사이에 “고구려는 ‘자희선장양(自喜善藏釀)’하는 나라”로 주목을 받았으며, <태평어람(太平御覽)>에 고구려 여인이 빚은 “곡아주(曲阿酒)”가 강소성(江蘇省) 일대에서 명주로 알려졌음을 기록하고 있으며, 일본의 최고 기록인 <고사기(古事記)>에 의하면, “백제사람 인번(仁番 : 수수보리)이 누룩을 이용한 술빚는 기술을 전해 와, 천황이 이 술을 마시고 덩실덩실 춤을 추었으며, 인번을 ‘주신(酒神)’으로 모셨다.”고 하였고, 또한 <본조월령(本朝月令)> “6月令”에 “응신천황 때 수수보리가 참래하여 조주(造酒)가 처음으로 시작되다.”고 기록되어 있는 것으로 보아, 술 빚는 기술은 상당히 발달했던 것으로 여겨진다. 이 때의 양주법은 쌀로 빚은 것으로 여겨지며, 아울러 백제의 양주기술이 일본에 처음으로 전해졌음을 알 수 있다.

고려시대에는 술의 종류가 다양화됨과 동시에, 특히 증류법이 도입되어 전대의 양주 기술과 함께 술은 더욱 발달하였다. 이때 양주업은 인력과 재력이 집중되었던 사원을 중심으로 경영되었다. 국가에서 해동통보(海東通寶)의 유통을 목적으로 공설주점과 원(院)을 세우면서 주점 외에 객관(客館)이 증설되어 무역이 성행함에 따라 양주업이 성행했다.

이 시기의 술은 크게 청주, 탁주, 소주, 과일주로 분류되는데, 청주를 위시하여 법주, 과일주와 생약재를 가미해서 빚은 약용약주, 꽃의 향을 가미해서 빚은 가향주 등 다양한 기술의 발전을 보였다.

한편, 원나라로부터 도입된 증류법은 획기적인 일로, 우리의 음주문화와 양주법에 일대 변화를 가져오게 된다. <고려사>에 신우왕 원년 교서로 “소주음용금지령”이 공포된 것을 보면, 신우왕 원년(1375) 소주가 중국에서 만들어진 지(1277) 근 100년에 달한다. 이때 중국으로부터 소주 빚는 법을 받아들였을 것으로 추측한다.

조선 전기에는 땀쌀보다 찹쌀 위주의 양주원료 사용이 증가하고, 양주기법도 단양법에서 중앙법으로의 전환이 뚜렷해지는 변화를 엿볼 수 있다. 양주기법 면으로는 점차 고급화 추세를 지향하는 한편, 상류사회를 중심으로 중앙주를 선호하게 되어 백로주, 삼해주, 이화주, 청감주, 부의주, 향온주, 하향주, 춘주, 국화주 등이 명주로서 주품을 자랑했다.

특히 고려 말엽에 정착된 증류주들은 조선시대에 들어 급속한 성장과 함께 일본, 중국 등으로 수출이 빈번해지는 등 증류문화가 국제화 단계로 발전한 것을 볼 수 있다. 조선시대 후기의 특징으로는, 지방색을 띤 다양한 고급 명주들이 속속 등장하면서, 전통주의 전성기를 이루게 되었던 것이다.

이때 주품을 자랑하던 명주로는, 서울의 약산춘 등과 평양의 벽향주, 김제와 충주의 청명주, 제주도의 초정주, 충남 한산의 소곡주, 그리고 두견주, 과하주, 도화주, 송순주 등이 주막에서 팔리고 있었다.

조선시대 후기의 양주기술 가운데 ‘혼양주(混釀酒) 기법’을 빼놓을 수 없다. 혼양주류는 양주곡주와 증류주의 조화라는 측면에서 이채롭다. 혼양주법은 곡주 양주기법을 골격으로 양주용수 대신 소주를 이용한 양주기술로 여름에도 술이 변하지 않도록, 저장성과 소주의 주독을 해소시킨 방법이라는 점에서 세계 최고의 기술로 여겨진다. 그러다가 국운이 쇠퇴하면서 1907년 7월 조선총독부에 의해 “주세령(酒稅令)”이 공포되었다. 또 같은 해 8월에는 ‘주세령 세칙’의 공포가 있었고, 다시 9월에는 주세령을 근거로 한 강제 집행이 시작되었는데, 전통주의 말살을 의미하는 것으로서, 이때부터 수 백종의 달했던 전통주가 잠적하기 시작하였다.

이때부터 각 지방과 집안마다의 가양주는 밀조형태로 그 명맥을 이어가게 되는데, 이에 일제는 1916년 1월 밀주제조에 대한 단속강화와 함께 모든 주류를 약주, 탁주, 소주로 획일화 규격화 시키는 <주세법>을 제정, 발표하게 되면서, 조선의 가양주와

그 문화는 단절의 길을 걷게 된다.

그러나 더 큰 문제는 광복 이후 우리 정부의 주세정책이었다. 조선총독부 치하의 주세행정을 그대로 이어받아 전래의 유명 전통주, 토속주들이 설자리를 잃고 말았다. 또한 6. 25 동란 이후 식량난의 도래로 밀주단속이 계속되었고, 1965년 급기야 ‘양곡관리법’이 제정 발표되면서, 표면화된 밀주단속과 강제집행은 전통주의 단절, 멸실을 자초했다.

그러나 근본적인 문제는 소위 ‘가전비법’이라고 하여 집안 살림을 맡아하는 여인네들에 의해, 그리고 글을 알지 못했던 관계로 구전과 경험에 의존하여 그 명맥을 이어왔을 뿐, 술 빚는 법의 기록과 보존에 소홀했다는 사실을 부인할 수 없다.

4) 가양주문화의 형성 배경 : 조선시대에 이르러 제사를 중하게 여기는 관습이 뿌리를 내리면서, 조상신에 대한 제주 목적의 술을 비롯 부모와 어른을 대접하기 위한 반주(飯酒)를 목적으로 술을 빚게 되었다. 또한 1년 열두 달, 매 절기마다의 명절에 차례와 제사하는 풍속이 중요한 관습으로 이어졌으므로, 이때 정성껏 술을 빚어 천신(薦新)했다. 또 술은 신과 조상, 임금에게 바쳐졌고, 부모나 어른들의 반주와 손님 접대용으로 쓰였다. 또한 임금으로부터 신하에게 하사되었다.

한편, 술을 내어 손님을 대접하는 접대문화가 성행했다. 중국이나 일본에서 차를 내어 손님을 접대하듯, 우리는 술을 내어 손님을 접대하는 소위 약주를 대접하는 일반의 습속이 그것이다. 특히 일생의 중대사였던 혼례를 비롯한 상례 등의 대사(大事)와 손님 접대에 정성을 다하고, 예를 갖추어 잘 대접하는 것을 도리(道理)로 알았다.

또한 절기변화에 맞춰 시기를 놓쳐서는 안되는 농사일에 일꾼들을 위한 농주를 빚어 대접함으로써, 힘을 얻고 한잔 술로 피로를 씻게 하는 등 힘든 농사일을 꾸릴 수 있었다.

하지만 우리의 가양주 상비와 음주습관은 본디 반주(飯酒) 개념이었다. 충(忠)과 효(孝) 사상을 철저히 교육받았던 조선시대의 가양주는 부모봉양의 반주가 일상식으로 뿌리를 내렸으며, 손님을 위한 접대주가 주류를 이루었다고 해도 과언이 아니다.

이러한 결론은, 그간 사라지고 맥이 끊긴 조선시대의 전통주 850여종을 복원한 결과와 밀주단속을 피해 그 맥을 이어 온 가전비법의 가양주 133종을 술을 빚어 본 결과, 절대 다수의 전통주들에서 단맛(감미, 甘味)이 두드러진다는 것을 알게 되었고, 특히 과실향기나 꽃향기 중심으로 전통주의 품질이 형성되었다는 사실 확인에서 근거한다.

이 얘기는 “술”은 어떻게 빚고 어떻게 마셔야 하는가 하는 물음에 대한 해답이기도 하다는 점에서 중요성을 갖는다고 하겠다. 이러한 사실이 결코 우연의 일치라고는 생각하지 않는다. 이는 수천 년을 이어오면서 체득한 양주기술과 조상들의 뛰어난 지혜에서 비롯된 결과로서, 우리의 고유한 음주문화를 낳게 되었다는 것을 확신한다.

3. 한국 “술”의 현재

1) 양주기법 이대로는 안된다.

이 땅에서 본격적인 양주산업이 시작된 것은 일제강점기부터라고 할 수 있다. 자의(自意)는 아니었지만 <주세령(酒稅令)>이 발표된 지 이미 108년, <주세법(酒稅法)>이 발표된 지도 어느덧 100년을 맞게 되었다.

<주세법>의 제정이 자의였던 타의였던 지난 일은 차치하고, 오늘 우리가 논의하고 있는 전통주의 “전통주의 과거와 현재, 그리고 미래”라는 주제와 관련하여 현행 <주세법> 하에서 “한국 술의 미래는 있는가?” 묻고 싶다.

안타깝게도 우리의 양주문화는 지금도 여전히 외국의 양주기술을 그대로 답습하고 있고, 선진기술이라고 해서 무비관적으로 베끼기에 급급해 있다. 심지어 전통주 개발이라는 미명 하에 일본의 양주기술을 도입, 이를 그대로 보급하기에 급급해 있지 않는지 생각해 보아야 한다.

탁주의 하나인 ‘막걸리’만 하더라도 ‘입국방식(粒麴方式)’ 일색이다. 그 정도의 차이는 있겠지만 일본주색 상품들이 시장의 주류를 이루고 있고, 그 배경에는 국가기관이 앞장서서 특히 일본의 양주기술을 바탕으로 획일적인 방법의 양주기술을 보급하고 있어, 전통주의 “정체성 부재”라는 현실을 인정하지 않을 수 없기에 이르렀다.

주지하다시피 <주세법>은 ‘전통’이나 ‘문화’와는 거리가 먼, 무엇보다 주세(酒稅) 징수(徵收)가 우선순위에 있었고, 세원(稅源) 확보에 있어 전통적인 양주법보다는 일본식 양주기법 이상으로 편리한 방법이 없었다는 것이 그 배경으로, 이러한 방식에 의해 생산·판매되고 있는 주품(酒品)들이 주류(主流)를 이루고 있는 현실이다.

세계의 모든 명품 브랜드들은 그 나라의 오랜 역사와 전통문화를 바탕으로 하고, 그 만큼의 오랜 투자와 연구, 개발, 신뢰를 기초로 하여 그 나라 국민의 인기와 사랑을 먼저 받았기에 세계화가 가능했다.

한국의 “술”이 세계화 되려면, 가장 한국적인 양주방식에 의한 전통과 역사·고유의 양주문화를 재발견하고, 이를 창조적인 방식으로 개선하여야 할 것이다. 지금처럼 국적불명의 생산방식과 식품첨가물에 의한 주질개선, 저가주 생산을 위한 수입쌀이나 나라미 중심의 원료조달방식으로는 머지않아 한계에 부딪히게 될 것이 자명하다.

2) ‘맛낸 술’은 이제 그만 : 저가원료와 속성발효, 획일적인 생산방법 등 알코올생성을 주목적으로 한 양주로, 각종 식품첨가물에 의한 조미(調味)와 조향(調香)을 통해 맛과 향기를 부여(附與)한 술의 생산을 지양(止揚)해야만 한다.

세계 어떤 나라에서도 우리처럼 술에 인위적인 식품첨가물의 사용이 다양하고 자유로운 나라도 드물 것이다. 특히 스테비오사이드를 비롯하여 아스파탐 등의 인공감미료와 갖가지 식품첨가물, 그리고 향신료로 맛과 향기를 부여한 술의 경우, 다수가 마신 후의 속

취와 구취 등 음주 후의 후유증을 호소하고 있는 것을 볼 수 있다.

주지하다시피 일본의 사케, 프랑스의 와인, 영국의 위스키, 중국의 백주, 심지어 이탈리아 와인까지 세계적으로 인정받고 있는 소위 ‘명품 주류’들에 있어, 우리나라의 전통주에 비해 품질과 기술이 앞서있거니와, 100% 자국 생산물을 주원료나 주원료로 사용하는 것은 물론이고 까다로운 생산관리와 제조공정의 차별성을 강조하고 있음을 볼 수 있다.

그 배경에는 생산설비의 자동화에 앞서 종사자의 체계적이고 전문적인 교육과 지도는 말할 것도 없고, 소비자들에 대한 자국제품과 주질에 대한 정확한 정보와 서비스를 통해, 업체마다 최상의 주품생산을 위한 연구와 노력을 경주하는 등 생산자와 소비자간의 소통의 통로가 확보되어 있다는 사실이다.

그렇다고 해서 일본의 사케가, 프랑스의 포도주가, 영국의 위스키가 한국인의 입맛이나 건강에도 안성맞춤처럼 적합한 술인지는 알 수 없거니와, 특히 양주기술의 도입에 있어 우리의 실정이나 환경을 고려한 선택인지는 생각해 볼 필요가 있다.

3) 다양화, 고급화도 전략이다. : 현재의 양주방식으로는 대중화, 세계화는 거리가 멀다. 우선 속성주나 단양주, 누룩 냄새나는 술, 입국취의 술, 숙취와 트림, 헛배부름, 두통 등의 제반 문제를 개선하려는 노력을 기울여야 한다.

그 대안으로 2양주 · 3양주 등 중양주 생산과 전통누룩으로 빚은 “술”의 등장과 개발을 유도하자. 누룩 냄새나는 술이나 입국취의 술, 숙취와 트림 등 한국 “술”에 대한 편견과 오해를 불식시켜야 미래가 있다. 이를 위해서는 보다 고급화, 다양화 되어야만 한다.

일본의 경우, 전통방식의 수제식 사케가 최고급특주로 브랜드화에 성공하여 자리를 잡았고, 프랑스 와인의 경우도 대량생산방식보다는 전통의 핸드메이드, 차별성을 강화한 와인이 명품이 되었다.

예를 든다면, 2010년부터 막걸리의 도수를 다양화 함으로써, 보다 고급스러운 풍미를 살리는 한편으로, 점차 ‘유기농쌀로 빚은 막걸리’나 ‘무농약, 저농약쌀로 빚은 전통막걸리’의 생산비율을 늘려가야 한다.

일제강점기 이전만 하더라도 ‘이화주’, ‘추모주’, ‘혼돈주’ 등 고유한 이름의 고급 탁주류가 있었으며, 별도의 특수누룩과 찹쌀 등 고급원료로 양주된 주품들이 인기를 누렸던 것을 알 수 있다.

따라서 막걸리도 수 만원하는 중급막걸리와 10만원~100만원대까지 다양한 가격대의 막걸리도 등장해야만 한다. 주원료의 최고급화는 물론이고 핵심기술과 누룩, 발효방법, 발효·숙성기간, 양주횟수, 제조시기 등 다양한 비법의 등장을 말하는 것으로, 다 같은 막걸리가 아니라는 것을 뜻한다.

이 밖에도 지역적 특색이나 원료, 제조방식 등 제반 과정에서 차별성을 찾아보기 힘

들다. 대다수의 양주업체들이 보다 싼 원료, 보다 빠른 생산공정, 효율성만을 추구하고 있고, 종균과 입국 중심 및 효모 등 발효균주는 물론이고, 전국적으로 거의 획일적인 양주방식이어서는 앞으로 다 같이 ‘공멸(共滅)’할 수도 있다.

예부터 한국의 “술”은 지역별로 원료와 조리법에 따른 차별화와 함께 지역마다의 고유한 식문화와 토속음식을 바탕으로 성장해왔다는 사실을 직시해야만 한다. 더욱이 소비자들의 기호가 점차 개성화·다양화되는 흐름을 읽지 못한다면, 오늘의 노력과 시도는 불과 몇 년 앞을 내다보지 못한 초라한 결과로 남을 것이기 때문이다.

5) 안주, 주기, 음주문화 정착 위한 공간을 개발하자 : 우리 “술”에 맞는 안주를 지금보다 다양하게 개발하고, 내국인 뿐만 아니라 외국인도 현장에서 조리할 수 있는 한식으로서 안주를 표준화 하여야 대중화에 따른 기반을 조성할 수 있다.

한 예로 막걸리 안주는 ‘도토리묵무침’, ‘과전’, ‘빈대떡’ 등 가짓수도 적고, 획일적인 면이 없지 않다. 조리법을 비롯하여 모양이나 크기 등 보다 다양성을 추구해야 한다. 술을 담는 주병이나 주전자, 술잔 등의 주기와 안주를 담아낼 수 있는 식기 개발에 관심을 가져야 한다. 막걸리의 경우, 뚝배기나 사발, 찌그러진 주전자 등 5~70년대 궁핍했던 생활상을 재현해내는 듯한 이미지에서 벗어나지 못하고 있다. 또한 이러한 주기들이 마치 전통막걸리를 담아내는 그릇의 전형으로 인식되어, 세계화의 걸림돌이 되고 있다.

특히 술을 담는 그릇으로서 주기는 단순한 용기가 아니라 품격과 선, 색, 균형적인 감각을 담는 멋이 있어야 할 것이고, 결들임으로써 술맛을 돋궈주는 안주는 영양과 맛, 아름다운 냄새와 조화된 색을 입어야 하니 이 역시 멋에서 출발한다고 생각된다. 전통주에 어울리는 공간 등 다양한 노력을 경주해야 한다. 전통주가 대중화되지 못한 이유에 대한 설문조사 가운데 술을 즐길 수 있는 공간을 빼놓을 수 없다. 와인이나 위스키, 사케를 즐길 수 있는 공간과 분위기 좋은 레스토랑이나 호텔, 바는 많은데, 전통주나 막걸리의 맛과 흥을 돋울 수 있는 한식당이나 전통주점 등은 태부족이라는 것이다.

6) 소비자 중심의 문화를 확대해야 : 소비자문화를 어떻게 이끌 것이냐는 술의 생산과 개발, 수출 등 산업화, 세계화와 맞물려 있다. 이제까지의 시음이나 체험 중심의 이벤트나 홍보활동에 국한하지 말고 보다 다양한 운동을 전개할 필요가 있다.

교육과 홍보가 그것이다. 전통주에 대한 꾸준하고 지속적인 교육과 홍보는 가양주문화로 확대 생산될 것이고, 교육과 홍보는 특히 포도주 등 양주에 대한 맹목적인 선호사상을 바꾸어 놓을 것이다. 지속적인 투자 못지않게 교육이 병행되지 않는 한 소비자의 안목을 높일 수 없고, 왜 전통주가 좋은지를 알 수 없게 될 것이다.

4. 한국 “술”의 미래

1) ‘누룩’, 중국·일본 술과 차별화 없이 미래는 없다

누가 뭐라 해도 전통주의 미래는 고유의 누룩 개발과 보급에 그 성패가 달려 있다고 확신한다. 우리나라와 같은 문화권인 일본과 중국의 양주기법은 본디 한 가지이긴 하지만, 술의 맛과 향기 등 주질에 따른 분명한 차이는 다름 아닌 누룩에 있기 때문이다. 삼국이 다 같이 누룩(麴子, 麴子, 麴)을 사용한다는 점에 있어서는 공통점을 찾을 수 있지만, 우리나라는 자연균을 배양한 누룩(곡자 : 麴子)을 당화와 발효제로 사용한다는 점에서 차이가 있다.

특히 우리나라는 누룩을 ‘국(麴)’이라 하지 않고 ‘곡자’라고 하여 덩어리 형태로 압착, 성형한 누룩을 주로 채택하여 왔다는 점에서 일본 누룩(koji)과 차별화된다.

따라서 각국의 양주방식은 누룩제조에 따른 균주의 선택과 배양방식, 형태에 따라 천차만별의 균주와 발효방식을 유지, 발전시켜왔다고 할 수 있으므로, 이에 따른 술의 맛과 향기, 색깔까지도 달라질 수 밖에 없다. 또한 이러한 양주방식에 따른 주질과 음주형태, 습관은 나라마다의 독특한 문화적 양상을 떨 수 밖에 없는 것이다.

이제부터라도 다양한 전통누룩의 복원과 이를 이용한 전통주 개발을 통하여 그 가능성을 찾자는 것이고, 그럼으로써 이제까지의 일본주 카피에서 벗어나 보다 차별화되고 한국적인 술을 만들어 나가야 한다.

2) 가향주 개발과 생산, 가장 확실한 미래 : 우리나라 전통주와 음주문화는 계절감이 깃들여 있고, 특히 사용목적에 따라 술빛기를 각각 달리함으로써, 무엇보다 다양한 술빛기를 특징으로 꼽을 수 있다. 즉 술에 꽃이나 과일, 열매 등 자연원료가 갖는 각각의 향기를 첨가한 술로서 ‘가향주(佳香酒)’, ‘가향주(加香酒)’가 그것이다. 술에도 꽃이나 잎, 과일껍질 등 자연원료가 갖는 여러 가지 향기를 첨가한 가향주(佳香酒) 문화는 세계에 자랑할 만하다고 생각된다.

이러한 가향주를 즐기는 민족과 나라는 드물다. 또한 우리나라처럼 사계절의 변화에 맞춰 그때그때 얻어지는 향기 좋은 꽃이나 잎, 과일껍질을 이용한 다양한 가향주 제조와 풍류가 깃든 음주문화를 가꾸어 온 민족은 거의 없기 때문이다.

따라서 가향주 문화는 세계에서조차 찾아보기 힘든 우리나라 우리 민족만의 고유하면서도 차별화된 음주문화라고 할 수 있는데, 한때 불운한 시절을 겪으면서 사라졌고, 더러는 외국 양주에 빠져 술을 즐기는 문화까지도 잊혀져 버렸으니 안타까운 일이 아닐 수 없다. 가향주에는 세계 어느 민족에서도 찾아 볼 수 없는 우리 민족만의 풍류(風流)가 깃들여 있으며, 우리의 고유한 가향주문화는 우수한 관광상품이 될 수 있다는 확신을 갖기 때문이다.

3) 소믈리에 아닌 ‘주인(酒人)’

과거 가양주문화가 발달했던 시대엔 전문 장인으로서의 주인과 대모가 있었다. 주인은 궁궐의 양온서(良溫署)나 사옹원(司饗院)에 예속되어 있으면서 술을 전문적으로 빚는 벼슬아치를 지칭하고, 대모(大母)는 반가(班家)의 유모(乳母) 찬모(饌母)와 같이 전문적인 직능으로 양주를 담당하는 여인을 가리킨다. 이들은 아래에 사람을 여럿 두고 직접적으로 주방문의 연구를 비롯하여 술 빚는 일을 수행하면서 발효과정과 술독 관리 등을 관장하는 일이 주업무였다. 이들의 직능 중 가장 중요한 일은 무엇보다 술맛을 감정(鑑定)하는 일로, 주방문(酒方文)에 따른 술의 향기나 맛, 빛깔, 알코올도수의 정도를 평가하였다.

그들은 부와 명예는 커녕, 사회적 인정(認定)도 신분보장도 받지 못했던 초라한 직분이었지만, 우리 전통주가 갖춰야 할 향기나 맛의 감정에 관해서는 뛰어난 감각을 지니고 있었다고 알려져 있다. 그들의 능력이 어느 정도였는지, 어떤 술을 마셨을 때 술 빚는 자리에 있지 않고도 그 술을 빚었던 사람들의 성격이며, 술을 빚었을 당시의 쌀이나 원료의 처리과정 등 일을 순서에 맞게 정상적으로 수행하였는지의 여부는 물론이고, 무엇보다 당시의 술 빚는 사람의 심정까지를 가늠하고 정확히 알아맞히었다고 하니, 소위 ‘귀신’ 같은 감정 능력에 그저 놀랄 따름이다.

따라서 ‘전통주 주향사’를 비롯 ‘전통주 소믈리에’, ‘막걸리소믈리에’ 보다는 우리 문화인 ‘주인’으로 그 명칭을 통일하는 운동도 시급하다고 생각된다.

4) 취흥을 살리는 향기의 술문화 정착이 열쇠

이제까지의 주장이나 제안은 진정한 의미에서의 ‘좋은 술’ 곧 명주를 생산하는 일과 올바른 음주문화정착을 위한 제안에 다름 아니다. 명주와 바른 음주는 마시는 사람으로 하여금 시각적으로나 미각적, 후각적인 자극을 주어 맛과 향기를 돋울 수 있고, 그 맛 또한 오미(五味)에 시원한 맛(清涼味)까지 어우러져 풍부한 맛을 즐길 수 있으면 ‘더할 수 없는 좋은 술’이라고 할 수 있다.

여기에 더하여 명주라고 하는 술들에서 공통으로 나타나는 과실과 꽃 등 꽃으로 대변되는 아로마 향기처럼, 좋은 방향(芳香)으로 술을 마시는 사람으로 하여금 취흥(醉興)을 줄 수 있고, 특히 주인(酒人)의 지극한 정성이 곁들여져 감흥을 받게 할 수 있으면, 명주(銘酒)로서 더 바랄 것이 없다 할 것이다. 술 마시는데 따른 취흥은 맛과 향기에서 출발하여 멋으로 승화될 때 명주가 만들어진다고 생각하기 때문이다.

결론적으로 우리 전통주가 세계화되기 위해서는 우리의 소비자들의 자율적인 선택에 의한 국내의 명주가 먼저 만들어져야 한다. 우리 전통주가 세계화되려면 국내에서의 대중화가 먼저이고, 그 대안이 막걸리라고 한다면, 막걸리가 “만인의 술”이어야 한다고 생각한다. 막걸리가 만인의 술인가? 하는 반문과 맥을 같이한다.

그리고 그것이 일본식 양주와 식품첨가물에 의존하고 있는 현대의 양주방식이 아니

기를, 또한 외국의 음주문화를 답습하는 형태의 세계화가 아니기를 바랄 뿐이다.