

## 아동신문 기사와 광고의 식품영양 정보 분석

김지은<sup>1</sup> · 이경애<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>부산기장초등학교, <sup>2</sup>부산교육대학교 실과교육과

### Analysis of Food and Nutritional Informations in Articles and Advertisements in Children's Daily Newspapers in Korea

Ji Eun Kim<sup>1</sup>, Kyoung Ae Lee<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Busan Gijang Elementary School, <sup>2</sup>Dept. of Practical Arts Education in Busan National University of Education

#### Abstract

This study was intended to help children to cultivate and develop a sound attitude toward food consumption and eating habits through the analysis of food and nutritional information in news articles and advertisements in three major daily children's newspapers in Korea: The Chosun Children's Daily Newspaper, The Hankook Children's Daily Newspaper, and The Donga Children's Daily Newspaper. The monitoring period was for twelve months, January to December 2003. Two hundred seventy-nine articles and three hundred thirty-five advertisements were analyzed. The results were as follows.

'Cooking and health' were the most frequent subject in food and nutrition articles. The articles' contents are evaluated positively in morality and explanation; but negatively in fairness, specialization, and objectiveness. The articles were insufficient in the explanation of professional terms, scientific bases, and practical measures for real life. It therefore seems that they were difficult for children to understand well.

The most frequent themes in the advertisements were 'processed fats and sugars' such as chocolate, candies, and cookies. Frequently, they were exaggerated and accompanied by phrases promoting consumption. They did not provide sufficient well-grounded information, and focused too much on events or gifts to instigate consumer sentiment.

In conclusion, the most serious problem was that most food and nutrition information in these children's newspapers was lacking in specialization. More specialized and objective information should be provided in order to enhance the educational value of children's newspapers and their utilization in school education programs. Continuous monitoring should be carried out to discover those news articles and advertisements that contain correct food and nutrition information.

**Key Words** : child, newspaper, article, advertisement, food and nutrition information

#### 1. 서론

최근 우리나라 사회는 경제발전과 국민들의 생활수준 향상으로 건강문제에 대한 관심이 나날이 증대하고 있다. 이를 반영하듯 각종 건강 관련 산업이 급속히 성장하고 있으며 대중매체에서도 건강과 식품 관련 프로그램이나 기사, 광고물들이 늘어나고 있고 일반 대중들에게 신문이나 방송, 잡지 등은 가장 중요한 식품이나 건강관련 정보원이 되었다(Moon 등 2004). 국민의 보건 의식 행태조사에 나타난 건강 지식원 분포율 추이를 보면 대중매체가 차지하는 비율이 1992년 66.3%, 1995년 66.7%, 1998년 85.8%로 가장 많은 비중을 차지하고 있다(Kim 등 1996). 신문은 중요한 대중매체 중의 하나로서 특히 초등학교에서는 신문으로 NIE (Newspaper In Education, 신문을 활용한 교육) 수업을 하고 있고 단체 구독하는 학교도 있으며 부모의 권유로 꾸준히 구독하는 경우도 있으므로 아동들에게도 신문은 중요한 식생

활 정보원 중의 하나라고 할 수 있다.

대중매체에 나타난 식품 영양정보는 실제로 건강을 지키는데 필요한 정보나 지식도 있으나 오히려 건강을 해치는 왜곡된 정보를 담은 경우도 적지 않다는데 그 문제가 있다. 일반 식품의 효능을 약효를 지닌 명약, 건강식품으로 과대 포장하는 경우(Park 등 1996)도 있어 식품 광고부분에서의 영향력은 더욱 심각하다. 식품광고는 소비자들에게 그들이 필요로 하는 식품정보를 제공함으로써 그 시대를 살아가는 사람들의 식행동에 커다란 영향을 미치며 매체를 통한 과대광고나 허위광고는 그릇된 영양지식을 전달할 수 있고 소비자의 건강을 해칠 수도 있다. 또 현혹되기 쉬운 소비자들의 감성을 자극함으로써 영양의 중요성을 소홀히 다룰 수도 있다(Kim 1996; Kim 2003a). 또한 정확하지 못한 건강과 식품영양관련 기사나 정보는 잘못된 여론을 불러일으키기도 하며 이것은 대중매체의 역기능적인 측면이므로 시급히 시정되어야 하리라고 본다.

\* Corresponding author : Kyoung Ae Lee, Department of Practical Arts Education, Busan National University of Education, 263 Geoje-Dong, Yeonje-Gu, 611-736 Busan, Korea Tel : 82-51-500-7285 Fax : 82-51-500-7281 E-mail : kalee@bnue.ac.kr

아동은 새롭고 신기한 것에 대한 호기심이 많고 모방하려는 심리가 강하며, 아직 가치관이나 생활태도가 형성되지 않은 상태이므로 이러한 광고의 내용을 비판 없이 그대로 수용할 가능성이 크다(Nam & Yeo 2005). 또한 아동은 상품광고의 본질을 파악하는데 발달적인 한계성을 지니고 있어 신문 속 식품광고를 적절히 처리하는데 인지적으로 미숙한 상태에 있다. 즉 나이가 어릴수록 신문 속 기사거리와 광고를 잘 구별하지 못하며 구별하는 경우라도 지각적인 요인에 의존하여 판단한다. 즉 광고에 대한 이해와 평가능력은 낮은 반면 광고에 대한 호감도와 신뢰도는 매우 높다(Kim & Kang 1997). 더구나 각종 출판물의 발행이 자유로워지면서 신문과 잡지를 비롯한 수많은 종류의 간행물들이 쏟아져 나오고 있으며 그 중에서도 아동신문에 게재되는 식품광고에는 영양학적인 측면보다 소비자의 구매측면을 강조하고 있다(Choi 등 1997). 이러한 광고식품의 대부분은 군것질류에 편중되어 있고 그 중에서 색소나 과다한 당분 등이 첨가된 가공식품류는 성인병, 비만 등의 원인이 되어 식생활의 서구화와 아울러 건강문제와도 직결되어 있는 것이다. 가공식품이나 즉석식품 등의 범람과 대중매체를 통한 광고는 식습관이 고착되기 이전의 아동들에게 혼돈과 판단의 오류를 범하게 하며 결과적으로 영양의 불균형을 초래할 수 있다는 데 문제가 있다(Nam & Yeo 2005).

따라서 아동신문 기사와 광고에 실린 건강 및 식품영양정보들이 아동들에게 영양학적인 면에서 정확하고 유익한 정보를 제공하고 있는지 분석하는 것은 아동들로 하여금 합리적인 판단이 따르는 소비형태를 배워 나아가 아동의 올바른 식습관을 정립할 수 있도록 하는 데 도움을 줄 수 있는 것이다. Moon과 Cho(2005)도 아동 신문과 잡지에 게재된 식생활 정보에 대하여 부적절한 것이 많으며 광고에 있어 가공식품과 기호식품에 대한 비율이 증가하고 있음을 지적하면서 아동의 식생활정보 오·남용을 막고 올바른 정보제공의 확산을 위해 아동 신문과 잡지 등에 대해 좀더 체계적인 모니터가 계속 진행되고 관리되어야 한다고 하였다. 그럼에도 불구하고 아직까지도 이와 관련한 논문이 많지 않다.

이에 본 연구는 아동신문에 게재된 건강 및 식품영양에 대한 기사와 광고를 포함한 식품영양정보를 주제별로 분류하고 부정확하게 전달되는 사례와 그 정확도, 신뢰성, 윤리성 등 내용의 질적 현황을 평가함으로써 아동들에게 신문 기사와 광고를 대하는 올바른 태도를 기르고 합리적인 소비생활과 바람직한 식습관 형성을 위한 소비자 교육을 하는데 도움을 주는 기초 자료를 제공하는데 그 목적이 있다.

## II. 연구내용 및 방법

### 1. 연구내용

본 연구의 연구내용은 다음과 같다.

- 1) 아동신문의 식품영양 기사내용을 내용형식, 주제 및 식품군에 따라 분류하고 기사의 긍정성과 부적정성을 분석하였다.
- 2) 아동신문의 식품영양 광고내용을 광고주제와 식품군에 따

라 분류하고 광고의 강조표시와 부적정성을 분석하였다.

### 2. 연구방법

#### 1) 분석대상

본 연구에서는 한국언론재단에서 발표한 10대 신문 중 아동을 주요 대상으로 하고 2000년도 1월부터 2004년도 5월 사이에 결간 없이 꾸준히 발행된 신문을 분석 대상지로 선정하였다. 그 중 본 연구의 대상이 된 신문은 아동 대상의 3개사 중앙지(소년동아일보, 소년조선일보, 소년한국일보)로 이들 신문들에 실린 식품영양정보와 관련된 기사와 광고를 모니터 대상으로 하였다. 구체적인 분석대상은 2003년 1월 1일부터 2003년 12월 31일까지 12개월의 신문들이었다.

#### 2) 분석방법

기사는 양적 현황으로 기사형식과 내용주제, 식품군별로 분석하고 질적 현황으로 매스미디어 모니터 원칙과 부적절한 내용으로 분류하였다. 광고는 양적 현황으로 광고주제와 식품군별로 분석하였고 질적 현황으로는 강조표시, 식품영양 정보의 부적정성별로 분석하였다. 모니터링 방법은 지역도서관을 찾아가서 그곳에 비치·보관되고 있는 아동신문을 직접 분류·분석하였다.

#### (1) 신문기사의 분류 및 분석기준

신문에 보도된 식품영양관련 기사내용의 형식은 Moon과 Cho(2005)를 참고로 하여 보도 기사(일반적 보도기사), 인터뷰 기사(특정인을 대상으로 인터뷰한 기사), 칼럼(전문가연재: 전문적 지식을 갖고 주제의 내용을 연구하여 연재), 체험수기(직접 체험한 주제를 실은 기사), 생활정보기사(생활에 유용한 정보를 제공하는 기사), 기사형식의 광고(기사형식으로 어떤 제품과 대상을 광고하는 것)로 분류하였다. 신문 기사의 내용주제별 분류는 보건복지부(2002) 식품영양정보 모니터링 사업팀 연구를 참고로 하여 음식과 요리(음식이나 요리전반에 관련된 내용), 건강전반(식품의 안전 및 유해성, 특정식품과 질병과의 관련성에 관한 내용), 식생활전반(식습관, 식사예절, 식생활 태도와 균형 잡힌 식생활에 관련된 내용), 비만 및 다이어트(다이어트 효과나 비만에 관련된 전반적 내용), 식품의 소개(식품, 영양소, 새로운 식품의 소개, 식품의 효능), 맛집이나 생산지 소개(맛있는 음식점이나 특정식품 생산지 소개)로 분류하였다. 또한 기사의 식품영양정보를 5가지 식품군별(The Korean Nutrition Society 2005)로 분류하였다.

신문 기사 내용의 긍정적 측면의 평가는 Park 등(1998)이 제시한 매스미디어 모니터 원칙에 따라 공공의 이익과 국민문화에 기여하고 있는가(공익성), 공공생활과 관련된 문제는 공정한 가치판단에서 보도하였는가(공정성), 보도하고자 하는 내용을 공정하고 객관적으로 다루고 있는가(객관성), 풍부한 지식과 정보를 제공하고 깊이 있게 다루었는가(전문성), 시청자(구독자)가 이해하기 쉽게 구성·제작되었는가(해설성), 필요한 정보를 제때에 전달하였는가(시의성), 방송윤리에 어긋나는 점은 없는가(윤리성)의 7가지로 평가하였다. 기사에 나타난 식품영양정보의 부적

절성의 평가는 보건복지부(2002)의 모니터 기준을 참고로 실생활에 필요한 구체적인 대안이 없다, 전문용어 등에 대한 자세한 설명이 없다, 주제의 과학적인 근거가 충분하지 않다, 내용이 실제보다 과장되었다, 비교기준을 제대로 설정하여 비교하지 않았다, 동물실험을 인간에게 동일 적용하였다, 주제의 전달이 명확하지 않았다, 영양·건강관련 내용이나 주제를 다르게 묘사함으로써 오해를 불러일으킨다, 간접적으로 특정사 제품을 광고하고 있다, 기타 (알맞게, 적당히와 같은 모호한 말 등)의 10가지 기준을 분석하였다.

(2) 신문 광고의 분류 및 분석 기준

신문에 실린 식품광고 내용의 주제별 분류는 Moon과 Cho(2005)를 참고로 기호식품, 일반 가공식품, 일반 생식품, 건강보조식품(어린이 성장에 관련된 식품)으로 분류하였다. 광고의 식품영양정보도 한국영양학회(2005)에서 제시하는 5가지 식품군별로 분석하였다.

광고에서 강조하고 있는 부분은 Kim(2003b)을 참고로 건강강조(질병예방, 영양보충, 두뇌발달 등), 영양소 함량·비교강조(영양소의 첨가, 추가, 강화, 보강, 배합 등), 영양소나 비영양소 강조(유산균, 비피더스균, 무인공침가물, 무방부제 등의 강조), 소비촉진 강조(믿을 수 있는, 다양, 천연, ~에만 있음, 국내 최초 등)로 분석하였다. 신문의 식품영양 광고의 부적절성 평가는 Moon 등(2004)을 참고로 하여 내용의 과장광고, 전문적인 내용을 지나치게 단순화, 식품의 효능을 약효로 오도, 제목과 내용의 불일치, 식품위생법에 위반, 특정분야나 일부만을 강조, 명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음, 동물실험 결과에 근거한 이야기의 보편화, 한사람의 체험에 근거한 이야기의 보편화, 근거자료가 불충분, 근거자료의 공익성 부족, 기사형식으로 특정사제품을 광고, 수입명품임을 내세워 제품의 우수성을 근거 없이 강조, 식품과 관련이 없는 부분만을 강조(사은품이나 이미지, 캐릭터 등), 기타의 15가지로 분석하였다.

3) 자료 처리

본 연구의 자료는 각 신문별 조사항목에 대한 빈도와 백분율을 구하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 식품영양정보 관련 신문 기사 및 광고 수

2003년 1월부터 12월까지 아동신문에 실린 식품영양정보와 관련된 기사와 광고의 건수는 <Table 1>에서 보는 바와 같이 각각 총 297건과 335건이었다.

2. 식품영양관련 신문기사

1) 기사 형식

식품영양정보 기사의 기사형식은 <Table 2>와 같다. 전체

<Table 1> Frequency in articles and advertisements related to food and nutritional information in children's daily newspapers (unit: No)

	Newspapers			
	A	B	C	Total
Articles	98	94	87	279
Advertisements	103	120	112	335

<Table 2> Article patterns in food and nutritional information in children's daily newspapers No(%)

Patterns	Newspapers			
	A	B	C	Total
News	55(56.1)	68(72.3)	58(66.7)	181(64.9)
Life information	21(21.4)	12(12.7)	10(11.5)	43(15.4)
Article type of advertisement	12(12.2)	4( 4.3)	8( 9.2)	24( 8.6)
Column	4( 4.1)	4( 4.3)	5( 5.7)	13( 4.6)
Personal experience	1( 1.0)	6( 6.4)	3( 3.4)	10( 3.6)
Interview	4( 4.1)	0( 0.0)	2( 2.3)	6( 2.2)
Others	3( 3.1)	0( 0.0)	1( 1.2)	4( 1.4)
Total	98(100)	94(100)	87(100)	279(100)

279건 중에서 보도기사가 181건(64.9%)으로 가장 많았고 다음으로 생활정보기사가 43건(15.4%), 기사형식의 광고 24건(8.6%), 칼럼 13건(4.6%), 체험수기 10건(3.6%), 인터뷰기사 6건(2.2%) 순으로 나타났다. 각 신문별 기사형식의 비율을 보면 3개의 신문 모두 보도기사가 50%를 넘는 비율로 높게 나타났고 생활정보기사가 다음 순이었다. 한편 신문 모두가 기사형식으로 식품광고를 하고 있었는데 특히 A신문에서는 기사형식의 광고가 10%를 넘는 높은 비율을 나타냈다. 한편 체험수기와 인터뷰기사가 매우 적은 것은 어린이를 대상으로 하는 인터뷰와 체험수기가 용이하지 않기 때문인 것으로 사료된다.

2) 기사 주제

식품영양정보 기사의 내용 주제는 <Table 3>과 같다. 전체 279건의 기사 중에서 음식과 요리 기사가 69건(24.7%)으로 가장 많았고 다음으로 건강전반에 관한 기사 68건(24.4%), 식품소개 기사 39건(14.0%), 기타 39건(14.0%), 생활 전반에 관한 기사 38건(13.6%), 비만 및 다이어트 기사 16건(5.7%), 맛집이나

<Table 3> Themes in food and nutritional information in articles in children's daily newspapers No(%)

Themes	Newspapers			
	A	B	C	Total
Cooking	28(28.6)	21(22.3)	20(23.0)	69(24.7)
Health	24(24.4)	20(21.3)	24(27.6)	68(24.4)
Introduction of foods	20(20.4)	11(11.7)	8( 9.2)	39(14.0)
Lifestyles	4( 4.1)	18(19.1)	16(18.4)	38(13.6)
Obesity & weight control	6( 6.1)	6( 6.4)	4( 4.6)	16( 5.7)
Introductions to restaurants and producing districts	3( 3.1)	5( 5.3)	2( 2.3)	10( 3.6)
Others	13(13.3)	13(13.8)	13(14.9)	39(14.0)
Total	98(100)	94(100)	87(100)	279(100)

생산지 소개 기사 10건(3.6%) 순으로 나타났다.

신문별로는 A신문은 음식과 요리 기사(28.6%)와 건강전반에 관한 기사(24.4%), 식품 소개 기사(20.4%)가 20%를 넘는 높은 비율로 나타났고 B신문에서도 음식과 요리 기사(22.3%)와 건강 전반에 관한 기사(21.3%), 생활전반에 관한 기사(19.1%)가 많은 편이었다. C신문에서는 건강전반에 관한 기사(27.6%)와 음식과 요리(23.0%), 생활전반에 관한 기사(18.4%)순으로 3개 신문 모두 음식과 함께 건강을 주제로 하는 기사를 많이 보도하고 있었으며 이는 아동 건강에 관심이 높은 것으로 볼 수 있겠다.

3) 식품군

식품영양정보 기사의 식품군별 분석 결과는 <Table 4>와 같다. 전체 기사 279건 중에서 곡류 및 전분류가 97건(34.8%)으로 가장 많았고, 채소 및 과일류가 82건(29.4%), 고기·생선·계란·콩류가 68건(24.4%), 유지 및 당류 65건(23.3%), 기타 58건(20.8%), 우유 및 유제품 13건(4.6%) 순으로 나타났다. 신문별로는 곡류 및 전분류가 3개의 신문사에서 각각 30%가 넘는 비율로 높게 나타났는데 이는 우리 쌀과 농산물에 관한 기사가 많았기 때문이다. 다음으로는 채소 및 과일류가 B신문 32건(34.0%), A신문 29건(29.6%), C신문 21건(24.1%)의 순으로 나타났다. 또한 A신문에서는 유지 및 당류가 3순위로 나타난 것에 반해 B신문과 C신문에서는 고기·생선·계란·콩류가 3순위를 차지했다. 한편 3개의 신문사 모두 우유 및 유제품에 관한 기사는 평균 5%를 넘지 않았다.

<Table 4> Food groups in food and nutritional information in articles in children's daily newspapers No(%)

Food Groups	Newspapers			Total
	A	B	C	
Cereals & starches	34(34.7)	35(37.2)	28(32.2)	97(34.8)
Meats, fishes, eggs, & beans	23(23.5)	25(26.6)	20(23.0)	68(24.4)
Vegetables & fruits	29(29.6)	32(34.0)	21(24.1)	82(29.4)
Milk & milk products	8( 8.2)	2( 2.1)	3( 3.4)	13( 4.6)
Oils & sweets	25(25.5)	22(23.4)	18(20.7)	65(23.3)
Others	20(20.4)	25(26.6)	13(14.9)	58(20.8)

4) 내용에 대한 긍정성 평가

매스미디어 모니터링의 원칙에 따라 식품영양정보 기사 내용

을 긍정적인 측면으로 분석한 결과는 <Table 5>와 같다. 총 279건의 기사 중에서 '윤리성' 있는 기사가 202건(72.4%)으로 가장 많았고 '해설성' 있는 기사가 188건(67.4%), '시의성' 있는 기사가 159건(57.0%), '공익성' 있는 기사가 132건(47.3%), '객관성' 있는 기사가 91건(32.6%), '전문성' 있는 기사가 69건(24.7%), '공정성' 있는 기사가 46건(16.5%) 순으로 나타났다.

신문별로 보면 3개 신문 모두 '윤리성' 있는 기사가 A신문 71.4%, B신문 71.3%, C신문 74.7%로 높은 비율로 나타난 것으로 보아 윤리적으로 바람직한 기사가 대부분이었음을 알 수 있었다. 또한 '해설성' 도 3개의 신문 모두 약 70%의 비교적 높은 비율을 보여 아동들이 기사를 쉽게 이해할 수 있도록 제작하였다고 볼 수 있다. 그러나 '시의성' 은 평균 57.0%로 약 1/2 정도의 기사는 필요한 정보를 제 때에 보도하지 못하고 있었다. '공익성' 도 A신문 52.0%, B신문 43.6%, C신문 46.0%로 신문 기사의 식품영양정보가 '공익성' 에서 다소 부족함을 보였다. 식품영양 기사 중 3개 신문 기사 모두 '공정성' 이 가장 낮았으며 '전문성' 과 '객관성' 에서도 3개 신문 모두 미흡하였다.

전반적으로 볼 때 아동신문에 실린 식품영양정보 기사는 7가지 매스미디어 모니터링의 원칙 면에서 거의 동일한 경향을 보였다. '윤리성' 과 '해설성' 에서는 긍정적으로 평가할 수 있었으나 나머지 5가지 평가항목에서는 부족함을 보였고 특히 '공정성', '전문성', '객관성' 은 매우 적어 아동신문이라 하더라도 신문의 교육적 가치를 고려하여 식품영양에 대한 전문지식이 담긴 공정하고 객관적인 관점에서의 기사를 실어야 할 책임성이 요구된다.

5) 내용에 대한 부적절성 평가

식품영양정보 기사의 부적절성을 평가한 결과 <Table 6>에서 보는 바와 같이 전체적으로 각 항목이 모두 낮은 비율이었다. 총 279건 기사 중에서 '주제의 과학적인 근거가 충분하지 않다' 가 84건(30.1%)으로 가장 높았고 '실생활에 필요한 구체적인 대안이 없다' 79건(28.3%), '전문용어 등에 대한 자세한 설명이 없다' 70건(25.1%), '내용이 실제보다 과장되었다' 45건(16.1%), '간접적으로 특정사 제품을 광고하고 있다' 41건(14.7%), '비교 기준을 제대로 설정하여 비교하지 않았다' 39건(14.0%), '주제의 전달이 명확하지 않았다' 28건(10.0%), '영양, 건강관련 내용이나 주제를 다르게 묘사함으로써 오해를 불러일으킨다' 25건(8.9%), '기타(알맞게, 적당히와 같은 모호한 말 등)' 12건(4.3%),

<Table 5> Positiveness in food and nutritional information in articles in children's daily newspapers No(%)

Items	Newspapers			
	A	B	C	Total
Moral reports (Morality)	70(71.4)	67(71.3)	65(74.7)	202(72.4)
Easily comprehensible constructions (Explanation)	67(68.4)	62(65.9)	59(67.8)	188(67.4)
Timely giving of requisite information (Timeliness)	52(53.1)	59(62.8)	48(55.2)	159(57.0)
Contribution to public good and national culture (Public good)	51(52.0)	41(43.6)	40(46.0)	132(47.3)
Impartial and objective reports (Objectiveness)	32(32.7)	31(33.0)	28(32.2)	91(32.6)
Reports with well developed knowledge and information (Speciality)	29(29.6)	20(21.3)	20(23.0)	69(24.7)
Fair judgement on community matters (Fairness)	18(18.4)	15(15.9)	13(14.9)	46(16.5)

<Table 6> Problems in food and nutritional information in articles in children's daily newspapers

Items	Newspapers			
	A	B	C	Total
Insufficient scientific bases in themes	27(27.6)	28(29.8)	29(33.3)	84(30.1)
Lack of practical measures useful to real life	28(28.6)	25(26.6)	26(29.9)	79(28.3)
Lack of detailed explanation for special terms	30(30.6)	19(20.2)	21(24.1)	70(25.1)
Exaggeration of contents versus facts	22(22.4)	10(10.6)	13(14.9)	45(16.1)
Indirect advertisements for goods of the specific company	19(19.4)	9( 9.6)	13(14.9)	41(14.7)
Comparison without establishing accurate criteria	12(12.2)	17(18.1)	10(11.5)	39(14.0)
Indistinct representation of themes	13(13.3)	8( 8.5)	7( 8.0)	28(10.0)
Inviting misunderstanding by wrong representation of contents and themes related to nutrition and health	11(11.2)	4( 4.3)	10(11.5)	25( 8.9)
Equal application of results in animal experiments to human	1( 1.0)	1( 1.1)	0( 0.0)	2( 0.7)
Others (representation of obscure terms, etc.)	3( 3.1)	4( 4.3)	5( 5.7)	12( 4.3)

'동물실험을 인간에게 동일 적용하였다' 2건(0.7%)의 순으로 나타났다.

기사의 부적절성을 신문별로 보면 A신문에서는 '전문용어 등에 대한 자세한 설명이 없다' 30.6%, '실생활에 필요한 구체적인 대안이 없다' 28.6%, '주제의 과학적인 근거가 충분하지 않다' 27.6%, '내용이 실제보다 과장되었다' 22.4% 순으로 나타났고 B신문에서는 '주제의 과학적인 근거가 충분하지 않다' 29.8%, '실생활에 필요한 구체적인 대안이 없다' 26.6%, '전문용어 등에 대한 자세한 설명이 없다' 20.2%, '비교기준을 제대로 설정하여 비교하지 않았다' 18.1%의 순으로 나타났다. C신문은 '주제의 과학적인 근거가 충분하지 않다' 33.3%, '실생활에 필요한 구체적인 대안이 없다' 29.9%, '전문용어 등에 대한 자세한 설명이 없다' 24.1%, '내용이 실제보다 과장되었다' 와 '간접적으로 특정사 제품을 광고하고 있다' 각각 14.9%의 순으로 나타났다. 한편 '기타(모호한 표현)'는 평균 5%를 넘지 않는 것을 보아 기사에서 모호한 말은 상당히 가려서 쓰는 것으로 보였고, '동물실험을 인간에게 동일 적용하였다'는 A와 B신문에서 각 1건씩으로 둘 다 의약품 실험에서의 결과를 인간에 적용한 경우였다.

한편 보건복지부(2002)에서 실시한 모니터링 결과를 보면 '간접적으로 특정사 제품을 광고'가 약 40%의 높은 비율을 나타낸 것에 비해 본 연구결과가 약 15%의 수치를 나타낸 것은 본 연구 대상지가 아동신문이니 만큼 성인신문보다는 기사에서 특정사 제품을 광고하는 내용을 제한하고 있는 듯 하였다. 또한 Moon과 Cho(2005)의 연구결과에서도 본 연구결과와 마찬가지로 '주제의 과학적인 근거 불충분' 항목에서 부적절함이 가장 많이 나타나 아동신문의 내용 면에서 과학적으로 충분히 근거를 제공하여 더욱 풍부하고 이해가 쉬운 기사제공에 힘써야 할 것으로 사료된다. Kim 등(1996)의 연구에서 건강기사 내용의 정확성에 대한 분석은 없으나 제공된 건강관련 기사 중 과학적인 근거를 제시하지 못한 채 특정부분의 건강유지 방법과 그 효과에 관한 정보만을 싣는 경우 건강문제에 대한 다양한 시각에서의 이해가 없는 독자들로 하여금 일반적인 주장을 그대로 수용하도록 할 수 있을 뿐 아니라 건강에 유해한 결과를 초래할 가능성이 있으므로 이에 대한 검토가 필요하다고 한 점은 본 연구결과의 부적절한

측면분석에 대한 대처방안 방향과 일치한다고 볼 수 있다.

### 3. 식품영양관련 신문광고

#### 1) 광고 주제

아동신문에 실린 식품영양 광고의 주제는 <Table 7>과 같다. 전체 335건의 식품광고 중 일반 가공식품 광고가 269건(80.2%)으로 가장 많았고 기타 27건(8.1%), 기호식품 광고 23건(6.9%), 일반 생식품 광고 10건(3.0%), 건강보조식품 광고 6건(1.7%) 순으로 나타났다. 각 신문별로도 일반 가공식품 광고가 압도적으로 많았는데 A신문 78.6%, B신문 77.5%, C신문은 84.8%로 이렇게 가공식품과 기호식품 광고로 편중되어 있는 것은 아동대상 광고이기 때문으로 생각된다. 그 종류로는 음료수, 아이스크림, 과자, 사탕, 초콜릿, 껌 등이었다. 일반 생식품 광고는 A신문 1건, B신문 3건, C신문 2건이었는데 이는 모두 우리 농수산물 광고였다. 한편 건강보조식품 광고는 총 6건으로 아동신문에도 건강보조식품 광고가 있는 것을 보면 아동 성장과 건강에 큰 관심을 가지고 있음을 알 수 있다.

<Table 7> Themes in food and nutritional advertisements in children's daily newspapers

Themes	Newspapers			
	A	B	C	Total
Processed foodstuffs	81(78.6)	93(77.5)	95(84.8)	269(80.2)
Favorite foods	4( 3.9)	11( 9.2)	8( 7.1)	23( 6.9)
Raw foodstuffs	3( 2.9)	5( 4.2)	2( 1.8)	10( 3.0)
Functional foods for health	1( 1.0)	3( 2.5)	2( 1.8)	6( 1.7)
Others	14(13.5)	8( 6.6)	5( 4.5)	27( 8.1)
Total	103(100)	120(100)	112(100)	335(100)

#### 2) 식품군

신문에 실린 식품영양 광고의 식품군별 분류는 <Table 8>과 같다. 전체 335건의 광고 중 유지 및 당류 광고가 161건(48.1%)으로 가장 많았고, 우유 및 유제품 광고 67건(20.0%), 곡류 및 전분류 광고 40건(11.9%), 채소 및 과일류 광고 28건(8.4%), 기타 22건(6.6%), 고기·생선·계란·콩류 광고 17건(5.1%) 순으

<Table 8> Food groups represented in food and nutritional advertisements in children's daily newspapers No(%)

Food Groups	Newspapers			
	A	B	C	Total
Cereals & starches	15(14.6)	14(11.7)	11( 9.8)	40(11.9)
Meats, fishes, eggs, & beans	4( 3.9)	8( 6.6)	5( 4.5)	17( 5.1)
Vegetables & fruits	8( 7.8)	8( 6.6)	12(10.7)	28( 8.4)
Milk & milk products	21(20.4)	24(20.0)	22(19.6)	67(20.0)
Oils & sweets	47(45.6)	56(46.7)	58(51.8)	161(48.1)
Others	8( 7.8)	10( 8.3)	4( 3.6)	22( 6.6)
Total	103(100)	120(100)	112(100)	335(100)

로 나타났다. 신문별로도 유지 및 당류 광고가 A신문은 45.6%, B신문은 46.7%, C신문은 51.8%로 가장 높게 나타났는데 이는 광고식품 대부분이 음료수와 초콜릿, 사탕 등에 편중되어 있기 때문으로 보인다. 우유 및 유제품 광고는 3개 신문 모두 20%대의 비슷한 비율을 보였다. 고기·생선·계란·콩류 광고와 채소 및 과일류 광고는 3개 신문에서 모두 10% 미만으로 가장 낮은 비율이었다. 고기·생선·계란·콩류 광고 17건 모두 닭고기 광고로 종류에 있어 한정적이었다.

3) 강조표시

신문에 실린 식품영양 광고의 강조표시를 분류한 결과는 <Table 9>와 같다, 전체 335건 식품광고 중 소비촉진 강조 광고가 182건(54.3%)으로 가장 많았고 건강강조 광고 147건(43.8%), 영양소 함량·비교강조 광고 94건(28.1%), 비영양소 강조 광고 82건(24.5%), 기타 43건(12.8%), 영양소 강조 광고 21건(6.3%) 순으로 나타났다.

신문별로 살펴보면 3개 신문 모두 소비촉진 강조 광고가 54%의 높은 수치를 보였는데 그중 '다양', '천연'의 표기가 가장 많았다. 또한 건강강조 표시 광고도 A신문 49.5%, C신문 47.3%, B신문 35.8% 순으로 비교적 높은 비율을 보였는데 '면역강화성분', '신체 성장발육', '두뇌 발달' 등이 대부분으로 다양하고 천연인 재료를 사용하여 키가 쑥쑥 크고 머리가 좋아진다고 과대광고하고 있었다. 영양소 함량·비교강조 광고는 B신문 29.2%, A신문 28.2%, C신문 26.8% 순으로 '첨가'와 '강화' 등이 대부분이었고 영양소와 비영양소 강조 광고는 주로 단백질, 비타민, 미네랄과 콜로렐라 등이었는데 비교적 낮은 비율을 보인 것은 광고

<Table 9> Themes emphasized in food and nutritional advertisements in children's daily newspapers No(%)

Themes emphasized	Newspapers			
	A	B	C	Total
Promotion of consumption	56(54.4)	65(54.7)	61(54.5)	182(54.3)
Health	51(49.5)	43(35.8)	53(47.3)	147(43.8)
Contents and comparison of nutrients	29(28.2)	35(29.2)	30(26.8)	94(28.1)
Ingredients except nutrients	30(29.1)	27(22.5)	25(22.3)	82(24.5)
Nutrients	7( 6.8)	8( 6.6)	6( 5.4)	21( 6.3)
Others	19(18.4)	13(10.8)	11( 9.8)	43(12.8)

의 대부분이 영양소나 비영양소 등에 초점을 맞추지 않고 이벤트나 소비촉진에만 비중을 두고 광고를 하고 있었기 때문이다.

4) 내용에 대한 부적절성 평가

신문에 실린 식품영양 광고내용의 부적절성을 분석한 결과 <Table 10>과 같다. 전체 335건의 광고 중 '근거자료 불충분' 광고가 155건(46.3%), '식품과 관련이 없는 부분만을 강조(사은품이나 이미지, 캐릭터 등)' 한 광고 153건(45.7%)으로 가장 많아 <Table 5>와 <Table 6>의 식품영양 신문기사에서 나타난 기사내용의 전문성 결여와 같이 식품광고에서도 역시 식품영양 내용에서 대한 전문성이 결여되어 있음을 보여주었다. 이는 여러 연구 결과(Choi 등 1997; Kim 2003a; Nam & Yeo 2005)에서 지적된 바와 같이 아직 가치관이나 생활태도가 형성되지 않아 광고에 대한 이해와 평가 능력은 낮은 반면 새롭고 신기한 것에 대한 호기심이 많고 모방심리가 강해 광고에 대한 호감도와 신뢰도는 높은 아동들(Kim & Kang 1997)에게 소비를 촉진하는 내용의 강조표시 광고는 아동들로 하여금 광고 식품에 대한 식품영양적인 평가보다는 호기심 측면에서의 구매를 부추길 수 있으므로 식품관련 기업들에서는 이러한 점을 고려하여 아동을 대상으로 한 식품광고에 대한 배려가 요구된다. Choi 등(1997)도 신문에 실린 식품광고가 식품영양 측면보다는 소비자의 구매측면을 강조하고 있다고 우려를 표한 바 있다.

그러나 '특정분야나 일부만을 강조' 한 광고 64건(19.1%), '근거자료의 공익성 부족' 광고 53건(15.8%), '전문내용의 지나친 단순화' 광고 50건(14.9%), '내용의 과장' 광고 38건(11.3%),

<Table 10> Problems in food and nutritional advertisements in children's daily newspapers No(%)

Problems	Newspapers			
	A	B	C	Total
Insufficient foundation	51(49.5)	48(40.0)	56(50.0)	155(46.3)
Emphasis on contents not related to foods (thank-you goods, images, characters, etc.)	45(43.7)	52(43.3)	56(50.0)	153(45.7)
Emphasis on a special sphere or one part only	19(18.4)	23(19.2)	22(19.6)	64(19.1)
Insufficient public benefits of basal data	11(10.7)	23(19.2)	19(16.9)	53(15.8)
Excessive simplification of special contents	21(20.4)	11( 9.2)	18(16.1)	50(14.9)
Exaggerated advertisements	10( 9.7)	13(10.8)	15(13.4)	38(11.3)
Advertisement for goods of a particular company	10( 9.7)	4( 3.3)	8( 7.1)	22( 6.6)
Generalization of a personal experience	1( 1.0)	0( 0.0)	2( 1.8)	3( 0.9)

‘기사형식의 특정사제품 광고’ 22건(6.6%)으로 낮은 편이었고 ‘식품의 효능을 약효로 오도’, ‘제목과 내용의 불일치’, ‘식품위생법 위반’, ‘명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음’, ‘동물실험 결과에 근거한 이야기의 보편화’, ‘한 사람의 체험에 근거한 이야기의 보편화’, ‘수입명품임을 내세워 제품의 우수성을 근거 없이 강조’ 등 그 외의 부적절한 항목들은 해당하는 광고가 없는 것으로 나타나(따라서 표에 제시하지 않았음) 식품영양과 관련한 전문성 부족을 제외하고는 식품광고에서 부적절성 측면은 크게 우려되는 바가 적었다.

신문별로 보면 ‘근거자료 불충분’ 광고가 C신문 50.0%, A신문 49.5%, B신문 40.0% 순으로 가장 많이 나타났고 ‘식품과 관련이 없는 부분만을 강조(사은품이나 이미지, 캐릭터 등)’ 한 광고도 세 신문 모두에서 40%를 웃도는 높은 비율을 나타내었다. 이는 광고의 대부분이 충분한 자료를 제공하지 않고 이벤트나 사은품, 별첨되어 있는 장난감 등에 초점을 맞추고 광고를 하고 있기 때문인 것으로 보인다.

성인신문 및 잡지를 모니터링한 Moon 등(2004)과 보건복지부(2002)의 연구에서도 ‘내용의 과장’과 ‘근거자료의 불충분’ 광고가 높은 비율을 보이고 있어 본 연구결과와 비슷한 경향이였다. 이는 많은 인쇄매체의 광고들이 과장되고 근거 불충분한 광고를 하여 소비자를 현혹시키고 있다고 볼 수 있으며 광고주들은 그 내용을 시급히 시정, 보완하여야 할 것으로 생각된다. 한편 Moon과 Cho(2005)의 연구에서는 본 연구결과에서는 달리 ‘명확한 지침이나 입장을 밝히지 않음’이 19.7%의 높은 비율을 보이고 있는데 이는 Moon과 Cho(2005)에서는 광고가 식품에 대한 자료를 거의 제공하지 않거나 특정분야만을 강조(사은품, 이벤트)한 광고를 ‘명확한 지침이나 입장을 밝히지 않고 있다’고 여겼지만 본 연구는 ‘식품과 관련이 없는 부분만을 강조(사은품이나 이미지, 캐릭터 등)’나 ‘근거자료 불충분’에 분류하여 그 결과에 차이를 보인 것으로 생각된다.

## V. 요약 및 결론

본 연구는 국내 3개의 일간 아동신문을 대상으로 식품영양정보에 관련된 기사와 광고의 양적, 질적 현황을 조사, 분석하여 아동들의 합리적인 소비생활과 바람직한 식품관 정착을 위한 소비자 교육에 도움을 주고자 실시되었다. 조사대상은 2003년 1월부터 12월까지의 3개사 아동신문들이었고 이들 신문의 식품영양관련 기사는 279건, 광고의 건수 335건이었으며 이를 분석한 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 식품영양정보를 담고 있는 신문기사는 음식과 요리, 건강전반에 대한 주제를 많이 다루고 있었으며(각 약 25%) 식품군 중 ‘곡류 및 전분류’를 다룬 기사가 가장 많았는데(30%이상) 이는 우리 쌀과 농산물에 관한 기사가 많았기 때문으로 여겨진다. 기사 내용에서 ‘윤리성’과 ‘해설성’은 긍정적인 평가를 할 수 있었으나 ‘시의성’에서 약 1/2정도의 기사는 제 때에 보도되었다고

볼 수 없었으며 ‘공정성’, ‘전문성’, ‘객관성’은 3개의 신문사 모두 매우 적은 것으로 나타났다. 신문 기사에 있어 부적절한 측면은 긍정적인 부분에 비해 매우 낮은 편이었으나 약 30%의 기사에서 전문용어의 설명과 과학적 근거가 부족하여 아동들이 전문용어를 이해하기 쉽지 않았고 실생활에 필요한 구체적인 대안이 없어 실생활에 도움을 주기가 어려운 점이 있으므로 과학적 근거와 실생활에 적용할 수 있는 대안을 강화하여 보도하여야 할 것이다.

2. 신문에 게재된 식품광고는 대부분(약 80%)이 일반 가공식품이었고 그 종류로는 초콜릿, 사탕, 과자와 같은 유지 및 당류에 편중되어 있었고 소비촉진을 강조하는 문구를 중심으로 과장된 광고를 하고 있었다. 또한 충분한 근거자료를 제공하고 있지 않았으며 이벤트나 사은품 등에만 초점을 맞추어 광고함으로써 아동들의 소비심리를 부추기고 있었다. 따라서 아동들이 이러한 광고 식품을 구매할 때 바른 식품영양적 평가를 어렵게 함으로써 이러한 식품의 섭취로 인한 영양 불균형을 초래할 가능성을 내포한다. 그러므로 아동들의 정확한 정보에 의한 식품 구매를 위해 식품 광고에 근거가 분명하며 보다 이해하기 쉬운 영양정보가 제공되어야 할 것으로 보인다.

신체적·정신적으로 미성숙된 성장기의 아동들은 아동신문에 실린 식품기사와 광고의 정보를 민감하게 받아들여 결국 식품영양정보에 대한 인식 형성에 미치는 영향은 매우 클 것으로 생각된다. 그러므로 그릇된 식품관과 소비습관에 부정적인 영향을 미치는 폐해를 줄이기 위해서는 합법적이고 긍정적이며 바람직한 내용을 담은 기사와 광고가 제작되어야 하겠다. 또한 아동신문이라 하더라도 신문의 교육적 가치를 고려하여 식품영양에 대한 전문지식을 가진 기자가 공정하고 객관적인 관점에서 기사를 실어야 할 책임성이 요구된다. 식품관련 기업들에서도 이러한 점을 고려하여 아동을 대상으로 한 식품광고에 대한 배려가 필요하다고 본다.

### ■ 참고문헌

Choi BS, Lee IS, Lee YE. 1997. The study of nutrition - Related messages in food advertising by content analysis of a women's magazine-Women's Dong-A, 1968-1995. Korean J. Dietary Culture, 2(3): 309-321

Kim EK, Park YS, Jang MR, Lee KW. 1996. 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. Korean J. Dietary Culture, 11(4): 517-525

Kim HJ. 2003a. Analysis of consumer information on children's TV commercials. J. Korean Association for Broadcasting & Telecommunication Studies, 17(1): 39-74

Kim HS. 1996. Television food advertisement: review and recommendation. Catholic university

Kim KH, Kang KJ. 1997. Children's attitudes toward food advertisement on children's television program. Korean

- J. Food Sci Technol, 13(5): 648-660
- Kim KN. 2003b. Content analysis of food advertisements in women's magazines - Focused on nutrition-related messages by manufacturers. Korean J. Community Nutr, 7(1): 1-17
- Ministry of Health & Welfare. 2002. 2002년도 식품·영양정보 모니터링 사업보고서
- Moon HJ, Cho YJ. 2005. Analysis of dietary information in newspapers and magazine for children (2002). Korean J. Nutr, 38(2): 161-172
- Moon HK, Yong MJ, Jang YI. 2004. Quantitative and qualitative analysis of food and nutrition information in the women's magazines (Year 2002). Korean J. Dietetic Assoc, 10(2): 143-158
- Nam KW, Yeo JS. 2005. The regulation plan of TV advertising to children consumers: Results from the analysis on the actual condition. J. Korean Home Economics Association, 43(1): 203- 233
- Park YS, Kim EK, Jang MR, Lee KW. 1996. 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. Korean J. Dietary Culture, 11(4): 527-538
- Park YS, Lee JY, Seh JS, Lee BK. 1998. Nutritional education and consulting. Kyomunsa. Seoul
- The Korean Nutrition Society. 2005. Dietary reference intakes for Koreans. Corp of The Korean Nutrition Society

---

(2006년 2월 22일 접수, 2006년 5월 24일 채택)