

부천시지역 주부의 식문화와 전통발효식품 소비태도와의 관계

Relationship Between Dietary Culture of Housewives and Their Attitude of Traditional Fermented Foods Consumption

- in Puchon City -

가톨릭대학교 식품영양학전공
부교수 고 경 희

Major of Food Science and Nutrition, The Catholic University of Korea

Associate professor: Kyung Hee Koh

● 목 차 ●

I. 서 론	IV. 결과 및 고찰
II. 연구대상 및 방법	V. 요약 및 결론
III. 통계처리	참고문헌

< Abstract >

Food choice is influenced by many factors including physical, social, psychological and food technological developments. This research is based on the survey on Puchon housewives dietary culture according to season and special occasions and the current consumption pattern of traditional fermented foods. The objective is to find out the current consumption and to use this data as the principal element needed to explore changes in consumption patterns and to uphold and develop the consumption of traditional fermented food. Questionnaires were collected 282 housewives in Puchon city. Data were analysed with SAS software package for t-test, F-test and Duncan's multiple range test. Results of relationship between dietary culture of Puchon housewives and consumption patterns of traditional fermented food items;

1. If we look at seasonal foods, Puchon housewives responded that they normally prepare traditional foods for such special occasions as Chusok(89%), New Year(84 %) and January full moon Day(77%). For family celebrations, they cook on their in-laws birthdays(91%), their husbands birthday(84%), childrens birthdays(73%) and their own birthday(32%). They also responded that they eat out on their own birthday(41%), on Christmas Day(19%), on childrens birthdays(17%) and on their husbands birthday(11%).
2. If we look at the age of housewives and their dietary culture, more young housewives tend to eat out on their own, their husbands and their childrens birthdays. As for their educational background, less educated housewives tend to prepare food at home on New Years Day, while more educated housewives would eat out on their own birthdays.

- As for the type of family, more housewives in nucleus families eat out on Christmas Days compared to those in extended families. Also, those in extended families tend to make food at home rather than eating out on their own birthdays. In case of the husbands birthday, there was some difference according to family income ($p < 0.03$).
3. If we look at the housewives leisure activities on Christmas Day, those who spare more time in foods tend to prepare them at home(68%) and those who spend more time in clothing would eat out(33%). In case of the husbands birthday, housewives who normally spend time with their friends in leisure activities would make foods at home(91%), whereas those who are more concerned in living would eat out(38%).
 4. In case of Korean traditional fermented foods, 89.7% of housewives tend to make kimchi at home, whereas 68.1% responded that they would buy salt-fermented fish foods and 48.2% responded that they would buy traditional alcoholic beverages.
 5. Relationship between housewives age and the use of fermented foods: older women would spend time in making traditional fermented foods at home, but in case of salt-fermented fish foods, they responded that they would buy them($p < 0.002$).
 6. Relationship between educational background and use of fermented foods: less educated women make them at home. Also twice as many housewives living in extended families spend time in making these foods compared to those living in nucleus families($p < 0.01, 0.005, 0.0001$). The survey showed that those women who spend more time for food preparation tend to make traditional fermented foods at home($p < 0.001, 0.005$).
 7. Consumption of traditional fermented foods ranks as follows: salte-fermented fish foods(41.5% consumed once per month), instant bean-paste(37.1% responded that they dont consume), soy bean paste soup(37.2% responded 2-3 times per week), soy bean paste(53.5% responded 2 to 3 times per month), kimchi(83.7% responded once per day), traditional alcoholic beverages(51.4% responded that they dont consume).
 8. Relationship between housewives age and consumption of traditional fermented foods: salte-fermented fish foods ranked first in consumption (once per month). According to age, the ranking order was: 30s (46%), 40s (41%), 20s (38%) and 50s (35%). In case of soybean paste, most of them make soups two to three times per week and older women would consume more than younger women: 40s (64%), 50s (55%), 30s (54%), 20s (30%).

In conclusion, we found that kimchi was the most frequently selected Korean traditional fermented food, soybean paste and soup were still essential seasoning, but instant soybean paste and traditional alcoholic beverage were used very occasionally. Highly educated, working and nucleus family type housewives showed a significantly lower value toward traditional fermented food consumption and making. In addition, housewives answered that the mainly thought before eating was in the order of liking or satisfaction (33.2%), health (32.4%), hungry (17.6%) and convenience (16.8%). This result may showed that the diet cultural levels of Puchon housewives stood at the 4th to 5th level and their living standard can be classified as middle-middle.

I. 서론

인류의 식생활을 연구 대상으로 삼았던 레비스트로스(1973)는 인간은 일단 이유(離乳)하면 어떤 것을 먹을수 있는 것인가 또는 어떤 것은 먹을 수 없는 것인가 정하는 것은 그 사회가 갖는 문화 내용

에 의해 결정 된다고 하였다. 그리고 음식물 그 자체가 문화적 소산이며 그 음식물의 조리방법, 식습관 등이 문화의 중요한 내용이어서, 한 민족의 문화 특색을 비교하는데 중요한 자료라고 하였다. 그러므로 넓은 의미에서 문화란 인간의 특정한 생활방식을 가리키는 것이며, 또한 일상생활 전체가 생활문

화 속에서 이루어진다고 할 수 있다. 현대사회에서 생활문화는 가정의 영역에 속하는 것, 특히 여성의 영역으로 인지도가 왔다고 볼 수 있다(이영자 외, 1997). 이런 고유 여성의 영역인 우리 나라의 식생활 문화를 보면 삼국시대 후기부터 주·부식의 일상식 구조가 확립되어 곡물로 밥을 짓고 장, 젓, 포 등의 가공이 발달하였다. 우리 나라의 전통 식품을 간장, 고추장, 청국장 등 장류와 김치류, 젓갈류 등 독특한 발효식품을 이용해서 만들어져 왔으며 종류도 다양하고 영양학적 우수성이 세계적으로 인정되고 있다. 특히 소비가 많은 장류, 김치류는 가공식품으로 상품화가 활발하게 진행되고 관여 미생물, 영양성분, 제조법 등에 대해서 많은 연구가 되어 왔다. 그러나 최근 사회구조의 도시화, 산업화, 핵가족화 등의 변화로 인하여 점차 이용 빈도가 낮아지고 각종 의례시에도 전통음식의 간소화와 일상식품에서도 가공식품, 인스턴트 식품의 이용증가로 실생활이 실용적이며 간편하게 변화되어 가고 있다. 조희숙(1997), 조연숙(1986)은 전통식품의 계승은 주부의 82%가 가정에 윗어른을 통하여 배웠다고 하였으며 62%의 주부는 가정교육을 통해서 이어진다고 보고 하였다. 김기은(1985)은 식품에 대한 기호도는 단시일에 형성되는 것이 아니며 어렸을때부터 익힌 식습관에 의해 고정되며, 특히 부모의 식습관이 자녀에게 미치는 영향이 커서 식생활의 주역이라고 할 수 있는 어머니의 책임이 막대하다고 하였다. 그러므로 주부의 전통음식에 대한 인식의 정도는 곧 미래 전통 음식의 형태 및 존속과 연결된다고 생각된다. 따라서 본 연구는 부천시 지역 주부들의 절기 및 행사음식에 관한 식문화와 전통 발효식품에 대한 소비실태에 관한 조사를 하여 우리 나라 전통 발효식품의 소비실태 변화 및 소비계승 발전에 필요한 기초 자료로 사용하고자 실시하였다.

II. 연구대상 및 방법

부천시의 5개 지역구에 거주하고 있는 주부들을

대상으로 각 구에서 70명씩 350명을 추출하여 질문지 자기 기입법으로 실시하였으며 회수율은 282명(81%)이었다. 질문내용은 조사대상자의 일반사항과 우리 나라 절기음식 8항목, 식행동 빈도수 15항목, 행동의식조사 15항목, 전통 발효 식품 소비실태 조사 7항목, 전통 발효식품 소비 빈도수 6항목 그리고 식품을 접할 때 태도 1항목으로 총 52항목을 구난숙(1997)과 下坂智惠(1996) 등의 자료를 참고로 하여 질문지를 작성하였다.

III. 통계처리

통계처리는 SAS Package program을 이용하였다. 전체 응답수에 대한 각 문항의 응답자 수의 백분율을 구하였고, 연령, 교육수준, 가족형태 및 직업유무에 따른 전통식품의 식문화 의식과 소비 및 현황을 파악하기 위하여 t-test, Duncan's multiple range test로 유의성을 검증하였다.

IV. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반사항

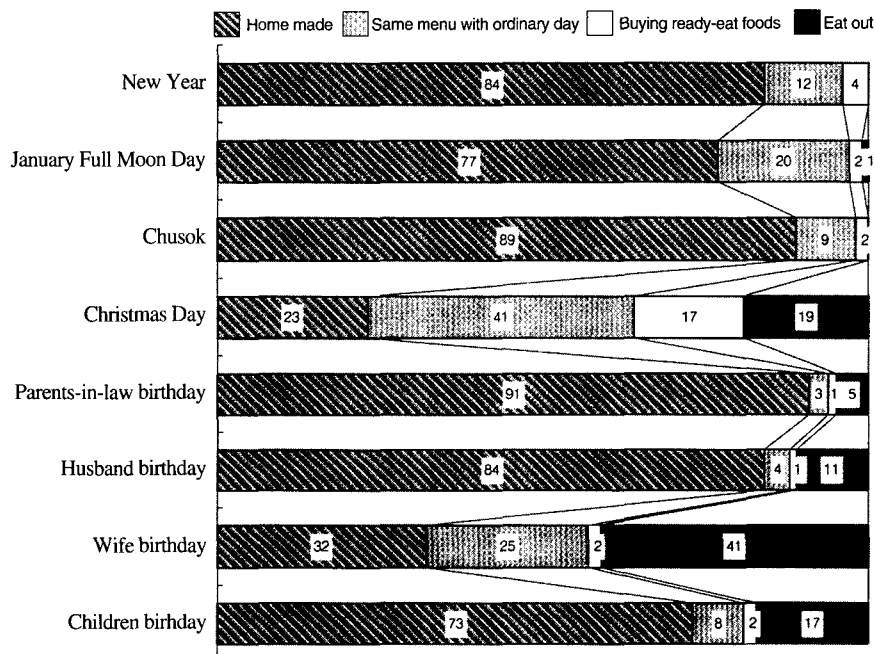
조사대상 주부의 일반적 특성인 연령, 학력, 가족수, 가족형태, 수입, 직업 등에 대한 기본 통계치는 다음과 같다. 연령별로 30대 92명(32.6%)와 40대 92명(32.6%)가 가장 많으며, 학력은 고졸이 171명(60.7%), 대학졸업 이상은 94명(33.3%)로 차지하고 있다. 가족형태는 핵가족이 243명(86.1%)로 대부분을 차지하고 있으며, 월 수입은 100만원 이상이 대부분을 구성하고 있으며, 직업은 전업주부가 173명(61.6%)이며, 자가용 소유자는 234명(83.0%)이었으며 여가시간은 137명(48.7%)가 레저로 보낸다고 하였으며 아파트 소유자는 166명(58.9%)로 차지하고, 생활만족도는 매우 만족한다고 131명(46.5%)이었다.

2. 절기음식과 행사음식의 식문화

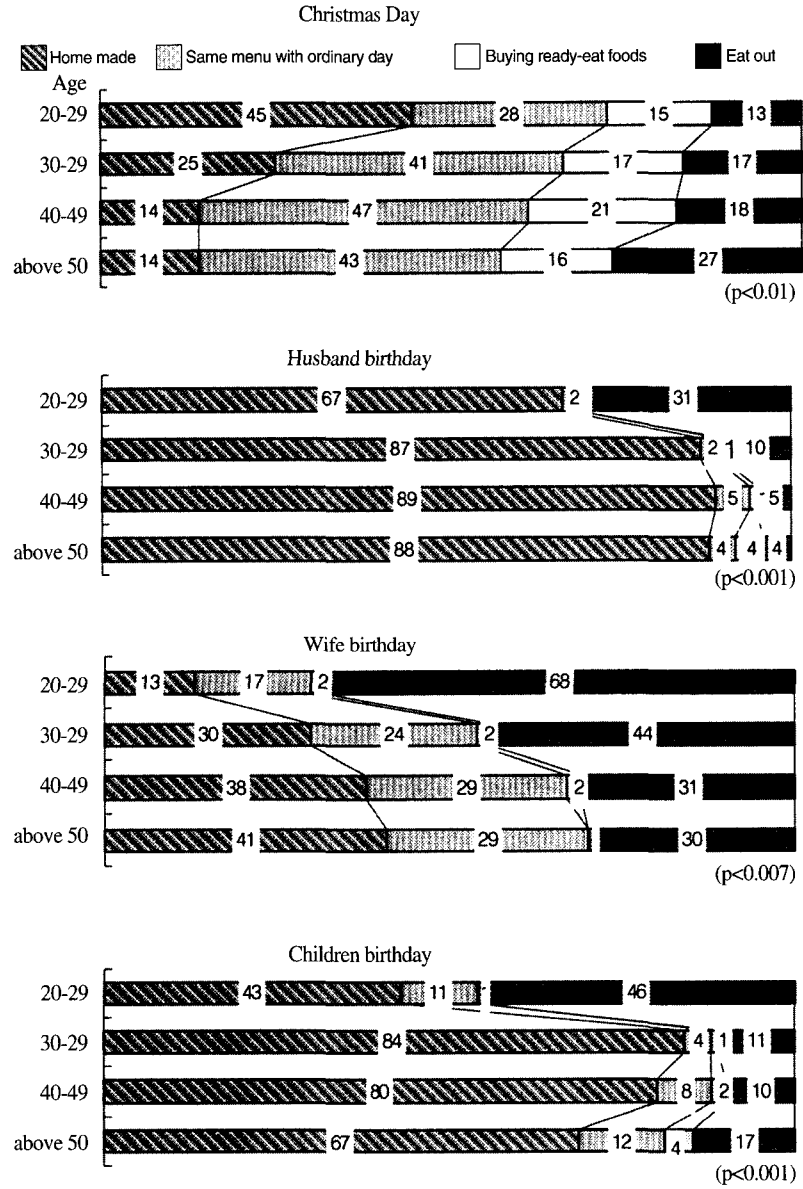
한국의 생활문화는 계절에 따라 식생활 관리를 해 왔으며 계절의 산출식품으로 시식(時食)을 즐기고 절후에 맞추어 절식품습을 형성하여 정신적, 신체적 건강을 조절하여 왔다. <Fig. 1>은 우리나라 중요 절기식품과 가족의 행사에 대한 식문화 형태를 조사한 결과이다. 정월 초하루는 84%, 정월 대보름에는 77%, 추석은 89% 크리스마스 23%가 집에서 만들어 먹는다고 하였다. 추석을 최대의 명절로 인식하는 비율이 다른 어느 명절보다 높게 나타났다. 시부모 생신은 91%, 남편생일은 84%, 주부생일은 32%와 자녀 생일은 73%가 집에서 준비한다고 하였다. 下坂智恵(1996) 등은 일본주부의 식의식과 가사행동과의 관계에서 정월음식(89%), 히나(ひな祭, 3월3일, 69%), 단오(59%), 크리스마스(80%), 남편생일(66%), 주부생일(40%), 자녀생일(78%)가 집에서 먹는다고 하였다. 우리나라와 일본의 식문화 형태를 보면 크리스마스의 경우 우리나라 주부보다

일본주부가 집에서 만들어 먹는 비율이 높았다. <Fig. 2>는 기념일과 연령에 따른 섭취형태를 나타낸 그림이다. 크리스마스날에 20대 주부는 45%가 집에서 준비하는 반면 30대, 40대, 50대는 보통 날과 동일하게 지내는 경향이 있으며 50대의 외식 형태는 어느 연령보다 높게 나타났다($p<0.01$). 남편 생일은 30, 40, 50대 대부분 모두 집에서 준비하며, 20대는 외식으로 보내는 경우가 높게 나타났다. 주부 생일은 연령이 높을수록 집에서 준비하며 20대 주부는 68%가 외식을 한다고 하였다($p<0.007$). 자녀의 생일은 30, 40대는 80-84%가 집에서 준비하는 반면 20대 주부의 46%가 외식을 한다고 하였다($p<0.001$).

또한 교육정도에 따른 절기 음식에 대한 조사는 <Fig. 3>과 같다. 정월 대보름 절기는 교육수준이 높아짐에 따라 집에서 손수 준비하는 비율이 낮아져 전문대 이상 졸업 주부인 경우 69%가 집에서 만들어 먹는다고 했으며 중학교 졸업인 경우 94%가 집에서 정월 대보름 음식을 준비한다고 하였다 ($p<0.024$). 남편 생일의 경우 전문대 이상 졸업주부



<Fig. 1> Actual consumption attitude of memorial day food.

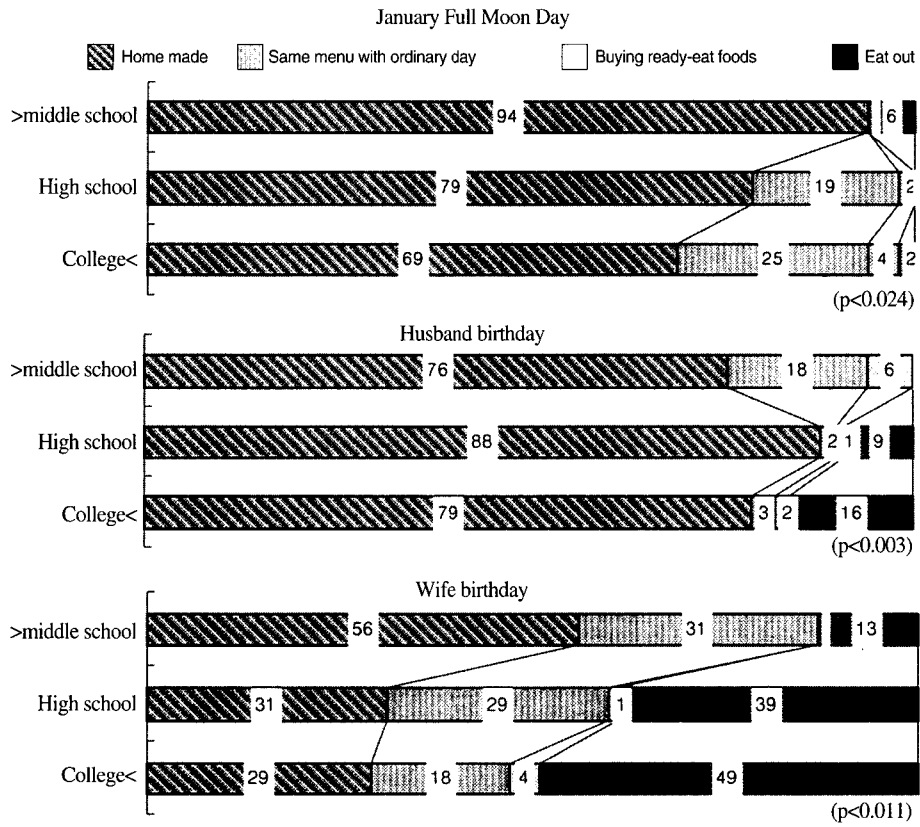


<Fig. 2> Relationship between food consumption attitude with age.

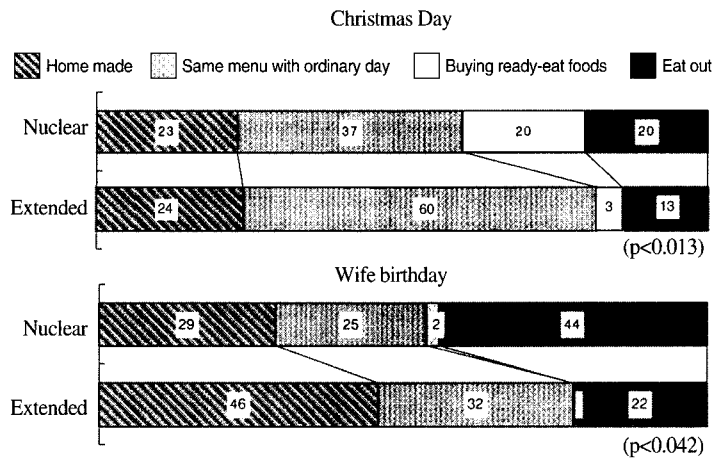
인 경우가 외식의 비율이 높았으며 고등학교 졸업 주부의 경우 88%가 남편의 생일을 집에서 만들어 먹는다고 하였다(p<0.003). 주부의 생일인 경우 대학 졸업이상인 주부는 49%가 외식하는 것으로 나타났

다(p<0.001).

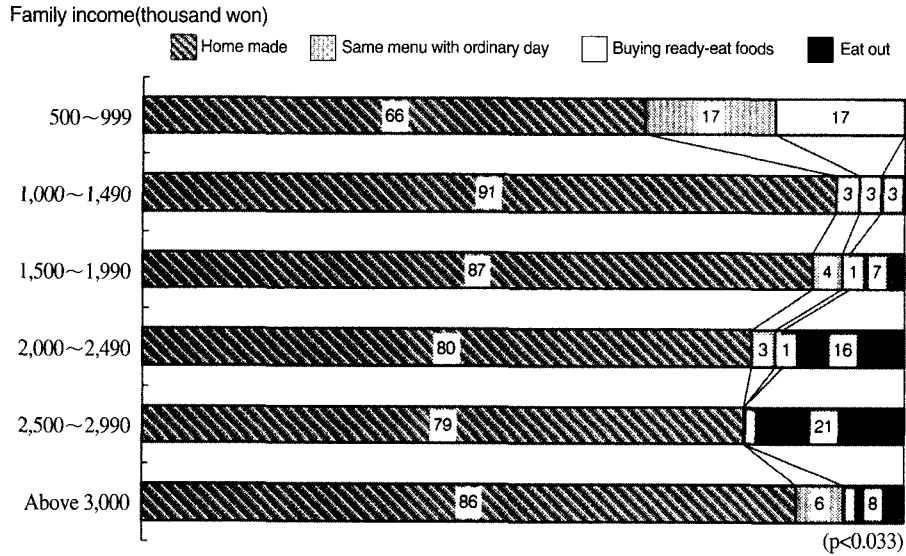
가족형태에 따른 식문화 형태는 <Fig. 4>와 같다. 크리스마스 음식의 경우 확대가족인 경우 60%가 보통 날과 동일하게 준비한다고 했으며 핵가족인



<Fig. 3> Relationship between foods consumption attitude with education level.



<Fig. 4> Relationship between food consumption attitude with family type.



<Fig. 5> Relationship between food consumption attitude with family income.

경우 만들어 놓 것을 구입한다(20%)와 외식(20%)으로 높았다($p < 0.013$). 주부 생일날은 핵가족에서 44%가 외식한다고 했으며, 확대가족의 경우 46%가 집에서 마련하며, 22%만이 외식을 한다고 하였다($p < 0.042$).

<Fig. 5>에서 수입에 따른 남편 생일 음식을 보면 월 100만원 미만인 경우 집에서 준비한다(66%), 보통과 동일하다(17%), 만들어 놓 것을 구입한다(17%)였으며, 외식은 하지 않는 것으로 나타났다. 100만원 이상부터 300만원 수입까지는 수입이 커질수록 남편의 생일을 집에서 준비하는 것이 감소되고 외식이 증가하는 것으로 나타났다($p < 0.033$).

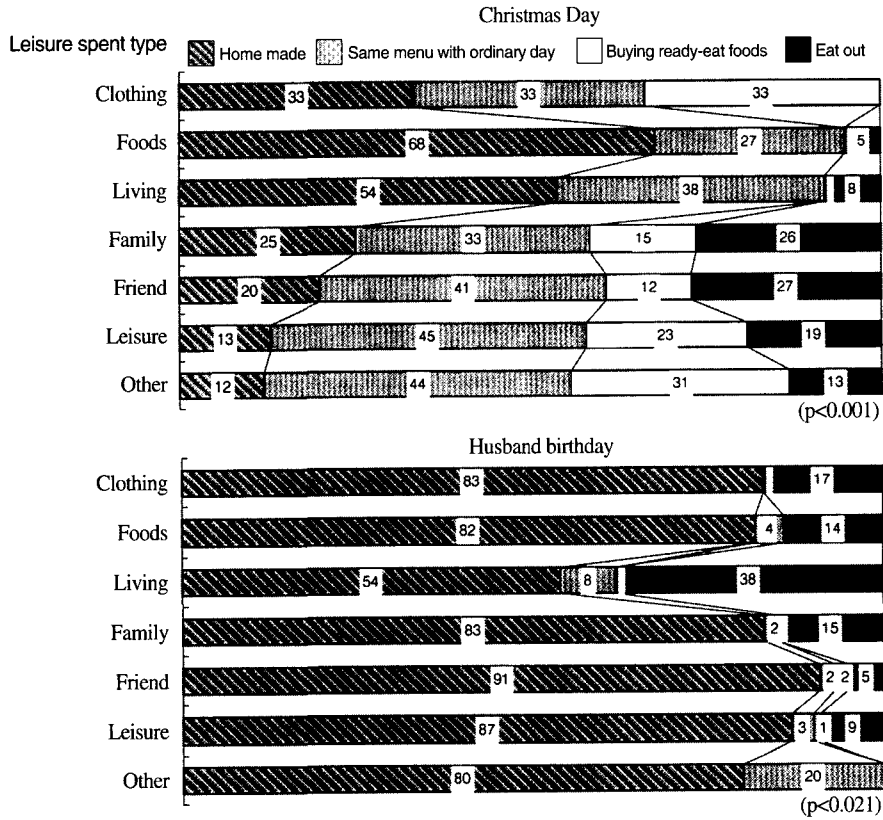
<Fig. 6>은 크리스마스 음식과 여가시간 보내는 특성에 따른 비교이다. 여가가 있으며 식품관련 분야로 시간을 보내는 주부의 경우 크리스마스 음식을 집에서 준비한다가 68%로 나타났으며, 만들어 놓 것을 구입하는 정도가 27%로 낮게 나타났다. 여가시간에 친구나 가족과 보내는 사람의 경우 크리스마스 식품은 만들어 놓 것을 산다(33-41%), 외식을 한다(26-27%)로 나타났다($p < 0.001$). 또한 여가시간에 의류, 음식, 가족, 친구, 레저, 그 외의 활동을 한다는 사람의 경우 80%이상이 남편 생일을 집에

서 보낸다고 하였으며, 여가시간에 주거에 관련된 것을 하는 주부의 경우 남편 생일에 외식한다(38%)가 가장 높은 것으로 나타났다($p < 0.021$).

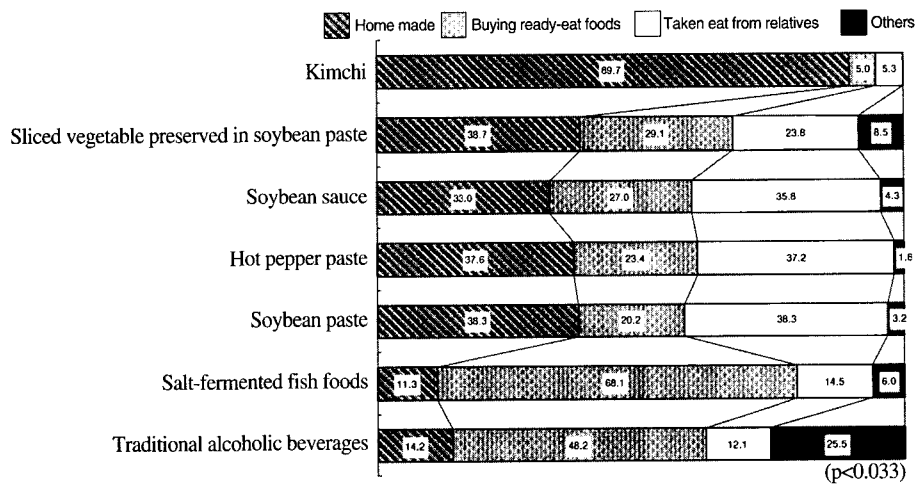
3. 전통 발효식품의 소비실태

<Fig. 7>은 전통발효 식품 소비 실태를 나타낸 그림이다. 김치(89.7%), 장아찌류(39%), 간장(33%), 고추장(38%), 된장(38%), 젓갈류(11%), 전통주류(14%)가 집에서 만들어 먹는다고 하였다. 젓갈류는 68.1%, 전통주류의 경우 48.2%가 사서 먹는다고 했으며 그 외의 발효식품은 골고루 분산되어 있었다. 강업순(1998)등은 도시, 농촌 중학생의 한국전통 음식에 대한 인식 및 기호도 비교 연구에서 발효식품 중 젓갈과 장아찌의 기호도가 낮게 나타났으며 특유한 냄새와 맛 때문에 기호도가 낮게 나타났다고 하였다. 김명희(1983)는 고등학교 대상으로 연구한 결과를 보면 먹어본 경험이 적은 식품은 싫어하는 비율이 높다고하였다. 이는 곧 가정에서 전통 발효식품 소비와 비례하는 듯하다.

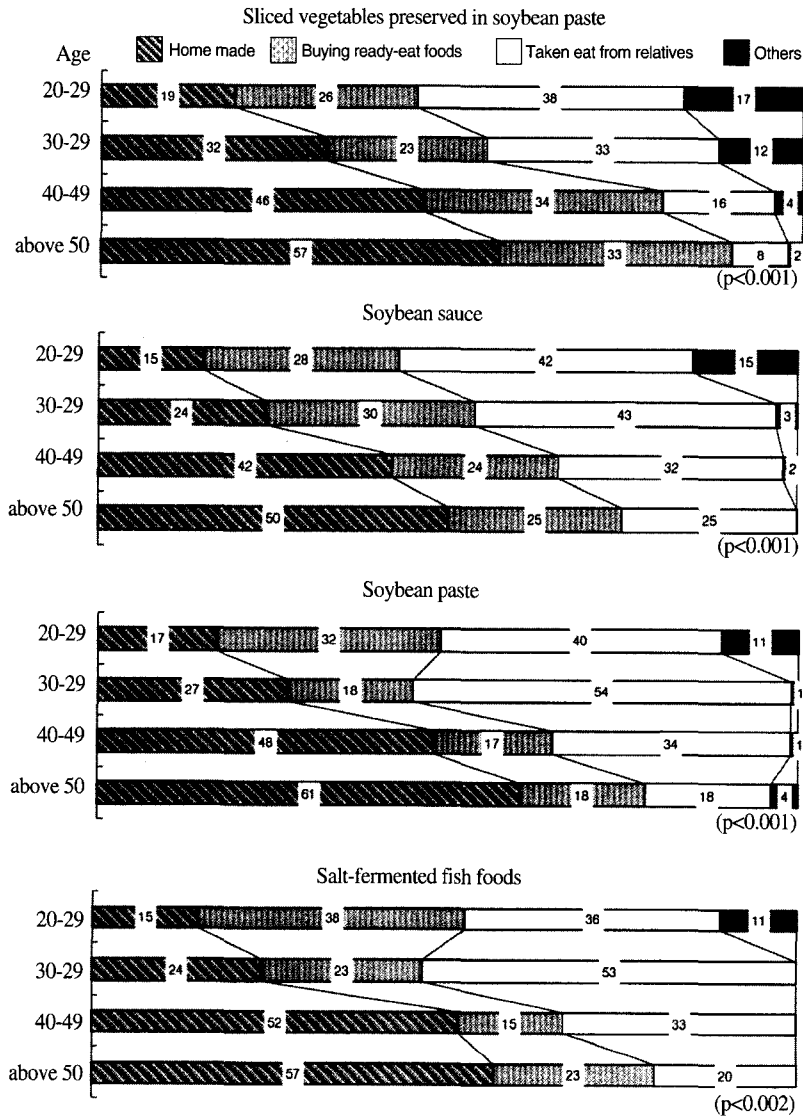
<Fig. 8>은 전통발효식품 소비실태와 연령과의 관계를 나타낸 것이다. 장아찌, 간장, 된장, 젓갈류의



<Fig. 6> Relationship between food consumption attitude with leisure spent type.



<Fig. 7> Actual consumption attitude of Korean traditional fermented foods.

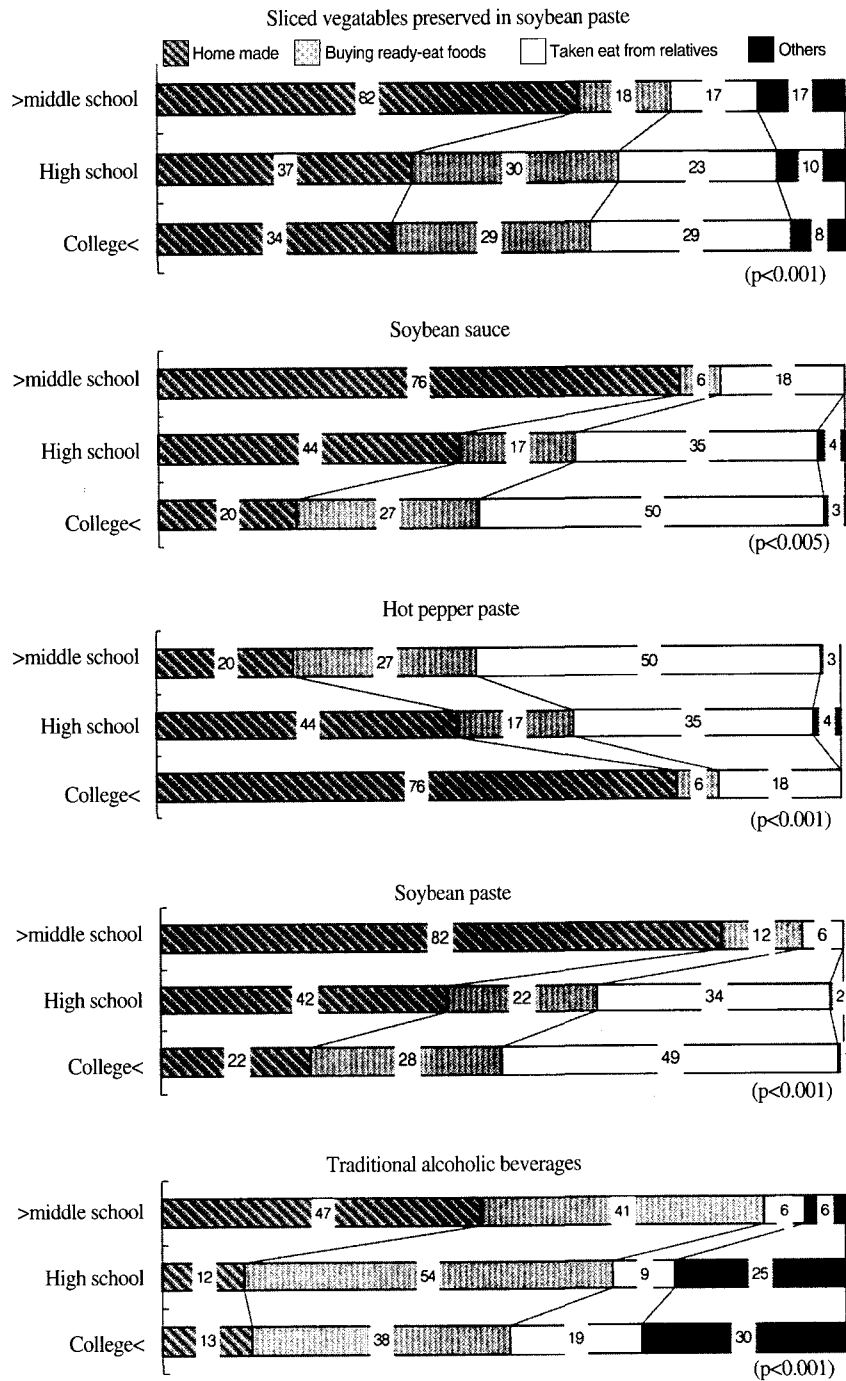


<Fig. 8> Relationship between consumption attitude of Korean traditional fermented foods with age.

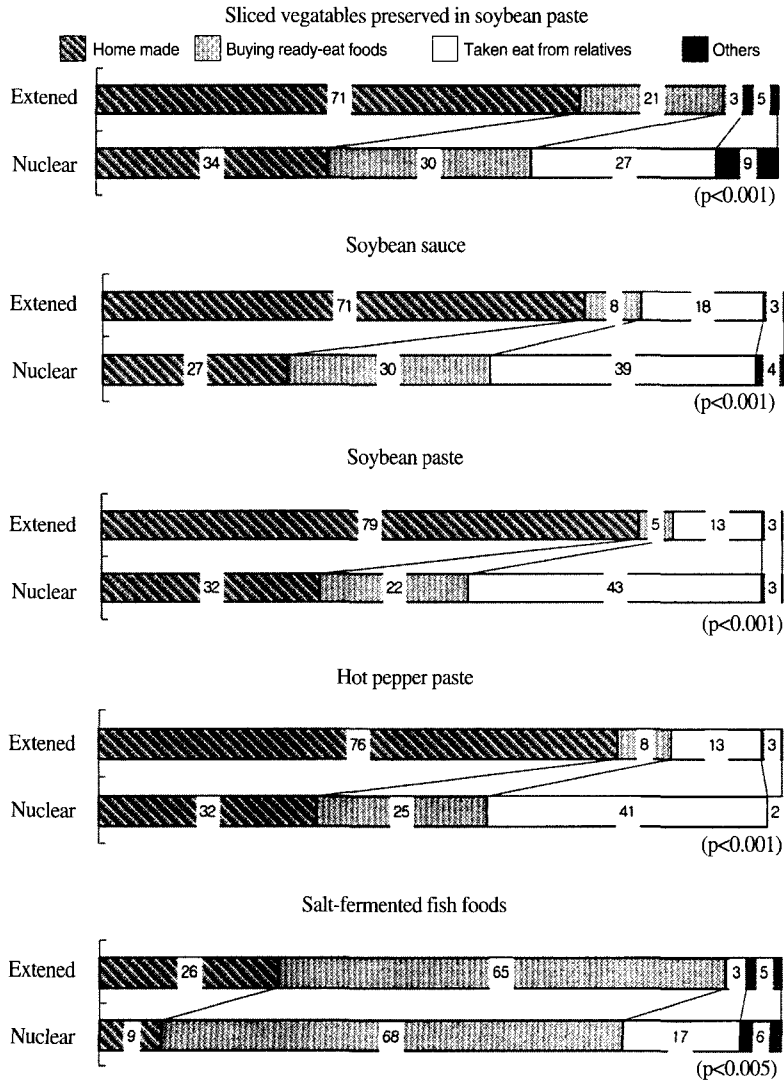
경우 연령이 높을수록 집에서 만들어 먹는다고 나타났다. <Fig. 9>는 전통발효식품 소비실태와 교육수준의 관계를 나타내었다. 교육수준이 높을수록 장아찌, 간장, 된장, 고추장, 전통주류 등을 집에서 만들어 먹지 않는 것으로 나타났다(p<0.005, p<0.001). 전통 발효 식품에 관한 지식에서 성별, 가족형태는 유

의한 차이가 있고 가정수입, 어머니의 연령과 학력은 유의한 차이가 없다고 하였으나(구난숙, 1995; 구난숙, 1997)) 본 연구의 결과 전통 발효 식품의 소비형태는 주부의 가족형태, 수입, 연령, 교육수준과 밀접한 관계가 있었다.

<Fig. 10>은 전통발효식품의 경우 확대가족 형태



<Fig. 9> Relationship between consumption attitude of Korean traditional fermented foods with education level.

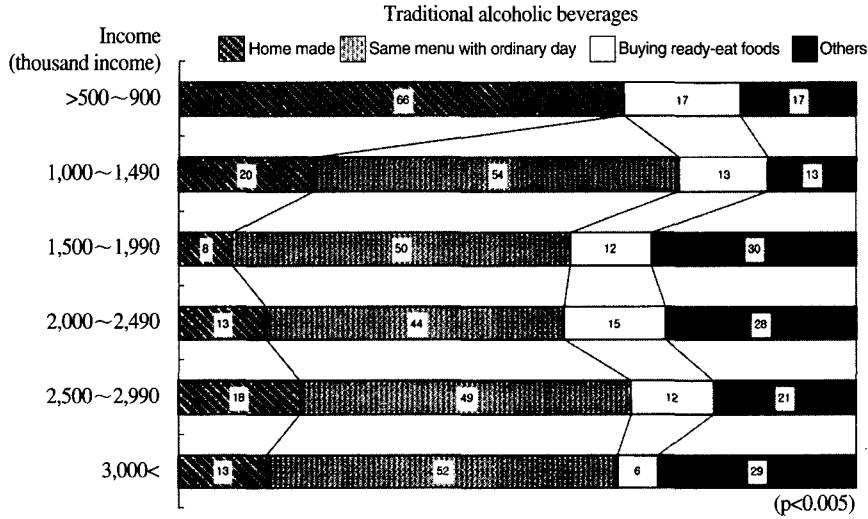


<Fig. 10> Relationship between consumption attitude of Korean traditional fermented food with family type.

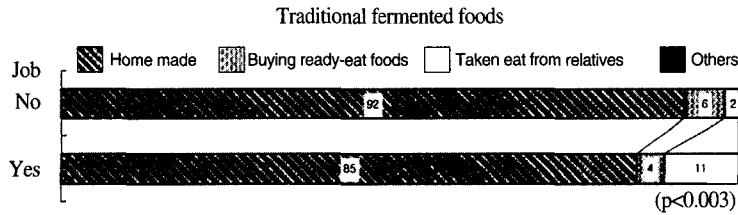
가 집에서 많이 만들어 먹는 것으로 나타났다 (p<0.001, p<0.005). 특히 수산발효 식품의 경우 확대 가족 형태의 가정에서도 직접 만들어 먹는 비율이 낮게 나타났다. 이런점에서 산업적이고 위생적인 수산 발효제품의 개발 및 상품의 필요성을 나타내고 있다. <Fig. 11>은 수입이 낮을수록 집에서 전통주류

를 담아먹는 것으로 나타났으며, <Fig. 12>는 주부의 직업이 없을수록 전통 발효 식품을 집에서 많이 만들어 먹는 것으로 나타났다(p<0.003).

<Fig. 13>은 여가시간 형태와 전통 발효식품의 소비형태를 나타내었다. 먼저 식품관련 분야에 시간을 보낸다는 사람의 경우 발효식품을 집에서 만들어



<Fig. 11> Relationship between consumption attitude of Korean traditional alcoholic beverage with income.



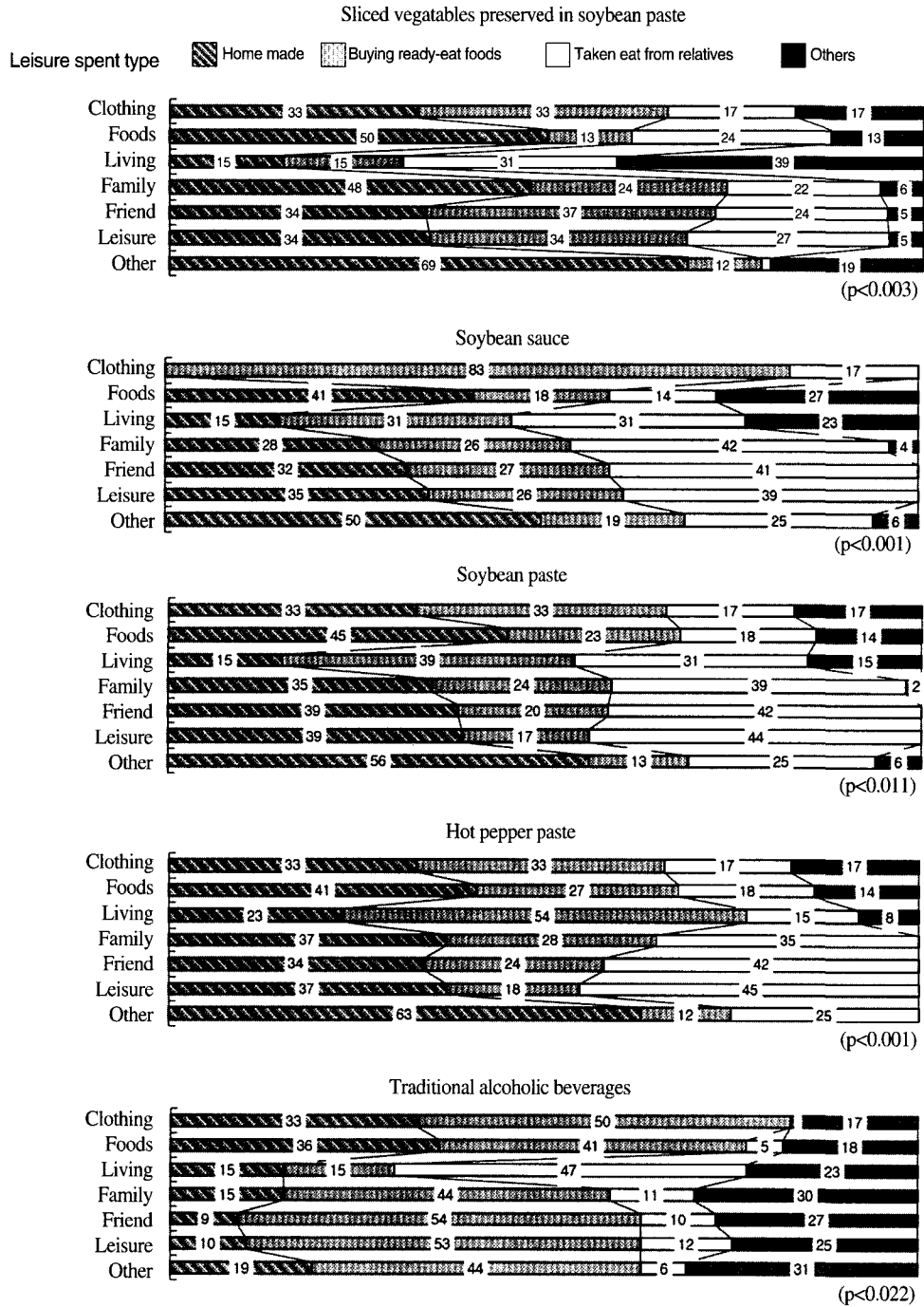
<Fig. 12> Relationship between fermented food consumption attitude with job.

먹는비율이 높은 것으로 나타났다. 즉 장아찌류 (50%), 간장(41%), 된장(45%), 고추장(41%), 전통주류(36%)를 집에서 만들어 먹는다고 하였다. 여가 시간을 주저분야에 관심있는 주부는 전통 발효식품을 집에서 만들어 먹는 정도가 가장 낮게 나타났다. 또한 여가시간을 가족, 친구, 레저로 보내는 경우는 친지에게서 가져다 먹는 비율이 큰 것으로 나타났다(p<0.01, p<0.022).

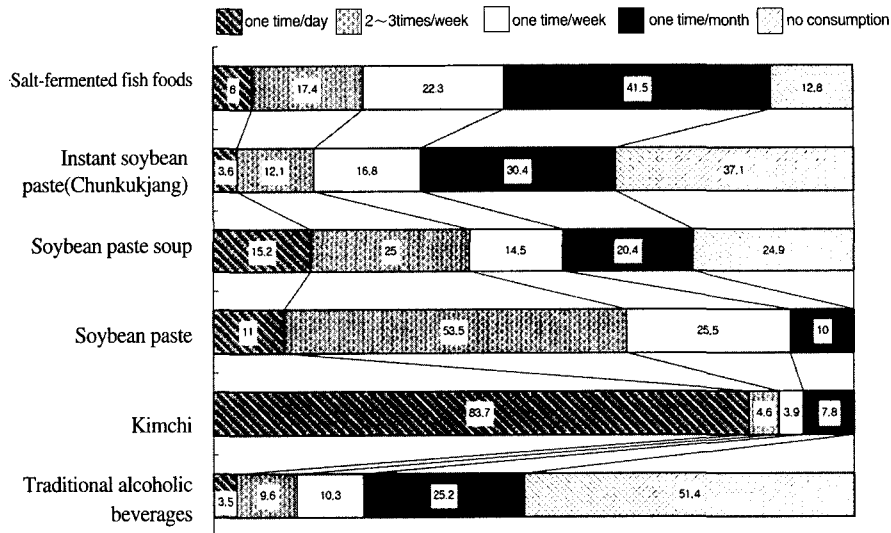
<Fig. 14>는 전통식품을 소비하는 빈도수를 나타낸 것이다. 첫갈류의 경우 1달에 1번 소비가 41.5%로 나타났으며, 청국장은 거의 먹지 않는다가 37.1%로 나타났다. 된장국은 37.2%, 된장은 53.5%가 주 2-3회 소비한다고 하였다. 김치는 83.7%가 매일 소비하며 전통주류는 51.4%가 거의 소비하지 않는다고

나타내었다. 문혜진등(1999)은 서울·경기지역 초·중·고등학생의 김치 섭취실태 및 태도 조사에서 전체 조사대상자의 60.4%가 좋아한다고 응답하였으며, 학년이 낮을수록 김치 선호도가 낮아지는 경향을 보여주었다고 하였다. 따라서 김치 섭취를 증대시키기 위한 다각적인 김치 이용식품의 조리법이 개발되어야 할 것이라고 지적하였다.

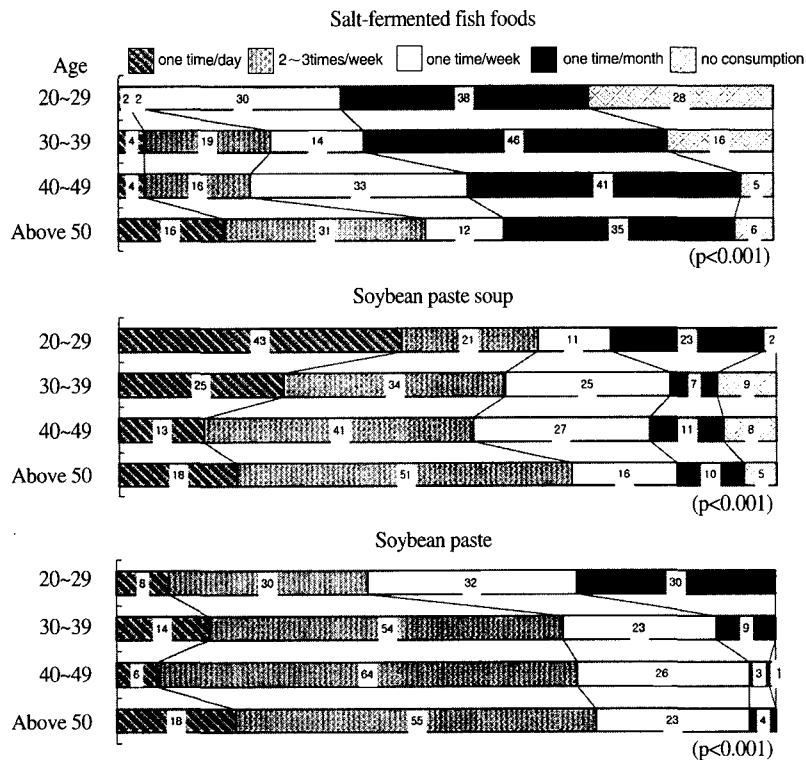
주류 소비형태를 보면 전통주류의 소비가 아주 낮은 것으로 보아 전통주류 산업의 기술개발이 필요하다고 생각된다. 정호권(1999)은 오랜 전통과 우수한 주류문화를 가진 전통주류업체는 소규모, 영세성으로 어려움을 가지고 있으나 국민들의 기호도, 안정성, 건강기능성 및 위생적인 면에서 충족되는 식품으로 과학적인 개발 방향을 모색하여야 한다고



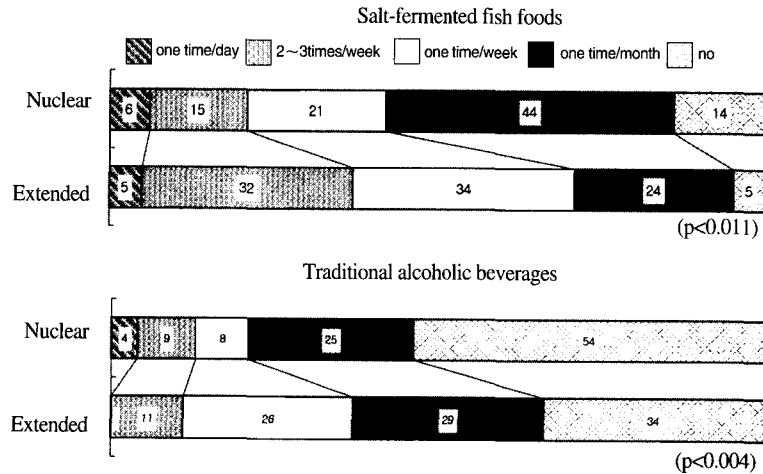
<Fig.13> Relationship between traditional fermented foods consumption attitude with leisure spent type.



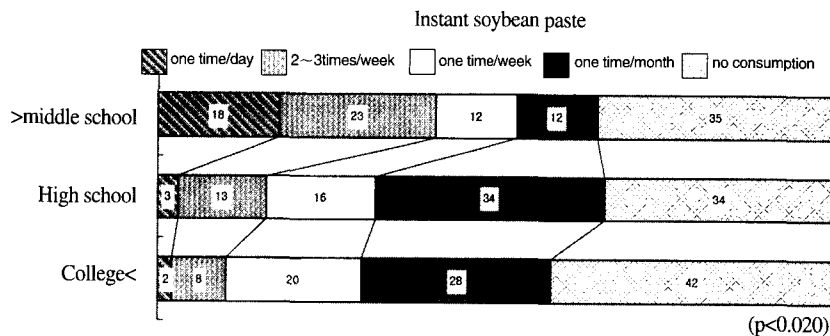
<Fig. 14> Consumption frequency of Korean traditional fermented foods.



<Fig. 15> Relationship between consumption frequency of Korean fermented foods with age.



<Fig. 16> Relationship between consumption frequency of Korean traditional fermented foods with family type.



<Fig. 17> Relationship consumption frequency of instant soybean paste with education level.

하였다.

<Fig. 15>는 전통식품 소비 빈도수와 연령과의 관계를 나타낸 것이다. 젓갈류는 1주 1회정도 소비하며 30, 40대 주부의 연령에서 소비가 많았다 (p<0.001). 된장국과 된장의 경우 주 2-3회 정도의 소비가 가장 많으며 대체적으로 연령이 높을수록 사용 빈도수가 컸으나 그 외의 전통발효 식품 소비 실태는 주부의 연령과 상관관계가 없는 것으로 나타났다(p<0.001).

<Fig. 16>에서와 같이 수산 발효식품과 전통주류 소비 실태는 확대가족이 핵가족보다 소비 회수가 잦은 것으로 나타났으며, <Fig. 17>은 청국장 소비

빈도수와 학력과의 관계를 나타낸 그림이다. 청국장은 단기간에 발효가 끝나고 영양적으로 우수한 콩 발효 식품이지만 강한 냄새 때문에 잘 이용되지 않는다. 어느 전통 식품보다 소비도가 낮은 청국장이지만 교육수준이 낮을수록 소비 빈도수는 높게 나타났다(p<0.02).

강업순(1998)등은 전통식품의 기호도에 관한 연구에서 어린시절부터 자주먹어서 입맛에 길들여진 음식을 좋아하게 되나, 자극성이 강하거나 자주 접하지 못한 음식은 싫어하므로 각 가정에서는 우리 전통음식을 다양한 형태로 제공하여 자녀들에게 전통음식의 고유한 맛을 알고 잊지 않도록 지도해야

된다고 하였다.

4. 주부의 식문화 수준

윤복자(1994) 등은 서울 거주자의 계층별 생활 양식 유형분석에서 중하(中下) 계층은 식생활 면에서 건강 생활이나 자연식품, 무공해식품에 관심이 없으며 경제적 여유가 없기 때문에 이에 관심이 없다고 하였으며 중중(中中) 계층은 건강 식품에 대한 관심이 전체 평균보다 높았고 중상(中上) 계층은 건강 식품, 무공해 식품을 많이 애용한다고 하였다. 중류 계층을 제외한 상하(上下) 계층의 대부분 사람이 비만을 고려하여 건강을 위한 자연식품 애용도가 높았으며 건강을 위해 운동을 하는 경향이 많은 것으로 나타났다고 보고 하였다.

구천서(1994)는 각 나라 식문화 발전의 모습을 종합적으로 관찰하여 5단계로 나누어 설명하였다. 1 단계는 원시적 균형의 단계, 2 단계는 굶주림과 상호 부조의 단계, 3 단계는 안정단계, 4 단계는 식생활을 즐기는 단계, 5 단계는 건강문제가 주 관심사가 되는 단계라고 분류하였다. 특히 4 단계 식문화 형태의 특징은 고기, 생선, 과일의 소비가 증대되고, 음식을 먹는 것에서 즐거움을 찾으며, 음식의 고급화와 기호도를 중요시 여기는 경향이 있다고 하였다. 5 단계의 특징으로는 다이어트, 스포츠의 일상화, 노인의 수명 연장으로 실버 비즈니스의 번성을 지적하였다.

<Table 1>은 식품을 접할 때 중요하다고 생각하는 순서를 조사한 결과이다. 대부분이 기호도와 만족도(33.2%)를 우선으로 하며, 건강을 생각하며 식품을 섭취한다(32.4%), 배고픔을 없애기 위하여 섭취한다(17.6%), 간편한 음식을 선택하여 섭취한다(16.8%)의 순서로 나타났다. 윤복자(1994) 등의 이론과 구천서(1994)의 식문화 발달단계에서 보면 부천시 지역 주

부의 식문화 단계는 4~5 단계이며, 식문화 의식을 통해 알아본 주부들의 경제수준은 중중(中中) 수준인 듯하다.

V. 요약 및 결론

- 1) 절기 식품의 형태를 보면 추석(89%), 정월(84%), 정월대보름(77%)을 집에서 만들어 먹는다고 하였으며, 가족 행사의 경우 시부모 생신(91%), 남편생일(84%), 자녀생일(73%)와 주부생일(32%)가 집에서 준비한다고 하였다. 외식의 정도를 보면 주부생일(41%), 크리스마스(19%), 자녀생일(17%), 남편생일(11%)의 순으로 나타났다.
- 2) 주부 연령과 식문화 형태를 보면 주부생일, 자녀생일, 남편생일 등에서 외식의 정도를 보면 젊을수록 빈도수가 많았으며, 크리스마스는 나이가 많을수록 외식 비율이 높게 나타났다($p < 0.01, 0.001$). 주부의 교육정도에서 정월은 학력이 낮을수록 집에서 만들어 먹는 비율이 높았으며 주부의 생일은 학력이 높을수록 외식 비율이 높았다($p < 0.01$). 주부의 가족 형태면에서 보면 크리스마스는 핵가족이 확대가족보다 음식을 사서 먹는 비율이 높으며($p < 0.01$), 주부생일의 경우 확대가족이 집에서 만들어 먹는 비율이 높았다($p < 0.04$). 남편생일의 경우 식문화 형태가 소득별로 유의적 차이가 있었다($p < 0.03$).
- 3) 주부의 여가 형태에서 보면 크리스마스의 경우 여가때 식품분야에 시간등을 배려 하는 주부는 집에서 만들어 먹는 비율(68%)이 높았으며, 여가시간을 의생활 분야에 배려한다는 주부는 외식의 비율(33%)이 높게 나타났다. 또한 남편생일의 경우 여가때 친구와 보내기를 즐기는 주부는 집에서 만들어 먹는다가(91%)로 높았으며, 여가때 주거분야에 관심이 있는 주부는 외식(38%)의 비율이 높게 나타났다.
- 4) 전통 발효식품의 경우 김치(89.7%)는 집에서 만들어 먹으나, 수산발효식품(68.1%), 전통 주류 발효식품(48.2%)은 사서 먹는 비율이 높았다.

<Table 1> What is your order before eating

1. Liking and satisfaction	33.2%
2. Health	32.4%
3. Hungry	17.6%
4. Convenience	16.8%

- 5) 주부의 연령과 전통 발효식품과의 관계를 보면 연령이 높을수록 집에서 만들어 먹으나($p < 0.001$), 수산 발효식품의 경우 연령이 높을수록 사서 먹는 비율이 높았다($p < 0.002$).
- 6) 주부의 학력과 전통 발효식품과의 관계를 보면 학력이 낮을수록 직접 만들어 먹는 경향이 높았고, 가족형태에서 보면 확대가족이 핵가족 보다 집에서 만들어 먹는 비율이 약 2배 정도 높았다($p < 0.01, 0.005, 0.0001$). 그리고 여가 시간을 식품 분야에 쓰는 주부는 전통발효 식품을 직접 만들어 먹는 비율이 모든면에서 높게 나타났다($p < 0.001, 0.005$).
- 7) 전통발효 식품의 소비 빈도수를 보면 수산 발효 식품(1회/월, 41.5%), 청국장(소비안함, 37.1%), 된장국(2-3회/주, 37.2%), 된장(2-3회/주, 53.5%), 김치(1회/일, 83.7%), 전통주류(소비안함, 51.4%)로 높게 나타났다.
- 8) 주부의 연령과 전통 발효식품 소비 빈도수를 보면 수산제품의 경우 1회/월 섭취 빈도수가 가장 많으며 연령 분포를 보면 30대(46%), 40대(41%), 20대(38%), 50대(35%)의 순으로 나타났다. 된장국의 경우 2-3회/주 섭취가 대부분이며 연령이 높을수록 빈도수가 높게 나타났으며 40대(64%), 50대(55%), 30대(54%), 20대(30%)의 순으로 나타났다. 부천시 지역 주부의 식문화 단계는 4-5단계이며, 식문화 의식을 통해 알아본 주부들의 경제 수준은 중중(中中) 수준임을 알 수 있었다.

위의 연구 결과를 종합해 보면 대체적으로 핵가족, 고학력, 고소득층, 아파트 주거 주부들일수록 전통 발효식품 소비실태 및 조리빈도가 소극적으로 나타났다. 전통 발효식품의 식문화 계승 및 발전을 위하여 가정 및 지역사회에서 주부들은 올바른 가치관을 가지고, 절기 및 행사음식을 통하여 자녀들에게 전통음식과 접할 기회를 자주 가지도록하여 고유한 맛을 잃지 않도록 지도해야한다. 그리고 주부들의 식문화 수준이 간편성, 절적인 기호도 추구, 건강지향적 추세에 알맞은 전통 발효식품의 다각적인 과학적 연구도 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

감사의 글

본 연구는 1998년도 가톨릭대학교 교내 연구 지원에 의해 수행된 것이며 이에 깊은 감사를 드립니다.

■ 참고문헌

- 1) 이광규(1973) 『레비-스트로스』 현대신서 51, 대한기독교서회.
- 2) 강인희(1993) 『한국식생활사』 삼영사.
- 3) 강업순, 천중희(1998) “도시, 농촌 중학생의 한국 전통 음식에 대한 인식 및 기호도 비교 연구”, 한국식생활문화학회지, 13(2), pp.97-105.
- 4) 김기은(1985) “어머니의 영양지식과 학교교육을 통한 영양지식이 여고생 식사행동에 미치는 영향”, 강원대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 5) 김명희(1983) “고등학교의 식품기호와 인성에 관한 조사 연구”, 이화여자대학교 교육대 학원 석사학위 논문.
- 6) 구난숙(1995) “대전지역 대학생들의 한국 전통 음식에 대한 인식 및 기호도 조사. 한국식생활 문화학회지, 10(4), pp.357-366.
- 7) 구난숙(1997) “대전지역 주부들의 한국 발효식품 소비실태” 한국식품영양과학회지, pp.26(4), 714-725.
- 8) 구천서(1994) 『세계의 식생활문화』 향문사.
- 9) 문혜진(1999) “서울·경기지역 초·중·고등학생의 김치섭취 실태 및 태도조사”, 한국식생활 문화학회지, 14(1), pp.29-42.
- 10) 이영자, 정자환(1997) “부천시 지역 여성노동자의 생활문화” 교육부 학술연구조성비 연구 보고서, pp.15-16.
- 11) 윤복자, 윤정숙, 박영순, 김혜정, 김영주(1994) “서울 거주자의 계층별 생활양식 유형 분석”, 대한가정학회지, 32(4), pp.241-250.
- 12) 정호권(1999) “21세기 한국주류 산업의 전망”, 식품산업과 영양, 4(1), pp.71-82.
- 13) 조연숙(1986) “전통음식에 대한 주부의 의식조사 연구 -대구중심-”, 영남대학교 교육대 학원 석사학위 논문.
- 14) 조희숙(1997) “전남 일부 지역 대학생들의 식생

- 활 행동 및 한국음식에 대한 의식조사”, 한국식
생활문화학회지, 12(3), pp 301-308.
- 15) 下坂智恵, 下村道子(1996) “主婦の食意識と家事
行動との關係”, 日本調理學會誌, 29(2) pp125-
131.