

P-1> 청주시 영유아의 이유 싨태와 이유식 광고에 대한 신뢰도 조사

김기남\* · 고선미 · 권현정, 충북대학교 식품영양학과

Weaning Practices for Infants and the Trust toward advertisements of the baby foods among Women in Chungbuk Area

Kinam Kim · Sunmi Ko · Hyunjung Kwon, Dept. of Food & Nutriton, Chungbuk National University, Cheongju, Korea

영아기의 영양상태는 일생동안의 건강상태에 영향을 미친다는 점에서 매우 중요시되고 있으나, 영아의 어머니들은 이유식에 대한 올바른 지식을 갖고 있지 못하다는 점이 우려되고 있다. 또한 우리나라에서 영유아를 대상으로 실시한 연구는 주로 1976~1985년 사이에 활발하게 이루어 졌으나, 1990년대 이후로는 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구는 청주시 영유아의 이유싨태와 더불어 최근 대중매체에 광고되고 있는 이유식 광고 문구 중 일부를 발췌하여 그에 대한 신뢰도를 알아보고자 설문조사를 실시하였다. 조사대상자는 청주시에 거주하며 최근 2년간 출산 경험이 있는 어머니 120명이었고, 조사기간은 2003년 1월 24일부터 2월 14일까지 3주간이었고, 조사장소는 청주시 보건소 2개소였다. 설문지 내용은 조사 대상자의 일반사항과 이유싨태, 이유식 광고의 영향, 이유식 광고의 신뢰도로 구성되었으며, 그 중 신뢰도는 여성 잡지에 실린 4개 회사의 광고 문구를 발췌하여 각 문항에 대한 신뢰 정도를 4점 척도로 표시하도록 하였다. 사용된 통계처리 방법은 SAS program을 사용하여, frequency(%),  $\chi^2$ -test 및 Correlation coefficients를 산출하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 사용중인 이유식의 형태로는 응답자의 40.9%가 '가정식'이라고 응답하였고, 16.5%는 '시판 이유식'으로 나타났으며, 42.6%는 '가정식과 시판 이유식을 병행'하는 것으로 나타났다. 시판 이유식을 사용하는 가장 주된 이유를 묻는 질문에 '간편하므로'가 48.3%로 가장 많은 비율을 차지했으며, '영양적으로 우수해서', '시간적 여유 부족', '만드는 법을 몰라서'의 순으로 나타났다. 응답자의 66.1%가 이유식을 선택할 때, 광고의 영향을 받는 것으로 나타났으며 또한, **이유식 광고가 과대 광고라고 응답한 비율은 68.1%**였다. 이유식에 대한 지식을 측정하는 문항 중 'DHA는 면역 강화 성분이다'라는 문항에서 오답율이 높은 것으로 나타나 이유식에 첨가된 특정 성분에 대한 전문 지식은 다소 미흡한 것으로 생각된다. **이유식 광고에서 발췌한 내용의 신뢰도를 조사한 결과, 총 14개 문항중 '특정성분의 배합, 첨가'에 관한 문항의 신뢰도는 비교적 높은 편으로서 4점 만점에 2.53점-2.72점의 분포를 나타내었고, 감정에 호소한 문항의 신뢰도가 2.05점으로 가장 낮았으며, '유기농 재료 사용 또는 유해물이 전혀 없음'에 관한 문항의 신뢰도는 비교적 낮은 편이었다(2.17점-2.24점).** 제품의 특성을 강조한 문항의 신뢰도는 2.56점이었고, 영유아 발육에 관한 일반 지식에 대한 문항의 신뢰도는 3.21점으로서 가장 높았다. **이유식 광고에 대한 신뢰도와 현재 사용하고 있는 이유식 형태와의 관련성에 있어서는, '광고를 대체로 신뢰하지 않는 집단'의 72.4%는 가정식을 사용하였고, '대체로 신뢰하는 집단'에서는 시판이유식을 사용하는 비율이 75.3%(시판이유식 18.2%, 혼합식 57.1%)로 나타나, 광고의 신뢰도가 이유식 형태에 영향을 주는 것으로 나타났다( $p < 0.001$ ).** 또한 광고의 신뢰도와 시판 이유식 사용 이유를 보았을 때, 대체로 신뢰하는 집단의 28.9%가 영양적으로 우수하기 때문이라고 하였다( $p < 0.01$ ). 광고에 대한 신뢰도와 제품의 만족도 ( $p < 0.01$ )와의 관계를 살펴본 결과, 대체로 신뢰하는 집단의 96.43%는 만족한다고 응답한데 비하여, 대체로 신뢰하지 않는 집단의 43.8%는 광고의 영향을 거의 받지 않는 것으로 답하였다. 이상의 결과를 통하여 광고는 이유식 선택에 큰 영향을 미치고 있으며, **응답자의 과반수 이상이 이유식 광고가 과대 광고라고 생각하는 것으로 보아, 이유식 광고에 대한 소비자의 분별력을 향상시켜 주고, 과대 광고로부터 소비자를 보호하기 위한 대책이 요구된다** 하겠다.