

소상인을 위한 예능은 없다

김지연

예능의 자영업 사용법

자영업 폐업률이 사상 최악이라고 한다. 자영업자들은 넘쳐나는 유사 업종과의 경쟁, 침체된 경기 속에서 고군분투하고 있다. 예능에서는 대세였던 요리 방송을 지나 외식업 창업을 소재로 하는 프로그램들이 등장했다. 이러한 프로그램들의 유형은 크게 두 가지라고 볼 수 있다. 연예인들이 일시적으로 식당을 운영하는 모습을 보여주거나, 실제 영세 자영업자들을 방송에 등장시킨다. 이 글에서는 대표적으로 tvN의 〈윤식당 2〉와 〈현지에서 먹힐까?〉, SBS의 〈백종원의 골목식당〉(이하 〈골목식당〉)에 대해 이야기해보고자 한다.

〈윤식당 2〉는 스페인의 가라치코에서 윤여정을 필두로 작은 한식당을 운영하는 출연진의 이야기를 담는다. 〈현지에서 먹힐까?〉는 현지

음식으로 승부를 본다. 홍석천, 이민우, 여진구는 태국에서 푸드트럭을 운영했는데 팟타이 등 현지 음식들로 메뉴를 꾸렸다. 이와 달리 <골목 식당>에는 실제 자영업자들이 등장한다. 골목에서 작은 식당을 운영하는 상인들이 백종원에게 매출을 올리기 위한 조언을 받아 상권을 살리게 만드는 것이 <골목식당>의 취지이다.

하지만 자영업을 소재로 한 예능을 보고 있다면 아쉬움이 많이 남는다. 그들이 그리는 상인들의 세계는 실제와 동떨어져 있기 때문이다. 이 프로그램들은 시청자들의 이목을 잡아끌기 위해 자영업을 ‘이용’한 측면이 강하다. 하지만 모두 자영업과 상인들에 대한 공감이 부족한 상태에서 자영업을 소재로 삼았다. 이 글에서는 앞선 세 프로그램이 자영업을 어떻게 이용했는지 살펴보고 그에 대한 문제점을 짚어보고자 한다.

자영업, 현실에서 먹힐까?

은퇴 후 창업은 직장인 대부분이 가지고 있는 로망이다. 한적한 곳에서 나만의 작은 가게를 하면서 사는 것. 그곳에는 눈치를 봐야 하는 상사도 없고, 지켜야 하는 마감 날짜도 없으며, 달성해야 하는 업무 성과도 없다. <윤식당 2>와 <현지에서 먹힐까?>는 모두 시청자들의 이러한 로망을 건드린다. 두 프로그램 모두 자영업의 긍정적인 측면을 부각해 판타지를 극대화한다. 출연진은 아름다운 자연환경이 있는 여행지에서 여유롭게 식당을 운영한다. 하지만 과연 이 로망은 실현될 수 있는 것일까?

특히 <윤식당 2>는 자영업에 대한 판타지가 가장 심한 프로그램이다. 식당의 주인인 윤여정은 출연진과 제작진을 통틀어서 제일 연장자

이기 때문에 항상 배려를 받는다. 영업시간은 특별히 정해져 있지 않고 출연진도 이윤을 남기는 것에 큰 신경을 쓰지 않는다. 그들의 자영업은 '쉬워 보인다'. 이 과정에서 작은 노력이 크게 강조되기도 한다. 촬영에 앞서 <윤식당 2>에서는 막내인 박서준이 간단한 스페인어를 배워 갔다. 이러한 모습을 보여주며 방송에서는 박서준이 성실하고 준비성이 좋으며 추켜세운다. 이는 <현지에서 먹힐까?>에서 여진구가 간단한 태국어 배워 갔을 때도 마찬가지였다. 하지만 현실에서 이러한 노력 없이 가게를 운영하는 것이 가능할까? 외국에서 식당을 하기 위해서 그 나라 언어를 구사하는 능력은 필수적이다. 실제로 외국에 식당을 열고 자 하는 사람이라면 애초에 외국어 능력은 성공을 위한 조건에 넣지도 않았을 것이다. 이처럼 방송은 현실에서 당연한 노력을 대단한 것인 양 포장한다.

한편 <현지에서 먹힐까?>는 홍석천을 캐스팅해 <윤식당 2>보다 식당의 노동성을 강조한다. 제작진이 짜놓은 틀에 따라 수동적으로 움직이는 윤여정과 달리 홍석천은 준비 과정에서부터 능동적으로 참여한다. 방송 시작 전부터 그는 자신이 운영할 푸드트럭의 인테리어를 보기 위해 한국과 태국을 오고 간다. 실제 태국 음식 자영업 종사자인 홍석천은 시종일관 음식에 대해 진지한 자세로 방송에 임한다. 그는 자신의 요리가 현지인의 입맛에 맞을지 초조해하며 계속해서 시장 조사를 하고 상권을 분석한다. 이 방송에서만큼 그는 연예인 홍석천이 아니라 태국 음식점 사장 홍석천으로서의 면모를 보여준다. 문을 잠시 닫고 점심 식사를 하려고 하다가도 손님이 오자 식사를 포기하고 다시 음식 준비를 하는 모습을 보고 있으면 홍석천이 연예인이 아닌 상인의 마음으로 방송에 임하고 있음을 알 수 있다. 요리와 아무런 관련성이 없는 윤여정을 사장으로 내세운 <윤식당 2>와 달리 <현지에서 먹힐까?>는 실제 요리

업을 겸영하고 있는 홍석천을 캐스팅해 차별성을 둔 것이다. 식당의 전문성을 높이며 한 제작진의 의도를 엿볼 수 있다. 홍석천과 함께 출연하는 이민우, 여진구의 경우에도 재료 준비를 위해 밤샘 노동을 한다. 그들 역시 홍석천과 함께 밤새 새우를 끼는 등 자영업의 고된 노동 강도를 보여준다.

그럼에도 불구하고 〈현지에서 먹힐까?〉 역시 자영업의 판타지는 놓지 못한다. 〈윤식당 2〉와 〈현지에서 먹힐까?〉가 자영업의 판타지화에 가장 기여하는 측면은 여행과 장사의 결합이다. 노동에 집중하는가 했던 〈현지에서 먹힐까?〉 역시 영업 중반쯤 너무 힘들어서 휴식이 필요하다며 여행의 순간을 즐긴다. 아름다운 해외를 배경으로 볼거리와 먹을거리를 함께 보여주니 치열했던 영업의 순간들은 미화된다. 이왕 해외에서 촬영하는 만큼 시청자들에게 이국적인 그림을 많이 보여줘야 한다는 의무감에 사로잡히는 해외 로케이션의 태생적인 한계일 수도 있다. 우리가 여행을 좋아하는 이유는 힘든 현실로부터 잠시나마 벗어날 수 있어서일 것이다. 하지만 장사는 삶이자 현실이다. 이렇게 서로 다른 두 소재를 한 프로그램에 합쳐 놓으니 자영업도 마치 여행의 성격을 가진 것처럼 착각을 불러일으킨다. 판이한 두 장르를 한 프로그램에 섞어 그 경계와 구분이 희미해지는 것이다. 이는 두 예능이 그려내는 자영업이 현실과 동떨어져 있는 이유이다. 프로그램을 보는 시청자는 자신이 항상 꿈꿔왔던 순간들을 사실인 것처럼 구현해낸 예능의 틀 안에서 자영업을 바라보게 된다.

하지만 이러한 로망이 현실에서 먹힐까? 열심히 일을 해도 이익을 내기 힘들고 열에 아홉은 폐업을 하는 현실에서는 그렇지 않다. 실제 영세 상인들은 명절과 연휴도 없이 일을 하지만 임대료와 인건비는 상승하고 경기 침체로 소비는 줄었다. 열심히 살지만 나아질 거라는 보장도

없고 상황은 악화되기만 한다. 한편 TV에서는 아름다운 여행지와 함께 식당을 운영하는 여유롭고 행복한 연예인들의 모습을 보여준다. 이러한 프로그램들은 실제 자영업 종사자들에게는 허무함과 박탈감을, 그리고 그렇지 않은 사람들에게는 자영업이 별것 아니라는 착각을 불러일으킬 위험이 있다.

미다스의 손 백종원, 그의 황금은 누구를 위한 것인가

〈골목식당〉은 죽어가는 골목상권을 살리기 위한 프로그램이다. 백종원이 매출이 좋지 않은 골목의 식당들을 찾아가 문제점을 진단해주고, 솔루션을 제공해준다. 다행히도 지금까지 출연했던 식당들은 방송 효과 때문인지 상권이 진짜 살아난 것인지 손님들로 붐비고 있다. 하지만 과연 〈골목식당〉은 진정으로 골목상권을 살리기 위한 프로그램일까? 나는 다음의 이유들로 인해 동의하기 어렵다.

우선 골목상권을 살린다는 백종원이라는 존재의 아이러니이다. 〈골목식당〉에서 백종원의 존재는 거의 절대적이다. 이미 수많은 외식업 브랜드를 성공시킨 그는 거의 신적인 존재로 군림한다. 그의 취향은 대중을 대변하는 것이 되며, 그의 말이 곧 법이고 해결책이다. 하지만 작은 상권을 살리겠다고 나서는 백종원은 현실에서 문어발식 사업 확장으로 영세업자들을 폐업하게 만들기도 한다. 많은 방송에 출연해 대중에게 눈도장을 찍은 것도 그의 사업에 많은 도움이 되고 있다. 그는 수많은 방송에 출연하며 ‘신뢰할 수 있는 요리 전문가’ 이미지를 쌓았고, 최근 꾸준히 성행하고 있는 일명 백종원 레시피는 그의 인기를 짐작하게 한다. 요즘 ‘백종원 거리’라는 우스갯소리가 있다. 카페, 중국요리점,

고깃집, 포차 등 그가 하지 않는 사업을 찾기가 힘들어 몇 발자국만 내
던으면 어디에서나 그의 가게가 보이는 거리를 일컫는 말이다. 이러한
백종원 가맹점들은 싼 가격과 백종원이라는 스타 효과로 인해 큰 성공
을 거두고 있다. 가격 경쟁과 인지도에서 밀린 주변 상권들은 자연히 문
을 닫을 수밖에 없는 것이다.

이뿐 아니라 <골목식당>은 부적격한 상인들을 출연시켜 상권의 실
패에 대한 비난을 상인들 개인의 몫으로 돌린다. <골목식당>에 출연하
는 소상공인들의 대부분은 식당을 하기에 자격이 없다. 식당을 운영함
에도 불구하고 위생 관념은 찾아볼 수 없고 음식에 대한 기본적인 지식이
없으며 부족함을 인정하지 않고 자기 자존심을 챙기기에 바쁘다. 자영
업을 대하는 태도에 있어서도 진지하지 못하고 장난스럽다. 정말 골목
상권을 부흥시키기 위한 취지의 프로그램이라면 절실하고 준비된 상인
들을 섭외하는 것이 맞다. 음식은 흠 잡을 데 없지만 경영이나 마케팅과
같은 식당 운영에 관한 전문적인 지식만을 백종원에게 조언을 받아야
이상적이다. 분명 찾아보면 백종원 같은 전문가의 한마디 조언이 절실
한 준비된 상인들이 많을 것이다. 그러나 제작진은 준비되지 않은 상인
들을 매년 캐스팅한다. 음식에 대한 매우 기본적인 것까지 가르쳐야 하
는 상황이 따르게 되고, 자연히 시청자들은 상인들에게 등을 돌린다. 따
라서 방송이 끝나면 상인들에 대한 악플에 가까운 원색적인 비난이 쏟아
진다. 간혹 제대로 된 상인들이 나오기도 하지만 자극적인 것에 집중
하는 대중의 특성상 화제성은 준비가 안 된 상인들이 독차지한다. 이처
럼 절실한 상인들은 화제가 되지 않고, 갈등을 유발하며 자극적인 장면
을 만들어내는 상인들만 주목받고 있는 것은 결국 애초 <골목식당>이
추구했던 방송의 취지가 잘 실현되고 있지 않음을 뜻한다. 방송이 끝나
고 방송 효과로 인해 비난을 받았던 집들도 장사가 잘되긴 하지만 이것

이 얼마나 지속될지는 미지수이다.

이러한 문제 식당이 백종원으로 인해 환골탈태하는 모습을 보이는 것은 백종원의 영웅화에 기여하는 측면이 있다. 이미 대중적으로 신뢰도가 높은 백종원과 상인들의 갈등은 시청자들로 하여금 주인공인 영세 상인들이 아니라 백종원에 감정 이입을 하게 만든다. 따라서 갈등을 일으키던 식당이 후에 장사가 잘되면 ‘골목상권이 부활해서 다행이다’가 아닌 ‘저 집은 장사가 잘될 자격이 없는데 백종원이 살려준 것이다’라는 식의 인식이 짝트게 된다. <골목식당>을 보고 있으면 실질적으로 주목을 받는 쪽은 상인들과 골목상권이 아니라 ‘문제 있는 식당까지 성공시키고 마는 미다스의 손’ 백종원이다. 결국 이 프로그램으로 장기적인 이익을 얻는 쪽은 <골목식당>과 백종원이라고 할 수 있다. 상인들이 더 자극적인 모습으로 나올수록 <골목식당>은 더 흥행할 것이며 백종원은 이로 인한 스타 효과로 자신의 사업에 더 긍정적 효과를 가져온다.

예능을 예능으로만 볼 수 없기에

그렇다면 왜 우리는 예능을 예능으로만 보고 웃어넘길 수 없는 것일까. TV 프로그램은 단지 네모난 상자 안에서 일어나는 가상의 것이 더 이상 아니기 때문이다. 사람이 구성하는 한 미디어의 내용은 완전히 가치중립적일 수 없다. 제작진은 의도적이든 의도적이지 않든 자신의 가치관을 프로그램에 투영하게 된다. 그리고 TV는 매우 강력한 매체여서 사람들에게 큰 영향력을 행사한다. 제작진이 투영한 가치관은 TV를 통해 아주 자연스럽게 설득력 있게 대중에게 다가갈 수 있다.

<신서유기>의 스핀오프 프로그램인 <강식당> 역시 연예인 출연진

이 제주도에서 운영하는 식당에 대한 내용이다. 식당의 메인 메뉴인 왕돈까스의 가격을 정하는 과정에서 멤버들끼리 논쟁이 벌어졌었다. 이벤트성으로 하는 스핀오프 프로그램인 만큼 가격을 높이기엔 적절하지 않다는 측과 현재 시장의 시세에 맞춘 가격으로 해야 한다는 이수근 사이에 언쟁이 붙었다. 이수근은 방송 이후 우리가 기준이 될 수 있으므로 가격 책정에 신중해야 한다고 말했다. 방송 이후 시청자들이 다른 왕돈까스의 가격과 강식당의 가격을 비교하게 될 수 있으니 너무 싸면 곤란하다는 것이다. 이러한 그의 생각은 방송을 만드는 제작진이 가져야 하는 태도이다. 방송이 전과를 타게 되면 제작진이 프로그램에 투영하려 한 의도들이 은연중에 시청자들의 판단 기준이 될 수 있다. 따라서 제작진은 자신의 영향력을 인지하고 프로그램으로 인해 대변될 수 있는 사람들이 있다는 것에 유념해야 한다. 이제 방송은 현실과 너무 맞닿아 있다. 이것이 우리가 예능을 마냥 유쾌하게만 바라볼 수 없는 이유이다.

결국 <윤식당 2>, <현지에서 먹힐까?>와 <골목식당>은 이러한 예능과 현실의 연결성을 간과했다고 볼 수 있다. <윤식당 2>와 <현지에서 먹힐까?>는 그렇지 않아도 만연한 대중의 자영업 판타지를 더 가중시켰다. 식당 창업을 해외 여행과 결부시켜 아름답고 여유로운 노동이라는 이미지를 만든 것이다. 한편 <골목식당>은 소상공인을 위한 프로그램이라는 슬로건을 내세웠지만 실상은 외식업계의 기득권인 백종원과 <골목식당> 프로그램을 위한 방송을 하고 있었다. ‘방송법’ 제5조와 제6조는 방송의 공적 책임, 공정성과 공익성에 대한 항목이다. 방송은 공적인 영향력이 강하므로 이에 대해 책임감을 가져야 하고 공정성과 공익성을 추구해야 한다는 것이다. 시청률이나 화제성 외에도 방송이 지향해야 할 가치에 대해서 생각해볼 필요가 있다. 살펴본 프로그램 어디에도 소상공인을 위한 예능은 없었다.