

어머니 직업 유무에 따른 유아의 멀티미디어 활용 인식

강영식, 김정겸, 문소윤, 이경아
충남대학교 교육대학원 유아교육과
e-mail: geb1568@daum.net

Recognition of children's use of multimedia according to mother's occupation

Young-Sik Kang, Jeong-Gyum Kim, So-Yoon Moon, Kyung-Ah Lee
Dept. of Early Childhood Education, Chungnam National University

요 약

본 연구의 목적은 어머니 직업 유무에 따른 유아의 멀티미디어 활용인식과 실태는 어떠한지를 알아보고자 한다. 이를 위해 만 3-5세 유아를 둔 S시 소재의 어머니 104명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 수집된 자료는 빈도분석과 카이검정을 적용하여 분석하였다. 연구 결과, 첫째, 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 활용하는 목적은 '생활에 맞는 다양한 자료를 제공하기 위해서'가 가장 높았고, 둘째, 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 최초로 접하는 가장 적합한 시기는 '만 3세가 가장 높았으며, 시간제 근무를 하는 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 접하는 시기는 4-5세 정도가 가장 높았다. 대부분의 부모는 만2세를 전후하여 미디어를 접하고 있었다는 것을 알 수 있었다. 그러나 너무 어린연령에 미디어에 대한 무분별한 노출은 영유아의 발달 특성상 좋지 않은 영향을 미칠 수 있다는 연구들에 미루어 부모들의 자녀에 대한 미디어 활용인식과 접하는 시기에 대해서는 적절한 시기가 필요함을 시사하는데 의의를 둔다.

Key Words : 어머니직업, 유아, 멀티미디어, 멀티미디어 활용인식

1. 서론

멀티미디어의 종류와 자료들이 다양해지면서 부모가 자녀들에게 스마트기기를 활용하는 가정이 늘고 있다. 이로 인해 스마트기기를 접하는 시기도 유년기, 유아기, 영아기로 저연령화되는 것을 알 수 있다. 다양한 스마트기기를 사용하는 부모로 인해 자녀는 아주 어릴 때부터 자연스럽게 멀티미디어에 노출된다. 이러한 디지털 환경에 둘러싸여 성장한 세대를 '디지털 네이티브(Digital Native)'라고 하며 지금의 영유아들을 이렇게 부를 수 있겠다[1].

스마트기기 활용이 확대되면서 과거에는 없었던 스마트기기 사용과 관련된 환경의 변화는 영유아의 행동과 발달에 이전과는 다른 영향을 미치게 될 것으로 보인다[2]. 스마트기기의 사용이 일상이 됨에 따라 유아의 스마트미디어 사용이 증가되고 있음을 볼 때 부모의 역할이 매우 중요하다[3].

과학기술정보통신부&한국지능정보사회진흥원(2022)에서 조사한 '2021년 스마트폰 과의존 실태조사'에 따르면, 유아동(만 3~9세)의 스마트폰 과의존위험군 비율이

28.4%로 높은 수준으로 나타났으며, 과의존위험군 '스마트폰 과의존 척도' 문항 중에서 '다른 어떤 것보다 스마트폰을 갖고 노는 것을 좋아한다'는 문항에 대한 점수도 높게 나왔다. 부모가 응답한 자녀의 스마트폰 과의존 주요 원인으로 '자녀의 스마트폰 이용 훈육 방법을 잘 몰라서(36.1%)' 응답이 가장 높았고, 스마트폰을 보여주는 상황에 대한 문항에서는 '공공장소에서 자녀를 통제하기 위해(48.6%)' 응답이 가장 높았으며, 자녀의 스마트폰 바른 사용을 위한 양육시 가장 어려운 점은 '이용시간 조절/통제 어려움(30.5%)'이 가장 높았다[4].

가정에서 스마트폰을 활용하게 되면서 부모가 겪는 어려움을 알 수 있었지만, 스마트폰은 유아에게 가장 가까운 장난감이 되었고, 부모가 유아들을 양육할 때 편리하게 사용할 수 있는 도구가 되었음을 알 수 있다. 스마트폰 이외에도 스마트기기를 사용하여 다양한 멀티미디어 학습을 접하는 유아의 모습을 볼 수 있다.

스마트기기는 여러 가지 장단점을 명확히 지닌 매체이다. 스마트기기를 통해 영유아들은 시공간의 제

약 없이 다양한 놀이와 학습의 기회가 주어지게 된다[5]. 일상에서의 스마트기기의 사용이 보편화되고 있음을 볼 때 영유아들의 성장과 전인적 발달에 적합한 스마트미디어 활용 교육이 필요하다[6].

현대의 영유아들은 맞벌이가정과 외벌이 가정에서 자라는데, 각 가정의 유형에 따라 멀티미디어를 활용하는 모습을 살펴보고, 일상생활에서의 사용인식을 알아보고자 한다.

본 연구에서는 일상생활에서 유아들의 멀티미디어를 활용하는 모습에 대해 알아보고, 가정에서의 멀티미디어 활용에 대한 어머니의 인식을 살펴봄으로써, 부모와 자녀 간의 상호작용과의 관계를 알아보고, 이를 통해 각 유형의 가정에서의 적합한 멀티미디어 활용 방법과 부모 교육의 기초자료를 제공하고자 한다.

본 연구의 목적에 따라 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

첫째, 어머니 직업 유무에 따른 유아의 멀티미디어 활용 인식은 어떠한가?

2. 연구방법

2.1 연구대상

본 연구의 대상은 S시 소재의 D어린이집에 재원 중인 만 3-5세 유아의 어머니이며 총 104명이다. 연구대상의 구체적인 인구통계학적 특성은 [표1]과 같다.

[표 1] 연구대상자의 인구통계학적 특성(N=104)

변인	N	%	
근무시간	전일제 근무	36	34.6
	시간제 근무	34	32.7
	전업주부	34	32.7
	전체	104	100.0

2.2 연구도구

2.2.1 어머니의 멀티미디어 활용 인식 도구

어머니의 멀티미디어 활용인식을 측정하기 위한 도구는 멀티미디어 활용실태의 설문지는 유아 멀티미디어 활용실태와 관련된 선행연구(차화연, 2019)를 토대로 멀티미디어 활용교육 실행정도 2문항, 멀티미디어 활용유형 2문항, 주로

활용하는 자료 및 활용방법 3문항으로 구성되어 있는 선행 연구에서 사용된 설문지를 토대로 본 연구의 목적에 맞도록 수정·보완하여 총 8개의 문항을 구성하였으며, 각 문항당 생각하는 답변을 선택하도록 하였다. 본 척도는 멀티미디어 활용의 필요성 및 목적, 적정시기, 어려움점 및 개선점, 부모교육의 필요성을 묻는 문항으로 구성되어 있지만, 카이검정을 진행한 결과 유의미한 결과를 도출해낸 3문항의 답변 결과를 사용하였다. 본 척도의 Cronbach's α 계수는 [표 2]와 같다.

[표 2] 어머니 멀티미디어 활용 인식 문항구성 및 신뢰도 계수

변인	문항수	Cronbach's α
어머니 멀티미디어 활용 인식	8	.063
전체	8	.063

2.3 자료수집 및 분석

본 연구는 2023년 2월 17일부터 2월 28일까지 약 2주에 걸쳐 실시하였다. 본 연구자가 직접 어린이집을 방문하여 설문 연구 방향 및 목적에 대해 설명한 후, 가정으로 130부를 배부하고 회수하였다. 설문지를 회수하여 불성실하게 대답한 설문지를 제외하고 본연구의 목적에 사용가능한 총 104부를 연구의 자료로 사용하였다. 회수된 자료는 SPSS 26.0 프로그램을 이용하여 신뢰도분석과 χ^2 분석을 실시하였다.

3. 연구결과 및 해석

3.1 어머니의 멀티미디어 활용목적

[표 3] 어머니의 멀티미디어 활용 목적 인식

활용 목적	근무시간	N=104(%)				χ^2
		전일제 근무	시간제 근무	전업주부	전체	
정보·지식 전달		4(11.1)	7(18.9)	8(25.8)	19(18.3)	16.600 $df=8$ $p=.035$
생활 맞춤 자료 제공		13(36.1)	8(21.6)	2(6.5)	23(22.1)	
가정학습		8(22.2)	8(21.6)	3(9.7)	19(18.3)	
자연스러운 활동 연계 확장		7(19.4)	10(27.0)	8(25.8)	25(24.0)	
창의력, 집중력,		4(11.1)	4(10.8)	10(32.3)	18(17.3)	

흥미 증진				
전체	36(100.0)	37(100.0)	31(100.0)	104(100.0)

**p*<.05

[표 3]와 같이 전일제 근무를 하는 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 활용하는 목적은 ‘생활에 맞는 다양한 자료를 제공하기 위해(36.1%)’로 가장 높았고, 시간제 근무를 하는 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 활용하는 목적은 ‘자연스러운 활동의 연계나 확장을 위해(27.0%)’가 가장 높았고, 전업주부인 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 활용하는 목적은 ‘자녀의 창의력과 집중력, 흥미 증진을 위해(32.3%)’로 가장 높았다. 전체 어머니를 살펴봤을 때, 가장 많은 응답은 자녀에게 멀티미디어 활용 목적은 ‘자연스러운 활동 연계 확장을 위해(24.0%)’임을 알 수 있었다.

3.2 자녀가 멀티미디어를 최초로 접하는 시기

자녀가 멀티미디어를 최초로 접하여 활용하는 시기에 관한 인식을 살펴본 결과는 다음[표 4]와 같다.

[표 4] 자녀가 멀티미디어 최초로 접하는 시기

N=104(%)

근무시간	전일제 근무	시간제 근무	전업주부	전체	<i>X</i> ²
활 용 시 기	만 1세	0(0.0)	1(2.7)	2(6.5)	3(2.9)
	만 2세	5(13.9)	4(10.8)	12(38.7)	21(20.2)
	만 3세	18(50.0)	15(40.5)	9(29.0)	42(40.4)
	만 4-5세	13(36.1)	17(45.9)	8(25.8)	38(36.5)
	전체	36(100.0)	37(100.0)	31(100.0)	104(100.0)

*X*² = 13.684, *df* = 6, *p* = .033

**p*<.05

[표 4]와 같이 전일제 근무를 하는 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 최초로 접하는 가장 적합한 시기는 ‘만 3세(50.0%)’가 가장 높았고, 시간제 근무를 하는 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 최초로 접하는 가장 적합한 시기는 ‘만 4-5세(45.9%)’가 가장 높았고, 전업주부인 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 최초로 접하는 가장 적합한 시기는 ‘만 2세(38.7%)’가 가장 높았다. 전체 어머니를 살펴봤을 때, 자녀에게 멀티미디어를 최초로 접하는 가장 적합한 시기는 ‘만 3세(40.4%)’임을 알 수 있었다.

3.3 멀티미디어 활용 시 가장 어려운 점

[표 5] 멀티미디어 활용 시 가장 어려운 점

N=104(%)

근무시간	전일제 근무	시간제 근무	전업주부	전체	<i>X</i> ²
어 려 운 부 모 의 미 숙 한	활동별 콘텐츠 부족	8(22.2)	15(40.5)	13(41.9)	36(34.6)
	부모의 미숙한	1(2.8)	7(18.9)	2(6.5)	10(9.6)

*X*² = 22.665, *df* = 6, *p* = .001

활용능력				
근무로 인한				
지도시간 부족	18(50.0)	2(5.4)	9(22.6)	31(26.0)
과도한 사용으로				
부모-자녀 갈등	9(25.0)	13(35.1)	9(29.0)	31(29.8)
전체	36(100.0)	37(100.0)	31(100.0)	104(100.0)

***p*<.01

[표 5]에서 제시된 바와 같이 같이 전일제 근무를 하는 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 활용하여 자녀와 소통할 때 가장 어려운 점으로 ‘근무로 인한 지도시간 부족(50.0%)’이 높았고, 시간제 근무를 하는 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 활용하여 자녀와 소통할 때 가장 어려운 점으로 ‘활동별 활용 콘텐츠의 부족(40.5%)’로 가장 높았고, 전업주부인 어머니도 자녀에게 멀티미디어를 활용하여 자녀와 소통할 때 가장 어려운 점으로 ‘활동별 활용 콘텐츠의 부족(41.9%)’로 가장 높았다. 전체 어머니를 살펴봤을 때, 가장 많은 응답은 ‘활동별 콘텐츠 부족(34.6%)’임을 알 수 있었다.

4. 논의 및 결론

본 연구는 어머니 직업 유무에 따른 유아의 멀티미디어 활용인식을 조사하고 분석하여, 각 가정에서의 멀티미디어 활용에 대한 실태를 통해 가정에서의 멀티미디어 활용 지원을 위한 기초 자료로 제공될 것을 목적으로 하였다.

첫째, 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 활용하는 목적은 ‘생활에 맞는 다양한 자료를 제공하기 위해서가 가장 높았고, 시간제 근무를 하는 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 활용하는 목적은 ‘자연스러운 활동의 연계나 확장을 위해서였으며, 전업주부인 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 활용하는 목적은 ‘자녀의 창의력과 집중력, 흥미 증진을 위해 가장 높은 활용목적’을 가지고 있음을 알 수 있었다.

둘째, 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 최초로 접하는 가장 적합한 시기는 ‘만 3세가 가장 높았으며, 시간제 근무를 하는 어머니는 자녀에게 멀티미디어를 접하는 시기는 4~5세 정도가 가장 높았다. 그러나 대부분의 어머니들은 만2세 자녀들에게 최초로 미디어접촉을 하는 것으로 나타났다지만 부모들이 인식하는 시기는 만3세가 가장 큰 비중을 차지하고 있음을 알 수 있었다. 영유아가의 발달특성상 외부자극에 민감하고, 동일시와 모방 현상과 흡수력이 빠른 시기이기 때문에 미디어의 내용을 쉽게 내면화 한다. 연령이 어릴수록 미디어 흡수력과 수용도가 높기 때문에

다른 연구에서는 이 시기에 유아가 멀티미디어에 몰입하게 되면 발달을 저해할 수 있다고도 보았다(정희영, 방승미, 2012). 때문에 너무 연령이 어린영아기 보다는 적절한 유아시기에 적당한 시간을 부모와 소통을 통해 규칙적인 미디어 노출이 요구된다. 영유아기 미디어 노출은 영유아 발달에 따라서 부모는 영유아기 때 적극적 긍정적 자세로 영유아기에 호기심, 탐구심, 인지적 욕구를 만족시키고 상상력과 창의력을 키워 갈 수 있도록 도움을 줄 수 있도록 해주고, 부모의 배려 아래 유아가 밝고 긍정적인 삶의 태도를 형성하도록 하는데 중요한 역할을 담당해야 할 것이다. 본연구에서는 부모들의 미디어 활용인식관련 시사점은 영유아의 발달에 적합한 미디어 노출의 중요성에 의의를 둔다.

18(23), 23-52

이상의 연구 결과를 바탕으로 후속연구를 위해 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 본 연구는 부모를 대상으로 실시하였으나 후속 연구에서는 연구의 대상기관의 범위를 확대해서 부모중에서도 아버지를 대상으로 실시하는 것이 필요하다.

둘째, 본 연구에서는 미디어 활용 인식을 중심으로 밝히고 있으나 다음 연구에서는 다양한 영역의 활용도 연구도 요구된다.

참고문헌

- [1] Prensky(2001)
- [2] 노주형, 이진, 고민숙, 김용주, 설인준, 문진화(2016). 유아 스마트기기 사용 및 이용수준 현황 = The Current State and Changes in Smart Device Usage and Utilization Level in Preschool Children. 대한소아신경학회지, 24(3), 157-163.
- [3] 이채진(2021). 부모의 미디어 리터러시가 유아의 스마트미디어 몰입 경향성에 미치는 영향 : 부모의 스마트미디어 중재의 매개 효과. 연세대학교 교육대학원 석사학위논문.
- [4] 과학기술정보통신부·한국지능정보사회진흥원(2022). 2021년 스마트폰 과의존 실태조사. 과천:과학기술정보통신부.
- [5] 유구종, 김민경, 김은아(2012). 유아교육용 애플리케이션 내용 및 인터페이스 상호작용 분석. 열린 유아교육연구, 17(1), 169-194.
- [6] 우민지, 타오양, 임민정(2018). 유아 스마트교육 관련 미디어 연구동향 분석 : 한국과 미국의 학술지 논문을 중심으로. 학습자중심교과교육연구,