

효율적인 가족계획사업 전개를 위한 가족관의 변화유도 방법

대한가족계획협회개발사업소장 윤 성 희

인간의 모든 行動은 個人的 要因과 環境的 要因의 相互作用의 結果로 본다. 이를 $行動=f(\text{個人的 要因} \cdot \text{環境的 要因})$ 으로 표시할 수 있다. 환경적 요인이란 개인을 둘러싸고 있는 物理的, 社會的 및 文化的 環境을 의미하며 한편 개인적 요인이란 個體가 지닌 生物的 現實과 心理的 狀況을 의미한다. 이 심리적 상황을 다시 知的 要素와 情意的 要素로 구분되는데 직접 요소는 知識, 理解, 應用力, 分析力, 批判力, 評價力, 統合力, 創意力을 포함하고 정의적 요소는 感知, 關心, 興味, 態度, 價值觀, 價值體系, 性格등을 포함하고 있다. 여기서 관심이나 흥미보다는 가치관이나 가치체계가 훨씬 內面化되어 있고 심리의 깊은 곳에서 넓게 뿌리박고 있기 때문에 흔히들 意識構造라는 용어로 표현하기도 한다. 이 말은 深層의 情意와 高等知的 過程을 포함시키고 있다.

인간의 行動에 計劃的인 變化를 유도하기 위해서는 欲求→行動狀況→誘因의 세가지 要因과 關係를 먼저 이해해야 한다. 즉 食欲이라는 欲求가 생기면 이를 만족시켜 줄 수 있는 飮食이라는 誘因을 찾는 인간의 行動이 나오는데 이러한 過程속에서 誘因을 찾는데 용이하게 하는 支持的 行動狀況과 어렵게 하는 障礙的 行動狀況이 있다.

欲求에는 生得的인 여러가지 생리적 욕구가

있는가 하면 後天的 學習에 의한 심리적 욕구, 사회적 욕구 및 철학적 욕구로 구분된다. 여기서 가족계획의 男兒選好度나 多子女觀 내지는 家族觀은 生得的이 아니라 후천적 환경과 학습에 의하여 形成되기 때문에 계획적인 노력과 사업에 의하여 變化가 가능한 것이다.

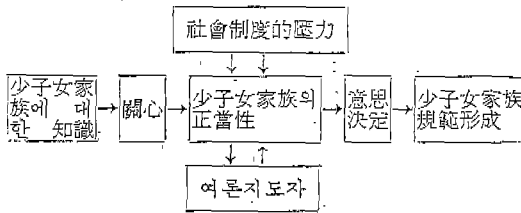
誘因이란 발생된 欲求를 만족시켜주는 條件을 말하는 것으로서 種族維持의 欲求는 妊娠→出產→養育이라는 誘因으로 만족하게 된다. 욕구가 만족을 얻기 위하여 행동하는 과정에서 주위의 환경적 狀況에 따라 크게 좌우된다. 行動을 左右하는 이와 같은 要因으로는 認知的 支持(또는 障礙), 集團的 支持, 現實的 支持, 文化的 支持 및 情意的 支持가 있다.

여기서 家族計劃의 動機는 그 特性에 있어서 男女關係→結婚→愛情→性交→妊娠→出產→養育→教育→老後對策이라는 일련의 關係를 가지고 있기 때문에 子女를 갖는다든지 避妊을 한다는 동기는 個人的인 次元과 깊은 관련이 있겠으나 社會文化的인 次元과도 관련을 가지고 있다. 따라서 家族計劃動機는 個人的 動機와 社會的 動機의 상호작용에 의한 것으로 보아야 한다. 그러므로 단순한 知識만 주거나 關心만 주는 그러한 가족계획사업 보다는 情緒的 支持나 文化的 支持를 주는 사업이 훨씬 行動變化 誘導에 效果的임을 말 할 필요가 없다. 뿐만 아니라 사람들

은 주위에서 오는 行動環境(예: 가족계획 홍보 사업)에 대하여 선택적으로 自身을 노출시키고, 선택적으로 認知하며 선택적으로 記憶하는 경향이 있다. 이러한 점을 고려 할 때 가족계획사업은 社會文化的 支持와 情意的 支持에 크게 의지해야 하는데 그 이유를 들면 다음과 같다.

1. 가족계획은 인간의 가장 심오하고 內密한 性의 問題를 다루고 있다.
2. 社會規範의 制約을 받고 있고,
3. 人間の 生理的 本能과 깊은 관련을 맺고 있기 때문에 知的이고 合理的인 方法을 통한 설득력 이외의 感情的 도소가 필요하며,
4. 한국적 전통문화에 깊이 뿌리 박고 있는 男兒選好思想의 社會통념,
5. 欲求滿足의 誘因이 時間的으로 먼 후일에 오고,
6. 가족계획방법 사용의 불편성, 접근의 난이성, 경제적 부담성, 의학적 기술성, 방법의 효율성, 보급행정의 복잡성등을 들 수 있다.

미국 農村社會學者인 「로즈스」教授는 그의 저서 Communication of Innovation(1971)에서 少女 家族規範 形成을 위한 集團行態變化 過程을 다음과 같이 圖示하고 있다:



또한 어떤 새로운 革新이 대중에게 採擇되어지는 過程을 다음과 같은 단계를 밟는다고 보고 있다.

- 즉,
- ① 認知段階(Awareness stage)
 - ② 關心段階(Interest stage)
 - ③ 評價段階(Evaluation stage)
 - ④ 試驗段階(Trial stage)
 - ⑤ 採擇段階(Adoption stage)

한편 「로즈스」教授는 이를

- ① 知識단계(Knowledge)
- ② 說得단계(Persuasion)
- ③ 決定단계(Decision)

④ 確認단계(Confirmation)로 구분하여 가족 계획 홍보사업에 적용하고 있다. 여기서 大衆媒體는 사업의 認知나 關心을 불러 넣어 주거나 지식을 전달하는데 효과가 있거나 說得이나 意思決定을 할 단계에는 對人接觸의 方法이 보다 효과적인 것으로 연구되고 있다.

계획된 行動을 誘導하기 위해서 흔히 어떤 보상을 約束하거나 또는 공포를 조성하기도 하며 때로는 세뇌(洗腦), 環境調節(예: 制度化) 그리고 行動調節(예: 投票)등을 들 수 있겠으나 家族計劃의 動機가 복잡하고 다양하게 심층적이기 때문에 어느 한 방법만으로 행동의 변화가 어렵고 다각적인 접근 方法을 통한 持續的이고 體系的인 行動變化 方法을 動員해야 할 것이다.

