

기혼남녀의 인터넷용도 유형과 인터넷활용 가사노동참여 유형

A Study on the Types of Internet Usage and Household Work Using Internet by
Married Male and Female

대전대학교 아동벤처산업학과

부 교수 차성란

이화여자대학교 소비자·인간발달학 전공

교 수 문숙재

가톨릭대학교 소비자·주거학 전공

교 수 정영금

Dept. of Venture Business for Children, Daejeon Univ. Associate

Prof. : Cha, Sung Lan

Major of Consumer & Human Development, Ewha Woman's Univ.

Prof. : Moon, Sook Jae

Major of Consumer & Housing Studies, The Catholic Univ. of Korea

Prof. : Jeong, Young Keum

〈 목 차 〉

I. 서론

II. 이론적 배경

III. 내용 및 방법

IV. 결과 및 해석

V. 요약 및 결론

참고문헌

〈 Abstract 〉

Entering into the mature stage of internet society, we need to understand people's internet using qualitatively. So, this study purposed to relate the types of internet usage and the types of household work using internet by the family except housewife. Web-based questionnaire were administered to 250 male and female subjects respectively. Results were as follows:

First, types of internet usage were 'e-style', 'self-actualization', and 'family-oriented'. Second, the characteristics of e-style were white collar, college- graduated, and high income. And this type had positive attitude about internet, longer periods of usage,

* 연락처자: 차성란 (slcha@dju.ac.kr)

higher level of computer skill, longer usage time than any other types. Third, types of household work using internet were 'commitment in transaction' and 'strong involvement in family life'. Fourth, the e-style and the self-actualization were related with the type of commitment in transaction and the family oriented was related with the type of strong involvement in family life. Finally, if the e-style increase, family members except housewife, there are trend of commitment in the household work.

Key Words : 인터넷(internet), 인터넷 유형(type of internet usage),
가사노동(householdwork)

I. 서론

인터넷 이용실태 추이를 조사해오고 있는 한국인터넷정보센터의 2002년도 조사에 의하면 인터넷 이용의 주 장소는 가정인 것으로 밝혀지고 있다. 인터넷 이용자들의 76.6%가 주로 가정에서 인터넷을 이용하고 있으며, 인터넷 이용 초기 단계에서 빈번히 이용되던 PC방이나 학교는 우선순위에서 뒤로 밀리고 있다(한국인터넷정보센터, 2002). 이는 인터넷을 사용할 수 있는 물리적 환경이 일반 가정에 보편화되고 있음을 말해준다.

신규 인터넷 이용자들의 이용계기도 역시 2001년도에 비해 2002년도의 경우 학교과제 해결이나 업무처리와 같은 목적적 이유 비율은 감소하였고, 자녀교육, 재미로, 호기심 등의 이유가 증가하였다. 이는 인터넷 이용이 학생층에서 일반 성인층으로 변화하면서 나타나는 현상(한국인터넷정보센터, 2002)으로서 가정정보화로의 진행을 가능할 수 있는 부분이다.

양적인 면에서 살펴보면 2002년 6월 현재 인터넷 이용자수가 2,565만 명으로 6세 이상 전 인구의 58.0%에 이르고 있다. 이중 인터넷을 일주일에 1회 이상 이용하는 사람은 이용자의 96.0%(한국인터넷정보센터, 2002)로 나타나 인터넷 이용자의 대부분이 각자의 개인적인 생활에서 생겨나는 요구들을 인터넷을 이

용해 해결하는 것으로 예측할 수 있다.

이 외에도 전자상거래 규모의 꾸준한 증가 등으로 미루어 볼 때, 가정정보화가 상당히 진행되고 있음에도 불구하고 이에 대한 연구는 단편적으로 이루어져 왔다. 그 이유를 살펴보면 정보화가 진행되어 오면서 우리는 인터넷 이용의 주체와 이용환경의 두 가지 측면에 관심을 집중시켰다. 이용자의 양적인 확대는 인터넷이 네트워크를 통한 상호작용이 가능하다는 점이나 시설투자의 경제성이라는 점에서 볼 때 간과할 수 없는 중요한 요소이다. 때문에 정부는 정보격차를 줄이기 위해 주부 인터넷 교육, 노인들을 위한 실버넷, 자영업자를 위한 인터넷 이용교육 등의 노력을 기울여 왔다. 또한 초고속 통신망을 전국적으로 확충하기 위해 수년에 걸친 인프라 확장사업계획을 세우고 이를 위해 많은 자금과 인력을 투입해 왔다.

이제 정보화가 성숙단계로 접어들면서 투자자의 경제성이나 사용의 효율성을 극대화하기 위한 한 단계의 도약이 필요하다. 도약을 위한 한 가지 방법으로서 인터넷 이용자층의 양적인 확산을 기반으로 미시적인 관점에서 인터넷 이용의 구체적인 내용을 파악, 이에 대응되는 인터넷 관련 산업에서의 정보자원 및 서비스 공급 그리고 정보통신정책의 방향 정립을 고려해 볼 수 있다. 인터넷 이용계기를

살펴보면 2003년 6월을 기준으로 할 때 전년도에 비해 학습 목적이나 자녀교육 등의 분명한 목적을 가지고 인터넷을 이용하는 비율은 낮아지고, 단순히 재미나 호기심으로 인터넷을 사용하는 비율이 증가하는 등 인터넷 사용인구나 사용빈도의 확대에 비해 인터넷을 이용한 효율성의 증대나 생활의 질적 향상은 미흡하기 때문이다.

또한 인터넷을 통한 각종 정보는 산업분야 뿐만 아니라 가정에서도 매우 중요한 활용된다. 즉, 돈이나 시간 등과 마찬가지로 가정생활에 관련된 각종 정보를 빠르고 올바르게 이용하는 것은 금전 및 시간자원의 절약과 만족으로 직결된다는 점에서 가정관리를 위한 중요한 자원으로 부각되고 있다. 따라서 인터넷 활용이 점차 확대되는 과정에서 오락위주의 활용으로 인해 시간적 낭비를 초래하거나 인터넷 쇼핑의 편리성 때문에 충동구매가 늘어나는 등 불건전한 용도의 확대를 방지하고 올바른 인터넷 활용을 유도하기 위해서는 가정에서의 인터넷 활용에 대한 내용과 요구에 대한 미시적인 접근이 필요하다. 뿐만 아니라 정보사회 환경 하에서 각 가정의 요구에 적합한 인터넷 생활양식을 만들어 나가야 할 필요도 있을 것이다.

가정에서의 인터넷 활용에 대한 미시적인 관점에서의 연구는 가사노동에 대한 전망, 효율적 가정관리방법에 대한 제안, 정보생산자로서 가족원들의 역할 및 중요성 등을 파악할 수 있게 해준다. 이러한 연구가 축적됨으로써 산업사회와는 명백하게 다른 변화된 가정관리 환경 하에서 가족원들 공동의 만족과 행복을 누리기 위한 가정관리의 노하우가 탐색될 수 있다. 때문에 인터넷 활용에 대한 미시적인 접근은 다양한 측면에서 분석적으로 진행되어야 한다.

이처럼 인터넷 이용에 대한 미시적인 접근

이 필요함에도 불구하고 아직 가정생활 유지를 위한 인터넷 이용의 구체적인 활용 실태에 대한 연구는 매우 부족한 상태이다. 많은 연구결과들이 발표되고 있지만 단순히 인터넷 활용으로 인해 TV 시청시간이 감소하고 수면시간이 감소하는 등(한국인터넷정보센터, 2003) 시간사용에 변화가 있음을 알려줄 뿐 가정생활에 어떤 변화가 이루어지고 있는지 밝혀지지 않고 있다.

지금까지의 연구로는 인터넷유용성과 인터넷쇼핑과의 관계에 대해 다룬 연구(박미석, 이 유리, 2000), 인터넷 소비자정보에 관한 연구(이수진, 이승신, 2001; 조희경, 이기춘, 2000; 박기영, 이승신, 2001), 정보화에 따른 구매의 사결정의 변화에 대한 연구(신중국, 1998; 송미령, 여정성 2001) 등 소비생활에 관한 연구들이 주를 이루고 있다. 가족생활의 변화에 관한 몇 편의 연구(심수민, 1999; 박부진, 이해영, 2000; 김선우, 2002)만이 있을 뿐이다. 또는 가족을 단위로 하기보다는 청소년(최은지, 2002; 남윤주, 2003)이나 대학생(김기범 외, 2001; 박소희, 2002; 박은준, 2002; 이나영, 2002) 등 특정집단의 인터넷 활용 방식에 대해 연구가 집중되는 경향이 있다.

인터넷 활용의 미시적인 측면을 파악할 수 있는 연구 조차(김훈, 권순일, 1999; 우석봉, 2000; 김재휘, 홍정욱, 2000; 박철, 2001) 마케팅적 관점에서 인터넷 사용자들의 수요를 파악하기 위한 연구로 수행되었다. 국외 연구로는 인터넷 실태를 중심으로 한 대형 프로젝트 연구들 외에, 인터넷 쇼핑(Horrigan, 2001), 의사소통 도구로서의 인터넷 활용 방식에 대한 연구(Horrigan, 2001), 건강관련정보의 인터넷 활용(Fox & Rainice, 2000) 등이 있다. 그러나 이들 연구 역시 좀 더 구체적인 인터넷 활용의 구체적인 내용을 파악하기에는 부족한 상태이다.

따라서 본 연구는 인터넷 활용의 구체적인 이용 실태를 파악하기 위한 시도의 하나로서 가정에서의 인터넷 사용자들이 어떤 용도로 활용하며, 인터넷 용도유형과 인터넷활용 가사노동참여유형의 관계를 밝히고자 하였다. 이러한 연구결과는 인터넷 활용에 대한 이해를 증진시키고 인터넷 활용 장소로서 가정체계 및 체계유지의 구체적인 이용 실태에 대한 연구와 분석을 촉발시킬 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 가정에서의 인터넷활용

이미 인터넷을 통한 사이버 환경은 개별 가족원과 가정의 경영체계에 영향을 미치는 생태환경으로서 막강한 영향력을 발휘하고 있으며, 사회적 조직망, 제도, 하위문화, 문화(Bronfenbrenner, 1979, 백종화, 박성연, 2002에서 재인용) 등의 측면에서 가정체계와의 끊임 없는 상호작용을 요구하고 있다.

인터넷이라는 정보기술에 대한 수요가 가정으로부터 발생하지는 않았지만, 대부분의 기술적 도구 또는 매체와 마찬가지로 가정은 인터넷 사용에 있어 보급, 확산해야 할 최종적인 대상으로 여겨지므로 기업과 정부로부터 시작되는 정보화가 본격적 궤도에 이르게 되면 정보화의 최종 수요자인 가정에서 정보화가 실현된다. 가정정보화는 가정과 가정, 가정과 기업, 가정과 행정기관 등을 디지털 네트워크로 연결함으로써, 가족구성원을 포함한 각 가정의 정보생활 욕구를 충족시켜주는 것으로서(한세역, 1998), 정보기술혁신이라는 기술적 기초 위에서 가정에서의 각종 정보매체의 활용이 고도화되는 것을 의미한다(이현아, 2000).

기업, 학교, 기관 등과 비교할 때 가정정보

화에 어려움이 더 큰 것은 집이라는 생활영역의 '고립적인 특성'에 상당부분 기인한다. 존 실리 브라운 외(2001)는 집과 같이 사회적 자원이 부족한 고립된 환경 속에서는 새로 나온 기술의 유용성, 명확성, 편의성, 약속과 현실의 갭이 선명하게 드러남을 지적하였다.

이러한 갭을 줄이면서 정보이용의 적극적 수용을 이끌어 내기 위한 노력 중 하나가 정보문화이다. 정보문화(Information Culture)는 "정보통신기술 및 정보통신 서비스의 발달과 보급이 인간의 생활양식과 행동 전반에 영향을 미침에 따라 정보사회에서 사람들이 살아가면서 필요한 의식주에 관련된 사항, 정보사회에 사람들의 행위나 교류 양식, 그리고 사고방식이나 가치관 등을 포괄하는 문화적 체계"로 정의된다(한국정보문화센터, 2000). 한편 생활문화는 개인 또는 가족이 일상생활을 유지하는 과정 및 결과에서 얻어지는 누적된 의미체계로 개념화될 수 있으며 생활양식으로 구체화된다. 그러므로 정보문화는 생활문화의 개념과 맥락을 같이하며, 단지 가정을 둘러싼 생활환경이 정보화라는 자극에 의해 상이한, 새롭게 대처해야 할 가정체계의 환경적 특성이 정보사회라는 점을 강조한 개념이라 할 수 있다. 즉, 정보문화는 가정학의 체계적 관점에서 볼 때 정보사회라는 새로운 근접, 광역 환경에서의 생활문화라고 개념적 규정을 할 수 있다.

가정에서의 인터넷 활용은 가족원, 가족과 가정으로 구성되는 가정체계가 주체이다. 하지만, 근대적인 성역할태도나 가족원들의 가사노동분담이 거의 이루어지지 않고 있는 사회문화적 배경은 인터넷 활용에서도 중심좌표를 주부에게로 고정시키도록 만든다. 주부들은 대체로 가장 낮은 정보화 인지도를 나타내며(임인수 외, 2000), 젊은 미혼여성은 컴퓨터를 생활필수품으로 여기는데 비해 40, 50대

주부들은 컴퓨터사용에 대한 스트레스를 받으며 도래되는 정보사회에 대한 두려움을 갖는 것으로 나타났다(이지연, 2000). 또한 남성중심의 컴퓨터문화가 보급되어 있고 콘텐츠도 남성지향적인 내용으로 구성되어 있는 것도 여성들의 인터넷 사용율을 낮게 하는 이유이기도 하다.

그러나 다행히 주부의 연령이 낮아지고, 교육수준이 높아질수록 정보화 인지도가 높아지며(임인수 외, 2000), 주부인 경우에도 취업한 주부의 경우에는 인터넷 사용률이 낮지 않으며, 특히 미혼여성의 인터넷 사용률은 젊은 남성의 패턴과 크게 다르지 않음을 보이고 있다(오조영란, 홍성욱, 1999). 또한 인터넷을 사용하게 된 동기도 전업주부의 경우에는 자녀양육 및 교육적인 이유가 매우 높은 비율을 나타냈으며(백종화, 박성연, 2002), 특히 인터넷 쇼핑에서는 남녀의 차이가 근소한 것으로 나타나고 있다(www.pewinternet.org).

이러한 결과 등을 미루어 볼 때, 점차 인터넷에 익숙한 여성들이 주부집단을 이루게 되면서 가사노동에 인터넷을 많이 활용하게 될 것을 예측할 수 있다. 뿐만 아니라 구매나 예약, 자녀교육 등 인터넷을 활용하여 해결할 수 있는 가사노동분야는 남성들이 협력함으로써 남성의 가사노동참여가 늘어나는 긍정적인 효과가 나타날 수 있어, 가정정보화로 인해 인터넷으로 가사노동을 해결하고 부부가 협력하는 새로운 생활문화가 나타나게 된다.

2. 인터넷용도의 유형

라이프스타일 측정항목으로 유형을 구분한 김훈, 권순일(1999)의 연구에 의하면 인터넷사용자의 라이프스타일은 진취적 여가활동형, 수동적 독립지향형, 전통적 안정추구형으로 나타났다. 진취적 여가활동형은 적극적으로

여가활동을 즐기고 취미활동을 충실히 하는 등 매우 활동적인 사람들로서 정보추구성향이 적으며, 충동구매를 통한 자기과시욕구가 강한 자기중심적인 생활을 즐기는 사람들이었다. 수동적 독립지향형은 적극적으로 여가활동을 좋아하지 않으며 타인과 잘 어울리지 않는 사람들이다. 신문, TV 보기 등 수동적인 여가활동을 좋아하며, 노후를 자식에 의존하지 않고 스스로 준비하려 하는 등 독립심이 강한 집단으로 나타났다. 전통적 안정추구형은 전문서적이거나 잡지를 통해 정보를 입수하려는 경향이 매우 높으나 여가생활에는 거의 관심이 없는 특징을 지니는 것으로 나타났다.

이들의 인터넷 정보활용 특징을 살펴보면 수동적 독립지향형은 뉴스/교육/건강/법률정보 사용율이 높으며, 다음으로는 전통적 안정추구형, 진취적 여가활동형 순이었다. 오락/취미 정보의 경우 진취적 여가활동형, 전통적 안정추구형, 수동적 독립지향형 순으로 정보사용률이 높은 것으로 나타났다. 전반적으로 인터넷 사용자들은 사회/문화/역사/학술/과학 정보보다는 연예/스포츠 및 오락/취미 정보에 대한 이용도가 전반적으로 높게 나타났다.

구매의사결정을 위한 정보탐색시 인터넷 정보 이용은 진취적 여가활동형이 가장 높으며, 수동적 독립지향형이 가장 소극적인 것으로 나타났다. 구매의사결정과정에서는 정보탐색을 위한 매체로 무엇을 사용하는지에 대한 분석을 하여, 의사결정과정에 참여하는 가족원들의 영향력 변화에 대해 파악할 수는 없었다.

박철(2001)은 인터넷 상의 웹사이트 방문을 통해 얻을 수 있는 효용성을 인터넷탐색 가치라 하여, 고실용/고쾌락 가치집단, 고실용/저쾌락 가치집단, 저실용/고쾌락 가치집단, 저실용/저쾌락 가치집단으로 구분하였다. 저실용/저쾌락 가치집단은 초보적 네티즌 집단으로서, 여

성과 고통자 비율이 상대적으로 높은 집단이다. 할인된 가격의 탐색재 구매에 관심이 많았다. 저실용/고쾌락 가치집단은 대학생 중심의 저소득 탐색형 쾌락집단으로서 컴퓨터관련 제품, 꽃배달, 가전제품에 대한 구매의향이 타 집단에 비해 높았다. 고실용/저쾌락 가치집단은 남성중심의 합리적 실용추구 집단으로서 책/잡지, 의류잡화에 대한 구매의향이 타 집단에 비해 높고 인터넷 구매빈도가 높은 실질고객집단이었다. 고실용/고쾌락 가치집단은 인터넷 사용기간과 주당 인터넷 사용시간이 많고 인터넷 쇼핑에 있어 핵심적 충성고객층으로서의 특징을 지녔다.

우석봉(2000)은 컴퓨터와 네트워크로 상징되는 정보통신 기술의 혜택을 받으면서 자란 베이비붐 세대를 N세대라 규정하고 3개의 군집으로 소비자유형을 구분하였다. 첫째, 몰입형은 인터넷 사용빈도, 인터넷 활용도, 인터넷에 대한 정서적 몰입이 다른 두개 군집에 비해 상대적으로 높은 유형이었다. 둘째, 진입형은 인터넷 사용빈도나 인터넷 활용과 같은 행위 측면에서는 낮지 않으나 정서적으로는 인터넷에 적극적이지 않아 몰입형으로 진입하는 과정에 있는 유형으로 보았다. 셋째 유형은 무관심형으로 다른 두 유형에 비해 대부분의 측정항목에서 평균이 가장 낮은 집단이었다. 몰입형은 진입형이나 무관심형과 비교할 때 구매패턴에 있어 차이를 보이며, 정보탐색이나 상표를 더 중시하는 경향이 있었다.

김재휘, 홍정욱(2000)은 인터넷 이용동기를 기준으로 대학생들의 인터넷 사용자 유형을 구분하였다. 나타난 유형을 살펴보면, 여가지향형은 목적을 가지고 인터넷을 이용하기보다는 여가시간을 활용하거나 소일꺼리로 인터넷을 이용하는 것으로 보인다. 재미지향형은 네트워크 게임이나 성인 사이트 자주 이용, 남성 비율 높다. 적극형은 대부분 사이트에서

활발한 활동을 하며, 인터넷 이용시간 및 이용경험도 가장 높았다. 수동형은 대부분의 사이트 활동이 낮으며, 인터넷 경력이 다른 동기유형에 비해 가장 짧다. 실속형은 정보와 편의 동기가 다른 동기에 비해 가장 높은 유형으로서 인터넷 이용시간이나 주간 이용횟수가 수동형보다도 더 낮았다. 이들 유형별로 인터넷 사이트 이용에 차이가 있어 재미지향형은 연예인 사이트, 네트워크 게임, mp3 등의 사이트 이용을 자주 하는데 비해 실속형은 신문 사이트, 여가지향형은 채팅, 방송국 사이트, 운세 사이트 이용 빈도가 높았다. 그러나 회귀분석에 의한 설명력이 높지 않아 사이트 이용행동을 충분히 설명하기 위해 동기 이외의 다른 변인의 탐색 필요성을 시사하였다.

이들 연구는 가정경영학의 입장에서 볼 때 정보사회에서 좀 더 중요해진 프로슈머로서의 역할을 조명하기보다, 기업의 마케팅적 관점에서의 접근이라는 한계를 지닌다.

이와는 달리 인터넷 이용자들의 정서상태를 개선시키기 위한 목적으로 접근한 연구로서 김기범, 김미희, 최상진(2001)의 연구가 있다. 이들은 고독감과 인터넷의 효용성이 사회적관계유지를 위한 인터넷 활용에 미치는 영향을 파악하고자 하여, 관계유지활동, 편리추구활동, 여가활용, 무목적향해, 목적추구활동 등의 유형으로 구분하였다. 분석결과 고독감이 높은 사람들은 관계유지를 위한 목적 또는 무목적향해의 목적으로 인터넷을 사용하는 경향이 있음을 밝혔다.

3. 관련 변인에 대한 고찰

관련변인을 고찰함에 있어 인터넷 사용자 유형에 관한 연구가 부족하여, 인터넷 사용실태와 변인들과의 관련성을 검토하고자 하였다.

1) 개인 및 가정환경 특성

개인 및 가정환경 특성으로서 응답자의 성별, 연령, 교육수준, 가계소득, 직업 등의 변수에 대해 살펴보면 다음과 같다. 성별은 인터넷 사용이 보편화되면서 인터넷 활용 정도에서의 차이가 여전히 존재하는 부분이 있는가 하면 다른 한편으로 차이가 없는 부분이 공존하고 있다. 인터넷 사용 초기에는 남성이 전체적으로 여성의 이용수준을 앞서는 것으로 나타나 성별에 따른 정보격차가 문제되었었다. 그러나 최근의 연구를 보면, 연간 인터넷 쇼핑비율은 남성이(49%), 여성에(45%)에 비해 다소 높은 비율을 나타내지만 축제기간동안의 인터넷 쇼핑은 여성이(27%) 남성(20%)을 앞서고 있다. 이 기간동안의 충동구매에서도 성별에 따른 차이를 보여 여성은 43%가 남성은 27%가 온라인상에 접속할 때 구매를 계획하지 않았던 상품을 충동구매 했다고 응답했다(Horrigan, 2000)

인터넷 사용 용도에는 성별에 다른 차이가 나타나고 있어서 여성들은 건강정보, 종교정보, 새로운 직장구하기, 온라인 게임하기를 더 많이 하는 경향이 있었다. 이에 비해 남성들은 뉴스를 찾거나, 인터넷 상에서의 상품구매, 재정관련 정보검색, 온라인 증권거래, 온라인 경매, 정부 웹사이트 방문, 스포츠뉴스 검색 등을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 그러나 젊은 연령층에서는 성별에 관계없이 채팅이나 인스턴트 메시지를 비슷한 비율로 사용하고 있었으며, 단순히 재미로 웹 검색을 하는 것은 남녀 모두 20대에서 즐겨하는 여가적 목적의 인터넷 사용 방식(Lee & Kobut, 2000)이었다. 그 밖에 학업 및 업무수행, 음악화일 다운로드, 영화, 책, 여행 계획, 그리고 은행일보기와 같은 편의적 활동(convenience activities) 역시 성별에 관계없이 대중적인 인터넷 활동이었다(Lee & Kobut, 2000).

여성들은 온라인 상에서 건강관련 정보검색(Fox & Lee, 2002)을 하거나 본인이나 타인의 질병치료를 돕기 위해 인터넷을 중요한 준거기준으로 사용하는 비율 등이 남성에 비해 높았다. 그러나 중요한 투자나 재정적인 결정을 할 때 인터넷이 결정적인 역할을 한다는 비율은 남성이 여성에 비해 높았다(Kommers & Lee, 2002).

인터넷을 사용하는 남성의 50%, 여성의 44%가 온라인 상에서 직업정보를 구했다(Boyce & Rainie, 2000). 그러나 정부사이트 상의 직업관련 검색은 여성들이(73%) 남성(66%)에 비해 더 자주 하였다(Larsen and Rainie, 2002).

김선우(2002)의 연구에 의하면 인터넷 중독은 남성이 여성보다 약간 높은 점수를 나타냈으나 유의한 정도의 차이는 보이지 않았다.

연령은 생활주기에 따른 발달과업과 관련하여 인터넷 활용에 영향을 미치는 것으로 보인다. 젊은 층의 인터넷 사용자들은 본인이나 자녀의 학교를 선택할 때 인터넷을 의사결정의 준거로 삼는 비율이 높으며, 특히 18-29세의 젊은 연령층에서는 인터넷을 직장이동을 위한 의사결정 도구로 활용하거나(Kommers & Lee, 2002), 또는 응답자의 61%가 온라인 상에서 직업을 탐색했다. 이에 비해 30-49세 집단은 42%, 50-64세 집단은 27%로 낮은 비율을 나타냈다(Boyce & Rainie, 2000).

주택이나 아파트 정보검색 역시 젊은 연령층에서 높은 비율을 나타내 Pewinternet의 자료(www.pewinternet.org)에 의하면 18-29세의 인터넷 사용자의 47%가 온라인 상에서 주택이나 아파트 정보검색을 하였다. 이는 30-39세의 37%, 50-64세의 25%에 비교할 때 높은 비율을 보였다.

한편 신체적 노화가 진행되면서 건강상의 문제를 갖는 시기라 할 수 있는 50-64세 연령층에서는 질병관리를 위해 인터넷에 의존하는

비율이 높게 나타났다(Kommers & Lee, 2002).

축제기간동안 인터넷 사용자의 32%가 친구나 연인에게 전자축하카드를 발송했으며, 이는 특히 젊은 연령층에서 두드러지게 나타나는 활동이었다. 또한 18세 이하의 자녀를 둔 부모들은 축제를 위한 물건제작, 음식조리법, 기타 축제를 보내기 위한 아이디어를 얻기 위해 인터넷 정보검색을 빈번히 하는 것으로 나타났다(Horrigan, 2000).

인터넷중독의 경우 미혼이 기혼에 비해 더 높은 중독 경향을 보였으며, 연령별로는 10대가 가장 높은 수준의 중독 성향이 나타났다(김선우, 2002).

일반적인 인터넷 정보활용 정도는 연령과 학력에 따라 매우 유의한 차이가 있었으며, 이에 비해 글개진 형태로의 정보생산경험이나 쇼핑에서의 정보활용에서는 학력에 따른 차이가 있었다(정숙경, 2002).

교육수준이 높을수록, 인터넷 사용경력이 길수록 온라인 상에서의 의료정보검색을 좀 더 빈번하게 하는 것으로 나타났다(Fox & Lee, 2002). 교육수준이 높고 가계소득이 높은 가족구성원들은 휴가기간의 계획을 세우거나 서로 상의하기 위해 인터넷을 사용하는 비율이 높았다(Horrigan, 2000).

고소득층, 높은 교육수준 층은 온라인 상에서의 직업탐색과 상관관계가 있었다. 75000불 이상의 소득을 가진 가구원들은 그보다 낮은 소득층 사람들보다 온라인 상에서의 직업탐색을 하는 경향이 있으며, 대학이나 대학원 졸업자들은 고등학교 졸업자들에 비해 좀 더 직업 정보를 온라인상에서 탐색하였다(Boyce & Rainie, 2000)

교육수준이 높을수록 인터넷 구매의 확률이 높으며, 전문직과 사무직, 전업주부의 구매 확률이 타 직종중사자보다 높은 것으로 나타났다(권남훈, 송지희, 2002).

가계소득이 50만원 미만인 집단에서는 저실용/고쾌락의 인터넷 사용 유형이 41.5%를 차지한데 비해 100-200만원 미만의 집단에서는 고실용/저쾌락 유형이 38.9%로 나타나(박철, 2001) 소득수준에 따라 인터넷 활용 동기에서 차이를 보였다.

가계소득이 연간 75,000불 이하인 응답자들은 직장이동을 위한 중요한 의사결정의준거로서 인터넷을 사용하는 비율이 높게 나타났으며, 이에 비해 75,000불 이상인 응답자들은 새로 이사할 장소를 찾는 데 인터넷을 이용하는 비율이 높았다(Kommers & Lee, 2002).

한편 대학졸업, 대학원졸업자들이 부동산에 대한 투자의 가능성이 더 높지만, 인터넷 상에서의 주택정보검색은 모든 소득 계층에서 고른 분포를 보이는 연구결과가 제시되기도 하였다(www.pewinternet.org, 2002).

공무원직에 대한 검색을 하는 사람들은 연간소득 35,000불 이하의 가계구성원의 비율이 높았다(Larsen and Rainie, 2002).

박철(2001)의 연구에 의하면 학생들이 실용성은 낮으며 쾌락을 추구하는 인터넷 이용을 하는데 비해, 직장인들은 높은 실용성과 쾌락을 추구하는 정도가 낮아 직업에 따른 차이를 보였다.

실업자 중에서는 51%가 인터넷에 대한 접근이 가능하며, 이중 1/10이 온라인 상에서 직업사이트를 검색하였다. 이에 비해 전일제 직업을 가진 경우는 인터넷 접근가능한 사람의 4%(Boyce & Rainie, 2000)만이 직업정보검색을 하였다.

인터넷 사용이 가능한 media sales jobs을 가진 사람들 중 55%가 새로운 직업정보를 온라인상에서 탐색하였다. 이에 비해 전문가나 임원진은 44%, 사무직 노동자들은 49%였다(Boyce & Rainie, 2000).

전업주부의 인터넷 중독성향이 전문사무직

및 기타직의 집단에 비해 약간 높은 수준을 보이기는 했으나 통계적인 의미에서의 차이를 보이지는 않았다(김선우, 2002).

2) 인터넷사용환경 관련 특성

인터넷 사용환경 관련 특성으로는 인터넷에 대한 태도, 컴퓨터사용시간, 인터넷사용기간 등에 대해 살펴보고자 한다. 산업체 피고용자와 남녀 대학생들을 대상으로 인터넷에 대한 태도를 비교 연구한 결과(Zhang, 2002) 전체적으로 피고용자들이 대학생들에 비해 인터넷에 대한 태도의 4개 차원-즐거움, 유용성, 긴장감, 자기효능감- 모두에서 긍정적인 것으로 나타났다. 여자 대학생들이 남자 대학생들에 비해 좀 더 긍정적이었으며, 남성 피고용자들이 여성 피고용자에 비해 좀 더 긍정적인 태도를 보여주었다.

성과 연령의 관점에서 인터넷 태도를 구성한 Gattiker *et al.*(2000)에 의하면 여성이 웹상에서 시간을 덜 사용하며, 인터넷에 대한 태도가 덜 긍정적이고, 프라이버시에 대해 좀 더 관심이 크며, 의사소통에 더 큰 중요성을 부여한다고 하였다.

Turow and Nir의 연구에 의하면 미국 부모들은 인터넷이 자녀에게 부정적인 영향을 미치는 것으로 생각하였으며, 그러나 교육적 가치에 있어서는 긍정적인 평가를 했으며, 인터넷에 대한 전체적인 태도는 매우 긍정적인 것으로 나타났다 (<http://isis.nic.or.kr/>).

인터넷 사용에 능숙한 직장인들은 매우 과업-중심적(task-oriented)이며 하루 일과 중 인터넷 사용에 많은 시간을 투자하지 않는 것으로 나타났다(Horrigan, 2000).

박철(2001)의 연구에 의하면 인터넷 사용기간이 긴 경력자 집단은 쾌락보다는 실용성을 위해 인터넷을 사용하는 것으로 나타났다. 이들은 경력이 길지만 평균 인터넷 사용시간은

짧으며, 고실용/고쾌락 집단은 인터넷사용시간이 매우 긴 특징을 보였다.

인터넷 이용시간이 길수록(김세영, 1999), 인터넷 접근성이 높을수록, 인터넷 이용능력이 높을수록(이기춘 외, 2001) 인터넷 중독 경향을 보였다. 그러나 인터넷 사용경력과 인터넷 중독 사이에는 일관된 관계의 경향이 나타나지 않았다(김선우, 2002).

인터넷 사용에 있어 경력자라 할 수 있는 3년 이상 인터넷을 사용해 온 사람들이 중요한 사건을 해결할 때 인터넷에 의존할 가능성이 높으며, 의사결정시 결정적인 역할을 하는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 새로운 취미생활을 시작할 때, 직업적인 이유로 추가적인 교육이나 훈련을 받을 때, 자동차 구입 등에 관한 의사결정 시 인터넷을 중요한 도구로 활용하고 있었다(Kommers & Lee, 2002).

Kimberly Young 교수는 인터넷에 의존적인 집단과 비의존적인 집단의 차이를 살펴본 결과, 의존집단의 사람들은 83%가 1년 이하의 인터넷 사용경력을 가지고 있었다. 이에 비해 비의존적인 집단은 대부분 숙련자들로서 단지 29%의 사람들만이 1년 이하의 인터넷 경력을 지닌 것으로 나타났다(패트리샤 윌리스, 황상민 역, 2001). 인터넷 사용시간은 활용능력이 높은 숙련자의 경우, 오히려 하루 1시간 미만으로 낮았다(Rainie & Kobut, 2000).

인터넷 경력이 긴 사람들은 신참자들에 비해 축제일에 인터넷 상에서의 선물구매를 3배 이상 빈번하게 하는 것으로 나타났다(Horrigan, 2000). 새롭게 온라인 그룹에 참여하는 사람들은 전형적인 인터넷 사용자와 비교할 때 상대적으로 인터넷 초보자이며, 도시거주자, 나이가 젊은 성인, 교육수준이 낮은 특징을 지니고 있다. 또한 이들은 오락적 활동과 관련된 온라인 집단에 관심을 보였다(Horrigan, 2001).

인터넷 상에서 주택정보 검색을 하는 사람들의 62%가 3년 이상의 인터넷 숙련자들이었다. 고속인터넷 접속이 가능한 사람들은 46%가 주택정보검색을 인터넷으로 한데 비해 저속 인터넷 접속시설 사용자들은 35%가 이용하였다. 그리고 58%가 매일 인터넷을 사용하는 사람들이었다(www.pewinternet.org).

전자상거래 구매와 일일 사용시간은 유의하지 않았으나 접속빈도와 인터넷 사용기간 등은 온라인 구매여부와 대체로 정의 관계에 있는 것으로 나타났다(권남훈, 송지희, 2002).

결국 인터넷 사용기간이 길어지면서 컴퓨터사용시간이 계속적으로 증가하지 않으며, 사용기간과 인터넷중독과의 관계도 일관되게 나타나지 않는다. 대부분의 경우는 인터넷 사용에 익숙해지면서 인터넷 사용에 대한 자기 통제 및 관리가 이루어지는 것으로 생각된다.

III. 연구내용 및 방법

1. 연구내용

첫째, 인터넷용도의 유형은 어떠한가? 유형별 가정환경, 인터넷사용환경 특성은 차이가 있는가?

둘째, 인터넷활용 가사노동참여 유형은 어떠한가? 유형별 가정환경, 인터넷사용환경 특성은 차이가 있는가?

셋째, 인터넷용도 유형과 인터넷활용 가사노동참여 유형은 어떤 관계가 있는가?

넷째, 인터넷용도 유형에 따라 인터넷활용 가사노동량에는 차이가 있는가?

2. 연구방법

1) 자료수집

본 연구는 인터넷 사용자로서 부부가정의

기혼여성과 기혼남성을 대상으로 하였다. 연구를 위한 자료수집은 온라인조사업체의 패널을 대상으로 하여 2002년 12월 4일부터 6일까지 3일간에 걸쳐 이루어졌다. 선행연구를 기초로 작성한 설문지를 사용하였으며 자문위원들의 타당성 검토를 거쳐 웹형식에 적합한 형태로 문항수 및 측정방법을 수정하였다. 분석에 사용한 표본수는 기혼여성 250명, 기혼남성 250명으로 총 500명이었다.

2) 측정도구

인터넷용도는 매일·메신저, 채팅, 학업 및 업무수행, 자녀양육 및 학습 정보검색이나 서비스 이용, 오락 및 게임 또는 재미로 시간보내기, 인터넷 쇼핑, 인터넷 बैं킹, 관공서나 공공기관 정보검색 및 일처리 등 전부 17개 항목에 대해 '자주', '가끔', '사용안함'의 3점 척도로 질문하였다.

인터넷을 활용한 가사노동참여는 주부 이외의 가족원이나 남편이 인터넷을 사용함으로써 가사노동에 참여하는 정도를 살펴보기 위해 인터넷 बैं킹, 인터넷 쇼핑, 전자민원 시스템, 자녀교육관련 정보탐색, 공연예약 및 여행 정보 검색 등의 항목에 대해 '예'는 1점, '아니오'는 0점을 주었다.

3) 분석방법

수집된 자료는 SPSS win. 프로그램을 이용하여 분석하였으며, 기초분석을 위해 빈도, 백분율을 산출하였다. 인터넷용도 및 인터넷활용 가사노동참여의 유형을 구분하기 위해 일차적으로 요인분석을 하였으며, 다시 군집분석을 하였다.

산출된 유형별 개인 및 가정환경변인 및 인터넷사용환경 관련변인에서의 차이를 파악하기 위해 t-검증, 분할표분석, 그리고 분산분석을 하였다. 분할표분석의 경우 기대값과 관

찰값의 차이를 근거로 결과에 대한 해석을 하였다. 또한 추후검증으로서 Duncan's Multiple Range Test를 하였다. 두 영역의 유형들 사이의 관계를 살피기 위해 분할표분석을 하였다.

IV. 결과 및 해석

1. 기초분석

<표 1> 조사대상자의 일반적 특성

(N=500)

구분		빈도(명)	(%)	구분		빈도(명)	(%)	
성별	남자	250	50.0	PC사용 시간	1시간 미만	27	5.4	
	여자	250	50.0		1-2시간 미만	126	25.2	
연령	20대	19	3.8		2-3시간 미만	100	20.0	
	30대	218	43.6		3-4시간 미만	76	15.2	
	40대	166	33.2		4-5시간 미만	57	11.4	
	50세 이상	97	19.4		6시간 이상	114	22.8	
직업	사무직	260	52.0		인터넷 사용기간	6월-1년미만	19	3.8
	육체노동직	49	9.8			1-2년 미만	69	13.8
	전업주부	151	30.2			2-3년 미만	106	21.2
	무직/기타	40	8.0			3-4년 미만	84	16.8
교육 수준	고등학교이하	6	1.2	4-5년 미만		89	17.8	
	고등학교졸업	152	30.4	6년 이상		133	26.6	
	대학교	281	56.2	컴퓨터 활용능력	거의 초보수준	22	4.4	
가계 소득	대학원졸업	61	12.2		아직은서툰감	184	36.8	
	99만원 이하	16	3.2		숙달된 편이다	263	52.6	
	100-199만원	127	25.4	전문가 수준	31	6.2		
주거 환경	200-299만원	171	34.2	인터넷 사용환경 인지	하(3-5점)	105	21.0	
	300-399만원	101	20.2		중(6-7점)	181	36.2	
	400만원 이상	78	15.6		상(8-9점)	214	42.8	
	결측치	7	1.4	인터넷 사용시간 인지	적음	61	12.2	
단독주택	93	18.6	보통		334	66.8		
연립/다세대	95	19.0	과다		100	20.0		
설치아파트	263	52.6	해당없음		5	1.0		
인터넷 태도	인터넷비설치	49	9.8	인터넷 태도	하(7-9점)	83	16.8	
					중(10-11점)	235	7.0	
					상(12점)	182	36.4	

2. 인터넷용도 및 인터넷활용 가사노동참여의 유형화

인터넷용도 및 인터넷활용 가사노동참여의 유형화는 1차적으로 문항들에 대한 요인분석을 거쳐 공통성을 지니는 요인을 추출하였다. 축약된 자료로서의 요인을 통해 각 유형을 살핍으로써 좀 더 명확하게 인터넷용도 및 가사노동참여의 유형을 파악하기 위함이다. 요인 추출 방법은 주성분분석을 하였으며, 요인적재치의 구조를 좀 더 분명히 살피기 위해 배리맥스 회전(varimax rotation method)을 하였다.

2차적으로 산출된 요인 부하치를 기준으로 하여 군집분석을 하였다. 유형으로서의 집단적 특징을 파악하기 위함이다. 군집분석 시 군집의 개수는 군집과 군집 사이의 배타적 특성, 군집에 포함되는 사례수, 그리고 가정체계의 정보자원관리라는 이론적 관점에서 타당성을 지닐 수 있는 군집 특성을 고려하여 정하였다. 군집분석의 방법은 변수들을 군집화하기보다는 개체를 군집화 하는데 이용되는 비계층적 군집법의 대표적인 방법으로서 K-means cluster 방법(최용석, 정광모, 2001)을 사용하였다.

산출된 군집에 대해서는 군집의 개인·가정환경 특성, 인터넷 사용환경 특성 등의 차이를 살펴보았다.

1) 인터넷용도의 유형화

① 인터넷용도에 대한 요인분석

요인분석에서의 요인추출은 아이겐 값 1 이상으로 하여 5개 요인을 산출하였다. 5개 요인으로 설명된 총분산은 51.82%였다.

추출된 요인들을 살펴보면 요인 1은 '인터넷뱅킹/전자결제, 증권거래', '인터넷쇼핑'과

같은 거래를 직접적인 목적으로 하는 경우와 '가계부, 일정관리, 주소록관리'와 같은 가계경제관리에 연관된 변수들로 구성되었다. '영화, 각종 공연예약 및 구매' 역시 예약 및 구매를 위해 온라인에서의 거래과정을 필요로 하는 항목으로서의 공통적인 특징을 갖는다. 요인 1은 '거래 업무수행'이라 명명하였으며, 분산 설명력은 11.36%로 가장 높게 나타났다.

요인 2는 '게시판 글올리기 및 기타 글쓰기를 하기 위해', '홈페이지를 만들거나 관리를 위해', '동호회, 포럼활동을 위해' 등 자신이 누구인지 알리고, 자신의 직업적, 개인적 능력이나 관심이 얼마나 다양한지 등을 과시함으로써 이상적인 자아를 표현하고자 하는 욕구를 반영하는 변수들이다. 요인 2는 '자기표현'이라 명명하였으며, 분산의 11.05%를 설명하였다.

요인 3은 '학업 및 업무수행을 위해' 정보검색 및 기타 인터넷 서비스를 이용하는 경우, 학업 및 업무수행에서의 능력향상을 위한 '사이버 교육, 강좌 수강', 업무의 일환으로서 '메일, 메신저 이용', 사이버 상에서의 '관공서 및 공공기관 일처리' 등 공통적으로 사회적 영역에서의 업무수행 및 능력향상을 위한 인터넷 용도들로 구성되었다. 요인 3은 '사회적 업무수행'이라 명명하였으며, 분산의 10.54%를 설명하였다.

요인 4에 공통적으로 포함된 변수로서 '자녀양육 및 학습을 위한 정보검색 및 서비스 이용', '기타 각종 생활정보'는 효율적 가정관리를 위한 정보검색이나 서비스 이용활동이다. 가장 높은 부하치를 나타낸 '개인적 관심사, 취미생활을 위해'의 항목이 오락 및 여가활동을 나타내는 요인 5가 아니라 요인 4에 포함되었다. 이는 개인적 관심 및 취미생활의 목적이 순수한 오락적 효용에 있지 않음을 암시하는 것이다. 요인 4는 '가정관리 업무수행'

<표 2> 인터넷용도의 요인분석

항 목	요인1 거래 업무수행	요인2 자기표현	요인3 사회적 업무수행	요인4 가정관리 업무수행	요인5 여가활동
인터넷뱅킹, 전자결제, 증권거래	0.766	-	-	-	-
인터넷쇼핑	0.629	-	-	-	-
가계부, 일정관리, 주소록관리	0.564	-	-	-	-
영화, 각종 공연예약 및 구매	0.552	-	-	-	-
게시판 글올리기, 기타 글쓰기	-	0.801	-	-	-
동호회, 포럼활동	-	0.705	-	-	-
홈페이지 제작 및 관리	-	0.644	-	-	-
학업, 업무수행	-	-	0.767	-	-
사이버교육, 강좌수강	-	-	0.641	-	-
메일, 메신저 주고받기	-	-	0.478	-	-
관공서, 공공기관 일처리	-	-	0.424	-	-
개인적 관심사, 취미생활	-	-	-	0.713	-
자녀양육, 학습 정보·서비스	-	-	-	0.674	-
기타 각종 생활정보	-	-	-	0.641	-
오락, 게임, 재미로 시간보내기	-	-	-	-	0.730
음악, 영화, TV프로그램시청	-	-	-	-	0.663
채팅	-	-	-	-	0.586
고유치	1.932	1.878	1.792	1.716	1.492
설명분산	11.362	11.048	10.538	10.093	8.775
누적설명분산	11.362	22.410	32.949	43.042	51.817

이라 명명하였고, 총분산의 10.09%를 설명하였다.

요인 5는 ‘오락, 게임, 재미로 시간보내기 위해’, ‘음악, 영화, 라디오, TV 프로그램 등을 보기위해’, ‘채팅을 하기 위해’ 등으로 여가시간을 활용하기 위해 인터넷을 활용하는 변수들로 묶여졌다. 요인 5는 ‘여가활동’이라 명명하였으며, 총분산의 8.78%를 설명하였다.

② 인터넷 용도에 대한 군집분석

산출된 5개 요인의 요인부하치를 독립변수로 하여 다시 군집분석을 하였다. 군집분석

방법은 K-means cluster를 이용하였다. 군집의 개수는 군집내 포함되는 사례수, 군집들 사이의 낮은 유사성, 이론적 관점 등을 고려하여 3개로 정하였다.

각 군집들의 특징을 파악하기 위해 앞서 제시한 <표 2>의 각 요인내에 포함된 항목과 <표 3>의 군집분석 결과를 함께 고려해 보면 다음과 같다.

<표 3>의 군집분석 결과를 살펴보면 군집 1은 자기표현 요인을 제외한 모든 요인에서 양(+)의 값을 나타냈다. 거래업무를 비롯하여 사회적 업무수행, 여가활동에서 인터넷을 평

군 이상으로 사용하며 가정관리를 위해 인터넷을 활용하는 정도 역시 평균을 상회하였다. 단지 자기표현에서만 평균 수준 이하를 나타냈다. <표 2>에서 자기표현을 제외한 나머지 4개 요인에 포함된 항목들을 함께 고려해보면 군집 1은 사용가능한 인터넷 용도의 대부분을 적극적으로 활용하는 집단임을 알 수 있으며 따라서 'e-style형' 으로서 특징을 지닌다 하겠다.

군집 2는 군집분석 결과에서 자기표현 요인에서만 평균 이상의 값을 지니며 나머지 요인들은 모두 (-)의 값을 나타냈다. 군집 2에 포함된 응답자들은 거래업무, 사회적업무, 가정

검색이나 서비스를 이용하고, 각종 생활정보 검색을 자주하며, 자신의 개인적 관심사나 취미생활, 게임, 영화나 TV프로그램 시청, 채팅 등에 비중을 두는 것으로 볼 수 있다. 인터넷은 공간적인 제약없이 보다 넓은 범위의 사회적 관계망이나 사회문제 등에 관심을 두는 것이 가능하도록 해주는 기술이다. 하지만 군집 3은 마치 전업주부들이 가정이라는 제한된 공간에서 가족원과 가정생활에 관심을 집중하는 것과 같은 인터넷 이용특성을 보여주고 있다. 따라서 군집 3은 '가정중심형'의 특징을 지니고 있다.

<표 3> 군집별 인터넷 용도 요인

요인	군집 1	군집 2	군집 3	계
요인 1: 거래업무	0.65	-0.09	-0.68	106.84***
요인 2: 자기표현	-0.19	0.24	-2.39	8.08***
요인 3: 사회적업무	0.54	-0.17	-0.47	57.10***
요인 4: 가정관리	0.04	-0.74	0.71	122.16***
요인 5: 여가활동	0.40	-0.75	0.29	89.30***
사례수: 명(%)	185(37.0)	160(32.0)	155(31.0)	계 500(100.0)

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

관리업무, 여가활동 등 다른 인터넷 용도에 비해 게시판에 글올리기, 글쓰기, 동호회 및 포럼활동, 홈페이지 제작 등 자신의 관심과 능력을 표현하는 인터넷 용도에 상대적으로 높은 비중을 두는 것으로 해석할 수 있다. 따라서 군집 2는 '자아실현형'으로 특징지을 수 있겠다.

군집 3은 가정관리요인과 여가활동 요인에서 (+)의 값을 나타냈으며, 거래업무, 자기표현, 사회적업무에서는 (-)의 값을 나타냈다. 인터넷 활용이 두드러지며 여가활동에서도 평균 이상의 활용 수준을 나타냈다. 즉 이들은 다른 인터넷 용도에 비해 자녀양육을 위한 정보

군집별로 사회인구학적 특성 및 인터넷 사용환경, 활용능력 수준에 대해 살펴보면 다음의 <표 4>와 <표 5>과 같다. 군집 1의 평균연령은 40.72세이며 사무직의 대학원졸업이상의 학력을 지닌 고소득 집단의 사례수가 많은 특징을 지닌다. 인터넷 사용기간이 길고 인터넷 사용빈도가 높으며 컴퓨터사용시간 역시 긴 특징을 보인다. 인터넷에 대해 가장 높은 긍정적인 태도를 지니고 있으며, 인터넷 사용환경 수준과 컴퓨터 활용능력 등에서 모두 높은 수준을 나타냈다.

군집 2는 가장 연령이 높은 집단으로서 사무직의 대학원졸업이상의 고학력이라는 특징

은 군집 1과 유사하다. 그러나 인터넷 사용기간과 컴퓨터활용능력 수준은 높지만 컴퓨터사용시간과 인터넷 사용빈도는 나타난 세 군집 중 가장 짧다. 인터넷에 대한 태도 역시 가장 낮은 점수를 보이고 있어, 사회적 요구로 인해 인터넷을 사용하며 또 잘 사용할 수 있는 능력이 있지만 인터넷 활용에 상대적으로 적극적이지 않은 것으로 추측된다.

군집 3은 가장 낮은 연령의 여성 사례수가

많으며 전업주부인 경우가 많다. 교육과 소득 수준이 낮으며 인터넷 사용기간이 짧고 컴퓨터 활용능력이 낮다. 컴퓨터 사용시간은 상대적으로 길지 않지만 비교적 높은 인터넷 사용빈도를 나타낸다. 통계적으로 유의한 차이는 아니지만 인터넷 사용에 대해 과다사용 시 제재를 가하는 가장 적극적인 통제방식을 사용하고 있어 가정관리 전담자로서의 특징을 잘 보여주고 있다.

<표 4> 인터넷 용도 군집별 사회인구학적 변인

변 인	군집 1 e-style형	군집 2 자아실현형	군집 3 가정중심형	F- 값 χ^2
사례수: 명(%)	185(37.0)	160(32.0)	155(31.0)	계 500(100.0)
연령(세)	40.72	42.46	38.99	F= 5.38**
성별	-	남자	여자	$\chi^2=21.88***$
직업	사무직	사무직	전업주부	$\chi^2=37.19***$
직업형태	정규직	정규직	무직	$\chi^2=36.91***$
교육수준	대학원	대학원	고졸이하	$\chi^2=15.07**$
가계소득	300만원이상	200-299만원	199만원이하	$\chi^2=13.04*$
인터넷에 대한 태도	15.95	10.43	10.79	F= 7.67**

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

<표 5> 인터넷 용도 군집별 인터넷 사용환경 및 활용능력

변 인	군집 1 e-style형	군집 2 자아실현형	군집 3 가정중심형	F- 값 χ^2
사례수: 명(%)	185(37.0)	160(32.0)	155(31.0)	계 500(100.0)
인터넷사용기간	5.47	5.04	4.74	F=10.22***
컴퓨터사용시간	4.10	3.44	3.51	F= 8.97***
인터넷사용빈도	4.96	4.85	4.92	F= 3.14*
메일확인빈도	4.93	4.78	4.77	F= 7.07**
컴퓨터활용능력	2.63	2.52	2.34	F= 7.56**
주거형태	단독	연립, 미설치apt	설치아파트	$\chi^2= 0.87(n.s.)$
인터넷사용환경	7.05	6.81	6.81	F=1.06(n.s.)
인터넷사용통제	시간규정· 과다사용제재	자율사용	과다사용제재	$\chi^2=6.66(n.s.)$

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

2) 인터넷활용 가사노동참여의 유형화

① 인터넷활용 가사노동참여에 대한 요인 분석

인터넷을 활용한 가사노동의 항목들을 요인 분석한 결과 2개의 요인을 얻었으며, 총설 명분산은 55.35%였다. 요인 1은 '인터넷 뱅킹을 한다', '인터넷으로 물건을 구입한다', '인터넷의 전자민원시스템을 사용한다' 와 같은 인터넷에서의 거래과정을 필요로 한다는 공통성을 지니고 있었다. 따라서 요인 1의 명칭은 '거래업무 참여'라 하였으며, 총분산의 30.56%

1은 요인 1 거래업무참여에서 0.705로 나타났다. 이는 평균점 0을 기준으로 할 때 평균 이상으로 거래업무에 참여하는 것으로 해석할 수 있다. 군집 2는 요인 2에서 0.442로 나타나 정보검색활동에 평균 이상의 빈도로 참여하는 것으로 해석된다. 그러나 군집 1의 0.705보다 군집 2는 0.442로 상대적으로 그 값이 낮아 군집 1이 거래업무참여에 좀 더 분명한 특성을 보여주었다.

앞서 제시한 <표 6>에서 요인1, 2에 포함된 각 문항들과 군집분석의 결과를 함께 고려해보면, 군집 1은 인터넷뱅킹, 인터넷쇼핑, 전자

<표 6> 인터넷 활용 가사노동에 대한 요인분석

항 목		
인터넷 뱅킹을 한다	0.778	-
인터넷으로 물건을 구입한다	0.686	-
인터넷의 전자민원시스템을 사용한다	0.617	-
인터넷으로 자녀교육관련 정보를 검색해 준다.	-	0.845
인터넷으로 각종 공연예약·여행정보를 찾아준다.	-	0.681
고유치	1.528	1.240
설명분산	30.557	24.792
누적설명분산	30.557	55.349

를 설명하였다.

요인 2에는 '인터넷으로 자녀교육관련 정보를 검색해준다', '인터넷으로 각종 공연예약 및 여행정보를 찾아준다'의 두 문항이 높은 적재치를 보였다. 이 두 문항은 정보검색이라는 공통적인 요소를 지니고 있으므로 요인 2는 '정보검색활동 참여'라 명명하였다. 요인 2의 설명분산은 24.79%였다.

② 인터넷 활용 가사노동에 대한 군집분석

요인 1, 요인 2의 적재치를 기준점수로 하여 군집분석을 하였다. <표 7>에 의하면 군집

민원시스템 등 인터넷 상에서 거래업무를 수행함으로써 가사노동에 참여하는 것으로 생각할 수 있다. 따라서 군집 1은 인터넷활용 가사노동참여 유형에 있어 '거래업무분담형'으로 특징지을 수 있다.

군집 2의 경우 해당 문항을 살펴보면, 자녀양육 및 자녀교육에 관한 정보검색은 자녀에 대한 관심과 애정을 가지고 있거나 또는 그러한 노력을 하는 형태로서 가사노동에 참여하는 것으로 볼 수 있다. 또는 공연예약이나 여가생활에 관한 정보검색 등은 가족원들과 즐거운 경험을 공유하고자 하는 동기가 내재되

<표 7> 인터넷 활용 가사노동 군집별 요인 점수

요 인	군집 1	군집 2	F- 값
요인1: 거래업무 참여	0.705	-0.656	15.42***
요인2: 정보검색활동참여	-0.474	0.442	155.90***
사례수: 명(%)	241(48.2)	259(51.8)	계 500(100.0)

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

어 있다고 볼 수 있다. 따라서 가족원 및 가정생활에의 정서적 친밀감을 기초로 이루어지는 가사노동참여라 보아 군집 2는 ‘적극적 가사노동개입형’으로 특징지을 수 있을 것이다.

군집별 특성을 파악하기 위해 사회인구학적 변인의 차이, 인터넷 사용환경 관련변인의 차이를 살펴보았다. 사회인구학적 변인 중에는 성별의 경우만 군집간 유의한 차이를 보였다. 군집 1은 응답자가 남성인 경우, 군집 2는 응답자가 여성인 경우, 해당 가정의 가족원이나 남편이 각각 거래업무 또는 적극적 가사노동개입을 빈번히 수행하는 것으로 해석된다.

그밖에 유의한 차이를 보이는 사회인구학적 변인은 없었다.

군집별 인터넷 사용능력 및 사용환경의 차이를 살펴본 결과, 인터넷 사용기간, 컴퓨터사용시간, 컴퓨터 활용능력 모두에서 군집 1이 군집 2에 비해 높은 수준을 나타냈다. 컴퓨터나 인터넷 사용시간 및 사용기간과 가사노동에서의 거래업무분담이 정적인 관계를 갖는 것으로 해석된다. 이는 정보화 사회에서 주부 이외의 가족원들이 인터넷 사용능력이나 시간이 길어짐으로써 가사노동의 성역할분담 구조가 변화할 가능성이 있음을 말해주는 것이다.

<표 8> 인터넷 활용 가사노동 군집별 사회인구학적 변인의 차이

변 인	군집 1 거래업무분담형	군집 2 적극적 가사노동개입형	t- 값 x ²
사례수: 명(%)	241(48.2)	259(51.8)	계 500(100.0)
연령(세)	41.34	40.19	t=1.35(n.s.)
성별	남자	여자	x ² =5.84*
직업	사무직,육체노동,무직	전업주부	x ² =6.87(n.s.)
직업형태	파트타임,정규직	무직	x ² =4.28(n.s.)
교육수준	대학,대학원이상	중졸이하	x ² =0.70(n.s.)
가계소득	199만이하,300만이상	200-299만원	x ² =0.20(n.s.)
인터넷에 대한 태도	10.69	10.77	t=-0.67(n.s.)

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

<표 9> 인터넷 활용 가사노동 군집별 인터넷 사용능력 및 사용환경의 차이

변인	군집 1		
	거래업무분담형	적극적 가사노동개입형	가정중심형
사례수: 명(%)	241(48.2)	259(51.8)	계 500(100.0)
인터넷사용시간	5.29	4.93	t=2.60*
컴퓨터사용시간	3.85	3.56	t=2.01*
인터넷사용빈도	4.90	4.92	t=-0.29(n.s.)
메일확인빈도	4.83	4.83	t=0.10(n.s.)
컴퓨터활용능력	2.68	2.54	t=2.40*
주거형태	단독,미설치아파트	설치아파트	t=2.03(n.s.)
인터넷사용환경	6.96	6.84	t=0.77(n.s.)
인터넷사용통제	자율	과다사용제재	t=7.46(n.s.)

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

3. 인터넷용도 유형과 인터넷활용 가사노동참여 유형의 관계

인터넷용도 유형과 인터넷을 활용한 가사노동참여 유형 사이의 관계를 살피기 위해 분할표분석을 한 결과가 <표 10>과 같다.

분석결과 인터넷용도의 두개 유형 e-style형과 자아실현형은 인터넷활용 가사노동참여 유형 중 거래업무분담형에서 기대값 이상의 사

례수가 나타났다. 이에 비해 가정중심형은 적극적 가사노동개입형에서 기대값 이상의 사례수를 보였다. 특히 다양한 방법으로 인터넷을 이용하는 특성을 보였던 e-style형은 거래업무를 수행하므로써 가사노동에 참여하는 경우가 많은 것으로 추측된다.

가정중심형은 인터넷 활용이 가정관리를 수행한다거나 여가생활과 관련된 활동이 주를 이루었던 만큼 가정중심형의 인터넷사용자들

<표 10>인터넷활용 가사노동참여 군집과 인터넷용도 군집의 분할표분석

	군집1 거래업무분담형	군집2 적극적 가사노동개입형	계
	관찰값(%) 기대값	관찰값(%) 기대값	
군집 1 e-style형	102(42.3) 89.2	83(32.0) 95.8	185(37.0)
군집 2 자아실현형	86(35.7) 77.1	74(28.6) 82.9	160(32.0)
군집 3 가정중심형	53(22.0) 74.7	102(39.4) 80.3	155(31.0)
사례수(%)	241(100.0)	259(100.0)	500(100.0) $\chi=17.72^{***}$

은 가정생활에서의 만족이 중요한 우선순위를 차지할 것이다. 때문에 인터넷활용 가사노동 참여에 있어서도 가족원들과의 긴밀한 정서적 유대가 유지되고 있거나, 정서적 유대를 강화하는데 도움이 되는 인터넷 활용, 즉 가족원들의 여가생활을 위한 정보검색, 자녀양육, 자녀학습을 위한 정보검색 등의 인터넷 활용을 자주 하는 적극적 가사노동개입형의 사례가 높은 비율을 차지하는 것으로 생각된다.

4. 인터넷용도 유형에 따른 인터넷활용 가사노동참여의 차이

인터넷용도 유형에 따라 가사노동참여 정도에 차이가 있는지 살피기 위해 분산분석한 결과가 다음의 <표 11>와 같다. 인터넷용도 유형별로 보았을 때 가사노동참여 정도는 e-style형이 가장 높아 평균 3.63점이었으며, 자아실현형이 2.98, 가정중심형이 2.85점이었다. 집단간 차이에 대한 추후분석에서는 e-style형이 자아실현형 및 가정중심형과 이질적인 집단인 것으로 나타났다. e-style형은 의도적으로 가사노동에 참여하고자 한 것은 아닐지라도 인터넷을 통해 다양한 활동을 수행하는 특성을 지녔기 때문에 결과적으로 가사노동참여 정도가 높아진 것으로 생각된다.

가정중심형에서의 평균이 가장 낮게 나타난 것은 다음과 같은 경우를 생각해볼 수 있다. 첫째, 가정중심형은 남성에게 비해 여성이

차지하는 비율이 높았으므로 가사노동참여 문항에 응답을 할 때 남편이나 다른 가족원들의 인터넷 활용을 대신하여 응답한 비율이 높아지게 된다. 결국 응답자 자신이 직접 수행한 인터넷 활용에 비해 정확성이 좀 더 낮을 가능성이 있다. 둘째, 가사노동에 대한 일차적인 책임은 여전히 여성에게 있으므로 여성응답자들은 자신의 가사노동 역할수행에 대해 남편이나 다른 가족원이 잘 도와주지 않는 것으로 평가할 가능성이 있을 것이다.

그러나 여기서 중요한 것은 여성들이 인터넷을 다양한 방법으로 활용함으로써 가사노동수행에 필요한 시간, 비용, 에너지 등의 자원소비를 감소시킬 수 있을 가능성이 있으며, 또 다른 한 가지는 대부분의 가정에서 인터넷 활용정도가 높아지면서 남편이나 자녀들의 가사노동참여율이 증가할 가능성이 있다는 것이다. 인터넷을 활용한 가사노동은 전통적인 성역할분담이라는 사회적 규범은 남성의 가사노동참여에 장애물이 되어왔으나 이제 인터넷활용은 역할분담의 경계를 넘는다는 인식을 느끼지 않는 상태에서 수행하는 것이 가능하게 된다.

그렇다면 앞으로 인터넷사용환경이 좀 더 개선되고, 지역이나 소득계층에 따른 정보격차 없이 사용가능한 시설환경이 조성되고, 따라서 e-style형이 증가하게 되면 가족원들의 가사노동에 대한 참여와 분담은 바람직한 방향으로 개선될 가능성도 있을 것으로 본다.

<표 11> 인터넷용도 유형에 따른 인터넷활용 가사노동참여의 차이

구 분	사례수	평 균	D. M. R.	F 값
e-style형	185	3.63	A	17.99***
자아실현형	160	2.98	B	
가정중심형	155	2.85	B	

*** p<.001

V. 요약 및 결론

본 연구는 가정생활에서의 인터넷 활용에 대한 미시적인 접근의 시도로서 인터넷 활용의 용도유형과 인터넷활용 가사노동참여 유형의 관계를 파악하고자 하였다. 분석을 위한 자료수집은 인터넷을 이용하고 있는 기혼남성 및 기혼여성 250명씩을 대상으로 하였으며, 온라인 설문조사업체에 등록된 패널 구성원들이 자발적으로 웹형식의 설문지에 응답하는 방식이었다. 연구 결과를 요약해보면 다음과 같다.

첫째, 인터넷 용도를 유형화하기 위한 요인 분석에서 산출된 요인은 5개로서, 거래업무수행, 자기표현, 사회적업무수행, 가정관리업무수행, 여가활동이었다. 5개 요인에 의한 총설명분산은 51.82%였다. 5개 요인을 기준으로 군집분석한 결과 3개의 군집을 얻었다. 군집 1은 전체 표본의 37%를 차지하여 가장 높은 비율을 나타냈다. 자기표현 요인을 제외한 거래업무, 사회적업무수행, 가정관리, 여가활동 등 4개 요인 모두에서 평균 이상의 점수를 나타내 매우 다양한 종류의 인터넷 서비스를 이용하는 집단 특성을 지니고 있었다. e-style형으로 특징지을 수 있다.

군집 2는 전체 표본의 32%를 차지하였으며, e-style형과는 반대로 자기표현에서만 평균 이상의 점수를 보여 인터넷을 자신의 생각과 능력을 표출하기 위한 수단으로 활용하는 집단적 특성을 지녔다.

군집 3은 5개 요인 중 가정관리 요인과 여가활동 요인에서 평균이상의 점수를 보여 주로 인터넷을 가족원과 가정생활을 유지하기 위해 활용하는 것으로 보여졌다. 전체 표본의 31%로서 가정중심형의 특징을 보였다.

둘째, 군집별 특성을 살펴보면 e-style형은 평균 연령 40.72세로, 사무직과 정규직을 가지

고 있는 사람들로서 대학원졸업의 고학력과 300만원 이상의 고소득을 지니고 있었다. 인터넷에 대한 태도가 특히 높았다. 컴퓨터 사용시간이 가장 긴 집단으로서 컴퓨터활용능력 수준이 높으며, 컴퓨터 사용시간, 인터넷 사용빈도, 매일확인빈도 등이 가장 길고 빈번한 집단이었다.

자아실현형은 평균연령 42.46세의 남자들로서 사무직, 정규직 직업을 가지고 있고 대학원 졸업의 고학력, 200-299만원의 가계소득을 지닌 집단으로서 인터넷에 대한 태도가 가장 낮은 집단이었다. 인터넷사용시간이 비교적 길고 컴퓨터활용능력 수준이 높은 편이지만 컴퓨터사용시간이 가장 짧으며, 인터넷 사용빈도도 낮은 집단이었다.

가정중심형은 가장 낮은 평균연령을 지니 38.99세였으며 여성, 전업주부들이 많았다. 무직인 경우가 많으며, 고졸이하의 학력과 199만원 이하의 상대적으로 낮은 가계소득을 지녔다. 인터넷에 대한 태도는 e-style형보다는 낮으나 자아실현형보다 높았다. 인터넷 사용시간이 가장 짧고 컴퓨터활용능력 수준이 가장 낮으나 컴퓨터사용시간이나 인터넷사용빈도는 다른 두 집단과 비교할 때 중간 수준이었다.

셋째, 인터넷활용 가사노동참여의 유형화를 위해 먼저 요인분석한 결과 두개의 요인을 산출하였다. 요인 1은 거래업무참여, 요인 2는 정보검색활동참여로서 두 요인의 총설명분산은 55.35%였다. 두개의 요인을 근거로 군집분석한 결과 군집 1은 거래업무참여에서만 평균 이상의 값을 나타내고 정보검색활동참여는 (-)의 값을 나타내 거래업무분담형으로 특징지을 수 있었다. 군집 2는 반대로 정보검색활동에서만 평균 이상의 값을 나타내고 거래업무참여는 (-)의 값을 나타내 적극적 가사노동개입형이라 볼 수 있다.

넷째, 인터넷활용 가사노동참여 유형의 특징을 살펴보면 거래업무분담형은 응답자가 남성인 경우가 많았으며 직업, 교육수준, 가계소득, 인터넷에 대한 태도 등에 있어서는 군집간 유의한 차이가 없었다. 인터넷사용시간은 상대적으로 길고, 컴퓨터사용시간도 길었으며, 컴퓨터활용능력 수준도 상대적으로 높은 특징이 있었다.

이에 비해 적극적 가사노동개입형은 응답자가 여성인 경우가 많았으며 인터넷사용시간, 컴퓨터활용능력수준이 상대적으로 낮고 컴퓨터 사용시간도 상대적으로 낮았다.

다섯째, 인터넷용도 유형과 인터넷활용 가사노동참여유형의 관계에 있어서는 e-style형과 자아실현형은 거래업무분담형이 많았으며, 가정중심형은 적극적 가사노동개입형이 많았다.

여섯째, 인터넷활용 가사노동참여 정도는 e-style형이 가장 적극적인 것으로 나타났다.

이상의 결과를 근거로 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다.

첫째, 인터넷 사용이 보편적 생활양식으로 정착되어 간다고 가정할 때, 거래업무수행, 자기표현, 사회적 업무수행, 가정관리업무수행, 여가활동 등의 5개 유형 구분이 유용한 기준으로 활용될 수 있을 것이다. 거래, 유대, 관심, 오락 등의 기준은 인터넷을 사용함에 있어 활동의 동기에 초점을 둔 것이다. 이에 비해 본 연구에 나타난 5개 유형구분은 인터넷 활용의 영역을 중심으로 이루어졌다. 즉 실제 인터넷 활용이 이루어지는 인간활동의 영역으로 구분한 것이다. 그러므로 인터넷 활용의 가장 최종적인 목적 단계인 가정정보화를 추구함에 있어 양적인 확산과 구체적인 활용방법의 모색을 위한 방법론 도출에 있어 기본적인 틀로 활용될 수 있을 것이다.

둘째, 다양한 종류의 인터넷 서비스를 이용

하는 유형은 e-style형이었다. 그러나 e-style형을 전형적인 모델로 삼기보다는 다양한 관심과 다양한 행동 유형으로 인터넷을 활용토록 함으로써 보다 전문적이며, 개성있는 능력과 수준높은 산출(output)을 얻을 수 있을 것이다. 단 보편적 생활양식으로서의 인터넷 활용에서 정보자원의 접근성 및 활용의 제한으로 인해 기회와 발전의 가능성을 침해받지 않으며 발생가능한 피해를 극소화시키는데 필요한 교육이 요구된다.

예를 들어 자아표현형의 경우 직업인으로서 필요한 정보자원의 접근 및 활용의 중요성을 인식토록 하는 것이 가능할 것이다. 가정중심형의 경우 사회적 업무수행 중 가정관리유지를 위해 기본적으로 필요한 인터넷 활용방식이 무엇이 있는지에 대해 알려줄 필요가 있을 것이다.

모든 유형에 공통적으로는 인터넷 활용의 과소에 관계없이 소비생활을 위한 인터넷 활용이 발생할 수 있는 기본적 유의 사항에 대한 콘텐츠 제공 및 접근 경로를 마련해주는 것이 필요할 것이다. 요약하면 사이버라이프스타일을 위한 가장 공통된 기본적 사항에 대한 점검과 각 유형에서 가장 피해를 보거나 기회를 갖지 못함으로써 효용성을 박탈당하지 않도록 하는 유형별 약점 파악 및 보완이 필요할 것이다.

셋째, 가사노동개입형의 경우 여성응답자 비율이 높게 나타난 결과에 대해 다음과 같은 추론이 가능할 것이다. 인터넷 활용에 적극적인 여성응답자 가구에서는 모든 가족원들이 가사노동개입-정보검색을 통한 가사노동관련 인터넷 활용수준이 높아 거래 업무 외에 가족원 공동의 경험공유를 위한 정보검색을 하는 등의 적극적 가사노동을 하는 것으로 추측할 수 있을 것이다. 다른 하나는 인터넷 활용수준이 높은 여성 응답자들이 거래업무분담보다

는 가족원들의 적극적 가사노동참여를 좀 더 긍정적으로 평가하기 때문일 수도 있을 것이다.

인터넷 용도와 인터넷을 활용한 가사노동 참여 유형을 연구함으로써 가정에서의 인터넷 활용이 어떤 경향을 보이며 가사노동에 어떤 영향을 미치는가를 살펴보고자 하였다. 그러나 가사노동 중 인터넷을 활용하여 수행되는 활동만을 조사항목에 포함시켰으며, 조사문항 수도 적어 연구결과를 일반화하기에는 무리가 있다. 단지 탐구적인 관점에서 의미를 갖는 한계를 지닌다.

따라서 후속연구에서는 인터넷을 활용하여 수행할 수 있는 가사노동 활동을 좀 더 세분화, 구체화하여 조사 도구를 정교화할 필요가 있을 것이다.

【참 고 문 헌】

- 1) 김기범·김미희·최상진(2001). 정서적 고독감과 인터넷 효능감이 온라인 커뮤니케이션 활동에 미치는 영향: 남녀대학생을 중심으로. 한국심리학회지: 여성. Vol. 6, No. 2, 39-57.
- 2) 김재휘·홍재욱(2000). 인터넷 이용자들의 동기과 사이트 이용행동. 한국심리학회지 소비자광고 Vol. 1. No. 2. 25-46.
- 3) 김훈·권순일(1999). 인터넷 사용자의 라이프스타일과 구매의사결정에 관한 연구. 경영학연구. 28권 2호. 353-371.
- 4) 남윤주(2003). 청소년의 친구관계와 인터넷 사용 및 인터넷 중독. 전남대학교 대학원 석사 논문.
- 5) 박기영·이승신(2001). 인터넷상의 소비자 정보 만족도-가전제품정보를 중심으로. 대한가정학회지 39권 8호. 155-173.
- 6) 박미석·이유리(2000). 주부의 인터넷 쇼핑에 대한 유용성 인지정도와 활용정도. 대한가정학회지. 38권 4호. 163-176.
- 7) 박소희(2002). 대학생들의 인터넷 중독과 사회적 지지 및 스트레스와의 관계. 건국대학교 대학원 석사논문.
- 8) 박은준(2000). 대학생의 인터넷 건강정보이용과 건강행위와의 관계. 서울대학교 대학원 석사논문.
- 9) 박철(2001). 인터넷탐색 가치에 의해 분류한 온라인 소비자 집단별 특성에 관한 연구-인터넷 사용행태, 인터넷 쇼핑경험, 인구통계적 특성을 중심으로-. 소비자학연구. 12권 1호. 31-52.
- 10) 송미령·여정성(2001). 소비자 구매의사결정과정에서의 인터넷 채택 유형, 소비자학연구 12 권 2호, 119-140.
- 11) 신중국(1998). 정보화 진행이 소비자 구매의사결정에 미치는 효과 연구. 경영·경제연구. 17 권 1호. 부산대학교 경영·경제연구소. 117-136.
- 12) 우석봉(2000). 인터넷 사용에 따른 N 소비자 유형화. 한국심리학회지 소비자·광고. 1(2). 47-63.
- 13) 이나영(2002). 대학생 인터넷 중독집단의 인지 및 심리특성 연구. 성신여자대학교 대학원 석사논문.
- 14) 이수진·이승신(2001). 인터넷 소비자정보 요구도에 관한 연구. 대한가정학회지 39권 12호. 159-175.
- 15) 조희경·이기춘(2000). 전자상거래에서의 소비자정보 분석-인터넷쇼핑몰을 중심으로 -. 대한가정학회지 38권 2호. 139-153.
- 16) 최은지(2002). 청소년의 인터넷 게임 중독 수준에 영향을 미치는 심리, 행동, 환경특성. 경북대학교 대학원 석사논문.
- 17) Horrigan, John(2000). The Holidays Online: Emails and E-Greetings Outpace E-commerce.

- Pew Internet & American Life Project.
- 18) Horrigan, John B.(2001). Online Communities: Networks that Nurture Long - Distance Relationships and Local Ties. Pew Internet & American Life Project.
- 19) Fox, Susannah, & Rainie, Lee(2000). The Online Health Care Revolution: How the Web Helps Americans Take Better Care of Themselves. Pew Internet & American Life Project: Online Life Report.