

Web community 활동에 있어서의 성별 차이에 대한 연구 - Text의 내용분석

: 온라인 커뮤니티 게시물 중심으로

나정호* 조남재**

목 차

I. 서론
II. 이론적 배경
III. 연구 방법 및 절차

IV. 연구 결과
V. 결론

I. 서론

우리 사회가 산업사회에서 지식 정보화 사회로 이행되는 과정에서 오프 라인 상의 동아리 활동처럼 온라인 커뮤니티가 진행되기 시작했으며, 초기 천목 도모 에서 상호 정보 교류 형태의 커뮤니티로 발전하게 되었다. 또한 개성이 강한 신세대 및 콘텐츠(contents) 매니아들은 개인 블로그(blog) 및 미니홈페이지(보통 '미니홈피'라고 호칭) 제작에 지대한 관심을 보였는데 이른바 UCC(User Creative Contents: 사용자 손수 제작 창작 내용물)다. 이로 인해 블로그, 미니홈피 등을 공유하는 「라이프 캐싱(Life Caching)」이란 신조어가 부상하기도 했다. 지극히 개성적이고 독립성이 강한 신세대나 사이버 세대에게 약간은 의아하면서도 이율배반적인 조화라고 해야 할까요?

즉, 남에게 인정받기 위한 강한 자기 표현 욕구를 갖고 있는 콘텐츠 세대들은 철저한 사생활 보호나 비밀 보장을 원하는 반면 실시간적인 자아 표현을 위한 적극성도 넘쳐서 특정 커뮤니티간의 소속감을 과시한다. 이에 많은 기업에서는 자사 홍보 사이트 및 홍보 효과를 노린 브랜드 커뮤니티들을 활성화시키는데 주력하고 있다. 이토록 온라인 커뮤니티는 개인과 기업 모두에게 많은 영향력을 행사하고 잠재 고객을 일깨우는 교두보 역할을 하고 있어 지금까지 연구 대상으로 관심을 가져오기는 했지만 커뮤니티에 대한 특성 및 특징 연구가 대부분이다. 또한 소비자 측면에서 볼 때 사이버 세상에 수많은 콘텐츠 가운데 기업의 영리 목적이 아닌 소비자와 예비 소비자들이 펼치는 순수 정보 교류의 커뮤니티에 대한 관심과 신뢰가 높아지면서 본 연구의 필요성을 느끼

* 한양대학교

** 한양대학교 한양대학교 경영학과 교수

게 되었고, 기존 연구들은 온라인 커뮤니티에 대한 특성 중심의 연구가 많고, ‘온라인 환경에서 소비자들이 어떻게 행동할 것인가?’와 같은 소비자의 사회 심리학적 현상 연구와 웹커뮤니티 구성원들의 온라인 활동 패턴에 대한 분석이 없다. 본 연구의 목적은 온라인 커뮤니티 게시판의 TEXT 메시지 분석을 통해 서로 다른 표현 차이를 이해하고 분석해 웹 매니저에게는 “사이버 커뮤니티 전략 수립”을, 콘텐츠 제공 업체나 브랜드 관계 기획자에게는 “효율적 서비스 제공”을 할 수 있는 근거를 제공하고 싶다.

II. 이론적 배경

1. 성별 언어 특성 및 차이

한국어에 대한 사회 언어학적 성별 차이 연구나 남성과 여성대비 언어 표현의 차이를 직접 대조시킨 연구는 드물다. 김규현, 서경희 (1996:85-6)에서는 여성이 대화에 있어서 상대방의 처지에 대해 적극적으로 관심을 표현해 주면서 부정적인 평가에도 협조적으로 대응(맞장구를 사용)해 주고, 종결어미 사용시 청자를 배려하는 경향이 강하고, 어감이 온화하고, 친근한 ‘-어’를 많이 사용한다. 반면 남성은 논리적이고 실리적인 평가를 내리고, 관계 조정이나 접촉 시도 등 필요에 의한 언어 표현을 사용한다. 김순자(2001)는 여성 화자는 선행 발화에 대해 남성 화자에선 볼 수 없는 반박이나 선행 발화내용에 대한 확장응대 등의 맞장구를 사용하고 질문에 비교적 충실히 설명해 준다고 했다.

성별 언어 특성 외에 남자와 여자의 일반적인 차이점을 바탕으로 정리, 도표화 해보면 다음과 같다.

<표 1> 남자와 여자의 차이점

비교 항목	남자	여자
발달 분야	우뇌발달	좌뇌발달
	수리능력 발달 (문제해결능력 발달)	언어능력 발달 (감정을 보다 효과적으로 전달), 비언어적 의사소통능력 우수
감정처리 순서	감정영역-행동영역-사고영역 순으로 감정을 처리	감정영역-언어영역-사고영역 순으로 감정을 처리
표정	무표정이나 굳은 표정 감추거나 통제	남성보다 더 상냥함
관심	문제해결, 성과(취)	관계, 친분, '타인'지향적
대화	대부분 문제해결, 요점이나 정보를 전달하는 수단	문제해결 뿐만 아니라 감정을 정리하고, 타인과의 관계를 돈독히 하고 창의력을 자극해 새로운 아이디어를 발굴하는 수단
문제해결 방법	가급적 스스로 처리하려 한다. 해결책을 찾기 위해서 타인의 방해받지 않고, 스스로 집중 할 수 있기를 원한다.	문제해결에 있어서 다른 사람을 동참시키려 한다. 그것이 그 사람의 능력에 대한 인정이며, 자 신이 어떤 문제해결에 있어서 배제된다면 그것 을 모욕으로 생각한다. 문제의 공유가 문제해결 의 가장 빠른 방법이라고 생각한다.
긴장 해소	문제를 해결함으로써 긴장을 푼다. 해결되지 않으면 자신이 할 수 있는 다른 일을 함으로써 긴장을 줄인다.	다른 사람과 대화를 함으로써 긴장을 풀고, 욕 구를 충족시킨다.

참조) 존 그레이(Gray, John, 1996). “여자는 차마 말 못하고 남자는 전혀 모르는 것들”과 “일터로 간 화성남자 금성여자”
오드리 넬슨과 수잔 콜러트(2004). “오해의 심리학”

이 밖에 “한국 고등학생의 PC 이용에 대한 성별차이 분석연구” (손경애, 2002)에서 응답자들의 정보추구동기 수준에 대한 성별 차이를 분석한 결과, 남성은 컴퓨터와 같은 새로운 매체들에 관해 관심이 많은 반면 (남: 3.98; 여:3.58), 여성은 남성에 비해 상대적으로 어떤 책이 이 달의 베스트셀러인지 늘 관심을 가졌다(남:2.24; 여:2.65). 이는 학생 입장에서 남녀 정보추구동기를 참고로 Web 상에서 브랜드 커뮤니티내 제품 관련 정보추구동기 부문에 참고하고자 하였다.

또, PC 유용성의 지각 정도에 대한 성별 차이를 분석한 결과, 남성은 PC가 ‘학업성

취’ (남: 2.65; 여: 2.86)에 유용한 것으로 지각하는 반면, 여성은 PC가 ‘대인관계’ (남: 3.30; 여:3.48)에 유용한 것으로 지각하는 정도가 상대적으로 더 높게 나타났다 (손경애, 2002). 즉, 여성의 경우 PC의 용도가 대인관계, 정서발달, 가족관계 등에 남성보다 월등히 높게 나타났고, 이는 PC를 통한 웹 커뮤니티 활동도 밀접한 관계가 있으리라 본다.

2. 커뮤니티와 관련된 연구

Wellman과 Guila(1999)에 따르면 온라인 커뮤니티가 점점 구성원들의 중요한 공간이

되고 있으며, 여기서 그들은 동료의식이나 사회적 지원, 소속감 등을 추구한다고 했다.

국내 PC통신을 사용하던 1980년대 후반에서 90년대 초반에도 PC동호회 등 요즘 인터넷 커뮤니티 성격을 지니기도 했지만 거

의 오프라인 커뮤니티 특성에 가까웠으며, 공통점을 찾는다면 전자게시판이 의사소통을 위해 활용되었던 점을 들 수 있겠고, <표 2>와 같이 현재까지의 관련 연구내역을 정리해보았다.

<표 2> 커뮤니티 관련 연구

논제 & 저자	연구 영역	연구관점	연구 내용
대화조직상의 성별 차이: 평가와 이해확인을 중심으로 / 김규현, 서경희 (2002)	언어 사용의 성별 차이	대화분석적 시각	일상 대화에서 남녀 즉, 성별에 따른 대화 구조를 평가와 이해 확인을 통해 설명
온라인 커뮤니티 특성분석 : Social Network Analysis 관점에서 / 서재교(2006)	인터넷 커뮤니티 구성의 상호작용 응답 패턴	네트워크 관점	커뮤니티 구성원들의 상호작용을 복잡계 네트워크 특성 통해서 설명
인터넷 여성 이용자들의 커뮤니티 이용동기와 이용태도에 대한 연구 / 박지윤(2004)	인터넷 커뮤니티에서 여성의 이용태도	여성주의 내집단 편애도	여성 이용자의 남녀공존 공간과 여성전용 공간에서 이용동기 및 태도 비교 결과
여성전용 인터넷사이트의 콘텐츠 분석 / 조찬식(2002)	여성전용 인터넷사이트	콘텐츠 분석	인터넷 사이트별 주요 콘텐츠의 분포 연구

Ⅲ. 연구 방법 및 절차

본 연구는 온라인 커뮤니티 게시판에 업로드된 텍스트 가운데 총 42세트 (932개 문장)를 선정해 문장 단위 분류 평가를 진행하였으며 수집된 분류 자료를 바탕으로 내용분석 하였다.

1. 연구 방법

내용분석이란 규칙에 따라 커뮤니케이션 내용을 체계적으로 범주화하고, 통계적 방법을 이용해 범주들 간의 관계를 분석하는 것이다.

내용분석의 분류 가운데 본 연구에서 채택한 양적 내용분석은 커뮤니케이션 내용의

의미에 대한 추론을 도출하거나 혹은 커뮤니케이션 내용을 통해 그것의 제작 및 소비의 상황을 추론하고자, 통계적 방법을 사용해 타당한 측정 규칙에 따라 수치를 부여하는 체계적이며 반복 가능한 커뮤니케이션 상징(symbol)에 대한 조사이자 그러한 수치들을 수반하는 관계들에 대한 분석이다.

2. 내용 분석

이 정의는 학자들마다 차이를 보인다. 스템펠(Stempel, 1981)은 내용분석을 “우리 모두가 일상적으로 꽤 자주 하는 일인 내용의 관찰을 통한 결론 도출을 위한 어떤 정형화된(formal) 체계”라고 부르면서 내용분석에 대해 넓은 의미의 정의를 내렸다. 웨버(1990)는 “내용분석은 텍스트로부터

타당한 추론을 이끌어내기 위해 일단의 절차를 사용하는 하나의 연구방법이다” 라고 했으며, 크리펜돌프(Krippendorff, 1980)의 정의는 신뢰도와 타당도를 강조했고, 앞서 내려진 여러 정의를 검토후 내린 홀스티(Holsti, 1969)의 정의는 “내용분석이란 구

체적으로 기술된 메시지의 특성들을 객관적이고도 체계적으로 파악함으로써 사용되는 기법을 말한다.” 고 했다.

본 연구에 있어 내용분석 기법을 도입해 그 수행절차를 <표 3>과 같이 나타내보았다.

<표 3> 내용 분석의 수행 절차

단계	내용	설명
1	내용 분석 대상 선정	(On-Line Community 중에서) 회원 가입 및 활동 활발한 클럽 및 카페 4개 주제 분야로 결정
2	세부 분석 대상과 분류 단위 선정	자료 수집 리스트에 나타난 대상을 참조해 분류 단위는 1개의 문장이 1개의 문항번호로 설정
3	분류 기준 마련	4장 1절 표현의 정의를 좀 더 확장 및 세분화 시켰고 예제 포함 상세 해설본 배부
4	Sample Test	평균적인 기대치 및 의견 조율을 위해 평가자를 대상으로 3차에 걸친 시범 테스트 수행
5	평가자 훈련	3차 테스트 결과에 따른 재설정 및 분류 기준 수정과 평가 패널의 학습 및 훈련
6	수집 자료 분류 평가	본 자료 최종 내용 분석을 위한 평가 항목 체크
7	평가 자료 정리 및 분석	평가 결과를 바탕으로 합계 및 비율을 구하고 전반적인 내용분석 결과 시사

IV. 연구 결과

1. 표현의 정의

4가지 주제를 가지고 42명이 작성한 4세트(932개 문장)의 텍스트(text)를 감성적 표현 1부, 관계지향적 표현 1부, 문제해결형 표현 1부씩 4명의 패널이 참여해 0, X 분류했고, 표현의 정의는 기존 연구 논문과 문헌을 바탕으로 분류기준을 마련한후, 표본 테스트와 평가자 훈련을 통해 다음과 같은 표현 범위의 결과물을 산출했다. 감성적 표현의 범위는 사물과 현상에 대한 감수

성, 대상에 내포된 다의적이고 애매한 정보에 대한 직감적인 능력을 표현해 낸 것, 인간의 기분이나 사물의 맛, 색, 이미지 같은 애매한 것을 직감적으로 나타내고, 개인적 정서나 감정을 표출해낸 상태 (심리학 용어로 ‘자기노출’), 다른 사람의 감정에 진심으로 공감하는 표현, 감동을 통해 일어난 현상이나 동작(눈물흘리다, 미소짓다 등)을 표현한 것 등으로 했다.

관계지향적 표현의 범위는 소속감이 표현된 문장, 사회적 집단*가운데 특별한 감정과 애착을 실어 나타낸 문장, 가족, 친구, 애인, 동기, 선배, 스승, 이웃사촌 등 친분

있는 주변인의 명칭을 곁들인 문장, 개인적으로 특별한 지인(知人)과의 추억이나 관계 추구형 표현 등으로 했다.

문제 해결형 표현이란 질의(궁금증)에 대해 대답이 되거나 참고가 되는 사실을 설명하고, 논리적인 해석 등을 제시하는 문장으로 문제의식을 가지고 해결하려는 태도가 나타난 표현, 문제의 특성 및 여건을 재확

인하거나 대책을 연구하는 표현, ‘~(이렇게)하면 어떨까?’ 하는 식으로 생각의 발전 양상이 나타난 표현, 새로운 방식이나 방법을 꾀하는 실험적 태도나 정신이 나타난 표현, 차별화시키거나 비교, 대조하는 등의 분석적 태도나 기법, 전문가 의견이나 정보를 수집 및 공개, 인용한 것으로 했다.

2. 상호 일치도에 의한 신뢰도 검토

$$\text{신뢰도계수(C.R.)} = \frac{2M}{N_1 + N_2}$$

M=2명의 분석자 일치 코딩 수
N1=분석자1이 코딩한 수
N2=분석자2가 코딩한 수

평가 신뢰도는 위에 주어진 계수 공식에 백분율을 적용했고, 각 표현별로 구해진 신뢰

도(%)는 아래 <표4>와 같다.

<표 4> 표현별 평가 신뢰도

표현 분류	총문항수	일치코딩수	신뢰도(%)
감성적	1864	1778	95.39
관계지향적	1864	1810	97.10
문제해결형	1864	1452	77.90

3. 결과 해석

본래 성별 구분이 가능한 긴 사용후기 위주의 TEXT 내용분석이어서 많은 작성자의 표본을 준비하지 않았고, 4명의 전문 평가 패널의 3주간 학습과 훈련으로 얻어진 결과이다. 독립표본 T검증(차이의 95% 신뢰구간

에서)을 통해 유의확률0.443(감성적표현), 0.117(관계지향적표현), 0.185(문제해결형표현)으로 유의미하지않게 되었으나 신뢰도가 77%이상 입증된 바 각 표현별 비율분석을 <표 5>와 같이 나타냈고, 표현 분야별로 결과 해석을 해보았다.

* 관중, 군중, 팀, 공식조직등. 예) 축구관람객, 대구시민, 붉은악마응원단, 학술진흥재단

<표 5> 각 표현별 비율 분석

감성적 표현	남(%)	여(%)
맛집	15.2	22.9
여행	6.6	13
MP3	19.4	13.6
디지털카메라	5.5	8.2
관계지향적 표현	남(%)	여(%)
맛집	14.7	16.3
여행	3.8	2.6
MP3	5	12.3
디지털카메라	2.3	12
문제해결형 표현	남(%)	여(%)
맛집	13.6	12.5
여행	35.4	38.5
MP3	45.6	48.7
디지털카메라	58.8	23.7

1) 감성적 표현

남자보다 여자가 더 많으나 문장 비율상으로 현격한 차이는 없다. 맛집과 여행지 추천의 커뮤니티 게시글에서는 여자 작성자의 감성적 표현이 다른 표현의 분포도보다 전체적으로 높은 추세를 보이고 있다.

2) 관계지향적 표현

남자보다 여자가 비율이 더 높게 나타났는데, 일반적인 상황이나 오프라인 환경에서 볼 때 남성들이 관계 지향에 소극적인 자세를 보이는 것과는 달리 다소 높은 수치로 나타났다고 본다.

3) 문제해결형 표현

전반적으로 수요자 입장에서 작성된 글이어서 남녀 공통적으로 감성적 표현보다는

‘문제 해결형’ 표현이 많이 나타났다. 구체적으로 디지털카메라의 경우 여자보다 남자가 23.7 (%) 대비 58.8(%)로 월등히 많았다.

이상의 결과 해석을 통해 초기 가설을 정리해보고자 한다.

첫째, 온라인과 오프라인 커뮤니티에서 대표적으로 파악될 수 있는 표현의 유형에는 어떤 것이 있는가?

본 연구에서는 감성적 표현, 관계 지향적 표현, 문제 해결형 표현을 대표적 표현 유형으로 보고, 성별 커뮤니티 활동의 차이를 연구했다.

둘째, 감성적 표현은 남녀 가운데 어느 쪽에서 더 많이 나타나며 온라인 커뮤니티의 콘텐츠 제공과 활용면에 어떤 영향을 미치는가?

여자 쪽에서 감성적 표현이 많이 나타나며, 감성 마케팅의 효과를 영두에 두고 컨

텐츠 구성과 품질에 많은 연구가 필요하다. 컨텐츠 제공 업체의 구매 실적과도 민감한 상관 관계를 지니며, TV매체의 디지털 방송과도 많은 경쟁 변수가 도출될 것으로 예상된다.

셋째, 관계 지향적 표현과 문제 해결형 표현의 성별 관련성과 영향은 어떠한가?

약간의 예외적 현상을 보였으나, 관계 지향적 표현은 여자 쪽에 편중되고 문제 해결형 표현은 남자 쪽에 편중되어 있었다. 관계지향성은 커뮤니티 뿐만 아니라, 블로그나 미니 홈페이지에도 반영되어 이를 활용한 싸이월드의 마케팅 성과가 대단해 2005년 8월 개당 100원에 판매되는 사이버머니 ‘도토리’의 하루 판매량이 1억원을 상회하는 것으로 알려졌다.

V. 결 론

오프라인 상의 많은 여성들이 남성보다 대인 관계를 지향(‘타인’ 지향)하고 있다는 것은 기존 문헌이나 연구결과를 통해 앞서 밝힌 바 있다. 하지만 온라인 상에서 관계 지향적 표현에 비교적 남자가 높은 수치를 보이는 것은 좀 더 보편화되고, 경쟁력 있는 미디어 접근에 따른 환경 변수가 작용했다고 본다. 즉, 손쉽게 접할 수 있는 TV 매체의 드라마는 복잡한 인간 관계를 보여주는데, 많은 여성들이 그런 관계에 매료되어 있고, 대인관계 면에서도 남자가 폭넓은 인간 관계를 지향하는 반면 여자는 좁지만 깊은 관계를 지니는 2,3명에 국한된 경향이 있다. 따라서, 핸드폰 통화의 집중도나 이메일 상호 교환, 오프라인 상의 약속과 만남이 여성들의 관심과 시간 배분에 많은 포지션을 취하고 있다고 본다.

인터넷 사이트 가운데 여성들의 관계지향적인 성향을 잘 반영해 성공 모드로 가는 대표적인 예로 ‘싸이월드(사이좋은 사람들)’를 꼽을 수 있다. 인터넷 커뮤니티 싸

이월드(www.cyworld.com)는 실명제 인맥 기반의 가상사회, 신뢰기반의 정보공유를 컨셉으로, 사람과 사람 사이의 친분관계를 형성하고 도와주는 범용 커뮤니티 서비스이다.

싸이월드는 대다수의 컴퓨터를 사용하는 20-30대의 사람들에게 미니 홈페이지(작은 홈페이지)를 갖도록 했고, 이미지 포지셔닝을 성공적으로 수행해 2004년 9월 30일 가입자 수 1,000만을 돌파해 전체 인터넷 사이트의 커뮤니티 구성원 중에서 1/3이 싸이월드 가입 회원인 셈이다. 이보다 주목할 것은 싸이월드의 마케팅 분석 보고에 따르면 싸이월드를 주로 사용하는 성별 비율이 남성이 47%인데 반해 여성이 53%로 관계지향적 속성을 지닌 포지셔닝으로서 ‘1촌 맺기(지인 네트워크 관리)’와 ‘실명제’의 효과라고 본다.

웹커뮤니티 활동에서 남녀의 차이는 생각하는 방식, 느끼는 방식, 커뮤니케이션의 방식 등으로서 주로 주관적인 성향과 관련된 부문에서 나타나고 이런 차이점이 웹 커뮤니티 상에서의 구매 의욕이나 구매 및 기타 행사 참여 활동에 영향력을 행사하기 때문에 웹 커뮤니티 설계자나 매니저는 성별 활동 및 패턴의 차이를 고려해 반영해야 한다.

맛집과 여행지 추천과 같은 일반적이면서 주관적 성향이 강한 분야에서는 여성 사용자의 참여도와 감성적 표현 비율이 높게 나타난다. 반면에 브랜드 커뮤니티 부문처럼 객관적인 판단기준(제품의 기능과 가격)이 명확한 경우에는 주관적인 성향이 개입될 필요성이 없으므로 남녀에 차이가 비교적 없는 편이나 디지털 전자제품(MP3, 디지털 카메라)의 사용후기나 의견에 대해서는 남자 사용자들이 보다 적극적으로 참여하는 경향이 있다. 특히 디지털카메라는 양적으로 볼 때 4배 가까이 문장 수의 차이를 보여주고, ‘문제 해결형’ 표현에 있어서 여자 23.7 (%) 대비 남자가 58.8%로 월등히

많아서 디지털 브랜드 관계자나 소비자 모두에게 시사하는 바가 크다.

참 고 문 헌

1. 김규현(경희대), 서경희(한국외대), "대화조직상의 성별 차이-평가와 이해확인을 중심으로", Nuri Media co., Ltd, 2002
2. 김기홍, "논문작성 이렇게 해라", 시대의 창, 2001
3. 김나랑, "여성 포털 사이트의 차별화 전략 제시를 위한 실증연구", 동아대학교 경영대학원, 2002
4. 김원제 외, "문화콘텐츠 블루오션", 커뮤니케이션북스, 2005
5. 대니얼 라이프, 스티븐 레이시, 프레드릭 피코 지음, 배현석 옮김, "미디어 내용분석 방법론", 커뮤니케이션 북스, 2001
6. 박영순, "(한국어의)사회언어학", 한국문화사, 2004
7. 박지윤, "인터넷 여성 이용자들의 커뮤니티 이용 동기와 이용 태도에 대한 연구", 한림대학교 대학원 석사학위논문, 2004
8. 서문식, 김유경, 서용한, "온라인 커뮤니티에 대한 탐색적 연구", 부산대학교 경영경제연구소, 2002
9. 서재교, "온라인 커뮤니티 특성분석 : Social Network Analysis 관점에서", 한양대학교 학위논문(석사), 2006
10. 심유미, "성별 계급차이에 관한 연구", 한림대 대학원 학위논문(석사), 2000
11. 오기명, "LBS 개인위치정보 노출여부에 영향을 주는 요인에 관한 사례 연구(친구찾기서비스를 중심으로)", 한양대학교 대학원, 2005
12. 오드리넬슨 외, 김경숙(역) "오해의 심리학", 친구미디어, 2006
13. 와타나베 파코 저, 허명구 옮김, "로지컬 커뮤니케이션 트레이닝", 도서출판 일빛, 2003
14. 우한용, 김정자 etc, "인터넷 시대의 글쓰기와 표현교육", 서울대학교 출판부, 2005
15. 李成姬, "의사소통 전략의 성별 차이 연구 : 소집단 토의 담화 분석을 중심으로", 서울대 大學院 학위논문(석사)
16. 이원호, "웹기반 사이버트레이딩시스템에 대한 충성도에 영향을 미치는 핵심요인", 국민대 대학원 박사학위논문, 2004
17. 임수정, "인터넷 원격 교육에서 학습자 행동 파악에 대한 연구", 동국대학교 산업기술환경대학원 석사학위논문, 1999
18. 장미영, "청소년들의 성별 차이에 의한 말하기 양상 분석 : 고등학교 2학년 학생들의 발화를 중심으로", 水原大 教育大學院 학위논문(석사), 1999
19. 정길남, "국어 표현 연구", 한국문화사, 2005
20. 조찬식, "여성전용 인터넷사이트의 콘텐츠 분석", 한국문헌정보학회지 제36권 제2호, 2002
21. 존 그레이, "(일터로 간)화성남자 금성여자", 들녘미디어, 1998
22. 존 그레이, "여자는 차마 말 못하고 남자는 전혀 모르는 것들", 프레이엄북스, 2002