

대구지역 향토음식의 인식도에 관한 연구 — 대구 동인동 찜 갈비를 중심으로 —

고 범 석·강 석 우¹*

대구보건대학 호텔조리음료계열 전임강사

*대구보건대학 호텔조리음료계열 전임강사

A Study on Perception of Regional Food in Dae-gu Area

Beom-Seok Ko and Seok-Woo Kang¹*

Full-time Lecturer, Dept. Hotel Cuisine & Beverage, Dae-gu Health College

*Full-time Lecturer, Dept. Hotel Cuisine & Beverage, Dae-gu Health College

ABSTRACT

The aim of the present study was to investigate the effect of Dong-In dong Steamed rib on recognition degree of a citizen for popularization and publicity of a local food. A total of 201 adults, 99 women and 102 men aged over the 20 years, participated in this study. The subjects were all from Dae gu city. This analyses of data were conducted by SPSS for WINDOWS, Version 10.0.

First, Dong-In dong steamed rib in Dae gu was thought of as a local food. Second, the steamed rib was recognized as a local food with an international reputation. Third, there were no significant differences in preference, local area, recognition, standard and relation between the rib and other local foods. Therefore, the present findings present the needs of public information, development, preservation and success for internationalization of a local food with the national financial and political support.

Key words : steamed rib, recognition, local food, international reputation, Dae-gu.

I. 서 론

산업혁명이후 인간의 사회적인 양상은 산업과 기계공업의 발달에 이어서, 21세기 정보화시대로 변화를 거듭하면서 경제성장과 시간의 여유가 증가되었다. 이러한 변화에 따라 인간의 욕구 또한 기본적인 욕구인 의식주를 충족시키기 위한 단순한 사회적 행동에서 점진적으로 인간의 생명력을 재충전시킬 수 있는 욕구들이 내재되어

있는 사회적 행동의 다양한 형태로 변화하면서 인간의 욕구는 보다 심화된 면모를 보이고 있다.

특히, 국민소득의 증가와 여가시간의 증대로 인한 문화와 외식의 기회가 점점 늘어나고 있고, 이러한 다양한 인간의 욕구를 충족시킬 수 있는 활동들 중의 하나가 외식이라 할 수 있다. 외식산업은 21세기에 가장 유명한 산업으로 등장하였다. 그것은 IMF 이후 우리나라의 외식산업이 연 20% 이상 급속하게 성장하여 전체 산업구조가 30조원을 넘어서는 가히 폭발적인 성장추세를 기록한 것만 봐도 알 수 있다(이수광 2003).

현 시대의 전 세계적인 외식의 발달이 가져온 기민한 사회적 변화에 따라 우리나라에서도 외식구조와 더불어 주5일제 근무 등으로 인해 소비자의 인식구조가 획일적인 구조에서 점차적으로 개성화 되고 다양화됨에 따라 개인의 가치관도 변화를 가져오게 됨으로써 외식소비의 형태도 다양하게 발달하였다.

비행기와 고속철도의 개막으로 인해 교통의 발달로 전국이 일일 생활권 시대로 변모되고 있으며, 지방마다 각기 다른 특성의 향토음식이 지역 간의 지역 색이 변모되어 가는 추세이다. 더불어 외식문화는 젊은 층을 중심으로 그 횡수가 급속도로 증가하고 있으며, 이는 패스트푸드와 더불어 외래음식의 범람으로 이어오고 있다. 이것은 한국의 향토음식과 전통음식이 퇴색될 가능성이 높다는 것을 의미한다.

음식문화는 지방문화 발전의 척도가 될 수 있으며 이러한 것은 지역의 경쟁력을 높이는 데 중요한 자원으로 인식될 수 있다. 지역경쟁력은 국가 경쟁력으로 이어질 수 있으며 특히 음식문화는 자국의 문화를 세계화시키는데 선도적인 역할을 한다.

그래서 대구시민이 알고 있는 향토음식의 인식정도를 조사하여 이러한 환경 속에서의 외식 소비형태의 빠른 변화를 파악하며, 외식산업에 관련된 종사자들이 음식의 맛과 패턴의 변화, 지역발전, 한국 전통 식문화의 발전(신애숙 2000)을 위해 하루속히 인식하고 홍보하여야 한다. 문제의 인식은 일반적으로 느끼는 상태와 실제 상태 사이에 차이가 있음을 인식 할 때 발생될 수 있으며(김기영 · 강종현 1997), 실제적인 인식의 파악은 상호작용의 결과로써 일정한 산출을 만들어 낼 수 있다.

이러한 노력을 위해 어떠한 지역주민의 인식들의 소비의 매력을 유발하는지를 관찰하고 파악하여야 하며, 그 요인의 기초 척도인 소비자들의 계층별 선호요인을 분석할 수 있어야 한다. 향토음식의 인식은 지역주민들의 귀속감을 향상시켜주며, 지역산물의 소비를 촉진시키고 관광객의 관심을 끌 수 있어 지역주민의 홍보와 지역사회의 발전을 기할 수 있다(장정룡 2002).

따라서 본 연구는 대구를 이해하고 발전시키는 한 방법으로서 향토음식의 전반적인 확대와 더불어 대구 향토 음식의 퇴화를 막을 수 있는 방안으로 대구 지역의 향토 음식인 찜 갈비의 인식도에 대한 기초조사 연구를 하는데 의의가 있다.

II. 이론적 배경

1. 향토음식의 개념

‘향토’(이수광 2003 ; 우리말큰사전a 1992)¹⁾와 ‘전통’(신애숙 2000 ; 우리말큰사전 b 1992)²⁾과 ‘토속’(김기영 · 강종현 1997 ; 우리말큰사전c 1992)³⁾이라는 세 단어는 서로 유사한 뜻을 갖는다. 모두 큰 맥에서 찾아보면 같은 개념으로 보인다. 하지만 전통은 토속, 향토를 아우르는 상위어로 사용되는데 예컨대, 전라남도 지역만을 지칭할 경우에는 향토문화, 향토음식과 같이 향토란 단어를 쓰는 것이 적절할 듯 싶다. 즉, 대한민국 전체를 아우를 때는 향토가 아닌 전통이라는 표현이 맞는 것이라 생각 된다. 김치를 가지고 대한민국 향토음식이라고 하지 않고 대한민국 전통이라고 하는 것처럼 말이다. 또한 향토와 토속도 같은 의미로 쓰이긴 하지만 토속을 향토보다 하위범주에 속하는 단어로 보인다.

향토음식이라는 말은 국어사전에 자세하게 표현되어 있지 않으나 일반적으로 그 지방에서 생산되는 특산재료를 이용하여야 하며 그 지방의 조리법을 이용하는 전통 음식보다 협의의 개념으로 본다(이경진 2002). 한국학회에서 발간한 우리말 큰 사전의 편찬 자료를 인용하면 우리나라는 삼천리 강산이라 불릴 정도로 산수가 수려하여 우수한 식품이 많이 생산된다. 우리나라는 지형적 특색에 따라 산물도 다르고 물적, 인적 교류가 적었던 옛날에는 지방마다 특색 있는 음식들이 그 모습을 유지해 오고 있다(윤은숙 · 송태희 1995). 동·서·남은 바다에 접해 있고 북은 큰 강으로 경계를 짓고 있다. 그 지세는 남북으로 길게 뻗어 남과 북의 기후 차가 현저하므로 곳곳의 산물이 달라지고 따라서 산업형태도 달라진다. 각 지방의 향토음식은 1900년 중반까지는 고유한 특색이 있었으나 점차 산업과 교통이 발달하여 다른 지방과의 왕래와 교역이 많아지고, 물적 교류와 인적 교류가 늘어나서 한 지방의 산물이나 식품이 전국 곳곳으로 퍼지게 되고, 음식 만드는 솜씨도 널리 알려지게 되었다. 한 민족의 식생활 문화는 그들이 살고 있는 지역의 자연조건에 따라서 기본적인 틀이 이루어지고 그것이 역대의 사회 환경 조건의 영향을 받으며 변천과 발전을 거듭한다. 우리인간과 음식은 바로 삶의 그 자체이며 음식은 우리인간과 불과 분의 관계가 있다(한경선 · 송병춘).

지방마다 음식의 맛이 다른 것은 그 지방의 기후와 밀접한 관계가 있다. 북부 지방은 여름이 짧고 겨울이 길어서 음식의 간이 남쪽에 비하여 싱거운 편이고 매운 맛은

1) 향토 : 고향 땅, ‘시골’이나 ‘고장’

2) 전통 : 예로부터 계통을 이루어 전하여 내려오는 것. 예) 빛나는 문화의 전통, 배달겨레의 슬기로운 전통.

3) 토속 : 그 지방에만 특별히 있는 풍속.

덜하다.

음식의 크기도 큼직하고 양도 푸짐하게 마련하여 그 지방 사람들의 품성을 나타내 준다. 반면에 남부 지방으로 갈수록 음식의 간이 세어서 매운맛도 강하고 양념과 젓갈을 많이 쓰는 경향이 나타난다.

지형적으로는 북부 지방은 산이 많아 밭농사를 주로 하여 잡곡의 생산이 많고, 서해안에 면해 있는 중부와 남부 지방은 쌀 농사를 주로 하므로 북쪽 지방을 주식으로 잡곡밥을, 남쪽 지방은 쌀밥과 보리밥을 먹게 되었다. 찬품으로는 전국 어디에서나 좋은 반찬이라 하면 고기 반찬을 꼽으나 평상시의 찬은 대부분 채소류가 중심이고, 저장하여 두고 먹을 수 있는 김치류, 장아찌류, 장류가 있다.

산간 지방에서는 육류와 신선한 생선류를 구하기 어려우므로 소금에 절인 생선이나 말린 생선, 해초 그리고 산채로 만든 음식이 많고, 해안이나 도서 지방은 바다에서 얻는 생선이나 조개류, 해초류가 찬물의 주된 재료가 된다. 전국적으로 일상적인 식생활에서의 음식 법은 공통적인 면이 많이 있지만 그 지방에서 나는 토산 식품과 특별한 양념이 보태어져 지방마다의 고유한 향토음식이 전수되어 왔다. 그러나 1900년 후반부터 새로운 외래 식품의 유입과 외국의 음식문화도입, 외식 산업의 발달 등의 영향을 받아서 고유한 향토음식은 변형되고 새로운 향토요리가 개발되고 있다.

한 민족의 식생활 문화는 그들이 살고 있는 지역의 자연조건에 따라서(김은실·정해욱 2002) 기본적인 틀이 이루어지고 그것이 역대의 사회 환경 조건의 영향을 받으며 변천과 발전을 거듭한다.

2. 경상도의 향토음식

경상도는 경상북도와 경상남도를 합하여 이르는 말로써 경상북도는 분리되어 있는 대구광역시가 있으며, 안동, 마산 등 10개의 시와 청송과 봉화를 포함한 13개의 군으로 이루어져 있고, 경상남도는 분리되어 있는 부산광역시와 울산광역시의 두 개의 광역시와 더불어 진주 등의 10개의 시와 남해군, 합천군 등의 10개 군으로 이루어져 있다. 현재 대구는 행정구역상 광역시로 분리가 되어 있으나, 지리적인 위치에서는 경상북도 상에 위치한다. 경상도의 음식은 기후가 온화하고 벼농사가 발달하여 그에 따른 부식은 아주 화려하게 발달을 하였다. 또, 동해와 남해를 끼고 있어 전라도와 비슷한 기후이면서도 해산물의 종류가 다르고, 들판에서 곡식도 골고루 생산이 되고 있다(Korea a journey to exotic tastes 1997).

음식은 해산물을 회로 먹는 것이 제일이라고 한다. 젓갈은 멸치젓을 가장 많이 담그며, 밥상에 놓는 젓갈의 종류도 전라도의 다음으로 많다.

음식의 간은 소금간이 세고 매운 맛은 전라도를 능가한다. 음식의 품은 멋을 내거나 사치하지 않다(안양명 1997). 해산물을 가미하는 음식이 매우 많다. 신선한 생선

을 국에 넣어 소금 간을 하여 좋은 맛을 내는 것은 내륙이나 산간지방에서는 생각할 수도 없는 조리법이다. 곡물음식 중 국수를 가장 즐기고 날 콩가루를 섞어서 손으로 밀어 칼로써는 부드러운 국수를 제일로 친다. 제물국수와 장국국수도 즐긴다. 국수 장국은 쇠고기보다는 멸치장국이나 조개를 주로 쓴다. 범벅이나 풀대 죽은 별로 즐기지 않는다.

〈표 1〉 경상도의 향토음식 분류

분 류	향토음식의 종류
주식류	진주비빔밥, 무밥, 통영비빔밥, 갱식, 애호박죽, 떡국, 밀국수냉면, 닭갈국수, 건진국수, 조개국수 등
찬 류	채침국, 게삼탕, 고동국, 추어탕, 선짓국, 북어미역국, 들깨참깨미역국, 마른홍합미역국, 동태고명지짐, 호박선, 우렁젼, 바닷게젼, 미더덕젼, 미더덕젼별법, 야구젼, 장어조림, 메뚜기볶음, 오징어불고기, 상어돔배기구이, 갈치구이, 청어구이, 유과, 갯장어구이, 상어돔배기전, 배추적, 김부치개, 파전, 해파리회, 피조개회, 광어회, 멧게회, 장어회, 우렁회, 생멸치외, 잉어회, 안동식혜, 약대구포, 붕어포, 마른문어쌈, 시래기된장무침, 해물잡채, 상추겉절이, 꿀뚜기무생채, 톳나물, 두부생채, 청각무침, 돌나물무침, 풋마늘겉절이, 숙음배추겉절이, 배추쌈, 전복김치, 속세김치, 콩잎김치, 콩잎김치, 우영김치, 부추김치, 우영잎자반, 고추부각, 감자부각, 꿀뚜기튀김, 메밀묵 등
떡 류	모시잎송편, 밀비지, 만경덕, 썩굴래, 잡과편, 잣구리, 부편, 감자송편, 쫄떡, 설기떡, 편떡, 꽃감채, 유과 등
후식류	조과류 : 유과, 준주강반, 대추징조, 강냉이엿, 우영정과, 다시마정과, 각색정과 등 음청류 : 단술감주, 수정과, 유자화채, 유자차, 물식혜, 얼음수박, 잠곡미숫가루, 참쌀식혜, 안동식혜 등

자료 : 규정에 맞게 재작성.

3. 대구의 동인동 찜 갈비

찜이란 습열 조리 방법의 하나로 고기의 연화를 통하여 질감과 풍미를 최대한으로 즐길 수 있는 요리이다.

찜 요리에는 쇠고기, 돼지고기, 닭고기 등이 이용될 수 있는데 찜 요리의 공통점은 고기를 한 번 익힌 후에 건져서 양념과 여러 가지 고명을 넣고 다시 싱겁게 하여 장시간 끓인다는 점이다. 우리나라에서는 이 찜 요리가 잘 발달되어 왔는데 특히, 대구에서의 찜 갈비는 매우 유명한 향토음식이지만 전국적으로 잘 알려지지 않았다. 대구의 찜 갈비는 경상도 음식의 맵고 짠 특징을 잘 나타내 주고 있는데 의성 지방의 마늘과 영양의 고추 등의 자극적이고 특성 있는 농산물을 이용하여 개발된 독특하고 특징 있는 음식이다.

동인동 찜 갈비는 72년 한 선술집에서 술안주 겸 반찬으로 찜 갈비를 내 놓으면서

큰 호응을 얻자 찜 갈비를 전문적으로 다루는 전문식당이 늘어나면서 찜 갈비 거리가 형성되었다. 육질 좋은 한우에 엄선된 양념으로 맛을 더했고 양은 냄비에 갈비를 담아 오는 것이 매우 이색적이다(중앙일보 1990).

대구의 지형은 여름은 덥고 겨울은 추운 분지라서 옛날부터 음식에 소금과 고추를 많이 사용하여 더위를 견디고 추위를 달랬다. 이런 연유로 인해 맵고 짠 음식들이 많은데 대표적인 것이 찜 갈비라 하겠다. 대구시는 1989년 동인동의 찜 갈비가 밀집한 식당거리를 “찜 갈비 골목”으로 지정하였다.

Ⅲ. 조사대상자 및 분석방법

1. 조사대상자 및 조사 시기

본 연구의 목적을 효율적으로 달성하기 위하여 이론적 연구와 설문지 조사에 의한 실증적 연구의 두 가지 방법을 병행하였다.

설문조사에 의한 실증적 연구의 방법으로는 대구의 동인동 찜 갈비를 먹어본 경험이 있는 사람들을 대상으로 모집단을 설정하였다. 모집단이란 연구의 대상이 되는 집단으로서, 연구자가 직접적인 방법이나 통계적 추정에 의하여 정보를 얻으려 하는 대상 집단을 말하여, 실제 연구의 목적에 부합될 수 있는 유용한 정보를 얻기 위해서는 가능한 한 완전한 모집단의 규정이 필요하다. 따라서 본 연구의 조사대상자는 대구의 찜 갈비를 먹어본 경험이 있는 일반인들을 상대로 2004년 8월 1일부터 8월 20일까지 20일 동안 설문조사를 실시하였고, 조사대상은 설문지에 나타난 지시어를 바탕으로 자기 기입법식 설문방식을 사용 실시하였다.

본 연구의 설문지는 연구 분석을 위해 총 220부의 설문조사를 실시하였는데 총 220부의 설문지 중 211부가 회수되었다. 회수된 설문지 중 분석에 부적합한 설문지 10부를 제외한 201부의 설문지를 회수하였다. 또 본 연구에서 이용한 설문지는 크게 3개 부문으로 나누어 구성되었으며, 그 구성의 내용은 다음과 같다.

첫째, 향토음식에 관한 인식도에 관한 설문 항목은 리커드 5점 척도로 답변할 수 있도록 사용하였다. 둘째, 대구 찜 갈비에 대한 인식과 소비 빈도에 관한 설문은 1년에 먹는 찜 갈비의 빈도와 향토음식으로의 인식도, 상품화 방안 등의 6개의 질문 문항으로 구성하였다. 셋째, 인구통계학적인 사항으로 8개의 설문문항을 만들어 작성하였으며, 성별과 연령과 직업, 학력, 소득, 결혼여부에 관하여는 명목척도를 사용하였다. 넷째, 대구 동인동 찜 갈비에 대한 정확한 인식과 상품화 방안을 파악하기 위하여 자유 응답형으로 질문하였다.

2. 통계분석 방법

본 연구에서는 SPSS Ver.10.0을 사용하여 연구 목적별로 분석을 실시하였다. 분석

〈표 2〉 설문지의 구성 및 측정방법

구성	구성내용	측정방법	문항수
일반사항	성별, 연령, 학력, 직업, 결혼여부, 소득, 주거형태, 현 거주지	명목척도	8
점 갈비 소비와 인식	외식횟수, 대표적 향토음식상품, 타 지역에서의 인지도, 관광상품가치	서열척도	4
향토음식	향토음식의 접근성, 지역농수산물이용성, 향토음식의 다양성, 향토음식의 선호성, 여행시 향토 메뉴선호, 건강지향성, 조리법 표준화, 정통성의 계승, 지역 특색에 맞게 메뉴의 변형, 지역주민의 입맛과의 관련성, 전통적인 조리법, 조리법 인식	서열척도	12
	기호음식	자유회답형식	1

에 사용된 통계적인 검증방법은 빈도분석(Frequency analysis), 신뢰도분석(Reliability analysis), 요인분석(Factor analysis), 회귀분석(Regression analysis)을 실시하였다.

IV. 실증분석

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 분석하기 위하여 빈도분석(Frequency analysis)을 실시하였다. <표 3>에서 보는 바와 같이 남자가 50.7%(102명), 여자가 49.3%(99명)이었고, 연령은 20대부터 50대까지는 20.9%, 23.3%, 29.9%, 19.4%로 한쪽으로 치우침이 없었다.

조사대상자의 특성을 연령별로 조사한 결과 학력은 대졸자를 포함한 대학 재학 중인 대상자가 73%로 가장 많았으며, 대학원 재학 중 이거나 대학원을 졸업한 대상자는 20.9%로 나타났다. 결혼여부에 따른 응답자의 수는 미혼이 99명(49.3%)으로 나타났으며 기혼이 102명(50.7%)으로 나타났다. 본 조사 대상자의 직업으로는 학생이 32.8%로 가장 많았으며, 전문직에 해당하는 대상자도 19.4%로 나타났으며 회사원도 11.9%, 전업주부 9.0%, 서비스직, 자영업, 그리고 기타직업이 7.5%로 나타났으며 기술직은 4.5%의 순으로 나타났다. 월 소득의 분포를 보면 100만원 미만이 35.8%로 대학생인 응답자 수가 많은 이유로 높은 분포를 나타냈으며, 200만원 이상 300만원 미만도 25.4%, 그리고 100만원 이상 200만원 미만의 월 급여를 받는 대상자는 19.4%로 나타났고, 400만원 이상 받는 대상자수는 9.0%로 가장 낮게 나타났다. 주거형태는 아파트와 단독주택, 연립주택의 세 가지 형태로 분류하였는데 아파트 47.8%(96명), 단독주택 34.7%(69명), 연립주택 17.9%(36명)의 순으로 응답자의 주거형태가 나

〈표 3〉 표본의 인구통계학적 특성

항 목	구 분	빈 도(명)	비 율(%)
성 별	남	102	50.7
	여	99	49.3
합 계		201	100
연령별	20세 이하	42	20.9
	30세 이하	48	23.9
	40세 이하	60	29.9
	50세 이하	39	19.4
	60세 이하	9	4.5
	61세 이상	3	1.5
합 계		201	100
결혼여부별	미혼	99	49.3
	기혼	102	50.7
합 계		201	100
교육수준별	고졸	12	6.0
	대졸	147	73.1
	대학원	42	20.9
합 계		201	100
직업별	학생	66	32.8
	회사원	24	11.9
	기술직	9	4.5
	서비스직	15	7.5
	전업주부	18	9.0
	전문직	39	19.4
	자영업	15	7.5
합 계		201	100
월수입별	100 만원 미만	72	35.8
	200 만원 미만	39	19.4
	300 만원 미만	51	25.4
	400 만원 미만	21	10.4
	400 만원 이상	18	9.0
합 계		201	100
주거형태별	아파트	96	47.8
	단독주택	69	34.3
	연립주택	36	17.9
합 계		201	100
지역별	대구	120	59.7
	경북	33	16.4
	기타	48	23.9
합 계		201	100

타냈다. 거주 지역별로 보면 대구지역에 거주하는 대상자의 수가 120명으로 59.7%를 나타냈으며, 경북지역 16.4%(33명), 기타 지역 23.9%(48명)로 거주지는 대구지역 대상자가 설문에 가장 많이 참여하였다.

2. 찜 갈비에 대한 시민들의 실태조사 분석

대구의 동인동 찜 갈비를 1회 이상 먹어본 경험이 있는 대상자들을 대상으로 한 실태조사 분석을 하기 위해서 빈도분석(Frequency analysis)을 실시하였다. 분석결과는 아래의 <표 4>와 같다.

<표 4> 찜 갈비의 실태조사 분석

항 목	구 분	빈 도(명)	비 율(%)
찜 갈비 식사 경험 유무	있다	201	100
합계		201	100
찜 갈비를 일년에 먹는 빈도성	1~3회	138	68.7
	4~6회	33	16.4
	7~10회	21	10.4
	11회 이상	9	4.5
합계		201	100
찜 갈비의 향토음식 인식성	아니다.	6	2.9
	향토음식이다.	99	49.3
	타지방의 향토음식이다.	3	1.5
	잘 모르겠다.	93	46.3
합계		201	100
음식상품의 인식성	아니다.	29	14.4
	어느 정도 알려져 있다.	87	43.3
	많이 알려져 있다.	18	9.0
	잘 모르겠다.	67	33.3
합계		201	100
국제화의 가치성	없다.	15	7.5
	어느 정도는 가치가 있다.	102	50.7
	매우 가치가 있다.	60	29.9
	잘 모르겠다.	24	11.9
합계		201	100

응답자는 총 201명으로 일 년에 동인동 찜 갈비를 먹은 횟수를 조사한 결과를 보면 1~3회가 68.7%(138명)로 가장 많았으며 4~6회가 16.4%(33명), 7~10회가 10.4%(21명), 11회 이상이 4.5%(9명)로 나타나 시민들의 찜 갈비의 외식 빈도는 그리 높지

않은 것으로 나타났다. 찜 갈비를 대구의 향토음식이라고 인식하는 시민들의 설문결과를 보면 대구의 향토음식이라고 생각하는 응답자는 49.3%(99명)로 나타났으며, 타지방의 향토음식이라고 생각하는 응답자는 1.5%(3명)로 나타났다. 그리고 잘 모르겠다 라고 생각하는 응답자는 46.5%(93명)로 대체적으로 대구에서 발생된 찜 갈비의 인식도는 매우 낮은 것으로 나타났다. 동인동의 찜 갈비는 타지방에서 인식하고 있는지의 판별결과를 살펴보면 어느 정도 알려져 있다 라고 응답한 응답자는 43.3%(87명)으로 나타났으며 많이 알려져 있다 라고 응답한 응답자는 9%(18명), 알려져 있지 않다는 14.4%(29명), 잘 모르겠다 33.3%(67명)로 전반적으로 알려진 향토음식으로 생각하는 것으로 나타났다.

동인동 찜 갈비는 국제화 될 가치가 있는 음식상품이라고 생각하는가에 대한 설문분석을 보면 어느 정도는 그렇다는 응답자의 수는 102명(50.7%)으로 나타났으며 매우 그렇다고 생각하는 응답자는 29.9%, 잘 모르겠다 라고 생각하는 응답자는 7.5%(15명)로 나타났으며 반대로 국제화 될 가치가 없다 라고 응답한 응답자의 수는 15명(7.5%)에 불과 하였다. 결론적으로 대부분의 시민들은 대구의 찜 갈비를 긍정적으로 생각하고 있다 라는 설문결과를 발견할 수 있었다.

3. 신뢰도분석 결과

신뢰도의 측정도구의 정확성 또는 정밀성을 나타내는 것으로 동일한 개념을 독립된 측정 방법으로 측정한 경우 결과가 비슷하게 나와야 한다는 것을 말한다(박성현 · 조신섭 · 김성수 2002). 본 연구에서는 크론바(Cronbach's)의 알파 값을 계산하여 신뢰도를 검증하였다. 보통 Cronbach's alpha 값이 0.6 이상이면 신뢰도가 있다고 보며, 전체 항목을 하나의 척도로 종합하여 분석할 수도 있다. 신뢰성 검증은 우선 정화 절차를 거쳐 일차적으로 연구결과를 왜곡할 수 있는 자료를 통제할 이후 동일개념을 묻는 여러 문항의 일관성을 검증 할 수 있는 Cronbach's alpha 값을 사용하여 분석하였다. Cronbach's alpha 값을 이용하여 얻는 신뢰성은 문항의 수가 많을수록 높은 신뢰성 값이 도출되기 때문에 정화절차를 이용하여 문항을 조정하게 된다.

사회과학 연구에서 특정개념을 파악하기 위해 사용할 수 있는 모든 항목들의 집합을 항목 모집단이라 한다면 동일한 항목 모집단에서 추출된 항목들은 서로의 상관계수가 동일하다고 가정할 수 있다. 따라서 동일한 개념을 묻는 항목들이라면 상관계수가 높게 측정될 수 있을 것이다. 정화절차는 동일한 개념을 묻고 있는 항목들 간의 상관계수를 측정하여 그 값이 낮게 나게 되면 그 항목은 다른 모집단에서 추출된 항목이라 평가하게 되어 제거하게 되는 것이다.

〈표 5〉에서 나타난 바와 같이 동인동 찜 갈비에 대한 5가지 차원을 측정하는 변수 10개의 크론바 알파값(Cronbach's alpha)이 각각 0.7이상을 넘어서고 있어 신뢰도가 높은 것으로 나타났다(우리말큰사전 1992b).

〈표 5〉 신뢰도분석 결과

변수	측정항목	Alpha 값	변수	측정항목	Alpha 값
향토 음식 인식	선호성 향토음식의 선호성 향토음식의 지역 선호성	.8609	향토 음식 인식	표준성 표준화 되어 있는 향토음식 지역 농수산물을 이용	.7551
	지역성 지역별 향토음식의 차이 건강 지향적 향토요리	.7994		관련성 전통적인 방법으로 조리 주민 입맛과 음식의 관련성	.7694
	인식성 향토음식의 조리법 인식 향토음식의 의미 인식	.7545			

4. 요인분석

찜 갈비의 인식에 대한 평가에 대한 실태조사 분석의 요인분석결과는 5개의 요인으로 추출되었다. 요인분석의 주성분분석을 통한 직각회전(Orthogonal rotation)의 Varimax 방법을 사용하였고, 요인별 신뢰도를 측정하였다. 분석결과는 〈표 6〉에 정리하였다.

〈표 6〉 찜 갈비에 대한 인식에 관한 요인분석

요인명a (Factor)	요인적재량 (Factor Loading)	고유값	분산비율(%)	Cronbach's Alpha
FAC 1- 선호성 향토음식의 선호성	.809	3.170	18.083	.8609
향토음식의 지역 선호성	.716			
FAC 2-지역성 지역별 향토음식의 차이	.552	2.611	13.421	.7994
건강 지향적 향토요리	.668			
FAC 3-인식성 향토음식의 조리법 인식	.607	2.258	12.487	.7545
향토음식의 의미 인식	.795			
FAC 4-표준성 표준화 된 향토음식	.614	2.093	10.109	.7551
지역농수산물을 이용	.793			
FAC 5-관련성 전통적인 방법으로 조리	.714	2.075	12.699	.7694
주민입맛과 음식의 관련성	.664			

찜 갈비에 대한 인식에 대한 속성을 임의적으로 구분한 것은 확실한 증명을 위한 다음 단계의 분석을 위해서는 통계적 분석에 의한 요인분석을 필요로 하게 된다. 따라서 본 연구에서는 찜 갈비에 대한 영향을 미치는 속성의 요인을 도출하기 위한 요인분석 방법을 실시하였다.

본 연구에서는 5개의 요인에 의해 설명될 수 있는 총 분산 설명력은 57.533%로 나타났으며 고유 값은 3.170부터 2.215까지 나타났다. 직각회전 후 각 요인의 분산 설명력과 고유 값(Eigen value) 등의 분석결과는 위의 <표 5>에 설명되어 있다.

요인 1은 선호성 요인으로써 향토음식의 선호성과 향토음식의 지역적 선호성의 2가지 속성이 포함되었으며 분산 설명력은 18.083%이다. 요인 2는 지역성으로써 지역별 향토음식의 차이와 향토음식이 건강 지향적이라는 2가지 속성이 포함되었으며, 분산 설명력은 13.421%이다. 요인 3은 인식성 요인으로써 향토음식의 조리법의 인식성과 향토음식의 의미 인식의 2가지 속성으로 분산 설명력은 12.487%이었다. 요인 4는 표준성 요인으로서 향토음식의 표준화와 지역농수산물의 2가지 속성이 포함되었으며, 분산설명력은 10.109%이다. 요인 5는 향토음식의 관련성 요인으로써 전통적인 방법으로 조리와 주민입맛과 음식의 관련성에 관한 2가지 속성으로 분산 설명력은 .7694%로 나타났다.

5. 회귀분석 결과

1) 동인동 찜 갈비는 대구음식과 향토음식에 관한 회귀분석 결과

회귀분석결과에서 종속변수에 대한 전체 설명력(R-square)은 25.4%로 나타났고, 회귀식에 대한 통계적 유의성을 검증하는 F값은 3.982이고 유의도는 0.002로 분석되었다. 여러 종류의 독립변수들을 입력하여 “찜 갈비는 대구음식”에 크게 영향을 미치는 순서로 단계선택을 하여 분석한 결과는 <표 7>에 나와 있다.

대구지역의 향토음식인 동인동 찜 갈비와 일반적인 향토음식에 관한 영향정도를 분석한 결과, 대구 지역 향토음식의 요인인 동인동 찜 갈비의 선호성, 지역성, 인식성, 관련성의 요인은 통계적으로 유의하지 않는 것으로 분석되었다. 단지 표준성만이 유의적인 차이가 있는 것으로 분석되었다($p < 0.05$).

그리고 영향의 방향이 음(-)으로 나타나 대구 지역의 동인동 찜 갈비는 일반적인 향토음식과의 연관성에서 선호성, 지역성, 인식성, 관련성이 적은 것으로 분석되었다.

그러므로 대구지역의 향토음식인 동인동 찜 갈비가 대구지역에 거주하는 지역주민들에게도 향토음식이라는 인식이 부족하고, 지역에서 생산되는 농수산물을 이용한 조리법도 부족하다고 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 또한 전통적인 조리법으로 조리하지 않고, 지역주민의 입맛과도 차이가 나는 것으로 분석되었다. 따라서 대구지역의 향토음식인 동인동 찜 갈비에 대한 인식의 전환을 위해 동인동 상권에 군

집해 있는 짬 갈비 골목의 명성을 규모 경제화 시키는 전략이 필요하다. 이러한 전략 목표는 조리법의 표준화, 지역 농수산물을 이용한 지역경제의 활성화, 메뉴의 대중성 확보와 세대별 차별화 된 메뉴의 개발, 지역축제를 통한 국제적 음식으로서의 상품화 방안이 필요한 것으로 분석된다.

〈표 7〉 동인동 짬 갈비와 향토음식에 관한 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	R ²	F	Sig. F	B	Beta	T	Sig. T
향토 음식	선호성	.254	3.982	.002	-.175	-.168	-2.460	.014
	지역성				-.106	-.102	-1.499	.135
	인식성				-.132	-.127	-1.859	.065
	표준성				-.197	-.189	-2.778	.006*
	관련성				-4.5E-02	-.043	-.630	.530

*P<0.05.

2) 동인동 짬 갈비는 타 지역에 알려진 음식과 향토음식에 관한 회귀분석 결과 회귀분석결과에서 종속변수에 대한 전체 설명력(R-square)는 21.4%로 나타났고, 회귀식에 대한 통계적 유의성을 검증하는 F 값은 1.868이며 유의도는 0.102로 분석되었다.

대구지역의 향토음식인 동인동 짬 갈비의 타 지역 인지도와 일반적인 향토음식에 관한 영향정도를 분석한 결과, 대구 지역의 향토음식의 요인인 동인동 짬 갈비의 인식성, 표준성, 관련성 요인은 대구 지역의 동인동 짬 갈비의 외적 영향변수와 통계적으로 유의하지 않는 것으로 분석되었다(p<0.10).

선호성과 지역성 요인만이 동인동 짬 갈비가 향토음식에 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

따라서 대구지역의 향토음식인 동인동 짬 갈비가 한국의 대표적인 향토음식으로

〈표 8〉 동인동 짬 갈비와 향토음식에 관한 회귀분석 결과

종속변수	독립변수	R ²	F	Sig. F	B	Beta	T	Sig. T
향토 음식	선호성	.214	1.868	.102	-.137	-.125	-1.790	.075
	지역성				-.150	-.137	-1.960	.051
	인식성				3.811E-02	.035	.498	.619
	표준성				-3.4E-02	-.031	-.449	.654
	관련성				-.104	-.095	-1.359	.176

발전하기 위해서는 외부 환경적 요인으로 지자체의 정책적인 배려와 재정지원이 필요하고 내부 환경적 요인으로는 찜 갈비에 대한 전문 기관에 의한 조리인력 확보, 체계적인 메뉴연구 개발, 타 지역에 대한 동인동 찜 갈비의 홍보 마케팅에 주력해야 한다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 대구 찜 갈비에 대한 시민들의 인식도를 조사하여 궁극적으로 서구식의 확대와 빈번한 인구의 이동과 가공식품 및 인스턴트식품의 생산 등으로(차경희 2003) 향토음식의 감소 내지 부재현상이 증가하고 있다. 즉 우리 고유의 향토음식을 보존, 전승시켜 나가기 위한 취지에서 출발하였다.

향토음식은 그 지역의 특산물을 이용하여 그 지역에서 고유하게 전승되어온 조리 방법으로 만들어지고, 그 지역사람의 사고 및 생활양식에 따른 각종 문화풍속을 바탕으로 발달되어 온 것이 특징이다(김상애 · 권순정 2004).

대구의 찜 갈비는 대구 주변에서 많이 생산되는 특산물인 의성 마늘과 영양의 청양 고추를 이용하여 덥고 건조한 지역 환경의 특성에 맞추어 만들어진 독특하고 특징 있는 음식이다(김기숙 · 이재경 1997)라 할 수 있다.

본 연구에서는 찜 갈비에 대한 시민들의 인식도의 중요성을 감안하여 대구 동인동 찜 갈비를 먹어 본 경험이 있는 시민들을 대상으로 조사했다. 대구의 향토음식을 정확하게 인식하고 발전시키는 한 방법으로서 향토음식의 전반적인 확대와 더불어 대구 향토 음식의 퇴화를 막을 수 있는 방안으로 대구 지역의 향토음식인 찜 갈비의 인식도에 대한 조사연구를 하는 것이 연구의 목적이다. 이것은 향토음식에 대한 이해와 관심을 갖는 계기를 마련하고, 대중화와 홍보방안에 대한 시민들의 의식수준을 알아봄으로써 향토음식에 대한 기초적 자료로 활용하고자 한다.

본 연구의 조사결과는 요약하면 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 성별은 남 102명, 여 99명으로 남자의 수가 많았으며, 연령별로는 20세와 30세가 총 108명(53.8%)으로 가장 많이 설문조사에 참여하였다.

둘째, 일년 동안 대구의 동인동 찜 갈비를 먹은 횟수를 조사한 결과를 보면 1~3회가 68.7%(138명)로 가장 많았으며, 4~6회가 16.4%(33명)로 동인동 찜 갈비에 대한 외식의 빈도는 그리 높지 않은 것으로 나타났다. 찜 갈비를 대구의 향토음식으로 인식하는 응답자는 49.3%(99명)으로 나타났고, 찜 갈비를 대구의 향토음식으로 생각하지 않는 응답자는 1.5%(3명)에 불과 하였다. 전반적으로 찜 갈비는 대구에서 발생하여 알려진 향토음식이라는 연구 결과 치를 나타냈다.

셋째, 동인동 찜 갈비가 국제화 될 수 있는 가치가 있는 음식상품이라는 설문조사

에서는 전반적으로 그렇다는 102명(50.7%), 매우 그렇다는 60명(29.9%)로 80.6%에 해당하는 조사대상자들이 긍정적이며 발전적인 향토음식으로 인식하고 있다는 연구 결과를 나타냈다.

넷째, 대구 지역의 동인동 찜 갈비는 일반적인 향토음식과의 연관성에서 선호성, 지역성, 인식성, 관련성요인은 유의 적인 차이가 없는 것으로 분석되었다. 단지 표준성 요인만 유의적 차이가 있는 것으로 분석되었다.

그러므로 대구지역의 향토음식인 동인동 찜 갈비가 대구지역에 거주하는 지역주민들에게도 향토음식이라는 인식이 부족하고, 지역에서 생산되는 농수산물을 이용한 조리법도 부족하다고 인식하고 있는 것으로 분석되었다. 또한 전통적인 조리법으로 조리하지 않고, 지역주민의 입맛과도 차이가 나는 것으로 분석되었다.

이상의 결과를 볼 때 대구지역의 향토음식인 동인동 찜 갈비에 대한 인식의 전환을 위해 동인동 상권에 군집해 있는 찜 갈비 골목의 명성을 규모 경제화 시키는 전략이 필요하다. 이러한 전략 목표는 조리법의 표준화와 지역 농수산물을 이용한 지역 경제의 활성화, 메뉴의 대중성 확보와 세대별 차별화 된 메뉴의 개발, 지역 문화 행사를 통한 국제음식 상품화의 모색이 필요한 것으로 사료된다.

더불어 한국의 사라져 가는 향토음식의 보존, 계승을 위해 국가의 정책적인 배려와 재정지원이 필요하고 더불어 국제화에 대비한 지방 향토 음식의 홍보와 개발이 필요하다고 생각된다.

참고문헌

1. 김기숙 · 이재경 (1997) : 강원도 향토음식에 관한 주부의 인지도 조사연구. 중앙대학교 생활문화연구소 1(10):87.
2. 김기영 · 강종현 (1997) : 외식사업의 미래인식론적 체계분석에 관한 연구. 관광경영학연구 창간호 : p.87.
3. 김상애 · 권순정 (2004) : 경상남도 일부지역 향토음식의 조리표준화 및 영양분석. 한국식품영양과학회지 : 33(2):405.
4. 김은실 · 정해옥 (2002) : 한국음식과 문화, p.200, 문지사.
5. 박성현 · 조신섭 · 김성수 (2002) : 한글 SPSS. p.410.
6. 신애숙 (2000) : 부산의 전통 향토음식의 현황 고찰. 한국조리학회지 6(3):67.
7. 안양명 (1997) : 안동민속축 제조사 연구. p.96, 안동시.
8. 우리말큰사전 (1992a) : 한글학회. 제3권. p.3616.
9. 우리말큰사전 (1992b) : 한글학회. 제3권. p.4324.
10. 우리말큰사전 (1992c) : 한글학회. 제3권. p.4607.

11. 윤은숙 · 송태희 (1995) : 우리나라 향토음식의 인지도에 관한 연구. *한국조리과학회지* 11(2):145.
12. 이경진 (2002) : 안동지역 청소년들의 향토음식에 대한 인지도 및 기호도 조사. 숙명여자대학교 석사학위논문. p.4.
13. 이수광 (2003) : 리더쉽 대체요인에 의한 변혁적 리더쉽 대체효과. *외식경영연구* 6(3):30.
14. 장정룡 (2002) : 향토민속과 지방문화 정체성. *울곡사상연구* 5(1):23.
15. 중앙일보 (1990) : 1월 10일.
16. 차경희 (2003) : 도문대작을 통해 본 조선중기 지역별 산출 식품과 향토음식. *한국식생활문화학회* 18(4):379.
17. 채서일 (1996) : 사회과학조사방법론, 학현사, p.346.
18. 한경선 · 송병춘 : 원주의 향토음식 발굴 및 인지도에 관한 연구. *한국식생활문화학회* 18(4):365.
19. Korea a journey to exotic tastes (1997) : 한국관광공사, p.70.

2004년 8월 7일 논문접수

2004년 12월 18일 논문게재 확정