

# 라면을 보는 5가지 시각

## -기사분석을 중심으로-

### Five Views on RAMYEON

-Focusing on the Analysis of Newspaper Articles from 1963 to 2012-

안효진, 오세영  
경희대학교 식품영양학과

HyoJin An(ddottori@naver.com), Se-Young Oh(seyoung@khu.ac.kr)

#### 요약

라면은 1960년대 초까지도 비교적 조리법이 제한되어 있었던 밀가루를 활용한 한국 최초 편의식품으로 중국, 일본, 미국, 한국 음식문화가 섞여 있는 밀가루 음식이다. 본고는 우리나라에서 1960년대 후반부터 본격적으로 소비되기 시작한 라면 변화모습을 고찰하기 위하여 1963~2012년을 6개 시대로 분류하여 대중매체(동아일보, 경향신문, MBC 뉴스) 기사분석을 통하여 정치, 경제, 사회, 문화, 국제 관점에서 변화 모습을 고찰하였다. 총 기사건수는 3,823건, 연평균 76.46건이었다. 각 분야는 다음과 같이 소주제로 정리되었는데 정치분야에서는 <선거>, <대북관계>, 경제는 <가격>, <경기>, 사회는 <분식장려>, <사건사고>, <기부·봉사>, 생활문화는 <라면소비>, <극한상황>, <영양>, 국제 분야에서는 <수출국>으로 요약되었다. 이상의 내용을 바탕으로 1기 60년대를 ‘태동기’, 2기 70년대를 ‘기반확충기’, 3기 80년대를 ‘내수성장기’, 4기 88올림픽 이후를 ‘해외진출기’, 5기 IMF 이후를 ‘고급화기’, 6기 2000년대 이후를 ‘전환기’로 명명하였다. 본고 결과를 통해 라면은 50년간 음식의 기본가치인 생리적 가치에 더하여 사회적 가치를 띠고 사회와 밀접하게 관련지어 변화했음을 알 수 있었다.

■ 중심어 : | 라면 | 기사분석 | 분식장려 | 극한상황 | 대북관계 |

#### Abstract

*Ramyeon* is a wheat-food that has been mixed a dietary culture of China, Japan, American and Korea. Simultaneously it was the first convenience food that made of flour in Korea, which had been relatively few recipes until the early 1960's. To examine the changes of *Ramyeon* which has been consumed in large quantities since the late 1960s, this paper classified 1963~2012 into 6 periods. From political, economic, social, cultural and international perspectives we considered the changes of *Ramyeon* through the articles analysis of mass media(Dongallbo, The KyunghyangShinmun, MBC news). The total number of articles was 3,823 with an average of 76.46/y. Each field was summarized as following sub-topics; In political(Election, North Korea), in economic(Price, Economy), in social(Promotion campaign for eating of flour, Incidents, Donation), in cultural(Consumption, Extreme situations, Nutrition) and in international field(Exporting). Each period was named according to the feature; Early stage, Expansion stage, Domestic growth stage, Overseas stage, Advanced stage, Transition stage. *Ramyeon* has changed in a closely relation with society for past 50 years.

■ keyword : | Ramyun | Article Analysis | Promotion Campaign for Eating of Flour | Extreme Situations | N, Korea |

\* 본 연구논문은 율촌재단의 학술연구비를 지원받아 수행한 것입니다.

접수일자 : 2018년 07월 30일

심사완료일 : 2018년 09월 03일

수정일자 : 2019년 09월 03일

교신저자 : 오세영, e-mail : seyoung@khu.ac.kr

## I. 서론

음식은 개인적 영역으로 가치관, 정체성이 반영되어 있으며 넓은 범위로는 식재료, 조리법은 물론 지역의 전통, 관습뿐만 아니라 정치, 경제적 역학관계가 반영되어 있으므로 지역문화 본질을 이해하는 중심에 있다[1].

우리나라 쌀 소비량은 1985년 128.1kg 이래 30년 넘게 하향세이며 2017년 국민1인당 연간 쌀 소비량은 61.8kg로 1963년 통계 이래 가장 높았던 1970년 136.4kg에 비해 절반에 미치지 못하는 양이다. 1985년 이래 지속되어온 이러한 쌀 소비 하향추세는 쌀 의존 식단형태에 변화가 생겼음을 의미한다[2].

한국전쟁 이후의 미국의 농산물원조는 소맥이 대부분이었다[3]. 소맥, 즉 밀은 심각한 상태의 식량문제를 해결해 줄 곡식이었지만 쌀에 대한 의존도가 높았던 식문화 특성상 60년대 초반 밀가루로 조리 가능한 음식은 수제비, 칼국수 정도였으며 소규모 공장에서 만들어지는 국수를 벗어나지 못했다[4]. 우리나라에서 라면이 처음 출시되었던 것은 1963년 9월인데 그해 1월 1일 「동아일보」에는 “새해...식량사정 어려워...흉작으로...570만석 부족...식생활개선 어려워...도입양곡은 소맥이나 국민기호에 맞지 않을 것이 뻔해...”[5]와 “부족한 쌀은...분식장려 외에는 길이 없으며 밀가루소비 진작 고민”[6]이라는 기사는 1960년대 초반 국민들의 밀가루 기호도를 반영한다.

이러한 때에 밀가루로 만든 ‘라면’이라는 공장제 식품이 출시되었다. 라면은 일본에서 개발된 음식이며 정확히 표현하면 일본이 개발한 것은 인스턴트라면이며 기원은 중국이었다. 어원은 중국어 ‘남면’(라미엔)으로[7] 라면 개발자 안도 모모후쿠(安藤百福)가 사람들이 지나 소바를 줄을 서서 사먹는 모습을 보고 이를 공업화시키겠다고 한 후 10여 년만인 1958년에 일본에서 상품으로 출시되었다[8]. 그리고 일본, 한국의 경우 모두 인스턴트라면 뒤에는 전쟁으로 인한 식량부족과 미국의 (영여)농산물 ‘밀’이라는 공통배경이 있었다. 즉, 인스턴트라면에는 중국, 일본, 한국, 미국이라는 4개국의 문화가 녹아 있으며 동시에 우리나라만의 라면 문화가 존재한다. ‘산업자본주의 공업화 달성’을 의미하는[9] 경제적

근대화가 서양에서는 수백년간 진행되어 온 반면 우리나라는 단시간에 압축적으로 진행되었는데[10] 이러한 빠른 근대화 과정에 잘 부합되는 음식이 라면이다.

라면 등장 후 50여년이 지났고 우리의 정치, 경제, 사회 환경 변화와 함께 식생활 또한 기아, 안정, 식도락, 복지의 시대를 거쳐 왔다[11]. 쌀은 풍부해졌지만 라면은 사라지지 않았고 지난 50년간 라면이 식생활에서 차지했던 부분은 긍정적이건 부정적이건 간과할 수 없다.

라면연구는 문화적 측면에서 주[12], 김[13]에 의해 이루어졌고 그 외 건강영양 측면[14][15], 구매의도·판매전략 측면[16][17], 식품과학적 측면[18]에서 다양하게 이루어졌으나 라면출시 이래 50여년간을 사회문화적 관점에서 고찰한 연구는 없다. 이에 본 연구는 라면을 우리나라만의 특수한 상황에 비추어 알아보기 위하여 대중매체 기사를 분석하여 정치, 경제, 사회, 문화, 국제별로 50년간의 라면 모습을 고찰하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 역사기술방법

역사는 ‘사건’으로서의 역사와 ‘기록’으로서의 역사 두 가지 관점에서 접근할 수 있다. 과거 사실의 재현과 사실에 역사가가 중요성을 재평가, 재구성하여 역사적 사실을 확립하는 것이다. 역사가는 현재에 존재하고 역사가의 기준은 현재의 기준과 제약에 영향을 받게 되므로 역사는 현재의 역사가와 과거 사실과의 끊임없는 대화라고도 표현한다. 전자가 과거사실의 재현이라면 후자는 역사가가 당면하고 있는 상대적 의미의 현재의 정신을 표현한다고 할 수 있다[19-21].

본고는 이러한 역사서술 방법을 참고하여 사실역사, 기록역사 서술을 혼용하였다. 기사를 토대로 사실을 그대로 재현시키고 연구자의 주관적 견해를 붙여 재해석하였다. 그러나 재현 부분과 주관적 견해 부분을 정확하게 분리하여 기술이 어려우므로 글 전개에 있어 두 방법이 혼용되어 기술되었음을 밝혀둔다.

## 2. 시대구분

체계적 변화 관찰을 위해 시대구분이 필요하였고 기준은 1인당 국민총소득(Gross National Income, 이하 1인당 GNI)을 이용하였다. 라면은 우리나라 근대화와 시기를 같이 하며 1인당 GNI는 통상 근대화의 지표로 빈번히 사용되고 1963년부터 2012년까지 축적된 공식력 있는 통계자료가 많지 않았기 때문이었다.

1인당 GNI값을 바탕으로 시대구분을 하되 이전 시대 마지막 연도 GNI값의 2배가 되는 해를 다음 시대의 끝 연도가 되게 분류하는 식으로 배치하여 9단계로 분류하였다. 이 구분은 세분되어 혼동여지가 있어 단계별 큰 변별력이 없거나 해당 연수가 짧은 시대를 합쳐 재조정하였다. 3, 4 단계를 2단계와 합치고 6, 7단계와 합쳐 총 6단계로 구분하였다[표 1].

표 1. 1인당 GNI<sup>1)</sup> 에 기초한 시대구분

조정 전			조정 후			
연번	시대명	해당연도	연번	시대명	라면원년 기준 <sup>2)</sup> (년)	기간(년)
1	제1기	1963~1969	1	제1기 (1963~1969)	1~7	7
2	제2기	1970~1973	2	제2기 (1970~1979)	8~17	10
3	제3기	1974~1976				
4	제4기	1977~1979	3	제3기 (1980~1987)	18~25	8
5	제5기	1980~1987				
6	제6기	1988~1990				
7	제7기	1991~1996	4	제4기 (1988~1996)	26~34	9
8	제8기	1997~2003	5	제5기 (1997~2003)	35~41	7
9	제9기	2004~2012	6	제6기 (2004~2012)	42~50	9

1) GNI자료 출처 : KOSIS 국가통계포털

2) 라면원년 : 1963년을 1년으로 환산하였을 때의 연수

## III. 연구방법

기사추출은 「동아일보」, 「경향신문」, MBC 보도기사를 활용하였고 검색어는 「라면」으로 설정하였다. 연구대상 시작 시기는 라면이 처음 출시된 1963년과 이후 50년의 2012년까지였으며 50년간의 신문기사와 TV보

도 기사를 검색할 수 있는 단일검색사이트가 없어 2~3가지 검색 사이트를 병행, 검색하였다. 첫째 포털사이트 네이버뉴스라이브러리의 「동아일보」 데이터베이스, 둘째 「동아일보」 신문보기 유료사이트, 셋째 한국언론재단의 기사통합검색사이트 등이었다. 「동아일보」, 「경향신문」은 50년간을 검색하였으며 TV보도의 경우 한국언론재단에서 제공하는 기사검색이 1997년부터 검색이 가능하여 1997년~2012년 16년간을 조사하였다.

기사추출은 전수조사를 실시하였으며 추출 후 본고에 적합하지 않은 기사는 연구자 판단 하에 제외시켰다. 기사는 [표 2]의 분석유목대로 6개의 범주로 분류하였으며 이 유목은 예비분석을 거쳐 귀납적 추출한 것이었다. 상위유목 「정치」, 「경제」, 「사회」, 「생활문화」, 「국제」, 「기타」 등 6개 중 「사회」와 「생활문화」 유목은 하위유목을 두었다. 「사회」는 「라면과 관련된 간접내용」, 「라면과 관련된 직접내용」, 「기부·봉사」 등이었으며 「생활문화」는 「일반」, 「영양」, 「극한상황」 등이 하위유목이었다.

표 2. 기사 분석유목

분석유목		내용(예)
상위유목	하위유목	
정치	-	대통령, 정치인, 정당, 선거, 남북관계 ...
경제	-	가격, 국내외 경기 현황(호황, 불황) ...
사회	간접관련	라면관련 일반사고, 환경오염, 금융실명제, IMF, 주5일근무제, 맞벌이 ...
	직접관련	절미운동, 위생사고, 올림픽, 슬로푸드, 웰빙, 편의점 ...
	기부,봉사	수해의연금, 국군위문, 불우이웃 ...
생활문화	일반	인스턴트, 웰빙, 여가, 고급화 ...
	영양	부정영양, 긍정영양
	극한상황	극한상황(비빔, 조리불가능, 경제적)
국제	-	라면 수출
기타	-	기업소식, 신제품 소개 ...

## IV. 결과 및 고찰

### 1. 일반사항

[그림 1]에 기사건수를 연도별, 시대별로 정리하였다. 총건수는 3,573건(동아일보 1,763건, 경향신문 1,810건)

이었으며 MBC 기사 250건을 합칠 경우 총 3,823건이었다. 꺾은선그래프는 연도별 건수이며 막대그래프는 시대별 건수를 연평균으로 나타낸 것이다. 연도별 건수 차이가 높아 기사건수가 높았던 해는 1972, 1977, 1989, 2009, 2011년, 적은 해는 60년대 초반, 1969, 1978, 1988, 2000년이었으며 시대별로는 2, 6기가 높고 1기에 낮게 나타났다. 전체 연평균은 71.46건(동아일보, 경향신문 기사만), 76.46건/년(TV보도 합친 경우)건으로 6건/월, 일주일에 1회 이상은 라면관련 기사가 실린 셈이었다.

정치, 경제, 사회, 생활문화, 국제 등 유목별 기사건수는 [표 3], [그림 2]와 같다. 상위유목만을 봤을 경우 사회, 생활문화, 경제 관련 기사 순으로 높았으며 하위 유목까지 보았을 경우 기부·봉사 관련 기사가 가장 많이 추출되었다. 이러한 류의 기사는 매우 짧은 이유도 있지만(본 연구에서는 연구호름 상 1건으로 산정) 라면이 이웃돕기, 각종 위문품에 매우 높은 빈도로 이용된 이유도 있었다.

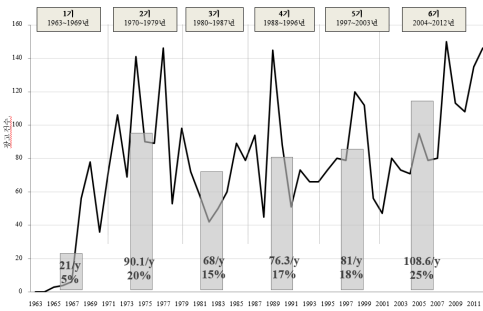


그림 1. 연도별·시대별 라면관련 광고(단위:건)

표 3. 유목별 기사건수

(단위:건)

전체	정치	경제	사회	생활 문화	국제	기타	총합
동 <sup>1)</sup>	118	236	688	399	160	162	1,763
경 <sup>2)</sup>	74	209	784	416	142	185	1,810
M <sup>3)</sup>	22	42	99	60	19	8	250
동+경	192	445	1,472	815	302	347	<b>3,573</b>
동+경+M	214	487	1,571	875	321	355	<b>3,823</b>

1) 동: 동아일보 기사  
2) 경: 경향신문 기사  
3) M : MBC 보도 기사

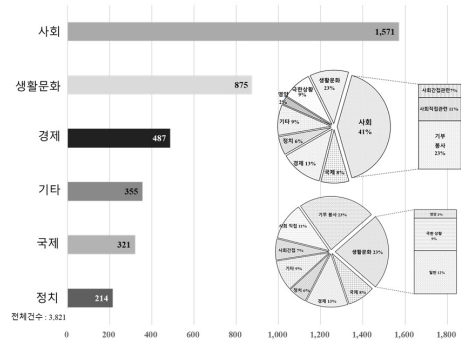


그림 2. 유목별 분류(단위:건)

## 2. 5가지 시각으로 본 라면

### 2.1 정치와 라면

정치는 전체 기사의 6%로 가장 낮은 비율을 차지하여 양적 측면에서 본다면 의미가 약했지만 중요 주제로 요약될 수 있었다. 시대별로 분류하면 4기 '88~'96년, 6기 '04~'12년에 다른 시대와 비교하여 정치 관련 기사가 높게 나타났다. 즉 90년대부터 정치관련 기사가 증가하였는데 두 달에 1번씩 정치 관련 기사가 게재된 셈이었고 그 이외 시기에는 연 1~3회로 낮게 게재되었다.

라면과 정치를 언급할 때 무엇보다 적절한 사례는 라면사업 초기 자금부족으로 일본에서 라면기계 설비를 들여오지 못했던 제조사에게 자금을 융통하여 준 이가 3공화국의 대표적 인물[22]이었다는 점이는 하지만 본고에서는 라면의 정치학에 대해 '선거'와 '대북관계'를 주제로 기술하였다.

### (1) 라면과 선거

선거와 관련된 최초 기사는 「경향신문」의 6대 대통령 선거를 100일도 남기지 않았던 1967년 4월 14일 영부인이 여행사병에게 라면을 무료 급식하는 모습에 대한 기사였다. 1963~2012년까지 대통령선거(직접선거만 포함) 9회, 국회의원선거 14회 등 총 23회 선거가 있었다. 어림잡아 2년에 한 번씩은 큰 선거를 치른 셈인데 이때 항상 문제되는 것이 선거불법운동이었다. 불법운동의 대표적 유형은 유권자들을 향한 금품배포 행위였고 라면은 빠지지 않고 선심공세 표심용 금품에 적극

활용되었다.

이보다 4년 전 1963년 10월 15일 5대 대통령 선거는 라면생일(1963.9.15)과 거의 때를 같이 했다. 정확히 라면출시 한달 후에 윤보선과 박정희 후보 접전으로 좁혀진 대통령 선거가 있었다. 말이 한 달 후의 일이지 민정이양, 선거운동, 어수선한 사회 분위기를 상상해 본다면 라면은 거의 정치 분위기에 묻혔다고 봐도 무방할 것이다. 꼭 대선 때문은 아니지만 라면이 초기 대중들의 관심 밖에 벗어났던 이유 중의 하나가 될 수 있다고 본다. 이후 4년이 지난 1967년 영부인이 군 고위층 부인들을 대동하고 용산역에서 며칠 동안 진행하였던 이 행사는 대통령 선거를 불과 3개월도 남지 않은 시점의 일이라 1967년 당시 많은 사람들이 오고가는 용산역에서 이야깃거리가 되었을 것이며 라면이 군 급식으로 이용된 것은 1969년부터였다. 본고와 함께 진행되었던 라면광고 연구결과에서 라면이 1963년 출시되었음에도 1968년에 와서 광고가 증가한 점을 보더라도 라면이 대중화된 데에 정치적 힘이 없었다고 보기에는 어려운 점이 있다.

선거제도가 시작되고 약 70년, 라면이 태어난 것은 50여년이 되었다. 선거제도와 라면의 교차지점인 '63년 이래 약 30년 동안 라면은 바람직하지 못한 목적으로 이용되었다고 볼 수 있는데 생각해 볼 것은 선거공세에 이용된 물품들이었다. 5, 60년대의 고무신, 막걸리 7, 80년대의 수건, 비누, 설탕, 라면 등 이 모든 것들은 어느 가정, 혹은 혼자 사는 사람일지라도 필요한 저렴한 생활필수품이었다는 점이다. 그 중에서도 라면은 배를 부르게 하고 장기간 보관이 가능하다는 점, 바로 이점이 후보자 입장에서 선거운동에 사용하게 했을 것이다. 더구나 라면은 대표적 서민 음식이었다. 악수를 청하는 후보자들도 유권자와 다를 바 없는 사람이라는 점을 생각하게 하는데 라면이 유용했을 것이다. 이러한 점을 이용하여 2012년 「경향신문」에서는 라면이 정치가들의 이미지메이커에 이용된다는 기사가 실렸는데 “정책 대신 이미지만 남는 예능정치, 대선주자들의 TV 예능 프로그램 출연...한손에 컵라면을 든 모습으로 서민, 정책, 철학 없이 이미지...” 로 대선주자들의 선거운동을 꼬집었다(2012.7.30 「경향신문」)

1994년 이후 이러한 류의 기사가 눈에 띄지 않는 것

은 「공직선거및선거부정방지법」이유가 가장 크지만 90년대 들어 라면의 다양화, 고급화로 라면 이미지가 서민을 상징하는 바가 퇴색한 것도 한 이유가 될 것이다.

## (2) 라면과 대북관계

1945년 광복은 미국, 소련 신탁통치 하에 남·북으로 나뉜 상태의 광복이었고 '48년 남북한 각기정부수립 후 정치, 경제체제는 상반된 방식으로 전개되어 갔다. 한국 전쟁 이후 남북 모두 기반시설이 파괴되었으나 북한은 소련과 중공 등 공산권국가의 도움으로 남한보다 먼저 안정된 국가체제를 확립하여 남한의 경제력을 앞서갔다.

이렇듯 차이가 나던 남북한 경제력이 1960년대 후반 역전 기미를 보였고 '72년에는 남한 경제력이 북한보다 앞서게 되었다. 북한의 배급제 식량체계는 60년대 후반부터 한계에 달했고 이러한 한계를 반영하듯 자의 혹은 타의로 북한으로 간 제일동포들 입을 통해 북한의 실상이 일부 알려졌고 '76년, '82년에는 라면을 보내달라는 그들의 편지가 기사화되어 북한 식량사정을 짐작할 수 있게 하였다.

70년대 중반 조총련 재정 지원 아래 애국라면공장이 세워졌다는(1993.3.1 「경향신문」) 기사로 미루어 본다면 그 이전에는 북한에서 생산되는 라면은 없었다고 보여진다. 1977년 김일성 65회 생일선물로 조총련에게 일화 7억원치의 라면제조기계와 영농기구를 바치게 했다는 기사(1977. 4.14 「동아일보」)가 있을 정도로 북한에서도 라면이 중요한 식량으로 부각되었지만 제조기술 혹은 기계가 마땅치 않았음을 알 수 있었다.

1983년 한국군·미군 팀스피리트 훈련 중 북한미그기를 끌고 온 이웅평 대위는 1983. 6.13 인터뷰에서 북한에서 휴가차 간 해수욕장에서 우연하게 주는 남한 라면 봉지를 보았을 당시를 말했다. “맛을 보고 사세요...변질된 제품은 즉시 교환해드립니다” 등의 문구로 소비자 위주 판매체계를 알게 되었고 봉지 뒷면의 품질기준표는 제품 자신감을 표현한다고 생각하여 큰 충격을 받았다고 했다. 버려진 라면봉지에는 서로 다른 정치체제의 경제, 산업시스템의 정보가 적혀 있었다고 볼 수 있었다.

북한 입장에서 라면이 자본주의 상징 음식이라면 남한 입장에서는 전쟁대비용 사제기식품으로 자주 언급되

었다. 비상식량으로서 가치가 부각되는 부분인데 사계기는 장기간 보관해도 부패가 일어나지 않아야 함이 조건이며 냉장시설이 발명되기 이전은 물론 현대에도 발효나 보존을 위한 첨가물이 없다면 장기간 보관 가능한 식품류는 곡류가 대표적이다. 이렇듯 라면이 전쟁과 같은 비상시에 필수품이 된 이유는 장기간 저장이 가능하고 보관이 용이하며 비상 시 불 없이도 섭취가 가능한 비상식량으로서의 조건을 모두 갖추고 있기 때문이다.

90년대 초반으로 오면 라면은 대북관계에서 물꼬를 트는 중요한 매개체가 되었다. 전략물자로 분류된 쌀, 밀가루는 지원하지 않는다는 정부의 대북지원 방침 하에 라면은 중요한 대북지원식량이 되었다. 1995년 판매가 아닌 수해복구 무상지원 차원에서 북한 수해민에게 제공된 것이 라면이었고 이후 북한은 2008년에는 아예 남한 대북사업체를 통해 평양에 공장을 세워 라면대량 생산에 나설 것을 독려한다고(2008. 12. 1 MBC)할 정도로 라면을 중요한 식량대용품으로 판단하여 식량사정을 개선하고자 하였다.

대북관계에서는 벗어난 사례이기는 하지만 구소련 공산당 마지막 서기장이자 최초 대통령인 고르바초프는 1991년 부인과 제주도를 방문하였고 이곳에서 고르바초프 부인이 예정에 없이 불시에 내려 컵라면을 구입하여 수행원에게 주었고 우리나라 영부인은 라면 3상자를 구입하여 소련 측에 선물했다. 이때가 4월이었고 고르바초프는 이후 소련으로 돌아가 그해 8월에 공산당을 해체하고 12월에 대통령직을 사임했다. 여기서 중요한 것은 소련 서기장 부인이 많은 상품 중에 '라면'을 구입한 사실이다. 고르바초프는 1985년에 이미 페레스트로이카를 추진하여 소련 내에 개혁 바람을 일으켜 1990년에 우리나라의 라면이 소련에 소개된 뒤였다. 한 개인의 입맛이라면 취향으로 끝날 일이지만 소련 공산당 통치사에 중지부를 찍은 고르바초프의 부인이 산 한국의 음식이라면 세계의 이목을 끌기에 충분했을 것이다.

## 2.2 경제와 라면

경제관련 기사는 487건으로 정치관련 기사보다 약 2배가 넘는 분량이었다. 경제관련 기사는 라면이 본격적으로 유행하기 시작한 70년대와 2008년 즈음 기사 건수

가 높아졌다. 경제와 관련되어서는 '가격'과 '경기'로 나누어 알아보았다.

### (1) 라면과 가격

라면 초기 가격이 10원이었던 것은 '꿀꿀이죽' 가격의 2배로 잡은 제조사 사장의 생각이었다. 부대에서 흘러나온 음식 찌꺼기를 모아 끓인 꿀꿀이죽, 한국전 이후 최악의 식량사정을 상징하는 이 음식 가격의 2배 정도로 이 가격은 라면 본토인 일본 인스턴트라면과 비교하면 저렴한 가격이었다. 1958년 일본 치킨라면의 발매가는 35엔으로 당시 커피한잔 60엔, 우동 6엔[8]과 비교하면 일본에서는 커피 한잔을 마시지 않아도 하루에 라면 2개를 먹을 수 없었다. 그러나 우리나라는 커피 한잔 35원, 김치찌개가 30원으로 커피 한잔 값을 아끼면 하루 3끼 라면을 먹을 수 있다는 말이 되었다.

[그림 3]은 라면 이외의 쌀, 우유, 자장면 등 주요 식품과 라면 가격을 비교한 것이다(식품의 연도별 가격은 신문기사와 광고 참고. 라면은 고가라면을 제외한 일반 라면의 가격임). 쌀은 180g과(A) 90g으로(B) 2가지로 제시하였는데 90g은 한식당에서 제공되는 스테인리스 스틸 밥공기 1개 분량이다. 2가지로 분류한 것은 1인분 분량이 1960년대에서 현대로 올수록 차이가 많기 때문으로 1960년대 밥 1인분은 180g보다도 많았을 것이다.

[그림 3-A](쌀 1인분 180g)를 보면 라면의 최대강점인 저렴한 가격이 쌀 1인분보다 높은 시기가 있었다. 60년대~70년대 중반, 90년대 후반은 라면의 가격적인 면이 부각되지 못한 시기였다. 그러나 쌀은 밥의 형태로 조리되어 국, 반찬 등 부식이 필요하므로 그래프 상 쌀보다 비싼 시기에도 실제로는 라면이 끼니에 더 저렴했을 것이다. 3-B(쌀 1인분 90g)의 경우 모든 연도에서 라면 1인분 가격이 높음에 극단적으로 표현하면 밥을 비교적 소량으로 먹고 국, 반찬을 먹지 않는 사람이라면 라면보다는 밥을 먹는 편이 더 경제적이라는 말이 된다. 하지만 이에는 조심스러운 해석이 필요하다. 쌀의 가치는 80년대 이후 점점 추락하여 2000년대로 들어오면 밥 한 공기 값으로 껌조차 살 수 없는 120원이 되었는데(2004.3.2 「경향신문」) 쌀의 가치가 점점 하락했기 때문이며 반찬 없이 밥만을 먹기는 무리이기 때문

이다. [그림 3-C]는 라면을 자장면, 우유 가격과 비교한 것으로 자장면 한 그릇, 혹은 우유 180mL(혹은 200mL)로 살 수 있는 라면갯수이다. 자장면은 개별음식 중에서 물가지수가 따로 있을 정도로 한국인의 대표 외식메뉴이며 라면업계에서도 70년대에 자장면을 인스턴트화하여 내놓을 정도로 국민이 즐기는 음식이므로 외식업체 입장에서도 가격 상승을 쉽사리 할 수 없는 음식이다.

외식업체의 자장면 한 그릇 가격으로 구매 가능한 라면 개수는 50년간 증가하는 추세였다. 이 기준으로만 본다면 라면이 가장 비쌌을 때는 출시 때였다. 당시 물가로 볼 때 자장면이 저렴했던 것인지 라면이 고가였던지는 정확히 판단할 수 없다. 다만 분명한 사실은 라면은 50년 동안 자장면보다 상대적으로 가격이 덜 올랐다는 것이다. 우유는 현대로 올수록 가치가 떨어져 50년의 전반기는 우유가 라면보다 약간 비싼 경향, 후반부는 라면이 약간 더 비싼 추세를 보였으나 큰 차이는 없었다.

라면가격이 저렴한 배경에는 정부의 강력한 가격 감시도 주요했는데 연초에 발표되었던 물가감시 대상품목에는 항상 라면이 포함되었다. 정부입장에서 라면은 쌀만큼 가격감시가 필요한 식품이었으며 국민입장에서는 다른 상품에 비해 가격상승이 반갑지 않았던 식품이었기 때문이었다. 이는 절대빈곤의 시대가 아니더라도 마찬가지였다. 특히 TV 뉴스보도는 가격인상에 대해 신문보다 자주 보도하였는데 한창 불황이었던 '08~'09년 신문, TV에서는 “50원 오른 가격에 사람들이 값싼 라면을 찾는 모습”을 자주 보도하였다. 경제적 풍요로움 경험 후의 불황은 라면가격에 더욱 민감하게 반응하게 하였다.

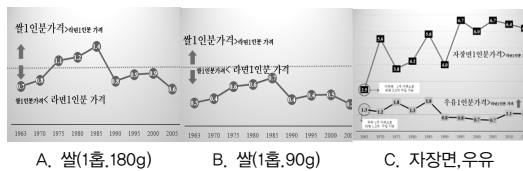


그림 3. 라면과 주요식품 가격비교

## (2) 라면과 경기

드링크류, 초콜렛류가 호황기 대표상품이듯 라면은 불황기를 상징하는 대표상품이다. 소득이 감소하는 불황에서 사람들은 의, 주생활 지출은 물론 생존과 연관된 식생활도 되도록 저렴한 것을 찾게 되므로 일반적으로 라면은 경기와 반비례한다. 그러나 1980년대 들어와 경제성장이 안정화된 이후에는 활황에도 야외활동 증가로 용기면 소비가 증가하므로[7] 라면업계는 경기와 관계없이 잘 팔린다는 설도 있지만 라면소비가 활황보다는 불황에 증가하는 것은 사실이다.

60년대는 국민들 대다수가 호시절을 경험해 본 적이 없었으므로 ‘불황’이라는 단어가 실감 나지 않는 시대였다. 1973년 유가파동이 맹렬하게 불황의 기운을 몰고 왔지만 이 시기만 하더라도 “불황에 라면이 더 소비된다”는 식의 기사는 눈에 띄지 않았다. 아직 라면이 경제적으로 힘든 시기를 상징하는 음식이라는 인식이 약했다는 의미가 된다.

라면이 불황을 상징하는 음식으로 기사화되기 시작한 것은 2기 중반 즈음인 1975년이였다. “인스턴트업은 불황일수록 매상고가 증가하며 영세민 라면수요가 매년 크게 증가하고 있다”는 기사(1975.3.29 「동아일보」)나 ‘79년 최악의 불경기 사태인 스태그플레이션 때에는 “불황 중 라면과 자전거가 호황이라는 기사”(1979.7.30 「동아일보」)가 게재되었다. 보다 본격적으로 라면이 불황식품이라는 반갑지 않은 별명을 얻게 된 때는 5기 1997년 이후였다. 80년대 호황 경험 후 IMF 위기는 강도 높게 국민생활을 흔들었고 대부분 기업이 된서리를 맞는 가운데 라면업계는 ‘IMF 특수’라는 말이 나올 정도로 호황기를 맞았다

이와는 반대로 호황기에는 감소추세를 보였다. 1986년 즈음에는 “동네 어디에나 있던 구멍가게 손님이 줄고 슈퍼마켓을 즐겨 찾는 트렌드와 함께 라면을 찾는 대중이 눈에 띄게 줄어”(1986. 6. 19 「동아일보」)라는 기사나 ‘87년 “절대량에서조차 정체 상태라는 관련업체의 주장”(1987.2.11 「동아일보」)이 나올 만큼 소비량이 늘어나지 않았다. IMF 위기 후 2년 정도 지난 ‘99년에는 “외식산업이 뜨면서 라면업계 매출이 격감”(1999.5.25 「경향신문」)이라는 기사와 “경기회복에

매출 반전, IMF 초기 급감했던 드링크류 매출이 회복, 라면업계 IMF 특수 사라져”(1999.11.1 「경향신문」)는 내용이 실렸다. 현대로 올수록 경기 흐름에 따라 라면 매출은 널뛰기 현상을 자주 보여 경제활동에 더욱 민감한 반응을 보였다 할 수 있었다.

### 2.3 사회와 라면

사회관련 기사는 전체 유목에서 가장 높은 빈도를 보였다. 전반적으로 전 연도에서 큰 편차 없이 일정 수준으로 유지되었고 1989년 우지과동으로 급증하였다가 다시 평년 수준을 나타냈다. 사회를 통해 본 라면은 음식으로서 라면뿐만 아니라 다른 시각에서의 라면 모습을 볼 수 있었는데 본고에서는 ‘분식장려’, ‘라면관련 사건사고’, ‘이웃돕기·기부’로서의 라면으로 나누어 기술하였다.

#### (1) 라면과 분식장려

가루형태로 섭취하는 것이 보통인 밀은 전통 한식문화에서 알곡보다 배가 부르지 않다는 이유로 밀밥까지 등장하는 등 쌀에 비해 사랑을 받지 못했던 곡류였다. 미국이 지원한 밀은 쌓이고 쌀 부족량은 커져가는 불합리한 식량소비행태를 위해 정부가 내놓은 정책은 혼·분식 장려운동이었다. 혼·분식장려운동은 1960년대 재건국민운동본부 산하 식생활개선추진위원회에서 맡아 진행되었고[23] 80년대 중반 이후 유명무실화되어 폐지되었다. 처음 혼분식장려운동을 책임진 재건국민운동본부는 제3공화국 최고국가기관의 전신이었다. 절미를 위한 몸부림은 3공화국에서 당장 해결해야 할 국가적 과제였던 것이다

혼식은 쌀에 주로 보리나 콩 등 곡식을 섞어 쌀의 부족량을 보충하는 형태이고 분식은 밀가루음식을 섭취하는 형태를 가리킨다. 혼식의 경우 국가가 장려하기 이전 국민들 입장에서 어쩔 수 없이 자발적으로 지켜야 했으며 분식은 국가가 앞장서서 주도해야만 성과를 보일 정도로 국민들의 밀가루음식에 대한 기호도는 그다지 높지 못했다. 전술한 바와 같이 당시 밀로 만들어진 끼니대체 음식이 수제비, 국수, 빵 정도였으며 빵은 마가린, 버터, 우유 등 부가식품 가격문제 등으로 보급화

에 한계가 있었기 때문이었다. 이러한 차에 1963년 출시된 라면은 수제비도 아니고 국수도 아니고 빵도 아니며 더구나 고기향이 나는 국물까지 있는 최적의 음식이었다. 그러나 즉각적인 국민들의 관심을 받지 못했다. 낮은 음식에 대한 거부감, 라면의 ‘면’이 실을 연상하게 하여 먹을 수 없는 음식을 연상시키는 등 출시 후 3~4년이 지나도록 제조사가 회사운영에 심각한 위기를 느낄 정도로 라면에 대한 관심은 미미했다.

이러한 순간 정부의 혼분식장려 정책은 라면업계에 큰 힘이 되었다. 대통령은 라면사에 표창장을 주었고(1966.3.25 「동아일보」), 군부대 라면배식(1968.12.26 「경향신문」), 서울, 부산 등 6개 도시에 라면시설 확장(1968.12.30 「경향신문」), '69년에는 농림부에서 라면소비를 40% 늘리기 위해 공무원, 학생, 군인에게 ‘하루한끼라면먹기’를 시행할 정도(1969.1.20 「경향신문」)였다. 공무원 뿐 만이 아니었다. 1969년 영화배우들은 영화배우 직영 분식센터 ‘월하의 집’을 운영하여 라면을 팔았다(1969.7.10 「경향신문」) ‘월하의 집’은 1967년에 개봉하여 인기를 얻었던 영화 ‘기생월향지묘’에서 따온 듯 하다. 이 식당에서 당대 최고영화배우였던 김\*\*, 신\*\*, 최\*\* 등 100여명이 라면을 판매하여 화젯거리가 되었다. 하루 500그릇, 월 20만원 수익이 문제 없다고 자신하는 배우 인터뷰로 짐작하건데 판매가는 400원 정도 선이었던 같다. '69년 당시 자장면 가격이 100원 정도였으니 당시 시가로 매우 비싼 외식비였다.

이러한 정부의 분식장려 정확히 라면 지원사격은 1966년을 시작으로 '68, '69년에 폭발적으로 이어졌다. 그러나 아무리 정부와 사회의 지원이 있었다 하더라도 음식은 입맛에 맞지 않으면 외면을 받게 되지만 고기가 귀했던 시절의 닭고기맛, 소고기맛 스프의 구수하고 기름진 국물, 국수와 다른 면발, 면과 스프를 따로 조리하지 않아도 되는 간편함, 누가 조리해도 같은 맛이 나는 균일성, 어린이·남자도 조리 가능한 편이성, 짧은 조리 시간 등은 당시 사람들의 눈길을 확실하게 잡았다.

1976년에는 풍년으로 쌀이 풍족하여 이러한 추세가 계속된다면 라면장사도 사향 길에 접어들 수도 있다는 기사(1976.4.17 「경향신문」)가 실렸다. 애초 라면이 출생된 바에는 쌀 절약이 목표였으므로 달성 후에 필요



성을 느끼지 못할 것이라는 예상이었는데 증산된 쌀에도 불구하고 라면소비는 감소되지 않았고 1986년에는 오히려 외화소비상품으로 지목되면서 밀가루 소비를 줄여야 한다는 기사가 뜰 정도였다.

언급했듯이 우리나라 쌀 소비량 하향추세는 1985년 128.1kg을 기점으로 줄곧 하향곡선을 보이고 있는데[2] 80년대 중반 혼분식장려운동폐지나 80년대 후반 ‘라면 덜먹기범국민캠페인설’(1986.3.11 「경향신문」)은 모두 1980년대 중반을 기점으로 우리나라의 쌀, 밀 소비 곡선에 변화가 일어났음을 증명하고 있다.

## (2) 라면관련 사건·사고

80년대 중반 사회를 공포로 몰아넣은 독극물 협박사건은 산업사회의 신종범죄로 호황기를 누렸던 80년대 사회의 어두운 면을 보여준 사건이었는데 이 사건에 라면과 과자가 이용되었으며 그 이유는 '84년 라면과 과자업이 매출 3천억원(라면), 4천억원(과자)에 달하는 거대기업으로 성장한 것을 이용하였던 것이다.

이 사건으로 라면판매량은 크게 감소하였고 범인은 잡혔지만 더욱 심각한 문제는 이러한 사건이 한건이 아니어서 체포된 범인마저 뉴스를 보고 “나 말고 이런 범죄를 저지르는 사람이 또 있구나” 했다는 기사는 (1985.1.31 「동아일보」) 80년대 흥청거리는 호황시대의 이면을 보여주었다.

라면뿐만 아니라 가공식품에서 가장 문제가 되는 문제는 ‘안전성’이다. 가공식품 특성 상 첨가물이 필요하며 포장재 등 여러 안전문제를 내포하고 있다. 라면은 우리나라 가공식품, 인스턴트 음식 역사에서 볼 때 초창기 식품으로 남녀노소 관계없이 접하게 되는 음식이었으므로 식품안전관련 초기사례가 될 확률이 높았고 많은 문제가 부각될 소지를 안고 있었다.

라면안전문제에서 가장 먼저 기사화된 것은 '67년 라면폴리에틸렌 성분(1967.5.5 「동아일보」)이 문제가 된 것을 시작으로 '77, '84, '93년 벌레, 벌레알, 산화방지제로 사용되는 BHA, 과산화물이 초과, 기준치 이상의 농약검출, MSG 유해여부, 용기면 용기의 환경호르몬, 스프라임물질 등 사회가 발전할수록 다양한 라면 안전문제가 발생하였다. 주로 1980년대 이후부터 발생하였는

데 이는 검출방법도 발달하고 엄격한 규제에 따른 것이며 이러한 문제들은 라면만이 아닌 모든 가공식품의 문제였다. 심각한 것은 사건 발생 시 관계부처의 대응모습으로 일치되지 않는 조사결과는 국민으로부터 신용을 잃는 원인이 되기도 하였다.

라면안전사고에서 가장 유명한 사건은 1989년 우지 사건이었다. 수년을 끈 재판 끝에 제조사 측의 무죄판결이 나기는 하였으나 이 사건은 소비자, 제조사 모두에게 타격을 주었다. 라면제조 전형적 방법은 면을 튀기는 유탕면 형태로 튀김유는 동물성이건 식물성이건 직사광선, 고온에 노출되면 산패(산화)하기 마련이므로 라면의 취약점이었는데 이는 라면의 본 고장 일본 사정도 마찬가지여서 출시 당시 라드로 튀긴 면이 산패되어 기름에 찌든 악취로 소매점들이 연이어 반품을 하는 사건이 발생하기도 하였다[22].

우리나라는 '89년 이전부터 이미 튀김유를 두고 라면업체간의 신경전이 존재했는데 1980년 대표적 라면제조업체간에 사용하는 튀김유가 동물성과 식물성으로 갈리면서 소비자입장에서 라면제조방법이 극명하게 대비되어 보였기 때문이었다. 그리고 이에 대한 뿌리는 이보다 10년 앞선 1970년 모 회사의 ‘야자라면’이 출시되면서부터였는데 이 라면의 특징은 식물성기름 팜유를 사용함으로써 차별화된 경쟁력을 강조한 것이었다. 라면역사 초창기부터 튀김용 기름을 두고 제조사 간의 신경전을 짐작하게 하는 부분이다. 다만 짙고 넘어가야 할 것은 식물성 기름인 팜유의 특징이다. 결론부터 이야기하면 팜유 자체만을 두고 보았을 때 식물성유지인 것은 분명하지만 성격은 동물성유지에 가깝다는 사실이다. 그러나 팜유가 동물성 유지와 비슷한 성격을 띠고 있다 하더라도 타 식물성유와 비교하여 산화안정성이 좋고 연속식튀김방식으로 이루어지므로[22] 산화안정성에 대해서는 걱정할 정도는 아니다.

그러나 소비자 입장에서는 이러한 복잡한 영양적, 제조과정 지식보다는 동물성, 식물성이라는 단어에서 느껴지는 미묘한 차이가 구매 시 중요기준이 되므로 제조사간의 이러한 해묵은 감정은 1989년 사건 당시 20년이나 안고 있었던 문제였다. 우지사건 당시 일본라면업계에서는 우지는 라면사업 초기에만 사용하였고 안정기

에 들어서는 팜유와 돈을 사용한다고 하여 제조사 입장에서 더욱 난처할 수 밖에 없었다. 이 사건 이후 해당제조사는 전제품에 팜유만을 사용하였다.

1989년 우지과동은 계속 같은 방법을 고수하며 맛에 치우쳤던 제조사, 사건진위를 제대로 파악하지 않고 터뜨리고 보았던 검찰, 자극적 기사로 국민들을 흥분시켰던 언론, 중심을 잡지 못하고 검사기관마다 다른 결과로 국민들을 혼동시킨 관련부처, 이성적 판단보다는 감정적 판단이 앞선 국민들이 만든 결과라 할 수 있었다.

### (3) 이웃돕기, 기부로서의 라면

음식은 ‘증여, 분배’의 매개체로서 기능을 발휘할 수 있다[24]. 음식을 주고받는 과정에서 돈독한 유대관계가 이루어지고 이러한 유대관계가 점점 확대되는 과정에서 한 사회 내에 공동구성원으로 존재한다는 사회적 가치를 부여하게 된다. 라면은 이러한 가치에 잘 부합되는 음식으로 각종 모금운동에 항상 등장한 식품이었다.

유럽의 모금운동이 사회단체(모금단체)에서 그 문화를 이끌어 국민 신뢰를 통해 성장한 것과는 달리 우리나라 모금운동의 큰 특징 중 하나가 언론기관이 중심이 되어 모금활동을 이끌어 왔다는 것이다. 그러나 여기에는 부작용도 발생하여 광복, 한국전쟁 이후 혼란기에 늘어난 언론기관 수와 가짜 모금단체 등의 문제로 1961년 전국수해대책위원회가 설립되어 재해의연금 모집 및 배분이 일원화되기도 하였다[25]. 언론기관이 앞장서서 주도하는 모금운동, 비상식량의 개념으로 잘 부합되는 라면, 그러므로 본고에서 추출한 유목별 결과에서도 모금관련 기사에 라면이 가장 자주 등장하였다고 볼 수 있다. 매해 발생하는 수해 이외 자연재해, 대단위 사고, 국군위문품 등으로 언급된 기사가 24%를 차지하여 가장 많은 빈도를 보였는데 특히 70년대인 2기에 높은 건수를 보인 것은 60, 70년대의 강력한 정부 체제와 신문사가 주도하는 모금운동을 반영하고 있었다. 3기 80년대 이후로는 크게 감소하였는데 이는 덜 모아진 것을 뜻하는 것이 아니라 80년대 이후 ARS, 특히 90년대는 인터넷을 통한 모금활동 혹은 자발적으로 이루어지는 바가 많아졌기 때문이다.

본고에서 제일 먼저 등장하는 기사도 1965년 수재의

연필기사(1965.7.27 「동아일보」)였으며 이후로 수재, 화재, 폭발사고(이리역, 대구지하철, 가스 등), 광주사태, 삼풍백화점 붕괴사고, LA 폭동 등 천재지변, 인재로 인한 사건 사고로 불우해진 이웃에게 라면은 빠지지 않고 전달되었다. 또한 사회적 약자 계층인 양로원, 재활원, 무의탁노인, 고아원 등 각종 복지시설, 영세민, 결식아동, 소년소녀가장, 쪽방촌, 무의탁자, 노숙자 등 소외 계층에게 공비특별군경예비군, 장병, 전경 등에게 전달되는 위문품에도 항상 포함되었다.

라면 출시 전 위문품은 밀가루가 일반적이었다. 밀가루로 조리할 수 있는 가장 간단하고 배부른 음식은 수제비였고 이러한 상황에서 라면은 따로 국물을 낼 필요도, 반죽을 할 필요도 없는 간편한 음식이었다.

## 2.4 생활문화와 라면

생활문화 건수는 전체 기사의 23%를 보여 두 번째로 높은 비율이었다. 대체로 초기보다 후기 즉 생활수준이 높아지면서 기사가 많아졌다. 본고에서는 ‘라면소비’, ‘극한상황’, ‘영양’으로 분류하여 기술하였다.

### (1) 라면소비

[그림 4]는 기사내용을 바탕으로 1960년대부터 2010년 동안의 라면소비를 대략적으로 표현한 것이다. 제품 소비는 보통 성장기, 성숙기, 쇠퇴기등 주기를 겪듯이 라면소비도 비슷한 양상을 보였다. 60년대 준비기를 거쳐 7, 80년대의 폭발적 양적성장기·성숙기, 매출율이 둔화되기 시작한 90년대 등 전형적인 제품성장 모습을 보였다. 90년대 성장률이 저하되기 시작한 것은 쇠퇴기인 이유도 있지만 라면 이외 끼니가 가능한 대체품이 많아진 것, 햄버거를 비롯한 패스트푸드 종류가 풍부해진

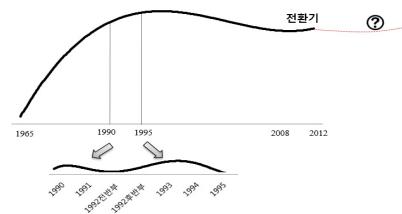


그림 4. 출시 이래 대략적 라면 소비 추세

것이 큰 원인이었다. 또한 소득 증가, 우지과동 등으로 안전, 건강에 대한 관심이 높아지면서 소비자 의식변화 등으로 인스턴트식품을 되도록 피하려고 한 것도 한 원인으로 볼 수 있었다.

쇠퇴기에 들어선 즈음 라면은 다른 방식으로 소비자에게 다가갔다. 비교적 값싼 음식이라는 통념에서 벗어나 재료를 고급화하고 제조공법에 변화를 주어 고급라면을 생산하기 시작한 것이다. 면, 스프, 국물, 부재료에 변화를 주면서 고가 라면도 등장하였는데 본 연구의 5, 6기인 1997년 이후가 이 시기에 해당하였다. 사회 양극화뿐만 아니라 라면소비에서도 양극화를 보인 셈인데 주의할 점은 라면 소비에서 극단적인 해석은 위험하다는 것이다. 즉 평균적으로 비슷한 가격이었던 라면업계에 상대적으로 고가라면 출시가 붐을 이루기는 하였으나 한 개인이 항상 같은 제품만을 구매하는 것은 아니기 때문이다. 라면과 같이 선택범위가 다양하고 다른 음식에 비해 가격대가 고가가 아닌 음식의 경우 한 개인이라도 상황에 따라 고가의 라면을 먹기도 하고 일반 라면을 먹기도 한다. 생활수준에 따른 라면소비의 양극화로의 해석보다는 생산되는 라면종류에 있어서 양극화로 보아야 할 것이다. 라면이 양극화되어 출시되기 시작한 90년대 후반부터는 라면소비가 사회변화에 매우 민감하게 반응하였다. 특히 90년부터 IMF 위기가 오기까지 기간은 한 달을 주기로 라면 소비가 오르락내리락 하는 현상을 보이는 등 라면은 사회변화에 극히 민감한 음식이 되어 있었다.

근래 들어 불황, 고급화 및 다양화 등에 힘입어 소비량이 다시 증가하는 경향을 보이지만 라면의 1차 전성 시대는 끝났다고 보는 것이 옳다. 이러한 추세는 전 세계로 보아도 마찬가지이다. 세계인스턴트라면협회(World Instant Noodles Association. WINA)의 2018년 국제라면시장 통계에 따르면 지난 5년 세계라면소비는 2013년 105,990, 2014년 103,960, 2015년 97,510, 2016년 97,470, 2017년 100,100(단위:1,000,000개, 1인분 분량)이었다[26]. 2013년을 기점으로 감소세로 돌아섰다가 2017년 다시 증가하는 양상이며 세계전체 소비시장으로 보았을 때 라면시장은 중국이 좌우하는 바가 크다. 국가별 소비량은 1위 중국에 이어 차례로 인도네시아,

일본, 인도, 베트남, 미국, 필리핀, 한국, 대만, 브라질 순으로 중국에서 소비되는 양이 전체소비량의 39%(38,970백만인분. 2017년 기준)를 차지하고 있다. 2013년 이래 감소곡선을 보인 것도 2017년 증가세도 중국 영향이 컸다[26].

라면을 포함한 전반적인 국내 인스턴트식품 시장은 긍정적, 부정적 환경에 모두 노출되어 있다. 노년층 증가, 1인 가구 증가와 같은 긍정적 환경과 건강·웰빙 추구 등 부정적 환경 등은 선불리 낙담도 장담도 할 수 없는 불확실성의 전환기에 있음을 말해 준다. 그러나 라면시장에 있어 우리나라보다 10여년 정도 앞서 있는 일본 경우도 비슷한 상황을 겪었지만 대표적인 닛신식품은 계속 성장하고 있는 만큼[7] 우리나라에서의 라면소비 전망은 다소 긍정적인 전망에 들어섰다 하겠다.

## (2) 극한상황에서의 라면

‘극한 상황’이란 경제적 이유, 조리가 어려운 비상시, 혹은 ‘간편성이 부각된 상황’으로 라면을 먹게 되는 상황을 가리키며 다른 음식과 비교하여 라면의 장점인 가격, 편이, 속도 등이 모두 부각된 부분이라 할 수 있다.

극한상황 전체에서 경제적 이유로 라면을 먹은 기사가 70%를 차지하여 제일 높은 수치를 나타내었는데 이러한 양상은 전 시대에서 비슷한 양상이었으나 특히 3기인 80년대가 다른 시대와 비교하여 높은 건수를 보였다. 이는 80년대에 경제적으로 힘든 극한상황에 처한 사람이 많아진 것이 아니라 1,2기는 전반적으로 절대빈곤이 높았던 시기이므로 라면이 특별히 극한상황을 대변하는 음식이 아니었다고 해석하는 것이 적절하다. 80년대에 상대적 빈곤이 높아지고 사회적으로 호황기에 동시에 양극화가 문제되면서 라면이 극한상황과 연관 지어진 기사빈도가 높아진 것으로 보는 것이 옳다.

후기로 올수록 경제적 이유에서 먹기보다는 바빠서, 조리를 할 수 없는 비상시상황에 라면을 먹는 기사가 높아졌는데 특히 4기 1988~1996년에서 이러한 류의 기사가 높게 나타나 본격 호황기에 여가, 레저 등 실외활동 등을 즐기는 사람들이 증가하면서 용기면 소비를 높인 결과를 기사에서도 확인할 수 있었다.

### (3) 영양과 라면

라면과 영양 관련 기사는 긍정과 부정으로 분류되며 부정적 기사가 98%로 높게 차지하였다. 초기 1968년, 1975년에 밀가루와 쌀 영양가를 비교하여 라면의 고칼로리를 언급하면서 고영양식품임을 간접적으로 언급하는 긍정적 기사가 실리기도 하였으나 (1968.11.25 「경향신문」, 1975.4.17 「경향신문」) 80년대 들어와서 부정적 건수가 높아졌고 6기가 시작된 2004년 이후에 크게 증가하였다. 부정적 측면이 처음 기사화된 것은 1971년으로 정부의 분식장려, 라면에 대한 긍정적 사회분위기 속에서 제조사 입장파 관련부처 발표 등이 엇갈려 소비자들이 혼동하기도 하였다(1971.1.8 「경향신문」).

라면과 건강영향에 대한 부정적 기사를 분류하면 크게 4가지로 구분되는데 지방·고열량으로 인한 비만(또는 비만으로 인한 질병), 높은 나트륨 함량, 케양, 피부질환 등으로 가장 빈번히 언급된 것은 나트륨(37%), 열량(27%)순이었다. 나트륨은 90년대 들어와 고혈압과 연관지어 자주 언급되면서 라면스프가 주된 원인식품으로 지목되었는데 기존 염도에 익숙해진 소비자들, 건강을 우려하는 목소리, 매출을 고려하지 않을 수 없는 회사 등 3자의 입장을 고루 대변하는 최적의 균형점 찾기가 쉽지 않음을 반영한다 하겠다.

### 2.5 세계와 라면

라면과 국제관련 기사는 321건으로 전체기사의 8%를 차지하였다. 대부분의 내용이 라면수출과 관련된 내용으로 시대별로 수출대상 국가에 변화를 보였다.

1기의 최초 라면관련 국가는 베트남으로 1962년 발발한 베트남 내전에 파병된 한국군을 위한 음식으로 라면이 들어간다는 소식이었는데(1968.10.26 「동아일보」) 이 시기만 해도 미군전투식량으로 일본제 라면이 들어가는 등[8] 라면경쟁에서 일본에 밀려 대월라면수출은 별다른 효과를 보지 못했다. 2기 70년대 들어와 브라질에 라면합작공장으로(1972.3.23 「경향신문」) 라면소비스장을 확대시킨다는 기사가 실렸다. 브라질은 우리 민족의 최초 이민국이기도 하나 당시 우리나라와 교역이 뜸했던 남미지역이었던 만큼 브라질공장은 의미있

는 시장 확장이었다.

3기 80년대에는 미국, 구미 등으로 본격 진출기였는데 1971년 미국 LA 지역에 진출할 때만 해도 한국고포나 화교, 히스패닉 등 일부만 찾던 품목이었으나[7] 80년대 후반 뉴욕근교 골프장에서 라면을 사는 서양인이 생겼으며(1987.3.28 「경향신문」) 무엇보다 라면 본고장인 일본을 비롯, 홍콩 등 동남아 수출, 80년대 중반 중동 붐을 타고 사우디아라비아 등의 한국인뿐만이 아닌 현지인 상대 판촉이 좋은 결과를 낳았다.

4기에는 88올림픽을 기점으로 본격 국제화 시대에 돌입하였다. 특히 이 시기의 중공, 소련, 동부유럽 등 공산주의 국가로의 수출이 큰 의미가 있었다. 이는 반드시 서울올림픽 덕분만은 아니며 일본의 쇼유, 미소, 인도네시아의 미고랭 맛, 베트남의 레몬그라스향, 비프, 치킨, 포크, 새우 등의 미국공략 라면과 오향향료를 넣은 중국공략 라면 등 수출대상국 사람들 입맛에 맞는 라면 개발에 주력한 것이 효과가 있었다(1990.5.23 「경향신문」). 매운 음식을 즐기지 않는 중국인 특성상 진출이 쉽지 않았던 중국에 “매운 것을 먹지 못하면 사나이 대장부가 아니다”라는 광고는 중국소비자들의 감성을 자극해 매운맛 라면을 상륙시킨 성공적 문화마케팅(2003. 6. 30 「경향신문」)이었다.

5기 1997년에는 시베리아의 추위를 달래는 먹거리로 인식되어 러시아인의 입맛을 사로잡았다. 특히 '98년 러시아 모라토리움 여파로 식품류 수출이 일시적 중단되었을 때에 우리나라 유명 용기면이 러시아에 잔류한 것이 의리기업으로 기억되어 호평을 받았으며[27] 뜨거워진 한류열풍은 중국시장에 더욱 박차를 가하여 김치, 매운맛 라면이 돌풍을 일으켰다.

6기 '04년 이후에는 말레이시아, 베트남, 브루나이, 몽골, 동티모르 및 비교적 미개척지였던 이슬람지역 수출을 위해 특정라면이 대한이슬람중앙회로부터 할랄인증을 받는 등[7] 업체의 노력으로 신시장이 개척되었다.

이상과 같이 정치, 경제, 사회, 문화, 국제 분야에서 라면 변화 모습을 고찰한 결과 본고에서 분류한 각 시대를 아래와 같이 명명할 수 있었다. 라면이 처음 태어난 60년대 1기(1963~1969년)를 ‘태동기’, 70년대 사회적

관심 증폭과 함께 사회적 가치를 드러내며 내수기반을 마련했던 2기(1970~1979년)를 ‘기반확충기’, 경제적 안정기인 동시에 생리적 가치가 두드러졌던 3기 80년대(1980~1987년)를 ‘내수성장기’라 볼 수 있었다. 88올림픽 이후 수출증대와 대북관계 개선 매개체로도 활용되는 등 외적으로 성장한 4기(1988~1996년)를 ‘해외진출기’, 1997년 IMF 이후 사회 양극화가 문제시되고 다른 인스턴트식품 위협으로 라면에도 고급화, 다양화 등 새로운 바람이 불기 시작한 5기(1997~2003년)를 ‘고급화기’, 2004년 이후 국내에서 라면 건강영향 문제가 높게 부각되며 이에 대한 제조사의 노력으로 특수면 비율이 높아졌고 국외로는 미개척지가 개발된 2000년대 이후(2005~2012년) 6기를 ‘전환기’로 볼 수 있었다.

## V. 결론 및 제언

사람의 입맛은 새로운 맛을 추구하기도 하지만 익숙한 맛으로 돌아간다. 열악한 식량사정에도 원조된 밀가루가 국민들의 배를 충분히 채우지 못한 이유에는 익숙하지 않은 맛과 제한된 조리법이 걸림돌이 되었을 수도 있다. 이러한 시기에 탄생한 라면은 우리나라의 1960년대 이후 실질적 근대화와 그 탄생 시기를 같이 하며 우리만의 근대화를 가장 잘 반영하는 음식이 되었다. 라면의 표준화되고 간소화된 조리법, 짧은 조리시간은 단 시간에 가시적이고 긍정적인 결과를 목표로 하였던 1960년대의 절박한 한국사회 분위기를 상징하고 있었다. 이후 정치, 경제, 사회, 문화, 세계정세와 연관되어 모습이 변화되었으며 쌀소비 감소 원인식품으로 지목될 정도로 많은 양이 소비되었다. 본고는 이러한 라면 발자취를 정치, 경제, 사회, 문화, 세계라는 관점에서 대중매체 기사를 중심으로 고찰하였다

정치 분야에서는 선거와 대북관계로 요약되었다. 라면은 선거에서 표심용 물품으로 곧잘 이용되었으며 대북관계에서 북한입장에서는 남한자본주의, 발전된 경제상을 상징했고 남한입장에서는 사재기 물품으로서 의미를 나타내었다. 전자는 음식의 심리적, 사회적 가치, 후자의 생리적 가치가 드러났다고 할 수 있다.

경제 분야에서는 가격과 경기로 요약되었는데 출시 이래 서민적 가격을 유지한 것은 정부나 국민 입장에서 기본식량개념으로 받아들여졌기 때문이다. 그러므로 경제활동상태를 반영하는 음식이 되었으며 불황기에 소비가 늘어나는 대표적 음식이라는 부분도 역시 생리적 가치가 부각되는 부분이라 하겠다.

사회 분야에서는 분식장려, 사건사고, 기부·봉사 매개체로서 요약되었다. 80년대 중반 혼·분식장려운동이 사라지기전까지 라면은 분식장려운동을 상징하는 대표적 음식이었다. 밀가루 섭취보다는 쌀을 아끼는 것이 목적이었던 분식장려운동은 탄생초기 소비자에게 관심을 받지 못했던 라면업계를 회생시킨 국가적 정책이기도 하였다. 조리 간편함, 장기간 보관 가능, 대개 한국인 입맛에 맞고 끼니가 된다는 특징으로 기부, 봉사를 대변하는 매개체로 많이 활용되었으며 출시 이래 음식의 사회적 가치를 유감없이 발휘한 음식이었다.

생활문화 분야에서는 라면소비, 극한상황, 영양으로 요약되었다. 전형적 제품성장기를 거치며 90년대에 들어와 고급화, 다양화로 새로운 활로를 찾았으나 전 세계적으로 초기 인스턴트업계 전성기가 마감된 시점에서 라면을 둘러싼 사회 환경은 불확실성이 존재하므로 새로운 활로 모색이 필요한 때이다. 경제적 이유, 조리가 어려운 경우, 간편성으로 라면을 먹는 극한상황은 전기에는 주로 경제적 이유로, 후기로 오히려 간편성으로 라면을 먹게 되는 경우가 많았다. 영양 측면에서는 인스턴트식품의 문제점을 대변하듯 부정적 건강 영향이 대부분이었으며 특히 과도한 나트륨 함량에 대해 자주 다루어져 사회적 관심이 기사에 반영되었다고 볼 수 있었다.

국제에서는 시대별 수출국이 상이했는데 1기 베트남, 2기 브라질, 3기 미국 서부, 중동, 일본, 홍콩 등 동남아 일부지역, 4기 중국, 소련, 동부유럽, 5기 러시아를 비롯한 독립국가연합, 6기 말레이시아, 브루나이, 몽골, 동티모르, 이슬람지역 등이 수출국으로 부상하였다.

배고픔에서 벗어나기 위해 국민 대다수가 1, 2차 산업에 종사하며 땀 흘렸던 시절 빠르고 간편하며 누구라도 조리가 가능했던 라면은 당시의 어떤 음식보다도 국민 정서에 부합되고 필요한 음식이었으며 이후에도 정

치, 경제, 사회, 생활문화 등 흐름에 민감하게 반응하며 많은 변화 과정을 겪어 온 한국을 대표하는 인스턴트식품이라 하겠다.

### 참 고 문 헌

- [1] T. Srinivas, "Everyday exotic Transnational space, identity and contemporary foodways in Bangalore city," *Journal of Food Culture & Society*, Vol.10, No.1, pp.86-107, 2007.
- [2] <http://kostat.go.kr/portal/korea/index.action>(Statistics Korea), 2018.7.4.
- [3] 김동덕, *원조의 정치경제학*, 경남대학교 출판사, 1997.
- [4] 한복진, *우리생활 100년*, 음식, 현암사, 2001.
- [5] "새살림 전망, 이해는 잘 살 수 있을까," *동아일보*, 1963.1.1.
- [6] "식량사정을 타진한다," *동아일보*, 1963.2.26.
- [7] 김은국, 전수영 *승승장구 농심, 위풍당당삼양*, 머니플러스, 2011.
- [8] 速水健朗(하야미즈 겐로), *라멘의 사회생활*, 따비, 2017.
- [9] 김병희, 신인섭, "미시사적 관점에서 본 근대광고의 근대성 메시지 분석," *광고학연구*, 제18권, 제3호, pp.97-129, 2007.
- [10] K. S. Chang, "The Second Modern Condition Compressed Modernity as Internalized Reflexive Cosmopolitization," *British Journal of Sociology*, Vol.3, No.2, pp.444-464, 2010.
- [11] 조영, 고성희, 김선아, *식생활과 문화*, 한국방송통신대학교출판문화원, 2016.
- [12] 주영하, "동아시아 식품산업의 제국주의와 식민지주의: 깃코망형 간장, 아지노모토, 그리고 인스턴트라면," *아시아리뷰*, 제5권, 제1호, pp.71-96, 2015.
- [13] 김광기, "우리 안의 라면, 라면 속의 한국: 라면, 한국적 근대성의 진수를 엿볼 수 있는 하나의 창," *사회이론*, 제38호, pp.233-263, 2010.
- [14] J. Y. Yeon and Y. J. Bae, "Association of instant noodle intake with metabolic factors in Korea: Based on 2013~2014 Korean National Health and Nutrition Examination Survey," *J Nutr Health*, Vol.49, No.4, 2016.
- [15] 허영란, 오현영, 노희경, "광주·전남에 거주하는 일부 남성의 나트륨 저감화 행동변화단계에 따른 식행동 특성 및 나트륨 저감화 영양교육의 효과 분석 연구," *한국영양학회지*, 제50권, 제5호, pp.472-482, 2017.
- [16] 하현수, "중국 소비자의 식생활 라이프 스타일이 한국 라면 구매의도에 미치는 영향: 푸드네오포비아와 한국 식품안전태도의 조절효과 중심으로," *한국조리과학회지*, 제22권, 제3호, pp.92-107, 2016.
- [17] 이정근, "세계 라면산업 동향과 우리나라의 라면 산업," *세계농업*, 제194권, pp.51-71, 2016.
- [18] 엄권용, 차보숙, 김동희, 김우정, "발아콩분말이 라면의 isoflavone 함량 및 특성에 미치는 영향," *한국식품과학회지*, 제38권, 제2호, pp.209-214, 2006.
- [19] E. H. Carr, 황문수 역, *역사란 무엇인가*, 범우사, 1989.
- [20] 카알 뢰비트, 이석우 역, *역사의 의미*, 탐구당, 1990.
- [21] 이상현, *역사철학과 그 역사*, 도서출판 삼학, 2017.
- [22] 村山俊夫(무라야마 도시오), *라면이 바다를 건넌 날*, 21세 북스, 2014.
- [23] <https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1820731&cid=46634&categoryId=46634>, 2017.9.28.
- [24] 김철원, *최용석세계의 음식, 음식의 세계*, 한국방송통신대학교출판부, 2012.
- [25] 김재호, *우리나라 재해의연금의 역사와 법적 체계*, 충북대학교 국가위기관리연구소, 2007.
- [26] <https://instantnoodles.org/en/noodles/market.html>, (World Instant Noodles Association), 2018.7.4.
- [27] 지영준, *라면완전정복*, 북레시피, 2017.

저 자 소 개

안 효 진(HyoJin An)

정회원



- 1992년 : 경희대학교 식품영양학과(이학사)
  - 1994년 : 경희대학교 식품영양학과(이학석사)
  - 2015년 : 경희대학교 식품 영양학과(이학박사)
  - 2016년 11월 ~ 현재 : 경희대학교 식품영양학과 건강노화원스톱솔루션센터 연구원
- <관심분야> : 식문화, 근대기 역사·문화

오 세 영(Se-Young Oh)

정회원



- 1980년 : 이화여자대학교 식품영양학과(이학사)
  - 1990년 : University of Connecticut 영양학과(이학박사)
  - 1995년 3월 ~ 현재 : 경희대학교 식품영양학과 교수
- <관심분야> : 식문화, 영양역학, 영양교육