Check for updates

ISSN 1229-8565 (print) ISSN 2287-5190 (on-line)
한국지역사회생활과학회지 33(4): 631~643, 2022
Korean J Community Living Sci 33(4): 631~643, 2022
http://doi.org/10.7856/kjcls.2022.33.4.631

원주지역 대학생의 먹방 시청 실태와 식생활 관련 조사

이 승 림 · 이 순 희[1)†]

상지대학교 식품영양학과 부교수 · 수원여자대학교 식품영양과 교수[1)]

Actual Status of Mukbang Viewing and Food Habits of University Students in Wonju Area

Seung-Lim Lee · Sun Hee Lee[1)†]

Associate professor, Dept. of Food and Nutrition, Sangji University, Wonju, Korea
Professor, Dept. of Food and Nutrition, Suwon Women's University, Suwon, Korea[1)]

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the viewing status of the online audiovisual food-related broadcast Mukbang by university students in Wonju (Gangwon, Republic of Korea). The association between the viewing degree of Mukbang and students' eating habits was also evaluated. Based on the degree of Mukbang viewing, we divided the participants into a frequently watching group, moderately watching group, and not watching group. The frequently watching group showed significantly higher 'use smartphones for more than four hours a day' ($p<0.05$), 'watching time of more than four days a week' ($p<0.001$), and 'watching time of more than one hour a day' ($p<0.001$). YouTube was the most frequently used viewing route, and vicarious satisfaction was the most common reason for watching. The frequently watching group had significantly higher values in 'A change in eating out, delivery, and instant food of intake' ($p<0.01$) and 'worsened dietary habits' ($p<0.05$). Concerning food habits, the group that frequently watched Mukbang had a significantly lower number of the following answers: 'Do not eat too much' ($p<0.05$), 'Do not eat processed food often' ($p<0.05$), 'Do not eat animal fat often' ($p<0.05$), 'Do not delivery foods often' ($p<0.05$), 'Do not drink too much alcohol' ($p<0.05$), and 'Sum of food habit ($p<0.05$)'. In summary, university students who frequently watched eating shows showed a higher percentage of undesirable eating habits. Therefore, the results of this study can serve as basic data for research and education related to the nutrition and health of university students. A conclusion can be drawn that improvements in the nutrition education of this population in the Republic of Korea are highly necessary.

Key words: Mukbang, food habits, university students

Received: 6 November, 2022 Revised: 21 November, 2022 Accepted: 28 November, 2022

†**Corresponding Author**: Sun Hee Lee Tel: +82-31-290-8963 E-mail: a54759768@swc.ac.kr

This is an Open-Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Ⅰ. 서론

과학기술의 발달로 데이터 통신과 모바일 기기의 기술이 확산되고, 타인과의 소통 및 정보 공유가 가능한 유튜브 등의 SNS 채널이 등장하면서 장소에 구애 받지 않고 사용할 수 있는 동영상 매체인 어플리케이션의 성장이 두드러지면서 개인 방송을 운영 할 수 있는 플랫홈이 인기를 끌고 있다(Choi et al. 2021; Kang 2021; Jang 2021; Seo 2022). 사회문화적으로 큰 관심을 받고 있고, 세계적인 인기를 누리고 있는 먹방 콘텐츠는 한국어 발음 'Mukbang'이라는 고유 명사로 사용된다(Hong & Park 2016). 먹방은 먹다와 방송이라는 단어가 합쳐진 신조어(Evans & Stephan 2018)로, 출연자가 음식을 먹고 있는 모습을 보여주는 방송이다. 음식은 단순히 살기 위해 음식을 섭취하는 것이 아닌 즐거움을 위해 음식 섭취하기도 하고, 최근 요리를 선보이거나 맛있게 먹는 모습을 보이는 이른바 먹방 프로그램이 주류를 이루고 있다(Lim 2022). 특히 유튜브 등을 통한 먹방의 인기는 점점 더 증가하는 추세이다(Nam & Jung 2021; Ra 2021; Kang 2022).

최근 유행하는 먹방 프로그램들은 친밀함과 편안함을 보여주지만, 감각적이면서 쾌락적인 면도 있고(Kim 2015), 건강에 해로운 식사, 과소비, 상대적 무기력 등이 체념적인 현실과 이어지면 건강에 부정적인 영향을 줄 수 있다(Na 2015). 소셜미디어는 이용자들에게 건강한 식사 구성, 조리법에 대한 팁 등 정보제공을 위한 긍정적인 기능을 수행하나(Jang 2021), 소셜 미디어에 노출된 시간이 높을수록 활동 시간감소와 앉아있는 시간 증가로 인하여 만성질환인 비만, 고지혈증, 제2형 당뇨 등의 유병률이 높아진다는 연구가 보고되었다(Na 2015; Nam & Jung 2021). 2018년 스마트폰 사용 실태조사 결과(Ministry of Science and ICT 2018)에서 스마트폰 과의존위험군이 전체 성인 18.1%, 그 중 대학생의 비율은 25.9%로 전체 성인 보다 더 높게 나타나, 스마트폰을 이용한 프로그램에 과다 노출될 수 있는 취약한 집단으로 대학생을 꼽았다.

대학생은 청소년기의 식습관을 반영하고 성인기 이후 식습관 및 건강 상태와 다음 세대의 부모가 되어 가족의 건강에도 영향을 미칠 수 있는 과도기로 올바른 식습관 확립이 중요하다(Yun 2019). 하지만, 대학생은 시간적 여유가 많아지고, 불규칙한 수업 시간, 외모에 대한 관심, 잘못된 영양지식, 제한된 경제력, 조리 능력 부족, 거주형태의 변화 등으로 인해 다양한 식행동의 문제로 건강과 부조화를 초래할 수 있고(Hu 2015; Kim et al. 2015; Lee & Lee 2021), 건강에 대한 잘못된 인식과 관심 부족으로 자신의 건강을 지나치게 믿고 건전하지 않은 생활습관으로 연결될 가능성이 있다(Lee & Lee 2015).

현재 국내의 먹방 관련 선행연구들은 음식 콘텐츠, 시청 동기, 성인들을 대상으로 하는 먹방 유행의 원인, 지속이용도, 품질, 음식 상품 구매의도, 라이프 스타일 등과 연관된 연구는 활발히 이루어졌다(Kim 2015; Na 2015; Choi et al. 2021; Kang 2021; Jang 2021; Ra 2021). 그러나 먹방과 폭식행동(Lim 2022), 초등학생(Kang 2022), 청소년(Doo et al. 2017), 대학생(Yun 2019)의 먹방 시청과 식습관에 대한 연구는 미흡한 실정이다. Kang(2022)은 학생들의 미디어 이용 주제로 먹방이 높게 나타나 소아·청소년을 대상으로 먹방이 식행동에 미치는 영향에 대한 연구의 필요성을 제기하였고, 대학생은 아직은 교육을 통한 수정 가능성이 큰 시기이므로(Kang 2021) 대학생들의 식생활 문제를 파악하여, 이들을 대상으로 한 건강

관련 교육 자료를 개발하고, 교육과 연계시키는 것은 다음 세대의 건강 증진에 효율적인 방안이 될 것이라고 보고하였다(Yun 2019).

이에 본 연구에서는 W지역에 일부 대학생을 대상으로 먹방 시청 실태 및 식습관을 파악하고, 먹방 시청 실태가 식생활에 미치는 영향에 대한 요소를 파악하여 영양과 연계된 건강교육의 기초자료로 활용하고자 연구를 실시하였다.

Ⅱ. 연구방법

1. 조사 대상 및 기간

본 연구는 2022년 9월 5일부터 10월 14일까지 강원도 원주시 소재 대학교에 재학 중인 학생을 대상으로 연구의 목적과 방법, 내용, 개인정보 보호 등에 대해 설명하고 개인정보 활용에 동의한 대상자에 한하여 실시하였다. 대학생 420명에게 설문지를 배부하여 조사 대상자가 직접 기입하는 방법으로 실시하였으며, 응답이 미비한 자료를 제외한 354부를 통계분석에 이용하였다.

2. 조사 내용 및 방법

연구에 사용된 설문 내용은 선행연구들(Ministry of Health & Welfare 2016; Won & Lee 2019; Yun 2019; Choi et al. 2021; Lee & Lee 2021)을 참고로 본 연구 목적에 맞게 수정 보완한 후 사용하였다. 조사 내용은 조사 대상자의 일반적 특성, 먹방 시청 실태, 시청 관련 인식, 식생활 관련 사항, 식습관 조사로 구성하였다. 설문지 도입부에 본 설문지에서 사용되는 먹방의 설명과 예시를 제시하였고, 설문지 응답 시작 전에 읽어보도록 하였다.

3. 일반사항

연구 대상자의 일반사항으로 나이, 성별, 비만도, 학년, 주거형태, 아르바이트 활동 여부, 먹방 시청 정도의 7문항으로 구성하였고 체중과 신장을 이용하여 체질량지수를 산정하였다. 체질량지수는 대한비만학회(Korean Society for the Study of Obesity 2012)에서 아시아인을 대상으로 설정한 기준을 사용하여 18.5 kg/m^2 미만은 저체중, 18.5~23.0 kg/m^2 미만은 정상, 23.0~24.9 kg/m^2는 과체중, 25.0 kg/m^2 이상은 비만으로 분류하였다. 먹방 시청 정도에 따라 '보지 않는다'(NW군), '가끔 보는 편이다'(MW군), '자주 본다'(FW군)의 3군으로 분류하였다.

4. 먹방 시청 실태와 시청 관련 인식

먹방 시청 실태와 시청 관련 인식 부분에서는 먹방을 '가끔 보는 편이다', '자주 본다'로 답한 조사 대상자에 대해서만 응답하게 하였다. 먹방 시청 실태 부분에서는 대학생의 스마트폰 이용 시간, 시청 빈도, 시청 시간, 시청 경로, 시청 기준에 대해 조사하였고 시청 관련 인식 부분에서는 먹방 시청 정도에 따른 대학생의 먹방 시청 후 외식, 배달식, 인스턴트 음식 섭취 변화, 먹방 시청이 식생활에 미치는 영향, 먹방 시청 이유 등에 관한 항목으로 구성하였다.

5. 식생활 관련 사항

먹방 시청 정도에 따른 대학생의 혼자 식사하는 빈도, 스스로 요리하는 빈도, 영양표시 인지, 영양표시 확인 여부, 영양표시 확인 항목 등으로 구성하였다. 영양표시에 관한 설문은 국민건강영양조사(Ministry of Health & Welfare 2016)와 Yun(2019)의 연구를 참고하여 수정하였다. 영양표시 인지 항목은 '알고 있다', '알지만 이해하지 못한다', '전혀 모른다', 3가지로 나누어 조사하였고, 식품 구매 시 영양표시 확인 여부는 '예', '아니오'로 조사 하였다.

6. 식습관 조사

식습관 문항은 식사의 규칙성, 식사속도, 과식 등 '식사습관'관련 5문항과 곡류, 육류, 채소, 과일, 우유 등 '식품군'관련 6문항, 단 음식, 짠 음식, 가공식품, 동물성 지방 섭취 등 '생활습관병' 관련 4문항, 외식, 배달음식 섭취, 음주, 흡연, 운동 등 '건강' 관련 5문항으로 총 20문항으로 구성하였다. '항상 그렇다' 5점, '대체로 그렇다' 4점, '보통이다' 3점, '대체로 그렇지 않다' 2점, '전혀 그렇지 않다' 1점으로 5점 척도를 이용하여 응답하도록 하였다.

7. 통계처리

본 연구의 데이터의 통계처리는 SPSS(Statistics Package for the Social Science, Ver. 21.0 for window) package를 이용하여 카테고리 변수간은 백분율, 평균, 표준편차를 구하였다. 자료의 유의성 검증은 시청 실태, 시청 관련 인식, 식생활 관련 사항의 분포 및 각 영역의 항목별 평가는 chi-square 검정을 이용하였고 식습관은 일원분산분석 (One-Way ANOVA)을 실시하여 집단간 차이를 알아보았으며, Duncan test를 통해 사후 검증하였다. 모든 분석의 유의수준은 $p<0.05$로 하였다.

Ⅲ. 결과 및 고찰

1. 일반사항

대상자의 일반사항에 대한 결과는 Table 1과 같다. 대상자의 평균 연령은 21세, 성별은 남학생 169명(47.7%), 여학생 185명(52.3%), 학년별 분포는 1학년 124명(35.0%), 2학년 84명(23.7%), 3학년 97명(27.4%), 4학년 49명(13.9%)이었다. 체질량지수를 이용한 비만정도는 저체중 54명(15.2%), 정상체중 201명(56.8%), 과체중 48명(13.6%), 그리고 비만은 51명(14.4%)이였다. 주거형태는 부모님과 함께 거주한다고 응답한 비율이 241명(68.1%)으로 가장 많았고 기숙사 〉 혼자 자취 〉 친구와 자취 순으로 나타났으며 응답자의 48.9%인 173명이 아르바이트를 한다고 응답하였다. 먹방시청 정도에 따라 보지 않는다는 116명(32.2%), 가끔 보는 편이다는 160명(45.2%), 그리고 자주 본다는 80명(22.6%)로 나타났다.

Table 1. General characteristics of the subjects

n (%)

Variables	Students (n = 354)
Age	21.74 ± 2.01[1)]
Gender	
Male	169 (47.7)
Female	185 (52.3)
Grade	
1st	124 (35.0)
2nd	84 (23.7)
3rd	97 (27.4)
4th	49 (13.9)
Obesity degree[1)]	
Underweight	54 (15.2)
Normal	201 (56.8)
Overweight	48 (13.6)
Obesity	51 (14.4)
Residence type	
Home	241 (68.1)
Dormitory	73 (20.6)
Rent (with friends)	8 (2.3)
Rent (alone)	32 (9.0)
Part-time job	
Yes	173 (48.9)
No	181 (51.1)
Degree of watching Mukbang	
Not watching (NW)	116 (32.2)
Moderate watching (MW)	160 (45.2)
Frequent watching (FW)	80 (22.6)

[1)] Mean ± SD

[2)] Obesity degree: underweight (BMI〈18.5), normal (18.5 ≤ BMI〈 23), overweight (23 ≤ BMI 〈 25), obesity (25 ≤ BMI)

2. 시청 실태

시청 실태는 '보지 않는다'라고 응답한 NW군(116명)을 제외하고, '가끔 보는 편이다'라고 응답한 MW군(160명)과 '자주 보는 편이다' FW군(80명)의 결과만을 비교하였다. 먹방 시청 정도에 따른 대학생의 스마트폰 사용 시간, 시청 빈도, 시청 시간, 시청 경로, 시청 기준에 대한 결과는 Table 2와 같다.

스마트폰 이용 시간의 경우 FW군은 '4시간 이상' 이용한다는 비율이 71.2%로 MW군의 54.9%보다 높았다($p<0.05$). 대학생 스마트폰 이용 시간을 조사한 Yun(2019)의 연구에서 '스마트폰을 하루 4시간 이상 이용한다'라고 응답한 비율이 62.7%로 나타났고, 광주 및 전라지역에서 대학생들의 스마트폰 하루 평균 이용 시간이 약 6.8시간이라고 보고되어(Ahn 2016) 본 연구 결과와 유사하게 나타났다. 이를 통해 대학생들의 스마스폰 사용 시간이 높음을 알 수 있었고 대학생을 대상으로 스마트폰을 활용할 수 있는 영양 및 건강 관련 교육 콘텐츠와 같은 다양한 긍정적인 프로그램 연계 시 효율성을 높일 수 있으리라 사료 된다.

먹방 시청 빈도는 '주 4일 이상' 시청한다는 비율이 FW군의 경우 77.5%로 MW군의 14.4%보다

Table 2. Mukbang watching status of university students according to the degree of watching

n (%)

Variables	MW group[1] (n = 160)	FW group (n = 80)	Total (n = 240)	p-value[2]
Time for smart phone use				
<2 hours/day	6 (3.8)	3 (3.8)	9 (3.8)	0.047*
2-4 hours/day	66 (41.3)	20 (25.0)	86 (33.2)	
4-6 hours/day	50 (31.2)	32 (40.0)	82 (35.6)	
≥6 hours/day	38 (23.7)	25 (31.2)	63 (27.4)	
Mukbang viewing frequency				
<1 days/week	50 (31.3)	0 (0.0)	50 (15.6)	0.000***
1-3 days/week	87 (54.3)	18 (22.5)	105 (38.4)	
4≤ days/week	23 (14.4)	62 (77.5)	85 (46.0)	
Mukbang viewing time				
< 1 hours /day	99 (61.9)	29 (36.3)	128 (49.1)	0.000***
1-2 hours/day	61 (38.1)	26 (32.5)	87 (35.3)	
≥2 hours/day	0 (0.0)	25 (31.2)	25 (15.6)	
Mukbang viewing route				
YouTube	138 (86.2)	68 (85.0)	206 (85.6)	0.672
SNS	12 (7.5)	9 (11.2)	21 (9.35)	
TV	10 (6.3)	3 (3.8)	13 (5.05)	
Viewing criterion				
Food	110 (68.8)	58 (72.5)	168 (70.7)	0.819
Cast	38 (23.8)	15 (18.8)	53 (21.3)	
Recommendation	10 (6.2)	5 (6.2)	15 (6.2)	
The others	2 (1.2)	2 (2.5)	4 (1.8)	

[1] MW group: moderately watching group, FW group: frequently watching group

[2] p-values of the chi-square test *$p<0.05$, ***$p<0.001$.

유의적으로 높았고(p<0.001), 먹방 시청 시간도 FW군은 '1시간 이상' 시청한다고 응답한 비율이 63.7%로 MW군 38.1%보다 높았다(p<0.001). 대학생을 대상으로 한 선행연구에서 먹방을 자주 시청하는 군의 시청 빈도는 '주 3일 이상' 시청한다와 시청 시간의 경우 '30분 이상' 시청한다고 응답한 비율이 높게 보고된 바 있다(Yun 2019).

먹방 시청 경로는 두군 모두 '유튜브'가 85.6%로 가장 높았고, 'SNS' 9.4%, 'TV' 5.0%로 나타나 유의적인 차이는 없었다. 시청기준도 유의적인 차이 없이 '음식'이 70.7%로 두군 모두 가장 높았고, '출연자' 21.3%, '추천' 6.2%, '기타' 1.8%로 나타났다. 대학생 대상 먹방 시청 경로를 조사한 선행연구(Yun 2019)에서 유튜브 〉 TV 〉 SNS 〉 인터넷방송 순으로 유튜브가 1순위로 나타나 본 연구 결과와 일치하였다. 스마트폰은 TV의 영향력을 감소시켰지만, 스마트폰을 통한 시간과 공간의 제약 없이 유튜브의 시청이 가능해지고 접근성이 더 높아졌다고 볼 수 있다(Ra 2021). 소셜 미디어 및 검색포털 트렌드 리포트 보고서(Kim 2020)에 따르면, 유튜브는 2018년부터 한국인이 가장 많이 이용하는 소셜 미디어로 떠올랐고, 유튜브를 통한 흥미 위주의 콘텐츠도 많이 소비되고 있다(Kang 2021). 먹방 시청자들은 편리성에 유튜브 채널을 많이 이용하고 구체적이면서 다양한 정보들이 많아 맛있는 식사를 위해서 새로운 방법을 찾아보며, 새로운 조리법을 시도하면서 다른 국가의 음식을 찾아서 시도해 볼 수 있도록 하는 유튜브의 먹방 채널이 유용한 것으로 보고하였다(Jang 2021).

따라서, 앞으로는 접근성이 좋고 이용률이 높은 유튜브를 이용한 다양한 영양교육 콘텐츠에 대한 개발이 필요하고(Kang 2022), 영양교육의 효과를 높이기 위해서는 대상자에게 동기부여가 가능하고 실생활에서 쉽게 활용할 수 있는 다양한 정보와 흥미를 제공해 줄 수 있는 콘텐츠 또한 개발되어야 할 것이다.

3. 먹방 시청 관련 인식

먹방 시청 관련 인식은 '보지 않는다'고 응답한 NW군을 제외하고, '가끔 보는 편이다' MW군(160명)과 '자주 보는 편이다' FW군(80명)의 결과만을 비교 분석하였다. 먹방 시청 정도에 따라 대학생의 먹방 시청 후 외식, 배달 음식, 인스턴트 음식 섭취의 변화, 먹방 시청이 식생활에 미치는 영향의 정도, 먹방 시청 이유에 대한 결과는 Table 3과 같다.

먹방 시청 후 외식, 배달 음식, 인스턴트 음식을 '더 먹게 된다'는 비율은 FW군이 47.5%로 MW군 25.0%보다 높았고(p<0.01), 먹방 시청으로 식생활이 '좋아짐'이라고 답한 비율은 FW군이 6.3%로 MW군 1.3%보다 높았지만 '나빠짐'이라고 답한 비율도 FW군이 18.7%로 MW군 10.0%보다 높았다(p<0.05). 먹방 시청 이유는 군간에 유의적인 차이 없이 '대리만족'이 62.5%로 가장 높았고, '시간 보내기' 17.8%, '오락'10.0%, '정보 추구' 8.8%, '기타' 0.9% 순으로 나타났다. 대학생의 먹방 시청 관련 인식조사(Yun 2019)에서 먹방 시청 후 외식, 배달식, 인스턴트 음식을 '더 먹게 된다'는 42.5%, 식생활이 '나빠짐'은 11.3% 높게 나타나 본 연구의 결과와 유사하게 나타났다. 성인 대상 연구(Nam & Jung 2021)에서도 배달 음식과 야식 섭취가 높을수록 먹방 시청 시간이 높게 나타났다. 또한, Na(2021)의 연구에서는 먹방 프로그램을 시청할 경우 바람직하지 못한 소비패턴과 비교적 좋지 않은 식습관을 형성할 가능성이 높고 비만도 등에 부정적인 영향을 미치는 것으로 보고하였고, 대한비만학회 국제학술대회 ICOMES(International Congress on Obesity and Metabolic Syndrome)

Table 3. Mukbang watching-related perception of university students according to the degree of watching

n (%)

Variables	MW group[1] (n = 160)	FW group (n = 80)	Total (n = 240)	p-value[2]
A change in eating out, delivery, and instant food of intake				
Eat more	40 (25.0)	38 (47.5)	78 (36.3)	0.008**
No change	115 (71.9)	38 (47.5)	153 (59.4)	
Eat less	5 (3.1)	4 (5.0)	9 (4.0)	
Influence on dietary life				
Got batter	2 (1.3)	5 (6.3)	7 (3.8)	0.012*
No change	144 (88.7)	60 (75.0)	202 (81.8)	
Got worse	16 (10.0)	15 (18.7)	31 (14.4)	
Why watch Mukbang				
Vicarious satisfaction	96 (60.0)	52 (65.0)	148 (62.5)	0.596
Entertainment	16 (10.0)	8 (10.0)	24 (10.0)	
Information	14 (8.8)	7 (8.8)	21 (8.8)	
Killing time	33 (20.6)	12 (15.0)	45 (17.8)	
The others	1 (0.6)	1 (1.2)	2 (0.9)	

[1] MW group: moderately watching group, FW group: frequently watching group
[2] p-value by chi-square test *p<0.05, **p<0.01

2021에서는 먹방의 경우 과식 및 폭식 등 건강하지 못한 식행동과 고열량 음식 노출, 건강 식생활 정보 제공이 병행되지 않고 있다는 점에서 문제가 되고 있음을 제시하였다(Medicaltimes 2021). 이러한 연구 결과들을 토대로 먹방 시청이 식생활에 부정적인 영향을 미치고 이는 대학생의 식사의 질 저하와도 연관되는 것으로 사료 된다. 실제 많은 선행연구에서 대학생들은 건강에 대한 관심 부족, 맛 위주의 식품선택, 편리성을 우선으로 함에 따라 섭취하는 식품의 질에 많은 영향을 미치는 것으로 보고되었다(Lee et al. 2010; Bae & Yeon 2011; Kim et al. 2013). 반면 유튜브 먹방 프로그램을 시청하면서 건강을 위해 음식을 신중하게 선택하고(Jang 2021), 먹방은 일부 시청자들에게는 대리만족 효과를 부를 뿐 식욕에는 큰 영향을 미치지 않는다는 상반된 연구 결과(Kang et al. 2019)도 있어 식생활은 사회적 · 경제적 · 환경적 요인과 기술의 발달 그리고 개인적 특성 등 다양한 요인에 의해 영향을 받으므로(Jang 2021) 먹방 시청이 대학생들의 식생활과 건강에 미치는 영향에 대한 더 많은 연구가 필요하리라 사료된다.

4. 식생활 관련 사항

먹방 시청 정도에 따라 대학생의 혼자 식사하는 빈도, 스스로 요리하는 빈도, 영양표시에 대한 인지, 영양표시 확인 여부, 영양표시 확인 성분에 대한 결과는 Table 4와 같다.

혼자 식사하는 빈도는 '하루 1회 이상' 37.1%, '주 4~6회' 17.6%, '주 1~3회' 19.0%, '월 4회 미만' 26.3%였고, 스스로 요리하는 빈도는 '하루 1회 이상' 17.3%, '주 4~6회' 22.4%, '주 1~3회' 20.8%, '월 4회 미만' 39.5%였으며 두 항목 모두 군간에 유의성은 나타나지 않았다. 성인 대상 연구에서 (Nam & Jung 2021) 먹방 시청 시간이 많

Table 4. Dietary life of university students according to the degree of watching Mukbang

N (%)

Variables	NW group[1] (n = 114)	MW group (n = 160)	FW group (n = 80)	Total (n = 354)	p-value[2]
Eat alone					
≥1 times/day	40 (35.1)	58 (36.2)	32 (40.0)	130 (37.1)	0.426
4-6 times/week	19 (16.7)	26 (16.3)	16 (20.0)	61 (17.6)	
1-3 times/week	24 (21.0)	26 (16.3)	16 (20.0)	66 (19.0)	
< 4 times/month	31 (27.2)	50 (31.2)	16 (20.0)	97 (26.3)	
Cook on their own					
≥1 times/day	20 (17.5)	23 (14.4)	16 (20.0)	59 (17.3)	0.873
4-6 times/week	26 (22.8)	35 (21.9)	18 (22.5)	79 (22.4)	
1-3 times/week	24 (21.1)	30 (18.7)	18 (22.5)	72 (20.8)	
< 4 times/month	44 (38.6)	72 (45.0)	28 (35.0)	144 (39.5)	
Nutrition label recognition					
Know	45 (39.5)	73 (45.6)	32 (40.0)	150 (41.7)	0.961
Know, but do not understand	49 (43.0)	57 (35.6)	35 (43.8)	141 (40.8)	
Know nothing	20 (17.5)	30 (18.8)	13 (16.2)	63 (17.5)	
Nutrition label check					
Yes	42 (36.8)	55 (34.4)	32 (40.0)	129 (37.1)	0.978
No	72 (63.2)	105 (65.6)	48 (60.0)	225 (62.9)	
Identified nutrients[3]					
Calorie	32 (76.2)	40 (72.7)	24 (75.0)	96 (74.4)	0.985
Fat	4 (9.5)	7 (12.7)	2 (6.3)	13 (10.1)	
Sugar	4 (9.5)	3 (5.5)	6 (18.7)	13 (10.1)	
Sodium	2 (4.8)	5 (9.1)	0 (0.0)	7 (5.4)	
Total	42 (100)[3]	55 (100)	32 (100)	129 (100)	

[1] NW group: not watching group, MW group: moderately watching group, FW group: frequently watching group
[2] p-value by chi-square test
[3] Analyzed only in the subjects who answered to be aware of the nutrition label

을수록 혼자 식사를 하는 경우가 많았고, 먹방 트렌드를 연구한 선행연구(Kim 2015; Jang & Kim 2016)에서도 과거에 비해 개인적인 시간이 늘어남에 따라 혼자서 먹는 경우가 많아졌고 이로 인해 발생하는 허전함을 달래기 위해 TV를 틀고 식사하는 비율이 증가하는 것으로 보고 하였다.

영양표시에 대한 인지의 경우 '알고 있다' 41.7%, '알지만 이해하지 못한다' 40.8%, '전혀 모른다' 17.5%로 나타났고, 영양표시 확인 여부에 대한 질문에 '예' 37.1%, '아니오' 62.9%로 응답하였으며 모든 항목에서 군간에 유의적인 차이는 없었다. 영양표시를 확인하는 경우 주의 깊게 보는 영양성분은 '에너지'가 74.4%로 가장 높았고, '지방'과 '당'이 각각 10.1%, 나트륨이 7.5%로 나타났으나 군간에 유의성은 없었다. 대학생 대상 연구(Yun 2019)에서 먹방을 자주 시청하는 군이 영양표시를 '알고 있다' 42.9%, 영양표시 확인에 대해서도 '예' 31.6%로 본 연구 결과와 비슷하게 나타났다. 여대생을 대상으로 한 연구(Lee & Lee 2021)에서의 가공식품 구매 시 영양표시 확인 정도의 경우 전혀 확인하지 않음과 거의 확인하지 않음이라고 응답한 학생이 53.8%로 절반 이상의 학생이 가

공식품 구매 시 영양표시를 확인하지 않는 것으로 나타났다. 추가로 국민건강영양조사 2016년 제7기 1차년도 결과(Ministry of Health & Welfare 2016) '영양표시를 알고 있다'고 응답한 19~29세가 92.1%이었던 결과에 비하면 본 연구 조사 대상자들의 영양표시 인지율은 82.5%로 낮았고, 영양표시를 알고 있는 대상자 중 가공식품을 사거나 고를 때 '영양표시를 확인한다'는 응답률도 37.1%로 우리나라 전체 결과인 40.8%보다 조금 낮게 나타나 대학생을 대상으로 영양표시 관련 교육의 필요성이 대두된다. 반면, Jang(2021)은 유튜브 먹방 콘텐츠를 시청하면서 건강식품이나 유기농 식품 등을 많이 이용하는 편이고, 식품을 구매할 때 반드시 성분표시를 확인하고, 영양가를 고려하는 것으로 나타났다. 이 연구의 대상은 20대에서 40대 시청자를 대상으로 하였고 남자(53.4%)가 여자(46.6%)보다 다소 많았으며 직업의 분포도 학생 36.2%, 직장인 34.1%로 나타나 유튜브를 통한 먹방의 영향은 연령, 성별, 직업에 따라 다를 수 있음을 시사하였다.

5. 식습관

먹방 시청 정도에 따른 식습관을 조사한 결과는 Table 5와 같았고, 모든 항목은 점수가 높을수록

Table 5. Food habits of university students according to the degree of watching Mukbang

Variables	NW group[1] (n = 114)	MW group (n = 160)	FW group (n = 80)	Total (n = 354)	p-value[2]
Have three meals a day	2.47 ± 1.41[3]	2.38 ± 1.37	2.19 ± 1.45	2.35 ± 1.44	0.138
Have breakfast regularly	2.51 ± 1.49	2.49 ± 1.42	2.25 ± 1.46	2.42 ± 1.49	0.142
Have meals on time	2.70 ± 1.27	2.60 ± 1.20	2.69 ± 1.39	2.66 ± 1.21	0.358
Takes enough time to have a meal	3.35 ± 1.38	3.42 ± 1.31	3.99 ± 1.46	3.59 ± 1.38	0.916
Do not eat too much	3.38 ± 1.39^{a}	3.31 ± 1.35^{a}	2.81 ± 1.39^{b}	3.17 ± 1.37	0.028*
Take meat every meal	3.24 ± 1.44	3.12 ± 1.42	3.28 ± 1.43	3.21 ± 1.40	0.589
Take vegetables other than kimchi every meal	2.40 ± 1.38	2.51 ± 1.35	2.59 ± 1.08	2.50 ± 1.31	0.799
Have food cooked with oil every meal	3.01 ± 1.23	2.93 ± 1.21	2.99 ± 1.57	2.98 ± 1.48	0.881
Drink milk every day	2.75 ± 1.45	2.50 ± 1.31	2.71 ± 1.37	2.65 ± 1.31	0.514
Have fruits every day	2.45 ± 1.38	2.61 ± 1.37	2.59 ± 1.27	2.55 ± 1.38	0.695
Eat a variety of foods in each food group	2.99 ± 1.42	3.01 ± 1.41	2.83 ± 1.39	2.94 ± 1.41	0.639
Do not eat the processed food often	3.65 ± 1.42^{b}	3.41 ± 1.19^{a}	2.93 ± 1.20^{a}	3.32 ± 1.25	0.014*
Do not eat the sweet food often	3.89 ± 1.14	3.96 ± 1.19	4.14 ± 1.05	4.00 ± 1.44	0.955
Do not eat the salty food	3.79 ± 1.28	3.91 ± 1.29	3.74 ± 1.22	3.81 ± 1.22	0.397
Do not eat the animal fat often	3.67 ± 1.13^{a}	3.45 ± 1.21^{b}	3.12 ± 1.45^{b}	3.40 ± 1.14	0.034*
Do not eat out often	3.71 ± 1.17	3.89 ± 1.28	3.50 ± 1.30	3.70 ± 1.29	0.287
Do not delivery foods often	3.01 ± 1.34^{a}	2.78 ± 1.44^{ab}	2.49 ± 1.59^{b}	3.87 ± 1.45	0.039*
Do not drink the alcohol too much	3.61 ± 1.39^{a}	3.28 ± 1.40^{ab}	2.95 ± 1.53^{b}	3.98 ± 1.31	0.041*
Do not smoking	3.50 ± 1.49	3.21 ± 1.48	3.35 ± 1.40	3.12 ± 1.50	0.087
Take exercise every day	2.44 ± 1.34	2.60 ± 1.38	2.38 ± 1.10	2.18 ± 1.38	0.588
Sum of food habit	3.27 ± 0.61^{a}	3.14 ± 0.48^{ab}	3.09 ± 0.65^{b}	3.15 ± 0.53	0.048*

[1] NW group: not watching group, MW group: moderately watching group, FW group: frequently watching group

[2] By ANOVA, different lower-case letters in the same row indicate significant differences among groups at $p<0.05$ by Duncan's multiple range test.

*$p<0.05$

[3] Mean ± SD

식습관이 양호한 것으로 평가하였다.

‘과식을 하지 않는다’ 항목의 경우 FW군이 2.81점으로 NW군 3.38점, MW군 3.31점보다 유의적으로 낮게 나타났고($p<0.05$), ‘가공식품을 자주 섭취하지 않는다’ 항목에서는 FW군이 2.93점으로 NW군 3.65점, MW군 3.41점보다 유의적으로 낮았으며($p<0.05$), ‘동물성 지방을 자주 먹지 않는다’ 항목에서는 FW군 3.12점, NW군 3.67점, MW군 3.45점으로 FW군이 유의적으로 낮게 나타났다($p<0.05$). ‘배달 음식을 자주 섭취하지 않는다’ 항목의 경우 FW군 2.49점으로 NW군 3.01점, MW군 2.78점보다 유의적으로 낮게 나타났고($p<0.05$), ‘과음 및 잦은 음주를 피한다’ 항목에서는 FW군 2.95점으로 NW군 3.61점, MW군 3.28점보다 유의적으로 낮게 나타났으며($p<0.05$), 마지막으로 식습관 총점에서도 FW군 3.09점으로 NW군 3.27점, MW군 3.14점보다 유의적으로 낮게 나타났다($p<0.05$). 대학생 대상 선행 연구(Yun 2019)에서 먹방을 자주 섭취하는 군에서 ‘적당한 식사량’, ‘가공식품 섭취’, ‘콜레스테롤 섭취’와 식습관에 대한 평균점수는 낮게 나타나 본 연구 결과와 유사하였다. 실제 먹방 시청 시간이 길어질수록 간식의 섭취, 외식의 빈도, 인스턴트나 패스트푸드 섭취가 증가하였고(Nam & Jung 2021), 코로나-19 펜데믹(COVID-19 Pandemic)의 장기화로 경제가 어려워지고 사회적 거리두기와 비대면 소비가 확산되면서 빠르게 섭취할 수 있는 즉석식품, 가공식품 등의 소비가 증가하고 있다(Ministry of Trade, Industry and Energy 2021). 이에 본 연구의 결과에서도 먹방 시청을 자주하는 군이 배달 음식의 섭취와 가공식품 섭취가 높게 나타나는 것 또한 이러한 사회 환경에 영향을 받는 것으로 추정 할 수 있었다. 본 연구는 원주 소재 1개 대학의 대학생만을 조사 대상자로 하였기에 연구 결과를 일반화하기 어렵고, 단면연구의 특성으로 먹방 시청 정도와 식습관 간의 구체적인 인과관계를 규명하기에는 한계점이 있었다. 그럼에도 불구하고 본 연구 결과는 먹방 시청이 바람직하지 못한 식생활에 영향을 미치고 있음을 시사하였다.

따라서 이상의 결과를 종합해 보면 올바른 식생활 확립을 위해 먹방 시청을 규제하기보다 먹방을 주로 시청하는 대학생을 대상으로 올바른 식생활과 생활 습관을 위해 건강한 음식을 선택할 수 있는 능력은 물론 영양 지식, 배달 음식이나 외식, 야식 등의 문제점 등에 대한 내용을 쉽게 접근 가능한 유튜브 등을 이용하여 영양교육이 이루어질 수 있도록 하는 노력이 필요하다. 또한 먹방 방송 매체 입장에서는 인기도에만 집중하는 것보다 건강한 식생활 및 생활 습관과 관련된 주제에 대한 반영이 요구된다.

Ⅳ. 요약 및 결론

세계적으로 먹방은 사회적으로 큰 관심을 받고 있고, 코로나-19가 우리의 일상을 바꾸며 디지털이라는 새로운 연결을 모색하는 시대가 되면서, 먹방의 시청률이 증가하는 추세에 있다. 본 연구에서는 W시 소재 일개 대학의 대학생 354명을 대상으로 먹방 시청 실태를 조사하고, 시청 정도가 식습관에 미치는 영향에 대해 연구한 결과는 다음과 같았다.

먹방 시청 정도에 따라 ‘자주 보는 편이다(FW군)’, ‘가끔 보는 편이다(MW군)’, ‘보지 않는다(NW군)’ 세 군으로 나누어 분석한 결과 먹방 시청 정도에 따른 대학생의 스마트폰 이용시간의 경우 ‘4시간 이상’ 이용한다고 응답한 비율은 FW군(71.2%)이 MW군(54.9%)보다 높았고($p<0.05$), 먹방의 시청 빈도는 ‘주 4일 이상’ 시청한다는 비

율이 FW군의 경우 77.5%로 MW군의 14.4%보다 유의적으로 높았다($p<0.001$). 먹방 시청 시간 또한 '1시간 이상' 시청한다고 응답한 비율이 FW군에서 높게 나타났다($p<0.001$). 먹방 시청 경로는 군간에 유의적인 차이는 없었지만 두 군 모두 유튜브를 통한 시청이 가장 많았다.

먹방 시청 정도에 따라 대학생의 먹방 시청 후 외식, 배달 음식, 인스턴트 음식 섭취의 변화, 먹방 시청이 식생활에 미치는 영향의 정도, 먹방 시청 이유에 대해 조사한 결과, 먹방 시청 후 외식, 배달 음식, 인스턴트 음식을 '더 먹게 된다'는 비율은 FW군이 MW군 보다 높았고($p<0.01$), 먹방 시청으로 식생활이 '좋아짐'이라고 답한 비율은 FW군이 6.3%로 MW군 1.3%보다 높았지만 '나빠짐'이라고 답한 비율도 FW군이 18.7%로 MW군 10.0%보다 높게 나타났다($p<0.05$).

먹방 시청 정도에 따라 대학생의 혼자 식사하는 빈도, 스스로 요리하는 빈도, 영양표시에 대한 인지, 영양표시 확인 여부, 영양표시 확인 성분에 대해 조사한 결과 군간에 유의적인 차이는 나타나지 않았다. 먹방 시청 정도에 따른 식습관을 조사한 결과 FW군의 경우 '과식을 하지 않는다'($p<0.05$), '가공식품을 자주 섭취하지 않는다'($p<0.05$), '동물성 지방을 자주 먹지 않는다'($p<0.05$), '배달 음식을 자주 섭취하지 않는다'($p<0.05$), '과음 및 잦은 음주를 피한다'($p<0.05$) 항목의 평균 점수가 유의적으로 낮았고 식습관 총점 역시 FW군이 3.09점으로 NW군 3.27점, MW군 3.14점보다 유의적으로 낮게 나타났다($p<0.05$).

위 결과를 정리해보면 먹방 시청 빈도에 따라 과식, 가공식품, 동물성 지방, 배달 음식 등의 섭취에서 유의적인 차이가 나타나 먹방을 자주 시청하는 대학생의 경우 바람직하지 못한 식습관을 형성함에 따라 먹방 시청은 식생활에 부정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 따라서 본 연구 자료는 먹방 시청 빈도가 높은 대학생들의 식생활과 건강 관련 교육을 위한 기초자료로 활용할 수 있으리라 사료 되며 이를 토대로 대학생들이 쉽게 접근할 수 있는 유튜브 등의 매체를 활용하여 건강한 음식을 선택할 수 있는 방법, 영양 지식, 배달 음식이나 외식, 야식 등의 문제점 등에 대한 영양교육 콘텐츠 개발에 대한 노력이 요구된다.

References

Ahn JA(2016) A study on the smart phone use behavior and addiction of university students: Focused on effect of depression, impulsivity and interpersonal relation, campus life. J Communication Sci 16(4), 128-162

Bae YJ, Yeon JY(2011) Dietary behaviors, processed food preferences and awareness levels of nutrition labels among female university students living in middle region by breakfast eating. J Korean Diet Assoc 17(4), 387-402. doi:10.14373/JKDA.2011.17.4.387

Choi HM, Kim JH, Kim CI, Chang KJ, Min HS, Yim KS, Byun KW, Lee HM, Kim KW, Kim HS, Kim HA(2021) Essentials of nutrition. 6th ed. Paju: Kyomoonsa, p. 384

Choi TH, Lee MC, Kim DS(2021) The effect of the contents quality on channel credibility, flow and continuous intention for Mukbang channel. Culin Sci Hospitality Res 27(12), 164-173. doi:10.20878/cshr.2021.27.12.016

Doo SR, Lee YM, Park HR, Song KH(2017) Relationship among life stress, dietary behaviors and high-fat snack intake in high school students in Gyeonggi area. Korean J Community Nutr 22(4), 289-297. doi:10.5720/kjcn.2017.22.4.289

Evans, Stephan(2018) The Koreans who televise themselves eating dinner. Available from https://ko.wikipedia.org/wiki/%EB%A8%B9%EB%B0%A9 [cited 2018 November 5]

Hong SG, Park SJ(2016) Emergence of internet Mukbang(food casting) and its hegemonic process in media culture. Korean J Med Soc 24(1), 105-150

Hu W(2015) Body image perception, weight control and dietary behavior of some university students in Daejeon. Master's Thesis, Chungnam National University, 5-15

Jang HJ(2021) The effect of YouTube content quality of the Mukbang channel on viewing satisfaction: focusing on the moderating effect of the food dietary lifestyle. Culin Sci Hospitality Res 27(11), 206-216. doi:10.20878/cshr.2021.27.11.019

Jang YJ, Kim MR(2016) Need for interaction or pursuit of information and entertainment?: the relationship among viewing motivation, presence, parasocial interaction, and satisfaction of eating and cooking broadcasts. Korean J Broadcasting Telecommunication Stud 30(4), 152-185

Kang DY(2022) Some elementary school students in Ulsan Mukbang viewing status and eating behavior. Major's Thesis, Kyungpook National University, 1-53

Kang WC(2021) The effect of Youtube contents characteristics of Mukbang on flow and food product purchase intention. Culin Sci Hospitality Res 27(8), 87-96. doi:10.20878/cshr.2021.27.8.009

Kim GH, Kim DJ(2016) A study on the relationship among viewing motives, viewing attitude, and viewing satisfaction of TV cooking programs. J Korea Entertainment Indust Assoc 11, 28-39

Kim HW(2015) Changes in broadcasting trends with single households. Media Educ 5(1), 152-171

Kim KD(2020) Youtube trend. Seoul: Lee eun book. 118-123

Kim MH, Kim H, Lee WK, Kim SJ, Yeon JY(2013) Food habits and dietary behavior related to using processed food among male college students residing in dormitory and self-boarding in Gangwon. Korean J Community Nutr 18(4), 372-385. doi:10.5720/kjcn.2013.18.4.372

Kim SJ, Bu SY, Choi MK(2015) Preference and the frequency of processed food intake according to the type of residence of college student in Korea. Korea J Community Nutr 20(3), 188-196. doi:10.5720/kjcn.2015.20.3.188

Kwon HS(2019) A study on the effect of view motives on the view satisfaction and behavior intentions of one-person media food contents: focused on 'Mokbang' and 'Cookbang'. Culin Sci Hospitality Res 25(6), 102-112

Lee KA, Cho EJ, Yoon HS(2010) A study on consumption of convenience foods of university students by residing types in Changwon and Masan area. J Korean Diet Assoc 16(3), 279-290

Lee SH, Lee SL(2021) The effect of frequent use of convenience food at convenience stores on the dietary quality among women's university students: using nutrition quotient for Korean adults. Korean J Community Living Sci 32(4), 581-598. doi:10.7856/kjcls.021.32.4.581

Lim JY(2022) The effects of Mukbang show and impulsivity on binge eating behavior; Ecological Momentary Assessment(EMA). Master's Thesis, Daegu University, 10-43

Medicaltimes(2021) In the midst of COVID-19, online one-person eating show flood. It is urgent to manage obese patients. Available from https://www.medicaltimes.com/Users/News/NewsView.html?mode=view&ID=1142739 [cited 2022 November 1]

Ministry of Health & Welfare(2016) Korea national health and nutrition examination survey (KNHANES Ⅶ-1). Available from https://knhanes.cdc.go.kr/knhanes/sub04/sub04_03.do?classType=7 [cited 2022 November 1]

Ministry of Science and ICT(2018) The survey on smartphone overdependence. Available from http://kosis.kr/statisticsList/statisticsListIndex.do?menuId=M_01_01&vwcd=MT_ZTITLE&parmTabId=M_01_01&parent Id=I.1;I2.2; 110_12019.3;#110_12019.3 [cited 2022 November 1]

Na EK(2015) "Eating broadcasts" and "Cooking broadcasts" exploratory study on food media trends: socio-cultural backgrounds and new media use factors. Kookmin Soc Sci Rev 28(1), 183-215

Nam HY, Jung BM(2021) A comparative study of the dietary behavior of adults aged 20 and over according to the Mukbang viewing time. Korea J Community Nutr 26(2), 93-102. doi:10.5720/kjcn.2021.26.2.93

Ra CI(2021) The effect of TV program watching motivation for eating and cooking on food

purchase intention: focused on mediating role of the food interest. Culin Sci Hospitality Res 27(8), 121-130. doi:10.20878/cshr.2021.27.8.012

Seo SH(2022) Mukbang YouTube viewer's mimicking intention applying self-regulation framework. Korean J Hospitality Tour 31(3), 23-41. doi:10.24992/KJHT.2022.4.31.03.23

Won SI, Lee SL(2019) Survey on the lifestyle factors, food habits and dietary nutrient intake of college students - before and after nutrition deucation-. J Korean Soc Food Cult 34(1), 44-52. doi:10.7318/KJFC/2019.34.1.44

You SE, Kwon JH(1997) The effects of perfectionism, social support, stress, and coping style on depression in the middle-aged woman. Korean J Clinical Psychol 16(2), 67-84

Yun SW(2019) Mukbang and Cookbang watching status and dietary habits of the university students who are not food and nutrition major. Major's Thesis, Daejin University, 8-41