

뉴욕 음식전문가들의 한식에 대한 인식과 태도 - 푸디스를 대상으로 한 심층인터뷰 -

최지아¹, 이종미^{2*}

¹온고푸드커뮤니케이션, ²농심 음식문화원

The Perception and Attitude of Food Experts in New York city toward Korean Food - Assessed by In-depth Interviews of "Foodies"-

Jia Choi¹, Jong-Mee Lee^{2*}

¹O'ngo Food Communications

²Nong Shim Center of Food Culture

Abstract

The purpose of this research was to reveal how Korean food is currently perceived by the "foodies" of New York City and to determine what social status Korean food has in the city that is deemed the "Restaurant Capital of the World." In-depth personal interviews were performed to provide a deeper insight into the comments and subject matters. Most foodies selected kimchi and Korean barbecue as the most distinctive foods in Korean dining. Korean food's distinguishing traits were extracted in four areas: specific ingredients and tools, preparation procedures, and rules. Sensory characteristics, local adaptation, service, side dishes, and the main strengths and short-comings of Korean foods were investigated. Perception toward the taste of Korean food was generally positive, but poor quality of service and lack of organization in establishments were found to be negative factors.

Key Words: Korean Food, Perception, Foodies, New York City, In-depth Interview

1. 서 론

한식이 해외 각지로 진출하고 한류 붐이 일면서 국제무대에서 한식에 대한 관심이 높아지고 있다. 그러나 해외의 미식가나 음식전문가와 같은 음식문화의 트렌드 리더격인 푸디스(foodies)¹⁾가 한식을 어떻게 인식하고 있는지에 대한 연구는 거의 없는 실정이다. 푸디스가 한식을 어떻게 인식하고 있는지 심도 있게 알아보는 일은 한식을 보다 객관적으로 바라보고, 새로운 관점에서 한식의 발전 가능성을 모색할 수 있게 한다는 점에 의의가 있다.

본 연구의 목적은 '국제음식의 중심'이자 '문화의 용광로'라고 불리는 미국 뉴욕에서 푸디스가 한식을 어떻게 인식하고 있는지 다각도에서 조명해봄으로써 한식의 장점과 단점을 파악하고 발전 가능성을 알아보아 한식세계화에 기초자료를 제공하는데 있다.

외국인의 한국음식 인식에 대한 연구는 주로 주한 외국인

이나 한국을 방문한 외국인을 대상으로 설문조사하는 방법으로 이루어졌다. 문수재 등(1986)은 한국을 방문한 외국인을 대상으로 한 설문조사를 통해, 비빔밥, 잡채, 만두, 갈비, 불고기, 김치 등이 선호되고, 응답자의 대다수인 71%가 '한국음식을 좋아한다'고 보고하였다. 주 등(2001)은 한국음식에 대한 미국인의 선호도를 음식별로 조사하였으며, 후속 연구(주 2002)에서 한식자체는 매우 좋아하나 식당 종업원들의 위생 상태에 불만이 있는 것으로 조사되었다. 장 등(2000)은 한국방문객을 포함한 외국인에게 한식에 대한 선호도 및 한식당의 서비스에 대해 조사한 결과, 한식당의 서비스 면에 있어 종업원과의 의사소통과 메뉴 이해의 어려움을 문제점으로 보고하였다. 김(2004)의 연구에서 외국인들은 한식 맛의 특징을 매운맛으로 꼽았으며, 한식당의 문제점으로는 위생성을 지적하였다.

한편 본 논문과 같이 외국 현지에서 한국음식과 음식점이 어떻게 외국인들에게 인식되고 있는지를 연구한 사례가 몇

*Corresponding author: Jong-Mee Lee, Nong Shim Center of Food Culture, 370-4 Shindaebang-dong, Dongjak-ju, Seoul, Korea
Tel: 82-2-820-8289 Fax: 82-2-810-8612 E-mail:jmlee@nongshim.com

1) 푸디스는 The Official Foodie Handbook [Barr and Levy 1985]에서 처음 사용한 용어로서, '구르메'와 동의어로 미디어에서 자주 사용하는 용어이다. 푸디스는 소위 말하는 '좋은 음식'을 먹고 정기적으로 음식 잡지나 TV의 요리방송에서 다루는 음식 및 음식관련 제품을 소비하는 층을 일컫는다. 이 논문에서는 푸디스 중에서도 음식관련 일에 종사하는 전문가를 푸디스라고 칭한다.

가지 있다. 한 등(1995)은 외국인들은 불고기와 갈비구이는 선호한 반면 김치에 대해서는 부정적인 결과를 보고하였다. 배 등(2003)은 미국 내 한국음식점을 방문한 일반인을 대상으로 기호도, 인지도, 만족도를 설문조사 하였는데, 외국인들이 음식의 맛, 가격에는 만족하지만, 메뉴의 이해와 종업원과 의사소통의 어려움에 불만족인 것으로 나타났다. 김 등(2004)은 미국의 마이애미 지역에서 대학생들을 상대로 한국, 중국, 일본, 베트남, 태국 음식과 음식점에 대한 인식을 조사한 결과 대체로 낮은 만족도를 보인 것으로 보고하였다.

이 등(2007)은 대표적 대중매체(New York Times)의 기사내용을 분석하여 외국인이 한국 음식 및 음식점에 대해 어떻게 인식하고 있는지를 조사하였는데, 음식명 영어표기의 일관성 부재, 종업원과 의사소통의 어려움, 어수선한 분위기가 개선되어야 할 사항으로 지적되었다. Jang 등(2009)은 인터넷 설문조사 결과를 중요도-성능 분석법(importance-performance analysis)으로 연구하여 미국인이 한국, 중국, 인도, 일본, 베트남, 태국 음식을 어떻게 인지하고 있는지 비교·분석하였는데 그 중 한식은 매운맛 음식과 채소음식이 많은 것으로 나타났으며, 한식의 시각적인 면, 소화성, 위생성이 개선시켜야 할 부분으로 지적되었다.

본 연구는 한식과 한국음식점에 대해 외국의 전문가 집단을 대상으로 질적 연구(qualitative research)를 수행한 것으로서, 문헌조사나 무작위 설문조사에서는 포착하기 어려운 개인적 견해에 대한 구체적인 설명과 해석을 도출하고자 하였다.

II. 연구 방법

1. 조사 기간 및 대상

본 연구를 위해서 한식을 먹어본 경험이 있는 음식관련 전

문가를 선택적 표본화하여 한식에 대한 심층인터뷰를 실시하였다. 조사기간은 2006년 9월부터 2007년 2월까지 실시하였다. 인터뷰 대상은 모두 음식과 관계가 있는 일을 하고 있는, 다양한 직업과 인종의 전문가들로 구성하였으며, 최소한 세 곳의 서로 다른 한식당에서 다섯 번 이상 한식을 먹어본 사람들로 제한하였다. <Table 1>에 심층 인터뷰를 실시한 16명의 전문가의 특성을 제시하였다.

2. 연구방법

심층인터뷰는 질적 연구(qualitative research)의 일종으로, 대상자의 전문성과 견해를 직접 사용하는 방법으로 인류학, 사회학, 심리학 등에서 널리 사용되고 있으며, 특정 주제에 대해 깊이 있게 분석하는데 매우 효과적인 방법으로 알려져 있다 (McCraken 1988, Morgan 1988). 심층 인터뷰한 내용을 분석하는 방법론은 잘 정립되어 있어, 일반적으로 1) 현상의 기술(description), 2) 기술내용의 분류(classification), 3) 개념 간 상호 연관성에 따른 재구성(reorganization), 4) 결과의 해석(interpretation)에 이르는 4단계로 구성된다 (Dey 1993). 본 연구에서는 이러한 방법론에 근거하여 한식에 대한 푸디스의 인식에 대해 조사하였다.

3. 결과 해석

심층인터뷰를 위하여 Dey의 질적연구 방법론을 이용하여 질문문항 초안을 작성하고 사전테스트(pretest)를 실시하여 적절하지 않거나, 모호하거나, 중복되는 문항은 수정 또는 삭제하여 효과적인 문항을 작성하였다. 똑같은 문항을 이용하여 조사대상 푸디스에게 동일한 순서로 인터뷰를 진행하였으며, 그 결과를 다음과 같이 주제별로 묶어서 재구성한 후 결과를 해석하였다.

<Table 1> Demographic of interviewees - American foodies in New York City

| No | Age | Gender | Occupation | Original ethnicity |
|----|-----|--------|------------------------------------|---------------------------|
| 1 | 48 | M | food photographer | Italian |
| 2 | 42 | M | food photographer | German-Italian |
| 3 | 33 | F | food photographer | Irish |
| 4 | 27 | M | food photographer | German |
| 5 | 33 | F | chef | Puerto Rican |
| 6 | 44 | M | chef | Lithuanian-French |
| 7 | 43 | F | chef | German-Irish |
| 8 | 28 | M | pastry chef | French |
| 9 | 26 | M | server | Jamaican African-American |
| 10 | 20 | F | server | Indian-African |
| 11 | 41 | M | manager | German |
| 12 | 46 | M | food critic | Indian |
| 13 | 60 | M | food writer | English |
| 14 | 35 | M | food stylist/recipe developer | Irish-German |
| 15 | 61 | F | food stylist | Scandinavian |
| 16 | 45 | M | graphic designer of food magazines | Japanese-American |

<Table 2> Categories derived from in-depth interview

| Category | Questions |
|--------------------------------------|--|
| 1. General conception of Korean food | How Korean food is conceived by foodies of NY. |
| 2. Perceived Features | What the perceived characteristics that distinguish Korean food from different ethnic foods are. |
| 3. Sensory Characteristics | How Korean food is conceived in terms of 5 senses. |
| 4. Local Adaptation | If Korean foods need reinterpretation. |
| 5. Service | How the service of Korean restaurants of NY perceived by foodies of NY is. |
| 6. Side Dishes | What the foodies' thoughts on various banchan in Korean restaurants are. |
| 7. Main Strength | What foodies would stress in Korean food, if they were asked to design an advertisement for a new line of Korean food. What the reasons are. |
| 8. Price Range | What foodies think about the price range of Korean restaurants in NY. |
| 9. Others | Other miscellaneous issues |

III. 연구 결과 및 고찰

이 장에서는 <Table 2>에 정리한 카테고리에 맞춰서 심층인터뷰한 결과를 정리하였다. 인터뷰한 사람의 실명을 밝힐 수 없으므로 편의상 각각의 응답자를 알파벳 대문자로 표시하였다.

1. 한식에 대한 전반적 인식(General conception of Korean food)

A, D, K, J는 한식에서 매우 전통적(authentic)이고 가정식(home cooked meal)과 같은 인상을 받았다고 하였다²⁾. 동시에 D, J, P, E, O는 한식은 세련되지 못한(unsophisticated, unpolished) 것으로 인식하고 있었다. ‘한식’하면 가장 먼저 연상되는 음식으로는 응답자의 70%가 김치와 한국식 바비큐라고 답했다. 한식에 대한 푸디스의 전반적 인식을 요약하여 <Table 3>에 나타내었다.

2. 다른 나라 음식과의 차별성(Perceived features)

한식이 다른 나라음식과 차별화되는 특징을 구체적으로 조사하기 위하여, 1) 식재료와 도구, 2) 준비과정 및 조리법과 3) 규칙 및 식사행태의 세 가지 항목으로 나누어 푸디스를 인터뷰 하였다. 한식의 차별성에 대한 응답을 요약하여 <Table 4>에 나타내었다.

1) 식재료와 도구(specific ingredients and tools)

응답자 전원은 다양한 식재료와 조리도구의 사용이 한식 체험을 특별하게 한다고 하였다. E, D, K, J, B는 다양한 식재료를 사용하는 반찬을 재미있게 생각했으나 A, D, K,

J, B, M은 멸치조림이나 젓갈류는 싫어한다고 하였다. 또한 미역, 다시마, 툇과 같은 해조류가 영양이 우수하다는 것을 알면서도 응답자의 대다수가 서양음식에서는 거의 사용하지 않는 식재료여서 익숙하지 않고, 미끌거리는 식감 때문에 즐기지 않는다고 하였다.

도구 사용에 대해서도 특이하다는 견해가 있었다. B는 서양문화권에서는 조리하는 도구와 서빙 되는 그릇을 대개 구분해서 사용하는데 비해, 한식은 돌솥비빔밥, 된장찌개, 순두부찌개와 같이 음식을 조리 용기에 끓여서 그대로 상에 내는 것이 매우 특이하다고 하였다. 응답자들은 대체로 익숙하지 않은 식재료에 대해서는 부담스러워했으나 푹배기와 같은 도구의 사용은 이국적이고 재미있게 여겼다.

2) 준비과정과 조리법(preparation procedures and cooking methods)

한식은 다양한 채소를 많이 사용하는 것으로 알려져 있어 응답자 대부분이 “한식은 채식주의자들이 먹기 좋은 음식”이라고 하였다. D는 “날것, 볶음, 찜, 발효음식과 말린 음식을 적절하게 사용하는 한식은 놀랍다”라고 했다. K는 “쌈은 캐주얼한 파티와 같이 격식을 갖추지 않아도 되는 자리에 내기에 이상적인 음식이다. 신선한 채소를 한국식 바비큐와 함께 먹으면 식단의 균형을 갖춘 건강식을 할 수 있다.”고 하였다. 발효음식 예찬론자인 J는 김치의 영양가를 높이 샀다. “김치는 세계에서 제일가는 건강식 중 하나다. 요거트처럼 김치는 매일 먹는 음식으로 자리잡아야한다”고 했다. C는 “김치는 매운맛뿐 아니라 잘 익은 김치는 탄산음료처럼 뭔가 톡 쏘는 맛이 있다”라며 김치의 독특함을 좋아한다고 하였다. 한편 B는 “한식의 저력은 조리법에 있다고

<Table 3> General conception of Korean food

| Category | Items | Summary |
|--------------------|---------------------|---|
| General Perception | Key Words | authentic, banchan, BBQ, bulgogi, dietary, eggchim, exotic, flavorful, freshness, galbi, home cooked meal soups, healthy, jumble, kimchi, mysterious, overwhelming, powerful, pungent, rustic, spicy, simple, unknown and vegetable dishes, |
| | Key Food References | banchan, BBQ, boiling hot soups and spicy kimchi |

2) 인터뷰한 사람의 실명을 밝힐 수 없기 때문에 편의상 각각의 응답자를 알파벳 대문자로 표시하였다.

<Table 4> Distinguishing factors of Korean food

| Category | Items | Summary |
|--------------------|--|--|
| | Specific ingredients and tools | <p><i>Key Korean foods or ingredients:</i> banchan, kimchi, pepper paste (gochujang), pepper flake (gochugaru), seafood, soondubu, thinly sliced meat,</p> <p><i>Unique Factor:</i> the way Koreans use common ingredients in an unfamiliar way (ex. stir fried cucumber, fresh sliced orange as a dessert, raw sweet potato in salad, and special unique usage of everyday foods such as ssam).</p> <p><i>Key Tools:</i> a basket for ssam, Clay pot for soups and stone pot for bibimbap,</p> |
| Perceived features | Preparation procedures and cooking methods | <p>- Cutting methods: fine jullienne vegetables, paper thin sliced beef for <i>bulgogi</i></p> <p>- Different cooking procedures result in new taste: example-blanching and seasoned vegetables like <i>namul</i>. Blanching is regarded as one of the unique cooking methods of Korean food</p> <p>- Unlike western foods, taking one vegetable and making a side dish just from that one particular item, e.g. daikon <i>namul</i>, spinach <i>namul</i></p> <p>- Boiling eggs in a pot : <i>egg chim</i></p> <p>- Fermented vegetable: <i>kimchi</i></p> <p>- Fermented fish: <i>bong uh bueh</i></p> <p>- Use of dried vegetables: dried shiitake, kelp, daikon(raddish)</p> |
| | Rules | <p>- Stainless steel spoon and chopsticks</p> <p>- Serving method: everything served at the same time</p> <p>- Soups served when still boiling</p> <p>- BBQ grilling on the tabletop</p> <p>- Usage of scissors to cut noodles and meats</p> |

본다. 나물은 독특한 채소요리다. 한 가지 채소만을 사용해서 담백하게 만드는 나물은 다른 나라에서 보기 힘든 조리법이며 나물의 맛은 심플하고 식감 또한 매우 좋다”고 하였다. 응답자의 대다수가 음식전문가들이어서 조리법에 대해 다양한 견해를 보였는데, 공통적으로 한식의 조리법은 독특하며 건강식을 만드는데 이상적이라는 견해를 보였다.

3) 식사법(rules)

식사법은 나라마다 다르다는 것은 주지의 사실이다 [Ellis 1990]. K와 M에 의하면, 많은 미국인들이 한식을 좋아하지만 식사하는 방법은 문제가 있다고 하였다. 상에 차리는 다양한 반찬 중 어느 것을 먼저 먹어야 할지 그리고 어떻게 먹어야 하는지를 모르는 이들이 많다고 하였다. M은 “한식을 먹을 때 가장 인상적인 것은 고기를 구울 때 가위를 사용하는 것과 스테인레스 수저의 사용이다”라고 하였다. 한편, D는 한상차림을 한식의 특이한 점으로 꼽았다. 많은 음식을 한 상에 차렸을 때 화려하고 조화를 이루지만, 시간이 지나

면 지저분해 보이고 비위생적으로 보인다고 하였다. 또한 반찬은 무료로 제공되므로 싸구려음식의 이미지를 줄 수 있다고 하였다. E는 상차림과 음식을 공유하는 식사법이 한식의 이미지를 훼손한다고 하였다. 푸디스와 인터뷰한 결과 한식을 널리 보급하기 위해서는 한식을 먹는 방법에 대한 안내가 절실한 것으로 나타났다.

3. 관능적 특성(Sensory characteristics)

한식의 특징을 구체적으로 파악하기 위해서 한식의 관능적 특성을 시각, 냄새, 맛, 소리, 느낌으로 나누어 분석하였다. 응답자의 답변을 요약하여 <Table 5>에 나타냈다.

1) 시각(Visual)

대부분의 푸디스는 한식의 시각적인 부분에 대해 부정적인 견해를 보였다. 푸드스타일리스트, 음식전문 사진사와 음식평론가는 한식이 갖고 있는 시각적인 문제점들을 지적하였다. 음식점 매니저, 조리사와 서버들도 같은 지적을 하였

<Table 5> Sensory characteristics

| Category | Item | Summary |
|----------|------|--|
| Visual | | brownish dull, cluttered meals, crowded, lack of presentation, more space on table and dish, not very classy, not visually stimulating, overwhelming, weird, home-cooked-like atmosphere, unbalanced, unfocused, unstylish |
| Aroma | | BBQ flavor, good scent but it penetrates into my clothes, hair, smells great when hungry but tired of the smoky, too strong, too garlicky, nutty flavor |
| Taste | | fantastic, MSG ,high in sodium, sesame oil, spicy, strong aroma, well-balanced in temperature and taste, unique |
| Sound | | boiling clay pot, noisy, scary, silent, sizzling sound, traditional music |
| Feeling | | at home, amusing, chaotic, cluttered, family-style, joyful, not appropriate for business meetings, not fancy,overwhelming,sharing,unorganized, traditional, warm |

다. S는 “음식은 우선 맛있어 보여야 한다. 특히 많이 알려지지 않은 나라의 음식일 경우 더욱 더 그렇다. 한식을 만드는데 많은 공이 든다는 것을 알지만 사실 멋져 보이지는 않는다. 더 심플하게 만들라”고 하였다. L에 의하면, “한식은 형클어져 보이며 너무 많은 음식이 한꺼번에 차려져서 상의 면적을 거의 다 차지해버리며 잘 차려도 잠시 후면 어수선히진다”고 하였다.

결과적으로 뉴욕의 푸디스가 공통적으로 한식의 시각에 대해 느끼는 점은 고급스러운 느낌과 마케팅적 연출이 부족하다는 것이었다. 한식은 대부분 장으로 간을 해서 어두워 보이며 채썰기가 많아서 어수선히 보인다는 지적이 많았다. 한식을 고급스럽고 매력적인 음식으로 연출하기 위해서는 반찬의 가짓수를 줄여서 상의 여백을 늘리고 가정식 스타일이 아닌 음식점 스타일의 연출을 할 필요가 있는 것으로 사료된다.

2) 냄새(Aroma)

대부분의 응답자들은 한국식 바비큐 냄새를 한식의 대표적인 냄새로 인식하고 있었다. M은 배가 고플 때에는 바비큐 냄새가 바람직한 것으로 여겨지지만 배가 부르면 그 냄새에 질린다고 하였다. P는 한식은 마늘을 많이 사용하고, 대부분의 음식에 참기름을 사용하는 등 향이 너무 강해서 비즈니스 관계자와 식사하기엔 적합하지 않은 측면이 있다고 하였다. M, P와 L은 고기구울 때 나는 연기냄새를 최대한 없애는 것이 한식당의 과제라고 하였다.

3) 맛(Taste)

‘맛과 온도의 균형이 잡힌(Well-balanced in temperature and taste)’ 그리고 ‘독특한(unique)’과 같은 표현은 한식의 맛에 대해 가장 빈번하게 사용되는 단어다. 또한 양념으로 생마늘을 사용하는 것이 한국음식 맛을 내는 특징이라고 하였고, 참기름은 향이 강해 서로 다른 나물도 같은 맛이 나는 것처럼 느껴진다는 것을 문제점으로 지적하였다. 그리고, 얼음이 뜰 정도로 찬 냉면, 찬 김치, 실온의 나물, 따뜻한 잡채, 뜨거운 밥, 그리고 끓을 정도로 뜨거운 국과 찌개를 예로 들며, 한국음식의 다양한 온도가 매우 인상적이라고 하였다. E에 의하면 “한식은 맵고 뜨거운 음식이 많고 상에서 직접 고기를 굽는 경우가 많아 몸과 마음을 따뜻하게 해주기 때문에 겨울에 먹기에 특히 좋은 음식이다”라며 그는 특히 추운 계절 동안 한식당을 자주 찾게 된다고 하였다. 한식의 매운 맛에 A, R, O, V와 P는 매운맛의 정도를 선택할 수 있었으면 좋겠다고 하였다. D는 한국음식의 양념이 과해서 맛이 지나치게 강하다고 지적하였다. M은 한국음식은 염분이 너무 많으면서, 김치, 찌개, 국과 같은 음식은 건강을 위협할 수도 있다는 견해를 보였다. 건강식을 의식하는 사람들이 많아지면서, MSG에 특히 민감하게 반응하였다. 비빔밥을 제외한 대부분의 한식은 미리 조미가 되어서 서빙되는데 B, P, 그리고 M은 국이나 찌개에서 MSG의 맛

을 종종 느낀다고 하였다. B는 ‘순두부는 건강식으로 알려져 있는데 순두부를 먹은 후 종종 두통을 느낀다’며 순두부에 MSG가 들어 있을 거라고 믿고 있었다.

푸디스의 의견을 종합해보면 한식을 먹을 때 맵고 짠 정도나 마늘의 사용량을 조절하거나 선택할 수 없는 것에 불만이 있음을 알 수 있었다. 이러한 점들을 개선한다면 한식을 보다 더 많은 사람들이 즐길 수 있게 할 수 있을 것이다.

4) 소리(Sound)

P는 음식점에서 적절한 배경음악은 분위기를 좋게 만들 수 있는 중요한 요인인데 한식당은 이 부분에 취약하며, 만약 음식점의 분위기에 맞추어 음악을 선정해서 듣다면 한식당에서의 식사경험에 긍정적인 효과를 줄 수 있을 것이라는 견해를 피력하였다. D는 된장찌개 끓는 소리와 상에서 직접 고기 굽는 소리는 매우 위협하게 느껴진다고 하였다. B, M, S, J에 의하면, 한식당의 배경음악은 한식과 한식당의 정체성을 느끼게 해주는 요소 중 하나로 TPO(Time, Object, Occasion)에 따라서 선정하는 것이 바람직하다고 하였다.

5) 느낌(Feeling)

한식은 “가정식의 상징(symbol of home-cooked meal)”이라고 하는 응답자가 많았다. 이탈리아 음식처럼 여러 명이 나누어 먹으며, DIY(Do It Yourself) 음식이 많아서 파티 같이 느껴지며, 재미있고, 에너지를 느낄 수 있다는 점에서 긍정적으로 생각한다고 하였다. 반면 한식은 고급스럽고 우아한 느낌이 부족하며, 전반적으로 정돈되지 않아서 어수선히고(chaotic) 음식의 가짓수와 양이 지나치다고(overwhelming) 하였다. 한식의 느낌을 표현하는데 있어 가장 빈번하게 나온 단어는 “지나치다”(overwhelming)였다. 너무 많은 반찬과 기대하지 않은 지나친 서비스(예를 들어, 주문하지도 않은 반찬을 리필해주는 것)에 대해 푸디스들은 불편하게 여겼다. 따라서 무조건 많이 주는 식의 한국식 서비스보다 외국인들의 눈높이에 맞는 서비스가 한식을 더 만족스럽게 먹기 위한 중요한 요소임을 알 수 있었다.

4. 현지화(Local adaptation)

한식을 현지인의 입맛이나 식습관에 맞춰 현지화(local adaptation)해야 할 필요성에 대한 응답자의 의견을 <Table 6>과 같이 음식, 음식을 내는 형식과 디저트로 나누어 정리하였다.

응답자 전원은 미국인의 입맛을 맞추기 위해서 한식의 맛을 현지화 또는 미국화하는 것에 반대했다. D는 “한식의 맛을 지키되, 서빙하는 방법은 현지에 맞게 개선되어야 한다”며 한식의 서비스와 반찬의 문제점에 대해 지적하고, “한식 고유의 맛을 퓨즈(fuse)하거나 현지화하면 정체성을 잃을 수 있다”고 덧붙였다. J는 유자, 인삼, 팥 등과 같은 한국적인

<Table 6> Summary of necessity of local adaptation

| Category | Item | Summary |
|------------------|-------------|-------------|
| Local Adaptation | Food itself | Unnecessary |
| | Format | Necessary |
| | Dessert | Necessary |

식재료를 사용한 독창적인 디저트를 만들어야 한다고 하였다. 외국인들이 한식을 보다 쾌적하고 맛있게 먹기 위해서 맛에는 큰 변화를 주지 말고 음식을 내는 방법을 현지에 맞게 변형해야하는 것으로 해석할 수 있다.

5. 서비스(Service)

다음은 한식당의 서비스에 대한 푸디스의 의견을 키워드 중심으로 요약한 것으로 <Table 7>에 나타내었다.

푸디스가 지적한 한식당의 문제점으로는 서비스에 관한 내용이 많았다. 한식당의 서비스에 대한 질문에 답한 내용 중 자주 사용된 표현은 “지나친(overwhelming), 서두르는(rushed) 그리고 영어를 못하는(poor English skills)” 등이다. 즉 지나친 반찬의 양, 급하게 서두르는 서비스, 그리고 음식점 종업원이 영어를 잘 못해서 의사소통이 잘 되지 않는 점들이 주요 불평사항이었다. A는 “한식당의 메뉴판은 보기 어렵고 메뉴에 대한 설명의 일관성이 없어 혼란스럽다”고 하였다. S는 만두는 음식점에 따라 전채로 분류되기도 하고 주요리로 소개되기도 한다며 일관성 없는 한식당의 메뉴에 대해 지적하였다. 대체로 푸디스는 한식당의 메뉴판은 이해하기 어려워 메뉴를 선택하는데 걸림돌이 된다고 하였다. A는 “된장, 설렁탕, 삼겹살 등은 발음하기 매우 어렵고 기억하기는 더 어렵다”고 하였다. K는 좋아하는 한식당의 음식은 맛있지만 서비스는 일관성이 없다고 했다. 손님을 대하는 서비스의 수준, 종업원들의 단정한 외모와 행동, 그리고 손님과의 의사소통은 한 음식점의 이미지를 만드는 기본적인 요소라고 M, K, P는 강조하였다.

푸디스와 인터뷰를 한 결과, 한국인과 미국인의 서비스에 대한 개념을 다르게 가지고 있음을 알 수 있었다. 한국인들은 고객과 종업원의 대화는 최소화하고 특별한 요구 없이도 반찬이나 물을 보충해주는 것을 좋은 서비스로 여기는 반면

미국에서는 종업원과 고객 간의 충분한 대화로 고객의 취향을 파악하고 메뉴에 대한 정보를 충분하게 주는 것을 선호한다. K는 씬을 처음 먹어보는 사람들에게 먹는 방법에 대해서 설명하지 않으면 손도 대지 않으려고 하지만 설명을 해주면 잘 먹는다고 외국인에게 한식을 어떻게 먹는 것인지를 알려주는 것이 매우 중요하다고 하였다. 한식이 국제적으로 아직 많이 알려지지 않은 음식임을 감안할 때 한식을 먹는 방법, 음식에 사용한 주재료와 맛의 특징과 같은 사항을 알려주는 서비스가 필요한 것으로 사료된다.

6. 반찬(Side dishes)

한식의 특징이라고 할 수 있는 반찬에 대한 푸디스의 의견을 요약하여 <Table 8>에 나타내었다.

푸디스는 반찬에 대해 다양한 견해를 보였다. B, C, J는 반찬에 대해 재미있고(amusing), 이국적이며(exotic), 귀엽다(cute)는 긍정적인 반응을 보인 반면, 8명은 어수선하고(cluttered), 낭비가 많으며(waste), 과하다(too much, overwhelm)는 부정적인 의견이었다. 응답자들은 한식당의 반찬은 도저히 다 먹을 수 없을 정도로 많아 음식을 남길 때 죄책감이 든다고 하였다. 대다수의 푸디스는 한식의 심볼로서 반찬이 있어야 하지만 그 양이나 종류는 줄여야한다고 하였다. 푸디스가 가장 선호하는 반찬은 생채, 나물이었고, 한명은 달걀찜을 가장 좋아하는 반찬이라고 하였다. 가장 싫어하는 반찬은 한 명을 제외하고는 모두 멸치조림과 젓갈을 들었다. 푸디스의 의견에 의하면 한식당은 너무 많은 반찬을 삼가야하며 고객이 반찬을 선택할 수 있도록 개선할 필요가 있다.

7. 한식의 강점(Main strength)

푸디스에게 어떤 점들이 한식 장점이며 널리 알리고 싶은지에 대한 의견을 요약하여 <Table 9>에 나타냈다.

뉴욕의 푸디스에게 그들이 느끼는 한식의 강점과 잠재력이 무엇인지 알아보기 위해서 한식을 보급하는 주체가 된다면 어떤 음식을 어떻게 발전시키고 싶은가를 물었을 때, 짬과 한국식 바비큐를 선택하여 보급하겠다는 반응이 압도적으로 많았다. 그 다음으로 엄선된 유기농 재료를 사용해서 신선함과 고급스러움을 강조함으로써 한식의 건강성을 강조

<Table 7> Summary of service of Korean restaurants

| Category | Item | Summary |
|----------|-------------|---|
| Service | Key words | austere, overwhelming, rushed, unorganized |
| | Description | employees' inappropriate appearance, language barrier: servers lack English proficiency, language problem: hard to pronounce/remember menu, no consistency, hygiene: better than Chinese yet worse than Japanese, lack of consistency between restaurants |

<Table 8> Summary of foodies' response on side dishes

| Category | Item | Summary |
|-------------|-----------|--|
| Side dishes | Key words | amusing, bazillion, cute, cluttered, exotic, overwhelm, too much, interesting, waste |

<Table 9> Main strength of Korean food

| Category | Item | Summary |
|----------|-----------|---|
| Strength | Key words | Korean BBQ, healthy foods, warm atmosphere, royal court cuisine, selected ingredients, <i>Ssam</i> and BBQ, selected <i>banchan</i> , simplicity, uniqueness, unique grilled meet dish, variety |

<Table 10> Foodies' perception on price range of Korean food

| Category | Item | Summary |
|-------------|-----------|--|
| Price range | Key words | mid-ranged prices, in between japanese and chinese |

하겠다는 의견과 함께 고급스러운 궁궐요리, 단순함을 강조한 새로운 한식인, Nouvelle Korean 등이 향후 한식이 나아가야 할 방향으로 제시되었다. 푸디스는 한식의 강점과 발전방향에 대해 조금씩 다른 견해를 보였으나 한식이 밥과 반찬을 함께 먹는 균형 잡힌 식단이라는 면을 강조하고 싶다는 면에서는 모두 같은 견해를 보였다.

8. 가격대(Price Range)

한식당에 대한 푸디스의 견해를 요약하여 <Table 10>에 나타냈다.

소비자는 대개 브랜드의 정확한 가격을 모르나 그 브랜드가 경쟁사 브랜드보다 더 싼지 비싼지는 기억한다³⁾. 이런 점을 감안하여 뉴욕 푸디스의 의식에 대한 한식당이 다른 나라 음식점과 비교하여 어느 정도의 가격대로 자리잡고 있는지를 조사하였다. 대체로 한식은 중식당보다 비싸고 일식당보다 싼 것으로 인식되고 있었다. 일본음식점이나 아시아음식을 퓨즈(fuse)한 음식점은 최고급(Super Luxury), 일본 음식점은 대체로 고급, 중국음식점과 베트남 음식점은 저렴한 것으로 느낀다고 하였다.

응답자들은 펜-아시아 음식점을 다음과 같은 가격대로 인식하고 있었다:

- 1, Budget: Chinese, Vietnamese take-out foods,
- 2, Economy: Chinese restaurants,
- 3, Mid-range: Thai restaurants, Korean restaurants
- 4, Luxury: Japanese restaurants
- 5, Super Luxury: Japanese, Asian-fusion(Vong, Nobu)

상기 리스트는 본 연구를 위해 질문한 것을 바탕으로 푸디스의 인식을 정리한 것으로 아시아 음식점이 반드시 위의 가격대에 있다는 것을 의미하는 것은 아니다.

한식당의 가격대가 대부분 비슷하다고 인식되고 있다는 것은 뉴욕에는 다양한 가격대의 한식당이 없다는 것으로 해석할 수 있다. 한식을 보다 많은 사람들이 먹을 수 있게 하려면 매우 저렴한 한식부터 최고급의 한식에 이르기까지 다양한 가격대의 한식개발이 필요하다.

IV. 요약 및 제언

오늘날 해외에서 한식이 어떻게 인식되고 있는지를 알아보기 위해 미국, 뉴욕의 음식관련 전문가로 구성된 푸디스를 정성적 분석의 방법론 중 심층인터뷰를 통해 자세하게 알아본 결과를 요약하면 다음과 같다.

한식의 이미지는 소박한 음식, 건강식, 그리고 매우 독특하고 따뜻한 인간미가 느껴지는 가정식으로 인식되고 있었다. 대표음식으로는 김치와 한국식 바비큐⁴⁾가, 독특한 음식으로는 채소를 섞지 않고 채소 자체의 맛을 살린 나물이 꼽혔다.

한식이 다른 나라 음식과 차별화되는 점을 알아보기 위해 한식에 사용되는 재료와 도구, 준비과정과 조리법, 맛과 식사행태를 조사했는데, 대부분의 푸디스는 김치, 순두부, 고추장, 고춧가루를 한국의 고유한 음식과 재료로 인식하고 있었고, 떡볶이, 돌 냄비에 음식을 담아 직접 조리하고 그대로 상위에 차리는 방식은 다른 나라 음식문화에서는 볼 수 없는 한식만의 특징이라고 하였다. 또 한국음식의 조리법이 한국음식을 건강식으로 만든다고 하였는데, 튀기는 요리가 거의 없고 나물처럼 채소를 데쳐서 바로 양념하는 조리법이 많아 건강식이 된다는 것이다. 고기를 얇게 저며 양념을 하여 재운 후 직화로 굽는 한국식 바비큐는 응답자 전원이 맛있으면서 건강식이라고 하였으며 가장 만들어보고 싶은 한국음식 중 하나로 손꼽았다. 또한 김치와 같은 채소로 만든 발효음식은 한식의 특징이자 다른 나라 음식과 차별화되는 점으로 꼽혔다.

푸디스는 한국음식 맛의 특징으로 매운맛과 단맛을 꼽았고, 김치, 육개장, 찌개의 매운맛과 불고기, 갈비구이, 갈비찜 등 고기요리의 단맛을 그 예로 들었다. 또한 양념으로 생마늘을 사용하는 것이 한국음식 맛을 내는 특징이라고 하였고, 참기름은 향이 강해 서로 다른 나물도 같은 맛이 나는 것처럼 느껴진다는 것을 문제점으로 지적하였다. 그리고 얼음이 뜯 정도로 찬 냉면, 찬 김치, 실온의 나물, 따뜻한 잡채, 뜨거운 밥, 그리고 끓을 정도로 뜨거운 국과 찌개를 예로 들며, 한국음식의 다양한 온도가 매우 인상적이라고 하였다.

3) Consumers usually do not know the exact cost of the brands but have an idea whether a brand is more expensive or cheaper than its competitor [Franzen and Bouwman 2001].

4) 불고기, 갈비 등 테이블에서 직접 구워먹는 모든 종류의 고기구이를 지칭함

또한, 한상차림의 서빙형태, 바비큐를 상위에서 직접 굽는 것, 고기와 냉면을 가위로 자르는 것 등이 다른 나라 음식에서는 찾아볼 수 없는 점이라고 하였다.

한식의 관능적 특징에 대한 코어 푸디스들의 반응은 대체적으로 부정적이었다. 우선 시각적으로 세련되지 않고 산만해 보이며, 전체적으로 어두워 보여 한식을 처음 먹는 사람이나 익숙하지 않은 사람이 시도하기에 부담스러운 인상을 준다고 하였다. 고기 굽는 냄새는 식사 전에는 식욕을 돋우지만 옷과 몸에 냄새를 배게 하여 좋지 않다는 지적도 있었다. 또한 한식이 너무 맵고, 짜고, 뜨거운 것을 문제점으로 삼았고 인공조미료의 사용을 불쾌하게 생각하였다. 한국음식점의 음악 선곡이나 음량이 적절하지 못해 대화하는데 지장이 있었다는 점도 지적되었다.

푸디스들은 한식의 정체성을 잃지 않기 위해 기본 맛은 유지하되 후식 등에서 유자나 배 등과 같은 한국 특유의 식재를 사용하면서 서양식 조리법을 이용하는 것이 바람직하다는 견해를 보였으며, 서비스는 서양식을 따르는 것이 한식을 더욱 편하게 먹을 수 있게 하는 방법이라고 하였다.

다음으로 한국음식점은 서비스에 대한 개념의 차이로 인한 문제점이 있는 것으로 나타났는데, 많은 한국음식점에서는 손님이 주문하지 않은 반찬을 더 준다거나 후식으로 원하지 않는 음식을 무료로 주는 등의 서비스를 제공하지만 푸디스는 기대하지 않은 서비스보다 메뉴에 대한 친절할 설명과 음식의 선택을 도울 수 있는 서비스, 그리고 다양한 디저트의 제공으로 취향대로 선택할 수 있도록 배려하는 것이 필요하다고 하였다.

반찬에 대한 반응은 보편적으로 ‘재미있다’, ‘지나치다’, ‘낭비다’ 등으로 요약할 수 있으며, 특히 반찬의 수를 대폭 줄이고 그 대신 질을 높이는 것이 더 바람직하다는 반응이 지배적이었다.

한식당의 가격은 중식당보다 비싸고 일식당보다 싼 것으로 인식되고 있었다. 중식, 일식, 베트남식, 태국음식과 같은 동아시아 음식점과 비교했을 때 한식당은 태국음식점과 같은 중간가격(Mid-range)을 형성하고 있는 것으로 응답자들은 알고 있다고 하였다.

마지막으로 푸디스가 한식을 보급하는 주체가 된다면 어떤 음식을 어떻게 발전시키고 싶은가를 물었을 때, 쌀과 한국식 바비큐를 선택하여 보급하겠다는 반응이 압도적으로 많았다. 그 다음으로 엄선된 유기농 재료를 사용해서 신선함과 고급스러움을 강조함으로써 한식의 건강성을 강조하겠다는 의견과 함께 고급스러운 궁궐요리, 단순함을 강조한 누벨르 코리안(Nouvelle Korean) 등이 향후 한식이 나아가야 할 방향으로 제시되었다.

본 연구에서는 16명의 뉴욕 푸디스를 심층 인터뷰하여 오늘날 뉴욕의 한식에 대한 구체적인 의견을 도출하였다. 이제 한식은 세계 음식의 수도라는 뉴욕의 푸디스들이 인정하는 음식이 되었다. 본 연구의 결과를 토대로 한식을 한층 더

고급화된 문화상품으로 발전시키려는 여러 가지 노력이 뒷받침된다면 아시아 트렌드 붐이 고조되고 있는 오늘날, 건강식으로서의 한식을 세계인의 음식으로 발전시킬 수 있을 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

김봉철, 김미자. 2004. 아시아 레스토랑의 포지셔닝 분석에 관한 기초연구-마이애미 지역의 한국음식점을 중심으로, 한국조리과학회지, 10(4):67-83

김선아, 이민아, 김은미, 이승주. 2004. 외래 관광객과 주한외국인의 한국음식 및 전통외식업체에 대한 인식차이 분석. 『한국조리과학회지』, 20(6):619-629

문수재, 손경희, 이영미, 안경미. 1986. 주한 외국인의 한국식당의 음식 및 서비스에 대한 의견조사, 대한가정학회지, 24(2):63-73

배영희, 진린자오. 2003. 한국음식점에 대한 외국인의 기호도, 인지도 및 고객 만족도, 외식경영연구, 6(2):85-100

이규진. 2007. 미국 일간지의 한국음식 관련 기사 내용 분석 연구 - 뉴욕타임즈 기사를 중심으로(1980-2005), 이화여자대학교 석사학위논문

장문정, 조미숙. 2000. 외국인의 한국음식에 대한 인지도와 기호도. 『한국식생활문화학회지』, 15(3):215-221

주나미, 심영자, 이경아, 정희선, 박선정, 전희정. 2001. 한국전통음식에 대한 주한 미국인의 인식 및 기호도 조사, 대한가정학회지, 39(6):15-23

주나미. 2002. 한국에 거주하는 미국인 및 캐나다인의 식품구입 및 식당이용실태에 관한 연구, 한국식생활문화학회지, 17(2):97-102

한재숙, 허성미, 김미향. 1995. 한국음식에 대한 미국인의 기호 및 적용에 관한 조사, 자원문제연구, 14:93-99

Barr, A. and Levy, P. 1985. The Official Foodie Handbook, Olympic Marketing Corp

Dey, I. 1993. Qualitative Data Analysis: A User-Friendly Guide for Social Scientists, New York: Routledge

Ellis, Kathleen Sharp. 1990. A Qualitative Study of Consumer Conceptions and Perceptions toward Ethnic Foods, Master Thesis, University of Guelf

Franzen, G. and Bouwman, M. 2001. The Mental World of Brands, World Advertising Research Centre

Jang, S. C., Ha, A., Silkes, C. A. 2009. Perceived attributes of Asian foods: From the perspective of the American customers, International Journal of Hospitality Management, 28(2):63-70

McCraken, Grant D. 1988. "The Long Interview," Sage University Paper Series on Qualitative Research Methods, vol.16, Beverly Hills, CA

Morgan, David L. 1988. "Focus Groups as Qualitative Research," Sage University Paper Series on Qualitative Research Methods, vol.16, Beverly Hills, CA