

2023 세계 차 문화 산업 학술대회

2023년 5월 13~14일



CULTURE MASTERS

컬처 마스터즈

 사단법인 한국차문화연합회

서기 요약 보고서



CULTURE MASTERS

컬처 마스터즈

기조 발제

문화간 대화의 중재자로서 차문화

아마레스워 갈라, ‘인클루시브 박물관’ 관장 및 인도 아난트 국립대(아흐메다바드)
유네스코 ‘지속가능한 유산 발전’ 프로젝트 의장, 호주 국립대(캔버라) 명예 교수

안녕하세요. 아마레스와르 갈라입니다. 저는 인도의 아난트국립대학교에서 유네스코 체어 직을 수행하고 있고 인클루시브 박물관 및 유네스코 지속 가능한 유산 개발 프로젝트의 의장직을 맡고 있습니다. 또한 호주 국립 대학교의 명예 교수이기도 합니다. 저는 23년 동안 한국을 찾고 있어서 한국의 오랜 친구입니다.

이번 세계차문화산업학술대회에 초청해 주신 한국차문화협회에 깊이 감사 드리며 추천해 주신 컬처 마스터즈 측에 감사말씀 을 드립니다.

이번 창원 회의에 직접 참가했으면 좋았겠지만, 제가 인도에서 호주로 온 지 얼마 되지 않아 부득이 브리즈번의 북쪽 해안가인 선사인 코스트에서 말씀드리고 있습니다. 차 문화, 차 마시기 및 차 만들기는 유형 및 무형의 가치를 모두 포함하는 총체적인 용어입니다.

이는 많은 것을 의미합니다. 그것은 단지 유형의 차만이 아닙니다. 다양한 문화에서 많은 것을 의미하는 차가 가지는 무형 유산의 여러 양상에 대해 잘 알고 있습니다. 차는 거의 모든 국가에서 전 세계적으로 인기를 얻고 있습니다.

역사적으로 차를 마시게 되었는데 그러한 확산은 불교와 관련이 있습니다. 동아시아, 남아시아와 동남아시아 국가들에서 차를 마시는 전통이 강하게 나타나는 이유입니다.

이러한 전파는 주로 이들 국가에서 불교의 초기 확산과 관련이 있습니다. 차를 마시는 것은 명상의 전형적인 부분이었습니다.

그러나 차를 만들고 마시는 많은 관행이 있는데, 결국 차를 만드는 것은 본질적으로 잎을 양조하는 것이기 때문입니다. 티(Tea)는 잎이고 떼(Te)는 원래의 단어입니다. 양조되는 것은 차잎이며 양조할 수 있는 잎의 종류는 다양합니다.

그것이 어떻게 이루어 졌는지-프로세스 및 관련 값은 장소에 따라 다릅니다. 예를 들어, 아일랜드와 같은 곳에서도 썬기풀 차를 만드는데, 이는 우리가 아시아에서 사용하는 것과는 매우 다릅니다. 또한 아프리카 외곽의 칼라하리에 가면 쿵산의 원주민 지식인 유산의 일부로 루이보스 차를 얻을 수 있습니다.

루이보스는 아프리카뿐만 아니라 전 세계적으로 매우 인기 있는 독특한 뿌리 차입니다. 따라서 모든 문화권에는 다양한 허브, 잎 및 뿌리로 차를 양조하고 만드는 관행이 있습니다. 그런데 동아시아 국가들에서 차 만들기가 더욱 특별한 이유는 차를 만들고 마시는 예술의 무형 유산과 관련된 의식과 관행 입니다.

상업화와 상품화는 다양하게 발전했습니다. 그것은 식민주의, 특히 영국 식민주의에서 시작되었습니다. 그로 인해, 19세기까지 지배적인 인구였던 렵차(Lepcha) 원주민이 쫓겨난 다르질링(Darjeeling)에서 차 농장이 발견되는 이유인 것입니다.

인도와 네팔의 다른 지역에서 온 많은 사람들이 차 농장에서 일하기 위해 데려왔는데, 이는 피지와 트리니다드에서 사탕수수 농장에서 인도에서 온 계약 노동자들이 이동한 일과 매우 흡사합니다.

그래서 영국인들은 외부에서 사람들을 데려와 지역 주민들을 이주시켜 그들이 접근하고 관리할 수 있도록 하는 식민지 관리 방식을 가지고 있었습니다. 이제 영국인에 대한 이야기가 있습니다. 19세기에는 런던의 위기가 있었고 맥주 양조장은 소비자를 유치하기 위해 고군분투하고 있었습니다. 런던의 맥주 양조장 소유주가 회의를 위해 모였습니다. 그들은 런던에서 맥주 소비가 왜 그렇게 많이 줄었는지 궁금해 하였습니다. 이유를 들으면 놀랄 것입니다. 그 이유는 런던 시민들은 중국과 인도에서 오는 차를 더 많이 마시고 맥주를 덜 마시기 시작했다는 것입니다. 왜 그런 것일까요? 많은 런던 시민들이 차를 마시는 것이 문명 효과가 있다고 믿었기 때문입니다. 자, 어떨까요? 제국의 역습일까요?

머나먼 아시아에서 온 사람들은 19세기의 식민지 정신을 가진 영국인들에게 문명적인 영향을 미치고 있었습니다. 저는 그것이 재미 있기도 하지만 역사적인 사실이라고 생각합니다. 물론 식민주의의 맥락은 매우 복잡합니다. 문화권이 다르지만 차는 다르게 평가됩니다. 예를 들어, 인도에서는

차는 종종 손님을 환영하기 위해 제공됩니다. 차를 마시는 포장 마차는 거리 모퉁이에서 인기있는 장소이기도 합니다. 저녁에 외출하는 곳입니다. 한국, 일본, 중국에서는 차를 만드는 의식이 매우 인기가 있습니다. 차는 항상 많은 곳에서 식사가 끝날 때 제공됩니다.

차 만들기 의식은 많은 동아시아 문화에서 정교하게 발전해 온 의식이 되었습니다. 베트남과 같은 나라에서는 차베트남이라고 불리는 차가 있을 정도로 차문화가 특별한 의미를 지니고 있습니다

그것은 결속에 관한 것이고, 그들과의 동지애와 같은 것입니다. 베트남 사람들은 거리에 모여 차를 마시는 것을 좋아합니다. 그것은 그들의 공공 문화의 일부입니다. 미국 전쟁이 진행되는 동안 그들이 미국인들과 싸우는 동안 차는 투쟁에 참여한 사람들 사이에서 매우 인기가 있었습니다. 이처럼 차는 베트남 사람들에게 매우 깊은 의미를 지니고 있습니다.

아시아에는 많은 다도 박물관이 있습니다. 한국 차 문화 협회가 언젠가 한국에 국립 차 박물관을 설립을 추진할 수 있기를 희망합니다. 왜냐하면 한국에는 훌륭한 박물관들이 많고 그들 중 몇몇은 세계 최고의 박물관도 있기 때문입니다. 차 박물관은 K-Culture를 진흥하고 홍보하는 데 매우 중요합니다. 많은 한옥은 차 문화와 스토리텔링을 합니다. 제가 경험한 차박물관 사례를 이야기해 보고자 합니다. 항저우의 차 박물관은 중국의 훌륭한 박물관입니다. 아름답게 다양한 종류의 차, 차 만들기, 차 마시기, 상호적인 방문자 경험을 제공합니다. 그러므로, 당신이 차박물관을 방문하는 것은 차를 만들고 마시는 것에 대해 당신이 감사하게 되는 경험을 가지게 되는 것을 의미합니다.

그리고 스리랑카에는 캔디에 국립 차 박물관이 있습니다. 그것은 차의 역사를 알려 주고 스리랑카 차가 왜 그렇게 특별하고, 특성이 뚜렷하고, 무엇이 차별적인지에 대해 설명해 줍니다. 캔디 근처에는 또 다른 차 박물관 있는데, 그것은 차 농장의 노동자에 관한 것

입니다. 영국인은 다시 한 번 스리랑카 원주민을 이주시키기 위해 인도 남부에서 타밀족을 데려왔습니다. 앞서 말씀드린 것처럼, 그것이 그들이 피지, 트리니다드, 다르질링에서 한 일입니다. 그래서 두 번째 박물관은 차 농장에서 노동자들의 삶과 문화를 다룹니다.

최근에는 많은 블렌딩 티로 차를 만드는 것이 다양해지고 있고 전 세계에서 찾을 수 있습니다. 대부분의 상업회사는 차 감정가의 도움을 받아 블렌딩을 시도합니다. 블렌딩은 종종 다양한 종류의 차가 함께 모이는 것을 의미하며 인기를 얻고 있습니다. 그리고 물론, 밤에 잠을 자고자 한다면, 차모밀 티를 드시면 됩니다. 신경을 진정시키고자 한다면 민트 티를 드실 수 있습니다. 전 세계 대중 문화의 일부가 된 다양한 허브 및 기타 차를 계속 사용할 수 있습니다. 다시 말하지만, 이러한 개념의 양조는 동아시아 문화와 연관되어 있고, 특히 한국의 문화와 매우 밀접한 관련이 있는 양조의 기법 중 하나입니다.

이와 같은 생각을 여러분과 공유하게 되어 기쁩니다. 그러나 모든 차 중에서 다르질링 차는 여전히 최고의 차입니다. 예를 들어 알그레이(Earl Grey) 차 또는 고품질 차를 섭취하면 다르질링(Darjeeling)이 혼합되어 있습니다. 블렌드는 다르질링(Darjeeling) 차의 양이 얼마나 포함되었는가를 나타내는 것 입니다.

그러나 이러한 고품질 차로 사용되는 다르질링(Darjeeling)차는 인도에서 수요가 너무 많기 때문에 조달하기 쉽지 않은 순수한 잎 차입니다. 매년차를 수확하는 시기에 특히 콜카타의 찻집에서 경매가 열리며 국제 차 구매자가 콜카타로 날아갑니다. 그럼에도 불구하고 구매자들은 많은 가치를 지닌 순수한 다르질링(Darjeeling) 잎 차를 확보하는 것이 매우 어렵다는 것을 깨닫게 됩니다. 또한, 흥미로운 점은 다르질링에 있는데, 이 차는 3천 피트 이상의 고지대에서 자란다는 사실입니다. 대부분의 다르질링 차는 4,500피트에서 6,000피트 사이 지대에서 자랍니다. 3,000피트 이하에서 자란 차는 맛이 동일하지 않을 뿐 더러 같은 향기가 나지도 않습니다.

차와 그 속성은 사회 문화적, 지리적 연관성이 있습니다. 그럼에도 불구하고, 저는 차의 문화와 기원, 차 만들기의 다양성, 차 만들기 의식에 대해 아직 많은 연구가 이루어지지 않았다는 점을 역설하고자 합니다.

차를 만드는 다도라는 무형 유산은 종종 차 만들기의 상품화가 있는 관광 및 특별 행사로 제한됩니다. 하지만 실제로 차가 한국, 일본, 중국 중 어디에서 나온 것인지 이해하려고 노력한다면, 차를 만드는 의식은 문화적 가치에 관한 중요한 지방의 지표가 되는 것입니다. 이것들은 연구해서 기록할 필요가 있습니다. 또한 우리가 보유한 무형 유산의 일부로 어떻게 보호할 수 있겠습니까? 그러나 하루가 끝날 무렵, 차를 만들고, 차를 마시고, 차를 경험하는 것은 즐거움, 행복뿐만 아니라 장소와 정체성과도 관련이 있다고 말할 수 있습니다.

회의에 많은 성과가 있기를 바랍니다. 여러분과 이야기를 나눌 수 있게 되어 기쁩니다. 다시한번 초대해 주셔서 감사합니다. 향후 진행 절차에 대해서도 듣고 싶습니다. 아울러, 세 가지를 요약해서 강조하고자 합니다. 하나는 한국이 국립차박물관을 건립하기를 바라는 것이고, 둘째, 차문화에 대한 더 많은 연구가 있기를 바랍니다. 한국적인 배경에서 차와 차의 역사 뿐만 아니라 불교와의 관계 등에 대해 더욱 많은 연구가 필요합니다. 마지막으로, 다도 및 차 제조와 관련된 모든 무형 유산을 보호하는 노력이 절실히 필요합니다. 감사합니다.

세션 1

차 문화 산업의 현황과 미래 발전 전략

2023.05.13, 13:00-17:30

좌장 : 금기형 문화유산창의공간 대표

일본 차 산업의 현황과 경제에 미치는 영향

나카하루 준코(Nakahara Junko) 오사카 대학 교수, 일본

이번 발표에서 발표자는 다도와 일본의 노 극장의 관계를 탐구해서 역사적 발전과 문화적 중요성을 강조하였다. 이러한 예술 형식 간의 선불교의 공통된 후원과 영향에 대해서도 설명하였으며 2022년 센노리큐 기념 행사를 포함하여 이러한 연결의 지속적인 관련성이 강조되고 있다. 에도 시대의 다도가 차 기구와 문화 교류에 미친 영향이 언급되었는데 그 시기에 제한된 청중을 넘어서는 여가와 오락의 확산은 새로운 형태의 오락과 문화적 동질성의 출현과 함께 주목되는 것이다. 문화적 연결과 산업 간 교류의 중요성이 강조되는데, 말차 맛의 인기와 다도와 연관성이 반영되어 그것에 영향을 받는 “사물”과 “사람”에 대한 생각을 불러일으켰다. 와가시 산업을 지원하는 다이묘(지배계급)와 지역 특산품의 역할에 대해서도 언급이 있었다. 발표자는 마지막으로 다도 및 공연 예술과 관련된 잠재적 연구 주제가 제안하였는데, 전반적으로 이번 발표는 다도의 역사적, 문화적 중요성과 일본의 노 극장과의 연관성에 대한 통찰력을 보여주는 것이었다.

스리랑카 차 문화 산업의 현황과 세계적인 진흥을 위한 공동 노력

산타 쿠마르(V. Shanthakumar), 스리랑카 누와라엘리야(Nuwaraeliya) 교육 부국장

스리랑카 차의 역사는 19 세기 초 커피 재배로 시작되었다. 커피 농장은 커피를 식민지의 재정적 어려움에 대한 해결책으로 본 영국 총독 에드워드 반스(Edward Barnes)에 의해 실론(지금의 스리랑카)의 중앙 언덕에 설립되었지만, 1838년 자메이카에서 노예 제도가 폐지되면서 커피 산업이 무너지면서 차가 실행 가능한 대안으로 떠올랐다. 실론에서 차의 아버지로 알려진 제임스 테일러는 1867년에 차 농장을 시작했고 1872년에 최초의 차 공장을 열었다. 실론 차의 첫 선적은 1873 년 런던에 도착하여 스리랑카의 차 수출 산업의 시작을 알리는 것이었다. 수년에 걸쳐 스리랑카는 품질과 맛으로 유명한 차의 주요 생산국이자 수출국이 되었으며, 현재 스리랑카는 세계 차 수출에서 4 위를 차지하고 있다. 그러나 비료 및 제초제 문제로 인한 차 생산 감소와 같은 최근의 문제는 업계에 악영향을 미치고 있다. 이러한 어려움에도 불구하고 스리랑카는 국제 표준 및 인증을 엄격하게 준수하면서 차 생산의 품질과 환경적 지속 가능성을 계속 우선시하고 있다. 국제적으로 차 문화산업의 진흥을 위한 공동의 노력이 필요하다.

베트남의 차 산업 개요

응우옌 반 하이(Nguyen Van Hai), 베트남 홍하이 대표

베트남의 차 산업은 5%의 시장 점유율과 2023년 34억 달러의 예상 매출로 세계 시장에서 중요한 역할을 하고 있다. 그러나, 한편으론 차 수확량과 품질에 영향을 미치는 기후 변화, 생산성 저하, 브랜딩 및 혁신 부족과 같은 문제에 직면해 있다. 유엔환경계획(UNEP)과 열대우림동맹(Rainforest Alliance)이 지원하는 “베트남 차 산업 녹색화(Greening the Vietnam Tea Industry)” 프로젝트를 포함하여 이러한 문제를 해결하기 위한 노력이 이루어지고 있으며, 지속 가능한 농업 관행을 촉진하고 있다. 베트남 차 협회는 또한 베트남 차의 품질과 시장 이미지를 개선하기 위해 브랜딩, 연구 및 제품 혁신을 위해 노력하고 있는데, 베트남의 차 산업은 지속 가능성과 혁신에서 진전을 이루고 있으며 앞으로 긍정적인 결과를 얻을 것으로 기대된다.

베트남과 한국은 농업을 포함한 다양한 분야에서 협력을 심화해 왔으며, 한국은 베트남의 세 번째로 큰 무역 파트너이자 베트남 농산물의 주요 수입국 중 하나이다. 양국은 2023년까지 양국 간 교역량 1,000억 달러에 도달하는 것을 목표로 하고 있으며, 한국 기업들은 스마트 농업과 유기농 생산과 같은 베트남의 첨단 기술과 지속 가능한 농업 프로젝트에 투자하였다. 기술 이전, 공동 연구 개발 및 농업 협력 계약도 협력의 일부이며, 베트남과 한국은 지역 농민을 지원하고 문화 교류와 관광을 강화하기 위해 농업 관광을 장려하고 있다.

베트남은 풍부한 차 문화를 가지고 있으며 차는 일상 생활과 사교 모임에서 없어서는 안 될 부분입니다. 녹차가 가장 인기 있는 종류이며 우롱차와 향차도 섭취하고 있다. 베트남 차 문화는 환대, 존중, 자연과의 친교, 명상을 강조한다. 차 감정가들은 양조에 사용되는 물에 주의를 기울이고, 양질의 차잎을 선택하고, 양조 및 서빙 과정에 다양한 차기구를 사용한다.

케냐 차 동향 및 협력 기회

킵코스게이 토로이티치, 주한 케냐 대사관 대리대사

세계 차 산업은 지난 20년 동안 생산과 소비가 크게 증가하여 차 생산량이 두 배 이상 증가했다. 특히, 녹차는 이 기간 동안 놀라운 속도를 경험하였는데, 아프리카는 특히 녹차 생산에서 상당한 성장을 보였다. 이러한 확장은 차 재배 면적이 크게 증가한 데 기인할 수 있으며, 지난 20년 동안 거의 두 배로 증가했다.

케냐에서 차 산업은 국가의 사회경제적 발전에 중요한 역할을 하며 500만 명이 넘는 농부들에게 생계를 제공하고 국가 GDP에 긍정적인 영향을 미치고 있다. 케냐는 블랙 CTC 차 수출의 세계적인 선두 주자이며, 케냐 차 산업 리더들은 다른 국가, 특히 한국 차 산업의 파트너와 파트너십 기회를 적극적으로 모색하고 있다. 품질 기준과 수출 시장의 확장을 모두 지원하기 위해 차 품질을 보장하는 법률을 제정하기 위한 노력이 이루어지고 있다.

인도네시아 차의 과거, 미래, 현재

에코 프리리안토 수드라자트, 주한 인도네시아 대사관 상무관

널리 소비되는 음료인 차는 중국에서 시작되어 나중에 다른 지역으로 전파되어 왔다. 라오스, 중국, 버마, 태국, 인도의 국경 지역에서 차 재배가 이뤄지고 있는데, 인도네시아는 영국, 러시아, 파키스탄을 포함한 주요 수출 시장과 함께 주요 글로벌 차 생산국으로 부상했다.

인도네시아의 차 재배는 1684 년으로 거슬러 올라가며 19 세기에 대규모 농장이 설립되었으며, 현재 인도네시아는 홍차를 전문으로 하는 세계에서 6번째로 큰 차 생산국이지만 일부 녹차도 재배되고 있다. 차는 인도네시아 식사와 사교 모임에서 중요한 역할을 하고 있으며, 인도네시아의 차 산업은 토지 작물 회사와 소규모 자작농 모두에 의해 관리되고 있다.

2020년 인도네시아의 평균 차 생산성은 헥타르당 1,136kg이었으며, 인도네시아 차 협회(ATI)는 연평균 국내 가공 차 판매가 100억 러피아(미화 74,427달러)라고 보고하였다. 양조 차, 티백 및 즉석 음료는 인도네시아에서 일반적으로 판매되는 차 제품이다.

인도네시아의 차 수출은 2014 년과 2018 년 사이에 65 %의 수출과 35 %의 수입 비율로 수입보다 크다. 그러나 최근 수출 증가율은 연간 약 7.80% 감소했다. 인도네시아의 차에 대한 수입 관세는 세계 무역기구 (WTO)가 정한 표준 40 %보다 낮고 IKCEPA 협정에 따라 0 %로 감소한 20 %에 불과하다. 대조적으로, 베트남과 같은 국가는 최대 50%의 더 높은 수입 관세율을 부과하고 있다.

세션 1 Q&A

청중 질문 : 경제적 이익 외에도 축제, 공예품, 도자기 생산, 도자기와 같이 자국에 사는 사람들의 삶에서 차 문화와 다른 문화적 요소의 상호 관계에 대한 몇 가지 예와 원자재 생산으로 어떤 경제적 이익을 얻을 수 있는지에 대한 질문이 있었다.

에코 프리리안토 수드라자트(Eko Prilianto Sudradjat) : 앞서 말했듯이 차 문화는 원래 인도네시아에서 온 것이 아니지만, 인도네시아에서는 수마트라 섬과 마찬가지로 차를 마시는 문화로서 그들 자신의 존경심을 가지고 있다. 일반적으로 차는 결혼식과 같은 일부 의식에서 주요 부분이 되고 있다. 인도네시아 사람들은 차가 건강 음료라고 생각하고 있는데 아마도 모든 사람들이 장[jang]에 익숙 할 것인데, 이는 인도네시아의 허브를 말한다. 그것은 약제가 되는 것이며 그것은 우리 조상들로부터 물려 받은 차 종류 중 하나이다. 우리는 의사 소통을 위해 차를 사용함으로써 인도네시아의 문화에 더 익숙하다고 생각하기 때문에 차를 사용하는 것이 편안하다. 그래서, 지금 제가 여러분과 이야기하는 것과 같은 의사 소통을 위해 저는 인도네시아에서 온 사람으로 자신을 소개하면서 여러분들에게 차의 이야기를 하고 있는 것이다. 이것이 내가 인도네시아에서 차를 대하는 방법이자 우리가 의사 소통하는 방법이기 때문이다. 따라서 자카르타, 서부 자바 또는 동부 자바에 가면 차를 이해하고 그 가치를 높이 평가할 수 있는데, 주로 차를 마시며 소통하는 것은 매우 쉽다. 차는 도구이면서 그것은 인도네시아에서 매우 강력한 음료이며 의사 소통을 위한 약이자 통로인 것이다.

산타 쿠마르(V. Shanthakumar) : 질문자의 질문은 매우 흥미 롭게 생각한다. 세계에는 거의 17 개국의 주요 차 생산국이 있고, 제 생각에는 이 모든 나라들이 차와 관련된 문화를 가지고 있고, 인도네시아에서 온 참가자가 말했듯이 차는 항상 우정을 쌓아주기 때문에 차이라고 합니다. 사람들은 차를 마시기 위해 모이는데, 그들은 맥주가 아니라 차를 마신다. 하지만 지금은 차 맥주도 있다. 그러나 우리가 할 수 있는 일은 차 생산국으로서 함께 모여 우리 문화의 다른 것들을 교환하고 맛볼 수 있다는 것이다. 그러면 우리는 차 생산자들 사이에서 공통된 차 문화를 이끌어 낼 수 있다고 생각한다. 그것이 제 발언의 요점이다.

우즈베키스탄 참가자 질문 : 음주 문화의 또 다른 예는 유럽이다. 유럽은 와인을 마시는 것과 맥주를 마시는 것의 두 부분으로 나눌 수 있다. 스리랑카에서 온 친구가 맥주에 대해 언급했기 때문에 이것을 얘기하지만, 이것은 다른 영역에서 비롯된다. 포도를 재배하는 것은 와인 문화인데 이것은 프랑스 남부와 일반적인 지중해 지역에서 온 것이다. 그래서 우리는 문화, 와인 문화를 가지고 있고 네덜란드와 북유럽 지역, 독일과 같은 다른 지역은 맥주 생산에 사용되는 곡물을 중심으로 농업 지역이 다르기 때문에 맥주를 마시는 문화가 있다. 그래서 제 질문은 차를 마시는 문화는 인도, 스리랑카와 같은 해외에서의 상호 작용을 통해 전통 문화에서 어떻게 발전했는지에 관한 것이고, 베트남에서도 특별한

문화적 관행과 사회적 상호 작용이 있으며, 이것이 차 문화에 관한 것이고 차 문화와 축제 및 향후 협력 사례에 대해 더 자세히 논의할 방법에 관한 것이다.

좌 장 : 발표 토론자 모두에 고마움을 표한다. 그것은 와인과 맥주의 문화와 그들이 어떻게 무형 유산이 되었는지에 대한 논평이기 보다는 질문이었다. 그리고 와인 문화가 아직 유네스코 목록에 등재되지 않은 것도 흥미로운 점이다. 우리 모두는 우리 자신의 독특한 음주 문화를 가지고 있기 때문에 항상 우리 자신의 문화에만 국한되어서는 안되며, 이것이 차 축제와 다른 문화의 다양한 관련 행사가 특히 차 문화와 함께 모일 수 있고 일반적으로 차 문화의 다양성을 축하하기 위해 유네스코 다국적 지명을 가질 수 있는 이유인 것이다.

베트남 참가자 질문: 흥미로운 발표를 해 주신 모든 분들께 감사드린다. 오늘 발표 모두를 정말로 즐겼다. 오늘 토론은 각 지역의 차 산업에 관한 것인데, 베트남의 차 산업은 특히 품질, 특히 살충제 사용과 관련하여 여전히 많은 어려움을 겪고 있다. 이는 베트남 차가 EU, 일본 또는 미국과 같은 다른 시장에서 수출되는 데 제약이 되었다. 그래서 저는 패널들에게 그들의 나라가 비슷한 장애물을 가지고 있었는지, 그렇다면 어떻게 대처했는지 묻고 싶다. 우리가 알고 있듯이 시장마다 다른 표준과 요구 사항이 있기 때문이다.

나카하라 준코 : 차와 문화에 대한 흥미로운 의견에 감사하다. 차와 차 문화가 핵심 제품이므로 국가마다 차의 종류가 다르다. 그래서 우리는 각 나라의 각 차, 각 문화 및 오리지널 차에 가치를 부여하고 있으며. 그래서 각국의 자부심도 가치를 더하고 있다고 생각한다.

킵코스게이 토로이티치(Kipkosgei Toroitich) : 케냐에서 우리의 공정은 대부분의 차가 정부 기관에 의해 테스트되고 있다. 우리는 또한 케냐 표준국(Kenya Bureau of Standards)과 협력하는데, 이는 포장된 차가 현지 소비뿐 만 아니라 국제 시장에도 적합하다는 것을 의미한다. 대부분의 차 공장은 완제품 상태로 유지하여 수출용으로 생산 및 포장된 차가 현지 시장에서도 사용할 수 있도록 전체 프로세스를 진행하고 있다. 그들은 요구되는 표준을 충족하고 있다. 밀수품의 경우, 우리는 그 나라에 들어오는 것을 조사하여 감염되는 것을 방지하는 강력한 기관을 운영하고 있다.

산타 쿠마르(V. Shanthakumar) : 스리랑카에서 우리도 차의 적응으로 고통 받고 있는데 즉, 그들은 외부에서 저급 차를 들여와 하나의 브랜드로 섞어 판매하고 있는 것이다. 그러나 우리는 선택적인 차이를 가지고 있기 때문에 수출업자와 함께 차의 품질을 제어하고 이를 통해 모든 것을 걸러내고 주요 수입업자에게 최고 품질의 차 만을 제공하고 있다.

회의 좌장인 금기형은 패널들에게 감사를 표하고 양질의 제품이 수출될 수 있도록 하기 위해 취해진 견제와 균형에 대해 간략하게 발언하였다. 그는 또한 다음날 제 2세션에서 유네스코 목록에 대한 공동 등재에 대해 논의할 때 이러한 요소를 고려하는 것이 중요하다고 언급하였다. 이어서, 그는 참가자들의 관심에 사의를 표하고 세션을 종료하였다.

세션 2

차 문화의 다양성과 인류무형유산적 가치 조명

2023.05.14, 14:00-17:30

좌장: 박성용 컬처 마스터즈 대표

모두 발언

오늘은 이번 세계학술대회의 의미있는 성과가 되는 창원선언문 채택되어 이뤄지는 중요한 날이다. 선언문 채택 순서에 앞서 진행되는 이번 세션은 선언문 내용을 구성하는데 중요한 요소인 차 문화 다양성에 대해 토론하고 차문화의 인류 문형유산적 가치라는 접근에 관해 논의하는 중요한 세션이다. 어제 두 분의 발표자가 참석하지 못했기 때문에, 그 분들을 오늘 의제에 포함시키게 되었고 이로써 총 일곱 개의 주제 발표가 있을 예정이다. 먼저 로버트 케터(Robert Keter) 씨에게 먼저 발표를 경청하고자 한다.

케냐의 차 문화산업

로버트 케터(Robert Keter), EMROK CEO

차 생산과 소비는 지난 20년 동안 전 세계적으로 크게 증가했으며, 생산량은 2001년 30억 5,900만 kg에서 2020년 62억 6,900만 kg으로 두 배 증가했고 연평균 성장률은 3.9%이다. 소비량도 2020년 29억 9,500만 킬로그램에서 58억 7,900만 킬로그램으로 증가했으며 연평균 3.7%의 성장률을 기록하였다. 녹차는 생산량 증가의 핵심 동인으로 매년 평균 5.9%의 성장률을 보인 반면 홍차(CTC 및 정교회)는 연간 2.5%씩 성장하였다.

아프리카도 차 생산량이 2001년 4억 6,600만 킬로그램에서 2021년 7억 9,500만 킬로그램으로 연평균 3.8%의 성장률을 기록했다. 아프리카는 전 세계 차 생산량의 약 13%를 차지하는데, 전 세계적으로 재배 면적이 확장되면서 차 공급이 증가하여 2001년 272만 헥타르에서 2020년 507만 5천 헥타르로 연간 3.3%의 성장률을 보였다. 아프리카에서는 재배 면적이 234,672ha에서 399,784ha로 연간 2.9%씩 확장되었다.

케냐는 650,000명 이상의 농부와 약 650만 명의 사람들이 생계를 위해 차 산업에 의존하는 차 산업에서 중요한 역할을 한다. 차는 케냐 GDP의 2%, 농업 GDP의 4%를 차지하며, 연간 약 11억 달러의 수출을 벌어들이며 세계 차 수출의 28%를 차지한다. 케냐는 주로 차를 수출하며 92%가 국제 시장으로 수출되고 있다.

케냐와 한국의 차 산업 간의 파트너십 기회가 존재한다. 케냐는 정통 차에 대한 수요가 증가하여 18개의 허가된 차 공장에서 차를 생산하고 있다. 파트너십 기회에는 기계 공급, 허가된 공장에 대한 투자, 정통 및 특수 차 생산을 위한 기술 개발이 포함된다. 또한 케냐 차 산업은 부가가치, 포장, 브랜드 개발 및 지역 소비 촉진을 지원하여 1인당 소비를 늘리고 차를 마시는 문화를 육성하고 있다.

특별 경제 구역 내에 제안된 공동 사용자 시설은 창고 보관, 블렌딩, 티백, 포장 및 브랜딩을 포함한 차 가치를 높이기 위해 제안되고 있다. 이 프로젝트는 저렴한 비용으로 계약 포장을 촉진하고 차 브랜드의 발전을 향상시키는 것을 목표로 하는 것이다.

좌장 : 발표자 이름이 케냐어로 케테르인 점 재차 확인하면서 발표자에 명확히 해 준 점에 사의 표명. 이번 발표에서, 우선적으로 케냐의 관광 산업 소개로 부터 시작해서 케냐의 국가발전을 위한 포괄적인 내용을 소개하였다. 특히, 케냐의 차 산업에서 사용할 수 있는 다

양한 기회를 효과적으로 제시했으며 앞으로 있을 유망한 투자 전망에 대한 설명도 함께 이뤄진 유익한 발표라고 생각한다.

트렌드에 기반한 차 산업 및 차 문화 산업 개발 전략

이승형, 삼농연구소 소장, 한국

한국의 차 산업은 오랜 역사와 꾸준한 소비자 기반에도 불구하고 정체되어 있다. 그러나 최근 환경오염 증가, 안전한 식품에 대한 선호, 건강음료에 대한 관심 증가 등 최근 추세는 차 시장이 지속적으로 성장할 것으로 예상됨을 시사한다. 오프라인과 온라인 세계의 융합을 수반하는 4차 산업혁명에는 새로운 차 문화 산업의 성장을 촉진할 수 있는 기회를 주고 있다. 국내 차 산업은 생산량과 가치가 증가했으며 녹차 재배 및 가공 녹차 제품은 약간의 변동을 겪고 있다. 세계 차 시장 규모는 꾸준히 증가하고 있으며 2025년에는 2,667억 달러에 이를 것으로 예상되는데, 국내 차 시장은 특히 건강 관련 문제로 인해 관심과 소비가 증가하는 경향을 띠고 있다. 소비자의 기대치에는 힐링/라이프스타일 레저, 건강 지향, 좋은 취향이 포함되고 있다. 글로벌 트렌드에는 건강한 뷰티 티, 즉석 음료 차 음료의 성장, 젊은 소비자 부문 타겟팅이 포함된다. 차 산업의 발전 전략에는 인프라 개선, 다양한 유형의 차 제품 개발 및 바이오 산업과의 융합이 함께 고려되고 있는 것이다. 차 문화 산업의 발전 계획에는 참여 프로그램, 차 문화 교육, 차 성분 생산 및 제품 개발에 치유 및 레저 가치 통합이 포함되는데, 전반적으로 차 산업과 차 문화 산업을 육성하면서 소비자 트렌드에 적응하고 다양한 매체를 활용하는 것이 차문화 산업 성장과 성공에 매우 중요하다고 강조하였다.

좌장 : 이 박사는 한국의 차 산업의 현황과 진화하는 차 문화에 대한 귀중한 통찰력을 제공하는 탁월한 발표였다. 그의 발표에서 몇 가지 흥미로운 제안이 제시되었는데, 특히 오늘날의 역동적인 산업에서는 소비자 중심 트렌드를 기반으로 제품을 개발하는 것이 근본적인 접근 방식이 되어야 한다는 점은 주목할 만하다.

차 문화의 독특한 측면을 계속 육성하면서 그 범위를 확장할 방법을 고민하는 것이 중요하며, 이러한 노력이 차 산업의 전반적인 발전에 매우 중요할 것이다. 어제 재능있는 가야금 연주자 도 차의 치유력을 강조하고 차문화 발전을 위한 통합적 접근을 제안했다는 점 상기하고자 한다. 발표자가 제안한 사항은 적극 검토하고 전략을 세우는 것이 중요하다고 생각한다.

2003년 유네스코 협약 대표 목록

박원모, UNESCO-ICHCAP 협력 네트워크실 실장

이 발표는 유네스코 무형문화유산보호협약에 대한 개요를 제공하며, 유네스코 대표 목록의 등재를 위한 잠재적 후보로 한국의 전통 차 문화에 중점을 두었다. 협약에서 언급된 무형문화유산을 정의하고 보호조치를 개략적으로 얘기하였고, 등재에 대한 평가 기준과 신청 절차에 대해 설명하며, 이를 위해서는 커뮤니티 참여와 국가 인벤토리 포함이 필요하다고 설명하였다. 유네스코 협약 목록에는 이미 여러 국가의 차 문화 관련 항목이 포함되어 있는데, 권고안은 문화적 차이와 문화 간 대화를 고려하여 한국의 차 문화에 대한 별도의 또는 공동 등재 절차를 고려할 수 있다고 설명했다. 평가 절차에서는 등재 수가 적은 국가의 신청과 공동 등재 신청이 있는 종목을 우선 시 한다. 전반적으로 이 프레젠테이션은 2003년 협약에 대한 설명과 한국의 차 문화를 유네스코 협약 목록에 포함시키기 위한 제안사항에 대해 언급하였다.

좌장 : 실제로 흥미가 크지 않을 수 있는 행정 절차 부분을 나름 유네스코를 소개하는 방식으로 발표를 잘 진행하였다. 특히 유네스코 문화분야에서 다양한 사업들이 이뤄지면서 전 세계의 문화발전을 위한 상당한 노력이 이루어 졌다는 점은 주목할 가치가 있다.

특히, 2003년 무형문화유산보호협약의 채택과 이행은 그 영향력이 더욱 크고 중요하다. 지난 며칠 동안 제가 조금 일찍 도착해서 경험했듯이, 창원시민들과 한국 차 문화 협회 회원들의 놀라운 시너지 효과와 효과적인 협력을 보여주었다. 이러한 협력은 유네스코 무형유산 보호 체계에서 강조되는 핵심 요소 중 하나인 공동체 참여의 본질을 보여 주는 것이다.

차문화를 유네스코에 인류무형유산으로 등재하려는 노력을 고려할 때, 창원시의 모범적인 지역사회 참여와 유기적 협력은 세계적으로도 모범적인 사례가 될 것이라고 생각한다.

차유의 숯 (국화 숯) : 차문화 관련고급 숯 생산과 환경의 필요성

코마츠 아사미(Komatzu Asami) 일본고베예술공과대학 교수

한국, 일본, 중국은 차와 차 생산의 다양한 측면을 포괄하는 다도라는 공유 문화를 가지고 있다. 다도에서는 불이 중요한 역할을 하며 숯은 차를 만드는데 선호되는 연료이며 숯은 이 세 나라를 연결하는 중요한 매개체로 간주된다. 일본에서는 탕(TANG)으로 알려진 불 통제가 마차(MATCHA) 또는 센차(SENCHA)와 같이 맛있는 차를 양조하는데 필수적이다. 숯은 실용성 뿐만 아니라 다실에서의 예술적 가치로도 가치가 있다. 일본은 숯의 모양, 품질 및 배치를 신중하게 고려하는 다도 영역 내에서 독특한 숯 문화를 발전시켰다. 효고현의 구로가와 지구는 다도에서 사용되는 고품질 숯의 일본 제일의 생산지로 알려져 있다. 이마니시 가문은 이 지역에서 유일하게 남아 있는 숯 생산지이며, 숯 제조에 적합한 자연 환경을 보존하기 위한 노력이 이루어지고 있습니다. COVID-19 기간 동안의 수요 감소와 자연 재해의 영향과 같은 어려움에도 불구하고 일본에서는 고품질 숯을 생산하는 전통이 계속 유지되고 있다.

박순희 교수님은 모국어로 발표한 코마츠 아사미(Komatzu Asami) 교수의 발표 요점을 명확히 하기 위해 보충 설명을 제공하였다.

좌장 : 자세한 설명으로 큰 도움을 주신 박순희 교수님께 감사를 표한다. 코마츠 아사미(Komatzu Asami) 교수의 발제가 특히 일본 가면극 문화 및 기타 문화 현상에 대한 차문화의 영향에 대한 어제 발표와 연관 지어 보더라도 의미 있는 주제가 아닐 수 없다. 특히 현재 차 생산에 활용되고 있는 숯 국화의 진화에 대한 설명은 참석한 청중들에게 흥미로운 발표였다고 생각한다.

중앙 아시아 사람들의 차 마시는 전통

사비라 쿨사리에바(Sabira Kulsariyeva) 카작 문화연구소 수석 연구원

차는 옛 소련 영토를 포함하는 중앙 아시아에서 중요한 문화적, 사회적 중요성을 지니고 있으며, 이 지역의 역사는 수세기 전으로 거슬러 올라가서 실크로드 무역로와 연관성이 있다. 차는 중앙 아시아의 다양한 사람들 사이의 의사 소통과 화합의 수단으로 사용되는데, 손님에게는 곧바로 차를 제공하고 초대 없이 혼자 차를 마시지 않는 것과 같은 일정한 관습이 지역 전체에 공유되고 있다. 중앙 아시아의 다양한 기후와 문화적 차이는 차 선호도와 소비 습관에 영향을 미치고 있다. 소비되는 차의 두 가지 주요 유형은 검정색과 녹색

이며 각각 특정 기술을 사용하여 양조되고 있다. 홍차는 일반적으로 강하게 제공되는 반면 녹차는 더 부드럽게 양조되며 온도 조절 특성을 제공한다. 차에는 빵, 견과류, 건포도, 살구, 할바 및 나뭇트(navat)와 같은 전통 과자를 포함한 다양한 간식이 함께 제공된다. 차를 마시는 예절은 중앙아시아 국가마다 조금씩 다르지만 일반적으로 근처에 앉은 사람들에게 차그릇을 건네주고 인사로 경의를 표하는 것이다. 다도는 축하 행사와 가족 모임에서 특히 중요하며 지역의 문화적 정체성과 사회적 결속에 기여한다고 믿는다.

좌장 : 사비라 연구원의 발표를 경청하면서 제가 지난 십수년 동안 여러 차례 카자흐스탄을 방문하면서 현지에서 내어 주는 차를 마시고 함께 제공되는 맛있는 견과류를 경험했던 기억이 다시 떠올랐다. 이러한 차와 음식을 마주했던 즐거움은 카자흐스탄의 전통 문화에 대한 이해와 밀접하게 관련이 있었고, 이후에도 개인적으로 좋은 추억이 되고 있다. 사비라씨가 그의 발표를 통해 제게 좋은 추억을 상기시켜 주어 감사하게 생각한다.

인도의 차/차이, 그 정체성과 내러티브

자야라잔(V. Jayarajan) 인도 포크랜드(Folkland) 회장

차는 인도에서 풍부한 역사와 문화적 중요성을 가지고 있다. 영국이 중국에서 차를 도입하면서 아쌈에 차 농장이 설립되어 인도가 주요 차 생산국이 될 수 있었다. 오늘날 인도는 강력한 내수 시장을 가진 세계에서 두 번째로 큰 차 생산국이고 아쌈(Assam), 다르질링(Darjeeling), 닐기리(Nilgiri) 차는 인기 있는 품종이다.

차는 사회적 상호 작용의 상징이 되었으며 찻집은 토론을 위한 모임 장소 역할을 한다. 차는 심지어 국가 정치 캠페인에서 중요한 역할을 했다. 생산과 수출의 증가에도 불구하고 도전 과제는 여전히 남아 있는데, 생산 비용이 상승하고 기후 변화가 차 생산을 위협하며 과일 생산과 중국과의 경쟁에 대한 우려가 있다는 점이다. 아울러, 다른 문제로 차의 성문화, 소규모 생산자, 맛을 낸 차, 미개척 차 관광 및 전자 경매 시스템의 문제가 대두되고 있다.

차 문화의 무형적 가치를 보존하는 것은 가시적인 잇점을 인식하는 것과 함께 매우 중요한 과제이다. 일상 생활과 사회적 상호 작용에서 차의 역할을 이해하면 이 문화 유산을 보존하는 데 도움이 될 것이다.

좌장 : 자야라잔 박사가 이번 행사에 직접 참석하지 못한 것은 유감이지만, 그의 영상 발표는 인도의 차 문화와 산업에 대한 매우 자세한 정보를 제공해 주었다. 이 통찰력 있는 영상발표를 제공해 준 자야라잔 박사에게 감사드린다. 그의 발표에서 차산업 분야의 경쟁에 대한 설명과 유엔의 지속 가능한 개발 목표 달성과의 연관성은 신선한 접근이라고 생각된다. 또한 외부 문화에서는 다소 낯설게 보일 수 있는 인도 찻집 문화에 대한 설명은 특히 개인적으로도 흥미로웠다. 인도의 차 문화와 산업의 다양한 관점에서 연구한 발표자의 노력에 거듭 감사를 표한다.

차 문화 관련 유네스코 공동 등재 전략

알리셔 이크라마프(Alisher Ikramov) 우즈베키스탄 중앙아시아연구소

2003년 유네스코 무형문화유산보호협약은 긴급한 보호가 필요한 무형문화유산 목록과 인류무형문화유산 대표목록에 여러 국가가 협력하여 공동으로 등재를 추진하는 공동 등재를 권장하고 있다. 국제 협력을 촉진하는 데 있어서 공동 등재 신청의 중요성을 강조하고자 한다. 차 문화의 간략한 역사는 차가 실크로드를 따라 어떻게 여행하여 많은 국가에

서 인기 있는 음료가 되었고 다양한 차 문화를 일으켰는지 설명해 주고 있다. 또한 다양한 종류의 차와 그 특성을 보여 주는 것이다. 차 문화와 지속 가능한 개발 목표에 관한 부분은 특히 개발 도상국에서 차 생산과 소비의 경제적, 사회적 중요성을 강조되고 있다. 발표자는 유엔의 국제 차의 날 지정과 농촌 개발, 빈곤 감소 및 식량 안보에서 차의 역할에 대해서도 언급하였다. 차 문화 관련 생산 및 소비 부분에서는 미래 성장에 대한 예측을 포함하여 차 생산 및 소비 동향에 대한 개요를 설명하였다. 또한 COVID-19가 차 시장에 미치는 영향에 대해서도 얘기하면서 공동 등재 신청 절차와 관련해서 무형문화유산에 대한 등재신청서를 제출하는 데 필요한 정보를 제공하였다.

좌장 : 알리셔 이크라모프 씨는 우즈베키스탄 유네스코 국가위원회 사무총장으로 25 년 이상을 일하신 분이다. 그의 오랜 기간 유네스코 활동은 물론, 특히 2003년 협약 분야 폭 넓은 통찰을 기초로 유네스코 등재 절차와 프로그램에 대한 깊이 있는 설명을 제공하였다. 그의 전문 지식은 공동 등재 신청서를 준비하는데 가치 있는 전략을 제공하는 것이며, 향후에 우리가 공동 등재를 준비해 나갈 때 그의 참여와 기여가 기대된다.

베트남 차 문화 산업의 현황과 향후 발전 전략

응우옌 득 탕(Nguyen Duc Tang), 베트남 문화유산 연구 및 진흥 센터 연구실장

차는 베트남 문화에 뿌리 깊은 역사를 가지고 있으며 환대, 존중 및 전통을 상징한다. 고고학적 발견에 따르면 베트남의 차 소비는 수천 년 전으로 거슬러 올라가는 것이고, 역사를 통틀어 베트남의 차 문화는 중국 지배, 프랑스 식민지화, 베트남 전쟁의 영향을 받아 온 것이다. 프랑스의 영향으로 대규모 차 생산과 차 농장이 설립되어 베트남의 차 산업이 활성화되었으며, 베트남 전쟁 후 산업이 재건되었고 차 생산량이 크게 증가하기도 했다.

오늘날 베트남은 차 생산량의 약 80%를 100개국 이상으로 수출하는 세계 차 시장의 주요 생산국이며 다양한 차 품종으로 유명하다. 이러한 성공에도 불구하고 베트남의 차 산업은 소규모 생산, 제한된 투자, 품질 기준 및 희귀 차 품종 보존과 같은 문제에 직면해 있다.

지속 가능한 개발을 보장하기 위해 베트남 정부는 무역 정책, 재정적 인센티브 및 수출업자에 대한 대출을 시행해 왔다. 업계는 제품 품질을 개선하고, 안전 인증을 강화하고, 베트남 차 브랜드를 전 세계적으로 홍보하고, 가공 기업과 농민 간의 강력한 유대 관계를 구축하는 것을 목표로 하고 있다. 목표는 차 산업을 확장하고, 수출 가치를 높이고, 차 제품을 다양화하고, 차 농부들이 지속 가능하고 양질의 공급망을 채택하도록 지원하는 것이다.

업계는 또한 교육, 역량 구축 및 통합 해충 관리 관행의 사용을 강조하고 있으며, 각 지역에서 안전한 차 생산 지역을 개발하고 과학 기술 발전을 활용하도록 권장되고 있다. 이러한 조치를 시행함으로써 베트남은 세계 무대에서 주요 차 생산국이자 수출국으로서의 입지를 더욱 강화하는 것을 목표로 하고 있다.

좌장 : 베트남의 차 문화에 대한 흥미로운 이야기를 많이 접할 수 있었던 발표였다. 베트남과 한국의 지리적 거리에도 불구하고, 그들의 공통된 정신에는 강한 친밀감이 있다. 베트남의 유교적 전통은 차가 인간의 삶의 모든 과정 즉, 생로병사에 잘 스며들어 있는 것이 분명하다. 이러한 점은 죽은 자의 몸을 정화하는 것부터 신으로 숭배하는 것까지 다양한 목적으로 사용되는 차와 깊이 얽혀 있음이 분명하다. 베트남의 사례를 통해 차의 영향은 일상 생활을 넘어 세계의 역동성을 보여 주는 것이라고 생각한다.

세션 2 Q&A

좌장 : 오늘 몇 명의 연사를 추가로 참여시켜야 했기 때문에 세션에 할당된 시간을 초과되어 제한적인 시간이지만 몇 분의 청중에게 토론 기회를 드리고자 한다.

청중 질문 : 문화 발전에 중요한 역할을 한 전 세계의 전문가들이 모여 귀중한 통찰력을 접하게 되어 새로이 배우는 즐거운 시간이었다. 차 문화의 역사가 풍부한 한국에서도 새해 첫날에 조상을 기리는 전통을 확립하여 오늘날 우리가 가진 훌륭한 문화에 기여하고 있다. 다양한 국가의 발표자 선생님들이 지칠 줄 모르고 논의하면서 유네스코 무형유산으로 등재를 위해 보여주신 노력은 진정으로 가치 있고 역사적으로 중요한 성과라고 생각합니다. 이번 회의를 조직하는 데 있어 고성배 회장의 탁월한 리더십은 우리 모두를 즐겁게 놀라게 했고 이에 대해 감사를 표하고자 한다.

차 문화를 통해 배양할 수 있는 인성 교육의 중요성을 강조하는 것이 중요합니다. 우리가 계속해서 빠르게 발전함에 따라 다도는 점점 더 상호 연결되는 세계에서 인류를 탐구하고 인간의 가치를 수호하는 독특한 길입니다.

좌장 : 앞서 이 박사님도 강조하셨던 인성교육의 중요성을 인정해 주셔서 감사합니다. 여러분의 말씀은 참으로 고무적이며, 여러분의 사려 깊은 발언에 감사드립니다. 이틀 간의 회의는 차 문화를 발전시키기 위한 글로벌 대화에 불을 붙이는 데 중요한 역할을 했으며 미래의 국제 협력을 위한 플랫폼을 제공했습니다. 참여 해주신 참석자 여러분께 진심으로 감사드립니다. 특히 이 뜻깊은 모임을 주최하기 위해 노력해 주신 대한차문화협회 관계자들과 고성배 회장님께. 감사드립니다.

창원선언문 서명식

세계차문화진흥을 위한 창원선언의 목표는 유엔 2030 지속가능발전목표, 즉 극심한 빈곤 감소(목표 1), 기아 퇴치(목표 2), 여성 역량 강화(목표 5), 지속 가능한 육상 생태계 이용(목표 15)을 지원하기 위해 세계적으로 차 문화 진흥을 장려하는 것이다. 선언문에 서명한 학술대회 참가자 대표는 고성배 한국차문화협회 회장, Alisher Ikramov 국제 중앙아시아 연구소 국제부장, 박성용 컬처 마스터즈 대표, 김억경 국제 e스포츠 위원회 사무총장, 응유웬 뚝 탕(Nguyen Duc Tang) 베트남 문화유산 연구진흥 센터 연구실장이다.

사회 : 박성용 컬처 마스터즈 대표

세계차문화산업학술대회는 차문화의 세계적인 진흥을 위한 창원선언을 채택하는 뜻깊은 성과를 맺을 수 있게 되었다. 주최 측이 전문가와 협의를 통해 선언문 초안이 작성되었으며, 금번 학술대회에 초청한 10개국 12명의 전문가와 협력하여 회의 기간 중인 5월 13일과 14일 양일 동안 참가자들의 검토와 피드백을 반영하는 과정을 거쳐서 선언문 최종안이 준비되었다는 점을 밝혔다. 선언문 작성 과정에 참여한 모든 참가자의 노력 덕분에 이번 선언문 채택과 서명식이 거행될 수 있었다. 전체 대회 참가자를 대표하여, 5개의 국내외 기관 대표가 선언문에 서명함으로써 앞으로 선언문의 원칙을 지켜 나가고자 하는 의지와 다짐을 밝히는 자리가 되고 있다. 함께 해 주신 모든 분들의 지지와 성원에 사의를 표한다.

폐회사 : 고성배 세계차문화학술대회 조직위원장

창원선언의 성공적인 채택을 끝으로 이번 세계차문화산업학술대회의 국제회의와 다양한 프로그램이 순조롭게 마무리될 수 있었다. 모든 행사의 성공을 위해 노력해 주신 모든 분들께 진심으로 감사드리며, 멀리서 와 주신 해외 참가자들에게도 특별한 감사의 말씀을 전하고자 한다. 앞으로, 이번 학술회의에서 논의된 향후 과제를 하나씩 풀어 가지 위해 우리 협회가 지속적으로 최선을 다할 계획임을 밝혔다.

내일은 하동 차 문화 박람회, 쌍계사, 최첨단 과학단지 KAI를 방문할 계획인데, 이 여정을 통해 주최측은 무형문화유산인 차 문화를 상징하는 농업 부문과 최첨단 과학의 융복합 프로그램을 참가자들이 직접 경험하는 기회를 제공하고자 했다. 이 독특한 여정을 경험하는 즐거운 시간이 되기를 희망한다.

특별세션: 차문화에 관한 공동드라마 제작

2023.05.14, 10:30-12:30

좌장: 김억경 국제e스포츠위원회(IEC) 사무총장

공지 사항 : 유감스럽게도 예상치 못한 외교적 상황으로 인해 중국 드라마제작을 대표하는 아항 잉지(Ahang Yingji)는 이번 행사에 참석할 수 없었다. 그럼에도 불구하고, 기 배포된 학술대회 자료집에 그의 발표문이 게재되어 있었기 때문에 동 발표문의 개괄적인 요약내용을 동 세션 끝 부분에 정리해 두었다는 점을 밝혀 둔다.

한중 합작 드라마 : 공민왕과 노국 공주의 사랑 이야기

공성진, 세븐시티 코리아 대표

‘공민대왕과 노국공주의 사랑’은 한국의 풍부한 차 문화와 역사를 보여주기 위해 한중 합작 드라마를 선보인다. 드라마는 고려 왕조를 배경으로 한 공민대왕과 노국공주의 사랑 이야기를 중심으로 전개되는 프로그램이다. 한·중 사이의 어려운 정치적 상황에도 불구하고 이 드라마는 양국 간 시민 교류 확대의 출발점이 된다고 생각한다.

이야기는 중국 산둥성에서 한국 창원으로 온 노국공주와 존경하는 공소 선생님과 만남을 따라갑니다. 드라마는 노국공주가 원나라에 포로로 잡혀 있는 동안 고난을 견뎌내는 그들의 사랑 이야기를 그려내는 것이다. 노국공주와 공민왕의 사랑은 시간을 초월해 MZ 세대를 비롯한 관객들의 감동을 목표로 하는 장대한 사극이 될 것으로 보인다.

이 야심찬 합작 드라마 프로젝트는 한국과 중국 간의 첫 번째 실질적인 협력 드라마 제작이 될 것으로 보인다. 양국의 저명한 감독, 작가, 배우 및 전문가로 구성된 크리에이티브 팀을 구성한다. 드라마 제작은 한국과 중국의 문화 발전과 교류에 중대한 영향을 미치고 한중 역사에 지속적인 유산을 남기는 것을 목표로 하고 있다.

이 드라마는 16부작으로 한국의 KBS와 중국의 CCTV에서 방송될 예정이다. 촬영 장소는 한국의 창원과 경남, 중국의 산둥성과 베이징의 여러 장소가 포함될 것이다.

제작은 Liu Yuhui, Wei Xusheng, Zhang Mingzhi, Gong Sung-jin과 같은 저명한 인물들이 참여하여 드라마의 우수성을 보장하기 위해 전문 지식과 경험을 제공할 계획이다. 한국차문화연맹은 세계 차 문화산업 학술대회를 개최하고 차 관련 관광을 촉진하여 차 문화의 국제화를 목표로 다양한 활동을 주도하고 있다.

전반적으로 ‘공민왕과 노국공주의 사랑’ 드라마 기획은 흥미진진한 내러티브와 한중 협력 홍보로 관객을 사로잡는 것을 목표로 하는 문화 교류이자 사극으로서 큰 의미를 지닌다.

해설

아항 잉지(Ahang Yingji)의 부재로 인해 김 역경 총장과 공성진 대표는 일부 청중의 토론 참여와 함께 짧은 즉석 토론을 가졌습니다. 그 대화의 주요 내용은 다음과 같다.

김 총장과 공 대표는 제안된 프로젝트가 차와 그 문화 유산에 대한 깊은 인식을 촉진하는데 상당한 의미가 있다는 데 공감했다. 아항 잉지(Ahang Yingji)가 안타깝게 불참하는 상황에도 불구하고 프로젝트 관련 당사자들의 확고한 의지와 열정을 확인하는 자리가 되었다는 점에서 주목할 만하다. 그들은 외부 요인이 해결되면 차 문화의 공동 드라마 제작으로 진행되기를 간절히 고대한다고 했다.

토론 중 한 관객이 창원에서 촬영을 시작했으면 좋겠다는 의사를 표했는데, 이 옵션은 여전히 고려 중이지만 양국 간의 지속적인 대화가 지속됨에 따라 다양한 아이디어가 탐구

되고 개선되는 과정이 중요하다고 보았다. 이 프로젝트의 주요 목표는 분열을 넘어서 화합을 촉진하는 것이라는 점이 거듭 강조되었다.

중국 반응의 영광 (해외 인기 한국 드라마)

아항 윈지(Ahang Yingji) 중국 드라마 심사국장 겸 前 주한 중국문화원 원장

(위에서 언급되었듯이 이 논문은 회의에서 발표되지는 않았음)

넷플릭스가 제작한 한국 드라마 더 글로리(The Glory)가 중국에서 입소문을 타며 중국 최대 소셜 네트워킹 사이트인 웨이보(Weibo)에서 광범위한 토론과 패러디를 촉발했다. 이는 중국 관객들이 일반적으로 한국의 로맨틱 코미디와 로맨스를 선호하기 때문에 주목할 만하다. 이 드라마는 넷플릭스의 오징어 게임의 성공과 주연 배우 송혜교의 인기로 인해 방송 전부터 높은 인지도를 얻었는데, 중국 시청자들 중, 특히 여성들은 더 글로리에 등장하는 패션과 메이크업에 깊은 관심을 보였다.

더 글로리(The Glory)에 대한 국제적 반응은 긍정적이었고 시청자들은 뛰어난 대본, 연기 및 흥미진진한 스토리에 대해 감탄하였다. 헝가리, 아르헨티나, 독일, 중국의 언론 매체들은 이 드라마의 치밀한 복수 음모, 가슴 아픈 동시에 매혹적인 경험, 투쟁과 새로운 시작에 대한 이야기로 마음을 감동시키는 능력에 찬사를 보냈다. 관측통들은 더 글로리를 포함한 한국 콘텐츠가 단순한 오락을 넘어 종종 사회적 문제를 반영한다고 지적했다. 기생충 및 오징어 게임과 같은 작품이 이러한 추세를 보여주었고 더 글로리(The Glory)는 이러한 사회적으로 관련된 물결의 일부로 볼 수 있다.

과거 사드 논란으로 중국에서 7년간 금지됐던 한국 영화가 성황리에 복귀할 수 있었다. 한국영화진흥위원회는 베이징에 전용 극장을 설립했고, 상영은 몇 초 만에 매진됐다. 이는 일본 영화가 지배하던 중국 영화 시장에 큰 변화를 가져왔다. 이 전용 극장은 금지 기간 동안 개봉하지 못했던 15편의 기대작을 상영하고, 다음 달까지 중국 관객들에게 다양한 한국 영화를 선보일 예정이다.