

영유아의 스마트 미디어 사용 실태 및 부모 인식 분석*

오주현¹⁾ 박용완²⁾

요약

본 연구는 영유아의 스마트 미디어 사용 실태와 부모의 인식을 파악하여 영유아의 스마트 미디어 과의존을 줄이기 위한 정책적 방향을 제시하려는 목적을 지닌다. 서베이를 통해 만12개월~만 6세 이하 자녀를 둔 부모 602명을 대상으로 조사한 결과, 59.3%의 영유아가 스마트 미디어를 사용하는 것으로 나타났으며, 최초 이용 시기는 12~24개월에 가장 많이 노출되는 것으로 나타났다. 유아보다 영아의 과의존 비율이 높았으며, 상대적으로 영아의 조절 실패점수가 높았다. 이러한 분석 결과를 바탕으로 영유아 스마트 미디어 예방 가이드라인 개발, 부모 대상의 교육 프로그램 개발, 다양한 분야의 전문가 협력 지원 등의 정책적 시사점을 제시하였다.

주제어: 영유아, 스마트폰, 과의존, 부모 인식, 실태조사

I. 서론

1. 연구의 배경 및 필요성

유년 시기부터 컴퓨터와 PC 기반 인터넷이 보편화된 생활환경에서 성장한 80~90년대에 출생한 디지털 네이티브(digital natives)가 어느덧 영유아 자녀의 부모가 되었다(Prensky, 2001). 이들은 80년대 이전 출생한 세대에 비해 상대적으로 인터넷이 가져온 변화에 빠르게 적응하면서 적극적으로 활용하는 세대다(오주현, 2018). 특히 언제 어디서나 손쉽게 사용할 수 있는 스마트폰은 개인적인 업무 처리나 휴식 외에도 자녀를 돌보는데 활용하기도 한다(김주아, 2013). 정보통신기술의 발전과 이를 익숙하게 사용하는 세대

* 본 논문은 2018년도 연세대학교 바른ICT연구소 지원에 의해 수행됨

1) 연세대학교 바른ICT연구소 연구교수

2) 경상대학교 경영학과 조교수

의 취향에 맞춰 시중에는 영유아를 대상으로 하는 많은 디지털 콘텐츠가 만들어지고 있으며(유소연·김희광·신재욱, 2012), 일부 부모는 교육적 목적으로 이를 구매하고 자녀에게 제공하기도 한다. 한편 교육적 목적이 아니더라도 식사나 휴식을 위해, 또는 공공장소에서 다른 사람에게 폐를 끼치지 않기 위해 부모가 자녀에게 스마트폰이나 태블릿으로 동영상을 보여주는 모습을 쉽게 목격할 수 있다(모아라, 2017).

이와 같은 현실을 반영하여 육아정책연구소에서는 2013년 「영유아의 미디어 매체 노출 실태 및 보호대책」 보고서를 통해 영유아 스마트폰의 사용 및 노출 실태를 파악하여 객관적 자료를 제공했다(이정림·도남희·오유정, 2013). 보고서에 따르면 2019년 기준 5년 전 조사임에도 불구하고 영유아의 스마트폰 이용률은 53.1%, 스마트폰의 최초 이용 시기는 평균 2.27세로 나타났다. 한국정보화진흥원에서는 2004년부터 「인터넷 중독 실태조사」를 시작으로 매년 실태조사를 실시하여 왔으며, 2015년에 처음으로 유아동용 스마트폰 과의존(중독) 척도를 개발하여 실태조사 대상을 만 3세 이상으로 확대시켜 결과를 발표하고 있다. 특히 「2018년 스마트폰 과의존 실태조사」 결과에 따르면 유아동의 20.7%가 과의존 위험군으로 나타났으며, 이는 2015년 대비 8.3%p 증가한 것으로 전 연령대 중 가장 큰 폭으로 증가한 것이다(과학기술정보통신부·한국정보화진흥원, 2019). 한편 국회에서는 이와 같은 영유아 스마트폰 이용률의 가파른 증가 추세에 따라 2018년 「국가정보화 기본법」 제30조의 8에 유치원에 한정되었던 연 1회 의무 교육을 어린이집에까지 확대하는 개정안을 통과시켰다. 이와 같이 급격하게 확산되고 있는 영유아의 스마트폰 사용 시간을 고려해 볼 때, 유아뿐 아니라 영아를 포함한 스마트 미디어 사용 실태 조사를 바탕으로 과의존을 예방할 수 있는 정책적 방향에 대한 논의가 필요한 시점이다.

주 양육자라고 하더라도 맞벌이의 경우 자녀와 함께하는 시간이 길지 않을 수 있으며, 외벌이의 경우에도 자녀 수, 형제/자매의 연령에 따라 자녀에게 집중하는 시간이 다를 수 있다. 더욱이 사회적으로 아버지의 육아 참여의 중요성이 부각됨에 따라 30~40대를 중심으로 남성이 가사와 육아에 참여하는 인식이 확산되고 참여가 증가하고 있다(이윤진·김아름·임준범, 2016; 이정림·도남희·오유정, 2013). 이러한 측면에서 아버지 역시 자녀의 스마트 미디어 사용에 대해 어떻게 인식하고 있는지 확인하는 것도 중요하다.

2. 선행 연구

학계에서는 유아교육과, 아동·가족학과를 중심으로 영유아의 스마트 미디어 사용 및 부모 인식과 태도를 살펴보는 연구들이 시작되었으며, 최근에는 사회복지학과나 심리학 등 사회과학 분야에서도 연구가 증가하는 추세이다(김수정·정익중, 2016; 김주아, 2013; 모

아라, 2017; 설셋별·이혜원·이경숙 외, 2017). 관련 연구는 영유아의 스마트폰 사용 실태 조사 결과를 제시하거나(류미향, 2014; 최대훈, 2019), 영유아 자녀의 스마트폰 사용에 대한 부모의 인식에 대해 살펴본 연구(모아라, 2017), 그리고 영유아의 스마트폰 사용에 대한 부정적 결과를 검증 한 연구(김유리·유영미, 2019; 설셋별·이혜원·이경숙 외, 2017), 스마트폰 과의존에 미치는 영향요인을 살핀 연구(나용선, 2013; 조준오·김은정, 2019; 홍예지·박영아·안수빈 외, 2017; Atli, Gunuc, Kuss et al., 2019) 등 네 가지 유형으로 구분할 수 있다.

영유아의 스마트폰 사용 실태를 살펴본 연구에서는 스마트폰을 사용하는 연령이 낮아졌음을 강조한다(류미향, 2014; 이정림, 2014). 류미향(2014)은 36개월 미만의 영아 자녀를 둔 어머니들에게 설문조사를 실시하였으며, 응답자 중 76%가 자녀가 스마트폰을 사용하고 있다고 응답했다. 0~5세를 대상으로 한 이정림(2014)의 연구에서도 유사한 결과를 제시하고 있는데, 유아의 경우 스마트폰 최초 이용 시기가 2.86세인 반면, 영아는 0.84세로 빨라졌음을 지적했다. 영아들의 일주일 평균 스마트폰 사용 시간을 살펴 본 연구에서는 일주일 평균 2~4시간 정도 스마트폰을 사용하는 영아가 15%가 넘었으며, 5시간 이상인 경우도 7%가 넘는 등 오랜 시간 스마트폰을 사용하는 영아가 있는 것으로 나타났다(류미향, 2014). 스마트폰 사용 장소는 집, 식당 및 카페, 차 안 등의 순으로 유사한 결과를 제시하고 있다(류미향, 2014; 이정림, 2014; 최대훈, 2019).

영유아의 스마트폰 사용은 주로 부모에 의해 노출되기 때문에 스마트폰 사용에 대한 부모의 인식이나 태도를 살펴보는 연구가 한 축을 이룬다(김주아, 2013; 모아라, 2017; 이정림, 2014). 김주아(2013)는 36개월 미만의 영아 부모가 영아의 스마트폰 사용이 인지발달에 긍정적인 영향을 줄 것이라고 잘못 인식하고 있음을 확인했다. 또한 자녀의 스마트폰 사용을 허용하는 이유를 시간을 때우거나 아이들의 재미를 위해서라는 결과를 제시하면서 부모가 아이들과 상호작용하는 방법을 모르기 때문에 육아에 스마트폰을 사용하고 있다고 지적하였다(김주아, 2013). 포커스 그룹 인터뷰(FGI)를 진행한 연구에서는 부모가 스마트폰 앱 및 동영상 시청을 통한 막연한 교육적 기대를 하고 있으나 교육 효과의 지속성에 대해서는 의구심을 갖으며, 육아 도우미로 활용하고 있지만 동시에 발달 과정상의 문제나 중독 등을 걱정하고 있음을 보여주었다(모아라, 2017).

이처럼 영유아의 스마트 미디어 사용에 대해 부모들은 막연한 기대감과 함께 발달이나 중독 등과 같은 부정적 영향력에 대해 우려하고 있다. 이에 스마트 미디어 사용의 부정적 영향력을 검증하기 위한 연구가 진행되고 있으며 주로 우울/불안, 공격성, 사회성 등과 같은 사회·정서적 변인에 초점을 맞추고 있다. 김수정과 정익중(2016)은 스마트폰의 최초 이

용 시기가 빠를수록 우울/불안, 공격성 수준이 높아지고, 스마트폰의 이용을 많이 할수록 공격성이 높아지는 것을 확인했으며, 설셋별·이혜원·이경숙 외(2017)는 영상물 과다노출이 영유아의 사회성 발달에 부정적 영향을 주며, 충동성 및 공격성과 같은 외현화 행동 문제와 우울 및 불안 등의 내재화 행동 문제를 일으키는 데 영향을 줄 수 있음을 밝혔다. 비록 스마트 미디어에 초점을 맞춘 연구는 아니지만, 아이들이 주로 스마트 미디어를 이용하여 다양한 영상물을 보고 있다는 점에서 연구의 시사점을 눈여겨볼 필요가 있다.

그 밖에 영유아가 스마트폰에 과의존하는 영향 요인으로 부모의 스마트폰 사용 시간이나 양육 스트레스, 양육태도 등이 주로 논의되어 왔다(나용선, 2013; 조준오·김은정, 2019; Atli, Gunuc, Kuss et al., 2019). Atli, Gunuc, Kuss et al. (2019)은 부모가 게임, 비디오 등을 자녀와 함께 이용할 때 18~24개월 자녀의 적응 행동(adaptive behavior) 점수가 낮음을 밝혔다. 한편 나용선(2013)은 유아의 스마트폰 사용 시간이 길수록, 아이에 대한 부모의 양육태도가 부정적일수록 유아의 스마트폰 중독 경향이 매우 높다는 것을 예측했다. 특히 부모의 합리적 지도가 부정적일수록 유아의 스마트폰 중독 경향이 매우 높을 것으로 예측했다. 조준오와 김은정(2019)의 연구에서는 유아 어머니의 양육스트레스가 유아 자녀의 미디어 중독에 직접적인 영향을 미치지만, 부분매개 및 조절효과가 검증된 만큼 양육효능감을 높일 것을 제언하였다.

3. 연구 문제

앞에서 살펴본 바와 같이 영유아의 스마트 미디어 사용에 관한 연구는 증가하고 있는 추세이나 아직 양적으로나 질적으로 연구가 많이 부족하다. 2013년 즈음부터 영유아 스마트폰 사용 실태조사가 일부 진행되었지만, 지속성을 가진 자료는 한국정보화진흥원 스마트폰 과의존 실태조사에 국한되며, 그마저도 영아는 조사 대상에서 제외되어 사실상 만 3세 이하의 영아들은 실태조사의 사각지대에 위치하고 있다. 앞서 언급했듯이 3세 이하의 영아들에게도 스마트 미디어를 보여주고 있는 현실을 고려하면, 영아를 포함한 스마트 미디어 과의존 현황에 대한 조사가 필요하다. 또한 기존 연구가 스마트폰 사용에 대한 부모의 갈등에도 불구하고 주로 어머니만을 응답자로 한정하여 아버지들이 자녀의 스마트폰 사용에 대해 어떠한 인식 및 태도를 지니고 있는지에 대해서는 밝혀지지 않았다(한겨레, 2019. 3. 25). 따라서 본 연구에서는 12개월~만 6세 이하 영유아 자녀의 스마트 미디어 사용 실태를 파악하고, 동일 비율의 영유아 자녀의 어머니, 아버지를 대상으로 영유아 자녀의 스마트 미디어 사용에 대한 인식 및 태도를 살펴보고자 한다. 특히 기존에 유아동을 3세부터 9세까지를 하나의 집단으로 간주한 것과 달리 만 1~3세 이하의 영아와 만 4세~6세까지의

유아로 나누어 과의존 현황 및 양상에 대해 보다 세밀하게 살펴봄으로써 부모와 관련 연구자에게 기초 자료를 제공하고 정책적 방향을 제시하는 것을 목표로 한다.

- 연구문제 1. 12개월~만 6세 이하의 스마트 미디어 사용 실태는 어떠한가?
- 연구문제 2. 스마트 미디어 사용에 대한 어머니와 아버지 간 인식 차이가 있는가?
- 연구문제 3. 영아와 유아의 스마트 미디어 과의존 현황은 어떠한가?
- 연구문제 4. 영아와 유아 간 스마트 미디어 과의존 양상에 차이가 있는가?

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구는 영유아의 스마트 미디어 사용 실태를 파악하기 위해 12개월~만 6세 이하 자녀를 둔 부모를 대상으로 하였다. 응답자 부모의 성별 및 자녀의 연령을 기준으로 비교하기 위해 12개월~만 3세 이하 자녀를 둔 어머니, 아버지 각각 150명, 만 4세~만 6세 이하의 자녀를 둔 아버지, 어머니 각각 150명으로 쿼터를 설정하였으며, 총 602명의 자료가 수집되었다. 단, 자녀가 2명 이상일 경우 나이가 많은 자녀를 기준으로 응답을 받았다.

인구통계학적 특성을 살펴보면, 응답자의 78.4%가 30대였으며, 17.8%가 40대, 3.8%가 20대 부모이다. 학력은 4년제 대학 졸업이 59.6%로 가장 높았으며, 전문대학 졸업이 19.8%, 대학원 졸업 이상 학력도 14.6%로 나타났다. 고등학교 졸업 이하는 6.0%로 낮았다. 응답자의 80.9%가 직업이 있다고 응답하였으며, 50.8%가 맞벌이 가구였고, 외벌이 가구는 48.3%로 나타났다. 가구의 월평균 소득은 월 300만 원~월 400만 원 미만이 25.8%로 가장 비율이 높았으나 월 600만 원 이상이라고 응답한 비율도 19.4%로 나타났다. 응답자 자녀는 총 602명 중 남아 50.3%, 여아 49.7%로 여아의 비율이 다소 낮았다. 자녀의 연령은 만 4세가 26.4%로 가장 많았으며, 만 6세가 2.3%로 비율이 현저히 낮았다.

8 육아정책연구(제13권 제3호)

〈표 1〉 응답자의 인구통계학적 특성

	구분	빈도	비율(%)
성별	아버지	301	50.0
	어머니	301	50.0
연령	20대	23	3.8
	30대	472	78.4
	40대	107	17.8
학력	고졸 이하	36	6.0
	전문대학 졸업	119	19.8
	4년제 대학 졸업	359	59.6
	대학원 졸업 이상	88	14.6
직업	있다	487	80.9
	없다	115	19.1
맞벌이 여부	맞벌이	306	50.8
	외벌이	291	48.3
	해당 없음	5	0.8
가구 월 평균 소득	월 200만원 미만	13	2.2
	월 200만원 이상 ~ 월 300만원 미만	82	13.6
	월 300만원 이상 ~ 월 400만원 미만	156	25.8
	월 400만원 이상 ~ 월 500만원 미만	132	21.9
	월 500만원 이상 ~ 월 600만원 미만	102	16.9
	월 600만원 이상	117	19.4

〈표 2〉 응답자 자녀의 성비 및 연령 분포

	구분	빈도	비율(%)
자녀 성별	남아	303	50.3
	여아	299	49.7
자녀 연령	만 1세 (12개월 ~ 24개월 미만)	108	17.9
	만 2세 (24개월 ~ 36개월 미만)	123	20.4
	만 3세 (36개월 ~ 48개월 미만)	69	11.5
	만 4세 (48개월 ~ 60개월 미만)	159	26.4
	만 5세 (60개월 ~ 72개월 미만)	129	21.4
	만 6세 (72개월 ~ 84개월 미만)	14	2.3

2. 연구도구

설문 문항은 선행연구를 참고하여 스마트 미디어 사용 여부, 사용/비사용 이유, 최초 사용 시기, 사용 빈도, 사용 시간, 사용 장소, 주이용 콘텐츠 등과 함께 자녀의 스마트 미디어 사용 시 부모의 행동, 통제 방식, 자녀의 스마트 미디어 사용에 대한 인식 문항을 포함하였다(김주아, 2013; 류미향, 2014; 이정림·도남희·오유정, 2013). 또한 과의존 현황을 살펴보기 위해 한국 정보화진흥원의 스마트폰 과의존 유아동용 및 성인 척도문항을 활용하였다(과학기술정보통신부·한국정보화진흥원, 2019). 문항 내용은 개인의 삶에서 스마트폰을 이용하는 생활패턴이 다른 형태보다 두드러지고 가장 중요한 활동인지(현저성, salience), 이용자의 주관적 목표 대비 스마트폰 이용에 대한 자율적 조절능력이 떨어지는 상태(조절실패, self-control failure) 인지, 스마트폰 이용으로 인해 신체적, 심리적, 사회적으로 부정적인 결과를 경험함에도 스마트폰을 지속적으로 이용하는지(문제적 결과, serious consequences)에 관해 각각 세 문항으로 측정된다(스마트쉽센터, 2019). 유아동용(관찰자용) 척도의 경우 9문항으로 구성되며, 4점 척도로 최대 36점이다. 23점 이하는 일반사용자군, 24~27점을 잠재적 위험군, 28점 이상을 고위험군으로 분류한다. 성인 척도(자기보고용)는 10문항으로 40점이 최고점이다. 23점 이하는 일반사용자군, 24~28점 잠재적 위험군, 29점 이상을 고위험군으로 구분한다.

〈표 3〉 설문 문항 구성 및 내용

구성	내용
영유아 스마트 미디어 사용실태	스마트 미디어 사용유무
	최초 사용 시기
	사용 빈도
	하루 평균 사용 시간(주중/주말)
	스마트 미디어 사용 소유주
	사용 장소
	주사용 콘텐츠
자녀의 스마트 미디어 사용에 대한 부모 인식	유아동용 과의존 척도(관찰자용)
	영유아 스마트 미디어 사용에 대한 필요성 인식
	자녀의 스마트 미디어 사용/비사용 이유
	스마트 미디어 사용 제한 주체 및 방식 제한 방식
	스마트 미디어 교육적 효과에 대한 인식
	자녀 스마트 미디어 사용 시 부모 행동
성인용 과의존 척도(자기보고용)	

3. 자료수집 및 분석

설문조사는 시장조사기관인 한국리서치를 통해 2018년 10월 17일~10월 24일, 8일간 진행되었으며, 총 602명의 데이터가 수집되었다. 수집된 자료는 STATA/MP 15.1 프로그램을 사용하여 분석했다. 영유아 스마트 미디어 사용 실태, 부모의 성별에 따른 자녀의 스마트 미디어 사용에 대한 인식 차이를 살펴보기 위해 빈도분석과 교차분석, *t*-검증, 분산 분석을 실시했다.

III. 연구결과

1. 영유아 자녀의 스마트 미디어 사용 실태

가. 영유아의 스마트 미디어 사용 현황

응답자의 59.3%(375명)가 자녀가 스마트 미디어를 사용한다고 답했다. 최초 사용 시기는 만1세(12~24개월 미만)가 45.1%로 가장 높게 나타났으며, 만2세(24~36개월 미만)가 20.2%, 만3세(36~48개월 미만) 15.1%로 나타났다. 출생 시기별로 살펴본 결과에서는 스마트 미디어 사용 시기가 점점 빨라지는 것으로 나타났다.

영유아의 스마트 미디어 사용 빈도는 '일주일에 1~2회', '하루에 한 번 이용 한다' 가 각각 25.8%로 비율이 가장 컸다. 그러나 하루에도 여러 번 이용한다고 응답한 비율도 21.0%로 나타났다. 주중 하루 평균 30분 미만 사용한다고 응답한 비율이 42.9%, 30분 이상 사용한다고 응답한 비율은 57.2%로 더 컸다. 주말은 주중보다 평균 사용 시간이 증가하는 것으로 나타났으며(주중 평균: 3.94, 주말 평균: 4.43), 1시간 30분 이상이라고 응답한 비율이 17.4%로 높았다.

영유아 자녀는 주로 주 양육자인 '엄마'의 스마트 미디어를 사용하는 것으로 나타났다(46.5%). 이러한 결과는 엄마가 주 양육자로서 상대적으로 자녀와 함께하는 시간이 많고, 엄마의 스마트 미디어를 접할 수 있는 기회가 많기 때문으로 추측할 수 있다. 그러나 '아이 본인 것(키즈폰, 키즈 패드 등)'으로 응답한 비율도 23.8%에 달했으며, '아빠의 스마트 미디어'는 22.7%로 차순위였다. 한편 스마트 미디어 이용 장소(복수응답)는 '가정'에서 본다는 응답이 75.1%로 가장 높았으며, '카페 및 식당' 59.4%, '자동차' 26.3% 순으로 나타났다.

〈표 4〉 출생 시기별 스마트 미디어 최초 사용 시기

아이 현재 연령	~12개월	만 1세	만 2세	만 3세	만 4세	만 5세	만 6세	빈도 비율
만 1세 (12~24개월 미만)	12 23.5	39 76.5						51 100
만 2세 (24~36개월 미만)	8 10.1	62 78.5	9 11.4					79 100
만 3세 (36~48개월 미만)	1 2.8	16 44.4	14 38.9	5 13.9				36 100
만 4세 (48~60개월 미만)	3 2.8	29 27.1	38 35.5	27 25.2	10 9.3			107 100
만 5세 (60~72개월 미만)	4 5.2	14 18.2	10 13.0	21 27.3	21 27.3	7 9.1		77 100
만 6세 (72~84개월 미만)	0 0.0	1 14.3	1 14.3	1 14.3	2 28.6	2 28.6	0	7 100
전체	28 7.8	161 45.1	72 20.2	54 15.1	33 9.2	9 2.5	0	357 100

주: 스마트 미디어를 사용하는 영유아 부모 357명 대상

〈표 5〉 스마트 미디어 사용 빈도 및 사용 시간

구분	빈도	비율(%)
사용 빈도	일주일에 1~2회	25.8
	일주일에 3~4회	19.6
	일주일 5~6회	7.8
	하루에 한번 이용 한다	25.8
	하루에도 여러 번 이용 한다	21.0
	하루 평균 사용 시간 (주중)	
10분 미만	9.8	
10~20분 미만	14.0	
20~30분 미만	19.1	
30~40분 미만	17.1	
40분~1시간 미만	18.5	
1시간~1시간 30분 미만	12.9	
1시간 30분 이상	8.7	

12 육아정책연구(제13권 제3호)

	구분	빈도	비율(%)
하루 평균 사용 시간 (주말)	10분 미만	26	7.3
	10~20분 미만	37	10.4
	20~30분 미만	56	15.7
	30~40분 미만	57	16.0
	40분~1시간 미만	62	17.4
	1시간~1시간 30분 미만	57	16.0
	1시간 30분 이상	62	17.4

주: 스마트 미디어를 사용하는 영유아 부모 357명 대상

〈표 6〉 스마트 미디어 소유자 및 사용 장소

	구분	빈도	비율(%)
자녀 사용 스마트 미디어 소유자	아빠	81	22.7
	엄마	166	46.5
	조부모(친가, 외가)	11	3.1
	아이 본인 것(키즈폰, 키즈패드 등)	85	23.8
	기타	14	3.9
사용 장소 (복수응답)	가정	268	75.1
	다른 사람(친구 등)의 집	25	7.0
	자동차	94	26.3
	대중교통	11	3.1
	카페 및 식당	212	59.4
	백화점, 마트, 쇼핑몰 등	29	8.1
	공공시설(도서관, 관공서 등)	10	2.8
기타	3	0.8	

주: 스마트 미디어를 사용하는 영유아 부모 357명 대상

주로 이용하는 콘텐츠는 ‘유튜브, YT키즈 등 동영상 플랫폼’이 82.1%로 나타났으며, ‘교육용 어플리케이션’ 7.8%, ‘사진/동영상’ 7.6%, ‘게임’ 2.2% 순이었다. 동영상 플랫폼을 통해서 ‘장난감 소개 및 놀이 동영상’을 본다고 응답한 비율이 43.3%였으며, ‘애니메이션/만화’ 31.7%, ‘노래, 율동’ 23.6%로 나타났다. 한편 영유아 자녀가 스마트 미디어를 사용하는 가장 큰 이유는 ‘아이에게 방해받지 않고 다른 일을 하기 위해’가 31.1% 가장 높았으며, ‘아이를 달래기 위해’ 27.7%, ‘아이가 좋아해서’ 26.6% 순으로 나타났다.

〈표 7〉 주이용 어플리케이션 및 콘텐츠

구분		빈도	비율(%)	전체
주이용 어플리케이션	유튜브, YT키즈 등 동영상 플랫폼	293	82.1	357
	교육용 어플리케이션	28	7.8	
	게임	8	2.2	
	사진/동영상	27	7.6	
	기타	1	0.3	
주이용 콘텐츠	애니메이션/만화	93	31.7	293
	노래, 율동 동영상	69	23.6	
	장난감 소개 및 놀이 동영상	127	43.3	
	기타	4	1.4	

주: 스마트 미디어 사용 영유아 부모 357명, 동영상 사용 영유아 293명 대상

〈표 8〉 스마트 미디어 자녀 노출 이유

이유	빈도	비율(%)
아이가 좋아해서	95	26.6
아이 친구들과의 공감대 형성을 위해	4	1.1
아이의 교육적 목적을 위해서	25	7.0
습관적 사용	15	4.2
아이를 달래기 위해	99	27.7
아이에게 방해 받지 않고 다른 일을 하기 위해	111	31.1
기타	8	2.2
전체	357	100

주: 스마트 미디어를 사용하는 영유아 부모 357명 대상

나. 영유아 스마트 미디어 비사용 현황

전체 응답자의 40.7%는 영유아 자녀가 스마트 미디어를 사용하지 않는다고 응답했다. 자녀가 스마트 미디어를 사용하지 않는다고 응답한 245명에게 이유를 물은 결과(복수응답), '과의존(중독)에 대한 걱정 때문에'가 70.2%로 가장 높았다. 그 밖에 '아이의 연령대가 너무 낮아서' 56.7%, '아이의 사회성 및 인지발달에 부정적 영향이 있을 것 같아서' 53.9%, '아이의 신체 발달에 부정적 영향이 있을 것 같아서' 51.0%, '유해 콘텐츠에 대한 걱정 때문에' 35.5% 등의 순으로 나타났다.

〈표 9〉 스마트 미디어 비사용 이유

자녀 비사용 이유	빈도	비율(%)
아이가 스마트폰/태블릿에 관심이 없어서	12	4.9
아이가 스마트폰/태블릿 사용을 어려워해서	3	1.2
아이의 연령대가 너무 낮아서	139	56.7
과의존(중독)에 대한 걱정 때문에	172	70.2
아이의 신체 발달에 부정적 영향이 있을 것 같아서	125	51.0
아이의 사회성 및 인지발달에 부정적 영향이 있을 것 같아서	132	53.9
유해 콘텐츠에 대한 걱정 때문에	87	35.5
기타	7	2.9

주: 스마트 미디어를 사용하지 않는 영유아 부모 245명 대상. 복수응답

2. 영유아 부모의 스마트 미디어 사용에 대한 인식

영유아의 스마트 미디어 이용에 대한 연구를 살펴보면 대다수의 연구에서 주 양육자인 어머니의 스마트 미디어 이용행태나 인식을 살펴보고 자녀의 스마트 미디어 이용행태와의 연관성을 보고하는 연구가 주를 이룬다(김경윤·조경선·황은미 외, 2014; 김인숙·김도연, 2017; 류미향, 2014). 본 분석 결과에서도 응답자의 83.7%가 어머니를 주 양육자라고 응답하였으며, 외할머니/외할아버지 6.6%, 아버지 4.3%로 나타났다. 맞벌이 비율은 50.8%로 나타났으며, 아버지 응답자의 99.3%, 어머니 응답자의 62.5%가 직업이 있었다.

자녀가 스마트 미디어를 사용한다고 응답한 어머니 또는 아버지 응답자 357명을 대상으로 자녀의 스마트 미디어 사용에 대한 인식을 살펴보았다. 먼저 영유아 자녀의 스마트 미디어 사용에 대해서는 42.3%가 긍정적으로 인식하였으며, 55.7%가 부정적으로 인식하는 것으로 나타났다. 즉, 필요성에 대해 부정적으로 인식함에도 불구하고 자녀가 스마트 미디어를 사용하고 있음을 알 수 있다. 한편 긍정적으로 인식하는 응답자 중에서도 상당수가 스마트 미디어 사용은 괜찮지만, 시간/장소/내용에 제한이 있어야 한다고 응답했다(39.2%). 스마트 미디어 사용 제한 방식으로 총 사용시간을 통제한다는 응답이 부모의 성별과 관계 없이 가장 큰 비중을 차지했으며(아버지: 58.5%, 어머니: 54.3%), 차 순위는 아버지의 경우 이용시간대를 통제하였고(21.6%), 어머니의 경우 애플리케이션 성격에 따라 통제(19.4%)하는 것으로 나타났다.

〈표 10〉 스마트 미디어 사용에 대한 인식

	긍정		부정		잘 모르겠다	기타	
	아이가 원할 때 사용하면 된다	시간/장소/내용에 제한이 있어야 한다	필요할 땐 사용해도 된다	금지해야 한다			
아버지	8 (4.7)	64 (37.4)	86 (50.3)	9 (5.3)	3 (1.8)	1 (0.6)	$\chi^2=3.3$ $p=0.66$
어머니	3 (1.6)	76 (40.9)	94 (50.5)	10 (5.4)	2 (1.1)	1 (0.5)	
전체	11 (3.1)	140 (39.2)	180 (50.4)	19 (5.3)	5 (1.4)	2 (0.6)	357 (100)

주: 아버지(N= 171), 어머니(N= 186)

〈표 11〉 스마트 미디어 사용 제한 방식

	총 사용시간 통제	사용하는 시간대 통제	애플리케이션 성격에 따라 통제	기타	통제하지 않음	
어머니	101 (54.3)	32 (17.2)	36 (19.4)	3 (1.6)	14 (7.5)	
전체	201 (56.3)	69 (19.3)	57 (16.0)	5 (1.4)	25 (7)	357 (100)

주: 아버지(N= 171), 어머니(N= 186)

자녀가 스마트 미디어를 사용하는 이유는 ‘방해받지 않고 다른 일을 하기 위해’가 31.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘아이를 달래기 위해’가 27.7%, ‘아이가 좋아해서’가 26.6%로 나타났다. 즉 자녀가 스마트 미디어에 노출되는 이유의 상당 비율이 부모의 필요에 의한 것임을 알 수 있다. 한편 영유아 자녀가 스마트 미디어를 사용하는 이유에 대해서는 아버지와 어머니의 태도 차이가 10% 수준에서 유의한 차이가 나타났다. 아버지의 경우 ‘아이를 달래기 위해’ 사용한다는 응답이 33.3%로 가장 큰 비중을 차지했으며, ‘방해받지 않고 다른 일을 하기 위해’ 사용하게 한다는 응답이 26.9%, ‘아이가 좋아해서’라는 응답이 24.6%로 나타났다. 반면 어머니의 경우에는 ‘방해받지 않고 다른 일을 하기 위해’ 사용하게 한다는 응답이 35%로 나타났으며, ‘아이가 좋아해서’라는 응답이 28.5%로 나타났다. ‘아이를 달래기 위해’ 사용한다는 응답은 22.6%로 아버지보다 10.7%p 낮았다. 그 밖에

‘교육적 목적을 위해’ 사용한다는 응답은 전체의 응답자의 7%에 그쳤다.

스마트 미디어의 교육적 효과에 대해서는 평균 3.4로 다소 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 나타났다. 특히 교육 콘텐츠에 대한 집중도 향상과 효과적인 설명에 도움을 주는 것으로 인식하고 있었다. 그러나 교육적 콘텐츠를 이용한다고 응답한 비율은 7.8%에 그쳤으며, 82.1%가 유튜브 등을 통해 장난감 소개 및 놀이 동영상이나 애니메이션 등의 동영상 콘텐츠를 보고 있음을 상기할 필요가 있다. 더욱이 상당수의 부모가 자녀가 스마트 미디어 사용 시 자녀와 함께 하기보다는 다른 일을 하는 것으로 나타났다(아버지: 28.1, 어머니: 36.0%).

〈표 12〉 자녀에게 스마트 미디어를 사용하게 하는 이유

	아이가 좋아해서	친구들과 공감대 형성	아이의 교육적 목적	습관적 사용	아이를 달래기 위해	다른 일을 하기 위해	기타	
아버지	43 (24.6)	4 (2.3)	10 (5.9)	9 (5.3)	57 (33.3)	46 (26.9)	3 (1.8)	$\chi^2=12.3$ $p=0.056$
어머니	53 (28.5)	0 (0)	15 (8.1)	6 (3.2)	42 (22.6)	65 (35.0)	5 (2.7)	
전체	95 (26.6)	4 (1.1)	25 (7.0)	15 (4.2)	99 (27.7)	111 (31.1)	8 (2.2)	357 (100)

주: 아버지(N= 171), 어머니(N= 186)

〈표 13〉 스마트 미디어의 교육적 효과 인식

	성별	M	SD	T	P
스마트폰/태블릿 사용이 아이의 교육에 도움이 된다	아버지	3.19	0.77	0.12	0.91
	어머니	3.18	0.80		
스마트폰/태블릿으로 교육 콘텐츠를 보여주면 아이가 더 집중하고 이해한다	아버지	3.51	0.84	-0.58	0.56
	어머니	3.56	0.81		
스마트폰/태블릿으로 사진과 동영상을 보여주면서 설명하는 것이 아이에게 효과적이다	아버지	3.55	0.74	-0.58	0.56
	어머니	3.60	0.79		
교육용 TV 채널을 보는 것보다 스마트폰/태블릿을 터치하면서 아이가 적극적으로 상호작용하는 것이 좋다고 생각한다	아버지	3.25	0.78	1.17	0.24
	어머니	3.15	0.92		
전체 총합	아버지	3.37	0.61	0.07	0.95
	어머니	3.37	0.66		

주: 아버지(N= 171), 어머니(N= 186)

〈표 14〉 자녀 스마트 미디어 사용 시 부모 행동

	아이와 함께 이용하며 지도한다	아이가 이용하는 것을 지켜본다	내 할 일을 한다	기타	
아버지	28 (16.4)	93 (54.4)	48 (28.1)	2 (1.2)	$\chi^2=3.14$ $p=0.37$
어머니	32 (17.2)	85 (45.7)	67 (36.0)	2 (1.1)	
전체	60 (16.8)	178 (49.9)	115 (32.2)	4 (1.1)	357 (100)

주: 아버지(N= 171), 어머니(N= 186)

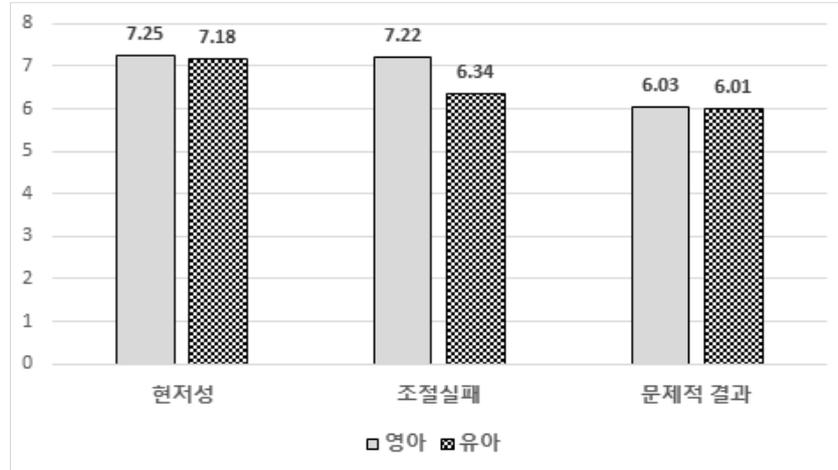
3. 영유아 스마트 미디어 과의존 현황

본 연구의 대상이 만1~2세의 영아를 포함하지만, 탐색적으로 한국정보화진흥원의 영유아용 스마트폰 과의존 척도를 사용하여 스마트 미디어 과의존 현황 및 양상을 비교하였다. 분석 결과 전체 응답자 602명 중 잠재적 위험군 영유아(24~27점)는 9.8%였으며, 고위험군 영유아(28~36점)는 2.7%였다. 만 1~3세 영아와 4~6세의 유아를 나눠서 봤을 때, 3세 이하의 영아들에서 잠재적 위험군과 고위험군이 더 많은 것으로 나타났다.

〈표 15〉 영아 및 유아의 스마트 미디어 과의존 사용자군 분류

	만 1~3세	만 4~6세	전체
비사용군	134(44.7)	111(36.8)	245(40.7)
일반사용자군	121(40.3)	161(53.3)	282(46.8)
잠재적 위험군	34(11.3)	25(8.3)	59(9.8)
고위험군	11(3.7)	5(1.7)	16(2.7)
전체	300(100)	302(100)	602(100)

과의존 측정 항목인 현저성, 조절실패, 문제적 결과에 대한 항목별 점수 차이를 자녀의 연령(1~3세 영아 vs. 4~6세 유아)에 따라 분산분석을 통해 비교한 결과 현저성과 문제적 결과는 영아와 유아의 유의미한 차이가 나타나지 않았으나($p>.10$), 조절실패 항목에서는 유의미한 차이가 나타났다($F(1, 355)=24.37, p<.001$). 즉, 영아($M=7.22$)가 유아($M=6.34$)보다 조절 실패 점수가 더 높았다(그림 1] 참고).

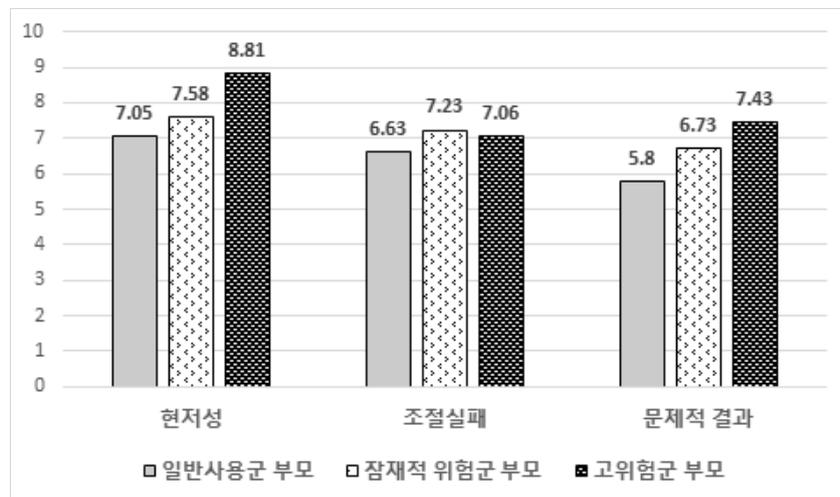


[그림 1] 영아와 유아의 과의존 항목별 점수 비교

추가 분석으로 스마트폰을 사용하고 있다고 응답한 357명으로 대상을 좁혀서 확인해보면, 잠재적 위험군 영유아는 16.5%였으며, 고위험군 영유아는 4.5%였다. 부모의 잠재적 위험군 비율은 15.7%, 고위험군 비율은 4.5%로 나타났다. 자녀에게 스마트 미디어 사용을 허용하고 있는 부모들의 스마트 미디어 과의존 점수와 영유아의 스마트 미디어 과의존 점수 간의 상관관계 분석을 실시한 결과 상관관계 계수가 높지는 않았으나 통계적으로 유의하게 나타났다($r=.402, p<.01$). <표 15>의 부모와 자녀의 스마트 미디어 과의존 사용군에 대한 교차분석 결과를 보면, 일반화하기에는 어려움이 있으나 스마트 미디어 과의존 고위험군 부모의 자녀 중 잠재적 위험군 43.8%, 고위험군 18.8%라는 점은 유념해서 봐야할 부분이다. 한편, 부모의 과의존 사용자 분류에 따라 자녀의 현재성($F(2, 354)=7.85, p<.001$), 조절실패($F(2, 354)=3.03, p=.05$), 문제적 결과($F(2, 354)=13.61, p<.001$) 점수에 차이가 있음을 확인할 수 있었다(그림 2 참조).

〈표 16〉 부모와 자녀 간 스마트 미디어 과의존 사용자군 분류 교차분석

	부모 일반사용자군	부모 잠재적 위험군	부모 고위험군	전체
영유아 일반사용자군	238	38	6	282
	84.4	13.5	2.1	100.0
	83.5	67.9	37.5	79.0
영유아 잠재적 위험군	35	17	7	59
	59.3	28.8	11.9	100.0
	12.3	30.4	43.8	16.5
영유아 고위험군	12	1	3	16
	75.0	6.3	18.8	100.0
	4.2	1.8	18.8	4.5
전체	285	56	16	357
	79.8	15.7	4.5	100.0
	100.0	100.0	100.0	100.0



[그림 2] 부모의 과의존 사용자군 분류에 따른 자녀의 과의존 점수

IV. 논의 및 결론

본 연구는 스마트폰을 사용하기 시작하는 연령이 낮아지고 있는 현실을 반영하여 만12개월~6세 이하의 영유아 자녀가 있는 부모를 대상으로 영유아의 스마트 미디어 사용 실태 및 부모인식, 과의존 현황과 양상을 살펴보았다. 또한 선행연구에서 응답대상을 어머니로 한정된 것과 달리 영유아 자녀를 둔 아버지도 응답대상에 포함시킴으로서 영유아 자녀를 둔 어머니와 아버지의 스마트 미디어 사용에 대한 인식과 태도에 대해 살펴보았다.

첫째, 스마트 미디어 사용 연령이 점점 빨라지고 있음을 확인했다. 응답자의 59.3%가 자녀가 스마트 미디어를 이용한다고 응답했으며, 이들 중 45.1%가 12~24개월 미만에 스마트 미디어를 최초 사용한 것으로 나타났다. 12개월 미만 시기에 처음 시작했다고 응답한 비율도 7.8%에 이르렀다. 이와 같은 결과는 만 3~5세 유아의 스마트 미디어 최초 노출 시기가 평균 2.27세로 나타난 것보다 빨라진 것을 보여주며(이정림·도남희·오유정, 2013), 만 1~6세 이하 영유아 어머니를 대상으로 한 김경윤·조경선·황은미 외(2014)의 연구에서 보고한 만 3세 보다도 빨랐다. 즉, 5년이라는 짧은 기간 사이에 스마트 미디어에 사용에 대한 저연령화가 급속도로 진행되고 있음을 확인했다. 연령이 어릴수록 스마트 미디어 몰입도가 더 높은 만큼 스마트 미디어에 노출 시기를 늦추는 지혜가 필요하며(임명희·김성현, 2014) 사용 시간과 함께 사용 빈도에 유의할 필요가 있다.

둘째, 스마트 미디어는 부모의 필요에 의해 사용되고 있는 것으로 나타났다. 스마트 미디어를 사용하는 영유아는 주 양육자인 '엄마'의 스마트 미디어를 주로 사용하는 것으로 나타났는데, 주로 사용하는 장소가 일상적 공간인 가정, 카페 및 식당, 자동차 등이었다. 특히 자녀가 스마트 미디어를 사용하는 이유가 '아이에게 방해받지 않고 다른 일을 하기 위해' 또는 '아이를 달래기 위해서'라고 응답한 비율이 높아 부모의 필요에 의해 스마트 미디어를 육아 도구미로 사용하고 있음을 추측할 수 있다. 기존 선행 연구에서도 스마트 미디어가 부모의 필요에 의해 사용되고 있음을 제기한 만큼(김주아, 2013; 류미향, 2014; 이정림·도남희·오유정, 2013) 부모에 의해 일상적 공간에서 반복적으로 사용하여 습관이 되지 않도록 부모가 의식적으로 주의할 필요가 있다(Rideout, Vandewater, & Wartella, 2003).

셋째, 영유아 자녀의 스마트 미디어 사용에 대한 인식에는 부모의 성별에 따른 차이는 없는 것으로 나타났으나 자녀에게 스마트 미디어를 사용하게 하는 상황에는 차이가 있었다. 즉, 아버지의 경우는 '아이를 달래기 위해서' 사용한다는 응답이 가장 큰 비중을 차지해 상대적으로 육아에 대한 노하우 부족이 스마트 미디어를 육아 도구미로 활용하게 만든

는 것으로 생각된다. 한편 어머니의 경우에는 ‘다른 일을 하기 위해’ 사용한다고 응답한 경우가 많았는데, 자녀가 스마트 미디어를 사용하는 장소가 ‘가정’이 높게 나온 것으로 미루어보아 매일 반복적으로 해야 하는 가사일로 인해 스마트 미디어를 육아 도우미로 사용하고 있음을 추측할 수 있다.

넷째, 전체 응답자 자녀 602명 중 스마트 미디어 과의존 위험군은 12.5%로 나타났다. 잠재적 위험군 영유아는 9.8%, 고위험군 영유아는 2.7%였으며, 만 1~3세 영아와 만 4~6세의 유아를 구분하여 비교한 결과, 만 4~6세의 유아에서는 잠재적 위험군이 8.3%, 고위험군이 1.7%로 나타났으며, 만 1~3세의 영아에서는 잠재적 위험군이 11.3%, 고위험군이 3.7%로 나타나 유아보다 영아의 스마트 미디어 과의존 위험군 비율이 높았다. 영유아의 스마트 미디어 과의존 위험군 비율이 증가하는 추세인 만큼 우리 사회에서 영유아의 스마트 미디어 과의존에 대한 경각심을 가져야 함을 제시하였다.

다섯째, 영아와 유아의 과의존 양상은 조절실패 항목에서 차이가 있었다. 현저성과 문제적 결과는 영아와 유아 간 점수 차이가 없었지만, 조절 실패에서는 영아가 유아보다 더 높게 나타났다. 연령이 어릴수록 스마트 미디어 몰입도가 더 높아 스마트 미디어 고위험 사용자군이 될 가능성이 높다는 임명희과 김성현(2014)의 연구와 같은 결과다. 이런 결과가 나타난 원인은 두 가지로 해석될 수 있다. 하나는 유아에 비해 영아가 아직 충분한 인지적, 정서적 발달 단계를 거치지 못했기 때문에 조절 실패가 더 크게 나타날 수 있다는 점이다. 다른 하나는 본 연구에서 활용된 스마트폰 과의존 측정 항목이 만 3~9세까지의 유아들을 대상으로 개발되었기 때문에 3세 미만 영아의 스마트 미디어 과의존 정도를 측정하는 데 부적합할 가능성을 배제할 수 없다.

V. 정책적 제언 및 시사점

상기 실태조사의 분석 결과는 영유아의 스마트 미디어 노출이 엄밀하게 자녀의 필요보다는 부모의 필요 및 스마트 미디어를 사용에 대한 유연한 태도에 의해 시작되었음을 말해준다. 부모와 자녀 모두 디지털 네이티브이지만 간과해서는 안 될 차이가 있다. 부모세대가 사회화 이후 인터넷을 사용하기 시작했다면 현재의 영유아는 사회화는 물론 면대면 상호작용을 배우는 과정과 동시에 인터넷을 접하고 있기 때문이다. 그러한 탓에 영유아 시기의 스마트 미디어 사용이 장기적으로 긍정적인 영향을 미칠지, 아니면 부정적인 영향을 미칠지에 대해서 알 수 없으며, 영향력에 대한 학계의 의견도 수렴되지 않고 있다(Nevski &

Siibak, 2016). 그러나 영유아기는 인지적, 신체적, 정서적 발달이 활발하게 진행되는 시기 만큼 스마트 미디어 이용 시기가 저연령화되었음에 주목하고 예방책이 마련되어야 할 것이다. 본 연구에서는 분석 결과를 바탕으로 다음과 같은 정책적 제언을 하려 한다.

첫째, 영유아용 스마트 미디어 과의존 예방 가이드라인 개발이 필요하다. 세계보건기구(WHO)는 지난 4월, 5세 이하 어린이를 위한 신체적 활동(physical activity), 정좌성 행동(sedentary behavior), 수면(sleep)에 관한 연령별 가이드라인을 발표했다. 특히 정좌성 행동으로 미디어 사용 시간(screen time)을 언급했는데, 만 1세까지 TV, 비디오, 컴퓨터 게임 등 스크린 타임을 권장하지 않았으며, 2세부터는 최대 1시간을 넘지 않은 것이 좋다고 경고한다(WHO, 2019). 이와 같이 영유아의 스마트 미디어 과의존 예방 가이드라인은 개월 수에 따른 자녀의 인지 발달, 신체 발달, 정서 발달에 대한 정보와 함께 자녀의 스마트 미디어 이용에 대한 구체적인 지침이 마련되어야 할 것이다. 예를 들어, 본 연구 결과에 따르면, 부모들은 스마트 미디어가 가지는 교육적 효과에 대해 긍정적으로 평가하면서도 실제로는 아이를 달래거나 다른 일을 하려는데 스마트 미디어를 사용하고 있다. 따라서 교육용 콘텐츠 및 앱의 이용 시간과 엔터테인먼트 콘텐츠의 이용 시간을 구별해서 적정 시간을 제시한다면 부모들에게 유용한 가이드라인이 될 것으로 기대된다. 이러한 가이드라인의 개발을 위해서는 유관 기관의 지원과 연구자들의 적극적인 참여가 필요하며 이를 위한 정부의 정책적 지원이 있어야 한다.

둘째, 부모교육의 확대가 필요하다. 본 연구의 분석 결과에서 나타났듯이 부모는 영유아 자녀에게 스마트 미디어 이용이 좋지 않다는 것을 인지하고 있으나 사용하고 있었고, 스마트 미디어를 사용하는 영유아 중 과의존 위험군(잠재적 위험군+고위험군)의 비율도 21.0%에 달했다. 특히 스마트 미디어의 교육적 효과에 대해 긍정적으로 평가하지만, 실제 교육을 목적으로 스마트 미디어를 사용하는 사례는 미미하여 막연하게 교육적 효과를 기대하는 것으로 나타났다. 특히 아버지의 경우 자녀를 달래기 위해 스마트폰을 사용한다는 비율이 높은 점은 부모교육 대상이 어머니뿐 아니라 아버지에게도 필요함을 시사한다. 따라서 자녀의 양육에 있어 행동의 부조화를 해결하기 위해서는 부모 역량을 강화할 수 있는 기회가 마련되어야 할 것이다. 다수의 선행연구에서도 부모교육의 중요성은 강조하고 있으나(김주아, 2013; 이정림·도남희·오유정, 2013; 장영애·박정희, 2007) 특정 시간, 특정 장소에 방문하거나 자녀가 다니는 어린이집을 통해 주로 낮 시간에 교육이 이루어지고 있어(김길숙·김지현·이혜민, 2016) 실질적으로 부모교육을 접하기란 쉽지 않다. 더욱이 아버지를 위한 육아 교육 프로그램은 오프라인에서 이뤄지기에는 더욱 현실적인 어려움이 있기 때문에, 아버지를 위한 온라인 육아 교육 프로그램의 개발이 이뤄져야 하며, 정부에서 제공하

는 아동 수당, 양육수당, 학비 지원 등의 제도 신청 시 필수요건으로 온라인 육아 교육 프로그램의 이수를 넣는 방안 등을 고려해볼 수 있다. 따라서 필요시 즉각적으로 수요를 충족시킬 수 있는 온라인 교육의 개발 및 활성화와 함께 적극적인 지원과 홍보가 필요하다.

마지막으로 영유아의 스마트 미디어 과의존 예방 및 해소를 위해 다양한 분야의 전문가들의 협력이 필요하다. 과학기술의 발전과 진흥을 도모하는 분야에서는 스마트폰을 ‘적절하게’ 사용할 것을 주문하는 반면 발달과정에 따른 놀이를 제안하는 실천적 대안은 제시하지 못하고 있다. 과의존을 예방하기 위한 도구로 사용 시간을 조절하는 어플리케이션이 제시되는 아이러니한 상황이다. 본 연구 결과에서 유아보다 영아의 과의존 위험군이 높았다는 점과 영아의 경우 유아에 비해 조절실패 점수가 높았다는 점을 고려하면 영유아의 발달 과정에 대한 지식을 가지고 있는 발달 심리학자, 교육 과정 및 교육 프로그램에 대한 지식을 가지고 있는 유아교육학 전문가가 영유아의 발달에 중요한 ‘놀이(play)’를 중심으로 실천적 대안을 제시할 필요가 있다(김명순·김길숙·김지연 외, 2017) 영유아 자녀의 부모가 된 첫 디지털 네이티브 세대가 놀이의 중요성에 대한 인식이 낮고, 놀이 방법을 모르는 것 역시 ‘디지털 육아’가 문화로 자리 잡은 원인 중 하나일 것이다(김주아, 2013). 따라서 ‘놀이 문화’가 이를 대체할 수 있도록 정부의 정책적 지원과 적극적인 캠페인이 필요한 시점이다.

본 연구는 부모의 성별에 따라 영유아 자녀의 스마트 미디어 이용에 대한 인식 및 태도 차이가 있는지 살펴보고자 하였다. 그러나 자료 수집의 어려움으로 부부가 아닌 서로 다른 가구의 어머니와 아버지의 자료를 수집, 분석하였다는 점에서 아쉬움이 있다. 엄밀하게 자녀의 스마트 미디어 과의존에 미치는 가족 요인을 살펴보기 위해서는 향후 한 가정의 어머니와 아버지 모두에게 응답을 받고 어머니와 아버지의 인식 및 태도 차이를 살펴보는 연구가 필요할 것이다. 또한 영아와 유아의 스마트 미디어 과의존 현황과 과의존 양상의 차이를 살펴보기 위해 한국정보화진흥원에서 개발한 유아동용 과의존 척도를 활용하였으나, 해당 척도가 만 3~9세 대상이라는 점에서 영아의 발달 단계를 고려한 영아용 스마트 미디어 과의존 척도나 관찰지 등의 개발을 통해 검증해야 할 것이다.

참고문헌

- 과학기술정보통신부·한국정보화진흥원(2019). 2018년 스마트폰 과의존 실태조사. 대구: 한국정보화진흥원.
- 김경윤·조경선·황은미·강현주·장수진(2014). 스마트폰의 교육적 활용가치에 대한 어머니의 인식: 영유아 어머니를 대상으로. 한국영유아보육학, 86, 187-207.
- 김길숙·김지현·이혜민(2016). 부모교육 프로그램 내용분석 및 활용방안. 연구보고 2016-18. 서울: 육아정책연구소.
- 김명순·김길숙·김지연·신혜영·정미림·최현희·최지예(2017). 아동 놀이정책 수립을 위한 연구. 보건복지부 연구보고 11-1352000-002121-01.
- 김수정·정익중(2016). 컴퓨터, 전자게임, 스마트폰 사용이 유아의 우울·불안과 공격성에 미치는 영향. 아동과 권리, 20(2), 157-176.
- 김유리·유영미(2019). 유아의 스마트폰 몰입경향성과 또래 유능성의 관계. 한국생활과학학회지, 28(2), 107-119.
- 김인숙·김도연(2017). 어머니의 스마트폰 중독경향성이 학령전 아동의 스마트폰 과몰입에 미치는 영향: 부부갈등과 어머니-자녀 의사소통을 매개로. 아시아교육연구, 18(2), 221-244.
- 김주아(2013). 영아 스마트폰 사용에 대한 부모의 인식 및 태도 연구. 어린이문학교육연구, 14(4), 545-569.
- 나용선(2013). 부모 양육태도가 유아 스마트폰 중독에 미치는 영향: 어린이집 이용 유아를 중심으로. 한국유아교육보육복지학회, 27(3), 32-53.
- 류미향(2014). 영아의 스마트폰 사용실태 및 어머니 인식: 어머니의 양육효능감, 양육스트레스와의 관련성 탐구. 한국영유아보육학, 86, 307-329.
- 모아라(2017). 영아의 스마트폰 사용 경험에 대한 부모의 걱정 탐색. 디지털콘텐츠학회논문지, 18(4), 691-698.
- 설셋별·이혜원·이경숙·김명식(2017). 영유아 영상물 과다노출이 영유아의 일반 발달과 정서 사회행동에 미치는 영향. 영유아아동정신건강연구, 10(1), 45-58.
- 스마트쉼센터. 스마트폰 과의존이란? (2019. 10. 16)
<https://www.iapc.or.kr/contents.do?cid=6&idx=5>
- 오주현(2018). 베이비붐 세대의 여가활동이 ICT 이용능력에 미치는 영향. 디지털융복합연구, 16(3), 1-12.
- 유소연·김희광·신재욱(2012). 유아 교육용 어플리케이션에서 표현 모티브에 따른 캐릭터 선호도 분석: 스마트폰을 사용하여 학습하는 만 3~6세의 유아를 대상으로. 디지털디자

- 인학연구, 12(3), 95-104.
- 이윤진·김아름·임준범(2016). 아버지 양육참여 실태 및 역량 강화 방안. 연구보고 2016-16. 서울: 육아정책연구소.
- 이정림(2014). 영유아 스마트폰 노출 실태 및 보호대책. 이슈페이퍼 2014-14. 서울: 육아정책연구소.
- 이정림·도남희·오유정(2013). 영유아의 미디어 매체 노출실태 및 보호대책. 연구보고 2013-15. 서울: 육아정책연구소.
- 임명희·김성현(2014). 유아의 스마트폰·태블릿PC 이용실태와 부모인식과 유아의 중독적 특성에 관한 연구. 한국보육학회지, 14(4), 237-260.
- 장영애·박정희(2007). 아동의 인터넷 사용 정도에 영향을 미치는 부모의 양육행동 및 부모-자녀간 의사소통. 한국생활과학회지, 16(6), 1131-1140.
- 조준오·김은정(2019). 유아 어머니의 양육스트레스와 유아 미디어중독간의 관계에서 양육효능감의 매개 및 조절효과. 학습자중심교과교육연구, 19(9), 1189-1208.
- 최대훈(2019). 3-5세 영유아의 스마트폰 이용실태와 영향변인. 한국컴퓨터정보학회논문지, 42(2), 179-184.
- 한겨레(2019. 3. 25). 영유아 자기조절력은 부모 양육방식에 좌우
- 홍예지·박영아·안수빈·이순형·이강이(2017). 어머니의 부정적 양육태도가 영유아의 놀이성에 미치는 영향: 영유아의 스마트기기 과몰입의 매개효과 검증. 육아정책연구, 11(2), 87-113.
- Atli, S. Gunuc, S., Kuss, D. & Baran, G. (2019). Impact of parents' technology use on 18 to 24 month-old infants' adaptive behavior. *Adaptive behavior*, 27(3), 197-219.
- Nevski, E. & Siibak, A. (2016). The role of parents and parental mediation on 0-3 year olds' digital play with smart devices: Estonian parents' attitudes and practices, *Early Years*, 36(3), 227-241.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives Digital Immigrants. *On the Horizon*. 9(5), 1-6.
- Rideout, V., Vandewater, E. & Wartella, E. A. (2003). *Zero to six: Electronic media in the lives of infants, toddlers and preschooler*. Kaiser Family Foundation.
- World Health Organization (2019). *Guidelines on physical activity, sedentary behaviour and sleep for children under 5 years of age*.

- 논문접수 11월 12일 / 수정본 접수 12월 2일 / 게재 승인 12월 17일
- 교신처: 박용완, 경상대학교 경영학과 조교수, ywpark1974@gnu.ac.kr

Abstract

A Study on Pre-Schoolers' Smart Media Use and Parents' Perception

Joohyun Oh and Yong Wan Park

Digital natives, who were born in 80~90's, have become parents. Because they are used to smart media, they have used their smart devices not only for business and personal entertainment but also for infant care, which leads to increasing smart media overdependence of infants and toddlers. This study aims to identify the current status of smart media overdependence of pre-schoolers (1~6 year-old), and propose policy directions to reduce such overdependence. By conducting the survey for 602 parents with children aged 12 months to 6 years old, we found that the first time to use smart media is getting younger, and that 59.3 percent of pre-schoolers were using smart devices. Among pre-schoolers using smart media, 16.5 percent were in potential risk group, and 4.5 percent were in high-risk group. The higher parents' smart media overdependence score was, the higher pre-schoolers' smart media overdependence score was. Based on these results, policy implications, such as developing guidelines for pre-schoolers' smart media use and parenting education programs, were discussed.

Keyword: infant, toddler, pre-schooler, smartphones, overdependence