

K-푸드 다큐멘터리의 향연 : 치킨과 나물 그리고 노포

김윤상
목포MBC 편성제작부장

목차

- 1 들어가며
- 2 KBS(TV) 〈치킨 랩소디〉
- 3 KBS청주(TV) 〈나물의 민족〉
- 4 목포MBC(TV) 〈인생노포 in 아시아〉
- 5 마치며

요약

최근 넷플릭스 〈흑백요리사〉의 열풍으로 요리사와 음식에 대한 관심이 그 어느 때보다 뜨겁다. 그렇다면 음식 콘텐츠는 예능 프로그램에서만 소비되고 있는가? 꼭 그렇지 않다. 국내 다큐멘터리의 제작 역량이 높아지면서 ‘글로벌’을 내세운 고품질 음식 다큐멘터리들이 등장하기 시작했다. KBS의 〈누들로드〉나 〈슈퍼피쉬〉 같은 다큐멘터리들이 바로 그 예다. 그렇다면 올해는 어떤 음식 다큐멘터리들이 제작됐을까? 수많은 음식 다큐멘터리들이 쏟아졌지만 지상파 다큐멘터리 중에서 KBS 〈치킨 랩소디〉, KBS청주 〈나물의 민족〉, 목포MBC 〈인생노포 in 아시아〉 이렇게 세 작품을 꼽고 싶다. 〈치킨 랩소디〉는 지상파 방송과 OTT에 동시 공개된다는 특이한 이력을 가지고 있고, 〈나물의 민족〉과 〈인생노포 in 아시아〉는 지역 지상파방송사에서 제작되었다는 점에서 높은 점수를 주고 싶다.

1. 들어가며

최근 넷플릭스 <흑백요리사>의 열풍으로 요리사와 음식에 대한 관심이 그 어느 때보다 뜨겁다. 물론 과거부터 <마스터 셰프 코리아>, <냉장고를 부탁해> 등 요리사와 음식은 항상 방송에서 주목을 받아왔다. 요즘도 TV를 켜면 출연자들이 직접 음식을 먹어보는 일명 ‘먹방’이 자주 등장할 정도로 음식 콘텐츠의 열기는 식지 않았다. TV에서도, 유튜브에서도 꺼지지 않는 먹방 열풍 속에서 <흑백요리사>는 올해 가장 ‘핫’하게 음식 콘텐츠의 정점을 찍은 듯하다.

그렇다면 TV나 OTT의 음식 콘텐츠는 예능 프로그램에서만 소비되고 있는가? 꼭 그렇지는 않다. 과거에는 음식 콘텐츠가 <VJ 특공대>나 <생방송 화제집중>처럼 매거진 프로그램에서 주로 다뤄졌던 시절도 있었지만, 국내 다큐멘터리의 제작 역량이 높아지면서 ‘글로벌’을 내세운 고품질 음식 다큐멘터리들이 대거 등장하기 시작했다. KBS의 <누들로드>나 <슈퍼피쉬>, <삭힘의 미학> 시리즈 같은 다큐멘터리들이 바로 그 예다.

그렇다면 올해는 어떤 음식 다큐멘터리들이 제작됐을까? 수많은 음식 다큐멘터리들이 쏟아졌지만, 지상파 다큐멘터리 중에서 KBS <치킨 랩소디>, KBS청주 <나물의 민족>, 목포MBC <인생노포 in 아시아> 이렇게 세 작품을 꼽고 싶다. <치킨 랩소디>는 시리즈물로 제작이 이어지고 있다는 점 그리고 지상파방송과 OTT에 동시 공개된다는 특이한 이력을 가지고 있다는 점, <나물의 민족>과 <인생노포 in 아시아>는 지역 지상파방송사에서 제작되었다는 점에서 높은 점수를 주고 싶다. 참고로 <인생노포 in 아시아>는 스스로 소개하기 부끄럽지만 필자가 연출한 작품이다.

2. KBS <치킨 랩소디>

<치킨 랩소디>는 삼겹살, 냉면, 한우, 짜장면에 이은 다섯 번째 <랩소디> 시리즈다. 아니, 치킨이 다섯 번째라니? 물론 공개된 음식의 순서가 큰 의미를 가지고 있지는 않겠지만, 이 땅의 수많은 치킨 애호가들은 분명 섭섭해할 일이다. ‘삼겹살 다음은 치킨 아니었어?’하고 말이다. 외국인들이 한국을 방문하면 반드시 먹어봐야 하는 K-푸드는 바로 K-바비큐로 통하

는 삼겹살과 K-치킨으로 불리는 양념치킨이기 때문에 필자는 <삼겹살 랩소디> 다음 에피소드는 분명 <치킨 랩소디>일 것이라고 추측했었다. 그런데 필자의 생각과는 달리 다른 음식들을 들고 돌아 시리즈의 다섯 번째 에피소드로 찾아왔다. 아무튼 오랫동안 기다려왔던 <치킨 랩소디>가 드디어 나왔으니, 치킨 애호가로서 제작진들에게 감사의 마음을 전한다.

<랩소디> 시리즈의 경우 송출 방식이 독특한데 지상파방송사인 KBS를 통해서 방송되고, 글로벌 OTT 플랫폼인 넷플릭스에도 공개되었다. 특히 시리즈의 출발점이었던 <삼겹살 랩소디>의 경우 국내 제작 다큐멘터리 중 최초로 넷플릭스에 진출했다는 놀라운 이력을 가지고 있다. <랩소디> 시리즈가 국내를 넘어 해외의 관심까지 받게 된 이유는 무엇일까? 물론 프리젠테이션 출연한 백종원의 인기도 한몫 하겠지만 무엇보다 한류의 영향이 가장 클 것이다. K팝의 인기로 K-드라마, K-예능 등이 전 세계로 수출되었고, K-콘텐츠에 수시로 등장하는 각종 한국 음식들은 세계인의 관심을 끌기에 충분했을 것이다. <랩소디> 시리즈는 그들의 호기심을 충족시켜 줄 수 있는 K-푸드 다큐멘터리인 것이다.

자, 그럼 본격적으로 <치킨 랩소디>에 집중해 보자. 바삭한 치킨과 시원한 맥주의 조합! 매년 100만 명 이상의 인파가 모인다는 대구의 치맥 페스티벌부터 한강 둔치에서 자주 목격할 수 있는 야외 치킨 파티, 거기에 스포츠 경기장에서 치킨과 맥주를 즐기는 모습까지 한국의 다양한 치맥 문화를 보여주며 <치킨 랩소디>의 문을 연다. 도대체 한국인들은 왜 이토록 치맥에 열광하는가? 아마도 <치킨 랩소디>는 이 질문에 대한 답을 찾아가는 다큐멘터리일 것이다.

이전 시리즈와 마찬가지로 <치킨 랩소디>의 프리젠테이션 유망한 외식사업가 백종원이다. 백종원은 먼저 서울 종로구에서 30년 이상 운영해 온 치킨집 노포를 방문한다. 이 치킨집은 양념치킨 대신 오직 프라이드 치킨 하나만을 고집해 온 곳이다. 이 치킨집의 프라이드 치킨을 통해 다른 나라와는 차별화되는 K-치킨만의 레시피, 즉 두툼하고 바삭한 튀김옷의 매력을 소개한다. 그렇다면 한국인들의 소울 푸드가 되어버린 치킨은 언제부터 시작된 음식일까?

원래 한국인은 닭고기보다 꿩고기를 즐겨 먹었다고 한다. 그러다가 한국전쟁 이후 1950~60년대 식량 부족 현상을 겪게 된다. 정부는 동물성 단백질 섭취가 중요하다는 것을 깨닫고 국가정책으로 양계업에 주목한다. 육계 품종을 수입하고 대량 생산 시스템을 구축하게 되면서 닭고기를 즐기는 문화가 서서히 자리 잡게 된다. 미국에서 닭 요리법이 들어오

게 되는데 문제는 닭을 튀길 만큼 기름이 충분하지 않았다는 점이다. 그래서 탄생한 것이 바로 기름 없이 바비큐 방식으로 닭을 굽는 전기구이 통닭이었다. 당시 아버지들이 월급날 퇴근하면서 전기구이 통닭 한 마리 사가는 문화까지 생겨날 정도로 대유행을 하게 된다. 그리고 1971년 식용유의 대량 생산이 가능해지면서 치킨 역사의 새로운 전환점인 시장 통닭도 등장하게 된다.

[그림 1] 치킨 랩소디



출처 : KBS

한국 치킨의 기원은 닭 한 마리를 통으로 튀기는 방식의 이른바 통닭 튀김이었다. 백종원은 1984년 미국의 켄터키 프라이드 치킨이 한국에 상륙했을 때 머리를 한 대 얻어맞은 듯 매우 충격적이었다고 말한다. ‘부위별로 조각난 치킨이 존재했었다니!’ 켄터키 프라이드 치킨 이전에도 사실 조각난 치킨은 존재했다. 1977년 국내 첫 치킨 프랜차이즈인 림스치킨이 등장했다. 림스치킨이 내놓은 것이 조각난 치킨이었고, 언론에서 유명세를 타면서 점포가 무려 450여 개까지 늘어났다. 이후 1982년 페리카나치킨, 1987년 멕시칸치킨, 1988년 처갓집양념통닭 등 각종 치킨 프랜차이즈들이 우후죽순 생겨나게 된다.

[그림 2] 치킨 랩소디



출처 : KBS

1990년대에는 그야말로 치킨집 춘추전국시대에 들어서게 된다. 가루 반죽과 물 반죽을 혼합해 사용하는 크리스피(물결무늬) 치킨이 등장하더니, 올리브유, 해바라기유 등 튀김 기름을 차별화한 치킨까지 나오고, 2000년대에는 오히려 튀기지 않고 오븐에 구운 치킨까지 등장하며 치킨 시장은 끝없는 경쟁을 이어가고 있다. 심지어 경기도 수원에는 수많은 치킨집이 모여 있는 통닭 거리까지 조성됐다.

그렇다면 치킨은 어떻게 한국인이 사랑하는 K-푸드가 되었을까? 이유는 바로 한국 특유의 조리법 때문이다. 주문 즉시 튀겨내는 우리만의 방식은 그 어떤 나라보다 더 바삭하고 촉촉한 치킨을 만들었고, 한국적인 맛을 가미한 양념치킨을 개발하여 매콤하고 달콤한 맛으로 전 세계를 중독 시켜 일명 K-치킨 신드롬을 만들어 냈다. 양념치킨의 등장은 치킨의 신세계를 열었다. 전 세계가 프라이드 치킨만을 먹는데 오로지 우리만 양념치킨을 개발해 나갔고, 이는 마치 흑백 영화를 보다가 컬러 영화를 보는 듯한 충격과 같았다. 외국인들이 말하는 K-치킨이 바로 양념치킨인 것이다. 가게마다 각기 다른 양념의 맛은 외국인들의 입맛을 사로잡아 버렸다.

[그림 3] 치킨 랩소디



출처 : KBS

모든 <랩소디> 시리즈가 그렇지만 <치킨 랩소디> 또한 인문학적인 관점에서 음식의 기원부터 역사 그리고 변화를 탐구한다. 이러한 스토리텔링 방식으로 인해 다큐멘터리는 지루할 틈이 없다. 나아가 음식에 대한 지적 호기심까지 마구 채워준다. ‘이 음식이 이렇게 탄생한 거였어?’, ‘이 음식이 저런 역사와 연관이 있었다고?’, ‘이 음식이 저런 사정으로 지금의 레시피로 바뀌었구나!’ 이렇듯 <치킨 랩소디>는 다큐멘터리는 지루하다는 편견을 모두 깨준다. 이는 <랩소디> 시리즈의 다음 에피소드가 더욱 궁금해지는 이유이기도 하다.

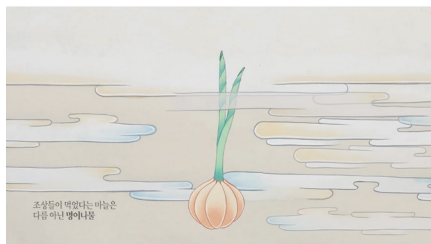
3. KBS청주 <나물의 민족>

지난 8월 9일, 필자는 방송통신심의위원회에서 주관하는 ‘이달의 좋은 프로그램’ 시상식에 참석했다. 필자가 연출했던 <삭힘의 미학 시즌3>가 2024년 6월 ‘이달의 좋은 프로그램’에 선정되는 영광을 차지했기 때문이다. 그 자리에서 KBS청주의 박송이 PD를 만날 수 있었다. 그녀가 연출한 <나물의 민족>이라는 다큐멘터리 역시 같은 달 ‘이달의 좋은 프로그램’에 선정됐기 때문이다. 물론 박송이 PD와는 초면인 관계로 제대로 된 대화는 나누지는 못했지만 이 지면을 빌어서 다시 한 번 수상을 축하한다고 전하고 싶다.

<나물의 민족>은 유쾌한 다큐멘터리다. 진부하지 않다. 거기에 박송이 PD 특유의 발랄한 감수성까지 더해져 다큐멘터리 같지 않으면서도 다큐멘터리인 독특한 리듬의 작품이 완성됐다. 정말 오래간만에 신선한 충격을 받았다. 항상 무겁고 진지하게 다큐멘터리를 연출해 오던 필자는 감히 흉내 낼 수 없는 연출 방식이었다.

다큐멘터리의 첫 시작마저도 상당히 유쾌하다. 한국의 할머니들이 이탈리아에서 나물을 캐고 있는 장면으로 시작하는데 이 할머니들이 대화하는 방식이 정말 구수하면서도 유쾌하다. 시작부터 시청자의 몰입을 끌어내는 것에 성공! 그러더니 신화를 재현한 CG 화면과 함께 판소리 소리꾼의 설명이 시작된다. 단군 신화에 등장하는 쑥과 마늘 중 마늘은 실제로 명이나물이었을 수 있다는 것이다. 그리고는 <나물의 민족>이라는 타이틀이 뜨며 본편의 시작을 알린다. 이런, 본편의 내용이 더욱 궁금해졌다. 유쾌하면서도 발칙한 도입부가 필자를 제대로 낚은 것이다.

[그림 4] 나물의 민족



출처 : KBS청주



본편의 시작과 함께 이탈리아 거리 한복판에 있는 할머니들이 등장한다. 이탈리아의 산에서 나물을 뜯겠다는 발칙한 계획을 알리며 말이다. 그리고 만난 이탈리아의 청년 파브리치오 페라리(이하 파브리), 그는 15년간 미술쟁 식당을 운영해 온 셰프이다. 대화를 들어보니 할머니들은 이미 한국에서 파브리와 인연이 있었던 것 같은데, 그 사연이 궁금해진다.

충북 단양 소백산 자락에 있는 한드리마을. 이 마을에서 할머니들과 파브리는 이미 만났었다. 사실 파브리는 이탈리아에서 한국인 셰프를 통해 한식을 접하게 됐고 그 중에서도 나물 문화에 푹 빠지게 되었다. 파브리가 한국의 나물 문화를 직접 느껴보고 싶어서 방문한 곳이 바로 한드리마을이다.

파브리는 할머니들과 함께 나물을 채취하던 도중 놀라운 이야기를 듣게 된다. 지금 뜯고 있는 원추리 나물은 독성이 있어서 생으로 먹을 수 없다는 이야기다. 깨끗하게 독을 씻어낸 다음 먹어야 한다는 것인데, 파브리는 독성이 있는 걸 왜 먹냐고 되묻는다. 그러자 할머니들은 옛날에 먹을 게 없어서 먹을 수밖에 없었다고 털어놓는다. 어찌 보면 아주 간단한 이치인데 파브리는 이 이야기에 큰 감명을 받는다. 나물을 뜯어서 시장에 팔아다가 자녀들을 키워냈다는 할머니의 사연, 그렇게 고생한 바람에 지금은 몸이 안 아픈 데가 없다는 할머니의 사연 그리고 질긴 생명력을 상징하는 듯한 나물이 성장하는 타임랩스 장면까지. 뭔가 유쾌하면서도 구슬프다.

[그림 5] 나물의 민족



출처 : KBS청주



이어지는 소리꾼의 판소리 같은 대사마저 속을 후벼 판다. “먹기 시작한 까닭은 가난이라고 해도 그 가치까지 빈약할꼬? 오천 년 나물의 민족, 우리 조상들의 지혜로구나!”

한 치 앞을 내다볼 수 없는 독특한 전개 방식이지만 씬과 씬이 톱니바퀴처럼 아귀가 맞아가며 이어진다는 것이 놀랍다. 매우 독특하고 인상적인 다큐멘터리라는 것을 다시 한번 강조하며, 이하 다큐멘터리에 대한 전체적인 소개는 KBS의 기사로 갈음하고자 한다.

충북 소백산 자락의 단양 한드미마을에는 오랜 세월 동안 나물을 무쳐온 태순 할머니와 선진 할머니가 있다. 그들의 나물 조리 경력만 합쳐도 무려 130년에 이른다. 이 두 할머니와 이탈리아의 미슐랭 셰프 파브리치오 페라리가 손을 잡고, 새로운 나물 요리를 개발하기 위한 프로젝트를 펼친다. 이들의 좌충우돌 나물 견문록은 한국 나물의 가치를 국내외에 알리기 위한 여정이다. 나물 요리에 대한 최고의 전문가들인 두 할머니와 미슐랭 스타 셰프의 협력 프로젝트는 메인 재료인 나물을 볶고, 데치고, 담그고, 무치는 다양한 요리를 통해 선조들의 건강하고 소박한 음식 철학을 만난다. 또한, 유럽인들에게도 통할 수 있는 한국 전통 나물 음식과 이탈리아 요리의 접목을 시도하며 새로운 맛의 가능성을 탐색한다.

출처 : KBS(2024.07.06.)

<나물의 민족>을 끝까지 보고나면 왜 제목이 <나물의 민족>인지 알게 된다. 제목의 의미와 그 느낌을 드러내기 위한 각종 장치들이 무수하게 배치돼 있다. 시간 가는 줄 모르고 끝까지 보게 된 KBS청주의 <나물의 민족>. 우리 민족이 간직해온 나물 문화의 진정성과 우수성 그리고 무한한 발전 가능성까지 시종일관 유쾌한 리듬으로 느껴보고 싶다면 이 다큐멘터리를 강력하게 추천한다.

4. 목포MBC <인생노포 in 아시아>

<인생노포 in 아시아>는 앞에서 언급했다시피 필자가 연출한 작품이다. 원래는 <어영차 바다野>라는 정규 프로그램 안에 <인생노포>라는 코너였다. 국내의 오래된 식당을 총망라해 보자는 커다란 포부를 가지고 시작했다. 제작 여건의 변화로 20개의 식당만 소개하고 코너는 문을 닫았지만 문득 다음과 같은 욕심이 생겼다. ‘국내의 오래된 식당만 소개할 것이 아니라 아시아의 오래된 식당으로 이야기를 확장해 보면 어떨까?’ 그렇게 되면 이야기의 구성이 더욱 풍성해질 것이라고 생각했다. 그래서 일단 베트남 국영방송 VTV에 다

큐멘터리 기획서를 주고 공동제작을 제안했다. VTV의 담당 PD는 필자의 기획안을 마음에 들어 했고, 그렇게 <인생노포 in 아시아> 프로젝트를 시작하게 되었다.

<인생노포 in 아시아>의 기획 의도는 다음과 같다. “오래된 식당, 노포(老鋪). 노포는 그 지역의 역사와 문화를 그대로 간직하고 있는 산 증인이라고 할 수 있다. 특히 아시아의 노포는 서양의 노포와는 또 다른 그 무엇이 있다. 아시아의 노포에서 닮은 듯 다른 맛을 들여다보는 일은 아시아 문화의 다양성을 공유하고 ‘아시아다움’이라는 문화적 동질성을 찾아보는 기회가 될 것이다.” 즉, 한마디로 아시아의 오래된 식당들을 인문학적으로 들여다 보자는 것이다.

<인생노포 in 아시아>는 총 3부작으로 제작된 다큐멘터리다. ‘제1부 다정하게 주름진 맛’, ‘제2부 맛이 미스터리’, ‘제3부 위대한 생존기’ 등 세 개의 에피소드로 구성되었는데 필자는 다른 에피소드보다 ‘제3부 위대한 생존기’를 소개하고 싶다. 해당 에피소드에서 전쟁과 가난을 이겨내고 생존을 위해 만들어진 음식과 노포들이 아시아에 다수 존재한다는 아시아의 근현대사적 동질성에 주목했기 때문이다. 격동의 근현대사가 생생하게 담겨 있는 한 그릇의 음식, 긴 세월의 풍파를 이겨낸 아시아의 오래된 식당 이야기를 통해 음식 한 그릇에 오롯이 담겨 있는 역사와 세월의 깊이를 들여다보고자 했다.

속초의 아바이순대와 함흥냉면은 한국전쟁으로 인해 생겨난 실향민들의 슬픔과 그리움으로 탄생했으며, 베트남의 쌀국수와 대만의 루루우판은 식민 지배를 거치는 아픈 역사 속에서 서민들의 생존을 위해 탄생했다. 생존이라는 보편적인 욕구로 출발해서 각자의 독창적인 음식으로 발전하게 된 과정을 오래된 노포의 이야기를 통해 보여주고자 했으며, 시청자가 한 그릇의 음식을 통해 아시아의 역사와 문화까지 읽을 수 있는 기회를 제공하고자 했다.

[그림 6] 인생노포 in 아시아



출처 : 목포MBC



그리고 앞에서 언급한 바와 같이 목포MBC는 베트남 국영방송 VTV와 <인생노포 in 아시아>를 공동으로 제작했다. 총연출과 기획, 촬영, 한국어 후반작업은 목포MBC에서 담당했고, 베트남 촬영과 베트남어 후반작업은 VTV에서 담당했다. 목포MBC는 VTV와 <비밀의 정원>, <인생노포 in 아시아>, <다문화 야시장> 등 벌써 세 번째 프로그램을 공동으로 제작하고 있으며, 그 과정에서 공동제작 노하우의 축적은 물론 서로에 대한 신뢰도 쌓아왔다. 필자는 앞으로도 VTV와의 공동제작에 대한 기대가 크다. 전라남도과 목포에는 베트남 이주여성들과 외국인 근로자들이 많이 살고 있기 때문이다. VTV와의 교류를 통해 향후 베트남 이주여성들과 외국인 근로자들을 위한 프로젝트까지 고민하고 있다.

끝으로 다큐멘터리를 제작하면서 한 가지 아쉬웠던 점은 원래 태국의 노포 이야기도 다루려고 하였으나 제작 예산의 한계로 결국 포기할 수밖에 없었다는 사실이다. 태국 음식과 노포 이야기까지 가미되었다면 다큐멘터리의 내용은 더욱 풍성해졌을 것이다. 다만 한국, 일본, 베트남, 대만 4개국의 음식과 노포 이야기만으로도 각국 음식문화만의 차별점은 물론, ‘아시아 다움’이라는 유의미한 동질성도 발견했다는 것에 위안을 삼는다. <인생노포 in 아시아>은 목포 MBC 유튜브 채널에 전편이 공개되어 있으므로 아직 못 보신 독자들에게 많은 시청 부탁드립니다.

5. 마치며

이상으로 넷플릭스 <흑백요리사>의 열풍에 편승하여 국내 지상파방송사들이 제작한 음식 다큐멘터리 세 편을 소개해 봤다. 장인정신과 같은 독심으로 시리즈를 이어가고 있는 KBS <삼겹살 랩소디>, 참신한 기획과 유쾌한 전개가 돋보이는 KBS청주 <나물의 민족> 그리고 필자가 연출하여 소개하기 다소 민망했던 목포MBC <인생노포 in 아시아>까지. 단 순하게 먹고 즐기는 ‘먹방’이 아니라 음식을 둘러싼 역사, 문화, 철학까지 인문학적인 지적 향유를 즐기고 싶은 분들께 세 편의 다큐멘터리를 추천하는 바이다.

참고문헌

KBS (2024.07.06). KBS 다큐 ‘나물의 민족’... 단군 설화의 마늘은 ‘명이나물’일까?