

유아용 학습지의 현황 및 학습지에 대한 인식도*

The Present State and Perception of Worksheets for Young Children

현 온 강**
Hyun, On Kang
공 인 숙**
Kong, In Sook
김 영 주**
Kim, Young Joo
이 완 정**
Lee, Wan Jeong

ABSTRACT

The purpose of this study was (1) to explore the present state of worksheets for home use with young children, and (2) to examine perceptions of young children's mothers and editors about these worksheets. 40 kinds of worksheets delivered to children's homes were analyzed. 106 mothers and 131 editors were surveyed by use of questionnaires which had been developed by the researchers.

The results showed that (1) even though there are many types of worksheets delivered to the homes of young children, there are few worksheets which meet their teaching goals; (2) young children's mothers are well informed about the state of worksheets, and they would like to supplement the worksheets with visits by teachers who majored in child related studies; (3) the editors of worksheets have mostly majored in Korean language, English, and Math-related studies but not in child related studies.

* 이 논문은 1997년도 한국아동학회 춘계학술대회 "아동 관련 산업의 현재와 미래"에서 발표한 논문을 재구성하여 축약한 것임.

** 인하대학교 소비자아동학과 교수, 순천대학교 가정관리학과 전임강사, 영동전문대학교 여성교양과 조교수, 인하대학교 소비자아동학과 전임강사

I. 서 론

사교육의 한 형태인 학습지 산업은 근래 그 시장규모가 급격히 확대되어 한 해 매출규모가 6천 억원대에 이르는 대형시장을 형성하고 있다(중앙일보, 1994. 4월 10일자). 이와 더불어 1980년대 이후 유아교육에 대한 관심이 증가하면서 조기교육과 영재 교육 등의 붐을 타고, 학습지의 이용 대상이 취학전 아동과 3, 4세 유아까지로 확대되는 저연령화 현상이 두드러지게 나타나고 있다.

학습지의 전통적인 형태는 종이위에 인쇄된 문제에 필기구로 답하는 문제풀이 방식인데, 이러한 교육형태는 특히 유아에게는 바람직하지 못한 방식이라고 간주되어 왔다. 즉 유아용 학습지에 대한 선행연구들(김명리, 1990; 김영실, 1984; 박정민, 1987; 장혜순·박경자·조부경, 1996)에서는 유아의 학습 과정은 구체적인 활동 중심으로 이루어져야 한다고 전제하고, 연필과 종이라는 매체로 이루어지는 학습지의 형태는 구체적인 활동보다는 추상적인 지식을 다루고 있으므로 전조작기 발달단계의 유아에게는 적합하지 않다고 비판하고 있다. 비슷한 이유로 제 5차 유치원 교육과정에서도 유치원의 교육 과정 중 학습지의 사용을 제한하도록 명시하고 있다.

하지만 아동이 학교에 입학하기 전에 기본적인 문자 및 숫자 교육을 받을 필요가 있다는 경쟁적인 사회 분위기 속에서, 부모들이 가격이나 방법 등을 고려해 볼 때 비교적 손쉬운 사교육의 형태로 학습지를 이용하는 정도가 증가하고 있는 것이 현실이다. 유아용 학습지 시장은 계속 확대되고, 자녀에게 학습지를 시키려는 부모들도 늘어나고 있지만, 유아용 학습지의 구체적인 효과에 대한 체계적인 연구는 거의 이루어지지 않고 있는 실정이다. 그러므로 유아용 학습지들이 유아의 발

달에 어떠한 영향을 미치는지를 검증하려는 연구들을 시도하고, 이를 통해 유아에게 학습지를 시키는 것이 바람직한지의 논하는 과정이 요구된다.

이러한 모색을 시작함에 있어 연구자들은 그 기초 작업으로 유아용 학습지의 현황 및 학습지를 만드는 사람들과 이용하는 사람들의 학습지에 대한 인식도가 어떠한지를 알아보고자 하였다. 이에 따라 본 연구에서는 유아용 학습지의 종류 및 형태, 유아기 자녀를 둔 부모의 학습지에 대한 인식도, 학습지 편집부원의 인식도를 다음과 같은 연구문제를 중심으로 탐색해 보고자 한다.

(1) 유아용 학습지의 종류 및 형태는 어떠한가?

(2) 유아기 자녀를 둔 어머니의 학습지에 대한 일반적 인식과 학습지 사용여부에 따른 집단별 특성은 어떠한가?

(3) 학습지 편집부원의 일반적 특성 및 유아용 학습지에 대한 인식은 어떠하며, 경력 기간에 따른 학습지 개발태도는 어떠한가?

II. 연구방법

본 연구는 연구문제에 따라 각기 다른 연구대상과 연구 도구 및 조사 절차를 거쳐 수행되었다.

1. 연구 대상 및 표집

먼저 연구문제 1을 위해서는 눈덩이(snowball) 표집방식으로 유아용 학습지 40종을 구하여 연구대상으로 삼았다. 그리고 연구문제 2를 위해서는 서울 지역 3곳의 유치원과 어린이집을 편의표집하여 이곳의 4-5세 유아반 어머니들을 조사대상으로 하였다. 또한 연구문제 3을 위해서는 국내의 5개 학습지 회사(구몬, 대교, 웅진, 재

능, 한솔)에서 학습지 개발연구를 담당하고 있는 편집부원 전원을 조사 대상으로 하였다.

2. 연구 도구

1) 유아용 학습지의 종류 및 형태

국내에서 시판되고 있는 유아용 학습지 실태를 조사하기 위해 학습지의 종류, 대상 연령, 발간 형태, 학습지의 구성 및 가격, 관리 방식을 체크 하는 개방형 조사지를 만들어 사용하였다.

2) 유아용 학습지에 대한 어머니의 인식도

유아용 학습지에 대한 어머니의 인식도를 측정하기 위해 선행연구(박정민, 1987; 우동환, 1992; 한국소비자보호원, 1992)를 참조하여 설문지를 제작하였는데, 그 구체적인 내용은 조사대상자의 일반적 특성을 묻는 문항과, 학습지 사용 여부, 사용 형태 및 이유, 관리교사에 대한 요구, 교재·교구에 대한 요구, 학습지 전반에 관한 어머니의 인식 등에 관한 문항 등 총 22문항으로 구성되었다.

3) 학습지 편집부원의 인식도

학습지 편집부원의 인식도를 연구하기 위해, 먼저 5개 학습지(구몬, 대교, 웅진, 재능, 한솔)회사를 방문하여 편집부 책임자(팀장이나 과장)와의 심층면접을 통해 학습지 편집업무 전반에 대한 기초 조사를 하였다. 이 면접내용과 학습지 관련 선행연구 및 하이텔 주부 동호회의 글 모음 중 유아용 학습지 부분을 갈무리한 내용 등을 참고하여 설문지를 구성하였다. 설문지의 구체적인 내용은 편집부원의 성별, 연령, 출신 학과 등의 일반적 사항을 묻는 문항 7개, 학습지 비판론에 대한 편집부원의 생각을 묻는 개방형 문항 7개, 그리고 학습지를 개발할 때 국내외 서적이거나 논문을

참조하는 정도, 소비자의 불편사항이나 국내의 관련 제품을 검토하는 정도를 묻는 5점 리커트 척도 10문항 등 모두 24개의 문항으로 구성되었다.

3. 연구 절차

1) 유아용 학습지의 종류 및 형태

유아용 학습지의 종류 및 형태를 알아보기 위하여 1997년 2월 18일부터 2월 28일까지 개방형 조사지를 사용하여 연구를 진행시켰다. 이를 위해 국내의 5개 학습지 회사(구몬, 대교, 웅진, 재능, 한솔)를 방문하거나, 연구자가 일반 소비자가 되어 학습지 가입 안내를 해주는 상담들을 받거나 혹은 학습지 판매지국에 전화를 하여 질문하는 등의 방법으로 학습지의 종류와 형태에 관한 사항을 조사하여, 이를 개방형 조사지에 기입하였다.

2) 유아용 학습지에 대한 어머니의 인식도

유아용 학습지에 대한 어머니의 인식도를 살펴보기 위하여 1997년 3월 16일에서 4월 8일까지 본 조사를 실시하였다. 조사 방법은 서울지역 3곳의 유치원이나 어린이집에 유아기 자녀를 취원시키고 있는 어머니에게 교사를 통해 설문지를 배포한 후 회수하는 방식으로 이루어졌는데, 최종적으로 106부의 설문지가 회수되었다.

3) 학습지 편집부원의 인식도

학습지 편집 부원의 인식도를 알아보기 위해 1997년 3월 7일부터 4월 7일까지 본 조사를 실시하였다. 즉 5개 학습지 회사(구몬, 대교, 웅진, 재능, 한솔)의 편집 업무에 종사하는 편집부원 전체를 대상으로 설문지를 배부하였는데, 대부분의 편집부원이 이에 응답하여 모두 131부의 설문지를 회수할 수 있었다.

4. 자료 분석 방법

본 연구에서 수집된 자료는 SPSS/PC프로그램을 사용하여 분석하였다. 조사 대상의 일반적 특성과 학습지에 대한 어머니의 인식을 알아보기 위해 빈도와 백분율을 산출하였고, 유아용 학습지에 대한 학습지 편집부원의 인식을 알아보기 위해서는 쌍체 *t*검증을 실시하였으며, 학습지 편집부원의 경력에 따른 학습지 개발 태도를 분석하기 위해서는 일원변량분석과 *scheffe* 추후검증을 실시하였다.

Ⅲ. 결과 및 해석

1. 유아용 학습지의 종류 및 형태

유아용 학습지의 종류를 발간 형태, 학습지의 구성 및 가격, 관리 방식 등으로 분류하여 <표 1>에 제시하였다.

1) 대상연령

<표 1>에서 제시된 40종의 학습지 중 대상 연령이 가장 어린 경우는 만 6개월의 영아부터 시작할 수 있는 것이었다. 만 2세 이하의 유아를 시작 연령으로 제시하고 있는 학습지는 8종이었고, 이외 나머지 32종의 학습지는 대개 만 2세 이후의 유아를 시작 연령으로 제시하고 있었다. 학습지 회사에서는 이와같이 학습지마다 기본적인 대상 연령층을 구분하여 제시하고 있으나, 특히 유아기는 개인차가 매우 큰 시기이므로 단순히 월령에 따라 학습지를 선택하는 것은 바람직하지 않을 수 있다.

2) 학습지의 발간형태

유아용 학습지는 과목별 학습지와 종합 학습지

의 두 형태로 발간된다. 과목별 학습지는 초등학교이나 중, 고등학생이 국어, 수학 등의 과목별로 하는 학습지 방식을 유아에게도 적용한 것이다. 대부분의 부모가 유아기 자녀를 교육시키고자 하는 첫 번째 요구가 한글을 읽고 쓰는 것이므로, 과목별 학습지는 대부분 한글을 깨우치기 위한 것이 많고, 이외에 한자, 수학, 영어, 일어 등 다양한 과목의 학습지가 있다. 이와 비교하여 종합 학습지에서 인지적 발달외에 정서, 사회성 발달 및 기본 생활 능력을 함양한다는 목적하에 요일별로 과목이 정해져 있고, 생활습관 형성에 관한 단원을 제시하거나 만들기, 노래 테이프 등을 추가하여 다양한 교육적 경험을 제공하려고 시도하였다.

제 5차 유치원 교육 과정에서는 생활중심의 교육을 강조하여 교육 영역을 건강, 표현, 사회, 탐구, 언어 생활 등으로 제시하고 있으며, 이러한 통합 교육은 현재 교육 개혁의 기본 방향과 일치하는 것이기도 하다. <표 1>에 제시된 40종의 학습지 중 과목별 학습지는 25종이고 종합 학습지는 15종으로 과목별 학습지가 더 우세한데, 이렇게 구체적인 교육 과목을 강조하는 방식은 통합 교육의 측면에서 볼 때 유아에게는 적합하지 않다.

3) 학습지의 구성

각 학습지는 일간이든, 주간, 월간이든 그 프로그램을 모두 마치는데 소요되는 분량이 약 200쪽 안팎으로 비슷하다. 학습지를 개발하거나 편집할 때 학습지의 각 단계마다 유아가 일반적으로 알아야 할 내용을 설정해야 하는데, 개인적인 편차가 큰 유아기의 경우 이를 평균해 내기란 쉽지 않다. 학습지는 개별 회사에서 자체적으로 정한 학습 단계에 따라 구성되어 있고, 각 단계를 모두 마치는데 필요한 시간이 대부분 정해져 있지만,

〈표 1〉 유아용 학습지의 종류, 발간형태, 배송간격, 관리방식, 출판사

학습지 종류 ¹⁾	발간형태	배송간격	관리방식	출판사
빨간펜 피돌이	종합	월간	전화상담	(주)교원
빨간펜 프리스쿨	종합	주간	전화상담	(주)교원
웅진 곰돌이	종합	주간	전화상담	웅진 출판
웅진 아이큐	종합	주간	전화상담	웅진 출판
웅진 싱크빅 국어/수학 ²⁾	과목별	주간	전화상담	웅진 출판
눈높이 친구	종합	주간	주1회 관리교사/공부방 지도	(주)대교
눈높이 국어/수학	과목별	주간	주1회 관리교사	(주)대교
아름아리 유치원	종합	월간	전화상담	(주)대교
신기한 아기사라	종합	세트판매	주1회 관리교사	한솔교육
한글나라	과목	세트판매	주1회 관리교사	한솔교육
한솔 유아국어/국어	과목	주간	주1회 관리교사	한솔교육
영어나라/잉글리쉬매직	과목별	세트판매	주1회 관리교사	한솔교육
재능 국어/한자/수학/영어	과목별	주간	주1회 관리교사	(주)재능교육
노벨과 재미	종합	주간	전화상담	(주)교수문화
에디슨과 재미	종합	일간	전화상담	(주)교수문화
빼약이/열린 2Q학습	종합	주간	전화상담	아이템플 미디어
21세기 일일공부	종합	일간	전화상담	아이템플 미디어
아기자리/우리자리	종합	주간	전화상담	아이템플 미디어
하버드 국어/수학	과목별	주간	주1회 관리교사	아이템플 미디어
구몬 국어/수학	과목별	주간	주1회 관리교사	공문교육 연구원
덕암 클래스	종합	주간	전화상담	(주)덕암출판
발견 한글/수학	과목별	주간	주1회 관리교사	(주)바른교육
두리두리 두뇌놀이	과목	주간	주1회 관리교사	두리두리 미디어
영재 한글/두배로 서당	과목별	주간	주1회 관리교사	(주)영교
장원 한글/한자/수학	과목별	주간	주1회 관리교사	(주)장원 교육

1) 유아용 학습지의 종류는 눈덩이 표집방식으로 조사하였으므로, 현재 발간되고 있는 모든 유아용 학습지가 포괄되지는 않았음.

2) 단계별 학습지나 과목별 학습지의 경우 여러 과목을 함께 표시했음. 따라서 이 표에서 제시된 학습지 종류는 모두 40종임.

실제로는 유아의 개인차에 따라 융통성이 있어 간이 다를 수 있다.
동일 분량의 내용이라도 아동에 따라 필요한 시 일반적으로 학습지 표지에 10A,

8A와 같이 숫자로 제시되어 있는데, 대체로 큰 번호가 낮은 연령의 유아들이 시작하는 단계이다. 그런데 학습 단계마다 그 난이도가 비슷하게 올라가도록 내용을 구성한다는 것이 현실적으로 힘들기 때문에, 학습 단계를 바꿀 때 난이도가 갑자기 상승하여 유아가 따라가기 힘들어 하거나 혹은 반대로 비슷한 내용이 반복되어 유아가 지루해 할 수도 있으며, 학습지의 이러한 특성이 교육적인 난점으로 지적되고 있다.

4) 학습지의 가격

학습지의 가장 큰 장점은 가격이 비교적 저렴하다는 것이다. 학습지 구독료는 대체로 월 2만 3천원 내외이고, 세트로 판매하는 경우에도 월 구독료를 연간으로 환산한 정도이다. 이 외에 가입비를 별도로 받는 경우도 있고, 또 학습지 구독에 앞서 학습지 진행에 필요한 교재나 교구를 별도로 판매하는 경우도 있다.

학습지 회사에서는 소비자가 부담없이 선택할 수 있는 가격내에서 어느 정도의 질을 유지하며 이윤을 낼 수 있어야 한다. 따라서 일정 가격내에서 구체적인 내용과 자료 형태를 개발해야 하므로, 학습지를 만들 때 여러 가지 감각 교구를 사용하여 실제 활동을 유도하기 보다는 종이위에 문제를 인쇄한 전통적인 방식을 극복하기 어렵다.

학습지의 구독료를 납부하는 방식은 매달 분납하는 방식보다는 대부분 6개월이나 일년분을 선불해야 하는 경우가 많다. 이럴 경우 선불하는 액수의 이자액에 해당되는 사은품이나 답례품을 얻어 주지만, 아동이 학습지를 못따라 하거나 싫어할 경우나 학습지가 마음에 들지 않을 경우라도 일정 금액을 미리 냈기 때문에 구독을 그만두기가 어렵다.

5) 학습지 관리방식

학습지의 관리방식은 주로 관리교사가 전화로 상담을 하거나 규칙적으로 회원의 집을 방문하여 진도를 체크하는 것으로 이루어진다. 학습지 관리교사는 예전부터 있었으나, 88년에서 92년사이 학습지 회사들이 사업부제로 경영형태를 바꾸면서 현행의 상태로 자리잡기 시작하였다(김은령, 1994). 사업부제 하에서 관리교사는 계약적으로서 정사원에 포함되지 않으며 지국에 분산배치되어 근무한다. 또한 관리교사의 임금은 성과급이기 때문에 각 회원의 회비의 일정 비율을 수수료로 받는다.

관리교사가 하는 일은 규칙적으로 학습지 회원의 집을 방문하여 학습지도를 하는 것인데, 보통 한 집당 5-10분 정도씩 하루에 20-40집을 방문하게 되며, 이외에도 회원의 진도를 체크하고 진도에 맞는 학습지를 챙기는 것도 필요한 일이다. 따라서 빈 시간에 진도그래프를 작성하고 교재를 정리해 놓아야 하고, 대부분의 경우 관리교사가 회비수금의 책임을 지게 되므로, 회원의 학습지도와 더불어 회원관리에 신경을 써야 한다.

그러므로 관리교사들은 자신들이 유아의 학습을 도와준다 하더라도 어머니의 적극적인 도움이 없다면 학습지와 관리교사제는 결국 별 효과를 볼 수 없다고 인식하고 있다. 결국 관리교사는 보조 역할을 할 뿐 학습 활동은 어머니와 유아가 중심이 되어 이루어지는 것이 중요하다.

2. 유아용 학습지에 관한 어머니의 인식

1) 유아용 학습지에 대한 어머니의 전반적 인식

(1) 학습지 특성에 대한 인식 정도

조사대상 어머니의 대부분이 유아용 학습지에 대해 잘 알고 있었다. 구체적으로 <표 2>에 제시

된 바와 같이, 학습지의 특성 중 한 학습지 회사가 여러 가지 이름으로 다양한 종류의 학습지를 발간하는 것을 알고 있는 어머니가 약 75%였고, 학습지중에는 유아의 능력에 따라 진도를 나가는

것과 학습지 회사에서 정한 진도에 따라 나가는 것이 있다는 것에 대해 알고 있는 어머니가 81% 정도였다.

<표 2> 어머니의 학습지 특성 인식 ()안은 %

학습지의 진도특성을 아는가	한 회사에서 여러 가지 명칭의 학습지가 발간되고 있다는 사실을 아는가			계
	안 다	안 다	모른다	
안 다		70(66.6)	15(14.3)	85(80.9)
모른다		9(8.6)	11(10.5)	20(19.1)
계		79(75.2)	26(24.8)	105(100.0)

하지만 어머니들이 막상 유아용 학습지를 결정할 때는 대개 특정 학습지를 써 본 주변의 제안이나 판매원 혹은 관리교사의 권유 등에 의존하는 경우가 많았는데, 이러한 방식으로는 여러 학습지를 객관적으로 비교·검토하기가 어렵다. 그러므로 유아용 학습지의 주요 소비자인 어머니들이 학습지에 대한 정보를 어디서 어떻게 얻는지에 대한 후속 연구가 필요하다고 보여진다.

(2) 관리교사에 관한 요구

대다수의 어머니는 관리교사가 방문하여 학습지도를 해주는 것에 대해 긍정적으로 지각하고 있었다. 즉 매우 도움이 될 것이거나 도움이 될 것으로 지각하는 경우가 81.9%였고, 그저 그럴 것이라고 생각하는 경우는 14.3%였으며, 필요없다고 생각하는 경우는 3.8%에 불과했다.

어머니들은 관리교사가 방문, 지도하는 것이 무척 중요하다고 생각하지만, 현재와 같은 관리교사 방식으로는 이런 기대를 하는 것이 무리라고 여겨진다. 우선 시간의 문제인데, 관리교사가 유아를 방문, 지도하는 시간은 1회에 5-10분 정도이므로, 이 시간으로는 유아의 발달에 적합한 지도

나 활동을 하기 보다는 단순히 유아의 진도를 확인하는 것에 그치기 쉽다. 따라서 이러한 상황이 개선되지 않는한 어머니가 방문 교사에게 유아의 지도를 일임하려는 것은 문제의 소지가 있다고 하겠다.

어머니는 관리교사에 관한 요구를 묻는 복수응답형 질문에서 관리교사가 학생상담(68.6%)과 진도확인(68.6%)을 해주는 것을 가장 많이 요구하고 있으며, 그외에도 부모상담(30.5%)을 원하고 있었다. 그외에 소수이기는 하나 유아에게 흥미를 유발시켜 주기를 바라는 경우도 있었다. 또한 관리교사의 방문 횟수가 주 2회(48.5%)이거나 주 1회(44.7%)인 경우가 적당하다고 지각하며, 격주간이나 월 1회 정도를 원하는 경우는 거의 없었다. 이는 어머니들이 유아의 경우 학습 습관을 형성시키기 위해 관리 교사가 자주 방문할 필요가 있다고 생각하고 있는 것을 의미한다. 또한 이런 사실은 어머니가 자녀의 지도에 불안을 느껴서 전문가에게 의존하려는 경향을 보이는 것이라고도 할 수 있다.

관리교사의 전공은 아동학이나 유아교육을 전

공한 대졸자(41.6%)나 전문대졸업자(21.8%)가 좋겠다는 응답이, 영어, 수학, 국어와 같은 과목 전공 대졸자(31.7%)나 전문대졸업자(5.0%)가 좋다는 응답보다 많았다. 이는 유아의 경우 과목 내용을 심화하여 교육하는 것보다, 유아의 발달적 특성에 맞춰 통합적으로 교육하는 것이 필요하다는 학계의 인식이 일선 소비자인 어머니의 요구와 일치되는 부분이라 하겠다.

(3) 교재·교구에 대한 요구 및 가격에 관한 인식

대다수의 어머니는 학습지의 교재·교구에 대해 가격 부담을 느끼고 있었다. 즉 교재나 교구를 없애고 가격을 낮추기를 바라는 경우(38.8%)가 적지 않으며, 교재·교구의 필요성은 인정하지만 가격이 부담스럽다는 인식(9.4%)도 있었다. 그러나 가격과 관계없이 교재·교구가 필요하다고 보는 경우(16.3%)나 현재 가격을 유지하는 것이 좋다(34.7%)는 경우도 비슷한 수준이었다. 이런 인식이 가정의 수입과 관련되는지를 살펴본 결과, 무관하였다.

이런 요구와는 별도로 현재 사용 중인 학습지의 교재·교구에 대한 불만 사항도 지적되었다. 즉 학습지의 종이 너무 얇아서 내용에서 요구한 만들기를 제대로 할 수 없다는 등, 교구의 맞물림이 정확하지 않다는 등의 지적도 있었다. 따라서 학습지를 만들때나 학습지의 교재·교구 제작 과정에서 보다 세심한 주의를 할 필요가 있다.

2) 학습지 사용 여부에 따른 집단별 특성

여기서는 전체 조사 대상자를 학습지 사용 여부와 사용예정 여부에 따라 4집단으로 나누어 각 집단별 특성을 살펴 보았다. 그 결과 현재 학습지를 하고 있는 집단과 앞으로 학습지를 시키려는 집단의 요구 특성이 매우 유사했으므로 두 집단을 통합하여, 결과적으로 3집단의 집단별 특성을

살펴보았다.

(1) 현재 학습지를 하거나, 앞으로 시키려는 경우

현재 학습지를 하고 있는 유아는 전체 유아 중 71.7%를 차지하였고, 앞으로 시키려는 경우는 10.4% 정도였다. 선행 연구(박정민, 1987)에서 51.7%의 유아가 학습지를 하고 있었던 결과와 비교해 보면, 유아용 학습지의 신장이 매우 빠른 편(매일경제신문, 1992. 2월 6일자; 한겨레신문, 1991. 3월 17일자; 한국일보, 1991. 4월 20일자)이라는 것을 확인할 수 있다.

현재 학습지를 하고 있는 유아는 주로 주간 학습지(74.0%)나 일일 학습지(19.2%)를 하고 있었고, 월간학습지(4.1%)나 격주간 학습지(2.7%)를 하는 경우는 매우 적은 편이었다. 앞으로 하려는 경우에는 주간 학습지(40.0%)나 일일 학습지(60.0%)를 선호 하였고 월간 학습지나 격주간 학습지를 하겠다고 응답한 경우는 전혀 없었다. 이를 초등학교의 경우 주로 월간 학습지(47.2%)나 주간학습지(41.5%)를 사용한다는 선행 연구(소비자보호원, 1992)와 비교해 보면 차이가 뚜렷하다. 즉 유아의 경우, 학습지를 한꺼번에 받기 보다 발달적 특성에 따라 양을 적게 하여, 자주 받는 것을 선호하였다.

유아에게 학습지를 시키는 이유는 학습 습관을 키우기 위해서가 전체의 77.6%로 가장 많았고, 유아가 원해서(7.5%), 또는 성적 향상(7.5%)때문이라는 이유는 비교적 적었다. 한편 주변에서 많이 하니까 시킨다는 경우(3.0%)도 소수이지만 있었다. 초등학교의 경우는 학습 효과 향상(54.5%), 학습 습관 형성(35.8%) 때문에 학습지를 시킨다(한국소비자보호원, 1992)는 응답과 비교해 보면, 유아의 어머니는 학습 자체 보다는 학습 태도 형성을 중시한다고 볼 수 있다. 다음으로 유아가 하고 있는 학습지의 내용은 국어(34.9%),

수학(34.4%)이 비슷한 정도로 많았고, 다음으로 전과목 통합 학습지(22.2%)를 하는 경우가 많았다. 그에 비해 영어(8.5%)나 한자(2.8%)를 시키는 경우는 비교적 적은 편이었다.

유아는 관리교사가 방문하는 형태의 학습지(52.9%)를 가장 많이 하고 있었으며, 교재만 받는 경우(44.3%)도 많았다. 컴퓨터 디스켓이나 팩스를 이용하는 방법은 유아에게는 전혀 사용되지 않았고, 소수지만 학원에서 관리해주는 경우도 있었다. 관리교사는 주로 주 1회 방문하는 경우(86.0%)가 대다수였는데, 주 2회 방문하는 경우(14.0%)도 있었다. 격주간이나 월1회 교사가 방문하는 경우는 전혀 없었다.

(2) 전에 학습지를 했으나 현재는 하지 않는 경우

전체 조사대상 유아의 13.2%는 전에 학습지를 했으나, 현재 하고 있지 않았다. 어머니들은 유아가 흥미를 잃거나 학습지를 밀리기 때문에 그만 두었다고 응답하였다. 이것은 유아가 싫증을 느끼거나 유아가 바빠서 부담이 되기 때문에 학습지를 그만 두었다는 선행 연구(박정민, 1987)의 결과와 유사하다.

학습지를 밀리거나 흥미를 잃게 되는 원인으로서는 다음의 가능성이 있다. 우선 유아가 자신의 능력에 맞지 않는 수준의 학습지를 무리하게 시작하였기 때문일 수 있다. 다음으로 유아가 충분히 학습을 하지 못한 경우에도 어머니나 관리교사가 이를 알지 못한채 진행했기 때문일 수 있다. 학습지를 그만 둔 경우에 유아가 원해서 학습지를 시작한 경우는 없었고, 어머니가 유아의 학습 습관을 들이기 위해서나, 주변에서 하니까 따라 했거나, 또는 주변의 부탁으로 시작했던 경우가 많아, 유아의 흥미와 의사를 고려하지 않은 경우에 학습지를 그만 두는 경우가 많음을 알 수 있다.

학습지를 그만 두고 나서 대신 하는 학습 활동

으로는 부모가 직접 지도하는 경우가 많았다. 또한 교재만 받는 방식의 학습지를 그만 두는 경우(72.7%)가 관리교사 방식의 학습지를 그만 두는 경우(27.3%)보다 훨씬 많았다. 이는 앞에서 살펴 보았듯이 대부분의 어머니들이 관리교사가 유아의 학습에 매우 도움이 될 것이라고 생각한다는 응답을 지지해 주는 결과이다.

(3) 학습지를 할 의사가 없는 경우

이 집단의 어머니들은 4.7%로 매우 소수였으나, 유아의 발달과 욕구를 고려해 적절한 교재를 사서 직접 지도하거나, 유치원이나 어린이집 교육으로 충분하다고 생각하고 있었다. 이것은 현재와 같이 학습지 사용이 보편화된 상황에서도 학습지의 한계를 인식하고, 자녀의 발달에 적합한 교육을 직접 시키려는 어머니도 있음을 시사한다.

3. 학습지 편집위원의 일반적 성격 및 학습지 개발 태도

1) 학습지 편집위원의 일반적 성격

(1) 연령, 성별, 경력 기간

조사대상자들의 연령, 성별, 경력기간은 <표 3>과 <표 4>에 제시되어 있다. 성별분포를 보면, 남성(30.8%)보다는 여성(69.2%)이 두 배 이상으로 많고, 연령별로는 20대(59.5%)가 30대(40.5%)보다 많았다. 여성은 20대, 남성은 30대가 많은 것은, 여성의 경우 평균 직업경력이 남성보다 짧기 때문인 것으로 보인다. 학습지 편집위원의 직업 경력 기간을 살펴보면, 편집위원의 총 직업경력은 평균 5년 6개월이고, 학습지 관련 직업경력은 평균 3년 4개월이며, 회사에서 현재의 업무를 하고 있는 기간은 평균 2년 5개월이었다. 이 중 학습지 관련업무 종사경력을 분포가 비슷하도록 2년 미만, 2년 이상-4년 미만, 4년 이

상으로 구분하여 성별로 살펴보면, 연령별 분포에서 나타난 것처럼 경력기간이 많아질수록 남성의 비율이 높아지는 것을 볼 수 있다.

〈표 3〉 학습지 편집부원의 성별, 연령별 분포

연령	성별		
	남자	여자	합
20대	16(12.2)	62(47.3)	78(59.5)
30대	24(18.3)	29(22.1)	53(40.5)
합	40(30.5)	91(69.5)	131(100.0)

〈표 4〉 학습지 편집부원의 경력기간별 분포

학습지업무경력	성별		
	남자	여자	합
2년미만	11(8.5)	34(26.2)	45(34.6)
2년이상-4년미만	14(10.8)	29(22.3)	43(33.1)
4년이상	15(11.5)	27(20.8)	42(32.3)
합	40(30.8)	90(69.2)	130(100.0)

편집부원의 연령, 성별, 경력기간의 특징을 종합해 보면, 학습지 개발 및 편집업무에 남성보다는 여성이 많이 종사하고 있음에도 불구하고 종사기간이 길어질수록 여성의 비율이 감소하는 것을 알 수 있다. 이는 여성이 결혼 등의 이유로 스스로 일찍 퇴직하기 때문일 수도 있지만, 이보다는 결혼 후에도 계속 근무할수 있는 여건이 부족하거나, 상대적으로 승진기회가 제한되어 있는 등의 구조적인 이유가 있기 때문일수도 있다고 보여진다.

(2) 전공학과 및 담당업무

〈표 5〉에서는 학습지 편집부원의 전공학과 및 현재의 업무 내용을 살펴보았다. 학부 전공학과를 살펴보면, 국어, 영어 및 수학 관련학과 출신이 모두 54.2%로 전체의 절반 가량을 차지했는데,

이는 ‘현재 담당하고 있는 일’의 내용에서 나타나 듯 학습지의 개발 및 편집업무가 주로 과목별로 나뉘어 있고, 주요 과목인 국어, 영어, 수학 과목의 개발에 종사하는 편집부원이 많기(전체의 65.6%) 때문이라 생각된다. 반면, 아동관련학과(9.2%) 출신은 상대적으로 저조한 비율을 보였으며, 학습지를 개발할 때 유아용 통합교재 관련 업무에 종사하고 있는 사람이 전체의 12.2%에 그치고 있었다. 이는 우선 전체 학습지 중 유아용 학습지의 비율이 낮기 때문이겠으나, 이외에 유아용 학습지내에서도 통합교재보다는 과목별 교재가 많이 개발되고 있기 때문이기도 하다.

2) 학습지 편집업무에 대한 전반적 인식

(1) 학습지 개발을 위한 산학협동

〈표 6〉에는 편집부원이 현재 학습지 개발과 관련하여 산학협동이 얼마나 이루어지고 있다고 생각하는지, 그리고 산학협동이 현실적으로 얼마나 유용하다고 생각하는지를 5점 리커트 척도로 응답한 내용을 제시하였다. 학습지 편집부원은 학습지 개발과 관련하여 현재 이루어지고 있는 산학협동의 정도가 낮다고 평가하고 있으며(5점척도에서 평균 2.31), 학습지 개발을 위해 산학협동을 하는 것이 현실적으로 매우 유용하리라고 인식하고 있었다.

이와 관련하여 「학습지라는 형태가 유아의 발달단계에는 적합하지 않은 것」이라는 학습지 비판론에 대해 편집부원이 서술방식으로 응답한 주요 내용은 다음과 같다. 즉 편집부원은, 학계에서는 학습지라는 매체를 비판하지만 유아기 자녀에게 학습지를 시키는 부모가 오히려 증가하고 있는 이유는, 무엇보다 학습지가 저렴한 비용으로 부모들에게 자녀교육에 대한 실질적인 도움을 주고 있기 때문이라고 생각하고 있었다. 그러므로

학계에서 이러한 현실을 감안하여 학습지를 만드는 현장에서 현재의 단점을 제대로 보완해 나갈 수 있도록 구체적인 도움을 줄 수 있기를 기대하고 있었다.

〈표 5〉 학습지 편집부원들의 전공학과 및 현재 하는 일의 내용

학부 전공학과 ¹⁾			현재 담당하고 있는 일		
	인원	비율		인원	비율
국어관련학과	22	16.8	국어	29	22.1
영어관련학과	21	16.0	영어	25	19.1
수학관련학과	28	21.4	수학	32	24.4
교육학/교육심리/교육공학	13	9.9	수학/영어 중국판 교재	2	1.5
아동관련학과	12	9.2	한자	18	13.7
기타 문과계열	20	15.3	유아용 통합교재	16	12.2
기타 이과계열	14	10.7	미술/디자인	2	1.5
합	130	100.0	기타: 사회/심리검사지 개발/육아	그외	5.5
	인원	비율	정보지/교실활동안 짜기		
석사학위자	20	15.3	합	131	100.0
박사학위자	1	0.8			

1) 아동관련학과에는 유아교육과, 소비자아동학과 등 아동학과계열, 가정관리학과가 포함됨.

사범계학과는 다음과 같이 구분함.

첫째, 국어교육학과 등은 국어관련학과에 포함됨(영어, 수학교육학과도 동일).

둘째, 교육학/교육심리학/교육공학과는 따로 분류함.

셋째, 비사범계학과도 교직과정을 이수할 수 있으므로, 나머지 사범계학과는 기타 문과계열이나 기타 이과계열에 포함됨(예: 불어교육과나 교직과정을 이수한 불어과는 기타문과계열에 포함).

〈표 6〉 학습지 개발을 위해 현재 산학협동이 이루어지는 정도와 유용한 정도에 대한 편집부원의 태도

(5점 리커트 척도)

질 문 내 용	평균	표준편차	사례수	쌍체 t값
학습지 개발을 위해 현재 산학협동이 얼마나 이루어지고 있다고 보십니까	2.31	.89		
학습지 개발을 위해 산학협동을 하는 것이 현실적으로 얼마나 유용하다고 보십니까	3.86	.90	130	-15.62***

*** $p < .001$

(2) 유아용 학습지 개발에 아동학 관련 전공자가 참여해야 할 필요성

유아용 학습지를 개발할 때 아동의 발달단계를 고려해야 할 필요가 있는지와 유아용 학습지 개발에 아동학 전공자가 참여해야 할 필요가 있는지를 <표 7>에서 살펴보았다. 유아용 학습지를 만들 때에는 유아의 발달단계를 고려하여 초등학교생이나 중학생용 학습지와는 다른 원리나 교육관을 가지고 만들어야 한다는 필요성에 대해 편집부원은 적극적으로 동의하고 있었으나, 그렇기 때문에 유아용 학습지를 개발할 때 아동학 관련 전공자가 필요하다는 인식은 상대적으로 부족하였다.

이러한 경향은 본 연구자들이 학습지회사 편집부 책임자와 심층면접을 할 때도 나타났는데, 이들은 학습지 개발이 국어, 영어, 수학 등 과목 중심으로 이루어질 경우 아동학 관련 전공자에게 적합한 임무를 맡기기가 어렵다고 하였다. 또한 유아용 통합교재를 만들 때에는 아동학 관련 전공자들이 필요하다고 인식하고 있었으나, 현실적으로 유아용 통합교재에 대한 시장성이 아직 과목별 학습지만큼 높지 않고, 교육학 관련 전공자들도 이에 참여할 수 있다고 생각하므로, 결국 현재 아동학 관련 전공자들의 학습지 회사 편집부 취업전망은 그리 높지 않은 편이다.

<표 7> 유아용 학습지 개발 방식과 아동학 전공자의 참여 필요성에 대한 편집부원의 인식

(5점 리커트 척도)

질 문 내 용	평균	표준편차	사례수	쌍체 t값
유아용 학습지가 초등학교생이나 중학생용 학습지와 다른 원리로 만들어져야 한다고 보십니까	4.73	.56	131	3.06**
유아용 학습지 개발에 아동학 관련 전공자가 참여할 필요가 있다고 보십니까	4.52	.64		

** $p < .01$

(3) 어머니의 참여와 관리교사의 필요성

<표 8>에서는 유아가 학습지를 개발목적에 맞게 적절히 사용하는데 있어 어머니와 관리교사의 도움이 얼마나 필요한지에 대한 편집부원의 인식도를 살펴보았다. 편집부원은 유아가 학습지를 적절히 사용하기 위해서 관리교사의 도움보다는 어머니의 도움이 더 절대적이라는데 인식을 같이하고 있었다.

하지만, 편집부원은 어머니의 도움에 못지않게 관리교사의 필요성도 매우 중요하게 생각하고 있었는데, 이러한 인식에 대해서는 아래와 연관시켜 해석해 볼 수 있다. 개방형 설문 중, 「무조건 어

린 자녀에게 유아용 학습지를 강요하기 보다는 어머니의 적절한 관심과 사랑을 보여주는 것이 아동의 발달에 더 중요하다」는 학습지 비판론에 대해서 편집부원이 가장 많이 제시한 보충의견은 다음과 같았다. 즉, 어머니가 유아에게 가장 많은 관심을 가질수 있다는 사실에는 이의가 없으나, 어머니들은 구체적으로 어떻게 유아의 학습을 도와야 하는지를 잘 모를수 있기 때문에 유아용 학습지가 필요하며, 관리교사가 학습지의 실제 활용을 적절히 지도해줄 때 유아의 학습은 보다 효과적으로 이루어질 수가 있다는 것이다.

〈표 8〉 유아용 학습지를 개발목적에 맞게 적절히 사용하는데 있어 어머니의 도움과 방문교사의 도움이 필요한 정도에 대한 편집부원의 태도 (5점 리커트 척도)

질 문 내 용	평균	표준편차	사례수	쌍체 t값
유아가 학습지를 개발목적에 맞게 사용하는데 있어 어머니의 도움이 얼마나 필요하다고 보십니까	4.48	.68	131	6.61***
유아가 학습지를 개발목적에 맞게 사용하는데 있어 방문교사의 도움이 얼마나 필요하다고 보십니까	3.93	.79		

*** $p < .001$

3) 경력에 따른 편집부원의 인식

(1) 학습지 개발시 국내외 논문이나 서적을 참조하는 정도

〈표 9〉에서는 편집부원이 평소 학습지 개발과 관련하여 국내외 논문이나 서적을 참조하는 정도를 살펴보았다. 편집부원이 논문 및 서적을 참조

하는 정도는 학습지 업무 종사기간에 따라 다르게 나타나, 경력이 2년-4년 사이인 편집부원들이 국내외 논문이나 서적을 참조하는 정도가 상대적으로 낮았고, 경력이 4년 이상인 편집부원들은 관련 논문 및 서적을 참조하는 정도가 가장 높았다.

〈표 9〉 학습지 개발과 관련하여 국내외 논문 및 서적을 참조하는 정도 (5점 척도)

국내 연구논문					국내 연구서적				
학습지 업무	평균	표준편차	사례수	F값	학습지 업무	평균	표준편차	사례수	F값
종사기간					종사기간				
2년 미만	2.57	.94	45	2.27	2년 미만	3.15ab	.95	45	5.67**
2년-4년	2.32	.80	43		2년-4년	2.88a	.95	43	
4년 이상	2.76	1.07	32		4년 이상	3.58 b	.97	31	
합	2.55	.95	130		합	3.20	.99	129	
외국 연구논문					외국 연구서적(번역본 포함)				
학습지 업무	평균	표준편차	사례수	F값	학습지 업무	평균	표준편차	사례수	F값
종사기간					종사기간				
2년 미만	2.17ab	.83	45	6.29**	2년 미만	2.73	1.05	45	1.20
2년-4년	1.74a	.75	43		2년-4년	2.53	1.16	43	
4년 이상	2.40 b	1.01	42		4년 이상	2.90	1.07	42	
합	2.10	.90	130		합	2.72	1.09	130	

a, b는 Scheffe 검증 결과임. ** $p < .01$

이는 경력이 2, 3년 정도된 편집부원에게 학습지 개발의 창의적인 업무보다는 반복적이고 단순

한 업무를 맡기기 때문에 처음 편집 업무를 시작할 때의 의욕이 많이 식었기 때문이라고 보여진

다. 경력이 4년 이상인 편집부원의 경우는 이 과정을 겪어낸 사람들이기 때문에 전문가 의식이 형성되어 졌다고 여겨진다. 개방형 설문 문항에 응답한 내용에서도 이러한 경향이 확인되었는데, 경력이 2-3년 된 편집부원은 비슷비슷한 학습지를 반복적으로 만들고 있다는 것에 환멸을 느낀다고 응답한 반면, 경력이 긴 편집부원들의 경우에는 개방형 설문에 응답하는 자제나 내용에서 자신이 하고 있는 일에 대한 뚜렷한 주관을 엿볼 수 있었다.

또한 <표 9>에서 보면 편집부원이 학습지 개발과 관련하여 참고하는 것은 논문(국내 연구논문 평균값 2.55, 외국 연구논문 평균값 2.10)보다는 서적(국내 연구서적 평균 3.20, 외국 연구서적 평균 2.72)인 것으로 나타났다. 이는 <표 10>에 나타나 있듯이 편집부원이 관련 연구논문을 찾아보는 경로가 불편하기 때문이거나, 이들이 학습지를 개발하는데 직접 응용할 수 있는 내용의 논문이 많지 않기 때문인 것으로 보인다.

<표 10> 학습지 개발과 관련하여 국내 연구논문이나 서적을 참고하는데 불편한 사항

불편 사항	인원	비율
관련 논문이나 서적을 찾는 경로(도서관 이용, 자료 탐색 등)가 불편하다	52	39.7%
찾아보고 싶은 주제에 대해 연구한 논문이 별로 없다	32	24.4%
관련 연구논문들의 내용이 너무 추상적이거나 현실성이 없다	30	22.9%

(2) 학습지 개발시 현장, 국내외 제품의 참조

<표 11>에는 학습지를 개발할 때 현장에서 호소하는 불편함을 고려하거나 국내외 관련 제품을 검토하는 정도를 제시하였다. 학습지 편집부원의 경력에 따른 차이를 살펴보면, 학습지를 개발할 때 소비자의 불편사항을 검토하는 정도는 종사기간이 2년 이상인 편집부원들이 유의하게 높았

고, 국내 경쟁사의 관련제품이나 외국의 관련제품을 검토하는 정도는 종사상 기간이 4년 이상인 편집부원들이 유의하게 높았다. 이는 편집부원들의 종사상 경력이 높을수록 이들이 학습지를 개발하는 업무에 다각도로 충실하다는 것을 반영하고 있다고 보여진다.

<표 11> 학습지를 개발할 때 현장의 불편사항이나 국내외 관련제품을 검토하는 정도

소비자의 불편사항 검토			국내 경쟁사 관련제품 검토			외국 관련제품 검토					
종사기간	평균	편차	F값	종사기간	평균	편차	F값	종사기간	평균	편차	F값
2년미만	3.02a	.94	12.03*	2년미만	3.60a	1.09	5.81**	2년미만	3.31a	1.25	3.55*
2년-4년	3.67 b	.80	**	2년-4년	3.60a	1.15		2년-4년	3.32a	1.26	
4년이상	3.85 b	.75		4년이상	4.26 b	.79		4년이상	3.90 b	.95	
합	3.50	.90		합	3.81	1.06		합	3.50	1.19	

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

한편, 편집부원이 학습지를 개발할 때 국내 경쟁사의 관련 제품을 검토하는 정도(5점 척도 중 평균 3.81)는 외국의 관련 제품을 검토하거나 소비자의 불편사항을 검토하는 정도(5점 척도 중 각 평균 3.50)보다 높았다. 국내 경쟁사의 관련 제품을 검토하는 것은 보다 발전적인 내용을 만들기 위한 기초 작업일 수도 있지만, 한편으로는 서로 경쟁사의 제품에서 장점만을 취하기 때문에 그 내용이 창의적이기 보다는 비슷해지는 결과를 초래할 수도 있으므로, 학습지 개발시 보다 다양한 참고자료를 이용할 필요가 지적된다.

V. 요약 및 제언

본 연구는 유아용 학습지의 현황과 유아기 자녀를 가진 어머니의 학습지에 대한 전반적 인식과 학습지 사용여부에 따른 집단별 특성을 알아보고, 학습지 편집부원의 일반적 특성 및 학습지 개발 태도를 조사하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 유아용 학습지는 종이에 인쇄된 형식 외에 감각교구 및 여러 가지 보충 학습교재를 포함하지만, 시장가격을 유지하기 위하여 교육목적에 맞는 교구가 충분히 제시되지는 못하고 있다.

둘째, 유아용 학습지를 사용하고 있는 어머니들의 인식도를 살펴보면 학습지 전반에 대해서는 많이 알고 있는 편이었으며, 관리교사가 아동학 관련 전공자이기를 원하는 것으로 나타났다. 그리고 학습지의 현재 가격이 높다고 생각하는 경우도 많았지만, 가격과 관계없이 양질의 교재, 교구가 필요하다고 생각하는 경우도 적지 않았다. 유아기 자녀에게 학습지를 시키고 있거나 시키려고 생각하는 어머니들은 학습 습관의 형성을 가장 큰 동기로 꼽았고, 학습지를 시켰으나 그만둔 어머니들은 유아가 흥미나 능력을 고려하지 않고

시켰던 경우가 많았다. 소수이지만 학습지를 할 의사가 없는 어머니들은 학습지의 한계를 인식하고 자녀의 발달에 적합한 교육을 직접 시키겠다는 태도를 가지고 있었다.

셋째, 편집부의 현황을 살펴보면, 편집부원은 아동관련 학과 출신보다는 국어, 영어, 수학 관련 학과 출신이 많고, 학습지의 개발은 통합형 교재보다는 과목별 교재를 중심으로 이루어지고 있었다. 학습지 편집부원들은 유아용 학습지의 질적 향상을 위해 산학협동이 필요하다고 믿고 있었고, 유아의 적합한 발달에 어머니의 역할이 가장 결정적이라는 데 동의했으나 어머니들이 구체적으로 어떻게 해야 하는지에 대해서는 학습지나 학습지 관리교사로부터 도움을 받을 필요가 있다고 인식하고 있었다. 편집부원들은 종사상 경력이 높을수록 학습지 개발시 국내의 논문 및 서적, 소비자의 불편사항, 국내의 관련 제품을 참조하는 정도가 높았다. 하지만 국내의 논문 및 서적이나 소비자의 불편사항보다는 국내 경쟁사의 관련제품을 검토하는 정도가 높았다.

이상의 결과를 토대로 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

첫째, 유아용 학습지 사용에 대한 실증적인 연구가 더 이루어져야 한다. 이를 토대로 유아용 학습지를 다른 매체로 전환시켜 갈 것인지 아니면 학습지의 단점을 보완시켜 갈 것인지, 그리고 바람직한 방향은 현실적인 수준과 어떻게 조율되어야 할 것인지에 대해 과학적인 논거가 제시되어야 한다.

둘째, 현재 학습지 개발자에게 구체적인 발달 연구 결과들을 효율적으로 제공하여, 이 연구결과가 유아용 상품에 긍정적으로 응용됨으로써 궁극적으로 유아의 건강한 발달에 도움을 줄 수 있도록 할 필요가 있다.

셋째, 부모들이 자녀를 위해 유아용 학습자료를

선택하거나 평가할 때 어떤 점을 특히 고려해야 하는지에 대해 학계에서 실질적인 정보를 제공할 필요가 있다. 또한 유아의 발달을 위해 부모의 역할이 가장 중요하다는 것을 인식시키고, 부모들에게 실질적인 지침을 폭넓고 접근하기 쉽게 알려 주는 부모교육의 체계가 이루어져야 한다.

넷째, 유아용 교육재료를 개발하고 제작하는 과정에는 아동발달의 중요성을 이해하고 이를 적절히 제품에 응용해 낼 수 있는 아동학 관련 전공자가 함께 참여해야 한다는 것을 인식시킬 필요가 있다.

본 연구는 근래 급격히 팽창하고 있는 유아용 학습지의 실태를 알아보고, 학습지를 이용하는 유아기 자녀의 어머니와 이를 개발하는 학습지 편집부원의 학습지에 대한 인식을 실증적으로 알아봄으로써, 유아용 학습지의 현황을 체계적으로 점검해 보았다는 의의를 가진다.

참 고 문 헌

김명리(1990). 유치원 수학 학습자료의 활용현황에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
 김영실(1984). 유아 쓰기교육의 현황과 분석. 이

화여자대학교 석사학위논문.
 김은령(1994). 사교육 산업의 고용구조에 관한 연구: 학습지 산업의 방문지도교사를 중심으로. 이화여자대학교 석사학위논문.
 디지털 조선일보(1997). 아가야 나오너라, 학습지 보자. 1997년 4월 15일자.
 매일경제신문(1992). 학습지 판촉 뜨겁다. 1992년 2월 6일자 19면.
 박정민(1987). 유아대상 가정학습지의 학습내용 분석 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
 우동환(1992). 국민학생용 학습지 구매행동에 관한 실증적 연구: 서울지역 국민학생 어머니를 중심으로. 연세대학교 석사학위논문.
 장혜순·박경자·조부경(1996). 유치원의 학습지 사용 실태 및 내용분석. *어린이교육*, 14, 54-72. 한국어린이교육협회.
 중앙일보(1994). 학습산업의 시장규모. 1994년 4월 10일자 19면.
 한겨레신문(1991). 초중고 학습지 범람. 1991년 3월 17일자 8면.
 한국소비자보호원(1992). 학습지 운영 및 이용실태 조사.
 한국일보(1991). 학습산업 연 39-40% 급팽창. 1991년 4월 20일자 6면.