

스님들을 대상으로 한 사찰음식의 대중화에 대한 인식도 조사 분석

황은경¹ · 김수정² · 김병기³ · 이제영⁴

¹문경대학교 호텔조리과 · ²대구한의대학교 식품약리학과·

³경상북도 축산기술연구소 · ⁴영남대학교 통계학과

접수 2015년 7월 8일, 수정 2015년 7월 16일, 게재확정 2015년 9월 1일

요 약

최근 성인병 예방 등에 효과가 있는 건강식으로 알려진 사찰음식 대중화에 대한 스님들의 인식을 알아보려고 대구경북 및 부산경남 지역의 사찰에 거주하는 스님들을 대상으로 조사한 결과이다. 대체로 스님들은 사찰음식을 건강식 (42.2%)으로 인식하고 있으며, 사찰음식이 대중화될 경우에 성인병 예방 등 인체 건강증진에 기여 (74.7%)할 것이라고 생각하고 있었다. 그러나 사찰음식의 대중화를 위한 조리방식은 옛날의 '전통방식 그대로 (45.9%)'가 가장 좋으며, 앞으로 '영양가 보완 (36.7%)' 부분에서 다소 개선이 이루어져야 한다고 생각하고 있었다. 또한 사찰음식의 대중화를 위해 사용금지 재료인 육류와 오신채를 사용해야 하는가에 대해서는 '필요 없다'가 각각 68.8%와 57.8%로 가장 높게 나타나났으며, 오신채의 사용에 대해서는 성별과 함께 기거하는 스님 수에 따라 의견의 차이가 있었다 ($p < 0.01$). 이러한 결과를 종합해 볼 때, 스님들도 사찰음식의 대중화에는 크게 동감하지만 오신채와 육류사용 금지와 옛날 전통 조리 방식은 고수하는 것으로 나타났다.

주요용어: 사찰음식, 사찰음식 대중화, 성인병, 인식도.

1. 서론

최근 경제침체, 경기부진으로 많은 소비자들이 어려운 생활을 하고 있고 직장인들 역시 여러 업무들로 스트레스가 쌓여가고 있다. 따라서 많은 사람들이 이러한 삶의 환경에서 잠시라도 벗어나 삶의 질 (quality of life) 향상에 노력을 기울이고 있다 (Son, 2000; Park과 Choi, 2014). 삶의 치유를 위해 많이 활용되는 방안으로는 조용한 산사에서 즐기는 산림욕, 명승사찰 구경과 더불어 템플스테이를 통한 심신 수련 등이 있다. 특히 템플스테이는 다양한 명상과 수련뿐 만 아니라 친환경적 식물성 채소만으로 만든 사찰음식을 접해볼 수 있어 관심이 점차 늘어나는 추세다. 사찰음식은 지역, 계절, 기후조건에 따라 종류가 다르며 음식도 차이가 있는 계절음식 (Ryu, 1996)으로 자연 건강식으로 평가되어 영양적 측면에서 균형적이고, 질적으로 우수한 식단이다. 또한 식물성 식품을 다양하게 배합하고 있으며 많은 식품 가짓수와 풍부한 섬유소, 식물성 지방산을 제공하여 웰빙에 가장 근접한 식단으로서 현대인들의 건강한 식생활과 성인병 예방에 도움을 주므로 일상식으로 더 많이 이용, 응용되어야 한다 (Kim과 Lee, 2007; Jo와

¹ (745-706) 경북 문경시 호계면 대학길 161, 문경대학교 호텔조리과, 교수.

² (712-220) 경북 경산시 어봉지길 285-10, 대구한의대학교 한방식품약리학과, 연구원.

³ 교신저자: (750-871) 경북 영주시 안정면 대룡산로 186, 경상북도축산기술연구소, 연구실장.

E-mail: bkkim017@korea.kr

⁴ (712-749) 경북 경산시 대동 214-1, 영남대학교 통계학과, 교수.

Chang, 2013). 그러나 사찰음식이 훌륭한 자연식임에도 불구하고 대중화 되지 못한 이유는 동양적 불교사상의 정신적 가치와 결합되어 있기 때문이라고 주장된 바 있다 (Hong 등, 2007).

따라서 본 조사는 사찰음식을 건강식으로 대중화시키는데 기초자료로 활용하고자 사찰음식의 대중화에 대한 스님들의 인식도를 알아보기 위해 실시되었다.

2. 자료수집 및 분석방법

2.1. 자료수집

대구 경북 및 부산 경남 지역의 사찰에 거주하는 스님 109명을 대상으로 조사대상자의 일반적 특성에 따른 사찰음식 대중화를 위한 인식도를 조사하기 위해 2014년 5월 1일부터 8월 30일까지 약 120일 동안 걸쳐 총 130부의 설문지를 배포하였다. 이중 작성된 설문지 120부를 회수하여 답변이 부실한 10부를 제외하고 최종적으로 109부를 분석에 이용하였다.

2.2. 통계분석

수집된 자료는 데이터 코딩 (data coding)과 데이터 크리닝 (data cleaning)과정을 거쳐, SPSS (Statistical Package for Social Science) V. 17.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석되었다. 구체적인 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 사찰음식에 대한 인식도를 알아보고, 조사대상자의 일반적 특성에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위하여 Fisher's 검정을 실시하였다.

3. 결과 및 고찰

3.1. 조사대상자의 일반적 특성

Table 3.1은 조사대상자의 일반적 특성에 대해 알아보기 위하여 빈도분석을 실시한 결과이다. 분석 결과 성별은 남자 37명 (33.9%), 여자 72명 (66.1%)으로 나타났고, 연령은 30대 이하 12명 (11.0%), 40대 51명 (46.8%), 50대 이상 46명 (42.2%)으로 나타났다. 함께 기거하는 스님 수는 3명 미만이 51명 (46.8%), 3~5명이 13명 (11.9%), 5~10명이 11명 (10.1%), 10~30명이 15명 (13.8%), 30명 이상이 19명 (17.4%)으로 나타났다.

Kang (2010)에 따르면 사찰음식을 알게 된 경로는 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 소득수준에 따라 통계적 차이가 없고, 사찰음식의 섭취빈도는 연령, 결혼여부, 학력수준, 월평균 소득수준에 따라 통계적인 유의차를 보였다 ($p < 0.01$). 연령, 학력수준, 소득수준이 높을수록 섭취횟수가 많으며, 기혼이 미혼보다 섭취빈도가 더 높았다. 그리고 사찰음식에 대한 관심도 조사에서는 연령, 결혼여부, 월평균 소득에 따라 사찰음식에 대한 관심도와 선호도가 달랐으며 ($p < 0.01$), 특히 40-50대의 연령층에서 관심도와 선호도가 높고, 월평균 소득이 400만 원 이상인 가구에서 더욱 높았다.

3.2. 사찰음식의 이용 및 대중화

다음은 스님의 사찰음식 이용실태와 대중화에 대하여 조사대상자의 일반적 특성에 따라 차이가 있는지를 알아보기 위하여 분석을 실시하였다.

Table 3.1 General characteristics of participants

Characteristics		Frequency	Percentage (%)
Sex	Male	37	33.9
	Female	72	66.1
Age (years)	Less Thirties (30s)	12	11.0
	Forties (40s)	51	46.8
	Over fifties ≥ (50s)	46	42.2
Live together monk numbers	Below 3	51	46.8
	3~5	13	11.9
	5~10	11	10.1
	10~30	15	13.8
	Above 30	19	17.4
Total		109	100.0

3.2.1. 사찰음식 장점 (다중응답)

Table 3.2는 사찰음식의 장점을 분석한 결과이다. 분석결과 전체적으로 볼 때, ‘건강식’이 46명 (42.2%)으로 가장 높게 나타났고, ‘정신적 의미’ 34명 (31.2%), ‘소박한 이미지’ 21명 (19.3%), ‘성인병 예방’ 19명 (17.4%), ‘위생 안정성’ 16명 (14.7%), ‘품질’ 14명 (12.8%), ‘소식’ 13명 (11.9%), ‘맛’ 10명 (9.2%) 순으로 나타나 대체적으로 사찰음식은 건강식이라는 점에서 가장 큰 장점이 있는 것으로 볼 수 있다. 이는 스님들도 사찰음식이 친환경 재료를 사용하는 음식으로 일반 대중들이 즐겨 먹는 육류와 화학조미료를 사용하지 않는 음식으로 인식하고 있다는 것을 알 수 있었다.

Table 3.2 Strong point of temple food (multiple responses)

Characteristics	Strong point of temple food									χ^2 (p)	
	Flavor	Quality	Spiritual meaning	Healthy food	Light eating	Simple image	Prevention of geriatric diseases	Sanitary stability	Others		
Sex	Male	3 (8.1)	5 (13.5)	9 (24.3)	18 (48.6)	6 (16.2)	6 (16.2)	3 (8.1)	1 (2.7)	4 (10.8)	5.127 (0.055)
	Female	7 (9.7)	9 (12.5)	25 (34.7)	28 (38.9)	7 (9.7)	15 (20.8)	16 (22.2)	15 (20.8)	3 (4.2)	
Age (years)	Less Thirties (30s)	1 (8.3)	3 (25.0)	1 (8.3)	6 (50.0)	2 (16.7)	3 (25.0)	2 (16.7)	2 (16.7)	1 (8.3)	15.514 (0.055)
	Forties (40s)	5 (9.8)	6 (11.8)	20 (39.2)	17 (33.3)	5 (9.8)	7 (13.7)	12 (23.5)	7 (13.7)	4 (7.8)	
	Over fifties ≥ (50s)	4 (8.7)	5 (10.9)	13 (28.3)	23 (50.0)	6 (13.0)	11 (23.9)	5 (10.9)	7 (15.2)	2 (4.3)	
Live together monk numbers	Below 3	4 (7.8)	4 (7.8)	16 (31.4)	23 (45.1)	6 (11.8)	14 (27.5)	7 (13.7)	6 (11.8)	2 (3.9)	15.332 (0.051)
	3~5	1 (7.7)	3 (23.1)	2 (15.4)	5 (38.5)	0 (0.0)	1 (7.7)	2 (15.4)	1 (7.7)	2 (15.4)	
	5~10	1 (9.1)	2 (18.2)	5 (45.5)	4 (36.4)	5 (45.5)	1 (9.1)	1 (9.1)	2 (18.2)	1 (9.1)	
	10~30	3 (20.0)	2 (13.3)	2 (13.3)	8 (53.3)	2 (13.3)	2 (13.3)	5 (33.3)	3 (20.0)	1 (6.7)	
Above 30	1 (5.3)	3 (15.8)	9 (47.4)	6 (31.6)	0 (0.0)	3 (15.8)	4 (21.1)	4 (21.1)	1 (5.3)		
Total	10 (9.2)	14 (12.8)	34 (31.2)	46 (42.2)	13 (11.9)	21 (19.3)	19 (17.4)	16 (14.7)	7 (6.4)		

3.2.2. 사찰음식 대중화가 필요한 이유

Table 3.3은 사찰음식의 대중화가 필요하다고 생각하는 99명을 대상으로 사찰음식 대중화가 필요한 이유를 분석한 결과이다. 분석결과 전체적으로 볼 때, ‘성인병 예방 등 건강 증진기여’가 74명 (74.7%)으로 가장 높게 나타났고, ‘깔끔하고 위생 안정’ 43명 (43.4%), ‘한국음식의 다양화’ 31명 (31.3%), ‘한국인 입맛과 기호에 맞아’ 15명 (15.2%) 순으로 나타나 대체적으로 성인병 예방 등 건강 증진 기여 때문에 사찰음식의 대중화가 필요하다고 생각하는 것으로 볼 수 있다. 이는 최근 사람들이 육류를 대량 섭취하여 과체중으로 인한 고혈압, 당뇨병 등 각종 성인병 발병률이 증가하고 있는데 사찰음식은 식이성 섬유질로 구성되어 있어 인체 체중 및 콜레스테롤 증가 억제와 신진대사 활동에 도움이 되기 때문이라고 생각된다. 따라서 본 조사결과로 볼 때 스님들은 사찰음식 대중화에 필요성에 크게 동감하고 있다고 판단되며, Kang (2010)은 일반대중들을 대상으로 사찰음식의 필요성에 조사 결과에서 “필요하다”고 92.6%로 높았다고 보고한 바 있다.

Table 3.3 Reason for the popularity of temple food (multiple responses)

Characteristics		The reason where the popularization of Buddhist temple food is necessary					χ^2 (<i>p</i>)
		Contribution to health promotion, including prevention of adult diseases	Diversification of Korean food	Korean tastes right to sign	Clean, safe and sanitary	Others	
Sex	Male	25 (73.5)	8 (23.5)	4 (11.8)	20 (58.8)	1 (2.9)	8.127 (0.052)
	Female	49 (75.4)	23 (35.4)	11 (16.9)	23 (35.4)	1 (1.5)	
Age (years)	Less Thirties (30s)	8 (66.7)	5 (41.7)	1 (8.3)	5 (41.7)	1 (8.3)	12.351 (0.091)
	Forties (40s)	37 (80.4)	13 (28.3)	8 (17.4)	18 (39.1)	0 (0.0)	
	Over fifties \geq (50s)	29 (70.7)	13 (31.7)	6 (14.6)	20 (48.8)	1 (2.4)	
Live together monk numbers	Below 3	35 (72.9)	16 (33.3)	7 (14.6)	21 (43.8)	0 (0.0)	19.541 (0.070)
	3~5	7 (63.6)	3 (27.3)	2 (18.2)	3 (27.3)	0 (0.0)	
	5~10	8 (80.0)	3 (30.0)	1 (10.0)	5 (50.0)	1 (10.0)	
	10~30	10 (83.3)	4 (33.3)	0 (0.0)	6 (50.0)	1 (8.3)	
	Above 30	14 (77.8)	5 (27.8)	5 (27.8)	8 (44.4)	0 (0.0)	
Total		74 (74.7)	31 (31.3)	15 (15.2)	43 (43.4)	2 (2.0)	

3.2.3. 사찰음식의 대중화에서 바람직한 조리형태

Table 3.4는 사찰음식의 대중화에서 바람직한 조리형태를 분석한 결과이다. 분석결과 전체적으로 볼 때, ‘전통방식 그대로 조리형태’가 50명 (45.9%)으로 가장 높게 나타났고, ‘일반음식화한 조리형태’ 43명 (39.4%), ‘양식화한 조리형태’ 4명 (3.7%) 순으로 나타나 대체적으로 전통방식 그대로 조리형태가 바람직하다고 생각하는 것으로 나타났다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 조리형태에 대해 통계적으로 유의한 차가 나타나지 않았다 ($p > 0.05$). 사찰음식의 대중화를 위해서는 대다수의 소비자들이 선호하는 음식이어야 판매가 잘 이루어질 것이다. 그러나 오늘날 사찰음식은 전통 한식 중심의 메뉴 형태를 가지고 있어 40대 이상의 중장년층의 선호도는 높을 수 있으나, 양식을 좋아하는 30대 이하 연령층에서는 선호도가 떨어질 수 있으므로 이에 대한 새로운 메뉴개발과 조리형태가 필요하다. 하지만 본 조사결과에서 스님들은 ‘과거의 정통 조리방식’을 고수하는 것으로 나타났다. 한편 Cho (2002)는 사찰음식의 대중화를 위한 효과적인 방안으로 성별에 따라 남자들은 현대인의 입맛에 맞도록 변형이 필요 (15.9%)하며, 여자들은 남자들과 달리 원형그대로 계승, 발전시켜야 한다 (17.90%)고 하여 본 조사 결과와 상반된 결과를 제시하였다.

Table 3.4 Desirable cooked forms for popularization of temple food

Characteristics		Buddhist temple food cooked for a desirable form of popularized				χ^2 (<i>p</i>)
		Traditional forms of cooking	The form of qualified cook regular food	Stylized form of cooking	Others	
Sex	Male	16 (43.2)	15 (40.5)	2 (5.4)	4 (10.8)	0.563 (0.905)
	Female	34 (47.2)	28 (38.9)	2 (2.8)	8 (11.1)	
Age (years)	Less Thirties (30s)	3 (25.0)	8 (66.7)	0 (0.0)	1 (8.3)	8.095 (0.231)
	Forties (40s)	21 (41.2)	23 (45.1)	2 (3.9)	5 (9.8)	
	Over fifties \geq (50s)	26 (56.5)	12 (26.1)	2 (4.3)	6 (13.0)	
Live together monk numbers	Below 3	25 (49.0)	19 (37.3)	3 (5.9)	4 (7.8)	8.125 (0.775)
	3~5	6 (46.2)	5 (38.5)	0 (0.0)	2 (15.4)	
	5~10	4 (36.4)	6 (54.5)	1 (9.1)	0 (0.0)	
	10~30	7 (46.7)	6 (40.0)	0 (0.0)	2 (13.3)	
	Above 30	8 (42.1)	7 (36.8)	0 (0.0)	4 (21.1)	
Total		50 (45.9)	43 (39.4)	4 (3.7)	12 (11.0)	

3.2.4. 사찰음식 대중화를 위하여 개선해야 할 점

Table 3.5는 사찰음식 대중화를 위해 개선해야 할 점을 분석한 결과이다. 분석결과 전체적으로 볼 때, ‘영양가 보완’이 40명 (36.7%)으로 가장 높게 나타났고, ‘다양한 재료’ 17명 (15.6%), ‘조리방법’ 15명

(13.8%), ‘맛’ 12명 (11.0%), ‘저장성’ 11명 (10.1%) 순으로 나타나 대체적으로 영양가 보완 부분에서 가장 개선이 필요하다고 생각하는 것으로 나타났다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별에 따라 통계적으로 유의한 차가 나타났으며 ($p < 0.01$), 남자의 경우 영양가 보완이나 맛, 조리방법을 보완해야 한다고 하였으나 여자의 경우 영양가 보완이나 다양한 재료 부분에서 보완해야 한다고 하여 다소 차이를 보였다. 여기서 영양가를 보완에 대해 일반 대중들은 육류를 비롯한 조미료의 보완을 생각할 수 있지만, 스님들은 그런 것이 아닌 야채류별로 특이 영양성분을 함유하고 있는 다양한 식재료의 보완으로 영양소를 보충해야 한다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. Cho (2002)는 사찰음식의 특수성 때문에 메뉴 개발에 필요한 조리법에 대한 기록이나 지식이 풍부하지 못하여 사찰음식 모방업체의 난립이나 고객의 미각이 변화할 경우 이에 대한 대응능력이 부족한 현실이므로 대중화하기 위해서는 상당한 연구가 있어야 한다고 주장하였다.

또한 Shin과 Jang (2004)은 우리나라의 전통사찰음식의 활성화 방안으로 요리법의 체계화, 일반인을 대상으로 한 사찰음식의 강습과 사찰음식 견학을 실시하고, 일상 생활건강과 연계하여 성인병 예방 등의 사찰음식 우수성을 홍보하고, 이에 적합한 주력 메뉴개발로 전문점 개설을 제안하였다.

Table 3.5 Improvements for popularization of temple food

Characteristics	Respects the popularization of Buddhist temple food piece must improve						χ^2 (p)	
	Taste	Various materials	Nutritional supplements	Hygiene and Safety	Shelf-life	How to cook		
Sex	Male	9 (24.3)	5 (13.5)	10 (27.0)	2 (5.4)	9 (24.3)	2 (5.4)	18.777** (0.002)
	Female	3 (4.2)	12 (16.7)	30 (41.7)	9 (12.5)	6 (8.3)	12 (16.7)	
Age (years)	Less Thirties (30s)	3 (25.0)	0 (0.0)	3 (25.0)	2 (16.7)	3 (25.0)	1 (8.3)	16.299 (0.091)
	Forties (40s)	5 (9.8)	12 (23.5)	22 (43.1)	4 (7.8)	2 (3.9)	6 (11.8)	
	Over fifties \geq (50s)	4 (8.7)	5 (10.9)	15 (32.6)	5 (10.9)	10 (21.7)	7 (15.2)	
Live together monk numbers	Below 3	6 (11.8)	8 (15.7)	14 (27.5)	8 (15.7)	9 (17.6)	6 (11.8)	29.851 (0.072)
	3~5	2 (15.4)	1 (7.7)	7 (53.8)	0 (0.0)	2 (15.4)	1 (7.7)	
	5~10	4 (36.4)	1 (9.1)	4 (36.4)	0 (0.0)	1 (9.1)	1 (9.1)	
	10~30	0 (0.0)	1 (6.7)	5 (33.3)	2 (13.3)	3 (20.0)	4 (26.7)	
	Above 30	0 (0.0)	6 (31.6)	10 (52.6)	1 (5.3)	0 (0.0)	2 (10.5)	
Total	12 (11.0)	17 (15.6)	40 (36.7)	11 (10.1)	15 (13.8)	14 (12.8)		

** $p < 0.01$

3.2.5. 사찰음식 대중화를 위한 육류사용의 필요성

Table 3.6은 사찰음식 대중화를 위한 육류사용 필요성을 분석한 결과이다. 분석결과 전체적으로 볼 때, ‘필요 없다’ 75명 (68.8%), ‘필요하다’ 27명 (24.8%), ‘잘 모르겠다’ 7명 (6.4%) 순으로 대체적으로 사찰음식 대중화를 위해 육류사용은 필요 없다고 생각하는 것으로 나타났다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 통계적으로 유의한 차가 나타나지 않았다 ($p > 0.05$). 본 조사와 달리 일반 대중을 대상으로 조사 분석 결과를 살펴보면, Kang (2010)은 사찰음식의 변형의 필요성에 대한 인식으로 성별, 연령, 결혼, 학력수준, 월평균 소득수준에 따라 통계적으로 유의한 차이가 없었다고 하면서, 대중화를 위한 보급을 위해서는 현대인의 입맛에 맞게 변형하되 ‘오신채, 육류를 사용해야 한다’가 43.4%로 가장 높았다고 하였다. 또한 스님들을 대상으로 한 조사에서는 사찰음식 대중화를 위해 육류 사용의 ‘필요성이 있다’가 70.6%이었고, ‘변형의 필요성이 있다’가 94.1%, 그리고 ‘오신채만을 이용하자’는 응답이 58.8%를 차지한다고 하였다 (Lim, 1999). 또 다른 연구에서는 대중화를 위한 ‘육류사용의 필요성’에 대한 응답에서 18.21% (남)와 31.37% (여)가 필요하다고 응답하여 육류사용에 반대하는 의견이 많은 것으로 나타났으나, 저자는 대중화를 위하여 장기적인 측면에서 전통 방법을 약간 변형한 요리로서 오신채와 육류사용도 검토해야 봐야한다고 의견을 제시하였다 (Cho, 2002). 위의 분석결과들을 종합하여 볼 때 스님들은 ‘육류사용’에 반대 경향이 높고, 일반 대중들은 육류사용에 찬성하는 경향을 보여 상당한 견해차를 나타내었다.

Table 3.6 Use meat needs for popularization of temple food

Characteristics	Use meat needs for popularization of temple food			χ^2 (p)	
	necessary	Unnecessariness	Will not know well		
Sex	Male	14 (37.8)	20 (54.1)	3 (8.1)	5.881 (0.053)
	Female	13 (18.1)	55 (76.4)	4 (5.6)	
Age (years)	Less Thirties (30s)	1 (8.3)	10 (83.3)	1 (8.3)	6.941 (0.139)
	Forties (40s)	9 (17.6)	38 (74.5)	4 (7.8)	
	Over fifties \geq (50s)	17 (37.0)	27 (58.7)	2 (4.3)	
Live together monk numbers	Below 3	18 (35.3)	29 (56.9)	4 (7.8)	12.956 (0.113)
	3~5	4 (30.8)	8 (61.5)	1 (7.7)	
	5~10	2 (18.2)	8 (72.7)	1 (9.1)	
	10~30	3 (20.0)	11 (73.3)	1 (6.7)	
	Above 30	0 (0.0)	19 (100.0)	0 (0.0)	
Total	27 (24.8)	75 (68.8)	7 (6.4)		

3.2.6. 사찰음식 대중화를 위한 오신채 사용에 대한 생각

Table 3.7은 사찰음식 대중화를 위한 오신채 사용에 대한 생각을 분석한 결과이다. 분석결과 전체적으로 볼 때, ‘필요 없다’ 35명 (32.1%), ‘매우 필요 없다’ 28명 (25.7%), ‘넣어도 된다’ 23명 (21.1%), ‘점차 고려해 볼 일이다’ 20명 (18.3%) 순으로 나타나 대체적으로 57.8%가 오신채를 사용하지 않아도 된다고 생각하는 것으로 나타났다. 조사대상자의 일반적 특성에 따라서는 성별, 함께 기거하는 스님 수에 따라 통계적으로 유의한 차가 나타났다 ($p < 0.01$). 특히 비구니 스님의 52%가 오신채 사용에 대해 부정적 시각을 가진 반면, 비구 스님들은 70.2%가 긍정적 입장을 나타내어 상반된 의견을 가지고 있음을 알 수 있었다. 다시 말해 비구 (남자) 스님들은 오신채에 다소 찬성하는 경향을 보였지만 비구니 (여자) 스님들은 부정적인 경향이 높게 나타나 스님들의 성별에 따라 오신채 사용에 대한 생각에 큰 차이를 보였다. 또한 함께 기거하는 스님 수에 따라서도 오신채의 사용여부에 다소 차이를 나타내었다. 한편 Lim (1999)에 따르면 일반 대중에게 사찰음식 보급 시에 ‘오신채만 허용하자’가 58.8%로 높게 나타나 오신채 사용에 긍정적인 인식변화를 보였고, Cho (2002)의 조사 분석에서는 대중화를 위한 ‘오신채의 사용의 필요성’에서 남자 35.90%, 여자 64.10%가 찬성하는 것으로 나타나 오신채의 필요성이 강조된 바 있다. 이와 같이 본 조사와 비교해 볼 때 스님들과 일반대중들은 성별에 따라 오신채 사용여부에 대하여 상당히 견해차가 있는 것을 알 수 있었다. 또한 스님들도 앞서 언급한 육류사용에는 상당히 부정적인 시각이 높았지만, 오신채 사용에서는 부정적인 시각이 다소 누그러진 것으로 파악되었다.

Table 3.7 Think about using ohsincha for popularization of temple food

Characteristics	Think about using ohsincha for popularization of temple food					χ^2 (p)	
	not necessary	very unnecessary	necessary	gradual considered	Will not know well		
Sex	Male	4 (10.8)	7 (18.9)	15 (40.5)	11 (29.7)	0 (0.0)	23.389*** (0.000)
	Female	24 (33.3)	28 (38.9)	8 (11.1)	9 (12.5)	3 (4.2)	
Age (years)	Less Thirties (30s)	3 (25.0)	4 (33.3)	2 (16.7)	2 (16.7)	1 (8.3)	7.783 (0.455)
	Forties (40s)	13 (25.5)	21 (41.2)	7 (13.7)	9 (17.6)	1 (2.0)	
	Over fifties \geq (50s)	12 (26.1)	10 (21.7)	14 (30.4)	9 (19.6)	1 (2.2)	
Live together monk numbers	Below 3	11 (21.6)	11 (21.6)	19 (37.3)	10 (19.6)	0 (0.0)	40.775** (0.001)
	3~5	5 (38.5)	5 (38.5)	2 (15.4)	1 (7.7)	0 (0.0)	
	5~10	3 (27.3)	1 (9.1)	1 (9.1)	4 (36.4)	2 (18.2)	
	10~30	6 (40.0)	6 (40.0)	1 (6.7)	2 (13.3)	0 (0.0)	
	Above 30	3 (15.8)	12 (63.2)	0 (0.0)	3 (15.8)	1 (5.3)	
Total	28 (25.7)	35 (32.1)	23 (21.1)	20 (18.3)	3 (2.8)		

** $p < 0.01$, *** $p < .001$

4. 결론 및 제언

스님들은 사찰음식을 웰빙형 건강음식으로 인식하고 있으며 많은 사람들이 즐겨먹을 수 있는 음식으로 자리 잡을 수 있도록 대중화하는 데도 크게 공감하고 있다. 또한 사찰음식이 성인병 예방 등 인체 건강 증진에 기여 (74.7%)할 것으로 보고 있다. 그러나 대중화를 위해서는 아직 넘어야 할 과제들이 많다. 다시 말해 이번 조사결과에서 나타난 것과 같이 스님들은 과거의 조리방식을 그대로 이용해야 한다고 생각하며 육류사용에 부정적 (68.8%)과 오신채 사용에 부정적 (57.8%)인 생각을 가지고 있었으며, 이러한 경향은 비구 (남자) 스님보다 비구니 (여자)스님의 비율이 더 높게 나타났다. 이는 큰 사찰의 경우에 사찰음식을 만드는 사람들이 대부분 비구니 (여자) 스님들임을 감안하면 대중화에 큰 어려움이 예상되는 부분이다. 전문가인 스님으로 부터 음식 만드는 기술과 맛을 올바르게 전수받아야하기 때문이다. 또한 사찰에서 사용하는 신선한 재료 확보 문제 및 일반 소비자들의 입맛 (특히 젊은 층)을 어떻게 반영할 것인가 등 앞으로 풀어야할 과제들이 많다. 따라서 대중화를 위해서는 시간을 두고 점차 해결해 나가야 할 것으로 사료된다.

하지만 본 조사결과에서 보는 바 같이 스님들이 사찰음식의 대중화에 대한 필요성을 인식하고 있어 지금부터라도 대중화를 위하여 스님들과 일반 대중들이 함께 공동협력 시스템을 구축하고, 적극적으로 상호 협의 해 나간다면 사찰음식의 대중화가 좀 더 앞당겨질 수 있을 것이다.

References

- Cho, M. O. (2002). *Research on the strategy to popularize the tradition Korea zen cuisine*, Master Thesis, Sookmyung Women's University, Seoul.
- Hong, G. J., Lee, Y. S., Nam, J. S, Ann., H.K. and Lee, E. J. (2007). A study on the preference determinants of buddhist temple food. *Korean Journal Food & Nutrition*, **20**, 284-391.
- Jo, J. N. and Chang, U. J. (2013). A statistical analysis of the fat mass repeated measures data using mixed model. *Journal of the Korean Data & Information Science Society*, **24**, 303-310.
- Kang, K. K. (2010). *A study on the current availability and popularization of the Korean buddhist temple dish*, Master Thesis, Chodang University, Mooan.
- Kim, J. A. and Lee, S. Y. (2007). Nutritional evaluation of served menu in Korean temples. *The Korean Nutrition Society*, **40**, 172-181.
- Lim, H. O. (1999). *Literature study and research for popularization of templefoods in Korea*, Master Thesis, Dongguk University, Seoul.
- Park, C. and Choi, H. S. (2014). A study of the factors influential on a health-related quality of life using complex sample design. *Journal of the Korean Data & Information Science Society*, **25**, 829-846.
- Ryu, S. S. (1996). Kimchi in buddhist temple : Studies on traditional buddhist temple food. *The Korean Society of Food and Nutrition*, **9**, 516-520.
- Shin, D. K. and Jang, B. J. (2004). A study of commercialization of traditional temple food for tourism. *Korean Tourism Industry Research Association*, 471-482.
- Son, D. H. and Do, K. R. (2000). A study of increasing the satisfaction of buddhist temple visitor. *The Journal of Social Studies*, **19**, 135-158.

Awareness analysis for popularization of temple food in monks

Eun Gyeong Hwang¹ · Soo Jung Kim² · Byung Ki Kim³ · Jea Young Lee⁴

¹Department of Hotel Culinary Art, Munkyeong College

²Department of Herbal Foodceutical Science, Daegu Hanny University

³Gyeongsangbuk-Do Livestock Research Institute

⁴Department of Statistics, Yeungnam University

Received 8 July 2015, revised 16 July 2015, accepted 1 September 2015

Abstract

The survey and analysis of preferences for temple food known to health promotion and prevention of adult diseases aimed at popularization of the monks living in Daegu Gyeongbuk and Busan Gyeongnam inspections are as follows. Monks have been recognized as healthy food (42.2%), and expected contribution of health promotion, such as prevention of adult diseases in the popularization of temple food (74.7%), it was better traditional cooking method, and recognize improvement of nutritional supplement (36.7%). Also, meat used (68.8%) and ohsincha (57.8%) were not necessary for popularizing. In particular, difference was statistically significant in accordance with the number of monks that live with sex (nuns) ($p < 0.01$). The results suggest that monks agree with popularization of temple food. However, monks stick to traditional cooking method and not in used meat and ohsincha.

Keywords: Adult diseases, awareness, popularization, temple food.

¹ Professor, Department of Hotel Culinary Art, Munkyeong College, Munkyeong 745-706, Korea.

² Researcher, Department of Herbal Foodceutical Science, Daegu Hanny University, Kyingsan 712-220, Korea.

³ Corresponding author: Chief of research, Gyeongsangbuk-do Livestock Research Institute, Yeongju 750-871, Korea. E-mail: bkkim017@korea.kr

⁴ Professor, Department of Statistics, Yeungnam University, Kyungsan 712-749, Korea.