

# 스타셰프의 쿡방 출연에 대한 조리사의 주관적 인식에 관한 연구

## A Study on Culinary Staffs' Subjective Perception of Star Chefs' Appearance in Cooking Broadcast

김찬우\*, 정인영\*\*

가톨릭관동대학교 호텔조리외식경영학과\*, 경기대학교 외식조리관리학과\*\*

Chan-Woo Kim(theritz\_chef@hanmail.net)\*, In-Yeong Jung(tmvzlj66@naver.com)\*\*

### 요약

본 연구는 스타 셰프의 쿡방 출연에 대한 조리사의 주관적 인식에 관한 연구로 호텔 및 레스토랑에 조리사를 대상으로 주관적인 경향을 알아보기 위해 Q방법론을 적용하여 분석하였다. 이 논문의 연구 문제는 크게 3가지로, 연구문제 1 : 스타 셰프의 쿡방 출연에 관한 조리사의 주관적 인식의 수용 형태는 어떠한가?, 연구문제 2 : 스타 셰프의 쿡방 출연에 관한 조리사의 주관적 인식의 동질적 유형의 특성은 어떠한가?, 연구문제 3 : 스타 셰프의 쿡방 출연에 관한 조리사의 주관적 인식의 유형별 공통점과 차이점은 무엇인가? 이다.

이러한 연구문제를 기반으로 하여 유형 분석결과 4가지 유형으로 도출되었다. 구체적으로, 제 1유형(N=8) : 쿡방을 통한 전문지식 습득형 (Acquiring expertise through cooking broadcast type), 제 2유형(N=10) : 새로운 방송 장르 인식형 (New Broadcast Genre Recognition Type), 제 3유형(N=2) : 셰프의 직업현실 인지형(The profession of the chef reality recognition type), 제 4유형(N=2) : 셰프의 직업 이미지 상승효과형 (Profession image of chef Synergy type) 으로, 각 각 독특한 특징의 유형으로 분석되었다.

■ 중심어 : | 스타셰프 | 쿡방 | 주관적 인식 | Q방법론 |

### Abstract

As a research on culinary staffs' subjective perception of star chefs' appearance in cooking broadcast, this study analyzed the subjective tendency targeting culinary staffs in hotels & restaurants by applying Q methodology. Three research questions of this study were set up like below. First, what are the culinary staffs' acceptance types of subjective perception of star chefs' appearance in cooking broadcast? Second, what are the characteristics of homogeneous type of culinary staffs' subjective perception of star chefs' appearance in cooking broadcast? Third, what are the things in common and differences of culinary staffs' each subjective perception type of star chefs' appearance in cooking broadcast?

In the results of typological analysis based on such research questions, total four types were drawn such as Acquiring expertise through cooking broadcast type(Type1, N=8), New broadcast genre recognition type(Type2, N=10), The profession of the chef reality recognition type(Type3, N=2), and Profession image of chef synergy type(Type4, N=2). Each type showed its own distinctive characteristics.

■ keyword : | Star Chef | Cooking Broadcast | Study on the Subjectivity | Q Methodology |

## I. 서론

최근 방송가 트렌드 중 하나인 ‘먹방’은 그 인기에 힘입어 스타 셰프와 연예인이 출연해 맛의 향연을 벌이는 요리 관련 방송, 일명 ‘쿡(cook)방’이 인기를 얻으면서 셰프가 연예인 못지 않는 인기를 누리자 요리에 대한 인식이 달라지기 시작했고 셰프와 엔터테이너를 결합한 ‘셰프테이너’라는 신조어도 등장했다[1].

이에 따라 에드워드 권, 최현석, 오세득, 이연복 등 셰프들의 연예인화가 점차 진행됐고, 공중파 방송과 케이블 방송에서는 관련 프로그램이 우후죽순 탄생했다. 그중 ‘냉장고를 부탁해’와 ‘집밥 백선생’은 2015한국갤럽 조사연구소의 한국인이 좋아하는 TV프로그램 설문 조사에서 지상파와 케이블, 종합 편성에서 전체 10위권 안에 소개하고 있어 대중매체(mass media)를 통한 시청자들의 관심이 높아지고 있는 것으로 분석된다[2].

이러한 현상은 국내 뿐만 아니라 1993년 미국에서 설립된 푸드 네트워크의 경우 2012년 케이블 방송 프로그램 인기순위 10위권 안에 진입하였고 그 중 심야 시청자는 100만명에 달하는 시청자를 보유하고 있다고 한다[3].

과거 음식을 주제로 한 방송은 1980년대 요리연구가 및 전문가로부터 프로그램 안에 짧은 토크나 이벤트 형식의 한 부분의 프로그램들로 편성되었고, 2000년대 중반부터 맛집 프로그램을 소개하는 형태의 방송이 성행하였다. 2012년부터는 리얼버라이어티, 드라마, 다큐멘터리, 생활·정보프로그램, 예능프로그램 등 전반적인 포맷에서 음식과 요리가 등장하고 있었다고 지적하였다[4]. 또한 2012년 이후 요리 예능 프로그램이 포맷의 진화를 거듭하면서 먹방·쿡방등 셰프의 방송 출연으로 또 하나의 TV방송의 콘텐츠가 형성되었다[5].

본 연구에서는 지속적인 스타 셰프의 쿡방 프로그램의 출연으로 시청자들의 관심이 증가하고 있으며 사회적으로 이슈화 되고 있는 상황에서 현재 호텔 및 레스토랑, 외식업체에서 종사하고 있는 조리사들은 어떠한 의미를 부여하고 있으며 Q방법론적 연구를 통해 주관적인 수용 모습과 그 함의를 분석하고 시사점을 제공하고자 한다.

## II. 이론적 논의 및 검토

쿡방이란 ‘Cook+방송’의 합성어로 최근 지상파, 케이블, 종편 등에서 셰프(chef)라고 하는 직업의 요리사들과 연예인 함께 직접 자신의 식당을 운영하거나 아니면 프랜차이즈에서 인지도가 있는 식당의 경영자가 출연하여 자신만의 전문 레시피를 공개하면서 시청자들의 시선을 집중시키고 있으며, 단순히 맛집을 소개하고 먹기만 했던 것에서 방송에서 셰프들이 직접 요리하는 소재로서 점차 진화되고 있다[22].

현재 방송되고 있는 요리 프로그램의 종류는 전문 셰프가 출연해 본인의 레스토랑을 공개하고 음식을 만들며 설명하는 프로그램과 방송인 및 연예인과 셰프가 요리미션을 수행하는 프로그램, 요리 전문가와 평가단을 통해 선정된 레스토랑을 셰프가 직접 방문해 음식을 먹으면서 소개하는 프로그램 등으로 분류할 수 있다[6].

쿡방은 KBS예능 프로그램의 ‘1박2일’과 tvN의 ‘삼시세끼’와 같은 생계형 쿡방과 JTBC ‘냉장고를 부탁해’, 올리브TV ‘오늘 뭐 먹지?’ ‘2016올리브쇼’ 등과 같은 레시피형 쿡방으로 나누어진다[23].

최근 쿡방이 방송가에 열풍이 불고 있는 원인으로서는 통계청의 “2014 고령자 통계”에 의하면 현재 인구의 12.7%가 고령 인구에 속하며 20년 후에는 저출산과 사회적 문제로 초고령 사회로 빠르게 진입할 것으로 예상되고 있다. 현재 국민 20% 이상이 ‘나홀로족’, ‘싱글족’이라 불리는 1인 가구로 추산되고 있으며, 1인 가족화와 심리적 공허함, 경기 불황 등 ‘먹는 것’이라는 원초적인 욕구로 혼자서 간단히 쉽고 빠른 조리법으로 요리를 만들 수 있는 쿡방이 인기의 원인으로 보여 진다[7].

‘2016 충청북도 교육청과 대학가의 통계’에 의하면 고등학교와 전문대학의 요리 관련 학과에 전년 대비 지원자가 늘어 경쟁률이 증가한 것으로 나타나고 있으며, 요리관련 학과를 선호하는 학생이 늘어난 것은 스타 셰프 탄생과 쿡방이 인기를 는 사회 분위기 영향으로 분석되었다.

김희연(2017)의 연구에서는 요리 프로그램이 시청자의 만족도가 높아지면 셰프 대한 사회적 인식도 유의적으로 증가하는 것으로 분석 되었으며, 또한 요리에 대

한 관여도와 요리사의 사회적 지위에 있어 매우 긍정적인 영향력이 있다는 것으로 연구되었다[8].

장윤재(2016)의 연구에서는 먹방·쿡방 프로그램 특유의 시청 동기가 존재할 수 있을 것으로 보이고 이들 프로그램의 시청자를 대상으로 시청 동기를 조사한 결과 시청 동기로 식욕 및 식사과정에서의 상호작용에 대한 대리충족, 오락, 정보추구, 시간 보내기등 4가지 요인으로 추출되었고, 만족도는 시청동기에 모두 영향을 미치는 것으로 연구 되었다[5].

이다혜(2016)의 연구 심층 인터뷰 분석결과 연구 대상자는 현재 20-30대 쿡방을 시청하고 있는 진술자를 대상으로 연구되었으며, 그 계기로는 ‘주변의 권유’, ‘요리를 배우기 위해’, ‘평소 좋아하는 주제’로 유형을 나타내고 있다. 쿡방을 ‘재미’, ‘정보’, ‘킬링타임’, ‘대리만족’ 등을 할 수 있는 프로그램으로 인식했다[9].

김희연(2016)의 연구에서는 쿡방 프로그램의 정서적 이미지에 미치는 영향에 관한 연구에서는 식생활 라이프 스타일은 미각추구형, 편의 추구형, 식품탐험형, 건강추구형의 4가지 변수와 쿡방의 이미지에 정서적 이미지, 인지적 이미지로 연구한 결과 정서적 이미지에 유의한 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 시청자들의 쿡방 프로그램에 대한 이미지에 있어서는 현재 방송 되고 있는 TV 프로그램은 시청률에만 신경 쓰고 프로그램본연의 색깔을 잃어버리고 있는 실정이며, 대부분의 쿡방 프로그램은 비슷한 진행으로 평준화 되어 가고 있기 때문에 시청자들은 쿡방에 대해 흥미를 잃어가고 있다. 또한 식생활 라이프 스타일에 관련된 다양한 프로그램개발이 되어야 한다고 연구 되었다[10].

이에 본 연구의 목적은 스타 셰프의 쿡방 출연으로 인한 조리사의 주관적인 인식에 관한 연구로서 일반 시청자가 입장이 아닌 현직에 종사하고 있는 조리사를 대상으로 설정하였다. 또한 방송에서 보여 지는 이미지로 인해 조리사가 느끼는 직업의 현실성과 음식의 실용성 및 현재 쿡방을 통해 긍정적인 부분과 부정적인 부분을 주관적인 수용 형태는 어떠한지 Q 방법론을 적용하여 다양한 의견을 수집하여 분석 하는 것은 매우 의미 있는 연구라고 볼 수 있다.

### III. 연구문제 및 방법론

#### 1. 연구문제

이에 본 연구에서는 스타 셰프의 쿡방 출연에 대한 조리사의 주관적 인식에 관하여 실증적이며 심층적 Q 방법론 분석을 통해 다각적인 분석을 실시하고자 한다. 이를 통해 기업 및 외식업체에서의 실무 경험을 바탕으로한 분석을 통해 조리학과 대학에서의 취업 및 진로 탐색 그리고 매체를 통해 보여 지는 셰프로서의 직업관 인식 변화를 판단하기 위해서 제기된 사항들을 보다 구체적인 해답을 얻기 위해 주관성연구 분석방법을 활용하며, 이에 따른 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1 : 스타 셰프의 쿡방 출연에 관한 조리사의 주관적 인식의 수용 유형은 어떠한가?

연구문제 2 : 스타 셰프의 쿡방 출연에 관한 조리사의 주관적 인식의 유형 간의 동질적 특성과 함의는 어떠한가?

#### 2. 연구설계

스타 셰프의 쿡방 출연에 대한 조리사의 주관적 인식에 대한 주관성을 분석하고자 Q 방법론을 적용한 탐색적인 조사 연구 이다. 또한 현재 조리 종사원의 관점에서 스타 셰프와 쿡방에 대해 앞으로의 보다 효율적으로 반영할 수 있도록 한다. 조사의 범위는 현재까지 학계에 연구된 쿡방과 스타 셰프에 관한 모든 연구[6][8][10]들을 대상으로 하고 젊은 셰프 커뮤니티의 하나인 ‘힐링 셰프’ 모임 중에 본 연구 주제의 관점을 이해하기 위해 심층적인 인터뷰를 실시하였다.

인터뷰의 과정은 아래의 [그림 1]과 같이 코딩과 리쿠르팅 분석이 설계 되었으며[20], 최초 5회 정도 인터뷰를 실시하면서 최근 스타 셰프와 쿡방에 관심이 많은 현직의 종사자들로부터 진술문을 정리하여 진행 할 것이다.

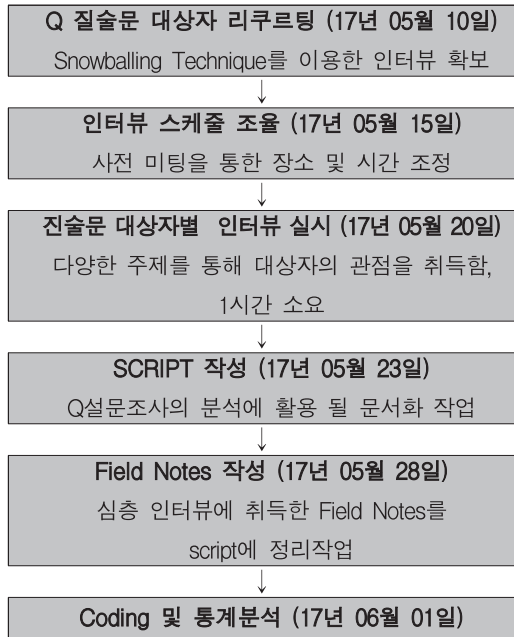


그림 1. 심층 인터뷰 수행 과정

### 3. Q표본의 구성

이 연구의 Q표본은 현재 호텔 및 레스토랑에 종사하고 있는 조리사를 대상으로 진술문으로 구성될 것이며, 스타 셰프의 쿡방 진행에 대한 진술문을 추출하기 위해 쿡방에 관련된 선행연구와 문헌을 바탕으로 비 구조적인 개방형 설문지를 사용하였다[11]. 연구에 자발적으로 원하는 조리사 중 쿡방을 시청 후 가장 공감할 수 있는 20~30대로 판단하여 20대 남자 조리사 2명, 20대 여자 조리사 3명, 30대 남자 조리사 5명, 30대 여자 조리사 5명 총 15명을 대상으로 개별 심층 면담을 진행하여 진술문 약 50개의 Q모집단을 선정하였다. 이후 Q 표본 구성을 위해 Q-모집단(concourse)을 추출하였고, Q 모집단에서 Q 표본 구성을 위해 의미가 비슷하거나 중복되는 문항은 삭제하고 현재 실무에 종사하는 직장 동료 및 타 부서의 의견을 수렴하여 최종적으로 [표 1]과 같이 25개의 Q 진술문 표본을 선정하였다.

표 1. Q 진술문

번호	Q진술문(Q-Statements)
Q1	스타셰프의 쿡방은 방송프로그램을 찾아서 보는 편이다.
Q2	스타셰프의 쿡방은 전문적인 지식이 있다.
Q3	스타셰프의 쿡방은 전문적인 지식이 있다.
Q4	스타셰프의 쿡방은 조리사로서 받고 싶다.
Q5	스타셰프의 쿡방은 조리사의 현실적인 어려움을 포함한다.
Q6	스타셰프의 쿡방은 조리사가 아니라 방송인이다.
Q7	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면 질투심이 생긴다.
Q8	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면서 자기개발을 하게 된다.
Q9	스타셰프의 쿡방은 스타셰프를 목표로 삼게 된다.
Q10	스타셰프의 쿡방은 요리에 대한 지식이 늘고 있다.
Q11	스타셰프의 쿡방은 방송출연을 해 보는 생각이 들게 한다.
Q12	스타셰프의 쿡방은 기존의 요리 프로그램보다 진화 되었다.
Q13	스타셰프의 쿡방은 다양하고 새로운 음식을 접할 수 있다.
Q14	스타셰프의 쿡방은 다양한 연령대에 요리에 대한 관심을 가지게 한다.
Q15	스타셰프의 쿡방은 요리소개보다 예능 초점을 두고있다.
Q16	스타셰프의 쿡방은 꾸준한 인기가 있을 것이라고 예상된다.
Q17	스타셰프의 쿡방은 메뉴에 대한 아이디어를 얻는다.
Q18	스타셰프의 쿡방은 정보프로그램보다 버라이어티에 가깝다.
Q19	스타셰프의 쿡방은 조리사로서의 자부심을 떨어트린다.
Q20	스타셰프의 쿡방은 음식에 대한 자세한 정보가 없다.
Q21	스타셰프의 쿡방은 셰프의 실제 레스토랑 음식과 거리가 멀다.
Q22	스타셰프의 쿡방은 셰프와 대중과의 소통이 이루어진다.
Q23	스타셰프의 쿡방은 기존의 셰프들만 방송을 차지하고 있다.
Q24	스타셰프의 쿡방은 프로그램의 새로운 장르로 인식이 되고 있다.
Q25	스타셰프의 쿡방은 단순히 요리를 하고 레시피를 알려주는 것이다.

### 4. P 표본의 선정

Q방법론은 개인 간의 차이가 아니라 개인내의 중요성의 차이를 다루는 것이므로 p샘플의 수에 아무런 제한을 받지 않는다. 이는 Q방법론의 목적이 가설을 검증하여 일반화시키는데 있지 않고 가설을 발견하는데 있기 때문이다[12]. 또한 Q연구의 목적은 R방법론적 연구와 달리 표본의 특성으로부터 모집단의 특징을 추측하는 것이 아니기 때문에 p표본의 선정도 확률적 표집방법을 따르지 않는다. 따라서 이 연구에서는 위에서본 연구의 대상인 P 표본은 서울지역 호텔 및 레스토랑에 종사하고 있는 조리사를 대상으로 연구의 목적 및 절차를 설명 한 후, 조사 작업에 동의한 응답자를 중심으로 최종 25명을 선정하였다. 또한 설문과 면담의 내용들은

자료가 공개 공개되지 않을 것이며 연구 목적 이외의 사용하지 않을 것을 약속하였다.

### 5. Q-sorting

본 연구는 2017년 5월10일부터 26일 까지 자료 수집을 진행 하였고 Q분류의 절차로는 응답자가 Q표본으로 선정된 진술문이 적힌 카드를 순서대로 읽은 후 가장이라고 생각되는 항목은(+), 중립(0), 가장 부정이라고 생각되는 항목은(-)으로 총3개의 그룹으로 분류하였다. 긍정적인 진술문 중 가장 긍정하는 것을 순서대로 선정하여 바깥에서부터(+4), 가운데는 중립, 가장 부정하는 것을 (-4)로 분류하여 정리하였다[표 2]. 이때 양끝에 입력된 진술문에 대해서 가장 긍정적이라고 생각되는 진술문과 가장 부정적이라고 생각되는 진술문 각각의 의견(심층인터뷰)을 따로 받아 두도록 한다. 이것은 Q-factor 해석을 위한 자료로 사용되기 때문이다.

표 2. 분포별 점수 및 진술문 수

분포	-4	-3	-2	-1	0	1	2	3	4
점수	1	2	3	4	5	6	7	8	9
진술	1	2	3	4	5	4	3	2	1

## IV. 연구결과 및 논의

### 1. 자료분석

본 연구에서 스타 셰프의 쿡방 출연이 조리사의 주관적 인식에 대해서 연구자는 사전에 변수를 결정하고, 이를 조작적으로 정의 하여 절차를 거치는 기존의 R방법론의 계량적 방법으로 객관적인 통계분석이 연구되어 왔다. Q방법론적[13-15] 연구는 피조사자의 생각, 견해, 의견을 광범위하게 분석 할 수 있으며, 피 조사자가 연구대상에 대한 의견을 표시하고 판단 할 수 있다[21]. 이는 Q방법론이 행위자의 시각에서 시작하여, 개개인이 느끼는 주관적인 구조에 서로 다른 유형(Type)에 대한 설명과 이해가 가능하기 때문이다[17-19]. 연구자는 스타 셰프의 쿡방 출연이 조리사의 주관적 인식에 관한 사항을 심도 있는 측정을 위해 Q방법론적으로

접근하여 연구를 시도하였다. 연구자는 진술문 작성에 필요한 종사자들의 사전 인터뷰를 통해 Q모집단(concourse)의 요소들을 구성하고, 최종적으로 진술문(Q-statement)을 작성하였다. 또한 P표본에 수집된 25명의 자료는 PC QUANL Program을 이용하였다. 질문 문항과 변수 혹은 대상자의 상호관계를 분석하는 Q요인분석(Q-factor analysis)을 통해 이들 사이에 구조를 파악하여 분석하였다[20][21].

표 3. P 표본의 특성과 인자가중치

유형	ID	성별	연령	직업	인자 가중치
TYPE I (N=8)	13	남	33	회사원	1,5024
	16	남	27	회사원	1,7132
	20	남	26	회사원	0,6321
	14	남	31	회사원	3,6417
	18	여	26	회사원	2,4595
TYPE II (N=4)	15	여	34	회사원	1,1315
	17	남	25	회사원	1,5973
	19	남	25	회사원	1,0841
	11	남	35	회사원	1,3052
TYPE III (N=4)	10	여	31	회사원	1,3335
	9	남	38	회사원	1,7845
	12	여	29	회사원	3,2801
	6	여	32	회사원	4,9407
	5	남	37	회사원	2,5069
TYPE IV (N=4)	8	남	22	회사원	3,7926
	7	여	25	회사원	2,2873
	1	남	28	회사원	1,6028
	3	남	31	회사원	1,7675
	2	남	25	회사원	1,0418
4	여	33	회사원	2,7129	

스타 셰프의 쿡방 출연이 조리사의 주관적 인식에 대해 살펴보기 위해 Q요인분석을 한 결과 총 4개의 유형으로 나타났다.

QUANL프로그램을 실시해본 결과, 전체변량의 약 40%를 설명하고 있는 4개의 요인에는 각각 8명,4명, 4명, 4명이 속하였는데, 여기서 인원수에 대한 의미는 없다. 또한 인자 가중치가 1.0이상인 사람이 각각 7명, 4명, 4명, 4명이 속해있어 제1유형이 가장 큰 인자임을 알 수 있다. 그리고 [표 4]에서 보듯 각 유형의 변량크기를 나타내는 대표 아이겐값(eigen value)은 각각 6.2093,

4.7766, 1.8173, 1.4553 으로 나타났다. 이 프로그램 분석 방법은 주인자분석(principal components factor matrix)을 시행하였고, 회전은 직각회전(varimax rotation)방식을 시행하였다.

표 4. 유형별 아이겐 값(eigen value)과 변량

	제 1유형	제 2유형	제 3유형	제 4유형
아이겐 값	6.2093	4.7766	1.8173	1.4553
전체변량 백분율	0.3105	0.2388	0.0909	0.0728
누적 빈도	0.3105	0.5493	0.6402	0.7129

[표 5]는 전체 유형별간의 상관관계 계수를 나타내 주는데, 이는 각 유형간의 유사성의 정도를 나타내어 주는 것으로 제1유형과 제2유형간의 상관계수는 0.178이며, 제1유형과 제3유형은 -0.341의 상관관계계를 보이며, 제1유형과 제4유형간의 상관계수는 0.364, 제2유형과 제3유형은 0.258, 제2유형과 제4유형은 0.464, 제3유형과 제4유형은 0.125의 상관관계계를 보이고 있다. 여기서는 제2유형과 제4유형 간의 상관관계계수가 다른 유형간의 상관계수보다 상대적으로 높게 나타났다.

표 5. 유형간의 상관관계

	제 1유형	제 2유형	제 3유형	제 4유형
제 1유형	1.000	-	-	-
제 2유형	0.178	1.000	-	-
제 3유형	-0.341	0.258	1.000	-
제 4유형	0.364	0.464	0.125	1.000

## 2. 각 유형별 분석

각 유형별 특성들을 종합 하면 다음과 같다. 이 유형별 특성 논의에서 각기 다른 4개의 유형으로 분석되었고, 해당되는 진술문별로  $\pm 1.00$ 이상의 표준점수를 보인 진술문을 중심으로 각각 유형별 네이밍(naming)과 그 의미를 부여하고자 한다.

### 2.1 제 1유형(N=8) : 쿡방을 통한 전문지식 습득형 (Acquiring expertise through cooking broadcast type)

아래의 [표 6]를 보면, 제 1유형에 속한 8명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 6명으로, 1번[스타셰프의 쿡방은 방송프로그

램을 찾아서 보는 편이다.(Z-score=2.20.) Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이며, 15번 [스타셰프의 쿡방은 요리소개보다 예능 초점을 두고있다.(Z-score=-1.28)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다. 제1유형에 속한 6명의 응답자 들은 과거와는 요리 프로그램을 직업과 상관없이 모든 연령대가 즐겨 보고 있는 것임을 알 수 있고, 쿡방을 통해 스타 셰프의 노하우와 음식에 대한 아이디어를 통해 지식을 습득하는 것으로 알 수 있다.

표 6. 제 1유형에서 표준점수  $\pm 1.00$ 이상을 보인 진술문

Q 진술 문			표준 점수
긍정	1	스타셰프의 쿡방은 방송프로그램을 찾아서 보는 편이다.	2.20
	17	스타셰프의 쿡방은 메뉴에 대한 아이디어를 얻는다.	1.62
	8	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면서 자기개발을 하게 된다.	1.59
	2	스타셰프의 쿡방은 전문적인 지식이 있다.	1.58
부정	20	스타셰프의 쿡방은 음식에 대한 자세한 정보가 없다.	-1.05
	7	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면 질투심이 생긴다.	-1.07
	15	스타셰프의 쿡방은 요리소개보다 예능 초점을 두고있다.	-1.28

따라서 제 1유형은 전문 서적이거나 인터넷 검색이 아니라도 쿡방을 통해 전문적인 지식을 습득하는 “쿡방을 통한 전문지식 습득형”으로 분석된다. 또한 제1유형의 특징을 잘 나타내 주는 진술문을 보면 8번(스타셰프의 쿡방은 방송을 보면서 자기개발을 하게 된다. : Diff.=2.324), 6번(스타 셰프의 쿡방은 조리사가 아니라 방송인이다. : Diff.=-1.651)의 진술문으로 분석된다.

### 2.2 제 2유형(N=10) : 새로운 방송 장르 인식형 (New Broadcast Genre Recognition Type)

아래의 [표 7]를 보면, 제 2유형에 속한 4명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 9명으로, 24번[스타셰프의 쿡방은 프로그램의 새로운 장르로 인식이 되고 있다.(Z-score=2.37.) Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이고 있고, 7번 스타셰프의 쿡방은 방송을 보면 질투심이 생긴다. [(Z-score=-1.54)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다. 제1유형에 속한 4명의 응답자 들은 기존의 방

송 프로그램과는 달리 새로운 장르인 “쿠킹 버라이어티”로 생각하고 요리관련 프로그램 모든 연령대의 시청자가 보고 공감할 수 있는 내용들로 구성되어 있어 앞으로 꾸준한 인기가 있을 것으로 알 수 있다.

표 7. 제 1유형의 특징을 나타내는 진술문

Type I Item Descriptions				
Item Greater Than All Other		Z-Score	A, or N. Z	Diff.
8	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면서 자기개발을 하게 된다.	1,579	-0,732	2,324
17	스타셰프의 쿡방은 메뉴에 대한 아이디어를 얻는다.	1,621	0,049	1,572
1	스타셰프의 쿡방은 방송프로그램을 찾아서 보는 편이다.	2,019	0,477	1,542
Item Greater Than All Other		Z-Score	A, or N. Z	Diff.
20	스타셰프의 쿡방은 음식에 대한 자세한 정보가 없다.	-1,047	-0,044	-1,004
15	스타셰프의 쿡방은 요리소개보다 예능 초점을 두고있다.	-1,257	0,285	-1,560
6	스타셰프의 쿡방은 조리사가 아니라 방송인이다.	-1,423	0,195	-1,615

표 8. 제 2유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술문			표준점수
긍정	24	스타셰프의 쿡방은 프로그램의 새로운 장르로 인식이 되고 있다.	2,37
	14	스타셰프의 쿡방은 다양한 연령대에 요리에 대한 관심을 가지게 한다.	1,58
	16	스타셰프의 쿡방은 꾸준한 인기가 있을 것이라고 예상한다.	1,55
	1	스타셰프의 쿡방은 방송프로그램을 찾아서 보는 편이다.	1,02
부정	5	스타셰프의 쿡방은 조리사의 현실적인 어려움을 포장한다.	-1,05
	8	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면서 자기개발을 하게 된다.	-1,18
	9	스타셰프의 쿡방은 스타셰프를 목표로 삼게 된다.	-1,36
	7	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면 질투심이 생긴다.	-1,94

따라서 제 2유형은 기존의 다큐형식이나 건강 관련 프로그램의 한 부분이었다면 이제는 1인 가구 및 모든 시청자의 프로그램으로 자리매김 하고 있으며 “새로운 방송 장르 인식형”으로 분석된다. 또한 제2유형의 특징을 잘 나타내 주는 진술문을 보면 24번(스타셰프의 쿡방은 프로그램의 새로운 장르로 인식이 되고 있다. : Diff.=2.372), 5번(스타셰프의 쿡방은 조리사의 현실적인 어려움을 포장한다. : Diff.=-1.236의 진술문으로 분석된다.

표 9. 제 2 형의 특징을 나타내는 진술문

Type II Item Descriptions				
Item Greater Than All Other		Z-Score	A, or N. Z	Diff.
24	스타셰프의 쿡방은 프로그램의 새로운 장르로 인식이 되고 있다.	2,372	-0,023	2,396
22	스타셰프의 쿡방은 셰프와 대중과의 소통이 이루어진다.	0,891	-0,308	1,199
20	스타셰프의 쿡방은 음식에 대한 자세한 정보가 없다.	0,509	-0,562	1,071
Item Greater Than All Other		Z-Score	A, or N. Z	Diff.
5	스타셰프의 쿡방은 조리사의 현실적인 어려움을 포장한다	-1,046	0,190	-1,236

2.3 제 3유형(N=2) : 셰프의 직업현실 인지형  
(The profession of the chef reality recognition type)

아래의 [표 10]을 보면, 제 3유형에 속한 4명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 6명으로, 5번[스타셰프의 쿡방은 조리사의 현실적인 어려움을 포장한다.(Z-score=2.20).] Q진술문에 가장 긍정적 일치치를 보이고 있고, 7번[스타셰프의 쿡방은 방송을 보면 질투심이 생긴다.(Z-score=-1.84)] Q진술문에 가장 부정적 일치치를 보였다. 제 3유형에 속한 응답자들은 P표본의 연령대를 살펴보면 근무 경력이 5년 이상의 경력이 있는 것으로 판단된다. 따라서 방송에서 보여 지는 셰프로서의 이미지는 다소 포장되어 있는 것으로 판단되고, 현실과는 다소 차이가 있는 것으로 알 수 있다.

표 10. 제 3유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술문			표준점수
긍정	5	스타셰프의 쿡방은 조리사의 현실적인 어려움을 포장한다.	2,20
	6	스타셰프의 쿡방은 조리사가 아니라 방송인이다.	1,46
	21	스타셰프의 쿡방은 셰프의 실제 레스토랑 음식과 거리가 멀다.	1,30
	23	스타셰프의 쿡방은 기존의 셰프들만 방송을 차지하고 있다.	1,21
부정	4	스타셰프의 쿡방은 조리사로서 받고 싶다.	-1,20
	8	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면서 자기개발을 하게 된다.	1,39
	9	스타셰프의 쿡방은 스타셰프를 목표로 삼게 된다.	1,48
	7	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면 질투심이 생긴다.	-1,84

표 11. 제 3유형의 특징을 나타내는 진술문

Type III Item Descriptions				
Item Greater Than All Other		Z-Score	A, or N, Z	Diff.
5	스타셰프의 쿡방은 조리사의 현실적인 어려움을 포장한다.	2,203	-0,893	3,096
6	스타셰프의 쿡방은 조리사가 아니라 방송인이다.	1,459	-0,769	2,228
15	스타셰프의 쿡방은 요리소개보다 예능 초점을 두고 있다.	1,113	-0,511	1,625
Item Greater Than All Other		Z-Score	A, or N, Z	Diff.
14	스타셰프의 쿡방은 다양한 연령대에 요리에 대한 관심을 가지게 한다.	-0,151	1,211	-1,362
17	스타셰프의 쿡방은 메뉴에 대한 아이디어를 얻는다.	-0,743	0,837	-1,581
8	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면서 자기개발을 하게 된다.	-1,391	0,263	-1,654
1	스타셰프의 쿡방은 방송 프로그램을 찾아서 보는 편이다.	-0,575	1,342	-1,917

따라서 제 3유형은 스타 셰프의 쿡방 출연으로 인해 조리 업계에 인지도 있는 셰프들이 출연하면서 성공적인 모습만 보여지고 과거 현 시점 까지 오기위한 과정은 다소 차이가 있는 것으로 보여 진다. 최근 방송 프로그램마다 고정적인 셰프들로 구성되면서 조리사에서 점차 연예인화 되고 있는 것으로 변화되고 있다. 또한 3유형의 특징을 잘 나타내 주는 진술문을 보면 5번(스타셰프의 쿡방은 조리사의 현실적인 어려움을 포장한다.. : Diff.=3.096), 1번(스타셰프의 쿡방은 방송프로그램을 찾아서 보는 편이다.. : Diff.=-1.507)의 진술문으로 분석된다.

2.4 제 4유형(N=2) : 셰프의 직업 이미지 상승효과형 (Profession image of chef Synergy type)

아래의 [표 13]을 보면, 제 4유형에 속한 4명은 위 [표 3]에서 분석된 바와 같이 인자가중치가 1을 넘는 응답자의 수가 4명으로, 3번[스타셰프의 쿡방은 조리사의 사회적 위치를 상승시켰다.(Z-score=2.43).] Q진술문에 가장 긍정적 일치를 보이고 있고, 9번[스타셰프의 쿡방은 스타셰프를 목표로 삼게 된다.(Z-score=-1.95)] Q진술문에 가장 부정적 일치를 보였다. 제 4유형에 속한 응

답자들 스타 셰프의 쿡방 출연으로 인해 조리사라는 직업에 대해 관심을 갖기 시작했고, 중·고등학교에서 진로를 고민할 때 조리사를 직업으로서 괜찮다고 생각하여 조리 전공을 목표로 삼고 준비하는 것으로 알 수 있다. 또한 쿡방을 통해 직접 요리를 따라해보면서 오는 성취감을 통해 메뉴에 대해 아이디어를 얻고 꾸준히 방송을 시청 할 것이라고 보여 진다.

표 12. 제 4유형에서 표준점수 ±1.00이상을 보인 진술문

Q 진술 문				표준 점수
긍정	3	스타셰프의 쿡방은 조리사의 사회적 위치를 상승시켰다.		2,43
	16	스타셰프의 쿡방은 꾸준한 인기가 있을 것이라고 예상한다.		1,73
	17	스타셰프의 쿡방은 메뉴에 대한 아이디어를 얻는다.		1,36
부정	12	스타셰프의 쿡방은 기존의 요리 프로그램보다 진화 되었다.		-1,01
	7	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면 질투심이 생긴다		-1,15
	19	스타셰프의 쿡방은 조리사로서의 자부심을 떨어트린다.		-1,28
	9	스타셰프의 쿡방은 스타셰프를 목표로 삼게 된다.		-1,95

표 13. 제 4유형의 특징을 나타내는 진술문

Type I Item Descriptions				
Item Greater Than All Other		Z-Score	A, or N, Z	Diff.
3	스타셰프의 쿡방은 조리사의 사회적 위치를 상승시켰다.	2,427	0,055	2,371
4	스타셰프의 쿡방은 조리사로서 분받고 싶다.	0,994	-0,614	1,608
16	스타셰프의 쿡방은 꾸준한 인기가 있을 것이라고 예상한다.	1,371	0,586	1,154

따라서 제 4유형은 과거 기피하는 직업 중 하나였던 조리사라는 직업이 성공사례의 조리사들로 쿡방에 출연하면서 “Chef”라는 타이틀을 언급하기 시작하였다. 학벌위주의 사회에서 능력 중심의 사회로 변화 하면서 셰프로서의 직업을 사회적으로 위치가 상승된 것으로 보여진다. 또한 4유형의 특징을 잘 나타내 주는 진술문을 보면 3번(스타셰프의 쿡방은 조리사의 사회적 위치를 상승시켰다. : Diff.=2.371) 진술문으로 분석된다.



### 3. 일치하는 항목별 분석

표 14. 일치하는 항목과 평균 표준점수(Consensus Items And Average Z-Scores)

Item Description		Average Z-Score
17	스타셰프의 쿡방은 메뉴에 대한 아이디어를 얻는다.	1.17
7	스타셰프의 쿡방은 방송을 보면 질투심이 생긴다.	-1.50

(\* CRITERION =  $\pm 1.000$ )

이 연구에서 도출된 4개의 유형(제 1유형(N=8) : 쿡방을 통한 전문지식 습득형 (Acquiring expertise through cooking broadcast type), 제 2유형(N=4) : 새로운 방송 장르 인식형 (New Broadcast Genre Recognition Type), 제 3유형(N=4) : 셰프의 직업현실 인지형 (The profession of the chef reality recognition type) 그리고 제 4유형(N=2) : 셰프의 직업 이미지 상승 효과형 (Profession image of chef Synergy type), 이 비슷하게 동의한 Q진술문은 총 2개 항목으로 긍정적 항목 1개, 부정적 항목 1개 등으로 나타났다. 특히, 위 [표 10]에서 보는 바와 같이, 전체적으로 피 응답자들은 17번(긍정적 일치)과 7번(부정적 일치)의 진술문을 보면 응답자들이 현재 호텔 및 레스토랑에서 근무하는 조리사로서 일반인을 대상으로 했을 때 보다 현실 인지에 대한 의견들이 상대적으로 많은 것으로 보인다. 즉, 쿡방을 통해 실무에 응용 할 수 있는 점에서 의견 일치가 많은 것으로 보여진다.

## V. 결론

본 연구는 스타 셰프의 쿡방 출현에 대한 조리사의 주관적 인식에 관한 연구로 호텔 및 레스토랑에 조리사를 대상으로 주관적인 경향을 알아보기 위해 Q방법론을 적용하여 분석하였다. 이 논문의 연구 문제는 크게 3가지로, 연구문제 1 : 스타 셰프의 쿡방 출현에 관한 조리사의 주관적 인식의 수용 형태는 어떠한가?, 연구문제 2 : 스타 셰프의 쿡방 출현에 관한 조리사의 주관적 인식의 동질적 유형의 특성은 어떠한가?, 연구문제 3 : 스타 셰프의 쿡방 출현에 관한 조리사의 주관적 인

식의 유형별 공통점과 차이점은 무엇인가? 이다.

이러한 연구문제를 기반으로 하여 유형 분석결과 4가지 유형으로 도출되었다. 구체적으로, 제 1유형(N=8) : 쿡방을 통한 전문지식 습득형 (Acquiring expertise through cooking broadcast type), 제 2유형(N=10) : 새로운 방송 장르 인식형 (New Broadcast Genre Recognition Type), 제 3유형(N=2) : 셰프의 직업현실 인지형(The profession of the chef reality recognition type), 제 4유형(N=2) : 셰프의 직업 이미지 상승효과형 (Profession image of chef Synergy type) 으로, 각각 독특한 특징의 유형으로 분석되었다.

제 1유형은 셰프들의 쿡방 출연을 통해 개개인마다 개성있는 레시피와 아이디어로 요리를 만드는 과정에서 전문적인 기술, 용어, 맛 표현 등을 통해 실제 만들지 않더라도 시청하면서 요리에 관한 지식을 습득하고 실제 근무하고 있는 업장에서 응용할 수 있는 역할을 하는 것으로 보여진다. 1유형의 진술문을 살펴보면, 평소 방송을 찾아 본다, 방송을 통해 메뉴에 대한 아이디어를 얻는다, 방송을 통해 자기개발을 하게 된다 등 예능 프로그램에 속하지만 많은 요리와 정보를 습득할 수 있는 긍정적인 모습이 볼 수 있다. 또한 응답자들의 연령대를 분석한 결과 20대 중, 후반이 60%를 차지하는 것으로 요리 경력이 많지 않은 것으로 판단되며 정보를 수집하고 학습하는 연령대로 분석된다.

제 2유형은 특급호텔이나 파인다이닝 레스토랑에서 총 주방장 직급이 교육프로그램이나, 정보 프로그램에 출연하여 짧은 시간에 요리를 시연하거나 지식을 전달하는 방송이 대부분이다. 하지만 최근 요리 방송을 시청하게 되면 젊고, 유능하며 스타성 있는 셰프들이 대거 출연하여 공중파, 케이블, 지상파등을 장악하고 있다.

특히 '셰프'에 대한 뜨거운 관심은 단순히 요리 전문가가 아니라, 다양한 재미로 무장한 '셰프테이너'로서 친근하고 매력적인 존재로 다가서기 때문으로 풀이된다. 2유형의 긍정적인 진술문을 분석한 결과, 조리사 뿐만 아니라 일반인 까지도 쿡방을 통해 요리에 대한 관심과 만족도가 상승하는 것으로 나타났다.

제 3유형은 긍정적인 진술문에서 부정적인 의견이 나타나는 것을 볼 수 있다. 진술문을 살펴보면, 스타 셰프

의 쿡방은 조리사의 현실적인 어려움을 포장한다, 스타셰프는 요리사가 아니라 방송인이다, 방송에서 보여지는 음식은 실제 레스토랑의 음식과 거리가 멀다 등 방송에서 보여지는 셰프의 모습은 화려하고 고액의 연봉과 성공한 삶의 모습이 방송에서 전달되지만 실제로는 그렇지 않다는 의견이다. 그 이유는 모든 회사가 그렇다고는 할 수 없지만 하루 10-14시간 이상 고된 노동의 시간, 정식 셰프가 되기 위해서 10년 이상 쌓아야 하는 경력, 주 5일 하루 14시간 고된 노동에도 불구하고 월급은 타 직업에 비해 현저히 낮은 임금, 복지라고 할 수 있는 것이 없어 이직이 빈번하고 열악한 환경 등 현실과 차이점이 많다는 결과가 나타났다.

제4유형은 스타 셰프의 쿡방 출연으로 인해 요리사라는 직업이 과거와 비교 했을 때 사회적으로 인지도가 높아지고 있으며 진술문을 살펴보면 “스타 셰프의 쿡방으로 인해 조리사의 사회적 위치를 상승시켰다”, “스타셰프의 쿡방은 앞으로 꾸준한 인기가 있을 것이다” 등, 셰프를 직업 목표로 삼고 준비하는 학생들이 늘어나고 기존의 요리사에 대한 단점 보다는 좋은 이미지가 부각되면서 직업 이미지 상승 효과를 보고 있는 것으로 판단된다.

이와 같은 네 가지 유형별 결과를 분석해 보면, 대부분의 응답자들은 현재 요리사로 근무하고 있는 경험을 바탕으로 진술문을 응답한 결과 스타 셰프의 쿡방 출연으로 인한 부정적인 시각 보다는 긍정적인 답변이 많은 것으로 나타났다. 다시 말해, 최근 미디어 콘텐츠 트렌드인 요리가 매체나 방송계에서 많이 접하면서 자연스럽게 요리에 대한 관심이 10대, 20대 학생은 직업관을 형성하는데 도움이 되는 점에 의미를 두고, 일반적인 시청자는 과거에 비해 조리사의 직업이 사회적인 위치가 상승된 것으로 분석되어 앞으로도 전망이 되는 직업으로 보여 진다. 향후 연구에서는 스타 셰프의 쿡방 출연으로 인한 조리사의 사회적 거리감, 직업 가치관, 성취 목표 성향 등 새로운 주제로 비교·분석 할 필요가 있는 것으로 사료된다. 또한 향후 후속연구에서는 보다 세밀한 Q방법론의 질문항목과 분석방법을 개발하여 응답자들의 다각화와 객관화 분석을 점진적으로 시도하고자 한다. 이 연구에서 실시한 조리사들의 주관적 인

식은 후속 연구를 위한 토대로서 활용하고 이에 추후 발전된 연구 방향은 조리학과 대학의 진로 탐색 및 취업관리, 직업관을 확립하고, 외식업체의 근무 환경 개선과 나아가 선망의 직업이 되기 위해 연구가 필요하다고 할 수 있다.

#### 참고 문헌

- [1] 류용재, “‘쿡방’의 정치경제학-주체의 자기 통치의 관점에서,” 문화과학, 제83권, pp.160-173, 2015.
- [2] 문혜빈, “스타셰프 휴먼브랜드가 지각된 품질, 정보탐색의도 및 방문의도에 미치는 영향,” 호텔경영학연구, 제25권, 제4호, 2016.
- [3] 나은경, “먹는방송과 요리하는 방송 음식 미디어에 대한 커뮤니케이션학적 탐색,” 한국과학연구, 제28권, 제1호, pp.183-215, 2015.
- [4] 김수철, “1980년대 이후 한국 텔레비전 음식프로그램과 음식문화의 관계에 대한 고찰, 방송문화연구, 제27권, 제2호, pp.85-122, 2015.
- [5] 장윤재, “정서적 허기인가 정보와 오락의 추구인가? : 먹방·쿡방 시청동기와 시청경험, 만족도의 관계,” 한국방송학보, 제20권, 제4호, pp.152-185, 2016.
- [6] 김예진, *스타셰프의 쿡방현상이 조리사의 사회적 거리감, 자아존중감, 직업가치관, 성취목표성향에 미치는 영향*, 가톨릭관동대학교, 박사학위논문, p.5, 2017.
- [7] 김형우, “1인 가구와 방송 트렌드 변화 : 먹방, 쿡방을 중심으로,” 제5권, 제1호, pp.152-171, 2015.
- [8] 김희연, “쿡방 시청자의 시청 만족도, 음식관여도 및 요리사의 사회적 지위 인식간의 관계 연구,” 한국관광레저학회, 관광레저연구 제29권, 제3호, pp.421-436, 2017.
- [9] 이다혜, “청년세대의 리얼리티 TV 프로그램 수용에 관한 연구: ‘쿡방’과 ‘집방’을 중심으로,” 한국소통학회, 스피치와 커뮤니케이션, 제15권, 제2호, pp.181-221, 2016.

[10] 김희연, "식생활 라이프 스타일에 따른 TV 요리 방송 이미지가 만족도에 미치는 영향연구," 한국관광레저학회, 관광레저연구, 제28권, 제11호, pp.341-356, 2016.

[11] 정연선, "여대생의 체중조절에 관한 주관성 연구," 한국콘텐츠학회논문지, Vol.16, No.4, pp.544-553, 2016.

[12] 김홍규, *Q방법론: 과학철학, 인론, 분석 그리고 적용*, 서울 커뮤니케이션 북스, 2009.

[13] J. Dryzek, *Discursive Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press. 1990.

[14] S. Brown, "Political Subjectivity: Applications of Q Methodology," New Haven: Yale University Press., p.46, 1980.

[15] S. Brown, D. Durning, and S. Selden, "Q Methodology, In G. Miller and M. Whicker, eds., Handbook of Research Methods in Public Administration," New York: Marcel Dekker, 1999.

[16] 김홍규, "Q-블럭과 Q-도구의 일치도 연구," 주관성연구, Vol.16, pp.5-16, 2008.

[17] 김홍규, "주관성 연구를 위한 Q방법론의 해," 간호학 논문집, 제6권, 제1호, pp.1-11, 1992.

[18] P. M. Patterson, T. J. Burkink, R. S. Lipsey, J. Lipsey, and R. W. Roth, "Targeting tourists with state branding programs Agribusiness," Vol.19, No.4, pp.525-538, 2003.

[19] W. Stephenson, "Consciousness Out-Subjectivity," In, The Psychological Record. p.18, 1968.

[20] 이제영, "건강 공익광고 수용효과에 관한 연구-광고홍보학과 전공 대학생을 중심으로," 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제9호, pp.85-93, 2016.

[21] 이제영, "고속도로 휴게소 이용고객에 대한 음식 선호도 주관성 연구," 한국콘텐츠학회논문지, 제14권, 제1호, pp.507-510, 2014.

[22] <http://krdic.naver.com/search.nhn?query> "오픈국어사전, 쿡방"

[23] <http://navercast.naver.com/magazine> "쿡방진성시대"

저 자 소 개

김 찬 우(Chan-Woo Kim)

정회원



- 2016년 2월 : 경기대학교 외식조리관리학과(관광학석사)
- 2017년 현재 : 가톨릭관동대학교 호텔조리외식경영학과(박사과정)
- 2014년 3월 ~ 현재 : 인천재능대학교 호텔외식조리학과 겸임교수

<관심분야> : 관광, 외식경영

정 인 영(In-Yeong Jung)

정회원



- 2017년 현재 : 경기대학교 외식조리관리학과(박사과정)
- 2017년 2월 : 경기대학교 외식조리관리학과(관광학석사)
- 2015년 2월 : 청운대학교 식품영양학과(학사)

<관심분야> : 관광, 외식경영