

한국인의 건강 인식

실제보다 과소평가하고 보이는 것 중시한다

윤수영 연구위원 syyoon@lgeri.com

- I. 한국인의 건강 인식
- II. 한국인의 건강 관련 키워드
- III. 맺음말

수명이나 영아사망률, 비만율 등과 같이 글로벌 건강 수준을 비교하는 지표 상에서 한국인들은 다른 나라와 비교할 때, 특히 OECD 국가들과 비교할 때도 상위권에 위치하고 있지만 국민들 스스로는 건강하다고 생각하는 비율이 상당히 낮은 편이다. 특히 과체중 혹은 비만도와 관련해서는 더욱 이런 경향이 두드러진다. OECD 국가의 경우 실제 과체중인 사람의 비율보다 스스로 과체중이라고 생각하는 사람의 비율이 15%p 정도 낮지만, 한국의 경우 실제보다 과체중이라고 주관적으로 생각하는 사람의 비율이 13%p 정도 높은 경향을 보인다.

이는 그만큼 건강과 외부로 드러난 자신의 모습에 대한 기대 수준이 높는데 비해 현실은 이에 못 미친다고 생각하는 사람이 많다는 의미일 것이다. 이런 한국인의 성향은 건강과 외모에 대한 사회 전반의 높은 관심으로 표출되고 있다.

건강과 관련된 우리 국민들의 관심사에 대해 알아보기 위해 한국언론진흥재단 기사통합검색(KINDS) 서비스 등을 통해 건강 관련 키워드의 트렌드를 살펴 보면 2004~ 2013년까지 KINDS 서비스에서 검색 가능한 전체 기사 수는 연평균 10.7%씩 증가하였는데, '건강'이라는 단어가 제목에 포함된 기사 수는 14.6% 증가하였다.

키워드 별로 보면 '걷기', '등산' 등 운동과 관련된 단어, '힐링', '스트레스' 등 정신건강과 관련된 단어, '다이어트', '성형' 등 외모와 관련된 단어, '건강식품', '검진' 등 질병예방/관리와 관련된 단어들의 기사 수가 크게 증가 했다. 특히 '다이어트', '성형', '외모' 등의 단어가 제목으로 들어간 기사 수는 연평균 34.4%가 증가해 동 기간 동안 관련 기사 수가 12배나 증가했다.

건강과 외모에 대한 높은 관심, 정신적인 치유와 위안을 바라는 심리 등은 다양한 유행어와 수요를 창출하며 시장 트렌드를 형성한다. 그러나 이러한 관심들이 실제의 상황보다는 자신의 건강 상태에 대한 과소평가와 다소 과도한 기대 수준, 외형으로 드러난 모습에 치중하는 경향을 보이고, 실제 건강한 삶을 위한 운동과 정기적인 건강관리 등에는 소홀한 모습을 보이는 아쉬움도 있다.

한국인들의 건강과 외형에 대한 관심들이 더 실질적인 건강 증진과 자신 있는 당당한 삶으로 이어질 수 있도록 TV, 신문, 인터넷 등 정보채널과 기업, 소비자 모두의 고민과 노력이 필요해 보인다. ■

“ 스스로 건강하다고 생각하는 국민의 비율을 비교했을 때 우리나라는 일본과 함께 최하위의 수치를 보인다. ”

I. 한국인의 건강 인식

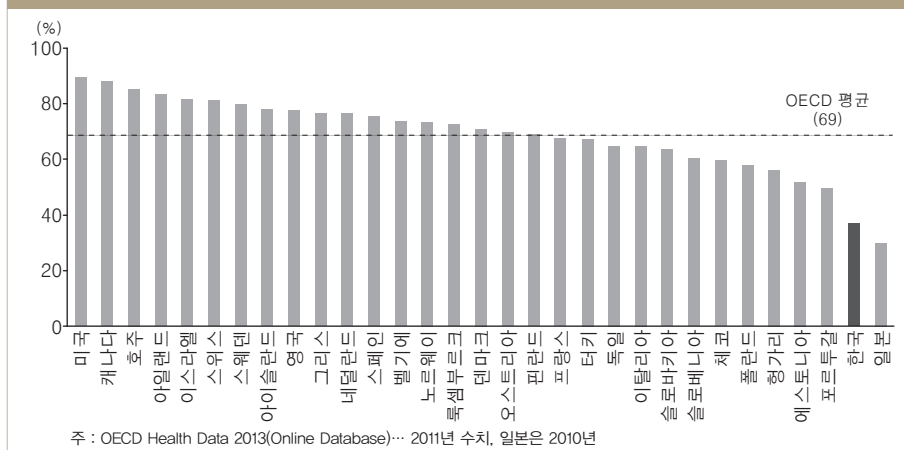
1. 한국인의 주관적 건강 수준

우리 국민들은 스스로를 건강하다고 생각할까? OECD 국가별 웰빙 수준을 측정하여 발표하는 하우스 라이프(How's Life?) 2013 보고서에 따르면 스스로 건강하다고 생각하는 국민의 비율을 비교했을 때 우리나라는 일본과 함께 최하위의 수치를 보인다(〈그림 1〉, 〈표 1〉 참조)¹.

OECD 전체로 68.7%의 응답자가 자신이 ‘매우 건강하다’ 또는 ‘건강하다’고 답했음에도 불구하고, 우리나라는 36.8%의 응답자만이 그렇게 답했다(31개국 중 30위). 일본은 30.0%로 가장 낮았다. 물론 우리나라와 일본의 문화적 성향 등이 영향을 미쳤겠지만 매우 낮은 수치가 아닐 수 없다.

필립스 건강 및 웰빙 센터(The Philips Center for Health and Well-being)에서 31개국 약 4만명을 대상으로 실시한 조사에서도 유사한 결과를 확인할 수 있다. “본인의 나이에 맞게 신체적으로 건강하다고 생각하는가?”라는 질문에 대해 전체의 40%가 ‘매우 좋음’ 또는 ‘좋음’이라고 응답한데 반해 한국은 21%만이 그렇다고 대답했다. 이는 조사에 참여한 국가 중 대만(16%), 노르웨이(17%), 스웨덴(18%)에 이어

〈그림 1〉 OECD 국가별 주관적 건강 인지를 (스스로 건강하다고 응답한 비율)



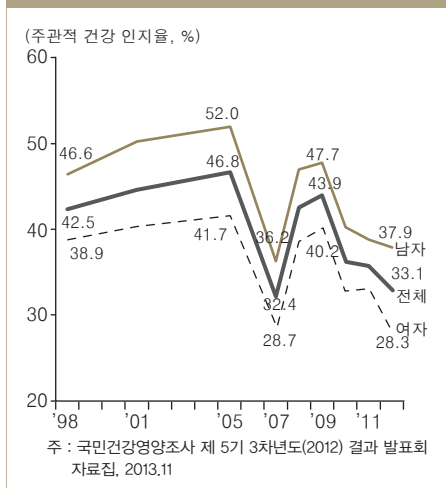
〈표 1〉 국가별 주관적 건강 인지를 (%)

	OECD	필립스
평균	69	62
미국	90	74
스웨덴	80	70
영국	78	38
프랑스	68	68
포르투갈	50	58
한국	37	52
일본	30	38

주 : OECD Health Data 2013(Online Database), 2011년 수치, 일본은 2010년 Philips index for health and well-being: A global perspective report 2010, The Philips center for health and well-being, 2011.10

1 How's Life? 2013: Measuring well-being, OECD, 2013

〈그림 2〉 한국인, 건강 자신감 점점 약화



가장 낮은 수치에 속한다.

같은 조사에서 좀 더 광범위하게 “당신의 전반적인 건강 및 웰빙 수준은 어떻다고 생각하는가?”라고 질문했을 때 긍정응답 비율은 전체적으로 62%였고 한국은 이보다 낮은 52%였다(31개국 중 25위, 〈표 1〉 참조)².

시간에 따른 변화 추이를 살펴 보면, 더욱 부정적인 결과를 확인할 수 있다. 2012 국민건강영양조사³에 따르면 우리 국민의 주관적 건강 인지도는 2007년에 급격히 떨어진 후 2009년까지 회복되었으나 이후 2012년까지 계속 떨어지고 있다(〈그림 2〉 참조).

이상의 결과를 종합해 볼 때 우리 국민들은 스스로의 건강 및 웰빙 수준에 있어 다른 나라 국민들에 비해 매우 낮게 평가하고 있으며, 이러한 경향은 최근 들어 더욱 악화되고 있는 것을 알 수 있다.

2. 주관적 건강 수준 vs. 객관적 건강 수준

그러면 실제로 한국인들은 다른 나라 사람들에 비해 건강하지 못한 것일까? 국가별 건강 수준을 종합적으로 비교하기는 쉽지 않지만, 가장 먼저 생각할 수 있는 지표로 출생 시 기대수명 및 영아사망률 등을 들 수 있을 것이다.

2011년 기준으로 데이터 가용한 OECD 33개국의 출생 시 기대수명을 비교해 보면 한국은 81.1세로 영국 등과 함께 13번째로 높은 수치이다(〈그림 3〉 참조). 영아사망률 또한 1,000명당 3명으로 30개국 중 9번째로 낮은 수준이다.⁴

국가별 과체중 및 비만 인구 비중으로 비교해 봐도 한국은 상당히 양호한 편이다. OECD 평균은 52.7%이고 한국은 30.2%로 비교 가능한 40개 국가 중 5번째, OECD 국가 중에서는 2번째로 낮다.⁵ 이와 같이 한국은 기대수명, 영아사망률, 비만 인구 비중 등의 측면에서 볼 때 다른 나라에 비해 건강 상태가 나쁘다고 보기 어렵지만, 앞에서 본 것처럼 한국인들은 자신의 건강 상태를 낮게 평가한다.

2 Philips index for health and well-being: A global perspective report 2010, The Philips center for health and well-being, 2011.10

3 국민건강영양조사: 국민의 건강 및 영양 상태에 관한 국가대표 통계로, 1998년부터 매년 약 1만 명을 대상으로 조사. 자료: 국민건강영양조사 제 5기 3차년도(2012) 결과 발표회 자료집, 보건복지부, 질병관리본부, 2013.11.

4 OECD Health Data 2013(Online Database)

5 OECD Factbook 2013... 15세 이상 인구 중 BMI(체질량지수) 25 이상 비중

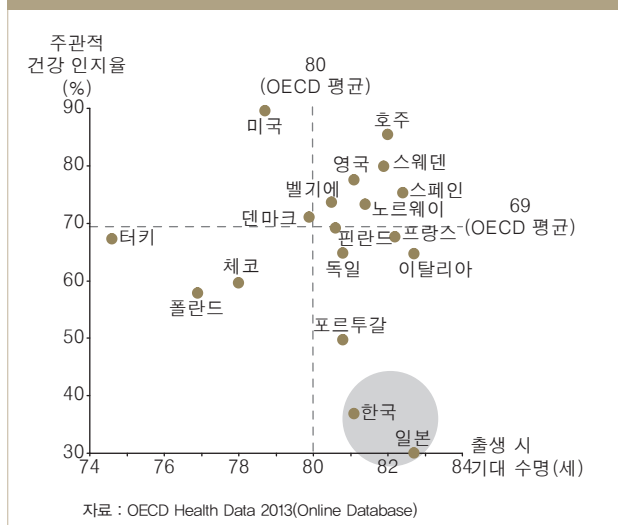
“ 한국은 다른 나라에 비해 건강 상태가 나쁘다고 보기 어렵지만 한국인들은 자신의 건강 상태를 낮게 평가한다. ”

비만도와 관련해서는 이런 경향이 더욱 두드러진다. 앞에서 언급한 바와 같이 한국의 과체중/비만율은 OECD 국가 중 가장 낮은 수준이지만, 스스로 과체중이라 생각하는 사람의 비중은 필립스 조사 평균치를 훨씬 넘어선다(〈그림 4〉 참조). 필립스에서 31개국 약 4만명에게 “스스로 과체중이라고 생각하는가?”라는 질문을 던진 결과, 전체의 38%가 그렇다고 응답하였다. 이를 OECD 결과(52.7%)와 비교해 봤을 때 과체중인 사람들 중 상당수가 자신이 과체중이라고 생각하지 않는다는 것을 짐작할 수 있다.⁶

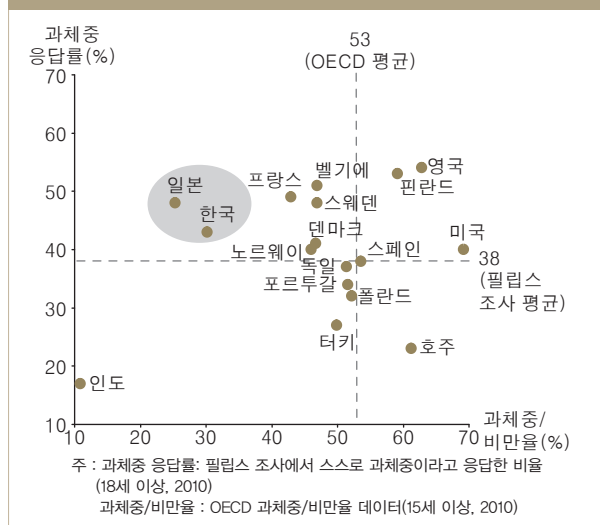
미국의 경우 필립스 보고서에서 40%가 스스로를 과체중이라 응답한데 반해 OECD 결과에서는 69%가 과체중/비만으로 보고되었고, 유사하게 호주의 경우 23%만이 스스로를 과체중이라 응답한데 반해 실제 과체중/비만 비율은 61%였다.

반대로 한국은 43%가 스스로를 과체중이라 응답한데 반해 OECD 조사에 의하면 실제로는 30%가 과체중/비만에 해당된다. 즉, 미국인들은 스스로 과체중이라고 생각하는 사람들의 비율이 실제 과체중 비율보다 29%p나 낮았지만, 한국인의 경우 스스로 과체중이라 생각하는 비율이 실제 비율보다 13%p나 높은 차이를 보인다. 미국, 호주 등 대부분 국가의 많은 사람들은 과체중이면서 스스로는 정상으로 인지하는 경향이 있는 반면, 한국인들은 정상 체중임에도 불구하고 스스로를 과체중으로

〈그림 3〉 한국인, 건강에 자신없지만 건강한 편



〈그림 4〉 한국인, 실제보다 과체중으로 인식



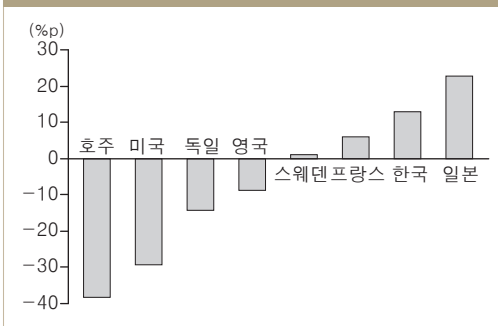
6 OECD 자료는 15세 이상 대상, 필립스 자료는 18세 이상 대상 자료임.

“스트레스나 자살률 등의 정신건강 관련 지표에서는 주관적인 지표와 객관적 지표 모두 평균에 미치지 못한다.”

생각하는 경향이 있음을 알 수 있다(그림 5) 참조).

그러나 정신건강 측면에서 보면 이야기가 좀 달라진다. 한국인들은 스트레스를 많이 받고 있다고 생각하고 있고, 이것은 실제로 높은 자살률 등으로 나타나고 있다. “얼마나 많은 스트레스를 받고 있는가?”라는 질문에 대해 ‘매우 많이/ 다소/ 거의 없는/ 전혀 없는’의 4가지 선택 중 매우 많이 또는 다소를 선택한 비율은 전체적으로 33%였으며 한국은 39%로 높은 편에 속했다. 말레이시아, 덴마크가 가장 낮은 그룹에 속했고(11%, 12%), 영국과 러시아가 53%로 가장 높은 그룹에 속했다.⁷ 스트레스와 함께 정신건강의 지표로 생각해 볼 수 있는 자살률을 비교해 보면, 한국은

〈그림 5〉 한국·일본, 비만에 너무 민감
(과체중 응답률-실제 과체중/비만율)



OECD에서 가장 자살률이 높은 국가로, 매년 인구 10만명 당 30명 이상이 자살로 사망하는 유일한 국가이다.⁸

이상의 결과를 종합해 볼 때 우리는 기대수명, 영아사망률, 비만 비율 등 국가의 건강 수준을 가늠해 볼 수 있는 여러 지표에서 상대적으로 나은 결과를 얻고 있음에도 불구하고 스스로의 건강 수준에 대해서는 낮게 평가하고 있으며, 스트레스나 자살률 등의 정신건강 관련 지표에서는 주관적인 지표에서나 객관적 지표에서 모두 평균에 미치지 못하는 것으로 나타난다.

II. 한국인의 건강 관련 키워드

다른 나라 사람들에 비해 결코 건강 상태가 나쁘다고 보기 어렵지만 스스로는 건강 상태를 낮게 평가하는 한국인, 선진국 어느 나라에 비해서도 과체중/비만 인구 비중이 높지 않지만 스스로 과체중이라고 생각하는 경향을 보이는 한국인, 이러한 경향은 그만큼 건강과 외부로 드러난 자신의 모습에 대한 기대 수준이 높고 현실은 이에 못 미친다고 생각하는 사람이 많다는 의미로 해석 가능할 것이다. 이런 한국인의 성향은 건강과 외모에 대한 한국 사회 전반의 높은 관심으로 표출되고 있다.

우리 국민들의 개인 관심사 순위를 살펴 보면, 건강, 가정/가족, 경제/재테크,

7 Philips index for health and well-being: A global perspective report 2010, The Philips center for health and well-being, 2011,10

8 OECD Health Statistics (Online Database)

건강과 웰빙에 영향 미치는 주요 요인은?

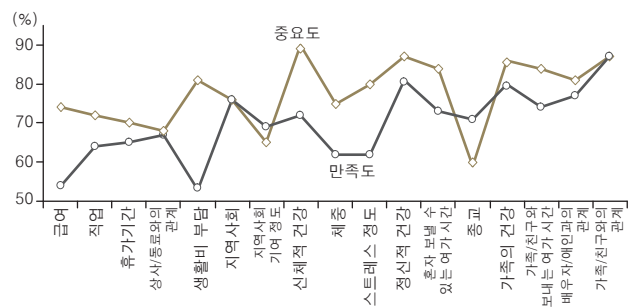
사람들이 건강 및 웰빙과 관련해서 무엇을 가장 중요하게 생각할까? 필립스에서는 건강과 웰빙에 영향을 미치는 주요 요인으로 급여, 직업, 신체건강, 정신건강, 가족/친구와의 관계 등 17개 항목을 꼽았다. 17개 항목별로 “당신의 건강과 웰빙에 있어 이 항목이 얼마나 중요한가?”와 “당신은 이 항목에 대해 얼마나 만족하는가?”를 각각 질문하였다. 중요도 측면에서는 신체적/정신적 건강과 함께 가족/친구와의 관계, 여가 시간 등이 매우 중요한 것으로 나타났고, 만족도 측면에서는 가족/친구와의 관계, 정신적 건강 등에서 높은 점수를 보였다(그림 6) 참조).

필립스 보고서에는 각 항목별 중요도 대비 만족도 차이(만족도 빼기 중요도)도 비교분석 하였는데, 31개국 전체로 봤을 때 생활비 부담, 급여 등 경제적 요인의 차이가 가장 컸고, 다음으로 신체적 건강, 스트레스 등이 뒤를 이었다.

한국의 만족도와 중요도의 차이를 살펴 보면, 다른 나라들의 평균적인 수치와 차이가 크게 나타나는 부분들이 있다. 급여와 직업에 있어 글로벌 수치에 비해 매우 큰 갭을 보였고, 또한 특이한 것은 체중과 여가 시간에 있어 매우 큰 갭을 보였다(그림 7) 참조). 한국인들이 체중과 여가 시간에 대해 중요하게 생각하는 정도에 비해 만족도는 크게 낮음을 알 수 있다.

OECD에서는 현재의 웰빙 수준을 측정하는 지표를 물질적 지표와 삶의 질 관련 지표로 분류했다. 물질적 지표로는 급여,

〈그림 6〉 건강 및 웰빙에 영향 미치는 요인

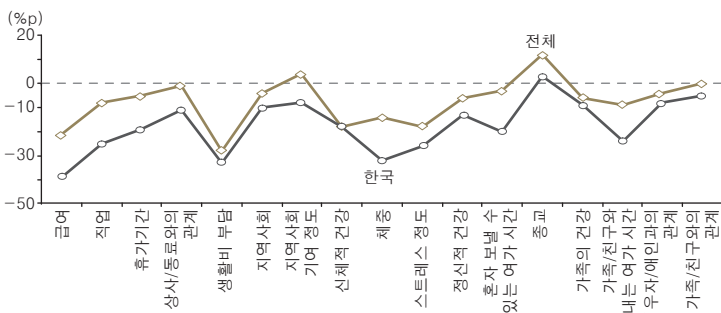


자료 : Philips index for health and well-being: A global perspective report 2010, The Philips center for health and well-being, 2011.10

직업, 주거가 포함되고, 삶의 질 관련 지표로는 건강 상태, 일과 삶의 균형, 사회적 유대관계, 환경수준 등이 포함된다. 미래의 웰빙 수준, 즉 현재의 웰빙이 지속 가능한가를 평가하는 기준으로는 자연자본, 인적자본, 경제자본, 사회자본이 포함된다(그림 8) 참조).

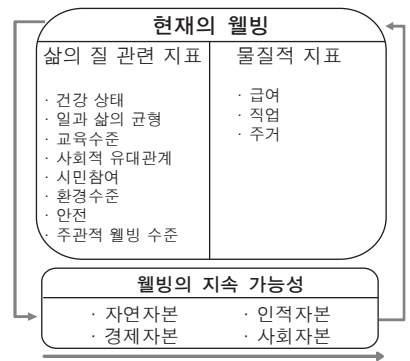
이상의 17개 지표를 종합적으로 평가한 결과에서 한국은 미국, 독일, 일본 등과 함께 중간 수준의 국가에 속한다. 스위스, 호주, 캐나다, 영국 등의 국가가 상위 그룹에 속하고, 브라질, 멕시코, 터키 등의 국가가 하위 그룹으로 분류되었다. 물론 17개 지표 중 더 중요하다고 생각하는 항목의 가중치를 다르게 평가할 경우 국가별 수준은 달라질 수 있을 것이다.

〈그림 7〉 만족도와 중요도와의 갭(만족도-중요도)



자료 : Philips index for health and well-being: A global perspective report 2010, The Philips center for health and well-being, 2011.10

〈그림 8〉 OECD 웰빙 개념도



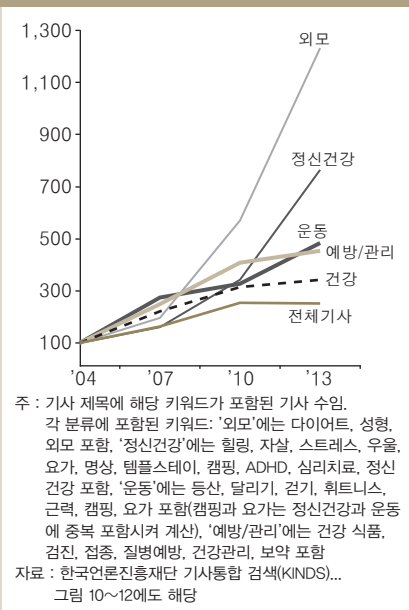
“ 최근 10년 동안 전체 기사 수 대비 건강 관련 기사 수가 더 빠르게 증가하였다. ”

자녀교육, 직장/사업 순으로, 건강에 최우선의 가치를 두고 있는 것으로 나타난다.⁹ 건강과 관련된 우리 국민들의 관심사에 대해 알아보기 위해 SNS 분석 툴인 다음 소프트의 소셜 매트릭스를 통해 ‘건강’이라는 키워드의 연관어를 분석해 보면 식품, 비타민, 운동, 정신, 스트레스 등의 단어가 연관도가 높은 단어로 분석된다.¹⁰

이 단어들에 더하여 힐링, 다이어트, 걷기, 건강관리, 접종, 검진, 유기농 등 건강과 관련된 키워드 50여 개에 대해 각 단어가 제목에 포함된 기사 수를 한국언론진흥재단 기사통합검색(KINDS) 서비스를 통해 2004~2013년까지 확인해 보았다.¹¹ 개별 기사의 인기도(클릭 수), 기사의 내용 등을 충분히 고려하기 어렵기 때문에 관심도를 정확히 반영하는데 한계는 있겠지만 큰 방향성 차원의 트렌드를 보는 데는 도움이 될 것으로 보인다.

동 기간 동안 KINDS 서비스에서 검색 가능한 전체 기사 수는 연평균 10.7%씩 증가하였는데, ‘건강’이라는 단어가 제목에 포함된 기사 수는 14.6% 증가하였다. 또한 걷기, 등산 등 ‘운동’과 관련된 단어, 스트레스, 자살, 힐링 등 ‘정신건강’과 관련된 단어, 다이어트, 성형 등 ‘외모’와 관련된 단어, 건강식품, 검진, 접종 등 ‘질병예방/관리’와 관련된 단어, 친환경, 공해, 유기농 등 ‘환경’과 관련된 단어들의 기사 수가 크게 증가했다. 분류별로 비교해 보면, ‘외모’와 관련된 기사 수가 가장 크게 증가하였고, ‘정신건강’, ‘운동’ 등의 분류가 뒤를 이었다(〈그림 9〉 참조).

〈그림 9〉 건강, 외모 관련 기사 급증 (2004년 기사 수=100)



① 외모

이 중에서 가장 빠르고 지속적으로 높아지고 있는 것이 외모와 관련된 것들이다. 다이어트, 성형, 외모 등 외모와 관련된 키워드가 기사의 제목으로 나오는 횟수가 지난 10년간 10배 이상 늘었으며, 최근까지도 지속적으로 증가하고 있다(〈그림 10〉 참조).

외모에 관한 한국인들의 열성은 여러 다른 조사에서도 일관되게 나온다. 2011년 LG경제연구원에서 1,800명을 대상으로 실시한 ‘소비자 라이프스타일’ 조사에 따르

9 한국소비자들의 7가지 라이프스타일, 박정현, LG Business Insight, 2011.6
 10 이벤트, 추천, 사진 등 직접 연관어로 보기 어려운 단어들은 제외
 11 50여 개 단어 중 운동, 환경, 산책, 헬스 등 건강 이외의 의미, 또는 여러 의미로 사용되는 단어들은 제외하고 41개를 대상으로 분석함.

“ 외모와 관련된 기사 수가 가장 빠르고 지속적으로 증가하고 있다. ”

면 ‘우리 사회에서는 외모로 호감을 주지 못하면 손해를 본다’는 질문에 전체의 64.9%가 긍정응답을 했다. ‘나이가 들어도 외모 관리를 위해 시간과 비용을 투자해야 한다’는 질문에는 50.9%의 긍정응답률을 보인다. 또한 ‘더 나은 외모와 몸매를 위해 성형을 할 수 있다’라는 질문에는 전체 여성의 36.5%, 10대 여성의 52.8%, 20대 여성의 43.9%가 긍정응답을 하였다.¹²

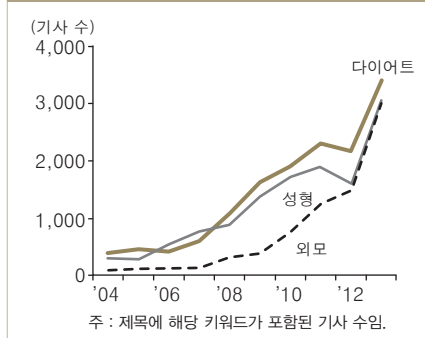
트렌드모니터의 조사에서도 비슷한 결과가 나왔는데, 응답자 중 82.4%는 외모 관리가 필요하다고 답했다. ‘우리나라는 외모지상주의가 심하다’는 질문에 응답자의 91.0%가 동의했고, ‘외모는 취업에 큰 영향을 미치는 요소이다’라는 질문에는 85.3%, ‘외모관리를 잘 하는 사람에게 호감이 간다’라는 질문에 76.3%가 동의하는 등 외모의 중요성에 대해 높은 중요도를 부여하고 있다.

외모관리를 위해 노력하고 있다는 응답은 전체의 36.2%였는데, 남성의 32.4%, 여성의 40.0%였다. 외모관리를 위해 하고 있는 활동은 헤어 관리, 의상 구입, 다이어트, 피부 관리, 몸매 관리 순이었다.¹³

외모의 중요성은 집단주의 문화권에서 더욱 강하다고 한다. 사회심리학 이론에 따르면 집단주의 문화가 강한 동양인들은 개인주의적인 서양인에 비해 타인에게 미치는 사회적 자기(Social self)를 주관적으로 인식하는 자기(Subjective self)보다 중요하게 생각한다. 그래서 동양인들은 스스로 자신을 얼마나 가치 있게 생각하는가 보다 남들로부터 얼마나 호의적으로 평가를 받는가에 민감하고 이 평가를 중시한다. 외모는 개인을 다른 사람과 구분 짓는 분명한 특성이기 때문에, 현대 사회의 많은 사람들이 신체를 관리하는데 노력을 아끼지 않는 것이다.¹⁴

우리 사회의 외모 지상주의는 실제보다 스스로를 더 비만이라고 생각하는 결과를 낳았고, 또한 젊은 층을 중심으로 식이조절과 운동의 목적을 건강증진 보다 외모향상에 두는 분위기를 조성하였다.

〈그림 10〉 외모 관련 기사 12배 증가



12 한국소비자들의 7가지 라이프스타일, 박정현, LG Business Insight, 2011.6

13 디지털기기를 활용한 건강관리 조사, 트렌드모니터, 2011.9.

건강 및 외모관리 관련 트렌드 평가, 엠브레인 트렌드모니터, 2012.9

14 한국소비자들의 7가지 라이프스타일, 박정현, LG Business Insight, 2011.6

“ 운동 관련 키워드별 기사 수를 살펴 보면 달리기, 등산, 걷기 등의 관심도가 지속적으로 높은 것을 알 수 있다. ”

② 운동

운동 관련 키워드별 기사 수를 살펴 보면 달리기, 등산, 걷기 등의 관심도가 지속적으로 높은 것을 알 수 있다(〈그림 11〉 참조).¹⁵

과거 중·장년층 위주로 인기를 끌었던 달리기와 등산은 다양한 형태로 융합되며 젊은 층에게도 다가서고 있다. 등산과 러닝이 융합된 형태인 트레일 러닝(Trail Running), 코스 길이를 줄이고 페스티벌 형태를 융합한 다양한 형태의 마라톤 대회(예: 마라톤과 전자음악을 결합한 파티 형태의 EDM 5K 런) 등을 예로 들 수 있다.

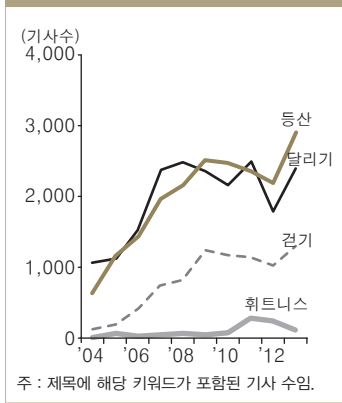
달리거나 등산과 달리 자기 수준에 따라 쉽게 속도와 거리를 조절할 수 있는 걷기 열풍 또한 올레길, 둘레길 등 전국적인 도보여행길 개발 및 이를 소개하는 각종 관광책자의 소개 등과 더불어 앞으로도 지속될 전망이다.

걷기, 달리기, 등산 열풍은 아웃도어 패션에 대한 수요 증대로 이어져 운도남, 운도녀(운동화 신은 도시 남녀) 같은 신조어가 만들어지기도 했다. 예전에 등산화, 러닝화로 양분되던 스포츠 신발은 워킹화, 트레일 워킹화, 하이킹화 등 다양한 이름과 기능을 내세우며 시장 확대에 나서고 있다.

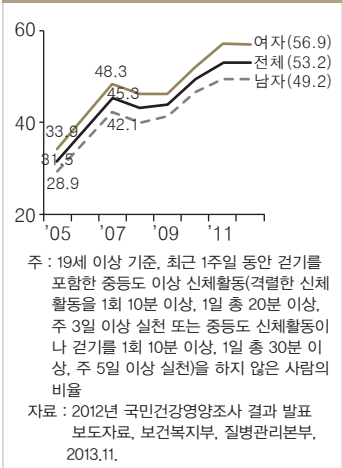
그러나 한 가지 주목해야 하는 사실은, 건강 및 운동에 대한 관심에 비해 실제 우리의 운동 실천율은 그리 높지 않고, 심지어 시간이 지날수록 점점 더 퇴보하는 경향을 보이고 있다는 것이다. 2012 국민건강영양조사에 의하면 최근 1주일 동안 걷기를 포함한 중등도 이상 신체활동¹⁶을 실천하지 않은 비율은 53.2%에 달하고 이는 2009년 이후로 지속적으로 증가한 것으로 나타난다(〈그림 12〉 참조).

이는 체육동호인이 2010년부터 2013년 사이에 308, 364, 386만 명으로 지속적으로 증가하고 있다는 국민생활체육회의 발표와는 상반되는 시그널을 보여 주고 있다. 각종 스포츠 페스티벌 참여 및 동호회 가입 등과 함께 매일매일의 운동 실천 또한 중요하게 생각해야 할 것으로 보인다.

〈그림 11〉 운동 관련 기사 추이



〈그림 12〉 신체활동 부족률 점증 증가



15 '걷기'의 경우, '산책' 관련 기사 수('13년의 경우 2,298개를 포함하면 운동 관련 단어 중 기사 수가 가장 많음. 그러나 '문화가 산책'과 같이 '걷기'의 의미가 아닌 기사들을 제외하는 것이 불가능하여 포함시키지 않음.

16 격렬한 신체활동을 1회 10분 이상, 1일 총 20분 이상, 주 3일 이상 실천 또는 중등도 신체활동이나 걷기를 1회 10분 이상, 1일 총 30분 이상, 주 5일 이상 실천

③ 정신건강

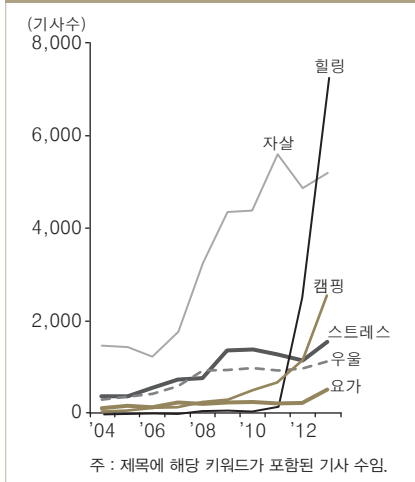
경제적으로 걱정이 없어지면 마냥 행복할 것만 같았던 과거를 지나 어느덧 세계 속에서 한국의 경제 수준은 크게 향상되었다. 그럼에도 불구하고, 한국인의 삶의 대한 만족도는 낮고¹⁷, 자살률은 높은 등 여전히 많은 한국인들은 행복하다고 느끼지 못하고 있다. 이에 대한 반응으로 정신건강에 대한 관심은 최근 지속적으로 높은 수준을 유지하고 있다.

정신건강과 관련 있는 ‘자살’, ‘스트레스’, ‘우울’, ‘힐링’ 등의 키워드로 검색되는 기사 수는 예외 없이 꾸준한 상승세를 보이고 있다. 특히 최근 ‘힐링’과 관련된 기사 수가 급증세를 보였다. 힐링과 관련한 TV 프로그램의 영향이 커 힐링과 관련한 기사 수 증가를 모두 한국인들의 힐링에 대한 관심의 증가로 해석하기에는 무리가 있지만 개인적, 사회적으로 힐링에 대한 잠재적 기대가 있음을 반영하고 있다고 봐야 할 것이다(〈그림 13〉 참조).

마음을 위안하고 치유한다는 의미로 쓰이는 힐링이라는 단어는 레저, 식품, 방송 등 분야를 불문하고 신드롬처럼 사용되고 있으며, 힐링에 도움이 되는 해법으로 요가, 명상뿐 아니라 템플스테이, 캠핑 등이 주목 받고 있다.

“정신건강과 관련 있는 자살, 스트레스, 우울, 힐링 등의 키워드로 검색된 기사 수는 꾸준한 상승세를 보이고 있다.”

〈그림 13〉 정신건강 관련 기사 추이



한국인, 사회적 유대관계에 갈증

OECD 하우스 라이프(How's Life?) 보고서에서는 건강에 있어 사회적 유대관계의 중요성을 지적하고 있다. 다른 사람들과 함께 시간을 보냄으로써 얻을 수 있는 본질적인 즐거움에 더하여, 사회적 유대관계는 개인과 사회의 웰빙에 파급효과를 미친다는 것이다.

좋은 유대관계를 지닌 사람들은 더 건강하고 오래 살며 취업률도 높은 경향이 있으며, 사회 전반으로도 사람들간의 좋은 유대관계는 서로에 대한 신뢰 등의 긍정적 가치를 만들어낼 수 있다.

“어려움에 처했을 때 언제든지 기댈 수 있는 친척이나 친구가 있는가?”라는 질문에 대부분의 OECD 국가에서는 약 90%의 사람들이 긍정적으로 답했으나 한국은 약 77%로 터키, 멕시코에 이어 세 번째로 낮은 수치를 보였다.

대학교육을 받은 사람과 고교 이하의 교육을 받은 사람의 긍정응답률 비교에서는 한국이 가장 큰 차이를 보였다(약 80% vs. 40%). 물론 질문 자체가 상당히 주관적인 해석이 가능한 부분이 있지만 우리 국민들이 사회적 유대관계에 대해서 갈증을 느끼고 있는 것은 분명해 보인다.

17 How's Life? 2013: Measuring well-being, OECD, 2013... '가능한 최상의 삶'을 10점, '최악의 삶'을 0점으로 보고 현재 자신의 삶에 대한 점수를 매기는 식으로 평가하였음. OECD 평균은 6.6, 한국은 약 6점으로 최하위권은 면하였지만 역시 평균 이하의 결과를 보였음.

한국인의 건강관리 트렌드

● 운동- 등산, 달리기, 걷기, 헬스

인기 운동 종목을 시대 순으로 살펴 보면 90년대에는 조깅이 1순위였으나 2000년대에는 등산이 1순위였으며, 최근에는 걷기가 1순위로 올라 선 것을 볼 수 있다(표 2 참조).¹ 축구, 테니스, 농구 등의 참여율이 하락하고 걷기, 헬스, 자전거 등의 참여율이 상승했다. 혼자서도, 여럿이 같이도 할 수 있는 운동, 멀리 가지 않고 주변에서 할 수 있는 운동의 인기가 높아지고 있는 것을 알 수 있다.

헬스(보디빌딩)는 2000년 이후부터 지속적인 인기를 끌고 있으며, 트레이너가 개인별로 맞춤형 운동을 지도하는 퍼스널 트레이닝(Personal Training, PT) 또한 도시 지역 스포츠센터 및 PT 스튜디오를 중심으로 크게 늘어나고 있는 추세이다.

조깅과 등산은 다양한 형태로 융합되고 있다. 등산과 러닝이 융합된 형태인 트레일 러닝(Trail Running)은 말 그대로 산길, 들길, 산책로 등을 달리는 스포츠이다. 국내에서는 2008년부터 간간히 소개되다가 2012년 제주도에서 국내 첫 트레일 러닝 대회가 열리면서 더욱 관심을 끌게 되었다.

대형언론사가 주최하는 전문적인 풀 코스 마라톤 대회 위주이던 국내 마라톤 대회는 몇 년 전부터 페스티벌과 융합되는 특성을 보이고 있다. 스포츠 브랜드인 나이키가 매년 전세계 수십 개국에서 진행하고 있는 휴먼레이스는 2008년에 처음 소개되었는데, 10km 단축마라톤과 운동량 측정 기기, 온라인 커뮤니티 등을 결합하며 20~30대 젊은 층을 마라톤으로 끌어들이는데 큰 기여를 하였다.

스포츠 브랜드 뉴발란스가 2013년 가을 국내에서 처음으로 선보인 '더 컬러런(The Color Run)' 대회에서는 참가자들이 흰색 티셔츠를 입고 달리며 일정 구간마다 준비된 컬러 파우더를 맞으면서 경기를 이어간다. 그 외에도 팀을 나누어 미션을 정하고 경쟁하는 구도의 '러닝 팀매치', 줌비로 분장한 사람들과 추격전을 벌이며 달리는 '줌비런', 마라톤과 전자음악을 결합한 파티를 즐기는 'EDM 5K 런' 등 다양한 컨셉의 행사가 소개되고 있다.

걷기 열풍의 지속에는 중앙 및 지방 정부의 역할이 클 전망이다. 현재 한국관광공사의 '걷는길 포털'(www.koreatrails.

1 2012 국민생활체육참여실태조사, 문화체육관광부, 2012...통계개발원 한국의 사회동향 2013에서 재인용

〈표 2〉 생활체육 참여종목 순위

연도	1순위	2순위	3순위	4순위	5순위
1986	육상/조깅	축구	체조/줄넘기	등산	테니스
1994	육상/조깅	체조/줄넘기	등산	볼링	농구
2000	등산	체조/줄넘기	농구	축구	보디빌딩(헬스)
2006	등산	축구	육상/조깅	배드민턴	보디빌딩(헬스)
2012	걷기	보디빌딩(헬스)	등산	수영	자전거

자료 : 문화체육관광부, 「2012 국민생활체육참여실태조사」, 2012.

or.kr)에서 소개하는 대한민국의 걷는 길은 520여 개에 이르고, 2008년부터 2013년까지 도보여행길에 투입된 중앙정부 예산도 1,300억 원에 이른다.² 올레길로 걷기 열풍의 주역이 된 제주도는 2013년 관광객 1,000만명을 돌파하며 하와이, 발리 등을 추월했다.

● 정신건강- 요가, 명상, 템플스테이, 캠핑

정신건강에 대한 관심은 최근 지속적으로 높은 수준을 유지하고 있다. 마음을 위안하고 치유한다는 의미로 쓰이는 힐링이라는 단어는 신드롬처럼 사용되고 있으며, 힐링에 도움이 되는 해법으로 요가, 명상뿐 아니라 템플스테이, 캠핑 등이 주목 받고 있다.

정신건강 또는 힐링 해법으로서의 요가나 명상에 대한 관심은 새로운 일은 아니지만 그 효과에 대한 분석은 새로운 국면을 맞고 있다고 할 수 있다. 요가/명상의 효과에 대한 지금까지의 연구들이 주로 참여자를 대상으로 한 설문이나 혈액, 맥박 등 기초 생체신호만을 분석한 것과 달리 최근의 연구들은 유전자 분석기법이나 신경촬영법(Neuro-imaging) 등을 사용하여 더욱 깊이 있는 결과물을 도출하고 있는 추세이다.³

하버드 의과대학 정신과 의사인 존 데닝거(John Denninger) 등이 2013년에 발표한 논문에 따르면 요가, 명상 등을 통한 이완 반응(Relaxation Response)이 에너지 대사 및 인슐린 분비 등과 관계된 유전자의 발현을 상승시키고, 스트레스 및 염증반응과 연관된 유전자의 발현은 억제한다고 한다.⁴

2 걷기열풍 타고 전국에 595개 여행길 우후죽순, 포커스신문(www.fnn.co.kr), 2013.7.10

3 Harvard yoga scientists find proof of meditation benefit, Bloomberg, 2013.11.21

4 Manoj K. Bhasin, John W. Denninger, et al. Relaxation response induces temporal transcriptome changes in energy metabolism, insulin secretion and inflammatory pathways, PLOS ONE, 2013.5.

이 연구의 후속작업으로, 현재 데닝거 교수는 만성 스트레스를 호소하는 사람들을 대상으로 요가/명상 등의 활동이 유전자 및 뇌의 활동에 어떤 영향을 미치는지 연구하고 있다. 미국 국립보건원(National Institutes of Health)으로부터 330만 불의 펀딩을 받아 이루어지고 있는 이 연구에서는 유전자 분석기법뿐 아니라 신경촬영법 등도 사용되고 있다.

한일월드컵이 열렸던 2002년 외국인 관람객들의 숙박시설 부족으로 시작된 템플스테이는 관광상품으로서의 가치도 높지만 일상을 떠나 휴식, 명상, 사찰음식 섭취 등을 통해 정신건강에 긍정적인 효과를 얻을 수 있다는 점이 최근 크게 부각되고 있다. 한국불교문화사업단에서는 템플스테이 홈페이지(www.templestay.com)를 통해 100여개 사찰의 템플스테이 프로그램을 소개하고 참여신청을 받고 있다.

템플스테이의 효과에 대한 과학적인 분석 노력도 최근 시작되었는데, 한국불교문화사업단은 지난 12월, 서울대 산학협력단과 '템플스테이 심신치유 효과 연구'를 위한 업무협약을 체결하고 서울대 의대 정신과학교실의 주도로 2015년까지 연구 사업을 실시한다.

안락한 집 또는 호텔 등을 두고 굳이 잠자리와 취사시설, 화장실 등이 불편한 자연 속에서의 숙박을 즐기는 캠핑은 언뜻 보면 정신보다는 신체건강에 가까운 분야로 보일 수 있지만, 캠핑을 즐기는 이들의 속내를 들여다보면 다른 의미를 찾을 수 있다. 사회가 현대화될수록 사람들은 정신노동에 시달리게 되고, 이렇게 지친 머리를 쉬게 하기 위해 자연을 찾는 사람들, 또는 자연 속에서 마음의 상처를 치유하는 사람들은 캠핑이야말로 힐링의 대표 수단이라고 생각하는 듯 하다. 이러한 캠핑의 인기로 힘입어 국내 캠핑시장 규모는 2008년 700억 원에서 2012년 3,500억 원으로 5배 이상 급성장했다.⁵

캠핑은 대부분 가족, 친구 단위로 이루어지지만 최근 '나홀로 아빠 캠핑족' 또한 증가 추세이다. "돈 버느라 치이고 아이 키우느라 잃어버린 나만의 시간을 찾기 위해서" 나홀로 캠핑을 한다는 이들 중·장년 남성들은 네이버 '나홀로 캠핑' 카페 회원의 약 80%를 차지하고 있다.⁶

● 질병예방/관리- 건강검진, 건강기능식품

검진과 관련한 글로벌 현황을 비교해 보면, 31개국 전체로

54%가 1~2년에 한번 이상 검진을 받는다고 답했다. 한국의 경우 53%로 비슷한 수치를 보였으며, 호주와 포르투갈이 85%로 가장 높은 그룹, 터키와 인도네시아가 각 14%, 20%로 가장 낮은 그룹에 속했다.

치석제거 및 일반검진을 위해 치과를 얼마나 자주 방문하는지를 조사한 결과, 전체적으로 56%가 1년에 한번 이상 방문한다고 답했고, 독일은 87%, 네덜란드는 83%로 가장 높은 그룹에 속했다. 반면 한국은 31%만이 1년에 한번 이상 방문한다고 대답하여, 인도, 인도네시아, 말레이시아(각 11%, 16%, 29%)에 이어 최하위권에 속했다.⁷

그러나 2013년 7월 1일부로 치과 스케일링에 보험에 적용되기 시작하여 예전에 5~6만원이 소요되던 개인 부담이 약 1만 3천원으로 낮아졌으므로, 이 수치는 향후 개선될 것으로 기대된다.

건강기능식품과 관련한 현황을 살펴보면, 건강기능식품 인식 조사⁸ 결과 전체 응답자 중 74%가 건강기능식품을 복용하고 있다고 답했다. 이는 전년의 53%에 비해 증가된 수치인데, 복용 이유는 건강 유지/증진이 88%로 압도적으로 높았고, 섭취 시 심리적 안정이 32%, 주변의 권유가 30%였다(중복 응답).

2012년 기준 매출 상위 품목은 홍삼, 비타민/무기질, 알로에, 유산균, 오메가 3 등이었는데, 주목할만한 것은 매출 기준 8위인 가르시니아카모보지아(체중조절용 제품)가 100% 이상의 성장률을 보이고 있다는 것이다.⁹

건강기능식품에 대한 인식을 살펴 보면, '건강기능식품의 꾸준한 섭취로 질병치료까지 가능하다'는 질문에 대해서는 27%만이 동의하였고, '건강기능식품은 질병치료보다는 건강유지를 위한 식품이다'라는 의견에는 84%가 동의하였으며, '건강기능식품은 신뢰할 수 있다'는 질문에는 37%만이 동의하였다.

또한 건강기능식품을 복용하지 않는 이유로는 가격이 너무 비싸서(42%), 효능을 신뢰하지 않아서(37%), 건강하다고 생각해서(29%) 등의 결과가 나왔으며, 이들 결과를 통해 건강기능식품에 대한 신뢰도가 개선될 여지가 있다는 것을 알 수 있다.

5 "캠핑이 단순 야외활동?... 놀이·공연과 결합 '레저 허브' 될 것", 한국경제, 2013.11.21

6 "때론 혼자 있고 싶단다..." 늘어나는 나홀로 아빠 캠핑족, 한국일보, 2013.11.13

7 Philips index for health and well-being: A global perspective report 2010, The Philips center for health and well-being, 2011.10

8 건강기능식품 인식 조사, 트렌드모니터, 2011.10

9 국민건강영양조사 제 5기 3차년도(2012) 결과 발표회 자료집, 보건복지부, 질병관리본부, 2013.11.

“ 기업과 정부에서도
정신건강의 중요성에
대해 공감하는
분위기이다. ”

스마트폰 보급률이 높아지면서 정신건강 증진을 목적으로 하는 앱(Application) 들도 다수 소개되고 있다. 우울증, 알코올 중독 등을 자가검진 할 수 있는 정신건강 자가진단 앱, 멘탈케어 앱 등과 다양한 명상 콘텐츠를 제공하는 힐링명상 앱, 힐링 음악을 제공하는 소리치유 앱 등을 예로 들 수 있다.

기업과 정부에서도 정신건강의 중요성에 대해 공감하는 분위기이다. 직원이 행복하고 마음이 편안해야 능력을 최대한 발휘할 수 있고 기업과 함께 시너지를 낼 수 있다는 인식이 확산되면서 많은 기업들이 명상 및 심리상담 등을 통해 임직원들의 정신건강 관리에 적극 나서고 있다.

우리 국민들의 정신건강을 강화하기 위한 정부의 의지는 정신보건법 개정으로 엿볼 수 있다. 2013년 말 국무회의에서 의결된 정신보건법 개정안에서는 먼저 법의 명칭을 정신보건법에서 정신건강증진법으로 바꿔 정신병원, 정신요양 시설 등의 관리 및 중증질환자의 입원/치료 등이 중심이었던 법의 초점을 전 국민의 정신건강증진 및 조기 정신질환 발견/치료로 옮겨갔다.

또한 개정된 정신건강증진법은 정신질환자의 범위를 축소하여 일상생활이 가능한 경증 정신질환자가 직업 선택 및 자격 획득 등에 제한 받는 것을 방지하는 등 정신질환에 대한 부정적 인식 완화와 정신질환으로 인한 사회적 비용 감소를 지향하고 있다.

Ⅲ. 맺음말

한 국가의 전반적인 건강과 웰빙 수준은 GDP 등 경제적 수준에 비례하지는 않는 것으로 보인다. 필립스의 건강 및 웰빙 수준 평가에서 가장 높은 수준을 보인 국가는 남아프리카 공화국, 인도 등이었으며 반면에 일본, 영국 등은 낮은 수준을 보였다. 이는 국가별 전반적인 소득 수준이나 건강 수준을 측정하는 지표들과는 일치하지 않는 결과이다.

우리 국민들은 다른 나라 국민들에 비해 스스로의 건강과 외모를 과소평가하는 경향이 있으며, 또한 실제 건강보다 밖으로 보이는 것에 더 치중하는 경향이 있다.

“ 한국인들의 건강과 외형에 대한 관심들이 더 실질적인 건강 증진과 당당한 삶으로 이어질 수 있도록 노력할 필요가 있다. ”

젊은 층을 중심으로 운동의 목적이 건강증진보다 외모관리에 기울어지는 경우가 많아, 소위 말하는 썩스팩의 복근을 만들기 위해 근육운동과 식단조절만이 아닌 약물에 의존하여 부작용을 겪는 등 안타까운 일들이 발생하고 있는 실정이다.

그리고 지자체, 운동 관련 동호회, 스포츠 브랜드 기업 등을 중심으로 운동에 더 흥미를 가질 수 있게끔 하는 다양한 기회들이 제공되고 있지만 실제로 중등도 이상의 운동을 하는 사람들의 비율은 감소하고 있는 것으로 보아, 외모나 재미에 치중하지 않는, 실제로 건강에 도움이 될 수 있는 운동의 중요성이 강조되어야 할 것으로 보인다.

건강에 대한 높은 관심, 특히 외모에 대한 높은 관심과 그 기대 수준에 못 미친다고 생각하는 현실은 우리 사회의 문화적 특성뿐 아니라 어느 나라보다도 치열한 한국의 경쟁사회를 반영한 현상이라고 볼 수 있을 것이다. 이러한 스트레스는 힐링, 캠핑, 스트레스, 우울 등 정신적인 안정과 치유에 대한 관심으로 나타나고 높은 자살률 등 사회 현상으로 표출되고 있다.

질병이 걸린 후 치료하는 것 못지 않게 질병이 걸리기 전에 미리 예방하고 건강을 유지할 수 있도록 관리하는 것이 중요하다는 인식이 확대되고 있지만, 아직 우리 국민들의 건강검진 참여율은 충분히 높지 않은 것으로 보인다. 직장에 다니는 사람들의 경우 의무적으로 건강검진에 참여하게 되지만, 자영업자나 주부, 노인 등은 정기적인 검진에 소홀하기 쉬운 환경에 처해 있다. 국민건강보험공단에서 제공하는 일반 건강검진, 생애전환기 건강검진 서비스 등을 활용한 적극적인 검진 참여가 요구된다.

건강과 외모에 대한 높은 관심, 정신적인 치유와 위안을 바라는 심리 등은 다양한 유행어와 수요를 창출하며 시장 트렌드를 형성하기도 한다. 이러한 관심들이 쉽게 식지는 않을 것이기 때문에, 유행에 따라 등락은 있겠지만 관련 분야의 성장은 계속될 것이다. 그러나 이러한 관심들이 실제의 상황보다는 자신의 건강 상태에 대한 과소평가와 다소 과도한 기대 수준, 외형으로 드러난 모습에 치중하는 경향을 보이고, 실제 건강한 삶을 위한 운동과 정기적인 건강관리 등에는 소홀한 모습을 보이는 아쉬움도 있다.

한국인들의 건강과 외형에 대한 관심들이 더 실질적인 건강 증진과 자신 있는 당당한 삶으로 이어질 수 있도록 TV, 신문, 인터넷 등 정보채널과 기업, 소비자 모두의 고민과 노력이 필요해 보인다. www.lgeri.com