

한국의 음식 관련 콘텐츠로 보는 사회와 문화

- 먹방 · 쿡방 및 음식 관련 칼럼 · 기사 등을 중심으로



들어가며

대중매체에서 음식과 요리를 다룬 방식은 오랫동안 변하지 않았다. 텔레비전 요리 프로그램에서는 나이가 좀 있고 후덕해 보이는 풍채를 가진 여성 요리사가 출연하여 재료와 조리법에 관해 점잖게 설명하고, 함께 등장한 젊은 연예인이나 아나운서가 분위기를 자연스럽게 이끌었다. 신문잡지에서는 계절이 바뀔 때마다 제철 음식이나 유명한 맛집을 소개하는 기사를 실는 관행을 지켰다.

그러다가 2000년대 후반부터 아프리카 TV 같은 인터넷 방송에서 방송자¹⁾가 자신의 먹는 모습을 스스로 화면으로 중계하면서 채팅으로 소통하는 방식으로 방송하는 것이 유행처럼 번지며 '먹방(먹는 방송의 줄임말)'이 생겨났다. 공중파에서는 주로 아침이나 저녁에 리포터들이 식당이나 시장을 방문하여 음식을 먹고 맛있다는 표현을 보여주는 장면을 방송한 것이 먹방의 시초인데 이는 인터넷 방송에서 시작한 먹방과는 성격이 다르다.

2010년대에 접어들면서 본격적인 먹방이 방송되기 시작했고, 기존의 요리 프로그램과는 달리 엔터테인먼트적 요소가 강하게 가미된 '쿡방(요리하는 방송)'까지 나와 활성화되고 있다. 맛집을 소개하는 전문 프로그램도 생겨나 이전과 달리 맛 칼럼니스트나 스타 요리사를 패널로 초청해 독자적인 영역을 구축하고 있다. 한편 글솜씨가 좋은 요리사가 내놓은 책이 베스트셀러에 오르기도 하고, 스타 외식사업가가 등장해 각종 먹방과 쿡방을 섭렵하며 다양한 논쟁의 중심에 서기도 한다.

요리와 음식은 인간의 생존에 필수불가결한 부분이니 이에 대한 관심이 높아지는 현상 자체는 문제라 할 수 없다. 그러나 시청률을 의식할 수밖에 없는 대중매체의 속성상 먹방과 쿡방은 점점 더 자극성이 강해지고 흥미 위주로 음식과 요리를 포장하고 있다. 이 글에서는 음식과 요리에 관련한 다양한 사회문화적 현상을 대중매체를 중심으로 다양한 매체가 내놓는 음식과 요리 콘텐츠를 중심으로 분석하며 현재 우리 사회의 구성원들의 식생활과 이와 관련된 문화현상들의 이면에 위치하고 있는 의식과 무의식 등 심리적인 부분을 파헤칠 것이다.

요리와 음식은 이미 많은 부분에서 자본과 산업의 메커니즘 속으로 편입되었다. 그리고 먹방과 쿡방의 유행에서 알 수 있듯이 이제는 대중문화의 주요 콘텐츠로 기능하고 있다. 문화산업의 콘텐츠의 소재로서 음식과 요리가 어떻게 소비되는지를 연구함으로써 음식 관련 산업이 어떠한 방식으로 우리의 일상 속으로 파고들고 있는지를 분석하는 것 또한 문화 산업의 진화를 살펴본다는 차원에서 의미가 있다고 생각한다.

방송 프로그램의 진화: 먹방과 쿡방

1991년부터 시작하여 20년이 넘도록 방송되고 있는 장수 프로그램인

KBS1의 [6시 내 고향]에서는 리포터가 농어촌 지역을 방문해 장터나 파수원 밭, 등을 직접 다니며 음식이나 식재료를 맛보는 장면을 시청자에게 보여준다. 그러니까 먹방 자체가 완전히 새로운 콘텐츠는 아니라는 것이다. 그러나 2000년대 후반부터 유행하기 시작한 먹방은 기존 공중파에서 먹는 행위를 보여주는 장면과는 맥락이 완전히 다르다. 이제 먹방은 말 그대로 먹는 행위 그 자체에 집중한다.²⁾ 또한 지나치게 많은 양을 먹는다는 기괴한 음식을 먹는 것으로, 혹은 짜장면을 1분 만에 해치우는 푸드파이터 콘셉트 등의 방식으로 시청자의 이목을 집중시켜 의도적으로 먹방이 화제가 되게 하여 시청률 증가를 유도한다.

공중파와 케이블 텔레비전의 먹방은 다양하게 분화되어 진화하고 있다. [6시 내 고향]과 비슷한 콘셉트에 스토리텔링을 더하고 베테랑 탤런트가 내레이션과 주 출연자 역할을 동시에 맡은 KBS1의 [한국인의 밥상]은 기존의 공중파 먹방의 기초를 완전히 바꾸지 않으며 발전적으로 계승한 대표적인 프로그램이다. [한국인의 밥상] 홈페이지의 프로그램 소개 '기획의도'에는 아래와 같이 적혀 있다.

“지리적 환경에 사람들의 숨결과 지혜가 어우러져 역사가 되고 문화로 응축된 것이 바로 그 지역의 대표 음식! 대표 음식들의 숨겨진 이야기와 역사, 그리고 음식문화 등을 아름다운 영상과 깊이 있는 취재를 통해 매주 한편의 ‘푸드멘터리’로 꾸며냅니다.”³⁾

“문화로 응축”되었다는 표현에 주목하자. 한 지역의 대표 음식을 단순히 특산물이나 명산물로 보는 게 아니라 하나의 독립적인 문화코드로 해석하겠다는 것이다. ‘푸드멘터리’라는 용어 역시 다큐멘터리 기법을 적극적으로 활용하여, 요즘 지나치게 엔터테인먼트적 성격이 강해지고 있는 먹방, 쿡방과 차별화하겠다는 의도로 보인다. 즉 전통적인 음식 방송의 콘셉트를 살리면서 연령대가 상대적으로 높거나 교양을 가진 계층의 시청자를 공략하겠다는 것이다. [6시 내 고향], [한국인의 밥상]이 농어촌 지역을 주 무대로 한다면 KBS2의 평일 저녁 프로그램인 [2TV 생생정보]는 도시의 맛집을 전문적으로 소개하는 코너를 통해 먹방 기능을 수행한다.

전통적으로 -적어도 조선시대부터- 우리나라에서 요리는 여성의 몫이었다. 여성들은 자신의 입맛에 맞춰 요리한다기보다 가족 전체(주로 가부장)의 입맛과 취향을 고려하여 음식을 만들었다. 여성의 사회 진출이 늘어나고 성 평등이 강조되는 사회 분위기에서 요리와 가사를 여성에게 전적으로 맡기는 것은 시대착오적으로 받아들여진다. 변화된 사회에서 남성들이 요리에 관심을 갖고 주방에 있는 것은 자연스러운 일일 뿐만 아니라 의무로까지 간주되고 있다. ‘요리하는 섹시한 남자’의 준말인 ‘요섹남’

은 변화하고 있는 추세를 반영한 신조어이다. 외식 사업가이자 요리 연구가인 백종원이 대중적인 인기를 얻은 프로그램인 [집밥 백선생]이 요리를 전혀 할 줄 모르는 남성 연예인을 출연시켜 요리를 꽤나 잘하도록 훈련시킨다는 설정으로 큰 호응을 얻은 것은 바뀐 사회상을 잘 반영한 덕분이라고 분석할 수 있다. tvN의 [삼시세끼 어촌편]에서 차승원은 전문 요리사급의 실력을 발휘하며 ‘차쭰마’로 큰 인기를 얻었다.

혼인 연령이 점점 높아지고 사회경제적 이유로 결혼은 미루거나 비혼을 결정하는 사람들까지 생겨나면서 1인 가구는 지속적으로 증가하는 추세이다. 1인 가구에서 가구원은 외식을 하거나 배달을 시키지 않으면 자신이 먹을 음식은 스스로 조리해야 한다. 이는 요리하는 행위와 먹는 행위가 한 사람에게 귀속됨을 의미한다. 먹방과 쿡방에는 엔터테인먼트적 요소도 매우 강하다. 이는 현대인의 심리적 결핍과 관련이 있다. 당연히게도 1인 가구의 확산과 궤를 같이하는 것이다. 맛 칼럼니스트 황교익은 자신의 칼럼에서 [집밥 백선생]이 인기를 얻은 이유를 아래와 같이 분석했다.

방송에서 백종원을 ‘백주부’라고 한다. 집안에서 요리를 담당하는 사람이 주부다. 주부는 대체로 엄마다. 백주부를 ‘백종원 엄마’라고 풀면 백종원에 대한 대중의 열광이 어디서 비롯했는지 알 수 있다. 대중이 백종원을 통해 얻으려는 건 엄마의 음식, 엄마의 사랑, 그렇다, 엄마다.”⁴⁾

황교익은 같은 칼럼에서 백종원에게 열광하는 세대가 1980년대 생, 1990년대 생이라고 짚어내며 이들의 부모는 맛벌이를 본격적으로 한 첫 세대이기 때문에 엄마의 손맛을 그리워하고 그런 것에 결핍감을 느꼈다고 말한다. 물론 황교익의 주장에는 ‘여자가 하는 요리’가 자연스럽다는 인식이 숨어 있다고 비판할 수 있다. 그러나 이들이 의식적, 무의식적으로 ‘백주부’를 엄마와 동일시하기 때문에 백종원에 열광한다는 황교익의 분석은 이러한 측면에서 타당성을 갖는다.

다른 한편으로 1997년의 IMF 사태 이후 기존의 공동체는 유명무실해졌고 세계화의 확산과 이에 따른 무한경쟁의 격화는 여유 있게 음식을 만들어 가족이 저녁식사를 하는 모습이 더 이상 당연한 일이 아니라는 인식을 확산시켰다. 위에서 언급한 것처럼 만혼과 비혼의 증가가 자발적인 선택인 경우보다 사회적 압박에 밀린 결과라는 점을 고려한다면, 백종원의 구수하고 느린 충청도 사투리와 편안한 외모는 화려하지는 않

1) 인터넷 방송의 방송자 혹은 방장을 주로 'BJ'라 칭한다. 'broadcasting jockey'의 준말이다.

2) 맛 칼럼니스트 황교익은 먹는 행위 그 자체를 클로즈업하고 부각시키는 영상을 '푸드 포 르노'라 한다. 그는 기본적으로 먹는 행위를 극히 사적인 영역으로 파악한다.

3) <http://www.kbs.co.kr/1tv/sisa/table/about/index.html>

4) <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=201507100103371100000>

지만 그 자체가 역설적으로 강력한 엔터테인먼트적 요소이며 백종원이 큰 인기를 누리는 비결이라고도 할 수 있다. 2018년 1월 5일부터 방송되고 있는 [백종원의 골목식당]에서 백종원은 외식경영자로서의 면모에 소통능력을 결합하여 죽은 상권을 되살리는 역할을 하고 있으며, 단독 출연하는 [스트리트 푸드파이터]에서는 여행미식가가 되어 해외를 다니고 있다.

먹방과 쿡방의 사회문화적 의미

음식과 요리 관련 예능 방송 프로그램이 왜 이렇게 많은 것인가? 먹는 것과 요리하는 것에 대한 관심은 일차적으로 경제 성장과 관련이 있다. 먹고사는 것 자체를 해결하는 일이 일차적이지도 절박한 과제였던 경제 개발 시기에는 '무엇을 어떻게 먹을까?'라는 질문은 대부분의 계층에서 성립되지 않았다. 오로지 배를 채우는 것이 중요했고 뭐라도 먹을 수 있으면 더 이상의 답은 불필요했다. 그러다가 기본적인 의식주가 해결되면서 미식과 식도락도 취미나 기호의 영역으로 편입되기 시작했다. 인터넷의 발달은 소수에 국한되었던 미식과 식도락이 대중화되는 데 결정적인 역할을 했다. 인터넷이 없던 시절, 맛집 정보들은 주변 사람들 사이에서 상당한 대우를 받았다. 맛집에 대한 수요는 커졌는데 정보를 가지고 있는 사람은 소수였기 때문이다. 그러나 인터넷이 보급되고 SNS까지 널리 퍼지면서 맛집에 관한 한 정보 비대칭은 혁명적으로 해소되었다. 이제 인터넷 검색만 잘하면 별미를 맛볼 수 있는 맛집을 찾아내는 것은 그리 어렵지 않은 일이 되었다. 어쨌든 일주일에도 한 끼 정도는 맛있는 음식을 찾아 멀리까지 가서 먹는 식도락이 적어도 소수의 전유물은 아닌 시대이다. 이러한 수요의 증가가 먹방과 쿡방 증식의 토양이 되었다.

두 번째로는 역설적으로 자본주의적 경쟁의 격화에 따른 측면이다. 무한경쟁 사회는 밥 먹을 시간조차 아깝다고 느끼게 만든다. 혼자 밥을 먹는다는 의미의 '혼밥'이라는 신조어가 생긴 것에 1인 가구의 증가가 큰 영향을 끼쳤지만, 혼자 살지 않더라도 예전에 비해 혼자서 밥 먹는 일은 흔해졌다. 다들 바빠지면서 가끔 여유가 있을 때를 제외하면 급히 끼니를 때워야 할 때가 많아진 것이다. 인간은 오래전부터 공동식사를 사회화의 과정으로 활용했다. 예수는 최후의 만찬에서 제자들에게 자신의 마지막을 알리고 구원의 의미를 설명했다. 우리나라에서는 예로부터 밥상머리 교육이라며 식사를 통해 예절교육을 했다. 함께 밥을 먹는다는 행위는 단순히 식사를 하는 것 이상의 의미를 지니는 경우가 많다. 거꾸로 말해 혼자 밥을 먹어야 하는 상황이 많은 사회에서 사람들의 관계에 대한 욕구는 커진다. 이러한 관점에서 볼 때 먹방과 쿡방은 공동 식사 유사 대용품이 될 수 있는 것이다. 번역가 조영학은 한 칼럼에서 혼밥을 아래와 같이 분석한다.

영화 <심야식당>에 이런 얘기가 나온다. 죽은 사람의 유해를 찾지 못해 유골함에 유골 대신 흙을 담아 제를 지내는 장면인데, 누군가 “그래도 가짜가 빈 것보다는 낫다”고 자조적으로 중얼거린다. 우리가 먹방, 쿡방에 심취하는 것도 그래서가 아닐까? 비록 가짜일지라도 텅 빈 것보다 나으니까, 음식을 만들어주는 사람도, 함께 먹을 사람도 없으니 이렇게 대리만족이라도 필요한 게 아닐까?⁵⁾

세 번째로 먹방과 쿡방의 유행은 거시적으로 보아 산업자본과 문화자본 간의 경계가 모호해지는 현상과 관계가 깊다. 외식산업은 크게 볼 때 2차 산업과 3차 산업의 결합이다. 음식이나 식재료를 생산하고 관리하는 행위에 초점을 맞춘다면 2차 산업으로 볼 수 있고, 레스토랑이나 프랜차이즈 사업의 측면에 초점을 맞추면 3차 산업인 것이다. 그러나 예능 프로그램의 형태를 띤 먹방과 쿡방은 대중문화 콘텐츠로서 그 자체가 독립적이고 자족적인 미디어 산업이자 문화 산업이다. 이런 관점에서 본다면 먹방과 쿡방의 스타는 단순히 요리사나 요리 연구가가 아니라 새로운 대중문화 콘텐츠의 생산자 또는 마케터라는 점을 알 수 있다.

조금은 다른 음식 관련 방송

바로 위에서 필자는 먹방과 쿡방이 일시적 유행으로 그치지 않고 대중문화의 독자적 분야로 구축되어 자리 잡을 것이라고 했다. 이러한 맥락에서 tvN에서 2015년 1월부터 방송하기 시작한 [수요미식회]는 분석을 필요로 하는 프로그램이다. [수요미식회]는 일반적인 먹방이나 쿡방 콘텐츠와는 달리 음식을 조리하는 장면이나 먹는 장면이 거의 나오지 않는다. 대신 진행자와 패널이 등장해 매주 주제로 정한 음식과 그 음식을 의미 있게 요리하는 맛집을 방문한 경험 등에 관해 대담을 펼치는 형식의 프로그램이다. [수요미식회]는 프로그램 소개에서부터 정체성을 선명하게 드러내고 있다.

맛집 줄 세우기와 단순한 먹방은 이제 그만!

먹방, 쿡방의 홍수 속 화려한 입담만으로 침샘을 자극하는 맛있는 토크쇼가 시작된다. (중략) ‘웬만큼 이름난 식당은 죄다 섭렵했다’는 음식 좀 제대로 먹어본 오빠들이 짚어주는 적나라한 식당 가이드. 이름난 식당에 숨어있는 음식의 역사, 유래, 그리고 비하인드 스토리까지 식당의 탄생과 문화사적인 에피소드를 곁들이면 맛의 감동은 더욱 깊어진다!⁶⁾

이들은 직설적으로 기존의 먹방과 쿡방과의 차별성을 강조하고 있다.

그러면서 프로그램의 지향점을 ‘문화사’적으로 접근하겠다고 말한다. 이처럼 [수요미식회]는 음식과 식당, 미식 등을 하나의 담론으로 승격시킨다. 먹방과 쿡방에 비교하자면 [수요미식회]의 시청률은 1% 수준으로 상대적으로 낮다. 그렇지만 자극적 요소를 뺀 토크쇼 형식의 음식 프로그램이 이 정도 시청률을 꾸준히 찍고 있다는 점은 이제 음식과 요리, 식당, 미식, 식도락 등이 하나의 독자적인 문화 담론으로 자생력을 갖추고 있음을 시사한다.

[수요미식회]의 차별성의 중심에는 맛 칼럼니스트 황교익이 있다. 그는 대중문화 콘텐츠 생산의 아이콘 격인 백종원과 대비되며 음식 관련 이야기를 사회문화 담론으로 바꾸는 데 중요한 역할을 하고 있다. 실제로 황교익은 백종원이 소개하는 음식과 조리법을 비판하며 자신의 존재 이유를 분명히 하고 있다. 이에 대해 백종원이 황교익의 비판에 정면으로 대응하지 않고 오히려 황교익을 인정하는 모습을 보이는 것에 대해서도 백종원 자신이 황교익과는 완전히 다른 별개의 영역에 존재하고 있음을 정확히 인식하고 있다고 해석하는 게 맞을 것이다. 실제로 백종원은 설탕 논쟁이 뜨거울 때 황교익이 자신에게 한 비판을 두고 한 인터뷰에서 아래와 같이 말했다.

시사와 예능은 구분을 짓는 것이 언론사의 사명 아니겠는가. 시청자에게 재미를 주기도 하지만, 동시에 국민 건강을 환기하는 내용에도 충실한 것. 이러한 조직이 정말 좋은 조직이라고 생각한다. 황교익 선생님은 음식평론가로서 당연히 해야 할 말씀을 하셨고, 특히 국민들이 걱정하는 부분에 대해 잘 말씀하셨다고 생각한다. 특별히 저를 지목하여 디스 했다고 생각하지 않는다.⁵⁾

백종원은 시사와 예능을 구분 짓고 있다. 즉 자신의 영역은 예능이고 황교익의 영역은 시사라는 점을 분명히 인식하고 있는 것이다. 그러면 음식을 사회문화 담론으로 끌어올리는 데 중요한 역할을 하고 있는 황교익에 대해 그의 저서를 중심으로 분석을 해보자.

사회문화 담론의 주제로서의 음식 1 - 황교익의 비판적 접근

이전에도 문화평론가들이나 작가들, 또는 미식가를 자처하는 유명인들이 음식이나 요리, 맛집 등에 대해 칼럼을 기고하는 등의 활동을 해왔다. 그러나 황교익은 음식과 요리, 맛집을 단순히 소개하는 데 머무르지 않는다. 황교익은 스스로를 ‘맛 칼럼니스트’로 소개하고 있다. 『한국음식문화 박물관』이라는 그의 저서 제목을 봐도 그는 음식을 중심으로 사회문화적 담론을 만드는 전문가를 자처하고 있다. 그는 기존의 맛집 소개서적이나 미식가를 자처하는 사람들을 비판하며 자신은 사회문화적 차

원에서 음식과 요리, 식당을 다룬다는 입장을 블로그나 저서에서 분명히 밝히고 있다. 아래는 그 좋은 예이다.

맛 칼럼니스트로 활동한 지 20년 가까이 된다. (중략) 미식가입네 하며 유명 식당들을 두루 섭렵하면서도 진작에 그 음식 하나하나에 대한 관찰은 하지 않고 겉멋만 들어 있는 사람들이 다수이다. 왜 그럴까 곰곰 생각하였다. 답은 단순한 데 있었다. 그들은 음식에 대해 교육을 받은 적이 없기 때문이다. 늘상 먹는 음식이고, 가끔 부엌에서 요리를 한다고 하지만, 그렇게 즐기는 것과 음식을 관찰하고 공부하는 것은 다른 일이다. 그래서 이 책을 쓴 것이다.⁶⁾

황교익은 책의 서문에서 교육을 받지 않은, 겉멋만 든 미식가와 스스로를 분명하게 구별하며 자신은 음식을 관찰하고 공부한다고 한다. 황교익은 스스로 의식하든 그렇지 않든 음식과 요리하는 행위, 먹는 행위 등에서 사회문화적 함의를 발견하고 이에 대한 담론을 만들어가고 있는 것이다. 이러한 담론 형성에서 그는 논쟁적이고 비판적이다. 설탕 논쟁은 좋은 사례이다. 황교익은 자신의 저서에서 설탕에 대해 다음과 같이 평가한다.

설탕: 무뇌아적 중독을 일으키는 ‘환상의 맛’

(중략) 개미나 파리 같은 미물에서부터 고등동물이라는 인간에 이르기까지 모두 단맛에 즉각적으로 반응한다. 그러니까, 단 음식을 먹게 되면 이게 어떤 맛을 지닌 음식인지 생각할 겨를도 없이 뇌에서, 아니 거의 말초신경 단위에서 ‘맛있다’하고 결정해 버린다. 대박 음식점 주인들은 단맛에 대한 이런 ‘무뇌아적 반응’을 잘 파악하고 있다. (중략) 이런 음식점들의 주요 고객은 대부분 젊은이들인데, 미성숙한 미각의 소유자일수록 단맛에 쉽게 자극받고 중독되기 때문이다. (중략) 그러니 설탕 중독자들을 위해서는 좋은 식재료와 좋은 맛을 낼 수 있는 기술이 필요 없다. (중략) 단맛의 음식을 두고 맛있다 찬사를 보내는 것은 미식가로서 자질이 없다는 증거이다⁷⁾

매우 논쟁적이다. 실제로 황교익은 자신의 말과 글이 논쟁을 불러일으킬 때 결코 물러서지 않는다. 그는 자신의 블로그에 “설탕에 죄가 없다”고 말하는 자의 죄’라는 제목의 글을 발표하기도 했다.

5) <http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2016072713554905406>

6) <http://program.interest.me/tvn/wedfoodtalk/29/Contents/Html>

7) <http://osen.mt.co.kr/article/G1110389453>

8) 황교익, 『미각의 제국』, 도서출판 따비, 5쪽

9) 황교익, 『미각의 제국』, 도서출판 따비, 34~35쪽

“설탕에 죄가 없다.”

한국에서 식품과학의 지식이 있다고 하는 사람들의 입에서 나오는 말인데, SNS에서 보면 유행어처럼 쓰인다.

이 뒤에는 으레 “그 설탕의 음식을 과학계 먹어 탈이 나고 하는 것은 각각 개인의 책임이며..” 하는 뜻의 말이 붙는다. (중략) 아무 음식이나 설탕을 쳐바르는 것의 문제이다. (중략) 단맛은 갈구의 맛이다. (중략) 그러니 밥상에 있는 단맛의 음식을 한번 입에 대었다 하면 자동으로 그 음식에 자꾸 손이 가게 되어 있다. 계속 먹게 만드니까 그게 맛있는 음식이구나 하고 착각을 하게 된다. 이 ‘단맛의 착각’을 이용하면 그 어떤 재료이든 적당히 먹으면 만하게 조리할 수 있다. (중략) 한 사회의 일상음식은 그 사회구성원 각자의 자유의지에 의해 선택되는 것이 아니기 때문이다. 그러니, 왜 거의 모든 한국음식에 설탕이 들어가게 되었는가 하는 문제는 사회인문학적 고찰 대상이 될 수 있다. “설탕에 죄가 없다”는 말로 이런 사회인문학적 고찰을 차단하겠다는 의도이면 지금의 이 설탕 문제에 ‘식품과학(자)의 죄’도 함께 논의되어야 하는 것이 아닌가 싶기도 하다.¹⁰⁾

점에서 박찬일의 저서를 살펴볼 필요가 있는 것이다.

박찬일과 황교익 모두 개인적인 경험을 시작으로 자신의 이야기를 풀어어나간다. 생물학적으로 ‘먹는다’는 행위는 철저히 개인적인 차원에서 행해지기 때문에 이는 당연하다. 그런데 황교익이 먹는 행위와 관련된 음식과 식당, 요리 등에 대해 맛 자체에 머물지 않고 사회문화적이고 비판적인 관점에서 바라보고 논의를 만들어나가는데 비해, 박찬일은 비판적 관점이 없는 것은 아니지만- 심미적이고 감성적인 차원에서 이야기꾼이 되어 자신만의 이야기를 풀어어나간다. 박찬일의 이러한 모습을 그의 저서에서 자주 확인할 수 있다.

“도와주는 사람 써봐야 걸구채고(도움이 안 되고 번거롭기만 하다) 그렇지 뭐. 늘 혼자 했어. 혼자가 편해.”

그리 말씀하시는데, 은근히 부끄럽고 안쓰럽다. 필자도 요리사이지만, 늘 도움 없이 혼자서 뭘 해본 적이 없으니까 말이다. 그래서 한국의 진짜 요리사들은 대개 할머니들이 아닌가 싶다. 그이는 지금도 아침 5시에 일어나 국을 끓인다. 육개장이란 요리가 바로바로 하는 것이 아니라, 밑 준비에 다량의 국을 미리 끓여두어야 하기 때문이다. 그런 면에서 육개장은 장시(場市) 음식, 공동체 음식, 대량 음식이 맞다. 육개장이 우리네 음식 문화를 상징하는 것은 그 매운맛이 아니라 이것을 어떻게 먹느냐 하는 점에서 두드러진다고 할 수 있다.

취재를 마치고 일어서려는데 할매가 손을 붙든다. 짧은 만남이지만 헤어짐이 영 쉽지 않다. 돌아서 나오는 골목이 꽤 길었다. 늦겨울 해가 막 떨어지고 있었다.¹²⁾

어머니가 전을 부치는 솜씨는 자못 예술적 경지를 보였다. 석유포를 켜고 넓적한 무쇠 프라이팬을 얹으면 나도 모르게 침이 넘어갔다. 못 쓰는 행주를 둘둘 말아 무명실로 단단히 묶으면 그럴듯한 기름붓이 되었다. 귀한 들기름을 슬쩍 찍어서 프라이팬에 골고루 바르면서 기름 대우를 하면 프라이팬이 알맞게 길이 들었다. 그러면 그날 쓸 전 감을 치이익, 올린다. (중략)

요새는 전이 여성 명절증후군 문제의 어떤 상징처럼 거론된다. 하루 종일 전을 부치는 여성의 고통을 나는 잘 안다. 한 번이라도 남자가 바닥에 앉아 전을 부쳐보면 옆에서 남자들끼리 술추렴이나 하잔 말이 안 나온다. 보기에는 혈령한 일같이 보이는 전 부치기가 고통스러운 명절 노동이 된 건 심히 유감스럽다. 선친이 좋아했던 배추전을 머느리가 부치는 일이 안쓰러워서야 내 체면도 안 선다. 그런데 이게 해보면 입이 턱 막힌다.¹³⁾

마지막 대목에서 ‘사회인문학적 고찰’을 말하며 황교익은 자신의 작업을 명확하게 규정한다. 황교익의 음식에 대한 접근은 자본과 예능에 묻혀 정작 주인공인 음식이 소외되는 현실을 비판하는 순기능을 한다.

사회문화 담론의 주제로서의 음식 2 - 박찬일의 심미적·감성적 접근

음식 관련 콘텐츠가 풍부해지고 다양해지면서 주방에서 요리만 하던 요리사들도 콘텐츠 생산자로서 영역을 넓히고 있다. 이연복이나 최현석 같은 주방장들처럼 요리 예능에 출연해 인기를 얻어 ‘스타 셰프’가 되는 경우가 다수이지만 박찬일과 같이 저술 작업을 통해 또 다른 성격을 지닌 음식 관련 콘텐츠를 생산하는 경우도 있다. 전자에 비해 후자가 소수이지만, ‘스타 셰프’는 그 자체가 대중에 의해 소비되는 성격이 강한 콘텐츠이기 때문에 새로운 스타에 의해 대체될 가능성이 상대적으로 높다. 이에 반해 박찬일과 같이 책이라는 매체로 -방송에 출연하기도 한다- 독자적이고 독특한 콘텐츠를 내놓은 요리사는 소비되기보다는 새로운 담론을 만들어가는 주체라는 점에서 보다 장기지속적으로 영향력을 행사할 수 있을 것이라고 생각한다.

박찬일은 한 방송에 출연해 ‘셰프’라는 용어보다 ‘주방장’이 적절하다고 말했다. 이는 최근 유행하는 ‘스타 셰프’와 자신을 구별하려는 의도로도 읽힌다. 어쨌든 황교익과는 또 다른 사회문화 담론 형성을 하고 있다는

이 인용문에서 알 수 있듯이 박찬일은 자신의 경험과 취재를 바탕으로 문화사적 시각을 깔고 개인의 삶이라는 축으로 음식과 식당, 요리 등을 바라본다. 따라서 박찬일의 글은 스토리텔링적 성격이 강하다. 즉 음식에 관한 글이 하나의 독립적 서사가 될 수 있음을 보여주는 것이다. 실제로 박찬일은 대학에서 문학을 전공하고 잡지사의 기자로 일하다 이탈리아의 요리학교로 유학을 다녀와 요리사의 길에 들어선 다소 독특한 이력의 소유자이다. 그는 한 인터뷰에서 다음과 같이 말한다.

추억에 버무려진 음식, 특별히 결핍 상태에서 먹은 음식은 그 애절함 때문에 인상적으로 각인될 수밖에 없죠. 미식이 단지 맛있는 음식 그 자체라면 그건 맛이 없어요.¹⁴⁾

박찬일은 음식을 단순히 생물학적 생존을 위한 것 이상의, 추억의 매개로 본다. 이러한 접근은 개인적이고 미시적, 사적인 성격이 강할 수밖에 없다. 물론 같은 시대와 공간을 공유하는 사람들이라면 하나의 음식에 대해 공유하는 정서가 유사할 수는 있을 것이다. 그럼에도 박찬일은 사적인 체험과 그 체험에 기반한 기억의 매개로서 음식을 바라본다. 박찬일이 감성적 관점에만 매몰되어 있는 것은 아니다. 그도 때로는 황교익 만큼, 황교익 이상으로 비판적인 시각을 내보일 때가 있다. 같은 인터뷰에서 박찬일은 다음과 같이 말한다.

음식 매트릭스의 시대... 과학의 승리예요. 캔커피를 사서 마시면 진짜 커피가 아니라 커피 향을 마시는 거예요. 바나나우유에 바나나가 없듯이. 우리 모두 가상의 음식을 먹고 있는 거죠. (중략) 음식 포르노를 보면서요. 자장면 먹으면서 푸아그라 나오는 화면을 보고 상상의 식사를 하죠. 입맛도 하향 평준화되고 음식도 결국 복제 산업이 최후의 승자가 되는 거예요.¹⁵⁾

먹방과 쿡방을 ‘음식 포르노’라고 하며 비판적인 관점을 보이는 대목은 황교익의 시각과 다른 점이 없어 보인다. 박찬일은 음식 관련 산업은 결국 복제 산업이라고 비판한다. 음식이 대량생산되고 산업의 영역으로 편입되었기 때문에 가정에서 먹었던 음식이나 노포의 요리 등의 사적인 체험에 관한 박찬일의 이야기가 특별해질 수 있는 것이다. 박찬일은 매스컴을 통해 스타 셰프가 양산되는 현상을 ‘생활의 터전에 과잉 욕망이 개입’되는 것이라고 비판한다. 또한 [수요미식회]조차 예능 프로그램이라고 단언하며 음식을 박경리의 소설과 김진명의 소설에 비유하여 구별하고 있다. 박찬일의 이러한 시각은 다소 엘리트주의적으로도 보인다.

마치며

먹느냐 굶느냐, 배를 채우느냐 굶느냐 같은 생존을 위한 음식 섭취의 시대에서 무엇을 먹을 것인가, 어떻게 먹을 것인가 등의 수준으로 경제력이 높아진 시대로 변화한 것이 음식과 관련하여 다양한 콘텐츠가 생산된 중요한 배경이다. 다른 한편으로 볼 때 경쟁의 격화와 이에 따른 소외 현상의 만연 등 사회가 양적으로는 풍요로워졌지만 그에 걸맞게 개인들이 행복한 삶을 사는 사회인가, 라는 질문에는 비판적인 답변을 할 수밖에 없다. 직장이나 가정에서 소외된 사람들이 비교적 값싸게 쾌락을 느낄 수 있는 음식에 관심을 갖게 되었고, 이러한 트렌드는 외식자본과 문화자본의 커다란 시장을 형성하는 기반이 된다. 특히 시청률 경쟁이 불가피한 먹방과 쿡방은 점점 더 자극적인 장면을 원할 것이고 실제로 이와 관련한 다양한 논란이 나타났다. 논란은 비판적 문화담론을 낳는 역할을 하여 음식과 먹거리를 이성적이고 건설적으로 바라보는 긍정적인 기능도 수행하고 있다.

결론적으로 현재 우리가 먹는 음식과 그 음식의 재료, 요리법, 식당, 식품회사, 방송사, 출판사 등과 관련 종사자들은 서로가 서로에게 때려야 뗄 수 없는 관계로 연결되어 있으며, 이러한 사실은 우리가 먹는 것, 먹는 행위를 바라볼 때 사회문화적인 관점이 필요함을 의미한다. 음식은 기본적으로 생존을 위해 없어서는 안 되는 필수요소이지만, 이에 그치지 않고 쾌락의 대상이 되기도 하고 소통의 매개체가 되기도 하며 정서의 핵심 역할도 한다. 또한 돈벌이의 수단이며 고용을 창출하는 역할까지 아우르고 있는 것이다. 

참고문헌

- 김훈, 『라면을 끓이며』, 문학동네, 2015
- 황교익, 『미각의 제국』, 따비, 2010
- 박찬일, 『백년식당』, 중앙M&B, 2014
- 백종원, 『백종원이 추천하는 집밥 메뉴 52』, 서울문화사, 2014
- 황교익, 정은숙 공저, 『서울을 먹다』, 따비, 2013
- 백종원, 『작은 식당(무조건 성공하는)』, 서울문화사, 2010
- 박찬일, 『추억의 절반은 맛이다』, 푸른숲, 2012
- 황교익, 『한국음식문화 박물관』, 따비, 2011

10) <http://blog.naver.com/foodi2/220748851074>

11) 2015년 2월 25일에 방송한 [수요미식회] ‘파스타’ 편

12) 박찬일, 『백년식당』, 중앙m&b, 29쪽

13) 박찬일, 『추억의 절반은 맛이다』, 푸른숲, 80~83쪽

14) http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2015/10/24/2015102400211.html

15) http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2015/10/24/2015102400211.html