

쿡방에서의 스타 조리사 이미지가 진로결정 자기효능감과 진로준비행동에 미치는 영향 -경주지역 조리전공 대학생을 대상으로-

김옥선
경주대학교 외식조리학부 교수

The Effect of Star Chef Image in Cookbang on Career Decision Self-efficacy and Career Preparation Behavior -Focusing on Culinary Arts Major College Students in Gyeongju Area-

Ok-Sun Kim
Professor, Dept. of Food Service Management & Culinary Arts, Gyeongju University

요 약 본 연구는 쿡방에서의 인지가 스타조리사 이미지와 진로준비행동에 미치는 영향 및 진로결정 자기효능감의 조절요인을 확인하는데 목적을 두고 연구하였다. 대구 및 경주지역 소재 조리전공 대학생 271명을 대상으로 자기기입식 설문조사를 실시하여 구조방정식모형을 활용하여 분석하였다. 분석 결과, 쿡방에서의 인지는 스타조리사 이미지에 유의한 긍정적인 영향을 미치며, 또한 스타조리사 이미지 역시 진로준비행동에 유의한 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 진로결정 자기효능감은 스타조리사 이미지와 진로준비행동 간에 유의한 조절효과를 하는 것으로 검증되었다. 이러한 결과를 통해 쿡방의 영향이 진로준비행동에 영향을 미치는 과정에 대한 이론적, 확인적 검증을 통해 관련분야의 기초를 제공한 점에서 의미가 있을 것이다. 또한 연구결과를 통해 대학생들의 진로준비행동에 있어서 자기효능감의 조절역할에 대한 새로운 시사점도 발견할 수 있었다. 향후 이 분야에 대하여 보다 체계적이고 종합적인 연구가 필요한 것으로 보인다.

주제어 : 쿡방인지, 스타조리사 이미지, 진로결정 자기효능감, 진로준비행동

Abstract This study examined the effect of cookbang cognition on the star chef image and career preparation behavior, and the moderating effect of career self-efficacy. A self-reported questionnaire survey was conducted on 271 college students of culinary arts major in Daegu and Gyeongju area and analyzed using a structural equation model. As results, cookbang cognition showed a significant positive effect on the star chef image, and image also had a positive effect on career preparation behavior. In addition, career self-efficacy has a moderating effect on the relationship between the star chef image and career preparation behavior. Through these results, it is possible to suggest foundation for the related field through theoretical and empirical verification of the process in which the influence of cookbang affects career preparation behavior. In the future, more systematic study in this field is required.

Key Words : Cookbang cognition, Star chef image, Career self-efficacy, Career preparation behavior

*Corresponding Author: Ok-Sun Kim(kos@gu.ac.kr)

Received July 19, 2021
Accepted August 20, 2021

Revised July 29, 2021
Published August 28, 2021

1. 서론

최근 지상파방송국과 종합유선방송사 등 모든 방송사의 요리 프로그램은 예능화되어 다른 중요한 프로그램과 같은 위상을 갖고 있다[1]. 과거에는 조리사가 출연하여 어느 정도 규정에 따른 조리법에 맞추어 표준화된 조리 방법을 보여주거나 요리전문가가 아닌 연예인들이 출연하여 지역맛집을 방문하여 시식하는 형태가 일반적으로 일종의 교양프로그램으로 제공하였다[2]. 그러나 현재의 요리프로그램은 조리사와 연예인이 함께 출연하여 요리 경연이나 맛시식 등 교양과 재미가 결합된 형태로 제작되어 가장 인기있는 방송프로그램의 하나로 각광을 받고 있다[3]. 그 결과, ‘쿡방(cookbang)’이라는 요리와 예능을 동시에 포함하는 방송장르가 탄생되어 시청자들에게 큰 인기를 끌고 있다.

쿡방 프로그램의 인기로 인하여 시청자들은 요리를 전문가들만이 할 수 있는 영역에서 벗어나 시청자 모두가 쉽게 즐길 수 있는 콘텐츠로 받아들여지게 되었다. 또한 쿡방 프로그램에 출연하는 조리사가 예능스타의 위치에 오르게 되는 계기가 되었다. ‘스타셰프(star chef)’가 탄생되면서 셰프란 용어가 요리를 직업으로 하는 사람에 대하여 흔히 불리우는 호칭이 되었다. 요리관련 방송프로그램에서 셰프는 요리와 재미를 함께 보여주는 전문가로 셰프테이너(셰프+엔터테이너)로도 불리며 유명세를 얻게 되었다[4].

이러한 추세에 따라 요리관련 방송 미디어를 통해 묘사되는 셰프에 관한 이미지는 시청자들의 판단이나 행동에 영향을 주고 기억 속에 깊은 인상을 주어 쉽게 바뀌지 않는 셰프에 대한 확고한 인식으로 자리를 잡게 된다[5]. 스타셰프의 사회적 영향력이 높아짐에 따라 셰프 관련 연구들도 많이 수행되었으나 미디어에서 보여주는 셰프 이미지에 대하여 구체적으로 제시하지 못하는 실정이다. 스타셰프 이미지관련 연구에서는 스타셰프의 이미지가 주는 긍정적인 효과를 제시하고 있으나 스타셰프 이미지에 대해서는 추상적인 인식변수들로 이미지 효과를 분석하여 스타셰프가 명확하게 어떤 이미지를 가지고 있으며 또한 핵심 영향요인은 무엇인지 파악하기 어렵다[6,7].

쿡방에서 보여주는 스타조리사 이미지에 대하여 탐험적 연구를 활용한 논리적 이론의 구축은 스타조리사의 이미지를 전략적으로 활용하여 전공 대학생에 대한 직업 인식을 높이는데 반드시 필요할 것이다.

조리사는 요리관련 전문지식을 기반으로 직무를 수행하는 전문직종이나[8], 장시간 노동, 저임금, 작업환경과

다른 직종에 비하여 상대적으로 낮은 사회적 인식 등으로[9,10] 조리사에 대하여 사회적 인식이 상대적으로 낮기 때문에 조리사에 대한 직업 자존감에 부정적 영향을 주어 학생들이 앞으로의 진로를 결정하고 준비행동에 있어 소극적이고 부정적으로 행동하는 경향이 있다. 그러나 최근 스타셰프의 영향으로 조리사에 대한 사회적 인식이 긍정적으로 변화한 경향이 있다[1]. 쿡방에서 스타조리사의 이미지를 통해 시청자들은 조리사에 대한 인식을 새롭게 하는데 큰 도움을 준 반면, 조리사에 대한 단편적인 인식 역시 심어주어 대학생들이 정작 조리사의 길로 들어서면서 현실과의 괴리로 인하여 진로준비에 혼돈을 가져오고 심지어는 조리사의 길을 포기하기도 하는 현실 역시 존재하는 실정이다. 이러한 변화에 대해 쿡방에서 인식하는 스타조리사 이미지가 진로준비행동에 미치는 영향을 분석할 필요성이 대두된다.

본 연구는 쿡방에서의 인지가 스타조리사 이미지와 진로준비행동에 미치는 영향을 분석하고 더불어 진로결정 자기효능감의 조절효과를 검증하고자 한다. 이 연구를 통해 쿡방에 대한 인식이 미래 조리사의 조리사로서의 자존감을 향상시킬 수 있는 시사점들을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 쿡방 인지

‘쿡방’은 ‘Cook+방송’의 합성어로 음식을 조리하거나 시식하는 과정을 중점적으로 시청자들에게 보여주는 방송을 지칭하는 용어이다[11]. 즉 방송출연자들이 식재료나 조리방법 소개와 더불어 요리를 하며 시식하는 모습을 보여주는 프로그램이라 할 수 있다. 음식 자체에 초점을 둔 음식 외관이나 시식하는 행동이 집중적으로 나오는 먹방에서 진일보된 프로그램이라 할 수 있다[12,13]. 요리에 대하여 시청자들에게 정보를 전달하는 수단은 과거에는 TV 등을 통해 정보를 제공하는 초점을 두었으나, 현재는 지상파 TV와 케이블 TV를 포함하여 인스타그램, 유튜브, 모바일 등 제공되는 매체들 역시 다양화되고 있다. 또한 과거에는 스튜디오 안에서 요리강좌 중심으로 콘텐츠를 제공하였으나 현재는 우리나라 전국 각지를 돌거나 심지어는 해외를 방문하여 그 지방의 로컬푸드나 맛집을 소개하고 시식하거나 조리사들간의 혹은 조리사와 연예인들간의 조리경진이나 요리토크 프로그램을 보여주고 이와 더불어 영양이나 건강관련 정보를 전달해주는 등 요리관련 콘텐츠를 활용한 방송프로그램은 엄청

한 속도로 그 영역을 확장하고 있는 실정이다.

Kim(2013)는 방송에서의 요리관련 프로그램 변화과정을 분석한 결과 2009년 이후에는 쿡 예능 버라이어티 쇼 형태로 유행하고 있다고 하였다[14]. 또한 Joo(2004)는 요리정보와 예능을 동시에 제공하는 요리 인포테인먼트 프로그램의 유행을 언급하였다[15].

사람들이 건강식과 다이어트에 폭 빠져든 웰빙트렌드로 인해 2000년대부터 요리관련 리얼버라이어티 프로그램이 나타나기 시작해 최근에는 혼자서 또는 집단으로 음식을 먹는 장면을 보여주며 식욕을 자극하는 먹는 행위 자체에 초점을 두는 프로그램들이 많이 등장하게 되었다[3].

시청자들이 쿡방 프로그램을 애청하는 동기 역시 과거와는 다른 모습을 보이고 있다. 가족이나 단체로 식사하고 즐기는 집단콘텐츠 중심에서 최근에는 1인 가구 증가에 따른 혼자서 먹는 혼밥콘텐츠가 부상하고 또한 모바일 시청이 증가함에 따라 시청 역시 혼자서 하는 등 사회환경 변화를 반영하고 있다. 이에 더하여 일생에서 맛보기 힘들고 특이한 진미일품을 보기보다는 일상생활에서의 기분전환과 정서적인 치유 및 웰빙로하스를 위하여 시청자들이 쿡방에 몰입하는 동기가 새롭게 부상하고 있다[3]. 또한 쿡방 프로그램에서 등장하는 조리사나 연예인들에게 몰입하고 등장인물과 대화하고 있는 것처럼 느끼는 정서적 유대감 등도 시청동기로 크게 부각되고 있다[2].

쿡방프로그램 인식은 시청자들이 미디어 매체를 이용한 경험을 바탕으로 기대보상으로 정보 및 선택을 위한 지속적인 지침 제공을 통해 개인 가치가 부여되므로 경험적 심리효과로 축적될 수 있다고 하였다. 지금까지 많은 쿡방이 제작 방영되었음에도 불구하고 쿡방 관련 학술연구[16]는 단순히 요리프로그램 분석 위주로 진행된 반면, 시청자들의 쿡방프로그램 이용실태 및 인식이나 시청동기, 시청 후 영향 등에 대한 이론적, 경험적 연구가 상대적으로 부족하여 이에 대한 연구가 시급한 실정이다.

본 연구는 쿡방에 대한 인지가 시청후 스타조리사 이미지에 미치는 영향을 알아보고 그 결과 진로준비행동에 미치는 영향을 알아보고자 하였으며, 앞으로 미래조리사가 원하는 쿡방프로그램으로 인한 진로결정에 도움을 주고자 하였다.

2.2 스타조리사 이미지

일반적으로 많은 사람들에게 주목을 받으면서 높은 인

기를 얻고 있는 연예인이나 스포츠선수들로 사람들에게 직간접적으로 영향을 미치는 유명인을 스타(star)라고 할 수 있다(두산대백과사전).

셰프(chef)는 전문 조리사 중에서 정찬 레스토랑의 주방을 책임지며 보조조리사들을 지휘하는 수장을 의미한다. 따라서 셰프는 주방의 총책임자로 아무에게나 셰프라 부를 수 없는데, 최근 쿡방 등에서는 조리사인 cook 까지도 셰프에 포함되어 사용되고 있는 실정이다(위키피디아). 또한 '요리사', '주방장' 등의 용어들도 보편적으로 사용되고 있으나 직업적 이미지가 강한 측면이 있어 일반 요리사와 차별성을 부각시키기 위해 일반적으로 셰프로 불리는 것을 선호하는 것으로 나타났다(주간경향, 2015). 이 논문에서는 조리사와 셰프를 같은 의미로 사용되고 있다.

스타조리사는 미디어나 사회에서 널리 알려져 문화적 영향력이 크고 브랜드 가치가 높은 셰프를 의미한다[17]. TV 요리프로그램과 인터넷, SNS, 인쇄매체 등의 대중매체를 통해 세계적으로 알려진 스타셰프로는 Jamie Oliver, Gordon Ramsay, Nobu 등이, 국내적으로는 백종원, 여경옥, 이연복, 이혜정, 임지호, 최현석 등이 널리 알려져 있으며, 이들 스타조리사들은 단순히 요리를 만들어 내는 조리사의 영역을 한단계 높여 현재의 식문화 트렌드를 선도하고 이를 바탕으로 쿡방프로그램, 광고, 온라인쇼핑몰, 레스토랑 경영 등 다양한 분야에서 스타셰프 이미지를 브랜드화하여 쿡방세계를 선도하고 있다.

이미지(image)란 개인이 일상생활에서 인지하고 있는 대상에 대한 신념이나 인상의 종합적인 집합체로[18] 마음 속에 그려지는 상, 심상, 영상 등을 의미한다. 또한 이미지는 무형적인 것으로 인간이 특정대상에 대해 갖는 태도처럼 직접적인 경험 없이도 형성된다[19]. 따라서 스타조리사 이미지는 사람들이 일반적으로 높은 대중인지도도를 가지고 있는 조리사에 대해 인식하는 심상과 태도를 의미한다.

스타조리사 이미지의 영향관계에 관한 연구결과는 다양하게 검증되고 있다. 김태희 외(2007)는 브랜드 셰프를 통한 한식의 세계화 방안에서 한식 세계화를 위해서는 브랜드 셰프가 반드시 필요하다고 하였고[17], 강진희(2018)는 스타셰프 이미지가 직업관 형성에 영향을 미친다고 하였다[1]. 이량석(2018)은 스타셰프 이미지가 조리사의 자존감에 영향을 미치는 것으로 나타났으며[20], 민세중(2015)은 스타셰프에 대한 롤 모델링이 외식전공을 선택하거나 향후 진로를 선택하는데 긍정적인 영향을 미친다고 하였다[21]. 따라서 본 연구에서는 선행연구들

을 고려하여 스타조리사 이미지를 TV나 쿡방들을 통해 시청자 개개인에게 형성된 유명세프들에 대한 인식과 심상으로 정의하고, 쿡방에 대한 인지와 스타조리사 이미지 간의 관계에 관한 가설을 다음과 같이 설정하였다.

가설 1 : 쿡방 인지는 스타조리사 이미지에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3 진로준비 행동

진로준비행동이란 진로목표를 달성하기 위해 목표 실현 과정을 합리적으로 수행해야 하는 행동을 의미하는 것으로, 진로결정을 위해 준비단계에서 이루어지는 의사결정을 하기위한 구체적이고 실제적인 모든 행동을 의미한다[22]. 즉, 진로준비행동은 개인이 바람직한 진로를 결정하기 위해 쏟는 노력의 정도와 진로 목표를 성공적으로 달성하기 위해 성실하게 노력을 하고 있는 정도를 포함한다.

진로준비행동은 충동적으로 행하는 것이 아니라 자신의 미래 진로에 대해서 지속적으로 고려한 사고 토대의 연속선상에서 이루어진다[23]. 따라서 학업세계에서 직업세계로의 전환을 앞두고 있는 학생들에게는 가능한 일찍부터 진로에 대한 관심과 지식을 가지고 진로 방향을 탐색하기 위해 정보를 수집하고 이에 따른 교육을 받는 등 진로준비행동의 중요성이 부각된다[24,25].

결론적으로 스타조리사 이미지를 높게 인지하는 학생일수록 자신의 미래 진로에 대한 탐색과 이에 따른 진로선택 행동을 좀 더 세심하게 준비하고, 사회적 지지에서 자기자신에 대한 자존감 지지와 정서적 지지가 대학생들의 진로탐색행동과 밀접한 관계가 있는 것으로 나타났다[26]. 위와 같은 논의를 기본으로 다음의 가설을 설정하였다.

가설 2 : 스타조리사 이미지는 진로준비행동에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4 진로결정 자기효능감

진로결정에 있어서 자기 자신의 내적 심리적 특성으로 자기효능감의 중요성이 대두된다. 자기효능감(self-efficacy)이란 과업을 수행하는데 있어 자신의 과업수행 능력에 대한 판단이나 자신감을 의미하는 것으로, 어떤 성과를 달성하는데 있어 성공적으로 과업을 수행할 수 있다고 믿는 자신의 능력에 대한 신념이나 자신감이다[27]. 자기효능감을 과업을 수행하는데 있어 자신의 능력에 대한 신념이나 자신감으로 인식할, 자기효능

감 이론은 동기부여이론의 하나라고 판단할 수 있다. 즉 자기효능감은 설정한 목표를 달성하기 위해 최선의 노력을 경주하고 어려움에 처했을 때 끈기있게 위기를 넘기는 정도나 설혹 실패하는 경우에도 대처하는 수준과 같은 동기적 과정에도 깊은 영향을 미치는 것으로 나타났다[24,28].

진로결정에 있어 자기효능감의 역할은 사회인지이론에서 바탕을 둔다. 이 이론에 따르면 사회인지 요인으로 자기효능감은 진로선택에 있어서 흥미 형성, 진로목표 설정, 진로결정 수행에 영향을 미치는 것으로 가정하여, 개인의 과거 학습교육 경험이 그 분야에서의 자기효능감의 수준과 결과에 대한 기대를 형성하게 하여 이에 따른 참여의도를 증가시킨다[29]. 즉 특정 진로결정에 대하여 개인의 자기효능감이 높을수록 그 진로결정에 대한 정보수집활동과 진로결정에 대하여 도움이 되는 활동도 사전에 충분한 준비를 하게 한다. 진로결정 자기효능감은 자신의 미래 진로에 대한 나름대로의 확신이나 진로결정에 관련된 것으로 실제 진로행동을 준비하는데 있어서 중대한 영향을 미칠 수 있다.

대학생의 진로결정에 대한 영향요인으로 자기효능감의 효과에 대해 실증분석한 연구에서 대학생의 진로결정 자기효능감이 진로태도 성숙에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[30]. 4년제 및 2년제 여자대학생들을 대상으로 한 연구에서 자신의 흥미와 관심을 고려하여 자신의 진학이나 취업 등에 대한 계획을 수립하고 이를 성공적으로 달성할 수 있다는 자신감, 즉 자기효능감이 높을수록 자신의 미래진로를 결정하기 위해 열심히 노력하고, 또한 결정된 진로목표를 성공적으로 달성할 수 있도록 진지하게 행동으로 옮기는 경향이 있는 것으로 나타났다[31]. 이와 같은 이론적 배경으로 바탕으로 진로결정 자기효능감은 스타조리사 이미지와 진로준비행동 간의 관계에서 조절효과를 추론할 수 있어, 다음의 가설을 설정하였다.

가설 3 : 진로결정 자기효능감은 스타조리사 이미지와 진로준비행동 간의 관계에 조절효과를 보일 것이다.

3. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구에서 쿡방에서의 인지가 스타조리사 이미지와

진로준비행동에 미치는 영향을 확인하고, 스타조리사 이미지와 진로준비행동 간에 있어서 진로결정 자기효능감의 조절효과를 분석하기 위해 선행연구들을 근거로 하여 [Fig. 1]과 같이 연구모형을 구축하였다.

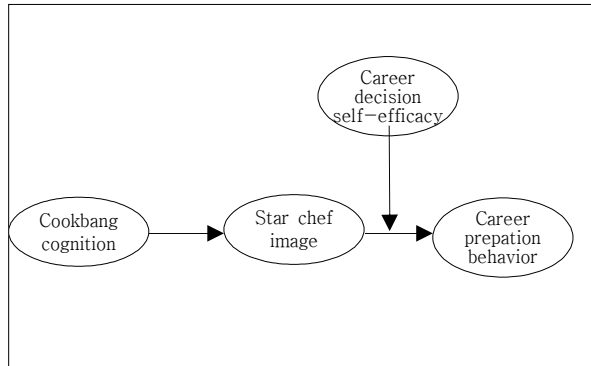


Fig. 1. Research Model

3.2 변수의 조작적 정의

쿡방인지는 시청자들이 쿡방프로그램을 시청하는 동기나 인식의 정도를 의미하고 강진희(2018)[8], 김지웅 외(2016)[23] 등의 연구에서 사용된 측정항목들을 수정 보완하여 5개 문항으로 구성하였다. 스타조리사 이미지는 대학생들이 스타셰프에 대해 가지는 심상 또는 이미지로 정의하고, 강진희(2018)[27], 김지웅 외(2016)[29] 등에서 활용된 항목들을 본 연구에서 적합하도록 수정 보완하여 5개 문항으로 측정하였다. 진로준비행동은 김근혜박진영[30], 서경화[31]의 연구에서 사용된 설문항목들을 본 연구에서 적합하도록 수정하여 5개 문항으로 측정하였다. 그리고 진로결정 자기효능감 역시 김근혜박진영[30], 서경화[31]의 연구에서 활용된 항목들을 수정 보완하여 5개 문항으로 구성하였다. 위에서 사용된 측정항목들의 모든 척도는 Likert 5점 척도를 사용하였다.

3.3 표본설계 및 분석방법

본 연구는 대학생들이 인지하는 쿡방동기나 인식이 스타조리사 이미지와 진로준비행동에 미치는 영향과 진로결정에 대한 자기효능감의 조절효과를 분석하고자 하였다. 이러한 목적을 달성하기 위해 사전 설문조사를 거쳐 설문내용을 수정 보완한 후 본 조사는 대구와 경주지역 조리전공 대학생들을 대상으로 2020년 5월 12일부터 6월 1일까지 21일간 300분의 설문지를 배포하였으며 회수된 295부 중 불성실하거나 응답부분이 충분하지 않은 설문지를 제외한 유효표본 271부를 최종적으로 실증분석에 사용하였다.

통계분석은 SPSS 26.0 통계패키지를 이용하여 표본의 특성을 분석하기 위해 빈도분석을 이용하였으며, 탐색적 요인분석 및 확인적 요인분석을 통해 타당성 분석과 Cronbach's α 계수를 활용한 신뢰성 분석, 그리고 변수들 간의 연관성을 파악하기 위해 상관관계분석을 실시하였다. 가설 검증은 AMOS 26.0을 활용하여 구조방정식모형(structural equation model) 분석을 수행하였으며, 조절효과 분석을 위해서는 구조방정식모형의 다중집단분석(multiple group analysis)을 수행하였다.

4. 실증분석

4.1 표본의 인구통계 특성

응답자 271명의 인구통계 특성에 대해 빈도분석 결과, 남학생의 경우 180명(66.4%), 여학생의 경우 91명(33.6%)으로 나타났으며, 연령대는 20세 이하 68명(25.1%), 21-22세 82명(30.3%), 23-24세(73(26.9%), 25세 이상 48명(17.7%)로 조사되었다. 학년대는 1학년 77명(28.4%), 2학년 101명(37.3%), 3학년 50명(18.5%), 4학년 43명(15.9%)로 나타났다.

쿡방시청형태를 분석한 결과, 쿡방 인지경로는 TV시청 100명(36.9%), SNS 49명(18.1%), 유튜브 88명

Table 1. The characteristics of samples

Classification(N=271)		Frequency(%)
Gender	Male	180 (66.4)
	Female	91 (33.6)
Age	Under 20	68 (25.1)
	21-22	82 (30.3)
	23-24	73 (26.9)
	25 and over	48 (17.7)
Grade	1 st grade	77 (28.4)
	2 nd grade	101 (37.3)
	3 rd grade	50 (18.5)
	4 th grade	43 (15.9)
Path of cognition	TV watching	100 (36.9)
	SNS	49 (18.1)
	U tube	88 (32.5)
	Internet news	4 (1.5)
	Others	30 (11.0)
Frequency of watching	1-2 times/month	95 (35.1)
	1-2 times/week	109 (40.2)
	3-4 times/week	45 (16.6)
	5 times and over/week	22 (8.1)

(32.5%), 인터넷뉴스 4명(1.5%), 기타 30명(11.0%)로 나타났으며, 시청빈도는 한달에 1-2회 95명(35.1%), 주당 1-2회 109명(40.2%), 주당 3-4회 45명(16.6%), 주당 5회 이상 22명(8.1%)로 조사되었다.

4.2 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서 측정도구의 타당성을 분석하기 위해 우선 탐색적 요인분석을 활용하였다. 요인추출 모델로 주성분 분석, 요인회전을 위해 직각회전의 베리맥스 방법을 실시하고, 요인분석 모형이 유의한가 분석하기 위해 KMO 및 Bartlett 구형성 검증 분석 결과, 총 29개 측정항목들이 예상한대로 4개 요인(쿡방인지, 스타조리사 이미지, 진로준비행동, 자기효능감)으로 분류되었다. KMO값은 .944, Bartlett 구형성 검증은 유의수준 .01에서 근사카이제곱값이 4377.244로 유의하게 나타나 요인분석을 위한 변수들의 선정이 타당함을 보여주고 있다. 총누적분산률은 75.397%이며 요인들의 요인적재치값이 .682 이상으로 나타나 도출된 요인들은 높은 타당성을 확보하였다.

탐색적 요인분석 결과를 바탕으로 구조방정식 모형의 측정모형 타당성을 확인하기 위해 확인적 요인분석을 실시하였다. <Table 2>와 같이 확인적 요인분석의 적합도 지수값들은 $\chi^2=215.56$, $df=157$, $p=.001$, $CMIN/DF=1.373$, $GFI=.927$, $AGFI=.902$, $CFI=.986$, $RMR=.035$ 으로 적

Table 2. Confirmatory factor analysis and reliability

Factors & Items	β	S.E.	C.R.*	AVE	CR**	Cronbach α	
Cookbang cognition	v_1	.736	.097	11.837***	.600	.876	.889
	v_2	.737	.090	11.855			
	v_3	.832	.087	13.493			
	v_4	.824	.081	13.350			
	v_5	.738					
Star chef image	v_6	.848	.063	16.725	.723	.933	.934
	v_7	.841	.064	16.521			
	v_8	.870	.059	17.506			
	v_9	.855	.054	19.137			
	v_10	.837					
Career preparation behavior	v_11	.814	.059	16.579	.731	.932	.931
	v_12	.833	.059	17.230			
	v_13	.856	.058	18.038			
	v_14	.923	.055	20.609			
	v_15	.846					
Career decision self-efficacy	v_16	.778	.075	13.413	.648	.909	.903
	v_17	.826	.074	13.768			
	v_18	.791	.075	13.286			
	v_19	.840	.064	17.032			
	v_20	.789					

* C.R.= Critical range = t value

** CR = Convergent validity

*** All C.R. values are significant at $p < .01$.

GFI= .927, AGFI= .902, CFI= .986, RMR= .035, $\chi^2= 215.566$ ($p= .001$), $df= 157$, $CMIN/DF=1.373$

합도 평가기준을 충족시키고 있으므로 타당성은 적합한 것으로 판단된다. 집중타당성(convergent validity)은 하나의 잠재요인에 대하여 두 개 이상 다수의 측정항목이 상관관계를 갖는 정도를 의미하며, 이의 적합 정도를 분석하기 위해 평균분산추출값(AVE)과 잠재요인 신뢰도(CR)의 값으로 평가한다. 집중타당성의 지표로 AVE 값은 .5 이상, CR 값은 .7 이상으로 본 연구에 사용된 측정 변수들의 집중타당성은 적합한 것으로 인정된다. 또한 신뢰성 평가를 위해 Cronbach's α 계수값을 활용하여 분석한 결과 4개 요인 모두 .8 이상으로 신뢰성 역시 적합한 것으로 판단된다.

4.3 상관관계분석

<Table 3>와 같이 상관관계 분석결과 사용된 모든 측정변수들의 연관성이 가설에서 보여주고 있는 변수들 간의 방향과 일치하는 것으로 나타났다. 또한 측정변수들의 상관관계 분석결과, 모든 변수들이 유의수준 .01에서 유의한 정(+)의 상관관계를 보이고 있다.

Table 3. Results of correlation analysis

variables	1	2	2	2
Cookbang cognition (1)				
Star chef image (2)	.696**			
Career preparation behavior (3)	.597**	.585**		
Career decision self-efficacy (4)	.597**	.567**	.637**	
mean	3.64	4.02	3.68	3.55
S.D	.85	.86	.88	.81

** $p < .001$, AVE on the diagonal

4.4 가설검증결과

본 연구에서 도출된 연구가설들을 검증하기 위해 AMOS 26.0 프로그램을 활용하여 구조방정식모형과 다중집단 분석을 실시하였다. 가설들을 검증하기 위해 구조방정식 모형의 최대우도법을 적용하여 분석한 결과, $\chi^2=117.262$, $p=.008$, $df= 83$, $CMIN/DF=1.413$, $GFI=.946$, $AGFI=.922$, $CFI=.990$, $RMR=.036$ 으로 나타났다. 적합도 지수가 권고기준치보다 높아 전반적으로 구조방정식 모형에서 측정요인들 간의 영향관계를 파악하기에 적절한 모형이라 판단된다.

가설 1 쿡방 인지가 스타조리사 이미지에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과, $\beta=.804$, $C.R.=11.257$, $p=.000$ 으로 쿡방 인지는 스타조리사 이미지에 유의수준 .01에서 유의하게 긍정적으로 나타났

다. 따라서 가설 1은 채택되었다. 이러한 결과는 쿡방에서의 시청자 인지가 스타조리사 이미지에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

가설 2 스타조리사 이미지는 진로준비행동에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증한 결과, $\beta=.799$, $C.R.=9.666$, $p=.000$ 으로 스타조리사 이미지는 진로준비행동에 유의수준 .01에서 유의하게 긍정적으로 나타나 가설 2는 채택되었다. 응답자가 쿡방을 통해 인지한 스타조리사 이미지가 높아지게 되면 이에 따라 자신의 진로준비행동에도 긍정적인 영향을 미쳐 적극적으로 준비를 하게되는 것으로 나타났다.

위의 가설 검증결과는 <Table 4>과 [Fig. 2]에서 그 결과를 보여주고 있다.

Table 4. Results of hypotheses testing

Hypotheses		β	S.E.	CR	Hypotheses Test
H1	Cookbang cognition → Star chef image	.804	.077	11.257***	Accept
H2	Star chef image → Career preparation behavior	.799	.085	9.666***	Accept

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

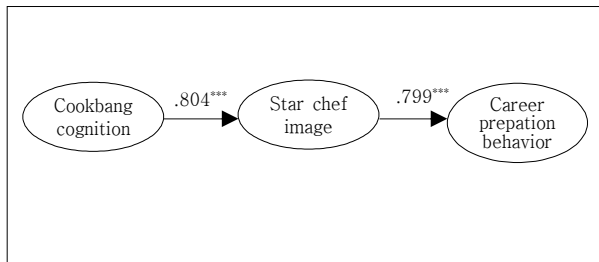


Fig. 2. Results of Structural Equation Model Analysis

4.5 조절효과 검증

본 연구에서는 대학생들의 스타조리사 이미지와 진로준비행동 간의 관계에 있어 진로결정 자기효능감 수준의 조절효과를 분석하기 위해 구조방정식모형의 다중집단분석(multiple group analysis)을 실시하였다.

진로결정 자기효능감 수준을 2집단으로 구분하기 위해 평균값($m=3.55$)을 기준으로 자기효능감이 높은 집단과 낮은 집단으로 구분하여 조절효과가 유의한지를 분석하였다. 조절효과를 확인하기 위해서 자유모델과 제약모델에 대해 χ^2 차이검증을 실시하였다. 자유모델은 두 집단 간의 계수의 차이가 있음을 의미하며, 제약모델은 두 집단 계수가 차이가 없음을 의미하기 때문에 자유모델이 지지되면 조절효과가 있는 것으로 판단할 수 있다.

가설 3 스타조리사 이미지와 진로준비행동 간의 관계에서 진로결정 자기효능감의 조절효과를 검증하기 위해 자유모델과 제약모델에 대해 χ^2 차이검증을 실시한 결과, 각 경로별 차이결과는 <Table 5>와 같다.

진로결정 자기효능감의 수준에 따른 분석결과, 자유모델은 $\chi^2=335.599$, $df=176$ 이며, 제약모델은 $\chi^2=350.309$, $df=177$ 로 나타나 모델비교에서 χ^2 의 차이는 14.71이고 자유도는 1이 크다. 자유모델의 경우 제약모델보다 χ^2 값이 14.71 작지만 자유도 역시 1이 작아 자유모델의 경우 자유도 감소를 만회할 만큼 χ^2 값이 충분히 감소하였기 때문에 제약모델이 보다 우수한 것으로 나타났다($\Delta\chi^2=14.71 > \chi^2_{.05(1)}=3.84$). 따라서 스타조리사 이미지와 진로준비행동 간의 관계에서 진로결정 자기효능감의 조절효과는 유의한 것으로 나타났다. 따라서 가설 3은 채택되었다.

Table 5. Analysis of moderating effect

Hypotheses	Model	Low group	High group	χ^2 (d.f.)	$\Delta\chi^2$ (Δ d.f.)	Hypotheses Test
H3	UM*			335.599 (176)	14.71 (1)	Accept
	CM**	.464	.547	350.309 (177)		

* unconstrained model, ** constrained model

5. 결론

본 연구는 최근 방송의 주 트렌드로 자리잡고 있는 다양한 형식과 내용의 쿡방이 조리를 전공하고 있는 대학생들에게 스타조리사에 대한 이미지와 직업준비행동에 미치는 영향을 알아보고자 시도되었다.

가설검증 결과 첫째, 대학생들의 쿡방에 대한 인지는 스타조리사 이미지에 유의하게 긍정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 스타조리사 이미지는 진로준비행동에 유의하게 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 스타조리사 이미지와 진로준비행동 간의 관계에서 진로결정 자기효능감은 유의한 조절효과를 보이는 것으로 나타났다.

본 연구의 실증분석 결과로부터의 시사점은 다음과 같다. 최근 쿡방 요리프로그램들이 다양한 형태로 음식관련 소재와 정보를 다루면서 요리에 대한 시청자들의 관심이 자연스럽게 높아지고 있고, 이에 따라 요리프로그램에 출연하는 스타조리사들을 통해 조리사에 대한 직업관과 요리철학 등에 대한 재조명이 이루어지면서, 기존

의 조리사 직업에 대한 사회적 인식과 처우가 많이 개선되고 있는 실정이다. 반면, 대학에 입학한 조리전공 학생들이 전공 관련 이론과목이나 기능실습에 참여한 후 쿡방이나 TV에서 보여지는 스타조리사의 모습과는 다른 괴리감으로 인해 빈번하게 학업을 중도 포기하거나 진로를 변경하게 되는 것이 사실이다. 이러한 문제점들에 대처하기 위해 본 연구를 통해 쿡방에 대한 인지, 스타조리사 이미지 및 진로준비행동 등을 이론적으로 정립하여 경험적 실증분석을 한 결과 쿡방에 대한 인지는 스타조리사 이미지를 매개로 하여 진로준비행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 쿡방 요리프로그램이 조리전공 대학생들에게 정보제공과 진로선택에 있어 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 진로결정 자기효능감이 조절효과를 보이고 있기 때문에 진로결정이나 진로선택에 있어서 조리전공 대학생들 자신의 조리에 대한 자기효능감을 높이는 것이 필요하며 또한 이를 통해 건전한 직업관 형성과 조리사에 대한 자존감을 높이는 구체적인 방안들을 강구하고 실천하는 것이 중요하다는 것을 본 연구 결과들은 보여주고 있다.

본 연구는 학문적으로 지금까지 피상적으로만 알려져 있는 고등학생들이 왜 조리전공을 선택하고 또한 조리전공 학생들이 열정적으로 전공분야에 몰두하는가에 대한 이론적 토대를 제공하고 있다는 점에서 기여하는 바가 크다고 할 수 있다. 그리고 실증적으로 쿡방 인지, 스타조리사 이미지 및 진로준비행동 간의 관계를 확인함으로써 향후 조리관련 전공 대학생들에게 조리사에 대한 직업적 긍지나 자존감과 직업관이 확립되기 위한 실천적 방안을 제시할 수 있는 계기가 될 것이다.

본 연구는 쿡방에 대한 인지요인이 조리전공 대학생들에게 스타조리사 이미지와 진로준비행동에 유의한 영향을 미치는 변수임을 증명함에 따라 심리적인 연구의 중요성이 부각되었으나, 연구대상이 대구와 경주지역 조리전공 대학생에 한정되고 설문지의 모든 항목들을 한 사람이 응답하는 설문조사 방법으로 동일분산차오류 발생 가능성이 존재하므로 본 연구의 결론들을 일반화하기에는 다소 무리가 있다. 또한 연구결과의 일반성 확보를 위한 표본수를 확대하거나 2년제 대학생과 4년제 대학생들을 분리하여 보다 상세하게 비교분석하여 차이점의 원인을 밝혀내는 등 다양하고 보다 심화된 연구가 진행되어야 할 것이다. 마지막으로 연구 조사가 대학생들만을 대상으로 조사하였기 때문에 전체적인 스타조리사 현상을 파악하기에는 미흡한 부분이 많다고 할 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 보다 다양한 직업군과 연령층을 대상으

로 연구집단을 확장하여 분석한다면 보다 구체적이고 실천적인 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

REFERENCES

- [1] J. Kang (2018). Effect of the TV Food Program on Star Chef Image and Occupation View Foundation: Targeting Students Majoring in Foodservice Related, *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 21(2), 7-31.
- [2] O. Kim (2016). Effects of Watching 'Cookbang' Program on Behavioral Motivations, *Korean J Food Cook Sci*, 32(6), 773-781.
DOI : 10.9724/kfcs.2016.32.6.773
- [3] E. Na (2015). "Eating Broadcasts" and "Cooking Broadcasts" Exploratory Study on Food Media Trends: Socio-cultural Backgrounds and New Media Use Factors, *Kookmin Social Science Reviews* 28(1), 183-215.
- [4] H. Kim (2015). One Person Family and Media Trend Change, *Media & Education*, 5(1), 152-171.
- [5] S. G. Lee & D. J. Kim (2013). The Impact of Positive and Negative Information about Restaurant Brands on Consumer Attitude: By Controlling Familiarity of Restaurant Brands, *Journal of Foodservice Management*, 16(2), 211-231.
- [6] C. Kim & I. Jung (2017). A Study on Culinary Staffs' Subjective Perception of Star Chefs' Appearance in Cooking Broadcast, *The Korea Contents Society*, 17(2), 236-246.
- [7] H. Kim & B. Koo (2017). A Study on the Relationship among Viewing Satisfaction, Food Involvement, and Chef's Social Status of Audience in TV Cooking Programs, *The Korean Academic Society of Tourism and Leisure*, 29(3), 421-436.
- [8] K. Kwon, C. Kim & Y. Chong (2018). A Study on the Professionalism, Job Stress and Turnover Intention of Hotel Chef, *Culinary Science and Hospitality Research*, 24(4), 197-209.
- [9] V. McCabe (2001). Career Paths and Labor Mobility in the Conventions and Exhibitions Industry in Eastern Australia: Results from a Preliminary Study, *International Journal of Tourism Research*, 3(6), 493-499.
- [10] S. K. Oh & H. H. Yoon (2014). The Effect of Social-face Sensitivity in Job Engagement, Job Burnout and Turnover Intention of Service Employees in the Full-service Restaurant, *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 23(3), 61-81.
- [11] Y. J. Jang & M. R. Kim (2016). Need for Interaction or Pursuit of Information and Entertainment?: The Relationship among Viewing Motivation, Presence, Parasocial Interaction, and Satisfaction of Eating and

- Cooking Broadcasts, *Korean Journal of Broadcast*, 30(4), 152-185.
- [12] J. H. Bae (2015). 'Cookbang', Nostalgia for a Warm a Mean, Public Officials Benefit Association, *Urban Affairs*, 50(5), 70-71.
- [13] H. J. Kim (2015). A Study on Food Porn as a Sub-culture - Centering on Internet "Meokbang" (eating scene) in Afreeca TV, *Humanit Research*, 50, 433-455.
- [14] A. Y. Kim (2013). *The Changes of Korean Television Food Program and Society: Focusing on the Korean Food Programmes from 1981 to Present*, Sogang University Master's Thesis, Seoul, Korea, 1-71.
- [15] C. Y. Joo (2004). Redefining Television Programme Genre, *Korean Journal of Broadcast Communications*, 59, 105-136.
- [16] J. C. Conway & A. M. Rubin (1991). Psychological Predictors of Television Viewing Motivation, *Commun Res*, 18(4), 443-463.
- [17] T. H. Kim, E. J. Lee & J. Y. Choi (2007). Focused on the Examples of Success in Japan = The Globalization of Korean Cuisine through the Brand Chefs, *Journal of the Korean Society of Dietary Culture*, 22(6), 682-689.
- [18] P. Kotler (1987). *Marketing for Health Care Organization*, Prentice Hall.
- [19] W. C. Gartner (1993). Image Formation Process, *Journal of Travel and Tourism Marketing Research*, Fall, 10-16.
- [20] R. Lee (2018). A Study on the Star Chef Image in Media and Self-esteem of Cook - Focusing on the Content Analysis of TV Program, *Journal of Foodservice Management Society of Korea*, 21(6), 47-70.
- [21] S. Min (2015). *The Effect of Role-modeling Inspired by Star-chefs on Major Selection*, Kyonggi University Master Thesis.
- [22] K. Kim & J. Park (2017). Effects of Perceived Social Support among High School Students on Career Decision Self-efficacy and Career Preparation Behavior, *Northeast Asia Tourism Research*, 13(3), 83-101.
- [23] M. S. Cho & K. S. Choi (2007). A Model Testing on Ego-identity, Social Support, Career Decision-making Self-efficacy, Career Maturity, and Career Preparation Behavior Late Adolescence, *Korea Journal of Counseling*, 8(3), 1085-1099.
- [24] H. Lee (2019). Impact of Major Satisfaction of University Students Majoring Public Health Administration on the Career Decision Level and Career Prepare Behaviors: Career Decision-Making Self-Efficacy as Mediating Factors, *Journal of Digital Convergence*, 17(7), 359-368.
DOI : 10.14400/JDC.2019.17.7.359
- [25] Y. Park (2020). Mediating Effect of Planned Happenstance Skills in the Relationship between College Students' Career Preparation Behavior and Career Adaptability, *Journal of Digital Convergence*, 18(5), 89-98.
DOI : 10.14400/JDC.2020.18.5.089
- [26] H. R. Lee & J. Y. Song (2004). The Effects of Perceived Social Support on Career Exploration Behaviors of College Students, *Korea Journal of Counseling*, 5(2), 393-407.
- [27] A. Bandura (1986). *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- [28] C. Cho (2021). The Effect of Job Training Satisfaction on Career Attitude Maturity in Vocational College Youth: Mediating Effects of Career Decision-Making Self-Efficacy, *Journal of Digital Convergence*, 19(5), 15-21.
DOI : 10.14400/JDC.2020.18.5.089
- [29] R. W. Lent & G. Hackette (1987). Career Self-efficacy: Empirical Status and Future Directions, *Journal of Vocational Behavior*, 30, 347-382.
- [30] K. H. Lee & H. J. Lee (2000). The Effects of Career Self Efficacy in Predicting the Level of Career Attitude Maturity of College Students, *Korean Journal of Counseling and Psychotherapy*, 12(1), 127-136.
- [31] J. E. Kang (2008). *The Influence of Career Behavior, Psychological Separation and Career Decision-making Self-efficacy on Career Decision Level and Career Preparation Behavior: Comparison between the 4-year College Students and 2-year College Students*, Sookmyung Women's University Major Thesis.

김 옥 선(Ok-Sun Kim)

[경력]



- 1999년 2월 : 신안산대학교, 호텔조리과 (학사)
- 2003년 8월 : 경희대학교 외식산업학과(관광석사)
- 2013년 2월 : 명지대학교 식품영양학과 (이학박사)
- 2016년 3월 ~ 현재 : 경주대학교 외식조리학부 교수

조리학부 교수

- 관심분야 : 창업, 한방약선
- E-Mail : kos@gu.ac.kr