

保健教育 弘報媒体接触度 調査研究

— STUDY ON MEDIA RELATED TO HEALTH EDUCATION —

南 喆 鉉
徐 美 卿



韓國人口保健研究院

머 리 말

保健教育事業은 保健分野에서 가장 基礎的이고 必須的인 重要한 事業입니다.

과거 多産이 美德으로 받아들여졌던 우리 사회가 이제 많은 變化를 하여 小子女觀이 定着되게 된 것은 오래동안 政策的인 次元에서 家族計劃分野에 대한 많은 지원과 서서비스가 있었기 때문이기도 하지만 무엇보다 이에대한 保健教育和 弘報啓蒙事業이 계속 뒷받침되었기 때문이라고 생각합니다.

이러한 保健教育活動은 對人接觸과 大衆 媒體를 통하여 이루어 지는 것으로 그리 쉬운일이 아닙니다. 이것은 지역사회 대상자에게 어떤 內容을, 어떻게, 어떤 方法으로 傳達하는 것이 가장 効率的인가 하는 것이 重要하고 어려운 점이기 때문입니다.

그 동안의 여러 연구결과를 살펴 보더라도 이와 관련된 保健全般에 관한 연구는 극히 적으며, 그것도 대부분 家族計劃分野에 限定된 것이었습니다.

본 연구는 이미 수행된 保健教育弘報事業 效果測定과 아울러, 앞으로의 効率的인 保健教育事業 遂行에 必要한 基礎資料를 제공하는데 기여하고자 시도된 만큼 그 의의는 크다고 하겠읍니다.

그러나 制限된 여건에 保健全般에 걸친 弘報教育媒體를 다른 관계로 미흡한 점이 다소 있으리라 생각되며, 앞으로 이러한 연구가 發展的으로 계속 이루어져야 한다고 생각합니다.

끝으로 본 연구는 研究者의 意見일 뿐 본 연구원의 公式的인 意見이
아님을 밝히는 바입니다.

1982年 12月

韓國人口保健研究院長 朴 贊 武

目 次

I. 序 論	5
II. 研究方法	6
1. 標本設計	6
2. 調查方法	7
3. 調查項目	8
4. 本 研究의 制限點	10
III. 調查對象者의 一般的特性	11
1. 年 齡	11
2. 教育程度	12
3. 結婚狀態	12
4. 職 業	13
5. 配偶者의 職 業	14
6. 所得分布	15
7. 宗 教	16
IV. 大衆媒體 接觸現況	17
1. 電波媒體 接觸	17
2. 定期刊行物 接觸	26
V. 保健知識에 대한 情報接觸	29
1. 對人接觸	29
2. 電波媒體에 의한 保健情報 接觸	31
3. 定期刊行物에 의한 保健情報 接觸	33
4. 非定期刊行物에 의한 保健情報 接觸	34
VI. 保健情報 傳達形態別 理解	38

1. 對人接觸에 의한 保健情報 理解	38
2. 電波媒體에 의한 保健情報 理解	39
3. 印刷媒體에 의한 保健情報 理解	40
VII. 保健情報 接觸 後 健康生活의 變化	42
VIII. 保健情報源 間의 相關性	44
IX. 應答者의 一般特性 및 健康生活실천과 保健情報 接觸	46
1. 所得水準에 따른 保健情報 接觸	46
2. 職業有無와 保健情報 接觸	46
3. 教育程度와 保健情報 接觸	47
4. 保健情報 接觸과 子女觀	48
5. 保健情報 接觸과 産前管理	49
6. 保健情報 接觸과 豫防接種	49
X. 保健情報 習得에 따른 媒體順位	51
XI. 要 約	52
1. 大衆媒體 接觸	52
2. 保健情報 接觸	53
3. 保健情報 傳達形態別 理解	54
4. 保健情報 接觸後 健康生活의 變化	54
5. 相關性	55
6. 保健情報 接觸과 子女觀	55
XII. 結論 및 提言	56
1. 結論	56
2. 提言	57

參考文獻

I . 序 論

政府는 福祉社會 實現의 일환으로 國民의 健康을 위하여 一次保健醫療實施와 醫療保險의 早期定着 그리고 人口對策에 대한 多角的인 努力을 기울이고 있으며 이를 위하여 住民의 積極的인 參與를 誘導하고 있으나 國民의 保健에 대한 知識缺如와 理解不足 즉 保健意識水準의 低下로 國民들이 國家保健政策과 地域社會의 要求에 제대로 副應하지 못하고 있는 실정이다.

이러한 問題點을 解決하기 위하여는 國民에 對하여 必要한 知識供給과 啓蒙을 効率的으로 遂行하는 것이 重要하며 이를 遂行하는 데는 一般大衆媒體의 活用이 必要不可缺하다.

一般大衆媒體를 통한 直·間接의 知識供給과 動機賦與로 地域社會住民의 知識態度, 實踐 등이 올바른 樣相으로 바뀌어지는 効果는 엄청나게 크다고 보기 때문에 保健事業의 遂行을 위하여 많은 媒體를 現在도 活用하고 있다.

그러나 實際로 그 媒體들이 地域社會의 對象集團에 어떻게, 얼마나 이르고 있으며 健康生活에 얼마나 效果를 미치고 있는가는 전혀 把握되지 않고 있는 實情이다. 또한 이에 關하여 調査, 研究된 文獻으로는 家族計劃과 關聯된 弘報媒體에 대한 調査는 찾아 볼 수 있으나 保健에 關한 研究資料는 지금까지 거의 없다고 해도 過言이 아니다.

따라서 國民들의 媒體接觸度와 理解度 그리고 效果的인 媒體의 種類와 內容을 調査分析하므로써 保健教育을 위하여 適切한 媒體의 選定과 內容의 開發 및 効率的인 媒體의 活用方案을 導出하는데 寄與하고 나아가 國民의 保健意識水準 向上을 도모하는데 도움이 되고자 하였다.

Ⅱ. 研究 方法

1. 標 本 設 計

가. 調查對象

本 研究는 出産力, 家族計劃 및 母子保健을 內容으로 하는 家族保健實態調查와 並行하여 實施한 관계로 조사당시 만 15 세 이상 만 49 세 이하의 全國 既婚婦人을 對象으로 하였는데 應答者의 分布는 表Ⅱ-1 과 같다.

表Ⅱ-1 . 應答者 分布

	대 도시	기타도시	농 촌	전 국
응답자수(명)	2,139	1,167	2,031	5,337
%	40.1	21.8	38.1	100.0

나. 標本選定

調查家口를 標本으로 選定한 과정은 다음과 같다.

1) 經濟企劃院 家口調查 標本の 活用

經濟企劃院 조사통계국은 家口를 對象으로하는 조사(人口動態調查, 經濟活動人口調查, 도시가계조사)를 하기 위하여 전국에서 427 調査區를 選定하고 이들 調査區에 居住하고 있는 22,867 家口를 標本家口로 선정하고 있다. 이 標本은 전국을 地域, 産業構造에 따라 階層化하여 標本推定值의 精度를 높이고 있으며 더욱 Self - Weighting 되도록 設計되어 家口를 대상으로 標本이 抽出되어야 할 本 調査에도. 適合하였다.

2) Subsampling 方法

그러나 本調査에서는 調査費用등의 문제로 經濟企劃院 標本の 全部를

調査 할 수 없어 이 중 一部를 Subsample 하게 되었다. Subsample 의 方法은 모든 地域을 調査하되 調査区内의 家口를 Subsample 하는 方法과 調査區數를 줄이고 流出된 조사구의 모든 家口를 調査하는 方法 中에서 後者를 標本家口로 하였다.

2. 調査 方法

가. 調査員 選拔 및 訓練

本 調査에 選拔된 調査員은 高等學校 以上の 學歷을 갖추고 過去에 面接調査 經驗을 가진 女子調査員으로서 이들을 公開募集하여 서류심사, 面接전형을 거쳐 調査員 50 명, 指導員 10 名을 選拔하였다.

選拔된 調査員에 대한 철저한 訓練은 調査資料의 正確性을 維持하는데 매우 중요한 要因이 된다. 따라서 本調査에서는 5日間 집중적인 訓練을 實施하였는데 訓練內容은 아래와 같다.

- 1) 調査의 義意와 目的
- 2) 調査方法論
- 3) 調査地域, 調査日程, 家口名單, 調査區 要圖作成 要領
- 4) 面接技術
- 5) 細部 調査項目 說明
- 6) 指導員의 任務
- 7) 組別 調査實習

나. 調査期間

本 調査는 1982年 4月 11日부터 5月 23日 사이에 實施되었다.

다. 現地調査方法

本 調査에서 現地調査는 Team Approach 를 適用하였다. 즉 調査指導

員 1名, 調査員 5名이 1個組가 되어 本 調査를 위하여 10個組가 편성되었으며 各組는 전체 調査地域을 분담하여(1조당 12個-16個 調査区) 한 地域에서 調査가 끝나면 다음 地域으로 옮겨가는 方式으로 調査를 實施하였다. 이렇게 하므로써 응답상의 오차를 줄이고 Call back 을 통하여 調査資料의 質을 높이고자 하였다.

3. 調査項目

가. 應答者의 一般的 特性(社會, 文化的 背景)

- 1) 年齡構造
- 2) 教育程度
- 3) 結婚狀態
- 4) 應答者의 職業
- 5) 配偶者(男便)의 職業
- 6) 所得水準(收入)
- 7) 宗 教

나. 大衆媒體 接觸 現況

- 1) 電波媒體接觸
 - 텔레비전
 - 라디오
- 2) 定期刊行物 接觸
 - 日刊紙
 - 週刊紙
 - 月刊誌

다. 保健知識에 대한 情報接觸

1) 對人接觸

- 個人相談經驗
- 集團教育 參席經驗

2) 電波媒體에 의한 保健情報接觸

- 텔레비전
- 라디오

3) 定期刊行物에 의한 保健情報接觸

- 日刊紙
- 週刊紙
- 月刊誌

4) 非定期刊行物에 의한 保健情報接觸

- 小冊字와 傳單
- 포스타와 標語

라. 保健情報傳達形態別 理解

- 1) 對人接觸의 保健知識理解
- 2) 電波媒體에 의한 保健知識理解
- 3) 印刷媒體에 의한 保健知識理解

마. 保健情報 接觸後 健康生活의 變化

바. 相談 및 媒體間的 相關性

사. 應答者의 一般特性, 健康生活 실천과 保健情報接觸

所得水準

- 職業有無
- 教育程度
- 子女觀

- 産前管理
- 豫防接種
- 아. 健康情報習得에 따른 媒體順位
- 자. 家族計劃標語에 대한 態度

4. 本 研究의 制限点

가. 응답내용의 制限點

家族保健實態調査와 더불어 實施한 본 연구는 전국에 걸쳐 많은 對象者를 面接할 수 있었다는 長點과 반면에 家族保健實態調査에 대한 面接을 한 후 본 研究의 設問內容을 面接하게 되어있는 調査標 順序에 의해 응답자가 지루하게 느껴 정의없는 답변을 하였을 可能性과 家族保健實態調査 設問의 影響을 받은 應答을 했을 可能性을 배제할 수 없다.

나. 資料蒐集의 制限點

保健社會부와 保健社會部관련단체에서 配布되거나, 텔레비전·라디오·신문등에서 放映 또는 게재된 건강관련 媒體의 分布와 수량의 정확한 把握이 不可能하여 本 調査는 대상자의 應答에 의한 결과로만 보건정보 接觸度를 分析하였음을 밝혀두는 바다.

다. 調査地域區分

本 調査에서 地域別區分은 大都市, 其他都市 그리고 農村으로 區分하였는데 大都市는 서울特別市와 3個直轄市를 包含하였고 其他都市는 全國散在 其他都市 29個市를 選定하였으며, 農村은 全國의 41個 邑·面을 選定하였다.

Ⅲ. 調查對象者의 一般의特性

本 調查 結果를 分析하기 위해서는 이들의 特性을 아는 것이 重要하
다고 생각된다.

本 章에서는 調查對象者의 年齡, 教育程度, 結婚狀態, 宗教, 職業, 年間所
得 및 對象者 男便의 職業에 관하여 서술하고자 한다.

1. 年 齡

表Ⅲ-1에서 나타난 바와 같이 25~29歲群이 21.4%로 가장 높은
率을 보이고 있고 30~34歲群이 다음으로 높은 18.9%로서 25~34歲群이
全體의 40.3%를 차지하는 높은 分布를 보이고 있다. 이 分布는 大都市
와 其他都市에서 各各 45.5%와 43.5%로 같은 양상을 나타내고 있다.

그러나 農村에서는 45~49歲群이 가장 높고 40~44歲群이 20.0%
로 다음을 차지하여 15歲~49歲의 可妊婦人의 分布는 農村이 都市에
比하여 老齡化되어가고 있음을 알 수 있다.

表Ⅲ-1 . 調查對象者의 年齡

年 齡(세)	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
15 - 19	2	0.1	6	0.5	13	0.6	21	0.4
20 - 24	212	9.9	124	10.6	211	10.4	547	10.2
25 - 29	527	24.6	271	23.2	345	17.0	1,143	21.4
30 - 34	447	20.9	237	20.3	325	16.0	1,009	18.9
35 - 39	351	16.4	189	16.2	317	15.6	857	16.1
40 - 44	326	15.2	185	15.9	406	20.0	917	17.2
45 - 49	274	12.9	155	13.3	414	20.4	843	15.8
계	2,139	100.0	1,167	100.0	2,031	100.0	5,337	100.0

2. 教育程度

본 調査에서 얻고자하는 保健情報接觸度에 따른 行態의 變化 또는 媒體別 保健情報에 대한 理解度 측정에 있어 對象者의 教育程度는 중요한 변수다.

表Ⅲ-2에서 보듯이 전국적으로는 國民學校卒業者와 中學校卒業者를 합한 것이 全體 對象者의 65.3%의 分布를 보여, 본 조사대상자의 教育水準은 國民學校卒業 내지는 中學校 中退인 것으로 생각된다.

高等學校以上 卒業者 分布를 보면 大都市 36.9%, 其他都市 25.6%, 農村 8.1%의 順으로 나타나 大都市일수록 女性의 教育程度가 높은 樣相을 보이고 있다.

表Ⅲ-2. 調査對象者의 教育程度

교육수준	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
무 학	91	4.2	78	6.8	427	21.1	596	11.2
국 졸	613	28.7	430	36.8	1,029	50.7	2,072	38.8
중 졸	646	30.2	360	30.8	408	20.1	1,414	26.5
고 졸	626	29.3	253	21.7	149	7.3	1,028	19.3
대졸이상	163	7.6	46	3.9	17	0.8	226	4.2
계	2,139	100.0	1,167	100.0	2,030	100.0	5,336	100.0

3. 結婚狀態

表Ⅲ-3에서 보는 바와 같이 有配偶群이 94.0%를 넘는 높은 分布를 나타내고 있으며 이는 地域에 따른 차이를 전혀 볼 수 없다. 死別이 4.4%, 離婚 및 別居는 1.4%를 보이고 있다.

이러한 分布를 보인 것은 본 調査對象이 49 세 이하의 既婚婦人이라는 전지에서 볼 때, 당연한 결과로 생각된다.

表Ⅲ-3 調査對象者の 結婚狀態 分布

결혼상태	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
유 배 우	2,012	94.0	1,099	94.2	1,919	94.5	5,030	94.2
사 별	96	4.5	49	4.2	89	4.4	234	4.4
이혼·별거	31	1.5	19	1.6	23	1.1	73	1.4
계	2,139	100.0	1,167	100.0	2,031	100.0	5,337	100.0

4. 職 業

對象者の 職業別 分布를 보면 無職이 64.5 %로 가장 높으며, 地域에 따른 比率의 차이는 다소 있으나 大都市, 其他都市, 農村 공히 無職이 가장 높다.

그러나 大都市의 無職群이 74.0 %인데 比하여 農村의 무직군은 51.8 %로 大都市에 比하여 낮은 分布를 보이는데 이것은 農村의 경우 가사 일을 돌보면서, 同時에 농사일을 돌보는 農村婦女者들이 농·어·수산업군 (30.2 %)으로 분류된데 기인한다고 생각된다. 그리고 판매·서비스業이 13.8 %로서 두번째로 높은 率을 보이는데 이는 女性的 適性和 신체조건에 맞기 때문이라고 풀이된다.

對象者の 職業은 종류도 重要하지만 그 보다는 對象者の 經濟活動여부가 더 重要하다. 이것은 經濟活動여부가 保健관련媒體接觸頻度の 重要한 변수로서 作用할 可能性이 높기 때문이다. (表Ⅲ-4)

表Ⅲ - 4. 調査對象 職業

직업	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
무 직	1,582	74.0	805	69.0	1,053	51.8	3,440	64.5
전문·기술직	29	1.4	19	1.6	8	0.4	56	1.0
행정관리사무직	22	1.0	6	0.5	7	0.3	35	0.7
판매서비스업	304	14.2	217	18.6	213	10.5	734	13.8
농·어·수산업	5	0.2	30	2.6	613	30.2	648	12.1
생산운수업	189	8.8	85	7.3	136	6.7	410	7.7
기 타	8	0.4	5	0.4	1	0.1	14	0.2
계	2,139	100.0	1,167	100.0	2,031	100.0	5,337	100.0

5. 配偶者의 職業

對象婦人의 과반수가 家庭主婦로서 無職群이므로, 職業別 차이를 보기 어렵다. 그러므로 配偶者의 職業이 그 부인의 社會·經濟的特性에 影響을 미칠수 있다는 점에서 남편의 직업은 의미가 있다.

配偶者의 職業分布는 表Ⅲ - 5에서 보는바와 같이 여러직종에 골고루 分布되어 있으며 農村인 경우 농·어·수산업군이 52.2%로 가장 높은 率을 보이는 反面 大都市와 其他都市는 각각 2.6%와 6.0%로 낮은 率을 보이고 있다.

全體로는 생산운수업과 농·어·수산업군이 각각 24.7%와 22.3%를 나타내는 높은 分布를 보인다.

表Ⅲ-5. 調査對象者 男便의 職業

직업	대 도시		기타 도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
무 직	160	8.0	79	7.2	89	4.6	328	6.5
전문·기술직	263	13.0	141	12.8	77	4.0	481	9.5
행정 관리 사무 직	460	22.9	187	17.0	121	6.3	768	15.3
판매서비스업	499	24.8	255	23.2	266	13.9	1,020	20.3
농·어·수산업	53	2.6	66	6.0	1,001	52.2	1,120	22.3
생산운수업	553	27.5	338	30.8	351	18.3	1,242	24.7
기 타	24	1.2	33	3.0	14	0.7	71	1.4
계	2,012	100.0	1,099	100.0	1,919	100.0	5,030	100.0

6. 所得 分布

신문, TV 등 대중매체 接觸度 측정에 있어 所得水準은 중요한 변수의 하나다. 表Ⅲ-6에서 보듯이 200~500만원 未滿 群이 51.7%로 가장 높고 地域別로는 농촌, 기타도시, 대도시의 순으로 高所得群이 많이 分布하고 있다.

表Ⅲ-6. 調査對象者의 年間 所得

년간소득	대 도시		기타 도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
100만원미만	121	5.7	71	6.1	245	12.0	437	8.2
100 - 200만원 미만	444	20.8	240	20.6	735	36.2	1,419	26.6
200 - 500만원 미만	1,184	55.3	668	57.2	907	44.7	2,759	51.7
500만원이상	387	18.1	185	15.9	143	7.0	715	13.4
무 응 답	3	0.1	3	0.2	1	0.1	7	0.1
계	2,139	100.0	1,167	100.0	2,031	100.0	5,337	100.0

7. 宗教

表Ⅲ-7에서 나타난 바와 같이 全國적으로 無教가 47.7%로 가장 높고, 佛敎가 31.6%, 基督教가 15.2%의 順으로 나타났고 天主教는 4.4%에 不過했다.

地域別로는 農村, 기타都市, 大都市의 順으로 宗教를 가진 群이 더 많은 것으로 나타났다.

表Ⅲ-7, 調查對象者의 宗教

종 교	대 도시		기 타 도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
없 음	925	43.2	532	45.6	1,091	53.7	2,548	47.7
불 교	659	30.8	428	36.7	597	29.4	1,684	31.5
기독교	413	19.3	141	12.1	255	12.6	809	15.2
천주교	121	5.7	53	4.5	59	2.9	233	4.4
기 타	21	1.0	13	1.1	29	1.4	63	1.2
계	2,139	100.0	1,167	100.0	2,031	100.0	5,337	100.0

IV. 大衆媒體 接觸現況

1. 電波媒體 接觸

가. 텔레비전 視聽

1) 地域別 視聽率

텔레비전은 表Ⅳ-1에 나타난 바와 같이 매일 보는 사람이 74.2%, 1주일에 한번이상 視聽하는 사람은 4,650명(87.1%)을 나타내고 있다.

본 研究에서 다루고 있는 모든 媒體中 텔레비전이 가장 높은 接觸度를 나타내고 있어 텔레비전을 통한 保健情報 傳達은 國民 大部分에 波及될 수 있다는 強力한 長點을 가지고 있다. 그러므로 一般住民의 視聽行態를 分析하여 이들이 選好하는 프로나 時間帶에 건강관련방송을 삽입한다면 保健教育의 높은 效果를 나타낼 수 있다고 생각된다.

表Ⅳ-1. 地域別 텔레비전 視聽頻度

시청빈도	대 도시		기타 도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
매 일	1,626	76.0	910	78.0	1,423	70.1	3,959	74.2
2 - 3 일에 한번	198	9.3	109	9.3	192	9.4	499	9.3
1 주일에 한번	80	3.7	34	2.9	78	3.8	192	3.6
거의 안본다	147	6.9	57	4.9	126	6.2	330	6.2
전혀 안본다	88	4.1	57	4.9	212	10.5	357	6.7
계	2,139	100.0	1,167	100.0	2,031	100.0	5,337	100.0

2) 教育程度 및 年齡別 텔레비전 視聽

教育程度別텔레비전 視聽頻度は 國卒以下群에서 보다 中卒以上群에서 더

높은 것으로 나타났는데 이는 經濟的인 理由로 視聽時間有無 및 텔레비전 수상기 所有有無와도 關係가 있으리라 생각된다. (表Ⅳ-2)

表Ⅳ-2. 教育水準別 텔레비전 視聽頻度(%)

시청빈도	무 학	국 졸	중 졸	고 졸	대졸이상	계
매 일	52.9	68.9	83.3	84.0	77.0	74.2
2 - 3 일에 한번	10.2	10.8	7.6	8.1	10.2	9.3
1 주일에 한번	5.7	4.1	2.6	2.6	4.9	3.6
거의 안본다	9.9	8.2	3.7	3.5	5.3	6.2
전혀 안본다	21.3	8.0	2.8	1.8	2.6	6.7
계	100.0 (N = 596)	100.0 (N = 2,071)	100.0 (N = 1,414)	100.0 (N = 1,028)	100.0 (N = 226)	100.0 (N = 5,335)

P < 0.01

年齡別 視聽率을 보면 어릴수록 더 높은 視聽率을 보여 텔레비전을 매일 보는 사람중 15 - 24 세群이 81.3 %인데 비해 年齡이 높아질수록 조금씩 줄어 45-49 歲群은 65.8 %에 머무르고 있다. (表Ⅳ-3)

表Ⅳ-3. 年齡別 텔레비전 視聽頻度(%)

시청빈도	15-24 세	25-29세	30-34세	35-39세	40-44세	45-49 세	계
매 일	81.3	85.1	78.8	69.4	63.2	65.8	74.2
2-3일에 한번	9.2	7.1	9.0	10.2	12.3	8.8	9.3
1 주일에 한번	1.6	1.7	3.4	5.1	4.9	5.0	3.6
거의 안본다	3.3	3.1	5.4	7.5	8.6	9.1	6.2
전혀 안본다	4.6	3.0	3.4	7.8	11.0	11.3	6.7
계	100.0 (N = 568)	100.0 (N = 1,143)	100.0 (N = 1,009)	100.0 (N = 857)	100.0 (N = 916)	100.0 (N = 843)	100.0 (N = 5,336)

3) 曜日別 텔레비전 視聽

對象者들에게 調査前日 텔레비전 시청한 시간이 언제인가를 물어 그 時間帶를 10分單位로 記載하게 한 결과, 平日의 視聽時間은 약 170分을 나타냈고, 週末은 약 200분이다. 이는 1975年 調査¹⁷⁾에서 나타난 平日 平均 160分보다 약간 많다. 표준편차가 100을 넘어 對象者에 따라 視聽時間에 현저한 差異가 있는 것으로 分析이 된다.(表Ⅳ-4)

表Ⅳ-4. 曜日別 텔레비전 視聽時間

요일	평균(분)	표준편차
월	176.6	122.2
화	173.3	108.8
수	168.8	107.6
목	172.0	107.2
금	171.2	108.3
토	196.0	139.8
일	209.5	161.2

N = 4,650

4) 즐겨보는 텔레비전프로그램

地域, 年齡, 教育別로 選好하는 프로그램을 보면 다음과 같다.

表Ⅳ-5에서 보는바와 같이 全國的으로는 日日劇과 週間劇을 합한 것이 69.6%로 가장 높고, 뉴스등이 21.5%로 그 다음으로 높은데 연속극이 높은 視聽率을 보인 것은 應答對象이 主婦라는 점에 基因하는 것이라고 생각된다.

그러나 이는 1974년 조사¹⁹⁾에서 보인 연속극 視聽率 81%보다 낮고 뉴스시청을 14%보다는 높게 나타났는데 近來에 이르러서는 家庭主婦들이 가정외의 일에 관심사가 높아 졌으며 사회참여도 늘어나는 추세에 있어 뉴스에 민감해간다고 볼 수 있겠다.

地域別로는 大都市가 農村에 비해 뉴스프로의 選好도가 높은 反面, 日日劇 選好도는 農村이 더 높다.

表Ⅳ-5. 가장 즐겨보는 텔레비전 프로그램

프로그램	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
뉴스, 토크쇼	469	24.6	244	23.1	289	17.1	1,002	21.5
일 일 극	583	30.6	363	34.5	783	46.2	1,729	37.2
주 간 극	679	35.7	339	32.2	487	28.8	1,505	32.4
기타(취미, 오락, 스포츠, 영화등)	147	7.7	67	6.4	63	3.7	277	6.0
미 상	26	1.4	40	3.8	71	4.2	137	2.9
계	1,904	100.0	1,053	100.0	1,693	100.0	4,650	100.0

年齡別로는 일일극은 15~24歲群(42.8%)과 45~49歲群(42.2%)이 가장 많이 보고, 주간극은 30歲以後 年齡에서 많이 보며, 뉴스는 25~44歲 특히 35~44歲群이 가장 많이 보는 것으로 나타났다. 토크쇼와 취미 選好는 젊은層이 老年層에 비해 높다. (表Ⅳ-6)

教育水準別 프로 選好는 일일극은 學歷이 낮을수록 많이 보고 뉴스, 토크쇼, 취미, 오락등 주간극을 除外한 프로는 高學歷者가 더 많이 보는 것으로 나타났다.

특히 大卒以上群은 기타群이 12.0%인데 이것은 映画가 7.0%로 높은 率을 차지하기 때문이다. (表Ⅳ-7)

表Ⅳ-6. 年齡別 텔레비전 프로그램 選好度(%)

프로그램	15-24 세	25-29 세	30-34 세	35-39 세	40-44 세	45-49 세	계
일 일 극	42.8	35.7	34.3	34.3	37.0	42.2	37.2
주 간 극	26.6	30.9	35.2	33.3	34.6	31.7	32.4
뉴 스	13.8	18.3	18.5	19.1	19.6	15.2	17.7
토 크 쇼	5.2	5.0	3.5	4.4	1.9	3.0	3.9
취미, 오락	4.8	4.4	4.3	3.4	2.5	1.6	3.8
기 타	3.9	3.8	3.6	2.3	0.6	0.9	2.1
미 상	2.9	1.9	1.6	3.2	3.8	5.4	2.9
계	100.0 (N = 523)	100.0 (N = 1,073)	100.0 (N = 920)	100.0 (N = 726)	100.0 (N = 737)	100.0 (N = 671)	100.0 (N = 4,650)

P < 0.01

表Ⅳ-7. 教育水準別 텔레비전 프로그램 選好度(%)

프로그램	무 학	국 졸	중 졸	고 졸	대졸이상	계
일 일 극	51.2	44.4	36.0	24.9	13.9	37.2
주 간 극	26.6	32.2	34.9	32.5	28.4	32.4
뉴 스	12.2	14.0	16.7	24.2	35.6	17.7
토 크 쇼	0.5	2.3	5.1	6.2	4.3	3.9
취미·오락	0.5	2.1	3.8	6.5	5.3	3.8
기 타	1.0	1.2	2.1	3.7	12.0	2.1
미 상	8.0	3.8	1.4	2.0	0.5	2.9
계	100.0 (N = 410)	100.0 (N = 1,737)	100.0 (N = 1,321)	100.0 (N = 973)	100.0 (N = 208)	100.0 (N = 4,649)

P < 0.01

※ 기타 ; 교양, 음악, 오락, 어린이프로, 영화

5) 즐겨보는 時間帶

텔레비전을 즐겨보는 時間帶는 저녁 9時帶의 40.2%라는 높은 分布를 보이고, 저녁 8時帶가 23.3%로, 다음으로 選好하는 時間帶인 것으로 나타났다. 이는 1975年 調査¹⁷⁾에서 나타난 가장 높은 視聽時間帶인 저녁 8時帶보다 1시간 늦은 것으로 프로와 관련이 있을 것으로 생각된다. 地域別로 보면 大都市일수록 저녁 9時帶가 視聽率이 높고 農村일수록 약간 이른 저녁 8時帶의 視聽率이 높은 것으로 나타났다. (表Ⅳ-8)

表Ⅳ-8. 가장 즐겨보는 텔레비전 時間帶

시간대	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
00:00-18:59	214	11.2	94	8.9	115	6.7	423	9.0
19:00-19:59	183	9.6	93	8.8	226	13.4	502	10.8
20:00-20:59	283	15.0	272	25.8	526	31.1	1,081	23.3
21:00-21:59	908	47.7	434	41.2	527	31.2	1,869	40.2
22:00-22:59	254	13.3	107	10.2	207	12.2	568	12.2
23:00-23:59	20	1.0	4	0.4	6	0.4	30	0.7
미 상	42	2.2	49	4.7	86	5.0	177	3.8
계	1,904	100.0	1,053	100.0	1,693	100.0	4,650	100.0

6) 즐겨보는 放送局

텔레비전 放送局 選好度는 全國 및 地域的으로 差異가 큰 것으로 나타났다. (表Ⅳ-9)

表Ⅳ-9. 가장 즐겨보는 텔레비전 放送局

방송국	대 도시		기타 도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
B ₁ [*]	1,268	66.6	574	54.5	816	48.2	2,658	57.1
B ₂ [*]	356	18.7	330	31.3	620	36.6	1,306	28.1
B ₃ [*]	244	12.8	104	9.9	180	10.6	528	11.4
기 타	2	0.1	-	-	1	0.1	3	0.1
무응답과 즐겨보는 것 없음	34	1.8	45	4.3	76	4.5	155	3.3
계	1,904	100.0	1,053	100.0	1,693	100.0	4,650	100.0

* B₁₋₃ : KBS₁, KBS₂, MBC (無順)

나. 라디오 聽取

1) 地域別 라디오 聽取

表Ⅳ-10에 나타난 대로 라디오를 매일 聽取하는 사람은 21.5% 이고, 一週日에 한 번이상 聽取하는 사람은 全體의 33.8%이며 이는 大都市(41.4%)가 農村(25.3%)보다 훨씬 높다.

本調査의 라디오를 매일듣는 사람의 比率은 21.5%로, 1974年 調査¹⁹⁾의 60%와 1975年 調査²⁾의 65%와 비교하여 볼때 거의 1/3로 떨어졌는데 이것은 TV 보급이 상대적으로 증가했기 때문으로 풀이된다.

2) 曜日別 聽取率

1日平均 라디오 聽取時間은 約 160分 정도로 나타났고, 이것을 각 曜日別로 나누어보면 表Ⅳ-11과 같다.

월요일은 190.8分으로 나타나 가장 높은 聽取率을 보였다. 그리고 週末과 平日의 聽取時間은 별 차이가 없는 것으로 나타났는데, 이것은 라디오放送時間이 평일과 주말의 차이가 없기 때문이라는 것과 대상자의

表Ⅳ - 10. 地域別 라디오 聽取頻度

청취빈도	대 도시		기 타 도 시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
매 일	586	27.4	277	23.7	287	14.1	1,150	21.5
2 ~ 3 일에 한번	175	8.2	74	6.3	129	6.4	378	7.1
1 주일에 한번	125	5.8	53	4.6	99	4.8	277	5.2
거의 안듣는다	513	24.0	308	26.4	459	22.6	1,280	24.0
전혀 안듣는다	740	34.6	455	39.0	1,057	52.1	2,252	42.2
계	2,139	100.0	1,167	100.0	2,031	100.0	5,337	100.0

약 70%가 時間의 制限을 받지 않는 無職群이라는데 基因한다고 생각된다.

標準偏差가 曜日別로 123.1 에서 195.9 까지의 分布를 보여 對象者

表Ⅳ - 11. 曜日別 라디오 聽取時間

요 일	평 균(분)	표준편차
월	190.8	195.9
화	160.1	123.1
수	166.2	148.3
목	168.0	155.1
금	168.9	155.0
토	150.7	128.6
일	158.0	134.6

N = 1,805

가 고르게 1日 平均 約 160 分을 듣는 것이 아니라 라디오를 듣는 사람은 많이 듣고, 반면에 안듣는 사람은 전혀 라디오를 聽取하지 않는 것으로 나타났다.

3) 즐겨듣는 프로그램

地域別로 農村이 都市보다 떨어지지만 主婦生活프로가 平均 41.9 %로서 가장 즐겨듣는 프로로 나타났고, 뉴스와 음악프로가 각각 15.3 %와 15.1 %로 그 뒤를 따르고 있다. (表Ⅳ-12) 이것은 우선 라디오에서 放送되는 프로의 構成에 影響을 받는 것도 있겠으나, 본 調査對象자가 15 ~ 49 歲의 既婚婦人이라는 點도 作用했을 것으로 생각된다.

表Ⅳ-12. 가장 즐겨듣는 라디오 프로그램名

프로그램	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
주부생활프로	401	45.3	204	50.5	152	29.5	757	41.9
뉴 스	100	11.3	59	14.6	118	22.9	277	15.3
음악프로	169	19.1	45	11.1	61	11.8	273	15.1
연 속 극	21	2.4	19	4.7	32	6.2	72	4.0
스포츠오락	39	4.4	11	3.1	8	1.6	58	3.2
기 타	51	5.8	8	2.0	22	4.3	81	4.5
즐거듣는 프로없음	105	11.7	58	14.0	124	23.7	287	16.0
계	886	100.0	404	100.0	515	100.0	1,805	100.0

그러나 1974 年 調査¹⁹⁾에서 나타난 라디오프로 選好度는 연속극이 35 %로 가장높고 음악은 9 %였는데 本調査와 比較하여 보면 라디오 드라마는 TV에 밀려 청취율이 엄청나게 떨어졌으며 음악프로 청취율은 상당히 증가하였다.

本 報告書에는 表로서 提示하지 않았으나 즐겨듣는 時間帶 역시 各 放送局에서 主婦對象프로그를 放送하는 오전 10時 10時間帶가 42.8 %로 顯著히 높을뿐 다른 時間帶는 特別히 두드러진 聽取率을 보이지 않는다.

4) 가장 즐겨듣는 放送局

表Ⅳ-13에 나타난 바와 같이 A₁ 방송국이 가장 人氣가 있어 40.7 %로 最高의 聽取率을 보였으며, A₂의 19.8%, A₃의 12.1% 順이다.

地域別로 都市는 A₁, A₂, A₃의 順으로 큰 變化는 없으나 農村의 경우는 A₁, A₃, A₂의 順이다.

表Ⅳ-13. 가장 즐겨듣는 라디오 放送局

방송국	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
A ₁ *	348	39.3	221	54.7	165	32.0	734	40.7
A ₂ *	209	23.6	60	14.9	88	17.1	357	19.8
A ₃ *	86	9.7	40	9.9	93	18.1	219	12.1
기 타	131	14.8	14	3.5	14	2.7	158	8.8
즐겨듣는 방송국없음	112	12.6	69	17.1	155	30.1	336	18.6
계	886	100.0	404	100.0	515	100.0	1,805	100.0

*A₁₋₃ : KBS 1, KBS 2, MBC (無順)

2. 定期刊行物 接觸

定期刊行物을 日刊紙, 週刊紙 및 月刊誌로 크게 나누어서 調査對象者の 定期購讀率을 보면 日刊紙가 39.6%이고 月刊誌와 週刊紙는 各各 7.2%와 3.8%에 不過하며 不定期 購讀을 包含한다면 日刊紙, 月刊誌, 週刊紙의 順으로 各各 43.4%, 13.6%, 8.3% 이다. (表Ⅳ-14)

日刊紙 購讀率은 1975年 調査¹⁷⁾ 와 1979年 調査²⁾ 에서 各各 나타난 購讀率 32.6%와 28.5%보다 상당히 많은 增加를 보이고 있음을 알 수 있다.

地方紙 購讀率의 경우도 本 調査에서 나타난 11.3%는 1975年 調査¹⁷⁾ 의 6.1%보다 증가하여 많은 伸張율을 보이고 있다.

地域別로는 大都市의 경우 過伴數인 52.4%가 日刊紙를 定期購讀하고 있었으며 其他都市는 상당히 떨어져서 42.2%를 農村은 24.4%로 거의 1/2이나 뚝 떨어진 購讀率을 보인다.

月刊誌는 大都市의 경우 10.3%가 定期的으로 8.6%가 不定期的으로 購讀을 하고 있는 것으로 나타났고 農村의 경우는 24.4%는 定期的으로 2.4%를 不定期的으로 購讀하고 있는 것으로 집계되었으며 週刊紙의 경우는 農村의 정기구독률이 6.9%로서 都市의 2.1%보다 越等히 높게 나타났다.

이는 農村에서 購讀하는 週刊紙의 2/3가 농민신문이라는데서 나타난 結果다.

表Ⅳ-14. 定期刊行物 購讀率·(%)

		대 도시 (N = 2139)	중소도시 (N = 1167)	농 촌 (N = 2031)	전 국 (N = 5337)
일간지	정 기	52.4	42.2	24.4	39.6
	부정기	5.0	4.4	2.4	3.8
주간지	정 기	2.1	1.5	6.9	3.8
	부정기	5.6	5.1	3.0	4.5
월간지	정 기	10.3	7.6	3.7	7.2
	부정기	8.6	6.9	3.9	6.4

全 調査對象者の 日刊紙 選好傾向은 三大中央紙가 각각 21.2%, 18.6%, 18.3%의 順으로 購讀率이 비슷하여, 1975¹⁷⁾의 調査와 비슷한 양상을 보이고 있다.

地域別로는 大都市인 경우는 朝鮮日報가 購讀率 24.8%로 首位이고 다음이 東亞日報, 中央日報, 地方紙, 中央紙N₂ 順이며 其他都市인 경우는 中央日報의 購讀率이 24.1%로 首位이고 그다음이 朝鮮日報, 東亞日報, 中央紙N₁, 地方紙의 順이며 農村의 경우는 東亞日報가 18.9%로 首位이고 다음은 朝鮮日報, 中央日報, 中央紙N₁, 中央紙N₃의 順이나 購讀率은 15.4%에서 13.9% 사이로 큰 差異가 없다.

表Ⅳ - 15. 購讀하는 日刊紙名(不定期구독포함)

일 간 지	대 도시		중 소 도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
조선일보	304	24.8	104	19.2	84	15.4	492	21.2
동아일보	232	18.9	98	18.0	103	18.9	433	18.6
중앙일보	211	17.1	131	24.1	83	15.2	425	18.3
중앙지N ₁ *	94	7.7	88	16.2	81	14.8	263	11.4
중앙지N ₂ *	107	8.7	36	6.6	49	9.0	192	8.3
중앙지N ₃ *	54	4.4	27	5.0	76	13.9	157	6.8
지방지**	160	13.0	49	9.0	52	9.5	261	11.3
기 타 지	55	4.5	9	1.7	16	3.0	80	3.5
무 응 답	11	0.9	1	0.2	2	0.3	14	0.6
계	1,228	100.0	543	100.0	546	100.0	2,317	100.0

중앙지N₁₋₃* : 경향신문, 서울신문, 한국일보 (無順)

지방지** : 부산일보, 대구매일신문, 경기신문, 강원일보, 충청일보, 대전일보, 전북일보, 광주일보, 경남신문, 제주신문, 전남일보

V. 保健知識에 대한 情報接觸

1. 對人接觸(face to face communication)

가. 個人相談 經驗

健康에 관한 個人相談을 한 經驗이 있다는 응답자는 41.1%로 半數를 넘지 못했으며 地域別로는 大都市, 其他都市, 農村的 順으로 각각 44.6%, 40.7% 및 37.6%이다. 이는 醫療機關의 편중과 지역적인 여건으로 農村으로 갈수록 住民들의 保健醫療供給者(provider)와의 接觸이 어려워지고 있음을 잘 나타내고 있다. (表V-1)

表V-1. 個人相談 및 集團教育 經驗

(경험자)	대 도시		기 타 도시		농 촌		계	
	N	%	N	%	N	%	N	%
개인상담	954	44.6	475	40.7	765	37.6	2,194	41.1
집단교육	152	7.1	70	6.0	177	8.7	399	7.5

나. 個人相談 對象者

健康相談對象者는 醫師가 34.2%로 가장 많고 다음은 藥師 23.5%, 이웃 22.5%, 保健要員 10.6%의 順位이다.

地域別로 보면 大都市를 除外한 都市나 農村에서는 健康에 대한 相談을 保健醫療專門人보다 이웃 및 친척과 더 빈번히 하고 있는 것으로 나타나 個人水準에서의 接觸보다 集團속에서의 接觸이 重要하다는 說¹⁵⁾²⁷⁾을 뒷받침하고 있다. 이는 1980年 調査⁹⁾와 1974年 調査¹³⁾에서의 結果와도 一致한다.

表 V - 2. 個人相談對象者

대상자	대 도시		기 타 도시		농 촌		계	
	N	%	N	%	N	%	N	%
의 사	414	40.4	210	39.4	196	23.4	820	34.2
약 사	286	27.9	103	19.3	174	20.8	563	23.5
이 웃	181	17.7	125	23.5	233	27.9	539	22.5
보건요원	60	5.8	52	9.7	141	16.9	253	10.6
보 건 소 기타직원	24	2.3	11	2.1	26	3.1	61	2.5
간 호 원	20	1.9	7	1.3	12	1.4	39	1.6
부녀회장	-	-	2	0.4	10	1.2	12	0.5
학교교사	3	0.3	-	-	3	0.4	6	0.3
기 타	38	3.7	23	4.3	41	4.9	102	4.3
계	1,026	100.0	533	100.0	836	100.0	2,395	100.0

그리고 住民들과 保健要員들과의 接觸은 都市에서 보다 農村이 더욱 活發하여 그 接觸率은 都市의 約3 배에 이르고 있다. (表 V - 2)

다. 集團教育에 參席經驗

集團教育모임에 參席한 經驗有無를 보면 全體 應答者의 7.5 %만이 모임에 參席한 經驗이 있을 뿐이며 地域別로는 農村의 경우가 8.7 %로 都市地域보다 높은데 集團教育은 여러가지 與件上 農村이 都市보다 더 容易했음을 시사하고 있다. (表 V - 1)

라. 集團모임에서의 教育者

團體教育時 教育을 擔當한 講師는 保健要員이 26.1 %로 가장 많고 다음의 婦女會長 16.2 %, 保健所職員 12.7 %, 學校教師 7.5 %의 順이다.

地域別로는 大都市의 경우 保健要員, 醫師, 學校教師의 順이고 其他都市는 保健要員, 學校教師, 保健所職員의 順이며 農村의 경우는 保健要員, 婦女會長, 保健所職員의 順으로서 保健要員들(保健診療員과 面保健要員 및 保健所 看護員)의 保健教育活動이 큰 比重을 차지하고 있음을 알 수 있다. (表 V-3)

表 V-3. 集團教育에서의 教育者

교육자	대 도시		기타 도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
보건요원	44	27.7	13	17.8	54	27.9	111	26.1
부녀회장	9	5.6	7	9.6	53	27.3	69	16.2
보건소 기타직원	14	8.8	9	12.3	31	16.0	54	12.7
학교교사	20	12.6	9	12.3	3	1.5	32	7.5
의사	23	14.5	6	8.2	-	-	29	6.8
기타와 기억안남	49	30.8	29	39.8	53	27.3	131	30.7
계	159	100.0	73	100.0	194	100.0	426	100.0

2. 電波媒體에 의한 保健情報 接觸

가. 텔레비전에 의한 保健情報接觸

텔레비전 補給率은 1974年度 33.6%에서 1977年 75.4%²⁾로 3年間 2배를 넘었으며 1979年엔 79.2%⁶⁾로 불어나서 情報傳達媒體로서 가장 큰 役割을 하고 있는 것이 事實이다.

本 調査에서 텔레비전을 통하여 健康에 관련된 프로그램을 視聽한 經驗이 있는 應答者는 都市 76.8%, 其他都市 72.6%, 農村 60.9%로 都市가 農村보다 상당히 높고 平均은 70.1% 이다. (表 V-4)

이는 家族計劃의 知識習得源調查에서 1975年⁸⁾의 26.8%와 1977年²²⁾의 23.1%보다 約3倍 程度로 높은 率을 보이고 있다. 이것은 텔레비전 수상기의 보급율이 높아진 탓도 있으나 本 調査에서는 家族計劃을 包含하여 健康에 관한 知識을 對象으로 하였기 때문에 範圍가 넓고 多樣할 뿐 아니라 近來에 이르러 텔레비전을 통한 健康에 관한 프로그램이 많아진 것도 重要的 要因으로 볼 수 있겠다.

表 V-4. 텔레비전 또는 라디오에서의 保健情報 接觸率

(접촉한 사람)	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
TV	1,463	76.8	764	72.6	1,031	60.9	3,258	70.1
라디오	519	58.6	230	60.0	234	45.4	983	54.5

(TV 또는 라디오를 각각 1주일에 한번이상 보는 사람에 대한 비율임)

農村의 경우 本 調査의 60.9%인 健康知識接觸率은 1979年 調査²³⁾에서 가족계획지식 習得源으로서 텔레비전의 12.7%와 比較하여 볼 때 비록 그 範圍가 다르고 調査標本이 다르지만 不過 3年만에 그 差異는 현저하여 메스컴 프로그램 製作陣의 健康에 대한 認識과 國民들의 視聽水準이 괘목할 만큼 成長했음을 알 수 있다.

나. 라디오에 의한 保健情報接觸

라디오의 경우는 大都市 58.6%, 其他都市 60.0%, 農村 45.4%로 역시 都市가 農村보다 상당히 높은 接觸率을 보이고 平均 健康知識接觸率은 54.5%이다. (表 V-4)

이는 1975年⁸⁾ 調査에서 나타난 家族計劃에 대한 情報習得源으로서 라

디오 청취율 41.3%와 1977年 調査²²⁾의 19.8%보다 越等히 높다.

텔레비전과 라디오를 比較하여 보면 1975年 調査⁸⁾에서는 라디오(41.3%)가 텔레비전(26.8%)보다 接觸率이 높았고 1977年 調査²²⁾에서는 텔레비전(23.1%)이 라디오(19.8%)보다 약간 높았으며 1982年 本 調査에서는 텔레비전(70.1%)이 라디오(54.5%)보다 顯著히 높아서 텔레비전이 電波媒體의 主者임을 立證한 셈이다.

3. 定期刊行物에 의한 保健情報 接觸

日刊紙, 週刊紙, 月刊誌 등 定期 및 非定期 購讀者가 그 刊行物에서 健康에 관한 記事와 接觸한 率は 月刊誌 100%, 日刊紙 56.6%, 週刊紙 50.0%로서 最小限 과반수가 健康記事와 接觸하고 있음을 보여주고 있으며 地地別로는 日刊紙의 경우 大都市에서 65.0%, 其他都市 52.9%, 農村 41.8%로 都市가 農村보다 높으며 週刊紙의 경우는 購讀率과 反比例로 農村에서는 週刊紙에 의한 健康記事 接觸度는 都市의 切半밖에 되지 않음을 보여 주고 있다. (表V-5)

表V-5. 新聞, 雜誌에서의 保健情報 接觸率

(접촉한 사람)	대 도시		기타도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
일간지	798	65.0	287	52.9	228	41.8	1,313	56.6
주간지	111	67.7	42	55.3	67	33.0	220	50.0
월간지	321	100.0	128	100.0	112	100.0	561	100.0

(일간지, 주간지, 월간지를 각각 정기 또는 부정기적으로 구독하는 사람에 대한 비율임)

月刊誌의 경우는 購讀者의 100%가 健康記事와 接觸하고 있는데 敎書程度가 높고 經濟가 安定되어 있는 者가 大部分인 이들에 대한 健康知識供給은 持續性이 높은 月刊誌의 特性을 잘 살려 對象에 맞게 保健敎育目的으로 編輯한다면 더큰 效果를 期待할 수 있을 것으로 생각된다.

4. 非定期刊行물에 의한 保健情報接觸

가. 小冊字와 傳單

調査對象者의 健康에 관한 小冊字와 傳單의 接觸率을 보면 各各, 8.8%와 4.1%로서 小冊字의 接觸率이 傳單의 2倍를 넘고 있으며 地域別로는 역시 大都市가 11.9%로서 接觸率이 가장 높고 다음 其他都市와 農村의 順인데, 傳單의 경우만은 大都市와 其他都市가 同一한 接觸率을 보인다. (表 V-6)

表 V-6. 小冊字 및 傳單 接觸率

(접촉한 사람)	대 도시		기 타 도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
소책자	254	11.9	102	8.7	116	5.7	472	8.8
전 단	113	5.3	62	5.3	44	2.2	219	4.1

이는 1976年 調査⁴⁾에서 可妊有配偶婦人의 “가정의 벗” 接觸率(24.1%)보다도 훨씬 낮고 1977年 調査¹⁰⁾의 啓蒙用 傳單과 冊字 接觸率 12.0%와는 비슷한 率을 보이고 있어 小冊字와 傳單 接觸에는 어느 程度 限界를 벗어나지 못하고 있는 것 같다.

내용으로는 小冊字의 경우, 母性·嬰幼兒에 관한 것이 13.1%로 가장 높고 疾病管理 12.7%, 食品營養 11.4%의 順이고 人口 및 家族計劃은 5.5%에 不過하다. 傳單의 경우는 環境衛生이 21.5%로 가장

높고 疾病관리 11.9%, 人口와 家族計劃 10.0%의 順이다. 記憶나지 않는 경우는 傳單이 19.6%로 小冊字의 10.8% 보다 거의 兩배 높아 傳單은 持續性이 必要한 弘報媒體로서는 適合하지 않음을 보여 주고 있다. (表 V-7)

表 V-7. 接觸한 小冊字 및 傳單의 내용

내 용	소 책 자		전 단	
	N	%	N	%
인구 및 가족계획	26	5.5	22	10.0
환 경 위 생	14	3.1	47	21.5
질 병 관 리	60	12.7	26	11.9
식품위생 및 영양	54	11.4	14	6.3
술·담배·약물	16	3.4	12	5.5
모성·영유아	62	13.1	1	0.5
기 타	45	9.5	19	8.7
위의 내용중 두가 지 이상 본 경우	144	30.5	35	16.0
내용이 기억안남	51	10.8	43	19.6
계	472	100.0	219	100.0

母性·嬰幼兒의 경우 小冊字의 接觸率이 높은 것은 豫防接種과 育兒(離乳食, 營養, 牛乳 等)등에 대한 資料가 大部分 小冊字로 많이 發刊, 配布되기 때문이며 人口와 家族計劃의 경우는 포스타, 표어 및 전단이 많고 소책자는 적기 때문에 나타난 當然한 現象이라고 보겠다.

나. 포스타와 표어

포스타와 표어의 接觸率을 보면 각각 全 應答者의 13.5%와 12.6%

로 극히 低調하며 (表 V-8), 內容別로는 人口와 家族計劃이 56.7%와 57.0%로서 半數가 넘어 壓到的이다. 다음으로 포스타의 경우는 環境管理, 疾病管理의 順이며 傳單의 경우는 疾病管理, 環境衛生の 順으로 높은 接觸率을 보인다. (表 V-9)

술, 담배 藥物과 食品衛生, 營養, 母性·嬰幼兒 등은 3.4~4.9%로 微微한 接觸率을 보이며 記憶나지 않는 경우는 포스타와 傳單이 각각 9.5%와 9.8%로 약 10%는 포스타와 표어를 보기는 보았으나 어떤내용의 것인지를 모르고 있다. (表 V-9)

表 V-8. 포스타 및 標語 接觸率

(접촉한 사람)	대 도시		기타 도시		농 촌		전 국	
	N	%	N	%	N	%	N	%
포 스타	385	18.0	140	12.0	194	9.6	719	13.5
표 어	382	17.9	125	10.7	165	8.1	672	12.6

本 調査의 포스타 接觸率 13.5%는 1975年 調査¹⁷⁾의 媒體別 家族計劃露出頻度에서 나타난 54.7% 보다는 훨씬 떨어져 그 1/4 정도 밖에 되지 않는다. 이는 當該年度에 弘報製作物の 發刊, 配布 規模와도 관계가 깊다고 보지만 해가 갈수록 電波媒體의 數와 範圍가 擴大되고 그 活用度와 效率性이 높아감에 점차 포스타에 대한 製作者의 態度變化와 住民의 關心度가 相對的으로 낮아진 때문이 아닌가 思料된다.

表 V-9. 接觸한 포스타 및 標語의 內容

내 용	포 스타		표 어	
	N	%	N	%
인구및 가족계획	408	56.7	383	57.0
환 경 위 생	45	6.3	38	5.7
질 병 관 리	28	3.9	40	6.0
식품위생및 영양	25	3.5	23	3.4
술·담배·약물	25	3.5	33	4.9
모성·영유아	16	2.2	16	2.4
기 타	14	1.9	15	2.2
위의내용중 두가 지이상 본 경우	90	12.5	58	8.6
내용이 기억안남	68	9.5	66	9.8
계	719	100.0	672	100.0

VI. 保健情報 傳達 形態別 理解

1. 對人接觸에 의한 保健情報理解

個人相談의 경우 내용이 이해하기 “쉬웠다”는 應答者는 總相談經驗者의 63.0%로 과반수이고 “보통이다”가 32.0%로서 둘을 합하면 95.0%가 相談內容을 理解하는 것으로 나타났고 4.9%만이 어렵다고 응답하였다.(表Ⅵ-1)

이는 1974年 調査¹⁾에서 指摘한 人的媒體가 大衆媒體보다 더 效果的이라는 報告와 一致한다.

表Ⅵ-1. 個人相談과 集團教育의 理解度(%)

이 해 도		대 도시	기타도시	농 촌	계
쉬 윳 다	개인	62.1	63.8	63.7	63.0
	집단	60.8	70.0	59.3	61.8
보통이다	개인	32.9	30.5	31.7	32.0
	집단	31.4	27.1	33.3	31.5
어려웠다	개인	4.0	4.6	3.7	4.0
	집단	5.2	1.4	5.1	4.5
기억안남	개인	1.0	1.1	0.9	1.0
	집단	2.6	1.4	2.3	2.3
계	개인	100.0(N=954)	100.0(N=475)	100.0(N=765)	100.0(N=2194)
	집단	100.0(N=152)	100.0(N=70)	100.0(N=177)	100.0(N=399)

集團教育(團體教育)의 경우 내용이 “쉬웠다”는 應答者는 61.8%이고

“보통이다”가 31.5%로서 습하여 93.3%가 教育內容을 理解하는 것으로 나타났으며 “어렵다”는 4.5%로서 個人相談보다는 理解度가 약간 떨어지지만 大部分이 理解하는 것으로 解釋할 수 있겠다.

2. 電波媒體에 의한 保健情報理解

텔레비전 放送의 健康關聯 프로그램의 理解度 즉, 텔레비전을 통한 保健知識의 理解度는 “쉬웠다”가 33.5%로 다른 媒體에 比하면 낮은 率을 보이지만 “보통이다”의 46.5%와 습하여 80.0%가 理解를 한다고 볼 때 水準級은 된다고 보겠다. “어렵다”고 한 応答者가 10.2%로서 1할이 넘는 視聽者가 理解에 어려움을 느끼고 있으며 記憶나지 않는다는 視聽者도 9.9%로서 상당히 높은 率을 차지하고 있다.

(表 VI-2)

表 VI-2. 라디오와 텔레비전의 保健情報 理解度(%)

이 해 도		대 도시	기타도시	농 촌	계
쉬 윳 다	라디오	41.2	2.5	34.2	37.8
	텔레비전	37.0	33.6	28.3	33.5
보통이다	라디오	38.0	48.7	44.0	41.9
	텔레비전	45.5	46.8	47.5	46.5
어려웠다	라디오	6.4	6.9	8.1	6.9
	텔레비전	8.6	9.0	13.4	10.2
기억안남	라디오	14.4	10.9	13.7	13.4
	텔레비전	8.8	10.6	10.8	9.9
계	라디오	100.0(N=519)	100.0(N=230)	100.0(N=234)	100.0(N=983)
	텔레비전	100.0(N=1463)	100.0(N=764)	100.0(N=1031)	100.0(N=3258)

라디오의 保健知識提供 프로그램의 경우 “쉬웠다”는 反應이 37.8 % “보통이다”라는 反應이 41.9 %로서 合하여 79.7 %가 理解하는 것으로 看做할 수 있어 텔레비전과 비슷하다. “어렵다”고 應答한 對象者는 6.9 %로 텔레비전보다 낮은 率을 보이지만 記憶나지 않는다는 應答者가 13.4 %로서 媒體中 가장 높은 率을 보인다.

이는 텔레비전, 라디오 등과 같은 時間性 媒體는 持續性이 짧다는 媒體의 特性¹⁶⁾이 잘 反映되어 있다고 보겠다. 그러므로 電波媒體의 경우는 反復하여 活用하는 것이 效果가 더 크다고 보겠다.

3. 印刷媒體에 의한 保健情報 理解

日刊紙의 경우 “쉬웠다”는 反應이 41.6 %이고 “보통이다”는 48.7 %로 나타나 合하여 90.3 %가 理解하는 것으로 看做할 수 있으며 “어렵다”는 反應을 보인 對象者는 7.4 %에 不過하다.

週刊紙의 경우는 “쉬웠다”는 反應이 37.6 %, “보통이다”라는 反應이 49.7 %로서 健康記事接觸者의 87.3 %가 내용을 理解하는 것으로 나타났으며 “어렵다”고 한 接觸者는 9.4 % 이다.

月刊誌의 경우는 “쉬웠다”고 한 接觸者는 51.3 %로 반수를 넘고 “보통이다”라고 反應을 보인 者는 41.8 %로서 月刊誌의 健康記事接觸者의 93.1 %가 내용을 理解하는 것으로 나타났으며 “어렵다”는 反應은 極히 적은 4.3 %에 不過하다. (表 VI - 3)

印刷媒體의 경우 月刊誌의 健康記事가 가장 理解하기 쉬우며 週刊紙의 健康記事가 가장 理解하기 어려운 것으로 나타났는데 이는 月刊誌 購讀者는 都市에 많고 教育程度가 대개 높으며 週刊紙 購讀者는 農村에 많고 教育程度가 낮기 때문이라고 解析된다.

表 VI-3. 新聞, 雜誌에서 본 保健情報 理解度 (%)

이 해 도	일 간 지	주 간 지	월 간 지
쉬 윽 다	41.6	37.6	51.3
보 통 이 다	48.7	49.7	41.8
어 려 윽 다	7.4	9.4	4.3
기 억 안 남	2.3	3.3	2.6
계	100.0	100.0	100.0
	(N=1164)	(N=181)	(N=509)

電波媒體와 比較해 볼 때 健康關聯情報 接觸은 電波媒體가 더 높지만 理解程度는 印刷媒體가 더 높게 나타났다.

이는 空間性 媒體인 印刷弘報物은 천천히 理解할 時間的 餘裕가 있으며 다시 한번 볼 수 있는 등 持續性이 긴 長点¹⁶⁾을 가지고 있기 때문에 理解도가 높다고 볼 수 있겠다.

特記할 만 한것은 텔레비전의 경우 健康知識接觸度는 가장 높은 反面 理解度는 가장 낮아서 텔레비전의 保健情報提供 프로그램 製作에는 主題選次, 講師選定, 專門用語使用 등에 細心한 配慮가 뒤 따라야 할 것 같다.

이상을 綜合해 보면 個人相談과 集團教育 즉, 教育者와 被教育者가 서로 얼굴을 맞대고 相談하는 face to face communication이 가장 理解도가 높은 것으로 나타났다. 大衆媒體의 理解度에서는 “쉬윽다”는 日刊紙, 라디오, 텔레비전이 각각 41.6%, 37.8%, 33.5%로 나타나 日刊紙의 理解도가 높은 것으로 나타났으며 理解가 “어렵다”는 텔레비전 10.2%, 日刊紙 7.4%, 라디오 6.9%의 順으로 나타나 텔레비전을 통한 保健情報의 理解도는 낮은 것으로 풀이된다.

VII. 保健情報源 接觸後 健康生活의 變化

健康에 대한 相談 또는 媒體接觸後 健康生活의 態度나 實踐에 變化를 가져왔는 가를 調査해 본 바, 健康의 重要性을 깨달아 實踐을 했다고 한 応答者는 健康相談後가 59.0%로 가장 높은 率을 보여 保健教育方法에 있어서는 相談하는 것이 가장 効果的임을 알 수 있다.

大衆媒體의 경우는 新聞, 雜誌가 44.8%로 다음이었고 텔레비전, 라디오가 40.2%, 포스타, 표어, 소책자, 전단등은 30.6%이다.

곧 잊어버렸다는 反應은 텔레비전과 라디오 接觸後가 15.0%로 가장 높은 率을 보이고 다음이 포스타와 표어의 11.6%, 신문과 잡지가 7.2%의 順이다. (表 VII-1)

新聞, 雜誌와 텔레비전, 라디오가 포스타, 표어, 전단보다 知識習得과 行動의 變化에 더 큰 役割을 하는 것을 알 수 있다.

表 VII-1. 保健情報 接觸後 健康生活의 變化

변 화	상 담		텔레비전과 라디오		신문, 잡지		포스타, 표어 소책자, 전단	
	N	%	N	%	N	%	N	%
곧 잊어버렸다	128	5.8	467	15.0	99	7.2	140	11.6
평소에 알고 있었던 내용이라 변화없었다	513	23.4	445	14.3	265	19.3	565	46.8
모르고 있었던 내용을 알게는 되었으나 실천못함	243	11.1	908	29.2	355	25.9	124	10.3
건강의 중요성을 깨달아 실천	1,296	59.0	1,251	40.2	614	44.8	370	30.6
기 타	14	0.6	41	1.3	37	2.8	9	0.7
계	2,194	100.0	3,112	100.0	1,370	100.0	1,208	100.0

텔레비전의 교육효과는 1974년 美國에서 실시한 텔레비전 방송효과 실험에서 증명된 바 있다.²⁵⁾

즉, Memphis city에서 6個月間 텔레비전을 통하여 健康프로그램을 實施한 결과 放送前の 月 平均 相談者가 466名이던 것이 放送期間에는 724名으로 增加했다는 것이다. 그러나 포스타등群은 평소에 알고 있었던 내용이라 變化 없었다가 46.8%로 높아 내용, 구성등의 개발이 시급한 것으로 나타났다.

Ⅷ. 保健情報源 間의 相關性

모든 보건정보 習得方法에 있어서 健康情報를 접촉한 사람과 접촉하지 않은 두 集團으로 나누어 각 保健情報源 接觸 經驗者간의 相關性을 Pearson 分布로 보았다.(表 Ⅷ-1)

즉, 相談은 個人相談을 한 사람, 集團教育은 집단교육경험자를 의미하고 $Y_3 \sim Y_6$ 는 健康관련 포스타, 표어, 소책자등 非定期刊行물을 본 사람을 의미하며 $Y_7 \sim Y_8$ 은 전파매체, $Y_9 \sim Y_{11}$ 은 定期刊行物에서 건강프로나 健康記事를 본 사람을 의미한다.

이와같이 健康情報접촉자들간의 相關性을 본 결과 포스타와 표어의 相關度(0.6757)를 除外하고는 눈에 띄게 큰 相關性은 볼 수 없으나, 다른 健康情報接觸源에 비해 인쇄매체(포스타등)* 간의 相關性이 높고, 전파매체(TV 등)** 간의 상관성이 약간 있으며, 定期刊行 印刷媒體(日刊紙등)*** 간의 相關性이 높은 것으로 나타났다. 즉, 포스타를 본 사람은 표어, 소책자, 전단을 보았을 確率이 높으며, 텔레비전에서 건강프로를 본 사람은 라디오에서 健康프로를 본 確率이 높다. 그리고 日刊紙에서 健康記事를 본 사람은 月刊誌와 週刊紙에서도 健康記事를 보았을 確率이 높다. 그리고 相談經驗자는 집단교육에 참여했을 可能性이 크다.****

그리고, 하나의 健康情報源을 접촉한 사람이 다른 모든 접촉원을 접촉했을 가능성은 희박하여 한가지를 접촉한 사람은 다른것을 접촉하지 않았을 가능성이 매우높다. 이것은 본 연구의 대상자는 대상자 자신이 選好하는 극히 制限된 健康情報源만을 접촉하지만, 5,337명 대부분이 건강에 관한 정보를 자신이 선호하는 하나나 두가지 정도의 健康情報源을 통해 얻고 있음을 알 수 있다.

表 VIII-1. 相談 및 매체 간의 相關性

	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Y ₈	Y ₉	Y ₁₀
상 담 (Y ₁)										
집단교육 (Y ₂)	.1158****									
포 스타 (Y ₃)	.1655	.0715								
표 어 (Y ₄)	.1581	.0704	.6757*							
소 책 자 (Y ₅)	.1475	.0846	.2211*	.2478*						
전 단 (Y ₆)	.1151	.1208	.2282*	.2375*	.2616*					
텔레비전 건강프로 (Y ₇)	.1715	.0708	.1678	.1677	.1541	.0974				
라 디 오 건강프로 (Y ₈)	.1080	.0561	.0858	.1082	.1346	.0772	.2814**			
일 간 지 건강기사 (Y ₉)	.1753	.0857	.1849	.1819	.2496	.1187	.2690	.2235		
주 간 지 건강기사 (Y ₁₀)	.0624	.0557	.0893	.0747	.0682	.0379	.0922	.0936	.1704***	
월 간 지 건강기사 (Y ₁₁)	.1333	.0907	.1815	.1719	.2009	.1016	.1773	.1949	.3759***	.2024***

IX. 應答者의 一般特性, 및 健康生活 실천과 保健情報接觸

1. 所得水準에 따른 健康情報接觸度

所得水準에 따른 健康情報接觸率을 分析해 본 結果 所得水準이 높으면 높을 수록 健康에 대한 相談經驗率과 電波 및 印刷媒體와의 接觸率도 높아져 서로 相關性이 있다. (表 IX-1)

表 IX-1. 所得水準에 따른 保健情報 接觸도 (%)

접 촉 도	100만원 미만	100-200만원미만	200-500만원미만	500만원 이상	계
상담경험을	31.1	36.2	42.7	50.9	41.1
텔레비전, 라디오에서 건강 프로 접촉을	35.7	47.0	64.3	71.3	58.3
신문, 잡지에서 건강 기사접촉을	5.7	10.4	28.3	58.2	25.7
포스타, 표어, 진단 접촉을	11.2	14.0	25.4	36.4	22.6

N=5330

P<0.01

2. 職業有無와 保健情報接觸

應答者가 職業을 가진 경우, 갖지않는 者보다 健康 情報에 대한 知識 接觸率은 높아 X^2 -test 結果 相談을 비롯한 모든 印刷媒體 接觸率은 0.01%, 電波媒體의 경우는 0.05% 水準에서 有意性이 있다. (表IX-2)

表 K-2. 現在婦人의 雇傭여부에 따른 保健情報 接觸도(%)

접촉도	비고용	고용	계
상담경험을	35.5 **	46.4 **	37.8 **
텔레비전, 라디오에서 건강프로 접촉을	42.1 *	44.4 *	42.6 *
신문잡지에서 건강기사 접촉을	13.4 **	28.6 **	16.6 **
포스타, 표어, 전단 접촉을	13.8 **	32.3 **	17.7 **

N=1895

* P<0.05

** P<0.01

텔레비전과 라디오의 電波媒體의 경우는 視聽者의 職業有無에 따른 健康知識接觸率은 44.4%로 差異가 크지 않으나 新聞, 雜誌나 포스타, 표어 등 印刷媒體의 接觸率은 職業有無에 따라 28.6%와 13.4%, 그리고 32.3%와 13.8%로 그 差異는 2배수나 되게 크다.

3. 教育程度와 保健情報接觸

教育程度와 健康知識接觸率을 比較해보면 電波媒體의 接觸率은 國卒, 中卒은 46.7%와 71.8%로 그 幅이 상당히 크며 中卒과 大卒(73.5%)과는 큰 差異가 없으나 高卒은 79.3%로 약간 높은 率을 보인다. 즉, 教育程度가 높을 수록 相談經驗率과 媒體接觸率이 높음을 알 수 있다. (表 K-3)

表 IX-3. 教育과 保健情報 接觸도 (%)

接觸도	무학	국졸	중졸	고졸	대졸이상	계
상담경험자비율	30.4	35.5	44.3	51.6	53.5	41.1
텔레비전, 라디오에서 건강 프로 접촉율	24.8	46.7	71.8	79.3	73.5	58.3
신문, 잡지에서 건강기사 접촉율	1.2	8.5	26.7	59.8	85.8	25.7
포스타, 포어, 전단, 소책자 접촉율	4.7	13.2	28.0	38.9	48.2	22.6

N = 5336
P < 0.01

4. 保健情報接觸과 子女觀

가. 아들, 딸 區別없이 2 名の 子女觀에 贊成하는 應答者는, 相談經驗群
중 61.4%, 電波媒體接觸群중 66.1%, 印刷媒體接觸群중 94.2% 로서
각각 接觸경험이 없는 群의 찬성율 59.0%, 50.3%, 89.1% 보다 높다.
(表 IX-4)

나. 아들, 딸 區別없이 1 名の 子女觀에 贊成한 應答者의 경우는 相談
經驗群중 18.1%, 電波媒體接觸群중 17.9%, 印刷媒體接觸群중 22.8% 인
데 이는 非接觸群의 14.3%, 12.6%, 13.1% 보다 상당히 높아서 0.01%
水準에서 有意性을 나타내고있다. (表 IX-4)

다. 두 딸인 경우 더 이상 낳지 않겠다는 意見에 贊成하는 應答者는
電波媒體接觸群과 印刷媒體接觸群중 각각 55.9%와 64.0%를 차지하며 X^2
-test에서 0.01% 水準에서 有意性이 있었다. (表 IX-4)

表 IX-4. 健康情報 접촉자의 子女觀(%)

자녀관	상 담		텔레비전, 라디오 에서의 건강프로		신문, 잡지에서 건강기사		포스타, 표어, 선단, 소책자	
	경험	비경험	접촉	비접촉	접촉	비접촉	접촉	비접촉
자녀 2명 낳기 찬성	61.4	59.0	66.1**	50.3	94.2**	89.1	69.7**	56.9
한자녀 낳기 찬성	18.1**	14.3	17.9**	12.6	22.8**	13.1	21.0**	14.2
딸, 아들 구별없이 둘 낳기 찬성	54.1**	48.4	55.9**	42.5	64.0**	45.5	60.3**	47.7

N = 4323
** P < 0.01

5. 保健情報接觸과 産前管理

相談経険群중 産前管理를 한 사람은 76.8%로 산전관리를 하지 않은 64.0%보다 높으며, 이는 다른 媒體接觸群에서도 마찬가지로 健康情報를 접촉한 사람이 그렇지 않은 사람보다 産前管理를 더 많이 한 것으로 나타났다.(表 IX-5)

6. 保健情報接觸과 豫防接種

대체로, 健康情報接觸者가 그렇지 않은 사람에 비해 豫防接種을 많이 하는 것으로 나타났으나, 産前管理에서 처럼 눈에 띄는 확실한 차이를 보이지 않고 있다. 다만 비씨지접종은 印刷媒體에서, 홍역접종은 포스타 표어등에서 접촉자가 그렇지 않은 사람보다 接種率이 높은 것으로 나타나 이는 포스타, 표어등이 예방접종의 啓蒙教育用으로 많이 活用되고 있기 때문으로 생각된다.

紅疫豫防接種의 경우는 電波媒體에서 0.05% 新聞과 雜誌에서는 0.01% 水準에서 有意性을 보이고 있다(表 IX-5)

表 K-5. 健康情報 접촉자의 産前管理, 豫防接種 실태 (%)

건강생활 실천자	상 담		신문잡지에서 건강기사		텔레비전, 라디오 의건강프로		포스타, 표어, 전단 소책자	
	경험	비경험	접촉	비접촉	접촉	비접촉	접촉	비접촉
산전관리 한사람 N = 1219	76.8**	64.0	80.2**	65.3	73.6**	60.1	84.9**	62.4
비씨지접종 한사람 N = 1245	69.1	69.5	76.6**	66.9	70.8	66.2	71.0*	68.6
홍역접종 한사람 N = 1242	38.1	33.6	39.1	34.1	37.3*	31.3	41.9**	32.7

** P < 0.01

* P < 0.05

X. 保健情報 習得에 따른 媒體順位

調査對象者에게 健康知識을 習得하는데 가장 많은 도움을 주었다고 생각되는 媒體를 問議해 본 結果, 텔레비전이 49.5%로 越等히 높고, 다음은 新聞 13.6%, 冊字 12.3%, 라디오 10.8%, 雜誌 8.8%의 順이고 小冊字, 伝單과 포스타 및 표어는 각각 2.2%와 2.1%로서 아주 微微하다. (表 X-1)

映画와 슬라이드가 1% 以下인 것은 応答者가 이들과는 接할 機會가 거의 없었기 때문에 풀이 될 수 있겠다.

表 X-1. 保健에 관한 知識을 가장 많이 얻은 媒體(%)

매 체	대 도시	기타도시	농 촌	전 국
텔레비전	44.3	48.9	58.5	49.5
라디오	11.1	10.2	10.5	10.8
신문	16.2	13.9	9.1	13.6
잡지	9.1	10.8	6.8	8.8
책자	13.9	11.3	10.4	12.3
소책자, 전단	2.5	2.2	1.9	2.2
포스타, 표어	2.1	2.2	1.9	2.1
슬라이드, 영화	0.8	0.5	0.9	0.7
계	100.0	100.0	100.0	100.0

N = 5337

XI. 要 約

保健教育을 위한 適切한 媒體의 選擇과 內容의 開發 및 媒體의 效率을 높이는데 必要한 資料의 提供을 目的으로 全國의 標本 427 個 調查區中에서 143 個 調查區를 選定하여 1982年 4月 11日부터 5月 23日까지 42日間에 걸쳐서 (大都市, 其他都市 및 農村의 地域區分을 감안한) 家庭의 健康生活에 至大한 影響力을 미치는 既婚 主婦(實態調查對象 5,337名)를 對象으로 하여 訓練된 調查員에 의한 直接 面接設問調查를 實施하여 다음과 같은 結果를 얻었다.

1. 大衆媒體接觸

가. 住民과 가장 높은 接觸率을 보이는 媒體는 텔레비전이었고 日刊紙가 다음이며 라디오, 月刊誌, 週刊紙의 順이었다.

텔레비전을 每日 視聽하는 사람이 74.2%였고 視聽時間은 平日은 1日 約 170分이며 週末은 約 200分이었다.

라디오를 每日 聽取하는 사람은 21.5%였고 1日 平均 聽取時間은 約 160分으로 텔레비전보다 적었고 平日과 週末의 差異는 별로 없었다.

텔레비전과 라디오 共히 視聽率은 都市가 農村보다 높았다.

나. 가장 즐겨보는 프로그램은 텔레비전에서는 日日劇과 週間劇이 69.6%로 가장 높은 視聽率을 보였고 뉴스·일기예보가 21.5%였으며 뉴스視聽率은 都市가 農村에 比하여 높았고 連續劇選好는 都市보다 오히려 農村에서 높았다.

라디오에서 主부생활프로는 41.9%로 最高이었고 다음이 뉴스와 음악의 15.1%였다. 가장 즐겨보는 時間帶는 텔레비전의 경우 午後 9時 時間

帶가 가장 높고 午後 8時 時間帶가 다음이었다.

다. 定期刊行物에서 日刊紙 購讀率이 (43.4%) 가장 높고 三大 中央紙인 朝鮮日報, 中央日報, 東亞日報의 購讀率이 大都市, 其他都市, 農村에서 각각 首位이었고 日刊紙와 月刊誌는 都市의 購讀率이 農村보다 높았으나 週刊紙의 경우는 農村이 오히려 높았다.

日刊紙, 月刊誌, 週刊紙 購讀率은 각각 43.4%, 8.3%, 13.6%였고 大都市의 日刊紙 購讀率은 52.4%로 農村의 2배를 넘었으며 週刊紙 購讀率은 農村(6.9%)이 都市(2.1%)의 3배 購讀率을 보였다.

2. 保健情報接觸

가. 媒體別 保健知識 接觸率은 月刊誌, 텔레비전, 日刊紙, 라디오, 週刊紙 포스타, 표어, 小冊字, 傳單의 順序였다.

텔레비전에 의한 健康知識接觸率은 70.1%로서 TV 視聽者의 大部分이 健康情報와 接觸하고 있었으며 라디오에 比하여 해마다 增加하고 있었다.

週刊紙 購讀率은 農村이 都市보다 높으나 健康知識接觸率은 오히려 낮았다.

나. 非定期刊行物에 의한 保健知識接觸率에 있어 포스타(13.5%)와 표어(12.6%)는 小冊字와 傳單에 比하여 상당히 높으며 小冊字와 傳單은 合하여 12.9%로서 지난 數年間 別다른 變化를 보이지 않았다.

다. 포스타와 표어의 내용은 인가와 가족계획에 관한 것이 각각 56.7%와 57.0%로 가장 높았고 傳單의 내용으로는 環境衛生에 관한 것이 21.5%로 最高率을 보였으며 小冊字의 내용은 영유아에 관한 것이 13.1%로 가장 높았다.

라. 내용을 기억하지 못하는媒體의順序는 傳單(19.6%), 라디오(13.4%), 小冊字(10.8%), 표어(9.8%), 포스타(9.5%)의 順이었다.

마. 個人相談을 통한 健康知識接觸率은 41.1%였으며 都市가 農村보다 높았다.

相談者는 醫師(34.2%), 藥師(23.5%), 이웃 및 친척(28.5%), 保健要員(10.6%)의 順이며 農村의 경우는 이웃 및 친척(27.9%)과의 健康相談이 가장 많았으며 保健要員과의 接觸率은 農村(16.9%)이 大都市(5.8%)의 約3배에 달했다.

集團教育 教育者는 保健要員(26.1%)이 가장 많았고 婦女會長(16.2%)이 다음이었다.

3. 保健情報傳達形態別 理解

가. 傳達形態別 理解度는 對人接觸이(個人相談 95.0%, 集團教育 93.3%) 가장 높고 媒體에서는 月刊誌(93.1%), 日刊紙(90.3%), 週刊紙(87.3%), 텔레비전(80.0%), 라디오(79.7%)의 順이었다.

나. 텔레비전은 接觸率에서는 다른 媒體에 比하여 높으나 理解度는 오히려 낮았다.

4. 保健情報 接觸後 健康生活的 變化

가. 健康에 관한 知識接觸後 態度나 行動에 變化가 많이 온 것이 健康相談後인 경우가 56.0%로 가장 많았고 行動變化에 效果가 컸던 媒體別 順序는 新聞과 雜誌, 텔레비전과 라디오, 포스타와 傳單의 順이었다.

나. 知識을 習得했으나 實踐하지 못했다는 群의 媒體接觸率은 텔레비전 라디오가 가장 높았고 다음이 新聞, 雜誌 그리고 포스타, 표어, 소책자 및 전단이었다.

5. 相關性

가. 媒體間的 相關性에서는 포스타와 표어間的 相關關係는 다른 媒體에 比하여 相關性이 있었고 그외는 별 相關이 없었다.

나. 相談經驗과 保健知識接觸率은 所得이 높을수록, 教育水準이 높을수록 높았으며 職業을 가진 경우의 接觸率은 有意性있게 높았다.

다. 媒體接觸은 産前管理行爲와 豫防接種行爲에 큰 影響을 미쳐 接觸率과 非接觸率은 有意性 있는 差異가 있었다.

6. 保健情報接觸과 子女觀

가. 한 子女낳기에 贊成하는 率は 媒體接觸者가 17.9%~22.8% 로서 극히 低調하였다.

나. 아들 딸 구별없는 2名の 子女觀, 한 子女 낳기에 贊成하는 者, 두 딸만으로도 滿足한다는 者는 媒體接觸群이 非接觸群에 比하여 높았으며 有意性이 있었다.

XII. 結論 및 提言

1. 結論

가. 保健情報 接觸率이 높을 수록 健康生活 態度나 行動의 變化도가 높았다.

나. 國民에게 健康情報傳達을 위한 媒體로서는 텔레비전이 가장 좋으므로 健康知識에 관한 spot 放送은 午後 8時와 9時 時間帶 또는 연속극과 뉴스時間에 하는 것이 效果的이다.

다. 라디오를 健康知識媒體로 活用할 경우는 聽取率이 높은 主婦生活프로나 뉴스 및 음악프로 前後에 하는 것이 效果的이다.

라. 健康知識報給을 위한 텔레비전 프로그램은 視聽者의 理解를 높이기 위하여 講師나 對談者의 選定과 專門用語의 使用 等に 格別히 留意하여야 한다.

마. 新聞, 雜誌의 健康知識記事는 理解도와 健康生活態度 및 行動의 變化도가 높으므로 繼續 健康欄을 擴充하여 保健知識供給 通路로 刊行물을 活用하는 것이 바람직하다.

바. 팜프렛, 소책자와 전단使用의 경우는 내용 記憶을 위하여 反復使用하는 것이 效果的이다.

사. 家族計劃事業에 대한 贊成率은 媒體를 통한 知識, 弘報, 接觸率에 큰 影響을 받고 있으므로 弘報 媒體活用을 繼續해야 한다.

아. 한 子女낳기에 대한 贊成者는 低調하나 弘報媒體接觸도가 增加할 수록 贊成率도 높았다.

자. 對人接觸(個人相談과 集團教育)을 통한 保健教育이 健康知識의 理解와 行動變化에 가장 큰 效果가 있었다.

차. 個人 相談者와 集團教育의 教育者는 醫師가 가장 높고 다음 藥師 이웃 및 친척 保健要員의 順이었으나 農村은 이웃 및 친척이 가장 높아서 農村住民에 대한 保健教育이 더욱 切實하고 重要視되어야 한다.

2. 提 言

가. 가장 効率的으로 持續的인 保健知識供給을 위하여는 大衆弘報媒體의 製作 및 取扱擔當者와 保健教育 및 弘報擔當者와의 相互協助가 必要하므로 保健社會部가 文公部の 協助를 얻어서 關聯者로 構成되는 常設保健教育協議會를 構成하는 것이 바람직 하다.

나. 家族計劃, 環境汚染, 疾病豫放 등 國民健康을 위한 知識供給은 適切한 時間帶에 電波媒體를 活用할 수 있도록 政策的인 次元에서 解決되어야 하며 視聽者가 좀 더 쉽게 이해할 수 있는 프로그램으로 구성해야 한다.

다. 定期刊行物 健康知識記事가 住民의 健康生活에 많은 도움을 주고 있으므로 日刊紙 및 雜誌의 健康知識欄이 效果的으로 活用되어야 한다.

라. 媒體를 통한 健康知識供給은 그 對象과 地域 및 內容에 따른 接觸率과 理解度 등을 감안하여 組織的이고 合理的으로 接近하는 것이 가장 効率的이므로 관련기관이 保健教育弘報媒體를 제작배포 활용코자 할때는 사전에 充分히 검토할 수 있는 장치가 必要하다.

마. 對人接觸을 통한 保健知識供給이 效果가 가장 큰 만큼 주요 相談者나 教育者인 醫師, 藥師, 保健要員들의 補修教育과정에 保健教育科目을 必히 설정토록한다.

바. 대상 및 地域社會 특성에 맞는 각종 保健教育資料를 開發, **통합**하여 有關團體의 保健教育訓練 또는 弘報媒體 활용부서나 기관에 보급할 수 있도록 保健教育 資料開發센터를 설치 운영하여야 한다.

參 考 文 獻

1. 高甲錫, 家族計劃実態와 啓蒙現況分析, 1973年度 全國出産力 및 家族計劃実態調査特別分析報告書, 家族計劃研究院, 1974.
2. 金智子 外, 家族計劃 弘報 및 啓蒙教育戰略을 위한 調査研究, 家族計劃研究院, 1979.
3. 金智子, 大衆媒體에 나타난 家族計劃메시지: 그 内容 및 改善方案, 家族計劃弘報戰略開發세미나, 大韓家族計劃協會, 1977.
4. 金智子 外, 人口 및 家族計劃 弘報啓蒙메시지의 内容分析, 家族計劃研究院, 1977.
5. 南喆鉉, 農村地域住民의 保健意識 및 行態에 関한 調査研究, 韓國保健開發研究院, 1980.
6. 南喆鉉, 曹愛姐, 洪賢珠, 人口·保健指標, 韓國人口保健研究院, 1981.
7. 大韓家族計劃協會, 家族計劃標語 및 性教育反應調査, 大韓家族計劃協會 및 에이. 에스. 아이. 마켓트리서치. 한국지사, 1975.
8. 大韓家族計劃協會, 리스피아르카운셀링, 家族計劃弘報教育事業效果測定調査, 大韓家族計劃協會, Lee's PR Counselling, 1975.
9. 大韓家族計劃協會, 延世大 社会科学研究所, 家族計劃弘報메시지評價調査, 1979.
10. 大韓家族計劃協會, 家族計劃弘報事業效果測定化, 大韓家族計劃協會, 1977.
11. 大韓家族計劃協會, 韓國家族計劃弘報教育세미나報告書, 大韓家族計劃協會, 1974.

12. 朴貞順, 朴美玲, 家族計劃弘報啓蒙教育을 위한 未婚女性의 知識態度 調査 研究, 家族計劃研究院, 1979.
13. 朴亨鍾, 鄭慶均, 韓達鮮, "家族計劃採択過程과 相關要因에 관한 研究," 家族計劃論集, Vol. 1, 家族計劃研究院, 1974.
14. 朴亨鍾, 鄭慶均, 韓達鮮, "韓國農村地域에서의 家族計劃風聞에 관한 研究," 家族計劃論集, Vol. 3, 家族計劃研究院, 1976.
15. 李時伯, 崔焯, 金弘淑, 地域社会特性이 家族計劃 및 出産行爲에 미치는 影響에 관한 研究, 家族計劃研究院, 1978.
16. 鄭慶均, 家族計劃啓蒙教育原理, 家族計劃研究院, 1973.
17. 崔至薰, 韓達鮮, 鄭慶均, 家族計劃弘報事業戰略을 爲한 調査研究, 大韓家族計劃協會, 1975.
18. 保健社会部, 韓國人口保健研究院, 保健教育 方向 및 戰略開發 세미나 結果報告書, 保健社会部, 韓國人口保健研究院, 1982.
19. ASI Market Research INC (Korea), A Follow - up Study of the Effectiveness of Family Planning Communications in the Republic of Korea, Seoul: ASI, 1974.
20. Annetee Kaplun & Rosmarie Erben, "Health Education in Europe: International Journal of Health Education, Geneva, 1980.
21. Chul Hyun Nam, Community Health Education, Reprinted from The Journal of The Korean Public Health Association, Vol. 7 No. 1 1981.
22. Chung Woo Suh, Chang Sop Choi, Bae Keun Cha, Mass Media Strategies for Educating Post-Korean War Children on

- Population and Family Planning, Communication counselling
& Research Institute, 1977.
- 23 . Dae Woo Han, Cheong, Chija Kim, Kye Choon Ahn, Reducing
Problem groups in Family Planning IE & C Program ,
KIFP, 1977.
- 24 . Godwin C. Chu, Syed A. Rahim, D. Lawrence Kincaid,
Communication for Group Transformation in Development,
East-west Center, East-west Communication Institute,
1976.
- 25 . J. Richard Udry, The Media and Family Planning, Carolina
Population Center, 1974.
- 26 . Kats. E. "Two-Step Flow of Communication: An Up-to-date
Report on an Hypothesis," Public Opinion Quarterly,
1957.
- 27 . Nicholas Galli, Foundations and Principles of Health
Education, 1977.

