

【P1-15】

심층면접을 이용한 취학 전 아동과 어머니의 식품에 대한 가치관 및 체형인식에 관한 질적 연구윤진숙¹ · 정영혜

계명대학교 식품영양학과

식품 선택의 동기는 다양하며 개인의 가치관에 많은 영향을 받는다. 유아기는 여러 가지 기본개념들이 형성되는 시기로 이 시기에 잘못된 교육을 받을 경우 개념이 정확하게 형성되지 못하거나 왜곡된 개념이 형성될 수 있다. 이는 평생의 건강을 좌우할 수도 있으므로 유아기의 올바른 식사에 대한 가치관 정립은 매우 중요하다. 그러나 유아의 식품섭취에 미치는 영향이 큰 것으로 보고되고 있는 어머니의 식품선택 동기에 대한 체계적인 조사는 이루어지지 못하고 있다. 본 연구에서는 취학 전 아동을 둔 어머니의 식품선택에 영향을 미치는 가치관, 식품기호도, 체형에 관한 인식과 유아의 식품에 대한 인식, 어머니의 영향 등을 질적 연구를 통해 알아보고자 하였다. 대구, 부산 지역에 거주하는 4~6세 유아와 그 어머니(각 30명)를 대상으로 각각 심층면접을 실시하였다. 조사 대상 어머니의 43%는 아이의 식품기호도 형성에 영향을 미치는 요인이 '어머니 자신'이라고 답하였으며 '임신 중의 섭식과 관련'의 경우도 응답자의 23%이었다. 식사준비나 식품구매를 할 때 가장 고려하는 부분은 기호도(37%), 위생적 측면(17%), 건강 측면(13%), 영양적 측면(13%), 편의성, 경제면 순 이었다. 간식 제공에 고려되는 요인에서도 아이의 기호도(43%)가 가장 크게 작용하였으며 그 외에 건강(33%), 편의성(23%)이었다. 또한 어머니 자신이 싫어하거나 먹지 않는 음식은 식단에 포함시키지 않는 경우가 43%에 해당하고 있으므로 결국 식품 기호도는 어머니의 식품 선택에서 가장 큰 비중을 차지하는 가치관임을 나타내었다. 아이의 균형 잡힌 식습관 습득을 유도하기 위해 어머니가 전달하는 메시지는 '건강관련(37%)' 내용이 가장 많았으며 그 외에 '성장', '질병예방' 순이었다. 편식개선을 위해서는 '조리방법'을 바꾸어 본 경우가 가장 많았다. 유아의 식품선택은 단순히 '맛'에 좌우되었으며 유아는 몸에 좋은 음식을 채소(39%)라고 가장 많이 답한 반면 가장 싫어하는 음식에서도 채소(50%)라고 답해 몸에는 좋지만 먹기 싫은 음식으로 생각하고 있었다. 좋아하는 음식에서 어머니와 아이의 기호도 일치율은 60%였으며 유아는 건강에 대한 식생활 정보를 어머니로부터 얻는 경우가 45%로 가장 높았다. 어머니의 70%는 자신의 체형에 불만족하였고 그 중 95%는 자신은 통통하거나 뚱뚱하다고 생각하고 있었으며 좀 더 날씬해지길 원하고 있었다. 또 만족하는 경우(30%)는 모두 자신을 약간 마른 형이나 보통 체격이라고 여기는 경우였다. 반면 자녀의 체형에 대해서는 불만족이 70%였으며 그 중 86%가 좀 더 통통해지길 원하고 있어, 어머니 자신은 날씬해지기를 바라지만 아이는 좀 더 통통한 건강체형을 가지길 원하고 있음을 알 수 있었다. 본 연구의 결과 어머니의 식품에 대한 가치관은 식품 기호도가 가장 중요한 요인이었으며 유아는 어머니에게서 가장 많은 식생활 정보를 얻고 있으며 어머니와 식품기호도의 일치율도 높았다. 어머니의 체형에 대한 인식은 자신과 아이간에 상반된 견해를 보이고 있어 이는 어머니와 유아의 식품 선택과 섭취량에 제한을 초래 할 수 있으며 나아가 유아의 식품에 대한 가치관과 식습관 형성에 영향을 미칠 수 있으므로 어머니의 식품에 대한 올바른 가치관 형성, 그리고 체형인식을 위한 영양정보의 제공과 영양교육은 필수적이라고 사료된다.

【P1-16】

한국 성인여성의 홈쇼핑을 이용한 식품 구매 실태차정훈¹ · 박은숙

원광대학교 가정교육과

본 연구의 목적은 홈쇼핑을 이용하여 식품을 구매할 때 영향을 미치는 인자를 알아보아 홈쇼핑에 관한 기초 자료를 제공하여 바른 홈쇼핑 문화를 정착하도록 하고자 하였다. 연구 대상은 도시에 거주하는 성인여성이었다. 조사기간은 2003년 10월 17일부터 10월 25일까지 실시하였으며, 총 600부 중 회수된 542부(90.3%)를 분석하였다. 자료의 통계 처리는 SPSS 11.0 프로그램을 이용하였다.

본 연구의 결과는 다음과 같다.

- 1) 성인여성의 홈쇼핑을 이용한 식품 구매는 인터넷 쇼핑 > 케이블 TV 쇼핑 > 카탈로그 쇼핑 순 이었으며, 식품의 중