

연령에 따른 종가 및 제례음식에 대한 인식도 조사

김미혜* · 정혜경

호서대학교 자연과학대학 식품영양학 전공 및 기초과학 연구소

Research of Head Family and Ancestral Ritual Food's Conception Perceived by the Different Age Groups

Mi-Hye Kim*, Hae-Kyung Chung

Department of Food and Nutrition, The Research Institute for Basic Sciences, Hoseo University

Abstract

The research aimed to provide accurate and basic data comparing different perceptions of head family's food and food for religious ceremonies depending on age with the goal of sustaining traditional Korean food in the future. The gender distribution of the participants was 274 Males (42.5%) and 370 Females (57.5%). Age distribution was 211 participants (32.7%) in their 20s, 215 participants (33.3%) in their 30 to 40s, and 220 participants (34%) in their 50 to 60s. The older generation appeared to be aware of the definition of head family or 'The eldest's house of head family' as well as the concept of one's family five generations ago with more reductive and emphasis than imaginary concept of head family of the younger generation. The image of the head family was perceived as 'head family's food' in younger generations and as 'eldest son' in older generations. Family role and meaning most often manifested as 'succession of tradition' and 'cultural symbols' in younger generations, respectively, whereas older generations responded 'hallmark of the head family'. Family ancestral rites and head family's food had positive effects on awareness of head family's food. Moreover, those with experience in practicing family ancestral rites responded that head family's food should be more popular. People who viewed family's food more positively were more open with the idea that head family's food could go mainstream. In conclusion, positive perception of head family's food and traditional pride are crucial environmental factors in public support of popularizing head family's food to the public.

Key Words: Head family food, traditional food, perceptive research, generations, awareness level

1. 서 론

최근 한국에서 종가(宗家)와 종가 문화에 대한 관심이 높아지고 있다. 종가와 종가음식(宗家飲食)의 국가적 부각은 한국사회의 다원화를 도모한다는 점에서 문화적 의미를 지닌다(Joo 2011). 음식문화는 국가정체성 확립과 문화적 유산으로서의 가치를 지니고 있고 그 중요성은 점점 더해지고 있다. 현재 종가와 종가음식의 정의와 분류가 정형화 되진 않았지만 종가(宗家)의 사전적 정의는 여러 대에 걸쳐 분가를 한 경우에 분가의 분가를 가리키는 개념으로 법령상의 용어가 아니고 종법제의 영향을 받은 풍속의 관념으로 통용된다(Lee 2011). 종가문화는 조선 중기를 거치면서 완성되고 조선 말기에 이르러 확실한 문화적 정형성을 획득하였다. 종가 문화 중 종가음식은 동아시아문화권인 중국, 일본과도 차별화되는

한국만의 독특한 식문화 자원이며, 일반적으로 접빈객(接賓客)과 봉제사(奉祭祀) 음식이 특징이라 할 수 있다(Kwon 등 2014). 한국 종가음식에 대한 인식을 분명하게 하고 그 가치를 바로 알아서 계승, 발전시켜 나갈 필요성이 증대되고 있는 가운데 지속적인 발전을 위해서는 이미지 개선과 함께 종가음식에 대한 관심이 소비 촉진으로 이어져야 한다.

음식소비성향은 사회에서 개인의 소비, 위치와 성별, 나이 그리고 라이프스타일에 따라서 형성되고 변화되어 왔다. 즉 유년 시절의 물질적인 조건과 가정의 배경, 그리고 학교교육을 통해서 형성되는 습관은 음식의 소비패턴을 결정지으며 이런 습관은 개인마다 다르게 형성되지만 음식소비성향에 직접적으로 영향을 미친다고 제시되고 있다(Tivadar & Luthar 2005). Lee 등(2010)은 세대별로 구분하여 전통음식의 인식도를 분석한 결과 10-20대에서 전통음식의 인식도가 낮아 기

*Corresponding author: Mi-Hye Kim, Research Institute of Eco Food, Hoseo University, Hoseo-ro 79, Asan, Chungnam Korea
Tel: +82-41-540-9663 Fax: +82-41-548-0670 E-mail: kimmihye92@hoseo.edu

성세대에 비하여 무관심하므로 젊은 세대일수록 전통음식을 자주 접할 수 있도록 하여야 한다고 보고하였다. In 등(2012)은 대학생들의 경우 전통음식을 접해볼 기회가 적어 인식이 낮은 것으로 나타나 전통음식의 교육 필요성이 많다고 하였다. 행동 과학자들은 인간이 대상의 물리적인 존재의 유무에 관계없이 그 대상과 관련하여 많은 인식적 활동이 관여하며, 인식의 일관성 이론에 의해서 사람들의 신념과 태도의 일치를 위해서 노력하게 된다고 하였다(Richard 1991). 즉, 새로운 정신경험에 대하여 강한 선호도가 있으며 이렇게 나타나는 인식유형은 새로운 의사결정에 영향을 미치게 된다는 것이다. Son(2011)의 연구에 의하면 한식의 품질에 대한 인식이 한식에 대한 가치 이미지에 영향을 미친다고 하였다. 이와 같이 음식에 대한 인식조사는 향후 음식 소비 성향을 예측하고 발전방향을 설정 하는데 있어 중요한 지표라 할 수 있다.

한국음식 인식에 관한 선행연구는 주로 전통음식, 향토음식 등에 관한 인식조사가 지역성, 세대에 따라 어떻게 달라지는지 보는 연구가 주를 이루었다. 전통음식에 대한 세대별 인식 및 선호도 조사(Lee & Kim 2010; Kim 등 2011; Park & Jung 2012; Kim 등 2013)가 수행되었고, 지역적 특성에 따라 향토음식 인식 및 선호도 조사(Lee 등 2010; Lee 등 2012)가 보고되었다. 증가음식에 관한 선행 연구는 지역성과 증가 음식과의 관계 연구(Lim 등 2008; Lim 등 2009), 고조리서를 통한 증가음식 연구(Kwon 등 2014), 증가음식의 마케팅과 산업화 연구(Park & Hwang 2000; Lee & No 2013) 등이 보고되었으나, 증가음식의 가장 큰 특징인 제례음식에 관한 인식도 조사연구는 거의 이루어지지 않았다.

따라서 본 연구에서는 연령별 증가음식과 제례음식에 대한 인식을 조사하여 세대 간의 차이를 알아봄으로써 시대에 맞는 전통음식의 발전 방향을 설정하는데 구체적인 기초자료를 제공하고자 한다.

II. 연구 내용 및 방법

1. 조사대상 및 기간

본 연구는 20대 이상의 성인 649명을 임의 표출하여 2014년 3월부터 5월까지 실시하였다. 조사 방법은 연구 대상자에게 설문지를 배부하여 조사대상자가 직접 설문지에 기입하게 하였으며 유효한 설문지 649부를 대상으로 분석을 수행하였다.

2. 조사 내용 및 방법

설문지 내용은 증가와 증가음식에 관한 의식 조사 각 3문항, 증가음식 인식도와 미래 발전 방향 각 5문항, 제례에 대한 인식 9문항과 일반 사항 등으로 구성하였다.

설문조사에는 리커트 5점 척도법과 명목척도를 사용하였으며, 설문지는 연구자 본인의 조사목적과 설문지 개요를 설명

한 다음 조사자들에게 배포, 회수하였으며, 조사 대상은 설문지에 나타난 지시어를 바탕으로 자기 기입법으로 실시되었다.

3. 조사 자료의 처리

수집된 자료는 SPSS 12.0 (Statistical Package for Social Science) Program을 이용하여 분석하였다. 항목에 따라 기술통계량을 통해 빈도, 백분율, 평균과 표준편차를 나타내어 전반적인 경향을 파악하고, 변인간의 유의성 및 상관성을 알아보기 위하여 빈도분석, 교차분석, 분산분석을 실시하였고 사후검정은 Duncan's multiple range test를 실시하여 파악하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 조사대상자의 일반적 특성

설문 대상자의 일반사항은 <Table 1>과 같다. 조사대상자 성별은 남성 274명(42.5%), 여성 370명(57.5%)으로 분포 하였으며, 연령대는 20대 211명(32.7%), 30-40대 215명(33.3%), 50대 이상은 220명(34.0%)으로 나타났다.

가족형태로는 단독세대(독거, 1인) 52명(8.1%), 단독세대(부부) 113명(17.5%), 2세대 거주(나와 부모) 203명(31.5%), 2세대 거주(나와 자녀) 237명(36.8%), 3세대거주 39명(6.1%)로 나타나 2세대 거주가구가 과반수이상 인 것으로 나타났다. 학력은 초등학교 졸업 이하 40명(6.3%), 중학교를 졸업 86명(13.4%), 고등학교를 졸업 182명(28.4%), 대학 재학 200명(31.3%), 대학 졸업 113명(17.7%), 대학 이상의 학력은 19명(3.0%)로 나타나 고졸 이상의 학력이 80.4%로 대부분 고학력 소지자인 것으로 보인다. 결혼여부에서 기혼자는 414명(64.5%)이었고, 미혼자는 228명(35.5%)로 기혼자가 더 많

<Table 1> General characteristics of the subjects (n=649)

Variables	Categories	Number (%)
Gender	Male	274 (42.5)
	Female	370 (57.5)
Generation	20-29 years	211 (32.7)
	30-49 years	215 (33.3)
	50-69 years	220 (34.0)
Family type	Single Family (Without partner)	52 (8.1)
	Single Family (With partner)	113 (17.5)
	2 Generation Family (With Parents)	203 (31.5)
	2 Generation Family (With Children)	237 (36.8)
	3 Generation Family	39 (6.1)
Education	Under elementary school	40 (6.3)
	Graduated from Middle School	86 (13.4)
	Graduated from High School	182 (28.4)
	In College	200 (31.3)
	Graduated from College	113 (17.7)
	College and more	19 (3.0)
	Marriage	Married
Not Married		228 (35.5)

은 것으로 나타났다.

2. 연령에 따른 종가와 종가음식에 대한 의식 조사

1) 종가의 이미지와 기대되는 역할

현대인들이 의식하고 있는 종가와 종가의 역할이란 무엇이며, 종가에 대하여 어떠한 이미지를 가지고 있는지에 관하여 조사하였다<Table 2>.

종가(宗家)에 관한 정의에서 20대는 ‘고조를 공동의 조상으로 하는 자손의 큰집’이라는 대답이 72명(34.3%), ‘한 문중에서 맏이로만 이어온 큰 집’, ‘명절 혹은 문중의 제사 행위를 지내는 큰집’이라는 대답이 각각 58명(27.6%), ‘종택을 소유한 집’ 13명(6.2%), ‘과거 벼슬을 했던 양반의 집’ 9명(4.3%) 순으로 나타났다. 30-40대는 ‘한 문중에서 맏이로만 이어온 큰 집’이라는 대답이 117명(54.7%)으로 가장 많았으며, 그 뒤로 ‘고조를 공동의 조상으로 하는 자손의 큰집’ 59명(27.6%), ‘명절 혹은 문중의 제사 행위를 지내는 큰집’ 33명(15.4%), ‘종택을 소유한 집’ 5명(2.3%) 순으로 나타났다. 50-60대는 ‘한 문중에서 맏이로만 이어온 큰 집’이라는 대답이 122명(55.5%)으로 가장 높게 나타났으며, 그 뒤로 ‘고조를 공동의 조상으로 하는 자손의 큰집’ 45명(20.9%), ‘명절 혹은 문중의 제사 행위를 지내는 큰집’ 42명(19.1%), ‘종택을 소유한 집’ 7명(3.2%), ‘과거 벼슬을 했던 양반의 집’ 3명(1.4%) 순으로 나타났고, 종가의 정의를 묻는 질문에서는 연령별로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다(p<0.05). 이러한 결과로 종가의 개념을 과거 벼슬(양반), 종택 소유 여부, 제사 행위 등의 개념보다는 구체적으로 ‘한 집안의 맏이(큰) 집’이라는 개념을 더 강하게 하고 있음을 알 수 있었다. 반면 ‘한 집안의 맏이’라는 개념에는 연령대별로 차이가 있었는데 연령대가 높을수록 종가를 ‘문중의 맏이 집’으로서

인식하였고, 20대에는 5대조인 ‘고조를 기점으로 맏이 집’으로 인식하고 있었다. 즉, 연령이 낮을수록 문중이라는 추상적 개념보다는 고조(5대조) 등의 구체적 개념으로서 가문(家門)이 축소되고 있음을 알 수 있었다.

종가의 이미지를 묻는 문항에서 20대는 ‘의례’가 떠오르는 경우가 63명(29.9%), ‘종가음식’ 59명(28.0%), ‘가풍’ 47명(22.3%), ‘종손’ 34명(16.1%), ‘종택’ 8명(3.8%) 순으로 나타났으며, 30-40대는 ‘종손’ 78명(36.4%), ‘의례’ 73명(34.1%), ‘종가음식’ 39명(18.2%), ‘가풍’ 16명(7.5%), ‘종택’ 8명(3.7%) 순 이었고, 50-60대는 ‘종손’을 생각하는 경우가 104명(47.3%), ‘의례’ 47명(21.4%), ‘가풍’ 35(15.9%), ‘종가음식’ 26명(11.8%), ‘종택’ 8명(3.6%)으로 나타나 연령별로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다(p<0.05). 즉, 연령이 낮을수록 종가의 이미지에서 ‘종가음식’이 떠오르는 경우가 많았으며, 연령이 높을수록 종가의 이미지에서 ‘종손’이 떠오르는 경우가 많았다. Son(2011)은 이미지란 한 개인이 특정 대상에 대해서 가지는 신념, 아이디어, 사회적, 역사적 과정의 산물로서 사람들이 대상에 대하여 가지는 심상이라 하였다. 즉, 종가에 대하여 어떠한 이미지를 가지고 있으며 이러한 이미지를 대표할 수 있는 것은 무엇인지에 대한 고찰은 중요하다. 본 연구 결과와 같이 젊은 연령층일수록 종가 이미지와 종가음식을 동일시 한다는 것은 미래 종가음식 상품화에 있어 바람직한 결과를 낳을 것이라 사료된다.

종가의 역할과 의미에서 20대는 ‘전통의 계승’ 의견이 152명(72.7%)로 가장 높았으며, 그 뒤로 ‘문화적인 상징’ 27명(12.9%), ‘문중의 대표’ 24명(11.5%), ‘지역의 대표’와 ‘문화유산’이 각각 3명(1.4%) 순이었고, 30-40대는 ‘전통의 계승’ 120명(56.1%), ‘문중의 대표’ 67명(31.3%), ‘문화적 상징’ 20명(9.3%), ‘문화유산’ 7명(3.3%) 순이었고, 50-60대는 ‘문중

<Table 2> Research on different generational perceptions on Head House by age group (n=649)

Category		20s	30-40s	50-60s	Total	χ^2	p-value
Definition	Head House that regards the 5th precedents as its common forefather	72(34.3) ¹⁾	59(27.6)	45(20.9)	177(27.5)	53.537	0.0001** ²⁾
	Head House that continued as the eldest in the clan	58(27.6)	117(54.7)	122(55.5)	297(46.1)		
	Head House that had nobles with a historical crest	9(4.3)	0(0.0)	3(1.4)	12(1.9)		
	Head House that performs the major rituals or holidays	58(27.6)	33(15.4)	42(19.1)	133(20.7)		
	Head House that was located in the oldest house	13(6.2)	5(2.3)	7(3.2)	25(3.9)		
Image	Eldest son in the clan	34(16.1)	78(36.4)	104(47.3)	216(33.5)	68.721	0.0001**
	Oldest House with the eldest son	8(3.8)	8(3.7)	8(3.6)	24(3.7)		
	Head House food	59(28.0)	39(18.2)	26(11.8)	124(19.2)		
	Family Values/Mores	47(22.3)	16(7.5)	35(15.9)	98(15.2)		
	Family Occasions	63(29.9)	73(34.1)	47(21.4)	183(28.4)		
Function	Cultural significance	27(12.9)	20(9.3)	9(4.1)	56(8.7)	73.841	0.0001**
	Cultural Continuity	152(72.7)	120(56.1)	101(45.9)	373(58.0)		
	Clan's Representative	24(11.5)	67(31.3)	103(46.8)	194(30.2)		
	Region's Representative	3(1.4)	0(0.0)	4(1.8)	7(1.1)		
	Cultural Heritage	3(1.4)	7(3.3)	3(1.4)	13(2.0)		

¹⁾Number (%) ²⁾p<0.05

의 대표' 103명(46.8%), '전통의 계승' 101명(45.9%), '문화적인 상징' 9명(4.1%), '지역의 대표' 4명(1.8%), '문화유산' 3명(1.4%)순으로 나타나 연령대별로 유의적인 차이가 있었다($p<0.05$). 연령이 낮을수록 종가의 역할과 의미를 '전통의 계승'과 '문화적 상징'으로 보는 경향이 높았으며, 연령이 높아질수록 '문중의 대표'로서의 종가의 역할과 의미를 보는 것으로 나타났다.

2) 종가음식 인식과 체험 여부

연령에 따른 종가음식에 관한 인식 차이와 경험 여부를 묻는 질문의 결과는 <Table 3>과 같다.

종가음식의 인식에서 20대는 '의례음식'이라고 생각하는 경우가 85명(40.3%), '전통적으로 전해져 내려오는 음식' 84명(39.8%), '향토음식' 23명(10.9%), '큰집에서 먹는 음식' 17명(8.1%), '일상적으로 먹는 음식' 2명(0.9%) 순으로 나타났다. 30-40대는 '전통적으로 전해져 내려오는 음식' 139명(64.7%), '의례음식' 50명(23.3%), '큰집에서 먹는 음식' 16명(7.4%)순이었고, 50-60대는 '전통적으로 전해져 내려오는 음식' 117명(53.4%), '의례음식' 79명(36.1%), '큰집에서 먹는 음식' 13명(5.9%)순으로 나타나 연령대별로 종가음식 인식 차이가 있는 것으로 나타났다($p<0.05$).

종가음식을 경험해본 적이 있는지를 묻는 질문에 20대는 '예'라고 답한 사람이 31명(14.8%), 30-40대는 53명(25.9%), 50-60대 70명(32.6%)로 연령의 증가에 따라 종가음식 경험은 증가하는 것으로 나타났다($p<0.05$).

3) 연령에 따른 종가 음식 인식도

연령대에 따른 종가음식의 인식도 조사결과는 <Table 4>와 같다. 인식도는 '매우 그렇다' 5점, '전혀 그렇지 않다' 1점으로 점수가 높을수록 문항에 대한 긍정적 인식임을 알 수 있다.

종가음식의 인식에서 연령에 따라 종가음식에 대한 인식도는 차이가 나지 않았다. 하지만, 문항별로 살펴보았을 때 20대는 '우리 고유의 음식' 3.79점, '세계에 자랑할 만하다' 3.78점, '영양이 뛰어난 건강음식이다' 3.71점, '맛이 다양하고 뛰어나다' 3.63점, '색이 아름답고 모양이 좋다' 3.62점, '조리법이 과학적이다' 3.39점, '우리 식생활에서 종가음식을 조금 더 먹어야 한다' 3.30점 순으로 나타나 종가음식을 '우리 고유의 음식으로 세계에 자랑할 만한 건강식'으로 인식하는 경향성이 있었다. 30-40대는 '세계에 자랑할 만하다' 3.91점, '색이 아름답고 모양이 좋다' 3.76점, '맛이 다양하고 뛰어나다' 3.75점, '영양이 뛰어난 건강음식이다' 3.72점, '우리 고유의 음식이다' 3.70점, '우리 식생활에서 종가음식을 조금 더 먹어야 한다' 3.31점, '조리법이 과학적이다' 3.20점으로 나타나 낮으며, 50-60대는 '세계에 자랑할 만하다' 3.93점, '우리 고유의 음식이다' 3.82점, '맛이 다양하고 뛰어나다' 3.73점, '색이 아름답고 모양이 좋다' 3.65점, '영양성이 뛰어난 건강음식이다' 3.63점, '우리 식생활에서 종가음식을 조금 더 먹어야 한다' 3.49점, '조리법이 과학적이다' 3.49점으로 나타났다.

조사 대상자들의 종가음식 인식에 관한 문항 중 평균이 가

<Table 3> Research on the perception for Head family food by age groups (n=649)

Category	20s	30-40s	50-60s	Total	χ^2	p-value	
Definition	Traditional food	84(39.8) ¹⁾	139(64.7)	117(53.4)	340(52.7)	35.910	0.0001** ²⁾
	Occasional food	85(40.3)	50(23.3)	79(36.1)	214(33.2)		
	Local food	23(10.9)	10(4.7)	10(4.6)	43(6.7)		
	Casual food	2(0.9)	0(0.0)	0(0.0)	2(0.3)		
Food served at the Eldest House		17(8.1)	16(7.4)	13(5.9)	46(7.1)		
Experience	Experienced	31(14.8)	53(25.9)	70(32.6)	154(24.4)	18.544	0.0001**
	Not Experienced	179(85.2)	152(74.1)	145(67.4)	476(75.6)		

¹⁾Number (%) ²⁾ $p<0.05$

<Table 4> The perception level for Head family food by age groups (n=649)

Category	20s	30-40s	50-60s	Total	p-value
It is our traditional food	3.79±0.89 ¹⁾	3.70±0.90	3.82±0.88	3.77±0.89	0.908
It is beautiful both in terms of shape and color	3.62±0.88 ^a	3.76±0.80 ^a	3.65±0.93 ^a	3.68±0.87 ^a	0.005** ²⁾
It has different and superb flavors	3.63±0.84 ^a	3.75±0.71 ^a	3.73±0.87 ^a	3.71±0.81 ^a	0.001**
It is nutritional and healthy	3.71±0.93	3.72±0.82	3.63±0.83	3.68±0.86	0.150
It uses scientific cooking	3.39±0.89	3.20±0.95	3.35±0.99	3.31±0.95	0.184
It is worthy of becoming global	3.78±0.95 ^a	3.91±0.83 ^a	3.93±0.92 ^a	3.87±0.90 ^a	0.022**
There is a need to popularize the Head House Food	3.30±0.94	3.31±0.88	3.49±0.95	3.37±0.93	0.192
Total	3.60±0.92	3.62±0.88	3.66±0.93	3.63±0.91	0.225

¹⁾Mean±SD (5=know well, 4=know, 3=moderate, 2=do not know, 1=not at all)

²⁾Values in a column with different superscripts are significantly different at $\alpha=0.05$ by Duncan's multiple range test

<Table 5> The awareness level for Representative Head family food by age groups (n=649)

Category	20s	30-40s	50-60s	Total
Kimchis	63(29.9) ¹⁾	32(15.2)	48(21.8)	143(22.3)
Fermented soy beans	38(18.0)	62(29.4)	50(22.7)	150(23.4)
Korean cookies and rice cakes	39(18.5)	65(30.8)	83(37.7)	187(29.1)
Beverages	23(10.9)	28(13.3)	44(20.0)	95(14.8)
Liquors	26(12.3)	47(22.3)	76(34.5)	149(23.2)
Blanched vegetables	13(6.2)	16(7.3)	26(11.8)	55(8.6)
Soups	30(14.2)	44(20.9)	62(28.2)	136(21.2)
Korean pancakes	42(19.9)	68(32.2)	87(39.5)	197(30.7)
Grilled	30(14.2)	40(19.0)	25(11.4)	95(14.8)
Steamed	22(10.4)	26(12.3)	26(11.8)	74(11.5)

¹⁾Number (%)

장 높은 점수를 나타낸 것은 ‘세계에 자랑할 만하다’이며, ‘조리법이 과학적이다’라는 문항이 가장 점수가 낮아 부정적 인식을 하는 것으로 나타났다. 또한, 연령대 별 증가음식에 관한 인식도는 연령이 높아질수록 긍정적인 경향성을 나타내었으나 유의적 차이는 보이지 않았다. 증가음식의 인식 중에서 ‘색이 아름답고 모양이 좋다’, ‘맛이 다양하고 뛰어나다’, ‘세계에 자랑할 만하다’의 항목은 모든 연령에서 공감하는 증가음식의 인식인 것으로 나타났다(p<0.05).

인식하고 있는 증가음식 중 가장 대표할 만한 음식이 무엇인지에 관한 질문 결과는 <Table 5>와 같다.

종가의 대표음식을 묻는 문항은 다중응답으로 연령대별 차

이를 나타냈다. 20대는 ‘김치류’(29.9%), ‘전류’(19.9%), ‘떡·한과류’(18.5%), ‘장류’(18%), ‘적류’(14.2%), ‘탕류’(14.2%), ‘전통주’(12.3%), ‘음청류’(10.9%), ‘찜류’(10.4%), ‘나물류’(6.2%) 순서로 ‘김치류’를 가장 대표적 증가음식으로 꼽았다. 30-40대는 ‘전류’(32.2%), ‘떡·한과류’(30.8%), ‘장류’(29.4%), ‘전통주’(22.3%), ‘탕류’(20.9%), ‘적류’(19%), ‘김치류’(15.2%), ‘음청류’(13.3%), ‘찜류’(12.3%), ‘나물류’(7.3%) 순서로 응답하여 ‘전류’와 ‘떡·한과류’를 가장 대표적 증가음식으로 꼽았으며, 다른 연령대보다 ‘장류’, ‘찜류’와 ‘적류’를 높은 비율로 선택하였다. 50-60대는 ‘전류’(39.5%), ‘떡·한과류’(37.7%), 전통주(34.5%), ‘국과 탕류’(28.2%), ‘장류’(22.7%), ‘김치류’(21.8%), ‘음청류’(20%), ‘찜류’(11.8%), ‘나물류’(11.8%), ‘적류’(11.4%) 순으로 선택하였으며 ‘전류’를 가장 대표적 증가음식으로 응답하였다. 이에 따라 조사대상자들 전체로 보면 가장 대표적인 증가음식으로 ‘전류’(30.7%)를 가장 많이 선택하였으며, 다음이 ‘떡·한과류’(29.1%), ‘장류’(23.4%), ‘전통주’(23.2%), ‘김치류’(22.3%) 순이었다. Lee & Kim(2010)의 조사 결과 ‘자랑스럽게 생각하는 전통음식’에서 ‘김치’를 제외하고는 세대 간의 차이가 존재하는 것으로 나타나 본 연구와 일치하였다.

3. 제례와 제례음식에 대한 인식

1) 제례에 관한 일반사항

조사 대상자들의 제례에 관한 일반사항을 분석한 결과는 <Table 6>과 같다.

조사 대상자들의 제사 실시 여부를 묻는 문항에서 전체 487명(75.6%)이 ‘지낸다’고 응답하였으며, 157명(24.4%)은 ‘지내지 않는다’고 응답하였다. 연령별로는 20대에서 157명

<Table 6> The general detail about ancestral ritual by age groups

(n=649)

Category	20s	30-40s	50-60s	Total	χ^2	p-value	
Do you practice	Yes	157(74.8) ¹⁾	142(66.4)	188(85.5)	487(75.6)	21.590	0.0001** ²⁾
	No	53(25.2)	72(33.6)	32(14.5)	157(24.4)		
Why do you not practice	Too separated	11(23.4)	9(12.0)	4(14.3)	24(16.0)	12.568	0.122
	Interested, but do not know the procedures	0(0.0)	4(5.3)	0(0.0)	4(2.7)		
	Do not feel the necessity	6(12.8)	4(5.3)	3(10.7)	13(8.7)		
	Too busy/ complicated	6(12.8)	5(6.7)	1(3.6)	12(8.0)		
	Religious reasons	24(51.1)	53(70.7)	20(71.4)	97(64.7)		
Leader of the Ritual	Eldest son	93(45.4)	118(57.0)	125(58.1)	336(53.6)	19.173	0.014**
	Son of Eldest son	8(3.9)	6(2.9)	7(3.3)	21(3.3)		
	The Oldest	84(41.0)	59(28.5)	69(32.1)	212(33.8)		
	The most learned	9(4.4)	3(1.4)	3(1.4)	15(2.4)		
	Et Cetera	11(5.4)	21(10.1)	11(5.1)	43(6.9)		
The Cost of the Preparation	10~150,000 won	45(22.8)	10(5.3)	14(24.3)	69(11.6)	60.861	0.0001**
	16~200,000 won	65(33.0)	51(26.8)	51(24.3)	167(28.0)		
	21~250,000 won	40(20.3)	52(27.4)	82(39.0)	174(29.1)		
	26~300,000 won	26(13.2)	56(29.5)	40(19.0)	122(20.4)		
	Over 310,000 won	21(10.7)	21(11.1)	23(11.0)	65(10.9)		

¹⁾Number (%) ²⁾p<0.05

(74.8%), 30-40대 142명(66.4%), 50-60대 188명(85.5%)으로 나타났다(p=0.0001). 만약 제사를 지내지 않는다면 그 이유는 무엇인지에 관한 응답으로 전체 97명(64.7%)이 ‘종교적인 이유’라고 하였으며, ‘핵가족화로 모임 기회가 없어서’가 24명(16%), ‘필요성을 못 느낌’ 13명(8.7%), ‘번거롭고 시간이 없음’ 12명(8%), ‘관심이 있으나 절차나 형식을 모름’ 4명(2.7%) 순으로 나타났다.

집안에서 차례를 주도하는 사람이 누구인지를 묻는 질문에서 20대는 ‘종손’ 93명(45.4%), ‘연장자’ 84명(41.0%), ‘기타’ 11명(5.4%), ‘가장 학식이 높은 사람’ 9명(4.4%), ‘차종손’ 8명(3.9%) 순이었고, 30-40대는 ‘종손’ 118명(57.0%), ‘연장자’ 59명(28.5%), ‘기타’ 21명(10.1%), ‘차종손’ 6명(2.9%), ‘가장 학식이 높은 사람’ 3명(1.4%) 순이었다. 50-60대는 ‘종손’ 125명(58.1%), ‘연장자’ 69명(32.1%), ‘기타’ 11명(5.1%), ‘차종손’ 7명(3.3%), ‘가장 학식이 높은 사람’ 3명(1.4%) 순으로 나타나 연령대별로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다(p<0.05). 즉, 집안에서 차례를 주도하는 사람에 관한 인식을 묻는 질문에서 전체적으로 ‘종손’, ‘연장자’, ‘기타’의 순서였으나, 20대는 ‘가장 학식이 높은 사람’을 선택한 이들이 많았고, ‘차종손’이 가장 적었으나, 30대 이상의 연령에서는 ‘가장 학식이 높은 사람’ 보다는 ‘차종손’을 선택한 응답자가 많았다.

제사음식 마련 비용에 관한 질문에서 전체적으로 보면 21-25만원 174명(29.1%), 16-20만원 167명(28.0%), 26-30만원 122명(20.4%), 10-15만원 69명(11.6%), 31만원 이상 65명(10.9%) 순으로 21-25만원대 지출이 가장 많은 것으로 나타났다. 제수 비용에 관한 응답은 연령대 별로 유의적 차이가 있었는데(p=0.0001), 20대는 16-20만원이라는 대답이 65명(33.0%)로 가장 높았으며, 30-40대 26-30만원이 56명(29.5%)로 가장 높았고, 50-60대에서는 21-25만원 82명(39%)으로 가장 높게 나타났다. 이는 실질적으로 지출되는 제수 비용일 수도 있지만 제수비용을 체감하는 상대적 예상비용일 수 있기 때문에 추가 조사가 필요하다.

2) 연령에 따른 제례에 관한 인식 차이
조사 대상자들이 인식하는 제사의 의미를 알아보기 위하

여 8개 명목척도로서 조사한 내용을 정리하면 <Table 7>과 같다.

제례를 지내는 의미로 모든 연령층에서 전체적으로 볼 때 ‘조상에 대한 효도차원’ 항목에 253명(39.5%)이 선택하여 가장 높게 나타났으나, 그 외 순서에는 연령별로 유의적 차이를 보였다(p<0.05). 20대에서는 45명(21.4%)이 ‘풍습’이기 때문에, 30-40대는 40명(18.7%)이 ‘집안의 친목도모’로, 50-60대는 43명(19.8%)이 ‘조상을 섬겨야 후손이 복을 받음’의 항목을 선택하여 제례를 지내는 필요성에 관한 의미 인식은 연령대별로 차이가 있는 것으로 나타났다. 유교에서 바라보는 제례는 죽음 이후에도 자손들과 끊임없이 교류하는 하나의 문화적 장치이다(Do 2005). 본 조사대상자들의 39.5%가 선택한 ‘조상에 대한 효도’라는 제례의미를 볼 때 우리 사회에 뿌리 깊은 유교적 가치관인 ‘효(孝)’의 개념이 자리를 잡고 있음을 알 수 있었고, 이와 같이 제례는 종교적 의식이라기보다는 조상과 자손을 이어주는 문화적 행위로 보는 관점이 공감대를 형성하고 있었다.

3) 제례 형식에 관한 인지도 차이

연령층에 따른 제례 형식에 관한 인지도 차이를 분석한 결과는 <Table 8>과 같다.

제사상 제수의 배열 형식을 아는지 여부는 묻는 질문에서 20대는 ‘모르는 편이다’라고 답한 사람이 73명(34.8%)로 가장 많았으며, 그 뒤로 ‘보통이다’ 63명(30.0%), ‘전혀 모른다’ 37명(17.6%), ‘잘 아는 편이다’ 29명(13.8%), ‘매우 잘 안다’ 8명(3.8%)순으로 나타나 부정적인 응답이 많았다. 30-40대는 ‘보통이다’ 89명(41.8%), ‘모르는 편이다’ 56명(26.3%), ‘잘 아는 편이다’ 41명(19.2%), ‘전혀 모른다’ 18명(8.5%), ‘매우 잘 안다’ 9명(4.2%)순으로 나타났으며, 50-60대는 ‘보통이다’ 88명(40.2%), ‘잘 아는 편이다’ 56명(25.6%), ‘모르는 편이다’ 39명(17.8%), ‘매우 잘 안다’ 29명(11.9%), ‘전혀 모른다’ 10명(4.6%)순으로 나타났다. 연령대별로 평균값을 비교해 보면 20대가 2.51점으로 가장 낮고, 30-40대가 2.85점, 50-60대가 3.22점으로 연령대가 높아질수록 제수 배열형식에 대해 ‘잘 아는 편’인 것으로 나타났다(p<0.05)

제사 절차 인지에 관한 질문에서도 연령별 차이가 있는 것

<Table 7> The perception gap about ancestral ritual by age groups

Category	20s	30-40s	50-60s	Total	χ^2	p-value
Honoring the forefathers	84(40.0) ¹⁾	71(33.2)	98(45.2)	253(39.5)	45.861	0.0001**2)
Continuity of the clan traditions	31(14.8)	26(12.1)	25(11.5)	82(12.8)		
Custom	45(21.4)	32(15.0)	32(14.7)	109(17.0)		
Peer Pressure	1(0.5)	2(0.9)	1(0.5)	4(0.6)		
Beliefs of luck for the next generation	18(8.6)	30(14.0)	43(19.8)	91(14.2)		
Social reasons	20(9.5)	40(18.7)	7(3.2)	67(10.5)		
Religious reasons	10(4.8)	10(4.7)	7(3.2)	27(4.2)		
Wanting for children to do the same	1(0.5)	3(1.4)	4(1.8)	8(1.2)		

¹⁾Number (%) ²⁾p<0.05

<Table 8> The awareness level gap about ancestral ritual from and process by age groups

Category		20s	30-40s	50-60s	Total	χ^2	p-value
I am aware of the order in which the ritual food is arranged	Know it very well	8(3.8) ¹⁾	9(4.2)	26(11.9)	43(6.7)	56.217	0.0001
	Know it some	29(13.8)	41(19.2)	56(25.6)	126(19.6)		
	Normal	63(30.0)	89(41.8)	88(40.2)	240(37.4)		
	Do not know it well	73(34.8)	56(26.3)	39(17.8)	168(26.2)		
	Know nothing of it	37(17.6)	18(8.5)	10(4.6)	65(10.1)		
	M±SD ²⁾	2.51±1.05 ^c	2.85±0.97 ^b	3.22±1.02 ^a	2.87±1.06	-	0.0001 ^{**3)}
I am aware of the ritualistic procedures	Know it very well	11(5.2)	3(1.4)	20(9.1)	34(5.3)	57.633	0.0001
	Know it some	18(8.6)	21(10.0)	45(20.5)	84(13.1)		
	Normal	63(30.0)	81(38.6)	88(40.2)	232(36.3)		
	Do not know it well	69(32.9)	71(33.8)	55(25.1)	195(30.5)		
	Know nothing of it	49(23.3)	34(16.2)	11(5.0)	94(14.7)		
	M±SD	2.40±1.09 ^b	2.47±0.93 ^b	3.04±1.01 ^a	2.64±1.05	-	0.0001 ^{**}

¹⁾Number (%) ²⁾Mean±SD ³⁾p<0.05

<Table 9> The need for preserving head family food by age groups

Category	20s	30-40s	50-60s	total	p-value
Necessity to preserve	3.86±0.86 ¹⁾	3.85±0.88	3.95±0.82	3.89±0.85	0.425

¹⁾Mean±SD

<Table 10> Reasons to preserve the important Head family food

Category	20s	30-40s	50-60s	Total	χ^2	p-value
It is a traditional morale	106(70.7) ¹⁾	95(54.3)	102(55.7)	303(59.6)	29.798	0.0001 ^{**2)}
My traditions are better	16(10.7)	53(30.3)	45(24.6)	114(22.4)		
More accustomed to Korean tastes	10(6.7)	18(10.3)	13(7.1)	41(8.1)		
To put Korean food into the mainstream	17(11.3)	6(3.4)	18(9.8)	41(8.1)		
To educate the children	1(0.7)	3(1.7)	5(2.7)	9(1.8)		

¹⁾Number (%) ²⁾p<0.05

으로 나타났다(p<0.05). 20대는 ‘모르는 편이다’ 69명(32.9%), ‘보통이다’ 63명(30.0%), ‘전혀 모른다’ 49명(23.3%), ‘잘 아는 편이다’ 18명(8.6%), ‘매우 잘 안다’ 11명(5.2%) 순으로 나타났으며, 30-40대 ‘보통이다’ 81명(38.6%), ‘모르는 편이다’ 71명(33.8%), ‘전혀 모른다’ 34명(16.2%), ‘잘 아는 편이다’ 21명(10.0%), ‘매우 잘 안다’ 3명(1.4%) 순이었고, 50-60대 ‘보통이다’ 88명(40.2%), ‘모르는 편이다’ 55명(25.1%), ‘잘 아는 편이다’ 45명(20.5%), ‘매우 잘 안다’ 20명(9.1%), ‘전혀 모른다’ 11명(5.0%)으로 나타나 제사 절차에 관한 인지하고 있는 연령대는 50-60대인 것으로 나타났다(p<0.05). 본 조사 결과는 나이가 많을수록 제사 절차와 제수 진설법 등의 제례 형식을 잘 알고 있다는 Kim(2007)의 연구와 일치하였다.

4. 종가음식 발전을 위한 미래의 방향

1) 종가 음식 보존 필요성

조사대상자들의 종가음식 보존 필요성에 관한 견해는 ‘매우 필요하다’ 5점, ‘매우 필요 없다’ 1점으로 선택하여 분석

한 결과 <Table 9>와 같다.

종가음식 보존 필요성에 관하여 전체적으로 3.89점으로 긍정적인 견해가 나타났다. 연령대별로는 20대는 3.86점, 30-40대 3.85점, 50-60대 3.95점으로 종가음식 보존 필요성은 50-60대에서 가장 높게 평가하였으나 유의적 차이는 나타나지 않았다. Lee & Kim(2010) 연구에서도 전 연령층에서 우리 전통음식의 계승, 발전에 대한 필요성을 공감하고 있는 것으로 나타나 이와 유사한 결과라 할 수 있다.

조사 대상자들에게 종가음식이 보존되어야 한다면 그 이유는 무엇이라는 질문에 관한 응답 분석 결과는 <Table 10>과 같다.

종가음식 보존 당위성 이유에 관하여 연령대별로 살펴보면 20대는 ‘조상 대대로 전해져 내려오는 미풍양속’이기 때문이라는 대답이 106명(70.7%)으로 가장 많았으며, ‘우리 음식을 세계화시키기 위하여’ 17명(11.3%), ‘우리 전통 식생활 문화가 다른 나라 전통 식생활 문화보다 우수하기 때문’ 16명(10.7%), ‘한국 사람의 식성에 가장 잘 맞으므로’ 10명(6.7%), ‘자녀 교육을 위해서’ 1명(0.7%) 순이었고, 30-40대

<Table 11> The need to popularize the head family food

20s	30-40s	50-60s	Total	p-value
1.64±0.83 ^{1)a2)}	1.50±0.76 ^b	1.39±0.73 ^b	1.51±0.78	0.004**2)

¹⁾Mean±SD ²⁾p<0.05

는 ‘조상 대대로 전해져 내려오는 미풍양속이기 때문’이라는 대답이 95명(54.3%)으로 가장 많았으며, ‘우리 전통 식생활 문화가 다른 나라 전통 식생활 문화보다 우수하기 때문’ 53명(30.3%), ‘한국 사람의 식성에 가장 잘 맞으므로’ 18명(10.3), ‘우리 음식을 세계화시키기 위하여’ 6명(3.4%), ‘자녀 교육을 위해서’ 3명(1.7%) 순이었고, 50-60대는 ‘조상 대대로 전해져 내려오는 미풍양속이기 때문’이라는 대답이 102명(55.7%)로 가장 많았으며, ‘우리 전통 식생활 문화가 다른 나라 전통 식생활 문화보다 우수하기 때문’ 45명(24.6%), ‘우리 음식을 세계화시키기 위하여’ 18명(9.8%), ‘한국 사람의 식성에 가장 잘 맞으므로’ 13명(7.1%), ‘자녀 교육을 위해서’ 5명(2.7%) 순이었다. 연령대별로 유의적인 차이가 있었다(p<0.05). 전통음식을 훌륭하게 생각하는 이유를 묻는 Lee 등(2010)의 연구에서도 51%가 ‘우리 고유의 음식’이므로 훌륭하게 생각한다고 응답하여 본 연구와 일치하였다. 이렇게 전통음식과 종가음식은 우리의 정체성을 표현해주는 ‘우리 고유의 것’, ‘우리의 미풍양속’이기 때문에 훌륭하고 지켜져야 한다고 생각하는 것으로 나타났다.

2) 종가 음식 대중화 필요성

종가음식의 대중화 필요성 여부를 묻는 질문에서 ‘대중화를 해야 한다’ 3점, ‘대중화할 필요가 없다’ 1점으로 하여 응답결과를 <Table 11>에 나타내었다.

연령대 별로 평균값을 살펴보면 20대는 1.64점, 30-40대는 1.50점, 50-60대 1.39점으로 연령대가 낮을수록 종가음식을 대중화해야 한다는 의견이었으며, 연령대가 높아질수록 종가음식 대중화에 부정적 경향이 있는 것으로 나타났다. 특히, 20대에서는 대중화 필요성에 대해 다른 연령대와 유의적 차이가 있는 수준에서 대중화 필요성이 있다고 생각하는 것으로 나타났다(p<0.05). Tivadar & Luthar(2005)의 연구에 의하면 문화적 환경과 요인들이 음식소비성향에 영향을 미치는데 문화자본을 낮게 보유한 집단은 대부분 보수적인 집단으로서 음식에 있어 새로움을 거부한다는 것이다. 이는 연령

이 높을수록 종가음식 대중화에 부정적 경향을 보이는 본 연구와 같은 결과라 할 수 있다.

3) 종가음식 대중화를 위한 보완점

종가음식 대중화를 위하여 보완해야 할 점에 관한 인식조사 내용은 <Table 12>와 같다. 조사대상자들의 전체적 의견은 ‘복잡한 조리법 간소화’ 255명(39.7%), ‘대중성’ 161명(25.1%), ‘접근성’ 107명(16.7%), ‘관능적 요소’ 80명(12.5%), ‘학문적 연구’ 39명(6.1%) 순으로 나타났다. 모든 연령대에서 ‘복잡한 조리법 간소화’와 ‘대중성’을 종가음식 대중화를 위한 가장 큰 보완점으로 꼽았으며 이는 Lee 등(2010)의 연구에 서도 전통음식의 조리방법에 대한 생각에 57.4%가 ‘복잡하다’고 응답하여 전통음식 조리법을 간편화하고 체계화 필요성을 제기한 것과 유사하였다.

연령별 차이를 살펴보면 20대와 30-40대는 ‘복잡한 조리법의 간소화’, ‘대중성’ 다음으로 ‘접근성’을 꼽았으나, 50-60대는 ‘관능적 요소’를 꼽았다(p<0.05). 20대와 30-40대는 ‘접근성’과 같은 편리함을 추구하는 반면 50-60대는 ‘음식의 맛’과 같은 관능적 요소가 종가음식 대중화 보완점으로 중요하게 인식함을 알 수 있었다. Lee 등(2010)의 연구에서도 전통음식을 세계적으로 보급하기 위해서 20-30대, 50대는 ‘조리방법’에 가장 중점을 두어야 하며, 40대는 ‘영양’에 중점을 두어야 한다고 하여 세대별 의견 차이를 보였다. 전통음식 개발의 필요성을 조사한 In 등(2012)의 연구에서도 전통음식을 그대로 전수하기 보다는 편의성을 높인 새로운 방법 개발을 제시하고 있다. 따라서 서구화된 생활양식과 식단에 의하여 전통음식을 접할 수 있는 기회가 줄어들 수 있는 젊은 세대들에게 쉽게 접할 수 있도록 전통적인 방법을 고수하면서도 쉬운 조리방법을 새롭게 개발하고 상품화하여 소비자에게 쉽게 보급해야 할 필요성이 대두되고 있다.

5. 제례음식 경험과 종가음식 인식도의 관련성

1) 제례음식 경험에 따른 종가음식 인식도 차이

제례 경험과 종가음식 체험이 종가음식 인식도에 미치는 영향을 살펴보기 위해 t-test를 실시하였으며 그 결과는 <Table 13>과 같다.

제사 경험이 있는 대상자들은 종가음식 인식도가 평균 3.66점이었고, 제사 경험이 없는 사람들은 평균 3.54점을 나

<Table 12> The weaknesses of Head House food in mainstream

Category	20s	30-40s	50-60s	Total	χ^2	p-value
Sensual factors	32(15.3) ¹⁾	11(5.2)	37(16.8)	80(12.5)	50.229	0.0001**2)
Simplification of Cooking	63(30.1)	112(52.6)	80(36.4)	255(39.7)		
Academic research	6(2.9)	10(4.7)	23(10.5)	39(6.1)		
Popularity	60(28.7)	55(25.8)	46(20.9)	161(25.1)		
Accessibility	48(23.0)	25(11.7)	34(15.5)	107(16.7)		

¹⁾Number (%) ²⁾p<0.05

<Table 13> The difference in popularity according to one's experience of the traditional rituals and Head family food

Category	Popularity of the Head House food			
	Separation	Mean±SD	t	p-value
Experience in ritual	Yes	3.66±0.65	1.814	0.071 ¹⁾
	No	3.54±0.79		
Experience in Head House food	Yes	3.72±0.79	1.841	0.067
	No	3.59±0.65		

¹⁾Values in a column with different superscripts are significantly different at $\alpha=0.05$ by Duncan's multiple range test

<Table 14> Recognition of the necessity to popularize House family food

Category	Separation	M±SD	t	p-value
Experience in ritual	Yes	2.56±0.72	2.077	0.039** ¹⁾
	No	2.41±0.81		
Experience in Head House food	Yes	2.54±0.77	0.231	0.817
	No	2.52±0.73		

¹⁾Values in a column with different superscripts are significantly different at $\alpha=0.05$ by Duncan's multiple range test

타내 제사 경험 여부가 종가음식 인식에 긍정적인 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타났다($p<0.1$). 또한 종가음식 체험이 있는 대상자들은 종가음식 인식도가 평균 3.72점이었고, 종가음식 경험이 없는 대상자들은 3.59점을 나타내 종가음식 경험여부도 종가음식 인식에 긍정적인 것으로 나타났다($p<0.1$). Chang(2001)의 선행연구에서도 인간의 일상적인 식생활은 문화적 행동양식과 환경에 결합되어 나타나게 되고 삶에 대한 사고방식, 가치관, 생활습관, 문화적 취향 등의 문화적 요인이 음식소비성향에 영향을 미친다고 하였다. 따라서 제사 등의 의례와 종가음식 경험 등이 종가음식 인식과 소비하는 성향에도 밀접한 관련이 있음을 알 수 있겠다.

2) 제례음식 경험에 따른 종가음식 대중화 필요성 인식 제례 경험과 종가음식 체험이 종가음식 대중화 필요성에 미치는 영향을 살펴보기 위해 t-test를 실시하였으며 그 결과는 <Table 14>와 같다.

제사 경험이 있는 대상자들은 종가음식 대중화 필요성에 평균 2.56점이었고, 제사 경험이 없는 사람들은 평균 2.41점

을 나타내 제사 경험이 있는 사람들이 종가음식 대중화 필요성을 더욱 인정하는 것으로 나타났다($p<0.05$). 또한 종가음식 체험이 있는 대상자들은 대중화 필요성을 평균 2.54점이었고, 종가음식 경험이 없는 대상자들은 2.52점을 나타내 종가음식 경험여부는 종가음식 대중화 필요성에 별다른 관련성이 없는 것으로 나타났다. 즉, 종가음식 대중화 필요성은 종가음식 경험 여부보다는 제사 경험과 관련성이 있는 것으로 나타났다.

3) 종가음식 인식도에 따른 종가음식 대중화 필요성 인식 종가음식 인식도와 종가음식 대중화 필요성 사이의 관련성을 알아보기 위해 선형회귀분석을 실시하였으며 그 결과는 <Table 15>와 같다.

종가음식에 관하여 긍정적인 인식도를 갖는 자들일 수록 종가음식 미래의 발전방향으로 종가음식 대중화 필요성을 인정하는 것으로 나타났다($p<0.05$). 이는 전통음식에 관한 기초 지식이 높을수록 전통음식에 대한 관심도도 높았다는 Gang & Chyun(2006)의 연구 결과와 일맥상통하는 것으로 종가음식에 관한 긍정적 인식과 자부심이 종가음식 대중화를 위한 환경을 조성하는 것이라 사료된다.

IV. 요약 및 결론

본 연구에서는 연령별 종가음식과 제례음식에 대한 인식을 조사하여 세대 간의 차이를 알아봄으로써 시대에 맞는 전통음식의 발전 방향을 설정하는데 구체적인 기초자료를 제공하고자 하였다. 조사 방법은 임의 표출한 649명을 대상으로 설문지를 배부하여 직접 기입하게 하였으며 유효한 설문지를 분석하였다. 설문지 내용은 종가와 종가음식에 관한 의식 조사 각 3문항, 종가음식 인식도와 미래 발전 방향 각 5문항, 제례에 대한 인식 9문항과 일반 사항 등으로 구성하였다. 수집된 자료는 통계 프로그램을 이용하여 분석하였다.

조사대상자 성별은 남성 274명(42.5%), 여성 370명(57.5%)으로 분포 하였으며, 연령대는 20대는 211명(23.7%), 30-40대 215명(33.3%), 50-60대 220명(34.0%)으로 나타났다.

종가 정의에 관한 인식에는 연령별로 유의적인 차이가 있었는데, 연령대가 높을수록 종가를 ‘한 문중에서 맏이로만 이어온 큰 집’으로서 인식하였고, 20대에는 5대조인 ‘고조를 공동 조상으로 하는 자손의 큰 집’으로 인식하고 있어, 연령이 낮을수록 문중이라는 추상적 개념보다는 고조(5대조) 등의

<Table 15> The different responses for Head House food to be popularized according to the public's awareness of its importance

Category	factor			R ²	F	p-value
	Non-standardized factor (B)	t	p-value			
Awareness level	0.321	7.824	0.0001** ¹⁾	0.089	61.222	0.0001**

¹⁾Values in a column with different superscripts are significantly different at $\alpha=0.005$ by Duncan's multiple range test

구체적 개념으로서 가문(家門)이 축소되고 있음을 알 수 있었다. 종가의 이미지에 대하여도 연령별로 유의적인 차이가 있는 것으로 나타났다. 연령이 낮을수록 종가의 이미지에서 ‘종가음식’이 떠오르는 경우가 많았으며, 연령이 높을수록 종가의 이미지에서 ‘종손’이 떠오르는 경우가 많았다. 즉, 젊은 연령층일수록 종가 이미지와 종가음식을 동일시 한다는 것은 미래 종가음식 상품화에 있어 바람직한 결과를 낳을 것이라 사료된다. 종가의 역할과 의미에서 연령이 낮을수록 종가의 역할과 의미를 ‘전통의 계승’과 ‘문화적 상징’으로 보는 경향이 높았으며, 연령이 높아질수록 ‘문중의 대표’로서의 종가의 역할과 의미를 보는 것으로 나타났다.

종가음식의 인식에서 20대는 ‘의례음식’이라고 생각하는 경우가 85명(40.3%), 30-40대는 ‘전통적으로 전해져 내려오는 음식’ 139명(64.7%), 50-60대도 ‘전통적으로 전해져 내려오는 음식’ 117명(52.7%)으로 가장 높아, 연령대별로 종가음식 인식 차이가 있는 것으로 나타났다. 종가음식 경험 여부는 20대는 31명(14.8%), 30-40대 53명(25.9%), 50-60대 70명(32.6%)이 응답하여 연령이 높아질수록 종가음식 경험은 증가하는 것으로 나타났다. 종가음식에 관한 인식도는 연령이 높아질수록 긍정적인 경향성을 나타내었으며, 가장 높은 점수를 나타낸 것은 ‘세계에 자랑할 만하다’이며, ‘조리법이 과학적이다’라는 문항이 가장 점수가 낮아 부정적 인식을 하는 것으로 나타났다. 연령별로 대표적인 종가음식으로 인식하는 종류는 달랐으나, 전체로 보면 가장 대표적인 종가음식으로 ‘전류’(30.7%)를 가장 많이 선택하였으며, 다음이 ‘떡·한과류’(29.1%), ‘장류’(23.4%), ‘전통주’(23.2%), ‘김치류’(22.3%) 순이었다.

조사 대상자들의 제사 실시 여부를 묻는 문항에서 전체 487명(75.6%)이 ‘지낸다’고 응답하였으며, 만약 제사를 지내지 않는다면 그 이유는 97명(64.7%)이 ‘종교적인 이유’라고 하였다. 제례를 지내는 의미로 본 조사대상자들의 39.5%가 선택한 ‘조상에 대한 효도’라는 제례의미를 볼 때 우리 사회에 뿌리 깊은 유교적 가치관인 ‘효(孝)’의 개념이 자리를 잡고 있음을 알 수 있었고, 이와 같이 제례는 종교적 의식이라기보다는 조상과 자손을 이어주는 문화적 행위로 보는 관점이 공감대를 형성하고 있었다.

종가음식 보존 필요성에 관하여 전체적으로 3.89점으로 긍정적인 견해가 나타났다. 연령대별로 유의적인 차이가 있었으나, 종가음식 보존 당위성 이유에 관하여 ‘조상 대대로 전해져 내려오는 미풍양속’이기 때문이라는 대답이 가장 많았다. 종가음식 대중화 필요성에 대한 의견으로 연령대가 낮을수록 종가음식을 대중화해야 한다는 의견이었으며, 연령대가 높아질수록 종가음식 대중화에 부정적 경향이 있는 것으로 나타났다. 종가음식 대중화를 위하여 보완해야 할 점에 관한 전체적 의견은 모든 연령대에서 ‘복잡한 조리법 간소화’와 ‘대중성’을 종가음식 대중화를 위한 가장 큰 보완점으로 꼽았다.

제사와 종가음식 경험이 종가음식 인식도와 대중화 필요성에 어떠한 관련성을 갖는지 평가하기 위하여 연관성을 분석한 결과 제사 경험과 종가음식 경험이 종가음식 인식에 긍정적인 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 제사 경험이 있는 대상자들은 종가음식 대중화 필요성을 더욱 인정하는 것으로 나타났다. 종가음식에 관하여 긍정적인 인식도를 갖는 자들일 수록 종가음식 미래의 발전방향으로 종가음식 대중화 필요성을 인정하는 것으로 나타났다. 이로써 종가음식에 관한 긍정적 인식과 자부심이 종가음식 대중화를 위한 중요한 환경적 요인임을 알 수 있었다. 앞으로 종가음식을 포함한 우리 전통음식을 계승, 발전시키기 위해서는 인식과 관련된 중요한 요인이 무엇임을 구체적으로 도출하여야 하며, 연령별, 성별에 따른 요구도의 차이도 파악하고 지역별 인지도 및 기호도 조사까지도 포함하는 대중화 방안들이 지속적으로 모색되어야 할 것으로 사료된다.

감사의 글

본 연구는 농촌진흥청(과제번호:PJ00997602)의 지원을 받아 수행하였으며, 이에 감사드립니다.

References

Chang MH. 2001. Cultural capital and style of consumption. *Korean J. Sociol.*, 35(3):51-81

Do MJ. 2005. The structure and significance of confucian ancestor-memorial ceremonies. *J. East. Philos.*, 42(1):225-255

Gang MS, Chung JH. 2006. A study on the perception and the knowledge of the korean traditional food in the elementary schoolchildren of Incheon. *Korean J. Food Cul.*, 21(2):107-115

In KK, Lee HG, Kim GW, Yoo JY. 2012. Awareness and evaluation of korean traditional foods among university students in Chungnam area. *Korean J. Food Cul.*, 27(5):415-421

Joo YH. 2011. The head family food's value from the cultural perspective - condition and identity of the 21 Century-type head family food. *Korean Soc. Commu. Living Sci.*, 4(1):3-12

Kang JH, Kim JE. 2009. A survey of the perception of the superior factors to of Korean traditional foods by college students with food related majors. *Korean J. Food Cul.*, 24(2):155-163

Kim KM, Kwon YS, Kim YS, Kim GC, Kim Y. 2013. The awareness and satisfaction regarding Korean traditional foods in elementary, middle, and high School students. *Korean J. Food Cul.*, 28(2):167-176

Kim MH, Choi MK, Kim MW, Eom AY. 2011. A study on the

- recognition and the preferences for traditional Korean food served at the middle school good service in the Gyeonggi area. *J. Korean Soc. Food & Nutr.*, 24(1):54-64
- Kim MJ. A study on seoul university students' recognition on passage rites and foods-funeral rites and sacrificial rituals. *Korean J. Soci. Food & Cookery Sci.*, 23(2):235-244
- Kwon YS, Kim Y, Choe JS, Lee JY. 2014. A study on the recipe of Byung-Kwa-Ryu (Korean rice cake and cookie) in the old cookbooks of Jong-Ga (Head & Noble Family). *Korean J. Food Cult.*, 29(1):61-83
- Lee BS, Park HJ, Jung JW. 2010. A study on the difference of perception about traditional food by generations in Busan area. *Korean J. Culin. Res.*, 16(4):1-14
- Lee HG, Kim GW, Yoo JY, In KK. 2012. Awareness and evaluation of Korean traditional foods among university students in Chungnam area. *Korean J. Food Cult.*, 27(5):415-421
- Lee JS. 2011. Characteristic and significance of Head family's culture. *Humanities Res.*, 83:273-296
- Lee JS, Kim SJ. 2010. A comparative study on cognition and preference of Korean traditional food classified by age in Busan. *Korean J. Commu. Nutr.*, 15(3):351-360
- Lim HS, Park MO, Park KL. 2008. A study on the effects to annual memorial ceremony food's cooking method of head family's regionality (I). *Jangannonchong (長安論叢)*, 28(1):357-371
- Lim HS, Park MO, Park KL. 2009. A study on the effects to annual memorial ceremony food's cooking method of head family's regionality (II). *Jangannonchong (長安論叢)*, 29(1):117-136
- Lee JH, No SW. 2013. CI and BI development for industrialization project of Andong head family food. *J. Brand Design Assoc., Korea*, 11(4):245-256
- Park DJ, Hwang JH. 2000. Marketing mix strategy for cultural tourism in Andong region. *J. manag. res.*, 4(1):87-112
- Park HJ, Jung JW. 2012. Hotel, Food Service: A study of differences in perception on the Korean traditional food by ages. *J. Hosp. touri. stud.*, 45(1):132-144
- Richard FY. 1991. Memory in a jingle jungle: Music as mnemonic device in communication advertising slogans. *J. Appl. psychol.*, 76(4):268-275
- Son JK. 2011. Research Articles: The effect of cognition at regional area on image, attitude & intention of behavior - Focus on Korea food consumer behavior. *J. Foodservice Manag.*, 14(4):231-246
- Tivadar b, Luthar B. 2005. Food, ethnics and aesthetics. *Appetite*, 44(1):215-233

Received August 28, 2014; revised November 5, 2014; revised November 9, 2014; accepted November 10, 2014