

## 대중매체가 영양지식과 식행동에 미치는 영향

박수정 · 이윤희  
동국대학교 가정학과

### Effects of Mass Media on Nutritional Knowledge and Dietary Behavior

Su-Jeong Park and Yoon-Hee Lee  
*Dept. of Home Economics, Dongguk University*

#### ABSTRACT

This study was designed to investigate the main sources of food and nutrition, utilization, reliance, nutritional knowledge and dietary behavior. The results are as follows. 1. The main sources of food and nutritional information are television and radio, newspaper and popular magazines in that order. 2. The first topic is a guiding principle in the dietary life of adult disease prevention, 3. The percentage of the perceived nutritional knowledge of respondents is 83.9%; the accuracy is 74.3%. The percentage of the perceived nutritional knowledge of the respondents using the newspaper and popular magazines is higher than for the respondents using the television and radio, but the accuracy of the nutritional knowledge was not significant. Per the results, the nutritional education of people through the mass media is very reasonable. Therefore, it is necessary to develop a nutritional education program and implement the program using the most practical method to deliver the information.

---

Key words: mass media, utilization, reliance, nutritional knowledge, dietary behavior.

#### I. 서론

매스커뮤니케이션(mass communication)이란 인간의 의식내용이 대중에게 소통되는 전 과정을 지칭하는 개념으로 현대인들은 매스커뮤니케이션 가운데서 생활하고 있다<sup>1)</sup>. 그래서 매스커뮤니케이션은 그 구성요소인 대중매체(mass media)보다 상위개

념이며 포괄적인 개념이다. 대중매체는 매체의 기술적 특성을 기준으로 볼 때 인쇄매체인 신문·잡지 및 출판물, 전파매체인 라디오, 텔레비전 등으로 나눌 수 있고, 인간의 인지감각을 기준으로 하는 경우 인쇄매체들과 만화·사진 등은 시각매체로, 텔레비전·비디오 등은 시각과 청각이 결합된 시청각매체로, 라디오와 음반 등은 청각매체로 각각 구분지어 설명할 수 있다. 대중매체의 효과란 의도적인 것과

비의도적인 모든 커뮤니케이션 행위의 필연적이고 자연적인 결과라고 할 수 있다. 따라서 효과에는 송신자의 의도적 행동의 산물인 현재적 효과는 물론 비의도적인 잠재적 효과와 사회에 바람직한 긍정적 효과 및 그렇지 못한 부정적 효과도 모두 포함시켜야 할 것이다<sup>2)</sup>. 대중매체가 전해주는 것이 진실한 것인가 어떤가 의심하는 경우에도 그것에 의존하여 그것을 토대로 하여 자기의 의견이나 태도를 결정할 수 밖에 도리가 없다<sup>1)</sup>.

현대인들은 경제적으로나 사회적으로 안정되어 가면서 건강에 대한 관심이 높아지고 있으며 건강의 정보에도 민감하다. 우리 국민들의 영양상태가 과거에 비하여 놀랄 정도로 향상되었다고는 하나 아직도 해결하고 개선되어야 할 영양문제가 산적되어 있으며 더욱이 잘못된 식생활로 인한 성인병이 국민 보건상 주요 문제점으로 대두되고 있다. 박<sup>3)</sup>은 신문이란 인쇄매체는 어려웠던 우리의 역사속에서 식생활 개선에 앞장서 대중을 계몽하는데 힘써 왔으며, 최근에는 식생활과 건강에 대한 관심이 증가함에 따라 각 신문들은 고정적으로 의학과 건강정보를 제공하고 있다고 한다. 강 등<sup>4)</sup>이 신문은 대중의 의식과 생활패턴의 변화를 전하고 앞으로의 변화를 주도할 수 있다고 함을 볼 때 신문은 앞으로의 우리의 식생활 변천에 선두적인 역할을 할 것이라고 사료된다.

텔레비전은 모든 가족 구성원에게 쉽게 노출되어 접촉이 많으며 즉시 구매자의 욕구에 작용하여 구매 동기의 유발과 그 영향력이 막강하며 이미지의 조기 형성이 가능하고 소비자에게 식품의 정보를 가장 빠르게 전달할 수 있는 특성이 있다고 한다<sup>5)</sup>. 실제로 Falcigita 등<sup>6)</sup>이 비만인과 정상인을 대상으로 텔레비전의 과자광고 효과를 측정 한 결과, 비만인의 경우 텔레비전의 과자 광고에 노출시켰을 때 과자 소비가 유의적으로 높아진 결과가 나왔다.

식품과 영양에 대한 지식이나 정보는 여러 급원에서 얻어지고 있다. 그러나 이러한 급원들의 정보가 모두 옳은 것은 아니어서 어떤 때는 왜곡되고 잘못된 정보를 실제로 식생활에 응용하는 경우도 종종 있다<sup>7)</sup>.

앞으로 생활패턴의 변화와 건강에 대한 관심의 증가로 식생활에 관련한 정보는 더욱 더 요구될 것이

라고 예상되며 각종 언론매체들을 통해 제공되는 식품영양관련 정보들의 홍수속에서 식생활의 불균형을 초래할 위험성도 내포되어 있으므로 이에 대한 주의 역시 요구된다<sup>8)</sup>.

이에 본 연구에서는 가정에서 식생활을 담당하고 있는 주부를 대상으로 식생활에 관련된 정보를 얻고 있는 주요 급원과 이들을 이용하는 정도, 신뢰도 및 영양지식 등을 조사하여 정보의 급원이 우리 국민들의 식생활에 미치는 영향을 알아보고, 나아가 국민들의 건강증진을 위한 대중매체의 합리적인 영양교육 프로그램을 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

## II. 연구 방법

### 1. 조사대상 및 기간

본 연구의 조사대상자는 서울에 거주하는 30~50세의 주부 195명을 대상으로 하여 1997년 5월 19일부터 5월 30일까지 실시하였다.

### 2. 조사내용 및 방법

본 연구의 조사내용은 조사대상자의 일반적 상황, 식품 및 영양에 관한 정보의 급원으로서 대중매체의 이용도와 신뢰도, 그리고 식행동 및 영양지식 등을 조사하였다. 조사방법은 설문지를 이용하였으며 대중매체의 이용도를 묻는 문항은 식품과 영양에 관한 지식과 정보를 얻는 주요 급원과 관심분야, 실생활에서의 활용도와 이용방법을 묻는 문항으로 구성하였고 대중매체에 대한 신뢰도는 각 매체별로 3점 척도로 측정하였다.

영양지식에 관한 문항은 선행 연구자들에 의해 고안된 설문지<sup>9-13)</sup>를 기초로 본 연구자가 5대 영양소가 우리 인체내에서 하는 기능과 급원 식품을 묻는 20개 문항으로 구성하였다. 응답은 '그렇다', '아니다', '모르겠다'로 답하도록 하고 맞는 답 한 항목에 1점씩 주어 총 20점 만점으로 하였다. 한편 응답자들이 '그렇다' 혹은 '아니다'에 답한 것은 그들이 특정 질문에 대하여 자기 나름대로의 판단을 갖고 있다는 것을 의미하며 '모르겠다'에 답한 것은 아무런 의견을 갖고 있지 않다고 판단하여 인지된 영양지식의 비율을 구하였다. 그리고 인지된 지식 가운데 정

확한 판단을 갖고 있는 정답의 비율을 정확도로 나타내었다.

$$\cdot \text{인지된 지식}(\%) = \frac{\text{'그렇다' 혹은 '아니다'에 답한 문항수}}{\text{전체 문항수}} \times 100$$

$$\cdot \text{정확도}(\%) = \frac{\text{정답의 수}}{\text{'그렇다' 혹은 '아니다'에 답한 문항수}} \times 100$$

### 3. 통계처리

본 연구결과의 자료분석은 SAS program을 이용하여 분석하였으며 모든 문항에 대해 빈도와 백분율을 구하였고, 연령 및 학력에 따른 대중매체의 이용도는  $\chi^2$ -test, 수입과 식비에 따른 대중매체의 이용도는 Kruskal-Wallis 검정통계량을 이용하였다. 영양지식과 대중매체의 이용도 및 신뢰도와와의 관계는 Duncan's Multiple Range test로 집단간의 차이를 검증하였다.

## III. 결과 및 고찰

### 1. 조사대상자의 일반적 상황

본 조사대상자의 일반적 상황은 Table 1과 같다.

본 조사대상자 195명 가운데 연령의 분포를 보면 조사대상자의 70.3%가 40세 이상이었고, 나머지 29.7%는 40세 미만이었다. 학력은 고졸이 49.2%로 가장 많았고 그 다음은 전문대졸 이상의 학력이었으며 중졸 이하는 20.5%였다. 월평균 가계수입은 300만원 이상이 31.8%로 가장 높은 비율이었고, 200만원대가 40%, 나머지 28.2%는 200만원 미만이었다. 월평균 식비는 40만원대가 23.1%, 50만원 이상인 가정은 21.0%였다. 조사 대상자들 가운데 54.4%는 전업주부였고, 거의 절반 정도에 가까운 45.6%는 직업을 갖고 있었다. 따라서 본 조사대상자들의 월평균 수입과 식비의 지출이 우리나라 도시 근로자 가계의 평균수준<sup>14)</sup>보다 높은 것은 이 때문인 것으로 사료된다.

### 2. 대중매체의 이용도 및 신뢰도

대중매체의 이용도에 관계되는 조사결과는 Table 2에 나타난 바와 같다.

식품영양에 관한 정보를 가장 많이 얻는 대중매체는 텔레비전과 라디오가 61.0%로 단연 1위였고 그 다음이 신문·일반잡지로서 23.7%, 전문서적이나 학술잡지, 요리책 및 광고는 15.4%에 불과하였다. 이러한 결과는 각 가정에 텔레비전과 라디오의 보급율이 다른 매체보다 높고 전문 서적이나 학술적인 잡지보다 일반잡지와 신문의 구독율이 보편적으로 높기 때문인 것으로 사료된다. 1985년 정 등<sup>15)</sup>이 주부를 대상으로 조사한 결과 텔레비전과 라디오, 신문·잡지의 순으로 나타나 본 연구와 일치하였다. 한편 임<sup>16)</sup>이 대전시내 주부를 대상으로 조사한 결과에서도 텔레비전, 라디오 등 대중매체로부터의 정보수집이 제일 높았고, 그 다음으로는 친지나 이웃과 정보를 나누는 것으로 조사되었고, 영양사 등 전문인들의 강연을 통한 정보수집은 거의 없었다고 보고하였다. 1995년 전국 중학교 1학년 학생 4,694명의 어머니를 대상으로 조사한 결과 59.6%가 영양 지식의 정보원으로 TV나 라디오를, 29.6%는 신문

Table 1. General characteristics of subjects

Item	Categories	N (%)
Age (years)	Younger than 40	58( 29.7)
	40 or older	137( 70.3)
Education level	Middle school or lower	40( 20.5)
	High school	96(49.2)
	College or higher	59( 30.3)
Income (10,000won /month)	Less than 200	55( 28.2)
	200~250	43( 22.1)
	250~300	35( 17.9)
	300 or more	62( 31.8)
Food cost (10,000won /month)	Less than 20	34( 17.4)
	20~30	35( 18.0)
	30~40	40( 20.5)
	40~50	45( 23.1)
	50 or more	41( 21.0)
Occupation	Employment	89( 45.6)
	Housewife	106( 54.4)
Total		195(100.0)

**Table 2.** The utilization of communication

Variables	Categories	N (%)
Main mass media	Television, Radio	119(61.0)
	Newspaper, Popular magazine	46(23.6)
	Professional book, Scientific journal, Cook book	17( 8.7)
	Advertisement	13( 6.7)
Information volume of mass media	Much	45(23.1)
	Appropriate	67(34.3)
	Little	83(42.6)
Interest of information	Much	116(59.5)
	Medium	73(37.4)
	Little	6( 3.1)
Interested topic of information	Adult disease's prevention and dietetics	116(59.5)
	Cooking	38(19.5)
	Corpulence and dietetics	15( 7.7)
	Constitution and food	26(13.3)
Utilization level at dietary life	Utilize	119(61.0)
	Common	67(34.4)
	Not utilize	9( 4.6)
Assistance in nutritional knowledge of information	Be help	125(64.1)
	Common	62(31.8)
	Not help	8( 4.1)
Method of utilization of printing medium (newspaper, popular magazine etc.)	Read in detail	73(37.4)
	Write as occasion demands	39(20.0)
	Make a scrapbook	18( 9.2)
	Read roughly	60(30.8)
	Do not read	5( 2.6)
Method of utilization of electric wave medium (television, radio etc.)	Watch or hear in detail	80(41.0)
	Write as occasion demands	38(19.5)
	Record	0( 0.0)
	Watch or hear roughly	76(39.0)
	Do not watch or hear	1( 0.5)

잡지를 이용하고 있어 대중매체에 의한 것이 90% 정도였고 요리책이나 전문서적을 통하여 얻는 경우는 9%, 강연회나 전시회를 통한 정보수집은 거의 없었다<sup>10)</sup>. 이상의 결과로 보아 전문서적이나 학술 잡지의 이용보다 대중매체로부터 얻는 경우가 대부분이므로 텔레비전과 라디오 및 신문은 보다 체계적이고 정확한 지식을 전달할 수 있는 방안을 모색하여야 할 것이다.

대중매체에서 다루는 정보의 양은 조사대상자의 42.6%가 부족된다고 응답하여 많은 이용자가 식품

영양에 대한 지식과 정보를 더 필요로 함을 알 수 있다.

식품·영양에 대한 관심의 정도는 3.1%를 제외한 96.9%가 관심을 갖고 있는 것으로 응답하여 대중매체 이용자의 대부분이 상당한 관심을 갖고 있었다. 그 가운데 가장 관심있는 주제는 59.5%가 질병 및 성인병 예방을 위한 식사지침으로 성인병의 발병률이 점차 증가추세에 있는 현대사회에서 식생활의 관리자인 주부들이 이 부분에 대하여 관심이 높은 것은 당연한 결과로 사료된다. 그 다음이 요리·음식

에 관한 분야로 실생활에 직접적으로 필요한 주제에 관심이 높은 것으로 조사되었다.

한편 대중매체에서 얻은 식품·영양정보에 대한 지식과 정보를 실생활에 이용하는 정도는 61.0%가 이용하고 있다고 응답하였고 불과 4.6%만이 이용하지 않는다고 응답하였다. 이들 대중매체를 통해 얻은 정보가 자신의 영양지식에 도움을 주었는지의 여부는 4.1%만이 도움이 되지 않는다고 응답한 것으로 미루어 보아 대중매체로부터 얻은 정보에 대해 비교적 만족하는 것으로 생각된다.

대중매체를 이용하는 방법으로 신문·잡지 등 인쇄매체의 경우에는 필요한 부분을 스크랩 하거나 텔레비전·라디오 등 전자매체의 경우 녹음을 하는 등의 적극적인 이용태도는 보이지 않았고 기억력에 의존하는 자세히 읽고 시청하는 정도의 이용방법이 제일 높은 비율을 차지하였다.

대중매체별 이용자들의 신뢰도를 조사한 결과 Table 3에 나타난 바와 같이 광고의 신뢰도가 제일 낮아 응답자의 4.1%만 믿는다고 응답하였고 32.3%가 믿지 않는다고 응답하였으나, 다른 매체들은 상당히 신뢰도가 높았고 그 가운데서도 전문서적이나 학술잡지, 요리책에 대한 신뢰도가 높았다. 이것은 일반 이용자들의 인식에 전문서적이나 학술잡지, 요리책의 저자들은 각 분야의 전문가들이 저술하고 있다고 생각하고 있으며 이에 반해 이들 매체보다 이용도는 높지만 신뢰도가 낮은 텔레비전·라디오·신문·일반잡지 등의 저자는 비전문가들이 내용을 전달하고 있는 것으로 인식하기 때문인 것으로 사료된다. 또한 광고에 대한 신뢰도가 이처럼 낮은

것은 최근 우리나라의 식품광고에서 문제점으로 지적<sup>17)</sup> 되었듯이 주장에 대한 과장이나 검증되지 않은 잘못된 주장들이 소비자들의 판단에 혼돈을 주고 있다는 지적으로 인하여 이용자들로부터 신뢰도가 떨어지는 것으로 사료된다.

### 3. 일반적 상황과 대중매체와의 관계

조사대상자의 일반적 상황과 대중매체와의 상관관계는 Table 4와 같다.

#### 1) 연령

연령별 대중매체 이용은 식품·영양정보에 관한 관심도에 유의적인 차이가 있어 40대 이상의 연령층이 30대 이하의 연령층보다 높았다. 이것은 건강에 대한 관심도가 연령에 따라 차이가 있으므로 이에 따른 결과인 것으로 사료된다. 그러나 다른 항목은 연령간에 차이가 없었다.

#### 2) 학력

학력에 따라서는 대중매체별 이용에 차이가 있었는데 텔레비전과 라디오, 전문서적이나 학술잡지, 요리책 및 광고는 고졸 학력자가, 신문이나 일반잡지는 전문대졸 이상의 학력자가 많이 이용하고 있었다. 각 매체로부터 얻은 정보를 이용하는 정도는 고졸학력과 전문대졸 이상의 학력자는 비슷한 수준으로 이용하고 있었고, 이용하지 않는다는 응답자는 전문대졸 이상의 학력자는 한 명도 없었는데 비하여 중졸 이하의 학력자는 55.6%나 되는 것으로 보아 학력이 높을수록 자신이 갖고 있는 지식이나

Table 3. Level of reliability of mass media

N(%)

	High (believe everything)	Medium	Low (not believe everything)	Total
Television	46(23.6)	147(75.4)	2( 1.0)	195(100.0)
Radio	43(22.0)	143(73.3)	9( 4.6)	195(100.0)
Newspaper	53(27.2)	129(66.2)	13( 6.7)	195(100.0)
Popular magazine	27(13.8)	142(72.8)	26(13.3)	195(100.0)
Professional book	98(50.2)	93(47.7)	4( 2.0)	195(100.0)
Scientific journal	79(40.5)	106(54.4)	10( 5.1)	195(100.0)
Cook book	72(36.9)	122(62.6)	1( 0.5)	195(100.0)
Advertisement	8( 4.1)	124(63.6)	63(32.3)	195(100.0)

Table 4. Relationship between utilization of mass media and general characteristic of subjects

Mass media	Age(Year)		Education level		Income(10,000won./month)				Food cost(10,000won./month)				N(%)		
	<40	40≤	Middle school lower	High school or higher	<200	200~250	250~300	300≤	<20	20~30	30~40	40~50		50≤	
General characteristic	Television, radio	38(31.9)	81(68.1)	31(26.1)	60(50.4)	28(23.5)	36(30.3)	25(21.0)	26(21.9)	32(26.9)	22(18.5)	23(19.3)	27(22.7)	24(20.2)	23(19.3)
	Newspaper, Popular magazine	11(23.9)	35(76.1)	3(6.5)	18(39.1)	25(54.3)	9(19.6)	11(23.9)	8(17.4)	18(39.1)	6(13.0)	5(10.9)	10(21.7)	11(23.9)	14(30.4)
	Professional book, scientific journal, cook book	7(41.2)	17(58.8)	3(17.7)	11(64.7)	3(17.7)	7(41.2)	3(17.7)	1(5.9)	6(35.3)	5(29.4)	1(5.9)	5(29.4)	1(5.9)	5(29.4)
	Advertisement	2(15.4)	11(84.6)	3(23.1)	7(53.9)	3(23.1)	3(23.1)	4(30.7)	0(0.0)	6(46.2)	1(7.7)	2(15.4)	2(15.4)	5(38.5)	3(23.1)
Information volume of mass media	Much	12(26.7)	33(73.3)	6(13.3)	30(66.7)	9(20.0)	10(22.2)	14(31.1)	8(17.8)	13(28.9)	5(11.1)	6(13.3)	11(24.4)	12(26.7)	11(24.4)
	Appropriate	18(26.9)	49(73.1)	16(23.9)	31(46.3)	20(29.9)	25(37.3)	12(17.9)	11(16.4)	19(28.4)	11(16.4)	16(23.9)	13(19.4)	13(19.4)	14(20.9)
	Little	28(33.8)	55(66.3)	18(21.7)	35(42.2)	30(36.1)	20(24.1)	17(20.5)	16(19.3)	30(36.1)	18(21.7)	13(15.7)	16(19.3)	20(24.1)	16(19.3)
Interest of information	Much	30(25.9)	86(74.1)	17(14.7)	62(53.5)	37(31.9)	34(29.3)	23(19.8)	21(18.1)	38(32.8)	13(11.2)	18(15.5)	28(24.1)	30(25.9)	27(23.3)
	Medium	23(31.5)	50(68.5)	21(28.8)	33(45.2)	19(26.0)	19(26.0)	18(24.7)	13(17.8)	23(31.5)	20(27.4)	13(17.8)	12(16.4)	15(20.6)	13(17.8)
	Little	5(83.3)	1(16.7)	2(33.3)	1(16.7)	3(50.0)	2(33.3)	2(33.3)	1(16.7)	1(16.7)	1(16.7)	4(66.7)	0(0.0)	0(0.0)	1(16.7)
Interested topic of information	Adult disease's prevention and dietetics	30(25.9)	86(74.1)	20(17.2)	59(50.9)	37(31.9)	32(27.6)	27(23.3)	23(19.8)	34(29.3)	19(16.4)	20(17.2)	27(23.3)	24(20.7)	26(22.4)
	Cooking	11(29.0)	27(71.1)	7(18.4)	21(55.3)	10(26.3)	12(31.6)	4(10.5)	7(18.4)	15(39.5)	6(15.8)	7(18.4)	6(15.8)	11(30.0)	8(21.1)
	Corpulence and dietetics	9(56.3)	7(43.8)	5(31.3)	9(56.3)	2(12.5)	6(37.5)	5(31.3)	1(6.3)	4(25.0)	5(31.3)	2(12.5)	2(12.5)	4(25.0)	3(18.8)
	Constitution and food	8(32.0)	17(68.0)	8(32.0)	7(28.0)	10(40.0)	5(20.0)	7(28.0)	4(16.0)	9(36.0)	4(16.0)	6(24.0)	5(20.0)	6(24.0)	4(16.0)
Utilization level at dietary life	Utilize	34(28.6)	85(71.4)	19(16.0)	56(47.1)	44(37.0)	25(21.0)	28(23.5)	23(19.3)	43(36.1)	16(13.5)	24(20.2)	26(21.9)	26(21.9)	27(22.7)
	Common	19(28.4)	48(71.6)	16(23.9)	36(53.7)	15(22.4)	26(38.8)	14(20.9)	9(13.4)	18(26.9)	15(22.4)	8(11.9)	14(20.9)	18(26.9)	12(17.9)
	Not utilize	5(55.6)	4(44.4)	5(55.6)	4(44.4)	0(0.0)	4(44.4)	1(11.1)	3(33.3)	1(11.1)	3(33.3)	3(33.3)	0(0.0)	1(11.1)	2(22.2)
Assistance in nutritional knowledge of information	Be help	35(28.0)	90(72.0)	24(19.2)	54(43.2)	47(37.6)	34(27.2)	27(21.6)	23(18.4)	41(32.8)	20(16.0)	24(19.2)	23(18.4)	31(24.8)	27(21.6)
	Common	20(32.3)	42(67.7)	14(22.6)	36(58.1)	12(19.4)	19(30.7)	15(24.2)	8(12.9)	20(32.3)	12(19.4)	8(12.9)	17(27.4)	13(21.0)	12(19.4)
	Not help	3(37.5)	5(62.5)	2(25.0)	6(75.0)	0(0.0)	2(25.0)	1(12.5)	4(50.0)	1(12.5)	2(25.0)	3(37.5)	0(0.0)	1(12.5)	2(25.0)

Gothic letter : p<0.05

정보를 실생활에 실천하려는 태도가 높음을 알 수 있다.

대중매체로부터 얻은 정보가 주는 도움 정도는 고졸의 학력자가 유의적으로 높게 나타났는데 이것은 고졸의 학력자들이 각 매체를 다른 학력자에 비해 상당수준 이용하고 있기 때문인 것으로 사료된다.

3) 수 입

수입에 따른 차이는 다른 항목에서는 유의한 차이가 없었으나 실생활에서의 이용 정도에 따라서는 유의한 차이가 있었다. 즉 월수입이 300만원 이상인 가정이 이용하는 정도가 제일 높았고 이용정도가 보통이거나 이용하지 않는다는 응답자는 200만원 미만인 가정이 제일 높았다.

4) 식생활비

한달 지출되는 식생활비에 따른 차이는 식품·영양정보에 대해 갖는 관심도에 유의한 차이가 있었는데 '관심이 있다'는 월식생활비 40~49만원인 응답자, '보통이다'는 20만원 미만인 응답자, 관심이 없다는 20~29만원인 응답자가 가장 높았다.

이처럼 수입과 식생활비에 따라 나타나는 차이점은 가정의 경제적 수준에 따라 요구하는 식생활에 대한 정보가 다르고 또 대중매체에서 다루고 있는 주제도 경제적 수준에 따라 요구하는 내용에 부합되지 않음으로서 나타난 결과인 것으로 해석할 수 있다.

4. 식행동

본 조사대상자들의 식행동을 조사한 결과 Table 5에 나타난 바와 같이 대부분의 응답자가 식사시 영

양균형, 규칙적인 식사시간, 식사량, 단 음식과 짠 음식, 동물성 지방식품의 섭취에 대한 고려를 한다고 하였다. 그러나 고추나 후추 등의 매운 음식에 대한 주의는 다른 문항에 비해 낮게 나타나 매운맛에 대한 우리 국민의 식기호는 쉽게 변하지 않는 것으로 사료된다. 이러한 결과로 보아 본 조사대상자들의 식행동은 비교적 양호하다고 보며, 선행연구<sup>7,13,15)</sup>에서 우리나라 주부들이 건강에 대한 관심은 높으나 식생활에서의 실천은 저조하다는 지적이 있었으나, 현재에는 자신이 갖고 있는 지식이나 정보를 실제 식생활에 실천하려고 하는 식행동이 많이 증가하고 있음을 알 수 있었다. 식행동과 대중매체와의 상관관계에서는 유의한 차이를 보이지 않았다.

5. 영양지식

1) 인지된 영양지식과 정확도

본 대상자들의 영양지식을 조사한 결과 20점 만점에 평균 12.5점으로 62.5%정도였고 인지된 영양지식은 평균 83.9%, 정확도는 74.3%였다. 이 등<sup>11)</sup>과 송<sup>12)</sup>의 연구결과와 비교해 볼 때 인지된 영양지식은 다소 낮으나 정확도에 있어서는 선행연구가 50% 선을 넘지 못하였는데 비해서 본 조사에서는 상당히 높은 수준이었다. 한편 하 등<sup>12)</sup>의 연구결과보다는 인지도는 높았으나 정확도는 다소 낮았다. 이것은 여러 가지 요인들이 있겠으나 오늘날 대중매체가 전하는 내용들이 책임감을 갖고 정확성을 기하여 이용자들에게 정확한 정보를 제공해 주고 있는 점도 간과할 수 없겠다.

2) 영양지식과 대중매체와의 관계

Table 5. Dietary behavior

N(%)

Question	Agree	Disagree
1. I endeavor to keep the balance of nutrients in diet.	162(83.1)	33(16.9)
2. I endeavor to keep the regular mealtime.	173(88.7)	22(11.3)
3. I endeavor to intake the meal properly.	183(93.8)	12( 6.2)
4. I endeavor to reduce the intake of animal fat.	174(89.2)	21(10.8)
5. I endeavor to reduce the intake of sugar and salt.	173(88.7)	22(11.3)
6. I endeavor to reduce the intake of hot and pepper.	147(75.4)	48(24.6)
7. I endeavor to reduce the intake of instant food.	189(96.9)	6( 3.1)

영양지식의 정도와 대중매체와의 상관관계를 조사한 결과 Table 6에 나타난 바와 같다.

인지된 영양지식은 신문과 일반잡지를 이용한 응답자가 텔레비전이나 라디오, 광고를 이용한 응답자보다 유의적으로 많았다. 그러나 정확도에 있어서는 유의한 차이가 없었다. 김<sup>7)</sup>은 같은 대중매체 중에서도 신문이나 잡지에서 정보를 얻는 학생들의 영양지식의 점수가 TV나 라디오에서 정보를 얻은 학생보다 높은 것은 주목할 만한 사항이며, 이것은 신문이나 전문지는 책임있는 사람들의 기사이므로 전달하는 지식이 비교적 정확한데 반하여, TV나 라

디오는 전문인들을 통한 세미나 형식보다 식품회사들의 광고에서 얻는 정보가 많기 때문에 왜곡된 정보의 전달이 많기 때문이라 하였다. Grotkowski와 Sims<sup>18)</sup>의 연구에서도 TV에 의한 영양정보와 영양 지식간에는 상관성이 적었고 잡지·요리책에 의한 정보와 영양지식간에는 유의한 상관관계를 보였다. 본 조사에서도 영양지식의 점수와 정확도에 있어서 식생활에 관한 정보를 신문이나 일반잡지를 통하여 전달받는 경우가 다소 높았으나 유의적이지는 않았다. 이것은 현대에 와서는 텔레비전이나 라디오에서도 전문인들을 통한 식품·영양강좌가 열리고 있

**Table 6.** Relationship between utilization of mass media and nutritional knowledge

Mass media	Nutritional knowledge	Perceived knowledge(%)	Knowledge score	Accuracy(%)
	TV, Radio Newspaper, popular magazine	81.64 ± 14.31 <sup>1, b2)</sup>	12.27 ± 2.96 <sup>N.S.</sup>	74.78 ± 11.22 <sup>N.S.</sup>
Main mass media	Professional book,	90.33 ± 11.57 <sup>a</sup>	13.59 ± 2.65	75.05 ± 10.17
	Scientific journal, cook book	89.12 ± 8.70 <sup>ab</sup>	13.24 ± 2.73	73.74 ± 10.98
	Advertisement	81.54 ± 20.86 <sup>b</sup>	12.00 ± 3.83	72.56 ± 11.93
Information volume of mass media	Much	86.44 ± 13.17 <sup>N.S.</sup>	12.71 ± 2.69 <sup>ab</sup>	73.16 ± 10.14 <sup>b</sup>
	Appropriate	81.34 ± 15.19	11.87 ± 3.33 <sup>b</sup>	72.09 ± 12.12 <sup>b</sup>
	Little	85.60 ± 13.89	13.24 ± 2.69 <sup>a</sup>	77.42 ± 9.78 <sup>a</sup>
Interest of information	Much	85.91 ± 13.44 <sup>N.S.</sup>	12.92 ± 2.75 <sup>N.S.</sup>	75.06 ± 10.15 <sup>N.S.</sup>
	Medium	82.40 ± 14.91	12.34 ± 3.16	74.31 ± 12.01
	Little	77.50 ± 19.94	11.00 ± 4.20	69.28 ± 12.73
Interested topic of information	Adult disease's prevention and dietetics	83.53 ± 14.33 <sup>N.S.</sup>	12.59 ± 3.15 <sup>N.S.</sup>	74.66 ± 10.97 <sup>N.S.</sup>
	Cooking	87.24 ± 12.23	13.03 ± 2.27	74.97 ± 9.50
	Corpulence and dietetics	78.13 ± 18.27	11.25 ± 3.38	71.70 ± 14.40
	Constitution and food	87.60 ± 13.24	13.20 ± 2.61	75.65 ± 10.77
Utilization level at dietary life	Utilize	86.05 ± 13.93 <sup>N.S.</sup>	12.97 ± 2.81 <sup>N.S.</sup>	75.12 ± 9.60 <sup>N.S.</sup>
	Common	82.01 ± 13.85	12.28 ± 3.09	74.29 ± 12.27
	Not utilize	78.89 ± 19.65	11.00 ± 3.57	70.19 ± 16.65
Assistance in nutritional knowledge of information	Be help	87.20 ± 12.66 <sup>N.S.</sup>	13.35 ± 2.69 <sup>a</sup>	76.31 ± 9.93 <sup>N.S.</sup>
	Common	79.19 ± 15.56	11.45 ± 3.15 <sup>b</sup>	71.70 ± 11.55
	Not help	79.38 ± 17.41	10.88 ± 2.23 <sup>b</sup>	70.40 ± 16.24

1) Mean ± S.D.

2) p < 0.05

3) N.S. : Not significant.



어 그 차이를 좁힐 수 있었다고 생각된다. 각 매체가 전하는 정보의 양에 따라 인지된 영양지식에는 유의한 차이를 주지 못했으나 정확도에 있어서는 정보의 양이 적다고 대답한 응답자가 정확한 영양지식을 갖고 있었다. 그리고 식품영양의 정보가 영양지식에 도움을 준다고 대답한 응답자가 역시 정답수도 유의적으로 높았다. 그밖의 상황과 영양지식 정도와는 유의한 차이가 없었다.

#### IV. 요약 및 결론

본 연구는 각 가정에서 식생활 관리를 담당하고 있는 주부들을 대상으로 식품영양에 관련된 정보의 주요 급원과 이들의 이용실태 및 신뢰도 그리고 영양지식과 식행동에 미치는 영향 등을 조사하였다.

그 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 식생활에 관한 정보의 주요 급원은 텔레비전과 라디오가 제일 높았고 그 다음이 신문과 대중잡지였다.
2. 가장 관심이 있는 주제는 질병 및 성인병 예방을 위한 식사지침이었다.
3. 식생활 정보의 이용도는 대상자의 95.4%가 실제 식생활에 이용하고 있다고 응답하였으며, 42.6%가 각 매체에서 다루는 정보의 양이 부족된다고 하였다.
4. 텔레비전과 라디오, 신문에 대한 정보의 신뢰도는 비교적 높았으나 광고에 대한 신뢰도는 가장 낮았다.
5. 영양지식의 조사결과 인지된 영양지식은 83.9%였으나 그 정확도는 74.3%였다.
6. 매체별로 볼 때 신문과 대중잡지를 이용한 응답자가 텔레비전이나 라디오를 이용한 응답자보다 인지된 영양지식이 높았으나 그 정확도에는 유의한 차이가 없었다.

이상의 결과에서 보듯이 조사대상자의 대부분이 대중매체로부터 얻은 식생활정보를 실제의 식생활에서 실천하고 있었고 정보의 양이 부족된다고 지적하였으며 대중매체에 대한 신뢰도도 비교적 높음을 알 수 있었다. 그러므로 이용도가 높은 텔레비전이나 라디오, 신문 및 대중잡지를 통한 국민들의 식생활

교육은 상당히 바람직하다고 생각되며 또한 상당한 효과를 기대할 수 있을 것이다.

영양결핍과 영양과잉이 공존하는 현 사회의 문제점을 파악하고 각 연령, 계층별, 특정집단의 영양문제를 도출해 내어 진단한 후 이들을 대상으로 한 올바른 식생활 지도 및 개선방향이 제시되어야 하겠다. 아울러 영양 및 식품에 대한 단순한 지식이나 정보의 제공만이 아니라 실제의 식생활에 이용할 수 있는 구체적인 실천방향도 함께 제시하여 정확성과 효율성이 높은 교육프로그램을 제공할 수 있도록 대중매체는 노력해야 할 것이다.

#### V. 참고문헌

1. 박유봉: 매스커뮤니케이션. 일조각, 1993.
2. 한국사회언론연구회: 현대사회와 매스커뮤니케이션. 한올아카데미, 1996.
3. 박영심, 장미라, 김은경, 명춘옥, 남혜원: 한국신문에 게재된 식생활 전반에 관한 기사내용의 영양과학적 분석. 동아시아식생활학회지, 7(4): 517-525, 1996.
4. 강성기, 김태승, 백옥인: 신문소프트. 정보성, 1991.
5. 윤희중: TV광고가 어린이와 청소년에 미치는 영향에 관한 연구. 광고연구 불호, 1991.
6. Falciglia, G.A. and Gussow, J.D.: Television commercials and eating behavior of obese and normal weight woman. J. of Nutrition Education, 12: 196-209, 1980.
7. 김화영: 대학생의 영양지식과 식습관에 관한 조사연구. 한국영양학회지, 17(3): 178-184, 1984.
8. 이기완: 한국신문에 게재된 질병과 식생활에 관한 기사의 조사분석-1960년 1월부터 1996년 6월까지-. 생활과학연구지, 2: 185-201, 1996.
9. 강명희, 송은주, 이미숙, 박옥진: 도시 저소득층 주부의 영양태도, 영양지식도 및 식생활을 통해서 본 영양교육의 효과. 한국영양학회지, 25(2): 162-178, 1992.
10. 하태열, 김혜영, 김영진: 전국 중학생 어머니의 영양지식과 식습관에 관한 조사. 한국영양학회지

- 학회지, 24(1): 10-18, 1995.
11. 이희숙, 장유경: 주부들의 영양지식과 태도에 관한 연구 -서울시 일부지역을 중심으로-. 한국영양학회지, 18(2): 90-97, 1985.
  12. 송요숙: 식품영양학 교양과목이 대학생의 영양 지식과 식습관에 미치는 영향 -전북지역을 중심으로-. 한국영양학회지, 19(6): 420-426, 1986.
  13. 장현숙, 권정숙: 도시지역 중년기 여성의 영양 지식, 식습관, 식품기호도 및 영양소 섭취 실태에 관한 조사연구 -대구 및 포항지역을 중심으로-. 한국식생활문화학회지, 10(4): 227-233, 1995.
  14. 통계청: 도시가계연보. 34-43, 1996.
  15. 정순자, 김화영: 주부의 영양지식과 식습관에 관한 연구-서울을 중심으로-, 대한가정학회지 23(4): 101-108, 1985.
  16. 임국이: 중도시 주부들의 식품 및 영양에 대한 의식 조사. 대한가정학회지, 22(1): 117-128, 1984.
  17. 김희섭: 텔레비전 식품광고에 관한 고찰. 한국식생활문화학회지, 11(4): 507-515, 1996.
  18. Grotkowski, M.L. and Sims, L.S.: Nutritional knowledge, attitudes and dietary practice of the elderly. J. Am. Diet. Assoc. 72: 499-506, 1978.