

여자 고등학생의 시판김치 섭취 실태 및 평가와 김치 담그기 교육에 대한 견해*

이 경 희, 박 은 숙[†]

원광대학교 교육대학원 가정교육과
원광대학교 사범대학 가정교육과[†]

Intake and Evaluation of Commercial Kimchi and Perception of Learning Methods Making Kimchi among Female High School Students

Kyoung-Hee Lee, Eun-Sook Park[†]

Graduate School, Dept. of Home Economics Education, Wonkwang Univ.
Dept. of Home Economics Education, Wonkwang Univ.[†]

Abstract

Kimchi is a traditional food in Korea. It is a fermented food made by several vegetables. Kimchies have traditionally made at home, but the use of commercial Kimchies is increasing. The purpose of this study was to evaluate the intake and evaluation of commercial Kimchies and the perception of desirable learning methods making Kimchies among female high-school students. Three hundred and seventy one female high-school students living in Chonbuk province were participated in the survey.

The results obtained were as follows:

1. The percentage of subjects who had consumed commercial Kimchies at least once was 49.7%. It was higher in the subjects living in the rural area(65.6%) than in the urban area(37.9%) at $p \leq 0.001$.
2. Positive reasons for the consume of commercial Kimchies was: 'saving time(4.11 ± 0.74)', 'convenience to buy when it is needed(4.03 ± 0.78)', 'variety(3.59 ± 0.86)' and 'looking good(3.21 ± 0.98)'. However, commercial Kimchi received low scores for: 'sanitation(2.44 ± 0.96)', 'taste(2.84 ± 0.90)', and 'economy(2.89 ± 1.02)'. 90.5% of the subjects believed that the use of commercial Kimchi will be increased.
3. 24.3% of the subjects had an experience of making Kimchi alone, and 88.7% of the subjects had assisted their mother making Kimchi. 88.9% of the subjects reported that they would like to learn how to make Kimchi from their mothers. 84.0% of the subjects want to make Kimchi by themselves at home when they will be housewives.

*이 논문은 1998년도 원광대학교 교비 지원에 의해서 연구됨

[†]Corresponding author : Dept. of Home Economics Education, Wonkwang Univ.,
344-2 Iksan, 570-749, Korea
Tel : 0653-850-6588, Fax : 0653-850-7306
E-mail : espark@wonms.wonkwang.ac.kr

In conclusion, this report suggests that commercial Kimchi should be produced under more sanitary conditions and Kimchi producers should also develop a variety of tastes to match consumer's preferences. There is also a need for education for making high quality Kimchies in school programs of Home Economics. (*Korean J of Human Ecology* 2(1):89-98, 1999)

I. 서 론

김치는 배추, 무우 등을 주재료로 하여 양념에 짓갈을 넣어 버무려 만드는 젓산균에 의해 발효된 독특한 향미를 지닌 한국의 전통 식품이며, 대표 식품중의 하나이다 (고용덕 등 1994: 구영조 등 1996: 김명선, 한재숙 1995: 식생활 개선 국민 운동 본부 1993: 이혜경 1988).

우리나라 최초의 김치에 관한 문헌인 이규보의 동국이상국집(東國李相國集)에서 김치 담그기를 '염지(鹽漬)'라 하였다. 즉 김치는 물에 담근다는 뜻으로 '지(漬)'라 하였던 것이다. 이후 침채(沈菜)→팀채→담채→집채의 명칭 변화를 거쳐 현재의 김치에 이르게 되었다(한국민속문화사대계Ⅳ, 1970). 지금도 전라도 지방에서는 김치를 '지(漬)'라 부르며, 무우 등을 양념하지 않고 소금에 절여 먹는 김치를 '잔지'라고 한다.

김치의 발전 과정은 삼국시대로 거슬러 올라간다. 삼국지에는 고구려 사람들이 소금을 생산하여 발효 식품을 만들어 먹었다고 기록되어 있다(이성우 1984: 최홍식 1995). 통일신라시대에는 오늘날의 나박김치나 동치미에 해당되는 국물김치가 개발되었고, 고려시대에는 무우장아찌와 소금절이가 있었다(강인희 1991). 싱겁게 담그는 담채류(淡菹類)는 조선 초기부터 담그기 시작한 것으로 여겨진다(조계선 1994). 지봉유설(芝峯類說)에 고추가 기록되어 있는 것으로 보아 고추가 우리 나라에 전래되어 온 것은 1600년대 초엽으로 추측되며, 산림경제(山林經濟)에는 고추의 재배법이 기록되어 있다. 증보산림경제(增補山林經濟)는 오이김치에 파, 마늘 등의 양념과 함께 고추가루를 사용했다는 기록이 있다. 1800년대에는 짓갈을 넣은 김치가 등장하여 배추김치, 보쌈김치, 오이소박이, 가지김치, 깍두기, 비늘김치, 동치미, 물김치 등 오늘날의 김치가 이 무렵에 완성되었다. 일제 하와 6·25 동란 등 경제적 어려움으로 인해 김치의 종류와 담그는 방법이 단순화되었으나 그 후 경제 발전과 더불어 김치의 종류가 다양해져 최근에는 190여 종으로 발전하였으며(조계선

1994), 김치를 이용한 요리도 50여종이 있다(윤서석 1991).

김치의 종주국인 우리나라는 오랜 김치 역사를 자랑하고 있으나, 공장에서 제조하여 판매하는 상품김치(시판김치)의 역사는 짧다. 김치의 기업적인 생산은 1960년대 중반 군인들에게 김치 통조림을 납품하면서부터 시작되었다. 1970년대에는 공업화에 따른 해외 근로자의 증가로 김치의 기업적인 생산이 요구되었으나, 제조 업체는 영세성을 면치 못하였다. 1980년대에 들어와 도시로의 인구 집중, 아파트로의 주거 형태 변화, 핵가족화, 여성의 사회 참여 등으로 인스턴트 식품과 레토르트(retort) 식품과 같은 편의 식품의 기호가 증가하면서 시판김치를 이용하는 가정이 늘어났으며, 1990년대에 접어들면서 소비자의 시판김치에 대한 인식이 개선되고, 가정에서 담그는 김치의 양이 줄어들면서 시판김치의 수요는 연간 10~15%씩 증가되는 추세이다(한응수, 석문식 1996). 우리나라의 김치 제조 업체는 190개소로 가동률은 저조한 실정이며 원자재의 수급 불안정, 시설 노후, 작업장 협소, 품질 관리 미흡, 국내의 시판 김치 수요 증대 방안 미흡, 김치 제품 질 저하 초래, 연구 개발 사업 추진 미진 등이 문제점으로 지적되고 있다(임득렬 1991: 조계선 1991).

김치는 담그는 과정이 복잡하고 다른 음식에 비해 담그는데 많은 시간이 소요되며 일정한 맛을 내기가 어렵다(김미향 등 1991). 따라서 소비자들의 시판김치에 대한 요구가 증가되고 있다. 그러나 김치는 전통적으로 가정에서 담그는 식품이라는 인식 때문에 시판김치 구입에 대해 소비자로서 부정적인 측면을 보이기도 한다.

청소년기는 만13세에서 19세까지로 신체적인 성장과 더불어 가치관이 형성되는 시기이다(Worthington-Roberts, Williams 1996). 이 때 형성된 식품에 대한 인식은 개인의 미래 뿐 아니라, 그들의 미래 가족에게도 영향을 준다(Howe, Vaden 1980). 특히 주부는 가족의 식생활에 많은 영향을 미치므로(임국이, 김선효 1985) 청소년기에 있는 여자 고등학생에게 김치에 대한 인식을 고취시키는 것은 우리의 고유 식품인 김치를 발전시킬 수 있는 토대

를 마련하는 것이라 할 수 있다.

따라서 본 연구는 여자 고등학생을 대상으로 시판김치의 섭취 실태 및 이에 대한 평가와 바람직하다고 생각하는 김치 담그기 교육 방법에 대하여 조사하여 기초 자료를 제공하고자 한다.

II. 연구 방법

1. 연구 대상 및 기간

본 연구는 전라북도 지역에 거주하는 여자 고등학생을 대상으로 하였다. 대상자는 거주 지역에 따라 도시와 농촌 지역으로 구분하여 도시 지역으로는 전주, 익산, 군산 시에 소재한 고등학교 재학생을, 농촌 지역으로는 무주군, 장수군 지역에 소재한 고등학교 재학생을 대상으로 하였다. 예비조사는 1996년 10월에 실시하였으며, 예비조사 후 설문지를 수정하여 1996년 11월 18일에서 11월 28일까지 11일에 걸쳐 본 조사를 실시하였다. 총 420부의 설문지를 배부하여 400부가 회수되었으나(회수율 95.2%) 불성실하게 응답한 설문지를 제외하고 371부를 최종 분석 자료로 사용하였다.

2. 연구 내용

본 연구는 설문지를 이용하였으며 설문 내용은 세 부분으로 구성되었다. 첫째 부분은 대상자의 일반적인 특성에 관한 영역으로 거주 지역, 가족 형태, 주택의 형태, 어머니 직업 유무, 가족의 월수입으로 구성되었다. 둘째 부분은 시판김치의 섭취 실태 및 평가에 관한 영역으로 시판김치의 섭취 경험, 가정에서 시판김치를 이용하는 빈도, 시판김치에 대한 평가, 구입 의사 등으로 구성되었다. 셋째 부분은 김치 담그기 교육법에 대한 영역으로 김치를 담가 본 경험 유무, 주부가 되었을 때 김치를 준비하는 방법, 김치를 담글 때 돕는 정도, 김치 담그기를 배우는 방법에 대한 의견 등으로 구성되었다.

3. 자료 처리 및 분석 방법

자료의 분석은 무응답한 항목을 제외하고 SPSS(채서일 등, 1992)를 이용하여 명명척도법은 빈도, 백분율을 구

하고, 시판김치의 평가에 대한 항목은 Likert 척도법으로 각 항목에 대하여 '정말 그렇다' 5점, '그렇다' 4점, '그저 그렇다' 3점, '그렇지 않다' 2점, '정말 그렇지 않다' 1점으로 처리하여 평균과 표준편차를 구하였다. 유의성은 χ^2 test 및 t-test로 검증하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 대상자의 일반적인 특성

대상자의 일반적인 특성은 <표 1>과 같았다. 전체 대상자는 여자 고등학생 371명으로 거주 지역은 도시 159명(42.9%)과 농촌 212명(57.1%)이었으며, 가족 형태는 핵가족 305명(82.2%)과 대가족 66명(17.8%)이었고, 주택 형태는 단독주택 285명(76.8%)과 아파트나 연립주택이 86명(23.2%)이었다. 어머니가 직업을 가진 대상자는 134명(36.1%)이었고 전업 주부는 237명(63.9%)으로 나타났다. 가족의 월수입은 100만원 미만인 186명(52.4%)이었고 101-200만원이 135명(38.0%)이었으며 201만원 이상은 34명(9.6%)으로, 전체 대상자의 90.4%가 200만원 미만이었다.

<표 1> 대상자의 일반적인 특성

		N	%
거주 지역	도시	159	42.9
	농촌	212	57.1
	계	371	100.0
가족 형태	핵가족	305	82.2
	대가족	66	17.8
	계	371	100.0
주택 형태	단독 주택	285	76.8
	APT 및 연립	86	23.2
	계	371	100.0
어머니 직업	유	134	36.1
	무	237	63.9
	계	371	100.0
가족의 월수입	100만원 미만	186	52.4
	101-200만원	135	38.0
	200만원 이상	34	9.6
	계	355	100.0

2. 시판김치의 섭취 실태 및 평가

(1) 시판김치 섭취 경험 및 가정에서의 이용도

시판김치에 대한 여고생의 섭취 경험은 <표 2>와 같다. 전체 대상자 중 시판김치를 먹어 본 경험이 있는 사람은 183명(49.7%)이었고 먹어 본 경험이 없는 사람은 185명(50.3%)이었다. 거주 지역과 주택 형태는 시판김치의 섭취에 $p \leq 0.001$ 수준에서 유의적인 차이를 보였으며, 가족 형태는 $p \leq 0.05$ 수준에서 유의적인 차이를 보였다. 즉, 시판 김치를 섭취한 경험은 농촌 거주자(37.9%)에 비해 도시 거주자(65.6%)가 많았으며, 대가족(38.5%) 보다는 핵가족(52.1%)이, 단독 주택 거주자(43.1%) 보다는 아파트나 연립 주택 거주자(71.8%)가 더 많았다. 어머니의 직업이 있고 없음은 대상자의 시판김치 섭취 경험에 영향을 미치지 않았다.

가정에서 시판김치를 이용하는 빈도는 <표 3>과 같다. 시판김치를 이용하는 정도는 전체 응답자 중 '자주 이용한다' 2명(0.6%), '가끔 이용한다' 47명(14.0%) 및 '이용하지 않는다' 287명(85.4%)이었다. 거주 지역에 따른

시판김치의 이용 정도는 $p \leq 0.05$ 에서 유의적인 차이를 보여, 도시 지역 대상자중 '자주 이용' 또는 '가끔 이용' 하는 경우가 31명(20.6%)인데 비하여 농촌 지역은 18명(10.1%)만이 '가끔 이용'하여 농촌보다 도시 지역 거주자의 가정에서 시판김치를 많이 이용하고 있었다.

윤석인 등(1988)은 수도권에 거주하는 성인을 대상으로 한 연구에서 대상자의 24.0%가 시판김치를 구입한 경험이 있으며, 주거 지역, 가족 형태, 소득원, 소득수준, 학력, 가족의 형태가 유의적인 영향을 주어, 상업 지역과 공업 지역 거주자가 주택 지구 거주자 보다, 아파트나 연립 주택 거주자가 단독 주택 거주자보다, 독신 및 소가족이 대가족 보다, 고학력자가 저학력자보다, 저소득층과 고소득층이 중간 소득층보다 시판김치의 구입 경험이 많았음을 보고하였다. 신동화와 구영조(1988)는 시판김치를 구입하는 주된 연령층이 30-40대의 장년층에서 20~30대의 젊은 층으로 연소화 하며 연령 계층별 유의성은 $p \leq 0.05$ 수준이었음을 보고하였다. 송주은과 한재숙(1995)은 대구지역 주부들은 68.4%가 시판김치를 구입한 경험이 있다고 보고하였다. 연령, 학력, 수입

<표 2> 시판김치의 섭취 경험

	거주 지역		가족 형태		주택 형태		어머니 직업		합 계 N %
	도시 N %	농촌 N %	핵가족 N %	대가족 N %	단독 주택 N %	아파트 N %	유 N %	무 N %	
있 다	103 65.6	80 37.9	158 52.1	25 38.5	122 43.1	61 71.8	7 10.1	112 47.7	183 49.7
없 다	54 34.4	131 62.1	145 47.9	40 61.5	161 56.9	24 28.2	62 89.9	123 52.3	185 50.3
계	157 100.0	211 100.0	303 100.0	65 100.0	283 100.0	85 100.0	69 100.0	235 100.0	368 100.0
χ^2	27.61***		4.01*		21.47***		1.11		-

* $p \leq 0.05$, *** $p \leq 0.001$

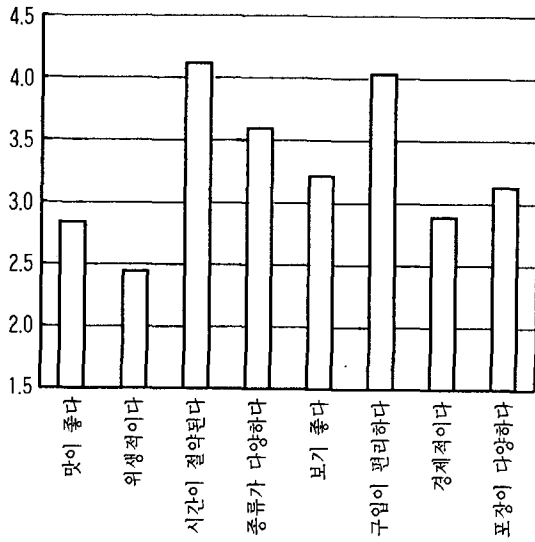
<표 3> 가정에서 시판김치를 이용하는 빈도

	거주 지역		가족 형태		주택 형태		어머니 직업		합 계 N %
	도시 N %	농촌 N %	핵가족 N %	대가족 N %	단독 주택 N %	아파트 N %	유 N %	무 N %	
자주 이용한다	2 1.3	0 0.0	2 0.7	0 0.0	2 0.8	0 0.0	1 0.8	1 0.5	2 0.6
가끔 이용한다	29 19.3	18 10.1	41 14.7	6 10.3	30 11.8	17 21.0	17 13.8	30 14.1	47 14.0
이용하지 않는다	119 79.4	160 89.9	235 84.6	52 89.7	223 87.4	64 79.0	105 85.4	182 85.4	287 85.4
계	150 100.0	178 100.0	278 100.0	58 100.0	255 100.0	81 100.0	123 100.0	213 100.0	336 100.0
χ^2	9.21*		1.65		5.54		0.31		-

* $p \leq 0.05$

정도에 따라 시판 김치의 구입 경험은 연령대로는 20대 91.67%, 30대가 70.7%, 40대 65.9%, 50대 이상 52.4%였으며, 주부의 직업에 따라서는 전업 주부(66.9%), 정규 직업을 가진 주부(70.0%)로 주부의 직업 유무가 시판 김치의 구입에 영향을 미치지 않았다. 수입이 350만원 이하인 경우 시판김치를 구입한 응답자는 62.0%~66.3%였으나, 수입이 300만원 이상인 응답자의 시판김치 구입 경험은 50.0%로 낮게 나타났다.

(2) 시판김치에 대한 평가



〈그림 1〉 시판김치의 평가

대상자가 생각하는 시판 김치의 평가 내용은 〈그림 1〉과 같았다. 평가 내용 중 5.0 만점에서 '시간이 절약된다' 4.11±0.74, '필요할 때마다 구입할 수 있어서 좋다(구입이 편리하다)' 4.03±0.78, '종류가 다양하다' 3.59±0.86 및 '보기가 좋다'는 3.21±0.98로 높게 인식하고 있었으나 '위생적이다' 2.44±0.96, '맛이 좋다' 2.84±0.90 및 '경제적이다'라는 내용은 2.89±1.02로 낮게 나타났다.

거주 지역, 가족 형태, 주택 형태 및 어머니의 직업 유무에 따른 시판김치에 대한 평가는 〈표 4〉와 같았다. 시판김치의 맛에 대한 평가는 가족의 형태에 따라 p≤0.05 수준에서 유의적인 차이를 보였고, 위생적인 면은 p≤0.01 수준에서 거주 지역에 따라 유의적인 차이를 보였으며, 포장이 다양하다는 면에서는 거주 지역에 따라 p≤0.01 수준에서 유의적인 차이가 있었다. 즉, 핵가족(2.89±0.87)이 대가족(2.58±0.98)에 비해 시판김치가 맛있다는 인식이 높았고, 도시(2.23±0.86)보다 농촌 지역(2.56±1.03)에 거주하는 여고생이 시판김치가 위생적이라고 인식하고 있었으며, 포장이 다양하다고 인식하는 경우도 도시(2.96±0.88) 보다 농촌 거주자(3.26±0.86)가 높았다.

대구지역 주부의 경우 시판김치를 구입하여 먹는 이유는 맛이 좋고(23.7%) 위생적이며(38.7%) 좋은 원료를 사용하고(32.9%) 편리하며(74.7%) 시간이 절약되고(91.0%) 필요할 때마다 조금씩 살 수 있고(66.4%) 가격도 비싸지 않으며(54.7%), 오히려 직접 담그는 것보다 경제적(56.5%)이라고 긍정적인 반응을 보였다. 그러나 종류가 다양하지 않고(57.3%), 보기에 좋지 않고(55.8%), 양념

〈표 4〉 시판김치에 대한 평가

	거주 지역		가족 형태		주택 형태		어머니 직업	
	도시	농촌	핵가족	대가족	단독주택	아파트	유	무
맛이 좋다	2.81±0.95	2.87±0.86	2.89±0.87	2.58±0.98*	2.79±0.89	2.98±0.93	2.85±0.88	2.83±0.92
위생적이다	2.23±0.86	2.56±1.03**	2.41±0.94	2.42±1.12	2.43±0.98	2.37±0.94	2.32±0.93	2.47±0.99
시간이 절약된다	4.10±0.61	4.12±0.82	4.11±0.74	4.14±0.73	4.11±0.77	4.12±0.61	4.08±0.83	4.13±0.68
종류가 다양하다	3.51±0.83	3.64±0.89	3.59±0.85	3.58±0.94	3.57±0.90	3.63±0.74	3.54±0.84	3.61±0.88
보기가 좋다	3.15±0.91	3.25±1.03	3.20±0.96	3.24±1.06	3.24±0.99	3.10±0.91	3.17±0.99	3.23±0.97
구입이 편리하다	3.98±0.78	4.07±0.77	4.03±0.78	4.03±0.75	4.05±0.75	3.97±0.86	4.08±0.79	4.01±0.77
경제적이다	2.91±0.99	2.86±1.04	2.88±1.04	2.87±0.92	2.88±1.00	2.89±1.08	2.93±1.04	2.86±1.01
포장이 다양하다	2.96±0.88	3.26±0.86**	3.14±0.90	3.09±0.77	3.16±0.88	3.05±1.05	3.05±0.87	3.18±0.88

*p≤0.05, ** p≤0.01

을 많이 사용하지 않는 점(81.3%) 등은 부정적인 평가 내용이었다. 대상자들이 생각하는 시판김치의 개선점은 일정한 맛과 숙성도 유지(45.8%), 위생 상태(28.8%), 가격을 보다 저렴하게(20.4%), 다양한 종류의 김치 판매(5.0%) 등의 순이었다(송주은, 한재숙 1995). 수도권 성인의 시판김치 구입 동기는 편하기 때문(49.0%)과, 시간이 부족하기 때문(34.9%)이 대상자의 83.9%를 차지하였으며, 맛이 좋아서(6.5%)와 값이 저렴하기 때문(4.4%)의 순이었다(윤석인 등 1988). 시판김치의 개선점은 위생적인 면(80.8%), 맛의 향상(10.9%) 및 가격의 저렴화(5.3%)의 순으로 나타나 시판김치의 위생에 대해 깊은 불신감을 나타내고 있었다(윤석인 등 1988).

시판김치 섭취 경험이 있는 대상자의 시판김치의 맛에 대한 평가는 <표 5>와 같았다. 김치는 각 가정마다 사용하는 재료와 부재료의 종류, 담그는 방법, 숙성 온도가 다르므로 맛이 다양하고, 기본 맛인 매운맛, 짠맛, 단맛, 신맛도 달라진다. 시판김치의 맛에 대한 의견은 매운맛 정도가 '적당하다' 90명(50.0%), '맵지 않다' 48명(26.7%), '약간 맵다' 36명(20.0%), '너무 맵다' 6명(3.3%)의 순으로 나타나 맵지 않거나 적당하다가 138명(76.7%)으로 시판김치의 매운맛은 여고생이 선호하는 매운 맛에 접근하였다. 짠맛은 '적당하다' 90명(49.3%), '약간 짜다' 50명(27.3%), '싱겁다' 37명(20.2%), '너무 짜다' 5명(2.7%), '너무 싱겁다' 1명(0.5%)의 순으로 30.0%가 짜다고 느끼고 있으므로 짠맛의 정도를 다르게 제조하여 판매함으로써 소비자들의 다양한 기호를 충족시킬 필요가 있다. 단맛은 '적당하다' 93명(51.4%), '약간 달다' 50명(27.6%), '단맛이 없다' 30명(16.6%), '아주 달다' 8명(4.4%)으로 32.0%가 단맛이 있다고 응답하였다. 시판김치는 가정에서 담그는 김치보다 단맛이 강한 편임을 알 수 있었다.

수도권 성인의 김치 맛에 대한 기호도(윤석인 등 1988)는 신맛에 대해 보통을 좋아한다는 사람이 66.1%를 차지하였으며, 시지 않은 것을 좋아한다는 사람이 21.4%를 차지하여 지나치게 발효가 되지 않은 김치를 선호하는 경향을 보였다. 짠맛에 대해서는 보통 62%, 싱거운 것이 24.9%를 차지하여 식품의 저렴화 추세와 맞았다. 매운맛은 보통 46.3%, 매운 편이 36.4%, 맵지 않은 편이 17.3%로 나타났다. 단맛에 대해서는 보통이

56.2%, 달지 않은 맛이 37.9%, 단맛이 6.9%였다.

본 연구 대상자들은 시판김치의 맛에 대해 긍정적인 반응을 보이고 있으나, 소비자의 기호를 조사하고 다양한 맛의 김치가 개발되어 소비자의 기호를 충족시켰으면 한다.

<표 5> 시판김치의 맛에 대한 평가

		N	%
매운맛	너무 맵다	6	3.3
	약간 맵다	36	20.0
	적당하다	90	50.0
	맵지 않다	48	26.7
	계	180	100.0
짠 맛	너무 짜다	5	2.7
	약간 짜다	50	27.3
	적당하다	90	49.3
	싱겁다	37	20.2
	너무 싱겁다	1	0.5
계	183	100.0	
단 맛	아주 달다	8	4.4
	약간 달다	50	27.6
	적당하다	93	51.4
	단맛이 없다	30	16.6
	계	181	100.0

(3) 시판김치 구입 의사 및 견해

향후 시판김치의 소비에 대한 전망과 시판김치 구입 의사는 <표 6>과 같았다. 시판김치의 소비가 향후 증가할 것인가에 대한 대상자들의 응답은 '그렇다' 291명(79.3%), '매우 그렇다' 41명(11.2%), '그렇지 않다' 27명(7.4%), '전혀 그렇지 않다' 7명(1.9%) 순이었다. 본 연구 대상자의 90.5%가 시판김치의 소비가 앞으로 증가할 것이라고 응답하였다.

시판김치 구입에 대해 부정적인 견해를 갖는 대상자는 144명(38.8%), 긍정적인 대상자는 96명(25.9%)이었다.

여고생들은 자신이 시판김치를 구입하는 것에 대하여 부정적인 의견이 많음을 알 수 있다. 이는 여고생은 직접 김치를 담그는 기회도 적고 김치 담는 번거로움을 경험하는 횟수가 적었기 때문이라고 생각된다.

수도권 성인(윤석인 등 1988)은 시판김치의 문제점이 개선되면 앞으로 구입하겠다는 사람이 56.3%로, 지속적인 경제 성장, 고도 산업화, 핵가족의 확대, 가옥 구조의 변천, 여성의 사회 참여 확대 등으로 인하여 시판김치의 수요는 계속 증가할 전망이다.

〈표 6〉 시판김치 소비 증가 여부에 대한 견해 및 시판김치 구입 의사

		N	%
향후 시판김치 소비 증가에 대한 견해	전혀 그렇지 않다	7	1.9
	그렇지 않다	27	7.4
	그렇다	291	79.3
	매우 그렇다	41	11.2
	기 타	1	0.3
계	367	100.0	
시판김치 구입 의사	긍정적이다	96	25.9
	부정적이다	144	38.8
	모르겠다	129	34.8
	기 타	2	0.5
	계	371	100.0

다. 전체 대상자 중 김치를 담가 본 경험이 있는 대상자는 89명(24.3%)이었고 담가 본 경험이 없는 경우는 277명(75.7%)이었다. 김치를 담가 본 경험 정도는 거주 지역, 가족 형태, 주택 형태 또는 어머니 직업 유무에 따른 유의적인 차이가 없었다.

(2) 주부가 되었을 때 김치를 준비하는 방법

주부가 되었을 때 김치를 준비하는 방법에 대한 의견은 〈표 8〉과 같았다. 전체 대상자 중 주부가 되었을 때 김치를 준비하는 방법은 '스스로 담겠다' 177명(47.8%), '타인의 도움을 받겠다' 21명(5.7%), '시판김치를 이용하겠다' 14명(3.8%), '처음에는 도움을 받다가 후에 스스로 담겠다' 134명(36.2%), '먹지 않겠다' 23명(6.2%)이 응답했다. 주택 형태에 따라 주부가 되었을 때 김치를 준비하는 방법은 $p \leq 0.001$ 수준에서 유의적인 차이를 보여, 단독 주택 거주자는 '스스로 담겠다' 137명(48.1%),

3. 김치 담그기 교육에 대한 견해

(1) 김치를 담가 본 경험

대상자들이 김치를 담가 본 경험 정도는 〈표 7〉과 같았

〈표 7〉 김치를 담가 본 경험

	거주 지역		가족 형태		주택 형태		어머니 직업		합 계 N %
	도 시 N %	농 촌 N %	핵가족 N %	대가족 N %	단독 주택 N %	아파트 N %	유 N %	무 N %	
경험이 있다	35 22.3	54 25.8	72 23.8	17 26.6	70 24.8	19 22.6	28 21.2	61 26.1	89 24.3
경험이 없다	122 77.7	155 74.2	230 76.2	47 73.4	212 75.2	65 77.4	104 78.8	173 73.9	277 75.7
계	157 100.0	210 100.0	303 100.0	64 100.0	283 100.0	84 100.0	132 100.0	234 100.0	366 100.0
χ^2	1.36		0.43		0.47		1.65		-

〈표 8〉 주부가 되었을 때 김치를 준비하는 방법

	거주 지역		가족 형태		주택 형태		어머니 직업		합 계 N %
	도 시 N %	농 촌 N %	핵가족 N %	대가족 N %	단독 주택 N %	아파트 N %	유 N %	무 N %	
스스로 담겠다	73 46.2	104 49.1	138 45.5	39 58.2	137 48.1	40 47.0	60 44.8	117 49.5	177 47.8
타인의 도움을 받겠다	9 5.7	12 5.7	16 5.3	5 7.5	16 5.6	5 5.9	6 4.5	15 6.4	21 5.7
시판김치를 이용하겠다	8 5.1	6 2.8	13 4.3	1 1.5	6 2.1	8 9.4	9 6.7	5 2.1	14 3.8
도움을 받은 후 스스로 담겠다	52 32.9	82 38.6	114 37.6	20 29.8	113 39.6	21 24.7	46 34.3	88 37.3	134 36.2
먹지 않겠다	15 9.5	8 3.8	22 7.3	1 1.5	13 4.6	10 11.8	12 9.0	11 4.7	23 6.2
기 타	1 0.6	-	-	1 1.5	-	1 1.2	1 0.7	-	1 0.3
계	158 100.0	212 100.0	304 100.0	66 100.0	285 100.0	85 100.0	134 100.0	236 100.0	370 100.0
χ^2	8.29		7.58		22.11***		10.22		-

*** $p \leq 0.001$

'처음에는 도움을 받은 후 스스로 담겠다' 113명(39.6%)이었으며, 아파트 거주자는 '스스로 담겠다' 40명(47.0%), '처음에는 도움을 받다가 후에 스스로 담겠다' 21명(24.7%)이었다. '시판김치를 이용하겠다'고 응답한 사람은 단독 주택 거주자는 6명(2.1%)이었으나 아파트 거주자는 8명(9.4%)이었다. 여고생들이 김치를 우리의 전통 식품으로 여겨 김치 담그기를 전수 받아 가정에서 김치를 담가 먹겠다는 의식이 많음을 알 수 있었다.

(3) 김치 담글 때 어머니를 도와 드리는 정도

김치를 담글 때 어머니를 돕는 정도는 <표 9>와 같았다. 전체 응답자 중 '가끔 돕는다' 184명(49.6%), '자주 돕는다' 105명(28.3%), '돕지 않는다' 42명(11.3%), '항상 돕는다' 40명(10.8%) 순으로 응답하였다. 김치를 담글 때 어머니를 돕는 정도는 어머니의 직업 유무에 따라 $p \leq 0.05$ 에서 유의적인 차이를 보였다. 어머니의 직업이 있는 경우는 '항상 돕는다' 18명(13.4%), '자주 돕는다' 43명

(32.1%), '가끔 돕는다' 53명(39.6%) 및 '돕지 않는다'가 20명(14.9%)이었고 어머니의 직업이 없는 경우는 '항상 돕는다' 22명(9.3%), '자주 돕는다' 62명(26.2%), '가끔 돕는다' 131명(55.3%) 및 '돕지 않는다' 22명(9.3%)이었다. 여고생은 김치 담그기에 관심이 많아 김치 담글 때 돕는 경우가 전체 대상자의 88.7%로 높게 나타나 김치 담그기를 도울 때 김치 담그기의 전수가 어느 정도 이루어질 것으로 생각된다.

(4) 김치 담그기 교육 방법에 대한 견해

대상자들이 생각하는 바람직한 김치 담그기 교육 방법은 <표 10>과 같았다. 전체 응답자 중 김치 담그기의 전수는 '어머니로부터 배운다' 327명(88.9%), '학교에서 배운다' 11명(3.0%), '스스로 터득한다' 15명(4.1%), '배울 필요가 없다'가 6명(1.6%)이었다. 어머니의 직업에 따라 $p \leq 0.05$ 수준에서 유의적인 차이를 보여 어머니의 직업이 있는 경우 '어머니로부터 배운다' 108명(82.4%),

<표 9> 김치를 담글 때 어머니를 도와 드리는 정도

	거주 지역		가족 형태		주택 형태		어머니 직업		합 계 N %
	도 시 N %	농 촌 N %	핵가족 N %	대가족 N %	단독 주택 N %	아파트 N %	유 N %	무 N %	
항상 돕는다	19 11.9	21 9.9	32 10.5	8 12.1	27 9.5	13 15.1	18 13.4	22 9.3	40 10.8
자주 돕는다	54 34.0	51 24.1	83 27.2	22 33.3	78 27.4	27 31.4	43 32.1	62 26.2	105 28.3
가끔 돕는다	73 45.9	111 52.4	155 50.8	29 44.0	144 50.5	40 46.5	53 39.6	131 55.3	184 49.6
돕지 않는다	13 8.2	29 13.7	35 11.5	7 10.6	36 12.6	6 7.0	20 14.9	22 9.3	42 11.3
계	159 100.0	212 100.0	305 100.0	66 100.0	285 100.0	86 100.0	134 100.0	237 100.0	371 100.0
χ^2	6.69		1.41		4.41		9.11*		-

* $p \leq 0.05$

<표 10> 김치 담그기 교육에 대한 견해

	거주 지역		가족 형태		주택 형태		어머니 직업		합 계 N %
	도 시 N %	농 촌 N %	핵가족 N %	대가족 N %	단독 주택 N %	아파트 N %	유 N %	무 N %	
어머니로부터 배운다	142 89.9	185 88.1	267 88.4	60 90.9	255 89.8	72 85.7	108 82.4	219 92.4	327 88.9
학교에서 배운다	4 2.5	7 3.3	10 3.3	1 1.5	7 2.5	4 4.8	7 5.3	4 1.7	11 3.0
스스로 터득한다	3 1.9	12 5.7	10 3.3	5 7.6	13 4.6	2 2.4	7 5.3	8 3.4	15 4.1
배울 필요가 없다	5 3.2	1 5.0	1 2.0	- -	2 7.0	4 4.8	4 3.1	2 8.0	6 1.6
기 타	4 2.5	5 2.4	9 3.0	- -	7 2.5	2 2.4	5 3.8	4 1.7	9 2.4
계	158 100.0	210 100.0	302 100.0	66 100.0	284 100.0	84 100.0	131 100.0	237 100.0	368 100.0
χ^2	7.45		6.32		8.58		9.61*		-

* $p \leq 0.05$

‘학교에서 배운다’ 7명(5.3%), ‘스스로 터득한다’ 7명(5.3%), ‘배울 필요가 없다’가 4명(3.1%)이었고, 어머니의 직업이 없는 경우 ‘어머니로부터 배운다’ 219명(92.4%), ‘학교에서 배운다’ 4명(1.7%), ‘스스로 터득한다’ 8명(3.4%), ‘배울 필요가 없다’가 2명(8.0%)이었다. 어머니의 직업이 없는 응답자는 부모로부터 김치 담그기를 배우는 것을 더 선호하였다.

김명선과 한재숙(1995)은 주부를 대상으로 연구한 결과 김치 담그는 법을 ‘시아머니나 친정어머니로부터 전수 받겠다’가 91.1%로 나타나 김치 담그기는 어머니로부터 전수받고 있다는 결과와 같이 여고생도 어머니로부터 계승하고자 함을 알 수 있었다.

가정에서 김치를 담글 때 자녀들이 돕는 횟수를 늘리고 김장철에는 가정 실습을 통하여 김치 담그는 법을 배우는 기회를 가지며, 학교에서는 가정 교과에서 김치 담그는 법을 익히도록 하여 김치 담그기를 배우는 기회를 제공함이 필요하다고 생각된다.

IV. 결론 및 제언

여자 고등학생들의 시판김치 섭취 실태, 기호도, 평가와 이에 영향을 주는 인자 및 여고생이 원하는 김치 담그기 교육 방법을 알아본 결과는 다음과 같았다.

1. 대상자는 371명으로, 거주 지역은 도시 159명(42.9%), 농촌 지역 212명(57.1%)이었고, 가족 형태는 핵가족 305명(82.2%), 대가족 66명(17.8%)이었으며, 주택 형태는 단독 주택 285명(76.8%), 아파트나 연립 주택 86명(23.2%)이었다. 어머니의 직업이 있는 경우는 134명(36.1%), 없는 경우는 237명(63.9%)이었으며, 가족의 월수입은 200만원 미만이 90.4%로 대부분을 차지하였다.
2. 시판김치를 섭취한 경험이 있는 대상자는 183명(49.7%), 섭취 경험이 없는 대상자는 185명(50.3%)이었고, 농촌 거주자(37.9%)에 비해 도시 거주자(65.6%)가 $p \leq 0.001$ 수준에서 시판김치를 섭취한 경험이 많았다. 시판김치에 대한 평가는 ‘시간이 절약된다’, ‘필요시마다 구입이 편해서 좋다’, ‘종류가 다양하다’, ‘보기가 좋다’에 대하여는 긍정적으로 평가하였으나, ‘위생적이다’, ‘맛있다’, ‘경제적이다’에 대해서

는 낮게 인식하였다. 핵가족에서 시판김치가 ‘맛있다’는 인식이 높았고, 농촌에 비해 도시 거주자가 시판 김치의 위생적인 면과 포장의 다양성에 대하여 부정적인 견해를 가지고 있었다. 응답자의 90.5%가 시판 김치의 소비는 증가할 것이라고 예측하였다.

3. 대상자 중 김치를 담가 본 경험이 있는 경우는 89명(24.3%)이었고, 김치를 담글 때 어머니를 돕는 여고생은 88.7%였다. 대상자의 88.9%가 김치 담그기를 부모로부터 배우기를 희망하였다. 주부가 되었을 때 김치를 준비하는 방법으로 84.0%가 김치를 스스로 담겠다고 응답하였다.

김치의 고유한 맛을 유지, 계승하고 아울러 현대 감각에 맞는 김치를 개발하여 김치의 현대화와 산업화의 방향을 모색해 보았으면 한다. 이를 위하여 다음과 같이 제언한다.

1. 소비자의 기호에 맞게 김치의 숙성도, 단맛, 짠맛, 매운맛을 다르게 하여 소비자가 선택할 수 있는 시판 김치의 개발이 필요하다.
2. 김치 담그기 시간을 단축하기 위하여 절임을 한 배추, 양념 등 반가공 형태의 김치 재료를 개발하여야 한다.
3. 체계적이고 과학적인 김치 담그기 방법을 개발하여 가정 교과 등에서 실습을 통하여 김치 담그기를 교육할 필요성이 있다.

참 고 문 헌

1. 강인희(1991). 한국식생활사, p. 166, 삼영사, 서울.
2. 고용덕, 김홍재, 전성식, 성낙계(1994). 냉장고를 이용한 김치발효 및 저장 제어시스템의 개발. *한국식품과학회지* 26(3):199-203.
3. 구영조, 박완수, 안병학, 최신양, 이명기, 조동욱, 김길환, 조재선(1996). 수출용 김치제품의 개발. *식품산업과 영양* 1(1):35-49.
4. 김명선, 한재숙(1995). 통배추김치에 관한 연구. *한국조리과학회지* 11(1):13-19.
5. 김미향, 서봉순, 한재숙(1991). 도시주부의 김치에 대한 개념 및 소비형태에 관한 연구. pp. 41-49, 자원문제연구소.

6. 송주은, 한재숙(1995). 시판김치에 대한 인식 및 구입 실태에 관한 조사 연구-대구지역을 중심으로-. *대한 가정학회지* 33(4):121-128.
7. 식생활개선국민운동본부(1993). 김치특집. pp. 28-38. *식생활* 11, 서울.
8. 신동화, 구영조(1988). 김치 산업의 현황과 전망. *식품과학* 21(1):4-11.
9. 윤서석(1991). 한국김치의 역사적 고찰. *한국식문화학회지* 6(4):467-477.
10. 윤석인, 김영찬, 이철(1988). 시판김치의 소비자에 대한 조사 연구. *한국식문화학회지* 3(4):369-376.
11. 이성우(1984). 한국 식품 문화사. pp. 88-132. 교문사, 서울.
12. 이해경(1988). 김치 문화의 변천에 관한 문헌적 고찰. *한양대학교 교육대학원 석사학위논문*.
13. 임국이, 김선호(1985). 청소년기 식사의 질에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. *한국영양학회지* 18(3):225-233.
14. 임득열(1991). 김치 산업의 현황과 문제점. *식품과학과 산업* 24(2):54-56.
15. 정우섭(1996). 김치산업의 문제점과 발전 방향. *식품산업과 영양* 1(1):15-21.
16. 조재선(1991). 김치의 수출 현황과 문제점. *식품과학과 산업* 24(2):57-60.
17. 조재선(1994). 김치류의 역사적 고찰. *동아시아식생활학회지* 심포지움 1:1-4.
18. 채서일, 김범중, 이성근(1992). SPSS/PC⁺를 이용한 통계 분석. pp. 79-234. 학현사, 서울.
19. 최홍식(1995). 한국인의 생명 김치. pp. 13-255. 밀알, 서울.
20. 한국민속문화사대계 IV(1970). p. 279. 민속문화연구소 고려대학교 출판부.
21. 한응수, 석문식(1996). 김치 공장의 배추 절임공정 개선. *식품산업과 영양* 1(1):50-70.
22. Washington-Roberts, W., Williams, S.R.(1996). Nutrition throughout the life cycle. p. 284. Mosby Year Book, MO.
23. Howe, S.M., Vaden, A.G.(1980). Factors differentiating participants and nonparticipants of the National School Lunch Program. *J. Am. Diet. Assoc.* 76:451-457.