

글로벌 융복합을 위한 사찰음식 세분화 연구 - 인식과 선호도를 중심으로 -

이 용 대[¶]

경주대학교 외식조리학부[¶]

A Segmentation Study of Temple Food for the Global Convergence - Focusing on Recognition and Preference -

Yong-Dae Lee[¶]

Dept. of Food Service Management and Culinary, Gyoungju University[¶]

Abstract

The purpose of this study is to investigate the recognition and preference for temple food between Korea and foreign national temple-stay participants. In order to achieve the research purpose, 220 research questionnaires were distributed to Korean and foreigners who have participated in a temple-stay. T-test and ANOVA analyses were performed for this study. The findings are summarized as follows. The highest recognition item for Korean temple food that the subjects perceived was 'I think Korean temple food is a medicinal food.'(4.31 points). In the value recognition score for Korean temple food, Asians(4.58 points) are relatively higher than Korean (4.23 points), North American (4.13 points) and European (3.94 points) participants. Participants in Asia appeared relatively higher than the others in the preference score on Korean temple food. The higher globalization strategy items of Korean temple food that the subjects perceived were 'Korean temple food needs a storytelling marketing'(3.94 points) and 'Korean temple food needs a modernization of cookware'(3.90 points).

Key words: temple food, global convergence, segmentation, recognition, preference

I. 서 론

전 세계적으로 확산되고 있는 한류 열풍과 함께 한식문화에 대한 관심이 부각되면서 다양한 영역에서 한식의 세계화를 위한 연구가 활발하게 진행되고 있다. 세계시장의 글로벌화는 20세기 초 제국주의 국가의 경제전쟁에서 힘에 의한 국제통상으로 점진적으로 그리고 부분적으로 이루어지기 시작하였다. 세계 각국은 국가 이미지의

향상과 경제적 이익 증대를 위해 음식문화 및 음식상품의 세계화 정책 사업을 경쟁적으로 추진하고 있다(Chang HJ et al 2010). 2010년 유네스코는 세계무형문화유산으로 프랑스인 미식(The gastronomic meal of the French)을 등재시켰고, 2015년 중국 정부는 공자의 고향인 산둥(山東)성 취푸(曲阜)에서 열린 '제5차 아시아 음식연구 콘퍼런스'에서 송나라 때부터 1,000여 년 동안 공자 후손들에 의해 발전해 온 '공부채(孔府菜)' 그 조리법과

¶ : 이용대, ydlee21@Hanmail.net, 경상북도 경주시 태종로 188, 경주대학교 외식조리학부

관련 음식문화를 세계무형문화유산 등재를 위해 조리법 표준화위원회를 발족시켰다. 이와 같이 세계 각국은 민족 고유의 음식문화를 관광자원으로 활용하기 위하여 다양한 정책을 추진하고 있으며, 2015년 문화관광체육부와 조계종 한국불교문화사업단은 전통사찰음식의 보존과 전승을 표방하고, ‘전통사찰음식문화 보존회’를 발족시키고, 사찰음식 조리법을 체계화하고, 전통사찰음식을 데이터베이스(DB) 구축사업을 추진하고 있다. 음식은 국가나 지역의 정체성을 드러내는 상징, 표현이자 수단이다. 특히 음식정체성은 음식혼(飲食魂)이라고 할 수 있는데, 지역민들이 수세대에 걸쳐 일상적으로 섭취해온 음식으로 먹으면 편안하고, 몸에 좋고, 주위에서 쉽게 구할 수 있는 식재료로 조리하며, 얼마 동안 무섭취 시 무의식적으로 먹고 싶은 음식에 대한 집착 또는 기억으로, 이는 조상에 드리는 제수(祭需)를 같이 먹으며, 공유되는 공동체 일체감에서 생기고 전수되어져 왔다 (Yang DO 2015). 한국불교에서 사찰음식은 각 지역의 자연환경과 문화, 사회제도적인 환경과 함께 변동되면서 지방별로 식문화의 기본 틀을 형성하였다. 특히 음식은 그 나라의 사회 문화적 중요요소 즉, 전통, 정치, 풍토, 경제 등과 관련되어 있으며, 더불어 현대사회의 식생활은 산업정책, 소득, 문화, 사교적 측면, 사회구조, 산업기술, 식습관 등과 같은 여러 요소들이 상호 영향을 주면서 형성된다. 21세기는 글로벌 시대로서 세계 각 국가의 음식문화는 종교적, 정치적, 문화적으로 융합하면서 서로 영향을 주고받으며, 이념의 벽을 넘어 하나의 공동체적인 융복합음식문화로 나아가고 있다(Jang BJ 2011). 최근 지구촌사회를 보면 과거의 전통적 음식문화를 고수하고 있는 부분도 있지만, 최근 인류의 음식문화는 기존의 관습에서 많은 부분에서 벗어나고 있다. 각종 종교적 금기와 계율로부터 자유로워진 인류는 먹이에서 음식으로 요리를 거치면서 거대한 욕망과 탐심을 추구하는 음식문화를 형성해가고 있다. 융합학문의 생성은 세분화 되어 왔던 학문의 전문성

을 유지하면서도 그 세분화의 한계를 넘어서려는 시도로 세분화된 구성요소들의 합 이상의 역할을 한다는 점에서 식공간학의 학문영역에 내포되어 있는 식(食)을 둘러싼 인문학적, 자연과학적, 사회과학적, 예술·디자인학적 학문에 뿌리를 둔 방대한 지식과 다양한 연구방법의 시너지를 일으킬 것임에 틀림없다. 특히, 한국 사찰음식은 대부분의 식재료가 다양한 질병을 예방하는 효능을 가지고 있으며(Song MJ et al 2005), 오신채라고 하는 마늘, 부추, 파, 홍거, 그리고 달래를 첨가하지 않은 고유한 특성이 있는 음식이기 때문에, 내국인뿐 아니라, 외국인들에게도 매력적인 외식 트렌드로 인식되고 있다(Hong GJ et al 2007). 더구나 한국의 사찰음식은 단순히 종교적 이념을 넘어서서 약식동원을 바탕으로 순수한 자연 본래의 맛을 그대로 느낄 수 있는 음식이며, 조화로운 건강식으로 외국인들도 많은 관심을 보이고 있다(Shin KY et al 2015). 사찰음식은 한식의 원형이자 한스타일(han-style)의 대표 브랜드이며, 동시에 대한민국이 지키고 알려야 할 소중한 문화유산이기도 하다(Shin KY et al 2014). 한식이 세계화 속에서 우수한 식품으로 인정받아 관심이 높아지고 있는데도 불구하고, 한식의 조리법이 복잡하고 표준화가 어렵다는 단점 등이 있기 때문에 한식 세계화의 걸림돌이 되고 있으며, 외국인의 인지도는 매우 낮은 실정이다(Byun JO et al 2001). Lee YJ (2010)는 내국인과 외국인의 한식 선호도와 인식 차이를 비교분석한 결과, 외국인이 중요하게 인식하는 한식의 가치요인과 선호하는 메뉴, 조리법, 상차림, 서비스, 점포분위기 등을 외국인의 눈높이에 맞게 한식 세계화 전략을 수립하여야 한다고 주장하였다. 이러한 연구결과는 우리음식의 글로벌화 진행과정에서 사찰음식 또한, 융복합 글로벌화에 미치지 못하였음을 의미한다. 이에 본 연구는 선행연구결과를 바탕으로 한국전통사찰을 방문한 내·외국인들을 대상으로 한국사찰음식에 대한 인식과 선호도를 살펴봄으로써 글로벌 융복합 콘텐츠로 활용하는데 필요한 자료를 제공함을 목적으로 한다.

II. 이론적 배경

1. 초기불교음식

세계의 음식문화는 종교적, 정치적, 문화적으로 융합하면서 다양하게 진화하고 있다. 특히 불교음식은 각 나라의 역사문화와 밀접한 관련이 있다. 인도 북부에서 발생한 초기불교의 식생활은 일반 세속인이 회사한 공양에 의지하여 수행의 일부로서, 매일 비구들이 직접 거리로 나아가 탁발걸식(托鉢乞食)을 하였다. 초기불교 경전 율장에서 다루어지고 있는 조항은 탁발걸식 방법과 식행동, 금기 식품, 음식의 맛에 대한 집착을 경계하는 내용들이다. 붓다는 제자들에게 1일 1식을 원칙으로 하고, 거친 음식을 먹게 하였으나, 병자에 대하여는 어떠한 규칙이나 금지제도 모두 풀고, 적당한 음식을 모두 써서 치료의 효과를 올리게 하였다. 이러한 관습과 율법에 따라 사찰음식은 세속과 달리 독특한 채식습관을 형성한 시기는 기원 1세기 전후이다(Lee JR 2013). 걸식하는 이유는 식(食)을 받아서 무궁한 법(法)을 닦기 위함이고, 걸식하는 방법은 대중이 다함께 안행(雁行)하거나 개개인이 걸식하되 위(威儀)를 엄하게 하고, 빈부를 가리지 않으며, 차제로 걸식해야 하며 ‘도(道)를 구하는 법식(法式)’이라 생각하고, 발우가 다 차지 않더라도 먹을 양이 되면 돌아와야 하고, 주지 않더라도 애걸하지 말아야 한다고 하였다(Kim MH 2010). 고대 인도인들은 단식(斷食)이 해탈과 지혜를 가지고 온다는 그릇된 믿음으로 만연하였다. 정신에 비해 신체는 악이라고 보는, 정신과 신체의 이분법을 인정하는 자이나교의 수행법으로 ‘음식을 통해서 청정해진다.’라는 견해를 가지고 단식을 통해 깨달음을 추구하던 수행자들이 많았다고 한다. 이러한 단식은 신체적 고통만 가져올 뿐 깨달음을 얻는데 아무런 도움이 되지 않음을 몸소 깨달았기 때문에, 붓다는 단식을 극구 반대하였다. 이것이 바로 붓다의 중도에 기반한 식문화이다(Kim MH 2010). 붓다의 수행공동체의 식생활은 와발(瓦鉢)이나 철발(鐵鉢)

을 들고 성안으로 들어가 걸식을 하였다. 이 시기의 음식은 세속인들이 회사한 공양에 의지하여 수행의 일부로서 밥과 육류를 포함한 일반인들이 먹는 모든 음식을 먹을 수 있었다. 이처럼 초기교단에서 육식이 수용되었던 것은 인도의 생태환경과 종교적 이념에서 허용되었다. 수행자들은 여름 우기 때 3개월간 한 곳에 머무르는 집단생활이 허용되고부터 안거제도(安據制度)가 생겼고, 왕족과 부호들이 집을 지어 기증하게 됨으로써 최초의 사찰인 죽림정사가 탄생되었다. 특히, 남방 불교국가에서는 육식을 부분적으로 허용되며, 초기 불교 방식으로 탁발을 하는 미얀마 등지에서는 시주한 모든 음식을 먹을 수 있다. 인도에서 발생한 불교문화가 중국과 교류할 수 있게 된 것은 기원전 2세기 말 중앙아시아를 횡단할 수 있는 동서 교통로가 열린 다음부터였다. 서북인도에서 전파된 불교는 실크로드와 해상을 통해 중국에 전파되었다. 중국 또한, 초기에는 술과 육식을 허용되었지만, 양(梁)나라의 무제가 왕실법사 범운스님에게 사부대중들에게 『열반경』을 설하게 하였는데, 그 범문은 식육단대비종자(食肉斷大悲種子: 고기를 먹으면 부처의 큰 자비가 사라진다)라는 내용으로 육식을 금하게 하였다. 당·송나라시대에는 정치적, 종교적 요인과 인도의 불교 식문화 등이 복합적으로 변화되어 중국 불교음식문화로 발전하게 되었다(Kong MS 2008).

2. 한국사찰음식

한국사찰에서 수행자들이 일상적으로 먹는 밥을 ‘공양’이라고 부르며, 이는 부처님께 올리는 공양과 수행자들의 발우공양, 사부대중에게 제공하는 식사까지도 내포된 용어다. 오늘날 일반적으로 절에서 조리된 음식과 가공식품까지도 ‘사찰음식’이라고 한다. 한국불교문화사업단에서는 사찰음식의 정의를 ‘불교의 수행이 이루어지는 절에서 먹는 음식’이라고 한다. 중국 문화권에서는 사찰음식을 짜이차이(zhaca), 일본은 쇼진요리(精進料理)와 보차요리(普茶料理)를 구분하며, 서구에

서는 사찰음식을 쟈푸드(zenfood)라고 하며, 이는 동양의 선불교에 대한 호칭으로 선(禪)에서 나온 말이다. 승가에서 식(食)이란 범어로 아하라(ahara)에 해당하는 것으로 ‘끌어당겨 보존해 간다.’ 뜻으로 중생의 육신이나 성자의 법신을 각기 존 재하는 상태로 양육하여 길이 유지해 나가는 것 을 의미한다. 삼국시대의 초기불교는 이단적인 종교로 간주하여 금지되었으나, 왕실에서 불교를 공 인하고, 사찰 건립과 출가승에 대하여 제도적으로 지원하였다. 『삼국유사』에서 ‘법흥왕이 절을 세 워, 절이 완성되자 면류관을 벗고 방포를 입었으 며, 궁궐의 친척을 내놓아 절의 종으로 삼고, 그 절의 주지가 되어 불교를 넓게 펴는 것을 몸소 말 았다’고 한다. 이는 불교의 계율에 따라 법흥왕 (529)은 살생 금지령을 내렸고, 특히 불교의 육식 금기는 붓다의 생명사상과 밀접한 관련이 있다. 통일신라시대의 사찰음식은 궁중 식문화와 불교 의 제반의식이 가미되어 융합적으로 발전하였다. 고려시대에 들어 불교가 더욱 융성해짐에 따라 육식의 습관은 점점 쇠퇴한 대신, 기름과 향신료 를 이용하여 식물성 식품을 더욱 맛있게 먹는 법 이 발달하였다(Han BJ · Chung LN 2003). 이러한 한국사찰음식의 발달배경은 신라를 비롯하여 고 려 500년 동안 불교가 국교였다는 사실은 우리의 먹거리에 불교적인 요소가 얼마나 큰 비중을 차 지하고 있다는 것을 가늠할 수 있게 한다. 특히, 고려시대의 다방(茶房)은 진다의식을 진행하는 부서로서, 왕실에 필요한 차, 술, 채소, 과일, 약 등의 관리를 맡은 관청을 말하며, 관원은 ‘성중관 (成衆官)’이라 하여 국가적 행사를 담당하기도 하였다. 고려시대의 사원은 종교와 정치의 공간, 교 역과 경제의 공간, 문화와 사색의 공간으로, 크고 작은 불교행사들이 행해졌던 곳이며, 축제의 공연 공간으로써 고려시대 연희문화 형성에 지대한 영 향을 끼쳤다(Kim MS 2013). 조선시대는 승유억 불정책으로 불교를 배척하는 것이 기본정책이었 으나, 왕실의 황후나 나인들은 개인적으로 불교를 옹호하였다. 유교에 의하여 사찰음식의 일부가 변

화되었으나 ‘규합총서’에 의하면 조선시대의 식 생활 문화가 불교와 크게 관련이 있음을 알 수 있다.

3. 사찰음식의 선행연구

한국불교문화사업단(2014)은 사찰음식과 관련 된 고문헌 불교경전과 선어록, 사서류, 문집류 등 을 고찰하여 사찰음식의 조리법, 식당의 규칙, 섭 식행동 등을 분류하여 사찰음식의 대중화 활용방 안을 제시하였다. Kim JA · Lee SY(2014)은 사찰 음식 섭취와 건강에 관한 연구에서 전국 주요 사 찰의 수행자들을 대상으로 일상적으로 섭취하는 510종의 식단을 분석한 결과, 사찰음식은 영양과 기호도 측면에서 인체의 건강지표에 긍정적인 영 향을 주어 수행자들의 건강증진에 효과가 있다고 하였다. Bai HJ(2012)는 사찰음식의 품질과 가치 에 관한 연구에서 사찰음식의 품질과 사찰음식 만족도 영향관계는 맛과 풍미 및 조직감 등이 사 찰음식의 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났 고, 사찰음식의 가치와 만족도 영향관계는 사찰음 식의 기능적 가치가 높을수록 사찰음식 만족도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에, 사찰음식의 경제적 가치와 감정적 가치는 영향이 미치지 않는 것으로 나타났다. Kim GD(2014)는 대구지역에 거주하는 외국인을 대상으로 외국인 의 한식인지도와 선호도 차이를 분석결과, 한식의 매운맛과 다양한 채소를 사용한 음식에 인지도가 높게 나타났고, 출신 지역별로는 유럽인이 북아프 리카인과 아시아인보다 유의적으로 한식인지도 가 높게 나타났다고 보고하였다. Bai YH(2015)는 사찰음식의 대중화 방안연구에서 사찰음식에 대 한 조사대상자들의 인식은 건강에 도움이 된다 (55.8%), 사찰음식이 자연친화적인 음식이다(50.0 %), 사찰음식이 육체적, 정신적 건강증진에 도움 이 될 것이라 생각한다(51.99%) 등의 문항에서만 반 이상의 응답자가 긍정적으로 인식하고 있는 것으로 나타났다고 보고하였다. Park HY at al (2014)은 한식세계화를 위한 내국인과 외국인 간 의 한국음식 선호도와 한식에 대한 인식비교 연

구에서 한식에 대한 장점으로 내국인은 발효식품과 영양적 균형 및 전통성에 대하여 높은 인식도를 보였고, 외국인의 경우 건강기능성을 한식의 장점으로 가장 높게 인식하고 있었으며, 반면에 자연식품에 대해 가장 낮은 인식을 보였다. 한식 세계화를 위한 중요도에서는 내국인은 전통성, 발효식품, 시각적 아름다움, 좋은 맛 등이 중요한 요소로 높게 인식하고 있는 반면, 외국인은 건강기능성, 전통성, 좋은 맛, 자연식품등의 순으로 나타나, 내국인과 외국인 간의 한식의 인식과 선호도는 유의수준에서 차이가 있는 것으로 보고하였다. 아울러 성공적인 한식 세계화를 위해서는 내국인과 외국인 간의 인식과 선호도는 뚜렷한 차이가 있으므로, 사찰음식점의 대상이 되는 외국인의 한식에 대한 인식과 선호도를 정확히 파악하는 것이 우선되어야 한다고 주장하였다. 이상의 선행연구를 살펴본 결과, 한국불교문화사업단과 Bai YH (2015)는 사찰음식의 대중화 활용방안을 제시하였고, Park HY et al(2014)은 한식 세계화를 위해서는 한식에 대한 외국인의 인식과 선호도 파악 중요성을 강조하였다. 따라서 본 연구에서는 내국인과 외국인 간의 한국사찰음식의 가치에 대한 인식과 음식선호도를 분석하여 지구촌 권역별 국가에 맞는 한국사찰음식 세계화 전략을 제시하고자 한다.

Ⅲ. 연구방법

1. 조사방법

본 연구의 표본은 템플스테이를 운영하는 3개의 전통사찰(산청군 대원사, 함천군 해인사, 경주시 골굴사)에 참가한 내국인과 외국인들을 대상으로 하였으며, 표본추출은 편의표본을 추출하여 사전에 조사원이 설문취지를 설명하고, 응답자가 직접 자기기입식으로 설문조사하였다.

조사기간은 2015년 11월 1일부터 12월 30일까지 전통사찰 템플스테이에 참가한 내국인과 외국인들을 대상으로 총 250부를 배포하여 이 중 불성

실하게 응답한 설문지 30부를 제외한 총 220부(88%)를 유효 표본으로 통계분석에 사용하였다.

2. 설문지의 구성

본 연구의 설문지는 내국인과 외국인의 경우, 농림수산식품부의 음식명 표준외국어표기법에 따라 번안한 설문지를 구성하였다. 설문지의 첫째 문항은 조사대상자들의 성별, 연령, 학력, 직업, 국적 등의 5문항으로 구성하였다. 둘째, 사찰음식의 인식에 대한 문항은 Bai YH(2015)의 연구를 참고하였으며, 사찰음식의 특성을 인식하는 문항으로 치유음식, 성인병 예방, 수행음식, 절약정신, 몸을 강화시키는 음식, 약선식 등의 6문항으로 구성하였다. 셋째, 음식선호도 문항은 선행연구(Hong GJ et al 2007; Park HY et al 2014)을 참고하였으며, 밥류, 국류, 나물류, 무침류, 튀김류, 전류, 볶음류, 조림류, 찜류, 김치류, 장아찌류, 떡류, 면류, 과일류, 다과류 등으로 분류하여 본 연구의 취지에 맞게 15개 항목으로 구성하였다. 넷째, 사찰음식의 세계화 방안에 대한 문항으로 스토리텔링 마케팅, 조리법의 현대화, 사찰음식체험관 증설, 사찰음식의 메뉴개발, 사찰음식 전문가양성 등의 5문항으로 구성하였다. 설문지의 항목은 리커트(Likert) 5점 척도를 기준으로 응답하도록 하였다. 각 항목의 척도는 1점은 ‘전혀 그렇지 않다’와 5점은 ‘매우 그렇다’로 제시하였다.

3. 분석방법

본 연구의 자료는 조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도와 백분율을 산출하였다. 사찰음식의 글로벌 시장의 세분화를 분석하기 위해 내국인과 외국인 간의 사찰음식의 인식과 식품군별 선호도는 신뢰도분석, *t*-test와 일원분산분석(One-Way ANOVA)을 실시하였다. 표본의 평균의 차이 유무는 사후검증(Duncan's multiple range test)을 통하여 $\alpha=(0.05)$ 수준에서 유의성 검증을 하였다. 사찰음식 세계화 방안에 대한 변수들의

특성을 알아보기 위하여 기술통계를 실시하여 평균, 표준편차를 하였다. 외국인의 경우 미주지역, 유럽지역, 아시아지역 등으로 분류하여 일원분산분석(One-Way ANOVA)을 실시하였다. 표본의 평균의 차이 유무는 사후검증(Duncan's multiple range test)을 통하여 $\alpha=(0.05)$ 수준에서 유의성 검증을 하였다.

IV. 실증분석

1. 표본의 일반적 특성

본 연구의 분석 자료로 활용된 표본의 인구 통계학적 특성을 분석하기 위하여 빈도측정을 실시한 결과는 <Table 1>과 같다. 성별은 남성이 90명(40.9%), 여성이 130명(59.1%)이었으며, 연령은

<Table 1> General characteristics of the subjects

(n=220)

| Variables | | Frequency(n) | Percentage(%) |
|-------------|---------------------|--------------|---------------|
| Nationality | Local | 134 | 60.9 |
| | Foreigner | 86 | 39.1 |
| Gender | Male | 90 | 40.9 |
| | Female | 130 | 59.1 |
| Age | ≤19 | 17 | 7.7 |
| | 20~29 | 92 | 41.8 |
| | 30~39 | 30 | 13.6 |
| | 40~49 | 47 | 21.4 |
| | ≥50 | 34 | 15.5 |
| Education | ≤High school | 62 | 28.2 |
| | University(college) | 125 | 56.8 |
| | ≥Graduate(student) | 33 | 15.0 |
| Occupation | Official | 18 | 8.2 |
| | Professional | 120 | 54.5 |
| | Service staff | 17 | 7.7 |
| | Student | 27 | 12.3 |
| | Others | 38 | 17.3 |
| Country | Korean | 134 | 60.9 |
| | American | 25 | 11.4 |
| | Canadian | 13 | 5.9 |
| | Singaporean | 12 | 5.5 |
| | French | 11 | 5.0 |
| | Dutch | 9 | 4.1 |
| | English | 6 | 2.7 |
| | Italian | 6 | 2.7 |
| | German | 4 | 1.8 |

20대 미만인 17명(7.7%), 20대가 92명(41.8%) 30대가 30명(13.6%), 40대가 47명(21.4%), 50대 이상이 34명(15.5%)이었으며, 20대가 41.8%로 연령층의 비중이 가장 높았다. 학력으로는 고등학교 이하 16명(7.3%), 고등학교 졸업이 46명(20.9%), 대학교 졸업이 125명(56.8%), 대학원 졸업이 33명(15%)인 것으로 나타났다. 직업으로는 공무원이 18명(8.2%), 전문직이 120명(54.5%), 서비스직이 17명(7.7%), 학생이 27명(12.3%), 기타 직업으로는 38명(17.3%)인 것으로 나타났다. 국적별로는 한국인 134명(60.9%), 미국인 25명(11.4%), 캐나다인 13명(5.9%), 싱가포르인 12명(5.5%), 프랑스인 11명(5.0%), 네덜란드인 9명(4.1%), 영국인 6명(2.7%), 이탈리아인 6명(2.7%), 독일인 4명(1.8%)으로 나타나, 외국인들 중 미국인이 25명(11.4%)으로 가장 많았고, 다음 순으로 캐나다인 13명(5.9%), 독일인은 4명(1.8%)으로 가장 적게 나타났다.

2. 글로벌 지역과 한국인 간의 한국사찰음식의 인식에 대한 차이분석

한국사찰 템플스테이에 참가한 외국인들의 소

속지역으로 아시아지역(싱가포르), 유럽지역(영국, 독일, 프랑스, 이탈리아, 네덜란드), 미주지역(캐나다, 미국) 등으로 분류하여 한국인 간의 사찰음식의 인식에 대한 차이를 비교분석한 결과는 <Table 2>와 같다. ‘사찰음식은 치유음식이라 생각한다.’ 항목은 아시아인(4.58)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.30) > 미주지역인(4.13) > 유럽인(3.94) 순으로 나타났다($p < .05$). ‘사찰음식은 성인 병예방에 도움이 된다고 생각한다.’ 항목은 아시아인(4.67)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 한국인(4.41) > 미주지역인(3.95) > 유럽인(3.67) 순으로 나타났다($p < .001$).

‘한국사찰음식은 수행음식이라고 생각한다.’ 항목은 아시아인(4.50)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 한국인(4.22) > 미주지역인(4.13) > 유럽인(3.94) 순으로 나타났다. ‘한국사찰음식은 절약정신이 내포되어 있다고 생각한다.’, 항목은 아시아인(4.42)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 미주지역인(4.29) > 한국인(4.24) > 유럽인(3.86) 순으로 나타났다($p < .05$). ‘한국사찰음식은 몸을 정화시켜주는 음식이라 생각한다.’, 항목은 아시아

<Table 2> The recognition of Korean temple food by nationality

| Variables | Nationality | | | | Total | F (p) |
|--|-------------|-----------|-----------|-------------|-----------|----------------|
| | Korea | Asia | Europe | The America | | |
| I think Korean temple food is a healing food. | 4.30±0.75 | 4.58±0.51 | 3.94±0.75 | 4.13±0.78 | 4.23±0.75 | 3.27 (.02)* |
| I think that Korean temple food aids in preventing adult diseases. | 4.41±0.63 | 4.67±0.49 | 3.67±0.79 | 3.95±0.80 | 4.22±0.75 | 15.04 (.00)*** |
| I think Korean temple food is a <i>Sun-suhaeng</i> (Buddhist practice) food. | 4.22±0.75 | 4.50±0.52 | 3.94±0.63 | 4.13±0.84 | 4.18±0.75 | 2.17 (.09) |
| I think Korean temple food implies saving spirit. | 4.24±0.72 | 4.42±0.51 | 3.86±0.87 | 4.29±0.77 | 4.20±0.75 | 3.14 (.03)* |
| I think that Korean temple food is a food to cleanse the body and mind. | 4.17±0.74 | 4.50±0.52 | 3.92±0.91 | 4.21±0.81 | 4.15±0.78 | 2.02 (.12) |
| I think Korean temple food is a medicinal food. | 4.43±0.66 | 4.58±0.51 | 3.89±0.85 | 4.21±0.84 | 4.31±0.75 | 5.97 (.00)*** |

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

인(4.50)이 가장 높게 나타났고, 미주지역인(4.21) > 한국인(4.17) > 유럽인(3.92) 순으로 나타났다. ‘한국사찰음식은 약선식이라 생각한다.’ 항목은 아시아인(4.58)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.43) > 미주지역인(4.21) > 유럽인(3.89) 순으로 나타났다($p < .001$).

이상의 분석결과에서 한국사찰음식에 대한 인식으로 치유음식($p < .05$), 성인병 예방 음식($p < .001$), 절약정신 내포한 음식($p < .05$), 약선식($p < .001$) 등의 항목에서 글로벌 지역 외국인과 한국인 간에는 유의한 차이가 있었다. Chang HJ et al(2010)의 한식에 대한 인식도 비교분석 결과와 유사하게 외국인의 경우 ‘건강식이다(3.88점)’ 항목이 가장 높게 인식하는 것으로 보고하였고, Kim HS · Lyu ES(2012)의 한식의 특성에 대한 연구에서는 미주지역인과 유럽인은 건강, 아시아인은 건강과 영양이 가장 높게 인식하는 것으로 나타났다고 보고하였다. 본 연구결과, 치유음식(4.23)이라는 인식과 성인병 예방(4.22) 항목에서 아시아인 > 한국인 > 미주지역인 > 유럽지역인 > 순으로 나타나 글로벌 지역의 템플스테이 참가자들은 선행연구와

유사하게 한국사찰음식을 건강에 도움이 되는 음식으로 높게 인식하는 것으로 나타났다.

3. 한국사찰음식의 인식에 대한 국가별 차이분석

한국사찰 템플스테이에 참가한 외국인들의 국적에 따른 한국사찰음식의 인식에 대한 차이를 분석한 결과는 <Table 3>과 같다. ‘한국사찰음식은 치유음식이라 생각한다.’ 항목은 싱가포르인(4.58)이 가장 높게 나타났고, 영국인(4.33) > 한국인(4.30) > 캐나다인(4.23) 등의 순으로 나타났다. 반면, 이탈리아인(3.17)은 가장 낮게 나타났다. ‘한국사찰음식은 성인병 예방에 도움이 된다고 생각한다.’ 항목은 싱가포르인(4.67)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.41) > 영국인(4.00) > 네덜란드(4.00) 순으로 나타났다. 반면, 이탈리아인(3.00)이 가장 낮게 나타났다. ‘한국사찰음식은 수행음식이라고 생각한다.’ 항목은 싱가포르인(4.50)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.22) > 캐나다인(4.15), 미국인(4.12) 등의 순으로 나타났다. 반면에, 독일인(3.75)이 가장 낮게 나타났다. ‘한국사찰음식은 절약정신이 내포되어 있다고 생각한다.’ 항목은

<Table 3> The recognition on Korean temple food by country

| Variables | Country | | | | | | | | | F (p) |
|-------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|-----------|---------------|-----------|---------------|
| | American | Canadian | German | Dutch | English-man | French | Italian | Singapo-reans | Korean | |
| Healing food | 4.08±0.81 | 4.23±0.73 | 3.50±1.00 | 4.11±0.78 | 4.33±0.52 | 4.18±0.40 | 3.17±0.75 | 4.58±0.44 | 4.30±0.75 | 2.76 (.01)** |
| Preventing adult diseases | 3.96±0.84 | 3.92±0.76 | 3.75±0.50 | 4.00±0.71 | 4.00±0.89 | 3.55±0.82 | 3.00±0.63 | 4.67±0.49 | 4.41±0.63 | 7.01 (.00)*** |
| Sunsuhaeng(Buddhist practice) food | 4.12±0.88 | 4.15±0.80 | 3.75±0.96 | 4.00±0.50 | 4.00±0.63 | 4.00±0.63 | 3.83±0.75 | 4.50±0.52 | 4.22±0.75 | 0.87 (.55) |
| Saving spirit | 4.32±0.80 | 4.23±0.73 | 4.00±0.00 | 4.00±0.70 | 3.83±0.98 | 3.63±1.28 | 4.00±1.26 | 4.42±0.51 | 4.24±0.72 | 1.38 (.21) |
| A food to cleanse the body and mind | 4.32±0.63 | 4.00±1.08 | 4.00±0.00 | 4.11±0.93 | 3.83±0.41 | 3.90±1.40 | 3.67±1.37 | 4.50±0.52 | 4.17±0.74 | 1.09 (.37) |
| A medicinal food | 4.24±0.83 | 4.15±0.89 | 3.75±0.50 | 4.22±0.97 | 3.83±0.41 | 4.27±0.65 | 2.83±0.75 | 4.59±0.51 | 4.42±0.66 | 4.79 (.00)*** |

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

싱가포르인(4.42)이 가장 높게 나타났고, 미국인(4.32) > 한국인(4.24) > 캐나다인(4.23) 등의 순으로 나타났고, 반면에 프랑스인(3.63)은 가장 낮게 나타났다. ‘한국사찰음식은 몸을 정화시켜주는 음식이라 생각한다.’, 항목은 싱가포르인(4.50)이 가장 높게 나타났고, 미국인(4.32) > 한국인(4.17) > 네덜란드(4.11) 등의 순으로 나타났다. ‘한국사찰음식은 약선식이라 생각한다.’, 항목은 싱가포르(4.59)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.42) > 프랑스인(4.27) > 미국인(4.24) 등의 순으로 나타났다. 반면에, 이탈리아인(2.83)은 가장 낮게 나타났다. 이상의 분석결과, 치유음식($p<.01$), 성인병 예방($p<.001$), 약선식($p<.001$) 등의 항목에서 외국인과 한국인 간에는 유의미한 차이가 있었다.

4. 글로벌 지역 외국인과 한국인 간의 사찰음식 선호도 분석

글로벌 지역의 외국인과 한국인 간의 사찰음식 선호도의 차이를 분석한 결과는 <Table 4>와 같다. 사찰음식의 밥류는 아시아인(4.75)이 가장 높게 나타났고, 미주지역인(4.65) > 한국인(4.41) > 유럽인(4.04) 순으로 나타났다($p<.001$). 죽류는 아시아인(4.83)이 가장 선호하는 것으로 나타났고, 한국인(4.16) > 미주지역인(4.16) > 유럽인(3.47) 순으로 나타났다($p<.001$). 나물류는 아시아인(4.58)이 가장 높게 나타났고, 미주지역인(4.55) > 한국인(4.36) > 유럽인(3.97) 순으로 나타났다($p<.01$). 무침류는 아시아인(4.50)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.22) > 미주지역인(3.66) > 유럽인(3.97) 순으로 나타났다($p<.001$). 튀김류는 아시아인(4.58)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.07) > 미주지역인(3.89) 순으로 나타났다($p<.01$). 전류는 아시아인(4.41)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.19) > 미주지역인(3.89) 순으로 나타났다. 볶음류는 아시아인(4.25)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.17) > 미주지역인(4.00) > 유럽인(3.91) 순으로 나타났다. 조림류는 아시아인(4.50)이 가장 높게 나타났고, 미주지역인(4.21) > 한국인(4.05) 순으로 나타났다. 찜류에서는 아시아인(4.66)이 가장

높게 나타났고, 한국인(4.17) > 미주지역인(4.12) 순으로 나타났다($p<.001$). 김치류는 아시아인(4.66)이 가장 선호하는 것으로 나타났고, 한국인(4.19) > 미주지역인(4.05) 순으로 나타났다($p<.001$). 장아찌는 아시아인(4.50)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.05) > 미주지역인(3.97) 순으로 나타났다. 떡류는 아시아인(4.17)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.14) > 미주지역(4.05) 순으로 나타났다($p<.001$). 면류는 아시아인(4.67)이 가장 높게 나타났고, 미주지역인(4.31) > 한국인(4.11) 순으로 나타났다($p<.01$). 과일류는 아시아인(4.83)이 가장 선호하는 것으로 나타났고, 미주지역인(4.47) > 한국인(4.47) 순으로 나타났다. 다과류는 아시아인(4.83)이 가장 높게 나타났고, 미주지역인(4.71) > 유럽인(4.50) > 한국인(4.35) 순으로 나타났다($p<.05$). 분석결과, 글로벌 지역 외국인과 한국인 간의 사찰음식 선호도는 밥류($p<.001$), 죽류($p<.001$), 나물류($p<.01$), 무침류($p<.001$), 튀김류($p<.01$), 찜류($p<.001$), 김치류($p<.001$), 떡류($p<.001$), 면류($p<.01$), 다과류($p<.05$) 등의 항목에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 반면에 전류, 볶음류, 조림류, 장아찌, 과일류 등은 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

5. 글로벌지역 외국인과 한국인 간의 한국 사찰음식 선호도에 대한 차이분석

글로벌 지역 외국인과 한국인 간의 한국사찰음식 선호도의 차이 분석결과는 <Table 5>와 같다. 밥류는 독일인(5.00)이 가장 높게 나타났고, 싱가포르인(4.75) > 미국인(4.72) > 캐나다인(4.54) > 한국인(4.41) 등의 순으로 나타났다($p<.001$). 죽류는 싱가포르인(4.83) > 캐나다인(4.31) > 한국인(4.16) 등의 순으로 나타났다. 반면, 이탈리아인(2.33)은 가장 낮게 나타났다($p<.001$). 나물류는 미국인(4.64)이 가장 높게 나타났고, 싱가포르인(4.58) > 독일인(4.50) > 한국인(4.36) 등의 순으로 나타났다. 반면, 프랑스인(3.63)은 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다($p<.01$). 무침류는 싱가포르인(4.50)이 가장 선호하는 것으로 나타났고, 영국인(4.33)

〈Table 4〉 The preference for Korean temple food by nationality

| Variables | Nationality | | | | Total | F (p) |
|----------------------------------|-------------|-----------|-----------|--------------|-----------|------------------|
| | Korea | Asia | Europe | The Americas | | |
| Bop (cooked rice) | 4.41±0.78 | 4.75±0.45 | 4.04±1.05 | 4.65±0.53 | 4.41±0.81 | 4.82 (.00)*** |
| Juk(porridge) | 4.16±0.95 | 4.83±0.38 | 3.47±0.18 | 4.16±0.94 | 4.09±0.10 | 7.80 (.00)*** |
| Namul(seasoned vegetables) | 4.36±0.73 | 4.58±0.79 | 3.97±0.87 | 4.55±0.64 | 4.34±0.76 | 4.40 (.01)** |
| Muchim(seasoned salad) | 4.22±0.83 | 4.50±0.52 | 3.50±1.23 | 3.66±1.32 | 4.02±1.04 | 7.76 (.00)*** |
| Fry | 4.07±0.92 | 4.58±0.51 | 3.61±0.87 | 3.89±0.92 | 3.99±0.91 | 4.41 (.01)** |
| Jeon(pan-fried) | 4.19±0.86 | 4.41±0.67 | 3.86±0.99 | 3.89±1.10 | 4.10±0.93 | 2.37 (.07) |
| Bokkeum (stir-fried) | 4.17±0.82 | 4.25±0.75 | 3.91±0.80 | 4.00±0.96 | 4.10±0.75 | 1.20 (.31) |
| Jorim (braised in soy sauce) | 4.05±0.90 | 4.50±0.52 | 3.89±0.82 | 4.21±0.93 | 4.08±0.88 | 1.82 (.15) |
| Jjim(steamed) | 4.17±0.83 | 4.66±0.49 | 3.67±1.17 | 4.12±0.78 | 4.12±0.93 | 4.77 (.00)*** |
| Kimchi | 4.19±0.78 | 4.66±0.49 | 3.56±1.31 | 4.05±1.10 | 4.08±0.96 | 5.97 (.00)*** |
| Jangajji (pickled vegetables) | 4.05±1.10 | 4.50±0.90 | 3.88±1.14 | 3.97±1.10 | 4.03±0.98 | 1.19 (.31) |
| TTeok(rice cake) | 4.14±1.10 | 4.17±1.03 | 3.41±1.27 | 4.05±1.04 | 4.01±1.08 | 4.60 (.00)*** |
| Noodles | 4.11±1.00 | 4.67±0.49 | 3.72±1.09 | 4.31±0.99 | 4.11±0.98 | 3.80 (.01)** |
| Fruits | 4.47±0.76 | 4.83±0.39 | 4.28±1.11 | 4.47±0.98 | 4.45±0.86 | 1.32 (.27) |
| Tea(Korean dessert) | 4.35±0.80 | 4.83±0.39 | 4.50±0.77 | 4.71±0.98 | 4.47±0.75 | 3.31 (.02)* |

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

> 독일인(4.25) > 한국인(4.22) 등의 순으로 나타났다. 반면, 이탈리아인(2.33)은 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다($p < .001$). 튀김류는 싱가포르인(4.42)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.07) > 미국인(3.92) 등의 순으로 나타났다. 반면, 독일인

(3.25)은 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다. 전류는 독일인(4.50)이 가장 높게 나타났고, 싱가포르인(4.42) > 영국인(4.33) > 네덜란드(4.33) 등의 순으로 나타났다. 볶음류는 네덜란드인(4.44)이 가장 선호하는 것으로 나타났고, 싱가포르인(4.25)

〈Table 5〉 The preference for temple food by nationality

| Variables | Nationality | | | | | | | | | F (p) |
|-------------------------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------------|-----------|------------------|
| | American | Canadian | German | Dutch | English | French | Italian | Singaporean | Korean | |
| Bop (cooked rice) | 4.72±0.46 | 4.54±0.66 | 5.00±0.00 | 4.22±0.67 | 2.67±1.86 | 4.09±0.30 | 4.33±0.52 | 4.75±0.45 | 4.41±0.79 | 4.82 (.00)*** |
| Juk(porridge) | 4.08±1.07 | 4.31±0.63 | 3.75±1.25 | 3.67±0.70 | 3.33±1.37 | 3.90±0.81 | 2.33±1.03 | 4.83±0.39 | 4.16±0.95 | 7.81 (.00)*** |
| Namul(seasoned vegetables) | 4.64±0.49 | 4.38±0.87 | 4.50±0.58 | 4.11±0.78 | 4.33±0.52 | 3.63±0.81 | 3.67±1.37 | 4.58±0.79 | 4.36±0.73 | 2.38 (.01)** |
| Muchim(sea- soned salad) | 3.60±1.32 | 3.77±1.36 | 4.25±0.96 | 3.67±1.32 | 4.33±0.52 | 3.27±1.01 | 2.33±1.37 | 4.50±0.52 | 4.22±0.84 | 4.40 (.01)*** |
| Fry | 3.92±0.76 | 3.85±1.21 | 3.25±1.50 | 3.78±0.67 | 3.67±1.03 | 3.64±0.50 | 3.50±1.23 | 4.42±0.66 | 4.07±0.91 | 7.70 (.06) |
| Jeon(pan-fried) | 3.92±1.08 | 3.85±1.21 | 4.50±1.00 | 4.33±0.50 | 4.33±1.03 | 3.73±0.65 | 2.50±0.84 | 4.42±0.67 | 4.19±0.86 | 4.02 (.72) |
| Bokkeum (stir-fried) | 4.08±0.81 | 4.15±1.28 | 4.25±0.50 | 4.44±0.53 | 4.00±0.89 | 3.64±0.81 | 3.33±0.82 | 4.25±0.75 | 4.17±0.82 | 2.36 (1.20) |
| Jorim(braised in soy sauce) | 4.24±0.72 | 4.08±0.81 | 4.08±0.81 | 4.08±0.81 | 4.08±0.81 | 4.08±0.81 | 4.08±0.81 | 4.50±0.52 | 4.05±0.90 | 1.85 (.15) |
| Jjim(steamed) | 4.28±0.74 | 4.08±1.32 | 4.00±0.82 | 3.56±1.13 | 3.50±1.52 | 3.90±1.14 | 3.33±1.37 | 4.66±0.49 | 4.17±0.83 | 4.77 (.01)* |
| Kimchi | 4.32±0.85 | 3.54±1.33 | 4.75±0.50 | 3.56±1.59 | 3.17±1.83 | 3.73±0.90 | 2.83±0.98 | 4.67±0.50 | 4.19±0.78 | 5.97 (.00)*** |
| Jangajji (pickled vegetables) | 4.08±1.04 | 3.77±1.24 | 5.00±0.00 | 4.00±1.00 | 3.83±1.47 | 3.91±0.54 | 3.00±1.67 | 4.50±0.90 | 4.05±0.93 | 1.19 (.31) |
| TTeok (rice cake) | 4.04±0.93 | 4.08±1.26 | 2.00±1.41 | 4.11±0.60 | 4.00±1.10 | 3.54±0.93 | 2.50±1.64 | 4.17±1.03 | 4.14±0.99 | 4.60 (.00)*** |
| Noodles | 4.24±0.88 | 4.46±1.20 | 3.00±0.82 | 4.00±0.87 | 4.17±0.41 | 3.73±0.90 | 3.33±1.97 | 4.67±0.49 | 4.11±0.98 | 3.80 (.01)* |
| Fruits | 4.44±0.87 | 4.54±1.20 | 5.00±0.00 | 4.11±1.36 | 4.67±0.52 | 4.08±0.81 | 4.00±1.00 | 4.83±0.39 | 4.47±0.76 | 1.32 (.26) |
| Tea(Korean dessert) | 4.64±0.64 | 4.85±0.38 | 5.00±0.00 | 4.56±0.73 | 4.50±0.55 | 4.09±1.04 | 4.83±0.41 | 4.83±0.44 | 4.36±0.80 | 3.31 (.02)* |

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$.

> 독일인(4.25) 등의 순으로 나타났다. 조림류는 싱가포르인(4.50)이 가장 높게 나타났고, 미국인(4.24) > 프랑스인(4.08) 등의 순으로 나타났다. 찜류는 싱가포르인(4.66)이 가장 높게 나타났고, 미국인(4.28) > 한국인(4.17) > 캐나다인(4.08) 등의 순으로 나타났다. 이탈리아인(3.33)은 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다($p < .01$). 김치류는 독일인(4.75)이 가장 높게 나타났고, 싱가포르(4.67)

> 미국인(4.32) > 한국인(4.19) 등의 순으로 나타났다. 반면, 이탈리아인(2.83)은 가장 좋아하지 않는 것으로 나타났다($p < .001$). 장아찌는 독일인(5.00)이 가장 높게 나타났고, 싱가포르인(4.50) > 미국인(4.08) > 한국인(4.05) 등의 순으로 나타났다. 반면, 이탈리아인(3.00)은 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다. 떡류는 싱가포르인(4.17)이 가장 높게 나타났고, 한국인(4.14) > 네덜란드인(4.11)

등의 순으로 나타났다. 반면, 독일인(2.00)은 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다($p<.001$). 면류는 싱가포르인(4.67)이 가장 높게 나타났고, 캐나다인(4.46) > 미국인(4.24) > 영국인(4.17) > 한국인(4.11) 등의 순으로 나타났다. 반면, 독일인(3.00)은 가장 낮게 나타났다($p<.01$). 과일류는 독일인(5.00)이 가장 높게 나타났고, 싱가포르인(4.83) > 영국인(4.67) > 캐나다인(4.54) 등의 순으로 나타났다. 다과류는 독일인(5.00)이 가장 선호하는 것으로 나타났고, 캐나다인(4.85) > 싱가포르인(4.83) > 이탈리아인(4.83) 등의 순으로 나타났다. 반면에, 프랑스인(4.09)은 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다($p<.05$). 이상의 분석결과는 밥류($p<.001$), 죽류($p<.001$), 나물류($p<.01$), 무침류($p<.01$), 찜류($p<.01$), 김치류($p<.001$), 떡류($p<.001$), 면류($p<.01$), 다과류($p<.05$) 등의 항목에서 외국인과 한국인 간의 한국사찰음식 선호도는 유의미한 차이가 있었다. 반면에 튀김류, 전류, 볶음류, 조림류, 장아찌, 과일류 등의 사찰음식에서는 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

6. 한국사찰음식의 글로벌화 방안에 대한 분석

글로벌 지역 외국인과 한국인 간의 한국사찰음식의 개선점을 분석한 결과는 <Table 6>과 같다. 한국사찰음식의 글로벌화 방안에 대한 5문항에서 ‘사찰음식의 스토리텔링 마케팅이 필요하다.’ 항목은 아시아인(4.33)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 한국인(3.99), 미주지역인(3.97) 등의 순으로 나타났다($p<.05$). 사찰음식 조리법 표준화의 필요성에 대한 문항은 한국인(3.70)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 아시아인(3.67) > 미주지역인(3.50) > 유럽인(2.92) 등의 순으로 나타났다($p<.001$).

사찰음식의 전수자 양성에 대한 문항은 한국인(3.93)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 미주지역인(3.63), 아시아인(3.33) 등의 순으로 나타났다($p<.001$). 사찰음식 체험관 확대에 대한 문항은 한국인(4.02)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 아시아인(3.83)이었으며, 미주지역인(3.34) 등의 순으로 나타났다. 반면, 유럽인(3.25)은 가장 낮게 나타났다($p<.001$). 한국사찰 조리실의 조리기기 현대화 필요성에 대한 문항에서는 한국인(4.29)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 아시아인(3.50)이었고, 아메리카인(3.26) 등의 순으로 나타났다($p<.001$). 이상의 분석결과 전 항목에서 유의한 차이

<Table 6> The globalization strategy of Korean temple food by nationality

| Variables | Nationality | | | | Total | F (p) |
|---|-------------|-----------|-----------|--------------|-----------|----------------|
| | Korea | Asia | Europe | The Americas | | |
| Korean temple food needs a storytelling marketing. | 3.99±0.91 | 4.33±0.89 | 3.55±0.94 | 3.97±0.85 | 3.94±0.92 | 3.08 (03)* |
| Korean temple food needs a standardization of recipes. | 3.70±0.88 | 3.67±0.98 | 2.92±1.02 | 3.50±1.15 | 3.53±0.99 | 6.35 (.00)*** |
| Korean temple food needs a fostering of transmission people. | 3.93±0.88 | 3.33±0.98 | 3.19±1.16 | 3.63±1.07 | 3.72±1.01 | 6.23 (.00)*** |
| Experience building of Korean temple food should be expanded. | 4.02±0.93 | 3.83±1.03 | 3.25±1.16 | 3.34±1.45 | 3.77±1.08 | 7.85 (.00)*** |
| Korean temple food needs a modernization of cookware. | 4.29±0.73 | 3.50±1.31 | 3.25±1.30 | 3.26±1.18 | 3.90±1.07 | 19.45 (.00)*** |

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$.

가 있었다.

Bai YH(2015)의 선행연구와 같이 사찰음식의 홍보의 필요성과 조리법의 표준화, 사찰음식체험관 확대 항목은 본 연구와 일치하는 것으로 나타났다.

7. 국적에 따른 한국사찰음식의 글로벌화 방안에 대한 분석

템플스테이 참가자들의 국적에 따른 사찰음식의 글로벌화 방안에 대한 분석결과는 <Table 7>과 같다. 한국사찰음식의 개선점에 대한 5개 문항 중 ‘한국사찰음식은 스토리텔링 마케팅이 필요하다고 생각한다.’ 항목은 싱가포르인(4.33)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 미국인(4.20)이었으며, 한국인(3.99) 등의 순으로 나타났다. 반면, 프랑스인(3.45)이 가장 낮게 나타났다. ‘사찰음식 조리법의 표준화가 필요하다고 생각한다.’ 항목은 한국인(3.70)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 미국인(3.68), 이탈리아인(3.67) 등의 순으로 나타났다. 반면, 네덜란드인(2.33)이 가장 낮게 나타났다($p<.001$). ‘사찰음식 전수자양성이 필요하다고 생각한다.’ 항목은 이탈리아(4.00)이 가장 높게 나타

났고, 그 다음으로 한국인(3.92), 독일인(3.75) 등의 순으로 나타났다. 반면, 프랑스인(2.54)이 가장 낮게 나타났다($p<.001$). ‘사찰음식체험관 확대가 필요하다고 생각한다.’ 항목은 한국인(4.02)이 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 이탈리아인(4.00), 싱가포르인(3.83) 등의 순으로 나타났다. 반면, 네덜란드인(2.89)이 가장 낮게 나타났다($p<.01$).

‘조리기기의 현대화가 필요하다고 생각한다.’ 항목은 한국인(4.29)이 가장 높게 나타났고, 그 다음 순으로 싱가포르인(3.50), 캐나다인(3.46) 등의 순으로 나타났다. 반면, 프랑스인(3.09)이 가장 낮게 나타났다($p<.001$). 한국사찰음식의 스토리텔링 마케팅, 조리법표준화, 전수자양성, 사찰음식체험관, 조리기기의 현대화 문항 등은 한국인이 외국인들보다 상대적으로 평균값이 높게 나타났고, 글로벌 지역의 국가와 한국인 간의 차이는 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

V. 결 론

본 연구는 전통사찰 템플스테이에 참가한 내국인과 외국인 간의 한국사찰음식에 대한 인식과

<Table 7> The globalization strategy of Korean temple food by nationality

| Variables | Nationality | | | | | | | | | F (p) |
|---|-------------|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|--------------|-----------|------------------|
| | American | Canadian | German | Dutch | Englishman | French | Italian | Singaporeans | Korean | |
| Storytelling marketing | 4.20±0.64 | 3.54±1.05 | 3.50±1.73 | 3.44±1.01 | 3.83±0.41 | 3.45±1.04 | 3.67±0.52 | 4.33±0.89 | 3.99±0.91 | 1.84 (.07) |
| Standardization of recipes | 3.68±1.03 | 3.15±1.34 | 3.50±1.29 | 2.33±0.87 | 3.33±1.03 | 2.55±0.93 | 3.67±0.52 | 3.66±0.98 | 3.70±0.88 | 4.27 (.00)*** |
| Fostering of transmission people | 3.72±1.06 | 3.46±1.13 | 3.75±0.96 | 3.00±1.00 | 3.50±0.84 | 2.54±1.44 | 4.00±0.63 | 3.33±0.98 | 3.92±0.88 | 3.95 (.00)*** |
| Experience building of Korean temple food | 3.44±1.12 | 3.15±1.21 | 3.25±0.96 | 2.89±1.17 | 3.33±1.03 | 3.09±1.58 | 4.00±1.26 | 3.83±1.02 | 4.02±0.93 | 3.59 (.01)** |
| Modernization of cookware | 3.16±1.07 | 3.46±1.39 | 3.25±2.06 | 3.33±1.12 | 3.33±1.03 | 3.09±1.70 | 3.33±0.52 | 3.50±1.31 | 4.29±0.73 | 7.33 (.00)*** |

* $p<.05$, ** $p<.01$, *** $p<.001$.

선호도를 알아보고자 한국전통사찰(대원사, 해인사, 골굴사) 템플스테이에 참가한 한국인 134명과 외국인 86명을 대상으로 총 220부의 자료를 실증 분석에 사용하였다. 본 연구의 분석 자료는 참가한 외국인들의 소속지역으로 아시아지역(싱가포르), 유럽지역(영국, 독일, 프랑스, 이탈리아, 네덜란드), 미주지역(캐나다, 미국) 등으로 세분화하여 분석하였다. 분석방법은 일원배치분산분석(ANOVA)과 빈도분석을 실시하였다. 국적에 따른 빈도 분석결과, 한국인(60.9%), 미국인(11.4%), 캐나다인(5.9%), 싱가포르인(5.5%), 프랑스인(5.0%), 네덜란드인(4.1%), 영국인(2.7%), 이탈리아인(2.7%), 독일인(1.8%) 순으로 나타났다. 한국사찰음식에 대한 인식에 대한 분석결과, 지역별로는 아시아인들의 평균값이 가장 높게 나타났고, 한국인 > 미주지역인 > 유럽인 순으로 나타났다. 한국사찰음식 인식에 대한 문항 중 ‘한국사찰음식은 약선식이라 생각한다.’ 항목이 평균값(4.31)이 가장 높게 나타났고, 지역분류에서는 아시아인(4.58)이 가장 높은 수치로 응답하였고, 한국인(4.43) > 미주지역인(4.21) > 유럽인(3.89) 등의 순으로 나타났다. 유의수준에서는 치유음식($p < .05$), 성인병예방 음식($p < .001$), 절약정신 내포($p < .05$), 약선식($p < .001$) 등의 항목에서 글로벌 지역 외국인과 한국인 간에는 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

선행연구 Chang HJ et al(2010)의 연구결과와 유사하게 템플스테이에 참가한 외국인의 경우, 사찰음식을 ‘건강식’으로 가장 높게 인식하는 것으로 나타났다. Kim HS · Lyu ES(2012)의 한식의 특성에 대한 연구에서도 미주지역인과 유럽인은 한식을 건강에 도움이 되는 건강음식으로 인식하고 있는 결과와 같이 사찰음식을 건강에 도움이 되는 약선식으로 높게 인식하는 것으로 나타났다.

사찰음식 선호도 분석결과, 글로벌 지역 외국인과 한국인 간의 사찰음식 선호도는 밥류($p < .001$), 죽류($p < .001$), 나물류($p < .01$), 무침류($p < .001$), 튀김류($p < .01$), 찜류($p < .001$), 김치류($p < .001$), 떡

류($p < .001$), 면류($p < .01$), 다과류($p < .05$) 등의 항목에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 반면에 전류, 볶음류, 조림류, 장아찌, 과일류 등은 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 아시아지역 싱가포르인과 한국인들은 밥류, 죽류, 나물류, 무침류, 튀김류, 찜류, 김치류, 떡류, 면류, 다과류 등의 음식을 미주지역과 유럽지역 외국인들보다 선호도가 높게 나타난 것은, 이는 밥을 주식으로 하는 식생활 문화의 차이로 볼 수 있다.

특히 한국사찰의 다과류는 싱가포르 참가자들이 가장 선호하였고, 반면 한국인이 상대적으로 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다. 이는 최근 서양의 음식문화의 영향으로 녹차를 상대적으로 외국인들보다 선호하지 않는 것은 커피를 선호하는 시대적 외식트렌드의 영향이 미치는 것으로 볼 수 있다. 싱가포르인은 무침류, 전류, 찜류, 떡류, 죽류, 나물류 등의 항목에서 한국인보다 상대적으로 선호도가 높게 나타났다. 유럽인과 미주지역 미국과 캐나다인들은 사찰의 떡류의 선호도가 낮게 나타난 것은 쌀을 이용한 떡은 밀가루를 이용한 서양의 디저트보다 식감에서 오는 맛의 차이로 볼 수 있다. 특히 서유럽 지역 이탈리아인과 프랑스인은 죽과 나물을 가장 선호하지 않는 것으로 나타났다. 이는 한국사찰에서 나물을 무치거나 볶을 때 많이 사용하는 참기름과 들기름의 향을 싫어하는 외국인들은 올리브유와 식초를 사용하는 조리법과 식습관의 영향이라 볼 수 있다. 면류에서는 싱가포르인이 가장 선호하는 것으로 나타났는데, 이는 중국 식문화의 영향으로 선호도가 가장 높은 것으로 판단된다. 특히 독일인들은 김치류와 장아찌를 가장 좋아하는 것으로 나타났는데, 이는 사워크라우트(sauerkraut)를 즐겨 먹는 식습관의 영향이라 볼 수 있다. 한국사찰의 김치와 장아찌는 한국인들이 상대적으로 외국인보다 낮게 나타난 것은 현대 한국인들은 밥과 국, 김치, 나물 중심의 전통적 상차림보다 서구식 일품요리를 선호하는 트렌드의 변화로 인하여 가정에서도 김치와 나물보다는 육류 중심의 샐러드를 선호하

는 식단의 변화로 볼 수 있다. 한국사찰음식의 글로벌화 방안에 대한 문항을 분석한 결과, ‘사찰음식의 스토리텔링 마케팅이 필요하다.’ 항목은 아시아인(4.33) > 한국인(3.99) > 미주지역인(3.97) 등의 순으로 나타났다($p < .05$). 사찰음식 조리법 표준화의 필요성에 대한 문항은 한국인(3.70) > 아시아인(3.67) > 미주지역인(3.50) > 유럽인(2.92) 등의 순으로 나타났다($p < .001$). 사찰음식의 전수자 양성에 대한 문항은 한국인(3.93) > 미주지역인(3.63) > 아시아인(3.33) 등의 순으로 나타났다($p < .001$). 사찰음식 체험관 확대에 대한 문항은 한국인(4.02) > 아시아인(3.83) > 미주지역인(3.34) 등의 순으로 나타났다. 반면, 유럽인(3.25)은 가장 낮게 나타났다($p < .001$). 조리기기 현대화 필요성에 대한 문항에서는 한국인(4.29)이 가장 높게 나타났고, 아시아인(3.50) > 미주지역인(3.26) 등의 순으로 나타났다($p < .001$). Bai YH(2015)의 선행 연구와 같이 사찰음식의 홍보의 필요성과 조리법의 표준화, 사찰음식체험관 확대 항목은 본 연구와 일치하는 것으로 나타났다.

아시아지역 싱가포르인과 한국인이 상대적으로 유럽지역의 참가자들보다 홍보강화와 사찰음식 조리법 표준화의 필요성에 가장 공감하는 것으로 나타났다. 특히 한국인들은 한국사찰음식 조리법의 표준화와 사찰음식체험관 확대, 사찰조리실의 조리도구의 현대화 필요성에 대한 문항에서 유럽인과 미주지역인보다 평균값이 상대적으로 높게 나타났다. 이는 한국 전통사찰 공양간의 현대화와 전통문화재 보존에 대한 관련 전문가의 협의가 필요한 시점이다. 또한, ‘한국사찰음식 전수자 양성이 필요하다고 생각한다.’ 항목은 이탈리아인 가장 높게 나타났는데, 한국인보다 상대적으로 음식문화의 전통성과 고유성을 유지하고자 하는 필요성에 공감하는 것으로 볼 수 있다. 이상의 연구결과에서 도출된 한국사찰음식의 글로벌화 세부전략 방안을 몇 가지를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 한국사찰음식에 대한 인지도를 향상시키기 위한 홍보수단으로 스토리텔링 마케팅이 필요

하다.

전통사찰의 자원을 활용한 홍보전략이 필요하며, 글로벌 지역으로 세분화하여 인터넷, TV, 스마트폰 등 전파력이 우수한 매체를 통하여 한국사찰음식의 인지도를 높이는 홍보를 강화해야 한다.

둘째, 한국사찰음식의 건강식 브랜드화가 필요하다. 한식은 외국인에게 맵고 짠 자극성이 강한 음식으로 인식되어 기피하는 경향이 있다. 반면에, 한국사찰음식은 자극성이 강한 오신채를 조리할 때 사용하지 않는 음식으로 자연친화적인 건강식 캐릭터 개발, 로고, 식공간 인테리어 등 여러 각도에서 검토되어야 하며, 지속적인 연구개발이 필요하다.

셋째, 한국사찰음식의 세계화 추진방안으로 조리법의 표준화와 품질관리를 위해 템플푸드 인정제도 도입이 필요하다. 한국사찰음식의 조리법은 전통사찰을 중심으로, 지역별, 계절별 특징에 따라 수 천년동안 전승되어 왔다. 한국사찰음식은 웰빙, 슬로우푸드 등의 대표적인 음식으로 세계인들의 입맛을 사로잡을 수 있는 융복합 조리법을 개발한다면 대중화와 세계화를 가능하게 될 것이다. 따라서 한국사찰음식의 인지도 향상 및 브랜드가치 재고를 위해서는 친환경 식재료 공급시스템이 구축되어야 하며, 템플 푸드 인정제 도입과 구축으로 농림수산식품부와 지역의 전통사찰, 지역협동조합, 식품산업이 상호 윈-윈(win-win)할 수 있는 식품가공, 식품제조, 상품개발 등의 전략이 필요하다.

한글 초록

이 연구의 목적은 전통사찰 템플스테이에 참가한 내국인과 외국인 간의 한국사찰음식에 대한 인식과 선호도를 알아보고자 한국 전통사찰 템플스테이에 참가한 한국인 134명과 외국인 86명을 대상으로 총 220부의 자료를 실증분석에 사용하였다. 분석방법은 일원배치분산분석(ANOVA)과

빈도분석을 실시하였다. 분석결과, 한국인(미국인(11.4%), 캐나다인(5.9%), 싱가포르인(5.5%), 프랑스인(5.0%), 네덜란드인(4.1%), 영국인(2.7%), 이탈리아인(2.7%), 독일인(1.8%) 순으로 나타났다.

한국사찰음식에 대한 인식에 대한 분석결과, 지역별로는 아시아인들의 평균값이 가장 높게 나타났다. 한국인 > 미주지역인 > 유럽인 순으로 나타났다. ‘한국사찰음식은 약선식이라 생각한다.’ 항목의 평균값(4.31)이 가장 높게 나타났고, 아시아인(4.58) > 한국인(4.43) > 미주지역인(4.13) > 유럽인(3.94) 순으로 나타났다. 국적으로 분류한 분석에서는 치유음식($p < .05$), 성인병 예방 음식($p < .001$), 절약정신 내포($p < .05$), 약선식($p < .001$) 등의 항목에서 외국인과 한국인 간에는 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

사찰음식 선호도 분석결과, 글로벌 지역 외국인과 한국인 간의 선호도는 밥류($p < .001$), 죽류($p < .001$), 나물류($p < .01$), 무침류($p < .001$), 튀김류($p < .01$), 찜류($p < .001$), 김치류($p < .001$), 떡류($p < .001$), 면류($p < .01$), 다과류($p < .05$) 등의 항목에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 또한, ‘한국사찰음식은 스토리텔링 마케팅이 필요하다.’ 항목의 평균값(3.94점)이 가장 높게 나타났고, 아시아인(4.33) > 한국인(3.99), 미주지역인(3.97) 순으로 나타났다($p < .05$). 사찰음식 홍보 추진전략으로 한국전통사찰을 배경으로 한 음식, 영화 등을 제작하여 TV, 스마트폰 등 매체를 통한 홍보를 강화시켜야 한다.

주제어: 사찰음식, 글로벌 융복합, 세분화, 인식, 선호도

감사의 글

이 논문은 2015년 정부의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2015S1A-5A07042063).

참고문헌

- Bai HJ (2012). A Study on the Quality and Value of Temple Food. Master's Thesis, Dongguk University, Seoul, Korea. 8.
- Bai YH (2015). A study of the popularization of temple food. *Korean J Eastern-Asia Buddhism and Culture* 22:633-669.
- Byun JO, Han JS, Oh OH(2001). The Korean American's knowledge on Korean traditional foods. -Preferences and frequency. *Korean J East Asian Soc Life* (11):140-148.
- Chang HJ, Choi BR, Yi NY, Park BS, Kim HS (2010). Preferences and product development opinions of Koreans and non-Koreans regarding commercialization of Korean foods. *Korean J Food Cookery Sci* 26(4):458-468.
- Han BJ, Chung LN (2003). A study of royal dietary culture in Koryo Dynasty. *Korean J East Asian Soc Dietary Life* 13(2):73-82.
- Hong GJ, Lee YS, Nam JS, An HK, Lee EJ (2007). A study on the preference determinants of buddhist temple food. *Korean J Food and Nutrition* 20(4):384-391.
- Jang BJ (2011). A exploratory study on the method for population and tourism commercialization of Korean traditional temple food. *Korean J Northeast Asia Tourism Research* 7(2):147-162.
- Kim GD (2014). The study on the recognition and favor in the Korean food among foreign people living in Daegu. Master's Thesis, Keimyung University. 35-60.
- Kim JA, Lee SY (2014). A study on temple food intake and health. *Korean J East Asian Society Dietary Life* 24(6):691-699.
- Kim HS, Lyu ES(2012). Importance and satisfaction with korean food for foreigners living in

- Busan with regard to nationality. *Korean J Food Cookery Sci* 28(2):89-96.
- Kim MH (2010). The study of relationship between dietary and ascetic practices in Buddhist. *Maha Bodhi Thought* 13:275-309.
- Kim MS (2013). An analysis of the beverages of buddhist food in buddhist cannon of a Chinese version. *The Journal of Indian Philosophy* 39 :297-318.
- Kong MS (2008). A study of the nature of Yakkha in early buddhist literature. *Korean J Seon Studies* 17:9-50.
- Lee JR (2013). A study on buddhist monks' dietary life in relation to the contemporary culture of well-being. *Korean J Indian Philosophy* 38: 57-79.
- Lee YJ (2010). The effects of Korean food globalization on foreigners' perception of wellbeing value and experience with Korean food. *Korean J Soc Food Culture* 25(5):487-498
- Park HY, Ahn MW, Kim BW, Kim NY (2014). A study on preferences and perception of Koreans and non-Koreans residing in Korea regarding globalization of Korean foods. *Korean J East Asian Soc Dietary Life* 24(2):155-165.
- Shin KY, Jeon HW, Rha YA (2014). The factor analysis of satisfaction with temple food, motivation for temple-stay and revisit intention to temple-stay in temple-stay tourism. *Korean J Culinary Science & Hospitality Research* 20 (1):238-252.
- Shin KY, Rha YA, Hwang YJ (2015). An effect on experience satisfaction of temple foods, recommendation, and revisit intentions toward temple stay. *Korean J Culinary Science & Hospitality Research* 21(1):210-224.
- Song MJ, Kim H, Seo HY (2005). Medical and ethnical analysis of plants by using temple food. *Korean J Society of Jungshin Science* 9(2): 1-16.
- Yang DO (2015). An exploration of possible alternative solutions regarding the globalization of Korean food through government initiatives: A study based on interviews with non-Korean experts. Hankuk of University Foreign Studies, Seoul, Korea. 17
- 한국불교문화사업단 (2015). 2015 사찰음식 학술 포럼: 행복한 치유로 이끄는 한국 사찰음식 관광자원화 방안 모색, 13-37.

2016년 06월 01일 접수
 2016년 06월 20일 1차 논문수정
 2016년 06월 22일 2차 논문수정
 2016년 08월 01일 논문 게재확정