

비만에 대한 국내 미디어 뉴스 내용 분석 연구

건강 신념 모델(Health Belief Model)의 적용*

임유진 이화여자대학교 커뮤니케이션미디어연구소 연구위원**

강승미 닥스미디어 부편집장***

배경 및 목적

이 연구의 목적은 한국적 상황에서 비만 이슈에 대한 미디어 뉴스 프레임 분석하고, 국내 미디어들이 비만 이슈에 대한 사회적 담론을 어떻게 제시하고 있는지, 실제 비만 예방 행동과 문제 해결에 유용한 정보를 전달하고 있는지 살펴보는 데 있다.

방법

수용자들의 건강 예방 행동에 대한 설명을 위해 건강 신념 모델에 기반한 미디어 프레임 분석틀을 적용하여 2017년부터 2019년까지 게재된 국내 주요 일간지 네 종의 총 431개 뉴스 기사를 분석 대상으로 하였다. 건강 신념 모델의 다섯 개 구성 요소에 근거해 미디어 프레임 내용 분석을 실시하였다.

결과

가장 빈번하게 나타난 구성 요소는 비만 예방과 치료를 위한 내적 행동 계기였고, 그 다음으로 비만에 대한 지각된 민감성과 지각된 심각성 순으로 나타났다. 하지만, 비만 예방과 치료를 위한 외적 행동 계기, 지각된 이익, 지각된 장애 요인 등의 구성 요소들은 상대적으로 적게 나타났다.

논의 및 결론

국내 미디어들은 향후 비만에 대한 뉴스 보도와 관련해 비만 예방과 치료를 위한 적극적 행동 계기, 지각된 이익, 지각된 장애와 해소 요인에 대한 프레임 정보 제공을 늘림으로써, 한국 사회의 비만 문제 해결과 수용자들의 비만 예방 행동 촉진을 위한 실질적인 역할을 할 수 있을 것으로 기대한다.

KEYWORDS 비만, 뉴스, 인식, 건강, 행동

* 이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5A2A03046205).

** lyj1207@ewha.ac.kr, 제1저자 · 교신저자

*** seungmi0227@gmail.com

연구의 배경 및 목적

세계보건기구는 비만을 건강의 위협을 나타내는 비정상적이고 과도한 지방의 축적으로 정의내렸다 (World Health Organization, 2020). 비만은 세계적인 건강 이슈이며 개인의 만성적 잠재적 질병 위험을 증가시킬 수 있는 치명적인 원인으로 보고되어 오고 있다(Miles, Rapoport, Wardle, Afuape, & Duman, 2001; WHO, 1998). 비만은 암을 비롯한 다양한 만성 질환의 원인으로 유전적 원인을 제외하고는 불건강한 식습관과 신체 활동의 부족에서 야기된다(Anderson & Konz, 2001).

국내 비만 인구는 계속 증가하는 추세이며, 특히 남자 아동 청소년들의 비만율(26%)은 OECD 평균보다 높은 것으로 발표되었다. 비만으로 인한 사회경제적 손실도 사회 전반적으로 가속화될 것으로 전망되고 있다(관계부처합동, 2018). 특히 지난 20년간 청소년뿐 아니라 20~30대들의 고도 비만율은 급속도로 증가하고 있으며, 전반적인 한국의 고도 비만율도 매년 증가하는 추세이다.

기존 연구들은 비만에 미치는 다양한 요인들 가운데 중요한 사회 환경적 요인으로서 미디어의 영향력에 주목해 왔다(Caroli, Argentieri, Cardone, & Masi, 2004; Miles et al., 2001). 미디어는 특정 이슈를 현저하게 노출함으로써 이슈에 대한 관점을 프레이밍하고 시청자들의 인식에 영향을 미칠 수 있다(Kim & Willis, 2007). 파급 효과가 막대한 매스 미디어나 소셜 미디어가 비만 이슈에 관한 특정 양상을 강조함으로써 시청자들에게 무의식적으로 심각한 영향을 미칠 수 있다는 의미이다.

비만에 대한 미디어 뉴스 프레임과 관련된 국내외 연구들은 다양한 프레임에 기반해 내용 분석을 시도해 왔다. 몇몇 선행 연구들은 비만에 대한 원인과 책임, 해결책에 대한 미디어 프레임이 개인과 사회 책임 프레임으로 유형화되어 왔으며, 기존 미디어들이 주로 비만의 원인을 개인 책임 프레임으로 강조해 왔지만, 최근으로 올수록 점차 사회 책임 프레임이 함께 강조되고 있음을 지적하였다(Kim & Willis, 2007; Lawrence, 2004). 또한 비만에 대한 뉴스에서 비만인들이 부정적이고 낙인화된 태도로 묘사되고 있음을 확인하였다(Heuer, McClure, & Puhl, 2011).

한편, 기존 연구들은 미디어 노출이 수용자들의 비만에 대한 인식과 태도에 유의미한 영향을 미칠 수 있음을 설명하였다(Caroli et al., 2004; Hummel, Smith, 2014; Miles, et al., 2001). 캐롤리 등(Caroli et al., 2004)은 미디어가 비만 예방을 위해 정확하고 올바른 정보를 전달할 수 있는 유용한 수단이며, 미디어 노출이 수용자들의 식품 선택과 소비 패턴에 영향을 미칠 수 있다고 지적했다. 마일즈 등(Miles et al., 2001)도 매스 미디어가 실제 비만 감소에 중요한 역할을 할 수 있으며, 건강한 다이어트와 운동을 촉진시킴으로써 비만 문제 해결에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 강조했다. 이렇듯 기존 연구들은 미디어 노출이 수용자들의 비만에 대한 인식과 건강 식생활에 미치는 영향을 논의해왔다. 하지만 아직까지 구체적으로 미디어가 비만 예방을 위해 어떻게 역할해야 하는지, 어떠한 방향으로 비만 이슈 메시지를 전달해야 하는지 등에 대한 논의는 충분치 못한 실정이

다. 이러한 가운데 본 연구는 한국적 상황에서 비만에 대한 담론을 주도하는 주요 미디어 온라인 뉴스의 보도 내용에 주목하였다. 기존 연구들은 미디어가 전달하는 내용 가운데 특히 뉴스 보도가 개인들의 건강에 대한 인식과 예방 행동에 유의미한 영향을 미친다고 설명했다(An & Lee, 2016). 뉴스 보도 형식의 내용이 일반인들에게 신뢰감 있게 전달될 수 있기 때문이다.

본 연구는 국내 주요 미디어들의 비만에 대한 뉴스 보도를 체계적으로 분석함으로써 미디어가 비만 예방을 위해 어떻게 개입해야 하는지 논의해 보고자 하였다. 특히 미디어 내용 분석에 있어 건강 커뮤니케이션 관점에서 건강 행동 모델(health belief model)의 구성 요소들을 적용함으로써 국내 미디어들이 비만의 어떤 특정 양상을 강조하고 배제하는지 살펴보고자 하였다. 앞서 언급했듯이 기존 연구들은 비만에 대한 미디어 뉴스 보도의 프레임이나 미디어 노출이 비만 인식이나 식생활 행동에 미치는 영향을 논의해 왔음에도 불구하고, 미디어 뉴스 보도의 메시지 프레임과 비만 예방 행동과의 관련성이나 방향성에 대한 논의가 부족한 측면이 있었다. 이에 비해 건강 행동 모델은 건강 커뮤니케이션 관점에서 미디어의 메시지 프레임이 수용자들의 비만 예방 행동과 관련지어 설명할 수 있다는 장점을 가진다. 따라서 본 연구는 비만에 대한 미디어 뉴스 보도 내용 분석에 있어 건강 행동 모델을 적용함으로써 비만 예방을 위한 미디어의 역할과 방향성을 제시하고자 한다.

이론적 배경

비만에 대한 미디어 뉴스 프레임의 영향력

미디어는 건강에 관한 신념과 행동을 결정짓는 중요한 건강 정보 소스이다(McWhirter & Hoffman-Goetz, 2016). 이것은 뉴스 미디어가 어떤 이슈의 특정 요소를 강조하는 프레임링을 통해 수용자들의 이슈에 대한 인식과 관점에 영향을 미칠 수 있기 때문이다(McCombs & Ghanem, 2001; Scheufele & Tewksbury, 2007). 미디어는 프레임링을 통해 사회 이슈를 전달하는 과정에서 수용자들이 어떤 이슈를 어떻게 생각해야 하는지 수용자들의 인식을 형성하는 역할을 한다(Iyengar, 1991; Kim, Schenfele, & Shanahan, 2002). 비만 이슈에 대한 미디어 뉴스 보도를 살펴보는 것은 미디어가 수용자들에게 비만에 대해 어떻게 생각해야 하는지를 파악하는 것과도 같다. 따라서 국내 미디어 뉴스 기사들이 비만 이슈와 정보를 어떻게 전달하고 있는지 살펴보는 것은 비만 문제가 사회적 이슈로 떠오르는 가운데 건강 정보 소스로서 미디어의 역할과 향후 보도 방향성을 제시하는 데 중요한 작업이다.

이제까지 비만에 대한 미디어 내용을 연구한 국내외 연구들은 다양한 프레임에 기반해 내용 분석을 시도해 왔다. 해외의 비만에 관한 미디어 프레임 연구의 주요 논점은 주로 비만의 원인 책임과 해결에 관한 미디어 프레임에 관한 것이었다. 로렌스(Lawrence, 2004)는 1985년 이후부터 2003년까지 뉴스 보도에 나타난 비만 프레임링을

분석한 결과 비만 이슈가 과거 20년간 리프레임 되어 오면서 점차 프레이밍이 증가하는 추세를 밝혀내었다. 그는 비만에 대한 프레이밍이 주로 개인 책임이거나 사회 책임으로 양분되어 왔으며, 또한 유전·생물학적 요인, 불건강한 식습관 등 행동적 요인, 부적절한 정보 등 시스템적 요인 프레이밍으로 유형화되고 있음을 제시하였다. 그는 과거에는 비만에 대한 행동적 요인 프레이밍이 다수였던 반면, 시간이 지날수록 시스템적 프레이밍이 보다 증가하고 있다고 설명하였다.

김과 윌리스(Kim & Willis, 2007)도 1995년부터 2004년까지 신문과 TV 뉴스 보도 내용 분석을 통해 비만의 원인, 책임과 해결책에 대한 프레이밍이 개인과 사회로 유형화되고 있음을 밝혀내었다. 개인 책임 프레이밍의 경우 개인 유전, 운동 부족 행동과 불건강한 라이프 스타일 등을 의미하며, 사회 책임 프레이밍의 경우 식품 산업, 학교 교육 등 사회 경제 환경적 요인을 의미한다. 김과 윌리스는 신문과 TV 매체 모두 비만의 개인 책임을 강조하는 개인 프레이밍을 주로 사용하지만, TV가 좀 더 개인 책임 프레이밍을 강조하는 경향이 나타났음을 밝혀내었다. 이들은 기존 연구들에서 미디어의 비만에 대한 개인 책임 프레이밍 경향이 나타났으며, 이들의 연구 결과도 이와 유사하게 나타났다고 설명하였다.

호이어, 맥클러, 그리고 폴(Heuer, McClure, & Puhl, 2011)은 2009년도 온라인 뉴스에 나타난 이미지들의 내용 분석을 실시하고, 어떻게 미디어가 뉴스에서 비만인들을 묘사하고 있는지 살펴보았다. 전반적으로 분석 대상 뉴스 이미지의 72%

가 비만인을 부정적이고 낙인화하는 태도로 묘사하고 있음이 확인되었다. 이들은 비만과 관련된 뉴스에서 비만인에 대한 부정적인 묘사가 수용자들의 비만인에 대한 편견과 차별에 중요한 영향을 미칠 수 있음을 지적하였다.

힐튼, 패터슨, 그리고 타이한(Hilton, Patterson, & Teyhan, 2012)은 1996년부터 2010년까지 7개의 영국 신문 기사 내용 분석을 통해 미디어들이 비만 이슈를 주제적 관점에서 어떻게 프레이밍해 왔는지를 살펴보았다. 그들은 15년의 기간 동안 미디어들의 비만에 대한 보도량이 증가해 왔을 뿐 아니라, 비만에 대한 초점이 개인적 차원에서 사회적 차원으로 이동해 오고 있음을 지적하였다. 그들은 사회 여론 형성에 미치는 미디어의 파급 효과를 강조하였다.

이처럼 기존 미디어들이 신문, 방송 등 매스 미디어상의 비만에 대한 프레이밍에 초점을 맞춘 데 비해, 유와 김(Yoo & Kim, 2012)은 비만에 대한 소셜 미디어상의 내용 분석을 실시하였다. 그들은 417개의 유튜브 영상 내용 분석을 통해 소셜 미디어에서 비만이 어떻게 프레이밍되는지를 분석하였다. 이들은 매스 미디어상의 비만 프레이밍 연구 결과들과 유사하게 유튜브상에서도 비만이 환경이나 사회적 책임보다 개인 원인과 책임으로 프레이밍되고 있음을 밝혀내었다. 이들은 비만에 대한 수용자들의 인식을 결정짓는 유튜브 영상의 잠재적 파급 효과를 비롯해, 이러한 유튜브 영상들이 비만인에 대한 낙인을 강화할 수 있음을 지적하였다.

국내 연구들도 비만에 대한 미디어 내용 분석에 있어 다양한 유형의 프레이밍들을 적용하면서도, 해

외 연구들처럼 개인과 사회 책임 프레임 유형을 도입해 왔다. 김효정과 황성욱(Kim & Hwang, 2010)은 프레임링 이론에 기반하여 신문과 방송 매체 간 비만 보도에 대한 프레임 비교 분석을 실시하였다. 그들은 ABC, CBS, NBC 등 TV 매체와 〈뉴욕 타임스〉, 〈워싱턴포스트〉 등 신문 매체 간 미디어 유형별로 비만에 대한 뉴스 프레임의 차이를 살펴 보았다. 김효정과 황성욱은 연구에서 사건 중심 프레임과 주제 중심 프레임으로 유형화하여 내용 분석하였으며, 비만 관련 보도에서 사건 중심 프레임보다 주제 중심 프레임이 전반적으로 빈번하게 사용되고 있음을 확인하였다. 또한 TV 매체의 경우 비만 이슈를 개인 프레임으로 다루는 반면, 신문의 경우 비만 이슈를 사회 및 환경 프레임으로 다루고 있음을 밝혀내었다.

이은택, 노성중, 최은경, 그리고 강충구(Lee, Noh, Choi, & Kang, 2010)도 1990년부터 2009년까지 20년간 한국 언론 미디어의 비만에 관한 보도 내용을 분석하였다. 이들은 비만에 대한 미디어 보도가 수용자들의 비만에 대한 인식을 형성하고 변화시킬 수 있다고 설명하고, 〈조선일보〉, 〈한겨레〉 등 주요 신문과 MBC, SBS 등 방송 매체가 비만을 어떻게 보도해 왔는지 살펴보았다. 분석 결과, 비만의 원인이 개인의 행동적 요인으로 프레임되는 경우가 가장 많이 나타났고, 사회적 요인과 유전적 요인 프레임 순으로 나타났다. 비만 문제 해결에 있어서도 개인 해결 프레임이 66%, 사회 해결 프레임이 12% 정도로 나타났다. 이들은 신문에 비해 방송의 경우 개인적 차원의 해결 프레임이 강조되는 경향이 있음을 지적하였다.

조인숙과 나은경(Cho & Na, 2013)도 미디어 프레임에 따라 수용자들의 비만에 대한 인식에 영향을 미칠 수 있음을 연구하였다. 이들은 비만에 관한 미디어 프레임 유형을 미용 일탈 프레임, 질병 낙인 프레임, 유전 운명 프레임 등으로 유형화하고, 수용자들의 비만에 대한 인식과 태도 등에 미치는 영향을 살펴보았다. 연구 결과, 미용 일탈 프레임인 경우 사회적 차별 인식이 높게 나타났으며, 비만인에 대한 비만 태도도 높게 나타났다. 이들은 비만에 대한 프레임 유형화와 동시에 비만에 대한 인식과 태도에 미치는 영향까지 함께 살펴보았다.

이렇듯 기존 연구들은 다양한 분석 틀에 기반해 비만에 대한 미디어 내용 분석을 실시하고 미디어의 파급 효과를 강조해 왔다. 특히 비만의 원인과 책임, 해결 차원에서 공통적으로 개인과 사회 책임 프레임 등을 주로 많이 사용해 왔으며, 전반적으로 미디어들이 개인 책임 프레임을 강조하는 한편, 방송 매체의 경우 신문보다 개인 책임 프레임을 강조하는 경향이 나타나고 있다고 설명했다. 더불어 최근으로 올수록 개인 책임과 함께 사회 책임 프레임이 많이 나타나고 있음이 제시되었다. 하지만 기존 연구들은 비만에 대한 미디어 내용 분석에 있어 비만의 원인과 책임, 해결 등의 관점에서 주로 논의해 온 경향이 있으며, 건강 커뮤니케이션 관점의 도입이나 수용자들의 실질적인 비만 예방 행동과의 관련성에 대해서는 충분히 논의하지 못한 측면이 있었다. 따라서 본 연구는 건강 커뮤니케이션 관점에서 수용자들의 건강 행동과의 관련성을 논의하기 위해 건강 행동 예측 모델로서

강조되고 있는 건강 신념 모델을 도입하고자 하였다.

비만에 대한 미디어 분석 틀로서 건강 신념 모델

본 연구는 비만에 대한 국내 미디어 뉴스 보도 내용을 분석하는 데 있어 건강 커뮤니케이션 관점에서 건강 행동 변화를 예측하는 데 유용한 것으로 제시되어 온 건강 신념 모델(health belief model)을 도입하였다(Zhang, Baker, Pember, & Bissell, 2017). 건강 신념 모델은 건강 예방 행동을 설명하는 데 주로 적용되어 온 이론적 프레임워크로서 건강 신념과 건강 행동 간 관련성을 설명하는 데 유용한 이론이다(Kim, 2020; McWhirter & Hoffman-Goetz, 2016). 건강 신념 모델은 행동을 결정짓는 두 가지 요인, 즉 선택 상황에서 특정 결과에 대한 개인의 가치, 그리고 행동이 가져올 결과의 가능성에 대한 개인의 추정, 이 두 가지 요인에 따라 개인의 건강 행동에 대한 의사 결정이 이루어진다는 전제를 제시하고 있다(Maiman & Becker, 1974).

건강 신념 모델은 다섯 가지 구성 요소들을 포함하는데, 지각된 민감성(perceived susceptibility), 지각된 심각성(perceived severity), 지각된 이익(perceived benefits), 지각된 장애(perceived barriers), 행동 계기(cues to action) 등이다(McWhirter & Hoffman-Goetz, 2016). 지각된 민감성은 상황의 위험에 대한 믿음과 신념을 의미하며, 지각된 심각성은 상황의 심각성이나 결과에 대한, 지각된 이익은 위험이나 심각성의 감소를 위한 행동의 효과성에 대한, 지각된 장애는 행동의 비용에 대한, 행동 계기는 변화를 위한 준비를 활성화시키는 요소를 의미한다. 여기에 자기 효능

감 요소가 포함되기도 하는데 이는 추천된 행동을 수행하는 데 있어 행동 능력에 대한 자신감을 의미한다.

선행 연구들은 건강 신념의 구성 요소들 가운데 지각된 민감성과 지각된 심각성이 건강 예방 행동을 예측하는 유의미한 변인이며, 특히 지각된 이익과 지각된 장애 요인이 건강 예방 행동에 더 강한 예측력을 갖는다고 설명하였다(Kim, 2020; Sheeran & Abraham, 1996; Tanner-Smith & Brown, 2010).

본 연구는 비만에 대한 미디어 내용 분석을 하는 데 있어 건강 신념 모델에 포함된 주요 구성 요소들—지각된 민감성, 심각성, 이익과 장애 해소, 행동 계기 등—이 비만 예방 차원에서 뉴스 보도 프레임의 문제점을 파악하는 데 용이하고, 뉴스에 나타난 건강 신념 구성 요소들이 수용자들의 건강 행동과 관련성을 가진다는 전제하에 미디어 뉴스 내용 분석에 건강 신념 모델을 적용하였다. 기존 비만에 관한 미디어 뉴스 내용 분석과 관련된 선행 연구들을 살펴보면, 해외 연구들의 경우 잡지, 신문 등 매스 미디어뿐 아니라 최근 들어 유튜브, 인스타그램 등 SNS 소셜 미디어에까지도 건강 신념 모델을 적용하는 추세를 보이고 있다.

맥위터와 호프만(McWhirter & Hoffman, 2016)은 건강 신념 모델에 기반해 2000년도부터 2012년도까지 미국 잡지에 게재된 피부암 관련 574개 기사와 905개 이미지를 분석하였다. 이들은 건강 신념 모델의 여섯 가지 구성 요소, 즉 질병 상태의 위험에 대한 믿음으로서 지각된 민감성, 질병 상태나 결과의 심각성에 대한 믿음으로서 지각된 심

각성, 위험 감소 행동의 효과에 대한 믿음으로서 지각된 이익, 행동의 비용에 대한 믿음으로서 지각된 장애 요소, 변화를 위한 준비 촉진 요소로서 행동 계기, 그리고 행동 수행을 위한 능력에 대한 자신감으로서 자기 효능감을 제시하였다. 이들은 분석 결과, 지각된 심각성 프레임 정보가 가장 많이 나타났으며, 다음으로는 지각된 민감성 정보, 지각된 장애와 이익 요소 순으로 나타났음을 밝혀내었다. 거의 60%에 이르는 기사들이 피부암의 잠재적 결과에 초점을 맞춘 심각성 정보를 제시하고 있었다. 이들은 피부암에 관한 심각성 정보 강조가 긍정적인 건강 행동을 동기화할 수 있다고 설명하였다. 또한 이익과 장애 요소는 40% 정도의 비슷한 비율로 나타났다. 즉, 지각된 심각성과 취약성 요소가 많이 나타났으며, 지각된 이익과 장애 요소도 상대적으로는 낮은 비율이지만 어느 정도 나타났음을 알 수 있다. 끝으로 행동 계기 요소는 긍정적 건강 행동을 수반하는 구체적인 정보 수단이 될 수 있는데, 실제 연구 결과 명백한 행동 계기 요소는 적게 나타난 반면, 암시적 행동 계기는 많이 나타나고 있음을 밝혀내었다. 이 연구는 건강 신념 모델을 피부암 관련 기사의 내용 분석에 적용한 초기 연구로서의 의미를 가지며, 명백한 행동 계기 요소가 낮은 비율로 나타났지만, 수용자들에게 유용한 요소임을 제시하였다.

해외의 최근 연구들은 건강 신념 모델을 매스 미디어뿐만 아니라 유튜브, 인스타그램 등 소셜 미디어상의 콘텐츠 내용 분석에 적용하는 추세를 보이고 있다(Zhang, Baker, Pember, & Bissell, 2017; Guidry, Carlyle, LaRose, Perrine, Messner, &

Ryan, 2019). 장 등(Zhang et al., 2017)은 건강 신념 모델을 적용하여 유튜브상의 건강 식생활 촉진 공익광고 캠페인의 내용 분석 연구를 실시하였다. 그들은 수용자들을 이성적인 행동을 하는 존재로 가정하고, 단순한 미디어 노출이 수용자들의 건강 행동을 자동적으로 이끄는 것이 아니라, 건강 신념 모델의 특정 구성 요소들이 다르게 역할한다고 설명하였다. 그들은 일 년간 341개의 유튜브상의 건강 식생활 촉진 공익광고들을 추출하고 분석한 결과, 정부, 비영리기관, 기업, 개인 콘텐츠들의 강조점이 조금씩 다르게 나타나면서도, 전반적으로 지각된 이익 요소를 공통적으로 강조하고 지각된 민감성을 낮게 사용하고 있음을 제시하였다. 이 연구는 건강 신념 모델을 유튜브 내용 분석에 적용함으로써 분석 대상의 범위를 확장시켰다는 데 의미를 갖는다.

가드리 등(Guidry et al., 2019)은 건강 신념 모델에 기반해 인스타그램상의 지카 바이러스에 관한 공공 헬스 커뮤니케이션 내용 분석을 실시하였다. 그들은 2016년 8월 한 달간 인스타그램에서 지카 바이러스에 관한 해시태그를 사용한 포스트들을 수집해 내용 분석하였다. 분석 결과, 지각된 심각성(75.8%), 지각된 취약성(59.9%) 구성 요소들이 높게 나타난 반면, 행위 단서(10.2%)와 지각된 장애(2.8%)는 매우 낮게 나타났다. 가드리 등은 이러한 연구 결과가 지각된 위협이 높은 반면, 지각된 자기 효능감이 낮은 것으로 간주하고, 공공 헬스 기관이 인스타그램에서 지카 예방과 관련한 커뮤니케이션 활동을 하는 데 있어서 이익을 강조하고 행위 단서를 높여야 함을 지적하였다.

건강 신념 모델을 적용한 국내 연구로는 안순태와 이하나(An & Lee, 2016)가 건강 신념 모델을 적용해 자살과 우울증에 대한 미디어 보도 내용을 분석을 실시하였다. 그들은 자살과 우울증에 관한 국내 미디어 뉴스 총 246건의 기사를 추출하고 국내 미디어 뉴스가 우울증에 관한 정보들을 어떻게 전달하고 있는지 살펴보았다. 분석 결과, 대부분의 기사에서 심각성 요인을 강조하는 반면, 취약성 요인은 절반 이하로, 이익이나 장애 정보는 거의 제시되고 있지 않고 있었으며, 행위 단서 정보는 외적 행동 계기보다는 내적 행동 계기 정보가 주로 제시되고 있음을 밝혀내었다. 이들 연구는 국내 미디어 보도에 있어 자살에 대한 심각성 강조와 취약성 및 장애 해소 요소의 부족이 자살과 우울증에 대한 사회적 낙인을 증가시킬 수 있음을 지적함으로써 자살 예방을 위한 보도의 방향성을 제시하였다.

홍은희와 이철한(Hong & Lee, 2012)은 건강 신념 모델을 포함한 다양한 건강 커뮤니케이션 이론들을 한국과 미국의 금연 TV 광고 내용 분석에 적용하였다. 이들은 2005년부터 2012년까지 한국과 미국의 총 71개 금연 TV 광고를 내용 분석하였다. 특히 이 연구는 건강 신념 모델의 구성 요소들 가운데 이익과 장애 요소의 중요성에 초점을 맞추었으며, 미국의 선행 연구들이 이익 요소를 강조하는 경향이 있음을 지적하였다. 이들은 내용 분석 결과, 한국의 금연 광고가 자기 효능감 메시지가 적은 반면, 미국은 자기 효능감 메시지가 빈번함을 밝혀내었다. 이들 연구는 건강 커뮤니케이션 구성 요소들의 국가별 차이를 살펴보았다는 점

에서 의미를 가진다.

이처럼 헬스 커뮤니케이션 분야에서 건강 신념 모델을 적용한 선행 연구들은 암, 자살, 금연 등 다양한 건강 이슈와 관련해 매스 미디어와 소셜 미디어 등을 내용 분석해 왔다. 미국의 경우 점차 유튜브 브나 인스타그램 등 소셜 미디어상의 콘텐츠와 포스트 등에까지 건강 신념 모델을 적용하는 시도가 나타나고 있음을 알 수 있다. 또한 선행 연구들의 결과를 살펴볼 때, 전반적으로 국내외 미디어들이 공통적으로 지각된 심각성 요소를 강조하는 경향을 나타낸 반면, 행위 단서 요소는 적게 나타나는 경향이 발견되었다. 또한 미국 연구들은 지각된 이익 요소가 강조되는 경향을 제시한 반면, 국내 연구들은 지각된 이익 요소가 적음을 지적하였다. 지각된 민감성 요소의 강조 빈도는 연구마다 다르게 나타나고 있음을 알 수 있다. 이러한 상황에서 본 연구는 국내 미디어들이 비만 이슈와 관련하여 건강 신념 모델에 기반해 어떠한 요소를 강조하고 배제하는지 체계적으로 살펴보고자 하였다. 이를 통해 수용자들의 비만 예방 행동을 예측하고 향후 미디어들의 비만 문제 해결을 위한 보도 방향성을 제시하고자 하였다. 국내 미디어 뉴스 보도를 통해 비만 이슈가 어떻게 프레임되고 수용자들에게 전달되는지 살펴봄으로써 건강 신념 모델의 이론적 실무적 확장을 시도하고자 하였다. 이 같은 논의를 바탕으로 본 연구에서는 다음과 같은 연구 문제를 설정하였다.

연구문제 1: 비만 이슈와 관련한 국내 미디어 뉴스의 특성은 어떠한가?

연구문제 2: 국내 미디어 뉴스는 비만 이슈에 대해 건강 신념 모델의 구성 요소를 어떻게 제시하는가?

- **연구문제 2-1:** 국내 미디어 뉴스는 비만 문제의 지각된 민감성 요소를 어떻게 제시하는가?
- **연구문제 2-2:** 국내 미디어 뉴스는 비만 문제의 지각된 심각성 요소를 어떻게 제시하는가?
- **연구문제 2-3:** 국내 미디어 뉴스는 비만 예방과 치료의 지각된 이익을 어떻게 제시하는가?
- **연구문제 2-4:** 국내 미디어 뉴스는 비만 예방과 치료의 지각된 장애와 해결을 어떻게 제시하는가?
- **연구문제 2-5:** 국내 미디어 뉴스는 비만 예방과 치료의 행동 계기 요소를 어떻게 제시하는가?

본 연구는 건강 신념 모델의 다섯 가지 구성 요소 항목들과 세부 항목들의 관점에서 통합적으로 항목들 간 미디어 보도량과 예시 등을 살펴보고, 비만 예방의 관점에서 기존 미디어 뉴스 보도의 전반적인 문제점과 시사점을 도출하고자 하였다.

연구 방법

본 연구는 건강 커뮤니케이션 관점에서 국내 주요 미디어 뉴스 내용을 분석하였으며, 특히 선행 연구로서 자살과 우울증 뉴스 분석에 건강 신념 모델을 적용한 안순태와 이하나(An & Lee, 2016), 맥위터와 호프만(McWhirter & Hoffman, 2016)의 내용분석 틀을 함께 도입하여 본 연구에 맞게 수정하고 적용하였다.

본 연구는 연구 시점으로부터 최근 2년간 국내

종합일간지 네 종 〈조선일보〉, 〈중앙일보〉, 〈한겨레〉, 〈경향신문〉 등에 게재된 비만 관련 뉴스 기사를 대상으로 하였다. 연구 단계는 첫째, 종합일간지 네 종에서 비만 뉴스 기사 수집과 유의미한 본문 수집, 둘째, 건강 신념 모델 프레임 요소들의 적용을 통한 주요 문장 선정과 프리테스트, 셋째, 건강 신념 모델에 기반한 주요 문장 유형화 및 결과 해석 순으로 진행되었다.

미디어 뉴스 수집

먼저 한국ABC협회(2019)의 신문사별 발행 부수 발표 자료에 근거해 일간지를 중심으로 발행 부수가 많고 보수와 중립, 진보 경향을 띄는 것으로 간주되는 조선, 중앙, 경향, 한겨레 총 네 개의 신문을 선택하였다. 건강 관련 기사를 추출하는 것이므로 경제지를 제외하고 일간지를 중심으로 분석 대상을 선정하였다. 특히 〈조선일보〉와 〈한겨레〉를 축으로 하는 보수와 진보지들은 서로 상반되는 이데올로기 관점을 갖고 있다고 전제되므로 논조의 균형 있는 기사 추출을 위해 선정되었다(Go, 2007).

분석 대상 기사를 수집하기 위해서 각 신문사의 웹사이트를 이용하였다. 각 신문사 웹사이트에서 검색 유형은 “뉴스”, 검색 범위는 “전체(제목 + 본문)”, 검색 단어는 “비만”으로 설정하였다. 검색 기간은 연구 시작 시점인 2019년 10월을 기준으로 분석 기사량이 적당하다고 판단되는 시점인 최근 2년간 ‘2017년 10월 1일~2019년 9월 30일’로 설정하였다. 각 신문사 웹사이트에서 ‘비만’을 키워드로 검색하여 추출된 기사는 〈조선일보〉 445

진, <중앙일보> 896건, <한겨레> 273건, <경향신문> 513건으로, 총 2127건이었다. 이 중 비만에 대한 내용이 담긴 드라마나 영화, 책, 이벤트 기사, 비만이라는 키워드가 포함되어 있지만 주제가 관련 없는 기사는 제외하였다. 구체적으로 암, 간질 환 등 타 질환과 연계되어 비만이 소개되는 기사들 중 비만이 주요 원인이나 결과 등으로 최소 두 문장 이상으로 구성된 한 문단 이상이 포함된 경우만 비만 기사로 간주하였다. 그렇지 않은 경우는 분석 대상 기사에서 제외하였다. 최종 분석 기사 건수는 <조선일보> 153건, <중앙일보> 160건, <한겨레> 91건, <경향신문> 27건으로, 총 431건이었다. 분석 대상 보도량으로서 충분하다고 판단하여 연구를 실시하였다.

분석 항목 및 코더 신뢰도

뉴스 분석의 기본 항목인 언론사명, 뉴스 작성자에 대해 조사하였다. 분석 항목과 분석 방법, 그리고 결과 해석은 건강 신념 모델을 적용하여 미디어 내용 분석을 시도한 선행 연구들(An & Lee, 2016; McWhirter & Hoffman, 2016)을 참고하여 분석과 해석 틀을 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 사용하였다. 기존 연구들에서 사용한 건강 신념 모델의 구성 요소들과 하위 세부 유목으로 분류하였으며, 본 연구의 비만 이슈 분석에 맞게 수정 보완하였다. 기사 작성자는 일반 기자, 의학 전문 기자, 의료진과 약사, 온라인 뉴스팀, 언급 없음, 기타 등으로 구분하였다.

또한 건강 신념 모델의 다섯 가지 요인(비만에 대한 지각된 민감성과 심각성, 비만 예방 및 치료

행동에 대한 지각된 이익과 장애 요인, 행동 계기)을 조작화하였다. 비만에 대한 지각된 민감성은 일반적 민감성과 집단적 민감성으로 구분하였고, 비만에 대한 지각된 심각성은 신체적 문제, 정신적 문제, 경제적 문제, 삶의 질 문제로 나누어 분석하였다. 비만 예방 행동에 대한 지각된 이익은 비만 예방에 대한 강조, 건강 회복, 삶의 질 개선 등으로 구분하였다. 비만 예방 행동에 대한 지각된 장애 요인은 사회적 편견 등 심리적 장애와 물리적 장애로 구분하였다. 행동 계기는 개인이 간단히 할 수 있는 식이요법, 운동 등 내적 행동 계기와 전문가를 통한 약물 치료, 수술, 비만 예방 전문 프로그램 참여 등의 외적 행동 계기로 구분하였다. 건강 신념 모델 가운데 주관적 차원인 자기 효능감 요소는 프리테스트 결과 객관적인 미디어 뉴스 보도에서 잘 나타나지 않는 것으로 판단되어 제외하였다. 분석 단위는 개별 기사이며, 모든 항목들은 개별 기사 내에 명확히 제시되었는지의 여부로 코딩을 하였다. 한 기사 내에 두 개 이상의 요소들이 포함된 경우 중복 코딩하였다.

한편, 한 기사 내에 두 개 이상 프레임이 나타나는 경우는 절반 이상 다수 케이스로 나타났으며, 이는 뉴스 보도 기사의 속성상 문제 상황과 해결에 대한 내용이 함께 제시되는 경우가 많기 때문인 것으로 추정할 수 있다.

분석 항목들의 신뢰도 측정을 위해 사전 조사를 실시하였다. 커뮤니케이션미디어학 전공의 박사과정생 코더 두 명이 지각된 민감성, 지각된 심각성 등 건강 신념 모델 분석 유목에 대해 충분히 숙지하게 한 후 미디어 내용 분석을 실시하였다.

Table 1. Analysis items and definitions

HBM construct	Description	Detailed Items	Examples
Perceived susceptibility	Information that may increase the perceived risk for obesity	General	The obese population is growing. The lower the income, the higher the obesity
		Group	Childhood, Adolescent
		Included in both	Obesity is growing, but it is especially common among youth
Perceived severity	Information on serious problems that may appeared due to obesity	Physical	Various complications such as heart disease and stroke
		Mental	Mental disorders such as depression and panic disorder
		Economic	Treatment cost
		Quality of life	Friendship problems, Lack of confidence
Perceived benefits	Information that includes benefits attainable through obesity prevention behavior	Obesity Prevention	Obesity can be prevented Obesity can get better
		Health Recovery	Can regain health Reduce the risk of various complications
		Quality of life	Happiness Index improvement Confidence
Perceived barriers	Information, including obstructive factors that prevent obesity behavior	Psychological	Prejudice, Stigma
		Physical	Cost burden, System, Regulation
Cues to action	Information to help trigger obesity prevention behavior	Internal	Diet, Exercise
		External	Hospital treatment, Surgery

Note. This study used previous studies' framework based on the Health Belief Model (An & Lee, 2016; McWhirter & Hoffman, 2016)

최종 추출된 전체 기사량의 약 10%인 50개의 기사를 무작위 선정하여 Cohen's Kappa 신뢰도를 측정하였다. 주요 항목 요소들에 대한 신뢰도 분석 결과는 지각된 민감성(.84), 지각된 심각성(.88), 지각된 이익(.92), 지각된 장애 요인(.73), 행동 계기(.82) 등으로 나타나 적합한 것으로 나타났다.

연구 결과

비만 이슈에 대한 미디어 뉴스의 특성

2017년 10월 1일부터 2019년 9월 30일까지 2년간 <조선일보>, <중앙일보>, <한겨레>, <경향신문>에서 수집된 비만 관련 기사는 431건이다. 본 분석에 앞서 추출된 기사의 유형, 기사 작성자 특성을 분석하였다. 먼저 기사 유형에 대한 분석 결과, 비만 관련 스트레이트 기사가 전체 기사의 178

건(41.3%)으로 가장 많은 비중을 차지했다. 기획 기사가 전체 기사의 155건(36%)으로 두 번째로 많은 기사 유형으로 확인되었다. 칼럼은 58건(13.5%), 광고성 기사 27건(6.3%)이 그 뒤를 이었다. 인터뷰 기사 유형은 2.3%(10건), 기타 유형 기사는 3건(0.7%)이었다. 전문가의 칼럼이나 인터뷰 유형보다 스트레이트 유형의 뉴스 보도가 월등히 높은 것으로 나타났다.

기사 작성자의 특성 분석 결과, 일반 기자에 의해 작성된 기사가 전체 431건 중 356건(82.6%)로 가장 많았다. 의사, 약사 등 비만 관련 의학 전문가에 의해 작성된 기사는 41건(9.5%)이었다. 의학 전문기자 혹은 과학전문기자가 작성한 기사는 매우 적었다(13건, 3%). 그 뒤를 이어 온라인 뉴스팀 11건(2.6%), 언급 없음 6건(1.4%), 기타 4건(0.9%)이었다. 전반적으로 의사나 의학 전문 기자 등 비만 예방 전문가에 의해 작성된 뉴스 보도가 매우 적게 나타났다.

비만 이슈에 대한 지각된 민감성 프레임

비만에 대한 지각된 민감성은 누구나 비만이 될 수 있다는 일반적 민감성과 특정 집단에 대한 집단 민감성으로 구분하여 분석하였다. 지각된 민감성 요소를 제공하는 뉴스 보도는 총 215건(49.9%)으로 적지 않게 나타났다. 일반적 민감성에 해당하는 기사들은 “한국인이 날로 뚱뚱해지고 있다”, “고도 비만 인구는 꾸준히 증가해 전체 인구의 5%를 넘어섰고 2030년엔 9%까지 늘어날 것”, “세계보건기구(WHO)에서는 비만을 ‘21세기 신종 전염병’으로 규정”, “역세권에 살면 살이 덜 찌고, ‘3보 승

차(세 걸음 이상이면 차를 탄다는 뜻)’가 심한 지역 일수록 비만율이 높다”, “오후 9시부터 자정 사이에 음식물 500kcal를 섭취하면 비만 발생 위험이 26% 커지는 것으로 나타났다”, “늦은 시간대에 기름진 음식을 먹고 바로 잠에 드는 건 비만으로 가는 지름길” 등과 같은 메시지를 제공함으로써 비만에 대한 위험 인식을 증가시킬 수 있는 정보들을 제공하고 있었다.

중년 남성, 초중고 학생 등 특정 집단을 언급한 집단적 민감성을 제시한 기사는 69건(16.0%)이었다. 이에 해당하는 기사에서는 “우리나라 초중고 학생 4명 중 1명꼴로 비만 상태”, “중년의 복부 비만은 단순히 몸매에 국한되는 문제가 아니라 건강적 신호를 뜻하는 경고장”, “성인 남성의 비만율이 40%를 넘었다”, “초중고 학생 비만율이 전년도보다 0.8% 오르면서 역대 최고치인 17.3%를 기록”, “2016년 국민건강영양조사에 따르면 성인 남성 비만율은 42.3%를 기록해, 조사를 시작한 1998년 이후 처음 40% 선을 넘었다” 등의 정보를 제시하였다.

비만에 대한 일반적 민감성과 특정 집단에 대한 민감성이 모두 나타난 기사는 전체 기사 중 62건(14.4%)이었다. 이러한 기사들에서는 “국내 비만 인구의 비율은 33.7%로 조사되었는데, 40대 남성의 비만율은 49%로 절반 가까운 수치를 기록했다”, “대한비만학회에 따르면 성인 5명 가운데 1명은 복부 비만이다. 특히 여성의 경우 40대가 넘으면 여성호르몬인 에스트로젠 수치가 떨어지면서 엉덩이와 허벅지에 있던 지방이 복부에 쌓이게 된다”, “우리 국민이 전반적으로 뚱뚱해지고 있지

Table 2. Perceived susceptibility to obesity

HBM construct		n (%)
Perceived Susceptibility to Obesity	Perceived general susceptibility	84 (19.5)
	Perceived group susceptibility	69 (16.0)
	Both included	62 (14.4)
	Neither included	216 (50.1)
	Total	431 (100.0)

만, 특히 30~40대 남자 직장인들이 심각하다” 등의 정보가 제시되었다.

비만 이슈에 대한 지각된 심각성 프레임

비만에 대한 지각된 심각성은 비만에 대한 심각성 인식을 높일 수 있는 정보들이다. 신체적 문제, 정신적 문제, 경제적 문제, 삶의 질 저하로 유형화하여 분석하였다. 지각된 심각성 정보는 총 214건 (49.6%)으로 나타나 지각된 민감성과 유사한 수준으로 많이 전달되고 있음을 알 수 있었다.

먼저 비만으로 인한 신체적 문제에 대한 정보를 제시한 기사는 전체 431건 중 172건으로 다른 유형과 비교할 때 가장 많았다. 이에 해당하는 기사들은 “비만은 당뇨, 고혈압 등 대사성 질환에다 심혈관계 질환과 각종 합병증을 일으켜 사망을 유발하는 현대 문명병”, “고도 비만은 당뇨병, 고지혈증, 고혈압의 중복 발생을 초래하고 심혈관, 뇌혈관 질환을 유발한다”, “비만이 현대인의 건강을 위협하는 질병으로 지목되는 이유는 단순히 미적인 요인을 벗어나 몸속 나쁜 염증을 생성해 당뇨병, 고혈압, 관절염, 암 등 심각한 질병의 원인이 되기

때문이다”, “2030 연령층도 비만일 경우 관상동맥 질환 발생 위험이 최대 97%까지 높아지는 것으로 나타났다”와 같은 정보를 제공했다.

비만에 대한 지각된 심각성 요소들 중 정신적 문제, 경제적 문제, 삶의 질 문제는 각각 10건, 21건, 11건으로, 신체적 문제가 172건 언급된 데 비해서 상대적으로 그 빈도가 매우 적게 나타났다. 구체적으로 기사에 제시된 각각의 심각성 요인들은 다음과 같다. 정신적 이상에 대해서는 “과체중 어린이는 낮은 자존감, 우울감, 사회적 고립 등의 심리적 문제도 겪을 수 있다”, “소아 비만은 영양 불균형 탓에 생기고 이로 인해 아이들의 자존감이 떨어지고 우울증을 겪을 수 있다”, “비만은 정서 불안이나 사회적 고립을 가져오는 등 정신 건강에도 악영향을 준다” 등이 언급되었다. 경제적 문제와 관련해서는 “비만이 유발하는 비용인 의료비, 생산성 저하 및 손실액, 조기 사망비, 간병비 중 의료비 규모가 5조8858억(51.3%)으로 가장 크다”, “비만으로 인한 사회경제적 손실은 2006년 4조8000억 원에서 2015년 9조2000억 원으로 최근 10년간 약 2배 증가”, “비만으로 인한 사회경제적 손

Table 3. Perceived severity of obesity

HBM construct		n (%)
Physical Severity	Included	172 (39.9%)
	Not included	259 (60.1)
	Total	431 (100.0)
Mental Severity	Included	10 (2.3)
	Not included	421 (97.7)
	Total	431 (100.0)
Severity of Economic Loss	Included	21 (4.9)
	Not included	410 (95.1)
	Total	431 (100.0)
Severity of Poor Quality of Life	Included	11 (2.6)
	Not included	420 (97.4)
	Total	431 (100.0)

실이 지속해서 증가했는데 특히 진료비의 경우 3년 사이 1.5조 원 이상 상승” 등이 언급되었다. 삶의 질 문제와 관련해서는 “남성은 비만으로 자신감이 떨어진 상태에서, 이를 만회하려다 식사 장애까지 생기는 환자가 많다”, “복부 비만이 심해지면 허리가 굽어지고 옷맵시가 나질 않아 여성으로서 자신감이 떨어지게 될 수 있다”, “OOO 씨는 고도 비만이었던 시절 온몸에 ‘적신호’가 켜졌다고 말했다. 그는 숨쉬기, 잠자기, 걷기 등 모든 일상 행동이 힘들었다고 설명했다” 등이 언급되었다.

비만 이슈에 대한 지각된 이익 프레임

다음으로는 비만을 치료하거나 예방하는 행동을 할 때 얻을 수 있는 이익과 효과성에 대한 정보가 기사에 얼마나 나타나는지 검토하였다. 이익과 효

과성에 대한 정보는 비만이 나아질 수 있음을 강조하는 정보, 건강 회복으로 인해 얻을 수 있는 구체적인 이점을 담은 정보, 비만 예방 행동을 통해 삶의 질이 개선될 수 있음에 대한 정보 등으로 유형화하였다. 전체 지각된 이익에 대한 정보는 총 73건(16.9%)으로 지각된 민감성과 심각성 정보에 비해 상대적으로 매우 낮은 비율로 나타났다.

먼저 치료 및 예방으로 비만이 나아질 수 있음을 강조하는 내용을 제시한 기사는 전체 431건 중 32건(7.4%)에 불과했다. 이에 해당하는 기사들은 “중년의 체지방 관리와 다이어트는 단순한 체형 교정뿐 아니라 건강까지 지키는 방향”, “위의 크기를 줄이는 비만 수술이 주목받고 있다. 비만 수술을 할 경우 내과적 치료만 했을 때보다 결과가 좋다”, “소아·청소년 비만 예방은 비용 대비 효과가

Table 4. Perceived benefits of obesity prevention behavior

HBM construct		n (%)
Emphasize Obesity Prevention	Included	32 (7.4)
	Not included	399 (92.6)
	Total	431 (100.0)
Benefits of Health Recovery	Included	32 (7.4)
	Not included	399 (92.6)
	Total	431 (100.0)
Benefits of Improvement Quality of Life	Included	9 (2.1)
	Not included	422 (97.9)
	Total	431 (100.0)

가장 우수” 등의 정보가 언급되었다.

비만 예방 행동을 통해 건강이 회복되면서 얻을 수 있는 구체적인 이점을 담은 기사도 전체 431건 중 32건(7.4%)밖에 되지 않았다. 구체적으로 “젊은 비만 남성이 적정 체중(BMI 23 미만)으로 살을 뺐을 때는 관상동맥 질환 발생 위험이 23% 감소”, “체중 감량을 통한 적정 체중 조절이 질환 예방에 도움을 준다”, “심장혈관 질환의 예방뿐 아니라 시술 후 심장 건강을 위해 복부 지방을 줄이는 것이 좋다” 등의 정보가 언급되었다.

비만 예방 행동을 통해 삶의 질이 개선된다는 언급을 한 기사들 역시 전체 431건 중 9건(2.1%)으로 비만 예방의 이익 정보 유형 중 가장 적었다. 구체적으로 “수술 후 소극적이었던 성격이 활동적으로 변화된 환자를 보곤 한다. 그만큼 환자의 삶이 긍정적으로 변한다”, “고도 비만 수술은 미용 목적이 아니라 궁극적으로 삶의 질 개선과 생명 연장을 꾀하는 수술”, “장기적이고 충분한 체중 감소

를 유도하고 이를 통해 비만과 관련된 동반 질환을 치료 또는 개선해 삶의 질을 향상시킬 수 있다” 등을 제시하였다.

비만 이슈에 대한 지각된 장애와 해결 프레임

비만 예방 행동을 방해하는 지각된 장애 요인 분석을 위해, 장애 요인의 유형을 의지 결여·사회적 편견 등의 심리적 장애와 환경·비용·제도·상황 등의 물리적 장애 등 두 가지 유형으로 구분하여 분석하였다. 장애 요인에 대해서는 비만 예방 행동을 저해하는 요소를 언급하거나, 이러한 요소를 해소하는 방안을 언급한 정보를 포함하였다. 지각된 장애와 장애 해소 관련 정보는 총 66건(15.3%)으로 지각된 이익 정보와 유사하게 낮은 비율로 제시되고 있었다.

먼저 심리적 장애 요인을 언급하거나 이것이 해소될 수 있는 정보를 제시한 기사는 전체 431건 중 21(4.9%)건에 불과했다. 이러한 기사는 “무엇

Table 5. Perceived barriers to obesity prevention behavior

HBM construct		n (%)
Perceived Psychological Barriers	Included	21 (4.9)
	Not included	410 (95.1)
	Total	431 (100.0)
Perceived Physical Barriers	Included	45 (10.4)
	Not included	386 (89.6)
	Total	431 (100.0)

보다 비만을 바라보는 시선이 문제이며 고도 비만은 전문 치료가 필요한 질병이지만 사람들은 그저 게으른 사람이 걸린다고 여길 뿐”, “체중 감량을 시도하지만 얼마 못 가 실패하고 만다. ‘남보다 많이 먹는 편이 아닌데 왜 살이 찰까’ ‘평소보다 적게 먹는데 왜 살이 안 빠질까’ 고민하다 포기한다”, “살을 빼야겠다’고 다짐해도 기름진 음식을 즐기던 입맛을 바꾸긴 어려웠다”, “몸을 더 움직여야 할 사람들이 그럴 의욕도, 자신감도 덜하다는 얘기다”, “그로소포비아는 ‘과체중인 사람을 대상으로 한 거절, 무시, 적의’를 지칭하는 개념이다. 비만 혐오는 많은 시민들이 실제로 살고 있는 현실” 등의 정보를 제시하였다.

다음으로 비만에 대한 물리적 장애 요인을 언급하거나 이를 해소시켜 줄 수 있는 정보가 제시된 기사의 비율은 전체 기사 431건 중 45건(10.4%)으로 나타났다. “내년부터는 저소득층뿐만 아니라 다문화· 장애인 가정 청소년도 운동을 배울 수 있도록 스포츠 강좌 이용권 지원 대상을 두 배로 늘린다”, “식약처는 어린이들이 주로 TV를 시청하는

시간대(오후 5~7시) 패스트푸드 등 고열량·저영양 식품 광고 금지하고, 장난감 등을 끼워 주는 광고를 하지 못하도록 규제한다. 덕분에 어린이 비만 증가율이 2001~2007년 2.7%에서 2011~2017년 1%로 줄었다”, “정부에서는 지난 1월부터 고도 비만 환자의 비만 수술에 대해 건강보험을 적용했다. 원래 700만~1000만 원 들던 본인 부담금이 150만~300만 원 선으로 크게 줄었다”, “보건복지부가 고도 비만을 질병으로 인정, 고도 비만 수술인 위밴드술, 루와이위우회술, 위소매절제술에 한해 건강보험을 적용” 등이 제시되었다.

비만 이슈에 대한 치료 및 예방 행동 계기 프레임

비만의 치료 및 예방과 관련된 행동 계기는 운동, 식이요법, 건강식품 섭취 등 내적 행동 계기와 병원, 수술, 약물, 전문가 지도 프로그램 등 외적 행동 계기 두 가지로 유형화하여 분석하였다. 전체 행동 계기 요소는 299건(69.4%)으로 나타났으며, 이 가운데 내적 행동 내적 행동 계기를 제시한 기사가 전체 431건 중 221건(51.3%)으로 가장 많은

[Provider:earthfile] Download by IP 125.143.159.160 at Friday, July 9, 2021 2:20 PM

Table 6. Cue to action to obesity prevention behavior

HBM construct		<i>n</i> (%)
Internal Cue to Action	Included	221 (51.3)
	Not included	210 (48.7)
	Total	431 (100.0)
External Cue to Action	Included	78 (18.1)
	Not Included	353 (81.9)
	Total	431 (100.0)

비율을 차지했다. 이에 해당하는 기사는 “식습관 관리와 운동이 정말 중요하다. 오후 8시 이후에 먹지 않기, 당이 많은 음료수와 과자 먹지 않기, 하루 30분 운동하기 등의 수칙만 생활화해도 비만을 상당 부분 예방할 수 있다”, “하루 중 12~24시간 금식으로 체중을 감량하는 ‘간헐적 단식’을 할 때 운동을 병행하면 체중·대사 지표가 더욱 개선”, “복부 비만을 예방하려면 출퇴근 시 대중교통을 이용해 걷는 시간을 늘리고 근력 운동을 병행하는 것이 좋다”, “평소 과식을 피하고 본인의 건강 상태에 따라 적절한 영양을 섭취하고 운동을 병행하는 것이 비만을 예방하는 가장 확실한 방법”, “소아청소년 비만 관리의 목표는 단순히 몸무게를 줄이는 것이 아니라 성장하는 어린이가 건강한 생활습관을 갖도록 돕는 것이기 때문에 전반적인 생활습관 교정이 중요하다. 당이 포함된 음료수와 패스트푸드, 열량 과잉 섭취와 과식 자체를 피하는 등 식습관을 개선하는 것이 우선이다” 등의 정보를 제시하였다.

외적 행동 계기가 제시된 기사는 전체 431건 중

78건(18.1%)으로, 내적 행동 계기가 제시된 기사 빈도의 절반에도 미치지 못하였다. 이러한 기사들에서는 “대사 수술은 비만 뿐 아니라 대사 질환들의 위협에서 벗어날 수 있는 하나의 방법이다. 자신의 노력만으로 비만을 극복하지 못한다면 이를 질병으로 인식하고 적극적으로 치료하는 것이 바람직하다”, “고도비만 환자나 대사 질환을 함께 가지고 있는 비만 환자에게 가장 효과적인 치료법 중 하나는 바로 비만대사수술”, “비만클리닉에서 다이어트약이나 지방 분해 주사 등의 도움을 받아 운동을 병행하면 좀 더 안전하고 효율적인 체중 감량에 도달할 수 있다”, “정부는 비만 학생에게는 체지방 증가·혈압 상승 등 대사증후군 검사를 해 결과를 제공하고 일선 학교에는 비만 예방 프로그램을 보급하기로 했다”, “꾸준한 운동이나 식이요법 등 생활 패턴 개선에도 비만이 해결되지 않을 경우에는 전문의와 상담을 통해 자신에게 맞는 치료 방법을 함께 찾는 것이 중요하다” 등의 정보를 포함하고 있었다.

결론 및 논의

범아메리카보건기구는 비만 문제의 해결을 위해 비만 예방에 초점을 맞추는 동시에 국민들이 건강한 선택을 할 수 있는 사회적 환경을 만드는 비만 예방 액션 플랜(Plan of Action for the Prevention of Obesity)을 제시하였다(Pan American Health Organization, 2014). 또한 세계비만연맹은 세계 비만 예방의 날을 지정하여 비만 예방 및 치료의 중요성을 전 세계인들이 상기할 수 있도록 하였다. 그럼에도 불구하고 비만 문제는 여전히 국내 외적으로 중요한 사회적 이슈가 되고 있다. 본 연구는 비만 예방을 위한 사회 환경 조성을 위해 일반인들이 건강 정보를 가장 손쉽게 접할 수 있는 미디어 뉴스의 역할에 초점을 맞추었다. 특히 일반인들을 대상으로 하는 국내 종합 주요 일간지 네 종의 비만 이슈에 대한 뉴스를 대상으로 비만 예방 행동을 설명하고 예측할 수 있는 건강 신념 모델을 적용하여 비만에 대한 미디어 프레이밍을 내용 분석하였다.

주요 연구 결과를 살펴보면, 먼저 비만 뉴스에 대한 전반적인 특성으로 스트레이트 기사량이 41.3%인 반면에 기획 기사나 칼럼은 각각 36%, 13.5%인 것으로 나타나 비만에 대한 해설이나 전문가 관점의 의견 기사가 상대적으로 적음을 알 수 있었다. 실제 기사 작성자 분포도 일반 기사가 83% 정도로 대부분이었으며, 의사나 의학 전문가 등 비만 전문가가 작성한 기사는 상대적으로 매우 적게 나타났다. 이는 국내 비만 이슈에 대한 미디어 뉴스가 비만에 대한 전문적 지식을 갖고 있는

전문가보다는 대부분 일반 기자들에 의해 작성되어 왔음을 보여 주는 결과이다.

다음으로 본 연구에서는 건강 신념 모델의 다섯 가지 주요 요소-비만에 대한 지각된 민감성, 지각된 심각성, 비만 예방 행동에 대한 지각된 이익, 지각된 장애 요인과 해결 방안, 비만 예방 및 치료 촉발 행동 계기-들이 국내 비만 이슈 관련 미디어 뉴스에서 어떻게 제시되고 있는지 살펴보았다. 건강 신념 모델의 다섯가지 구성 요소들은 선행 연구들에서 제시한 바와 같이 첫째, 지각된 민감성으로서 누구나 혹은 특정 집단이 쉽게 비만이 될 수 있고, 둘째, 지각된 심각성으로서 비만으로 인한 합병증 위험이 치명적이며, 셋째, 비만 예방 행동의 지각된 이익으로서 비만 예방 행동이 개인의 건강을 둘러싼 삶의 질을 개선시키며, 넷째, 비만 예방의 지각된 장애 요인과 해소 요인으로서 비만 치료 및 예방에 드는 비용 부담이 예전에 비해 줄어들었고, 다섯째, 비만 예방 및 치료 행동 촉진을 위한 행동 계기로서 비만은 전문가의 도움이 필요하다는 등의 메시지들을 해당 기사에서 포함하고 있는지 살펴보았다.

분석 결과, 비만 이슈 미디어 뉴스에서 건강 신념 모델 가운데 전반적으로 가장 많이 나타난 요소는 내적 행동 계기로서 비만 치료 및 예방과 관련한 운동, 식이요법, 건강식품 섭취 등을 제시한 기사가 221건(51.3%)으로 가장 많이 나타났다. 즉, “하루 30분 운동하기”, “오후 8시 이후에 먹지 않기” 등 비만 예방 및 치료와 관련된 내적 행동 계기가 가장 빈번하게 제시되었다. 반면, 의사 등 비만 전문가의 도움을 받아야 한다는 내용을 제시한 외

적 행동 계기는 78건(18.1%)에 불과해 상대적으로 낮은 빈도로 나타났다. 즉, “전문의 상담을 통해 자신에게 맞는 치료 방법을 함께 찾는 것이 중요하다”, “질병으로 인식하고 적극적으로 치료하는 것이 바람직하다” 등의 외적 행동 계기 요소는 기사에서 상대적으로 적게 제시되고 있었다. 이러한 결과를 볼 때, 국내 주요 미디어들이 비만에 관한 뉴스를 통해 비만을 적극적으로 치료해야 할 질병으로 프레이밍하기보다는, 개개인 차원에서 식단 조절과 운동을 통해 해결할 수 있는 단순한 체중의 문제로 프레이밍하고 있음을 알 수 있다.

내적 행동 계기 요소 다음으로 빈번하게 나타난 건강 신념 모델 구성 요소는 비만에 대한 위험 인식을 증가시킬 수 있는 지각된 민감성이었다. 국내 비만 인구 비율이 증가하고 있다거나 특정 집단의 비만 비율이 증가하고 있다는 등 비만에 대한 지각된 민감성을 강조한 기사가 215건(49.9%)으로 많이 나타났다. “고도 비만 인구가 꾸준히 증가해 2030년에는 9%까지 늘어날 것”, “성인 남성 비만율이 42.3%를 기록” 등 누구나 혹은 특정 집단이 쉽게 비만이 될 수 있다는 일반적 집단적 민감성 요인을 빈번하게 강조하고 있었다. 선행 연구들에서 건강 신념 모델의 지각된 민감성 요소는 건강 예방 행동을 매개하는 것으로 언급되었다(An & Lee, 2016; Mahler, Fitzpatrick, Parker, & Lapin, 1997). 때문에 국내 미디어 뉴스에서 누구나 비만이 될 수 있고, 일반인들 개개인의 비만의 가능성이 강조되고 있는 것은 수용자들의 비만 이슈와의 관련성을 높이고 비만 예방 행동을 매개할 수 있는 요소로 보여진다.

또한 비만에 대한 지각된 심각성 요소가 214건(49.6%)으로 비슷하게 많이 나타났다. 심각성 요소 세부 차원 가운데 신체적 문제와 관련된 심각성이 172건(39.9%)으로 가장 많이 나타났다. 신체적 심각성이란 비만으로 인한 합병증 위험, 질병 발생의 위험 등에 대한 내용을 예로 들 수 있다. 즉, “비만은 당뇨와 고혈압 등 대사성 질환에다 심혈관계 질환과 각종 합병증을 일으켜 사망을 유발하는 현대 문명병” 등의 내용이 이에 해당한다. 다음으로는 경제적 문제, 삶의 질 저하 문제, 정신적 문제의 심각성 등의 순서로 제시되었으나 모두 소수에 불과했다. 기존 연구들은 건강 신념 모델 가운데 질병에 대한 수용자들의 지각된 민감성(Mahler et al., 1997)과 지각된 심각성(McWhirter & Hoffman, 2016) 요소가 건강 예방 행동을 매개할 수 있다고 설명하였다. 따라서 국내 미디어에서 빈번하게 나타난 비만에 대한 지각된 민감성과 심각성 요소의 강조는 일반인들의 비만 예방 행동을 매개할 수 있는 유의미한 자극 요소로 간주할 수 있다.

국내 미디어에서 비만에 대한 지각된 민감성과 심각성이 빈번하게 제시되고 있는 반면, 비만 예방 행동을 촉진하는 행동 계기 요소는 내적 행동 계기만 빈번하게 제시되었다. 즉, 운동, 식이요법 등 내적 행동 계기 요소는 매우 빈번하게 제시되는 반면, 병원 약물 치료·수술·전문가 지도 등 외적 행동 계기 요소는 적게 제시되는 것으로 나타났다. 이는 피부암과 관련된 기사 내용 분석에 건강 신념 모델을 적용한 선행 연구에서 명백한 행동 계기 요소가 적게 나타났다는 연구 내용과도 유사한

결과이다(McWhirter & Hoffman, 2016). 즉, 국내 미디어 뉴스들은 비만 이슈의 민감성과 심각성 요소의 강조를 통해 비만에 대한 일반인들의 관여도와 위험은 강조하고 있지만, 실제 비만 예방 행동을 직접적으로 촉발시킬 수 있는 외적 행동 계기 요소는 강조하지 않는 것으로 나타났다. 내적 행동 계기 요소도 중요하지만, 자칫 비만 이슈를 개인이 운동이나 식이요법 등으로 해결할 수 있는 단순한 체중의 문제로 고착화시킬 수 있다. 비만 예방과 치료 행동에 대한 외적 행동 계기 요소의 제시를 통해 비만이 질병이라는 인식을 전달하고, 전문가의 가이드와 병원 약물 치료 등으로 비만 예방과 치료를 보다 적극적으로 유도할 수 있는 프레이밍과 정보 전달이 바람직할 것이다. 이를 통해 내적 행동 계기와 외적 행동 계기의 균형 잡힌 병행이 이루어지도록 하는 것이 필요하다. 본 연구는 건강 신념 모델의 외적 행동 계기 요소에 대한 더 많은 강조가 필요하다는 시사점을 제시했다는 데에 의미가 있다.

한편, 비만 예방 행동의 지각된 이익에 대한 요소는 73건(16.9%)으로, 지각된 장애와 장애 극복에 대한 요소는 66건(15.3%)으로 모두 상대적으로 적게 제시되고 있었다. 즉, “체중 감량을 통한 적정 체중 조절이 질환 예방에 도움을 준다”와 같은 비만 예방 행동으로 인한 이익 요소나 장애와 장애 극복에 관한 요소들이 상대적으로 적게 제시되고 있는 것이다. 기존 연구들(Kim, 2020; Mainman & Becker, 1974; McWhirter & Hoffman, 2016; Tanner-Smith & Brown, 2010)은 건강 신념 모델에서 건강 예방 행동에 대한 지각된 이익과 장애

요소들이 건강 행동의 강한 예측 변인이며, 지각된 이익이나 지각된 장애가 실제 건강 행동을 강하게 이끌 수 있음을 지적하였다. 이러한 측면에서 국내 미디어 뉴스들은 향후 비만 예방 행동의 지각된 이익이나 지각된 장애 요인과 해소에 대한 보도를 늘림으로써 일반인 수용자들의 비만 예방이나 치료 행동을 더욱 증가시킬 수 있다.

비만 예방 행동에 대한 심리적 장애 요인은 21건(4.9%), 물리적 장애 요인은 45건(10.4%)으로 둘 다 상대적으로 적게 제시되고 있었으며, 특히 심리적 장애 요인은 “살을 빼야겠다고 다짐해도 기름진 음식을 즐기던 입맛을 바꾸긴 어려웠다”, “몸을 더 움직여야 할 사람들이 그럴 의욕도 자신감도 덜하다는 얘기다” 등과 같이 비만 예방과 치료 행동을 저해하거나 이를 극복하는 정보이며, 이러한 장애와 장애 극복에 대한 정보가 적게 제시되고 있음을 알 수 있다.

정리하면, 본 연구에서 분석 결과 국내 미디어에서 전반적으로 빈번하게 나타난 지각된 심각성의 제시는 선행 연구들과도 유사한 경향으로 해석할 수 있다(McWhirter & Hoffman-Goetz, 2016; Guidry et al., 2019). 미디어들의 이러한 비만에 대한 심각성의 강조는 수용자들의 비만에 대한 위험 인식을 높이고, 비만 예방 행동을 촉진시키는 데 기여한다고 볼 수 있다. 국내 미디어들의 비만 예방 행동에 대한 지각된 이익과 장애 해소 요소의 부족 역시 국내 선행 연구들에서 지적한 결과와 유사한 경향을 나타내고 있다(An & Lee, 2016; Guidry et al., 2019). 태너와 브라운(Tanner-Smith & Brown, 2010)은 지각된 이익과 장애 해

소 요소가 건강 행동에 더 강한 관련성을 가진다고 지적한 바 있다. 따라서 본 연구에서 나타난 지각된 이익과 장애 해소 요소의 부족은 향후 국내 미디어들이 보도에 있어 보다 충분한 지각된 이익과 장애 해소 요소의 강조의 필요성을 시사한다. 현재의 보도 경향에서 부족한 지각된 이익과 장애 해소 요소들은 비만에 대한 적극적인 예방 행동을 직접적으로 이끄는 데 충분하지 못할 우려가 있다. 본 연구에서 상대적으로 적게 나타난 외적 행위 단서 요소 역시 선행 연구들이 제시한 명백하고 외적인 행위 단서가 적다는 연구 결과들과 유사한 결과이다(An & Lee, 2016; McWhirter & Hoffman-Goetz, 2016). 본 연구는 건강 신념 모델을 활용한 미디어 내용 분석에 관한 선행 연구들과 유사한 결과가 비만을 주제로 한 미디어 뉴스 보도 내용 분석에서도 나타나고 있음을 확인했다는데 의미가 있다. 하지만, 해외 연구에서 다소 빈번히 나타난 지각된 이익 요소가 국내 선행 연구에서는 적게 나타난 것과 유사하게 본 연구에서도 적게 나타났다는 결과는 향후 비만과 관련한 미디어 뉴스 보도 방향성에 시사점을 제공한다.

한편, 이러한 내용 분석 결과는 뉴스 보도의 주요 정보원으로 나타난 일반 기자들의 비만 문제 인식이 반영된 결과로 해석될 수 있다. 비만을 단순히 개인 차원의 내적 요인을 통해 해결할 수 있다는 인식이나, 신체적 심각성 요소만 과도하게 강조되는 경향, 지각된 이익 요소에 대한 무관심 등이 반영된 결과로 추정될 수 있다. 비만 뉴스 보도에 있어 건강 의학 전문가의 활발한 참여, 일반 기자들을 대상으로 한 비만 문제 교육, 건강 신념 모

델에 기반한 메시지 강조와 수용자들의 행동 변화 기대 등에 관한 충분한 교육과 뉴스 기획 보도가 이루어지는 것이 필요하다.

본 연구는 국내 주요 미디어 뉴스의 비만 이슈에 관한 프레이밍을 건강 커뮤니케이션 관점에서 건강 신념 모델에 근거해 살펴보았다. 건강 신념 모델을 적용한 미디어 프레이밍 분석 결과에 근거해 볼 때, 일반적인 프레이밍 분석 결과로는 도출하기 어려웠던 수용자들의 비만 예방 행동과의 관련성 및 미디어 전달 방식의 문제점들을 도출해 낼 수 있었다. 일반인들이 가장 쉽게 비만 예방과 치료에 대한 정보를 접할 수 있는 국내 미디어들의 영향력을 감안할 때, 향후 뉴스 전달 방식에 있어 실제 비만 예방과 치료 행동을 이끌어 내기 위해서는 외적 행동 계기 요소와 비만 예방 행동에 대한 지각된 이익 및 장애 해소 요소의 충분한 정보 전달과 강조의 필요성이 제시되었다.

최근 들어 비만 문제의 심각성과 중요성이 증가하는 상황에서 수용자들에게 큰 파급 효과를 가지는 주요 미디어들의 역할과 정보 전달 방향성의 재정립이 필요한 시점이다. 또한 본 건강 신념 모델의 구성 요소들에 근거한 국내 미디어 뉴스 내용 분석 결과는 뉴스 정보뿐 아니라 각종 비만 관련 교육이나 프로그램 콘텐츠, 소셜 미디어 캠페인 등에도 적용할 수 있다. 일반인들의 비만 예방에 대한 이해와 실제 행동 수준을 높일 수 있도록 미디어뿐 아니라 사회 다양한 관련 기관, 정부의 비만 예방 정책과 프로그램 등에서 본 연구 결과를 바탕으로 건강 신념 모델 구성 요소들의 적절한 적용을 통해 다각도로 비만 예방 및 치료를 위한 메

시지 프레이밍과 교육 기회를 충분히 마련하는 것이 필요하다.

본 연구는 건강 신념 모델을 통해 국내 주요 미디어들의 비만 뉴스 프레이밍을 체계적으로 분석하고, 비만 예방과 관련한 보도의 방향성을 제시했다는 데 큰 의미를 갖지만, 그럼에도 불구하고 몇 가지 제한점을 가진다. 첫째, 국내 주요 미디어들만을 대상으로 분석하였기 때문에, 연구에 포함시키지 않은 방송 매체, 소셜 미디어 등 전체 미디어에까지 연구의 결과를 일반화시키기는 어렵다. 둘째, 미디어 뉴스의 프레이밍 유형 분석에 초점을 맞추었기 때문에 이러한 프레이밍 요소들이 실제 일반인 수용자들에게 어떻게 전달되고 수용되는지까지는 밝혀내지 못했다. 셋째, 본 연구는 건강 신념 모델에 근거해 미디어 뉴스 내용을 분석함으로써 건강 신념 모델에 포함된 구성 요소들의 현저성은 파악할 수 있었지만, 건강 신념 모델 이외

의 다른 프레임 모델들이 제시하는 요소들을 파악하는 데는 한계를 가진다. 넷째, 본 연구는 비만에 대한 객관적인 미디어 뉴스 보도 분석이라는 점에서 건강 신념 모델 구성 요소들 중 주관적 지각인 자기 효능감 요소를 제외시켰다. 향후 비만 주체가 포함될 수 있는 인터랙티브 미디어나 참여자 생산 콘텐츠 내용 분석 연구에서는 자기 효능감 요소를 포함시킬 수 있을 것이다. 다섯째, 본 연구는 국내 주요 미디어들에 국한하여 내용 분석을 실시하였기에 한국적 상황이라는 특수성을 가진다. 후속 연구를 통해 해외 미디어들까지도 분석하여 좀 더 일반화된 결과를 도출할 수 있을 것이다. 여섯째, 본 연구 결과에서 제시된 유목별 기사의 비율에 대한 기사 간 차이의 유의미성 검증이 이루어지지 않았다. 이러한 제한점들은 추가 연구를 통해 보다 개선되고 정교화되는 것이 필요하다.

References

- An, S., & Lee, H. (2016). Media guidelines for suicide prevention: Content analysis of news stories on depression according to Health Belief Model. *Health and Social Welfare Review*, 36(1), 529-564.
- Anderson, J. W., & Konz, E. C. (2001). Obesity and disease management: Effects of weight loss on comorbid conditions. *Obesity Research*, 9(4), 326S-334S.
- Caroli, M., Argentieri, L., Cardone, M., & Masi, A. (2004). Role of television in childhood obesity prevention. *International Journal of Obesity*, 28, S104-S108.
- Cho, I., & Na, E. (2013). Obesity, deviance or stigma?: The effect of news framing of obesity on overweight perception, attitude toward overweighted people, and behavioral intention of overweight prevention. *Korean Journal of Journalism and Communication Studies*, 57(2), 316-341.
- G, Y. (2007). An analysis of news reports about the scandals of the presidents "relatives and In-laws": A news frame approach. *Communication Theory*, 3(1), 156-196.
- Guidry, J. P. D., et al. (2019). Using the health belief model to analyze Instagram posts about Zika for public health communications. *Emerging Infectious Diseases*, 25(1), 179-180.
- Heuer, C. A., McClure, K. J., & Puhl, R. M. (2011). Obesity stigma in online news: A visual content analysis. *Journal of Health Communication*, 16(9), 976-987.
- Hilton, S., Patterson, C., & Teyhan, A. (2012). Escalating coverage of obesity in UK newspapers: The evolution and framing of the "obesity epidemic from 1996 to 2010". *Obesity*, 20(8), 1688-1695.
- Hong, E., & Lee, C. (2012). Content analysis of anti-smoking TV advertisements: Different adaptation of health communication theories between Korea and the U.S.A. *Journal of the Korea Contents Association*, 12(11), 76-87.
- Hummel, A. C., & Smith, A. R. (2014). Ask and you shall receive: Desire and receipt of feedback via Facebook predicts disordered eating concerns. *International Journal of Eating Disorders*, 48, 436-442.
- Iyengar, S. (1991). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Kim, O. H. (2020). The effects of health beliefs and prevention behavior intentions on eating out during the COVID-19 pandemic: Applying a health belief model. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 34(12), 169-185.
- Kim, S. H., Scheufele, D. A., & Shanahan, J. (2002). Think about it this way: Attribute agenda-setting function of the press and the public's evaluation of a local issue. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79, 1-25.
- Kim, S. H., & Willis, L. A. (2007). Talking about obesity: News framing of who is responsible for causing and fixing the problem. *Journal of Health Communication*, 12, 359-376.
- Kim, H., & Hwang, S. (2010). Your weight is whose problem?: A content analysis of news frames on obesity-related coverage. *Media, Gender and Culture*, 13, 155-177.
- Korea Audit Bureau of Certification. [Internet]. Paid number of daily newspapers published in 2019. [cited 2020 May 31]. Available from <http://www.kabc.or.kr/about/notices/100000002975>
- Lawrence, R.G. (2004). Framing obesity: The evolution of news discourse on a public health issue. *Harvard International Journal of Press/Politics*, 9(3), 56-75.
- Lee, E., Noh, S., Choi, E., & Kang, C. (2010). Social construction of obesity: Framing obesity in Korean news media 1990-2009. *Korean Journal of Journalism and Communication Studies*, 54(2), 87-115.

- Mainman, L. A., & Becker, M. H. (1974). The health belief model: origins and correlates in psychological theory. *The Health Education Monographs*, 2(4), 336-353.
- Mahler, H. I. M., Fitzpatrick, B., Parker, P., & Lapin, A. (1997). The relative effects of a health-based versus an appearance-based intervention designed to increase sunscreen use. *American Journal of Health Promotion*, 11, 426-429.
- McCombs, M. E., & Ghanem, S. I. (2001). Agenda setting and framing. In S. D. Reese, O. H. Gandy, & A. E. Grant (Eds.), *Framing public life: Perspectives on media and our understanding of the social world* (pp. 67-83). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McWhirter, J. E., & Hoffman-Goetz, L. (2016). Application of the Health Belief Model to U.S. magazine text and image coverage of skin cancer and recreational tanning (2000-012). *Journal of Health Communication*, 21(4), 424-438.
- Miles, A., Rapoport, L., Wardle, J., Afuape, T., & Duman, M. (2001). Using the mass-media to target obesity: An analysis of the characteristics and reported behaviour change of participants in the BBC's 'Fighting Fat, Fighting Fit' campaign. *Health Education Research*, 16(3), 357-372.
- PAHO (Pan American Health Organization) (2014). Plan of action for the prevention of obesity in children and adolescents 53rd directing council 66th session of the regional committee of WHO for the Americas, Available from <https://www.paho.org/nutriciondesarrollo/wp-content/uploads/2014/09/Plan-of-Action-for-the-Prevention-of-Obesity-in-Children-and-Adolescents.pdf>
- Scheufele, D. A., & Tewksbury, D. (2007). Framing, agenda setting and priming: The evolution of three media effects models. *Journal of Communication*, 57, 9-20.
- Sheeran, P., & Abraham, C. (1996). The health belief model. *Predicting Health Behavior*, 2, 29-80.
- Tanner-Smith, E. E., & Brown, T. N. (2010). Evaluating the Health Belief Model: A critical review of studies predicting mammographic and pap screening. *Social Theory & Health*, 8(1), 95-125.
- The Ministry of Health and Welfare. National obesity management comprehensive measure [Internet]. 2018. [cited 2020 May 31]. Available from <http://policy.nl.go.kr/cmmn/FileDown.do?atchFileId=224076&fileSn=65522>.
- WHO(World Health Organization) (1998). Obesity: Preventing and managing the Global Epidemic. WHO. Geneva.
- WHO(World Health Organization (2020, 5). Available from <https://www.who.int/topics/obesity/en/>
- Yoo, J.H., & Kim, J.(2012). Obesity in the new media: A content analysis of obesity vidios on YouTube. *Health Communication*, 27, 86-97.
- Zhang, X., Baker, K., Pember, S., & Bissell, K. (2017). Persuading me to eat healthy: A content analysis of YouTube public service announcements grounded in the health belief model. *Southern Communication Journal*, 82(1), 38-51.

최초 투고일 2020년 10월 24일

논문 심사일 2020년 11월 05일

논문 수정일 2021년 05월 11일

게재 확정일 2021년 06월 17일

Media Content Analysis for Obesity Prevention

Focusing on the Perspectives of the Health Belief Model*

Yujin Lim

Ph.D. Researcher, Dept. of Communication Media, Ewha Womans University**

Seungmi Kang

Ph.D. Candidate, Senior Editor, Doc's Media***

Objectives

This study analyzed the framing of news reports about obesity in daily newspapers in South Korea. A content analysis was conducted based on framing with the Health Belief Model.

Methods

A total of 431 articles in four major daily newspapers published from October 2017 to September 2019 were analyzed.

Results

Five HBM constructs - perceived susceptibility, perceived severity, perceived benefits, perceived barriers, and cues to action - based on the Health Belief Model, were applied in the analysis. In the analyzed newspaper articles, the most frequently appearing construct was internal cues to action, followed by perceived susceptibility and perceived severity. However, other relatively few instances of constructs, including external cues to action, perceived benefits, and barriers, were found.

Conclusions

Korean newspapers need to increase the amount of framing with external cues to action, perceived benefits, and barriers in their articles to facilitate the national public policy of reducing obesity.

KEYWORDS Obesity, News, Perception, Health, Behavior

* This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea (NRF-2019S1A5A2A03046205).

** First Author · Corresponding Author: lyj1207@ewha.ac.kr

*** seungmi0227@gmail.com