

여성전용 인터넷사이트의 콘텐츠 분석

A Contents Analysis on the Internet Sites for Women

조 찬 식(Chan-Sik Cho)*

목 차

- | | |
|-----------------------|-----------------|
| 1. 서론 | 4. 1 여성포털사이트 |
| 2. 여성전용 사이버공간의 이론적 접근 | 4. 2 여성커뮤니티사이트 |
| 2. 1 인터넷과 사이버 공간의 개념 | 4. 3 여성전문사이트 |
| 2. 2 여성문화의 내용과 의미 | 4. 4 여성교육사이트 |
| 2. 3 여성전용사이트의 이해 | 5. 문제점 및 활성화 방안 |
| 3. 여성전용사이트 현황 | 6. 결론 |
| 4. 여성전용사이트의 유형분석 | |

초 록

여성전용사이트는 정보통신의 발달과 여성중심으로 특징지어지는 여성문화의 결합으로, 그 수적인 증가와 내용의 변화는 우리 사회에도 커다란 영향을 미치고 있다. 이에 본 논문은 정보사회에서의 인터넷과 사이버공간, 그리고 여성문화에 대한 이해를 바탕으로 여성전용사이트에 대한 이론적 기반을 구축하고, 우리나라 여성인터넷 사용자와 여성전용사이트의 현황을 살펴봄으로써, 여성전용사이트를 여성포털사이트, 여성커뮤니티사이트, 여성전문사이트, 여성교육사이트로 구분하여 대표적인 여성전용사이트들을 비교·분석하고, 그 분석을 기초로 여성사이트의 문제점과 활성화 방안을 찾아봄으로써 인터넷과 사이버공간 그리고 여성문화에 대한 이해증진에 일조함에 그 목적이 있다.

ABSTRACTS

Internet sites for women, as combination of the advanced telecommunication and women's culture, have influenced our society both quantitatively and qualitatively. In that, this study builds a theoretical basis on internet sites for women in relation to internet, cyberspace, and women's culture; examines internet sites for women in Korea; compares and analyzes internet sites for women in terms of women's portal sites, women's community sites, women's professional sites, and women's educational sites; and suggests some recommendations for improvement. In so doing, this study aims at enhancing our understanding of internet, cyberspace, and women's culture in general.

키워드: 인터넷, 사이버공간, 여성문화, 여성전용사이트, 콘텐츠분석

* 동덕여자대학교 정보학부 문헌정보전공 부교수(ccho@dongduk.ac.kr)
논문접수일자 2002년 5월 26일
게재확정일자 2002년 6월 19일

1. 서론

정보화가 가속되면서 사회는 점점 다양한 형태로 발전해가고 있다. 그 중 가장 대표적인 변화는 사회를 연결하고 있는 정보통신의 발달과 그 파급으로 기존의 문화가 커다란 영향을 받고 있다는 것이다(이화용 1996; 정국환 1997; 한상완 2001). 인터넷으로 특징지어지는 정보통신의 발달은 익명성, 연결성, 평등성을 바탕으로 새로운 사회, 즉, 사이버공간을 형성하여 새로운 사회변화와 문화를 형성해 가고 있으며 이러한 사회변화에 대한 이해는 바로 현대를 살아가는 우리에게 주어진 과제인 것이다.

이러한 사회적 변화는 여성중심으로 특징지어지는 여성문화에도 커다란 영향을 미치게 되었다(김재인, 정숙경 1998; 윤선희, 이수현 2000). 여성문화는 역사와 더불어 계속되어 왔으며 각 시대의 사회적 환경과 접목되어 여성의 지위, 기능, 역할이 바뀔 때 따라 여러 가지 형태로 나타나게 된다. 그러나 이렇게 다양하게 표출되고 해석되는 여성문화는 궁극적으로 여성에 대한 이해와 나아가 사회에 대한 이해를 전제로 하며, 정보화의 가속으로 인한 여성문화의 이해 또한 필연적으로 이루어져야 하는 것이다.

여성전용사이트는 인터넷과 사이버공간이 여성문화에 영향을 미친 하나의 사회현상이다. 그러므로 여성전용사이트를 통하여 여성문화는 변화·발전하며 동시에 사회의 변화·발전을 촉진하게 되는 것이다. 이미 여성전용사이트의 확산은 세계적인 추세이며 우리 나라에서도 그 등록 수가 급증하고 내용이 날로 변

화해 가는 것이 바로 우리의 현실인 것이다.

이에 본 논문은 정보사회에서의 인터넷과 사이버공간, 그리고 여성문화에 대한 이해를 바탕으로 여성전용사이트에 대한 이론적 기반을 구축하고, 우리 나라 여성인터넷 사용자와 여성전용사이트의 현황을 살펴보고, 여성전용사이트를 여성포탈사이트, 여성커뮤니티사이트, 여성전문사이트, 여성교육사이트로 구분하여 대표적인 여성전용사이트들을 비교·분석하고, 그 분석을 기초로 여성사이트의 문제점과 활성화 방안을 찾아봄으로써 인터넷과 사이버공간 그리고 여성문화에 대한 이해증진에 일조함에 그 목적이 있다.

2. 여성전용 사이버 공간의 이론적 접근

2.1 인터넷과 사이버 공간의 개념

정보사회란 사회구성원의 활동, 인식, 사고가 정보를 중심으로 이루어지는 사회를 가리키며 곧 정보의 혁명으로 야기되는 정보의 대량생산과 대량소비, 즉 정보시대의 도래를 의미한다. 따라서 정보사회란 사회적 구조와 정보가 상호 작용하는 발전된 사회의 형태로 이는 정보화를 기반으로 이루어지며 정보화란 정보의 생산, 유통, 소비가 활발해지면서 정보의 가치가 점점 커지는 과정을 의미하며 그 사회와 사회를 구성하고 있는 조직간의 관계를 나타낸다고 할 수 있다(김경동 1999; 전석호 1999).

이러한 정보화는 컴퓨터와 통신에 기초한

세계적인 공공네트워크인 인터넷을 기반으로 급속한 발전을 해왔으며, 우리 생활의 다양한 영역에 깊숙이 침투하여 영향을 주고 있다. 인터넷의 혁신이 가져오는 놀라운 점은 이것이 단지 기술이 아니라 컴퓨터 네트워크를 통해 대학, 조직, 기업, 공공기관 등 사회의 모든 영역들이 하나로 엮여지면서 동시에 사회적 상호교류를 가능하게 한다는 것이다. 즉, 동호회 형성, 조직간의 연결, 친구간의 교섭을 지원해 주고 정치 토론, 의사 결정, 출판, 오락, 음악 감상, 영화 감상, 교육 등을 촉진시킨다. 또한 인터넷은 개인의 접속과 탐색을 무한대의 자원으로 24시간 동안 동시적은 물론이고 비 동시적으로도 작동하고 있어서 누구든지, 언제, 어디에서나 지식과 정보를 교환하고 상호작용을 지속할 수 있을 뿐만 아니라 인간 활동의 새로운 영역으로서의 인터넷은 우리에게 전자 커뮤니케이션으로 새로운 문화 현상을 형성하면서 커다란 문화의 변화를 가져오고 있다(김영석 1997).

인터넷 문화는 현실의 문화와 구분이 되는 또 다른 문화로 현대사회에서 인터넷은 새로운 변화를 일으키고 있으며 이것이 대중화를 통해 인터넷 문화를 탄생시키고 있다. 예를 들면 대학은 이러한 사이버공간을 교육의 장으로 활용하고 있다. 이렇게 인터넷의 영향은 사회의 모든 분야에 걸쳐서 나타나고 있으며, 사회의 어느 구성요소도 이러한 혁명적인 인터넷의 영향으로부터 자유롭지 않은 것이다(정태영 1997).

이러한 인터넷의 특징을 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 네트워크의 네트워크인 인터넷은 무한의 거대 공간인 사이버 공간을

형성한다(조찬식 2001b; 홍윤선 2000). 이는 시간과 공간을 초월하여 수많은 컴퓨터 네트워크들이 국경을 초월하여 존재하며, 인터넷에만 접속하면 지구촌 어느 곳이든지 자유자재로 돌아다니며 정보수집은 물론이고 그곳의 정치, 경제, 사회, 문화, 교육에도 참여할 수 있는 기반을 제공하게 된다.

둘째, 인터넷은 새로운 문화 공간을 창출한다(홍성태 1996). 현실의 공간 개념이 사이버 공간의 출현으로 새로이 정의되고 있으며 이에 따라 문화도 새로운 양상을 갖는다. 우리는 거리, 장소, 물리적 장소, 참여 공간 등 전통적인 공간에서 벗어나고 있다. 인터넷에 접속만 하면 사이버 공간에 진입할 수 있다. 그 공간에는 사이버 시민(netizen)이 지역사회(communitiy)를 형성하며 사이버문화를 형성하게 되는 것이다.

셋째, 이러한 인터넷은 사회의 변화를 유도하고 변동에 자극을 주고 있다(문화관광부 2000; 이용욱 1997; 조찬식 2001a). 사회변동을 컴퓨터 커뮤니케이션에 의해 형성된 새로운 사회 관계로 설명하는 기술 결정론적 입장을 취하는 포스트모던 사회 이론가들은 전자 글쓰기, 데이터베이스, 배너 광고, 양방향적 예술활동 등 전자 매체 중심의 새로운 지배양식으로 정보 양식의 개념을 제시하고 있다.

요컨대 인터넷으로 특징지어지는 사이버공간은 현대 사회의 필연적인 도구이자 기구이며 이러한 인터넷에 의한 사회변화의 폭과 방향은 과거의 상상을 실제로 초월하고 있다. 이러한 인터넷의 무한성과 새로운 문화의 형성은 사회의 변동을 초래하게 되며 이러한 변화는 다원화된 현대사회의 한 모습으로 나타나

게 되는 것이다

2. 2 여성문화의 내용과 의미

여성 문화는 여성을 중심으로 형성되는 문화의 한 형태를 가르킨다. 여성들은 전통사회로부터 현재에 이르기까지 여성특유의 문화를 형성해왔으며 모든 인간의 활동들이 그러하듯이 여성문화도 역사 속에서 그 흐름을 찾을 수 있다. 즉 사회활동의 주체들과 상호 작용하면서 형성되어온 전통사회에서의 여성문화는 사회의 흐름에 따라 변화된 현대사회로 이어져온 것이다.

여성들이 만들어내고 있는 문화의 독특성은 지속적으로 보존, 변화, 발전을 해오고 있으나, 사회의 특성에 따라 여성문화에 대한 해석이 달라지고 있음을 알 수 있다. 즉, 전통사회에서는 여성문화를 남성문화에 대한 하위문화로서, 현대사회에서는 하위문화와 주체성을 찾는 대안문화로서, 미래사회에서는 컴퓨터와의 관계 속에서 소프트웨어 개발에 알맞는 특성을 지닌 여성들이 주체문화를 형성하게 될 것이라고 보는 관점이 논의되고 있다(김재인 정숙경 1998).

여성문화의 개념은 여성이 주체가 되는 문화로 대상(객체)으로서의 '여성'과 주체로서의 '여성'의 개념을 포함하면서, 주체로서의 여성의 역할과 기능을 지원하고 조장하여 사회발전 추세에 대응할 수 있게 하는 문화가 되어야 한다. 또한 여성문화는 하위문화로서의 개념과 방향과 기능을 포함한 보다 적극적인 문화개념의 두 부분으로 정의되고 있다. 하위문화로서의 여성문화 개념은 남성이 창출,

유지하는 문화의 성격에 의한 것과 현상적으로 존재하는 여성들이 주로 하는 문화·여가 활동 등으로 규정하고 있다. 방향과 기능을 포함한 보다 적극적인 여성문화 개념은 여성을 대상화, 물상화하는 가부장적 남성중심문화에 비판적 입장을 취하는 것이다. 여성의 주체적, 창조적 삶을 제약했던 생활양식을 극복하고 새로운 여성으로 태어나고자 하는 내용을 담는 것으로 주류문화에 대안문화로서 존재하며, 이러한 여성문화는 대상집단과 행위자가 계획을 세우면 환경과 상호작용을 하면서 외부의 영향을 받아 변화해 간다(성기주 2001; 조은 1996).

또한 여성의 문화활동은 여성단체를 중심으로 여성문화 정체성을 찾아가는 활동이나 운동이며 여성들이 생산적이고 혁신적인 틀로 들어갈 수 있게 하는 활동이다. 그리고 남녀평등 가치관이 우리 사회에서 바르게 확산되도록 하는 활동이고, 여성개인의 문화강좌 참여 등의 활동과 일상생활을 재조직하는 활동을 포함하고 있으며, 산업현장, 공직, 사회활동단체에서의 여성활동과 역할 강화를 위해 필요한 활동이다.

개별적이고 집합체적 활동으로 구분되는 여성의 문화 활동은 여성의 자아주체성과 심신을 계발하고 연마하며, 인간으로서의 의식과 시민의식을 고양시키고, 개인의 문화활동을 활성화시키기 위한 활동이다. 이러한 여성의 문화활동은 여성 스스로의 자각과 더불어, 사회전반의 상황을 바꾸려는 여성의 의지를 펼칠 수 있도록 하는데 의미가 있으며, 정치, 경제, 사회, 교육 등 모든 분야에서 평등을 추구하는 활동이라는데 의의가 있다.

그러므로 여성문화를 무에서 창조된 새로운 삶의 방식이 아닌 과거부터 이어져 온 여성의 삶의 방식에 대한 이해와 자각, 그리고 사회적 상황이 어우러져 만들어낸 여성과 사회 그리고 환경 등이 적절히 어우러져서 나타나는 인간환경인 것이다.

2. 3 여성전용사이트의 이해

현대 정보사회에서 인터넷을 통한 사이버공간의 영향은 매우 커다란 것이며 사회의 모든 구성 요소들로 이러한 인터넷과 사이버공간으로부터 자유로울 수가 없게 되었다(손연기 1999). 이러한 인터넷의 영역확장은 사회의 하위구조와 하위문화에도 변화를 초래하게 하였으며 이에 따른 사회 구조와 형태에도 변화를 가져오게 되었는데 다시 이러한 변화는 새로운 사회형태로의 변화를 유발하고 있다.

여성 중심으로 이루어진 여성문화는 이러한 사회의 변화에 동참하여 이러한 정보기술을 도입, 활용하고 이에 따른 변화에 적응되어 가고 있다. 즉, 기존의 말과 글 중심의 커뮤니케이션으로 이루어지던 여성문화가 인터넷과 사이버공간을 통하여 새로운 여성문화의 창출을 이루어 가고 있으며 동시에 기존의 여성문화와의 균형을 맞추어 가고 있는 것이다(김강민 윤세환 1998). 또한 이러한 사이버공간은 빠른 변화와 유동성에 발 맞추어 내용적으로나 구조적으로 계속 변화하고 있다(이란주 2001).

이러한 인터넷과 여성문화의 접목도 여성전용사이트라는 새로운 공간을 형성하고, 이러한 여성 전용공간을 이용하여 새로운 여성문화가 창조되어 가는 것이다. 이러한 여성전용

사이트의 중요성은 이러한 공간이 여성정신이나 그러한 공간에서 이루어지는 여성문화란 필연적으로 사회에 영향을 미치고 또한 사회의 재생산에 직·간접으로 변화를 야기한다는 점에서 여성전용사이트는 단순한 사회의 하위문화가 아닌 사회 문화전체의 요소란 점에서 그 의미가 있는 것이다.

여성전용사이트란 정보사회에 만연된 인터넷과 사이버공간이라는 새로운 사회적 공간이 여성과 여성문화에 적용되는 것을 말한다. 즉, 모든 사회의 구성요소들이 필연적으로 인터넷의 영향을 받으며 변화하는 것처럼 여성문화도 이러한 인터넷과 사이버공간의 영향을 받아서 나타난 하나의 인터넷의 효과이자 사이버공간의 확장을 의미한다(Walmsley 2000).

또한 여성전용사이트란 여성문화가 인터넷과 사이버공간을 활용하여 그 문화의 범위와 방향을 확대하는 것이라 할 수 있다. 다시 말하면 여성전용사이트란 전통적인 커뮤니케이션 통신의 여성문화가 이제는 정보통신의 커뮤니케이션 형태로 나타나며, 여성 문화의 현실적응과 발전에 이바지하는 하나의 도구로 자리잡은 것으로 더 이상 여성문화가 외떨어진 사회요소가 아님을 증명하는 여성문화의 사회화 과정인 것이다.

3. 여성 전용사이트 현황

우리 나라 정보화가 가속되면서 인터넷의 이용자는 급격히 늘어나고 있으며 이러한 증가는 지난해 말에는 우리 나라 전체 인구의 절반수준인 2천3백 여 만 명을 넘고 있으며,

그 증가는 계속 이어질 것으로 예상되고 있다. 이러한 인터넷 사용자의 증가는 우리 나라 뿐만 아니라 이에 세계적인 추세이며 특히 청소년과 여성층의 인터넷 이용 급증이 기폭제 역할을 하고 있다. 다음의 <그림 1>은 우리 나라 여성 인터넷 사용자 수를 나타내고 있다.

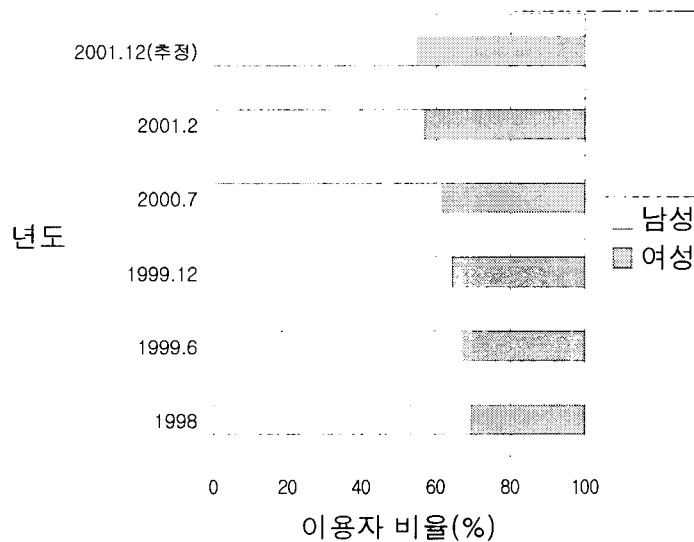
위의 <그림 1>에서 알 수 있듯이 1998년도 만 해도 인터넷의 여성이용자수는 30%를 겨우 넘는 수준이었으나 3년이 지난 2001년도 말에는 전체 이용자의 50%에 육박하고 있다. 이처럼 여성 인터넷 이용자의 수는 급격하게 늘어나고 있으며 이는 매년 꾸준히 2~3%씩 성장하고 있다는 것을 의미하며 이러한 증가 추세는 앞으로도 계속될 전망이다.

여성 인터넷 이용자 수가 증가함에 따라 여성사이트들은 여성 이용자들을 끌어들이기 위해 경품제공 등을 통해 이용자들을 끌어들이기 위해 노력하고 있다. 이러한 여성전용사

이트들은 일반사이트와 달리 더욱 회원을 모집하기 위해 애를 쓰고 있는데 이는 여성네티즌들은 남성네티즌과 달리 한 사이트를 반복해서 방문하는 경향이 있고, 사이트에 머무는 시간에서도 큰 차이를 보인다. <그림 2>는 여성이 사이트별 머무는 시간을 비교해 나타내고 있다.

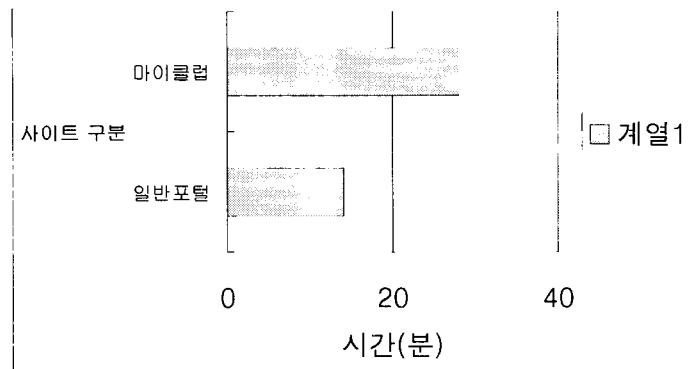
<그림 2>에서도 볼 수 있듯이 일반적으로 네티즌들이 대형 포털사이트에 머무는 시간은 평균 13~14분이지만 마이 클럽의 경우 평균 체류시간이 28분에 이른다. 이는 단순히 시간의 차이가 아니라 여성포털업체 입장에선 그만큼 비즈니스로 연결할 수 있는 기회가 많아지기 때문에 일반 사이트들보다도 경쟁이 치열해 지는 것이다.

또한 여성들은 대체로 여러 곳을 이용하지 않고 한 사이트에 비중을 두고 사적인 고민들이 일반적인 살아가는 이야기들을 올리고 있



출처: 코리아 클릭 (<http://www.koreanclick.co.kr>)

<그림 1> 성별에 따른 인터넷 이용자수



출처: 코리아 클릭 (<http://www.koreanclick.co.kr>)

〈그림 2〉 일반포털과 여성전용사이트의 머무는 시간비교

다. '수다'나 '모임'을 좋아하는 여성의 특성이 온라인에 그대로 나타나고 있다는 것을 알 수 있다.

이처럼 여성인터넷 이용자의 증가에 따라 여성전용사이트와 회원 수도 점점 증가하고 있으며, 등록신청을 기다리는 여성사이트도 하루에 5~6개에 달하고 있는 실정이다. 현재 Yahoo Korea에 등록된 여성전용 사이트만도 200여 개에 따르며 이러한 여성전용사이트의 숫자와 회원 수는 계속 증가하는 추세이다.

4. 여성전용사이트의 유형분석

여성전용사이트는 여성중심으로 운영되며 여성들에게 유용한 정보를 제공하는 인터넷사이트인데 일반사이트들이 남녀모두에 관련된 내용이라면 여성전용사이트는 여성들만의 공간이며 여성들에게 필요한 정보를 제공해주는 데 초점을 맞추고 있다. 이러한 여성전용사이트들은 여성들간의 정보교환이 활발해지고 많은 정보들 중에 자신에게 필요한 정보를 얻을

수 있으며 여성의 권리를 더 빨리 찾을 수 있다는 점을 장점으로 하고있는데 최근 이러한 여성전용사이트들은 짧은 기간에 신문, 인터넷, 길거리광고 등을 통해 급 성장했다. 이러한 여성전용사이트는 앞에 살펴본 바와 같이 증가추세에 있으며 이러한 사이트의 영향은 여성뿐만 아니라 사회전체에 미치고 있는 실정이다.

이러한 여성인터넷사이트들은 운영되는 내용에 따라 크게 네 가지로 구분할 수 있다(윤선희 이수현 2000). 첫째, 여성에 관련된 전반적인 정보를 다루는 여성포털사이트이다. 대부분의 여성사이트들이 여성포털사이트에 속하며, 여성포털사이트들이 제공하는 정보의 양은 풍부하고 다양하며 여러 가지 정보를 얻을 수 있다.

둘째, 여성간의 커뮤니티를 강조한 여성커뮤니티사이트이다. 여성커뮤니티사이트는 서로간의 커뮤니티를 중시하며 의사소통도 할 수 있고 서로 정보교환도 할 수 있는 공간으로 여성가입자들간의 활발한 커뮤니케이션이 이루어지고 있다.

셋째, 전문화된 영역을 다루는 여성전문사이트이다. 여성전문사이트는 최근에 많이 생겨났는데 여성에게 필요한 결혼, 육아, 미용, 패션, 성형 등 여러 가지 내용 중에 한가지 내용에 관한 정보를 제공함으로써 깊이 있는 정보를 얻을 수 있는 공간이다.

넷째, 여성의 자아를 개발하기 위한 여성교육사이트이다. 여성교육사이트는 여성의 창업이나 페미니즘, 직장 내 불평등이나 성희롱 등을 다루는 사이트로 광범위하게 인식되고 있으며 여성의 생활과 밀접한 관련이 있는 정보를 제공하고 있다.

위의 사이트 구분중 접속율이 높은 대표적인 여성전용사이트들을 알아보면 <표 1>과 같다.

본 논문에서는 위의 분류에 맞추어 여성포탈사이트, 여성커뮤니티사이트, 여성전문사이트, 여성교육사이트로 나누어 위에 제시한 대표적인 여성사이트들 중심으로 메인 페이지와 콘텐츠메뉴를 사이트 중심으로 분석하였다. 메인 페이지는 사이트의 입구가 되는 공간으로 사이트의 이미지와 성격을 결정하는 공간인데 여기에서는 로그 및 로그디자인, 메인 카피, 헤드라인스토리, 대상 및 특성을 중심으로 분석하였고, 콘텐츠메뉴는 생활정보, 취미·오락, 성, 교양·교육, 계도적 내용, 상업적 정

보로 분류하여 분석되었다. 그러나 여성포탈사이트의 경우 콘텐츠 메뉴가 대부분 비슷하였으므로, 콘텐츠메뉴를 중심으로 각각의 특성을 분석하였고 나머지 사이트는 사이트 중심으로 분석하였다.

4. 1 여성포탈사이트

포탈이란 현관문이란 의미로 포탈사이트는 인터넷 사용자가 원하는 정보를 얻기 위해 반드시 거쳐야하는 사이트를 뜻한다. 인터넷 포탈사이트는 정보검색서비스나 커뮤니티와 같이 사용자가 정기적으로 이용할 수 있는 서비스를 제공함으로써 고정방문객을 확보하여 인터넷 비즈니스로 연결된다. 이러한 의미에 여성이라는 의미까지 포함한 여성포탈사이트는 여성에게 적합하고 유용한 정보를 제공하는데 현재 우리 나라의 여성사이트중 대부분의 사이트들이 여성포탈사이트에 해당한다고 말할 수 있을 정도로 그 수가 많다.

대표적인 여성포탈사이트인 마이클럽, 여자와닷컴, 우먼플러스, 팟지닷컴을 중심으로 메인 페이지를 비교해 보면 다음 <표 2>와 같다.

위 표에서도 알 수 있듯이 로그디자인에서는 팟지닷컴이 미혼여성과 기혼여성을 나누어 사이트를 만들었는데 그 점이 다른 사이트들

<표 1> 대표적인 여성전용사이트

	대표적인 사이트
여성포탈사이트	마이클럽, 여자와닷컴, 우먼플러스, 팟지닷컴
여성커뮤니티사이트	아줌마, 우먼라인
여성전문사이트	뷰티클리닉, 코디21, 웨딩21닷컴, 베이비2000
여성교육사이트	사비즈, 이화여성학, 법정지원모임, 여성신문

출처: 윤선희, 이수현, 2000, 『사이버문화와 여성』 중 저자의 재분류

〈표 2〉 여성포탈사이트 메인 페이지

	로고 및 로고디자인	메인 카피	헤드라인스토리	대상 및 특성
마이클럽 (http://www.miclub.com)	miclub.com	여자 인터넷 마이클럽닷컴	마이클럽 오픈 2주년 기념이벤트	20~50대까지 거의 모든 연령층의 여성을 대상 정보의 종류와 양은 풍부, 여러 종류의 게시판 마련
여자와닷컴 (http://www.yeozawa.com)	yeozawa.com	없음	긴급제안 '결혼은 미친 짓인가?'	20~30대 직장여성 및 주부 대상 여러 분야의 여성들 중 하루에 한 명씩 사진과 함께 등장
우먼플러스 (http://www.womenplus.com/womenplus)	WomanPlus +	사는 게 즐거워지는 여자인터넷	없음	20~30대 여성을 대상으로 기업이 화장품 전자상거래 회사, 오프라인에서 유사한 내용의 여성 잡지 발간
팻찌닷컴 (http://www.patzi.com)	PATZZI single married my 3wish	욕심 많은 여자들의 만만한 세상	single: 멋쟁이 가방 하나로 스타일 바꾸기 married: 프로에게 배우는 요리하는 즐거움	20~50대의 여성을 대상으로 기혼 여성과 미혼 여성을 위한 사이트가 따로 마련

출처: 각 사이트 메인 페이지 2002년 5월

과의 차별성을 만들었으나 대부분의 사이트들은 차별성이 떨어진다. 각 사이트의 이용자 대상은 정보의 양과 종류에 따라 달라지는데 정보의 양이 많을수록 대상의 폭이 넓어진다. 마이클럽의 경우 20~50대까지의 폭넓은 여성을 대상으로 하고 있으나 여자와닷컴과 우먼플러스는 20~30대의 직장여성을 대상으로 하고 있다.

위 사이트들의 콘텐츠메뉴를 생활정보, 취미·오락, 성, 교양·교육, 계도적 내용, 상업적 정보로 나누어 분석해보면 다음과 같다.

1) 생활정보

생활정보로는 패션, 미용, 웨딩, 여행&레

저, 요리, 육아, 건강, 다이어트, 날씨, 집안 꾸미기 등으로 여성이 필요로 하는 일상정보를 다루고 있고 가장 많은 정보공간이 할애된다. 생활정보 면에서 위의 각 사이트의 특성을 살펴보면, 먼저 우먼플러스는 '우플TV' 라하여 일상생활에 필요한 정보를 동영상으로 보여주고 팻찌닷컴은 기혼여성과 미혼여성을 위한 사이트를 따로 분류해 놓아서 기혼여성사이트에는 주로 요리와 육아, 교육 등의 정보를 제공하고 미혼여성사이트에는 패션, 스타일, 뷰티, 웨딩 등의 정보를 제공하고 있어 결혼의 여부에 따라 필요한 정보를 이용하기 편리하게 만들어 놓았다. 마이클럽과 여자와닷컴은 정보의 양이 다른 사이트에 비해 상당히 풍부

한데 비해 정보의 내용은 다른 사이트와 비슷하여 차별성이 떨어진다.

2) 취미·오락

취미·오락정보에는 음악, 게임, 전자소설, 연예가소식, 운세, 점성술등의 정보를 제공하는데 대부분의 여성포털사이트들이 대량의 연예와 오락적인 정보를 제공하고 있다. 오락부분에서 위의 각 사이트의 특성을 살펴보면 먼저 마이클럽은 '노래방'이라 하여 노래방을 가지 않아도 인터넷화면과 사운드를 통해 노래를 부를 수 있게 만들어 집에서든 언제든 사용할 수 있어 편리하고 돈도 절약할 수 있다. 여자와닷컴은 '오늘의 여자'라 하여 여러 분야의 여성들 중 한 여성을 선택해 그 여성에 대해 알아보고 읽는 사람으로 하여금 본받을만한 점을 생각할 수 있도록 만들었다. 팟찌닷컴은 이슈가 되는 연예인에 대해 여러 사람들의 생각을 알아보고 그것을 동영상으로 제공하여 토론의 문화를 생활에서 익히게 하였고 우먼플러스는 '노다지복권'이라 하여 복권정보를 알려주고 있어, 오락성을 더한다.

3) 성

성과 관련된 내용은 성에 대한 주제를 여성의 공간에 개방시켜 여성이 능동적인 주체라는 의미를 부여한 긍정적인 측면도 작용하나 대부분의 여성포털사이트가 내용이 비슷하고 사회문제를 부각하기보다는 다분히 선정적 내용이 대부분이어서 차별성과 독창성이 떨어진다.

4) 교양·교육

교양·교육은 이용자의 학습능력이 요구되

는 분야로써 재테크, 컴퓨터, 부동산, 자동차, 환경, 시사뉴스, 유아영어교육, 유학, 이민, 창업, 법률, 주식, 문화, 예술 등을 말한다. 위의 네 사이트를 중심으로 특성을 살펴보면 먼저 마이클럽은 영재교육과 영어교육, 자격증, 재테크 등의 폭넓은 정보를 제공하여 여성의 교육에 도움을 주고 있고, 여자와닷컴은 주로 직장여성을 대상으로 한 사이트이므로 창업정보가 많고 '우먼서핑'이라하여 재테크와 실생활에 필요한 정보를 제공하고 있다. 팟찌닷컴은 기혼과 미혼여성 사이트에 공통으로 여성 비즈니스정보가 들어있고 기혼여성 사이트에 재테크와 육아교육 정보가 포함되어있어 여성 자신이 필요한 정보를 편리하게 사용할 수 있도록 만들었다. 우먼플러스도 '워킹우먼'이라하여 여성취업과 채용, 유학 등의 정보를 제공하여 여성의 교육에 도움을 주고 있다.

5) 계도적 내용

계도적 내용은 여성으로 하여금 여성이 처한 사회 문제를 생각하게 하는 내용, 여성의 자립을 지원하거나 정체성 확립을 위한 담론등을 포함한다. 위의 네 사이트를 중심으로 특성을 살펴보면 먼저 마이클럽은 이혼상식과 호신술등의 정보를 제공하는 '힘내라 여성', '취업과 창업' 등의 정보를 제공하고 있고 여자와닷컴은 '여자와 세상읽기'라 하여 여성에 관한 뉴스와 커리어 우먼 등의 정보를 제공하고 팟찌닷컴은 여성 유망 자격증과 여성의 성공 노하우 등의 정보를 제공하고 있고 우먼플러스도 21세기의 성공 직업과 이색직업 정보를 제공하고 있어 대부분의 여성사이트들이 여성의 자립을 지원하데 도움을 주는 계도적

내용을 가지고 있다.

6) 상업적 정보

상업적 정보는 쇼핑 서비스, 상품 정보 교환, 세일정보, 상품관련 이벤트 등이 제공되는 가를 살펴보기 위한 것이다. 거의 모든 사이트가 상품관련 이벤트를 제공하며 쇼핑물이나 광고와 연결되어 곧장 해당 상품의 구매가 가능하도록 링크 되어 있다. 위의 네 사이트들이 모두 공동구매 서비스를 제공하고 있으며 우먼플러스는 '아나바다'라 하여 회원들간의 물물교환이 가능하도록 정보를 제공하고 있는데 이런 아나바다라는 비슷한 형태로 베퉀시장이 팻찌닷컴과 여자닷컴에 있고 마이클럽도 물물교환 서비스를 제공하고 있어 돈을 절약할 수 있고 쇼핑을 직접 나가서 사지 않고 앉아서 주문함으로써 시간을 절약할 수 있어 편리하다.

위에서 살펴본 바와 같이 여성포탈사이트들은 정보의 내용이 생활 정보, 취미·오락, 성, 교양·교육, 계도적 내용, 상업적 정보 등 다양하고 풍부하여 많은 이용자들이 참여하고 있으나 각각의 내용들이 거의 비슷하여 차별성과 독창성이 떨어지고 제공하는 정보의 내용도 정보가 중심이기보다는 흥미거리를 제공하는데 치중하고있는 것이 본 사이트 개설의 목적과 더불어 생각되어야 할 문제이다.

4. 2 여성커뮤니티사이트

커뮤니티의 개념은 영역, 즉 공간의 개념에서 유래한다. 영역을 한정할 때는 특정한 기준과 의도가 설정되어야 한다. 어떤 집단도 자신

들의 특정한 영역을 관할하는 공통된 문화와 역사를 갖고 있으며 이러한 특성이 반영된 것이 커뮤니티이다. 그러므로 모든 커뮤니티들은 그들만의 특정한 공통점을 갖고 있으며 그 공통점이 구심점으로 하여 형성되어지는 사람들의 모임을 커뮤니티라고 하는 것이다.

커뮤니티의 참여는 곧 자신들의 관심사를 추구하는 행위이다. 따라서 커뮤니티를 논할 때는 근접성뿐만 아니라 공통된 경험과 흥미가 포함된다. 따라서 사이버 공간일지라도 공통된 관심을 갖는 사람들이 참여하여 집단화 되면 자연스럽게 커뮤니티가 형성될 수 있다. 또한 사이버 공간 안에서의 커뮤니티는 공통된 관심을 중심으로 자발적으로 모여지기 때문에 관심사적인 요소가 더욱 강화되게 된다(김유정 조수선 2000).

대표적인 여성커뮤니티사이트인 아줌마닷컴과 우먼라인을 중심으로 메인 페이지를 비교해 보면 다음 <표 3>과 같다.

위의 표에서 알 수 있듯이 각 로고디자인과 로고는 특별히 다를 것이 없고, 일반적으로 사이트 명을 그대로 옮겨와 이용자들이 기억하기 쉽도록 하였다. 그러나 메인 카피 면에서는 각각의 특성을 부각 시켰는데 주로 이용하는 대상을 부각시키거나 각 사이트의 운영하는 기본 방향을 제시하고 있다. 헤드라인 스토리 역시 각각의 특징을 담고 있으며, 위의 여성커뮤니티사이트를 각 사이트별로 콘텐츠를 생활정보, 취미·오락, 성, 교양·교육, 계도적 내용, 상업적 정보로 분류해 분석해보면 다음과 같다.

1) 아줌마닷컴

아줌마 닷컴의 경우 교양·교육으로 'e-칼

〈표 3〉 여성커뮤니티사이트 메인 페이지

	로고 및 로고디자인	메인 카피	헤드라인 스토리	대상 및 특성
아줌마 닷컴 (http://www.azoomma.com)	azoomma.com	대한민국 힘있고 아름다운 아줌마들의 인터넷 세상	아줌마에 대한 사회인식을 바로잡기 위한 아줌마 문화축제	30~40대의 주부세대 50대의 주부를 위한 공간 마련 주부의 사회 참여에 기여할 수 있는 교육 및 제도, 사회 감시 프로그램 제공
우먼라인 (http://www.womenline.co.kr)	WOMENLINE 그림 형식의 메뉴바와 함께 떠오름	The Digital World for Women	우먼라인 2002 가정의 달 행사 -가족신문 만들기	주부 패션 섹션 없음

출처: 각 사이트 메인 페이지 2002년 5월

리지'라는 메뉴를 만들어 컴퓨터, 외국어, 자녀교육, 일반적인 교양, 자격증 전문가과정 관련 강의와 자료를 제공하고 있으며 상업적 정보로는 쇼핑을 운영하며, 쇼핑몰의 경우 다른 사이트에 비해 가정용품이 주를 이루고 있으며 심지어 야채나 고기 등 식료품도 취급하고 있는 것이 특징이라고 할 수 있다. 또한 커뮤니티의 특징인 이용자의 참여 측면에서는 사이버 작가의 메뉴에서는 일반적인 의견, 생각 등을 교환하는데서 그치는 것이 아니라 자신의 글을 남길 수 있게 하여 이용자들의 반응이 좋을 경우에는 작가로 발전 할 수 있는 기회가 될 수도 있다. 또한 최근에는 '초록아이'라는 메뉴를 신설하여 참여단을 모집하고 있는데 이 메뉴는 '한 번 더 생각하는 엄마들의 공동체'라는 테마로 운영되며 초록엄마세상, 초록아지트, 초록쇼핑, 초록스쿨, 전문가상담으로 구성되고 있다. 그러나 취미·오락, 성, 계도적 내용은 제공하지 않고 있었다.

2) 우먼라인

우먼 라인에서의 교양·교육은 사이버 강좌와 컴퓨터&인터넷을 통한 교육을 하고 있으며 메뉴가 그림 안에 숨어있어 마우스를 드래그 해야 메뉴를 알 수 있는데 '차 한잔의 여유', '신나는 주부', '우리 친구해요' 등의 메뉴에서는 일반적인 커뮤니티와 마찬가지로 글을 올리거나 새로운 사람을 만날 수 있는 기회를 제공하고 있다. 그러나 '남자, 궁금하다'와 '세상읽기' 등의 메뉴에서는 일반적인 지식을 주부의 눈높이나 상황에 맞춰 적어놓아 알기 쉽게 접근하고 있었다. '다시 시작하자!'에서는 나이가 들었다고 생각하거나 자신감을 잃은 주부들에게 자신감을 넣어주며 새로운 출발을 생각하는 사람들을 위한 정보를 제공하고 있다.

또한 우먼라인의 특징적인 메뉴중의 하나는 '나도 한때는'이라는 메뉴로 이는 주부들의 과거를 회상하며 좋았던 시절을 자랑 할 수 있는 메뉴를 만들어 놓아 주부들이 일상의 활

력을 얻을 수 있게끔 하였으며 일반적인 생활 정보를 제공하여 알뜰 살림법과 남성들의 심리 등을 알려주고 있으나 계도적 내용과 상업적 정보는 없다.

이와 같은 여성커뮤니티사이트의 경우 대부분 사이버 강좌와 같은 메뉴를 통해서 주부들이나 여성들에게 배울 수 있는 기회를 많이 제공하는 것 같아 좋았으나 그 주제가 컴퓨터, 인터넷 등으로 한정되어 있어 아쉬웠는데 오프라인에 있는 백화점이나 신문사가 운영하는 문화센터와 연계하는 방향도 생각해 볼 수 있을 것이다.

전체적으로 여성 커뮤니티의 대상은 주부들이며 아줌마들이다. 그 이유는 현실에서 소외당하고 있다고 느끼기 때문이며 사이버 공간에서 자신의 존재감을 찾고 싶다는 희망에서 비롯된 것이다. 따라서 여성 커뮤니티 운영자들은 단순히 경제적인 이익을 얻으려는 대상으로만 생각하지 말고 이용자들의 근본적인 욕구를 충족시켜주어야 할 것이다.

4. 3 여성전문사이트

여성전문사이트란 여성에게 필요한 정보들 중에서 한 가지 주제를 선택하여 주제에 관련된 정보를 깊이 있고 전문적으로 다루는 사이트를 말한다. 미용, 패션, 성형, 육아, 여성질병 등에 관련된 주제를 다루는 경우가 많이 있으나 현재 우리 나라 여성전문사이트는 특정 주제만을 다루는 경우보다는 특정주제를 중심으로 하고 기타 필요한 정보들도 부수적으로 제공해 줄 수 있는 형태의 사이트가 대부분을 차지하고 있다.

대표적인 여성전문사이트인 뷰티클리닉, 코디21, 웨딩21닷컴, 베이비2000을 중심으로 메인 페이지를 비교해 보면 다음 <표 4>와 같다.

위 표에서도 알 수 있듯이 메인 카피는 사이트의 성격을 집약적으로 나타내 준다. 예를 들어 뷰티클리닉의 메인 카피는 성형 수술을 통해 자신감을 얻어 새로운 삶을 살 수 있도록 도와주는 성형전문사이트의 성격을 강조해 준 것이다. 사이트의 대상은 사이트가 가진 성격에 따라 다양하게 나타났는데, 성형전문사이트인 뷰티클리닉과 코디21인 그 대상이 10~50대까지 모든 여성층을 대상으로 하고 있지만, 웨딩21닷컴은 결혼을 준비하는 예비신부와 신혼기의 신부를 베이비2000은 20~30대 임신중이거나 유아를 둔 주부를 대상으로 한다. 디자인 면에서도 뷰티클리닉과 코디21은 미용과 관련된 사이트답게 세련됨을, 웨딩21닷컴은 순백의 신부처럼 깨끗한 느낌을, 베이비2000은 분홍색으로 통일하고 이미지를 많이 사용함으로써 귀여움을 강조했다.

각 사이트별로 콘텐츠를 생활정보, 취미·오락, 성, 교양·교육, 계도적 내용, 상업적 정보로 분류해 분석하면 다음과 같다.

1) 뷰티클리닉

성형과 다이어트를 전문적으로 다루고 있는 뷰티클리닉은 성형, 다이어트에 관한 생활정보를 중심으로 하며 패션, 피부, 헤어, 보석에 대한 정보도 제공해 주고 있다. 특히 성형수술에 치아교정이나 시력 교정 클리닉 등도 포함하고 있으며, 성형할 부분에 대한 상세한 설명뿐만 아니라 수술하는 장면을 담은 동영상, 수술에 대한 정보와 주의사항 등을 제공해 준다.

〈표 4〉 여성전문사이트 메인 페이지

	로고 및 로고디자인	메인 카피	헤드라인 스토리	대상 및 특성
뷰티클리닉 (http://beauty.clinic.co.kr)	Beauty.clinic.co.kr	여자의 변신은 무죄-성형美이 아름답다. 이제 여성에게 있어서 美는 필요조건이 아닌 필수조건! 성형수술로 다시 태어난 새로운 women's life! 뷰티클리닉이 안내합니다.	여드름의 모든 것	10대~50대까지 거의 모든 여성층을 대상 성형부위에 대한 상세한 설명과 수술 동영상까지 제공
코디21 (http://www.codi21.com)	codi21.com	아름다운 당신을 사랑합니다-신데렐라가 되어보세요	사주메이크업 "나이드어 주책이래도 할 수 없지만.."	10대~50대까지 거의 모든 여성층을 대상 단순한 패션코디 뿐만 아니라 전반적인 뷰티코디를 제공
웨딩21닷컴 (http://www.Wedding21.com)	Wedding21.com	아름다운 결혼을 설계하는 곳	결혼사진업체 계약금 환불 거부? 신혼여행 중 건강 돌보기	20~30대의 예비신부와 신혼기의 신부 결혼에 필요한 정보를 분야별로 나누어 검색 서비스 제공
베이비2000 (http://www.baby2000.co.kr)	baby2000. 메인 카피가 광고 배너 형식으로 올라감	육아정보에 쇼핑, 동호회, 웹진까지 이젠 baby2000 하나면 돼요	-맞춤서비스 -매일 메~일 서비스	20~30대의 임신중이거나 유아를 둔 주부 육아용품에 대한 쇼핑물과 공동구매가 활발하게 운영 중

출처: 각 사이트 메인 페이지 2002년 5월

또 성형수술에 대한 정보를 교환할 수 있는 동호회가 개설되어 있다. 취미·오락은 추억의 오락실을 만들어 6가지의 오락을 할 수 있으며 교양·교육은 성형에 대한 상담을 받을 수 있는 온라인 Q&A가 있다. 그러나 성과 계도적 내용, 상업적 정보는 다루고 있지 않다.

2) 코디21

코디21은 패션을 중심으로 헤어, 메이크업,

스킨케어, 다이어트에 대한 생활정보를 제공한다. 특히 나에게 맞는 스타일을 찾아 주는 '패션컨설팅', 장소에 맞게 옷을 선택할 수 있게 해주는 '하우투 코디', 속옷세탁 노하우 등을 알려주는 '하우투 케어' 등은 일상생활에서 유용한 정보들을 찾을 수 있다. 또한 패션·메이크업·헤어의 새로운 트렌드를 알 수 있는 '뉴 트렌드'와 화장품 정보·상품 정보·상점에 대한 정보를 제공하는 '뉴 브랜

드'가 있다. 취미·오락의 경우는 게임과 동영상
상이 제공되며, 성과 계도적 내용은 없다. 교
양·교육은 국내 패션 아카데미의 입학자격이
나 교육내용 등의 정보를 제공하고 있어 패션
계의 전문직을 꿈꾸는 여성들에게 유용하다.
상업적 정보로는 쇼핑몰을 가지고 있다.

3) 웨딩21

웨딩21은 결혼에 대한 준비에서부터 신혼결
혼 생활까지 결혼에 대한 생활정보를 제공하
며, 무료웨딩컨설팅, 예식장·드레스 등 결혼
준비에 필요한 정보가 있다. 또한 결혼에 필요
한 항목을 나누어 필요한 것을 검색할 수 있
는 서비스도 유용하다. 인터넷을 통해 청첩장
과 감사장도 보낼 수 있게 해 놓았으며, 예비
부부를 위한 홈페이지 제작을 해주는 서비스
도 갖추어 놓고 있다. 취미·오락의 경우는 공
합·운세와 연예실력과 매력을 알아보는
'Love Test' 있으며, 성에 대한 내용은 '성인
심야소설', '섹스테스트', '예비신랑·신부들
의 저녁 수다', '성의학 컨설팅'이 있다. 교
양·교육은 'self-service'로 웨딩 스케줄표,
웨딩견적서, 스케줄표 등을 스스로 결혼계획
을 짤 수 있도록 도와준다. 교양·교육은 성의
학·라식·산부인과·성형에 대한 칼럼이 제
공되지만 계도적 내용은 없으며, 상업적 정보
로는 공동구매·알뜰 베퉼시장을 운영중이다.

4) 베이비2000

베이비2000은 육아에 대한 생활정보를 제공
한다. 임신과 출산, 출산 후 산모, 육아와 교육
으로 나누어 정보를 제공하며 베이비다터를
운영해 산모와 아기의 건강에 대한 궁금증을

상담을 해 주고 있다. 취미·오락은 인터넷에
서 이야기를 나눌 수 있게 소담채팅방과 소담
수다 게시판이 있으며, 성은 임신과 성생활,
부부생활이 있다. 교양·교육은 육아일기를
홈페이지로 올릴 수 있게 간단한 홈페이지 만
드는 법을 배울 수 있으며, 아이를 영재를 교
육시킬 수 있는 방법 등도 알려준다. 상업적
정보로는 쇼핑몰과 공동구매가 있어 대량의
물건을 한꺼번에 구입해야 하는 유아용품의
특성상 활발히 운영되고 있다.

각각의 콘텐츠 분석에서도 알 수 있듯이 어
떤 주제를 다루느냐에 따라 구성내용에 많은
차이를 보였다. 인체에 밀접한 관련이 있는 성
형사이트는 수술 동영상, 수술정보, 주의사항
에 대해 자세한 성형정보를, 패션사이트는 패
션경향, 패션 코디와 같이 패션정보를 위주로
제공한다. 결혼사이트는 합리적인 결혼준비를
할 수 있도록 결혼준비를 도와줄 수 있도록
구성되었고, 육아사이트는 육아정보뿐만 아니
라 활발한 쇼핑몰 운영하고 있어 가정경제에
도움을 준다.

위에서 살펴보았듯이, 여성전문사이트의 경
우 여성들의 생활과 밀접한 특정 정보들을 자
세히 제공해 준다는 장점이 있다. 그러나 콘텐
츠 분석에서도 알 수 있듯이 생활정보나 성,
오락에 비해 여성의 계도나 교육적 내용이 부
족하다. 또한 사이트마다 다이어트, 미용 등
비슷한 내용만을 다루어 내용 면에서 사이트
의 독특성을 찾기 힘들었다. 물론 부수적으로
이러한 정보를 제공해 주는 것도 좋겠지만 우
선 사이트 주제에 대한 정보를 많이 보유하고
이러한 정보들을 사이트의 특성에 맞게 체계
화하는 것이 중요할 것이다.

전문여성을 중심으로 컴퓨터, 문학, 외국어 등에 대한 관심이 높고 이와 관련된 전문사이트를 통해 필요한 정보를 얻고자 하는 여성들도 늘어나고 있다. 따라서 앞으로는 새로운 주제 분야의 개발과 함께 다양하고 유용한 정보를 제공하여 사이트의 질을 높이는 것이 과제라고 할 수 있다.

4. 4 여성교육사이트

여성교육사이트는 여성의 창업과 비즈니스

와 같이 여성생활과 밀접한 관련이 있는 정보를 제공하거나, 페미니즘·직장 내 불평등·성희롱 등에 관련된 교육을 목적으로 하는 사이트이다. 여성교육사이트에서는 여성의 자아를 개발하기 위한 교육과 계도가 주를 이룬다.

대표적인 여성교육사이트인 사비즈, 이화여성학, 법정 지원 모임, 여성신문을 중심으로 메인 페이지를 비교해 보면 다음 <표 5>와 같다.

다음 표에서도 알 수 있듯이 메인 카피는 없는 경우가 많은데 대부분의 교육사이트가 상업적인 목적으로 전문인이 제작한 것이 아

<표 5> 여성교육사이트 메인 페이지

	로고 및 로고디자인	메인 카피	헤드라인 스토리	대상 및 특성
사비즈 (http://www.sabiz.co.kr/)	SABIZ	Woman Business Frontier	-사비즈이랜서 4강 지원하세요. -이벤트 메니지먼트스쿨 1기 접수 중	예비 창업자 층과 전문직 종사자 자체사업을 운영하는 층 전문직 취업이나 창업을 준비하는 여대생 등 인터넷을 사용하는 대졸이상의 고학력여성(20~30대가 95%) 창업이나 비즈니스에 관련된 정보가 주를 이룸
이화여성학 (http://home.ewha.ac.kr/~ewsadmin/here/here_a.htm)	이화여성학 Ewha Women's Studies	없음	"한국 역사 속의 여성과학 재발굴" 학술세미나 개최	여성학을 연구하거나 정보가 필요한 여성 여성학과 관련된 사이트를 체계적으로 링크 시켜 놓음
법정지원모임 (http://www.supporters.or.kr)	WWW.SUPPORTS.OR.KR	없음	없음	10~50대까지 거의 모든 성폭력 피해자를 대상 특히 10~20대의 비율이 높음 온라인 상담을 넘어선 오프라인, 전화 상담
여성신문 (http://www.womennews.co.kr)	여성신문	여성이 행복한 세상 여성의 눈으로 여성의 목소리로 여성신문이 함께합니다	가출소녀들 "갈 곳은 티켓다방뿐"	10대~50대까지 거의 모든 여성 층을 대상 여성계 소식, 여성관련 법제도, 여성관련 정치, 문화계 소식 제공

출처: 각 사이트 메인 페이지 2002년 5월

나라 조직 내에서 주로 해결하기 때문에 메인 카피나 메인 페이지 디자인이 다른 사이트에 비해 단순하기 때문이다. 대상은 교육사이트이기 때문에 10대에서 50대까지 거의 모든 여성층을 대상으로 하여 특별히 대상에 제한을 두지 않았지만 사비즈의 경우는 20~30에 전문여성을 대상으로 한다.

각 사이트별로 콘텐츠를 생활정보, 취미·오락, 성, 교양·교육, 계도적 내용, 상업적 정보로 분류해 분석하면 다음과 같다.

1) 사비즈

사비즈는 여성 전문직 커리어우먼들간의 교류를 증대시키고 정보 공유와 프로정신을 함양시키기 위한 사이트이기 때문에 생활정보, 성, 상업적 정보는 다루지 않고 있으며, 연예·오락에는 '화려한 싱글', '나만의 센스' 등의 다양한 커뮤니티가 있다. 교양·교육의 경우는 창업을 준비할 수 있도록 창업단계부터 아이템, 창업사례 등을 제공해 주고 있다. 창업 컨설팅뿐만 아니라 창업이나 비즈니스를 위한 강좌도 개설되어 있으며 원하는 강좌를 개설 신청할 수도 있도록 되어 있다. 동호회를 통한 교육도 활발한데 '웹 디자인·웹 마스터 모임', '리눅스 모임' 등 주로 창업과 컴퓨터와 관련되어 있다. 계도의 경우는 여성 비즈니스 전략, 지구촌 리더여성, Biz 에티켓과 Biz 전략 (직장성공녀의 숨은 비밀은?, 성공하는 여성의 노하우) 등과 같이 전문직여성으로서 처한 사회문제를 생각해 볼 수 있도록 도와준다.

2) 이화여성학

이화여성학은 이화여자대학교의 후원 아래

한국여성연구원, 아시아여성학센터, 여성신학연구소, 여성학과를 비롯한 단체들이 모여 여성학과 관련된 정보를 제공하기 위한 사이트다. 생활정보, 연예·오락, 성, 상업적 정보는 다루고 있지 않다.

교양·교육의 경우 자료실을 통해 단행본, 정기간행물, 학술회의자료집, 기타자료로 나누어 제공해 주고 있으며, 제목이나 저자, 내용으로 자료를 검색할 수 있게 했다. 여성학연구에서는 이화여자대학교 교수들의 여성관련 연구와 이화여자대학교에서 실시하고 있는 여성관련 강의를 소개해 주고 있다. 계도의 경우는 시사비평에는 토론한마당이라고 하여 주제를 정하여 토론을 할 수 있도록 만들어 놓고 여성들과 관련된 뉴스만을 모아 놓았다.

3) 법정 지원 모임

법정 지원 모임은 성폭력에 관해 한국성폭력 상담소 내 지킴이들이 운영하고 있는 사이트이다. 생활정보, 연예·오락, 상업적 정보는 다루지 않고 성의 경우는 '성문화포럼'이라는 코너를 만들어 일상생활에서 성과 관련된 이슈를 다루고 있다. 교양·교육은 다양한 형태의 성폭력에 대한 정의하고 여성학과 관련된 도서나 자료도 모아놓고 있다. 자료는 일반적인 여성학과 관련된 자료에서부터 성폭력의 판례 등을 모아 놓은 것까지 다양했다. 상담코너의 경우는 게시판을 사용하고 있는데 상담을 할 경우는 게시판보다는 메일이나 전화상담을 권장하고 있다. 계도의 경우는 성폭력피해자의 권리를 수사·재판과정, 진료과정, 일상적 권리로 나누어 놓았으며, 성폭력 피해 시 행동지침과 각 차원의 대응 방법 (법정 대응,

의료적 대응, 정신적 대응)을 소개하고 있다.

4) 여성신문

여성신문은 여성언론지로서 여성계 소식, 여성관련 법제도, 여성관련 정치, 문화계 소식, 구인정보, 유망직종 등을 제공해 주는 사이트이다. 생활정보, 연예·오락, 성은 기사를 통해 다루어지고 있고, 상업정보는 다루어지지 않는다. 교양·교육은 '취업정보', '노동법률 Q&A', '여성건강 Q&A' 등을 그리고 '주요 행사'에서는 평등부부상, 가족문화상, 아줌마 축제, 아줌마 마라톤 등 실생활에 필요한 정보를 제공한다. 계도의 경우는 '시대를 앞선 여성들(국내/국외)', '여성 운동을 하는 사람들', '대중문화 속의 여성파워', '금주의 인물' 등이 있으며, 여성신문의 경우는 계도의 내용을 많이 지원하고 있다.

앞에서 분석한 바와 같이 여성교육사이트는 여성들을 교육시키고 계도에 이바지 할 수 있다는 긍정적인 측면이 있다. 그러나 사비즈나 여성신문 등을 제외한 일반적인 여성교육사이트는 내용은 충실했지만 사이트의 구성이 전문적이지 못하고 업데이트가 안된 경우가 많아 이용하는데 불편한 점이 있었다.

또한 많은 정보를 보유하면서도 방문자의 수가 다른 여성사이트 보다 대체적으로 적은 편이었는데 이는 다른 여성사이트에 비해 허술한 구성과 너무 교육적인 면과 계도만을 강조해 흥미를 끌만한 내용이 없기 때문이다. 가령 같은 주제를 다루면서도 애니메이션이나 동영상을 이용해 사이트의 디자인에 중점을 두어야 할 것이다. 이용자들도 여성권위신장을 위해 여성교육사이트를 관심을 가지고 활

발히 이용하면서, 요구나 문제점을 제시하는 등 능동적인 자세를 가져야 할 것이다. 이러한 점을 극복된다면, 사이버 공간 속의 여성교육의 장으로 여성교육사이트는 자리를 잡을 수 있을 것이다.

지금까지 여성전용사이트를 여성포탈사이트, 여성커뮤니티사이트, 여성전문사이트, 여성교육사이트로 분류하여 각 분야에서 대표적인 사이트들을 분석하여 보았다. 살펴 본 바와 같이 각 여성사이트는 주제나 형태에 따라 비슷하거나 다르게 나타나며, 이러한 여성전용사이트의 특성을 나타내는 방법도 여러 가지로 분석되었다. 이러한 여성사이트에 대한 분석은 여성전용사이트의 다양성을 이해하고 그 속의 문제점을 도출하여 여성전용사이트를 유지하고, 활성화 시켜야 한다는 당위성을 보여준다고 할 수 있다.

5. 문제점 및 활성화방안

지금까지 여성전용사이트에 대한 이론적 당위성을 기반으로 여성전용사이트를 대부분의 여성전용사이트들이 속하는 여성포탈사이트, 서로간의 커뮤니티를 증시하며 의사소통이나 정보교환을 할 수 있는 공간인 여성커뮤니티사이트, 여성에게 필요한 결혼, 육아, 미용, 패션, 성형 등 여러 가지 내용 중에 한가지 내용에 관한 정보를 제공함으로써 깊이 있는 정보를 얻을 수 있는 여성전문사이트, 여성의 창업이나 페미니즘, 직장 내 불평등이나 성희롱 등을 다루는 사이트로 여성의 생활과 밀접한 관련이 있는 정보를 제공하는 여성의 자아를

개발하기 위한 여성교육사이트로 나누어 살펴 보았다.

앞의 여성전용사이트의 비교·분석을 통하여 나타난 여성전용사이트의 문제점을 요약해 보면, 첫째 사이트의 독창성과 차별성이 떨어진다는 점이다. 여성전용사이트의 경우 여성들에게 유용한 정보를 제공하며, 정보의 양이 풍부한데 비해 각 사이트만의 메인 화면이나 콘텐츠의 내용이 비슷해 차별화가 되지 않았다. 메인 화면의 경우 색이나 전체적인 구성 면에서 여성스러운 이미지를 강조했고, 콘텐츠의 내용 역시 다이어트, 미용 등 비슷한 내용만을 다루어 내용 면에서 사이트의 독특성을 찾기 힘들었다.

둘째, 주제의 전문성이 떨어지고 세분화되지 못했다. 여성교육사이트를 제외한 대부분의 여성전용사이트들이 재미와 오락적인 내용에 치중하며 전문적인 내용은 다루어지고 있지 않다. 한 주제만을 다루는 여성전문사이트조차 주제를 깊이 있게 다루기보다는 특정주제를 중심으로 하고는 있지만 사이트의 전문성과는 무관한 내용을 불필요하게 늘어놓고 있어 전문사이트의 역할을 다하지 못하고 있으며, 주제가 세분화되지 못하고 육아, 결혼, 미용 등과 같이 여성 실생활과 관련된 내용으로만 한정되어 있다.

셋째, 계도와 교육의 내용이 부족하며, 교육의 내용이 세분화되지 못했다. 정보제공과 교육에 중점을 둔 여성교육사이트를 제외하면 계도나 교육적인 내용보다는 생활정보나 성과 같은 정보나 흥미 거리에 치우쳐 있었다. 또한 교육의 내용이 세분화되지 못했는데 주부들이나 여성들에게 배움의 기회를 많이 제공하는

사이버 강좌의 경우도 그 주제가 컴퓨터, 인터넷 등으로 한정되어 있다.

넷째, 여성교육사이트 관리가 되어 있지 않다. 이름이 알려진 몇몇 사이트를 제외하면 내용은 충실했지만 사이트의 구성이 전문적이지 못하고 업데이트가 안 된 경우가 많았으며, 여성전용사이트로 시작했다가 사이트의 성격을 바꾸는 경우가 많아 이용하는데 불편했다. 아울러 각 사이트의 정보가 이용자의 다양성을 만족시켜주지 못하여 이용자에 대한 관리 또한 개선되어야 한다는 문제점을 나타내고 있다.

다섯째, 운영자들의 의식이 부족하다는 점이다. 여성들의 권익을 신장시키기 위한 노력보다는 여성들을 소비의 주체로만 보고 여성들을 끌어들이기 위해 이벤트나 여러 가지 서비스를 제공해 소비를 부추겨 경제적인 이익만을 챙기려고 상업적 의도가 많아 여성전용사이트 개설의 근본 취지를 망각케 하는 경향이 있다.

이와 같이 분석한 문제점을 바탕으로 여성전용사이트 활성화방안을 제시해 본다면, 첫째, 여성전용사이트의 차별화이다. 메인 화면의 구성할 때 다양한 색이나 구성을 사용하고 콘텐츠 내용도 미용·성형·다이어트 등 기존의 내용에서 벗어나 스포츠, 여성만을 위한 법률 상담, 또는 여성들의 사회생활을 위해 도움을 줄 수 있는 내용 등 새로운 아이디어가 필요하다.

둘째, 주제의 전문성과 세분화이다. 특정주제를 다루는 전문사이트의 경우 주제에 대한 충실한 정보를 바탕으로 전문인력을 보유해 사이트의 전문성을 살려야 하고 사이트의

주제도 세분화시켜야 한다. 주제를 기존의 육아·미용·결혼뿐만 아니라 전문여성을 중심으로 컴퓨터, 문학, 외국어 등에 대한 관심이 높고 이와 관련된 전문사이트를 통해 필요한 정보를 얻고자 하는 여성들도 늘어나는 추세에 맞추어 새로운 주제 분야의 개발과 함께 다양하고 유용한 정보를 제공하여 사이트의 질을 높여야 한다.

셋째, 계도와 교육적인 내용을 보완해야 한다. 계도와 교육적 내용이 부족한 여성포탈사이트, 여성커뮤니티사이트, 여성전문사이트에서는 유머를 통해 자연스럽게 계도의 내용을 전달하는 등의 방법으로 여성들의 흥미를 끌 수 있는 방법을 연구해야 하며, 교육적인 내용도 쉽게 접할 수 있는 콘텐츠의 구성이 필요하다. 또한 여성전문사이트에서 제공되고 있는 강좌의 경우 컴퓨터와 인터넷 등이 대부분인데 강좌의 내용도 요리, 창업 등으로 다양하게 꾸미고 단순히 온라인 강좌가 아니라 오프라인에 있는 백화점이나 신문사가 운영하는 문화센터와 연계하는 방향도 생각해 볼 수 있을 것이다.

넷째, 여성전문사이트를 잘 관리해야 한다. 특히 여성교육사이트의 경우 업데이트를 자주 해 주고 게시판이 활성화 될 수 있도록 응답을 바로 해 주어야 하며, 전문성을 살릴 수 있도록 충분한 정보를 올려줘야 한다. 아울러 인터넷의 장점을 살린 쌍방향 커뮤니케이션을 통한 동시적인 이해를 바탕으로 사이트 관리가 이루어지도록 해야 할 것이며 각 이용자에 대한 정밀한 분석을 바탕으로 이용자들을 관

리하는 노력이 병행되어야 할 것이다.

다섯째, 이용자의 의식개선이다. 이용자들도 여성권위신장을 위해 여성전문사이트를 관심을 가지고 활발히 이용하면서, 요구나 문제점을 제시하는 등 능동적인 자세를 가져 여성전문사이트의 주체가 되어야 한다.

여섯째, 운영자의 의식개선이다. 여성전문사이트의 여성들이 관심을 갖는 것은 현실에서 소외당하고 있다고 느끼기 때문이며 사이버 공간에서 자신의 존재감을 찾고 싶다는 희망에서 비롯된 것일 것이다. 따라서 여성 커뮤니티 운영자들은 단순히 경제적인 이익을 얻으려는 대상으로만 생각하지 말고 이용자들의 근본적인 욕구를 충족시켜주어야 한다는 전제로 여성전문사이트가 운영되어야 할 것이다.

마지막으로 주부들의 인터넷 교육의 확대이다. 이는 보다 근본적인 활성화 방안으로서 현재 인터넷 이용에 소외된 주부를 위해 서울시를 비롯한 지방자치단체들은 주부인터넷교실을 운영중이며, 정보통신부 지정학원에서 교육을 받는 대신, 월 1만원의 수강료를 내야 하는 주부교실도 있다. 그러나 정보통신부의 주부교실의 경우 2000 한해동안 전국적으로 100만 명의 주부들에게 인터넷 교육을 실시키로 했으나 실제 교육을 받은 인원은 전국에서 30만 명에 불과했다.¹⁾ 이는 주부들의 개인적인 수준을 무시한 채 초급과정 위주의 교육만을 하고 있고 교사들 역시 주부들의 성향파악을 하지 못했기 때문이다. 정부는 이러한 문제점을 극복하는 동시에 더 많은 교육의 기회를 제공해야 할 것이다.

1) 한겨레 신문 2001. 2.23

6. 결 론

사회적 구조와 정보가 상호작용하는 발전된 사회의 형태인 정보사회가 도래됨에 따라 정보화가 급격히 일어나게 되었다. 이러한 정보화는 컴퓨터와 통신에 기초한 세계적인 공공 네트워크인 인터넷을 기반으로 급속한 발전을 하게 되었는데 이에 본 논문은 사이버 공간 안에서의 여성의 위치의 중요성을 다시 한번 깨닫게 하고 현실적으로 사회에 한 부분을 차지하고 있는 여성전용사이트에 대해 이론적으로 접근한 후, 여성전용사이트의 분석을 통하여 문제점을 지적하고 활성화방안을 제시하여 보았다.

본 논문은 여성전용사이트를 여성포탈사이트, 여성커뮤니티사이트, 여성전문사이트, 여성교육사이트로 구분하고 각 분류의 대표적인 사이트를 중심으로 메인 페이지와 콘텐츠메뉴로 비교, 분석하여 실제로 운영되는 현황을 파악하고 장단점을 비교, 분석하였다.

여성전용사이트의 분석을 통하여 나타난 문제점을 살펴보면 첫째, 정보의 양이 풍부하데 비해 내용의 독창성과 차별성이 떨어진다. 둘째, 주제의 전문성이 떨어지고 세분화되지 못했다. 셋째, 계도와 교육의 내용이 부족하며 교육의 내용이 세분화되지 못했다. 넷째, 여성교육사이트의 내용이 전문적이지 못하고 관리가 되어 있지 않다. 다섯째, 운영자들의 의식이 부족하다.

이와 같은 문제점을 바탕으로 활성화 방안을 살펴보면 첫째, 여성전용사이트의 차별화이다. 둘째, 주제의 전문성과 세분화가 필요하

다. 셋째, 계도와 교육적인 내용을 보완해야한다. 넷째, 여성전용사이트의 관리가 잘 되어야한다. 다섯째, 이용자의 의식개선이다. 여섯째, 운영자의 의식개선이다. 일곱째, 주부들의 인터넷 교육의 확대가 필요하다.

전술한 바와 같이 여성전용사이트에 대한 연구는 여성문화에만 국한되는 것이 아니라 여성문화에 대한 이해자체가 우리사회의 삶의 형태와 변화에 대한 이해를 가리키는 것이며 현대 정보사회를 살아가는 우리들에게 주어진 과제인 것이다.

현재 우리 나라의 여성전용사이트는 어찌보면 시작단계에 불과하다. 따라서 많은 문제들이 파생되고 있는 것인데 이는 사이버공간상의 여성공간이 발달해 있는 외국의 여러 나라를 연구해서 발달시켜 나갈 수 있을 것이다. 가까운 일본은 육아와 직장 일을 함께 해결해야 하는 30대 직장여성을 위한 인터넷전용 홈페이지가 등장해 인기를 끌고 있으며 내용 역시 매우 참신하고 또한 이 사이트는 처음부터 이용자의 요구에 의해 만들어졌다는 근본적인 차이가 있다. 이처럼 여러 유형의 외국의 여성전용사이트를 분석하고 그에 따라 새로운 결론이 도출 될 수도 있을 것이다. 또한 여성전용사이트와 일반사이트간의 내용과 형태를 비교하거나 본 논문에서 다루지 않았던 다른 사이트들을 다른 관점에서 비교, 분석해볼 때 우리는 여성전용사이트를 통한 여성문화를 이해뿐만 아니라 인터넷과 사이버공간이 가져온 사회전체의 문화적 변화에 대한 이해를 공고히 할 수 있게 되는 것이다.

참 고 문 헌

- 김강민, 윤세환. 1998. 『국민 정보화 인식 및 정보생활 실태조사』. 서울: 한국정보문화센터.
- 김경동. 1999. 『정보사회의 이해』. 서울: 나남.
- 김영석. 1997. 『멀티미디어와 정보사회』. 서울: 나남.
- 김유정, 조수선. 2000. 『여성 사이버 커뮤니티』. 서울: 한나래.
- 김재인, 정숙경. 1998. 『여성의 문화활동 활성화 방안 연구-여성단체 역할과 정책지원을 중심으로』. 서울: 한국여성개발원.
- 문화관광부. 2000. 『바람직한 통신언어 확립을 위한 기초연구』. 서울: 문화관광부.
- 성기주. 2001. 국내 대학의 여성학 웹사이트 콘텐츠에 관한 연구. 『한국문헌정보학회지』, 35(3): 191-210.
- 손연기. 1999. 『정보사회와 정보문화: 사회문화 정책적 접근과 방향』. 서울: 금왕.
- 윤선희, 이수현. 2000. 『사이버 문화와 여성』. 서울: 한나래.
- 이란주. 2001. 공공도서관 의학정보사이트 구축에 관한 연구. 『한국문헌정보학회지』, 35(1): 229-248.
- 이용욱. 1997. 『전자언어의 구술성과 문자성』. 서울: 한국정보문화센터.
- 이화용. 1996. 『정보통신과 정보화 사회』. 서울: 한성.
- 전석호. 1999. 『정보사회론』. 서울: 나남.
- 정국환. 1997. 『정보사회의 네티켓과 정보이용 윤리 정립방안』. 서울: 한국전산원.
- 정태영. 1997. 『사이버스페이스 문화읽기』. 서울: 나남.
- 조 은. 1996. 『정보화 시대의 문화·여성』. 서울: 나남.
- 조찬식. 2001a. 인터넷상에서의 언어사용에 관한 연구. 『한국문헌정보학회지』, 35(4): 177-196.
- 조찬식. 2001b. 사이버공간상에서의 네티켓과 일탈행위에 관한 연구. 『한국정보관리학회지』, 18(2): 187-202.
- 한국전산원. 2001. 『2001년 한국 인터넷 백서』. 서울: 한국전산원.
- 한상완. 2001. 『지식정보사회와 지식정보의 활용』. 서울: 구미무역.
- 홍성태. 1996. 『사이버 공간 사이버 문화』. 서울: 문화과학사.
- 홍윤선. 2000. 『클릭 네티켓』. 서울: 중앙 M&B.
- Walmsley, D. 2000. "Community, Place and Cyberspace," 『Australian Geographer』, 31(1): 5-19.