

시판되는 한국전통 다과류의 인지도 및 기호도의 세대간 차이

The Differences between Generations in Awareness and Preference for the Commercial Korean Traditional Desserts

홍금선 · 백수진* · 김향숙*
가덕중학교, 충북대학교 식품영양학과

Hong, Keum Sun · Baik, Su Jin* · Kim, Hyang Sook*
Gaduk Middle School · Dept. of Food & Nutrition, Chungbuk National Univ.*

Abstract

The purpose of this study was to investigate the differences between generations in awareness and preference of the commercial Korean traditional desserts. The survey was conducted using questionnaire. The subjects were 316 middle school students and 299 parents of the other students in the same schools in Chongju area. Five middle schools in Chongju were included and followings are the results :

In the Korean traditional beverages, there was no significant difference between generations in the awareness of Soojungkwa and Yulmoo-tea and adults showed higher awareness than students for the other beverages. Difference between generations existed in the acceptance for most of beverages. Students showed higher acceptance than adults for Sikhyae, Yooja-tea and Yulmoo-tea, whereas adults showed higher acceptance than students for the others.

There was no difference between generations in the awareness of Yakkwa and Gangjung, whereas difference between generations appeared in the awareness of Sanja and Dasik. Students showed higher acceptance than the adults for the Korean traditional cookies.

Key words : Korean traditional beverages, Korea traditional cookies, awareness, acceptance

I. 서론

전통식품이란 예부터 전승되어 오는 우리 고유의 맛, 향 및 색깔을 나타내는 식품¹⁾으로서 기본적인 요소는 유지되지만 오랜 기간을 거치면서 사회,

경제, 문화 등의 시대적 특성에 따라 변화를 겪지 않을 수 없다. 이러한 관점에서 볼 때 우리 전통 음식이 앞으로 발전되어 나가는 형태는 미래의 주요 소비자 그룹이 되는 청소년들의 전통음식에 대한 인지와 기호에 따라 영향을 받을 것으로 생각된다.

Corresponding author : Kim, Hyang Sook
Tel. 0431)261-2746

다. 농경사회를 배경으로 형성된 전통적인 대가족 중심의 가족 제도에서는 주부들이 한국전통음식을 유지하고 전승하는 데 주된 역할을 하여 왔다.

사회구조의 도시화, 산업화로 인하여 가족형태가 핵가족화 되어가고 여성의 사회진출이 증가함에 따라 식생활은 점차 간소화되었고, 편의성을 추구하는 경향으로 흘렀으며, 수입개방과 국제화는 다양한 외래식품을 유입시켜 식품 선택의 폭을 확대시켰다²⁾. 이러한 변화에 따라 가공식품의 이용이 증가되고 특히 젊은 세대에서 가공식품, 편의식품 및 즉석식품의 이용이 증가하고 있다^{3) 4)}. 가공식품은 계절을 초월하여 원하는 식품의 연중 구입을 가능하게 하여 보관 기간을 늘림으로써 식품구입 빈도를 줄일 수 있고, 조리 시간을 절약한다든가 간편하게 휴대할 수 있게 할 뿐더러 시간과 장소에 구애됨이 없이 바쁘고 다양한 현대생활에 융통성을 부여해준다. 또한 식품을 가공하면 맛, 냄새, 질감 등의 품질 특성을 향상시킬 수 있고⁵⁾, 가공에 의하여 새로이 창출된 보다 맛있는 음식의 생산을 가능하게 함으로써 식품을 다양화할 수도 있다²⁾. 우리 고유의 전통식품도 이와 같은 가공식품의 장점을 살려 산업화 하면 소비자의 요구에도 부응하고 우리나라의 식품 산업 발전에도 기여할 수 있을 것이다.

현재 가공식품으로 시판되고 있는 전통식품의 현황과 그에 대한 소비자의 인지도 및 기호도를 살펴보는 것은 앞으로 전통식품 산업화의 발전 방향을 제시하기 위하여 필요한 기초작업이라고 생각된다.

따라서 본 연구에서는 전보^{6) 7)}에 이어 중학생과 성인을 대상으로 시판되는 한국 전통 다과류의 인지도와 기호도를 조사하여 세대간의 차이를 알아봄으로써 시대에 맞는 가공된 한국전통 다과류의 개발방향과 전통음식을 계승, 발전시켜 나갈 수 있는 방안을 모색하기 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

II 연구 대상 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 조사는 청주시에 소재한 5개교에 재학중인 중학생 400명과 같은 학교의 다른 학생들 학부모

400명을 대상으로 실시하였다. 1998년 8월 3일부터 8월 14일까지 설문지 총 800부를 배부하여 중학생 380부, 성인 332부, 총 712부(회수율 89%)가 회수되었으나 그 중 기재미비 등 연구자료에 적당하지 못한 97부를 제외한 615부를 본 연구의 최종자료로 사용하였다.

2. 조사내용 및 분석방법

본 조사의 설문지는 선행연구문헌^{8) 9)}과 본 저자들이 실시한 시장조사 결과⁶⁾를 바탕으로 선정된 시판전통 다과류에 대하여 인지도와 기호도를 조사하였다. 인지도와 기호도의 측정방법은 본 연구자들이 일상식의 인지도와 기호도에 대한 세대간 차이를 조사분석하여 보고한 전보와 같다⁷⁾. 조사결과는 SAS통계 프로그램을 이용하여 빈도와 백분율을 산출하였으며 유의성을 χ^2 -검정으로 분석하였다.

III 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 사항

조사대상자의 일반적 사항은 <표 1>과 같다.

<표 1> 조사대상자의 일반적 사항 N(%)

구 분		중학생	성 인	
성별	남	163(51.6)	140(46.8)	
	여	153(48.4)	159(53.2)	
가족 형태	핵가족	279(88.3)	258(86.3)	
	확대가족	37(11.7)	41(13.7)	
주거 형태	단독주택	100(31.6)	108(36.1)	
	연립주택	34(10.7)	31(10.4)	
	아파트	182(57.6)	160(53.5)	
학력	어머니	중졸이하	본인	50(16.7)
		고졸		146(48.8)
		대졸이상		103(34.4)
	아버지	중졸이하	배우자	46(15.4)
		고졸		157(52.5)
		대졸이상		96(32.1)
월 수입	100만원 미만	34(10.8)	42(14.1)	
	100~200만원 미만	196(62.0)	166(55.5)	
	200만원 이상	86(27.3)	91(30.4)	
계		316(100.0)	299(100.0)	

〈표 2〉 가공 판매되는 음청류에 대한 중학생과 성인의 인지도 N(%)

음식명	집단	먹어 보았다	본적이 있으나 안 먹어 보았다	본적이 없다	χ^2 값
식혜	중학생	296(94.6)	15 (4.8)	2 (0.6)	1.02
	성인	283(95.6)	10 (3.4)	3 (1.0)	
율무차	중학생	289(92.3)	18 (5.8)	6 (1.9)	1.99
	성인	265(90.1)	25 (8.5)	4 (1.4)	
수정과	중학생	258(82.2)	51(16.2)	5 (1.6)	5.12
	성인	248(84.6)	34(11.6)	11 (3.8)	
유자차	중학생	263(83.5)	43(13.7)	9 (2.9)	7.87*
	성인	265(90.4)	26 (8.9)	2 (0.7)	
녹차	중학생	221(70.4)	81(25.8)	12 (3.8)	28.80***
	성인	258(87.8)	28 (9.5)	8 (2.7)	
대추차	중학생	205(65.5)	84(26.8)	24 (7.7)	59.80***
	성인	268(91.2)	24 (8.2)	2 (0.7)	
쌍화차	중학생	152(48.6)	124(39.6)	37(11.8)	70.15***
	성인	238(81.0)	47(16.0)	9 (3.1)	
생강차	중학생	162(51.6)	116(36.9)	36(11.5)	72.77***
	성인	245(83.9)	37(12.7)	10 (3.4)	
인삼차	중학생	163(52.1)	112(35.8)	38(12.1)	89.78***
	성인	255(87.6)	29(10.0)	7 (2.4)	
찹차	중학생	112(39.6)	113(36.7)	73(23.7)	96.22***
	성인	225(78.1)	50(17.4)	13 (4.5)	
속차	중학생	110(34.9)	111(35.2)	94(29.8)	92.94***
	성인	209(71.8)	63(21.7)	19 (6.5)	
구기자차	중학생	78(24.8)	119(37.9)	117(37.3)	80.56***
	성인	166(57.2)	90(31.0)	34(11.7)	
모과차	중학생	76(24.3)	112(35.8)	125(40.0)	73.15***
	성인	161(55.5)	86(29.7)	43(14.8)	
솔잎차	중학생	54(17.1)	114(36.2)	147(46.7)	112.83***
	성인	149(51.2)	107(36.8)	35(12.0)	
두충차	중학생	31(10.0)	77(24.7)	204(65.4)	193.86***
	성인	162(55.7)	86(29.6)	43(14.8)	
감잎차	중학생	27 (8.6)	80(25.4)	208(66.0)	123.46***
	성인	107(37.2)	113(39.2)	68(23.6)	

*p<.05 *** p<.001

본 조사 대상자는 핵가족 구성원이 87%정도로 대부분을 차지하였고, 주거형태별로는 아파트거주자가 55.5%, 단독주택 거주자가 33.5%이었으며, 부모의 학력은 고졸이 가장 많았으며, 가정의 월 수입은 100~200만원 미만이 가장 많아서 중 정도의 수준이었다. 중학생과 성인의 일반적 사항은 χ^2 -검정을 실시한 결과 유의적인 차이가 없었다. 따라서 두 집단을 세대간의 차이를 비교하기에 적절한 표본집단으로 보았다.

2. 시판되는 한국의 전통 음청류에 대한 인지도와 기호도의 세대간 차이

시판되는 음청류에 대한 중학생과 성인의 인지도는 <표 2>와 같다. 식혜, 율무차, 수정과를 제외한 모든 음청류에 대해서는 성인의 인지도가 중학생보다 유의적으로 높았으며, 식혜, 율무차에 대한 인지도는 중학생과 성인 모두 먹어본 사람이 90% 이상이었고 수정과를 먹어본 사람은 두

집단 모두 80%이상으로 높게 나타나 세대간에 유의한 차이가 없었다.

유자차에 대해서는 약간의 차이가 있으나 중학생과 성인 모두 먹어본 사람이 80%이상으로 높은 인지도를 나타냈고, 녹차와 대추차도 세대간에 차이는 있으나 전체적으로 높은 인지도를 보였다. 쌍화차, 생강차, 인삼차에 대해서는 성인의 경우 먹어본 사람의 비율이 80%이상으로 높은 반면 중학생의 경우는 먹어본 사람이 40~50%의 비율로 나타나 세대간에 차이가 컸다.

침차, 썩차, 구기자차, 모과차, 솔잎차, 두충차 및 감잎차는 다른 음청류에 비하여 상대적으로 낮은 인지도를 나타냈고, 특히 중학생의 인지도는 현저하게 낮아서 성인과의 차이도 매우 컸다. 이러한 음청류는 생리활성의 효과를 얻기 위하여 주로 성인들이 관심을 갖는 종류이기 때문에 중학생들의 인지도가 낮은 것은 당연한 것으로 보인다.

오와 이¹⁰⁾의 고등학생을 대상으로 조사한 연구에서도 전통음청류 중 식혜에 대한 인지도가 가장 높은 것으로 보고하였다. 전반적으로 중학생과 성인의 차이가 많은 것은 성인은 평상시 자주 이용할 수 있는 기회가 많은 데 비하여 중학생은 청량음료에 익숙해져 있기 때문이라고 생각된다.

김 등¹¹⁾의 초·중·고등학생과 교사를 대상으로 한 음료 소비문화에 관한 연구에서는 최근 청량음료의 소비가 꾸준히 유지되고 있는 것은 청량음료와 겹들여 먹을 수 있는 여러 종류의 패스트 푸드의 소비증가와 관련이 있으므로, 우리의 전통음료에 어울리는 전통음식을 즉석식품으로 개발하는 것이 필요하다고 보고하였다.

시판되는 한국 전통 음청류에 대한 세대간의 기호도 차이는 그림 1과 같다. 수정과, 식혜, 녹차, 쌍화차, 생강차, 유자차, 대추차, 울무차, 인삼차, 솔잎차, 썩차, 두충차($p<.001$) 구기자차($p<.01$), 침차, 감잎차, 모과차는($p<.05$)에 대한 기호도는 중학생과 성인간에 유의적인 차이를 나타냈다. 식혜, 유자차 및 울무차는 중학생이 성인보다 기호도가 높게 나타났고, 그 외의 모든 음청류에서는 모두 성인이 중학생에 비해 높게 나타났다. 유자차와 울무차를 좋아하는 비율이 성인에 비해 중학생이 높게 나타난 것은 자동 판매기를 통해 학생들이

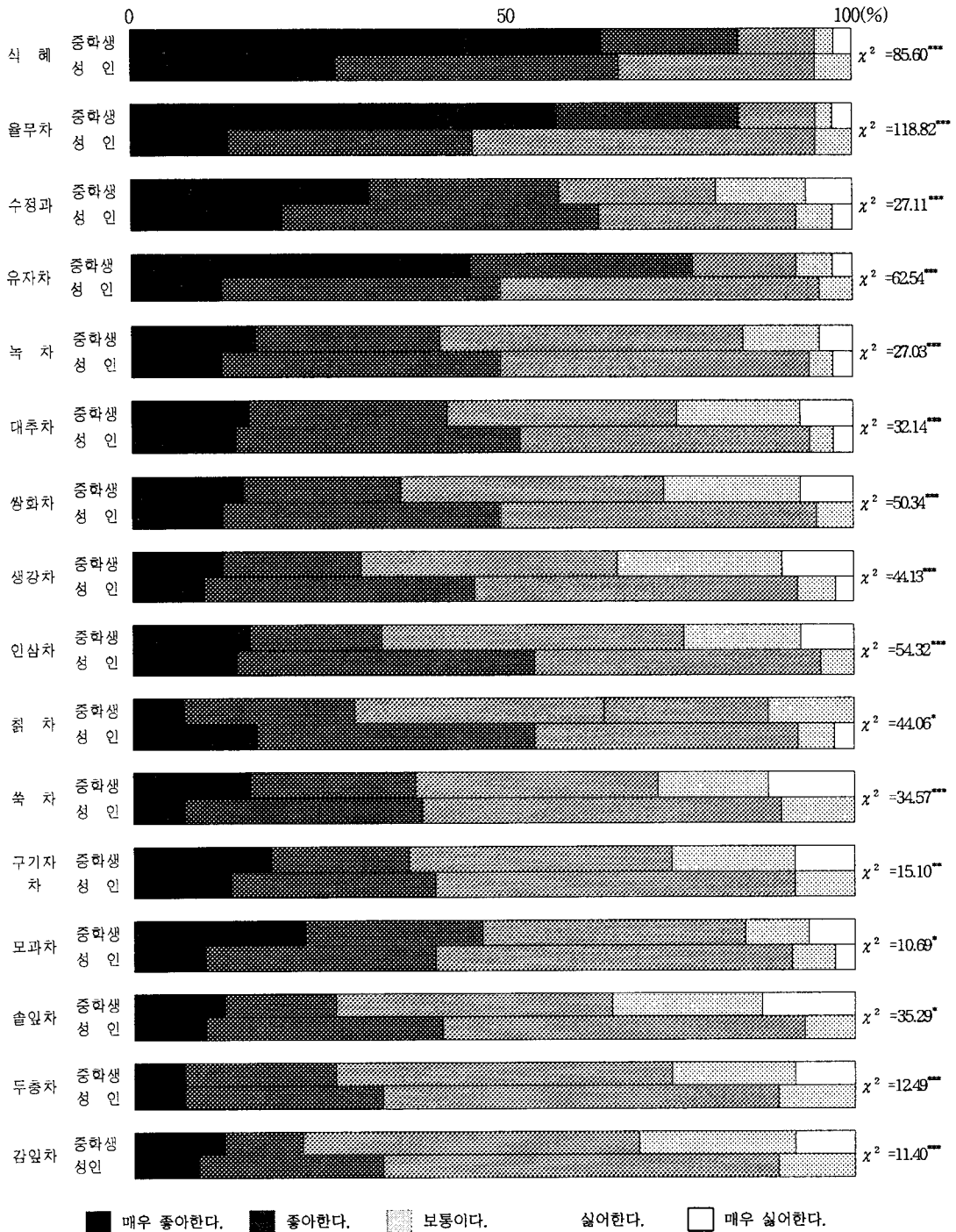
쉽게 이용할 수 있고 학생들의 기호에 맞는 것이기 때문이라고 생각되며, 또한 식혜의 경우도 최근 통조림 제품이 개발 보급되면서 자판기 판매 등 학생들이 손쉽게 접할 수 있게 되었기 때문이라고 생각된다.

중학생은 쌍화차, 생강차, 대추차, 인삼차, 침차, 썩차, 구기자차, 모과차, 솔잎차, 두충차 및 감잎차 등은 싫어하는 비율이 높게 나타났는데 이는 청량음료에 길들여져 있는 중학생의 입맛에 맞지 않기 때문으로 여겨진다. 중학생은 식혜를 가장 좋아했고, 울무차, 유자차 순으로 좋아했으며, 솔잎차를 가장 싫어했다. 성인도 식혜를 가장 좋아했고, 수정과, 인삼차 순으로 좋아했으며, 감잎차를 가장 싫어했다. 중학생과 성인 모두 식혜의 기호도가 높게 나타났으므로, 화채와 같은 음청류를 떡과 같이 먹을 수 있도록 개발한다면 많은 호응을 얻을 수 있으리라 기대된다. 현대인들의 전통음식에 대한 기호도를 조사한 승¹²⁾의 연구에서도 식혜를 좋아하는 것으로 나타났다.

3. 시판되는 한국의 전통 한과류에 대한 인지도와 기호도의 세대간 차이

시판되는 한과류에 대한 중학생과 성인의 인지도는 <표 3>과 같다. 약과와 강정에 대해서는 세대간에 유의한 차이는 없었으나 먹어본 사람의 비율이 90%이상으로 높은 인지도를 나타냈다. 다식과 산자에 대해서는 세대간에 유의한 차이($p<.001$)를 나타냈으며, 성인의 인지도가 중학생보다 높게 나타났다. 특히 산자에 대해서는 중학생의 인지도가 매우 낮게 나타났다.

시판되는 한과류에 대한 중학생과 성인의 기호도는 그림 3과 같다. 중학생과 성인의 기호도는 약과, 강정, 다식 및 산자 모두에 대하여 유의한 차이($p<.001$)가 있었으며, 성인보다 중학생이 좋아하는 비율이 높게 나타났다. 중학생과 성인 모두 약과와 산자를 좋아하는 것으로 나타났으며, 가정 주부를 대상으로 한 이 등¹³⁾의 연구에서 약과와 산자의 기호도가 대체로 높게 나타났던 결과와 일치하였다.

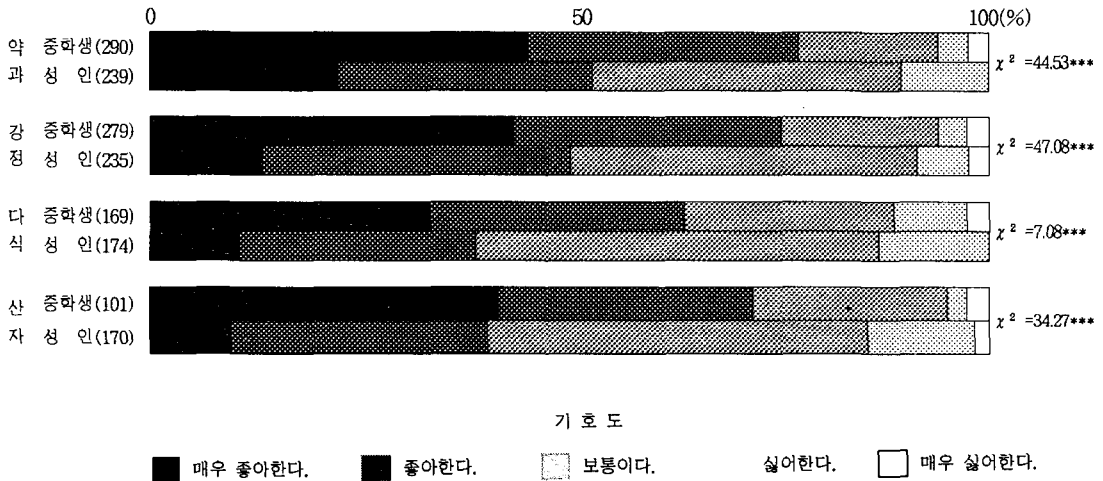


〈그림 1〉 가공 판매되는 음청류에 대한 중학생과 성인의 기호도(*p<.05 ** p<.01 *** p<.001)

〈표 3〉 가공 판매되는 한과류에 대한 중학생과 성인의 인지도N(%)

음식명	집단	먹어 보았다	본적이 있으나 안 먹어 보았다	본적이 없다	χ^2 값
약과	중학생	295(94.0)	13 (4.1)	6 (1.9)	0.59
	성인	274(93.5)	15 (5.1)	4 (1.4)	
강정	중학생	289(92.3)	18 (5.8)	6 (1.9)	0.04
	성인	271(92.5)	17 (5.8)	5 (1.7)	
다식	중학생	175(55.9)	55(17.6)	83(26.5)	33.58***
	성인	210(72.2)	56(19.2)	25 (8.6)	
산자	중학생	103(32.9)	55(17.6)	155(49.5)	91.18***
	성인	194(66.2)	57(19.5)	42(14.3)	

*** p<.001



〈그림 2〉 가공 판매되는 한과류에 대한 중학생과 성인의 기호도(***p<.001)

IV. 결론

중학생과 성인을 대상으로 시판되는 한국전통 다과류의 인지도와 기호도에 대해서 세대간의 차이를 조사한 결과는 다음과 같다.

시판되는 한국전통다과류에 대한 중학생과 성인의 인지도를 조사한 결과 음청류에서는 수정과, 식혜, 울무차에 대한 인지도는 세대간의 차이 없이 매우 높게 나타났으며, 그외의 음청류에서는 성인이 중학생보다 인지도가 훨씬 높았다. 한과류에서는 약과와 강정에 대해서는 세대간의 차이가 없게

나타났으며, 산자와 다식에서는 세대간에 차이가 뚜렷하였다.

기호도 조사에 의하면 음청류 중에서 식혜, 울무차, 울무차는 중학생이 성인보다 훨씬 더 좋아하였고 나머지는 성인이 더 좋아하는 편이었다. 한과류에 대한 중학생의 기호도는 매우 높았고, 성인보다 훨씬 더 좋아하였다.

본 연구에서 나타난 중학생과 성인의 세대간 인지도와 기호도에 있어서 세대간의 차이를 통해 세대간의 특성에 맞는 한국전통음식의 개발과 보급이 필요하다고 사료된다.

이 연구는 청주지역에 있는 중학생과 성인을 대상으로 하였으므로 지역적 특성에 따른 결과가 일부 있을수도 있다. 이러한 부분에 대하여는 후속 연구가 더 필요하다고 생각된다.

주제어 : 한국전통 다과류, 한과류, 음청류, 인지도, 기호도,

참 고 문 헌

1. 한국농촌경제연구원(1993), 전통가공식품육성 방안.
2. 권태완, 강수기(1993), “식품공업의 발달과 우리 식생활”, 한국식문화학회지, 8(4), 354~356.
3. 박미섭(1991), “한국음식에 대한 여고생의 의식과 기호에 관한 조사 연구”, 전남대학교 교육대학원 석사학위논문.
4. 서기태(1985), “식생활 개선을 위한 가공식품 개발 보급상의 문제점 및 대책”, 식품공업, 68호, 12~20.
5. 민용태(1987), “식생활과 가공식품”, 식품과 영양, 8(3), 40~42.
6. 홍금선, 백수진, 김향숙(1999), “시판되는 한국 전통음식의 이용현황 및 선호도의 세대간 차이” 한국생활과학회지 8(2), 363~372.
7. 홍금선, 백수진, 김향숙(1999), “시판되는 한국 전통음식의 인지도 및 기호도의 세대간 차이”, 한국생활과학회지 8(2), 373~385.
8. 김운신(1991), “남·녀 중학생들의 전통음식에 대한 의식과 기호도 조사연구”, 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
9. 계승희, 윤석인(1988), “한국전통음식에 대한 외국운동선수들의 기호도 조사”, 한국식문화학회지, 3(1), 79~87.
10. 오미야, 이효지(1995), “한국전통음식에 대한 의식·지식·기호도 조사”, 대한가정학회지, 33(4), 65~87.
11. 김향숙, 김영남, 신말식, 이경애, 백수진, 조숙자(1998), “초·중·고등학생과 교사의 음료 소비문화”, 한국생활과학회지, 7(1), 235~245.
12. 승정자(1997), 현대인과 한국전통음식, 집문당.
13. 이영미, 이기완, 장학길(1996), “성인 남·녀의 의식행동과 한국음식에 대한 의식조사”, 11(3), 317~325.