



막걸리 누보



김현훈 뉴시스 사회부장

가장 오래된 전통 민속주이자 고유주인 막걸리의 기세가 심상치 않다.

점심시간이나 퇴근 후 음식점에선 막걸리를 화두로 한 이야기들이 넘쳐나고, 오랜만에 소비도 부쩍 늘고 있다는 것을 피부로 느낄 수 있다.

매스컴도 연일 막걸리 화제를 쏟아내고 있다. 외국 정상과의 만찬에서 막걸리를 내놓을 것이라는 등, '막걸리누보'가 '보출레누보'를 꺾었다는 등, 올해 대입수능시험에도 막걸리의 수출을 소재로 한 문제가 출제됐다는 등 흥미진진한 기사들이 눈길을 잡는다.

국내에서뿐만이 아니다. 미국 뉴욕에 막걸리가 처음으로 수출됐다는 소식, 일본의 주요 백화점에서 막걸리가 인기라는 이야기가 전해지고 있다. 실제로 도쿄 등 일본 각 지에는 '막걸리바(Bar)'를 비롯해 막걸리를 본격적으로

취급하는 고급 식당들이 늘고 있다. 한국식당의 막걸리 매장도 크게 오르고 있다고 한다. 이를 두고 또다른 '한류'(韓流)라고 흥분하는 사람도 있다.

일본에서의 막걸리 인기는 수년전에 이미 개인적으로 감지한 바 있다. 필자가 한국일보의 도쿄특파원으로 근무할 당시(2005~2008년) 많은 일본인 지인들이 막걸리를 파는 한국식당을 알려달라는 부탁을 해왔다. 한국여행을 다녀온 친구들은 "서울에서 맛있는 막걸리를 마셨다"고 자랑하기도 했다. 그때만해도 그냥 "그런가보다"했는데, 일 때문에 만난 일본인 취재원들도 막걸리에 대해 관심을 보여서 "도쿄에서 막걸리 투어라도 해야겠다"는 생각을 했다. 실제로 특파원 근무기간 동안 '음식탐험대'라는 모임을 만들어 한 달에 한번 꼴로 비슷한 '투어'를 하기도했다. 그후 귀국해보니 막걸리붐이 활활 번져가고 있었던 것이다.

●●● 새로운 막걸리 붐의 의미

백세주나 구기자주 등이 대중들의 사랑을 받고 있는 한국에서 전통주의 인기회복 추세는 새로운 현상이 아니지만 최근의 막걸리 붐이 갖는 의미는 매우 크다고 생각한다.

우리가 현재 경험하고 있는 막걸리 붐은 새로운 한류라고 호들갑을 떨만큼 외국에서 먼저 시작된 점이 특징이다. 서민대중의 술로써 60~70년대 전성기를 누렸던 막걸리가 독주에 밀려 오랜기간동안 소외받다가 외국인들에 의해 재기한 셈이다. 이는 진짜로 세계인을 대상으로 '막걸리누보'를 할 수 있다는 가능성을 제시한 것이다.

푸근하고 편안한 생활주 막걸리는 충분히 사랑받을만한 자격이 있다. 달기도하고 쓰기도하고, 시기도하고 뽀기도 한 맛이 나는 막걸리는 감칠맛과 청량감에서 세계 어느 술보다도 강점을 갖는다. 영양면에서 성인병 예방에도 효과가 있다는 연구결과도 있으니 차세대 세계 명주 후보로써 모자람이 없다.

청록과 시인 조지훈은 쌀과 누룩, 썬물로 만든 막걸리를 삼도주(三道酒)라고 불렀을 정도로 막걸리는 운치있는 술이기도 하다.

'막걸리누보'가 흉내낸 '보졸레누보'(Beaujolais Nouveau)는 무엇인가. 보졸레누보는 포도주의 아버지라고 불리는 프랑스 부르고뉴 포도주를 생산하는 부르고뉴 보졸레지방의 헛포도주이다. 그 해 수확한 포도와 포도주의 질이 어떤가를 시험하는 일종의 테스트와인이다. 이 와인이 일제히 풀리는 11월 셋째 목요일이 세상 사람들이 주목하는 커다란 이벤트일이 됐다. 제대로 숙성되지 않았을 수도 있는 헛포도주를 맛보기 위해 세계가 떠들썩해 지는 것이다.

만일 그 주인공이 우리의 막걸리라면? 그리고 '막걸리

누보'에 세계인이 열광한다면? 상상만해도 즐거운 일이다. 막걸리 이외에도 우리는 자랑할만한 술이 많다.

그러나 막걸리붐의 진짜 의미는 우리 술을 문화와 산업으로 육성하려는 노력이 맺은 작은 결실이라는데 있다. 2008년 정부는 우리 전통주의 복원과 산업화를 위한 중요한 정책을 발표했다. 국가경쟁력강화위원회가 내놓은 '우리 술 산업 경쟁력 방안'이 그것이다. 홀대받아온 우리 술을 한국을 대표하는 문화상품으로 만들겠다는 의지가 담겨있다. 그 중 '우리 술 복원 프로젝트'는 일제 강점기 등을 거치며 맥이 끊어진 우리 전통주 가운데 50개를 추려 2012년까지 모두 복원한다는 구체적인 목표를 설정했다. 대통령이 외국 정상과의 만찬에서 우리 술을 내놓고 선전하는 것도 이 프로젝트의 일환이라고 볼 수 있다. 한마디로 지금 막걸리붐은 단순한 막걸리의 부활이 아니라 우리 술과 문화의 부활을 위해 내딛은 가시적인 첫발자국이라고 자리매김할 수 있겠다.

●●● 이제 시작, 천년대계로 준비하고 나가야

술은 그 나라와 민족 문화의 정수이다. 신화와 풍속, 종교와 생활 속에 얽혀있는 술의 문화는 사람들의 희노애락과 인생관, 세계관에까지 자락이 닿는 원초적인 문화이다.

우리 역사에서 하늘의 아들 해모수는 하백(河伯)의 딸 유화(柳花)를 술로 유혹해 결합했다고 전해진다. 제주도의 한 무속신화에서는 술이 사람과 사람을 화합하게 하는 과정을 담고 있다. 설날에는 도소로 빛은 도소주를 마시면서 건강과 장수를 빌었다.

우리 민족은 예부터 술로써 인정을 나누었다. 술을 마시면 노래와 춤으로 흥을 발산한다. 전통 혼례에서는 합환주(合歡酒)로 백년가약을 다짐했다. 무수한 논객과 문인,

호걸, 영웅들이 술과 함께 세상을 살다갔다. 이처럼 술은 바로 우리 역사이고 문화이고 생활이다.

술은 또한 산업이다. 프랑스 와인, 스코틀랜드 위스키, 일본의 니혼슈, 러시아 보드카를 마실 때 우리는 술만 들이키는 것이 아니다. 주위를 둘러보면 경제적으로, 문화적으로 선진국이라는 불리는 나라들은 오래전부터 이 점을 간파하고 있었다.

우리도 자랑할 수 있는 전통 술과 문화를 갖고 있다. 그동안 내외적 상황에 부딪히거나 휩쓸리면서 손을 놓게 됐을 뿐이다. 술과 문화의 흥망성쇠는 사회와 긴밀하게 연결돼 있다. 그것이 바로 술이 갖고 있는 사회성이다. 격동의 역사속에서 침체기를 보냈지만 이제라도 그 중요성에 다시 눈을 뜨게 됐으니 앞으로는 다를 것이라는 기대를 해본다.

용설란을 원료로 하는 멕시코의 대표술 데킬라는 1968년 멕시코올림픽을 계기로 세계적 술로 급부상한 케이스로, 우리에게 시사하는 바가 많다. 우리도 1988년 서울올림픽을 개최하면서 비슷한 시도를 했다. 이를 계기로 술 제조에 대한 통제가 풀리는 등 전통주 르네상스를 위한 기본적인 여건들이 갖추어져 갔다. 그리고 최근 다시한번 우리 술의 복원과 산업화에 대한 의지를 다지고, 국가적 차원에서 추진하는 상황을 맞게됐으니 기대를 갖게되는 것이다.

걱정이 많은 것도 사실이다. 전통주가 잘 팔린다고 돈벌이에만 눈이 어두워진다면 우리 술을 보존하고 발전시켜야 한다는 공감대와 그 동안 이루어진 노력이 모두 허사가 될 수도 있다.

‘막걸리누보’가 ‘보졸레누보’를 넘어서는 역사를 만들려면 술을 빚는 사람, 파는 사람, 연구 개발하는 사람, 마시는 사람들 모두가 우리 술과 문화를 복원하고 발전시켜겠다는 마음으로 임해야 한다. 우리술에 대한 자부심과 엄

격한 자기관리, 창의적인 연구개발, 산업화마인드 등이 가슴 속에 담아두어야 할 키워드이다. 우리 후손에게 자랑스러운 술과 문화를 유산으로 남겨주기 위해서는 천년대계의 마음가짐으로 임해야 한다.

만일 그렇지 못하면 어느날 우리 막걸리가 일본의 ‘맛코리’(막걸리의 일본식 표현)가 돼 있을 지도 모른다.

●●● 일본은 배울 점이 많은 라이벌

경제대국 일본은 술과 문화의 선진국이기도 하다. 매사에 “잇쇼켄메이”(一生懸命·목숨을 걸고 일함), “세카이이치”(世界一·세계제일)를 외치며 살아가는 국민들답게 그들은 치열한 장인정신으로 자신들의 술 문화를 가꾸어왔다.

일본의 국주(國酒) 청주는 한반도의 영향을 많이 받았다. 일본 고유의 술 문화가 없었던 것은 아니지만 청주의 주조법은 한반도에서 전래됐다는 것이 정설이 돼가고 있다.

일본에서 술의 신을 모시는 주요 신사(神社) 중에 하나인 교토의 마쓰오타이샤(松尾大社)는 하타(秦)씨를 주신(主神)으로 섬기고 있다. 일본서기에 따르면 서기 3세기 백제의 왕족이 120현의 사람들을 이끌고 귀하해 하타씨의 시조가 됐다는 기록이 있다. 이들이 가야 혹은 신라에서 왔다는 설도 있다. 교토지역에 자리를 잡은 이들이 한반도에서 가져 온 양조기술을 전해주었음을 짐작할 수 있다.

이 대목에서 우리가 “그러면 그렇지 일본이 자랑하는 청주도 우리가 전해준 것이지”라고 우쭐하는데서 끝난다면 매우 어리석고 멍청한 짓이다. 그들은 그렇게 전수받은 그 기술을 소중하게 갖고 닦아서 오늘날의 세계 명주로 발전시킨 것이다.

객관적으로 일본 청주는 확실히 품격이 다른 술이라고 생각한다. 술뿐만이 아니라 문화도 함께 가꾸어왔기 때문

에 그럴 것이다.

일본에서는 대중 술집인 이자카야에서도 종을 헤아리기 어려운 청주의 풍미를 즐길수 있다. 일본의 청주 제조 업체는 전국적으로 대략 2,000여 곳이 넘는다. 지방마다, 상표마다 다른 청주 맛에 반하며 자연스럽게 일본문화에 빠져드는 것이다.

서양에서는 스시와 함께 '사케'를 마시는 것이 최고급 식문화의 하나로 자리잡았다. '사케'는 서양사람들이 사용하는 청주의 또다른 이름이다. 영국이 전통있는 와인콘 테스트에 일본술 부분을 만드는 등 '사케'는 세계의 명주로 평가받고 있다. 이같은 성공은 하루아침에 이루어진 것이 아니다. 예를 들어 일본 에도시대(1603~1867년)에는 도지(杜氏)라는 제도가 있었다. 뛰어난 양조 기술자를 도지로 지정해 대를 물려 술을 만들게 했다. 지금도 일본에는 전국 17개 광역단체에 24개의 도지 집단이 남아 있다.

또 청주에 엄격한 등급을 붙이고, 와인 소믈리에(와인 감정 평가사)와 같은 '기키사케시'를 육성해 운영하는 등 많은 많은 공리를 해왔다.

일본은 위스키와 와인 선진국이기도 하다.

일본의 위스키제조업체인 산토리는 2005년 5월 11일 자사 브랜드인 '야마자키(山崎) 50년' 50병을 한정상품으로 판매했다. 가격은 소비세를 제외하고 병당 100만엔(당시 1000만원 상당)을 붙였는데 하루만에 예약이 완료됐다. 2007년에도 추가 판매를 했는데 판매 당일 동이 날 정도로 인기를 끌었다. 이는 일본 위스키와 위스키산업의 수준을 상징하는 사례이다.

일본 술집에서는 일본산 위스키가 웬만한 서양 위스키보다 비싸고 많이 팔린다. 일본산 위스키에 대한 소비자들의 신뢰가 두텁다고 느꼈다.

다케쓰루 마사다카(竹鶴政孝 · 1894~1979)는 '일본 위

스키의 아버지' 라고 불린다. 또 산토리를 창업한 도리이 신지로(鳥井信治郎 · 1879~1962)는 '일본 국산위스키의 아버지' 이다.

1918년 스코틀랜드로 유학을 떠났던 다케쓰루는 전통 스카치위스키의 제조법을 익히고 돌아와 일본땅에 스카치 위스키의 씨를 뿌렸다. 그는 도리이의 권유로 산토리 야마자키증류소 초대 소장으로 부임해 일본 최초의 본격적인 스카치 위스키 제조를 지휘했다. 그는 나중에 닛카위스키라는 회사를 따로 차렸는데 후에 산토리와 닛카위스키는 일본 위스키의 세계화를 이끈 쌍두마차가 됐다. 다케쓰루는 품질을 최우선으로 하는 기술자로서 스카치 위스키의 재현이라는 과업을 달성하는데 일생을 바쳤다. 이들의 노력이 거름이 되어 오늘날의 일본 싱글몰트 위스키는 본고장 스카치 싱글몰트보다도 높은 평가를 받으며 세계적인 위스키로 우뚝 서 있다. 닛카위스키는 2001년 아사히맥주의 자회사로 편입됐다.

1962년 일본을 방문한 영국의 홈 부총리는 다케쓰루를 칭찬하는 뜻에서 "청년 한사람이 만년필과 노트 하나만으로 위스키 제조기술을 전부 도둑질해갔다"라는 취지의 말을 했다. 필자는 홈 부총리의 말에서 영국의 소중한 재산을 일본에 빼앗겼다는 안타까움을 느꼈는데 너무 비약한 것일까?

한편 일본에서 와인이 처음 생산된 것은 이미 메이지시대부터이지만 일본 국내 재배에 의한 수준급 와인생산이 본격화한 것은 1980년대 부터이다. 와인은 일본 각지에서 생산되고 있지만 그중에서도 홋카이도와 야마나시현이 주요 생산지로 꼽히고 있다. 일본 포도주 생산자들은 특유의 집요함으로 프랑스 등 와인 명문국을 찾아 기술을 습득하는 등 필사적인 노력을 기울이고 있다. 야마나시현은 2002년부터 일본산포도를 100% 사용한 일본산 와인을

대상으로 콘테스트를 개최해 일본산 와인의 품질 향상을 꾀하고 있다. 일본 국내에서는 ‘국산 와인을 응원하는 모임’ 등이 결성되는 등 일본산 와인의 세계화를 위한 움직임이 활발하다.

청주면 청주, 위스키면 위스키, 와인이면 와인, 장인정신을 발휘하며 외국의 술과 문화를 자기의 것으로 만드려는 일본의 모습 속에서 깨닫는 것이 없다면 우리가 ‘막걸리누보’를 할 수 있는 날을 맞기는 어려울 것이다.

●●● 차제에 우리의 음주문화도 되돌아보아야

“술이 사람을 마신다”는 말이 있다. 불행하게도 현재 우리의 음주문화는 부정적인 측면이 너무 많다. 술 자리가

즐겁고 행복해야지 불쾌하고 스트레스 받는 자리가 되어서는 안된다. 나아가서 가정과 주위사람들의 불행으로 이어지게 하는 것은 우리 술을 모독하는 것이다. 한마디로 주도를 지키는 음주문화가 필요하다.

유교적인 관점에서 보면 주도란 어른에게 예의를 갖추는 것이다. 연장자부터 술잔을 돌린다든지, 어른이 술잔을 주면 몸을 돌려 마신다든지, 세세하게 지켜야 할 것이 있었다. 그러나 이처럼 형식적인 주도보다는 상대방과 술자리를 배려하는 마음부터 갖는 것이 진정한 주도라고 생각한다.

앞서 언급한 시인 조지훈은 “주도에도 단수가 있다”(酒道有段)고 설파했다. 술을 예기할 때 자주 인용되는 유명한 구절인데 이 기회에 다시한번 음미하고 싶다.

음주에는 무릇 18의 계단(階段)이 있다.

1. 불주(不酒) : 술을 아주 못먹진 않으나 안먹는 사람
2. 외주(畏酒) : 술을 마시긴 마시나 술을 겁내는 사람
3. 민주(憊酒) : 마실 줄도 알고 겁내지도 않으나 취하는 것을 민망하게 여기는 사람
4. 은주(隱酒) : 마실 줄도 알고 겁내지도 않고 취할 줄도 알지만 돈이 아쉬워서 혼자 숨어 마시는 사람
5. 상주(商酒) : 마실 줄도 알고 좋아도 하면서 무슨 잇속이 있을 때만 술을 내는 사람
6. 색주(色酒) : 성생활을 위하여 술을 마시는 사람
7. 수주(睡酒) : 잠이 안와서 술을 마시는 사람
8. 반주(飯酒) : 밥맛을 돕기 위해서 마시는 사람

9. 학주(學酒) : 술의 진경(眞境)을 배우는 사람(酒卒)
10. 애주(愛酒) : 술의 취미를 맛보는 사람(酒徒)
11. 기주(嗜酒) : 술의 진미에 반한 사람(酒客)
12. 탐주(耽酒) : 술의 진경을 체득한 사람
13. 막주(幕酒) : 주도를 수련하는 사람
14. 장주(長酒) : 주도 삼매에 든사람(酒仙)
15. 석주(惜酒) : 술을 아끼고 인정을 아끼는 사람
16. 락주(樂酒) : 마셔도 그만 안마셔도 그만, 술과 더불어 유유자적하는 사람(酒聖)
17. 관주(觀酒) : 술을 보고 즐거워하되 이미 마실 수 없는 사람
18. 폐주(廢酒) : 술로 말미암아 다른 술 세상으로 떠나게 된 사람

시인은 “불주 외주 민주 은주는 술의 진경(眞境)을 모르는 사람들이요, 상주 색주 수주 반주는 목적을 위하여 마시는 술이니, 술의 진체를 모르는 사람들”며 “학주의 자리에 이르러 비로소 주도의 초급을 주고, 주졸이란 칭호를 줄 수 있다”고 설명했다.

또 “애주 기주 탐주 막주는 술의 진미, 진경을 오달(悟達)한 사람이요, 장주 석주 락주 관주는 술의 진미를 체득하고 다시 한번 넘어서 임운자적(任運自適)하는 사람들”이라며 “애주의 자리에 이르러 비로소 주도의 초단을 주고 주도란 칭호를 줄수 있다”고 했다.

