

연구보고 2014-11

# 영유아 부모의 육아정보 이용실태 및 활용지원 방안

민정원 권미경 윤지연

**육아정책연구소**  
Korea Institute of Child Care and Education



## 머 리 말

우리사회의 가족구조가 변화하고 여성의 사회진출이 늘어남에 따라 가정 내 문제로 여겨졌던 육아에 대한 공공지원사업이 점차 증가추세에 있다. 특히 전 계층을 대상으로 한 보육·교육 비용지원과 양육수당 지원사업으로 육아와 관련된 공공정보에 대해 영유아 부모의 관심이 높아졌다.

이러한 육아지원사업의 혜택을 영유아 부모가 이용하기 위해서는 공공 육아 정보에 대한 접근성이 확보되어야 한다. 즉 육아지원사업의 내용이 정보재로써 영유아 부모들에게 평등하게 분배되었는가에 대한 논의가 필요하게 되었다. 선행연구에서도 영유아 부모들이 주로 인터넷을 통해 육아정보를 검색하며 얻은 정보에 수용적인 태도를 보임을 지적하고 있어 공공 육아정보가 왜곡 없이 영유아 부모들에게 전달되고 있는 지에 대한 의문도 제기되었다.

본 연구에서는 영유아 부모들의 공공 육아정보 활용을 지원하기 위해서 우선 공공 육아지원사업의 육아정보 제공 현황을 조사하였고 육아정보의 이용에 관한 국내 연구동향을 분석하였다. 설문조사와 심층면접조사를 통해 영유아 부모의 육아정보 이용특성과 공공사업에서 제공하는 육아정보에 대한 활용도 및 서비스 개선을 위한 요구사항을 파악하였다. 이를 통해 영유아 부모가 필요로 하는 육아 정보 내용을 도출하였으며 온라인 퍼스널 매체를 통해 공공 육아정보를 전달해야 함을 파악하였다. 또한 지역사회의 특성과 자원을 고려한 육아지원 거점기관을 선정하여 전달체계의 효율성을 제고하는 방안을 제시하였다.

부모님들의 성실한 응답으로 본 연구가 이뤄졌으며 여러 전문가들의 수고로운 자문으로 본 연구를 마칠 수 있었음에 다시 한 번 감사드린다. 본 연구의 결과가 영유아 부모의 공공 육아정보 활용을 지원할 수 있는 정책방안 마련에 기초 자료로 활용될 수 있기를 기대한다. 끝으로 본 보고서의 내용은 연구자 개인의 의견이며, 육아정책연구소의 공식적인 견해가 아님을 밝혀둔다.

2014년 11월  
육아정책연구소  
소장 **우남희**



# 차 례

|                                   |     |
|-----------------------------------|-----|
| 요약 .....                          | 1   |
| I. 서론 .....                       | 9   |
| 1. 연구의 필요성 및 목적 .....             | 9   |
| 2. 연구내용 .....                     | 11  |
| 3. 연구 절차 및 범위 .....               | 12  |
| 4. 연구방법 .....                     | 17  |
| II. 연구의 배경 .....                  | 27  |
| 1. 육아정보의 정의와 내용 .....             | 27  |
| 2. 육아정보의 전달 .....                 | 32  |
| 3. 공공 서비스의 정보지원 동향 .....          | 40  |
| III. 육아정보 제공 및 공유 현황 .....        | 46  |
| 1. 공급자 중심 서비스 .....               | 46  |
| 2. 수요자 중심 서비스 .....               | 67  |
| 3. 소결 .....                       | 74  |
| IV. 육아정보 이용실태 분석 .....            | 77  |
| 1. 필요 육아정보 및 이용 경로 .....          | 77  |
| 2. 온라인 육아정보의 활용 .....             | 106 |
| 3. 육아정보 이용에 대한 주관적 평가 .....       | 115 |
| 4. 소결 .....                       | 117 |
| V. 공공 육아정보 이용실태 및 개선 요구 .....     | 119 |
| 1. 공공 육아정보 제공 서비스 이용실태 .....      | 119 |
| 2. 공공 육아정보 서비스 내용별 이용경로 .....     | 121 |
| 3. 공공 육아정보 제공처별 만족도 및 개선 요구 ..... | 132 |
| 4. 소결 .....                       | 149 |

|                               |     |
|-------------------------------|-----|
| VI. 육아정보 요구분석 및 활용지원 방안 ..... | 151 |
| 1. 육아정보 요구분석 .....            | 152 |
| 2. 육아정보 활용지원 방안 .....         | 162 |
| 참 고 문 헌 .....                 | 174 |
| Abstract .....                | 179 |
| 부록 .....                      | 181 |
| 부록 1. 부모 설문지 .....            | 183 |

## 표 차례

|  |    |
|--|----|
| 〈표 I-3-1〉 연구 범위 .....                            | 13 |
| 〈표 I-3-2〉 육아정보 내용의 분류 .....                      | 14 |
| 〈표 I-3-3〉 이용 매체의 분류 .....                        | 16 |
| 〈표 I-4-1〉 권역·성·연령별 표본배분 결과 .....                 | 19 |
| 〈표 I-4-2〉 지역규모·성·연령별 표본배분 결과 .....               | 20 |
| 〈표 I-4-3〉 응답자 특성 .....                           | 21 |
| 〈표 I-4-4〉 설문조사 영역 .....                          | 22 |
| 〈표 I-4-5〉 부모 심층면접 참석자의 일반적 배경 .....              | 25 |
| 〈표 I-4-6〉 전문가 자문회의 및 협의회 진행 .....                | 25 |
| 〈표 II-1-1〉 인터넷 육아정보에 대한 선행연구 .....               | 28 |
| 〈표 II-1-2〉 육아정보 콘텐츠 분류 .....                     | 29 |
| 〈표 II-1-3〉 선행연구에서 검토된 주요 육아지원사업 .....            | 30 |
| 〈표 II-2-1〉 영유아 부모의 온라인 육아정보 이용에 관한 선행연구 .....    | 37 |
| 〈표 II-3-1〉 공공포털의 유용성 평가 지표 .....                 | 41 |
| 〈표 II-3-2〉 전자정부 개념정의에 사용된 핵심용어 .....             | 42 |
| 〈표 II-3-3〉 웹 환경의 변화 .....                        | 43 |
| 〈표 III-1-1〉 육아종합지원센터의 육아지원사업 내용 .....            | 48 |
| 〈표 III-1-2〉 육아종합지원센터의 육아지원 추진 계획 및 제공 내용 .....   | 49 |
| 〈표 III-1-3〉 전국 시도 육아종합지원센터의 ‘육아정보’ 범주 하위항목 ..... | 51 |
| 〈표 III-1-4〉 육아종합지원센터의 육아지원사업 홍보 방법 .....         | 52 |
| 〈표 III-1-5〉 전문보육코디네이터와 우리동네 보육반장의 역할 .....       | 55 |
| 〈표 III-1-6〉 영유아 방문관리 시 방문간호사 확인 목록 .....         | 60 |
| 〈표 III-2-1〉 공공포털 목록 .....                        | 62 |
| 〈표 III-2-2〉 공공포털에서 제공하는 주요 육아정보 .....            | 63 |
| 〈표 III-2-3〉 연구대상 온라인 동호회 목록 .....                | 68 |
| 〈표 III-2-4〉 온라인 동호회의 육아정보 영역별 자료 분포 .....        | 69 |
| 〈표 III-2-5〉 온라인 동호회 주제별 운영 코너 사례 .....           | 70 |
| 〈표 III-2-6〉 온라인 동호회의 정보 공유 방법 .....              | 71 |

|   |     |
|---|-----|
| 〈표 IV-1- 1〉 가장 필요한 육아 정보-대주제 1순위 .....            | 78  |
| 〈표 IV-1- 2〉 공공서비스 부문의 필요 육아정보 하위항목 .....          | 80  |
| 〈표 IV-1- 3〉 의료·안전 부문의 필요 육아정보 하위항목 .....          | 82  |
| 〈표 IV-1- 4〉 발달 부문의 필요 육아정보 하위항목 .....             | 83  |
| 〈표 IV-1- 5〉 교육 부문의 필요 육아정보 하위항목 .....             | 84  |
| 〈표 IV-1- 6〉 육아정보 습득을 위한 주경로-대주제 .....             | 87  |
| 〈표 IV-1- 7〉 퍼스널미디어 부문의 육아정보 주이용매체 하위항목 .....      | 88  |
| 〈표 IV-1- 8〉 지인 부문의 육아정보 주이용매체 하위항목 .....          | 89  |
| 〈표 IV-1- 9〉 기관부문의 육아정보 주이용매체 하위항목 .....           | 90  |
| 〈표 IV-1-10〉 매스미디어 부문의 육아정보 주이용매체 하위항목 .....       | 91  |
| 〈표 IV-1-11〉 육아정보 습득 주경로별 보조경로의 활용 .....           | 93  |
| 〈표 IV-1-12〉 육아정보 습득을 위한 보조경로의 활용-응답자 특성별 비교 ..... | 94  |
| 〈표 IV-1-13〉 육아정보별 주이용 매체 비교(1순위 응답 기준) .....      | 96  |
| 〈표 IV-1-14〉 육아정보별 이용 매체 비교- 부문별 1순위 .....         | 97  |
| 〈표 IV-1-15〉 주요 육아정보 하위항목별 이용 매체 비교 .....          | 98  |
| 〈표 IV-1-16〉 주요 육아정보 하위항목별 이용 매체 비교-부문별 1순위 .....  | 99  |
| 〈표 IV-1-17〉 육아정보 습득 경로의 선택 기준 .....               | 100 |
| 〈표 IV-1-18〉 육아정보 습득 경로 선택 기준-응답자 특성별 비교 .....     | 102 |
| 〈표 IV-1-19〉 육아정보 습득 경로별 활용 빈도 .....               | 104 |
| 〈표 IV-1-20〉 육아정보 활용 빈도-응답자 특성별 비교 .....           | 105 |
| 〈표 IV-2- 1〉 온라인 육아정보 활용을 위한 일평균 이용 시간 .....       | 107 |
| 〈표 IV-2- 2〉 온라인정보 주 이용 시간대 .....                  | 108 |
| 〈표 IV-2- 3〉 육아정보를 처음 검색하는 온라인 사이트-이용자 특성별 비교 ..   | 109 |
| 〈표 IV-2- 4〉 이용 단계에 따른 온라인사이트의 활용 .....            | 110 |
| 〈표 IV-2- 5〉 1단계 사이트별 2단계 사이트의 선정 .....            | 111 |
| 〈표 IV-2- 6〉 육아정보 검색에 활용하는 온라인 동호회 수 .....         | 112 |
| 〈표 IV-2- 7〉 온라인 동호회 선택 기준 .....                   | 113 |
| 〈표 IV-2- 8〉 온라인 동호회의 주 활용용도 .....                 | 114 |
| 〈표 IV-2- 9〉 온라인 동호회 이용 시 불만 사항 .....              | 115 |
| 〈표 IV-3- 1〉 육아정보 이용에 대한 주관적 평가 .....              | 116 |
| 〈표 V-1- 1〉 공공 육아정보 제공 서비스 이용 경험 및 인지 여부 .....     | 119 |

|  |     |
|--|-----|
| 〈표 V-1- 2〉 공공 육아정보 제공서비스의 이용 경험 정도-응답자 특성별 비교 ..   | 120 |
| 〈표 V-2- 1〉 공공 육아정보 분야별 이용 경로 .....                 | 121 |
| 〈표 V-2- 2〉 공공 육아정보 분야별 세부 이용 경로 비교 .....           | 122 |
| 〈표 V-2- 3〉 공공 의료정보 서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교 ..     | 123 |
| 〈표 V-2- 4〉 공공 보육·교육 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교 ..  | 124 |
| 〈표 V-2- 5〉 공공 자료·놀이실 정보서비스 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교 ..  | 125 |
| 〈표 V-2- 6〉 공공 부모교육 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교 ..   | 126 |
| 〈표 V-2- 7〉 공공 참여프로그램 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교 .. | 127 |
| 〈표 V-2- 8〉 공공 행사·공연 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교 ..  | 128 |
| 〈표 V-2- 9〉 공공 검사·치료 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교 ..  | 129 |
| 〈표 V-2-10〉 상담 이용정보에 대한 이용자 특성별 정보 습득 경로 .....      | 129 |
| 〈표 V-3- 1〉 공공 육아정보 제공처별 만족도 .....                  | 133 |
| 〈표 V-3- 2〉 보건소·병원의 공공 육아정보 이용 만족도-응답자 특성별 비교 ..    | 135 |
| 〈표 V-3- 3〉 관공서의 공공 육아정보 이용 만족도-응답자 특성별 비교 .....    | 136 |
| 〈표 V-3- 4〉 육아종합지원센터의 공공 육아정보 이용 만족도-응답자 특성별 비교 ..  | 137 |
| 〈표 V-3- 5〉 공공 육아정보 이용 시 불만족 내용 .....               | 138 |
| 〈표 V-3- 6〉 공공 육아정보 미이용 이유 .....                    | 140 |
| 〈표 V-3- 7〉 공공사업에서 제공받고 싶은 육아정보의 내용 .....           | 142 |
| 〈표 V-3- 8〉 공공 육아지원사업의 전달 방법에 대한 선호도 .....          | 144 |
| 〈표 V-3- 9〉 공공 육아정보의 홍보 매체에 대한 선호도-1순위 .....        | 145 |
| 〈표 V-3-10〉 공공 육아정보 포털 사이트 개선 요구 .....              | 147 |

## 그림 차례

|  |     |
|--|-----|
| [그림 I-3-1] 연구 절차 .....                             | 12  |
| [그림 I-4-1] 조사 기본 설계 .....                          | 19  |
| [그림 II-2-1] 커뮤니케이션의 2단계 흐름 모델 .....                | 36  |
| [그림 II-3-1] 서울시 서대문구의 생활권계획 참여단 모집 공고 .....        | 45  |
| [그림 II-3-2] 선진적 정보서비스의 조건 .....                    | 45  |
| [그림 III-1-1] 우리동네 보육반장 사업모형도 .....                 | 54  |
| [그림 III-1-2] 보건소 내 방문 대상자 확보 과정 .....              | 59  |
| [그림 III-2-1] 마음더하기 내게 맞는 정책 .....                  | 65  |
| [그림 III-2-2] 마음더하기 육아 캠페인 .....                    | 66  |
| [그림 III-2-3] 온라인 동호회 검색 과정 .....                   | 68  |
| [그림 IV-1-1] 가장 필요한 육아 정보 - 대주제 1+2순위 .....         | 79  |
| [그림 IV-1-2] 육아정보 습득을 위한 주경로 및 보조경로 .....           | 93  |
| [그림 IV-1-3] 육아정보 습득 경로별 선택 기준-주경로 및 보조경로 .....     | 101 |
| [그림 IV-1-4] 육아정보 습득 경로별 활용빈도- 주경로 및 보조경로 .....     | 105 |
| [그림 IV-2-1] 온라인 육아정보 검색의 단계별 확장 .....              | 110 |
| [그림 V-3-1] 공공 육아정보 제공처별 만족도 .....                  | 134 |
| [그림 V-3-2] 공공 육아정보의 홍보 매체에 대한 선호도 - 1+2순위 .....    | 145 |
| [그림 V-3-3] 공공 육아정보 포털사이트 개선 요구 - 거주지역별 비교 .....    | 147 |
| [그림 VI-1-1] 육아정보 요구분석 및 활용지원 방안 도출 과정 .....        | 151 |
| [그림 VI-1-2] 자녀특성에 따른 필요 육아정보의 구분 .....             | 153 |
| [그림 VI-1-3] 거주지역별 육아정보 습득경로의 차이 .....              | 155 |
| [그림 VI-1-4] 자녀연령, 소득수준에 따른 공공사업 이용 경험 차이 .....     | 156 |
| [그림 VI-1-5] 거주지역, 소득수준에 따른 공공사업 홍보방식의 선호도 구분 ..... | 158 |
| [그림 VI-2-1] 영유아 부모의 육아정보 활용을 위한 정책지원 방향 .....      | 162 |
| [그림 VI-3-1] 지역사회 중심의 육아정보 지원 방안 구상도 .....          | 173 |

## 요 약

### 1. 서론

#### 가. 연구의 필요성과 목적

- 전 계층 보육·교육 비용지원, 양육수당 지원 등 영유아 돌봄에 대한 국가적 지원이 증대됨에 따라 육아정보에 대한 영유아 부모의 관심이 높아졌음.
- 영유아 부모 간에 발생할 수 있는 육아지원사업에 대한 정보력 차이는 공공 육아지원사업의 수혜여부를 결정짓는 요인으로 작용할 수 있음.
- 근래 부모들이 가장 많이 활용하는 온라인 육아정보에 대해 학계에서는 정보의 정확성과 신뢰성에 대해 문제를 제기해 왔음.
- 이에 본 연구는 현행 육아지원사업에 대한 영유아 부모의 이용실태조사를 통해 양육특성별 육아정보 제공 방안을 마련하여 영유아 부모의 공공 육아정보의 활용을 지원하고자 함.

#### 나. 연구 내용

- 육아정보에 대한 정의, 분류 체계, 습득 경로에 관한 선행연구를 고찰함.
- 공공 육아정보 제공 현황으로 제공매체별로 주요 육아정보 영역, 세부 콘텐츠, 운영 현황, 홍보전략 등을 조사함.
- 영유아 부모의 육아정보 이용 현황 및 요구 분석을 실시함.
  - 인구학적 특성별 필요 육아정보 및 습득 경로를 분석함.
  - 공공 육아정보에 대한 이용특성, 만족도 및 개선 요구를 조사함.
- 공공 육아정보 활용성 제고 방안을 마련함.
  - 이용자 특성별 콘텐츠 및 전달매체 선호도 분석 및 이용자 맞춤형 정보 제공 방안 제시함.

### 다. 연구 절차 및 범위

- 육아정보 제공현황 조사 및 육아정보 및 공공사업 이용 현황 조사와 부모 심층면담을 통합적으로 분석하여 영유아 부모의 육아정보 활용지원 방안을 모색함.
  - 중앙정부 및 지방자치단체의 육아지원사업에서 제공되는 공급자 중심의 육아정보 서비스와 다수의 부모들이 이용하는 수요자 중심의 육아정보 서비스로 온라인 동호회의 운영현황을 검토함.
- 육아정보의 하위분류와 이용 통로(활용 매체)를 선행연구 및 영유아 보육법, 중앙정부 및 지방자치단체의 육아지원 사업의 분류 체계에 근거하여 구분함.
  - 육아정보 콘텐츠는 공공서비스, 의료·안전, 발달, 기본생활습관, 영양, 보육·교육, 문화·참여, 기타로 구분함.
  - 영유아 부모의 육아정보 활용 매체는 관련기관, 전문 인력, 지인, 방송·광고, 간행물, 온라인 정보로 구분함.

### 라. 연구방법

- 문헌연구
- 영유아 부모의 육아정보 이용실태 설문조사(1,508명)
- 영유아 부모 대상 심층 인터뷰(6회)
- 육아지원사업 담당자 자문회의(7회)
- 전문가 자문회의(7회)

## 2. 육아정보 제공 및 공유

### 가. 공급자 중심 서비스

- 육아종합지원센터는 지역사회 내 육아지원을 위한 거점기관으로써 One-stop 육아지원 서비스 제공을 목표로 함.
  - 대인 커뮤니케이션 서비스의 특성 상 영유아 부모의 생활여건과 성향을

과약하기 용이하므로 맞춤형서비스를 제공하고 개선 요구를 수렴하기에 효과적임. 그러나 기관 설치가 대도시 지역에 편중되어 소수의 이용자가 집중적으로 활용하고 있음.

- 서울특별시에서 주관하는 우리동네 보육반장 사업은 보육코디네이터와 보육반장 등 지역사회 전문인력을 양성하여 지역사회의 물적·인적 자원을 연계하고 이를 영유아 부모가 활용할 수 있도록 지원함.
  - 면대면 정보제공과 소셜네트워크를 이용하여 쌍방향적 정보 공유와 홍보 활성화를 도모함.
- 보건소 방문간호사 관리 서비스는 보건소에 방문한 임산부, 영유아 부모 중 서비스 제공에 동의한 사람을 중심으로 전문 간호사가 보건 서비스를 포괄적으로 제공함.
  - 현재 중구 등 서울시 일부 자치구에서 지역사회의 요구에 맞게 사업을 개편하여 진행하고 있으며 향후 타 자치구로의 확대가 예상됨.
- 보건복지부와 교육부의 주관으로 운영되는 공공포털로는 마음더하기, 아가사랑, 아이사랑보육포털, e-유치원 시스템, 유치원 알리미 등이 있으며 주로 정부의 정책을 안내하고 있음.
  - 이용에 있어 시간과 공간의 제약을 받지 않으므로 영유아 부모의 이용 편리성이 높음.
  - 웹페이지 링크를 따라 다른 사업도 살펴볼 수 있는 장점이 있으나 공공포털의 웹주소에 대한 적극적인 홍보가 요구됨.

## 나. 수요자 중심 서비스

- 영유아 부모의 자발적인 필요에 의해 운영·이용되는 온라인 동호회는 활발한 상호작용이 가능하여 육아정보 제공 뿐 아니라 소모임을 통한 유대감과 정서적 지지를 부여하는 기능을 포함함.
  - 이용자의 관점에서 육아정보를 유통·재구성하기 때문에 정보 제공자와 사용자 간의 구분이 모호한 경향이 있음.
  - 스마트 기기로 접근이 용이하며 온/오프라인 공공서비스의 이용후기 등의 정보도 공유되고 있어 이용자의 이용 편리성이 가장 높음.

### 3. 육아정보 이용실태 분석

#### 가. 필요 육아정보 및 이용 경로

- 영유아 부모는 공공서비스(27.7%), 발달(25.8%), 교육(17.3%) 정보를 필요로 함.
  - 자녀의 연령, 모 취업 여부, 자녀 출생 순위에 따른 차이가 나타남
    - － 영아기에는 발달, 유아기에는 공공서비스, 취학 전 연령에서는 교육에 대한 정보를 가장 필요로 하였음.
    - － 어머니가 휴직·미취업인 경우 공공서비스 보다는 발달에 관심이 많았고, 둘째자녀를 양육할 때는 발달보다는 교육에 대한 정보에 관심이 많음.
  - 세부항목으로 어린이집 유치원 신청 및 이용, 월령별 발달, 교재·교구 등에 대한 관심이 가장 많았음.
- 육아정보를 찾는 주요경로는 퍼스널 미디어(59.0%), 지인(20.0%), 기관(16.4%)이었음.
  - 자녀 연령이 높아질수록, 부모의 연령이 높아질수록 퍼스널 미디어 보다 지인과 기관을 이용한 정보습득이 늘어났음.
  - 범용포털 및 온라인동호회 이용 등 퍼스널 미디어의 활용정도는 인구학적 특성과 무관하였으나, 기관과 지인의 경우 자녀연령, 거주지역 규모에 따라 이용도에 차이가 있었음.
- 육아정보의 분야에 따라 이용하는 매체를 구분한 결과 공통적으로 퍼스널 미디어가 가장 높게 나타났음.
  - 퍼스널 미디어 중에서는 정보 내용과 무관하게 범용포털 이용률이 가장 높았음. 지인은 대부분 친구, 가족, 이웃을 통해 정보를 얻으며 기관은 보·교육기관을 이용하는 경우가 대부분이었음.
- 복수매체 활용률은 72.7%로 높으며, 매체 선택기준으로 이용 편리성(39.0%), 정보의 질과 신뢰도(22.4%), 다양한 의견 참고의 기회(20.2%)를 중요하게 생각하였음.
  - 1차 경로의 유형과 무관하게 보조경로로써도 퍼스널미디어를 가장 많이 활용하였음.

- 영유아 부모들의 온라인 매체 활용은 1일 평균 1.2시간 이었으며 주로 오후 1시부터 6시 사이와 밤 10시부터 새벽 사이의 시간에 이용하였음.
- 온라인 사이트에서 육아정보를 검색할 때 네이버, 구글 등의 범용 포털 이용(72.8%)이 압도적이었으며, 동호회(16.5%) 이용도 있었음.
- 온라인 동호회의 주요 활용항목은 육아경험담 공유(47.0%), 육아용품 등 이벤트 정보 및 후기(29.4%), 공공기관 서비스 정보 및 이용후기(13.0%), 유사 집단의 소모임 참여(10.7%) 순으로 나타났음.
  - 온라인 동호회 이용 중 불만사항으로는 상업적 홍보 글(52.2%), 자기 중심적인 글(10.3%), 상반된 의견에 대한 가치판단(8.3%) 등으로 나타났음.

#### 나. 육아정보 이용에 대한 주관적 평가

- 영유아 부모는 자신의 육아정보 이용에 대해서 검색능력을 가장 긍정적으로 평가하였고 현재 적극적으로 찾는 편은 아니지만 검색을 통해 얻은 육아정보는 잘 활용하는 편이라고 평가하였음.
- 육아정보 이용에 대한 주관적 평가결과는 자녀연령, 거주지역, 취업모 여부, 자녀 출생순위에 따라 차이가 있었음.
  - 자녀 연령이 어리거나 첫째자녀를 양육 하는 경우 자신이 육아정보를 적극적으로 찾고 활용 한다고 한 반면, 읍면지역 거주자와 전일제 취업모는 자신의 육아정보 탐색과 활용에 대한 적극성을 낮게 평가하는 경향이 있었음.

### 4. 공공 육아지원사업 정보 이용실태 및 개선 요구

#### 가. 공공 육아정보 제공 서비스 이용실태

- 의료서비스, 보육교육 서비스 이용률은 80% 이상이나 검사·치료, 상담, 행사·공연 정보 이용률은 20%미만이었음.
- 3가지 이상의 공공 육아정보를 이용한 경우는 55.0%였으며 이용경험이 없는 경우는 3%미만으로 중복이용률이 높았음.
  - 대도시에 거주하거나 가구 소득이 높을 때 공공 정보 활용률이 높았음.

## 나. 공공 육아정보 서비스 내용별 이용 경로

- 공공서비스 이용정보에 대한 습득경로는 주로 지역사회기관이며 시군구청·주민자치센터 또는 보건소·병의원이 포괄적으로 활용되고 있었음.
  - 일부 공공서비스 이용정보는 콘텐츠와 관련되어 도서관, 지역사회 복지관, 육아종합지원센터, 보육포털을 통해 주로 전달되고 있었음.
    - 자녀연령, 거주지역 규모, 소득수준에 따라서 주 이용기관이 다르게 나타났음.

## 다. 공공 육아정보 제공처별 만족도 및 개선 요구

- 공공정보지원서비스 이용에 대한 만족도는 제공처별로 다소 상이하였음.
  - 온라인 공공포털에서 상호작용 만족도가 높았고 정보내용, 편의성, 활용성 모두 지역사회기관에서 만족도가 높았음.
  - 공공 육아정보 서비스에 대해 불만 사항이 없다(44.2%)는 의견이 가장 많았고 불만족 사유로는 이용경쟁이 치열함(13.0%), 내용 이해의 어려움(12.6%)이 있었음.
  - 공공서비스를 이용하지 않는 이유로는 불필요해서(34.0%), 시간이 없어서(20.2%), 정보를 몰라서(19.1%)등으로 나타나 공공 육아지원서비스에 대한 기대감이 없는 것으로 나타났음.
  - 공공서비스에서 제공받고 싶은 육아정보로는 교육(27.1%), 발달(18.0%), 문화·참여(17.1%)를 선택하였음.
- 공공 육아지원 사업 전달방법, 홍보방법의 선호도 및 포털사이트 등의 개선 요구를 살펴보았음.
  - 선호하는 공공서비스 정보의 전달방법은 모든 정보를 개별적으로 전달(46.6%), 이용자가 신청한 정보를 전달(36.5%), 개별적 상담 후 종합적 전달(16.9%)순으로 나타났음.
    - 대도시 거주자는 신청한 정보 위주로 받고 싶으나 읍면지역은 모든 정보를 받고자하는 특징이 있었음.
  - 선호하는 홍보 매체는 TV, 라디오(25.1%), 범용포털(23.8%), 전화문자 서비스(18.4%) 순으로 나타났음.

- 응답자 연령이 높을수록 대중매체를 선호하는 경향이 있었으며 개별 및 전화 상담은 젊은 어머니들이 선호하는 경향이 관찰되었음.
- 공공포털서비스에 대해 단일포털 서비스 구축, 메뉴축소 및 검색 절차 간소화, 간결한 정보 제공, 개인 의견 공유 공간에 대한 개선 필요성에 모두 80%이상 동의하는 것으로 나타났음.

## 5. 육아정보 활용지원 방안

### 가. 육아정보 요구 분석

- 자녀 특성에 따른 필요 육아정보의 구분
  - 영아기는 발달, 유아기는 공공서비스, 취학 전 첫째자녀의 경우 공공서비스, 취학 전 둘째자녀 이하의 경우 교육을 가장 많이 선택하였음.
- 거주지역별 육아정보 습득경로의 차이
  - 퍼스널 미디어를 주로 이용하며 그 외 부모 중 대도시, 중소도시 거주자는 지인을 읍면지역에서는 기관을 많이 이용하였음.
- 자녀연령, 소득수준에 따른 공공사업 이용경험 차이
  - 유아기에는 3가지 이상의 공공 육아정보를 경험하는 경우가 많지만(61.4%) 영아기에 가구소득이 260만원이하(최저생계비x200%)인 경우 1-2가지 정보자가 많음(52.6%).
- 거주지역, 소득수준에 따른 공공사업 홍보 방식의 선호도 구분
  - 중소도시, 읍면지역 부모는 모든 공공 육아정보를 전달 받고자 하나 대도시의 가구소득이 낮은 부모는 이용자가 신청한 정보를 더 선호하였음.

### 나. 활용 저해 요인

- 정형화된 공공서비스의 한계
  - 공공 육아지원서비스에 대한 영유아 부모의 무관심과 낮은 기대감의 원인으로 육아지원기관 설치의 지역 편중성, 육아지원 업무에 대한 유관기관 간 상호 협력 부재 및 담당자들의 이해도 부족, 이용자와 교감 없는 표준

화되고 고착화된 서비스가 지목됨.

- 쌍방향 커뮤니케이션 부재로 인한 혼란
  - 공공사업의 서비스 주체와의 접촉이 매우 제한적이므로 영유아 부모의 이해도와 예상 질문 등을 고려한 사업 홍보물의 개발과 전달 방식의 개선이 요구됨.
- 부모요구에 대응하기 어려운 공공사업의 운영체계
  - 공공 육아정보를 이용하는 부모들의 요구에 따른 사업 변화보다는 선제적인 지역사회 서비스에 대한 구상과 실현이 요구됨.

#### **다. 육아정보 활용지원 방안**

- 정책지원 방향
  - 수요자 중심의 맥락적, 유동적인 서비스 지향
  - 공공 육아정보 제공 매체의 다양화를 통한 이용자 접근성 제고
  - 지역사회 부모를 중심으로 한 공공 육아정보의 개발과 공유 지향
- 단기적 보완책
  - 자녀 특성에 따른 맞춤형 육아정보의 선별
  - 이용자 선호 매체인 퍼스널 미디어를 활용한 정보 제공
  - 지역사회 육아정보 전달체계의 개편
- 중장기 과제
  - 공공 육아지원사업의 내용 변화에 대한 알림 서비스 제공
  - 소셜미디어 분석을 활용한 수요자 요구 상시 모니터링
  - Vertical SNS를 통한 공공사업 접근성 증대
  - 지역사회 육아자원 개발과 공유를 위한 육아정보 오픈행정 플랫폼의 구현

# I. 서론

## 1. 연구의 필요성 및 목적

현대사회가 점차 핵가족·소자녀 가족의 형태로 변화하고 여성의 사회진출이 증가함에 따라 과거와 달리 가정 내에서 자녀 양육에 관한 도움을 받을 기회가 줄어들었다. 더불어 저출산에 대한 문제의식과 영유아 양육에 대한 국가적 관심이 증가하면서 점차 육아에 대한 사회·국가의 지원이 증대되었으며 육아와 관련한 양질의 정보를 얻고자 하는 영유아 부모의 욕구도 높아졌다.

현재 육아지원사업은 기본적으로 건강가정지원센터, 육아종합지원센터 등 지역 사회를 중심으로 한 육아지원서비스의 전달체계 위주로 운영되고 있다(유해미·양미선·송신영, 2012). 이로 인해 취업모와 같이 기관 이용에 제한이 있거나 기관 인프라가 부족한 비수도권 지역의 거주민에게는 정부의 육아지원사업에 대한 정보 접근성이 떨어질 우려가 있어 지속적으로 사업의 다양화와 지역센터 건립의 확대가 요구되어 왔다. 2013년부터 시작된 서울시 우리동네 보육반장사업과 2014년 보건복지부 제2차 중장기보육 기본계획에 따른 육아종합지원센터의 가정양육 지원을 위한 맞춤형 one-stop 육아서비스 계획은 기존의 전달체계 내에도 다각도의 서비스 변화를 꾀하고 있음을 시사한다(보건복지부 보도자료, 2013. 12. 31).

한편 스마트 기기의 보급으로 인터넷을 활용한 온라인 정보의 습득과 활용이 활발한 추세이므로(한국정보화진흥원, 2012), 영유아 부모들도 기관 방문을 통한 면대면방식의 정보 습득 뿐만 아니라 소셜네트워킹을 기반으로 보다 가속화된 정보 습득과 활용이 가능하게 되었다.

특히 2013년부터 시작된 전계층 무상 보육·교육 서비스 및 양육수당 제공 등 정부에서 영유아 양육에 대한 지원이 증가함에 따라 해당 부처에서 사업의 내용을 영유아 부모에게 전달하기 위해 다수의 단위사업별 웹사이트가 개설·운영 중이다(유치원 알리미, 어린이집 정보공시포털, 복지로 온라인신청 등). 뿐만 아니라 이들 사업을 종합하여 검색할 수 있는 단일 접점으로서 부처 중심의 공공 포털 사이트도 함께 운영되고 있다(아이사랑, 마음더하기 등). 이는 전자정부 실현을 목표로 하는 국정과제와도 맞물려 향후 정책 가이드성 온라인 포털 서비

스는 더욱 확산될 것으로 예상된다(송태민, 2010; 이명희, 2005).

그러나 영유아 부모들이 확대된 육아지원사업을 제대로 인지하고 있는가에 대해 살펴볼 필요가 있다. 첫째, 생소한 사업명은 영유아 부모가 이를 숙지하는데 장애요인이 될 수 있다. TV, 라디오, 신문을 통해 지원사업을 접할 수 있지만 정확한 명칭을 기억하기에는 어려움이 있다. 둘째, 여러 경로를 통해 얻은 많은 양의 정보를 선별하고 최종 목적하는 정보를 선택하기도 쉽지 않다. 영유아 부모가 범용포털을 활용하여 특정 사업의 내용을 찾았다면 본인의 언어구사력, 정보 탐색능력, 이해력, 통합능력에 따라 사업과 관계된 적절한 검색어를 선택하고 필요한 정보를 선별하게 된다. 그러나 범용포털의 검색결과 제공되는 해당 사업의 주관기관 홈페이지, 개인의 활용 경험을 담은 블로그, 사업에 대한 평가와 질문들이 모여 있는 온라인 동호회 및 지역맘 카페 등 다양한 성격을 가진 방대한 자료들로 인해 영유아 부모들이 필요한 육아정보를 찾는데 혼란이 가중될 수 있으며 부모 사이에서도 정보력 차이가 발생할 가능성이 크다.

한국정보문화진흥원의 2012 정보격차지수 및 실태조사 보고서(2012) 및 민영(2011)의 연구에 따르면 현대 우리나라의 정보격차는 컴퓨터 또는 인터넷 연결과 같은 물리적인 정보 접근성 수준이 아니라 정보의 질적 이용 능력에 따라 정의된다. 정보지식기술의 초기에는 인프라에 대한 접근 가능여부나 정보 이용 시 수용적 측면에서의 양적 격차에 따른 정보 불균형에 초점을 두었으나, 현대 사회에서는 정보 활용 측면에서의 질적 격차가 얼마나 나는지가 주요 평가 지표가 되었다. 즉 정보재(information goods)의 사회적 혜택이 연령, 성별, 교육수준, 소득수준 등 주요 요인에 따라 평등하게 분배되는가에 대한 논의가 필요한 시점이다. 따라서 영유아 부모들의 정보 격차는 스마트 기기가 확산 보급되어 접근성의 문제가 해결되었다 하더라도 실제 원하는 육아정보를 찾아 적극적으로 활용하고 있는가의 측면에서 접근해야 한다. 그리고 소셜네트워킹 서비스를 통해 정보가 유통되는 과정에서 정부의 육아지원사업의 내용이 왜곡·변질된다면 이들 영유아 부모가 활용할 수 있는 정부의 육아지원사업도 제한을 받을 수 있기 때문이다.

위와 같은 공공 육아정보와 구분하여 영유아 부모의 민간 육아정보의 활용에 대해서도 고찰이 필요하다. 근래 연구들에서 영유아 부모들이 주로 인터넷을 통해 온라인 육아정보를 이용하는 것으로 조사되었고(박영주·나종혜, 2010; 이인영, 2002; 한경자·김정수·김숙영, 2006) 온라인 동호회 및 개인 홈페이지의 육아

정부가 정확한 정보인지 그리고 믿을만하고 가치 있는 정보인지에 대해 영유아 부모가 어떻게 판단하고 선택할 것인가에 대해 문제를 제기한 바 있다. 이와 같은 비판적인 견해에도 불구하고 온라인 동호회 및 개인 홈페이지의 육아정보가 왜 영유아 부모들이 가장 선호하는 육아정보의 자료원이 되었는지 그 요인을 다각도로 분석한 연구들이 많지 않다(한경자 외, 2006; 이인영, 2002; 박영주·나종혜, 2010). 온라인 동호회를 중심으로 한 민간 자료원에서 제공하는 정보의 다양성과 신뢰성 그리고 이용자 중심의 맞춤형 서비스를 중심으로 민간 육아정보의 장점을 분석한다면 공공 육아정보의 전달력 제고를 위한 방안 마련에 도움이 될 수 있을 것으로 기대된다.

위와 같은 상황을 고려할 때 본 연구에서는 영유아 부모의 인구학적 특성과 생활여건에 따라 공공 육아지원사업의 육아정보 활용을 지원하는 방안 마련을 궁극적인 목표로 삼고자 하였다. 이를 위해 육아지원사업 관련 전달체계 및 공공포털 중심으로 영유아 부모 대상의 공공 육아정보 제공 현황을 조사하고, 영유아 부모의 온라인 육아정보 이용실태 및 요구를 조사하였다. 또한 정보 이용자의 사회 인구학적 특성과 선호도에 따라 육아정보를 군집화하여 선택적·차별적인 정보 제공 방안을 도출함으로써 해당 부처의 정보 전달의 효율성과 영유아 부모의 육아정보 이용 편의를 제고하는 방안을 모색하고자 하였다.

## 2. 연구내용

첫째, 영유아 부모가 자녀 양육을 위해 필요로 하는 지원과 정보를 중심으로 육아정보에 대한 선행연구를 고찰하였다. 정보력 격차에 대한 선행연구 고찰을 통해 가구 경제수준, 거주 지역, 개인의 의사소통 성향, 어머니의 취업 여부, 정보기기 활용 능력 등 다양한 인구사회학적 영향 요인을 탐색하였다. 더불어 공공정보에 대한 만족도 및 유용성 평가체계에 대한 선행연구 탐색을 통해 영유아 부모를 대상으로 한 정보 제공 시 주요 충족 요건을 확인하였다. 이를 통해 이용자 맞춤형 정보 제공을 위한 지원 방향 설정의 근거를 마련하고자 하였다.

둘째, 영유아 부모를 대상으로 하는 육아정보 제공을 위한 중앙정부와 지방자치단체의 지원사업 중 특히 육아지원을 위해 근래 발생한 사업을 중심으로 현황을 분석하며 영유아 부모의 육아정보에 대한 접근성을 높이기 위한 홍보방

안과 전략을 파악하였다. 공공지원사업의 발전방향 모색을 위해서 선행연구에서 영유아 부모의 높은 이용률이 지적된 바 있는 온라인 동호회의 육아정보 콘텐츠와 특화 기능을 추가적으로 조사하였다. 이를 통해 육아정보를 제공하는 다양한 매체들의 육아정보 콘텐츠와 이용자 편의를 위한 서비스 제공 현황, 정보 제공자와 이용자 간의 상호작용 수준, 홍보전략 등을 분석하였다.

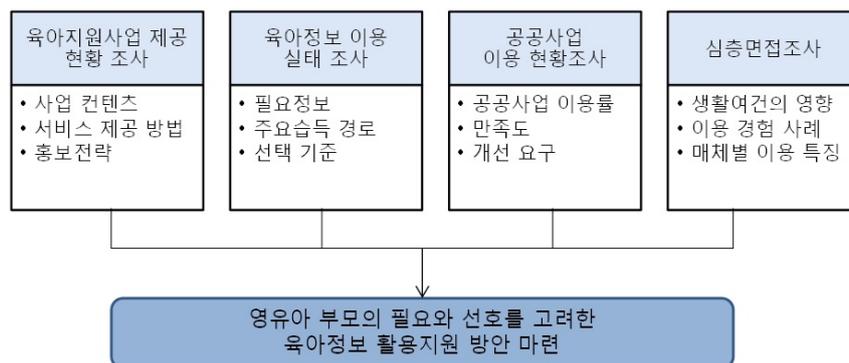
셋째, 영유아 부모가 필요로 하는 영유아 부모의 육아정보 이용실태와 개선 요구를 조사하고 분석한다. 인구학적 특성, 주요 이용 내용, 습득 경로, 선호의 근거를 주요 항목으로 살펴보고자 하였다.

넷째, 공공 육아정보 제공 서비스에 대해서는 영유아 부모의 인지도, 경험여부, 주요 이용 경로와 이용 만족도 및 요구사항을 조사한다. 이를 통해 영유아 부모의 육아정보에 대한 요구도와 선호도를 파악하고 효과적인 지원방안 모색을 위한 근거를 마련하고자 하였다.

다섯째, 영유아 부모의 육아정보 활용지원 방안을 제언하였다. 이용자 중심의 공공 육아정보 서비스 구현을 위해 개선해야 할 문제점과 고려할 사항을 제시하였다. 더불어 이에 맞는 육아정보 제공방법을 모색하여 육아정보를 제공하는 중앙정부 및 지방자치단체에서 활용할 수 있도록 구체적인 정책방안을 제안하였다.

### 3. 연구 절차 및 범위

#### 가. 연구 절차



[그림 1-3-1] 연구 절차

영유아 부모의 육아정보 이용실태와 개선 요구를 분석하고 육아정보 활용지원 방안 도출을 위한 본 연구의 절차는 [그림 I-3-1]과 같다.

## 나. 연구의 범위

본 연구에서는 영유아 부모를 위한 효과적인 육아정보 활용지원 방안을 마련하기 위해 <표 I-3-1>과 같이 연구의 범위를 설정하였다.

<표 I-3-1> 연구 범위

| 구분      | 해당       | 비해당     |
|---------|----------|---------|
| 조사대상    | 영유아 부모   | 예비 부모   |
| 정보탐색 수준 | 능동적 탐색   | 수동적 탐색  |
| 사업평가 범위 | 안내 정보 이용 | 서비스 이용  |
| 정책제언    | 공공 육아정보  | 민간 육아정보 |

첫째, 육아정보에 대해 자녀의 출생 이후부터 취학 전까지로 제한하여 살펴보고자 하였다. 대상을 제한한 이유는 예비부모와 영유아 부모의 심층면접 결과, 예비 부모가 필요한 정보는 체대혈 관리, 산부인과 및 산후조리원 선택, 영양 보조제, 출산용품 준비 등으로 임신 및 출산시기에 집중되어 있어 육아 전반에 필요한 육아정보로 정의하는데 어려움이 있었기 때문이다.

둘째, 영유아 부모를 육아정보를 능동적으로 찾는 탐색자로서 정의하고 이들의 탐색 욕구를 만족시킬 수 있는 육아정보 접근성 향상 방안에 초점을 두었다. 이에 따라 본 연구에서는 영유아 부모가 필요로 하는 육아정보를 조사하며 내용별로 주로 이용하는 매체와 그 매체를 선호하게 된 이유를 파악하고 분석하며 이차적으로는 정보력 차이도 파악하고자 하였다.

셋째, 영유아 부모를 대상으로 하는 중앙정부 및 지방자치단체의 육아지원 사업에서 해당사업을 안내하고 홍보하는 '정보재화'로서의 육아정보를 본 연구에서 중점적으로 다루고자 하였다. 이로 인해 영유아 부모를 대상으로 하는 육아지원사업의 서비스 전반에 대한 이용실태와 만족도 조사는 본 연구에서 제외하였다.

넷째, 중앙정부 및 지방자치단체에서 지원하는 공공 육아정보보다 민간 육아정보의 유통이 더욱 활성화 된 것으로 알려져 있으나 현재 상황에서 민간 정보의 적절성 검토와 규제를 논하기에 어려움이 있다. 따라서 본 연구에서는 민간 정보는 부모들이 실제 많이 이용하는 온라인 동호회에 대해서만 일부 검토하여

공공 육아정보에 대한 영유아 부모의 활용을 제고하는 지원 방안에 대한 정책 제언에 주력하였다.

## 다. 용어의 정의

### 1) 육아정보 및 하위분류

선행연구에서는 육아정보를 ‘자녀를 키우는 데 필요한 모든 정보’라고 정의하기도 하였으나 본 연구에서는 부모와 자녀 간 상호작용이 발생하는 육아 상황을 중심으로 육아정보의 범위를 국한하였다. 이러한 취지에서 본 연구의 범위에 부모를 대상으로 하는 자녀 교육방법과 육아상담을 포함하였다.

육아정보 내용에 대한 구분은 영유아 보육법 [법률 제12697호, 2014.5.28., 일부개정<sup>1)</sup>] 과 정부 및 지방자치단체의 육아지원사업의 분류체계에 근거하고 영유아 발달 단계의 순차적 구성을 고려하여 의료·안전, 발달, 기본생활습관, 영양, 보육·교육, 문화·참여, 기타의 7가지를 기준으로 우선 설정하였다. 한편 공공사업에 대한 이용현황분석을 위해 육아지원에 관한 주요 핵심사업을 공공서비스로 재분류하여 최종 8가지 기준으로 육아정보를 분류하였다. 하위내용은 정부 및 지방자치단체의 육아지원사업의 내용분류 체계와 영유아 부모의 육아정보 이용에 대한 선행연구의 분류체계를 참고하여 구분하였다.

〈표 1-3-2〉 육아정보 내용의 분류

| 구분    | 하위 내용   |
|-------|---|
| 공공서비스 | 1. 어린이집, 유치원 신청 및 이용<br>(비용지원, 카드 이용, 정보공시제, 입소대기신청, 추첨 방법 등)       |
|       | 2. 시간제 보육 서비스 신청 및 이용   |
|       | 3. 아이돌봄 서비스 신청 및 이용   |
|       | 4. 양육수당 신청 및 이용   |
|       | 5. 육아지원 기관 및 공공포털 서비스 이용<br>(육아종합지원센터, 건강가정지원센터, 보건소, 아이사랑 보육 포털 등) |
| 의료·안전 | 6. 이상 증상, 질병  |
|       | 7. 사고·응급상황 대처법(질식, 중독 포함)   |
|       | 8. 건강(구강)검진, 예방접종   |
|       | 9. 병원 선택과 (야간, 주말)이용  |
|       | 10. 약제정보, 투약방법  |

1) 보육, 건강·영양 및 안전, 지역사회로 구분

(표 I-3-2 계속)

| 구분     | 하위 내용   |
|--------|---|
| 발달     | 11. 월령별 발달(신체·언어·인지·정서·사회성 발달)<br>12. 창의성 발달<br>13. 인성 발달<br>14. 성격·기질검사<br>15. 부적응 행동(낮가림, 분리불안, 수줍음, 어린이집 적응 등) |
| 기본생활습관 | 16. 수면<br>17. 위생(양치, 목욕)<br>18. 식습관, 식사지도<br>19. 배변(기저귀 떼기 포함)  |
| 영양     | 20. 모유수유, 분유(조유)<br>21. 식단 & 조리법(간식, 이유식), 식자재 구입<br>22. 영양제, 식이보충제   |
| 교육     | 23. 교재·교구, 놀잇감, 도서(그림책)<br>24. 놀이방법<br>25. 어린이집·유치원·학원 선택<br>26. 가정교육 및 지도방법                                      |
| 문화·참여  | 27. 도서관, 기타 문화시설 이용<br>28. 체험활동, 행사, 나들이 정보   |
| 기타     | 29. 육아용품<br>30. 육아도우미<br>31. 보험, 금융상품, 세제 혜택<br>32. 중고물품 구입 및 판매  |

## 2) 이용 매체(습득 경로)

영유아 부모가 육아정보를 얻기 위해 활용하는 매체(습득 경로)에 대해서는 크게 정보제공 주체와 정보제공 통로로 구분할 수 있었다. 육아정보의 제공주체는 크게 관련기관, 전문인력, 지인으로 구분하였고 정보제공 통로로는 방송·광고, 간행물, 온라인 정보를 고려하였다. 첫째, 관련 기관에 대해서는 유해미 외(2012)의 선행연구를 근거로 공공 육아지원 사업과 직접적으로 연관된 지역사회 내 육아지원서비스 전달체계와 유관기관을 중심으로 구성하였다. 둘째, 전문인력으로는 서울시 우리동네 보육반장(2013년 시행)과 서울시 중구 가정방문 건강관리 서비스 간호사(2013년 시행)를 포함하였다. 셋째, 방송·광고 분야에는 TV, 라디오의 방송과 버스 및 지하철 등 대중교통수단의 홍보문구가 포함되었다. 넷째, 온라인정보에는 다음, 네이버와 같은 범용포털과 정부 및 지방자치단체가 운영하는 공공포털, 영유아 부모들이 자발적으로 운영하는 온라인 동호회와 개

인홈페이지로 구성하였다. 마지막으로 지인에 대해서는 매체 간에 상호 배타적인 구분을 위해 상기 하위 항목과 구분하여 동일한 보·교육 기관을 이용하는 학부모나 가족, 친인척, 이웃, 친구와의 직접적인 대화나 전화를 지인의 항목으로 분류하였다. 상기 매체들은 성격에 따라 공공자료원과 비공공자료원으로 구분할 수 있었다.

한편 이와 같은 매체들을 영유아 부모의 입장에서 실제 육아정보를 이용할 때 접하게 되는 커뮤니케이션의 유형을 기준으로 재분류하여 보면 다음과 같다. 첫째, 대인 커뮤니케이션이 발생하는 매체로 공공성을 띤 관련 기관과 전문인력을 동일한 집단으로 분류할 수 있었다. 한편 육아지원사업에서 전문인력을 활용하는 사례가 소수에 불과하여 기관 서비스에 포함시켰다. 둘째 대인 커뮤니케이션이 발생하지만 공공성이 없는 지인을 구분하였다. 셋째, 소수의 정보제공 주체가 멀리 떨어져 있는 불특정 다수의 영유아 부모에게 정보를 전달하는 라디오와 TV 같은 방송·광고와 신문, 도서 등의 간행물은 매스 커뮤니케이션의 성격을 띠고 있어 이들을 함께 매스미디어로 분류하였다. 넷째, 온라인 매체는 매스 커뮤니케이션 과정을 띠고 있지만 대인 커뮤니케이션과 같이 이용자와 제공자 간의 양방향적 참여가 이뤄지므로(한균태·홍원식·이인희, 2014) 이를 퍼스널 미디어로 구분하였다.

〈표 1-3-3〉 이용 매체의 분류

| 구분    | 하위 항목          |  |
|-------|----------------|--|
| 관련기관  | 보·교육기관         | 어린이집, 유치원, 기타 학원   |
|       | 전문지원기관         | 육아종합지원센터(구. 보육정보센터), 건강가정지원센터, 유아교육진흥원   |
|       | 기타기관           | 시군구청(다산콜센터 포함), 주민자치센터, 보건소, 병의원(소아과), 지역사회 복지관, 지역(어린이) 도서관, 민간단체(사설 상담소 등), 종교기관(교회 등) |
| 전문인력  | -              | 가정방문 건강관리 서비스 간호사, 서울시 우리동네 보육반장 <sup>1)</sup>   |
| 지인    | 친구, 가족, 이웃 등   | 친구, 가족, 친인척, 이웃, 고용된 대리양육자와의 대화 및 전화통화   |
|       | 보·교육 기관 이용 학부모 | 같은 기관을 이용하는 학부모와의 대화 및 전화통화  |
| 방송·광고 | -              | TV 및 라디오 방송, 버스 및 지하철 등 대중교통수단의 홍보문구   |
| 간행물   | -              | 신문, 잡지, 도서, 기관(사업) 보고서, 기관소개 소책자, 안내장  |

(표 I-3-3 계속)

| 구분                | 하위 항목             |  |
|-------------------|-------------------|--|
| 온라인<br>퍼스널<br>미디어 | 범용포털              | 다음, 네이버, 구글 등  |
|                   | 공공포털              | 아이사랑보육포털, 마음 더하기, 아가사랑, 유아교육지원포털 등                           |
|                   | 온라인 동호회<br>(커뮤니티) | 카페, 지역맘 동호회, 클럽(네이버 밴드 포함)                                   |
|                   | 개인홈페이지            | 블로그, 미니홈피(티스토리, 싸이월드, 카카오스토리 등), 마이크로 블로그(트위터, 페이스북, 카카오톡 등) |
|                   | 사 기업체<br>사이트      | 제약회사, 출판사, 교재교구회사 등 사 기업체의 포털 및 홈페이지                         |

주: 1) 서울시 보육반장은 서울시 거주자 또는 거주 경험자 대상만 해당함.

### 3) 공공 육아지원사업

중앙정부와 지방자치단체, 육아지원전문기관에서 영유아 부모를 대상으로 제공하는 우리나라의 육아지원사업은 크게 세 가지 주제로 분류할 수 있었다. 첫째, 출산장려를 위한 예비 부모와 임산부에 대한 지원으로써 모성 및 영유아의 건강관리와 다자녀 가정 지원이 포함되었다. 둘째, 영유아를 키우는데 필요한 비용 지원으로 양육수당, 보육료, 유아학비 지원이 대표적이다. 셋째, 영유아 부모의 일 가정 양립을 위한 지원정책으로 산전·후 휴가와 배우자 출산 간호휴가 육아휴직제도 등이 포함되었다(이옥·공인숙, 2009; 백은주·한선아·강민정, 2011, 재인용).

본 연구에서는 상기 육아지원사업을 안내하고 홍보하는 정보재화로서 육아정보를 다루고자 하여, 전체 육아지원사업 중 영유아 부모에게 사업을 활용할 수 있도록 육아정보를 전달하는 일부의 사업을 육아지원사업으로 재정의하였다.

## 4. 연구방법

### 가. 문헌연구

국가 육아지원사업 및 육아정보와 정보 전달매체에 대한 선행연구 분석을 통해 주요 육아정보의 정의와 분류기준, 전달매체의 유형, 육아지원 공공서비스의

필수적인 충족 요건 등을 정리하여 본 연구의 근거자료를 마련하였다. 또한 육아정보 제공에 대한 우수 사례를 조사하여 효과적인 정보 전달 방안을 모색하는 데 방향성과 범위를 결정하였다.

## 나. 조사연구

### 1) 육아지원사업의 육아정보 제공 현황 조사

보건복지부, 교육부, 여성가족부 등과 관련된 육아지원기관인 육아종합지원센터, 시청, 보건소 등의 사업과 정책 가이드성 공공포털 중 최근 영유아 부모에 대한 서비스가 확대되었거나 다량의 육아정보를 제공하는 공공포털을 중심으로 육아지원사업의 범위와 내용, 영유아 부모를 위한 육아정보 제공계획 및 홍보전략에 대해 조사하였다. 또한 영유아 부모가 주요 정보원으로 활용하는 온라인 동호회에 대해서는 이용자 수가 많은 범용포털 사이트 10곳을 대상으로 육아정보 제공현황을 조사 검토하여 육아정보의 필수 충족 요건과 제공 서비스의 운영 방안에 대한 시사점을 도출하였다.

### 2) 설문조사

#### 가) 조사대상 선정 및 조사방법

제주를 제외한 전국에서 만 0세~5세 영유아기 자녀를 둔 부모 1,500명을 목표로 설문조사를 계획하였다. 영유아 부모 모집단과 이들의 주소를 파악할 수 있는 자료가 부재하여 영유아의 건강검진과 예방접종을 위해 영유아 부모들이 필수적으로 이용하게 되는 병의원과 보건소를 중심으로 연구대상자를 접촉하고자 하였다. 이를 위해 우선 보건복지부 공공보건포털의 등록 명부와 건강보험심사평가원 진료실적 기준 청구자료의 등록 명부를 활용하여 전국 병의원과 보건소 목록을 확보하였다. 이들의 소재지를 확인하여 6개 권역과 지역규모를 구분하여 지역별 표본배분 결과에 따라 병의원과 보건소 표본을 선정하였다.

최종 75여개의 소아과와 보건소의 출구에서 2014. 6. 16일 부터 약 30여 일 동안 한 기관 당 평균 20명씩의 영유아 부모를 섭외하여 1:1 대인 면접조사를 진행하였다. 영유아가 있는 가구당 1번 조사를 실시하였고 자녀가 여러 명인 경우, 취학 아동을 제외하고 첫째 영유아를 기준으로 응답하도록 하였다.

|                  |   |
|------------------|---|
| 모집단              | ■ 만 0세 ~ 만 5세 자녀를 두고 있는 부모                        |
| 조사지역             | ■ 전국(제주 제외)                                       |
| 표본 크기            | ■ 총 1,500명  |
| 자료수집 방법          | ■ 1:1 대인 면접조사                                     |
| 조사대상자 선정 시 고려 사항 | ■ 영유아 연령(문1), 영유아 성별(문3) 권역, 지역규모, 어머니 취업 여부(DQ7) |

[그림 1-4-1] 조사 기본 설계

나) 표본 배분

영유아의 발달 단계별로 필요한 육아정보의 이용실태가 차이 날 것으로 예상되며 가구 여건 및 거주지역에 따라 활용할 수 있는 육아정보 지원사업이 다르므로 본 연구결과를 일반화하기 위해 연구 대상 선정 시 자녀의 연령(0, 1, 2, 3, 4, 5세)과 성별, 지역규모(대도시, 중소도시, 읍면지역), 지역권(서울, 경인(강원), 충청, 전라, 경상), 취업모 비율(약 35%), 소득수준 등의 할당표집요인을 고려하여 조사를 진행하였다. 표본 배분의 근거는 안전행정부 주민등록인구통계 영유아 인구수, 2012 전국보육실태조사-가구조사보고의 보·교육 서비스 이용 부모의 맞벌이 비율(p138)을 참고하였으며, 지역규모에서 읍면의 경우 20표본을 우선할당 후 할당표집 요인에 따라 층화하여 비례배분 하였다.

<표 1-4-1> 권역·성·연령별 표본배분 결과

| 지역 | 0세  |     | 1세  |     | 2세  |     | 3세  |     | 4세  |     | 5세  |     | 합계    |
|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
|    | 남   | 여   | 남   | 여   | 남   | 여   | 남   | 여   | 남   | 여   | 남   | 여   |       |
| 서울 | 22  | 20  | 24  | 23  | 23  | 22  | 23  | 22  | 22  | 20  | 22  | 21  | 264   |
| 경인 | 40  | 38  | 47  | 44  | 48  | 44  | 49  | 46  | 44  | 43  | 47  | 43  | 533   |
| 충청 | 13  | 12  | 15  | 15  | 15  | 15  | 15  | 15  | 15  | 12  | 15  | 12  | 169   |
| 전라 | 12  | 11  | 14  | 14  | 14  | 14  | 14  | 14  | 14  | 14  | 14  | 14  | 163   |
| 경상 | 29  | 28  | 33  | 31  | 33  | 31  | 34  | 31  | 31  | 29  | 31  | 30  | 371   |
| 계  | 116 | 109 | 133 | 127 | 133 | 126 | 135 | 128 | 126 | 118 | 129 | 120 | 1,500 |
| 합계 | 225 |     | 260 |     | 259 |     | 263 |     | 244 |     | 249 |     | 1,500 |

주: 서울 지역은 수도권 내 포함 시 인구가 지나치게 편중되어 별도 분리함.

강원 지역의 경우 인구수가 작아 별도 권역 분리 시 분석이 어려우므로 경인권으로 포함함.

〈표 1-4-2〉 지역규모·성·연령별 표본배분 결과

| 지역   | 0세  |     | 1세  |     | 2세  |     | 3세  |     | 4세  |     | 5세  |     | 합계    |
|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
|      | 남   | 여   | 남   | 여   | 남   | 여   | 남   | 여   | 남   | 여   | 남   | 여   |       |
| 대도시  | 51  | 48  | 57  | 55  | 57  | 53  | 57  | 54  | 53  | 50  | 54  | 51  | 640   |
| 중소도시 | 57  | 53  | 66  | 63  | 66  | 63  | 68  | 64  | 64  | 60  | 65  | 61  | 750   |
| 읍면   | 8   | 8   | 10  | 9   | 10  | 10  | 10  | 10  | 9   | 8   | 10  | 8   | 110   |
| 계    | 116 | 109 | 133 | 127 | 133 | 126 | 135 | 128 | 126 | 118 | 129 | 120 | 1,500 |
| 합계   | 225 |     | 260 |     | 259 |     | 263 |     | 244 |     | 249 |     | 1,500 |

#### 다) 조사 대상자 특성

영유아 부모의 육아정보 이용실태 파악을 위한 설문조사에 응한 응답자의 정보는 다음과 같다. 영유아 자녀를 둔 부모 총 1,508명이 참여하였고 자녀 연령으로 구분하여 영아 752명, 유아 756명이었으며 0세에서 만 5세 각 연령별 비율은 유사하였다. 첫째 자녀가 영유아인 경우는 63.8%, 둘째 이하 자녀가 영유아인 경우는 36.2% 이었다.

지역은 영유아 인구분포를 고려하여 조사대상자를 할당한 대로 경인(강원) 지역에 거주하는 경우가 35.4%로 가장 많았고 경상, 서울, 충청, 전라 순서로 나타났다. 거주지의 지역규모는 중소도시 49.8%, 대도시 42.9%, 읍면지역 7.3% 순으로 나타났다.

응답자의 연령과 학력을 살펴보면 연령은 35~39세가 39.3%, 30~34세가 38.4%로 비슷하였고, 40세 이상이 13.2%, 30세 미만이 9.2% 순으로 나타났다. 학력은 전문대학을 포함한 대학 재학·졸업이 68.6%로 가장 높았고 고등학교 졸업이 24.2%, 대학원 이상 재학·졸업이 6.3%, 중졸이하가 0.8% 순서로 나타났다.

가계 월평균 소득은 보건복지부 기초생활보장 수급자 선정기준과 통계청의 가계 동향조사 소득 10분위별 가구당 가계수지를 기준으로 하여 구분하였다. 261~350만원 이하가 37.7%로 가장 많았고, 351~450만원 이하가 27.5%, 260만원 이하가 19.5%, 451만원 이상이 15.3% 순이었다. 주양육자는 97.4%가 어머니였으며, 조부모 1.5%, 아버지 1.2%도 일부 포함되었다. 어머니의 취업유형은 휴직중이거나 미취업인 경우가 63.3%로 가장 높았고, 전일제 취업모는 24.3%, 시간제·프리랜서·학업중인 경우가 12.4%로 분포하였다. 가족 구성원은 부모와 자녀만 사는 경우가 98.2%로 대부분을 차지하였고, 조부모, 친인척, 그 외 구성원과 함께 사는 경우는 총 7.6%였다.

한편 육아정보에 대해 영유아 부모들의 인식과 이용실태는 부모 자신의 배경 지식과도 관련이 있을 수 있어 관련 업계 종사 여부와 관련 분야 전공자 여부를 조사하였다.

전체 대상자 중 부모가 육아정보와 관련된 유아교육, 아동학, 보육학을 대학에서 전공한 경우는 총 6.3%였고 어린이집, 유치원, 영유아교재교구 사업, 영유아 관련 업계 종사자들은 총 5.9%로 나타났다. 따라서 본 조사 결과에서 나타난 육아정보에 대한 이용실태와 관련 공공 육아지원사업에 대한 인식 및 개선 요구 등의 자료를 전체 인구로 일반화하기에 어려움이 없을 것으로 판단하였다.

〈표 1-4-3〉 응답자 특성

|          |              | 단위:%(명)              |              |
|----------|--------------|----------------------|--------------|
| 구분       | 계(수)         | 구분                   | 계(수)         |
| 전체       | 100.0(1,508) | 전체                   | 100.0(1,508) |
| 자녀연령     |              | 월 가구소득 <sup>1)</sup> |              |
| 0세       | 15.1( 227)   | 260만원 이하             | 19.5( 294)   |
| 만1세      | 17.5( 264)   | 261~350만원 이하         | 37.7( 569)   |
| 만2세      | 17.3( 261)   | 351~450만원 이하         | 27.5( 415)   |
| 만3세      | 17.4( 263)   | 451만원 이상             | 15.3( 230)   |
| 만4세      | 16.2( 244)   | 응답자 연령               |              |
| 만5세      | 16.5( 249)   | 30세 미만               | 9.2( 138)    |
| 자녀연령     |              | 30~34세               | 38.4( 579)   |
| 영영아      | 15.1( 227)   | 35~39세               | 39.3( 592)   |
| 영아       | 34.8( 525)   | 40세 이상               | 13.2( 199)   |
| 유아       | 33.6( 507)   | 응답자 최종 학력            |              |
| 취학 전     | 16.5( 249)   | 중졸 이하                | 0.8( 12)     |
| 자녀첫째 여부  |              | 고졸                   | 24.2( 365)   |
| 첫째       | 63.8( 962)   | (전문)대학 재/졸           | 68.6(1,035)  |
| 둘째 이하    | 36.2( 546)   | 대학원 이상 재/졸           | 6.3( 95)     |
| 거주지 지역규모 |              | 모름/무응답               | 0.1( 1)      |
| 대도시      | 42.9( 647)   | 모 취업 여부              |              |
| 중소 도시    | 49.8( 751)   | 전일제 취업모              | 24.3( 366)   |
| 읍/면      | 7.3( 110)    | 시간제/프리랜서/학업          | 12.4( 187)   |
| 지역       |              | 휴직 중/미취업             | 63.3( 955)   |
| 서울       | 17.9( 270)   | 자녀 외 가족 구성원          |              |
| 경인/강원    | 35.4( 534)   | 부모                   | 98.2(1,480)  |
| 충청       | 11.3( 170)   | 조부모                  | 4.6( 70)     |
| 전라       | 10.8( 163)   | 친인척                  | 2.3( 34)     |
| 경상       | 24.6( 371)   | 그 외                  | 0.7( 11)     |

주: 1) 월 가구소득의 분류는 통계청 가계동향조사(2012)의 소득 10분위별 가구당 가계수지를 활용하여 아래와 같이 상·하 30% 및 50%의 기준금액을 적용하였음.

260만원 이하: 차상위 계층 포함~소득 3분위 이하, 261~350만원 이하: 소득 3분위 초과~소득 5분위 이하, 351만원 450만원 이하: 소득 5분위 초과~소득 7분위 이하, 451만원 이상: 소득 7분위 초과

## 라) 조사내용

설문조사의 내용은 다음 <표 1-4-4>과 같이 영유아의 특성, 육아정보 탐색 성향, 육아정보의 이용현황, 공공 육아정보 제공에 대한 만족도 및 개선 요구, 응답자 특성 등 5가지 영역으로 구분하고 육아정보 검색 및 이용 현황과 공공 육아지원사업의 이용경험에 따른 만족도와 개선사항에 대해 구체적으로 알아보고자 하였다. 설문지 개발 후, 설문 내용의 타당성 검증을 위해 관련 학계의 교수, 보·교육 기관장, 관련부처 담당자의 검토의견과 영·유아 부모의 예비조사 결과를 반영 하였다.

〈표 1-4-4〉 설문조사 영역

| 구분                       | 문항번호                     | 조사 내용                          |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------------|
| I.<br>영유아<br>특성          | 문항 1                     | 응답 대상 자녀 연령                    |
|                          | 문항 2                     | 응답 대상 자녀의 출생 순위                |
|                          | 문항 3                     | 응답 대상 자녀 성별                    |
|                          | 문항 4                     | 아동과의 관계                        |
|                          | 문항 5                     | 주 양육자 확인                       |
| II.<br>육아정보<br>탐색<br>성향  | 문항 6                     | 육아정보 습득 용이성                    |
|                          | 문항 7                     | 육아정보 탐색의 적극성                   |
|                          | 문항 8                     | 육아정보 활용의 적극성                   |
|                          | 문항 9                     | 온라인 정보 검색 가능 여부                |
|                          | 문항 9-1                   | 인터넷 이용의 용이성                    |
|                          | 문항 9-2                   | 온라인 정보 검색 시 주로 사용하는 단말기 종류     |
|                          | 문항 9-3                   | 인터넷 활용 정도                      |
| III.<br>육아정보<br>이용<br>현황 | 문항 10                    | 가장 필요한 육아 정보                   |
|                          | 문항 11                    | 육아정보 획득 주요 경로                  |
|                          | 문항 11-1                  | 육아정보 획득 최종 주경로                 |
|                          | 문항 11-2                  | 최종 주경로 선택 이유                   |
|                          | 문항 11-3                  | 최종 주경로 활용 정도                   |
|                          | 문항 12                    | 최종 주경로 외 활용 경로 유무              |
|                          | 문항 13                    | 육아정보 획득 보조 경로                  |
|                          | 문항 13-1                  | 보조 경로 선택 이유                    |
|                          | 문항 13-2                  | 보조 경로 활용 정도                    |
|                          | 문항 14-1                  | 온라인 매체 활용 육아 정보 획득 시 일평균 이용 시간 |
|                          | 문항 14-2                  | 온라인 매체 주요 이용 시간대               |
|                          | 문항 14-3                  | 온라인 검색 시 가장 처음 접근하는 사이트        |
|                          | 문항 14-4                  | 단계별 주이용 사이트                    |
|                          | 문항 15-1                  | 온라인 동호회 방문 개 수                 |
| 문항 15-2                  | 온라인 동호회 선택 시 중요 고려 사항    |                                |
| 문항 15-3                  | 온라인 동호회에서 가장 많이 활용하는 항목  |                                |
| 문항 15-4                  | 온라인 동호회 이용 시 가장 불만족스러운 점 |                                |

(표 I-44 계속)

| 구분   | 문항번호      | 조사 내용                              |
|--|-----------|------------------------------------|
| IV. 공공<br>육아정보<br>에 대한<br>만족도<br>및<br>개선요구 | 문항 16     | 정부 및 지방자치단체 제공 육아정보 이용 경험 및 인지 여부  |
|  | 문항 16-1   | 해당 육아정보 획득 경로                      |
|  | 문항 16-2   | 이용 공공 육아정보 서비스에 대한 만족도             |
|  | 문항 17     | 정부와 지방자치단체 육아지원사업 이용 시 불만족스러운 점    |
|  | 문항 18     | 공공 육아정보 서비스를 알면서도 이용하지 않은 이유       |
|  | 문항 19     | 가장 선호하는 육아지원사업 홍보 방식               |
|  | 문항 20     | 가장 선호하는 육아지원사업 홍보 형태               |
|  | 문항 21     | 육아지원사업 관련 공공 포털서비스 개선 필요 정도        |
|  | 문항 22     | 육아지원 관련 공공사업에서 가장 제공 받고 싶은 육아정보 내용 |
| V.<br>응답자<br>특성                            | DQ1       | 응답자 연령                             |
|  | DQ2       | 응답자 성별                             |
|  | DQ3       | 자녀 외 가구 구성원                        |
|  | DQ4       | 최종 학력                              |
|  | DQ5       | 대학(원) 전공                           |
|  | DQ6       | 직업 특성                              |
|  | DQ7       | (자녀의) 어머니 취업 여부                    |
|  | DQ7-1     | (자녀의) 어머니 취업 상태                    |
|  | DQ8       | 가계 월평균 소득                          |
| DQ9  | 커뮤니케이션 성향 |                                    |

또한 일대일 면접조사의 장점을 살려 조사원 교육을 통해 영유아 부모의 이해를 돕고자 하였다. 우선 조사 시작 전에 “아이 키우는데 가장 궁금하고 어려운 점은 무엇인지, 누구에게 가장 많은 도움을 받는 지에 대해 여쭙보고자 합니다.” 라고 조사의 전반을 설명하고 영유아 부모의 경험을 기반으로 육아정보의 의미에 대해 생각할 수 있는 기회를 제공하였다. 둘째 육아정보 내용과 활용매체에 대한 조사 과정에서 조사원이 영유아 부모의 주관식 응답을 바탕으로 별도로 휴대하는 보기카드를 참조하여 관련 보기를 추천하고 이를 영유아 부모가 최종 선택 하도록 하였다. 이는 육아정보의 내용과 활용매체에 대한 보기가 다소 많고 일반인에게 난해한 용어들이 있어 영유아 부모의 이해를 돕기 위함이다. 더불어 설문조사지의 육아정보의 내용과 활용매체에 대한 항목 분류(예. 공공 서비스)와 배치를 일부 조정하여 영유아 부모의 응답 편의를 돕고자 하였다.

마) 분석방법

설문조사 결과를 통해 영유아 부모의 인구학적 특성과 생활여건에 따른 육아정보 이용실태 및 공공 육아지원사업 이용 현황의 특성을 종합적으로 도출하기

위해 다음과 같은 분석 방법을 활용하였다. 첫째, 정보 격차의 주요원인으로 작용할 수 있는 응답자의 연령, 가구소득 수준, 취업모 여부, 지역 간 육아지원기관의 인프라 격차를 고려한 거주지역, 자녀의 발달시기에 따른 필요 육아정보의 차이 등을 고려하였다. 둘째, 이와 같은 육아환경 요인에 따른 필요 육아정보의 내용, 주로 활용하는 매체, 매체 선택의 기준, 공공서비스 이용 여부, 주로 이용한 공공서비스 제공기관, 공공사업 홍보에 관한 선호 매체 등을 빈도분석(카이검정)하거나 평균비교분석(t검정, 분산분석) 하였다. 셋째, 영유아 부모의 요구에 맞춤형 육아정보를 제공하기 위해서 인구학적 특성이 반영된 육아환경에 따른 영유아 부모의 육아정보 이용특성을 분류하는 분석방법을 시도하였다. 본 연구에서는 분류분석의 방법으로 의사결정나무분석을 실시하였다.

의사결정나무분석이란 카이검정 등 특정 통계량을 기준으로 유의성이 최대가 되는 설명변인의 범주 간 병합을 반복적인 탐색을 통해 찾아내는 방법이다. 분류의 과정이 나무 가지치기 구조로 도식화 되므로 독자가 주요 영향변인과 이에 따른 연구대상의 주요 특성별 분류 과정을 이해하는 데 용이한 장점이 있다. 이견직(2008), 김명섭·채경일·한창희(2003)의 연구에서도 공공포털 등 공공서비스 이용자들의 만족도, 선호도를 결정짓는 주요 영향요인을 파악하고 이에 따른 이용자의 특성을 분류하는 데 활용한 바 있다. 의사결정나무 분석의 세부 알고리즘으로 SPSS Modeler 13의 C5.0을 활용하였다. C5.0은 목표변수가 범주형일 경우 카이검정을 통해 반응변인과 설명변인 간의 관계에 대해 유의성을 찾아내고 이를 근거로 “분리와 병합을 반복하면서 다시분리를 수행하는 알고리즘”이다(장남식·홍성완·장재호, 2000).

### 3) 심층면접조사

영유아 부모의 육아정보에 대한 이용현황과 공공 육아지원 사업에 대한 요구를 심층적으로 살펴보기 위해 육아정보를 적극 활용하거나 국가 육아지원정책에 대한 인지도가 높은 사례를 중심으로 심층면접조사 하고자 하였다. 응답자의 연령, 자녀 연령, 거주 지역 규모와 위치 등 인구학적 특성을 중심으로 6개 집단으로 구분하여 총 22인 내외의 영유아 부모를 대상으로 진행하였다. 인터뷰 내용을 토대로 영유아 부모의 육아정보 이용 제고를 위한 개선 요구를 심층적으로 분석하였다. 영유아 발달 시기별 필요 육아정보를 파악하기 위해 심층면접 대상에서는 임신부, 영아 부모, 유아 부모를 모두 포함하도록 하였다.

〈표 1-4-5〉 부모 심층면접 참석자의 일반적 배경

| 구분  | 고유번호  | 연령     | 자녀나이       | 거주지역          | 비고           |
|-----|-------|--------|------------|---------------|--------------|
| 제1차 | 어머니 A | 30대 중반 | 예비부모       | 대도시(경기)       | 지역사회<br>지인관계 |
|     | 어머니 B | 30대 후반 | 예비부모       |               |              |
|     | 어머니 C | 40대 초반 | 만 4,8세     |               |              |
|     | 어머니 D | 30대 중반 | 만 1,3세     |               |              |
| 제2차 | 어머니 E | 30대 중반 | 만 1,2세     | 중소<br>신도시(세종) | 어린이집<br>학부모  |
|     | 어머니 F | 30대 후반 | 만 1,3세     |               |              |
|     | 아버지 G | 30대 초반 | 만 1,3세     |               |              |
| 제3차 | 어머니 H | 20대 후반 | 만 0(6)세    | 대도시(서울)       | 온라인          |
|     | 어머니 I | 30대 초반 | 만 2,3세     | 대도시(서울)       | 동호회를         |
|     | 어머니 J | 40대 후반 | 만 3,11,15세 | 중소도시(경기)      | 통해 만남        |
|     | 어머니 K | 30대 중반 | 만 5세       | 대도시(서울)       | 지인관계         |
| 제4차 | 어머니 L | 30대 초반 | 만 0(11)세   | 대도시(서울)       | 온라인          |
|     | 어머니 M | 30대 초반 | 만 0(3)세    | 대도시(서울)       | 동호회          |
|     | 어머니 N | 20대 후반 | 만 0(6)세    | 중소도시(김포)      | 이용자          |
| 제5차 | 어머니 O | 30대 중반 | 만 3세       | 읍면지역(충청)      | 읍면지역<br>거주자  |
|     | 어머니 P | 30대 중반 | 만 2세       | 읍면지역(전라)      |              |
|     | 어머니 Q | 30대 후반 | 만 3세       | 읍면지역(전라)      |              |
|     | 어머니 R | 30대 초반 | 만 1세       | 읍면지역(경상)      |              |
|     | 어머니 S | 30대 중반 | 만 3세       | 읍면지역(강원)      |              |
| 제6차 | 어머니 T | 30대 중반 | 만 3세       | 대도시(경기)       | 공공서비스        |
|     | 어머니 U | 30대 초반 | 만 3세       | 대도시(경기)       | 이용자          |

#### 다. 전문가 자문회의 및 협의회

국가 육아지원서비스 및 관련 공공포털에 대한 정보 수집과 관계자의 의견과 개선 요구를 수렴하기 위하여 정부부처 공무원, 관련 단체, 포털사업의 기획·운영자와 수시로 협의회를 실시한다. 육아정보 관련 공공포털 운영 및 콘텐츠 개선방안에 대한 연구방향과 범위 설정을 위해서는 학계 전문가 5~10인과 현장 전문가를 대상으로 자문회의를 개최하였다.

〈표 1-4-6〉 전문가 자문회의 및 협의회 진행

| 구분  | 일시    | 참석자            | 내용                                      |
|-----|-------|----------------|---|
| 제1차 | 2. 13 | 경영정보학 분야 교수    | 맞춤서비스를 위한 콘텐츠 관리시스템<br>활용 방안 논의         |
| 제2차 | 2. 27 | 의료정보 경영학 분야 교수 | 공공포털의 정보제공 만족도 평가 및<br>개선방향에 관한 연구동향 논의 |

(표 I-4-6 계속)

| 구분   | 일시    | 참석자                           | 내용                                   |
|------|-------|-------------------------------|--------------------------------------|
| 제3차  | 4. 7  | 서울시 우리동네 보육반장 사업 담당자          | 우리동네 보육반장 사업 내용 조사                   |
| 제4차  | 4. 11 | 시·도 육아종합지원 센터장 17인            | 육아종합지원센터 사업 논의                       |
| 제5차  | 4. 17 | 보건복지부 보육정책과 공공포털사업 담당자        | 아이사랑보육포털 현황 및 이용자 만족도 개선을 위한 계획 조사   |
| 제6차  | 5. 15 | 유아교육학, 아동학 분야 교수, 보·교육 기관 원장  | 육아정보의 콘텐츠 분류 체계 및 설문조사 내용 검토         |
| 제7차  | 5. 27 | 보건복지부 보육정책과 공공포털사업 담당자        | 설문조사 범위, 내용 및 조사문항 검토                |
| 제8차  | 6. 2  | 언론정보학 분야 교수                   | 육아정보 전달매체의 정의와 분류체계 논의 및 설문 조사 내용 검토 |
| 제9차  | 7. 4  | 중구 가정방문 건강관리 사업 담당자           | 가정방문 건강관리 사업 내용 조사                   |
| 제10차 | 7. 11 | 서울시 임산부, 영유아 가정방문 건강관리 사업 담당자 | 임산부, 영유아 가정방문 건강관리 사업 내용 조사          |
| 제11차 | 8. 20 | 4지역 육아종합지원 센터장 및 전문요원         | 육아종합지원센터 육아정보 제공 사업 논의               |
| 제12차 | 9. 22 | 언론정보학, 아동학 분야 교수              | 조사결과 논의                              |
| 제13차 | 9. 26 | 정보통신분야 국책연구소 연구위원             | 육아지원사업의 오픈행정플랫폼 도입 방안 논의             |
| 제14차 | 9. 30 | 보건사회분야 국책연구소 연구위원             | 소셜미디어를 활용한 육아정책 만족도 및 요구분석 방안 논의     |

## II. 연구의 배경

본 장에서는 육아정보에 대한 선행연구에서의 정의와 포괄범위를 살펴보고 영유아 부모에게 육아정보를 전달할 수 있는 매체의 유형과 이에 대한 영유아 부모의 선호와 선택에 관계된 요인들을 정리하고자 하였다. 또한 영유아 부모의 육아정보 이용실태에 대한 선행연구의 결과와 관련 공공서비스가 갖춰야할 요건들을 정리하여 시사점을 도출하고자 하였다.

### 1. 육아정보의 정의와 내용

#### 가. 육아정보의 범위와 분류

영유아 부모의 육아에 관련된 선행연구들은 '육아정보(양육정보)', '양육지식', '양육지원'의 범주로 크게 구분되었다.

우선 육아정보에 대해 선행연구에서는 '어린이를 기르는데 필요한 것을 수집하고 정리한 지식이나 자료', '부모들에게 제공하고 있는 자녀 양육에 관한 정보', '자녀 양육을 위한 정보' 등으로 정의하였다. 총 5건의 논문 중 4건이 인터넷에서 제공되는 육아정보로 연구의 범위를 설정한 것이 특징이다. 3건의 연구에서는 육아전문 또는 육아 관련 사이트를 중심으로 하였고 1건의 연구에서는 아기전문 용품, 서적 전문 사이트들을 살펴보기 위해 쇼핑몰과 어머니들 사이의 정보교환을 탐색하기 위해 주부와 여성전문 사이트를 포함하기도 하였다(표 II-1-1 참조).

양육지식과 양육지원에 대해서는 인터넷으로 매체를 제한하지 않고 지역사회 전반에 대한 욕구와 사례를 중심으로 살펴본 연구들이 있었다. 이주연·이석호(2010)의 연구에서는 신체 발달, 사회정서 발달, 인지언어 발달, 영유아 용품 및 보육시설, 훈육 및 부모자녀 관계를 주제로 하여 영아기 자녀를 둔 어머니가 필요로 하는 양육정보와 양육지식에 대한 요구도 및 만족도에 대해 연구한 바 있었다. 정미라·김경숙·이방실(2013)의 연구에서는 영유아 부모가 이용하는 양육지원 제공처, 양육지원 내용, 양육지원 요구를 살펴보았다. 신운정(2008)에서는

영유아 부모들이 지역사회에 기대하는 지원으로 출산·양육 관련 정보에 대해 임신·출산 관련 서비스, 영유아 보육, 가족생활관련 상담 및 보육을 주요 항목으로 선정하기도 하였다.

〈표 II-1-1〉 인터넷 육아정보에 대한 선행연구

| 조사대상                          | 육아정보의 범위   | 목적            |
|-------------------------------|--|---------------|
| 육아관련 웹사이트 <sup>1)</sup>       | 식이와 영양, 아기 돌보는 방법, 성장과 발달, 건강유지 증진, 부모간의 지지                                | 영아 어머니의 요구 분석 |
| 인터넷 육아전문사이트 <sup>2)</sup>     | 식이·영양, 아기돌보기, 성장·발달, 건강유지 증진   | 정보 분석         |
| 부모 관련 웹사이트 <sup>3)</sup>      | 유아포털 유아 학습전문, 유아 의료정보, 유아관련 연구소, 쇼핑몰, 주부와 여성전문                             | 콘텐츠 분석        |
| 육아정보 제공 인터넷 사이트 <sup>4)</sup> | 건강·영양·생활, 발달, 교육, 부모, 기타 육아  | 콘텐츠 분석 및 평가   |
| 인터넷 육아정보 제공 사이트 <sup>5)</sup> | 수면, 수유 및 영양, 양육환경, 안전사고 예방, 놀이와 학습, 예방접종, 성장과 발달, 치아관리, 건강문제 관리, 행동문제 관리 등 | 사이트 평가        |

자료: 1) 김정수(2002). 육아관련 웹사이트의 정보에 대한 영아 어머니의 요구 분석.

2) 이자형 외(2001). 인터넷 육아전문 사이트의 육아 정보 분석.

3) 이인영(2002). 부모관련 웹사이트의 콘텐츠 분석 및 평가.

4) 박영주·나중혜(2010). 육아정보 제공 인터넷사이트의 콘텐츠 분석.

5) 한경자 외(2006). 인터넷 육아정보 제공 사이트에 대한 평가.

한편 육아정보의 콘텐츠 분류 기준에 대한 선행연구를 살펴보면 이자형 외(2001)는 45개의 인터넷 육아전문 사이트의 육아정보를 분석하면서 육아정보에 포함되어야 할 내용을 선정하였다. 주요 영역은 식이·영양, 아기돌보기, 성장·발달, 건강유지증진 등 총 4개 영역으로 구분하였으며, 각 영역별로 <표 II-1-2>와 같이 세부 주제를 선정하였다.

부모와 자녀의 건강간호적 측면에서 한경자 외(2006)는 육아정보를 바라보고 일반적인 정보를 제공하는 육아 사이트 38개와 전문분야를 다루는 사이트 10개를 평가하고 정보의 내용을 부모 자녀 간 상호작용, 신생아돌보기, 수면, 수유 및 영양, 양육환경, 안전 및 사고예방 등 총 12가지로 분류하였다.

박영주·나중혜(2010)는 육아정보 제공 인터넷 사이트의 콘텐츠 분석을 위해 육아정보를 제공하는 인터넷 사이트 중 이용자가 많은 사이트를 4단계에 걸쳐 총 25곳을 선정하였다. 사이트의 콘텐츠마다 세부내용을 분류한 후 그에 따른 주요 내용을 정리하는 방법을 활용하였다. 최종적으로 건강·영양·생활, 발달, 교육, 부

모, 기타 육아 등 총 5가지 영역으로 주요 콘텐츠를 정리하였다.

〈표 11-1-2〉 육아정보 콘텐츠 분류

| 출처                    | 영역          | 세부주제  |
|-----------------------|-------------|---|
| 이자형<br>외(2001)        | 식이·영양공급     | -이유식, 모유수유, 인공유, 혼합유, 간식                        |
|                       | 아기돌보기       | -신생아목욕, 신생아 수면, 옷입히기, 피부간호, 제대관리                |
|                       | 성장·발달       | -발달특성, 치아발육, 놀이지도 및 운동, 학습 및 지도                 |
|                       | 건강유지증진      | -응급처치, 사고예방, 예방접종, 소아질환, 부모역할                   |
| 한경자<br>외(2006)        | 건강 문제 관리    | -부모 자녀 간 상호작용                                   |
|                       |             | -목욕, 기저귀 갈기, 우는 아기 달래기 등 신생아돌보기                 |
|                       |             | -수면   |
|                       |             | -수유 및 영양  |
|                       |             | -양육환경   |
| 행동 문제 관리              | -안전 및 사고 예방 |   |
|                       | -예방접종       |   |
|                       | -놀이와 학습     |   |
| 건강·영양·생활              | -성장과 발달     |   |
|                       | -치아관리       |   |
| 박영주·<br>나종혜<br>(2010) | 발달          | -발달단계, 신체·정서·언어·인지·창의성·사회성 발달, 성격·기질, 발달 및 심리검사 |
|                       | 교육          | -놀이, 놀잇감, 교재 교구, 교육 및 보육시설, 성교육, 조기교육           |
|                       | 부모          | -육아 노하우, 부모상담, 부모교육                             |
|                       | 기타 육아       | -돌잔치, 태아보험, 제대혈서비스, 작명 서비스, 아기사진, 육아용품          |

본 선행연구들을 종합해 볼 때 육아정보에 대한 다양한 정의 중에서 부모와 자녀 간 상호작용이 발생하는 육아 상황을 중심으로 육아정보의 범위를 제한할 수 있었다. 따라서 본 연구에서는 영유아 발달 단계의 순차적 구성을 고려하여 의료·안전, 발달, 기본생활습관, 영양, 보육·교육, 문화·참여를 중심 영역으로 설정하고 이에 대한 영유아 부모의 이용과 요구를 살펴보고자 하였다.

## 나. 공공사업 측면에서의 육아정보

박근혜정부의 국정과제로서 ‘안심하고 양육할 수 있는 여건 조성’, ‘무상보육 및 무상교육확대(0~5세)’가 선정됨에 따라 2012년 보육 6조1천억원, 유아교육 3조3백억원, 여성가족부 아이돌보미 사업 4백3십억원에 비해 2013년 8조3천억원, 3조4천억원, 6백7십억원으로 보건복지부, 교육부 및 여성가족부의 육아지원사업의 예산규모가 확장되는 등(서문희·이혜민, 2013) 공공 육아지원사업이 지속적으로 확대 추세에 있다. 특히 2013년부터 0-5세 전면 무상보육·교육 시행과 전 계층 양육수당 지급에 대해서는 어린이집과 유치원 및 지역사회 기반 육아지원 서비스 전달체계와 신문, 뉴스, 포스터, 지하철 광고판, 온라인 포털사이트 운영 등 다양한 매체를 통해 영유아 부모에게 사업을 적극적으로 홍보하여 영유아 부모들이 해당 보육·교육료를 신청하여 지원 받을 수 있도록 독려한 바 있었다.

이들 공공사업에서 제공하는 육아정보는 주로 사업에 대한 소개, 이용절차 안내, 질의와 답변으로 구성되어 있다. 특히 보건복지부의 양육수당 지원, 어린이집 입소대기신청 및 평가인증과 교육부의 방과 후 과정 운영 및 유치원 정보 공시제 시행 후 영유아 부모들에게 적극적으로 홍보하기 위해 2013년에 온라인 사업 웹사이트 및 유사정보를 종합적으로 제공하는 포털사이트를 개설하거나 확장·개편한 바 있다. 이는 우리나라의 전자정부화 추진을 위한 노력으로 인쇄 형태의 정부정보 제공은 감소한 반면 부처별 웹사이트를 통해 더 많이 배포하려는 경향과 맥락을 같이 한다(이명희, 2005). 일부 사업에서는 주요 사업 안내 이외에 영유아 부모가 원하는 육아정보 모두를 포괄적으로 지원하는 서비스를 지향하고 있어 공공 육아정보의 범위도 점차 확장추세에 있다.

〈표 II-1-3〉 선행연구에서 검토된 주요 육아지원사업

| 분류                 | 주요 프로그램           | 담당기관          |
|--------------------|-------------------|---------------|
| 비용지원 <sup>1)</sup> | -보육료·유아 학비 지원     | 보건복지부,<br>교육부 |
|                    | -유치원 방과후과정 교육비 지원 |               |
|                    | -시간연장형 보육료 지원     |               |
|                    | -방과후 보육료 지원       |               |
|                    | -장애아 보육·교육비 지원    |               |
|                    | -가정양육수당 지원        |               |
|                    | -농어촌양육수당 지원       |               |
|                    | -장애아동양육수장 지원      |               |

(표 II-1-3 계속)

| 분류  | 주요 프로그램   | 담당기관                             |
|---|---|----------------------------------|
| 부부 및 임산부 대상 보건 의료 정보·서비스 제공 <sup>2)</sup> | -난임부부 시술비 지원<br>-임산부 철분제 및 엽산제 지원<br>-마더세이프 전문센터 운영<br>-영양플러스<br>-임신·출산진료비 지원<br>-여성장애인 출산비용 지원<br>-미숙아·선천성 이상아 의료비 지원<br>-의료기관 외 출산시 출산비 지급<br>-산모·신생아 도우미 서비스 | 보건소, 의료기관<br>(보건복지부, 마음더하기 정책포털) |
| 부모 대상 보교육 기관 정보 제공 <sup>3)</sup>          | -어린이집 입소 대기 신청<br>-어린이집 평가인증<br>-유치원·어린이집 정보 공시제<br>-유치원 평가   | 보건복지부, 교육부                       |
| 부모 교육 <sup>4)</sup>                       | -학부모 역량강화<br>-찾가는 학부모 교육<br>-아버지 학교<br>-학부모 대학/ 평생교육<br>-사이버 학부모 강의   | 학부모지원센터<br>(교육부)                 |
|   | -학부모 교육원 운영<br>-학부모 연구<br>-찾아가는 학부모 연수  | 유아교육진흥원<br>(교육부)                 |
|   | -예비부모교실<br>-산모교실<br>-아버지교실<br>-육아코칭을 위한 부모교육  | 육아종합지원센터<br>(보건복지부)              |
|   | -생애주기별(손)자녀 교육<br>-아버지교육<br>-가족성장 아카데미 교육   | 건강가정지원센터<br>(여성가족부)              |

자료: 1), 2), 3) 이정원·유해미·김문정(2013). p.57-67, 최은영 외(2013). p.35-56, 서문희 외(2013). p.32-57, 도남희 외(2013). p.143-144 내용을 재구성함.

4) 장혜진 외(2013). p.43-49 내용을 재구성함.

선행연구들에서는 연구의 주안점에 따라 보육·교육정책 또는 육아정책 등으로 주요 육아지원사업을 다양하게 분류하며 영유아 및 이들의 부모를 대상으로 한 육아지원정책의 효과를 검토한 바 있다. 육아정책연구소의 ‘2013 보육정책의 성과와 과제’ 연구(서문희 외, 2013)에서는 정부의 중앙 및 지방의 보육지원사업을 중심으로 하여 보육료 지원, 시간연장형 보육사업, 평가인증제도, 양육수당, 농어촌 어린이집과 보육교사 지원, 아이돌보미 사업을 포함하였다. ‘2013 유아교

육정책의 성과와 과제' 연구(최은영·김정숙·송신영, 2013)에서는 유아학비 지원, 유치원 평가, 방과 후 과정 운영, 유치원 정보 공시제를 중점적으로 다루었다.

'한국아동패널 2013' 연구(도남희·민정원·왕영희·이예진·김소아·엄지민, 2013)에서는 국가지원 육아정책으로서 보육료, 유아학비 지원 외에 아동을 대상으로 한 보건복지부 서비스를 중심으로 부모의 이용 여부와 이용유형(전액/일부 지원 등)을 살펴보았는데 장애아 보육교육비 지원, 시간 연장형 보육료 지원, 아동 인지능력 향상 서비스, 아동발달 지원서비스, 문제행동아동 조기개입 서비스, 인터넷게임중독아동 치료서비스, 영유아 건강검진 지원, 필수예방접종 지원사업이 포함되었다. 장혜진·이정림·윤은주·김해인(2013)에서는 영유아 부모를 대상으로 한 전국학부모지원센터, 보건복지부의 육아종합지원센터, 유아교육진흥원, 여성가족부의 건강가정지원센터의 교육 및 상담 프로그램을 주요 지원사업으로 분류한 바 있다. 본 연구에서는 이와 같이 선행연구에서 검토된 주요 육아지원사업을 중심으로 공공 육아정보를 살펴보고자 하였다.

## 2. 육아정보의 전달

### 가. 커뮤니케이션 매체의 활용

#### 1) 커뮤니케이션과 매체의 유형

커뮤니케이션이란 정보를 교환하는 과정으로 슈람이 제안한 SMCR(Source-Message-Channel-Receiver) 모델에 따르면 송신자, 메시지, 부호화, 채널, 수신자가 주요요소로 작용한다(Schramm W, 1982). 이중 채널은 '한곳에서 다른 곳으로 메시지를 전달하기 위해 이용되는 전송체계'(한군태 외, 2014)로써 메시지의 모든 특징을 전달하는 통로의 역할을 담당한다. 매체(미디어)는 채널과 유사한 개념으로 언어적 비언어적 코드를 모두 전달하는 특징이 있다.

영유아 부모들이 육아정보를 얻기 위해 활용할 수 있는 커뮤니케이션의 유형은 참여자의 수에 따라 크게 대인 커뮤니케이션(interpersonal communication)과 집단 커뮤니케이션(group communication), 매스 커뮤니케이션(mass communication)으로 구분해 볼 수 있다. 각 유형별 특성을 정리하면 대인 커뮤니케이션은 2명 정도가 참여하여 서로 의사소통을 하는 과정에 지속적인 상호

작용이 일어나 의미를 창조하고 공유하는 양방향 커뮤니케이션의 형태로서 송신자와 수신자를 명확히 구분하기 어렵다. 또한 수신자가 송신자에게 받은 메시지에 대한 반응을 보일 때 이에 대한 추가적 피드백이 즉각적으로 일어나며 초기 메시지 창조자에게 피드백이 직접 갈 수 있는 장점이 있다. 집단 커뮤니케이션(혹은 공공 커뮤니케이션 public communication)의 경우 단일 송신자와 다수의 수신자로 구분되며 개인보다는 집단 역동성에 따라 주도되며 일부 수신자들만이 적극적으로 커뮤니케이션에 참여하는 특징이 있다. 이에 비해 매스 커뮤니케이션은 소수의 송신자들이 멀리 떨어져 있는 수천 명에게 정보를 전달하기 위해서 신문, 라디오, TV, 영화 등의 전자매체와 서적, 잡지 등의 인쇄 매체 등으로 구성된 대중매체(mass media)를 이용하는 경우다. 이와 같은 특성으로 인해 즉각적인 피드백이 일어나기 어렵다(한군태 외, 2014).

대인 커뮤니케이션 유형의 특징으로 지목되었던 양방향성, 즉각적이고도 직접적인 피드백은 근래 국내 인터넷 보급의 확산과 2000년대 후반 소셜네트워킹 서비스의 등장으로 더욱 확장되고 있다. 인터넷 서비스는 매스 커뮤니케이션의 성격이 있으나 이메일, 채팅, 전자민원처리, 쇼핑 등 양방향 커뮤니케이션 형태를 띠고 있어 기존의 라디오, TV 등의 대중매체와는 구분된다. 2009년 애플사의 아이폰 등장으로 우리나라에도 최근 카카오톡, 페이스북, 트위터 등의 소셜 미디어<sup>2)</sup>의 이용이 급속히 증가했다(미래창조과학부·한국인터넷진흥원, 2013). 이러한 현상은 네트워크의 융합과 더불어 하나의 정보가 여러 매체로 접근이 가능하게 하는 계기가 되었다. 예로 EBS에서 방영된 특정 자녀 교육 방송은 TV 수신기를 이용하여 지상파 TV 채널을 통해 접근할 뿐 아니라 케이블 재방송, 태블릿 PC, 스마트 폰등을 이용하여 KBS 인터넷 방송, U-TUBE의 영상 등으로 접할 수 있다.

또한 사적인 의사소통 수단으로 활용되었던 소셜 미디어였지만 유명 연예인, 정치가, 소설가 등 유명인사 한 개인의 견해에 대해 수십만의 추종자(follower)가 발생하며 여론을 형성하게 되자 대중매체의 성격을 띠게 되었다(Lazarsfeld, Berelson, & Gaudet, 1948; 한군태 외, 2014, 재인용). 이러한 디지털 융합현상이 나타나자 매체의 범주를 구분하기 어려워졌고, 개인의 매체 이용도 보다 복합적인 성향을 띠게 되었다.

2) 소셜 미디어란 사람들의 사회생활에서 인간관계가 형성되는 공간을 인터넷 공간으로 확대한 것으로 이용자들이 자신의 생각과 의견, 경험등을 서로 공유하기 위해 사용하는 쌍방향 커뮤니케이션 도구 또는 플랫폼을 의미한다. 한군태 외(2014). 현대사회와 미디어. p.87 인용함

한편 소셜 미디어를 활용함으로써 개인들이 공유하는 경험과 지식은 상호적인 비판과 오류 검증의 과정을 거쳐 집단지성(collective intelligence)(경제인문사회연구회, 2013)의 형태로 승화되어 또 다른 수준의 정보가 발생하기도 한다. 이는 정보의 상품화, 정보기술의 확산, 의사소통 매체의 진화, 정보산업 종사자 증가 등의 구성요소로 정의되는 정보사회(Schement & Lievrouw, 1987; 한국태외, 2014, 재인용)의 한 현상으로 평가될 수 있다. 즉 기존의 대중사회에서 대중매체에 전적으로 의존하였던 정보의 보급 체계에서 벗어나 인터넷을 통해 원하는 정보를 쉽게 접근하며 개인의 주체성과 능동성이 상향되는 변화의 과정이다. 육아정보에 대해 온라인 동호회 및 개인 홈페이지를 통해 영유아 부모들이 자신의 경험과 지식을 활발하게 공유하는 행위들도 이러한 맥락에서 이해될 수 있는 정보사회의 한 현상일 수 있으며 인터넷을 활용한 열린 토론과 여론형성, 시민참여의 과정으로 볼 수 있다.

## 2) 매체의 선호와 선택

한편 커뮤니케이션 매체에 대한 선호도는 커뮤니케이션 성향과 관련 있다. 이용과 충족이론(uses and gratification theory: Katz, Blumler & Gurevitch, 1974; 김은미, 2002, 재인용)에 따르면 수용자의 매체 선택은 개인의 사회·심리적 동기에 따른 행위이므로 개인적 동기와 욕구를 밝히는 것이 중요하다고 주장하였다. 오락, 자아정체성 확보, 도피, 교제 등이 대표적인 이용 동기로서 지목되었다(Rubin & Rubin, 1989; 김은미, 2002, 재인용). 더불어 수용자의 의사소통에 대한 개인적 성향이 매체의 선택과 이용 패턴, 정보 활용도 전반에 걸쳐 영향력을 미친다는 연구 결과도 있었다(황유선·김주환, 2009). 이들 선행연구에서는 상황적 나이(contextual age), 커뮤니케이션 의도성(willingness-to communicate), 커뮤니케이션 공포성향, 자아통제감(locus-of-control)을 개인적 성향의 주요 요인으로 보았다(Westmyer et al 1998). 실제로 김은미(2002)의 연구에서도 소극적 성향을 가진 집단은 라디오, TV등 수동적인 매체를 더 많이 이용하는 반면, 적극적인 집단의 경우 상대적으로 능동적인 역할 수행을 요구하는 인터넷 매체 뿐 아니라 TV, 신문, 라디오 등을 두루 이용하여 매체 집중도가 낮게 관찰되었다. 김은미(2002)와 한주리·장해순·이인희(2007)의 선행연구에서는 맥크로스키와 리치몬드(McCroskey & Richmond, 1996)의 이론을 근거로 사회적 커뮤니케이션 성향을 감응성과 주장력의 2개의 축으로 구분하여 4가지 집단으로 개인의 의사

소통 경향을 유형화 하였다. 감응성과 주장력이 모두 높은 양성적(능력있는) 집단과 감응성은 높으나 주장력이 낮은 여성적(복종적) 집단, 이와 반대로 감응성은 낮고 주장력이 강한 남성적(공격적) 집단, 그리고 그 외 경우인 미분화 집단(능력 없는)으로 구분되며 양성적 집단이 커뮤니케이션에 적극적인 집단으로 미분화집단이 소극적 커뮤니케이션의 성향을 가진 집단으로 여겨져 왔다.

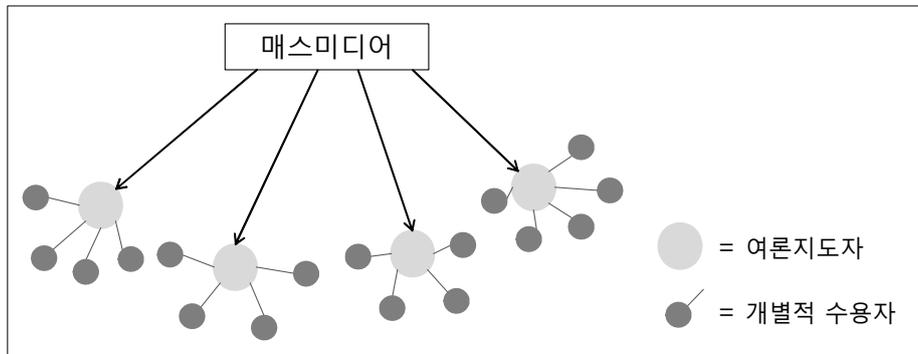
이러한 개인의 성향과 가구여건에 따른 사회·심리적 동기는 영유아 부모의 육아정보 탐색 과정에도 영향을 줄 것으로 예상된다. 지원인력의 유무, 지역사회 지원 기관 유무 등에 따라 찾고자 하는 육아정보의 내용이나 자주 이용하는 매체를 결정하는 데 관여할 수 있으며 의사소통에 대한 영유아 부모의 개인성향이 적극적인 집단일수록 한 가지 매체를 집중적으로 이용하기 보다는 매체간의 경계가 없어지는 현대사회 현상에 의해 공공 및 민간 정보를 대화, 온라인 동호회, 개인홈페이지 등 다양한 매체를 동시에 이용할 것으로 기대된다. 따라서 유사한 성격을 가진 매체들의 관계를 고려하여 선호도 조사 이외에 중복적인 매체 활용도도 파악해야 할 것으로 생각된다.

한편 영유아 부모들이 육아정보를 얻는 과정에서 여러 매체의 정보를 탐색하는 경향이 있고 특히 본인과 유사한 또래의 영유아 부모들의 경험을 적극적으로 신뢰하는 경향이 있다. 이러한 지인을 중심으로한 중복 매체의 활용에 대해 라자스펠트의 2단계 흐름 모델(two-step flow model: Lazarsfeld, et al., 1948; 한군태 외, 2014, 재인용)을 적용할 수 있다. 수용자는 대중매체에 직접적으로 영향을 받기 보다는 주변 사람에게서 더 큰 영향을 받는 경향이 있다(차배근, 2001). 선거에서 후보를 결정할 때에 자신의 가족, 학급이나 직장의 동료 등과 같이 주위를 둘러싼 집단의 규범과 공유되는 견해들이 의사 결정에 있어 큰 영향력을 미치는 것이 선행연구에서 밝혀진 바 있다. 또한 대중매체를 통해 많은 정보를 습득한 일부사람들은 여론지도자(opinion leader)로써 주위 사람들에게 정보를 전달하는 역할을 하게 된다. 결국 일반적인 개개인의 의사결정에 있어 대중매체의 직접적인 영향보다는 지인의 권유, 경험담을 바탕으로 한 정보전달이 더 과급효과가 클 수 있다(그림 II-2-1 참조).

더불어 이용과 충족이론(Katz et al. 1974; 김은미, 2002, 재인용)에서 밝혀진 바와 같이 정보 탐색은 개인의 내적 동기에 의해 발생하는 적극적인 행위이기 때문에 본 연구에서도 육아정보를 수동적으로 접하는 부모가 아닌 적극적으로 찾는 부모로서 정의하고 이들이 비의도적으로 접하게 되는 육아정보 제공 매체

에 초점을 두기 보다는 필요할 때 육아정보를 적극적으로 찾는 매체를 중심으로 접근하고자 하였다.

종합해 보면 영유아 부모들이 육아정보를 이용할 때 주로 이용하는 습득경로(매체)와 그 선택 근거에 대한 조사를 통해 정보의 흐름을 파악하고 향후 지원 방안을 가늠해 볼 수 있을 것으로 기대된다. 따라서 본 연구에서는 영유아 부모의 입장에서 경험하게 될 커뮤니케이션의 유형을 기준으로 습득경로를 기관, 지인, 매스미디어, 온라인 퍼스널 미디어로 구분하였다.



자료: 한군태 외(2014). 현대사회와 미디어. p.44 인용함.

[그림 11-2-1] 커뮤니케이션의 2단계 흐름 모델

## 나. 영유아 부모의 육아정보 이용실태

영유아 부모의 육아정보 이용 현황에 대해서 선행연구들에서는 영유아 부모가 누구에게서 육아정보를 얻는지, 어떤 정보를 육아정보로 필요로 하는지, 어떤 문제점들이 있는지를 주요 주제로 다루어 왔다.

우선 영유아 부모들은 온라인 동호회의 육아정보에 대한 의존도가 높은 것으로 나타났다. 소선주(1988)의 연구에서 보면 1980년대부터 아이를 기르는데 필요한 정보를 수집하는 자료원으로써 부모의 조언(45.7%)보다 육아서적(51.1%)에 대한 의존도가 더 높은 것으로 나타났다. 일부 연구에서 대략 70% 이상의 어머니가 육아정보원으로 인터넷을 사용하고 있었다는 보고도 있었다(최유리 2006; 박선희 2008). 근래에는 소셜네트워킹 서비스와 스마트 기기의 보급으로 인해 정보 전파속도가 향상되어 온라인 육아정보에 대한 의존도는 더 늘어났을 것으로 추정된다.

다수의 이용자가 회원으로서 활동하는 온라인 동호회가 인기 있는 이유로는 최신정보의 공유와 제품 및 서비스 사용 후기 등 정보 비교, 노하우 전수 등의 장점 때문으로 보여진다. 그러나 영유아 부모들은 온라인 동호회 중심의 육아정보가 과연 신뢰할 만한가, 구체적이고 전문적인가에 대한 의문이 해결되지 않은 상태다.

〈표 II-2-1〉 영유아 부모의 온라인 육아정보 이용에 관한 선행연구

| 주제  | 연구 대상  | 분석 내용  | 평가 기준  |
|---|--|--|--|
| 육아전문 포털 사이트의 현황, 관리체계 내용 분석 <sup>1)</sup> | 육아 관련 사이트 총 45개 선정   | -영역별 주제의 콘텐츠 빈도분석<br>-사이트 운영체제 빈도 분석                               | 운영자 유형, 회원가입 유무, 상담자 수준  |
| 부모관련 사이트의 운영 현황 조사 및 사이트 평가 <sup>2)</sup> | 5개 중 검색어(유아, 육아, 유아교육, 부모, 여성, 주부) 활용하여 사이트 총 275개 선정      | -항목별 사이트 운영 현황 빈도 분석<br>-항목별 사이트 평가 빈도, 백분율 분석                     | 사이트 성격, 회원·비회원, 유료·무료, 정보 제공방법<br>디자인, 신뢰감, 인터페이스, 커뮤니티, 콘텐츠 등 |
| 육아 정보제공 사이트 평가 도구 고찰 <sup>3)</sup>        | 랭킹닷컴에서 '육아' 카테고리의 사이트 선별 후 검색어(육아, 양육) 활용하여 총 9개 선정        | -전문가 도구 타당도 검증<br>-항목별 사이트 평가                                      | 목적, 정보의 내용, 정보의 시의성, 상호작용, 기능성                                 |
| 육아정보 제공 콘텐츠 제공 현황 및 평가 <sup>4)</sup>      | 검색어(유아, 육아, 양육, 어린이, 놀이, 자녀, 부모, 아이, 임신, 출산) 활용하여 총 25개 선정 | -분류체계 콘텐츠, 세부 내용을 표집하고 콘텐츠로 분류하여 사이트 유형별 콘텐츠 빈도분석<br>-항목별 콘텐츠 질 평가 | 신뢰성, 객관성, 최신성, 광위성, 고유성  |
| 어머니 대상 인터넷 육아 관련정보 요구 조사 <sup>5)</sup>    | 소아과 외래 방문 어머니 22명, 다음 아이키우기 동호회 회원 중 온라인 설문 응답자 175명       | -대상자의 일반적 특성 및 인터넷 사용 특성, 육아 사이트에 대한 개방형 질문에 대한 빈도와 백분율 분석         | 이용 시 문제점, 보완이 필요한 육아정보 및 상담 내용                                 |

자료: 1) 이자형 외(2001). 인터넷 육아전문 사이트의 육아 정보 분석.  
 2) 이인영(2002). 부모관련 웹사이트의 콘텐츠 분석 및 평가.  
 3) 한경자 외(2006). 인터넷 육아정보 제공 사이트에 대한 평가.  
 4) 박영주·나중혜(2010). 육아정보 제공 인터넷사이트의 콘텐츠 분석.  
 5) 김정수(2002). 육아관련 웹사이트의 정보에 대한 영아 어머니의 요구 분석.

김정수(2002)의 연구에서 영유아 부모는 인터넷 육아사이트 이용 시 문제점을 피상적 정보 제공, 객관성, 전문성, 신뢰성 부족 순으로 지적했다. 이자형 외(2001)의 연구에서 인터넷 육아정보 사이트에 대해 현황 분석한 결과 육아상담의 전문성이 떨어지고, 검증되지 않은 정보를 제공할 소지가 있다고 지적한 바 있으며, 영유아 부모가 신념이나 철학 없이 수용적으로 정보를 받아들여려는 경향을 보일 수 있어(백종화, 2001; 이인영, 2002) SNS 등 정보 유통이 더욱 활발해진 2010년 이후 시점에서는 영유아 부모가 적절한 육아정보를 선별할 수 있도록 가이드가 필요하며 자료에 대한 검증이 시급한 실정이다.

이와 같은 필요에 대해 박영주·나종혜(2010)는 인터넷사이트에서 제공하는 육아정보에 대한 현황조사를 통해 콘텐츠의 신뢰성, 객관성, 최신성, 광위성 등이 충족되어야 함을 주장한 바 있다. 즉 영유아 부모가 이용하는 온라인 육아정보에는 정보의 출처를 밝히거나 의사, 영양사 등 전문가가 작성 제공한 콘텐츠로 구성되어 신뢰성이 있어야 하며 콘텐츠 작성일을 기록하고 정보갱신이 적절히 이루어져 시의성을 갖추고, 정보에 대한 충분한 설명을 갖춰 실제 이용에 도움이 되도록 광위성이 있어야 하며, 정보가 과장되거나 한쪽으로 치우치지 않도록 객관성을 확보해야 한다고 보았다(박영주·나종혜, 2010). 한경자 외(2006)는 육아전문 사이트 현황 분석을 통해 아동의 건강과 부모 역할에 미칠 영향력을 제고하기 위해서는 사이트의 목적, 정보의 시의성, 상호작용, 기능성을 주요 지표로 삼고 신뢰성 높은 육아사이트를 선별해야 한다고 권고했다. 또한 개인의 자유의지에 따른 정보사용과 유포에 대해 제제할 수는 없으나 최근 소셜네트워킹 서비스를 통한 공공정보의 유통과정 중에 육아지원사업의 목적과 내용이 왜곡되지 않도록 영유아 부모에 대한 육아지원 정책에 대한 정보 전달력 제고 방안 마련이 필요한 것으로 보인다(표 II-2-1 참조).

정부 육아지원사업에 대해 부모의 인지와 의견 및 만족도를 조사한 선행연구 전국보육실태조사(서문희 외, 2012)에서는 영유아가구를 대상으로 보육·교육 정책의 수혜율과 만족도 조사를 실시하였는데 주요변인은 어린이집 및 유치원 충분성 인식, 국공립과 공공형 어린이집의 차이 인식, 아이돌보미서비스 및 보육·교육비 지원 정책에 대한 인식 및 만족도로 구성하였다. 보육·교육비 지원 정책에 대해서는 80%이상이 안다고 응답하여 전반적인 인지도가 높은 수준이다. 그에 반해 만5세 공통과정 운영, 누리과정 3~4세 확대, 0~2세 양육수당 지원 확대와 같은 정책의 변화에 대해서는 41.0%~ 48.5%가 모른다고 응답하여 영유아 부

모가 육아지원정책의 변화를 감지 하는데는 더 많은 시간이 소요되는 것으로 보인다. 또한 대도시 52.0%, 중소도시와 읍면지역은 41.0%로 지역규모에 따라 차이가 있어 지역 인프라에 수준에 따른 정보력 차이가 발생할 수 있을 것으로 생각된다. 여성가족부가 주관하고 건강가정지원센터 등에서 실시하는 아이돌보미 서비스에 대해서는 시간제 돌봄을 기준으로 전체 대상자의 59.4%가 인지하며 대도시(58.2%)에 비해 중소도시(53.7%) 및 읍면(51.8%)에서 인지도가 낮은 것으로 나타났다. 이와 같은 결과를 볼 때 정부의 육아지원사업에 대한 영유아 부모들의 정보력은 어린이집이나 유치원을 중심으로 전파되는 정보나 비용 지원과 같은 직접적인 혜택일 때 높을 수 있으며 사업별로 정보의 인식수준은 다양할 수 있을 것으로 예상된다.

특히 사업명이 생소하거나 새로운 지원제도가 시작되면 보다 적극적인 홍보 방안 마련이 필요하다. 영유아 문화인프라 이용실태 연구(이윤진·이정원·구자연, 2013)에서도 영유아를 주요 대상으로 설립한 공공재 성격이 있는 문화시설을 인지하게 된 경로에 대해 1,000 가구를 대상으로 설문조사 한 결과, 지인의 소개 비율이 모든 항목에서 가장 높게 나타났고(29.4~60.0%) 어린이 미술관 또는 어린이 박물관과 같이 최근에 설립되었거나 기관이 많지 않은 경우에는 인터넷 카페, 블로그 등도 주요 인지 경로로 나타났다(각각 22.6%, 18.5%). 이에 대해 이윤진 외(2013)는 공공 문화시설의 미이용 이유로 '근처에 이용가능한 시설이 없어서'라는 응답은 실제 시설이 있어도 시설을 인지하지 못하기 때문에 발생한 경우도 포함될 수 있으므로 영유아 문화 인프라 설립 시 지자체 중심의 단발성 홍보 보다는 지속적이고 체계적인 홍보전략의 필요성을 제안한 바 있다.

그러나 앞서 지적한 바와 같이 현재 육아정보 관련 온라인 사이트가 다수 존재하며 이들 사업의 홍보를 위한 부처 중심의 포털 사이트들도 복수로 운영 중이다. 그럼에도 불구하고 이들의 성격과 역할이 명확히 구분되지 않아 웹페이지 하단에 링크되거나 관련사업으로서 소개된 수많은 정보들은 특별히 관심이 있거나 관계 정보를 일부 숙지한 사람들이 활용할 수 있는 수준이다. 일례로서 보육·교육비 신청 사이트는 부처별로 존재하는데 일부 부처 포털 사이트에서는 서비스 제공자 위주의 운영을 탈피하고자 이를 통합 관리하고 있다. 그러나 통합시스템의 사업 범위를 알지 못하는 영유아 부모에게는 더 혼란을 가중시킬 수 있기 때문에 일관성이 없는 방만한 정보 운영 상황에서 영유아 부모가 정보를 효율적으로 이용하기는 어렵다고 판단된다.

### 3. 공공 서비스의 정보지원 동향

#### 가. 정보력 격차

특히 정보 격차의 관점에서 볼 때 인터넷을 기반으로 제공되는 육아지원정책 가이드나 사이트에 대한 접근성은 영유아 부모의 육아지원사업에 대한 이용 가능성으로 연결될 수 있어 사회 형평성 측면에서 보편적으로 제고되어야 한다. 즉 영유아 부모 간의 정부의 육아지원사업에 대한 정보격차 현상을 해결할 수 있도록 정부 포털 사이트의 정보 접근성 개선이 필요하다. 2012년 정보격차 실태조사(한국정보화진흥원, 2012)에 의하면 우리나라 소외계층(장애인, 중고령층 등)의 PC 기반 기본 정보화 수준은 일반국민의 74% 수준까지 제고되어 정보 이용자의 역량과 질적 활용도 격차가 중요시 되는 정보지식기술의 포화기 상태로 진입한 것으로 평가되었다. 이는 과거 정보지식기술의 초기 도입기에는 정보 인프라에 대한 접근이 가능한지 여부에 따라 정보 격차가 발생한다고 보았으나 도약기에는 사용자와 비사용자 간의 정보격차를 줄이는 것이 중요하며, 포화기에는 정보 활용의 질적 격차에 대한 고려가 필요하기 때문이다(민영, 2011). 따라서 영유아 부모의 공공정보 접근성을 살필 때에도 PC보유나 인터넷 연결 등 물리적인 기반 부족으로 인한 문제를 고찰하기 보다는 정보 활용 측면에서 원하는 정보를 용이하게 찾아 이를 실제 생활에 활용할 수 있는지에 초점을 두어야 한다. 즉 이용현황 조사를 통해 정보 활용의 소외계층을 정의하고 정보격차를 감소시킬 수 있는 방안에 대한 고찰과 제도적 지원이 필요한 것으로 보여진다. 또한 인터넷을 통해 제공되는 정보 서비스가 유료화 되면서 인터넷의 정보가 단순한 접근과 이용의 대상을 넘어 소비의 대상으로 변화하고 있다. 따라서 경제 수준에 의한 정보 격차는 정보의 질적 활용도 측면에서 더 크게 나타날 수 있다. 즉 영유아 부모들의 인터넷 기반 육아정보에 대한 정보격차를 해소하는 것은 정보재(information goods)의 개념으로 접근하여 정부 지원사업에 대한 혜택이 국민에게 평등하게 분배될 수 있도록 하는 의의를 가지고 있다.

이와 같은 상황을 종합해 볼 때 정보력 격차의 주요 요인으로 지목되어 온 성, 연령, 소득수준에 따른 정보재의 형평성 있는 분배에 대해 본 연구에서도 조사되어야 할 것이다. 따라서 본 연구에서는 영유아 부모와 육아지원사업 전달 체계의 특성을 반영하여 자녀 및 부모의 연령, 모 취업 여부, 월 가구소득, 거주

지역 규모를 중심으로 육아정보에 대한 정보력 격차를 살펴보고자 하였다.

## 나. 공공정보 유용성 평가

행정기관 웹사이트 진단보고서(행정안전부, 2008)에서도 우리나라는 정부대표 포털, 중앙행정기관, 지방정부 웹 포털 등의 형태로 개별적 서비스를 통해 정책 정보를 제공하고 있으나 인지도만 높을 뿐 이용률과 서비스의 다양성, 접근의 용이성 등을 중심으로 한 사용자의 만족도는 높지 않은 것으로 지적된 바 있다(송태민, 2010). 이는 공공 웹포털은 민간 웹포털에 비해 수익 창출을 지향하기 보다 대국민 대상으로 한 공익 실현을 목표로 하여 상대적으로 사용자의 폭과 층이 다양하므로 이용자의 특성을 정확히 반영한 서비스 마련이 어렵기 때문일 수 있다. 또한 제공 서비스에 대한 경쟁자가 없어 공급자 중심으로 서비스를 설계, 운영할 수 있으며 이용자의 의견 수렴보다는 일시적 정보 제공을 주요 목적으로 하고 있어 정보의 갱신과 관리에 적극적이지 못해 이용자 만족도가 저하되고 있다는 비판을 받기도 했다(송태민, 2010; 이견직, 2008; 이명희, 2005).

〈표 II-3-1〉 공공포털의 유용성 평가 지표

| 분류                         | 세부 항목   |
|----------------------------|---|
| 이용자 편이성                    | -한 화면 당 정보량의 적정성<br>-글자크기 및 모양의 가독성<br>-디자인 및 색상 만족도<br>-로딩속도 만족도   |
| 시스템 수용성<br>(포털 역할에 대한 충실성) | -정보를 쉽게 찾을 있는지 여부<br>-관련 사이트 링크 여부<br>-안내자 역할의 충실 수행 여부<br>-정보의 다양성<br>-정보의 양<br>-정보의 정확성<br>-정보의 최신성<br>-정보의 쉬운 이해<br>-검색결과 만족도<br>-타사이트와 차별된 콘텐츠 제공여부 |
| 정보 품질                      | -전문 정보 만족도<br>-서비스 신청 만족도<br>-자료실 정보 만족도<br>-사이트 코너별 정보 만족도<br>-답변 서비스 만족도<br>-이용자별 사이트 서비스 만족도   |

자료: 이견직(2008). 전문 공공포털사이트 유용성 평가요인 및 제고방안 연구. p.38 인용함.

이견직(2008)의 연구에서도 정부 공공포털에서는 이용자의 편이성, 시스템의 수용성, 정보품질 개선이 필수적이라고 보았다. 이에 근거하여 본 연구에서는 정보 이용자로써 영유아 부모의 만족도를 결정할 수 있는 요인들로써 정보내용, 이용편이성, 상호작용, 정보 활용성 측면에서 육아정보 제공 매체를 평가하도록 하였다. 이와 같은 평가 결과는 매체별 이용자가 인식하는 장애요인들을 파악하는데도 활용할 수 있다(표 II-3-1 참조).

한편 공공정보의 유용성 제고를 위한 노력은 1990년대부터 추진된 중앙정부 및 지방자치단체의 전자정부 실현과도 방향성을 같이한다. 정충식(1997)이 정리한 전자정부 개념 정의를 위한 핵심용어에서와 같이 전자정부의 특징은 작은정부와 열린정부를 목표로 하여 첫째 IT 기술을 바탕으로 각 부처별 기관들이 유기적으로 통합되어 업무를 추진하며, 둘째 국민과 정부 간의 정보공유를 지향한다. 셋째 국민중심의 정부로서 누구나 어디서나 언제나 정부의 서비스를 제공 받을 수 있도록 하여 기존의 공급자 중심의 행정서비스에서 벗어나고자 하는 의의를 가지고 있다(변대호, 2006; 변대호·전홍대, 2005).

〈표 II-3-2〉 전자정부 개념정의에 사용된 핵심용어

| 순위 | 핵심 용어           | 순위 | 핵심 용어            |
|----|-----------------|----|------------------|
| 1  | 정보기술의 사용        | 9  | 전부처의 네트워크 연결     |
| 2  | 전자적인 업무처리       | 10 | 양방향 서비스          |
| 3  | One-stop 서비스    | 11 | 디지털 정부 및 네트워크 정부 |
| 4  | 전자화된 데이터베이스     | 12 | 행정의 생산성 제고       |
| 5  | 행정정보의 공유        | 13 | 국가 경쟁력 강화        |
| 6  | 정보의 디지털화        | 14 | 고객 중심의 정부        |
| 7  | 신속, 정확한 대국민 서비스 | 15 | 정부의 생산성          |
| 8  | 정부 업무의 재설계      | 16 | 사이버 공간           |

자료: 정충식(1997). 전자정부론. p.138 인용함.

우리나라에서는 참여정부 때부터 많은 부처에서 정책고객관리 시스템(Public customer relationship management:PCRM)을 도입하여 홈페이지나 이메일을 통해 국민과 밀접한 의사소통 채널을 운영하며 부처 정책을 이들에게 홍보하거나 수렴하는 통로로 활용하고 있다. 이는 고객정보를 기반으로 국민에게 정보에 대한 접근의 편리성을 향상시켜 국민의 정책 참여를 유도하고 이에 따라 수요에 맞는 정책을 개발하며 서비스 비용을 절감하는 데 이점이 있다. 실제 정부 3.0에서도 콘텐츠 및 이용자 중심의 기술도입이 진행 중이다. 이는 앞서 소개되었

던 마음더하기 및 복지 포털에서 활용 중인 기술의 도입 배경과도 일치한다.

개인에게 최적화된 정보를 제공하기 위한 정보제공 기술적 지원으로써 웹 환경의 변화가 있었다. 즉 웹 자체가 지능화 되어 사용자가 원하는 정보를 제공할 수 있도록 기술적 지원이 가능해졌으며, 사용자 맞춤형 검색도 지원하게 되었다.

〈표 II-3-3〉 웹 환경의 변화

| 구분       | 웹 1.0                           | 웹 2.0                   | 웹 3.0                             |
|----------|---------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|
| 의사<br>소통 | 일방향                             | 고정된<br>공간(포털)에서의<br>양방향 | 자유로움                              |
| 콘텐츠      | 콘텐츠 생산 주체가<br>사용자에게<br>일방적으로 제공 | 사용자 스스로 참여              | 웹 자체가 지능화되어<br>사용자가 원하는<br>정보를 제공 |
| 검색       | 검색엔진 내부에서만<br>가능                | 여러 사이트에 있는<br>자료 개방     | 사용자 맞춤형 검색                        |

자료: 박윤정(2009). 웹 3.0 정보서비스의 사례와 시사점. p.98 인용함.

이런 기술의 진보는 개인화와 맞춤화 서비스를 실현 가능케 했다(박윤정, 2009). 정보 제공에 대한 “개인화(Personalization)란 웹이 개인적 정보에 근거해서 개인에게 맞는 상품과 서비스를 발견해서 전달해주는 서비스를 의미하며 정보 개방, 공유, 참여를 주요 요소로 한다”(박윤정, 2009). ‘개인’의 의미는 1인부터 비슷한 성향으로 인해 유사집단으로 군집화 될 수 있는 소집단까지 포함한다. 웹 3.0의 개인화는 전체를 대상으로 하는 의사소통이나 서비스가 아니라 개별적인 사람 또는 소집단 단위로 차이점을 이해하고 분석함으로써 개별의사소통을 가능하도록 하는 가치관단의 기준을 포함하고 있다. 이에 비해 맞춤화(Customization)란 개별고객 혹은 유사집단을 대상으로 좀 더 만족스러운 서비스를 제공함으로써 ‘고객과의 좋은 관계를 유지, 강화하는 것’을 핵심 목표로 한다. 즉 개인 맞춤화란 특정 대상을 타겟팅하여 대상이 원하는 서비스를 제공하여 이용자와 제공자 간의 관계를 형성하고 강화하는 것이 큰 특징이므로 수요자 중심의 정책개발을 지행하는 전자정부의 특성에 따라 공공포털이 갖추어야 할 주요기능으로 자리 잡았다.

이러한 경향은 지식정보사회가 운영자 중심의 기술위주의 관리에서 이용자 중심의 가치위주의 관리로 변화하고 있음을 의미한다. 일례로 지역사회의 문제를 주민의 아이디어를 수렴하여 해결하고자 하는 생활형 오픈행정 플랫폼(Open

service platform: OPS)이 있다(이원태·정국환·문정욱·김상욱, 2012). 서울시의 생활권계획 참여단 사업은 주민참여에 기반하여 미래 100년 도시계획을 마련하는 것을 목표로 한다. 서울시 전역을 5개 권역생활권, 140개 지역생활권으로 세분화하여 생활밀착형 상향식 도시계획을 위해 자기구별 30~50명의 참여단을 모집하여 지역사회의 발전 구상을 위한 주민토론의 기회를 갖는다.(서울시 보도자료 2014. 9. 30, 그림 II-3-1 참조). 이와 같은 이용자 중심의 선진적 정보시스템을 구현하기 위해서는 우선 주민을 서비스를 소비하는 수동적 주체에서 “서비스를 스스로 만들어 소비하는 능동적 주체(Prosumer=Producer + Consumer)와 타인에게 유포하고 제공하는 적극적 주체(Cresumer= Creator + Cosumer)”로 간주해야 한다(이원태 외, 2012). 또한 주민이 요구했을 때 반응하는 행정체제에서 벗어나 이용자의 견해를 소셜 미디어 등으로 상시적으로 모니터링하고 피드백을 적극 활용하여 선제행정을 실행하도록 해야 한다(이원태 외, 2012, 그림 II-3-2 참조).

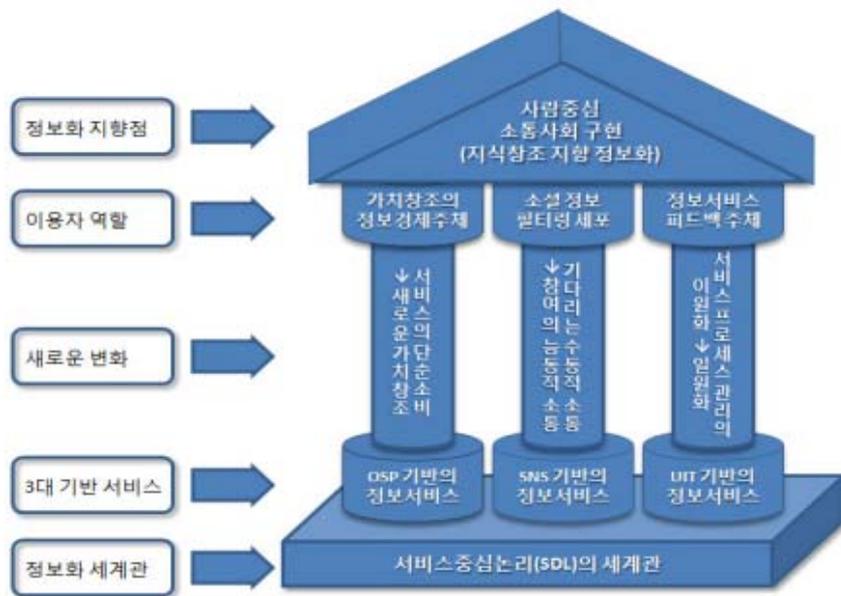
일부 기업들에서는 소셜 미디어분석을 통해 상황과 맥락을 담은 개인화된 서비스(context-based service)를 제공하고자 노력하고 있어 공유와 공감을 필요로 하는 영유아 부모에게 더 적합한 맞춤형 정보제공 방안이 될 수 있다. 현대인은 특정 제품이나 서비스에 대한 사용 후기 또는 의견을 페이스북이나 트위터를 통해 타인과 공유하는데 이러한 생각, 행동, 감성, 감정 상태를 개인정보 데이터 베이스와 결합하여 이용자 맞춤형 정보 제공 전략을 세울 수 있다(안상식·이선희·김성목·차현희, 2012). 트위터 follower 수, 페이스북의 review 수 등에 대한 활동 경향을 통계량으로 산출하여 실시간의 즉각적인 반응들을 감지할 수 있고 친구, follower 들 사이에서 영향력에 따라 관계정도를 파악하는 소셜 네트워크 분석방법으로 파워 블로거나 유력인물을 중심으로 홍보 전략을 펼쳐 특정 정보 수요 대상자에게 정보 전달력을 높일 수 있다. 또는 거주지역이나 연령, 소득 수준 등 사용자의 인구사회학적 특성별로 정보를 수분하여 이용자 개인에게 맞는 콘텐츠를 제공하는 전략도 있다.

공공 육아지원사업의 육아정보에 대한 영유아 부모의 접근성과 활용성을 높이고자 함에 있어서도 위의 사례와 같이 자발적인 의견 개진과 상호 의사소통에 익숙해져있는 현대 영유아 부모의 특성을 적극 활용해야 할 필요가 있다고 판단된다. 이러한 시도는 공공 육아정보 제공자의 입장에서는 정부 3.0에서 지향하는 개방·공유·소통·협력의 가치를 높이는 데에 기여하며 이용의 편의성이 향상되어 정책에 대한 신뢰감과 지지를 높이는 효과를 기대할 수 있다.



자료: 서대문구청 공식블로그 <http://tongblog.sdm.go.kr> 에서 인출함(2014. 10. 10).

[그림 II-3-1] 서울시 서대문구의 생활권계획 참여단 모집 공고



자료: 이원태 외(2012). 사람중심 소통사회 구현을 위한 선진적 정보서비스의 조건. 정보통신 정책연구원. p.114에서 발췌함.

[그림 II-3-2] 선진적 정보서비스의 조건

### Ⅲ. 육아정보 제공 및 공유 현황

3장에서는 최근 영유아 부모에 대한 육아지원이 활성화된 공공사업과 공공사업의 발전 방향 모색을 위해 다수의 영유아 부모들이 활용하고 있는 민간 온라인 동호회를 중심으로 이들의 육아정보 내용, 사업운영 특성, 홍보 전략 등을 살펴보고자 한다. 각 사업별로 제공하는 육아정보의 범위와 운영 현황이 매우 상이하므로 이를 비교 분석하기 위해 육아정보의 서비스 성향을 공급자 중심과 수요자 중심으로 구분하였다. 공급자 중심 서비스에서는 영유아 부모와의 접촉 방법을 중심으로 육아정보의 제공현황을 추가적으로 구분하였다. 첫째, 공급자 중심의 서비스로써 정보수요자와 정보제공자가 직접 만나서 긴밀한 상호작용을 통해 정보를 제공하는 대인 매체 이용 공공사업과 온라인을 통해 정보를 전달하고 수요자가 접근하는 온라인 퍼스널 매체를 이용한 공공사업을 중심으로 살펴보았다. 둘째 수요자 중심의 서비스로써 영유아 부모가 자발적으로 운영하는 온라인 동호회를 대표적 사례로 선정하여 온라인 동호회의 대표 사례들을 고찰하였다.

#### 1. 공급자 중심 서비스

현 중앙부처와 지방자치단체에서 제공하고 있는 육아지원서비스는 공급자 중심의 성향이 특징적이다. 우선 정보수요자에게 면대면으로 정보를 전달하는 경우로 보건복지부 산하의 전국조직으로 육아종합지원센터와 찾아가는 보육서비스의 특징을 지닌 서울특별시의 ‘우리동네 보육반장사업’, 보건소의 ‘방문 간호사 관리서비스’를 대표적 사례로 선정하여 그 운영 현황을 살펴보았다. 정보 수요자인 영유아 부모에게 온라인 매체를 중심으로 육아정보를 전달하는 경우는 보건복지부, 교육부 등이 운영하는 공공포털의 운영현황을 살펴보았다.

##### 가. 육아종합지원센터

2013년 12월을 기준으로 ‘보육정보센터’가 ‘육아종합지원센터’로 바뀌었다. 이

는 보육정보센터라는 이름이 그 수행 역할을 충분히 표현하지 못하고, 어린이집 시설지원 위주로 보육지원만을 전담하는 기관으로 이해되기 쉽다는 이유에서 출발하여, 가정내 양육지원을 강화한다는 의미를 담으면서 ‘육아종합지원센터’로 개명하게 된 것이다.

영유아보육법 제7조 및 시행령 제12조에 근거를 둔 육아종합지원센터는 영유아에게 일시보육 서비스 제공, 보육에 관한 정보의 수집·제공 및 상담을 제공하기 위하여 보건복지부장관과 지방자치단체의 장이 설치·운영하는 육아지원 기관으로 지역사회 내 육아지원을 위한 거점기관으로서 어린이집 지원·관리 및 가정양육 보호자에 대한 맞춤형 지원을 위해 설립되었다<sup>3)</sup>. 그 주 기능은 시설보육 및 가정양육과 관련하여 정보와 상담 제공, 일시보육 서비스, 장난감 도서대여, 교재 및 교구대여, 놀이 공간 제공 등 One-stop 육아지원 서비스 제공이다. 육아종합지원센터는 각 지자체의 특성을 반영하여 제공하는 육아지원서비스의 내용이 다소 차이가 있다.

본 연구에서는 육아종합지원센터에서 제공하는 육아정보에 초점을 두고 그 서비스의 제공 내용 및 제공 현황과 명칭 개명으로 인한 변화에 대하여 전국의 18개 육아종합지원센터의 센터장을 대상으로 서면 질문을 통해 조사하였다.

## 1) 육아종합지원센터 육아지원사업 내용

### 가) 육아종합지원센터 육아지원사업 구분

육아종합지원센터에서는 영유아 부모의 양육지원을 위해 다양한 면대면 서비스를 제공한다. 이 서비스의 내용이 양육상담, 발달검사, 부모교육, 육아정보제공등을 포함하므로 사실상 영유아 자녀를 양육하는 부모에게 실질적인 정보 제공의 기능을 담고 있다. 또한 그 사업을 홍보함은 부모에게 양육에 도움을 주는 가용자원에 대한 정보 제공이라는 의미를 지닌다. 육아종합지원센터에서 제공하는 육아지원사업은 다음 <표 III-1-1>과 같이 유목화 할 수 있다.

유해미 외(2012)에서는 중앙보육정보센터의 사업보고서를 기초로 육아종합지원센터의 사업 중 아동과 부모 대상 포괄적 육아지원서비스에 속하는 사업을 자료실·놀이실 운영<sup>4)</sup>, 육아정보지원, 참여활동 및 기타로 구분하였다. 자료실 및 놀이실 이용은 도서나 놀잇감을 센터에서 직접 이용하거나 대여해주는 사업이

3) 중앙육아종합지원센터 홈페이지 <http://central.childcare.go.kr> 에서 인출함(2014. 6. 13).

4) 2014년 현재 일시보육서비스사업이 확장됨에 따라 추가함

다. 육아정보지원은 발달검사, 부모교육, 육아정보 제공, 부모 상담 등으로 구분할 수 있으며, 참여활동에는 가족 대상의 행사, 공연 등이 있다. 기타 사업에는 상담사업 중 전문상담이 포함된다.

〈표 III-1-1〉 육아종합지원센터의 육아지원사업 내용

| 구분              | 사업 내용  |   |
|-----------------|--|---|
| 자료실·놀이실 운영 일시보육 | - 놀잇감 및 도서 대여, 놀이실 및 자료실 이용 등<br>- 일시보육 서비스 제공   |   |
| 육아 정보 지원        | 발달 검사  | - K-CDRIL, DEP 발달검사, K-CDRR 영유아발달검사, ADHA 검사, 아동인성검사, 유아사회성 검사 등<br>- 부모심리검사, 부모 종합 검사, MBTI, MMPI  |
|                 | 부모 교육  | - 올바른 자녀 지도: 자녀와의 대화 방법, 문제행동 지도방법, 자녀 또래관계 형성 지도, 자녀인성교육, 인터넷 활용습관 교육, 자녀와 놀이 방법, 성교육 지도 방법, 식습관 지도 등<br>- 육아정보 습득: 안전사고예방 교육, 영양 및 식품관리 교육 등<br>- 부모 정신건강: 육아스트레스 관리, 부모 자아성찰 및 마음 다스리기, 심리 상담 등<br>- 아버지교육: 아버지 역할교육 등 |
|                 | 육아 정보 제공   | - 육아정보지 발행, 메일링서비스, 홈페이지 정보코너, 육아 달력<br>- 육아상식, 육아 의학정보, 육아 건강정보, 육아 영양정보(식단, 레시피), 위생정보, 유아 놀이정보, 유아교육 정보, 자녀지도 방법, 나들이 정보, 보육 뉴스, 유아도서 정보 등   |
|                 | 부모 상담  | - 육아지원관련 온라인 상담, 방문 상담, 전화 상담(상담사업 포함)  |
| 참여활동            | - 유아 대상: 폐장난감 미술활동, 음악활동, 과학활동, 마술활동, 축구대회, 그림대회, 인형극 마술쇼 등<br>- 가족 대상: 요리 만들기, 아빠와 자녀 관계 증진 프로그램, 베이비 마사지, 사진공모전, 작은 음악회, UCC공모전, 기념의 날 행사, 나눔바자회, 걷기대회, 운동회, 가족 여행, 전통문화체험 등 |   |
| 기타              | - 기타 사업: 육아골든벨 등<br>- 전문 상담: 부모 상담 외 육아 관련 상담  |   |

자료: 유해미 외(2012) 지역사회내 육아지원서비스 전달체계 현황 및 개선방안연구. p.74-75  
〈표 IV-1-2〉 틀로 본 조사결과를 구성함.

#### 나) 육아종합지원센터의 육아지원 기능 강화

2013년 12월을 기점으로 '보육정보센터'에서 '육아종합지원센터'로 전환함에 따라 18개 중앙 및 시도 센터의 추진 계획과 서비스 제공 범위의 변화여부를

조사한 표는 다음 <표 III-1-2>와 같다.

<표 III-1-2> 육아종합지원센터의 육아지원 추진 계획 및 제공 내용

| 추진 계획 |   |
|-------|---|
| 중앙    | 키움뜰 육아상담(아이사랑플래너), 키움뜰 부모교육, 키움뜰 아이놀이   |
| 서울    | 우리동네 보육반장 총괄, 아버지교육(아버지 정기교육, 아버지놀이워크숍, 아버지캠프)  |
| 부산    | 이전부터 확대 실시하고 있으며, 현재 2014년도 국고 매칭 예산 증액은 없으므로 사업 내용 및 범위를 확대하기 어려운 상황.  |
| 대구    | 육아종합지원센터내 영유아 도서관, 장난감 대여실, 영아 체험실, 유아 체험실, 장애유아 상담실 등을 설치하여 운영하고, 부모양육 상담 및 정보제공   |
| 인천    | 홈페이지운영, 도답도답 가정통신문, 양육정보지, 홈페이지 및 전화상담  |
| 광주    | 사무실 이전(육아지원사업 추진을 위한 물리적 환경을 갖추기 위함)<br>육아지원사업 확대(일시보육실 운영, 장난감도서관 및 육아도서 도서관 운영, 다양한 부모교육 진행, 공동 육아 품앗이 모임지원, 참여활동 진행)                         |
| 대전    | 부모와 영아를 위한 체험시설 공간 건립   |
| 울산    | 기존에 해오던 가정양육지원사업의 범주와 내용, 홍보방법 등을 보다 체계적으로 범주화하여 확대·시행함<br>키움뜰 부모교육 '엄마-아빠랑 함께하는 놀이 시리즈', 정보지 '육아공감'발간 및 배포, 어린이집 부모 대상에서 가정양육을 하는 부모 대상의 홍보 확대 |
| 경기    | 기존 사업의 활성화, 아동발달검사, 찾아가는 문화공연, 일시보육 시범사업 참여, 아이러브맘카페 수탁운영   |
| 경기북부  | 부모지원 강화(양육 컨설팅 - 상담과 가정에 필요한놀이법, 장난감, 도서 등을 지원), 어린이집으로 부모상담 전문가 파견, 교육지원 강화 및 프로그램 활성화   |
| 강원    | 조부모, 미래 영유아를 양육할 예비부모를 위한 사업을 계획 중임.<br>함께 참여할 수 있는 프로그램이나 직접적인 서비스를 제공 할 필요성 있음.   |
| 충북    | 기존 육아지원 사업을 유지하면서 예산배분을 증액 하여 노리마을 도서관 홈페이지 구축 및 지역의 전문가를 구축하여 온라인 전문상담 및 내방을 통한 상담 진행<br>주말에 부모자녀 참여프로그램 계획                                    |
| 충남    | 부모 상시 교육(시범사업)<br>협약기관을 이용하여 전문상담 및 찾아가는 부모교육을 실시   |
| 전북    | '아이키움 길라잡이'라는 사업의 확대 및 찾아가는 부모교육 및 상담확대   |
| 전남    | 장난감 및 도서대여 사업 지속 실시, 일시 보육과 아빠, 엄마참여 프로그램 (아빠와의 캠핑, 가족음악회)  |
| 경북    | 지역적 한계로 그 변화가 크지 못함. 온라인 전문 상담을 더욱 구체적으로 계획 추진 예정<br>어린이집 부모교육 및 참여수업 활성화 지원,<br>육아공감 발간, 센터내 장난감 및 도서대여, 각종 공연                                 |
| 경남    | 집합교육형태의 양육지원에 초점.<br>연말에 '행복한 양육환경 기반 구축을 위한 보육콘서트'를 계획하고 있음.   |
| 제주    | 장난감, 도서 무료대여가 명칭전환으로 더 확대됨, 읍면지역으로 찾아가는 부모교육<br>찾아가는 동화나라, 인형극 실시, 양육상담 활성화,<br>도와 함께 민생시책사업 예비부모아카데미 실시 중.                                     |

보육정보센터에서 기존에 제공하던 육아지원 서비스를 강화하는 한편, 부모 교육과 자녀와 함께 하는 부모 참여활동, 정보지 발간, 홈페이지 운영의 활성화 등의 지원이 추가적으로 계획됨을 알 수 있다. 특히 광주시는 사무실을 이전하여 부모지원기능을 더 수행하고자 하였고, 대전시의 경우는 영유아를 위한 체험 시설을 설치하는 변화가 있었다.

## 2) 육아종합지원센터의 육아정보 범위

육아정보 제공현황을 파악하기 위해서는 먼저 정보의 범위 규정이 필요하다. 육아종합지원센터는 어린이집의 보육활동 지원과 더불어 영유아 부모를 위한 다양한 양육지원 사업을 추진한다. 영유아 부모지원사업은 주로 육아종합지원센터에서 면대면으로 진행하는 부모교육, 발달 검사, 참여활동 등이다. 따라서 보다 넓은 개념으로는 육아종합지원센터에서 진행 중인 이러한 사업 자체가 영유아 부모에게는 정보로서의 기능을 하고 그 사업에 대한 홍보가 영유아 부모에게 유용한 정보가 된다. 또한 협의로는 부모가 필요로 하는 일반적인 육아정보를 지원하고 전달하는 개념의 육아정보 제공으로 이해할 수도 있다. 육아종합지원센터에 대한 광의의 개념으로서 육아정보가 면대면 서비스 위주의 사업과 그에 대한 여러 홍보로 구성된다면, 협의의 육아정보는 육아종합지원센터 홈페이지를 통한 온라인 정보 전달로 볼 수 있다. 협의의 개념으로 육아정보 지원 및 전달에 초점 두어 육아종합지원센터의 홈페이지를 통해 제공되는 육아정보 현황을 살펴보면 다음과 같다.

### 가) 중앙육아종합지원센터 육아정보

육아종합지원센터가 어린이집 보육에 대한 종합적인 지원과 부모의 양육지원의 기능을 담당함에 따라 중앙육아종합지원센터의 홈페이지에는 보육정보, 육아정보, 나눔정보로 제공 정보를 구분하였고 그 중 ‘육아정보’의 내용을 어린이집 이용, 어린이집 검색, 일시보육 운영기관 찾기, 육아상식, 건강발달, 식단 및 조리법, 영양정보, 나들이정보로 하위 범주화하였다.

### 나) 시도육아종합지원센터 육아정보

전국 17개 시군구 육아종합지원센터의 ‘육아정보’ 내용을 중앙육아종합지원센터의 홈페이지 ‘육아정보’ 범주를 토대로 비교하면 다음 <표 III-1-3>과 같다.

〈표 III-1-3〉 전국 시도 육아종합지원센터의 ‘육아정보’ 범주 하위항목

| 구분    |    | 어린이집 이용                      | 어린이집 검색 | 일시보육 운영기관 찾기 | 육아 상식 | 건강 발달 | 식단 및 조리법 | 영양 정보 | 나들이 정보 |
|-------|----|------------------------------|---------|--------------|-------|-------|----------|-------|--------|
| 서울    | 공통 | ○                            | ○       | -            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | 우리동네 보육반장/ 육아전문칼럼/ 해외보육동향    |         |              |       |       |          |       |        |
| 부산    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | -     | ○      |
|       | 특색 | KCDR-II / 그림책 새롭게 보기         |         |              |       |       |          |       |        |
| 대구    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | KCDR-II                      |         |              |       |       |          |       |        |
| 인천    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | 없음                           |         |              |       |       |          |       |        |
| 광주    | 공통 | ○                            | ○       | -            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | 키움뜰 일시보육/ KCDR-II            |         |              |       |       |          |       |        |
| 대전    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | KCDR-II                      |         |              |       |       |          |       |        |
| 울산    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | KCDR-II                      |         |              |       |       |          |       |        |
| 경기    | 공통 | ○                            | ○       | -            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | 가정보육교사제도/ 0세아전용어린이집/ 아이러브맘카페 |         |              |       |       |          |       |        |
| 경기 북부 | 공통 | ○                            | ○       | -            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | 가정보육교사제도/ KCDR-II            |         |              |       |       |          |       |        |
| 강원    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | KCDR-II                      |         |              |       |       |          |       |        |
| 충북    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | -     | ○      |
|       | 특색 | 보육컬럼/ KCDR-II                |         |              |       |       |          |       |        |
| 충남    | 공통 | ○                            | ○       | -            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | KCDR-II                      |         |              |       |       |          |       |        |
| 전북    | 공통 | ○                            | ○       | -            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | KCDR-II                      |         |              |       |       |          |       |        |
| 전남    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | KCDR-II                      |         |              |       |       |          |       |        |
| 경북    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | 없음                           |         |              |       |       |          |       |        |
| 경남    | 공통 | ○                            | ○       | ○            | ○     | ○     | ○        | ○     | ○      |
|       | 특색 | KCDR-II                      |         |              |       |       |          |       |        |
| 제주    | 공통 | -                            | -       | ○            | ○     | -     | -        | ○     | ○      |
|       | 특색 | 영유아식단/ 예방접종안내/ 전문가상담 사례      |         |              |       |       |          |       |        |

주: 중앙 육아종합지원센터 홈페이지(<http://central.childcare.go.kr>)의 육아정보 범주를 기준으로 전국 시도 육아종합지원센터 홈페이지의 육아정보 하위항목 유무를 표시하였음 (2014. 6. 13. 기준).

시도 육아종합지원센터의 육아정보도 비교적 일반적으로 중앙육아종합지원센터의 기준과 유사하며, 각 센터의 특색 사업의 경우 별도의 항목을 추가하여 정보를 제공함을 알 수 있다. 예를 들어 서울시의 우리동네 보육반장, 부산의 그림책 새롭게 보기, 경기도의 가정보육교사제도, 0세아전용 어린이집, 아이러브맘 카페 등이 그것이다.

### 3) 홍보 전략

#### 가) 홍보방법

육아종합지원센터에서 진행하는 육아지원사업에 대한 홍보를 위해 13개 사업 영역별로 활용하는 홍보 방법에 대해 복수응답으로 조사한 결과는 다음 <표 III-1-4>와 같다.

<표 III-1-4> 육아종합지원센터의 육아지원사업 홍보 방법

| 홍보방법              | 빈도  | 백분율   |
|-------------------|-----|-------|
| 1. 센터 홈페이지 홍보     | 121 | 19.3  |
| 2. 방문 및 전화 질문 답변  | 99  | 15.8  |
| 3. 어린이집 등 기관 홍보   | 96  | 15.3  |
| 4. 기관방문 시 해당사업 설명 | 91  | 14.5  |
| 5. 공공장소 인쇄물 비치    | 72  | 11.5  |
| 6. 문자 메시지 전달      | 52  | 8.3   |
| 7. 블로그, 카페 홍보     | 49  | 7.8   |
| 8. 대중매체 활용        | 11  | 1.8   |
| 9. 배너, 현수막        | 35  | 5.6   |
| 계                 | 626 | 100.0 |

육아종합지원센터에서 가장 빈번한 홍보의 방법은 온라인 홍보방법인 '센터 홈페이지를 통한 홍보(19.3%)'로 나타났다. 다음은 직접적인 의사소통을 통한 정보 방법인 '기관 방문 또는 전화 상 사업에 대한 질문이 있을 때 답변함(15.8%)', '어린이집 등의 시설을 통한 홍보(15.3%)', '기관 방문 시 사업조건에 맞는 대상자에게 설명(14.5%)'의 순서로 나타났다. 배너, 현수막, 대중매체 등을 통한 홍보의 비율은 상대적으로 높지 않았다. 이러한 결과는 육아종합지원센터의 사업의 홍보의 주 통로는 기관의 홈페이지이며, 실질적으로 육아종합지원센터의 담당자와 정보수요자 간의 면대면 또는 직접적 의사소통을 통한 홍보가 활성화되어 있음을 알 수 있다.

나) 온라인 서비스 홍보의 기여정도

육아종합지원센터의 전체 홍보 효과를 100으로 보았을 때, 홍보를 위해 활용하는 온라인 서비스(홈페이지, 카페, 블로그, 문자전달, SNS 등 포함)의 기여가 어느 정도라고 생각하는지를 확인한 결과는 각 센터별로 10%~90%까지 광범위하게 나타났다. 무응답 1인을 제외한 육아종합지원센터장 17명의 평균은 56.2%로 나타나 홍보에서 온라인이 전체 홍보 중 절반 이상의 효과를 낼 수 있다고 생각하고 있었다.

다) 이용자 수

육아종합지원센터의 이용자 수는 일종의 홍보로 나타난 성과로 볼 수 있다. 관찰 시도의 예비 부모와 영유아 부모 100명 중 몇 명 정도가 육아종합지원센터를 이용한다고 생각하는지 조사한 결과, 1명이라는 곳부터 50명이라는 곳까지 다양하게 나타났으며, 무응답 3 곳을 제외한 15개시도의 평균은 19.4명으로 나타났다.

**4) 육아종합지원센터 사업의 특성**

첫째, 육아종합지원센터의 부모대상 양육지원 사업은 육아종합지원센터로 찾아오는 양육자와 정보제공자 간의 면대면 또는 전화 등의 직접적인 의사소통의 방법으로 진행됨이 일반적이다. 드물게는 찾아가는 서비스의 형태도 있으나, 대부분의 경우는 육아종합지원센터에서 부모대상 서비스가 제공된다. 즉 육아종합지원센터의 육아정보는 필요한 정보를 찾는 수요자가 정보처로 찾아오는 Pull-service<sup>5)</sup>의 특징을 지닌다.

둘째, 육아종합지원센터의 육아정보는 넓게는 센터에서 제공하는 양육지원 사업을 포괄하고, 협의로는 홈페이지의 육아정보로 국한할 수 있다.

셋째, 전국 시군구에 설치된 육아종합지원센터는 공통적인 사업을 기반으로, 지역사회의 요구에 따라 특성을 살린 특화 사업을 개발하여 영유아 자녀를 둔 부모의 양육을 종합적으로 지원하고 있다. 특히 '보육정보센터'에서 '육아종합지원센터'로 기관명을 전환한 이후 영유아 자녀를 둔 부모지원에 다양한 사업을 확대하려 계획 중이다.

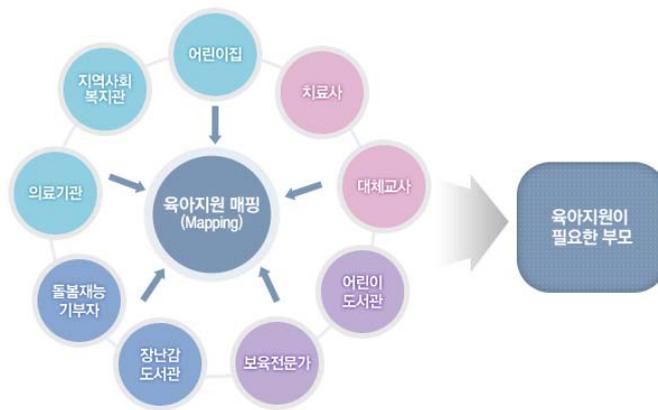
5) 사용자(소비자)가 정보제공자에게 해당 정보의 취득 또는 접촉에 대한 의사를 표현하고 서비스를 신청하는 경우를 말함

## 나. 서울특별시 우리동네 보육 반장사업

영유아의 부모를 위한 면대면 육아정보 제공의 대표적인 사례로 ‘우리동네 보육반장 사업’을 들 수 있다. 2013년 4월 반장을 공모하여 140여명을 모집<sup>6)</sup>하고, 5월부터 실질적인 서비스를 제공하고 있다.

### 1) ‘우리동네 보육반장 사업’의 내용

#### 가) 우리동네 보육반장 사업모형<sup>7)</sup>



자료: 서울특별시 보육포털서비스 <http://iseoul.seoul.go.kr> 에서 인출함(2014. 6. 14).

[그림 III-1-1] 우리동네 보육반장 사업모형도

‘우리동네 보육반장 사업’은 서울특별시가 육아관련 물적·인적 자원을 연계하고 관리하여 양육자에게 맞춤 원스탑 육아서비스를 제공하기 위해 운영하고 있는 사업으로 그 사업의 모형은 [그림 III-1-1]과 같다.

#### 나) 우리동네 보육반장의 종류 및 역할

‘우리동네 보육반장 사업’은 전문보육코디네이터와 우리동네 보육반장을 통해 진행된다. 그 역할과 업무내용은 다음 <표 III-1-5>와 같다.

- 6) 이는 새로운 공공일자리 창출을 목적으로 하는 ‘서울형 뉴딜일자리’의 하나로 육아경험을 지닌 여성의 일자리 창출과 보육지원을 연계하는 방안으로 마련됨
- 7) 서울특별시·서울특별시육아종합지원센터(2014). 서울시 우리동네 보육반장 사업 운영 매뉴얼. p3 인용함.

〈표 III-1-5〉 전문보육코디네이터와 우리동네 보육반장의 역할

| 구분    | 전문보육코디네이터  | 우리동네 보육반장  |
|-------|--|--|
| 정의    | -지역의 보육전문가로 지역의 육아관련 자원 및 서비스를 체계화하고 연계하여 육아전문 상담자 역할 담당<br>-자조적 부모모임 또는 돌봄공동체 지원하는자       | -동 단위의 작은 동네에서 육아관련 정보를 모으고 부모에게 관련정보를 안내하며 다양한 방법으로 지역주민과 소통하여 양육자의 욕구를 해결하여주는 돌봄 활동가의 역할 담당하는자                             |
| 역할    | -지역의 육아관련 자원관리, 체계화<br>-우리동네 보육반장 관리<br>-육아전문 상담자의 역할<br>-돌봄 공동체 지원<br>-SNS 활용한 실시간 정보소통   | -동 단위의 육아관련 정보 취합<br>-맞춤 육아정보제공<br>-120번을 통한 일반 육아상담<br>-지역 돌봄 활동가의 역할<br>-SNS 활용한 실시간 정보소통                                  |
| 주요 업무 | -육아자원 수집기획 및 DB화<br>-출산가정 육아정보제공<br>-보육반상회<br>-우리동네 보육반장 지원<br>-자조모임 및 돌봄공동체 형성지원<br>-실적관리 | -육아자원 및 어린이집 정보수집<br>-상담<br>-출산가정 육아정보제공<br>-자조모임 및 돌봄공동체 형성지원<br>-보육반상회 모임지원<br>-보육반장 연합정기모임<br>-소통과 정보공유<br>-업무 수행 보고 및 계획 |

주: 서울시 우리동네 보육반장 사업 운영 매뉴얼. p.5, p.18~38의 내용을 요약함.

다) 우리동네 보육반장의 선발과 교육<sup>8)</sup>

(1) 자격요건 및 선발

보육반장은 자치구의 보육 수요에 따라 1~3개 동별 1명씩 배치하며 주 5일, 주 14시간 근무하고 그 처우는 월 52만원이다. 자격은 보육교사 3급 이상, 유치원정교사, 사회복지사 2급 이상 소지자 등 육아관련 자격증 소지자를 우대한다. 별도의 신청자격은 없으나 면접을 통해 선발되며 최종선발은 교육과정 이후 소정의 평가과정을 거쳐서 선발한다.

전문보육코디네이터는 보육교사 2급 자격취득 후 3년 이상 보육업무경력자나 보육교사 2급 자격과 보육관련 대학원에서 석사학위를 취득한 자로 1년 이상 보육업무 경력과 보건복지부 장관이 정하는 승급교육을 받은 자로 그 자격을 두며, 일반직 공무원 8급 정도의 보수를 받는다.

(2) 교육

보육반장의 교육시간은 양성교육 30시간, 현장실습 20시간, 재교육 20시간을

8) 서울시 우리동네 보육반장 사업 운영 매뉴얼 p.11~17의 내용을 요약함

포함하여 총 70시간으로 편성하였고, 서울시육아종합지원센터와 자치구육아종합 지원센터가 그 교육을 담당한다. 전문보육코디네이터의 경우는 서울시육아종합 지원센터 주관으로 6시간의 교육과 4시간의 실습을 포함하는 교육을 받는다.

## 2) ‘우리동네 보육반장 사업’의 육아정보 범위

서울시는 이 사업의 성격이 정보의 제공에 있음을 명시하고 있다. 우리동네 보육반장 서비스는 출산가정의 출생등록 시 육아정보제공에 동의 여부에서 시작 된다. 그 동의서의 제목이 “육아...고민 많으시지요? ‘우리동네 보육반장’이 각종 육아정보를 알려드립니다.” 로 사업의 주목적이 육아정보 제공임을 알 수 있다.

### 가) ‘출산가정 육아정보 제공 동의서’에서의 정보제공 분야<sup>9)</sup>

- 아이돌봄-시간제 돌봄서비스
- 보건소 이용 가능 지원사업: 산모/신생아 도우미 서비스, 유축기 대여, 임신부 등록관리서비스, 모유수유교육 및 클리닉운영, 영양플러스 사업, 예방접종 지원, 신청성 대사이상 검사 및 환아 관리
- 영유아 예방접종시기
- 국가예방접종(무료접종)
- 영유아 건강검진
- 보육료 및 양육수당 지원
- 어린이집 입소대기
- 육아휴직 지원금, 단축근무 지원금
- 다자녀 가정 지원혜택
- 지자체별 출산 장려금

### 나) 정보제공 사이트분류 기준

우리동네 보육반장들이 육아정보 수요자에게 직접 전달하는 정보 중에는 육아정보 검색을 위한 인터넷 사이트를 소개하기도 한다. 육아정보 제공을 위하여 유용한 인터넷 사이트를 양육정보, 건강정보, 나들이 정보 등의 세 가지 기준<sup>10)</sup>으로 구분 제시하였다.

9) 서울시 우리동네 보육반장 사업 운영 매뉴얼 p.34, p.52 인출함.

10) 서울시 우리동네 보육반장 사업 운영 매뉴얼 p.76

### 3) 홍보 전략

서울시는 ‘우리동네 보육반장 사업’을 기본적으로 다음과 같은 경로로 홍보되고 있다.

#### 가) 시 자체 사업으로 홍보

서울시나 자치구의 보도 자료로 또는 각종 뉴스와 버스나 지하철 등 대중교통 광고물들을 통해 홍보한다.

#### 나) 다산 120 콜센터

서울시와 관련된 민원을 전화로 해결해 주는 종합민원 콜센터인 다산 120콜센터를 통해 ‘우리동네 보육반장’을 알리기도 한다. 다산 120콜센터에서는 상담 중 육아와 관련된 어려움으로 판단되거나, 보육반장의 역할로 해결이 기대되는 경우에는 각 자치구 동의 보육반장에게 연결해 해준다.

#### 다) 소셜네트워크 서비스

이용자의 실제 이용경험 공유를 통한 홍보를 위해 소셜네트워크 서비스의 활용도 도모한다. 보육반장에게 소셜커뮤니티를 구축하고 그를 통해 정보 수혜자와 소통하며 또 정보 수혜자의 인적네트워크를 통해 사업의 홍보가 활성화될 수 있도록 하고 있다.

### 4) ‘우리동네 보육반장 사업’의 특성

첫째, ‘우리동네 보육반장 사업’은 무엇보다 ‘Push service<sup>11)</sup>’의 개념에서 정보 제공에 접근하는 특징을 지닌다. 정보의 수요자가 필요할 것이라 예상되는 정보를 유목화하여 보육반장이라는 제공자가 먼저 다가가는 서비스라는 특징을 지닌다. 이 사업이 출산과 육아라는 낯선 경험을 하는 영유아 부모는 자신이 필요한 정보가 무엇인지 조차도 모르는 경우가 많음을 배려한 측면을 볼 수 있다.

둘째, 출산과 양육을 지역사회 중심으로 지원하고자 하는 사업이다. 아무리 좋은 정책이라도 이용자가 접근하기 어려운 것은 그 효과가 없다. 수요자는 육아가 이루어지는 현장인 지역사회 안에서 접근 가능한 지원을 알아야 이용 가능하다. ‘우리동네 보육반장 사업’은 전화와 면대면 방법으로 정보제공을 희망하

11) 사용자(소비자)의 의사와 상관없이 정보를 제공하는 서비스로써 정보 제공자가 정보의 흐름을 직접 통제하는 정보 전달 상의 특성이 있음

는 수요자에게 지역사회 안에서 이용 가능한 육아지원의 내용을 실제적으로 전달하는 특징을 지닌다.

셋째, 면대면 정보제공과 온라인 정보 활용의 연결점을 구축하는 사업이다. 보육반장은 직접 만남을 통한 정보전달 뿐 아니라 페이스북, 카카오톡, 네이버 밴드 등 소셜네트워크를 이용하여 쌍방향적 정보 공유의 장, 인프라를 구축한다. 이는 최근 매체의 발달로 정보의 통로가 다면화되는 최근의 경향을 보여주는 대표적인 사례로 볼 수 있다.

## 다. 보건소 방문 간호사 관리 서비스

보건소에서 지역사회 주민의 건강관리에 대한 적절한 도움을 주고자 2007년부터 시작된 맞춤형 가정방문 건강관리사업은 전담인력이 가정이나 시설로 방문하여 가구원의 건강문제를 발견하고 건강수준에 따라 적합한 보건의료 서비스를 제공하며 필요 시 타 기관의 서비스를 연계하여왔다.

최종적으로는 전 국민의 건강증진이 목적이거나 취약계층을 우선적으로 서비스의 대상으로 설정하고 지역사회의 요구나 보건소의 인력상황을 고려하여 사업 대상의 범위를 재설정할 수 있다(서울시 중구보건소·서울대학교 간호대학, 2013, 재인용). 2007년 시작 당시 가정방문 건강관리 사업에서 임산부·영유아에 대한 서비스의 필요도가 5순위였지만 2010년부터 기초생활보장 수급자와 차상위계층의 임산부·영유아가 서비스 필요의 1순위 대상자로 자리 잡았다(김희자·유재순·김현숙 외, 2010, 서울시 중구보건소 외, 2013, 재인용). 본 연구에서는 최근 활발한 방문 간호사 관리서비스를 제공하고 있으며 향후 지속가능한 서비스 구축을 위해 기존 방문간호사의 직무 표준화를 위한 업무 매뉴얼을 발간한 서울시 중구보건소의 사업을 중심으로 소개하고자 한다.

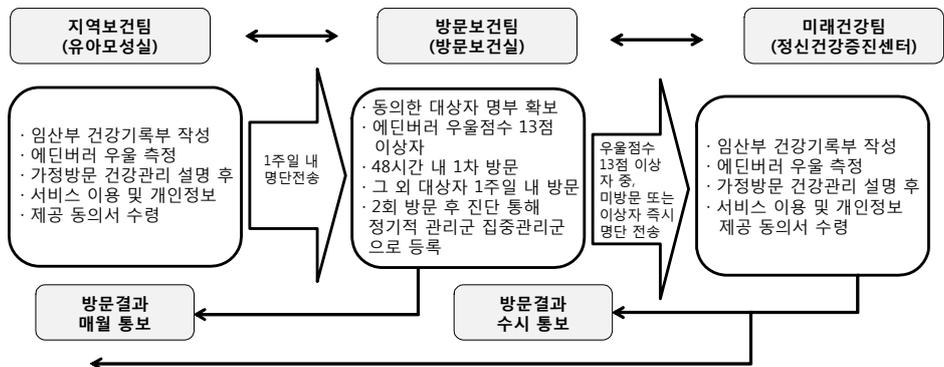
### 1) 사업내용

본 사업의 대상은 보건소로 직접 방문하였을 때 본 사업을 신청한 영유아 부모와 모성실, 방문보건실, 정신건강증진센터에 접수하였을 때 보건소에서 영유아 부모에게 사업을 안내 안내하여 동의 구득 후 사업에 참여하는 형태로 결정된다. 가정방문 간호서비스의 내용은 임부, 산부, 영유아의 대상에 따라 다르다. 영유아의 경우 건강관리, 신체 사정, 발달 사정, 영양관리, 생리적 발달, 아토피 관

리, 예방접종, 모아예약, 아기 마사지, 안전 예방 교육으로 크게 구분할 수 있다.

보통 1회 방문 시 평균 65분 동안 서비스가 진행되는데 친밀감 형성 15분, 자가 정보 조사지 작성을 하는 요구조사 20분, 대상자 요구과약 또는 문제를 해결하는 상담 및 교육 20분, 방문 종료를 준비하는 클로징 10분으로 구성된다.

방문주기는 대상자의 상황에 따라 집중관리군과 정기관리군으로 구분되어 결정된다. 집중관리군이란 보건복지부의 가정방문 건강관리 안내 지침에 따라 분만 4주 이내 신생아, 영유아 또는 다문화 가족으로 집중관리가 필요한 경우로 정의한다. 집중관리군은 2~4개월 동안 8회(6~10회) 방문하고 정기관리군은 2~3개월에 1회 이상 방문하되 필요 시 모두 전화로 연락한다.



자료: 서울시 중구보건소·서울대학교 간호대학(2013). p.35 인용함.

[그림 III-1-2] 보건소 내 방문 대상자 확보 과정

## 2) 육아정보 범위

현재 서울시 중구 보건소의 방문간호사 직무매뉴얼에 따르면 영유아의 방문 관리 세부 항목은 아래와 같다. 크게 영양·구강 관리, 수면 습관, 차광, 안전(자동차 내 안전 포함), 미디어, 약물, 가정폭력으로 구성되어 있으며 가정방문 사업 시 영유아 부모의 과거 문의사항을 고려하여 발달 상 필수적으로 지켜져야 할 항목들을 안내하고 있다. 이와 같은 육아정보 관리 항목은 지역주민에게 방문간호사의 질높고 표준화된 서비스를 제공하기 위해 국내외 사례조사, 현장 경험에 대한 방문 간호사 간 논의를 통해 중구 보건소와 서울대 간호대학에서 선

정하였으며 실질적 전문교육과정(120시간)의 주요 내용이기도 하다.

〈표 III-1-6〉 영유아 방문관리 시 방문간호사 확인 목록

| 영역         | 항목  |
|------------|---|
| 영양         | 수유습관 확인, 모유수유 장점 교육, 모유수유 기간 확인, 모유수유 영양 보충(철분, 비타민 D), whole milk 가능 시기는 최소 12개월 이후 가능   |
| 차광         | 6개월 이전까지 직접적 햇빛 접촉 차단, 오전 10시~ 오후 4시 사이에 노출 제한, 최소 SPF 15 선크림을 두시간 간격으로 도포, 모자와 옷으로 피부 보호 |
| 구강관리       | 우유병 수유 제한, 잠잘 때 병 수유 제한, 컵 들 때 우유병을 떼고 컵으로 마시기 준비, 매 방문 시 마다 구강 간호 확인하고 불소의 필요성 정보 제공     |
| 수면습관       | 최소 6개월까지는 엎어서 재우지 않음, 밤 수면에 문제가 있을 때는 낮에 돌봐주는 이와 수면습관에 대해서 의논                             |
| 안전/손상      | 흔들린 아이증후군, 목욕, 가정 내 흡연과 인산화탄소, child proofing the home(창문, 플러그 등), 작상 위험, 응급처치 및 심폐소생술    |
| 미디어 노출     | 2살 이전까지 TV 시청 제한  |
| 알콜, 담배, 약물 | 음주, 담배, 약물 습관과 태도에 대한 논의. 음주와 약물, 흡연 관련 상담, 지역사회 재활 자원 정보 제공                              |
| 가정폭력, 학대   | 가정 폭력 관찰(신체 멍들, 우울, 불안, 혼욕 질문에 주저하며 대답을 어려워 할 때, 병원 방문 약속을 지키지 않을 때) 신체적 성적 학대 관찰         |
| 자동차 안전     | 유아용 자동차 카시트 사용, 자동차 앞좌석 에어백 위험 정보 제공, 음주 운전 단속  |

자료: 서울시 중구보건소·서울대학교 간호대학. 방문간호사 활용 임산부·영유아 가정방문 건강관리 매뉴얼 개발 보고서. p52 인출함.

### 3) 홍보 전략

보건소에 영유아 부모가 산모도우미 서비스나 영양플러스 사업을 신청하거나 유아 모성실을 방문하여 서비스를 신청하는 경우 부모에게 가정방문사업을 안내하고 권유하여 대상자에게 안내하고 이들의 지인을 통해 서비스를 알리는 방법으로 홍보되고 있다. 또한 다문화가정 등 특수집단이 거주하는 지역을 방문하여 지역사회 주민의 필요를 살피고 해당 영유아 부모에게 사업을 알리기도 한다. 현재 뉴스와 보도자료를 통해서도 본 사업에 대한 홍보를 지속하고 있다.

### 4) 사업 특성

첫째, 보건소의 방문 간호사 관리서비스는 사업의 우선순위인 취약계층 영유

아 부모를 대상으로 발굴하는 Push-service로 진행되며 일반 영유아 부모는 보건소에 찾아 왔을 때 보건소에서 관련 사업을 안내 받아 Pull-service로 진입하는 특징이 있었다.

둘째, 서비스 중에 영유아 부모와 직접적이고 지속적인 대인 커뮤니케이션이 발생하게 되므로 서비스 제공자와 이용자 간에 친밀감 형성이 가능하며 영유아 부모의 생활여건에 대한 이해도가 높은 간호사가 전문성 있는 해결책을 제시하거나 필요한 경우 병원으로의 연계도 빠르게 이뤄질 수 있는 장점이 있다. 그러나 중구 보건소의 경우 십여 명의 간호사가 활동하고 있어 간호사 1인이 450가구를 관리하고 있는 셈이므로 인력 보장이 이뤄지기 전에는 충분한 의사소통이 이뤄지는 서비스를 기대하기 어려울 수 있다. 한편 서울시 사업으로 2014년 현재 강북·동작·강동·도봉·양천·서대문·강서·중랑의 8개의 자치구에서 임신부·영유아를 위한 전담 방문간호사 23명과 사회복지사 3명을 추가로 고용하여 사업을 운영하고 있어 향후 비취약계층 가정을 포함한 보편화된 심화 서비스를 기대할 수 있을 것으로 생각된다(서울시 보도자료, 2014. 1. 6).

셋째, 지역사회 단위로 설치되어 있어 본 사업의 육아정보를 전달할 뿐 아니라 지역사회 영유아 부모의 필요를 확인할 수 있는 소통의 장으로도 기능할 수 있다. 중구보건소에서는 접근이 어려운 취약계층의 문제와 보건소는 저소득층이 이용한다는 과거의 편견을 해결하기 위해 Cultural health project를 수행함으로써 예술을 통한 소통을 기반으로 건강한 사회 환경 조성을 위해 노력하고 있다(서울시 중구보건소, 2013). 또한 지역아동센터 등과 연계하여 보건소 체험학습을 프로젝트로 진행하고 있다. 이는 영유아기 건강에 대한 토털 케어를 아동기에도 확장하기 위함인데 궁극적으로는 한 개인이 건강관리에 대한 흥미를 가지고 자발적으로 노력할 수 있도록 하여 사회사회의 현재와 미래의 변화를 도모하고자 한다.

## 라. 공공포털

### 1) 공공포털의 사업 내용

영유아 육아에 관련한 공공포털을 보건복지부의 '관련사이트'를 통해 검색한 결과 마음더하기, 아가사랑, 아이사랑보육포털 등의 공공포털 등이 있었다. 마음더하기란 정부가 맞춤형 정책정보를 제공하여 행복한 결혼, 출산과 육아에 마음

을 더한다는 의미로, 신혼부부 및 영유아 부모가 주이용 대상이다. 부처별, 사업별로 산발적으로 나뉘어져 진행하는 다양한 출산·육아 지원 정보를 종합하여 제공함으로써 부모가 원하는 서비스 제공기관의 정보, 관련 사이트 연계, 서비스 신청 등을 한번에 편리하게 제공 받을 수 있도록 하는 것이 주목적이다. 아가사랑은 가임여성에게 건강하고 안전한 임신, 출산, 육아를 위해 다양한 정보를 제공하고 여성의 건강증진을 돕는 것에 목적을 두고 있다. 아이사랑보육포털은 어린이집에 영유아를 보내는 부모를 대상으로 아이사랑카드 사업, 보육료결제, 어린이집 입소대기 신청, 어린이집 정보공시 등을 주요 서비스로 제공하고 있다.

교육부에서 운영하는 관련 공공포털로는 유아교육 지원포털인 e-유치원시스템, 유치원알리미 등이 있으며, e-유치원시스템에서는 유아 부모를 대상으로 유아학비 지원제도, 3~5세 유아학비, 아이즐거운 카드, 방과후과정 등의 정보를 제공하는 것을 목적으로 하고 있다. 유치원알리미는 유치원과 관련된 전반의 정보를 유아 부모에게 객관적이고 투명하게 공개하는 제도로, 학부모의 알권리를 보장하고자 마련되었다. 유치원의 운영 현황을 공개함으로써 유아 교육의 질을 높이는 것에 목적을 두고 있다.

〈표 III-2-1〉 공공포털 목록

| 사이트 명     | 대상            | 목적   |
|-----------|---------------|--|
| 마음더하기     | 신혼부부 및 영유아 부모 | 부처별, 사업별로 진행하는 다양한 출산·육아 지원 정보를 종합하여 제공함으로써 부모가 원하는 서비스 제공기관의 정보, 관련 사이트 연계, 서비스 신청까지 한번에 제공 받을 수 있도록 함  |
| 아가사랑      | 가임여성          | 가임여성에게 건강하고 안전한 임신, 출산, 육아를 위해 다양한 정보를 제공하고 여성의 건강증진을 도움   |
| 아이사랑 보육포털 | 영유아 부모, 보육교직원 | 아이사랑카드 제도 및 정부지원 보육서비스 소개, 입소대기 신청 및 보육료 결제 서비스 제공, 어린이집 공시 정보 및 육아 정보 등 제공함                             |
| e-유치원 시스템 | 유아 부모, 유치원    | 유아학비 지원제도 열람 및 유아학비로 인한 부담을 덜기 위한 정책으로 아이즐거운카드의 신청과 발급   |
| 유치원 알리미   | 유아 부모, 유치원교직원 | 유치원과 관련된 전반의 정보를 유아 부모에게 객관적이고 투명하게 공개하는 제도로, 학부모의 알권리를 보장하고자 마련되었으며 유치원의 운영 현황을 공개함으로써 유아 교육의 질을 높이도록 함 |

주: 각 사이트 주소는 다음과 같음. momplus.mw.go.kr, [www.agasarang.org](http://www.agasarang.org), [www.childcare.go.kr](http://www.childcare.go.kr), [childschool.moe.go.kr](http://childschool.moe.go.kr), [e-childschoolinfo.moe.go.kr](http://e-childschoolinfo.moe.go.kr).

## 2) 공공포털의 육아정보 범위 및 운영

공공포털 사이트에서 제공하는 구체적인 콘텐츠는 다음<표 III-2-2>와 같다.

<표 III-2-2> 공공포털에서 제공하는 주요 육아정보

| 사이트          | 분류          | 하위목록   |
|--------------|-------------|--|
| 마음<br>더하기    | 정부지원정책      | 결혼/신혼, 임신, 출산, 보육/교육/양육, 육아, 영유아건강, 다자녀가정  |
|              | 지역별지원정책     | 1단계-시/도, 2단계-시/군/구, 3단계-분야별,   |
|              | 내게 맞는 정책    | 1-생애주기, 2-가구특성, 3-자녀수, 4-자녀나이, 5-사는 지역   |
|              | 알림더하기       | 공지사항, 언론동향, 지자체동향, 홍보자료, 이벤트, 추천사이트  |
|              | 정보더하기       | 시설·기관 알아보기, 정책자료 제공, 신청 서식 모음, 지원 혜택카드, 관련 사이트, 육아가이드                            |
|              | 소통더하기       | 129 콜센터 핫이슈, 정책FAQ, 민원신청/확인  |
| 아가<br>사랑     | 출산지원시책      | 임신출산지원, 자녀성상맞춤지원, 맞벌이부부지원, 가구별 맞춤지원 정보제공   |
|              | 임신/육아<br>상담 | 계획임신, 임신, 출산, 난임, 육아, 아빠육아 정보제공<br>전문가상담, 자주하는 질문, 건강체크, 건강정보                    |
|              | 미디어         | 건강웹툰, 교육동영상, 플래시, E-Book, 오디오북   |
|              | 뉴스/소식       | 정책뉴스, 행사 및 교육, 이벤트, 자료실  |
|              | 소통          | 임신출산 노하우, 임신부배려, 육아수첩, 행복story, 의견한마디, 설문조사                                      |
| 아이<br>사랑     | 육아정보        | 육아상식, 영양정보, 건강정보, 우리아이 발달체크, 교육강좌, 나들이·문화, 시간제 운영 기관찾기, 일시보육 시범기관 찾기             |
|              | 보육서비스       | 누리과정 안내, 어린이집 이용, 보육료 지원, 아이사랑카드 소개, MY아이사랑카드, 우리아이 어린이집, 일시보육 시범사업, 입소대기신청      |
|              | 도서관         | 전자도서관, 보육현황, 홍보자료, 장난감도서관  |
|              | 열린공간        | 보육뉴스, 보육행사, 어린이집 이용불편신고센터, 아이사랑 보육 모니터링단, 설문조사, 아이사랑모바일, 팝업존, 관련 사이트             |
|              | 행복공감        | 한줄톡톡, 나만의 육아비법, 아이사랑 뽀내기, 내 마음을 전해요  |
|              | 지식공감        | 아이사랑 카드, 보육료지원, 육아, 어린이집 이용료, 어린이집 운영, 설치인가, 보육프로그램, 어린이집평가인증, 보육교직원 자격/경력, 보수교육 |
|              | 클럽          | 전국 어린이집별 클럽  |
|              | 상담실         | 자주하는 상담, 1:1 상담  |
|              | 정보 찾기       | 어린이집 찾기  |
|              |             | 유아학비지원안내   |
| e-유치원<br>시스템 | 알림마당        | 공지사항, 보도자료   |
|              | 유아교육서비스     | 교육지원청찾기, 유치원정보조회, 관련사이트, 팝업존   |
|              | 옹기종기        | 설문조사, 1:1질문게시판, 자주하는 질문, 자료실   |
|              | 이용안내        | 회원가입, 유치원 인증서 재등록, 개인정보보호방침, 이메일 주소 무단수집거부, 사이트맵                                 |

(표 III-2-2 계속)

| 사이트        | 분류           | 하위목록   |
|------------|--------------|--|
| 유치원<br>알리미 | 내주변<br>유치원찾기 | 유치원명, 설립구분, 지역, 거리, 전화번호, 지도, 홈페이지   |
|            | 소개           | 공시개요, 공시항목, 관련법규   |
|            | 유치원<br>비교하기  | 유치원규칙, 유치원 교지·교사, 연령별 학급수·원아수, 직위·자격별 교원, 유치원 교육과정 편성·운영 및 평가, 수업일수 및 수업시수, 방과후 교육과정 편성·운영, 유치원 원비, 유치원 회계 예·결산, 급식실시 및 급식 사고 발생·처리, 사무직원, 통학차량 운행 |
|            | 정보수정 신청      | 유치원 공지 정보 수정 신청  |
|            | 모바일 서비스      | 모바일웹 제공서비스 안내, 모바일앱 이용안내   |
|            | 공지사항/<br>자료실 | -  |
|            | 자주 묻는 질문     | -  |

자료: 마음더하기(momplus.mw.go.kr), 아가사랑(www.agasarang.org), 아이사랑보육포털(www.childcare.go.kr), e-유치원시스템(childschool.moe.go.kr), 유치원알리미(e-childschoolinfo.moe.go.kr)사이트 자료를 참고하여 재구성함(2014.6.16).

각각의 사이트는 영유아 부모인 이용자의 편의를 위해 특화된 기능을 가지고 있다. 마음더하기는 정부지원정책을 결혼, 임신, 육아 등 주제별 분류를 하고 지역별로 상이한 정책을 고려하여 지역별 지원정책을 제공하고 있으며, 특히 [그림 III-2-1]과 같이 생애주기, 가구특징, 자녀수, 자녀나이, 사는 지역 등을 선택하여 본인에게 맞는 정책을 찾아볼 수 있도록 제공하는 것이 특징이다.

아가사랑은 출산지원, 임신·육아 관련정보, 상담, 미디어 자료, 정책뉴스 및 교육에 대한 자료 등을 주로 제공하고 있다. 특히 산부인과, 산전후우울증, 소아청소년과, 육아 등의 분야에서 전문가의 상담을 비밀글로 받을 수 있다. 또한 부모들이 직접 참여할 수 있는 육아수첩, 행복 story 등을 통해 소통할 수 있도록 하고 주제별 설문조사도 진행하여 이용자의 의견을 수렴하고 있는 것이 특징이다.

아이사랑보육포털과 e-유치원시스템은 정부의 비용지원 사업에 대하여 자세히 안내하고 복지로 사이트와 연계하여 직접 신청할 수 있도록 하며 어린이집 및 유치원 이용에 필요한 정보를 제공하는 것이 특징이다.

유치원알리미는 유치원 찾기를 통해 유치원목록, 학급수·원아수, 교원, 방과후과정, 원비, 급식, 사무직원, 통학차량 등 18개 세부항목에 대한 전국 8,700여 개 유치원의 정보를 직접 검색·비교할 수 있도록 하여 유치원 이용에 필요한 정보를 제공하는 것이 특징이다. 정보별로 제공시키는 상이하어 수시로 제공하

는 정보는 유치원 규칙, 위반내용 및 조치결과 등이며, 2월에는 유치원 교지·교사 현황, 교육과정 운영 및 평가, 원비 현황 등, 5월에는 유치원 회계 예산서와 8월에 결산서를 제공한다. 10월에는 연령별 학급수·원아수, 급식·환경위생 관련, 안전 관련 정보 등을 제공한다.



자료: 마음더하기 홈페이지 <http://momplus.mw.go.kr> 에서 인출함(2014. 6. 16).

[그림 III-2-1] 마음더하기 내게 맞는 정책

### 3) 홍보 전략

마음더하기는 2012년부터 2014년 현재까지 해마다 ‘마음더하기 정부지원정책 가이드’를 소책자로 발간하고 있으며, 라디오와 텔레비전을 통한 홍보도 진행하고 있다. 2013년에는 마음더하기 홈페이지에서 사연을 공모하여 ‘웃는 아빠 캠프’를 진행하고(보건복지부 보도자료, 2013. 3. 23) [그림 III-2-2]와 같이 국내 포털사이트 네이버와 함께 연계해 초보 부모들을 대상으로 육아와 관련된 다양한 정책과 정보를 전달하는 ‘육아 캠페인’을 진행(보건복지부 보도자료, 2013. 11. 8)하는 등 부모와 함께하는 캠프와 캠페인을 통해 홍보하기도 하였다.

아이사랑보육포털은 특화서비스를 제공할 경우 일정기간 동안 무가지 신문, 지하철 광고, 네이버 및 다음과 같은 포털사이트를 활용하여 홍보를 하며 어린이집, 지자체, 육아종합지원센터를 중심으로 소책자를 비치하거나 마음더하기 홈페이지와 연계하여 관련사업을 홍보하기도 한다.

유치원알리미는 2012년부터 홍보용 리플렛을 제작하여 유치원과 학부모에게

배포하여 홍보하였으나 실제 학부모의 다수가 지인이나 직접방문을 통해 유치원 정보를 접하고 있어 2014년 1월부터 웹 서비스 기능 개편과 스마트폰 앱을 개발하여 언제 어디서나 정보를 얻을 수 있도록 개선하며 소셜네트워크서비스(SNS)를 연계하여 정보를 공유하도록 할 예정이다(교육부 보도자료, 2014. 1. 27).



자료: 보건복지부 보도자료(2013. 11. 8). 복지부, 네이버와 함께 육아 캠페인 진행. p.3 에서 발췌함.

[그림 III-2-2] 마음더하기 육아 캠페인

#### 4) 공공포털 사업의 특성

첫째, 공공포털 사업은 정부 3.0 사업에서 지향하는 개방·공유·소통·협력의 가치에 따라 영유아 부모들을 대상으로 하는 정부의 정책을 적극적으로 알리고자 하는 1차적인 목적을 가지고 있다. 따라서 정책에 대한 상세한 안내를 비롯해 이용자의 편의를 위해 다양한 정보 검색 서비스를 구현하고 있으나 영유아 부모가 우선 공공포털에 방문하여 정보를 찾아야 하는 Pull-service의 특징을 지닌다.

둘째, 국민 전체를 대상으로 하기 때문에 예상 포털 이용자의 폭과 층이 다양하여 이용자 특성을 정확히 반영하여 정보를 제공하기에 어려움이 있다. 즉 매스 커뮤니케이션의 특성대로 일방향적 정보제공의 형태로 의사소통이 이뤄지

며 정보 제공자와 이용자 간의 피드백이 빠르게 이뤄지기 어렵다. 따라서 정보 제공자의 관점에서 사업추진 배경이나 추진체계를 고려하여 정보를 분류·제공하게 되는 경향이 있다.

셋째, 공공포털에서 제공하는 육아지원 사업에 대한 안내 정보는 포털마다 상호 배타적으로 구분되지 않으며 중복되는 경우가 대부분이다. 이는 특정 육아정보 지원사업에 대한 홍보효과를 높일 수 있는 전략일 수 있다. 그러나 이용자 입장에서는 공공포털에서 제공하는 육아정보는 대체로 유사하며 각 포털의 특성을 구분하기 어렵다는 인상을 받게 될 수 있다. 이는 영유아 부모가 원하는 육아정보를 찾기 위해 해당 공공포털을 선별하여 방문하는데 장애 요인으로 작용할 수 있으며 이로 인한 이용 만족도가 저하될 위험이 있다.

## 2. 수요자 중심 서비스

선행연구에서 나타난 바와 같이 영유아 부모가 활발히 활용하고 있는 것으로 알려진 온라인 동호회는 육아정보 제공자와 수요자가 동일한 집단으로 구성된 수요자 중심의 서비스가 특징이다.

### 가. 온라인 동호회의 육아정보 범위

#### 1) 온라인 동호회 선정 과정

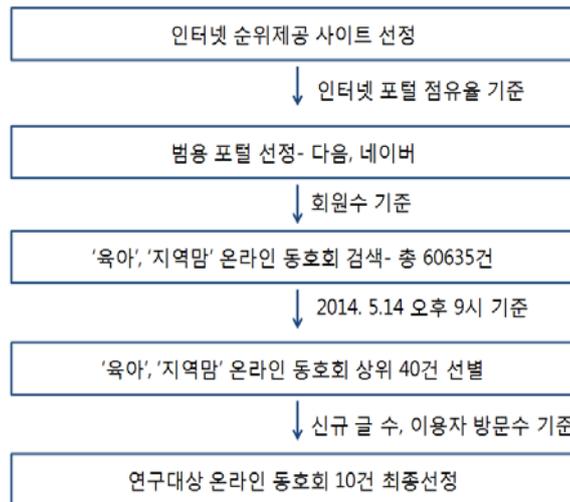
영유아 부모들이 선호하는 온라인 동호회를 선별하기 위해 선행연구의 검색 과정을 참고하여 3단계의 절차를 활용하였다(그림 III-2-3 참조). 우선 인터넷 순위제공 사이트 1곳(인터넷 트렌드 홈페이지<sup>12)</sup> 선정)을 선정하여 점유율을 기준으로 범용포털 2곳을 선정하였다. 심층면접 과정에서 육아에 대한 온라인 동호회가 지역사회 위주로 재편성되고 있다는 정보에 따라 해당 범용포털에서 ‘육아’와 ‘지역맘’을 구분하여 검색하였다. 그 결과 ‘육아’ 온라인 동호회는 네이버 41,192건(2014.5.14. 오후 6시 기준), 다음 18,500건(2014.5.14. 오후 9시 기준)으로 검색되었으며 ‘지역맘’ 온라인 동호회는 네이버 총 528건(2014.5.14. 오후 7시 기준), 다음 415건(2014.5.14. 오후 10시 기준)으로 총 60,635건이 검색 되었다.

12) <http://trend.logger.co.kr/trendForward.jsp>

이와 같은 결과에 따라 온라인 동호회의 회원 수를 기준으로 상위 10개 목록을 범용포털별로 주제어별로 각각 구성하였다. 이후 상위목록에서 인테리어 정보, 해외직접 구매 위주 등의 일부 주제를 주로 다룬 온라인 동호회는 배제하였다. 현재 신규 작성 글이 많거나 이용자 방문수가 많은 온라인 동호회를 선정하여 (범용포털에서 제공하는 정보에 근거함) '육아' 관련 온라인 동호회 4개 사이트와 '지역맘' 관련 온라인 동호회 6곳을 최종 연구 대상으로 설정하였다(표 III-2-3 참조).

〈표 III-2-3〉 연구대상 온라인 동호회 목록

| 검색어 구분 | 온라인 동호회   |
|--------|---|
| 육아     | 맘스홀릭 베이비, 지후맘, 임출카페, 엄마표 학습지 지도법                            |
| 지역맘    | 동탄맘들 모여라, 오창맘들 모여라, Happy 안양군포의왕맘, 강동맘, 2030 대전맘들 모여라, 안산맘스 |



[그림 III-2-3] 온라인 동호회 검색 과정

## 2) 육아정보 영역별 자료 분포

총 10곳의 온라인 동호회에서 제공하는 육아정보의 내용을 본 연구의 육아정보 분류기준에 따라 살펴본 결과 영역별 자료 분포는 다음 <표 III-2-4>와 같다.

〈표 III-2-4〉 온라인 동호회의 육아정보 영역<sup>13)</sup>별 자료 분포

| 구분     | 육아 동호회 |   |   |   | 지역맘 동호회 |   |   |   |   |    |
|--------|--------|---|---|---|---------|---|---|---|---|----|
|        | 1      | 2 | 3 | 4 | 5       | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 의료·안전  | ○      | ○ | △ | ○ | ○       | - | ○ | △ | - | -  |
| 발달     | ○      | ○ | △ | - | -       | △ | - | - | - | -  |
| 기본생활습관 | △      | △ | ○ | - | -       | - | - | - | - | -  |
| 영양     | ○      | ○ | ○ | ○ | -       | △ | △ | ○ | - | -  |
| 보·교육   | ○      | ○ | ○ | ○ | ○       | ○ | ○ | ○ | ○ | ○  |
| 문화·참여  | ○      | ○ | ○ | - | ○       | ○ | - | ○ | ○ | ○  |
| 기타     | ○      | ○ | ○ | - | ○       | ○ | ○ | ○ | ○ | ○  |

주) ○: 코너 제목으로 구분하는 경우, △:코너 제목으로 명확히 드러나지 않고 유사 정보를 포괄적으로 다루는 경우, -: 주제별 정보구분이 되어 있지 않거나 해당 내용이 없는 경우  
 1: 맘스홀릭 베이비 2: 지후맘 3: 임출카페 4: 엄마표 학습지 지도법 5: 안산맘스 6: 동탄맘들 모여라 7: 오창맘들 모여라 8: 안양군포의왕맘들 모여라 9: 강동맘들 모여라 10: 2030 대전맘

육아동호회에서는 영유아를 중심으로 다양한 주제를 코너별로 구분하여 운영하고 있어 육아정보량이 많은 편에 속했다. 이에 반해 지역맘 동호회는 유·초·중등의 자녀에 대한 육아정보를 모두 포함하지만 지역사회의 지명도를 고려한 기관과 이벤트 소개, 부모들의 소모임 활동이 주요 주제가 되고 다양한 주제별 코너를 운영하고 있지 않았다.

육아정보 내용 분류 기준에 따라 분석해 보면 10개 온라인 동호회에서 공통적으로 육아용품에 대한 이용 후기를 모두 포함하고 있었고 대부분의 동호회에서 놀이법, 교재교구 및 어린이집과 유치원의 선택을 중심으로 보·교육에 관한 육아정보가 활발히 공유되고 있었다. 그러나 연령별 발달이나 기초생활습관에 대해서는 독립된 코너가 없거나 있더라도 소량의 정보가 존재하며 자료 갱신이 잘 이뤄지지 않는 것으로 나타났다. 그 대신 수다방 등의 부모 소모임방에서 발달과 기초생활습관에 대한 개별적인 육아고민이나 질문을 글로 올려 주변의 도움을 답글이나 쪽지의 형태로 받는 경향이 있었다.

## 나. 온라인 동호회의 운영

영유아 부모가 가장 활발히 이용하는 10개 온라인 동호회에서 유통되고 있는

13) 온라인 동호회의 육아정보 분류 기준이 매우 상이하여 본 연구의 육아정보 내용 분류 기준을 적용하였음.

육아정보의 내용과 동호회의 운영 특성을 분석한 결과를 바탕으로 공통점을 유형화 하면 다음과 같다. 영유아 부모들은 주로 본인과 이웃의 경험을 중심으로 한 정보를 활용하여 서로의 질문과 정보에 대해 댓글을 통해 동의 또는 비판적인 견해를 자유롭게 피력하는 경향이 있다. 또한 영유아에 대한 특정한 육아정보 주제가 없이도 어머니들 간의 활발한 소모임 운영이 가능하며 이벤트나 공동 구매와 같은 경제적 혜택을 공유하는 특징이 있다. 그러나 다양한 주제를 영역에 구애받지 않고 작성하고 공유하는 경향이 있어 육아정보는 체계적으로 분류되지 않는다.

〈표 III-2-5〉 온라인 동호회 주제별 운영 코너 사례

| 구분             | 사례   |
|----------------|--|
| 활발한 상호작용       | 병원/주치의 상담, 보험 상담방, 교육/놀이 질문방, 아기응급 처치 질문방, 유아용품 질문방  |
| 경험을 중심으로 정보 공유 | 아토피 어떻게 하죠, 나만의 육아비법, 내 아이 이렇게 키워요, 나만의 톡톡 레시피, 새 제품 가격비교, 내가 다니는 유아용품점, 소아과, 고부와 시대이야기                |
| 소모임 구성         | 숨씨자랑 취미공감, 사진 동영상 뽐내기, 카페 수다방, 30대맘들 수다공간, 띠별 수다방, 쌍둥이맘들 수다방, 워킹맘 일기, 좋은 인연 만들어요, 익명 닉두리 교류방, 친구를 찾습니다 |
| 경제적 혜택         | 아낌없이 주는 공구, 같이해요 공동구매, 벼룩시장, 알뜰 장터, 친구업체, 협력업체 홍보방, 문화공연 이벤트, 경품이벤트                                    |
| 이용자 중심의 정보 분류  | 나를 위한 이야기, 유용한 자료 모음, 내 아이 성장 공유, 자랑해 보아요, 무엇이든 물어 보세요   |

### 1) 활발한 상호작용

온라인 동호회에서 의사소통은 <표 III-2-6>과 같이 4가지 유형으로 구분할 수 있다. 그러나 대부분의 경우 한 어머니가 올린 질문글에 대해 답 글 또는 댓글의 형태로 자신과 주변지인의 견해 또는 경험을 공유하는 비전문가 대 비전문가의 상호작용이 주를 이룬다. 온라인 동호회의 규정에 어긋나거나 개인정보에 해당되는 일부 정보에 대해서는 쪽지로 정보를 주고 받으며 소규모 집단으로 정보를 공유하기도 한다. 일부 관심 주제에 대해서는 여러 명의 회원이 유사한 답 글 또는 댓글을 주고 받기도 하지만 서로 다른 견해를 주장하며 논쟁으로 이어지기도 한다. 이러한 동의 또는 논쟁의 과정은 정보탐색자인 영유아 부모에게 특정 정보를 선택하는 데 결정적인 요인으로 작용하기도 하며 혼란을

야기하는 요인이 될 수도 있는 양면성을 가지고 있다.

네이버나 다음에서 궁금한 정보를 검색 하고나서 블로그를 가기도 하고 카페를 가기도해요. 그렇게 해서 중복된 글이 많은 걸 믿는 거죠. 키워본 엄마들의 말을 믿는 거죠.(E- 만 1, 2세 자녀를 둔 어머니)

그 밑에 달린 답글도 봐요.(F- 만 1, 3세 자녀를 둔 어머니)

네, 답글 많이 달린 글을 주로 봐요. ‘이런 경우도 있어요.’, ‘저런 경우도 있어요.’라고 말하니까 그걸 읽고 불안하면 ....해야겠다 결심해요.(E- 만 1, 2세 자녀를 둔 어머니)

또한 틀린 정보와 상업성 홍보물에 대해 지적 또는 삭제도 영유아 부모가 직접 요청할 수 있다. 온라인 동호회 운영자도 상시 모니터링을 통해 게시물을 관리하며 부적절한 활동을 한 회원을 경고하거나 강제 퇴출시키기도 한다. 비매너 회원 신고, 불량 사기 거래자 신고 등의 코너를 따로 운영하기도 하는 등 자체 검열과 수정보완이 이뤄지고 있다.

〈표 III-2-6〉 온라인 동호회의 정보 공유 방법

| 분류    | 형태  |   |
|-------|---|---|
| 일방제공형 | 부모들에게 일방적으로 정보가 제공되는 형태. 즉 정보를 요청하기 이전에 기본적으로 제공되는 정보가 있음 |   |
| 상호작용형 | 비전문가 대 비전문가   | 동호회가 중심이 되며 비전문가인 회원들이 서로 정보를 공유하는 형태     |
|       | 비전문가 대 전문가  | 상담이 중심이 되며 비전문가인 회원들이 전문가에게 상담을 의뢰하는 형태   |
|       | 비전문가 대 전문가+비전문가   | 비전문가인 회원들의 질문에 전문가와 다른 회원들이 상담하거나 조언하는 형태 |

자료: 이인영(2002). 부모관련 웹사이트의 콘텐츠 분석 및 평가. p.77 활용함.

## 2) 경험을 중심으로 한 정보 공유

가정여건, 아이의 증상 및 발달 특성, 지역사회 특성에 따라 비슷한 처지 또는 유사한 환경의 사람이 시도하고 경험했던 육아정보에 대해 영유아 부모들은 이용자로서의 동질감을 바탕으로 신뢰감을 가지는 성향을 보인다. 또한 육아용품이나 교재교구, 보육·교육기관 및 의료기관을 선택할 때 고려해야 할 항목들과 이에 대한 선택사항들의 장단점을 비교하고자 하는 욕구가 크다. 체험전 및 공연에 대한 이용 후기를 참고하면서 자기도 유사한 경험을 할 것이라는 예상

을 하기도 하여 잘 알려지지 않았거나 새로운 서비스에 대해서는 타인의 경험을 영유아 부모들에게 안내자 역할을 할 가능성이 있다.

엄마들 정보는 괜찮아요. 키워 본 사람들이니까요.(F- 만 1, 3세 자녀를 둔 어머니)

그리고 직접 당한 이야기를 많이 하니깐요.(E- 만 1, 2세 자녀를 둔 어머니)

의사 선생님께 가도 개인마다 다 다르잖아요.(F- 만 1, 3세 자녀를 둔 어머니)

엄마들의 이야기는 대부분 맞아요.(E- 만 1, 2세 자녀를 둔 어머니)

네 맞아요.(F- 만 1, 3세 자녀를 둔 어머니)

다수의 의견을 참고해요.(D- 만 1, 3세 자녀를 둔 어머니)

육아 정보도 때마다 트렌드가 있어요. 저도 인터넷을 이용했는데, 지나고 나서 보니 무엇보다도 지인 중 내 자녀를 알고 있는 2~3살 위에 자녀를 둔 믿음만한 사람의 이야기가 가장 맞아요. 지금도 그렇게 생각해요.(E- 만 4, 8세 자녀를 둔 어머니)

또한 영유아 부모들은 온라인 동호회에서 공공 육아지원사업의 신청 절차, 이용 방법, 이용 후기, 만족도에 대한 의견까지 공유하는 것으로 나타났다.

한 회원이 (공공 육아지원)서비스 이용후기 등 좋은 정보를 링크해 주기도 해요.(E- 만 1, 2세 자녀를 둔 어머니)

### 3) 어머니를 중심으로 한 소모임 구성

대부분의 온라인 동호회는 철저한 회원제로 운영되므로 비회원에게는 정보내용을 공개하지 않으며 적극적인 활동이 없을 때에는 회원등급을 강등시키거나 강제 퇴출을 시키기도 한다. 이러한 특성은 어머니에게 소속감과 유대감을 부여할 수 있는 동시에 온라인 동호회 이용에 대한 어려움으로 작용할 수 있다. 또한 온라인 동호회에서는 공통적으로 영유아에 대한 육아정보 이외에도 부모들 간의 관계 형성을 위한 정보 공유와 소모임 구성이 활발하다. ‘아기자기 인테리어’, ‘우리아이 감동영상’, ‘피부미인 노하우방’ 등 취미, 솜씨 자랑 등을 공유하는 공간들이 온라인 동호회에 공통적으로 존재한다. 또한 온라인 동호회마다 다소 기준은 상이하나 거주지역, 어머니 연령(띠), 자녀 연령을 매개로 한 소모임 구성이 병렬적으로 존재한다. 특히 별다른 주제나 특정한 공통점이 없어도 모임

수 있도록 '좋은 인연 만들어요', '친구를 찾습니다' 등과 같은 코너를 만들어 누구나 참여하고 정서적 지지를 받을 수 있는 관계망을 형성하고자 하는 욕구도 관찰된다.

온라인에서 만나게 되어도 아이를 매개로하기 때문에 큰 어려움 없이 친구가 되요.(E- 만 1, 2세 자녀를 둔 어머니)

비슷한 엄마들끼리의 모임이 있어요. 그런데서 정보를 얻어요. 문화센터 뿐만 아니라 카페에서 또래 엄마들끼리의 모임도 있어요.(F- 만 1, 3세 자녀를 둔 어머니)

카페에 글이 올라와요. '아들 친구 구해요.', '엄마 친구 구해요.' 이런 식으로요.(E- 만 1, 2세 자녀를 둔 어머니)

그러면서 같이 공유하다 보면, 이런 저런 정보를 얻게 되는 것 같아요. 절실해요.(F- 만 1, 3세 자녀를 둔 어머니)

#### 4) 경제적 혜택

온라인 동호회에서는 영유아 부모들에게 경품을 제공하거나 신상품 체험단으로 활동할 수 있는 이벤트를 소개하거나 동호회 내 상호협력업체의 할인기회를 제공한다. 이는 특별한 비용 없이 육아용품을 이용해 볼 수 있고, 이용 후기를 작성하여 해당제공 업체를 이차적으로 홍보함으로써 부가적인 수입을 얻을 수도 있기 때문에 영유아 부모들에게 인기가 높다. 또한 공동구매, 해외 직접 구매 코너를 마련하여 실질적인 지출 비용을 감소시킬 수 있고 개인적으로 하기 어려운 해외 상품에 대한 구매 기회를 획득하는데 도움을 받는 경우도 있다.

#### 5) 이용자 중심의 정보 분류

영유아 부모들의 온라인 게시물 검색의 편이를 돕고자 온라인 동호회에서는 이용자의 관점에서 여러 개의 하위 주제별 코너를 마련하여 해당 관련 정보를 공유한다. 그러나 이용자들이 해당 코너와 상관없는 질문이나 게시물을 올리는 경우가 많아 운영자의 권한으로 해당 게시물을 더 적절한 코너로 이동시키기도 한다. 그럼에도 불구하고 이용자 수가 많아 모든 게시물을 관리하기가 어렵고 해당 글에 대한 주제 분류가 용이하지 않은 경우가 발생한다. 그 결과 온라인 동호회마다 다소 차이가 있으나 이용자의 편의를 위해 상위분류가 최소 12개에

서 최대 30개로 상세히 분류되어 있는 편이나 실제 원하는 정보를 찾기 위해서는 여러 코너를 살펴보아야 하는 한계점이 있다.

맘스홀릭과 같이 오래된 온라인 동호회의 경우 누적된 정보의 양이 많은 편이다. 예를 들어 주변에 좋은 어린이집에 대한 부모들의 견해가 매년 또는 2-3년 간격으로 변화하는 경향도 파악할 수 있는 이점도 있다. 반면 기관 또는 서비스 이용 후기, 육아용품 후기 등에서 상충된 견해가 있을 때 이에 대한 부모의 개인적 판단이 어렵다는 어려움을 호소하는 경우도 발생하기도 한다. 또한 과거에 발생한 타인의 개인적 이용후기를 읽고 이에 제한을 받아 해당 지원사업의 내용과 지방자치단체의 사업으로 주거지역별 사업지원 차이를 인지하지 못해 영유아 부모들이 혼란에 빠질 수 가능성도 있다.

#### 다. 온라인 동호회의 특성

첫째, 온라인 동호회는 수요자가 정보처로 찾아오는 Pull-service로 분류할 수도 있지만 온라인 동호회에서의 활동은 육아정보에 관심이 높은 이용자들이 정보를 유통·재구성하며 새로운 수준의 정보를 창출하는 과정이므로 정보 창조자와 수용자 간의 구분이 모호한 경향이 있다. 또한 이용자의 다양한 요구와 편의를 최우선으로 하여 온라인 동호회 상의 정보가 공유되는 데 큰 무리가 없는 것도 특징이다.

둘째, 온라인 동호회는 공공과 민간 서비스, 온라인과 비온라인 매체로 유통되었던 육아정보, 지역사회와 비지역사회를 중심으로 유포되었던 정보를 모두 포괄할 수 있으며 다른 매체들에 비해 물리적 접근성에 대한 제한이 가장 적다.

셋째, 온라인 동호회를 통해 영유아 부모들은 필요한 육아정보를 습득할 뿐 아니라 경제적 혜택을 얻으며 회원으로서의 소속감과 유대감을 느끼며 정서적 지지를 받을 수 있는 대상으로 활용하기도 한다.

### 3. 소결

본 장에서는 최근 영유아 부모의 육아를 지원하는 공공정보사업을 확장한 보건복지부 산하 육아종합지원센터와 서울시 우리동네 보육반장사업, 보건소의 방문 간호사 관리서비스사업, 대표적인 공공포털 5가지를 살펴보았다. 우선 대인

커뮤니케이션을 활용한 육아종합지원센터, 우리동네 보육반장사업, 보건소의 방문 간호사 관리서비스사업의 특징은 원스톱 토탈케어 서비스를 표방하고 있어 육아정보의 콘텐츠가 영유아 발달, 부모교육, 상담, 참여활동을 모두 포함하고 있었다. 또한 필요할 경우 영유아 부모에게 전문기관을 안내할 수 있도록 하여 타 기관과의 연계점을 찾는 데 용이한 편이었다. 또한 면대면 서비스이기 때문에 사업을 이용 중인 영유아 부모의 생활여건과 성향을 파악하기에 용이하여 이들의 질의에 적절히 답변하고 서비스 개선 요구들을 직접 수렴하기에도 접근성이 높아 이용자의 만족도를 끌어올리는데 효과적일 수 있다. 특히 일부 사업은 자녀 출생 신고 시 정보 이용 동의를 구해 영유아 부모가 신청하기 전에 먼저 찾아가는 서비스를 제공하고 있어 공공서비스의 Pull service 한계를 극복하고자 했다. 더불어 상기 3가지 서비스 모두 국가 육아지원사업의 기존 전달체계를 활용하고 있으나 최근 사업의 변화와 확장을 꾀한 사례여서 향후 사업내용과 영유아 부모에 대한 전달력이 더 향상될 것으로 기대된다. 그러나 물리적인 기관 설치에 비용과 시간이 많이 든다는 단점이 있으며 전문 인력의 고용비용 절감을 위해 단기간 비정규직 근로자를 주로 활용하는 사업의 특성 때문에 질 높은 서비스를 제공하는 데 어려움을 겪고 있다. 또한 기관 근방에 거주하는 영유아 부모를 중심으로 알려져 일부 소수의 이용자가 독점적으로 활용하는 경우가 많았다. 또한 지역사회 기관 간에 유사한 내용의 육아지원사업을 운영하여 사업에 대한 주도권 분쟁이 발생하는 경우도 있었다. 그리고 영유아 부모의 산발적인 욕구와 필요를 충족시키기 위해 다양한 사업을 복수로 진행하게 되어 운영의 무리가 발생하는 경우도 있었다. 이러한 운영의 고충을 해결하기 위해서는 지역사회 육아지원에 관련된 기관들의 논의를 통한 협업과 지역사회의 특성을 살펴 보편/집중 사업으로 구분하는 전략적 사업 운영체계가 마련되어야 사업 운영의 효율성과 이용자 만족도 제고가 이뤄질 것으로 보였다.

온라인 퍼스널 매체를 활용하여 접근하게 되는 마음더하기, 아이사랑보육포털, 유치원 알리미 등과 같은 공공포털은 상기 대인 서비스와 같이 시간과 공간의 제약을 받지 않아 이용에 편리성이 높은 편이다. 또한 서비스의 변경내용을 빠르게 파악하는 데도 장점이 있으며 홈페이지의 링크를 따라 연계사업을 살펴 볼 수 있는 장점도 있다. 그러나 온라인 서비스 또한 대부분의 대면 서비스와 마찬가지로 영유아 부모들이 알아서 찾아야 하는 Pull service의 측면이 있으므로 사업명 또는 해당 웹사이트의 주소를 인지할 수 있도록 적극적인 홍보가 요

구되며 현재 영유아 부모들이 주로 활용하는 스마트폰 등의 기기로 접근할 수 있도록 이용자 편의성에 대한 배려도 필요하다.

한편 영유아 부모들 사이에 자발적인 필요에 의해 발생 운영되고 있는 온라인 동호회의 특징을 살펴본 결과 정보 제공자와 이용자 간의 활발한 상호작용이 특징적이었고 타인의 육아경험과 관련 정보를 공유하며 자기의 선택을 결정하는 데 간접적으로 도움을 받고 있었으며 어머니 간 소모임을 통해 비슷한 또래와 유사한 상황을 경험하는 집단으로써 유대감을 갖고 정서적 만족감도 얻는 것으로 나타났다. 그러나 대부분의 게시 내용에 대한 출처가 없으며 육아정보가 체계적으로 분류되어 있지 않았고 상업적 홍보 글과 개인 간 견해 차이로 인한 언쟁 등이 발생하고 있어 정보에 대한 신뢰감을 얻기에는 다소 부적합한 면도 있었다. 온라인 동호회는 상기 공적 서비스와 동일하게 영유아 부모가 필요 있을 때 직접 찾아가는 Pull-service임이 분명하지만 영유아 부모들이 서로 추천할 만큼 활발히 이용하게 되는 이용자 중심의 서비스 체계의 강점들을 공공서비스에서도 반영·접목될 수 있는 방안 마련이 요구되는 시점이다.

## IV. 육아정보 이용실태 분석

본 장에서는 영유아 부모가 자녀 양육 과정에서 필요로 하는 정보 내용과 습득경로에 대해 살펴보고자 하였다. 특히 육아정보 습득경로로써 영유아 부모의 퍼스널매체 활용도가 높게 나타나 온라인 정보 이용특성에 대해 심층 분석하였다. 육아정보 이용에 대한 객관적 지표 분석결과와 더불어 영유아 부모의 주관적 자가 평가 결과를 고려하여 육아정보의 활용지원 방안 마련에 있어 시사점을 도출하고자 하였다.

### 1. 필요 육아정보 및 이용 경로

영유아 자녀를 둔 부모가 어떤 육아정보를 어떻게 이용하고 있는지 알아보기 위해 양육 시 필요한 육아정보와 육아정보를 얻는 경로, 경로 선택 시 기준, 활용빈도 등에 대해 조사하였다.

#### 가. 필요 육아정보

영유아 부모가 자녀를 양육할 때 가장 필요한 육아정보를 파악하기 위해 육아정보의 세부항목을 열거하고 이를 분류한 대주제(공공서비스, 의료·안전, 발달, 기본생활습관, 영양, 교육, 문화·참여 등)도 함께 제시하여 필요한 정보를 선택하도록 하였다.

우선 8가지 대주제로 응답 결과를 분석한 결과는 다음 <표 IV-1-1>과 같다. 영유아 부모는 해당자녀의 연령에 가장 필요한 육아정보로써 공공서비스를 27.7%로 가장 많이 선택하였고, 그밖에 발달(25.8%), 교육(17.3%), 의료·안전(13.7%) 순으로 필요하다는 응답이 높게 나타났다.

응답자별 특성을 비교하였을 때 자녀가 영영아·영아인 경우 발달에 관한 육아정보의 필요가 27.8%, 32.0%로 가장 높게 나타났으나 유아에서는 공공서비스(31.4%), 취학 전 자녀인 경우에는 교육(31.7%)이 가장 필요한 것으로 나타났다. 이러한 현상은 발달이 더욱 활발하게 진행되는 영아기에는 부모의 관심도 발달에 대한 정보에 중심이 맞춰져 있다가 점차 성장주기에 맞춰 교육에 관한 정보

를 더욱 필요로 하는 것으로 해석할 수 있다. 한편 자녀가 첫째이거나 둘째이거나 또는 모두 공공서비스와 발달에 대한 정보를 가장 필요로 했지만 2순위 필요 정보로 첫째자녀를 양육 할 때는 발달을, 둘째 이하 자녀를 양육할 때는 교육을 선택하는 특징이 있었다.

어머니의 취업 여부별로 비교해보면 대부분의 영유아 부모는 공공서비스를 가장 필요로 하였지만 어머니가 시간제, 프리랜서, 학업 중일 때 공공서비스에 대한 필요도가 35.8%로 월등히 높았다. 또한 어머니가 휴직 중이거나 미취업인 경우에는 발달에 대한 관심이(27.1%) 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

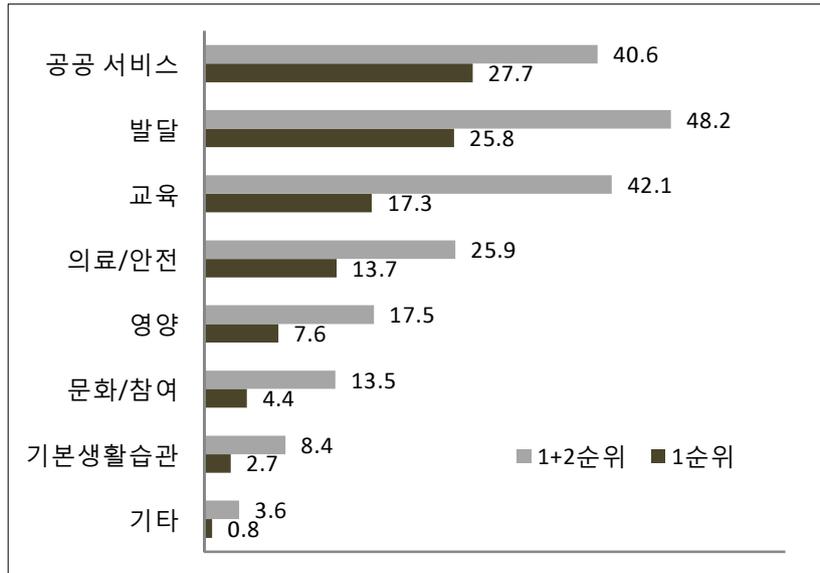
또한 읍면 지역에 거주할 경우 도시지역보다 의료·안전과 문화·참여에 대한 육아정보의 필요도가 상대적으로 더 높은 경향이 있었다.

〈표 IV-1-1〉 가장 필요한 육아 정보-대주제 1순위

| 구분           | 단위:%, %(명) |      |      |       |      |       |       |     |             | $\chi^2$ (df) |
|--------------|------------|------|------|-------|------|-------|-------|-----|-------------|---------------|
|              | 공공 서비스     | 발달   | 교육   | 의료 안전 | 영양   | 문화 참여 | 생활 습관 | 기타  | 합계          |               |
| 전체           | 27.7       | 25.8 | 17.3 | 13.7  | 7.6  | 4.4   | 2.7   | 0.8 | 100.0(1508) |               |
| 자녀연령         |            |      |      |       |      |       |       |     |             |               |
| 영영아          | 19.8       | 27.8 | 3.5  | 25.1  | 20.3 | 0.9   | 1.8   | 0.9 | 100.0( 227) |               |
| 영아           | 26.9       | 32.0 | 10.7 | 14.5  | 8.2  | 3.0   | 4.0   | 0.8 | 100.0( 525) |               |
| 유아           | 31.4       | 23.1 | 23.3 | 10.1  | 3.2  | 5.9   | 2.0   | 1.2 | 100.0( 507) |               |
| 취학 전         | 29.3       | 16.5 | 31.7 | 8.8   | 4.0  | 7.2   | 2.4   | 0.0 | 100.0( 249) |               |
| 자녀첫째 여부      |            |      |      |       |      |       |       |     |             |               |
| 첫째           | 28.3       | 27.5 | 15.0 | 14.0  | 7.7  | 4.2   | 2.8   | 0.5 | 100.0( 962) | 15.04(7)*     |
| 둘째 이하        | 26.7       | 22.7 | 21.4 | 13.0  | 7.5  | 4.8   | 2.6   | 1.3 | 100.0( 546) |               |
| 모 취업 여부      |            |      |      |       |      |       |       |     |             |               |
| 전일제 취업모      | 29.0       | 23.2 | 19.9 | 13.7  | 7.1  | 4.9   | 1.9   | 0.3 | 100.0( 366) |               |
| 시간제/프리랜서/학업  | 35.8       | 24.1 | 16.6 | 7.0   | 8.0  | 5.9   | 1.1   | 1.6 | 100.0( 187) | 26.14(14)*    |
| 휴직 중/미취업     | 25.7       | 27.1 | 16.4 | 15.0  | 7.7  | 3.9   | 3.4   | 0.8 | 100.0( 955) |               |
| 거주지 지역규모     |            |      |      |       |      |       |       |     |             |               |
| 대도시          | 28.7       | 25.5 | 16.8 | 13.3  | 8.0  | 4.2   | 2.8   | 0.6 | 100.0( 647) |               |
| 중소 도시        | 27.4       | 26.1 | 17.6 | 13.2  | 7.7  | 4.3   | 2.8   | 0.9 | 100.0( 751) | 7.11(14)      |
| 읍/면          | 23.6       | 25.5 | 18.2 | 19.1  | 4.5  | 6.4   | 1.8   | 0.9 | 100.0( 110) |               |
| 월 가구소득       |            |      |      |       |      |       |       |     |             |               |
| 260만원 이하     | 25.2       | 25.2 | 16.7 | 16.7  | 7.5  | 4.8   | 3.4   | 0.7 | 100.0( 294) |               |
| 261~350만원 이하 | 26.5       | 25.1 | 18.1 | 13.9  | 8.3  | 4.6   | 3.0   | 0.5 | 100.0( 569) |               |
| 351~450만원 이하 | 28.0       | 28.2 | 17.1 | 11.3  | 8.2  | 3.9   | 2.2   | 1.2 | 100.0( 415) | 14.57(21)     |
| 451만원 이상     | 33.5       | 23.9 | 16.5 | 13.5  | 5.2  | 4.3   | 2.2   | 0.9 | 100.0( 230) |               |

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

영유아 부모에게 가장 필요한 육아정보에 대한 1순위와 2순위를 함께 그래프로 나타내면 다음 [그림 IV-1-1] 과 같다. 2순위까지 고려했을 때 영유아 부모는 발달, 교육, 공공 서비스의 육아정보 순으로 관심이 높은 것으로 나타났다.



[그림 IV-1-1] 가장 필요한 육아 정보 - 대주제 1+2순위

영유아 부모가 필요로 하는 세부 육아정보를 공공서비스 영역에서 살펴보면 어린이집·유치원 신청 및 이용이 58.4%로 가장 많이 나타났고, 양육수당 신청 및 이용(14.1%), 육아지원 기관 및 공공포털 서비스 이용(12.2%) 순으로 필요도를 높게 응답하였다.

연령별로 살펴보면 영영아의 경우 양육수당 신청 및 이용이 35.6%로 가장 높았으며 아이돌봄 서비스 신청 및 이용이 다른 연령에 비해 높은 것이 특징이다. 그러나 만1세 이후에는 공통적으로 어린이집·유치원 신청 및 이용에 대한 필요가 가장 높았다. 이는 유아기부터 보·교육 기관을 이용하는 경우가 많기 때문에 발생한 결과로 보였다. 그러나 자녀 첫째 여부에 따라서는 필요한 공공서비스 정보 내용에 큰 차이가 없으나 첫째 자녀일 때는 시간제 보육 서비스에 대해, 둘째 이하일 때는 양육수당에 대해 상대적으로 관심이 다소 높은 경향이 있었다.

한편 어머니가 전일제 취업 중일 때 어린이집과 유치원 이용에 관심이 집중

된 반면 시간제, 프리랜서 어머니는 육아지원기관과 공공포털 서비스에, 미취업 어머니는 양육수당에 상대적으로 관심이 높은 경향이 있었다.

지역규모별로는 모든 지역에서 어린이집·유치원 신청 및 이용이 가장 높았으나, 읍면 지역에서는 대도시 지역보다 양육수당에 대한 관심이 상대적으로 높고(30.8%), 육아지원기관 및 공공포털서비스에 대해서는 관심이(3.8%) 낮은 특징이 있었다. 이는 대부분의 육아지원 기관이 대도시·중소도시 중심으로 위치하고 있어 읍면 지역은 상대적으로 접근성이 낮고, 온라인 정보 활용이 다소 낮아 이를 낮설게 느끼기 때문인 것으로 여겨졌다. 한편 월 가구소득이 451만원 이상일 때 어린이집·유치원에 대한 관심이 집중되는 경향(68.8%)이 관찰된 반면 그 외 공공서비스 항목에는 관심이 낮은 것으로 나타났다.

〈표 IV-1-2〉 공공서비스 부문의 필요 육아정보 하위항목

단위:%, %(명)

| 구분           | 어린이집·<br>유치원<br>신청·이용 | 양육수당<br>신청·이용 | 육아지원기관·<br>공공포털<br>서비스 이용 | 아이돌봄<br>서비스<br>신청·이용 | 시간제<br>보육서비스<br>신청·이용 | 합계         | $\chi^2(df)$ |
|--------------|-----------------------|---------------|---------------------------|----------------------|-----------------------|------------|--------------|
| 전체           | 58.4                  | 14.1          | 12.2                      | 8.9                  | 6.5                   | 100.0(418) |              |
| 자녀연령         |                       |               |                           |                      |                       |            |              |
| 영영아          | 22.2                  | 35.6          | 13.3                      | 22.2                 | 6.7                   | 100.0(45)  | 57.98(12)*** |
| 영아           | 51.8                  | 14.9          | 10.6                      | 12.8                 | 9.9                   | 100.0(141) |              |
| 유아           | 67.3                  | 10.1          | 13.8                      | 4.4                  | 4.4                   | 100.0(159) |              |
| 취학 전         | 74.0                  | 8.2           | 11.0                      | 2.7                  | 4.1                   | 100.0(73)  |              |
| 자녀첫째 여부      |                       |               |                           |                      |                       |            |              |
| 첫째           | 59.6                  | 12.5          | 11.8                      | 8.8                  | 7.4                   | 100.0(272) | 2.711(4)     |
| 둘째 이하        | 56.2                  | 17.1          | 13.0                      | 8.9                  | 4.8                   | 100.0(146) |              |
| 모 취업 여부      |                       |               |                           |                      |                       |            |              |
| 전일제 취업모      | 63.2                  | 9.4           | 8.5                       | 12.3                 | 6.6                   | 100.0(106) | 11.18(8)     |
| 시간제/프리랜서/학업  | 52.2                  | 10.4          | 17.9                      | 10.4                 | 9.0                   | 100.0(67)  |              |
| 휴직 중/미취업     | 58.0                  | 17.1          | 12.2                      | 6.9                  | 5.7                   | 100.0(245) |              |
| 월 가구소득       |                       |               |                           |                      |                       |            |              |
| 260만원 이하     | 55.4                  | 17.6          | 16.2                      | 4.1                  | 6.8                   | 100.0(74)  | 17.03(12)    |
| 261~350만원 이하 | 57.0                  | 15.2          | 13.2                      | 9.9                  | 4.6                   | 100.0(151) |              |
| 351~450만원 이하 | 55.2                  | 10.3          | 12.9                      | 10.3                 | 11.2                  | 100.0(116) |              |
| 451만원 이상     | 68.8                  | 14.3          | 5.2                       | 9.1                  | 2.6                   | 100.0(77)  |              |
| 거주지 지역규모     |                       |               |                           |                      |                       |            |              |
| 대도시          | 62.4                  | 15.1          | 8.6                       | 7.0                  | 7.0                   | 100.0(186) | 16.98(8)*    |
| 중소 도시        | 55.3                  | 11.2          | 16.5                      | 11.2                 | 5.8                   | 100.0(206) |              |
| 읍/면          | 53.8                  | 30.8          | 3.8                       | 3.8                  | 7.7                   | 100.0(26)  |              |

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

의료·안전영역에서 영유아 부모는 사고·응급상황 대처법이 38.8%를 가장 많이 필요한 것으로 나타났다. 그 외에는 건강·구강검진, 예방접종(29.1%), 이상증상, 질병(23.8%), 병의원 선택과 야간, 주말 이용(8.3%) 순으로 높게 나타났다.

자녀의 연령별로는 영아의 경우 사고·응급상황 대처법과 건강·구강검진, 예방접종이 33.1%로 동일하게 높았으나, 유아의 경우 사고·응급상황 대처법이 49.3%로 매우 높은 특징이 있었다. 연령이 높아질수록 이상 증상·질병에 대한 정보의 필요는 감소하는 반면(영영아: 29.8%, 영아: 25.0%, 유아: 23.5%, 취학 전: 4.5%) 사고·응급상황 대처법(영영아: 22.8%, 영아: 40.8%, 유아: 47.1%, 취학 전: 54.5%)과 병의원 선택, 야간 및 주말이용에 대한 필요(영영아: 8.8%, 취학 전: 13.6%)는 증가하는 것으로 나타났다. 이는 유아기에 활동성이 증가하면서 일반적인 건강보다 사고와 응급상황에 대한 대처가 더 시급한 문제로 대두되기 때문인 것으로 볼 수 있었다.

한편 첫째 자녀일 경우 사고·응급상황 대처법(34.1%) 뿐만 아니라 건강검진, 예방접종(31.9%), 이상 증상·질병(25.9%)으로 관심분야가 다양한데 반해 둘째 이하 자녀인 경우 사고·응급상황 대처법(47.9%)에 대해 관심이 집중되는 경향이 있었다.

어머니의 취업 형태에 따라서도 필요한 육아정보에 차이가 있었는데 전일제 취업모의 경우 사고·응급상황 대처법에 관심이 가장 많은 것으로 나타났는데 비해(46.0%) 시간제, 프리랜서, 학업중인 어머니는 이상 증상, 질병(38.5%)에 대한 육아정보가 더 필요한 것으로 보였다.

지역규모별로 비교하였을 때 도시지역에서는 사고·응급상황 대처법에 대한 육아정보의 필요가 높지만(37.2%, 42.4%), 읍면지역에서는 건강·구강검진, 예방접종에 대한 관심이(38.1%) 더 높았다. 또한 병의원에 대한 관심도 대도시에 비해 중소도시와 읍면지역에서 더 높은 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 상대적으로 의료기관이 부족한 읍면지역의 특성이 반영된 결과로 생각할 수 있으며 건강검진 및 예방접종 사업에 대한 홍보도 더욱 적극적으로 이뤄져야 함을 시사하였다.

한편 월 가구소득이 350만 원 이하일 때 건강검진, 예방접종에 대한 관심이 고소득 가구보다 상대적으로 높은 경향이 있었으나 공통적으로 가장 필요한 의료·안전 육아정보 항목은 사고·응급상황 대처법으로 응답하여 두드러진 차이가 없었다.

〈표 IV-1-3〉 의료·안전 부문의 필요 육아정보 하위항목

단위:%, %(명)

| 구분            | 사고·응급상황 대처법 | 건강·구강 검진, 예방접종 | 이상 증상, 질병 | 병의원 선택, 야간·주말이용 | 합계         | $\chi^2$ (df) |
|---------------|-------------|----------------|-----------|-----------------|------------|---------------|
| 전체            | 38.8        | 29.1           | 23.8      | 8.3             | 100.0(206) |               |
| 자녀연령          |             |                |           |                 |            |               |
| 영아            | 33.1        | 33.1           | 27.1      | 6.8             | 100.0(133) | 7.91(3)*      |
| 유아            | 49.3        | 21.9           | 17.8      | 11.0            | 100.0( 73) |               |
| 자녀연령I         |             |                |           |                 |            |               |
| 영영아           | 22.8        | 38.6           | 29.8      | 8.8             | 100.0( 57) | 15.60(9)      |
| 영아            | 40.8        | 28.9           | 25.0      | 5.3             | 100.0( 76) |               |
| 유아            | 47.1        | 19.6           | 23.5      | 9.8             | 100.0( 51) |               |
| 취학 전          | 54.5        | 27.3           | 4.5       | 13.6            | 100.0( 22) |               |
| 자녀첫째 여부       |             |                |           |                 |            |               |
| 첫째            | 34.1        | 31.9           | 25.9      | 8.1             | 100.0(135) | 4.044(3)      |
| 둘째 이하         | 47.9        | 23.9           | 19.7      | 8.5             | 100.0( 71) |               |
| 취업 모 여부       |             |                |           |                 |            |               |
| 전일제 취업모       | 46.0        | 20.0           | 26.0      | 8.0             | 100.0( 50) | -             |
| 시간제/프리랜서/학업 중 | 30.8        | 30.8           | 38.5      | 0.0             | 100.0( 13) |               |
| 휴직 중/미취업      | 37.1        | 32.2           | 21.7      | 9.1             | 100.0(143) |               |
| 거주지 지역규모      |             |                |           |                 |            |               |
| 대도시           | 37.2        | 30.2           | 31.4      | 1.2             | 100.0( 86) | 14.47(6)*     |
| 중소 도시         | 42.4        | 26.3           | 18.2      | 13.1            | 100.0( 99) |               |
| 읍/면           | 28.6        | 38.1           | 19.0      | 14.3            | 100.0( 21) |               |

주: 자녀연령을 영영아, 영아, 유아, 취학 전으로 더 세분하여 살펴봄

\*  $p < .05$

영유아 부모가 필요로 하는 육아정보 중 발달영역에서는 월령별 발달에 대한 필요가 60.7%로 가장 높았다. 그 외 창의성 발달(15.7%), 인성 발달(12.1%), 성격·기질 검사(7.2%), 부적응 행동이(4.4%) 순서로 나타났다.

자녀 연령에 따라 발달영역에서 필요한 육아정보에 차이가 있었다. 영영아와 영아기에서는 월령별 발달에 대한 관심이 각각 90.5%, 68.5%로 가장 높았다. 그러나 유아기에는 월령별 발달에 대한 관심이 다소 감소하는 반면 창의성 발달과 인성 발달에 대한 필요는 상승하는 것으로 나타났다. 특히 취학 전에는 창의성 발달에 대한 필요가 가장 높게 나타났다. 이와 같은 결과는 자녀의 연령별로 필요로 하는 발달 정보가 다르므로 각 연령에 적합한 영역의 발달정보를 제공해야 함을 시사하였다.

한편 거주지역에 따라서도 필요한 발달영역의 육아정보가 다른 것으로 나타났다. 월령별 발달에 대한 필요도가 공통적으로 가장 높았으나 읍면지역의 부모들은 대도시나 중소도시 부모보다 상대적으로 인성 및 창의성 발달에 관심이 높은 특징이 있었다. 그러나 자녀 첫째 여부 및 어머니 취업 여부나 월 가구소득 수준에 따라서는 발달 영역에서 필요한 육아정보 내용에 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

〈표 IV-1-4〉 발달 부문의 필요 육아정보 하위항목

단위:%, %(명)

| 구분          | 월령별 발달 | 창의성 발달 | 인성 발달 | 성격·기질검사 | 부적응 행동 | 합계         | $\chi^2(df)$ |
|-------------|--------|--------|-------|---------|--------|------------|--------------|
| 전체          | 60.7   | 15.7   | 12.1  | 7.2     | 4.4    | 100.0(389) |              |
| 자녀연령        |        |        |       |         |        |            |              |
| 영영아         | 90.5   | 4.8    | 1.6   | 1.6     | 1.6    | 100.0( 63) | 63.57(12)*** |
| 영아          | 68.5   | 11.3   | 12.5  | 3.6     | 4.2    | 100.0(168) |              |
| 유아          | 44.4   | 22.2   | 14.5  | 12.8    | 6.0    | 100.0(117) |              |
| 취학 전        | 29.3   | 31.7   | 19.5  | 14.6    | 4.9    | 100.0( 41) |              |
| 자녀첫째 여부     |        |        |       |         |        |            |              |
| 첫째          | 61.9   | 14.0   | 12.5  | 6.8     | 4.9    | 100.0(265) | 2.60(4)      |
| 둘째 이하       | 58.1   | 19.4   | 11.3  | 8.1     | 3.2    | 100.0(124) |              |
| 모 취업 여부     |        |        |       |         |        |            |              |
| 전일제 취업모     | 55.3   | 21.2   | 14.1  | 8.2     | 1.2    | 100.0( 85) | 7.04(8)      |
| 시간제/프리랜서/학업 | 64.4   | 8.9    | 13.3  | 6.7     | 6.7    | 100.0( 45) |              |
| 휴직 중/미취업    | 61.8   | 15.1   | 11.2  | 6.9     | 5.0    | 100.0(259) |              |
| 거주지 지역규모    |        |        |       |         |        |            |              |
| 대도시         | 61.2   | 17.0   | 14.5  | 2.4     | 4.8    | 100.0(165) | 19.82(8)*    |
| 중소 도시       | 62.8   | 13.8   | 8.2   | 11.2    | 4.1    | 100.0(196) |              |
| 읍/면         | 42.9   | 21.4   | 25.0  | 7.1     | 3.6    | 100.0( 28) |              |

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

교육영역에서는 전반적으로 교재·교구, 놀잇감, 도서에 대한 영유아 부모의 필요가 39.5%로 가장 높았다. 그 외 어린이집·유치원·학원 선택(34.1%), 가정교육 및 지도방법(15.3%), 놀이방법(11.1%) 순으로 필요도가 높게 나타났다.

자녀 연령에 따라 교육영역의 육아정보에 대한 필요도를 비교한 결과 자녀가 성장할수록 교재·교구, 놀잇감, 도서와 놀이방법에 대한 육아정보의 필요도가 낮아지고 어린이집·유치원·학원 선택과 가정교육 및 지도방법에 대한 육아정보의 필요도는 높아지는 경향이 관찰되었다. 그러나 자녀가 첫째이거나 둘째 이하

일 때에 따라 교육영역에서 필요한 육아정보의 내용이 다르지 않은 것으로 나타났다.

어머니의 취업여부로 살펴본 결과 휴직중이거나 미취업인 어머니의 경우 상대적으로 교재·교구, 놀잇감, 도서에 대한 필요가 취업한 어머니보다 높은 반면 어린이집·유치원·학원 선택에 대한 정보는 덜 필요한 경향이 나타났다. 반면 취업모의 경우 교육기관 선택에 관심이 높은 것으로 나타나 자녀양육을 위한 시간이 부족한 취업모들이 교육기관에 더 의존적인 것으로 볼 수 있었다.

거주지역의 규모에 따라서도 차이를 보였는데 대도시와 중소도시는 교재·교구 놀잇감, 도서에 대한 정보를 필요로 하는 반면 읍면지역에서는 놀이방법과 가정교육 및 지도방법을 필요로 하는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과를 통해 대도시와 중소도시에서는 소비재를 활용한 교육에 관심이 높고, 읍면 지역은 가정 내 활동 중심으로 자녀를 교육하고 있음을 짐작할 수 있었다. 그러나 가구소득에 따라서는 필요한 교육 부문 육아정보 내용에 두드러진 차이가 없었다.

〈표 IV-1-5〉 교육 부문의 필요 육아정보 하위항목

단위:%, %(명)

| 구분          | 교재·교구, 놀잇감, 도서 | 어린이집·유치원·학원 선택 | 가정교육·지도방법 | 놀이방법 | 합계         | $\chi^2(df)$ |
|-------------|----------------|----------------|-----------|------|------------|--------------|
| 전체          | 39.5           | 34.1           | 15.3      | 11.1 | 100.0(261) |              |
| 자녀연령        |                |                |           |      |            |              |
| 영영아         | 50.0           | 25.0           | 0.0       | 25.0 | 100.0( 8)  |              |
| 영아          | 42.9           | 28.6           | 10.7      | 17.9 | 100.0( 56) |              |
| 유아          | 41.5           | 34.7           | 13.6      | 10.2 | 100.0(118) |              |
| 취학 전        | 32.9           | 38.0           | 22.8      | 6.3  | 100.0( 79) |              |
| 자녀첫째 여부     |                |                |           |      |            |              |
| 첫째          | 36.8           | 35.4           | 16.7      | 11.1 | 100.0(144) | 1.115(3)     |
| 둘째 이하       | 42.7           | 32.5           | 13.7      | 11.1 | 100.0(117) |              |
| 모 취업 여부     |                |                |           |      |            |              |
| 전일제 취업모     | 32.9           | 41.1           | 15.1      | 11.0 | 100.0( 73) |              |
| 시간제/프리랜서/학업 | 35.5           | 48.4           | 3.2       | 12.9 | 100.0( 31) | 9.83(6)      |
| 휴직 중/미취업    | 43.3           | 28.0           | 17.8      | 10.8 | 100.0(157) |              |
| 거주지 지역규모    |                |                |           |      |            |              |
| 대도시         | 38.5           | 42.2           | 11.0      | 8.3  | 100.0(109) |              |
| 중소 도시       | 43.9           | 26.5           | 17.4      | 12.1 | 100.0(132) | 13.52(6)*    |
| 읍/면         | 15.0           | 40.0           | 25.0      | 20.0 | 100.0( 20) |              |

\*  $p < .05$

심층면담조사에서도 영유아 부모가 필요한 육아정보는 가구여건이나 개인의 특성에 따라 다소 상이한 것으로 나타났다. 어머니가 취업중이거나 복직을 앞두고 있는 경우 향후 돌봄 공백에 대한 염려가 있어 아이돌봄 서비스 등 육아지원을 위한 공공서비스에 관심이 높다고 응답하기도 하였다. 또한 다자녀를 두어 관련 육아지원사업의 혜택에 대한 관심이 높은 경우도 관찰되었다.

지원사업이나 도움을 받을 수 있는 곳, 복직을 다시 할 때 아이를 맡길 수 있는 곳은 어디 있는지 이런 정보에 대해선 얻을 수 있는 한계가 있더라고요. 동사무소에서 책자를 보내주긴 했는데 그냥 광고지 같았어요.(H- 6개월 자녀를 둔 취업모)

아이들을 위한 경제적인 혜택에 대한 정보를 찾으면 좋겠어요.(J- 다자녀를 둔 비취업모)

발달에 대한 육아정보는 부모가 출산 시(조산, 저체중아 등) 또는 성장 시(발달 지연 등) 특이사항이 있었던 경우에 정상적인 연령별 발달의 수준에 관심이 높은 것으로 나타났다.

잘 크고 있는지. 키, 몸무게, 자주 눈을 비비는 것과 같이 이상행동에 대한 정보가 필요해요.(M- 3개월 자녀를 둔 학업모)

만삭아랑 비교할 수 없는 상황인데요. 아이의 발달이 조금 늦거나 아프면 걱정이 많이 돼요. 첫째가 조산인 경우, 둘째 셋째도 조산일 수 있다고 들었는데요. 장애전담 서비스처럼 이른둥이에 대한 상담 서비스를 받을 수 있는 곳을 알 수 있으면 좋겠어요.(H- 조산으로 출산한 6개월 자녀를 둔 어머니)

또한 부모 자신의 학업이나 직업 경험과 연관되어 자녀의 인지 발달 등 특정한 영역의 발달 정보에 관심을 갖는 경우도 관찰되었다.

발달에 따른 놀이정보에 관심이 많아요. 병원에 대한 정보도 중요하긴 하지만, 경험을 통해 하게 되거든요. 제에겐 필요한건 인지 발달에 대한 정보예요.(K- 전직 유치원 교사였던 만 5세 자녀를 둔 어머니)

한편 읍면 지역에서는 거주중인 지역사회에서 해결할 수 없는 의료서비스나 학습활동에 대한 관심을 보였다.

응급의료센터에 관한 정보가 필요하고요. 지역에서 하는 체험학습에 관련된 정보도 필요해요. 몰라서 못하는 부분이 많거든요.(O- 만 3세 자녀 어머니, 읍면지역 충청거주)

학습지에 관한 정보나, 문화에 관한 정보를 얻고 싶어요.(S- 만 2,4세 자녀 어머니, 강원도 읍면지역 거주)

## 나. 육아정보 습득 경로

영유아 부모가 필요한 육아정보를 찾을 때 주로 활용하는 경로를 조사하기 위하여 퍼스널 미디어, 지인, 기관, 매스미디어와 관련된 항목을 나열하여 선택하도록 하였다. 본 자료를 통해 상기 4가지 항목으로 구성된 습득 경로의 대분류와 각 경로별 하위 항목의 활용빈도를 이용자 특성별로 분석하였고 보조경로의 활용여부를 살펴보았다. 한편 복수의 매체를 동시다발적으로 활용하는 사례에 대해서는 심층면접을 통해 조사하였다.

### 1) 주경로

영유아 부모가 육아정보를 찾을 때에 주로 이용하는 매체로 퍼스널 미디어를 59%로 가장 많이 사용하였고 지인(20%), 기관(16.4%), 매스미디어(4.6%) 순으로 이용하는 것으로 나타났다. 자녀 연령이 높아질수록 퍼스널미디어를 통한 정보 습득은 점차 줄어들고, 지인과 기관을 통한 정보습득이 점차적으로 증가하였다. 이는 자녀가 영아기에는 주로 실내생활을 많이 하여 온라인상으로 접근 가능한 퍼스널미디어를 주로 이용하나 자녀가 성장하면서 바깥출입이 잦아져 지인과 기관을 통한 정보습득의 기회가 많아지기 때문이라고 볼 수 있었다.

응답자의 연령별 특성도 나타났는데 연령이 높아질수록 퍼스널 미디어를 통한 정보 습득은 줄어드는 반면에 지인과 기관에 대해서는 점차 증가하였는데 이는 젊은 연령층이 비교적 인터넷 사용에 익숙하기 때문으로 생각되었다.

거주 지역별로 살펴봤을 때 모든 지역에서 1순위로 퍼스널 미디어를 가장 많이 사용하였으나, 2순위로는 대도시와 중소도시에서 지인을 통한 정보습득이 각각 22.6%, 18.1%였고 읍면지역에서는 기관을 통한 정보습득이 25.2%로 지인 17.8%에 비해 더 많은 것으로 나타났다. 한편 월 가구소득과 어머니의 취업여부에 따라서는 육아정보를 습득하는 경로에 두드러지는 차이가 나타나지 않았다(표 IV-1-6 참조).

<표 IV-1-7>부터는 상기 4가지 육아정보 이용 매체의 대분류별로 하위 항목의 구성비율을 응답자 특성별로 살펴보았다. 우선 영유아 부모가 육아정보를 찾

는 주된 경로로서 퍼스널미디어의 하위 항목으로 범용포털, 온라인 동호회, 육아지원 공공포털, 블로그 및 미니홈피, 사기업체 홈페이지, 마이크로 블로그 등으로 구분하였다.

〈표 IV-1-6〉 육아정보 습득을 위한 주경로-대주제

단위:%, %(명)

| 구분           | 퍼스널<br>미디어 | 지인   | 기관   | 매스미디어 | 합계          | $\chi^2$ (df) |
|--------------|------------|------|------|-------|-------------|---------------|
| 전체           | 59.0       | 20.0 | 16.4 | 4.6   | 100.0(1476) |               |
| 자녀연령         |            |      |      |       |             |               |
| 영영아          | 66.2       | 15.6 | 15.1 | 3.1   | 100.0( 225) | 35.50(9)***   |
| 영아           | 63.7       | 18.4 | 12.6 | 5.2   | 100.0( 515) |               |
| 유아           | 56.9       | 20.2 | 17.4 | 5.5   | 100.0( 494) |               |
| 취학 전         | 46.7       | 26.9 | 23.6 | 2.9   | 100.0( 242) |               |
| 응답자 연령       |            |      |      |       |             |               |
| 30세 미만       | 78.1       | 9.5  | 10.2 | 2.2   | 100.0( 137) | 43.93(9)***   |
| 30~34세       | 62.1       | 17.9 | 16.1 | 3.9   | 100.0( 565) |               |
| 35~39세       | 56.1       | 22.6 | 15.7 | 5.5   | 100.0( 579) |               |
| 40세 이상       | 45.1       | 25.6 | 23.6 | 5.6   | 100.0( 195) |               |
| 거주지 지역규모     |            |      |      |       |             |               |
| 대도시          | 58.5       | 22.6 | 14.8 | 4.1   | 100.0( 629) | 13.27(6)*     |
| 중소 도시        | 60.0       | 18.1 | 16.5 | 5.4   | 100.0( 740) |               |
| 읍/면          | 55.1       | 17.8 | 25.2 | 1.9   | 100.0( 107) |               |
| 모 취업 여부      |            |      |      |       |             |               |
| 전일제 취업모      | 54.8       | 22.0 | 18.4 | 4.8   | 100.0( 354) | 4.12(6)       |
| 시간제/프리랜서/학업  | 62.0       | 17.9 | 16.3 | 3.8   | 100.0( 184) |               |
| 휴직 중/미취업     | 60.0       | 19.6 | 15.7 | 4.7   | 100.0( 938) |               |
| 월 가구소득       |            |      |      |       |             |               |
| 260만원 이하     | 59.6       | 20.6 | 16.0 | 3.8   | 100.0( 287) | 3.11(9)       |
| 261~350만원 이하 | 57.6       | 20.3 | 16.9 | 5.2   | 100.0( 557) |               |
| 351~450만원 이하 | 59.0       | 19.8 | 17.3 | 4.0   | 100.0( 405) |               |
| 451만원 이상     | 61.7       | 18.9 | 14.1 | 5.3   | 100.0( 227) |               |

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

전반적으로 영유아 부모들은 범용포털을 58.8%로 가장 많이 사용하였고, 그 다음으로 온라인 동호회를 26.2% 사용하였으며, 그 외 육아지원 공공포털, 블로그 미니홈피, 사기업체 홈페이지, 마이크로 블로그 등의 총 이용률은 15.1%에 그쳤다. 이와 같은 결과를 통해 영유아 부모들은 대부분의 정보 활동을 범용포털과 온라인 동호회를 통해 할 것으로 예상되었다.

한편 퍼스널미디어의 하위항목의 분포는 육아지원 공공포털에 대해 자녀 취학 전 시기에 이용률이 다소 높은 특징을 보였으나 응답자 연령, 거주지역의 규모, 월 가구소득, 모 취업여부에 따라서는 특별한 이용 특성이 나타나지 않았다.

〈표 IV-1-7〉 퍼스널미디어 부문의 육아정보 주이용매체 하위항목

단위:%, %(명)

| 구분       | 범용포털 <sup>1)</sup> | 온라인 동호회 <sup>2)</sup> | 육아지원 공공포털 <sup>3)</sup> | 블로그, 미니홈피 | 사기업체 홈페이지 | 마이크로 블로그 <sup>4)</sup> | 합계         |
|----------|--------------------|-----------------------|-------------------------|-----------|-----------|------------------------|------------|
| 전체       | 58.8               | 26.2                  | 8.0                     | 5.1       | 1.4       | 0.6                    | 100.0(871) |
| 자녀연령     |                    |                       |                         |           |           |                        |            |
| 영영아      | 61.1               | 26.8                  | 8.1                     | 3.4       | 0.0       | 0.7                    | 100.0(149) |
| 영아       | 55.8               | 30.2                  | 7.3                     | 4.3       | 2.1       | 0.3                    | 100.0(328) |
| 유아       | 61.9               | 22.8                  | 7.1                     | 5.3       | 1.8       | 1.1                    | 100.0(281) |
| 취학 전     | 56.6               | 22.1                  | 12.4                    | 8.8       | 0.0       | 0.0                    | 100.0(113) |
| 응답자 연령   |                    |                       |                         |           |           |                        |            |
| 30세 미만   | 60.7               | 24.3                  | 8.4                     | 5.6       | 0.9       | 0.0                    | 100.0(107) |
| 30~34세   | 55.3               | 29.6                  | 7.1                     | 5.4       | 1.7       | 0.9                    | 100.0(351) |
| 35~39세   | 61.5               | 24.6                  | 7.4                     | 4.6       | 1.5       | 0.3                    | 100.0(325) |
| 40세 이상   | 60.2               | 20.5                  | 13.6                    | 4.5       | 0.0       | 1.1                    | 100.0( 88) |
| 거주지 지역규모 |                    |                       |                         |           |           |                        |            |
| 대도시      | 54.9               | 28.8                  | 9.5                     | 4.6       | 1.6       | 0.5                    | 100.0(368) |
| 중소 도시    | 61.3               | 24.3                  | 7.4                     | 5.0       | 1.4       | 0.7                    | 100.0(444) |
| 읍/면      | 64.4               | 23.7                  | 3.4                     | 8.5       | 0.0       | 0.0                    | 100.0( 59) |

주: 1) 범용포털: 다음, 네이버, 구글 등

2) 온라인 동호회: 카페, 지역맘 동호회, 클럽

3) 육아지원공공포털: 아이사랑보육포털, 마음 더하기, 아가사랑, 유아교육지원포털 등

4) 마이크로 블로그: 트위터, 페이스북, 카카오톡 등

영유아 부모가 육아정보를 찾는 주된 경로 중 지인의 하위 항목을 동일 보·교육 이용 학부모와 친구, 가족, 이웃 등으로 구분하여 살펴보았다. 전반적으로 친구, 가족, 이웃을 통해 정보를 얻는 경우가 66.4%로 많았고 동일 보·교육기관을 이용하는 학부모를 통해 정보를 얻는 경우는 33.6%로 친구, 가족, 이웃을 통해 얻는 정보의 절반 정도였다.

자녀 연령별로는 영아 부모가 대부분 친구, 가족, 이웃을 통해(80.0%) 주로 육아정보를 얻는 것에 비해, 취학 전 시기에는 동일한 보·교육 기관을 이용하는 학부모(49.2%)들이나 친구, 가족, 이웃(50.8%)을 통해 육아정보를 얻는 경우가 거의 유사한 것으로 나타났다. 이는 자녀가 영아기보다 유아기 일 때 기관을 이용하는 경우가 더 많기 때문에 같은 기관을 이용하는 부모와 자주 접촉하게 되기 때문이라고 여겨졌다.

소득 수준별로는 소득이 450만원(소득수준 7분위 기준) 이하인 집단은 친구, 가족, 이웃을 통한 정보습득이 월등히 높지만 451만원 이상의 집단은 동일 보·교육기관을 이용하는 부모를 통해서도 많은 정보를 얻고 있는 것으로 나타났다. 이는 소득이 높을 때 일반적인 지인보다 자녀가 다니는 기관을 중심으로 부모 간 네트워크의 활용도가 더 높을 수 있음을 유추할 수 있었다.

〈표 IV-1-8〉 지인 부문의 육아정보 주이용매체 하위항목

단위:%, %(명)

| 구분           | 친구, 가족, 이웃 등 <sup>1)</sup> | 동일 보교육 기관<br>이용 학부모 | 합계         | $\chi^2$ (df) |
|--------------|----------------------------|---------------------|------------|---------------|
| 전체           | 66.4                       | 33.6                | 100.0(295) |               |
| 자녀연령         |                            |                     |            |               |
| 영영아          | 80.0                       | 20.0                | 100.0( 35) | 13.86(3)**    |
| 영아           | 76.8                       | 23.2                | 100.0( 95) |               |
| 유아           | 62.0                       | 38.0                | 100.0(100) |               |
| 취학 전         | 50.8                       | 49.2                | 100.0( 65) |               |
| 거주지 지역규모     |                            |                     |            |               |
| 대도시          | 63.4                       | 36.6                | 100.0(142) | 4.69(2)       |
| 중소 도시        | 67.9                       | 32.1                | 100.0(134) |               |
| 읍/면          | 78.9                       | 21.1                | 100.0( 19) |               |
| 월 가구소득       |                            |                     |            |               |
| 260만원 이하     | 69.5                       | 30.5                | 100.0( 59) | 14.33(3)**    |
| 261~350만원 이하 | 69.0                       | 31.0                | 100.0(113) |               |
| 351~450만원 이하 | 68.8                       | 31.3                | 100.0( 80) |               |
| 451만원 이상     | 51.2                       | 48.8                | 100.0( 43) |               |
| 모 취업 여부      |                            |                     |            |               |
| 전일제 취업모      | 64.1                       | 35.9                | 100.0( 78) | 2.82(2)       |
| 시간제/프리랜서/학업  | 66.7                       | 33.3                | 100.0( 33) |               |
| 휴직 중/미취업     | 67.4                       | 32.6                | 100.0(184) |               |

주: 지인과의 대화 및 전화통화도 포함하였음

\*\*  $p < .01$

영유아 부모가 육아정보를 찾는 주된 경로 중 기관의 하위 항목을 보·교육기관, 육아지원 전문기관(육아종합지원센터, 건강가정지원센터, 유아교육진흥원), 관공서(시군구청 및 주민자치센터), 의료기관(보건소 및 병원), 지역사회 복지관 및 도서관, 기관 소속 전문 인력(가정방문 건강관리서비스 간호사, 서울시 우리동네 보육반장) 등으로 구분하여 살펴보았다. 전반적으로 보·교육기관을 통해 정보를 얻는 경우가 48.8%로 가장 많았고, 보건소 및 병원 19.8%, 육아지원 전문기관 17.4% 순으로 높게 활용되었다.

연령별로는 영영아의 경우 보건소 및 병원의 육아정보를 가장 많이 이용하였고(64.7%), 이후에는 대부분 보·교육 기관에서(49%이상) 정보를 얻는 것으로 나타났다. 또한 자녀연령이 높아질수록 관공서 이용률은 상대적으로 낮아졌고 지역사회 복지관과 도서관 이용률은 다소 증가하는 경향이 있었다. 이는 자녀가 어릴수록 필수 예방 접종이나 잦은 건강상의 문제로 보건소 및 병원 방문이 잦고 유아기부터는 보·교육기관을 거의 매일 자녀의 등·하원 시 방문하며 도서관 등 기타시설을 보다 더 활용하기 때문이라고 볼 수 있었다.

지역별로 비교하였을 때 읍면 지역에서는 도시지역(50%미만)보다 보·교육 기관을 통해 정보를 얻는 경우가 더 많은 것으로 나타났다(77.8%). 육아지원 전문기관의 정보 이용률도 대도시의 경우 23.7%로 중소도시나 읍면 지역보다 높은 특징이 관찰되었다. 이는 육아지원 전문기관과 보건소 등의 지리적인 접근성이 대도시와 중소도시에 비해 읍면지역에서 더 낮기 때문으로 보여졌다.

어머니의 취업여부에 따라서는 전일제 취업모와 시간제, 프리랜서 및 학업중인 경우에는 주로 보·교육기관을 통해 정보를 얻는데 비해 휴직중이거나 미취업인 경우에는 보·교육 기관도 이용하지만 보건소 및 병의원이나 육아지원 전문기관을 통해서도 정보를 얻는 것으로 볼 수 있다. 그러나 응답자 연령과 월 가구소득에 따른 육아정보에 대한 주이용 경로의 차이는 두드러지지 않았다.

〈표 IV-1-9〉 기관부문의 육아정보 주이용매체 하위항목

단위:%, %(명)

| 구분           | 보·교육<br>기관 <sup>1)</sup> | 육아지원<br>전문기관 <sup>2)</sup> | 보건소,<br>병의원 | 관공서 <sup>3)</sup> | 지역사회<br>복지관<br>도서관 | 기관소속<br>전문인력 <sup>4)</sup> | 합계         |
|--------------|--------------------------|----------------------------|-------------|-------------------|--------------------|----------------------------|------------|
| 전체           | 48.8                     | 17.4                       | 19.8        | 7.4               | 5.8                | 0.8                        | 100.0(242) |
| 자녀연령         |                          |                            |             |                   |                    |                            |            |
| 영영아          | 8.8                      | 14.7                       | 64.7        | 11.8              | 0.0                | 0.0                        | 100.0( 34) |
| 영아           | 49.2                     | 24.6                       | 13.8        | 7.7               | 1.5                | 3.1                        | 100.0( 65) |
| 유아           | 55.8                     | 14.0                       | 12.8        | 7.0               | 10.5               | 0.0                        | 100.0( 86) |
| 취학 전         | 61.4                     | 15.8                       | 10.5        | 5.3               | 7.0                | 0.0                        | 100.0( 57) |
| 거주지 지역규모     |                          |                            |             |                   |                    |                            |            |
| 대도시          | 48.4                     | 23.7                       | 11.8        | 8.6               | 7.5                | 0.0                        | 100.0( 93) |
| 중소 도시        | 42.6                     | 16.4                       | 27.0        | 8.2               | 4.9                | 0.8                        | 100.0(122) |
| 읍/면          | 77.8                     | 0.0                        | 14.8        | 0.0               | 3.7                | 3.7                        | 100.0( 27) |
| 월 가구소득       |                          |                            |             |                   |                    |                            |            |
| 260만원 이하     | 41.3                     | 15.2                       | 32.6        | 4.3               | 4.3                | 2.2                        | 100.0( 46) |
| 261~350만원 이하 | 44.7                     | 17.0                       | 22.3        | 7.4               | 7.4                | 1.1                        | 100.0( 94) |
| 351~450만원 이하 | 51.4                     | 20.0                       | 10.0        | 11.4              | 7.1                | 0.0                        | 100.0( 70) |
| 451만원 이상     | 65.6                     | 15.6                       | 15.6        | 3.1               | 0.0                | 0.0                        | 100.0( 32) |
| 모 취업 여부      |                          |                            |             |                   |                    |                            |            |
| 전일제 취업모      | 64.6                     | 13.8                       | 9.2         | 9.2               | 3.1                | 0.0                        | 100.0( 65) |
| 시간제/프리랜서/학업  | 50.0                     | 16.7                       | 6.7         | 13.3              | 13.3               | 0.0                        | 100.0( 30) |
| 휴직 중/미취업     | 41.5                     | 19.0                       | 27.2        | 5.4               | 5.4                | 1.4                        | 100.0(147) |

주: 1) 보·교육기관: 어린이집, 유치원, 기타 학원

2) 육아지원 전문기관: 육아종합지원센터, 건강가정지원센터, 유아교육진흥원

3) 관공서: 시군구청, 주민자치센터

4) 기관 소속 전문인력: 가정방문 건강관리서비스 간호사, 서울시 우리동네 보육반장

영유아 부모가 육아정보를 찾는 주된 경로 중 매스미디어의 하위 항목을 TV 및 라디오, 도서, 신문·잡지, 기관소책자 및 안내장 등으로 구분하여 살펴보았

다. 전반적으로 TV 및 라디오를 58.8%로 가장 많이 사용하였고, 도서(27.9%), 신문 및 잡지(10.3%), 기관 소책자 및 안내장(2.9%) 순으로 사용하였다.

자녀 연령별로 영영아 부모는 도서를 이용하는 경우가 71.4%로 가장 많았다. 영아 부모는 TV 및 라디오를 가장 많이 사용하지만 도서도 일부 이용하는 것으로 나타났고 유아, 취학 전의 부모는 TV 및 라디오, 신문 및 잡지, 도서 3가지를 비교적 고르게 이용하는 것으로 나타났다. 자녀가 아주 어린 영영아 시기에는 비교적 시간적 여유를 두고 참고할 수 있는 도서를 많이 사용하고 연령이 높아질수록 다양한 매스미디어를 고르게 이용하는 것으로 유추할 수 있었다.

어머니가 전일제 취업모일 때 TV, 라디오는 많이 이용하였지만 도서는 시간제나 휴직중인 어머니보다 적게 이용하는 것으로 나타났다. 한편 응답자 연령과 월 가구소득에 따라서 매스미디어 중 이용항목에 차이가 두드러지지 않았다.

〈표 IV-1-10〉 매스미디어 부문의 육아정보 주이용매체 하위항목

단위:%, %(명)

| 구분           | TV·라디오 | 도서   | 신문·잡지 | 기관소책자·<br>안내장 | 합계        |
|--------------|--------|------|-------|---------------|-----------|
| 전체           | 58.8   | 27.9 | 10.3  | 2.9           | 100.0(68) |
| 자녀연령         |        |      |       |               |           |
| 영영아          | 28.6   | 71.4 | 0.0   | 0.0           | 100.0( 7) |
| 영아           | 74.1   | 22.2 | 0.0   | 3.7           | 100.0(27) |
| 유아           | 51.9   | 22.2 | 22.2  | 3.7           | 100.0(27) |
| 취학 전         | 57.1   | 28.6 | 14.3  | 0.0           | 100.0( 7) |
| 거주지 지역규모     |        |      |       |               |           |
| 대도시          | 76.9   | 19.2 | 3.8   | 0.0           | 100.0(26) |
| 중소 도시        | 50.0   | 32.5 | 15.0  | 2.5           | 100.0(40) |
| 읍/면          | 0.0    | 50.0 | 0.0   | 50.0          | 100.0( 2) |
| 모 취업 여부      |        |      |       |               |           |
| 전일제 취업모      | 70.6   | 11.8 | 17.6  | 0.0           | 100.0(17) |
| 시간제/프리랜서/학업  | 42.9   | 42.9 | 14.3  | 0.0           | 100.0( 7) |
| 휴직 중/미취업     | 56.8   | 31.8 | 6.8   | 4.5           | 100.0(44) |
| 월 가구소득       |        |      |       |               |           |
| 260만원 이하     | 54.5   | 9.1  | 27.3  | 9.1           | 100.0(11) |
| 261~350만원 이하 | 51.7   | 37.9 | 6.9   | 3.4           | 100.0(29) |
| 351~450만원 이하 | 62.5   | 37.5 | 0.0   | 0.0           | 100.0(16) |
| 451만원 이상     | 75.0   | 8.3  | 16.7  | 0.0           | 100.0(12) |
| 응답자 연령       |        |      |       |               |           |
| 30세 미만       | 66.7   | 33.3 | 0.0   | 0.0           | 100.0( 3) |
| 30~34세       | 45.5   | 45.5 | 9.1   | 0.0           | 100.0(22) |
| 35~39세       | 62.5   | 18.8 | 12.5  | 6.3           | 100.0(32) |
| 40세 이상       | 72.7   | 18.2 | 9.1   | 0.0           | 100.0(11) |

읍면지역에서는 설문조사 결과 기관에 대한 의존도가 상대적으로 높게 나타났다. 또한 심층면접에서 지역마다 주된 역할을 담당하는 기관이 다소 상이한

특성이 있었다.

읍면지역의 기관인프라가 부족하기 때문에 도시지역과 비교하였을 때 상대적으로 공공 육아정보와의 접촉가능성이 떨어지는 단점도 있었지만 활발히 사업을 운영하는 기관이 여러 사업을 통합적으로 홍보하고 해당 정보를 효율적으로 전달할 수 있는 가능성도 엿보였다.

교육방법에 관한 정보는 어린이집에서 얻어요. 교육관련 강연이 있을 때 공지를 통해 알려줘요. 영양플러스사업을 할 때도 정보를 많이 얻었어요. 이 지역은 거의 보건소에서 하는 영양플러스사업을 하는 것 같아요. 주로 영양에 관한 정보를 주지만, 외부강사도 가끔씩 와서 정보를 얻기 좋아요.(P- 만 2세 자녀 어머니, 읍면지역 전라거주)

아이를 키우는 지인들과 정보를 많이 공유해요. 어린이집 선생님들과도 정보를 많이 나눠요. 모임은 하지 않고, 제가 궁금한 거 있을 때마다 물어보는 편이에요. 또 여기는 평생교육원이라는 단체가 있는데, 그 곳에서 강의를 많이 해요. 한 번 회원으로 가입해 놓으면, 교육에 관한 정보를 사이트에 많이 띄어놔요.(R- 만 1세 자녀 어머니, 읍면지역 경상거주)

어린이집이나, 프로그램을 통해 알게 되는 경우가 많아요. 문화센터가 바로 앞에 있어서 좋은 것 같아요. 저번에 보건소가 다른 기관과 연계해 프로그램을 운영한 적이 있는데, 1주일에 한번씩 3 개월 나간 적이 있어요. 보건소에 등록이 되어 있으면, 연락이 자주 와요.(S- 만 3세 자녀 어머니, 읍면지역 강원거주)

도서관이요. 도서관은 상반기나, 하반기에 실시하는 프로그램을 많이 알려주거든요. 시에서 진행하는 거나, 다른 큰 도서관에서 하는 학습 프로그램을 알려 주기도 해요. 도서관 안에 문화센터 같은 곳이 있는데, 그 곳을 특히 자주 이용하는 편이에요. 문화 프로그램 참여를 자주해요.(O- 만 3세 자녀 어머니, 읍면지역 충청거주)

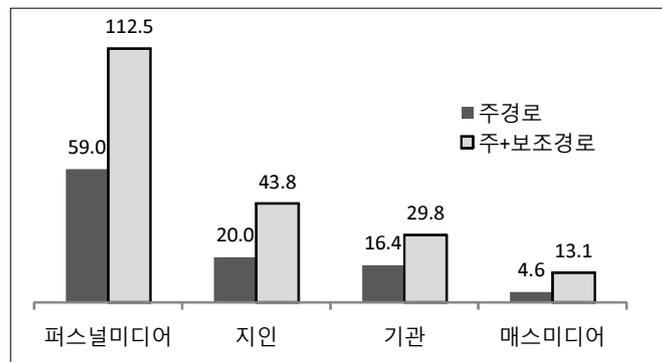
## 2) 보조경로

육아정보를 찾을 때 주로 사용한 경로와 보조로 사용한 경로를 함께 살펴본다. [그림 IV-1-2]와 같이 퍼스널 미디어를 112.5%로 월등히 많이 사용하였으며, 지인(43.8%)과 기관(29.8%)도 일부 사용한 것으로 나타났다. 특히 지인은 육아정보 습득을 위해 보조 경로로써 많이 활용되고 있었다.

<표 IV-1-11>에서 육아정보를 찾을 때 주경로에 따라 어떠한 보조경로를 활용했는지 분석하였다. 그 결과 어떠한 주경로를 선택하든지 공통적으로 퍼스널 미디어를 보조수단으로써 가장 많이 사용한 것으로 나타났다. 이는 영유아 부모

가 어떤 경로로 육아정보를 얻든지 다시 한 번 퍼스널 미디어를 통해서 정보를 확인하고 점검하는 특성이 있는 것으로 해석할 수 있었다.

특히 주로 지인에게 육아정보를 주로 얻는 영유아 부모들은 퍼스널 미디어를 통해 해당 정보를 확인하는 경우가 67.0%로 과반수였다. 또한 매스 미디어를 주경로로 이용하는 영유아 부모의 60.7%도 퍼스널 미디어를 보조적 수단으로 활용하여 육아정보를 확인하는 것으로 나타났다.



주: 주경로 응답자 1,742명, 보조 경로 응답자 1,096명의 자료를 분석하였음.

[그림 IV-1-2] 육아정보 습득을 위한 주경로 및 보조경로

<표 IV-1-11> 육아정보 습득 주경로별 보조경로의 활용

단위: %, %(명)

| 구분  | 보조경로    |      |      |        | 합계   | $\chi^2(df)$ |
|-----|---------|------|------|--------|------|--------------|
|     | 퍼스널 미디어 | 지인   | 기관   | 매스 미디어 |      |              |
| 주경로 | 퍼스널미디어  | 51.3 | 28.1 | 11.6   | 8.9  | 100.0(661)   |
|     | 지인      | 67.0 | 8.3  | 17.0   | 7.7  | 100.0(194)   |
|     | 기관      | 46.2 | 28.4 | 17.8   | 7.7  | 100.0(169)   |
|     | 매스미디어   | 60.7 | 17.9 | 10.7   | 10.7 | 100.0(56)    |

주: 지난 한 달 동안 육아정보 습득 시 주경로와 보조경로를 모두 이용경험이 있는 1,080명의 응답자료를 분석하였음.

\*\*\*  $p < .001$

육아정보를 찾기 위해 여러 가지 경로를 사용했는지 알아본 결과 여러 경로를 종합적으로 이용한 경우가 72.2%로 많았다. 주경로 한 가지만 이용하는 경우

는 27.3%로 나타나 대부분 정보를 얻기 위해 다양한 경로를 통해 정보를 살펴보는 것을 알 수 있었다.

통계적으로 유의미한 차이는 없으나 대도시 거주자들이 중·소, 읍면 지역보다 육아정보를 찾을 때 복수의 매체를 이용하는 경향이 있었고, 어머니 연령이 젊을수록 동일한 경향이 있었다. 그러나 자녀연령, 월 가구소득, 모 취업 여부에 따른 복수 매체 이용 경향에의 차이는 두드러지지 않았다.

〈표 IV-1-12〉 육아정보 습득을 위한 보조경로의 활용-응답자 특성별 비교

| 구분       | 복수 매체 이용자 | 단수 매체 이용자 | 합계          | 단위:%, %(명) |      |
|----------|-----------|-----------|-------------|------------|------|
|          |           |           |             | $\chi^2$   | (df) |
| 전체       | 72.7      | 27.3      | 100.0(1508) |            |      |
| 자녀연령     |           |           |             |            |      |
| 영아       | 73.1      | 26.9      | 100.0( 752) | 0.15(1)    |      |
| 유아       | 72.2      | 27.8      | 100.0( 756) |            |      |
| 응답자 연령   |           |           |             |            |      |
| 30세 미만   | 77.5      | 22.5      | 100.0( 138) | 7.33(3)    |      |
| 30~34세   | 74.4      | 25.6      | 100.0( 579) |            |      |
| 35~39세   | 72.1      | 27.9      | 100.0( 592) |            |      |
| 40세 이상   | 65.8      | 34.2      | 100.0( 199) |            |      |
| 거주지 지역규모 |           |           |             |            |      |
| 대도시      | 74.0      | 26.0      | 100.0( 647) | 3.49(2)    |      |
| 중소 도시    | 72.6      | 27.4      | 100.0( 751) |            |      |
| 읍/면      | 65.5      | 34.5      | 100.0( 110) |            |      |

심층면접조사에서도 영유아 부모들은 육아정보를 주로 습득하는 하나의 매체를 고르는 것이 힘들만큼 다양한 경로를 유사한 비중으로 활용하는 것으로 나타났다.

비중은 TV 30%, 인터넷 30%, 친구 30%, 10%는 개인적인 의견이에요.(B-비취업모)

요즘에는 블로그나 카페에 홍보성 글이 많아요. 그래서 공공기관에서 나온 정보가 더 신뢰가 가요. 그래도 다 참고는 하는 편이에요. 여러 군데를 종합해서 봐요.(O-만 3세 자녀 어머니, 읍면지역 충청거주)

한편 지인과 마이크로 블로그나 미니홈피를 통해 연락하는 경우도 많은 것으로 나타났다. 따라서 실제 영유아 부모의 육아정보 활용에 있어 직접적인 만남 또는 전화통화와 퍼스널 미디어를 통해 지인과 연락하는 상황을 명확히 구분하여 기억하지 못하는 것으로 보였다.

카카오스토리는 주위 사람들과 맺어서 하는 것이기 때문에 가까운 지인들과만 정보를 공유해요.(E- 만 1,2세 자녀 어머니, 취업모)

온라인상에서 질문을 올리면 엄마들이 답 글을 달아요. 특히 문화센터 엄마들이랑 카톡을 하면 더 많은 정보를 얻을 수 있어요. 다른 곳에서 오는 엄마들이 많으니까요.(I- 만 2,3세 자녀 어머니)

주변에 친구들이나, 비슷한 엄마들끼리의 모임이 있어요. 문화센터를 다니다 보면, 다른 엄마들과도 친해지니까 거기에서도 정보를 얻고 온라인 카페에서 또래 엄마들끼리의 모임도 있어요. 같이 공유하다 보면, 이런 저런 정보를 얻게 되는 것 같아요.(F-만 1,3세 자녀를 둔 비취업모)

한편 영유아 부모들은 지인의 마이크로 블로그나 미니홈피를 통해 공유된 온라인 잡지에 노출되는 경우가 적지 않게 발생하며 이를 자발적인 신청을 통해 구독하고 있었다. 온라인 잡지에서 제공하는 육아정보의 출처에 대해서는 잘 알고 있지 못했으나 내용을 신뢰하는 경향이 공통적으로 관찰되었다. 특히 자신의 개인정보를 노출하지 않고서도 유익한 정보를 얻을 수 있는 전달방법이 적절하다고 생각하는 경향도 있었다.

발달에 관한 정보는 엄마들의 대화를 통해서 얻거나, 카카오스토리를 통해 소식지를 받기도 해요. 친구 맺기를 하면, 아이들이 화내면 어떻게 해야 하는지, 훈육하는 방법 등을 알려줘요.(K- 만 5세 자녀 어머니)

저는 친구 카카오톡에 들어갔다가 육아매거진을 보고 구독하고 있어요. 카카오스토리에 교육 트렌드 코리아 등 여러 가지가 있어요. (H- 6개월 자녀 어머니)

에디슨(온라인 육아매거진)을 신뢰 하는 편이에요. 지인이 이용하여 신청하게 되었어요. 출처를 알지는 못하지만 의심을 별로 하지 않아요. 카카오톡은 신청을 하더라도 나에게 불이익이 오지 않기 때문에. 카스로 정보를 많이 얻는 것 같아요.(T- 만 3세 자녀 어머니)

## 다. 육아정보별 주요 습득 경로 비교

공공서비스, 의료·안전, 발달, 기본생활습관, 영양, 교육, 문화·참여 등 육아정보의 내용에 따라 영유아 부모들이 주로 이용하는 매체에 차이가 있는지를 다음 <표 IV-1-13>과 같이 살펴보았다. 육아정보의 내용별로 특정 매체의 집중적인 활용 정도에 다소 차이가 있으나 공통적으로 퍼스널 미디어를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다.

특히 영유아 부모들은 영양에 대한 육아정보(78.3%)와, 영유아 발달에 대한 육아정보(62.2%)의 경우 퍼스널 미디어에 크게 의존하고 있는 것을 알 수 있었다.

〈표 IV-1-13〉 육아정보별 주이용 매체 비교(1순위 응답 기준)

단위:%, %(명)

| 구분     | 퍼스널 미디어 | 기관   | 지인   | 매스 미디어 | 경험 없음 <sup>1)</sup> | 합계           |
|--------|---------|------|------|--------|---------------------|--------------|
| 전체     | 55.2    | 20.0 | 16.9 | 5.0    | 2.9                 | 100.0(1,508) |
| 공공 서비스 | 40.4    | 37.8 | 13.4 | 4.1    | 4.3                 | 100.0( 418)  |
| 의료/안전  | 56.3    | 18.4 | 17.0 | 6.3    | 1.9                 | 100.0( 206)  |
| 발달     | 62.2    | 12.9 | 16.2 | 5.9    | 2.8                 | 100.0( 389)  |
| 기본생활습관 | 53.7    | 9.8  | 29.3 | 4.9    | 2.4                 | 100.0( 41)   |
| 영양     | 78.3    | 3.5  | 13.0 | 5.2    | 0.0                 | 100.0( 115)  |
| 교육     | 56.3    | 14.2 | 22.2 | 4.6    | 2.7                 | 100.0( 261)  |
| 문화/참여  | 59.1    | 15.2 | 19.7 | 3.0    | 3.0                 | 100.0( 66)   |
| 기타     | 66.7    | 0.0  | 25.0 | 8.3    | 0.0                 | 100.0( 12)   |

주: 1) 한 달 이용 기준

한편 공공서비스의 경우 영유아 부모들은 퍼스널 미디어(40.4%)와 기관(37.8%)을 통해 해당 정보를 얻고 있다고 응답하였다. 공공서비스에 해당되는 육아정보의 내용과 현재 전달체계를 고려할 때 기관에 대한 의존도가 높을 것으로 예상되었으나 실제 영유아 부모들은 공신력 있는 전달체계 보다 그 이외의 경로를 통해 육아정보를 접근하고 있는 것으로 추측할 수 있었다.

육아정보의 영역에 따라 가장 많이 사용하는 상·하위 매체의 분포는 아래의 <표 IV-1-14>와 같다. 육아정보의 내용별로 매체의 활용 비율에 다소 차이가 있지만, 모든 정보 분야에서 퍼스널 미디어 중 범용포털을 가장 많이 사용하는 것으로 나타났다. 지인 중에서는 친구, 가족 이웃 등과의 대화 및 전화통화를 가장 많이 이용하는 것으로 응답하였다. 기관의 경우 분야별 사용하는 매체가 차이가 있었는데, 공공서비스, 발달, 기본생활습관, 교육, 문화·참여의 분야에서는 보·교육기관을 많이 이용하고 있었고 의료·안전, 영양 분야에서는 보건소·병의원을 가장 많이 이용하였다. 이와 같은 결과를 통해 영유아 부모들이 일부 특수 영역(의료·안전, 영양)을 제외하고 대부분의 육아정보를 보·교육기관을 통해서 얻고 있다고 볼 수 있었다. 매스미디어는 전체적으로 이용비율이 낮았으며 대부분 TV, 라디오, 대중교통의 홍보문구 등에 자주 노출되는 것으로 나타났다.

<표 IV-1-14> 육아정보별 이용 매체 비교-부문별 1순위

단위: 전체 매체 중 해당 백분율(%)

| 구분     | 퍼스널미디어                       | 기관                              | 지인                              | 매스미디어                              |
|--------|------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|
| 공공 서비스 | 범용포털 <sup>1)</sup><br>(33.6) | 보·교육 기관 <sup>2)</sup><br>(22.2) | 친구·가족·이웃 <sup>3)</sup><br>(8.9) | TV·대중교통 광고<br>(2.9)                |
| 의료/안전  | 범용포털<br>(40.8)               | 보건소·병원<br>(11.2)                | 친구·가족·이웃<br>(14.6)              | TV·대중교통 광고<br>(4.4)                |
| 발달     | 범용포털<br>(36.5)               | 보·교육 기관<br>(5.9)                | 친구·가족·이웃<br>(10.8)              | TV·대중교통 광고<br>(3.1)                |
| 기본생활습관 | 범용포털<br>(34.1)               | 보·교육 기관<br>(4.9)                | 친구·가족·이웃<br>(19.5)              | TV·대중교통 광고<br>(4.9)                |
| 영양     | 범용포털<br>(45.2)               | 보건소·병원<br>(1.7)                 | 친구·가족·이웃<br>(10.4)              | TV·대중교통 광고<br>(2.9)<br>도서<br>(2.9) |
| 교육     | 범용포털<br>(30.7)               | 보·교육 기관<br>(9.6)                | 친구·가족·이웃<br>(13.0)              | TV·대중교통 광고<br>(1.9)<br>도서<br>(1.9) |
| 문화/참여  | 범용포털<br>(33.3)               | 보·교육 기관<br>(7.6)                | 친구·가족·이웃<br>(10.6)              | 도서<br>(3.0)                        |
| 기타     | 범용포털<br>(41.7)               | -                               | 친구·가족·이웃<br>(25.0)              | TV·대중교통 광고<br>(8.3)                |

주: 1) 범용포털: 다음, 네이버, 구글 등  
 2) 보·교육기관: 어린이집, 유치원, 기타 학원  
 3) 친구·가족·이웃: 지인과의 전화 및 대화 포함

공공서비스를 포함하여 전체의 응답자 5% 이상이 필요하다고 응답한 육아정보를 다음 <표 IV-1-15>와 같이 선별하여 어떤 매체를 통해 주로 얻었는지 조사하였다. 보·교육 서비스, 양육수당과 관련한 5가지 공공서비스의 신청 및 이용과 사고 및 응급상황 대처법, 월령별 발달, 식단·조리법, 교재·교구, 어린이집 유치원 선택 등이 영유아 부모들이 주로 필요한 육아정보로 나타났다. 이들 정보 대부분을 주로 퍼스널 미디어를 통해 얻고 있었는데 일부 예외적인 정보들도 있었다.

어린이집, 유치원 신청 및 이용에 대한 정보는 기관을 통해서도 상당수 정보를 얻고 있었고(36.9%), 교육기관 선택에 대한 정보도 지인(32.6%)에게 의존하는 경향이 있었다. 또한 시간제 보육 서비스 신청 및 이용(44.4%)과 양육수당 신청 및 이용 등에 대한 정보(45.8%)는 영유아 부모들이 기관을 통해 주로 얻는 것으로 나타났다.

〈표 IV-1-15〉 주요 육아정보 하위항목별 이용 매체 비교

단위:%, %(명)

| 구분                          | 퍼스널미<br>디어 | 기관   | 지인   | 매스<br>미디어 | 경험<br>없음 <sup>1)</sup> | 합계          |
|-----------------------------|------------|------|------|-----------|------------------------|-------------|
| 전체                          | 54.2       | 21.9 | 16.1 | 4.8       | 3.0                    | 100(1,001)  |
| 어린이집·유치원 신청<br>및 이용         | 39.8       | 36.9 | 15.6 | 4.5       | 3.3                    | 100.0( 244) |
| 시간제 보육<br>서비스 신청·이용         | 29.6       | 44.4 | 11.1 | 7.4       | 7.4                    | 100.0( 27)  |
| 아이돌봄 서비스<br>신청·이용           | 45.9       | 29.7 | 8.1  | 5.4       | 10.8                   | 100.0( 37)  |
| 양육수당 신청·이용                  | 35.6       | 45.8 | 10.2 | 1.7       | 6.8                    | 100.0( 59)  |
| 육아지원<br>기관·공공포털 서비스<br>이용   | 51.0       | 35.3 | 11.8 | 2.0       | 0.0                    | 100.0( 51)  |
| 사고/응급상황<br>대처법              | 60.0       | 11.3 | 17.5 | 7.5       | 3.8                    | 100.0( 80)  |
| 월령별 발달<br>식단·조리법,<br>식자재 구입 | 68.6       | 9.3  | 15.3 | 5.5       | 1.3                    | 100.0( 236) |
| 교재·교구,<br>놀이감, 도서           | 82.7       | 1.3  | 10.7 | 5.3       | 0.0                    | 100.0( 75)  |
| 어린이집·유치원·<br>학원 선택          | 64.1       | 12.6 | 17.5 | 5.8       | 0.0                    | 100.0( 103) |
| 어린이집·유치원·<br>학원 선택          | 40.4       | 18.0 | 32.6 | 2.2       | 6.7                    | 100.0( 89)  |

주: 1) 한 달 이용 기준

2) 육아정보 중 공공서비스 하위항목 및 전체응답자의 5%이상이 필요하다고 응답한 하위항목을 선정하여 이용 매체를 비교하였음.

영유아 부모들이 주요 육아정보를 얻는 하위매체로써 퍼스널 미디어에서는 범용포털이 두루 이용되고 있었다. 지인 중에서는 친구, 가족 이웃과의 교류가 활발하였다. 기관에서는 정보의 내용에 따라 주 활용매체에 차이가 있었는데, 대부분 보·교육 기관을 주로 이용하였다. 그러나 양육수당에 대해서는 시군구청·주민자치센터를 육아지원 기관·공공포털서비스에 대해서는 육아전문기관을 이용하고 있었다. 사고·응급상황 대처와 월령별 발달에 관한 정보는 보·교육기관과 동일하게 보건소·병원도 이용하는 것으로 나타났다. 매스 미디어 중에서는 주로 TV, 라디오, 대중교통 수단의 홍보문구를 주로 이용하였지만, 육아지원기관 및 공공포털서비스에 대해서는 기관 소책자와 안내장을 이용하고 있었으며 월령별 발달과 식단·조리법에 대해서는 도서 자료를 주로 이용한 것으로 나타났다.

〈표 IV-1-16〉 주요 육아정보 하위항목별 이용 매체 비교-부문별 1순위

단위: 전체 매체 중 해당 백분율(%)

| 구분                        | 퍼스널미디어                       | 지인                               | 기관                                    | 매스미디어                                    |
|---------------------------|------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|--|
| 어린이집·유치원<br>신청 및 이용       | 범용포털 <sup>1)</sup><br>(26.2) | 친구·가족·이웃 <sup>2)</sup><br>(11.1) | 보·교육 기관 <sup>3)</sup><br>(28.7)       | TV·대중교통 광고<br>(3.3)                      |
| 시간제 보육<br>서비스 신청·이용       | 범용포털<br>(22.2)               | 친구·가족·이웃<br>( 7.4)               | 보·교육 기관<br>(22.2)                     | TV·대중교통 광고<br>(7.4)                      |
| 아이돌봄 서비스<br>신청·이용         | 범용포털<br>(27.0)               | 친구·가족·이웃<br>( 8.1)               | 보·교육 기관<br>(16.2)                     | TV·대중교통 광고<br>(2.7),<br>소책자·안내장<br>(2.7) |
| 양육수당<br>신청·이용             | 범용포털<br>(15.3)               | 친구·가족·이웃<br>(10.2)               | 관공서 <sup>4)</sup><br>(15.3)           | TV·대중교통 광고<br>(1.7)                      |
| 육아지원<br>기관·공공포털<br>서비스 이용 | 범용포털<br>(37.3)               | 친구·가족·이웃<br>(11.8)               | 육아지원<br>전문 기관 <sup>5)</sup><br>(19.6) | 소책자·안내장<br>(2.0)                         |
| 사고/응급상황<br>대처법            | 범용포털<br>(45.0)               | 친구·가족·이웃<br>(12.5)               | 보·교육 기관(5.0),<br>보건소·병의원<br>(5.0)     | TV·대중교통 광고<br>(5.0)                      |
| 월령별 발달                    | 범용포털<br>(40.7)               | 친구·가족·이웃<br>(10.6)               | 보·교육 기관<br>(3.4)<br>보건소·병의원<br>(3.4)  | 도서<br>(2.5)                              |
| 식단·조리법,<br>식자재 구입         | 범용포털<br>(54.7)               | 친구·가족·이웃<br>(8.0)                | 지역 복지관·<br>도서관<br>(1.3)               | 도서<br>(4.0)                              |
| 교재·교구,<br>놀이감, 도서         | 범용포털<br>(35.0)               | 친구·가족·이웃<br>(10.7)               | 보·교육 기관<br>(4.9)                      | TV·대중교통 광고<br>(2.9)                      |
| 어린이집·유치원·<br>학원 선택        | 범용포털<br>(20.2)               | 친구·가족·이웃<br>(18.0)               | 보·교육 기관<br>(15.7)                     | TV·대중교통 광고<br>(1.1),<br>도서<br>(1.1)      |

- 주: 1) 범용포털: 다음, 네이버, 구글 등  
 2) 친구·가족·이웃: 친구, 가족, 이웃 등과의 대화 및 전화통화  
 3) 보·교육기관: 어린이집, 유치원, 기타 학원  
 4) 관공서: 시군구청, 및 주민자치센터  
 5) 육아지원 전문기관: 육아종합지원센터, 건강가정지원센터, 유아교육진흥원

## 라. 육아정보 습득 경로 선택 기준 및 활용 빈도

육아정보를 얻는 경로를 선택하는 이유에 대해 살펴본 결과 이용의 편리성(39.0%)이 가장 중요한 기준으로 나타났다. 그밖에 정보의 질과 신뢰도(22.4%), 다양한 의견 참고 기회(20.2%)도 매체 선택 시 고려되는 기준으로 나타났다.

영유아 부모가 이용하는 주경로에 따라 경로 선택의 기준을 비교한 결과는 다음 <표 IV-1-17>과 같다. 퍼스널미디어를 주로 이용하는 영유아 부모들에게 있어 이용 편리성(44.7%)이 매체를 선택하는 가장 중요한 기준으로 나타났다. 지인을 통해 육아정보를 주로 얻는 부모들은 이용 편리성(33.2%)과 다양한 의견 참고 기회(30.2%)를 중요시 하는 것으로 보였다.

한편 기관을 주경로로 활용하는 영유아 부모들은 정보의 질과 신뢰도(42.6%)를 가장 중요하게 생각하고 있었다. 매스 미디어를 주로 활용하는 경우에는 이용이 편리성(39.7%), 정보의 질과 신뢰도(38.2%)에 대해 관심이 많은 것으로 나타났다.

공통적으로 퍼스널 미디어와 매스 미디어를 선택하는 영유아 부모들은 이용의 편리성을 중요하게 생각하고 있었다. 반면 매스 미디어를 선호하는 부모의 경우 상대적으로 원활한 상호작용에 대한 관심이 낮은 것으로 나타났다. 지인 및 기관을 선호하여 이용하는 영유아 부모들의 경우 상대적으로 정보 갱신주기에 대해 관심이 낮은 경향이 있었다.

<표 IV-1-17> 육아정보 습득 경로의 선택 기준

단위:%, %(명)

| 구분     | 이용<br>편리성 <sup>1)</sup> | 정보의 질,<br>신뢰도 <sup>2)</sup> | 다양한 의견<br>참고 기회 <sup>3)</sup> | 원활한<br>상호작용 <sup>4)</sup> | 정보<br>갱신주기 <sup>5)</sup> | 합계         | $\chi^2$ (df) |
|--------|-------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---------------------------|--------------------------|------------|---------------|
| 전체     | 39.0                    | 22.4                        | 20.2                          | 11.2                      | 7.2                      | 1000(1476) |               |
| 퍼스널미디어 | 44.7                    | 19.2                        | 19.2                          | 8.4                       | 8.6                      | 1000( 871) |               |
| 지인     | 33.2                    | 11.5                        | 30.2                          | 20.3                      | 4.7                      | 1000( 295) | 156.98(12)*** |
| 기관     | 25.6                    | 42.6                        | 14.5                          | 12.8                      | 4.5                      | 1000( 242) |               |
| 매스미디어  | 39.7                    | 38.2                        | 10.3                          | 1.5                       | 10.3                     | 1000( 68)  |               |

주: 1) 이용 편리성: 이용하기 편리해서

2) 정보의 질, 신뢰도: 정보의 질이 높고 믿을 만해서

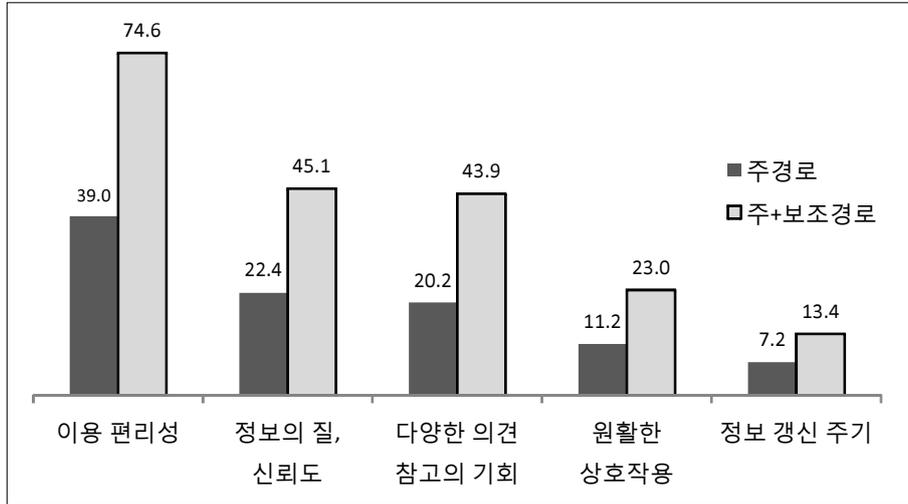
3) 다양한 의견 참고 기회: 다양한 의견을 참고할 수 있어서

4) 원활한 상호작용: 상호작용이 원활해서 구체적인 질문에 답 받기, 건의하기 등

5) 정보 갱신주기: 새로운 정보가 많아서

\*\*\*  $p < .001$

주경로와 보조경로를 선택할 때 중요한 기준을 통합적으로 살펴본 결과에서도 다음 [그림 IV-1-3]과 같이 이용 편리성이 매체결정에 가장 중요한 요인으로 나타났다. 상대적으로 영유아 부모들이 육아정보를 얻는 경로를 선택할 때 원활한 상호작용과 정보의 갱신주기에 대해서는 민감하게 반응하지 않는 것으로 나타났다.



[그림 IV-1-3] 육아정보 습득 경로별 선택 기준-주경로 및 보조경로

육아정보를 얻는 경로를 선택하는 기준에 대해 응답자 특성별로 비교한 결과는 다음 <표 IV-1-18>과 같다. 자녀 연령과 무관하게 이용편리성이 가장 중요한 기준으로 나타났다. 한편 첫째 자녀를 양육하는 데는 이용 편리성과 정보의 질, 신뢰도를 높게 고려하는 것으로 나타났으며 둘째 이하부터는 이용 편리성과 다양한 의견 참고 기회 역시 중요한 요소로 고려되고 있었다. 이는 첫째 자녀인 경우 정보의 질, 신뢰도에 대해 좀 더 신중하게 살펴보는 경향이 있고 둘째 이하부터는 다양한 의견을 참고하고 그 안에서 선택하기를 원하는 것으로 해석할 수 있었다.

지역규모별로 대도시와 중소도시는 이용편리성과 정보의 질과 신뢰도의 측면을 육아정보를 찾는 매체를 선택할 때 중요한 요소로 고려하고 있었다. 반면 읍면 지역에서는 이용편리성과 함께 정보의 질보다는 다양한 의견 참고 기회를 중요한 요소로 고려하는 것으로 나타났다. 이는 도시에 거주하는 영유아 부모들은 온라인 매체의 활용률이 높아 이용의 편리성이 강조되며 수많은 정보들을 선별하기 위해 정보의 질과 신뢰도에 관심이 높은 반면에, 읍면 지역에 거주하는 부모들은 기관에서 육아정보를 얻는 경우가 상대적으로 많기 때문에 다양한 육아정보를 참고하는 기회의 중요성을 느끼고 있는 것으로 유추해 볼 수 있었다.

한편 응답자의 연령이 낮을수록, 어머니가 취업모일 때 상대적으로 이용 편

리성을 중요하게 여기는 경향이 있었으나 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다.

〈표 IV-1-18〉 육아정보 습득 경로 선택 기준-응답자 특성별 비교

단위:%, %(명)

| 구분            | 이용 편리성 <sup>1)</sup> | 정보의 질 신뢰도 <sup>2)</sup> | 다양한 의견 참고 기회 <sup>3)</sup> | 원활한 상호작용 <sup>4)</sup> | 정보 갱신정도 <sup>5)</sup> | 합계          | $\chi^2(df)$ |
|---------------|----------------------|-------------------------|----------------------------|------------------------|-----------------------|-------------|--------------|
| 전체            | 39.0                 | 22.4                    | 20.2                       | 11.2                   | 7.2                   | 100.0(1476) |              |
| 자녀연령          |                      |                         |                            |                        |                       |             |              |
| 영아            | 39.3                 | 24.3                    | 18.9                       | 11.1                   | 6.4                   | 100.0(740)  | 5.45(4)      |
| 유아            | 38.7                 | 20.4                    | 21.5                       | 11.3                   | 8.2                   | 100.0(736)  |              |
| 자녀첫째 여부       |                      |                         |                            |                        |                       |             |              |
| 첫째            | 40.1                 | 24.7                    | 18.1                       | 10.3                   | 6.8                   | 100.0(944)  | 15.47(4)**   |
| 둘째 이하         | 37.0                 | 18.2                    | 23.9                       | 12.8                   | 8.1                   | 100.0(532)  |              |
| 거주지 지역규모      |                      |                         |                            |                        |                       |             |              |
| 대도시           | 40.1                 | 23.4                    | 19.7                       | 8.4                    | 8.4                   | 100.0(629)  | 21.19(8)**   |
| 중소 도시         | 38.5                 | 23.1                    | 19.6                       | 12.7                   | 6.1                   | 100.0(740)  |              |
| 읍/면           | 36.4                 | 11.2                    | 27.1                       | 16.8                   | 8.4                   | 100.0(107)  |              |
| 모 취업 여부       |                      |                         |                            |                        |                       |             |              |
| 전일제 취업모       | 43.5                 | 19.5                    | 20.6                       | 9.3                    | 7.1                   | 100.0(354)  | 7.74(8)      |
| 시간제/프리랜서/학업 중 | 39.1                 | 23.9                    | 17.4                       | 13.6                   | 6.0                   | 100.0(184)  |              |
| 휴직 중/미취업      | 37.3                 | 23.1                    | 20.6                       | 11.4                   | 7.6                   | 100.0(938)  |              |

주: 1) 이용 편리성: 이용하기 편리해서

2) 정보의 질, 신뢰도: 정보의 질이 높고 믿을 만해서

3) 다양한 의견 참고 기회: 다양한 의견을 참고할 수 있어서

4) 원활한 상호작용: 상호작용이 원활해서 구체적인 질문에 답 받기, 건의하기 등

5) 정보 갱신정도: 새로운 정보가 많아서

\*\*  $p < .01$

심층면접 조사에서는 영유아 부모가 자신의 육아에 대한 고민과 문제를 해결하기 위해 타인의 육아경험을 알고자 하는 욕구가 큰 것으로 나타났다. 이로 인해 온라인 동호회를 중심으로 한 퍼스널 미디어와 주변 지인을 전화나 직접적인 만남을 통해 접촉하여 관련 사례에 대한 경험과 노하우를 배우고자 하는 경향이 공통적으로 관찰되었다. 특별히 큰 문제가 없더라도 유사한 고민을 안고 있는 어머니들과의 문자 또는 음성적 대화에서 감성적 격려를 받기도 하며 공통적인 의견에 대해서는 신뢰감을 갖는 경향도 있었다.

직접 당한 이야기를 많이 하니깐 엄마들의 이야기는 대부분 맞아요.(F-만1,3세 자녀 어머니)

저도 인터넷을 이용했었는데, 지나고 나서 보니 무엇보다도 지인 중 내 자녀를 알고 있는 2~3살 위에 자녀를 둔 믿을만한 사람의 이야기가 가장 맞아요. 지금도 그렇게 생각해요.(C- 만4,8세 자녀의 어머니)

네이버에서 검색 하고 블로그나 카페를 방문해요. 그렇게 해서 중복된 글이 많은 걸 믿는 거죠. 키워본 엄마들의 말을 믿는 거죠. (E-만 1,2세 자녀를 둔 어머니)

많은 사람들이 모여서 이야기를 하니까 산경험자가 많다고 생각을 해요. 글을 올리고 답글을 보면 비슷한 사례가 많이 올라와요.(K- 만 5세 자녀 어머니)

최근에는 거주지역에 대한 특별한 구분 없이 영유아 부모가 활용하였던 온라인 동호회(카페)가 지역사회 거주자를 중심으로 분화하는 것으로 나타났다. 이로 인해 지역사회의 육아 자원을 공유하고 활용하였던 타인의 경험을 토대로 자신의 육아방법을 결정하는 사례도 있었다.

저는 요즘 맘스홀릭 보단 지역맘 카페를 더 많이 사용해요. 맘스홀릭은 많은 분들이 글을 올려서 왜곡된 정보가 많지만, 지역맘 카페는 덜한 느낌이에요. 두세 군데 정도 이용하고 있어요.(E- 만 1,2세 자녀 어머니)

지역맘 카페는 지역에서 지원되는 정보가 많이 있어요. ‘북스타트’ 같은 건 맘스홀릭에선 찾기 힘들거든요. 지역맘 카페엔 아이들 놀기 좋은 곳이라든지, 어떤 프로그램 등을 올려주시잖아요. 당장 오프라인을 통해 베희시장도 많이 여시더라고요. 이런 부분에 대해선 도움이 많이 되었어요.(L- 11개월 자녀 어머니)

특히 온라인 동호회는 기관처럼 운영시간의 제약을 받지 않고 다수의 어머니들에게서 실시간으로 질의에 대한 응답을 받을 수 있어 궁금증을 해소할 수 있으며 스마트폰으로 쉽게 이용할 수 있는 편리함이 큰 장점으로 작용하는 것으로 보였다.

블로그나 카페가 편해요. 솔직히 책은 찾기가 힘들어서 잘 안 봐요.(E- 만 1,2세 자녀 어머니)

온라인상에서 질문을 올리면 엄마들이 바로바로 답글을 달아요.(I- 만 2,3세 자녀 어머니)

마더세이프라는 약물관련 사이트도 있잖아요. 그곳에 들어가서 정보를 보긴 하는데 사실 잘되어있진 않아요. 맘스홀릭이나 레몬테라스는 글을 올리면 실시간 답변이 달리는데, 이런 데는 그렇지 않아요. 정부와 개인이 하는 카페의 차이점인 것 같아요. 마더세이프 같은 경우엔 주말에는 안하고, 답을 올리면 전화 드리겠다는 답글이 먼저 달려요.(L- 11개월 자녀를 둔 취업모)

온라인을 많이 사용해요. 보통 아이 잘 때 이용을 하고요. 스마트폰을 이용해서

정보를 많이 검색해요.(T- 만 3세 자녀 어머니)

또한 정보 습득 이외에도 영유아 부모 간의 교류와 친목도모를 통한 보다 나은 육아방안을 모색하는 특징도 관찰되었다. 이와 같이 온라인 동호회를 통해서 서로의 어려움을 공감하고 격려함으로써 영유아 부모들이 긍정적인 육아를 할 수 있도록 돕는 선 기능의 가능성을 가늠해 볼 수 있었다. 즉 공공기관이 주도적으로 자리를 마련하지 않아도 영유아 부모가 스스로 모임을 결성하고 정보를 공유하며 공공의 선을 성취할 수 있는 가능성도 예상할 수 있었다.

카페에 있는 수다 떠는 방에서 만나게 되었어요.(I- 만 2,3세자녀 어머니, J- 만 3,11,15세 자녀 어머니, K- 만 5세 자녀 어머니)

절실하기 때문에 온라인에서 만나게 아이를 매개로 친해지게 돼요. ... 우리 아이만 친구가 없으면 심심해 보이기도 하니까 성격이 소극적임에도 불구하고 아이의 놀이를 위해 온라인에서 모임을 알아보는 경우가 있어요.(E- 만 1,2세 자녀를 둔 비취업모)

아이들 교육 때문에도 많이 친해질 수 있는 것 같아요. 또 아이들끼리 있으면 잘 놀기도 하고요.(F- 만 1,3세 자녀 어머니를 둔 비취업모)

마음 맞는 사람을 찾는 것이 쉽지 않아요. 서로가 챙겨주고, 교류를 해야 만남이 가능해요.(J- 만 3,11,15세 자녀를 둔 비취업모)

아파트 카페가 따로 있는데 그 모임에 나가요. 저희 아파트엔 영유아가 많이 있기 때문에, 온라인 오프라인을 통해서 자주 만나요.(N- 6개월 자녀를 둔 비취업모)

한편 영유아 부모들이 육아정보를 찾는 횟수에 대해 조사한 결과는 다음 <표 IV-1-19>와 같다. 전반적으로 주 1-2회 정도 사용하는 경우가 39.8%로 가장 많았고 주 3-4회 27.7%, 월 1-2회 19.6%, 매일 12.8% 순으로 높게 나타났다.

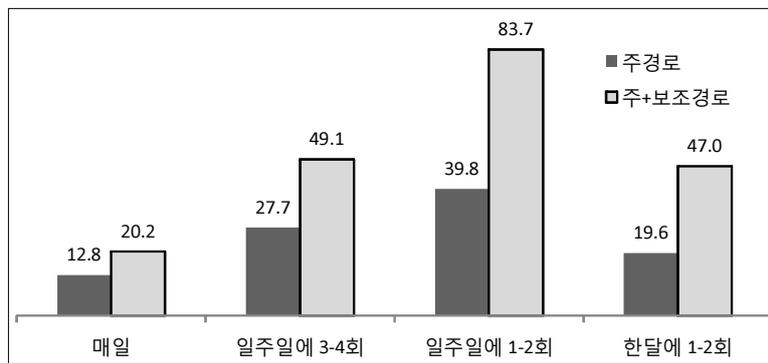
<표 IV-1-19> 육아정보 습득 경로별 활용 빈도

단위:%, %(명)

| 구분     | 매일   | 3-4회/주 | 1-2회/주 | 1-2회/월 | 합계          | $\chi^2(df)$ |
|--------|------|--------|--------|--------|-------------|--------------|
| 전체     | 12.8 | 27.7   | 39.8   | 19.6   | 100.0(1476) |              |
| 퍼스널미디어 | 17.1 | 33.3   | 37.1   | 12.5   | 100.0(871)  |              |
| 지인     | 5.8  | 21.0   | 50.2   | 23.1   | 100.0(295)  |              |
| 기관     | 5.8  | 15.7   | 36.8   | 41.7   | 100.0(242)  | 155.199***   |
| 매스미디어  | 13.2 | 27.9   | 41.2   | 17.6   | 100.0(68)   |              |

\*\*\*  $p < .001$

퍼스널 미디어의 경우 주 3-4회 이상 이용하는 경우가 50.4%로 높았고 지인, 매스미디어의 경우 주 1-2회 이용하는 경우가 가장 많았다. 기관의 경우는 월 1-2회 이용이 가장 많았다. 이는 기관의 접근성이 미디어나 지인에 비해 좋지 않기 때문에 활용 빈도가 낮은 것으로 추측할 수 있었다. 또한 보조경로도 다음 [그림 IV-1-4]와 같이 주 1-2회 정도로 활용하여 주경로와 유사하게 이용하고 있었다.



[그림 IV-1-4] 육아정보 습득 경로별 활용빈도- 주경로 및 보조경로

<표 IV-1-20> 육아정보 활용 빈도-응답자 특성별 비교

단위: %, %(명)

| 구분       | 매일   | 3-4회/주 | 1-2회/주 | 1-2회/월 | 합계         | $\chi^2(df)$ |
|----------|------|--------|--------|--------|------------|--------------|
| 전체       | 12.8 | 27.7   | 39.8   | 19.6   | 1000(1476) |              |
| 자녀연령     |      |        |        |        |            |              |
| 영영아      | 15.6 | 33.3   | 38.2   | 12.9   | 100(225)   | 25.45(9)**   |
| 영아       | 15.1 | 27.6   | 40.8   | 16.5   | 100(515)   |              |
| 유아       | 10.5 | 26.3   | 39.7   | 23.5   | 100(494)   |              |
| 취학 전     | 9.9  | 25.6   | 39.7   | 24.8   | 100(242)   |              |
| 자녀첫째 여부  |      |        |        |        |            |              |
| 첫째       | 12.6 | 30.2   | 38.2   | 19.0   | 100(944)   | 8.19(3)*     |
| 둘째 이하    | 13.2 | 23.3   | 42.7   | 20.9   | 100(532)   |              |
| 응답자 연령   |      |        |        |        |            |              |
| 30세 미만   | 16.1 | 45.3   | 24.1   | 14.6   | 100(137)   | 45.11(9)***  |
| 30~34세   | 15.2 | 26.9   | 41.6   | 16.3   | 100(565)   |              |
| 35~39세   | 10.2 | 25.6   | 42.3   | 21.9   | 100(579)   |              |
| 40세 이상   | 11.3 | 24.1   | 38.5   | 26.2   | 100(195)   |              |
| 거주지 지역규모 |      |        |        |        |            |              |
| 대도시      | 11.1 | 22.9   | 41.0   | 25.0   | 100(629)   | 31.98(6)***  |
| 중소 도시    | 14.9 | 31.5   | 38.1   | 15.5   | 100(740)   |              |
| 읍/면      | 8.4  | 29.9   | 44.9   | 16.8   | 100(107)   |              |

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

<표 IV-1-20>은 육아정보를 얻는 주경로의 활용 빈도를 이용자의 특성별로 살펴본 것이다. 자녀 연령이 어릴수록 육아정보를 얻기 위해 더 자주 주경로를 활용하는 것을 알 수 있었다. 첫째 자녀를 기르는 경우에 둘째 이하의 자녀보다 육아정보를 얻기 위해 더 자주 정보를 찾는 것으로 나타났다.

한편 응답자 연령이 증가할수록 정보를 찾는 빈도가 줄어드는 것으로 나타났다. 이와 같이 응답자가 젊을수록, 자녀가 어릴수록, 첫째 자녀인 경우 더 정보를 자주 찾는 것은 양육에 대한 경험이 부족한 부모가 좀 더 많은 정보를 얻고자 하는 욕구가 크기 때문이라고 볼 수 있었다.

지역규모별로는 주 1-2회 이상 사용하는 경우가 중소도시(84.5%)와 읍면 지역(83.2%)이 대도시(75%)보다 더 많아 육아정보를 찾는데 더 적극적인 것으로 보였다. 그러나 어머니 취업여부와 가구소득 수준에 따라서 육아정보의 활용빈도에는 두드러진 차이가 나타나지 않았다.

## 2. 온라인 육아정보의 활용

육아정보를 찾을 때 온라인 매체(퍼스널 미디어)<sup>14)</sup>를 이용한다고 응답한 1,215명(80.6%)의 영유아 부모를 대상으로 온라인 육아정보 이용 특성과 온라인 육아정보의 검색 단계에 대해 조사하였다.

### 가. 온라인 육아정보 이용 특성

온라인 육아정보에 대한 영유아 부모의 이용특성으로 일평균 이용시간, 주로 이용하는 시간대, 초기 접속 사이트 등을 중심으로 조사하였으며 이용자의 특성별로 이용특징을 분석하였다.

#### 1) 일평균 온라인 정보 활용 시간

영유아 부모들은 육아관련 정보를 탐색하기 위해 온라인 매체를 1일 평균 1.2시간 정도 사용하는 것으로 나타났으며 일일 평균 1시간 정도 사용하는 경우가 과반수였다(57.9%). 가구여건별로는 읍면지역에 거주하거나, 미취업모인 경우,

14) 범용포털, 공공포털, 온라인 동호회, 개인 홈페이지, 사기업체 사이트 포함

소득수준이 낮을 때 상대적으로 온라인 정보를 더 오래 이용하는 경향이 있었다.

<표 IV-2-1> 온라인 육아정보 활용을 위한 일평균 이용 시간

단위:%, %(명), 시간

| 구분           | 1시간 미만 | 1시간  | 2시간  | 3시간 이상 | 합계           | 평균   | $\chi^2(df)$ |
|--------------|--------|------|------|--------|--------------|------|--------------|
| 전체           | 22.6   | 57.9 | 15.1 | 4.4    | 100.0(1,215) | 1.16 |              |
| 자녀연령         |        |      |      |        |              |      |              |
| 영아           | 21.5   | 58.1 | 15.1 | 5.3    | 100.0( 647)  | 1.19 | 3.77(4)      |
| 유아           | 23.9   | 57.6 | 15.1 | 3.3    | 100.0( 568)  | 1.12 |              |
| 거주지 지역규모     |        |      |      |        |              |      |              |
| 대도시          | 22.7   | 58.7 | 15.1 | 3.5    | 100.0( 511)  | 1.13 | 13.63(8)     |
| 중소 도시        | 23.8   | 56.8 | 14.5 | 4.9    | 100.0( 614)  | 1.14 |              |
| 읍/면          | 14.4   | 60.0 | 20.0 | 5.6    | 100.0( 90)   | 1.46 |              |
| 월 가구소득       |        |      |      |        |              |      |              |
| 260만원 이하     | 16.7   | 61.1 | 16.3 | 5.9    | 100.0( 239)  | 1.23 | 20.36(12)    |
| 261~350만원 이하 | 19.5   | 59.7 | 16.0 | 4.8    | 100.0( 462)  | 1.19 |              |
| 351~450만원 이하 | 28.8   | 53.4 | 13.6 | 4.2    | 100.0( 337)  | 1.11 |              |
| 451만원 이상     | 27.1   | 57.1 | 14.1 | 1.7    | 100.0( 177)  | 1.08 |              |
| 모 취업 여부      |        |      |      |        |              |      |              |
| 전일제 취업모      | 22.8   | 59.3 | 15.3 | 2.6    | 100.0( 268)  | 1.10 | 23.34(8)**   |
| 시간제/프리랜서/학업  | 30.9   | 46.7 | 15.8 | 6.6    | 100.0( 152)  | 1.13 |              |
| 휴직 중/미취업     | 21.0   | 59.5 | 15.0 | 4.5    | 100.0( 795)  | 1.19 |              |

\*\*  $p < .01$

## 2) 온라인 정보 활용 시간대

육아정보를 얻기 위해 영유아 부모들이 온라인 매체를 이용하는 시간대는 <표 IV-2-2>와 같다. 주로 오후 시간대(13시부터 18시 사이)를 활용한다는 응답의 비율이 30.5%로 가장 높았다. 그 외에 밤 시간대(22시부터 새벽 5시 사이) 26.9%, 저녁 시간대 24.4%, 오전 시간대는 18.1%의 순서로 높게 나타났다.

자녀의 연령에 따라 온라인 정보 활용시간대가 다소 상이하게 나타났다. 오후 시간대의 활용 비율이 공통적으로 가장 높기는 하나, 유아 자녀를 둔 부모의 오전 시간대 활용 비율이(20.6%) 상대적으로 높은 반면, 영아 부모는 밤 시간대의 활용비율이(29.2%) 상대적으로 높았다. 온라인 정보 검색이 분주할 때보다는 여유가 있을 때 이뤄지는 점을 감안할 때, 유아의 부모는 자녀가 어린이집이나 유치원 등을 이용하는 오전 시간대에, 영아의 부모는 자녀가 잠든 뒤에 시간을 많이 이용하기 때문에 나타나는 차이로 보여졌다.

월 가구소득이 350만원 이하인 가구에서는 오후 시간대의 온라인 육아정보의 이용이 많았고, 351만원 이상(소득수준 5분위 기준)의 집단에서는 밤 시간대에 이용하는 경우가 많았다.

또한 어머니가 취업중인 경우 저녁시간대에 주로 온라인 정보를 이용하고 있었으며, 휴직 또는 미취업의 경우에는 오후 시간대의 이용이 많았다. 이와 같은 취업모의 이용 특성을 통해 육아정보를 제공하는데 있어 이들의 시간적, 공간적 제약을 고려해야 함을 살펴볼 수 있었다.

〈표 IV-2-2〉 온라인정보 주 이용 시간대

단위:%, %(명)

| 구분           | 오전<br>06-12시 | 오후<br>13-18시 | 저녁<br>19-21시 | 밤<br>22-05시 | 합계          | $\chi^2$ (df) |
|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|---------------|
| 전체           | 18.1         | 30.5         | 24.4         | 26.9        | 100.0(1215) |               |
| 자녀연령         |              |              |              |             |             |               |
| 영아           | 15.9         | 31.8         | 23.0         | 29.2        | 100.0( 647) | 8.27(3)*      |
| 유아           | 20.6         | 29.0         | 26.1         | 24.3        | 100.0( 568) |               |
| 거주지 지역규모     |              |              |              |             |             |               |
| 대도시          | 17.6         | 30.5         | 24.7         | 27.2        | 100.0( 511) | 1.87(6)       |
| 중소 도시        | 17.9         | 31.3         | 24.1         | 26.7        | 100.0( 614) |               |
| 읍/면          | 22.2         | 25.6         | 25.6         | 26.7        | 100.0( 90)  |               |
| 월 가구소득       |              |              |              |             |             |               |
| 260만원 이하     | 22.6         | 34.3         | 19.2         | 23.8        | 100.0( 239) | 18.46(9)*     |
| 261~350만원 이하 | 17.7         | 33.1         | 24.5         | 24.7        | 100.0( 462) |               |
| 351~450만원 이하 | 16.9         | 26.4         | 28.2         | 28.5        | 100.0( 337) |               |
| 451만원 이상     | 15.3         | 26.6         | 24.3         | 33.9        | 100.0( 177) |               |
| 모 취업 여부      |              |              |              |             |             |               |
| 전일제 취업모      | 11.9         | 29.9         | 33.6         | 24.6        | 100.0( 268) | 33.77(6)***   |
| 시간제/프리랜서/학업  | 12.5         | 30.9         | 32.2         | 24.3        | 100.0( 152) |               |
| 휴직 중/미취업     | 21.3         | 30.7         | 19.9         | 28.2        | 100.0( 795) |               |

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

### 3) 초기 접근 온라인 사이트

영유아 부모가 필요한 육아정보를 검색할 때 처음 접근하는 온라인 사이트를 조사한 결과 대다수가(72.8%) 네이버, 구글 등 범용포털을 이용하는 것으로 나타났다. 그 외 온라인 동호회(16.5%), 공공포털(7.5%) 등도 일부 부모에게서 1차적으로 이용되고 있었다.

한편 자녀의 연령에 따라 초기에 접근하는 온라인 사이트에 다소 차이가 있었다. 영유아 자녀를 둔 경우 모두 공통적으로 범용포털을 가장 많이 활용하지만 영아 부모들은 온라인 동호회를 통해 육아정보를 처음 검색하는 경우가 (19.5%) 유아 부모 보다(13.2%) 더 많은 것으로 나타났다.

통계적으로 유의미한 차이는 없었으나 월 평균 가구소득에 따라서도 처음 접근하는 온라인 사이트에 차이가 있었다. 260만원 이하의 가구에서 온라인 동호회(18%)와 공공포털(12.6%)을 통해 육아정보를 처음 검색한다는 경우가 261만원 이상의 가구보다 더 많아 상대적으로 더 다양한 온라인 사이트를 통해 육아정보를 활용하는 것으로 보였다.

〈표 IV-2-3〉 육아정보를 처음 검색하는 온라인 사이트- 이용자 특성별 비교

단위: %, %(명)

| 구분           | 범용 포털 | 온라인 동호회 | 공공 포털 | 개인 홈페이지 | 사 기업체 | 합계          | $\chi^2(df)$ |
|--------------|-------|---------|-------|---------|-------|-------------|--------------|
| 전체           | 72.8  | 16.5    | 7.5   | 2.7     | 0.5   | 100.0(1215) |              |
| 자녀연령         |       |         |       |         |       |             |              |
| 영아           | 70.3  | 19.5    | 7.6   | 2.0     | 0.6   | 100.0( 647) | 11.30(4)*    |
| 유아           | 75.5  | 13.2    | 7.4   | 3.5     | 0.4   | 100.0( 568) |              |
| 거주지 지역규모     |       |         |       |         |       |             |              |
| 대도시          | 72.8  | 17.2    | 7.0   | 2.5     | 0.4   | 100.0( 511) |              |
| 중소 도시        | 73.3  | 16.3    | 7.7   | 2.1     | 0.7   | 100.0( 614) | -            |
| 읍/면          | 68.9  | 14.4    | 8.9   | 7.8     | 0.0   | 100.0( 90)  |              |
| 월 가구소득       |       |         |       |         |       |             |              |
| 260만원 이하     | 65.7  | 18.0    | 12.6  | 3.8     | 0.0   | 100.0( 239) |              |
| 261~350만원 이하 | 73.4  | 15.4    | 6.7   | 3.9     | 0.6   | 100.0( 462) |              |
| 351~450만원 이하 | 76.0  | 16.9    | 5.3   | 1.2     | 0.6   | 100.0( 337) | -            |
| 451만원 이상     | 74.6  | 16.9    | 6.8   | 1.1     | 0.6   | 100.0( 177) |              |
| 모 취업 여부      |       |         |       |         |       |             |              |
| 전일제 취업모      | 76.1  | 14.6    | 7.8   | 1.1     | 0.4   | 100.0( 268) |              |
| 시간제/프리랜서/학업  | 66.4  | 20.4    | 7.2   | 5.3     | 0.7   | 100.0( 152) | 9.63(8)      |
| 휴직 중/미취업     | 72.8  | 16.5    | 7.4   | 2.8     | 0.5   | 100.0( 795) |              |

\*  $p < .05$

## 나. 육아정보 검색의 확장

심층면접조사에서 영유아 부모들이 평소 복수의 온라인 사이트를 이용하는 것으로 나타나 이들의 검색 경로를 이해하기 위해 육아정보 검색의 단계별 특

성을 살펴보고자 하였다.

### 1) 이용 단계별 온라인 사이트 선정 경향

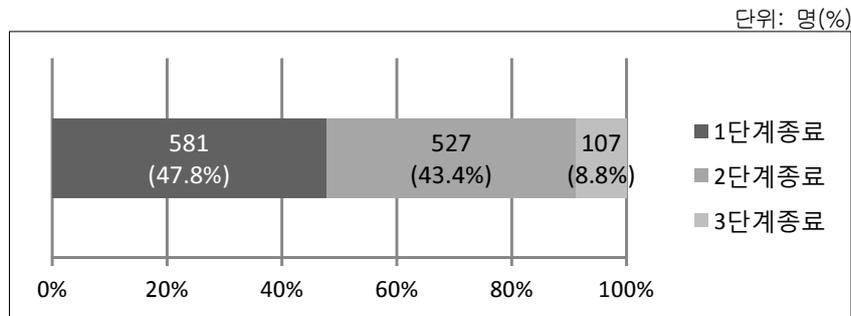
우선 1단계에서 검색을 종료하는 경우는 47.8%(581명)이었으며 2단계에서 검색을 종료하는 경우 43.4%(527명), 3단계까지 검색을 진행하는 경우는 8.8%(107명)로 나타났다.

1단계에서는 범용포털을 통한 접근이 72.8%로 가장 많았다. 2단계로 온라인 정보검색을 확장하는 경우 온라인 동호회(28%)가 주로 이용되고 있었고 3단계로 확장되었을 때는 개인홈페이지가 가장 많이 활용되는 것으로 나타났다.

<표 IV-2-4> 이용 단계에 따른 온라인사이트의 활용

| 구분  | 단위:%  |         |        |      |          |         | 합계           |
|-----|-------|---------|--------|------|----------|---------|--------------|
|     | 범용 포털 | 온라인 동호회 | 개인홈페이지 | 공공포털 | 사기업체 사이트 | 해당사항 없음 |              |
| 1단계 | 72.8  | 16.5    | 2.7    | 7.5  | 0.5      | 0.0     | 100.0(1,215) |
| 2단계 | 8.1   | 28.0    | 6.8    | 8.6  | 0.7      | 47.8    | 100.0( 634)  |
| 3단계 | 0.9   | 1.6     | 3.6    | 2.3  | 0.3      | 91.2    | 100.0( 107)  |

주: 온라인 사이트는 1)범용포털, 2)온라인 동호회, 3)개인홈페이지, 4)공공포털, 5)사기업 로 유목 화됨. 다른 유목으로 검색이 확장될 때 다음 단계 진입으로 정의하였음.



[그림 IV-2-1] 온라인 육아정보 검색의 단계별 확장

### 2) 온라인 사이트 이용 경로

온라인 육아정보 검색을 2단계 이상 확장할 때 단계별 이용매체 선정 성향을 살펴보면 <표 IV-2-5>와 같다.

대다수의 영유아 부모가 육아정보 검색을 위해 범용포털(구글, 네이버, 다음 등)로 1차 접근하였는데(72.8%) 이들이 2단계로 검색을 확장하는 경우 온라인 동호회(35.9%, 2단계 진입자 459명 중 69.1%)와 공공포털(9.2%, 2단계 진입자 459명 중 17.6%)을 주로 이용하고 있었다.

한편 1단계에서 온라인 동호회(37.3%, 2단계 진입자 120명 중 62.5%)나 공공포털(17.6%, 2단계 진입자 38명 중 42.1%)을 활용하는 경우에도 2단계에서는 공통적으로 범용포털을 사용하는 경향이 관찰되었다.

이와 같은 육아정보 탐색에 대한 경로분석 결과는 다수의 영유아 부모가 온라인 육아정보에 접근할 때 범용포털이나 온라인 동호회를 주로 이용하며 1단계에서 범용포털을 이용하지 않은 경우에는 2단계에서 범용포털을 통해 정보를 확인함을 알 수 있었다. 즉 영유아 부모에게 특정 육아정보의 홍보효과를 높이려면 범용포털과 온라인 동호회를 중심으로 유포하는 것이 접근성 향상 측면에서 가장 적합한 방안으로 보여졌다.

〈표 IV-2-5〉 1단계 사이트별 2단계 사이트의 선정

단위:%, %(명)

| 구분 | 2단계   |         |         |      |          |         | 합계         |
|----|-------|---------|---------|------|----------|---------|------------|
|    | 범용 포털 | 온라인 동호회 | 개인홈 페이지 | 공공포털 | 사기업체 사이트 | 해당사항 없음 |            |
| 1  | -     | 35.9    | 6.1     | 9.2  | 0.8      | 48.1    | 100.0(884) |
| 단  | 37.3  | -       | 11.9    | 10.5 | 0.0      | 40.3    | 100.0(201) |
| 계  | 15.2  | 21.2    | -       | 6.1  | 0.0      | 57.6    | 100.0( 33) |
|    | 17.6  | 17.6    | 5.5     | -    | 1.1      | 58.2    | 100.0( 91) |
|    | 50.0  | 0.0     | 0.0     | 0.0  | -        | 50.0    | 100.0( 6)  |

주: 육아정보 습득 시 활용하는 온라인 사이트를 이용하는 1,215명의 응답자료를 분석하였음.  
 표 IV-2-4와 같이 다른 유목의 온라인 사이트로 검색이 확장될 때만 다음 단계 진입으로 정의하였음.

### 다. 온라인 동호회의 활용

육아정보 탐색을 위한 영유아 부모의 온라인 동호회 활용 실태를 파악하기 위해 평소에 이용하는 온라인 동호회의 수와 방문 동호회를 선정할 때의 기준과 어떤 내용을 공유하는지, 온라인 동호회를 이용하면서 느끼는 불만은 무엇인지를 중심으로 조사하였다.

## 1) 활용하는 온라인 동호회 수

육아정보의 검색을 위해 온라인 동호회를 이용하는 494명의 영유아 부모 중 온라인 동호회를 2~3곳을 방문한다는 응답이 72.9%로 가장 많았다.

이용자 특성에 따라 활용하는 온라인 동호회 수를 비교한 결과 자녀연령, 가구 소득수준, 모 취업 여부에 따라 두드러진 차이없이 유사한 경향이 관찰되었다. 그러나 읍면에 거주하는 영유아 부모들은 도시지역 거주 부모들보다 더 많은 온라인 동호회를 활용하는 것으로 나타났다.

〈표 IV-2-6〉 육아정보 검색에 활용하는 온라인 동호회 수

| 구분           | 단위:%, %(명) |      |      |       |            | $\chi^2(df)$ |
|--------------|------------|------|------|-------|------------|--------------|
|              | 1곳         | 2-3곳 | 4-5곳 | 6곳 이상 | 합계         |              |
| 전체           | 14.2       | 72.9 | 11.3 | 1.6   | 100.0(494) |              |
| 자녀연령         |            |      |      |       |            |              |
| 영아           | 13.2       | 72.5 | 13.2 | 1.1   | 100.0(280) | 3.63(3)      |
| 유아           | 15.4       | 73.4 | 8.9  | 2.3   | 100.0(214) |              |
| 거주지 지역규모     |            |      |      |       |            |              |
| 대도시          | 12.9       | 72.1 | 13.9 | 1.0   | 100.0(201) | 19.73(6)**   |
| 중소 도시        | 15.0       | 74.5 | 9.4  | 1.1   | 100.0(267) |              |
| 읍/면          | 15.4       | 61.5 | 11.5 | 11.5  | 100.0( 26) |              |
| 월 가구소득       |            |      |      |       |            |              |
| 260만원 이하     | 17.9       | 68.4 | 12.6 | 1.1   | 100.0( 95) | 14.08(9)     |
| 261~350만원 이하 | 16.6       | 69.9 | 11.4 | 2.1   | 100.0(193) |              |
| 351~450만원 이하 | 7.6        | 84.0 | 6.9  | 1.5   | 100.0(131) |              |
| 451만원 이상     | 14.7       | 66.7 | 17.3 | 1.3   | 100.0( 75) |              |
| 모 취업 여부      |            |      |      |       |            |              |
| 전일제 취업모      | 17.3       | 69.2 | 12.5 | 1.0   | 100.0(104) | 11.95(6)     |
| 시간제/프리랜서/학업  | 13.8       | 79.3 | 1.7  | 5.2   | 100.0( 58) |              |
| 휴직 중/미취업     | 13.3       | 72.9 | 12.7 | 1.2   | 100.0(332) |              |

\*\*  $p < .01$

## 2) 온라인 동호회 선택 기준

육아정보의 검색을 위한 온라인 동호회 선택의 기준이 무엇인지 알아보기 위해 영유아 부모에게 온라인 동호회 선택 시 중요하게 고려하는 사항을 조사하였다. ‘다양하고 신뢰할 수 있는 콘텐츠’가 중요하다는 응답이 41.3%로 가장 많았다. 그 외 ‘지속적인 정보의 갱신(25.7%)’, ‘동호회 지명도 또는 회원수(23.7%)’

등의 순서로 높게 나타나, 영유아 부모들이 정보의 다양성과 신뢰성에 가치를 두는 경향을 볼 수 있었다. 또한 온라인 동호회 선택기준은 거주 지역에 따라 상이한 특징을 나타냈다. 대도시 거주 부모의 경우는 '동호회 지명도 또는 회원 수'를 고려한다는 경우가 다른 지역에 비해 높은 반면, 읍면지역에 거주하는 부모의 경우 '다양하고 신뢰할 수 있는 콘텐츠'에 대한 고려가 상대적으로 많은 것으로 나타났다.

〈표 IV-2-7〉 온라인 동호회 선택 기준

단위: %, %(명)

| 구분           | 다양하고 신뢰할 수 있는 콘텐츠 | 지속적인 정보갱신 | 동호회 지명도, 회원 수 | 회원 등급별 참여활동 제한여부 | 동호회 내 상호 협력업체 | 합계         | $\chi^2(df)$ |
|--------------|-------------------|-----------|---------------|------------------|---------------|------------|--------------|
| 전체           | 41.3              | 25.7      | 23.7          | 6.7              | 2.6           | 100.0(494) |              |
| 자녀연령         |                   |           |               |                  |               |            |              |
| 영아           | 42.1              | 25.0      | 23.9          | 6.8              | 2.1           | 100.0(280) | 0.85(4)      |
| 유아           | 40.2              | 26.6      | 23.4          | 6.5              | 3.3           | 100.0(214) |              |
| 거주지 지역규모     |                   |           |               |                  |               |            |              |
| 대도시          | 36.3              | 25.9      | 32.8          | 2.5              | 2.5           | 100.0(201) | 32.35(8)***  |
| 중소 도시        | 43.1              | 26.2      | 18.0          | 10.5             | 2.2           | 100.0(267) |              |
| 읍/면          | 61.5              | 19.2      | 11.5          | 0.0              | 7.7           | 100.0( 26) |              |
| 월 가구소득       |                   |           |               |                  |               |            |              |
| 260만원 이하     | 44.2              | 20.0      | 23.2          | 8.4              | 4.2           | 100.0( 95) | 5.63(12)     |
| 261~350만원 이하 | 39.4              | 28.0      | 23.3          | 7.3              | 2.1           | 100.0(193) |              |
| 351~450만원 이하 | 42.7              | 26.7      | 22.1          | 5.3              | 3.1           | 100.0(131) |              |
| 451만원 이상     | 40.0              | 25.3      | 28.0          | 5.3              | 1.3           | 100.0( 75) |              |
| 모 취업 여부      |                   |           |               |                  |               |            |              |
| 전일제 취업모      | 42.3              | 25.0      | 24.0          | 6.7              | 1.9           | 100.0(104) | 5.80(8)      |
| 시간제/프리랜서/학업  | 36.2              | 27.6      | 19.0          | 12.1             | 5.2           | 100.0( 58) |              |
| 휴직 중/미취업     | 41.9              | 25.6      | 24.4          | 5.7              | 2.4           | 100.0(332) |              |

\*\*\*  $p < .001$

### 3) 온라인 동호회 활용 정보의 내용

영유아 부모들은 온라인 동호회를 통해 주로 육아 경험담을 공유한다는 응답이 47.0%로 가장 높았다. 또한 육아용품, 교재교구, 홍보 이벤트 이용정보 등에 대한 활용이 29.4%, 공공기관 서비스 이용 정보 및 후기에 대한 활용이 13.0%,

소모임에 대한 정보 활용이 10.7%의 순으로 나타났다.

이는 70% 이상의 영유아 부모가 육아경험을 나누고 육아용품, 교재교구 등에 대한 정보를 얻기 위해 온라인 동호회를 이용함을 보여주었다.

한편 통계적으로 유의미한 차이는 없었으나 읍면지역의 부모는 도시지역 부모 보다 상대적으로 육아용품 및 교재교구에 상대적으로 관심이 많은 반면 공공서비스에 대한 관심이 적은 경향이 나타났다.

〈표 IV-2-8〉 온라인 동호회의 주 활용용도

단위: %, %(명)

| 구분           | 육아<br>경험담 공유 | 용품, 교구,<br>이벤트 정보·<br>후기 열람 | 공공기관<br>서비스 정보<br>후기 열람 | 지역, 포레<br>자녀 중심의<br>소모임 | 합계         | $\chi^2$ (df) |
|--------------|--------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|------------|---------------|
| 전체           | 47.0         | 29.4                        | 13.0                    | 10.7                    | 100.0(494) |               |
| 자녀연령         |              |                             |                         |                         |            |               |
| 영아           | 52.1         | 27.1                        | 11.8                    | 8.9                     | 100.0(280) | 7.40(3)       |
| 유아           | 40.2         | 32.2                        | 14.5                    | 13.1                    | 100.0(214) |               |
| 거주지 지역규모     |              |                             |                         |                         |            |               |
| 대도시          | 50.7         | 23.9                        | 15.9                    | 9.5                     | 100.0(201) | 9.25(6)       |
| 중소 도시        | 44.6         | 32.2                        | 11.6                    | 11.6                    | 100.0(267) |               |
| 읍/면          | 42.3         | 42.3                        | 3.8                     | 11.5                    | 100.0( 26) |               |
| 월 가구소득       |              |                             |                         |                         |            |               |
| 260만원 이하     | 55.8         | 28.4                        | 7.4                     | 8.4                     | 100.0( 95) | 7.68(9)       |
| 261~350만원 이하 | 42.0         | 30.6                        | 14.5                    | 13.0                    | 100.0(193) |               |
| 351~450만원 이하 | 48.9         | 28.2                        | 13.0                    | 9.9                     | 100.0(131) |               |
| 451만원 이상     | 45.3         | 29.3                        | 16.0                    | 9.3                     | 100.0( 75) |               |
| 모 취업 여부      |              |                             |                         |                         |            |               |
| 전일제 취업모      | 45.2         | 27.9                        | 14.4                    | 12.5                    | 100.0(104) | 7.52(6)       |
| 시간제/프리랜서/학업  | 34.5         | 31.0                        | 20.7                    | 13.8                    | 100.0( 58) |               |
| 휴직 중/미취업     | 49.7         | 29.5                        | 11.1                    | 9.6                     | 100.0(332) |               |

#### 4) 온라인 동호회 이용 시 불만사항

온라인 동호회 이용 시 불만사항으로 과반수의 부모가 상업적인 홍보글을 지적하였고(52.2%), 읽기 불편한 자기중심적인 글(10.3%)에 대해서도 일부 응답한 것으로 나타났다. 한편 특정한 불만사항이 없이 현재의 온라인 동호회를 이용하는 경우도 16.8%로 조사되었다.

이와 같은 결과를 통해 부모들이 온라인 동호회에서 상업 정보를 많이 얻음에도 불구하고 일반 부모로 가장하고 상업적 홍보를 피하는 글에 대해서는 불쾌하게 느끼고 있음을 알 수 있었다. 한편 시간제·프리랜서·학업 중인 부모는 '서로 상반되는 의견에 따른 선택의 어려움'과 '가입과 활동에 대한 엄격한 규정과 요구', '방대한 양의 정보로 인한 자료 탐색의 어려움'에 대한 불만이 상대적으로 높게 나타났다.

〈표 IV-2-9〉 온라인 동호회 이용 시 불만 사항

단위:%, %(명)

| 구분           | 상업적<br>홍보글 | 해당<br>사항<br>없음 | 자기<br>중심적인<br>글 | 상반된<br>의견<br>선택의<br>어려움 | 자료<br>탐색의<br>어려움 | 가입·<br>활동<br>규정과<br>요구 | 합계         | $\chi^2(df)$ |
|--------------|------------|----------------|-----------------|-------------------------|------------------|------------------------|------------|--------------|
| 전체           | 52.2       | 16.8           | 10.3            | 8.3                     | 7.1              | 5.3                    | 100.0(494) |              |
| 자녀연령         |            |                |                 |                         |                  |                        |            |              |
| 영아           | 51.4       | 17.5           | 8.9             | 8.6                     | 7.9              | 5.7                    | 100.0(280) | 2.33(5)      |
| 유아           | 53.3       | 15.9           | 12.1            | 7.9                     | 6.1              | 4.7                    | 100.0(214) |              |
| 거주지 지역규모     |            |                |                 |                         |                  |                        |            |              |
| 대도시          | 51.7       | 18.9           | 12.9            | 9.0                     | 4.5              | 3.0                    | 100.0(201) | 11.87(10)    |
| 중소 도시        | 51.7       | 15.4           | 8.6             | 7.9                     | 9.4              | 7.1                    | 100.0(267) |              |
| 읍/면          | 61.5       | 15.4           | 7.7             | 7.7                     | 3.8              | 3.8                    | 100.0( 26) |              |
| 월 가구소득       |            |                |                 |                         |                  |                        |            |              |
| 260만원 이하     | 44.2       | 21.1           | 6.3             | 12.6                    | 7.4              | 8.4                    | 100.0( 95) | 13.47(15)    |
| 261~350만원 이하 | 53.9       | 17.1           | 9.3             | 7.3                     | 7.8              | 4.7                    | 100.0(193) |              |
| 351~450만원 이하 | 53.4       | 14.5           | 12.2            | 6.9                     | 7.6              | 5.3                    | 100.0(131) |              |
| 451만원 이상     | 56.0       | 14.7           | 14.7            | 8.0                     | 4.0              | 2.7                    | 100.0( 75) |              |
| 모 취업 여부      |            |                |                 |                         |                  |                        |            |              |
| 전일제 취업모      | 51.9       | 19.2           | 11.5            | 9.6                     | 4.8              | 2.9                    | 100.0(104) | 29.09(10)**  |
| 시간제/프리랜서/학업  | 36.2       | 10.3           | 8.6             | 17.2                    | 12.1             | 15.5                   | 100.0( 58) |              |
| 휴직 중/미취업     | 55.1       | 17.2           | 10.2            | 6.3                     | 6.9              | 4.2                    | 100.0(332) |              |

\*\*  $p < .01$

### 3. 육아정보 이용에 대한 주관적 평가

앞서 영유아 부모들이 어떤 육아정보를 필요로 하고 어떻게 이를 활용하는지를 객관적인 지표들을 중심으로 조사하였으나 본 절에서는 부모들이 자신의 육

아정보 이용에 대해 어떻게 생각하고 있는지 주관적인 평가 결과를 분석하고자 하였다.

이를 위해 영유아 부모의 육아정보 이용 만족도에 영향을 줄 수 있는 요인으로써 필요한 육아정보에 대한 습득 용이성, 탐색 적극성, 실제 육아정보 활용의 정도를 주요 요소로 선정하여 5점 척도로 자가 평가하도록 하였다.

〈표 IV-3-1〉 육아정보 이용에 대한 주관적 평가

단위: 평균(표준편차), (명)

| 구분           | 습득 용이성 <sup>1)</sup> | 활용 적극성 <sup>2)</sup> | 탐색 적극성 <sup>3)</sup> | 사례수     |
|--------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------|
| 전체           | 3.73(0.70)           | 3.69(0.69)           | 3.54(0.73)           | (1,508) |
| 자녀연령         |                      |                      |                      |         |
| 영영아          | 3.73(0.77)           | 3.81(0.67)           | 3.65(0.68)           | ( 227)  |
| 영아           | 3.75(0.68)           | 3.71(0.69)           | 3.59(0.76)           | ( 525)  |
| 유아           | 3.72(0.71)           | 3.64(0.66)           | 3.49(0.71)           | ( 507)  |
| 취학 전         | 3.75(0.69)           | 3.65(0.73)           | 3.43(0.72)           | ( 249)  |
| F            | 0.20                 | 3.78*                | 5.30**               |         |
| 자녀첫째 여부      |                      |                      |                      |         |
| 첫째           | 3.75(0.69)           | 3.75(0.68)           | 3.60(0.73)           | ( 962)  |
| 둘째 이하        | 3.70(0.73)           | 3.60(0.69)           | 3.43(0.71)           | ( 546)  |
| F            | 2.13                 | 15.0***              | 18.94***             |         |
| 거주지 지역규모     |                      |                      |                      |         |
| 대도시          | 3.72(0.66)           | 3.65(0.66)           | 3.48(0.67)           | ( 647)  |
| 중소 도시        | 3.78(0.72)           | 3.76(0.68)           | 3.60(0.74)           | ( 751)  |
| 읍/면          | 3.55(0.82)           | 3.53(0.81)           | 3.47(0.86)           | ( 110)  |
| F            | 5.26**               | 7.81***              | 5.38**               |         |
| 월 가구소득       |                      |                      |                      |         |
| 260만원 이하     | 3.67(0.76)           | 3.68(0.64)           | 3.53(0.70)           | ( 294)  |
| 261~350만원 이하 | 3.78(0.69)           | 3.70(0.71)           | 3.56(0.75)           | ( 569)  |
| 351~450만원 이하 | 3.75(0.71)           | 3.68(0.73)           | 3.49(0.76)           | ( 415)  |
| 451만원 이상     | 3.67(0.64)           | 3.73(0.61)           | 3.57(0.64)           | ( 230)  |
| F            | 2.28                 | 0.32                 | 0.98                 |         |
| 모 취업 여부      |                      |                      |                      |         |
| 전일제 취업모      | 3.68(0.68)           | 3.62(0.74)           | 3.47(0.73)           | ( 366)  |
| 시간제/프리랜서/학업  | 3.72(0.82)           | 3.78(0.70)           | 3.64(0.74)           | ( 187)  |
| 휴직 중/미취업     | 3.76(0.69)           | 3.71(0.66)           | 3.54(0.72)           | ( 955)  |
| F            | 1.57                 | 3.44*                | 3.37*                |         |

주: 5점 만점 척도의 평균을 제시함.

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

분석 결과 영유아 부모들은 상기 3가지 요소 중에서 자신의 육아정보 검색

능력을 가장 긍정적으로 평가하고 있었다(3.7점). 또한 현재 자신이 육아정보를 적극적으로 찾는 편이라고 생각하기 보다는(3.5점) 얻은 육아정보는 잘 활용하는 편(3.7점)이라고 자신을 평가하는 경향이 있었다.

이와 같은 영유아 부모의 육아정보 이용에 대한 주관적 평가는 자녀의 연령과 첫째 자녀 여부, 거주 지역, 취업모 여부에 따라 다소 차이가 있었다. 먼저 자녀의 연령을 중심으로 살펴보았을 때, 자녀의 연령이 어리거나 첫째 자녀를 양육할 때 스스로도 육아정보에 대한 탐색과 활용에 적극적이라고 판단하였다.

이는 육아정보 이용현황 <표 IV-1-20>에서 객관적인 지표를 활용하여 분석했던 결과와 유사하여 설문조사에서도 영아를 두었거나 첫째 자녀를 양육할 때 육아정보에 대해 상대적으로 높은 관심과 수용적인 태도를 보였는데 부모 자신도 스스로의 필요와 적극성을 자각하고 있음을 보여주었다.

반면 읍면 지역에 거주하는 영유아 부모는 자신의 검색능력과 적극성, 활용능력을 다른 지역 거주자에 비해 낮게 평가하는 것으로 나타났고 이들의 육아정보 현황에 대한 분석과도 일관성을 보였다. 이는 읍면지역에 상대적으로 도시지역보다 육아 관련 시설도 부족하지만 실제 육아정보에 대한 적극성과 활용도를 결정하는 데에는 제공된 정보에 대한 영유아 부모의 개인적 성향도 영향력이 있음을 시사하였다.

한편 어머니의 취업여부에 따라 육아정보에 대한 이용 빈도는 없었으나 주관적 평가에서는 전일제 취업모가 스스로의 육아정보에 대한 탐색과 활용에 대한 적극성을 상대적으로 낮게 평가하는 경향이 있었다. 이는 실제 육아정보의 이용과 활용정도가 어머니의 취업여부에 따라 큰 차이는 없지만 취업모가 자신의 육아에 대한 관심과 참여가 상대적으로 부족하다고 인식하고 있음을 간접적으로 보여주는 결과로 생각해 볼 수 있었다.

#### 4. 소결

현대사회의 영유아 부모는 아이를 키우는데 있어 어린이집, 유치원 또는 양육수당의 신청과 이용을 중심으로 공공 육아지원서비스의 수혜방법에 대한 관심이 가장 높은 것으로 나타났다. 2순위로는 월령에 따른 정상적인 발달 여부와 유아기 창의성 발달에 대한 관심도 높았다. 3순위로는 교재·교구, 놀잇감, 도서

와 어린이집·유치원 선택을 중심으로 교육에 대해서도 응답비율이 높았다.

이러한 육아정보를 찾는 매체는 육아정보 내용(콘텐츠)에 따라 비중에는 다소 차이가 있었으나 영유아 부모가 공통적으로 활용하는 주 이용매체는 퍼스널 미디어였다. 퍼스널 미디어 중에서도 특히 범용포털의 활용도가 전반적으로 높게 나타나(교육: 30.7%~영양: 45.2%) 육아정보의 내용과 상관없이 범용포털의 검색을 가장 많이 활용하는 것으로 보였다.

한편 공공서비스의 경우 기관이용률(37.8%)이 상대적으로 퍼스널 미디어(40.4%)와 비등하게 나타났다. 공공서비스의 내용에 따라 주이용 경로가 다소 상이했으나 전반적으로 보·교육기관의 이용률이 압도적으로 높게 나타났다. 특히 읍면지역의 경우 도시지역과 다르게 지역사회 중심의 기관이 존재하며 이 기관을 통해 다양한 육아정보가 유통되는 특성을 보였다.

한편 육아정보에 대해 여러 매체를 동시다발적으로 유사한 비중으로 활용하는 경향(72.7%)이 관찰되었다. 그러나 보조경로 역시 퍼스널 미디어를 가장 많이 활용하고 있어 영유아 부모가 육아정보를 처음에 어떤 경로로 얻었는지에 상관없이 다시 퍼스널 미디어를 통해 정보를 확인하고 점검하는 경향이 있는 것으로 볼 수 있었다.

육아정보를 활용하는 매체를 선택할 때 영유아 부모는 매체이용의 편리성, 정보의 신뢰도, 여러 의견의 참고 기회를 주요한 요인으로 고려하고 있었다. 특히 스마트폰을 이용하여 범용포털 검색이나 지인과의 소통(카카오톡, 카카오톡스토리 등)을 하고, 온라인 동호회 및 블로그의 여러 의견을 참고할 수 있어 활용률이 높은 것으로 분석되었으며 지인과 퍼스널 미디어 간의 경계가 다소 불명확한 것으로 보여졌다.

그러나 온라인 동호회의 상업적 홍보글, 자기중심적인 글에 불만을 느끼고 있었으며 이를 개선하고 지역사회의 주요 정보를 집중적으로 다루는 지역사회 동호회(지역맘 카페)로 분화하는 현상도 관찰되었다.

끝으로 영유아 부모들은 자신의 육아정보 이용에 대해서 검색능력을 가장 긍정적으로 평가하였고 자신이 현재 적극적으로 찾는 편은 아니지만 얻은 육아정보는 잘 활용하는 편이라고 생각하고 있었다.

## V. 공공 육아정보 이용실태 및 개선 요구

4장에서 영유아 부모는 공공서비스에 대한 육아정보도 퍼스널미디어를 통해 주로 얻는 것으로 나타나 실제 공공 육아정보를 제공하는 정부 및 지방자치단체의 관련 전달체계들을 얼마나 활용하는 지 살펴보고자 하였다.

### 1. 공공 육아정보 제공 서비스 이용실태

정부와 지방자치단체는 영유아 부모의 육아를 지원하기 위해 아래 <표 V-1-1>과 같은 다양한 영역의 정보제공서비스를 운영하고 있다. 본 서비스의 이용실태 파악을 위해 영유아 부모 1,508명을 대상으로 서비스 활용 경험과 인지도를 조사하였다.

영유아 부모가 이용 경험이 가장 많은 공공 육아정보 분야는 의료(89.0%)와 보육·교육(81.8%)이다. 자료실·놀이실 이용정보는 43.3%의 부모가 이용하고 있었다. 그에 비해 상담, 검사 치료, 행사 및 공연, 참여프로그램에 대한 정보는 모르는 경우가 40%를 넘었다. 이러한 공공 육아정보 제공서비스의 내용에 따른 영유아 부모의 이용률과 인지도의 차이는 해당 내용의 중요성과 보편성, 사업 홍보 정도에서 기인할 수 있다.

<표 V-1-1> 공공 육아정보 제공 서비스 이용 경험 및 인지 여부

단위:%, %(명)

| 구분            | 경험 있다 | 경험 없지만 알고 있다 | 모른다  | 합계           |
|---------------|-------|--------------|------|--------------|
| 의료서비스 이용정보    | 89.0  | 9.1          | 1.9  | 100.0(1,508) |
| 보육교육 서비스 이용정보 | 81.8  | 15.3         | 2.9  | 100.0(1,508) |
| 자료·놀이실 이용정보   | 43.4  | 37.6         | 19.0 | 100.0(1,508) |
| 부모교육 이용정보     | 22.8  | 45.6         | 31.6 | 100.0(1,508) |
| 참여 프로그램 이용정보  | 18.4  | 37.0         | 44.6 | 100.0(1,508) |
| 행사 및 공연 이용정보  | 17.0  | 38.5         | 44.5 | 100.0(1,508) |
| 검사·치료 이용정보    | 12.6  | 40.3         | 47.1 | 100.0(1,508) |
| 상담 이용정보       | 5.5   | 45.0         | 49.5 | 100.0(1,508) |

주: 각 분야별 해당 공공 육아지원사업의 정보제공 내용은 설문조사지 참조

\*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$

공공 육아정보 제공 서비스의 이용 경험 정도를 응답자 특성별로 살펴보면 <표 V-1-2>와 같다. 3가지 이상의 공공 육아정보를 이용해본 경험이 있는 경우는 55.0%로 높았다. 1~2가지의 공공 육아정보를 이용한 경우 40.5%이며, 전혀 이용경험이 없는 경우는 5% 미만으로 나타났다. 이와 같은 공공 육아정보에 대한 높은 중복이용률은 공공 육아정보 이용 시 다른 서비스에 대한 접촉기회가 발생할 수 있음을 시사한다.

한편 영아보다는 유아의 부모들이, 자녀의 연령이 높은 집단일수록 3가지 이상 경험한 비율이 높았다. 이는 자녀의 연령이 증가할수록 정보제공에 노출 기회가 많았을 것임을 고려할 때 당연한 결과로 보인다. 읍면지역 거주 부모의 경우가 대도시나 중소도시에 비해 3가지 이상 경험하는 비율이 높게 나타났다. 인구밀집 지역인 대도시 지역에 상대적으로 정보나 서비스의 제공 기회도 더 많지만 이를 적극적으로 이용하지 않는 특성 때문에 나타난 결과로 해석할 수 있다. 또한, 소득 수준이 높아질수록 3가지 이상을 경험한 비율도 높아지는 경향을 보였다. 그러나 어머니의 취업 유무에 따라서는 공공 육아정보 경험에 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 V-1-2> 공공 육아정보 제공서비스의 이용 경험 정도-응답자 특성별 비교

|              |        |       |       |              | 단위:%, %(명)   |
|--------------|--------|-------|-------|--------------|--------------|
| 구분           | 3가지 이상 | 1-2가지 | 경험 없음 | 합계           | $\chi^2(df)$ |
| 전체           | 55.0   | 40.5  | 4.5   | 100.0(1,508) |              |
| 자녀연령         |        |       |       |              |              |
| 영영아          | 39.6   | 56.0  | 4.4   | 100.0( 227)  | 39.40(6)***  |
| 영아           | 52.4   | 41.9  | 5.7   | 100.0( 525)  |              |
| 유아           | 60.2   | 36.3  | 3.5   | 100.0( 507)  |              |
| 취학 전         | 63.9   | 32.1  | 4.0   | 100.0( 249)  |              |
| 거주지 지역규모     |        |       |       |              |              |
| 대도시          | 57.0   | 39.6  | 3.4   | 100.0( 647)  | 10.71(4)*    |
| 중소 도시        | 52.1   | 42.1  | 5.8   | 100.0( 751)  |              |
| 읍/면          | 62.7   | 35.5  | 1.8   | 100.0( 110)  |              |
| 월 가구소득       |        |       |       |              |              |
| 260만원 이하     | 47.6   | 47.6  | 4.8   | 100.0( 294)  | 12.66(6)*    |
| 261~350만원 이하 | 55.7   | 40.1  | 4.2   | 100.0( 569)  |              |
| 351~450만원 이하 | 60.5   | 35.2  | 4.3   | 100.0( 415)  |              |
| 451만원 이상     | 52.6   | 42.2  | 5.2   | 100.0( 230)  |              |

\*  $p < .05$ , \*\*\*  $p < .001$

## 2. 공공 육아정보 서비스 내용별 이용경로

공공 육아정보의 분야에 따라 영유아 부모가 주로 활용하는 서비스 제공처가 어디인지 <표 V-2-1>과 같이 확인하고자 하였다. 이를 위해 공공 육아지원서비스를 제공하는 여러 경로를 1차적으로 나열하였고 영유아 부모의 입장에서 실제 육아정보를 이용할 때 접하게 되는 커뮤니케이션의 유형을 기준으로 지역사회기관, 공공포털, 전문 인력으로 크게 구분하여 영유아 부모의 이용 경험을 조사하였다. 동일한 공공 육아정보의 내용이라도 영유아 부모가 다양한 제공처의 서비스를 이용할 수 있으므로 이들의 공공정보 이용 경로에 대해서 중복응답을 받았다.

부모들의 응답결과는 서비스 분야를 막론하고, 공공 육아정보의 주 통로가 지역사회에서 대면서비스를 제공하는 기관임을 나타내었다. 공공포털을 통해서도 상담이나 부모교육 정보의 약 50% 정도를 얻는 것으로 나타났다. 한편 면대면 의사소통에 강점을 지닌 전문 인력의 이용 비율은 극히 낮아 현재 이용 기회가 적어 발생한 결과로 해석할 수 있었다. 이러한 결과로 부터 영유아 자녀를 둔 부모들에게 정보의 전달 통로는 지역사회 기관이 가장 적절할 수 있으며 온라인 공공포털에 대한 지속적인 홍보가 필요할 수 있음을 알 수 있었다.

<표 V-2-1> 공공 육아정보 분야별 이용 경로

| 구분            | 지역사회기관 <sup>3)</sup> | 공공포털 <sup>4)</sup> | 전문인력 <sup>5)</sup> | 단위:%, (명)<br>사례수 |
|---------------|----------------------|--------------------|--------------------|------------------|
| 전체 응답 사례(수)   | 4,595                | 1,296              | 31                 | 5,922            |
| 의료서비스 이용정보    | 126.6                | 11.9               | 0.7                | (1,342)          |
| 보육교육 서비스 이용정보 | 98.0                 | 36.5               | 0.6                | (1,234)          |
| 자료·놀이실 이용정보   | 97.9                 | 31.8               | 0.5                | ( 654)           |
| 부모교육 이용정보     | 88.1                 | 46.5               | 0.9                | ( 344)           |
| 참여 프로그램 이용정보  | 90.6                 | 35.0               | 1.1                | ( 277)           |
| 행사 및 공연 이용정보  | 100.8                | 30.4               | 1.9                | ( 257)           |
| 검사·치료 이용정보    | 121.1                | 13.7               | 0.0                | ( 190)           |
| 상담 이용정보       | 91.6                 | 53.0               | 0.0                | ( 83)            |

주: 1) 해당 서비스에 대해 1인이 2가지 이상의 경로를 이용할 수 있음.

2) 복수응답 결과를 분석하여 카이검정분석이 불가함.

3) 지역사회기관: 시군구청, 주민자치센터, 보건소 및 병의원, 지역사회 복지관 및 도서관, 육아종합지원센터, 건강가정 지원센터, 유아교육진흥원 등

4) 공공포털: 아이사랑보육포털, 마음 더하기, 아가사랑, 유아교육지원포털 등

5) 전문인력: 서울시 우리동네 보육반장, '가정방문 건강 관리 서비스 간호사 등

영유아 부모들이 공공 육아정보 서비스를 주로 활용하는 곳은 서비스의 내용에 따라 상이하였다. 의료(84.8%) 및 검사·치료(40.5%) 분야와 같이 서비스에 전문성이 고려되는 경우 보건소·병원을 주로 이용하고 있었다. 보·교육 분야의 공공 육아정보는 실제 관련 업무를 수행하는 시군구청, 주민자치센터(38.3%), 육아종합지원센터(21.7%), 아이사랑보육포털(20.3%)을 고르게 이용하는 것으로 나타났다.

한편 부모교육 분야의 공공 육아정보는 아이사랑보육포털, 보건소·병원, 육아종합지원센터를 유사하게 이용하였다. 자료·놀이실 정보는 지역도서관(29.5%)에서, 참여행사·공연 정보는 지역사회 중심의 관공서나 복지관을 주로 이용하는 것으로 나타났다. 종합해 보면 보건소·병원과 관공서는 다양한 주제에 대해 주요 제공처로 활용되는 반면 육아종합지원센터, 아이사랑보육포털, 지역사회 복지관과 도서관은 특정 분야에 한해 활용되는 특징이 있었다.

〈표 V-2-2〉 공공 육아정보 분야별 세부 이용 경로 비교<sup>1)</sup>

| 구분            | 단위: 전체 매체 중 해당 백분율%, (명) |                             |                          | 사례수     |
|---------------|--------------------------|-----------------------------|--------------------------|---------|
|               | 1순위                      | 2순위                         | 3순위                      |         |
| 의료서비스 이용정보    | 보건소, 병원<br>(84.8)        | 관공서 <sup>2)</sup><br>(14.4) | 육아종합지원센터<br>(11.0)       | (1,342) |
| 보육교육 서비스 이용정보 | 관공서<br>(38.3)            | 육아종합지원센터<br>(21.7)          | 아이사랑보육포털<br>(20.3)       | (1,234) |
| 자료·놀이실 이용정보   | 지역(어린이)<br>도서관<br>(29.5) | 관공서<br>(20.2)               | 지역사회 복지관<br>(18.4)       | ( 654)  |
| 부모교육 이용정보     | 아이사랑보육포털<br>(18.9)       | 보건소, 병원<br>(17.7)           | 육아종합지원센터<br>(17.2)       | ( 344)  |
| 참여 프로그램 이용정보  | 지역사회 복지관<br>(25.6)       | 관공서<br>(22.4)               | 아이사랑보육포털<br>(14.4)       | ( 277)  |
| 행사 및 공연 이용정보  | 관공서<br>(38.9)            | 지역사회 복지관<br>(18.7)          | 지역(어린이)<br>도서관<br>(14.4) | ( 257)  |
| 검사·치료 이용정보    | 보건소, 병원<br>(40.5)        | 유아교육지원포털<br>(19.5)          | 아이사랑보육포털<br>(17.9)       | ( 190)  |
| 상담 이용정보       | 육아종합지원센터<br>(25.3)       | 관공서<br>(21.7)               | 유아교육지원포털<br>(16.9)       | ( 83)   |

주: 1) 중복응답 자료를 분석하였음.

2) 관공서: 시군구청, 주민자치센터

이러한 보건소·병의원과 관공서에 대한 높은 활용도는 보건소에서 진행 중인 복수 사업의 홍보효과와 더불어 관공서에 비치된 사업 소개 자료와 이에 대한 영유아 부모의 기대심리로 풀이할 수 있었다.

의료 분야에 대한 공공정보를 이용한 경험이 있는 1,342명(89.0%)의 부모는 주로 보건소·병의원(84.8%)을 활용하였는데 가구여건에 따라서도 큰 차이가 없이 동일한 경향이 나타났다. 이와 같은 현상은 전 계층에게 무상으로 공급되는 영유아 대상 건강검진과 예방접종 서비스를 받기 위해 영유아 부모가 보건소·병의원을 필수적으로 이용하기 때문으로 생각되었다. 또한 진료기록을 바탕으로 하여 영유아 부모가 동일 의료진으로 부터 지속적으로 관련 공공 서비스에 대한 안내를 받을 수 있으므로 영유아 부모가 보건소·병의원에서 제공하는 공공 육아정보에 신뢰감을 느끼며 노출될 수 있는 기회가 가장 높은 것으로 보였다.

〈표 V-2-3〉 공공 의료정보 서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교<sup>1)</sup>

단위: 전체 매체 중 해당 백분율%, (명)

| 구분           | 보건소·<br>병의원 | 관공서 <sup>2)</sup> | 육아종합<br>지원센터 | 건강가정<br>지원센터 | 사례수     |
|--------------|-------------|-------------------|--------------|--------------|---------|
| 전체           | 84.8        | 14.4              | 11.0         | 10.7         | (1,342) |
| 자녀연령         |             |                   |              |              |         |
| 영아           | 86.3        | 14.0              | 11.3         | 10.7         | ( 663)  |
| 유아           | 83.4        | 14.7              | 10.8         | 10.8         | ( 679)  |
| 거주지 지역규모     |             |                   |              |              |         |
| 대도시          | 85.3        | 10.9              | 12.1         | 14.9         | ( 578)  |
| 중소 도시        | 84.4        | 15.8              | 10.9         | 8.0          | ( 660)  |
| 읍/면          | 84.6        | 25.0              | 5.8          | 4.8          | ( 104)  |
| 월 가구소득       |             |                   |              |              |         |
| 260만원 이하     | 88.1        | 9.6               | 6.7          | 7.8          | ( 270)  |
| 261~350만원 이하 | 87.8        | 15.0              | 11.0         | 8.9          | ( 508)  |
| 351~450만원 이하 | 78.2        | 17.3              | 14.4         | 13.6         | ( 376)  |
| 451만원 이상     | 85.1        | 13.8              | 10.6         | 14.4         | ( 188)  |
| 모 취업 여부      |             |                   |              |              |         |
| 전일제 취업모      | 84.8        | 13.0              | 12.3         | 10.8         | ( 316)  |
| 시간제/프리랜서/학업  | 79.3        | 14.8              | 12.4         | 14.8         | ( 169)  |
| 휴직 중/미취업     | 85.9        | 14.8              | 10.3         | 9.9          | ( 857)  |

주: 1) 의료분야의 정보습득 경로에 대해 중복응답을 받아 1~4순위까지 분석하였음.

2) 관공서: 시군구청, 주민자치센터

보육·교육 분야의 공공 육아정보는 1,234명(81.8%)의 부모가 이용한 경험이 있었는데 관공서, 육아종합지원센터, 아이사랑보육포털, 보건소·병의원을 통해

접한 것으로 나타났다. 집단특성별 차이를 살펴보면, 모든 연령에서 시군구청, 주민자치센터와 같은 관공서의 이용비율이 높으나, 자녀의 연령이 낮은 영아집단에서는 육아종합지원센터와 아이사랑보육포털의 이용비율이 상대적으로 높았다. 거주 지역에 따라서도 차이를 보여 중소도시에서는 시군구청과 주민자치센터의 이용이, 대도시의 경우는 육아종합지원센터와 아이사랑보육포털의 이용이 다른 집단에 비해 높게 나타났다. 이는 지역에 따라 공공 기관의 분포 특성이 다르므로 인해 나타난 차이로 보였다. 그러나 가구 소득수준에 따른 정보 제공처 이용에 차이는 두드러지지 않았다.

〈표 V-2-4〉 공공 보육·교육 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교<sup>1)</sup>

| 구분           | 단위: 전체 매체 중 해당 백분율%, (명) |              |              |             |         |
|--------------|--------------------------|--------------|--------------|-------------|---------|
|              | 관공서 <sup>2)</sup>        | 육아종합<br>지원센터 | 아이사랑<br>보육포털 | 보건소·<br>병의원 | 사례수     |
| 전체           | 38.3                     | 21.7         | 20.3         | 11.9        | (1,234) |
| 자녀연령         |                          |              |              |             |         |
| 영영아          | 36.8                     | 23.9         | 20.0         | 14.2        | ( 155)  |
| 영아           | 36.8                     | 21.8         | 22.3         | 10.4        | ( 413)  |
| 유아           | 39.1                     | 21.8         | 20.4         | 11.0        | ( 445)  |
| 취학 전         | 40.7                     | 19.9         | 16.7         | 14.9        | ( 221)  |
| 거주지 지역규모     |                          |              |              |             |         |
| 대도시          | 33.2                     | 30.5         | 23.2         | 10.3        | ( 551)  |
| 중소 도시        | 44.3                     | 14.8         | 18.0         | 11.9        | ( 596)  |
| 읍/면          | 29.9                     | 13.8         | 18.4         | 21.8        | ( 87)   |
| 월 가구소득       |                          |              |              |             |         |
| 260만원 이하     | 39.8                     | 17.3         | 19.9         | 14.3        | ( 231)  |
| 261~350만원 이하 | 41.6                     | 20.8         | 21.5         | 11.4        | ( 466)  |
| 351~450만원 이하 | 33.8                     | 24.8         | 20.1         | 11.7        | ( 343)  |
| 451만원 이상     | 36.6                     | 23.7         | 18.6         | 10.8        | ( 194)  |
| 모 취업 여부      |                          |              |              |             |         |
| 전일제 취업모      | 38.0                     | 22.0         | 20.0         | 14.9        | ( 295)  |
| 시간제/프리랜서/학업  | 34.8                     | 23.4         | 15.8         | 11.4        | ( 158)  |
| 휴직 중/미취업     | 39.2                     | 21.3         | 21.4         | 10.9        | ( 781)  |

주: 1) 보육 및 교육 분야의 정보습득 경로에 대해 중복응답을 받아 1~4순위까지 분석하였음.

2) 관공서: 시군구청, 주민자치센터

놀이감과 도서대여, 놀이실 등의 이용정보를 활용한 적이 있다는 영유아 부모 654명(43.4%)는 주로 지역도서관(29.5%), 관공서(20.2%), 지역사회복지관(18.3%), 아이사랑보육포털(15.6%)을 통해 정보를 접했다. 자료·놀이실 이용정보 제공처는 대부분 관련 업무를 수행하는 기관이었으며 포괄적인 접근 매체인 관

공서로 구분할 수 있었다. 이와 같은 정보 제공처 활용률은 자녀연령에 따른 차이를 보여 연령이 높을수록 지역도서관의 이용비율이 높았고 어릴수록 아이사랑보육포털 이용률이 높게 나타났다. 한편 취업모의 경우 관공서 이용률이 높은 반면 시간제 취업모는 지역도서관 이용률이 높은 특징이 있었다.

〈표 V-2-5〉 공공 자료·놀이실 정보서비스 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교<sup>1)</sup>

단위: 전체 매체 중 해당 백분율%, (명)

| 구분           | 지역<br>(어린이)<br>도서관 | 관공서 <sup>2)</sup> | 지역사회<br>복지관 | 아이사랑<br>보육포털 | 사례수   |
|--------------|--------------------|-------------------|-------------|--------------|-------|
| 전체           | 29.5               | 20.2              | 18.3        | 15.6         | (654) |
| 자녀연령         |                    |                   |             |              |       |
| 영영아          | 22.2               | 23.8              | 14.3        | 23.8         | ( 63) |
| 영아           | 29.4               | 19.3              | 15.6        | 13.8         | (218) |
| 유아           | 28.9               | 18.6              | 21.7        | 17.4         | (253) |
| 취학 전         | 35.0               | 23.3              | 18.3        | 10.8         | (120) |
| 거주지 지역규모     |                    |                   |             |              |       |
| 대도시          | 25.4               | 18.0              | 19.3        | 14.2         | (295) |
| 중소 도시        | 35.4               | 22.7              | 18.5        | 14.0         | (308) |
| 읍/면          | 17.6               | 17.6              | 11.8        | 33.3         | ( 51) |
| 월 가구소득       |                    |                   |             |              |       |
| 260만원 이하     | 30.4               | 11.8              | 17.6        | 18.6         | (102) |
| 261~350만원 이하 | 29.4               | 22.1              | 18.3        | 18.3         | (262) |
| 351~450만원 이하 | 26.1               | 20.7              | 19.1        | 12.2         | (188) |
| 451만원 이상     | 35.3               | 22.5              | 17.6        | 11.8         | (102) |
| 모 취업 여부      |                    |                   |             |              |       |
| 전일제 취업모      | 29.5               | 23.7              | 21.8        | 17.3         | (156) |
| 시간제/프리랜서/학업  | 37.8               | 15.9              | 15.9        | 9.8          | ( 82) |
| 휴직 중/미취업     | 27.9               | 19.7              | 17.5        | 16.1         | (416) |

주: 1) 자료 및 놀이실 분야의 정보습득 경로에 대해 중복응답을 받아 1~4순위까지 분석하였음.

2) 관공서: 시군구청, 주민자치센터

부모교육 서비스에 대해서는 344명(22.8%)의 부모가 이용한 경험이 있었는데 그 내용은 모유수유, 애착 증진, 놀이지도 등 영유아의 발달지원에 관한 내용과 안전교육, 부모의 생애주기별 부모교육 등 그 범위와 내용이 다양하다.

부모교육에 대한 정보 제공처를 살펴보면 아이사랑보육포털이 18.9%로 가장 높기는 하나, 보건소·병의원 17.7%, 육아종합지원센터 17.2% 등과 큰 차이를 보이지 않았다. 이렇듯 차이가 없음은 부모교육이 다양한 기관에서 부모지원의 보편적인 방법으로 시행되고 있어 나타나는 결과로 볼 수 있다. 본 결과에 대해 대도시에서는 육아종합지원센터를 많이 활용하는 반면 읍면지역에서는 보건소·

병의원을 주로 활용하는 것으로 나타났다. 소득수준이 낮을수록 보건소·병의원이나 관공서에 대한 의존도가 높은 특징도 관찰되었다. 또한 취업모인 경우 상대적으로 온라인 매체인 아이사랑보육포털의 활용도가 높게 나타났다.

〈표 V-2-6〉 공공 부모교육 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교<sup>1)</sup>

단위: 전체 매체 중 해당 백분율%, (명)

| 구분           | 아이사랑<br>보육포털 | 보건소·<br>병의원 | 육아종합<br>지원센터 | 관공서 <sup>2)</sup> | 사례수   |
|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------------|-------|
| 전체           | 18.9         | 17.7        | 17.2         | 14.5              | (344) |
| 자녀연령         |              |             |              |                   |       |
| 영영아          | 9.8          | 9.8         | 24.6         | 16.4              | ( 61) |
| 영아           | 23.4         | 18.0        | 16.2         | 14.4              | (111) |
| 유아           | 20.8         | 20.0        | 15.0         | 13.3              | (120) |
| 취학 전         | 15.4         | 21.2        | 15.4         | 15.4              | ( 52) |
| 거주지 지역규모     |              |             |              |                   |       |
| 대도시          | 19.0         | 12.7        | 22.5         | 12.0              | (142) |
| 중소 도시        | 19.6         | 18.5        | 13.7         | 16.1              | (168) |
| 읍/면          | 14.7         | 35.3        | 11.8         | 17.6              | ( 34) |
| 월 가구소득       |              |             |              |                   |       |
| 260만원 이하     | 6.7          | 21.7        | 16.7         | 21.7              | ( 60) |
| 261~350만원 이하 | 20.6         | 19.0        | 14.3         | 15.1              | (126) |
| 351~450만원 이하 | 21.2         | 17.7        | 20.4         | 10.6              | (113) |
| 451만원 이상     | 24.4         | 8.9         | 17.8         | 13.3              | ( 45) |
| 모 취업 여부      |              |             |              |                   |       |
| 전일제 취업모      | 25.3         | 13.3        | 17.3         | 9.3               | ( 75) |
| 시간제/프리랜서/학업  | 15.2         | 15.2        | 17.4         | 21.7              | ( 46) |
| 휴직 중/미취업     | 17.5         | 19.7        | 17.0         | 14.8              | (223) |

주: 1) 부모교육 분야의 정보습득 경로에 대해 중복응답을 받아 1~4순위까지 분석하였음.

2) 관공서: 시군구청, 주민자치센터

참여프로그램은 영유아 또는 그 부모가 함께 하는 숲 체험, 과학 활동, 요리 활동, 신체 미술활동 등의 다양한 프로그램을 뜻한다. 이에 대한 이용경험이 있는 277명(27.8%) 부모의 정보 이용 특성을 살펴보면, 지역사회복지관 25.6%, 시군구청 및 주민 자치센터 22.4%, 아이사랑보육포털 14.4%, 육아종합지원센터 14.1% 등의 순서로 많이 이용하였다.

자녀연령이 어릴수록 관공서와 아이사랑보육포털을 사용하는 반면 자녀연령이 많은 경우 지역사회복지관의 이용 비율이 다소 높았다. 대도시에 거주하는 경우 지역사회복지관의 이용률이 높는데 반해 읍면지역에서는 육아종합지원센터의 이용이 전혀 없고 관공서 이용률이 높았다. 이는 앞서 설명하였듯이 기관의 지리적 접근 가능성과 관련되어 나타난 결과로 유추할 수 있다.

〈표 V-2-7〉 공공 참여프로그램 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교<sup>1)</sup>

단위: 전체 매체 중 해당 백분율%, (명)

| 구분           | 지역사회<br>복지관 | 관공서 <sup>2)</sup> | 아이사랑<br>보육포털 | 육아종합<br>지원센터 | 사례수   |
|--------------|-------------|-------------------|--------------|--------------|-------|
| 전체           | 25.6        | 22.4              | 14.4         | 14.1         | (277) |
| 자녀연령         |             |                   |              |              |       |
| 영영아          | 20.0        | 26.7              | 26.7         | 13.3         | ( 15) |
| 영아           | 18.2        | 20.5              | 18.2         | 21.6         | ( 88) |
| 유아           | 29.1        | 21.8              | 10.9         | 13.6         | (110) |
| 취학 전         | 31.3        | 25.0              | 12.5         | 4.7          | ( 64) |
| 거주지 지역규모     |             |                   |              |              |       |
| 대도시          | 37.4        | 16.8              | 14.0         | 15.9         | (107) |
| 중소 도시        | 17.0        | 25.5              | 17.0         | 15.6         | (141) |
| 읍/면          | 24.1        | 27.6              | 3.4          | 0.0          | ( 29) |
| 월 가구소득       |             |                   |              |              |       |
| 260만원 이하     | 24.4        | 15.6              | 11.1         | 15.6         | ( 45) |
| 261~350만원 이하 | 31.5        | 27.0              | 11.2         | 14.6         | ( 89) |
| 351~450만원 이하 | 18.8        | 23.5              | 17.6         | 10.6         | ( 85) |
| 451만원 이상     | 27.6        | 19.0              | 17.2         | 17.2         | ( 58) |
| 모 취업 여부      |             |                   |              |              |       |
| 전일제 취업모      | 39.3        | 21.3              | 9.8          | 11.5         | ( 61) |
| 시간제/프리랜서/학업  | 10.3        | 25.6              | 15.4         | 7.7          | ( 39) |
| 휴직 중/미취업     | 24.3        | 22.0              | 15.8         | 16.4         | (177) |

주: 1) 참여프로그램 분야의 정보습득 경로에 대해 중복응답을 받아 1~4순위까지 분석하였음.

2) 관공서: 시군구청, 주민자치센터

행사 및 공연관련정보는 공공기관에서 제공 중인 가정의 달 행사, 사진 콘테스트, 베틀시장, 전시회, 그림 그리기 대회, 동화 구연, 인형극 마술 공연 등의 안내 정보를 포함하였다. 이러한 육아정보에 이용 경험이 있는 257명(17.0%)의 부모는 지역사회 기관인 시군구청, 주민자치센터와 지역사회 복지관, 지역 도서관을 주로 이용하고 있었다. 이러한 현상은 각종행사가 지자체를 중심으로 개최되고 해당 기관에서 행사를 홍보하는 경우가 대부분이기 때문에 나타난 결과로 해석할 수 있었다.

거주지역 규모에 따라 공공 행사와 공연 정보를 얻는 기관이 다소 상이한 것으로 나타났다. 읍면지역에 거주 부모들이 지역 도서관을 통해 공공 행사와 공연 정보를 상대적으로 많이 얻는 반면 도시에 거주하는 부모들은 관공서나 육아종합지원센터에서 해당 정보를 더 많이 얻는 것으로 나타났다. 그러나 어머니의 취업 여부나 월 가구소득에 따라서는 주 이용기관에 두드러진 차이가 나타나지 않았다.

〈표 V-2-8〉 공공 행사·공연 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교<sup>1)</sup>

단위: 전체 매체 중 해당 백분율%, (명)

| 구분           | 관공서 <sup>2)</sup> | 지역사회<br>복지관 | 지역<br>(어린이)도서관 | 육아종합<br>지원센터 | 사례수   |
|--------------|-------------------|-------------|----------------|--------------|-------|
| 전체           | 38.9              | 18.7        | 14.4           | 12.8         | (257) |
| 자녀연령         |                   |             |                |              |       |
| 영영아          | 25.0              | 25.0        | 8.3            | 8.3          | ( 12) |
| 영아           | 35.1              | 17.5        | 14.0           | 15.8         | ( 57) |
| 유아           | 39.7              | 19.0        | 14.7           | 15.5         | (116) |
| 취학 전         | 43.1              | 18.1        | 15.3           | 6.9          | ( 72) |
| 거주지 지역규모     |                   |             |                |              |       |
| 대도시          | 36.7              | 23.5        | 13.3           | 18.4         | ( 98) |
| 중소 도시        | 45.2              | 15.6        | 13.3           | 10.4         | (135) |
| 읍/면          | 12.5              | 16.7        | 25.0           | 4.2          | ( 24) |
| 월 가구소득       |                   |             |                |              |       |
| 260만원 이하     | 21.7              | 15.2        | 10.9           | 15.2         | ( 46) |
| 261~350만원 이하 | 42.9              | 17.6        | 16.5           | 8.8          | ( 91) |
| 351~450만원 이하 | 40.7              | 22.2        | 14.8           | 16.0         | ( 81) |
| 451만원 이상     | 46.2              | 17.9        | 12.8           | 12.8         | ( 39) |
| 모 취업 여부      |                   |             |                |              |       |
| 전일제 취업모      | 41.1              | 23.2        | 17.9           | 14.3         | ( 56) |
| 시간제/프리랜서/학업  | 48.8              | 9.8         | 9.8            | 17.1         | ( 41) |
| 휴직 중/미취업     | 35.6              | 19.4        | 14.4           | 11.3         | (160) |

주: 1) 행사 및 공연 분야의 정보습득 경로에 대해 중복응답을 받아 1~4순위까지 분석하였음.

2) 관공서: 시군구청, 주민자치센터

영유아 및 부모대상 검사·치료에 대한 정보로 공공기관에서는 우리아이발달체크(K-CDRII), 지능검사(K-WIPPSI) 영아 선별교육진단검사, ADHD 검사, 인성검사, 부모심리검사 등에 대해 안내하고 검사를 지원하고 있다.

본 연구 대상자 중 190명(5.5%)의 영유아 부모가 공공 검사·치료 정보서비스를 이용한 경험이 있었다. 이들은 주로 보건소·병의원을 통해 공공정보를 얻게 되었으며 일부 유아교육지원포털, 아이사랑보육포털, 육아종합지원센터를 통해서도 정보를 얻는 것으로 나타났다.

이용자 특성별로 분석한 결과 자녀가 영아기까지는 공공 검사·치료 정보를 주로 보건소·병원에서 받지만 유아기부터는 유아교육지원포털이나 아이사랑보육포털 등 온라인 매체를 통해서도 활용하는 경향이 나타났다. 한편 영유아 부모가 소득수준이 낮거나 읍면지역에 거주할 경우 상대적으로 공공 검사·치료 정보서비스를 보건소·병의원을 통해 주로 얻고 있었으며 소득수준이 높거나 도시지역에 거주할 경우 다양한 정보 제공처를 이용하고 있었다.

〈표 V-2-9〉 공공 검사·치료 정보서비스의 이용경로에 대한 이용자 특성별 비교

단위: 전체 매체 중 해당 백분율%, (명)

| 구분           | 보건소·<br>병의원 | 유아교육<br>지원포털 | 아이사랑<br>보육포털 | 육아종합<br>지원센터 | 사례수   |
|--------------|-------------|--------------|--------------|--------------|-------|
| 전체           | 40.5        | 19.5         | 17.9         | 11.6         | (190) |
| 자녀연령         |             |              |              |              |       |
| 영영아          | 40.0        | 8.0          | 8.0          | 8.0          | ( 25) |
| 영아           | 51.5        | 28.8         | 19.7         | 6.1          | ( 66) |
| 유아           | 32.3        | 10.8         | 21.5         | 15.4         | ( 65) |
| 취학 전         | 35.3        | 26.5         | 14.7         | 17.6         | ( 34) |
| 거주지 지역규모     |             |              |              |              |       |
| 대도시          | 33.3        | 9.1          | 22.7         | 18.2         | ( 66) |
| 중소 도시        | 43.4        | 29.2         | 17.0         | 8.5          | (106) |
| 읍/면          | 50.0        | 0.0          | 5.6          | 5.6          | ( 18) |
| 월 가구소득       |             |              |              |              |       |
| 260만원 이하     | 50.0        | 26.9         | 15.4         | 7.7          | ( 26) |
| 261~350만원 이하 | 44.3        | 13.9         | 17.7         | 10.1         | ( 79) |
| 351~450만원 이하 | 33.3        | 25.4         | 22.2         | 15.9         | ( 63) |
| 451만원 이상     | 36.4        | 13.6         | 9.1          | 9.1          | ( 22) |
| 모 취업 여부      |             |              |              |              |       |
| 전일제 취업모      | 38.5        | 15.4         | 20.5         | 20.5         | ( 39) |
| 시간제/프리랜서/학업  | 25.9        | 33.3         | 25.9         | 11.1         | ( 27) |
| 휴직 중/미취업     | 44.4        | 17.7         | 15.3         | 8.9          | (124) |

주: 검사·치료 분야의 정보습득 경로에 대해 중복응답을 받아 1~4순위까지 분석하였음.

공공기관에서는 육아지원을 위한 상담서비스로써 영유아와 부모를 대상으로 시행되는 다양 형태의 상담서비스를(가족상담, 육아상담, 심리상담, 전문가 면접상담, 전화상담, 온라인 상담, 집단 상담 등)을 포함하고 있다. 상담 서비스의 이용경험이 있는 영유아 부모는 83명(5.5%)이었으며 육아종합지원센터, 관공서, 유아교육지원포털, 보건소·병의원 등을 통해 다양하게 접근한 것으로 나타났다. 공공 상담정보를 이용하는 경우는 주로 도시지역에 거주하는 영유아 부모들이었으며(92.8%) 취업모 보다는 미취업모일 때 더 많이 활용하는 것으로 나타났다.

〈표 V-2-10〉 상담 이용정보에 대한 이용자 특성별 정보 습득 경로<sup>1)</sup>

단위: 전체 매체 중 해당 백분율%, (명)

| 구분   | 육아종합<br>지원센터 | 관공서 <sup>2)</sup> | 유아교육<br>지원포털 | 보건소·<br>병의원 | 사례수   |
|------|--------------|-------------------|--------------|-------------|-------|
| 전체   | 25.3         | 21.7              | 16.9         | 15.7        | ( 83) |
| 자녀연령 |              |                   |              |             |       |
| 영영아  | 0.0          | 0.0               | 16.7         | 33.3        | ( 6)  |
| 영아   | 33.3         | 16.7              | 29.2         | 12.5        | ( 24) |

(표 V-2-10 계속)

| 구분           | 육아종합<br>지원센터 | 관공서 <sup>2)</sup> | 유아교육<br>지원포털 | 보건소·<br>병의원  | 사례수            |
|--------------|--------------|-------------------|--------------|--------------|----------------|
| 유아<br>취학 전   | 22.9<br>27.8 | 28.6<br>22.2      | 14.3<br>5.6  | 14.3<br>16.7 | ( 35)<br>( 18) |
| 거주지 지역규모     |              |                   |              |              |                |
| 대도시          | 32.5         | 22.5              | 12.5         | 10.0         | ( 40)          |
| 중소 도시        | 21.6         | 21.6              | 18.9         | 16.2         | ( 37)          |
| 읍/면          | 0.0          | 16.7              | 33.3         | 50.0         | ( 6)           |
| 월 가구소득       |              |                   |              |              |                |
| 260만원 이하     | 38.5         | 15.4              | 7.7          | 7.7          | ( 13)          |
| 261~350만원 이하 | 16.7         | 25.0              | 13.9         | 16.7         | ( 36)          |
| 351~450만원 이하 | 29.6         | 25.9              | 18.5         | 22.2         | ( 27)          |
| 451만원 이상     | 28.6         | 0.0               | 42.9         | 0.0          | ( 7)           |
| 모 취업 여부      |              |                   |              |              |                |
| 전일제 취업모      | 11.8         | 29.4              | 17.6         | 17.6         | ( 17)          |
| 시간제/프리랜서/학업  | 23.1         | 23.1              | 15.4         | 0.0          | ( 13)          |
| 휴직 중/미취업     | 30.2         | 18.9              | 17.0         | 18.9         | ( 53)          |

주: 1) 상담 분야의 정보습득 경로에 대해 중복응답을 받아 1~4순위까지 분석하였음.

2) 관공서: 시군구청, 주민자치센터

이와 같이 지역사회기관과 공공포털, 전문인력이 제공하는 공공 육아정보를 처음 인지하게 되는 경로를 심층면접에서 조사한 결과 응답자 특성과 무관하게 공통적으로 퍼스널 미디어보다는 매스미디어에 의존하거나 매스미디어에서 지인(대인 커뮤니케이션)으로 정보가 확장되어 알게 된 경우가 많았다. 이는 퍼스널 미디어를 주로 활용하는 영유아 부모들의 특성이 공공사업 홍보에 반영되지 않고 있다는 현상으로 해석할 수 있다.

어린이집에 대기 신청해야 한다는 사실은 문화센터에 가서 알게 되었어요.(I-만 2,3세 자녀를 둔 비취업모)

3자녀에 대한 혜택이 많이 있었는데 혜택을 받을 수 있다는 사실은 엄마들을 통해 알게 되었어요.(J- 만 3,11,15세 자녀를 둔 비취업모)

어린이집에 관한 정보는 포털에서 정보를 얻은 적은 없고요. 시골이라 주로 엄마들을 통해서 정보를 얻어요. (P- 만 2세 자녀 어머니, 읍면지역 전라거주)

어린이집 보육료 지원은 어린이집에서 알려줬어요. 뉴스나 인터넷에도 나왔었고요.(Q- 만 3세 자녀 어머니, 읍면지역 전라거주)

어린이집 관련 정보는 주위에 아는 사람들이 추천을 해줬어요.(S- 만 3세 자녀 어머니, 읍면지역 강원거주)

아이사랑 카드에 관한 건 어린이집 원장님이 포털 사이트를 알려줬어요.(E- 만

1,2세 자녀 어머니)

양육수당이나 지원에 관한 부분은 (신문)기사를 통해 알고 있었어요.(L- 11개월 자녀를 둔 취업모)

공공 육아지원사업 홍보에 퍼스널 미디어를 적극적으로 활용한다면 영유아 부모의 육아지원사업의 홍보효과가 제고될 것으로 예상된다.

아이가 3살 때, 뉴스를 통해 양육수당은 아이들을 모두 어린이집에 보내야만 받을 수 있다는 사실을 알게 되었어요. 동사무소에 가면 양육수당에 관해 더 많은 정보를 얻을 수 있는데 말이죠.(I- 만 2,3세 자녀를 둔 비취업모)

보육정보센터(육아종합지원센터)에 무료로 운영되던 도란도란 실내놀이터가 있다는 정보도 저는 전혀 몰랐는데, 유치원 학부모를 통해 어제서야 알게 되었어요. 장난감 대여사업은 엄마들 모임에서 얻은 정보로 지인이 알려줬어요.(D- 만 1,3세 자녀를 둔 비취업모)

서울시 우리동네 보육반장은 들어만 봤어요. 관련 기사를 지역신문(관악구)에서 봤어요.(N- 6개월 자녀 어머니)

한편 공공서비스 8개 분야에 대해 영유아 부모가 공통적으로 관공서(주민자치센터, 시군구청)의 육아정보를 활용하는 것으로 나타나 이에 대한 의존도가 크며 다양한 연계서비스에 대한 기대가 있는 것으로 보이지만 담당직원의 사업에 대한 이해 수준이 낮아 실제 원스톱서비스를 기대하기는 어려웠다.

동사무소에서 보육센터(육아종합지원센터)에 대한 정보를 준적이 있어요. 그러나 구체적인 설명은 없었어요. 제가 블로그에 포스팅된 정보를 통해서 직접 알게 되었어요.(H- 만 0세 자녀 어머니, 비취업모, 서울거주)

읍사무소는 아직 육아정보를 많이 안주는 것 같아요. 또 선입견도 있어요. 근무하시는 분들이 공무원이다 보니까 어린이집 선생님보다 불편한 부분이 있어요.(R- 만 1세 자녀 어머니, 읍면지역 경상거주)

읍사무소는 이용하지 않게 되었요. 솔직히 말하면, 읍사무소 직원들은 서비스를 먼저 잘 알려주지 않아요. 문의할 때도 친절히 말해 준 적이 없어요. 직접 물어 봐야 대답을 해줘요. 그래서 읍사무소 가기 전엔 잘 알아보는 편이에요.(S- 만 3세 자녀 어머니, 읍면지역 강원거주)

구청, 주민자치센터는 이용했지만 담당공무원이 내가 원하는 정보를 모르고 있었어요.(M- 만0(3)세자녀 어머니, 비취업모, 서울시거주)

출생신고에 동의서 쓰라고 하여 보육반장에 대한 문자를 받긴 했어요. 하지만

자세한 설명은 해주지 않았고, 본인도 잘 모르는 것 같았어요.(H- 만 0세 자녀 어머니, 비취업모, 서울거주)

동사무소 직원들도 무슨 사업인지 잘 모르는 것 같고 불친절해요.(I- 만 2,3세 자녀 어머니, 비취업모, 서울거주)

저희가 직접 알아보거나, 지인들에게 직접 추천을 받아야 아는 경우가 많아요. 군청 연계 카페에도 구인구직 정보만 있고, 육아에 관한 정보는 없어요. 그 기관에선 문자를 통해 소식을 알려주는데, 육아정보도 그렇게 알려줬으면 좋겠어요.(P- 만 2세 자녀, 읍면지역 전라거주)

### 3. 공공 육아정보 제공처별 만족도 및 개선 요구

영유아 부모가 공공 육아정보를 이용하는 데 있어 만족감의 수준은 어떠한지 어떤 부분에서 만족하기 어려운지에 대해 서비스 제공처별로 분석하였다. 또한 공공포털을 중심으로 어떤 개선 요구가 있는지 살펴보고 영유아 부모에게 적합한 공공서비스 홍보방안은 무엇인지 분석하였다.

#### 가. 공공 육아정보에 대한 만족도

##### 1) 공공 육아정보 제공처별 만족도

선행연구에서 공공정보에 대해 이용자는 전달 내용의 질과 더불어 이용 시 편리성, 이용자와 제공자 간의 상호작용의 정도, 정보의 실제 활용도 등을 고려하여 그 만족의 정도를 평가하는 것으로 나타났다.

첫째, 제공되는 정보가 정확하고 객관적이어서 신뢰할만하고, 이해하기에 용이한지에 대한 정보의 내용적 측면에서 살펴볼 필요가 있다. 둘째, 공공서비스의 제공처의 방문, 접촉, 가입의 절차가 용이하고 원하는 주제에 대해 쉽고 명확하게 정보를 찾을 수 있도록 구성되어 있는지 정보 이용의 편의성을 고려해야 한다. 셋째, 정보 제공처에서 질의응답을 받기가 용이한지, 의견을 수렴하는 창구를 운영하는지, 이용자 동호회를 제공하는지 등과 같이 정보의 제공자와 수요자 사이의 상호작용의 정도도 만족정도를 가늠할 때 고려할 요소이다. 마지막으로 수집하고 찾은 정보가 육아 상황에서 실질적인 도움을 제공하는지, 또 그

러기에 주변사람들에게 그 이용을 권하고 싶은지 등을 반영한 활용성을 염두해 두어야 한다.

본 연구에서도 공공 육아정보에 대한 영유아 부모의 이용 만족도를 아래와 같이 4가지 하위항목에 따라 산출하였다. 영유아 부모는 복수의 경로를 통해 공공 육아정보를 이용할 수 있으므로 제공처별로 만족도를 구분하였다.

〈표 V-3-1〉 공공 육아정보 제공처별 만족도<sup>1)</sup>

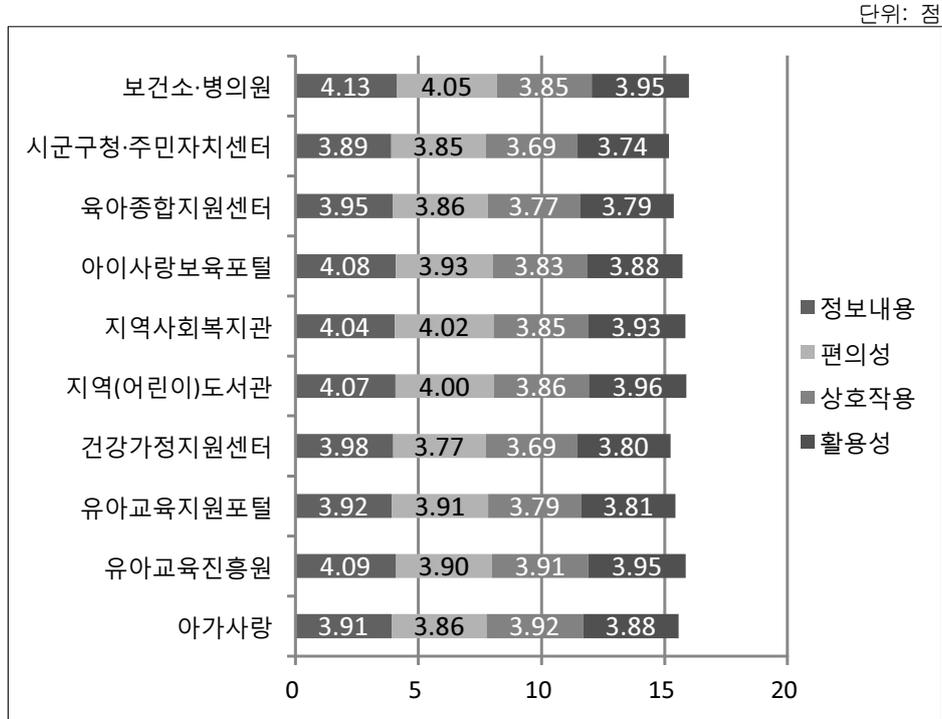
| 구분                | 총점           | 단위: 평균(표준편차), (명)  |                   |                    |                     |
|-------------------|--------------|--------------------|-------------------|--------------------|---------------------|
|                   |              | 정보내용 <sup>3)</sup> | 편의성 <sup>4)</sup> | 상호작용 <sup>5)</sup> | 활용성 <sup>6)</sup>   |
| 보건소·병의원           | 15.98 (2.30) | 4.13 (0.67)        | 4.05 (0.73)       | 3.85 (0.88)        | 3.95 (0.72) (1,193) |
| 관공서 <sup>2)</sup> | 15.18 (2.29) | 3.89 (0.67)        | 3.85 (0.76)       | 3.69 (0.89)        | 3.74 (0.72) ( 693)  |
| 육아종합지원센터          | 15.38 (2.41) | 3.95 (0.67)        | 3.86 (0.84)       | 3.77 (0.93)        | 3.79 (0.67) ( 428)  |
| 아이사랑보육포털          | 15.72 (2.29) | 4.08 (0.69)        | 3.93 (0.75)       | 3.83 (0.83)        | 3.88 (0.72) ( 362)  |
| 지역사회복지관           | 15.84 (1.98) | 4.04 (0.62)        | 4.02 (0.71)       | 3.85 (0.76)        | 3.93 (0.62) ( 324)  |
| 지역(어린이)도서관        | 15.88 (2.35) | 4.07 (0.68)        | 4.00 (0.72)       | 3.86 (0.86)        | 3.96 (0.70) ( 265)  |
| 건강가정지원센터          | 15.24 (2.28) | 3.98 (0.74)        | 3.77 (0.75)       | 3.69 (0.89)        | 3.80 (0.72) ( 215)  |
| 유아교육지원포털          | 15.43 (2.14) | 3.92 (0.66)        | 3.91 (0.72)       | 3.79 (0.64)        | 3.81 (0.63) ( 172)  |
| 유아교육진흥원           | 15.85 (2.23) | 4.09 (0.69)        | 3.90 (0.64)       | 3.91 (0.80)        | 3.95 (0.64) ( 119)  |
| 아가사랑              | 15.57 (2.04) | 3.91 (0.58)        | 3.86 (0.65)       | 3.92 (0.77)        | 3.88 (0.61) ( 113)  |

주: 1) 100인 이상이 이용한 공공 육아정보 제공처에 대해 하나라도 이용경험이 있는 자의 항목별 제공처별 만족도를 5점 만점으로 평가하였음. 총점은 0~20점까지 분포할 수 있음.

- 2) 관공서: 시군구청, 주민자치센터
- 3) 정보내용: 제공되는 정보는 정확하고 객관적이어서 신뢰할 만하며 이해하기 쉽습니까?
- 4) 이용편의성: 해당 제공처의 이용절차가 용이하며 간편·명확한 정보를 쉽게 찾을 수 있습니까?
- 5) 상호작용: 해당 제공처는 질의에 답변을 주고 의견수렴창구를 운영·지원합니까?
- 6) 활용성: 해당 정보가 육아에 실제적인 도움이 되어 주변에 이용을 권하고 싶습니까?

영유아 부모의 공공 육아정보에 대한 전반적인 이용 만족도를 종합하여 볼 때 보건소·병의원에서 만족도가 가장 높았다. 세부 항목별로 보면 정보 내용과 편의성 부문에서 보건소·병의원이 이용 만족도가 가장 높았다. 정보 제공자와 이용자 간의 상호작용의 경우 유아교육진흥원과 온라인 공공포털인 아가사랑에서 다소 만족도가 높은 경향이 있었다.

활용성 부문의 경우 지역(어린이)도서관, 보건소·병의원, 유아교육진흥원, 지역사회 복지관이 상대적으로 높아 영유아 부모에게 실질적으로 도움이 되는 공공 육아정보 서비스를 제공하는 것으로 보여졌다.



[그림 V-3-1] 공공 육아정보 제공처별 만족도

다음은 전체 대상 영유아 부모 중 25% 이상이 활용하였다고 응답한 공공 육아정보 제공처인 보건소·병의원, 관공서, 육아종합지원센터를 중심으로 응답자 특성별 이용 만족도를 분석하였다.

첫째, 보건소·병의원의 공공 육아정보는 전체 대상자의 78.4%(1,182명)가 이용하였으며 만족도 분포는 다음과 같았다. 보통 수준(12점 이하) 이하인 경우 6.7%로 소수로 나타났고 매우 높은 경우(17점 이상)는 41.0%로 다수의 영유아 부모가 보건소·병의원의 공공 육아정보 서비스에 만족하는 것으로 나타났다.

한편 거주지역별로 보건소·병원에서 제공하는 육아정보에 대해 만족도가 상이한 것으로 나타났다. 대도시에 거주하는 영유아 부모의 만족도가 가장 높았으며 중소도시, 읍면지역 순으로 나타났다. 또한 월 가구소득이 451만원 이상일 때 매우 높은 수준의 만족도(17점 이상)에 해당하는 경우가 49.1%로 가장 많았으며 월평균 260만원 이하의 가구소득을 가진 경우 높은 수준의 만족도를 보인 경우는 39.3%에 그쳤다.

〈표 V-3-2〉 보건소·병원의 공공 육아정보 이용 만족도-응답자 특성별 비교

단위:%

| 구분           | 하<br>0~12점 | 중<br>13~16점 | 상<br>17점 이상 | 합계          | $\chi^2(df)$          |
|--------------|------------|-------------|-------------|-------------|-----------------------|
| 전체           | 6.7        | 52.2        | 41.0        | 100.0(1182) |                       |
| 자녀연령         |            |             |             |             |                       |
| 영아           | 6.9        | 50.6        | 42.6        | 100.0( 597) | 1.29(2)               |
| 유아           | 6.7        | 53.9        | 39.5        | 100.0( 585) |                       |
| 거주지 지역규모     |            |             |             |             |                       |
| 대도시          | 4.9        | 50.8        | 44.4        | 100.0( 514) | 15.37(4)**            |
| 중소 도시        | 7.1        | 53.8        | 39.0        | 100.0( 574) |                       |
| 읍/면          | 14.9       | 50.0        | 35.1        | 100.0( 94)  |                       |
| 월 가구소득       |            |             |             |             |                       |
| 260만원 이하     | 6.6        | 54.1        | 39.3        | 100.0( 242) | 12.23(6) <sup>+</sup> |
| 261~350만원 이하 | 5.4        | 52.8        | 41.8        | 100.0( 462) |                       |
| 351~450만원 이하 | 7.4        | 55.6        | 37.0        | 100.0( 311) |                       |
| 451만원 이상     | 9.6        | 41.3        | 49.1        | 100.0( 167) |                       |
| 모 취업 여부      |            |             |             |             |                       |
| 전일제 취업모      | 6.0        | 52.3        | 41.7        | 100.0( 283) | 4.34(4)               |
| 시간제/프리랜서/학업  | 6.0        | 60.2        | 33.8        | 100.0( 133) |                       |
| 휴직 중/미취업     | 7.2        | 50.8        | 42.0        | 100.0( 766) |                       |

주: 공공 육아정보 제공처에 대해 하나라도 이용 경험이 있는 자의 만족도 총점을 분석하였음. 공공 육아정보 제공처에 대한 만족도 평가 4항목에 모두 보통(3점)으로 응답하였을 때 산출되는 12점과 모든 항목에 약간만족(4점)으로 응답하였을 때 산출되는 16점을 기준으로 전체 만족도의 상중하를 구분하였음.

\*\*  $p < .01$ , <sup>+</sup>  $p = .05$

둘째, 시군구청 및 주민자치센터를 중심으로 한 관공서에서 제공하는 육아정보를 이용하는 영유아 부모는 전체의 45.5%(682명)로 보건소·병원에 이어 두 번째로 많이 이용되고 있었다.

한편 관공서의 육아정보에 대한 전체 만족도는 낮은 수준(12점 이하)인 경우가 12.7%였으며 매우 높은 경우(17점 이상)는 27.3%로 나타났다. 보건소·병원의 만족도와 비교하였을 때 만족도가 낮다고 응답한 영유아 부모의 비율이 관공서에서 다소 높았다.

그러나 영유아 부모의 특성별로 관공서의 이용 만족도를 비교 분석한 결과 자녀의 연령이나 거주 지역, 월 가구소득, 어머니 취업여부에 따른 관공서의 육아정보에 대한 만족도 차이는 없었다. 이와 같은 결과를 통해 영유아 부모들이 관공서에서 다양한 분야의 육아정보를 많이 얻고 있고 얻을 수 있을 것으로 기대하고 있으며 거주지역이나 근로특성, 가구소득, 자녀연령과 상관없이 관공서의 육아정보에 대해 유사한 견해를 갖는 것으로 볼 수 있었다.

〈표 V-3-3〉 관공서의 공공 육아정보 이용 만족도-응답자 특성별 비교

| 구분           | 단위:%       |             |             | 합계         | $\chi^2$ (df) |
|--------------|------------|-------------|-------------|------------|---------------|
|              | 하<br>0~12점 | 중<br>13~16점 | 상<br>17점 이상 |            |               |
| 전체           | 12.7       | 60.0        | 27.3        | 100.0(682) |               |
| 자녀연령         |            |             |             |            |               |
| 영아           | 11.2       | 63.4        | 25.4        | 100.0(303) | 2.74(2)       |
| 유아           | 14.0       | 57.3        | 28.8        | 100.0(379) |               |
| 거주지 지역규모     |            |             |             |            |               |
| 대도시          | 10.3       | 63.0        | 26.7        | 100.0(273) | 3.99(4)       |
| 중소 도시        | 14.6       | 57.0        | 28.4        | 100.0(356) |               |
| 읍/면          | 13.2       | 64.2        | 22.6        | 100.0(53)  |               |
| 월 가구소득       |            |             |             |            |               |
| 260만원 이하     | 12.2       | 62.6        | 25.2        | 100.0(115) | 10.51(6)      |
| 261~350만원 이하 | 13.9       | 60.8        | 25.3        | 100.0(273) |               |
| 351~450만원 이하 | 12.7       | 63.0        | 24.3        | 100.0(189) |               |
| 451만원 이상     | 10.5       | 49.5        | 40.0        | 100.0(105) |               |
| 모 취업 여부      |            |             |             |            |               |
| 전일제 취업모      | 12.1       | 57.6        | 30.3        | 100.0(165) | 3.04(4)       |
| 시간제/프리랜서/학업  | 14.6       | 65.2        | 20.2        | 100.0(89)  |               |
| 휴직 중/미취업     | 12.6       | 59.8        | 27.6        | 100.0(428) |               |

주: 350인 이상이 이용한 공공 육아정보 제공처에 대해 하나라도 이용 경험이 있는 자의 만족도 총점을 분석하였음. 공공 육아정보 제공처에 대한 만족도 평가 4항목에 모두 보통(3점)으로 응답하였을 때 산출되는 12점과 모든 항목에 약간만족(4점)으로 응답하였을 때 산출되는 16점을 기준으로 전체 만족도의 상중하를 구분하였음.

셋째, 육아종합지원센터의 육아정보를 이용하는 영유아 부모는 전체의 28.0%(422명)이었고 이들의 전체 이용 만족도를 살펴본 결과 보통 수준(12점 이하) 이하인 경우 13.7%으로 매우 높은 경우(17점 이상)는 32.5%로 나타났다. 이는 영유아 부모의 육아종합지원센터에서 제공하는 육아정보에 대한 만족도가 관공서의 만족도와 유사하며 전반적으로 보건소·병원의 육아정보 이용만족도 보다 못한 것을 의미한다.

응답자 특성별로 살펴본 결과 읍면지역에 거주하는 영유아 부모의 육아종합지원센터 육아정보 이용률은 15.3%에 불과하였고, 이들의 만족도도 대도시와 중소 도시 보다 낮게 나타났다. 한편 유의미한 차이는 없었으나 시간제 취업모에 비해 전일제 취업모와 미취업모가 육아종합지원센터의 육아정보 이용 만족도에 대해 보통 이하로 답변하는 경우가 다소 높았다. 한편 자녀 연령이나 가구소득 수준에 따라서는 육아종합지원센터의 육아정보 만족도 분포에 차이가 없었다.

〈표 V-3-4〉 육아종합지원센터의 공공 육아정보 이용 만족도-응답자 특성별 비교

단위:%

| 구분           | 하<br>0~12점 | 중<br>13~16점 | 상<br>17점 이상 | 합계         | $\chi^2(df)$ |
|--------------|------------|-------------|-------------|------------|--------------|
| 전체           | 13.7       | 53.8        | 32.5        | 100.0(422) |              |
| 자녀연령         |            |             |             |            |              |
| 영아           | 12.1       | 53.1        | 34.8        | 100.0(207) | 1.52(2)      |
| 유아           | 15.4       | 54.4        | 30.2        | 100.0(215) |              |
| 거주지 지역규모     |            |             |             |            |              |
| 대도시          | 8.5        | 58.5        | 33.1        | 100.0(236) | 58.58(4)***  |
| 중소 도시        | 14.9       | 50.6        | 34.5        | 100.0(168) |              |
| 읍/면          | 72.2       | 22.2        | 5.6         | 100.0( 18) |              |
| 월 가구소득       |            |             |             |            |              |
| 260만원 이하     | 12.1       | 15.0        | 18.3        | 100.0( 66) | 3.75(6)      |
| 261~350만원 이하 | 13.8       | 52.2        | 34.0        | 100.0(159) |              |
| 351~450만원 이하 | 14.8       | 58.5        | 26.7        | 100.0(135) |              |
| 451만원 이상     | 14.5       | 50.0        | 35.5        | 100.0( 62) |              |
| 모 취업 여부      |            |             |             |            |              |
| 전일제 취업모      | 12.2       | 56.1        | 31.6        | 100.0( 98) | 2.37(4)      |
| 시간제/프리랜서/학업  | 8.5        | 55.9        | 35.6        | 100.0( 59) |              |
| 휴직 중/미취업     | 15.5       | 52.5        | 32.1        | 100.0(265) |              |

주: 350인 이상이 이용한 공공 육아정보 제공처에 대해 하나라도 이용 경험이 있는 자의 만족도총점을 분석하였음. 공공 육아정보 제공처에 대한 만족도 평가 4항목에 모두 보통(3점)으로 응답하였을 때 산출되는 12점과 모든 항목에 약간만족(4점)으로 응답하였을 때 산출되는 16점을 기준으로 전체 만족도의 상중하를 구분하였음.

\*\*\*  $p < .001$

## 2) 공공 육아정보에 대한 불만족 내용

정부와 지방자치단체의 육아지원사업을 한번이라도 이용한 경험이 있다고 답한 부모 1,440명을 대상으로 그 불만족내용에 대해 조사하였다. 전체 응답자 중 44.2%는 불만족 사항이 없다고 하여 현재의 지원사업과 정보제공에 특별한 개선 요구가 없는 것으로 보였다. 특히 월 소득수준이 260만원 이하일 때 불만족 사항이 없다는 의견이 과반수(50.4%)로 나타났다.

불만족 사항으로 해당 사업의 존재를 알기 어렵다(15.0%)는 의견이 가장 많아 공공 지원사업의 홍보가 개선되어야 할 것으로 보였다. 해당 사업 이용 경쟁이 치열하여 이용이 어렵다(13.0%), 해당 사업 내용을 찾고 이해하기 어렵다(12.6%)의 순으로 높게 나타났다.

한편 대도시에서는 불만족사항이 없다는 비율이 다른 지역에 비해 상대적으로 높았고, 읍면지역에서는 다른 지역에 비해 사업의 존재를 알기 어렵다는 비

율이 높았다. 이러한 결과는 육아지원을 중심으로 한 공공 사업이 사업의 내용도 중요하지만 그보다 실제 수요자에게 그 사업이 진행된다는 사실을 알리고 이용 기회를 확대하는데 더 많은 노력이 필요함을 시사하였다.

어머니 취업 유형 중 시간제 취업모에게서 특징적으로 의견 반영의 어려움(12.1%)과 내용 이해에 대한 어려움(17.6%)으로 인해 불만족하는 경향이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 이는 시간제 취업모들이 공공 육아정보 이용에 대해 전업모나 전일제 취업모 보다 상대적으로 더 적극적이기 때문에 이용 중에 발생하는 다양한 욕구로 풀이할 수 있었다.

〈표 V-3-5〉 공공 육아정보 이용 시 불만족 내용

단위:%, %(명)

| 구분           | 불만족 사항 없음 | 사업 찾기 어려움 | 이용 경쟁이 치열함 | 내용 이해 어려움 | 의견 반영 어려움 | 도움 되지 않음 | 기타  | 합계         | $\chi^2(df)$ |
|--------------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|----------|-----|------------|--------------|
| 전체           | 44.2      | 15.0      | 13.0       | 12.6      | 8.7       | 5.7      | 0.8 | 1000(1440) |              |
| 자녀연령         |           |           |            |           |           |          |     |            |              |
| 영아           | 45.2      | 14.5      | 12.5       | 12.4      | 8.3       | 6.5      | 0.7 | 1000( 712) | 2.69(6)      |
| 유아           | 43.3      | 15.5      | 13.5       | 12.9      | 9.1       | 4.9      | 0.8 | 1000( 728) |              |
| 거주지 지역규모     |           |           |            |           |           |          |     |            |              |
| 대도시          | 49.8      | 14.1      | 12.8       | 10.9      | 8.5       | 3.8      | 0.2 | 1000( 625) | 32.87(12)**  |
| 중소 도시        | 41.7      | 15.0      | 12.9       | 14.1      | 8.1       | 6.9      | 1.3 | 1000( 707) |              |
| 읍/면          | 28.7      | 20.4      | 14.8       | 13.0      | 13.9      | 8.3      | 0.9 | 1000( 108) |              |
| 월 가구소득       |           |           |            |           |           |          |     |            |              |
| 260만원 이하     | 50.4      | 10.4      | 13.2       | 11.8      | 7.5       | 5.4      | 1.4 | 1000( 280) | 22.67(18)    |
| 261~350만원 이하 | 44.8      | 14.1      | 14.3       | 11.0      | 9.0       | 6.2      | 0.6 | 1000( 545) |              |
| 351~450만원 이하 | 39.5      | 18.4      | 12.3       | 13.6      | 10.1      | 5.3      | 0.8 | 1000( 397) |              |
| 451만원 이상     | 43.6      | 17.0      | 10.6       | 16.1      | 6.9       | 5.5      | 0.5 | 1000( 218) |              |
| 모 취업 여부      |           |           |            |           |           |          |     |            |              |
| 전일제 취업모      | 46.4      | 15.5      | 12.0       | 13.1      | 7.3       | 5.0      | 0.9 | 1000( 343) | 16.73(12)    |
| 시간제/프리랜서/학업  | 35.7      | 12.6      | 12.1       | 17.6      | 12.1      | 8.8      | 1.1 | 1000( 182) |              |
| 휴직 중/미취업     | 45.1      | 15.3      | 13.6       | 11.5      | 8.5       | 5.4      | 0.7 | 1000( 915) |              |

주: 8가지 공공 육아정보 부문 중 한 가지라도 '이용경험이 있다'라고 응답한 자에 한해 분석하였음.

\*\*  $p < .01$

심층면접에서도 공공 서비스의 수혜조건을 이해하고 신청하는 과정이 불편해서 결국 해당 공공 서비스의 이용을 포기하게 되며 다른 공공 육아지원사업에도 무관심해지는 사례가 관찰되었다. 좋지 못한 경험으로 인해 경제적으로 어렵

지 않으면 대부분 공공 사업의 지원대상이 아닐 것이라는 오해도 불러오는 것으로 생각된다.

잘 모르는 편이에요. 사실 지원금 같은 경우엔, 자격요건이 너무 많아요. 처음에 시도 했을 때, 너무 조건이 까다로워서 그 다음부터 시도 안 해요. 최하위층이 아닌 이상 지원하기가 힘든 것 같아요. 형편이 힘들지 않아도 지원받는 사람이 있긴 한데 시간을 들여서 하기 싫어요.(O- 만 3세 자녀 어머니, 읍면지역 총청거주)

공공 서비스의 내용이 일반적인 육아상식 수준과 비교할 때 차별성이 없고 이용자의 편의를 고려하지 않아 이를 개선해야 한다는 견해도 있었다. 즉 개인의 상황과 여건이 고려되고 원활한 상호작용이 가능한 맞춤형 서비스에 대한 기대가 큰 것으로 보였다.

보건소에서 진행한 영양학수업은 산모교실 가면 듣는 비슷한 이야기여서 큰 도움이 되지 않았어요.(D- 만 1,3세 자녀를 둔 비취업모 대도시 거주)

저는 처음에 가정방문 서비스를 굉장히 기대했어요. 그런데 가정방문 선생님은 키, 몸무게, 머리둘레 잴 후 “아이 잘 먹죠? 잘 싸죠?”라고 묻고만 가요. 신장은 백화점 수유실 에서도 충분히 잴 수 있어요. 제가 원하는 건 아이가 토를 하면 그에 대한 솔루션을 주거나 병원방문 예약을 할 수 있도록 유도해 주는 거예요. 제가 대부분 집에서 아이를 보지만, 저도 일이 있어 나갈 수 있잖아요. 그런데 오전 9시 30분에 전화해서 당일 시간을 잡아요. 저의 상황과 아이의 컨디션을 고려하지 않고요. 아마 2주에 1번 방문해야 한다는 방침이 있어서 그런 것 같아요. 교육은 도움이 되었지만 1년에 2번은 적은 것 같아요. 그리고 소규모 교육이 필요해 보여요. (육아종합지원센터에서) 발달체검검사도 해보았어요. 그런데 3개월 아이는 6개월 아이 기준으로 평균을 내게 되어있어서 잘 맞지가 않아요. 상담원에게 물었는데 9개월 때 하라는 답변만 돌아왔어요.(H- 6개월 자녀를 둔 어머니)

처음에 정보를 얻을 때 왜 분유회사에서 이런 정보를 가장 먼저 알아야 하는지 의아했어요. 나라에서 20만원을 지급하며 출산을 장려하고 있는 상황인데 정작 토달 케어는 못하고 있고, 엄마들이 네이버 카페에 의존하게끔 방치해 두고 있어요. 이는 큰 잘못이라 생각해요. 분유회사는 톱툰이 전화를 하는데, 이런 점에 있어서 안타까움을 넘어 불만족스러워요. 아이가 아플 때 부모들이 궁금해 하는 것들을 공통 질문으로 만들어 사소한 문제에 있어서는 병원에 가지 않아도 처방할 수 있었으면 좋겠어요. 사진을 찍어 올려 전문 의견을 받을 수 있는 시스템을 구축해 놓으면 엄마들이 떠도는 소리에 의존하지 않을 것 같아요.(M- 3개월 자녀를 둔 어머니)

건강가정지원센터나 아이러브맘 카페를 이용하려고 하면, 예약이 전화로만 돼요. 홈페이지를 활성화 하고 더 알리면 부모가 더 많이 이용할 것 같아요.(T- 만 3세 자녀 어머니)

### 3) 공공 육아정보 미이용 이유

공공사업을 통해 육아정보가 제공됨을 알고 있음에도 영유아 부모가 실제 이용하지 않는 이유는 무엇인지 조사한 결과는 <표 V-3-6>과 같다. 공공 육아정보 부문 중 한 가지라도 정보를 인지하고 있으나 이용하지 않는다고 응답한 1,284명 부모들 중에는 공공 육아정보가 별로 필요하지 않아서 이용하지 않는다는 의견(34%)이 가장 많았다. 다음은 시간이 없어서(20.2%), 어디서 하는지 어디서 알아봐야 하는지 몰라서(19.1%), 이용절차가 복잡해서(16.8%), 월 가구소득에 따른 이용제한이 있어서(9.2%) 등의 순서로 이용하지 않는다는 이유들이 나타났다.

거주지역 특성별로 비교하면 대도시에서는 필요하지 않아서(41.3%) 읍면지역에서는 절차가 복잡해서(25%)라는 응답이 상대적으로 높았다. 또한 가구소득 수준이 높을수록, 전일제 취업모인 경우 공공 육아정보를 이용할 시간이 없다고 응답해 공공서비스에 상대적으로 무관심한 집단으로 보였다. 자녀의 출생 순위가 둘째 이하인 경우 첫째 자녀인 경우에 비해 공공 육아정보가 불필요하거나 이를 이용할 시간이 없다는 응답이 높게 나타나는 특징이 있었다.

<표 V-3-6> 공공 육아정보 미이용 이유

| 구분           | 불필요  | 시간<br>없음 | 정보<br>모름 | 복잡한<br>절차 | 이용<br>제한 | 기타  | 합계           | $\chi^2(df)$ |
|--------------|------|----------|----------|-----------|----------|-----|--------------|--------------|
|              |      |          |          |           |          |     |              |              |
| 전체           | 34.0 | 20.2     | 19.1     | 16.8      | 9.2      | 0.7 | 100.0(1,284) |              |
| 자녀연령         |      |          |          |           |          |     |              |              |
| 영아           | 33.9 | 19.3     | 19.6     | 16.1      | 10.2     | 0.9 | 100.0( 644)  | 3.61(5)      |
| 유아           | 34.2 | 21.1     | 18.6     | 17.5      | 8.1      | 0.5 | 100.0( 640)  |              |
| 거주지 지역규모     |      |          |          |           |          |     |              |              |
| 대도시          | 41.3 | 18.2     | 17.0     | 14.4      | 8.7      | 0.4 | 100.0( 554)  | 46.03(10)*** |
| 중소 도시        | 28.4 | 22.1     | 21.5     | 17.7      | 9.9      | 0.5 | 100.0( 634)  |              |
| 읍/면          | 29.2 | 18.8     | 15.6     | 25.0      | 7.3      | 4.2 | 100.0( 96)   |              |
| 월 가구소득       |      |          |          |           |          |     |              |              |
| 260만원 이하     | 38.8 | 16.9     | 18.6     | 19.4      | 5.8      | 0.4 | 100.0( 242)  | -            |
| 261~350만원 이하 | 32.6 | 18.9     | 19.3     | 17.9      | 10.8     | 0.4 | 100.0( 491)  |              |
| 351~450만원 이하 | 32.9 | 21.3     | 21.1     | 14.6      | 8.4      | 1.7 | 100.0( 356)  |              |
| 451만원 이상     | 33.8 | 25.1     | 15.4     | 14.9      | 10.8     | 0.0 | 100.0( 195)  |              |
| 모 취업 여부      |      |          |          |           |          |     |              |              |
| 전일제 취업모      | 29.2 | 26.9     | 17.5     | 15.6      | 10.4     | 0.3 | 100.0( 308)  | 18.27(10)    |
| 시간제/프리랜서/학업  | 29.9 | 22.3     | 19.1     | 17.8      | 10.2     | 0.6 | 100.0( 157)  |              |
| 휴직 중/미취업     | 36.6 | 17.2     | 19.7     | 17.1      | 8.5      | 0.9 | 100.0( 819)  |              |

(표 V-3-6 계속)

| 구분      | 불필요  | 시간<br>없음 | 정보<br>모름 | 복잡한<br>절차 | 이용<br>제한 | 기타  | 합계          | $\chi^2(df)$ |
|---------|------|----------|----------|-----------|----------|-----|-------------|--------------|
| 자녀첫째 여부 |      |          |          |           |          |     |             |              |
| 첫째      | 32.5 | 18.7     | 19.9     | 17.5      | 11.0     | 0.5 | 100.0( 830) | 15.18(5)**   |
| 둘째 이하   | 36.8 | 22.9     | 17.6     | 15.6      | 5.9      | 1.1 | 100.0( 454) |              |

주: 8가지 공공 육아정보 부문 중 한 가지라도 인지하고 있으나 이용하지 않는다고 응답한 자에 한해 분석하였음.

\*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

심층면접조사에서도 영유아 부모들이 공공 육아정보를 어디서 찾아야 할지, 찾았다하더라도 어디서 알게 되었는지도 기억이 나지 않을 만큼 공공 육아지원 사업의 이용에 대해 불편을 겪고 있는 것으로 나타났다.

가장 궁금했던 점은 아이발달에 관한 부분이었어요. 인터넷은 부정확한 정보를 배우고 습득하는 부분이 있는 것 같아서 지역센터 같은 곳에서 발달에 관한 도움을 받았으면 해요.(L- 11개월 자녀를 둔 취업모)

아동심리상담 같은 데가 있다고 들긴 했어요. 제가 지금까지 해온 육아방식이 맞는지 가볼까 하는 생각은 하고 있지만, 그러한 기관이 있는지 잘 모르겠어요.(E- 만 1,2세 자녀의 어머니)

육아정보포털은 (범용포털에서) 찾다가 연결이 되는 것(다른 사이트들)을 통해 알게 되었어요.(T- 만 3세 자녀 어머니)

유아교육지원포털을 이용 한 적 있어요. 어떻게 알게 되었는지는 모르겠어요. 각종행사도 있었는데 이용은 잘 안하게 되더라고요.(U- 만 3세 자녀 어머니)

또한 특정 공공 육아지원사업에 대해 정보를 갖지 못한 경우 자신이 공공정보에 뒤쳐져 있어 받을 수 있는 혜택도 받지 못하고 있을지 모른다는 의구심으로 발전하기도 하였다.

이러한 현상은 현대사회에서 정보재에 대한 접근이 과거와 달리 공공서비스의 혜택을 결정짓는 요인으로 작용할 수 있음을 시사하였다. 따라서 공공 육아정보에 대한 영유아 부모들의 접근성이 제고되어 정보재의 평등한 분배가 이뤄질 수 있도록 지원 방안이 마련되어야 할 것이다.

의도성이 있나 싶은 생각이 들 정도예요. 전단지처럼 집집마다 충분한 광고를 할 수 있잖아요. 보건소에서 하는 영양플러스 사업도 저는 나중에 알았어요. 공공기관의 PR이 아니라, 왜 돌고 돌아 정보를 얻을 수밖에 없을까요?(D-만 1,3세 자녀 어머니)

너무 정보를 몰라서 정부가 가르쳐 줄 수 있는 프로그램을 마련해 줬으면 좋겠어요. (양육수당으로) 월 20만원 씩 주는 것도 제가 이야기 해줄 때 까지 남편은 모르고 있었어요. 아이를 낳으면 무조건 돈이 많이 든다는 생각 때문에 늦게 낳는 경우도 있었어요. 어떤 기관에서 얼마씩 나오고, 정부 보조가 무엇이 있는지 충분히 들을 수 있는 기회가 없는 것 같아요.(N- 6개월 자녀를 둔 어머니)

예를 들어 남편만 일을 했을 때, 저는 양육수당을 받을 수 있었지만, 주위에 못 받은 사람이 정말 많았어요. 3자녀일 때, 몇% 지원받을 수 있는 정책도 있었는데 그 정보를 모르는 엄마 또한 많았어요. 저는 지인이 구청에서 일해서 정보를 알 수 있었어요. 결국 전체적으로 정보가 퍼지지 않고 아는 사람에게만 퍼지게 돼요. 동사무소에서든 혜택을 제대로 알려주지 않아요. 신청을 한 엄마들에게만 주고요. 엄마들이 직접 알아보아야 혜택을 받을 수 있는 상황이 많이 아쉬워요.(N- 만 2,3세 자녀를 둔 어머니)

## 나. 공공 육아정보 제공에 대한 개선 요구

### 1) 선호하는 공공 육아정보에 기대하는 내용

영유아 부모들이 정부의 공공사업을 통해서 전달받기 원하는 육아정보의 내용을 <표 V-3-7>과 같이 살펴보았다. 공공 육아정보로서 교육(27.1%)에 대한 요구가 가장 많았고, 발달, 문화·참여, 공공서비스, 의료·안전의 순으로 높게 나타났다.

<표 V-3-7> 공공사업에서 제공받고 싶은 육아정보의 내용

단위:%, %(명)

| 구분       | 교육   | 발달   | 문화·참여 | 공공서비스 | 의료·안전 | 영양   | 기본생활습관 | 합계           | $\chi^2(df)$  |
|----------|------|------|-------|-------|-------|------|--------|--------------|---------------|
| 전체       | 27.1 | 18.0 | 17.1  | 11.4  | 11.3  | 10.3 | 4.8    | 100.0(1,508) |               |
| 자녀연령     |      |      |       |       |       |      |        |              |               |
| 영영아      | 11.5 | 28.2 | 9.7   | 13.7  | 15.0  | 20.3 | 1.8    | 100.0( 227)  | 160.34(18)*** |
| 영아       | 19.4 | 21.0 | 16.0  | 12.0  | 13.5  | 12.0 | 6.1    | 100.0( 525)  |               |
| 유아       | 35.3 | 14.4 | 18.7  | 10.5  | 9.9   | 6.5  | 4.7    | 100.0( 507)  |               |
| 취학 전     | 41.0 | 9.6  | 22.9  | 10.0  | 6.0   | 5.6  | 4.8    | 100.0( 249)  |               |
| 거주지 지역규모 |      |      |       |       |       |      |        |              |               |
| 대도시      | 24.9 | 15.1 | 21.0  | 11.4  | 11.7  | 11.0 | 4.8    | 100.0( 647)  | 47.92(12)***  |
| 중소 도시    | 27.7 | 22.0 | 13.8  | 12.4  | 9.7   | 9.3  | 5.1    | 100.0( 751)  |               |
| 읍/면      | 36.4 | 7.3  | 16.4  | 4.5   | 19.1  | 13.6 | 2.7    | 100.0( 110)  |               |

(표 V-3-7 계속)

| 구분           | 교육   | 발달   | 문화·<br>참여 | 공공<br>서비스 | 의료·<br>안전 | 영양   | 기본<br>생활<br>습관 | 합계          | $\chi^2(df)$ |
|--------------|------|------|-----------|-----------|-----------|------|----------------|-------------|--------------|
| 월 가구소득       |      |      |           |           |           |      |                |             |              |
| 260만원 이하     | 24.1 | 14.6 | 18.4      | 14.3      | 11.2      | 10.2 | 7.1            | 100.0( 294) | 25.49(18)    |
| 261~350만원 이하 | 26.5 | 19.7 | 15.5      | 10.7      | 11.8      | 11.2 | 4.6            | 100.0( 569) |              |
| 351~450만원 이하 | 29.9 | 20.0 | 17.8      | 9.2       | 9.9       | 10.6 | 2.7            | 100.0( 415) |              |
| 451만원 이상     | 27.4 | 14.3 | 18.3      | 13.5      | 12.6      | 7.8  | 6.1            | 100.0( 230) |              |
| 모 취업 여부      |      |      |           |           |           |      |                |             |              |
| 전일제 취업모      | 30.6 | 18.0 | 16.1      | 9.0       | 9.8       | 11.2 | 5.2            | 100.0( 366) | 11.26(12)    |
| 시간제/프리랜서/학업  | 24.6 | 19.3 | 17.1      | 10.7      | 11.2      | 13.9 | 3.2            | 100.0( 187) |              |
| 휴직 중/미취업     | 26.3 | 17.7 | 17.5      | 12.5      | 11.8      | 9.3  | 4.9            | 100.0( 955) |              |

\*\*\*  $p < .001$

이러한 요구는 자녀의 연령에 따른 집단 차이를 보였다. 영아 자녀의 부모는 발달, 의료·안전에 관심을 보인 반면 유아 부모는 교육에 대해 월등하게 높은 관심을 보였다.

거주 지역에 따라서도 차이를 보였는데, 중소도시와 읍면지역으로 갈수록 공공사업에서의 교육관련 정보에 대한 요구가 높고, 대도시의 경우는 문화·참여에 대한 요구가 다른 지역보다 높은 특징을 보였다.

한편 본 결과는 영유아 부모가 필요로 하는 육아정보 영역의 1~3순위(공공서비스, 발달, 교육)와 다소 유사한 것으로 나타났다.

## 2) 공공 육아지원사업의 전달 방법에 대한 선호도

마련된 정책이 실질적 수요자에게 효과적으로 전달됨은 정책의 성공에 중요한 변인이다. 정부와 지방자치단체에서 시행하고 있는 공공 육아지원사업에 대해 수요자는 어떠한 방법으로 전달받기 희망하는가를 조사하였다. 영유아 부모들은 이용자의 신청여부와 관계없이 모든 정보를 전달받기 원한다는 응답이 (46.6%)로 가장 많았고 이용자가 신청한 정보를 중심으로 사업을 안내하여 주기 바란다(36.5%), 개별적인 상담 후 여러 사업을 종합적으로 전달하기 바란다 (16.9%)의 순으로 나타났다. 이 결과에는 거주 지역에 따른 차이를 보여 중소도시와 읍면지역에 거주하는 경우에 신청여부와 관계없이 모든 정보를 전달받기 원하는 비율이 높았고, 대도시의 경우에는 이용자가 신청한 정보를 위주로 전달받기 원하는 비율이 가장 높았다.

〈표 V-3-8〉 공공 육아지원사업의 전달 방법에 대한 선호도

단위:%, %(명)

| 구분           | 모든 정보 전달 | 신청한 정보<br>위주로 전달 | 개별 상담 후<br>종합적 전달 | 합계           | $\chi^2(df)$ |
|--------------|----------|------------------|-------------------|--------------|--------------|
| 전체           | 46.6     | 36.5             | 16.9              | 100.0(1,508) |              |
| 자녀연령         |          |                  |                   |              |              |
| 영아           | 45.1     | 37.1             | 17.8              | 100.0( 752)  | 1.65(2)      |
| 유아           | 48.1     | 35.8             | 16.0              | 100.0( 756)  |              |
| 거주지 지역규모     |          |                  |                   |              |              |
| 대도시          | 39.6     | 40.8             | 19.6              | 100.0( 647)  | 33.25(4)**   |
| 중소 도시        | 50.1     | 35.2             | 14.8              | 100.0( 751)  |              |
| 읍/면          | 64.5     | 20.0             | 15.5              | 100.0( 110)  |              |
| 월 가구소득       |          |                  |                   |              |              |
| 260만원 이하     | 46.6     | 33.0             | 20.4              | 100.0( 294)  | 5.78(6)      |
| 261~350만원 이하 | 45.2     | 37.4             | 17.4              | 100.0( 569)  |              |
| 351~450만원 이하 | 48.7     | 36.9             | 14.5              | 100.0( 415)  |              |
| 451만원 이상     | 46.5     | 37.8             | 15.7              | 100.0( 230)  |              |
| 모 취업 여부      |          |                  |                   |              |              |
| 전일제 취업모      | 47.0     | 36.9             | 16.1              | 100.0( 366)  | 0.45(4)      |
| 시간제/프리랜서/학업  | 46.5     | 37.4             | 16.0              | 100.0( 187)  |              |
| 휴직 중/미취업     | 46.5     | 36.1             | 17.4              | 100.0( 955)  |              |

\*\*\*  $p < .001$ 

### 3) 공공 육아지원사업의 전달 매체에 대한 선호도

영유아 부모들이 공공 육아정보를 보다 쉽게 접하기 위해서 어떤 방식으로 홍보되어야 하는지 조사한 결과는 <표 V-3-9>와 같다. 공공사업에 대한 홍보 수단으로써 TV, 라디오, 신문, 교통수단 광고와 같은 대중매체(25.1%)를 가장 선호하였다. 그외 범용포털(23.8%), 전화 및 문자서비스(18.4%), 개별면담 및 전화상담(16.9%), 인쇄물(10.8%) 순으로 선호도가 높게 나타났다.

대도시와 읍면지역에 거주하는 영유아 부모들은 대중매체를 통해 공공지원사업을 전달 받기 원했으나 중소도시의 경우 범용포털을 더 선호하는 경향이 있었다.

한편 전달 매체에 대해 응답자의 연령이 높아질수록 대중매체를 선호하는 경향이 있었다. 40세 이상의 영유아 부모는 TV, 라디오 등을 33.7% 가장 적합한 매체라고 응답하였다. 이에 반해 개별면담 및 전화상담은 연령이 젊을수록 덜 선호하는 것으로 나타났다. 가구 가구소득과 어머니 취업 여부에 따른 홍보매체 선호도는 두드러진 차이가 나타나지 않았다.

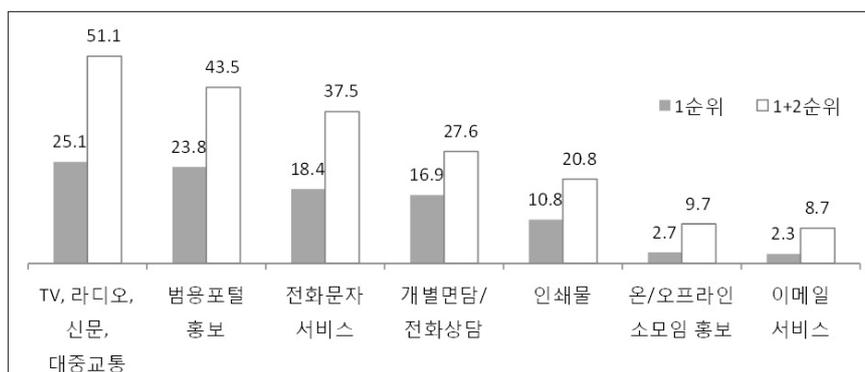
〈표 V-3-9〉 공공 육아정보의 홍보 매체에 대한 선호도-1순위

단위:%, %(명)

| 구분          | TV, 라디오, 신문, 대중교통 광고 | 범용 포털 홍보 | 전화 문자 서비스 | 개별 면담·전화 상담 | 인쇄물  | 온·오프라인 소모임 홍보 | 이메일 서비스 | 합계          | $\chi^2(df)$ |
|-------------|----------------------|----------|-----------|-------------|------|---------------|---------|-------------|--------------|
| 전체          | 25.1                 | 23.8     | 18.4      | 16.9        | 10.8 | 2.7           | 2.3     | 1000(1,508) |              |
| 자녀연령        |                      |          |           |             |      |               |         |             |              |
| 영아          | 24.2                 | 24.1     | 18.2      | 18.6        | 10.0 | 2.5           | 2.4     | 1000( 752)  | 4.30(6)      |
| 유아          | 25.9                 | 23.5     | 18.5      | 15.2        | 11.6 | 2.9           | 2.2     | 1000( 756)  |              |
| 거주지 지역규모    |                      |          |           |             |      |               |         |             |              |
| 대도시         | 31.4                 | 22.7     | 18.4      | 15.1        | 7.6  | 2.5           | 2.3     | 1000( 647)  | 44.97(12)*** |
| 중소도시        | 18.5                 | 25.6     | 18.5      | 18.9        | 13.3 | 3.1           | 2.1     | 1000( 751)  |              |
| 읍/면         | 32.7                 | 18.2     | 17.3      | 13.6        | 12.7 | 1.8           | 3.6     | 1000( 110)  |              |
| 모 취업 여부     |                      |          |           |             |      |               |         |             |              |
| 전일제 취업모     | 28.1                 | 23.2     | 17.5      | 13.9        | 12.0 | 1.6           | 3.6     | 1000( 366)  | 17.84(12)    |
| 시간제/프리랜서/학업 | 19.3                 | 20.3     | 21.4      | 20.3        | 13.4 | 3.7           | 1.6     | 1000( 187)  |              |
| 휴직 중/미취업    | 25.0                 | 24.7     | 18.1      | 17.4        | 9.8  | 2.9           | 2.0     | 1000( 955)  |              |
| 응답자 연령      |                      |          |           |             |      |               |         |             |              |
| 30세 미만      | 21.0                 | 18.1     | 19.6      | 23.2        | 14.5 | 2.9           | 0.7     | 1000( 138)  | 42.82(18)*** |
| 30~34세      | 23.1                 | 27.5     | 16.4      | 18.0        | 8.5  | 3.8           | 2.8     | 1000( 579)  |              |
| 35~39세      | 25.0                 | 24.3     | 20.4      | 13.9        | 12.0 | 1.7           | 2.7     | 1000( 592)  |              |
| 40세 이상      | 33.7                 | 15.6     | 17.1      | 18.6        | 11.6 | 2.5           | 1.0     | 1000( 199)  |              |

\*\*\*  $p < .001$

공공 육아정보를 얻을 때 가장 선호하는 홍보 방식 중 1,2순위를 함께 나타내면 아래 그림과 같다. TV, 라디오, 신문, 교통 광고와 같은 대중매체(51.1%)를 통해 얻는 것을 가장 선호하였고, 범용포털(43.5%), 전화 및 문자서비스(37.5%) 등을 선호하는 것으로 나타났다.



[그림 V-3-2] 공공 육아정보의 홍보 매체에 대한 선호도 - 1+2순위

매스 미디어를 선호하는 경향은 심층면접에서도 동일하게 나타났는데 이는 현재까지 경험과 유사하게 대중매체를 통해 공공 육아정보를 알리면 여러 사람이 노출되어 지인으로부터 정보를 받을 수 있을 것이라는 기대에서 나타난 현상으로 풀이할 수 있다. 그러나 영유아 부모들이 지인으로부터 육아정보를 얻을 때 자기만 모르는 것이 아닌가 하는 궁극적인 불안감을 해소하기 위해서는 퍼스널 미디어를 통한 공공 육아정보의 전달도 필요할 것으로 보였다.

TV가 편한 것 같아요. 읍에서 배포하는 생활안내지에도 정보가 있었으면 좋겠어요. 요즘엔 육아 상식 프로그램에서 전문가들이 많이 나오는데, 그렇게 프로그램 안에 코너를 넣는 게 좋을 것 같아요. 한 엄마가 보더라도 금방 입소문이 나니까요.(R- 만 1세 자녀 어머니, 읍면지역 경상거주)

어린이 프로그램하는 시간대에 제공하는 것도 좋을 것 같고, EBS를 통해 제공하는 것도 좋을 것 같아요. 케이블 중에도 만화만 하는 프로그램을 통해 엄마가 접할 수 있도록 하는 것도 좋을 것 같아요.”(T- 만 3세 자녀 어머니, 일산시거주)

육아지원관련 정보는 신속함에 있어선 대중매체가 좋을 것 같아요. 실질적으론 문자나 카톡이 좋을 것 같아요. 엄마들은 카톡을 통해 정보 공유를 많아 하거든요.(P- 만 2세 자녀 어머니, 읍면지역 전라거주)

우편물이 없으면 잊고 있어요. 우편물이 오니까 예방 접종 시기 등이 생각나요.(E- 만 1,2세 자녀를 둔 비취업모 중소도시 거주)

아이가 태어나면 예방접종에 관해 정보가 와요. 그런 것처럼 집으로 정보를 보내 줄 수 있었으면 좋겠어요. 메일을 보낸다거나 산부인과에 포스터를 비치해 두면 좋을 것 같아요.(N- 6개월 자녀를 둔 비취업모 중소도시 거주)

네이버 배너나, 인터넷 기사와 연계해 바로 연결되도록 링크해 주는 것이 필요하다고 생각해요.(L- 11개월 자녀를 둔 취업모 대도시 거주)

동사무소에서 출생신고 할 때 받는 것이 좋다고 생각해요. 육아에 대한 정보를 준다고 하면 대다수의 부모들이 개인정보 제공에 동의할 거라 생각해요.(L- 11개월 자녀를 둔 취업모, 대도시거주)

정보제공방법은 문자가 제일 좋은 것 같아요.(M- 만0(3)세 자녀를 둔 비취업모, 서울 거주)

엄마들이 카스를 대부분 이용하기 때문에 나라에서 카스를 이용했으면 좋을 것 같아요.(T- 만 3세 자녀 어머니, 일산시 거주)

### 다. 공공 육아정보 포털사이트에 대한 개선 요구

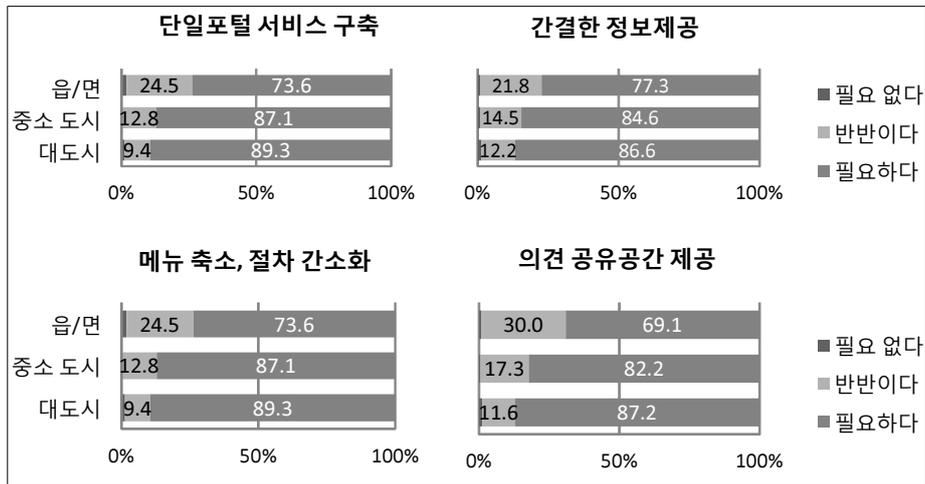
육아지원사업과 관련한 공공 포털 서비스 개선에 대한 의견을 다음 <표 V-3-10>과 같은 4가지 하위 질문을 통해 그 필요 정도를 살펴보았다. 4가지 질문에서 모두 필요하다는 의견이 80%이상으로 대부분의 영유아 부모가 개선을 요구하는 것으로 나타났다.

<표 V-3-10> 공공 육아정보 포털 사이트 개선 요구

| 구분                           | 필요 없다 | 반반이다 | 필요하다 | 합계           | 평균   |
|------------------------------|-------|------|------|--------------|------|
| 단일 포털 서비스 구축 <sup>1)</sup>   | 0.7   | 12.2 | 87.1 | 100.0(1,508) | 4.13 |
| 메뉴 축소 및 절차 간소화 <sup>2)</sup> | 1.1   | 16.6 | 82.4 | 100.0(1,508) | 4.18 |
| 간결한 정보 제공 <sup>3)</sup>      | 1.1   | 14.1 | 84.9 | 100.0(1,508) | 4.17 |
| 개인 의견 공유 공간 <sup>4)</sup>    | 0.9   | 15.8 | 83.4 | 100.0(1,508) | 4.08 |

- 주: 1) 모든 공공사업을 한번에 찾을 수 있는 단일 포털 서비스를 제공
- 2) 이용 절차를 쉽게 찾을 수 있는 메뉴 축소 및 검색 절차를 간소화
- 3) 지원항목과 이용절차 위주로 간결한 정보를 제공
- 4) 사업에 대한 이용 후기 등 개인 의견 공유 공간을 제공함.

한편 지역규모에 따라 개선 요구도가 차이를 보였는데 대도시와 중소도시는 각 개선사항이 필요하다는 의견이 대체적으로 높은 반면 읍면 지역은 필요하다는 의견도 높지만 '반반이다'라는 의견도 20~30%까지 비교적 높게 나타났다.



[그림 V-3-3] 공공 육아정보 포털사이트 개선 요구 - 거주지역별 비교

이는 육아정보 공공포털을 대도시와 중소도시에서 포털사이트를 더 자주 이용하기 때문에 그 개선 요구도 더 큰 것으로 해석될 수 있다. 그 외 자녀 연령, 가구소득 수준, 모 취업 유형에 따른 공공포털 개선 요구도 수준에는 두드러진 차이가 관찰되지 않았다.

심층면접에서도 공공포털 이용 시 해당 주소를 찾는 과정, 회원 가입 시 인증 절차 과정, 복잡한 화면에서 필요한 정보를 찾는 과정, 이용신청 정보의 수정 과정에서 어려움을 토로하였다.

우리가 인터넷에 검색했을 때 상위 링크가 되게끔 하면 좋겠어요. 우리는 처음에 올라온 블로그 글을 먼저 읽으니까요. 그 사이트에 직접 찾아가긴 힘든 것 같아요.(E- 만 1,2세 자녀 어머니)

구청이나 보건소, 장난감도서관이 구마다 있잖아요. 그런 시설을 이용하려고 사이트 검색을 많이 하는데, 잘되어 있는 곳도 있고 아닌 곳도 있어요. 그런 부분에 있어서 홍보를 더 해주거나 사이트를 더욱 보완해줬으면 좋겠어요.(L- 11개월 자녀 어머니)

물지도 따지지도 않고 가입하는 맘스홀릭처럼 포털사이트에 모두 가입할 정도의 환경이 마련되었으면 좋겠어요.(M- 3개월 자녀의 어머니)

홈페이지 디자인이 눈에 들어오지 않아요.(N- 6개월 자녀 어머니)

배열 같은 것도 그렇고 눈에 쏙쏙 안들어와서 잘 안 들어가요. 내가 원하는 것보다 더 많은 정보가 있잖아요. 정책위주고요. 엄마들이 원하는 것은 정확한 한마디인데 그런 홈페이지엔 “이런 정책에 의해서”, “몇 조에 의거해서”등 어렵게 써 있어요.(E- 만 1,2세 자녀 어머니)

홈페이지에 들어가면 내가 원하는 정보를 거기에서 찾고 싶은데, 그곳에선 제가 찾고 싶은 정보를 찾을 수가 없어요. 홈페이지 접근성이 떨어지니까.. 또 지역마다 사업이 다르기 때문에 확인이 필요한데.. 그래서 전화문의를 해요. 홈페이지에 들어갔다가 닫고 나온 적이 더 많은 것 같아요.(B- 예비부모)

아이사랑 카드에 대한 지원이 뭐가 있을지도 찾아봤는데, 정보를 찾기가 어려웠어요. 어린이집을 작년에 대기해 놓았는데 정책이 바뀌어서 올해에 다시 대기신청을 해야 한다는 정보를 몰랐어요. 어린이집에서 문자를 줘 알게 되었는데, 이런 부분에 대해서 보완이 필요해 보여요. 지원되는 바우처가 있는지도 검색해 봤는데, 소득수준 제한이 있고 연령도 잘 만나와있었어요. (L- 11개월 자녀를 둔 취업모)

어린이집 대기신청 할 때 체크하는 란이 있는데, 원에 직접 전화해야 정보를 수정할 수 있어서 불편해요. 정보는 2년 사이에 자주 바뀌는데, 이에 따라 출생순위가 바뀌기도 해요. 수정하는 부분을 엄마가 할 수 있어야 일을 신속히 처리할

수 있을 것 같아요.(I- 만 2,3세 자녀 어머니)

스마트 기기로 접근할 수 있어야 활용하기 편리하다는 의견도 있었으며 공공포털을 통합하여 단순화하는 것이 이용자의 편리성 측면에서 중요한 것으로 보였으며 육아정보를 공유할 수 있는 공식적인 소통의 장을 기대하는 경우도 있었다.

정보를 하나로 통합했으면 좋겠어요. 일단 복잡하면 보기 싫어요. 최대한 간소하게, 최대한 하나로 모아주는 게 좋을 것 같아요. 아이 연령별로 정보를 모아준다면 지나가면서라도 볼 수 있어요.(C- 만 4,8세 자녀 어머니)

정보를 한 번에 볼 수 있는 것이 필요해요.(L- 11개월 자녀 어머니, M-3개월 자녀 어머니, N- 6개월 자녀 어머니)

아이사랑보육포털은 어린이집 대기 관련 부분이잖아요. 그런데 pc로만 이용해야 정확하고, 아이핀을 발급받아야만 모바일로 들어갈 수 있는 게 불편해요. 아이를 키우다보면 스마트폰을 많이 이용하는데, 스마트폰으로 볼 수 있는 정보를 쉽게 찾을 수가 없어요. 스마트폰은 pc보다 화면이 크지 않다보니 정보를 보는 데 불편함이 있어요.(L- 11개월 자녀 어머니)

정보를 공유할 수 있는 장이 마련되었으면 좋겠어요.(T- 만 3세 자녀 어머니)

#### 4. 소결

4장에서 영유아 부모는 육아정보를 이용할 때 내용과 상관없이 모두 퍼스널 미디어를 가장 많이 활용하였다. 이와 유사하게 이들은 공공 서비스를 찾을 때에도 퍼스널 미디어(40.4%)를 정부 및 지방자치단체의 주요 전달체계인 기관(37.8%) 보다 더 많이 활용하는 것으로 나타났다. 이는 공공 서비스에 대해 정보 제공자가 주로 활용하는 매체와 영유아 부모가 주로 이용하는 매체가 상이함을 의미한다. 즉 영유아 부모가 선호하지 않는 매체를 통해 공공서비스에 대한 안내를 제공하기 때문에 공공서비스에 대한 영유아 부모의 접근성과 이해도가 떨어질 가능성이 있다.

5장에서 공공 육아정보 이용현황을 조사한 결과 영유아 건강검진과 예방접종을 중심으로 한 의료정보 서비스와 보·교육기관 정보 및 비용지원, 양육수당을 중심으로 한 보육·교육 서비스 이용정보의 이용경험률이 80%를 선회하였다. 그

러나 부모교육, 참여 프로그램, 행사, 상담에 대한 육아정보의 이용경험률은 최대 20%에 그쳤으며 전혀 알지 못한다는 답변이 40%대에 육박하였다.

특히 대도시에 거주하거나 가구 소득수준이 높을 때 공공 육아정보의 활용률이 더 높은 것으로 나타났다. 또한 읍면지역의 경우 심층 면접조사에서 육아종합지원센터, 건강가정지원센터 등 육아지원 특화기관에 대한 인지도가 매우 낮는데 반해 주위 지인들로부터 정보를 얻거나 TV 방송에서 접하는 사례가 관찰되었다. 공공 육아정보의 내용에 따라 주이용 제공처(매체)는 다소 상이하나 주민자치센터와 시군구청에 대한 의존성이 대부분의 공공 육아정보에서 고르게 나타났다. 그러나 주민자치센터와 시군구청 담당자들이 육아지원사업에 대해 잘 모르거나 불친절한 경우가 많아 영유아 부모들의 공공 육아지원사업에 대한 실망을 얻고 추후 접근시도도 포기하는 것으로 보였다.

공공 육아정보에 대한 만족도는 보건소·병원에서 가장 높았으며 특히 정보 내용과 편의성 부분에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다. 시군구청, 지역사회 복지관, 도서관 등의 육아정보는 활용성이 상대적으로 높게 나타났으며 온라인 공공포털에 대해서는 상호작용에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다.

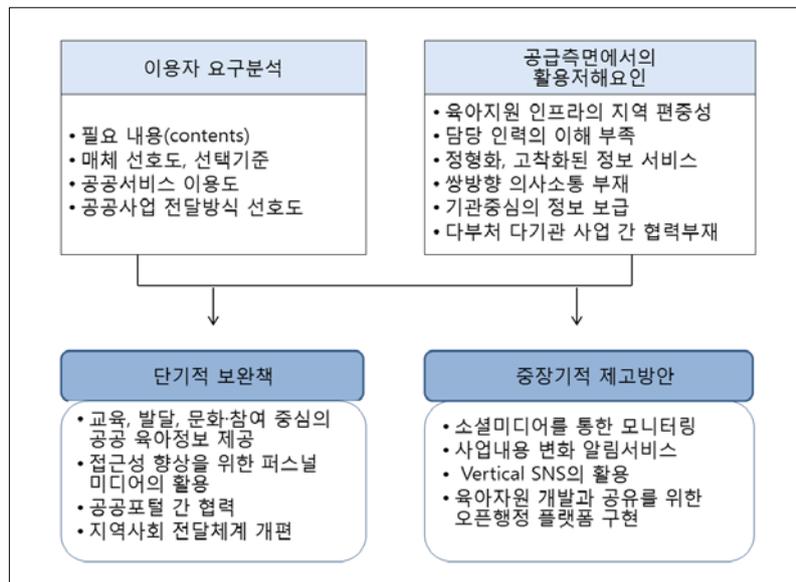
공공 육아정보를 이용한 경험이 있는 영유아 부모들은 공공서비스에 불만족하지 않다고 답변한 경우가 44.2%로 가장 높았는데 어떤 사업이 있는지 어디에서 어떻게 찾아야 할지 모르는 영유아 부모의 심층면접조사 결과를 고려해 볼 때 이용 접근 자체가 쉽지 않아 특별한 불만족의 사안을 파악하기가 어려운 것으로 보였다. 또한 공공 육아정보 미이용 이유로써 불필요하다, 시간이 없다, 정보를 모른다, 절차가 복잡하다라는 응답이 높아 영유아 부모들이 공공서비스에 대해 무관심하거나 기대감이 없는 것으로 해석되었다.

영유아 부모가 선호하는 공공 육아정보 홍보 사업은 모든 정보를 신청하지 않아도 전달해 주기를 바라는 경우가 46.6%로 높게 나타났으며 특히 읍면 지역에서 이러한 특성이 두드러졌다. 반면 대도시의 영유아 부모는 이용자가 신청한 정보를 위주로 전달하는 방식을 선호하였다. 공공서비스의 홍보 매체에 대한 영유아 부모의 선호도는 TV 방송 25.1%, 범용포털 23.8%, 전화문자 서비스 18.4%, 개별 전화상담 16.9%, 인쇄물 10.8%로 산발적이었다. 그러나 공공포털사이트의 단일 포털 서비스 구축, 메뉴 축소, 이용 절차 간소화, 간결한 정보 제공, 개인 의견 공유 공간에 대한 필요성은 80%이상으로 관찰되어 개선에 대한 요구가 높은 것으로 나타났다.

## VI. 육아정보 요구분석 및 활용지원 방안

본 장에서는 앞서 조사된 영유아 부모가 필요로 하는 육아정보의 내용과 매체 활용의 특성, 공공 육아정보 서비스에 대한 개선 요구사항을 바탕으로 향후 공공 육아정보의 내용구성과 효과적인 전달 방안을 도출하고자 하였다.

이를 위해 첫째, 영유아 부모의 여건에 따른 육아정보 이용특성 중 필요 내용(contents), 선호 매체, 공공 육아정보 이용 경험, 선호하는 공공사업 홍보방식 등을 중심으로 주요 고려 항목을 도출하였다. 둘째, 이러한 영유아 부모의 요구를 지원하기에 부적절한 공공서비스의 한계점들을 분석하였다. 셋째, 분석결과를 토대로 영유아 부모의 육아정보 활용을 지원하기 위한 정책 방향을 결정하였고 개선이 요구되는 주요사항을 단기적인 보완책으로 제시하였다. 넷째, 육아정보 이용자 중심의 서비스 방안을 모색하기 위해 이용자 요구에 대한 모니터링 시스템 도입, 지역사회 육아자원 개발과 공유를 위한 오픈행정 플랫폼 구현 등을 중장기 과제를 제안하였다.



[그림 VI-1-1] 육아정보 요구분석 및 활용지원 방안 도출 과정

## 1. 육아정보 요구분석

4장과 5장에서 영유아 부모의 육아정보 이용실태와 공공사업의 이용현황은 가구여건에 따라 다소 간의 차이를 보여 주요 이용자 특성을 고려한 맞춤형 육아정보 제공 방안 마련이 필요함을 시사하였다. 이에 본 절에서는 관련 요인들의 중요도를 기준으로 이용자 집단을 분류하여 육아정보 이용 특성에 대한 설명모형을 구체화하고자 하였다. 이를 위해 육아정보 이용현황 데이터에 내재된 패턴을 찾아내는 탐색적인 자료분석 기법의 하나인 의사결정나무분석(decision tree)을 활용하였다.

의사결정나무분석을 통해 첫째, 육아정보 이용에 있어 유사한 행태(behavior)를 보이는 영유아 부모들을 소집단의 일원으로 분류하였다. 둘째, 이용자 특성 중 영유아 부모의 육아정보 활용 행태를 설명하는 데에 활용가치가 있는 소수의 변인들을 우선순위를 두어 순차적으로 선별하도록 하였다.

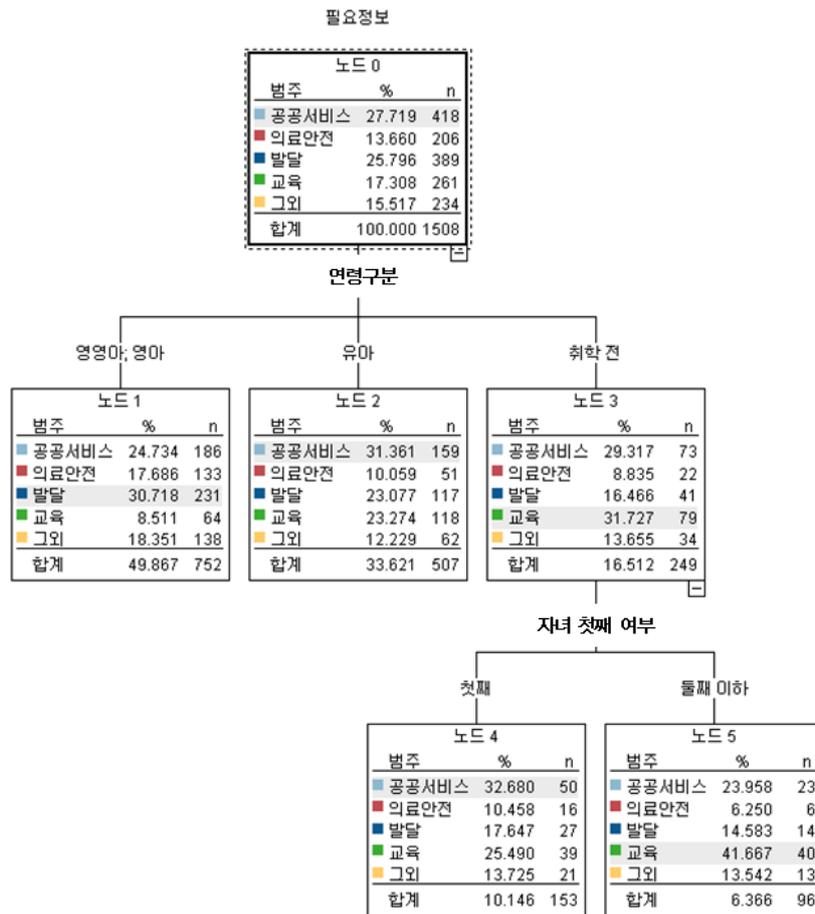
### 가. 육아정보 이용 유형 구분

#### 1) 자녀 특성에 따른 필요 육아정보의 구분

주요 육아정보로 지목된 공공서비스, 의료·안전, 발달, 교육 영역에 대한 영유아 부모의 필요도를 가구여건과 인구학적 특성을 고려하여 살펴본 결과 <표 IV-1-1>과 같이 자녀연령, 모취업 여부, 자녀 첫째 여부에 따라 유의미한 차이가 있는 것으로 관찰되었다. 관련 요인에 대해 의사결정나무분석을 진행한 결과 최종적으로 5개의 집단으로 구분되었으며 자녀연령과 자녀의 첫째여부가 주요 분류변인으로 작용함을 알 수 있었다(그림 VI-1-2 참조). 영영아, 영아기 자녀를 둔 경우 발달(30.7%)에 대한 육아정보가 가장 필요한 것으로 나타났다(노드 1). 유아기에는 공공서비스(31.4%)에 대한 필요가 높음을 알 수 있었다(노드 2). 취학전 자녀 중 첫째 자녀일 경우 공공서비스가(32.7%, 노드 4), 둘째 이하일 경우 교육(41.7%)가 가장 필요한 육아정보로 나타났다(노드 5). 즉 자녀연령과 자녀 첫째 여부에 따라 필요한 육아정보의 내용이 달라짐을 알 수 있었다.

육아정보 하위 영역에서도 자녀 특성별 필요 정보가 상이하였다. 공공서비스의 경우 영영아 자녀를 둔 부모들은 양육수당 정보에 대한 필요가 높았고 영아기 이후에서는 어린이집·유치원 신청 정보를 보다 필요로 하는 것으로 나타났

다. 의료·안전부문에서도 영아기에는 건강검진과 예방접종 정보에 대한 필요가 두드러졌고 유아기에는 사고 시 응급상황 대처법에 대한 관심이 높았다. 발달영역에서는 영아기까지 월령별 발달에 대한 필요가 절대적으로 높았고 유아기부터는 창의성 발달과 인성 발달에 대한 필요도가 상승하였다. 교육부문에서는 영아기에 교재교구 놀잇감, 도서에 대한 필요가 가장 크다가 유아기부터 점차 어린이집·유치원·학원선택 정보에 대한 필요가 증가하는 경향이 있었다. 이와 같은 자녀 특성에 따른 필요 육아정보의 내용 구분이 향후 공공 육아지원사업의 기획과 운영에 반영될 수 있어야 할 것이다.



주: 예측치 중요도: 자녀연령 0.95, 자녀첫째여부 0.05 예측정확도: 31.43%

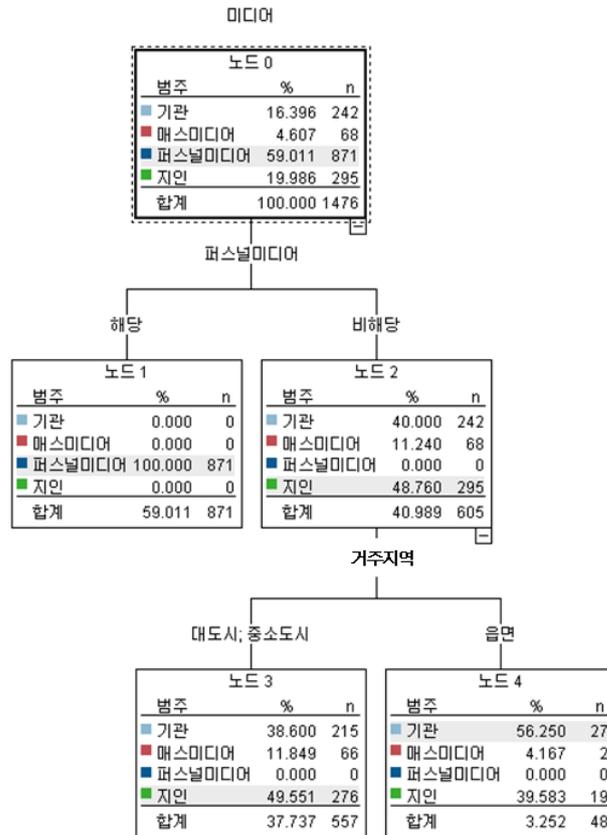
[그림 VI-1-2] 자녀특성에 따른 필요 육아정보의 구분

## 2) 거주지역별 육아정보 습득경로의 차이

육아정보의 주요 습득 경로로는 <표 IV-1-6>과 같이 퍼스널 미디어의 이용이 59.0%로 높았으며 자녀연령, 거주지역 규모, 응답자 연령에 따라 매체 활용에 있어 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 관련 요인에 대해 의사결정나무 분석을 진행한 결과 영유아 부모는 최종 3개의 집단으로 구분되었으며 퍼스널 미디어와 거주지역의 규모가 주요 분류변인으로 작용함을 알 수 있었다(그림 VI-1-3 참조). 우선 퍼스널 미디어를 주 활용 매체로 이용하는 집단이 분리되었다(노드 1). 퍼스널 미디어를 주로 이용하지 않는 집단 중 대도시, 중소도시 거주자에서는 지인을 주로 활용하는 경우가 가장 많았다(49.6%, 노드 3). 한편 읍면 지역에서는 기관을 많이 이용하는 것으로 나타났다(56.3%, 노드 4). 즉 퍼스널 미디어를 이용하지 않는 영유아 부모는 거주지역 규모에 따라 구분되어 지인 또는 기관을 주로 이용함을 알 수 있었다.

퍼스널 미디어의 하위 항목으로써 범용포털(58.8%)과 온라인 동호회(26.2%)의 활용도가 가장 높았으며 이는 자녀연령, 거주지역 규모, 모취업 여부, 가구소득, 응답자 연령에 따른 차이가 없는 특징이 있었다. 즉 거주지역, 가구소득에 따라서 퍼스널 미디어를 사용하기 위한 기기 보유 여부, 전파 활용 여부 등 물리적 제약에는 차이가 없는 것으로 판단되었다. 또한 취업모도 시간과 공간의 제약을 받지 않기 때문에 퍼스널 미디어를 비취업모와 유사하게 선호하는 것으로 보였다. 육아정보를 얻기 위한 기관 이용도는 영영아기의 경우 보건소·병의원에서 가장 높았고 영아기 이후에는 보·교육기관에서 가장 높은 것으로 나타났다.

전체 영유아 부모 중 복수매체 이용률도 72.7%로 높았는데 어떠한 매체를 주 경로로 활용하여도 <표 IV-1-11>과 같이 보조경로는 퍼스널 미디어가 공통적으로 1위로 나타나 영유아 부모의 퍼스널 미디어에 대한 육아정보 의존도는 매우 높은 것으로 보였다. 이러한 퍼스널 미디어에 대한 높은 선호도는 이용의 편리성이 크게 작용하는 것으로 나타났다. 육아정보 내용별 주요 습득 경로를 비교 분석한 결과에서도 8개 영역 모두에서 공통적으로 퍼스널 미디어의 활용이 가장 많았으며 공공서비스를 제외한 모든 영역에서 과반수의 점유율을 보였다. 이와 같은 영유아 부모의 특성을 반영하여 현재 지역사회 전달체계 위주로 보급되고 있는 공공 육아정보를 퍼스널 미디어로 접근할 수 있도록 전달 방식의 개선이 필요한 것으로 보였다.



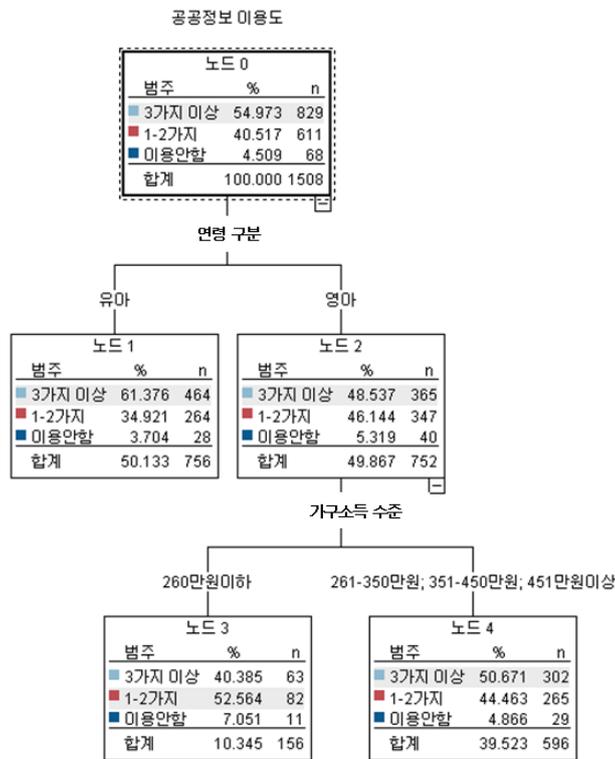
주: 예측치 중요도: 퍼스널미디어 0.98, 거주지역규모 0.02. 예측 정확도: 77.85%

[그림 VI-1-3] 거주지역별 육아정보 습득경로의 차이

### 3) 자녀연령, 소득수준에 따른 공공사업 이용 경험 차이

공공 육아지원사업의 육아정보 서비스 이용 경험 정도는 <표 V-1-2>와 같이 자녀연령, 거주지역 규모, 월 가구소득 수준에 따라 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 관련 요인에 대해 의사결정나무 분석을 진행한 결과 영유아 부모는 최종 3개의 집단으로 구분되었으며 자녀연령과 가구소득 수준이 주요 분류변인으로 작용함을 볼 수 있었다(그림 VI-1-4 참조). 유아집단에서는 3가지 이상 공공 육아정보를 이용하는 경우가 61.4%로 높은 특징이 있었다(노드 1). 영아집단 중에서도 261만원 이상 가구에서는 3가지 이상 이용 경험이 50.7%로 나타나

유아집단과 유사한 경향이 관찰되었다(노드 4). 그러나 가구소득이 260만원 이하인 경우(최저생계비 200% 미만에 해당)에 1-2가지 공공 육아정보를 이용해본 경험이 있다는 응답이 52.6%로 높게 나타났다(노드 3). 즉 공공 육아정보에 대한 영유아 부모의 이용도는 자녀연령에 따라 크게 구분되며 영아의 경우 가구 소득 수준에 따라 달라지는 경향이 관찰되었다. 자녀가 성장함에 따라 시간적으로 더 많은 서비스에 노출될 가능성이 커지므로 자녀연령에 따른 공공사업 이용 경험의 차이는 당연시 할 수 있었다. 그러나 가구소득 수준에 따라 공공 육아정보의 활용도에 차이가 발생하는 현상은 공공서비스에 대한 차등적 접근성을 의미할 수 있어 이를 해결하기 위한 방안 마련이 필요한 것으로 보여졌다.



주: 예측치 중요도: 자녀연령: 0.68, 가구소득: 0.32. 예측 정확도: 56.23%

[그림 VI-1-4] 자녀연령, 소득수준에 따른 공공사업 이용 경험 차이

공공 육아정보의 내용별로 구분해 보면 공공 의료정보, 공공 보·교육정보에 대해서는 전체 영유아 부모의 이용경험이 81.8% 이상이었으며 자녀연령이나 가

구소득 수준에 따른 이용률 차이가 없어 정보가 보편적으로 보급된 것으로 판단할 수 있었다. 그러나 공공 자료실·놀이실, 공공 부모교육, 공공 행사·공연 등에 대한 영유아 부모의 이용경험은 자녀연령과 월 가구소득, 거주지역 규모에 따라 상이한 것으로 나타났다. 이는 의료 및 보·교육 이외 분야의 공공정보 보급이 최근 기획·배포되고 있지만 영유아 부모들에게 까지 정보보급이 원활하게 이뤄지지 못한 현상으로 풀이할 수 있었다. 또한 시군구청이나 주민자치센터에 대한 의존도가 대부분의 공공 육아정보의 영역에서 높게 나타나고 있어 영유아 부모의 지역사회 육아지원사업 담당 기관에 대한 인지도 및 이용도가 시군구청과 주민자치센터에 미치지 못함을 나타내고 있었다. 이를 개선하기 위해서 공공 육아지원사업의 담당 기관과 육아지원사업의 내용이 영유아 부모에게 전달될 수 있도록 적극적인 홍보가 필요한 시점이다.

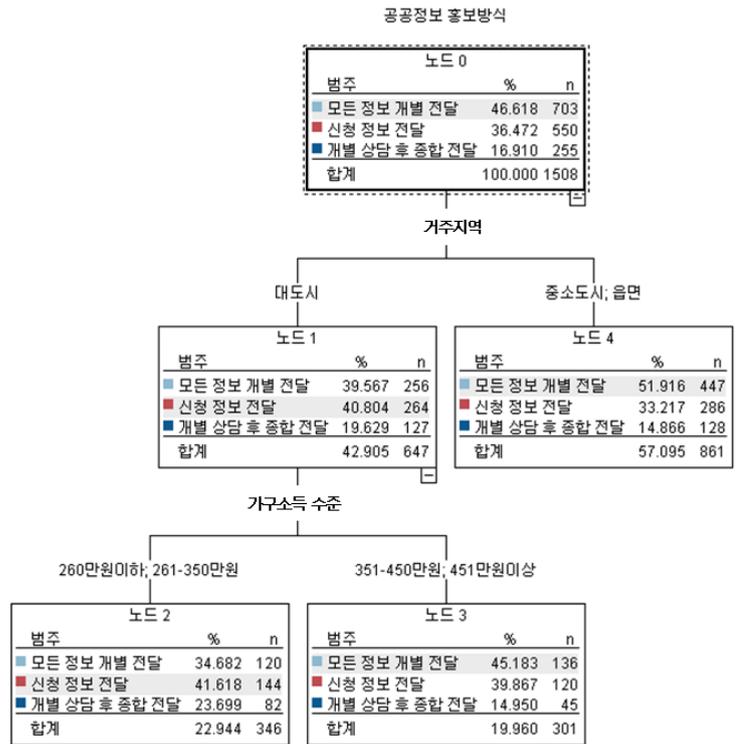
#### 4) 거주지역, 소득수준에 따른 공공사업 전달방식의 선호도 구분

영유아 부모가 선호하는 공공 육아지원사업의 전달 방법은 <표 V-3-8>과 같이 거주지역과 월 가구소득 수준에 따라 상이한 것으로 나타났다. 관련 요인에 대해 의사결정나무 분석을 진행한 결과 영유아 부모는 최종 3개의 집단으로 구분되었으며 거주지역의 규모와 가구소득 수준이 주요 분류변인으로 작용함을 알 수 있었다(그림 VI-1-5 참조). 중소도시, 읍면지역에 거주하는 영유아 부모들은 이용자의 신청과 관계없이 모든 공공 육아정보를 개별적으로 전달해 주기를 바라는 경우가 가장 많았다(51.9%, 노드 4). 또한 대도시에서 351만원 이상의 월 소득을 가진 가구에서도 이와 유사한 선호도를 보였다(45.2%, 노드 3). 그러나 대도시에서 350만원 이하의 가구소득을 가진 경우 이용자가 신청한 정보 위주로 전달 받기를 바라는 경우가 상대적으로 높게 나타났다(41.6%, 노드 2). 즉 영유아 부모가 선호하는 공공사업의 홍보방식은 거주지역 규모 따라 크게 구분되며 대도시의 경우 소득수준에 따라 다소 상이함을 볼 수 있었다.

공공 육아정보 홍보 매체에 대해서도 거주지역 규모에 따른 차이가 관찰되었다. 읍면지역의 영유아 부모들은 TV, 라디오, 대중교통의 광고를 가장 선호하였고 중소지역의 영유아 부모들은 범용포털의 광고를 가장 선호하는 것으로 나타났다. 한편 대도시에서는 TV, 라디오 등과 범용포털의 홍보 모두를 선호하는 경향이 특징적이었다. 그러나 대도시의 경우 이사 등의 이유로 인쇄물을 활용한 공공사업 홍보는 덜 선호하는 것으로 보였다. 한편 공공포털의 향후 개선사항으

로 <표 V-3-10>과 같이 단일포털 구축, 메뉴 축소 및 검색 절차 간소화, 전달 내용의 간결화에 대해 영유아 부모의 80% 이상이 찬성하였으나 읍면지역에서는 상대적으로 찬성의 비율이 낮은 특징이 있었다. 이와 같은 결과는 읍면지역 거주자가 도시지역 거주자 보다 정보 제공자와 이용자 간의 상호작용에 따른 이용자 맞춤형 정보 제공이 가능한 퍼스널 미디어 이용에 대해 관심이 낮으며 육아정보 이용에 다소 소극적인 것으로 판단할 수 있었다.

공공사업에서 제공하는 육아정보에 대한 이용 만족도도 <표 V-3-2>, <표 V-3-4>와 같이 읍면지역의 영유아 부모에게서 낮게 나타나 이들의 필요와 편의에 맞는 육아지원사업의 지원이 가능할 수 있도록 대책 마련이 시급한 것으로 판단된다. 심층면접조사 결과 읍면지역 영유아 부모는 지역사회의 인프라 및 시설 부족이 가장 큰 문제로 보고 있어 의료 시설 및 주요 육아지원기관의 지역 편중성을 해결할 수 있는 방안이 요구되는 것으로 보였다.



주: 예측치 중요도: 거주지역: 0.69, 가구소득: 0.31. 예측 정확도: 48.21%

[그림 VI-1-5] 거주지역, 소득수준에 따른 공공사업 홍보방식의 선호도 구분

## 나. 활용 저해 요인

### 1) 정형화된 공공서비스의 한계

본 연구에서 영유아 부모의 육아정보에 관련된 공공서비스 이용현황을 조사한 결과 의료 및 보육·교육 서비스를 제외하고 대부분의 영역에서 이용률이 20%미만으로 나타났다. 공공서비스를 이용하지 않는 이유로는 불필요해서, 시간이 없어서, 정보를 몰라서 순으로 응답한 경우가 많았다. 심층면접조사에서도 영유아 부모는 어떤 육아정보가 있는지, 어디에서 알아봐야 하는지에 대한 기본적인 욕구도 만족되지 않은 상태로 나타나 공공서비스를 어떻게 개선되어야 할지에 대해 그 필요를 구체화하기에도 어려운 상황이었다. 즉 현재 영유아 부모는 공공 육아지원서비스에 대해 무관심하며 기대감이 높지 않은 것으로 보였다. 이러한 현상의 원인으로 육아지원기관의 지역 편중성, 육아지원업무에 대한 유관기관 담당자들의 이해도와 책임의식 부족, 이용자와의 교감이 없는 표준화되고 고착화된 서비스를 주목할 필요가 있다.

첫째, 공공서비스 이용현황에 대한 응답자의 거주지역 특성에 따른 분석 결과 읍면지역의 거주자는 대도시 또는 중소도시 거주자 보다 영유아 부모의 공공서비스 이용 경험이 낮게 나타났다. 이는 육아지원 기관의 분포가 인구수를 기준으로 설치되므로 대도시 지역에 다수 편중되어 있기 때문에 발생할 수밖에 없는 현상으로 보여진다. 심층면접에서도 읍면 지역 영유아 부모들은 육아종합지원센터, 건강가정지원센터 등 육아지원 특화기관에 대한 인지도가 매우 낮았고 군청, 보건소, 지역사회 복지관 등에서 공공 육아정보를 얻을 수 있을 것이라는 기대도 높지 않은 것으로 나타났다. 그 대신 주위 지인들로부터 정보를 얻거나 TV 방송 또는 도서를 활용하는 사례가 관찰되었다.

둘째, 육아지원사업에 대한 유관기관 담당자들의 이해도와 책임의식이 이용자의 접근성에 영향력이 큰 것으로 나타났다. 심층면접 결과 영유아 부모들은 기관에 찾아가도 관련 담당자가 자기에게 적합한 사업을 먼저 소개해 주는 원스톱 서비스를 경험해 본적이 없었으며 특정 사업에 대해 문의하여도 구체적인 답변을 받기가 힘들었던 것으로 나타났다. 일부 부모들은 마치 자신이 경제적으로 어려워 도움을 구걸하는 듯한 모욕감을 받아 이후 공공서비스에 대한 기대를 가지지 않게 되었다는 의견도 있었다. 이는 최근 육아지원사업이 확대되고 중앙정부의 여러 부처와 지방자치단체의 산하기관들이 관련되어 있어 특별한

안내를 받지 못한 지역기관 담당자들이 다양한 육아지원사업을 숙지하고 대민 업무를 수행하기에 어려움이 있었던 것으로 해석할 수 있었다. 또한 일부 육아지원기관에서 사업 홍보물을 발간하기에 예산이 부족하거나 사업 홍보물을 비치할 적절한 공간을 제대로 선정하지 못해 발생하는 현상일 수도 있었다. 따라서 지역사회에서 발생하는 다양한 육아지원사업에 대해 관련 기관들의 이해와 사업 담당자들의 대민업무에 대한 책임의식을 고취하기 위해서는 기관 간의 협력과 상호 유대관계의 증진이 요구되는 시점이다.

셋째, 공공서비스에서 제공되는 육아지원의 내용은 주로 정형화된 정보의 성향이 강하다. 예를 들어 이용자의 가구 및 경제 여건을 기준으로 지원 받을 수 있는 사업명과 금액 또는 인력지원 사항을 공식처럼 단순히 나열한 정보가 대부분이다. 따라서 일상생활에서 파생되는 육아에 대한 영유아 부모의 심리적인 어려움을 해소하기에는 불충분한 면모가 있다. 특히 영아기 자녀를 키우기 위해 집 밖으로 나가지 못하는 제약적 상황에서 육아에 대한 경험을 듣고(온라인 동호회의 주 활용 용도는 육아경험의 공유가 47.0%로 가장 높음) 질문하며 대화하고 싶은 욕구가 큰 것으로 나타났다. 공공서비스에서도 온라인 동호회와 같이 영유아 부모가 육아 고민을 타인과 교감하며 해결할 수 있는 지원이 필요하다. 이를 위해 육아지원사업에서는 맥락적이고 유동적인 공공서비스(안상식 외, 2012)를 제공할 수 있도록 하는 육아정보의 패러다임 전환이 필요한 것으로 보인다.

## 2) 쌍방향 의사소통 부재로 인한 혼란

모바일 기술과 스마트 미디어의 발달로 언제 어디서든 정보를 접할 수 있는 유비쿼터스의 특징 때문에 현대사회의 영유아 부모들은 개인단위로 정보를 접하게 되어 개인의 요구에 따른 정보의 검색과 활용에 익숙해져 있다(한근태 외, 2014). 예를 들어 범용포털에 원하는 정보를 검색할 때에도 연관검색어 기능을 이용할 수 있어 도서명을 잘못 알고 있더라도 관련 주변정보를 동원하여 컴퓨터 통신과 쌍방향 커뮤니케이션을 통해 옳은 도서명을 찾아 접근할 수 있는 서비스를 제공받는 것에 익숙하다. 또한 온라인 동호회나 블로그를 통해 개인의 문화적 개별성을 근거로 자신의 의견을 피력하고 메시지를 창출하는 경험을 가지고 있어(한근태 외, 2014) 공공사업에 대해서도 불만족스런 상황을 접했을 때 매우 능동적으로 개선을 요구하는 경향을 보일 수 있다.

그런데 공공사업을 처음 접근할 때는 쌍방향 커뮤니케이션의 대상이 될 주체와 직접적인 접촉이 매우 제한적이기 때문에 영유아 부모는 대개 단일사업의 홍보물을 통해 서비스에 대한 단편적인 정보를 인지하고 활용하게 된다. 이러한 공공사업의 특성을 고려할 때 육아지원사업의 홍보 안내물은 영유아 부모가 접근하기에 편리하고 용이하도록 전달되어야 한다. 그러나 영유아 건강검진 서비스를 제외하고는 전체 영유아 부모에게 우편물로 정보가 전달되는 공공서비스가 없는 것이 현실이다. 게다가 최근 일부 공공 육아지원사업에서는 범용포털, 온라인 동호회를 통해서 사업을 홍보하는 사례가 빈번하다. 그 결과 영유아 부모들은 동일한 사업을 인지하게 된 경로가 다르고 공공기관의 공식사이트를 통해 접근하지 않았기 때문에 해당 사업의 주체 또한 제대로 인지하지 못하는 경우가 발생하게 된다. 현재와 같은 산발적인 공공사업의 홍보방식은 단일사업 자체에 대한 접근성을 향상시킬 수 있지만 그 외 사업의 정보를 찾기에는 장애요인으로 작용할 수 있다. 본 연구 결과에서도 영유아 부모들은 자기만 모르고 있는 혜택이 있을 것이라는 불안감과 어디서 이러한 정보들을 제대로 얻을 수 있을 지에 대한 고민을 갖는 것으로 관찰되었다. 특히 육아에 대한 경험 없이 어린 자녀를 처음 키워보는 어머니들에게서 이와 같은 혼란이 가중되는 것으로 나타났다.

### 3) 부모요구에 대응하기 어려운 공공사업의 운영체계

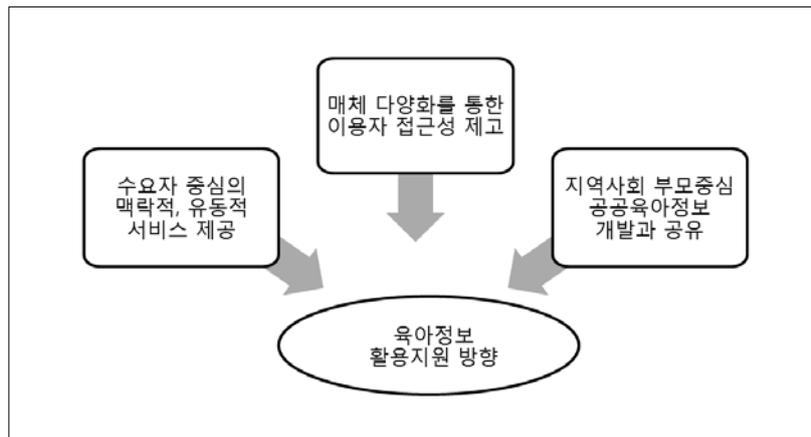
한편 공공 육아지원사업을 운영하는 측면에서도 영유아 부모의 다양한 요구에 대응하기에 어려운 처지에 놓여 있다. 예를 들어 대인 서비스를 중점적으로 시행하는 지역사회 기관의 경우 관할지역의 영유아 부모 전체를 대상으로 서비스 제공을 목표로 하고 있지만 근방에 거주하는 일부 영유아 부모들의 이용률이 높은 편이다. 따라서 자주 기관을 이용하는 특정 영유아 부모들의 평가에 따라 기관의 이용 만족도가 결정되게 되므로 이들의 견해에 대한 기관의 적절한 대응이 중요하게 여겨지게 된다. 그런데 소수 이용 부모들의 요구가 산발적인 경우에는 해당 기관이 이에 대처하기가 곤란해질 수밖에 없다.

예로 정규 서비스 시간이 아닌데도 불구하고 서비스 운영 시간의 확장을 요구하거나 운영 기반이 다른 타 지역 센터와 동일한 서비스를 요구하는 경우 공공서비스 운영자는 이들의 요구가 관할지역의 영유아 부모의 의견을 대표하는 것인지 판단하기가 쉽지 않다. 이러한 문제는 우선 관할 지역 내 영유아 부모들

과의 접촉이 제한적이므로 이들의 잠재된 요구를 파악하는 데 어려움이 발생하기 때문이다. 또한 특정 서비스를 공급자가 주도적으로 기획하고 시행한 후에 이용자의 만족도 평가를 받고 이에 따라 개선하는 기존의 절차에서 발생하는 어려움 때문으로 생각할 수 있다. 즉 선제적인 지역사회 서비스에 대한 구상과 실현이 요구되는 지점이다. 주민의 생활공간과 공공서비스의 행정공간을 일원화할 수 있도록 영유아 부모들을 수동적 고객으로 바라보지 않고 능동적인 피드백을 줄 수 있는 주체로 접근하는 발상의 전환이 필요하다. 공공 육아지원사업에 대한 관할지역 주민의 아이디어를 수렴하고 이를 통해 “시정에 반영하는 아이디어 기반의 협업 플랫폼”을 활용한다면(이원태 외, 2012) 신청에 의해 반응하는 행정이 아닌 쌍방향 소통을 통해 소비자가 스스로 공공서비스 기획에 참여할 수 있는 기반이 마련될 수 있을 것으로 생각된다.

## 2. 육아정보 활용지원 방안

이와 같은 육아정보에 대한 이용자 측면에서의 요구와 공급 측면에서의 활용저해요인을 살펴보면 향후 공공사업에서 우선 지원해야 할 육아정보의 내용(contents)과 효율적인 전달방법에 대해 크게 세 가지 관점에서 정책지원의 방향을 결정할 수 있었다.



[그림 VI-2-1] 영유아 부모의 육아정보 활용을 위한 정책지원 방향

첫째, 공공 육아정보 제공 서비스는 이용자와 자녀의 필요에 맞는 육아정보를 다뤄야 할 뿐 아니라 수요자 중심의 서비스에서 강조되고 있는 맥락적이고 유동적인 성격을 갖춰야 한다. 이를 위해서는 육아로 인해 사회와 단절된 영유아 부모들의 심리적 지원이 필수적으로 고려되어야 할 것이다. 즉 쌍방향 의사소통을 통해 이용자의 요구를 적극적으로 수렴할 때 공공 육아정보 서비스가 보편적인 서비스로 자리매김할 수 있을 것이다.

둘째, 현대 영유아 부모들이 주로 이용하는 퍼스널 미디어를 적극 활용하여 공공 육아정보에 대한 이들의 접근성이 높아지도록 지원해야 한다. 기관의 대인 커뮤니케이션 서비스를 통해 주로 운영되는 육아지원사업들과 달리 육아정보는 이들 사업의 이용정보까지 포함되므로 온라인 매체를 통한 보급도 영유아 부모에게는 효용이 크다. 따라서 여러 사업에 대한 인지도를 높이기 위해 기존의 공공포털과 범용포털을 적극적으로 활용할 필요가 있다.

셋째, 영유아 부모들은 본인과 유사한 또래 부모들의 경험을 적극적으로 신뢰하는 경향이 있으므로 효과적인 육아정보 지원을 위해서는 지역사회의 부모가 주도적으로 참여하여 공공 육아정보의 개발과 공유가 이뤄져야 한다. 이는 라자스펠트의 커뮤니케이션 2단계 흐름 모델을 적극적으로 활용하는 방안이기도 하다. 다양한 매체를 중복적으로 활용하는 현대 영유아 부모들에게 공공사업의 전달력을 높이는 방법일 수 있으며 궁극적으로 육아정보 활용을 지원하는 방안이 될 수 있다. 본 절에서는 위와 같은 정책지원의 방향에 따라 구체적인 방안을 단기, 중장기로 구분하여 제시하고자 하였다.

## 가. 단기적 보완책

영유아 부모의 육아정보 활용을 지원하기 위해서 현 공공 육아지원사업을 단기적으로 보완할 수 있도록 공공 육아정보의 내용, 전달매체, 전달체계의 개편에 대한 구체적인 방안을 제안하였다.

### 1) 자녀 특성에 따른 맞춤형 육아정보 선별

공공서비스, 교육, 발달, 문화·참여 영역의 중심으로 육아정보의 전달내용을 재구성할 필요가 있다. 일부 사업에서는 영유아 부모의 다양한 요구에 지원하기 위해 광범위한 정보를 제공하고 있으나 수요자의 입장에서는 사업의 특성을 파

악하는 데 장애요인으로 작용할 수 있다. 특히 영아기에는 부모들이 발달정보에 관심이 높고 유아기부터는 공공서비스와 교육에 관심이 많으며 자녀가 첫째 자녀일 경우 공공서비스를 둘째이하 자녀에서는 교육을 중시하고 있어 자녀의 특성에 따라 부모들의 관심 정보가 다를 수 있었다. 따라서 공공서비스, 교육, 발달, 문화·참여 영역의 정보를 공공 육아정보의 주요 항목으로 설정하고 자녀 성장시기와 첫째자녀 여부에 맞게 시기별 맞춤형 정보로 구분하는 노력이 요구된다.

이러한 특성은 현재 육아지원기관에서 표방하는 원스톱 서비스의 내용(contents) 구성과 서비스 전략에 대한 시사점도 제공한다. 본 조사 결과 육아지원기관 인프라가 상대적으로 발달되어 있는 도시지역에서도 이용에 대한 불만 사항이 나타났다. 즉 본인의 거주지역과 타 지역의 육아지원 기관 간의 육아지원 서비스를 비교하며 동등한 서비스를 요구하는 민원을 제기하는 것인데 이는 사업 담당자에게 큰 부담으로 작용하고 있다. 또한 현재 육아종합지원센터와 건강가정지원센터는 중앙정부, 지방자치단체의 예산을 일부 활용하고 있거나 위탁사업으로 진행되는 등 설립배경과 목적에 따라 운영에 편차가 큰 편이므로 센터 간에 동일한 수준의 서비스를 제공할 수 없는 현실적인 문제를 안고 있다. 특히 육아종합지원센터는 올해 처음 영유아 부모에 대한 지원을 사업의 주요목표로 설정하고 보육정보센터에서 개명한 상황으로 높은 수준의 육아지원서비스를 요구하기에는 부적절한 시점이다. 따라서 장기적인 안목으로 육아지원 특화기관의 변화 방안을 구상해야 하는 상황에 놓여 있다. 이에 대한 적절한 대응책으로 육아지원기관들은 본 연구에서 나타난 공공서비스, 의료·안전, 발달, 교육, 문화·참여 분야에 대한 영유아 부모의 요구를 근거로 하여 이에 대한 육아정보 지원을 핵심사업으로 편성한다면, 해당 서비스가 대부분의 지역에서 보편적으로 제공될 수 있도록 1차적인 기능 강화에 주력할 수 있을 것이다. 그 밖에 지역사회의 요구를 반영하기 위한 부가사업을 특화서비스를 구분하여 사업을 운영할 수 있도록 제도화하여 무리한 이용자 요구에도 대응할 수 있게 하고 육아지원기관의 다양한 역량을 강화할 수 있는 기회를 제공할 수 있는 전략적 구상이 될 수 있을 것으로 생각된다.

## 2) 이용자 선호 매체를 활용한 정보 지원

영유아 부모는 육아정보를 찾고 이용할 때에 자녀연령, 거주지역 규모, 가구

소득 수준, 어머니 취업여부, 어머니 연령과 무관하게 퍼스널 미디어를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 그러나 영유아 부모들은 공공 육아지원사업에서 제공되는 육아정보를 지역사회기관을 통해 가장 많이 접하고 있었으며 특히 시군구청과 주민자치센터에서 공공 육아정보를 접할 수 있을 것이라는 막연한 기대감을 갖고 있었다. 이는 영유아 부모가 가장 선호하는 퍼스널 매체로는 공공 육아정보에 접근하는데 제한이 있기 때문에 발생한 현상으로 보여졌다. 따라서 향후 육아지원사업의 내용을 홍보할 때에는 퍼스널 미디어를 활용하여 해당 육아정보를 시간과 공간의 제약 없이 활용할 수 있도록 지원해야 할 것이다. 특히 현재 공공포털과 범용포털을 활용한 공공 육아정보 서비스가 일부 이뤄지고 있으므로 본 사업을 확대하고 육아지원 전문기관의 윈스톱 서비스 개념에도 온라인 서비스를 포함할 수 있도록 해야 할 것이다.

또한 현재 공공 육아정보 중 퍼스널 매체로 주로 접근하게 되는 공공포털에 대한 영유아 부모의 요구를 반영하여 개선한다면 영유아 부모에 대한 정보지원 효과가 증대될 것으로 기대된다. 현재 육아지원을 목적으로 하는 정부나 지자체를 중심으로 운영 중인 온라인 공공포털은 10여개에 달한다. 그러나 본 연구의 설문조사 결과 영유아 부모가 온라인 공공포털에서 필요한 육아정보를 얻는 경우는 부모교육과 상담 정보를 이용할 때로 일부 사업에 제한적으로 이용되고 있었다. 또한 심층면접에서도 해당 사이트명을 찾기 어렵고 웹사이트의 메뉴가 복잡하여 원하는 정보를 찾아가기가 불편하며 공공포털에서 제공하는 정보의 내용이 이용자가 궁금해 하는 정보보다는 관련 법령, 변천사 등 사업의 전반적 소개를 중심으로 구성되어 부적절하다는 의견도 있었다. 그리고 공공포털에서 제공하는 육아정보가 일부 중복되어 있어 이용자로 하여금 각 포털의 목적과 성격을 구분하는데 어려움을 야기하는 것으로 나타났다. 즉 어떤 공공포털에서 자신이 원하는 정보를 찾았는지 기억하는 데도 혼란스러워 하는 상황이다. 이러한 공공포털의 콘텐츠 중복성은 영유아 부모가 자신의 목적에 맞게 특정 공공포털을 선별하여 재접속하는 데 장애 요인으로 작용할 수 있다.

이와 같은 이용자의 어려움을 개선하기 위해서는 여러 사업의 전반적인 소개를 목적으로 하는 2차 포털과 각 사업의 상세 내용을 안내하는 1차 포털로의 구분이 필요하다. 예를 들어 마음더하기 포털의 경우 보건복지부, 교육부, 여성가족부 등 다부처의 사업들을 함께 제시하고 있으며 영유아 부모의 자녀 수, 자녀 연령, 거주지 등의 정보를 입력하도록 하여 여러 정보 중에 이용자의 가정에

해당되는 선별된 정보를 제공하고자 노력하고 있다. 그에 반해 타 포털들은 특정 사업이나 주제에 국한되어 육아지원 서비스를 시작하였다. 즉 현재에도 마우더하기가 1차 포털의 성격을 갖고 있으며 그 외 공공포털은 2차 포털로서 성격을 띠고 있는 셈이다. 그러나 개별 공공포털들이 제공하는 정보서비스의 범위와 내용이 본래의 목적에서 벗어나 영유아 부모들의 이용률을 높이기 위해 다소 확장된 경향이 있다. 따라서 향후 부처 간의 협의를 통해 신생 육아지원사업이 발생할 경우 1차 포털에 필수적으로 명시하도록 하고 이를 통해 각 사업의 구체적인 이용을 지원하는 2차 포털로 이용이 연계될 수 있도록 공공포털 간의 협력 구도를 구상할 필요가 있다. 더불어 2차 포털들은 본 사업에 집중하여 이용자의 편의를 제고할 수 있는 메뉴 구성과 검색 경로를 설정하고, 이용자가 이해하기 쉽도록 사업의 내용(contents)을 재구성하는 노력도 필요할 것이다.

그리고 2차 포털에 대해 TV 뉴스 또는 육아지원과 관련된 TV 프로그램 및 우편물을 통해 영유아 부모들에게 홍보를 진행한다면 2차 포털과 유기적으로 연계된 1차 포털들의 홍보효과도 동시에 얻을 수 있는 장점도 있다. 또한 스마트 기기로 대부분의 육아정보를 검색, 활용하는 영유아 부모의 특성에 적합하도록 공공포털을 앱(application)을 개발하여 데스크탑에 맞춰진 기존의 서비스들을 개선하는 전략도 필요하다. 또한 심층면접조사에서 공공포털의 개인 식별 절차가 복잡하여 접근성이 떨어진다는 견해도 일부 관찰되어 이용자 편의성에 대한 고려도 공공포털의 기획과 운영 시 염두에 두어야 할 것이다.

### 3) 지역사회 육아정보 전달체계 개편

한편 거주지역의 규모와 상관없이 영유아 부모들은 공공 육아정보를 지역사회의 기관들에서 제공받을 수 있을 것이라고 생각하고 있었고 실제 이용률도 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 의료 및 보·교육 이외 분야에 대한 공공정보 보급이 최근 기획·배포되고 있지만 영유아 부모들에게 전반적인 정보보급이 원활하게 이뤄지지 못한 현상으로도 볼 수 있다. 또한 시군구청과 주민자치센터에 대한 의존도가 대부분의 공공 육아정보의 영역에서 높게 나타나고 있어 영유아 부모의 지역사회 육아지원사업 담당 기관에 대한 인지도 및 이용도가 시군구청과 주민자치센터에 미치지 못함을 나타내고 있었다.

이를 개선하기 위해서는 첫째, 공공 육아지원사업의 담당 기관과 육아지원사업의 내용이 영유아 부모에게 전달될 수 있도록 다양한 매체를 통한 적극적인

홍보가 필요할 것이다. 일부 육아지원기관에서는 사업 홍보물을 발간하기에 예산이 부족하거나 사업 홍보물을 비치할 적절한 공간을 제대로 선정하지 못해 홍보력이 떨어지는 사례도 있어 사업 홍보에 대한 예산 확보가 중요한 것으로 판단되었다.

둘째, 최근 확장된 육아지원사업에 대해 지역기관 담당자들이 다양한 육아지원사업을 숙지하고 대민업무를 수행할 수 있도록 지원이 필요하다. 즉 지역사회에서 발생하는 다양한 육아지원사업에 대해 관련 기관들의 이해와 대민업무에 대한 책임의식을 고취하기 위해서는 기관 간의 협력과 상호 유대관계의 증진이 요구되는 시점이다.

셋째, 지역사회의 육아지원 거점기관의 운영이 필요하다. 일부 사례조사에서 읍면지역에는 보건소나 지역도서관, 지역사회복지관 등 육아지원에 주도권을 가진 기관이 단수로 존재하는 것으로 나타났다. 또한 대도시의 부모들도 접근 편리성의 측면에서 자신의 거주지가 옮겨질 때마다 센터의 활동 내용에 큰 차이가 없으므로 건강가정지원센터나 육아종합지원센터, 지역사회 복지관 중 가까운 하나의 기관을 집중적으로 이용하는 것으로 나타났다. 육아지원기관의 인프라는 인구수를 기준으로 설치되기 때문에 읍면지역에서는 실제 육아지원기관을 이용하기가 쉽지 않은 형편이다. 또한 기관 설치를 위해 소요되는 비용과 시간을 고려할 때 위의 예시와 같이 지역사회의 주도적 기관들이 다양한 공공사업의 육아정보를 모아 지역사회 부모에게 전달하는 방안을 마련하는 것이 더 효율적일 수 있다. 또한 타 지역에 설치된 기관이더라도 지역사회 거점기관이 이들의 서비스에 대한 정보를 영유아 부모에게 제공한다면 영유아 부모들이 최소한 온라인 서비스라도 이용할 수 있을 것으로 기대된다. 또한 타 지역 기관의 오프라인 서비스도 제한적으로나마 유치하는 기회를 마련할 수 있을 것이다. 이와 같이 현재 부처 중심의 서비스 전달체계에서 벗어나 지역사회의 자율권을 인정하고 이용자 편의를 고려하기 위해서는 통합적 서비스를 위한 기관 간 협력체계 구상이 필수적인 것으로 판단된다.

## 나. 중장기 과제

공공 육아정보에 대한 영유아 부모의 활용을 지원하기 위해서 요구되는 중장기적 정책방안으로 앞서 단기 보완책의 연장선에서 크게 네 가지 신규 사업에서 제안하였다. 첫째, 영유아 부모가 관심 있는 육아지원사업의 내용 변화를 상

시적으로 확인할 수 있는 RSS 서비스의 도입 방안을 제시하였다. 둘째, 소셜 미디어 분석을 통한 공공 육아정보 이용자의 요구와 만족도를 모니터링하는 방안을 제시하였다. 셋째로 Vertical SNS를 활용하여 영유아 부모들에게 공공 육아정보를 효과적으로 제시하는 방안을 제시하였다. 넷째 육아정보에 대한 이용자의 요구수렴을 위해 오픈행정 플랫폼 구현을 제안하였다.

### 1) 사업 변화에 대한 알림 서비스 도입

우리나라의 육아지원사업의 변화는 고령화 저출산 위기현상을 극복하기 위해 지속되어 왔으나 2012년 전 계층 무상 보·교육 실시, 2013년 전 계층 양육수당 지급 등 최근 가속화되었다. 이러한 변화로 영유아 부모는 정부의 육아지원사업에 대한 관심이 큰 것으로 본 조사 결과에서도 나타났다. 그러나 이는 부모의 정보력에 따라 공공사업의 수혜 여부가 결정되는 현대사회의 현상으로도 바라볼 수 있으며, 그 결과로 영유아 부모들의 공공 육아정보에 대한 관심이 더 높아진 것으로 풀이할 수 있다. 특히 심층면접 결과에서도 어디에서 어떻게 공공사업을 찾아야 할지 모르겠다는 의견이 다수 나타났는데 이러한 현상은 복수의 기관과 온라인 포털 등이 공공사업의 홍보와 이용자의 접촉점으로 활용되고 있어 발생한 혼란으로 부분 해석할 수 있다. 다수의 온/오프라인 공공서비스가 윈스톱 서비스를 표방하고 있으나 육아지원의 범위가 광대하고 유사 사업에 대한 주관 기관 간 경쟁 심리와 담당인력의 사업 이해도 및 입장 차이 등으로 인해 공공 육아지원 전체 서비스를 총괄적으로 제공하는 윈스톱 서비스는 아직 실현되지 못하는 것으로 판단된다.

최근 공공서비스에서도 일부 활용되고 있는 RSS(Really Simple Syndication) 서비스는 개인이 자주 이용하는 복수의 웹사이트를 선택하여 이들의 최신정보만을 수집하여 이용자가 한 눈에 볼 수 있도록 정기적으로 전달하는 기능을 말한다(소비자안전센터 RSS 서비스, 2014. 9. 2 인출). 예를 들어 유아를 돌보는 부모의 경우 보·교육 시설 선택을 위해 아이사랑보육포털과 유치원알리미 사이트를 선택하고 자녀 지도를 위한 지식마련을 위해 유아교육진흥원과 거주지역 근방의 건강가정지원센터의 교육프로그램 사이트를 선택한다면 일일이 4개의 사이트를 방문하지 않아도 최신정보를 RSS리더기로 수신하게 되어 공공 육아지원사업의 최신변화에 대한 접근성이 강화되는 셈이다. 또한 RSS 서비스는 자신이 선택한 정보만을 선택적으로 받을 수 있는 서비스(Pull service)의 일종으로 기

존의 TV, 라디오, 신문과 같이 이용자에게 일방적인 정보 전달을 목표로 하는 서비스(Push service)에 비해 이용자의 만족도 제고에 효과적이다. 이러한 RSS 서비스를 영유아 부모들이 공공 육아정보에 활용하려면 관련된 육아지원 사이트에서 활발한 콘텐츠 갱신(update)이 적절히 이뤄져야 하는 특성이 있어 해당 제공처의 웹페이지 자료 구성에 변화가 요구되는 부분이 있다.

## 2) 소셜미디어 분석을 통한 모니터링

본 연구의 육아정보 이용 매체 분석에서 나타난 바와 같이 영유아 부모는 제공된 정보를 수동적으로 활용하기 보다는 온라인 매체를 가장 많이 활용하며 적극적으로 찾고 육아상황에 활용하는 특성이 있었다. 특히 온라인 동호회나 블로그, 카카오톡, 카카오톡스토리, 페이스북 등을 활용하여 타인과 자신의 정보를 공유하며 서로의 견해를 게시하고 특정한 주제가 없어도 소모임을 결성할 수 있는 특성이 있었다. 일부 선행연구에서는 이러한 현상을 신뢰할 수 없는 육아정보를 활용하게 되는 경로로 보고 온라인 동호회의 활용에 대해 부정적인 견해를 피력한 경우가 다수 있었다. 그러나 고도의 모바일 기술과 스마트 미디어를 활용하는 현대사회의 유비쿼터스적 특성 상 자신의 생각과 견해를 표현하고자 하는 자율적 의지를 제재하는 것은 불가항력적인 접근이다. 또한 영유아 부모들은 이러한 활동을 통해 육아로 단절된 사회활동을 할 수 있으며 육아스트레스를 해소할 출구로 활용되는 장점도 있다. 또한 공감과 격려를 통해 영유아 부모의 긍정적인 육아를 가능케 하는 순 기능을 고려할 때 이들의 자조적 역동성을 활용하여 수요자 중심의 공공사업을 추진하는 것이 더 나은 대안이 될 수 있을 것이다.

이를 위해 SNS 분석을 통한 영유아 부모들의 공공사업에 대한 요구 및 만족도 조사사업을 제안하고자 한다. 영유아 부모들이 자신의 육아경험과 관련 질의를 올리는 온라인 동호회와 카카오톡, 페이스북 등의 SNS에 대한 육아정보 빅데이터 분석은 특정시점의 영유아 부모들의 요구와 정책 만족도를 평가하는 데 가장 적절한 도구일 수 있다. SNS와 온라인 동호회는 개인의 감성과 정서를 담은 담론(buzz)의 장으로 텍스트 마이닝 방법을 활용하면 특정시점의 사회구성원들의 집단수요를 파악하는데 적절하다(송영조, 2012). 실제 송태민(2014)의 연구에서도 보건복지정책동향 분석을 목적으로 2014년 한 달 동안 우리나라 온라인 뉴스사이트, 블로그, 카페, SNS, 게시판 등에서 수집한 소셜 빅데이터를 활용하여 보건복지수요를 파악하고 정책수요 예측모형을 도출한 바 있다.

육아정보에 이를 활용할 경우 특정 정책이 실행되었을 때 이 정책에 대해 얼마나 만족하는지 살펴 볼 수 있으며 추가적으로 어떤 요구가 있는지도 파악할 수 있다. 또한 답문을 올린 사람의 개인정보를 활용하지 않기 때문에 개인정보 보호법과의 마찰도 우려할 필요가 없는 장점도 있다. 육아지원을 위한 정책을 실행한 후에 일부 표본에 근거하여 만족도 조사를 실시하고 정책을 수정하는 기존의 경로는 육아지원 담당자에게는 큰 부담이며 정책 수정을 위한 논의의 과정 또한 쉽지 않아 장기화 되는 경우가 대부분이다. 공공 육아지원사업과 관련하여 정책 결정 이전에 빅데이터 분석을 통해 여론을 확인한다면 보다 선제적인 정책 실행에 도움이 될 것으로 생각된다. 단, 분석결과에 대해 관련된 공공사업 운영진이 함께 분석 결과를 논의하고 대처하는 부처 간 이해와 협력의 노력이 필요할 것이다.

### 3) Vertical SNS를 활용한 공공사업의 접근성 증대

본 조사 결과 영유아 부모들 사이에도 SNS가 활발히 이용되면서 이를 이용한 육아 매거진을 구독하는 사례가 관찰되었다. 육아 매거진은 개인 또는 소모임을 중심으로 육아에 관련된 팁이나 연령별 발달을 이해할 수 있도록 육아지식을 전달하는데 주로 영유아 부모들의 카카오톡 친구들을 통해 홍보되어지고 가입이 이뤄지는 것으로 나타났다. 특이한 점은 영유아 부모들이 출처나 제공자에 대한 의심 없이 이 매거진의 내용을 신뢰하고 육아에 도움이 된다고 생각한다는 것이다. 이러한 현상은 SNS에서 타인의 게시물을 단순히 읽는 것에서 더 발전하여 Vertical SNS의 활용과 관련이 있다. 즉 페이스북, 트위터, 카카오톡 등 이미 절대적인 회원수를 확보한 SNS와 경쟁하기 보다는 이들의 회원을 활용하여 자신의 정보를 유통하고자 하는 방안으로써 기존의 SNS를 통해 유사한 관심사를 가진 사람들이 함께 모여 정보를 활용하는 방법이다(이원태 외, 2012).

현재 공공사업에서는 홍보를 위해 자체 SNS(미투데이, 페이스북 등)를 운영하는 경우가 있는데 실제 이용자(follower)의 확보도 어려운 실정이다. 즉 사업 홍보를 위한 SNS홍보로 일이 부가되는 셈이다. 만약 음식, 패션, 건강 등 관심 카테고리를 선택하면 별도의 가입 없이도 관련된 여러 SNS의 이미지를 활용할 수 있는 핀터레스트(Pinterest)와 같은 Vertical SNS를 활용하여(이원태 외, 2012) 공공 육아지원사업을 위한 SNS의 주축을 구축한다면 영유아 부모로 대표될 수 있는 주요 관심집단 사이에서 공공사업의 콘텐츠 유통이 증대되어 사업홍보의

효율성, 효과성과 회원 유치의 간편성이 모두 제고될 것으로 기대된다. 또한 각 사업의 SNS 소식이 갱신되는 속도에 비해 Vertical SNS에서는 여러 육아지원사업 소식들이 다뤄지므로 Vertical SNS의 정보 갱신속도는 빨라져 사업 운영자의 부담은 감소되는 반면 이용자들의 지속적인 관심과 호응을 얻기에는 더 편리할 수 있다. 그러나 Vertical SNS를 누가 주축으로 이끌어 갈 것인가에 대한 고민은 아직 남아있다. 비용 대비 효과의 극대화를 꾀할 수 있는 Vertical SNS의 활용은 본 조사에서 나타난 바와 같이 데스크탑 보다는 스마트 기기로 대부분의 육아정보를 검색, 활용하는 영유아 부모의 특성에 가장 적합한 방안일 수 있으므로 관련 부처와 사업담당자들 간의 적극적인 고려가 필요한 부분이다.

#### 4) 지역사회 육아자원 개발과 공유를 위한 오픈행정 플랫폼 구현

앞서 제시된 영유아 부모의 육아정보 활용을 위한 지원 방안들이 적용된다면 이후 지역사회를 중심으로 한 육아지원기관 간 연계와 지역사회 육아자원 공유를 위한 공공플랫폼 구축도 가능할 것으로 생각된다.

본 조사의 심층면담에서 최근 영유아 부모들 사이에 지역사회를 중심으로 하는 온라인 동호회의 활용 사례가 일반 온라인 동호회와 구분되어 증가함을 알 수 있었다. 특히 지역사회의 행사나 교육, 육아지원 기관의 활용 등은 지방자치단체의 자율적 사업 수행 기조에 따라 타 지역과의 공공 육아정보가 상이한 경우가 빈번하여 어머니들 사이에서 근거리 거주자를 중심으로 정보를 공유하는 경향이 관찰되었다. 이러한 영유아 부모들의 적극성을 활용하고자 하는 지방자치단체의 사업들로 서울시 우리동네 보육반장, 서울시 생활권계획 참여단(서울시 보도자료, 2014. 9. 30)을 예로 들 수 있다.

우리동네 보육반장 사업의 경우 보육·교육 또는 기타 육아와 관련된 전공자 또는 경험을 보유한 자로 지역사회 거주자를 우선으로 선발하여 지역사회 육아지원 자원을 데이터화하고 이를 해당지역 부모들과 공유하는 역할을 수행한다. 또한 어머니들 간의 정보 공유를 확장하여 논의의 장인 '보육반상회'를 조성하고 공공사업 운영자들과 만나 정책 개선의 방향을 함께 고민할 수 있도록 유도하고 있다. 생활권 계획 참여단 또한 지역사회의 변화가 필요한 부분을 수시로 의견을 수렴할 수 있도록 웹사이트와 오프라인 연락망을 개설하고 공공사업 담당자 등이 정기적으로 모여 논의의 장을 갖는 사업이다.

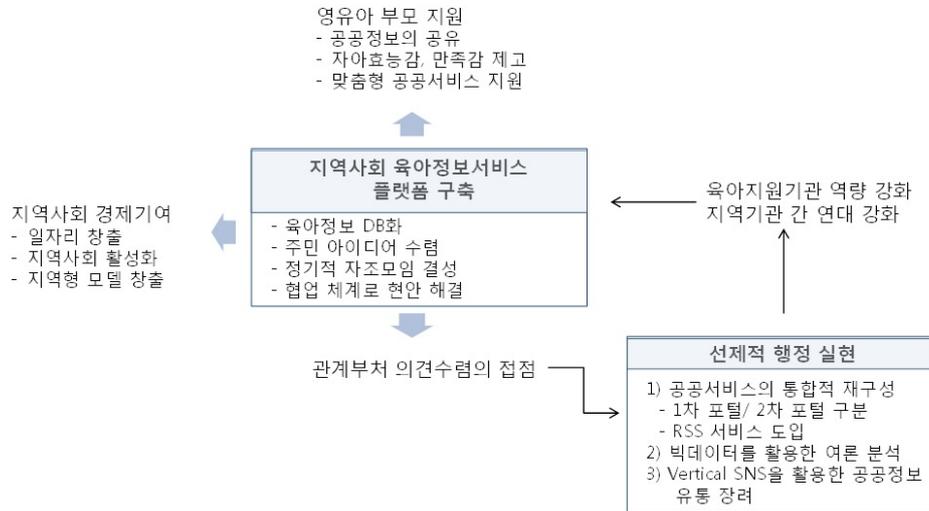
실제 싱가포르의 People's Association은 1960년에 결성되어 현재 1800개 이

상의 시민 조직 네트워크(커뮤니티)를 통해 지역사회 활동 기회를 제공하여 주민들의 사회 참여를 독려하고 지역사회에 대한 의식을 고취시켰으며 주민의 요구분석을 통해 개별 맞춤형 복지서비스 제공의 성공사례로 살펴 볼 수 있다(싱가포르 OnePA 홈페이지, 송태민, 2013, 재인용).

육아정보에 관해서도 우리동네 보육반장 사업을 확장하여 영유아들이 자라나는데 있어 도움을 받을 수 있는 기관, 자연환경, 인적 자원 등을 지역사회 단위로 구분하여 영유아 부모들이 스스로 정보를 게시하고 함께 공유할 수 있도록 온/오프라인 서비스 플랫폼을 공공사업에서 제공하는 방안을 생각해 볼 수 있다. 지역사회 참여자 중 지역사회 리더를 복수로 양성하여 자율성을 부여하되 구성원 간의 의견수렴과 피드백을 통해 정보 자정 기능도 부가할 수 있을 것이다. 이는 위키피디아와 같이 지역사회 중심의 집단지성을 유도하는 방안으로 공공정보의 유통과 확산에 기여할 것으로 기대된다. 더불어 궁극적으로는 지역사회 단위의 자조모임을 육성하게 되며 이용자와 육아지원사업 제공자, 전문가 간의 논의를 통해 여론을 수렴한 정책지원을 실현하는 정부 3.0의 취지에도 부합하는 특성이 있어 지역의 특성을 고려한 정책지원을 실현하는 데 효과적인 방안으로 판단된다. 이러한 사업은 지역사회 주민의 만족도를 제고하는 데 기여할 뿐 아니라 지역사회 발전을 위해서도 부가가치가 창출되는 사업성도 갖추고 있다.

육아정보 오픈행정플랫폼이 구현되면 다음과 같은 기대효과가 있다. 첫째, 지역사회를 중심으로 한 육아지원기관 간의 연계는 각 기관의 역할을 구분하여 핵심사업에 주력하게 하며 기관의 사정에 따라 대민업무에 대한 역량을 강화할 수 있는 기회를 제공할 수 있다. 이로 인해 육아지원사업 활성화를 위한 선순환적 되먹임 고리(positive feedback loop)가 작용하게 되어 궁극적으로는 지역사회 육아지원기관의 전반적인 질적 향상을 기대할 수 있다.

둘째, 영유아 부모의 자조적인 역동성을 공공 육아지원사업에서도 반영하여 지역사회 육아지원 공유를 위한 공공플랫폼을 구축할 수 있다. 우선 지역사회 공공플랫폼이 구성되면 영유아 부모의 시점별 요구 파악도 용이해지므로 이를 수렴하여 선제적 행정 서비스의 실현에도 도움이 될 수 있다. 또한 지역사회 육아자원을 수집하고 이를 공유하며 정제할 수 있는 인력 양성의 필요성이 대두되기 때문에 일자리 창출에 기여할 수 있다. 또한 지역사회의 공유와 협력의 기회를 도모할 수 있는 장이 마련되기 때문에 지역 특성화 모델을 구현할 수 있는 기대효과도 예상된다.



[그림 VI-3-1] 지역사회 중심의 육아정보 지원 방안 구상도

이와 같은 장기적 전략들은 궁극적으로 개인의 견해가 부각될 수밖에 없는 현대 정보사회의 흐름을 반영하고 국민 여론 수렴과 선제적 행정을 표방하는 정부 3.0의 취지에 부합하는 특징이 있다. 그로 인해 다소 미래지향적이며 온라인에 의존하는 정도가 상대적으로 높은 편이다.

또한 현대사회가 유비쿼터스 현상으로 인해 개인의 견해와 이용후기가 공공사업의 홈페이지와 온라인 동호회, SNS 매체들을 통해 유포되고 있는 실정임을 고려할 때 향후 전달매체와 정보내용을 기준으로 공공정보와 민간정보를 구분할 가능성이 점차 희박해질 것으로 예상된다. 따라서 육아정보에 대한 공공과 민간의 영역 구분을 통한 공공 육아정보의 폐쇄적 유통 방안을 구상하기보다 이용자 중심의 서비스를 지향하기 위해 위와 같은 전략구상을 시도하여 미래사회의 영유아 부모들이 겪을 수 있는 문제점들에 대비하고 이들의 공공 육아정보 활용을 지원하는 효과적인 방안을 마련해야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 경향신문(2014. 8. 24). 육아종합지원센터 7개준 4개가 수도권...지역편중 심해.
- 김은미(2002). 사회적 커뮤니케이션 성향과 매스미디어 이용. 언론과 사회, 10(4), 121-151.
- 김정수(2002). 육아관련 웹사이트의 정보에 대한 영아어머니의 요구 분석. 부모 자녀 건강학회지, 5(1), 38-48.
- 김명섭·채경일·한창희(2003). 검색 포털 사이트 선호요인 분석: 의사결정나무 기법을 중심으로. 한국산업경영시스템학회, 10(2), 369-377.
- 김희자·유재순·김현숙·탁양주·방경숙·허보운(2010). 신생아-학령전기 대상자의 맞춤형 가정방문 건강관리 기록지 및 모형 개발. 부모자녀건강학회지, 13(2), 63-77.
- 도남희·민정원·왕영희·이예진·김소아·엄지민(2013). 한국아동패널 2013. 육아정책연구소.
- 미래창조과학부·한국인터넷진흥원(2013). 2013년 인터넷 이용실태조사 요약보고서
- 민영(2011). 인터넷 이용과 정보 격차: 접근, 활용, 참여를 중심으로. 언론정보연구, 48(1), 150-187.
- 박윤정(2009). 웹3.0 정보서비스의 사례와 시사점. 방송통신정책, 21(20), 25-43.
- 박선훈(2008). 부모대상 웹사이트의 운영현황 및 내용구성과 관리자의 인식조사. 석사학위논문. 이화여자대학교 대학원.
- 박영주·나종혜(2010). 육아정보 제공 인터넷사이트의 콘텐츠 분석. 사회과학연구, 19(1), 63-85.
- 백종화(2001). 어머니의 인터넷 이용실태 및 사회적 지지로서 인터넷 이용이 양육 효능감에 미치는 영향. 석사학위논문. 이화여자대학교 대학원.
- 백은주·한선아·강민정(2011). 영아기 자녀 양육을 위한 육아지원서비스 이용 및 선호 유형에 대한 연구. 열린유아교육연구, 16(4), 209-232.

- 변대호·전홍대(2005). 전자정부 웹사이트의 유용성 평가. 정보화정책, 12(1), 21-43.
- 변대호(2006). 전자정부 포털사이트의 유용성 요인 및 변수, 정보화정책, 13(3), 27-48.
- 서문희·양미선·김은설·최윤경·유해미·손창균·이혜민(2012). 2012년 전국보육실태 조사 - 가구조사 보고-. 보건복지부, 육아정책연구소.
- 서문희·이혜민(2013). 보육정책의 성과와 과제. 육아정책연구소.
- 서울시 중구보건소·서울대학교 간호대학(2013). 방문간호사 활용 임산부·영유아 가정방문 건강관리 매뉴얼 개발 보고서.
- 서울시 중구보건소(2013). Cultural Health Project- 예술을 통한 건강한 사회환경 조성 결과보고서.
- 서울특별시·서울특별시육아종합지원센터(2014). 서울시 우리동네 보육반장 사업 운영 매뉴얼.
- 소선주(1998). 도시와 농촌 어머니의 육아지식에 관한 연구. 석사학위논문. 성신여자대학교 대학원.
- 송영조(2012). 빅데이터 시대! SNS의 진화와 공공정책. 한국정보화진흥원.
- 송태민(2010). 정부기관 웹 사이트 만족도 및 사용태도에 대한 영향요인 분석- 보건복지가족부 관련기관 웹 사이트를 중심으로. 보건사회연구, 30(1), 242-261.
- 송태민·진다래·이중순·안지영·박대순(2013). 인터넷 건강정보 게이트웨이 시스템 구축 및 운영- 빅데이터 활용방안을 중심으로-. 한국보건사회연구원.
- 송태민(2014). 소셜빅데이터를 활용한 보건복지정책 동향 분석. 한국보건사회연구원. 보건복지포럼. 213, 101-113.
- 신윤정(2008). 출산·양육 관련 지역사회자원 욕구 사례조사 결과. 보건복지포럼. 2, 81-90.
- 안상식·이선희·김성목·차현희(2012). 소셜미디어 콘텐츠와 빅 데이터에 대한 비판적 검토- 공유와 권력의 양가성 측면. 한국패키지디자인학회 논문집. 30, 1-11.
- 유해미·양미선·송신영(2012). 지역사회 내 육아지원서비스 전달체계 현황과 개선 방안 연구. 육아정책연구소.

- 이견직(2008). 전문 공공포털사이트의 유용성 평가요인 및 제고방안 연구: 국가 복지정보포털사이트를 중심으로. 보건사회연구, 28(1), 27-59.
- 이명희(2005). 전자정부 구현을 위한 정부기관의 웹 정보제공에 대한 평가- 중앙 행정부처의 웹사이트 평가를 중심으로. 한국비블리아학회지, 16(2), 247-267.
- 이옥·공인숙(2009). 육아지원 현황과 쟁점. 한국 아동학회 창립 30주년 추계학술 대회 자료집. 39-41.
- 이원태·정국환·문정옥·김상욱(2012). 사람중심 정보화 촉진을 위한 시스템 구축과 서비스 관리방안 연구. 정보통신정책연구원.
- 이인영(2002). 부모관련 웹사이트의 콘텐츠 분석 및 평가. 어린이미디어연구, 1, 73-96.
- 이자형·이정은·오진아·김혜영·김경원·박영애·김성희·김지현·정향진·천기정 (2001). 인터넷 육아전문 사이트의 육아정보 분석. 부모자녀건강학회지, 4(2), 56-72.
- 이주연·이석호(2010). 영아기 및 걸음마기 자녀를 둔 어머니의 양육정보 습득과 양육지식. 아동학회지, 31(4), 179-197.
- 이정원·유해미·김문정(2013). 가족 변화에 대응한 출산·육아 지원방안 연구. 육아 정책연구소.
- 이윤진·이정원·구자연(2013). 영유아 문화인프라 이용실태와 지원방안. 육아정책 연구소.
- 장남식·홍성완·장재호(2000). 데이터 마이닝. 대청미디어.
- 장혜진·이정림·윤은주·김해인(2013). 영유아 행복을 위한 부모역량 제고 방안 연구. 육아정책연구소.
- 정미라·김경숙·이방실(2013). 영아기 자녀를 둔 어머니가 경험하는 양육지원에 대한 질적연구. 유아교육연구, 33(2), 163-189.
- 정충식(1997). 전자정부론, 서울경제경영.
- 차배근(2001). 매스커뮤니케이션 효과이론. 나남출판.
- 최은영·김정숙·송신영(2013). 유아교육정책의 성과와 과제. 육아정책연구소.

- 최유리(2006). 어머니의 육아방식 및 양육지식에 관한 연구: 12개월 이하의 첫 자녀를 둔 어머니를 중심으로. 석사학위논문. 이화여자대학교 대학원.
- 한국정보화진흥원(2012). 2012 정보격차지수 및 실태조사 요약보고서.
- 한균태·홍원식·이인희(2014). 현대사회와 미디어. 커뮤니케이션북스.
- 한경자·김정수·김숙영(2006). 인터넷 육아정보 제공 사이트에 대한 평가. 아동간호학회지, 12(1), 57-64.
- 한주리·장해순·이인희(2007). 출판사 조직수성원의 사회적 커뮤니케이션 성향과 커뮤니케이션 불안감이 갈등관리행동에 미치는 영향. 한국출판학연구, 53, 399-431.
- 행정안전부(2008). 전자민원G4C 고객만족도 조사결과보고서.
- 황유선·김주환(2009). 대인 커뮤니케이션 능력이 휴대전화 사용과 대인관계 유지에 미치는 영향. 언론과학연구, 9(3), 687-719.
- Katz, E., Blumler J. G. & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by individuals. In J. G. Blumler & Katz(Eds.), The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research. Beverly Hills, CA: Sage.
- Lazarsfeld, P., Berelson, B. & Gaudet, H. (1948). The people's choice, New Work: New Your Univ.
- McCroskey, J. C., & Richmond, B. P. (1996). Fundamentals of human communication: An interpersonal perspective. Prospect Heights, Illinois: Waveland Press, Inc.
- Rubin, A. M. & Rubin, R. B. (1989). Social and psychological antecedents of VCR use. In M. Levy(Ed.), The VCR age: Home video and mass communication. Newbury Park, Ca: Sage.
- Schramm, W. (1982). Men, women, messages and media. New York: Harper & Row.
- Schement, J. R. & Lievrouw. (1987). Competing visions, complex realities: social aspectis of the information society, Norwood, NJ: Ablex.

Westmyer S. A., DiCioccio, R. L., & Rubin, R. B. (1998). Appropriateness and effectiveness of communication channels in competent interpersonal communication. *Journal of Communication*. 48(3), 27 - 48.

경제인문사회연구회(2013). 창조경제 새로운 아이디어 새로운 시장.

교육부 보도자료(2014. 1. 27). 언제 어디서나 내 손안에 유치원 정보가 쏙.

보건복지부 보도자료(2013. 3. 23). 아빠 어디가? 웃고 싶은 아빠 모두 모여라.

보건복지부 보도자료(2013. 11. 8). 복지부, 네이버와 함께 육아 캠페인 진행.

보건복지부 보도자료(2013. 12. 31). 제2차 중장기보육 기본계획 마련.

서울시 보도자료(2014. 9. 30). 서울시·자치구 1000명 규모 생활권계획 참여단 모집.

서울시 보도자료(2014. 1. 6). 서울시, 임산부·영유아 가정방문 건강관리 8개 자치구로 확대.

마음더하기 홈페이지 <http://momplus.mw.go.kr>. 2014. 6. 16. 인출.

아가사랑 홈페이지 [www.agasarang.org](http://www.agasarang.org). 2014. 6. 16. 인출.

아이사랑보육포털 홈페이지 [www.childcare.go.kr](http://www.childcare.go.kr). 2014. 6. 16. 인출.

유치원알리미 홈페이지 [e-childschoolinfo.moe.go.kr](http://e-childschoolinfo.moe.go.kr). 2014. 6. 16. 인출.

e-유치원시스템 홈페이지 <http://childschool.moe.go.kr>. 2014. 6. 16. 인출.

서대문구청 공식블로그 <http://tongblog.sdm.go.kr>. 2014. 10. 10. 인출.

소비자안전센터 홈페이지 <http://www.ciss.or.kr>. 2014. 9. 2. 인출.

싱가포르 OnePA 홈페이지 <https://one.pa.gov.sg>. 2014. 9. 2. 인출.

중앙육아종합지원센터 홈페이지 <http://central.childcare.go.kr> 2014. 6. 13. 인출.

## Abstract

# **An Analysis on Parents' Using Child Caring Information and Measures to Increase the Availability**

Jungwon Min   Mi Kyung Kwon,   Jiyeon Yun

As the government has increased its accountability on child care sphere, there has accordingly been an increase in the provision of public child caring information for parents with infants and young children. However, very few researches considered how parents access to the information and whether the information is actually suitable to the specific needs of parents. In this vein, this research is to present measures to offer selected and user-oriented information to parents by grouping information in compliance with user characteristics and preference.

An investigation was carried out to identify the current status of the provision of public child caring information by reviewing the literature and a survey was conducted to 1508 parents to understand their awareness on the use of information and their needs. Also interviews were conducted to 22 parents who highly make use of the information. To draw expert opinions in planning and operating public information projects, 7 working level meetings and 7 consultative meetings were carried out with government officials, practitioners, and scholars.

The finding revealed that parents are in need of information about public services (27.7%), child development (25.8%), and early childhood education (17.3%) and their needs vary depending on the developmental stages where their children are. Parents access to the information with the help of personal media (59.0%), acquaintances (20.0%), and institutions (16.4%). What they consider important in choosing the media is the convenience in using (39.0%), reliability and quality (22.4%), and variety in types of information (20.2%). As to public child caring information, although over the 80% of

parents are using medical services and child care and education services, below the 20% access to the information in categories of inspection/treatment, counselling, and performance/entertainment. Parents mainly obtain information through community based institutions; that is local government offices, community centers or health centers/clinics/hospitals with its own comprehensive use.

In this research, recommendations were made in order to increase the public information availability: first, the information needs to be selected and categorized in accordance with the age of their children; second, for convenience in the usage management, public child caring information is recommended to be offered through personal channels. Especially, connection among public portals, simplification of menu and searching engines, and trimming the contents are needed; third, community-based hub organizations can efficiently deliver the information to parents so as to support child caring which reflects local needs and resources.

Key words: parents with infants and young children, child caring information, usage investigation

## 부 록

---

### 부록 1. 부모 설문지



## 부록 1. 부모 설문지

### 설문조사 참여 동의서

안녕하십니까?

본 연구는 자녀 양육을 위한 부모님의 육아정보 이용 현황과 관련 지원사업에 대한 만족도 문항으로 구성되어 있으며 귀하의 응답 결과는 육아정보 지원정책의 개선을 위한 기초자료로 활용될 것입니다. 귀하는 본 연구에 참여할 것인지 여부를 결정하기 전에 아래에 기술된 연구의 목적과 내용을 읽어 주십시오. 이 연구는 자발적으로 참여 의사를 밝히신 분에 한하여 수행되며 조사에 대한 질문이 있다면 담당 연구원이 자세하게 설명해 줄 것입니다.

- **연구의 목적** : 자녀 양육을 위한 부모의 육아정보 이용 현황과 관련 지원사업에 대한 만족도 및 개선 요구를 조사하여 육아정보 지원정책의 개선을 위한 기초자료로 활용하고자 합니다.
- **대 상** : 영유아 자녀를 둔 부모 1,500명이 참여할 것입니다.
- **연구의 참여 절차** : 귀하가 참여의사를 밝혀 주시면 저희 조사원과 함께 20여분 정도 설문조사를 진행할 예정입니다.
- **참 여 기 간** : 본 연구를 위해서 1회 참여가 요구됩니다.
- **장 소** : 병의원 및 보건소 앞 또는 자택
- **연구참여에 따른 보상** :  
본 설문조사에 응답하신 자료는 육아정보 지원정책의 개선을 위한 기초자료로 활용될 것입니다. 또한 연구 참여에 대한 감사의 뜻으로 5,000원권의 문화상품권이 지급될 것입니다.
- **연구참여에 따른 위험성 및 불편사항** :  
본 설문조사는 특별한 위험은 없을 것으로 판단되나 설문응답 과정에 불편함이 발생할 수 있습니다. 만일 연구 참여 도중 발생할 수 있는 불편함이나 위험 요소에 대한 질문이 있으시면 담당 연구원에게 즉시 문의해 주십시오.
- **개인정보와 비밀보장** :  
본 연구의 참여로 귀하에게서 수집되는 개인정보는 다음과 같습니다. - 성명, 거주지역(시·도, 구·군 수준), 핸드폰 번호.  
이 정보는 연구참여에 따른 사례를 위해 사용되며, 지급 확인 후 즉시 삭제됩니다. 수집된 정보는 지급 확인 과정 동안 개인정보보호법에 따라 잠금장치가

있는 캐비닛에 보관되며 기관생명윤리위원회 및 연구진만이 접근 가능합니다. 이 연구에서 얻어진 개인 정보가 학회지나 학회에 공개 될 때 귀하의 이름과 다른 개인 정보는 사용되지 않습니다. 귀하가 본 동의서에 서명하는 것은 이러한 사항에 대하여 사전에 알고 있었으며 이를 허용한다는 의사로 간주될 것입니다. 연구 종료 후 연구관련 자료는 3년간 보관되며 이후 모두 소각 폐기될 것입니다.

#### ○ 연구참여 도중 중도 탈락

귀하는 연구에 참여하신 후에도 언제든지 도중에 그만 둘 수 있으며 이에 따른 불이익은 없습니다. 만일 귀하가 연구에 참여하는 것을 그만두고 싶다면 담당 연구원이나 연구책임자에게 즉시 말씀해 주십시오.

※ 귀하의 서명은 귀하가 본 연구에 대해 그리고 위험성에 대해 설명을 들었고, 본 연구 내용을 이해했음을 의미합니다. 본 연구 참여에 동의하시면 해당 항목에 ○로 표시하고, 확인란에 서명을 해주시길 바랍니다.

| 동의합니다 | 동의하지 않습니다 | 확인      |
|-------|-----------|---------|
|       |           | 성명: (인) |

2014년 6월 13일

육아정책연구소 소장 이 영  
육아정책연구소 연구책임자 민정원

만일 어느 때라도 연구대상자로서 귀하의 권리나 연구 내용에 대한 질문이 있다면 다음의 육아정책연구소 연구진에 연락하십시오.

육아정책연구소 담당자: 민정원

전화번호: 02-398-7779 E-MAIL: [jwmin@kicce.re.kr](mailto:jwmin@kicce.re.kr)

project code : 2014-165-006

No. 

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  |  |
|--|--|--|--|

## 영유아 부모의 육아정보 이용 의견조사

### 인 사 말 씀

안녕하십니까?

국가 정책연구기관으로 체계적인 육아정책의 수립을 위해 설립된 육아정책연구소는 영유아 자녀를 둔 부모님의 육아정보 이용을 돕고자 다음과 같이 설문조사를 실시하고 있습니다.

본 설문지는 자녀 양육을 위한 부모님의 육아정보 이용 현황과 관련 지원정책에 대한 만족도 문항으로 구성되어 있으며 부모님의 응답 결과는 육아정보 지원정책의 개선을 위한 기초자료로 활용될 것입니다.

응답하신 내용은 통계법에 따라 통계자료로만 활용되며 비밀이 보장되오니 성실하고 정확하게 응답해 주시기를 부탁드립니다.

2014년 6월  
육아정책연구소 소장 이 영

문의처 : 육아정책연구소 민정원 부연구위원 (☎ 02-398-7779)  
육아정책연구소 권미경 부연구위원 (☎ 02-398-7775)  
육아정책연구소 윤지연 연구원 (☎ 02-398-7758)  
한국갤럽조사연구소 강시중 연구원 (☎ 02-3702-2616)

※ 아래 사항은 조사원이 기입합니다.

|             |        |       |                 |       |             |       |
|-------------|--------|-------|-----------------|-------|-------------|-------|
| <b>기관명</b>  |        |       |                 |       |             |       |
| <b>표본번호</b> | —      | —     |                 |       | <b>일련번호</b> |       |
| <b>지역</b>   | 1. 서울  | 2. 경기 | 3. 충청           | 4. 전라 | 5. 경상       | 6. 강원 |
| <b>지역규모</b> | 1. 대도시 |       | 2. 중소 도시(도농복합형) |       | 3. 읍/면      |       |



**8** 귀하는 육아정보를 적극적으로 활용하는 편입니까?

- 1. 전혀 활용하지 않는다
- 2. 활용하지 않는 편이다
- 3. 보통이다
- 4. 활용하는 편이다
- 5. 매우 적극적으로 활용하는 편이다

**9** 귀하께서는 인터넷(컴퓨터, 스마트폰 등)으로 온라인 정보를 검색하실 수 있습니까?  
 ⇒ 육아정보 이외의 모든 정보를 포함하여 응답해 주십시오.

- 1. 할 수 있다
- 2. 할 수 없다 → 문10으로 갈 것

**9-1** (문9에서 '1. 할 수 있다' 응답자만) 귀하께서는 필요할 때 인터넷 이용이 용이합니까?

- 1. 용이하다
- 2. 용이하지 않다

**9-2** (문9에서 '1. 할 수 있다' 응답자만) 그렇다면, 온라인 정보 접근 시 주로 이용하는 단말기는 무엇입니까? 아래 보기 중 자주 이용하는 단말기를 모두 골라 주십시오.

- 1. 컴퓨터(데스크탑, 노트북)
- 2. 태블릿 PC(갤럭시탭, 아이패드 등)
- 3. 스마트폰

**9-3** (문9에서 '1. 할 수 있다' 응답자만) 귀하께서는 인터넷을 얼마나 다양하게 활용하십니까? 해당사항을 모두 골라 주십시오.

- 1. 정보 검색(뉴스 포함)
- 2. 소통(이메일, 메신저, 카카오톡, 페이스북, 트위터 등)
- 3. 온라인 게임
- 4. 동영상, TV 프로그램 다시보기
- 5. 온라인 쇼핑물, 인터넷 금융, 행정민원 신청 이용
- 6. 카페, 블로그 작성, 온라인 커뮤니티 참여활동

**Ⅲ. 육아정보 이용 현황**

**10** 해당 자녀의 연령에 가장 필요한 육아정보는 무엇입니까? 보기카드를 참고하시고 필요하다고 생각하시는 순서대로 1~2순위까지 골라 주십시오.

| 1순위       |   | 2순위 |  |
|-----------|---|-----|--|
| <b>보기</b> |   |     |  |
| [공공서비스]   | 1. 어린이집, 유치원 신청 및 이용<br>(비용지원, 카드 이용, 정보공시제, 입소대기신청, 추첨 방법 등)       |     |  |
|           | 2. 시간제 보육 서비스 신청 및 이용   |     |  |
|           | 3. 아이돌봄 서비스 신청 및 이용   |     |  |
|           | 4. 양육수당 신청 및 이용   |     |  |
|           | 5. 육아지원 기관 및 공공포털 서비스 이용<br>(육아종합지원센터, 건강가정지원센터, 보건소, 아이사랑 보육 포털 등) |     |  |
| [의료·안전]   | 6. 이상 증상, 질병  |     |  |
|           | 7. 사고·응급상황 대처법(질식, 중독 포함)   |     |  |
|           | 8. 건강(구강)검진, 예방접종   |     |  |
|           | 9. 병의원 선택과 (야간, 주말)이용   |     |  |
|           | 10. 약제정보, 투약방법  |     |  |
| [발달]      | 11. 월령별 발달(신체·언어·인지·정서·사회성 발달)                                      |     |  |
|           | 12. 창의성 발달  |     |  |
|           | 13. 인성발달  |     |  |
|           | 14. 성격·기질검사   |     |  |
|           | 15. 부적응 행동(낮가림, 분리불안, 수줍음, 어린이집 적응 등)                               |     |  |
| [기본생활습관]  | 16. 수면  |     |  |
|           | 17. 위생(양치, 목욕)  |     |  |
|           | 18. 식습관, 식사지도   |     |  |
|           | 19. 배변(기저귀 떼기 포함)   |     |  |
| [영양]      | 20. 모유수유, 분유(조유)  |     |  |
|           | 21. 식단 & 조리법(간식, 이유식), 식자재 구입                                       |     |  |
|           | 22. 영양제, 식이보충제  |     |  |
| [교육]      | 23. 교재·교구, 놀잇감, 도서(그림책)   |     |  |
|           | 24. 놀이방법  |     |  |
|           | 25. 어린이집·유치원·학원 선택  |     |  |
|           | 26. 가정교육 및 지도방법   |     |  |
| [문화·참여]   | 27. 도서관, 기타 문화시설 이용   |     |  |
|           | 28. 체험활동, 행사, 나들이 정보  |     |  |
| [기타]      | 29. 육아용품  |     |  |
|           | 30. 육아도우미   |     |  |
|           | 31. 보험, 금융상품, 세제 혜택   |     |  |
|           | 32. 중고물품 구입 및 판매  |     |  |
|           | 33. 기타(적을 것 : _____ )   |     |  |

**11** 지난 한달 간 앞의 2가지 육아정보를 얻었던 주된 경로를 하나씩만 골라 주십시오.

| 1순위 주경로     | 2순위 주경로   |
|-------------|---|
| <b>보기</b>   |   |
| [보·교육기관]    | 1. 어린이집, 유치원, 기타 학원   |
| [전문지원기관]    | 2. 육아종합지원센터(구. 보육정보센터), 건강가정지원센터, 유아교육진흥원   |
| [기타기관]      | 3. 시군구청(다산콜센터 포함), 주민자치센터<br>4. 보건소, 병원(소아과)<br>5. 지역사회 복지관, 지역(어린이) 도서관<br>6. 민간단체(시설 상담소 등), 종교기관(교회 등) |
| [전문인력]      | 7. 가정방문 건강관리 서비스 간호사, 서울시 우리동네 보육반장   |
| [방송/광고]     | 8. TV 및 라디오 방송, 버스 및 지하철 등 대중교통수단의 홍보문구   |
| [간행물]       | 9. 신문, 잡지<br>10. 도서(삐뽀삐뽀 119 등)<br>11. 기관(사업) 보고서, 기관소개 소책자, 안내장  |
| [범용포털]      | 12. 다음, 네이버, 구글 등   |
| [공공포털]      | 13. 아이사랑 보육포털, 마음 더하기, 아가사랑, 유아교육지원포털 등   |
| [온라인 커뮤니티]  | 14. 카페, 지역맘 동호회, 클럽(네이버 밴드 포함)  |
| [개인홈페이지]    | 15. 블로그, 미니홈피(티스토리, 싸이월드, 카카오스토리 등)<br>16. 마이크로 블로그(트위터, 페이스북, 카카오톡 등)                                    |
| [사 기업체 사이트] | 17. 제약회사, 출판사, 교재교구회사 등 사 기업체의 포털 및 홈페이지  |
| [지인]        | 18. 같은 기관을 이용하는 학부모와의 대화 및 전화통화<br>19. 친구, 가족, 친인척, 이웃, 고용된 대리양육자와의 대화 및 전화통화                             |
| [기타]        | 20. 기타(적을 것 : _____)<br>98. 한달 내 이용 경험 없음 → <b>문12로 갈 것</b>   |

**11-1** 문11에서 2가지 주경로가 일치하지 않는 경우, 가장 주된 활용경로를 하나만 골라 주십시오. ⇒ 일치하는 경우 해당 경로를 기입해 주십시오.

최종 주경로

**11-2** 그렇다면, 육아정보를 얻는데 해당 경로(문11-1 응답 결과)를 선택하신 이유는 무엇입니까?

1. 정보의 질이 높고 믿을 만해서
2. 이용하기 편리해서
3. 상호작용이 원활해서(구체적인 질문에 답 받기, 건의하기 등)
4. 다양한 의견을 참고할 수 있어서
5. 새로운 정보가 많아서

**11-3** 지난 한달 간 육아정보를 얻는데 해당 경로(문11-1 응답 결과)를 얼마나 자주 활용하십니까?

1. 매일    2. 일주일에 3-4회    3. 일주일에 1-2회    4. 한달에 1-2회

**12** 귀하께서는 최종 주경로 외 육아정보를 여러 경로로 찾습니까?  
 평소의 경향성을 응답해 주십시오.  
 예시 : 방송, 모유수유 끊는 방법에 대해 네이버를 검색하고, 지인에게도 묻는다

1. 여러 경로를 이용하는 편이다 →
2. 최종 주경로 한가지면 충분하다 →

**13** (문12에서 '1. 여러 경로를 이용하는 편이다' 응답자만)  
 그렇다면, 지난 한달 간 보조로 활용했던 육아정보 습득 경로는 무엇입니까?  
 보기카드의 보기 중 문11-1에서 응답한 주된 경로를 제외하고, 가장 많이 활용한 경로를 하나만 골라 주십시오.

| 보조 경로       |  |
|-------------|--|
| 보기          |  |
| [보·교육기관]    | 1. 어린이집, 유치원, 기타 학원  |
| [전문지원기관]    | 2. 육아종합지원센터(구. 보육정보센터), 건강가정지원센터, 유아교육진흥원  |
| [기타기관]      | 3. 시군구청(다산플랫폼 포함), 주민자치센터<br>4. 보건소, 병의원(소아과)<br>5. 지역사회 복지관, 지역(어린이) 도서관<br>6. 민간단체(시설 상담소 등), 종교기관(교회 등) |
| [전문인력]      | 7. 가정방문 건강관리 서비스 간호사, 서울시 우리동네 보육반장  |
| [방송/광고]     | 8. TV 및 라디오 방송, 버스 및 지하철 등 대중교통수단의 홍보문구  |
| [간행물]       | 9. 신문, 잡지<br>10. 도서(뽀뽀뽀뽀 119 등)<br>11. 기관(사업) 보고서, 기관소개 소책자, 안내장   |
| [범용포털]      | 12. 다음, 네이버, 구글 등  |
| [공공포털]      | 13. 아이사랑 보육포털, 마음 더하기, 아가사랑, 유아교육지원포털 등  |
| [온라인 커뮤니티]  | 14. 카페, 지역맘 동호회, 클럽(네이버 밴드 포함)   |
| [개인홈페이지]    | 15. 블로그, 미니홈피(티스토리, 싸이월드, 카카오톡 등)<br>16. 마이크로 블로그(트위터, 페이스북, 카카오톡 등)                                       |
| [사 기업체 사이트] | 17. 제약회사, 출판사, 교재교구회사 등 사 기업체의 포털 및 홈페이지   |
| [지인]        | 18. 같은 기관을 이용하는 학부모와의 대화 및 전화통화<br>19. 친구, 가족, 친인척, 이웃, 고용된 대리양육자와의 대화 및 전화통화                              |
| [기타]        | 20. 기타(적을 것 : _____)<br>98. 한달 내 이용 경험 없음 → <input type="text" value="문14-1로 갈 것"/>                        |

**13-1** 그렇다면, 육아정보를 얻는데 해당 경로(문13 응답 결과)를 보조 경로로 선택하신 이유는 무엇입니까?

1. 정보의 질이 높고 믿을 만해서
2. 이용하기 편리해서
3. 상호작용이 원활해서(구체적인 질문에 답 받기, 건의하기 등)
4. 다양한 의견을 참고할 수 있어서
5. 새로운 정보가 많아서

**13-2** 지난 한달 간 육아정보를 얻는데 해당 경로(문13 응답 결과)를 얼마나 자주 활용하셨습니다?

1. 매일
2. 일주일에 3-4회
3. 일주일에 1-2회
4. 한달에 1-2회

⇒ 다음 문14-1~문14-4는 문11 또는 문13 보기 12~17번(범용포털, 공공포털, 온라인 커뮤니티, 개인홈페이지, 사 기업체 사이트)에 1개 이상 응답자만 응답해 주십시오. 해당 없을 경우 문16으로 가 주십시오.

**14-1** 귀하께서는 온라인 매체를 활용하여 육아 관련 정보를 찾을 경우 1일 평균 몇 시간을 이용하십니까? 여러 개의 온라인 매체를 활용하실 경우, 각 매체 이용 시간을 모두 합한 평균 시간을 기준으로 응답해 주십시오.

|     |  |    |
|-----|--|----|
| 일평균 | <input style="width: 90%;" type="text"/> | 시간 |
|-----|--|----|

**14-2** 육아정보 습득을 위한 온라인 매체 주요 이용 시간대는 언제입니까?

|               |               |               |              |
|---------------|---------------|---------------|--------------|
| 1. 오전(06-12시) | 2. 오후(13-18시) | 3. 저녁(19-21시) | 4. 밤(22-05시) |
|---------------|---------------|---------------|--------------|

**14-3** 필요한 육아정보를 온라인에서 검색할 때 가장 처음 접근하는 사이트를 골라 주십시오.

|              |              |
|--------------|--------------|
| <b>1단계</b>   |              |
| 1. 범용포털의 검색창 | 4. 공공포털      |
| 2. 온라인 커뮤니티  | 5. 사 기업체 사이트 |
| 3. 개인 홈페이지   |              |

**14-4** 평소에 최종 정보 습득까지 여러 사이트를 단계적으로 이용한다면 해당 주이용 사이트를 골라 주십시오.  
⇒ 상위단계에서 응답한 보기는 제외해 주십시오.

|              |              |
|--------------|--------------|
| 1. 범용포털의 검색창 | 4. 공공포털      |
| 2. 온라인 커뮤니티  | 5. 사 기업체 사이트 |
| 3. 개인 홈페이지   |              |

|            |   |
|------------|---|
| <b>2단계</b> | <input type="checkbox"/> 해당사항 없음<br><input type="checkbox"/> 단계적으로 이용함 → 주이용 사이트: _____ |
| <b>3단계</b> | <input type="checkbox"/> 해당사항 없음<br><input type="checkbox"/> 단계적으로 이용함 → 주이용 사이트: _____ |

⇒ 다음 문15-1~문15-4는 문11 또는 문13 보기 14번(온라인 커뮤니티)에 1개 이상  
 응답자만 응답해 주십시오. 해당 없을 경우 문16으로 가 주십시오.

**15-1** 귀하께서는 평소 필요로 하는 육아정보를 얻기 위해 몇 곳의 온라인  
 커뮤니티를 방문하십니까?

- 1. 1곳
- 2. 2-3곳
- 3. 4-5곳
- 4. 6곳 이상

**15-2** 그렇다면 귀하께서 육아정보 관련 온라인 커뮤니티 선택 시 중요하게  
 고려하는 사항은 무엇입니까? 다음 보기 중 가장 중요한 사항을  
 하나만 골라 주십시오.

- 1. 커뮤니티의 지명도 또는 회원 수
- 2. 회원등급에 따른 참여활동 제한 여부
- 3. 지속적인 정보 갱신
- 4. 다양하고 신뢰할 수 있는 콘텐츠
- 5. 온라인 커뮤니티 내 상호 협력 업체

**15-3** 귀하께서 육아정보 관련 온라인 커뮤니티에서 가장 많이 활용하는 항목은  
 무엇입니까?

- 1. 공공기관 서비스 이용 정보 및 후기
- 2. 육아용품, 교재교구, 홍보 이벤트 이용 정보 및 후기
- 3. 육아경험담 공유
- 4. 지역, 연령 또는 또래 자녀 중심으로 한 소모임
- 5. 기타(적을 것 : \_\_\_\_\_)

**15-4** 육아정보 관련 온라인 커뮤니티 이용에 있어 가장 불만족스러운 점은  
 무엇입니까?

- 1. 읽기에 불편한 자기중심적인 글
- 2. 상업적 홍보글
- 3. 서로 상반되는 의견에 따른 선택의 어려움
- 4. 커뮤니티 가입 및 활동에 대한 엄격한 규정과 요구
- 5. 방대한 양의 정보로 인한 자료 탐색의 어려움
- 6. 불만족 사항 없음
- 7. 기타(적을 것 : \_\_\_\_\_)

**IV. 공공 육아정보 제공에 대한 만족도 및 개선요구**

**16** 귀하께서는 아래와 같은 정부 및 지방자치단체에서 제공하는 육아정보를 이용하신 경험이 있습니까? 이용경험이 없다면, 해당사업을 알고(들어본 적) 있습니까? 예시를 참고하시어 각 분야별 경험 여부를 응답해 주십시오.

※ 어린이집과 유치원에서 제공하는 서비스는 제외합니다.

| 분야                     | 예시  | 경험 여부 |       |     |
|------------------------|---|-------|-------|-----|
|                        |   | 있다    | 없다    |     |
|                        |   |       | 알고 있다 | 모른다 |
| 1. 의료 서비스 이용 정보        | 건강(구강)검진, 예방접종, 가정방문 건강관리 서비스, 영양플러스사업 등  | 1     | 2     | 3   |
| 2. 보육·교육 서비스 이용 정보     | 어린이집·유치원 비용 지원(카드 포함), 기관정보, 양육수당, 시간제 보육, 아이 돌봄 서비스  | 1     | 2     | 3   |
| 3. 자료·놀이실 이용 정보        | 자료실 이용, 놀잇감 대여, 도서대여, 놀이실 이용  | 1     | 2     | 3   |
| 4. 부모 교육 이용 정보         | 영유아 발달 단계별 교육(모유수유, 애착증진, 놀이지도, 베이비 마사지, 편식지도 등), 자녀교육법(독서, 창의성, 대화법), 안전교육(성교육, 응급처치법, 식품안전교육), 생애주기별 부모교육, 아버지 교육, 미혼모·한부모 교육, 다문화 교육, 부모 소모임 구성 및 지원 | 1     | 2     | 3   |
| 5. 참여 프로그램 이용 정보       | 신체·미술·음악·과학·요리 활동, 숲 체험, 유리드믹스 등  | 1     | 2     | 3   |
| 6. 행사 및 공연 이용 정보       | 가정의 달 행사, 사진 콘테스트, 벚꽃시장, 전시회, 그림 그리기대회, 동화 구연, 인형극, 미술 등  | 1     | 2     | 3   |
| 7. 상담 이용 정보            | 가족상담, 육아상담, 심리상담, 전문 면접상담, 전화상담, 온라인 상담, 집단상담   | 1     | 2     | 3   |
| 8. 영유아·부모 검사와 치료 이용 정보 | 우리아이발달체크(K-CDR II), 지능검사(K-WPPSI), 베이일리 영유아 발달검사(Bayley), 영아선별교육 진단검사(DEP), 유아사회성검사, ADHD검사, 인성검사, 부모심리검사(MMPI, PAR) 등 놀이치료, 미술치료, 음악치료, 언어치료 등         | 1     | 2     | 3   |
| ※ 모든 사업 '3. 모른다' 응답 경우 | ⇒ 표 우측 '8' 체크 후 문19로 갈 것  | 8     |       |     |

**16-1** (문16에서 1~8 중 경험여부 '1. 있다' 또는 '2. 없다' → 알고 있다'에 하나 이상 응답자만) 귀하는 해당 육아정보를 어디에서 얻게 되었습니까? 다음 보기 중 해당하는 경로를 모두 골라 주십시오.

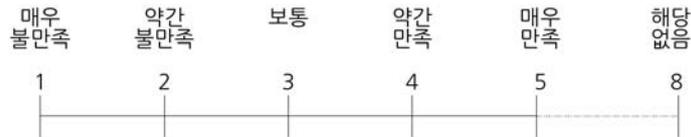
| 육아정보 제공처 |   |
|----------|---|
| [지역사회기관] | 1. 육아종합지원센터(구. 보육정보센터)<br>2. 건강가정지원센터<br>3. 시군구청, 주민자치센터<br>4. 보건소, 병원<br>5. 지역사회 복지관<br>6. 유아교육진흥원<br>7. 지역(어린이) 도서관<br>8. 기타 기관(적을 것 : _____) |
| [공공포털]   | 9. 아이사랑 보육포털<br>10. 마음 더하기<br>11. 아가사랑<br>12. 유아교육지원포털<br>13. 기타 공공포털(적을 것 : _____)   |
| [전문인력]   | 14. 서울시 우리동네 보육반장<br>15. 가정방문 건강관리 서비스 간호사<br>16. 기타 전문인력(적을 것 : _____)   |

⇒ '14. 서울시 우리동네 보육반장'은 서울시 거주자 또는 거주 경험자만 응답할 수 있습니다.

| 분야   | 습득 경로 |
|--|-------|
| 1. 의료 서비스 이용 정보<br>(문16에서 '1. 있다 또는 2. 알고 있다' 응답자만)        |       |
| 2. 보육·교육 서비스 이용 정보<br>(문16에서 '1. 있다 또는 2. 알고 있다' 응답자만)     |       |
| 3. 자료·놀이실 이용 정보<br>(문16에서 '1. 있다 또는 2. 알고 있다' 응답자만)        |       |
| 4. 부모 교육 이용 정보<br>(문16에서 '1. 있다 또는 2. 알고 있다' 응답자만)         |       |
| 5. 참여 프로그램 이용 정보<br>(문16에서 '1. 있다 또는 2. 알고 있다' 응답자만)       |       |
| 6. 행사 및 공연 이용 정보<br>(문16에서 '1. 있다 또는 2. 알고 있다' 응답자만)       |       |
| 7. 상담 이용 정보<br>(문16에서 '1. 있다 또는 2. 알고 있다' 응답자만)            |       |
| 8. 영유아·부모 검사와 치료 이용 정보<br>(문16에서 '1. 있다 또는 2. 알고 있다' 응답자만) |       |

⇒ 응답 후 문16에서 1~8중 경험 여부 '1. 있다' 하나 이상 응답자는 문 16-2로, 문16에서 1~8중 경험 여부 '2. 없다' → 알고 있다'에 하나 이상 응답자는 문18로 가 주십시오.

**16-2** (문16에서 1~8 중 경험 여부 '1 있다'에 하나 이상 응답자만) 그렇다면, 이용했던 공공 육아정보 서비스에 대해 얼마나 만족, 혹은 불만족 하셨습니까? 문16-1에서 이용했던 경로별 만족도를 각 항목별로 '매우 불만족' 1점, '보통' 3점, '매우 만족' 5점 등 1점에서 5점 사이로 응답해 주십시오. 분야별 경험 횟수가 여러 번일 경우, 해당 분야 경험 전체를 통틀어 응답해 주십시오.



|          |                        | 만족도 항목                                  |  |   |  |
|----------|------------------------|---|--|---|--|
|          |                        | 문16-2-1) 정보 내용                          | 문16-2-2) 이용 편의성                                | 문16-2-3) 상호작용                                 | 문16-2-4) 활용성                             |
| 육아정보 제공처 |                        | 제공되는 정보는 정확하고 객관적이어서 신뢰할 만하며 이해하기 쉽습니까? | 해당 제공처의 이용 절차가 용이하며 간결하고 명확한 정보를 쉽게 찾을 수 있습니까? | 해당 제공처는 장애담당을 주교 의견수렴장구 (이용자 커뮤니티)를 운영·지원합니까? | 해당 정보가 육아에 실제적인 도움이 되어 주변에 이용을 권하고 싶습니까? |
| 지역 사회 기관 | 1. 육아종합지원센터(구. 보육정보센터) |   |  |   |  |
|          | 2. 건강가정지원센터            |   |  |   |  |
|          | 3. 시군구청, 주민자치센터        |   |  |   |  |
|          | 4. 보건소, 병의원            |   |  |   |  |
|          | 5. 지역사회 복지관            |   |  |   |  |
|          | 6. 유아교육진흥원             |   |  |   |  |
|          | 7. 지역(어린이) 도서관         |   |  |   |  |
|          | 8. 기타 기관               |   |  |   |  |
| 공공 포털    | 9. 아이사랑 보육포털           |   |  |   |  |
|          | 10. 마음 더하기             |   |  |   |  |
|          | 11. 아가사랑               |   |  |   |  |
|          | 12. 유아교육지원포털           |   |  |   |  |
|          | 13. 기타 공공포털            |   |  |   |  |
| 전문 인력    | 14. 서울시 우리동네 보육반장      |   |  |   |  |
|          | 15. 가정방문 건강관리 서비스 간호사  |   |  |   |  |
|          | 16. 기타 전문인력            |   |  |   |  |

**17** (문16에서 1~8 중 경험 여부 '1 있다'에 하나 이상 응답자만) 귀하께서는 정부와 지방자치단체의 육아지원사업 이용 시 어떤 점에 가장 불만족하셨습니까? 여러 사업을 이용하신 경우, 모든 이용 경험을 통틀어 다음 보기 중 하나만 골라 주십시오. 응답 후 문19로 거주하십시오.

1. 해당 사업의 존재를 알기 어렵다
2. 해당 사업 내용을 찾고 이해하기 어렵다
3. 해당 사업 이용 경쟁이 치열하다
4. 서비스 또는 프로그램 내용이 도움 되지 않는다
5. 여론수렴, 질의답변 처리가 원활하지 않다
6. 불만족 사항 없다
7. 기타(적을 것 : \_\_\_\_\_)

**18** (문16에서 1~8 중 '2' 없다 → 알고 있다'에 하나 이상 응답자만) 귀하는 육아정보를 알면서도 이용하지 않았던 가장 큰 이유를 하나만 골라 주십시오.

- |                           |                     |
|---------------------------|---------------------|
| 1. 소득수준에 따라 이용 제한이 있어서    | 4. 시간이 없어서          |
| 2. 이용 절차(서류 제출 등)가 복잡해서   | 5. 별로 필요하지 않아서      |
| 3. 어디서 하는지, 어디에 가야 할지 몰라서 | 6. 기타(적을 것 : _____) |

**19** 귀하께서는 육아지원사업을 어떤 방식으로 홍보하는 것이 가장 적절하다고 생각하십니까? 다음 보기 중 가장 선호하는 육아지원사업의 홍보 방식을 하나만 골라 주십시오.

1. 이용자의 신청과 관계없이 모든 정보를 개별적으로 전달하는 방식
2. 이용자가 신청한 정보를 위주로 전달하는 방식
3. 개별적 상담 후 여러 사업을 종합적으로 전달하는 방식

**20** 귀하께서는 육아지원사업을 어떤 형태로 홍보하는 것이 가장 적절하다고 생각하십니까? 다음 보기 중 선호하시는 순서대로 1~2순위를 골라 주십시오.

- |   |   |
|---|---|
| <b>1순위</b>  | <b>2순위</b>  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 개별면담 · 전화상담</li> <li>2. 인쇄물</li> <li>3. 전화문자 서비스</li> <li>4. 이메일 서비스</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>5. 범용포털 홍보</li> <li>6. TV, 라디오, 신문, 대중교통 광고</li> <li>7. 온·오프라인 소모임 홍보</li> </ol> |

**21** 귀하께서는 육아지원사업 관련 공공 포털서비스에 대해 아래와 같은 개선 필요성에 대한 필요 정도를 '전혀 불필요' 1점, '반반' 3점, '매우 필요' 5점 등 1점에서 5점 사이로 응답해 주십시오.

| 개선사항   | 전혀 필요하지 않다 | 필요없는 편이다 | 반반 이다 | 필요한 편이다 | 매우 필요하다 |
|--|------------|----------|-------|---------|---------|
| 21-1) 정부 및 지방자치단체의 육아지원사업을 모두 한 번에 찾을 수 있는 포털 서비스를 제공한다        | 1          | 2        | 3     | 4       | 5       |
| 21-2) 해당 육아지원사업에 대한 이용 절차를 쉽게 찾을 수 있도록 메뉴를 축소하고 검색결과를 간소화 한다   | 1          | 2        | 3     | 4       | 5       |
| 21-3) 해당 육아지원사업을 이해하기 쉽도록 지원항목과 이용절차를 위주로 간결하게 정보를 제공한다        | 1          | 2        | 3     | 4       | 5       |
| 21-4) 해당 육아지원사업에 대한 이용 후기 등 이용자의 개인 의견을 공유하고 건의할 수 있는 공간을 제공한다 | 1          | 2        | 3     | 4       | 5       |

**22** 육아지원 관련 공공사업에서 가장 제공 받고 싶은 육아정보의 내용은 무엇입니까? 다음 보기 중 하나만 골라 주십시오.

- |           |          |
|-----------|----------|
| 1. 공공 서비스 | 5. 영양    |
| 2. 의료·안전  | 6. 교육    |
| 3. 발달     | 7. 문화·참여 |
| 4. 기본생활습관 |          |



**DQ8** 가계 월평균 소득(임대소득, 예금이자 등을 모두 포함)

|                 |                 |
|-----------------|-----------------|
| 1. 130만원 이하     | 4. 261~350만원 이하 |
| 2. 131~160만원 이하 | 5. 351~450만원 이하 |
| 3. 161~260만원 이하 | 6. 451만원 이상     |

**DQ9** 다음 항목에 대해 귀하의 성향과 유사한 정도를 해당 보기에서 골라 주십시오.

| 개선사항                     | 전혀<br>동의하지<br>않는다 | 동의하지<br>않는<br>편이다 | 반반<br>이다 | 동의하는<br>편이다 | 매우<br>동의한다 |
|--------------------------|-------------------|-------------------|----------|-------------|------------|
| 1) 사람을 기꺼이 돕는다           | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 2) 내 스스로의 믿음에 근거를 둔다     | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 3) 독립적이다                 | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 4) 다른 사람에게 즉각 반응한다       | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 5) 설득력이 있다               | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 6) 개성이 강하다               | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 7) 동정심이 많다               | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 8) 배려를 잘 한다              | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 9) 적극적이다                 | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 10) 다른 사람(들)에게 민감하다      | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 11) 지배적이다                | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 12) 진실하다                 | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 13) 온화하다                 | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 14) 상대방의 견해에 대해 태도가 명확하다 | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 15) 따뜻하다                 | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 16) 다정하다                 | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 17) 남에게 도움이 된다           | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 18) 리더처럼 행동한다            | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 19) 공격적이다                | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |
| 20) 경쟁적이다                | 1                 | 2                 | 3        | 4           | 5          |

설문이 끝났습니다. 응답해 주셔서 감사합니다.

조사 후 기록표

|              |  |   |
|--------------|--|---|
| 응답자<br>기본 정보 | 성명   |   |
|              | 전화번호   | ( ) - ( ) - ( )<br>※ (안내) 전화번호는 추후 자료 확인을 위한 목적이며,<br>절대로 다른 목적에 이용하거나 유출되지 않습니다. |
| 응답 날짜        | 2014년 ( )월 ( )일<br>( )시 ( )분 부터( )분 까지 총( )분간 응답 |   |
| 조사원          | 성명   |   |
|              | ID   |   |

연구보고 2014-11

---

**영유아 부모의 육아정보 이용실태 및 활용지원 방안**

---

**발행일** 2014년 11월  
**발행인** 우남희  
**발행처** 육아정책연구소  
**주 소** 서울시 종로구 율곡로 33 안국빌딩 7층, 8층, 10층, 11층  
전화: 02) 398-7700  
팩스: 02) 730-3313  
<http://www.kicce.re.kr>  
**인쇄처** 한학문화 02) 313-7593

---

보고서 내용의 무단 복제를 금함.

ISBN 978-89-97492-88-6 93330