

## 외식 · 조리전공 대학생들의 사찰음식에 대한 인식 및 대중화 방안에 관한 연구

허인준 · 이심열<sup>†</sup>

동국대학교-서울 가정교육과

### Recognition and Propagation for Temple Food among University Students with Food-related Majors

In-Joon Huh, Sim-Yeol Lee<sup>†</sup>

Department of Home Economics Education, Graduate School of Dongguk University, Seoul, Korea

#### <sup>†</sup>Corresponding author

Sim-Yeol Lee  
Department of Home Economics Education, Dongguk University, Seoul 04620, Korea

Tel: (02) 2260-3413  
Fax: (02) 2265-1170  
E-mail: slee@dongguk.edu  
ORCID: 0000-0003-0375-6412

Received: April 6, 2018  
Revised: April 28, 2018  
Accepted: April 28, 2018

#### ABSTRACT

**Objectives:** This study was conducted to investigate the perspective and popularization of temple food among university students with food related majors, and to provide basic data for the popularization and the fostering of professional lecture in temple food.

**Methods:** A self-administered questionnaire was applied to 453 university students at six universities with food related majors. The questionnaire was designed to examine interest, recognition, consumption, popularization and curriculum of temple food.

**Results:** The study population consisted of 19.2% men, and 80.8% women, and the most common response to desired career after graduation was food related employment (53.9%). Overall, 49.0% replied that they had an interest in temple food, which was relatively low. 59.9% of respondents who had been known through TV, Internet, newspaper, and magazines about temple food were showed the highest results. Additionally, as for the perception of temple food, 'Prevention of lifestyle related disease' was the highest score (4.10). Overall, 64.9% of the subjects had not tried temple food, and 84.7% of these responded that this was because they had not encountered temple food. Among subjects who had tried temple food, most had encountered it at a temple (73.0%), and 78.0% replied that the taste of temple food was suitable. The intention to try temple food was 73.3%, and 64.8% of respondents said there was a necessity to establishment curriculum regarding temple food. Finally, interest, popularization, and intention to try temple food were significantly positively correlated.

**Conclusions:** The results showed high interest in temple food and willingness to participate in education regarding temple food, as well as awareness of the need for popularization. Therefore, it is necessary to increase intake opportunities to raise interest in temple foods. This can be accomplished utilizing publicity materials, as well as by offering opportunities for temple food education through curriculum.

*Korean J Community Nutr* 23(2): 137~147, 2018

**KEY WORDS** Korean temple food, awareness, popularization, foodservice students

## 서 론

최근 우리나라는 경제 수준 향상, 서구화, 여성의 사회활동 증가 및 핵가족 확산 등으로 인해 간편성과 편의성을 추구하게 되면서 가공식품, 패스트푸드와 인스턴트 식품의 소비가 증가하게 되었다[1]. 이에 따른 과잉의 영양소 섭취와 영양 불균형 그리고 육류 위주의 식생활 패턴 변화가 고혈압, 당뇨병 등의 만성 퇴행성 질환의 주요 원인이라고 알려지게 되면서 건강과 관련된 음식에 관심이 증가하고 있다[5-7].

우리나라의 전통음식은 영양학적으로 균형이 잡혀있고 생활습관병 예방과 다이어트 등에 효과가 있는 것으로 입증되면서 건강식으로서 인식되고 있다. 특히 우리나라 고유의 전통음식인 채식 위주인 사찰음식이 건강식으로 인지하게 되어 현대인의 건강을 지켜줄 새로운 웰빙 푸드로서 관심을 받게 되었다[8,9]. 사찰음식은 절에서 스님들이 수행하면서 먹는 음식으로, 사찰음식의 주요 특징은 우유 및 유제품을 제외한 일체의 동물성 식품을 사용하지 않으며 술과 오신채(五辛菜)라고 하는 다섯 가지 매운맛을 내는 채소인 파, 마늘, 부추, 달래, 흥거의 사용을 금하고 있다[10]. 천연 식재료 및 조미료를 사용하며 다양한 식물성 식재료를 주재료로 사용함으로써 풍부한 섬유소, 비타민과 무기질, 식물성 지방산을 제공하여 현대인들에게 건강식이며 웰빙 식문화에 가장 근접한 식단이라 할 수 있다[11].

그동안 사찰음식은 종교 음식이라는 인식이 강하여 사찰 내의 스님이나 극히 일부 신도들만이 접할 수 있는 음식으로 알려져 왔으나 최근 사찰음식의 전통적, 문화적 가치와 건강식으로서의 우수성이 주목받기 시작하면서 일반인들의 관심이 증가하고 있다[12]. 그러나 많은 사람들이 사찰음식에 관심을 보임에도 불구하고 독특한 조리방법, 흔하지 않은 식재료의 사용, 표준화된 조리법 부재 등의 이유로 지금까지 대중화가 잘 이루어지지 않고 있는 실정이다[13]. 기존의 사찰음식에 관한 연구는 주로 사찰음식에 대한 인식, 사찰음식의 선호도, 사찰음식의 관광 상품화 방안, 사찰음식 조리법 및 메뉴개발, 식단분석, 사찰음식 섭취와 건강 등에 관한 연구이며 [5,9-11,14], 사찰음식 대중화에 관한 성과는 미비한 실정이다.

사찰음식에 관한 관심이 높아지면서 정부 차원에서 문화재보존 일환으로 전통 사찰음식의 데이터베이스 구축을 진행하고 있으며 [15], 일반인들이 사찰음식을 접할 수 있는 사찰음식 전문점 수도 증가하고 있다[16]. 게다가 외국인들에게도 많은 관심을 받고 있는 사찰음식을 문화관광 자원화하기 위해서는 사찰음식의 우수성을 알리고 사찰음식에 대한

인식을 높임과 동시에 전문 인력을 양성하는 것이 매우 중요하다. 최근에는 사찰음식을 교육하는 일반 사설 강좌들이 꾸준히 개설되고 있으나 대부분 비전문가 개인이 운영하는 교육기관은 많으나 체계화된 조리 전문 교육기관이 거의 없어서 우수한 전문 인력을 배출하기 어려운 실정이고, 전문 인력 양성을 위한 교육 과정이나 발전 방향에 관한 선행 연구도 거의 없는 실정이다[12,17].

우리나라 전통음식의 세계화를 위해서는 향후 음식문화를 이끌어갈 대학생들의 전통음식에 대한 인식을 높이는 것이 중요하며, 이들을 전문 인력으로 양성할 수 있는 교육 인프라의 구축, 그리고 조리 관련 학과에 한식 교과교육 시스템 설립이 필요하다고 제안되었다[21,22]. 이러한 연구 결과에 따라 우리나라 전통음식 중 하나인 사찰음식도 대중화, 세계화를 위해서는 내국인들의 사찰음식에 대한 올바른 인식과 함께 이를 담당할 전문 인력을 효과적으로 육성하는 것이 반드시 필요할 것으로 보인다. 특히 사찰 음식문화를 전파하고 발전시키기 위해서는 우리나라의 음식문화를 선도하고 향후 음식 관련 분야에서의 전문 인력으로 활동하게 될 조리전공 대학생들의 전통 사찰음식에 대한 전반적인 인식을 파악하는 것이 우선적으로 선행 되어져야 할 것으로 보인다. 따라서 본 연구에서는 외식 · 조리전공 대학생들을 대상으로 사찰음식에 대한 인식과 대중화 방안에 대하여 조사, 분석하여 향후 사찰음식 발전 방향 및 대중화 방안 수립을 위한 기초자료로 활용하고자 하였다.

## 연구대상 및 방법

### 1. 연구대상 및 기간

본 연구는 2016년 6월 10일부터 7월 10일까지 서울과 경기도, 충청도 소재 대학 중 외식 · 조리전공 학과가 있는 대학교 6개를 임의로 선정한 후 대학생들을 대상으로 설문을 조사하였다. 총 487부를 배부한 후 응답이 누락되었거나 내용이 부적절한 34부를 제외한 453부(93%)를 최종 분석 자료로 활용하였다. 본 연구는 생명윤리 심의 위원회의를 거쳐 승인을 받은 후 설문 참여 동의를 한 학생을 대상으로 진행되었다(연구윤리심의번호 DUIRB-20160608-009).

### 2. 연구대상 및 방법

본 연구에서는 설문지법을 이용하여 조사하였다. 사용된 설문지는 선행 연구 [5,13,19,23-25]를 참고하여 작성한 후 조리 관련 전공 대학생 20명의 예비조사를 거쳐 본 연구 목적에 맞게 재구성 하였다. 대상자에게 연구에 대한 취지와 목적을 설명을 한 후 참여에 동의한 대상자들에 한하여 자기

기입 방식으로 진행하였다.

설문지는 총 7개 영역으로 조사대상자의 일반적 사항 5문항, 사찰음식에 관한 관심 2문항, 사찰음식에 대한 인식 10문항, 사찰음식 섭취실태 4문항, 사찰음식 대중화 필요성 및 현황 3문항, 사찰음식 대중화 방안 10문항, 사찰음식 관련 교과과정 4문항 등 총 38문항으로 구성되었다. 사찰음식에 대한 인식 조사 문항으로는 채식, 제철 식재료를 사용한 계절식, 성인병 예방에 좋은 건강식, 체중 조절식, 수행 음식, 소박하고 친근함, 전통음식, 종교 음식, 간편한 조리법 등이며 리커트(Likert) 5점 척도를 이용하여 측정하였다. 사찰음식의 대중화 방안에 관한 10개 문항으로는 재료 구입 용이, 상설식당 육성, 전문교육기관 활성화, 과학적 우수성, 레시피 개발, 표준화 작업, 홍보 및 마케팅 등이며, 리커트(Likert) 5점 척도를 이용하여 측정하였다. 각 항목별로 ‘매우 그렇지 않다’ 1점, ‘그렇지 않다’ 2점, ‘보통이다’ 3점, ‘그렇다’ 4점, ‘매우 그렇다’ 5점을 부여하여 점수를 산출하였다. 이때 점수가 높을수록 인식이 높은 것으로 평가하였다.

### 3. 통계 분석

본 연구 자료는 SPSS 통계프로그램(V. 22.0, SPSS Inc., USA)을 이용하여 분석하였다. 조사대상자의 일반적 사항과 사찰음식에 관한 관심, 섭취실태, 대중화 현황 및 필요성, 사찰음식 교과목 개설에 대해서는 빈도 분석하였고, 남·여 간 차이를 살펴보기 위해 교차분석( $\chi^2$ -test)으로 검증하였다. 사찰음식에 관한 인식 및 대중화 방안에 관한 내용은 평균과 표준편차를 구하였으며, 성별 간 차이는 독립표본 t-test를 실시하여 검증하였다. 모든 통계 결과의 유의성

은  $p < 0.05$ 를 기준으로 검증하였다.

## 결 과

### 1. 조사대상자의 일반적 사항

Table 1은 조사대상자의 일반적 사항을 나타낸 것이다. 전체 대상자의 성별을 보면 남자는 19.2%였고, 여자는 80.8%로 나타났다. 학년별로는 2학년이 전체의 50.6%로 가장 많았고, 1학년(27.4%), 3학년(19.3%), 4학년(2.9%) 순이었다( $p < 0.001$ ). 조사대상자의 종교는 무교가 56.3%로 가장 많았고, 기독교가 23.4%, 불교가 9.9%, 천주교는 9.3%였다. 학생들의 졸업 후 희망하는 진로는 식품관련업 취업이 53.9%로 가장 높았고, 외식 창업이 25.4%, 전문 교육 강사 16.1% 순으로 나타났으며, 남학생의 경우 식품 관련 취업이나 외식 창업을 희망하는 비율(93.1%)이 여학생(76.0%)에 비해 높은 반면, 여학생의 경우에는 전문 교육 강사를 희망하는 비율(18.3%)이 남학생(6.9%)에 비해 높게 나타났다( $p < 0.01$ ).

### 2. 사찰음식에 대한 관심

Table 2는 사찰음식에 대한 관심에 관한 내용을 나타낸 것이다. 사찰음식에 대하여 전체의 51.0%가 낮은 관심을 보였고, 높은 관심을 보인 경우는 12.4%였다. 관심도를 점수화한 결과 5점 기준에 평균 2.42점으로, 대학생들이 사찰음식에 대하여 보통 이하의 낮은 관심을 보이는 것으로 나타났다. 보통 이상의 관심을 보인 대상자들의 경우 사찰음식에 관심을 갖게 된 경로는 TV, 인터넷, 신문, 잡지 등 대중매체를

Table 1. General characteristics of respondents

Variables		Total (n=453)	Male (n=87)	Female (n=366)	$\chi^2$
Grade	Freshman	124 (27.4) <sup>1)</sup>	1 ( 1.1)	123 (33.6)	45.615*** <sup>2)</sup>
	Sophomore	229 (50.6)	67 (77.0)	162 (44.3)	
	Junior	87 (19.3)	14 (16.2)	73 (19.9)	
	Senior	13 ( 2.9)	5 ( 5.7)	8 ( 2.2)	
Religion	No religion	255 (56.3)	59 (67.9)	196 (53.6)	8.220
	Christianity	106 (23.4)	14 (16.1)	92 (25.1)	
	Buddhism	45 ( 9.9)	7 ( 8.0)	38 (10.4)	
	Catholic	42 ( 9.3)	3 ( 5.7)	37 (10.1)	
	Others	5 ( 1.1)	2 ( 2.3)	3 ( 0.8)	
Career after graduation	Employment of food industry	244 (53.9)	54 (62.1)	190 (51.9)	13.369**
	Establishment of restaurant	115 (25.4)	27 (31.0)	88 (24.1)	
	Lecture of cooking	73 (16.1)	6 ( 6.9)	67 (18.3)	
	Others	21 ( 4.6)	0 ( 0.0)	21 ( 5.7)	

1) N (%)

2) \*\*:  $p < 0.01$ , \*\*\*:  $p < 0.001$

**Table 2.** The interest in temple food according to the gender

Variable		Total (n=453)	Male (n=87)	Female (n=366)	$\chi^2$ t-value
Extent of interest in temple food	Strongly much	12 ( 2.7) <sup>1)</sup>	4 ( 4.6)	8 ( 2.2)	2.974
	Much	44 ( 9.7)	10 (11.5)	34 ( 9.3)	
	Neutral	166 (36.6)	34 (39.1)	132 (36.0)	
	Little	130 (28.7)	21 (24.1)	109 (29.8)	
	Strongly little	101 (22.3)	18 (20.7)	83 (22.6)	
	Score <sup>3)</sup>	2.42 ± 1.02 <sup>2)</sup>	2.55 ± 1.09	2.38 ± 1.01	
Source of interest in temple food (n=222) <sup>4)</sup>	TV, Internet, newspaper, magazine	133 (59.9)	29 (60.4)	104 (59.8)	8.239
	Family, friends, acquaintance	49 (22.1)	8 (16.7)	41 (23.6)	
	Others	17 ( 7.6)	2 ( 4.2)	15 ( 8.6)	
	Experience of temple stay	12 ( 5.4)	5 (10.4)	7 ( 4.0)	
	Class of temple culinary	11 ( 5.0)	4 ( 8.3)	7 ( 4.0)	

- 1) N (%)
- 2) Mean ± SD
- 3) Scale: 1=Strongly little, 2=Little, 3=Neutral, 4=Much, 5=Strongly much
- 4) Respondents who had been interested in temple food

**Table 3.** The difference in perception of temple food according to the gender

Variables	Total (n=453)	Male (n=87)	Female (n=366)	t-value
Prevention of lifestyle related disease	4.10 ± 0.68 <sup>1)2)</sup>	4.10 ± 0.67	4.10 ± 0.69	1.179
Seasonal food	4.09 ± 0.72	4.17 ± 0.72	4.07 ± 0.72	1.434
Vegetarian food	4.08 ± 0.74	4.18 ± 0.71	4.06 ± 0.75	-1.637
Asceticism food	3.95 ± 0.79	4.03 ± 0.77	3.93 ± 0.80	1.062
Weight control food	3.94 ± 0.79	4.01 ± 0.85	3.93 ± 0.79	-0.005
Friendliness	3.72 ± 0.94	3.64 ± 0.99	3.74 ± 0.93	-0.863
Religious food	3.69 ± 1.07	3.66 ± 1.06	3.70 ± 1.07	-0.325
Korean traditional food	3.43 ± 0.96	3.52 ± 0.99	3.42 ± 0.96	0.889
Nutritionally incomplete food	3.09 ± 1.03	3.11 ± 1.02	3.08 ± 1.04	0.289
Simple cooking method	2.88 ± 0.94	2.83 ± 0.92	2.90 ± 0.95	-0.609

- 1) Mean ± SD
- 2) Scale: 1=Strongly disagree, 2=Disagree, 3=Neutral, 4=Agree, 5=Strongly agree

통한 경우가 59.9%로 가장 많았으며, 다음으로 친구·지인 (22.1%), 템플스테이 체험(5.4%), 일반 사찰조리 강좌 (5.0%)의 순으로 나타났다.

### 3. 사찰음식에 대한 인식

조사대상자들의 사찰음식에 대한 인식을 알아보기 위하여 채식, 제철 식재료를 사용한 계절식, 성인병 예방에 좋은 건강식, 체중 조절식, 수행 음식, 소박하고 친근함, 전통음식, 종교 음식, 간편한 조리법 등 10개 항목에 대한 인식 정도를 5점 기준으로 점수화하여 나타난 결과는 Table 3과 같다. 사찰음식에 대한 인식은 ‘성인병을 예방하는 건강식이다’ (4.10점), ‘제철 식재료를 사용한다’ (4.09점), ‘채식이다’ (4.08점), ‘정신을 맑게 해주는 선식이다’ (3.95점), ‘다이어

트에 좋다’ (3.94점) 등의 항목 순으로 점수가 높게 나타났다. 반면에 ‘조리법이 쉽다’ (2.88점) 항목에 대해서는 부정적인 가장 낮은 점수를 보여 대상자들이 사찰음식은 조리법이 간단하지 않고 어렵게 인식하고 있는 것을 알 수 있었다. ‘동물성 식품을 사용하지 않아 영양이 부족 하다’ 항목에서는 3.09의 낮은 점수를 보여 사찰음식이 채식 위주의 식단이지만 영양적으로는 많이 부족하지 않다고 인식하는 것으로 나타났다.

### 4. 사찰음식 섭취실태

조사대상자의 사찰음식 섭취실태는 Table 4와 같다. 사찰음식의 섭취 경험이 있는 사람이 전체의 35.1%였고, 섭취 경험이 없는 경우는 64.9%로 나타났다. 사찰음식 경험이 없

는 이유로는 ‘접할 기회 없음’이 84.7%였으며, 다음으로 ‘종교적인 이유’(9.5%), ‘육류 선호’(3.1%), ‘영양 결핍’(1.0%)의 순으로 나타났다. 사찰음식 섭취 경험이 있는 응답자들이 사찰음식을 섭취한 장소로는 ‘사찰’(73.0%), ‘가

**Table 4.** The difference in state of intake of temple food according to the gender

Variables		Total (n=453)	Male (n=87)	Female (n=366)	$\chi^2$
Eating experience	Yes	159 (35.1) <sup>1)</sup>	37 (42.5)	122 (33.3)	2.609
	No	294 (64.9)	50 (57.5)	244 (66.7)	
Reason for inexperience	No opportunity	249 (84.7)	43 (86.0)	206 (84.4)	10.190
	Nutritional deficiency	3 ( 1.0)	0 ( 0.0)	3 ( 1.2)	
	Preference of meat	9 ( 3.1)	4 ( 8.0)	5 ( 2.0)	
	Reason for religion	28 ( 9.5)	2 ( 4.0)	26 (10.8)	
	Inspidity	2 ( 0.7)	0 ( 0.0)	2 ( 0.8)	
	Others	3 ( 1.0)	1 ( 2.0)	2 ( 0.8)	
Eating place (n=159) <sup>2)</sup>	Temple	116 (73.0)	25 (67.6)	91 (74.6)	9.106
	Home	14 ( 8.8)	3 ( 8.1)	11 ( 9.0)	
	Temple food restaurant	13 ( 8.2)	6 (16.2)	7 ( 5.7)	
	Exhibition	5 ( 3.1)	0 ( 0.0)	5 ( 4.1)	
	Others	11 ( 6.9)	3 ( 8.1)	8 ( 6.6)	
	Taste of food (n=159)	Suiting one's taste	124 (78.0)	30 (81.1)	
Not suiting one's taste	35 (22.0)	7 (18.9)	28 (23.0)		

1) N (%)

2) Respondents who had been intake temple food

**Table 5.** The condition of popularization and necessity in temple food according to the gender

Variables		Total (n=453)	Male (n=87)	Female (n=366)	$\chi^2$ t-value
Necessity of popularization	Strongly necessary	10 ( 2.2) <sup>1)</sup>	2 ( 2.3)	8 ( 2.2)	1.640
	Necessary	117 (25.8)	25 (28.7)	92 (25.1)	
	Neutral	210 (46.3)	42 (48.3)	168 (45.9)	
	Unnecessary	99 (21.9)	16 (18.4)	83 (22.7)	
	Strongly unnecessary	17 ( 3.8)	2 ( 2.3)	15 ( 4.1)	
	Score <sup>3)</sup>	3.01 ± 0.85 <sup>2)</sup>	3.10 ± 0.81	2.99 ± 0.86	
Degree of popularization	Very well done	4 ( 0.9)	1 ( 1.1)	3 ( 0.8)	3.335
	Progress well	23 ( 5.0)	4 ( 4.6)	19 ( 5.2)	
	Average	138 (30.5)	28 (32.2)	110 (30.1)	
	Not progress well	246 (54.3)	42 (48.3)	204 (55.7)	
	Not very well done	42 ( 9.3)	12 (13.8)	30 ( 8.2)	
	Score <sup>4)</sup>	2.34 ± 0.75	2.31 ± 0.81	2.35 ± 0.74	
Reason for unpopularity	No opportunity	168 (39.4)	38 (46.3)	130 (37.8)	13.794* <sup>5)</sup>
	Religion	91 (21.4)	8 ( 9.8)	83 (24.1)	
	Restrictions	73 (17.1)	12 (14.6)	61 (17.7)	
	Indifference	58 (13.6)	13 (15.9)	45 (13.1)	
	No preference	28 ( 6.6)	10 (12.2)	18 ( 5.2)	
	Difficulty of purchasing ingredients	6 ( 1.4)	1 ( 1.2)	5 ( 1.5)	
	Others	2 ( 0.5)	0 ( 0.0)	2 ( 0.6)	

1) N (%)

2) Mean ± SD

3) Scale: 1=Strongly unnecessary, 2=Unnecessary, 3=Neutral, 4=Necessary, 5=Strongly necessary

4) Scale: 1=Not very well done, 2=Not progress well, 3=Average, 4=Progress well, 5=Very well done

5) \*: p<0.05

정'(8.8%), '사찰음식 전문점'(8.2%), '박람회'(3.1%)의 순으로 나타났다. 사찰음식을 섭취해 본 사람들의 경우 78.0%가 '음식이 입맛에 맞는다'고 응답하였다.

**5. 사찰음식 대중화 방안**

**1) 사찰음식 대중화 현황**

Table 5는 사찰음식의 대중화 방안에 대한 대상자들의 의견을 나타낸 결과이다. 사찰음식의 대중화에 대하여 '필요하다'는 긍정적 응답은 28.0%, '필요하지 않다'는 부정적인 응답은 25.7%를 보였다. 사찰음식 대중화 필요성을 점수화한 결과 평균 3.01점으로 보였다. 현재 사찰음식 대중화는 잘 이루어지지 않고 있다고 생각하는 대상자는 전체의 63.6%가 응답하였고, 이유로는 '접할 기회가 없어서'(39.4%), '종교적 이미지가 강함'(21.4%), '제한된 것이 많음'(17.1%), '사찰음식에 대한 관심이 없음'(13.6%), '기호에 맞지 않음'(6.6%), '재료 구입이 어려움'(1.4%)의 항목 순으로 나타났다. 특히 사찰음식이 '종교적 이미지가 강하기 때문'을 이유로 든 경우는 여자(24.1%)가 남자(9.8%)에 비해 높게 나타났다(p<0.05).

**2) 사찰음식 대중화 방안**

사찰음식 대중화 방안 10개 항목에 대한 인식 정도를 5점 기준으로 점수화하여 대상자의 의견을 나타낸 결과는 Table 6과 같다. '새로운 재료를 첨가한 현대적 레시피 개발'(3.98점), '다양한 문화 행사 개최'(3.88점), '사찰음식의 홍보 및 마케팅 강화'(3.87점), '표준화된 조리법 개발'(3.84점)의 항목 순으로 높은 인식점수를 보인 반면, '어릴 때부터 사찰음식 맛에 익숙하도록 유도'(2.82점) 항목에서는 낮은 부정적인 인식점수를 보였다. 남녀가 차이를 보인 항목으로 '과

학적으로 영양이 우수하다는 증거확보' 항목에서는 여자(3.78점)가 남자(3.71점)보다 더 높은 인식점수를 보였고, '사찰음식 상설식당을 육성' 항목에서는 남자(3.41점)가 여자(3.28점)보다 더 높은 인식점수를 보였다(p<0.05).

**6. 사찰음식 관련 교과과정 필요성**

Table 7은 조사대상자를 대상으로 사찰음식 관련 교과과정 개설 필요성과 인식을 조사한 결과이다. 사찰음식 교과목 개설에 대하여 전체 대상자의 28.9%가 필요하다고 하였으며, 남학생의 경우 개설이 필요하다고 응답한 비율(40.2%)이 여학생(26.3%)에 비해 높게 나타났다(p<0.01). 사찰음식 교육에 참여할 의도가 있는 경우가 전체 대상자의 34.7%였으며, 교육 참여도를 5점 기준 점수로 나타낸 결과 평균 3.09점으로 보였다.

대상자들이 사찰음식 교육 과정 개설 시 중요하다고 생각하는 항목으로는 '교과목 구성'(39.6%), '사찰음식 전문 강사'(32.5%), '교육기관의 신뢰도'(15.6%), '조리 실습 시설'(11.3%)의 순으로 나타났다. 교육 과정에서 남자는 '사찰음식 전문 강사'(38.0%)가 가장 중요하다고 응답한 반면, 여자는 '교과목 구성'(39.6%)을 가장 중요한 것으로 생각하고 있었다(p<0.05). 교과목 구성 시 포함될 내용으로는 '사찰음식 영양과 건강'(38.6%), '조리원리 및 실습'(31.5%), '사찰음식 상차림'(14.6%), '불교 문화 및 식문화'(9.1%), '창업·경영·마케팅'(5.2%)의 순으로 나타났다. 특히 남학생은 '조리원리 및 실습'(43.7%) 내용구성이 가장 필요하다고 보인 반면에, 여학생은 '사찰음식의 영양과 건강'(43.1%) 내용구성이 가장 필요하다고 생각하고 있었다(p<0.01).

**Table 6.** The factors of popularization in temple food according to the gender

Variables	Total (n=453)	Male (n=87)	Female (n=366)	t-value
Development of modern recipe with new ingredients	3.98 ± 0.85 <sup>1)2)</sup>	4.17 ± 0.78	3.93 ± 0.86	2.390
Opening diverse cultural exhibitions	3.88 ± 0.76	3.97 ± 0.74	3.86 ± 0.77	1.152
Reinforcement of publicity and marketing of temple food	3.87 ± 0.82	4.05 ± 0.83	3.83 ± 0.81	2.184
Development of standardized recipe	3.84 ± 0.76	3.97 ± 0.74	3.81 ± 0.77	1.698
Achievement of scientific evidences for taste and nutrition	3.77 ± 0.86	3.71 ± 0.96	3.78 ± 0.83	-0.672* <sup>3)</sup>
Investigation and development of traditional Temple food	3.47 ± 0.82	3.68 ± 0.83	3.42 ± 0.81	2.721
Easily purchase ingredients	3.33 ± 0.79	3.34 ± 0.86	3.33 ± 0.77	0.181
Dissemination of Temple food restaurant	3.31 ± 0.82	3.41 ± 0.91	3.28 ± 0.80	1.325*
Vitalization of professional educational institute	3.25 ± 0.88	3.40 ± 0.91	3.22 ± 0.87	1.176
Inducement of juvenile dietary habits	2.82 ± 1.01	3.05 ± 0.96	2.77 ± 1.02	2.328

1) Mean ± SD

2) Scale: 1=Strongly disagree, 2=Disagree, 3=Neutral, 4=Agree, 5=Strongly agree

3) \*: p<0.05

**Table 7.** The necessity of establishing curriculum in temple food according to gender

Variables		Total (n=453)	Male (n=87)	Female (n=366)	$\chi^2$ t-value
Intention to participate in education	Strongly agree	46 (10.2) <sup>1)</sup>	11 (12.6)	35 ( 9.6)	6.520
	Agree	111 (24.5)	29 (33.3)	82 (22.4)	
	Neutral	175 (38.6)	29 (33.3)	146 (39.9)	
	Disagree	80 (17.6)	11 (12.6)	69 (18.8)	
	Strongly disagree	41 ( 9.1)	7 ( 8.2)	34 ( 9.3)	
	Score <sup>3)</sup>	3.09 ± 1.09 <sup>2)</sup>	3.30 ± 1.10	3.04 ± 1.08	
Necessity of establishing curriculum	Strongly necessary	13 ( 2.9)	5 ( 5.7)	8 ( 2.2)	14.244** <sup>5)</sup>
	Necessary	118 (26.0)	30 (34.5)	88 (24.0)	
	Neutral	179 (39.5)	36 (41.4)	143 (39.1)	
	Unnecessary	100 (22.1)	8 ( 9.2)	92 (25.1)	
	Strongly unnecessary	43 ( 9.5)	8 ( 9.2)	35 ( 9.6)	
	Score <sup>4)</sup>	2.91 ± 0.99	3.18 ± 1.01	2.84 ± 0.97	
Important source in curriculum	Organization of curriculum	122 (39.6)	28 (39.5)	94 (39.6)	12.942*
	Professional lectures	100 (32.5)	27 (38.0)	73 (30.8)	
	Credibility of institutional	48 (15.6)	11 (15.5)	37 (15.6)	
	Facilities of cooking practice	35 (11.3)	5 ( 7.0)	30 (12.7)	
	Others	3 ( 1.0)	0 ( 0.0)	3 ( 1.3)	
	Score <sup>4)</sup>	2.91 ± 0.99	3.18 ± 1.01	2.84 ± 0.97	
Important content in curriculum	Nutrition and health	119 (38.6)	17 (23.9)	102 (43.1)	21.014**
	Cooking principle and practice	97 (31.5)	31 (43.7)	66 (27.8)	
	Set table of temple food	45 (14.6)	10 (14.1)	35 (14.8)	
	Particularity of Buddhist culture	28 ( 9.1)	7 ( 9.9)	21 ( 8.9)	
	Marketing	16 ( 5.2)	5 ( 7.0)	11 ( 4.6)	
	Others	3 ( 1.0)	1 ( 1.4)	2 ( 0.8)	

1) N (%)  
 2) Mean ± SD  
 3) Scale: 1=Strongly disagree, 2=Disagree, 3=Neutral, 4=Agree, 5=Strongly Agree  
 4) Scale: 1=Strongly unnecessary, 2=Unnecessary, 3=Neutral, 4=Necessary, 5=Strongly necessary  
 5) \*: p<0.05, \*\*: p<0.01

**Table 8.** The correlation among temple food interest, necessity of popularization, intention of education

	Degree of interest for temple food	Necessity of popularization	Intention to participate in education
Degree of interest for temple food	1		
Necessity of popularization	0.487*** <sup>1)</sup>	1	
Intention to participate in education	0.569***	0.585***	1

1) \*\*\*: p<0.001 by Pearson's correlation coefficient

**7. 사찰음식에 대한 관심, 대중화 필요도, 교육참여 의도 간의 상관관계**

Table 8은 사찰음식에 대한 관심, 대중화 필요도, 교육참여 의도 간의 상관관계를 나타낸 것이다. 사찰음식에 대한 관심, 대중화 필요도, 교육 참여 의도 간에는 서로 양의 상관관계가 있는 것으로 나타났다(p<0.001). 즉 사찰음식에 대한 관심이 높을수록 사찰음식의 대중화가 필요하다고 생각하고 있었고(r=0.487), 사찰음식 교육에 참여 의지도 높은 것으로 나타났다(r=0.569). 또한 사찰음식의 대중화가 필요하

다고 생각한 경우 사찰음식 교육에 대한 참여 의도도 높게 나타났다(r=0.585).

**고 찰**

사찰음식은 육체적 · 정신적 건강을 함께 강조하며 한식 중에서도 채식 위주의 건강식으로서 우리의 고유 음식문화 자원이다. 이러한 사찰음식의 우수성에 대한 인식이 높아지면서 사찰음식을 알고자 하는 사람들이 늘어남에 따라 사찰

음식을 교육하고 전수 하는 기관들이 양적으로 증가를 하였으나, 불교문화사업단, 불교종립학교인 동국대학교 및 조계종 산하 특화사찰(5곳)을 제외하고는 대부분 전문자격의 사설 교육기관이 주를 이루고 있어, 사찰음식 교육 및 대중화를 위해 전문 인력 양성을 체계적으로 수행하기 위한 방안 모색이 필요할 것으로 보인다. 따라서 본 연구에서는 향후 외식 시장을 선도할 외식 · 조리전공 대학생들의 사찰음식 및 사찰음식 대중화 방안에 대한 인식 등을 파악하여 사찰음식 조리 교육 연구 시초를 마련하고 교육현장에서 활용할 수 있는 기초자료를 제공하고자 하였다.

본 연구의 조사대상자 총 453명 중 남학생이 19.2%, 여학생이 80.8%로 조리 관련 전공대학생 중 여학생의 분포가 높은 것으로 나타났다. 사찰음식에 대한 관심도는 5점 기준에 2.42점으로 나타나 조사대상 대학생들의 관심도가 낮음을 보였다. 사찰음식의 대중화 방안에 관한 Kang[24]의 연구에서도 사찰음식에 관한 관심이 20대서 가장 낮게 나타나 본 연구결과와 유사하였다. 이러한 20대들의 사찰음식에 관한 관심이 낮은 이유는 젊은 연령대들의 소비 트렌드가 전통적인 것을 추구하기보다 편의성과 간편성을 추구하기 때문으로 보여진다.

사찰음식에 관심을 갖게 된 계기로 ‘TV, 인터넷, 신문잡지’(59.9%)가 가장 높게 나타났고 다음으로 친구 · 지인이 22.1%였다. Kang[24]의 연구에서도 유사한 결과를 보였는데 성별, 연령, 결혼 여부, 학력 수준, 월평균 소득수준과 상관없이 ‘매스컴을 통하여’(64.5%) 사찰음식에 관심을 갖게 된 것으로 나타났다. 사찰음식에 대한 접근 동기를 조사한 Cho[13]의 연구에서는 연령대별로 관심을 갖게 된 계기가 다르게 나타났는데 20대는 ‘친구 · 동료를 통해서’가 가장 높았고, 30대는 ‘대중매체’, 40대 이상은 ‘사찰이나 스님을 통해서’인 것으로 조사 되었다. 내국인과 외국인 성인의 사찰음식 섭취실태를 비교한 Moon & Lee[26]의 연구에서는 내국인은 ‘사찰 · 스님’을 통하여(30.6%)가 가장 높았고, 외국인은 ‘친구 · 동료’(45.8%)가 가장 높게 나타났다. 사찰음식 관심이 대부분 소비자에게 긍정적으로 평가되기 때문에 [27], 상대적으로 낮은 관심을 보인 20대들의 관심을 높일 수 있는 적절한 홍보와 마케팅을 위한 다양한 프로그램의 개발 및 운영방안 모색이 필요할 것으로 보인다.

사찰음식에 대하여 ‘성인병에 좋은 건강식이다’(4.10점), ‘제철 식재료를 사용한다’(4.09점), ‘채식이다’(4.08점) 항목에서 높은 인식점수를 보였다. 스님들의 경우 사찰음식의 장점을 건강식(42.2%)으로 보고 있었고 [28], Moon & Lee[24]의 연구에서는 내국인과 외국인 모두 사찰음식이 채식으로 이루어진 다이어트 식품이라고 하였다. 사찰음식

과 건강과의 관련성 연구결과 [9] 사찰음식 섭취 시 고혈압 예방 및 증세 완화, 혈관 내 콜레스테롤 저하 및 고지혈증 예방 효과가 있는 것으로 나타났다. Hwang 등의 연구 [29]에서 사찰음식의 섭취이유가 ‘건강식(66.7%)’ 항목에서 가장 높게 나타나 과도한 육식과 패스트푸드에 노출된 현대인들에게 건강을 추구하는 식단으로서 사찰음식 인식이 자리를 잡아가는 것으로 보인다. 반면 ‘조리법이 쉽고 간단하다’ 항목에서는 2.88점으로 다소 부정적인 인식을 보였는데 이는 Moon & Lee[26]의 연구에서도 2.84점의 유사한 결과를 보여 일반적으로 사람들은 사찰음식이 조리법이 쉽지 않고 어려워 접하기 쉽지 않다고 생각하고 있는 것으로 나타났다. 사찰음식을 ‘종교적인 음식’(3.69점)으로 인식하는 정도는 낮으나, 종교와 상관없이 먹는 음식으로 인식하고 있는 것으로 나타난 Jeon 등 [16]의 연구나 Kang [24]의 연구결과의 비해서는 상대적으로 높게 인식하고 있는 것으로 보여진다.

사찰음식을 먹어본 경험이 없는 응답자가 전체의 64.9%였으며, 경험이 없는 이유로는 ‘접할 기회가 없음’이 84.7%로 가장 높게 나타났다. Kang [24]의 연구에서도 20대에서 안 먹어본 대상자 비율이 64.5%로 가장 높게 나타나 본 연구와 유사한 결과를 보였다. 사찰음식 섭취 장소로는 73.0%가 ‘사찰’로 응답하였다. Cho [13]의 연구에서도 사찰음식 섭취장소로 ‘사찰’(65.2%)이 가장 높았고, Kang [24]의 연구에서도 유사한 결과를 보였다. 이처럼 현재 일반인의 경우 사찰음식을 주로 사찰에서 섭취하고 있는 것으로 보이며 사찰을 방문하는 불교 신자가 아닐 경우 사찰음식점이 많지 않아 사찰음식을 먹어볼 기회를 갖기가 쉽지 않을 것으로 보여진다. 사찰음식을 섭취 경험자 중 78.0%가 ‘음식이 입맛에 맞는다’고 하였다. 일반적으로 사찰음식은 천연 조미료를 사용하고 첨가물이 들어가지 않은 자연식재료를 사용하여 조리하므로 Bae의 연구 [23]결과와 같이 사람들은 사찰음식의 맛을 ‘담백하고 저 자극적’(69.5%)이기 때문에 선호하고 있었다.

사찰음식 대중화에 대하여 필요하지 않다고 응답한 대상자는 전체의 25.7%였으며 대중화 필요성에 대한 인식점수는 5점 기준 평균 3.01점으로 나타나 다소 긍정적인 결과를 보였다. Cho [13]의 연구에서 남녀 모두 사찰음식 대중화가 필요하다(78.1%)고 하였고, Moon & Lee [24]의 연구에서는 내국인의 94.4%, 외국인의 72.1%가 대중화가 필요하다고 하였다. 사찰음식 대중화가 필요하다는 이유로 Hwang 등의 연구 [28]에서는 성인병 예방 등 건강증진 기여(74.7%) 때문으로 인식하고 있었다. 현재 사찰음식 대중화의 진행 상태는 잘 이루어지지 않고 있다는 부정적인 응답이 63.6%로 나타났다. Kang [24]의 연구에서도 응답자의 67.6%가 대



증화가 되지 않고 있다고 하여 본 연구와 유사한 결과를 보였다. 대중화가 잘 이루어지지 않는 이유로 ‘접할 기회가 없음’(39.4%)이 가장 높게 나타났으며 이는 Kang[24]의 연구에서 ‘접할 기회가 없음’(62.9%)이 가장 높게 나타난 결과와 유사하였다. ‘사찰음식이 종교적 이미지가 강하기 때문’을 이유로 든 경우는 여자(24.1%)가 남자(9.8%)에 비해 높게 나타났다( $p < 0.05$ ). 특별한 문화적 경험을 통한 소비자의 경험이 긍정적인 감정을 끌어내는데 중요한 요소라는 연구결과를 보인 Jang & Ha [30] 연구에서 볼 수 있듯이 다양한 문화 체험의 활성화를 통하여 사찰음식을 접할 수 있는 효과적인 방법 조성을 한다면 많은 사람이 경험을 통하여 사찰음식에 대한 긍정적인 관심과 인식이 높아져 대중화에 도움이 될 것으로 보인다. 사찰음식의 대중화 방안으로 ‘현대적인 레시피 개발’(3.95점), ‘다양한 문화 행사 개최’(3.88점), ‘사찰음식의 홍보 및 마케팅 강화’(3.87점) 등의 문항에서 높은 인식점수를 보인 반면, ‘어릴 때부터 사찰음식 맛에 익숙하도록 유도’(2.82점) 문항에서는 부정적인 가장 낮은 인식점수를 보였다. Hwang[29]의 연구에서는 사찰음식 대중화를 위해 ‘다양한 재료 사용’(15.6%)과 더불어 조리방법(17.7%) 개선을 들었고, Moon & Lee[26]의 연구에서는 내·외국인(40.1%)·(28.2%) 모두 ‘전문점 확충’이 필요하다고 하였다. 따라서 사찰음식을 대중적인 음식으로 접근할 수 있도록 하기 위해서는 현대인에 입맛에 맞는 레시피를 다양하게 개발을 해야 하고, 연령별 전략적 홍보 마케팅을 통한 다양한 문화 행사 및 특색을 살린 사찰음식 전문점의 확충이 필요할 것으로 보인다. Park의 연구[31]에서 나이가 어릴수록 식생활 적응도가 높은 것으로 나타나, 건강식으로 인식되는 사찰음식을 어린 시기부터 섭취에 익숙하도록 유도하는 방법도 사찰음식을 대중화하는 방안 중 하나일 것으로 보인다.

사찰음식 교육에 참여할 의도가 있는 경우가 전체 대상자의 34.7%였으며, 참여 의도를 점수화한 결과 5점 기준 평균 3.09점으로 나타나 다소 긍정적인 참여 의도를 보였다. Cho[13]의 연구에서는 대부분 대상자(92.3%)가 ‘기회가 된다면 사찰음식 교육에 참여하겠다’고 응답하였는데 이는 적절한 교육 기회와 교육기관 부족으로 조리법을 익히지 못하여 사찰음식이 원활히 보급되지 못한 이유로 보인다. 사찰음식 교과목 개설이 필요하다고 응답한 대상자는 전체의 28.9%였으며, 남학생(40.2%)에서 여학생(26.2%)에 비해 높게 나타났다( $p < 0.01$ ). Kang & Kim[21]의 연구결과 전통음식 교육을 받은 후 전통음식에 대한 인식도가 긍정적으로 변화한 것으로 나타나, 사찰음식의 경우도 조리 관련 전공에 교과과정으로 개설하여 전문 인력 양성에 활용하는 것

도 사찰음식이 보급 전파에 도움이 될 수 있을 것으로 보인다.

조사대상자들은 사찰음식 교육 과정 개설 시 ‘교과목 구성’(39.6%), ‘사찰음식 전문강사’(32.5%), ‘교육기관의 신뢰도’(15.6%), ‘조리 실습 시설’(11.3%)의 순으로 중요하다고 응답하였다. 특히 남자는 ‘사찰음식 전문강사’(38.0%)가 가장 중요하다고 한 반면, 여자는 ‘교과목 구성’(39.6%)을 가장 중요하다고 하였다( $p < 0.05$ ). Byun 등[32]의 외식·조리전공 학과 교과과정 개설 현황 및 교육 과정 개발에 관한 연구에서 학생들의 졸업 후 진출 분야가 교육 과정을 결정하는 가장 큰 요인이기 때문에 교육 과정 신설 시 교과목 구성이 중요하다고 강조하였다. 따라서 사찰음식의 교육 과정 또한 학생들의 졸업 후 진로를 고려한 전문 교육 과정으로 구성해야 할 것으로 보인다. 교과목 구성 시 포함될 내용으로는 ‘사찰음식 영양과 건강’(38.6%), ‘조리원리 및 실습’(31.5%), ‘사찰음식 상차림’(14.6%), ‘불교 문화 및 식문화’(9.1%), ‘창업·경영·마케팅’(5.2%)의 순으로 나타났다. 특히 남학생은 ‘조리원리 및 실습’(43.7%) 내용구성이 가장 필요하다고 생각하였고, 여학생은 ‘사찰음식의 영양과 건강’(43.1%) 내용구성이 가장 필요하다고 생각하고 있었다( $p < 0.01$ ). 외식 호텔 조리 산업 계열의 교과과정 개설 현황연구[32]에서 교과목별 중요도를 보면 조리 중점 학과에서는 조리원리, 주방관리실무론, 단체급식관리의 과목이 1순위를 보였고, 식품 관련 학과에서는 식품학, 영양학, 식품위생 및 관계 법규 등이 1순위로 나타났다.

사찰음식의 관심도, 대중화 필요도, 교육참여 의도 간에는 모두 유의적인 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 즉 사찰음식에 대한 관심이 높을수록 사찰음식의 대중화가 요구도가 높았고, 사찰음식에 대한 교육참여 의지도 높은 것으로 나타났다. 또한 사찰음식의 대중화 요구도가 높을수록 사찰음식에 대한 교육참여 의지도 높은 것으로 나타났다. 따라서 사찰음식 대중화를 위해서는 대상자들의 사찰음식에 대한 관심도를 높이는 것이 우선적으로 행해져야 할 것으로 보인다.

## 요약 및 결론

본 연구에서는 외식·조리전공 대학생을 대상으로 사찰음식에 대한 인식, 섭취실태, 대중화 현황 등에 관하여 알아보고, 향후 사찰음식 대중화·세계화를 위한 기초자료로 활용하고자 하였으며 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 조사대상자는 총 453명으로 남자는 전체의 19.2%, 여자는 80.8%였다. 종교는 무교가 56.3%로 가장 많았고, 기독교(23.4%), 불교(9.9%), 천주교(9.3%)의 순이었으며,

졸업 후 희망하는 진로는 식품 관련업 취업이 53.9%로 가장 높게 나타났다.

2. 사찰음식에 대하여 조사대상자의 12.4%가 높은 관심을 보인 반면 51.0%는 관심이 낮은 것으로 나타났다. 사찰음식에 대한 관심을 갖게 된 경로는 'TV, 인터넷, 신문, 잡지'가 59.9%로 가장 높았고 다음으로 '친구·지인'이 22.1%였다.

3. 사찰음식에 대한 인식을 보면 '성인병을 예방하는 건강식이다'(4.10점), '체질 식재료를 사용한다'(4.09점), '채식이다'(4.08점), '정신을 맑게 해주는 선식이다'(3.95점), '다이어트에 좋다'(3.94점) 등의 항목 순으로 높은 점수를 보인 반면 '조리법이 쉽다'(2.88점) 항목에서는 부정적인 가장 낮은 점수를 보였다.

4. 조사대상자의 64.9%가 사찰음식 섭취 경험이 없었고, 섭취 경험이 없는 이유로는 '접할 기회가 없음'이 84.7%로 가장 높았다. 사찰음식 섭취장소로는 사찰이 73.0%로 가장 높았으며, 사찰음식을 섭취해 본 사람들의 경우 78.0%가 음식이 입맛에 맞다고 응답하였다.

5. 사찰음식의 대중화가 필요하다고 생각하는 대상자는 전체의 28.0%였으며, 필요하지 않다는 부정적인 응답은 25.7%였다. 대상자의 63.6%는 현재 사찰음식의 대중화가 잘 이루어지지 않고 있다고 생각하고 있었으며, 사찰음식 대중화가 잘 이루어지지 않는 이유로는 '접할 기회가 없어서'(39.4%)가 가장 높게 나타났다.

6. 사찰음식 대중화 방안으로는 '새로운 재료를 첨가한 현대적 레시피 개발'(3.98점), '다양한 문화 행사 개최'(3.88점), '사찰음식의 홍보 및 마케팅 강화'(3.87점), '표준화된 조리법 개발'(3.84점)의 항목 순으로 높은 인식점수를 보인 반면에 '어릴 적부터 사찰음식 맛에 익숙하도록 유도'는 2.82점으로 가장 낮은 부정적인 인식점수를 보였다. '과학적으로 영양이 우수하다는 증거확보' 항목에서는 여자(3.78점)가 남자(3.71점)보다 더 높은 인식점수를 보였고, '사찰음식 상설식당을 육성' 항목은 남자(3.41점)가 여자(3.28점)보다 더 높은 인식점수를 보였다( $p < 0.05$ ).

7. 사찰음식 관련 교과과정 개설이 필요하다고 응답한 대상자는 전체의 28.9%를 보였으며, 특히 개설이 필요하다고 응답한 비율이 남학생(40.2%)이 여학생(26.3%)에 비해 높았다( $p < 0.01$ ). 사찰음식 교육이 실시 될 경우 참여할 의도가 있는 경우가 전체의 34.7%였다. 대상자들이 사찰음식 교육 과정 개설 시 중요하다고 생각하는 항목으로는 '교과목 구성'(39.6%), '사찰음식 전문가'(32.5%)의 순으로 높았고, 특히 남학생은 '조리원리 및 실습'(43.7%) 내용구성을, 여학생은 '사찰음식 영양과 건강'(43.1%) 내용구성을

가장 필요하다고 생각하고 있었다( $p < 0.01$ ). 교과목 구성 시 포함이 될 주요 내용으로는 '사찰음식 영양과 건강'이 38.6%로 가장 높았고, 특히 남학생은 '조리원리 및 실습'(43.7%), 여학생은 '사찰음식 영양과 건강'(43.1%) 내용구성이 가장 필요하다고 생각하고 있었다( $p < 0.01$ ).

8. 사찰음식 관심이 높을수록 사찰음식 대중화가 필요하다고( $r = 0.487$ ) 인지하고 있었고 사찰음식 교육참여 의도가 높았으며( $r = 0.569$ ), 또한 사찰음식 대중화가 필요하다고 생각하는 경우에 사찰음식 교육참여 의도( $r = 0.585$ )도 높게 나타났다( $p < 0.001$ ).

본 연구 결과 사찰음식에 대한 관심이 높을수록 대중화의 필요성을 크게 인지하였고 사찰음식 교육에 대한 참여 의지도 높은 것으로 나타났다. 그러나 본 조사대상 대학생들의 사찰음식에 대한 관심 및 인식이 비교적 낮게 나타났으며 그 원인으로 사찰음식을 접할 기회가 적은 것 때문으로 보여진다. 따라서 이들 젊은 층을 위한 다양한 사찰음식 문화 체험 및 효과적인 홍보 프로그램을 개발 및 활성화를 하여 활발한 참여를 통해 사찰음식에 대한 긍정적 관심 및 인식을 높이고, 사찰음식을 널리 보급 시키기 위한 적절한 사찰음식 관련 교과과정 개발을 통하여 교육 기회를 높이는 것도 필요할 것으로 보인다. 또한 사찰음식의 대중화를 위해서는 사찰음식이 가지고 있는 고유의 의미와 전통은 살리되 현대인의 입맛에 맞도록 레시피를 일부 수정, 보완하고 표준화된 조리법을 개발하여 일반인들이 쉽게 이용할 수 있도록 보급하는 것이 필요할 것으로 보인다.

## References

1. Shin DK, Jang BJ. A study of commercialization of traditional temple food for tourism. *Tour Res* 2004; 2004: 471-482.
2. Kang YE, Lee SY. Utilization of internet dietary information by university students in Seoul and Gyeonggi area. *Korean J Hum Ecol* 2016; 25(6): 811-821.
3. Lee SL, Lee SH. Survey on health-related factors, nutrition knowledge and food habits of college students in Wonju area. *Korean J Community Nutr* 2015; 20(2): 96-108.
4. Ko MS. The comparison in daily intake of nutrients, dietary habits and body composition of female college students by body mass index. *Nutr Res Pract* 2007; 1(2): 131-142.
5. Hong GJ, Lee YS, Nam JS, An HK, Lee EJ. A study on the preference determinants of Buddhist temple food. *Korean J Food Nutr* 2007; 20(4): 384-391.
6. Jeon HW. The effects on Sachaleumsik involvement of intention relation: moderating effects of perceived value. *Korea Tour Res Assoc* 2011; 25(5): 295-313.
7. Jeon HW, Cho SH, Lee MH. Effect of the characteristics of temple food on satisfaction: moderating effect of religion. *Culi*

- Sci Hosp Res 2013; 19(4): 40-55.
8. Jin YH, Cho JO. The effect of the next generation's recognition of traditional food on the popularization of foodservice industry. *Culi Sci Hosp Res* 2007; 13(3): 1-11.
  9. Lee SY, Kim JA. A study on temple food intake and health. *J East Asian Soc Diet Life* 2014; 24(6): 691-699.
  10. Kim JA, Lee SY. Evaluation of served menu and management of foodservice in Korean Buddhist temples. *J East Asian Soc Diet Life* 2006; 16(2): 215-225.
  11. Lee SY, Kim JA. The development of institutional food-service menu with temple food. *Korean J Community Nutr* 2015; 20(5): 338-350.
  12. Kwak JH, Hong KW. Influences of the quality of life and education satisfaction in the temple food course: focused on the participation motivation type. *Korean J Tour Res* 2016; 31(4): 231-247.
  13. Cho MH. Research on the strategy to popularize the traditional Korean Zen cuisine [master's thesis]. *Sookmyong women's University*; 2002.
  14. Jang BJ. A exploratory study on the method for population and tourism commercialization of Korean traditional temple food. *Northeast Asia Tour Res* 2011; 7(2): 147-162.
  15. Sung Y, Seo SY. Awareness of temple food for popularizing temple food preference and food research. *Korea Acad Soc Tour Manag* 2016; 31(5): 311-330.
  16. Jeon HW, Cho SH, Lee MH. Effect of the characteristics of temple food on satisfaction: moderating effect of religion. *Culi Sci Hosp Res* 2013; 19(4): 40-55.
  17. Kim JH, Hong KW. The effect of the selected attributes of Korean temple food on satisfaction and the repurchase intention. *J Hotel Resort* 2016; 15(1): 283-302.
  18. Jin YH. A study on recognition of globalization of Korean food among the students majoring in foodservice. *Culi Sci Hosp Res* 2011; 17(5): 57-73.
  19. Kim TH, Lee EJ, Lee EJ. A study on perception and globalization of Korean food among university students with food-related majors. *Korean J Food Cult* 2009; 24(6): 597-606.
  20. Chung, HJ. A study on the Korean food (Hansik) curriculum of culinary art & science related department: focus on the mainly four-year universities in Korea. *Korean J Hum Ecol* 2011; 20(1): 183-194.
  21. Kang JH, Kim JE. A survey of the perception of the superior factors to of Korean traditional foods by college students with food related majors. *Korean J Food Cult* 2009; 24(2): 155-163.
  22. Jin YH, Jo JO, Moon HY. A study on the effect of traditional food acceptability of college students with food majors in Seoul on menu development. *Korean J Culi Res* 2008; 14(4): 176-187.
  23. Bae YH. A study of the popularization of temple food. *East Asian Soc Buddhist Cult* 2015; 22: 636-670.
  24. Kang KK. A study on the current availability and popularization of the Korean Buddhist temple dish [master's thesis]. *Chodang University*; 2010.
  25. Son HJ. Satisfaction with and perception of the curricula of the educational institutions specialized in training professional cooks for the globalization of Korean food [master's thesis]. *Dongguk University*; 2012.
  26. Moon YS, Lee SY. A study on recognition, preference and popularization of temple food-among local and foreign restaurant visitors. *Korean J Community Nutr* 2017; 22(1): 53-62.
  27. Jeon HY, Kim KS. The effect of satisfaction on the involvement of temple food. *J Hotel Resort* 2011; 13(1): 77-99.
  28. Hwang EG, Kim SJ, Kim BG, Lee JY. Awareness analysis for popularization of temple food in monks. *J Korean Data Inform Sci Soc* 2015; 26(6): 1217-1224.
  29. Hwang EG, Ann YG, Kim BK. A survey analysis of perception about popularization for temple food based on consumer. *Korean J Food Nutr* 2017; 30(1): 67-73.
  30. Jang SC, Ha JY. The influence of cultural experience: emotions in relation to authenticity at ethnic restaurants. *J Foodserv Bus Res* 2015; 18(3): 287-306.
  31. Park ES. Factors of food adaptation and changes of food habit on Korean residing in America. *Korean J Diet Cult* 1997; 12(5): 519-529.
  32. Byun KS, Cho YD, Kim CS. Opening of education program in the culinary related departments and 2012 curriculum development of the division of food service & hotel culinary industry. *Korea Acad Soc Tour Manag* 2012; 27(4): 271-296.