

건강가정지원센터 홍보 및 시설에 관한 연구*

A Study on PR and Facilities for the Healthy Family Support Center

숙명여자대학교 가정아동복지학부
부 교수 장진경
백석대학교 상담대학원
조 교수 오제은
서울시 동작구 건강가정지원센터
교육팀장 한은주
한국청소년상담원
상담조교수 류진아
숙명여자대학교 가정관리학과
박사과정 원소연**

Division of Family & Child Welfare, Sookmyung Women's University
Associate Professor : Chang, Jin-Kyung
Department of Counseling, Baekseok University
Assistant Professor : Oh, Jea-Eun
Seoul Dongjak-Gu Healthy Family Support Center
The Leader of the Division of Family Education : Han, Eun-Joo
Korea Youth Counseling Institute
Assistant Professor : Ryu, Jin-A
Department of Home Management, Sookmyung Women's University
Doctoral Course : Won, So-Yean

〈 목 차 〉

- | | |
|------------|------------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 |
| II. 문헌 고찰 | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구 방법 | 참고문헌 |

* 본 연구는 2005년도 '경기도청'의 학술용역연구비 지원에 의하여 행해졌음.

** 교신저자 : 원소연 (1wonso@hanmail.net)

〈Abstract〉

The purpose of this study was to survey actual condition of a municipal Healthy Family Support Center(HFSC) for establishing. 46 subjects were surveyed with a questionnaire about PR and facilities of Healthy Family Support Center. For this study, not only a survey was collected 46 subjects but also a spot inspection was executed to 8 municipal Healthy Family Support Centers.

This study revealed following results: First, the mass media(TV, news paper), internet home page, pamphlet are effective medium. Management of PR activities in the HFSC is consider as one of the main factor to decide development and survival in social community. Therefore HFSC should search for various method and system of PR. Secondly, the size and facilities of HFSC should be designed according to the specific characteristics of HFSC equipped with office-room, conference room, lecture hall, general/special counseling room, group classroom. Results from this study might be contributed to operate a municipal Healthy Family Support Center in the near future.

Key Words : 건강가정지원센터(Healthy Family Support Center), 홍보(Public Relations), 시설(facilities), 실태조사(survey of actual condition), 가족정책(Family policy), 건강가정기본법(Healthy Family Act)

I. 서론

건강가정기본법 제 35조에 의해 설치되고 있는 건강가정지원센터는 정부의 가족정책의 전달체로서 지역사회 현장에서 건강가정사업의 공급자와 수요자를 연결시키는 기관이다). 건강가정지원센터는 2004년 6월 서울 용산구, 전남 여수시, 경남 김해시 세 곳에서 시범사업을 시작함으로써 첫발을 내딛게 되었다. 2005년 1월 1일 건강가정기본법이 본격적으로 시행되면서 중앙 건강가정지원센터를 비롯한 15개 시군구에 건강가정지원센터가 운영되었고, 2006년에는 전국 16개 시도에 48개소의 건강가정지원센터가 운영될 예정이다(여성가

족부, 2006; 중앙건강가정지원센터, 2006). 향후 우리나라에서 건강가정지원센터는 전국적으로 확산되어 다양한 가족지원서비스를 지역사회 가족에게 제공하는 전달체로서 역할을 담당하게 될 것이다.

건강가정사업의 발전과 성공 여부는 가족의 욕구를 정확히 읽어내고, 구체적이고 실제적인 사업을 개발하여 적절한 자원 배치와 체계적인 자원이 효과적으로 이루어지도록 하는 것이 핵심이다. 이는 교육, 상담, 문화, 정보제공, 네트워크라는 사업 영역들이 통합적 접근 방식으로 구성되어야 가능할 것이다. 실제로 건강가정지원센터가 세워지고, 다양한 프로그램이 개발·실시되고 있으며, 유관기관과의

1) 건강가정기본법 제 35조(건강가정지원센터의 설치)

① 국가 및 지방자치 단체는 가정문제의 예방·상담 및 치료, 건강가정의 유지를 위한 프로그램의 개발, 가족 문화 운동의 전개, 가정관련 정보 및 자료제공 등을 위하여 중앙, 시·도 및 시·군·구에 건강가정지원센터(이하'센터'라고 한다)를 둔다.

연계를 통해 체계적인 가족지원서비스가 이루어지고 있다(김명자, 계선자, 박미석, 장진경, 김연화, 2004; 김명자, 계선자, 박미석, 장진경, 김연화, 류진아, 한은주, 2005; 김명자 외 2005; 이영호, 2004; 정민자, 2005; 중앙 건강가정지원센터, 2005; 중앙 건강가정지원센터, 2006).

홍보는 건강가정사업을 추진하기 위해 필요한 수단적인 프로그램으로써, 센터가 잘 운영될 수 있도록 지원하고, 건강가정지원센터의 사업을 활성화 시키는 촉진제의 역할이라고 할 수 있다. 현재 지역사회 뿌리내리기와 타 기관과의 차별성이라는 두 가지 과제를 안고 있는 건강가정지원센터의 이미지와 인지도를 높이기 위하여 홍보활동을 전개하는 것은 매우 중요하다. 뿐만 아니라 이용자가 만족할 수 있는 서비스를 제공하지 못하는 기관은 필연적으로 도태되기 때문에 스스로가 변화를 시도하는 노력을 적극적으로 기울여야 하며, 이를 위하여 차별화된 서비스 및 프로그램을 통해 이용자들의 참여를 적극적으로 유도할 수 있도록 홍보가 활성화 하여야 한다(김명자, 2004; 송혜림, 2004; 이정운, 2005; 원소연, 2005). 지금까지 건강가정지원센터의 홍보에 관한 것은 원소연(2005)의 연구가 유일한데, 이는 2004년 시범사업기간에 조사된 것으로 현재 그 수가 늘어난 센터의 현황과 실태를 파악하여 보다 나은 대안을 제시하기에는 한계가 있다.

건강가정지원센터의 사업이 센터의 역할과 기능을 책임지는 소프트웨어 부분이라면 건강가정지원센터의 설치와 시설은 사업수행을 위한 필수적인 제반조건으로서 하드웨어 부분이다. 또한 건강가정지원센터가 '어느 곳에 설치되어 어떠한 시설을 갖추고 운영 되는가'는 주민의 접근성과 참여도를 이끌어내는 중요한 요소이다. 그러나 건강가정지원센터의 설치 및 시설에 관한 연구는 찾아보기 힘들고, 건

건강가정지원센터의 주무 부서인 여성가족부의 '건강가정지원센터 운영 세부 지침(2006)'에 설치 기준이 간략하게 나와 있을 뿐이다. 중앙 건강가정지원센터의 '건강가정지원센터 운영가이드북' 또한 여성가족부의 지침을 그대로 사용하고 있다.

따라서 본 연구는 시·군·구 건강가정지원센터의 운영을 위해 필수적인 제반 조건인 센터의 시설과 홍보에 관한 실태를 설문조사와 방문조사를 통해 살펴봄으로써 건강가정지원센터의 성공적인 운영을 위한 기초 자료를 제공하는데 목적이 있다. 또한 본 연구는 신규 설치될 건강가정지원센터에는 시설과 홍보에 대한 참고자료가 될 것이며, 이미 운영되고 있는 센터에는 현재 설치된 시설과 홍보방안을 점검하고 개선하는데 도움이 되는 자료로 활용될 것이다. 본 연구의 목적을 위한 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 시·군·구 건강가정지원센터의 홍보내용(건강가정에 대한 인식, 건강가정지원센터의 인식, 개별 사업)에 따른 홍보실태와 효과적인 홍보방법인 무엇인지를 분석한다.

둘째, 시·군·구 건강가정지원센터에 설치된 시설의 실태와 각 시설의 필요성 정도가 어떠한지를 분석한다.

II. 선행연구 고찰

1. 건강가정지원센터의 홍보사업

건강가정지원센터는 지역의 주민을 대상으로 서비스를 제공할 뿐만 아니라 지역의 인적·물적 자원을 활용하여 사업을 전개하므로 지역사회 주민에게 건강가정지원센터를 알리고 이를 통한 자원을 개발하는 홍보사업이 중요하다. PR은 건강가정사업의 본질은 아니지만 건강가정지원센터의 사업을 활성화하기 위하

여 반드시 필요한 보조 장치이다. 건강가정지원센터에서는 주민의 참여를 유도하고 지역사회 연대를 위하여 적극적인 홍보를 실시하여야 한다(김영자, 2004; 송혜림, 2004; 원소연, 2005).

홍보의 원칙은 누가 누구에게 무엇을 왜 어떻게 알릴 것인가라는 문제로 압축된다. 여기서 주목해야 할 것은 무엇을 어떻게 알릴 것인가 하는 문제이다. 무엇을 전달해야 할 것인가는 홍보의 목적과 메시지에 관한 것으로 기관의 홍보활동은 크게 네 가지의 목적을 달성시키기 위해 펼쳐지는데, 첫째, 기관의 이미지 및 인지도를 향상시키고, 둘째, 시행하고 있는 프로그램 및 서비스를 알리며, 셋째, 인적자원인 자원봉사자를 모집·관리하며 넷째, 후원자를 개발하기 위해서이다. ‘어떻게 알릴 것인가’의 문제는 다양한 홍보수단의 선택과 홍보활동에 대한 끊임없는 노력을 말하는 것이다. 건강가정지원센터의 홍보 수단은 언론매체와 각종 매체를 활용하는 것, 주민참여 프로그램을 통한 것으로 나누어 볼 수 있다. 언론을 이용한 홍보활동은 기사를 통해 홍보가 되는 것으로 언론기관에 보도 자료를 배포하고, 관련 자료를 제공하는 것, 언론을 통해 이벤트를 실시하는 것 등을 들 수 있다. 각종 매체를 이용한 홍보활동은 대면 매체를 활용하는 것으로 DM, 회보, 전단, 포스터, 현수막, 인터넷을 활용한 홍보활동 등을 들 수 있다. 마지막으로 주민참여 이벤트를 통한 홍보는 가족단위 문화프로그램, 자원봉사 프로그램 등의 건강가정지원센터의 프로그램을 통해 센터를 알리는 것이다(김병철, 2005; 배정미, 2001; 조계현, 2005).

건강가정지원센터의 홍보 활동을 언론 활동을 제외한 각종 매체를 활용하는 것과 \주민참여 이벤트를 통한 홍보로 나누어 보면

<표 1>과 같다. 이벤트를 통한 홍보는 대체로 문화사업에 집중되어 진행되고 있다.

<표 1> 2005년도 건강가정지원센터의 홍보 사업²⁾

구분	사업 내용
중앙센터	<ul style="list-style-type: none"> 매체 활용 홍보 : 중앙 건강가정지원센터 소식지 발행 이벤트를 통한 홍보 : 가족사랑 수기 공모전(2005) 우리가족 희망 나누기 가족자원봉사 체험공모전(2005) 건강한 명절문화 캠페인(2005)
용산구센터	<ul style="list-style-type: none"> 매체 활용 홍보 : 홈페이지, 소식지 등을 통한 정보제공 이벤트를 통한 홍보 : 건강한 명절문화 캠페인 시·구, 유관기관 등 지역사회 연계사업 실시 및 홍보
인천시센터	<ul style="list-style-type: none"> 매체 활용 홍보 : 행복지킴이 이메일링 서비스 부부관계/부모자녀관계/명절문화/시간관리 등 각종 자료 배포 이벤트를 통한 홍보 : 행복가정 지킴이 서명 및 캠페인
천안시센터	<ul style="list-style-type: none"> 이벤트를 통한 홍보 : 2005 따뜻한 사랑나누기 건강가정 페스티벌
대구달서구센터	<ul style="list-style-type: none"> 매체 활용 홍보 : 리플렛 및 홈페이지를 통한 정보제공 생활 상식 등 간이정보지 제공 뉴스레터 발행 가정생활 테마별 정보 소책자 발간 이벤트를 통한 홍보 : 건강가정 캠페인
여주시센터	<ul style="list-style-type: none"> 매체 활용 홍보 : 홈페이지 및 홍보 리플렛 이벤트를 통한 홍보 : 명절, 시 행사, 관련 기관·단체 행사시 연계 캠페인 전개
김해시센터	<ul style="list-style-type: none"> 매체 활용 홍보 : 건강가정 매거진 발행 이벤트를 통한 홍보 : 가정의 날 캠페인 범시민 양성평등 화목한 명절보내기 캠페인

홍보 매체를 기획할 때에는 가용한 매체를

2) <표1>의 내용은 중앙건강가정지원센터(2006) 건강가정지원센터 운영 가이드북과 용산구, 인천시, 천안시, 대구 달서구, 여주시, 김해시 센터의 홈페이지에 게시된 사업을 참고로 홍보사업의 내용을 정리하였다.

파악하고, 각 매체의 특성을 잘 활용하도록 수립하여야 한다. 또한 홍보의 대상, 홍보의 내용, 계절, 지역 등에 따른 노출 정도 등을 고려하여 매체를 선정해야 한다. 홍보 매체의 특성을 자세히 살펴보면, 언론을 통한 홍보활동의 가장 큰 장점은 비용을 들이지 않고 프로그램이나 각종 행사를 널리 알릴 수 있고, 지역주민의 입장에서 광고물을 대할 때 거부감 없이 뉴스로 받아들이기 때문에 마음을 움직이기가 용이하다. DM, 전단, 회보 등은 흔히 사용되는 매체이지만 정보를 일방적으로 전달하고, 시·공간적인 제약이 따르는 단점을 가지고 있으며, 비용도 매우 높은 편이다. 따라서 이러한 한계를 극복하기 위해 새롭게 부각되는 매체가 바로 인터넷이다. 인터넷은 기존의 매체들과 비교하여 정보가 전달되는 범위가 넓고, 정보의 양이 무한대이며, 이메일, 웹진, 커뮤니티 등을 통해 상호 작용하는데 매우 뛰어나 사용자의 요구에 따라 서비스를 향상시킬 수 있다. 또한 비용이 낮아 비용 절감의 효과가 있다(이정운, 2005; 원소연, 2005). 홍보 매체의 특성을 요약하면 <표 2>와 같다.

홍보내용에 따른 효과적인 홍보 매체 조사 결과(원소연, 2005), ‘건강가정지원센터의 개괄적인 사업’과 ‘건강가정지원센터 프로그램’ 홍보에 대한 효과적인 매체로는 방송매체, 팸플렛, 신문·잡지의 순으로 나타났다. ‘건강가정지원센터의 인식’과 ‘건강가정지원센터의 지역 소개’, ‘이용 홍보’에 대한 효과적인 홍보 매체로는 방송매체, 신문·잡지, 팸플렛의 순으로 나타났다. 홍보의 가장 효과적인 수단은

‘방송매체’로 나타났으며 효과적이지 않은 매체는 ‘전화’로 생각하는 것으로 나타났다.

<표 2> 홍보 매체의 차이

구분	전달 범위	정보량	타겟팅	상호 작용	비용
TV	높음	매우 낮음	낮음	매우 낮음	매우 높음
신문	다소 높음	보통	낮음	낮음	높음
DM	낮음	높음	매우 높음	보통	높음
인터넷	높음	매우 높음	높음	매우 높음	매우 낮음

출처 : 아이비즈넷(2001) 인터넷 비즈니스. 21세기 북스

2. 건강가정지원센터의 시설

건강가정지원센터는 가족문제 발생을 사전에 예방하고, 일반가족 및 다양한 가족을 대상으로 통합적인 가족지원 서비스를 제공하며, 정부의 효율적인 가족정책 전달체계를 마련하고자 하는 목적으로 지역사회에 설치되었다. 여성가족부는 건강가정지원센터의 설치자를 국가 및 지방자치단체로 규정하고 있고, 시설의 명칭 또한 “○○시·도 건강가정지원센터 또는 ○○시·군·구 건강가정지원센터”로 하며 특히 센터 운영을 민간에 위탁하는 경우 위탁기관을 같이 혼용하여 명칭하지 않는다.”라고 규정하고 있어 정부의 공식적인 전달체계임을 강조하고 있다.

여성가족부의 건강가정지원센터 세부운영 지침³⁾에 제시되어있는 건강가정지원센터의 설치 기준을 요약해보면 첫째, 접근성이 편리

3) 건강가정지원센터의 설치 기준

- 지역주민 접근이 편리한 곳에 설치한다.
- 공공성이 확보될 수 있도록 시·군·구청, 동사무소 등 지방자치단체 내 건물 혹은 지방자치단체가 소유·관리하고 있는 공공시설 내부에 설치하되 별도의 사무실을 확보 설치하도록 한다.
- 이용자의 안전 및 편의에 적합한 규모 및 구조로 설비한다.
- 건강가정지원센터의 기능을 효율적으로 수행할 수 있도록 교육실·상담실·자료실 등 필요한 공간을 충분히

한 공공시설의 내부에 설치할 것, 둘째, 별도의 사무실과 교육실·상담실·자료실 등 필요한 공간을 충분히 확보할 것, 셋째, 운영에 필요한 기자재와 사업 관련 자료를 비치 할 것 등이다. 그러나 향후 2010년 까지 전국 시·군·구로 확산을 계획하고 있는 건강가정지원센터의 설치 지침이라고 볼 때, 여성가족부의 지침은 모호하고 많은 경우의 수를 포함하고 있어 건강가정지원센터의 안정적인 운영과 각

지역마다 동일한 수준의 서비스를 실천하기 위해서는 좀더 명확한 설치 기준과 지침이 필요할 것으로 사료된다.

건강가정지원센터의 사업을 분석하여 그에 필요한 시설을 도출해 보면, 대부분의 건강가정지원센터가 공통적으로 가정생활 교육, 가정생활 상담, 가정문화의 3개영역에서 각각 사업을 이행하고 있으며, 상담/교육/문화의 3개영역은 건강가정기본법 시행령에 예시되어 있어 건강가

(표 3) 건강가정지원센터 기본사업 및 요구되는 시설

사업	내용	요구되는 시설	면적 ⁴⁾
상담	<ul style="list-style-type: none"> 내용: 가정기능 강화와 가정문제 예방을 위한 상담, 가정문제 해결을 위한 상담, 위기가정 문제해결을 위한 상담, 가정문제 해결을 위한 상담 상담유형: 면접상담, 전화상담, 사이버상담, 집단상담 가족단위 자조모임 등 	상담 전용공간의 확보 전화상담실 면접(집단)상담실	상담실: 5명이상이 상담 및 대화할 수 있는 공간(약20㎡이상)
교육	<ul style="list-style-type: none"> 내용: 부부교육, 부모자녀교육, 다양한 가정을 위한 교육, 기타 가정생활교육 운영방식: 센터 내 교육과 센터 외 학교 지역사회복지시설, 주민자치센터, 공공기관, 기업 등의 방문 교육 실시 	대단위 특강과 일반교육을 실시할 수 있는 공간 확보 교육장, 소강당	회의실 및 교육실 : 30명이상을 동시에 교육시킬 수 있는 공간(100㎡이상)
문화	<ul style="list-style-type: none"> 내용: 문화체험, 가족소풍이나 캠프, 가족자원봉사단 활동, 영화감상, 걷기대회, 친가족문화 홍보캠페인 등 가정문화사업의 내용을 보면 센터 간 사업이 대체로 유사하다 	대단위 행사를 진행 할 수 있는 공간 확보	대강당: 수용인원250명 이상을 수용할 수 있는 공간(300㎡이상)
정보제공	<ul style="list-style-type: none"> 내용: 가정관련 정보 및 자료 제공, 지역사회 네트워크 구축 사업, 홍보 및 자원개발 	사무실, 자료실	사무실: 10명 내외 업무활동 공간
기타	<ul style="list-style-type: none"> 상담자원봉사와 가족자원봉사사업을 특화할 경우 별도의 자원봉사실 마련 		자원봉사실: 10명 정도가 대기하고, 휴식할 수 있는 공간

확보하여야 한다. 다만, 필요한 경우에는 지방자치단체 내 공공기관의 시설을 같이 활용할 수 있다.

- 건강가정지원센터 운영에 필요한 기자재 등을 비치해야 한다.
- 센터에 관한 홍보자료, 진행 중이거나 계획 중인 사업 등의 관련 자료를 이용자들이 열람할 수 있도록 항상 비치해야 한다.

여성가족부(2006.01) 건강가정지원센터 세부 운영 지침

4) 1㎡ = 0.3025평

정지원센터의 필수 사업내용으로 정착되고 있다. 그 외 사업으로는 지역사회 가족에 대한 실태조사와 프로그램 개발 등이 있으며 센터에 따라 사업 영역으로 포함시킨 곳도 있다. 건강가정 사업은 사업영역별로 상담, 교육, 문화, 정보제공 및 네트워크 분야로 나누어질 수 있으며 각 영역에는 가정의 건강성 증진과 기능 강화를 위해 다양한 사업들이 실시될 수 있다. 따라서 건강가정지원센터의 사업 분석을 통해 요구되는 시설은 전화상담실, 면접상담실, 집단상담실, 교육실, 대강당, 사무실이며 이들 시설은 건강가정지원센터의 사업을 수행함에 있어서 필수적인 시설이라고 할 수 있다. 각 건강가정지원센터는 기본적으로 수행하고 있는 프로그램 외에 특화된 프로그램을 실시하고 있는데, 이에 따른 시설을 제시하면, 상담자원봉사자와 가족자원봉사사업을 특화할 경우 별도의 자원봉사실 마련하거나, 커뮤니티 모임 또는 자조모임을 특화하여 실시할 경우 회의실의 공간 확보가 필요하다고 하겠다.

<표 3>은 건강가정지원센터의 기본사업과 그에 따라 요구되는 시설을 제안한 것으로, 시·군·구 건강가정지원센터에서 실시하고 있는 사업내용은 중앙 건강가정지원센터의 홈페이지, 건강가정지원센터 종사자 워크숍 자료집(2005), 중앙 건강가정지원센터의 '건강가정지원센터 운영가이드북(2006)'을 참고로 유목화하여 제시였다. 시설에 대한 면적은 건강가정지원센터의 시설 및 면적에 관한 연구가 부재하기 때문에 관련기관인 노인종합사회복지관을 대상으로 연구한 홍종면(2005)⁵⁾의 논문 가운데 건강가정지원센터의 시설과 유사한 성격의 시설을 선택하여 기준으로 제시하였다.

건강가정지원센터 입지 현황을 살펴보면 지방자치단체 소속건물에 입주하고 있는 경우가 6개소로 가장 많았고, 그 다음으로는 대학내 설치된 센터가 많았다. 독립건물에 설치된 센터는 없었다(<표 4> 참조).

따라서 건강가정지원센터의 운영프로그램의 특성을 고려한 입지 및 시설 설비를 제안하기 위하여 본 연구에서는 실태조사를 통해 현재 건강가정지원센터에 설치된 시설과 필요한 시설에 관해 알아보고, 이러한 조사 후 건강가정지원센터의 물리적 환경과 시행프로그램을 분석하였다. 이를 통해 더욱 편리하게 이용될 수 있는 환경구성을 위한 개선방안의 기초 자료로 활용할 수 있는 결과를 도출해내고자 한다.

〈표 4〉 시·군·구 센터의 입지 현황
(2006년 4월 현재)

설치 장소	시·군·구 건강가정지원 센터	N(%)	
독립 건물	-	0(0)	
임대 건물	동작구 건강가정지원센터 안산시 건강가정지원센터	2(13.3)	
지방자치단체 소속건물	용산구 건강가정지원센터 여주시 건강가정지원센터 서초구 건강가정지원센터 강북구 건강가정지원센터 부산 건강가정지원센터 남양주시 건강가정지원센터	6(40)	
위탁 기관 건물	대학 내	천안시 건강가정지원센터 대구 달서구 건강가정지원센터 관악구 건강가정지원센터 동대문구 건강가정지원센터	4(26.7)
	사회 복지관 내	김해시 건강가정지원센터, 인천 부평구 건강가정지원센터	2(13.3)
	기타 기관 내	송파구 건강가정지원센터	1(0.7)

5) 홍종면(2005)의 노인복지시설의 건축계획 및 설계요소에 관한 연구-서울시 시립 노인종합복지관을 중심으로-단국대학교 건축학 및 건축공학 석사학위 논문

III. 연구 방법

1. 연구대상 및 자료수집

본 연구는 설문조사와 현장조사를 병행하여 실시하였다. 설문조사는 2005년 10월 27일~12월 15일에 걸쳐 시·군·구 건강가정지원센터의 종사자를 대상으로 설문지를 배포하여 최종 46부가 회수되었다. 현장조사는 2006년 1월 5일~1월 15일에 걸쳐 이루어 졌으며, 방문 수락의사를 밝힌 센터를 중심으로 조사를 실시하였다.

조사대상자의 일반적 특징을 살펴보면, 학력은 학사 이상(41.3%), 석사 이상(34.8%), 박사 이상(21.7%)로 나타났다. 직급은 팀장(45.7%), 팀원(41.3%)이 대부분이었으며, 경력은 1년 미만(39.1%), 1년~3년 미만(25.1%), 5년 이상(23.9%) 순이었다(<표 5> 참조).

<표 5> 조사대상자의 일반적 특징

N=46			
분류	자격 기준	빈도(명)	백분율 (%)
학력	박사 이상	10	21.7
	석사 이상	16	34.8
	학사 이상	19	41.3
	고졸 이상	1	2.2
	무응답	0	00.0
직급	센터장	2	4.3
	팀장	21	45.7
	팀원	19	41.3
	기타	4	8.7
	무응답	0	00.0
경력	5년 이상	11	23.9
	3년 이상 ~ 5년 미만	5	10.9
	1년 이상 ~ 3년 미만	11	23.9
	1년 미만	18	39.1
	무응답	1	2.2

현장방문은 설치 장소, 위치, 운영 형태 등을 고려하여 서울, 경기 지역에 위치한 8개소를 조사하였다. 현장 방문조사를 실시한 센터는 <표 6>에 제시되어있다.

<표 6> 현장 방문조사 실시 센터 목록

센터명	위탁기관 / 지원기관	설치 여건
서울 서초구 건강가정지원센터	한국가족상담교육 연구소 / 서울특별시	서초구민회관 내 설치
서울 관악구 건강가정지원센터	서울대학교 / 서울특별시	서울대학교 내 설치
서울 강북구 건강가정지원센터	성신여자대학교 / 서울특별시	강북웰빙스포츠허브센터 내 설치
서울 송파구 건강가정지원센터	아이코리아 (구 새세대육영회) / 서울특별시	새세대육영회관 내 설치
서울 동작구 건강가정지원센터	중앙대학교 / 서울특별시	일반 건물에 입주
인천 부평구 건강가정지원센터	인천YMCA갈산 종합사회복지관 / 여성가족부	종합사회복지관 내에 설치
경기 안산시 건강가정지원센터	본오종합사회복지관 / 경기도	일반 건물에 입주
경기 남양주시 건강가정지원센터	직영 / 경기도	남양주시청 내에 설치

2. 연구도구의 구성 및 내용

본 연구의 도구는 건강가정지원센터와 관련된 선행연구를 바탕으로 연구자들이 해당 문항을 개발하였고, 응답자의 다양하고 전문적인 의견을 수렴하기 위하여 '기타'범주와 개방형질문을 포함시켰다. 구체적으로 '시·군·구 건강가정지원센터 시설 및 홍보에 대한 실태조사 질문지'는 건강가정지원센터의 홍보 실태, 효과적인 홍보 매체, 시설 설치 유무 및

필요성으로 구성되었다.

건강가정지원센터의 입지 여건 및 시설을 알아보기 위한 방문조사는 센터의 위치, 교통여건, 주변 환경, 면적 등을 중심으로 조사하였다.

3. 자료분석

본 연구의 자료는 SPSS/PC WIN 11.5 프로그램을 이용하여 분석하였다. 연구대상자의 일반적 특성을 파악하기 위해 빈도, 백분율을 구하였고, 시·군·구 건강가정지원센터의 시설 및 홍보의 실태를 알아보기 위하여 백분율과 평균, 표준편차를 구하였다.

현장 조사한 자료는 설치 위치, 교통여건, 주변 환경, 센터입지의 장·단점 및 그 밖의

사항으로 분류하여 정리하였다.

IV. 연구결과

1. 시·군·구 건강가정지원센터의 홍보

1) 시·군·구 건강가정지원센터의 홍보 실태
현재 시·군·구 건강가정지원센터 홍보 활용 매체를 홍보내용별로 3가지 영역으로 나누어 살펴보았다. 즉 건강가정에 대한 인식, 건강가정지원센터의 인식, 개별사업(교육, 상담, 문화, 자원봉사자 모집, 후원모집)으로 나누어서 홍보 실태를 살펴보았다(<표 7> 참조).

‘건강가정에 대한 인식’의 홍보는 인터넷 홈페이지(80.3%), 유인물(71.7%), 신문(45.7%)

<표 7> 건강가정지원센터의 홍보 실태

(중복응답 가능)

홍보 내용	홍보 활용 매체 ⁶⁾						전화	
	방송	신문	유인물*	옥외 광고**	인터넷			
					홈페이지	배너 광고		
건강가정에 대한 인식	8 (17.4)	21 (45.7)	33 (71.7)	12 (27.1)	37 (80.3)	8 (17.4)	12 (26.1)	
건강가정지원센터의 인식	19 (41.3)	34 (73.9)	39 (84.8)	16 (34.8)	40 (87.0)	15 (32.6)	21 (45.7)	
개별 사업	교육프로그램	19 (41.3)	40 (87.0)	43 (93.5)	16 (34.8)	42 (91.3)	14 (30.4)	31 (67.4)
	상담프로그램	16 (34.8)	37 (80.4)	43 (93.5)	15 (32.6)	41 (89.1)	14 (30.4)	25 (5.3)
	문화프로그램	18 (39.1)	37 (80.4)	41 (89.1)	17 (37.0)	40 (87.0)	15 (32.6)	29 (63.0)
	자원봉사자 모집	6 (13.0)	20 (43.5)	31 (67.4)	11 (23.9)	32 (69.6)	6 (13.0)	18 (39.1)
	후원 모집	1 (2.2)	4 (8.7)	10 (21.7)	2 (4.3)	6 (13.0)	2 (4.3)	5 (10.9)

6) 유인물 : 팸플렛, 브로셔 등

옥외광고: 플랜카드, 전광판, 버스광고, 지하철광고, 입간판 등

을 활용하는 것으로 나타났다. ‘건강가정지원센터에 대한 인식’에 대한 홍보 역시 인터넷 홈페이지(87.0%), 유인물(84.8%), 신문(73.9%), 전화(45.7%)를 활용하는 것으로 나타났다. 개별사업 중 교육프로그램의 홍보는 유인물(93.5%), 홈페이지(91.3%), 신문(87.0%) 등을 많이 활용하는 것으로 나타났다. 상담프로그램과 문화프로그램의 홍보 활용 매체도 유인물, 홈페이지, 신문을 많이 활용하는 것으로 나타났다.

자원봉사자 모집 홍보에는 홈페이지(69.6%), 유인물(67.4%), 신문(43.5%)을 주로 활용하는 것으로 나타났고, 후원모집 홍보는 유인물(21.7%), 홈페이지(13.0%), 전화(10.9%)를 사용하는 것으로 나타났다.

개별 사업 중 교육, 상담, 문화 프로그램과 자원봉사자 모집은 인터넷 홈페이지, 유인물, 신문, 전화를 많이 활용하는 반면, 후원모집 홍보는 신문을 상대적으로 낮게 활용하고 유인물, 인터넷 홈페이지, 전화를 활용하는 것

로 나타났다. 전반적으로 현재 건강가정지원센터의 홍보는 인터넷 홈페이지, 유인물, 신문을 통해 이루어지고 있음을 알 수 있다.

(2) 시·군·구 건강가정지원센터의 효과적인 홍보형태

시·군·구 건강가정지원센터의 효과적인 홍보 형태를 알아보기 위하여 건강가정에 대한 인식, 건강가정지원센터의 인식, 개별사업(교육, 상담, 문화, 자원봉사자 모집, 후원모집)으로 나누어서 살펴보았다(<표 8> 참조).

‘건강가정에 대한 인식’에 대한 효과적인 홍보형태는 방송(93.5%), 신문(69.6%), 옥외광고(28.3%)로 나타났다. ‘건강가정지원센터의 인식’에 대한 효과적인 홍보형태는 방송(84.8%), 신문(58.7%), 옥외광고(39.1%)로 나타났다. 개별 사업 중 교육, 문화 프로그램의 효과적인 홍보형태는 신문, 유인물, 홈페이지로 나타난 반면, 상담 프로그램의 홍보는 홈페이지(60.9%),

<표 8> 시·군·구 건강가정지원센터의 효과적인 홍보 형태 (중복응답 가능)

홍보 내용	홍보 매체							
	방송	신문	유인물	옥외 광고	인터넷		전화	
					홈페이지	배너 광고		
건강가정에 대한 인식	43 (93.5)	32 (69.6)	8 (17.4)	13 (28.3)	9 (19.6)	3 (6.5)	0 (00.0)	
건강가정지원센터의 인식	39 (84.8)	27 (58.7)	11 (23.9)	18 (39.1)	13 (28.3)	4 (8.7)	1 (2.2)	
개별 사업	교육프로그램	12 (26.1)	27 (58.7)	27 (58.7)	7 (15.2)	23 (50.0)	3 (6.5)	8 (17.4)
	상담프로그램	15 (32.6)	27 (58.7)	21 (45.7)	8 (17.4)	28 (60.9)	3 (6.5)	7 (15.2)
	문화프로그램	11 (23.9)	27 (58.7)	27 (58.7)	7 (15.2)	25 (54.3)	3 (6.5)	5 (10.9)
	자원봉사자 모집	16 (34.8)	24 (52.2)	17 (37.0)	5 (10.9)	19 (41.3)	6 (13.0)	7 (15.2)
	후원 모집	19 (41.3)	21 (45.7)	14 (30.4)	5 (10.9)	12 (26.1)	6 (13.0)	7 (15.2)

신문(58.7%), 유인물(45.7%)을 효과적인 홍보 매체로 생각하는 것으로 나타났다. 자원봉사자 모집은 신문(52.2%), 홈페이지(41.3%), 유인물(37.0%)이 효과적이라고 하였고, 후원모집은 신문(45.7%), 방송(41.3%), 유인물(41.3%)의 응답이 상대적으로 높게 나타났다. 전반적으로 효과적인 홍보형태로 건강가정에 대한 인식, 건강가정지원센터의 인식, 자원봉사자 모집과 후원모집은 신문이나 방송에 대한 인식이 높았고, 교육, 상담, 문화와 같은 개별 프로그램에 대해서는 현재 실시되고 있는 것과 같이 홈페이지, 유인물, 이 효과적이라고 나타났다. 따라서 건강가정지원센터의 적극적인 홍보를 위해서는 현재 실시하고 있는 홈페이지 및 유인물을 통한 홍보활동의 강화와 이와 함께 신문, 방송 매체를 통한 홍보 방안이 활용되어야 할 것이다.

2. 시·군·구 건강가정지원센터의 시설

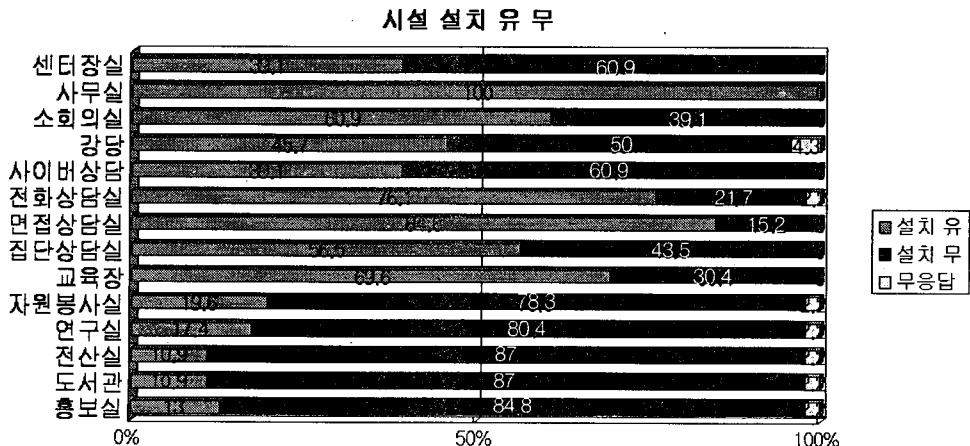
1) 건강가정지원센터의 시설 설치 유무 및 필요성
시·군·구 건강가정지원센터의 시설설치 유

무 및 필요성 정도를 살펴본 결과는 <그림 1>과 같다. 사무실(100%), 사회의실(60.9%), 전화상담실(76.1%), 면접상담실(84.8%), 교육장(69.6%)은 설치되어 있다는 응답이 높은 반면, 센터장실(60.9%), 강당(50.0%), 사이버상담실(60.9%), 자원봉사실(78.3%), 연구실(80.4%), 전산실(87.0%), 도서관(87.0%), 홍보실(84.8%)은 설치되어 있지 않다는 응답이 높았다.

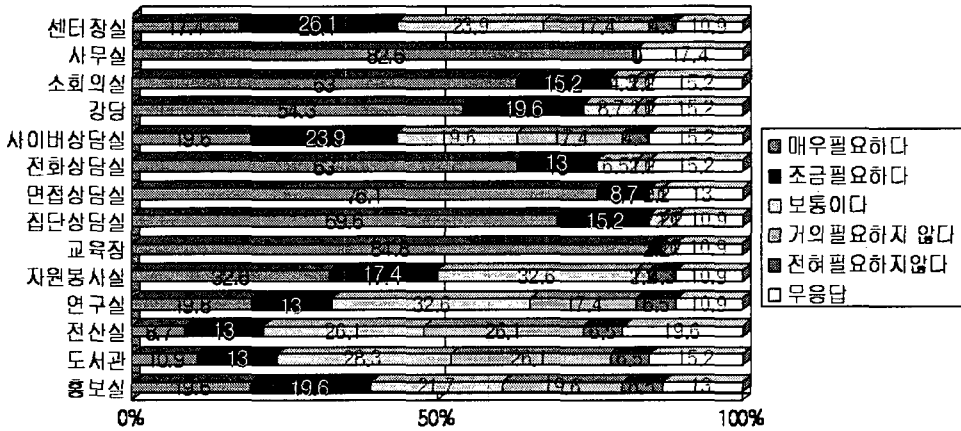
각 시설의 설치필요성을 살펴보면, 사무실, 사회의실, 강당, 전화상담실, 면접상담실, 집단상담실, 교육장은 매우 필요하다는 응답이 가장 높았고, 사이버 상담실은 조금 필요하다, 센터장실, 자원봉사실, 연구실, 전산실, 도서관은 '보통이다'라는 응답이 높았다. 설치율에 비해 필요성이 높게 나타난 시설은 강당(설치율 45.7%, 필요성 73.9%), 집단상담실(설치율 56.5%, 필요성 73.9%), 교육장(설치율 69.6%, 필요성 87.0%)으로 나타나 이들 시설에 대한 공간 확보가 시급함을 알 수 있다. 자세한 내용은 <부록 1>에 표로 제시하였다.

2) 시·군·구 건강가정지원센터의 입지여건 및 시설 현황

<그림 1> 시·군·구 건강가정지원센터 시설 설치 유무 및 필요성



시설 설치 필요성



시·군·구 건강가정지원센터의 면적과 설치시설 등의 현황을 알아보기 위하여 방문조사를 실시하였으며, 방문센터는 운영형태와 지원기관, 위치, 설치장소 등을 고려하여 선정하였다. 건강가정지원센터의 설치장소는 크게 지방자치단체 소속건물에 설치된 경우, 위탁기관에 설치된 경우, 일반건물을 임대하여 설치된 경우로 나눌 수 있다. 본 연구에서는 방문조사 결과를 앞의 세 가지 유형에 따라 분류하여 살펴보았다.

일반건물을 임대하여 설치된 경우는 안산시와 동작구 센터가 있다. 안산시 건강가정지원센터는 사무실(12평)과 상담실 1(10평), 상담실 2(8평) 교육실(15)의 공간을 확보하고 있었으며 총 사용 면적은 약 45평 이다. 같은 층에 장애아동의 발달과 가족을 지원하는 아동발달지원센터(같은 복지관 산하기관)가 있어 홍보의 시너지 효과를 얻을 수 있는 장점이 있다. 그러나 전화 상담실이 확보되지 않아 사무실에서 전화상담을 하고 있어 상담자가 상담에 집중하는데 어려움이 있다. 동작구 건강가정지원센터는 보건소의 분소가 같은 건물에 설치되어 일반 건물에 입주했음에도 공공성을 확보할 수 있는 장점을 가지고 있다.

동작구 건강가정지원센터는 사무실(20.3평), 교육실(13.2평), 상담실(4평) 등 약 37.5평을 사용하고 있었다. 교육실이 대단위 강의를 하기에는 공간이 협소하여 대단위 강의 시에는 다른 장소를 마련하여 활용하고 있다.

위탁기관 내에 설치된 경우는 관악구, 인천부평구, 송파구 센터를 현장방문 조사하였다. 송파구 건강가정지원센터는 사무실(10.5평), 교육실(10.7평), 상담실(11평), 센터장실(9.6평)을 배치하여 약 41.8평의 공간 활용을 하고 있었다. 송파구 센터의 경우 위탁기관 내에 다양한 부대시설이 있어, 센터의 시설 외에 활용할 수 있는 공간이 많은 장점이 있다. 그러나 센터까지의 교통편이 좋지 않고 주거지역과 떨어져 있어 접근성이 좋지 않은 단점이 있다. 관악구 건강가정지원센터는 위탁기관인 대학 내에 설치되어 운영중이며 사무실(7.4평), 상담실(10평), 다목적실(4.6평)의 공간을 확보하고 있었다. 다목적실의 경우 자료실과 창고로 활용되고 있으며 별도의 교육실이 마련되지 않아 대학 내 강의실을 활용하고 있다. 또한 교육실, 강당이 없는 공간의 제한과 대학 내에 있어 주민의 접근성이 낮은 단점을 찾아가는 서비스로 보완하여 주민에게 다가가

는 기회로 활용하고 있었다.

지방자치단체에 소속된 건물에 위치한 건강가정지원센터는 강북구, 서초구, 남양주시 센터를 선정하여 현장조사를 실시하였다. 이들 센터 중 강북구 센터와 서초구 센터는 위탁운영 형식으로 운영되고 있고 남양주시 센터는 직영 방식으로 사업을 수행하고 있다. 강북구 센터는 사무실(17.9평), 교육실(9평), 상담실(3평)의 공간을 사용하고 있으며 생활체육과 심리상담을 실시하고 있는 스포츠센터 내에 위치하고 있어 지역주민들에게 쉽고 친근하게 다가갈 수 있는 장점이 있다. 서초구 건강가정지원센터는 구민회관 내에 설치되었으며, 사무실(9평), 전화상담실(2평), 면접상담실(4평)의 공간을 사용하고 있었고, 강의실 및 교육실은 인근에 있는 서초구청과 구민회관의 강당을 사용하고 있다. 남양주 건강가정지원

센터는 현장 조사한 센터 중에 시설을 가장 다양하게 확보하고 있었다. 구체적으로 살펴보면, 사무실(11.2평), 교육실(대강당, 102평), 전화상담실(1.8평), 면접상담실(4.2평), 집단상담실(11.2평), 다목적실(5.7평), 휴게실(2.7평) 등의 공간을 사용하고 있다. 남양주 센터는 직영으로 운영되고, 위치 또한 시청 내에 설치되어 있기 때문에 행정기관의 협력체계 구축 및 업무협조가 원활하게 이루어지고 있다. 또한 건강가정지원센터가 정부의 지원을 받는 공적기관임을 알릴 수 있다. <표 9>는 현장조사를 실시한 건강가정지원센터의 각 실별 면적을 나타내고 있으며, 입지 여건은 <표 10>에 제시되어있다. 센터의 평면도 및 자세한 시설에 관한 사항은 <부록 2>에 제시하였다.

(표 9) 시·군·구 건강가정지원센터의 면적⁷⁾

(단위: 평)

센터명	사무실	교육실	상담실	전화 상담실	면접 상담실	집단 상담실	다목적실	휴게실	센터장실
안산시	12	15	상담실1 : 10 상담실2 : 8						
동작구	20.9	13.2	4	-	-	-	-	-	-
송파구	10.5	10.7	11	-	-	-	-	-	9.6
관악구	7.4	-	10 (별도건물)		-	-	4.6 (자료실)	-	-
인천 부평구	12	69 (별도건물)	상담실1 : 8.5 상담실2 : 3.1						
서초구	9	-	-	2	4	-	-	-	-
강북구	17.9	9	3		-	-	-	-	-
남양주시	11.2	102 (대강당)		1.8	4.2	11.2	5.7	2.7	
평균 면적	12.6	23.38 (대강당제외)	6.14		4.1	11.2	5.2	2.7	9.6

7) 단위가 m²로 조사된 센터는 평수로 환산하여 제시하였다(1m² = 0.3025평). 평면도가 없는 센터의 경우 직접 측량하였으므로 각 센터 설계도의 수치와 차이가 날 수 있다.

8) 건강가정지원센터의 현장조사는 일부의 센터를 조사한 것이므로 일반화하기에는 어려움이 있다.

〈표 10〉 현장 조사 건강가정지원센터의 입지 여건^{*)}

운영 형태	센터명 / 지원 기관	설치 위치	교통여건	주변환경	센터입지의 장·단점 및 그 밖의 사항:
위탁 운영	안산시 건강가정지원센터 / 지방자치단체	일반건물 (아동발달지원센터가 같은 건물에 위치)	지하철역에서 도보 5분 거리	지하철역 근처. 변화기에 위치. 아파트 단지 지역	장점: 아동발달지원센터와 함께 위치하고 있어 시너지 효과를 기대할 수 있음. 단점: 약 15명가량의 집단 상담실은 있으나 전화 상담실이 없어서 사무실에서 전화상담을 함.
	동작구 건강가정지원센터 / 지방자치단체	일반건물 (보진소 분소와 같은 건물에 위치)	지하철역에서 도보 10분	아파트단지 지역 지역 시장과 인접	장점: 교통편이 좋고, 보진소 분소와 같은 건물에 입주해 있어서 주민들에게 노출되기 쉬움. 단점: 건물이 도로에서 안쪽에 있어 처음 방문자는 찾기 어려움.
	송파구 건강가정지원센터 / 지방자치단체	위탁기관(아동관련기관) 지방비	지하철역에서 도보 15분, 셔틀버스 운행		넓은 시설로 이용이 편리해 보임. 육영회관 셔틀버스가 있거나 교통이 좋진 않음
	관악구 건강가정지원센터 / 지방자치단체	위탁기관(대학교)	지하철역에서 버스로 갈아타고 도보 5분 거리	서울대학교	장점: 대학교 내의 다양한 시설을 활용할 수 있음. 단점: 센터를 가기 위해 버스를 타고, 학교로 들어가야 해서 교통편이 불편함. 또한 상담실과 센터가 따로 분리되어 있어 이동하는데 불편함이 있음.
	인천 부평구 건강가정지원센터 / 여성가족부	위탁기관(종합사회복지관)	지하철역에서 도보로 7.8분, 주교육장 도보로 2.3분	아파트 단지 내에 위치. 복지관 순환버스 이용가능	장점: 아파트단지 내에 있어 지역주민의 접근성이 좋음. 단점: 사회복지관에서는 사무업무를 주로 보고 교육장과 상담실은 다른 건물에 위치하고 있어 혼동이 올 수 있음.
	서초구 건강가정지원센터 / 여성가족부	지방자치단체 소속 건물 (구민회관)	지하철역에서 도보로 10분 거리	지하철역 주변 아파트단지는 없고 회사나 상가 위주의 주변 환경	장점: 구민회관 내에 위치하고 있고 교통편이 좋아서 접근성 좋음. 단점: 주변이 주거지라기보다는 상업지역임.
	강북구 건강가정지원센터 / 여성가족부	지방자치단체 소속 건물 (웹빙스포츠허브)	지하철역에서 버스로 갈아타고 도보 5분 거리	아파트 대단지	장점: 바로 앞에 대단지 아파트가 있고, 스포츠센터에 있기 때문에 주민들에게 홍보 노출이 용이. 단점: 교통편이 불편하고, 안내 표지판이 없어 찾기가 쉽지 않음. 스포츠 센터와 함께 있어 다소 혼잡함.
	남양주시 건강가정지원센터 / 여성가족부	시청 내	지하철역에서 차로 6분거리	경찰서, 교육청 인접. 아파트 단지, 순환버스 이용가능	장점: 시청 내에 있어 건강가정지원센터가 정부의 지원을 받는 공적기관임을 알릴 수 있음. 단점: 시청이라는 행정적인 분위기가

V. 결론 및 제언

본 연구는 시·군·구 건강가정지원센터의 홍보와 시설에 관하여 조사한 것으로 건강가정지원센터의 홍보 전략 수립과 시설 설치를 위한 기초 자료를 제공하는데 목적이 있다. 본 연구의 목적에 따른 연구결과를 바탕으로 결론 및 제언을 내려 보고자한다.

시·군·구 건강가정지원센터의 홍보활동을 살펴본 연구의 결론 및 제언은 다음과 같다.

첫째, 건강가정지원센터에서 가장 많이 활용하고 있는 매체는 ‘인터넷 홈페이지’와 ‘유인물’로 나타났고, 가장 효과적일 것이라 여기는 홍보매체는 ‘신문’으로 나타났다.

조사 결과, 가장 효과적일 것이라 여기는 홍보 매체는 홍보내용에 따라 차이를 보였는데, ‘건강가정에 대한 인식’, ‘건강가정지원센터에 대한 인식’에 관한 홍보매체는 ‘방송’과 ‘신문’이었으며, 교육과 문화 프로그램 홍보는 ‘신문’, ‘유인물’, ‘홈페이지’의 순으로 나타났다. 또한 문화프로그램은 ‘신문’과 ‘유인물’이 가장 효과적일 것으로 여겼다. 또한 ‘자원봉사모집’, ‘후원 모집’ 등 자원동원에 관한 사항은 ‘신문’이 가장 효율적인 매체로 나타났다. 따라서 건강가정지원센터의 홍보 내용에 따라 효과적인 홍보매체를 선택하여 사업내용별로 홍보 전략이 수립되어야 할 것이다. 그러나 방송 및 신문 등 언론을 통한 홍보가 가장 효과적이라 여기면서도 각 센터에서 이를 활용하지 않고 있는 이유가 무엇인지를 우선적으로 찾고, 이를 해결할 수 있는 방안이 먼저 마련되어야 할 것이다. 또한 ‘건강가정에 대한 인식’이나 ‘건강가정지원센터에 대한 인식’은 지역에 있는 시·군·구 건강가정지원센터에서 실시하기에는 어려움이 있으므로 중앙 건강가정지원센터가 이를 지원해 주어야 한다. 시·군·구 건강가정지원센터에서는 개

별사업을 중심으로 홍보를 실시하고, 중앙 건강가정지원센터에서는 공모나 캠페인, 소식지 위주의 홍보방식에서 벗어나 적극적인 언론홍보를 실시하여야한다. 따라서 기존에 수행해 오던 방식에서 벗어나 효과적이라고 생각되는 홍보 매체를 적극적으로 활용하여야 하며, 홍보활동이 수행자 중심이 아니라 사용자 중심 관점에서 이루어졌을 때 효과가 극대화 될 것이다.

둘째, 시·군·구 건강가정지원센터는 각 센터별 홍보와 함께 공동 마케팅, 제휴 및 연계를 통한 홍보를 실시하여야 한다.

건강가정지원센터는 현재 홈페이지 활용, 센터 내 리플렛 비치 등을 통한 홍보활동을 실시하고 있지만 이를 통하여 참여자의 수를 늘리고 적극적이고 자발적인 참여를 증가시키기에는 한계가 있을 것으로 본다. 따라서 공동 마케팅, 제휴 및 연계를 통한 홍보 실시가 이루어져야 할 것이다. 이를 위해 지역 내 공공기관, 초·중·고 및 대학교, 유관기관, 기업체 등에 항상 건강가정지원센터의 정보 소책자나 프로그램 안내문이 비치될 수 있도록 지속적인 관리를 해야 하며 좀 더 대중적인 홍보방안을 통하여 주민들의 참여를 유도하고 이를 통하여 프로그램 참여가 자발적으로 이루어 질 수 있도록 해야 한다.

셋째, 주민 접근성이 취약한 대학 내 센터와 행정기관 내 센터, 교통편이 좋지 않은 센터의 경우 사업의 홍보에 효과가 높게 나타난 신문, 유인물, 인터넷 홈페이지를 통한 홍보에 주력해야할 것이다.

그 중에서도 인터넷 홈페이지를 통한 홍보의 경우 다양한 콘텐츠를 제공함으로써 기관의 전반적인 사업과 서비스를 기존의 방식보다 효율적으로 제공할 수 있다. 또한 커뮤니티, 커뮤니케이션을 적극적으로 활용하여 건강가정지원센터와 이용자간의 쌍방향 의사소

통을 완화시켜 홈페이지 자체를 풍성하게 만드는 것도 하나의 방법이다. 이는 이메일, 웹진, 게시판, 뉴스레터, 인터넷 동호회의 활성화 등을 통해 이를 수 있다. 그러나 새로운 커뮤니케이션 매체인 인터넷을 활용한 홍보가 전통적으로 쓰이던 기존의 매체들을 완전히 대체한다는 의미보다는 온라인과 오프라인을 적절히 활용하고, 다른 홍보수단과 융화하여 포괄적인 홍보매체로 활용될 때 최고의 효과가 있을 것이다(장현주, 1997; 김희정, 1999; 배정미, 2001; 이정윤, 2005; 전명희, 2001; 제하림, 1998).

건강가정지원센터에서의 물리적 환경과 시행 프로그램을 분석하고 더욱 편리하게 이용될 수 있는 공간구성을 위해 제안하면 다음 같다.

첫째, 건강가정지원센터의 입지 및 접근성 측면은 주변시설과의 상호개방 및 연계를 고려하여 시설이용 주민들의 접근성을 높이고, 이용도를 높일 수 있는 곳이어야 한다. 즉, 건강가정지원센터의 입지적 특성은 이용의 편리성 및 이용자들이 쉽게 인지하고 접근 할 수 있는 장소이어야 한다. 시·군·구 건강가정지원센터는 지역 주민에게 직접 서비스를 제공하는 기관이므로 그 설치 장소와 위치는 교통이 용이하고, 지역 주민의 접근이 용이한 주거지역 설치되어야 한다. 또한 건강가정지원센터는 지역 사회의 신생기관이므로 유관기관에 인접하여 설치할 경우 노출빈도를 높여 PR효과와 시너지 효과를 얻을 수 있을 것이다. 그러므로 주거지 중심부근 또는 일상적 생활편의 서비스 제공 가능한 지역에 위치되어, 시설이용과 생활 편의시설과의 연계성을 유지할 수 있어야 한다. 시설이용에 대한 교통편의 시설이 다양하게 구축된 입지조건이 부여된 곳에 위치하는 것이 시설 활용을 극대화 할 수 있다. 또한 1개구에 1개소이상의 건강가정지원센터가 신설될 시기에 상호보완성을 고려하여 입지를 구축함이 효과적인 운

영이 될 수 있다.

둘째, 현장 방문 조사한 건강가정지원센터를 중심으로 입지여건의 장단점을 살펴보면, 지방자치단체 건물에 위치한 센터는 건강가정지원센터의 공공성인식에 큰 도움이 될 것으로 사료된다. 특히 구민회관, 구민 체육관 등은 주민을 위한 문화, 복지, 편의 시설 설치 및 프로그램이 운영되고 있는 곳이므로 건강가정지원센터에 대한 노출 빈도가 높아 주민의 자발적인 참여를 이끌어 내기가 용이하며, 건강가정지원센터를 지역사회에 홍보하는데 많은 이점이 있다.

위탁기관에 설치된 경우를 살펴보면, 우선 대학 내 설치된 센터는 주민으로부터 전문적인 서비스를 받는다는 인상을 줄 수 있다. 그러나 실천 현장인 건강가정지원센터가 학문적인 성향으로 규정되지 않도록 노력해야 할 것이다. 사회복지관에 설치된 건강가정지원센터는 사회복지관의 시설뿐만 아니라 인적·물적 자원, 네트워크 등을 동원 할 수 있는 장점을 가지고 있다. 그러나 사회복지관이 요보호 대상이라는 인식을 불식시켜야 한다는 부담을 앓고 있으며, 사회복지관에서 기존에 실시하고 있는 가족지원사업이나 가족복지사업과 차별성을 가져야 한다. 이러한 차별성이 확보할 때 건강가정지원센터의 독립성을 확보할 수 있을 것이다.

일반 건물에 설치된 센터를 살펴보면, 안산시 센터는 장애아동과 그 가족을 지원하는 사업을 수행하고 있는 아동발달지원센터와 함께 위치하고 있어 두 센터가 함께 연대한다면 보다 효과성 높은 지역사회 사업을 수행할 수 있을 것으로 예상된다. 동작구 센터는 동작구 보건소 사당분소와 같은 건물에 입주하고 있다. 최근에는 보건소에서 가족생활주기별, 대상별 등 타겟을 다양하게 구분하여 사업운영의 효율화를 모색하고 있고, 성상담 및 성교

육, 영양상담 및 영양교육 등도 제공하고 있으며, 가정생활을 위한 프로그램도 포함되고 있어 건강가정지원센터와의 연계가 클 것으로 예상된다(김양희 외, 2005). 따라서 지리상의 근접뿐만 아니라 이러한 자원을 검토하고 활용하여 두 기관 간의 연계체계를 확립하고, 사업의 교류, 인력과 장비의 교환 등 합리적인 네트워크가 이루어진다면 건강가정지원센터의 사업을 확장할 수 있는 계기가 될 것이다.

셋째, 공간 구성 즉, 시설 확보 측면을 살펴보면, 건강가정지원센터의 사업을 원활히 수행하기 위해 필요한 시설은 교육장, 사무실, 면접상담실, 집단상담실, 소회의실 전화상담실, 강당의 순으로 나타났다. 각 실별 적정 면적을 건강가정지원센터의 실태와 홍종면(2005)의 연구를 참고로 제안하면 교육장 100m²(약 30평) 이상, 사무실 60m²(약 18평) 이상, 면접상담실 20m²(약 6평) 이상, 집단상담실 40m²(약 12평) 이상, 소회의실 40m²(약 12평) 이상, 강당 300m²(약 90평) 이상, 전화상담실 13m²(약 4평) 이상이다. 건강가정지원센터의 예산 제약 문제를 고려해 볼 때, 위에 제시한 시설이 먼저 확보되어야 하며, 프로그램실의 가변적, 융통적인 활용의 개념을 적용하여 공간을 통합 또는 분할 공간으로 구성함으로써 다변화 하는 프로그램의 내용 및 이용자의 증감에 능동적으로 대처할 수 있도록 해야 한다.

실태조사 결과, 각 센터마다 사용 면적에서 격차가 많이 나는 것을 알 수 있었다. 이러한 센터간의 격차와 공간 확보의 문제는 건강가정사업을 수행 할 때 한계가 될 수 있다. 따라서 사업에 필요한 기본적인 시설이 반드시 확보되어야 하며 주무 부처인 여성가족부는 좀 더 구체적인 설치기준을 제시하여야 한다. 건강가정지원센터의 설치와 시설에 관한 지침이

제시될 때 지역 건강가정지원센터는 좀더 동일한 수준의 서비스를 제공 할 수 있을 것이다.

이와 같이 건강가정지원센터의 공간확보를 위해서는 사업비지원과 설립비 지원을 이원화하여 지원하여야 한다. 건강가정지원센터의 각 실별 면적의 평균을 보면, 노인종합복지관 시설의 평균면적⁹⁾과 비교해 볼 때 협소한 공간에서 사업이 수행되는 것을 알 수 있다. 필요한 공간이 확보되지 못한다면 이는 건강가정지원센터의 안정된 사업수행을 저해하는 요인으로 나타날 수 있다. 따라서 사업에 필요한 공간이 반드시 확보되어야 하며, 이를 해결하기 위해 현재 사업비 속에 포함되어 지원되는 건강가정지원센터의 설립 비용을 분리하여 확대 지원하여야 한다. 또한 기존 센터의 경우 사업에 필요한 공간이 확보될 수 있도록 설립비를 추가로 지원해야 한다.

본 연구의 의의는 건강가정지원센터의 홍보를 계획하고 공간을 확보하는데 가장 먼저 선행되어야 할 조사연구를 실시하였다는데 있다. 개념 위주의 필요성에 관한 논의보다는 현장실무자 대상 설문조사와 현장조사를 바탕으로 한 본 연구의 결과가 각 센터의 홍보와 설치를 명료화하는데 도움이 될 것으로 생각된다. 본 연구에서 실시한 현장조사 결과는 추후에 설치될 시·군·구 건강가정지원센터의 홍보 전략과 시설, 적정면적을 산출해 내는데 자료가 될 수 있을 것이다.

【참 고 문 헌】

- 1) 김명자, 계선자, 박미석, 장진경, 김연화, 류진아, 한은주(2005). 건강가정지원센터 사업운영에 대한 전반적인 평가-용산구 속명

9) 홍종면(2005)은 서울시 5개소 노인종합사회복지관을 조사하여 평균면적과 수용인원을 도출하였다. 사무실 부문 업무 공간 : 120m²(6m²/인):20명, 상담실 : 약20m², 문화/학습 교육실 : 64m²(1.6m²/명) : 40명, 휴게실 : 44m²(2.2m²/인):20명으로 나타났다.

- 여자대학교 시범사업을 중심으로. 대한가정학회지 43(8), 123-139.
- 2) 김명자, 계선자, 박미석, 장진경, 김연화, 한은주, 류진아(2005). 건강가정지원센터 가정생활교육 프로그램 운영 및 성과-용산구·숙명여자대학교 시범사업을 중심으로-. 한국가족관계학회지 10(1), 25-49.
 - 3) 김명자, 계선자, 박미석, 장진경, 김연화(2004). 건강가정지원센터 운영 및 활성화 방안 -용산구·숙명여대 가정생활문화프로그램을 중심으로-. 한국가족자원경영학회 춘계학술대회 자료집. 6-34.
 - 4) 김병철(2005). PR의 이해. 서울 : 한국외국어대학교 출판부.
 - 5) 김희정(1999). 사회복지관의 후원개발을 위한 홍보에 관한 연구. 서울신학대학교 석사학위논문.
 - 6) 배정미(2001). 장애인복지관 홍보활동에 관한 연구. 가톨릭대학교 석사학위논문.
 - 7) 여성가족부(2006.01). 건강가정지원센터 세부 운영 지침. 여성가족부.
 - 8) 여성가족부(200603.24.). 건강가정지원센터 설치(예정)현황. 정책고객서비스 제 184호
 - 9) 이영호(2004). 가족지원서비스 전달체계의 원칙과 방향에 관한 토론. 제1회 가정복지 세미나 자료집. 53-60.
 - 10) 원소연(2005) 건강가정지원센터의 사업내용 분석 및 홍보에 관한 연구. 숙명여자대학교 석사학위논문.
 - 11) 장현주(1997). 사회복지관 자원동원을 위한 홍보방안. 동국대학교 석사학위논문.
 - 12) 전명희(2001). 사회복지관의 PR 현황과 활성화 방안. 청주대학교 석사학위 논문.
 - 13) 정민자(2005). 건강가정사업과 가족상담. 한국가족상담학회 제2회 학술대회자료집, 23-47.
 - 14) 제하림(1998). 사회복지관의 자원유인을 위한 PR전략에 관한 연구. 광주대학교 석사학위논문.
 - 15) 조계현(2005). PR 실천론. 서울 : 커뮤니케이션북스.
 - 16) 조희금, 김경신, 정민자, 송혜림, 이승미, 성미애, 이현아(2005). 건강가정론. 서울: 신정출판사
 - 17) 중앙 건강가정지원센터(2005). 건강가정사양성교육 자료집. 중앙 건강가정지원센터.
 - 18) 중앙 건강가정지원센터(2006) 건강가정지원센터 운영가이드북. 중앙건강가정지원센터.
 - 19) 홍종면(2005)의 노인복지시설의 건축계획 및 설계요소에 관한 연구-서울시 시립 노인종합복지관을 중심으로-단국대학교 건축학 및 건축공학과 석사학위 논문.
 - 20) 중앙건강가정지원센터
<http://www.hhfc.or.kr>
 - 21) 서울 용산구 건강가정지원센터
<http://sookmyung.ac.kr/~fsccenter/>
 - 22) 경남 김해시 건강가정지원센터
<http://www.gfsc.or.kr/gfsc/>
 - 23) 전남 여수시 건강가정지원센터
<http://www.goodhome.go.kr/>
 - 24) 대구 달서구 건강가정지원센터
<http://www.dhfc.or.kr/>
 - 25) 충남 천안시 건강가정지원센터
<http://www.familysupport.or.kr/>
 - 26) 인천 부평구 건강가정지원센터
<http://www.icfamily.or.kr/>
 - 27) 서울 서초구 건강가정지원센터
<http://www.seocho.hfsc.or.kr/>
 - 28) 서울 관악구 건강가정지원센터
<http://www.gfamily.or.kr/>
 - 29) 서울 강북구 건강가정지원센터
<http://www.gbhome.or.kr/>
 - 30) 서울 동작구 건강가정지원센터

<http://www.dchfc.or.kr/>

31) 경기 안산시 건강가정지원센터

<http://www.bono.or.kr/>

32) 경기 남양주시 건강가정지원센터

<http://www.nyj.go.kr/woman/center/>

(2006년 4월 15일 접수, 2006년 5월 26일 채택)