

중국 노년층의 미디어 이용 동기와 만족도에
관한 연구:
장춘 노년층의 텔레비전·신문 이용을
중심으로

모 동 지 (Mao, Dong-zhi)*

(E-mail : zsmdz@hotmail.com)

서 상 호 (Seo, Sang-ho)**

(E-mail : sangho@kku.ac.kr)

논문접수일 : 2012년 7월 3일

논문심사일 : 2012년 7월 20일

게재확정일 : 2012년 8월 17일

* 학위취득대학: 건국대학교

**학위취득대학: 펜실베니아 주립대학교

현직: 건국대학교 신문방송학과 부교수(교신저자)

중국 노년층의 미디어 이용 동기와
만족도에 관한 연구:
장춘 노년층의 텔레비전·신문 이용을
중심으로

〈국문요약〉

본 연구는 중국 노년층을 대상으로 텔레비전과 신문의 이용 동기와 만족도를 살펴봄으로써 중국 노년층의 미디어 이용과 시민성을 알아보고자 하였다. 이를 위해 중국 장춘시에 거주 하고 있는 65세 이상의 노년층을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 이용 동기와 만족도를 알아보기 위해 요인분석을 실시하였으며, 이용 동기가 만족도에 미치는 영향을 알아보기 회귀분석을 실시하였다.

연구 결과 텔레비전과 신문의 이용 동기 요인에 다소 차이가 있는 것으로 나타났는데, 구체적으로 오락 및 심리/학습 동기는 두 매체에 모두 존재하는 것으로 나타났다.

두 매체의 이용 만족 요인은 3가지로 나타났는데, 구체적으로 자아 및 심리적 만족은 두 매체에서 모두 존재하였으며, 텔레비전에서는 매체특성 만족, 신문에서는 오락적 만족이 차별적으로 나타났다.

[주제어] 노년층, 미디어, 이용 동기, 만족도, 중국

I. 서론

인구 노령화 현상은 세계적인 추세로 급속한 경제 발전 및 의료 기술 발전의 결과라고 할 수 있다. 이처럼 인구 노령화는 사회 발전의 한 단면입과 동시에 많은 사회 문제를 수반한다.

특히 세계적으로 인구가 제일 많은 국가인 중국의 경우 인구 노령화 문제에 상당히 고심하고 있는 상황이다. 중국의 경우 초 고령 사회로의 진입은 앞으로 대략 15년이 걸릴 것으로 예상 되고 있다(李賢亮 2010). 따라서 중국의 인구 노령화 문제는 심각한 상황으로서 앞으로 많은 사회문제가 발생할 것으로 전망되고 있다.

이미 노령화 문제를 오랫동안 연구해 왔던 서구 사회와 달리 중국은 노령화 문제에 대한 연구가 미비한 상황이다. 특히 노년층의 미디어 이용에 관한 기존의 연구를 살펴보면 미디어 이용 동기 및 만족도에 관한 연구는 많지 않은 실정이다.

따라서 본 연구는 미디어를 통한 노인들의 여가 활동(유창근·이희찬 외 2007; 조석봉·변승환 2008; 황수영·서성용 외 2010) 및 노인들의 미디어 이용에 대한 복지 정책 방안(방송통신위원회 2008; 송진 2012)과 관련한 연구가 늘어나고 있는 현 시점에서 중국 노년층을 대상으로 미디어 이용 동기와 이용 만족도를 살펴봄으로써 노년층의 미디어 이용 관련 연구에 보탬이 되고자 한다.

II. 선행문헌 검토 및 연구문제

1. 선행문헌 검토

급속히 진행되고 있는 인구 노령화 현상과 더불어 노년층과 관련한 미디어/커뮤니케이션학 연구도 지속적으로 늘어나고 있는 상황인

다 (홍명신 2010c). 노년층의 미디어 이용과 관련한 선행 연구로는 먼저 노인들의 미디어 이용 행태에 관한 조사를 꼽을 수 있다(김영주·정재민 2006; 명승환·이복자 2010; 한국방송광고공사 2002).

구체적으로 살펴보면 한국방송광고공사(2002)는 수도권 거주 60세 이상 노인 200명을 대상으로 노년층 시청자 행태조사를 실시하였는데, 조사 결과 노인들은 여가 수단으로서 미디어를 주로 이용하며, 텔레비전에 대한 의존도가 상당히 높은 것으로 나타났다. 전체 응답자의 18 퍼센트가 주요 여가 활동으로서 텔레비전 및 라디오 이용을 꼽았으며, 텔레비전 이용은 하루 평균 3시간인 것으로 나타났다. 김영주와 정재민(2006)의 연구에서도 마찬가지로 여가 생활을 위한 노인들의 텔레비전에 대한 높은 의존도를 확인할 수 있었다. 명승환과 이복자(2010)는 60세 이상 노인들의 정보 활용 행태에 대해 조사하였는데, 구체적으로 컴퓨터와 인터넷망 설치 등의 정보기기 활용 및 정보접근성에 대해 조사한 결과 60세 이상 고령층의 정보 접근성이 높은 수준인 것으로 나타났다.

노년층의 미디어 이용 행태에 대한 조사와는 별도로 많은 선행연구들이 노년층의 미디어 이용 동기와 그에 따른 충족을 분석하였다. 구체적으로 노년층의 텔레비전 이용 동기와 충족(정재민·김영주 2007), 노년층의 인터넷 이용 동기와 만족도(박태열·황지영 2010; 서민정·문승일 2010; 홍명신 2003)에 관한 연구가 이루어 졌다. 일례로 정재민과 김영주(2007)의 연구 결과에 따르면 노년층의 텔레비전 이용 동기 요인으로는 첫째 ‘휴식/오락’, 둘째 ‘시간 때우기/습관’, 셋째 ‘회피’, 넷째 ‘학습’으로 나타났다.

중국에서 이루어진 미디어 이용 동기에 관한 선행 연구는 주로 텔레비전을 중심으로 이루어졌다(歐陽珊 2006; 李賢亮, 2010). 하지만 이용 동기 요인 및 만족도와와의 연관성을 분석하지 않은 점이 한계점으로 지적될 수 있다. 구체적으로 살펴보면 구양산(歐陽珊 2006)의 연구 결과에 따르면 중국 노년층이 텔레비전을 시청하는 주요 동기는 국내

의 사건 사고를 알기 위해, 시간을 때우기 위해, 정보/지식 습득의 순으로 나타났다. 아울러 이현량(李賢亮 2010)은 중국 하북성에 거주하는 노년층의 텔레비전 이용 동기에 대해 조사하였는데, 조사 결과 국내의 뉴스 및 정부 정책을 알기 위해, 오락, 시간 때우기, 정보/학습의 순으로 나타났다.

지금까지 살펴본 국내외 노년층의 미디어 이용 행태 혹은 이용 동기 및 충족에 관한 선행 연구 이외에 고령화 사회에서 노인들의 미디어 이용 확대를 위한 정책에 관한 연구가 이루어 졌으며(방송통신위원회 2008), 아울러 노인 대상 프로그램 제작진에 대한 심층인터뷰 실시를 통해 노인 대상 프로그램의 제작 특성 파악 및 확대 방안에 대한 연구도 이루어졌다(지영서·김영찬 2010; 홍명신 2010a, 2010b). 이러한 노년층의 미디어 이용과 관련한 정책 연구 및 노인 대상 프로그램 제작진에 대한 심층 조사는 인구 노령화 사회를 맞아 노인 대상 프로그램의 제작 확대 및 그에 대한 방안을 모색한다는 측면에서 매우 바람직하다고 할 수 있다.

지금까지 살펴본 노년층의 미디어 이용과 관련한 선행 연구는 인구 노령화 현상에 대한 학문적 관심을 잘 보여주고 있으며, 후속 연구의 필요성을 다시 일깨워 주고 있다. 특히 대부분의 선행 연구가 국내 노년층에 초점이 맞추어져 있고, 가까운 인접 국가에 대한 연구가 부족하다는 점은 본 연구의 목적에 함의를 제공한다고 볼 수 있다. 특히 중국과 일본 등 주변국의 미디어 이용자가 한류 콘텐츠의 주요 소비자가 되고 있는 현 시점에서 중국 노년층의 미디어 이용 동기 및 만족도에 대한 분석은 새로운 한류 콘텐츠 개발과 시장 개척에 활용할 수 있을 것으로 여겨진다.

2. 연구문제

선행문헌 검토를 통해 중국 노년층의 미디어 이용 동기와 만족도

에 대해 살펴보는 것은 의미 있는 것으로 나타났다. 본 연구 결과를 바탕으로 중국 노년층의 매체 이용 동기와 만족도의 의미는 무엇이고 또 한국 노년층의 매체 이용 동기 및 충족과 관련한 선행연구와 어떠한 공통점과 차이점이 있는지 논의하기 위해 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

연구문제1: 중국 노년층의 매체 이용 동기는 무엇인가?

연구문제1-1: 중국 노년층의 텔레비전 이용 동기는 무엇인가?

연구문제1-2: 중국 노년층의 신문 이용 동기는 무엇인가?

연구문제2: 중국 노년층의 매체 이용 만족도는 어느 정도인가?

연구문제2-1: 중국 노년층의 텔레비전 이용 만족도는 어느 정도인가?

연구문제2-2: 중국 노년층의 신문 이용 만족도는 어느 정도인가?

연구문제3: 중국 노년층의 매체 이용 동기와 이용 만족간의 관계는 어떠한가?

연구문제3-1: 중국 노년층의 텔레비전 이용 동기와 이용 만족간의 관계는 어떠한가?

연구문제3-2: 중국 노년층의 신문 이용 동기와 이용 만족간의 관계는 어떠한가?

Ⅲ. 연구 방법

1. 분석 대상

본 연구는 중국 노년층의 매체 이용에 대해 조사하고자 중국 장춘시에 거주하는 65세 이상 남녀 250명을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

중국은 지리적으로 매우 광범위한 대륙을 가진 국가로서 전체 국토를 대상으로 설문 조사가 쉽지 않은 것이 사실이다. 구체적으로 지

역 간의 교육 수준 및 언어의 상이함으로 인해 지방 깊숙이 거주하고 있는 노인들을 대상으로 미디어 이용에 관한 설문 조사를 실시하는 것은 매우 어렵다고 할 수 있다. 이와 반면에 중국의 일반적인 도시와 비교 하였을 때 기형적으로 고도 발달된 북경이나 상하이에 거주하는 노년층의 경우 중국의 평균적인 노인층을 대표할 수 없을 정도의 교육 수준 및 엄청난 소득 수준을 가지고 있다. 따라서 노인들을 대상으로 설문 조사를 원활히 진행할 수 있고 동시에 평균적인 중국 노년층을 대표할 수 있는 지역을 선정하는 것이 필수적으로 이에 장춘시를 선정하였다.

65세 이상의 중국 노인들의 시력 상태를 고려하여 일부는 설문지를 녹음해서 음성질문으로 설문 조사를 실시하였다. 조사 대상자는 주로 노인 종합 활동센터 및 노인 대학에서 제공하는 강습 및 실습을 수강하고 있는 사람들이다. 조사 기간은 2011년 10월 20일부터 29일까지 10일간이었다. 조사대상자의 특성은 아래의 <표 1>과 같다.

<표 1> 조사대상자의 특성

변인	구분	사례수 (명)	비율 (%)
성별	남자	92	36.8
	여자	158	63.2
학력	초졸 미만	93	38.4
	초졸	64	25.6
	중졸	39	15.6
	고졸	43	17.2
	대졸 이상	11	4.4
월평균수입	1000원 미만	64	25.6
	1000원 이상-2000원 미만	31	12.4
	2000원 이상-3000원 미만	103	41.2
	3000원 이상	52	20.8

2. 측정 문항

중국 노년층의 매체 이용 동기와 만족도를 측정하기 위해 본 연구에서는 정재민과 김영주(2007) 및 임소연(2011)의 연구에서 사용된 측정 문항을 이용하였다. 구체적으로 이용 동기 측정을 위해 정재민과 김영주(2007)의 측정 항목을 주로 참고하였으며, 이용 만족도 측정을 위해 임소연(2011)의 항목을 참고하였다.

정재민과 김영주(2007)는 루빈(Rubin)이 여러 차례의 연구를 통해 개발한 척도를 바탕으로 미디어 이용, 구체적으로 텔레비전 이용 동기에 관한 측정 문항을 추출하였으며, 임소연(2011)은 청각 장애 노인의 미디어 이용 및 충족에 따른 보청기 광고 전략을 논의하기 위해 관련 국내 선행 연구에서 사용된 미디어 이용 동기 및 충족 측정 문항을 노인 대상 연구에 맞게 수정하였다.

본 연구에서 사용된 중국 노년층의 미디어 이용 동기 측정 문항은 다음과 같다: 내용이 쉽다, 이용 요금이 저렴하다, 다른 사람과 이야기 할 소재를 준다, 내가 경험해 보지 못한 것을 배울 수 있다, 심심할 때 시간을 보내기 위해 본다, 우리사회에서 일어나는 일을 알 수 있다, 텔레비전 (신문)을 보는 것이 재미있다, 긴장을 풀어 준다, 습관적으로 본다, 내가 현재 하고 있는 일이나 문제에서 벗어날 수 있다, 혼자 있을 때 외로움을 덜어준다, 보고 싶은 프로그램 (기사)을 보기 위해 이용한다의 12개 문항을 7점 척도 (1=전혀 그렇지 않다, 7=매우 그렇다)로 측정하였다.

아울러 본 연구에서 사용된 중국 노년층의 미디어 이용 만족도 측정 문항은 다음과 같다: 신체적 불편 없이 이용할 수 있어 좋다, 내용이 이해하기 쉬워 좋다, 대화 소재를 제공해 주어서 좋다, 필요한 정보를 제공해 주어서 좋다, 시간을 보낼 수 있어서 좋다, 중요 정보를 얻을 수 있어 좋다, 흥미롭고 재미있어서 좋다, 궁금증을 해결해 주어

서 좋다, 이용하지 않으면 궁금해 견딜 수 없다, 현실의 어려움으로부터 피할 수 있어 좋다, 이용 요금이 저렴해서 좋다의 11개 문항을 7점 척도 (1=전혀 그렇지 않다, 7=매우 그렇다)로 측정하였다.

3. 분석 절차

응답이 모두 완료된 설문지를 코딩한 후에 SPSS 17.0 프로그램을 이용하여 이용 동기와 만족도는 요인 분석을 통해 각각의 요인을 도출하였다. 그 후 매체 이용 동기와 만족도간의 관계를 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 텔레비전 이용 동기와 만족도

텔레비전 이용 동기에 관한 요인 분석 결과는 다음과 같다.

요인 분석 결과 중국 노년층의 텔레비전 이용 동기와 관련하여 3개의 요인이 추출되었다. 요인구조의 특성에 따라 심리/학습 동기 요인, 오락/여가 동기 요인, 대인커뮤니케이션 동기 요인으로 명명하였다.

구체적으로 살펴보면 제1요인인 “심리/학습 동기” 요인은 고유 값이 6.54 이었으며, 설명변량은 54.51%로 나타났다. 제2요인인 “오락/여가 동기” 요인은 고유 값이 2.03, 설명변량 16.99%로 나타났다. 제3요인인 “대인커뮤니케이션 동기” 요인은 고유 값이 1.38, 설명변량 11.51%로 나타났다. 전체 설명변량은 83.02%로 나타나 3개 요인이 노년층 텔레비전 시청동기를 80%이상 설명하는 것으로 나타났다.

<표 2> 텔레비전 이용 동기에 대한 요인분석

	요인		
	심리/ 학습 동기	오락/ 여가 동기	대인커뮤니케 이션 동기
우리 사회에서 일어나는 일을 알 수 있다	0.25	0.15	0.87
텔레비전을 보는 것이 재미있다	0.21	0.10	0.82
다른 사람과 이야기할 소재를 준다	0.25	0.12	0.85
보고 싶은 프로그램을 보기 위해 이용한다	0.22	0.86	0.17
심심할 때 시간을 보내기 위해 본다	0.28	0.87	0.09
습관적으로 본다	0.20	0.91	0.10
혼자 있을 때 외로움을 덜어준다	0.20	0.90	0.12
긴장을 풀어준다	0.80	0.26	0.17
내가 현재 하고 있는 일이나 문제에서 벗어날 수 있다	0.86	0.22	0.23
내용이 쉽다	0.83	0.23	0.25
이용 요금이 저렴하다	0.89	0.19	0.23
내가 경험해 보지 못한 것을 배울수 있다	0.85	0.22	0.23
Eigen values	6.54	2.03	1.38
설명변량 (%)	54.51	16.99	11.51
누적 설명변량 (%)	54.51	71.50	83.02

요인 분석결과를 바탕으로 각 문항의 신뢰도를 살펴본 결과 (표 3) “심리/학습 동기”는 신뢰도 .95로 나타났으며, “오락/여가 동기”는 .94,

“대인커뮤니케이션 동기”는 신뢰도 .87로 나타나 전체 평균 .92로 이용하기 적합한 것으로 판단되었다.

<표 3> 텔레비전 이용 동기에 대한 신뢰도 분석

이용 동기	Cronbach's Alpha	문항수
심리/학습 동기	0.95	5
오락/여가 동기	0.94	4
대인커뮤니케이션 동기	0.87	3
전체	0.92	12

<표 4> 텔레비전 이용 만족도에 대한 요인 분석

	요인		
	자아 만족	매체특성 만족	심리적 만족
필요한 정보를 제공해 주어서 좋다	0.86	0.21	0.13
시간을 보낼 수 있어서 좋다	0.85	0.12	0.17
대화 소재를 제공해 주어서 좋다	0.86	0.16	0.23
흥미롭고 재미있어서 좋다	0.89	0.15	0.08
중요 정보를 얻을 수 있어 좋다	0.64	0.11	0.13
이용 요금이 저렴해서 좋다	0.20	0.91	0.13
신체적 불편 없이 이용할 수 있어 좋다	0.18	0.87	0.21
내용이 이해하기 쉬워 좋다	0.17	0.89	0.14
궁금증을 해결해 주어서 좋다	0.20	0.13	0.88
현실의 어려움으로부터 피할 수 있어 좋다	0.14	0.17	0.85
이용하지 않으면 궁금해 건널 수 없다	0.18	0.15	0.84
Eigen values	5.25	1.86	1.54
설명변량 (%)	47.78	16.87	14.08
누적설명변량 (%)	47.78	64.65	78.75

중국 노년층의 텔레비전 이용 만족도에 대해 3개의 요인이 추출되었다 (표 4). 요인구조의 특성에 따라 자아 만족, 매체특성 만족, 심리적 만족 요인으로 명명하였다. 제 1요인으로 “자아 만족” 5문항, 제2요인으로 “매체특성 만족” 3문항 그리고 제3요인으로 “심리적 만족” 3문항으로 나타났다.

구체적으로 살펴보면 제1요인인 “자아 만족”요인은 고유 값이 5.25, 설명변량은 47.78%로 나타났다. 제2요인인 “매체특성 만족”요인은 고유 값이 1.86, 설명변량 16.87%로 나타났다. 제3요인인 “심리적 만족”요인은 고유 값이 1.54, 설명변량 14.08%로 나타났다. 전체 설명변량은 78.75%로 나타나 3개 요인이 노년층의 텔레비전 시청 만족도를 70%이상 설명하고 있는 것으로 나타났다.

<표 5> 텔레비전 이용 만족도에 대한 신뢰도 분석

구분	Cronbach's Alpha	문항수
자아 만족	0.89	5
매체특성 만족	0.92	3
심리적 만족	0.87	3
전체	0.88	11

요인 분석결과를 바탕으로 각 문항의 신뢰도를 살펴본 결과 (표 5) “자아 만족”은 0.89, “매체특성 만족”은 0.92 그리고 “심리적 만족”은 0.87로 나타나 전체 평균 0.88로 이용하기 적합한 것으로 판단되었다.

만족도 수준 (표 6)을 보면 자아 만족에서는 시간을 보낼 수 있어서 좋다 (5.58), 대화 소재를 제공해 주어서 좋다 (5.56), 필요한 정보를 제공해 주어서 좋다 (5.55), 흥미롭고 재미있어서 좋다 (5.48), 중요 정보를 얻을 수 있어 좋다 (5.41)의 순으로 나타났다.

<표 6> 텔레비전 이용 만족도

	평균	표준편차
필요한 정보를 제공해 주어서 좋다	5.55	0.67
시간을 보낼 수 있어서 좋다	5.58	0.63
대화 소재를 제공해 주어서 좋다	5.56	0.64
흥미롭고 재미있어서 좋다	5.48	0.72
중요 정보를 얻을 수 있어 좋다	5.41	0.85
이용 요금이 저렴해서 좋다	5.38	0.84
신체적 불편 없이 이용할 수 있어 좋다	5.32	0.82
내용이 이해하기 쉬워 좋다	5.36	0.79
현실의 어려움으로부터 피할 수 있어 좋다	5.55	0.74
궁금증을 해결해 주어서 좋다	5.58	0.73
이용하지 않으면 궁금해 견딜 수 없다	5.73	0.77

구체적으로 자아 만족에서는 심리/학습 동기가 영향이 가장 높았다 ($\beta=0.36$, $t=4.53$, $p<0.01$). 이어서 대인커뮤니케이션 동기 ($\beta=0.28$, $t=3.69$, $p<0.01$), 오락/여가 동기 ($\beta=0.21$, $t=2.57$, $p<0.05$)의 순서였다. 세 이용 동기의 전체 설명력 (R^2)은 62%였다. 다시 말해, 텔레비전의 학습 기능이 노년층의 자아 만족에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

매체특성 만족에서도 심리/학습 동기의 영향력이 가장 높은 것으로 나타났다 ($\beta=0.38$, $t=4.24$, $p<0.01$). 즉, 텔레비전을 통해 필요한 정보를 얻는 것이 매체 특성적 만족에도 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 7> 텔레비전 이용 동기가 이용 만족에 미치는 영향

종속 변인	독립변인	β	t	p	F	p	R^2
자아 만족	대인커뮤니케이션 동기	0.28	3.69	0.00**	123.2	0.00	0.62
	오락/여가 동기	0.21	2.57	0.01*			
	심리/학습 동기	0.36	4.53	0.00**			
매체 특성 만족	대인커뮤니케이션 동기	0.11	2.62	0.04*	127.6	0.00	0.67
	오락/여가 동기	0.27	3.30	0.00**			
	심리/학습 동기	0.38	4.24	0.00**			
심리적 만족	대인커뮤니케이션 동기	0.15	2.96	0.01*	175.5	0.00	0.71
	오락/여가 동기	0.88	10.41	0.00**			
	심리/학습 동기	0.18	3.16	0.01*			

* $p<0.05$, ** $p<0.01$

심리적 만족에서는 오락/여가 동기 ($\beta=0.88$, $t=10.41$, $p<0.01$)의 영향력이 매우 높은 것으로 나타났다. 다시 말해, 텔레비전 시청의 오락적 기능이 매체를 통해 얻는 심리적 만족에 매우 큰 영향을 주는 것으로 나타났다.

2. 신문 이용 동기와 만족도

중국 노년층의 신문 이용 동기로 3개의 요인이 추출되었다 (표 8). 요인구조의 특성에 따라 오락 동기, 심리적 동기, 학습 동기로 명명하였다.

<표 8> 신문 이용 동기에 대한 요인 분석

	요인		
	오락 동기	심리적 동기	학습 동기
우리 사회에서 일어나는 일을 알 수 있다	0.12	0.15	0.91
내용이 쉽다	0.08	0.10	0.90
내가 경험해 보지 못한 것을 배울 수 있다	0.12	0.15	0.88
보고 싶은 기사를 보기 위해 이용 한다	0.84	0.20	0.18
다른 사람과 이야기할 소재를 준다	0.87	0.21	0.08
이용 요금이 저렴하다	0.90	0.18	0.09
신문을 보는 것이 재미있다	0.90	0.14	0.08
습관적으로 본다	0.40	0.74	0.15
심심할 때 시간을 보내기 위해 본다	0.35	0.79	0.24
긴장을 풀어준다	0.35	0.77	0.20
내가 현재 하고 있는 일이나 문제에서 벗어날 수 있다	0.34	0.80	0.21
혼자 있을 때 외로움을 덜어준다	0.09	-0.38	0.02
Eigen values	5.76	2.05	1.29
설명변량 (%)	48.02	17.09	10.76
누적 설명변량 (%)	48.09	65.12	75.89

제1요인으로 “오락 동기” 4문항, 제2요인으로 “심리적 동기” 4문항, 제3요인으로 “학습 동기” 3문항이 나타났다. 구체적으로 살펴보면 제1요인인 “오락 동기” 요인은 고유 값이 5.76, 설명변량 48.02%로 나타났다. 제2요인인 “심리적 동기” 요인은 고유 값이 2.05, 설명변량 17.09%로 나타났다. 제3요인인 “학습 동기” 요인은 고유 값이 1.29, 설명변량 10.76%로 나타났다. 전체 설명변량은 75.89%로 나타나 3개 요인이 노년층 신문 이용 동기를 70%이상 설명하였다.

요인 분석결과를 기반으로 각 문항의 신뢰도를 살펴본 결과(표 9) “오락 동기”는 .91, “심리적 동기”는 .93, “학습 동기”는 신뢰도 .92로 나타나, 전체 평균 .91로 이용하기 적합한 것으로 판명되었다.

<표 9> 신문 이용 동기에 대한 신뢰도 분석

구분	Cronbach's Alpha	문항수
오락 동기	0.91	4
심리적 동기	0.93	4
학습 동기	0.92	3
전체	0.91	11

<표 10> 신문 이용 만족도에 대한 요인분석

	요인		
	자아 만족	심리적 만족	오락적 만족
필요한 정보를 제공해 주어서 좋다	0.87	0.17	0.03
대화 소재를 제공해 주어서 좋다	0.91	0.07	0.07
중요 정보를 얻을 수 있어 좋다	0.89	0.12	0.15
궁금증을 해결해 주어서 좋다	0.76	0.21	0.16
신체적 불편 없이 이용할 수 있어 좋다	0.19	0.89	0.10
이용 요금이 저렴해서 좋다	0.14	0.88	0.16
내용이 이해하기 쉬워 좋다	0.13	0.88	0.14
흥미롭고 재미있어서 좋다	0.19	0.23	0.84
시간을 보낼 수 있어서 좋다	0.18	0.25	0.83
이용하지 않으면 궁금해 견딜 수 없다	0.23	0.19	0.81
현실의 어려움으로부터 피할 수 있어 좋다	-0.10	-0.09	0.18
Eigen values	3.2	2.63	2.23
설명변량 (%)	29.12	23.93	20.31
누적 설명변량 (%)	29.12	53.06	73.37

신문에 대한 만족도는 3개 요인이 추출되었으며, 각각 자아 만족, 심리적 만족, 오락적 만족 요인으로 명명하였다 <표 10>. “자아 만족” 4문항, “심리적 만족” 3문항, “오락적 만족” 3문항으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 제1요인인 “자아 만족” 요인은 고유 값이 3.2, 설명변량 29.12%로 나타났다. 제2요인인 “심리적 만족” 요인은 고유 값이 2.63, 설명변량 23.93%로 나타났다. 제3요인인 “오락적 만족” 요인은 고유 값이 2.23, 설명변량 20.31%로 나타났다. 전체 누적변량은 73.37%로서 3개 요인이 노년층의 신문 이용 만족도를 70%이상 설명하는 것으로 나타났다.

<표 11> 신문 이용 만족도에 대한 신뢰도 분석

구분	Cronbach's Alpha	문항수
자아 만족	0.90	4
심리적 만족	0.90	3
오락적 만족	0.87	3
전체	0.88	10

요인 분석결과를 바탕으로 각 문항의 신뢰도를 살펴본 결과(표 11) “자아 만족”은 .90, “심리적 만족”은 .90, “오락적 만족”은 .87로 나타나, 전체 평균 .88로 이용하기 적합한 것으로 판단되었다.

만족도 수준을 살펴보면 자아 만족에서는 대화 소재를 제공해 주어서 좋다 (5.51), 필요한 정보를 제공해 주어서 좋다 (5.49), 중요 정보를 얻을 수 있어서 좋다 (5.48), 궁금증을 해결해 주어서 좋다 (5.43)의 순으로 나타났다. 심리적 만족에서는 신체적 불편 없이 이용할 수 있어 좋다 (5.38)로 가장 높았고, 내용이 이해하기 쉬워 좋다 (5.34), 이용 요금이 저렴해 좋다 (5.31)의 순서로 나타났다. 오락적 만족에서는 이용하지 않으면 궁금해 견딜 수 없다 (5.73)가 가장 높았고, 시간

을 보낼 수 있어서 좋다 (5.54), 흥미롭고 재미있어서 좋다 (5.42)의 순으로 나타났다.

<표 12> 신문 이용 만족도

	평균	표준편차
필요한 정보를 제공해 주어서 좋다	5.49	0.71
대화 소재를 제공해 주어서 좋다	5.51	0.68
중요 정보를 얻을 수 있어 좋다	5.48	0.68
궁금증을 해결해 주어서 좋다	5.43	0.75
신체적 불편 없이 이용할 수 있어 좋다	5.38	0.84
이용 요금이 저렴해 좋다	5.31	0.80
내용이 이해하기 쉬워 좋다	5.34	0.78
흥미롭고 재미있어서 좋다	5.42	0.74
시간을 보낼 수 있어서 좋다	5.54	0.75
이용하지 않으면 궁금해 견딜 수 없다	5.73	0.82

신문 이용 동기가 이용 만족도에 미치는 영향을 검증하기 위해 신문 이용 동기 요인인 오락 동기, 심리적 동기, 학습 동기를 독립변인으로 하고, 이용 만족도 요인인 자아 만족, 심리적 만족, 오락적 만족을 종속변인으로 하여 각각 다중회귀 분석을 실시하였다.

구체적으로 자아 만족에서는 오락 동기의 영향이 높았다 ($\beta=0.37$, $t=5.04$, $p<0.01$). 심리적 만족에서는 심리적 동기 ($\beta=0.89$, $t=10.58$, $p<0.01$)가 통계적으로 유의미하였다. 마지막으로 오락적 만족에서는 학습 동기 ($\beta=0.44$, $t=4.93$, $p<0.01$)가 통계적으로 유의미하였다. 따라서 결론적으로 노년층의 신문 이용 만족에 영향을 미치는 동기는 서로 다른 것으로 나타났다.

<표 13> 신문 이용 동기가 이용 만족에 미치는 영향

종속 변인	독립변인	β	t	p	F	p	R ²
자아 만족	오락 동기	0.37	5.04	0.00**	109.2	0.00	0.58
	심리적 동기	0.23	2.67	0.01*			
	학습 동기	0.12	1.51	0.13			
심리적 만족	오락 동기	0.03	0.65	0.52	66.1	0.00	0.48
	심리적 동기	0.89	10.58	0.00**			
	학습 동기	0.03	0.47	0.64			
오락적 만족	오락 동기	0.10	1.28	0.20	94.6	0.00	0.54
	심리적 동기	0.09	1.26	0.21			
	학습 동기	0.44	4.93	0.00**			

*p<.05, **p<.01

V. 결론 및 논의

인구 노령화 문제가 대두되고 있는 현 시점에서 본 연구는 중국 노년층을 대상으로 텔레비전과 신문의 이용 동기 및 만족도에 대해 조사하였다. 본 연구의 결론은 다음과 같다.

중국 노년층이 텔레비전을 시청하는 주요 이유로는 사회에서 일어나는 일을 알기 위해, 심심할 때 시간을 보내기 위해 그리고 이용 요금이 저렴하기 때문인 것으로 나타났다. 또한 다른 매체와 비교해서 내용이 이해하기 쉽고, 혼자 있을 때 외로움을 덜어주기 때문에 텔레비전을 시청하며 그로 인해 심리적인 만족감을 얻는 것으로 나타났다. 한국 노인을 대상으로 조사한 선행 연구(정재민·김영주 2007)에서도 노년층이 오락/휴식 등을 위해 텔레비전을 이용한다는 연구결과가 발견되었다.

중국 노년층의 신문 이용 동기 및 만족도에 대한 분석 결과에 따

르면 응답자의 대부분이 학습적 동기로 인해 신문의 이용의 만족도가 높아지는 것으로 나타났다. 신문을 통해서 세상에서 일어나는 소식을 잘 알게 되며, 필요한 것을 배울 수 있기 때문인 것으로 나타났다.

본 연구는 중국 노년층의 텔레비전과 신문의 이용 동기 및 만족도에 있어서 공통점과 차이점을 발견할 수 있었다. 우선, 두 매체의 이용 동기를 살펴보면 심리적 동기와 오락 동기는 모두 동일하게 나타났다. 하지만 텔레비전에서는 타인과의 커뮤니케이션을 위한 대인커뮤니케이션 동기가 차별적으로 나타났으며, 신문에서는 학습 동기가 강하게 나타나는 것으로 드러났다. 이러한 결과를 통해서 유추해 보면 타인과의 커뮤니케이션이라는 측면에서는 텔레비전 시청이 노년층에게 매우 중요하다고 볼 수 있다. 그리고 노년층의 지식 습득에 있어서는 신문이 매우 중요한 역할을 하는 것으로 볼 수 있다. 이용 만족도에 있어서도 자아 만족 및 심리적 만족은 모두 동일하게 나타났다. 하지만 텔레비전에서는 매체특성 만족이 나타난 반면에 신문에서는 오락적 만족이 차별적으로 나타났다. 이와 같은 차이가 나타나는 이유는 아마도 중국 노년층의 신문 이용률이 상대적으로 낮기 때문인 것으로 여겨진다. 현재 중국의 65세 이상의 노년층은 기초 교육을 받지 못한 사람이 많다. 따라서 신문의 경우는 중국의 노년층 중에서도 교육 수준이 상대적으로 높은 사람들이 이용하는 것으로 볼 수 있다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 중국 장춘시에 거주하는 250명의 노인을 대상으로 이루어졌다. 따라서 본 연구의 표본은 전체 중국 노년층을 대표하는데 있어 제한점을 가지고 있다고 할 수 있다. 따라서 후속 연구는 중국 전 지역에 걸쳐 표본을 확대하는 것이 바람직할 것으로 여겨진다.

둘째, 조사 대상자를 도시에 살고 있는 노년층으로 한정하였다는 점이다. 현재 중국의 노령인구는 도시보다 농촌에 더 많은 것으로 나타나고 있다. 미디어 이외에 다채로운 문화생활을 즐길 수 있는 도시보다 상대적으로 미디어에 의존하여 많은 시간을 보내는 농촌에서 노년층의 매체 이용과 만족도에 대해서 조사한다면 중국 노년층의 미디어 이용

에 대한 보다 정확한 조사가 이루어질 수 있을 것으로 생각된다.

셋째, 본 연구에서는 성별, 학력, 소득, 민족 등의 인구사회학적 변인에 대한 통계적 분석을 실시하지 않았다. 후속 연구는 이와 같은 변인의 통제(control)를 고려해 볼 수 있을 것이다. 본 연구의 설문 조사는 한족을 중심으로 이루어졌으며, 한족과 조선족을 구분하여 차이를 살펴보지 않았다. 따라서 후속 연구는 분석 결과에 있어 두 집단 간에 유의미한 차이가 있는지를 살펴보는 것도 흥미로울 것으로 생각된다.

넷째, 본 연구에서는 중국 노년층의 인터넷 매체 이용 동기와 만족도에 대한 조사를 실시하지 못했다. 그 이유로는 사전 조사를 통해 파악해본 결과 중국 노년층의 인터넷 이용률이 매우 낮은 것으로 나타났다. 하지만 향후 중국 노년층의 인터넷 이용률이 높아지면 이에 관한 조사가 가능해질 것으로 여겨진다. 후속 연구를 통해 한국 노년층의 인터넷 이용 동기 및 충족에 대해 조사한 국내 연구(박태열·황지영 2010; 서민정·문승일 2010; 홍명신 2003)의 결과와 비교해 볼 수 있을 것이다.

다섯째, 이번 연구 진행 중에 많은 중국 노인들이 한국 텔레비전 프로그램 특히 한국 드라마에 많은 관심을 표시하였다. 따라서 국내 텔레비전 프로그램 제작 종사자들은 이와 같은 점을 고려하여 중국 노년층에 더욱 어필할 수 있는 한류 콘텐츠를 개발·제작하기 위해 노력해야 할 것이다.

< 참고문헌 >

- 김영주·정재민, 2006, 『노인과 미디어: 노인들의 미디어 이용과 복지』, 서울: 한국언론재단.
- 명승환·이복자, 2010, “고령자의 정보활용 행태에 관한 연구: 정보 확인식을 중심으로”, 『한국지역정보학회지』, 13권 2호, pp. 23-47.
- 박태열·황지영, 2010, “노년층의 인터넷 이용과 충족에 관한 연구”, 『사회과학연구』 26권 2호, pp. 21-46.
- 서민정·문승일, 2010, “노년층의 인터넷 이용 유형에 따른 인터넷 이용만족도와 여가만족도에 관한 연구”, 『호텔경영학연구』, 19권 4호, pp. 133-148.
- 송진, 2012, “생애주기 관점에서 본 노인 시청자의 수용자 복지”, 『방송공학회지』, 17권 3호, pp. 68-78.
- 유창근·이희찬·한진영, 2007, “라이프스타일 유형을 통한 노년층 여가활동 연구”, 『관광학연구』, 31권 1호, pp. 345-363.
- 임소연, 2011, “청각 장애 노인의 매체 이용과 충족에 따른 보청기 기업 광고 전략에 대한 연구”, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- 정재민·김영주, 2007, “노인층의 텔레비전 이용행태와 충족에 관한 연구”, 『한국언론학보』, 51권 3호, pp. 172-200.
- 조석봉·변승환, 2008, “콘텐츠 개발을 위한 실버세대의 여가활동 분석에 관한 연구”, 『한국콘텐츠학회논문지』, 8권 8호, pp. 81-89.
- 지영서·김영찬, 2010, “노인대상 프로그램 제작진의 인식과 제작 환경에 관한 현장 연구: 공영방송 KBS를 중심으로”, 『미디어, 젠더 & 문화』, 15호, pp. 239-277.
- 최영재·송현주·주성화·한정현, 2008, 『고령화 사회와 노인 복지 향상을 위한 미디어 정책방안 연구』, 서울: 방송통신위원회.

- 한국방송광고공사, 2002, “노년층의 매체이용 특성분석”, 『광고정보』, 259호, pp. 124-130.
- 황수영·서성용·김성혁, 2010, “노년층의 여가활동 참여유형과 여가 만족도 및 인지된 자유감에 관한 연구”, 『관광·레저연구』, 22권 6호, pp. 647-667.
- 홍명신, 2003, “노인의 인터넷 이용에 관한 연구: 초기 노인을 중심으로”, 『한국노년학』, 23권 2호, pp. 187-203.
- _____, 2010a, “라디오와 노인: 라디오 노인 대상 프로그램을 중심으로”, 『한국노년학』 30권 4호, pp. 1329-1344.
- _____, 2010b, “지상파 텔레비전 노인 대상 프로그램의 새로운 변화: 제작자 심층 인터뷰를 중심으로”, 『문화경제연구』 13권 2호, pp. 47-68.
- _____, 2010c, “한국노년학의 커뮤니케이션 연구 동향: 1980-2009”, 『한국노년학』 30권 1호, pp. 31-47.
- 歐陽珊, 2006, “從老年人電視接觸分析看電視媒體在老齡社會的應對策略”, 南昌大學 碩士學位論文.
- 李賢亮, 2010, “河北省老年人媒體接觸需要, 動機和狀況調查”, 河北大學 碩士學位論文.

A Study on Media Uses and Gratifications of the Elderly in China: Focused on the Usage of Television and Newspaper by the Elderly in Changchun City

Mao, Dong-zhi
(Konkuk University)
Seo, Sang-ho
(Konkuk University)

This study analyzes the motivation and satisfaction on media usages of the elderly in China through a survey of 250 people, aged above 65, in Changchun City.

Factor analysis and multiple regression analysis are performed in order to find the factors which influence the motivations and satisfaction of television and newspaper usages.

According to the results, there are three factors influencing the motivations of media usage, despite the minor difference between the television and newspaper. There are two common factors between the two media: entertaining needs and psychological needs.

One different factor between the two media is the information need in newspaper usage and the interpersonal communication need in television usage.

Keywords : the elderly, media, motivation, satisfaction, China