

부산·경남 지역 대학생의 향토음식에 대한 의식 및 중요도에 관한 연구

백 종 온¹⁾

경기대학교 대학원 외식조리관리¹⁾

A Study on the University Students' Attitude and Importance of Native Local Foods in Busan and Gyeongnam Areas

Jong-On Baek¹⁾

Graduate School of FoodService Management, Kyonggi University¹⁾

Abstract

This research aims at supplying the basic data for getting the opportunity to understand and take interest in native local foods, seeking the plans for the succession, development and popularization of such foods. It also presents the efficient development direction of native local foods by researching the attitude to native local foods and their importance among the university students living in Busan and Gyeongnam areas. As the results of conducting a cross analysis on the basis of the characters of sex, age, department, and residence periods of demographic characters to survey university students' attitude to native local foods, 38.5% of the respondents said that they have experience of having been interested in them. And the media were the most influential medium to make them get interested in native local foods, and special restaurants for native local foods were most frequently visited to have them. As for the succession and development of native local foods, public relations was the most important factor for promoting them. For the popularization of native local foods, various cultural events and public relations were most needed. As the results of analyzing the importance of native local foods by the demographic characters, there were statistically significant differences according to sex, age, residence period in Busan and Gyeongnam areas.

Key words : local foods, importance, attitude, university students', development, succession.

I. 서 론

각 지방의 향토음식은 1900년 중반까지는 고유한 특색이 있었으나 급속한 산업의 발전과 교통의 발달로 다른 지방과의 왕래와 교역이 많아지고, 물적 교류와 인적 교류가 늘어나면서 한 지방의 산물이나 식품이 전국 곳곳으로 퍼지게 되

고, 음식 만드는 솜씨도 널리 알려지게 되었다(한경선·송병춘 2003). 또한, 핵가족화, 주부의 사회진출의 증가로 가공 식품 및 인스턴트 식품, 외국조리법의 도입 등 식생활이 간편화 되어감에 따라(윤은숙·송태희 1995) 한 지방의 고유한 향토음식에 대한 전통성이 점점 상실되어지고 있었다. 그러나 최근 세계화 추이에 따른 향토음식이

¶ : 백종은, 019-439-0755, bjo1101105@yahoo.co.kr, 경기도 용인시 기흥구 구갈동 274-7 101호

관광 상품화로 급부상하고 있으며, 이러한 시대적 추이에 편승하여 천연, 건강, 기능의 시대적 의식 선호는 향토음식에 대한 관심 고조와 관광 상품화로서의 가치가 부상하고 있는 실정이다(손영진 2005). 또한, 지방자치가 활성화 되면서 지방자치단체에서는 지역 경제의 활성화와 지역 문화의 보존·계승 및 발전을 위해서 각 지역의 독특한 문화를 관광자원화하기 위해서 노력을 하고 있다(신애숙 2000). 이러한 문화 관광의 개발과 함께 향토음식의 중요성이 부각되고 있으므로 미래의 식문화를 이끌어가고 전통의 맥을 이을 수 있는 대학생들의 향토음식에 대한 관심도와 올바른 가치관을 갖게 하는 것은 매우 중요한 일이므로 과거부터 전해 내려오는 향토음식에 대한 올바른 인식과 중요성에 대한 연구가 필요하다(김상보 2002).

현재까지 향토음식의 선행 연구로는 선호도와 인지도, 기호도, 관광 상품화를 위한 만족도 등에 그치고 있으므로 향토음식에 대한 관심이 증가되고 있음에도 불구하고 향토음식에 대한 다양한 연구가 미미한 실정이다.

따라서 본 연구는 부산·경남 지역의 식품, 조리, 외식과 대학생들을 중심으로 부산·경남 지역에 거주하는 대학생들을 대상으로 향토음식에 대한 의식 및 중요도 등에 대해 조사 연구함으로써 향토음식에 대한 이해와 관심을 가지는 계기를 마련하고, 계승 발전 및 대중화에 대한 방안 모색과 향후 효과적인 발전 방향을 제시하기 위하여 기초 자료로 제공하고자 하는데 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 경상남도의 향토음식

향토음식이란 그 지방에서 산출되는 재료를 그 지역에서 고유하게 전승되어 온 비법으로 조리하거나 또는 그 지역의 문화적 행사를 통해서 발달된 음식을 말한다(한억 1996). 그러므로 그 고장이 아니면 만들어질 수 없는 특미(特味)를 가지므

로 향토문화의 격조를 대변할 수 있으며(권세정·이종하 2004), 또한 그 지역의 전통문화를 잘 나타내주는 것으로 전승의 가치가 있으므로 확대 발전시켜야 할 필요성이 있다(이연정·최수근 2004; 신애숙 2000). 경상도는 남해와 동해에 좋은 어장을 가지고 있어 해산물이 풍부하고, 낙동강 주위의 기름진 농토에서 농산물이 생산된다(정낙원 등 2007). 부산은 20세기 초반까지 부산포라고 불리우는 조그만 어촌 마을에 지나지 않았으나, 1950년 6.25 동란과 함께 전국 각지에서 피난민이 유입되면서 비약적으로 성장한 신생도시로 사계절이 분명한 온대온순 지역인 한반도의 남동부에 자리 잡고 있다(신애숙 2002). 남쪽과 동쪽으로 태평양에 접하고 있어 수산물 및 민물 수산물을 풍부하므로 젓갈류를 이용한 음식을 즐겨 먹었고, 산간 지방은 나무열매로 만든 묵이나 떡 그리고 산채를 즐겨 먹었다. 음식은 멋을 내거나 사치스럽지 않고 소담하게 만들며, 바닷고기에 소금간을 해서 말려서 굽는 것을 즐기고 바닷고기로 국을 끓이기도 한다. 밀가루에 날콩가루를 섞어서 밀대로 얇게 밀어 칼로 썰어 만드는 칼국수를 즐기며, 장국의 국물은 멸치나 조개를 많이 쓰고, 여름에는 더운 제물국수를 즐긴다. 음식의 맛은 대체로 간이 세고 매운 편이며, 소박하다(진양호 등 2001).

경상도 향토음식 중 주식류는 통영비빔밥, 충무김밥, 진주비빔밥, 조개국수, 닭갈국수, 대구육계장 등과 부식류는 재첩국, 추어탕, 시락국, 아구찜, 동래과전, 장어구이, 콩잎장아찌, 미역홍합국, 해물잡채, 조개찜, 대합구이, 콩가루배춧국 등이 있다. 병과류와 음청류는 모시잎송편, 만경떡, 썩굴레, 진주유과, 다시마 정과, 안동식혜, 유자화채 등이 있다(정낙원 등 2007).

III. 연구방법

1. 조사 설계

본 연구의 목적인 부산·경남 지역 대학생의 향토음식에 대한 의식 및 중요도를 조사하기 위

해 부산·경남 지역에 소재하고 있는 6개 대학교(D, K, S, K, Y, I)의 식품, 외식조리와 관련된 전공대학생을 대상으로 선정하였다. 조사는 2007년 11월 20일부터 11월 30일까지 10일 동안 총 270부의 설문지를 배포하였으며, 회수된 설문지는 266부로 회수율은 98%였으며, 이 중 부적당한 설문지를 제외한 260부만을 통계 처리하였다.

2. 설문지 구성

본 연구에서 사용한 설문지는 선행 연구(민계홍 2003; 이경진 2002; 하미옥 2006; 이승진 2005; 최수근·이연정 2004)를 통해 추출하였으며, 본 연구의 목적에 맞게 재구성하였다. 설문지는 크게 향토음식에 대한 의식과 중요도 그리고 인구통계학적 특성으로 구성하였다. 각 부분별 문항을 살펴보면 향토음식의 의식에 관한 7문항과 중요도에 관한 10문항, 그리고 인구통계학적 특성으로 성별, 연령, 학과, 학년, 주거 형태, 가족 구성원, 거주 연한 등의 총 7항으로 구성하였다.

3. 분석방법

본 연구를 수행하는데 있어서 회수된 자료 중 무성의한 반응을 보인 응답은 통계처리에서 제외시켰으며, 연구결과를 도출하기 위해 통계처리는 SPSS for WIN 12.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 분석은 빈도분석, 교차분석, 평균차이 검증인 t-test와 기술통계 분석, 일원변량분석(One way ANOVA)을 실시하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 연구대상자의 인구통계학적 특성

〈Table 1〉은 연구대상자의 인구통계학적 특성에 대한 결과이다. 분석결과 성별은 남성이 111명(42.7%), 여성 149명(57.3%)이었고, 연령은 21~22세가 97명(37.3%)으로 가장 많았고, 학과는 외식사업관련학과가 153명(58.8%), 조리관련학과 78명(30.0%), 식품영양관련학과 29명(11.2%) 순으로

〈Table 1〉 General characteristics of subjects

		N	%
Gender	Male	111	42.7
	Female	149	57.3
Age	20 yrs	49	18.8
	21~22 yrs	97	37.3
	23~24 yrs	57	21.9
	25~26 yrs	36	13.8
	26 yrs more	21	8.1
Major	Culinary science	78	30.0
	Food service industry	153	58.8
	Food nutrition	29	11.2
Grade	Freshman	45	17.3
	Sophomore	108	41.5
	Junior	71	27.3
	Senior	36	13.8
Type of residence	Home	187	71.9
	Self-catering	39	15.0
	Dormitory	24	9.2
	Others	10	3.8
Family type	Grand parents and parents	14	5.4
	Parents	60	23.1
	Parents and siblings	153	58.8
	Others	33	12.7
Living period in Busan · Gyeongnam	Below 4 years	79	30.4
	5~10 years	21	8.1
	11~15 years	18	6.9
	16~20 years	43	16.5
	21~25 years	82	31.5
	Over 26 years	17	6.5
Total		260	100.0

나타났다. 학년의 경우는 2학년이 108명(41.5%)으로 가장 높게 조사되었고, 주거 형태는 자가 187명(71.9%)으로 가장 높게 나타났다. 가족 구성원은 부모님과 형제 자매가 153명(58.8%)으로 가장 많았으며, 부산·경남 거주 연한은 4년 이하가 79명(30.4%), 5~10년 21명(8.1%), 11~15년 18명(6.9%), 16~20년 43명(16.5%), 21~25년 82

명(31.5%), 26년 이상 17명(6.5%)으로 나타났다.

2. 향토음식에 대한 인식

부산·경남 지역 향토음식에 대한 대학생들의 인식을 알아보고자, 조사대상자의 인구통계학적 특성 중 성별, 연령, 학과, 거주 연한에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위하여 교차분석을 실시한 결과이다.

1) 향토음식에 대한 관심 여부

〈Table 2〉는 향토음식에 대한 관심 여부에 대해 분석한 결과이다. 분석결과 전체적으로 볼 때, ‘보통이다’ 97명(37.3%), ‘많다’ 84명(32.3%), ‘없다’ 53명(20.4%), ‘아주 많다’ 16명(6.2%), ‘전혀 없다’ 10명(3.8%) 순으로 나타나 전체 38.5%가 향토음식에 대해 관심을 가져 본 적이 있다고 하였으나, 통계적으로는 유의한 차이가 나타나지 않았다($p>0.05$).

2) 향토음식의 관심을 가지게 된 계기

〈Table 3〉은 향토음식에 대해 관심을 가지게 된 계기에 대해 분석한 결과이다. 분석결과 전체적으로 볼 때, ‘매스컴(TV, 라디오, 신문, 잡지)’가 143명(55.0%)으로 가장 높게 나타났고, ‘학교 교육’ 72명(27.7%), ‘가정 교육’ 18명(6.9%), ‘취미’ 17명(6.5%), ‘책’ 10명(3.8%) 순으로 나타났으나, 통계적으로는 유의한 차이가 나타나지 않았다($p>0.05$). 요즘 매스컴을 통해 음식 소개 프로그램이 다양해지고 있으므로 대다수 학생들이 매스컴을 통하여 향토음식에 대한 관심을 가지게 된 것으로 사료된다.

3) 향토음식을 먹는 장소

〈Table 4〉는 향토음식을 먹는 장소에 대해 분석한 결과로 ‘향토음식 전문점’이 101명(38.8%)으로 가장 높게 나타났고, ‘우리집’ 75명(28.8%), ‘일반 식당’ 45명(17.3%), ‘친척집’ 34명(13.1%) 순

〈Table 2〉 Interest levels in local foods

		Interest levels in local foods					$\chi^2(p)$
		Very much	Much	Moderate	Little	None	
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	8(7.2)	40(36.0)	38(34.2)	20(18.0)	5(4.5)	2.423 (0.658)
	Female	8(5.4)	44(29.5)	59(39.6)	33(22.1)	5(3.4)	
Major	Culinary science	5(6.4)	21(26.9)	33(42.3)	17(21.8)	2(2.6)	8.346 (0.400)
	Food service industry	8(5.2)	54(35.3)	50(32.7)	33(21.6)	8(5.2)	
	Food nutrition	3(10.3)	9(31.0)	14(48.3)	3(10.3)	-(-)	
Grade	Freshman	4(8.9)	16(35.6)	16(35.6)	8(17.8)	1(2.2)	8.820 (0.718)
	Sophomore	7(6.5)	34(31.5)	35(32.4)	26(24.1)	6(5.6)	
	Junior	2(2.8)	21(29.6)	33(46.5)	12(16.9)	3(4.2)	
	Senior	3(8.3)	13(36.1)	13(36.1)	7(19.4)	-(-)	
Living period in Busan · Gyeongnam	Below 4years	6(7.6)	22(27.8)	31(39.2)	17(21.5)	3(3.8)	17.071 (0.648)
	5~10 years	2(9.5)	8(38.1)	7(33.3)	3(14.3)	1(4.8)	
	11~15 years	2(11.1)	4(22.2)	7(38.9)	4(22.2)	1(5.6)	
	16~20 years	1(2.3)	20(46.5)	10(23.3)	12(27.9)	-(-)	
	21~25 years	3(3.7)	25(30.5)	35(42.7)	14(17.1)	5(6.1)	
	Over 26 years	2(11.8)	5(29.4)	7(41.2)	3(17.6)	-(-)	
	Total	16(6.2)	84(32.3)	97(37.3)	53(20.4)	10(3.8)	

〈Table 3〉 Opportunities to have interest in local foods

		Opportunities to have interest in local foods					$\chi^2(p)$
		Interest	By textbook	By school education	By home education	By mass media	
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	7(6.3)	5(4.5)	34(30.6)	6(5.4)	59(53.2)	1.603 (0.808)
	Female	10(6.7)	5(3.4)	38(25.5)	12(8.1)	84(56.4)	
Major	Culinary science	4(5.1)	1(1.3)	23(29.5)	6(7.7)	44(56.4)	10.540 (0.229)
	Food service industry	13(8.5)	6(3.9)	42(27.5)	8(5.2)	84(54.9)	
	Food nutrition	-(-)	3(10.3)	7(24.1)	4(13.8)	15(51.7)	
Grade	Freshman	3(6.7)	1(2.2)	11(24.4)	4(8.9)	26(57.8)	20.149 (0.064)
	Sophomore	4(3.7)	3(2.8)	38(35.2)	3(2.8)	60(55.6)	
	Junior	7(9.9)	6(8.5)	15(21.1)	9(12.7)	34(47.9)	
	Senior	3(8.3)	-(-)	8(22.2)	2(5.6)	23(63.9)	
Living period in Busan · Gyeongnam	Below 4years	6(7.6)	5(6.3)	18(22.8)	4(5.1)	46(58.2)	20.064 (0.454)
	5~10 years	2(9.5)	-(-)	3(14.3)	1(4.8)	15(71.4)	
	11~15 years	1(5.6)	1(5.6)	1(5.6)	3(16.7)	12(66.7)	
	16~20 years	2(4.7)	1(2.3)	13(30.2)	3(7.0)	24(55.8)	
	21~25 years	4(4.9)	2(2.4)	30(36.6)	6(7.3)	40(48.8)	
	Over 26 years	2(11.8)	1(5.9)	7(41.2)	1(5.9)	6(35.3)	
Total		17(6.5)	10(3.8)	72(27.7)	18(6.9)	143(55.0)	

〈Table 4〉 Major places of having local foods

		Major places of having local foods					$\chi^2(p)$
		Own home	Relative's	General restaurant	Special food restaurant	Others	
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	28(25.2)	13(11.7)	21(18.9)	48(43.2)	1(0.9)	3.463 (0.483)
	Female	47(31.5)	21(14.1)	24(16.1)	53(35.6)	4(2.7)	
Major	Culinary science	23(29.5)	14(17.9)	14(17.9)	25(32.1)	2(2.6)	4.222 (0.837)
	Food service industry	44(28.8)	17(11.1)	26(17.0)	63(41.2)	3(2.0)	
	Food nutrition	8(27.6)	3(10.3)	5(17.2)	13(44.8)	-(-)	
Grade	Freshman	12(26.7)	13(28.9)	5(11.1)	13(28.9)	2(4.4)	25.507 (0.013)
	Sophomore	30(27.8)	16(14.8)	22(20.4)	38(35.2)	2(1.9)	
	Junior	25(35.2)	3(4.2)	13(18.3)	30(42.3)	-(-)	
	Senior	8(22.2)	2(5.6)	5(13.9)	20(55.6)	1(2.8)	
Living period in Busan · Gyeongnam	Below 4years	22(27.8)	9(11.4)	15(19.0)	29(36.7)	4(5.1)	23.696 (0.256)
	5~10 years	8(38.1)	-(-)	5(23.8)	8(38.1)	-(-)	
	11~15 years	3(16.7)	5(27.8)	5(27.8)	5(27.8)	-(-)	
	16~20 years	13(30.2)	9(20.9)	4(9.3)	16(37.2)	1(2.3)	
	21~25 years	26(31.7)	9(11.0)	14(17.1)	33(40.2)	-(-)	
	Over 26 years	3(17.6)	2(11.8)	2(11.8)	10(58.8)	-(-)	
Total		75(28.8)	34(13.1)	45(17.3)	101(38.8)	5(1.9)	

으로 나타났으며, 통계적으로는 학년에 따라 유의한 차이가 나타났다($p<0.05$). 학교 교육을 통해 향토음식에 대해 경험하므로 향토음식 전문점을 찾는 것으로 생각된다.

주중재(2007)의 연구에서 향토음식을 주로 어디서 먹느냐의 문항에서 ‘향토음식 취급전문점에서’(62.9%), ‘집에서’(35.2%)로 응답하여 본 연구의 결과와 일치하였으므로, 향토음식 전문점이나 각자의 집에서 향토음식을 먹는 것으로 생각된다.

4) 향토음식의 이용 횟수가 줄어드는 이유

〈Table 5〉는 향토음식 이용 횟수가 줄어드는 이유에 대해 분석한 결과 ‘접할 기회가 적어 익숙하지 않으므로’가 174명(66.9%)으로 가장 높게 나타났고, ‘관심이 없어서’ 31명(11.9%), ‘조리방

법이 어려워서’ 28명(10.8%), ‘기호에 맞지 않으므로’ 17명(6.5%), ‘조리방법을 몰라서’ 10명(3.8%) 순으로 조사되었으며, 통계적으로는 학년에 따라서 유의한 차이가 나타났다($p<0.05$). 대학생들은 자유 식탁문화로 전환되는 연령이므로 편의식품 위주의 음식을 접하기 때문이라 생각된다. 따라서 학교 단체급식을 통해 향토음식을 자주 접할 수 있는 기회를 마련하는 것이 중요할 것이라 생각된다. 정경희·신승미(2006)의 연구에서 향토음식 이용 횟수가 줄어들고 있다면 어떤 이유때문인가의 문항에서 접할 기회가 없어서(59.0%)로 응답하여 본 연구의 결과와 일치하였다.

5) 향토음식을 계승, 발전시켜야 하는 이유

〈Table 6〉은 향토음식을 계승, 발전시켜야 하는 이유에 대해 분석한 결과 ‘식생활 문화계승’이

〈Table 5〉 The reasons why local foods decrease

		The reasons why local foods decrease					$\chi^2(p)$
		Fewer opportunities for home town foods	Less interest	Do not know cooking methods	Difficult cooking methods	Bad appetite	
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	69(62.2)	19(17.1)	5(4.5)	10(9.0)	8(7.2)	5.947 (0.203)
	Female	105(70.5)	12(8.1)	5(3.4)	18(12.1)	9(6.0)	
Major	Culinary science	56(71.8)	9(11.5)	1(1.3)	6(7.7)	6(7.7)	6.643 (0.576)
	Food service industry	96(62.7)	21(13.7)	8(5.2)	19(12.4)	9(5.9)	
	Food nutrition	22(75.9)	1(3.4)	1(3.4)	3(10.3)	2(6.9)	
Grade	Freshman	28(62.2)	7(15.6)	1(2.2)	5(11.1)	4(8.9)	22.629 (0.031)
	Sophomore	83(76.9)	9(8.3)	3(2.8)	9(8.3)	4(3.7)	
	Junior	36(50.7)	9(12.7)	6(8.5)	13(18.3)	7(9.9)	
	Senior	27(75.0)	6(16.7)	-(-)	1(2.8)	2(5.6)	
Living period in Busan · Gyeongnam	Below 4years	49(62.0)	10(12.7)	1(1.3)	6(7.6)	13(16.5)	27.857 (0.113)
	5~10 years	15(71.4)	2(9.5)	-(-)	4(19.0)	-(-)	
	11~15 years	13(72.2)	2(11.1)	1(5.6)	1(5.6)	1(5.6)	
	16~20 years	29(67.4)	7(16.3)	2(4.7)	4(9.3)	1(2.3)	
	21~25 years	55(67.1)	9(11.0)	5(6.1)	12(14.6)	1(1.2)	
	Over 26 years	13(76.5)	1(5.9)	1(5.9)	1(5.9)	1(5.9)	
Total		174(66.9)	31(11.9)	10(3.8)	28(10.8)	17(6.5)	

〈Table 6〉 The reasons why local foods should be succeeded and developed

		The reasons why local foods should be succeeded and developed					$\chi^2(p)$
		No reason to succeed and develop them	For tradition	Succeeded as food culture	Used to tastes	Good nutrition	
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	3(2.7)	18(16.2)	64(57.7)	6(5.4)	20(18.0)	6.026 (0.197)
	Female	3(2.0)	30(20.1)	86(57.7)	1(0.7)	29(19.5)	
Major	Culinary science	-(-)	9(11.5)	49(62.8)	-(-)	20(25.6)	19.036 (0.015)
	Food service industry	6(3.9)	37(24.2)	80(52.3)	6(3.9)	24(15.7)	
	Food nutrition	-(-)	2(6.9)	21(72.4)	1(3.4)	5(17.2)	
Grade	Freshman	1(2.2)	6(13.3)	27(60.0)	1(2.2)	10(22.2)	10.588 (0.564)
	Sophomore	2(1.9)	21(19.4)	67(62.0)	1(0.9)	17(15.7)	
	Junior	3(4.2)	13(18.3)	38(53.5)	2(2.8)	15(21.1)	
	Senior	-(-)	8(22.2)	18(50.0)	3(8.3)	7(19.4)	
Living period in Busan · Gyeongnam	Below 4years	-(-)	17(21.5)	46(58.2)	2(2.5)	14(17.7)	17.617 (0.613)
	5~10 years	-(-)	4(19.0)	13(61.9)	1(4.8)	3(14.3)	
	11~15 years	2(11.1)	2(11.1)	10(55.6)	1(5.6)	3(16.7)	
	16~20 years	1(2.3)	9(20.9)	27(62.8)	-(-)	6(14.0)	
	21~25 years	3(3.7)	13(15.9)	43(52.4)	2(2.4)	21(25.6)	
	Over 26 years	-(-)	3(17.6)	11(64.7)	1(5.9)	2(11.8)	
Total		6(2.3)	48(18.5)	150(57.7)	7(2.7)	49(18.8)	

150명(57.7%)으로 가장 높게 나타났고, ‘영양학적으로 우수하므로’ 49명(18.8%), ‘미풍양속이므로’ 48명(48.5%), ‘맛이 익숙해져서’ 7명(2.7%) 순으로 나타났으며, ‘계승, 발전시킬 필요가 없다’도 6명(2.3%)으로 나타났다. 조사결과, 학과에 따라서 유의한 차이가 나타났으며($p<0.05$), 전반적으로 식생활의 문화계승을 위해서는 향토음식의 계승, 발전이 필요하다고 하였다. 이 외에 조리 관련학과나 식품영양학과의 경우 영양학적으로 우수하기 때문에, 외식사업관련학과의 경우 미풍양속이기 때문에 계승, 발전시켜야 한다고 하여 다소 차이를 보였다.

6) 향토음식 계승 발전을 위해 중점을 두어야 할 기관

〈Table 7〉은 향토음식 계승 발전을 위해 중점을 두어야 할 기관에 대해 분석한 결과 ‘대중 홍보’가 149명(57.3%)으로 가장 높게 나타났고, ‘부산·경남시의 정책’ 34명(13.1%), ‘학교 교육’ 30명(11.5%), ‘가정 교육’ 26명(10.0%), ‘정부’ 21명(8.1%) 순으로 나타났다. 통계적으로 학과에 따라서 유의한 차이가 나타났으며($p<0.05$), 각 과에서 모두 대중 홍보가 가장 필요하다고 하였으므로 향토음식 연구단체나 향토음식 모범음식점 등은 음식 축제나 대중매체를 통한 적극적인 홍보를 해야 할 것으로 생각되며, 향토음식의 올바른 계승을 위해서 학교 교육을 통해 경험할 수 있는 기회가 주어져야 할 것이다. 가정에서도 편의 위주의 식단에서 향토음식을 이용한 식단 구성이 필요할 것으로 생각된다.

보’가 149명(57.3%)으로 가장 높게 나타났고, ‘부산·경남시의 정책’ 34명(13.1%), ‘학교 교육’ 30명(11.5%), ‘가정 교육’ 26명(10.0%), ‘정부’ 21명(8.1%) 순으로 나타났다. 통계적으로 학과에 따라서 유의한 차이가 나타났으며($p<0.05$), 각 과에서 모두 대중 홍보가 가장 필요하다고 하였으므로 향토음식 연구단체나 향토음식 모범음식점 등은 음식 축제나 대중매체를 통한 적극적인 홍보를 해야 할 것으로 생각되며, 향토음식의 올바른 계승을 위해서 학교 교육을 통해 경험할 수 있는 기회가 주어져야 할 것이다. 가정에서도 편의 위주의 식단에서 향토음식을 이용한 식단 구성이 필요할 것으로 생각된다.

7) 향토음식의 대중화를 위해 가장 필요한 것

〈Table 8〉은 향토음식의 대중화를 위해 가장 필요한 것에 대해 분석한 결과, ‘다양한 문화적인

〈Table 7〉 The necessary factors for succeeding and developing local foods

		The necessary factors for succeeding and developing local foods					$\chi^2(p)$
		School education	Home education	Government	PR	Policy of Busan · Gyeongnam	
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	16(14.4)	7(6.3)	10(9.0)	65(58.6)	13(11.7)	4.568 (0.335)
	Female	14(9.4)	19(12.8)	11(7.4)	84(56.4)	21(14.1)	
Major	Culinary science	10(12.8)	6(7.7)	4(5.1)	41(52.6)	17(21.8)	16.105 (0.041)
	Food service industry	15(9.8)	20(13.1)	15(9.8)	91(59.5)	12(7.8)	
	Food nutrition	5(17.2)	-(-)	2(6.9)	17(58.6)	5(17.2)	
Grade	Freshman	7(15.6)	1(2.2)	4(8.9)	27(60.0)	6(13.3)	14.458 (0.272)
	Sophomore	14(13.0)	9(8.3)	7(6.5)	61(56.5)	17(15.7)	
	Junior	6(8.5)	13(18.3)	8(11.3)	39(54.9)	5(7.0)	
	Senior	3(8.3)	3(8.3)	2(5.6)	22(61.1)	6(16.7)	
Living period in Busan · Gyeongnam	Below 4years	10(12.7)	9(11.4)	6(7.6)	45(57.0)	9(11.4)	21.505 (0.368)
	5~10 years	-(-)	3(14.3)	-(-)	15(71.4)	3(14.3)	
	11~15 years	2(11.1)	1(5.6)	3(16.7)	11(61.1)	1(5.6)	
	16~20 years	6(14.0)	1(2.3)	5(11.6)	21(48.8)	10(23.3)	
	21~25 years	12(14.6)	11(13.4)	6(7.3)	45(54.9)	8(9.8)	
	Over 26 years	-(-)	1(5.9)	1(5.9)	12(70.6)	3(17.6)	
Total		30(11.5)	26(10.0)	21(8.1)	149(57.3)	34(13.1)	

행사의 개최 및 홍보'가 126명(48.5%)으로 가장 높게 나타났고, '어릴 때부터 향토음식을 자주 접하여 그 맛에 익숙해지도록 유도' 44명(16.9%), '향토음식이 조리 과학적으로나, 맛과 영양적으로도 우수하다는 증거 확보' 37명(14.2%), '조리법의 단순화' 19명(7.3%), '옛 맛 되찾기'와 '음식점에서 짠 가격에 판매'가 각 17명(6.5%) 순으로 나타났으며, 통계적으로는 학과, 부산시 거주 연한에 따라 유의한 차이가 나타났다($p < 0.05$).

먼저 학과에 따라서는 대체적으로 각 학과 모두 다양한 문화적인 행사의 개최 및 홍보가 필요하다고 하였다. 이 외에 조리관련학과의 경우 향토음식이 조리 과학적으로나, 맛과 영양적으로도 우수하다는 증거 확보가 필요하다고 하였으며, 외식사업관련학과나 식품영양관련학과의 경우 어릴 때부터 향토음식을 자주 접하여 그 맛에 익숙해지도록 유도하는 것이 필요하다고 조사되어

다소 차이를 보였다. 따라서 향토음식의 대중화를 위해 다양한 문화적인 행사의 개최나 홍보가 가장 필요할 것이다. 향토음식 전문점에서는 향토음식에 들어가는 식재료들의 영양적인 성분이나 효능 그리고 음식의 조리 과정 등을 표시하여 알리는 것이 대중화를 위해 중요할 것으로 생각된다.

3. 향토음식의 중요도

향토음식의 대중화를 위한 중요도에 대해 조사하기 위하여 기술통계분석을 실시한 결과이다.

1) 향토음식의 대중화를 위한 중요도

〈Table 9〉는 향토음식의 대중화를 위한 중요도 분석결과, 홍보 및 마케팅($M=4.45$)이 대중화를 위해 가장 중요한 것으로 나타났고, 현대인의 기호에 맞게 다양한 맛 개발($M=4.37$), 제조기능 보

<Table 8> Essential requirements for the popularization of local foods

		Essential requirements for the popularization of local foods						$\chi^2(p)$
		Recovery of original taste	Opening events for local foods	Selling at low price	Local foods to the others in the nutritional and cookery aspect	Simplification of recipes	Induce to be accustomed to tastes	
		N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	N(%)	
Gender	Male	11(9.9)	52(46.8)	8(7.2)	18(16.2)	10(9.0)	12(10.8)	9.184 (0.102)
	Female	6(4.0)	74(49.7)	9(6.0)	19(12.8)	9(6.0)	32(21.5)	
Major	Culinary science	8(10.3)	36(46.2)	3(3.8)	19(24.4)	6(7.7)	6(7.7)	23.295 (0.010)
	Food service industry	7(4.6)	75(49.0)	13(8.5)	16(10.5)	13(8.5)	29(19.0)	
	Food nutrition	2(6.9)	15(51.7)	1(3.4)	2(6.9)	-(-)	9(31.0)	
Grade	Freshman	4(8.9)	20(44.4)	3(6.7)	8(17.8)	3(6.7)	7(15.6)	10.839 (0.764)
	Sophomore	10(9.3)	57(52.8)	6(5.6)	14(13.0)	7(6.5)	14(13.0)	
	Junior	2(2.8)	29(40.8)	6(8.5)	10(14.1)	7(9.9)	17(23.9)	
	Senior	1(2.8)	20(55.6)	2(5.6)	5(13.9)	2(5.6)	6(16.7)	
Living period in Busan · Gyeongnam	Below 4years	7(8.9)	34(43.0)	7(8.9)	8(10.1)	4(5.1)	19(24.1)	39.485 (0.033)
	5~10 years	2(9.5)	9(42.9)	2(9.5)	-(-)	1(4.8)	7(33.3)	
	11~15 years	-(-)	10(55.6)	1(5.6)	-(-)	1(5.6)	6(33.3)	
	16~20 years	5(11.6)	24(55.8)	1(2.3)	9(20.9)	2(4.7)	2(4.7)	
	21~25 years	2(2.4)	39(47.6)	5(6.1)	17(20.7)	10(12.2)	9(11.0)	
	Over 26 years	1(5.9)	10(58.8)	1(5.9)	3(17.6)	1(5.9)	1(5.9)	
Total		17(6.5)	126(48.5)	17(6.5)	37(14.2)	19(7.3)	44(16.9)	

<Table 9> The importance of popularizing local foods

		M±SD
The importance of popularizing local foods	Improving recipes	3.77±0.912
	Increasing the number of restaurants	4.11±0.850
	Public relations	4.45±0.731
	Instructing traditional recipes	4.10±0.821
	Training professionals of traditional local foods	4.12±0.838
	Selecting a model local food restaurant	4.12±0.848
	Developing favorite sites famous for local foods	4.08±0.912
	Developing modern sense	4.37±0.862
	Differentiating local foods	4.07±0.938
	Hosting special events for local foods annually	3.96±0.908
Total		4.12±0.513

유자의 개발 및 육성(M=4.12), 모범 향토음식점 지정 및 관리(M=4.12), 전문판매점의 보급 및 확산(M=4.11), 제조자의 전문지식 필요(M=4.10), 향토음식점을 주제로 한 명소 개발(M=4.08), 음식의

차별화(M=4.07), 향토음식 축제의 연례식 개최(M=3.96) 순으로 나타났다.

최수근 등(2006)의 연구인 울산 향토음식의 대중화 및 관광 상품화를 위한 중요도와 만족도의 연구에서는 가장 중요하게 여기는 것으로 ‘보편화시켜 세계적인 음식으로 만드는 것’(4.20), ‘전통적 조리법의 전수’(4.12), ‘전통음식과 관련된 다양한 문화행사의 개최 및 홍보’(4.07)로 나타났다. 본 연구와는 다른 결과를 보였다.

2) 인구통계학적 특성에 따른 향토음식의 대중화를 위한 중요도

〈Table 10〉은 인구통계학적 특성에 따라 향토음식의 중요도에 차이가 있는지를 알아보기 위하여 독립표본 *t*-test 및 일원변량분석(One way ANOVA)을 실시한 결과이다.

향토음식 대중화를 위한 중요도에 있어서는 성별, 연령, 부산·경남 거주 연한에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($p < 0.05$).

〈Table 10〉 The importance of popularizing local foods by the general characters

		Importance		
		M±SD	T(F)	<i>p</i>
Gender	Male	3.98±0.569	13.471	0.000
	Female	4.21±0.444		
Age	20 yrs	4.03±0.486	2.573	0.038
	21~22 yrs	4.12±0.507		
	23~24 yrs	4.07±0.545		
	25~26 yrs	4.10±0.527		
	26 yrs more	4.44±0.396		
Major	Culinary science	4.10±0.544	1.166	0.313
	Food service industry	4.10±0.517		
	Food nutrition	4.25±0.381		
Graade	Freshman	4.05±0.588	0.340	0.796
	Sophomore	4.11±0.443		
	Junior	4.14±0.561		
	Senior	4.15±0.522		
Type of residence	Home	4.15±0.503	1.396	0.245
	Self-catering	4.05±0.551		
	Dormitory	3.96±0.575		
	House of relatives	4.02±0.297		
Family type	Grand parents and parents	4.10±0.286	1.214	0.305
	Parents	4.08±0.544		
	Parents and siblings	4.16±0.507		
	Others	3.98±0.549		
Living period in Busan · Gyeongnam	Below 4 years	4.03±0.536	2.324	0.044
	5~10 years	4.04±0.607		
	11~15 years	4.07±0.561		
	16~20 years	4.10±0.562		
	21~25 years	4.17±0.416		
Over 26 years	4.46±0.411			

부산·경남 거주 연한에 따라서는 향토음식의 대중화를 위해 각 속성의 중요도를 높게 평가한 것으로 볼 수 있다. 성별에 따라서는 여학생들의 경우 남학생들에 비해 중요도를 높게 평가하였으며, 연령에 따라서는 비교적 연령이 많을수록 그 중요도를 높게 생각하는 것으로 나타났다. 여학생들의 경우 남학생들보다 가정에서 조리할 수 있는 기회를 자주 접하기 때문이라 생각되며, 연령이 많을수록 향토음식은 그 지방의 소중한 문화 자산이라는 의식을 갖기 때문이라 생각된다.

V. 결 론

본 연구는 부산·경남 지역 향토음식에 대한 기초 자료를 얻기 위하여 부산·경남 지역에 거주하는 대학생들을 대상으로 향토음식에 대한 의식 및 중요도 등에 대해 조사 연구함으로써 향토음식에 대한 이해와 관심을 가지는 계기를 마련하고, 계승 발전 및 대중화에 대한 방안 모색과 향후 효과적인 발전 방향을 제시하고자 하는데 목적이 있다. 본 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 부산·경남 지역 향토음식에 대한 대학생들의 의식을 알아보기 위하여 인구통계학적 특성에 따른 교차 분석을 실시한 결과, 향토음식에 대한 관심 여부는 38.5%가 관심을 가져 본 적이 있다고 하였으며, 향토음식에 대해 관심을 가지게 된 계기는 ‘매스컴(TV, 라디오, 신문, 잡지)’이 143명(55.0%)으로 가장 높게 나타났으나 통계적으로는 유의한 차이가 나타나지 않았다($p>0.05$). 향토음식을 먹는 장소는 ‘향토음식 전문점’이 101명(38.8%)으로 가장 높게 나타났으며, 통계적으로 학년에 따라 유의한 차이가 나타났다($p<0.05$). 향토음식의 계승 발전을 위해 중점을 두어야 할 기관에 대해 분석한 결과, ‘대중 홍보’가 149명(57.3%)으로 가장 높게 나타났으며, 학과에 따라 유의한 차이가 나타났다($p<0.05$). 향토음식의 대중화를 위해 가장 필요한 것은 ‘다양한 문화적인 행사의 개최

및 홍보’가 126명(48.5%)으로 가장 높게 나타났으며, 부산시 거주 연한에 따라 유의한 차이가 나타났다($p<0.05$). 학과에 따라서는 대체적으로 각 학과 모두 다양한 문화적인 행사의 개최 및 홍보가 필요하다고 하였다.

둘째, 향토음식의 대중화를 위한 중요도에 대해 분석한 결과 홍보 및 마케팅($M=4.45$)이 대중화를 위해 가장 중요한 것으로 나타났다.

셋째, 인구통계학적인 특성에 따른 향토음식의 중요도를 분석한 결과, 성별, 연령, 부산·경남시 거주 연한에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다($p<0.05$). 성별에 따라서는 여학생들의 경우 남학생들에 비해 중요도를 높게 평가하였으며, 연령에 따라서는 비교적 연령이 많을수록 그 중요도를 높게 생각하는 것으로 나타났다. 또한 부산시 거주 연한에 따라서는 비교적 부산·경남에 오래 거주한 대학생들의 경우 부산 지역 향토음식의 대중화를 위해 각 속성의 중요도를 높게 평가한 것으로 볼 수 있다.

따라서 본 연구를 통해 서구화 및 편의화로 인해 변형되고 소멸되어가는 향토음식에 대해 부산·경남 지역의 식품, 조리, 외식과의 대학생들을 대상으로 향토음식의 의식과 발전을 위해 중요하게 생각하는 것이 무엇인지를 조사하여 제시하였다는 것에 연구의 의의를 들 수 있다.

본 연구의 한계점으로는 연구대상을 폭 넓게 선정하지 못했다는 것이다. 따라서 향후 연구에서는 본 연구를 통해 조사된 결과들을 참고하여 부산·경남 지역 향토음식의 계승 및 발전을 위하여 확장 연구를 진행해야 할 것으로 사료된다.

한글초록

부산·경남지역에 거주하는 대학생들을 대상으로 향토음식에 대한 의식 및 중요도를 연구함으로써 향토음식에 대한 이해와 관심을 가지는 계기를 마련하고, 계승발전 및 대중화에 대한 방안 모색과 향후 효과적인 발전방향을 제시하기

위해 기초자료로 제공하고자 한다. 향토음식에 대한 대학생들의 의식을 조사하기 위해 인구통계학적 특성 중 성별, 연령, 학과, 거주연한의 특성에 따른 교차분석을 실시한 결과 향토음식에 대해 38.5%가 관심을 가져 본 적이 있다고 하였고, 향토음식에 대해 관심을 가지게 된 계기는 매스컴이 가장 높게 나타났으며, 향토음식을 먹는 장소는 '향토음식 전문점'이 가장 높게 나타났다. 향토음식의 계승발전을 위해 중점을 두어야 할 부문에 대해서는 '대중 홍보'가 가장 높게 나타났고, 향토음식의 대중화를 위해 가장 필요한 것은 '다양한 문화적인 행사의 개최 및 홍보'가 가장 높게 조사되었으며, 향토음식의 대중화를 위한 중요도에 대해서는 '홍보 및 마케팅이 대중화를 위해 가장 중요한 것으로 조사되었다. 인구통계학적인 특성에 따른 향토음식의 중요도를 분석한 결과 성별, 연령, 부산·경남 거주연한에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

참고문헌

1. 김상보 (2002) : 생활 속의 향토음식문화. 신광출판사, 413-422, 서울.
2. 권세정·이종하 (2004) : 향토음식 개발 및 관광 상품화 방안에 관한 연구: 경상북도 북부지방을 중심으로. *한국관광산업학회지* 18:49-60.
3. 신애숙 (2000) : 부산의 전통·향토음식의 현황 고찰. *한국조리학회지* 6(2):67-78.
4. 손영진 (2005) : 경기지방 향토음식의 소비자 인지도 연구. *한국조리학회지* 11(2):1-13.
5. 윤은숙·송태희 (1995) : 우리나라 향토음식의 리인지도에 관한 연구. *한국조리과학회지* 11(2):153-157.
6. 이경진 (2002) : 안동지역 청소년들의 향토음식에 대한 인지도 및 기호도 조사. 숙명여자

- 대학교, 38-39, 서울.
7. 이승진 (2005) : 향토음식의 인지도 및 기호도 연구. 숙명여자대학교, 60-68, 서울.
 8. 이효지 (1998) : 한국의 음식문화. 신광출판사, 6, 서울.
 9. 정경희·신승미 (2006) : 충남 내포 지역의 향토음식에 대한 대학생의 인지도 및 기호도 조사연구. *동아시아식생활학회지* 6(3):227-241.
 10. 정낙원·차경희(2007) : 향토음식. 교문사, 147, 서울.
 11. 주종재 (2007) : 전북지역 대학생의 전라북도 향토음식에 대한 인식과 의식에 관한 연구. *동아시아식생활학회지* 17(1):20-26.
 12. 진양호·김승희·김진영 (2001) : 향토음식의 관광 상품화 방안. *문화관광연구학회지* 3(2):49-83.
 13. 최수근·이연정 (2004) : 경주지역 향토음식에 대한 대학생들의 인식과 기호도 조사연구. *외식경영연구* 7(1):157-174.
 14. 최수근·이연정·하미옥 (2006) : 울산지역 향토음식에 대한 식 행동과 기호도에 관한 연구. *한국식생활문화학회지* 21(5):446-455.
 15. 하미옥 (2006) : 울산지역 향토음식에 대한 인지도 및 기호도 조사연구. 영남대학교, 100-107, 울산.
 16. 한경선·송병춘 (2003) : 원주의 향토음식 발굴 및 인지도에 관한 연구. *한국식생활학회지* 18(4):365.
 17. 한익 (1996) : 전통음식의 현대적 인식과 재창조. 서울대학교, 서울.

2008년 11월 1일 접수
 2008년 12월 9일 1차 논문수정
 2008년 12월 19일 2차 논문수정
 2008년 12월 29일 3차 논문수정
 2009년 2월 18일 게재확정