

비만의 사회적 구성* :

한국 언론의 비만보도 20년(1990~2009) 분석

이은택**

(한국방송통신대학교 미디어영상학과 교수)

노성중***

(고려대학교 미디어학부 석사)

최은경****

(고려대학교 미디어학부 석사과정)

강충구*****

(고려대학교 사회학과 석사과정)

비만은 사람들이 일상에서 마주하는 문제이지만 그 원인과 해결의 방법은 의학적, 과학적 전문 지식을 필요로 하는 문제이기도 하다. 때문에 비만에 대한 보도는 공중의 비만에 대한 인식을 형성하고 변화시킴으로써, 잠정적으로 정부 정책의 행배를 좌우할 여론을 구성하는데 영향을 미칠 수 있다. 우리는 이점에 착안해 1990년부터 2009년에 이르는 20년의 기간 동안 한국의 주요 신문(『조선일보』, 『한겨레』)과 방송(MBC, SBS)이 비만을 어떻게 보도해왔는지 알아보려고 했다. 지난 20년을 금융위기 이전 시기, 경제 회복기, 웰빙열풍기의 크게 세 가지 국면으로 구분해, 비만뉴스의 양, 형식, 내용에 대한 이종매체 간(신문 對 방송), 동종매체 내(『조선일보』對 『한겨레』; MBC 對 SBS) 차이를 내용분석 방법을 활용해 탐구했다. 연구결과는 비만이라는 단일한 의학적, 과학적 사안이 보도 매체와 시점에 따라 서로 다른 양상으로 보도되고 있다는 점에서 비만이 사회적으로 구성되는 현실로 정의될 수 있다는 점을 보여준다.

key words : 비만, 사회적 현실 구성, 이슈 프레이밍, 인쇄/방송매체, 보수/진보지, 공영/상업방송

* 이 연구는 2009년 한국방송통신대학교 학술연구비 지원을 받아 수행되었으며, 논문의 초고는 2009년 한국 언론학회 가을철 정기학술대회에서 발표된 바 있다.

** etlee@knou.ac.kr, 교신저자

*** TalkToRoh@gmail.com

**** JoinToChoi@gmail.com

***** ckkang1229@gmail.com

1. 문제 제기

지난 2006년을 기준으로 국내 전체 인구의 32.4%가 비만이라고 한다(전병률, 2006).¹⁾ 세 사람 중 한 명이 비만이라는 그 절대적 수치도 놀랍지만, 1996년 세계보건기구(WHO)가 비만을 질병으로 규정하고 비만과의 전쟁을 선포할 때만해도 15%였던 비만 인구를 감안할 때 상대적으로 증가추세도 위협적이다. 이제 비만은 공중보건의 화두로서 하나의 사회문제가 된 것이다. 비만은 비단 우리나라에만 해당되는 문제가 아니다. 산업화를 성취한 세계 각국에서 비만은 큰 고민거리가 되고 있다. 비만에 대한 전 지구적 관심이 높아짐에 따라 이를 예방하고 억제하기 위한 노력이 다양하게 펼쳐지고 있다. 세계보건기구나 국제연합(UN) 등의 국제기구와 각국 정부 등은 대(對) 비만 정책을 지속적으로 내어놓고 있고, 비만을 경고하거나 억제하기 위한 사회적 캠페인이나 출판물, 영상물 등의 제작이 줄을 잇고 있다. 이처럼 비만을 주제로 다루는 메시지가 여러 정보창구를 통해 제시되고 있지만, 일반 대중이 비만에 대한 정보를 가장 쉽게 접할 수 있는 채널은 역시 신문과 방송의 뉴스다(Kim & Willis, 2007).

비만에 관한 뉴스는 비만이 얼마나 중요한 문제인지를 인식하게 할 뿐만 아니라, 그 원인과 해결책은 무엇인지를 직간접적으로 제시한다는 점에서 비만에 대한 우리의 앎을 형성하고 변화시킨다(Lawrence, 2004; Kelly & Stevens, 2006). 비만은 사람들이 일상에서 마주하는 문제이지만 그 원인과 해결의 방법은 의학적, 과학적 전문 지식을 필요로 하는 문제이기 때문에(Saguy & Almeling, 2008), 비만에 대한 보도는 잠정적으로 정부 정책의 향배를 좌우할 여론을 구성하는 데에 상대적으로 큰 영향을 미칠 수 있다(Jeong, 2007). 하지만 그 중요성에도 불구하고 우리나라에서 보건문제에 대한 보도의 양태를 탐구한 사례(예: 정의철, 2008)는 아직 적은 수에 머물러 있다(박성철·최진명·오상화, 2008). 보건커뮤니케이션 연구가 주류 커뮤니케이션 연구 분과로 자리매김한 미국의 경우, 보건문제에 대한 뉴스 보도의 양태를 분석한 연구들을 대상으로 메타 분석(meta analysis)까지 수행되고 있는 있을 만큼(예: Kline, 2006) 양적으로나 질적으로 보건 및 건강관련 보도에 관한 연구가 풍부한 실정이다(예: Lambert, Lepre, Massengale, Marcum, & Wells, 2007; Mastin & Campo, 2006).

이 논문에서 우리는 이 같은 문제의식을 토대로 지난 20년간 우리나라의 주요 신문과 방송이 '비만'이라는 주제를 얼마나(보도량), 어떻게(보도 형식, 보도 내용) 보도했는지 알아보고자 했다. 특히 이 연구에서는 단순히 비만이라는 주제가 뉴스로서 얼마나 보도되고 또 어떻게 보도되는가를 평면적으로 기술하는 것에서 한 걸음 더 나아가, 이종매체 간(신문 對 방송)/동종매체 내(『조선일보』 對 『한겨레』; MBC 對 SBS)/보도 국면(금융위기 이전 對 경제회복기 對 웰빙열풍기) 별로 보도의 양태가 어떻게 나타나는지를 입체적으로 분석하고자 했다. 또한 비만 보도를 분석한 기존의 국외 연구가 분석 기사당 원인과 해결책을 하나의 차원으로 상정하고 분석한 것과 달리, 원인/해결책 레퍼토리라는 개념을 고안해 하나의 기사에 공존하는

1) 비만의 기준에 대한 국제적 지표와 국내의 것은 약간의 차이가 있다. 세계보건기구(WHO)의 경우에는 체질량지수(BMI: Body Mass Index) '30'을 기준으로 하는 반면, 한국비만학회는 '25'를 비만으로 설정하고 있다.

여러 가지 원인과 해결책의 조합이 어떻게 나타나는지를 분석했다. 이 연구의 분석 결과는 국내에서는 상대적으로 연구가 덜 되어있는 보건 및 건강 보도에 관한 내용분석 연구라는 점에서, 또 현실에서 관찰되는 비만에 관한 여러 유형의 메시지를 제시함으로써 향후 비만에 관한 커뮤니케이션(메시지) 효과를 검증하는데 있어서 중요한 기초자료를 제공한다는 점에서 의미가 있다고 본다. 또한 매체 간, 매체 내 차이는 물론 지난 20년 동안의 굵직한 사회변동 국면에 따라 비만이라는 동일한 문제가 어떻게 서로 다르게 보도되는지를 살피는 작업은 대중매체의 사회적 현실 구성(social construction of reality)에 대한 이해의 폭을 넓혀줄 것으로 기대된다.

2. 기존 문헌 검토를 통한 이론적 논의

1) 비만뉴스의 보도량, 형식 및 내용의 잠정적 효과

비만에 관한 언론의 보도는 먼저 독자나 시청자로 하여금 체중관리를 위한 운동이나 식단 조절을 하게끔 영향을 줄 수 있다(Kelly & Stevens, 2006). 이렇게 보면 비만에 관한 보도는 비만을 퇴치하기 위해 힘쓰고 있는 공중보건 분야의 종사자들에게 유용한 도구가 된다. 미시적인 수준에서 볼 때 비만뉴스는 일종의 공중보건캠페인으로서 기능하게 되는 것이다.

하지만 비만에 대한 뉴스의 잠정적 효과의 범위는 보다 거시적인 차원에서 조금 다르게 접근될 수 있다. 비만에 관한 보도는 비만이 우리사회가 당면한 하나의 문제로서 얼마나 중요한 문제인지, 그 원인은 무엇이고, 책임은 과연 누구에게 있는지를 규정하기 때문이다(Lawrence, 2004). 뉴스가 사회문제의 원인을 규정함으로써, 현실을 구성한다는 생각은 새로운 것이 아니다(예: Edelman, 1988; Ganson, 1996; Schattschneider, 1960). 이미 20여 년 전 아엔가(Iyengar, 1991)는 뉴스의 내용이 특정 사회문제의 원인이 무엇인지를 다루게 됨으로써, 결국 누가, 무엇을 해야만 하는가라는 책임의 소재(is anyone responsible?)를 일반 대중들에게 인식시킨다는 점을 경험적으로 밝힌바 있다. 비만도 예외가 아니어서 뉴스가 그 원인을 어떻게 규정하느냐에 따라 비만에 대한 인식이 변화될 수 있다(Major, 2009).

비만의 책임소재를 둘러싼 논쟁이 치열한 가운데, 개인의 운동부족이나 식습관, 또는 유전이나 패스트푸드의 사회적 유행 등과 같은 상이한 원인들 중 특정 내용을 언론이 중점적으로 보도할 경우, 그 효과는 상당할 수 있다. 문제는 비만의 원인이 대단히 복잡적일 수 있음에도, 현실의 특정 측면이 부각(framing)되어 보도되는 과정에서 비만의 원인이 단순화되는 경향이 있다는 점이다(Gandy & Li, 2005; Kline, 2006; Lawrence, 2004). 뉴스 보도는 1차적으로 발생한 모든 사건 가운데 일부를 선택적으로 보도(gate-keeping) 함으로써 -보도물량의 증가를 통해- 구성원들의 주의를 집중시키는 의제설정(agenda-setting)의 기능을 할 뿐만 아니라, 2차적으로 기자들이 어떻게 뉴스를 프레이밍 하느냐에 따라 의제의 성격을 규정한다

(Sandberg, 2007). 같은 맥락에서 엔트만(Entman, 1993)은 프레임을 특정 문제에 대한 정의(define problems), 원인 진단(diagnose causes), 도덕적 판단(make moral judgment), 해결책 제시(suggest remedies) 등을 제시하는 하나의 문장 내지는 보도 문장의 집합으로 정의했는데, 비판보도 역시 단순한 객관적 사실의 전달이 아니라 이와 같은 구성적 실체의 전달이라고 볼 수 있다. 비판에 대한 공중의 인식(public knowledge)은 대중매체의 보도에 의해 구성되는 일종의 사회적 구성물(social construction)인 셈이다(Schudson, 1995).

비판 보도의 거시적 효과에 주목한 기존 연구들은 이러한 사회 구성주의적 시각에 기초해 비판에 관한 뉴스를 분석해왔다(예: Lambert, et al, 2007; Sandberg, 2007). 비판뉴스의 내용을 분석해보면 비판을 유전인자의 문제로 설명하거나(biological), 운동부족이나 개인의 식습관(behavioral), 또는 패스트푸드 소비의 증가나 정부의 정책에 의해서 조성된 유해한 식품환경(environmental) 등으로 원인을 돌리는 몇 가지의 정형화(typification)된 모습이 발견된다(Lawrence, 2004; Saguy & Almeling, 2008). 이렇게 유형화된 원인들을 담은 기사는 이를 접하는 개인들이 비판의 해결책을 판단하는데 영향을 미치게 되는데, 비판 보도의 프레임 효과를 경험적으로 검증한 한 실험연구의 결과를 살펴보면 비판에 대한 원인을 서로 다르게 기술한 보도 내용을 접한 개인들은 실제로 비판인 사람에 대한 인식과 그들을 돕고자 하는 의향에서 차이가 있는 것으로 나타났다(Jeong, 2007).

한편 보도량과 보도 내용 못지않게 비판 보도의 성격을 좌우하는 것으로 보도의 형식을 들 수 있다. 앞서 논의했듯이 비판 보도는 개인의 건강문제를 다루는 보건 및 건강 보도의 영역에 속하는 기사로 보도될 수 있으면서 동시에, 의학이나 과학문제로 보도될 수도 있다(Kline, 2006). 또한 비판은 일종의 질병이기에 그 치료법이나 약품 등에 대한 의약품 관련 보도에 담길 수도 있다(Hoek & Gendall, 2006). 이처럼 서로 다른 보도 영역에서 보도됐을 때 기사를 접한 독자나 시청자들의 비판에 대한 인식 역시 달라질 수 있다. 비판뉴스를 내용분석한 기존의 연구 가운데는 보도 형식의 하나로 보도 어조의 차이에 대한 분석을 수행한 사례도 찾아볼 수 있다(Sandberg, 2007). 비판이 여타 질병으로 이어질 수 있으니 조심하라는 '경고조' 어조를 띠는 비판뉴스와 비판에 대한 과학적 연구결과들을 단순히 나열하는 '기술적인' 어조를 보이는 보도와는 서로 다른 인식이나 판단을 이끌어낼 수 있다는 지적이다.

이 연구에서 우리는 지금까지 살펴본 기존 연구의 논지를 따라 비판 보도의 물량, 형식 그리고 내용을 주요 분석대상을 삼고자 했다. 이들 분석 항목을 통해 지난 20년 동안 한국 언론이 비판에 대한 시각을 어떻게 구성해왔는지 알아보고자 한다.

2) 신문과 텔레비전 방송 뉴스의 비판 보도

비판에 관한 보도가 어떻게 나타나는가를 관찰하는데 있어서, 인쇄매체와 방송매체 간 차이는 중요한 고려점이 될 수 있다. 아엔가(Iyengar, 1991)는 특정 사회 문제를 보도함에 있어서 방송 뉴스가 신문 뉴스에 비해 보다 일화중심적(episodic)으로 보도하는 경향이 크다는 점을 지적한다. 그는 텔레비전 뉴스가 지나치게 개인에게 발생한 일에 초점을 두고 보도하는 경

향이 있기 때문에 시청자들이 사회 문제의 배경이 되는 요인들에 문제의 원인을 돌리기보다는 개인에게 책임을 귀인하는 경향이 크다고 설명했다.

매체의 특성에 따른 신문과 방송 매체 간 보도의 차이는 국내의 연구에서도 관찰된다. 방송 뉴스의 경우 심층보도나 깊이 있는 논의를 할 수 없고, 영상매체가 갖는 특성을 적극 활용하면서 사람들의 주의를 집중시키는 자극적인 장면을 보도하는 경향이 있기 때문에 대체적으로 이슈를 사회적 갈등 프레임(개인, 집단 간의 갈등을 공중의 관심을 끄는 수단으로 사용하는 프레임)으로 구성하고 있다는 지적이다(이현우·이병관, 2005).

미국에서 수행된 매체 간 비만 보도의 차이를 분석한 연구결과는 이와 같은 발견이 공중보건을 다루는 보도에도 적용됨을 보여준다(Kim & Willis, 2007). 연구에 따르면 비만의 원인을 어떻게 귀인하는가에 있어서는 매체 간 차이가 발견되지 않았지만, 해결책을 제시하는 방식에 있어서 텔레비전 뉴스가 신문 뉴스보다 개인적 책임을 보다 강조하는 것으로, 신문 뉴스는 텔레비전 뉴스에 비해 사회적 책임을 강조하고 있는 것으로 드러났다.

신문 뉴스와 방송 뉴스는 보도 내용뿐만 아니라 보도 영역과 어조 등의 보도 형식에 있어서도 차이를 보일 수 있다. 국내에서 수행된 선행연구들은 동일한 사안에 대해 신문과 방송이 차별적인 보도 형식을 보인 여러 사례를 제공해주고 있다. 고위공직자의 재산검증보도를 분석한 연구(윤재홍·방운현·장경수, 2009)는 방송 뉴스는 공직자 재산 검증의 다양한 측면(보도 영역 또는 주제)을 다룬 보도가 많은 반면, 신문 뉴스는 경제적인 측면에 관한 보도가 많았다는 점을 발견했는데, 이 연구는 방송의 보도 다양성 지향과 신문의 심층보도 지향 간의 차이가 그 원인이라는 설명을 제시했다. 이처럼 신문과 텔레비전 뉴스의 보도 형식에 대한 그간의 논의들은 신문이 보다 심층적 분석을 제공한다는 점에서 보도 형식적 차이가 두드러짐을 보여주고 있다. 그리고 이러한 차이는 특히 과학적인 내용을 포함하는 뉴스에서 보다 현저하게 나타나는 경향이 있다(Nelkin, 1995).

3) 보수지와 진보지의 비만 보도

주지하다시피 문제의 원인을 특정한 개인에게 돌리는 뉴스와, 사안의 결과를 사회, 환경적 요인으로 귀인하는 뉴스는 수용자로 하여금 서로 다른 방식의 해결책(예: 개인의 행동 수정, 정부의 정책 마련)을 지지토록 유도한다(Gamson & Modigliani, 1989; Price, Tewksbury, & Powers, 1997). 때문에 사안에 대한 특정 원인과 해결책을 정의하는 뉴스 프레임(issue framing) 방식은 정치이념의 지향(political ideological disposition)을 수반하게 된다(Iyengar, 1991). 미국의 경우, 개인의 문제로 책임소재를 돌리는 뉴스 프레임이 더욱 많이 발견되고, 또 이로 인해 비만 문제를 개인의 책임으로 귀인하려는 경향이 보다 지배적인 것으로 발견되는 이유가 여기에 있다. 미국사회의 개인주의적 문화 풍조와 친기업적 경제논리, 그리고 정부의 역할을 최소로 규정하는 정치이념의 풍토가 작용하기 때문이다(Lawrence, 2004, p. 58).

이렇게 보면, 비만에 대한 보도에 있어서 보수지와 진보지 간의 차이를 상정할 수 있다. 그간 국내의 연구를 살펴보면 정치, 사회적 갈등 사안의 원인과 해결책을 정의하는 뉴스 프레임

을 분석하는데 있어서 『조선일보』, 『중앙일보』, 『동아일보』와 『한겨레』(최근에는 『경향신문』)을 포함) 간 비교연구가 많았고, 뚜렷한 차이가 나타난 연구결과가 제시돼왔다. 사학법 개정(이병주·박병관·이인희, 2007)과 같은 국내의 정치 사안부터 동아시아 국가에 대한 보도(김수정, 2008)와 같은 국제적 사안에 이르기까지 진보적 성향을 대표하는 『한겨레』와 보수지로 분류되는 『조선일보』, 『중앙일보』, 『동아일보』간에는 뚜렷한 입장과 견해의 차이가 나타나는 경우가 많았다. 물론 정치적, 사회적 사안에서 관찰되는 보수지와 진보지의 보도 차이가 비만과 같은 건강문제를 다루는 뉴스에서도 관찰될 것인지는 선불리 단언하기 어렵다. 하지만 개인의 가난이나 범죄 문제와 마찬가지로 비만 문제를 개인이 해결해야만 하는 문제로 볼 것인지, 아니면 사회제도적인 장치가 개입해야만 하는 문제로 봐야하는지를 정하는 것은 그 자체로 하나의 정치(politics)를 내포하기 때문에, 비만의 원인과 해결책을 둘러싼 사회적 담론의 정치과정에서도 보수지와 진보지가 어떠한 차이를 나타내는지 살펴볼 필요가 있다(정의철, 2008; Lawrence, 2004).

4) 공영방송과 상업방송의 비만 보도

정치적 성향에 따른 보수지와 진보지의 차이를 신문이라는 동질 매체 내에서 살펴볼 수 있다면, 방송 매체의 경우에는 설립배경의 차이가 있는 공영방송과 상업방송 간 보도의 차이를 고려해볼 수 있다. 공영방송과 상업방송은 프로그램 제작, 편성뿐만 아니라, 뉴스 구성 및 보도 내용 등에 있어서 서로 다른 양상을 보인다는 주장이 있기 때문이다. 가령 탐사보도 프로그램의 보도 내용을 비교한 한 연구는 KBS와 MBC의 프로그램이 경성뉴스 주제를 더 다룬 반면, SBS는 연성뉴스 주제를 보다 많이 다루며, 다양성의 측면에서도 KBS와 MBC가 탐사보도 주제의 다양성에 기여를 하고 있지만, SBS는 그렇지 못하다고 지적한다(강형철, 2007). 하지만 지금까지의 연구를 살펴보면 양자 간의 차이가 일관되게 관찰되지는 않았다. 의약분업 문제에 대한 보도의 뉴스 프레임을 분석한 연구를 살펴보면 SBS가 KBS, MBC에 비해 보도기사의 수는 적었지만, 의약분업 이슈에 대해 책임귀인 프레임을 가장 빈번하게 적용하고 있었기 때문에 의약분업 이슈에 대해 상업적 보도를 추구하지 않는 것으로 해석할 수 있어 공영방송과 상업방송 간의 차이가 일관되게 나타나지는 않았다(박경숙, 2002).

비만보도에 있어서 공영방송과 상업방송의 뉴스가 어떤 차이를 보일 것인가에 대한 논의는 지금까지 양자 간의 차이를 비교한 연구가 보여주는 일관되지 않은 결과로 인해 특정한 방향을 예측하기 어렵다. 다만 비만문제가 의약품이나 패스트푸드 등과 관련이 있다는 점에서, 상업방송이 공영방송과는 다소 차이가 있는 보도의 양상을 보일 수도 있다는 추정이 가능하다. 미국의 경우 친기업적 논리가 만연한 뉴스매체의 특성이 비만문제를 개인의 문제로 돌리는 경향이 있음을 보고하는 연구도 있다(Lawrence, 2004). 이 연구에서는 이점을 고려해 비만뉴스의 보도에 나타나는 보수지와 진보지의 신문 매체 내 차이와 더불어 공영방송과 상업방송의 방송 매체 내 차이도 함께 탐색해보고자 한다.

5) 시기구분의 필요성

대중매체가 사회적 현실의 구성자이자 규정자 역할을 하고 있다는 점은 주지의 사실이지만, 사회적 현실을 외면한 보도가 나오기 어려운 것도 사실이다. 뉴스는 현실을 구성하는 동시에 일정부분 현실을 반영하지 않을 수 없다(Dearing & Rogers, 1996). 동일한 주제의 뉴스라 하더라도 사회변동의 흐름을 따라 그 형식과 내용은 달라질 수 있다(Barnhurst & Mutz, 1992). 또한 중요한 사회변동(예: 민주화, IMF 금융위기)은 뉴스를 포함해 광고나 캠페인 메시지의 내용에 이르기까지 광범한 변화를 이끄는 동인이 된다(한미정 · 이영애 · 김현정, 2005). 이와 같이 선행연구들은 뉴스의 내용분석에 있어서 시기별, 국면별 변화를 고려한 접근이 필요함을 지적해왔다. 우리는 이점을 고려해 지난 20년의 시간을 주요 국면별로 구분해 비만에 대한 뉴스 보도의 변화 양상을 관찰하고자 했다.

지난 20년의 기간 가운데 비만에 대한 사회적 현실이나 공중의 인식에 영향을 준만한 것으로 IMF 경제위기와 웰빙 및 몸짱 열풍의 두 가지 국면을 들 수 있다. 특히 후자의 경우에는 ‘웰빙’, ‘몸짱’, ‘얼짱’ 등의 신조어가 사회에 만연하게 되면서 사람들은 몸에 대한 관심을 갖게 됐고, 이는 곧 언론의 보도에 반영되었을 가능성이 크다. 또는 역으로 몸에 대한 관심을 이끌어 낸 만한 보도들이 언론에 지속적으로 오르내리면서 ‘몸짱’ 등의 신조어가 출현했을 수도 있다. 웰빙과 몸짱 열풍 못지 않게 IMF 금융위기도 비만과 관련해서 중요한 시사점을 갖는다. 사회구조적 경제상황과 개인의 건강상태에 관한 다수의 연구들은 IMF와 같은 사회구조적 경제위기가 개인들의 신체적, 정신적 건강에 부정적 영향을 미친다고 지적한다. 개인의 실업은 경제적 빈곤상태로 이어지며, 주거/영양/위생 상태에 부정적 영향을 주고, 결과적으로 건강상태와 건강관리 행태에 악영향을 주기 때문이다(문창진, 1998). 실제로 국제통화기금(IMF) 관리체제 직후인 1998년 이후 성인 남자의 비만 비율이 크게 늘어났고, 때문에 ‘IMF 비만’이라는 용어도 존재한다(동정민, 2006). 따라서 우리는 이 연구에서 IMF 금융위기와 웰빙, 몸짱 등의 신조어가 등장한 시기를 전후로 나타나는 비만뉴스의 보도량과 보도 내용 및 형식의 차이를 살펴보고자 한다.

6) 비만의 원인과 해결책 레퍼토리

뉴스 프레임 분석한 기존의 연구들은 분석 단위가 되는 기사를 하나의 두드러진 원인이나 해결책을 제안하는 것으로 분류하는 방식을 사용해왔다. 이처럼 하나의 기사에 하나의 프레임을 상정하는 것은 비판 보도의 효과를 검증한 실험연구의 자극물 구성에도 그대로 적용돼왔다(예: Major 2009, 예외: Jeong, 2007). 하지만 비판과 같은 의학적, 과학적 내용이 포함되는 보도에서 단일한 원인이나 해결책을 제시하는 기사를 찾아보기는 어렵다. 대부분의 기사가 복수의 원인과 결과를 제시하기 때문이다(Kim & Willis, 2007). 때문에 몇몇 연구는 기사의 원인과 해결을 복수코딩을 통해 내용분석하기도 했다(예: Lawrence, 2004). 하지만 이러한 분석 방법은 연구 결과의 엄밀성을 저하시킬 수 있다. 이에 대한 대안으로 고려해 볼 수 있는 개

념이 레퍼토리(repertoire) 라는 개념이다.²⁾ 하나의 기사에 하나의 원인과 해결책을 상정하는 기존의 프레임 분석 방식을 다소 변형시켜, 하나의 기사에 공존하는 복수(複數)의 원인과 해결책의 집합을 분석하고자 이를 ‘레퍼토리’로 명명해 분석에 활용하고자 한다. 따라서 하나의 기사가 채택하고 있는 비만의 원인과 해결책의 조합을 추출해 원인과 해결책 레퍼토리를 매체별, 시기별로 비교 분석했다.

3. 연구문제

이 연구의 주요 관심사는 1990년부터 2009년에 이르는 지난 20년의 기간 동안 한국의 주요 신문과 방송뉴스가 비만을 어떻게 보도해왔는지 알아보고자 하는 데 있다. 앞서 살펴본 선행 연구 검토를 통해 비만뉴스를 보도 물량, 보도 형식(보도 영역, 보도 어조), 보도 내용(비만의 문제 정의, 비만의 원인, 비만의 해결책) 등 크게 세 가지의 차원으로 구분해서 이해하고자 했다. 이를 통해 우리는 다음과 같은 6개의 연구문제를 설정했다.

- 연구문제1: 비만 보도 물량의 변화추이는 어떠한가?
- 연구문제2: 비만 보도의 영역(건강정보 對 상업광고 對 과학보도) 분포는 어떠한가?
- 연구문제3: 비만 보도의 기사 내용에 나타난 보도 어조(경고적인 對 분석적인 對 기술적인 對 의문을 제기하는)의 분포는 어떠한가?
- 연구문제4: 비만 보도에 제시된 비만에 대한 정의(사회적 문제 對 개인적 불안)의 분포는 어떠한가?
- 연구문제5: 비만 보도에 제시된 비만의 원인 레퍼토리 분포는 어떠한가?
- 연구문제6: 비만 보도에 제시된 비만의 해결책 레퍼토리 분포는 어떠한가?

우리는 앞서 이론적 논의에서 제안한 바와 같이 비만에 관한 뉴스 보도를 언론환경과 사회 변화의 맥락에서 추적하기 위해, 1) 분석에 포함된 언론매체를 구분하여 분석에 활용했다. 매체별 비만보도에 대한 분석은 이종매체 간(인쇄매체 대 방송매체), 동종매체 내(『조선일보』對 『한겨레』, MBC 對 SBS)의 차이를 확인하는데 초점을 두었다. 또한 2) 시기별 비만보도의 변화를 파악하기 위해, 1차적으로 기사의 보도일자를 기준으로 각 기사의 보도년도를 코딩한 후, 20년의 전체 기간을 ‘IMF 경제위기 이전 시기(1990년~1997년)’, ‘경제회복기(1998년~2002년)’, ‘웰빙열풍기(2003년~2009년)’의 세 시기로 구분했다. 2003년을 웰빙열풍기의

2) 그동안 커뮤니케이션 연구에서 레퍼토리라는 개념은 숙의민주주의 연구(Cappella, Price, & Nir, 2002)에서 공적 숙의(public deliberation)의 인지적 효과를 측정하는데 사용되는 ‘논변의 품질(argument repertoire)’이나, 다매체 다채널 시대 수용자의 다중매체 이용행태를 설명(Heeter, 1985)하면서 사람들이 사용하는 ‘콘텐츠(channel repertoire)’ 및 ‘매체의 조합(media repertoire)’을 일컫는 개념으로 논의가 돼왔다.

기점으로 삼은 것은 이 해에 국립국어원이 ‘몸짱’을 신조어로 등재했다는 점에 근거했다(김은형, 2004). 따라서 위에 제시한 개별 연구문제는 1) 이종매체 간 비교(신문 對 방송)와 2) 동종매체 내 비교(『조선일보』 對 『한겨레』; MBC 對 SBS), 그리고 3) 비만을 둘러싼 사회적 국면의 변화를 반영한 시기(경제위기 이전 시기 對 경제회복기 對 웰빙열풍기)에 따른 하위집단 분석(subgroup analysis)을 포함한다.

4. 연구방법

1) 분석자료 및 데이터 수집방법

이 연구는 국내의 주요 언론(신문과 방송)이 지난 20년간 비만을 얼마나(보도량), 어떻게(보도 형식, 보도 내용) 보도했는지 알아보기 위해 공영방송 MBC와 상업방송 SBS의 방송보도와 평소 이념 성향에서 뚜렷한 차이가 있는 것으로 알려져 있는 『조선일보』, 『한겨레』의 신문 기사를 분석대상으로 선정했다.³⁾ 분석기사의 수집은 최근 20년간의 보도 추세를 파악하고자하는 연구의 취지에 맞게 1990년 1월 1일부터 2009년 8월 31일의 기간 동안 제목에 ‘비만’을 포함하는 기사를 수집했다. 구체적으로 우리는 한국언론재단의 ‘KINDS 홈페이지’와 각 언론사 홈페이지의 검색서비스를 활용했으며, 1차로 검색된 기사들(전체: 734건, 신문: 544건, 방송: 190건) 가운데 내용 연관성(relevance)을 기준으로 분석에 적합한 기사를 추려내는 2차 작업을 통해, 총 597건의 기사(신문: 429건, 방송: 168건)를 최종 분석대상으로 삼았다.

2) 분석유목과 주요 변수의 조작적 정의

(1) 비만뉴스 보도의 이종매체 간 동종매체 내 차이

비만뉴스 보도의 이종매체 간(인쇄매체 대 방송매체), 동종매체 내(『조선일보』 대 『한겨레』) 비교 분석을 위해, 인쇄매체에는 『조선일보』와 『한겨레』를 방송매체에는 MBC와 SBS를 분석 대상으로 삼았다.

(2) 비만뉴스의 보도시기 구분

사회변동에 따른 비만의 사회적 구성 양태를 추적하기 위해, 분석의 대상이 되는 비만 기사의 보도일자를 기준으로 각 기사의 보도년도를 코딩한 후, 20년의 전체 분석기간을 크게 세 시기로 구분했다. 구체적으로 1990년~1997년까지를 ‘경제위기 이전 시기’(51건, 8.5%), 1998

3) KBS를 분석에 포함시키지 않은 것은 KBS홈페이지에서 해당기간의 보도기사가 웹상의 데이터베이스화 되어있지 않아 검색의 엄밀성을 구하기 어려웠기 때문이었다.

년-2002년을 ‘경제회복기’(180건, 30.2%), 2003년-2009년을 ‘웰빙열풍기’(366건, 61.3%)로 구분했다. IMF 경제위기시기를 구분점으로 활용한 것은 경제적 상황과 비만, 건강의 상관성이 존재하기 때문에 경제위기를 전후로 비만과 건강에 대한 사회적 담론이 양적, 질적으로 달라졌을 것이라는 판단에서였다. 또한 2003년을 웰빙열풍기의 시작점으로 설정한 근거는 건강과 다이어트, 비만 등에 대한 관심이 폭발적으로 늘어난 시점으로 ‘웰빙’, ‘몸짱’ 등과 같은 신조어의 등장이라는 시점이라는 점에 착안했다.

(3) 비만뉴스의 보도 영역

보도 영역의 구분은 비만에 대한 정보를 제공하는 건강정보 보도(333건, 56.1%), 비만과 관련된 약품이나 시술 등을 알리는 상업관련 보도(70건, 11.8%), 비만에 대한 연구결과를 보고하는 과학보도(191건, 32.2%)로 분류했다. 구체적으로 보도기사의 내용에서 “BMI는 몸무게(파운드)×703÷키(인치)의 제곱으로 계산...”, “식사시간은 최소 20~30분이 되게 하라” 등과 같이 비만에 대한 정의 및 측정지표 또는 비만을 막을 수 있는 방법을 기술한 보도기사는 ‘건강정보 보도’로 코딩하였고, “세계 최초의 지방 흡수억제제 ‘제니칼(약제명 올리스타트)’이 오는 10일 국내에 출시...” 등과 같이 관련 의약품에 대한 상업정보를 제공하는 경우에는 ‘상업관련 보도’로 코딩하였다. 또 “감귤이 비만과 콜레스테롤 억제에 효과가 있다는 사실이 동물 실험 결과 밝혀졌다”와 같이 연구결과를 보고하는 경우는 ‘과학 보도’로 분류했다.

(4) 비만뉴스의 보도 어조

비만 보도의 어조는 독자나 시청자로 하여금 비만의 위험성을 알리며 위험을 느끼도록 제시된 경우는 ‘경고적인’(57건, 9.6%)으로, 비만과 관련된 사안에 대한 추가적인 설명이 없이 단순한 언급만 있는 경우는 ‘기술적인’(423건, 71.0%)으로, 비만 관련 주제에 대한 상세한 설명과 의견이나 다양한 관점이 포함된 기사는 ‘분석적인’(86건, 14.4%)으로, 연구결과나 보도내용에 대해 의구심을 품거나, 질문을 하는 듯한 내용은 ‘의문을 제기하는’(30건, 5.0%)으로 구분했다. 가령, “비만과의 전쟁을 선포...”, “비만도 흡연 못지않은 발암요인인 것으로 확인...” 등은 ‘경고적인’으로 코딩하였고, “비만 치료에는 운동도 중요하지만 잘못된 생활습관을 고치는 것이 우선...”, “비만을 일으키는 가장 나쁜 식습관은 한꺼번에 많이 먹는 폭식보다는 밤늦게 뭘 자꾸 찾는 야식이라는 연구 결과...” 등과 같이 단순히 사실을 보고하는 경우는 ‘기술적인’으로 코딩했다. 한편 “운동과 식이요법, 이런 약물치료들을 동반해서 해야만 진정 체중조절...”과 같이 비만에 대한 다양한 관점의 해결책을 제시해 주는 기사는 ‘분석적인’으로, “아직 동물 실험만을 거친 것이어서 사람에게 그대로 적용할 수 있을지는 미지수...”, “연구결과, 효과가 없을 뿐만 아니라 부작용까지 많은 것...” 등과 같이 기사에 제시된 연구결과나 상품의 효과에 대한 회의가 표출된 경우에는 ‘의문을 제기하는’으로 구분했다.

(5) 비만뉴스의 비만에 대한 정의

보도기사에 제시된 비만에 대한 정의는 원인 진단과 해결책 제시에 영향을 미치기 때문에 매우 중요하다. 우리는 비만을 사회적 문제(308건, 54.6%)로 보는지 개인적 불안(256건, 45.4%)으로 정의하는지의 두 차원으로 보도기사들을 분류했다. “...소득·교육 수준이 높으면 비만에 대한 경각심도 높고, 또 그만큼 건강관리에 더 투자하지 더 저소득층에선 이런 비용 지출이 쉽지 않기 때문”등과 같이 기술되어있거나, “앉아서 보는 사무 업무의 증가”, “패스트푸드 등의 섭취”, “지나친 음주문화...” 등의 경우는 ‘사회적 문제’로 코딩하였고, “과거에 비해 아이들 운동량이 1/5로 줄었습니다”, “전 밥 많이 안 먹어요. 그냥 과자랑 과일이란 좀 먹는 편인데...” 등은 ‘개인적 불안’으로 코딩했다.

(6) 비만뉴스의 비만에 대한 원인 레퍼토리

비만의 원인 레퍼토리는 기사에서 비만의 원인을 진단하는데 있어서 ‘유전’, ‘거주지 환경’, ‘부모의 통제 실패’, ‘운동량 부족’, ‘음식섭취’, ‘광고, 마케팅’, ‘직업’, ‘스트레스’, ‘영양정보 부족’ 등을 언급하는지 여부를 기준으로 1차적으로 다중응답 더미코딩을 수행한 후에, ‘유전적 요인(유전)’, ‘행동적 요인(부모의 통제 실패, 운동량 부족, 음식섭취)’, ‘사회적 요인(광고·마케팅, 직업, 스트레스, 영양정보 부족)’의 세 가지 상위 범주로 재코딩했다. 이렇게 얻어진 3가지의 유형을 조합하여 ‘유전적 요인’(45건, 12.9%), ‘행동적 요인’(154건, 44.0%), ‘사회적 요인’(49건, 14.0%)만이 각각 언급된 경우와 ‘유전적-행동적 요인’(13건, 3.7%), ‘유전적-사회적 요인’(3건, 0.9%), ‘행동적-사회적 요인’(77건, 22.0%), ‘유전적-사회적-행동적 요인’(9건, 2.6%) 등 두, 세 가지 요인이 조합적으로 함께 언급된 경우 등의 7가지 원인 레퍼토리를 구성했다. 한편 세 가지 요인이 모두 언급되지 않은 경우는 원인이 언급되지 않은 기사로 구분했다.

구체적으로 코딩 사례를 살펴보면, “비만에 결정적인 영향을 미치는 유전자를 국내 대학원 구진이 최초로 규명...”은 ‘유전’ 요인, “실내에서 하는 놀이 대신 밖에서 뛰놀 수 있는 놀이와 꾸준히 걷는 습관...”과 같이 개인의 행동을 비만의 원인으로 문제 삼는 경우는 ‘행동(부모의 통제)’ 요인, “예방과 치료의 지름길은 모두 규칙적이고 충분한 운동과 식사조절...”은 ‘행동(식사조절 부족, 음식섭취)’ 요인으로 코딩하였다. “패스트푸드로 대표되는 미국식 음식 문화가 확산...”은 ‘사회(광고·마케팅)’ 요인, “전문가들은 비만이 급증한 이유로 앉아서 보는 사무 업무의 증가...”는 ‘사회(직업)’ 요인, “40대가 되면 스트레스와 불규칙한 식생활, 알코올 섭취가 늘면서 배가 나오게...”는 ‘사회(스트레스)’ 요인, “영양소가 결핍되지 않도록 주의...”는 ‘사회(영양정보 부족)’ 요인으로 코딩하였다. 한편 “비만에 고지혈증, 지방간을 유발하는 핵심 유전자가 발견...”, “청소년의 비만은 부모의 생활습관과 밀접한 연관...”과 같은 요인이 한 기사에서 동시에 제시될 경우에는 ‘유전-행동 요인’으로 코딩했다. 또한 “비만은 오히려 유전 요인에서 비롯된다는 의학계의 소견도 제시...”, “패스트푸드에 길들여졌으므로...”, “세계에서 국민들이 가장 뚱뚱한 나라가 된 책임을 햄버거가 떠맡아야 할지”의 경우는 ‘유전-사회’ 요인으로 코딩하였고, “운동이 부족한데다가 무엇보다도 패스트푸드에 길들여졌기 때문...”, “바로 패스트푸드로 대표되는 미국식 음식 문화가 확산...”은 ‘행동-사회 요인’으로 코딩하였다. 그리고

위의 요인들이 한 개의 기사에서 동시다발적으로 나타나면, '유전-행동-사회 요인'으로 코딩했다.

(7) 비만뉴스의 비만에 대한 해결책 레퍼토리

원인 레퍼토리와 마찬가지로 비만의 해결책에 대한 분석도 '식단조절', '규칙적 운동', '부모의 가이드', '의약처방', '영양지식', '국가정책'의 유목으로 구체적으로 코딩을 하고, '개인적', '사회적' 해결책으로 재코딩한 후, '개인적'(311건, 66.2%), '사회적'(58건, 12.3%) 해결책만 각각 제시된 경우, '개인적-사회적'(101건, 21.5%) 해결책이 모두 제시된 경우 등의 3가지 레퍼토리를 구성해 분석에 활용했다. 두 가지 요인이 모두 언급되지 않은 경우는 해결책이 언급되지 않은 기사로 구분했다.

구체적으로 “기름기가 많은 패스트푸드는 절대 금물이고”, “식사를 규칙적으로 하는 것이 굉장히 중요...”는 개인적 해결책(식단조절, 규칙적 운동)을 제시한 경우로 '개인'으로 코딩하였다. 비만을 해결하기 위해 “영양 섭취하는 지침들을 만들어서 홍보하고, 그것을 각 직장, 학교, 지역 사회에 보급하는 활동...”, “정부는 이달 말 ‘국가비만대책위원회’를 구성하고 내년부터 단계적으로 비만퇴치 사업...”의 경우는 '사회'(국가정책)로 코딩하였고, “학생들의 운동 생활화와 영양상담, 비만상담, 개인별 비만관리 등을 통해 아동 비만예방...”는 '사회'(영양지식)로 코딩하였다. “음식 섭취와 신체활동의 균형이 가장 중요...”, “어릴 때부터 식생활습관을 바로 잡아주는 것...” 등이 한 기사에서 언급된 경우는 '개인-사회'(식단조절 및 규칙적 운동, 부모의 가이드) 해결책으로 코딩했다.

3) 코딩절차 및 신뢰도

본격적인 코딩과정에 사용될 분석 항목의 신뢰도 확보를 위해 저자 가운데 2인으로 구성된 코더들이 사전 토론과 분석을 실시했다. 이를 통해 분류 유형(코딩 프로토콜)에 대한 이해를 높인 후, 내용분석을 수행했다. 두 코더는 597건의 기사 가운데 절반에 해당하는 각각 310,

〈표 1〉 문항별 코더 간 신뢰도

문항항목	카파 값	문항항목	카파 값
보도영역	0.85	비만원인7: 직업	0.81
보도어조	0.75	비만원인8: 스트레스	1.00
문제정의	0.93	비만원인9: 영양정보부족	0.82
비만원인1: 유전	1.00	비만해결책1: 식단조절	0.75
비만원인2: 거주지 환경	0.84	비만해결책2: 규칙적 운동	0.73
비만원인3: 부모의 통제	1.00	비만해결책3: 부모의 가이드	0.82
비만원인4: 운동량 부족	0.76	비만해결책4: 의약처방	0.75
비만원인5: 음식섭취	0.83	비만해결책5: 영양지식	0.72
비만원인6: 광고마케팅	0.85	비만해결책6: 국가정책	0.88

287건의 기사를 분석했으며, 동시에 코더 간 신뢰도 검정을 위해 전체 분석 사례의 약 10%에 해당하는 57건의 기사를 무작위로 추출해 공통적으로 코딩을 진행했다. <표 1>의 내용은 전체 57개의 분석항목에 대한 코더 간의 신뢰도 검정 결과를 보여주고 있다. 전체 분석항목에서 코헨의 카파값(Cohen's Kappa)이 통상적인 허용 수준인 70%를 충족하는 것으로 나타났다.

5. 연구결과

1) 비만뉴스 보도량(<연구문제1>)

1990년 이후 기사의 제목에 ‘비만’을 포함하면서, 비만을 중점적으로 다룬 기사는 1992년 신문보도를 통해 처음 출현한 것으로 나타났다. 방송의 경우에는 1996년까지 비만을 다룬 뉴스 보도(비만을 제목에 포함한 기사)가 나타나지 않았다. 이후 비만 보도의 물량은 2001년을 전후로 급격히 증가해, 2004년 정점을 기록한 이후 감소세를 보이는 것으로 나타났다. 신문과 방송의 보도량 변화 추이는 대체적으로 유사한 모양새를 보였으나, 2000년 이전 방송뉴스의 비만 보도 비율이 현저히 낮다는 점과 신문과 비교했을 때 웰빙열풍기(2003년 이후)에 들어선 이후 전체보도 건수 대비 보도 비율이 증가했다는 점에서 차이점을 보여준다(<표 2>, <그림 1>참조). 이는 사회적으로 몸에 대한 관심이 증가한 이후, 영상 매체인 방송뉴스가 비만에 더욱 주목했음을 보여주는 대목이라 할 수 있다. 이어서 『조선일보』와 『한겨레』의 보도량 변



<그림 1> 신문과 방송의 비만보도 물량 변화 추이

〈표 2〉 보도시기별 기사 수

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	합계	
신문	조선 일보	4 (1.5)	5 (1.8)	4 (1.5)	10 (3.7)	2 (0.7)	7 (2.6)	9 (3.3)	17 (6.3)	13 (4.8)	23 (8.5)	20 (7.4)	21 (7.7)	25 (9.2)	32 (11.8)	23 (8.5)	28 (10.3)	18 (6.6)	11 (4.0)	272 (100)
	한겨레	3 (1.9)	1 (0.6)	3 (1.9)	0 (0)	6 (3.8)	4 (2.5)	3 (1.9)	1 (0.6)	10 (6.4)	18 (11.5)	13 (8.3)	18 (11.5)	23 (14.6)	16 (10.2)	15 (9.6)	6 (3.8)	11 (7.0)	6 (3.8)	157 (100)
방송	신문 진체	7 (1.6)	6 (1.4)	7 (1.6)	10 (2.3)	8 (1.9)	11 (2.6)	12 (2.8)	18 (4.2)	23 (5.4)	41 (9.6)	33 (7.7)	39 (9.1)	48 (11.2)	48 (11.2)	38 (8.9)	34 (7.9)	29 (6.8)	17 (4.0)	429 (100)
	MBC	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (3.3)	0 (0)	4 (6.7)	1 (1.7)	7 (11.7)	4 (6.7)	13 (21.7)	11 (18.3)	6 (10.0)	3 (5.0)	5 (8.3)	3 (5.0)	1 (1.7)	60 (100)
방송	SBS	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	1 (0.9)	5 (4.6)	13 (12.0)	16 (14.8)	14 (13.0)	15 (13.9)	13 (12.0)	8 (7.4)	11 (10.2)	7 (6.5)	3 (2.8)	3 (2.8)	108 (100)
	방송 진체	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)	2 (1.2)	2 (1.2)	5 (3.0)	6 (3.6)	20 (11.9)	27 (16.1)	26 (15.5)	19 (11.3)	11 (6.5)	16 (9.5)	10 (6.0)	4 (2.4)	4 (2.4)	168 (100)

주: $p < .05$ *, $p < .01$ **, $p < .001$ ***

이종매체 간 비교: 신문 對 방송: $\chi^2=30.828$ *

동종매체 내 비교: 조선일보 對 한겨레: $\chi^2=31.653$ *, MBC 對 SBS: $\chi^2=15.360$ NS



〈그림 2〉 조선일보와 한겨레의 비만보도 물량 변화 추이

화 추이를 살펴봤다. 〈그림 2〉에 나타난 바와 같이 대체적으로는 유사한 패턴을 보였지만, 두 신문은 IMF 금융위기 시기 보도 물량에서 차이를 나타냈다. 『한겨레』의 경우에는 IMF 경제 위기시기이던 1997년부터 1999년까지 비만에 관한 보도가 거의 나타나지 않았지만, 『조선일보』는 같은 시기 보도량이 증가하는 모습을 보였다. 또한 1996년을 제외하고는 매해 『조선일보』가 『한겨레』보다 비만뉴스의 절대적인 보도량이 많았던 것으로 나타났다. 〈표 2〉의 내용에서 볼 수 있듯이 시간의 추이에 따른 두 신문의 상대적 보도물량 차이를 살펴보면, 『한겨레』가 1998년에서 2003년까지 경제회복기에 보도물량이 주로 분포되어있는 반면 『조선일보』는 2003년 이후 즉 웰빙열풍기에 분포의 밀도가 동일한 시기 『한겨레』의 상대적 보도 비율에 비해 더 높은 것으로 나타났다.

2) 비만뉴스의 보도 영역(〈연구문제2〉)

비만뉴스 보도 영역 분포의 매체 내 차이를 살펴본 결과, 『조선일보』와 『한겨레』($X^2=4.059$, $df=2$, NS), MBC와 SBS 간에는($X^2=2.054$, $df=2$, NS) 차이가 없는 것으로 나타났다. 『조선일보』와 『한겨레』는 건강정보보도, 과학보도, 상업관련 보도의 순으로 비만뉴스의 보도 영역 분포에서 유사함을 보였다. 반면 신문과 방송 매체 간에는 실질적인 차이가 있었다($X^2=28.482$, $df=2$, $p<.001$). 〈표 3〉의 내용에 나타난 바와 같이 신문은 건강정보 보도(59.2%)가 방송은 과학 보도의 상대적 빈도(47%)가 높았다. 한편, 방송 뉴스에서는 '상업관련 보도'를 상대적으로 찾아보기 어려웠던 반면(4.8%), 신문 기사에서는 그 상대적 보도량이 많은 것으로 나타났다(14.6%).

〈표 3〉 보도매체별 비만관련 기사의 보도영역

	신문		방송	
건강정보보도	252(59.2)		81(56.1)	
상업관련보도	62(14.6)		8(11.8)	
과학보도	112(26.3)		79(32.2)	
합계	426(100)		168(100)	
유의도	$X^2=28.482^{***}$			
	조선일보	한겨레	MBC	SBS
건강정보보도	162(60.2)	90(57.3)	29(48.3)	52(48.1)
상업관련보도	44(16.2)	18(11.5)	1(1.7)	7(6.5)
과학보도	63(23.4)	49(31.2)	30(50.0)	49(45.4)
합계	269(100)	157(100)	60(100)	108(100)
유의도	$X^2=4.059^{NS}$		$X^2=2.054^{NS}$	

주: $p < .05$ *, $p < .01$ **, $p < .001$ *** (이후 〈표 4〉 ~ 〈표 11〉은 이 표기방식을 따름)

〈표 4〉 보도시기별 비만관련 기사의 보도영역⁴⁾

	경제위기전		경제회복기		월빙열풍기							
건강정보	26(52.0)		98(55.1)		209(57.1)							
상업관련	6(12.0)		21(11.8)		43(11.7)							
과학보도	18(36.0)		59(33.1)		114(31.1)							
합계	50(100)		178(100)		366(100)							
유의도	$X^2=.652^{NS}$											
	신문		방송		신문		방송		신문		방송	
건강정보	25(52.1)	1(50.0)	71(56.8)	27(50.9)	156(61.7)	53(46.9)						
상업관련	6(12.5)	0(0)	17(13.6)	4(7.5)	39(15.4)	4(3.5)						
과학보도	17(35.4)	1(50.0)	37(29.3)	22(41.5)	58(22.6)	56(49.6)						
합계	45(100)	2(100)	114(100)	53(100)	238(100)	113(100)						
유의도	$X^2=.365^{NS}$		$X^2=2.980^{NS}$		$X^2=30.143^{***}$							
	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS
건강정보	16 (51.6)	9 (52.9)	NA	NA	49 (61.3)	22 (48.9)	9 (56.3)	18 (46.6)	97 (61.4)	90 (62.1)	19 (45.2)	34 (47.9)
상업관련	4 (12.9)	2 (11.8)	NA	NA	10 (12.5)	7 (15.6)	0 (0)	4 (10.8)	30 (19.0)	9 (9.5)	1 (2.4)	3 (4.2)
과학보도	11 (35.5)	6 (35.3)	NA	NA	21 (26.3)	16 (35.6)	7 (43.8)	15 (40.5)	31 (19.6)	27 (28.4)	22 (52.4)	34 (47.9)
합계	31 (100)	17 (100)	NA	NA	80 (100)	45 (100)	16 (100)	37 (100)	158 (100)	157 (100)	42 (100)	71 (100)
유의도	$X^2=.015^{NS}$		NA		$X^2=1.815^{NS}$		$X^2=1.884^{NS}$		$X^2=5.493^{NS}$		$X^2=.401^{NS}$	

한편, 신문과 방송에서 나타난 비만뉴스 보도 영역의 차이는 웰빙열풍기에 뚜렷하게 관찰됐다($X^2=30.143$, $df=2$, $p<.001$). 신문에서는 건강정보 보도(61.7%)가, 방송에서는 과학보도(49.6%)가 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 한편 신문에서는 과학보도(46.9%)가 방송에서는 건강정보 보도(22.9%)가 그 다음으로 많은 비중을 차지하는 보도 영역이었다. 무엇보다 신문에서는 상업관련 보도(39건, 15.4%)가 방송에 비해 많은 것으로 나타났다. 이와 같은 신문과 방송의 보도 차이는 두 매체가 비만을 서로 다른 보도 형식으로 다루고 있음을 보여준다. 신문은 건강정보에 초점을 두고 살 빼는 약이나 다이어트 비법 등에 대한 보도가 많은 반면, 방송은 비만에 대한 과학적 연구결과 등을 중심으로 보도하는 것으로 나타난 것이다(〈표 4〉의 내용 참조).

3) 비만뉴스의 보도 어조(연구문제 3)

비만 보도의 어조 역시 『조선일보』와 『한겨레』($X^2=4.510$, $df=3$, NS), MBC와 SBS 간 매체 내 차이($X^2=2.508$, $df=3$, NS)는 나타나지 않은 반면, 매체 간에는 뚜렷한 차이가 나타났다($X^2=40.235$, $df=3$, $p<.001$). 구체적으로 신문(72.2%)과 방송(67.9%) 모두에서 기술적인 어조가 주를 이루었지만, 신문의 경우에는 분석적인 어조(17.8%)가, 방송의 경우에는

〈표 5〉 보도매체별 비만뉴스 보도어조

	신문		방송	
경고적인	23(5.4)		34(20.2)	
분석적인	76(17.8)		10(6.0)	
기술적인	309(72.2)		114(67.9)	
의문을 제기하는	20(4.7)		10(6.0)	
합계	428(100)		168(100)	
유의도	$X^2=40.235^{***}$			
	조선일보	한겨레	MBC	SBS
경고적인	19(7.0)	4(2.5)	10(16.7)	24(22.2)
분석적인	46(17.0)	30(19.1)	3(5.0)	7(6.5)
기술적인	192(70.8)	117(74.5)	45(75.0)	69(63.9)
의문을 제기하는	14(5.2)	6(3.8)	2(3.3)	8(7.4)
합계	271(100)	157(100)	60(100)	108(100)
유의도	$X^2=4.510^{NS}$		$X^2=2.508^{NS}$	

4) MBC와 SBS의 시기별 비교 분석에서 경제위기 이전의 경우에는 사례수가 충분하지 않아, 교차분석이 가능하지 않았다. 때문에 이후에 제시되는 〈표 6〉, 〈표 8〉 〈표 10〉, 〈표 12〉의 국면별 하위집단 분석에서 역시 경제위기 이전 MBC와 SBS의 셀은 'NA'로 표기하였다.

경고조의 어조(20.2%)가 두드러졌음을 볼 수 있다(〈표 5〉의 내용 참조). 한편 〈표 6〉의 내용에서 볼 수 있듯이 신문과 방송의 보도 어조 차이를 시기별로 분석한 결과, 위의 매체 간 차이는 경제회복기 이후 지속적으로 차이가 나타나고 있음이 나타났다. 경제회복기($X^2=20.307$, $df=3$, $p<.001$)와 웰빙열풍기($X^2=19.557$, $df=3$, $p<.001$) 모두에서 신문은 기술적이거나 분석적인 어조를 띤 기사가 많았던 반면, 방송의 경우에는 기술적이거나 경고조의 어조를 갖는 기사의 수가 상대적으로 많았던 것으로 나타났다.

〈표 6〉 보도시기별 비만관련 기사의 보도어조

	경제위기전				경제회복기				웰빙열풍기			
경고적인	3(5.9)				17(9.4)				37(10.1)			
분석적인	5(9.8)				32(17.8)				49(13.4)			
기술적인	40(78.4)				123(68.3)				260(71.2)			
의문제기	3(5.9)				8(4.4)				19(5.2)			
합계	51(100)				180(100)				365(100)			
유의도	$X^2=4.059^{NS}$											
	신문		방송		신문		방송		신문		방송	
경고적인	2(4.1)	1(50.0)	5(3.9)	12(22.6)	16(6.3)	21(18.6)						
분석적인	5(10.2)	0(0)	28(22.0)	4(7.5)	43(17.1)	6(5.3)						
기술적인	39(79.6)	1(50.0)	90(70.9)	33(62.3)	180(71.4)	80(70.8)						
의문제기	3(6.1)	0(0)	4(3.1)	4(7.5)	13(5.2)	6(5.3)						
합계	49(100)	2(100)	127(100)	53(100)	252(100)	113(100)						
유의도	$X^2=7.429^{NS}$				$X^2=20.307^{***}$				$X^2=19.557^{***}$			
	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS
경고적인	2 (6.3)	0 (0)	NA	NA	5 (4.9)	1 (2.2)	4 (25.0)	8 (21.6)	13 (8.3)	3 (3.2)	5 (11.9)	16 (22.5)
분석적인	4 (12.5)	1 (5.9)	NA	NA	15 (18.3)	13 (28.3)	2 (12.5)	2 (5.4)	27 (17.2)	16 (16.8)	1 (2.4)	5 (7.0)
기술적인	23 (71.9)	16 (94.1)	NA	NA	60 (73.2)	30 (66.7)	10 (62.5)	23 (62.2)	109 (69.4)	71 (74.7)	34 (81.0)	46 (64.8)
의문제기	3 (9.4)	0 (0)	NA	NA	3 (3.7)	1 (2.2)	0 (0)	4 (10.8)	8 (5.1)	5 (5.3)	2 (4.8)	4 (5.6)
합계	31 (100)	17 (100)	NA	NA	80 (100)	45 (100)	16 (100)	37 (100)	158 (100)	157 (100)	42 (100)	71 (100)
유의도	$X^2=3.823^{NS}$		NA		$X^2=2.364^{NS}$		$X^2=2.531^{NS}$		$X^2=2.687^{NS}$		$X^2=3.696^{NS}$	

4) 비만뉴스의 비만에 대한 정의(〈연구문제4〉)

〈표 7〉의 내용에서 볼 수 있듯이 비만을 사회적 문제로 정의하는가, 또는 개인적 불안으로 정의하는가의 상대적 분포에 있어서 『조선일보』와 『한겨레』 ($X^2=1.679$, $df=1$, NS), MBC와 SBS 간에는 ($X^2=1.679$, $df=1$, NS) 차이가 없는 것으로 나타났다. 반면 방송과 신문 간(이종매체 간)에는 차이가 관찰됐다 ($X^2=2.904$, $df=1$, $p<.10$). 구체적으로 방송 뉴스는 비만을 사회적 문제(49.1%)와 개인적 불안(50.1%)으로 정의내린 기사의 양이 거의 같게 나타났지만, 신문 뉴스의 경우에는 사회적 문제(56.9%)로 정의하는 보도의 수가 개인적 불안(43.1%)으로 정의하는 보도에 비해 더 많은 것으로 나타났다.

그리고 비만 문제의 성격을 정의함에 있어서 나타난 신문과 방송의 차이는 〈표 8〉의 내용에서 볼 수 있듯이 웰빙열풍기에 출현한 것으로 나타났다($X^2=9.084$, $df=1$, $p<.01$). 방송이 개인적 불안과 사회적 문제로 정의한 보도를 비슷한 양으로 보도한 것과 달리 신문의 경우에는 사회적 문제로 정의하는 보도의 사례(64.7%)가 더 많은 것으로 나타났다. 한편 신문과 방송을 망라해 시기별 비만 보도의 문제 정의 양태를 살펴본 결과, 시간이 흐름에 따라 비만을 점차 사회적인 문제로 정의하는 기사의 양이 증가하고 있음을 볼 수 있었다($X^2=9.926$, $df=2$, $p<.01$, 경제위기 이전: 38.3%, 경제회복기: 49.4%, 웰빙열풍기: 59.3%).

〈표 7〉 보도 매체별 비만관련 기사의 비만 문제정의 방식

	신문		방송	
사회적 문제	226(58.9)		82(49.1)	
개인적 불안	171(43.1)		85(50.9)	
합계	397(100)		167(100)	
유의도	$X^2=2.904^{NS}$			
	조선일보	한겨레	MBC	SBS
사회적 문제	144(59.5)	82(52.9)	25(41.7)	57(53.3)
개인적 불안	98(40.5)	73(47.1)	35(58.3)	50(46.7)
합계	242(100)	155(100)	60(100)	107(100)
유의도	$X^2=1.679^{NS}$		$X^2=1.679^{NS}$	

〈표 8〉 보도시기별 비만관련 기사의 문제정의 방식

	경제위기전	경제회복기	웰빙열풍기
사회적 문제	18(38.3)	82(49.4)	308(59.3)
개인적 불안	29(61.7)	84(50.6)	143(40.7)
합계	47(100)	166(100)	351(100)
유의도	$X^2=9.926^{**}$		

〈표 8〉 계속

	경제위기전				경제회복기				웰빙열풍기			
	신문		방송		신문		방송		신문		방송	
사회적 문제	18(40.0)		0(0)		54(47.4)		28(53.8)		154(64.7)		54(47.8)	
개인적 불안	27(60.0)		2(100)		60(52.6)		24(46.2)		84(35.3)		59(52.2)	
합계	45(100)		2(100)		114(100)		52(100)		238(100)		113(100)	
유의도	$X^2=1,297^{NS}$				$X^2=,599^{NS}$				$X^2=9,084^{**}$			
	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS
사회적 문제	10 (35.7)	8 (47.1)	NA	NA	38 (54.3)	16 (36.4)	8 (50.0)	20 (55.6)	96 (66.7)	58 (61.7)	17 (40.5)	37 (52.1)
개인적 불안	18 (64.3)	9 (52.9)	NA	NA	32 (45.7)	28 (63.6)	8 (50.0)	15 (44.4)	48 (33.3)	36 (38.3)	25 (59.5)	34 (47.9)
합계	28 (100)	17 (100)	NA	NA	70 (100)	44 (100)	16 (100)	36 (100)	144 (100)	94 (100)	42 (100)	71 (100)
유의도	$X^2=,567^{NS}$		NA		$X^2=3,481^{NS}$		$X^2=1,138^{NS}$		$X^2=,614^{NS}$		$X^2=1,432^{NS}$	

5) 비만의 원인 레퍼토리(〈연구문제5〉)

원인 레퍼토리에서는 신문과 방송($X^2=6.038$, $df=6$, NS), MBC와 SBS의 차이($X^2=5.422$, $df=6$, NS)는 나타나지 않은 반면, 『조선일보』와 『한겨레』간의 차이가 관찰됐다($X^2=21.459$, $df=6$, $p<.01$). 『조선일보』(44.4%)와 『한겨레』(30%) 모두 ‘행동’요인을 원인으로 제시한 기사가 가장 많았다는 점에서는 유사했지만, 『한겨레』의 경우에는 ‘유전’ 요인(20%)을 원인으로 꼽은 기사 역시 높은 비중을 차지했다. ‘행동’ 요인과 ‘사회’ 요인을 함께 제시한 기사는 『조선일보』(26.1%)와 『한겨레』(19%) 모두에서 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다(〈표 9〉의 내용 참조).

시기별 원인 레퍼토리의 분포를 분석한 결과, 『조선일보』와 『한겨레』간에 나타난 원인 레퍼토리 분포의 차이는 경제회복기 이후 출현한 것으로 나타났다. 특히 『조선일보』와 『한겨레』의 원인 레퍼토리 분포는 경제회복기와 웰빙열풍기 간에도 차이를 보였다. 경제회복기($X^2=15.403$, $df=6$, $p<.05$) 당시 『조선일보』는 ‘행동’ 요인(50%)을 비만의 원인으로 지적하는 기사가 가장 많았던 반면, 『한겨레』는 ‘유전’ 요인(22.9%)과 ‘행동-사회’ 요인을 함께 지적한 기사(22.9%)가 많았다. 그런데 이러한 원인 레퍼토리의 분포는 웰빙열풍기에 상당 부분 변화가 나타났다. 웰빙열풍기($X^2=11.118$, $df=5$, $p<.05$)에 들어서 『조선일보』는 ‘행동’ 요인(39.8%)이 줄어들고, ‘행동-사회’ 요인을 함께 언급하는 기사(30.7%)의 양이 늘어난 반면, 『한겨레』의 경우에는 ‘유전’ 요인(14.8%)을 지적하는 기사가 감소하고, ‘행동’ 요인을 지적한 기사의 양(42.6%)이 급격히 증가한 것으로 나타났다.

이러한 분석 결과는 시기별 분석의 중요성을 보여준다. 보도의 시점을 구분하지 않은 가운

데 『조선일보』와 『한겨레』를 비교한 <표 9>의 내용만을 놓고 보면, 『한겨레』는 상대적으로 ‘유전’을 포함한 레퍼토리가 주를 이루는 것으로 나타났지만, 이러한 보도의 내용적 특성은 최근 들어 급격한 변화를 보이고 있기 때문이다. <표 10>의 내용에서도 볼 수 있듯이 웰빙열풍기에 들어서 『조선일보』는 상대적으로 ‘행동’ 단일 레퍼토리의 분포는 감소하면서 ‘사회’나 ‘행동-사회’ 요인을 비만의 원인으로 함께 언급하는 레퍼토리가 그에 못지않은 양을 차지하게 된 반면, 『한겨레』는 ‘유전’ 요인을 언급하는 빈도가 줄고 ‘행동’ 요인을 언급하는 기사의 수가 증가한 것으로 나타났다. 이는 웰빙열풍기에 들어서면서 비만의 원인을 규정하는 두 신문의 보도 내용이 질적으로 변화하고 있음을 보여주는 발견이다.

<표 9> 보도매체별 비만보도의 원인 레퍼토리

	신문		방송	
유전	33(13.0)		12(12.4)	
행동	102(40.3)		52(53.6)	
사회	39(15.4)		10(10.3)	
유전-행동	11(4.3)		2(2.1)	
유전-사회	2(0.8)		1(1.0)	
행동-사회	59(23.3)		18(18.6)	
유전-행동-사회	7(2.8)		2(2.1)	
합계	253(100)		97(100)	
유의도	$X^2=6.038^{NS}$			
	조선일보	한겨레	MBC	SBS
유전	13(8.5)	20(20.0)	3(6.7)	9(17.3)
행동	68(44.4)	34(34.0)	27(60.0)	25(48.1)
사회	27(17.6)	12(12.0)	3(6.7)	7(13.5)
유전-행동	3(2.0)	8(8.0)	1(2.2)	1(1.9)
유전-사회	0(0)	2(2.0)	0(0)	1(1.9)
행동-사회	40(26.1)	19(19.0)	10(22.2)	8(15.4)
유전-행동-사회	2(1.3)	5(5.0)	1(2.2)	1(1.9)
합계	153(100)	100(100)	45(100)	52(100)
유의도	$X^2=21.459^{**}$		$X^2=5.422^{NS}$	

〈표 10〉 보도시기별 비만보도의 원인 레퍼토리

	경제위기전		경제회복기		웰빙열풍기							
유전	7(21.9)		15(13.6)		23(11.1)							
행동	16(50.0)		45(40.9)		93(44.7)							
사회	4(12.5)		16(14.5)		29(13.9)							
유전-행동	1(3.1)		6(5.5)		6(2.9)							
유전-사회	0(0)		3(2.7)		0(0)							
행동-사회	3(9.4)		22(20.0)		52(25.0)							
유전-행동-사회	1(3.1)		3(2.7)		5(2.4)							
합계	32(100)		100(100)		208(100)							
유의도	$X^2=14.498^{NS}$											
	신문		방송		신문		방송					
유전	7(23.3)		0(0)		11(13.6)		4(13.8)					
행동	14(46.7)		2(100)		30(37.0)		15(51.7)					
사회	4(13.3)		0(0)		30(37.0)		4(13.8)					
유전-행동	1(3.3)		0(0)		4(4.9)		2(6.9)					
유전-사회	0(0)		0(0)		2(2.5)		1(3.4)					
행동-사회	3(10.0)		0(0)		19(23.5)		3(10.3)					
유전-행동-사회	1(3.3)		0(0)		3(3.7)		0(0)					
합계	30(100)		2(100)		81(100)		29(100)					
유의도	$X^2=2.133^{NS}$				$X^2=4.277^{NS}$				$X^2=6.373^{NS}$			
	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS
유전	3 (15.8)	4 (36.4)	NA	NA	3 (6.5)	8 (22.9)	NA	NA	7 (8.0)	8 (14.8)	3 (9.4)	5 (14.7)
행동	10 (52.6)	4 (36.4)	NA	NA	23 (50.0)	7 (20.0)	NA	NA	35 (39.8)	23 (42.6)	19 (59.4)	16 (47.1)
사회	3 (15.8)	1 (9.1)	NA	NA	7 (15.2)	5 (14.3)	NA	NA	17 (19.3)	6 (11.1)	1 (3.1)	5 (14.7)
유전-행동	0 (0)	1 (9.1)	NA	NA	2 (4.3)	2 (5.7)	NA	NA	1 (1.1)	5 (9.3)	0 (0)	0 (0)
유전-사회	0 (0)	0 (0)	NA	NA	0 (0)	2 (5.7)	NA	NA	0 (0)	0 (0)	0 (0)	0 (0)
행동-사회	2 (10.5)	1 (9.1)	NA	NA	11 (23.9)	8 (22.9)	NA	NA	27 (30.7)	10 (18.5)	8 (25.0)	7 (20.6)
유전-행동-사회	1 (5.3)	0 (0)	NA	NA	0 (0)	3 (8.6)	NA	NA	1 (1.1)	2 (3.7)	1 (3.1)	1 (2.9)
합계	19 (100)	2 (100)	NA	NA	46 (100)	29 (100)	NA	NA	88 (100)	66 (100)	32 (100)	34 (100)
유의도	$X^2=4.214^{NS}$		NA		$X^2=15.403^*$		NA		$X^2=11.118^*$		$X^2=3.433^{NS}$	

6) 비만의 해결책 레퍼토리(〈연구문제6〉)

비만 해결책 레퍼토리의 경우에는 원인 레퍼토리와 달리 매체 내 차이는 관찰되지 않은 반면(『조선일보』對『한겨레』: $X^2=.511$, $df=2$, NS; MBC對SBS: $X^2=.600$, $df=2$, NS), 신문과 방송의 매체 간 차이가 나타났다($X^2=4.777$, $df=2$, $p<.10$). 〈표 11〉의 내용에서 확인할 수 있듯이 방송 보도의 경우 신문 보도에 비해 ‘개인’ 차원의 해결책을 제시하는 기사의 비중이 큰 것으로 나타났다(73.3%). 반면 신문은 ‘개인’ 차원의 해결책과 ‘사회’ 차원의 해결책을 함께 제시하는 기사가 상대적으로 많았다(22.3%).

한편, 해결책 레퍼토리에 있어서의 신문과 방송의 차이는 웰빙열풍기에 뚜렷하게 나타났다($X^2=6.359$, $df=2$, $p<.05$). 방송의 경우에는 ‘개인’ 차원의 해결책을 제시하는 비중이 높았던 반면(71.3%), 신문의 경우에는 ‘개인’ 차원의 해결책만을 제시한 기사(55.4%) 못지않게 ‘사회’ 차원의 해결책(18.3%)과 ‘개인-사회’ 차원의 해결책 모두를 언급한 기사(26.2%) 역시 비중있게 다루어졌다. 신문과 방송의 보도를 망라해 시기별 해결책 레퍼토리의 차이를 살펴본 결과($X^2=16.814$, $df=4$, $p<.01$), ‘개인’ 차원의 해결책을 제시하는 기사의 수는 감소하는 반면, ‘사회’ 차원의 해결책을 제시하는 기사의 수는 점차 증가(경제위기 이전: 0%, 경제회복기: 7.9%, 웰빙열풍기: 16.3%)하는 것으로 나타났다. ‘개인-사회’ 차원의 해결책을 모두 제시하는 기사의 수는 경제회복기에 다소 감소했다가 웰빙열풍기(23.5%)에 다시 그 상대적 양이 증가된 것으로 나타났다(〈표 12〉의 내용 참조).

〈표 11〉 보도 매체별 비만보도의 해결책 레퍼토리

	신문		방송	
개인	215(63.4)		96(73.3)	
사회	43(12.7)		15(11.5)	
개인-사회	81(23.9)		20(15.3)	
합계	339(100)		131(100)	
유의도	$X^2=4.777^{**}$			
	조선일보	한겨레	MBC	SBS
개인	141(62.1)	74(66.1)	37(77.1)	59(71.1)
사회	30(13.2)	13(11.6)	5(10.4)	10(12.0)
개인-사회	56(24.7)	25(22.3)	6(12.5)	14(16.9)
합계	227(100)	112(100)	48(100)	83(100)
유의도	$X^2=.511^{NS}$		$X^2=.600^{NS}$	

〈표 12〉 보도시기별 비만보도의 해결책 레퍼토리

	경제위기전		경제회복기		웰빙열풍기							
개인	32(78.0)		105(75.0)		174(60.2)							
사회	0(0)		11(7.9)		47(16.3)							
개인-사회	9(22.0)		24(17.1)		68(23.5)							
합계	41(100)		140(100)		289(100)							
유의도	$X^2=16.814^{**}$											
	신문		방송		신문		방송		신문		방송	
개인	30(76.9)		2(100)		73(74.5)		32(76.2)		112(55.4)		62(71.3)	
사회	0(0)		0(0)		6(6.1)		5(11.9)		37(18.3)		10(11.5)	
개인-사회	9(23.1)		0(0)		19(19.4)		5(11.9)		53(26.2)		15(17.2)	
합계	39(100)		2(100)		98(100)		42(100)		202(100)		87(100)	
유의도	$X^2=.591^{NS}$				$X^2=2.223^{NS}$				$X^2=6.359^*$			
	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS	조선 일보	한겨레	MBC	SBS
개인	18 (75.0)	12 (80.0)	NA	NA	47 (74.6)	26 (74.3)	10 (71.4)	22 (78.6)	76 (54.3)	36 (58.1)	25 (78.1)	37 (67.3)
사회	0 (0)	0 (0)	NA	NA	4 (6.3)	2 (5.7)	3 (21.4)	2 (7.1)	26 (18.6)	11 (17.7)	2 (6.3)	8 (14.5)
개인-사회	6 (25.0)	3 (20.0)	NA	NA	12 (19.0)	7 (20.0)	1 (7.1)	4 (14.3)	38 (27.1)	15 (24.2)	5 (15.6)	10 (18.2)
합계	24 (100)	15 (100)	NA	NA	63 (100)	35 (100)	14 (100)	28 (100)	140 (100)	67 (100)	32 (100)	55 (100)
유의도	$X^2=.130^{NS}$				$X^2=.026^{NS}$		$X^2=2.063^{NS}$		$X^2=.269^{NS}$		$X^2=1.622^{NS}$	

6. 결론 및 제언

1) 연구의 주요 발견 정리

이 연구에서 우리는 지난 20년간 우리나라의 주요 신문과 방송이 ‘비만’이라는 주제를 얼마나(보도량), 어떻게(보도 형식, 보도 내용) 보도했는지 알아보고자 했다. 특히 이 연구에서는 비만이라는 주제가 뉴스로서 얼마나 보도되고 또 어떻게 보도되는 매체 간(신문 對 방송), 매체 내(『조선일보』對 『한겨레』, MBC 對 SBS), 보도 국면(금융위기 이전 對 경제회복기 對 웰빙열풍기) 별로 구분해 입체적으로 분석하고자 했다. 이를 위해 우리는 지난 20년간 『조선일보』, 『한겨레』, MBC, SBS에 게재된 비만을 주제로 한 기사 597건을 분석했다.

첫째, 비만을 주제로 다룬 뉴스(‘비만’을 제목에 포함한 기사)의 보도량은 2000년 이후 크게 늘어 2004년 정점을 기록한 후, 2005년부터 다소 감소하는 경향을 보였다. 보도 물량은 ‘IMF 경제위기 이전’에는 미미했지만, ‘경제회복기’에 증가하기 시작해, ‘웰빙열풍기’에 들어서 정점

에 올라서게 됐다. 신문과 방송의 보도량 변화 추이는 대체적으로 유사한 모양새를 보였으나, 2000년 이전 방송뉴스의 비만 보도 비율이 현저히 낮다는 점과 신문과 비교했을 때 웰빙열풍기(2003년 이후)에 들어선 이후 전체보도 건수 대비 보도 비율이 크게 증가했다는 점에서 차이가 있었다. 방송 매체인 MBC와 SBS는 비만뉴스의 20년 간 보도추이에서 물량의 차이가 나타나지 않은 반면 『조선일보』와 『한겨레』의 신문 매체 내 차이는 관찰됐다. 둘째, 전체 언론 보도의 경향은 시간이 흐를수록 점차 비만을 사회적 문제로 정의하고, 또 사회적 차원의 해결책을 제시하는 방향으로 나아가고 있는 것으로 나타났다. 하지만 매체 내, 매체 간 비교를 통한 하위집단 분석 결과, 이러한 경향은 매체 별로, 국면 별로 다소 상이했다. 셋째, 비만에 대한 보도 형식과 보도 내용에서 매체 내 차이보다는 매체 간 차이가 두드러졌다. 비만에 대한 신문과 방송 뉴스는 보도 영역, 어조, 문제의 정의, 해결책 레퍼토리 등에서 차이를 보였다. 구체적으로 보도 영역의 경우, 신문은 건강 정보와 함께 신약 소개나 다이어트 등의 상업 정보를 담은 기사가 많은 반면, 방송은 비만에 대한 과학적 연구결과를 상대적으로 많이 보도했다는 점에서 차이가 있었고 이러한 차이는 웰빙열풍기에 뚜렷하게 나타났다. 보도 어조의 경우에는 신문과 방송 공히 기술적인 보도가 많았지만 신문이 분석조의 어조가 다음으로 두드러진 반면, 방송은 경조조의 어조가 기술적인 어조에 이어서 많은 것으로 나타났다. 신문과 방송의 이러한 보도 어조의 차이는 경제회복기와 웰빙열풍기에 걸쳐 지속되고 있는 것으로 나타났다. 문제의 정의에 있어서는 방송이 개인적 불안과 사회 문제로서의 비만을 정의한 기사가 비슷한 분포를 보인 반면, 신문의 경우에는 사회 문제로 정의하는 경우가 많았고, 이러한 차이는 웰빙열풍기에 나타난 것으로 관찰됐다. 한편 해결책 레퍼토리의 경우에는 신문이 ‘개인’ 차원의 단일 해결책을 제시하는 레퍼토리와 ‘사회’ 및 ‘개인-사회’ 해결책을 함께 제시하는 레퍼토리가 비슷한 분포를 보인 반면, 텔레비전 뉴스는 ‘개인’ 차원의 단일 해결책을 제시하는 경우가 많았고, 역시 웰빙열풍기에 차이가 뚜렷하게 나타났다. 넷째, 『조선일보』와 『한겨레』는 원인 레퍼토리에서 차이가 나타났다. 『조선일보』는 비만의 원인으로 ‘행동’의 단일 요인과 ‘행동-사회’의 요인을 함께 언급한 기사가 많았던 반면, 『한겨레』는 ‘행동’과 ‘유전’의 단일요인, 그리고 ‘행동-사회’의 복합 요인을 원인으로 삼은 기사가 많은 것으로 나타났다. 끝으로, 모든 분석 유목(비만 보도의 양, 내용, 형식)에서 MBC(공영방송)와 SBS(상업방송) 간 차이는 나타나지 않았다.

2) 신문과 방송 간 비만뉴스의 차이를 어떻게 볼 것인가?: 보도 규범과 효과 사이의 고민

이 연구에서 특히 두드러진 비만 보도의 차이를 나타낸 신문과 방송의 경우에는 보도 형식과 내용의 차이와 보도 규범 및 그 잠정적 효과에 대한 고민을 함께 해볼 필요가 있다. 먼저 보도 내용에 있어서 대체적으로 신문은 비만을 사회적 문제로 정의하고, 개인적 차원의 해결책 못지않게 사회적 차원의 해결책이 필요함을 보여주고 있는 반면, 방송은 상대적으로 개인적 차원의 해결책을 제시한 경우가 많았다. 이와 같은 차이는 문헌 연구에서 살펴봤듯이 신문에 비해 방송뉴스의 경우 심층보도나 주제에 대한 깊이 있는 논의를 할 수 없고, 사람들의 주의를 집중시키는 영상을 활용하는 경향이 있기 때문에 나타난 결과로 이해할 수 있을 것이다. 때문

에 이렇게 보도 내용의 차이만 놓고 볼 때는 신문이 보다 바람직한 보도 양식을 나타내고 있는 것처럼 보일 수 있다. 또한 보도 형식의 측면에서도 신문 뉴스는 기술적인 기사 다음으로 분석적인 기사가 많은 반면, 텔레비전 뉴스는 경고조의 기사가 많은 것으로 나타났는데, 비만에 대한 심층적 이해를 돕는다는 측면에서나 비만인구에 대한 사회적 낙인을 피한다는 면에서나 방송의 비만보도는 규범적으로 바람직하지 못한 것으로 생각될 수 있다.

하지만 신문과 방송의 보도 차이를 보도 규범의 차원이 아닌 잠정적 효과의 차원에서 바라보면, 다른 견해가 제시될 수도 있다. 비만인구를 줄이고자 힘쓰는 공중보건 관계자들에게는 개인의 꾸준한 운동이나 식습관 개선을 통한 비만의 예방과 탈출이 궁극의 목표가 되는데, 개인 차원의 해결책을 상대적으로 강조하는 경고조의 방송보도는 사회적 차원의 해결책을 강조하는 분석조의 신문보도에 비해 시청자를 운동이나 식습관 개선으로 이끌 가능성이 클 수 있기 때문이다.

3) 비만뉴스에 있어서 보수지와 진보지 간 국소적 이질성과 공영방송과 상업방송의 동질성

연구결과를 보면 신문과 방송의 동종매체 내 차이는 이종매체 간 차이에 비해 두드러지지 않은 것으로 나타났다. 공영방송과 상업방송의 차이를 비교하기 위해 시도된 MBC와 SBS 간의 비교분석에서는 아무런 차이가 나타나지 않았고, 원인 레퍼토리에 한해서 『조선일보』(보수지)와 『한겨레』(진보지) 간에 차이가 발견됐다.

비만뉴스에 있어서 나타난 이러한 매체 내 차이의 대체적인 동질성은 어떻게 이해할 수 있을까? 우선 공영방송과 상업방송의 차이는 앞서 이론적 논의에서 다루었던 일관된 연구결과가 제시되지 않았던 논제이다. 때문에 차이가 없다는 것이 그렇게 새로운 발견은 아니다. 하지만 분석의 대상을 놓고 대안적인 설명도 가능하다. 이 연구에서 공영방송을 대표하는 방송으로 내세운 MBC를 KBS로 대체해도 동일한 결과가 관찰되었을까하는 점이다. 지금까지 국내에서 진행된 다수의 언론사 간 보도내용 비교연구들은 이념적 지향이 다른 신문 매체 간의 분석에 편중된 점이 있다. 때문에 KBS와 MBC가 공영방송의 성격을 공유하는지, SBS와 비교했을 때 서로 차별점이 있는지에 대해 충분한 검토가 이루어지지 못했다. 향후 연구에서 이러한 제한점을 극복하는 연구가 수행될 필요가 있겠다.

『조선일보』와 『한겨레』의 보도 비교에서 웰빙열풍기에 들어서 『한겨레』가 ‘개인’ 차원의 원인 레퍼토리가 상대적으로 늘어난 반면, 『조선일보』는 ‘사회’ 차원의 원인 레퍼토리가 많아졌다는 점은 다소 의외의 결과인 동시에, 흥미로운 발견이라 할 수 있다. 『한겨레』의 변화는 웰빙열풍기라는 사회적 환경이 건강보도라는 특수한 장르와 결합되면서 본래의 정치적 지향성이 상대적으로 덜 나타난 것으로 볼 수 있는 반면, 『조선일보』는 비만을 사회적 문제로 보는 학계나 의료계 전문가의 시각을 따른 것으로 볼 수 있다. 『한겨레』는 본래 비만을 과학보도의 영역에서 많이 다루었는데, 웰빙열풍기에 들어서 건강정보를 다룬 기사들이 많아졌다는 점에서 ‘유전’을 비만의 주요 원인으로 다루던 것이 ‘개인’ 차원의 문제를 다루는 방향으로 변

화한 것으로 이해할 수도 있을 것이다. 또 한편으로는 지금까지 진행된 『조선일보』와 『한겨레』간 이슈 프레임 비교 연구가 대체로 뚜렷한 차이를 보여주는 일관된 결과들을 제공해왔다는 점을 고려할 때, 정치/사회 이슈에 비해 보건 이슈의 보도에 있어서는 보수지와 진보지 간 차이가 두드러지지 않는다는 것을 다소 새로운 발견으로 볼 수도 있을 것이다.

4) 연구의 함의 및 후속 연구를 위한 제언

이 연구의 발견점들은 무엇보다 비만이라는 단일한 의학적, 과학적 사안이 이종매체 간, 동종매체 내 차이에 따라 또 보도 시점에 따라 서로 다른 양상으로 보도되고 있다는 점에서 비만이 사회적으로 구성되는 현실로 정의될 수 있다는 점을 보여준다. 더욱이 비만은 사람들이 일상에서 마주하는 문제이지만 그 원인과 해결의 방법은 의학적, 과학적 전문 지식을 필요로 하는 문제이기 때문에 ‘문턱이 높은(high threshold)’ 사안의 속성을 갖고 있다(Rogers & Dearing, 1996). 이로 인해 비만에 대한 보도는 공중의 비만에 대한 인식을 형성하고 변화시키는 데에 상대적으로 큰 영향을 미칠 수 있는데, 비만에 대한 매체별, 시기별 보도 차이가 중요한 이유가 여기에 있다.

이 연구는 국내에서는 상대적으로 연구가 덜 되어있는 보건 및 건강 보도에 관한 내용분석 연구라는 점에서, 또 향후 비만에 관한 커뮤니케이션(메시지) 효과를 검증하는데 있어서 중요한 기초가 되는 자료들을 제공하고 있다는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 또한 매체종사자들에게는 보건 및 건강 보도의 관행을 되짚어볼 수 있는 자료를 제공한다는 점에서 의미가 있을 것이다. 하지만 이러한 함의에도 불구하고 내용분석 방법이 갖는 한계로 인해 비만뉴스의 매체 간, 매체 내 차이에 대한 심도 있는 원인 규명과 서로 다른 보도의 형식과 내용이 갖는 사회적 영향력을 예측하기는 어렵다는 제한점이 있는 것도 사실이다. 향후 이 연구가 보여준 보도의 형식과 내용을 담은 뉴스가 수용자의 비만에 대한 판단과 인식에 어떤 상이한 영향들을 미치는가에 대한 논의가 이어지기를 기대해본다. 이 연구가 보여주는 내용분석 결과에 대한 보다 깊이 있는 해석이나 함의의 발견은 후속 연구를 통해 공명(共鳴)을 더할 수 있을 것이기 때문이다.

■ 참고문헌

- 강형철(2007). 탐사보도 프로그램의 내용 다양성에 관한 연구: 한국 주요 탐사보도 프로그램 내용 분석. 『한국방송학보』, 21(1), 7~46.
- 김수정(2008). 아시아 국가에 대한 한국 신문의 보도특성: 조선일보와 한겨레의 비교분석을 중심으로. 『사회과학연구』, 19권, 1~20.
- 김은형(2004. 1. 9). 네티타티즘. 딸녀·몸짱... 국어연구원 '신어' 발간. 『한겨레』.
- 동정민(2006. 12. 7). IMF비만 성인남성 3명중 1명 '스트레스 배살'. 『동아일보』.
- 문창진(1998). 실업의 보건사회학: 빈곤과 건강과의 관계. 『보건과 사회과학』, 3권, 67~82.
- 박경숙(2002). 집단 갈등 이슈의 방송 뉴스 프레임 분석: 의약분업 뉴스 프레임을 중심으로. 『한국언론학보』, 46(2), 310~342.
- 박성철·최진명·오상화(2008). 한국과 미국의 최근 헬스커뮤니케이션 연구 경향에 관한 기술적 분석. 『한국언론학보』, 52권 2호, 40-69.
- 윤재홍·방윤형·장경수(2009). 고위공직자 재산검증보도에 대한 매체 간 뉴스 프레임 비교연구: KBS와 조선일보의 보도를 중심으로. 『정치커뮤니케이션연구』, 12호, 199-243.
- 이병주·박병관·이인희(2007). 레이코프와 존슨의 은유 개념을 통한 프레임 분석: '사학법 개정' 관련 갈등 보도를 중심으로. 『한국언론학보』, 53권 3호, 347-369.
- 이현우·이병관(2005). 부안 원전수거물 관리시설 유치쟁점에 대한 언론보도 프레임 분석. 『언론과학연구』, 5권 3호, 516~547.
- 전병률(2006). 『국가 비만관리 종합대책』. 한국보건행정학회. 2006년도 후기학술대회. 45-56.
- 정의철(2008). 에이즈 뉴스 프레임 분석: 비판적 헬스저널리즘 관점을 중심으로. 『한국언론학보』, 52권 4호, 223-248.
- 한미정·이영애·김현정(2005). 해방이후 공익광고를 통해 본 공공캠페인 이슈 변천에 관한 분석: 시기적 구분에 따른 주제의 특징을 중심으로. 『한국광고홍보학보』, 7권 1호, 239-274.
- Barnhurst, K. G. & Mutz, D. C.(1997). American journalism and the decline in event-centered reporting. *Journal of Communication*, 47, 27-53.
- Cappella, J. N., Price, V., & Nir, L.(2002). Argument repertoire as a reliable and valid measure of opinion quality: Electronic Dialogue Campaign 2000. *Political Communication*, 19, 73-93.
- Dearing, J. W. & Rogers, E. M.(1996). *Agenda-setting*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Edelman, M.(1964). *The symbolic uses of politics*. Chicago, IL: The University of Illinois Press.
- Entman, R. M.(1993). Framing: Towards clarification of a fractured paradigm. *Journal of Communication*, 41(4), 51~58.
- Gamson, W. A.(1996). *Talking politics*. New York, NY: Cambridge University Press.
- Gamson, W. A. & Modigliani, A.(1989). Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach. *American Journal of Sociology*, 95(1), 1~37.
- Gandy, O. H. & Li, Z.(2005). Framing comparative risk: A preliminary analysis. *Howard Journal of Communication*, 16, 71~86.
- Heeter,(1985). Program selection with abundance of choice: A process model. *Human Communication Research*, 12, 126~152.

- Hoek, J. & Gendall, P.(2006). Advertising and obesity: A behavioral perspective. *Journal of Health Communication*, 11, 409~423.
- Iyengar, S.(1991). *Is Anyone Responsible?* Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Jeong, S-H.(2007). Effects of news about genetics and obesity on controllability attribution and helping behavior. *Health Communication*, 22(3), 221~228.
- Kelly, B. & Stevens, R. S.(2006). *Exposure to obesity into media weight-loss behavior*. A paper presented at the annual meeting of the International Communication Association.
- 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.
- Kline, K. N.(2006). A decade of research on health content in the media: The focus on health challenges and sociocultural context and attendant informational and ideological problems. *Journal of Health Communication*, 11(3), 43~59.
- 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.
- Major, L. H.(2009). Break it to me harshly: The effects of intersecting news frames in lung cancer and obesity coverage. *Journal of Health Communication*, 14, 174~188.
- Nelkin, D.(1995). *Selling science: How the press cover science and technology*. W.H. Freeman & Company.
- Price, V., Tewksbury, D., & Powers, E.(1997). Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, 24, 481~506.
- Saguy, A. C. & Almeling, R.(2008). Fat in the fire?: Science, the news media, and the "obesity epidemic." *Sociological Forum*. 23(1), 53~83.
- Sandberg., H.(2007). A matter of looks: The framing of obesity in four Swedish daily newspapers. *Communications*, 32, 447~472.
- Schattschneider, E.E.(1960). *The semi-sovereign people*. New York, NY: Holt, Rinehart & Winston.

최초 투고일 2009년 10월 16일

게재 확정일 2009년 11월 14일

논문 수정일 2009년 11월 24일

Social Construction of Obesity : Framing Obesity in Korean News Media 1990~2009

Euntaek Lee

Professor, Department of Media Arts and Sciences, Korean National Open University

Sungjong Roh

Master, School of Journalism and Mass Communication, Korea University

Eunyoung Choi

Master, School of Journalism and Mass Communication, Korea University

Chungku Kang

Master's Student, Department of Sociology, Korea University

Obesity is a daily life matter. However, to understand its cause requires beyond common knowledge; It demands scientific knowledge. Hence, news about obesity might exert significant influences on public opinion towards related governmental policy by shaping and swaying people's perception about obesity. The authors tried to uncover how Korean news media frame obesity for the past 20 years. In particular, the current study conceptually divides past 20 years period into three distinct phases, which are period of "pre-IMF bailout," "post-IMF bailout," and "well-being boom," in analysing the quantitative(frequency of coverages) and qualitative features(format and content) of news about obesity, including analysis of between(print v. broadcast media) and within(both conservative v. liberal news outlets and public service v. commercial broadcasting) differences of news media coverages. Findings indicate that the news coverage of obesity varies depending on its time phase when it is reported and media outlets where it is reported. Theoretical and practical implications of the study and suggestions for future studies are discussed.

Key words : Obesity, Social Construction Of Reality, Print Media, Broadcast Media, Conservative News Outlets, Liberal News Outlets, Public Service Broadcasting, Commercial Broadcasting