

음식 스토리의 콘텐츠 구성 전략에 관한 연구

A Study on the Strategy for Contents Composition of Food Story

송 영 애, 전 기 흥*

전주대학교 식품산업연구소, 전주대학교*

Song Young-Ai, Jeon Ki-Heung*

Jeon-Ju Univ. Food Industry Research Institute,
Jeon-Ju Univ.*

요약

본 연구에서는 2008년 이후 본격적으로 부각되어진 음식 스토리텔링(storytelling) 분야의 기초가 되는 이야기(story)에 주목하고자 한다. 이를 위해 음식 스토리의 구성 소재를 체계적으로 분석하였으며 최종적으로 새로운 음식 스토리의 콘텐츠 구성 전략에 대해 제시하였다. 먼저 음식 스토리텔링과 관련된 선행연구들을 살펴보면 스토리의 소재 발굴 및 필요성을 강조한 연구, 스토리를 통한 음식 메뉴개발 및 관광상품화 방안 제시하였으며, 마지막으로 스토리텔링에 의한 소비자의 태도를 살펴보는 연구가 서서히 진행되고 있다. 그러나 스토리텔링 활용의 많은 부분을 차지하고 있는 관광, 온라인 게임, 드라마, 영화, 애니메이션, 광고 등의 스토리와 차별화된 음식 스토리 창작에 관한 연구는 전무한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 그간 전해져 내려오고, 최근 창작되어진 음식 관련 스토리의 내용을 분석하여 이를 1.0, 2.0, 3.0으로 나누어 설명하였다. 이를 바탕으로 우리가 지향해야할 음식 스토리의 새로운 콘텐츠 구성 형식인 4.0을 제시하여 앞으로 차별화된 음식 스토리를 창작하는데 큰 시사점을 제공하고자 한다.

I. 서론

송영애(2013)는 국내 음식 스토리텔링 연구를 면밀히 분석한 결과, 연구의 유형을 크게 3가지로 구분하였다. 첫째 스토리텔링의 필요성과 스토리 소재 발굴의 중요성을 강조한 연구, 둘째 기존 스토리를 사례로 분석하여 메뉴 개발 및 관광 상품화 방안을 제시한 연구, 셋째 소비자의 행동에 영향을 주는 스토리텔링의 효과를 알아보는 실증적 연구이다. 그러나 이는 모두 음식 스토리텔링 분야의 연구가 불과 5년 남짓 된 초기 연구로서 스토리텔링의 개념을 확립하고 필요성과 중요성을 강조하는 연구의 결과이다.

스토리텔링(storytelling)이란 story + tell + ~ing의 세 단어가 합성된(최혜실, 2007) 또 하나의 단어로써 탄탄한 스토리(story)를 바탕으로 화자와 청자를 넘어 다양한 매체를 통해(tell) 확산(~ing)되어지는 행위를 의미한다.

기존 스토리텔링을 개념화 하고자 한 선행연구들을 살펴보면 이 세 단어 중에서 구전, 현재성, 현장성 나아가 화자와 청자 사이의 상호작용을 강조하는 현재진행형의 의미인 ~ing가 강조되어 왔다(최혜실, 2007; 김태욱·노진화, 2012; 조태남, 2012).

그러나 본 연구에서는 말하는(tell : 구전, 텔레비전, 신문, 라디오, 잡지, 인터넷, SNS, 광고 등) 내용으로 상호작용(~ing)이 일어날 수 있도록 만드는 가장 근원적인 이야기(story)의 내용 구성에 대한 중요성을 강조하고자 한다.

이를 위해서는 탄탄한 스토리, 재미있는 스토리, 창의적인 스토리, 독창적인 스토리, 감성을 자극하는 스토리를 창작하기 위한 음식과 관련된 소재는 어디에서 찾아 내용을 구성해야하는가에 대한 문제가 대두된다.

전통적으로 스토리텔링에 대한 연구는 인문학의 영역에서 담당해왔다(한혜원, 2010). 따라서 음식 스토리 분야에서는 음식과 관련된 전문 지식을 가진 식품 전공자 일지라도 스토리를 창작하는데 다소 문제가 있음은 틀림 없는 사실이다.

본 연구에서는 이와 같은 문제점을 해소시키고자 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 연구를 살펴보고, 음식 스토리의 소재 유형을 예와 함께 분류하여 체계화 시켰다. 이를 바탕으로 음식 스토리를 1.0에서 3.0으로 나누어 그 특징을 살펴보고, 최종적으로 음식 스토리 창작을 위한 콘텐츠의 구성 전략 4.0을 제시하고자 한다. 이는 감정을 전달해주는 유일한 도구(김훈철, 2011)로서의 역할을 하는 스토리를 보다 입체적으로 발전시킬 수 있는 스토리 콘텐츠 구성 전략이다.

1. 음식 스토리텔링

음식 스토리텔링의 연구는 최근 몇 년 사이에 활발하

게 진행되고 있다. 먼저 음식 스토리텔링 연구에서 가장 큰 비중을 차지하는 분야는 스토리를 바탕으로 이를 체계적으로 분석한 연구이며 이를 요약한 내용은 표 1과 같다.

표 1. 스토리 적용 사례 분석 연구

연구자	내용
김훈철, 장영렬, 이상훈(2008)	브랜드 스토리를 창작하여 이를 마케팅으로 성공시킬 수 있었던 예로 '과음을 경계하는 전설 속의 술잔 - 계영배', '국내 최초 20도 소주 - 처음처럼', '소비자의 경험담 - 빼빼로'를 사례로 들어 분석
정창권(2008)	이야기가 있는 상품으로 세계 최초로 물을 상품화한 프랑스의 에비앙을 예로 들었으며, 드라마 대장금에 나타난 캐릭터의 프로필을 작성
황신웅(2008)	상품에 관한 스토리 만들기의 예로 '우연히 만들어진 콘플레이크'와 세계 최고의 커피 브랜드인 일리(illy)의 스토리를 소개
최정숙, 박한식(2009)	강원도 향토음식 활성을 위한 스토리텔링의 단계별 과정을 제시
소강춘, 장미영, 유지은, 이수라(2009)	전문 박물관의 스토리텔링으로 1894년 파리에 문을 연 포도주 박물관에 대해 소개하고, 홈쇼핑에서 판매되는 가공식품의 스토리텔링으로 신뢰를 주기 위한 방법 설명
차유철, 정상수, 이희복, 신명희(2009)	스토리텔링 광고의 성공 사례로 한국야쿠르트 쿠퍼스 <수궁가>. <용왕상륙>, 국순당 <50세주>, 보해 복분자 <전설의 힘> 등을 분석
이종수(2010)	피맛골의 명소화 방안으로 지역의 특성, 정체성의 토대를 지역문화유산을 중심으로 한 스토리텔링 적용방안과 체험거리 조성 방안 제시
최수웅(2010)	요리 만화를 바탕으로 이들의 스토리텔링 방식을 분석하여 전개 양상을 3개로 요약
홍경수(2010)	일본 만화 <심야식당>을 바탕으로 이야기의 구조와 미디어적 속성을 분석
김정희(2010)	<내 이름은 김삼순>, <커피 프린스>의 드라마 스토리를 분석
김기국(2010)	동화 원작 『짜장면』(2000)과 만화<만화 짜장면>(2003)의 콘텐츠 차이 비교
우정권(2010)	1930년대 경성의 카페를 중심으로 서사층위의 스토리와 이미지 층위에의 스토리를 통해 당시 조선인들의 카페에 대한 맵핑을 찾아내고자 함
농림수산식품부 농수산유통공사 (2010)	스토리텔링을 활용한 음식문화 홍보 콘텐츠 개발 자료로 한식 스토리텔링 107가지에 대해 메뉴의 정의, 맛의 특징, 역사와 문화적 배경을 재미있는 이야기로 정리
윤유석, 김미희, 안옥선, 강방훈(2011)	제품 구매후기와 역사 이야기를 활용한 흥천 잣에 대한 스토리를 활용한 광고마케팅 제안

이용재(2011)	유가공 기업인 파스퇴르의 유산균 발효유 '괘변 요구르트' 브랜드에 대한 스토리텔링 캠페인 사례를 분석
정숙(2011)	프랑스 생수 '에비앙'을 예로 들고 감성을 자극하여 감동을 파는 제품 스토리의 중요성에 대해 강조
홍숙영(2011)	이야기에서 맛을 느끼는 음식 스토리텔링으로 창녕 조씨의 종갓집 음식인 '서지초가똥'의 스토리텔링 방식을 분석
김기홍(2012)	일본 음식만화의 특징을 살펴보고, 나아가 한국 만화 「식객」의 음식 스토리텔링의 가능성 제안
이종수(2012)	마산(창원), 제주 그리고 일본의 대마도를 중심으로 해양음식문화의 정체성을 찾는 스토리텔링 개발 방안을 제시
한식재단(2012)	음식을 밥과 죽, 국수와 면류, 구이와 전, 떡과 음료, 술 등으로 나누어 약 100여종의 음식이 이야기를 소개
윤덕노(2011)	밥의 유래와 역사를 살펴보고, 우리가 알지 못한 밥에 얽힌 역사와 동서양 고전에서 밥에 대한 유래와 이야기를 찾아 내용을 엮음
조태남(2012)	화천 화약산 토마토 축제에 담긴 스토리를 소개

* 출처 : 송영애(2013) 인용

(이하 내용은 지면 부족으로 생략)

■ 참고 문헌 ■

- [1] 송영애, “국내 음식 스토리텔링 연구에 관한 이론적 고찰”, 전주대학교 산업경영융합연구소, 제32권, 제2호, 133-149, 2013.
- [2] 김기홍, “음식 스토리텔링과 만화-일본 음식만화의 무협 서사적 특징을 중심으로-”, 글로벌문화콘텐츠, 제8호, pp. 25-55. 2012.
- [3] 이종수, “농산물 브랜드 스토리텔링 마케팅”, 경영경제연구, 제34권, 제2호, pp.25-51, 2012.
- [4] 한혜원, 디지털시대의 신인류 호모 나랜스, pp. 43, 살림, 2010.
- [5] 김훈철, 브랜드스토리전략, pp. 275, 다산북스, 2011.