

# TV속 맛집의 진실에 관한 실험

김재환 감독의 '트루맛쇼'

강진구



'맛(Taste)'를 사랑해 주신 여러분 감사합니다. 이제 모든 촬영을 마치고 문을 닫습니다. TV서 맛은 맛이 없습니다. 아니... 방송이 맛이 있습니다. '트루맛쇼'를 계속 볼 것인가? 아니면 채널을 돌릴 것인가? 이제 선택하십시오. -김재환 올림-

## TV속 맛집의 실체를 밝히다

경기도 일산의 한 식당가에서 '맛 Taste' 이란 이름을 내걸고 영업을 해 온 이 퓨전음식점 문에 붙여진 폐업 안내문은 요상하기만 하다. 음식점을 차린 목적이 손님들에게 음식을 팔고 그에 대한 대가로 돈을 받아 생활하는 것에 있지 않음을 알 수 있기 때문이다. 이 음식점의 설립목적은 뜻밖에도 'TV속 맛집'의 진실을 밝히기 위해 임시로 세운 실험용이라는 것.

MBC PD 출신의 김재환 감독은 지난 5월에 있었던 전주국제영화제를 통해 'TV 속 맛집의 진실'을 담은 다큐멘터리로 방송가를 흔들어 놓았다. 제목 <트루맛쇼>는 피터 위어 감독이 1998년 만든 영화 <트루만쇼>에서 제목을 따왔다. 어려서부터 한사람의 성장과정을 몰래카메라로 들여다보는 이 영화는 진실은 TV안에 있지 않음을 보여주었다.

우리 귀에 익숙하면서도 영화내용과 잘 어울리는 절묘한 제목을 가진 이 다큐멘터리는 충격적인 내레이

션으로 시작한다.

"나는 TV에 나오는 맛집이 왜 맛이 없는지 알고 있다"

김감독은 일산의 변화가에 퓨전음식점을 차려놓고 식당 곳곳에 몰래카메라를 설치한다. 그리고 맛집을 소개하는 제작진들과 식당주인을 연결시키는 브로커의 언행과 손님으로 가장한 출연진들의 멋진 연기(?)를 낱알이 카메라에 담았다. 영상을 통해 고스란히 드러나는 'TV 속 맛집의 실체'는 놀라웠다. 돈을 주면 방송에 나가는 정도의 단순한 거래를 넘어서, 해외토폭에 등장할 만큼의 기이한 음식을 개발하고, 또한 이를 즐기는 손님들의 과장된 행동을 통해 맛집의 실체가 사실은 완벽한 조작이었음을 온 천하에 드러냈다.

## 우리 사회와 방송의 구조적 문제

이 다큐멘터리에서 우리가 주목하는 것은 조작된 방송에 대한 비판에 그치지 않고 그것을 지속적으로 가능하도록 만드는 우리 사회와 방송의 구조적인 문제



이 ‘누이 좋고 매부 좋고’하는 식의 맛집 프로그램은 서로가 몰락할 수 밖에 없는 치명적인 오류를 낳게 되어 전통있는 맛집의 실종과 방송의 신뢰성 추락이라는 결과로 치달을 수 밖에 없다.

를 밝혔다는데 있다.

첫째, 포화상태를 넘어서 음식점간의 사활을 건 생존경쟁이 TV를 홍보에 끌어들이 수 밖에 없었다는 사실이다. 2010년 12월 국세청이 처음 조사 공개한 ‘지역별 업종별 생활밀접사업자현황’에 따르면 전국의 음식점 수는 43만 9223개. 총인구를 감안해서 산술평균으로 따지면 식당 1곳이 손님114명을 대상으로 장사한다는 얘기다. 치킨집과 같은 프랜차이즈 식당이만도 무려 1만4729개에 이른다. 프랜차이즈점은 본사에서 알아서 광고를 해주니까 홍보에 별 어려움이 없지만, 개인이 운영하는 음식점의 경우는 다르다. 옆집에서 TV에 나왔다고 대문짝만하게 간판을 걸고 난 후 손님들이 몰려드는 것을 보고 가만히 앉아 있을수 없는 노릇이다. 예전의 ‘원조경쟁’이 이제는 ‘TV 맛집 출연경쟁’으로 자리를 옮긴 것이다.

둘째, 방송사간의 열악한 제작환경과 높은 시청률

경쟁이 결국 맛있는 ‘희한한 맛집’을 개발하는데 이를 수 밖에 없었다. 맛있는 음식점을 소개하는 일이 결코 나쁠 수는 없다. 그러나 진짜 맛집은 제한돼있는 까닭에 다른 방송사와 차별화된 프로그램을 내보내기 위해서는 말도 안되는 음식을 소개하는 일이 빈번해질 수 밖에 없는 노릇이다. 특히 많지 않은 제작비를 가지고 프로그램을 만들어야 하는 경제적 어려움 때문에 해당 음식점 주인으로부터 보조금을 받을 수 있다면 금상첨화라고 여기게 되는 것이다. 음식점은 TV를 통해 홍보할 수 있어서 좋고, 제작진은 쉽게 시청자의 관심을 끌 수 있는 프로그램을 만들 수 있으니 나쁠 것 없다는 식이다.

그러나 이 ‘누이 좋고 매부 좋고’하는 식의 맛집 프로그램은 서로가 몰락할 수 밖에 없는 치명적인 오류를 낳게 되어 있다. 그것은 전통있는 맛집의 실종과 방송의 신뢰성 추락이라는 결과로 치달을 수 밖에 없다. 몇



그저 맡은 일을 단순히 하는 것에 그치는 것이 아니라 감동에 이르는 탁월성을 이뤄낼 필요가 있는 것이다. 조작된 맛집이 필요없는 세상은 탁월한 그리스도인의 직업에 대한 소명의식에서 시작해야 하는 것이다.

몇 사람을 한 두 번은 속일 수 있지만 많은 사람을 여러 번 속일 수는 없다. 시청자들이 더 이상 맛집 프로그램을 믿지 않을 때 음식점 앞에 내건 TV 출연 플래카드를 더 이상 '명예'가 아닌 '명에'로 남게 마련이다.

#### 직업에 대한 소명의식

맛집 프로그램을 만드는 제작진이나 출연하기를 원하는 음식점 모두 자존감을 회복할 필요가 있다. 자신을 존중함이란 정직할 뿐만 아니라 자신의 일에 대한 전문성과 탁월성을 인식할 때도 생기는 법이다.

가나의 혼인잔치에서 예수님은 물을 포도주로 만드시는 기적을 보이셨다. 이것만으로도 충분히 놀라운

일인데, 그 포도주의 맛이 기가 막혔다는 점에서 우리는 그리스도인의 살아가는 법을 배운다. 그저 맡은 일을 단순히 하는 것에 그치는 것이 아니라 감동에 이르는 탁월성을 이뤄낼 필요가 있는 것이다. 조작된 맛집이 필요없는 세상은 탁월한 그리스도인의 직업에 대한 소명의식에서 시작해야 하는 것이다.

연회장은 물로 된 포도주를 맛보고도 어디서 났는지 알지 못하되 물 떠온 하인들은 알더라 연회장이 신랑을 불러 말하되 사람마다 먼저 좋은 포도주를 내고 취한 후에 낮은 것을 내거늘 그대는 지금까지 좋은 포도주를 두었도다 하니라 (요2:9-10)



강진구 고신대 컴퓨터영상선교학과 교수이며 영화평론가이다. SFC문화연구소장, 기독교미디어카데미 운영위원으로 활동하고 있으며 대중강연과 각종 미디어를 통하여 기독교세계관에 입각한 문화사역을 전방위적으로 펼치고 있다.