

# 고등학교 인터넷경매 중독성향수준별 집단 특성\*

## The Characteristics of Internet Auction User Groups by the Levels of Addictive Tendencies among High School Students

충북대학교 가정교육전공  
석사전선혜  
충북대학교 소비자학과  
교수 이희숙

Major of Home Economics Education, Chungbuk National University

Master : Seon Hye Jeon

Department of Consumer Studies, Chungbuk National University

Professor : Hee Sook Lee

### ◀ 목 차 ▶

- |           |            |
|-----------|------------|
| I. 서론     | IV. 연구결과   |
| II. 문헌고찰  | V. 결론 및 제언 |
| III. 연구방법 | 참고문헌       |

### <Abstract>

The purpose of this study was to find the characteristics of internet auction user groups by the levels of addictive tendencies among high school students. The questionnaire was conducted from December 16 to 23, 2008, and 288 high school students who were living in Cheongju area were selected. The main results were as follows. First, 13.4% of respondents were visiting internet site almost every day, and about 20% of them stayed more than 2 hours for visiting the internet auction site. Second, the price of purchasing goods through internet auction site(shopping mall) was less than 50,000 won. Third, the level of addictive tendencies of respondents was under average(2.08 out of 5 point scale), and about 10% of them evaluated by themselves as an internet auction. Fourth, relatively higher addictive tendencies group showed the characteristics such as lower self-esteem, higher depression, and higher feeling of isolation, internet related(general internet use, internet shopping, and internet game) addictive tendencies, and more often visiting and staying longer in internet auction sites and other internet sites.

주제어(Key Words) : 인터넷경매(internet auction), 청소년(adolescents), 고등학생(high school students), 인터넷 중독(internet addiction)

**Corresponding Author** : Hee Sook Lee, Department of Consumer Studies, Chungbuk National University, Sungbongro 410, Gaeshindong, Cheongju-si, Chungbuk, 361-763, Korea Tel: +82-43-261-3148 Fax: +82-43-261-7166  
E-mail: leehs@chungbuk.ac.kr

\* 본 논문은 석사학위 청구논문의 일부로 2009학년도 충북대학교 학술연구지원사업의 연구비지원에 의하여 연구되었음.

## I. 서론

한국인터넷진흥원에 따르면 우리나라 국민의 인터넷 이용률은 2007년 12월 현재 만 6세 이상 국민의 76.3%로 전년 대비 1.5%p(70만 명) 증가한 것으로 나타났으며, 12~19세의 집단이 다른 연령에 비해 매우 높은 인터넷 이용률(99.8%)을 보이고 있다. 인터넷 이용자의 과반수 이상(57.3%)이 인터넷 쇼핑을 하고 있는 것으로 밝혀졌으며 이는 전년 대비 4.6%p 증가한 것이다. 특히 12~19세의 54.8%가 인터넷을 통한 쇼핑을 하고 있었으며 이는 전년 대비 5.3%p 증가한 수준으로 평균증가율 4.6%p보다 높은 수준을 보였다(한국인터넷진흥원 인터넷통계정보검색시스템(IISIS), 2007, pp. iii-viii). 이러한 청소년의 인터넷 쇼핑물 이용은 청소년의 높은 인터넷 이용률, 가계소득 향상에 따른 청소년 용돈수준의 향상, 그리고 전자상거래의 확산과 맞물려 계속적으로 증가할 것으로 예측된다. 특히 야간자율학습 등으로 오프라인 구매가 쉽지 않은 고등학생의 경우 더욱 그러할 것이다.

한편, 사이버 쇼핑물 이용자의 쇼핑성향의 설명력은 쾌락 추구성이 가장 높으며(안민영, 박재옥, 2003), 청소년의 인터넷 쇼핑성향 역시 여가적 쇼핑성향 혹은 쾌락적 쇼핑성향이 가장 높게 나타나는 것으로 밝혀졌다(임수연, 나영주, 2005). 또한 황진숙과 양화영(2006)은 인터넷에서 패션에 관심을 갖는 라이프스타일을 지닌 청소년 집단은 쾌락적 쇼핑을 즐긴다고 하였다. 이러한 연구결과들은 청소년들이 쇼핑을 목적으로 인터넷경매사이트를 이용할 가능성이 높을 수 있음을 시사하고 있으며, 그 이유는 인터넷경매사이트의 특성이 마치 게임을 하는 듯이 쇼핑을 할 수 있다는 특성을 갖기 때문일 것이다.

인터넷경매는 소비자가 필요한 물건의 판매와 구매에 모두 참여 할 수 있는 대표적인 소비자 간(Consumer to Consumer: C2C) 거래방식으로 경매라는 매매방식이 쇼핑의 흥미를 제공하고 무엇보다도 소비자가 중심이 되는 거래라는 측면에서 다른 전자상거래 사이트들과 차별화 된다(김기욱, 최영운, 2002). 즉 인터넷경매 시장은 가상 시장이 가지고 있는 특성인 구매의 편리성과 접근성뿐만 아니라 가격 결정에 있어서 소비자가 참여할 수 있다는 능동성을 가지고 있다. 나아가 인터넷경매 시장에 참여하는 소비자들의 관심을 단순히 가격결정에 대한 참여뿐만 아니라 경매의 진행에 대한 흥미와 선택의 재미를 준다(안철현, 2000). 그러나 인터넷경매사이트 이용의 증가와 함께 발생할 수 있는 사회적 문제는 인터넷경매사이트가 갖는 고유의 특성 때문에 인터넷 경매 중독에 빠질 위험성이 있다는 것이다.

인터넷경매 중독은 인터넷 중독의 하위영역인 인터넷 강

박중으로 보고 있으며, 인터넷 중독은 우울증, 양극성 기분 장애, 분노, 자기비하감 등의 정신과적 문제를 일으키고 이로 인하여 성인인 경우 실직, 이혼, 파산, 고립감 등을 초래할 수 있다. 청소년은 성인에 비해 인터넷 쇼핑을 여가적 쇼핑 즉 즐거움을 얻기 위한 목적으로 쇼핑을 하는 경향을 보인다는 측면에서 인터넷경매사이트를 통한 쇼핑 이용자가 점차 증가하며 경매중독에 빠질 위험성이 내재되어 있다고 판단된다. 실제 한 조사(황상민, 황희영, 이수진, 2001, p. 81)에 따르면 쇼핑중독은 아니지만 일반인터넷 중독자 중 10대 응답자의 3%가 포함되어 있는 반면, 20대, 30대에서는 각각 1.3%, 그리고 40대 0.6%, 50대 이상은 전혀 중독증상을 보이는 사람이 없는 것으로 나타나 10대 청소년의 비율이 가장 높은 것으로 나타났다.

이에 본 연구는 청소년 중 자발적 쇼핑 가능성이 상대적으로 높은 고등학생 가운데 인터넷경매를 이용한 적이 있는 학생만을 대상으로 하여 그들의 특성을 밝히고, 상대적으로 인터넷 경매이용의 중독적 성향 수준별 집단의 특성을 분석해 보고자 하였다.

본 연구의 결과는 청소년을 대상으로 하는 교육자 혹은 상담자 등으로 하여금 교육과정에서 청소년을 이해하고 교육하는데 기초 자료로 이용될 수 있을 것이다.

## II. 문헌고찰

### 1. 고등학생 소비자의 특성

고등학생은 16세~19세의 청소년기로서 신체적 발달은 급격히 이루어져 성인과 비슷해 가지만 심리적 발달은 경험의 부족으로 이에 미치지 못하여 불균형을 초래하는 특성을 갖는다(이지혜, 김정숙, 1997). 이러한 특성은 소비자행동에 반영되어 미숙하고 충동적이며 비합리적인 소비자행동을 하기 쉽다. 실제 청소년의 행동양식은 대부분 즉흥적, 충동적, 그리고 집단화되는 경향이 있으며 자신의 심리적 갈등을 말보다는 행동으로 나타내는 경향을 보인다(안영희, 박명숙, 2000).

청소년기는 부모나 권위적인 존재에 의존해 왔던 위치로부터 자아의 정체성 확립을 이행해 가는 시기이다. 이 시기의 청소년들은 점차 자신의 의지에 따라 물건을 살 수 있는 용돈의 액수와 기회가 훨씬 더 많아짐에 따라서 현실적으로 영향력 있는 소비자집단으로 등장하고 있다(김숙희, 1996). 이처럼 청소년기는 자유재량으로 쓸 수 있는 돈이 증가하고 자신이 구매의사결정을 함에 따라 소비자역할이 확대된 시기인 반면, 소비생활에 대한 지식이나 태도가 부족하며 또래 집단의 영향을 많이 받고 유행에 민감하고 광고에 쉽게 현혹

되는 등 소비자로서의 역할을 제대로 수행하지 못하는 시기가 할 수 있다(이승희, 2000). 이는 과소비, 충동구매와 같은 바람직하지 못한 소비행동들로 나타나는 경향이 있다. 한편, 손상희(1997)에 따르면 청소년들은 소비주의적 생활양식을 부추기고 칭찬하는 소비주의 문화가 활성화되어 있는 상황에 놓여 있다.

이와 같은 고등학생 소비자의 특성에 기초해 볼 때, 고등학생 소비자들은 일반적으로 저렴한 가격에 구입할 수 있어 소비욕구를 충족시키는 물론 재미와 흥미도 함께 느낄 수 있는 인터넷경매사이트 이용가능성은 물론 인터넷경매에 대한 어느 정도의 중독성향이 예상된다.

## 2. 인터넷경매

### 1) 인터넷경매의 개념과 특성

경매는 다수의 소비자가 자기가 구매하고자 하는 조건을 제시하는 가운데 경쟁을 통하여 가격과 수량이 결정되는 일종의 거래 모델이며, 인터넷경매는 인터넷의 보급과 전자상거래의 활성화가 본격화되면서 인터넷에 경매가 도입된 것이라 할 수 있다.

인터넷경매의 특성은 전자상거래의 특성에서 비롯된다. 즉, 오프라인 경매에 비하여 시간적 제약과 공간적 제약이 받지 않으며, 상품탐색에 있어서 검색엔진이나 상품 범주를 이용함에 따라 탐색비용을 절감할 수 있다. 또한 특정제품을 판매하는 인터넷경매사이트도 있지만 대부분의 인터넷경매 사이트들은 특정제품에 한정되지 않고 다양한 제품들을 모두 취급하므로, 소비자가 원하는 다양한 품목을 대부분 구매할 수 있다는 특성이 있다.

현재 인터넷경매사이트에서 주로 활용되고 있는 경매형태의 특성으로는 판매자본위경매가 있으며 이는 입찰자들이 입찰가를 증가시키기에 따라 경매가 진행되고 가장 높은 가격을 제시한 입찰자에게 경매물품이 낙찰되는 방식이다(김기욱, 최영운, 2002). 경매의 시작가격은 보통 시중 가격을 고려하여 정해지지만, 10원 경매나 1,000원 경매와 같이 경매에 대한 흥미를 유발시키기 위해 아주 낮은 가격에서 시작하는 경우도 있다(이기수, 이병준, 이대희, 2003, p. 45). 다음은 구매자본위경매(역경매)로, 이는 구매자가 원하는 제품을 명시하면 판매자들이 제품의 가격을 낮추며 경매에 응하는 방식이다. 일반적으로 경매가 공급자 중심이라면, 역경매는 이와는 반대로 수요자 중심의 형태로 이루어지는 경매라고 할 수 있다. 아울러 전자등거래시스템은 지속적 쌍방 경매라고도 불리며 요구 사항이 비슷한 구매자와 판매자를 계속적으로 자동 검색함으로써 실시간으로 동적 가격을 책정하는 자동거래 시스템을 뜻한다. 주문이 들어오면 시스템은 즉시 반대편의

입찰 내용 중 주문에 가장 부합되는 사항이 있는지 검토하고, 부합되는 내용이 없을 경우에는 이 신규 주문 내용을 시스템에 저장시켜놓고 이에 부합되는 제안이 들어 올 때까지 대기하게 되어 실시간 가격경쟁의 바탕이 된다(박상미, 2008).

### 2) 우리나라 인터넷경매사이트 현황

인터넷경매사이트는 1995년 9월 미국에서 처음 등장한 거래 형태로서 이베이(www.eBay.com)가 최초의 인터넷경매사이트로 알려져 있으며, 우리나라는 지난 1998년 4월에 개설된 옥션(www.auction.co.kr)이 인터넷경매라는 비즈니스모델을 국내에 정착시킨 바 있다. 현재 우리나라의 인터넷경매사이트로는 다양한 제품을 취급하는 쇼핑몰 형태인 「옥션」과 「G마켓」, 특정제품만을 취급하는 전문점 형태의 「부동산경매」, 「법원 부동산 경매물」 등이 있다. 이 중 「옥션」은 국내에서 가장 대표적인 경매사이트라 할 수 있으며, 2000년에 회원 100만 명 돌파와 함께 KOSDAQ에 등록되었고, 2004년에는 전자상거래 업체 중 최초로 회원수 1천만 명을 달성하였다(박상미, 2008).

## 3. 인터넷경매 중독성향

### 1) 인터넷경매 중독성향의 개념

중독이란 일반적으로 중독대상에의 의존성, 내성, 그리고 금단증상을 그 요건으로 한다. 인터넷경매의 경우 의존성이란 일상생활의 즐거움을 인터넷경매에 의존하는 것을 의미하며 불쾌한 기분을 갖게 되었을 때에도 습관적으로 인터넷경매를 하게 되는 것을 의미한다. 내성은 인터넷경매를 하는 시간이 자꾸 길어지고 이를 중지하기가 어려워지는 것을 의미한다. 결국 이렇게 지나친 인터넷경매 행위를 남들이 알지 못하도록 노력하는 모습이 표면적으로 나타날 수도 있다. 금단증상은 인터넷경매를 하지 않으면 자꾸 궁금해지고 좋은 물건이 경매에 나와 있을 것 같아 심리적으로 안정을 찾지 못하다가 모니터 앞에 앉는 순간 긴장이 해소되면서 안도감을 느끼게 되는 것을 의미한다. 또한 인터넷경매 중독성향이란 전문인으로부터 인터넷경매 중독이라는 판정을 받지 않았지만 인터넷경매의 과도 이용으로 위와 같은 중독 증세를 나타내어 일상생활에 지장을 초래하는 경우를 의미한다(이희숙, 2006).

### 2) 인터넷경매 중독성향자의 특성

인터넷경매 중독성향자의 특성과 직접적으로 관련된 연구는 우리나라 20세 이상의 성인을 대상으로 인터넷경매 중독성향자의 특성을 연구한 이희숙(2006)의 연구가 유일하여 이를 중심으로 인터넷경매 중독성향자의 특성을 살펴보았

다. 또한 인터넷경매 중독이 인터넷 중독과 무관하지 않다는 점(이승희, 2000)에 기초하여 인터넷관련 중독자의 특성을 함께 살펴보았다.

#### (1) 사회인구학적 특성

황상민 외(2001, p. 42)는 전국남녀 13,588명 중 인터넷 중독성향을 보이는 사람이 전체대상자의 1.5%이며 이 중 남성이 여성보다 높은 비중을 나타낸다고 보고하였다. 이희숙(2006) 역시 성인 남성이 여성보다 인터넷경매 중독성향을 더 많이 보인다고 보고하였으며, 이러한 현상은 인터넷 이용자의 특성과 무관하지 않아 인터넷을 많이 이용할수록 경매 사이트에 노출될 기회가 많기 때문으로 해석하였다. 김혜원(2001)은 인터넷 중독 증상을 보이는 청소년의 특성으로 어머니의 교육수준이 높은 경우, 아버지의 교육수준이 고졸인 경우, 친구의 수가 적을수록(1~2명) 학생들은 인터넷을 이용하면서 중독적으로 빠져드는 경향을 보인다고 밝혔다. 그리고 선편호(2003)는 인터넷 중독성향을 보이는 학생일수록 학교성적이 나쁘다고 밝혔다.

#### (2) 심리적 특성

인터넷 중독자 혹은 중독성향을 보이는 사람의 특성은 많은 선행연구에서 주로 심리적 측면에서 낮은 자아존중감을 비롯하여 우울증, 소외감, 외로움의 증상을 보인다고 밝히고 있다. 김종범과 한중철(2001)은 13세~35세를 대상으로 한 연구에서 인터넷 중독 집단이 비중독집단에 비해 높은 우울증과 외로움 그리고 낮은 자존감의 특징을 보고하였으며, 부정적인 자아상이 자신의 제한된 정보만 제공해도 되는 인터넷의 사용을 증가시켰다고 그 이유를 밝혔다. 청소년의 인터넷 중독을 연구한 김혜원(2001)은 중독자의 특성으로 인터넷을 현실 도피적으로 사용하거나, 낮은 자아존중감을 들었다. 이희숙(2006) 역시 인터넷 중독에서 나타나는 심리적 특성인 낮은 자아존중감, 우울증, 소외감 등이 인터넷경매 중독성향자에게서도 유사하게 나타났으며, 이러한 특성은 다른 중독의 경우와 마찬가지로 동일한 수준의 인터넷경매에 노출되어도 심리적으로 문제가 있는 사람이 상대적으로 중독증상을 보일 가능성이 크다는 점을 시사하고 있다고 하였다. 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

##### ① 자아존중감

자아존중감은 개인이 자신에 대해 갖는 가치평가를 의미하며 낮은 자아존중감은 일반 중독성향 요인에서 가장 중요한 문제로 다루어져 왔다(Rosenberg 1965; 이승희, 정진원, 2005 재인용). 특히 인터넷 중독과 자아존중감은 매우 큰 관련성을 갖는 것으로 밝혀졌다. 즉, 주리애와 권석만(2001)에

의하면 자아존중감이 낮은 사람들이 인터넷 사용의 중독적 요소를 통하여 현 생활의 어려움에서 탈출하게 해줌으로써 또 다른 자신의 정체성을 재창조시키며, 자신의 욕구를 인터넷 상에서 실현시키려는 성향이 높다고 하였다. 이는 인터넷에서 이루어지는 사회적 관계와 신체적인 정보가 배제된 채로 이루어지고, 또한 익명성을 유지할 수 있기 때문이며, 실생활에서 자아존중감이 낮은 사람들이 인터넷에서는 자신의 모습을 숨기고 자신이 되고자 하는 이상적인 모습을 가질 수 있어 이들에게 인터넷은 중독적인 공간이 될 수 있다(황상민 외, 2001). 이는 청소년도 예외는 아니어서 지희정(2004)은 청소년의 인터넷 중독에 개인요인 중 자존감이 인터넷 중독에 부정적인 영향을 미친다고 하였다.

##### ② 소외감

소외의 개념은 어느 것으로부터 동 떨어져 있는 상태를 의미하는 것으로 Fromm(1955)은 소외란 인간이 자기 자신을 한 사람의 이방인(소외물 혹은 이질적 존재)으로 느끼는 경험 양식이며, 소외된 인간은 불안, 죄의식, 불행감 등을 느끼게 된다고 하였다(김선우, 2002 재인용).

황상민 외(2001, p. 37)는 인터넷 중독집단이 다른 심리적 인 특성보다 소외감을 가장 많이 느낀다고 하였으며, 이들은 현실공간에서 대인관계를 최소화하고 인터넷에 몰두하게 한다고 하였다. 또한 게임에서도 사람들과 함께 하는 머드게임이나 시뮬레이션 게임보다는 혼자 즐기는 일반 게임을 선호한다고 하였다. 김종범과 한중철(2001)은 인터넷 중독을 보이는 집단이 외로움을 많이 느끼고 있는 것으로 보고하고 있으며, 이는 인터넷 중독자들이 오프라인 상에서 사회적 대인관계를 잘 맺을 수 있는 능력이 부족하여 인터넷 상의 가상 공간에 집착하는 것으로 해석하였다. 김선우(2002), 이희숙(2006) 역시 소외수준이 높을수록 인터넷 중독 정도가 심화된다는 결론을 내리고 있다.

##### ③ 우울증

우울증은 우울한 기분에 빠져 의욕을 상실한 채 무능감, 고립감, 허무감, 죄책감, 자살충동 등에 사로잡히는 일종의 정신질환이라고 할 수 있으며 많은 연구에서 우울증과 인터넷 중독이 유의한 상관관계가 있음을 밝히고 있다.

Young과 Rogers(1997)는 인터넷 중독 증상을 보이는 사람들은 증증도의 우울을 보인다고 밝혔으며, Gunn(1998) 역시 우울성향을 지닌 사람이 인터넷 중독을 보일 확률이 더 높다는 결과를 보고하였으며, Kraut 외(1998)는 미국 펜실베이니아 지방의 93가정을 선택하여 256명의 가족원들을 대상으로 2년간의 중단 연구를 실시한 결과, 인터넷 사용량이 많은 사람들에게 우울수준이 증가하는 경향이 있음을 발견했다고

하였다(황상민 외, 2001 재인용).

또한 국내의 인터넷 중독성향과 우울증의 긴밀한 관계를 설명한 선행연구로는 윤재희(1998), 김종범과 한종철(2001), 황상민 외(2001), 이희숙(2006) 등이 있다.

#### ④ 내향성

내향성이란 외부 세계에서 벗어나 자기 자신 안으로 몰입하는 성향을 나타내는 반면 외향성은 외부세계의 사람이나 사물에 대해 관심을 쏟는 성향을 갖는다. 따라서 외향성인 사람의 경우 사회적인 관계를 넓혀가며 활발한 활동을 하는 반면, 내향성의 경우 혼자만의 시간을 갖는 경우가 많다.

Gunn(1998)은 내성적인 특성을 지니는 사람이 인터넷 중독과 유의미한 상관이 있음을 밝혔으며, 인터넷 중독자는 일반 사람에 비해 더 절망감을 느끼며 내성적이라는 것이 일반적으로 지지된다고 하였다(이희숙, 2006 재인용). 한편 강진구(1997)에 의하면 내향성이 강할수록 PC통신의 전자 대화량이 증가한다고 하였으며 이러한 결과는 내향성이 인터넷의 사용과 관련이 있음을 시사하고 있다고 하였다.

### (3) 청소년의 인터넷 관련 중독성향 특성

#### ① 일반적 인터넷 중독성향

일반적 인터넷 이용이란 이메일, 채팅, 검색 등 특별히 게임이나 쇼핑을 위한 것이 아닌 목적으로 인터넷을 이용함에 있어서 중독성향을 나타냄을 의미한다. 선필호(2003)에 따르면 고등학생의 인터넷 사용기간이 오래되었음을 물론 거의 매일 인터넷에 접속하여 상당시간을 보내고 있는 것으로 나타났다. 주로 인터넷 카페/동호회 등의 인터넷 서비스를 여가나 놀이를 위한 목적으로 사용하고 있다고 밝혔다. 또한 상당수의 고등학생이 인터넷에 중독되어 있었으며, 중독자 특성 중 하나는 인터넷 사용빈도가 높다는 것이라고 하였다. 또한 대구광역시 중학생들을 대상으로 한 연구(장윤옥, 장서린, 2005)에서는 인터넷 중독성향을 보이는 학생의 경우, 비중독 학생보다 교사, 친구, 부모로부터 지지를 적게 받는다고 지적하고 있다고 하여 자아존중감이 낮은 학생들이 인터넷 이용에 집착하는 경향을 보임을 시사하고 있다.

이러한 선행연구는 인터넷 카페 혹은 동호회 활동을 비롯한 일상적인 인터넷 이용의 정도가 지나치면 중독증상으로 연결될 수 있으며, 중독성향을 보이는 청소년의 특성으로 인터넷 이용 빈도가 높고 자아존중감이 낮을 가능성이 높음을 시사하고 있다.

#### ② 인터넷게임 중독성향

여기준(2000)은 컴퓨터 게임이 자신의 생활에 큰 비중을

차지하고 있으며, 목적에 의한 행위로서의 사용이 아니라 그 자체가 하나의 습관으로 자리 잡고 있는 상태이며, 컴퓨터 게임에 대한 통제력을 상실하여 게임에 대한 자제를 인식하면서도 자신의 의지대로 통제하지 못하는 상태를 인터넷게임 중독자라고 일컫고 있다.

인터넷게임 중독으로 나타나는 현상으로는 게임의 폭력적, 외설적, 혹은 불건전한 내용으로부터 영향을 받은 아동 및 청소년들이 공격적 사고를 더 많이 하게 되고, 이를 직접 행동에 옮길 우려가 있다는 것이다. 인터넷게임의 대표적인 유형인 투자/배팅 게임의 경우 사이버 머니, 마일리지 등으로 이용자를 유지하고 있는 추세이며, 롤플레이 게임은 상대의 아이템을 뺏기 위해 행해지는 PK(Player Killing)기능의 수록과 함께 폭력성이 더욱 증가했다고 한다(권준모, 2002, p. 70). 최근의 인터넷게임 중독에 빠진 청소년의 경우 인터넷 게임을 통해 단순한 심리적 보상과 기술 습득뿐 아니라 현금거래 등의 재정적 보상까지 이루어지고 있으며(조옥자, 2004), 게임의 아이템을 사고 팔 때 경매의 방식을 사용하는 인터넷게임도 있다. 인터넷게임 중독의 사회적, 심리적인 측면에서의 영향을 보면 일부 청소년들은 실제 사회에서 자신에게 부족하다고 생각되는 측면을 게임이라는 공간에서 가상의 인물로 변장하여 현실에서 충족되지 않는 욕구를 해소시키면서 대리만족을 얻고 있다(이소영, 2000).

이상의 선행연구는 게임중독성향을 가진 청소년의 경우 인터넷경매로 게임 아이템을 팔고 하면서 인터넷경매 중독으로 연결될 수 있음을 시사하고 있다.

#### ③ 인터넷쇼핑 중독성향

임수연과 나영주(2005)는 서울과 부천 소재 고등학생을 대상으로 인터넷쇼핑에 대한 연구를 하였으며 청소년의 인터넷 쇼핑성향을 여가적 쇼핑, 점포충성 쇼핑, 브랜드지향 쇼핑으로 구분하였다. 연구결과 여학생이 남학생보다, 고학년이 저학년보다, 용돈이 많을수록 '여가적' 쇼핑성향이 높았으며, 또한 용돈이 많고 가계경제수준이 높을수록 '브랜드 지향' 쇼핑성향이 높았다. 용돈이 많을수록 '여가적' 쇼핑성향이 높다는 것은 성인과는 달리 신세대들인 청소년에게는 여가 생활의 일종인 쇼핑을 즐기기 위해서는 용돈이 필수조건이 된다는 것을 반영한다고 해석하였다. 특히 연구 결과, 인터넷으로 상품을 구매할 경험이 있는 청소년이 '여가적' 쇼핑성향과 '점포충성' 쇼핑성향이 높은 것으로 나타났다. 아울러 인터넷쇼핑물 이용 경험 유무별 쇼핑성향을 분석한 결과, 조사대상 고등학생의 81.4%가 인터넷으로 상품을 구매해 본 경험이 있었다. 또한 인터넷 쇼핑물 이용경험이 있는 학생이 없는 학생보다 '여가적' 쇼핑성향이 높았으며, 이는 인터넷 쇼핑물을 이용해 본 청소년은 여가적으로 쇼핑을

즐기고 있는 것으로 해석하였다.

이승희와 정진원(2005)은 서울 및 수도권 지역 등의 인터넷 쇼핑몰에서 패션제품을 구매한 경험이 있는 성인 남녀를 대상으로 인터넷쇼핑 중독구매를 연구한 결과, 인터넷쇼핑 중독구매는 일반적인 중독구매의 특성과 인터넷이라는 매체의 특성으로 야기되는 인터넷 중독변수가 직·간접적으로 영향을 미치고 있다고 하였다. 이는 어떤 한 가지 이상의 중독 성향이 있는 사람들은 다른 중독 행동의 성향을 지닐 수 있다는 것으로, 인터넷 중독성향이 있는 사람이 인터넷 쇼핑 중독 구매 성향도 지닐 가능성이 높다는 것을 보여주는 것이다.

이러한 선행연구는 인터넷 중독과 인터넷쇼핑 중독, 그리고 인터넷경매 중독과는 긴밀한 상관이 서로 있음을 시사하고 있다.

#### (4) 인터넷 상의 구매행동 특성

구매행동 특성과 관련된 선행연구로는 인터넷 쇼핑몰 방문횟수나 구매횟수가 인터넷 쇼핑 중독구매와 관련이 있음을 밝히고 있는 것(이승희, 정진원, 2005)과 인터넷 사용시간, 인터넷 사용기간 모두 중독성 전체와 유의한 상관이 있다고 밝힌 연구(김혜원, 2001; 강지연, 2003)가 있다. 황상민 외(2001)의 연구에서는 인터넷 사용시간에 대하여 인터넷 중독이 있는 집단이 나머지 집단에 비해 최소 2시간 이상 많다고 보고하고 있다. 이러한 선행연구에서는, 인터넷 사용시간이 증가할수록 인터넷 중독 또는 인터넷경매 중독성향이 높을 것임을 시사하고 있다.

또한 정병진(2005)은 인터넷 쇼핑몰 사이트의 매력이나 상호작용성(쇼핑 시 느끼는 감정 등)이 충동구매에 큰 영향을 미치기 때문에 인터넷 상에서 많은 충동구매가 이루어질 것임을 보고 하였다.

### Ⅲ. 연구방법

본 연구는 인터넷경매를 이용한 경험이 있는 고등학생들의 특성을 밝히고, 아울러 이들 중 상대적으로 인터넷 경매 중독성향을 보이는 집단과 그렇지 않은 집단의 특성을 비교해 보고자 하였다. 여기서 특성은 사회인구학적 특성, 심리적 특성, 인터넷 관련 중독성향 특성, 그리고 구매행동 특성을 포함한다. 이러한 목적을 수행하기 위한 연구방법은 다음과 같다.

#### 1. 조사대상 및 자료수집

조사대상은 연구자의 조사상의 편의와 조사가 가능한 점을 고려하여 C시에 소재한 인문계 고등학교 3개교(32개 학

급), 전문계 고등학교 1개교(42개 학급)를 대상으로 선정하였으며, 이 중 지난 1년 동안 인터넷경매 경험이 있는 학생을 대상으로 하였다.

자료수집은 설문지를 이용하되 조사대상자가 직접 기입하도록 하였으며 연구자가 직접 담임교사의 도움을 받아 실시하였다. 예비조사는 2008년 11월 17일부터 11월 27일까지 42명을 대상으로 실시하였으며 예비조사에서 분석된 결과를 기초로 설문지를 수정, 보완하였다. 본 조사는 2008년 12월 16일부터 23일까지 인문계 고등학생 170부, 전문계 고등학생 150부, 총 320부를 배포하였다. 회수된 설문지 중 부실기재 되었거나 분석에 용이하지 않은 설문지를 제외하고 총 288부를 최종분석에 이용하였다.

#### 2. 조작적 정의와 측정도구

##### 1) 인터넷경매 중독성향자

인터넷경매 중독성향자란 전문인으로부터 인터넷경매 중독자라는 판정을 받지는 않았지만 인터넷경매를 이용함에 있어서 중독 증세를 나타내는 사람을 의미하며, 이러한 인터넷경매 중독성향 측정은 객관적, 주관적 측정을 동시에 시행하였다. 객관적 측정을 위해서는 문헌고찰에서 살펴본 바와 같이 중독의 일반적 개념 요소인 중독대상에의 의존성, 내성, 그리고 금단증상을 측정하는 것을 내용으로 하는 문항들로서 이희숙(2006)과 Young(1999; 황상민 외, 2001 재인용, pp. 36-38)의 인터넷경매 중독성향자의 특성을 밝히는데 사용한 측정도구를 연구의 목적에 맞게 재구성하여 6문항으로 측정하였다. 각 문항은 5점 리커트 척도로 측정되었으며 점수가 높을수록 중독성향이 높음을 의미한다. 주관적 측정 도구는 '자신이 인터넷경매 중독 증세가 있다고 생각하십니까' 라는 질문을 통하여 측정하였으며 5점 리커트 척도로 측정하였으며 점수가 높을수록 주관적 인터넷경매 중독성향이 높음을 의미한다.

##### 2) 심리적 변인

심리적 변인으로 자아존중감, 우울증, 소외감, 내·외향성을 측정하였으며 우선 자아존중감은 자신에 대한 일반적인 가치평가를 의미하며, Rosenberg(1965)가 총체적인 자아존중감을 측정하기 위해 개발하고 김문주(1991)가 변안한 것을 사용하여 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 각 문항은 5점 리커트 척도로 측정하였으며 총점이 높을수록 자아존중감이 높음을 의미한다.

우울증은 우울한 기분에 빠져 의욕을 상실한 채 무능감, 고립감, 허무감, 죄책감, 자살충동 등에 사로잡히는 일종의 정신질환을 의미하며, 측정도구는 강지연(2003)의 연구를

기초로 하여 본 연구대상자에 맞추어 수정하였으며, 각 문항은 5점 리커트 척도로 측정하였으며 총점이 높을수록 우울증이 높음을 의미한다.

소외감은 '부모, 또래 친구, 교사 등으로부터 소외'된 상황을 의미하며 이에 대한 측정은 황상민 외(2001, pp. 36-37)의 연구를 기초로 하여 본 연구에 맞게 재구성한 3개 문항으로 구성되어 있다. 즉 첫째, 친구들과 어울려 지내기 불편하다. 둘째, 친구, 선생님, 부모와 의사소통이 잘 되지 않는다. 셋째, 학교친구들과 어울려 지내기 힘들다 등이다. 각 문항은 5점 리커트 척도로 측정하였으며 점수가 높을수록 소외감의 정도가 높다는 것을 의미한다.

내·외향성은 자기 자신 안으로 몰입/외부세계에 더 관심을 쏟는 성향을 의미한다. 이를 측정하기 위한 문항은 이희숙(2006)의 연구에서 이용된 측정도구를 그대로 사용하였으며 총 4문항으로 구성되어 있다. 즉 첫째, 다른 사람과 어울리는 것을 좋아한다. 둘째, 나 혼자 있는 것을 좋아한다. 셋째, 야외에서 하는 활동을 좋아한다. 넷째, 집에서 있는 것을 좋아한다 등이다. 각 문항은 5점 리커트 척도로 측정하였으며, 총점이 높을수록 외향적인 성격에 가까움을 나타낸다. 내향성을 나타내는 문항인 2번과 4번은 역으로 코딩하여 총점을 산출하였다.

3) 인터넷 관련 중독성향 변인

인터넷 관련 중독성향으로 일반인터넷, 인터넷게임, 인터넷쇼핑 중독성향을 측정하였으며 우선, 일반인터넷 중독성향은 이메일을 비롯한 정보검색, 채팅, 동호회, 카페 등 일반적인 인터넷 사용에 있어서의 중독적 성향을 나타내는 정도를 의미하며, 이를 측정하기 위한 측정도구는 일상생활장애(disturbance of adaptive functions)에 관한 내용의 3문항, 금단(withdrawal) 관련 내용의 1문항, 내성(tolerance) 관련 내용의 3문항으로 구성하였다. 각 문항은 4점 리커트 척도로 구성하였으며 점수가 높을수록 일반적인 인터넷 중독성향이 높음을 의미한다.

인터넷게임 중독성향은 인터넷상에서 게임을 함에 있어서 중독적 성향을 나타내는 정도를 의미하며, 이를 측정하기 위하여 한국정보문화진흥원(2006, pp. 296-299)에서 개발한 「청소년용 인터넷게임 중독 척도」를 사용하였다. 인터넷게임 중독 척도를 구성하는 각 문항은 게임 중독과 관련한 자기 인식보다는 게임 행동의 현재 상태에 대한 서술이 되도록 되어있고, 총 7문항으로 구성하였으며 일상생활 장애에 관한 2문항, 내성과 통제력 상실에 관한 1문항, 금단과 부정적 정서에 관한 4문항으로 구성하였다. 각 문항은 4점 리커트 척도로 측정하였으며 점수가 높을수록 중독성향이 높음을 의미한다.

인터넷쇼핑 중독성향은 인터넷 상에서의 쇼핑행동에 중

독적 성향을 나타내는 정도를 의미하며, 이를 측정하기 위해 김은정(2005)의 연구에서 이용한 측정도구를 이용하였으며, 각 문항은 5점 리커트 척도로 측정하였으며 점수가 높을수록 중독성향이 높음을 의미한다.

4) 측정도구의 타당도 및 신뢰도

측정도구의 타당도는 내용타당도 방법으로 전문가로부터 검증을 받았으며 신뢰도는 크롬바하 알파 계수를 이용하여 측정하였다. 각 측정도구의 신뢰도는 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 측정도구의 신뢰도 계수

측정도구	신뢰도 계수(α)	측정도구	신뢰도 계수(α)
자아존중감	.88	인터넷경매 중독성향	.85
우울증	.83	인터넷게임 중독성향	.82
소외감	.87	인터넷 쇼핑 중독성향	.78
성격	.77	일반인터넷 중독성향	.91

3. 자료 분석

자료분석은 SPSS 12.0 통계패키지를 이용하여 분석하였으며, 일반적 특성 분석을 위해 빈도, 백분율 등을 이용하였으며, 집단별 차이검증을 위해  $\chi^2$ -검증, F-test, Scheffe test 등을 이용하였다.

IV. 연구결과

1. 조사대상자의 일반적 특성

조사대상자인 인터넷경매 이용경험이 있는 고등학생의 일반적 특성으로 사회인구학적 특성, 경매사이트를 제외한 인터넷 사용 특성, 심리적 특성, 인터넷관련 중독성향 특성으로 구분하여 살펴보았다.

1) 사회인구학적 특성과 인터넷사용 특성

조사대상자의 사회인구학적 특성은 <표 2>와 같이 남학생이 64.2%로 여학생보다 높은 구성비율을 보였으며, 인문계 학생이 56.6%로 전문계 학생(43.4%)보다 높은 구성비율을 보였다. 또한 1학년(49.3%)과 2학년(41.0%)에 비하여 3학년(9.7%)의 구성비율이 매우 낮았다. 자신의 학업성적에 대해서는 잘하는 편이라고 스스로 평가한 응답자가 20.8%, 보통 53.7%, 못하는 편 25.5% 등, 보통이라고 응답한 경우가 가장 많았다.

아버지의 교육수준은 고등학교졸업 이하가 54.0%, 대학졸업 이상이 46.0%로 나타났으며, 어머니의 경우 고등학교졸업 이하가 71.9%, 대학졸업 이상이 28.1%로 나타났다. 가계의 월평균 수입은 200~400만원 사이가 47.1%로, 월평균

〈표 2〉 조사대상자의 사회인구학적 특성과 인터넷사용 특성

구 분		명(%)	구 분		명(%)
성 별	남	185(64.2)	아버지의 교육	고등학교 졸업 이하	150(54.0)
	여	103(35.8)		대학교 졸업 이상	128(46.0)
	계	288(100.0)		계	278(100.0)
학교계열	인문계	163(56.6)	어머니의 교육	고등학교 졸업 이하	197(71.9)
	전문계	125(43.4)		대학교 졸업 이상	77(28.1)
	계	288(100.0)		계	274(100.0)
학년	1학년	142(49.3)	가족의 월평균 수입	200만원 미만	43(15.6)
	2학년	118(41.0)		200~400만원 미만	137(49.8)
	3학년	28( 9.7)		400만원 이상	95(34.5)
계	288(100.0)	계	275(100.0)		
학업성적	잘하는 편	59(20.8)	용돈	5만원 미만	140(49.8)
	보통	152(53.7)		5~10만원 미만	91(32.4)
	못하는 편	72(25.5)		10만원 이상	50( 17.8)
계	283(100.0)	계	281(100.0)		
인터넷 이용 목적 (복수 응답)	이메일 하기	15(5.5)	평균 하루 인터넷 이용시간	1시간 미만	62(21.5)
	채팅하기	73(26.5)		1~2시간 미만	84(29.2)
	뉴스보기	83(30.2)		2~3시간 미만	85(29.5)
	쇼핑하기	103(37.5)		3시간 이상	57(19.8)
	계	148(53.8)		계	288(100.0)
인터넷 쇼핑몰에서의 쇼핑빈도	게임하기	148(53.8)	인터넷 쇼핑몰에서의 쇼핑빈도	한 달 평균 1회	114(40.3)
	지식검색	95(34.5)		한 달 평균 2~3회	91(32.2)
	인터넷 학습	41(14.9)		한 달 평균 3~4회	38(13.4)
	홈페이지 관리	46(16.7)		한 달 평균 5~7회	17(6.0)
	블로그 관리	32(11.6)		한 달 평균 8회 이상	23(8.1)
	기타(온라인게 임 사이트)	46(16.7)		계	283(100.0)

용돈은 5만원 미만이 49.8%로 각각 가장 높은 비율을 보였으며 조사대상자 대부분(82.2%)이 10만원 미만 수준의 용돈을 사용하고 있었다.

또한 조사대상자가 인터넷경매사이트를 제외하고 일반적으로 인터넷을 어떻게 이용하고 있는가를 살펴본 결과, 평균 하루 인터넷 이용시간은 1시간 미만이 21.5%, 1~3시간 미만이 약 60%로 나타났으며, 3시간 이상 인터넷을 이용한다는 응답도 19.8%로 나타났다. 인터넷을 하는 목적을 복수응답이 가능하도록 질문한 결과 '게임하기(53.8%)'와 '쇼핑하기(37.5%)'가 가장 높게 나타났으며, 이 밖에 '지식검색(34.5%)', '뉴스보기(30.2%)', '채팅하기(26.5%)' 등의 순서로 나타났다. 경매 사이트를 제외한 인터넷 쇼핑몰에서 쇼핑을 어느 정도 하고 있는 지 살펴본 결과 '한 달 평균 1회'가 40.3%로 가장 높았으며 다음으로는 '한 달 평균 2~3회'가 32.2%로 나타났다.

2) 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 심리적 특성

조사대상자 즉, 고등학생 중 인터넷경매 이용자의 심리적 특성을 알아보기 위하여 자아존중감, 우울증, 소외감, 내·외향성을 5점 리커트 척도로 측정하였으며, 점수가 높을수록 자아존중감은 높고, 우울증·소외감이 높음을, 그리고 외향성에 가까움을 나타낸다. 조사대상자의 심리적 특성은 <표

3>과 같이 자아존중감은 평균 3.1점으로 중간점 3점보다 높은 수준을 보였으며, 우울증은 중간점보다 낮은 2.2점, 소외감은 중간점보다 높은 3.6점을 각각 보였으며 내·외향성은 3.3점으로 약간의 외향성을 나타내고 있었다.

인터넷경매 이용자 중 20세 이상의 성인을 대상으로 한 연구(이희숙, 2006)와 비교해 볼 때 자아존중감(3.1), 우울증(2.3), 내·외향성(2.9)은 유사한 성향을 보였으나 소외감(1.83)은 매우 높은 성향을 나타내고 있었다. 이 중 소외감이 높은 이유는 학원 혹은 야간 자율학습 등으로 가정에서 가족과 함께하는 시간이 적은 데서 기인한 것으로 생각된다.

3) 인터넷경매 중독성향 수준별 집단의 인터넷관련 중독성향 특성

인터넷관련 중독성향 특성으로 일반인터넷 중독성향, 인터넷게임 중독성향, 인터넷쇼핑 중독성향을 측정하였으며, 일반인터넷 중독성향과 인터넷게임 중독성향은 4점 리커트 척도로, 인터넷쇼핑 중독성향은 5점 리커트 척도를 이용하여 측정하였다. 인터넷관련 중독성향 특성의 측정결과는 <표 3>과 같으며 모두 점수가 높을수록 중독성향이 강함을 나타낸다. 측정결과, 조사대상자인 고등학생의 경우 모두 중간점 이하를 나타내는 낮은 수준을 보였다.

〈표 3〉 조사대상자의 심리적 / 인터넷관련 중독성향 특성

구 분		평균(표준편차)
심리적 특성	자아존중감	3.1(0.7)
	우울증	2.2(1.2)
	소외감	3.6(1.1)
	내·외향성	3.3(1.2)
인터넷관련 중독성향 특성	일반인터넷 중독성향	1.9(0.8)
	인터넷게임 중독성향	1.5(0.8)
	인터넷쇼핑 중독성향	2.1(1.2)

## 2. 인터넷경매 이용 고등학생의 특성

고등학생 중 인터넷경매를 이용해 본 조사대상자의 인터넷경매 이용 특성은 〈표 4〉와 같이 우선, 인터넷경매사이트 방문빈도를 살펴보면 ‘거의 매일’은 13.4%, ‘일주일에 몇 회’ 23.7%, ‘한 달에 몇 회’ (62.9%)로 나타났다. 이 중 거의 매일 인터넷경매사이트를 방문한다는 것은 거의 매일 습관처럼 경매사이트를 방문하는 것을 의미하며 조사대상자가 고등학생임을 고려할 때 13.4%라는 것은 간과할 수 있는 비율이 아니다. 인터넷경매사이트를 통한 제품구매 빈도는 ‘평균 한달에 1회 이상’이 12.2%이며 대부분(87.8%)이 한 달에 1회 미만으로 나타났다.

인터넷경매를 통해 구입하는 상품의 평균 구입 금액은 3만원 미만이 52.7%로 가장 높았으며, 3~5만원 미만이 30.6%, 5만원 이상은 16.7%에 지나지 않았다. 주 구입품목으로는 의류, 패션잡화(신발·가방·악세사리 등)가 34.5%로 가장 많았으며, 책 종류(12.7%)와 디지털 카메라, MP3 플레이어 등(12.1%)을 많이 구입하고 있었다.

인터넷경매사이트 1회 방문 시 체류 시간은 30분~1시간 미만(28.5%), 30분 미만이 27.1%, 1~2시간 미만(26.4%), 2시간 이상(18.1%)의 순으로 나타났다.

인터넷경매사이트 이용 시 경쟁적인 입찰의 경험에 대해서는 ‘있다’라고 응답한 경우가 31.5%로 나타났으며 이러한 결과는 경매사이트라 하더라도 입찰의 경쟁이 없는 구매를 많이 하고 있는 것으로 해석할 수도 있지만, 고등학생임을 고려하였을 때 경쟁적 입찰의 경험이 31.5%라는 것은 결코 낮은 비율이 아니라고 판단된다. 경쟁적 입찰을 하여 구매하는 이유는 ‘필요한 것이어서(72.2%)’가 가장 많이 나타났으며 이는 조사대상자의 대부분이 스스로 판단할 때 나름대로 경매사이트이지만 계획적인 구매행동을 하고 있다고 생각하고 있는 것으로 해석된다. 이 이외에도 ‘다른 사람에게 빼앗기기 싫어서(8.9%)’, ‘가격 올리는 것이 재미있어서(3.3%)’도 일부 나타나 조사대상자의 일부는 온라인게임과 같은 재미를 인터넷경매사이트를 통하여 경험하는 것으로 판단된다. 한편 인터넷경매사이트에서 경쟁적 입찰경험이 있는 학생만을 대상으로 어느 정도 경쟁적 입찰을 하고 있는가를 질문한 결과 ‘입찰 횟수의 약 25% 미만(67.0%)’이 가장 높아 경쟁적

입찰 정도는 그리 높지 않은 것으로 해석된다.

인터넷경매사이트에서 입찰을 시도한 후 낙찰되지 않았을 때의 기분은 어떠한지에 대하여 ‘아무렇지도 않다’라는 응답이 60.7%로 나타났으며, 그 외에는 ‘힘이 쭉 빠지면서 허탈한 느낌이 듦(21.3%)’, ‘화가 나거나 짜증이 남(16.9%)’, ‘얼마동안은 다른 일이 손에 잡히지 않는다(8.1%)’는 등의 심리적인 허탈감을 표현하고 있었다.

하루 중 인터넷경매사이트에 방문하는 시간대는 오후 6시~9시(39.0%)가 가장 높았고, 다음으로 9시~자정까지(38.3%)가 높았으며, 이는 학생이기 때문에 학교로부터 귀가 후부터 자정까지의 시간을 가장 많이 인터넷경매사이트 이용시간으로 할애하고 있음을 알 수 있다.

인터넷경매사이트에서 자신의 구매행동을 스스로 평가할 때 ‘구매 계획을 세운 후 인터넷경매사이트에 그 물건이 있으면 구매한다’라고 응답한 경우가 58.9%로 가장 높은 응답율을 보였으며 이들은 어느 정도 계획성 있는 경매사이트에서의 구매행동을 보이고 있는 것으로 해석된다. 그 밖의 41.1%의 응답자는 ‘계획이 없더라도 싼 가격에 파는 물건이 있으면 구매(31.2%)’하거나 혹은 ‘계획이 없더라도 독특한 물건이 있으면 구매(9.9%)’하는 것으로 나타났다.

물건을 직접 팔려고 시도해 본 적이 있는가에 대하여는 ‘전혀 없음’이라고 응답한 경우가 63.6%로 나타났으며, ‘가끔 있음(32.2%)’, ‘자주 있음(4.2%)’의 순으로 나타났다. 주로 이용하는 인터넷경매사이트는 ‘G마켓(57.3%)’과 ‘옥션(54.0%)’이 비슷한 수준으로 가장 높았다. ‘기타(20.8%)’ 인터넷경매사이트로는 게임 아이템 등의 경매가 이루어지는 온라인게임사이트라는 응답이 많았다.

인터넷경매를 이용하는 가장 중요한 이유가 무엇인가에 대하여 ‘가격이 싸다’라는 응답이 56.5%로 가장 높았고, ‘상품의 종류가 다양하다(27%)’ 등으로 대답한 경우가 많았으며 이러한 이유는 인터넷경매가 아닌 일반적인 인터넷쇼핑몰 이용 이유와 크게 다르지 않은 것으로 해석된다. 다만 ‘경매로 사는 재미가 있다(7.0%)’와 ‘내가 물건을 사기만 하는 것이 아니라 팔수도 있기 때문이다(3.2%)’만이 인터넷경매의 본래적인 특성이라는 점을 고려할 때, 오직 10%정도만이 인터넷경매사이트이기 때문에 방문하는 경우라고 해석된다.

## 3. 인터넷경매 이용 고등학생의 중독성향

인터넷경매 이용 고등학생의 중독성향의 측정은 연구방법에서 밝힌 바와 같이 측정도구를 이용한 객관적인 방법과 주관적인 방법으로 ‘자신이 인터넷경매에 중독 증세가 있다고 생각하는가’라는 질문에 조사대상자가 답을 하도록 함으로써 측정된 것이다.

객관적인 측정결과 평균 2.1(표준편차 0.9)로 5점 리커트

〈표 4〉 인터넷경매 이용 고등학생의 특성

구 분	명(%)	
경매사이트 방문 빈도	거의 매일	39(13.4)
	일주일에 몇 회	69(23.7)
	한 달에 몇 회	183(62.9)
	계	291(100.0)
제품구매 빈도	한 달에 1회 이상	32(12.2)
	한 달에 1회 미만	230(87.8)
	계	262(100.0)
1회 평균 구입금액	3만원 미만	152(52.7)
	3~5만원 미만	88(30.6)
	5만원 이상	48(16.7)
	계	288(100.0)
주 구입 품목 (복수 응답)	컴퓨터 관련 제품	40(7.5)
	디지털 카메라, MP3 플레이어 등	65(12.1)
	컴퓨터 게임 종류	35(6.5)
	CD등 음반 종류	30(5.6)
	의류, 패션잡화(신발·가방·악세서리 등)	185(34.5)
	화장품, 향수	19(3.6)
	책 종류	68(12.7)
	공연 티켓 등 각종 할인티켓	25(4.7)
	생활소품	34(6.3)
	문구류	20(3.7)
기타(애완동물 등)	15(2.8)	
1회 방문 시 체류 시간	30분 미만	78(27.0)
	30분~1시간 미만	82(28.5)
	1~2시간 미만	76(26.4)
	2시간 이상	52(18.1)
	계	288(100.0)
경쟁적 입찰 경험	있음	90(31.5)
	없음	196(68.5)
	계	286(100.0)
경쟁적 입찰 이유	다른 사람에게 빼앗기기 싫어서	8(8.9)
	가격 올리는 것이 재미있어서	3(3.3)
	필요한 것이어서	65(72.2)
	기타(호기심 때문)	14(15.6)
	계	90(100.0)
경쟁적 입찰 정도	입찰 시마다	5(5.7)
	입찰 횟수의 약 50% 이상	7(8.0)
	입찰 횟수의 약 25~50% 미만	17(19.3)
	입찰 횟수의 약 25% 미만	59(67.0)
	계	88(100.0)
유찰되었을 때의 기분	화가 나거나 짜증이 남	46(15.8)
	힘이 쭉 빠지면서 허탈한 느낌이 듦	58(19.9)
	얼마동안은 다른 일이 손에 잡히지 않음	22(7.6)
	아무렇지도 않음	165(56.7)
	계	291(100.0)
하루 중 방문시간대	06시~18시	44(15.6)
	18시~21시	110(39.0)
	21시~24시	108(38.3)
	00시~06시	20(7.1)
	계	282(100.0)
구매계획	구매계획을 세움	166(58.9)
	계획이 없더라도 가격이 싸면 구매함	88(31.2)
	계획이 없더라도 물건이 독특하면 구매함	28(9.9)
	계	282(100.0)

의 중간점 3점보다 낮은 수준을 보였다. 구체적으로 측정도구를 구성하는 개별문항을 살펴보면, '인터넷경매를 한 번 시작하면 생각했던 것보다 오랜 시간을 보내게 된다'의 문항에 '그렇다' 혹은 '매우 그렇다'라고 응답한 비율이 38.3%(평균 2.7)로 가장 높게 나타났으며, 그 다음 순으로 '인터넷경매에서 입찰을 중단하거나 포기하면 화가 나거나 짜증이 난다'와 '시간이 나면 습관적으로 인터넷경매사이트를 방문한다'의 문항에 '그렇다' 혹은 '매우 그렇다'라고 응답한 비율이 18.4%(평균 2.1), 16.7%(평균 2.0)로 각각 나타났다. 이러한 결과는 위에서 언급한 문항들의 경우 다른 문항에 비해 중독성상 평가 내용이 상대적으로 경미하기 때문으로 해석된다.

또한 주관적인 측정결과, 10.4%만이 '그렇다' 혹은 '매우 그렇다'라고 응답하였고, 절반 이상인 53%가 '아니다' 혹은 '매우 아니다'라고 응답하였다(표 5 참조).

#### 4. 인터넷경매 이용 고등학생의 중독성향수준별 집단의 특성

인터넷경매 이용 고등학생의 중독성향 수준별 집단의 특성을 살펴보기 위하여 인터넷경매 중독성향을 객관적, 그리고 주관적으로 측정한 결과를 기초로 상대적으로 인터넷경매 중독성향을 보이는 집단의 사회인구학적 특성, 심리적 특성, 인터넷관련 중독성향 특성, 경매사이트에서의 구매행동 특성을 살펴보았다.

이를 위하여 우선 객관적 측정 결과 중독성향 정도를 상, 중, 하로 구분하였으며, 구분방법은 평균에서 표준편차를 더한 점수(2.95) 이상의 집단을 중독성향 '상 집단'으로, 평균에서 표준편차를 뺀 점수(1.21) 이하의 집단을 중독성향 '하 집단'으로, 그 이외의 집단(1.21 < < 2.95)을 중독성향 '중 집단'으로 구분하였다. 그 결과, 상집단은 51명(18.3%), 중집단은 170명(61.2%), 하집단은 57명(20.5%)으로 구성되어 있으며, 중독성향 정도는 상집단의 경우 평균 3.5점(표준편차 0.9), 중집단 평균 2.0점(표준편차 0.4), 하집단 평균 1.0점(표준편차 0.1)으로 구성되었다.

또한 주관적 측정 결과를 기초로 '그렇다' 혹은 '매우 그렇다'라고 응답한 사람을 '상 집단', '아니다' 혹은 '매우 아니다'라고 응답한 사람을 '하 집단', 그 외의 집단을 '중 집단'으로 구분하였다. 상집단은 30명(10.4%), 중집단은 35명(12.2%), 하집단은 222명(77.4%)으로 구성되었다.

〈표 4〉 인터넷경매 이용 고등학생의 특성(계속)

구 분		명(%)
인터넷경매를 통한 판매 시도	전혀 없음	182(63.6)
	가끔 있음	92(32.2)
	자주 있음	12(4.2)
계		286(100.0)
주로 이용하는 인터넷 경매사이트 (복수응답)	옥션	148(54.0)
	G마켓	157(57.3)
	11번가	51(18.6)
	다음온켓	6(2.2)
	이베이	3(1.1)
기타		57(20.8)
인터넷경매 이용 이유	가격이 싸다	161(56.5)
	경매로 사는 재미가 있다	20(7.0)
	상품의 종류가 다양하다	77(27.0)
	내가 물건을 사기만 하는 것이 아니라 판매할 수도 있기 때문이다	9(3.2)
	기타(희귀성, 서비스 및 포인트)	18(6.3)
	계	285(100.0)

주. 계가 288보다 작은 것은 무응답 때문임.

1) 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 일반적 특성

인터넷경매 이용 고등학생의 중독성향 상집단의 사회적·구학적 특성을 살펴본 결과, 유의성이 나타난 것만을 〈표 6〉에 정리하였다.

학년과 용돈은 주관적 기준의 경우에만 차이를 보여, 상집단은 중·하집단에 비해 3학년의 비율이 매우 낮은 경향을 보였으며 이는 3학년이 야간자율학습 등으로 여가시간이 적은 것에서 기인한 것으로 해석된다. 또한 용돈수준이 높을수록 중독성향 상집단에 속하는 구성비율이 높았으며 이는 쇼핑의 여력이 상대적으로 클수록 쇼핑기회가 많아지면서 나타난 결과로 해석된다.

성별은 객관적 기준의 경우에만 차이를 보였으며, 여학생

이 중독성향 상집단의 구성비율이 높게 나타났다. 이 중 성별의 특성은 성인을 대상으로 한 연구결과(이희숙, 2006) 즉, 남성이 여성보다 인터넷경매 중독적 성향을 나타내는 비중이 높다는 것과 다른 특성을 보이고 있다. 아울러 하루 평균 인터넷 사용시간이 길수록, 쇼핑횟수가 많을수록 경매 중독성향 상집단에 속하는 구성비율이 높아지는 경향을 보였다. 이는 인터넷에 노출되어 있는 시간이 길수록 인터넷경매 중독성향을 가질 가능성이 높음을 의미하며, 객관적, 주관적 기준의 경우 모두 동일한 경향을 보였다.

2) 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 심리적 특성

고등학생의 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 심리적 특성은 자아존중감의 경우 인터넷경매 중독적 성향 '상집단'이 '중·하집단' 집단에 비해 낮은 수준을 보였으며 객관적 기준의 경우에만 유의한 차이를 보였다. 우울증은 '상집단'이 '중·하집단'에 비해 높게 나타났으며 객관적, 주관적 기준 모두 유의한 차이를 보였다. 또한 소외감은 객관적 기준의 경우에만 '상·중집단'이 '하집단'에 비해 높은 수준을 보였으며, 내외향성은 집단별 유의한 차이를 보이지 않았다.

이러한 결과는 성인을 대상으로 한 이희숙(2006)의 연구결과와 크게 다르지 않은 것으로 나타났다.

3) 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 인터넷관련 중독성향 특성

인터넷경매 중독성향수준별 집단의 인터넷관련 중독성향의 차이는 인터넷경매 중독성향 측정방법에 상관없이 뚜렷하게 나타났다. 즉, 경매중독성향이 높은 집단이 이메일, 정보검색 등의 일반적인 인터넷 중독성향, 인터넷게임 중독성향, 그리고 인터넷쇼핑 중독성향이 높은 특성을 보였다. 이

〈표 5〉 인터넷경매 이용 고등학생의 객관적, 주관적 중독성향 측정결과

단위: 명(%)

문 항	5점리커트 평균(SD)	전혀 아니다	아니다	그저 그렇다	그렇다/ 매우 그렇다	계	
객관적	인터넷경매를 하지 않으면 생활이 지루 하고 재미가 없다.	1.6 (0.9)	174 (61.9)	56 (19.9)	39 (13.9)	12 (4.3)	281 (100)
	시간이 나면 습관적으로 인터넷경매사이트를 방문한다.	2.1 (1.1)	110 (39.0)	68 (24.1)	57 (20.2)	47 (16.7)	282 (100)
	인터넷경매를 한 번 시작하면 생각했던 것보다 오랜 시간을 보내게 된다.	2.7 (1.2)	78 (27.7)	33 (11.7)	63 (22.3)	108 (38.3)	282 (100)
	실제 구매 여부와 상관없이 인터넷경매 입찰 참여 횟수가 점점 늘어난다.	1.9 (1.0)	117 (41.6)	85 (30.2)	49 (17.4)	30 (10.8)	281 (100)
	인터넷경매를 하지 않으려고 결심해도 나도 모르게 인터넷경매 사이트를 방문하게 된다.	1.8 (0.9)	148 (52.7)	74 (26.3)	32 (11.4)	27 (9.6)	281 (100)
	인터넷경매에서 입찰을 중단하거나 포기하면 화가 나거나 짜증이 난다.	2.0 (1.2)	128 (45.4)	64 (22.7)	38 (13.5)	52 (18.4)	282 (100)
주관적	자신이 인터넷경매에 중독 증세가 있다고 생각하는가?	1.8 (1.0)	152 (53.0)	70 (24.4)	35 (12.2)	30 (10.4)	287 (100)

〈표 6〉 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 일반적 특성

단위: %

구 분		객관적			주관적		
		상	중	하	상	중	하
학년	1학년	16.2	64.0	19.8	10.6	14.8	74.6
	2학년	20.0	57.4	22.6	11.2	5.2	83.6
	3학년	18.5	61.1	20.4	7.4	29.6	63.0
	$\chi^2$		2.6			13.9**	
성별	남	14.2	60.8	25.0	10.4	10.4	79.2
	여	26.3	61.6	12.1	10.7	15.5	73.8
	$\chi^2$		10.1**				
월평균 용돈	5만원 미만	13.1	66.4	20.5	9.4	13.7	76.9
	5~10만원 미만	25.3	54.0	20.7	10.1	5.6	84.3
	10만원 이상	22.2	57.8	20.0	14.0	22.0	64.0
	$\chi^2$		6.0			9.6**	
인터넷 사용시간 (하루평균)	1시간 미만	10.2	69.5	20.3	6.5	6.5	87.0
	1~3시간 미만	19.2	64.8	16.0	9.6	16.8	73.6
	3시간 이상	26.0	44.4	29.6	17.5	5.3	77.2
	$\chi^2$		11.1*			11.6*	
인터넷 쇼핑횟수 (한달평균)	1회	10.1	60.6	29.3	5.4	6.3	88.3
	2~3회 이하	16.3	68.6	15.1	8.8	11.0	80.2
	4회 이상	32.5	57.1	10.4	20.5	21.8	57.7
	$\chi^2$		23.9***			25.4***	

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

〈표 7〉 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 심리적 특성

심리적 특성	객관적				주관적			
	상	중	하	F값	상	중	하	F값
자아존중감	2.8b	3.1a	3.5a	14.8***	2.9a	3.0a	3.1a	1.1
우울증	2.9a	2.2b	1.8b	23.0***	2.8a	2.3b	2.1b	8.3***
소외감	3.5a	3.7a	3.3b	4.61**	3.4a	3.7a	3.6a	0.7
내외향성	3.2a	3.4a	3.4a	1.0	3.2a	3.3a	3.3a	0.3

a, b, c 는 Scheffe test 결과임

\*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

〈표 8〉 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 인터넷관련 중독성향 특성

인터넷관련 중독성향 특성	객관적				주관적			
	상	중	하	F값	상	중	하	F값
일반인터넷 중독성향	2.2a	1.8b	1.6b	13.9***	2.2a	1.9b	1.8b	4.1**
인터넷게임 중독성향	1.8a	1.5b	1.4b	8.1***	1.8a	1.5b	1.5b	4.5**
인터넷쇼핑 중독성향	3.1a	2.1b	1.4c	52.7***	3.1a	2.9a	1.9b	37.6***

a, b, c 는 Scheffe test 결과임

\*\* $p < .01$ , \*\*\* $p < .001$

러한 결과는 이승희와 정진원(2005)의 인터넷 중독이 인터넷 쇼핑 중독의 매개역할을 한다는 연구결과와 유사한 맥락에서 해석할 수 있을 것으로 사료된다. 즉, 인터넷 중독이 인터넷경매 중독의 매개역할을 할 수도 있음을 시사하고 있으며 〈표 9〉에 제시된 인터넷경매 중독성향과 인터넷관련 중독성향과의 강한 정의 상관관계가 이러한 시사점을 뒷받침하고 있다.

4) 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 인터넷경매사이트에서의 구매행동 특성

고등학생의 인터넷경매사이트 상에서의 인터넷경매 중독성향집단의 구매행동 특성은 인터넷경매 이용실태에서 나타난 구매행동(방문빈도, 제품구매빈도, 일회 평균 구입금액, 일회 방문 시 체류시간, 경쟁적 입찰경험유무, 구매계획여

〈표 9〉 인터넷경매 중독성향(객관적 기준)과 인터넷관련 중독성향과의 상관관계

구분	인터넷경매	일반인터넷	인터넷게임	인터넷쇼핑
인터넷경매	1,000			
일반인터넷	.348***	1,000		
인터넷게임	.334***	.603***	1,000	
인터넷쇼핑	.583***	.415***	.252***	1,000

\*\*\* $p < .001$

부) 특성을 통하여 살펴보았다.

인터넷경매 중독성향의 측정방법에 상관없이 인터넷경매 사이트의 방문빈도가 높고, 방문체류시간이 길수록, 그리고 구매계획을 하지 않고 충동구매를 하는 빈도가 높을수록, 인터넷경매 중독성향 '상집단'에 속하는 구성비율이 높은 것으로 나타났다(표 10 참조). 다만 객관적 측정방법의 경우에만 인터넷경매사이트에서의 구매빈도에 따라서 차이를 보이지 않았다. 이러한 결과는 성인을 대상으로 한 이희숙(2006)의 연구결과와 동일한 것으로 나타났다.

### V. 결론 및 제언

본 연구는 지난 일 년 동안 인터넷경매를 이용해 본 경험이 있는 고등학생을 대상으로 인터넷경매 이용실태와 인터넷경매 이용에 있어 중독성향을 보이는 집단의 특성을 파악하는데 그 목적이 있다. 중독성향자는 질문지를 통한 객관적

인 방법과 조사대상자 스스로 평가하는 주관적인 방법을 통하여 구분하였으며 연구결과를 기초로 내린 결론은 다음과 같다.

첫째, 고등학생의 인터넷경매 이용실태 중, '거의 매일' 인터넷경매사이트를 방문하는 경우는 조사대상자의 10% 정도의 낮은 비율에 불과하지만 이들의 인터넷경매 중독가능성을 고려할 때 예의 주시할 필요가 있음을 시사하고 있다. 그리고 한 번 방문하면 2시간 이상 사이트에 머무는 경우가 조사대상자의 약 20% 정도로 전체적으로는 낮은 비율이지만, 이 역시 중독성향이 높은 집단에서는 장시간 사이트에 머무는 비율이 높다는 점을 고려할 때 주시할 만한 사항이다. 아울러 구매 상품의 단가는 대부분이 5만원 미만의 것으로 패션잡화를 가장 많이 구입하고 있는 것으로 나타났으며 이는 성인의 경우와 크게 다르지 않았으며 고등학생의 용돈 수준을 고려해 볼 때, 작지 않은 금액이라고 판단된다.

또한 비록 고등학생이지만 인터넷경매 특성 즉, 게임의 성격이 포함된 상거래는 중독될 가능성이 많음을 시사되고 있으며, 본 연구결과 중 인터넷경매에 경쟁적으로 입찰에 참여한 경험이 있는 경우가 과반수에 가까운 적지 않은 비율을 나타냈다는 점과, 전체 입찰경험자의 1/3 정도가 경쟁적 입찰에 낙찰되지 않았을 때는 허탈, 분노, 심리적 불안정 등의 심리적 상태를 경험한 결과가 이를 뒷받침하고 있다.

둘째, 고등학생 조사대상자 중 인터넷경매 중독성향을 보이는 집단의 주요한 특성으로는 우선, 인터넷 상에서 보내는 시간 혹은 인터넷 상에서의 쇼핑횟수가 높으며, 그리고 경매

〈표 10〉 인터넷경매 중독성향수준별 집단의 인터넷경매사이트에서의 구매 특성

구분		객관적			주관적			단위: %
		상	중	하	상	중	하	
경매 사이트 방문빈도	거의 매일	43.2	48.7	8.1	28.2	17.9	53.8	
	일주일에 몇 번	31.3	65.7	3.0	13.0	23.2	63.8	
	한달에 몇 번	8.0	62.1	29.9	5.6	6.7	87.7	
	$\chi^2$		50.2***			35.5***		
제품구매 빈도	한달에 1회 이상	17.8	63.0	19.2	8.8	12.3	78.9	
	한달에 1회 미만	23.3	46.7	30.0	25.0	15.6	59.4	
	$\chi^2$		3.1			8.51*		
1회 방문시 체류시간	1시간 미만10.7	10.7	60.0	29.3	7.0	10.1	82.9	
	1~2시간 미만	20.0	68.0	12.0	10.5	14.5	75.0	
	2시간 이상	40.0	56.0	4.0	21.1	15.4	63.5	
	$\chi^2$		33.7***			10.8*		
구매계획여부	구매계획	11.2	61.3	27.5	5.4	7.8	86.8	
	비구매계획	29.3	61.5	9.2	18.1	18.1	63.8	
	$\chi^2$		22.3***			21.0***		
충동구매 여부	전혀 하지 않음	10.1	61.9	28.0	4.7	3.4	91.9	
	충동구매를 함	26.7	62.2	11.1	16.5	21.6	61.9	
	$\chi^2$		20.3***			37.4***		

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

사이트에 자주 접속하며, 한 번 접속 시 긴 시간을 보내는 특성을 보인다는 점이다. 이는 일상생활에서 인터넷을 즐겨하는 청소년의 중독여부를 체크해 볼 필요가 있음을 시사하고 있으며, 아울러 경매사이트에서 물품을 구매하지 않는다 하더라도 경매사이트를 이용하는 시간 자체가 인터넷경매 중독성향에 매우 중요한 특성임을 시사하고 있다. 따라서 고등학생 청소년이 비록 인터넷을 통해 구매하는 물품이 없어 표면적으로는 나타나지 않는다 할지라도 경매사이트를 즐겨 찾는다면 그 자체만으로도 인터넷경매 중독성향을 가질 수 있음을 반영하고 있다.

다음으로, 인터넷경매 중독성향을 보이는 고등학생의 경우, 낮은 자아존중감, 우울증의 문제, 소외감을 많이 느끼는 특성을 보였으며, 이는 다른 중독의 경우와 유사한 특성으로 동일한 수준의 인터넷경매에 노출되어도 심리적으로 문제가 있는 사람이 상대적으로 중독증상을 보일 가능성이 크다는 것으로 해석할 수 있다. 아울러 인터넷경매 중독성향을 치료하는데 있어서 역시 인터넷 중독 치료와 유사한 부분을 포함해야 함을 시사하고 있다.

특히, 본 연구결과 고등학생인 조사대상자의 일반적 특성 중 소외감의 수준은 성인의 경우보다 매우 높은 수준으로 이는 가족 혹은 학교친구들과 함께 많은 시간을 보낸 다기 보다는 학교와 학원을 오가며 집에서 공부하는데 많은 시간을 할애해야 하는 현재 상황을 반영한다고 사료되며, 이러한 상황에서 고등학생의 인터넷 중독 내지 인터넷경매 중독 가능성이 염려되는 바이다.

또 하나의 주요한 특성으로 인터넷경매 중독성향이 인터넷관련 중독성향과 매우 깊은 관련이 있는 것으로 나타난 점, 즉, 인터넷경매 중독성향이 높은 집단이 상대적으로 이메일, 정보검색 등의 일반적인 인터넷 중독성향, 게임 중독성향, 그리고 인터넷쇼핑 중독성향이 높다는 것이다. 이는 인터넷경매 중독성향을 보이는 고등학생의 경우, 다른 인터넷관련 중독성향 역시 보일 수 있음을 시사하고 있으며, 동시에 인터넷관련 중독성향을 보이는 경우, 인터넷경매 중독성향을 점검해 볼 필요가 있음을 시사하고 있다.

인터넷경매 중독성향이 높은 고등학생 집단의 인터넷경매사이트에서의 주요 구매특성으로는 합리적인 구매태도 혹은 계획적인 구매태도를 가질수록 인터넷경매 중독성향이 낮다는 점이다. 이러한 결과는 결국 합리적 구매태도를 가진 소비자의 경우, 동일하게 인터넷경매에 노출되어도 중독성향을 보이는 등 비합리적 소비행동을 보일 가능성이 상대적으로 낮을 수 있음을 시사하고 있다.

고등학생이 인터넷경매중독에 빠지게 되면 가장 큰 문제점은 이 시기에 집중해서 이루어야 할 중요한 부분 즉, 대학입시, 인격형성 시기 등을 놓치게 된다는 것이다. 이는 잘 못

끼우기 시작한 단추처럼 나머지 인생을 보기 흉하게 만드는 원인이 되기 때문에 고등학교 시기의 인터넷경매중독은 매우 치명적인 문제가 될 수 있다. 이러한 측면에서 위 결론을 바탕으로 고등학생이 인터넷경매를 이용함에 있어서 인터넷경매 중독을 미리 예방하고 치료하기 위한 방안의 제언은 다음과 같다.

첫째, 고 교육을 담당하는 관련기관 혹은 현장 교육자는 인터넷 관련 중독성향을 보이는 학생은 인터넷경매 역시 중독성향을 보일 가능성이 높음을 인지하는 것이 중요하다. 즉, 인터넷 이용 시간이 많은 고등학생의 경우 일반적인 인터넷에 중독되어 있음은 물론 인터넷경매에도 역시 중독되어 있을 가능성이 높음을 인식하고 학교뿐만 아니라 가정에서도 인터넷의 이용 시간과 인터넷 접속 사이트 등과 관련하여 세심한 지도를 할 필요가 있다.

둘째, 중독성향을 보이는 고등학생의 경우, 다른 중독성향의 경우와 마찬가지로 심리적인 요인 역시 중요하게 나타나 중독성향만을 치료하기 보다는 심리적 치료와 함께 인터넷경매 중독행동을 교정해 나가는 것이 바람직할 것이다. 즉, 현실 생활에서 자아존중감을 높이거나, 우울증 내지 소외감에서 벗어나 학교에서나 가정에서 대인관계의 질을 높임으로써 인터넷의 가상공간을 통하여 현실에서 해결하지 못한 관계에 대한 것을 보상받고자 하는 일이 없어야 할 것이다.

셋째, 무엇보다 학교 소비자교육을 통해 고등학생 소비자로 하여금 보다 계획적인 구매태도를 갖도록 하며, 충동구매를 자제할 줄 아는 태도를 갖도록 하는 것이 중요하다. 어린 시절의 소비와 물질적 보상경험이 구매중독 성향에 영향을 미치는 중요한 변인이므로 성인들의 구매중독성향을 감소시키기 위해서는 아동기뿐만 아니라 청소년기의 소비생활에 대한 가정 또는 학교의 깊은 관심이 요구된다. 또한 초·중·고등학생에 대한 소비자교육 프로그램을 통해 절제된 소비생활의 가치와 중요성을 인식시킬 필요가 있다.

본 연구는 비교적 조사대상자수가 적고 일부 특정지역의 특정학교만을 대상으로 하였기 때문에 연구결과를 일반화하기에는 무리가 있을 것으로 판단된다.

## ■ 참고문헌

- 강지연(2003). 20~30대 인터넷 사용자의 인터넷 중독성과 정신건강에 관한 조사 연구. 이화여자대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 강진구(1997). PC통신 이용패턴과 개인적 특성간의 관계성에 대한 연구. 한양대학교 대학원 석사학위 청구논문.

- 권준모(2002). **폭력적 게임이 청소년에게 미치는 심리적 영향**. 서울: 청소년보호위원회.
- 김기옥, 최영운(2002). 인터넷 경매사이트 이용 소비자의 피해사례연구. **성균관대학교 생활과학**, 4(5), 229-243.
- 김선우(2002). 인터넷 중독의 실태와 영향요인에 관한 연구: 소외를 중심으로. 서울대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 김숙희(1996). 청소년 소비자의 소비행태 및 소비자기능. 건국대학교 교육대학원 석사학위 청구논문.
- 김은정(2005). 패션제품의 인터넷 구매 중독성향의 영향요인 연구. 연세대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 김중범, 한종철(2001). 인터넷 중독 하위 집단의 특성 연구: 자존감, 공격성, 외로움, 우울을 중심으로. **한국심리학회지**, 13(2), 207-219.
- 김혜원(2001). 청소년들의 인터넷 중독현상: 인터넷 중독의 현황파악과 관련 변인 분석. **청소년학연구**, 8(2), 91-117.
- 박상미(2008). 소비자의 인터넷 경매사이트 이용현황 및 만족도 분석. **소비자정책교육연구**, 4(3), 1-19.
- 선필호(2003). 청소년들의 인터넷 중독과 해결방안에 관한 연구. 명지대학교 사회교육대학원 석사학위 청구논문.
- 손상희(1997). 소비자사회와 청소년 소비문화. **한국가정관리학회지**, 15(4), 341-353.
- 아이비즈넷(2000). **인터넷 비즈니스 @i-biznet.com**. 서울: 21세기북스.
- 안민영, 박재옥(2003). 사이버쇼핑 이용자의 의류쇼핑성향에 따른 의류제품 평가기준과 구매의도. **한국의류학회지**, 27(7), 789-799.
- 안영희, 박명숙(2000). 청소년의 과소비성향과 관련변수. **한국가정교육학회지**, 12(1), 21-32.
- 안철현(2000). 인터넷 경매와 인터넷 쇼핑몰에 대한 인식차이와 사용의도에 관한 연구: 인터넷 사용자를 중심으로. 서울대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 어기준(2000). 청소년의 컴퓨터 중독 유형과 제반 문제점. [www.computerlife.org](http://www.computerlife.org).
- 윤재희(1998). 인터넷 중독과 우울, 충동성, 감각 추구 성향 및 대인관계의 연관성. 고려대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 이기수, 이병준, 이대희(2003). **인터넷 경매에서의 계약 체결과 소비자 보호**. 아산재단 연구보고서 96. 서울: 집문당.
- 이소영(2000). 게임의 중독적 사용이 청소년의 문제해결 능력 및 의사소통에 미치는 영향. 고려대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 이승희(2000). 의류쇼핑동기에 따른 소비자 특성에 관한 연구: 과소비성향과 의복구매행동을 중심으로. **한국의류학회지**, 9(7), 1243-1253.
- 이승희, 정진원(2005). 인터넷 쇼핑 중독구매에 관한 연구모형: 인터넷 중독의 매개효과를 중심으로. **한국의류학회지**, 29(1), 167-176.
- 이지혜, 김정숙(1997). 제주도 청소년소비자의 과소비성향에 관한 연구. **한국가정교육학회지**, 9(2), 161-174.
- 이희숙(2006). 인터넷경매 중독성향자의 특성. **한국가정관리학회지**, 24(6), 195-208.
- 임수연, 나영주(2005). 인터넷쇼핑몰 이용에 따른 청소년의 쇼핑성향과 가격 지각. **한국의류산업학회지**, 7(6), 594-600.
- 장윤옥, 장서린(2005). 청소년의 인터넷 중독 정도에 따른 인적자원의 차이. **중등교육연구**, 53(2), 531-554.
- 정병진(2005). 인터넷 쇼핑몰에서 충동구매 영향요인에 관한 연구. 중앙대학교 대학원 석사학위 청구논문.
- 조옥자(2004). 게임중독예방 프로그램의 효과성 연구. 호서대학교 여성문화 복지대학원 석사학위 청구논문.
- 주리아, 권석만(2001). 인터넷을 매개로 나타나는 문제행동과 유형분석. **심리과학**, 10, 93-115.
- 지희정(2004). 청소년의 인터넷 중독 관련요인 분석. **교육연구**, 16(17), 169-180.
- 한국인터넷진흥원 인터넷통계정보검색시스템(ISIS)(2007). **2007년 상반기 정보화 실태 조사**. 서울: 한국인터넷진흥원.
- 한국정보문화진흥원(KADO)(2006). **인터넷 중독 실태 조사**. 서울: 한국정보문화진흥원.
- 황상민, 황희영, 이수진(2001). **인터넷 중독 현황 및 실태 조사**. 서울: 한국정보문화센터.
- 황진숙, 양화영(2006). 청소년의 라이프스타일에 따른 의복 쇼핑성향과 의류제품의 인터넷 구매행동. **한국의류학회지**, 30(1), 71-82.

접 수 일: 2009년 9월 16일

심사시작일: 2009년 10월 8일

게재확정일: 2010년 2월 3일