



음식의 언어

The language of food

세상에서 가장 맛있는 인문학

댄 주래프스키 지음 | 김병화 옮김

2015년 3월 25일 출간 | 신국판(152*225) | 408쪽 | 17,000원 | 분야 인문 일반(교양) | ISBN 978-89-97379-61-3 03900

책 소개

7만 명이 수강한 스탠퍼드대 대표 교양 강의를 책으로 만난다!

재미와 풍미가 넘치는 천재 언어학 교수의 식탁

우리의 허기를 품격 있게 채워줄 인문학 만찬이 펼쳐진다

언어학자가 메뉴판을 펼쳐들면 무엇이 보일까 메뉴에 쓰인 단어가 길어질수록 음식값이 비싸진다고? 고급 레스토랑 메뉴와 리뷰에는 왜 색스 은유가 자주 나올까? 세계적 아이스크림 브랜드인 하겐다즈에는 어떤 음운학적 마케팅이 숨어 있을까? 왜 프랑스에서는 애피타이저인 앙트레가 미국에서는 메인 코스일까? 중국 음식이었던 케첩이 미국 국민소스로 둔갑한 사연은 무엇일까?

TV도 SNS도 푸드포르노로 넘쳐나는 음식의 시대에, 언어학 분야의 세계적 석학이자 스탠퍼드 대학의 과짜 언어학 교수 댄 주래프스키는 음식을 전혀 새로운 방식으로 접근해 우리의 허기를 품격 있게 채워준다. 그는 고대의 레시피에서 과자 포장지 홍보 문구까지 다양한 음식의 언어들을 통해 케첩, 칠면조, 토스트, 밀가루, 아이스크림이 품고 있는 수천 년 인류 문명의 진보와 동서양의 극적인 만남의 순간들을 발굴해내고, 메뉴판에 담긴 레스토랑의 영업 전략, 앙트레의 용법에서 나타나는 문화의 계급, 포테이토칩이나 아이스크림 마케팅이 겨냥하는 우리의 취향, 맛집 리뷰에서 호평과 악평의 차이점을 분석하며 인간의 진화와 심리, 행동을 해독하는 은밀한 힌트를 던진다.

세상에서 가장 맛있는 교양 강의 ‘음식의 언어 Language of Food’는 7만 명 이상이 수강한 스탠퍼드 퍼드의 최고 인기 과목이다. 이 과목을 가르치는 댄 주래프스키는 스탠퍼드 대학의 언어학 교수이자 계량언어학 분야의 세계적 석학으로 1998년 과학과 공학 분야 교수에게 주어지는 가장 권위 있는 상인 NSF 커리어상과 2002년 천재들의 상이라 불리는 맥아더펠로우십을 받았다. 그는 방대한 언어학적 도구를 이용해 심리학, 사회학, 행동경제학 등 여러 분야를 넘나드는 학제간 연구를 시도한다.

그는 특히 이 모든 분야를 아우르는 ‘음식’의 언어에 주목하며, 이를 탐구함으로써 인류의 역사와 세계의 문화, 사회, 경제를 다시 쓰고 인간의 심리, 행동, 욕망의 근원을 파헤친다. 그는 이러한 자신의 작업을 ‘떡기어원학’이라 일컬어도 좋다고 말하지만, 음식의 언어가 과거를 향한 어원학적 단서에만 그치는 것은 아니다. 그는 음식에 대해 우리가 이야기하는 것들이 현재를 더 잘 이해하는 열쇠라고 밝힌다. 그가 가르치는 ‘음식의 언어’는 문화인류학에서 심리학, 행동경제학까지 아우르는, 인간의 가장 내밀한 속살을 보여주는 새로운 인문학이다.

세계경제를 지배하는 강대국의 상징, 케첩의 사연을 쫓다

-음식 이름으로 떠나는 요리인류의 지적 대모험

케첩을 만들어 먹는다고? <삼시세끼-어촌편>에서 ‘차츰마’는 토마토케첩을 똑딱 만들어내 화제를 불러일으켰다. 우리에게 사 먹는 게 당연한 가공품이 한 배우의 손으로 직접 만들어지는 영상을 보며 우리는 놀라워했고 열광했다. 《음식의 언어》는 바로 이 토마토케첩에서 이야기를 시작한다.

우리는 왜 케첩이라는 말 앞에 꼭 ‘토마토’를 덧붙일까? 토마토를 굳이 붙이지 않아도 케첩을 토마토로 만든다는 사실은 모두가 알고 있는데 말이다. 댄 주래프스키는 이 사소한 질문을 그냥 지나치지 않고 언어학적으로 치밀하게 탐구해낸다. 결론은? 케첩은 미국이 아닌 중국 음식이었다는 것, 그리고 주재료는 토마토가 아닌 생선이었다는 것!

그렇다면 토마토도 들어가지 않았던 중국 전통의 생선 소스가 어떻게 미국 국민소스로 둔갑했을까? 주래프스키는 전투 중인 한무제를 사로잡았던 강렬한 맛의 기록에서부터 대항해 시대에 해적과 선원들이 변주했던 케첩의 각테일 버전, 제인 오스틴이 즐겨 먹었던 호두케첩 레시피, 영국에서 미국으로 건너간 후 저장성을 높여 상품화시킨 오늘날의 토마토케첩까지 케첩이라는 단어가 품고 있는 수천 년 모험의 역사를, 전통 없는 한낱 가공품 소스로 보였던 케첩이 실은 위대한 문명의 모태에서 만들어진 훌륭한 음식이었다는 사실을 들려준다.

케첩뿐만이 아니다. 영국의 국민음식으로 여겨지는 피시앤드칩스, 그저 구운 빵일 뿐이었던 토스트, 이국의 추수감사절 요리인 칠면조, 흔하디흔한 밀가루와 소금, 현대 과학의 부산물인 듯한 아이스크림에 담긴 흥미진진한 사연과 그 매혹적인 여정을 함께 거치고 나면 이제는 그 음식들을 예전처럼 보기 어려울 것이다.

<삼시세끼>의 미학 중 하나는 평소 특별하게 생각하지 않았던 토마토케첩이나 빵, 어묵 같은 음식들을 다시 돌아보게끔 하는 데 있는지도 모른다. 우리가 먹는 것들은 어떤 사소한 음식이라도 그들만의 오랜 사연을 품고 있는 인류 문명의 살아 있는 화석이다. 《음식의 언어》는 그 깊은 사연들을 추적하면서도 그 이야기들이 요리 역사의 사소한 흥밋거리에 그치도록 두지 않고, 그것들을 통해 세계경제의 역사를 새로 바라보게 하며 인류의 문화사, 인간의 심리를 깊이 있게 통찰하게 한다.

“거의 모든 페이지에 계시(새로운 통찰)가 있다.” <뉴욕타임스>

당신이 어떤 포테이토칩을 고르느냐가 당신의 문화계급을 말해준다

-미식의 말들이 알려주는 우리의 취향과 교양의 모든 것

과자업체를 쫓고 간 허니버터칩 열풍은 어디서 비롯되었을까? SNS 특히 인스타그램을 통한 입소문 마케팅이 가장 큰 이유로 꼽히지만, 애초에 SNS에 흔한 포테이토칩을 인증하게 된 까닭은 무엇일까? 인간의 가장 기본적인 욕구, 식욕의 역사를 담은 언어는 과거를 향한 어원학적 힌트에만 그치지 않는다. 댄 주래프스키는 음식과 언어를 완전히 새로운 방법론으로 접근해 ‘내가 먹는 것이 바로 나라는 명제에서 한발 더 나아가 ‘내가 먹고 말하는 것이 바로 내가 되고 싶어 하는 것’이라는 통찰을 보여준다.

주래프스키에 따르면, 포테이토칩 하나에도 우리의 취향과 취진의 문법이 담겨 있다. 그는 포테이토칩 포장지에 쓰인 홍보 문구들을 분석해 문구와 가격의 상관관계를 밝히고 음식 광고가 겨냥하는 청중의 부류를 들로 나눈다. 거기에서 우리는 내 속에 잠재된 건강하고 우아한 삶을 살고 싶다는 욕망, 가족과 사회문화에 합일하고 싶다는 소속감을 확인한다. 또한 메인 코스 요리가 아닌 디저트에서 취진 문법을 깨는 일탈의 미학을 누리려는 우리의 뿌리 깊은 쾌락의 열망을 발견한다. 디저트는 단지 맛있는 후식이 아니라, 딱 짜인 취진 문법에서 비문법적 요리를 창조해내는 도구인 것이다. 암묵적인 규칙과 규범에 대한 반항과 혁신이 우리가 스낵에서 맛보는 가장 큰 즐거움이다. 짹짹하고 심심하던 포테이토칩 시장에 흥미로운 이야기를 만들어내고 자신의 취향을 확인하고 공표하는 재미

를 선사했던 허니버터칩에도 이러한 (비)문법은 그대로 적용된다.

이뿐만 아니라 데이터화된 고대의 레시피, 백 년 전 온라인 메뉴 컬렉션 1만 개, 현대식 메뉴 6,500건, 요리 가짓수 65만 건, 백만 건의 맛집 리뷰 등 계량 언어학적 도구를 사용한 그의 광범위한 연구조사는, 메뉴에 쓰인 단어가 길어질수록 음식값이 비싸진다는 사실부터 프랑스에서는 애피타이저인 앙트레가 미국에서 메인 코스로 쓰이는 이유, 마카롱의 갑작스러운 유행에 담긴 계급의 취향, 음식 브랜드이밍에 숨겨진 음운학적 마케팅의 비밀, 맛집 리뷰에서 섹스 관련 단어가 많이 언급될수록 고급 레스토랑이라는 놀라운 사실까지, 우리의 문화, 사회, 경제, 심리를 정확히 해독해낸다.

우리는 항상 더 나은 존재가 되기 위해 취향을 개발해내고 교양을 쌓아가며, 우리가 먹고 말하는 것은 언제나 그러한 문화의 산물이다.

괴짜 언어학자의 재미와 품미가 넘치는 교양 에세이

-미국 음식 에세이계의 '빌 브라이슨'이 나타났다

“언어학자는 함께 식사하기에는 별로 즐겁지 못한 사람일 수도 있다 메뉴에 올라 있는 언어를 모조리 읽느라고 식사를 빨리 주문하지 못할 테니까.”

하지만 호기심과 상상력 풍부한 그가 메뉴를 읽으며 들려주는 흥미진진한 이야기는 우리가 식사를 주문해야 한다는 사실조차 잊게 할 것이다. 낯선 단어들 속에서 풍부한 교양의 맛을 느끼게 해주는 이국적 품미와 다양한 재료를 맛깔나게 버무린 그의 탁월한 글은 단지 재미있기만 한 것이 아니라, 우리의 허기를 품격 있게 채워줄 즐거운 만찬을 약속한다.

음식의 언어에 대한 그의 관심은 홍콩에서 광둥어를 배우며 언어학을 연구하던 시절, 토마토케첩이라는 단어에 대한 궁금증에서 비롯되었다고 한다. 이후 케첩, 피시앤드칩스, 마카롱, 아이스크림, 칠면조, 토스트, 밀가루, 소금, 포테이토칩 등의 메뉴를 탐험하며 대항해시대의 중국과 유럽을, 고대의 아랍을 여행한다. 우리는 그가 펼쳐 보인 세계지도 속에서 음식의 모험과 그 음식을 둘러싼 다양한 사람들의 이야기를 생생한 목소리로 듣는다.

음식과 언어에 관한 진지한 연구, 세계와 인간에 대한 놀라운 통찰이 돋보이는 《음식의 언어》는 그가 차려낸 코즈모폴리탄의 식탁으로의 초대다.

추천사

신선 냉동fresh frozen이라는 말을 들을 때마다 나는 음식과 관련된 언어들에 궁금증이 났다. 댄 주래프스키는 그의 교양과 매력을 모두 발휘하여 그 주제를 다루었고, 그 결과물인 이 책은 두말할 나위 없이 흥미롭다.

_마크 쿨란스키Mark Kurlansky(저널리스트, 아마존 베스트셀러 《대구Cod》의 저자)

재밌다! 저명한 언어학자 댄 주래프스키는 그의 풍부한 기술을 발휘해 우리가 먹는 수많은 음식 사이에 놓여 있는 방대한 연결점을 측정하고, 포테이토칩의 광고가 어떻게 작동하는지 분석하고, 메뉴를 읽는 요령을 레스토랑 내부자의 시점에서 안내한다. 한번 읽기 시작하자 이 책을 내려놓을 수가 없었다.

_레이철 로던Rachel Laudan(음식 역사가, 《탐색의 시대》 저자)

왜 앙트레가 식사에 ‘들어갈enter’ 때가 아니라 식사 중간에 나올까? 왜 모자에 깃털을 꽂고는 그것을 마카로니라 부를까? 이 책은 이런 의문에 답해줄 뿐만 아니라 우리가 거의 생각해본 적 없던 일상의 어휘들을 광범위하게 다루며 더욱더 많은 것을 알려준다.

_존 맥호터John McWhorter(컬럼비아 대학 언어학 교수)

학식과 재치를 겸비한 저술가 댄 주래프스키는 음식의 언어가 우리의 욕구와 열망을 반영한다는 것을 보여준다. 그것이 좀 있어 보이는 프랑스식 메뉴에서든 포테이토칩 한 봉지에서든 상관없이 말이다.

_비 윌슨Bee Wilson

(역사가·음식 작가, <가디언> <인디펜던트> 선정 올해 최고의 책 《포크를 생각하다》 저자)

흥미로운 역사, 놀라운 어원학, 탁월한 언어학적 분석을 같은 분량으로 넣고, 유머 감각과 향취를 듬뿍 없으면 《음식의 언어》가 된다. 케첩, 피시앤드칩스, 토스트를 이제는 도저히 예전처럼 볼 수 없을 것이다.

_데버러 태년Deborah Tannen

(조지타운 대학 언어학 교수, <뉴욕 타임스> 베스트셀러 1위 《그래도 당신을 이해하고 싶다》 저자)

《음식의 언어》는 아주 뛰어나고 처음부터 끝까지 흥미진진한 책이다. 파스타에서 페이스트리에 이르
기까지, 음식에 관한 우리들의 언어생활을 통찰한 저자의 글에 흠뻑 빠져들 것이다

_타일러 코웬Tyler Cowen(조지메이슨 대학 경제학 교수, 《경제학 패러독스》 저자)

요리와 어원의 역사에 대한 다채롭고 진지한 연구로 엄밀성과 읽는 재미를 겸비한 훌륭한 책. 댄 주래
프스키는 놀라운 언어학적 도구들로 음식의 단어들을 자유자재로 연결해내는 데 특별한 재능을 보이며,
거의 모든 페이지에 계시를 심어놓았다. 그중에서도 가장 뛰어난 업적은 언어를 통해 세계의 식문화와
요리 이름들의 모험을 함께 버무려냈다는 것이다.

_피터 소콜로츠키Peter Sokolowski, <뉴욕 타임스New York Times>

저자 소개

지은이 댄 주래프스키Dan Jurafsky

세상에서 가장 맛있는 교양 강의 ‘음식의 언어Language of Food’를 가르치는 스탠퍼드 대학의 언어학
교수이자 계량언어학 분야의 세계적 석학이다. 그의 강의는 7만 명 이상이 수강한 스탠퍼드의 최고 인
기 과목이며, 동명의 블로그를 운영하고 있다.

행동과학고등연구센터의 선임연구원이자 컴퓨터공학자이기도 한 그는 1998년 과학과 공학 분야 교수
에게 주어지는 가장 권위 있는 상인 NSF 커리어상과 2002년 천재들의 상이라 불리는 맥아더펠로우십
을 받았다. 컴퓨터로 처리 가능한 방대한 언어학적 도구를 이용해 심리학, 사회학, 행동경제학 등 여러
분야를 넘나드는 학제간 연구를 하고 있다.

유대계 미국인인 그는 세계 문화의 용광로인 샌프란시스코에 살고 있으며, ‘만찬용 아침식사’라는 요리

파티에서 중국계 미국인인 그의 아내 재닛을 만났다. 금요일 밤이면 버널 힐에 있는 그들의 집에서 친구와 가족들이 함께 요리를 하고 새로운 식문화를 시도하며 최신 요리책의 레시피를 실험하는 즐거운 만찬이 펼쳐진다.

languageoffood.blogspot.com

윤진이 김병화

서울대학교에서 고고학과 철학을 공부했다. 꼭 읽고 싶은 책을 더 많은 사람들과 함께 나누고 싶은 마음에서 번역을 시작하게 되었고, 그렇게 하여 나온 책이 《행복할 권리》 《증언: 드미트리 쇼스타코비치의 회고록》 《세기말 비엔나》 《파리, 모더니티》 《장성, 중국사를 말하다》 《신화와 전설》 《투게더》 《무신예찬》 《웰컴 투 뉴스비즈니스》 《두 번째 태양》 등 여러 권이다. 같은 생각을 가진 번역자들과 함께 번역기획 모임 '사이에'를 결성하여 활동하고 있다.

책 속에서

혁신은 언제나 작은 틈새에서 발생한다. 근사한 음식도 예외가 아니어서, 문화의 교차점에서 각 문화가 서로 이웃에게 빌려온 것을 수정하고 더 훌륭하게 만드는 과정에서 창조된다. 음식의 언어는 이런 장소들 '사이에'를, 고대에 일어났던 문명의 충돌과 현대의 문화 충돌을 들여다보는 창문이며, 인간의 인지, 사회, 진화를 알게 해주는 은밀한 힌트다.

추수감사절에 칠면조를 굽거나 결혼식에서 신랑신부에게 건배를 외치거나 어떤 종류의 포테이토칩 또는 아이스크림을 살지 결정할 때, 여러분은 음식의 언어로 대화를 나누고 있다. _프롤로그

메뉴에 적힌 요리의 설명을 읽을 때마다 우리 눈에 보이는 것은 온갖 종류의 잠재적인 언어학적 힌트들이다. 우리가 부와 사회적 계급에 대해 어떻게 생각하는지를 알려주는 힌트, 우리 사회가 음식을 어떻게 보는지, 심지어 레스토랑 영업자라면 우리에게 절대 알려지기를 원치 않을 그런 종류의 힌트까지도 나와 있을지 모른다. _1장 메뉴 고르기

여러 민족이 문화적 보물이거나 한 것처럼 자기들 것이라고 주장하는 요리들의 유래에서 우리가 배울 점은, 우리 모두가 이민자라는 사실이다. 어떤 문화도 고립된 섬이 아니며, 문화와 민족과 종교 사이의 혼란스럽고 골치 아픈 경계에서 어떤 훌륭한 특성이 창조된다. _3장 피시앤드칩스

터키라는 칠면조 이름이 전하는 진짜 메시지는 16세기 유럽인들이 포르투갈의 무역상 비밀주의 때문에 두 종류의 새를 혼동하게 되었다는 것이 아니다. 추수감사절 음식에 담긴 진짜 의미는, 참혹한 노예제의 실상과 이민자의 지독한 고난에도 불구하고 아프리카인과 영국인들이 자기들 고향땅의 음식을 가져와서 새로운 나라의 요리를 만드는 데 기여했다는 것이다. _6장 칠면조turkey의 세계 여행

우리는 리뷰를 이용해 어디로 외식하러 갈지, 무슨 책을 살지, 어떤 영화를 볼지를 결정하는 데 도움을 받는다. 그러나 언어학자는 리뷰를 완전히 다른 것으로 활용한다. 인간본성을 이해하는 데 도움을 받으려 하는 것이다. 리뷰에는 사람들의 자기주장이 가장 강하고 솔직하게 나타나 있다. 그런 리뷰에 쓰인

음유, 감정, 감수성은 인간의 심리학에서 중요한 단서들이다. _7장 섹스와 스시, 마약과 정크푸드

사람들이 먹는 것은 “그들이 어떤 존재인지뿐만 아니라 어떤 존재가 되고 싶어 하는지를 반영한다”. _8장 포테이토칩의 서로 다른 유혹

값비싼 마카롱을 찾는 이 갑작스러운 유행은 왜 생겼으며, 이 단어는 왜 마카로니라는 단어와 발음이 비슷할까? 이에 대한 답은 케첩, 칠면조처럼 위대한 문명의 모태에서 만들어진 인기 높은 음식들 이야기뿐 아니라 사회적 지위의 중요한 역할과도 연결된다. _9장 마카롱의 유행

소리가 의미를 담고 있는 현상을 우리는 ‘음 상징’이라 일컫는다. 음 상징은 브랜드 이름을 짓는 많은 광고주와 디자이너의 도구상자에 들어 있는 중요한 장치다. 실제로 브랜딩 회사들은 언어학에서 힌트를 얻는다. _12장 크래커, 더 맛있는 소리

퀴진은 비문법적 요리를 창조의 도구로 활용한다. 베이컨 아이스크림이나 포춘 쿠키처럼 디저트는 그저 감각적인 즐거움 이상의 것이다. 그것은 한 입 먹을 때마다 그 바탕에 깔려 있는 암묵적인 문화구조를 반영한다. _13장 디저트의 즐거움

우리 자신의 부족이나 민족의 언어적 습관과 요리 습관은 모든 부족과 민족에게 해당되는 습관이 아니다. 그렇지만 모든 언어와 문화는 깊은 공통성을, 우리를 인간이 되게끔 해주는 사회적, 인지적 특징을 공유한다. 이런 사실들, 즉 차이에 대한 존중, 공유되는 인간성에 대한 신뢰 등이 자비의 조리법에 들어가는 재료다. 그것이 음식의 언어가 주는 마지막 교훈이다. _에필로그

차례

프롤로그

1부 메뉴의 모험

-식탁 위에 펼쳐진 세계지도

1 메뉴 고르기

-메뉴판 앞에서 당황하지 않는 네 가지 방법

2 앙트레Entrée

-프랑스어로 보는 요리 지위의 변천사

3 피시앤드칩스

-이민의 역사를 담은 한 접시의 음식

4 케첩과 칵테일

-세계경제를 지배한 강대국의 상징

5 와인과 토스트

-축배toast의 문화사

6 칠면조turkey의 세계 여행

-추수감사절 음식에 담긴 고난의 맛

2부 미식의 말들

-내 입맛이 말해주는 모든 교양

7 섹스와 스시, 마약과 정크푸드

-맛집 리뷰로 본 긍정의 심리학

8 포테이토칩의 서로 다른 유혹

-과자 포장지 홍보 문구에 담긴 계급의 사회학

9 밀가루flour와 꽃flower, 소금salt과 계절season

-미식의 지혜가 담긴 언어의 역사

10 마카롱의 유행

-마카로니에서 마카롱까지, 고급 취향의 대중화

11 여름의 맛, 셔벗

-불꽃놀이에서 탄생한 아이스크림의 과학

12 크래커, 더 맛있는 소리

-브랜드네이밍에 숨겨진 음운학적 마케팅

13 디저트의 즐거움

-맛 이상의 맛, 퀴진 문법을 깨는 일탈의 미학

에필로그