

일간 신문의 기사와 광고에 나타난 식품영양정보의 현황 조사 (2002년)

문현정[†] · 용미진 · 장영주
단국대학교 정보통신대학원 식품영양정보학과

Analysis of Food and Nutrition Information for Articles and Advertisements in the Daily Newspapers (year 2002)

Moon, Hyun-Kyung[†] · Yong, Mi-jin · Jang, Young-ju
Dept. of Food & Nutrition Information, The Graduate School of Information & Communication Technology,
Dankook University

ABSTRACT

The object of this study is to investigate and analyze the quantity and quality of information on health, food and nutrition reported by newspapers. Six different major domestic daily newspapers(Hankook Ilbo, Donga Ilbo, Chosun Ilbo, Kyunghyang Shinmun, Hankyoreh Shinmun, JoongAng Ilbo), were monitored from 1st of May to 31st of Oct. 2002.

The results of monitoring in the newspapers were summarized as follows;

1. The total percentage of the articles on health, food and nutrition was 2.7% and the percentage of the advertisements on health, food and nutrition was 17.5% of total area of the newspaper. The ratio of the number of food and nutrition topic on the total number of health, food and nutrition topic was 35.8% for the articles, was 62.9% for the advertisements. Among advertisements on food and nutrition, the percentage of advertisements on healthy foods was the highest(3,481 or 55.0%).
2. Contents of 340 articles(26.1%) were reported as suitable information. Contents of 259 articles(19.9%) were reported as inaccurate information on health, food and nutrition. In the analysis of advertisements, the number of advertisements without sufficient reliable sources was 2,488 cases(23.0%), and with exaggerated contents was 2,268 cases(21.0%).

The articles and advertisements should be backed by scientific research or reliable sources and also the opinions of people with expertise in order to report accurate information to the general public. In order to achieve these results, there should be continuing monitoring activity for the newspapers.

Key Words : food and nutrition information of articles, food and nutrition information of advertisement, daily newspaper, quantity and quality monitoring

서론

오늘날 급변하는 사회경제적 환경과 소득수준의 향

본 연구의 일부는 2002년도 보건복지부 국민건강증진기금으로 수행된 대한영양사협회의 위탁사업으로 연구되었음.

접수일 : 2004년 1월 19일, 채택일 : 2004년 4월 7일

[†]Corresponding author : Moon, Hyun-Kyung, Department of Food and Nutrition, Dankook University, San 8, Hannam-dong, Yongsan-gu, Seoul 140-741, Korea
Tel : 02)709-2190, Fax : 02)792-7960, E-mail : moonhk52@unitel.co.kr

상으로 건강한 삶에 대한 욕구가 증대되고 국민 건강에 대한 관심이 높아져 가고 있다^{1,2)}. 건강과 관련된 식생활 의식구조에 대한 오 등의 연구³⁾에서도 현대인들은 경제적인 여유가 생기면서 건강과 장수에 대한 기대감이 크게 증대되어 건강지향적이고, 건강정보에 민감하다고 하였다⁴⁾. 대중매체에서 다루는 건강과 식생활 관련 정보도 이에 따라 증가하고 있다. 김 등⁵⁾이 최근 36년간 일간 신문을 통해 기사되었던 식품영양

정보에 관해 분석한 자료를 보면 질병과 영양, 건강식품에 대한 기사가 1960년대에 각각 22.9%와 4.8%를 차지하였던 것이 1990년대에는 각각 33.8%와 17.7%로 증가하고 있는 것으로 나타났다.

본격적인 고령화 시대를 맞이하면서 건강 및 질병에 대한 국민의 관심이 높아지고 있으나⁶⁾ 관심의 열기에 비해 올바른 영양 및 건강생활을 위한 정보나 실천 지침이 일반 국민들에게 전달되는 통로나 방법은 그리 만족스럽지 못한 형편이며, 전달되어야 할 정보가 제대로 알려지지 않고 있을 뿐 아니라 실제와는 전혀 다른 왜곡 또는 허위에 가까운 정보가 전달되는 경우까지도 적지 않은게 현실이다¹⁾. 이러한 현실에도 불구하고 일반인들은 전문가로부터 얻는 정보의 양보다 대중매체나 광고를 통해 얻는 양이 월등히 많다^{7,8)}. 한국인 보건의식행태조사⁹⁾에 따르면, 조사대상자의 약 66.7%가 텔레비전, 라디오, 신문, 잡지 등 대중매체를 통해서 건강에 관한 지식을 가장 많이 얻는다고 하였다. 또 미국의 일반대중과 소비자가 가장 많이, 쉽게 접하는 식품관련 정보원으로 70.1%가 신문을 꼽았고, 이에 대한 신뢰도는 대체로 50~60%정도라고 했다²⁾. 최근 영양관련 기사나 방송물을 모니터링한 보고서에 의하면 질병의 예방이나 다이어트 관련하여 영양관리의 기본 원칙을 경시하고, 어떤 특정식품의 효능이나 검증되지 않은 다이어트 방법에 대해 책임없는 과장된 기사를 함으로써 소비자의 혼란을 가중시키는 사례가 많아졌다¹⁰⁾고 보고한 바 있으며, 정확하지 못한 건강 정보는 잘못된 여론을 불러일으키기도 하며¹¹⁾ 이것은 마스크의 역기능적인 측면¹⁰⁾이므로 시급히 시정되어야 한다고 하였다.

따라서 본 연구에서는 6개의 일간지를 선정하여 건강 및 식품 영양을 주제로 한 기사와 광고의 전체 기사 또는 광고에서 차지하는 면적과 건수를 조사하여 양적 현황과 주제, 취재원, 적절성 평가 등 내용의 질을 평가하여, 일간 신문의 건강 및 식품영양정보의 현황을 파악하고자 한다.

연구 내용 및 방법

1. 연구 대상 및 기간

본 연구에서는 연구 대상을 한국언론재단¹²⁾에서 발

표한 10대 신문 중 종교성이 있는 신문 4개를 제외한 6개의 일간지 경향신문, 동아일보, 중앙일보, 조선일보, 한국일보, 한겨레신문을 선정하여, 건강 및 식품영양정보에 관련된 내용을 모니터 대상으로 하였다. 조사기간(모니터 기간)은 2002년 5월 1일부터 10월 31일까지 6개월 간으로 모니터 요원은 식품영양학을 전공중인 학생으로 구성하여, 소정의 교육을 마친 후 모니터 요원 1명당 신문 1부씩 전달하여 2002년도 식품영양정보 모니터링 인쇄매체 서식의 양적·질적보고서¹³⁾에 모니터 후 기록하여 조사하였다.

2. 조사내용 및 방법

1) 식품영양정보의 양적 현황 조사

신문사별로 기사와 광고에 나타난 건강 및 식품영양 정보가 차지하는 면적, 건수, 그중 식품영양정보가 차지하는 비율을 조사하였다. 총 지면수, 전체 면적(가로(cm) × 세로(cm)), 전체 광고면적, 기사와 광고 중 건강 및 식품영양정보의 면적을 조사하였다. 식품영양관련 광고는 의약품을 제외한 먹는 것은 모두 식품영양에 관련된 광고로 분류하였다. 건강관련 기사건수는 건강에 관련된 기사를, 식품영양관련 기사건수는 건강에 관련된 정보를 포함할 지라도 식품과 영양에 관련된 기사는 모두 식품과 영양에 관련된 기사로, 건강관련 광고건수는 순수하게 건강에 관련된 광고의 수를, 식품영양관련 광고건수는 식품영양에 관련된 광고의 수를 조사하고, 다이어트 식품, 건강보조식품, 유아식, 기호식품, 일반가공식품, 일반 생식품 및 생식, 식품관련체인점 기타로 분류하여 조사하였다.

2) 식품영양정보의 질적 현황 조사

① 주제별 분류

모니터 기사의 건강 식품영양에 관련된 내용을 기사형태별로 보도, 인터뷰, 전문가 연재물, 체험수기, 특집, 생활정보, 기사 형식의 광고로 분류하고, 내용적으로는 식품의 안전 및 유해성, 비만 및 다이어트, 질병과 식품, 음식과 요리, 균형잡힌 식생활, 일반 새로운 식품의 소개, 식품, 맛집 소개, 기타로 분류하였다. 또 건강 및 식품영양정보의 기사나 광고의 내용을 평가하기 위하여 '99년 식품영양정보 언론모니터링사업 종합보고서⁸⁾의 모니터 기준을 참고로 다음과 같이 평가항목을 정하여 평가하였다(표 1, 표 2). 광고의 부적

절성 모니터 평가항목은 기사에 쓰는 언어순화 항목을 빼고, 내용의 과장광고의 항목을 첨가하였다. 기사내용의 적절한 면은 직접 서술하였다.

② 모니터 기준에 따른 분석

기사의 투명성과 책임성을 평가하기 위하여 건강 및 식품영양에 관련된 내용에 기자명의 게재 유무를 조사하였고, 정확성을 평가하기 위하여 취재원을 연구보고서, 현장조사서, 인터뷰(일반, 연예인포함)기사, 전문가 인터뷰기사, 문헌자료, 체험수기, 근거자료가 없는 경우, 기타로 분류하여 조사하였다. 그 외 게재면도 조사

하였다. 광고의 경우는 정보원을 기사의 취재원과 같은 분류로 조사하였다.

3. 통계처리

본 연구에서의 자료는 SPSS(Statistical Package for Social Science) 10.0 for Window를 이용하여, 각 신문별, 월별, 주제별, 항목별 현황을 분석하였다.

연구 결과 및 고찰

1. 식품영양정보의 양적 현황

1) 식품영양정보의 면적

기사와 광고에 나타난 건강 및 식품영양정보가 차지하는 면적 비율을 알아보았다. 그 결과 전체 평균지면수는 48면(범위:16-112면)이었다. 신문의 전체면적은 86,844,017cm²로 그 중 기사면적은 46,783,156cm²(53.9%)였고, 광고면적은 40,060,861cm²(46.1%)를 차지하여 기사면적이 광고 면적보다 7.8% 높게 나타났다(표 3). 기사면적(46,783,156cm²) 중 건강정보에 관련된 기사가 차지하는 면적 비율은 770,221.17cm²(1.7%)였고, 식품 영양정보에 관련된 기사가 차지하는 면적 비율은 466,858.21cm²(1.0%)였다(그림 1). 광고면적(40,060,861cm²)에서 건강정보에 관련된 광고가 차지하는 면적비율은 2,654,506cm²(6.6%)였고, 식품영양정보에 관련된 광고가 차지하는 면적비율은 4,370,063cm²(10.9%)였다(그림 2). 기사보다 광고에서 건강 및 식품영양정보에 관련된 면적이, 그 중 기사에서는 건강에 관련된 정보가 많았고, 광고에서는 식품영양에 관련된 정보가 높게 나타났다.

표 1. 부적절한 기사내용의 평가 항목

평가유목
1. 실생활에 필요한 구체적인 대안이 없다.
2. 전문용어 등에 대한 자세한 설명이 없다.
3. 주제의 과학적인 근거가 충분하지 않다.
4. 내용이 실제보다 과장되었다.
5. 비교기준을 제대로 설정하여 비교하지 않았다.
6. 동물실험을 인간에게 동일 적용하였다.
7. 주제의 전달이 명확하지 않았다.
8. 영양, 건강관련 내용이나 주제를 다르게 묘사함으로써 오해를 불러 일으킨다.
9. 간접적으로 특정사제품 광고
10. 기타

표 2. 부적절한 광고 내용의 평가 항목

평가유목
1. 내용의 과장 광고
2. 전문적인 내용을 지나치게 단순화
3. 식품의 효능을 약효로 오도
4. 제목과 내용의 불일치
5. 식품위생법 등 법규에 위반
6. 특정분야나 일부만 강조
7. 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음
8. 동물실험 결과에 근거한 이야기의 보편화
9. 한사람의 체험에 근거한 이야기의 보편화
10. 근거자료가 불충분
11. 근거자료의 공익성 부족
12. 기사형식으로 특정사제품을 광고
13. 수입명품임을 내세워 제품의 우수성을 근거 없이 강조
14. 기타

표 3. 신문의 전체 면적 중 기사와 광고가 차지하는 현황
단위 : cm²(%)

내용	최대값	최소값	일일평균 ¹⁾	합 계
총지면수(면)	112	16	48	45,171
전체면적	213,415.00	29,600.00	91,414.76	86,844,017.00 (100.0)
기사면적	136,345.10	3,633.00	49,245.43	46,783,156.00 (53.9)
광고면적	90,305.70	9,009.90	42,169.33	40,060,861.00 (46.1)

¹⁾일일평균 : 6개 신문의 총면적/day

기사가 차지하는 면적 비율은 9월이 3.4%로 가장 높고, 6월과 10월이 3.0%로 그 다음을 차지했다. 또 전체 광고면적 중 건강 및 식품영양관련 광고가 차지하는 비율은 6월이 21.5%로 제일 높고, 그 다음이 7월에 18.5%였다(표 6).

2) 식품영양정보의 건수 분석

신문의 기사와 광고에 나타난 건강 및 식품영양관련 정보에 대한 건수를 비교해 보면 전체적으로 기사 3,635건 보다는 광고 10,630건에서 건강 및 식품영양에 관련된 정보건수가 3배정도 많았고, 기사에서는 건강에 관련된 정보가 2,333건(64.2%)으로 식품영양정보에 관련된 1,302건(35.8%)에 비해 2배정도 많았다. 광고에서는 반대로 식품영양에 관련된 정보가 6,692건(62.9%)으로 건강에 관련된 정보 3,938건(37.1%)보다 2배 많게 나타났다(표 7).

① 신문사별 건강 및 식품 영양관련 정보 건수 비교

신문사별로 기사와 광고에 나타난 건강 및 식품영양 관련 정보에 대한 건수를 비교해 본 결과 기사에서는 조선일보에서만 식품영양관련 정보가 건강관련 정보보다 조금 많게 나타났다. 반대로 광고에서는 한겨

레신문만 건강관련정보가 식품영양관련정보보다 높게 나타났다(표 8). 전체적으로 기사 595건보다는 광고 2,353건에서 건강 및 식품영양에 관련된 정보건수가 4배정도 많았다. 기사에서는 식품영양정보에 관련된 건수는 400건(67.2%)으로 건강에 관련된 정보가 195건(32.8%)보다 2배정도 높게 나타났고, 광고에서도 마찬가지로 식품영양에 관련된 정보가 1,574건(66.9%)으로 건강에 관련된 정보 779건(33.1%)보다 2배 많게 나타났다.

② 월별 건강 및 식품영양관련 정보 건수 비교

월별로 기사와 광고에 나타난 건강 및 식품영양관련 정보에 대한 건수를 비교해 보면 기사에서는 5월부터 10월까지 모두 건강관련정보가 식품영양관련정보보다 높게 나타났고, 반대로 광고에서는 5월부터 10월까지 모두 식품영양정보가 건강관련 정보보다 높게 나타났다. 또 기사에서는 9월, 10월에 건강 및 식품영양관련정보에 대한 기사가 많았으며, 광고에서는 5월, 6월에 건강 및 식품영양관련정보에 대한 기사가 많았다(표 9).

3) 식품영양정보 광고 중 식품종류별 건수 비교

식품영양정보에 관련된 광고 중에서 광고 종류별로

표 6. 신문의 월별 전체 기사와 광고에서 건강 및 식품영양관련 기사가 차지하는 면적 비율

구 분	기 사		광 고	
	전체기사면적	건강 및 식품영양 관련기사면적	전체광고면적	건강 및 식품영양 관련광고면적
5월	51,000.20 ¹⁾ (100.0)	1,138.88(2.2)	45,781.49(100.0)	7,788.16(17.0)
6월	46,565.29(100.0)	893.46(2.0)	38,870.03(100.0)	8,342.79(21.5)
7월	46,075.53(100.0)	1,347.05(3.0)	40,128.79(100.0)	7,483.60(18.5)
8월	52,341.97(100.0)	1,137.18(2.4)	37,904.90(100.0)	5,970.66(15.8)
9월	52,341.97(100.0)	1,771.51(3.4)	45,113.20(100.0)	8,004.67(17.7)
10월	53,159.90(100.0)	1,607.39(3.0)	45,887.94(100.0)	6,744.20(14.7)

¹⁾일일 평균 : 6개의 신문의 총면적/day

표 7. 신문의 기사와 광고에 나타난 건강 및 식품영양관련 정보에 대한 건수 비교

구 분	기 사	광 고
건강 및 식품영양 관련 정보	3,635 ¹⁾ (100.0)	10,630(100.0)
건강 관련 정보	2,333(64.2)	3,938(37.1)
식품영양 관련 정보	1,302(35.8)	6,692(62.9)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

단위 : cm²(%)

단위 : 건(%)

표 8. 신문사별 기사와 광고에 나타난 건강 및 식품영양관련 정보에 대한 건수 비교

내 용	기 사						광 고					
	경향	동아	중앙	조선	한국	한겨레	경향	동아	중앙	조선	한국	한겨레
	신문	일보	일보	일보	일보	신문	신문	일보	일보	일보	일보	신문
건강식품영양 관련정보	669 ¹⁾ (100.0)	689 (100.0)	1,070 (100.0)	375 (100.0)	336 (100.0)	496 (100.0)	1,722 (100.0)	1,899 (100.0)	2,526 (100.0)	1,490 (100.0)	1,736 (100.0)	1,257 (100.0)
건강관련 정보	457 (68.3)	542 (78.7)	607 (56.7)	176 (46.9)	211 (62.8)	340 (68.5)	739 (42.9)	518 (27.3)	1,010 (40.0)	275 (18.5)	709 (40.8)	687 (54.7)
식품영양 관련정보	212 (31.7)	147 (21.3)	463 (43.3)	199 (53.1)	125 (37.2)	156 (31.5)	983 (57.1)	1,381 (72.7)	1,516 (60.0)	1,215 (81.5)	1,027 (59.2)	570 (45.3)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

표 9. 신문의 월별 기사와 광고에 나타난 건강 및 식품영양관련 정보에 대한 건수 비교

내 용	기 사						광 고					
	5월	6월	7월	8월	9월	10월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
	건강 및 식품 영양관련정보	529 ¹⁾ (100.0)	459 (100.0)	649 (100.0)	575 (100.0)	708 (100.0)	715 (100.0)	1970 (100.0)	1,998 (100.0)	1,692 (100.0)	1,599 (100.0)	1,806 (100.0)
건강관련 정보	392 (74.1)	312 (68.0)	403 (62.1)	319 (55.5)	453 (64.0)	454 (63.5)	737 (37.4)	780 (39.0)	603 (35.6)	545 (34.1)	692 (38.3)	581 (37.1)
식품영양 관련정보	137 (25.9)	147 (32.0)	246 (37.9)	256 (45.5)	255 (36.0)	261 (36.5)	1,233 (62.6)	1,218 (61.0)	1,089 (64.4)	1,054 (65.9)	1,114 (61.7)	984 (62.9)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

차지하는 건수를 비교해 본 결과 전체 식품영양정보에 관련된 광고 6,692건 중에서 건강보조식품에 관한 광고가 3,481건(52.0%)으로 제일 많은 비율을 차지했다. 이 등¹⁴⁾의 건강식품에 대한 소비자 인식연구에 의하면, '건강식품을 사용한 경험이 있었다'라고 대답한 사람이 응답자의 58.8%를 차지했고, '건강식품의 효능을 믿는다'라고 대답한 사람이 응답자의 68.2%를 차지하고, 또한 건강식품에 대한 가장 큰 기대효과는 전체적 건강유지에 도움을 주는 것이라고 대답한 사람이 응답자의 59.8%를 차지하면서 건강식품에 대한 많은 관심을 가지고 있다는 것을 단적으로 보여주고 있어 이들에 대한 광고 게재여부가 신중히 결정되어야 할 것으로 생각된다. 그 다음으로 체인점광고 899건(13.4%), 가공식품 784건(11.7%), 기호식품 553건(8.3%), 다이어트 354건(5.3%), 생식품 324건(4.8%), 기타 245건(3.7%), 유아식 52건(0.8%)으로 나타났다(그림 3). 건강보조식품의 종류에는 가시오가피로 만든 건강보조식품, 마늘로 만든 건강보조식품, 홍삼제품, 호르몬 대체제품, 다시마로 만든 건강보조식품들이 많았고, 가공식품에는 여러 가지 양념류들과 캔 제품, 용기제품,

포장제품이, 기호식품에는 대부분 술과 차 종류가, 다이어트제품은 한방요법으로 시행하는 다이어트제품, 체중을 빨리 감소시킬 수 있다는 날짜를 강조하는 다이어트 제품, 제약회사에서 출시된 다이어트제품들이 많았다. 생식품은 산삼과 쌀 제품이, 유아식에는 분유, 이유식이 대부분이었다. 기타에는 건강과 음식 요리법에 관련된 책들이 대부분이었다.

① 신문사별 식품영양관련 광고 중 식품종류별 건수 비교

식품영양 관련 주제로 분류된 광고 중에서 식품종류별 건수를 조사한 결과 6개의 신문 모두가 건강보조식품에 대한 광고가 가장 높게 나타났다. 경향신문을 제외한 대부분의 신문에서 건강보조식품의 광고가 50% 정도의 비율을 차지하고 있었으며, 경향신문과 한국일보의 경우 건강보조식품 외에 가공식품광고, 체인점광고 등의 순으로 광고가 많았고, 동아일보와 중앙일보는 건강보조식품의 광고외에 체인점광고, 기호식품광고 등의 순으로 많이 나타났다. 또 조선일보는 건강보조식품광고 외에 체인점광고, 생식품광고 순이었고, 한겨레신문의 경우는 건강보조식품의 광고 외에 가공식품광고, 기호식품의 광고가 많은 것으로 나타났다. 전체 6개의 신문 모두 유아식의 광고가 제일 낮은 비

율을 보였다(표 10).

② 월별 식품영양 관련 광고 중 식품종류별 건수 비교

월별로 식품영양 관련 광고 중 식품종류별 건수를 조사한 결과 5월, 6월에 식품영양관련 광고가 가장 많았으며, 5월, 7월, 8월, 10월은 건강보조식품 광고 외에 체인점광고, 가공식품광고 등의 순으로 광고가 많았고, 6월, 9월은 가공식품, 체인점광고 등 순으로 나타났다. 9월은 건강보조식품광고 이외에 기호식품광고, 체인점광고가 높은 비율을 차지하고 있었다(표 11).

2. 식품영양정보의 집적 현황

1) 식품영양정보의 주제별 분류

전체 신문의 식품영양정보 기사를 주제별로 분류하

표 10. 신문사별 식품영양관련 광고 중 식품종류별 건수 비교

내 용	단위 : 건(%)					
	경향신문	동아일보	중앙일보	조선일보	한국일보	한겨레신문
전체 식품영양관련 광고	938 ¹⁾ (100.0)	1,381(100.0)	1,516(100.0)	1,215(100.0)	1,027(100.0)	570(100.0)
다이어트식품	54(5.5)	84(6.1)	99(6.5)	51(4.2)	51(5.0)	15(2.6)
건강보조식품	349(35.5)	773(56.0)	742(48.9)	775(63.8)	602(58.6)	240(42.1)
유 아 식 품	2(0.2)	18(1.3)	14(0.9)	9(0.7)	7(0.7)	2(0.4)
기 호 식 품	64(6.5)	133(9.6)	132(8.7)	86(7.1)	64 (6.2)	74(13.0)
가 공 식 품	298(30.3)	124(9.0)	83(5.5)	60(4.9)	131(12.8)	88(15.4)
생 식 품	27(2.8)	3(0.2)	104(6.9)	106(8.7)	44(4.3)	40(7.0)
체 인 점	98(10.0)	240(17.4)	286(18.9)	126(10.4)	124(12.1)	25(4.4)
기 타	91(9.3)	6(0.4)	56(3.7)	2(0.2)	4(0.4)	86(15.1)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

표 11. 신문의 월별 식품영양관련 광고 중 식품종류별 건수 비교

내 용	단위 : 건(%)					
	5월	6월	7월	8월	9월	10월
전체 식품영양관련 광고	1,233 ¹⁾ (100.0)	1,218(100.0)	1,089(100.0)	1,054(100.0)	1,114(100.0)	984(100.0)
다 이 어 트	49(4.0)	54(4.4)	51(4.7)	49(4.7)	71(6.4)	80(8.1)
건강보조식품	642(52.1)	628(51.6)	583(53.5)	617(58.4)	553(49.6)	458(46.5)
유 아 식	0(0.0)	6(0.5)	20(1.8)	9(0.9)	10(0.9)	7(0.7)
기 호 식 품	92(7.5)	98(8.1)	79(7.3)	70(6.6)	139(12.5)	75(7.6)
가 공 식 품	166(13.5)	185(15.2)	101(9.3)	98(9.3)	124(11.1)	110(11.2)
생 식 품	33(2.7)	78(6.4)	67(6.2)	51(4.8)	58(5.2)	37(3.8)
체 인 점	216(17.5)	100(8.2)	138(12.7)	136(12.9)	127(11.4)	182(18.5)
기 타	35(2.8)	69(5.7)	50(4.6)	24(2.3)	32(2.9)	35(3.6)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

① 신문사별 식품영양정보 기사의 주제별 분류

식품영양에 관련된 내용을 주제별로 신문사별로 분석한 결과 경향신문, 한국일보, 한겨레신문에서 음식과 요리에 대한 내용이 각각 45건(21.2%), 38건(30.4%), 54건(34.6%)으로 가장 높았고, 동아일보에서는 일반 새로운 식품을 소개하는 내용이 48건(32.7%), 중앙일보와 조선일보에서는 식품, 맛집을 소개하는 내용이 202건(43.6%), 53건(26.6%)으로 가장 높았다. 월별로 보면 5월에서는 음식과 요리에 대한 내용이 6월에서는 일반 새로운 식품의 소개에 대한 내용이 가장 높았고, 7월, 8월, 9월에는 식품, 맛집에 대한 소개가 가장 높게 나타났다. 8월엔 다른 달과 다르게 식품의 안전 및 유헤성에 관한 내용이 18.0%로 가장 높게 나타내고 있어 여름철 식중독과 위생관리에 관한 기사가 증가하였을 것으로 사료된다. 또한 7월 8월에는 비만과 다이어트에 대한 기사내용이 다른 달에 비해 높은 것으로 보아 계절적으로 여름이라 노출에 대한 관심이 많아져 비만과 다이어트에 대한 기사내용이 증가하였을 것으로 사료된다(표 12).

여 분석한 결과 식품, 맛집 소개에 대한 내용이 322건(24.7%)으로 가장 많이 차지했고, 그 다음으로 음식과 요리에 관한 내용이 273건으로 21.0%를 차지했다. 그리고 비만 및 다이어트에 대한 내용이 총 24건으로 1.8%를 차지하면서 제일 낮은 비율을 나타냈다(그림 4).

표 12. 신문사와 월별 식품영양정보 기사 내용의 주제별 분류

구 분	신 문 사 별						월 별					
	경향신문	동아일보	중앙일보	조선일보	한국일보	한겨레신문	5월	6월	7월	8월	9월	10월
식품영양 정보기사	212 ¹⁾ (100.0)	147 (100.0)	463 (100.0)	199 (100.0)	125 (100.0)	156 (100.0)	137 (100.0)	147 (100.0)	246 (100.0)	256 (100.0)	255 (100.0)	261 (100.0)
식품의안전 및 유헤성	36 ²⁾ (17.0)	19 (12.9)	33 (7.1)	5 (2.5)	23 (18.4)	30 (19.2)	19 (13.9)	3 (2.0)	16 (6.5)	46 (18.0)	30 (11.8)	32 (12.3)
비만 및 다이어트	4 (1.9)	3 (2.0)	4 (0.9)	4 (2.0)	8 (6.4)	1 (0.6)	0 (0.0)	1 (0.7)	7 (2.8)	8 (3.0)	5 (2.0)	3 (1.2)
질병과식품	12 (5.7)	10 (6.8)	42 (9.1)	30 (15.1)	18 (14.4)	9 (5.8)	17 (12.4)	15 (10.2)	17 (6.9)	14 (5.5)	30 (11.8)	28 (10.7)
음식과요리	45 (21.2)	41 (27.9)	51 (11.0)	44 (22.1)	38 (30.4)	54 (34.6)	61 (44.5)	37 (25.2)	45 (18.3)	36 (14.1)	38 (14.9)	56 (21.5)
균형잡힌 식생활	6 (2.8)	16 (10.9)	13 (2.8)	5 (2.5)	2 (1.6)	3 (1.9)	11 (8.0)	4 (2.7)	7 (2.9)	8 (3.1)	12 (4.7)	3 (1.5)
일반 새로운 식품의 소개	26 (12.3)	48 (32.7)	48 (10.4)	15 (7.5)	12 (9.6)	9 (5.8)	40 (29.2)	42 (28.6)	20 (8.1)	17 (6.6)	21 (8.2)	18 (6.9)
식품, 맛집 소개	43 (20.3)	5 (3.4)	202 (43.6)	53 (26.6)	4 (3.2)	15 (9.6)	53 (38.7)	22 (15.0)	93 (37.8)	51 (19.9)	63 (24.7)	40 (15.3)
기타	42 (19.8)	22 (15.0)	85 (18.4)	46 (23.1)	21 (16.8)	38 (24.4)	30 (21.9)	28 (19.0)	42 (17.0)	37 (14.5)	31 (12.2)	86 (33.0)

¹⁾ 6개월간의 총 식품영양정보기사 건수

²⁾ 6개월간의 모니터 건수(중복체크)

2) 신문사와 월별 식품영양정보 기사의 기사형식별 분류

전체 기사 중에서 식품영양에 관련된 기사를 보도기사, 인터뷰기사, 전문가 연재물, 체험수기, 특집기사, 생활정보기사, 기사형식의 광고, 기타 등 형식별로 분류하여 모니터링한 결과 전체 1,364건 중에서 기사가 587건(43.0%)으로 가장 높았으며, 생활정보기사가 234건(17.2%), 인터뷰기사 169건(12.4%), 전문가 연재물 124건(9.1%) 순이었다. 기사의 경우 1996년 54.1%, 1997년 84.6%, 1999년 48.8%에 비해 다소 낮았으나 아직도 모니터링의 반을 차지하였는데 이는 신문기사의 대부분이 보도기사라는 점에서 유추되어 질 수 있다⁸⁾. 또 전문가 연재물은 1999년 10.1% 1996년 32.7%보다 다소 낮았지만, 1997년 6.6%보다 높게 나타났다¹⁵⁾ (그림 5).

신문의 식품영양에 관련된 기사의 내용을 먼저 신문사별로 내용을 분석해 보면 중앙일보, 조선일보, 한국일보, 한겨레신문은 보도기사가 30%이상 가장 높게 나타났고, 경향신문은 인터뷰기사가 81건(35.5%)으로,

동아일보는 생활정보 기사가 51건(32.5%)으로 가장 높게 나타났다. 월별로 보면 5월부터 10월까지 6월을 제외한 모두에서 보도기사가 가장 많은 비율을 차지했다. 6월에서는 보도기사와 생활정보기사의 차이가 얼마 나지 않았지만, 생활정보기사가 보도기사 보다 약간 높게 나타났다(표 13).

표 13. 신문사와 월별 식품영양정보기사의 기사형식의 건수 비교

단위 : 건(%)

구 분	신 문 사 별						월 별					
	경향신문	동아일보	중앙일보	조선일보	한국일보	한겨레신문	5월	6월	7월	8월	9월	10월
합 계	229 ¹⁾ (100.0)	157 (100.0)	484 (100.0)	206 (100.0)	129 (100.0)	159 (100.0)	230 (100.0)	155 (100.0)	249 (100.0)	220 (100.0)	236 (100.0)	274 (100.0)
보도기사	55 ²⁾ (24.0)	24 (15.3)	266 (55.0)	130 (63.1)	39 (30.2)	73 (45.9)	105 (45.6)	34 (21.9)	133 (53.4)	108 (49.1)	92 (39.0)	115 (42.0)
인터뷰 기사	81 (35.4)	6 (3.8)	65 (13.4)	12 (5.8)	5 (3.9)	0 (0.0)	13 (5.7)	9 (5.8)	22 (8.8)	33 (15.0)	48 (20.3)	44 (16.1)
전문가 연재물	3 (1.3)	19 (12.1)	43 (8.9)	28 (13.6)	9 (7.0)	22 (13.8)	20 (8.7)	18 (11.6)	21 (8.4)	14 (6.4)	24 (10.2)	27 (9.9)
체험수기	2 (0.9)	2 (1.3)	7 (1.5)	8 (3.9)	9 (7.0)	5 (3.1)	3 (1.3)	3 (1.9)	10 (4.0)	5 (2.3)	5 (2.1)	7 (2.6)
특집기사	11 (4.8)	14 (8.9)	6 (1.2)	11 (5.3)	15 (11.6)	22 (13.8)	8 (3.5)	13 (8.4)	12 (4.8)	18 (5.5)	18 (7.6)	16 (5.8)
생활정보 기사	33 (14.4)	51 (32.5)	79 (16.3)	10 (4.9)	31 (24.0)	30 (18.9)	58 (25.2)	39 (25.2)	40 (16.1)	31 (14.1)	31 (13.1)	35 (12.8)
기사형식의 광고	29 (12.7)	40 (25.5)	10 (2.1)	5 (2.4)	16 (12.4)	2 (1.3)	19 (8.3)	34 (21.9)	5 (2.0)	14 (3.6)	14 (5.9)	22 (8.0)
기타	15 (6.6)	1 (0.6)	8 (1.7)	2 (1.0)	5 (3.9)	5 (3.1)	4 (1.7)	5 (3.2)	6 (2.4)	4 (4.1)	4 (1.7)	8 (2.9)

¹⁾ 6개월간의 총 식품영양정보기사 건수

²⁾ 6개월간의 모니터 건수(중복체크)

3) 식품영양정보의 부적절성

① 식품영양정보 기사

신문에 나타난 기사 중에서 식품영양정보 관련 기사 내용의 부적절성을 평가하기 위하여 평가항목(표 1)을 정하여 그 항목에 해당되는 기사내용은 부적절한 기사내용으로 평가하였고, 적절한 기사내용은 기사를 읽고 부적절한 내용이 없고, 장점을 주는 기사를 적절한 기사내용으로 보았다. 그 결과 신문의 경우 식품영양정보기사 1,302건 중에서 340건(26.1%)은 적절한 기사내용이었고, 259건(19.9%)은 부적절한 기사내용이었다. 또한 그 외에 703건(54.0%)에는 적절하지도 부적절하지도 않은 일반 기사내용이었다(표 14). 적절한 기사내용은 서술을 하게 하여 그 내용을 정리한 결과 적절한 기사내용(340건)에는 '유용한 정보를 제공한다'가 254건(74.7%)으로 가장 높게 나타났고, '이해가 쉽다' 32건(9.4%), '신뢰성이 있다' 24건(7.1%), '잘못된 점을 지적하고 있다' 19건(5.6%), 기타 11건(3.2%)순 이었다(그림 6). 또 부적절한 기사내용(259건)에는 '간접적으로 특정사제품을 광고하고 있다'가 102건(39.4%)으로 가장 높게 나타났고, '구체적인 대안이 없다' 37건(14.3%), '전문용어에 대한 자세한 설명이 없다', '주제의 과학적 근거가 없다'는 20건으로 똑같이 7.7%를 차지했고, 그 다음이 '주제의 전달이 명확하지 않다' 17건(6.6%), '제대로 비교기준을 설정하지 않았다' 16건(6.2%), '내용이 과장되었다' 13건(5.0%) 등의 순이었다. 기타의 경우는 알맞게, 적당하라는 표현을 사용하여 내용을 단순화하였다는 지적이 많았다(그림 7). 1999년 대한영양사협회의 보고서⁸⁾에는 식품영양정보기사와 광고의 내용 중 부적절성 평가 요인으로 '근거자료의 불충분, 입증을 요하는 표현'이 25.1%로 가장 높았고, '명확한 입장이나 입장을 밝히지 않아 오해를 불러일으킴'이 20.6%로 높

게 나타났고, 2002년도 본 연구결과 1위로 나타난 '기사형식의 광고 등 특정제품의 간접광고'의 경우는 5.8%에 불과하여 일간신문에서의 식품광고의 증가와 함께 기사형식의 간접광고의 경우가 증가하고 있는 것으로 나타나 이의 개선이 시급히 요구된다 하겠다. 1999년도 기사의 부적절성 평가항목 2위인 '명확한 지침이나 입장을 밝히지 않아 오해를 불러일으킴'은 2002년도 평가항목 중 '구체적인 대안이 없다'와 '주제의 전달이 명확하지 않다'에 해당되는 항목으로 비슷한 결과를 나타내었다. 1994년 이 등의 연구¹⁶⁾에서 주요 일간지에 실린 기사의 내용 분석결과 제공되는 건강정보가 주로 질병의 치료적 측면에 보다 비중을 두고 있어, 건강관리의 유효성을 높일 수 있도록 사전 처치에 중점을 둔 건강관리 제공의 통로가 마련되어야 한다는 주장은 건강과 관련된 식품영양정보기사에서의 구체적인 대안제공과 식생활 정보기사의 중요성을 함께 강조한다고 생각된다.

표 14. 신문의 건강 및 식품영양정보에 관련된 기사내용의 부적절성

단위 : 건(%)	
구 분	기사건수(%)
식품영양정보 기사	1,302 ¹⁾ (100.0)
적절한 기사내용	340(26.1)
부적절한 기사내용	259(19.9)
기타	703(54.0)

¹⁾ 6개월간의 총 신문에서의 식품영양정보기사건수

② 식품영양관련 광고

신문의 식품영양관련 광고를 평가항목(표 2)에 따라 분석한 결과, 전체 10,800건 중 근거자료의 불충분이 2,488건(23.0%)으로 가장 높게 나타났고, 그 다음이 내용의 과장광고가 2,268건(21.0%)으로 많았다. 신문사별로

조사해 보면 경향신문의 경우는 기타가 39.2%로 가장 많은 비율을 나타냈는데, 여기엔 내용은 없고 단순 이미지 광고가 많아서 평가를 하기 힘들었기 때문이다. 그 외에 근거자료의 불충분은 315건으로 29.3%를 나타냈고, 그 다음이 내용의 과장광고가 228건으로

표 15. 신문의 광고에 나타난 식품영양정보의 평가

단위: 건(%)

	전체	신문사별						월별					
		경향신문	동아일보	중앙일보	조선일보	한국일보	한겨레신문	5월	6월	7월	8월	9월	10월
합계	10,800 ¹⁾ (100.0)	1,075 (100.0)	3,454 (100.0)	1,867 (100.0)	2,478 (100.0)	1,372 (100.0)	554 (100.0)	1,783 (100.0)	2,051 (100.0)	1,690 (100.0)	1,795 (100.0)	1,854 (100.0)	1,627 (100.0)
1	2,268 (21.0)	228 (21.2)	806 (23.3)	254 (13.6)	449 (20.1)	368 (26.8)	113 (20.4)	363 (20.4)	450 (21.9)	402 (23.6)	412 (23.0)	392 (21.1)	331 (20.3)
2	500 (4.6)	4 (0.4)	224 (6.5)	0 (0.0)	192 (7.7)	80 (5.8)	0 (0.0)	75 (4.2)	91 (4.5)	84 (5.0)	85 (4.7)	101 (5.4)	64 (3.9)
3	706 (6.5)	37 (3.4)	553 (16.0)	44 (2.4)	3 (0.1)	4 (0.3)	65 (11.7)	127 (7.1)	150 (7.3)	124 (7.3)	117 (6.5)	116 (6.3)	72 (4.4)
4	10 (0.1)	0 (0.0)	2 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	8 (1.4)	2 (6.1)	0 (0.0)	3 (0.2)	3 (0.2)	2 (0.2)	0 (0.0)
5	108 (1.0)	1 (0.1)	107 (3.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (0.2)	13 (0.6)	22 (1.3)	26 (1.5)	24 (1.3)	19 (1.2)
6	330 (3.1)	0 (0.0)	217 (6.3)	14 (0.8)	5 (0.2)	94 (6.9)	0 (0.0)	24 (1.3)	44 (2.1)	47 (2.8)	67 (3.7)	80 (4.3)	68 (4.2)
7	699 (6.5)	55 (5.1)	31 (0.9)	154 (8.3)	433 (17.5)	26 (1.9)	0 (0.0)	113 (6.3)	124 (6.1)	119 (7.0)	144 (8.0)	120 (6.5)	89 (5.5)
8	68 (0.6)	0 (0.0)	65 (1.9)	0 (0.0)	3 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (0.1)	13 (0.6)	13 (0.6)	19 (1.1)	19 (1.0)	12 (0.7)
9	633 (5.9)	1 (0.1)	131 (3.8)	114 (6.1)	297 (12.0)	84 (6.1)	6 (1.1)	107 (6.0)	125 (6.1)	110 (6.5)	103 (6.0)	98 (5.3)	101 (6.2)
10	2,488 (23.0)	315 (29.3)	248 (7.2)	815 (43.7)	681 (27.5)	260 (19.0)	169 (30.5)	413 (23.2)	465 (22.8)	332 (19.6)	426 (23.5)	362 (19.5)	398 (24.5)
11	41 (0.4)	0 (0.0)	2 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	39 (2.8)	0 (0.0)	10 (0.6)	5 (0.2)	9 (0.5)	9 (0.5)	5 (0.3)	3 (0.2)
12	676 (6.3)	0 (0.0)	632 (18.3)	0 (0.0)	1 (0.1)	16 (1.2)	27 (4.9)	104 (5.6)	143 (7.0)	92 (5.5)	110 (6.1)	112 (6.0)	94 (5.8)
13	33 (0.3)	13 (1.2)	2 (0.1)	18 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (0.1)	5 (0.2)	6 (0.4)	3 (0.2)	15 (0.8)	3 (0.2)
14	2,240 (20.7)	421 (39.2)	434 (12.6)	454 (24.3)	364 (14.7)	401 (29.2)	166 (30.0)	438 (24.8)	423 (20.6)	327 (19.3)	271 (15.0)	408 (22.0)	373 (22.9)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

- | | |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 내용의 과장 광고 2. 전문적인 내용을 지나치게 단순화 3. 식품의 효능을 약효로 오도 4. 제목과 내용의 불일치 5. 식품위생법 등 법규에 위반 6. 특정분야나 일부만 강조 7. 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음 | <ol style="list-style-type: none"> 8. 동물실험 결과에 근거한 이야기의 보편화 9. 한사람의 체험에 근거한 이야기의 보편화 10. 근거자료의 불충분 11. 근거자료의 공익성 부족 12. 기사형식으로 특정사제품을 광고 13. 수입품을 내세워 제품의 우수성을 근거없이 강조 14. 기타 |
|---|--|

21.2%를 나타냈다. 동아일보의 경우는 내용의 과장광고가 806건으로 23.3%를 나타내어 가장 높았고, 그 다음이 기사형식으로 특정사제품을 광고한다가 632건으로 18.3%를 나타냈다. 중앙일보와 조선일보, 한겨레신문의 경우는 기타가 가장 높은 건수를 나타내어 이미지 광고가 많았다는 것을 알 수 있었다. 한국일보의 경우는 내용의 과장광고가 368건으로 26.8%를 나타내어 가장 높게 나타났다. 월별로 보면 내용의 과장광고와 근거자료의 불충분, 기타 등이 다소 높게 나타났는데, 마찬가지로 기타에는 내용이 없고 단순 이미지 광고가 많아서 평가하기 힘든 내용이었다(표 15).

4) 식품영양정보 기사의 책임성, 전문성, 정확성 항목 분석

① 책임성 : 기자명 유무 분석

신문의 식품영양정보기사의 책임성을 평가하기 위하

여 기자명의 게재여부를 조사한 결과, 전체 1,302건 중 1,124건인 84.4%가 기자명이 게재되어 있었고, 178건인 15.6%가 기자명이 게재되어 있지 않았다. 신문사별로 보면 동아일보는 100%의 게재율을 나타내었고, 중앙일보는 138건 29.8%가 기자명이 게재되어 있지 않아 다른 신문에 비해 낮게 나타났다. 그 외 동아일보, 조선일보, 한국일보 한겨레신문은 90%이상 기자명이 게재되어 있었다. 월별로 보면, 각 월별로 차이는 있었지만 대부분이 80%정도 기자명이 게재되는 것을 알 수 있었다(표 16). 이는 식품영양정보기사의 책임성 확보를 위하여 100% 게재의 신문사들의 노력이 요구된다고 하겠다.

② 전문성 : 게재면 분석

식품영양정보기사가 실리는 게재면을 분석해 본 결과 기타가 60%정도를 차지하였고, 그 외에 사회면이

표 16. 신문의 신문사별, 월별 식품영양정보기사의 기자명 유무 분석

구 분	전 체	신 문 사 별						월 별					
		경향신문	동아일보	중앙일보	조선일보	한국일보	한겨레신문	5월	6월	7월	8월	9월	10월
		건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수
합 계	1,302 ¹⁾	212	147	463	199	126	156	137	147	246	256	255	261
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
기자명 있음	1,124	191	147	325	184	122	151	137	115	204	192	203	230
	(84.4)	(91.1)	(100)	(70.2)	(92.5)	(96.8)	(96.8)	(100)	(78.2)	(82.9)	(75.0)	(79.6)	(88.1)
기자명 없음	178	21	0	138	15	4	5	0	32	42	64	52	31
	(15.6)	(9.9)	(0.0)	(29.8)	(7.5)	(3.2)	(3.2)	(0.0)	(21.8)	(17.1)	(25.0)	(20.4)	(11.9)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

표 17. 신문사별 월별 식품영양정보기사의 게재면 분석

구 분	전 체	신 문 사 별						월 별					
		경향신문	동아일보	중앙일보	조선일보	한국일보	한겨레신문	5월	6월	7월	8월	9월	10월
		건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수	건수
합 계	1,332 ¹⁾	212	151	482	202	126	159	225	150	245	215	231	266
	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)	(100.0)
사회면	183	39	15	44	22	28	35	24	9	36	44	31	39
	(13.7)	(18.4)	(9.9)	(9.1)	(10.9)	(22.2)	(22.0)	(10.7)	(6.0)	(14.7)	(20.5)	(13.4)	(14.7)
경제면	123	15	5	61	15	13	14	21	15	22	29	16	120
	(9.2)	(7.1)	(3.3)	(12.7)	(7.4)	(10.3)	(8.8)	(9.3)	(10.0)	(9.0)	(13.5)	(6.9)	(7.5)
건강면	166	13	18	48	60	17	10	24	13	25	31	39	34
	(12.5)	(6.1)	(11.9)	(10.0)	(29.7)	(13.5)	(6.3)	(10.7)	(8.7)	(10.2)	(14.4)	(16.9)	(12.8)
국제면	53	6	3	23	17	3	1	8	4	17	14	4	6
	(4.0)	(2.8)	(2.0)	(4.8)	(8.4)	(2.4)	(0.6)	(3.6)	(2.7)	(6.9)	(6.5)	(1.7)	(2.3)
기타	807	139	110	306	88	65	99	148	109	145	97	141	167
	(60.6)	(65.6)	(72.8)	(63.5)	(43.6)	(51.6)	(62.3)	(65.8)	(72.7)	(59.2)	(45.1)	(61.0)	(62.8)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

183건으로 13.7%, 건강면이 166건으로 12.5%, 경제면이 123건 9.2%, 국제면이 53건으로 4.0%의 순으로 나타났다. 게재면이 다양하여 기타의 건수가 제일 높게 나타났고, 기타에는 종합면, 오피니언, 사람과 사람, 특집, 스포츠 등 다양한 면을 나타내었다. 신문사별, 월별로도 기타가 가장 높은 비율을 나타냈고, 다소 차이는 조금 있지만 그 다음이 건강면과 사회면이 높았다(표 17).

③ 정확성 : 취재원 분석

식품영양정보기사의 정확성 평가를 위해서 기사의 정보 제공처인 취재원을 연구보고서, 현장조사서, 인터뷰, 문헌자료 인용, 체험수기, 근거자료 없이 기사화하였는지 등으로 분류하여 조사한 결과 기사는 전체 1,586건 중에서 현장탐방이 483건(30.5%)으로 가장 높은 비율을 나타냈다. 그 다음으로 일반인 인터뷰 기사가 219건(19.1%), 연구보고서 265건(16.7%), 전문가 인터뷰 219건(13.8%) 등의 순이었다. 월별로도 마찬가지로 현장조사서가 대부분 30%로 가장 높은 비율을 차지했다. 신문의 특성상 기자들이 직접 현장에 가서 취재를 하는 경우가 많기 때문에 현장조사서가

높은 비율을 나타낸 것 같다(표 18).

광고에서 보여지는 정보원을 분석한 결과 근거자료 없음이 30%정도를 차지했고, 연구보고서 1,390건 18.5%, 일반인 인터뷰기사 1085건 14.4%의 순이었다. 광고들 중에 건강보조식품의 광고건수가 많아 근거자료 없이 건강보조식품이나 식품의 효능을 설명하거나, 어떤 기능성을 근거 자료 없이 설명하는 경우가 많았고, 효능을 설명하기 위해 연구 결과를 삽입하여 광고를 하고 있었기 때문에 연구보고서의 건수도 높게 나타났다. 또한 유명 연예인을 광고에 삽입시키면서 제품을 광고하는 경우도 많았다. 월별로도 신문사별로 분석하였을 때와 마찬가지로 근거 자료 없음이 많았고, 연구보고서, 일반인이나 연예인의 인터뷰 기사가 높게 나타났다(표 19).

결론 및 제언

본 연구는 총 6개의 일간지를 대상으로 건강 및 식품영양에 대한 기사와 광고의 정확성 등 그 내용의 질을 평가하고, 전체 기사 또는 광고에서 차지하는 면적

표 18. 신문의 기사에 나타난 식품영양정보의 취재원 분석

단위 : 건(%)

구분	전체	신문사별						월 별					
		경향신문	동아일보	중앙일보	조선일보	한국일보	한겨레신문	5월	6월	7월	8월	9월	10월
합 계	1,586 ¹⁾ (100.0)	240 (100.0)	232 (100.0)	573 (100.0)	239 (100.0)	142 (100.0)	160 (100.0)	261 (100.0)	178 (100.0)	239 (100.0)	262 (100.0)	279 (100.0)	318 (100.0)
연구 보고서	265 (16.7)	16 (6.7)	85 (36.6)	89 (15.5)	30 (12.6)	25 (17.6)	20 (12.5)	60 (23.0)	18 (10.1)	30 (12.6)	50 (19.1)	46 (16.5)	49 (15.4)
현장 조사서	483 (30.5)	78 (32.5)	82 (35.3)	61 (10.7)	106 (44.4)	77 (54.2)	79 (49.4)	69 (26.4)	65 (36.5)	106 (44.4)	84 (32.1)	81 (29.0)	96 (30.2)
인터뷰 (일반, 연예인)	303 (19.1)	48 (20.0)	16 (6.9)	183 (31.9)	12 (5.0)	9 (6.3)	35 (21.9)	62 (23.8)	37 (20.8)	12 (5.0)	42 (16.0)	51 (18.3)	58 (18.3)
인터뷰 (전문가)	219 (13.8)	64 (26.7)	30 (12.9)	45 (7.9)	58 (24.3)	14 (9.9)	8 (5.0)	20 (7.7)	15 (8.4)	58 (24.3)	30 (11.5)	58 (20.8)	64 (20.1)
문헌자료	68 (4.3)	6 (2.5)	15 (6.5)	34 (5.9)	0 (0.0)	2 (1.4)	11 (6.9)	12 (4.6)	11 (6.2)	0 (0.0)	10 (3.8)	11 (3.9)	12 (3.8)
체험수기	36 (2.3)	3 (1.3)	2 (0.9)	2 (0.4)	17 (7.1)	12 (8.5)	0 (0.0)	2 (0.8)	4 (2.3)	17 (7.1)	8 (3.1)	6 (2.2)	7 (2.2)
근거 자료없음	55 (3.5)	1 (0.4)	1 (0.4)	38 (6.6)	13 (5.4)	2 (1.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4 (2.3)	13 (5.4)	14 (5.4)	1 (0.4)	4 (1.3)
기타	157 (9.9)	24 (10.0)	1 (0.4)	121 (21.1)	3 (1.3)	1 (1.7)	7 (4.4)	36 (13.8)	24 (13.5)	3 (1.3)	24 (9.2)	25 (9.0)	28 (8.8)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

표 19. 신문의 광고에 나타난 식품영양정보의 정보원 분석

구 분	전 체	신 문 사 별						월 별					
		경향신문	동아일보	중앙일보	조선일보	한국일보	한겨레신문	5월	6월	7월	8월	9월	10월
합 계	7,534 ¹⁾ (100.0)	1,390 (100.0)	1,917 (100.0)	1,480 (100.0)	1,512 (100.0)	1,011 (100.0)	573 (100.0)	1,295 (100.0)	1,402 (100.0)	1,204 (100.0)	1,190 (100.0)	1,287 (100.0)	1,156 (100.0)
연구 보고서	1,390 (18.5)	62 (6.0)	930 (57.5)	155 (10.5)	113 (7.5)	115 (11.4)	15 (2.6)	240 (18.5)	256 (18.3)	229 (19.0)	218 (18.3)	242 (18.8)	219 (18.9)
현장 조사서	180 (2.4)	0 (0.0)	1 (0.1)	13 (0.9)	2 (0.1)	164 (16.2)	0 (0.0)	25 (1.9)	28 (2.0)	27 (2.2)	35 (2.9)	32 (2.5)	32 (2.8)
인터뷰 (일반, 연예인)	1,085 (14.4)	103 (9.9)	48 (3.0)	368 (24.9)	133 (8.8)	228 (22.6)	205 (35.8)	146 (11.3)	208 (14.8)	175 (14.5)	204 (17.1)	162 (12.6)	185 (16.0)
인터뷰 (전문가)	166 (2.2)	47 (4.5)	21 (1.3)	30 (2.0)	19 (1.3)	48 (4.7)	1 (0.2)	19 (1.5)	15 (1.1)	17 (1.4)	24 (2.0)	36 (2.8)	55 (4.8)
문헌자료	753 (10.0)	225 (21.6)	163 (10.1)	67 (4.5)	88 (5.8)	171 (16.9)	39 (6.8)	136 (10.5)	153 (10.9)	164 (13.6)	107 (9.0)	110 (8.5)	74 (6.4)
체험수기	281 (3.7)	0 (0.0)	159 (9.8)	6 (0.4)	110 (7.3)	3 (0.3)	3 (0.3)	57 (4.4)	59 (4.2)	35 (2.9)	37 (3.1)	49 (3.8)	45 (3.9)
근거 자료없음	2,325 (30.9)	504 (0.4)	550 (34.0)	231 (15.6)	746 (49.3)	282 (27.9)	282 (27.9)	433 (33.4)	418 (29.8)	361 (30.0)	351 (29.5)	423 (32.9)	339 (29.3)
기타	1,354 (18.0)	100 (9.6)	45 (2.8)	610 (41.2)	301 (20.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	36 (18.5)	265 (18.9)	196 (16.3)	214 (18.0)	233 (18.1)	207 (17.9)

¹⁾ 6개월간의 총 모니터 건수

및 건수의 비율을 조사하여, 국내 일간신문에 나타나는 건강관련 식품영양정보의 현황을 파악하고자 한 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 신문의 전체면적은 86,844,017cm²로 그 중 기사면적은 46,783,156cm²(53.9%)였고, 광고면적은 40,060.861cm²(46.1%)를 차지하여 신문에서 기사와 광고가 차지하는 비율은 기사면적이 조금 높게 나타났다. 기사보다 광고에서 건강 및 식품영양정보에 관련된 면적이 더 높게 나타났고, 기사에서는 건강에 관련된 정보가, 광고에서는 식품영양에 관련된 광고가 많았다.
2. 기사와 광고에 나타난 건강 및 식품영양관련 정보에 대한 건수를 비교해 보면 기사보다 광고에서 건강 및 식품영양에 관련된 정보건수가 3배정도 많았다. 기사에서는 건강에 관련된 정보가 2,333건(64.2%)으로 식품영양관련 정보 1,302건(35.8%)에 비해 2배정도 많았다. 광고에서는 반대로 식품영양에 관련된 정보가 6,692건(62.9%)으로 건강에 관련된 정보 3,938건(37.1%)보다 2배 많게 나타났다.

3. 식품영양정보에 관련된 광고 중에서 식품종류별로 차지하는 건수를 비교해 본 결과 건강보조식품에 관한 광고가 3,481건(52.0%)으로 제일 많은 비율을 차지했다. 식품영양에 관련된 기사의 주제는 식품, 맛집 소개에 대한 내용이 322건(24.7%)으로 가장 많이 차지했다. 식품영양에 관련된 기사를 형식별로 분류하여 분석한 결과 보도기사가 587건(43.0%)으로 가장 높았으며, 생활정보기사가 234건(17.2%), 인터뷰기사 169건(12.4%), 전문가 연재물 124건(9.1%)의 순이었다.
4. 식품영양정보에 관련된 기사내용의 부적절성을 평가한 결과 340건(26.1%)은 적절한 기사내용이었고, 259건(19.9%)은 부적절한 기사내용이었다. 부적절한 기사내용에는 '간접적으로 특정사제품을 광고하고 있다'가 102건(39.4%)으로 가장 높게 나타났고, '구체적인 대안이 없다' 37건(14.3%), '전문용어에 대한 자세한 설명이 없다', '주제의 과학적 근거가 없다'는 20건으로 각각 7.7%, '주제의 전달이 명확하지 않다' 17건(6.6%), '제대로 비교기준을 설정하지 않았다' 16건(6.2%), '내용이 과장

되었다' 13건(5.0%) 등의 순이었다. 광고에서는 전체 10,800건 중 '근거자료의 불충분'이 2,488건(23.0%)로 가장 높게 나타났고, 그 다음이 '내용의 과장광고'가 2,268건(21.0%)으로 많았다.

5. 식품영양정보기사의 기자명이 게재되어있는 지를 조사해 본 결과, 전체 1,302건 중 1,124건인 84.4%가 게재되어 있었고, 178건인 15.6%가 게재되어 있지 않았다. 식품영양정보기사가 실리는 게재면을 분석해 본 결과 기타를 제외한 면 중 사회면이 183건 13.7%, 건강면이 166건 12.5%, 경제면 123건 9.2%, 국제면 53건 4.0%의 순으로 나타났다. 식품영양정보기사의 취재원을 분석해 본 결과 기사에서는 전체 1,586건 중에서 현장조사서가 483건 (30.5%)으로 가장 높은 비율을 나타냈고, 일반인 또는 연예인의 인터뷰 기사가 219건(19.1%), 연구보고서 265건(16.7%), 전문가 인터뷰 219건(13.8%) 등의 순이었다. 광고에서 나타나는 정보원을 분석한 결과 근거자료 없음이 30%정도를 차지했고, 연구 보고서가 1,390건으로 18.5%, 일반인이나 연예인의 인터뷰기사가 1,085건으로 14.4%를 차지했다.

이상의 결과 신문에 나타난 식품영양정보의 개선점은 첫째, 건강과 관련된 식품영양정보의 전문성이 확보되어야 한다는 점이다. 이를 위해서는 기자명이 반드시 게재되어야 하며, 취재원의 경우 과학적 근거가 정확하게 제시되어야 하며, 인터뷰시에는 해당 분야에 맞는 전문가를 선정하여 신뢰성 있는 정보가 제공되어야 한다. 게재면의 경우도 전문화하여 기획성 있는 기사를 제공하여야 한다.

둘째, 건강 및 식품영양관련기사에 있어서 실생활에 필요한 구체적인 대안이 없다는 것이다. 단순한 지식의 열거나 소개보다는 실제 실생활에 적용할 수 있는 하루동안의 적정섭취량이나 주의점 등이 기사의 결론 부분에 항상 제시되어야 한다.

셋째, 건강 및 식품영양관련 광고 중 50% 이상을 차지한 건강보조식품의 광고내용에 반드시 과학적인 검증을 거친 내용만이 포함되도록 하여야 하며, 상시적으로 식품의약품안전청의 건강보조식품의 허위과장광고모니터링 결과 단속된 결과를 신문사측에서도 고려하여 광고하는 노력을 기울여야 한다.

본 연구에서는 국민들의 건강과 관련된 식품영양정보에 대한 관심이 증대함에 따라 일간신문에서 제공되는 기사와 광고의 내용 중 식품영양정보의 양적 질적

현황에 대한 기초자료를 마련하고자 하였다. 일간신문 관련 선행 연구 중 김 등⁴⁾의 연구에서 양적 질적 평가 항목이 식품영양학적 분석방법으로 본 연구결과와 다른 점, 1994년부터 1999년 사이의 대한영양사협회의 언론매체 식품영양정보모니터링 사업 보고서⁸⁾의 결과는 일정기간 전수조사되지 못한 점 등 일간신문을 대상으로 일정기간 지속적으로 모니터링을 통해 기초적인 양적 질적으로 조사한 선행연구가 없어 조사연구결과의 고찰이 미흡한 한계가 있다. 앞으로 모니터링한 결과가 신문사의 제작진에게 설득력을 지닌 피드백을 할 수 있으려면 양적 질적 평가항목이 좀더 체계화되어 표준화될 필요가 있으며, 특히 질적 평가항목에서 타당성 있으면서 모니터링간의 정확도 편차를 줄일 수 있는 항목과 기술의 개발이 보완되어야 할 것이다. 본 연구결과가 대중매체에 나타난 식품영양정보의 모니터링 관련 연구와 과장 허위 보도 및 광고로 인한 건강관련 식품영양정보의 오용 및 남용을 막고, 올바른 정보 제공의 확산을 위한 영양교육 자료 개발 시 기초자료로 활용되었으면 한다.

참고문헌

1. 김기태. 대중매체가 국민건강에 미치는 영향과 중요성. 한국영양학회 1998년 춘계학술대회 초록집, 한국영양학회, pp.829-839, 1998.
2. 김초일. 영양관련 기사의 현실, 한국영양학회 1998년도 춘계학술 초록집, 한국영양학회, pp.14-16, 1998.
3. 오혜숙, 윤교회. 서울지역 주부들의 건강과 관련된 식생활 의식구조, 한국식생활문화학회지 10(3):185-200, 1995.
4. 최봉순, 이인숙. 이영은. 한국여성지에 실린 식품광고 내용의 영양학적 분석, 1968년-1995년까지 발행된 여성동아를 중심으로, 한국식생활문화학회지 12(3):309-321, 1997.
5. 김은경, 박태신, 박영심, 장미라, 이기완. 한국 신문에 게재된 식생활 전반에 관한 기사내용의 영양 과학적 분석(1960년 1월~1996년 6월) 제 2보: 특수 영양 건강 및 질병에 관한 영양정보의 분석 평가, 한국식생활문화학회지 11(4): 527-538, 1996.
6. 경제기획원 조사통계국: 인구 및 주택 센서스 보고, 1995.
7. 정해량. 국민건강관련 정보의 중요성, 대한영양사협회 식품영양모니터링 심포지엄 자료집, 1999.
8. 보건복지부, 대한영양사협회: '99 식품영양모니터링사업 종합보고서, 대한영양사협회, 1999.
9. 남정자, 최창수, 김영임, 계훈방. 한국인의 보건의식 형태, 1995년도 국민건강 및 보건의식 행태 결과, 한국보건사회연구원, 1995.
10. 윤진숙. 올바른 영양정보 보급을 위한 대중매체: 전문가와

- 정부의 역할, 한국영양학회 1998년도 춘계 학술대회 초록집, 한국영양학회, pp.17-21, 1998.
11. 안종주. 국내 주요 일간지 환경기사의 정확성에 관한 연구, 서울대학교 보건대학원 석사학위논문, 1993.
 12. 한국언론재단 : 신문 광고와 텔레비전 광고효과 비교, 2001.
 13. 보건복지부, 대한영양사협회 : 2002년도 언론매체 식품영양정보모니터링사업 종합보고서, 대한영양사협회, 2002.
 14. 이은주, 노송옥, 이철호. 건강식품에 대한 소비자 인식연구 (II): 건강과 식습관에 관한 소비자 의식구조, 한국식생활문화학회지 11(4):486-496, 1996.
 15. 손숙미. 인쇄매체에 나타난 식품·영양정보, '99 식품영양정보 언론모니터링 사업 종합보고서, 1999.
 16. 이성은. 주요 일간지의 건강관련기사 내용분석, 한양대학교 석사학위논문, 1994.