



‘흑백요리사’ 글로벌 성공에 방송계 러시 제빵사들의 베이킹 전쟁 그린 ‘천하제빵’ 잔잔한 감성의 식재료 여행기 ‘식덕후’ 등 다양한 먹방 식욕 자극…시청자 오감 만족

넷플릭스 예능 ‘흑백요리사’의 글로벌 성공 이후 그 뿌리에서 뻗어 나온 다양한 종류의 요리 예능들이 예능계를 장악하고 있다.

8일 방송가에 따르면 최근 다양한 방송사와 온라인동영상서비스(OTT)에서 ‘흑백요리사’의 세계관을 공유하거나 변주한 콘텐츠들이 쏟아져 나오고 있다.

이달 첫 방송을 시작한 MBN의 새 예능 ‘천하제빵’은 ‘흑백요리사’ 시리즈가 선보였던 요리 서바이벌의 긴장감을 베이커리로 옮겨와 파티시에(제빵사)들의 베이킹 전쟁을 그렸다. ‘흑백요리사’ 시즌1의 우승자 권성준 셰프(나폴리 맛피아)도 심사위원으로 참여했다.

김태호 PD 사단의 제작사 테오의 유튜브 예능 ‘식덕후’는 ‘흑백요리사’2 우승자 최강록 셰프를 전면에 내세워 잔잔한 감성의 식재료 여행기를 선보였고, 웨이브 ‘공양간의 셰프들’은 ‘흑백요리사’2 출연자 선재스님을 필두로 사찰음식의 매력을 집중 조명했다.

아울러 채널A ‘셰프와 사냥꾼’은 UFC 선수 출신 방송인 추성훈의 정글 사냥과 ‘흑백요리사’의 준우승자 에드워드 리 셰프의 요리를 접목한 리얼리티 예능을 만들었고, JTBC의 장수 요리 예능 ‘냉장고를 부탁해’는 최현석 셰프를 비롯해 샘김·정호영·최강록·손종원·윤남노·권성준·박은영 셰프 등 ‘흑백요리사’ 시즌1, 2의 셰프들이 총출동해 세계관을 이어가고 있다.

이 같은 요리 예능 열풍에 대해 전문가들은 인간의 기초적인 본능인 ‘식욕’을 자극한다는 점이 근본적인 인기 요소 중 하나라고 분석한다. 시청자들이 유튜브 등 플랫폼에서 다양한 ‘먹방’, ‘국방’을 찾아보는 것과 같은 원리다.

요리 예능 전성시대

요즘 예능 꿀맛이네

하재근 대중문화평론가는 “먹는 것에 대한 관심은 인간의 본능이기 때문에 사라질 수 없다”며 “맛있는 음식은 위안이 필요한 사람들이 가장 쉽게 찾을 수 있는 ‘원초적인 위로’이자, ‘작은 즐거움’이기도 하다”고 설명했다.

여기에 ‘흑백요리사’의 전 세계적인 흥행이 요리 예능 붐에 더욱 불을 지웠다. 이름없는 요리사인 흑수저와 ‘스타 셰프’인 백수저의 대결, 예측할 수 없는 재료 등 다양한 변수로 시청자들을 사로잡은 ‘흑백요리사’는 시즌1에서 넷플릭스 한국 예능 중 처음으로 3주 연속 비영어 쇼 부문 글로벌 1위를 차지했고, 시즌2 역시 같은 부문에서 2주 연속 정상에 올랐다.

‘흑백요리사’가 쏘아 올린 공은 단순한 예능의 성공을 넘어 외식 업계 선순환으로도 이어지고 있다.

방송을 통해 한식, 중식, 프렌치, 이탈리안, 파인 다이닝 등 다양한 요리 장르들과 다채로운 요리법들을 알게 된 시청자들이 자연스럽게 미식을 즐기게 되면서 방송 출연 셰프들의 식당에 매일 예약 전쟁이 벌어지게 된 것이다.

정덕현 대중문화평론가는 “그것이 바로 방송의 힘”이라며 “‘흑백요리사’의 경우 한두명이 아닌 100여명의 셰프들이 나오고, 그분들이 다 현장에서 요식업을 하고 있다 보니 방송의 파급력이 더 크게 느껴지는 편”이라고 해석했다.

연예인이 아닌 요리사라는 하나의 전문 직군이 ‘스타 셰프’라는 새로운 인적 IP(지식재산권)로 발돋움하고 있다는 것도 의미 있는 변화다. 특히 ‘흑백요리사’ 등 방송에서 구축한 셰프들 각각의 캐릭터와 서사, ‘맛’ 하나를 위해 주방에서 구슬땀을 흘리는 장인 정신 등은 자연스럽게 시청자를 ‘팬’으로 만들었다.

실제 일부 시청자들은 단순히 이들이 나오는 예능을 보며 ‘먹방’과 ‘국방’을 즐기는 수준을 넘어, 특정 셰프의 팬덤에 속해 그들이 출연하는 다른 포맷의 파생 예능들을 찾아보고, 인공지능(AI) 등으로 2차 콘텐츠까지 만들어 내는 수준에 이르기도 했다.

다만 ‘스타 셰프’를 활용한 방송 제작에는 다소 주의할 지점이 있다고 전문가들은 입을 모은다. 이들은 엄밀히 말하면 ‘일반인’이기 때문에 사생활 등 검증에 더욱 주의할 필요가 있다는 것이다.

‘흑백요리사’로 인기를 구가하다 음주운전 전력 등이 알려지며 활동을 중단한 임성근 셰프의 사례는 이를 단적으로 보여준다.

정 평론가는 “방송사들도 사전 검증 시스템을 공고히 하고, 일반인 출연자들도 저마다 경각심을 갖는 것이 가장 중요하다”고 말했다.

/연합뉴스

세계 팬 사로잡은 ‘K-아이돌’



스트레이키즈

패럿 애널리틱스 조사
세계 엔터시장 올해의 인물
BTS·엔하이픈·스키즈 등
상위 15위에 K팝 그룹 8팀

그룹 방탄소년단(BTS), 엔하이픈, 스트레이 키즈 등이 지난해 세계 엔터테인먼트 시장에서 가장 큰 화제를 모은 인물로 꼽혔다. 최근 글로벌 콘텐츠 분석업체 패럿 애널리틱스의 ‘30세 이하 올해의 인물’(Talents of the Year Under 30) 명단에 따르면 방탄소년단은 1위, 엔하이픈과 스트레이 키즈는 각각 2위와 3위를 차지했다.

이 명단은 2025년 말 기준 만 30세 이하 인물을 대상으로 사람들이 지난해 특정 인

물에게 얼마나 많이, 자주, 능동적으로 반응했는지를 수치화한 평균 수요(Average Demand)를 기반으로 작성됐다.

패럿 애널리틱스는 방탄소년단에 대해 “2025년 그룹 활동이 제한적인 상황에서도 반복적인 수요 급증을 만들어내며 한해의 중심적 역할을 했다”고 소개했다. 화제를 모은 순간으로는 멤버 지민과 정국의 전역 등을 꼽았다.

상위 15위까지 공개된 명단에는 K팝 그룹 총 8팀이 이름을 올렸다.

걸그룹 블랙핑크가 5위, 세븐틴이 8위를 차지했고 걸그룹 트와이스는 10위에 자리했다. 그룹 갓세븐과 NCT 127은 각각 12위와 14위를 기록했다. 이와 함께 유명 유튜브 미스터비스트가 4위, 배우 시드니 스위니와 팝스타 사브리나 카펜터가 각각 6위와 7위에 올랐다.

/연합뉴스

이재, 그래미 이어 결혼 ‘접경사’

한국계 미국인과 가을 결혼

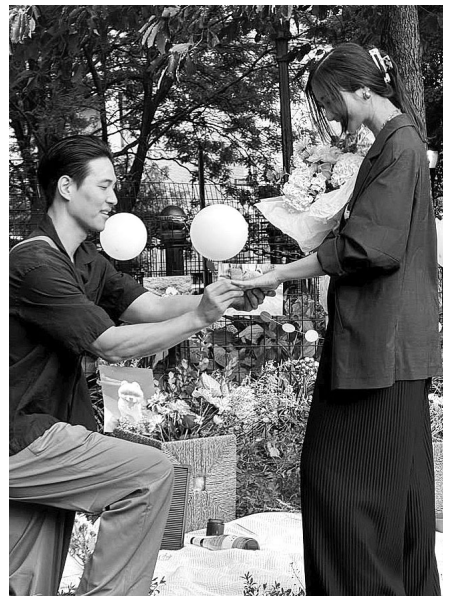
K팝 가수 최초로 그래미 어워즈를 수상한 가수 겸 작곡가 이재가 결혼을 앞둔 것으로 전해졌다.

최근 가요계에 따르면 전날 한 매체는 이재가 오는 11월 7일 한국계 미국인 샘 김과 결혼식을 올리는 것으로 알려졌다고 보도했다.

이재는 지난해 11월 미국의 한 라디오 방송에 출연해 “2026년 가을에 결혼식을 올릴 예정”이라고 밝혔으며, 지난달에는 그의 인스타그램에 약혼자로부터 결혼반지를 받는 모습(사진)을 올리기도 했다.

2017년 작곡 작업 중 약혼자를 만나 관계를 이어온 이재는 과거 약혼자와 다툼을 벌였던 경험을 토대로 그룹 레드벨벳의 노래 ‘사이코’(Psycho) 작곡에 참여했다고 밝힌 바 있다.

넷플릭스 애니메이션 영화 ‘케이팝 대문헌터스’ 오리지널사운드트랙(OST) ‘골든’(Golden)을 부른 이재는 지난 1일(현



지시간) 제68회 그래미 시상식에서 ‘베스트 송 리트 포 비주얼 미디어’를 수상하며 K팝 장르 최초의 그래미상을 받았다.

한국계 미국인인 이재는 배우 신영균의 외손녀로도 알려져 있다.

/연합뉴스

DK 디케이 주식회사

공 기 의 새 로 운 정 의
공 간 을 빛 내 는 선택

계절이 바뀌어도 변하지 않는 건
우리 집 공기의 깨끗함입니다.
늘 깨끗한 집, 늘 건강한 삶.

모 든 순 간 을 더 건 강 하 게
디케이 공기청정기·살균기

www.e-dk.co.kr

판매 및 A/S 문의 1544-1154

