

한국화교와 짜장면의 한국화

두언문*

杜彥文, 韓國華僑與炸醬麵的韓國化現象。 韓國的炸醬麵在顏色與味道上都與我們平常吃到的炸醬麵有很大的不同, 韓國炸醬麵甚至成為了韓國的百大代表文化之一。本論文的主旨是探討炸醬麵如何傳進朝鮮半島, 並在韓國的社會歷史背景之下變化成為今天韓國人吃的韓式炸醬麵之過程。第二章裡藉著韓國華僑的歷史來看炸醬麵的發展, 二戰後由於貿易環境的惡化及韓國政府對外國人的差別政策導致許多華僑商人改行從事小資本的中國餐館, 也因此提供了炸醬麵發展的空間。三章中從‘味道的統一’、‘剩餘麵粉與粉食獎勵運動’、‘外食與外送文化的發達’這三個方面來說明炸醬麵如何韓國化並成為韓國最受歡迎的外食。第四章裡分析炸醬麵出現在韓國的文學及戲劇、電影等大眾傳媒的脈絡, 炸醬麵不只是一般的食物, 還被賦予了新的文化涵義, 對許多韓國人來說是兒時畢業典禮及特殊節日難忘的回憶。隨著韓國經濟的發展韓式炸醬麵成為可隨時外送的中韓料理代名詞, 這樣中韓混合的飲食文化透過韓國華僑的海外移民, 傳播到世界各地。本文藉由探討炸醬麵的韓國化過程, 對族群的移動與飲食文化交流的研究提供新的方向。

關鍵字：韓國華僑，炸醬麵，飲食文化

1. 들어가며

한국의 중국식당에서 짜장면¹을 처음 먹었을 때 받은 충격은 아직도 생생하다. 어렸을 때부터 즐겨먹던 짜장면이 한국에도 있다는 것에 신기했으며 그 검은 색깔에 의아했다. 한국 친구들과 같이 짜장면을 먹을 때 “대만에도 짜장면이 있나요?” 라는 질문을 자주 받았다. 이 질문의 이면에는 짜장면이 중국음식이 아니라 한국음식으로 인지하고 있음을 보여준다. 짜장면은 어떻게 한국에 들어오게 되고 한국식 짜장면으로 변화하게 되었는지 의문을 가지게 되었다.

2006년 한국문화관광부가 지정한 한국의 100대 민족문화 상징 중에 짜장면도 포함되어 있다. 짜장면은 김치, 떡, 전주비빔밥, 냉면, 삼계탕 등 선정된 다른 한국전통 요리와 함께 한국민족을 상징하는 음식문화로 자리 잡고 있다. 한국 짜장면은 단지 그 원래의 맛과 색깔이 변화한 것뿐만 아니라 한국 사회에서 뿌리를 내리고 새로운 문화적 의미를 생산하기도 하였

*연세대학교 한국학 박사과정

¹1986년 외래어 표기법에 중국어가 포함되어 짜장면을 자장면으로 표기하도록 정하였다. 이에 대해 논쟁이 많았다. 실제적으로 중국식당에서 '자장면'을 파는 데가 거의 없고 일반 대중들도 짜장면으로 부르기에 더 익숙했다. 그리하여 2011년에 이러한 언어 사용의 현실을 수용해 짜장면을 복수의 표준어로 정하였다. 때문에 연구자도 이 연구에서炸醬麵을 짜장면으로 표기한다.

다. 한국의 중년 세대들은 짜장면을 어렸을 때 중요한 날에만 먹는 특별한 음식으로 기억하고 있다. 한국인의 인식 속에는 짜장면이 중국요리의 대명사와 마찬가지로 짜장면이 없는 중국식당은 상상도 못할 정도이다. 짜장면은 중국에서 기원된 음식이지만 국경을 넘어 새로운 양상으로 탈바꿈 되었다.

그렇다면 수많은 중국요리 중에 왜 짜장면이 중국의 대표적 요리로 부상하게 된 것인가. 이러한 궁금증을 풀기 위해서 한국의 역사·사회적 맥락에서 짜장면의 도입과 보급 과정을 살펴보아야 한다. 사람들이 이동하면 그들의 고유 음식문화도 함께 이주지로 전파된다. 한국에서 짜장면의 유입은 한국화교들의 역사와 큰 연관이 있다. 본 연구는 짜장면의 한국화 과정을 한국화교와 한국사회 간에 관계 속에서 모색하고자 한다. 2장에서 짜장면과 한국화교의 역사적 연관성을 살펴보고 다음 3장에서는 짜장면이 한국화 된 역사·사회적 배경과 요인들을 분석해 본다. 4장에서는 짜장면이 한국문화의 일부로서 어떤 위치에 있고 한국식 짜장면이 어떻게 다시 해외로 퍼져 나가는 있는지를 살펴보겠다.

2. 짜장면과 한국화교

중국의 짜장면은 중국식 된장을 돼지고기, 채소와 함께 볶아서 국수에 끼얹어 먹는 음식이다. 밀가루 음식 위주의 북쪽 지역에서 간단하게 집에서 만들 수 있는 요리이다. 또한 지역마다 즐겨먹는 면의 종류와 소스의 차이에 따라 색깔이나 맛이 다르게 나타난다. 한국의 짜장면의 기원은 바로 중국 산동의 요리와 긴밀한 관계가 있다. 한국화교들이 한반도에 이주해 오면서 고향에서 즐겨먹던 짜장면을 함께 가져왔다.

짜장면이 언제 한국에 들어왔는지에 대해 명확한 자료가 없지만 한국화교를 통해 한반도에 전해진 것은 확실하다. 즉 한국 짜장면의 기원은 화교가 한국으로 이주하는 역사 그리고 살아온 삶의 경험과 깊은 관련이 있다는 것이다. 먼저 한국화교 역사에 대해 살펴보겠다.

1) 한국화교의 역사

화교의 역사는 1882년 임오군란 때 청나라 군대와 함께 온 40명의 군역상인이 조선에 남아 한국화교의 시조가 되었다. 전 세계의 화교는 주로 중국 남방 출신이지만 한국화교는 90프로 이상이 산동성 출신이다. 16-17세기부터 중국인들이 동남아로 이주하는 것에 비해 한국화교의 형성 시기는

상대적으로 늦고 초기부터 정부의 보호 아래에서 합법적으로 이주를 하였다. 또한 교육과 편리한 교통으로 인해 중국인의 문화와 정체성을 유지할 수 있었다(왕언메이, 2013).

동남아 화교들은 대부분 현지 국가의 국적을 갖고 경제면에서 많이 활약하는 반면에 한국화교는 단일민족국가 한국에서 외국인에 대한 차별 정책을 겪으면서 경제적으로 성공은 이루지 못하였다. 또한 부계혈통의 국적법과 엄격한 귀화조건으로 인해 한국화교들이 한국에서 백 년 넘게 살아왔지만 아직도 냉전체제 시기에 부여된 중화민국(대만)의 국적을 갖고 있다. 한국화교는 중국양안의 대립과 남북한의 분단이라는 복잡한 역사적 환경에서 이중적 분열을 겪어 왔다. 그들이 상상하는 조국은 중국대륙을 소유했던 옛날의 중화민국이고 실제적으로 가진 국적은 대만이며 고향은 중국본토의 산둥 반도이다. 한국화교는 화교학교를 세우고 독립적인 민족교육 체제를 통해 중국어와 중국문화를 배우면서 상상의 공동체를 유지해 왔다(두언문, 2013).

조선에 들어온 화교 상인들이 중국과 조선 간의 중계 무역에 큰 활약을 하였다. 청나라 시대에 국가의 보호와 조선 내에서 치외법권의 혜택을 받으면서 화상(華商)들이 무역을 통해 부를 쌓을 수 있었다. 일제시기에 화상에 대한 일본 총독부의 견제와 한반도 내에 배화 사건이 발생하여 한국 화교의 경제가 침체되었다. 해방 후에 화교들의 무역은 잠시 살아났지만 중화인민공화국의 성립과 중화민국의 대만 철수로 인해 다시 어려움을 겪었다(양필승·이정희, 2004). 이 와중에 많은 화교상인들은 요식업으로 이 전하게 되었다. 무역업의 환경이 좋지 않으며 외국인에 대한 한국 정부의 경제적 억압 정책이 있었기에 궁지에 몰린 화상들이 소자본과 가족 단위의 상업 활동만으로 쉽게 할 수 있는 직종은 요식업이었다. 당시에 한국인은 중국음식점을 경영하지 않았기 때문에 이 분야는 화교의 독점분야라고 볼 수 있었다. 통계에 의하면 1948년 화교 요식업자는 332개소, 1958년에 1,702개소, 1964년 2,307개소로 급증한 것으로 나타났다. 요식업에 종사하는 인구는 화교 전체인구의 비율을 보면, 1958년 58.2%, 1964년 66.8%로 상승하여 거의 당시 삼분의 이의 화교 인구가 요식업에 종사했음을 알 수 있다(박은경, 1986:133-138).

요식업을 중심으로 한 화교경제에 큰 타격을 가한 것은 1970년대의 토지법의 실행이다. 이법은 외국인이 거주용 200평과 상업용 토지를 50평밖에 소유하지 못하게 규제하였다. 이로써 한국인과의 토지분쟁도 많아졌고,

중국식당의 확장과 발전을 막았고 화교들은 소자본과 소규모의 경제활동밖에 할 수 없는 현실을 맞이했다. 또한 중국식당에서 일했던 한국인들이 중국요리를 만드는 기술을 배우고 나서 따로 중국식당을 여는 경우가 많았다. 이로써 한국인이 운영하는 중국식당이 많아져 식당 간에 경쟁이 심해지면서 화교들이 운영하는 식당은 규모에 제한을 받아 점점 밀려나게 되었다.

한국의 화교 인구는 해방 후 1만 2천 명부터 시작하여 1972년 3만 2천여 명으로 절정에 이르렀으나, 1970년대부터 많은 차별 정책으로 인해 생활이 어려워져 해외로 재이주하는 붐이 생겼다. 현재 한국에 있는 화교 인구는 약 2만 명 안팎이다. 외국인에 대한 이러한 차별 정책은 국내 거주 외국인의 수가 증가하면서 1990년대 이후에 점점 개선되었다.

2) 공화춘과 짜장면 박물관

짜장면을 처음으로 판매한 가게는 인천 조계지의 공화춘으로 알려져 있다. 인천 차이나타운에 있는 공화춘은 1908년에 건립되었고 원래 산동 사람을 접대한 산동회관이었다가 1911년에 공화춘으로 개명하였다. 공화춘이 언제부터 식당이 되어 짜장면을 팔게 되었는지를 보여주는 역사적 자료는 사실 부족하다. 김찬별의 연구에 따르면 일본식민지 시기의 신문 기사 중에 짜장면을 언급한 것은 없다고 나온다. 이는 당시에 짜장면이 없다고 하기보다는 지금처럼 인기가 많지 않다는 것을 보여준다. 당시 중국식당은 서민을 위하 것이 아니라 관원이나 상인 등 소비 능력 있는 사람들이 주로 방문했다는 것이었다는 점도 감안해야 한다. 짜장면이 인기를 끌기 시작한 시점은 1950년대 해방 이후이었다(김찬별, 2008: 24-28). 이 부분은 다음 장에서 더 자세하게 살펴보겠다. 여기서는 공화춘이 짜장면 박물관이 된 맥락을 좀 더 설명하겠다.

한 때 제일 유명했던 중국식당인 공화춘도 화교의 몰락과 함께 1984년에 문을 닫았다. 공화춘의 원조설은 최근에 정부가 주도한 인천 차이나타운 개발계획과 함께 등장하였다. 원조설의 출현과 함께 차이나타운이 짜장면의 발원지가 되어 홍보가 되었다. 그러나 현재 있는 공화춘 식당은 원래 화교가 운영했던 곳이 아니라 한국인이 공화춘의 이름을 상표로 등록하여 새로운 건물을 지어 운영하고 있는 것이다.

2000년대 한국사회에서 차이나타운의 활성화 방안을 고심하면서 일본 요코하마의 라면박물관을 벤치마킹하여 옛 공화춘 건물을 짜장면 박물관으

로 만들자는 논의가 전개되었다. 공화춘은 화교에게 중요한 역사적 건물이기 때문에 화교들은 화교에 대한 역사박물관으로 만들기 원했지만 정부는 짜장면을 중심으로 하는 데에만 관심을 가졌다. 화교는 한국에서 외국인 차별정책을 받아오면서 공무원이나 변호사 같은 사회적으로 인정받을 수 있는 일을 하지 못하고 어쩔 수 없이 중국식당을 하게 된 경우가 많다. 짜장면의 역사의 뒷면은 화교들의 억압 당하고 외국인 신분으로 한국 사회에서 힘든 삶을 내포한다.

화교들의 반대하는 주장이 있었는데도 불구하고 2006년에 정부는 구 공화춘 건물을 등록문화재로 지정하였고 몇 년 동안 보수와 개조를 하여 2012년에 짜장면 박물관을 개관하였다(이창호, 2013).



<사진 1 짜장면박물관 정문>²

짜장면 박물관의 내부는 ‘짜장면의 탄생’, ‘공화춘 접대실’, ‘짜장면의 전성기’, ‘철가방 이야기’, ‘짜장라면의 역사’ 그리고 ‘공화춘 주방’의 모습 등 6개의 전시실로 구성되어 있다. 박물관의 구성을 보면 화교의 역사보다 짜장면과 공화춘을 중심으로 전개되고 짜장면이 한국에서 토착화되고 일반 대중의 삶과 연관된 공감할 수 있는 부분을 주로 전시하였다.

한국에서 음식을 테마로 하는 박물관은 많지 않다. 짜장면 박물관은 역사적인 사실에 있어 고증이 부족하지만 대중의 관심을 끄는 데에는 좋은 평가를 받았다. 화교의 연구자로서 한국사람이 화교에 대한 관심이 부족하

² <http://blog.daum.net/bae6607/7848294>

다는 것은 안타깝기도 하지만 짜장면을 통해서라도 한국사회에서 소수로 살아온 화교의 이야기를 대중에게 전달했으면 한다.

1992년 한중수교 이후에 대만 국적을 가진 한국화교는 본토에 있는 고향 산동과의 교류를 다시 회복하였다. 중국과 대만 사이에 끼어 있는 한국 화교는 날개를 펼칠 수 있는 기회를 가졌다. 중국어와 한국어에 능통하며 화교들의 인맥으로 한국과 중국 간의 다리 역할을 하고 있다. 드디어 한국은 세상에서 유일하게 차이나타운이 없는 나라의 누명을 씻고 최근에 인천 차이나타운 개발 사업이 활발하게 진행되고 있다. 그런데 실제로 인천 차이나타운에 가면 많은 중국식당은 한국인이 운영하고 있으며 중국인 주민들이 그리 많지 않다는 것을 알 수 있다. 차이나타운의 개발도 중국인의 커뮤니티에 의한 것보다는 지방정부의 경제개발 이론에 의해 추진되었다. 이러한 차이나타운은 도대체 누구를 위한 것인가라는 질문을 던지고 싶다.

3. 짜장면의 한국화 과정

중국요리는 볶거나 튀기는 방식을 많이 사용한다. 한국요리보다 더 느끼한 중국요리가 입에 맞지 않은 한국 사람도 종종 볼 수 있다. 짜장면이 한국인의 입맛을 사로잡을 수 있었던 이유는 한국인의 입맛에 맞게 부단히 변화해 왔기 때문이다. 이 장에서는 짜장면이 한국에서 대중화하고 보급화 되는 과정을 ‘짜장면 맛의 획일화’, ‘잉여밀가루의 도입과 분식장려운동’ 그리고 ‘외식·배달 문화의 발달’ 세 가지 부분으로 설명하고자 한다.

1) 짜장면 맛의 획일화

『한국음식문화 박물관』에서 한국인이 짜장면을 좋아하는 이유를 이렇게 설명하였다.

한국인이 짜장면을 좋아하는 이유는 빨리 나오기 때문이다. 한국인이 식당에서 음식 기다리는 것을 극도로 싫어하는데, 이 급한 성격에 꼭 맞는 것이다. 짜장면을 먹을 때도 서너 번 젓가락으로 끝낸다. 이렇게 음식을 빨리 먹으니 복잡한 맛을 느낄 여유가 없다. 짜고 달고 고수한 맛 대충 있으면 먹는다. 이 단순한 맛의 짜장면은 전국이 획일화되어 있기까지 하다. (황교익, 2009:169~170)

한국 짜장면의 보급은 짜장면 맛의 획일화와 깊은 관련이 있다. 맛의 획일화를 가능하게 만든 것은 바로 짜장면의 맛을 결정하는 소스 춘장이다. 춘장은 원래 중국에서 면장(面醬)으로 부르고 과를 짝여 먹거나 북경오리 구이를 밀병에 싸 먹을 때 사용하는 소스였다. 면장의 원산지는 산둥성이었고 한국에 전해오면서 이름이 바뀌게 되었고 그 맛과 기능도 변화하였다. 1948년 화교 왕송산은 춘장을 생산하는 식품회사를 창업하고 현재 대부분의 중국식당에서 사용하는 ‘사자표 춘장’은 바로 여기서 나온 것이다. 원래 중국 짜장면이 단맛이 없고 짠 맛이 강하지만 사자표 춘장은 만든 과정에서 캐러멜을 첨가하여 한국인의 입맛을 사로잡은 단맛을 내게 되었다(양세욱, 2009).

중국 집에서 짜장면을 빨리 만들 수 있는 비결은 바로 획일화된 춘장에 있다. 면을 삶아서 양파와 같이 볶은 걸쭉한 춘장 소스를 그 위에 얹으면 된다. 중국에서 짜장면은 물이 거의 없는 비빔국수이지만 한국 짜장면은 뜨겁고 물이 많다. 이러한 특징도 뜨거운 국물을 좋아하는 한국인의 음식 문화의 영향을 받았다고 볼 수 있다.

중국식당마다 짜장면의 맛이 크게 다르지 않다는 이유도 사용하는 춘장이 같기 때문이다. 다른 요리를 시키면 실망할 위험성이 있지만 짜장면을 시키면 그 맛이 획일화되어 있어서 실망할 확률이 낮다. 그래서 성공한 짜장면 집을 보면 대부분이 면을 만드는 데에 신경을 쓰고 다른 중국식당과의 차이성을 만들어낸다.

맛의 획일화로 인해 요리하는 과정이 간단해지고 맛을 내는데 실패할 확률도 줄이게 되었다. 짜장면은 떡볶이와 마찬가지로 각종 화학 재료로 만든 획일화 된 맛으로 대중화된 음식이다.



<사진 2 사자표 춘장>

2) 잉여 밀가루와 분식장려운동

짜장면이 한국에 정착한 두 번째 요인은 한국인의 음식습관에 관여하는 국가정책과 관련된다. 1960년대 박정희 정부가 들어서면서 한국전쟁의 피해를 복구하고자 하는 ‘국가재건범국민운동’을 실시하였다. 생활수준 향상이라는 명목으로 국가가 시민의 생활관에 적극적으로 개입하였다. 그 중에 외식과 관련하여 ‘혼분식 장려운동’으로 국민의 식생활에 깊게 관여하였다. 이 운동은 혼식(混食)과 분식(粉食)으로 나눌 수 있는데, 혼식은 밥을 쌀로만 짓지 않고 일정량의 잡곡을 섞어서 먹는 것이고 분식은 밀 같은 다른 곡식을 이용하여 갈아서 밥 대신 먹는 것이다(이덕우, 2012: 74-75).

해방 후 미국의 한국에 대한 농산물 원조는 미군정시대부터 1980년대까지 30여 년간에 걸쳐 시행되었다. 국가에 의한 ‘분식장려’는 잉여 농산물 원조로 값싼 밀가루가 도입되는 상황에서 밀가루의 소비를 증대시키기 위해 식량 소비의 패턴을 바꾸고자 한 국가 동원정책이었다. 이 시기에 밀가루와 관련된 제빵 사업, 국수산업 등이 큰 성장을 이루었다. 분식이 쌀밥보다 영양가 좋고 경제적이고 병을 예방하는 데에 도움이 된다는 설명으로 분식을 먹는 것을 장려하였다. 1969년부터 무미(無米)일을 지정하여 매주 화요일과 수요일에 식당에서 쌀밥을 판매하지 못하게 하였다. 분식 장려운동을 통해서 한국인의 식생활을 입식(粒食) 중심에서 벗어나는 데에 성공하였다. 그리고 값싼 밀가루는 짜장면의 가격을 낮추어서 다른 외식에 비해 가격 경쟁력이 있게 했다(김만태, 2009:176~178).

정부의 의도와 달리 분식장려운동은 쌀밥을 판매하는 한식당에게 타격을 주었고 그 수혜자는 중국식당이였다. 미국에서 지원된 값싼 밀가루가 없었다면 밀가루가 주원료인 춘장과 짜장면의 가격은 훨씬 비쌌을 것이다. 짜장면의 가격이 당시 외식 중에는 가장 싼고 그로 인해서 서민들이 즐겨 먹을 수 있는 음식이 되었다. 1960년대의 신문 기사에서 정부가 짜장면의 가격의 조절에 나선 것을 볼 수 있었다.³ 이는 짜장면을 일상생활에서 아주 보편적이며 물가의 지표로 인지하고 있음을 알 수 있다. 이로써 짜장면이 보급된 배후에는 미군원조와 정부의 장려 정책이 큰 역할을 하였다.

³ 동아일보, 1963.02.09 "中國飲食(중국음식)=우동과짜장면 20원으로引下指示(인하지시)"

3) 외식·배달 문화의 발달

한국에서 짜장면의 보급의 세 번째 요인은 근대적 외식·배달문화의 발달이다. 한국에서 도시화와 급속한 경제 성장과 함께 근대사회로 발전하는 과정에 외식이라는 개념이 등장했고 집밥보다 집 밖에서 외식하는 경우가 더 많아졌다. 가정의 식비에서 식료품비(집밥) 대 외식비의 비율은 1960년대 2%, 1970년대 3%, 1980년대 약 19%, 1990년대에는 35%, 2000년대에는 약 50%에 달하였다⁴. 통계에서 보여주듯이 외식은 1960~70년대에는 아직 보편화되지 않았고 당시의 식당도 한국 음식점 외에는 중국식당이 대다수였다. 그래서 가족 모임, 이사 등 특별한 날에는 중국음식점에서 짜장면을 먹었다. 특히 졸업식때에는 중국식당에 학부모와 학생들이 모여들고 긴 줄을 서서 기다려야 했다. 그 시대의 사람들에게 짜장면은 집에서 만들 수 없는 최고의 외식거리였다.

외식 소비의 급증과 함께 한국 특유의 배달문화도 성장하였다. 짜장면은 배달문화와도 깊은 관련이 있다. 짜장면을 운송하는 오토바이와 뒤에 실은 철가방은 한국에서만 볼 수 있는 풍경이다. 철가방은 원래 나무로 되어 있었는데 보온과 운송의 편리성을 고안해서 현재의 철가방으로 개량하였다. 한국 사람을 배달의 민족으로 부를 만큼 배달이 안되는 음식이 거의 없다.

1980년대 일반전화와 보급되고 1990년대부터 이동전화와 확산되면서 음식배달의 편리성이 한층 더 올라갔다. 집, 학교, 야외 어디서든 주문을 할 수 있다. 곳곳에서 검은 짜장면을 비벼먹는 모습은 또한 한국에서만 구경할 수 있는 독특한 광경이다.

4. 한국문화로서의 짜장면

1) 한국 문화 속에 나타난 짜장면

4 장에서는 짜장면이 한국문화의 일부가 되었고 다시 외국으로 전해지는 현상을 살펴본다. 짜장면은 앞에 설명했듯이 보급화와 대중화의 과정을 걸쳐 한국에 정착되었다. 짜장면은 더 이상 중국 음식이 아니라 한국문화의 일부로 숨을 쉬고 있다. <표 1>에서는 짜장면이 다양한 문화작품에서 등장하고 있다는 것을 보여준다. 많은 작가에게 짜장면은 창작의 원천으로 활

⁴ 국가통계 포털사이트 자료, 이덕우(2012)에서 재인용.

용하고 있다. 이는 짜장면이 한국인의 일상 생활의 일부분을 차지하고 있음을 다시한번 보여주기도 한다.

<표 1>⁵ 짜장면이 출현한 문화작품 정리

영화	북경반점(김의석, 1999), 신장개업(김성홍, 1999)
연극	짜장면(김상수, 1993), 짜장면(아리, 2007)
소설	짜장면(곽재구, 1999), 짜장면(안도현, 2000), 짜장면 불어요(이현, 2006)
노래	어머님께(GOD, 2001), 짬뽕과 짜장면(철가방 프로젝트, 2002)
만화	짜장면(허영만, 1998), 짜장면(최규식 변기현, 2003)
다큐	짜장면의 비밀(KBS, 1997), 아는 것이 힘이다(SBS, 2000)
시	짜장면을 먹으며(정호승, 1982), 다시 짜장면을 먹으며(정호승, 1982)

여기서는 GOD의 어머님께 가사를 살펴보자.

어려서부터 우리집은 가난했었고
 남들 다하는 외식 몇번 한적이 없었고
 일터에 나가신 어머니 집에 없으면
 언제나 혼자서 끓여먹었던 라면
 그러다 라면이 너무 지겨워서
 맛있는 것 좀 먹자고 대들었었어
 그러자 어머니가 마지못해 꺼내신
 숨겨두신 비상금으로 시켜주신
 짜장면하나에 너무나 행복했었어
 하지만 어머니는 웬지 드시질 않았어
 어머니는 짜장면이 싫다고 하셨어

이 노래가사를 보면 한국인의 짜장면에 대한 이미지가 잘 드러난다. 외식과 배달의 문화가 있었지만 가난한 가정에게는 짜장면의 비용은 여전히

⁵ 양세욱(2009), 짜장면던, p7에서 인용.

작지 않다는 것을 보여준다. 그 시대의 아이들에게 짜장면은 최고의 음식이고 한번 짜장면을 먹는 것은 꿈이었다. 이처럼 짜장면이 문화 속에 나타났을 때 그 음식 자체뿐만 아니라 짜장면을 대표한 시대성과 먹는 사람의 감정도 포함되어 있다.

짜장면은 원래 중국에서 온 음식이지만 한국의 역사적 맥락에서 대중화된 음식이 되었다. 짜장면이 이국 음식이 아니라 한국인의 삶의 이야기를 담고 있는 한국의 대표적 음식으로 변화되었다. 드라마, 광고, 티비 프로그램에서 짜장면을 먹는 장면이 자주 노출되고 있다. 한국의 대중영상 매체를 통해 가장 잘 구현된 음식은 아마도 짜장면일 것이다. 대중문화 작품 속에 짜장면을 등장시킴으로 한국 사회의 현실을 다시 돌이켜 보게 한다. 2009년 영화 <김씨표류기> 속에서, 밤섬에서 표류하는 주인공이 인스턴트 짜장면을 발견하여 희망을 찾게 되었다. 또한 멀리서 지켜본 여자는 짜장면을 배달시켜주고 배달원이 배를 타고 배달하는 모습으로 한국사회에서 짜장면이 상징하는 의미와 보편성을 보여준다(김호연, 2012:237-238).

2006년 드라마<환상의 커플>에서 기억을 상실한 여주인공이 꾸밈없이 짜장면을 먹는 장면은 여자주인공의 털털함과 수수함을 보여주는 수단으로 짜장면을 이용한 예이다. 이 외에 많은 드라마 속에서도 짜장면을 먹는 장면은 자주 등장한다. 이러한 장면을 삽입하는 것은 그 상징적 의미는 분명히 있다. 한국인이 짜장면을 먹을 때 빨리 먹기 때문에 검은 소스에 얼굴에 묻는 경우가 많다. 이로 인해 짜장면이 소개팅에서 금물로 여겨질 뿐만 아니라 4월 14일 블랙데이(Black Day) 싱글들이 혼자 먹는 음식이 된다. 짜장면을 먹는 행위는 고독감과 외로움 등 의미를 포함하기도 한다. 반면에 중국에서 짜장면을 먹는 것에 대해선 문화적 의미를 찾을 수 없다. 그러나 한국에선 짜장면에 여러 가지 문화적 의미를 부여하며 이를 재생산하고 소비하는 현상이 나타난다.

2) 한국식 짜장면의 해외 전파

짜장면은 한국문화의 콘텐츠로서 세계로 전파되기도 한다. 안도현 원작의 소설을 각색한 만화 ‘짜장면’은 프랑스 사람에게 한국의 문화를 소개한 예를 들 수 있다(이수진, 2008). 짜장면을 주제로 한 성장 소설과 이를 바탕으로 한 만화를 외국인에게 한국 문화를 소개하는 매개물이 되었다. 짜장면은 처음에 중국에서 만들어져 한국으로 들어오면서 새로운 양상으로 변화되었고 결국 한국문화의 일부가 되었다.

<사진 3>⁶ 미국의 한국식 중국식당<사진 4>⁷ 북경의 대북소성

문화 측면뿐만 아니라 한국화된 짜장면은 한국식 중국 음식의 대표로 해외에도 전파되었다. <사진 3> 속에 미국의 코리안 타운에서 운영하는 한국식 중국식당인 진짜루의 간판 밑에서는 퓨전 중국음식으로 설명하고 있다. 진짜루라는 이름은 한국어 ‘진짜’와 중국의 건물을 가리키는 루(樓)가 합쳐진 것으로 한국식 중국음식의 문화적 혼종성을 잘 보여주고 있다.

<사진 4> 내에 북경에 있는 ‘대북소성(台北小城)’이라는 식당이 보인다. 이 식당의 이름은 대만의 수도인 대북으로 지은 것을 보면 운영자가 한국화교가 틀림없다. 한국어를 모르는 중국사람들은 간판만 보면 식당에서 파는 음식이 대만음식인지 한국음식인지 정체를 알 수가 없을 것이다. 이 두 식당뿐만 아니라 외국에서 수 많은 한국식 중국식당이 있다. 한국인들이 해외에서 향수를 해결하기 위해 한국식 중국식당을 찾아갈뿐만 아니라 현지에 있는 중국 사람에게 한국식 중국식당을 이색적 요리로 소개하기도 한다.

이러한 혼종적 식당의 탄생이 또한 한국화교들의 재이주와 연관이 깊다. 1960 년대에 한국에서 한국화교들이 많은 차별정책 속에서 생활고를 견디지 못하고 미국과 대만으로 재이주하는 붐이 생겼다. 3만 명 정도였던 한국화교는 이 시기에 해외이주로 인해 2만 명정도로 줄이게 되었다. 산동 화교 출신인 한국화교들은 남방출신의 다른 해외 화교와 언어도 통하지 않고 네트워크도 연결되지 않았다. 결국 해외의 차이나타운에서 이질감을 느껴 뿌리를 내리지 못했다. 생계를 유지하기 위해서 결국 한국화교들은 한국에서 제일 많은 중국식당 장사를 다시 하게 되었다. 한국식 중국식당의

⁶ http://blog.daum.net/_blog/BlogTypeView.do?blogid=0SbOq&articleno=467

⁷ <http://www.mafengwo.cn/i/1368888.html>

주 대상은 중국인이 아니라 한국인이기 때문에 주로 코리아 타운에 자리를 잡고 있다. 한국에서 차별을 당하고 외국으로 떠난 한국화교들은 조상들이 살던 중국의 문화보다 그들이 태어나고 살아온 한국 사회에 더 친숙한 것이다. 한국화된 중국 짜장면은 한국화교 재이주에 따라 다시 세계 각지로 전해졌다.

물론 현재 한국에서나 해외에서 한국식 중국식당은 화교뿐만 아니라 한국인들도 많이 운영하고 있는 것이다. 그러나 그 전파의 배경에서 한국화교들이 큰 역할을 하고 있다는 것은 또한 간과할 수가 없다.

5. 결론

본 연구는 한국식 짜장면이 한국화교와 함께 조선 반도에 들어오고 변화해 온 과정을 살펴보았다. 짜장면의 변화는 한국의 역사 배경에서 정부의 정책과 한국인의 식성과 큰 연관이 있었다. 한국화교가 개발한 획일화된 춘장으로 한국식 짜장면을 검게 변화하고 단 맛이 나게 하였다. 정부의 분식장려운동은 국민의 식성을 바꾸고 중국식당의 성장에 일조했다. 중국식당에서 파는 짜장면이 중국요리의 대표로서 많은 한국인의 추억이 되며 한국인과 같이 성장하고 한국문화의 일부로 자리 잡게 되었다.

짜장면은 한국화교를 통해서 한국에 들어왔고 냉전 체제에 의해 중국과의 교류가 끊긴 채 독자적으로 발전하여 오늘날의 한국식 짜장면이 되었다. 짜장면이 내포하고 있는 문화적 의미는 한국사회의 경제 성장과 외식산업의 발달에 따라 달라졌다. 한국인의 기억 속에 귀중한 음식였던 짜장면은 누구 어디서나 혼자서도 편하게 먹을 수 있는 값싼 음식으로 인식되었다.

음식이 국경을 넘나들며 국가 간의 문화 교류를 이루어낸다는 것은 짜장면의 변천한 과정으로 잘 이해할 수 있다. 한국에서 짜장면을 먹을 때 주로 일본에서 전해온 단무지와 곁들여 먹는다. ‘한국식 짜장면’이라는 음식을 통해서 중·일·한 삼국의 음식문화 교류가 이루어진다. ‘중국에 없는 짜장면’은 한국식 중국음식의 대표로써 오늘날에도 많은 사람의 향수와 배 고프름을 해결해 주고 있다.

참고문헌

논문:

- 김만태(2009), 「'짜장면'의 토착화 요인과 문화적 의미」, 『韓國民俗學』 50(1): 159-207.
- 김호연(2012), 「대중영상매체를 통해 바라본 한국 음식문화의 재인식」, 『순천향 인문과학논총』 31(3): 221-243.
- 견수찬(2012), 「짜장면 박물관, 추억의 문을 열다」, 『플랫폼』 33: 92-97.
- 두언문(2013), 「화교학교로의 한국학생 유입 현상」, 연세대학교 석사논문.
- 문정진(2013), 「博物館, 敍事, 空間 - 짜장면박물관의 교육적 활용 가능성 試探」, 『한국중국어 교육학회지』, 18: 219-236.
- 이덕우(2012), 「근대화 이후 외식에 관한 시대적 담론과 인식의 변화」, 『중앙민속학』 17: 65-99
- 이수진(2008), 「소설에서 만화로 : 프랑스에 소개된 『짜장면』을 중심으로」, 『한국프랑스학』 논집, 63: 347-366.
- 이창호(2013), 「박물관을 통한 에스닉 푸드의 새로운 해석과 구성: 인천 짜장면박물관의 사례를 중심으로」, 『비교문화연구』 19(2): 127-165.

단행본:

- 김찬별(2008), 『한국음식 그 맛있는 탄생 : '우리가 몰랐던 우리 음식의 유래와 문화』, 서울 : 로크미디어
- 박은경(1986), 『한국화교의 종족성』, 서울: 한국연구원.
- 양세욱(2009), 『짜장면뎐 : 시대를 풍미한 검은 중독의 문화사』, 서울 : 프로네시스
- 양필승, 이정희(2004), 『차이나타운 없는 나라 : 한국화교 경제의 어제와 오늘』, 서울 : 삼성경제연구소
- 왕언메이(2013), 『(동아시아 현대사 속의) 한국화교 : 냉전체제와 조국 의식』, 역자: 송승석, 서울 : 學古房
- 유중하(2010), 『(화교문화를 읽는 눈) 짜장면』, 인천 : 인천문화재단
- 황교익(2011), 『한국음식문화박물관지』, 서울 : 따비