



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

신 문 방 송 학 석 사 학 위 논 문

멀티미디어 시대 독서매체에 따른
독서동기, 독서량, 독서 하이라키가
독서 충족과 매체선호에 미치는
영향에 관한 연구

2017년

부경대학교 대학원

신문방송학과

LAI ANNA

신 문 방 송 학 석 사 학 위 논 문

멀티미디어 시대 독서매체에 따른
독서동기, 독서량, 독서 하이라키가
독서 충족과 매체선호에 미치는
영향에 관한 연구

지도교수 김용호

이 논문을 신문방송학 석사 학위논문으로 제출함.

2017년 2월

부경대학교 대학원

신문방송학과

LAI ANNA

LAI ANNA의 신문방송학석사
학위논문을 인준함.

2017년 2월



주 심 철학박사 김영환 (인)

위 원 문학박사 오창호 (인)

위 원 철학박사 김용호 (인)

목 차

I 서론	1
1 문제제기	1
2 연구목적	5
II 이론적 배경 및 선행연구	8
1 독서매체	8
1) 독서	8
2) 종이책	9
(1) 종이책의 정의 및 개념	9
(2) 종이책의 매체적 특성	10
3) 전자책	10
(1) 전자책의 정의 및 개념	11
(2) 전자책의 매체적 특성	11
4) 독서방식의 변화	12
(1) 독서방식	12
(2) 독서방식의 변화	13
2 독서 하이라키 이론(Reading Hierarchy Theory)	17
1) 독서 하이라키 이론의 배경 및 개념	17
2) 독서 하이라키 이론	18
3 이용과 충족이론(The Theory of Uses and Gratifications)	19
1) 이용과 충족이론의 개념	19

(1) 능동성	20
(2) 충족	22
2) 이용과 충족이론의 가정 및 모형	23
4 미디어 이용동기	24
1) 동기	24
2) 미디어 이용동기	24
3) 독서동기	25
5 정교화가능성모델(Elaboration Likelihood Model)	26
1) 정교화가능성모델(ELM)의 개념	26
2) 정교화가능성에 영향을 미치는 요인	28
(1) 동기	29
(2) 능력	29
3) 관여도	30
(1) 관여	30
(2) 관여도	31
4) 독서매체에 따라서 정교화가능성모델에서 독서 하이라키	31
III 연구문제 및 연구방법	34
1 연구모델	34
2 연구문제 및 연구가설	34
3 연구방법	38
1) 측정도구	38
2) 설문지의 구성	40
3) 자료 수집 방법	40
4) 자료 분석 방법	41

IV 연구결과	42
1 분석결과	42
1) 인구통계학적 특성 분석	42
2) 독서매체 이용형태 분석	43
3) 독서매체에 따라서 독서 하이라키별로 분석	46
2 연구가설의 검증	50
V 논의	66
VI 결론	71
1 결론요약	71
2 한계 및 제언	73
참고논문	76
부록: 설문지(국문 및 중문)	82

표 목차

<표1>: 설문지 구성	40
<표2>: 인구통계학적 빈도분석	42
<표3>: 독서량에 따라서 빈도분석	43
<표4>: 도서의 종류의 빈도분석	44
<표5>: 도서 종류에 대한 요인분석	45
<표6>: 독서 하이라키별로의 빈도분석	45
<표7>: 성별에 따라서 종이책의 독서 하이라키에 대해 교차분석	46
<표8>: 성별에 따라서 전자책의 독서 하이라키에 대해 교차분석	47
<표9>: 연령에 따라서 종이책의 독서 하이라키에 대해 교차분석	48
<표10>: 연령에 따라서 전자책의 독서 하이라키에 대해 교차분석	48
<표11>: 학력에 따라서 종이책의 독서 하이라키에 대해 교차분석	49
<표12>: 학력에 따라서 전자책의 독서 하이라키에 대해 교차분석	50
<표13>: 독서매체에 따라서 차이검증	51
<표14>: 독서매체에 따라서 독서량과 독서 하이라키 간의 상관관계	53
<표15>: 종이책경우에서 성별과 독서량 간의 차이검증	54
<표16>: 종이책경우에서 연령과 독서량 간의 차이검증	54
<표17>: 종이책경우에서 학력과 독서량 간의 차이검증	55
<표18>: 전자책경우에서 성별과 독서량 간의 차이검증	55
<표19>: 전자책경우에서 연령과 독서량 간의 차이검증	56
<표20>: 전자책경우에서 학력과 독서량 간의 차이검증	56
<표21>: 독서매체에 따라 성별과 독서 하이라키 간의 차이검증	57
<표22>: 독서매체에 따라 연령과 독서 하이라키 간의 차이검증	57
<표23>: 독서매체에 따라 학력과 독서 하이라키 간의 차이검증	58

<표24>: 종이책의 경우 종속변인들에 대해 회귀분석	59
<표25>: 전자책의 경우 종속변인들에 대해 회귀분석	62



그림 목차

<그림1>: 독서매체에 따라서 연구모델	34
<그림2>: 차이검증 결과의 요약	67
<그림3>: 종이책에 관련 변인들 간의 미치는 영향	68
<그림4>: 전자책에 관련 변인들 간의 미치는 영향	69



멀티미디어 시대 독서매체에 따른 독서동기, 독서량, 독서 하이라키가 독서 충족과
매체 선호에 미치는 영향에 관한 연구

LAI ANNA

부경대학교 대학원 신문방송학과

요약

멀티미디어 시대에서의 커뮤니케이션 과정은 미디어 환경 변화에 따라서 더욱 다양하고 복잡한 미디어 행위로 나타난다. 이는 수용자의 능동적인 미디어 선택을 요구할 뿐만 아니라 미디어의 다양성 때문에 수용자의 적극성도 요구하는 등 수용자의 매체이용 형태 전반에 변화를 수반한다. 인쇄 텍스트를 대표하는 종이책과 전자 텍스트를 대표하는 전자책은 매체 형태의 차이뿐만 아니라, 독자들이 독서매체를 이용하는 커뮤니케이션 방식에도 차이를 나타낸다. 독서는 예전부터 단순한 정보를 전달하는데 큰 역할을 해왔지만, 최근에는 전자 기반의 독자지향 맞춤형 정보를 전달하는 것으로 변화하고 있다. 독자들은 자신이 관심을 갖고 있는 분야에 대해 보다 다양하고 심층적인 정보를 얻고자 능동적인 노력을 기울이고 있다. 결국 독서매체는 이러한 독자들의 요구에서 부응하여 전자책이라는 새로운 방식으로 전환하였다. 독서과정에서 전자책을 적극적으로 활용한 독서매체들은 전통적인 종이책 보다 신속하고 편리하게 맞춤형 정보를 생산함으로써 독자들의 요구에 부응할 수 있었으나 이러한 변화에 적극적으로 대처하지 못한 독서매체는 독자들로부터 외면 받을 수밖에 없게 되었다. 그러나 다매체 환경으로 표현되는 정보화 사회는 고도로 분화되고 전문화된 사회이며, 지식과 정보의 취사선택에 있어서 특수화와 분화현상이 일어나 보다 깊고, 다양하고 체계적인 정보와 전문적 지식을 필요로 하고 있다. 독서의 중요한 이유가 지식과 정보를 얻기 위해서 이기도하지만, 더욱 중요한 목적은 사고의 힘을 기르는 것이라고 말할 수도 있다. 독자들의 지식수준이 증가하고, 수요가 전문화된 현실에서는 독자들의 매스미디어의 수용형태가 보다 다양할 것이며, 이러한 욕구를 충족시켜 주기 위해 커뮤니케이션 정보나 내용에 대한 독서 하이라키는 전문화되고 세분화될 필요가 있다.

따라서 본 연구에서는 독서매체 사용이 의미를 인지하는 포괄적인 사고 과정이라는 사고과정적인 입장을 가지고, 독자가 독서매체를 효용적으로 사용하고, 독서의 효용성을 얻기 위해서는 독서매체와 관련된 매체형태와 이용 형태에 대해 보다 독서 하이라키의 차원에서 접근하는 것이 필요해지기 때문에 종이책과 전자책에 대한 독자들의 독서 하이라키의 가치인식의 차이 및 영향을 규명하기 위한 양적분석을 수반함으로써 종이책과 차별화된 전자책 수용의 시각을 제공하고자 한다.

이 관점에서 본 연구는 독자들의 독서매체에 대한 수용과정을 이용과 충족이론에 기반하며, 독서매체 간의 차이에 따라 독서 하이라키에 어떤 효과를 미치는지 정교화가능성모델에 기반하여 분석하고자 한다. 또한, 이론적 연구와 문헌적 연구의 타당성 여부를 검증하기 위해서 실증적 연구방법을 실시하기 위한 연구모형과 연구가설을 제시

하고자 한다.

핵심어: 독서 하이라키, 이용과 충족, 정교화가능성모델, 독서매체, 매체선택도



The Study on effects of Reading motivation, Reading amounts and Reading hierarchy
based on different Reading media on the Reading satisfaction and Reading preference in
Multimedia age

LAI ANNA

Department of Mass Communication, The Graduate School,
Pukyong National University

Abstract

As the environment of the media changes, the communication process in the multimedia age shows more diverse and more complex media behaviors. It requires not only the active media selection behavior of the user, but also the initiative of the user due to the variety of media. The changes of the media use like this come after. Due to the difference of the media forms, typical text format based p-book and typical electronic text based e-book have their own features respectively, and with the different communication means there are some differences where readers use the reading-media. Reading has been performed simply the information delivery roles from the past, however, nowadays it changes into the reader-oriented and customized forms which is electronic based. To obtain more diverse and in-depth information in the field of interest, reader make the active efforts. To satisfy the demands of readers like this, reading media changed into the new form of the e-book. In the reading process, since reading medias actively using the e-book are quicker and more convenient than the traditional p-book, it can satisfy the readers' demands well, thus, reading medias which are not able to deal with the changes like this will experience difficulties. Information-oriented society in the multimedia environment is highly differentiated and specialized in the area of the personal bias for knowledge and information, thus it

require more diverse ,in-depth, systematic information and expert knowledge. And one of the reasons for reading is to obtain the information, but to develop the thinking ability can be more important. As readers become increasingly knowledgeable, and the readers' mass media usage forms become more diverse while the demands are specialized, to satisfy demands like this, reading hierarchy about the information or content of the communication should be specialized and segmented.

Thus, to increase the efficiency of reading and the usage of reading medias, the present study take the approach to access to the media forms and usage forms of the reading medias in a more reading hierarchy perspective. Also to make an inquiry of the influence and difference of the readers' value for p-book and e-book, quantity analysis was executed to offer a perspective for the use of the e-book which is different from the p-book.

In this perspective, readers' acceptance process for reading media is focused on the communication use and the theory of gratifications, and the present study is to analyze the influence the difference of reading media has on the reading hierarchy based on the elaboration likelihood model. Also, to verify the validity of the theatrical research and the literature research, models and the hypothesis are proposed following an empirical research way.

Keyword: Reading Hierarchy, Uses and Gratifications, Elaboration Likelihood Model, Reading Media, Media Preference

I 서론

1 문제제기

문자는 인간의 역사와 같이 시작했다고 할 만큼 인간에게 중요한 의미를 가지고 있다. 문자의 탄생으로 지식의 보관이나 정보의 전달이 가능해지고, 다양한 방법으로 기억해내기 위해 표식을 사용하게 되었다. 문자의 탄생으로 기록이 용이해지고, 단순히 정보를 기록하기 위해서 뿐만 아니라 더 많고 다양한 범위의 기록이 가능해졌다. 독서는 기록을 통해 쓰인 문자 기호를 바르게 해독하는 것에서부터 시작되며, 글을 읽는 행위이다. 그러나 제작의 어려움과 과다한 비용, 그리고 지식의 기록을 접할 수 있는 계층의 제한으로 인해 처음에는 특정한 사람들에게만 기록물을 읽고 소유할 수 있었다. 종이와 인쇄술이 발명되고, 문자와 종이가 인쇄술을 통해서 결합함으로써 종이를 매개물로 종이 텍스트가 나타났다. 즉, 종이책이 나타났다. 책이 대량생산에 의해 등장하고 평민계층에까지 보급되면서 본격적인 독서의 대중화가 시작되었다.

책은 그 자체로서도 사물로서의 본질적 가치를 지닌다. 그리고 세상의 가치를 가늠하는 기준으로서의 역할을 해왔다. 책은 높은 가치를 가지고 있으며, 그것을 읽음으로써 더 높은 정신의 영역을 넓히고, 바람직한 자아의 형성을 위한 중요한 수단이 되었다. 독서는 책과 함께 인간의 문화를 발전시키는 원동력이 되어 왔다. 독서의 중요한 이유가 지식과 정보를 얻기 위해서 이기도 하지만 더욱 중요한 목적은 사고의 힘을 기르기 위한 것이라고 말할 수 있다.

그러나 최근에 이루어진 컴퓨터와 통신의 결합 및 과학기술의 급격한 발전은 인터넷을 비롯한 새로운 매체를 등장시켰으며, 이러한 매체는 독서 분야에서 다시 급격한 변화를 가져왔다. 따라서 기술의 발전과 확장으로 인해 매스미디어의 형태가 다양해지고 결국 다매체 환경이 구성 되었다. 미디어를 둘러싼 환경 변화뿐만 아니라 독서매체도 다양화해졌다. 새로운 미디어가 발전함에 따라 하이퍼텍스트, 멀티미디어 등 새로운 매체양식의 가치와 우수함이 지나치게 강조되면서 인쇄매체의 소멸과 전자매체로의 대체를 예단하는 논의가 일어나기도 하였다. 결국 외부 환경의 변

화는 독서매체에 직간접적으로 영향을 준다는 것이다. 이러한 상황에서 전통적인 인쇄된 종이독서매체는 전자독서매체의 등장으로 적지 않은 타격을 받았고, 종이 텍스트를 중심으로 하는 독서 행위가 줄어들고 있으며, 전자 텍스트를 이용한 독서 활동이 증가하고 있다. 전자책의 등장 역시 앞으로 전통적인 종이책에 큰 영향을 미치며, 하나의 위협과 영향력으로 다가오고 있다.

Mcluhan에 의하면 인류 사회는 구두 커뮤니케이션 시대, 문자 커뮤니케이션 시대, 인쇄 매체 시대, 전기 전자 매체 시대 등 네 가지로 나눌 수 있고 커뮤니케이션 매체에 의해 인간의 의식과 사고 양식까지도 변화한다. 이에 따라서 구두 커뮤니케이션 시대에서 인류는 말이 전달될 수 있는 공간상에서 모여 살 수 밖에 없었고 커뮤니케이션을 할 때에 인간의 오감을 모두 사용하고 면대면 커뮤니케이션 양식이 주를 이루었다. 그리고 문자 커뮤니케이션 시대와 인쇄 매체 시대에는 기술의 발전과 문자의 등장 때문에 시각을 주로 사용하였으며, 논리적인 문자의 영향으로 객관적, 이성적, 선형적 사고를 할 수 있게 되었고 조직적이고 체계화된 사회와 형식적이고 고전적인 양식이 발달할 수 있었다. 또한 전기 전자 매체 시대에는 시각뿐만 아니라 청각을 동원하는 복수 감각을 커뮤니케이션에서 사용하게 되었다.

이에 따라서 Iyoda는 이러한 미디어의 변화와 새로운 매체의 발전이 진행되고 있는 현 시점을 고려하며, 광의의 뉴미디어 시대의 특성을 다음과 같이 정리하고 있다¹⁾. 첫째는 미디어기술의 조화시대를 맞고 있다. 정보욕구의 다양화와 정보형태의 수렴현상은 독자적인 기존 미디어 기술만을 고수하기 어렵게 되며 이에 따라서 다른 미디어의 전송형태를 서로 보완, 결합하여 기술적 조화를 꾀하게 된다. 둘째는 다매체 채널시대가 이루어진다. 유선과 무선을 이용한 전송기술의 혁신에 따라서 공중파의 스펙트럼 한계를 벗어나 원하는 것대로 가능한 미디어와 채널의 다양화가 이루어진다. 셋째는 사용자 시대로 변모한다. 기존의 매스미디어에 대해 노출하던 수동적인 수용자 개념이 사용자나 이용자 개념으로 제고됨으로써 새로운 유형의 뉴미디어 사용자 집단이 형성된다.

Compaine은 미디어의 환경변화에 대해 정보내용, 정보전달방식, 정보표현 양식 등 세 가지 측면으로 나누고 있다²⁾. 첫째, 정보내용의 변화란 뉴스 오락물, 교육, 문

1) Iyoda, Y(1985), <Changes in the broadcasting system and their impact on commercial broadcasters>, Studies of Broadcasting, Vol.21, pp49-75; 전석호(1988), <미디어 환경의 변화와 방송정책>, <방송연구>, 여름호, pp151-152, 재인용

2) Compaine, B. M(1987), <Content, Process and Format: A New Framework for the

화 시사 등 미디어 편성분류에 속하는 모든 프로그램 유형이 보다 세분화되어지고 전문화되어가는 추세를 의미한다. 둘째, 정보전달방식의 변화란 기존의 인쇄나 전파 미디어 외에 케이블, 광섬유, 통신위성, 마이크로파, 컴퓨터 네트워크 등 새로운 전송방식이 활용되고 있는 변화를 의미한다. 셋째, 정보유형의 변화란 영상, 음성, 활자, 음향 등으로 구분되던 미디어의 정보표형의 형태가 점차 혼합되어가는 현상을 의미한다.

미디어 환경 변화에 따라서 멀티미디어 시대에서의 커뮤니케이션 과정은 더욱 다양하고 복잡한 미디어 행위로 나타나는데, 특히 수용자의 능동적인 미디어 선택을 요구한다. 이러한 환경에서 매체가 다양화되고, 수용과 이용이 점점 개인화되고, 쌍방향 커뮤니케이션이 가능한 전자매체가 등장함에 따라서 수용자의 능동적인 참여자로서의 성격이 더 강조되고 있다. 뿐만 아니라 미디어의 다양성 때문에 수용자의 적극성을 더욱 요구한다. 이와 같이 미디어 환경 변화는 수용자의 매체이용 형태의 변화를 수반한다. 매체로부터 송출되는 정보를 수동적으로 받아들이는 기존의 수동적 수용자 개념에서 능동적으로 정보를 선택해서 이용하는 능동적 수용자로의 전환은 다매체환경의 출현을 가능하게 한 지배적 패러다임이라고 할 수 있다.

이러한 매체의 환경과 발전추세에서 독서매체도 종이책을 둘러싼 중심 패러다임이 아니라 다양한 패러다임으로 전환을 하고 있다. 독서는 과거부터 종이와 활자라는 매개체를 이용하여 단순한 정보 전달, 계층별 정보 전달의 과정을 거쳐 인류의 문명을 발전하는데 더 큰 역할을 해왔으나 지금에 와서는 전자 기반의 독자지향 맞춤형으로 변화하고 있다.

이러한 새로운 다매체 환경에서 인쇄 텍스트를 대표하는 종이책과 전자 텍스트를 대표하는 전자책은 매체의 형태가 다르지만 독자는 종이책이나 전자책 모두를 통해서 독서 활동을 진행할 것이다. 종이책과 전자책은 매체 형태의 차이 때문에 특징도 다르다. 이와 같은 종이책과 전자책의 서로 다른 특성은 커뮤니케이션 방식에 따라서 독자들이 독서매체를 사용할 때도 차이가 나타난다. 이에 대한 연구들을 살펴보면, 양춘화(2002)는 전자책과 종이책의 수용가치 비교 연구를 하였으며, 전자책과 종이책이라는 각 다른 매체 간의 가설에서 WTP분석틀을 사용하여 전자책과 종이책에 대해 수용가치를 비교하고, 그 차별화된 가치와 결정요인, 출판 산업에서의

Media Arena>, in B. M. Compaine(ed) Understanding New Media(Combridge, MA: Ballinger), pp65-95; 전식호(1999), <정보사회론>, 나남, pp203, 재인용

시사점을 연구하였다. 박수진(2006)은 종이책과 전자책의 유형별 선호매체에 관한 연구를 하였는데, 종이책과 전자책 간에 이용자들이 어떤 유형의 정보를 어떤 매체를 통해서 이용하는 것을 선호하는지에 대해 선호매체에 대해 분석하고, 각 유형별 선호매체 이용성향과 향후 전자책 개발에 따른 이용선호도에 대해 알아보고 향후 출판매체에 대한 방향을 연구하였다.

이를 통해 알 수 있는 것은 기존 독서매체에 대한 접근은 노출 개념을 중심으로 이루어져 왔다는 점이다. 독서매체 관련 연구들은 전통적으로 어떤 독서매체 이용시간이 상대적으로 더 많은지, 어떤 새로운 독서매체가 다른 독서매체를 대체하는지, 어떤 독서매체를 통해 효과가 발생하는지 등에 주로 초점을 맞추어왔다. 그리고 전통적 의미의 종이책과 전자책이 활성화되고 있는 시점에서 독자들이 가지고 있는 각각의 매체에 대한 태도와 이용동기, 만족도, 선호도 등은 매우 중요한 문제로 부각된다. 따라서 독자를 포괄적으로 이해하지 못하고 분절적으로만 파악하기 때문에 능동적 수용자인 독자를 이해하는 데 한계를 지니고 있다. 그러나 다매체 환경을 둘러싼 정보화 사회는 고도로 분화되고 전문화된 사회이며, 지식과 정보의 취향에 있어서 특수화와 분화현상이 일어나기 때문에 보다 다양하고, 깊이 있고, 체계적인 정보와 전문적인 지식을 필요로 하고 있다. 독자들의 지식수준이 증가하고, 수요가 전문화된 현실에서 독자들의 매스미디어의 수용형태는 다양할 것이며, 이러한 욕구를 충족시켜주기 위해서 커뮤니케이션의 정보나 내용에 대한 독서 하이라키가 전문화, 세분화되어야 할 필요가 있다.

요새, 중국인의 뉴미디어 시대의 독서행태와 독서 문화 특성을 과거 보다 많이 달라졌다. 수용자는 독서, 신문읽기 등의 정보 지향적인 매체보다는 인터넷, 휴대폰 등 오락정보매체를 더 선호하였다. 그리고 중국 사회에서 연도별 독서율과 독서시간은 점점 감소 추세이지만 전반적으로 한국인이 읽고 있는 독서 권수는 증가하였다. 또한 독서는 뉴미디어 시대에 있어서도 수용자에게 중요한 여가활용 방법으로 인식되고 있었다. 마지막으로 연령별 독자의 양상과 독서태도가 달리 나타나기 때문에 이에 대한 차별화된 독자세분화와 매체활용 전략이 필요하다. 뿐만 아니라 독서에 대해 단순한 지식과 정보를 얻기 위할 뿐만 아니라 더 중요하는 것이 독서를 통해서 심층적인 정보를 얻는지 얼마나 깊이 있게 이해하는 것으로 하였다. 이러한 의미에서 종이책과 전자책의 각각의 특성에 따라서 독자들이 사용할 때도 보여주는 독서 하이라키도 다르다고 생각하였다. 본 연구에서 제시하는 독서 의미를 위해서

독서매체에 따라서 독서 하이라키를 알아보고 어울린 독서매체를 사용함을 통해서 효율적인 독서활동을 하고자 한다.

따라서 본 연구에서 종이책과 전자책에 대한 독자들의 독서 하이라키의 가치인식의 차이 및 영향을 규명하기 위한 양적분석을 수반함으로써 종이책과 차별화된 전자책 수용의 시각을 제공하고자 한다.

2 연구목적

독서는 의미 관점에 따라서 다양하게 설명할 수 있다. Mark Wossner³⁾의 의하면 독서를 통한 수용은 능동적 태도를 요하는 노력이 뒷받침되어야 하는 행위이며, 독서란 이중으로 생각해야 하고, 능동적인 것을 의미한다고 하였다. 즉, 매체의 수용에 있어서 독서매체의 수용자는 다른 매체의 수용자보다 더욱 적극적이고 능동적이라고 할 수 있다. 본 연구에서 독서는 정보처리과정, 부호의 해독 활동으로 보는 정보처리적인 입장이고, 글자로 나타난 것을 사상이나 생각으로 옮기는 복잡한 과정이며, 낱말을 정확하게 보고 발음해 그 의미를 인지하는 포괄적인 사고 과정으로 보는 사고과정적인 입장이다⁴⁾.

이와 같은 정보기술의 발전으로 다매체가 등장하면서 과거에 시간적, 공간적 한계로 인해 특정한 계층만 활용되었던 정보가 지금에 와서는 많은 사람들에게 다양하게 활용될 수 있게 되었다. 이러한 환경의 변화는 독자들의 지식과 정보에 대해 욕구를 훨씬 증가시켰다. 독자들은 자신의 관심분야에 대해 보다 다양하고 심층적인 정보를 얻고자 능동적인 노력을 기울이고 있다. 독서매체는 이러한 독자들의 요구에 부응하여 전자책이라는 새로운 방식으로 전환하였다. 독서과정에서 전자책을 적극적으로 활용한 독서매체들은 전통적인 종이책 보다 신속하고 편리하게 생산함으로써 독자들의 요구에 부응할 수 있었으나 이러한 변화에 적극적으로 대처하지 못한 독서매체는 어려움을 겪을 수밖에 없었다.

그러나 독서의 가치는 단순히 많은 책을 읽는데 있는 것이 아니라 그 책의 내용을 얼마나 깊이 있게 이해하여 자신의 것으로 만드는 지에 있다. 따라서 다양한 매

3) M. Wossner(1984), <Technologische Entwicklung und Medienzukunft, In: Bertelsmann Briefe>, Nr.114; 이정춘, 이종국(1988) 편, <독서와 출판문화론>, 서울: 범우사, pp47, 재인용

4) 이영옥(2009), pp1, 재인용

체 환경에서 쏟아지는 독서매체 속에 휩싸이다보면 난독으로 흐르기 쉽고 독서의 효용성을 얻기가 어려워진다. 그러므로 독서매체를 효율적으로 사용하고 독서의 효용성을 얻기 위해서 독서매체와 관련된 매체형태와 이용형태에 대해 보다 독서 하이라키의 차원에서 접근하는 것이 필요하다. 독서 하이라키는 통독, 정독, 숙독, 심독 네 가지로 나눈다. 첫째, 통독(通讀)은 대충 훑어 읽기; 둘째, 정독(精讀)은 세부적인 내용까지 자세하게 모두 읽기; 셋째, 숙독(熟讀)은 글쓴이의 취지와 책집필의 시대적 사회적 맥락을 검토하면서 중요한 부분 위주로 골라 읽기; 넷째, 심독(心讀, 深讀)은 글의 내용을 비판적으로 꼼꼼하게 새기고 기존의 지식과 통합하면서 읽기로 나누어볼 수 있겠다.

이와 같은 관점에서 본 연구는 독자들의 독서매체에 대한 수용과정을 이용과 충족이론에 기반하고, 독서매체 간의 차이로 인해 독서 하이라키에 미치는 효과를 정교화가능성모델에 바탕을 두고 분석하는데 그 목적을 두고자 한다. 이 연구는 전통적인 종이책과 새로운 전자책을 사용하는데 있어서 독자들의 인구통계학적 특성에 따라 독서 하이라키에 어떠한 상관관계가 있으며, 각각의 매체를 사용하게 된 도서 분야, 독서동기, 독서량은 무엇인지, 종이책과 전자책을 사용하는데 있어서 각각의 이용형태에 어떠한 차이가 있는지, 이용형태와 독서 하이라키 간에 어떠한 상관관계가 있는지, 그리고 각각의 독서매체를 사용하는데 있어서 독자가 어느 정도 선호하는지, 어느 정도의 충족도를 얻는지 등을 분석하고자 한다. 이와 같이 독서매체에 따른 각각의 독서동기요인, 선호요인, 충족요인 간에는 어떠한 상관관계가 존재하는지를 체계적으로 분석하고자 한다. 이를 위하여 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제1: 멀티미디어 시대, 중국인의 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족도, 독서 선호도에 대해서 종이책과 전자책 간에 어떠한 차이가 있는가?

연구문제2: 멀티미디어 시대, 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 독서량과 독서 하이라키 간에 어떠한 관계가 있는가?

연구문제3: 멀티미디어 시대, 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 인구변인별에 따른 독서량과 독서 하이라키는 어떠한 차이가 있는가?

연구문제4: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기는 독서량에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제5: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기, 독서량은 독서 하이라키에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제6: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기, 독서량, 독서 하이라키는 독서충족도, 매체선호도에 어떠한 영향을 미치는가?

또한, 이론적 연구와 문헌적 연구의 타당성 여부를 검증하고, 실증적 연구방법을 실시하기 위하여 연구모형과 연구가설을 제시하고자 한다.

본 연구는 총 5장으로 구성되었으며, 제1장에서는 연구목적에 대한 고찰로 논문 전반에 대한 흐름을 설명하였다. 제2장 이론적 배경에서는 독서매체, 독서 하이라키, 이용과 충족이론, 정교화가능성모델 등에 대해 전반적인 이론적 고찰을 하였다. 제3장은 독서매체에 따른 독서 하이라키를 분석하기 위한 연구문제를 제시하고 연구의 틀을 마련한다. 제4장은 연구모델을 바탕으로 독자들의 독서매체에 따른 독서 하이라키에 관련된 연구문제를 분석한다. 제5장은 지금까지 연구 분석한 결과를 바탕으로 이용과 충족이론 및 정교화가능성모델을 중심으로 독서 하이라키에 대한 시사점과 연구의 한계를 제시하고자 한다.

Ⅱ 이론적 배경 및 선행연구

1 독서매체

1) 독서

문자를 나타남으로부터 음성언어가 정보를 기록하고 보존할 수 없는 한계를 넘어서서 저장과 보관이 가능해졌을 수 있게 되었다. 인쇄술을 발명된 이래 종이에서 문자를 인쇄된 형태로 이루어졌다. "인쇄물"로서의 종이 매체는 문자의 특성을 더욱 확대시켜 언어를 문자의 형태로 기록하고 정보를 전달할 수 있게 되는 중요한 도구로 되었다. "책"으로 대표되는 인쇄매체는 독서활동 중에서 중요한 자리를 차지되어 왔다. 책은 문자시대와 인쇄매체 시대의 핵심적인 커뮤니케이션 수단일 뿐만 아니라 인류 문화를 발전시키는 원동력이 되었다. 독서도 마찬가지이다. 인간은 책이라는 매체를 매개로서의 독서를 통해서 지식을 습득하거나 정보를 얻고 교양을 쌓으며 정서를 함양하며 바람직한 가치관을 형성해 되었다. 그리고 정신적인 영역을 넓히고 사고를 확장시켜 인류의 문화를 발전시키게 되어 왔다. 독서는 지적 사고 활동의 중요한 수단이 되어 왔다.

독서는 문자를 발명하고 사용하기부터 지금까지 인간의 개인적 생활일 뿐만 아니라 사회적 관계까지도 유지 존속시킨 활동이다. 또한 개인적으로 뿐만 아니라 사회적으로 작용하는 지적 기능이다. 독서는 책을 읽는 행위일 뿐만 아니라 정신 작용으로는 지식이나 정보를 다루는 지적 과정이다. 그리고 사회를 결속하고 유지하는 수단인 의사소통이 독서를 통해서 이루어지고 있었다. 따라서 첫째, 독서는 쓰여진 문자 기호, 혹은 텍스트를 대상으로 문자를 풀이하는 해독부터 시작하게 되었다. 둘째, 네 가지 언어적 소통의 말하기, 듣기, 읽기, 쓰기와 상호 매우 밀접하게 연관되어 있는 독서는 문자를 통해 이해의 과정으로서 저자와 독자 간에 이행되는 의사소통의 수단이다. 독자가 문자를 해독하는 것을 넘어 텍스트에서 의미를 구성한다는 내용 이해의 수준만 그치는 것이 아니라 독서를 통해 구성한 의미의 사용도 포함한다. 지식이나 정보 중심의 사회에서 독자가 목표 지향적 사고 활동에 따라서 글과

의 능동적 상호 작용 과정을 통해서 주어진 지식이나 정보를 수집하고 비교하고 분석하고 통합하며, 이런 지식이나 정보를 통해서 새로운 지식이나 정보를 연상하고, 상상하고, 추리해 내며, 의미를 (재)구성하거나 지식을 생산하는 과정을 되었다. 셋째, 독서는 인격의 수양, 정서의 함양, 전문의 확장을 강조하는 장기적인 독서 결과이고, 정서, 인격을 함양하기는 과정이다.

그러나 디지털 매체 환경에서 뉴미디어의 등장에 따라서 인쇄물로 대표되는 종이 매체의 사회 자리를 변화하게 되어 있다. 또한 독서문화도 영향을 미치고 있다. 디지털 미디어가 다양화해지면서 독서 형태도 다양해짐에 의해 독서 매체의 변화를 가져오고 있다. 문자 텍스트에 집중되는 독서행위만을 규정할 수 없으며, 독서의 중심에 있는 종이책의 비중을 줄어들이고 대신 소리, 그림, 영상 등 여러 가지 형태로 통합되어 전달되는 새로운 독서 환경을 만들어지고 있었다. 독서의 개념도 독서 환경과 의사소통의 방식 변화에 따라서 변화하게 되었다. 따라서 다매체 환경 속에서는 글을 해독하는 차원을 넘어서는 정보 이해 능력에 대해 요구되고 있으며, 정보를 받아들이는 것만 한정되지 않는다. 그래서 독서가 단순히 문자의 해독이나 이해 수준에서 아니라 정보처리 과정과 내용처리 과정도 고려해야 한다. 이정춘은 "독서란 본질적으로 문자의 '해독' 과정에 의미를 두는 것이 아니라 내용 파악에 목적을 두고 행해지는 사고와 정이기 때문에 엄밀한 의미에서의 독서행위란 '이해' 과정인 내용처리 과정에 중점을 두고 이루어지는 것"으로 풀이하고 있다(1993, 209쪽).

인쇄술을 발명된 이래로 종이와 문자를 결합하는 형태로서의 종이 인쇄물을 나타냈다. 책으로 대표되는 종이매체, 즉, 종이책이 보급해졌다. 지식을 습득하거나 정보를 얻기 위해서 종이책을 매개로 이런 기본적인 독서 활동을 이루어졌다. 디지털 기술의 발전에 따라서 다양한 새로운 미디어를 가지고 왔으며, 여러 가지 새로운 미디어를 통합되면서 다매체 환경을 구성하게 되었다. 다매체 환경에서 정보의 내용과 전달 방식의 변화에 의해 독서매체도 다양해졌으며, 종이책의 단순형태를 벗어나고 디지털 매체의 특성을 결합하는 전자책을 나타냈다. 독서방식을 다양해졌으면서 종이책을 통해 독서뿐만 아니라 전자책을 매개로서의 독서 활동도 많아졌다.

2) 종이책

(1) 종이책의 정의 및 개념

문자의 발명은 정보나 지식을 편리하게 기록할 수 있게 되었고, 종이를 통해 이것들의 이용과 전달을 용이하게 하였다. 인쇄술의 등장에 의해 종이책의 대량생산이 가능해졌으며, 종이책이 가속하게 보급하고 있었다. 이러한 인쇄술의 발전은 대량으로 책을 제작할 수 있게 되었고 이를 통해 도서관뿐만 아니라 개인도 같은 책을 자유롭게 읽고 소장할 수 있게 되었다. 인쇄술의 발명과 책의 보급에 따라서 지식과 정보의 확대에 의해 일반 사람들도 쉽게 접할 수 있게 되었으며, 이것으로 인해 지식의 일반화, 보편화 현상을 가져와 근대시민 사회를 형성하는데 결정적인 기여를 하게 되었다(박수진, 2006). 그리고 유네스코는 1964년 10~11월 파리에서 열린 제 13차 총회에서“서적과 전기 간행물에 관한 통계의 국제적 표준화에 대한 권고안(UNESCO,1964)”을 채택하였다. 이 권고안에는 책이란 국, 내외에서 출판되어 공중의 이용에 제공되는 최소한 49쪽(표지 제외)이상의 인쇄된 비정기 간행물을 말한다고 규정하고 있다.

오늘날 대부분의 국가에서는 바로 위와 같은 유네스코의 규정을 따르고 있는데, 이를 바탕으로 성대훈(2004)⁵⁾은 종이책에 대해 아래와 같은 네 가지 요건을 제시하였다. 첫째, 책은 출판되어 대중이 이용할 수 있어야 한다고 할 것이다. 둘째, 책은 일정한 분량, 즉 최소한 49쪽(표지 제외)이상이어야 한다고 할 것이다. 셋째, 책은 인쇄된 것이어야 한다고 할 것이다. 넷째, 책은 비정기 간행물이어야 한다고 할 것이다.

이에 따라서 본 연구에서 종이책이란 출판되어 공중의 이용에 제공되는 인쇄된 도서로 간행될 수 있는 저작물을 말한다.

(2) 종이책의 매체적 특성

종이책은 다른 독서매체와 다른 고유한 특징을 갖고 있다(차배근,1991).⁶⁾ 첫째, 종이책은 오랜 지속성을 가지고 있다. 둘째, 종이책은 도달 범위가 가장 넓은 매체라는 특성도 지니고 있다. 셋째, 종이책의 내용상의 완벽성과 상세성을 갖고 있다. 넷째, 종이책은 다른 매체들에 비해 권위와 신뢰성, 친근성 등이 더욱 높다.

3) 전자책

5) 성대훈(2004), <디지털 혁명, 전자책>, 서울: 이채출판사

6) 《커뮤니케이션학개론 下》, 세영사, pp.226-228

(1) 전자책의 정의 및 개념

디지털 기술의 급하게 발전하기에 인해 책의 형태를 확장하게 되었다. "책"으로 대표되는 인쇄매체, 또한 컴퓨터로 등 여러 유형의 매체가 통합되는 새로운 독서 환경이 구성되고 있다. 종이책과 모습뿐만 아니라 본질도 다른 전자책은 대개 종이책과 같은 내용을 지니면서 문자, 그림, 음성, 영상 등 결합하며 상호 연결된 다매체이었다. 전자책에 대한 정의가 다양화하지만 종합해보면, 넓은 전자책의 의미는 모든 전자책 매체를 통한 출판형식으로 Off-Line형태의 CD-ROM 등과 On-Line형태의 인터넷과 PC통신을 이용한 출판을 포괄하는 개념이며, 협의의 전자책이란 인터넷의 표준 언어인 HTML(Hypertext Markup Language)과 차세대 표준으로 인정받고 있는 XML(Xextended Markup Language)을 응용하여 만든 책과 같은 고안물(device)로서 기준의 전자 출판기술의 발전과 같이 매체융합과 새로운 매체 개발 과정에서 등장한 새로운 매체이다(김희동, 2011).

따라서 전자책이란 디지털 형태로 변환된 인쇄매체의 이미지나 문자 정보뿐만 아니라 소리, 동영상, 애니메이션 등과 같은 다양한 미디어와 결합된 파일형태의 출판물을 등의 여러 디바이스를 통해서 이용할 수 있는 디지털 콘텐츠를 의미, 또한 디바이스 그 자체를 의미한다고 할 수 있다(박새롬, 2012).

이에 바탕으로 본 연구에서 전자책이란 도서로 간행되었거나 또는 도서로 간행될 수 있는 저작물의 내용이 디지털 데이터로 전자적 기록매체나 저장장치에 수록되고 컴퓨터 또는 휴대용 단말기를 통해 그 내용을 보고 들 수 있는 것이라고 말한다.

(2) 전자책의 매체적 특성

종이책이 가진 고유한 특성처럼, 전자책도 마찬가지이다. 노영희(2006)⁷⁾는 아날로그와 비교되는 디지털 콘텐츠의 특징으로 보관의 편리성(custodyconvenience), 변형가능성(transmutability), 항상성(indestructibility), 재생 가능성(reproducibility), 비이전성(non-transferability), 결합성(consolidatibility), 가치 상대성(value relativity)을 제시하였다.

그 내용을 살펴보면 항상성은 비소모성 또는 비파괴성으로, 기존의 아날로그 콘텐츠에 비하여 마모나 질의 절하가 없으므로 아무리 복제하여도 제품의 품질이 무제한 유지되는 특징을 말한다. 변형 가능성은 이용자의 요구에 따라서 비용의 추가

7) 노영희(2006), <디지털 콘텐츠의 이해>, 서울 건국대학교 출판부.

등이 거의 없이 자유롭게 정보의 추가, 삭제, 형태 변경 등을 할 수 있는 특징이다.

보관의 편리성은 디지털화된 콘텐츠는 압축 등의 기술로 축소하여 원하는 여러 곳에 분산하여 저장할 수 있고 저장에 드는 비용이 아날로그 콘텐츠에 비해 낮다는 점을 말한다. 재생 가능성은 보관된 콘텐츠나 타인으로부터 전송 받은 디지털 콘텐츠는 원형의 변화가 거의 없이 얼마든지 재생 복원이 가능하다는 것이며, 비이전성은 타인에게 이전하더라도 여전히 원래의 콘텐츠가 소유주에게 남아 있어 무한히 콘텐츠의 재전송이 가능하다는 것을 말한다. 결합성은 디지털화된 콘텐츠는 원거나 소유자의 정보이더라도 실시간 전송, 결합이 가능하고 소량의 콘텐츠를 데이터화하여 결합함으로써 가치 극대화된 콘텐츠군을 형성할 수 있다는 것이다. 가치 상대성은 개인에 따라서 디지털 콘텐츠에 대한 가치를 달리 평가될 수 있어 콘텐츠의 가격 결정이 어렵다는 특성을 말한다.

4) 독서방식의 변화

(1) 독서방식

인쇄출판으로 인해 모든 독자들은 이전보다 더 많은 수량의 책에 접근할 수 있게 되었고 모든 책이 더 많은 독자에게 읽히게 되었다. 동일한 사본의 대량생산은 책의 전달과 수용에 대한 모든 조건을 일변시켰다. 이에 따라서 짧은 시간에 대량생산의 책을 제작하는 것이 가능해지고 책값이 저렴해졌으며, 이전의 작업에 비해 더욱 풍부하고 다양한 내용의 문헌을 독자들에게 제공할 수 있었다. 그리고 텍스트에 몰입하지 않고 다양한 책들을 섭렵할 수 있게 되고 학문의 방식이 달라졌다.

우리가 독서의 중요한 이유 중에서 하나는 사고의 힘을 기르기 위한 것이라고 할 수 있었다. 지식이나 정보를 얻는 것도 독서하는 중요한 이유이기도 하지만 독서의 목적이 그것에 그치지 않는다는 점이다. 인류가 지금까지 생존하고 문화를 발전시킬 수 있었던 것은 바로 사고력 때문이다. 독서의 일차적인 목적은 정보나 지식의 단순히 전달만으로 아니라 독자가 받아들여진 지식과 정보를 상징적인 기호의 조합을 통일된 의미체로 개념화하고 추상화하여 사고능력을 키운다. 이에 따르면, 문자 텍스트는 선형성을 특징으로 한다. 순차적으로 고정된 텍스트를 통해 독자의 내면에는 끊임없이 내적작용이 일어나게 되어 추상적이고 객관적인 지식을 생산해 내게 된다. 이

러한 지식과 고도의 집중을 통해서 얻은 의미를 개념화하고 추상화하여 사고능력을 키울 수 있게 되었다. 그리고 문자 텍스트는 독서가 개인적인 행위가 되게 하였다. 음독에서 묵독으로 전환되면서 독자는 텍스트에 몰입하게 되었고 그렇게 형성된 독서방식은 전통 지향적 사회에서 내부 지형적 사회로의 전환하는 데 기여했다. 내부 지향형의 인간은 인쇄물을 통해 이성을 받아들이고 합리적인 사고를 할 수 있게 되었다(이현진, 2011).

(2) 독서방식의 변화

지금까지 독서문화 매체환경의 변화가 야기하는 새로운 문화적 결과로부터 자유롭지 못했으며, 다매체시대로 접어든 이후 여가로서의 독서는 현저히 위축된다. 종이책의 생산과 판매도 계속 감소되고, 새로운 매체들을 통해서 제공되는 다양한 전자 콘텐츠는 엄청난 물량으로 일상 속으로 파고들어서 책 중심의 문자문화를 밀어내고 있었다.

이에 따라서 독서방식은 시대에 따라 다른 양상을 보인다. 최병우(2006)에 의해서 역사적으로 읽기가 "소라 내어 읽기"(음독)에서 "눈으로 읽기"(묵독)를 거쳐 "시청각으로 읽기"(영상 미디어 감상)와 "반응적 읽기"(인터넷 읽기)의 단계로 변화해 왔음을 주장했다. 그에 따르면, 과학기술의 발달로 새로운 매체로 등장하며 전통적인 독서방식에 덧붙여 등장한 것이 시청각으로 독서이다. 전자매체는 책에 비해 독서의 과정이 매우 수동적이며, 인간의 상상력이나 사고력을 약화시킨다는 비판도 있었다. 그리고 멀티미디어 수용자는 다양한 형태의 정보를 종합시킴으로써 새로운 의미를 찾아가게 되는데, 이때는 기존의 독서방식과는 달리 미디어에 반응하며 사유하는 방식으로 독서의 과정이 변화한다는 것이다.

1.1 읽기보다 보기를 지향

독서행위의 겉으로 보면 독서는 눈에 의존하는 "보기"의 행위이고, 독서행위의 안으로 보면 독서는 독자가 시청각적인 감각기관에 의존하고 듣기, 보기, 읽기의 방식으로 정보를 얻고 그 정보를 이해하고, 분석하고, 조작하고, 결국 자신의 정보를 변화하게 되었다고 하는 행위이다. 따라서 종이책의 형식은 스탠자, 장, 편으로 구성되며 엄밀한 논리와 완전한 짜임새를 갖고 있다. 독자가 종이를 독서매체로서의 독

서 과정에서 순차적인 독서를 해서 사고와 행위가 지속하고 일치한 "읽기"의 행위이다. 그러나 전자책은 스크린을 독서매체로 독서한다. 스크린의 사이즈가 종이의 사이즈와 차이가 없지만 스크린에서 스크롤 바를 설치하게 되었기 때문에 읽기의 범위가 스크린의 물리적인 사이즈를 넘어서서 안구가 이동 범위를 확장하게 되었다. 또한 전자책의 내용과 기호가 다양화해서 소리, 문자, 그림을 통합하는 하이퍼미디어이라서 "읽기"보다 "보기"를 지향하는 행위이다.

1.2 선형적인 읽기에서 비선형적인 읽기 방식으로 변화

종이 텍스트는 고정되어 있고 갱신과 수정도 어려울 뿐만 아니라 내용구성과 순서에 대해 조절할 수도 없다. 종이 텍스트는 독자의 필요나 사고의 흐름과 무관하게 정보가 일정한 순서를 가지고 선형성을 특징으로 한다. 독자는 읽을 때에 펼친 페이지를 다 읽고 그 다음 페이지로 넘어가는 것으로 여겼다. 순차적으로 고정된 텍스트를 통해서 독자의 내면에 추상적이고 객관적인 지식을 생산해 내게 되었다. 이러한 지식과 고도의 집중을 통해서 얻은 의미를 개념화하고 추상화하여 사고 능력을 키울 수 있다. 전자 텍스트는 다양한 매스 미디어가 결합한 것으로 그것들이 링크의 기능을 이용해 서로 연결되어 있을 뿐만 아니라 움직인다. 종이 텍스트의 선형성의 특징을 벗어나서 독자가 자유롭게 텍스트를 운용한다. 독자는 읽을 때에 중간에 다른 곳으로 넘어가는 것이 자연스럽고 다른 곳으로 넘어갈 수 있는 다양한 통로도 마련되어 있다. 독자는 텍스트가 분산되어 있는 경우에서 언제라도 어디라도 자신이 원하는 것을 찾을 수 있다. 또한 독자가 정보구성과 정보내용에 대해 갱신하고, 재편성하고, 조절할 수도 있다. 잘 모르는 것에 대해 단어나 문장을 클릭하면 링크된 것과 연결하고 위키피디아나 사전을 사용해서 문제를 해결할 수도 있다.

1.3 순차적인 읽기에서 파편화적인 읽기 방식으로 변화

종이 텍스트는 고정되어 있고 순차적이다. 독자는 읽을 때에 필요한 부분만 찾아서 읽거나 흥미 있는 부분만 골라서 읽을 수도 있지만 독자의 사고가 대개 일정한 순서에 따라 독서한다. 텍스트를 이해하는 과정에서 얻는 정보가 앞뒤 관계가 있다. 독자는 얻는 정보나 지식이 책에 대한 연상이나 게시에서 직접적으로 얻는다. 전자

텍스트는 순서가 고정되어 있지 않는 비선형적 텍스트이다. 디지털 매체 기술에 의해 양이 풍부해지고 검색이 편리해지기 때문에 독자가 단기간에서 많은 다른 주제의 책을 읽을 수 있다. 그러나 건너뛰기 기능이 더욱 단순해졌기 때문에 오히려 정보가 과편화하게 되었다. 검색하는 내용과 깊이 연관 있는 정보에 대해 일부분이나 문장의 몇 단어나 단락을 보여주지만 전체적으로 파악할 만한 근거는 거의 제공하지 않는다. 이러한 몰입할 수 없는 독서가 오히려 텍스트가 품고 있는 뜻을 깊이 이해하기가 어렵다. 디지털 매체에 의해 정보가 광범위하고 빠르게 전달되면서 무작정 옮겨 다니고 가는 과편화된 정보를 쉽게 접근할 수 있게 되었다. 과편화된 정보는 집중력이 약해져서 쉽게 분산할 수 있기 때문에 정신을 산만하며 창의적인 사고를 방해한다. 집중하지 못해서 망각에 익숙해져서 디지털 매체에 더욱 의존하게 되었다. 따라서 인간 고유의 사색과 명상 능력이 약해질 수도 있을 것이다.

1.4 수동적인 읽기에서 능동적인 읽기 방식으로 변화

독서의 과정에서는 독자가 저자와 의사소통의 과정이다. 종이 텍스트는 선형적인 순차적인 특징을 가지고 있기 때문에 독서의 내용이 저자의 의도에 따라서 순차적으로 정리하게 되었다. 독자는 저자와 정보가 되돌아오거나 상호 작용할 수 없고 단지 저자가 정해놓은 것에 따라서 텍스트를 읽을 뿐이다. 독자는 흥미 있는 것 등 내면적인 요인에 따라 독서의 내용에 대해 선택할 수 있지만 저자의 의도를 제한하고 독자가 독서 과정에서 수동적으로 정보를 받는다. 전자 텍스트는 다양한 매체를 결합해서 자유롭게 정보를 교환할 수 있기 때문에 독자가 저자와 간에 상호 작용이 강화하다. 독자는 독서의 내용을 참여하고 되돌아올 뿐만 아니라 편리한 귀환, 상호 작용, 교류를 통해서 직접적으로 정보를 커뮤니케이션할 수 있게 되었다. 종이 텍스트에서 고정되어 있는 저자의 권위가 전자 텍스트에서 쉽게 무너진다. 텍스트의 중심을 사라지고 독자가 독서의 주도자가 되었다. 독자는 독서 과정에서 점점 능동적으로 변화하고 있고, 저자의 권위가 줄어들고 독자의 권위가 발휘하게 되었다.

1.5 진지한 읽기에서 표피적 읽기 방식으로 변화

종이책독서는 구성이 단순하지만 종이 텍스트의 특성 때문에 독자의 독서 능력에

대해 요구가 있다. 종이 텍스트의 독서 활동은 독서 내용의 체계성과 전체성 때문에 독자의 이해능력, 분석능력, 논리적 추리 능력, 깨달음 능력에 대해 일정한 요구가 있다. 이러한 요구에 따라서 독서를 할 때에는 사고가 더욱 심각하고 예리하며, 몰입한 독서가 깊이 있는 사고할 수 있게 되었고, 얻는 정보나 지식을 전체적인 이해할 수 있다. 미디어를 둘러싼 환경의 변화뿐만 아니라 미디어 기술의 자체의 발전도 전자 텍스트가 나타나는 중요한 요인이다. 전자 텍스트는 단순히 책의 모습만 바꾸어왔을 뿐만 아니라 본질도 달라진다. 전자책독서는 여러 가지 기호로 구성하는 다매체 텍스트이고, 독자의 많은 감관을 자극하면서 독자가 집중할 수 없기에 의해서 깊은 있는 사고할 수 없게 되었다. 디지털 매체의 특징은 속도와 변화이고, 이러한 매체 환경에서 얻는 정보가 표피적인 것이 될 가능성이 더욱 높아질 것이다. 이러한 경우에서 사람들이 진지한 독서를 할 수 없을 것이고, 오락을 위해 소비적 독서이다. 이런 표피적으로 소비적 독서는 책을 선택하는 기준도 중요하지 않고, 장르의 구분, 영역과 수준의 구분도 정해진 것이 없고, 단지 스쳐지나가듯 읽는 것이다. 많은 것을 읽어내기 위해서 대개 읽어낼 뿐이다. 제목이나 목차를 읽을 때에 그치거나 중요한 부분을 스치듯 읽으며, 내용이 품고 있는 내면의 의미를 새겨보려는 생각은 할 겨를이 없다. 넓게 읽지만 깊이가 없고, 넓고 다양해질수록 깊이가 줄어들었다. 이러한 경우에 따라서 품고 있는 사상이나 물리적 형태를 보존하는 것에 대한 의미가 달라졌다. 독서가 지닌 고유한 의미와 질서가 변해가고 있는 의미한다. 따라서 진지하고 심각한 독서 능력을 잃어가고 있으면서 독서의 형태가 오락적이고 소비적인 것으로 변해가고 있다. 전자책독서는 더 많은 효율성을 가지고 있지만 종이책독서의 깊은 사고를 요구하는 독서력을 따라오지 못하다.

이런 변화하고 있는 독서의 개념은 최병우가 세 가지로 특징을 설명하고 있다 (2006, 63-64쪽).

첫째, "문자 중심의 독서에서 시청각 중심 독서로 변화"된다는 점이 있다. 디지털 기술의 발전에 따라서 미디어 환경이 급속히 변화하면서 정보의 내용과 전달의 방식이 이전과 많이 달라진다. 특히 다매체 환경에서 인터넷과 결합하면서 문자, 음성, 영상 등을 통신망을 통해 정보를 자유롭게 교환할 수 있다. 이러한 대중 미디어를 통해서 전통적인 문자보다 시청각적인 독서가 중심을 이루는 형태의 정보가 증가하고 있게 되었다.

둘째, "심화형 독서에서 확산형 독서로의 변화"를 말한다. "오랜 시간 집중해서

읽는 독서가 열어준 조용한 공간에서 사람들은 연관성을 생각하고 자신만의 유추와 논리를 끌어내고 고유한 생각을 키운다. 깊이 읽을수록 더 깊이 생각한다. 책을 읽는 것은 깊이 생각하는 행위이고 마음을 채우고 보충하는 행위이다”⁸⁾. 텍스트를 중심으로서의 독서 형태가 줄어가고 있으며, 품고 있는 심각한 독서도 사라지고 있다. 독자는 독서를 할 때에 순차적으로 읽지 않고 여기저기를 옮겨 다니면서 비순차적으로 다양한 정보를 같이 읽는 확산형 독서를 하게 되었다.

셋째, “일방형 독서에서 쌍방향 독서로의 변화”된다고 했다. 종이 텍스트는 고정되어 있고 독자가 독서 과정에서의 의사소통이 저자의 의도를 제한해서 일방적인 정보를 전달한다. 전자책독서는 읽으면서 기록하고, 검색하고, 편집하는 등 활동을 가능하게 하였고, 일방적인 정보를 전달이 아니라 쌍방향 전달이 가능해진 디지털 미디어가 보편화하면서 저자와 자유롭게 소통하면서 직접적으로 참여하는 독자에서 도움을 받을 수 있는 양방향적인 독서가 이루어지게 되었다.

문자 텍스트의 영역으로 “사유와 성찰”의 부분을 넘겨주고 전자 텍스트의 영역으로 “지식과 정보의 전달”의 부분을 넘겨주었다. 독서의 형태가 “생산적 독서와 소비문화적 독서”의 두 측면으로 구분되는 경향을 보일 것이다. 독서 영역에서도 “전문성 독서와 아마추어 독서 영역”이 구분되는 경향을 보일 것이다.

2 독서 하이라키 이론(Reading hierarchy Theory)

1) 독서 하이라키 이론의 배경 및 개념

독서 하이라키 이론은 미국 유명한 교육가 Adler, Mortimer J이 1940년 초에 출판한 <How to Read a book>에서 제시했다. 1970년까지 미국사회 및 독서 자체 다 큰 변화하고 있었다. “독서의 취미는 소설부터 비소설에서 이동시키는 추세이다. 미국의 교육가들이 다 인증하는 것은 젊은 사람들을 가르치는 독서가 가장 기초의 독서 개념으로 독서하는 것이 가장 중요한 교육 문제가 되었다”(ADLER, VANDOREN, 2004). 그러나 두 가지 현상을 아직도 변하지 않는다. 즉, “독서의 모든 목적을 이루어지다면 다른 도서를 읽을 때에는 적당하게 다른 속도로 읽어야 한

8) 니콜라스 카, <생각하지 않는 사람들>, 청림출판, 2011, 101쪽

다. 모든 독서가 가장 빠른 속도로 읽을 수 있는 것이 아니다". 그렇지만 "독서의 하이라키를 가르치는 것 아직도 기초 수준을 그치다". 이러한 초점을 바탕으로 Adler과 Charles VanDoren는 협력하고 원저자에 대해 많은 수정과 개선을 진행했다. 그리고 다른 속도로서의 독서 방법이 문제를 해결할 수 있는 방법이라고 하는 것을 제시했다.

2) 독서 하이라키 이론

독서 하이라키 이론은 독서가 능동적인 자기 발견적인 공부 과정이고, 독서의 목적이 정보를 얻고, 이해를 증진하고, 오락을 소일하고 지혜를 발전하는 것에 위해서 독서의 예술성과 기교성을 강조한다고 제시한다. 독서의 목적은 정보를 얻거나 지식을 공부하기 위함, 오락하기 위함, 이해력을 증진하기 위함이다. 독자들은 다른 독서 목적 따라서 독서 방식을 결정한다. 좋은 독서 효과는 능동적인 독서와 독서 활동에서 독서 방법을 이용하기에 달려 있다. 능동적인 독서는 독자가 능동적으로 저자의 의도를 받고 저자가 전달하는 정보를 딱 맞게 받게 되었으면 공통적인 목적을 이루어지다. 독서의 과정은 발전 수준에 의해 네 가지 독서 하이라키를 구분할 수 있다. 즉, 기본 독서(elementary reading), 시찰 독서(inspectional reading), 분석 독서(analytical reading), 비교 독서(syntopical reading)이라고 한다. 그리고 네 가지 간에 점진과 포함의 관계이고, 낮 계층이 늘 높 계층에서 포함하고 높 계층도 늘 낮 계층을 기초로 것이라고 제시했다.

다매체 환경의 독서에서 독서매체를 다양해지에 따라서 독서방법도 다양해지고 있다. 다양한 독서방법 중 독서 하이라키 이론을 바탕으로 하였으나 효율적인 독서를 위해서 네 가지 독서 단계를 나누었다. 이 논문에서는 독서 하이라키(hierarchy)를 연속적인 서열척도로 취급하여 열독(熱讀, ardency, fervor, fervidity of reading) 정도로 한 반면, 네 가지 수준(depth or level of information processing)을 명목척도처럼 취급할 수도 있을 것이다.

첫째, 통독(通讀)은 대충 훑어 읽기(read through, read from cover to cover, look over a book); 둘째, 정독(精讀)은 세부적인 내용까지 자세하게 모두 읽기(read attentively, attentive reading, intensive reading); 셋째, 숙독(熟讀)은 글쓴이의 취지와 책집필의 시대적 사회적 맥락을 검토하면서 중요한 부분 위주로 골라 읽기

(read with care, careful reading, perusal comprehension, understanding); 넷째, 심독(心讀, 深讀)은 글의 내용을 비판적으로 꼼꼼하게 새기고 기존의 지식과 통합하면서 읽기로 나누어볼 수 있겠다(reading to oneself, read inwardly in one's heart, read to oneself, deep reading, deep-read, read books while integrating information with prior knowledge). 하지만, 속독과 정독의 위치는 강도(強度, 집중도 intensity of reading)와 심도(深度, 이해도 depth of reading)의 두 차원 중어서 어디에 중점을 두느냐에 따라 그 위치가 달라지므로 논란의 여지가 있다.

3 이용과 충족이론(The Theory of Uses and Gratifications)

이용과 충족이론은 커뮤니케이션 과정에서 있어 수용자의 능동적인 역할에 중점을 두고 전개된 이론이다. 1959년에 Katz에 의해서 처음으로 제시되었으며 매스 커뮤니케이션 효과 연구 중에 있는 한 분야로 "미디어가 수용자에게 무엇을 하는가"를 주로 기존의 연구 전통과는 다른 "수용자가 미디어를 가지고 무엇을 하는가"에 초점을 맞추는 연구이다. 그리고 다양한 연구와 여러 가지 이론 중에서 이용자의 능동성을 강조한 이용과 충족이론은 매스 커뮤니케이션 연구를 위한 하나의 접근 방법이나 연구모형이라고 한다(차배근, 2006)⁹⁾.

1) 이용과 충족이론의 개념

이용과 충족이론의 중심개념은 수용자의 능동성으로서 수용자는 단순히 메시지를 받아들이는 수동적인 존재가 아닌 다양한 미디어를 이용하여 자신의 욕구를 충족시키는 능동적이고 목적지향적인 존재라 할 수 있다(Blumler, 1979¹⁰⁾; Katz, Blumler & Gurevitch, 1974). 그리고 이용과 충족이론의 기본적인 관점에 의하며 미디어가 수용자에게 일방적으로 제시하는 기존의 커뮤니케이션 관점에서 벗어나 수용자가 구체적인 동기를 가지고 자신의 욕구를 충족시켜줄 수 있는 특정 미디어를 선택하여 소비한다는 것이다¹¹⁾. 또한 이용과 충족이론의 핵심개념¹²⁾을 살펴보면 첫째, 미디어

9) 차배근(2006), <매스커뮤니케이션 효과이론>. 서울: 나남

10) pp9-36

11) 이상규(2013), 재인용.

12) 이상규(2013)

수용자는 수동적인 수용자가 아닌 능동적이며, 자신의 목적을 가지고 미디어를 선택하고 이용한다. 둘째, 미디어의 선택은 개인의 목적에 따라서 달라진다. 셋째, 미디어의 이용은 개인의 내재된 욕구이며, 미디어 이용을 통하여 사람의 다양한 욕구 충족 활동과 경쟁 관계에 있다. 넷째, 수용자의 다양한 심리적, 사회적 성향에 따라 미디어 선택과 이용에 영향을 미친다. 다섯째, 미디어는 수용자 개인의 성향과 특성 및 사회구조에 대해 분명한 영향을 미치고 사람과 미디어의 관계에서 사람이 지니는 영향력이 크다. 여섯째, 수용자는 자신의 미디어 이용 경험에 대해 스스로 신뢰성 있게 자신을 표출 할 수 있는 능력을 가지고 있다는 점을 강조함으로써 미디어 현상 분석에서 수용자를 방법론적으로 활용할 수 있는 신뢰할 만한 존재임을 전제하고 있다. 따라서 이용과 충족이론을 통해 진행된 연구들의 목적에 대해 윤현철(2004)은 다음과 같이 설명했다. 첫째, 개인이 자신의 욕구를 충족시키기 위해 대중매체를 어떻게 이용하는가를 설명한다. 둘째, 매체 행동에 대한 동기를 이해한다. 셋째, 욕구, 동기, 의사소통 행동으로부터 수반되는 기능이나 결과를 규명하는 것이라 하였다.

(1) 능동성

미디어 이용자의 능동성에 대한 논의는 이용과 충족 연구에서 바탕으로 하였다. 매스커뮤니케이션 과정에서 능동적인 이용자라는 의미는 미디어 이용행위는 의도적이고 목표지향적이며, 미디어와 이용자의 관계에서 주도권은 이용자에게 있다는 광의적 의미를 가진다. 여기서 수용자의 능동성이라는 개념은 미디어 이용과정에서 수용자가 인지적, 정서적, 행동적으로 관여한다는 것을 반영하는 것, 즉, 커뮤니케이션과정에서 수용자의 자발적이고 선택적인 경향을 하는 개념이다¹³⁾. 블럼러에 의하면, 수용자 능동성 개념은 미디어 이용계획을 세우거나 특정 미디어 이용전 기대를 갖는 일, 이용도중 미디어 내용에 대해 인지적인 노력을 기울이는 것 그리고 미디어 내용에 대해 다른 사람과 대화하거나 회상하는 활동 등을 의미한다.¹⁴⁾

레비는 수용자의 능동성을 시간적이고 질적인 차원에서 유형화 했다. 수용자가 미디어 내용에 노출 전의 "선택활동(Selectivity)", 노출 중에 미디어 내용에 대한 "관여활동(Involvement)", 노출 후에 미디어 내용을 어떻게 이용하는가에 관한 "이용

13) 金盛東(2001), 재인용

14) Blumler, Jay G(1979), pp1-36

활동"이다.¹⁵⁾

루빈과 퍼스는 능동성을 의도적 수준에 따라서 두 가지 유형으로 구분하였다. 하나는 도구적 시청동기(Instrumental viewing motives)로서 정보추구와 같이 보다 목표지향적인 시청행위를 말한다. 또 하나는 의식적 시청동기(Ritualistic viewing motives)로서 시간보내기와 같이 덜 목표추구적인 시청을 말한다. 전자인 도구적 시청동기는 보다 높은 의도성을 가지고 시청하는 것을 의미하며, 의식적 시청동기는 낮은 의도성의 수용자 활동을 의미한다.¹⁶⁾

수용자의 능동성 개념은 첫째, 이미 지니고 있는 욕구에 따른 미디어 이용의 선택성(Selectivity), 둘째, 공리성 내지 미디어를 이용하는 이유나 동기로서의 유용성(Utility), 셋째, 어떤 목적에 근거한 계획적인 특성을 가진 미디어 이용을 뜻하는 의도성(Intentionality), 넷째, 감정 야기, 인지조직, 정보구조화 수준을 특징짓는 관여로서의 수용자 능동성, 다섯째, 바우어의 완고한 이용자로서 미디어로부터의 영향에 의 저항성(Imperviousness to influence)의 의미를 포함한다.¹⁷⁾

미디어 이용자의 능동성은 매스 커뮤니케이션의 각 단계에서 나타나다.

첫째, 이용적인 특성의 하나로 미디어 이용동기를 생각할 수 있다. 미디어 이용동기는 이용자가 미디어를 이용할 때 어떤 이유를 가지고 있다는 것으로 매체에 대한 일반적인 이용이유를 의미한다. 그리고 이용자가 다양한 미디어 메시지 중에서 특정 내용, 이슈, 프로그램, 주제 등을 찾아서 읽거나 보는 구체적인 미디어 이용행위도 어떤 구체적인 이용동기와 연관되어 비롯되는 행위라는 것이다. 일반적으로 미디어 이용동기로는 정보동기, 오락동기, 습관동기, 긴장해소 동기, 자극/흥분동기, 시간보내기 동기, 동반자역동기, 현실도피동기, 대인교류동기, 상상적인 상호교류 동기, 성적 흥미동기, 학습동기, 환경감시동기, 기분전환동기 등이 있다.¹⁸⁾ 미디어 이용적인 상황에서 미디어 수용자의 능동성을 대변하는 미디어 이용동기는 미디어 효과에 어떤 영향을 줄 것으로 지적되었다. 수용자 자신의 생활이나 사회적 상황에 중요한 의미를 가지는 것들을 위한 미디어 이용을 반영하는 정체성 동기(Personal identity)는 보강효과를 증진시킬 것으로 지적되었다.¹⁹⁾ 金盛東(2001)은 미디어 이용

15) Levy, M R(1983), pp109-114

16) Rubin A. M&E. M Perse(1987), pp58-84

17) 이강수(1987), <매스커뮤니케이션 사회학>, 서울: 나남. pp305-307

18) 김민기, <온라인 광고의 이용과 충족에 관한 연구>, pp43

19) 김정기(1995), <미디어 효과의 촉진제와 억제로서의 수용자 활동>, pp171

동기의 경향에 따라서 미디어 효과가 차별적으로 형성될 수 있음은 매스커뮤니케이션 과정에서 이용자의 동기라는 능동성에 초점을 맞추는 이용과 충족연구에 중요한 의미를 가진다고 할 것이다.

둘째, 이용중 상황에서 수용자의 능동성을 대변하는 수용자 활동(Audience activity)을 나타내는 개념으로는 선택성(Selectivity), 유용성(Utility), 관여(Involvement), 주목성(Attention), 영향에의 저항성(Imperviousness), 회의(Skepticism), 회피(Avoidance) 등을 포함한다. 이용자들은 미디어 내용과 상호작용을 할 때에 다양한 유형의 정보처리 활동을 동원하여 이러한 이용자 활동은 미디어 효과에 영향을 미친다는 것이다²⁰⁾. 이용 중에 상황에서 미디어 메시지와 상호작용에서 이용자가 동원하는 이용자 활동에 대해 이용과 충족연구자들은 미디어 메시지에 더욱 선택-주목-관여하게 함으로써 미디어 효과를 증대시킨다는 실증적 결과를 도출하면서 이를 촉진중개변인(Facilitator intervening variable)으로 개념화 했다²¹⁾.

마지막으로, 이용 후에 상황에서 이용자의 능동성에 대한 연구이다. 미디어에 대한 노출 자체가 효과가 된다는 기존의 단순한 효과 설명과는 달리 이용과 충족연구는 미디어 이용동기, 이용자 활동, 이용자의 사회적 심리적 요인을 결합하여 미디어 효과과정을 설명하려고 했다.

(2) 충족

커뮤니케이션 분야에서 충족은 커뮤니케이션에 참여한 쌍방의 커뮤니케이션 행위의 결과를 대변하며, 다른 커뮤니케이션 행위에 중요한 영향을 미친다는 점에서 그 중요성이 강조되었다²²⁾.

매스 커뮤니케이션 분야에서는 미디어 만족도가 신문구독과 텔레비전 시청과 같은 미디어 소비행위의 증가 또는 감소를 가져올 수 있는 영향을 고려하면 주목의 대상이 되어야 함에도 불구하고 활발한 연구가 이루어지지 못했다고 할 수 있다. 따라서 미디어 이용자들의 인지적이고 감정적 평가의 결과로 이해되었다. 미디어 만족도는 미디어 내용에 대한 기대에서 출발하여 미디어 내용에 대한 인지적이고 감정적 차원의 평가과정에서 미디어 내용에 대한 수용자의 기대감이 충족되거나 평

20) 金盛東(2001), pp35

21) Merton, R K, (1946), <Mass Persuasion>, pp124-132

22) 金盛東(2001), 재인용

가가 긍정적일 때 형성되는 것이다.

金盛東(2001)은 미디어 만족도는 매스 커뮤니케이션 현성과 이용자의 미디어 경험 이해를 위해 매우 중요한 변인이라고 할 수 있다. 그것은 미디어 만족도가 미디어 내용에 대한 이용자의 기대, 미디어에 대한 이용자의 평가, 이용자의 미디어 이용행위의 상호관계의 결과로서 이용자의 미디어 이용과 효과과정에 대한 심층적인 이해를 가능하게 하기 때문이다. 그리고 미디어 만족도의 결과는 이용자의 미래의 미디어 이용행위에 직접적으로 영향을 미치는 기능으로 기능하기 때문이라고 한다.

2) 이용과 충족이론의 가정 및 모형

이용과 충족이론의 기본 가정은 다음과 같이 정리하였다²³⁾.

첫째, 매스 커뮤니케이션의 수용자들은 능동적이고 목적지향적이다.

둘째, 커뮤니케이션 과정에서 수용자가 욕구 충족과 관련된 미디어 선택과 이용의 결정권을 갖는다.

셋째, 매스 미디어는 수용자들에 의한 욕구 충족의 다른 정보원들과 경쟁을 하고 있다.

넷째, 미디어들은 수용자 자신에 의해 제공된 자료로부터 파생되어진 것일 수 있다.

Katz, Blumler, Gurevitch 등 이용과 충족이론에 관한 연구가들이 미디어 이용과 그에 따른 욕구의 충족 과정으로 설명하였다. 차배근(1986)²⁴⁾은 이용과 충족이론의 모형에 대해 다음과 같이 설명하고 있다.

첫째, 사회적이고 심리적인 욕구의 원천이다.

둘째, 욕구들의 그 자체이다.

셋째, 이들 욕구가 야기하는 기대

넷째, 그 기대의 대상이 되는 매스미디어나 다른 정보원들이다.

다섯째, 매스미디어나 다른 정보원들에 대한 이러한 기대가 유도되는 수용자들의 미디어에 대한 서로 다른 노출 패턴

여섯째, 그 결과로 일어나게 되는 욕구 충족 및 그 밖의 비의도적인 다른 파생

23) 이미혜(2003), 신희일(2008), 재정리

24) 차배근(1986), <매스커뮤니케이션 효과이론>. 서울: 나남. pp245-247

결과들이다.

그리고 차배근은 이용과 충족이론의 중요 연구 모형으로 Karl E. Rosengren은 특정 개인의 욕구에 출발하여 서로 상호 작용을 하는 11개의 요소들을 지시하였다²⁵⁾.

- 1). 그 정도가 높고 낮은 특성의 기본적 수용자의 욕구.
- 2). 내적이고 외적인 개인적 특성들의 분화적인 결합.
- 3). 미디어를 포함한 둘러싸고 있는 사회 구조.
- 4). 개인적 문제들의 분화적인 결합
- 5). 위의 문제들에 대해서 지각된 해결 방법들
- 6). 충족 추구나 문제 해결 행동의 시도를 위한 분화적인 동기들
- 7). 실제의 미디어 소비 행동의 분화적인 패턴
- 8). 미디어 소비 행동 외의 다른 분화적인 패턴
- 9). 충족이나 불충족의 분화적인 패턴
- 10). 개인들의 내적이고 외적인 특성들의 결합
- 11). 미디어 기초와 그 밖의 사회, 정치, 문화, 경제적 구조들

4 미디어 이용동기

1) 동기

Rosengren(1974)에 의해서 동기라는 개인이 느끼는 문제를 해결하기 위한 행동과 같은 것으로 개인의 문제를 해결하기 위해 미디어에 대해 실제적 접촉을 하거나 미디어 접촉이 아닌 다양한 형태의 행위를 하게 된다고 설명하였다. 동기란 인간 내부적으로 발생하는 욕구, 필요, 관심 등이 보다 구체적으로 표현된 심리적 정향 상태로 본다. 그리고 동기와 행위와의 관련성에 초점을 둔 경우에는 내적인 동기와 외적인 동기의 구분이 중요해진다.²⁶⁾

2) 미디어 이용동기

25) 차배근(2006), <매스커뮤니케이션 효과이론>. 서울: 나남. PP247-250

26) 박우람(2010)

Blumler(1979)는 미디어의 이용동기가 크게 3 가지로 나누어 제시하였다. 첫째, 인지적 동기이다. 둘째, 오락 동기이다. 셋째, 개인적 정체성 동기이다.

그리고 Blumler & Gurevitch(1974)는 이용동기가 5 가지 유형으로 분류하였다. 첫째, 인식적 욕구(Cognitive need)는 외부정보의 검색과 환경을 이해하기 위한 것이다. 둘째, 감정적 욕구(Affection need)는 미의 추구하고 오락 감정적 경험을 하기 위한 것이다. 셋째, 개인 통합적 욕구(Personal Integrative need)는 신뢰감, 자신감, 개인적 지위 등을 추구하는 것이다. 넷째, 사회통합적인 욕구(Social Integrative need)는 가족과 혈연이나 지연 집단에 교섭하고자 하는 것이다. 다섯째, 현실도피 욕구(Escapist need)는 현실도피, 긴장완화와 같은 스트레스를 해소하고자 하는 목적을 가지고 있는 것을 의미한다.

또한, McQuail, Blumler, Brown 등은 수용자가 미디어를 이용하는 동기에 대해 다음과 같이 4 가지로 분류하였다²⁷⁾. 첫째, 기분 전환은 일상적인 일과 문제들로부터 도피, 정서적인 휴식 등을 위한 동기이다. 둘째, 대인 관계는 대화를 위한 정보의 사회적 유용성, 대인 관계의 욕구 충족의 동기이다. 셋째, 개인의 정체성 또는 자기 확인은 가치 재강화나 재확인, 자기 이해, 현실 탐구의 욕구 충족 동기이다. 넷째, 환경 감시는 다른 사람에게 영향을 주거나 무엇을 하도록 도와주거나 어떤 것을 성취할 수 있도록 하는 등 환경 감시의 욕구를 충족시키기 위한 동기이다.

따라서 다매체시대에 매체 수용자들은 다양한 이용동기를 충족하기 위해서 여러 가지 매체들에서 있는 왜 특정 매체를 선택하는지, 한 매체의 이용이 다른 매체와 중복되는지 또는 구분되는지에 대해 살펴보려고 한다.

3) 독서 동기

Strauss는 독자들의 독서 동기가 두 가지 요인으로 제시하였다. 첫째는 직업과 일의 세계가 새로운 지식의 습득과 이해를 강요하기 때문에 이루어지는 동기이다. 둘째는 긴장 해소와 오락을 추구하는 독자들의 성향 때문이라고 했다(이정춘, 1992).²⁸⁾

27) 이미혜(2003), 재인용

28) 이정춘, 1992, 출판사회학, 서울: 도서출판 타래

H. E. Giehrl은 독서의 형태가 독서 동기에 기인한다고 보고 독서의 주요 방식을 네 가지로 나누었다. 첫째, 정보를 얻기 위한 독서이다. 둘째, 도피적 독서이다. 셋째, 인지적 독서이다. 넷째, 문학적 독서이다.(이정춘, 이종국, 1988)²⁹⁾

강광실(1993)은 일반적으로 독자는 살아가는 데 필요한 지식과 교양, 생활 정보 습득, 오락, 여가 선용 등의 목적에서 독서를 구입하고자 한다고 하였다. 독서 목적 즉 동기는 2002년 11월에 시행한 한국출판연구소의 국민독서 실태조사 자료에 의하며, 전체적으로 새로운 지식과 정보 습득을 위해서 독서를 하는 경향이 가장 큰 독서의 목적이 되었다. 마음의 위로와 평안을 얻기 위해서 독서하는 것도 주요 목적으로 나타났다. 그리고 교양 함양과 인격 형성의 목적은 학생층보다 성인층이 높게 나타났으며, 즐겁고 습관화된 독서하는 계층이 성인보다 학생에게서 높게 나타났다.

진화수(1989)는 대학 교육 이상을 받은 엘리트 독자층을 중심으로 독서 동기를 연구했다. 그는 독서 동기가 시간 소비 동기, 오락 추구 동기, 자기 확인 동기, 현실 도피 동기, 정보 추구 동기, 친교 동기, 대리 경험 동기 등 7 가지로 분류하였다. 이들 엘리트 독자층은 자기 확인 동기, 정보 추구 동기, 대리 경험 동기가 높은 독서 동기로 나타났으며, 동기 요인별로는 인격이나 지식을 쌓기 위해서, 교양을 얻기 위해서, 다른 사람의 경험을 내가 대신 경험해 보기 위해서, 자기 자신을 알기 위해서, 일상 생활에 필요한 정보를 얻기 위해서 등으로 나타났다.

김선남(1998)은 대학생들의 독서 동기 요인을 3 가지의 범주로 나누어 하였다. 즉, 정보 추구 욕구, 현실 도피 욕구, 성적 욕구이다.

이상의 선행 연구 결과에서 독서 동기가 여러 가지 있지만 본 연구에서 이상 다양한 독서 동기에 바탕으로 구체적으로 세 가지로 나누었다. 첫째, 정보습득. 둘째, 사고형 독서이다. 셋째, 오락적인 독서이다.

5 정교화가능성모델(Elaboration Likelihood Model)

1) 정교화가능성모델(ELM)의 개념

사회심리학자 Petty와 Cacioppo는 사회심리학과 소비자 심리학에서 사용되어 왔

29) 이정춘, 이종국, 1988, 독서와 출판 문화론, 서울: 범우사

던 태도 변화에 대한 많은 접근들을 하나로 종합하여 설득이론으로 구체화하는 방법을 연구했으며, 설득적 메시지 수용자들의 능동적인 정보처리자로서의 역할을 강조하고 태도 변화에 의한 인지적 접근방법이다. Petty와 Cacioppo(1981)³⁰⁾는 정교화가능성모델에서의 정교화란 정보에 대해 한 개인이 중요하게 생각하고 있는 정보라고 정의하였다. 이에 따라서 각각 다른 조건을 가진 수용자들은 독서 하이라키와 관련한 자신의 생각과 의견을 정교화하려 한다. 어떠한 경우 수용자가 독서 하이라키에 관련한 생각을 할 때, 수용자는 제시된 메시지에 관심을 가지고 주어 깊게 생각하고 살펴본다. 반면에 수용자가 어떠한 독서 하이라키에 대해서 깊이 생각하지 않으려고 할 때에 그 독서 하이라키에 대한 메시지에 대해 깊게 생각하려하지 않기 때문에 독서 하이라키에 대해 깊이 생각하는 것과 반대로 적은 정교화가 나타날 수 있다. 이러한 정교화의 수준에 따라 메시지가 수용자를 설득하는 정도가 달라진다고 제안한다(O'keefe, 2002). 이를 바탕으로 정교화가능성모델은 수용자의 태도 형성과 정보처리에 영향을 미치는 모델일 뿐만 아니라 개인의 정보에 대한 중요성과 관점의 정도가 정보처리과정에 영향을 준다고 보는 것이다.

Petty와 Cacioppo(1983)에 의하면 설득이론이 각기 다른 용어와 가정 등을 주장하지만 정교화가능성모델에 따르면 결론적으로 태도 변화에는 크게 중심경로와 주변경로 두 가지 기본적 경로가 있다는 것을 발견하였다. 수용자 개인이 중심경로를 통하느냐 주변경로를 통하느냐에 따라서 개인의 태도가 변화하는 정도가 달라진다고 할 수 있다(Thorson, 1990). 중심경로는 어떠한 개인이 자신이 가지고 있는 기존의 경험이나 지식을 이용하여 소통을 하거나 다른 사람이 자신에게 어떠한 메시지를 주장하려고 할 때, 그 메시지를 자신이 가진 모든 정보, 경험, 사전지식 등을 통해 적극적으로 처리하고자하는 활동을 의미한다. 즉, 중심경로는 제시된 논점에 대한 사고의 결과로서 설득이 되는 경우이다. 중심경로를 통해서 형성된 태도는 비교적 장기간 지속되며, 부정적 정보에 노출되더라도 이에 저항적이며, 행동에 영향을 미칠 가능성이 높다. 그리고 중심경로는 메시지에 의해서 개인적인 생각과 제시된 주장에 대한 스스로의 평가와 관련 있고, 중심경로를 이용한 태도변화를 형성되기는 어렵지만 오래 지속되고 수용자의 행동에 더욱 강력한 영향력을 미친다. 반면, 개인이 어떠한 이슈에 대한 정보나 처리할 동기가 낮은 경우에는 주변통로를 통해 메시지에 대해 정보를 처리하려 한다. 즉, 주변경로는 제시된 논점과 별 상관없는

30) 유지은(2016), 재인용

요소들에 따라서 설득 또는 태도변화가 일어나는 경우이다. 주변경로를 통해서 형성된 태도는 비교적 일시적이며, 부정적 정보에 노출되면 쉽게 변할 수 있으며, 행동으로 이어질 가능성이 낮다. 그리고 주변통로를 통해 형성된 태도 변화는 실험실에서 쉽게 만들어지지만 중심경로만큼 강력하게 행동에 영향을 주지는 못한다.

그들은 정보처리과정을 "자극--정보자극에 대한 인지적 반응--감정적 반응"의 중심경로와 "자극--주변적 단서에 의한 유추--감정적 반응"의 주변경로로 나누어 설명하고자 하였다. 정교화가능성모델에서 중심통로를 통한 정보처리는 개인이 정보를 탐색하는데 있어 높은 관여도와 노력을 기울일수록 중심통로, 즉, 정보의 내용 자체를 중요시하게 되어 정보의 품질, 설득 강도 등에 따라 정보처리를 결정하게 된다. 주변통로는 이와 반대로 개인이 정보처리를 하는데 있어 정보 자체의 관여도가 낮거나 주변적인 상황에 영향을 받는 것을 말한다.

따라서 정교화가능성이 높을 때는 중심경로를 통해 태도변화가 발생하며, 전통적인 반응모델에서처럼 정보메시지에 대해 이성적으로 주의와 이해과정 등의 인지적 반응이 발생하고 이를 통해 태도가 변화된다. 수용자는 정보메시지 주장들에 주의를 기울이고, 이와 관련 있는 연상, 이미지, 경험 등을 생각해내서 제시된 정보메시지를 검토하고 숙고하며 그 결과 정보메시지에 대해 태도를 형성하게 된다. 또한, 상황 및 개인적 요인이 정교화 가능성을 감소할 때는 주변경로를 통해 태도변화가 발생하며, 수용자는 태도 대상에 대한 정보를 적극적으로 처리하지 않고 긍정적이거나 부정적인 단서 등에 담긴 다양한 주변적 단서로부터 단순 유추하여 대상에 대한 태도를 형성하게 된다.

정교화가능성모델은 태도변화에 대해서 서로 다른 접근방법들을 중심경로와 주변경로의 두 가지로 통합한 모델로서 수용자의 정교화가능성에 따라서 태도변화의 경로가 달라지고 따라서 태도변화에 영향을 미치는 요인도 달라진다. 지금까지 설득 상황에서 중요하게 간주했던 다양한 개념들을 체계적으로 분류하여 하나의 종합적인 모델로 만들었다는 데 큰 의미가 있었다.

2) 정교화가능성에 영향을 미치는 요인

정교화가능성모델에 의하면, 수용자가 태도를 형성할 때에는 중심경로를 거칠 것인지, 주변경로를 거칠 것인지는 수용자의 정보처리 동기, 능력에 따라 결정된다.

수용자가 정보에 관련된 생각을 처리하기 위한 동기가 있다고 할지라도 그것을 할 수 있는 능력이 없다면 높은 수준의 정교화는 일어나지 않을 것이며, 능력이 있다고 할지라도 정보에 관련된 생각을 하려는 동기가 없다면 정교화는 이루어질 수 없다는 것이다. 정보처리과정에서 동기와 능력이 높으면 중심경로를 거치고, 동기나 능력이 하나라도 낮다면 주변경로를 통해서 태도를 형성하게 된다. 즉, 중심경로를 통해 태도변화가 일어나는지, 주변경로를 통해서 태도변화가 일어나는지 하는 것을 동기와 능력에 의해 결정된다.

(1) 동기

정교화가능성모델에서는 동기란 어떠한 정보에 관련된 생각을 중심경로를 통해서 하고자 하는 태도변화를 위한 조건이라고 했다. 이때는 동기가 개인적 연관성(Personal Relevance)과 인지욕구(Need for cognition)를 두 가지로 구분하였다.

개인적 연관성은 어떤 특정한 이슈에 대해 수용자가 개인적으로 얼마나 관련되어 있는가에 대해 관여도 정도를 의미하며, 수용자가 개인적으로 정보에 대해 연관되어 있다고 느끼며 정보에 대해 심사숙고 할 가능성이 높아지는 것이다. 그리고 동기에 영향을 주는 두 번째 요인은 인지욕구이며, 인지욕구란 수용자가 메시지를 인지적으로 처리하려는 경향을 의미한다. 즉, 인지욕구는 특별한 영역이나 상황에 인지적 노력을 기울이려는 전반적인 경향성에서의 개인차를 말한다. 따라서 인지욕구가 높은 사람은 자극과 사건 등의 관계를 이해하기 위해서 정보를 찾을 때에 그것을 적극적으로 처리할 동기화가 더 잘된 사람으로 적극적인 인지활동을 많이 즐긴다. 반면, 인지욕구가 낮은 사람은 본질적으로 인지적 활동을 피하려는 것으로 특정될 수 있다. Petty와 Cacioppo는 개인적 차이로 인지욕구를 상정하여 인지욕구가 높은 사람은 회상과 인지적 노력을 많이 하고, 강한 주장과 약한 주장의 차이를 더 잘 식별하며 주장이 질에 영향을 더 받을 뿐만 아니라 메시지 평가가 설득 후에 형성되는 태도에 더 많은 영향을 미친다고 했다. 정교화가능성모델에서 인지욕구가 강한 사람은 중심경로를 통해 메시지의 내용에 관심을 가지고 인지욕구가 약한 사람은 주변경로를 통해 주변적 요소에 관심을 가진다는 것을 주장한다.

(2) 능력

정교화가능성에 영향을 미칠 수 있는 다른 요인으로 능력이라고 할 수 있다. 정

교화를 할 동기가 아무리 높다고 하더라도 이를 처리할 수 있는 능력이 없다면 중심경로를 통해서 메시지 처리가 일어나지 않을 것이다. 따라서 능력은 분산(Distracton)과 사전지식(Prior knowledge)을 두 가지로 구분할 수 있다.

분산이란 설득적 메시지에서 표현하고자 하는 자극이나 어떠한 대상에게 주목하지 못하는 것이 의미한다. 또한, 능력에 영향을 주는 두 번째 요인은 사전지식이다. 수용자들의 사전지식이 광범위할수록 수용자들은 그 메시지나 정보에 대해 더 깊게 생각하려고 한다. 일반적으로 주어진 사안에 대해 사전지식이 많고 높은 이해력보다 쉽게, 그리고 보다 빨리 메시지를 처리할 수 있는 능력이 있다고 볼 수 있고, 이와는 대조적으로 사전지식이나 이해력이 부족하면 정교화가능성은 낮아지고 주변단서에 의존하는 경향이 있다(정만수, 1990). 이와 관련하여 수용자의 사전지식이 증가할수록 정보에 대해 더 많은 생각을 하려고 하면 주변단서의 영향이 감소된다는 연구결과도 있다(Wood, 1982). 반대로 많은 사전지식을 가지고 있는 수용자들이 어떠한 메시지의 주장의 강도에 따라 더 영향을 받는 경우도 있다. 이는 사전지식이 많이 없는 수용자와는 반대로 메시지의 주장의 강도를 증가시킴으로써 오히려 사전지식이 많은 수용자에게 영향을 더 미칠 수 있기 때문이다(O'keefe, 2002).

3) 관여도

(1) 관여

정교화가능성모델에 따르면, 중심경로를 통한 태도변화는 주변경로를 통한 것보다 더 많은 인지적 노력을 필요로 할 뿐만 아니라 정보처리과정에서 태도변화의 지속시간도 길다. 따라서 수요자가 정보처리과정에서는 중심경로를 활성화시키는 것이 중요하며, 정교화가능성모델에서는 중심경로를 활성화시키는 중요한 선행변인으로 정보에 대한 관여도를 들고 있다(Petty와 Cacioppo, 1986).

관여의 개념은 1940-50년대의 태도변용에 관한 연구에서 처음 사용되었다. 관여도에 대한 개념은 다양한 영역에서 다른 학자들에 의해 다양한 시각에서 연구되었다. 사회심리학적 관점에서 개발되었으며 사회적 판단이론에 근거 하여 자아관여를 어떠한 사건이나 대상과 개인의 자아영역과의 관련성으로부터 이해하는 데서 시작하였다(Sherif & Cantril, 1947). Sherif의 의하면 관여란 자신의 자아영역과 어떤 논점에 대한 관련성과 외부 자극에 대한 개인의 수용 수준이라고 했다. 또한

Freedman(1964)³¹⁾은 관여를 특정한 상황에서의 흥미나 관심, 개입정도 뿐만 아니라 특정 상황에 있지 않는 일반적인 상황에서의 대상에 대한 흥미나 관심에 대한 개인의 태도 포함하였다. 그리고 Ostrom & Brock(1968)³²⁾은 관여란 대상이나 생각이 개인의 가치체계와 관련되는 정도라고 했다.

(2) 관여도

관여는 수용자들의 정보처리과정을 통한 의사결정을 설명하는데 있어서도 주요한 변인으로 연구 되고 있다(Petty와 Cacioppo, 1984; Petty와 Cacioppo, 1990). Petty와 Cacioppo에 의하면 관여도란 개인이 어떠한 대상이나 이유, 상황 등과 자신의 관련성, 중요도에 대한 개념으로 해석하였고, 이러한 관여도의 수준에 따라 수용자의 행동을 설명한 정교화가능성모델을 제시하였다. 또는 관여도란 특정 대상에 대한 개인의 중요성 지각정도와관심의 정도나 또는 주어진 상황에서 특정 대상에 대한 개인의 관련성 지각정도라고 정의할 수 있다. 따라서 관여도는 일반적으로 고관여와 저관여로 구분된다. 정교화가능성모델에서 정보에 대해 고관여 수용자가 정교화가능성이 높아 주로 중심경로에 의한 정보처리가 이루어지며, 반대로 저관여 수용자가 정교화가능성이 낮아 주로 주변경로를 활용하여 정보처리를 한다고 제시하고 있다. 그리고 수용자가 이용결정을 하는데 있어 고관여의 매체와 저관여의 제품에 대한 정보처리과정과 의사결정과정은 차이를 보이게 되고 이에 따른 수용자의 행동은 달라지게 된다. 정교화가능성모델 이론은 관여도에 따른 수용자의 태도형성과정을 설명하기 위해 개발되었으며, 설득적 메카니즘에 따른 정보처리과정을 설명하고 있다. 정교화가능성모델에서 있는 중심경로는 관여도가 높은 고관여의 상황에서 이루어지는 정보처리과정이라고 할 수 있고, 주변경로는 상대적으로 관여도가 낮은 저관여의 상황에서의 정보처리과정을 설명하기 위해 고안되었다. 이는 정교화가능성모델의 가정이 고관여 상황일 때는 중심경로를 통해 정보를 처리하고, 저관여 상황일 때는 주변경로를 통해 정보를 처리하기 때문에 각각의 관여도에 따라 여러 연구에서 실험변인으로 수용자의 설득에 미치는 영향에 대해 연구가 진행되어왔다.

4) 독서매체에 따라서 정교화가능성모델에서 독서 하이라키

31) 허경석(2013), 재인용

32) 위와 같은

종이책은 정보전달 중심으로 체계적인 구성되고 선형적으로 집필되는 반면, 전자책은 흥미위주의 표현과 이미지 중심의 다양한 구성을 특징으로 하여 하이퍼텍스트적인 다면접근방식으로 집필된다. 따라서 ELM모델은 메시지처리방식에 치중하면서 메시지내용의 정교한 처리와 주변단서를 이용한 건성 처리를 구분하는 데는 유리하지만, 독서과정을 책 내용을 정보처리 하는 저자-독자 간 커뮤니케이션 과정으로 이해하고 이 과정에서 메시지 내용뿐만 아니라 저자와 독자를 포괄하는 전체적인 사회정보의 처리과정을 살펴보고 조작 정의하는 데는 다소 불리하다. 멀티미디어라는 정보홍수시대에 넘쳐나는 매체 메시지를 일일이 새겨 듣고 보는 것은 불가능하다는 점에서 정교화가능성모델은 메시지에 대한 선입견이나 감성적 대응이 정보처리를 주도할 수 있다는 우려를 반영한다고 보인다. 이미지를 통한 우회적이고 간접적인 설득에 맹목적으로 순응하는 주변통로와 능동적으로 메시지를 선별하고 비판적으로 해독하는 중심통로로 구분하는 ELM모델을 이분법적인 사고방식으로 배척하는 것은 타당하지 않다. 자칫, 멀티미디어 위주의 전자책 정보는 주변통로로 처리하는 경향이 있는 반면, 종이책 정보는 중심통로로 처리하는 경향이 있다는 주장이 이 모델을 과도하게 이분법적으로 적용하는데 해당될 것이다. 중심통로에서는 정보처리의 질을 높이는 반면 정보처리량이 줄어들고, 주변통로에서는 정보처리의 질은 낮추는 대신 정보처리량이 늘어난다는 것으로 이해할 수 있으므로 이 두 통로는 상호 보완적이며 대체적이라 할 수 있으며, 이러한 점에서 독서자원 제약론에 해당된다.

ELM모델에 따르면 숙독은 주변통로를 통한 손쉬운 맥락단서 위주의 편의적 독서방법에 해당하며, 정독은 메시지의 세부적인 정보내용을 처리한다는 점에서 중심통로의 정세한 독서방법에 해당한다. 그러나 선별-수용-처리-이해-통합의 전체적인 정보처리 또는 커뮤니케이션 과정으로 이해할 경우이며, 숙독은 메시지 내용과 함께 메시지생산자로서 저자에 대한 관심과 내용이해를 위한 관점 선택이라는 독서전략적 측면을 포함하는 것으로 하고, 메시지에 대한 정교한 처리보다 더욱 심층적인 텍스트의 이해를 요구한다. 따라서 숙독이 정독보다 더 심층적인 정보처리의 수준을 요구한다고 이해되므로 주변통로 취급당하는 ELM과는 상반되는 관점인 셈이다. 또한 ELM 모델은 심독의 경지를 이해하기 어렵다. 즉, 사전지식의 동원과 최종적 수용으로서 처리된 정보내용의 기존지식과의 통합을 요구하는 심독은 독자 자신

에 대한 성찰성과 커뮤니케이션 전체 과정에 대한 이해라는 관점에서 살펴볼 필요가 있다.



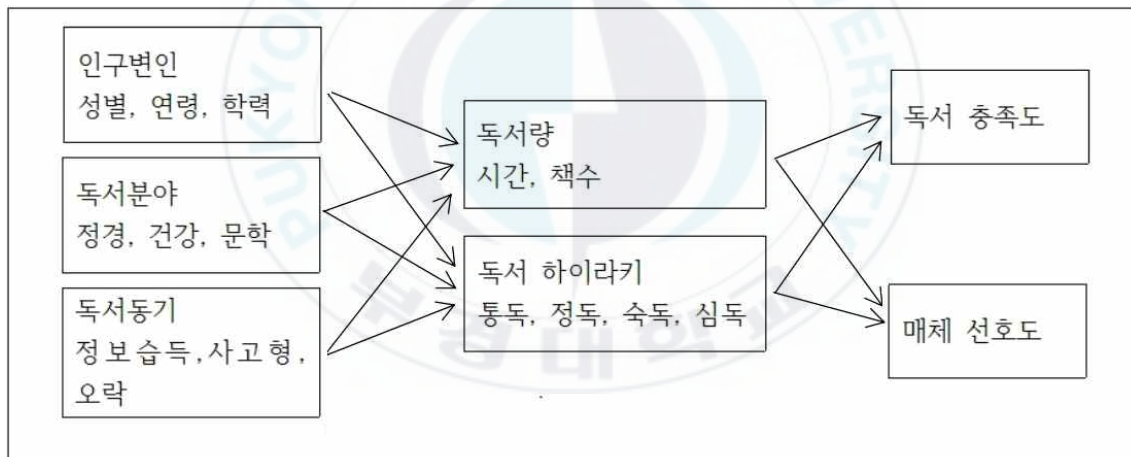
Ⅲ 연구문제 및 연구방법

1 연구모델

독서매체에 따라서 독서매체의 이용성들에 미치는 영향의 실증연구를 위한 조사 모형은 다음과 같다.

독서매체에 따라서 인구변인, 독서분야, 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족도, 선호도 요소 간에 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 종속변인들은 독자들의 성향을 달리함으로써 독서매체 간에 어떠한 차이를 보이는지 검증하고자 한다.

<그림 1> 독서매체에 따라서 종속변인들 간의 영향



2 연구문제 및 연구가설

연구문제1: 멀티미디어 시대, 중국인의 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족도, 독서 선호도에 대해서 종이책과 전자책 간의 차이가 있을 것이다.

연구가설1-1: 독서동기에 따라서 종이책과 전자책 간의 차이가 있을 것이다.

연구가설1-2: 독서량에 따라서 종이책과 전자책 간의 차이가 있을 것이다.

연구가설1-3: 독서 하이라키에 따라서 종이책과 전자책 간의 차이가 있을 것이다.

연구가설1-4: 독서 충족도에 대해 종이책과 전자책 간의 차이가 있을 것이다.

연구가설1-5: 독서 선호도에 대해 종이책과 전자책 간의 차이가 있을 것이다.

연구문제2: 멀티미디어 시대, 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 독서량과 독서 하이라키 간에 관계가 있을 것이다.

연구가설2-1: 종이책을 사용하는 경우는 독서량과 독서 하이라키 간에 관계가 있을 것이다.

연구가설2-2: 전자책을 사용하는 경우는 독서량과 독서 하이라키 간에 관계가 있을 것이다.

연구문제3: 멀티미디어 시대, 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 인구변인별에 따른 독서량과 독서 하이라키는 차이가 있을 것이다.

연구가설3-1:

종이책 경우는 중국인의 성별과 독서량(독서시간과 독서책수)이 차이가 있을 것이다.

중국인의 나이와 독서량(독서시간과 독서책수)이 차이가 있을 것이다.

중국인의 학력과 독서량(독서시간과 독서책수)이 차이가 있을 것이다.

전자책 경우는 중국인의 성별과 독서량(독서시간과 독서책수)이 차이가 있을 것이다.

중국인의 나이와 독서량(독서시간과 독서책수)이 차이가 있을 것이다.

중국인의 학력과 독서량(독서시간과 독서책수)이 차이가 있을 것이다.

다.

연구가설3-2:

종이책 경우는 중국인의 성별과 독서 하이라키가 차이가 있을 것이다.

중국인의 나이와 독서 하이라키가 차이가 있을 것이다.

중국인의 학력과 독서 하이라키가 차이가 있을 것이다.

전자책 경우는 중국인의 성별과 독서 하이라키가 차이가 있을 것이다.

중국인의 나이와 독서 하이라키가 차이가 있을 것이다.

중국인의 학력과 독서 하이라키가 차이가 있을 것이다.

연구문제4: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기는 독서량에 영향을 미칠 것이다.

연구가설4-1:

종이책 경우는 중국인의 인구변인에 따라서 독서량에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서분야에 따라서 독서량에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서동기에 따라서 독서량에 영향을 미칠 것이다.

연구가설4-2:

전자책 경우는 중국인의 인구변인에 따라서 독서량에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서분야에 따라서 독서량에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서동기에 따라서 독서량에 영향을 미칠 것이다.

연구문제5: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기, 독서량은 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

연구가설5-1:

종이책 경우는 중국인의 인구변인에 따라서 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서분야에 따라서 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서동기에 따라서 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서량에 따라서 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

연구가설5-2:

전자책 경우는 중국인의 인구변인에 따라서 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서분야에 따라서 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서동기에 따라서 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서량에 따라서 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

연구문제6: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기, 독서량, 독서 하이라키는 독서충족도, 매체선호도에 영향을 미칠 것이다.

연구가설6-1:

종이책 경우는 중국인의 인구변인은 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서분야는 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서동기는 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서량은 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서 하이라키는 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

전자책 경우는 중국인의 인구변인은 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서분야는 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서동기는 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서량은 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서 하이라키는 독서충족도에 영향을 미칠 것이다.

연구가설6-2:

종이책 경우는 중국인의 인구변인은 선호도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서분야는 선호도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서동기는 선호도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서량은 선호도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서 하이라키는 선호도에 영향을 미칠 것이다.

전자책 경우는 중국인의 인구변인은 선호도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서분야는 선호도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서동기는 선호도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서량은 선호도에 영향을 미칠 것이다.

중국인의 독서 하이라키는 선호도에 영향을 미칠 것이다.

3 연구방법

1) 측정도구

본 연구에서 연구문제를 검증하기 위해서 독서 하이라키, 독서동기, 이용과 충족 등에 대한 태도와 행위의도를 측정항목으로 하여 설문문항을 구성하였다.

(1) 독서매체별

종이책은 인쇄매체로 대표하는 매체로 설정하였다. 전자책은 인터넷 사이트, 인터넷을 이용한 전자책 뷰어, 전자책 전용 단말기, 휴대폰, PDA 등 전자매체를 이용하여 정보를 접할 수 있는 매체로 설정하였다.

(2) 독서량

독서 이용시간은 독자들의 하루종이에 도서를 읽는 시간을 조사하였으며, 독서책 수는 독자들의 연간 읽는 도서의 권수를 조사하였다.

(3) 독서 하이라키

독서 하이라키의 차원을 크게 통독(通讀), 정독(精讀), 숙독(熟讀), 심독(心讀, 深讀) 네 가지 부분을 하위영역으로 설정하였다. 이를 측정 문항은 1점 "통독"에서 "심독"까지의 4점 척도에 응답하도록 하였다.

(4) 독서선호도

종이책과 전자책을 각각 좋아하는 정도를 조사하였다. 이를 측정 문항은 1점 "전혀 좋아하지 않다"에서 "매우 좋아하다"까지의 5점 척도에 응답하도록 하였다.

(5) 독서분야

이를 위해서 한국의 교보문고(www.kyobobook.co.kr)와 중국의 당당(www.dangdang.com) 등의 인터넷 서점에서 사용하고 있는 도서 분류를 참조하여 크게 문화, 정경, 건강 세 가지로 나누다. 구체적으로 보면 인문/사회학, 문학(소설, 시, 수필, 자전 등), 역사/정치/문화, 경제/경영, 과학/기술/컴퓨터, 교육/어학, 여행/취미/예술, 만화/레저, 건강/미용, 기타 10가지로 분류하였다.

(6) 독서동기

독서매체가 새로운 형태의 독서매체라는 점에서 독서동기 요인에 관한 선행연구 결과(김희주, 2015; 이미혜, 2003)를 바탕으로 하였으며, 독서동기의 차원을 크게 정보습득, 사고형 독서, 오락적인 독서 3가지 부분으로 선정하였다. 정보습득 독서는 정보형 텍스트의 독서를 통해서 정보를 얻고 이용해서 이해를 얻는 독서이다. 정보형 텍스트는 처음부터 끝까지의 독서가 필요 없고 독자들이 필요한 부분만 선택할 수 있다. 사고형 독서는 학식 수양, 이론 사고, 근무 능력을 높여지기 위해 환경적인 요소가 작용하여 경험에 의해 오랜 시간에 걸쳐 나타나는 인생을 좌우하게 만드는 사고를 통한 독서이다. 오락적인 독서는 단순하고 가볍게 오락적인 목적으로 하기 위한 독서이다. 이를 측정 문항은 1점 "전혀 그렇지 않다"에서 "매우 그렇다"까지의 5점 척도에 응답하도록 하였다.

(7) 이용과 충족

본 연구에서 독서매체에 따라서 수용자들이 종이책과 전자책에 대한 이용동기와 만족에 통해 독자들의 이용동기와 만족에 대한 속성을 파악하고자 하였다. 이는 金盛東(2001)의 선행연구에 검증한 바를 토대로 본 연구에 맞게 이용동기, 독서관여도, 독서충족도 문항으로 재구성하였으며, 5점 척도로 측정하였다. 설문지 상의 척도는 리커트 5점 척도를 사용하였으며, 5점은 "매우 그렇다"로 매우 긍정적인 반응

을 의미하고, 1점은 "전혀 그렇지 않다"로 내용에 대해 매우 부정적인 반응을 의미한다.

2) 설문지의 구성

본 연구의 설문 항목은 총 36문항으로 이루어졌는데 크게 네 부분으로 구성하였다.

인구통계학적 특성은 3문항이며 선택형 문항을 사용하여 성별, 연령, 학력을 조사하였다. 이용 형태는 4문항으로 이루어졌는데 독자들이 독서매체별을 사용하는 형태에 관한 내용으로 독서매체별의 독서량, 독서 선호도, 독서분야 등을 알아보았다. 그리고 독서동기는 18문항으로 질문하여 정보습득, 사고형 독서, 오락적인 독서로 나누어 분석했으며, 독서매체별에 대한 독서 하이라키는 2문항으로 구성했다. 마지막으로 독자들인 이용과 충족 이론에 바탕으로 하며 독서매체별에 대해 9문항으로 물어보았다.

<표 1> 설문지 구성

분석내용	측정 변인	항목 번호	항목 수
인구통계학적 특성	성별, 연령, 학력	34~36	3
이용 형태	독서량	1~2	2
	독서 선호도	3	1
	독서분야	4	1
독서동기	정보습득	5~7, 15~17	6
	사고형 독서	8~10, 18~20	6
	오락적인 독서	11~13, 21~23	6
이용과 충족	이용동기	25~27	3
	관여도	28~30	3
	충족도	31~33	3
독서 하이라키	통독, 정독, 숙도, 심독	14, 24	2

3) 자료 수집 방법

본 연구에서는 종이책과 전자책에 대한 독서 하이라키를 살펴보기 위하여 중국에서 거주한 중국인들을 연구대상으로 선정하였으며, 특히 중국 대학생들로 주요 연구대상을 선정하였다. 그 이유는 일반적으로 대학생 집단이 다른 집단보다 종이책 뿐만 아니라 전자책을 가장 많이 활용하고 있을 뿐만 아니라 출판 산업에 있어서 잠재적인 수요층이라고 할 수 있기 때문이다.

본 연구를 위한 설문조사는 2016년 9월 6일부터 26일까지 20일간 실시되었다. 조사 대상들은 “問卷星”(www.sojump.com)웹 사이트 인터넷을 통해서 조사하였다. 설문지는 총 150부를 배포하였으며, 회수된 설문지는 116부가 유효표본으로 사용되었다.

4) 자료 분석 방법

이 연구에서 수집된 자료의 통계처리에 사용된 유효 설문지는 총 116부이다. 통계처리는 데이터를 SPSS 프로그램을 이용하여 분석하였다.

표본의 인구통계학적 특성과 독서매체의 이용형태를 알아보기 위해서 빈도분석을 실시하였으며, 독서매체에 따라서 독서 하이라키의 일반적 특성별 분포는 교차분할표를 분석하였다. 독서매체별의 이용자들 간에 각 변인에 따라서 차이가 있는가를 파악하기 위해서 T-test를 실시하였다, 독서매체에 따라서 독서매체의 이용형태와 독서 하이라키 간의 상관관계를 분석하기 위해서 상관관계를 실시하였으며, 독서매체의 이용형태와 독서 하이라키 간의 차이가 있는가를 분석하기 위해서 분산분석을 실시하였다. 각 측정 도구간의 영향력 관계는 회귀분석을 사용하였다.

IV 연구결과

1 분석결과

1) 인구통계학적 특성 분석

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 사용된 설문 응답자들은 최종 116명의 응답자의 설문지 116개를 표본으로 하였다. 연구대상의 응답자에 대한 인구통계학적 분석은 성별, 연령, 학력으로 나누었고 다음과 같은 특성을 가지고 있다.

<표 2> 인구통계학적 빈도분석

		빈도	퍼센트	누적 퍼센트
성별	여자	71	61.2	61.2
	남자	45	38.8	100.0
연령	10대	7	6.0	6.0
	20대	78	67.2	73.3
	30대	11	9.5	82.8
	40대	13	11.2	94.0
	50대	7	6.0	100.0
학력	고등학교	8	6.9	6.9
	전문대학	15	12.9	19.8
	대학교	72	62.1	81.9
	대학원	21	18.1	100.0
	전체	116	100.0	

표본의 인구사회학적 특성을 살펴보면, 응답자들은 성별로 구분하여 살펴볼 때, 여성이 71명(61.2%), 남성이 45명(38.8%)으로 나타났으며, 남녀 간의 성비는 여성이 더 많았다. 연령별로는 10대가 7명(6.0%), 20대가 78명(67.2%), 30대가 11명(9.5%), 40대가 13명(11.2%), 50대가 7명(6.0%)이었다. 연령별로 20대가 78명(67.2%)으로 가

장 많았다. 학력별 분포는 대학교가 72명(62.1%)으로 응답자들의 절반 이상을 차지하였고, 그 다음으로 대학원이 21명(18.1%)으로 나타났다. 고등학교가 8명(6.9%), 전문대학이 15명(12.9%)이었다.

이와 같은 응답자들의 특성은 전체적으로 살펴보면 본 연구의 조사대상이 대학생 집단이라는 측면도 있으나 출판매체에 있어서 현재의 주요 독자층이 대학생이라는 점과 앞으로도 출판매체에 대해서 잠재적인 수요자가 될 것이라는 점을 볼 때 이들이 가지고 있는 사회적 특성은 그 의미가 크다고 할 수 있다.

2) 독서매체 이용형태 분석

독서 이용시간과 독서책수의 빈도분석

<표 3> 독서량에 따라서 빈도분석

		빈도	퍼센트	누적 퍼센트
이용시간	독서 안함	9	7.8	7.8
	30분-1시간	53	45.7	53.4
	1시간-2시간	29	25.0	78.4
	2시간-3시간	13	11.2	89.7
	3시간 이상	12	10.3	100.0
독서책수	0권	9	7.8	7.8
	월 1-2권	57	49.1	56.9
	월 3권 이상	21	18.1	75.0
	1년에 1-2권	12	10.3	85.3
	1년에 3권 이상	17	14.7	100.0
	전체	116	100.0	

하루 동안에 평균 독서매체 이용시간별로 응답자들 가운데 독서 안함은 9명(7.8%)에 불과하며 대부분의 응답자들이 30분-3시간 이상의 독서 이용경험을 가지고 있는 것으로 나타났다. 보다 구체적으로 살펴보면, 30분-1시간이 53명(45.7%)으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 1시간-2시간이 29명(25.0%)으로 나타났다. 2시간-3시간이 13명(11.2%), 3시간 이상 독서를 하였다는 응답자도 12명(10.3%)이나 되는 것으로 나타났다.

독서책수별로 월 1-2권이 57명(49.1%)으로 가장 많은 비중을 차지하고 있어, 월 3권 이상이 21명(18.1%)으로 나타났다. 그리고 1년에 1-2권이 12명(10.3%), 1년에 3권 이상이 17명(14.7%)으로 나타났으며, 0권이 9명(7.8%)으로 매우 적은 비중을 차지하고 있다.

주로 이용하는 도서의 종류

<표 4> 도서의 종류의 빈도분석

	빈도	퍼센트
인문/사회학	84	72.4%
역사/정치	51	44.0%
경제/경영	19	16.4%
과학/기술/컴퓨터	18	15.5%
교육/어학	23	19.8%
여행/취미/예술	55	47.4%
만화/레저	47	40.5%
건강/미용	28	24.1%
기타	25	21.6%

* 중복 응답한 항목임

응답자들이 이용하는 도서의 종류에 대해 살펴본 결과에 의해서 인문/사회학이 84명(72.4%)으로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 여행/취미/예술이 55명(47.4%), 역사/정치가 51명(44.0%)으로 비교적 많이 보는 유형으로 나타났다. 그 밖에 만화/레저가 47명(40.5%), 건강/미용이 28명(24.1%)의 순서로 나타나고 있음을 알 수 있다.

도서 분야에 대한 요인분석

<표 5> 도서 종류에 대한 요인분석

항목 \ 요인		요인1	요인2	요인3
정경	역사/정치	.659		
	경제/경영	.563		
	교육/어학	.580		
건강	여행/취미/예술		.681	
	건강/미용		.773	
문화	과학/기술/컴퓨터			.735
	기타			.221
고유값		3.732	1.412	1.669

응답자들의 도서 종류에 대한 요인분석 결과를 살펴보면 정경, 건강, 문화가 세 가지 요인으로 추출되었다. 정경 요인에는 역사/정치, 경제/경영, 교육/어학 등의 항목들이 밀접한 관계를 가지고 있는 것으로 나타났다. 건강 요인에는 여행/취미/예술, 건강/미용 등의 항목들이 상호연관 되는 것으로 나타났다. 문화 요인에는 과학/기술/컴퓨터, 기타 등의 항목들이 관련 있는 것으로 나타났다.

이와 같은 요인분석 결과를 바탕으로 본 연구에서는 응답자들이 관심의 도서 분야를 정경, 건강, 문화가 세 가지 분야로 구분하였다.

독서매체에 따라서 독서 하이라키별로의 분석

<표 6> 독서 하이라키별로의 빈도분석

		빈도	퍼센트	누적 퍼센트
종이책	통독	12	10.3	10.3
	정독	42	36.2	46.6
	숙독	52	44.8	91.4
	심독	10	8.6	100.0
전자책	통독	44	37.9	37.9
	정독	52	44.8	82.8
	숙독	15	12.9	95.7
	심독	5	4.3	100.0
	전체	116	100.0	

종이책을 이용하는 경우는 숙독이 52명(44.8%)으로 가장 높게 나타났으며, 정독이 42명(36.2%)으로 나타났다. 그밖에 통독이 12명(10.3%), 심독이 10명(8.6%)의 순서로 나타났다.

전자책을 이용하는 경우는 정독이 52명(44.8%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 통독이 44명(37.9%)으로 나타났다. 그리고 숙독이 15명(12.9%)으로 나타났으며, 심독이 5명(4.3%)으로 매우 적은 비중을 차지하였다.

3) 독서매체에 따라서 독서 하이라키별로 분석

성별에 따른 독서배치별에 대해 독서 하이라키 분석

<표 7> 성별에 따라서 종이책의 독서 하이라키에 대해 교차분석

			성별		전체
			여	남	
종이책 독서 하이라키	통독	빈도	7	5	12
		성별 중 %	9.9%	11.1%	10.3%
	정독	빈도	26	16	42
		성별 중 %	36.6%	35.6%	36.2%
	숙독	빈도	31	21	52
		성별 중 %	43.7%	46.7%	44.8%
	심독	빈도	7	3	10
		성별 중 %	9.9%	6.7%	8.6%
전체		빈도	71	45	116
		성별 중 %	100.0%	100.0%	100.0%

종이책 경우는 성별에 따른 독서 하이라키별을 분석한 결과 대부분의 남성과 여성은 종이책을 독서할 때에 독서 하이라키가 숙독이라는 것으로 조사되었다. 숙독은 여성이 31명(43.7%)로 가장 높게 나타났으며, 남성이 21명(46.7%)로 가장 높게 나타났다. 독서 하이라키에 따라서 분석한 결과를 살펴보면, 여성들은 통독이 7명(9.9%), 정독이 26명(36.6%), 숙독이 31명(43.7%), 심독이 7명(9.9%)이었고, 남성은 통독이 5명(11.1%), 정독이 16명(35.6%), 숙독이 21명(46.7%), 심독이 3명(6.7%)이었다. 성별에서 구체적으로 살펴볼 때, 독서 하이라키에 따라서 숙독이 남녀 총 52명

(44.8%)으로 가장 많았다.

<표 8> 성별에 따라서 전자책의 독서 하이라키에 대해 교차분석

			성별		전체
			여	남	
전자책 독서 하이라키	통독	빈도	26	18	44
		성별 중 %	36.6%	40.0%	37.9%
	정독	빈도	32	20	52
		성별 중 %	45.1%	44.4%	44.8%
	숙독	빈도	11	4	15
		성별 중 %	15.5%	8.9%	12.9%
	심독	빈도	2	3	5
		성별 중 %	2.8%	6.7%	4.3%
전체		빈도	71	45	116
		성별 중 %	100.0%	100.0%	100.0%

전자책 경우는 성별에 따른 독서 하이라키별을 분석한 결과 대부분의 남성과 여성은 종이책을 독서할 때에 독서 하이라키가 정독이라는 것으로 조사되었다. 정독은 여성이 32명(45.1%)로 가장 높게 나타났으며, 남성이 20명(44.4%)로 가장 높게 나타났다. 독서 하이라키에 따라서 분석한 결과를 살펴보면, 여성들은 통독이 26명(36.6%), 정독이 32명(45.1%), 숙독이 11명(15.5%), 심독이 2명(2.8%)이었고, 남성은 통독이 18명(40.4%), 정독이 20명(44.4%), 숙독이 4명(8.9%), 심독이 3명(6.7%)이었다. 성별에서 구체적으로 살펴볼 때, 독서 하이라키에 따라서 정독이 남녀 총 52명(44.8%)으로 가장 많았다.

연령에 따른 독서배치별에 대해 독서 하이라키 분석

<표 9> 연령에 따라서 종이책의 독서 하이라키에 대해 교차분석

			연령					전 체
			10대	20대	30대	40대	50대	
종이책 독서 하이라 키	통 독	빈도	2	7	1	1	1	12
		연령 중 %	28.6%	9.0%	9.1%	7.7%	14.3%	10.3%
	정 독	빈도	1	26	5	6	4	42
		연령 중 %	14.3%	33.3%	45.5%	46.2%	57.1%	36.2%
	숙 독	빈도	3	37	4	6	2	52
		연령 중 %	42.9%	47.4%	36.4%	46.2%	28.6%	44.8%
	심 독	빈도	1	8	1	0	0	10
		연령 중 %	14.3%	10.3%	9.1%	0.0%	0.0%	8.6%
전 체		빈 도	7	78	11	13	7	116
		연령 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

종이책 경우는 연령에 따른 독서 하이라키별로 분석한 결과를 살펴보면, 10대는 숙독이 3명(42.9%)으로 가장 많았고, 20대는 숙독이 37명(47.4%)으로 가장 많았고, 30대는 정독이 5명(45.5%)으로 가장 많았고, 40대는 정독과 숙독이 각 6명(46.2%)으로 같은 비율이 가장 많았고, 50대는 정독이 4명(57.1%)으로 가장 많았다. 연령에서 구체적으로 살펴볼 때에 독서 하이라키에 따라서 숙독이 10대-50대 총 52명(44.8%)으로 가장 높게 나타났다.

<표 10> 연령에 따라서 전자책의 독서 하이라키에 대해 교차분석

			연령					전체
			10대	20대	30대	40대	50대	
전자책 독서 하이라 키	통 독	빈도	5	27	3	6	3	44
		연령 중 %	71.4%	34.6%	27.3%	46.2%	42.9%	37.9%
	정 독	빈도	1	37	5	5	4	52
		연령 중 %	14.3%	47.4%	45.5%	38.5%	57.1%	44.8%
	숙 독	빈도	0	11	2	2	0	15
		연령 중 %	0.0%	14.1%	18.2%	15.4%	0.0%	12.9%
	심 독	빈도	1	3	1	0	0	5
		연령 중 %	14.3%	3.8%	9.1%	0.0%	0.0%	4.3%
전체		빈도	7	78	11	13	7	116
		연령 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

전자책 경우는 연령에 따른 독서 하이라키별로 분석한 결과를 살펴보면, 10대는

통독이 5명(71.4%)으로 가장 많았고, 20대는 정독이 37명(47.4%)으로 가장 많았고, 30대는 정독이 5명(45.5%)으로 가장 많았고, 40대는 통독이 6명(46.2%)으로 가장 많았고, 50대는 정독이 4명(57.1%)으로 가장 많았다. 연령에서 구체적으로 살펴볼 때에 독서 하이라키에 따라서 정독이 10대-50대 총 52명(44.8%)으로 가장 높게 나타났다.

학력에 따른 독서배치별에 대해 독서 하이라키 분석

<표 11> 학력에 따라서 종이책의 독서 하이라키에 대해 교차분석

			학력				전체
			고등학교	전문대학	대학교	대 학원	
종이책 독서 하이라 키	통독	빈도	1	2	8	1	12
		학력 중 %	12.5%	13.3%	11.1%	4.8%	10.3%
	정독	빈도	1	6	27	8	42
		학력 중 %	12.5%	40.0%	37.5%	38.1%	36.2%
	숙독	빈도	5	6	30	11	52
		학력 중 %	62.5%	40.0%	41.7%	52.4%	44.8%
	심독	빈도	1	1	7	1	10
		학력 중 %	12.5%	6.7%	9.7%	4.8%	8.6%
전체		빈도	8	15	72	21	116
		학력 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

종이책 경우는 학력에 따른 독서 하이라키별로 분석한 결과를 살펴보면, 고등학교는 숙독이 5명(62.5%)으로 가장 높게 나타났으며, 전문대학은 정독과 숙독이 각 6명(40.0%)으로 같은 비율이 가장 높게 나타났으며, 대학교는 숙독이 30명(41.7%)으로 가장 높게 나타났으며, 대학원은 숙독이 11명(52.4%)으로 가장 높게 나타났다. 학력에서 구체적으로 살펴볼 때에 독서 하이라키에 따라서 숙독이 고등학교-대학원 총 52명(44.8%)으로 가장 많았다.

<표 12> 학력에 따라서 전자책의 독서 하이라키에 대해 교차분석

			학력				전 체
			고등학교	전문대학	대학교	대 학원	
전자책 독서 하이라 키	통독	빈도	4	9	27	4	44
		학력 중 %	50.0%	60.0%	37.5%	19.0%	37.9%
	정독	빈도	3	4	34	11	52
		학력 중 %	37.5%	26.7%	47.2%	52.4%	44.8%
	숙독	빈도	0	1	9	5	15
		학력 중 %	0.0%	6.7%	12.5%	23.8%	12.9%
	심독	빈도	1	1	2	1	5
		학력 중 %	12.5%	6.7%	2.8%	4.8%	4.3%
전 체		빈도	8	15	72	21	116
		학력 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

전자책 경우는 학력에 따른 독서 하이라키별로 분석한 결과를 살펴보면, 고등학교는 통독이 4명(50.0%)으로 가장 높게 나타났으며, 전문대학은 통독이 9명(60.0%)으로 가장 높게 나타났으며, 대학교는 정독이 34명(47.2%)으로 가장 높게 나타났으며, 대학원은 정독이 11명(52.4%)으로 가장 높게 나타났다. 학력에서 구체적으로 살펴볼 때에 독서 하이라키에 따라서 정독이 고등학교-대학원 총 52명(44.8%)으로 가장 많았다.

2 연구가설의 검증

연구문제1: 멀티미디어 시대, 중국인의 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족도, 독서 선호도에 대해서 종이책과 전자책 간의 차이가 있을 것이다.

독서매체에 따라서 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족도, 독서 선호도에 대해 차이를 살펴보기 위해서 종이책과 전자책 간의 차이를 검증하는 T-test를 사용하였다. 독서매체에 따라서 차이를 검증한 결과는 다음과 같다.

<표 13> 독서매체에 따라서 차이검증

		빈도	평균	표준편차	t	유의 확률
정보습득	종이책	116	3.3103	.82909	1.043	0.299
	전자책	116	3.22	.883		
사고형 독서	종이책	116	3.49	.860	2.121	0.036*
	전자책	116	3.32	.919		
오락적인 독서	종이책	116	3.4454	.78136	-0.768	0.444
	전자책	116	3.5057	.93197		
이용시간	종이책	116	.950	1.0870	-2.227	0.028*
	전자책	116	1.24	1.123		
독서책수	종이책	116	2.64	9.312	1.074	0.285
	전자책	116	1.67	2.336		
독서 하이라키	종이책	116	2.52	.797	6.765	0.000***
	전자책	116	1.84	.812		
충족도	종이책	116	3.6839	.78739	3.176	0.002**
	전자책	116	3.4339	.81912		
선호도	종이책	116	3.8793	1.06449	5.744	0.000***
	전자책	116	3.1379	1.03753		

(*p<0.05, **p<0.01, ***P<0.001)

독서매체에 따라서 응답자들의 독서동기를 분석한 결과를 살펴보면, 정보습득의 경우는 종이책을 사용한 경우와 전자책을 사용한 경우 간의 p값은 0.05보다 높아서 의미가 없고 차이가 없는 것으로 보인다. 사고형 독서의 경우는 종이책을 사용한 경우의 평균은 3.49이며 표준편차는 .860이다. 또한 전자책을 사용한 경우의 평균은 3.32이고 표준편차는 .919이다. 종이책 경우와 전자책 경우의 p값<0.05(t=2.121)로 통계적으로 유의미하므로, 종이책을 사용하는 경우의 사고형 독서가 평균적으로 전자책을 사용하는 경우의 사고형 독서보다 더 많음을 알 수 있다. 오락적인 독서의 경우는 종이책을 사용한 경우와 전자책을 사용한 경우 간의 p값은 0.05보다 높아서 의미가 없고 차이가 없는 것으로 보인다.

독서매체에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 이용시간의 경우 종이책을 사용한 경우의 평균은 .950이며 표준편차는 1.0870이다. 또한 전자책을 사용한 경우의 평균은 1.24이고 표준편차는 1.123이다. 종이책 경우와 전자책 경우의 p값<0.05(t=-2.227)로 통계적으로 유의미하므로, 전자책을 사용하는 이용시간이 평균적으로 종이책을 사용하는 이용시간보다 더 많음을 알 수 있다. 독서책수의 경

우는 종이책을 사용한 경우와 전자책을 사용한 경우의 p값은 0.05보다 높아서 의미가 없고 차이가 없는 것으로 보인다.

독서매체에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 종이책을 사용한 경우의 평균은 2.52이며 표준편차는 .797이다. 또한 전자책을 사용한 경우의 평균은 1.84이고 표준편차는 .812이다. 종이책 경우와 전자책 경우의 p값 $<0.001(t=6.765)$ 로 통계적으로 유의미하므로, 종이책을 사용하는 경우의 독서 하이라키가 평균적으로 전자책을 사용하는 경우의 독서 하이라키보다 더 깊음을 알 수 있다.

독서매체에 따라서 응답자들의 충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 종이책을 사용한 경우의 평균은 3.6839이며 표준편차는 .78739이다. 또한 전자책을 사용한 경우의 평균은 3.4339이고 표준편차는 .81912이다. 종이책 경우와 전자책 경우의 p값 $<0.01(t=3.176)$ 로 통계적으로 유의미하므로, 종이책을 사용하는 경우의 충족도가 평균적으로 전자책을 사용하는 경우의 충족도보다 더 높음을 알 수 있다.

독서매체에 따라서 응답자들의 선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 종이책을 사용한 경우의 평균은 3.8793이며 표준편차는 1.06449이다. 또한 전자책을 사용한 경우의 평균은 3.1379이고 표준편차는 1.03753이다. 종이책 경우와 전자책 경우의 p값 $<0.001(t=5.744)$ 로 통계적으로 유의미하므로, 종이책을 사용하는 경우의 선호도 평균적으로 전자책을 사용하는 경우의 선호도보다 더 선호함을 알 수 있다.

연구문제2: 멀티미디어 시대, 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 독서량과 독서 하이라키 간에 관계가 있을 것이다.

**<표 14> 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 독서량과 독서
하이라키 간의 상관관계**

	종이책 이용시 간	전자책 이용시간	종이책수	전자책수	종이책 독서 하이라키	전자책 독서 하이라키
종이책 이용시간	1					
전자책 이용시간	0.182	1				
종이책수	0.112	0.034	1			
전자책수	-0.101	0.507**	-0.035	1		
종이책 독서 하이라키	0.282**	-0.073	0.095	-0.006	1	
전자책 독서 하이라키	0.095	0.339**	0.082	0.136	0.092	1

(*p<0.05, **p<0.01)

연구가설2-1: 종이책을 사용하는 경우는 독서량과 독서 하이라키 간에 관계가 있을 것이다.

분석한 결과를 살펴보면, 종이책 이용시간과 독서 하이라키는 간의 p값 <0.01(t=0.282)로 유의미한 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 독서 하이라키는 종이책을 독서할 때에 독서 이용시간을 많이 걸린 것을 알 수 있다. 종이책수와 독서 하이라키는 간의 p값은 0.05보다 높아서 무의미한 상관관계를 가지는 것으로 나타났다.

연구가설2-2: 전자책을 사용하는 경우는 독서량과 독서 하이라키 간에 관계가 있을 것이다.

분석한 결과를 살펴보면, 전자책 이용시간과 독서 하이라키는 간의 p값 <0.01(t=0.339)로 유의미한 상관관계를 가지는 것으로 나타났다. 독서 하이라키는 전자책을 독서할 때에 독서 이용시간을 많이 걸린 것을 알 수 있다. 전자책수와 독서

하이라키는 간의 p값은 0.05보다 높아서 무의미한 상관관계를 가지는 것으로 나타났다.

연구문제3: 멀티미디어 시대, 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 인구변인별에 따른 독서량과 독서 하이라키는 차이가 있을 것이다.

연구가설3-1. 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 인구변인별에 따른 독서량과 차이가 있을 것이다.

종이책을 사용한 경우:

<표 15> 종이책 경우에서 성별과 독서량 간의 차이검증

		N	평균	표준편차	F	유의확률
종이책 이용시간	여	71.000	0.910	0.901	0.240	0.625
	남	45.000	1.012	1.338		
종이책수	여	71.000	1.732	2.144	0.130	0.719
	남	45.000	1.889	2.470		

성별에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간에 대해 남자의 평균값 1.012로 여자의 독서 이용시간에 비해 더 많은 것으로 알 수 있었다. 독서책수에 대해 남자의 평균값 1.889로 여자의 독서책수에 비해 더 많은 것으로 알 수 있었다.

<표 16> 종이책 경우에서 연령과 독서량 간의 차이검증

		N	평균	표준편차	F	유의확률
종이책 이용시간	10대	7.000	1.443	1.234	0.577	0.680
	20대	78.000	0.976	1.216		
	30대	11.000	0.742	0.656		
	40대	13.000	0.769	0.516		
	50대	7.000	0.821	0.674		
종이책수	10대	7.000	3.143	3.436	0.703	0.591
	20대	78.000	1.718	2.363		
	30대	11.000	1.636	1.804		
	40대	13.000	1.538	1.506		
	50대	7.000	2.000	1.633		

연령에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간에 대해 10대의 평균값 1.443로 가장 많은 것으로 알 수 있었다. 독서책수에 대해 10대의 평균값 3.143로 가장 많은 것으로 알 수 있었다.

<표 17> 종이책 경우에서 학력과 독서량 간의 차이검증

		N	평균	표준편차	F	유의확률
종이책 이용시간	고등학교	8.000	1.471	1.135	1.711	0.169
	전문대학교	15.000	0.578	0.641		
	대학교	72.000	0.892	0.882		
	대학원	21.000	1.214	1.732		
종이책수	고등학교	8.000	3.000	3.207	1.381	0.252
	전문대학교	15.000	2.133	3.399		
	대학교	72.000	1.764	2.086		
	대학원	21.000	1.190	1.167		

학력에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간에 대해 고등학교의 평균값 1.471로 가장 많은 것으로 알 수 있었다. 독서책수에 대해 고등학교의 평균값 3.000로 가장 많은 것으로 알 수 있었다.

전자책을 사용한 경우:

<표 18> 전자책 경우에서 성별과 독서량 간의 차이검증

		N	평균	표준편차	F	유의확률
전자책 이용시간	여	71.000	1.291	1.067	0.338	0.562
	남	45.000	1.166	1.215		
전자책수	여	71.000	1.676	2.529	0.049	0.825
	남	45.000	1.578	1.960		

성별에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간에 대해 여자의 평균값 1.291로 남자의 독서 이용시간에 비해 더 많은 것으로 알 수 있었다. 독서책수에 대해 여자의 평균값 1.676로 남자의 독서책수에 비해 더 많은 것으로 알 수 있었다.

<표 19> 전자책경우에서 연령과 독서량 간의 차이검증

		N	평균	표준편차	F	유의확률
전자책 이용시간	10대	7.000	0.950	1.301	0.903	0.465
	20대	78.000	1.147	1.113		
	30대	11.000	1.439	0.864		
	40대	13.000	1.673	1.214		
	50대	7.000	1.488	1.275		
전자책수	10대	7.000	1.429	1.813	2.160	0.078
	20대	78.000	1.295	1.572		
	30대	11.000	1.909	1.300		
	40대	13.000	3.154	5.161		
	50대	7.000	2.429	2.070		

연령에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간에 대해 40대의 평균향 1.673로 가장 많은 것으로 알 수 있었다. 독서책수에 대해 40대의 평균향 3.154로 가장 많은 것으로 알 수 있었다.

<표 20> 전자책경우에서 학력과 독서량 간의 차이검증

		N	평균	표준편차	F	유의확률
전자책 이용시간	고등학교	8.000	1.415	1.372	0.178	0.911
	전문대학교	15.000	1.072	0.913		
	대학교	72.000	1.258	1.175		
	대학원	21.000	1.244	1.036		
전자책수	고등학교	8.000	1.750	1.488	0.204	0.893
	전문대학교	15.000	1.200	1.373		
	대학교	72.000	1.708	2.750		
	대학원	21.000	1.667	1.317		

학력에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간에 대해 고등학교의 평균향 1.415로 가장 많은 것으로 알 수 있었다. 독서책수에 대해 고등학교의 평균향 1.750로 가장 많은 것으로 알 수 있었다.

연구가설3-2. 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 인구변인별에 따른

독서 하이라키와 차이가 있을 것이다.

<표 21> 독서매체에 따라 성별과 독서 하이라키 간의 차이검증

		N	평균	표준편차	F	유의확률
종이책 하이라키	여	71.000	2.535	0.808	0.092	0.762
	남	45.000	2.489	0.787		
전자책 하이라키	여	71.000	1.845	0.786	0.022	0.883
	남	45.000	1.822	0.860		

종이책을 사용한 경우는 성별에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 여자의 평균값 2.535로 남자의 독서 하이라키에 비해 더 높은 것으로 알 수 있었다.

전자책을 사용한 경우는 성별에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 여자의 평균값 1.845로 남자의 독서 하이라키에 비해 더 높은 것으로 알 수 있었다.

<표 22> 독서매체에 따라 연령과 독서 하이라키 간의 차이검증

		N	평균	표준편차	F	유의확률
종이책 하이라키	10대	7.000	2.429	1.134	0.669	0.615
	20대	78.000	2.590	0.797		
	30대	11.000	2.455	0.820		
	40대	13.000	2.385	0.650		
	50대	7.000	2.143	0.690		
전자책 하이라키	10대	7.000	1.571	1.134	0.775	0.543
	20대	78.000	1.872	0.795		
	30대	11.000	2.091	0.944		
	40대	13.000	1.692	0.751		
	50대	7.000	1.571	0.535		

종이책을 사용한 경우는 연령에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 20대의 평균값 2.590로 가장 높은 것으로 알 수 있었다.

전자책을 사용한 경우는 연령에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 30대의 평균값 2.091로 가장 높은 것으로 알 수 있었다.

<표 23> 독서매체에 따라 학력과 독서 하이라키 간의 차이검증

		N	평균	표준편차	F	유의확률
종이책 하이라키	고등학교	8.000	2.750	0.886	0.373	0.772
	전문대학교	15.000	2.400	0.828		
	대학교	72.000	2.500	0.822		
	대학원	21.000	2.571	0.676		
전자책 하이라키	고등학교	8.000	1.750	1.035	1.504	0.217
	전문대학교	15.000	1.600	0.910		
	대학교	72.000	1.806	0.762		
	대학원	21.000	2.143	0.793		

종이책을 사용한 경우는 학력에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 고등학교의 평균값 2.750로 가장 높은 것으로 알 수 있었다.

전자책을 사용한 경우는 학력에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 대학원의 평균값 2.143로 가장 높은 것으로 알 수 있었다.

연구문제4: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기는 독서량에 영향을 미칠 것이다.

연구문제5: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기, 독서량은 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

연구문제6: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기, 독서량, 독서 하이라키는 독서충족도, 매체선호도에 영향을 미칠 것이다.

<표24> 종이책의 경우 종속변인들에 대한 선형회귀분석

종이책 관련 종속변인들		종이책 이용시간	종이책 독서책수	종이책 독서 하이라키	종이책 독서 충족	종이책 선호도
인구 변인	성별	-.030	.083	-.102	-.072	.052
	연령	-.110	-.020	-.162a	-.059	-.183
	학력	.001	-.054	-.037	.094	.062
독서 분야	정경	.012	-.186	.193	.159a	.218*
	건강	-.112	.157	.030	-.067	.049
	문화	-.007	.145	-.082	.080	.264*
독서 동기	정보	.265*	-.052	.245*	.083	-.037
	사고	.210a	.261a	-.095	.137	.255*
	오락	-.195	-.086	.089	.316**	.045
수정 R ² =.098		수정 R ² =.025				
독서 량	시간	---	---	.197*	.073	.011
	책수	---	---	.075	.088	.070
				수정 R ² =.098		
독서 하이라키	열독도	---	---	---	.181*	.324***
					수정 R ² =.330	수정 R ² =.423

베타값, a p<0.10; * p<0.05; ** p<0.01; *** p<0.001

연구가설4에서 종이책을 사용한 경우:

인구변인에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 성별, 연령, 학력은 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 또한 성별, 연령, 학력은 독서책수에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

관심분야에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 정경, 건강, 문화는 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 또한 정경, 건강, 문화는 독서책수에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

독서동기에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 정보습득 동기의 p값<0.10(t=.265)로 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사고형 동기의 p값<0.10(t=.210)로 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 오락적인 동기는 독서 이용시

간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 정보습득, 사고형 독서동기가 높을수록 독서 이용시간에 대한 약간의 영향이 있었다. 또한 정보습득 동기는 독서책수에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 사고형 동기의 p 값 <0.10 ($t=.261$)로 독서책수에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 오락적인 동기는 독서책수에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 사고형 독서동기가 높을수록 독서책수에 대한 약간의 영향이 있었다.

연구가설5에서 종이책을 사용한 경우:

인구변인에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 성별은 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 연령의 p 값 <0.10 ($t=-.162$)로 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 학력은 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 연령이 클수록 독서 하이라키에 대한 약간의 영향을 알 수 있었다.

관심분야에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 정경, 건강, 문화는 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

독서동기에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 정보습득 동기의 p 값 <0.10 ($t=.245$)로 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사고형, 오락적인 동기는 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 정보습득 독서동기가 높을수록 독서 하이라키에 대한 약간의 영향을 알 수 있었다.

독서량에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간의 p 값 <0.10 ($t=.197$)로 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 독서책수는 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 독서 이용시간이 많을수록 독서 하이라키에 대한 약간의 영향을 알 수 있었다.

연구가설6에서 종이책을 사용한 경우:

인구변인에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 성별, 연

령, 학력은 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

또한 인구변인에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 성별, 연령, 학력은 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

관심분야에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 정경의 p 값 $<0.10(t=.159)$ 로 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 건강, 문화는 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 정경 분야가 독서충족도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

또한, 관심분야에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 정경의 p 값 $<0.10(t=.218)$ 로 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 건강은 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났고, 문화의 p 값 $<0.10(t=.264)$ 로 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 정경, 문화 분야가 독서선호도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

독서동기에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 정보습득, 사고형 동기는 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 오락적인 동기의 p 값 $<0.01(t=.316)$ 로 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다, 즉, 오락적인 동기가 높을수록 독서충족도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

또한, 독서동기에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 정보습득 동기는 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 사고형 동기의 p 값 $<0.10(t=.255)$ 로 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 오락적인 동기는 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 사고형 동기가 높을수록 독서선호도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

독서량에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간, 독서책수는 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

또한, 독서량에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간, 독서책수는 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

독서 하이라키에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 열독도의 p 값 <0.10 ($t=.181$)로 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 열독도가 높을수록 독서충족도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

또한, 독서 하이라키에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 열독도의 p 값 <0.001 ($t=.324$)로 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 열독도가 높을수록 독서선호도에 대한 큰 영향을 보여준다.

<표25> 전자책의 경우 종속변인들에 대한 선형회귀분석

전자책 관련 종속변인들		전자책 이용시간	전자책 독서책수	전자책 독서 하이라키	전자책 독서 충족	전자책 선호도
인구 변인	성별	-.116	.064	-.041	-.133	.104
	연령	.176a	.152	-.110	.033	.053
	학력	-.036	-.033	.155a	.100	.065
독서 분야	정경	-.054	.142	.011	.076	.178*
	건강	.058	.171	-.075	-.115	.038
	문학	-.192a	.030	-.038	.082	.056
독서 동기	정보	-.157	-.080	-.282a	.111	.032
	사고	.151	.042	.286	.376**	.138
	오락	.176	.116	.017	.172a	.192*
수정R ² =.040		수정R ² =.019				
독서 량	시간	---	---	.341*	.046	.312*
	책수	---	---	-.013	.095	.091
				수정R ² =.101		
독서 하이 라키	열독 도	---	---	---	.030	.157a
					수정R ² =.429	수정R ² =.369

베타값, a $p<0.10$; * $p<0.05$; ** $p<0.01$; *** $p<0.001$

연구가설4에서 전자책을 사용한 경우:

인구변인에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 성별은 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 연령의 p 값 <0.10 ($t=.176$)로 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치

는 것으로 나타났으며, 학력은 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 연령이 클수록 독서 이용시간에 대한 약간의 영향이 있었다. 또한 성별, 연령, 학력은 독서책수에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

관심분야에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 정경, 건강은 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 문화의 $p < 0.10 (t = -1.192)$ 로 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 문화 분야가 독서 이용시간에 대한 약간의 영향이 있었다. 또한 정경, 건강, 문화는 독서책수에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

독서동기에 따라서 응답자들의 독서량을 분석한 결과를 살펴보면, 정보습득, 사고형, 오락적인 독서동기는 독서 이용시간에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 또한 정보습득, 사고형, 오락적인 독서동기는 독서책수에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

연구가설5에서 전자책을 사용한 경우:

인구변인에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 성별, 연령은 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 학력의 $p < 0.10 (t = 1.55)$ 로 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 학력이 높을수록 독서 하이라키에 대한 약간의 영향을 알 수 있었다.

관심분야에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 정경, 건강, 문화는 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

독서동기에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 정보습득 동기의 $p < 0.10 (t = -1.282)$ 로 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사고형, 오락적인 동기는 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 정보습득 독서동기가 높을수록 독서 하이라키에 대한 약간의 영향을 알 수 있었다.

독서량에 따라서 응답자들의 독서 하이라키를 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이

용시간의 p 값 $<0.10(t=.341)$ 로 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 독서책수는 독서 하이라키에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 독서 이용시간이 많을수록 독서 하이라키에 대한 약간의 영향을 알 수 있었다.

연구가설6에서 전자책을 사용한 경우:

인구변인에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 성별, 연령, 학력은 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

또한 인구변인에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 성별, 연령, 학력은 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

관심분야에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 정경, 건강, 문화는 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

또한, 관심분야에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 정경의 p 값 $<0.10(t=.178)$ 로 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 건강, 문화는 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 정경 분야가 독서선호도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

독서동기에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 정보습득 동기는 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 사고형 동기의 p 값 $<0.01(t=.376)$ 로, 오락적인 동기의 p 값 $<0.10(t=.172)$ 로 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 사고형, 오락적인 동기가 높을수록 독서충족도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

또한, 독서동기에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 정보습득, 사고형 동기는 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 오락적인 동기의 p 값 $<0.10(t=.192)$ 로 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 오락적인 동기가 높을수록 독서선호도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

독서량에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간, 독서책수는 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

또한, 독서량에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 독서 이용시간의 p 값 <0.10 ($t=.312$)로 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 독서책수는 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 즉, 독서 이용시간이 많을수록 독서선호도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

독서 하이라키에 따라서 응답자들의 독서충족도를 분석한 결과를 살펴보면, 열독도는 독서충족도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

또한, 독서 하이라키에 따라서 응답자들의 독서선호도를 분석한 결과를 살펴보면, 열독도의 p 값 <0.10 ($t=.157$)로 독서선호도에 대해 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 열독도가 높을수록 독서선호도에 대한 약간의 영향을 보여준다.

V 논의

본 연구의 목적은 독자들의 종이책과 전자책의 이용에 있어서 독서매체에 대한 수용과정과 독서매체 간의 차이로 인해 독서 하이라키에 미치는 효과를 분석하는 것이다. 특히, 독자들의 독서매체 이용과정에서 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 충족, 선호의 개념을 중심으로 이들 요인들이 어떠한 상호작용을 하고 있는지 이용과 충족 및 정교화가능성모델의 관점에 입각하여 분석하고자 하였다. 그 이유는 최근 독서매체에 있어서 전자출판이 보급되고 독서매체의 형태도 종이뿐만 아니라 전자매체의 비중이 급격히 증가하였기 때문이다.

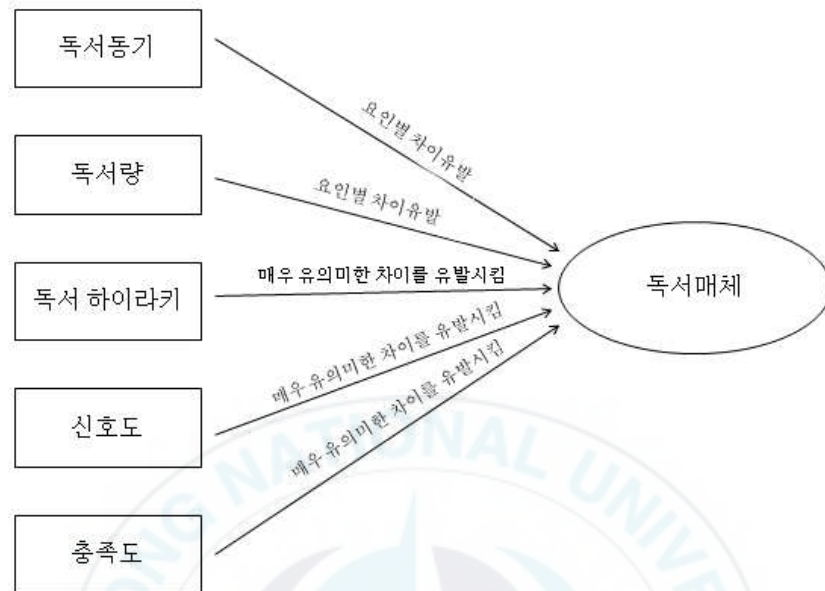
이러한 변화는 독서매체를 이용함에 있어서 독자들의 독서 내용에 대한 독서 하이라키에도 어떤 차이를 보이고 있는데, 본 연구자는 독자들의 독서 하이라키에 대하여 어떠한 영향을 미치고 있는지 구체적으로 살펴보는 연구가 부족하다고 인식하였다.

따라서 본 연구는 중국인들을 중심으로 종이책과 전자책의 이용과 충족, 정교화가능성을 분석하였다. 본 연구의 분석결과를 요약하면 다음과 같다. 독자들은 하루 30분-1시간의 독서경험을 가지고 있었으며, 대부분 한 달에 1-2권의 도서를 읽고 있는 것으로 나타났다. 주로 이용하는 도서의 유형은 인문/사회학, 여행/취미/예술, 역사/정치, 만화/레저, 건강/미용 등의 순서로 나타났다.

독자들은 종이책을 사용할 때에 독서 하이라키에 대하여는 숙독이라는 응답자가 많았으며, 반면에 전자책을 사용할 때에는 독서 하이라키에 대해 정독이라는 응답자가 많았다. 또한, 독자들이 종이책과 전자책을 사용하는데 있어서 인구통계요인에 대한 분석결과 성별, 연령, 학력 등의 요인이 추출되었는데, 종이책의 독서 하이라키가 숙독인 경우가 많았으며, 구체적으로 보면 남녀 간에 차별이 없이 숙독의 경우가 많았고, 10대, 20대, 40대의 연령에서는 숙독의 경우가 많고, 30대, 40대, 50대의 연령에서는 정독의 경우가 많았으며, 고등학교-대학원 사이의 학력에서 숙독의 경우가 많은데 대학교에서는 숙독뿐만 아니라 정독의 경우도 많았다. 반면, 전자책의 독서 하이라키는 정독의 경우가 많았으며, 구체적으로 보면 남녀 간에 차별이 없이 정독의 경우가 많았고, 10대, 40대의 연령에서 통독이 많지만, 20대, 30대, 50

대의 경우에는 정독이 많았고, 고등학교와 전문대학교에서 통독의 경우가 많았으며, 대학교와 대학원에서는 정독의 경우가 많았다.

<그림 2> 차이검증 결과의 요약



다음으로 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 선호도, 충족도 각각의 요인들 간에 차이검증을 실시하였으며, 그 분석결과를 도식화하면 다음과 같다.

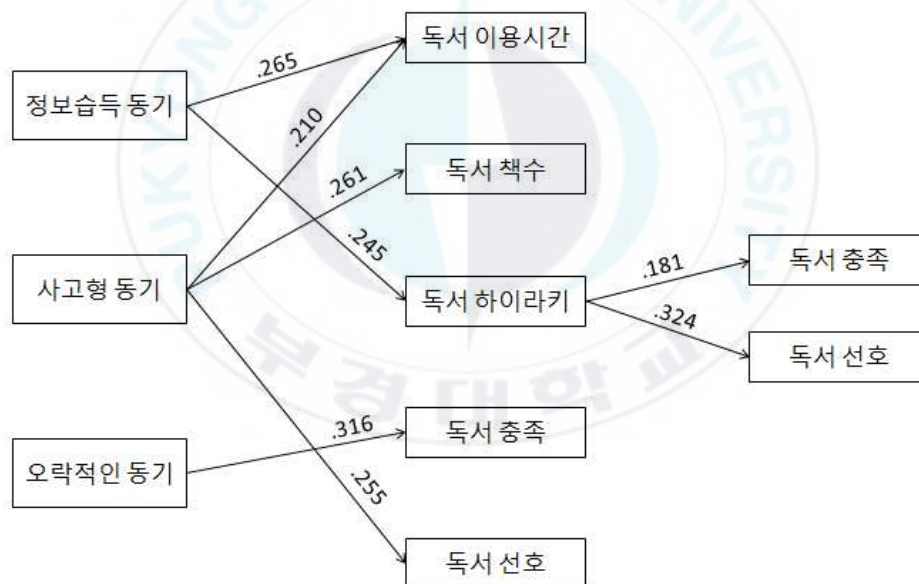
위의 그림에서 보듯이, 본 연구의 차이검증 결과에 의하면, 독자들의 독서매체 간의 차이를 유발하는 변인은 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 선호도, 충족도라고 할 수 있다. 앞서 분석결과에서 보듯이, 종이책에 대한 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족도, 독서 선호도가 전자책의 그것들에 비하여 통계적으로 현저한 차이를 보였다. 독서매체의 독서동기는 전체적으로 큰 차이를 유발시키지는 못하지만 각 요인별 차이검증에서는 부분적으로 유의미한 차이를 유발하는 것으로 밝혀졌다. 독서매체의 독서량은 크게 두 가지 이용시간과 독서책수로 구분하여 독서매체 간에 차이를 끼치는지 검증한 결과 큰 차이를 유발시키지는 못하지만 각 요인별 차이검증에서는 부분적으로 유의미한 차이를 유발하는 것으로 밝혀졌다. 반면에 독서 하이라키, 선호도, 충족도에 대한 차이검증은 전체적으로 매우 유의미한 차이를 유발하는 것으로 나타났다. 즉, 독서 하이라키, 선호도, 충족도가 독서매체 간에 대한 선택을 높게 나타냈다.

그리고 독서매체를 사용할 때에 독서량과 독서 하이라키 간에 어떠한 상관관계가 있는지 알아보기 위한 검증을 실시하였고, 그 분석 결과에 의하면, 종이책의 독서

이용시간과 전자책의 이용시간이 독서 하이라키와 밀접한 관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 반면에 종이책의 독서책수와 전자책의 독서책수는 독서 하이라키와 상관관계가 없는 것으로 밝혀졌다.

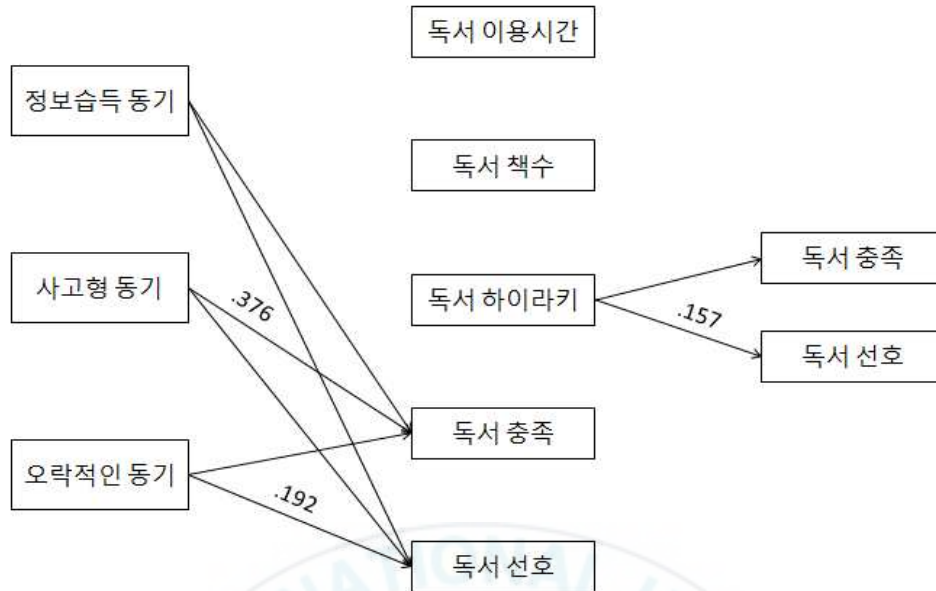
독서매체를 사용하는 것에 있어서 이러한 각각의 변인들 간에 어떠한 영향을 미치는지 검증하기 위해서 회귀분석을 실시하였다. 회귀분석의 결과에서 보듯이 매체별로 구분하여 인구변인, 독서분야는 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족, 독서 선호에 대한 요인들 간에는 거의 큰 차이를 유발시키지 못하는 것으로 나타났으며, 독서량은 독서 하이라키, 독서 충족, 독서 선호에 대한 요인별 간에 거의 큰 차이를 유발시키지 못하는 것으로 나타났다. 반면, 독서동기를 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족, 독서 선호에 대해, 그리고 독서 하이라키는 종이책과 전자책에 있어서 독서 충족, 독서 선호에 대해 회귀분석하여 다음과 같은 결과가 나타났다.

<그림 3> 종이책에 관련 변인들 간의 미치는 영향



종이책을 사용할 때에 독서동기가 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족, 독서 선호에 대해 큰 영향을 유발시키지는 못하지만 각 요인별 부분적으로 유의미한 영향을 유발하는 것으로 밝혀졌으며, 독서 하이라키가 독서 충족에 대해 약간 영향을 유발시켰고, 독서 선호에 대해 매우 큰 영향을 유발하는 것으로 밝혀졌다.

<그림 4> 전자책에 관련 변인들 간의 미치는 영향

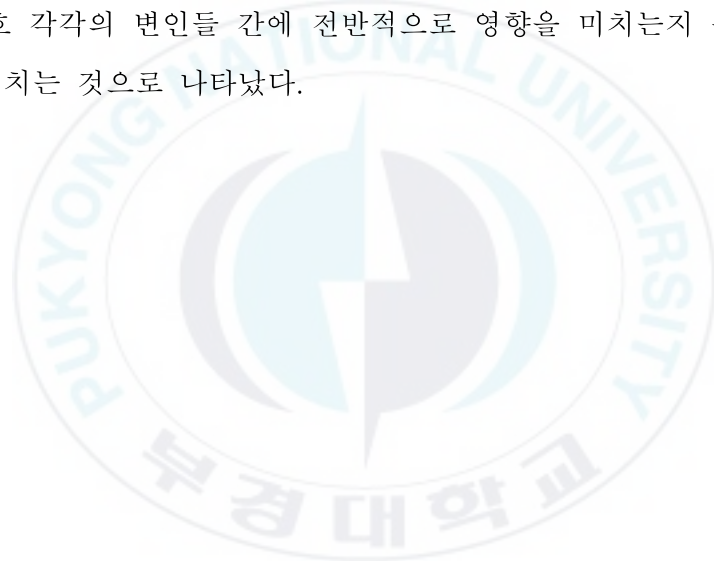


전자책을 사용할 때에 독서동기는 독서 충족, 독서 선호에 대해 큰 영향을 유발시키지는 못하지만 각 요인별 부분적으로 유의미한 영향을 유발하는 것으로 밝혀졌으며, 독서 하이라키는 독서 충족에 대해 유의미한 영향을 유발시키지 못하지만 독서 선호에 대해 약간 영향을 유발하는 것으로 밝혀졌다.

본 연구에서는 독서의 중요한 이유가 독서를 통해 지식과 정보를 얻기 위해서이기도 하지만 더욱 중요한 목적은 사고의 힘을 기르기 위한 것이라고 말할 수 있다. 이에 따라 의미를 인지하는 포괄적인 사고과정적인 입장을 가지고 종이책과 전자책이 콘텐츠를 담아내는 매체로서 어떠한 차이가 있을 것인가에 대하여 검토하며, 독서 하이라키(Reading hierarchy Theory)를 연속적인 서열척도로 취급하여 열독정도를 알아보고자 한다. 독서 하이라키는 번역의 과정에서 열독(閱讀)으로 표현된 열독률(영어권 개념인 readership)이 단순히 독서자체를 지적할 뿐이고, 오독과 의미적 과정의 가능성을 적절하게 통제하지 않고 있다는 점에서 단순 열람이라는 의미가 열렬함의 정도, 즉 강도(intensity)의 의미를 담고 있는 열독(熱讀)으로 오독되는 경향이 있기 때문에 사용된 개념이다. 따라서 독서매체에 대한 독자의 이용형태를 이용과 충족이론과 독서에 대한 독서동기의 측면에서 접근하여 분석하고자 한다. 또한, 현실적 접근방법의 한 예로서 중심통로와 주변통로를 상정하는 정교화가능성 모델을 들 수 있는데 종이책은 정보전달 중심으로 체계적으로 구성되고 선형적으로 집필되는 반면, 전자책은 흥미위주의 표현과 이미지 중심의 다양한 구성을 특징으

로 하여 하이퍼텍스트적인 다면접근방식으로 집필된다. 따라서 ELM모델은 메시지 처리방식에 치중하면서 메시지내용의 정교한 처리와 주변단서를 이용한 건성 처리를 구분하는 데는 유리하지만, 독서과정을 책 내용을 정보처리 하는 저자-독자 간의 커뮤니케이션 과정으로 이해하고 이 과정에서 메시지 내용뿐만 아니라 저자와 독자를 포괄하는 전체적인 사회정보의 처리과정을 살펴보고 조작 정의하는 데는 다소 불리하다.

본 연구에서 종이책이나 전자책을 사용하는 독자들의 독서 하이라키에 차이가 있을 것으로 예상되었던 네 가지 중, 종이책에 대해 가장 적합한 독서 하이라키는 숙독인 것으로 나타났으며, 전자책에 대해 가장 적합한 독서 하이라키는 정독인 것으로 나타났다. 연구가설에 포함된 독자들의 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 독서충족, 독서 선호 각각의 변인들 간에 전반적으로 영향을 미치는지 못하지만 부분적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.



VI 결론

1 결론요약

본 연구에서 표본의 인구사회학적 특성을 빈도분석을 통해 살펴보면, 응답자들은 성별로 구분하여 살펴볼 때, 여성이 71명(61.2%), 남성이 45명(38.8%)으로 나타났으며, 연령별로는 20대가 78명(67.2%)으로 가장 많았다. 학력별 분포는 대학교가 72명(62.1%)으로 응답자들의 절반 이상을 차지하였고, 그 다음으로 대학원이 21명(18.1%)으로 나타났다.

독자들은 하루 동안 30분-1시간의 독서경험을 가지고 있었으며, 대부분 한 달에 1-2권의 독서책수를 독서하고 있는 것으로 나타났다. 주로 이용하는 도서의 유형은 인문/사회학, 여행/취미/예술, 역사/정치, 만화/레저, 건강/미용 등의 순서로 나타났다. 독자들은 종이책을 사용할 때에는 독서 하이라키에 대해 숙독이라는 응답자가 많았으며, 반면에 전자책을 사용할 때에 독서 하이라키에 대하여는 정독이라는 응답자가 많았다. 응답자들의 도서 종류에 대한 요인분석 결과를 살펴보면 정경, 건강, 문화 세 가지 요인으로 추출되었는데, 정경 요인에는 역사/정치, 경제/경영, 교육/어학 등의 항목들이 밀접한 관계를 가지고 있는 것으로 나타났고, 건강 요인에는 여행/취미/예술, 건강/미용 등의 항목들이 상호연관 되는 것으로 나타났으며, 문화 요인에는 과학/기술/컴퓨터, 기타 등의 항목들이 관련 있는 것으로 나타났다.

또한, 독자들이 종이책과 전자책을 사용하는데 있어서 인구통계요인에 대한 분석 결과 성별, 연령, 학력 등의 요인이 추출되었다. 종이책의 독서 하이라키는 숙독의 경우가 많았으며, 구체적으로 보면 남녀 간 차이 없이 숙독의 경우가 많았고, 10대, 20대, 40대의 연령에서 숙독의 경우가 많지만 30대, 40대, 50대의 연령에서는 정독의 경우가 많았고, 고등학교-대학원 사이의 학력에서 숙독의 경우가 많은데 대학교에서는 숙독뿐만 아니라 정독의 경우도 많았다. 반면, 전자책의 독서 하이라키는 정독의 경우가 많았고, 구체적으로 보면 남녀 간에 차별이 없이 정독의 경우가 많았으며, 연령에서는 10대, 40대의 경우가 통독이 많았지만, 20대, 30대, 50대의 경우에는 정독이 많았고, 고등학교와 전문대학교에서는 통독의 경우가 많고, 대학교와

대학원에서는 정독의 경우가 많았다.

연구문제1: 멀티미디어 시대, 중국인의 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족도, 독서 선호도에 대해서 종이책과 전자책 간의 차이가 있을 것이다.

본 연구에서 연구문제1에 대해 검증하기 위해 T-test분석을 실시한 결과, 독자들의 독서매체 간의 차이를 유발하는 변인은 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 선호도, 충족도로 나타났다. 종이책에 대한 독서동기, 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족도, 독서 선호도는 전자책의 그것들에 비하여 통계적으로 현저한 차이를 보였다. 독서매체의 독서동기와 독서량은 전체적으로 큰 차이를 유발시키지는 못하지만 각 요인별 차이검증에서는 부분적으로 유의미한 차이를 유발하는 것으로 밝혀졌다. 반면에 독서 하이라키, 선호도, 충족도에 대한 차이검증은 전체적으로 매우 유의미한 차이를 유발하는 것으로 나타났다.

연구문제2: 멀티미디어 시대, 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 독서량과 독서 하이라키 간에 관계가 있을 것이다.

본 연구에서 연구문제2에 대해 검증하기 위해 상관관계분석을 실시한 결과, 종이책의 독서 이용시간과 전자책의 이용시간이 독서 하이라키와 밀접한 관계가 있는 것으로 밝혀졌다. 반면에 종이책의 독서책수와 전자책의 독서책수는 독서 하이라키와 상관관계가 없는 것으로 밝혀졌다.

연구문제3: 멀티미디어 시대, 독서매체(종이책과 전자책)에 따라서 중국인의 인구변인별에 따른 독서량과 독서 하이라키는 차이가 있을 것이다.

본 연구에서 연구문제3에 대해 검증하기 위해 상관관계분석을 실시한 결과에 의하면, 종이책과 전자책은 인구변인에 따라서 독서량 간에 차이가 없고, 독서 하이라키 간에도 차이가 없다는 것을 알 수 있었다.

연구문제4: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기

는 독서량에 영향을 미칠 것이다.

연구문제5: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기, 독서량은 독서 하이라키에 영향을 미칠 것이다.

연구문제6: 멀티미디어 시대 독서매체별로 중국인의 인구변인, 독서분야, 독서동기, 독서량, 독서 하이라키는 독서충족도, 매체선호도에 영향을 미칠 것이다.

본 연구에서 연구문제4, 5, 6에 대해 검증하기 위해 회귀분석을 실시한 결과에 의하면, 종이책과 전자책을 사용하는 경우에서 인구변인과 독서분야가 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족도, 독서 선호도 등에 큰 영향을 유발시키지는 못하지만 각 요인별로 부분적으로 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 독서량은 독서 하이라키, 독서 충족도, 독서 선호도 등에 큰 영향을 유발시키지는 못하지만 각 요인별 부분적으로 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다.

하지만 종이책을 사용할 때에 독서동기는 독서량, 독서 하이라키, 독서 충족, 독서 선호 등에 대해 큰 영향을 유발시키지는 못하지만 각 요인별 부분적으로 유의미한 영향을 유발하는 것으로 밝혀졌으며, 독서 하이라키는 독서 충족에 대해 약간 영향을 유발시켰고, 독서 선호에 대해 매우 큰 영향을 유발하는 것으로 밝혀졌다.

전자책을 사용할 때에 독서동기는 독서 충족, 독서 선호에 대해 유발시키지는 못하지만 각 요인별 부분적으로 유의미한 영향을 유발하는 것으로 밝혀졌으며, 독서 하이라키는 독서 충족에 대해 유의미한 영향을 유발시키지 못하지만 독서 선호에 대해서는 약간 영향을 유발하는 것으로 밝혀졌다.

2 한계 및 제언

본 연구에서는 독서 하이라키에 대하여 독서매체에 따라 어떻게 다른지를 고찰하고자 중국인을 대상으로 이용과 충족이론 및 정교화가능성모델의 관점에서 고찰하였다. 또한 본 연구는 독서와 독서매체 측면의 연구라는 점에 의의를 두고 있으나 다음과 같은 점에서 한계점을 가진다.

첫째, 본 연구의 분석대상에 대한 한계점이다. 본 연구의 분석대상은 주로 중국에

서 거주하는 중국인이기 때문에 연구의 결과를 일반화하는 데는 어려움이 있다. 다양한 계층을 대상으로 연구하여, 독서매체이용자의 전반적인 매체이용에 관한 응답을 도출하였다면, 매체에 대한 수용자의 독서 하이라키에 미치는 변인에 대해 일반화가 가능했을 것이다. 이러한 분석대상의 한계는 대부분의 연구에서도 발견되는 어려움이기도 하다. 향후, 본 연구와 같이 종이책의 독서 하이라키와 전자책의 독서 하이라키를 비교하는 연구를 위해서는 방문 조사 등의 다양한 방법을 사용하여 다양한 계층을 대상으로 하는 것이 바람직할 것이다.

둘째, 본 연구에서 사용된 "독서 하이라키"에 대한 것으로, 본 연구에서 사용한 독서 하이라키는 통독, 정독, 속독, 심독을 중심으로 구분하였다. 그러나 독서매체에 대한 독서 하이라키를 구체적으로 규명하지 못했는데 종이책과 전자책의 단순한 독서 하이라키를 기준으로 하였다는 점은 한계로 지적될 수 있을 것이다. 본 연구의 결과에서는 인구변인에 따라서 독서 하이라키가 다를 뿐만 아니라 독서량과 독서 하이라키 간에도 각각의 요인별 부분적으로 유의미한 관계가 있는 것으로 나타나지만, 독서 하이라키가 종이책과 전자책 간에는 매우 유의미한 차이를 유발하는 것으로 나타났다. 이는 독서 하이라키에 대한 다른 요인으로 정의한다면 본 연구에서 검증하는 항목상의 오류로 나타날수도 있을 것이다. 따라서 이후의 연구에서는 매체에 대한 정확한 독서 하이라키의 측정이 필요할 것이다.

셋째, 본 연구에서 독자들의 이용과 충족욕구에 대한 한계점이다. 본 연구는 독서매체의 이용과 충족에 대한 변인만을 검증한 것이므로 이후 연구에서는 이론적인 타당성을 지니는 선행요인들과 조절변수들에 대한 연구가 더 포괄적이고 체계적으로 이루어져야 할 것이다.

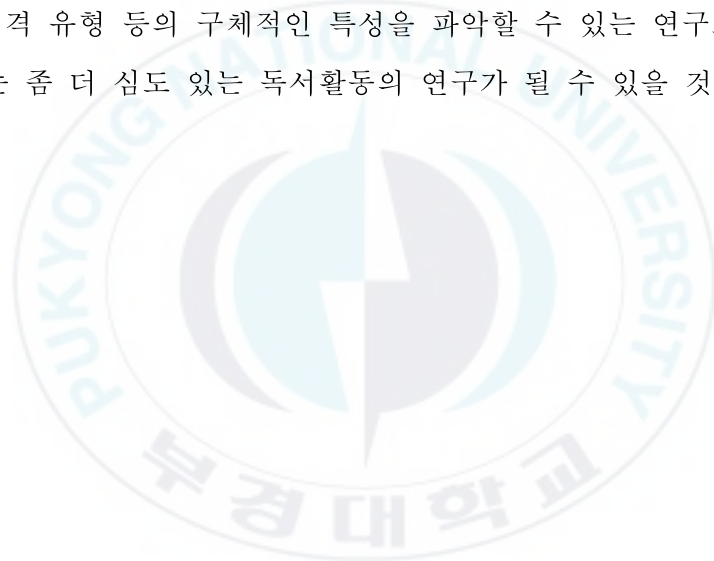
넷째, 본 연구에서 독서매체를 사용하는 독자들의 독서 하이라키와 정교화가능성 모델에서 한계점이다. 본 연구에서는 종이책과 전자책의 비교를 통해서 독자들의 독서 하이라키가 정교화가능성모델에 대하여 차이를 보이는지를 중심으로 연구가 진행되었다. 여기서는 전자책에 대한 적용범위와 그 비교대상이 되었던 종이책의 범위선정이 문제가 될 것이다. 이것은 전자책에 대한 종류와 범위에 대해 아직까지 명확한 구분이 되어 있지 않은 것에서 비롯되는 것이다. 또한 단순히 종이책과 전자책의 차이에서 비롯되는 독서 하이라키를 비교대상으로 삼았는지 본 연구에서는 구체적으로 제시되지 않았다. 이러한 문제점은 향후 연구에서 해결되어야 할 것으로 여겨지며, 독서 하이라키에 대한 정교화가능성모델에서 구체적인 조작적 정의와

관계가 되는 독서매체의 성격구명이 전제된 연구가 필요할 것으로 보인다.

지금까지 독서매체에 대한 연구들은 현황고찰이나 독서매체에 대한 인식적인 측면들의 연구들이 주를 이루고 있었던 것이 사실이다. 이러한 사실로부터 본 연구의 의의와 한계점을 바탕으로 독서매체를 사용하는 수용자 연구나 독서매체 간의 연구 등은 다음과 같이 세부적으로 확장시킬 수 있을 것이다.

첫째, 독서매체에서 독서 하이라키에 대한 조작적 정의와 관계에 관한 분석이 필요할 것이다. 이에 종이책과 전자책 간의 대체 할만한 경쟁력이 있는가를 밝혀내는 것은 보다 적절한 독서매체를 사용하고 효율적인 독서활동을 진행하는 데에 더욱 유용한 연구가 될 수 있을 것이다.

둘째, 독서매체를 사용하는 독자들의 독서 하이라키에 관한 연구를 독서 하이라키의 행태와 성격 유형 등의 구체적인 특성을 파악할 수 있는 연구로 진행해 볼 필요가 있고, 이는 좀 더 심도 있는 독서활동의 연구가 될 수 있을 것이다.



참고문헌

노명완(2012), <독서의 개념과 기능>. 국립국어원. <새국어생활>卷22号. 4 pp5-22

노명완. <독서 평가: 분절적 평가와 통합적 평가>

김종윤 (2015) , <창의, 융합 과정으로서의 독서 개념의 타당성 고찰>, 한국독서학회. <독서연구>卷35号. 0, pp79-109

로명완 (1996) . <독서개념 (讀書概念) 의 현대적(現代的) 조명 (照明) >. 한국독서학회. <독서연구>卷1号, 0, pp55-88

김미량. <정보화 사회의 독서매체 확장을 위한 일고>

이정춘(1993). <매체 경쟁시대의 청소년 매체환경 독서문화>. <93출판학연구>. 서울: 범우사

박수진(2006), <종이책과 전자책의 유형별 선호매체에 관한 연구>, 성균관대학교, 언론정보대학원, 석사학위논문

양춘화(2000), <전자책과 종이책의 수용가치 비교>, 중앙대학교, 신문방송대학원, 석사학위논문

박새롬(2012), <독서매체이용성이 독서매체 선호에 미치는 영향에 관한 연구>, 홍익대학교, 일반대학원, 석사학위논문

김희동(2011), <전자책과 종이책의 경험 활동이 유아들의 이야기 이해도 및 창의성에 미치는 효과>, 경북대학교, 과학기술대학원, 석사학위논문

강다혜(2008), <효율적인 독서교육을 위한 멀티미디어 전자책과 종이책의 비교 연

구: 초등학생을 대상으로>, 명지대학교, 교육대학원, 석사학위논문

안현경(2012). <디지털 매체에 의한 독서방식의 변화 연구>. 경일대학교. 산업경영대학원. 석사학위논문

이현진(2011). <독서패러다임의 변화에 대한 연구>. 경일대학교. 산업경영대학원. 석사학위논문

김덕유(2009). <디지털 영상 세대의 독서문화 연구: 심층인터뷰를 이용한 학생과 교사의 인식 사례를 중심으로>. 중앙대학교. 신문방송대학원. 석사학위논문

최병우(2003). <다매체시대의 한국문화연구>. 서울: 푸른사상

안상원, <책 미디어의 발전과 독서문화의 변화>

김앵아(2011), <독서문화의 변천과정에 나타난 문화소비 특성 연구: e-book에 대한 논의를 중심으로>, 인하대학교, 대학원, 석사학위논문

이상규(2013), <스포츠구단 SNS의 이용동기, 만족, 충성도간의 관계: 이용과 충족이론을 중심으로>, 경희대학교, 체육대학원, 석사학위논문

신희일(2008), <이용과 충족이론에 기반을 둔 미디어로서의 검색에 대한 고찰: 네이버를 중심으로>, 광운대학교, 정보통신대학원, 석사학위논문

윤현철(2004), <블로그의 이용동기와 형태에 관한 탐색적 연구> 홍익대학교, 광고홍보대학원, 미간행 석사학위논문

金東炫(2012), <스마트 미디어를 통한 방송 콘텐츠 이용동기와 이용충족에 관한 연구>, 한국외국어대학교, 신문방송학과, 석사학위논문

박우랍(2010), <무료신문 수용자의 이용형태에 관한 연구: 이용과 충족이론을 중심으로>, 한국외국어대학교, 신문방송학과, 석사학위논문

강맑실(1993), <단행본 출판사의 독자 관리에 관한 연구: 마케팅 이론을 중심으로>, 중앙대학교, 신문방송학과, 석사학위논문

전화수(1989), <출판매체 수용 동기에 대한 연구>, 중앙대학교, 신문방송학과, 석사학위논문

이미혜(2003), <독서 동기에 따른 도서출판 정보 이용 형태에 관한 연구>, 연세대학교, 언론홍보대학원, 석사학위논문

김선남(1998), <수용자의 독서 동기에 관한 연구>, 서강대학교, 경영대학원, 석사학위논문

김희주(2015), <외국인 관점에서 본 다문화 출판물의 이용 실태: 이용과 충족 이론을 중심으로>, 서강대학교, 언론대학원, 석사학위논문

金盛東(2001), <웹진(Webzine) 수용자의 이용과 충족에 관한 연구: 종이잡지와 비교를 중심으로>, 중앙대학교, 신문방송학과, 석사학위논문

김유진(2011), <독서방법에 따른 타이포그래피 구조 연구>, 국민대학교, 대학원, 석사학위논문

이영옥(2009), <정독과 속독이 성인독서자의 기억과 주의집중에 미치는 영향>, 동아대학교, 대학원, 석사학위논문

정만수(1990), <광고연구와 정교화 가능성 모델의 유용성에 관한 고찰>, 광고연구, 제6권, 54-72

김선자(2012), <인터넷 뉴스 기사에 달린 댓글의 견해가 수용자의 의견 형성에 미치는 효과>, 동국대학교, 대학원, 신문방송학과, 석사학위논문

유지은(2016), <제품의 관여도 수준과 광고의 아트삽입유무에 따른 정보처리 유형에 관한 연구: 실용재를 중심으로>, 동국대학교, 대학원, 광고홍보학과, 석사학위논문

서여주(2016), <소비자의 정보인식에 있어서 정교화가능성모델 적용에 관한 연구: 소비자중심경영(CCM) 리플릿을 중심으로>, 이화여자대학교, 대학원, 소비자학과, 박사학위논문

허경석(2013), <관광객의 소셜미디어 정보활용이 사용동기 및 행동의도에 미치는 영향>, 경희대학교, 대학원, 호텔관광학과, 박사학위논문

김윤식(2012), <정교화 가능성 모델(Elaboration Likelihood Model)의 중심단서로서 기사와 기사형 광고의 효과비교: 신문 매체를 중심으로>, 경희대학교, 대학원, 언론정보학과, 석사학위논문

이향주(2010), <인쇄광고에서 컬러가 구매의도에 미치는 영향: 컬러선호도와 제품의 컬러Fit 역할을 중심으로>, 서울시립대학교, 대학원, 경영학과, 석사학위논문

金 達 承 (2006) , <생활정보신문 평가에 이용되는 속성정보의 전형성 효과에 관한 연구>, 全 北 大 學, 校 經 營 大 學 院, 經 營 學 科, 석사학위논문

王雪雯 (2015) , 《媒介形態變遷對大眾閱讀方式的影響研究：以亞馬遜Kindle為例》, 南昌大學, 新聞與傳播學院, 碩士論文

蔡國用 (2013) , 《數字出版物閱讀對傳統閱讀的影響研究》, 安徽大學, 編輯出版學, 碩士論文

徐茜 (2012) , 《“心媒体”-新媒体背景下傳統紙質書籍的優勢》, 中央民族大學, 美術學院, 碩士論文

孫育宏 (2013) , 《利用閱讀層次理論提升國民閱讀素養》, 《成人教育》, 2013第11期

Blumler, J. G(1979), <The Role of Theory in Uses and Gratifications>, Communication Research, 6(1),

Katz, E, Blumler, J. G & Gurevitch, M(1974), <Utilization of Mass Communication by The Individual>, In J. G. Blumler & E

Rosengren, K. E(1974). <Uses and Gratifications: A paradigm outlined>, The Uses of Mass Communication, pp269-285

Blumler, Jay G(1979), <The Role of Theory in Use and Gratifications Studies>, Communication Research, Vol.6, No.1

Levy, M R(1983), <Conceptualizing and Measuring Aspects of Audience Activity>, Journalism Quarterly, Vol.60

Rubin A. M&E. M. Perse(1987), <Audience Activity and Television News Gratification>, Communication Research, Vol.14

Petty, R.E, J.T. Cacioppo, and D. Schumann(1983), <Central and Peripheral Routes to advertising effectiveness: The moderating role of involvement>, Journal of Consumer Research, 10: 135-146.

O'keefe, D. J(2002), <Persuasion: Theory&Research, 2nd Edition>, Thousand Oaks, CA: Sage

Thorson, E(1990), <Consumer processing of advertising>, Journal of Current Issues and Research in Advertising 12: 197-230

Wood, W(1982), <Retrieval of attitude-relevant information from memory: effects on susceptibility to persuasion and on intrinsic motivation>, Journal of Personality and Social Psychology, 42(5), 798-810

Petty, R. E, & Cacioppo, J. T(1986), <Communication and persuasion: Central and peripheral routes to persuasion>, New York: Springer-Verlag

Sherif, M. & Cantril, H(1947), <The Psychology of Ego Involvement>, New York, John Wiley, 10

Petty, R. E, & Cacioppo, J. T(1984), <The effect of involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion>, Journal of Personality and Social Psychology, 46, 69-81.

Petty, R. E, & Cacioppo, J. T(1990), <Involvement and persuasion: Tradition versus integration>, Psychological bulletin, 107(3), 367-374

부록: 설문지

1 조사 설문지(국문)

종이책과 전자책의 유형별 독서 하이라키에 관한 연구

안녕하세요?

저는 부경대학교 신문방송학과 석사과정 중인 학생으로 종이책과 전자책의 유형별 독서 하이라키에 관한 연구를 하고 있습니다. 본 연구는 독서 하이라키에 대해 종이책과 전자책의 유형별로 선호하는 매체에 관한 연구입니다. 독서 이용자에 선호 매체를 알아보고자 합니다.

본 설문지는 무기명으로 작성되며, 여러분께서 응답하신 내용은 연구목적 외에는 사용되지 않습니다. 솔직히 응답해 주시기 바랍니다.

귀하의 응답은 본 연구에 중요한 기초 자료가 됩니다. 바쁘시더라도 끝까지 작성해 주시기 바랍니다. 감사합니다.

2016 년 9 월

지도교수 : 김 용 호 교수

연구자 : Lai Anna

이 메 일 : xiaoyao9123@gmail.com

다음은 귀하의 평소에 독서 습관에 관한 질문입니다.

1. 귀하는 하루 동안 평균 몇 시간 동안 책을 읽습니까?

- ①독서 안함
- ②30분-1시간
- ③1시간-2시간
- ④2시간-3시간
- ⑤3시간 이상

1-1. 그중에 종이책을 이용하는 독서 시간은 얼마입니까? _____시간_____분

1-2. 그중에 전자책을 이용하는 독서 시간은 얼마입니까? _____시간_____분

2. 귀하의 독서량은 다음 중에 어느 사항에 해당합니까?

①0권

②월 1-2권

③월 3권 이상

④1년에 1-2권

⑤1년에 3권 이상

2-1. 그중에 종이책이 몇 권입니까? _____권

2-2. 그중에 전자책이 몇 권입니까? _____권

3. 귀하는 독서 자체를 얼마나 좋아하십니까?

3-1. 귀하는 종이책을 얼마나 좋아하십니까?

전혀 좋아하지 않는다	별로 좋아하지 않는다	보통이다	약간 좋아한다	매우 좋아한다
①	②	③	④	⑤

3-2. 귀하는 전자책을 얼마나 좋아하십니까?

전혀 좋아하지 않는다	별로 좋아하지 않는다	보통이다	약간 좋아한다	매우 좋아한다
①	②	③	④	⑤

4. 귀하가 좋아하는 도서 유형을 다음 중에서 두 개 이상 고르십시오.(복수)

①인문(소설, 시, 수필 등)/사회학

②역사/정치

③경제/경영

④과학/기술/컴퓨터

⑤교육/어학

⑥여행/취미/예술

⑦만화/레저

⑧건강/미용

⑨기타

다음에 질문들은 종이책을 읽는 이유들 중에서 귀하의 경우에 따라서 어느 정도에 해당합니까?

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
5. 일반적인 생활 정보를 얻기 위해서	①	②	③	④	⑤
6. 새로운 지식을 얻기 위해서	①	②	③	④	⑤
7. 전문적인 지식을 쌓기 위해서	①	②	③	④	⑤
8. 사회의 문화를 더 깊이 알기 위해서	①	②	③	④	⑤
9. 문화적 차이를 이해하기 위해서	①	②	③	④	⑤
10. 세계에 대한 안목을 넓히기 위해서	①	②	③	④	⑤
11. 시간을 메우기 위 해서	①	②	③	④	⑤
12. 즐거움을 위해서	①	②	③	④	⑤
13. 재미와 호기심을 충족시키기 위해서	①	②	③	④	⑤

14. 귀하가 종이책을 이용할 때 책을 읽는 방식을 다음의 어디에 해당합니까?(단수)

① 대충 훑어본다.	② 자세히 읽는다.	③ 천천히 이해해서 읽는다.	④ 깊이 생각해서 읽는다.

다음에 질문들은 전자책을 읽는 이유들 중에서 귀하의 경우에 따라서 어느 정도에 해당합니까?

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
15. 일반적인 생활 정보를 얻기 위해서	①	②	③	④	⑤
16. 새로운 지식을 얻기 위해서	①	②	③	④	⑤
17. 전문적인 지식을 쌓기 위해서	①	②	③	④	⑤
18. 사회의 문화를 더 깊이 알기 위해서	①	②	③	④	⑤
19. 문화적 차이를 이해하기 위해서	①	②	③	④	⑤
20. 세계에 대한 안 목을 넓히기 위해서	①	②	③	④	⑤
21. 시간을 메우기 위해서	①	②	③	④	⑤
22. 즐거움을 위해서	①	②	③	④	⑤
23. 재미와 호기심을 충족시키기 위해서	①	②	③	④	⑤

24. 귀하가 전자책을 이용할 때 책을 읽는 방식을 다음의 어디에 해당합니까?(단수)

① 대충 훑어본다	② 자세히 읽는다	③ 천천히 이해해서 읽는다.	④ 깊이 생각해서 읽는다.

다음에 독서매체별을 이용할 때에 이용동기에 대해 귀하의 생각을 묻는 문항입니다.

25. 많은 정보를 얻을 수 있다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
종이책	①	②	③	④	⑤
전자책	①	②	③	④	⑤

26. 여유있게 시간을 보낼 수 있다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
종이책	①	②	③	④	⑤
전자책	①	②	③	④	⑤

27. 집중력을 가질 수 있다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
종이책	①	②	③	④	⑤
전자책	①	②	③	④	⑤

다음에 독서매체별에 대한 귀하의 이용 체험을 묻는 문항입니다,

28. 나에게 있어 가치가 있다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
종이책	①	②	③	④	⑤
전자책	①	②	③	④	⑤

29. 나에게 있어 유용하다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
종이책	①	②	③	④	⑤
전자책	①	②	③	④	⑤

30. 나에게 있어 필요한 것이다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
종이책	①	②	③	④	⑤
전자책	①	②	③	④	⑤

다음에 독서매체별에 대한 귀하의 만족도를 묻는 문항입니다.

31. 시간이 아주 빨리 지나가는 듯했다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
종이책	①	②	③	④	⑤
전자책	①	②	③	④	⑤

32. 매우 유익한 정보를 주었다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
종이책	①	②	③	④	⑤
전자책	①	②	③	④	⑤

33. 긴장을 풀 수 있게 해주었다.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
종이책	①	②	③	④	⑤
전자책	①	②	③	④	⑤

다음은 귀하의 일반적인 사항에 대한 질문입니다.

34. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ①여성 ②남성

35. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ①10대 ②20대 ③30대 ④40대 ⑤50대 이상

36. 귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

- ①고등학교

- ②전문대학교
- ③대학교
- ④대학원 이상

2 조사 설문지(중문)

紙質書籍和電子書籍与閱讀層次的相關研究

您好，

我是就讀于釜慶大學新聞傳媒專業，正進行碩士課程研究的學生。現在正在做紙質書籍和電子書籍与閱讀層次的相關研究。本研究是在使用紙質書籍和電子書籍兩種不同的閱讀媒介時，根据閱讀層次的不同，讀者更偏好使用的閱讀媒介是哪種的相關研究，爲了了解讀者偏好使用的閱讀媒介而進行的問卷調查。

本問卷進行匿名調查，對於各位回答的內容，不會做任何除研究目的以外的用途，所以請您誠實的回答問卷問題。

您的答案是本研究里重要的基礎材料，請您在百忙之中抽出時間完成所有問卷問題。感謝您的幫助与回答，謝謝。

2016年9月

指導教授：金塔虎（音譯）

研究者：賴安娜

聯系郵箱：xiaoyao9123@gmail.com

以下是与您平常閱讀習慣的相關問題

1. 您一天中平均閱讀時間是多久？

- ___① 不閱讀
- ___② 30分鐘—1小時
- ___③ 1小時—2小時
- ___④ 2小時—3小時

___⑤ 3小時以上

1-1. 其中，使用紙質書籍的閱讀時間是多久？（___）小時（___）分

1-2. 其中，使用電子書籍的閱讀時間是多久？（___）小時（___）分

2. 您的閱讀量是以下情況中的哪種？

___① 0本

___② 一個月內1-2本

___③ 一個月內3本以上

___④ 一年內1-2本

___⑤ 一年內3本以上

2-1. 其中，紙質書籍有幾本？（___）本

2-2. 其中，電子書籍有幾本？（___）本

3. 您對閱讀媒介的喜歡程度（本問題結合您自身情況和感受回答即可）。

	完全不喜歡	不喜歡	一般	喜歡	非常喜歡
3-1 您有多喜歡紙質書籍？					
3-2 您有多喜歡電子書籍？					

4. 以下圖書種類中，請您選擇兩個以上您喜歡的圖書類型。（多選）

___① 文學（小說,詩集,隨筆等）/社會學

___② 歷史/政治

___③ 經濟/經營

___④ 科學/技術/電腦

___⑤ 教育/語言學

___⑥ 旅行/興趣愛好/藝術

___⑦ 漫畫/娛樂

___⑧ 健康/美容

___⑨ 其它

以下問題是您在平常使用紙質書籍閱讀時的目的或原因的相關問題（本問題結合您自身情況和感受回答即可）。

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
5.爲了獲取日常生活信息					
6. 爲了獲取新的知識					
7. 爲了積累專業知識					
8.爲了更深入的了解社會的文化					
9. 爲了了解文化差异					
10. 爲了開闊眼界					
11. 爲了打發時間					
12. 爲了開心					
13. 爲了滿足興趣和好奇心					

14. 您在使用紙質書閱讀的時候，通常的閱讀方式是以下哪種？

___① 瀏覽

___② 略讀

___③ 精讀

___④ 深入閱讀

以下問題是您在平常使用電子書閱讀時的目的或原因的相關問題（本問題結合您自身情況和感受回答即可）。

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
15.爲了獲取日常生活信息					
16.爲了獲取新的知識					
17.爲了積累專業知識					
18.爲了更深入的了解社會的文化					
19.爲了了解文化差異					
20.爲了開闊眼界					
21.爲了打發時間					
22.爲了開心					
23.爲了滿足興趣和好奇心					

24. 您在使用電子書閱讀的時候，通常的閱讀方式是以下哪種？

- ___① 瀏覽
___② 略讀
___③ 精讀
___④ 深入閱讀

在您使用閱讀媒體時，以下使用原因中，請您根據自身情況作出相應選擇。

25. 可以收到很多信息

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
紙質書					
電子書					

26. 可以打發休閒時間

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
紙質書					
電子書					

27. 可以集中注意力

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
紙質書					
電子書					

以下是在您使用閱讀媒體時，您的使用感受的相關問題。

28. 對我來說是有價值的

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
紙質書					
電子書					

29. 對我來說是有用的

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
紙質書					
電子書					

30. 對我來說是有必要的

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
紙質書					
電子書					

以下是您在使用閱讀媒體時，您的滿意程度的相關問題。

31. 時間很快就過去了

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
紙質書					
電子書					

32. 帶來很多有益的信息

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
紙質書					
電子書					

33. 使我消除緊張感

	完全不是	不是這樣	一般	是這樣	完全是
紙質書					
電子書					

以下是對您的基本情況了解的問題。

34. 您的性別是？

___①女性 ___②男性

35. 您的年齡是？

___① 10多歲

___② 20多歲

___③ 30多歲

___④ 40多歲

___⑤ 50歲以上

36. 您的學歷是？

___①高中

___②大專

___③本科

___④研究生以上

