

# 애완동물 전공자와 비전공자 간 애견의 인지도에 관한 연구

신연호<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>혜전대학교 애완동물관리과

## A study on the Recognition of Pet Dogs between Companion Animal Majors and Non-Majors

Yeun-Ho Shin<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Dept. of Pet Care, Hyejeon College

**요 약** 본 연구는 애완동물 관련 전공 유무를 기준으로 애견의 선호, 관련 지식, 기능, 역할, 이미지, 용도를 조사하여 집단 간 애견의 인지도를 파악하고자 시행되었다. 이를 위해 농촌, 중소도시, 대도시에 재학 중인 전공자와 비전공자 164명의 고교생과 대학생을 대상으로 설문조사를 실시하고 수집한 자료는 집단 간 차이를 알아보기 위해 X<sup>2</sup>-test로 유의성을 검정하였다. 분석결과 애견이 반려 및 사역 기능과 심신의 장애를 겪고 있는 환자들의 동물보조치료에 이용되는 기능에서 유의성(p<0.05)을 보여 주었다. 또한 전공 유무에 따라 애완동물과 반려동물의 인지 차이가 매우 크다는 것을 알 수 있었다. 이에 애견의 다양한 용도와 역할의 인지가 확대되어 애완동물을 넘어 반려동물로서 그 정체성이 확보되는 정책적 프로그램의 개발과 적용이 필요하다고 판단된다.

**Abstract** The purpose of this study is to understand the recognition of pet dogs between companion animal majors and non-majors regarding preference, knowledge, competence, role, image, use of pet dogs. A survey was conducted among 164 high school and college, university students from rural areas, medium and large cities, comprised of both companion animal majors and non-majors. The collected data was processed with X<sup>2</sup>-test to see statistical significance between the two groups. The result showed a significance of (p<0.05) in competence as companion and working dogs and in Animal-Assisted Therapy for physically and psychologically challenged patients. Also, there was a great gap between two groups in recognizing pets and companion animals. Therefore, it is required to develop and implement policy programs that expand people's understanding on roles and competence of companion animals so that they can be identified as a real life companion beyond pets.

**Key Words** : Companion Animal, Competence, Significance, Pet Dogs, Pets

## 1. 서론

### 1.1 연구의 목적과 필요성

우리나라에서 개는 예로부터 사람에게 가장 충직하고 복종을 잘 하는 동물로 인식되어 왔다. 또한 수렵, 경비 등의 사역 협조뿐만 아니라 애완 및 반려동물로서의 역할도 해왔다는 증거들이 화석이나 문헌에서 입증되고 있다[1]. 이외에도 최근에는 동물매개활동(Animal-Assisted

Activities, AAA)과 동물보조치료(Animal-Assisted Therapy, AAT)의 대표적 동물로서 그 기능이 확대되고 세분화되고 있다[2].

이처럼 개의 기원은 늑대의 가축화로부터 시작하여 수렵, 경비의 사역용도를 거쳐 현재에 이르러서는 시각과 청각의 장애를 겪고 있는 사람들에게 안내 및 도움을 주는 기능이 일상화 되어 있고 이에 대한 인지도 대중화되어 있어 이제 개는 애완동물이 아닌 반려동물로서 그 정

\*Corresponding Author : Yeun-Ho Shin(Hyejeon College.)

Tel: +82-41-630-5268 email: syh-12@hj.ac.kr

Received December 30, 2013 Revised January 28, 2014

Accepted February 5, 2014

체성을 쌓아가며 애견으로서 다양한 용도와 역할을 하고 있다.

2012년 우리나라 애완동물을 키우는 가구 수를 보면 전체 가구의 16.0%(320만 가구)가 440만 마리의 애견을 키우고 있어 고양이를 키우는 가구 수 3.4%(116만 마리)보다 약 4.7배가 더 많은 것으로 추산되고 있다[3].

이러한 가구 수 규모로 추정할 때 우리나라 사람들이 가장 선호하는 동물은 개로서 이는 1인 가구와 핵가족, 고령화의 증가로 외로움을 대체할 동반자로서 개를 반려동물로 선택하게 되었으며 이런 시대적 요구는 각 대학들에게 애완 및 반려동물 전공 학과를 신설토록 하여 졸업생들을 배출하고 있다[4]. 또한 해당 학과나 관련 산업체, 공공기관 등에서도 개들의 타고난 견종 특성과 기능에 따라 적절한 교육을 통해 그 용도를 개발하고, 쓰임새를 경비견 이외 안내견/도우미견/, 사역견, 인명구조견, 경찰견/군용견/, 탐지견 등으로 요구하며 애견 인지도에 대한 필요성을 제기하고 있다.

그러나 현재까지 내려 오고 있는 우리나라의 보신탕 식습관은 반려동물로서 애견의 인지도 정착에 매우 큰 장애요인으로 농촌과 중소도시, 대도시 등 지역 간 애견 인식에 대한 격차가 상존하고 전공자와 비전공자 간에도 애견에 대한 인지도 차이가 있어 혼란이 있는 실정이다.

더구나 반려동물로서 정체성을 형성하지 못한 상황에서 애완동물 T.V 프로그램 방영의 증가는 애견에 대한 선호를 높여 애견의 개체 수 증가 만큼 유기동물의 개체 수도 증가하여 2010년 100,899 마리에 달하고 있다[5].

이에 우리나라도 2007년 동물보호법이 개정, 시행되면서 반려동물이라는 용어가 공식적으로 사용되고 있지만 [6]. 서구사회에서 애견이 19세기 영국의 귀족문화에서 시작되어 반려동물로서 대중문화로 정착되기까지 역사적 문화과정이 있었던 것에 비하면 국내에서 반려동물로 자리 잡기 시작한 것[7]은 이제 겨우 15여 년 정도이다.

따라서 농촌, 중소도시, 대도시에 재학 중인 전공자와 비전공자 간 애견의 선호, 관련 지식, 기능, 역할, 이미지, 용도를 조사, 분석하여 애견의 인지도를 살펴보는 것은 두 집단 간 애견 인지도 차이의 요인을 파악하고 그 격차를 줄여 인간과 함께 동거동락하는 애견의 정체성을 확립하고자 함에 있다. 아울러 애견의 다양한 용도와 역할의 인지가 대중화되어 올바른 반려동물문화의 정립과 이를 위한 교육 및 정책 수립을 도모하고자 함이 본 연구의 목적이다.

## 2. 연구방법 및 절차

### 2.1 조사대상 및 조사항목

본 연구의 조사대상은 농촌, 중소도시, 대도시에 거주하는 애완동물 전공자 53명, 비전공자 113명 총 164명의 고교생과 대학생을 대상으로 2013년 4월 5일부터 4월 26일까지 연구논제, 설문조사의 목적과 필요성을 설명하고 실시하였다. 조사 대상자의 기초조사 항목으로 성별, 학교 소재지, 거주지, 거주 형태, 애견과의 거주 유무를 선정하였다.

조사항목으로는 애완동물 전공 유무자를 기준으로 애견의 선호, 관련 지식, 기능, 역할, 이미지, 용도를 조사하였다.

### 2.2 조사방법 및 통계처리

조사항목은 애완동물 전공 유무자를 기준으로 애견의 선호, 관련 지식, 기능, 역할, 이미지, 용도로 구분하고 무기명 설문지를 통하여 응답토록 하고 수집하였다. 설문응답은 전공자 67명 중 51명이 응답하여 76%가 회수되었고 비전공자는 113명 모두가 응답하여 100%의 회수를 보였다. 따라서 총 180명에 대한 설문조사를 하여 164명이 응답하여 91.2%의 회수율을 보였으며 164부가 통계분석 자료로 사용되었다.

통계처리는 조사항목별로 빈도와 백분율(%)을 구하였으며 설문문항에 대한 집단 간 애견의 인지도 차이를 알아보기 위하여 X<sup>2</sup>-test를 실시하여 유의성을 검증하였다.

## 3. 연구결과 및 고찰

### 3.1 조사 대상자의 일반적 특성

조사 대상자의 일반적 특성에서 전공자와 비전공자 분포를 살펴보면 총 164명 중 남자가 47%(77명), 여자가 53%(87명)로 여자가 많았다. 전공 유무를 기준으로 전공자는 여자가 66.7%(34명), 남자가 33.3%(17명)로 여자가 애완동물 전공 선호가 높았는데 이런 결과는 애견이 갖는 귀엽고 사랑스런 이미지가 여성의 모성본능과 관계되며 애완동물 전공 재학생 비율에서 남학생보다 여학생이 많은 재적비율과도 관련이 있는 것으로 추정된다. 비전공자는 남자가 53.1%(60명), 여자가 46.9%(53명)로 나타나 실제 대학 전공 선택에서는 성비가 달라질 수 있는 것을 파악할 수 있었다.

학교 소재지는 농촌이 80.5%, 중소도시가 16.5%, 대도시가 3.0%로 농촌이 가장 많았다. 거주지는 중소도시가 39.6%, 대도시가 34.1%, 농촌이 26.2%로 거주지와 학교 소재지와의 순위 분포가 다르게 나타났다. 거주 형태는

아파트가 50.0%, 단독주택이 42.1%, 기타가 7.9%로 나타나 아파트가 우선 순위를 보여주고 있는데 이런 결과는 단독주택이 아파트나 연립주택보다 거주형태가 높다는 김계웅 등[8] 연구결과와 다르게 나타났다. 이는 애견과의 거주 형태가 아파트 제 1순위로의 변화가 진행되고 있음을 보여 주는 것으로 사료된다.

애견과의 거주 유무는 전공자는 거주 70.6%(36명), 비거주 29.4%(15명), 비전공자는 거주가 23.0%(26명), 비거주 77.0%(87명)로 전공 유무에 따른 거주와 비거주 차이가 확연하게 나타났다. 이런 결과는 애견과의 동거 경험이 전공 선택에 있어서 긍정적 영향을 끼쳐 전공 확정에 작용한 것으로 보여진다[Table 1].

[Table 1] General features of the research subjects

Factor	Category	Pet majors (n=51)	Non-majors (n=113)	Total (n=164)
		Frequency (%)	Frequency (%)	Frequency (%)
Gender	Male	17(33.3)	60(53.1)	77(47.0)
	Female	34(66.7)	53(46.9)	87(53.0)
School location	Rural areas	43(84.3)	89(78.8)	132(80.5)
	Local cities	6(11.8)	21(18.6)	27(16.5)
	Major cities	2( 3.9)	3( 2.7)	5( 3.0)
Residence	Rural areas	13(25.5)	30(26.5)	43(26.2)
	Local cities	20(39.2)	45(39.8)	65(39.6)
	Major cities	18(35.3)	38(33.6)	56(34.1)
Type of residence	Apartment	29(56.9)	53(46.9)	82(50.0)
	Detached house	15(29.4)	54(47.8)	69(42.1)
	Others	7(13.7)	6( 5.3)	13( 7.9)
With / without pet dogs	with pet dogs	36(70.6)	26(23.0)	62(37.8)
	without pet dogs	15(29.4)	87(77.0)	102(62.2)

### 3.2 전공 유무별 애견의 선호

전공 유무별 애견의 선호차이를 측정한 결과는 애견을 선호한다고 응답한 사람은 총 162명 중 68.5%(111명)가 응답하였으며, 28.4%(46명)가 선호하지 않는다고 응답하였다. 전공자는 전체 51명 중 선호가 92.2%(47명), 비선

호가 3.9%(2명), 기타가 3.9%(2명)인 반면, 비전공자는 선호가 57.7%(64명), 비선호가 39.6%(44명), 기타가 3.1%(5명)으로 전공자가 압도적 선호를 보여주고 있어 전공 유무에 따라 애견의 선호에 있어 확연한 차이가 나타남을 알 수 있다. 또한 전공 유무와 상관없이 68.5%가 애견을 선호한다고 응답한 것은 애완동물의 선호도 연구에서 대다수 사람들이 애견을 가장 많이 키우고 싶어하는 동물이라고 한 김계웅 등[8, 9]의 연구결과와 유사하다.[Table 2].

[Table 2] Pet dog preference by companion Animal majors and non-majors

Classification		Pet dog preference			Total
		Prefer	Not prefer	Others	
Pet majors	Frequency	47	2	2	51
	%	92.2	3.9	3.9	100.0
	Total(%)	29.0	1.2	1.2	31.5
Non-majors	Frequency	64	44	3	111
	%	57.7	39.6	2.7	100.0
	Total(%)	39.5	27.2	1.8	68.5
Total	Frequency	111	46	5	162
	%	68.5	28.4	3.1	100.0
	Total(%)	68.5	28.4	3.1	100.0
Statistical Test (X <sup>2</sup> -test)	X <sup>2</sup> value : 22.866 Degree of freedom 2 Significance probability 0.000***				

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

### 3.3 전공 유무별 애견의 관련 지식

전공 유무에 따른 애견의 관련 지식을 보면 애완동물과 반려동물의 개념 차이에서 전공자는 애완동물과 반려동물의 차이를 이해한다고 응답한 사람이 87.5%, 비전공자는 12.9%로, 전공 유무에 따라 애완동물과 반려동물에 대한 이해가 매우 크게 차이가 나는 것을 볼 수 있다. 이는 2007년 국내 동물보호법이 개정된 이래 반려동물이란 단어가 공식적으로 사용되어야 함에도 불구하고 아직도 반려동물보다 애완동물에 대한 인식이 보편화 되어 사용되고 있기 때문이라고 생각한다. 이를 극복하기 위해서는 국가 정책적으로 T.V나 인터넷을 통해 반려동물에 대한 개념과 정의를 다시 정립하고 홍보하여 반려동물로서 애견에 대한 인지를 재확인시켜야 할 필요성이 있다고 생각한다.

애견 질병에 관한 지식의 항목에서는 전공자는 알고 있다고 응답한 사람이 93.9%, 비전공자는 33.3%로, 전공 유무에 따른 애견 질병의 지식과 이해의 차이가 크게 나타났다.

동물보호법에 관한 지식은 전공자의 84.0%, 비전공자

의 29.1%가 동물보호법을 알고 있다고 응답하였으며, 개정된 동물보호법의 시행과 조례는 전공자의 82.4%가 알고 있는 반면, 비전공자는 12.5%에 불과하여 전공 유무에 따라 개정된 동물보호법에 관련된 지식 차이가 더욱 두드러지게 나타남을 알 수 있었다. 이 또한 정부에서 지속적인 동물보호법과 개정 동물보호법에 대한 홍보가 부족한 것에서 기인한 것으로 파악된다. 개정 동물보호법에 따른 시행령은 지자체별로 적용되는 조례로 인하여 과태료 징수가 혼동을 일으켜 애견 보호자와 비보호자 사이의 시시비로 소송이 발생하고 있다.

시행령과 관련된 문제들은 일본의 동물보호법과 비교해볼 때 시행령에 대한 지자체 간의 동일한 적용[10]을 학습하여 차기 동물보호법 개정 시 시행령과 시행규칙, 과태료를 전국적으로 동일하게 적용하는 개정법을 공포하고 시행하면 해결이 가능하다고 생각된다[11].

인수공통 전염병은 전공자의 76.5%, 비전공자의 18.8%가 응답하여 비전공자의 인수공통 전염병에 대한 인식이 매우 부족한 것으로 나타났다. 이는 비전공자들에게도 인수공통병에 대한 지속적인 교육을 통해 전염병 관리 인식의 고취가 필요한 것으로 판단된다[Table 3].

[Table 3] Relevant knowledge on pet dogs by companion Animal majors and non-majors

Classification	Whether or not with pet major		Statistical Test
	Pet majors (%)	Non-majors (%)	
Difference between pet animals and animal companion	87.5	12.9	0.000***
Pet dog diseases	93.9	33.3	0.000***
Animal protection laws	84.0	29.1	0.000***
Enforcement and execution of the revised animal protection laws	82.4	12.5	0.000***
Zoonoses	76.5	18.8	0.000***

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

애견 기능에 대한 이해는 애견이 신체적 정신적 질환을 겪고 있는 환자들의 동물보조치료에 이용되고 있는 것을 전공자 92.2%, 비전공자 75.0%가 응답하여 통계적 유의성 (p<0.05)을 나타내 집단 간 동물보조치료 기능에 대한 이해 차이가 있음을 알 수 있었다.

동물매개활동과 동물보조치료는 1970년 창립한 미국의 펫 파트너즈(구: 델타 소사이어티)가 사람과 동물의 유대관계(HAB: Human Animal Bond)를 통한 인간의 건

강증진이라는 임무를 위해 수행하고 있는 프로그램이다 [12].

동물 보조치료견으로 활동하려면 펫 파트너즈 기술과 적성 테스트를 합격하여 펫 파트너즈 자격을 취득해야 한다. 따라서 동물보조치료에서 애견의 기능은 안내 및 도우미 기능과 함께 애견의 인지도를 확립하고 반려동물 개념 정립과 국내 반려동물 문화발전에 실질적 기여를 할 수 있는 프로그램으로 사료된다[13, 14].

시각 장애를 갖고 있는 사람의 안내 및 도우미 기능은 전공자의 94.1%, 비전공자의 89.1%가 알고 있다고 응답하여 전공 유무에 따른 차이가 나타나지 않았다. 이러한 결과는 T.V나 기타 공공방송 및 영화, 인터넷 등을 통해 비전공자들도 안내 및 도우미 기능의 인지를 많이 하고 있는 것으로 유추된다.

애견이 사람에게 반려 또는 사역 기능이 가능한가에 대해서는 전공자의 98.0%, 비전공자의 74.8%가 반려 및 사역 기능을 한다고 응답하여 (p<0.01) 통계적 유의성이 인정되었다. 그러므로 반려 및 사역 기능에서 전공 유무별 이해 차이가 있음을 알 수 있었으며 애견이 이제 애완 동물에서 반려동물로 정착되는 단계로 유추되지만 사역 기능에서 애견의 인지도는 많이 부족한 것으로 나타나 애견 용도의 다양성을 인식시킴[15] 필요가 있다고 사료된다[Table 4].

[Table 4] Competence of pet dogs by companion Animal majors and non-majors

Classification	Whether or not with pet major		Statistical Test
	Pet majors (%)	Non-majors (%)	
Animal assisted therapy for the physically, psychologically disabled	92.2	75.0	0.011*
Guiding and assisting those who have visual, hearing disabilities	94.1	89.1	0.480
Pet dogs as animal companion and as working dogs	98.0	74.8	0.002**

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

전공 유무별 애견의 역할은 애견이 가족 같다는 응답이 전공자가 75.5%, 비전공자는 31.1%로 전공자가 애견을 가족으로 수용하는 사람이 더 많았다. 한편 애견이 친구 같다고 응답한 사람은 전공자가 16.3% 비전공자가 35.8%로 비전공자가 애견을 가족보다 친구로서 생각하는 하는 사람이 더 많아 전공 유무에 따라 애견 역할의

차이가 매우 다른 것을 알 수 있었다.

애견 역할의 기타 응답은 비전공자가 27.4%로 전공자 6.1% 보다 약 4.5배 많았는데 비전공자의 이런 응답은 애견 역할에 대한 이해가 전공자보다 많이 미흡한 것으로 추정되며 또한 애견을 단순히 동물로 생각하는 것 이외에도 반려관계의 풍부한 경험이 전공자보다 부족하여 기타 응답한 것으로 여겨진다[Table 5].

[Table 5] Role of pet dogs by companion Animal majors and non-majors

Classification		Role				Total
		Friend	Family	Be loved one	Others	
Pet majors	Frequency	8	37	1	3	49
	Majors(%)	16.3	75.5	2.0	6.1	100.0
	Total(%)	5.2	23.9	0.6	1.9	31.6
Non-majors	Frequency	38	33	6	29	106
	Majors(%)	35.8	31.1	5.7	27.4	100.0
	Total(%)	24.5	21.3	3.9	18.7	68.4
Total	Frequency	46	70	7	32	155
	Majors(%)	29.7	45.2	4.5	20.6	100.0
	Total(%)	29.7	45.2	4.5	20.6	100.0
Statistical Test (X <sup>2</sup> -test)	X <sup>2</sup> value : 27.208 Degree of freedom 3 Significance probability 0.000***					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

전공 유무별 애견에 대한 이미지는 전공자 44.0%(22명), 비전공자 61.6%(69명)가 애견이라는 단어에서 귀엽다라고 응답하여 통계적 유의성 (p<0.05)을 보여주어서 전공 유무에 따른 애견에 대한 이미지 차이가 나타났다. 전공자는 애견의 이미지를 귀엽다 44.0%, 편안하다 38.0%, 충성스럽다 10.0% 등의 순서로 응답하여 애견은 귀엽다, 편안하다란 이미지가 많았다, 이에 비해 비전공자는 귀엽다 61.6%, 충성스럽다, 편안하다가 17.9%, 17.0%로 응답하였다. 그러므로 귀엽다라는 이미지가 두 집단에서 가장 많이 나타났고 특히 비전공자에서 가장 두드러지게 나타났다.

또한 2순위 이미지에서는 전공자가 편안하다 38.0%로 응답한 반면 비전공자는 충성스럽다(17.9%), 편안하다(17.0%)로 응답하여 편안하다는 이미지에서 전공자보다 낮은 빈도를 보여주었다. 이는 전공자가 비전공자보다 애견을 가족처럼 편안한 반려동물로서의 의미를 더 부여하는 것으로 생각되며 비전공자는 편안한 것 만큼 애견의 이미지에서 충성도를 고려하는 것으로 해석할 수 있었다 [Table 6].

[Table 6] Pet dog images by companion Animal majors and non-majors

Classification		Images				Total
		Adorable	Loyal	Comforting	Others	
Pet majors	Frequency	22	5	19	4	50
	Majors(%)	44.0	10.0	38.0	8.0	100.0
	Total(%)	13.6	3.1	11.7	2.5	30.9
Non-majors	Frequency	69	20	19	4	112
	Majors(%)	61.6	17.9	17.0	3.6	100.0
	Total(%)	42.6	12.3	11.7	2.5	69.1
Total	Frequency	91	25	38	8	162
	Majors(%)	56.2	15.4	23.5	4.9	100.0
	Total(%)	56.2	15.4	23.5	4.9	100.0
Statistical Test (X <sup>2</sup> -test)	X <sup>2</sup> value : 11.185 Degree of freedom 3 Significance probability 0.011*					

\*p<0.05, \*\*p<0.01, \*\*\*p<0.001

애견이 어느 곳에 쓰여지는가에 대한 애견의 용도를 설문조사한 결과는 전공자의 84.3%(43명), 비전공자의 79.6%(90명)가 집과 가족의 안전을 지킨다는 경비견으로의 용도를 가장 많이 응답하였다. 이는 전공 유무와 상관없이 우리나라에서는 애견의 용도가 경비견으로서 가장 많이 인식되고 있는 것으로 보여진다.

반면 안내견/도우미견에서는 전공자가 2.0%(1명) 비전공자가 6.3%(7명), 사역견은 전공자가 0.0%(0명) 비전공자가 2.7%(3명), 인명구조견은 전공자가 3.9%(2명) 비전공자가 6.3%(7명), 경찰견/군용견은 전공자가 2.0%(1명) 비전공자가 1.8%(2명), 탐지견은 전공자가 2.0%(1명) 비전공자가 1.8%(2명) 순으로 응답하였고 기타로 응답한 사람은 전공자가 5.9%(3명) 비전공자가 1.8%(2명)로 응답하였다.

애견의 용도에 대한 조사결과를 전체적으로 살펴볼 때 경비견이 79.6%로 가장 많이 응답하였고 인명구조견이 5.5%, 안내견/도우미견이 4.9%, 기타가 3.1%, 사역견, 경찰견/군용견/탐지견이 동일하게 1.8% 순으로 응답하여 경비견으로서 애견의 용도인 81.1%(133명)와 대조적인 차이를 보여 주었다. 이는 전공자와 비전공자가 공통적으로 애견의 용도가 경비견으로 사용되고 있다는 인식을 밝혀준 것으로 생각된다.

특히 전공자의 경우 경비견을 제외한 애견의 용도에서 응답빈도가 매우 낮은 것이 주목되는데 이는 애완동물 관련 고교 및 대학의 교육과정 중 애견표준화 교과목에서 견종표준에 적합한 애견의 기능과 용도 적용이 미흡했던 것으로 사료된다. 왜냐하면 비전공자는 안내견/도우미견을 6.3%로 응답한 반면 전공자는 2.0%, 3.9%로 더

[Table 7] Use of pet dogs by companion Animal majors and non-majors

Classification		Purpose							Total
		(Guard dog) Guards the safety of family and home	(Guide dog / Service dog) Guards the safety of those who have visual, hearing, physical disabilities and carries out errands	(Working dog) Pull sleds or carry loads	(Rescue dog) Save peoples lives	(Police dog/ Military dog) Deployed in tracing, searching, arresting and in military training	(Detection dog) Detects drugs and supports quarantine	Others	
Majors	Frequency	43	1	0	2	1	1	3	51
	Majors(%)	84.3	2.0	0.0	3.9	2.0	2.0	5.9	100.0
Non-majors	Frequency	90	7	3	7	2	2	2	113
	Majors(%)	79.6	6.3	2.7	6.3	1.8	1.8	1.8	100.0
Total	Frequency	133	8	3	9	3	3	5	164
	Majors(%)	81.1	4.9	1.8	5.5	1.8	1.8	3.1	100.0
Total	Total(%)	81.1	4.9	1.8	5.5	1.8	1.8	3.1	100.0
	Statistical Test (X <sup>2</sup> -test)	X <sup>2</sup> value : 5.340		Degree of freedom 6		Significance probability 0.501			

낮게 응답하였기 때문이다. 따라서 애견의 용도와 관련된 융합적인 교과목 수업을 통해 경비견 이외 다양한 애견의 용도를 숙지하여야 필요성이 있다고 판단된다.

이에 따라 국내에서 애견의 용도에서 안내견/도우미견이 대중적 인지도가 있는 점을 고려할 때 경비견만이 아닌 애견의 다양한 용도 인식을 제고시켜야 할 것으로 사료된다[Table 7].

#### 4. 결론

본 연구는 애견이 애완동물을 넘어 반려동물로서 정체성을 확보할 수 있는 기초적 자료를 얻고자 수행하였다. 이를 위해 농촌, 중소도시, 대도시에 재학 중인 전공자와 비전공자 164명의 고교생과 대학생을 대상으로 애견의 선호, 관련지식, 기능, 역할, 이미지, 용도를 조사하여 애완동물 관련 전공자와 비전공자 간 애견의 인지도를 파악하고자 하였다. 조사한 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 전공자와 비전공자 애견 선호 조사에서는 전체의 68.5%가 애견을 선호한다고 하였으며 28.4%가 선호하지 않는 것으로 나타났다. 전공자는 전체 선호가 92.2%, 비선호 3.9%, 기타 3.9%인 반면, 비전공자는 선호 57.7%, 비선호 39.6%, 기타 3.1%로 전공자가 압도적 선호를 보여주고 있어서 전공 유무에 따라 애견 선호의 확연한 차이가 나타나고 있음을 알 수 있었다.

2. 전공 유무에 따른 애견 관련 지식에서 애완동물과 반려동물의 개념 이해는 전공자가 87.5%, 비전공자는 12.9%로 나타났다. 애견 질병 관련 지식 이해는 전공자는 93.9%, 비전공자는 33.3%로 나타났다. 동물보호법 관련 인식은 전공자가 84.0%, 비전공자가 29.1% 이해한다고 응답하였다.

개정된 동물보호법의 시행과 조례는 전공자가 82.4%, 비전공자는 12.5%가 알고 있다고 응답하였다.

인수공통 전염병은 전공자가 76.5%, 비전공자가 18.8% 알고 있다고 응답하였다. 전체적으로 비전공자들의 애견 질병 관련 지식이 매우 부족한 것으로 나타났다.

3. 전공 유무에 따른 애견 기능에서 동물보조치료 기능은 전공자가 92.2%, 비전공자 75.0%가 응답하여서 유의하게 (p<0.05) 집단 간 동물보조치료 기능에 대한 이해가 있음을 알 수 있었다. 안내 및 도우미 기능에 대해서는 전공자의 94.1%, 비전공자의 89.1%가 응답하여 전공 유무에 따른 차이가 나타나지 않았다.

반려 또는 사역 기능에서는 전공자의 98.0%, 비전공자의 74.8%가 응답하여 (p<0.01) 유의성이 있었다.

4. 전공 유무별 애견의 역할에서 가족으로 응답한 전공자는 75.5%, 비전공자는 31.1%로 나타났고 친구로 응답한 사람은 전공자가 16.3% 비전공자가 35.8%로써 전공자는 애견을 가족으로, 비전공자는 친구로 여기는 것을 보여 주어 전공 유무별 애견 역할의 차이를 나타냈다.

5. 애견에 대한 이미지는 전공자 44.0%, 비전공자 61.6%가 귀엽다고 응답하여 집단 간 유의성 ( $p < 0.05$ )을 보여주었다. 전체적으로 귀엽다 56.2%, 편안하다 23.5%, 충성스럽다 15.4%, 기타 4.9% 순위로 응답하여 귀엽다 이미지가 가장 많이 나타났고 특히 비전공자가 전공자보다 더 확연히 나타났다.

2순위 이미지는 전공자는 편안하다 38.0%로 응답한 반면 비전공자는 충성스럽다 17.9%, 편안하다 17.0%로 응답하여 전공 유무별 상이한 차이가 있었는데 전공자가 비전공자보다 애견을 가족처럼 편안한 반려동물로서 수용하는 것으로 생각되며, 비전공자는 편안한 만큼 충성도를 고려하는 것으로 해석된다.

6. 전체 애견의 용도 조사에서는 경비견을 가장 많이 응답하였다(81.1%). 전공자는 84.3%, 비전공자는 79.6% 응답하였는데 이는 전공 유무와 상관없이 우리나라에서는 애견의 용도가 경비견으로 가장 많이 인식되는 것으로 해석된다.

인명구조견은 전체 5.5%, 전공자 3.9%, 비전공자 6.3%로 응답하였으며, 안내견/도우미견은 전체 4.9%, 전공자 2.0%, 비전공자 6.3%, 사역견은 전체 1.8%, 전공자 0.0% 비전공자 2.7%, 경찰견/군용견은 전체 1.8%, 전공자 2.0% 비전공자 1.8%, 탐지견은 전공자 2.0% 비전공자 1.8% 순으로 응답하였다. 기타 응답자는 전공자 5.9% 비전공자 1.8%로 나타났다.

특히 전공자의 경우 경비견을 제외한 나머지 용도에서 빈도가 매우 낮은 것이 주목되는데 이는 애완동물 관련 고교 및 대학의 애견표준화 교과목에서 견종표준에 적합한 애견의 기능과 용도 학습이 미흡했던 것으로 사료된다. 왜냐하면 비전공자는 안내견/도우미견을 6.3%로 응답한 반면 전공자는 2.0%, 3.9%로 더 낮게 응답하였기 때문이다. 따라서 애견의 용도와 관련된 융합적 교과목 학습을 통해 경비견 이외 다양한 애견의 용도 교육의 필요성이 있다고 사료된다.

## References

[1] Benjamin L. Hart, "The Behavior of Domestic Animals", p.16,17, Jeju National University, 2003.  
 [2] Cynthia K. Chandler, "Animal Assisted Therapy in Counseling", p.23-37, 306-316, 323-330, HakJiSa, 2006.  
 [3] M. C. Hwang, T. S. Kim, "The Trend and Outlook in Pet Related Market", pp.3, *NongHyup Economic Research Institute* [NHERI], April. 2013.  
 [4] Y. H. Shin, "The Culture Industry and a Curriculum

Analysis of Companion Animal", *The Master's Thesis*, pp.9-12, 2007.  
 [5] Abandoned Animals Statistics, From : <http://www.qia.go.kr/listindexWebAction.do>, (accessed Dec., 2013).  
 [6] The Revised Animal Protection Laws and Enforcement Ordinance, Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs, 2011.  
 [7] Korea Kennel Club the Ministry of Education, "Manual of Management to Dog", ShinHeung Med Science, 2005.  
 [8] G. W. Kim, J. W. Lee, et al., "A Comparative Study between Breeder and Non-Breeder on the Recognition of Companion Animal", *Korean J. of Companion Animal Science*, 2(1), pp.92-95, 2005.  
 [9] G. W. Kim, J. Y. Yu, et al., "A Survey on the Current Situation and Prospect of Pet Raising by Socio-Economic Status", *Korean J. of Companion Animal Science*, 1(1), pp.38-40, 2004.  
 [10] G. N. Ahn, "Japanese Animal Protection Laws", 32, p.60-67, PetianBooks, 2006.  
 [11] "The Regulatory Impact Analysis of Revised Animal Protection Laws", Ministry of Agriculture and Forestry, 2006.  
 [12] Pet Partners(Delta Society<sup>®</sup>), "Student Guide", p.1.1-15, 2.1-21, 3.1-25, 2012.  
 [13] Y. H. Shin, "A Curriculum Analysis of Pet-Related Departments in Colleges", *The Korea Academia - Industrial Cooperation Society*, 9(1), pp.240-242, 2008. DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2008.9.1.236>  
 [14] Y. H. Shin, "The Development of Curriculum by Job Analysis", pp.28-29, Hyejeon College Report, 2010.  
 [15] M. S. Kang, et al., "Pets", p.15, 18, 50-90, SunJinMunHwaSa, 1998.  
 [16] Y. A. Kim. "Studies on the Development Direction of Pet-Dog Industry in Korea", *ChungNam National University Graduate School Doctorate Thesis*, 2004.  
 [17] Bruce Fogle, "The New Encyclopedia of The Dog", ShinHeung Med Science, 2003.  
 [18] Anthony Giddens, "Modernity and Self-Identity : Self and Society in The Late Modern Age", SaeMulGyeol, 1997.  
 [19] Gergen, Keneth J., "The Saturated Self : Dilemmas of Identity in Contemporary Life", p.49-50, BasicBooks, 1991.

신 연 호(Yeun-Ho Shin)

[정회원]



- 1988년 8월 : 홍익대학교 산업 미술대학원 광고디자인학과 (미술학석사)
- 1999년 2월 : 홍익대학교 대학원 광고마케팅 디자인학과 (미술학박사과정수료)
- 2007년 2월 : 공주대학교 산업 과학대학원 (농학석사)
- 1994년 8월 ~ 현재 : 혜전대학교 애완동물관리과 부교수

<관심분야>

반려동물산업 마케팅, 동물보호복지, 애니멀테라피