

農家調查結果

우리 나라 農村社會의 매스 미디어 普及 및 受信類型에 관한 調查研究

金 敏 男

責任研究員, 農政輿論調查室

李 成 珪

研究員, 農政輿論調查室

- I. 調查研究概要
- II. 新 聞
- III. 雜 誌
- IV. 텔레비전
- V. 라디오
- VI. 넷음말 : 發展커뮤니케이션 理論批判

할을 하게 되는지, 그리고 커뮤니케이션의 2단계 흐름에서 자주 논의되는 輿論指導者의 형성과 그 영향력은 어떠한지에 대한 접근이 매우 중요하지만, 本稿에서는 紙面上 다음 기회로 미루기로 하였다.

2. 調查對象者

본연구원 農政輿論調查 현지통신원으로 위촉된 2,043명 중 「個人 기록카드」가 비치되어 있지 않은 통신원을 제외한 1,922명을 調查對象者로 한 것이다. 조사대상자의 道別分布와 應答率은 <表 1>과 같다.

I. 調查研究概要

1. 調查目的

이번 조사의 目的은 우리 農村社會의 매스 미디어 普及 실태를 정확히 파악하고 각 미디어별로 커뮤니케이션 受信形態를 살펴봄으로써 농촌社會의 전체적인 커뮤니케이션 構造에 접근해 보려는 것이다. 이 과정에서 農村社會의 構造의 특성에 비추어 볼 만한 커뮤니케이션 類型이 顯示된다면 커다란 다행일 수도 있을 것이다.

또한 각종 미디어가 농촌社會의 情報(information) 확산이나 기술보급 등에 어느 정도의 역

그런데 조사 대상자인 本研究院의 農政輿論調查 現地通信員들은 농촌에서 篤農家로 인정되는 농민과 農村指導所 및 農漁民團體 등으로부터 추천을 받은 농민들이 대부분으로, 이들은 農村社會에서 여론 지도층이라 할 수 있고 따라서 그 地域社會를 잘 대변할 수 있는 계층이라고 볼 수 있다. 그러나 한 가지 유의하고자 하는 것은 이들이 전체 농민들이나 그 地域社會를 대변할

表 1 應答者의 道別 分布

구 분	경 기	강 원	충 북	충 남	전 북	전 남	경 북	경 남	제 주	계
통 신 원 수(명)	213	112	148	230	199	327	342	276	75	1,922
응 답 자 수(명)	167	84	113	190	155	248	256	220	47	1,480
응 답 비 율(%)	74.8	75.0	76.4	82.6	77.9	75.8	74.9	79.7	62.7	77.0
응답자 도별분포(%)	11.3	5.7	7.6	12.8	10.5	16.8	17.2	14.9	3.2	100.0

수 있는 중요한 역할을 담당하고 있는 것은 사실이지만 耕作規模나 學歷과 같은 속성에서 보면 농촌사회의 평균 수준을 다소 넘어서고 있다는 것이다.

3. 調査方法

설문지에 의한 우편조사.

4. 調査期間

1982년 11월30일~12월 30일.

5. 分析方法

회송된 조사표의 응답내용을 SPSS에 의해 전산 처리했으며 응답자의 연령, 학력, 경작규모 등을 獨立變數로 하고 應答者의 意思를 從屬變數로 하여 階層間 比較分析을 하였다.

6. 應答者의 階層別 分布

응답자의 연령층별, 학력별, 경작규모별 분포는 <表 2, 表 3, 表 4>와 같다.

表 2 應答者의 年齡層別 分布

區 分	20代	30代	40代	5,60代	計
應答者數(名)	51	254	676	499	1,480
構成比(%)	3.4	17.2	45.7	33.7	100.0

表 3 應答者의 學歷別 分布

區 分	國 卒	中 卒	高 卒	大 卒	計
應答者數(名)	275	560	563	82	1,480
構成比(%)	18.7	37.8	38.0	5.5	100.0

表 4 應答者의 耕作規模別 分布

區 分	零細農	小 農	中 農	大 農	計
應答者數(名)	44	305	695	436	1,480
構成比(%)	3.0	20.6	46.9	29.5	100.0

* 영세농(0.5ha미만), 소농(0.5~1.0ha), 중농(1.0~2.0ha), 대농(2.0ha 이상)

II. 新 聞

급격한 經濟成長과 더불어 TV가 大量 普及됨에 따라 매스 미디어로서 新聞의 지위가 도전을 받게 되었다. 물론 같은 理由로 국내 신문도 TV만큼 큰 폭은 아니지만 꾸준한 증가추세를 보여온 것도 사실이다. 그러나 本 調査結果에 의하면 農村에서의 TV 普及率(98.7%)은 新聞 普及率(84.7%)보다 높게 나타나고 있어 家口當 보급률로 보면 농촌 社會의 大衆媒體로서 TV의 기능이 커지고 있음을 알 수 있다.

1. 購讀率 및 購讀新聞

서울에서 발행되는 9개 日刊紙(일한종합지 6개, 경제지 2개, 기타 1개), 각 地方에서 발행되는 10개 地方日刊紙 그리고 4개 特殊週刊紙(농민신문, 농축수산신문, 한국수산신문, 새마을신문) 중에서 한 가지 이상씩 정기購讀하는 農家는 전체 應答者가 1,480호 중에서 1,253가구이고 정기구독신문이 한 가지도 없는 집이 227가구로 84.7%의 높은 購讀率을 보여주고 있다. 無應答 13명을 포함해서 非구독농가는 전체의 15.3%를

表 5 年齡·學歷·耕地規模別 購讀者數

屬性	區分	購讀者數(A)	응답자수(B)	購讀者率(A/B) %
年 齡 別	20代	37	51	72.5
	30代	208	254	81.9
	40代	577	676	85.4
	50代이상	431	499	86.4
	계	1,253	1,480	84.7
學 歷 別	국졸	216	275	78.5
	중졸	462	560	82.5
	고졸	497	563	88.3
	대졸	78	82	95.1
	계	1,253	1,480	84.7
耕 地 規 模 別	영세농	31	44	70.0
	소농	242	305	79.3
	중농	578	695	83.2
	대농	402	436	92.2
	계	1,253	1,480	84.7

차지한다.

이러한 신문購讀者率은 83년 2월에 農水産部가 標本農家 2,000家口를 대상으로 실시한 조사결과에서 나타난 구독률 71%보다도 상당히 높은 것이다. 이는 앞서 조사대상자의 일반적 성격에서 살펴보았듯이 본 조사대상농가가 전체 농가 평균보다도 경영규모 등이 다소 큰 편인데다 無料로 배포한 일부 특수신문들도 구독조사대상지에 포함되었기 때문인 것으로 보인다.

年齡, 教育정도, 耕作規模別 구독인數(농가경영주)는 <表 5>와 같다. 이 표에서 보는 것처럼 특히 신문구독과 구독자의 年齡, 教育수준 및 耕地規模(영농규모)와의 사이에 두드러진 正의 相關關係가 있음을 알 수 있다. 즉 연령이 많을수록 教育수준이 높을수록, 또 經營규모가 클수록 구독률이 높아지고 있다는 것이다.

여기서 한 가지 주목할 만한 일은 應答者의 分布로 볼 때 學歷水準이 50代 이상의 경우보다 比較的 높은 것으로 되어 있는 20代의 新聞購讀者率이 72.5%로서 50代 이상의 86.4%에 비해 상당히 떨어지고 있는 것이다. 이것은 신문구독의

중요한 要因으로 되어 있는 경제적 능력에 있어 20代가 50代에 미치지 못하는 점도 있겠지만 20代의 TV매체 접촉도가 50代 이상의 경우보다 相對的으로 훨씬 높다는 사실과도 關係가 있는 것으로 풀이되고 있다.

한편 農家戶當 구독신문數를 보면 1가지만 보는 농가는 413가구(27.9%), 2개만 보는 농가가 549호(37.1%), 3개 新聞을 보는 농가가 212호(14.3%)이며 4가지 新聞을 보는 농가도 79호(5.4%)나 되는 것으로 나타났는데 앞서 상당히 높은 購讀者率과 함께 호당 구독신문의 數가 많은 것은 農協조합원이나 부락의 지도자급이면 비교적 접근이 쉬운 농민신문이나 새마을신문의 보급 때문이 아닌가 생각된다.

한가지 新聞 이상을 보고 있다고 응답한 1,253 농가에서 購讀者하고 있는 전체 新聞의 種類는 4개 특수·전문週刊紙를 포함해서 모두 26개 種類로 구독농가호당 新聞 種類수는 평균 1.9種으로 되어 있다. 그리고 이들 新聞의 농가보급구성비를 보면 중앙日刊紙가 44.8%로 가장 많고 지방日刊紙 16.7%, 기타 1.7%로 나타났고, 特殊·專門新聞(주간지)이 37%의 비교적 높은 구성비를 보이고 있는데, 여기에는 이들 特殊紙가 週間발행인데다 無料配布가 많고 配布체제가 다소 특수하다는 점 등이 고려되어야 할 것이다.

2. 1日 평균 新聞 보는 時間

農民들이 하루에 新聞을 보는데 할애하는 시간은 얼마나 될까? 전체 平均으로는 1日 67分 즉 1시간 7분꼴로서 TV視聽시간 2시간 34분에 비해서는 낮지만 농촌생활시간 캐턴으로 보면 긴 편이라고 하겠다.

<表 6>에서와 같이 「신문보는 시간」을 결정하는 가장 중요한 要因은 學力수준인 것으로 나타

表 6 하루에 신문을 보는 時間(平均)

屬 性	區 分	時 間
연령 별	20 代	1시간 22분
	30 代	1시간 3분
	40 代	1시간 5분
	50代 이상	1시간 10분
학 력 별	국 중	1시간
	졸 출	1시간 5분
	고 졸	1시간 11분
	대 졸	1시간 10분
경지 규모 별	영 세	1시간 10분
	소 농	1시간 7분
	중 농	1시간 5분
	대 농	1시간 9분
전 체 평 균		1시간 7분

났다. 학력수준이 높을수록 신문을 보는 시간이 많아지고 있는데 비해 피조사자의 年齡이나 경작규모 등에 있어서는 뚜렷한 패턴이 보이지 않고 있다.

3. 記事別 關心度

신문기사에 대한 농민들의 관심의 정도를 알아보기 위해 신문기사를 <表 7>과 같이 8개 유형으로 나누고 가장 관심있게 보는 기사를 한 가

지만 골라달라고 하였다. 그런데 이 항목의 전체 응답농가가 구독농가수 1,253보다 16호가 많아진 것은 신문을 購讀은 안하고 있지만 매일 남의 신문을 빌려 보는 농가 가운데 응답을 해 온 농가가 포함되었기 때문이다.

農民들이 신문에서 가장 관심있게 보는 기사는 전체적으로 「農產物價格과 農政시책·農事」에 관한 것으로 약 60%를 차지, 농민들의 가장 큰 관심분야가 되고 있다. TV 프로의 視聽경향과 비교하기는 난점이 있지만 TV에서 「농어촌 관계프로」 19.3%와는 대조를 이루고 있다. 그러나 뉴스시청률이 높은 것을 감안하면 앞서 농산물가격, 농정시책, 농사 등에 대한 정보추구 욕구는 상당히 큰 것으로 보아야 할 것 같다.

그 다음 관심있게 보는 신문기사는 「國內政治 기사」 16.9%이고 「일반경제」 9.9%, 「사회·사건」 4.6% 등의 순으로 되어 있다.

여기서 「國內政治」기사, 「農產物價格 등」기사와 「스포츠·오락」기사를 변수로 하여 응답자의 각 屬性別로 對比분석을 해보면 흥미있는 사실을 발견하게 된다. 즉, ① 「國內政治」기사에 대

表 7 新聞에서 가장 관심있게 보는 記事

		단위: 명 (%)									
		국내정치 기	일반경제	농산물가격 과 농정시 책·농사	스포츠· 오락	사 회· 사 건	문 화· 교 육	국제소식	사 설	모두관심	계
평	균	214(16.9)	126(9.9)	751(59.2)	24(1.9)	59(4.6)	17(1.3)	11(0.9)	3(0.2)	64(5.0)	1,269(100. .)
20	대	4(10.3)	5(12.8)	15(38.5)	8(20.5)	3(7.7)	1(2.6)	1(2.6)	0(0.0)	2(5.1)	39(3.1)
30	대	27(12.7)	23(10.8)	138(65.1)	2(0.9)	11(5.2)	3(1.4)	1(0.5)	0(0.0)	7(3.3)	212(16.7)
40	대	96(16.5)	58(9.9)	347(50.5)	8(1.4)	24(4.1)	12(2.1)	7(1.2)	2(0.3)	29(5.0)	583(45.9)
50대	이상	87(20.0)	(9.2)	251(57.7)	6(1.4)	21(4.8)	1(0.2)	2(0.5)	—	26(6.0)	435(34.3)
국	졸	39(7.7)	12(5.5)	134(60.9)	1(0.5)	14(6.4)	1(0.5)	3(1.4)	1(0.5)	15(6.8)	220(17.3)
중	졸	78(16.5)	41(8.7)	297(62.9)	11(2.3)	17(3.6)	3(0.6)	1(0.2)	1(0.2)	23(4.9)	472(37.2)
고	졸	76(15.2)	63(12.6)	284(56.9)	11(2.2)	23(4.6)	11(2.2)	5(1.0)	1(0.2)	25(5.0)	499(39.3)
대	졸	21(26.9)	10(12.8)	36(46.2)	1(1.3)	5(6.4)	2(2.6)	2(2.6)	0(0.0)	1(1.3)	78(6.1)
영	세	6(18.2)	5(15.2)	19(57.6)	2(6.1)	0(0.0)	0(0.0)	1(3.0)	0(0.0)	0(0.0)	33(2.6)
소	농	45(18.4)	20(8.2)	139(55.5)	7(2.9)	16(6.5)	2(0.8)	3(1.2)	2(0.8)	14(5.7)	245(19.3)
중	농	95(16.1)	59(10.0)	359(65.7)	12(2.0)	27(4.6)	9(1.5)	3(0.5)	0(0.0)	27(4.6)	(46.6)
대	농	68(17.0)	42(10.5)	237(59.2)	3(0.7)	16(4.0)	6(1.5)	4(1.0)	1(0.2)	23(5.7)	400(3155)

表 8 新聞을 안보고 있는 理由

단위 : 명 (%)

	신문代金이 비싸서	별로 볼 만한 내용이 없어서	일이 바빠서	배달이 안되어서	볼 필요성을 느끼지 않아서	이해하기가 힘들어서	이웃에서 빌려보기 때문에	TV 시청	기 타	계
평균	75(35.0)	13(6.1)	46(21.5)	15(7.0)	15(7.0)	3(1.4)	35(16.4)	10(4.7)	2(0.9)	214(100.0)
20대	1(8.3)	0(0.0)	4(33.3)	1(8.3)	2(16.7)	0(0.0)	3(25.0)	1(8.3)	0(0.0)	12(5.6)
30대	17(38.6)	3(6.8)	5(11.4)	3(6.8)	6(13.6)	0(0.0)	6(13.6)	2(4.5)	2(4.5)	44(20.6)
40대	31(33.3)	7(7.5)	18(19.4)	8(8.6)	6(6.5)	2(2.2)	17(18.3)	4(4.3)	0(0.0)	93(43.5)
5, 60대	26(40.0)	3(4.6)	19(29.2)	3(4.6)	1(1.5)	1(1.5)	9(13.8)	3(4.6)	0(0.0)	65(30.4)
국출	24(42.9)	3(5.4)	15(26.8)	2(3.6)	0(0.0)	1(1.8)	8(14.3)	2(3.6)	1(1.8)	56(26.2)
중출	31(33.7)	5(5.4)	20(21.7)	6(6.5)	5(5.4)	1(1.1)	17(18.5)	6(6.5)	1(1.1)	92(43.0)
고출	20(32.3)	4(6.5)	11(17.7)	6(9.7)	8(12.9)	1(1.6)	10(10.1)	2(3.2)	0(0.0)	62(29.0)
내출	0(0.0)	1(25.0)	0(0.0)	1(25.0)	2(50.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	4(1.9)
영세농	2(8.2)	1(9.1)	4(36.4)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)	3(27.3)	1(9.1)	0(0.0)	11(5.1)
소농	24(42.1)	3(5.3)	13(22.8)	3(5.3)	2(3.5)	1(1.8)	10(17.5)	1(1.8)	0(0.0)	57(26.6)
중농	39(34.8)	7(6.3)	19(17.0)	6(5.4)	12(10.7)	1(0.9)	19(17.0)	7(6.3)	2(1.8)	112(52.3)
대농	10(29.4)	2(5.9)	10(29.4)	6(17.6)	1(2.9)	1(2.9)	3(8.8)	1(2.9)	0(0.0)	34(15.9)

한 농민들의 關心度는 年齡層이 높을수록, 그리고 學歷水準이 높을수록 높게 나타나는 반면 耕作規模와는 유의성있는 相關관계가 나타나지 않았다.

② 農家所得결정과 크게 관계가 있는 「農産物價格등」기사에 대해서는 20대의 低연령층에서 상대적으로 아주 낮은 관심을 보인 반면 그 이상의 연령층에서는 비슷한 수준의 높은 관심을 보였다. 이는 20대에서 「스포츠·오락」에 관한 기사에 관심이 높는데 그 원인이 있는 것으로 보인다. 그러나 教育수준과의 관계에서는 教育정도가 가장 낮은 「國卒」층에서 이 所得 관련기사에 대해 매우 높은 관심을 보여 教育수준이 높아질수록 관심은 작아지는 것으로 되어 있다. 이는 학력이 높을수록 「국내정치」기사에 대한 비중이 높기 때문이 아닌가 싶다. 한편 耕作규모와는 유의성있는 관계가 발견되지 않았다.

③ 「스포츠·오락」기사에 대해서는 20대의 가장 낮은 연령층에서 가장 높은 관심을 나타낸 반면 다른 속성과는 별 관계가 없는 것으로 나타난 것이 두드러진 특징이다.

위의 분석결과들을 간추려 보면 우리농촌사회에서는 연령과 教育수준이 높은 층일수록 政治에 대한 관심이 상대적으로 많고 農家소득과 직결되는 農産物가격 및 農政시책에 대해서는 教育수준이 낮은 층일수록 상대적으로 관심은 높아지고 있다고도 할 수 있다.

4. 新聞을 購讀하지 않는 理由

新聞購讀率과 所得水準은 일반적으로 正의 相關關係가 있다는 것이 지금까지의 여러 연구결과인데 이 조사에서도 例外가 아닌 것으로 나타났다.

〈表 8〉에서 新聞을 구독하지 않고 있다는 214개 農家가 응답한 내용을 보면, 「신문代金이 비싸서」 新聞을 안보고 있다는 사람이 75명으로 전체의 35%를 차지하고 있고, 「일이 바빠서」 46명 21.5%, 「이웃에서 빌려보기 때문에」 35명 16.4%, 「볼 필요성을 느끼지 않아서」 15명 7.0%, 그리고 「배달이 안되어서」가 역시 15명 7.0%나 되고 있으며 TV 시청을 하기 때문에 보지 않는다는 사람도 10명 4.7%를 차지하는 것으로 나

타났다.

Ⅲ. 雜 誌

농촌에 있어서 잡지의 보급률은 신문에 비해 떨어지고 있다. 1,480농가 가운데 잡지를 하나도 보지 않는 농가가 전체의 67%를 차지하는 990구에 이른다.

반면 어떤 종류이든 1가지 이상의 잡지를 보고 있는 농가는 490호로 전체의 33%를 차지하고 있는데 이 가운데 1개 잡지만 보는 농가가 367호(전체의 24.8%), 2개만 보는 농가가 123호(8.3%)이며 戶當 평균으로 볼 때는 0.4권에 불과하다.

이들 농가에서 구독하고 있는 잡지를 모두 8개 종류로 분류하여 이들 종류별로 구독 잡지수를 보면 ① 農漁民관계 종합잡지 344(56.1%), ② 農畜産전문지 191(31.2%), ③ 교양종합지 39(6.4%), ④ 주간잡지 15(2.4%), ⑤ 특수정책지 11(1.8%), ⑥ 宗教 8(1.3%), ⑦ 문학 3(0.5%), ⑧ 기타 專門誌 2(0.3%)권 등으로 되어 있다.

專門誌가 상대적으로 많은 것은 새로운 농사 지식이나 기술보급 등과 관련, 긍정적인 현상이기도 하다. 전체적으로 잡지보급은 크게 뒤떨어져 있는 것으로 보아야 한다.

Ⅳ. 텔레비전

近代的인 技術媒體로서 소득수준의 꾸준한 향상과 그 독특한 性格으로 인해 세계 각국의 경우와 마찬가지로 우리 나라에서도 가장 급격한

보급률을 보인 미디어이다. 따라서 情報傳達 채널(channel)로서의 比重도 상당히 커지고 있다는 것이 여러 조사결과에서 나타나고 있거니와 특히 농촌사회에서의 이러한 경향은 두드러지고 있다.

그러나 우리 나라의 경우 農村을 위한 프로그램제작과 時間帶 등 해결해야 할 문제가 많은 것도 사실이다.

1. 農家 TV 保有率

조사시점에서 우리 나라 농가의 TV 보급률은 98.7%에 달해 농가의 TV 보급이 계속 늘어남 추세를 보였다.

應答者 1,480명 중 19명을 제외한 거의 全農家(1,461명)가 TV(黑白·컬러)수상기를 갖고 있다고 하여 98.7%의 높은 保有率을 나타냈다. 즉, 우리 농가 100戶 가운데 약 98戶가 戶當 1대의 TV 수상기를 갖고 있다는 것이다. 이는 農水産部가 지난 83년 2월에 전국 標本農家 2,000가구를 대상으로 조사한 결과인 97%의 保有率과 비교해 볼 때 다소 높은 것이지만, 이는 앞서 獨立變數로 잡은 被調査者의 평균 경지규모가 전국 평균에 비해 크다는 점에서 다소 높게 평가된 것으로 볼 수 있겠다.

이를 <表 9>에서와 같이 여러 계층별로 보면 TV 保有와 조사대상자의 연령, 학력, 경지규모 등과의 사이에 크게 유의할 만한 상관관계는 없고 다만 耕作規模에 있어서 만은 영세농의 보유율이 90.9%, 小農 97.7%, 中農 98.1%, 大農 99.5%로 나타나 대농 층으로 갈수록 TV보유율이 조금씩 높아지는 경향을 보여주고 있다. 이는 거의 飽和點에 이른 농촌의 TV 보급은 현재의 黑白 컬러TV로 바꾸는 것을 제외한다면 앞으로 소득향상에 따라 零細農層에 의해 다소 증

表 9 農家の TV 保有率(연령 · 學歷 · 耕作規模別)

年 齡 別	20 代	30 代	40 代	5,60代	계
응답자 수(명)	51	254	676	499	1,480
TV 보유자수(명)	50	251	666	494	1,461
보급률(%)	98.0	98.8	98.5	99.0	98.7

學 歷 別	국졸	중졸	고졸	대졸	계
응답자 수(명)	275	560	563	82	1,480
TV 보유자수(명)	269	556	555	81	1,461
보급률(%)	97.8	99.3	98.6	98.8	98.7

耕作規模別	영세농	소농	중농	대농	계
응답자 수(명)	44	305	695	436	1,480
TV 보유자수(명)	40	298	689	434	1,461
보급률(%)	90.9	97.7	99.1	99.5	98.7

가 될 수 있을 뿐이라는 전망을 시사하고 있는 것이기도 하다. 결국 TV 보급률을 決定하는 要因으로 경제적 여력이 가장 밀접한 관계가 있을 을 나타내는 결과라고 볼 수 있다.

그런데 이러한 相關關係는 TV 保有를 黑白과 컬러(color)로 나누어 보았을 때 좀 더 명백해진다. 즉, 耕作規模別로 黑白TV와 컬러TV 保有실태를 보면 <表 10>, <表 11>에서 보는 것처럼 黑白만의 보유율은 93.3%, 컬러만의 보유율은 11.4%이다. 그리고 전체 黑白 TV 보유자 중에 1대 보유자가 91.6%를 차지하고 있는 반면 2대보유자는 8.2%를 차지하였고 3대 보유자는 0.2%에 불과하였으며, 컬러TV의 경우도 총보유자 가운데 1대 보유자가 98.8%, 2대 보유자는 대농층의 2가구로 1.2%에 불과한 것으로 나

表 10 耕作規模別 黑白 TV 保有현황

구 분	영세농	소 농	중 농	대 농	계
1 대	35	268	612	350	1,265 (91.6)
2 대	2	15	44	52	113 (8.2)
3 대	0	0	0	3	3(0.2)
보유자수	37	283	656	405	1,381(100.0)
응답자수	44	305	695	436	—
보급률	(84.1)	(92.8)	(94.4)	(92.9)	(93.3)

表 11 耕作規模別 컬러 TV 保有현황

단위 : 명 (%)					
구 분	영세농	소 농	중 농	대 농	계
1 대	3	22	76	65	166 (98.8)
2 대	0	0	0	2	2(1.2)
보유자수	3	22	76	67	168(100.0)
응답자수	44	305	695	436	1,480
보급률	(6.8)	(7.2)	(10.9)	(15.7)	(11.4)

타났다.

여기서 유의할 만한 일은 컬러TV의 경우 TV 保有率과 耕作規模와의 사이의 상관관계는 <表 11>에서와 같이 뚜렷하게 나타나고 있다는 것이다. 다시 말하면 경작규모가 커질수록 컬러TV 보유율이 현저히 높아지고 있지만 한편으로는 아직 우리 농가의 所得水準에 비추어 컬러 TV 구입은 용이하지 않다는 것을 말하는 것이기도 하다.

한편 1982년의 黑白TV 보급률과 컬러TV 보급률은 각기 93.3%와 11.4%로서 81년 10월에 본 연구원이 조사한 95.9%와 4.7%에 비하면 黑白 TV 보급률이 약간 줄어든 반면 컬러TV 보급률이 크게 늘어난 것을 알 수 있다. 이는 컬러방송과 함께 농촌에서도 黑白TV를 컬러TV로 일부 대체함과 동시에 자금의 여유가 있는 대농층에서 컬러TV를 구입하기 시작한 데에 그 원인이 있는 것으로 보인다.

2. TV 視聽時間

우리 農村에서는 아직도 農繁期和 農閑期の 구별이 뚜렷할 뿐만 아니라 時間帶조정, 프로그램改編, 프로그램內容 등 여러가지의 變數가 있으므로 年中 TV 시청시간은 고르지 않다. 따라서 농민들의 TV 시청時間도 年平均으로 볼 때의 視聽時間을 알아볼 필요가 있으나 이 조사에서는 조사時點에서의 시청시간만을 조사하였다.

이번 조사에서 나타난 우리 農民들의 1日평균

表 12 TV 視聽時間(1일 평균)

屬性別	구분	時間
年齡別	20 代	2시간 33분
	30 代	2시간 19분
	40 代	2시간 26분
	5, 60 代	2시간 51분
學歷別	국 중	2시간 41분
	졸 중	2시간 42분
	고 졸	2시간 25분
	대 졸	2시간 13분
耕作規模別	영 세 농	2시간 49분
	소 농	2시간 49분
	중 농	2시간 33분
	대 농	2시간 22분
평	균	2시간 34분

TV 시청시간은 2시간 34분이다(表 12). 이 조사시점은 農閑期이었기 때문에 年平均보다는 다소 길 수도 있을 것이다.

TV 視聽時間을 年齡別로 볼 때 50代 이상이 가장 길었고, 다음 20代, 40代, 30代의 順으로 되어 있다. 이는 경제적 활동력과 깊은 관련이 있는 것으로 보인다. 다만 예외적으로 20代의 시청시간이 많은 것은 젊은 이들이 볼 수 있는 프로그램이 많은 데에 기인된 것으로 풀이될 수 있을 것 같다. 學歷수준별로는 낮은 학력층일수록, 耕作規模別로는 영세농층일 수록 시청시간이 긴 편인데, 이는 低學歷일수록 生産性向上을 위한 노력 등 營農意欲이 다소 적고 경지 규모가 작을수록 營農活動時間이 적어지는데 기인하는 것이 아닌가 생각된다.

3. 選好하는 TV 프로

農民들의 TV 프로選好경향을 알아보기 위한 「즐거 보는 프로 3가지만 적어 주십시오」라는 질문에 응답한 결과는 <表 13>과 같다.

農家經營主들이 가장 많이 보는 프로는 「뉴스」로서 전체 빈도수에 대한 構成比가 33.5%나 되

表 13 農民들의 TV 選好프로

종 류	빈도수(개)	구성비(%)	
소 계	1,358	33.5	
뉴스	구 분 없 이	993	24.5
	아 침 뉴 스	9	0.2
	9 시 종 합 뉴 스	206	5.1
	보 도 본 부 24 시 일 기 예 보	9	0.2
소 계	1,036	25.5	
연 속 극	구 분 없 이	497	12.3
	사 행 복 의 계 단	324	8.0
	주 말 드 라 마	36	0.9
	보 통 사 람 들	19	0.5
	거 부 실 록	108	2.7
	소 망	14	0.3
	못 잇 어	2	0.0
	서 장 사 람 들	3	0.1
	세 자 매	22	0.5
	박 순 경	10	0.2
소 계	781	19.3	
농 어 촌 관 계 프 로	구 분 없 이	120	3.0
	「알서가 농어촌」	131	3.2
	「잘 살 아 보 세」	350	8.6
	진 원 일 향	95	2.3
	고 향	15	0.4
	밝아오는 우리 마을	10	0.3
	농 사 정 보	60	1.5
소 계	442	10.9	
스 해 실, 좌 담, 특	즈 집	94	2.3
	소 계	95	2.3
반 공 · 수 사 물	밀 추 봉 적	25	0.6
	5	5	0.1
	113 수 사 본 부	30	0.7
	수 사 반 장	30	0.7
	평 양 에 서	2	0.0
	반 공 드 라 마	3	0.1
오 락 · 교 양, 퀴 즈 등 영 쇼, 코 메 디 아 동 극 문 교 육 방 송 의 화(전 쟁, 수 사 물 포함)	88	2.2	
	64	1.6	
	47	1.2	
	17	0.4	
	17	0.4	
	12	0.3	
	6	0.1	
총 계	4,057	100.0	

어 「뉴스」 프로에 대한 농민들의 깊은 관심을 나타내고 있다.

뉴스 다음이 「연속극」으로 25.5%, 「農漁村관계」프로 19.3%, 「스포츠」 10.9%, 「해설」좌담, 特輯」 2.3%, 「反共·수사物」 2.3%, 「오락·교양 퀴즈」 2.2%, 「映畫」 1.6%의 順位로 되어 있다.

「뉴스」 프로에서 어떤 종류의 뉴스이든지 간에 구분없이 본다는 24.5%를 빼면 저녁 9時帶의 종합뉴스가 가장 높은 관심을 모으고 있음이 농사와 관련된 日氣豫報로 3.5%를 차지하고 있다.

「연속극」에서 구별없이 본다는 12.3%를 제외하는 경우 兇劇이 8.0%로 가장 높고 다음이 보통사람들 2.7%이다. 이는 농민들의 보수적이고 서민적인 성향을 보여주는 것이라고 할 수 있다. 한편 「연속극」의 높은 시청률은 특별히 오락을 즐길 수 있는 여건이 마련되어 있지 않은 農村에서 가장 중요한 오락수단이 되고 있음을 나타내주는 것이라고 하겠다.

「農漁村 관계프로」에서는 「잘 살아 보세」가 8.6%로 가장 높고, 다음이 「앞서가는 농어촌」 3.2% 구분없이 3.0%, 전원일기 2.3%, 농사정보 1.5%의 순이다. 잘 살아 보세가 앞서가는 농어촌 프로보다 시청률이 훨씬 높은 것은 시청時間帶(저녁) 때문으로 여겨지고 있다. 농사정보에 대한 농민들의 시청이 의외로 적은 것은 TV를 통한 농사정보의 제공이 적기 때문이 아닌가 생각된다.

4. TV 채널權者

TV 채널 결정권이 가족 중의 누구에게 있는지는 프로의 시청률, 時間帶 결정 등에 중요한 영향을 미친다. 이를 알아보기 해 이 조사에서는 「가족들이 함께 TV를 볼 때 보고자 하는 프로가 서로 다를 경우 누구의 의사에 따라 선택합니까」라는 설문을 제시하였는데 그 응답결과

表 14 TV 채널權者

구 분	인 원(명)	구 성 비(%)
경 영 주	799	54.0
자 녀	342	23.1
부 모	76	5.1
다 수 합 의	50	3.4
치	30	2.0
단 일 채널	20	1.4
손 자, 손 녀	8	0.5
동 생	5	0.3
조 부, 조 모	3	0.2
무 응 답	147	9.9
계	1,480	100.0

〈表 14〉와 같다.

농가경영주 본인이 결정한다가 54.0%로 가장 많았고, 그 다음이 경영주의 子女로 23.1%, 父母 5.1%, 多數合意 3.4%, 妻 2.0% 등의 순위로 나타났다.

이와 같은 결과는 農村에서의 傳統指向의 儒敎觀에 입각한 생활관습, 즉 家父長의 절대적 權威에 기인된 것이라고 할 수 있을 것 같다. 또한 家族 내에서의 意思決定에 있어서 경제적 책임을 지고 있는 家長의 地位는 사소한 TV 채널 권에서도 투영되고 있는 것으로도 볼 수 있다. 그럼에도 불구하고 子女가 결정한다가 23.1%나 된다는 것은 주목할 만한 일이다.

V. 라디오

라디오媒體는 휴대성, 신속성, 그리고 비용의 경제성(TV에 비해) 등의 利點을 갖고 있으나 所得向上과 技術革新에 따른 TV의 大量 普及과 함께 정보전달 내지 매체로서의 영향력은 다른 미디어에 비해 줄어들고 있다.

1. 라디오 普及率

응답자 1,480명 가운데 1,334명의 농가 경영주가 라디오를 보유하고 있다고 응답하여 전체적으로 90.1%의 보급률을 나타내고 있다. 이 보급률은 TV의 98.7%에 비해 크게 떨어지는 것으로 되어 있는데 이는 앞서 말한대로 TV의 라디오기능 代替에 따라 라디오를 새로 구입할 필요성이 점차 줄어드는 추세에 있기 때문인 것으로 풀이될 수 있을 것 같다.

이를 <表 15>에서 階層別로 볼 때 연령층별로는 50대 이상에서 가장 많았고, 학력수준별로는 고학력층일 수록 보유율이 높은 것이 뚜렷하였으며 경작규모별로는 大農層이 가장 많았다.

農家の 라디오保有대수 현황을 보면 1대 보유 농가가 전체의 71.1%를 차지하고 2대 보유가 23.5%, 3대 4.6%, 4대 0.5%, 5대 0.2%, 6대 0.1%로 각각 나타났다. 2대 이상 보유의 分布는 大農層에서 더욱 뚜렷하게 나타난 것을 알 수 있는데, 이는 최근 카세트 테이프 레코드 보급의 증가 등과도 관계가 있는 것으로 보인다.

表 15 農家の 라디오 保有率

年 齡 層 別	20代	30代	40代	5,60代	계
응답자 수(명)	51	254	676	499	1,480
라디오 보유자수(명)	45	227	600	462	1,334
보급률(%)	88.2	89.4	88.8	92.6	90.1

學 歷 別	국졸	중졸	고졸	대졸	계
응답자 수(명)	275	560	563	82	1,480
라디오 보유자수(명)	240	498	517	79	1,334
보급률(%)	87.3	88.9	91.8	96.3	90.1

耕 地 規 模 別	영세농	소농	중농	대농	계
응답자 수(명)	44	305	695	436	1,480
라디오 보유자수(명)	41	268	613	412	1,334
보급률(%)	93.2	87.9	88.2	94.5	90.1

2. 라디오 聽取時間

우리 농민들의 1日평균 라디오聽取時間은 1시간16분인 것으로 나타났다<表 16>. 이는 TV ! 聽時間 2시간34분에 비하면 훨씬 짧은 시간이기 는 하지만 新聞보는 시간 1시간 7분에 비하면 다소 높은 것이라고 할 수 있다.

이와 같은 결과는 미디어普及率과도 正의 相關關係가 있는 것인데 이는 라디오의 보급률이 90.1%로서 TV 보급률 98.7%에 비하면 훨씬 작지만 新聞보급률 84.7%에 비해 다소 높기 때문이다.

결국 우리 나라 農村에서의 매스 미디어 보급 상황을 보면 TV가 가장 많고 다음이 라디오, 新聞의 順으로 나타나고 있으나 매체로서의 기능은 상호 경쟁적인 면도 補完的인 면도 함께 가지고 있다고 보아야 할 것이다.

한편 라디오 聽取時間을 연령층별로 보면 20대가 평균보다 훨씬 높은 1시간 47분이고 그 다음 50대 이상이 1시간25분으로 되어 있는 것이 아주 두드러진 특징이었다.

表 16 農민들의 라디오 聽取時間(1日 평균)

구	분	시 간
年 齡 別	20 代	1시간 47분
	30 代	1시간 00분
	40 代	1시간 14분
	5, 60 代	1시간 25분
學 歷 別	국 졸	1시간 18분
	중 졸	1시간 20분
	고 졸	1시간 13분
	대 졸	1시간 10분
耕 作 規 模 別	영 세 농	1시간 28분
	소 농	1시간 20분
	중 농	1시간 17분
	대 농	1시간 13분
평	균	1시간 16분

3. 選好하는 라디오 프로

농민들의 라디오選好프로를 알아보기 위한「즐거 듣는 프로를 3가지만 적어주시시오」라는 설문에 응답해온 결과는 <表 17>과 같다.

이 표에서 보는 것처럼 農家經營主가 가장 많이 듣는 프로는 TV의 경우와 마찬가지로「뉴스」로서 51.7%의 엄청나게 높은 선호도를 보이고 있다. 다음이「農漁村관계」프로로 19.7%,「音樂」9.1%,「연속극」7.8%,「오락, 교양, 퀴즈」5.0%,「스포츠」4.1%,「反共·사수物」1.4%「해설, 좌담」0.6%의 順으로 되어 있다.

이를 TV의 경우와 受信類型을 비교해 보면 TV의 시청은「뉴스」와「연속극」이 일반적이고 라디오 청취에 있어서는「뉴스」와「音樂」이 일반적이라고 할 수 있겠다. 이러한 일반적 選好 경향을 제외하면 농업과 관련된「農漁村관계」프로가 농민에게 높은 비중을 차지하는 것으로 되어 있다.

表 17 즐겨 듣는 라디오 프로

종 류	頻 度 數(개)	構 成 比(%)
뉴 스	1,143	51.7
農 漁 村 關 係 프 로	435	19.7
音 樂	201	9.1
연 속 극	173	7.8
오락, 교양, 퀴즈 등	111	5.0
스 포 츠	91	4.1
반 공·수 사 물	32	1.4
해 설, 좌 담	13	0.6
기 타	13	0.6
계	2,212	100.0

4. 部落의 엠프放送

새마을運動이 보편화되면서 농촌 부락에 크게 늘어난 엠프방송시설이 특히 公示역할면에서 농촌社會의 주요한 커뮤니케이션수단이 되고 있다.

조사대상자 가운데 설문에 응답을 해온 1,480명 중 1,185명이 속한 部落(전체 부락의 약 80%)에 엠프방송시설이 되어 있다고 응답했고 206명이 속한 부락(13.9%)에는 엠프방송시설이 없고, 89명(6.0%)이 아무런 응답도 해오지 않았다. 조사대상자들은 전국 1個 邑面에서 1명씩 선정하는 것을 원칙으로 했기 때문에 엠프방송시설의 部落보급률은 약 80%로 보는 데는 크게 문제될 것은 없을 것 같다.

이처럼 비교적 높은 엠프시설보급률은 農村의 公的 情報傳達體系를 보다 활성화시키고 나아가 농촌社會의 輿論形成 내지 합리적 意思決定과정 에 상당한 이바지를 할 수 있을 것으로 보인다. 가령 부락 내의 公私의 여러 행사, 영농자재공급이나 秋夏穀收買, 公共기관의 지시·전달사항의 전달과 알림, 농사 및 농업 등 영농활동에 관한 情報전달 등 部落住民의 모든 共同關心事에 대한 公示역할은 궁극적으로 地域社會組織에도 상당한 영향을 미칠 수 있을 것으로 여겨진다.

그런데 이러한 엠프放送에 대한 農民들의 1日 평균 청취시간은 13분으로 나타났다. 농민들의 受信時間으로 볼 때는 매스 미디어로서의 기능은 극히 제한되어 있음을 알 수 있다. 그러나 엠프를 통해 방송되는 메시지(message) 가운데는 部落構成員들의 직접적인 利害에 관계되는 문제들이 있기 때문에 파급효과가 적지 아니할 것이다.

엠프방송 청취시간을 學歷別로 보면 중졸층이 15분으로 가장 많고, 다음이 국졸과 고졸층으로 12분, 대졸은 7분으로 되어 있다. 대졸층의 청취시간이 적은 것은 이들이 情報의 源泉(source of information)에 보다 近接해 있어서 부락 내의 정보교환에 대한 必要性을 상대적으로 덜 느

끼기 때문인 것으로 풀이된다.

VI. 맺음말 : 發展커뮤니케이션 理論批判

1960年代에 들어 특히 發展途上國의 국가발전 戰略의 하나로서 매스 커뮤니케이션을 利用하는 문제에 대한 관심이 높아졌다. 發展理論과 관련, 매스 미디어를 戰略的 概念으로 채택하려는 連의 연구는 발전의 속도를 되도록 앞당기려고 하는 제 3세계에서는 어쩌면 당연한 커뮤니케이션接近 추세라고도 하겠다.

가령 슈람(Wilbur Schramm)에 의하면 「국가 발전을 위한 사회改革」과 관련하여 커뮤니케이션의 기능을 다음 세 가지로 간추리고 있다.

첫째로 大衆은 국가 발전에 대한 情報(information)를 알고 있어야 하는데 매스 미디어는 이러한 능력을 갖고 있다고 보고 있다.

둘째로, 決定을 내리는 過程에서 參與할 기회가 대중 또는 국민에게 주어져야 하는데 매스 미디어는 이를 도와줄 수 있다는 것이다.

셋째로 발전에 필요한 技術을 익혀야 하는데 미디어는 이러한 기능을 일부 담당할 수 있는 것으로 되어 있다.

매스 미디어의 「국가발전」과 관련된 이러한 기능이나 역할 등은 다른 많은 연구들에 의해 理論的인 強化가 되거나 크게 批判을 받기도 하거나와 이러한 批判 가운데는 Wilbur Schramm, Ithel Sola Pool, Daniel Lerner 등의 發展커뮤니케이션研究가 특히 제 3세계의 “歷史性”을 제대로 고려하지 않았다는 내용이 눈길을 끌게 하고 있다.

이러한 비판적 接近은 일단 음미할 값어치가

있다고 하겠다. 매스 미디어가 존재하는 社會의 狀況(정치적 경제적 문화적), 커뮤니케이터(communicator)의 價値觀이나 意識構造, 受容者의 屬性, 미디어의 보급상황과 受容형태 등은 항상 고려가 되어야 할 要因들이다.

이번 조사연구에서는 우리 나라 農村社會의 커뮤니케이션을 파악함에 있어 우선 매스 미디어 보급실태와 그러한 매스 미디어를 통한 메시지 受信 형태가 어떤 것인지를 개략적으로 접근하는데 그쳤다. 보다 체계적이고 보편성 있는 의 研究는 앞으로 다른 기회에 시도될 것이다.

參 考 文 獻

- 金石薰, “韓國農村의 커뮤니케이션類型,” 「新聞研究所學報」(제 7집) (서울대학교 新聞研究所, 서울, 1970).
- 吳甲煥, “韓國農村發展과 매스 커뮤니케이션,” 前揭(제 5집), 1968.
- 權和燮, 崔益秀, “農政施策의 效果的 遂行과 弘報,” —KBS-TV 農家放送 視聽反應調查를 중심으로— 「農村經濟」, 제 5권제 1호, 韓國農村經濟研究院, 서울, 1982. 3.
- Lerner, Daniel, “Communication Systems and Social Systems,” in 「Behavioral Science」(1957. 10), Mental Health Re-search Institute, University of Michigan.
- McAnany, Emile G., ed., *Communications in the Rural Third world-The Role of Information in Development*, Praeger Publishers, New York, 1980.
- Pye, Lucian W., ed., 「*Communications and Political Development*」, Princeton University Press, Princeton, New Jersey, 1963.
- Rogers, Everett M., “New Perspectives on Communication and Development,” in ed., E.M. Rogers, *Communication and Development-Critical Perspectives*, Sage Publications, California, 1976.
- Schramm, Wilbur, *Mass Media and National Development*, UNESCO, 1964.