

충북 지역 대학생의 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 식이 자기효능감 및 영양지수

송유진 · 윤예은 · 강지원 · 조민주 · *배윤정*

국립한국교통대학교 식품영양학전공 학부생, *국립한국교통대학교 식품영양학전공 교수

A Study on Dietary Self-efficacy and Nutrition Quotient according to Usage of Food-related Content among University Students in Chungbuk Region

Yujin Song, Ye-Eun Yoon, Ji-Won Kang, Min Ju Jo and *Yun-Jung Bae*

Student, Major in Food and Nutrition, Korea National University of Transportation, Jeungpyeong 27909, Korea

*Professor, Major in Food and Nutrition, Korea National University of Transportation, Jeungpyeong 27909, Korea

Abstract

The purpose of this study was to compare and analyze dietary self-efficacy and Nutrition Quotient (NQ) according to the degree of food-related content use in university students. From October to November 2022, a total of 332 college students (140 males and 192 females) attending universities in Chungcheongbuk-do were surveyed to collect data on general information, food-related content use level, dietary self-efficacy, and NQ for adults. The average dietary self-efficacy score of the group that did not use food content was 3.08 points, which was significantly higher than the group that watched it sometimes (2.89 points) and the group that watched it often (2.83 points) ($p=0.0191$). The total NQ score of 48.85 points was the highest among the three groups ($p=0.0270$). For subjects who responded that they had no experience of eating food at all after using food content, their dietary self-efficacy was 3.03, which was significantly higher than the group with occasional or frequent food consumption experience ($p=0.0194$). Results of this study can be used as basic data for clarifying the relationship between the use of food-related content and eating habits in university students and for proper eating habits education for university students.

Key words: dietary self-efficacy, nutrition quotient, food-related content, university students

서론

음식 콘텐츠는 음식을 주제로 한 내용과 정보 등이 담긴 미디어의 내용을 의미하고, TV 프로그램, 인터넷, 소셜미디어(SNS, social network service), 유튜브(YouTube) 방송 등을 통해 소비자들에게 제공될 수 있다. TV 프로그램에는 음식을 먹거나 요리하는 것을 주된 내용으로 하는 먹방(먹는 방송)과 쿡방(요리하는 방송)이 있으며, 아프리카 TV 등과 같은 디지털 미디어 플랫폼 서비스에서는 1인 미디어가 급성장하면서, 게임, 음악, 패션, 경제, 먹방, 쿡방 등까지 매우 다양한 콘텐츠가 제공되고 있다. SNS에서 가장 대표적인 것은

인스타그램으로 소비자들은 외식, 맛집, 음식, 레스토랑 등 음식과 관련된 인증사진이나 댓글 등을 인스타그램에 게시함으로써 서로의 경험을 공유하고 있다. 또한 유튜브의 채널 구독 현황을 살펴보면, 구독자 100만 명 이상의 채널(골드버튼) 유형에서 음악, 키즈, 푸드·먹방, 엔터테인먼트, vlog·일상의 순으로 채널 수와 구독자 수가 많았고, 푸드/먹방 유형에서는 총 57개 채널이 골드버튼을 수여받았으며, 구독자 수 역시 1억 4,638만 명이라고 하여 음식 콘텐츠가 매우 주요한 미디어 장르임을 알 수 있었다(Choi & Kim 2021).

음식 콘텐츠는 과거에도 존재하였지만, 양방향으로 소통하는 뉴미디어 플랫폼과 함께 급격하게 성장하고 있다(Cho

* Corresponding author: Yun-Jung Bae, Professor, Major in Food and Nutrition, Korea National University of Transportation, Jeungpyeong 27909, Korea. Tel: +82-43-820-5335, Fax: +82-43-820-5850, E-mail: byj@ut.ac.kr

EH 2020). 뉴미디어 플랫폼에서의 주요 수익모델은 시청자가 방송인에게 선물하는 아이템 수수료 등이 있는데, 수익과 직결되는 만큼 더 많은 아이템을 선물받기 위하여 인터넷 방송 BJ들은 극단적인 폭식과 엽기적 식사 방식 등 시청자들의 후원을 유도하는 과도한 콘텐츠를 제공하고 있는 상황이다(Cho EH 2020). 또한 선행연구에 따르면 먹방 영상의 83.5%가 과식을 포함하고 있는 것으로 나타났다(Kang 등 2020). 결국 뉴미디어 플랫폼의 음식 콘텐츠에서 다루는 건강하지 않은 식품 및 식생활로 인해(An 등 2020), 먹방과 같은 음식 콘텐츠를 시청하는 것은 잘못된 식습관 및 건강상의 문제로 이어질 수 있다는 우려가 커지게 되었다(Kang 등 2020).

선행연구에 따르면 영양이 부족하거나 열량이 높은 음식에 대한 식품 광고 등 건강에 해로운 음식과 관련된 콘텐츠를 시청하는 것은 음식 섭취를 자극하여 비만을 강력하게 유발할 수 있다고 보고되었다(Boulos 등 2012). 또한 먹방 시청자들은 건강에 해로운 음식을 섭취하고 부적절한 식습관을 가지고 있으며, 심지어 소아비만 중 하나인 섭식장애까지 앓고 있는 것으로 나타난 바 있다(Lister 등 2023). 이런 선행연구들을 종합하여 보면, 시장 성장세가 매우 큰 음식 콘텐츠의 경우 부적절한 콘텐츠 내용으로 인하여 잘못된 식습관 및 건강상의 문제를 야기시킬 우려가 있을 것이며, 따라서 음식 콘텐츠 이용과 관련된 다양한 식사 섭취 양상을 살펴보고, 식사 섭취나 음식 콘텐츠 사용을 개선할 수 있는 요인을 도출하는 것이 필요하다.

식이 자기효능감은 식사와 관련된 특수한 상황에서 얼마나 행동을 잘 조절하고 이행할 수 있는지에 대한 개인적 인식으로(Hevey 등 1998), 성장기의 바람직한 식습관 형성에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 보고된 바 있다(Choi & Kim 2008; Nam YJ 2016; Oh 등 2019). 선행연구 결과 음식 콘텐츠 이용 수준이 식습관에 미치는 영향 분석에서 음식 콘텐츠 이용 수준과 식습관 간의 직접 효과는 없었지만, 식이 자기효능감의 하위요인인 정서적 요인 조절 효능감(불안하거나 긴장했을 때, 우울할 때, 스트레스를 받았을 때 음식 먹는 것을 참을 수 있는 자신감)을 매개로 하여 음식 콘텐츠 이용 수준이 식습관에 영향을 미친다고 하여(Oh 등 2019), 음식 콘텐츠 이용과 식이 자기효능감 간의 관련성을 알 수 있었다.

그러나 지금까지 음식 콘텐츠와 식습관, 식이 자기효능감과의 관련성에 대한 선행연구들은 대부분 성장기 어린이나 청소년 대상 연구가 주를 이루었다(Oh 등 2019; Kim 등 2020a; Park 등 2024). 대학생들은 고등학교 졸업 이후 대학에 진학하게 되면서 수업시간이 불규칙해지고, 학업 외 다양한 과외활동이 생기게 되면서, 아침결식, 야식 및 간편식 섭취 등이 증가하는 등의 부적절한 생활습관을 가지게 된다(Ko

등 2019; Hwang 등 2023; Yoon E 2023; Ryu & Heo 2024). 대학생 대상 음식 콘텐츠 관련 선행 연구를 살펴보면, 먹방, 쿡방, 소셜미디어 등 종류별 음식 콘텐츠 이용 수준에 따른 식습관의 차이를 분석한 연구(Yun 등 2020; Lee & Lee 2022; Bang & Jung 2023)는 존재하지만 아직까지 식이 자기효능감까지 함께 살펴본 연구는 전무하였다. 이에 본 연구에서는 대학생들에서 음식 관련 콘텐츠 이용 실태를 살펴보고, 이용 정도에 따른 식이 자기효능감 및 영양평가를 실시하여 대학생에서 음식 관련 콘텐츠 이용과 관련된 다양한 요인을 살펴보고자 하였다.

연구 대상 및 방법

1. 연구대상

본 연구에서는 충북 지역 대학생을 대상으로 2022년 10월부터 11월까지 설문조사를 실시하였다. 대학교 내에 부착한 모집공고를 보고 연구 참여를 희망하는 대학생을 대상으로 연구의 목적, 조사 내용 및 진행 과정을 충분히 설명한 후, 연구참여에 자발적으로 동의한 332명을 대상으로 대면 자기 기입식 설문조사를 진행하였다. 본 연구는 한국교통대학교 생명윤리위원회의 승인을 받아 진행되었다(KNUT-IRB 2022-40).

2. 연구방법 및 내용

본 연구에서 사용한 설문지는 대학생의 식습관 및 고등학생을 대상으로 조사한 식이 자기효능감 관련 선행연구(Oh 등 2019; Kim 등 2020b; Park 등 2021)의 설문 문항을 본 연구의 목적에 맞도록 수정·보완하여 초안을 작성한 후, 본 연구 대상자와 유사한 특성을 가진 대학생 15명을 대상으로 2022년 7월 예비조사를 거쳐 최종 완성하였다. 설문 내용은 크게 일반사항, 음식 콘텐츠 이용 상태, 식이 자기효능감 및 영양지수로 구성하였다.

일반사항에서는 성별, 연령, 신장 및 체중, 주거 형태, 흡연 상태, 음주 여부 및 빈도, 운동 빈도 및 외식 빈도를 조사하였다. 음식 콘텐츠 이용 상태에서는 음식 콘텐츠 이용 정도 및 하루 이용 시간, 주로 이용하는 음식 콘텐츠의 종류 및 이용 이유, 음식 콘텐츠 이용 만족도 및 음식 콘텐츠 이용 후 음식 섭취 경험 정도를 조사하였다. 이 때, 음식 콘텐츠의 전반적인 만족도는 매우 만족한다(5점)에서 전혀 만족하지 않는다(1점)의 Likert 5점 척도로 조사하였다. 설문조사 시 연구대상자들의 이해를 돕기 위하여 설문지 내 음식 콘텐츠는 “음식과 관련된 모든 정보, 맛집, 음식을 만들 수 있게 도와주는 조리법 또는 요리 동영상 등의 정보를 포함한 콘텐츠를 의미하며, TV 먹방(쿡방) 프로그램, 인터넷 먹방 프로그램, SNS 음식 사진 및 동영상, 레시피 영상채널 등으로 보게 되는 콘

텐츠”로 제시하였다. 또한 자가기입식으로 조사한 신장 및 체중으로 체중을 신장의 제곱으로 나누는 체질량지수를 계산하였다.

식이 자기효능감은 선행연구(Oh 등 2019)에서 사용한 생활 통제 효능감(5문항), 음식 선택 효능감(4문항), 주위 환경 자극 조절 효능감(6문항), 정서적 요인 조절 효능감(3문항)의 총 18문항으로 구성하였다. 각 문항에 대한 점수는 전혀 자신없다 1점, 자신없다 2점, 자신있다 3점, 매우 자신있다 4점의 Likert 척도로 평가하였으며, 점수가 높을수록 식이 자기효능감이 높은 것으로 해석하였다. 식이 자기효능감 척도의 신뢰도 계수(Cronbach's α)는 0.83이었다.

영양지수는 개인이나 집단의 식사의 질 및 식행동을 종합적으로 평가할 수 있는 간이 영양판정 도구로 타당도가 검증된 체크리스트이다(Yook 등 2022). 성인 영양지수는 균형 영역 8개 항목(전곡·잡곡류, 생선류, 콩, 견과류, 채소류 반찬, 과일, 우유·유제품, 섭취 및 아침식사 빈도), 절제 영역 6개 항목(적색육, 가공육류, 맵고 짠 국물음식, 패스트푸드, 기름진 빵·과자류 섭취 및 과식·폭식 빈도), 실천 영역 4개 항목(고위험 음주 빈도, 건강한 식생활을 하려는 노력, 영양표시 확인, 손씻기)의 총 18문항으로 구성되어 있다. 각 영역(균형, 절제, 실천)은 항목별 점수와 가중치를 이용하여 각 100점으로 산출되며, 전체 점수 역시 100점 만점으로 산출되고, 점수가 높을수록 식사가 양호한 것으로 평가할 수 있다. 성인 영양지수는 ‘상’, ‘중’, ‘하’ 등급으로 판정할 수 있는데, 균형 영역에서 ‘하’ 등급은 30.9점 미만, ‘중’ 등급은 30.9점 이상 55.8점 미만, ‘상’ 등급은 55.8점 이상, 절제 영역에서 ‘하’ 등급은 66.1점 미만, ‘중’ 등급은 66.1점 이상 85.3점 미만, ‘상’ 등급은 85.3점 이상, 실천 영역에서 ‘하’ 등급은 51.8점 미만, ‘중’ 등급은 51.8점 이상 74.5점 미만, ‘상’ 등급은 74.5점 이상, 총 영양지수에서 ‘하’ 등급은 52.7점 미만, ‘중’ 등급은 52.7점 이상 68.5점 미만, ‘상’ 등급은 68.5점 이상으로 설정되어 있다(Yook 등 2022).

설문조사를 통해 조사된 내용을 바탕으로 연구대상자 총 332명(남자 140명, 여자 192명)을 대상으로 음식 콘텐츠 이용 정도(없음, 가끔, 자주)에 따라 일반사항, 식이 자기효능감 및 영양지수를 비교 분석하였으며, 음식 콘텐츠를 이용하는 298명(남자 118명, 여자 180명)을 대상으로 음식 콘텐츠 이용 상태와 관련된 항목도 분석하였다. 또한 음식 콘텐츠 이용 상태에 따른 영양지수의 차이를 살펴보기 위하여 음식 콘텐츠 이용 후 음식 섭취 경험 정도(자주 있음, 가끔 있음, 전혀 없음)에 따른 식이 자기효능감 및 영양지수를 비교 분석하였다.

3. 통계분석

설문조사로 얻어진 모든 자료는 SAS 9.4 version(SAS

Institute Inc, Cary, NC, USA)을 이용하여 통계분석을 진행하였다. 연속변수는 평균과 표준편차, 범주형 변수는 빈도와 비율을 구하였다. 음식 콘텐츠 이용 정도, 음식 콘텐츠 이용 후 음식 섭취 경험 및 성별)에 따라 연속변수는 Student's *t*-test 또는 ANOVA test를, 범주형 변수는 Chi-square test 또는 Fisher의 정확 검정으로 유의성을 검정하였다. ANOVA test 실시 후 유의적인 차이가 나타난 경우에는 Duncan's multiple range test를 이용하여 사후분석을 진행하였다. 통계적 유의 수준은 $p < 0.05$ 의 수준에서 검정하였다.

결과 및 고찰

1. 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 일반사항

본 연구대상자 전체 332명 중 음식 콘텐츠 이용 정도에 ‘전혀 없음’이라고 응답한 대상자는 34명(10.24%), ‘가끔 있음’은 182명(54.82%), ‘자주 있음’은 116명(34.94%)이었다. 본 연구에서 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 일반사항에 대하여 분석한 결과는 Table 1에 제시하였다. 음식 콘텐츠 이용 정도에 따라 성별의 분포에 유의적인 차이가 있어, 음식 콘텐츠 자주 이용군의 경우 여자의 비율이 68.10%로 다른 두 군에 비해 여자의 비율이 유의적으로 높았다($p = 0.0019$). 연령과 체질량지수는 전체 대상자에서 각각 20.76세, 22.57 kg/m²이었으며, 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 군간 유의한 차이는 보이지 않았다. 주거 형태는 전체 대상자에서 기숙사 주거가 50.00%로 가장 많은 비율을 차지하였으나, 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 군간 차이는 보이지 않았다. 흡연 상태, 음주 여부 및 빈도, 운동 빈도 및 외식 빈도 역시 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 군간 유의한 차이는 나타나지 않았다.

본 연구에서 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 성별에 유의한 차이를 보여, 여학생이 남학생보다 음식 콘텐츠를 더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 성별의 차이는 음식 콘텐츠의 종류에 따라 결과가 상이하게 나타나고 있는데, 대학생의 쿡방 시청 실태를 살펴본 선행연구에 따르면 쿡방 시청 정도에 따른 성별의 유의한 차이는 나타나지 않았다고 한다(Lee & Choi 2022). 반면 20~30대 성인을 대상으로 소셜미디어 음식 콘텐츠 이용 수준에 따른 식습관을 살펴본 선행연구(Bang & Jung 2023)에서는 여성에서의 이용이 남성에 비해 높다는 결과로 본 연구와 동일한 결과를 보였다. Choi 등(2021)의 연구에서 여자 대학생은 유튜브와 인스타그램을 통해 음식 상품이나 맛집 정보를 더 많이 검색하고 정보를 얻는 것으로 보고한 내용을 볼 때 음식 콘텐츠의 이용 목적, 사용하는 음식 콘텐츠의 종류에 따라 성별의 분포 정도는 다를 수 있을 것으로 보인다.

Table 1. General characteristics among groups according to the usage of food-related content

Variable	Total (n=332)	Level of food-related content usage			χ^2 or F-value	p-value ³⁾	
		No (n=34)	Sometimes (n=182)	Often (n=116)			
Sex	Male	140(42.17) ¹⁾	22(64.71)	81(44.51)	37(31.90)	12.51	0.0019
	Female	192(57.83)	12(35.29)	101(55.49)	79(68.10)		
Age (yrs)	20.76±1.74 ²⁾	21.21±1.95	20.70±1.64	20.72±1.81	1.26	0.2851	
Body mass index (kg/m ²)	22.57±3.76	22.03±3.01	22.74±3.85	22.48±3.83	0.56	0.5697	
Residence type	Home	49(14.76)	6(17.65)	26(14.29)	17(14.66)	0.29	0.9904
	Dormitory	166(50.00)	16(47.06)	92(50.55)	58(50.00)		
	Self-boarding	117(35.24)	12(35.29)	64(35.16)	41(35.34)		
Smoking status	Often smoking	35(10.54)	4(11.76)	18(9.89)	13(11.21)	7.05	0.3608 ⁴⁾
	Sometimes smoking	19(5.72)	1(2.94)	11(6.04)	7(6.03)		
	Past smoking	27(8.13)	1(2.94)	21(11.54)	5(4.31)		
	Non-smoking	251(75.60)	28(82.35)	132(72.53)	91(78.45)		
Drinking	Yes	325(97.89)	32(94.12)	179(98.35)	114(98.28)	2.62	0.2396 ⁴⁾
	No	7(2.11)	2(5.88)	3(1.65)	2(1.72)		
Frequency of drinking	≥4 time/w	2(0.62)	0(0.00)	1(0.56)	1(0.88)	7.52	0.6760 ⁴⁾
	2~3 times/w	58(17.85)	6(18.75)	34(18.99)	18(15.79)		
	2~4 times/m	139(42.77)	10(31.25)	73(40.78)	56(49.12)		
	1 time/m	60(18.46)	8(25.00)	33(18.44)	19(16.67)		
	<1 time/m	54(16.62)	5(15.63)	32(17.88)	17(14.91)		
	No	12(3.69)	3(9.38)	6(3.35)	3(2.63)		
Frequency of exercise	≥1 time/d	9(2.71)	2(5.88)	5(2.75)	2(1.72)	5.08	0.7488 ⁴⁾
	5~6 times/w	21(6.33)	4(11.76)	10(5.49)	7(6.03)		
	3~4 times/w	44(13.25)	4(11.76)	27(14.84)	13(11.21)		
	1~2 times/w	115(34.64)	10(29.41)	65(35.71)	40(34.48)		
	No	143(43.07)	14(41.18)	75(41.21)	54(46.55)		
Frequency of eating-out	≥2 times/d	51(15.36)	1(2.94)	30(16.48)	20(17.24)	17.27	0.1398 ⁴⁾
	1 time/d	18(5.42)	2(5.88)	11(6.04)	5(4.31)		
	5~6 times/w	32(9.64)	3(8.82)	16(8.79)	13(11.21)		
	3~4 times/w	80(24.10)	6(17.65)	38(20.88)	36(31.03)		
	1~2 times/w	114(34.34)	16(47.06)	63(34.62)	35(30.17)		
	1~3 times/m	29(8.73)	4(11.76)	18(9.89)	7(6.03)		
	No	8(2.41)	2(5.88)	6(3.30)	0(0.00)		

¹⁾ n (%).

²⁾ Mean±standard deviation.

³⁾ Calculated from chi-square test or ANOVA test.

⁴⁾ Calculated from Fisher's exact test.

2. 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 음식 콘텐츠 이용 현황

본 연구에서 음식 콘텐츠를 이용한다고 응답한 298명을 대상으로 음식 콘텐츠 이용 정도 및 성별에 따른 음식 콘텐츠 이용 현황을 Table 2에 제시하였다. 전체 대상자에서 음식

콘텐츠 이용 빈도는 주 3~6회가 29.53%로 가장 많았으며, 하루 이용 시간으로는 30분 미만이 62.42%로 가장 많은 비율을 차지하였다. 주로 이용하는 음식 콘텐츠의 종류로는 인터넷 먹방(먹방 BJ 방송)이 53.69%로 가장 많았으며, 그 다음으로

Table 2. The status of food content usage by gender and level of food-related content usage among food content users

Variable	Total (n=298)	Level of food-related content usage				Sex				
		Sometimes (n=182)	Often (n=116)	χ^2 or <i>t</i> -value	<i>p</i> -value ³⁾	Male (n=118)	Female (n=180)	χ^2 or <i>t</i> -value	<i>p</i> -value ³⁾	
Frequency of food content usage	≥1 time/d	58(19.46) ¹⁾	6(3.30)	52(44.83)	145.14	<0.0001	20(16.95)	38(21.11)	4.78	0.1887
	3~6 times/w	88(29.53)	35(19.23)	53(45.69)			40(33.90)	48(26.67)		
	1~2 times/w	76(25.50)	67(36.81)	9(7.76)			34(28.81)	42(23.33)		
	<1 time/w	76(25.50)	74(40.66)	2(1.72)			24(20.34)	52(28.89)		
Time to use food content	<30 min/d	186(62.42)	133(73.08)	53(45.69)	25.78	<0.0001	78(66.10)	108(60.00)	5.19	0.0746
	30 min~<1 hour/d	90(30.20)	43(23.63)	47(40.52)			28(23.73)	62(34.44)		
	≥1 hour/d	22(7.38)	6(3.30)	16(13.79)			12(10.17)	10(5.56)		
Types of food content mainly used	Internet Mukbang (BJ broadcast)	160(53.69)	88(48.35)	72(62.07)	6.04	0.1096	54(45.76)	106(58.89)	10.95	0.0120
	SNS food photos, videos	42(14.09)	28(15.38)	14(12.07)			13(11.02)	29(16.11)		
	TV eating show (cooking show) program	21(7.05)	16(8.79)	5(4.31)			11(9.32)	10(5.56)		
	Recipe video	75(25.17)	50(27.47)	25(21.55)			40(33.90)	35(19.44)		
Reason for food content usage ⁴⁾	Information on how to eat deliciously	45(15.10)	23(12.64)	22(18.97)	2.21	0.1369	20(16.95)	25(13.89)	0.52	0.4706
	Information about delicious restaurants	47(15.77)	29(15.93)	18(15.52)	0.01	0.9233	22(18.64)	25(13.89)	1.21	0.2707
	Information about the recipe	97(32.55)	89(32.42)	38(32.76)	0.00	0.9512	49(41.53)	48(26.67)	7.17	0.0074
	Because it's fun	170(57.05)	97(53.30)	73(62.93)	2.28	0.1014	64(54.24)	106(58.89)	0.63	0.4276
	Because I feel like eating instead	46(15.44)	20(10.99)	26(22.41)	7.08	0.0078	6(5.08)	40(22.22)	16.04	<0.0001
	Because it relieves stress	23(7.72)	10(5.49)	13(11.21)	3.25	0.0716	6(5.08)	17(9.44)	1.90	0.1678
Overall satisfaction	3.89±0.70 ²⁾	3.78±0.62	4.07±0.78	-3.38	0.0009	3.86±0.77	3.92±0.65	-0.71	0.4784	
Experience of eating food after usage	Often	45(15.10)	20(10.99)	25(21.55)	11.28	0.0036	19(16.10)	26(14.44)	0.19	0.9112
	Sometimes	203(68.12)	123(67.58)	80(68.97)			80(67.80)	123(68.33)		
	No	50(16.78)	39(21.43)	11(9.48)			19(16.10)	31(17.22)		

1) n (%).

2) Mean±standard deviation.

3) Calculated from chi-square test or Student's *t*-test.

4) Multiple responses.

레시피 영상채널(25.17%), SNS 음식 사진 및 동영상(14.09%)으로 나타났다. 음식 콘텐츠를 이용하는 이유를 다중응답으로 조사한 결과, 즐거워서가 57.05%로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 그 다음으로 조리법 정보(32.55%), 맛집 정보(15.77%), 대신 먹는 기분이 들어서(15.44%)의 순이었다. 음식 콘텐츠에 대한 만족도를 5점 Likert 척도로 조사한 결과 3.89점이었으며, 음식 콘텐츠를 이용 후 콘텐츠의 영향을 받아 음식을 섭취한 경험이 있었는지 문항에 대해서는 전체 대상자의 68.12%가 가끔 있다고 응답하였다.

음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 음식 콘텐츠 이용 현황 분석 결과, 주로 이용하는 음식 콘텐츠의 유형은 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 유의한 차이를 보이지 않았지만, 음식 콘텐츠 자주 이용군의 경우 음식 콘텐츠 가끔 이용군에 비해 하루 1회 이상 이용하는 대상자의 비율($p<0.0001$), 하루 1시간 이상 이용자의 비율($p<0.0001$), 음식 콘텐츠 이용 후 콘텐츠의 영향을 받아 음식을 섭취한 경험이 자주 있다고 응답한 대상자의 비율($p=0.0036$)이 유의적으로 높았다. 만족도 조사 결과 음식 콘텐츠 자주 이용군의 만족도가 5점 만점에 4.07

점으로 가끔 이용군(3.78점)에 비해 유의적으로 높았다($p=0.0009$). 또한 음식 콘텐츠 자주 이용군은 음식 콘텐츠를 이용하는 이유 중 대신 먹는 기분이 들어서라고 응답한 비율(22.41%)이 음식 콘텐츠 가끔 이용군(10.99%)에 비해 유의적으로 높았다($p=0.0078$). 성별에 따른 음식 콘텐츠 이용 현황 분석 결과, 음식 콘텐츠 이용 빈도, 하루 이용 시간, 음식 콘텐츠 이용에 대한 전반적인 만족도 및 이용 후 음식 섭취 경험 항목은 성별에 따른 유의한 차이를 보이지 않았지만 주로 이용하는 음식 콘텐츠의 유형에서는 성별에 따른 유의적인 차이를 보여 여자는 인터넷 먹방(먹방 BJ 방송)을 응답한 비율이 남자에 비해 높았던 반면, 남자는 레시피 영상 채널을 응답한 비율이 여자에 비해 높았다($p=0.0120$). 또한 음식 콘텐츠를 이용하는 이유에 대해 남자는 조리법 정보($p=0.0074$)를, 여자는 대신 먹는 기분이 들어서($p<0.0001$)를 응답한 비율이 유의적으로 높은 결과를 보였다.

20~30대 성인이나 대학생을 대상으로 음식 콘텐츠 이용 정도에 음식 콘텐츠 이용 현황에 대한 연구는 아직 충분히 보고된 바 없으며, 독립변수인 음식 관련 콘텐츠의 분류 형태가 매우 다양하여 일관성 있는 결론을 내리기는 어려운 상황이다. 원주 지역 대학생을 대상으로 한 선행연구에서는 먹방 시청 후 외식, 배달 음식, 인스턴트 음식 섭취의 변화 정도를 조사한 결과, 먹방을 자주 시청하는 군이 보통 시청하는 군에 비해 ‘더 먹게 된다’고 응답한 비율이 유의적으로 높았다(Lee & Lee 2022). 본 연구에서는 먹방보다는 범위가 큰 음식 콘텐츠 이용으로 독립변수를 설정하고, 음식 콘텐츠 이용 후 음식을 섭취한 경험을 조사한 결과 음식 콘텐츠 자주 이용군에서 가끔 이용군에 비해 음식 콘텐츠 이용 후 음식을 섭취한 경우를 ‘자주’라고 응답한 비율이 유의적으로 높아 선행연구와 유사한 결과를 보였다. 이와 관련하여 시청자들은 먹방 유튜브에 깊게 몰입이 되어 먹방에서 소개하는 음식에 많은 관심을 가지게 되고, 먹방에서 소개하는 음식 상품을 구매하게 된다는 선행연구(Kang WC 2021)가 존재하나, 반면 먹방은 일부 시청자들에게 대리만족 효과만 가져오며 식욕에는 유의미한 영향을 미치지 않는다는 선행연구(Kang 등 2019)도 있어 본 연구결과에 대하여 일관성 있는 해석을 하기는 어렵다. 그러나 음식과 관련된 콘텐츠를 이용하는 경우는 다양한 매개요인의 영향을 받아 콘텐츠 이용 이후의 식품 선택에 영향을 미칠 수 있다는 점을 고려하여 볼 때, 음식 콘텐츠 이용이 대학생들의 식품 선택에 미치는 영향에 대하여 음식 콘텐츠의 유형과 함께 사회적, 경제적, 환경적 요인, 개인의 특성을 심도깊게 살펴보는 연구가 필요하다고 생각된다.

20~30대 성인에서 소셜미디어의 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 이용 목적을 조사한 선행연구(Bang & Jung 2023)에 따

르면 전체 대상자에서 주 이용 목적은 정보 획득 및 공유가 가장 많았으며, 음식 콘텐츠 이용 수준이 높은 군에서는 주 이용 목적으로 ‘여가 및 취미’로 응답한 비율이 가장 높았던 반면, 이용 수준이 낮은 군에서는 주 이용 목적으로 ‘정보 획득 및 공유’로 응답한 비율이 가장 높게 나타났다. 본 연구에서도 음식 콘텐츠 자주 이용군에서 가끔 이용군에 비해 이용하는 이유에 대하여 ‘대신 먹는 기분이 들어서’로 응답한 비율이 높아 정보 획득보다는 정서적인 충족감 등이 큰 영향을 미치는 것으로 보인다.

3. 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 식이 자기효능감

본 연구에서 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 구간 식이 자기효능감을 비교분석한 결과는 Table 3에 제시하였다. 전체 대상자에서 식이 자기효능감의 평균 점수는 2.89점이었으며, 식이 자기효능감의 총 평균 점수는 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 구간 유의한 차이를 보여, 4점 만점에 음식 콘텐츠 비이용군이 3.08점으로 음식 콘텐츠 가끔 이용군(2.89점)과 음식 콘텐츠 자주 이용군(2.83점)에 비해 유의적으로 높은 식이 자기효능감 점수를 보였다($p=0.0191$). 또한 일부 항목의 식이 자기효능감에서 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 구간 유의한 차이가 나타났는데, ‘하루 세끼 정해진 시간에 규칙적으로 식사할 수 있다’($p<0.0001$), ‘주위 사람들이 맛있는 음식을 권할 때 거절할 수 있다’($p=0.0115$), ‘맛있는 음식이 눈 앞에 있을 때 먹지 않고 참을 수 있다’($p=0.0141$)에서 음식 콘텐츠 비이용군의 점수가 세군 중 가장 높은 결과를 보였다.

자기효능감은 특수한 상황에서 특정 행동을 수행할 수 있는 개인적 믿음으로, 인간 행동의 자기 조절에 매우 중요하며 건강과 관련된 행동에도 영향을 미쳐 건강행동에 참여할 수 있는 능력을 제공하게 된다. 특히 건강한 식습관을 유지하는데 있어 자기효능감은 건강한 음식 선택, 건강한 식사 섭취를 보장하는데 도움이 될 수 있다(Bandura A 1998). 따라서 높은 자기효능감과 건강한 식습관과의 밀접한 관련성이 계속적으로 보고되고 있는데(Milligan 등 1998; Spence 등 2014), 많은 연구들이 식생활의 적극적인 관리가 필요한 만성질환자를 대상으로 보고되고 있는 상황이다(Kang 등 2022; Wong 등 2024). 아직까지 우리나라에서 건강한 성인기 초반에 있는 대학생을 대상으로 식이 자기효능감에 대한 심도깊은 연구는 보고된 바 없으며, 음식 콘텐츠의 이용이 급증하고 있는 현 상황에서 음식 콘텐츠 이용에 따른 식이 자기효능감의 차이를 살펴본 연구는 전무한 상황이다. 본 연구 분석 결과 성인기 초반에 있는 건강한 대학생에서 음식 콘텐츠의 이용이 많은 군에서 식이 자기효능감이 유의적으로 낮은 결과를 보였으며, 이는 고등학생을 대상으로 식이 자기효능감과 음식 콘텐츠 이용과의 관련성에 대하여 분석한 Oh 등

Table 3. Dietary self-efficacy¹⁾ among groups according to the usage of food-related content

Variable	Total (n=332)	Level of food-related content usage					Sex			
		No (n=34)	Sometimes (n=182)	Often (n=116)	F- value	p- value ³⁾	Male (n=118)	Female (n=180)	t- value	p- value ³⁾
Can you eat three meals a day at scheduled times?	2.52±0.78 ²⁾	3.00±0.78 ^{4a)}	2.55±0.74 ^{b)}	2.32±0.78 ^{b)}	11.14	<0.0001	2.64±0.77	2.43±0.78	2.37	0.0186
Can you lower the pace of your eating to match that of the people around?	3.07±0.71	3.06±0.55	3.08±0.73	3.07±0.72	0.01	0.9888	2.96±0.71	3.16±0.70	2.55	0.0113
Can you refrain from overeating and always eat a moderate amount of food?	2.94±0.66	3.09±0.57	2.97±0.63	2.85±0.71	2.04	0.1317	2.88±0.69	2.98±0.63	-1.45	0.1475
Can you eat foods without salting them?	2.45±0.93	2.65±1.10	2.49±0.91	2.34±0.90	1.80	0.1669	2.46±0.92	2.45±0.94	0.09	0.9290
Can you refrain from eating snacks after supper?	2.78±0.88	2.94±0.78	2.74±0.86	2.79±0.93	0.81	0.4467	2.96±0.90	2.65±0.84	3.23	0.0013
Can you choose baked or steamed foods over fried or roasted foods?	3.02±0.72	3.12±0.64	3.02±0.72	2.97±0.74	0.54	0.5824	2.97±0.79	3.05±0.67	-0.92	0.3582
Can you eat fresh fruits instead of candies or cookies as snacks?	3.33±0.72	3.29±0.72	3.31±0.73	3.36±0.73	0.20	0.8163	3.34±0.71	3.32±0.74	0.31	0.7549
Can you eat milk or yogurt instead of ice cream as snacks?	3.32±0.73	3.21±0.81	3.32±0.70	3.34±0.76	0.48	0.6201	3.29±0.74	3.33±0.72	-0.50	0.6180
Can you drink water instead of soda when you are thirsty?	3.43±0.69	3.50±0.56	3.41±0.69	3.45±0.73	0.32	0.7269	3.43±0.61	3.43±0.74	-0.05	0.9602
Can you watch TV or read a book without eating something?	2.84±0.94	3.06±0.95	2.86±0.91	2.75±0.99	1.48	0.2298	2.90±0.92	2.80±0.96	0.98	0.3260
Can you refuse delicious food when offered?	2.62±0.86	3.03±0.80 ^{a)}	2.58±0.86 ^{b)}	2.55±0.84 ^{b)}	4.53	0.0115	2.69±0.91	2.57±0.82	1.24	0.2152
Can you resist delicious food placed in front of you?	2.64±0.89	3.06±0.78 ^{a)}	2.61±0.88 ^{b)}	2.57±0.91 ^{b)}	4.32	0.0141	2.79±0.93	2.54±0.85	2.54	0.0115
Can you resist your craving for food on coming back home after school?	2.88±0.85	3.18±0.72	2.86±0.83	2.83±0.92	2.35	0.0966	3.06±0.82	2.74±0.86	3.42	0.0007
Can you control your appetite at a birthday party or festival banquet?	2.46±0.92	2.76±0.89	2.47±0.92	2.36±0.92	2.56	0.0791	2.49±0.99	2.44±0.87	0.49	0.6248
Can you control your craving for food when you are bored?	2.92±0.82	3.06±0.78	2.95±0.79	2.82±0.88	1.49	0.2276	3.05±0.81	2.82±0.82	2.56	0.0108
Can you control your craving for food when you are stressed?	2.68±0.95	2.91±0.93	2.72±0.89	2.56±1.02	2.11	0.1229	2.91±0.93	2.52±0.93	3.74	0.0002
Can you control your craving for food when you are anxious or nervous?	3.14±0.82	3.29±0.84	3.10±0.82	3.16±0.81	0.81	0.4444	3.19±0.80	3.11±0.83	0.91	0.3610
Can you control your craving for food when you feel sad or moody?	2.98±0.92	3.18±0.90	2.99±0.88	2.91±0.98	1.09	0.3390	3.11±0.88	2.89±0.94	2.25	0.0249
Mean score of dietary self-efficacy	2.89±0.44	3.08±0.42 ^{a)}	2.89±0.45 ^{b)}	2.83±0.44 ^{b)}	4.00	0.0191	2.95±0.47	2.85±0.42	2.15	0.0324

¹⁾ The scores of the items regarding dietary self-efficacy are assessed on a 4-point Likert scale, whereby the higher the score, the higher the dietary self-efficacy (1=very unlike, 2=unlike, 3=like, 4=very like).

²⁾ Mean±standard deviation.

³⁾ Calculated from ANOVA test or Student's *t*-test.

⁴⁾ Values with different superscripts within a row are significantly different by Duncan's multiple range test ($p < 0.05$).

(2019)의 연구결과와 유사하였다.

4. 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 영양지수

본 연구에서 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 구간 영양지수를 분석한 결과는 Table 4에 제시하였다. 전체 대상자에서 전체 NQ 점수는 46.58점이었으며, 균형, 절제 및 실천 영역의 점수는 각각 25.87점, 56.83점, 53.77점이었다. 균형 영역에서 음식 콘텐츠 비이용군, 가끔 이용군, 자주 이용군에서 평균 점수는 각각 31.66점, 27.45점, 21.70점으로 음식 콘텐츠 비이용군과 가끔 이용군의 점수가 자주 이용군에 비해 유의적으로 높았으며($p=0.0004$), 등급이 '상'인 자의 비율 역시 음식 콘텐츠 비이용군에서 유의적으로 가장 높았다($p=0.0011$). 절제 영역에서 음식 콘텐츠 비이용군의 평균 점수는 59.36점으로 자주 이용군(52.96점)에 비해 유의적으로 높았으며($p=0.0222$), 등급이 '상'인 자의 비율 역시 음식 콘텐츠 비이용군에서 8.82%로 유의적으로 가장 높았다($p=0.0075$). 실천 영역에서는 NQ 점수 및 등급의 비율에서 음식 콘텐츠 이용 정도에 따른 구간 유의한 차이를 보이지 않았다. 전체 NQ 점수에서

는 음식 콘텐츠 비이용군이 48.85점으로 음식 콘텐츠 자주 이용군의 43.82점에 비해 유의적으로 높았으며($p=0.0270$), 등급이 '상'인 자의 비율 역시 음식 콘텐츠 비이용군에서 14.71%로 세 군 중 유의적으로 가장 높았다($p=0.0001$).

성인 영양지수 개정 연구에서 19~64세 성인을 대상으로 2021년 개정된 NQ 지수를 조사한 결과, 영역별 평균 점수가 균형에서 43.6점, 절제에서 75.0점, 실천에서 63.0점으로 보고하였는데(Yook 등 2022), 이를 본 연구대상자의 결과와 비교하면 본 연구대상자의 NQ 점수는 전반적으로 낮은 편이었다. 한편 음식 콘텐츠 이용과 식생활과의 선행연구에 따르면, 고등학생을 대상으로 한 연구에서 음식 콘텐츠 이용을 많이 할수록 식습관 점수가 좋지 않았다는 결과(Oh 등 2019)도 있었고, 음식 콘텐츠를 떡방과 쿡방으로 구분하여 조사했을 때 음식 콘텐츠 시청 유형에 따른 청소년 영양지수에 유의적 차이가 없었다는 연구결과도 존재하였다(Kim & Kim 2023). 또한 대학생들을 대상으로 한 Yun 등(2020)의 연구에 따르면 떡방을 자주 시청하는 군의 경우 식사 상태가 현저히 나빴으며, 떡방 시청을 통해 외식, 간편 배달음식 구입 등 바

Table 4. Nutrition Quotient (NQ) among groups according to the usage of food-related content

Variable	Total (n=332)	Level of food-related content usage						Sex		t- value	p- value ⁴⁾
		No (n=34)	Sometimes (n=182)	Often (n=116)	χ^2 or F-value	p- value ⁴⁾	Male (n=140)	Female (n=192)			
Balance											
Mean score	25.87±15.26 ¹⁾	31.66±21.85 ^{a2)}	27.45±15.36 ^a	21.70±11.43 ^b	8.08	0.0004	26.04±17.46	25.75±13.48	0.16	0.8729	
Grade criterion	High	13(3.92) ³⁾	4(11.76)	9(4.95)	0(0.00)		9(6.43)	4(2.08)			
	Medium	98(26.51)	8(23.53)	58(31.87)	22(18.97)	18.3330	35(25.00)	53(27.60)	4.15	0.1258	
	Low	231(69.58)	22(64.71)	115(63.19)	94(81.03)		96(68.57)	135(70.31)			
Moderation											
Mean score	56.83±17.89	59.36±21.08 ^a	58.46±17.50 ^{ab}	52.96±17.05 ^b	3.85	0.0222	53.18±19.83	59.14±15.93	-2.93	0.0050	
Grade criterion	High	9(2.71)	3(8.82)	4(2.20)	2(1.72)		3(2.14)	6(3.13)			
	Medium	88(26.51)	11(32.35)	57(31.32)	20(17.24)	13.9496	32(22.86)	56(29.17)	2.11	0.3478	
	Low	235(70.78)	20(58.82)	121(66.48)	94(81.03)		105(75.00)	130(67.71)			
Practice											
Mean score	53.77±9.59	54.09±23.20	54.93±18.97	51.86±19.43	0.87	0.4183	50.43±22.48	56.20±16.82	-2.56	0.0110	
Grade criterion	High	47(14.16)	7(20.59)	25(13.74)	15(12.93)		19(13.57)	28(14.58)			
	Medium	146(43.98)	13(38.24)	85(46.70)	48(41.38)	2.5198	54(38.57)	92(47.92)	3.74	0.1541	
	Low	139(41.87)	14(41.18)	72(39.56)	53(45.69)		67(47.86)	72(37.50)			
Total NQ											
Mean score	46.58±3.87	48.85±18.26 ^a	47.92±13.70 ^{ab}	43.82±12.25 ^b	3.65	0.0270	44.02±16.51	48.45±11.25	-2.75	0.0065	
Grade criterion	High	13(3.92)	5(14.71)	6(3.30)	2(1.72)		6(4.29)	7(3.65)			
	Medium	93(28.01)	8(23.53)	64(35.16)	21(18.10)	23.1793	34(24.29)	59(30.73)	1.69	0.4306	
	Low	226(68.07)	21(61.76)	112(61.54)	93(80.17)		100(71.43)	126(65.63)			

¹⁾ Mean±standard deviation.

²⁾ Values with different superscripts within a row are significantly different by Duncan's multiple range test ($p<0.05$).

³⁾ n (%).

⁴⁾ Calculated from ANOVA test, Student's *t*-test or Fisher's exact test.

랍직하지 않은 음식을 더 많이 먹게 된다고 하였지만, 반면 쿡방을 시청하는 대상자들의 경우 직접 음식을 요리하고 싶은 마음이 더 커졌다는 연구결과를 보고한 바 있다. 이를 보았을 때 음식 콘텐츠의 종류에 따라 식생활에 미치는 영향은 다를 수 있을 것이나, 본 연구에서는 음식 콘텐츠 유형별 이용 분류에 따라 체계적으로 분석하지 못한 제한점이 있다. 따라서 추후 연구에서는 음식 콘텐츠 유형별 이용 정도에 따른 식생활을 좀 더 심층적으로 조사 분석할 필요가 있을 것이다.

5. 음식 콘텐츠 이용 후 음식 섭취 경험에 따른 식이 자기 효능감 및 영양지수

본 연구에서 음식 콘텐츠를 이용한다고 응답한 298명을 대상으로 음식 콘텐츠 이용 후 음식 섭취 경험에 따른 식이 자기효능감 및 영양지수를 분석한 결과는 Table 5에 제시하

였다. 음식 콘텐츠 이용 후 음식 섭취 경험에 대하여 자주 있음, 가끔 있음, 전혀 없음으로 나누어 식이 자기효능감 및 영양지수를 분석한 결과, 음식 콘텐츠 이용 후 음식을 섭취한 경험이 전혀 없다고 응답한 군에서 식이 자기효능감이 4 점 만점에 3.03점으로, 음식 섭취 경험이 가끔 있는 군(2.83 점)과 자주 있는 군(2.85점)에 비해 유의적으로 높았다 ($p=0.0194$). 또한 음식 콘텐츠 이용 후 음식을 섭취한 경험이 전혀 없다고 응답한 군의 경우 영양지수의 절제 영역 점수 ($p=0.0018$), 실천 영역 점수($p=0.0058$) 및 전체 NQ 점수 ($p=0.0019$)에서도 음식 섭취 경험이 자주 있는 군에 비해 유의적으로 높은 점수를 보였으며, '상' 등급인 자의 비율 역시 유의적으로 높았다(각 $p<0.01$).

먹는 것과 관련된 소셜미디어 콘텐츠, 신체 이미지와 식습 관과의 관련성에 대하여 체계적 문헌고찰을 진행한 연구에 따르면 패스트푸드 광고, 먹는 모습이 나오는 비디오 등의

Table 5. Dietary self-efficacy and Nutrition Quotient(NQ) according to the experience of eating food after food content usage

Variable	Often(n=45)	Sometimes(n=203)	No(n=50)	χ^2 or <i>F</i> -value	<i>p</i> -value ⁴⁾
Score of dietary self-efficacy	2.85±0.56 ^{1)3)b}	2.83±0.40 ^b	3.03±0.45 ^a	4.00	0.0194
Balance					
Mean score	24.24±15.30	24.42±13.43	29.30±15.84	2.51	0.0832
Grade criterion					
High	1(2.22) ²⁾	5(2.46)	3(6.00)		
Medium	15(33.33)	51(25.12)	14(28.00)	3.21	0.5236
Low	29(64.44)	147(72.41)	33(66.00)		
Moderation					
Mean score	50.70±18.89 ^b	55.87±16.07 ^b	63.17±19.90 ^a	6.43	0.0018
Grade criterion					
High	1(2.22)	1(0.49)	4(8.00)		
Medium	6(13.33)	51(25.12)	20(40.00)	21.78	0.0002
Low	38(84.44)	151(74.38)	26(52.00)		
Practice					
Mean score	46.48±24.84 ^b	54.05±16.64 ^a	58.96±21.39 ^a	5.25	0.0058
Grade criterion					
High	7(15.56)	19(9.36)	14(28.00)		
Medium	11(24.44)	103(50.74)	19(38.00)	21.32	0.0003
Low	27(60.00)	81(39.90)	17(34.00)		
Total NQ					
Mean score	42.03±16.71 ^b	46.00±11.31 ^b	51.48±15.73 ^a	6.41	0.0019
Grade criterion					
High	1(2.22)	2(0.99)	5(10.00)		
Medium	13(28.89)	51(25.12)	21(42.00)	20.11	0.0005
Low	31(68.89)	150(73.89)	24(48.00)		

1) Mean±standard deviation.

2) n (%).

3) Values with different superscripts within a row are significantly different by Duncan's multiple range test ($p < 0.05$).

4) Calculated from ANOVA test or Fisher's exact test.

소셜미디어 내용은 식이장애와 양의 관련성이 있으나, 건강한 식품에 대한 콘텐츠 영상의 경우 그 관련성이 나타나지 않았다고 한다(Wu 등 2024). 이와 같이 먹는 것과 관련된 영상 콘텐츠는 식사 상태와 밀접한 관련성을 가질 수 있는데, 본 연구 결과에 따르면 음식 콘텐츠 이용 후 음식을 섭취한 경험이 없는 군에서 식이 자기효능감이 높았고, 식사의 질을 의미하는 NQ에서의 절제 영역, 실천 영역의 점수 및 총 점수가 유의적으로 높았다. 식이 자기효능감이 높은 사람은 식사와 관련된 상황에서 행동을 잘 조절할 수 있는 능력이 큰데, 음식 콘텐츠 이용 후 음식 섭취 경험이 없다는 것은 음식을 섭취하고 싶은 욕구를 잘 통제한다는 것을 의미한다. 18~30세 젊은 브라질 성인을 대상으로 한 선행연구에서 자기효능감은 dietary guidelines index를 사용한 식사의 질과 유의한 양의 관련성을 가짐을 보고하였으며(Sexton-Dhamu 등 2021), 젊은 성인을 대상으로 한 여러 코호트 연구에서도 높은 자기

효능감은 높은 채소 섭취나 패스트푸드의 낮은 섭취와 밀접한 관련성이 있다고 보고된 바 있다(Larson 등 2008; Larson 등 2012). 따라서 음식 콘텐츠를 이용하고 있는 성인기 초반의 대학생들을 대상으로 식이 자기효능감을 증가시킬 수 있는 다양한 방법의 마련이 필요하다고 생각된다.

요약 및 결론

본 연구에서는 대학생들에서 음식 관련 콘텐츠 이용 정도에 따른 식이 자기효능감 및 영양평가를 실시하여 대학생에서 음식 관련 콘텐츠 이용과 관련된 다양한 요인을 살펴보고자, 2022년 10월부터 11월까지 충북 지역 소재의 대학에 재학 중인 남녀 대학생 총 332명(남자 140명, 여자 192명)을 대상으로 설문조사를 통하여 일반사항, 음식 관련 콘텐츠 이용 수준(이용 빈도, 1회 이용 시간, 주로 이용하는 콘텐츠의 중

류, 이용 이유, 만족도 등), 식이 자기효능감 및 성인 대상 영양지수 자료를 수집하여 분석하였고 그 결과는 다음과 같다. 먼저 본 연구에서 음식 콘텐츠를 이용한다고 응답한 298명을 대상으로 음식 콘텐츠 이용 정도를 분석한 결과 음식 콘텐츠 자주 이용군(116명)의 경우 음식 콘텐츠 가끔 이용군(182명)에 비해 하루 1회 이상 이용하는 대상자의 비율($p<0.0001$), 하루 1시간 이상 이용자의 비율($p<0.0001$), 음식 콘텐츠 이용 후 콘텐츠의 영향을 받아 음식을 섭취한 경험이 자주 있다고 응답한 대상자의 비율($p=0.0036$)이 유의적으로 높았다. 또한 음식 콘텐츠를 시청하는 정도에 따라 보지 않는 군(34명), 가끔 보는 군(182명), 자주 보는 군(116명)으로 나누어 식이 자기효능감과 영양지수를 분석한 결과, 음식 콘텐츠를 보지 않는 군의 식이 자기효능감의 평균 점수는 4점 만점에 3.08점으로 가끔 보는 군(2.89점)과 자주 보는 군(2.83점)에 비해 유의적으로 높았고($p=0.0191$), 영양지수 중 균형 영역($p=0.0004$), 절제 영역($p=0.0222$)의 점수가 유의적으로 높았으며, 영양지수 총 점수도 48.85점으로 세 군 중 가장 높았다($p=0.0270$). 음식 콘텐츠 이용 후 음식을 섭취한 경험이 전혀 없다고 응답한 대상자의 경우 식이 자기효능감이 4점 만점에 3.03점으로, 음식 섭취 경험이 가끔 있는 군과 자주 있는 군에 비해 유의적으로 높았다($p=0.0194$). 또한 음식 콘텐츠 이용 후 음식을 섭취한 경험이 전혀 없다고 응답한 군의 경우 영양지수의 절제 영역 점수($p=0.0018$), 실천 영역 점수($p=0.0058$) 및 전체 NQ 점수($p=0.0019$)에서도 음식 섭취 경험이 자주 있는 군에 비해 유의적으로 높은 점수를 보였으며, ‘상’ 등급인 자의 비율 역시 유의적으로 높았다(각 $p<0.01$). 본 연구는 몇 가지 제한점을 가지고 있다. 첫 번째, 연구대상자의 규모가 작고, 충북 일부 지역 대상자에 국한되어 있어 연구결과를 일반화시키기가 어렵다. 두 번째, 음식 콘텐츠의 세부 유형에 따른 식이 자기효능감 및 영양지수의 심층분석이 이루어지지 못한 점이다. 그러나 본 연구는 음식 콘텐츠의 이용이 많을 것으로 예상되는 대학생을 대상으로 식이 자기효능감의 차이를 알아보고, 식사의 질까지 분석한 최초 연구로서의 의미를 가지고 있다. 따라서 본 연구결과는 대학생에서 음식 관련 콘텐츠 이용과 식생활과의 관련성 규명 및 대학생 대상 바른 식생활 교육을 위한 기초자료로 활용될 것이다.

References

- An S, Lim Y, Lee H. 2020. A content analysis of eating show (mukbang) programs on television and online program content in South Korea. *Korean J Broadcast Telecommun Stud* 34:39-79
- Bandura A. 1998. Health promotion from the perspective of social cognitive theory. *Psychol Health* 13:623-649
- Bang SY, Jung BM. 2023. Health behaviors and eating habits in people's 20s and 30s according to food content usage level on social media: A cross-sectional study. *Korean J Community Nutr* 28:392-403
- Boulos R, Vikre EK, Oppenheimer S, Chang H, Kanarek RB. 2012. ObesiTV: How television is influencing the obesity epidemic. *Physiol Behav* 107:146-153
- Cho EH. 2020. A study on the trend and the cultural phenomenon of mukbang. *J Korea Contents Assoc* 20:68-85
- Choi MJ, Kim KH. 2021. Use and Characteristics of YouTube Journalism Content. pp.15-16. Korea Press Foundation
- Choi MY, Kim HY. 2008. Nutrition knowledge, dietary self-efficacy and eating habits according to student's stage of regular breakfast or exercise. *Korean J Community Nutr* 13:653-662
- Choi TH, Lee MC, Kim DS. 2021. Effects of the YouTube and Instagram on eating out behavior intention of college student: Focused on differences between group according to gender and involvement. *Culin Sci Hosp Res* 27:191-199
- Hevey D, Smith M, McGee HM. 1998. Self-efficacy and health behaviour: A review. *Ir J Psychol* 19:248-273
- Hwang DY, Jeong SB, Kang JW, Choi IY, Kim MH, Choi MK, Bae YJ. 2023. Home meal replacement use and dietary quality according to its use frequency among university students in Chungcheong area. *Korean J Food Nutr* 36:253-263
- Kang A, Dulin A, Risica PM. 2022. Relationship between adherence to diet and physical activity guidelines and self-efficacy among black women with high blood pressure. *J Health Psychol* 27:663-673
- Kang E, Lee J, Kim KH, Yun YH. 2020. The popularity of eating broadcast: Content analysis of mukbang YouTube videos, media coverage, and the health impact of "mukbang" on public. *Health Inf J* 26:2237-2248
- Kang MJ, Kim HY, Jang HW, Lee SB. 2019. The effect of TV food program viewers' watching motivation on watching attitude, satisfaction, and behavioral intention. *Int J Tour Hosp Res* 33:55-69
- Kang WC. 2021. The effect of YouTube contents characteristics of mukbang on flow and food product purchase intention. *Culin Sci Hosp Res* 27:87-96
- Kim BM, Kim KH. 2023. Association between food content

- watching and nutrition quotient in adolescents (NQ-A) in Seoul. *J Korean Soc Food Cult* 38:61-72
- Kim N, Kim J, Kye S. 2020b. Food habits, health behaviors related to the personality in Korean college students. *J Nutr Health* 53:13-26
- Kim SK, Kim J, Kim H, An S, Lim Y, Park H. 2020a. Association between food-related media program watching and dietary behaviors in Korean adolescents. *Korean Public Health Res* 46:31-46
- Ko KK, Kim MH, Lee JH. 2019. Intake status and perception of energy drinks according to the gender and obesity of some university students in Chungnam province. *Korean J Food Nutr* 32:167-178
- Larson N, Laska MN, Story M, Neumark-Sztainer D. 2012. Predictors of fruit and vegetable intake in young adulthood. *J Acad Nutr Diet* 112:1216-1222
- Larson NI, Neumark-Sztainer DR, Story MT, Wall MM, Harnack LJ, Eisenberg ME. 2008. Fast food intake: Longitudinal trends during the transition to young adulthood and correlates of intake. *J Adolesc Health* 43:79-86
- Lee SL, Choi YJ. 2022. The current status of cookbang viewing and dietary habit of university students. *J Home Econ Educ Res* 34:131-142
- Lee SL, Lee SH. 2022. Actual status of mukbang viewing and food habits of university students in Wonju area. *Korean J Community Living Sci* 33:631-643
- Lister NB, Baur LA, Felix JF, Hill AJ, Marcus C, Reinehr T, Summerbell C, Wabitsch M. 2023. Child and adolescent obesity. *Nat Rev Dis Primers* 9:24
- Milligan RAK, Burke V, Beilin LJ, Dunbar DL, Spencer MJ, Balde E, Gracey MP. 1998. Influence of gender and socio-economic status on dietary patterns and nutrient intakes in 18-year-old Australians. *Aust N Z J Public Health* 22:485-493
- Nam YJ. 2016. The effect of dietary self-efficacy on stress and dietary behavior among middle school students. Ph.D. Thesis, Kangwon National Univ. Chuncheon. Korea
- Oh MH, Hong K, Kim SE. 2019. Relationship among the use of food-related content, dietary behaviors, and dietary self-efficacy of high school students in Seoul and Gyeonggi areas. *J Nutr Health* 52:297-309
- Park KA, Kim J, Cho O, Song K. 2021. Relationship among health interest, depression and dietary habits of college students according to sex in Seoul and Gyeonggi areas. *J East Asian Soc Diet Life* 31:213-225
- Park SY, Eom J, Choi S, Kim J, Park EC. 2024. Association between watching eating broadcast “mukbang and cookbang” and body mass index status in South Korean adolescents stratified by gender. *Nutr J* 23:43
- Ryu GB, Heo YR. 2024. Differences in nutritional status according to the residence types among university students in Gwangju. *J Korean Soc Food Sci Nutr* 53:207-213
- Sexton-Dhamu MJ, Livingstone KM, Pendergast FJ, Worsley A, McNaughton SA. 2021. Individual, social-environmental and physical-environmental correlates of diet quality in young adults aged 18-30 years. *Appetite* 162:105175
- Spence AC, Campbell KJ, Crawford DA, McNaughton SA, Hesketh KD. 2014. Mediators of improved child diet quality following a health promotion intervention: The Melbourne InFANT Program. *Int J Behav Nutr Phys Act* 11:137
- Wong SKW, Soon W, Griva K, Smith HE. 2024. Diabetes knowledge, self-efficacy and dietary, psychological and physical health barriers: Comparing young and usual-onset type 2 diabetes. *Diabet Med* 41:e15207
- Wu Y, Kempes E, Prichard I. 2024. Digging into digital buffets: A systematic review of eating-related social media content and its relationship with body image and eating behaviours. *Body Image* 48:101650
- Yook SM, Lim YS, Lee JS, Kim KN, Hwang HJ, Kwon S, Hwang JY, Kim HY. 2022. Revision of nutrition quotient for Korean adults: NQ-2021. *J Nutr Health* 55:278-295
- Yoon E. 2023. Dietary guidelines adherence and changes in eating habits among college students in the post-COVID-19 period: A cross-sectional study. *Korean J Community Nutr* 28:220-234
- Yun S, Kang H, Lee H. 2020. Mukbang- and cookbang-watching status and dietary life of university students who are not food and nutrition majors. *Nutr Res Pract* 14:276-285

Received 22 August, 2024
 Revised 10 October, 2024
 Accepted 17 October, 2024