

어린이신문 및 잡지에 게재된 식생활 관련 정보 현황조사 (2002년)

문 현 경[§] · 조 연 진

단국대학교 정보통신대학원 식품영양정보학과

Analysis of Dietary Informations in Newspapers and Magazine for Children (2002)

Moon, Hyun-Kyung[§] · Cho, Yeon-Jin

Department of Food and Nutrition Information, Graduate School of Infomation and Communication Technology, Dankook University, Seoul 140-714, Korea

ABSTRACT

Children regard newspapers and magazines as the important source of information. Because informations about diet in the newspaper and magazines are regarded as good, it is necessary to find out whether informations provided to children are correct. Thus, this study shows the present situation of informations on diet by monitoring 3 newspapers (Kids.Chosun, Kids.Donga, Kids.Hankook) and 2 magazines (Earinee - Dongsan, Sae-But) for children. This study focused on the quantitative and the qualitative analysis for articles and advertisements. For the quantity, rate and number were calculated. For the quality, the accuracy was analyzed. Result of this study were as follow; Analyzed the number of articles and advertisements on diet, there are 2 times more number of advertisements (339 cases) than that of articles (180 cases) in the newspaper. There are slightly more number of advertisements (24 cases) than that of articles (18 cases) in the magazine. Most of advertisements are about processed foods and children's favorite foods. Especially, the advertisement of processed foods are ranked first by the quantity with 245 cases (75%) in the newspaper. In the magazine, 10 cases (42%) are about processed foods. About source of advertisements on diet informations in the newspaper, there are 300 cases (86.7%) without evidence based data and 34 cases (9.8%) of interview with entertainers, from the total 346 cases. In the magazine, there are high rate of cases without evidence based data and interview with entertainers. For the evaluation of the information about diet in the newspaper, there are 148 cases (19.7%) with no clear guidance and position, some cases with advertisements for specific products and etc. Discordance between subjects and contents, and emphasis of specified field or some parts are found from the total 750 cases. About the accuracy of contents, from the total 180 cases in the newspaper, 99 cases (55%) are inappropriate and 19 cases (10.6%) are appropriate. In magazines from the total 18 cases, 7 cases (38.9%) are inappropriate and 11 cases (61.1%) are appropriate. With these results, we can conclude that informations about diet in newspapers and magazine for children needs improvement. Therefore, for newspapers and magazines contents should be reported scientifically by inspecting contents and by taking professional advice, in order to spread the accurate information about diet. Also, there are need to manage the systematic monitoring, for children. (*Korean J Nutrition* 38(2): 161~172, 2005)

KEY WORDS : dietary informations, children, newspapers, magazine.

서론

오늘날 우리나라는 소득수준의 향상과 더불어 경제적인 여유가 생기면서 건강과 장수에 대한 기대감이 크게 증가되었다.¹⁾ 이를 반영하듯, 각종 건강관련 산업이 급속히 성장하고 있으며, 대중매체 역시 이와 관련한 정보를 하루도

빠짐없이 제공하고 있다.^{2,3)} 각종 매스미디어를 통해서 많은 양의 영양정보가 끊임없이 제공되고 있으며, 방송, 신문, 라디오 등은 대중의 식생활 개선에 많은 기여를 해왔다.⁴⁻⁶⁾ 남정자 등이 조사한 보건 의식 행태조사⁵⁾에 의하면 66.7%가 매스미디어를 통해 평소에 건강관련 지식을 얻고 있었고, 식생활정보의 경우도 예외 없이 대중매체를 통해서 얻고 있었다. 이에 매스 미디어가 활발해지면서 매스 미디어의 기능에 관한 논의 역시 학자들의 주요 관심사가 되어 왔다.⁷⁾ 이중 인쇄매체인 신문과 잡지에서도 식생활관련 정보에 큰 비중을 차지하고 있고, 어린이들 역시 TV나 신문, 잡지를

접수일 : 2004년 11월 26일

채택일 : 2005년 3월 4일

[§]To whom correspondence should be addressed.

Table 1. Classification of subject in food and nutrition information of articles and advertisements

Articles		Advertisements	
Subject	Content	Subject	Content
Dish & cooking	Dish & cooking related articles	Luxury food	Beverage, coffee, tea, and etc.
Health	Eating habit, table manner, dietary life, food safety and damage, relation of specific foodstuffs and disease	Processed food	Can products, retort food, snack, meat & fish products, and etc.
Obesity & diet	Weight management, obesity	Raw food	Natural food (rice, fish, fruit and etc.)
Food	New information about foods, and new foods	Functional foods for health	It processed the ingredient of the foods for improving health

통해 식생활 관련 정보를 접하게 된다. 특히 일선 초등학교에서는 신문으로 NIE (Newspaper In Education, 신문을 활용한 교육) 수업을 하고 있고, 단체 구독하는 학교도 있으며, 부모의 권유로 꾸준히 구독하는 경우도 있기에 어린이들에게도 신문과 잡지는 중요한 식생활 정보원이 되었다.

그러나, 매스미디어의 정보와 관련하여 꾸준히 제기되고 있는 문제는 TV, 신문, 잡지에서 어린이들에게 잘못된 식생활 정보를 제공함으로써 그들의 식생활에 잘못된 인식을 심어 줄 수도 있다는 점이다.⁸⁾ 어린이는 신체적 성장과 아울러 자아개념의 발달이 이루어지는 시기에 있으므로, 이 시기의 식습관 형성은 성인이 되어서 건강한 영양상태를 유지하는데 밑바탕이 된다.⁹⁾ 특히 어린이는 광고의 영향을 가장 민감하게 받는 연령층이므로¹⁰⁾ 식품광고 역시 어린이가 접했을 때 나타날 수 있는 직·간접적인 영향을 고려하지 않으면 그것이 어린이의 식품선택 및 식습관 등 사회화 과정에 작용하는 역효과는 상당히 심각하다고 할 수 있다.¹¹⁾ 어린이들이 많이 시청하는 프로그램 광고의 경우 식품광고가 주종을 이루고 있으며, 어린이들 스스로도 기억에 가장 많이 남는 광고는 식품광고라고 하였고, 대부분의 광고는 과자, 사탕류에 대한 것으로, 이러한 식품들을 많이 섭취하였을 때 영양의 균형 측면에서 우려되지만 과다 섭취를 피해야 한다는 영양정보는 전달되지 않고 식품자체의 맛만을 강조하는 경향이 있다.¹⁰⁾ 김상범¹²⁾의 허위·과대 광고가 어린이에게 미치는 영향에 관한 연구 결과를 보면 아이들은 TV, 신문, 잡지에서 자주 보았던 식품을 선택하고 식품광고에서 영양의 중요성보다는 오히려 식품의 광고에서 나온 내용이나 식품에 함유된 물질 등에 더 초점을 맞추고 있다. 급속한 경제성장과 급변하는 사회 변동 속에서 가공식품, 즉석식품 등의 범람과 대중매체를 통한 광고는 완전한 식습관이 형성되기 이전의 어린이들에게 혼돈과 판단의 오류를 범하게 되며 영양의 불균형을 초래 할 수 있다.⁸⁾ 이러한 점에서 올바른 식생활 관련 정보 정착은 더 이상 미룰 수 없는 시급한 과제가 되었다.¹³⁻¹⁹⁾

본 연구에서는 정보 추구의 시기에 있으며, 지적 발달의 시기에 있는 어린이들에게²⁰⁾ 어린이신문 및 잡지 속의 식

생활 정보가 어떤 주제와 유형으로 얼마나 다루지고 있는지를 알아보고, 부정확하게 전달되는 사례와 허위·과대광고 등의 내용을 질적·양적으로 그 현황을 조사하여 분석하고자 한다.

연구내용 및 방법

1. 연구대상 및 기간

본 연구에서는 연구 대상을 한국언론재단²¹⁾에서 발표한 10대 신문 중 어린이 대상으로 발행되고, 현재 초등학교에서 구독하고 있는 신문으로 소년조선일보, 소년동아일보, 소년중앙일보 3개의 일간지와 어린이잡지로는 어린이동산,²¹⁾ 새 벗을 선정하여 식생활정보에 관련된 내용과 식품관련 제품의 광고를 모니터 대상으로 하였다. 조사모니터기간은 2002년 6월 1일부터 2002년 12월 31일까지 7개월간이었다.

2. 조사내용 및 방법

1) 양적 현황

모니터 대상 잡지와 신문사별로 기사와 광고에 나타난 식품관련 및 식생활 관련 정보가 차지하는 면적, 건수, 비율을 2002년도 식품영양정보 언론모니터링사업보고서²²⁾의 인쇄매체의 조사기준에 의거하여 총 지면 수, 전체면적, 전체기사면적, 전체 광고면적, 식생활관련 기사면적, 식품관련 광고면적과 식생활관련 기사건수, 식품관련 광고건수를 모니터링하여 조사하였다. 식생활관련기사로 분류된 주제는 음식과 요리, 비만 및 다이어트, 식품의 소개, 건강전반으로 나누어 건수를 조사하였고, 식품관련 광고건수는 기호식품, 일반가공식품, 일반 생식품, 건강보조식품으로 나누어 조사하였다.

2) 질적 현황

어린이 신문과 잡지별로 월별분류에 따른 식생활정보의

주1) 어린이동산-1998년 문화관광부 선정우수잡지, 새 벗-2001년 한국 잡지 언론 상 수상

Table 2. Evaluation criteria for food and nutrition informations in articles and advertisements

Articles	Advertisements
1. There is no definite plan for eating habits	1. Exaggerated contents
2. Insufficient explanation for terminology	2. Extremes simplification of technical knowledge
3. Insufficient scientific base	3. Advertising foods as the medicine
4. Exaggerated contents	4. Subject and contents discord
5. Improper comparison standard	5. Violation of the food sanitation act
6. It applied a animal experiment identically for the human	6. Emphasizing only specific field or part
7. Ambiguous delivery of subject	7. Not revealing the guide or the position
8. Different description with subject	8. Universalizing animal experiment results
9. Including of certain product advertisement	9. Universalizing the experience of one person
10. Others	10. Insufficient scientific base
	11. Insufficient bases for public interest
	12. Advertising specific products in the format of article
	13. Emphasizing superiority of products based on imported goods as the novelty
	14. Others

Table 3. The size of the area for food & nutrition informations in newspapers by the company unit: cm² (%)

Part	Area	Mean ¹⁾	Kids. Chosun	Kids. Donga	Kids. Hankook
Articles	Total	5,668.5 (100)	979,222.6 (100)	1,059,778.6 (100)	834,912.3 (100)
	Diet related	83.7 (1.48)	21,223.9 (2.17)	17,750.4 (1.67)	3,470.8 (0.42)
Advertisements	Total	4,317.6 (100)	813,477.8 (100)	705,345.4 (100)	670,220.5 (100)
	Diet related	381.0 (8.82)	89,054.4 (11.0)	51,860.7 (7.35)	51,879.3 (7.7)

¹⁾mean per day of total

주제별을 영역별로 분류하였고 (Table 1), 식생활정보에 관련된 기사 내용의 부적절성, 기자명 유무, 게재면 분석, 광고에 나타난 식품정보의 부적절성에 대한 평가를 평가항목¹⁷⁾을 기준으로 조사하였다. 모니터링 기사는 기사형식별로 즉, 보도기사, 인터뷰 기사, 전문가 연재물, 체험수기, 특집기사, 생활정보 기사, 기사형식의 광고인지로 분류하고, 취재원은 연구보고서, 현장조사서, 인터뷰 (일반, 연예인포함)기사, 전문가 인터뷰기사, 문헌 자료, 체험 수기, 근거 자료가 없는 경우, 기타로 분류하여 조사하였다. 어린이 신문과 잡지의 광고내용을 2002년도 대한영양사협회의 식품영양정보 언론모니터링 사업 보고서²²⁾를 참고하여 주제별로 분석하여 4개 그룹으로 분류하였고 (Table 1), 신문과 잡지의 모니터 기사와 같이 취재원을 분류하여 조사하였다. 광고에서 나타나는 식생활정보의 부적절성에 대한 평가기준은 최근 1999년도 식품영양모니터링사업 보고서²³⁾에 있는 모니터 기준을 참고로 평가항목을 정하였으며, 이 경우는 여러 가지가 있는 경우 모두 선택 하도록 하였다 (Table 2).

3. 통계처리

본 연구의 결과는 SPSS (Statistical Package for Social Science) 10.0 for window를 이용하여 각 매체별로 조사 항목별 빈도 및 비율을 산출하였다.

연구결과

1. 양적 현황

1) 매체별 식생활정보의 면적 분석

신문별로 기사와 광고에 나타난 식생활정보가 차지하는 면적 비율을 알아본 결과 신문의 경우 식생활정보기사가 차지하는 비율은 1.48%, 광고는 8.82%였으며, 잡지의 경우 전체 기사면적 중 식생활관련 기사가 차지하는 면적 비율은 2.06%였으며, 광고는 24.7%를 차지하는 것으로 나타났다. 2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾에서는 식생활정보기사 1.0%, 식생활 정보 관련 광고 10.9%, 2002년도 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾에서는 식생활정보 기사 27.1%, 식생활 정보 관련 광고 19.7% 차지하는 것으로 나타나 본 연구결과와 비교해 보면 신문에서는 기사가, 잡지에서는 광고에서 성인매체보다 어린이 매체의 식품영양정보 관련 면적 비율이 높게 나타났다.

신문에서는 소년조선일보가 21,223.90 cm² (2.17%)로 제일 높았고, 소년동아일보 17,750.38 cm² (1.67%), 소년한국일보가 3,470.76 (0.42%)의 순이었다 (Table 3). 신문사별 전체광고면적 중 식품관련 광고가 차지하는 면적 비율을 보면 소년조선일보가 89,054.40 (11.0%) 제일 높았고, 소년한국일보 51,879.30 (7.7%) 소년동아일

보 51,860.70 (7.35%)순으로 나타났다. 잡지별로 기사와 광고에 나타난 식생활정보기사가 차지하는 면적 비율을 알아본 결과를 Table 4에 제시하였다. 새 벗이 35,735.80 cm² (8.0%) 높았고, 어린이동산이 15,536.90 cm² (3.2%)를 차지했다. 식품관련 광고가 차지하는 면적 비율을 보면 어린이동산이 10,628.20 cm² (40.8%) 차지했고, 새 벗에 서는 식품관련제품이 나타나지 않았다 (Table 4).

신문의 월별로 기사와 광고에 나타난 식생활관련 정보에 차지하는 면적 비율은 6월부터 12월까지 전부 광고면적보다 기사면적이 더 높게 나타났고, 전체기사면적 중 식생활관련 기사가 차지하는 면적비율을 보면 8월이 4.1%로 제일 높게 나타났고, 7월이 2.8%로 그 다음을 차지했다. 전체 광고 면적 중 식품관련 광고가 차지하는 비율을 보면 7월이 13.9%로 제일 높게 나타났고, 6월이 12.9%로 그 다음을 차지했다 (Table 5). 잡지의 경우도 월별로 전체면적 중 기사면적과 광고면적이 차지하는 비율을 알아본 결과 6월부터 12월까지 전부 광고면적보다 기사면적이 90% 이상 높게 나타났고, 전체 기사면적 중 식생활관련 기사가 차

지하는 면적 비율이 11월에 10.8%로 제일 높게 나타났고, 10월이 2.6%로 그 다음을 차지했다. 전체 광고면적 중 식품관련 광고가 차지하는 비율을 보면 9월이 32.5%로 제일 높게 나타났고, 12월이 30.4%으로 그 다음을 차지했다.

2) 식생활관련정보의 건수 분석

어린이 신문 기사와 광고에 나타난 식생활 관련 정보에 대한 건수를 비교해 본 결과를 전체적으로 기사 180건 보다는 광고 339건에서 식생활정보건수가 2배 정도 많이 나타났다. 잡지 기사와 광고에 나타난 식생활 관련 정보에 대한 건수를 비교해 본 결과 전체적으로 기사 18건 보다는 광고 24건에서 식생활관련 정보건수가 약간 많이 나타났다 (Table 6). 2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾에서는 건강관련 정보 중 식품영양정보가 차지하는 비율이 기사 35.8%, 광고 62.9%, 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾결과에서는 건강관련 정보 중 식품영양정보가 차지하는 비율이 기사 67.2%, 66.9%로 신문보다 잡지에 나타난 건수가 높은 것과 마찬가지로 어린이 매체에서도 기사 보다는 광고에서, 신문보다는 잡지에서 식품영양정보 관련 건수가 많이 나타났다.

(1) 식품영양정보 기사

신문사별로 기사에 나타난 식생활관련 정보에 대한 건수를 비교해 본 결과를 Table 6에 제시하였다. 3개의 신문 모두 건강전반에 대한 내용이 높게 나타났다. 이는 어린이의 식습관, 식사예절, 식품의 안전 및 유해성, 특정식품과 질병과의 관련성에 대한 내용이 높게 제공하고 있음을 알 수 있다. 잡지별로 기사에 나타난 식생활관련 정보에 대한

Table 4. The size of area for food & nutrition information in magazines by the company unit: cm² (%)

Part	Area	Mean ¹⁾	Earinee-Dongsan	Sae-But
Articles	Total	66,721.1 (100)	484,878.8 (100)	449,217.0 (100)
	Diet related	1,375.5 (2.06)	15,536.9 (3.2)	35,735.8 (8.0)
Advertisements	Total	3,072.7 (100)	26,034.7 (100)	16,983.0 (100)
	Diet related	759.2 (24.71)	10,628.2 (40.8)	0 (0.0)

¹⁾mean of total area per month

Table 5. The size of area for food & nutrition informations in newspapers and magazines by the month unit: cm² (%)

Media	Month	Total	Articles		Advertisements	
			Sub total	Diet related	Sub total	Diet related
News paper	6	794,899.0	382,349.0 ¹⁾ (100)	2,999.3 (0.8)	357,465.5 (100)	46,200.9 (12.9)
	7	774,181.0	375,033.0 (100)	10,487.8 (2.8)	323,005.8 (100)	45,022.4 (13.9)
	8	386,896.0	195,232.0 (100)	8,050.2 (4.1)	139,687.9 (100)	13,918.2 (9.9)
	9	759,068.0	417,181.0 (100)	4,563.6 (1.1)	295,545.0 (100)	23,205.6 (7.9)
	10	852,163.0	500,911.5 (100)	7,950.5 (1.6)	353,838.0 (100)	39,232.1 (11.1)
	11	823,517.0	518,937.1 (100)	6,458.8 (1.2)	390,160.2 (100)	17,470.6 (4.5)
	12	794,865.0	484,270.3 (100)	3,437.9 (0.7)	329,341.3 (100)	7,744.6 (2.4)
Magazine	6	17,3567.9	140,418.0 ²⁾ (100)	666.0 (1.1)	6,373.6 (100)	1,391.1 (21.8)
	7	170,903.9	129,365.6 (100)	2,549.4 (2.0)	6,706.6 (100)	1,604.5 (23.9)
	8	170,903.9	132,674.6 (100)	2,549.4 (1.9)	6,040.6 (100)	1,140.8 (1.9)
	9	170,903.9	133,146.7 (100)	3,020.3 (2.3)	5,707.6 (100)	1,854.8 (32.5)
	10	170,903.9	133,146.7 (100)	3,491.1 (2.6)	6,040.6 (100)	1,391.1 (23.0)
	11	170,903.9	133,613.9 (100)	4,430.6 (10.8)	6,040.6 (100)	1,391.1 (23.0)
12	170,903.9	131,703.3 (100)	2,549.4 (1.9)	6,108.1 (100)	1,854.8 (30.4)	

¹⁾mean of total area per day, ²⁾mean of total area per month

Table 6. Frequency of articles for food and nutrition informations by the subject in newspapers and magazines by the company unit: N (%)

Subject	Newspaper				Magazine		
	Sub-total	Kids. Chosun	Kids. Donga	Kids. Hankook	Sub-total	Earinee-Dongsan	Sae-But
Total	180 (100)	79 (100)	68 (100)	33 (100)	18 (100)	11 (100)	7 (100)
Dish & cooking	37 (20.6)	22 (27.8)	11 (16.2)	4 (12.1)	10 (55.6)	3 (27.3)	7 (100)
About health	89 (49.4)	36 (45.6)	32 (47.1)	21 (63.7)	2 (11.1)	2 (18.2)	0 (0.0)
Obesity & diet	29 (16.1)	13 (16.5)	12 (17.6)	4 (12.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Food	25 (13.9)	8 (10.1)	13 (19.1)	4 (12.1)	6 (33.3)	6 (54.5)	0 (0.0)

Table 7. Frequency of articles for food and nutrition informations in newspapers and magazines by the month unit: N (%)

Media	Subject	Total	Month							
			6	7	8	9	10	11	12	
News paper	Total	171 (100)	23 (100)	27 (100)	23 (100)	21 (100)	29 (100)	28 (100)	20 (100)	
	Dish & cooking	37 (21.6)	2 (8.7)	6 (22.7)	5 (21.7)	7 (33.3)	10 (34.5)	4 (14.3)	3 (15.0)	
	About health	89 (52.0)	10 (43.5)	12 (44.5)	12 (52.2)	8 (38.1)	14 (38.1)	19 (67.9)	14 (70.0)	
	Obesity & diet	27 (15.8)	9 (39.1)	6 (22.2)	3 (13.0)	4 (19.0)	2 (6.9)	2 (7.1)	1 (5.0)	
	Food	18 (10.6)	2 (8.7)	3 (11.1)	3 (13.0)	2 (9.5)	3 (10.3)	3 (10.7)	2 (10.0)	
Maega-zine	Total	18 ¹⁾ (100)	2 (100)	3 (100)	2 (100)	3 (100)	3 (100)	3 (100)	2 (100)	
	Dish & cooking	10 (55.6)	1 (50.0)	2 (66.7)	2 (100)	1 (33.3)	2 (66.7)	1 (33.3)	1 (50.0)	
	About health	2 (11.1)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	Obesity & diet	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	
	Food	6 (33.3)	0 (0.0)	(33.3)	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (33.3)	2 (66.7)	1 (50.0)	

건수를 비교해 본 결과를 어린이동산에서는 식품에 대한 내용이 6건 (54.4%), 음식과 요리 3건 (27.4%) 나타났고, 특히 새벗에서는 음식과 요리 에 대한 내용이 100% 나타났다.

전체 신문의 기사 중에서 식생활에 관련된 기사의 내용을 음식과 요리, 건강전반, 비만 및 다이어트, 새로운 식품의 소개로 분류하여 보았다. 비만 및 다이어트는 소아비만에 대한 예방, 소아비만을 발생하는 특정 식품 등에 대한 내용을, 건강전반은 어떤 식품이 어떤 질병의 예방에 좋고 효과가 있다는 내용의 기사를 주로 다루었다. 또 학교급식으로 인한 아동의 필요한 영양소 공급, 아동의 식생활 등 전반적으로 식생활에 도움을 주는 정보에 대한 내용을 주로 다루었다. 새로운 식품에 대한 소개는 식품을 원료로 하여 아동들에게 맛있는 제품을 개발, 식품의 소개로 광고성을 띠고 있는 기사에 대한 내용을 주로 다루었다. 그 결과 건강전반에 대한 내용이 89건 (49.4%)으로 가장 많이 차지했고, 그 다음으로 음식과 요리, 비만 및 다이어트, 새로운 식품의 소개 순으로 조사되었다. 잡지의 경우 음식과 요리에 대한 내용이 10건 (55.6%)으로 가장 높은 비율을 차지했고, 그 다음으로는 새로운 식품의 소개로 조사되었다.

2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾에서는 식품이나 맛집 소개가 1위, 음식과 요리가 2위, 식품 안전 및

유해성이 3위로, 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾결과에서는 음식과 요리가 1위, 질병과 식품이 2위로 나타난 결과와 비교해보면 잡지에서는 음식과 요리를 주제로 다룬 기사들이 성인 매체와 어린이 매체 모두에서 주로 다루고 있음을 알 수 있었다.

신문의 경우 월별로 기사에 나타난 식생활관련 정보에 대한 건수를 비교해 본 결과 Table 7에 제시하였다. 6월부터 12월까지 모두 건강관련 정보가 높게 나타났고, 특히 6월과 7월 사이에는 비만 및 다이어트에 대한 내용이 그 다음 순으로 높게 나타났다. 이것은 여름철이 다가 오면서 여성들의 몸매에 대한 관심이 최고에 달하기 때문에 광고가 증가한 것으로 사료됨과 같이 어린이들에게도 관심 있는 부분으로 제공되고 있는 것으로 알 수 있다. 잡지의 경우 월별로 기사에 나타난 식생활관련 정보에 대한 건수를 비교해 본 결과 11월을 제외한 6월부터 12월까지 모두 음식과 요리에 관한 정보가 높게 나타났고, 11월에는 식품의 소개에 관한 내용도 높게 나타났다.

(2) 식품에 관련된 광고

어린이 신문의 식품에 관련된 광고 중에서 광고 종류별로 차지하는 건수를 비교해 본 결과 전체 식품에 관련된 광고 339건 중 가공식품에 관한 광고가 245건 (72%)으로 제일 많은 비율을 차지했고, 다음으로 기호식품 90건 (27%),

건강보조식품 4건 (1%) 순이었다. 신문에서는 일반 생식품 광고는 나타나지 않았다 (Fig. 1). 이은주의 건강식품에 대한 소비자 인식연구^{24,25)}에 대한 연구결과를 보면 “건강식품의 효능을 믿는다”라고 대답한 사람이 응답자의 68.2%를 차지하고 또한 건강식품에 대한 가장 큰 기대효과는 “전체적 건강유지에 도움을 주는 것”이라고 대답한 사람이 응답자의 59.8%를 차지하면서 건강에 대한 많은 관심을 가지고 있다는 것을 단적으로 보여주고 있다. 어린이 신문에서도 건강보조식품이 4건으로 조사되어 어린이 성장에 큰 관심을 가지고 있음을 알 수 있다. 어린이 신문이니 만큼 가공식품과 기호식품이 광고의 주를 이루고 있었고, 그 종류로는 아이스크림, 음료수, 사탕, 껌, 초콜렛 등으로 조사되었다. 잡지의 경우 식품에 관련된 광고 중에서 광고 종류별로 차지하는 건수를 비교해 본 결과 전체 식품에 관련된 광고 24건 중 가공식품에 관한 광고가 10건 (42%)으로 제일 많은 비율을 차지했고, 다음으로 기호식품 7건 (29%), 일반 생식품이 6건 (25%) 건강보조식품이 1건 (4%) 순이었다 (Fig. 1). 잡지 역시 어린이 대상이니 만큼 가공식품과 기호식품에 대한 광고가 많은 것으로 사료된다. 그 종류로는 껌, 요구르트, 우유 등이 조사되었다.

2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾에서는 건강보조식품이 1위였으며, 어린이 신문광고에서 1위로 나타난 가공식품이 3위, 2위인 기호식품이 4위로 나타나 차이를 보였으며, 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾결과에서는 가공식품 1위, 다이어트 식품 2위, 건강보조식품 3위, 유아식품 4위로 잡지의 주대상별 관심에 따라 광고의 종류에 차이가 있음을 알 수 있었다. 그러므로 특히, 어린이 신문과 잡지의 주 광고대상 식품으로 나타난 가공식품에 대한 정

보가 어린이들의 간식습관이나 식품선택에 부정적인 영향을 미치지 않도록하는 모니터링 작업과 감시체계, 어린이들이 선별하여 선택할 능력을 키우는 영양표시에 관한 교육 등에 대한 방안 마련이 필요하다고 생각된다.

식품에 관련된 광고 중에서 광고종류별로 차지하는 건수를 알아본 결과는 Table 8에 제시하였다. 신문은 3개의 신문 모두가 가공식품에 대한 광고가 제일 높은 비율을 차지하고 있었고, 그 중 소년동아일보가 87.8%로 제일 높게 나타났다. 어린이 대상인 신문이니 만큼 어린이의 기호도를 고려한 가공식품을 주로 광고 한 것 같다. 또한 어린이 성장에 관련된 식품도 3개의 신문에 고루 나타났다. 잡지의 경우도 6개월 동안 새 벚에서는 식품과 관련된 광고는 나타나지 않았고, 어린이동산에서만 나타났다. 잡지의 경우도 가공식품에 대한 광고가 제일 높은 비율을 차지했다. 신문에서는 나타나지 않은 일반 생식품이 어린이동산에 6건 조사되었다.

월별로 식품에 관련된 광고 중에서 광고종류별로 차지하는 건수를 알아본 결과를 Table 9에 제시하였다. 신문은 6, 7, 9, 10월에 식품광고가 제일 많이 조사되었다. 또한 신문사별로 식생활정보에 관련된 광고를 분석했을 때와 마찬가지로 6개월 동안 모두 가공식품에 대한 광고가 제일 많은 비율을 차지하고 있었다. 9, 11월은 가공식품 광고 외에 건강보조식품도 조사되었다. 잡지의 경우 월별로 식품에 관련된 광고 중에서 광고종류별로 차지하는 건수를 알아본 결과 Table 9에 제시하였다. 전체적으로 11월을 제외한 6월부터 12월까지 모든 달에서 가공식품과 기호식품이 비슷한 비율로 나타났다. 일반 생식품에 대한 광고도 6월을

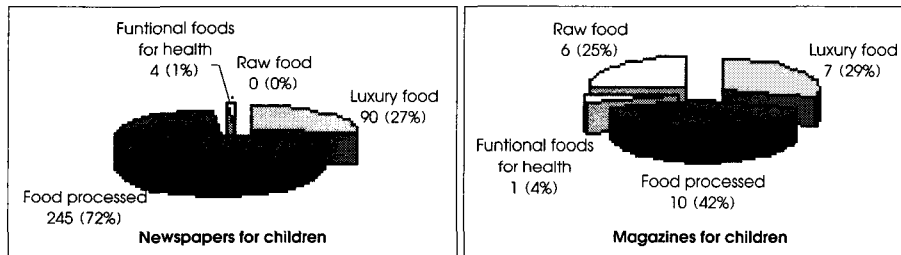


Fig. 1. Type of food related advertisement by subject in newspapers and magazines for children.

Table 8. Frequency of advertisements for food and nutrition informations by the food product in newspapers and magazines by the company
unit: N (%)

Kind of food	Newspaper				Magazine		
	Sub-total	Kids. Chosun	Kids. Donga	Kids. Hankook	Sub-total	Earinee- Dongsan	Sae-But
Total	339 (100)	73 (100)	106 (100)	160 (100)	24 (100)	24 (100)	0 (0.0)
Luxury food	90 (27.0)	16 (21.9)	12 (11.3)	62 (38.8)	7 (29.2)	7 (29.2)	0 (0.0)
Processed food	245 (72.0)	55 (75.3)	93 (87.8)	97 (60.6)	10 (41.6)	10 (41.6)	0 (0.0)
Functional foods for health	4 (1.0)	2 (2.8)	1 (0.9)	1 (0.6)	1 (4.2)	1 (4.2)	0 (0.0)
Raw food	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	6 (25.0)	6 (25.0)	0 (0.0)

Table 9. Frequency of advertisements for food and nutrition informations in newspapers and magazines by the month unit: N (%)

Mdeia	Kind of food	Total	6	7	8	9	10	11	12
News-paper	Sub-total	339 (100)	91 (100)	67 (100)	17 (100)	51 (100)	60 (100)	33 (100)	20 (100)
	Luxury food	90 (27.0)	32 (35.2)	22 (32.8)	0 (0.0)	6 (11.8)	16 (26.7)	10 (30.3)	4 (20.0)
	Processed food	245 (72.0)	59 (64.8)	44 (67.2)	17 (100)	44 (86.3)	44 (73.3)	21 (63.6)	16 (80.0)
	Funtional foods for health	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.9)	0 (0.0)	2 (6.1)	0 (0.0)
Magazine	Sub-total	24 (100)	3 (100)	4 (100)	3 (100)	4 (100)	3 (100)	3 (100)	4 (100)
	Luxury food	7 (29.2)	1 (33.3)	2 (50.0)	1 (33.3)	1 (25.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (25.0)
	Processed food	10 (41.7)	2 (66.7)	2 (50.0)	1 (33.3)	2 (50.0)	0 (0.0)	1 (33.3)	1 (25.0)
	Funtional foods for health	1 (4.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (50.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
	Raw food	6 (25.0)	0 (0.0)	1 (25.0)	1 (33.3)	1 (25.0)	1 (50.0)	1 (33.3)	1 (25.0)

Table 10. Analysis of format of food and nutrition informations in newspapers and magazines by the format and company in newspapers and magazines unit: N (%)

Form	Newspaper				Magazine		
	Sub-total	Kids. Chosun	Kids. Donga	Kids. Hankook	Sub-total	Earinee- Dongsan	Sae-But
Total	192 (100)	82 (100)	67 (100)	43 (100)	18 (100)	11 (100)	7 (100)
News story	133 (69.3)	54 (65.9)	41 (61.2)	38 (88.4)	6 (33.3)	6 (54.6)	0 (0.0)
Interview	1 (0.5)	0 (0.0)	1 (1.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Publication in serial form	26 (13.5)	16 (19.5)	8 (11.9)	2 (4.7)	3 (16.7)	3 (27.3)	0 (0.0)
Note of experience	7 (3.6)	2 (2.4)	3 (4.5)	2 (4.7)	1 (5.6)	1 (9.1)	0 (0.0)
Special issue form	4 (2.1)	1 (1.2)	3 (4.5)	0 (0.0)	7 (38.9)	0 (0.0)	7 (100)
Life information article	3 (1.6)	3 (3.7)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Article type advertisement	12 (6.3)	1 (1.2)	10 (14.9)	1 (2.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Other	6 (3.1)	5 (6.1)	1 (1.5)	0 (0.0)	1 (5.6)	1 (9.1)	0 (0.0)

제외하고는 모든 달에서 나타났다. 10월에는 건강보조식품 광고도 조사되었다.

2. 질적 현황

1) 기 사

(1) 기사의 형식

전체 기사 중에서 식생활에 관련된 기사를 형식별로 분류한 결과를 신문은 Table 10에 제시하였다. 보도기사, 인터뷰기사, 전문가 연재물, 체험수기, 특집기사, 생활정보기사, 기사형식의 광고, 기타 등 형식별로 분류하여 모니터 하였다. 보도기사는 일반적인 보도기사, 인터뷰기사는 사람을 대상으로 인터뷰한 기사, 전문가 연재물은 전문적인 지식을 가지고 주제에 해당되는 내용을 연구하여 연재하는 것이다. 체험수기는 어린이 신문이니 만큼 어린이 본인이 체험한 주제를 실은 기사, 특집기사는 특집이라고 쓰여진 기사, 생활정보기사는 생활에 유용한 정보를 제공하는 기사, 기사형식의 광고는 기사형식이면서 어떤 제품과 대상을 광고하는 것이다. 내용은 중복체크도 하였다. 신문의 경우 보도기사가 133건 (69.3%)으로 가장 높았고, 전문가 연재물이 26건 (13.5%), 기사형식의 광고 12건 (6.3%)

체험수기 7건 (3.7%) 기타 6건 (3.1%) 생활정보기사 3건 (1.6%) 순으로 나타났다. 잡지의 경우는 특집기사와 보도기사가 높은 비율을 차지했다. 신문의 경우 식생활에 관련된 기사의 내용을 먼저 신문사별로 분류해보면 3개의 신문 모두 보도기사가 60% 이상 가장 높게 나타났고, 전문가 연재물도 그 다음으로 3개의 신문에 높게 나타났다.

2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾에서는 보도기사의 형태가 1위로 어린이 신문과 같은 결과를 보였으며, 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾결과에서는 생활정보기사의 형태가 1위로 어린이 잡지의 특집기사와 전문가 연재물이 1위인 것과는 차이를 보였다.

(2) 기사의 기자명 표기 유무

신문과 잡지의 식생활정보기사의 기자 명이 게재되어 있는지를 조사해 본 결과 Table 11에 제시하였다. 신문의 경우는 180건 중 108건인 54.4%가 기자명이 게재되어 있지 않고 82건 45.6%가 기자 명이 게재되어 있다. 신문 사별로 보면 소년동아일보가 기자명이 66.2%로 제일 높았다. 잡지의 경우를 보면 전체 18건 중에서 10건인 55.6%가 기자 명이 게재되어 있었고, 8건인 44.4%가 기자 명이 게재되어 있지 않다. 새 벗은 100% 기자 명이 게재되어

Table 11. Analysis of whether there are journalist name or not in diet related article in newspapers and magazines by the company unit: N (%)

Journalist name	Newspaper				Magazine		
	Sub-total	Kids. Chosun	Kids. Donga	Kids. Hankook	Sub-total	Earinee-Dongsan	Sae-But
Total	182 (100)	80 (100)	68 (100)	34 (100)	18 (100)	11 (100)	7 (100)
No	100 (54.4)	55 (68.4)	23 (33.8)	22 (64.6)	8 (44.4)	1 (9.1)	7 (100)
Yes	82 (45.6)	25 (31.6)	45 (66.2)	12 (36.4)	10 (55.6)	10 (99.9)	0 (0.0)

Table 12. Analysis of publishing page of diet related articles in newspapers by the month and company unit: N (%)

Page	Newspaper				Month							
	Sub-total	Kids. Chosun	Kids. Donga	Kids. Hankook	6	7	8	9	10	11	12	
Total	182 (100)	80 (100)	68 (100)	34 (100)	24 (100)	26 (100)	27 (100)	24 (100)	29 (100)	34 (100)	18 (100)	
1	95 (52.2)	40 (50.0)	34 (50.0)	21 (61.8)	10 (41.7)	12 (46.2)	13 (48.2)	12 (50.0)	16 (55.2)	20 (58.8)	12 (66.7)	
2	4 (2.2)	0 (0.0)	2 (2.9)	2 (5.9)	2 (8.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (4.2)	1 (3.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	
3	18 (9.9)	16 (20.0)	2 (2.9)	0 (0.0)	5 (20.8)	4 (15.4)	6 (22.2)	2 (8.3)	0 (0.0)	1 (2.9)	0 (0.0)	
4	32 (17.6)	20 (25.0)	10 (14.7)	2 (5.9)	2 (8.3)	5 (19.2)	7 (25.9)	3 (12.5)	6 (20.7)	6 (17.6)	3 (16.7)	
5	8 (4.4)	1 (1.3)	5 (7.4)	2 (5.9)	2 (8.3)	1 (3.9)	1 (3.7)	1 (4.2)	1 (3.5)	0 (0.0)	2 (1.1)	
6	8 (4.4)	0 (0.0)	7 (10.3)	1 (2.9)	1 (4.2)	2 (7.7)	0 (0.0)	2 (8.3)	2 (6.9)	1 (2.9)	0 (0.0)	
7	15 (8.2)	3 (3.7)	7 (10.3)	5 (14.7)	2 (8.3)	1 (3.9)	0 (0.0)	3 (12.5)	3 (10.3)	5 (14.7)	1 (5.6)	
8	2 (1.1)	0 (0.0)	1 (1.5)	1 (2.9)	0 (0.0)	1 (3.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (2.9)	0 (0.0)	

Table 13. Analysis of information sources for food and nutrition advertisements by newspapers and magazines unit: N (%)

Source	Newspaper				Magazine		
	Sub-total	Kids. Chosun	Kids. Donga	Kids. Hankook	Sub-total	Earinee- Dongsan	Sae-But
Total	346 (100)	76 (100)	109 (100)	161 (100)	23 (100)	23 (100)	0 (0.0)
Report	2 (0.6)	0 (0.0)	1 (1.8)	1 (0.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Site visit	9 (2.6)	4 (5.3)	3 (2.8)	2 (1.2)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Interview	Entertainer	34 (9.8)	12 (15.8)	13 (11.9)	9 (5.6)	7 (0.4)	7 (0.4)
	Specialist	1 (0.3)	0 (0.0)	1 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
Without evidence	300 (86.7)	60 (78.9)	91 (83.5)	149 (92.6)	16 (69.6)	16 (69.6)	0 (0.0)

지 않았다.

2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾의 15.6%, 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾의 9.2%인 결과와 비교할때, 어린이 매체의 기사에 대한 책임성 부문이 매우 낮은 것으로 나타나 이의 개선이 필요하다고 생각된다.

(3) 기사의 게재면

신문을 중심으로 식생활정보 기사가 실리는 게재 면을 분석 해본 결과를 Table 12에 제시하였다. 1면에 게재된 식생활건수가 전체 182건 중 95건 (52.2%)으로 제일 높게 나타났고, 4면에 게재된 식생활건수가 32건 (17.6%) 순으로 나타났다. 2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾에서는 지정된 면이 아닌 기타면이 60%, 사회면, 건강면이 주를 이룬 것과는 다르게 식생활정보기사가 주로 특집이나 연재형식으로 다루어지는 성격상 주로 1면을 차지해 어린이들에게 정보를 주는 횟수는 작지만 주는 정보의 영향력은 클 수 있음을 알 수 있었다.

2) 광고

(1) 광고의 취재원

신문에서 광고가 연구보고서에 의한 것인지, 현장 조사서인지, 일반인 또는 연예인의 인터뷰 기사인지, 또는 전문가의 인터뷰인지, 문헌자료에서 인용했는지, 체험수기 인지, 근거자료 없이 기사화 하였는지 등으로 취재원을 나누어 조사해 본 결과를 Table 13에 제시하였다. 신문인 경우 광고에서는 전체 346건 중에서 근거자료 없음이 300건 (86.7%)으로 가장 높은 비율을 나타냈고, 일반인 또는 연예인 인터뷰가 34건 (9.8%)으로 그 다음 순으로 나타났다. 어린이 신문이니 만큼 어린이들이 좋아하는 유명 연예인을 광고에 삽입하여 식품 광고하는 경우도 나타났다 각 신문사 별로 근거자료 없음이 제일 높은 순으로 나타났다. 잡지의 경우는 새 벗에서 식품에 대한 광고가 나타나지 않았기 때문에 어린이 동산에서만 조사하였다. 취재원 분석 중 ‘근거 자료 없음’ 과 ‘연예인 인터뷰 기사’ 항목만이 나타났

고, 그중 '근거 자료 없음' 제일 높게 나타났다.

2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾에서는 기사는 현장조사가, 광고는 근거자료없음이 1위였으며, 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾결과에서는 광고에서 근거자료 없음이 역시 1위로 나타나 주로 광고에서 근거자료없이 정보를 주는 사례가 많은 것을 알 수 있었고, 성인매체보다 특히, 어린이 매체에서 2~3배 이상 근거자료가 없는 경우가 많아 그 역효과가 클 것으로 생각된다. 함께, 인터뷰도 취재시 연예인보다는 전문가에게 의견을 듣는 기사작성자와 광고기획자의 노력이 우선 필요할 것으로 생각된다.

3. 식생활과 관련된 기사와 광고 내용의 부적절성 평가

1) 기사

신문과 잡지에 나타나는 기사 중에서 식생활에 관련된 기사내용의 부적절성을 평가항목에 따라 모니터링한 결과를 Table 14에 제시하였다. 신문의 경우 식생활정보 기사 224건 중에서 112건 (50.0%)은 부적절한 기사내용이었고, 20건 (8.96%)은 적절한 기사내용이었다. 또한 그 외에 92건 (41.1%)에는 적절하지도 부적절하지도 않은 기사내용이었다. 2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾에서는 부적절한 기사비율이 22.3%, 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾ 결과에서는 부적절한 기사 비율이 19.9%로 어린이 신문이 더 높게 나타났다.

신문의 적절한 기사내용을 정리한 결과 20건 중 '유용한 정보를 제공 한다'가 8건 (40.0%)으로 가장 높게 나타났고, '이해가 쉽다' 5건 (25.0%) '잘못된 점을 지적

Table 14. Evaluation of the diet related article contents by the appropriateness in newspapers and magazines unit: N (%)

Evaluation	Newspaper	Magazine
Total	224 (100)	20 (100)
Appropriate	20 (8.9)	11 (55.0)
Inappropriate	112 (50.0)	7 (35.0)
Others	92 (41.1)	2 (10.0)

한다' 3건 (15.0%), '신뢰성이 있다.' 2건 (10.0%)으로 나타났다 (Fig. 2). 부적절한 기사 224건 중에서 '주제의 과학적 근거가 없다.' 33건 (29.5%)은 평가항목이 제일 높게 나타났고, '전문용어에 대한 자세한 설명이 없다' 28건 (25.0%), '구체적인 대안이 없다' 25건 (22.3%) '내용이 과장되었다' 8건 (7.1%) '주제를 다르게 묘사하였다' 6건 (5.4%) '제대로 비교기준을 설정하지 않았다' 5건 (4.5%)의 순으로 나타났다 (Fig. 3).

잡지의 경우를 보면 식생활정보 기사 20건 중에서 7건 (35.0%)은 부적절한 기사 내용이었고, 11건 (55.0%)은 적절한 기사내용 이었다. 또한 그 외에 2건 (10.0%)에는 적절하지도 부적절하지도 않은 기사내용이었다. 적절한 내용을 서술하여 그 내용을 정리한 결과 적절한 기사내용 (20건)에는 '유용한 정보를 제공 한다'가 5건 (45.5%)으로 제일 높게 나타났고, '이해가 쉽다' 3건 (27.3%) '신뢰성이 있다'가 3건 (27.3%)으로 나타났다 (Fig. 2). 부적절한 기사 내용 7건 (35.0%)중에서 '주제를 다르게 묘사 한다'가 3건 (42.8%)으로 제일 높게 나타났고, '주제의 과학적 근거 불충분', '내용의 과장' 이 각각 2건 (28.6%)을 차지했다 (Fig. 3).

2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾와 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾결과에서 모두 적절하다고 평가된 이유는 유용한 정보를 제공한다가 1위로 같은 결과를 보였으며, 부적절한 평가를 받은 이유는 간접적으로 특정사 제

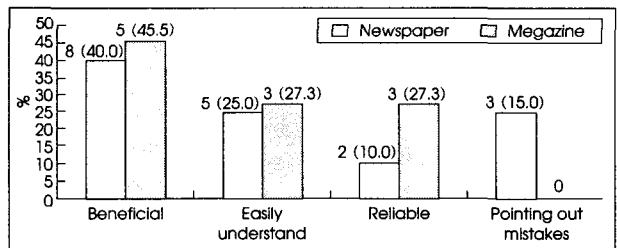


Fig. 2. Analysis of appropriate diet related articles in media for children.

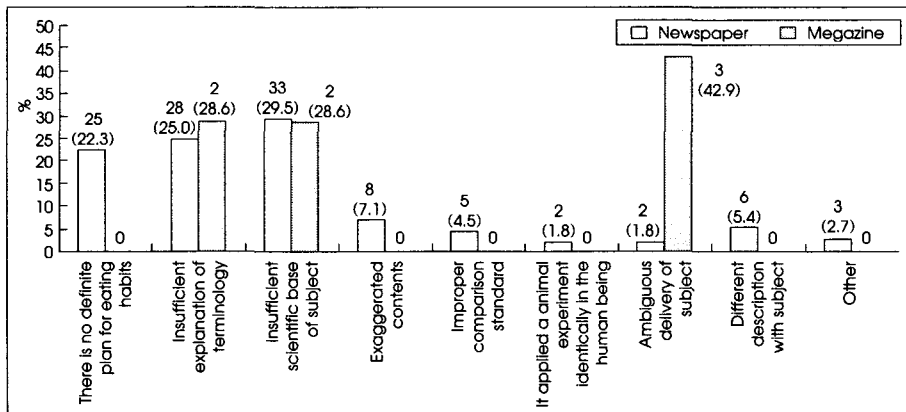


Fig. 3. Analysis of inappropriate diet related articles in media for children.

품을 광고하다가 1위로 나타나 어린이 신문의 과학적 근거가 없거나 어린이 잡지의 주제가 명확하지 않다가 1위로 나타난 것과는 다른 결과를 보였다. 이는 어린이 매체의 취재원이 근거자료가 없음이 1위로 나타난 결과와 연관이 있다고 할 수 있어 이의 시정이 요구된다.

2) 광고

신문과 잡지의 광고를 평가 항목의 기준을 정하여 분석해 본 결과를 Table 15에 제시하였다. 평가항목은 1) 내용의 과장 광고 2) 전문적인 내용을 지나치게 단순화 3) 식품의 약효오도 4) 제목과 내용의 불일치 5) 식품위생법 제동에 위반 6) 특정분야나 일부만 강조 7) 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음 8) 동물 실험 결과에 근거한 이야기의 보편화 9) 한사람의 체험에 근거한 이야기의 보편화 10) 근거자료의 불충분 11) 근거자료의 공익성 12) 기사형식으로 특정사제품을 광고 13) 수입품임을 내세워 제품의 우수성을 근거 없이 강조 14) 기타로 나누었으며, 관련되는 것을 모두 선택 하도록 하였다. 그 결과 신문의 광고에서는 전체 750건 중 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음이 148건 (19.7%)으로 가장 높게 나타났고, 그 다음이 기사형식으로 특정사제품을 광고하는 것이 109건 (14.5%)으로 많았다. 신문사별로 분석해 본 결과 소년조선일보에서는 기사형식으로 특정사제품을 광고하는 것이 42건 (22.8%)으로 가장 높았다. 소년동아일보에서도 역시 기사형식으로 특정사 제품을 광고하는 것이 34건 (16.7%)으로 가장 높게 나타났다. 어린이 대상 식품을 기사형식을 빌어 광고하는 면이 많기 때문이다. 소년한국일보에서는 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음이 44건 (12.1%)으로 높게 나타났다. 월별로 보면 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음과 기사형식으로 특정사제품을 광고하는 것이 높게 나타났다. 잡지의 경우 광고에 나타난 식생활 관련 정보의 내용을 분석해본 결과, 전문적인 내용을 지나치게 단순화하고, 특정분야나 일부만 강조하고 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음이 높게 나타났다. 월별로 보았을 때 6월부터 12월까지 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음이 많은 비율을 나타냈다.

2002년도 중앙일간신문을 대상으로 한 연구¹⁵⁾와 여성지를 대상으로 한 연구¹⁶⁾결과에서 부적절한 평가를 받은 요인으로 모두 근거자료의 불충분이 1위, 내용의 과장광고가 2위로 나타났는데, 어린이 신문에서 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음이, 어린이 잡지에서 내용을 지나치게 단순화함이 1위인 것과 비슷한 결과를 보였다.

이상의 결과를 종합해 볼 때 첫째, 신문에서는 부적절한

Table 15. Evaluation of the diet related advertisement contents by the inappropriateness in newspapers and magazines
unit: N (%)

Item	Newspaper			Magazine	
	sub-total	Kids. Chosun	Kids. Donga	Kids. Hankook	Earinee-Dongsan
Total	750 ¹⁾ (100)	184 (100)	203 (100)	363 (100)	80 ¹⁾ (100)
1	9 (1.2)	2 (1.1)	4 (1.9)	3 (1.2)	0 (0.0)
2	45 (6.0)	16 (8.7)	14 (6.9)	15 (4.1)	20 (25.0)
3	50 (6.7)	8 (4.4)	7 (3.5)	35 (9.6)	3 (3.8)
4	90 (12.0)	28 (15.2)	18 (8.9)	44 (12.1)	2 (2.5)
5	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
6	88 (11.7)	30 (16.3)	30 (14.8)	28 (7.7)	16 (20.0)
7	148 (19.7)	39 (21.2)	29 (14.3)	80 (22.0)	18 (22.5)
8	1 (0.1)	1 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)
9	33 (4.4)	10 (5.3)	11 (5.4)	12 (3.3)	0 (0.0)
10	35 (4.7)	3 (1.6)	4 (1.9)	28 (7.7)	7 (8.8)
11	6 (0.8)	1 (0.5)	1 (0.5)	4 (1.1)	11 (13.8)
12	110 (14.7)	42 (22.8)	34 (16.7)	34 (9.4)	2 (2.5)
13	26 (3.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	26 (7.2)	1 (1.3)
14	109 (14.5)	4 (2.2)	51 (25.0)	54 (14.9)	0 (0.0)

¹⁾Multiple selection

1. Exaggerated contents
2. Extremes simplification of technical knowledge
3. Advertising foods as the medicine
4. Subject and contents discord
5. Violation of the food sanitation act
6. Emphasizing only specific field or part
7. Not revealing the guide or the position
8. Universalizing animal experiment results
9. Universalizing the experience of one person
10. Insufficient scientific base
11. Insufficient bases for public interest
12. Advertising specific products in the format of article
13. Emphasizing superiority of products based on imported goods as the novelty
14. Others

기사내용이 적절한 기사보다 양적으로 많이 나타났다. 전문 용어 설명이 없어 어린이들이 이해하기 쉽지 않았고, 과학적인 근거 역시 불충분하여 과장된 내용이 많이 나타났다. 기사에 대한 구체적인 대안이 없어 실생활에 도움을 주기 어려웠다. 이에 식생활 관련 정보에 대한 사후 감시 활동을 식품영양전문위원의 구성으로 체계적인 모니터링을 더욱 강화시켜야겠다. 둘째, 신문과 잡지에서 광고의 비중이 크고, 어린이 대상인 만큼 많은 식품광고 중에서 가공식품

과 기호식품이 늘어나고 있으며, 건강보조식품도 어린이 성장에 관련하여 점차 커질 것으로 사료된다. 따라서 이러한 식품들을 많이 섭취하였을 때 영양의 균형 측면과 과다 섭취를 피해야 한다는 영양정보도 제공되어야 하며 건강식품을 의약품과 혼동하여 소개하는 과장광고로 인한 식생활정보의 오용 및 남용을 막고 올바른 정보 제공의 확산을 위해서 좀 더 체계적인 모니터링이 계속 진행되고 관리되어야 할 것이다.

이번 연구는 기존에 대중을 대상으로 해왔던 모니터링과 차별화하여, 어린이를 대상으로 신문과 잡지를 기사와 광고로 구분하였고, 광고의 영향을 가장 민감하게 받는 연령층인 어린이 시각에서 접근해 보았다. 그러나 모니터링이 7개월간만 이루어졌기 때문에 년도별 추이 경향을 살펴볼 수 없었고, 여러 모니터 요원들을 구성하지 않았기 때문에 주관적인 내용이 많을 것으로 사료된다. 어린이 시기의 식습관 형성은 성인이 되어서 건강한 영양상태를 유지하는데 밑바탕이 되는 중요한 시기라 생각할 때 기존의 여러 단체에서도 활발하게 모니터 활동을 하고 있지만 잘못된 보도나 기사 또는 프로그램이 게재되었을 때 이에 신속하게 대처할 식품영양 전문 자문단 구성이 이루어져야 한다. 또한 사전 예방적 차원에서 영양전문가와 언론계의 협력체계가 마련되어야 하고, 언론계에서는 전문기자제도를 실질적으로 활성화시켜야 한다. 식품광고 역시 광고제작자는 식품광고가 미치는 영향을 인식하고 식품과 식품의 표시 규정을 잘 이해하여 허위, 과대, 오도광고가 되지 않도록 해야 하며, 광고심의제를 모든 식품에 대해 적용되도록 해야 한다. 끝으로 본 연구의 결과를 바탕으로 후속 연구에서는 식생활 관련 정보가 잘못 전달되었을 때 어린이 건강에 어떠한 영향을 미쳤는가를 실증적으로 검증하여 부정확한 정보의 심각성을 주장한다면 매우 설득력 있는 연구가 될 것이다.

요약 및 결론

본 연구에서는 지적발달의 시기에 있는 어린이들에게 어린이신문 및 잡지 속의 식생활 정보가 어떤 주제와 유형으로 얼마나 다루지고 있는지를 알아보고, 부정확하게 전달되는 사례들과 허위·과대광고 등의 내용을 파악하여 질적, 양적으로 분석하고자 하였다. 총 3개의 어린이 신문과 2개의 어린이잡지를 대상으로 2002년 6월부터 12월까지 모니터링 하여 기사와 광고에 나타난 식생활관련 정보가 차지하는 양적인 분석, 즉 면적과 건수를 분석해 보았고, 질적인 분석에서는 식생활정보의 주제별, 영역별, 부적절성 평가, 취재원, 게재면 등을 분석하였다. 연구 결과를 요약

하면 다음과 같다.

1) 어린이신문에서는 전체면적 중 기사면적과 광고면적이 차지하는 비율이 3개의 신문 모두 기사면적이 광고면적보다 높았다. 신문의 경우 식생활정보기사가 차지하는 비율은 1.48%, 광고는 8.82%였으며, 잡지의 경우 전체 기사면적 중 식생활관련 기사가 차지하는 면적 비율은 2.06%였으며, 광고는 24.71%를 차지하는 것으로 나타났다.

2) 신문의 기사와 광고에 나타난 식생활 관련 정보에 대한 건수를 비교해본 결과 기사 180건 보다는 광고 339건에서 식생활정보건수가 2배정도 높게 나타났고, 잡지의 경우는 기사 18건보다는 광고 24건에서 식생활관련 정보건수가 약간 높게 나타났다. 신문의 경우 전체 식생활 광고 339건 중에서 가공식품에 관한 광고가 245건 (72%)으로 제일 높은 비율을 차지했고, 기호식품, 건강보조식품 순으로 나타났다. 잡지의 경우는 전체 식생활 광고 24건 중에서 가공식품에 관한 광고가 10건 (42%)으로 제일 높은 비율을 차지했고, 기호식품, 일반 생식품, 건강보조식품 순으로 나타났다.

3) 전체 신문의 식생활에 관련된 기사의 내용을 주제별로 분류한 결과 식품안전 및 유해성에 대한 내용이 47건 (22%)으로 제일 높게 나타났고, 비만 및 다이어트, 균형 잡힌 식생활, 질병과 식품, 새로운 식품의 소개, 기타 순으로 나타났다. 잡지의 경우 새로운 식품소개에 대한 내용이 12건 (48%)으로 제일 높게 나타났고, 음식과 요리, 새로운 식품의 소개, 균형 잡힌 식생활, 비만 및 다이어트 순으로 나타났다. 신문의 경우 식생활정보기사 형식은 보도기사가 133건 (69.3%)으로 가장 높았고, 잡지의 경우는 특집 기사와 전문가 연재물이 높은 비율을 차지했다. 식생활 정보기사의 취재원을 분석해 본 결과 신문광고에서는 전체 346건 중에서 근거자료 없음이 300건 (86.7%)이 가장 높았고, 인터뷰 (연예인) 34건 (9.8%) 순이었으며, 잡지는 '근거 자료 없음'이 높게 나타났다.

4) 어린이 신문과 잡지에 나타난 식생활에 관련된 기사 내용의 부적절성을 평가항목에 따라 분석한 결과 신문의 경우 식생활정보 기사 180건 중에서 99건 (55.0%), 잡지의 경우는 식생활정보 기사 총 18건 중에서 7건 (38.9%)이 부적절한 기사 내용이었다. 신문의 경우 부적절한 평가항목으로 가장 높게 나타난 항목은 주제의 과학적 근거가 없다는 33건 (29.5%), 잡지의 경우 주제를 다르게 묘사한 3건 (42.9%)으로 나타났다. 어린이 신문과 잡지의 광고에 나타난 식생활정보의 부적절성 평가항목을 분석해 본 결과 신문의 광고에서는 전체 750건 중 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음이 148건 (19.7%)으로 가장 높게

나타났고, 기사형식으로 특정사 제품광고, 기타, 제목과 내용의 불일치, 특정분야나 일부만 강조 순으로 나타났다. 잡지의 경우는 전문적인 내용을 지나치게 단순화하고, 특정분야나 일부만 강조하고 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음 순으로 나타났다.

이상의 결과를 종합해 볼 때 첫째, 신문에서는 부적절한 기사내용이 적절한 기사보다 양적으로 많이 나타났다. 둘째, 신문과 잡지에서 광고의 비중이 크고, 어린이 대상인 만큼 많은 식품광고 중에서 가공식품과 기호식품이 늘어나고 있으며, 건강보조식품도 어린이 성장에 관련하여 점차 커질 것으로 사료된다. 따라서 식생활정보의 오용 및 남용을 막고 올바른 정보 제공의 확산을 위해서 좀더 체계적인 모니터가 계속 진행되고 관리되어야 할 것이다.

Literature cited

- 1) Oh HS, Yoon KH. Health-related dietary attitudes and behaviours among mealmanagers in Seoul area. *Korean J Dietary Culture* 10(3): 185-200, 1995
- 2) Kim CJ. The content analysis regarding the healthy news of the newspaper - Chosun Ilbo's health section, master's thesis, Korea university, 2001
- 3) Lee SH. The research against the hygienic problem report tendency of the Korean newspaper, master's thesis, Korea university, 1997
- 4) Kim EK, Park YS, Jang MR, Myung CO, Nam HW. The content analysis of food and nutrition articles in the Korean newspapers - from January 1960 to June 1996 - 1. food habits and food consumption patterns. *J Dietary Culture* 11(4): 517-526, 1996
- 5) Kim EK, Park YS, Jang MR, Lee KW. The content analysis of food and nutrition articles in the Korean newspapers - from January 1960 to June 1996 - 2. nutrition in life cycle, health and disease. *J Dietary Culture* 11(4): 527-538, 1996
- 6) 남정자, 최창수, 계훈방. 한국인의 보건외식 행태조사. 한국보건사회연구원 연구보고서, 1995
- 7) Chung SH. The research regarding the culture's specificity which appears in Korean woman magazine advertisement, master's thesis, Chungang university, 1997
- 8) Hong SJ. Research of student's eat habit and favorite food in middle and high school, master's thesis, Yeonsei university, 1985
- 9) Williams SR, Worthington-Robert: Nutrition in children throughout the life cycle, Times Mirror/Mosby college publishing, pp.261-296, 1998
- 10) 윤진숙. 올바른 영양정보 보급을 위한 대중매체: 전문가와 정부의 역할. 한국영양학회. 1998년도 춘계 학술대회 초록집, pp.837, 1998
- 11) Kim HS. Television food advertisement: review and recommendation. *Korean J Dietary Culture* 11(4): 527-538, 1996
- 12) Kim SB. The research of untruth and bombastic advertisement's effect in children (T.V advertisement), master's thesis, Yeonsei university, 1985
- 13) Ryu HS, Kim HS, Yang IS, Kim KT, Bae MY. The monitoring case analysis of nutrition-related programs presented on television broadcast media. *Korean J Dietetic Assoc* 9(2): 138-148, 2003
- 14) Ryu HS, Kim HS, Yang IS. The monitoring of information about food and nutrition presented throughout various television broadcast media. *Korean J Nutr* 36(5): 508-514, 2003
- 15) Moon HK, Yong MJ, Jang YJ. Analysis of food and nutrition information for articles and advertisements in the daily newspapers (Year 2002). *Korean J Dietetic Assoc* 10(2): 143-158, 2004
- 16) Moon HK, Yong MJ, Jang YJ. Quantitative and qualitative analysis of food and nutrition information in the women's magazines (year 2002). *Korean J Dietetic Assoc* 10(2): 159-173, 2004
- 17) Yoo EK, Lee SE, Kim MH. An analysis on the contents related to health in the three major monthly women's magazine (march, 1997 - february). *Journal of Korean Academy of Women's Health Nursing* 4(3): 309-321, 1998
- 18) Kim KN. Health and nutrition messages in the baby food advertisements of women's magazines. *Korean J Community Nutr* 5(3): 178-185, 2003
- 19) Choi BS, Lee IS, Lee YE. The study of nutrition-related messages in food advertising by content analysis of a woman's magazine-Woman's Donga, 1968-1995. *Korean J Dietary Culture* 12(3): 309-321, 1997
- 20) Park AS. Research relationship of children's television watching and print media contact, master's thesis, Ehwa woman's university, 1985
- 21) 한국언론재단. 신문 광고와 텔레비전 광고효과 비교, 2001
- 22) 대한영양사협회 식품·영양정보 모니터링 사업팀. 식품·영양정보 모니터링 사업보고서, 보건복지부, 2002-2003
- 23) 대한영양사회. '99 식품영양정보 모니터링 사업 종합보고서, 보건복지부, 1999
- 24) Lee EJ, Lee CH, Lo SO. A survey on the consumer attitude toward health food in Korea(1): consumer perception on health and food habit. *Korean J Dietary Culture* 11(4): 475-486, 1996
- 25) Lee EJ, Lee CH, Lo SO. A survey on the consumer attitude toward health food in Korea(2): consumer perception on health and food habit. *Korean J Dietary Culture* 11(4): 487-496, 1996