

가사노동의 사회화와 결정요인에 관한 연구*

The Level of Housework Socialization and Determinants on it

서울대학교 생활과학대학 소비자학과
교수 이기영
서울대학교 대학원 소비자학과
박사과정 구혜령

Dept. of Consumer Science, Seoul Nat'l University

Professor : Ki Young Lee

Dept. of Consumer Science, Seoul Nat'l University

Doctoral Course : Hye Ryoung Koo

〈목 차〉

- | | |
|------------|---------------|
| I. 서론 | IV. 연구결과 및 해석 |
| II. 이론적 배경 | V. 결론 |
| III. 연구방법 | 참고문헌 |

〈Abstract〉

The purposes of this study were to 1) classify the domain according to the level of housework socialization and 2) illuminate the determinants on it.

The subjects of this study were 564 married women living in Seoul. A questionnaire was used as survey method. Frequencies, percentiles, mean, and regression were employed for data analysis.

Major findings were as follows ; 1) The domain according to the level of housework socialization were purchases of storage food, convenience food, dining-out, clothes repairing services and laundry services. 2) Of market goods characteristics, quality and time-saving characteristics were influencing variables in the level of storage food purchases. The affecting variables in the level of convenience food purchases, dining-out, and clothes repairing services purchases was quality of market goods. In the level of laundry services, time-saving characteristics was significant.

* 이 연구는 1997년도 학술진흥재단의 자유공모과제 연구비에 의해 수행되었음.

I. 서론

산업자본주의의 급속한 발전에 의해 상품생산의 영역이 확대되고 상품이 가정생활에 깊숙이 침투하게 됨에 따라 가사노동이 이들 상품에 의해 대체되거나 경감되게 되었다. 이와 같이 가사노동이 시장에서 생산된 재화나 용역에 의해 대체되는 현상을 가사노동의 사회화라고 한다. 가사노동의 사회화가 진전됨에 따라 오늘날의 주부는 어떤 영역의 가사노동을 어느 정도로 사회화할 것인가에 대한 의사결정 상황에 직면하게 되었다(Brown, 1982; 문숙재, 1990, 재인용).

지금까지 이루어진 가사노동 사회화에 대한 연구들을 보면 '가사노동의 사회화 = 가사노동시간의 경감'으로 이해하고 논의를 전개시켜 나가고 있다. 즉 가사노동의 사회화와 같은 의미로 시간절약재화 및 서비스 혹은 편의품의 소비나 이용이라는 용어를 사용하거나, 가사노동 사회화를 시간관리 전략 중의 하나 특히 취업주부의 시간제약을 덜어주기 위한 방안으로 제시하고 있으며 시간의 가치가 가사노동 사회화에 미치는 영향을 규명하고 있다.

따라서 이러한 연구들 대부분은 가사노동시간을 절약하기 위해 시장재를 구매하는 것으로 보고 있다. 가사노동은 시장재와 대체가능하기 때문에 사회화하면 가사노동에 드는 시간을 줄일 수 있지만, 이것이 사회화하는 유일한 이유가 될 수는 없다. 시장재는 가사노동을 절약해주는 특성 외에 여러 가지 특성을 가지고 있기 때문이다. 따라서 시장재의 어떤 특성때문에 사회화에 영향을 주는가를 규명하는 작업이 필요하다고 할 수 있다.

한편 가정내에서 수행되는 가사노동 역시 여러 가지 특성을 갖는다. 가사노동은 시장재로 대체할 수 없는 독특한 재화를 가족원에게 제공해 주어 가정의 고유성을 유지케하며 가족의 결속에 기여한다. 또한 가사노동을 수행하는 과정을 통해 즐거움과 만족을 얻을 수도 있다. 따라서 주부가 가사노동 사회화수준에 관한 의사결정을 할 때는 가족의 규범이나 선호를 고려할 것이다.

이에 본 연구는 시장재가 갖고 있는 특성과 가정

관리자의 특성이 가사노동 사회화 수준을 결정할 때 어떠한 영향을 미치는가를 파악하고자 한다. 그런데 이러한 영향요인은 가사과제에 따라 다르게 나타날 것이다. 가사노동은 다양한 과제로 구성되어 있고 가사노동을 수행하는 사람의 태도나 가치, 수행능력, 표준이나 특성 등이 과제에 따라 다르기 때문이다. 따라서 가사노동 각 과제별로 사회화수준을 결정하는 요인을 밝히는 것이 필요하다.

이러한 분석은 가사노동시간을 절약하기 위한 방법으로 가사노동 사회화를 모색했던 기존 연구의 한계를 지적하고 어떤 동기에 의해서 가사노동의 사회화가 진행되고 유보되는가를 실증적으로 규명해 줄 것이다. 또한 가사노동 과제에 따라 영향요인이 어떻게 다른가를 분석함으로써 가사노동의 과제별 특성을 파악할 수 있을 것이다. 이를 통해 경제가 지속적으로 발전함에 따라 가사노동이 어느 정도로까지 축소될 것인지, 혹은 그 내용이 변형되어 가정내에서 그대로 수행될 것인지를 보다 정확하게 예측할 수 있을 것이고 가사노동의 사회화가 가정생활의 질의 향상이라는 점에서 어떠한 역할을 하는지, 그리고 가족의 복지를 향상시킬 수 있는 사회화의 방향이 무엇인가를 밝히는 데 도움을 줄 것이다.

구체적인 연구문제는 다음과 같다.

〈연구문제 1〉 과제별 가사노동 사회화수준(저장식품, 편의식품, 외식서비스, 우송선서비스, 세탁서비스의 구매수준)은 어떠한가?

〈연구문제 2〉 과제별 가사노동 사회화수준의 결정요인은 어떻게 다른가?

II. 이론적 배경

1. 가사노동 사회화에 대한 이론적 접근

가사노동 사회화에 관한 이론적 근거는 리드(Reid, 1934)의 가계생산에 대한 정의로부터 시작되었다(김외숙 등, 1997).

리드가 주창한 가계생산은 1960년대에 들어와서 신가정경제학(New Home Economics)의 주목을 받게 되었다. 베커(Becker, 1976)는 가계를 기본단위로 해

서 가족원의 시간이 시장노동과 비시장노동에 배분되고, 비시장노동에 배분된 시간과 시장노동의 대가인 임금으로 구입한 시장재가 결합되어 효용의 직접적인 원천이 되는 가계상품을 생산한다고 보는 가계생산이론을 발표하였다.

가계생산이론에 근거하여 혹은 이러한 맥락에서 이루어진 연구들은 대체로 가사노동 사회화를 시간관리전략 중의 하나로 제시하거나(Strober & Weinberg, 1980; 이승미, 1989; 조성은, 1990; 채옥희, 1995; 이미선·이정우, 1997), 시간의 기회비용이 가사노동 사회화에 미치는 영향을 규명하거나(Weagly & Norum, 1989; 정순희, 1993), 또는 시간절약재화나 서비스의 사용이라는 용어로 가사노동의 사회화를 대신하고 있다(Reily, 1982; Nickols & Fox, 1983; 제미경, 1993; 황의록·신영철, 1993; 문숙재·정지영, 1997).

그러나 예상과 달리 임금을 혹은 취업여부와 가사노동 사회화의 관계는 일관된 경향을 보이지 않고 있다. 이러한 결과는 몇 가지로 설명이 가능하다. 첫째, 소득이 보장되어 있어도 시장재로 대체하는 데는 한계가 있고, 취업주부라면 노동시장에 참여한 후에도 일정량의 가사노동을 수행해야 하는 상황에 놓인다. 따라서 시간의 가치가 사회화에 대해 갖는 영향력이 약해진다고 할 수 있다.

둘째, 가사노동 시간제약지각정도와 가사노동 사회화수준과는 관계가 없는 것으로 나타난다(이은주, 1991; 황의록·신영철, 1993) 연구결과를 통해 시간절약 이외의 다른 목적에서 사회화를 하고자 한다는 추론이 가능해진다. 즉 대체재의 품질이 가정재보다 좋거나, 혹은 비용이 더 경제적이라는 이유에서 가사노동을 사회화할 수 있다.

셋째, 가사노동 과제에 따라 사회화하는 이유가 다르게 나타난다. 예를 들어 도배나 페인트칠 같이 특별한 기술을 요하는 과제는 가사기술이 부족하거나 전문가의 기술이 좋기 때문에 사회화한다는 경우가 대부분이었으나(김영란, 1989; 이기춘 등, 1989), 식사나 자녀양육과 같이 일정한 시간에 이루어져야 하는 과제는 시간의 가치가 중요한 요인으로 작용하였다(Yang & Magrabi, 1989). 따라서 시간가치가 사회

화에 미치는 영향력은 수행해야 할 가사노동 과제가 어떠한 특성을 갖는가에 따라 달라진다고 할 수 있으므로 과제에 따른 결정요인을 규명하는 작업이 필요하다.

이상에서 본 바와 같이 가계생산이론에 근거한 연구들이 가지는 한계는 시간을 줄이기 위해 혹은 시간부족을 극복하기 위해 가사노동을 사회화는 것으로 받아들였다는 데 있다. 생활의 풍요나, 경제적인 효율성을 위해 사회화될 수도 있다는 사실을 간과한 것이다.

따라서 본 연구에서는 가정관리자의 특성 외에 시장재가 갖는 특성이 가사노동 사회화에 어떠한 역할을 하는가를 과제별로 살펴보고자 한다.

2. 가사노동 사회화 수준

1) 저장식품, 편의식품, 외식서비스의 구매

우선 된장·고추장·김치 등의 저장식품을 시장에서 구매하는 경향이 아직은 낮다고 할 수 있다. 김귀란(1991)의 연구에서는 된장 등의 장을 시장에서 구입하는 경우가 응답자의 20%를 웃도는 것으로 나타났다. 김치는 장류보다 사회화 정도가 더욱 낮아서 시장에서 김치를 구입하는 비율이 우경옥(1991)의 연구에서는 응답자의 2%인 것으로 보고되었다. 이와 같이 저장식품의 구매수준이 낮은 이유중에는 친척이나 친지에 의존하는 경향이 높다(김귀란, 1991)는 이유가 포함되어 있다.

또한 냉동식품과 레포르트 식품과 같은 편의식품의 이용율은 가공업의 발달에도 불구하고 높지 않고(허성미, 1994), 밀반찬, 부침, 튀김 등의 반찬류나 사전준비과정을 줄여줄 수 있는 반조리식품의 구입 역시 저조한 것으로 나타난다(강정옥, 1983; 이기영, 1987; 김귀란, 1991).

한편 1개월에 1-2회 이상 가족단위의 외식을 한다고 응답한 비율이 40%를 웃도는 것으로 나타나(이기춘 등, 46%, 1989; 김귀란, 53%, 1991), 외식의 이용이 식생활영역 중에서 사회화수준이 가장 높았다.

2) 옷수선서비스, 세탁서비스의 구매

의류나 침구류 구입 등의 재화에 의한 대체 뿐 아니라 세탁소나 옷수선집 이용 등의 서비스에 의한 대체도 점차 보편화되고 있다. 응답자의 과반수 이상이 양복 다리는 일을 세탁소에 맡기는 것으로 나타났다으며, 단고치기나 폭고치기, 지퍼 바뀔기 등의 작업은 응답자의 70% 이상이 수선서비스를 구매함으로써 대체하는 것으로 나타났다(이기영, 1987; 이미숙, 1991; 이은주, 1991).

3. 가사노동 사회화의 결정요인

1) 가정관리자 특성

(1) 연령

주부의 연령과 가사노동 사회화수준과의 관계는 가사노동 과제와 연구자에 따라 다르게 나타난다. 옷수선 등의 의복관리는 주부의 연령과 대체로 정적인 관계를 보이지만(Weagly & Norum, 1989; 정순희, 1993), 외식은 연령이 많을수록 낮아지는 경향을 보이며(이기춘 등, 1989), 저장식품은 연령이 적을수록 시장에서 구입하는 경향이 높게 나타났다(이기춘 등, 1989; 백유진, 1995). 외식의 경우, 주부의 연령과 부적인 관계를 보이는 것은 젊은 주부일수록 가사노동을 합리화하려는 진보적인 생활태도와(이기영, 1987) 편의주의적 가치관을 지니고 있기 때문으로 풀이된다. 또한 주부의 연령과 가사노동능력이 정적인 관계를 지닌다는 결과(이기영, 1987)로 미루어볼 때, 연령이 적을수록 저장식품의 구매나 옷수선서비스의 이용이 높은 것은 기술의 부족을 반영하는 결과라고 하겠다.

(2) 학력

학력이 가사노동 사회화에 미치는 영향은 대체로 일관적인 경향을 보인다. 학력이 높을수록 외식의 빈도나 비용이 증가하고(Yang & Magrabi, 1989; 정연주, 1987; 이기춘 등, 1989; 정순희, 1993; 조유현, 1994; 백유진, 1995), 저장식품의 구입이나 옷수선서비스의 이용이 증가하였다(Yang & Magrabi, 1989; 정연주, 1987; 이기춘 등, 1989; 정순희, 1993; 조유현, 1994; 백유진, 1995). 학력이 높은 주부일수록 시

장재의 구입을 통해 가사노동을 간소화 내지 합리화하고자 하는 욕구가 크며 새로운 상품을 받아들이는 자세가 적극적이기 때문이라고 하겠다.

(3) 가계소득

가계소득이 가사노동을 대체하는 재화나 용역을 구입하는 데 필요한 금전자원으로 기능하기 때문에 소득이 증가할수록 가사노동의 사회화가 진전될 것이다. 그러나 가계소득의 증가가 반드시 사회화를 촉진시키는 방향으로만 작용한다고 볼 수 없다. 생활수준이 높아지면 개성적인 삶을 영위하고자 하는 욕구가 증대되면서, 사람들은 획일화되고 규격화된 자본재상품의 생활지배에 점차 거부감을 갖게 되기 때문이다(이기영, 1987).

소득과 사회화의 관계를 밝힌 실증연구를 보면, 소득이 증가할수록 외식의 이용이 많고(이기춘 등, 1989; Yang & Magrabi, 1989; 우경옥, 1991; 조유현, 1994; 백유진, 1994; 문숙재·김혜연, 1997) 옷수선과 같은 의복관리서비스의 이용도 많아졌다(이기춘 등, 1989; Yang & Magrabi, 1989; 정순희, 1993; 조유현, 1994). 한편 김치를 포함한 저장식품의 사회화는 소득수준과 관계가 없는 것으로 나타났다(이기영, 1987; 정연주, 1987; 김영란, 1989; 백유진, 1995).

(4) 취업지위

기혼여성의 취업은 두 가지 근거에서 사회화를 가능하게 한다. 우선 기혼여성이 취업하면 이중역할 수행에서 오는 시간부족을 경험하므로 이를 극복하기 위해서 가사노동을 사회화하려고 할 것이다. 그런데 연구결과를 보면, 취업여부와 사회화의 관계가 일정하지 않게 나타난다. 옷수선을 포함한 의생활사회화수준은 취업여부와 관계가 없는 것으로 나타났고(Yang & Magrabi, 1989; 정순희, 1993; 양세정, 1993), 외식수준은 다양한 결과를 보인다(정연주, 1987; 양세정, 1993; 문숙재·김혜연, 1995; 백유진, 1995). 저장식품의 사회화수준은 취업주부가 전업주부에 비해 높게 나타났다(정연주, 1987; 백유진, 1995).

둘째, 주부의 취업에 따른 가계소득의 증가와 가사노동 사회화와의 관계를 보기위해 취업주부를 지위에 따라 나눌 필요가 있다. 저소득층 주부의 취업이 반드시 가사노동의 사회화를 촉진시키는 요인으

로 작용한다고 볼 수 없기 때문이다(이기영, 1987). 연구결과를 보면, 전문직 취업주부가 비전문직 취업주부에 비해 사회화 수준이 높았다(이승미, 1991; 조성은, 1990; 박미은, 1993; 제미경, 1993). 또한 직업 지위가 높을수록 외식이 증가하는 것으로 나타났다(이기춘 등, 1989; 우경옥, 1991).

(5) 가족의 사회화태도

가정은 개별 가족원이 모여서 이룬 하나의 소비단위이므로 가사노동의 주된 담당자인 주부는 가사노동에 대한 의사결정을 할 때 가족의 태도를 고려하게 된다. 예를 들어 가사노동을 시장재로 대체하는 것에 대해 긍정적으로 생각하는 주부라고 할 지라도 가족원이 부정적으로 생각한다면, 가족원의 욕구를 충족시키는 방향으로 의사결정을 하게 될 것이다.

따라서 가족원이 가사노동을 사회화하는 것에 대해 부정적인 혹은 긍정적인 태도를 갖느냐가 가사노동 사회화 수준을 결정할 때 영향을 미칠 것으로 생각된다.

(6) 가사노동선호

특정 가사과제에 대해 갖게 되는 호의적인 감정 혹은 비호의적인 감정은 그 과제를 쉽다고 혹은 어렵다고 느끼게 만들며, 나아가서 만족 또는 불만족에까지도 영향을 미치게 되고, 그 과제를 수행하는 빈도나 시간에도 영향을 주게 된다(이기영, 1987). 이러한 사실은 가사노동에 대한 선호가 가사노동의 수행양식을 규정하는 요인이며, 동시에 가사노동의 사회화에도 영향을 주는 요인임을 시사해준다.

특히 가사노동을 대체할 수 있는 시장재의 보급이 보편화 되어있는 가사과제의 경우에는 특정 가사과제에 대한 선호여부가 사회화수준에 영향을 미칠 것으로 생각된다.

2) 시장재의 특성

특정 시장재를 구매할 때는 시장재가 가진 속성에 대한 신념과 그 특성에 대한 선호가 영향을 미친다고 할 수 있다. 예를 들어 편의식품이 식사준비시간을 줄일 수 있다는 신념에 대해서는 대부분이 긍정적으로 느낄 것이다. 그러나, 식사준비시간을 절약하는 것보다 자신이 정성스럽게 만든 음식을 가족에게

제공하는 것을 중요하게 생각하는 주부라면 편의식품의 시간절약특성으로부터는 효용을 느끼지 못할 것이다. 그러나, 식사준비시간의 절약을 중요하게 생각하는 주부라면 편의식품의 시간절약특성으로부터 효용을 느낄 것이다.

이와 같이 시장재의 특성이란 그 특성이 갖는 객관적인 신념 외에 그 특성에 대해 부여하는 개인의 주관적인 중요도나 선호, 평가의 측면을 모두 고려한 개념이라고 할 수 있다.

시장재의 특성은 이기영·구혜령(1997)의 연구를 참고로하여 시간절약특성, 화폐비용특성, 품질특성으로 분류하였다.

(1) 시간절약특성

시간의 중요성에 대한 인식이 커지고 여성의 취업이 증가하면서 시간이 행동선택의 중요한 준거가 되었다. 특히 시간가치가 높은 사람은 화폐에 비해 상대적으로 시간의 비용이 상승하게 되므로 가사노동을 시장재로 대체하여 가사노동에 드는 시간을 절약하고자 할 것이다.

실증적인 연구 결과 가사노동을 사회화하면 가사노동시간이 줄어드는 것으로 나타났다(Hafstrom & Schram, 1978; 조성은, 1990; 채옥희, 1995). 그러나 시장재를 사용한다고 해서 반드시 가사노동시간을 절약할 수 있는 것은 아니다. 이동시간이나 대기시간을 모두 고려한다면 사회화를 함으로써 시간이 더 걸리는 측면도 있다.

(2) 화폐비용특성

사람들은 일반적으로 시간보다는 화폐에 대해 더 민감한 반응을 보이고 화폐를 절약하려는 의지가 시간을 절약하려는 의지보다 강하다고 할 수 있다(이기춘 등, 1989). 따라서 시장재의 비용이 사회화에 관한 의사결정을 할 때 중요한 요인으로 등장할 수 있다. 특히 저소득층에게 있어서 시장재의 비용에 대한 평가는 사회화를 결정짓는 중요한 요인이 될 수 있다.

한편 가사노동을 통해 가계상품을 생산하는 것보다 기업에서 대량생산된 시장재를 이용하는 것이 경제적으로 이득이 될 수 있으며(Hartmann, 1976), 규모의 경제를 고려할 때 시장재를 구입하는 것이 유

리한 측면도 있다(이기영·구혜령, 1997).

(3) 품질특성

생산력이 향상되면서 가정에서 생산한 제품보다 좋은 품질을 갖는 시장재를 이용할 수 있는 기회가 증가하였다. 이는 특히 가사기술의 부족이나 건강상의 문제 등으로 가사노동을 수행하지 못하는 이들에게 많은 도움을 주었다. 반면에 대량생산된 재화는 쉽게 이용할 수 있는 장점을 있어도 획일적이고 규격화되며 좋지 못한 품질을 갖는 경향이 크다.

한편 전문가, 기술자의 서비스로 가사노동을 대체하는 경우에는 가정에서 생산하지 못하는 수준 높은 서비스를 이용하기 때문에 좋은 품질의 가계상품을 생산할 수 있게 되었지만 이를 이용하는 데는 비용이 많이 든다는 단점이 있다.

Ⅲ. 연구방법

1. 변수의 정의 및 측정

1) 가사노동 사회화

본 연구에서는 가사노동의 사회화를 '가정밖으로의 가사노동의 전이나 가사노동의 분해의 효과를 갖는 재화와 서비스구매'로 정의하고, 식생활과 의생활 영역의 가사노동 사회화 경향을 살펴보았다. 척도는 상품된장, 상품고추장, 상품김치, 레포르프 식품, 냉동식품, 파는반찬, 가족외식, 음식배달서비스의 이용정도를 묻는 식생활영역 8문항과 옷걸이·품고치기, 단고치기, 양복 다림질, 와이셔츠 세탁시 옷수선집이나 세탁소의 이용정도를 묻는 의생활영역 4문항으로 이루어졌다. 총 12문항을 요인분석한 결과, 상품된장/상품고추장/상품김치의 이용, 레포르프식품/냉동식품/파는반찬의 이용, 가족외식/음식배달서비스 이용, 옷걸이·품고치기/단고치기의 서비스 대체, 양복다림질/와이셔츠세탁의 서비스 대체의 5요인으로 분류되었다. 이 요인을 각각 저장식품구매, 편의식품구매, 외식서비스구매, 옷수선서비스구매, 세탁서비스구매로 명명하였다.

2) 가사노동선호

가사노동 선호는 가사노동을 수행하는 데 대해 호의적 또는 비호의적으로 지속성있게 반응하는 심적 경향을 의미한다. 척도는 된장·고추장 만들기, 김치 만들기, 식사준비하기, 옷수선하기, 세탁·다림질하기를 주부가 얼마나 좋아하는지를 측정하는 총 6문항으로 구성된다. 각 문항은 5점 리커트 척도로 점수가 높을수록 선호수준이 높은 것이다.

3) 가족의 사회화태도

가족의 사회화태도는 가사노동을 사회화하는 데 대해 가족이 갖고 있는 호의적 또는 비호의적 경향을 의미한다. 척도는 된장·고추장, 김치, 식사, 옷수선, 세탁 및 다림질을 시장재로 대체하는 것에 대해 가족이 얼마나 긍정적으로 생각하는가를 측정하는 5문항으로 구성된다. 각 문항은 5점 리커트 척도로 측정하였고, 점수가 높을수록 가족의 가정지향성이 높게 된다.

4) 시장재의 특성

시장재 특성이란 재화의 속성이 갖고 있는 효용에 대한 평가로 시간절약차원, 화폐비용차원, 품질차원의 세 차원으로 구성하였다. 각 차원은 피쉬바인(Fishbein, 1963)의 모델을 적용하여 대상과 관련된 신념의 강도와 그 신념에 대한 평가로 측정하였다.

예를 들어 시간절약척도는 가사노동을 사회화하면 시간을 얼마나 절약할 수 있다고 느끼는가에 대한 신념과('시간을 절약할 수 있다'에 1점, '그저 그렇다'에 0점, '시간을 절약해주지 못한다'에 -1점 부여), 시간을 절약하는 것이 주부에게 얼마나 중요한가에 관한 평가('시간을 절약하는 것이 중요하다'에 3점, '그저 그렇다'에 2점, '별로 중요하지 않다'에 1점 부여)에 대해 응답하게 한 후, 각각의 점수를 곱하여 하나의 점수로 구성하였다. 점수가 높을수록 시간절약에 따른 효용이 크게 된다.

이와 같은 방법으로 시간절약특성, 화폐비용특성, 품질특성의 값을 구하였다.

2. 조사대상 및 자료분석방법

본 연구는 소득과 취업지위를 고려하여 서울시에 거주하는 남편이 있는 기혼여성 564명을 대상으로 하여, 1998년 11월 19일부터 12월 18일까지 질문지법을 사용하여 실시되었다.

자료분석은 SPSS/WIN 프로그램의 빈도, 백분율, 평균, 중회귀분석을 통해 이루어졌다.

조사대상자의 일반적인 특성에 대해 간단히 살펴보면 주부의 연령은 20대, 30대, 40대, 50대가 각각 10.6%, 32.3%, 39.5%, 17.7% 였다. 주부의 학력은 중졸 이하의 학력을 가진 경우가 전체의 9.1%, 고졸이하는 39.8%, 전문대졸은 7.7%, 대졸이상인 43.2% 였다. 월평균 가계소득은 100만원 이하가 전체의 8.1%,

100-200만원이 17.9%, 200-300만원이 25.9%, 300-400만원이 18.7%였으며, 400만원 이상도 21.4%나 되었다. 또한 주부를 취업지위에 따라 분류해보면 전업주부가 전체의 45.5%였고, 생산기술직과 단순노무직 종사자는 전체의 12.5%, 자영업 종사자는 전체의 10.5%, 사무직과 전문직 종사자는 전체의 31.5%를 차지하였다.

IV. 연구결과 및 해석

1. 과제별 가사노동 사회화 수준

먼저 <표 1>의 저장식품 구매경향에 대해 살펴보면 상품된장이나 고추장을 거의 이용하지 않는 경우

<표 1> 식생활영역과 의생활영역의 사회화수준

문 항	1 전혀 이용하지 않는다	2 거의 이용하지 않는다	3 가끔씩 이용한다	4 자주 이용한다	평 균
저장식품 구매					
상품된장	205(36.4)	99(17.6)	160(28.4)	99(17.6)	2.27
상품고추장	145(25.8)	100(17.8)	176(31.3)	142(25.2)	2.56
상품김치	311(55.2)	116(20.6)	95(16.9)	41(7.3)	1.76
편의식품 구매					
냉동식품	86(15.3)	144(25.6)	275(51.9)	41(7.3)	2.51
레포르프식품	205(36.4)	160(32.0)	157(27.9)	21(3.7)	1.99
파는 반찬	248(44.0)	178(31.6)	122(21.7)	15(2.7)	1.83
외식서비스 구매 ¹⁾					
가족외식	60(10.6)	243(43.1)	222(39.4)	39(6.9)	2.43
음식배달서비스	32(5.7)	199(35.3)	269(47.7)	64(11.3)	2.65
옷수선서비스 구매 ²⁾					
옷길이 · 품고치기	20(3.5)	137(24.7)	263(26.6)	143(25.4)	2.94
단고치기	74(13.1)	153(27.2)	234(46.1)	102(18.1)	2.65
세탁서비스 구매 ³⁾					
양복 다림질	203(36.4)	146(26.2)	129(23.1)	78(14.0)	2.15
와이셔츠 세탁	494(88.7)	48(8.6)	15(2.7)	0(0.0)	1.14

1) 가족외식과 음식배달서비스의 경우에는 1, 2, 3, 4가 각각 '하지 않는다', '1년에 몇 번 한다', '1달에 1-2번 한다', '1주일에 1-2번이상 한다' 를 나타낸다.

2)3) 옷수선서비스와 세탁서비스의의 경우에는 1, 2, 3, 4가 각각 '항상 집에서 한다', '집에서 주로 하고 가끔 세탁소나 수선집에 맡긴다', '주로 세탁소나 수선집에 맡긴다', '항상 세탁소나 수선집에 맡긴다'를 나타낸다.

가 각각 전체 응답자의 54%, 43.6% 였고 가끔 혹은 자주 이용하는 경우는 46%, 56.4% 인 것으로 나타났다. 상품김치의 이용은 상품 종류의 이용수준보다 낮아서 이를 가끔 혹은 자주 이용하는 경우가 응답자의 26.2% 였다.

편의식품의 구매경향을 보면 냉동식품의 이용수준이 레포르뜨식품이나 이미 만들어진 반찬의 이용수준에 비해 높았다.

외식서비스의 경우 가족단위의 외식은 '1년에 몇 번 한다'에 응답한 경우가 43.1%로 가장 많았으며 하지 않는다고 응답한 경우도 10.6%나 되었다. 음식배달서비스는 '한달에 1-2번 한다'에 응답한 경우가 47.7%로 가장 많았다.

옷수선서비스의 구매가 다른 재화나 서비스의 구매수준에 비해 가장 높았다. 옷수선을 항상 집에서 한다는 경우는 단고치기의 경우 13% 이하였고, 많

은 수가 옷수선서비스를 이용하는 것으로 나타났다.

세탁서비스는 옷수선서비스에 비해 이용수준이 낮게 나타났다. 특히 와이셔츠 세탁은 거의 대부분(99.7%)이 집에서 하는 것으로 나타났다.

2. 가사노동 사회화의 결정요인

가사노동 사회화 수준에 영향을 미치는 가정관리자의 특성과 시장재의 특성의 독립적인 영향을 파악하기 위해 상관관계를 분석하여 변수들간의 다중공선성이 있는가를 검토하였고, 오차항이 독립적인가를 검증하기 위해 Durbin-Watson 계수를 산출하였다. 그 결과 회귀분석의 기본 가정을 충족시킨다고 사료되어 회귀분석을 실시하였다.

〈표 2〉 식생활영역 사회화의 결정요인

	저장식품 구매		편의식품 구매		외식서비스 구매	
	b	β	b	β	b	β
가정관리자 특성						
학 령	.18	.09	.10	.06	.14	.13*
연 령	.02	.06	-.02	-.10*	-.04	-.29***
가계소득 (취업지위) ¹⁾	7.8E-04	.05	4.2E-04	.04	.00	.27***
(전업주부 vs. 생산기술직)	-.06	-.01	-.61	-.10*	-.62	-.16***
(전업주부 vs. 자영업)	.90	.09*	.37	.06	-.32	-.07
(전문직 vs. 사무전문직)	.27	.04	-.26	-.06	-.47	-.17***
가족의 가정지향성	-.40	-.29***	-.41	-.21***	-.05	-.04
가사노동선호	-.08	-.05	-.21	-.17***	-.02	-.03
시장재 특성						
품질특성	.20	.24***	.27	.242*	.07	.08*
시간절약특성	.07	.09*	.04	.06	.01	.03
화폐비용특성	.06	.07	-.02	-.04	-.01	-.03
Constant	9.01		9.74		6.19	
R ²	.253		.189		.212	
F	15.96***		12.70***		13.77***	

1) 취업지위는 가변수를 이용하여 분석하였는데, 전업주부가 기준변수가 된다.

b : 비표준화회귀계수, β : 표준화회귀계수

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

1) 식생활영역 사회화의 결정요인

(1) 저장식품 구매

〈표 2〉에서 보는 바와 같이 취업지위, 가족의 사회화태도, 시장재 품질, 시장재의 시간절약특성이 저장식품의 구매에 영향을 미쳤으며(이들 변수는 전체 분산의 25.3%를 설명), 이 중에서도 가족의 가정지향성이 가장 큰 영향력을 갖는 것으로 나타났다. 즉, 자영업에 종사하는 주부가 전업주부에 비해, 그리고 시장재의 품질과 시간절약특성에 대해 긍정적으로 평가하는 주부일수록 상품으로 된 된장·고추장·김치를 이용하는 경향이 높았다. 반면에 가족의 사회화태도가 부정적이라고 인식하는 주부일수록 시장대체수준이 낮았다.

(2) 편의식품 구매

주부의 연령과 가족의 사회화태도, 가사노동선호, 시장재의 품질이 편의식품 구매에 영향을 미쳤으며, 이들 변수는 전체 분산의 18.9%를 설명하는 것으로 나타났다(〈표 2〉 참고). 구체적으로 살펴보면, 연령이 많고 가족의 사회화태도가 긍정적이며 식사준비와 관련된 가사노동을 좋아하는 주부일수록 편의식품을 구매하는 경향이 적었으며, 반면 냉동식품·레포르뜨식품의 품질이 좋다고 평가하는 주부일수록 편의식품을 많이 구매하는 것으로 나타났다.

(3) 외식서비스 구매

외식서비스의 구매에 영향을 미치는 변수로는 주부의 학력, 연령, 가계소득, 취업지위, 시장재의 품질이 있다. 주부의 학력이 높고 가계소득이 많으며 외식의 품질에 대해 긍정적으로 평가하는 주부일수록 외식서비스의 구매정도가 높았고, 연령이 낮고 생산·기술직에 종사하거나 사무·전문직에 종사하는 취업주부보다 전업주부의 구매정도가 낮은 것으로 나타났다(독립변수의 종속변수에 대한 설명력은 21.2%였다). 이를 통해 외식서비스를 이용하기 위해서는 소득과 더불어 소비시간도 확보되어야 한다는 사실을 알 수 있고, 외식은 시간절약재화라기 보다는 시간소모재화의 성격을 띠고 있다고 할 수 있다.

2) 의생활영역 사회화의 결정요인

(1) 옷수선서비스 구매

〈표 3〉에서 보는 바와 같이 주부의 연령, 가족의 사회화태도, 가사노동선호, 시장재 품질이 옷수선서비스 구매에 영향을 미쳤으며, 이 중에서도 가족의 사회화태도가 가장 큰 영향력을 갖는 것으로 나타났다. 즉, 연령이 증가할수록, 생산·기술직에 종사하는 주부가 전업주부에 비해, 가족의 사회화태도가 부정적이며 가사노동을 선호하는 주부가 옷수선서비스를 덜 이용하였으며, 옷수선 서비스의 품질이 우수하며 이것이 중요하다고 평가한 주부일수록 구매수준이 높았다. 이들 변수의 옷수선서비스 구매에 대한 설명력은 28.3% 인 것으로 나타났다.

(2) 세탁서비스 구매

세탁·다림질 서비스 구매에는 주부의 연령과 가족의 사회화태도, 가사노동선호, 시장재의 시간절약특성이 영향을 미쳤으며, 이들 변수의 세탁서비스 구매에 대한 설명력은 16.3%인 것으로 나타났다(〈표 3〉 참고). 즉, 연령이 많고 가족의 사회화에 대해 부정적이며 세탁·다림질과 관련된 가사노동을 좋아하는 주부일수록 서비스를 이용하는 경향이 적었으며, 세탁·다림질 서비스를 이용함으로써 가사노동에 드는 시간을 절약할 수 있고 이것이 중요하다고 평가하는 주부일수록 이를 구매하는 경향이 높았다. 특히 옷수선서비스에는 시장재의 품질이, 세탁서비스에는 시장재의 시간절약특성이 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 이는 옷수선이 세탁에 비해 특별한 기술을 요하는 과제라는 사실을 반영한 결과라고 할 수 있다.

V. 결론

본 연구는 가사노동 과제별로 가사노동을 대체하는 시장재가 갖고 있는 특성과 가정관리자의 특성이 가사노동 사회화 수준을 결정할 때 어떠한 영향을 미치는가를 파악함으로써, 어떤 동기에 의해서 사회화가 진행되고 유보되는가를 실증적으로 규명하고 이것이 갖는 의미를 재조명하고자 하였다.

연구의 결과를 토대로 결론을 내리면 다음과 같

〈 표 3 〉 의생활영역 사회화의 결정요인

	옷수선서비스 구매		세탁서비스 구매	
	b	β	b	β
가정관리자 특성				
학 령	-.08	-.06	-.05	.04
연 령	-.04	-.22***	-.03	-.21***
가계소득	5.6E-04	.06	-4.3E-04	-.05
취업지위 ¹⁾				
(전업주부 - 생산기술직)	-.50	-.10*	-.06	-.01
(전업주부 - 자영업)	-.28	-.05	.00	.00
(전문직 - 사무전문직)	.16	.05	-.05	-.02
가족의 가정지향성	-.31	-.23***	-.21	-.20***
가사노동선호	-.24	-.24***	-.14	-.18***
시장재 특성				
품질특성	.10	.11**	.01	.04
시간절약특성	-.00	-.00	.09	.14**
화폐비용특성	.05	.06	.03	.04
Constant	9.82		6.07	
R ²	.283		.163	
F	20.54***		11.28***	

b : 비표준화회귀계수, β : 표준화회귀계수

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

다.

첫째, 시장재 특성과 가정관리자의 특성이 모두 가사노동 사회화에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 시장재의 특성보다 가정관리자의 특성이 갖는 영향력이 더 컸다. 따라서 가족원이 가사노동을 사회화하는 것에 대해 부정적으로 여기고, 가사노동을 좋아하는 가정에서는 가정내에서의 가사노동 수행이 지속적으로 이루어질 것이다. 이를 통해 지속적인 경제발전에 따라 사회화가 계속적으로 진전되고 있지만, 가사노동의 감소라는 일관된 방향으로 지속되기 보다는 다양한 양식으로 가사노동이 수행될 것이라는 예측이 가능해진다.

둘째, 본 연구에서는 시장재 특성을 분류함으로써 가사노동시간의 감소라는 목적에서만 사회화가 진행되는 것이 아니라는 점을 규명하였다. 특히, 시간절약특성보다는 시장재의 품질이 우수하고 이것을 중요하게 평가하는 주부의 구매수준이 높게 나타난 것

을 볼 때 가사노동의 사회화가 생활의 간소화 뿐 아니라 생활의 질 향상에도 기여할 수 있음을 알 수 있다. 따라서 재화와 서비스의 공급자는 가사노동을 대체할 수 있는 우수한 품질의 시장재를 만들어냄으로써 가족의 복지에 기여해야 할 것이다.

셋째, 과제에 따라 가사노동 사회화의 결정요인이 다른 것으로 나타났다. 이는 가사노동의 과제에 따라 태도나 가치, 능력, 특성 등이 다르기 때문이다. 따라서 가사노동을 하나의 전체로 보기 보다는 가사노동 각 과제를 대상으로 한 연구가 이루어져야 할 것이다.

후속연구에서는 보다 정교화된 척도를 가지고 영역을 가사노동 전반으로 넓혀서 사회화 결정에 영향을 미치는 요인을 규명해야 할 것이다.

【참 고 문 헌】

- 강정옥(1983). 가사노동의 사회화에 대한 실태조사. 건국대학교 석사학위논문.
- 김귀란(1991). 식생활과 관련된 가사노동의 사회화실태 및 미래전망에 관한 연구. 연세대학교 석사학위논문.
- 김영란(1989). 가사노동에 관한 계급별 사례연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 김의숙·이기영·최은숙(1997). 가족자원관리. 한국방송통신대학교출판부.
- 문숙재(1990). 가정생산. 신광출판사.
- 문숙재·김혜연(1995). 취업주부의 시간, 에너지, 금전, 심리적 취업비용에 관한 연구. 대한가정학회지 33(6), 73-88.
- 문숙재·정지영(1997). 가족생활주기에 따른 주부의 가사노동시간과 가계의 시간절약지출비에 관한 연구. 한국가정관리학회지 15(3), 59-72.
- 박미은(1993). 취업주부의 시간제약지각에 따른 가사작업 수행방안에 관한 연구. 성신여자대학교 석사학위논문.
- 백유진(1995). 가사노동 사회화와 관련변인연구. 동아대학교 석사학위 논문.
- 우경옥(1991). 식생활과 관련된 가사노동의 실태 및 가치인식에 관한 연구. 연세대학교 석사학위논문.
- 이기영(1987). 가사노동의 상품대체에 관한 연구. 서울대학교 박사학위논문.
- 이기영·구혜령(1997). 가사노동 사회화의 결정요인에 관한 연구. 한국가정관리학회지 15(3), 33-43.
- 이기춘·이은영·이기영·황인경·김민자·김영옥(1989). 산업 사회의 소비자행태연구. 대한가정학회지 27(2), 115-132.
- 이미선·이정우(1997). 전문·사무직 취업주부의 가사노동 관리 방안 및 가사노동 관리만족도. 대한가정학회지 35(2), 201-216.
- 이미숙(1990). 가사노동 사회화에 관한 연구. 원광대학교 석사학위논문.
- 이승미(1989). 주부가 지각한 시간제약과 가사노동의 수행방안. 서울대학교 석사학위논문.
- 이은주(1991). 가사노동의 사회화 및 관련변인 고찰. 숙명여자대학교 석사학위논문.
- 정순희(1993). 미국내 가사노동의 시장대체실태와 관련변수에 관한 연구. 한국가정관리학회지 11(1), 22-34.
- 정연주(1987). 도시가정의 가사노동 사회화에 관한 연구. 이화여자대학교 석사학위논문.
- 제미경(1994). 취업주부의 시간절약재화 및 서비스요구와 소비행동. 경희대학교 박사학위논문.
- 조성은(1989). 주부의 가사노동 시간관리전략에 관한 연구. 이화여자 대학교 석사학위논문.
- 조유현(1994). Factors Affecting Household Expenditures for Services. 대한가정학회지 32(3), 45-62.
- 채옥희(1995). 확대기 가정주부의 가사노동 시간관리 전략. 한국가정관리학회지 13(1), 88-98.
- 허성미(1994). 식생활을 중심으로 한 가사노동에 관한 연구. 영남대학교 박사학위논문.
- 황의록·신영철(1993). 시간/노동절약수단의 활용에 영향을 미치는 영향에 관한 연구. 소비자학연구 4(1), 109-129.
- Becker, G. S. (1965). A theory of allocation of time. *The Economic Journal* 75, 493-517.
- Brown, C. (1982). Home production for use in a market economy. Rethinking the family. In Thorne, B. and Yalom.(Eds). New York and London : Longman, 151-167.
- Hafstrom, J. L. & Schram, V. R. (1983). Housework time of wives : pressure, facilitators, constraints. *Home Economic Research Journal* 11(3), 245-254.
- Hartmann, H. I. (1974). Capitalism and women's work in the home, 1900-1930. Ph.D. Dissertation. Yale University.
- Nickols, S. Y. & Fox, K. D. (1983). Buying time and saving time :Strategies for managing household production. *Journal of Consumer Research* 10, 197-208.

- Reilly, M. D. (1982). Working wives and convenience consumption. *Journal of Consumer Research* 8, 407-417.
- Strober, M. H. & Weinberg, C. B. (1980). Strategies used by working and nonworking wives to reduce time pressures. *Journal of Consumer Research* 6, 338-348.
- Weagly, R. O. & Norum, P. S. (1989). Household Demand for Market purchased, home producible commodities. *Home Economic Research Journal* 18(1), 6-18.
- Yang, S. J. & Magrabi,(1989). Expenditures for services, wife's employment, and other household characteristics. *Home Economic Research Journal* 18(2), 133-147.