http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2013.13.07.120

음식 스토리텔링의 콘텐츠 구성 전략

Strategy for Contents Composition of Food Storytelling

송영애
전주대학교 식품산업연구소

Young-Ai Song(food-song@hanmail.net)

요약

본 연구는 2008년 이후 본격적으로 진행되고 있는 음식과 관련된 스토리텔링에 대한 연구를 고찰하여 내용을 분석하였다. 이를 바탕으로 음식을 매개로 소비자와 소통할 수 있는 새로운 스토리의 구성 전략에 대해 논하고자 한다. 그간 스토리텔링의 연구를 살펴보면 스토리의 소재 발굴 및 필요성 강조의 연구, 스토리를 통한 음식 개발 및 관광 상품화 방안을 제시하는 연구가 주를 이루었다. 또 스토리텔링에 의한 소비자의 태도를 살펴보는 연구가 서서히 진행되고 있으나 음식 관련 스토리를 창작하기 위한 스토리의 내용 구성에 대한 연구는 전무한 실정이다. 따라서 오늘날까지 전해져 내려오는 또는 새롭게 창작된 스토리를 내용에 따라 version 1.0, 2.0, 3.0으로 나누어 분석하였으며, 최종적으로 우리가 앞으로 지향해야할 음식 스토리텔링의 새로운 version 4.0을 제시하고자 한다. 이는 음식 스토리텔링 창작 분야의 새로운 패러다임을 제공하게 될 것이다.

■ 중심어 : | 음식 스토리텔링 | 콘텐츠 |

Abstract

This study attempts to deal with the form of new storytelling by contemplating the study on food-related storytelling which has been studied in earnest since 2008 and analyzing the story. In case of the study on storytelling so far, the studies on the emphasis of necessity of discovering materials and the suggest of the way of development of the menu and tourism commercialization through the story and the attitudes of customers by storytelling have been conducted. Also, this study is explained by being divided into version 1.0, 2.0, 3.0 depending on the composition of the story, and attempts to suggest new version 4.0 strategy of food storytelling which we should aim for in the future as well. This will provide the new paradigm of the field of food storytelling.

■ keyword : | Food Storytelling | Contents |

I. 서 론

스토리텔링(storytelling)이란 story + tell + ~ing의 세 요소로 구성된[1] 또 하나의 단어로써 화자와 청자의 구술을 통한 이야기(story)이며 나아가 다양한 매체를 통해(tell) 확산(~ing)되어지는 행위를 의미한다.

스토리텔링의 개념을 정리한 선행연구들을 살펴보면 이 세 요소 중에서 구술의 속성인 현장성, 현재성 나아

접수일자 : 2013년 06월 10일
수정일자 : 2013년 07월 03일
심사완료일 : 2013년 07월 11일
교신저자 : 송영애, e-mail : food-song@hanmail.net

가 화자와 청자 사이의 소통으로 인해 상호작용이 일어나는 현재진행형의 의미인 ~ing가 강조되어 왔다[1-5].

그러나 본 연구에서는 말하는(tell : 구전, 텔레비전, 신문, 라디오, 잡지, 인터넷, SNS, 광고 등의 전달 매체) 내용으로 상호작용(~ing)이 일어날 수 있도록 만드는 가장 근원적인 이야기(story)의 내용 구성에 대한 중요성을 강조하고자 한다. 스토리텔링은 창작의 영역이 아닌 소통의 영역으로[6] 과연 사람들은 무엇으로 소통해야하는가에 대한 답은 당연히 스토리이기 때문이다. 이를 위해서 탄탄한 스토리, 재미있는 스토리, 창의적인 스토리, 독창적인 스토리 나아가 감성을 자극하는 스토리를 창작하기 위한 음식과 관련된 글의 소재는 어디에서 찾아 내용을 구성해야하는가에 대한 문제가 대두된다.

전통적으로 스토리텔링에 대한 연구는 인문학의 영역에서 담당해왔다[7]. 따라서 음식 스토리텔링 분야에서는 음식과 관련된 전문 지식을 가진 식품 전공자일지라도 스토리를 창작하는데 다소 문제가 있음은 틀림없는 사실이다.

따라서 본 연구에서는 이와 같은 문제점을 해소시키고자 음식 스토리 창작을 위한 콘텐츠 구성에 대해 언급하고자 한다. 이는 창작기술로서 음식 스토리텔링 창작을 위한 소재 찾기, 콘텐츠 구성, 속성 강조 등의 실질적인 결과를 가져올 것이다. 이를 위해 선행된 음식 스토리텔링의 연구와 기존 음식 스토리를 바탕으로 스토리의 유형을 version 1.0에서 3.0으로 나누어 그 특징을 살펴보고, 최종적으로 콘텐츠의 구성 전략 version 4.0을 제시하고자 한다. 이는 감정을 전달해주는 유일한 도구로서의 역할을 하는 스토리[8]를 보다 입체적으로 발전시킬 수 있는 스토리텔링 콘텐츠 구성 전략이다.

II. 음식(飮食) 스토리텔링의 이해

1. 선행 연구

국내 음식 스토리텔링 연구는 2008년부터 서서히 진행되어 왔으며 선행된 연구는 [표 1]과 같다. [표 1]을 살펴보면 아직까지는 스토리텔링의 중요성과 필요성을 강조하며, 기존 스토리를 바탕으로 메뉴 개발 및 미식관광의 연계 방안을 제시하는 연구가 주를 이루고 있다. 더 나아가 스토리텔링에 의한 소비자의 행동을 파악하여 스토리텔링의 효과를 살펴보는 실증적 연구가 진행되고 있음을 알 수 있다.

표 1. 음식 스토리텔링의 선행연구

연구자	연구 내용
김지현, 진양호(2008)	광주 · 전남지역 명가의 역사적 인물 및 집안 내력, 고택에 얽힌 이야기를 찾아 음식 특성에 따른 소재를 정리하여, 향토음식의 관광상품화 방안을 제시[9]
김민경(2009)	스토리텔링에 의한 재방문의도와 구전의도에 대해 살펴보고 관계 규명[10]
최정숙, 박한식(2009)	강원도 향토음식 활성화를 위한 스토리텔링의 단계별 과정을 제시[11]
김미혜, 정혜경(2010)	이야기가 있는 '몽유도원 밥상' 을 발굴하여 충남지역을 대표하는 향토음식으로 제시[12]
최수웅(2010)	요리 만화를 바탕으로 이들의 스토리텔링 방식을 분석하여 전개 양성을 3개로 요약[13]
박아름, 조미숙(2010)	소비가치를 중심으로 한 스토리텔링이 향토음식점 구매행동에 미치는 영향을 살펴봄[14]
방인경(2010)	향토음식 홍보 성공사례에 관한 인지 및 음식관련 축제의 참여 및 만족에 관한 조사로 이야기가 있는 향토음식의 중요성을 강조[15]
김미혜, 정혜경(2010)	충무공 이순신과 추사 김정희를 바탕으로 스토리가 있는 '현충 밥상' 과 '추사 밥상' 개발[16]
강재구, 이정학(2011)	스토리텔링의 인지여부에 따른 소비자 태도 규명[17]
윤유석, 김미희, 안옥선, 강방훈(2011)	제품 구매후기와 역사 이야기를 활용한 홍천 잣에 대한 스토리를 활용한 광고마케팅 제안[18]
윤영애(2011)	스토리텔링의 인지에 따른 재방문 및 추천 등의 행동의도 파악[19]
김기홍(2012)	일본 음식만화의 특징을 살펴보고, 나아가 한국 만화 「식객」 의 음식 스토리텔링의 가능성 제안[20]
송영애, 전기홍(2012)	향토음식 스토리텔링의 속성, 사전 지식 정도, 구매지역 등의 변인들이 소비자의 브랜드태도에 미치는 영향과 상호작용 효과를 살펴봄[21]
이종수 (2012a)	안동소주의 소비 확산을 위해 안동소주 브랜드 개발과 스토리텔링 개발 제안[22]
이종수 (2012b)	마산(창원), 제주 그리고 일본의 대마도를 중심으로 해항음식문화의 정체성을 찾는 스토리텔링 개발 방안을 제시[23]
여호근(2012)	광양 매실의 스토리 개발 방안 제시[24]
송영애(2013)	국내 음식스토리텔링 연구에 대해 문헌고찰을 실시하여 음식 스토리텔링 연구의 유형을 3개로 나누어 설명[25]

* 송영애(2013)[25]를 바탕으로 연구자 재작성

2. 음식 스토리의 소재

2.1 인물 소재 음식 이야기

기존 음식 스토리텔링은 소재에 따라 분석해보면 크게 세 가지로 나눌 수 있다.

첫 번째 인물과 관련된 이야기다. 이는 음식을 개발한 또는 그 음식을 전문적으로 조리하고 있는 사람과 관련된 이야기로 이 인물을 명인, 장인, 명장 나아가 (시・도 지정)중요무형문화재로 표현하고 있다. 따라서 '김치 명인이 담근 김치', '장 명인이 담근 간장', '죽염 제조 무형문화재가 대나무 속에 천일염을 넣어 황토로 입구를 막은 뒤 소나무 장작불로 아홉 번 구워 만든 죽염' 으로 스토리가 시작된다. [표 2]는 인물이 강조된 이야기로 오늘날 단무지를 만든 일본 승려 다쿠앙에 대한 이야기, 한반도에서 최초로 대추를 먹은 김수로왕 이야기 그리고 연산군의 유자사랑 이야기다.

따라서 인물 소재 이야기는 음식과 관련된 인물일 경우에는 음식에 대한 전문성을 강조해야 하며, 음식과 관련이 없을 경우에는 인물 개인의 인지도가 높아야 이야기의 신뢰도 높아질 수 있다.

표 2. 인물 소재 음식 이야기

음식	스토리
단무지	다쿠앙 승려가 만든 다꽝(?) 우리가 '단무지' 라는 뜻으로 알고 있는 '다쿠앙' 이라는 명칭은 원래 '다쿠아츠케' 다시 말해 '다쿠앙이 절인 채소' 라는 말을 줄여 놓은 것이다. 이는 '다쿠앙이라는 일본 승려가 절인 채소' 라는 뜻에서 비롯된다. 어느 날 막부의 3대 쇼군인 도쿠가오 이에미쓰가 다쿠앙 승려가 있는 동해사(東海寺)를 방문한다. 갑작스런 방문에 특별한 음식을 준비할 겨를이 없었던 주지스님 다쿠앙은 평소 즐겨먹는 소금과 쌀겨에 절여 두었던 무를 꺼내 하얀 쌀밥과 함께 쇼군 일행에 제공한다. 노랗게 절여진 무를 맛있게 먹은 후 도쿠가와 이에미쓰가 반찬 이름이 무엇이냐고 물었다. 특별한 이름이 없다고 대답하자 그렇다면 '다쿠앙이 절인 채소' 라고 부르면 되겠다고 해서 생긴 이름이라는 이야기가 지금까지 전해진다. 단무지의 일본말인 다쿠앙은 우리말 짠지처럼 절인 무를 뜻하는 용어가 아니라 일본 승려의 이름이었던 것이다[26].
대추	김수로왕이 받은 귀한 결혼 예물 대추가 언제부터 우리네 마당가에 서 있게 되었을까? 고려 때 명종이 과실수로 적당하니 널리 기르라고 권장한 기록이 있다(명종 18년, 1188년). 당시는 무신들이 나라를 쥐고 흔들던 시대라 명종도 정중부라는 권력자의 추대로 즉위했다. 무사들의 술안주로 대추가 널리 아낌을 받았던 것일까? 지방의 진상품 목록에도 대추가 올라와 있으니 말이다. 아무튼 이때쯤부터 대추가 전국적으로 널리 퍼진 것 같다. 더 멀리 거슬러 올라가면 경상도 지방에 있었던 가야국의 건국신화에 대추가 등장한다. 가야연합의 왕들은 구자봉에서 발견된 6개의 황금알에서 나왔다. 그중 가장 먼저 알에서 깨어난 이가 대가야의 김수로왕이다. 김수로왕은 이국의 여인을 황후로 맞았는데 그녀가 허황옥(許黃玉, 33~39년)이며, 그녀가 가지고 온 선물에 대추와 복숭아가 있었다고 한다. 그렇다면 김수로왕은 인도산 대추를 먹은 최초의 한반도인이다. 왜냐하면 세계의 모든 대추는 중국 원산과 인도 원산의 두 가지로 나뉘는데, 한반도와 같은 기후에서는 인도의 아열대 기후에 적응한 대추나무가 자라지 않기 때문이다. 지금도 한반도의 모든 대추나무는 중국에서 유래된 종의 후손들이다. 그러니 김수로왕은 지금으로서도 정말 귀한 대추를 결혼 예물로 받은 셈이다[27].
유자	연산군의 유자사랑 조선의 대표적인 폭력임금으로 손꼽히는 연산군(1494~1506)의 남다른 유자 사랑 이야기다. 연산군은 대체로 즉위 3년까지는 큰 탈 없이 임금의 자리를 보전했다고 한다. 그러다가 그의 폭정이 시작된 것은 즉위 3년 이후 부터인데, 그 즈음에 유자에 관한 이상한(?) 명령을 내리게 된다. 즉 연산군 3년 10월 14일에 경상도와 전라도 감사에게 어서(御書)를 내려 '유자는 가지를 붙여 진상하라' 고 한 것이다. 왜? 가지를 붙여서 진상하라고 했을까? 단지 먹기 위한 것이라면 열매로도 충분한데 혹시 왕의 침실에 걸어놓고 향기를 맡으려고 하다 보니 가지가 없어서 불편했던 것일까? 연산군 9년 10월 14일에는 '유자를 더 많이 바쳐라' 는 명령을 내렸고, 이듬해에는 절대로 얼리지 말라는 엄명이 내려졌으며, 또 그 이듬해에는 흙까지 붙여서 바치되 상하지 말게 하라는 명령이 떨어졌다. 기록에 의하면 감사들이 연산군을 위해 백성들에게 흙까지 붙은 나무를 연일 나르게 하다 보니 길에서 지쳐 죽는 사람까지 나왔다고 한다. 아무튼 이쯤 되면 연산군이 유자를 꽤나 아꼈다는 사실을 알 수 있다. 하지만 불행(?)하게도 연산군은 이런 말도 안 되는 명령을 내린 이듬해에 쫓겨나고야 만다.[27].

2.2 장소 소재 음식 이야기

두 번째 장소 소재 이야기는 음식으로 유명한 장소의 지역성을 강조한 이야기로 가장 대표적인 예는 향토음식이다. 향토음식이란 기후와 지세에 따라 특정 지방에서만 생산되는 특색 있는 식재료로 그 지역에서 주로 사용하는 조리법에 의해 발전된 그 지역의 문화가 담긴 음식이다[28][29]. 따라서 그 지방의 식재료, 조리법, 문화가 담긴 음식으로 타지방 음식과는 차별성을 가지고 있어야 한다.

대표적인 예는 전주 콩나물국밥, 제주 꿩엿, 부산 동래파전, 강원도 감자송편 등으로 [지역명 + 음식명]의 단어 구성 형태를 가지고 있다. 따라서 각 지자체에서는 대표 향토음식을 해당 지역에서 제대로 된 맛을 볼 수 있다고 강조하며 관광객 유치에 힘쓰고 있다. 또한 원조집, 종가집의 내림음식 등의 이야기도 여기에 해당된다.

[표 3]은 지역성을 강조한 음식이야기로 최고의 별미를 자랑하는 영덕 대게와 여러 가지 설이 있지만 마욘(Mahon) 항구에서 유래한 마요네즈 이야기 그리고 섬진강의 강물과 바닷물이 섞이는 지역에서 자라는 참게 이야기다. 이는 지역과 음식을 함께 홍보할 수 있는 이야기로 음식관광객 유치 등에 적극 활용할 수 있다.

표 3. 장소 소재 음식 이야기

음식	스토리
대게	영덕의 최고 별미 우리나라에 손꼽는 해안선 드라이브 길이 있는 영덕에서는 소화 잘 되는 '최고의 별미' 대게를 맛볼 수 있다. 이 대게는 주로 경북 영덕과 강원도 삼척 사이의 동해에서 많이 잡히는 것으로 알려져 있다. 특히 수심 120~370m의 '무화잠' 과 '옥돌잠' 이라는 해저산맥에서 잡힌다. 보통 영덕대게라고 하면 강구항과 축산항 앞바다에서 잡히는 대게를 말한다. 특히 강축 앞바다는 밑바닥에 개흙이 없고 깨끗한 모래로만 이루어져 대게가 서식하기에 적합한 환경이다[30].
마요네즈	마욘(Mahon) 항구의 마요네즈 마요네즈는 프랑스 요리에 사용되는 소스의 일종으로, 식용유, 식초, 계란을 주재료로 하는 반고체형 드레싱이다. 마요네즈의 어원에 대해서는 많은 속설이 있는데, 메노르카 섬의 마온, 마요르카 섬, 프랑스의 바욘느 등 지명과 관계된 것만도 여러 개의 설이 존재한다. 마온이 어원이라는 설은 18세기 중반, 프랑스와 영국이 7년 전쟁을 치르던 1756년, 프랑스의 리슐리(Richelieu) 후작은 지중해 연안 메노르카 섬(현재의 Menorca)의 수도인 마욘(Mahon) 항구에서 영국군을 물리쳤다. 전쟁이 끝나고 승리의 축하연회를 하던 중 메노르카섬에 살던 원주민들이 제공한 음식에서 마요네즈를 먹게 되었고 그 맛이 너무나 인상적이어서 마욘(Mahon)과 '~風의' 의미를 갖는 접미어 '~aise' 를 붙여 마요네즈(Mahonnaise)라고 소개하게 되었다[31][32].
참게	섬진강 참게의 인생 섬진강의 참게는 강에서 산란하지 않고 강물이 바닷물과 섞이는 기수지역에서 산란한다. 그래서 섬진강 참게의 인생은 하동 끝 광양만 초입에서 시작된다. 4월에서 6월 사이, 참게들이 이곳으로 이동해 일주일가량 염분 농도를 조절한 후 산란을 한다. 참게가 산란하고 난 뒤 약 10일이 되면 '유생' 단계가 되고, 30일에서 50일 정도가 되면 크기가 조금 다른 '치게' 상태가 된다. 약 10개월 정도가 되어 참게 모양이 제법 갖추어지면 이곳을 벗어나 섬진강으로 거슬러 오르는 긴 여정을 시작하게 된다. 참게는 참게, 동남참게, 애기참게, 남방참게 이렇게 4종으로 나뉘는데, 이 종 중에서 산업적, 경제적 가치가 있는 중요한 종은 '참게' 와 '동남참게' 이다. 참게는 지리적 분포를 보면 서해로 연결되는 충청남도의 금강과 경기도의 임진강 등의 하천에 많이 분포하고 있는데 반해, 동남 참게는 주로 동해안가 남해안의 섬진강으로 연결되어 하천 수역에 많이 분포하고 있다[33].

2.3 식재료 소재 음식 이야기

세 번째 식재료 소재의 이야기는 음식의 재료인 식재료의 차별성을 강조하는 이야기다. 어느 특정 지역에서만 생산되는 식재료나 차별화된 조리법으로 인해 최종적으로 음식 자체의 희귀성과 특이성을 강조하는 이야기다.

[표 4]는 특별한 식재료로 만든 음식 이야기로 임금님 진상품 목록에서 빠지지 않던 숭어알로 만든 어란(魚卵)과 대나무의 순수한 진액인 죽력(竹瀝) 그리고 전라도 한정식에서 빠지지 않는 젓갈로 귀한 토하젓과 진석화젓에 관한 이야기다.

표 4. 식재료 소재 음식 이야기

음식	스토리
어란 (魚卵)	귀하고도 귀한 어란(魚卵) 어란은 생선의 알을 장기간 염장, 건조, 압축, 재건조의 복잡한 과정을 거쳐서 만든 음식으로 조기알이나 민어알로도 만드는데 예로부터 숭어알로 만든 것을 가장 귀하게 여겨 임금님 진상품 목록에도 빠지지 않았다. 어란은 만들기 어렵고 까다로워서 대갓집에서도 술안주로 아껴먹던 음식으로 불에 달군 칼로 아주 얇게 썰어서 접시에 펼쳐서 내놓는다. 먹을 때는 앞니로 조근조근 깨물어 먹어야 그 깊은 맛을 느낄 수 있다고 한다[33].
죽력 (竹瀝)	죽력 한 방울에서 느껴지는 대나무의 정기 대나무는 죽염을 만들 때뿐만 아니라 순수하게 죽력을 추출해 약으로 사용해 왔다. 항아리 안에 대나무를 넣고 진액을 추출해 냈는데, 그렇게 진액을 추출해 내기 위해선 지난(至難)한 과정을 거쳐야 한다. 우선 대나무를 넣은 항아리는 진흙으로 완벽하게 덮어준다. 이물질이 섞이지 않은 순수한 진액을 추출하기 위해서이다. 그 후 가마 안에 왕겨를 가득 채우고 그 위에 불을 붙여 타들어가게 한다. 이렇게 불을 붙이고 1주일을 기다리면 항아리 아래에 검은 액체가 고이는데 이것이 바로 죽력이다. 대나무 열 그루에서 추출할 수 있는 죽력의 양은 불과 3리터라고 하니 이 액 한 방울 한 방울에서 대나무의 정기가 느껴진다[33].
토하젓, 진석화젓	전라도 음식의 깊이를 보여주는 젓갈 전라도 한정식에서 빠지지 않는 젓갈이 있다. 이는 토하젓과 진석화젓이다. 토하(土蝦)는 논이나 저수지에서 잡히는 민물새우로 전라도 지역에서는 '생이' 또는 '새비' 라고도 한다. 토하젓은 토하가 살아서 톡톡 튈 정도도 싱싱한 상태에서 담아야 제대로 된 토하젓이라 한다. 맛의 특징으로는 해감 비슷한 흙내가 난다는 점이다. 진석화젓은 아주 거무스름하고 별난 굴젓이다. 봄철에 알 밴 굴에서 껍질을 골라내고 씻어서 소쿠리에 건져 물기를 빼고, 굴 무게 20% 정도의 소금을 고루 섞어서 항아리에 담아둔다. 오래된 진석화젓은 은은히 퍼지는 향기와 맛이 아주 독특하다. 다른 재료를 섞지 않고 자연스럽게 농축된 굴의 참맛을 느낄 수 있기 때문이다. 소금의 양이 적으면 굴이 모두 녹아 버리고 너무 많이 넣으면 짠 맛이 강해 굴의 고소한 맛을 느낄 수 없다고 한다. 따라서 전라도에서는 진석화젓만을 전문적으로 담그는 명인이 따로 있을 정도이다[34].

Ⅲ. 음식스토리텔링의 콘텐츠 구성

1. Version 1.0 : 정보 제공형 스토리텔링

Version 1.0(정보 제공형 스토리텔링)의 음식 스토리텔링은 음식이 가지고 있는 특별한 기능성과 영양학적 정보를 제공한다. 예를 들어 '과일・채소류에 많이 함유된 비타민 C는 피부미용 효과 및 항산화 효과가 있다' '쌀에 들어있는 펩타이드는 혈압 상승을 억제하며 비타민 E, 엽산, 항산화제는 세포의 노화를 억제 한다' '돼지

고기는 수은이나 납 등 공해 물질을 몸 밖으로 배출하는 해독작용이 뛰어나다'는 내용이다[35].

그러나 음식 및 식재료에 대한 정보는 스토리라고 볼 수 없다. 스토리는 지식과 정보를 나열하거나 논증, 설명하는 것이 아니라 사건과 등장인물, 배경이라는 구성요소로 처음-중간-끝의 줄거리가 있어야 하기 때문이다[36]. 그러나 아직도 이와 같은 내용을 스토리로 인식하는 소비자는 많다[37].

[표 6]과 같이 스토리와 정보는 확연한 차이를 가지고 있다. 스토리는 어떤 사물이나 사실・현상에 대하여 일정한 줄거리를 가지고 하는 말이나 글이고, 정보는 관찰이나 측정을 통하여 수집한 자료를 실제 문제에 도움이 될 수 있도록 정리한 지식이나 자료이다. 따라서 정보는 사실에만 기초해야 한다[6]. 그러나, 스토리는 사실, 허구 또는 사실과 허구가 혼합된 형태도 가능하며 심지어 시간의 흐름에 따라 변할 수도 있다는 점에서 스토리와 정보는 확연히 다름을 알 수 있다[37].

표 5. 스토리와 정보의 차별성[6][37-39]

구분	스토리	정보(지식, 자료)
내용	흥미로운 이야기	검증 가능한 논리적인 사실
전달 의도	듣는 이에게 경험 제공을 의도	듣는 이에게 사실적 지식 제공을 의도
전달 방법	사건, 사물과 함께 체험한 사람의 흔적에 감정을 실어서 전달	사건과 사물의 사실을 전달 매체를 통해 전달(도서, 뉴스, 다큐 등)
변이성	시간 흐름에 따라 변할 수 있음	변할 수 없으며, 변하기 위해서는 또 다른 검증과 논리적인 사실이 뒷받침되어야 함

표 6. Version 1.0의 정보 제공형

음식	내용(정보)
우엉	우엉은 유럽이나 시베리아, 만주 등에서 야생하는 식물로 7월에 암자색이나 흰색 꽃이 핀다. 유럽이나 미국 등에서는 잡초로 생각해 식용하지 않으며 우리나라와 중국, 일본 등에서 주로 먹는다. 우엉의 주성분은 당질이며 식물성 섬유가 풍부하고 철분과 비타민 C, 칼슘, 칼륨이 소량 들어 있다. 우엉은 녹말은 적은데 비해 이눌린이라는 성분이 많이 들어 있어 신장기능을 높이고 이뇨효과가 있어 당뇨병 환자에게 특히 좋다. 최근 발표를 보면 리그닌에 항균작용이 있어 암세포 발생을 억제한다고 한다[40].
방풍	방풍은 미나릿과 다년생 초본 식물이다. 방풍이라는 이름그대로 '풍을 예방' 하는 약초다. 풍이란 병은 바람이 정처 없듯이 변화가 무쌍하다. 감기, 중풍, 관절통증, 피부 가려움증도 모두 풍이다. 풍은 또한 다른 요인과 쉽게 결합하여 다양한 병증을 일으킨다. 한, 열, 습 등과 잘 얽혀서 소위 풍한, 풍열, 풍습 같은 여러 병증을 일으킨다. 따라서 '풍을 예방하는' 약초인 방풍은 감기, 중풍, 관절통, 근육통, 피부소양증 그리고 풍의 다른 요인과 얽혀 생긴 여러 병증을 미리 막기도 하고 또 이를 다스리기도 한다. 『일화자본초日華子本草』에는 방풍이 "36가지 풍을 다스린다" 라고 표현했을 정도다. 방풍은 맛이 맵고 달며 성질은 따뜻하다. 따라서 발산 작용을 하며 풍을 없애고 습을 거두고 통증을 멎게 하는 효능이 있다. 그만큼 운용 범위가 넓다. "방풍은 몸 전체의 아픈 곳을 치료한다. 필요한 부위라면 어디든지 운행한다" 는 말로 방풍의 운용 범위를 짐작할 수 있다[41].
미꾸리	살과 뼈, 내장까지 모두 먹는 미꾸리의 효능은 이미 오래전부터 널리 알려져 있다. 중국의 의학서인 『본초강목本草綱目』에는 미꾸라지가 속을 덥히고 원기를 돋우며 양기를 보하는 효과가 있다고 했으며, 『동의보감東醫寶鑑』에서도 성질이 따뜻하고 비위를 보하며 설사를 멈추게 하는 효능이 있다고 전한다. 또 한의학에서는 자양강장에 효능이 있으면서 수분배출을 도와주고 해독작용을 해주며, 피부를 아름답게 하면서 면역력을 증강하는 효과가 있다고 전하고 있다. 그뿐만 아니라 간 기능 개선을 통해서 숙취를 해소시켜 주며 입맛이 없고 소화기능이 떨어졌을 때 좋은 효과를 기대할 수 있다고 한다. 영양학적으로 성분을 자세히 살펴보면 필수 아미노산을 포함하고 있으며 특히 칼슘과 비타민 E의 함유량이 많아 최근에는 장수 식품으로 주목받고 있다[33].

2. Version 2.0 : 문헌 기초형 스토리텔링

Version 2.0(문헌 기초형 스토리텔링)은 옛 문헌 및 고조리서 등에서 찾은 음식 이야기다. 예를 들어 동의보감 탕액(湯液)편 수부(水部)에 나오는 33가지의 물 이야기, 오늘날 최초의 향토음식 품평서인 허균(許筠, 1569~1618)의 도문대작(屠門大嚼, 1611년)에 기록된 각 지방의 대표 음식들이 이에 해당된다. [표 8]은 이와 같은 역사성을 띤 인물, 고조리서, 문헌 등에서 나타난 음식 이야기다.

Version 2.0(문헌 기초형 스토리텔링)에 해당하는 가장 대표적인 예는 한국 나아가 전세계적으로 알려진 '대장금'드라마를 꼽을 수 있다. 장금(長今)은 조선 중종 때의 실존 인물이지만 드라마 내용처럼 남다른 미각으로 궁중음식 조리에 뛰어난 능력을 가진 소유자라는 기록은 없다. 그러나 조선왕조실록 가운데 중종실록에 의하면 장금(長今)은 의녀(醫女)로서 열 번의 기록이 나오며, 그녀의 의술이 뛰어나 중종으로부터 쌀과 콩 등의 하사품을 받은 기록도 세 번이나 나온다[42] [표 7].

또한 중종실록에 기록되어진 장금은 드라마의 모티브가 되어 MBC 드라마 총 54부작(2003.09.15~2004.03.30)으로 제작되었다. 시청률 조사업체인 TNS 미디어 코리아에 따르면 전국 시청률 55.5%(2004년 3

월 23일 방송)로 당시 최고의 시청률을 기록했으며, 평균 시청률도 41.6%이었다.

표 7. 중종실록에서의 장금의 기록

기록 내용
중종 21권, 10년(1515년 3월 21일) 또 의녀(醫女)인 장금(長今)은 호산(護産)하여 공이 있었으니 당연히 큰 상을 받아야 할 것인데, 마침내는 대고(大故)가 있음으로 해서 아직 드러나게 상을 받지 못하였다.
중종 21권 10년(1515년 3월 22일) 대간이 전의 일을 아뢰고 또 아뢰기를, 의녀인 장금(長今)의 죄는 하종해보다도 심합니다. 산후에 의대(衣襨)를 개어(改御)하실 때에 계청하여 중지하였으면 어찌 대고에 이르렀겠습니까?
중종 46권 17년(1522년 9월 5일) 대비전(大妃殿)의 증세가 나아지자, 상이 약방(藥房)들에게 차등 있게 상을 주었다. ...의녀 신비(信非)와 장금(長今)에게는 각각 쌀 · 콩 각 10석씩을 주고, 내관(內官) · 반감(飯監) · 별감(別監)에게도 모두 하사가 있었다.
중종 52권 19년(1524년 12월 15일) 다만 의녀 대장금(大長今)의 의술이 그 무리 중에서 조금 나으므로 바야흐로 대내(大內)에 출입하며 간병(看病)하니, 이 전체아를 대장금에게 주라.
중종 73권 28년(1533년 2월 11일) 김수량(金守良) · 노한명(盧漢明)과 장무 관원(掌務官員)은 각기 아마 1필씩을 내리고, 의녀(醫女) 대장금(大長今)과 계금(戒今)에게는 쌀과 콩을 각각 15석씩, 관목면(官木綿)과 정포(正布)를 각기 10필씩 내리고, 탕약 사령 등에게는 각기 차등 있게 상을 내리라.
중종 101권, 39년(1544년 1월 29일) 의원(醫員) 박세거(朴世擧)와 홍침(洪沈) 및 내의녀(內醫女) 대장금(大長今)과 은비(銀非) 등에게 약을 의논하라고 이미 하유(下諭)하였거니와, 이 뜻을 내의원 제조에게 이르라.
중종 102권, 39년(1544년 2월 9일) 유지번(柳之蕃) · 한순경(韓順敬)에게는 아마(兒馬) 각 1필씩, 의녀 대장금(大長今)에게는 쌀과 콩을 도합 5석(石), 은비(銀非)에게는 쌀과 콩 3석을 하사하고 탕약 사령(湯藥使令)들에게는 관고(官庫)의 목면 2필씩을 지급하라.
중종 105권, 39년(1544년 10월 25일) 의정부 · 중추부 · 육조 · 한성부의 당상 및 대사헌 정순붕 등이 문안하니, 알았다고 전교하였다. 이날 의녀 장금(長今)이 나와서 말하기를 '어제 저녁에 상께서 삼경(三更)에 잠이 들었고, 오경에 또 잠깐 잠이 들었다. 또 소변은 잠시 통했으나 대변이 불통한 지가 이미 3일이나 되었다.' 고 했다.
중종 105권, 39년(1544년 10월 26일) 여의 장금의 말이 '지난 밤에 오령산을 달여 들였더니 두 번 복용하시고 삼경에 잠이 드셨습니다. 또 소변은 잠깐 통했으나 대변은 전과 같이 통하지 않아 오늘 아침 처음으로 밀정(蜜錠)을 썼습니다.' 하였다.
중종 105권, 39년(1544년 10월 29일) 아침에 의녀 장금(長今)이 내전으로부터 나와서 말하기를, "하기가 비로소 통하여 매우 기분이 좋다고 하셨습니다." 하였다. 얼마 후에 약방에 전교하기를, "내가 지금은 하기가 평소와 같고 다만 기운만 약할 뿐이다. 지금 제조 및 의원과 의녀가 모두 왕래하고 있지만, 의원은 입직할 것이 없으며 제조도 각기 해산하여 돌아가라." 하니, 제조가 회계하였다[42]

표 8. version 2.0의 문헌 기초형 음식 이야기

음식	스토리
인절미	왕의 파란만장한 삶을 위로한 떡 [비운의 삶을 맞서기도 하고, 비극적인 후퇴를 맛보기도 했던 왕. 인조. 그의 쓸쓸한 마음을 달래주려 백성들이 지성으로 올린. 인절미] 1623년 명에 대한 의리를 저버리고 형제를 죽이고 계모에게 불효를 저질렀다는 명분 아래 광해군을 끌어내린 뒤 능양군 이종은 조선 16대 임금인 인조(仁祖)가 된다. 한양을 떠나 공주 공산성까지 오게 된 임금 앞에 백성들은 음식을 진상한다. 이를 맛본 임금의 한마디 "그 맛이 절미(絕味)로다. 이것의 이름은 무엇이냐?" 그러나 백성들이 아는 거라곤 음식의 이름이 아닌, 임씨 성을 가진 자의 진상품이란 것이 전부. 이에 인조는 '임씨가 만든 가장 맛있는 떡' 이란 뜻에서 임절미(任絕味)라는 이름을 하사한다. 그 후 인조는 왕권을 회복해 다시 한양으로 떠났고 이렇게 인조가 친히 지어내린 떡의 이름은 임절미에서 인절미가 되어 오늘날까지 전해지게 된다[40].
석이편	음식의 맛을 아는 방법을 모은 음식디미방 이미 340년 전에 쓰인 책으로 조선시대 반가음식의 정수를 모아놓고 있다. 화려하지도 않고 복잡하지도 않은 음식들이지만 소재의 맛과 색을 그대로 살려 정갈함과 건강함을 느낄 수 있다. "압록강 동쪽에는 이 음식과 비교할 음식이 없다" 는 말로 정리한 어느 유명인의 말 속에서 『음식디미방』의 특별함을 느낄 수 있다. 문헌을 토대로 재현된 음식 가운데 가장 나중에 나오는 음식은 석이편이다. 감미료를 사용하지 않지만 은은하면서도 깊은 단맛으로 음식디미방 요리의 대미를 장식한다[30].
초화주(椒花酒)	이름도 아름다운 술. 椒花酒 고려시대의 문인 이규보(1168~1241)는 술을 의인화하여 쓴 가전체설화 『국선생진翳先生傳』의 저자이며 술 없이는 시를 짓지 못했다고 전해진다. 그의 문집 『동국이상국집東國李相國集』에는 이화주 등과 함께 초화주가 소개된다. 이 술은 현재 남아 있는 문헌으로 보아 고려시대까지 그 역사가 거슬러 올라가는 전통주이다. 역사적 기록만 따져보더라도 고려 중기부터 명주로 꼽혀왔음을 짐작할 수 있다[30]. 이름도 아름다운 초화주는 후추[초(椒)]와 꽃[화(花)] 속의 꿀이 들어간다 해서 붙여졌다. 초화주의 술 빚는 법 또한 예사롭지 않은데, 먼저 직접 디딘 누룩을 사용하며, 누룩을 띄울 때도 짚을 사용하지 않고 연잎을 이용하여 띄워 누룩에서부터 향이 더해진다. 술을 담글 때는 천궁, 당귀, 갈근 등 12가지 약재가 넣어 발효시키고 증류한 술이 바로 초화주다. 증류할 때 용기에 꿀을 발라 술에서 꽃향기가 물씬 난다.

3. version 3.0 : 감정 개입형 스토리텔링

version 3.0(감정 개입형 스토리텔링)은 화자 자신의 이야기에 기초한다. 어린 시절에 먹었던 음식에 대한 향수와 그 음식을 만든 이에 대한 그리움 그리고 그 음식을 매개로 상호작용하였던 사람들을 추억하며 이야기는 시작된다. version 3.0(감정 개입형 스토리텔링)의 가장 큰 특징은 두 가지로 나눌 수 있다. version 1.0과 2.0의 이야기는 사실이나 지식의 전달을 위해 논리적이고 이성적인 내용이었다면, version 3.0은 마음을 이야기하는 감성적인 내용으로 듣는 사람의 정서적 공감을

얻어내려고 시도한다[5].

따라서 화자 자신의 진실된 감정을 이야기에 실어 전달하므로 청자와 공감하게 되고 서로 동화되어 상호작용이 원활하게 일어난다. 그러나 이야기에 감정이 없다면 청자는 귀를 기울이지도 않을 것이며 서로 공감할 수도 없게 된다.

다시 강조하자면 version 3.0(감정 개입형 스토리텔링) 이야기처럼 화자의 감정이 녹아져 있는 진실된 이야기에만 청자들은 집중하게 되고, 그 이야기에 빠져들어가 마치 자신의 이야기처럼 느끼게 되는 것이다. 이와 같이 이야기는 사실을 감정이라는 포장으로 감싸고[43], 이 감정으로 인해 화자와 청자가 서로 만나 이야기를 주고받으면서 마음의 공감대를 형성해 가는 진정한 스토리텔링의 모습을 보여 주게 된다[5]. 예를 들어 '들기름에 재운 김을 연탄불에 살짝 구워 먹던 옛 이야기' '가마솥의 누룽지 맛을 잊지 못한다는 이야기' 등이 모두 이에 해당하며 화자는 음식의 맛을 잊지 못하는 아쉬움을 전해주고, 청자는 스토리를 따라가면서 자신의 기억 안에서 해석하고, 인지하고, 공감하게 된다[44].

따라서 version 3.0(감정 개입형 스토리텔링)에서 중요한 것은 타인과의 상호작용하며 사회에 다양한 잠재성과 가능성을 제공하는 공인[7] 즉, 감정을 실어 말하는 주체인 스토리텔러(storyteller, 傳奇叟, 이야기꾼)의 역할이다. 스토리텔러는 공인으로서 내가 할 수 있는 이야기가 무엇인가를 고민하는 것이 아니라 동시대에 사는 다수의 청중이 듣고 싶어 하는 이야기가 무엇인가에 대해 고민하고 답을 찾아야할 것이다[7].

version 3.0(감정 개입형 스토리텔링)의 두 번째 특징은 자신의 이야기가 아닌 1930~1960년대를 살아온 세대를 대상으로 구술을 채록하여 이를 바탕으로 자신의 이야기처럼 스토리로 창작하기도 한다. 이와 같은 이야기는 진실된 팩트(fact)일수도 있으며, 팩트와 픽션(fiction)이 혼합된 팩션(faction)일 수도 있다. 하나의 사실을 바탕으로 시대적 감각으로 재창작할 수 있는 스토리 리텔링(Story retelling)의 중요성과 이를 가능하게 하여 모든 이에게 공감을 얻을 수 있도록 창작하는 스토리텔링 작가의 중요성이 대두된다.

[표 9]에 나타난 묵깐밥은 진실된 과거의 경험을 바탕으로 한 이야기이며, 민대보리밥은 일제강점기 시대를 살아온 세대를 대상으로 구술을 채록하여 윤문 가공한 팩션 형태의 이야기다. 두 스토리의 공통점은 텍스트 형태의 스토리일지라도 문어체가 아니라 구어체라는 점이다. 이는 구어체를 사용하여 화자가 자신의 감정을 정확하게 전달하고 청자로부터 더 큰 공감을 얻기 위한 방법이다.

표 9. version 3.0의 감정 개입형 스토리텔링

음식	스토리
묵깐밥	할머니의 그리움에 묵조차도 목에 걸립니다. 깐밥은 누룽지의 전라도 사투리인데요. 묵 깐밥이라고 들어보셨어요? 묵 깐밥은 묵을 만들 때, 묵이 눌러 붙지 않도록 냄비 바닥을 열심히 긁었음에도 불구하고 바닥에 눌러 붙은 누룽지인데 이 누룽지가 얼마나 쫀득쫀득하고 맛있는지... 묵 깐밥을 더 많이 먹을 생각에 일부러 냄비 바닥을 설렁설렁 긁다가 외할머니에게 혼나던 기억이 생생하네요[45].
민대 보리밥	할머니의 민대보리밥 민대보리란 보리가 익어 색이 누렇게 되기 이전인 아직 낟알이 덜 익은 보리를 말합니다. 민대보리밥은 덜 익은 보리로 지은 밥으로 보통 보리 수확을 앞둔 4월 그믐에서 5월에 해 먹었다고 합니다. 없이 사는 사람으로서는 보릿고개를 버티는 마지막 방도로 민대보리밥을 해 먹었다고 하나, 이것 또한 너무 많이 베어 먹으면 그 만큼 나중에 수확량이 줄어들기 때문에 무작정 해먹을 수도 없었다고 합니다. 그러나 굶기를 오늘날 밥 먹듯이 했던 할머니는 사정을 알면서도 어쩔 수 없이 민대보리밥을 해 먹어야 했다고 하니 그 맛이 얼마나 입안에서 거칠게만 느껴졌을까요? 할머니는 과거에 먹을 것이 없어서 시퍼런 땡감을 돌로 깨서 된장에 찍어 먹고, 덜 익은 복숭아를 확에 문질러 털을 없애고 사카린에 버무려 땟거리로 하셨다고 하시면서 돌아누우십니다. 요즘 아이들은 먹을 것이 없어서 끼니를 굶었다는 할머니의 옛이야기를 이해나 할까요?[45].
녹두 빈대떡	빈대떡 사랑 빈대떡을 서너 장 사들고 신문지에 둘둘 말아서 친구 명금이네 집으로 향하던 어느 날 저녁, 그만 뚜껑이 열린 맨홀 구멍에 발이 빠지고 말았다. 그 순간 다치겠다는 생각보다 '빈대떡이 망가지겠다' 는 걱정이 먼저 들었다. 구멍에 빠지는 것과 동시에 빈대떡 봉지를 쥔 한 손을 번쩍 치켜들었다. 그림책에서 본 '자유의 여신상' 처럼. 친구네 집에서 전등불에 비춰보니 무릎이 다 까지고 허벅지와 종아리에 검푸른 피멍이 들어 있었다. 붉은 '아까징끼' 를 바른 무릎은 한없이 쓰라렸지만, 빈대떡은 그날따라 유난히 맛있었다. 명금이는 눈물을 흘리면서 먹기를 멈추지 않는 나의 '빈대떡 사랑' 에 어처구니없는 눈치였다[46].

4. version 4.0 : 소비자 참여형 스토리텔링

version 4.0(소비자 참여형 스토리텔링)은 기존 version 1.0~3.0과는 뚜렷한 차별성이 있다. 이제까지

의 음식 스토리텔링은 소비자를 향한 음식에 대한 소개였다면 비로소 version 4.0(소비자 참여형 스토리텔링)은 소비자를 다가오도록 유도하는 형태이다.

이는 소비자에게 상상하고 창작할 수 있도록 '상상의 단서'를 제공해야 한다. 따라서 이 단서는 호기심을 충분히 자극하여 관심과 흥미를 유발시킬 정도로 진기하고 강렬한 자극을 가지고 있어야 한다. 그리고 그 자극에 노출된 소비자는 다가올 것이고 그 단서 안에 숨겨진 이야기를 원하게 될 것이다.

바로 [그림 1]과 같은 사실 존재하는 한 컷의 사진이 단서가 되어 소비자들은 과거나 미래에 있음직한 일들을 기대하고 상상하며 ?(물음표)를 던지게 된다.

이제까지는 공급자(기업, 점포, 음식점, 지자체 등)가 이야기를 문자 또는 영상의 매체를 통해 주도적으로 소비자에게 제공하였다면, 앞으로는 소비자가 직접 스토리를 상상할 수 있도록 시간을 주어야 할 것이다. 이것이 바로 음식스토리텔링의 version 4.0(소비자 참여형 스토리텔링)이며, 스토리 창작의 새로운 패러다임이다. 따라서 [그림 1]에서의 사진들은 화자를 통해 이야기를 듣는 것이 아니라 소비자 스스로가 이야기를 상상하고 최종적으로 창작하도록 유도하고 있다.

스토리의 힘이란 이야기 하나만으로 청자의 마음을 사고, 청자는 또 다른 이야기를 연상할 수 있도록 작용해야한다. 이러한 결정적인 작용은 사실에 기초되어야만 청자는 신뢰하게 된다. 또한 그 사실에 흥미로운 허구가 더해져야한다는 점이다.

이제 음식 스토리텔링에서의 음식은 물질이 아니라 문화다. 이와 같은 문화는 한 시대를 살아온 사람들의 인식과 사고를 대표해야할 것이며 이와 같은 이야기는 이제 음식이 아니라 문화 즉 식문화라는 점이다.

과거의 '개인'은 일방적인 문화수용자 혹은 문화소비자였지만 21세기는 '개인'이 문화의 적극적 생산자이자 주체적 소비자로 기능하는 문화시대이다[47]. 따라서 소비자들은 '음식 없는 음식 이야기' 나아가 '음식 없는 음식 전시회'에서 서로 소통하며 더 큰 감동을 받게 될 것이다. 따라서 스토리는 그(그녀)의 이야기에서 우리의 이야기로 발전하게 된다.

이름	사진
모지랑 숟가락	
전병 자르는 칼	
간장소금	

그림 1. 이야기 창작을 위한 사진(연구자 촬영)

[그림 1]의 첫 번째 '모지랑 숟가락(끝이 다 닳아서 무디어진 숟가락)'은 30년이 넘은 돌솥밥집의 숟가락으로 손님들이 돌솥 안 누룽지를 긁어 먹다보니 숟가락 끝이 닳아서 반 토막이 되었다. 돌솥밥집 주인에게 모지랑숟가락은 은숟가락보다도 귀한 숟가락인셈이다.

가운데 '전병 자르는 칼' 사진은 45년의 역사를 가진 전병 만드는 공장에서 갓 구워진 전병을 자를 때 사용하는 칼이다. 좌측의 칼은 우측의 칼만큼 면적도 넓었으나 오랜 시간 동안 쓰다 보니 칼날이 닳아서 작은 크기의 칼이 되었다. 바로 이 사진 한 장이 전병 공장의 역사를 말해주고 있다.

하단의 사진은 全州崔氏 집안의 간장 항아리에서 나온 간장소금이다. 집안마다 큰 항아리에 간장을 담아 오랜 기간 동안 먹게 되는데 이 간장소금은 맛 좋은 간장에서만 생긴다는 것만으로도 종부의 음식솜씨는 검증받은 것이며 집안의 자랑이다.

소금 결정의 모양은 직육면체인데 간장소금은 일정한 형태가 없이 투명하고 딱딱한 결정체이다. 이 간장소금을 가루로 만들어 나물을 무칠 때 넣으면 그 뛰어난 맛을 느낄 수 있다하여 全州崔氏 집안에서는 음식 맛의 비결을 간장소금으로 돌리고 있다. 또한 간장소금은 생기는 양도 적거니와 너무도 귀해서 남에게는 절대 주지 않으며 全州崔氏 집안에서는 음식의 양념을 넘어 약(藥)으로 쓰고 있어 간장소금에 대한 자부심이 크다.

Ⅳ. 결 론

본 연구에서는 음식 이야기의 소재를 세 가지로 나누어 설명하였다. 또한 음식스토리텔링을 콘텐츠 구성에 따라 version 1.0에서 4.0으로 제시하며 스토리의 예를 덧붙여 그 이해를 돕고자 하였다. 최종적으로 새로운 패러다임으로 부각될 version 4.0(소비자 참여형 스토리텔링)의 중요성을 강조하였다.

먼저 음식 스토리의 소재를 살펴보면 인물과 관련된 이야기, 장소와 관련된 이야기 그리고 음식(식재료)의 희귀성과 특수성을 소개하는 이야기로 나누었다. 그러나 앞에서 설명한 이야기의 소재인 인물, 장소, 식재료의 이야기는 단독으로 그 이야기를 만들어 가는 것이 아니라 서로 혼합된 형태로 구성되어 음식의 특이성과 차별성을 강조한다면 더 큰 흥미와 신뢰를 주게 될 것이다.

또, 음식 스토리 창작에 관한 어려움을 해소시키고자 그간 알려진 음식 스토리텔링의 콘텐츠를 분석하여 살펴보았다. version 1.0(정보 제공형 스토리텔링)은 음식(식재료)에 대한 기능적, 영양학적 정보에 해당하는 것으로 스토리와는 큰 차이가 있음을 밝혔다.

version 2.0(문헌 기초형 스토리텔링)은 옛 문헌 및 고조리서 등에서 찾은 음식의 이야기로 중종실록에 기록된 의녀 장금을 바탕으로 한 '대장금' 드라마를 대표적인 예로 들어 설명하였다. 이와 같이 역사적 사실을 바탕으로 드라마가 제작되었고, 오늘날에는 대장금 테마파크까지 건립되어 이야기를 이어가고 있다. 대장금 드라마가 만들어진지 벌써 10년이 지나가고 있지만 아직도 관광객들은 상상 속에서 스토리를 따라 대장금을 체험하고 있다[48].

version 3.0(감정 개입형 스토리텔링)은 화자 자신의 경험에서 나온 이야기로 감정을 실어 청자와 공감하고 서로 소통하려는 시도의 이야기다. 따라서 스토리텔러(storyteller, 傳奇叟, 이야기꾼) 역할의 중요성을 강조하였다. 또한, 화자 자신이 살아오지 않은 시대를 살아온 세대를 대상으로 구술을 채록하여 윤문하고 창작한 이야기도 이에 속한다. 이 경우 작가의 중요성이 대두된다.

마지막으로 version 4.0(소비자 참여형 스토리텔링)은 그동안 공급자(기업, 점포, 음식점, 지자체 등)가 내부에서 창작하여 소비자에게 밀어 넣기 식으로 이야기를 제공하였다면 이젠 소비자에게 궁금증을 유발할 수 있는 단서를 제공하여 소비자가 다가오고, 이야기에 대해 상상하게 만드는 것이다. 이는 최종적으로 소비자 창작 주도형 스토리로 발전할 수 있다.

음식은 시대를 대표하는 문화이다. 소비자에게 음식이 물질이 아니라 문화로 다가서기 위해 어떠한 방법이 필요한가에 대해 고민해볼 필요가 있다. 앞으로 소비자들은 물질적인 음식이 아니라 식문화를 원하게 될 것이다. 또한 음식 없는 음식이야기, 음식 없는 음식 전시회 등에서 스토리는 음식을 더욱 빛나게 할 것이며 소비자는 더 큰 감동을 받게 될 것으로 확신한다.

또한 과거에는 구전만이 스토리를 전달할 수 있는 유일한 방법이었다. 그러나 오늘날에는 드라마, 연극, 영화, 그림, 만화, 게임, 애니메이션, SNS, 동화, 소설 등 다양한 매체를 통해 이야기가 전달된다. 따라서 창작된 스토리에 맞는 매체 선정 또는 매체에 맞는 스토리 개발이 병행되어야 할 것이다.

또한 Rolf Jensen은 1960년대부터 시작된 정보전쟁이 치열한 '정보사회' 다음 사회인 21세기의 'dream society(꿈과 감성을 파는 사회)'를 예언하였다. 이 dream society에서는 정보전쟁이 아니라, 가장 훌륭한 이야기를 가진 전사가 세계를 지배한다는 아이디어와 가치관을 내용으로 하는 '콘텐츠 전쟁(content war)'을 주장하였다[49]. 본 연구의 결과는 콘텐츠 전쟁의 전략에 해당하는 결과물이다. 그러나 앞으로는 전술에 해당하는 보다 심도 있고 다양한 각도에서의 연구가 진행되

길 기대해본다.

마지막으로 본 연구는 음식(식품) 연구 분야와 스토리텔링 연구 분야를 학문적으로 세분화하지 않고 통합하려는 시도의 연구 결과이다. 이와 같이 서로 다른 학문의 분야가 함께할 때 더 큰 시너지 효과를 얻을 수 있을 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

[1] 최혜실, *문화산업과 스토리텔링*, 다할미디어, 2007.

[2] 김기국, “<만화 짜장면>과 상상력의 스토리텔링”, 기호학연구, 제29호, pp.64-97, 2011.

[3] 류은영, “내러티브와 스토리텔링”, 인문콘텐츠학회, 제14호, pp.229-262, 2009.

[4] 김태욱, 노진화, *브랜드 스토리 마케팅 브랜드가 말하게 하라*, 커뮤니케이션북스, 2012.

[5] 조태남, *스토리텔링과 문화마케팅*, 경남대학교 출판부, 2012.

[6] 정숙, *스토리텔링으로 소통하라*, 차림, 2011.

[7] 한혜원, *호모 나랜스*, 살림, 2010.

[8] 김훈철, *브랜드스토리전략*, 다산북스, 2011.

[9] 김지현, 진양호, “스토리텔링을 이용한 향토음식 발굴과 관광상품화 연구”, 한국외식경영학회, 제11권, 제2호, pp.25-47, 2008.

[10] 김민경, *호텔 레스토랑 스토리텔링이 행동의도에 미치는 영향*, 경기대학교 석사학위 논문, 2009.

[11] 최정숙, 박한식, “향토음식의 스토리텔링 적용 사례연구”, 한국식생활문화학회지, 제24권, 제2호, pp.137-145, 2009.

[12] 김미혜, 정혜경, “스토리텔링을 통한 충남향토음식 개발 연구”, 한국식생활문화학회지, 제25권, 제3호, pp.270-284, 2010.

[13] 최수웅, “요리만화의 스토리텔링 양상 연구”, 인문콘텐츠학회, 제18호, pp.147-166, 2010.

[14] 박아름, 조미숙, “향토음식점의 스토리텔링이 구매행동에 미치는 영향”, 한국식생활문화학회지, 제25권, 제6호, pp.764-769, 2010.

[15] 방인경, *관광특성화를 위한 향토음식 활용 방안*, 숙명여자대학교 석사학위 논문, 2009.

[16] 김미혜, 정혜경, “문학 작품을 통한 향토 음식 콘텐츠 개발”, 동아시아식생활학회, 제20권, 제5호, pp.639-654, 2010.

[17] 강재구, 이정학, “향토음식의 스토리텔링 인지여부에 따른 지각된 가치, 태도, 행동의도 간의 관계 연구”, 관광레저연구, 제23권, 제1호, pp.317-334, 2011.

[18] 윤유석, 김미희, 안옥선, 강방훈, “이야기를 활용한 향토상품의 광고마케팅 방안”, 농촌지도와 개발, 제18권, 제4호, pp.1051-1083, 2011.

[19] 윤영애, *향토음식의 스토리텔링이 브랜드인지도와 구매의도에 미치는 영향*, 경기대학교 석사학위 논문, 2011.

[20] 김기홍, “음식 스토리텔링과 만화”, 글로벌문화콘텐츠, 제8호, pp.25-55, 2012.

[21] 송영애, 전기홍, “향토음식의 스토리텔링이 브랜드 태도에 미치는 영향”, 외식경영연구, 제15권, 제5호, pp.139-161, 2012.

[22] 이종수, “13세기 안동소주 브랜드 스토리텔링 마케팅”, 2012 한국정책학회 하계학술대회 및 국제학술대회, pp.675-696, 2012.

[23] 이종수, “해항도시의 음식문화 비교 분석”, 해항도시문화교섭학, 제6호, pp.89-123, 2012.

[24] 여호근, “광양 매실을 활용한 관광활성화 방안에 관한 연구”, 식품과학과 산업, pp.10-19, 2012.

[25] 송영애, “국내 음식 스토리텔링 연구에 관한 이론적 고찰”, 전주대학교 산업경영종합연구소, 제32권, 제2호, pp.133-149, 2013.

[26] 윤덕노, *붕어빵에도 족보가 있다*, 청보리, 2011.

[27] 김경훈, *뜻밖의 음식사*, 오늘의 책, 2006.

[28] 송태희, 윤은숙, “우리나라 향토음식의 인지도에 관한 연구”, 한국식품조리과학회지, 제11권, 제2호, pp.145-152, 1995.

[29] 이효지, *한국의 음식문화*, 신광출판사, 1998.

[30] 정보상, 이동미, 윤규식, 정철훈, 문일식, *맛있는 경북여행*, 상상출판, 2010.

[31] http://ko.wikipedia.org/wiki
[32] http://navercast.naver.com/contents
[33] KBS<한국인의 밥상> 제작팀, *한국인의 밥상*, SEEDPAPER, 2011.
[34] 한복진, *우리가 정말 알아야할 우리음식 백가지*, 현암사, 1999.
[35] 농수산식품부, aT, *맛있고 재미있는 한식 이야기*, 2010.
[36] 최예정, 김성룡, *스토리텔링과 내러티브*, 글누림, 2005.
[37] 송영애, "맛있는 스토리텔링의 기술", 2012 한국외식산업학회 추계학술대회발표, 2012.
[38] 이인화, *디지털 스토리텔링*, 살림출판사, 2003.
[39] 이세리, *영화·드라마 로케이션촬영지 스토리텔링을 통한 관광산업 활성화 방안 연구*, 전주대학교 대학원 석사학위논문, 2008.
[40] 아나가키 히데히로 지음, 손민진 옮김, *보약보다 좋은 채소*, 휴먼 테라피, 2008.
[41] 오한샘, 최유진, *천년의 밥상*, MID, 2010.
[42] http://sillok.history.go.kr
[43] 리처드 맥스웰, 로버트 딕먼 지음, 전행선 옮김, *5가지만 알면 나도 스토리텔링 전문가*, 지식 노마드, 2010.
[44] 박은정, *스토리텔링 인지과학을 만나다*, 이담, 2010.
[45] 송영애, 김정기, 진경은, 채재희, *허균이 탐한 新도문대작*, 이상출판사, 2012.
[46] 서명숙, *식탐*, 시사인북, 2012.
[47] 송준호, *나를 바꾸는 글쓰기*, 살림, 2013.
[48] 최인호, "대중문화 콘텐츠를 활용한 관광지 스토리텔링", 한국콘텐츠학회논문지, 제8권, 제12호, pp.396-403, 2008.
[49] R. Jensen, *The Dream Society*, McGraw-Hill, 1999.
[48] 최인호, "대중문화 콘텐츠를 활용한 관광지 스토리텔링", 한국콘텐츠학회논문지, 제8권, 제12호, pp.396-403, 2008.
[49] R. Jensen, *The Dream Society*, McGraw-Hill, 1999.

저 자 소 개

송 영 애(Young-Ai Song) 정회원

- 2002년 2월 : 원광대학교 식품공학과(공학 석사)
- 2012년 2월 : 전주대학교 경영학과(경영학 박사)
- 현재 : 전주대학교 식품산업연구소

<관심분야> : 식문화, 음식 스토리텔링