

울산시 거주 가구의 생활양식 전반 분석*

김혜경 · 양세화 · 김묘정 · 이영수
식품영양학전공 · 주거환경학전공

<요 약>

본 연구는 울산시 거주 가구의 생활양식 전반에 대한 경향을 의·식·주생활을 비롯하여 가족생활, 소비생활, 건강생활 및 정보지식추구생활을 중심으로 살펴보았다. 이를 통하여 울산이 가지고 있는 지역적인 생활문화의 경향을 파악하고 가족생활 전반에 걸친 가치관 및 생활욕구 패턴을 살펴봄으로써 삶의 질 향상을 위한 지역 정체성 확립에 중요한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

A Descriptive Analysis of Life Style Characteristics of Households in Ulsan

Kim, Hyekyung · Yang, Sehwa · Kim, Myojeong · Lee, Youngsoo
Dept. of Food & Nutrition · Dept. of Housing & Interior Design

<Abstract>

The purpose of this study was to examine the overall life style characteristics of households in Ulsan area through analyzing the current conditions of clothing, food, housing, family life, consuming patterns, health and leisure, and information intelligence pursuit activities. The results of this study provide valuable information to improve the quality of life by understanding the regional living conditions and examining the values and needs of households in Ulsan.

* 본 연구는 2000년도 울산대학교 연구비 지원에 의해 이루어졌음

I. 서론

경제발전에 의한 소득의 향상과 21세기 정보화 사회로의 이행은 사회 전반에 걸친 점진적 변화를 초래하고 있다. 황금만능주의와 과시적 소비성향, 여가시간 증대로 인한 건강과 여가활동의 증시, 대중매체의 발달과 유통구조의 다양화로 인한 소비의 개성화 및 다양화, 환경 및 공해문제에 대한 반성과 인식 확산, 여성의 지위향상 및 활동영역의 확대 등으로 나타나는 무수한 현상들은 우리의 가치관과 기존 생활양식에서의 변화와 함께 생활전반에 대한 새로운 욕구를 창출해내고 있다.

일단의 사람들에 의해 영위되는 생활방식(way of life)으로 정의되는 생활양식은 사회적 역할을 규정하고 그에 따른 특징적인 환경 및 선호로 나타난다. 따라서 생활양식에 대한 구체적인 파악과 이해는 우리의 일상 생활속에서 나타나는 제반 문제를 효율적으로 해결하고 욕구를 충족시킬 수 있는 방안을 모색하는 데 중요한 실마리를 제공해 줄 수 있을 것이다.

이에 본 연구는 울산광역시 거주자들의 생활양식의 추세와 경향을 파악하고 이를 통해 가치관 및 생활욕구의 패턴을 규명함으로써 울산지역의 사회적 경향을 파악, 예측하는데 활용할 수 있는 기초자료를 제공하고자 한다.

1962년 인구 8만5천의 소도시에서 시로 승격한 울산은 60년대의 공업화 정책에 따른 외부로부터의 인구유입에 의해 급격히 성장한 도시이다. 김재홍(1996)에 따르면 울산시 인구의 70%이상은 울산시·군외의 타지역으로부터 유입되었으며, 유입인구의 80%정도는 울산으로 이사한 동기가 직장파와 직·간접적으로 관련이 있는 것으로 나타났다. 1997년 7월 광역시로의 승격은 다시 울산군의 통합과 함께 주변의 농촌지역으로부터 많은 인구가 유입되었다.

이러한 울산광역시의 인구 구성상의 특징은 거주자들의 생활방식이나 태도, 지역사회에 대한 의식이나 관심 등에 있어 타 도시와는 다른 특수한 양상을 보일 수도 있을 것이다. 따라서 울산광역시 거주자들의 생활양식에 대한 조사, 분석을 통해 거시적 관점에서는 지역적 경향을 파악하고, 미시적으로는 그들의 생활전반에 대한 구체적인 욕구 패턴을 유형화하는 작업은 울산지역의 삶의 질 향상에 필수적인 지역 정체성 확립에 중요한 기초자료로 활용될 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

1. 생활양식의 개념 정의

1960년대 말 독일의 사회학자인 Max Weber와 정신분석학자인 Adler에 의해 처음 사용되기 시작한 것으로 알려져 있는 생활양식(life style)의 개념은 사회학 분야에서는 사회계층에 초점을 두고 특정 집단 및 계층이 공유하는 개념으로 사용하고 있으며, 심리학 분야에서는 개인에 초점을 맞추어 개인의 생활환경에 대한 대처방안, 생활과제의 해결방법, 목표지향 노력 중에서 나타나는 통일성과 일관성으로 규정하고 있다. 국내외 여러 분야에서 이루어진 생활양식 관련 선행연구들을 토대로 그 개념에 대한 종합적 정의를 내린 이혜숙

(1998)에 따르면 생활양식이란 생활신조 또는 가치관을 포함하는 하나의 복합개념으로 사회전체나 집단에 있어서 상호간에 구별되는 광범위한 의미의 차별적 특징을 지니며, 개인 혹은 집단의 활동, 관심, 의견 등에 의해 구체화되는 패턴화된 행동양식이며 삶의 형태를 의미한다.

이처럼 생활양식의 개념은 연구자의 관심과 연구목적에 따라 다양하게 정의, 측정되고 있으며, 사회학이나 심리학 분야 뿐 아니라 개인 및 가족의 소비행태와 연관지어려는 마케팅 분야나 정치·경제 등의 분야에서도 지속적으로 활용되고 있다. 즉, 생활양식은 거시적으로는 한 국가나 민족 또는 사회의 가치관, 정서, 자아 개념 등에 대한 정보를 제공함으로써 사회과학 분야 전반에 걸쳐 광범위하게 활용될 수 있으며, 미시적으로는 문화와 관습, 경제적 지위 등에 영향을 받은 개인의 가치관, 정서, 자아개념이 반영되어 나타나는 생활활동방식을 파악할 수 있는 것이다 (유순옥, 1999).

2. 생활양식의 유형분류

개념 정의와 마찬가지로, 생활양식의 유형도 연구분야와 그 활용목적에 따라 그 분류에 있어 차이를 보인다. 국내 및 국외 연구에서 분류된 생활양식의 유형을 살펴보면, 미국 마케팅 분야의 Reynolds, Crask & Wells (1977)는 전통지향성과 현대지향성으로, 소비자학 분야의 Venkatesh (1980)는 전통지향형, 여권지향형, 중간형으로, 그리고 Mitchell(1983)은 생존자, 유지자 귀속자, 경쟁자, 성취자, 나는 나, 경험주의자, 사회주의자의 여러 유형으로 분류하고 있다.

한편 국내에서는 마케팅 분야의 여운승(1988)이 인습주의자, 선교자, 성취주의자, 이상주의자, 신앙중시형, 현대금욕주의자, 경험주의자, 혁신선도자로, 이승영(1987)은 유행·품위 지향형, 합리주의지향형, 보수주의지향형으로 분류하였으며, 가정학 분야에서는 강이주(1983)가 편의주의형, 초자아주의형, 성취동기형, 전통주의형으로, 성혜영(1993)이 현대적향 유형, 보수전통주의형, 건전활동형, 소극적침체형으로 분류하고 있다. 이 밖에도 다수의 연구에서 생활양식의 유형을 나누고 있으나 이론적인 근거에 의한 것이라기 보다는 연구의 도에 따른 경험적 분석을 통해 연구자가 분류, 명명하고 있다.

3. 생활양식의 측정방법

생활양식을 측정하는 방법도 정의나 유형분류와 마찬가지로 다양하다. 이완신(1999)이 제시한 생활양식의 측정방법은 크게 객관적 자료에 의한 측정과 주관적 자료에 의한 측정으로 나뉘며, 전자에는 사회지표분석, 「생활의 질」 지표 분석, 인구통계학적 요인의 추세 분석, 인구통계학적 및 사회경제학적 요인에 의한 세분화 분석, 생활재 보유 및 사용 패턴의 분석을 들 수 있다. 후자의 방법에는 사회심리와 소비수요분석, 사회적 경향의 모니터 분석, 사회동향 예측 분석, 사이코그래픽 분석, AIO분석, 일본의 생활시스템분석, 퍼듀대학 소비조사 프로젝트 등이 포함된다.

4. 생활양식의 관련변수

생활양식을 형성하는데 의미있는 요인으로는 연령, 직업, 결혼상태, 교육, 소득 등의 사회적 역할에 영향을 미치는 변수들과 부모의 직업적 역할, 교육수준, 부부의 맞벌이 여부 등 가족의 관심 및 활동정도에 기여하면서 가족의 생활양식을 형성하는 변수들이 있다(이경희 외, 1999). 생활양식 측정에 가장 많이 사용되는 A.I.O.법에서는 생활양식과 관련인 있는 변수로 연령, 교육, 소득, 직업, 가족크기, 거주지, 지역, 도시규모, 생활주기단계 등을 제시하고 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 조사대상 및 측정도구

울산시 거주 가구의 생활양식 경향을 알아보기 위하여 각 가정의 주부를 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 다양한 생활주기의 가구를 고루 표집하려는 의도에서, 자녀가 있는 가구를 중심으로 자녀출산기 및 양육기, 초등교육기, 중등교육기, 그리고 성인기 및 결혼기 가정으로 구분하여 조사하였다.

조사대상 가구의 생활양식 특성은 의·식·주생활, 가족생활, 여가 및 건강생활, 소비생활, 정보지식 추구생활의 7개 항목으로 세분화하여 알아보았다. 각 항목별로는 전반적인 생활 특성 외에 조사대상자를 포함한 가족의 의견 및 가치관 등을 조사함으로써 생활활동 방식을 파악할 수 있도록 하였다. 조사대상 가족의 관심이나 행동, 의견 등은 5점 리커트 척도를 이용하여, '아주 그렇다(5점)'에서 '전혀 그렇지 않다(1점)'로 구성하여 조사하였으며, 점수가 높을수록 각 문항과 의견일치 정도가 큰 것을 의미하도록 하였다.

2. 자료수집과 분석

본 연구의 자료수집을 위해 2주간 예비조사를 실시하였으며, 이에 따른 결과를 토대로 설문지를 수정한 후 본조사에 이용하였다. 자료수집을 위한 본조사는 2000년 12월부터 2001년 2월까지 수행되었으며, 총 1000부를 배포하여 회수된 설문지 중 자료의 분석에 이용된 것은 모두 777부이다. 수집된 자료는 SPSS 통계프로그램을 이용하여 빈도, 백분율, 평균 및 표준편차를 산출하였다.

IV. 결과분석 및 논의

1. 조사대상 가구의 일반사항

1) 인구학적 및 사회경제적 특성

본 연구에서는 자녀를 둔 가족을 대상으로 하였기 때문에 모든 조사대상 가구는 1명 이상의 자녀가 있다. 또한 조사대상 가구의 생활주기 분포결과는 자녀출산 및 양육기~성인기 및 결혼기가 대체로 균등하게 분포되어 있음을 알 수 있다. 조사대상 가구의 인구학적 특성 및 사회경제적 특성은 표 1과 같다.

표 1. 인구학적 및 사회경제적 특성

일반특성	구분	빈도(%)	일반특성	구분	빈도(%)
가족구성원수	2명	19(2.5)	남편직업	단순노무직	5(.8)
	3명	141(18.4)		판매서비스직	105(15.9)
	4명	477(62.2)		농업	5(.8)
	5명이상	130(17.0)		기능직	43(6.5)
	계	767(100.0)		일반사무직	407(61.6)
가족구성형태	부부	9(1.2)		전문직	59(8.9)
	부부+자녀	737(95.1)		행정관리직	25(3.8)
	부모+부부+자녀	10(1.3)		기타	12(1.9)
	기타	19(2.5)		계	661(100.0)
	계	775(100.0)		주부취업유무	전업주부
남편연령	40세미만	276(37.8)	취업주부		138(20.9)
	40-50세미만	317(43.4)	계		660(100.0)
	50-60세미만	120(16.4)	생활주기	자녀출산및양육기	196(25.3)
	60세이상	18(2.5)		초등교육기	174(22.5)
	계	731(100.0)		중고등교육기	203(26.2)
주부연령	40세미만	391(51.9)		성인기 및 결혼기	202(26.1)
	40-50세미만	280(37.1)		계	705(100.0)
	50-60세미만	78(10.3)	연평균소득	2000만원 미만	151(20.3)
	60세이상	5(.7)		2000-3000만원미만	202(27.2)
	계	754(100.0)		3000-4000만원미만	240(32.3)
남편학력	초등학교	9(1.3)		4000-5000만원미만	94(12.7)
	중학교	25(3.5)		5000만원이상	56(7.5)
	고등학교	375(52.9)	계	743(100.0)	
	대학교이상	301(42.3)	결혼년수	5년미만	45(5.9)
	계	711(100.0)		5-15년미만	329(43.3)
주부학력	초등학교	22(3.0)		15-25년미만	268(35.3)
	중학교	86(11.8)		25년이상	118(15.5)
	고등학교	449(61.8)		계	760(100.0)
	대학교이상	169(23.3)			
	계	726(100.0)			

조사대상 가구는 4인 가족으로 구성된 경우가 가장 많았으며(2.2%), 3명(18.4%), 5명 이상(17.0%)의 순으로 나타났다. 부부와 자녀만으로 구성된 가족형태가 대부분이었으며(95.1%), 부모를 포함하여 3대가 함께 살고 있는 경우는 1.3%에 불과하였다. 남편의 연령

은 40-50세 미만(43.4%)로 가장 많았고, 40세 미만(37.8%), 50-60세 미만(16.4%)의 순이었으며, 주부의 연령은 40세 미만(51.9%), 40-50세 미만(37.1%), 50-60세 미만(10.3%)의 순으로 나타났다. 남편의 교육수준은 고등학교 졸업(52.9%), 대학교 졸업 이상(42.3%)이었으며, 주부의 교육수준 역시 고등학교 졸업(61.8%), 대학교 졸업 이상(23.3%)으로 전반적으로 높은 교육수준으로 보이고 있었다. 남편의 직업은 일반사무직(61.6%), 판매서비스직(15.9%), 기능직(6.5%)의 순으로 조사대상 주부의 남편은 대부분 일반사무직에 종사하고 있는 것으로 나타났다. 주부의 취업유무를 알아본 결과 대부분 전업주부로 조사되었으며(79.1%), 취업주부인 경우도 20.9%의 분포를 보이고 있었다. 가구의 연평균소득은 3000-4000만원인 경우가 가장 많았으며(32.3%), 2000-3000만원(27.2%), 2000만원 미만(20.3%)의 순으로 조사되었다. 부부의 결혼년수는 5-15년 미만(43.3%), 15-25년(35.3%), 25년 이상(15.5%)의 순이었으며 5년미만인 부부도 5.9%의 분포를 보이고 있었다.

2) 주택특성

조사대상자의 주택의 특성은 소유형태, 주택유형, 그리고 주택규모를 중심으로 분석하였다(표 2 참조). 주택의 소유형태에 있어서 자가인 경우가 가장 많으며(69.0%), 전세는 25.5%의 분포를 이루고 있어 대부분이 자신의 주택에 살고 있었다. 아파트에 거주하고 있는 가구가 가장 많았으며(59.1%), 단독주택(20.5%), 다세대주택(9.0%)의 순으로 나타났다. 주택의 규모는 10-20평이 가장 많았고(46.9%), 20-30평(29.3%), 10평 미만(9.4%), 30-40평(5.7%)의 순이었다.

표 2. 주택특성

주택특성	구분	빈도(%)	주택특성	구분	빈도(%)
주택소유형태	자가	506(69.0)	주택규모	10평미만	59(9.4)
	전세	187(25.5)		10-20평	295(46.9)
	기타	40(5.5)		20-30평	185(29.3)
계	733(100.0)	30-40평		36(5.7)	
주택유형	아파트	441(59.1)		50평이상	55(8.7)
	단독주택	153(20.5)		계	631(100.0)
	연립주택	46(6.2)			
	다세대/다가구	67(9.0)			
	상가주택	28(3.8)			
	기타	11(1.5)			
계	746(100.0)				

2. 생활양식 전반의 특성

1) 의생활

패션에 대한 관심이 높아 색상 및 디자인, 그리고 악세사리 등에 많은 신경을 쓰고 있는 것으로 나타난 반면, 새로운 유행에는 크게 민감하지 않은 것으로 조사되었다(표 3 참조). 자신의 신체 및 외모 등에 신경을 많이 쓰고 있으나 성형과 같은 인위적인 성형 등에 대해서는 긍정적인 반응을 보이지 않았다. 가격과 질이 높은 유명브랜드 제품을 선호하는 것으로 나타났으며, 의류제품 구매시 가족구성원의 취향이나 개성을 고려하는 것을 알 수 있

다. 또한 자녀들의 옷은 될 수 있는 한 이웃이나 친척들에게서 물려 입히는 경향이 큰 것으로 나타났다.

표 3. 의생활 특성

의 생활		평균(S.D.)
토탈패션에 대한 관심 및 유행추구	색상이나 디자인에 신경을 써서 옷을 구입한다.	3.35(.83)
	가족들의 의복 코디에 관심을 갖고 맞춰준다	3.42(.79)
	옷에 따라 구두나 악세사리 등을 고려하여 입는다	3.23(.85)
	새로운 유행에 따라 옷을 구입한다.	2.65(.81)
	패션에 대한 기사나 잡지를 즐겨본다.	2.79(.94)
외모에 대한 관심	체중이나 몸매관리에 관심이 있다	3.53(.83)
	남에게 잘 보이기 위해 외모에 신경을 쓴다.	3.01(.83)
	외모를 위해서라면 가족들 중 누구라도 성형수술을 받을 수 있다.	2.36(1.06)
의복에 대한 의견	의류는 유명브랜드 제품이 좋다고 생각한다.	3.23(.93)
	우리나라에서는 옷을 잘 입어야 대접을 받는다.	3.34(.92)
의류구매	아이들의 옷은 되도록 친구나 친척에게서 물려받거나 물려준다.	3.23(.96)
	가족들의 의류는 각자 취향에 따라 각 개인이 구입하는 편이다.	2.88(.98)
	주부가 가족들의 옷을 구입할 경우 그의 취향을 고려한다.	3.72(.65)

표 4는 조사대상 가구가 최근 1년 동안 의류제품 중 옷을 구입하는데 소비한 금액을 나타낸 것이다. 50-100만원 미만의 금액을 소비하는 경우(32.9%), 50만원 미만(30.1%), 100-150만원 미만(15.9%)의 순으로 나타나, 대부분 조사대상 가구가 1년 동안의 의복구입비로 150만원 미만의 금액을 소비하고 있음을 알 수 있다. 의복구입금액이 점차 높아져 400만원 미만의 금액으로 많아질수록 분포비율은 낮아지고 있으나, 오히려 400만원이상의 금액을 의복구입금액으로 소비하는 가구(1.4%)도 상당수 있는 것으로 조사되었다.

표 4. 의복 구입을 위해 소비한 금액

의복구입금액	빈도(%)
50만원미만	230(30.1)
50-100만원미만	252(32.9)
100-150만원미만	122(15.9)
150-200만원미만	68(8.9)
200-250만원미만	30(3.9)
250-300만원미만	32(4.2)
300-350만원미만	15(2.0)
350-400만원미만	5(.7)
400만원이상	11(1.4)
계	765(100.0)

조사대상자들이 의류제품을 주로 어디에서 구매하는지를 알아보기 위하여, 최근 3개월 이내에 일상복, 외출복, 패션잡화, 화장품, 신발 등 각각의 제품을 어느 장소에서 구매하였는지를 조사하였다. 그 결과 일상복은 재래시장이 38.2%, 할인매장이 31.4%, 백화점이 24.6%의 순이다. 외출복은 백화점이 60.9%로 대부분이고, 할인매장도 17.1%를 차지하였다.

패션잡화의 경우는 할인매장이 39.1%, 백화점이 21.8%, 재래시장이 16.5%이다. 화장품은 할인매장이 40.7%이고 대리점은 30.1%로 나타났다(표 5 참조). 신발의 경우는 할인매장이 37.6%이며, 백화점이 35.0%, 재래시장, 대리점은 각각 15.2%, 14.9%로 나타났다.

표 5. 의류제품 구매장소

n(%)

소 의류제품	구 매 장	재래시장	백화점	할인매장	대리점	기 타
일 상 복		297(38.2)	191(24.6)	244(31.4)	30(3.9)	15(1.9)
의 출 복		64(8.2)	473(60.9)	133(17.1)	54(6.9)	13(1.7)
패션잡화		128(16.5)	169(21.8)	304(39.1)	39(5.0)	15(1.9)
화 장 품		48(6.2)	80(10.3)	316(40.7)	234(30.1)	58(7.5)
신 발		118(15.2)	272(35.0)	292(37.6)	116(14.9)	7(.9)

* 중복응답이므로 합계는 777이 되지 않음

2) 식생활

조사대상 가구는 식료품 등을 구입할 때 조리하기 편리하도록 다듬어진 재료를 구입하는 편이며, 무공해 식품을 선호하는 것으로 나타났다(표 6 참조). 가족 모두가 대체로 하

루에 한 번 정도, 규칙적인 식사시간을 보내고 식사 후에는 가족끼리의 휴식시간을 함께 하는 것으로 나타났다. 아침은 간단한 음식을 준비하며 조리된 반찬이나 인스턴트 식품을 사용하는 경향이 있었으나, 주된 식사는 양식보다는 한식을 선호하며 패스트푸드 등은 식사대용으로는 선호하지 않는 편이었다. 가족이 함께 외식을 하는 경향이 있지만 자주 하는 편은 아니며, 특정 음식점을 찾거나 정기적인 외식을 하지는 않는다.

표 7은 조사대상 가구가 장을 보는 빈도와 조사시 음식분량 및 시간, 식료품 구입시 금액과 고려사항, 가정에서의 식사활동 및 외식에 관한 전반적인 사항을 나타낸 것이다. 조사 결과 일주일 동안 2~3회 정도 장을 보는 경우가 가장 많았으며(54.9%), 주 1회와 주 4~5회가 각각 16.7%, 17.2%로 나타났다. 밀반찬 및 국·찌개 등의 음식을 만들 때 분량을 어느 정도로 하는지 살펴본 결과, 밀반찬만을 한꺼번에 조리하는 경우가 가장 많았고(52.5%), 먹을 분량만 그 때마다 조리하는 경우(35.5%), 그리고 모든 음식을 한꺼번에 조리해 놓는 경우(11.4%)의 순으로 나타났다. 가정에서 한끼 식사를 조리하는데 걸리는 시간을 알아본 결과, 아침 식사와 저녁 식사 준비에 소요되는 시간에 큰 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 30분 이내로 아침식사 준비를 하는 경우가 가장 많았고(60.9%), 30분-1시간 이내의 시간이 걸리는 경우(32.8%), 1시간-1시간 30분(4.4%)의 순으로 나타난 반면, 저녁식사를 준비하는 시간은 30분-1시간 정도 소요되는 경우가 가장 많았으며(50.0%), 1시간-1시간 30분(38.1%)의 순으로 나타났다.

조사대상 가구가 음식을 만들기 위해 일주일 동안 식료품을 구입하는데 소요되는 금액을 알아보았다. 일주일 동안 5-10만원 정도를 소비하는 경우(41.3%), 5만원 미만(32.5%), 10-15만원(17.0%)의 순으로 나타나, 조사대상 가구 대부분이 음식조리를 위해 쓰는 식료품 구입비는 10만원 미만인 것을 알 수 있다. 조사대상 주부들이 식료품 구입시 어떤 조건을 가장 고려하여 재료를 선택하는지를 알아보았다. 주부들은 가족이 좋아하고 즐겨 먹는 음식은 무엇이며 영양이 풍부한가, 즉 기호성(41.5%)과 영양적인 측면(35.7%)을 가장 고려하

고 있으며, 조리하기에 간편한 재료(9.4%), 가격(7.3%) 등도 고려하고 있음을 알 수 있다.

표 6. 식생활 특성

식 생활		평균(S.D.)
식료품 구입시 고려사항 및 식사준비	비싸더라도 건강을 생각해 무공해 식품을 이용한다.	3.43(.80)
	음식재료는 잘 다듬어져 조리하기에 편한 것을 구입한다.	3.40(.98)
	식사를 준비하는 시간이 많이 걸려도 상관없다.	2.89(.87)
	음식을 준비할 때 남기지 않도록 적당량만 준비한다.	2.18(.78)
	건강을 위해 저염 및 저지방 식품을 이용한다.	2.78(.77)
	인스턴트 제품이나 패스트푸드는 건강에 좋지 않다.	2.83(.85)
시간 및 식후 휴식	식사 후에 가족끼리 다과를 들며 대화를 한다.	3.69(.81)
	가족들끼리 대화를 즐기면서 식사를 하는 편이다.	2.85(.77)
	우리 가족은 하루에 한번 정도는 함께 식사를 한다.	3.42(.99)
	식사를 하는 시간은 대체로 규칙적이다.	3.39(.96)
식단 유형 및 취향	우리가족의 아침식사는 밥보다는 빵이나 우유 등 간단하게 먹는 편이다.	3.30(.99)
	완전히 조리된 반찬을 종종 이용한다.	3.52(.99)
	우리가족은 인스턴트 식품을 잘 먹는 편이다.	3.44(.89)
	우리가족은 햄버거, 치킨 등의 패스트푸드를 잘 먹는 편이다.	2.07(.92)
	우리가족은 대체로 한식보다 양식을 좋아하는 편이다.	2.04(.81)
	식단 작성 시 가족 전체보다는 특정 개인의 기호를 고려한다.	3.37(.90)
	가족들이 즐기는 특별식이 있다.	3.32(.86)
외식생활 및 취향	식사 외에 건강보조식품을 섭취한다	2.80(1.06)
	정기적으로 가족과 함께 외식을 한다.	2.70(1.00)
	맛있는 음식점을 찾아다니며 먹는다.	2.93(1.03)

조사대상 가구의 상당수가 평일 저녁식사를 온 가족이 함께 하고 있는 것으로 나타났으며(49.2%), 아침을 함께 먹는 가족도 전체의 16.7%에 해당하는 것으로 조사되었다. 또한 주말 및 휴일의 가족식사는 점심+저녁식사를 함께 하는 경우가 가장 많았고(32.9%), 저녁 식사만을 온 가족이 먹는 경우(21.9%), 아침식사만 하는 경우(13.2%)의 순으로 나타났으며, 주말이나 휴일조차 가족이 함께 식사를 하지 않는 경우도 조사되었다(8.9%).

한 달 동안 가족이 함께 외식을 하는 횟수를 알아본 결과 한 달에 한 번 정도 외식을 하는 경우(47.1%)가 가장 많았고, 2-3회(28.8%), 4-5회(6.2%)의 순으로 나타났으며 전혀 외식을 하지 않는 경우도 19.8%인 것으로 조사되었다. 한 가족이 외식을 할 때 소요되는 비용은 5-15만원 미만인 경우가 가장 많았으며(62.8%), 5만원 미만(19.5%), 15-25만원 미만(13.6%)의 순으로 나타났다. 그 외에도 25-35만원 미만(2.9%), 35만원 이상(1.3%)을 한 달 외식비로 지출하는 가구도 조사되었다. 가족외식을 할 때 어떤 기준으로 선택하는지 알아본 결과, 다양한 조건을 고려하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 조사대상 가구는 음식의 맛을 가장 많이 고려하고 있으며(47.1%), 독특한 음식을 만드는 곳을 찾고(28.8%), 음식의

표 7. 식생활 특성

내 용	구 분	빈도(%)	내 용	구 분	빈도(%)
장보기횟수	매일	64(8.3)	가족식사 (평일)	아침	118(16.7)
	1주일에 4-5회	128(16.7)		점심	5(.7)
	1주일에 2-3회	421(54.9)		저녁	347(49.2)
	1주일에 1회	132(17.2)		하지않는다	46(6.5)
	한달에 3회 이하	22(2.9)		아침+점심	87(12.3)
				아침+저녁	5(.7)
	계	767(100.0)		점심+저녁	13(1.8)
				아침+점심+저녁	84(11.9)
				계	705(100.0)
조리시 음식분량	한꺼번에 조리	87(11.4)	가족식사 (주말/휴일)	아침	92(13.2)
	먹을 분량만 조리	272(35.5)		점심	24(3.4)
	덜반찬만 한꺼번에	402(52.5)		저녁	153(21.9)
	기타	5(.7)		하지않는다	62(8.9)
				아침+점심	69(9.9)
	계	766(100.0)		아침+저녁	47(6.7)
				점심+저녁	230(32.9)
				아침+점심+저녁	22(3.1)
				계	699(100.0)
조리시간 (아침)	30분 이내	445(60.9)	가족외식횟수 (회/월)	1회	290(38.3)
	30분-1시간	240(32.8)		2-3회	263(34.7)
	1시간-1시간30분	32(4.4)		4-5회	47(6.2)
	2시간 이상	2(.3)		6회 이상	8(1.1)
	안한다	12(1.6)		하지않음	150(19.8)
	계	731(100.0)		계	758(100.0)
조리시간 (저녁)	30분 이내	62(8.2)	외식비 (월)	5만원 미만	116(19.5)
	30분-1시간	380(50.0)		5-15만원 미만	374(62.8)
	1시간-1시간30분	287(38.1)		15-25만원 미만	81(13.6)
	2시간 이상	20(2.7)		25-35만원 미만	17(2.9)
	안한다	4(.5)		35만원 이상	8(1.3)
	계	753(100.0)		계	576(100.0)
식료품구입비 (주)	5만원 미만	239(32.5)	외식장소의 선택기준*	맛	366(47.1)
	5-10만원	304(41.3)		특이한 음식	224(28.8)
	10-15만원	125(17.0)		편리한 교통	94(12.1)
	15-20만원	30(4.1)		자녀들의 선호	308(39.6)
	20만원 이상	38(5.2)		가격	178(22.9)
	계	736(100.0)		편리한 주차	111(14.3)
				분위기	93(12.0)
				시설	44(5.7)
식료품구입시 고려사항	영양가	248(35.7)	최근3개월간 이용한 외식장소*	한식점	454(58.4)
	조리의 간편성	65(9.4)		양식점	166(21.2)
	가격	51(7.3)		중식점	157(20.2)
	기호성	288(41.5)		일식점	94(12.2)
	신뢰성	32(4.6)		패스트푸드점	237(30.5)
	기타	10(1.4)		기타	40(5.1)
	계	694(100.0)			

* 중복응답이므로 합계는 777이 되지 않음

가격을 고려하고 있음을 알 수 있다(22.9%). 또한, 주차장이 마련되어 있어 편리한 주차

가 가능한 곳(14.3%)과 교통이 편리한 곳(12.1%), 그리고 음식점의 분위기(12.0%) 등을 기준으로 외식장소를 선택하고 있는 것으로 조사되었다. 최근 3개월 동안 가족외식을 위해 이용한 장소로는 한식점이 가장 많았고(58.4%), 패스트푸드점(30.5%), 그리고 양식점과 중식점이 각각 21.2%와 20.2%의 순으로 나타났다. 이 외에도 일식점을 이용하거나(12.2%), 칼국수와 같은 단일 종류의 음식을 만드는 곳을 찾는 경우도 있었다(5.1%).

조사대상 주부는 가정에서의 음식조리를 위해 어느장소에서 어떤 종류의 식료품을 구입하고 있는지 살펴보았다(표 8 참조). 식품의 종류는 반찬류와 같이 완전히 조리되어 판매하고 있는 식품, 냉동식품 및 인스턴트식품과 같이 반조리된 식품, 그리고 다듬어진 재료와 다듬어지지 않은 재료 등으로 구분하여 조사하였다. 완전조리식품은 재래시장(20.8%)이나 대형슈퍼 및 할인매장(20.6%), 그리고 백화점(20.5%) 등에서 구입하는 것으로 나타났다. 반조리식품은 대체로 대형슈퍼 및 할인매장(61.3%)에서 구입하고 있으며 백화점(14.0%)에서 구입하는 경우도 있었다. 다듬어진 재료 역시 대형슈퍼 및 할인매장(46.1%)에서 구입하는 경우가 가장 많았으며, 백화점(17.9%), 재래시장(15.3%) 등을 이용하는 것으로 나타났다. 또한 다듬지 않은 재료는 대부분 재래시장(69.9%)을 이용하고 있으며, 대형슈퍼 및 할인매장(13.8%)을 이용하는 것으로 조사되었다.

표8.식품구입장소

n(%)

구입장소 식품 종류	재래시장	소규모가게	편의점	중대형슈퍼 및 할인매장	백화점	농협 및 연금매장	기타
완전조리 (반찬류)	162(20.8)	34(4.4)	11(1.4)	160(20.6)	159(20.5)	9(1.2)	8(1.0)
반 조 리 (냉동/인스턴트)	18(2.3)	23(3.0)	23(3.0)	476(61.3)	109(14.0)	36(4.6)	-
다듬어진 재료	119(15.3)	45(5.8)	6(.8)	358(46.1)	139(17.9)	2(.3)	2(.3)
다듬지않은 재료	543(69.9)	19(2.4)	1(.1)	107(13.8)	31(4.0)	17(2.2)	7(.9)

* 중복응답이므로 합계는 777이 되지 않음

3) 주생활

조사대상 가구는 아파트를 가족의 생활에 바람직한 주택으로 여기고 있으며, 방의 수는 적지만 넓은 거실을 선호하고 있는 것으로 나타났다(표 9 참조). 도심과 가까운 곳의 주거지이거나 특히, 자녀의 교육 및 성장환경을 고려하여 주거지의 위치를 선택하는 경향이 있었다. 또한, 노년기에는 전원주택 생활도 상당히 고려하고 있는 것을 알 수 있다. 주택을 경제적 혹은 재산적인 소유의 의미로 그 가치를 평가하는 경향은 그다지 높지 않으며, 편안한 거주생활이 가능하다면 전세도 무방하다고 여기고 있었다. 실내공간을 꾸미고 새로운 분위기를 조성하려는 경향은 있으나 경제적인 형편을 고려하며, 무엇보다 가족의 편의를 우선시하는 경향이 높은 것으로 나타났다.

표 9. 주생활 특성

주 생활		평균(S.D.)
주택의 물리적 특성과 기거양식	아파트는 우리가족에게 바람직한 주택유형이다.	3.52(.90)
	같은 평수라도 방이 많은 것이 좋다.	2.74(.90)
	방은 좁더라도 거실이 넓은 것이 좋다.	3.59(.84)
	부부침실에는 침대를 놓고 싶다.	3.42(1.04)
	자녀침실에는 침대를 놓고 싶다.	3.76(.80)
거주지 위치	집은 무엇보다도 도심 가까이 위치해야 한다.	3.35(.87)
	아이들이 자란 후에는 전원주택에서 살고 싶다.	4.00(.84)
	현재 집은 자녀의 성장환경을 우선적으로 고려하여 선택하였다.	3.33(1.00)
주택소유	아무리 힘들어도 내 집은 반드시 가져야 한다.	3.50(.94)
	주택은 다른 측면보다 재산 측면에서 평가되어야 한다.	2.89(.87)
	살기에 편한 집이라면 전세라도 상관없다.	3.37(.91)
주거내부공간	일년에 한두번 정도는 집안 분위기를 새롭게 꾸며본다.	3.13(.88)
	방안의 가구나 장식물의 위치를 자주 바꾸는 편이다.	2.83(.94)
	가구 구입시 디자인보다는 우리집의 형편을 고려한다.	3.50(.78)
	실내공간은 기능이나 편안함보다는 가족의 개성을 나타낼 수 있어야 한다.	2.97(.86)
	가족들의 편의를 위해 설비나 구조를 변경하는 것도 좋다.	3.66(.72)

조사대상 주부들은 주택을 선택할 때 깨끗한 주변공기와 환경을 가장 고려하고 있었으며(56.9%), 자녀를 위한 교육환경(19.4%), 그리고 편리한 교통(12.2%)을 고려하고 있는 것으로 나타났다. 그 외에도 직장과의 거리(5.3%), 주택의 평면구성(9%), 편의시설(1.6%) 등을 고려하고 있었다.

주부들은 특히 주택내에서 가족이 함께 모이고 사용할 수 있는 공간, 즉 공동생활영역인 거실(65.7%), 부엌(57.5%)을 가장 중요한 공간이라고 여기고 있었다. 또한 개인생활영역이라 할 수 있는 부부침실(18.3%)과 자녀방(18.3%), 서비스영역인 욕실(14.3%)과 수납공간(13.3%)의 순으로 주택내 주요공간을 인식하고 있는 것으로 나타났다.

표 10. 주거선택 시 고려사항

주거환경 및 주택특성	빈도(%)	주택내 중요공간	빈도(%)
깨끗한 주변공기와 환경 교육환경 교통편리 직장과의 거리 평면구성 편의시설	437(56.9) 147(19.4) 92(12.2) 41(5.3) 14(1.9) 12(1.6)	거실	499(65.7)
		식당	63(8.4)
		부엌	430(57.5)
		안방	136(18.3)
		자녀방	136(18.3)
		욕실	106(14.3)
		다용도실	29(3.9)
		수납공간	99(13.3)
기타	2(.3)		

* 중복응답이므로 합계는 777이 되지 않음

4) 가족생활

조사대상자들은 노부모의 부양에 관해서는 남녀의 차이를 두고 있지 않으나 장남에게는 특별한 역할이 주어진다고 여기고 있다. 가족에 관한 문제는 상호의사결정이 이루어지고 있는 반면, 집안의 중대한 일은 가장의 권한이라고 여기는 경향이 높았다. 가족의 화목과 결합을 위하여 많은 노력을 하고 있으며, 가정의 가사노동에 대한 협력 정도는 높은 반면, 가족구성원 각자의 역할이 분담되어 있는 것은 아니었다. 독립된 노후생활을 매우 선호하고 있으며, 개별 가정마다 독특한 가족문화를 형성·계승하려는 경향이 있는 것으로 나타났다.

표11. 가족생활 특성

가족생활		평균(S.D.)
가족의 역할 및 의사결정	부모는 장남이든 딸이든 누가 모셔도 상관없다.	3.63(.83)
	장남에게는 다른 자녀와는 다른 역할이 있다.	3.42(.87)
	아이 양육에 대한 문제를 부부가 상의를 한다.	3.94(.82)
	자녀들은 자신의 문제를 부모와 상담한다.	3.70(.87)
	때때로 가족들의 동료나 친구를 집으로 초대한다.	3.58(.75)
	집안의 중요한 일은 가장이 결정해야 한다.	3.28(.89)
가족결속력	우리가족은 어떤 일보다도 가족과 관련이 있는 일을 우선적으로 처리한다.	3.82(.66)
	가족원 모두가 화목하게 지내는 일에 힘쓰는 편이다.	3.88(.60)
	가사 일은 가족원끼리 협력해서 한다.	3.39(.86)
	가족원 각자 집안 일을 담당하고 있는 것이 있다.	2.89(.94)
	부부끼리만 함께 외출하는 경우가 종종 있다.	3.22(.99)
노후생활 및 가족문화	가족끼리 외출하는 편이다.	3.40(.89)
	노후엔 자식에게 의존하지 않고 독립된 생활을 하고 싶다.	4.13(.70)
	각 가정마다 고유한 가족문화를 형성 계승하는 일이 필요하다.	3.70(.71)

5) 여가 및 건강생활

조사대상 가족들은 휴일 및 저녁시간을 함께 보내는 경우는 많은 것으로 나타났으나, 여행이나 여가생활과 같이 경제적 조건이 필요한 활동을 즐기고 있는 것은 아니었다. 가족의 건강에 많은 관심을 가지고 있지만 정기적인 검진을 받거나 꾸준한 운동을 하고 있는 경우는 많지 않았다.

울산시 거주 가구의 가족구성원들은 어떠한 여가활동을 하고 있는지 알아보기 위하여 주부 여가활동, 부부 여가활동, 가족 여가활동으로 구분하여 살펴보았다. 조사대상 주부가 여가시간에 가장 많이 하고 있는 것은 집안에서의 휴식이었으며(31.4%), 산으로 등산을 하거나(29.5%), 쇼핑(23.7%) 및 운동을 하는 경우(22.7%)도 있었다. 그 외도 교회활동을 하거나(11.3%) 공원을 산책하고(10.0%), 친척을 찾는 경우(10.8%)도 있었으며, 여가시간이 없거나 여가활동을 하지 않고 있는 주부도 상당수 있는 것으로 조사되었다(22.0%).

부부가 함께 여가시간을 즐기지 않는 경우, 어떤 활동을 주로 하고 있는지 살펴보았다.

표12. 여가 및 건강생활 특성

여가 및 건강생활		평균(S.D.)
여가활동	우리가족은 평소 생활비를 절약하더라도 여가생활을 즐기는 편이다.	2.91(.84)
	우리가족은 일상생활에 변화를 주려고 노력한다.	3.11(.74)
	평일 저녁에는 주로 가족끼리 TV를 보면서 시간을 보낸다.	3.47(.80)
	휴일 등의 여가시간은 대개 가족끼리 보낸다	3.52(.87)
	부부가 함께 여가를 보낸다.	3.22(.89)
	가족과 함께 여행을 자주 다닌다.	2.72(.97)
건강 및 스포츠에 대한 관심	우리 가족은 건강과 질병에 관심을 두고 신경을 쓰는 편이다.	3.63(.76)
	정기적으로 건강검진을 받고 있는 가족이 있다.	2.89(1.01)
	자기의 취미활동을 하는 가족이 있다.	3.23(.96)
	한 가지 이상의 스포츠를 꾸준히 하고 있는 가족이 있다.	2.93(1.07)

조사대상 가구의 부부는 산이나 야외로 등산을 가는 경우가 가장 많았으며(30.6%), 부부가 함께 집안에서 휴식을 취하거나(19.2%), 쇼핑(12.5%)을 하는 경우도 있는 것으로 나타났다. 반면, 부부가 함께 할 수 있는 여가시간이 없는 경우(41.4%)도 상당수 있는 것으로 조사되었다.

조사대상 가족이 모두 함께 하는 여가활동은 산이나 야외로 등산 및 나들이를 하는 경우가 가장 많았으며(23.2%), 특별한 여가활동이 없이 각 가정 내에서 휴식을 하는 경우(18.1%), 쇼핑을 하거나(14.0%), 친척을 방문하고(12.9%), 가까운 공원 등을 산책(11.3%)하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 가족이 모일 시간이 없거나 함께 하는 여가활동이 없는 경우가 44.1%에 이르는 것을 알 수 있다.

표 13. 여가활동

n(%)

구 분	주부여가활동	부부가 함께하는 여가활동	가족이 함께하는 여가활동
집안휴식	244(31.4)	149(19.2)	141(18.1)
산, 야외	229(29.5)	238(30.6)	180(23.2)
운동	176(22.7)	60(7.7)	42(5.4)
영화, 연극관람	60(7.7)	48(6.2)	35(4.5)
공원산책	78(10.0)	70(9.0)	88(11.3)
쇼핑	184(23.7)	97(12.5)	109(14.0)
교회활동	88(11.3)	41(5.3)	38(4.9)
친척방문	84(10.8)	73(9.4)	100(12.9)
기 타	71(9.1)	11(1.4)	11(1.4)
여가활동 없음	171(22.0)	322(41.4)	343(44.1)

* 중복응답이므로 합계는 777이 되지 않음

6) 소비생활

조사대상 주부들은 제품의 구입에 있어서 사후관리를 고려하여 선택하며, 가사노동을 감소시킬 수 있는 것을 구입하는 경향이 있는 것으로 나타났다(표 14 참조). 기능보다는 조작성이 편리한 것으로 선호하고 수입품보다는 국산품을 더 이용하고 있었다. 구매품에 대한

정보탐색을 통하여 대체로 계획적이면서 합리적인 소비생활을 하고 있으며, 한 번 구입한 물건은 되도록 오랫동안 사용하고 있음을 알 수 있다. 그러나 아직 통신판매를 통한 제품 구입은 활성화되지 않는 것으로 나타났다. 전반적인 소비생활은 주부중심이 아닌 가족의 의견을 적절히 반영한 제품 구입이 이루어지고 있으며, 어린 자녀를 공약함으로써 소비를 부추기는 광고의 문제도 다소 나타남을 알 수 있다. 조사대상자들은 대부분 쓰레기 줄이기와 같은 환경보호를 고려한 소비생활을 하고 있지만, 환경보호에 부정적인 영향을 미치는 제품임을 인식하면서도 경제적인 문제와 편의성을 위해 구입하는 경향이 있는 것으로 나타났다. .

표14. 소비생활 특성

소 비 생 활		평균(S.D.)
제품구입 행태	비용이 들더라도 가사일을 줄일 수 있는 제품을 구입하는 편이다.	3.07(.90)
	값이 다소 비싸더라도 애프터서비스 등을 고려하여 유명회사의 것을 선택한다.	3.58(.94)
	기능이 적더라도 조작성이 편리한 제품을 구입한다.	3.35(.83)
	외제가 국산보다 비싼 만큼 품질도 좋다.	2.73(.94)
	우리가족은 국산품을 이용한다.	3.91(.60)
	우리가족은 가격에 상관없이 사고싶은 물건을 사는 편이다.	2.60(.86)
	우리가족은 오래된 물건이라도 아주 못쓰게 될 때까지 사용한다.	3.52(.81)
	우리가족은 꼭 필요한 것이 아니면 사지 않는 편이다.	3.49(.74)
구매방법 및 정보취득원	새 상품이 나오면 친구나 이웃보다 먼저 사는 일이 흔히 있다.	2.31(.90)
	우리가족은 세일기간을 기다렸다가 물건을 구입한다.	3.46(.82)
	어떤 물건이라도 미리 계획을 세워서 산다.	3.36(.81)
	물건을 살 때 그 물건에 대해 정보를 모은 후 가격과 성능을 비교한 후 산다.	3.43(.83)
	우리가족은 통신판매를 통하여 물건을 구입한다.	2.82(1.00)
가족원의 요구반영	통신판매로 구입한 물건은 주로 카드로 구매한다.	2.91(1.16)
	가족의 물건을 구입할 경우 그들의 의견을 반영한다.	3.67(.68)
	생활비 계획이나 예산을 짤 때 가족의 의견을 반영하여 세운다.	3.08(.86)
환경보전행태	아이들 물품에 대한 지나친 광고로 자녀들에게 시달릴 때가 많다.	2.86(.99)
	가족의 수에 따라 분량을 적당히 살수가 없을 때가 많다.	3.01(.87)
	환경보호 상품도 가격이 저렴해야만 구매할 수 있다.	3.45(.78)
	환경에 나쁜 줄 알면서도 편리해서 사용하는 제품이 있다.	3.21(.90)
환경보전행태	물건을 구입할 때 환경보존을 고려하여 선택한다.	3.25(.69)
	우리가족은 가정용 쓰레기를 줄이기 위해 노력하는 편이다.	3.62(.72)

최근 통신판매이용 경험을 조사한 결과, 조사대상자의 절반 가량(47.7%)이 통신판매를 이용하여 제품을 구입한 적이 있는 것으로 나타났다(표 15 참조). 또한, 현재 가장 일반화되고 있는 통신판매매체 중 케이블TV, 우편주문, 그리고 PC 및 인터넷 등을 이용하여 어떤 제품을 구입했는지를 살펴보았다. 그 결과, 조사대상 주부들은 케이블TV를 통한 제품 구매가 가장 많으며(n=291), 우편주문을 이용한 제품구매(n=142), 그리고 PC 및 인터넷을 이용한 전자상거래(n=133)의 순임을 알 수 있었다. 이는 각 가정에서 TV 유선방송을 통한 제품광고와 접할 수 있는 기회가 우편주문책자나 PC 및 인터넷을 이용하는 기회보다 많기

때문으로 해석할 수 있다.

각각의 통신판매매체를 이용할 경우 어떠한 제품을 주로 구입하고 있는지 조사하였다. 케이블TV를 이용한 경험이 있는 조사대상자들은 의류제품(32.1%)을 가장 많이 구입하고 있었으며, 전자제품과 잡화를 구입한 경험은 각각 15.1%, 식품(7.2%)인 것으로 나타났다. 우편주문을 통하여 구입한 제품은 의류제품(28.9%), 잡화(19.0%), 전자제품(14.1%), 식품(13.4%)의 순으로 조사되었다. 또한, PC 및 인터넷을 이용한 전자상거래를 통하여 제품을 구입하는 경우, 전자제품(31.6%), 문화상품(20.3%), 잡화(9.0%) 등의 순으로 나타났다. 이상의 결과를 살펴볼 때, 통신판매를 이용한 의류 및 잡화, 전자제품 구입이 높은 분포를 보이고 있음을 알 수 있다.

표 15. 통신판매이용현황*

n(%)

통신판매매체 제품종류	케이블TV	우편주문책자	PC 및 인터넷
의류	93(32.1)	41(28.9)	9(6.8)
식품	21(7.2)	19(13.4)	12(9.0)
가구	9(3.1)	5(3.5)	2(1.5)
전자제품	44(15.1)	20(14.1)	42(31.6)
문화상품	9(3.1)	8(5.6)	27(20.3)
잡화	44(15.1)	27(19.0)	12(9.0)
스포츠용품	12(4.1)	7(4.9)	9(6.8)
육식 및 주방용품	34(11.7)	12(8.5)	10(7.5)
육아용품	6(2.1)	2(1.4)	5(3.8)
기타	19(6.5)	1(.7)	5(3.8)
계	291(100.0)	142(100.0)	133(100.0)

* 중복응답

7) 정보지식추구생활

울산시 거주 가구의 생활양식 특성 중, 정보지식추구생활에 관한 내용을 살펴보면 표 16과 같다. 조사대상자들은 TV, 신문, 인터넷 등 다양한 정보매체를 접하고 있으며 제품구매와 같은 소비생활에 필요한 정보를 이러한 매체를 중심으로 획득하고 있음을 알 수 있다. 특히 정보화 시대의 빠른 변화를 인식하고 그에 잘 적응하기 위해 노력하고 있으며, PC를 이용한 통신 및 인터넷 활용도가 상당히 높은 것으로 나타났다.

울산시 거주 가구가 정보획득을 위해 가장 많이 접하고 있는 매체는 TV와 신문임을 알 수 있으며, PC를 이용한 통신의 활성화로 인해 인터넷을 통한 정보획득도 상당한 정도에 이르고 있는 것으로 나타났다(표 17 참조). 그 중, 개별 가구가 정기적으로 이용 및 구독하고 있는 매체는 신문(70.5%), TV(32.6%), 그리고 인터넷(22.3%), 잡지(15.9%)의 순임을 알 수 있다. 조사대상자가 가장 신뢰하는 정보매체는 신문(67.5%)과 TV(66.6%), 인터넷의 순이며 전문인 및 주변인에 의해 획득하는 정보도 어느 정도 신뢰하고 있는 것으로 나타났다.

표 16. 정보지식 추구생활 특성

내 용	평균(S.D.)
우리가족은 TV, 신문, 인터넷, 잡지 등 정보에 관심이 많은 편이다.	3.68(.71)
가족 중 일부는 인터넷이나 PC통신을 이용하고 있다.	3.70(.96)
가족 중 일부는 원하는 정보를 얻기 위해서는 돈과 시간을 아끼지 않는 편이다.	2.89(.89)
개인용 컴퓨터는 생활의 필수품이다.	3.73(.85)
가족 중 일부는 PC나 팩시밀리를 이용해서 소식이나 정보를 주고받는다.	3.39(1.03)
자신이 좇아갈 수 없을 정도로 세상을 빠르게 변하고 있다.	3.91(.71)
우리가족은 대체로 정보화시대에 뒤처지지 않으려고 노력하는 편이다.	3.46(.75)
정보는 소비생활 계획이나 정확한 상품사용에 도움이 된다.	3.79(.66)

표17. 정보획득을 위한 매체와 이용

n(%)

구 분	정보취득원	정기구독중인 정보취득원	신뢰하는 정보취득원
TV	694(89.5)	253(32.6)	475(66.6)
신 문	538(69.4)	548(70.5)	476(67.5)
라디오	125(16.1)	47(6.0)	44(6.3)
인터넷	347(44.8)	173(22.3)	158(12.5)
잡지류	285(36.8)	123(15.9)	42(6.5)
일반/전문인	131(16.9)	93(12.0)	105(14.9)
주변인	325(41.9)	16(2.1)	101(14.4)
휴대폰	39(5.0)	101(13.0)	2(.3)
기 타	23(3.0)	6(.8)	7(1.0)

* 중복응답이므로 합계는 777이 되지 않음

V. 결론 및 제언

울산시 거주 가구들의 전반적인 생활양식특성을 알아보기 위하여 의·식·주생활을 비롯하여 가족생활, 여가 및 건강생활, 소비생활, 그리고 정보지식추구생활을 중심으로 살펴 보았다. 본 연구의 조사 결과 울산시 거주자들의 생활양식 요약해 보면 다음과 같다.

조사대상가구는 4명으로 구성된 가족이 많으며 대부분 부부와 자녀로 이루어져 있고, 남편과 주부의 교육수준은 대체로 높다. 남편은 일반사무직 혹은 판매서비스직에 종사하고 있으며, 전체 조사대상 주부의 약 20%가 취업주부이다. 많은 가구가 연평균 2000만원-4000만원의 소득수준이며, 상당수가 주택을 소유하고 있다. 아파트에 주로 거주하며 70% 이상이 10평-30평 규모의 주택에 살고 있는 것으로 나타난다.

패션에 대한 관심이 높은 반면, 새로운 유행에 미감하지 않으며 질이 높은 제품을 선호 하고 가족의 개성을 고려하는 의생활 특성을 보인다. 가족이 1년에 소비하는 의복구입비는 150만원 미만의 수준이다. 의류제품들은 할인매장을 주로 이용하고 있고, 외출복은 백화점에서 구입하는 편이며, 재래시장 이용률이 저조한 편이다.

하루에 한 번 정도 가족전체가 식사를 하는 편이며 아침은 간단하게 먹는다. 조리된 반찬이나 인스턴트식품, 혹은 조리하기 편리한 다듬어진 재료를 사용한다. 한식을 선호하며

가족의식을 자주하는 것은 아니다. 2-3일에 한 번 장을 보며 밑반찬은 한꺼번에 조리하는 편이다. 일주일에 소비하는 식료품구입비는 15만원 미만이며, 식료품 구입시 영양과 기호를 가장 고려한다. 월외식비는 15만원 미만으로 특이한 음식이나 자녀들이 선호하는 곳을 찾아가며 한식점 혹은 패스트푸드점을 많이 이용한다. 음식재료는 주로 대형슈퍼 및 할인매장을 이용하지만 다듬지 않은 신선한 재료는 재래시장을 주로 이용한다.

주부들은 아파트를 바람직한 주택유형으로 여기며 넓은 거실을 선호한다. 주거지 선택에 있어서 도심과 가까운 곳, 자녀의 교육환경 등을 가장 고려하며, 노년기의 전원주택생활에 대한 생각을 어느정도 가지고 있다. 실내공간을 꾸미는 것에 많은 관심이 있지만 무엇보다 가족의 편의를 중요하게 생각한다.

노인부양에 대한 남녀차별을 두지 않으며, 독립된 노후생활을 선호한다. 일상적인 가족문제는 부부의 상호의사결정을 거쳐서 해결하는 편이며, 가사노동 분담이 잘 이루어지는 않지만 집안 일을 가족과 협력하려는 경향이 높고, 독특한 가족문화를 계승하기 위해 노력하고 있다.

휴일 및 저녁시간을 가족과 함께 보내고 있으며 가족의 건강에 많은 관심을 갖고 있다. 그러나 부부나 가족이 함께 여가활동을 하는 경우는 많지 않다. 주부들은 여가시간을 이용하여 집안에서 휴식을 취하는 편이며 등산이나 쇼핑을 즐기는 경우가 많다.

대체적으로 계획적이며 합리적인 소비생활을 하고 있으며, 통신판매를 통한 제품구입은 활발하지 못하다. 가족의 의견을 반영하여 제품을 구입하는 편이며, 소비를 부추기는 광고의 영향을 받기도 한다. 환경문제를 인식하여 제품구입에 노력하고 있지만 실천적인 소비는 미비하다. 조사대상자의 절반 가량이 통신판매를 이용한 적이 있고, 유선방송의 제품광고를 통해 물건을 구입하는 경우가 많으며, 그 중 의류 및 잡화, 전자제품 등을 가장 많이 구입하고 있다. 가정의 PC보급 및 활용도에 비해 통신판매매체 이용정도가 낮은 것은 PC통신 및 인터넷을 자주 접할 기회가 없는 주부를 대상으로 조사를 실시하였기 때문이다.

조사대상 가구는 다양한 정보매체를 접하고 있으며 주부들은 이를 통하여 소비생활에 필요한 정보를 획득한다. 조사대상가구는 TV와 신문을 통하여 가장 많은 정보를 획득하고 있으며, 특히 가족구성원의 PC통신 및 인터넷을 이용한 정보탐색 수준은 상당히 높다. 그중 정기적으로 구독하고 있거나 항상 접하고 있는 정보취득원은 신문, TV, 인터넷이며 이러한 매체로부터 얻는 정보를 가장 신뢰하고 있다.

참고문헌

- 강이주(1983). 청소년의 생활양식 유형분석. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 김재홍(1996). 울산시 주거생활양식과 주택정책의 방향. 울산대 사회과학논집, 5(3), 225-262.
- 성혜영(1993). 도시주부의 라이프스타일에 따른 가정관리행동유형과 가정생활만족도. 한양대학교 석사학위논문.
- 여운승(1988). 생활양식개념의 재정립을 통한 시장 세분화 이론개발의 모색. 서울대학교 박사학위논문.
- 유순옥(1999). 청소년 소비자의 생활양식유형과 소비주의 성향. 울산대학교 교육대학원 석사학위논문.

- 이경희, 윤정숙, 홍형옥(1999). 주거학개설. 문운당.
- 이완신(1999). 소비자 의사결정요인과 라이프스타일의 상관관계에 관한 연구. 연세대학교 경영대학원석사학위논문.
- 이혜숙(1998). 소비자의 라이프스타일이 점포속성의 중요도 및 평가에 미치는 영향. 계명대학교 경영대학원 석사학위논문.
- Mitchell, A. (1983). *The Nine American Life Styles*. Warner Books Inc.
- Reynolds, F. D., Crask, M. R. and Wells, W. D. (1977). The modern feminine life style. *Journal of Marketing*, 41, 38-45.
- Venkatesh, A. (1980). Changing roles of women: A life style analysis. *Journal of Consumer Research*, 7(2), 189-197.