



Professor in Department of Food Economics & Service, Yeungnam University ²

연구결과

- ## 연구결과

- 류성룡과 김희원과 성동일을 바퀴달린집으로 통합하였고 화사와 박나래를 나혼자산다로 통합하였다. 2개의 예능 프로그램이 빈도 분석에서는 10위, 17위에서 중요도에서는 9위, 13위로 상승함을 알 수 있다.

결론

- 코로나19의 장기화로 인해 심리적 불안과 스트레스가 늘면서 건강과 삶의 질에 대한 욕구가 높아지고, 차의 약리적 효능과 문화적·정신적 가치에 대한 관심이 증가하면서 차문화에 대한 교육과 체험이 확대되고, 이러한 교육경험은 차의 소비와 차문화에 대한 소비자들의 긍정적인 생각과 관심을 불러일으킬 수 있을 것으로 생각된다.
- 차문화 학계에서는 빅데이터를 활용한 연구가 아직 활발하지 않음으로 전통적인 방법의 연구가 아닌 빅데이터라는 새로운 연구방식을 활용했다는 것에 의의가 있다. 향후 다양한 연구가 이루어져 차문화 발전에 기여할 것을 기대한다.
- 상위 순위에 다도교육, 예절교육 등 교육에 대한 관심이 많음으로 나타나 유아부터 성인에 이르기까지 생애 주기별로 알맞은 교육프로그램을 개발하여 시행하는 것이 필요할 것이라 생각된다.
- 한옥체형, 서원과 향교에서 실시하는 다도체형 프로그램을 통해 차문화에 경험하는 기회가 많은 것으로 나타났는데, 지자체나 문화체육관광부의 지원을 받아 수행하는 인성 프로그램은 학교에서 단체로 신청하여 하는 경우가 많고, 일반인들 혹은 가족과 함께 하는 다도를 비롯한 프로그램들이 다양하게 있는데 모르는 지역민들이 많음으로 적극적인 홍보가 필요할 것이라고 생각된다.
- 예능 프로그램에서 연예인이 다도를 취미로 하는 내용이 방영되었는데 그 파급효과가 크다는 것을 알 수 있었다. 그러므로 방송 프로그램이나 연예인을 매개로 다도를 포함한 차문화에 홍보한다면 소비자들이 친근하게 차문화를 접할 수 있고 자연스레 차의 소비도 늘어 건강하고 행복한 삶을 추구하는 소비자의 트렌드에 부합하고 국민건강증진에도 기여할 수 있을 것으로 기대된다.