

한과의 전통 계승

김종애 원장

서울시 농업기술센터 지정교육원, 김종애 전통음식연구원

우리나라에는 예로부터 전해 내려오는 음식 가운데 연회음식, 제향음식, 혼례음식 등으로 중요한 역할을 해 왔던 유밀과가 있었습니다.

상용 음식은 아니었지만 크고 작은 잔치상이나 다과상에 이르기까지 빠짐없이 올려져 계승되어 왔고, 유밀과로 통칭되어 온 우리만의 조과류가 바로, 오늘날 한과라는 이름으로 불리고 있습니다.

이처럼 우리만의 유밀과로 계승되어 오기까지 그 역사적인 배경을 살펴본다면 유밀과란 단어가 많이 노출되었던 시기는 고려사회였으며, 유밀과란 낱말이 유행하고 정착되었던 고려 시대에서 조선조로 그 낱말이 넘어 오면서 다과라는 말이 유행하기도 했고 우리말로는 과줄이라 불리우기도 했습니다.

이와 같이 유밀과란 낱말이 유행하던 고려 시대의 실상을 통해서 유밀과의 유행이 얼마나 극심했는지 그 사례를 보면 궁·사의 연회 음식으로 애용되었으며 특히 국가적인 대행사였던 팔관회, 연등회에서는 등불을 밝히고 유밀과 등 과상을 베풀고 춤과 노래로 임금과 신하가 함께 어울려 즐겼으며 부처님께 국가와 왕실의 태평을 빌었으며 가을에 열렸던 팔관회에서는 추수한 햇곡식으로 빚은 유밀과와 다식으로 다과상을 베풀기도 했습니다.

고려 사회에서 팔관회가 시작된 것은 태조 원년부터 해마다 열렸다 했으니 유밀과의 유행을 주도한 것은 팔관회라 해도 과언이 아닐 것입니다.

이처럼 고려조에서 해마다 국가행사가 열렸으니 유(기름), 밀(꿀)의 소비가 확산되고 유밀의 수요를 채우기 위해 많은 시련도 있었던 것 같습니다.

고려 정종 7년에는 외관직이 소관 주부의 세공으로 견여들이는 품목 중에는 유밀도 포함되어 있었고, 이것은 조정에서 유밀과의 조리용으로 소비되는 것이 대부분 이었다고 합니다.

고려 의종 11년 실사에 보면 조정의 의식을 관장하는 관청인 대사부의 유밀이 고갈됨에 따라 모든 사원에서 이를 견여 들여 재를 올리고 제사를

지내는 비용마저 충당하였다 하였고 제도 외관직으로 하여금 세금으로 견여 들인 것만으로도 충당되지 않았다고 하니 유밀의 이용이 얼마나 많았는지 짐작할 수 있습니다.

이와 같이 유밀의 소비가 극대화되어 국가의 재정마저 흔들리게 되고 유밀의 소비 확산으로 인한 피해를 막기 위해 명종시대에 이르러 유밀과를 금지하기에 이르렀습니다.

그러나 이러한 금지령에도 잘 지켜지지 않은 듯 공민왕 2년(1351)에도 유밀과 사용 금지령이 내려왔다는 기록이 고려사 형법 금령조에 기록된 것을 볼 수 있습니다.

조선조에 이르러서도 과줄은 임금님이 받는 어상을 비롯하여 각계각층의 통과 의례에 반드시 진설되어야 하는 필수 음식중의 하나였던 만큼 왕실을 중심으로 상류층의 기호 식품으로도 각광을 받아 특히 정월 초하루 설날에는 빼놓을 수 없는 과줄이 대유행을 하게 됩니다.

대전화통에 이르기를 “헌수, 혼인, 제향 이외에 조과를 사용하는 사람은 곤장을 맞도록 규정한다.”라는 기록을 볼 수 있을 만큼 과정류가 대유행을 했던 것입니다.

이와 같이 통과의례음식 또는 기호식품으로 각광을 받던 과정류가 1900년대에 이르러 설탕이 수입되고 당제품이 제조 시판되면서 과정류의 쇠퇴가 시작되었습니다.

일제의 압제하에 곡식을 공출당하고 끼니를 잇는데도 어려운 형편에 과정류의 제조는 생각할 여유도 없었고 6.25 전쟁 등 역사적인 사건들이 국민 경제를 위협하는 속에서는 더더욱 그러했습니다.

전후 복구가 끝나면서 국민 경제는 조금씩 나아져 새로운 시대의 생활 전반에 특히 식생활이 향상되면서 기호식품인 과정류가 차츰 각광을 받기 시작하였습니다.

그 중에도 몸에 이로운 후식류 쪽에 관심이 높아졌고 밀가루, 버터, 설탕 등을 주재료로 하는 양

과류보다는 곡물과 꿀, 종실류(깨, 잣, 호도)를 주재료로 하여 손끝에서 정성스럽게 빚어지는 한과류가 관심속에 떠오르기 시작해서 오늘에 이르렀습니다.

근대에 와서 과정류의 주재료가 되는 기름, 꿀, 설탕 등이 수입되면서 여러 상권을 통해 원하는 양을 수시로 구입할 수 있게 되었음은 한과를 제조하는 사람들의 어려운 문제를 해결해 주는 길이 트였다고 할 수 있겠습니다.

적어도 왕명으로 과정류의 금지령을 내렸던 고려나 조선 시대의 사람들보다는 다행이 아닐 수 없습니다.

이제 우리는 한과가 만들어지는 과정과 재료 선별법을 우선적으로 살펴 보아야 합니다.

우리의 과줄은 기름에 지지고 꿀을 발라내는 조리 과정상 철저한 위생처리 즉, 살균 효과와 꿀을 발라내는 맛의 효과를 동시에 얻을 수 있는 것도 사실입니다.

그러나 쉽게 부패되지 않는 대신 보관이 잘못되면 산패하기 쉬운 단점이 있습니다.

한과류를 제조 판매하는 거의 모든 업체에서도 아마 이와 같은 어려움을 똑 같이 느낄 것입니다. 보관법과 판매 과정의 문제점을 시정할 수 있다면 우리의 한과류는 세계 어느 나라의 과자류보다 과학적인 제조 과정, 위생적인 살균 작업, 몸에 이로운 약리 작용, 아름다운 모양새, 혀 끝을 감도는 맛과 향, 다시 말해서 시각적인 효과와 미각적인 효과, 뛰어난 예술성까지, 이 모두가 우리 한과류의 장점인 것입니다.

그렇지만 방부제나 응고제 같은 약품 처리가 되지 않기 때문에 장기 보관할 수 있는 기간이 정해지지 않는 한 산패되기 쉽다는 점과 장기 보관시 맛과 질적인 면에서 떨어질 수 있다는 단점을 보완하지 않는다면 우리 한과의 전망은 과히 희망적이지 않을 것입니다.

여기에서 한 가지, 저의 소견을 꼭 말씀드리고 넘어 갈까 합니다.

저는 가끔 호텔이나 백화점 등의 매장에서 외제 초코렛이 예쁜 포장을 하고 아이스 쇼-케이스에 진열되어 고객을 기다리는 것을 보게 됩니다.

그러나 우리의 한과를 판매하는 곳에는 아직 아이스 쇼-케이스에 진열된 것을 찾아보기 힘들었습니다.

설탕과 물엿을 조합하여 만들어지는 한과류가 온도에 민감하다는 것은 당연한 이치이고 응고제

등 첨가물이 보태지지 않은 것이라면 녹아 내리는 것이 정한 이치이기 때문입니다.

백화점등의 실내 온도는 어림잡아 20~25℃ 정도로 본다면 제품의 맛이 떨어지거나 모양이 흐트러진다는 것은 계산에 넣을 수 있을 것입니다.

여기에 우리가 꼭 기억해야 될 것은 집청을 하기 위한 시럽이거나, 강정을 버무릴 수 있는 시럽은 설탕과 물엿의 비율에 따라 당도의 차이와 쉽게 녹아 내리는 강도의 차이가 있다는 것입니다.

약품 처리를 하지 않는 순수한 물엿과 설탕을 주재료로 하는 시럽일 때만 말입니다.

이제 우리는 한과류의 종류, 맛과 모양에 대해 살펴보기로 합니다.

강정류 중에는 지방에 따라, 제조 방법에 따라 이름을 붙이는 것이 통일되지 못한 것도 사실이지만, 이름이야 어떻게 우리의 한과류는 유밀과 즉, 기름에 지져서 꿀을 발라내는 방법에서는 거의 비슷하다 하겠습니다.

우선 그 종류별로 정리해 보면 강정류(유과) 혹은 연사과, 산자, 과질 등은 양질의 참쌀을 15일 정도 수침해 두었다가 깨끗이 씻어 건더 가루를 내어 분량의 청주와 콩물로 반죽해서 찌내고 다시 절구에 파리가 일고 실이 나도록 찹니다.

이 과정은 공기를 집어 넣어(파리) 기포를 형성해 주고 실이 나도록 늘려 주면서 쳐 줍니다.

암반에 가루를 뿌리고 규격대로 썰어 말린 후 기름에 일구어 꿀을 발라 세반 가루에 묻혀 내는 것을 산자라합니다.

손가락 강정(누에 고추 모양으로 잘라 말림)은 세반 가루, 잣 가루, 실깨, 송화가루 등으로 옷을 입힙니다.

고추가루를 입히면 고추유과, 콩가루를 입히면 콩유과, 썩가루를 입히면 썩유과 등 부재료가 달라지면 부르는 이름도 달라지게 됩니다.

통틀어 이 모든 유과의 참 맛이란, 일구어진 그 속이 서릿발처럼 딱 차있어 조청에 부드럽게 발라져서 입에 넣으면 사르르 녹아 내리는 그 맛이 바로 참 맛인 것입니다.

우리의 옛 속담 속에 “속 빈 강정”이란 말이 있습니다. 속이 딱 차 있지 않으면 실속이 없다는 뜻이지요.

우선, 15일(2주간)이라는 수침(물에 담가 둔다) 기간 동안 어떠한 특수 미생물이 발생해, 첨가제 없이 순수 재료로도 부풀게 할 수 있는가 하는 점이 가장 중요한 관심사입니다.

특수한 미생물에 의해 발효되는 과정에서 부풀게 하는 역할은 하되, 부패는 되지 않는다는 점을 알게 됩니다.

즉, 수침 단계에서 공기층과 쌀을 물이 차단시켜 공기 중에 노출되는 것을 방지하기 때문이라는 것입니다.

일정기간 동안 발효된 찹쌀을 가루로 만들어 반죽하는 과정에서 술(청주, 소주 등)과 얇은 콩물로 반죽해 찌서 절구에 파리가 일도록 친다는 것은 바로 기포가 형성해서 공기를 집어 넣어 주고 절구공이를 위로 끌어올리면서 실처럼 늘려 완성된 유과층에 서릿발이 딱 차도록 해 준다는 것입니다.

어떠한 경우에도 이 과정을 거치지 않으면 유과의 속이 딱 차는 참 맛을 얻기 어렵다는 것을 말씀드립니다.

그러나 시판되고 있는 유과류 중에 이러한 과정을 기계에 의해 만들어지는 것이 많기 때문에 옛날에 먹어 본 유과 맛이 아니라는 생각을 하게 됩니다.

옛 문헌 중에도 “연사과”라는 단어가 나오는데 아마 연하다는 뜻과 실같이 늘려 만든 것이라는 의미가 아닌가 싶습니다.

모든 음식이 기계를 통과하면 손끝에서 빚어지는 것보다는 맛이 떨어지는 것은 당연한 이치입니다.

단번에 많은 양의 수요를 충족할 수 있는 몰량 때문에 대량 생산은 어쩔 수 없을지 모르지만 오늘의 주체처럼 명품, 품질 계승을 전제로 할 경우엔 다시 생각해 봐야 하지 않겠습니까?

예를 들면 어떠한 절기(추석, 설 등)에 선물용 주문이 많을 것을 예상하고 제품을 미리 완성해서 창고에 보관해 놓았다가 출고를 한다든지 제품의 변질을 우려해서 방부제나 응고제 기타 약품 처리를 한다면 우리의 참 맛을 지켜 온 전통의 맛을 잃어버릴 수 있다는 것입니다.

근자에 와서 많은 사람들이 “한과는 맛 없고 값만 비싸다”라는 말을 자주 합니다.

선물로 한과가 들어 오면 반갑지 않다는 말도 자주 합니다.

이러한 말을 들으면 3~40년간 외고집으로 한과를 만들며 외로운 싸움을 해 온 저로써는 몹시 마음이 편치 않습니다.

전통 기법 그대로, 수작업으로 완성된 유과나 약과에 정성껏 꽃을 수놓는 손끝에 힘이 빠지는

듯 합니다.

조상들은 고려조 조선조에 이르기까지 국법으로 금지령을 내렸음에도 면면히 계승해 왔건만 우리만의 한과류가 이처럼 불신과 배척을 당한다면 그 까닭이 어디에 있는지 숙고해 볼 필요가 있습니다.

우선 재료선별부터 관심을 기울여야 하겠습니까.

금년 추석에 한과 판매 시장이 춘추 전국시대였다는 말을 한과를 판매하는 분에게서 들었습니다.

뉴스에서도 언급했듯이 중국산 한과를 자루로 들여와선 포장만 그럴싸하게 백화점 등에 진열하였다 하니, 세계에 내놓아도 손색이 없을 우리의 과자 한과의 이름에 먹칠을 한 것이 아니겠습니까?

한과를 수작업으로 만들다 보면 이런 생각을 하게 됩니다.

이것이 바로 요즈음에 말하는 3D업종 중에 하나로구나 싶지만 힘들지 않고 돈을 만져 보고자 하는 사람들 틈에 전통기법을 고집하며, 절구를 치고 유과를 만드는 마음은 쟁이 근성의 고집스러움이 나도 모르게 배여있는 것 같습니다.

명품이란 말이 어느 종류에나 붙여질 수 있다면 바로 유과쟁이의 손끝에서 힘들게 만들어지는 우리의 한과에도 “명품”이라는 빛나는 이름이 붙여져야 한다는 것은 여러 선생님들과 저의 공통된 바람일 것입니다.

앞에서도 잠시 언급했지만 외제 초코렛은 명품관 아이스 쇼-케이스 위에 당당하게 뽐내고 있는데 언제까지 우리의 한과는 뒷전에서 홀대를 받아야 할 것인지.

우리 한과의 특징인 꿀과 기름을 쓰되, 당도를 낮추고, 지방을 최소화하는 조리법을 연구하고 실천해서 정교하게 만들어진 우리의 한과류를 자신 있게 명품관에 진열하고 어느 나라 어느 곳에든지 혀 끝에 녹아 내리는 맛을 전하면서 명품으로서의 자리를 굳혀 보는 것이 우리 모두의 희망이자 꿈일 것입니다.

그렇게 하기 위해서는 우선 품질의 우수성을 밑바탕으로 우리 후대에 아름다운 음식 문화의 전통을 계승시켜야 합니다.

우리의 한과류 중에 강정류, 유밀과류(약과), 다식류, 정과류, 과편류, 옛강정류, 쌀강정류, 속실과류 등 종류별로 구분해서 조리법에 정확도를 높이고 감각적인 새로운 문양이나 고병에 대해 좀더

연구 개발해야 할 것이다.

맛과 질, 포장의 현대화, 판매대의 새로운 혁신으로 “선 품질 향상 후 계승사업” 등은 한과를 제조하는 모든 분들이 유의해야 할 과제라고 생각합니다.

젊은 층에도 우리 한과의 맛을 전해주기 위해 금년 7월 7일 칠석엔 농진청이 주최하여 만남과 기다림이란 타이틀로 우리 민족의 발렌타인데이로 정하고 우리의 한과를 소포장으로 예쁘게 포장하여 진열하는 전시회를 가졌는데 반응이 의외로 아주 좋았습니다.

이러한 것들이 우수 상품으로 명품으로 진열되었을 때, 젊은 세대에도 호응을 얻고, 관광객이 자주 찾는 고궁이나 유명 호텔 로비에도 고운 우리의 과자류를 진열해서 선물용으로 판매할 수 있는 것도 명품 품질 계승의 한 방법이라고 봅니다.

우리의 고유한차 한 잔과 허끝에 녹아 내리는 우리의 예쁜 한과 몇 기는 생각만 해도 흐뭇한 미

소가 떠오르지 않습니까?

거기에 우리만의 특수한 음청류가 첨가되면 한층 더 부드러움이 보태질 것입니다.

명품은 그 과정 하나하나도 명품으로의 가치를 지녀야 할 것입니다.

우선 모든 재료는 우리나라에서 수확한 우수한 농산물로, 신선도를 기본으로 하는 햇곡식을 선별하고 조리과정도 정확한 레서피에 의해 과학화되고 우리 고유의 고명으로 한껏 멋을 내어 정성을 담는다면 명품으로서의 조건은 갖췄진다고 봅니다.

그러나 아무리 명품을 만든다지만 제조 과정이 너무 길어지면 맛과 질이 떨어질 것이므로 일정 기간 내에 소비를 염두에 두고 중간 과정을 거쳐 집청할 수 있도록 하는 방법이 있습니다.

이렇게 해서 “가장 한국적인 맛이 가장 세계적인 맛”이라는 말이 이루어지도록 하는 것입니다.