

12. 기호학적 관점으로 살펴본 음식자원 커뮤니케이션

- step 3: 아이디어 구체화 (스토리텔링)



목차

I. 기호학의 이해

II. 기호학과 음식

III. 기호학과 커뮤니케이션

IV. 기호학과 스토리텔링

〈 디자인 씽킹 활동 - step 3: 아이디어 구체화 (스토리텔링) 〉

I . 기호학의 이해

1. 개념:

기호학 (semiotics) 은 기호와 상징이 어떻게 의미를 만들어내고, 만들어진 메시지가 발신자로부터 수신자에게 어떻게 전달되는가를 연구하는 것이며, 순수 인문학을 벗어나 다른 학문과 결합되어 다양한 분야에서 활용되고 있음

2. 기호의 종류

- 언어, 신호, 이미지, 글씨를 비롯하여 인간이 사용하는 모든 형태의 의사소통수단(손짓, 몸짓, 얼굴 표정) 을 다루며, 슬로건, 광고, 마케팅, 음악, 디자인, 영화, 드라마, 의상, 음식, 예절, 상징 등으로 표현됨
- 기호학은 사회, 문화, 커뮤니케이션 학과 인간의 인지 과정에 대한 이해를 깊게 하는 데 기여
우리가 사는 세상은 온갖 기호로 가득 차 있으며, 인간은 기호 해석자로 존재

3. 기호학 분야

- 1) 프랑스 철학자 페르디난드 드 소쉬르(Ferdinand de Saussure)에 의해 개발된 개념으로, 기호를 구성하는 물리적 형태(시니피앵 Signifier)와 그것이 가리키는 개념이나 의미(시니피에 Signified)를 구분.
- 2) 찰스 샌더스 퍼스(Charles Sanders Peirce)는 기호의 유형을 아이콘(유사성에 기반), 인덱스(인과 관계에 기반), 심볼(관습에 의한 연결) 등으로 구분
- 3) **문화적 기호학**: 문화적 맥락에서 기호가 어떻게 의미를 생성하고 해석되는지를 분석
이는 문학, 미술, 영화 등 다양한 매체와 연결하여 연구될 수 있음

4. 기호학의 활용

언어학, 심리학, 문화 연구, 미디어 연구 등 여러 학문 분야와 교차하면서 풍부한 학문적 교류

이를 통해 우리는 일상 속에서 마주치는 수많은 기호와 상징들이 어떻게 의미를 형성하고, 사람들 사이의 의사소통에 어떤 역할을 하는지 더 깊이 이해

II. 기호학과 음식

1. 기호학과 음식의 관계

- 음식은 통신의 수단이며, 사회적 상호작용, 개인 및 집단 정체성, 그리고 문화적 전통을 반영하는 기호로 기능
- 음식은 사회, 정치, 경제 등 여러 요소가 혼합된 인간 문화 자체이며 생명과 직접 연관 된 것이기에, 우리의 삶과 죽음의 의미까지 내포
그러므로 음식문화를 이해할 때는 자연환경 부터 식자원, 조리법, 지역별 음식, 의례 및 명절음식, 상차림 방법, 식사도구, 축제, 음식
관련 속담 에 이르기까지 다각적으로 접근하여 이해해야 함



naver.com

한국음식의 근간이 되는 “발효”의 주역인 간장, 된장, 고추장

II. 기호학과 음식

2. 기호학적 관점의 음식 이해

기호학적 관점에서 음식을 이해하는 방법은 **음식이 단순한 물리적 물질을 넘어 어떻게 의미와 문화적 가치를 전달하는지를 분석하는 것**

1) 음식과 의미의 생성

기호학에서는 음식 자체가 시니피앵(표현물)이며, 그와 연관된 문화적, 감정적 내용이 시니피에(표현내용)가 됩니다.

예를 들어, **김치**는 한국에서 단순한 **발효** 채소를 넘어서 **한국 문화의 상징이자, 가족과 이웃의 정**을 나타내는 의미



영양학적 가치



김장- 문화유산 가치

II. 기호학과 음식

2. 기호학적 관점의 음식 이해

기호학적 관점에서 음식을 이해하는 방법은 **음식이 단순한 물리적 물질을 넘어 어떻게 의미와 문화적 가치를 전달하는지를 분석하는 것**

2) 음식과 정체성

음식은 **개인적, 지역적, 국가적 정체성을 형성**하는 데 중요한 역할

특정 음식들은 특정 국가나 문화와 강하게 연결되어 있으며, 이를 통해 그룹 소속감이나 개인의 뿌리를 상징

〈 사례: 봉제사접빈객(奉祭祀接賓客)'을 실천하는 안동 , 헛제사밥〉

유교적 성향이 강한 안동에서는 조상을 지극 정성으로 모시고 손님을 접대하는 일이 가장 큰 책임이라고 여겨지므로 제사를 매우 중요시 여긴다.

이를 종가에서는 '봉제사접빈객(奉祭祀接賓客)'라고 했으며, 제사 후에는 친지, 가족, 제사를 참여한 사람들이 함께 둘러앉아 제상에 올랐던 음식을 나누어 먹는 “음복”을 행했다.

헛제사밥이란, 제사를 지낸 나머지 음식으로 비빔밥을 만들어 먹는 풍습이 있는데 이러한 의를 이어받아 제사를 지내지 않고 제사상에 올라가는 음식을 그대로 재현한 음식이다. 헛제사밥의 유래를 보면 유명 서원이 많은 안동에서 유생들이 쌀이 귀한 시절 제사음식을 차려놓고 축과 제문을 지어 풍류를 즐기면서 거짓제사를 지낸 후 제수음식을 나눠먹었다는 이야기와 평소 제사를 지낼 수 없는 평민들이 쌀밥을 먹고 싶어 그냥 헛제사 음식을 만들어 먹었다는 데서 시작했다는 이야기가 있다.

〈출처〉 헛제사밥 | 안동음식&이야기 | 음식/문화 | 안동시 농업기술센터 (andong.go.kr)



II. 기호학과 음식

2. 기호학적 관점의 음식 이해

기호학적 관점에서 음식을 이해하는 방법은 **음식이 단순한 물리적 물질을 넘어 어떻게 의미와 문화적 가치를 전달하는지를 분석하는 것**

2) 음식과 정체성

음식은 **개인적, 지역적, 국가적 정체성을 형성**하는 데 중요한 역할

특정 음식들은 특정 국가나 문화와 강하게 연결되어 있으며, 이를 통해 그룹 소속감이나 개인의 뿌리를 상징

〈 사례: 이슬람의 상징, 할랄푸드 〉

- 사제 입회하에 도축된 짐승, 피를 완전히 제거한 고기
- 금지된 음식은 썩은고기, 피, 돼지고기, 불법 도살된 짐승, 중독성 음료, 다른 신에게 바친 음식



II. 기호학과 음식

2. 기호학적 관점의 음식 이해

기호학적 관점에서 음식을 이해하는 방법은 **음식이 단순한 물리적 물질을 넘어 어떻게 의미와 문화적 가치를 전달하는지를 분석하는 것**

3) 음식과 사회적 관계

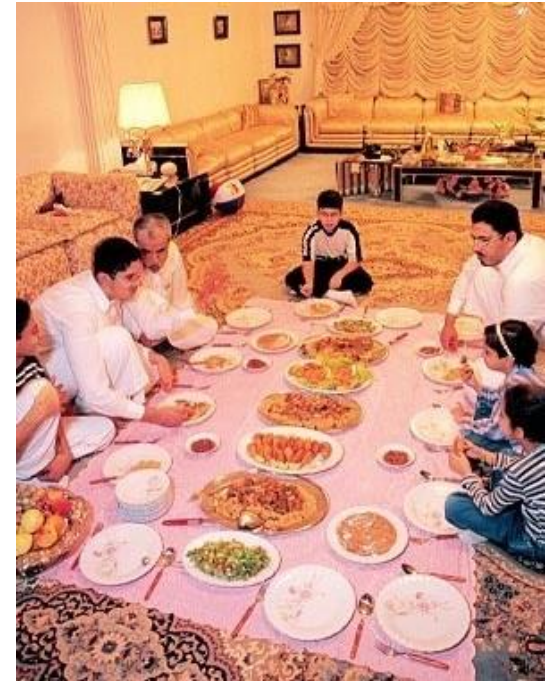
- 음식은 종종 사회적 관계와 상호작용의 매개체로 작용.

예를 들어, **공통의 식사 경험은 공동체를 형성하고 사회적 유대를 강화**하는 데 중요.

식사를 함께하는 행위 자체가 **가족, 친구, 사회적 관계의 중요성을 강조**하는 기호가 될 수 있음.

- **식구(食口)** : 한 집에서 함께 살면서 끼니를 같이하는 사람.

한 조직에 속하여 함께 일하는 사람을 비유적으로 이르는 말.



인도의 식사예절 : 네이버 카페 (naver.com)

II. 기호학과 음식

2. 기호학적 관점의 음식 이해

4) 음식의 의례적, 상징적 사용

특정 음식은 의례적이고 상징적인 상황에서 사용되어 특별한 의미를 나타냄

예를 들어, 생일 케이크나 결혼식의 결혼 케이크는 생일이나 결혼과 같은 이벤트의 중요성을 상징하는 기호로 사용.



- 전통혼례 상차림: 대례상

동뢰상: 초례상, 교배상, 독대상, 혼례상

동쪽에 대나무(절개), 서쪽에 소나무(영원) 놓고 굽 있는 그릇사용

“장수, 건강, 다산, 부부 금실”등을 상징하는 음식 (밤,대추 등.)

2. 기호학적 관점의 음식 이해

5) 문화적 상호작용 속 음식

세계화와 문화적 교류는 다양한 문화에서 온 음식들이 서로 영향을 주고 받으면서 새로운 의미를 생성하고, 문화적 변화를 반영하는 과정을 보여줌. 이는 음식이 어떻게 다른 문화적 요소들과 상호작용하는지를 분석함으로써 이해할 수 있음.

Trump's South Korea Menu: Sauce Older Than US, Prawn From Disputed Island

The Seoul meal also features a prawn that Moon's office said was caught near a disputed island claimed both by the South and Japan.

Offbeat | Agence France-Presse | Updated: November 07, 2017 9:54 am IST



Image credit: AFP PHOTO / THE BLUE HOUSE

Tuesday's menu also includes a grilled sole - known to be Trump's favourite fish



고추장 바른 패티+ 새콤한 다진김치+
고추장 섞은 케첩

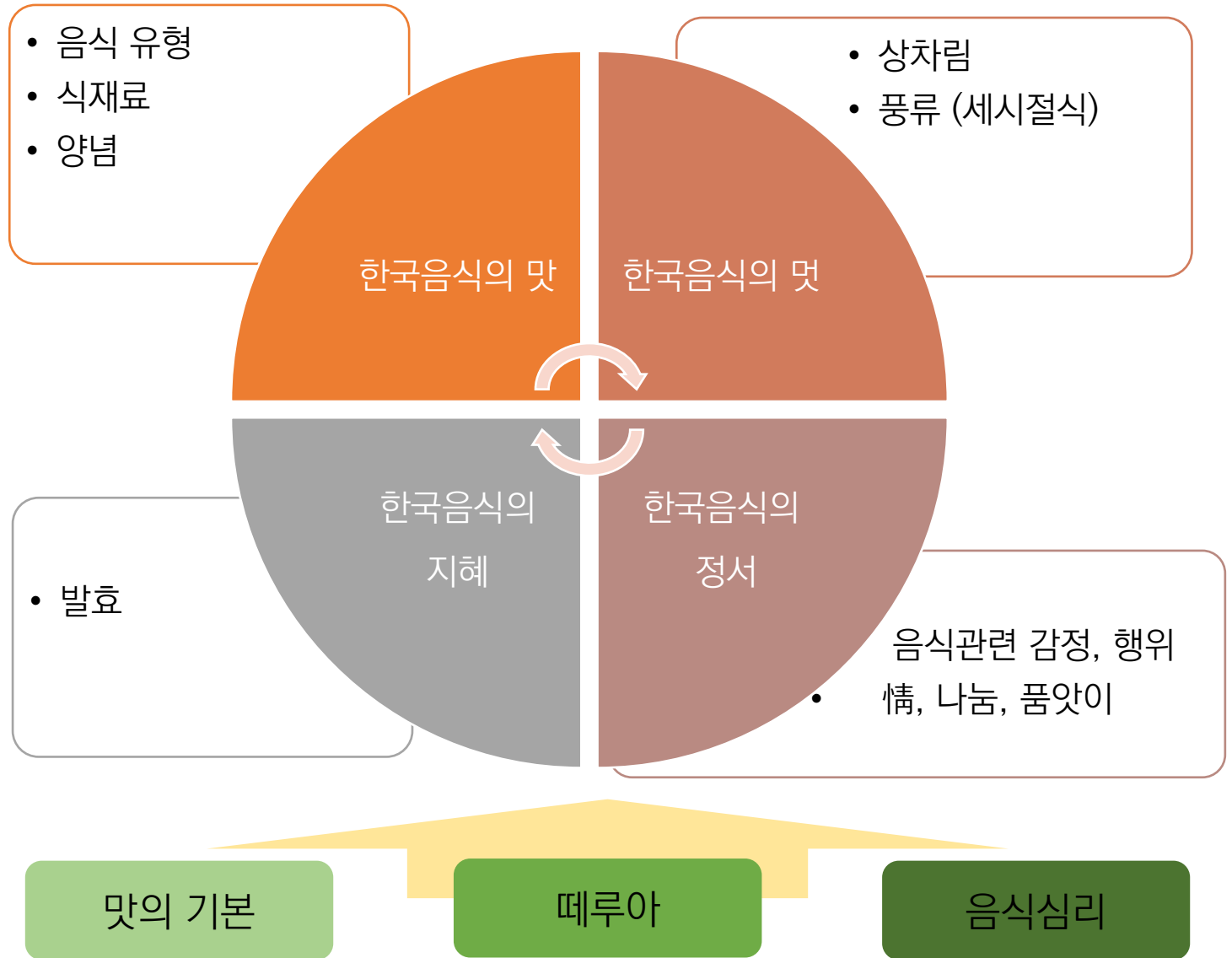


Habit Burger Grill Debuts the Korean Bbq Charburg

II. 기호학과 음식

3. 한식과 기호학 체계

- 한국인은 한식을 통해 다양한 상징과 의미를 함께 먹어온 민족이며, **한식은 한국문화를 나타내는 고도의 상징 코드로 사용**
- 일상에서 늘 마주하는 한식을 세상과 문화를 읽는 기호학적 도구를 활용하여 다각화 된 관점으로 살펴보면, 한식의 새로운 모습과 가치를 찾을 수 있음



〈한식의 기호학적 접근 체계〉

II. 기호학과 음식

1) 밥의 의미 : 옛말에 ‘**더운밥이라야 밥이다**’라는 말 이 있다. 한국인들에게 더운밥의 의미는 무엇일까?

단순히 ‘따뜻한 밥이 더 맛있다’라는 사실을 나타낸다고보다는 ‘**대접을 잘 받는다**’는 의미가 내포.

2) 한국인의 주식인 ‘쌀(밥)’에 담긴 상징성

- ‘진지 접수셨습니까?’가 안부 인사이고, 사람을 만나고자 할 때도 흔히 ‘밥이나 같이 먹자’라는 말로 대신하며, 한 직장에서 함께 일하는 동료들 ‘한술밥’ 먹는 사이라고도 말한다.

한술밥의 **관계 지향적 의미**는 직장인의 ‘회식’으로 이어지며, 함께 밥 먹고 술 마시는 사이로 발전

3) 쌀과 함께하는 일생



쌀과 함께한 한국인의 일생

- 삼신할매에게 빌 때 쌀 담긴 삼신 바가지를 준비한다.
- 산미(産米) : 출산 전에 미리 좋은 쌀을 따로 떼어 정한 곳에 둔다.
- 산기(産氣)가 있으면 정한 상에 쌀을 한 되가량 퍼내서 수박이 놓고 정화수 세 대접을 떠놓는다.
- 출산 후에는 흰밥, 미역국, 정화수 세 대접
- 백일음식 : 떡(백설기, 수수팥떡, 인절미, 송편)
- 돌 관련 음식 : 돌잡이 쌀, 떡, 국수
- 돌 지나면 밥 먹기 시작 : 밥그릇과 수저 한 벌을 마련해 수저를 손에 쥐어준다.
- 혼인 : 신부가 신랑 · 신부의 밥그릇과 수저를 가져온다(밥을 잘 받아먹고 해로하라고)
- 사람이 죽어도 대문 한쪽에 밥 준비 / 소상, 대상을 마칠 때까지 밥을 퍼 놓는다.
- 제사용 쌀

4) 한국 음식의 기호학적 분석과 활용

한국의 음식 문화가 가진 독특한 상징성과 의미를 탐구하는 과정 통해 음식이 갖는 문화적 가치, 사회적 기능, 정체성 표현 등을 이해하는 데 중요한 역할

- **음식과 한국 문화의 상징적 연결** : 한국 음식은 종종 특정 문화적 가치나 철학을 상징
- **음식을 통한 사회적 관계 및 의례의 역할** : 한국 음식은 종종 가족 간의 유대감을 강화하고 사회적 관계를 구축하는 데 중요한 역할.
한국의 가족 중심 문화와 공동체 의식이 어떻게 음식을 통해 표현되고 강화되는지 이해
- **음식과 정체성** : 한국 음식은 개인적, 지역적, 국가적 정체성을 형성하는 데 중요한 기여. 특히 전통 음식들은 한국의 독특한 문화적 정체성을 국내외에 알리는 수단으로서 한국을 대표하는 이미지로 활용
- **변화하는 문화적 맥락 속에서의 한국 음식** : 세계화와 국제적 교류가 증가함에 따라 한국 음식도 변화하고 새로운 문화적 요소를 흡수하고 있습니다. 이러한 변화를 기호학적으로 분석함으로써, 한국 음식이 어떻게 글로벌 영향을 받으면서도 전통적 가치를 유지하고 있는지 탐구할 수 있음
- **비교 문화적 접근** : 한국 음식을 다른 문화의 음식과 비교 분석함으로써, 특정 음식이 갖는 문화적 상징성과 의미를 더욱 명확하게 이해할 수 있습니다. 이는 문화 간 차이점과 유사점을 통해 더 깊이 있는 문화적 이해를 가능

Ⅲ. 기호학과 커뮤니케이션

다양한 매체를 통해 전달되는 커뮤니케이션

■ 전시와 기호학적 커뮤니케이션 - 한국의 밥문화를 과거, 현재, 미래에 나타나는 의미로 해석



Ⅲ. 기호학과 커뮤니케이션

■ 전시와 기호학적 커뮤니케이션 - 한국의 장례문화를 통해 “강을 건넜다”는 의미 표현

2011아시아 식문화 페스티벌(송도 컨벤시아, 인천관광공사 주최)



마지막 잔치 (이소미 지도, 경기대대학원 식공간 연출전공 석사 생 2011)

III. 기호학과 커뮤니케이션

■ 광고와 기호학적 커뮤니케이션 : 잊을 수 없는 향기 → “ 커피향기를 통해 사랑을 추억하다 ”



시간이 지날수록 매혹해 지는 연인의 사랑

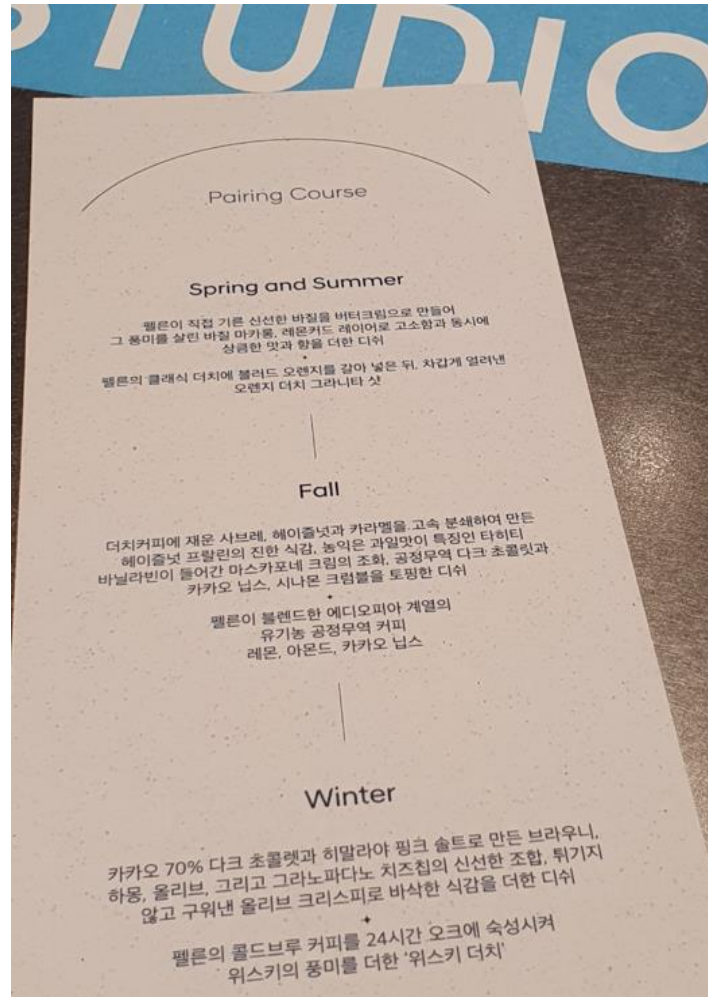
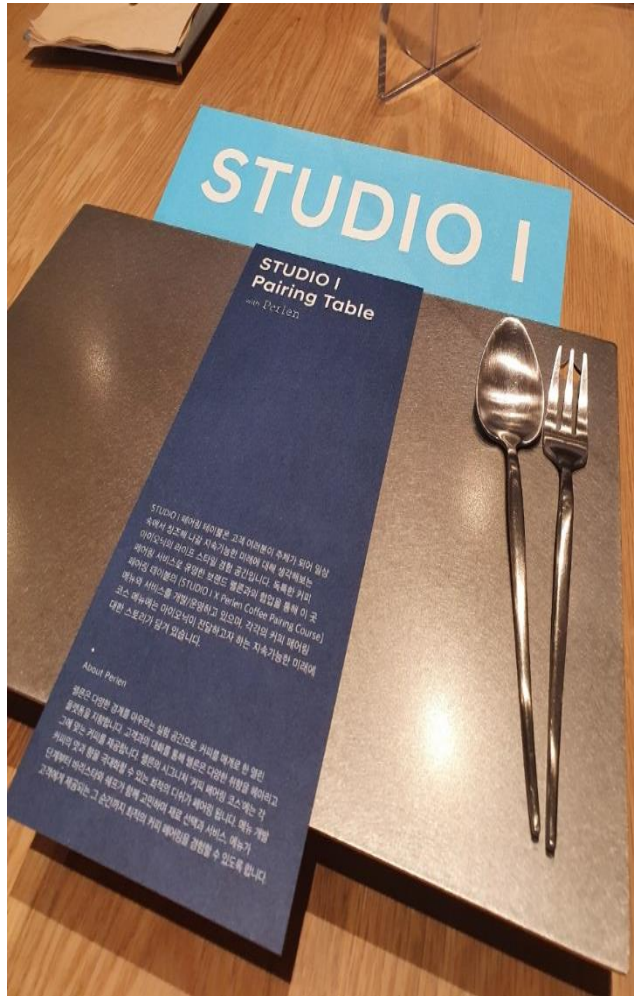
어두운 밤 하늘을 배경으로 커피를 마시는 연인이 있다. 그녀의 집에서 시간을 보내던 남자는 어느새 깜깜해진 야경을 보고 직감한다. 자신의 집으로 돌아가야 할 시간임을... 말로 표현은 안 하지만 서운해 하는 그녀의 표정을 보며, 커피 한 잔만 더 마시고 가겠다고 남자는 말한다. 다 마신 커피잔을 보며, 정말로 남자가 떠나야 할 시간이 왔음을 깨달은 여자는, 애써 “갈거야?”라는 말을 던지며 그를 잡는다. 커피는 마셨지만 향기가 남아있다면, 뒤에서 그녀를 안는 남자. 둘 사이의 시간이 멈춘 것처럼 그렇게 사랑의 향기는 짙어진다.

■ 광고의 스토리를 통해 감성을 자극

ex) 꼭 그 커피를 마셔야 사랑이 이루어질 것 같은 기대감
꼭 그 휴대전화를 가져야 더 재미있을 것 같은 설렘,
꼭 그 메이커의 옷을 입어줘야 한 발 앞설 것 같은 우월감,
꼭 그 차를 타줘야 남보다 멋져보이리란 자긍심 같은

III. 기호학과 커뮤니케이션

▣ 현대차 아이오닉 출시 기념 커피 페어링 행사 : 지속가능성 VS 커피 (공정무역)



III. 기호학과 커뮤니케이션

SIFFF 2020

Program

Event

SIFFF Guide

Community

Archive

Program

개막작

Opening Film

새로운 맛의 발견

New Flavors

오감만족 국제단편경선

Tasty Short Film Competition

오감만족 한국단편경선

Tasty Short Korean Film Competition

앙코르: 보고 또 보는 맛있는 영화

Encore: Deliciously Ever After

앙코르: 함께 만드는 지속가능한 삶

Encore: Living Sustainable Life

새로운 맛의 발견 New Flavors

베를린, 산세바스티안, 암스테르담, 선댄스 등 해외 유수의 영화제들에서 화제를 모았던 신작들과 아직 국내에 소개되지 않은 다양한 국적의 음식 영화들을 소개하는 부문.
The newest buzzed-about films on food from all around the world are introduced, which includes festival favorites from Berlin, Sundance, San Sebastian and International Documentary Film Festival Amsterdam (IDFA).



스타쥬: 무가리츠 인턴 도전기
Stage: The Culinary Internship
새로운 맛의 발견 New Flavors
Director: 에이비즈워스 Abby Ainsworth



쌀국수의 맛
The Taste of Pho
새로운 맛의 발견 New Flavors
Director: 마리코 보브리크 Mariko Bobrik



아버지의 마라탕
Fagara
새로운 맛의 발견 New Flavors
Director: 헤이워드 맥 Heiward Mak



위대한 작은 농장
The Biggest Little Farm



토마토가 바그너를 만났을 때
When Tomatoes Met Wagner

먹으면서 보는 영화관 Dining Cinema

영화와 음식을 함께 즐길 수 있는 서울국제음식영화제의 대표 프로그램으로, 상영작과 관련된 음식과 음료를 즐기면서 영화를 감상할 수 있는 시간.
Dining Cinema, the signature program of Seoul International Food Film Festival, offers a great opportunity for the audiences to enjoy film and food at the same time.

※ 올해 '먹으면서 보는 영화관'은 코로나19 상황으로 인한 정부의 고강도 사회적 거리 두기 방역 지침에 따라 진행하지 않습니다.
※ The Event (Dining Cinema) has been cancelled due to the implications of the COVID-19 crisis.



<출처> 서울국제음식영화제 (siff.kr)

IV. 기호학과 스토리텔링

1. 스토리텔링 개념



- 상대방에게 알리고자 하는 바를 재미있고 생생한 이야기로 설득력 있게 전달하는 것
- 특정한 대상, 즉 사람이나 사물, 사건에 얽힌 이야기를 가공하거나 새로 만들어내어 평범함을 비범하게 각인시키도록 하는 기법이다.
- 예술에서 시작된 스토리텔링은 교육과 마케팅, 컴퓨터 게임 등 계속적으로 그 중요성이 부각되고 있다.
- 개념의 변화
 - 과거: 서사구조에 초점
 - 현재: **현재의 상황에 대한 중요성**과 청중(수신자)의 **상호작용**이라는 행위적 측면 중시
 - (ex) 로컬의 당면과제, 사회적 이슈(지속가능성, ESG), 대중의 관심 (치유, 비건 등)

Ⅳ. 기호학과 스토리텔링

2. 지역 음식자원을 활용한 스토리텔링

- 해당 지역의 문화와 역사를 풍부하게 전달하고 관광객이나 소비자의 관심을 끌 수 있는 좋은 방법
- 다음과 같은 방법들을 통해 지역 음식자원을 활용한 스토리텔링은 해당 지역의 독특한 매력을 전달하고, 사람들에게 깊은 인상을 남길 수 있음

1) 지역 음식의 역사 조사하기: 해당 지역 음식이 어떻게 발전해 왔는지 연구필요

특정 음식이 어떤 역사적 사건이나 전통적인 축제와 연결되어 있는지?

2) 재료의 원산지 탐구하기: 각 음식을 만드는 데 사용되는 주요 재료의 원산지를 조사

농가 방문, 재배자 인터뷰 등을 통해 재료의 생산과정과 지역 경제에 미치는 영향 파악

3) 전설이나 이야기 찾기: 지역 음식에 얽힌 전설이나 민담을 찾아볼 것

이야기를 통해 음식을 둘러싼 신비로움이나 특별함을 부각.

4) 조리법과 그 변화: 조리법이 시대에 따라 어떻게 변화해 왔는지 조사.

전통적인 방식과 현대적인 변형을 비교하여 소개하는 것도 흥미

IV. 기호학과 스토리텔링

2. 지역 음식자원을 활용한 스토리텔링

- 해당 지역의 문화와 역사를 풍부하게 전달하고 관광객이나 소비자의 관심을 끌 수 있는 좋은 방법

5) **문화적 의미 강조**하기: 특정 음식이 지역 사회에서 갖는 문화적, 사회적 의미를 강조

결혼식이나 명절, 세시절식에 특별히 먹는 음식 등 탐색

6) **인터랙티브한 요소** 추가: 관광객이나 청중이 직접 참여할 수 있는 요소 구성

요리 클래스, 시식회, 요리 경연대회 등을 포함시켜 스토리를 더욱 생생하게 창조.

7) **멀티미디어 사용**: 사진, 비디오, 그래픽 등 다양한 미디어를 사용하여 음식 스토리를 시각적으로 표현

이를 통해 청중이 내용을 더 쉽게 이해하고 감정적으로 공감.

8) **프로모션과 마케팅**: SNS, 블로그, 웹사이트 등 다양한 플랫폼을 통해 스토리를 공유

특히 지역 관광객을 대상으로 하는 경우, 해당 지역을 방문해 직접 경험하고 싶게 만드는 내용을

포함

Ⅳ. 기호학과 스토리텔링

❖ 앙코르 : 함께 만드는 지속가능한 삶 Encore: Living Sustainable Life

먹거리 위기부터 산업형 농업 및 낭비되는 음식의 문제에 이르기까지, 건강하고 지속가능한 먹거리와 음식문화를 생각하는 작품들을 소개하는 부문인 ‘지속가능한 밥상’의 베스트 앙코르 특별전. 6편 모두 국내 미개봉작으로 영화제 기간 중에만 온라인 스트리밍으로 시청 가능하다.(2020년 사례)



<https://www.siff.kr/index.html>

서울국제음식영화제 홈페이지



동물을 먹는다는 것에 대하여
Eating Animals

앙코르 : 함께 만드는 지속가능한 삶
Encore : Living Sustainable Life

Director : 크리스토퍼 퀴 Christopher Quinn



버려진 것들의 요리법
Wastecooking - Make Food, Not Waste

앙코르 : 함께 만드는 지속가능한 삶
Encore : Living Sustainable Life

Director : 게오르크 미슈 Georg Misch



슈퍼푸드의 이면
The Superfood Chain

앙코르 : 함께 만드는 지속가능한 삶
Encore : Living Sustainable Life

Director : 앤 신 Ann Shin



슬로푸드 이야기
Slow Food Story

앙코르 : 함께 만드는 지속가능한 삶
Encore : Living Sustainable Life

Director : 스테파노 사르도 Stefano Sardo



조작된 밥상
Modified

앙코르 : 함께 만드는 지속가능한 삶
Encore : Living Sustainable Life

Director : 오브 지로 Aube Giroux



푸드 파이터: 먹거리를 구하라
Food Fighter

앙코르 : 함께 만드는 지속가능한 삶
Encore : Living Sustainable Life

Director : 댄 골드버그 Dan Goldberg

〈활동〉 조사한 지역자원을 바탕으로 아이디어 구체화 (테마, 컨셉, 슬로건, 네이밍)



①지역자원발굴 :
자원지도그리기



②지역자원 분류 및
대표자원 선정



③대표자원 연상기법을
활용한 테마발굴



④ 테마 조합 후 최종
선정(슬로건과 브랜드)

자료 : 2019년 농어촌현장포럼 2회차(마을발전테마발굴)과정(곡성군 공북1구마을 사례)일부 활용
〈그림 4〉 농어촌현장포럼 : 마을발전테마발굴과정을 활용한 지역특성찾기

〈사례〉 지역 음식 브랜드 스토리텔링 – 삼진 어묵의 버거브랜드 “VIKEN HUS 비킹후스”



- 비킹후스는 부산의 어묵 브랜드 삼진어묵이 기획하고 운영하는 씨푸드 버거집
- 지난 12월 부산역 앞에 첫 오픈. 높이 솟은 역사 앞 건물들 속에서 이들의 존재감이 돋보인 건 바로 독특한 콘셉트 덕분
- 노르웨이어로 비킹후스는 **바이킹의 집**
- **바이킹의 일상과 식문화를 바탕으로 한 스토리텔링**부터 이들을 상징하는 전투배 ‘룽쉽’을 모티프로 한 디자인까지.

씨푸드(sea food : 수산물 활용 패티 혼연) + **바이킹** 족 신화 -> **부산**에서 즐기는 버거 (로컬라이징 : 부산역 시작)

〈사례〉 지역 음식 브랜드 스토리텔링 – 삼진 어묵의 버거브랜드 “VIKEN HUS 비킹후스”



비킹후스 세계관에 등장하는 캐릭터 모습. 특정 캐릭터를 중심으로 이야기를 펼치기 보다 바이킹족의 일상과 문화를 스토리텔링을 통해 소개한다.

—비킹후스는 ‘씨푸드’ 그리고 ‘바이킹’ 두 가지 키워드를 중심으로 세계관을 구축했다는 점도 흥미로웠는데요. 그래서인지 단순한 버거집이라기 보다 하나의 브랜드처럼 느껴져요.

비킹후스의 스토리텔링에서는 바이킹족의 일상 생활을 담아낸다.

삼진어묵이 ‘역사’라는 스토리텔링으로 성장한 브랜드인 것처럼 비킹후스 또한 스토리텔링이 필요하다고 생각했습니다. 수산물을 활용한 패티를 제조하는 방식을 ‘훈연’으로 고민하던 차에 바이킹 신화를 접하게 되었는데요. 이를 비킹후스만의 세계관으로 스토리텔링하면 어떨까 싶었어요.

71년 전통 어묵 브랜드가 씨푸드 버거집을 낸.. : 네이버블로그 (naver.com)

〈사례〉 지역 음식 브랜드 스토리텔링 – 삼진 어묵의 버거브랜드 “VIKEN HUS 비킹후스”

—바이킹 신화요?

8~11세기 바이킹들은 전투에서 명예롭게 싸우다 전사하면, 북유럽 신화에서 최고의 신인 ‘오딘’의 궁전인 발할라로 가게 된다고 믿었다고 하 더군요. 이 신화를 레퍼런스로 브랜딩과 디자인을 전개했습니다. 오딘이 초대한 공간에서 축제를 벌이며 술과 음식을 즐긴다는 스토리로 말이 죠 비킹후스에서 음식을 먹는 동안 바이킹 전사가 되어 보는 거죠.



미식의 도시에서 살아남는 법



비킹후스에서 맛 볼 수 있는 대표 메뉴들

—말씀처럼 흥미로운 세계관이 구축된 브랜드라도 결국 버거집의 핵심은 ‘음식’ 그리고 ‘맛’이잖아요. 비킹후스의 시그니처 메뉴가 궁금해요.

71년 전통 어묵 브랜드가 씨푸드 버거집을 낸.. : 네이버블로그 (naver.com)

〈사례〉 지역 음식 브랜드 스토리텔링 – 삼진 어묵의 버거브랜드 “VIKEN HUS 비킹후스”



(왼쪽) 크랩 케이크 (오른쪽) 슈림프 인 더 피쉬

—최근 부산은 국내에서 두 번째로 미쉐린 가이드를 발간한 도시가 되었잖아요. 물론 이전부터 미식의 도시를 이야기할 때 빠지지 않는 곳이기도 했고요. 그래서인지 부산을 대표하는 수많은 로컬 음식들과 경쟁하기에 버거는 다소 무난한 것이 아닐까 싶기도 했어요.

부산하면 떠오르는 돼지국밥, 밀면, 어묵처럼 바다의 도시 부산에서만 즐길 수 있는 로컬라이징 된 음식에 ‘바이킹족’과 ‘훈연’이라는 소구점이 더해진다면 분명 한 번쯤 꼭 오고 싶은 곳이 될 수 있을 거라 생각했습니다. 비킹후스가 위치한 곳이 부산 여행의 시작이자 종착지인 부산역 앞인 것도 이러한 이유와 무관하지 않고요. 유동 인구가 많은 지리적 이점을 살려 특별한 미식과 공간 경험을 선사하고 싶습니다.

—한 인터뷰에서 삼진어묵이라는 가업(家業)을 떠맡으면서 ‘혁신’에 사로잡혀 무모한 도전을 많이 했다는 말을 본 기억이 있어요. 비킹후스 운영에 임하는 자세와 태도가 있다면요?

가장 큰 건 업을 성장시키겠다는 진정성이죠. 시도와 도전, 실패가 없다는 보장은 없지만 그 역시 값진 것이라는 확신, 그리고 무엇보다 본인과 동료를 믿고 한 방향으로 꾸준히 나아가는 것이 아닐까 싶어요. 비킹후스를 통해 다양한 수산물 패티를 개발하고 선보이면서 수산 가공식품 카테고리 내에서의 패티 산업의 가능성을 확인해 보고 싶습니다.

71년 전통 어묵 브랜드가 씨푸드 버거집을 낸.. : 네이버블로그 (naver.com)

<활동> 조사한 지역자원을 바탕으로 아이디어 구체화 (테마, 컨셉, 슬로건, 네이밍)

평창 송어를 활용한 스토리텔링은 이 지역의 자연 환경과 문화를 잘 반영할 수 있는 좋은 기회.
평창은 겨울 스포츠와 더불어 깨끗한 자연 환경으로도 유명한데, 이를 송어 이야기와 접목시킬 수 있습니다.

평창 송어의 역사와 문화적 의미

1. 역사적 배경: 평창 송어가 어떻게 지역의 대표적인 먹거리가 되었는지 그 역사를 조사. 송어 양식이 시작된 배경, 이 지역에서 송어가 인기를 얻게 된 사회경제적 요인 등을 설명
2. 문화적 행사: 매년 겨울에 열리는 평창 송어 축제를 소개. 이 축제에서는 낚시와 함께 송어를 이용한 다양한 요리 경연 대회, 문화 공연 등이 열리며, 많은 관광객과 현지인이 참여. 축제의 분위기와 참가자들의 경험을 생생하게 전달.
3. 송어 요리와 조리법: 전통적인 평창 송어 요리법과 현대적인 변형을 소개. 예를 들어, 송어 회, 송어 구이, 송어 매운탕 등 다양한 방법으로 송어를 즐기는 방법을 설명.

스토리텔링을 통한 경험 제공

1. 인터뷰와 사례: 송어 양식장을 운영하는 사람들, 축제를 준비하는 주민들의 이야기를 들려주기. 그들이 이 일을 어떻게 시작하게 되었는지, 송어와 관련된 어떤 특별한 추억이 있는지 등 개인적인 이야기를 통해 송어가 지역 사회에 어떤 의미를 갖는지를 보여줍니다.
2. 환경적 요소: 평창의 깨끗한 물과 자연환경이 어떻게 송어 양식에 이상적인 조건을 제공하는지 설명합니다. 이러한 자연적 요소가 송어의 맛과 품질에 어떻게 영향을 미치는지 탐구
3. 멀티미디어 활용: 송어 양식장의 일상, 축제의 활기찬 모습, 송어 요리 과정 등을 담은 비디오나 사진을 공유하여 청중이 시각적으로도 경험할 수 있도록 합니다.

이야기를 통해 지역의 가치를 높이고, 송어 자체에 대한 관심과 소비를 촉진할 수 있습니다.

〈활동〉 조사한 지역자원을 바탕으로 아이디어 구체화 (테마, 컨셉, 슬로건, 네이밍)

형성의 대표 음식자원인 한우를 중심으로 한 팜다이닝 이벤트를 위한 스토리텔링 예시 :

****제목:** 형성 한우와 함께하는 시간여행**

****장소:**** 형성의 넓은 초원과 한우 농장

****시간:**** 가을의 한가운데, 황금빛으로 물든 오후

****스토리:** 오래 전부터 형성은 청정 자연과 풍요로운 땅 덕분에 최고의 한우를 길러내는 곳으로 손꼽혔습니다.
팜다이닝 이벤트는 방문객들을 시간여행자로 초대하여 형성 한우의 역사와 문화를 경험하게 합니다.
참가자들은 **농장을 직접 방문**하여 한우가 자라는 환경을 둘러보고, 한우의 사육 과정과
이 지역 **농부들의 삶을 이해**할 수 있는 기회를 갖습니다.

****메뉴:****

1. 한우 육회: 신선한 한우를 이용한 전통 육회로 시작. 직접 농장에서 가져온 신선한 재료로 만든 육회는 한우의 맛을 그대로 느낄 수 있게 해줍니다.
2. 한우 불고기:** 한우의 부드러운 등심을 사용하여 특제 간장 소스와 함께 조리된 불고기는 한국의 맛을 대표합니다.
3. 한우 갈비찜:** 천천히 푹 조린 한우 갈비는 부드러움이 일품입니다. 전통 방식으로 조리하여 깊고 풍부한 맛을 제공합니다.
4. 곁들임 요리:** 형성 지역의 신선한 채소와 허브로 만든 샐러드, 향긋한 김치 등 다양한 반찬이 한우의 맛을 더욱 돋보이게 합니다.

****체험:****

- 한우 농장 투어: 농장 주인과의 대화를 통해 한우 사육의 전통과 현대적 접근법을 배울 수 있음
- 요리 시연: 한우 요리 전문가가 요리 과정을 시연하며, 한우를 활용한 다양한 요리 방법과 비법을 공유. (ex) 불고기 버거 만들기
- 음악과 춤: 행사를 더욱 특별하게 만들어 줄 전통 음악과 춤 공연

팜다이닝 이벤트를 통해 참가자들은 **형성의 아름다운 자연과 한우의 깊은 맛, 그리고 지역 사회와의 연결을 경험하며 특별한 추억을 제공**

서울국제음식영화제 홈페이지 <https://www.sifff.kr/index.html>

원조 어묵 브랜드에서 씨푸드 버거집까지, 삼진어묵 박용준 대표 | Design +
71년 전통 어묵 브랜드가 씨푸드 버거집을 낸.. : 네이버블로그 (naver.com)

헛제사밥 | 안동음식&이야기 | 음식/문화 | 안동시 농업기술센터 (andong.go.kr)