

# 대학생의 독서태도와 미디어 활용에 관한 연구

A Study on College Students' Reading Attitudes and Media Utilizations

김 선 남(Kim, Sun-Nam)\*

강 해 영(Kang, Hye-Young)\*\*

## ◁ 목 차 ▷

- |                 |                  |
|-----------------|------------------|
| 1. 서 론          | 2.4 독서와 베스트셀러 목록 |
| 2. 이론적 배경       | 3. 연구문제 및 연구방법   |
| 2.1 독서와 TV      | 4. 연구결과          |
| 2.2 독서와 신문      | 5. 결론 및 제언       |
| 2.3 독서와 온라인 미디어 | <참고문헌>           |

## < 초 록 >

본 연구는 독서와 매스 미디어(TV, 신문) 및 온라인 미디어와의 관계를 살펴보았다. 또 대학생들이 독서와 미디어의 관계를 어떻게 인식하고 평가하는지를 경험적으로 분석하였다. 본 연구는 2007년 5월 13일에서 16일까지 4일간에 걸쳐서 조사를 진행되었다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 여학생이 남학생에 비하여 높은 독서만족도를 보여주었다. 둘째, 책을 선정하는 데 활용하는 매체로서 남학생은 'TV 및 신문'을 반면, 여학생은 '베스트셀러 목록'이었다. 셋째, 여학생이 남학생보다 더 자주 온라인 서점 및 도서관을 활용하였다. 넷째, 남학생의 독서 장애는 '시간이 없어서', '습관이 안 되어서'라는 요인이었다. 다섯째, 여학생은 남학생에 비하여 'TV매체 활용', '교사 및 부모 독서교육', '도서관의 적극적인 독서프로그램 운영' 등을 중요한 독서활성화 정책으로 인식하였다. 여섯째, '온라인 사이트 및 신문의 책 정보 제공', '교사 및 부모의 독서교육' 정책이 향후 독서인구 확대에 기여할 가능성이 높다.

要語 : 독서문화, 매스 미디어, 베스트셀러, 온라인 사이트

\* 원광대학교 정치행정인문학부 교수(sunkim@wonkwang.ac.kr)

\*\* 전북대학교 문헌정보학과 교수(khelen@chonbuk.ac.kr)

접수일: 2007년 5월 17일 최초심사일: 2007년 5월 19일 심사완료일: 2007년 6월 21일

<ABSTRACT>

This study examined the relationship among book-reading, mass media, and on-line media. More specifically, it investigated how college students would understand, perceive and evaluate the relationship between reading and media. Data were collected from 4-year college students from May 13 to May 14, 2007. An analysis showed the following results: First, female students had a higher level of reading satisfaction than male students. Second, male students referred to TV or newspapers in the selection of books, while female students depended upon the bestseller list. Third, female students used on-line bookstores and libraries more often than male students did. Forth, male students counted 'time pressure' and 'the lack of habit' as major reading barriers more frequently than female students. Fifth, female students, compared to male students, would perceive 'teachers', reading educations' and 'library's reading skill development programs' as important policies for reading activation. Finally, across the gender, it was pointed that 'book information by on-line sites and newspapers' and 'reading education programs' would contribute to the expansion of reading population.

Key words : reading culture, mass-media, best seller, on-line site

K C I

## 1. 서론

우리 국민이 가장 선호하는 여가활용방법은 TV시청(21.1%)이었으며 이어서 책읽기(9.4%), 인터넷 하기(9.2%)순으로 나타났다.<sup>1)</sup> 책읽기가 두 번째로 선호되는 여가활용방법임에도 불구하고, 우리 국민은 책을 읽거나, 책을 사보는 데에는 매우 인색한 편이다. 가계지수동향자료에 의하면 2006년 현재 전국의 2인 이상 가구가 한 달에 평균 책 구입으로 지출하는 금액은 평균 7,900원으로 집계되었다. 이것은 담배값(2만원), 화장품 지출비(1만 8000원)에도 못 미치는 금액이다. 또 우리 국민이 책을 구입하는데 지출하는 금액은 해를 거듭할수록 감소추세를 보이고 있다. 예를 들면 2003년 7,916원, 2004년에는 7,999원, 2005년에는 7,919원으로 나타났다.<sup>2)</sup>

그나마 다행인 것은 독서량이 최근 들어서 증가추세를 보이고 있다는 점이다. 2006년 현재 국민 가운데 성인의 경우는 연평균 11.9권, 학생은 14.0권의 책을 읽은 바 있다.<sup>3)</sup> 독서량이 다소 증가하는 것은 정부를 포함한 출판 관련 단체의 독서문화 활성화를 위한 적극적인 홍보와 독서운동에서 비롯되었다. 독서량 증가 현상은 지난 2002년은 TV 드라마, 독서 관련 프로그램의 사회적 영향력의 결과이며<sup>4)</sup> 2006년의 경우는 ‘아침10분독서’ 등의 독서운동의 결과로 평가되고 있다.<sup>5)</sup>

이처럼 최근의 독서량 확대는 정부 및 관련 단체의 적극적인 독서진흥정책과 긴밀한 관계를 갖고 있다. 실제로 정부는 책 읽는 정부 및 책 읽는 공무원 만들기의 분위기 창출, ‘독서진흥법안’을 비롯한 심도 있는 독서진흥정책 등에 관심을 쏟았으며, 각급 시도 교육청도 학교교육을 통하여 독서활성화를 위하여 온라인 오프라인을 병행한 독서교육정책 및 시스템을 구축하였다. 여기에 관과 민의 협

1) 국립중앙도서관·한국출판연구소, 「2006년 국민독서 실태조사」(서울: 국립중앙도서관 2006), 71.

2) 국민일보, 2007.4.23, 15면.

3) 국립중앙도서관·한국출판연구소(2006), 18.

4) 성동규·서보윤, “독서활성화를 위한 영상미디어의 활용에 관한 연구-영상미디어화된 출판물의 독서동기를 중심으로,” 「한국출판학연구」 제43호(2001. 11), 208.

5) 국립중앙도서관·한국출판연구소(2006), 19.

력으로 마련된 ‘학교도서관살리기운동’, ‘북스타트운동’, ‘아침10분독서운동’ 등 다양한 독서 캠페인의 결과라고 할 수 있다.<sup>6)</sup>

독서문화 활성화에 언론매체까지도 가세하고 있다. 예를 들면 경향신문은 1면에 연중기획시리즈 ‘책읽기 365’를 마련하여 각계각층의 필진을 동원하여 책읽는 문화 만들기에 앞장서고 있다.<sup>7)</sup> 또 KBS-1 라디오도 ‘보이는 라디오 책읽는 사람들’ 프로그램을 UCC(이용자제작콘텐츠)로 제작하여서 인터넷 세대인 청소년들을 겨냥하여 이들을 독서문화에 유입하고 있다.<sup>8)</sup> 조선일보도 대한출판문화협회와 공동으로 ‘거실을 서재로’라는 캠페인을 기획하여 독서문화 활성화에 적극 참여하고 있다.<sup>9)</sup>

최근 불고 있는 독서열풍은 입시제도와도 결코 무관치 않다. 교육계의 독서교육의 중요성에 대한 인식이 입시제도에 반영됨으로써 독서교육 열풍이 핫이슈로 떠올랐다. 예를 들면 2004년 교육부가 새 입시제도 개선안을 통하여 독서교육을 육성시키겠다는 정책을 강조한바 있다. 그 결과 이번 2007년부터 고교에 진학하는 학생생활 기록부에 학생들의 독서이력이 기록될 것이며 대학입시에도 반영될 것이라고 한다.<sup>10)</sup> 교육청을 비롯한 교육부는 독서교육시범 학교운영, 교육청 주도의 독후감 선발대회, 독서경시대회, 독서토론대회, 독서퀴즈대회, 독서캠프 등 다양한 독서 행사를 추진하고 또 권장도서(필독도서)목록 간행, 사이버 독서방 운영, 독서인증제 도입 등 다양한 독서문화 확대를 위한 프로그램을 개발운영하고 있다.<sup>11)</sup>

각계각층의 다양한 노력에도 불구하고 우리 사회는 독서량에 있어서 세계 하위국을 면치 못하고 있다.<sup>12)</sup> 따라서 눈에 띄는 홍보 및 이벤트 중심적인 일회적

6) 김수경, “독서의 본질과 독서프로그램 운영,” 『한국도서관·정보학회지』 제37권 제3호 (2006. 9), 236.

7) 경향신문, 2007. 2. 2. 3면.

8) 내일신문, 2007. 4. 23. 19면.

9) 조선일보, 2007. 5. 15. 24면.

10) 이연옥, “학교 독서교육 정책에 대한 비판적 고찰,” 『한국도서관·정보학회지』 제37권 제3호 (2006. 9), 215.

11) 이연옥(2006), 215.

12) 한겨레, 2005. 7. 1.

독서운동에서 탈피하여 독서의 본질과 가치를 올바르게 확산시키고 개인의 인격 형성 및 문화전달에 있어서 주체로 자리 잡을 정책을 개발하여야할 정책이 필요하다. 이러한 과정에서 미디어의 역할이 매우 중요하다.

본 연구는 독서활성화에 미디어를 어떻게 활용하여야할 것인지에 초점을 두었다. 본 연구는 독서활성화에 있어서 미디어가 중요한 역할을 수행한다는 기존 연구결과를 살펴보고, 또 실제로 수용자들이 독서활성화에 있어서 미디어의 역할에 대하여 어떻게 인식하고 평가하는지를 실증적인 조사를 통하여 확인하고자 하였다. 또 이를 바탕으로 바람직한 독서활성화를 위한 미디어 활용 정책을 개발하는데 연구의 목적을 두었다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 독서와 TV 시청

기존의 학자들은 TV를 독서의 저해 매체로 규정하였다. TV는 어린이의 독서 행위 및 태도에 악영향을 미친다고 한다. 즉 어린이는 텔레비전 시청에 길들여져서 책 내용에 집중하지 못할 뿐만 아니라 그들이 독해 및 작문 실력도 저하된다. 또 TV시대의 어린이는 문학, 철학 등 양질의 책보다는 단편적이고 가벼운 책을 더 선호할 가능성을 안고 있다. 어린이는 매일 반복적으로 이루어지는 TV시청으로 인하여 활동적, 창의적인 존재가 아니라 수동적인 존재가 되어서 결국 TV중독 현상에 빠지게 된다.<sup>13)</sup> 다시 말해서 TV시청으로 인하여 독서 시간이 감소할 수밖에 없다는 것이다.<sup>14)</sup>

과도한 TV시청은 수용자의 독서에 대한 태도형성에 있어서 부정적인 원인으로 작용할 수 있다. 예를 들면 소비적이고 오락지향적인 TV시청환경에 익숙해진

13) 남명자, 「어린이와 텔레비전 환경」 (서울: 나남, 1995), 75.

14) 부길만 등, 「현대출판론」 (서울: 세계사, 1997), 114.

수용자들은 지적인 관여와 몰입을 요구하는 독서를 싫어하게 될 수 있는 것이다. 또한 이들의 독서에 대한 태도 역시 건성으로 때우기 식의 '보는 행위'로 형성되어진다.<sup>15)</sup>

TV시청이 독서행위에 부정적인 영향을 미친다는 주장에도 불구하고 독서문화 활성화에 TV가 중요한 역할을 수행하고 있다. MBC-TV <느낌표>(2001년 방송되어 2004년에 중영합)가 대표적인 예다. 이 프로그램에서 다루어졌던 <괘이부리말 아이들>, <봉순이 언니>의 경우, 방송된 지 3-4개월 만에 65만부의 판매를 돌파하였던 것이다. 또 프로그램이 소개하였던 상당수 도서들도 2002년 말에 밀리언셀러로 뽑혔다.<sup>16)</sup> TV의 영향력은 이것의 높은 시청률에서 확인되었다. 국민독서실태조사(2002)에 의하면, 성인의 67.6%가 <느낌표> <TV, 책을 말한다> 등 TV 독서관련 프로그램을 본 적이 있었다. 또 이들 중 상당수(50.6%)가 프로그램에서 소개된 책을 읽었으며 다수(82.7%)가 TV의 독서프로그램을 긍정적으로 평가하였다.<sup>17)</sup>

또 TV프로그램에서 소개된 책들은 바로 높은 판매율로 이어졌다. 예를 들면 <TV 책을 말한다>의 테마 북으로 소개된 4권의 책(이윤기의 그리스로마신화, 다이코로야, 고마워, 느리게 산다는 것의 의미, 거울속의 천사 등)은 방송된 후 높은 판매량을 보였다.<sup>18)</sup>

특히 TV 독서 프로그램에서 소개된 책들은 온라인 서점에서 높은 판매량을 보였다. 이것은 독서행위, TV시청, 인터넷 활용의 연계과정을 의미한다.

TV가 독서율 향상을 드라마를 통해서도 나타냈다. 2001년의 방송 프로그램 시청률 순위에서 태조왕건(KBS1-TV), 여인천하(SBS-TV), 명성황후(KBS2-TV) 등 역사드라마가 1-3위를 차지하였다. 이것은 이 인물을 다룬 책의 판매부수로 이어졌다. 예를 들면 명성황후를 다룬 소설이 발간 1개월 만에 17만부에 육박하였

15) 성동규·서보윤(2001), 209.

16) 한기호, "2002년 출판계 결산," 『출판문화』 (2002. 10), 32.

17) 한국출판연구소, 『2002년 국민독서실태조사』 (서울: 한국출판연구소, 2002), 105-106.

18) 간행물윤리위원회, 『청소년의 여가시간 활용실태와 독서습관 개선방안에 연구-영상미디어를 활용한 독서진흥방안을 중심으로』 (서울: 간행물윤리위원회, 2001), 50.

으며 또 드라마 <여인천하>, <태조왕건>을 시청하였던 대학생들은 시청하지 않은 대학생들에 비하여 이 인물들을 다룬 책을 읽었다고 한다.<sup>19)</sup>

매체에서의 책 관련 정보 활용은 남녀 성차를 보여주었다. 남자 대학생은 주로 TV프로그램을, 반면 여자대학생은 신문의 북 섹션을 이용하여 책 관련 정보를 얻었다. 그러나 읽을 책을 선정하는 과정에서는 여자대학생이 남자대학생보다 TV 프로그램에 의존하는 경향이 더 높았다.<sup>20)</sup> 요약하면, TV시청은 독서를 잠식하는 대체 행위가 아니라 독서율을 높이는 보완행위임을 알 수 있다. 독서활성화 방안을 모색하는데 있어서 TV를 적극 활용하여야 할 필요성이 제기된다.

## 2.2 독서와 신문

신문이 책 관련 기사를 게재하기 시작한 것은 1996년 문화일보의 북리뷰 지면에서부터였다. 조선일보(1999)와 동아일보(1999), 중앙일보(2000)가 이에 가세하면서 신문의 책 관련 기사는 경쟁적으로 증가하기 시작하였다. 또 주요 일간지의 북 섹션에서 소개된 인문교양서들 역시 전례 없는 판매율의 증가를 보였다.<sup>21)</sup>

일간지가 북 섹션 지면을 확대하자 이와 경쟁관계에 있는 TV도 책 관련 프로그램을 더 편성하였고, 결과적으로 이는 독서운동을 활성화시켰다. 물론 한편에서는 신문의 북 섹션이 베스트셀러 지향적인 독서문화를 양산할 것이라는 부정적인 평가도 제기하였지만,<sup>22)</sup> 독서 욕구를 강화하고 독서운동을 대중화시켰다는 점에서 긍정적이다.

신문은 독서 욕구를 가진 대학생들에게 특히 영향력 있는 정보원으로 작용한다. 예를 들면 대학생들은 신문과 인터넷을 적절하게 병행하여서 독서 관련 정보

19) 성동규·서보운(2001), 207.

20) 정현욱·강혜영, “남녀 대학생의 독서매체활용에 관한 계량적 연구,” 『서지학연구』 제29집 (2004. 12), 185.

21) 백원근, “매스컴의 독서정보 의의설정과 출판발전과정,” 『제11회 한국출판학회정기학술대회 발제논문』 (2002. 6), 30.

22) 김재윤, 『한국신문의 북리뷰 지면과 서평, 보도비평-신문의 북리뷰, 무엇이 문제인가』 (서울: 한국언론재단, 2002), 17.

를 입수 한다.<sup>23)</sup> 또 신문의 북 섹션 이용에 있어서는 여학생(25.3%)이 남학생(7.7%)보다 더 북 섹션을 더 이용함으로써 성차를 보였으며, 북 섹션 이용 만족도에서도 여학생(30.5%)이 남학생(10.8%)보다 더 높았다.<sup>24)</sup>

이처럼 신문매체는 신간소개, 독서 캠페인, 출판동향의 소개, 다양한 서평, 베스트셀러 목록 및 추천도서 목록 제시 등 다양한 기능을 통하여 우리 사회의 독서 관련 활성화에 기여를 하여왔다.

### 2.3 독서와 온라인 미디어

우리 국민의 온라인 미디어 사용률이 증가하고 있다. 지난 2004년 온라인 미디어 사용률이 평일, 주말 각각 77분, 84분이었던 것이 2006년에는 117분 116분으로 크게 늘었다.<sup>25)</sup> 온라인 미디어 향유계층은 주로 젊은 층이며, 또 독서 향유자 역시 주로 젊은 층이기 때문에 필연적으로 독서활성화 전략모색에 온라인 미디어를 적극 활용하여야 할 것이다. 온라인 미디어의 보편화로 기존의 종이책 및 오프라인 서점 중심적인 독서 환경변화는 필연적인 것이다.

e-Book은 시간과 공간의 제약을 벗어나는 인터넷의 장점을 토대로 하여서 독자들이 직접 서점에 나가 책을 구매하는 번거로움을 덜어주는 편리성과 접근성을 확보하고 있다. 또 오프라인 매장에 비해 저렴한 가격경쟁력을 가지고 있어서 독자들에게 유용하게 활용될 수 있다. e-Book은 독자들이 자신이 원하는 책이나 서비스를 능동적으로 선택, 활용할 수 있다는 점에서 그 효과가 극대화될 수 있다.

한국 e-Book 시장은 2003년 4만 5,000종, 2004년 10만여 종에 불과하였던 e-Book콘텐츠도 2005년 현재에는 22만 6,000건에 이르고 있다.<sup>26)</sup> e-Book의 콘텐츠는 초기 문학 및 장르문학의 비중이 상대적으로 높았으나 점차 실용 서적을 중심으로 전문분야가 성장하는 것으로 나타났는데 2004년 현재 문학이 11%, 장르

23) 정현욱·강혜영(2004), 180-181.

24) 정현욱·강혜영(2004), 180-181.

25) 국립중앙도서관·한국출판연구소(2006), 22.

26) 이병혜, "유비쿼터스 출판의 미래와 전망," 『한국출판학연구』 제48호(2005. 6), 247-307.

문학이 15%, 교재분야 5%를 차지하고 있다.<sup>27)</sup>

국민독서실태조사 결과에 의하면 우리 국민의 7.1%가 e-Book을 활용한다(남성, 10.3% 여성, 3.8%). 연령별로는 30대(11.1%)와 20대(11.0%), 40대(4.6%), 50대 이상(1.6%)로 나타났다. 학력별 순위를 보면 대재이상(13%), 고졸(1.8%)이었으며 거주지 규모별로는 중소도시(8.9%), 대도시(6.6%), 읍면(1.1%)인 것으로 나타났다.<sup>28)</sup> 또 e-Book으로 가장 많이 읽혀진 책은 문학 관련도서(27.8%)가 가장 많았으며 실용도서(24.1%), 전문/학술도서(18.5%), 문학이외의 교양도서(14.8%) 순서로 나타났다. e-Book의 접근성(예, 눈의 피곤함)과 사용 편의성(예, 결제시스템에 대한 신뢰성 확보, 속도 및 콘텐츠 보완 등)등이 보완된다면 향후 e-Book 시장은 급속하게 커질 것으로 전망된다.<sup>29)</sup>

최근 온라인 인구확대로 인하여 온라인 서점 이용율을 높여지고 있다. 통계청 자료에 의하면 2007년 1/4분기 거래액은 3조 8,281억 원이었는데, 그 가운데 서적은 1,976억으로 (5.2%)를 차지하였다. 지난 온라인 서점의 성장 가능성은 책은 온라인 상거래의 유용한 제품이라는 속성에서 예측할 수 있다. 즉 책은 상품성(제품 품질이 표준화되어 있고 직접 보지 않아도 품질과 내용을 신뢰할 수 있다는 점), 유통(적은 비용이 투자되며 파손가능성이 낮다는 점)에서 비롯되고 있다.

온라인 서점 이용률은 2002(12.0%), 2004(22.4%), 2006(28.1%)의 증가추세를 보였으며, 연령이 젊을수록 학력이 높은 계층에서 이용률이 높은 것으로 나타났다.<sup>30)</sup> 온라인 서점을 통해서 판매되는 도서는 문학관련 도서(54.8%)가 가장 높았으며 이어서 실용도서(49.1%), 문학이외 교양도서(35.9%), 전문 학술 도서(34.5%) 순서로 나타났다.<sup>31)</sup>

온라인 매체는 독서활성화에 기여할 수 있다. 예를 들면 독서 욕구를 가진 대학생일수록 온라인 사이트를 이용하려는 경향이 높았으며 이를 통하여 독서

27) 이용준, "e-Book 콘텐츠의 수익구조 개선방안에 대한 연구," 『한국출판학연구』 제48호 (2005. 6), 283.

28) 국립중앙도서관·한국출판연구소(2006), 107.

29) 국립중앙도서관·한국출판연구소(2006), 111.

30) 국립중앙도서관·한국출판연구소(2006), 100.

31) 국립중앙도서관·한국출판연구소(2006), 101.

관련 정보를 입수하는 것으로 나타났다. 또한 여자대학생(31.9%)이 남자대학생(12.3%)보다 더 인터넷 사이트에서 소개된 책을 구입하는 경향을 보였다.<sup>32)</sup> 따라서 독서의 주요 타깃이 되는 젊은 세대와 교육수준이 높은 계층을 겨냥한 온라인 독서활성화 정책이 마련되어야 할 것이다.

## 2.4 독서와 베스트셀러 목록

베스트셀러는 독서 인구를 확대하여 사회문화 발전의 원동력이 되는 문화적 기능은 물론 출판 조직의 경제적 이윤을 보장하는 경제적 기능을 수행한다. 또 베스트셀러 목록은 독자들에게는 유용한 정보원이 된다.

대체로 여성계층 20대 이하, 대도시, 대도시 지역에 거주하는 독자들이 베스트셀러 목록을 적극 활용하는 경향이 높다.<sup>33)</sup> 이들은 베스트셀러를 통하여 책을 구입하거나 읽는다. 베스트셀러 목록이 독서 활성화 방안의 하나의 방법으로 활용될 수 있는 것은 베스트셀러가 다른 책의 대체구매를 유발하는 것이 아니라 새로운 책의 구매를 창조한다는 점에서도 접근할 수 있다. 따라서 향후 베스트셀러 집계 과정 및 베스트셀러에 대한 일부 출판사의 악의를 보완하게 된다면, 건전한 베스트셀러문화는 독서활성화의 방안으로 활용될 수 있을 것이다. 베스트셀러를 활용하는 독서활성화 측면을 보면 외국의 경우는 베스트셀러 목록 및 책 관련 정보를 끊임없이 지역사회, 신문이나 방송에게 제공하고 있다. 미디어와의 상호작용을 통하여 수용자의 주위를 환기시키는 정책이라고 하겠다.

32) 정현욱·강혜영(2004), 182-183.

33) 김선남·박홍재, “한국베스트셀러 집계방식에 관한 연구,” 『한국출판학연구』 제51호(2006. 12), 67.

### 3. 연구문제 및 연구방법

#### 3.1 연구문제

본 연구는 대학생의 독서 행태를 살펴보고 독서활성화를 위한 매체활용전략이 무엇인지를 규명하는데 목적을 두었다. 가장 핵심적인 독서 향유자인 대학생들의 독서 태도 및 실태를 점검하고 또 그들이 선호하는 매체전략을 살펴보는 것은 독자 지향적인 독서정책의 주요 자료로 활용할 수 있을 것이다.

따라서 본 연구는 다음의 연구문제를 설정하였다.

첫째, 대학생의 독서 태도와 이용실태는 어떠한가?

둘째, 성별에 따른 대학생의 독서 태도와 이용실태는 어떠한가?

셋째, 대학생의 독서행위에 영향을 미치는 매체는 무엇인가?

#### 3.2 연구방법

##### 3.2.1 자료수집

본 연구는 독서활성화를 위한 미디어 활용에 대한 의식과 태도를 확인하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 본 조사는 편의추출법(convenient sampling method)을 활용하여 표본을 선정한 후 자료를 2007년 5월 13일에서 16일까지 4일간에 걸쳐서 수집하였다. 표본으로 선정된 250명의 응답자는 중소도시(전주와 익산)에 소재하는 2개 4년제 대학에서 언론과 관련된 과목을 수강하는 대학생들이었다. 설문지는 연구자가 직접 전달하여 배포되고 수거되었다. 총 250부 가운데 불성실한 응답의 것을 제외하고 212부가 본 연구에 활용되었다(응답률 84.8%). 설문에 응답한 212명 가운데 남자는 52.4%(111명), 여자는 47.6%(101명)이었다. 이들의 평균 연령은 22.8세였다. 이들의 매체활용시간을 보면, 독서 시간(일주일)은 131분, 인터넷활용(하루) 138분, TV시청(하루) 86분이었다. 본 연구는 SPSS PC 11.0 통계패키지를

이용하여 빈도분석, 교차분석, T-검증, 회귀분석 등으로 자료를 분석하였다.

### 3.2.2 측정방법

#### ① 책 선정에 미치는 요인

책 선정에 미치는 요인은 기존문헌을 토대로 하여 매스 미디어(TV, 신문 등), 베스트셀러 목록, 대인 커뮤니케이션 채널(교수, 친구, 부모 등) 등으로 나누었다. 본 연구는 이들 문항에 대하여 응답자는 5점 척도(5: 매우 그렇다, 1: 전혀 그렇지 않다)로 동의정도를 표시하였다.

#### ② 독서 장애 요인

독서 장애 요인은 국립중앙도서관·한국출판연구소에서 만든 항목 6개 문항을 사용하였다(예, TV시청 및 온라인 활용 때문에, 시간이 없어서, 지루해서 등과 같은 독서습관 관련 문항). 본 연구는 이들 문항에 대하여 응답자는 5점 척도(5: 매우 그렇다, 1: 전혀 그렇지 않다)로 동의정도를 표시하였다.

#### ③ 독서활성화를 위한 활용매체

독서활성화를 위한 활용매체 요인은 국립중앙도서관·한국출판연구소에서 만든 항목 6개 문항(예, TV시청 및 온라인 활용 때문에, 시간이 없어서, 지루해서 등과 같은 독서습관 관련 문항)과 독서운동 캠페인 관련 문항 1개를 사용하였다. 본 연구는 이들 문항에 대하여 응답자는 5점 척도(5: 매우 그렇다, 1: 전혀 그렇지 않다)로 동의정도를 표시하였다.

#### ④ 선호 도서장르

본 연구는 선호 도서장르는 정현욱·강혜영<sup>34)</sup>이 사용하였던 5가지 분야(국내 외 소설, 교양독서(철학, 경제, 역사, 종교 등), 소설이외의 문학도서, 실용취미도서(컴퓨터, 여행, 어학 등), 만화, 무협지등 환타지 류를 사용하였다. 본 연구는 이들 문항에 대하여 응답자는 5점 척도(5: 매우 그렇다, 1: 전혀 그렇지 않다)로 동의정도를 표시하였다.

---

34) 정현욱·강혜영(2004), 176.

⑤ 독서태도

본 연구는 독서태도에 독서의 필요성, 선호여부, 만족여부, 향후 독서 가능성여부 등의 변수를 포함시켰다. 본 연구는 이들 문항에 대하여 각각 응답자가 5점 척도(5: 매우 그렇다, 1: 전혀 그렇지 않다)로 동의정도를 표시하였다.

4. 연구 결과

4.1 대학생의 독서행태와 성별차이

4.1.1 대학생의 독서 태도와 성별차이

대학생 대다수(86.3%)가 독서의 필요성을 절감하고 있었으며 그 가운데 59.9%는 독서를 선호한 것으로 나타났다. 그러나 그들의 만족도는 53.8%에 머물렀다(표 1 참조). <표 1>에 제시되어 있는 바와 같이 성별차이는 여가활용으로서 독서 만족도에서 통계적으로 유의미한 차이가 발견되었다. 여대생이 남자대학생에 비하여 독서 만족도가 높게 나타났다. 반면 독서 필요성에 대한 인식 및 독서 선호도에서는 성차가 나타나지 않았다.

<표 1> 성별에 따른 독서태도 (단위: 건수, %)

| 문항        |    | 아주많이     | 많이       | 보통       | 약간       | 전혀     | 계          | $\chi^2$ | df | S    |
|-----------|----|----------|----------|----------|----------|--------|------------|----------|----|------|
| 독서 필요성 인식 | 남성 | 48(22.6) | 51(24.1) | 11(5.2)  | 1(0.5)   | 0(0.0) | 111(52.4)  | 3.979    | 4  | N.S  |
|           | 여성 | 46(21.7) | 38(17.9) | 13(6.1)  | 3(0.9)   | 2(0.9) | 101(47.6)  |          |    |      |
|           | 계  | 94(44.3) | 89(42.0) | 24(11.3) | 4(1.4)   | 2(0.9) | 212(100.0) |          |    |      |
| 독서 선호도    | 남성 | 17(8.0)  | 41(19.3) | 42(19.8) | 10(4.7)  | 1(0.5) | 111(52.4)  | 6.586    | 4  | N.S  |
|           | 여성 | 18(8.5)  | 51(50.5) | 27(12.7) | 5(2.4)   | 0(0.0) | 101(47.6)  |          |    |      |
|           | 계  | 35(16.5) | 92(43.4) | 69(32.5) | 15(7.1)  | 1(0.5) | 212(100.0) |          |    |      |
| 독서 만족도    | 남성 | 11(5.2)  | 36(17.0) | 40(18.9) | 20(9.4)  | 4(1.9) | 111(52.4)  | 15.442   | 4  | .004 |
|           | 여성 | 13(6.1)  | 54(25.5) | 26(12.3) | 8(3.8)   | 0(0.0) | 101(47.6)  |          |    |      |
|           | 계  | 24(11.3) | 90(42.5) | 66(31.1) | 28(13.2) | 4(1.9) | 212(100.0) |          |    |      |

4.1.2. 대학생의 선호매체와 성별 차이

대학생들은 무슨 책을 읽어야 할 것인가를 결정하는 과정에서 ‘TV 및 신문’에 의존하는 경향을 보인 것으로 나타났다. 즉 <표 2>에 제시되어 있듯이 대학생들은 ‘TV 및 신문을 보고’(42.5%)에 의존하여 읽을 책을 결정하였다. 그 뒤를 ‘베스트셀러 목록을 보고’(40.6%), ‘친구의 권유’(9.9%), ‘교수의 권유’(4.7%), ‘부모의 권유’(2.4%) 등이 이었다. 향후 대학생의 독서율을 끌어올리기 위해서는 대인커뮤니케이션에 의한 활성화 방안 보다는 TV나 신문을 통한 매체 전략 및 베스트셀러 목록 개발을 통하여 이루어져야 할 것이다.

<표 2>에 제시되어 있는 바와 같이 읽을 책을 선정하는 과정에서 남학생은 주로 TV나 신문을 참조하는 경향이 높은 반면, 여학생은 베스트셀러 목록을 고려하였다. 그러나 이러한 차이는 통계적으로 유의미하지 않았다

<표 2> 성별에 따른 책선정시 활용매체

(단위: 건수, %)

| 성별 | 친구 권유   | 부모 권유   | 교수 권유   | TV, 신문보고 | 베스트셀러 목록을 보고 | 계         | $\chi^2$ | df | S   |
|----|---------|---------|---------|----------|--------------|-----------|----------|----|-----|
| 남성 | 11(9.9) | 2(1.8)  | 8(7.2)  | 51(45.9) | 39(35.1)     | 111(52.4) | 5.733    | 4  | N.S |
| 여성 | 10(9.9) | 3(3.09) | 2(2.0)  | 39(38.6) | 47(46.5)     | 101(47.6) |          |    |     |
| 계  | 21(9.9) | 5(2.4)  | 10(4.7) | 90(42.5) | 86(40.6)     | 212(100.) |          |    |     |

4.1.3. 대학생의 책 입수 채널과 성별차이

대학생들이 선호하는 도서 입수 방법은 ‘도서관에서 대출’(M=2.87)이었으며 ‘오프라인 서점에서 구입’(M=2.64), ‘온라인서점에서 구입’(M=2.30)순서로 나타났다(<표 3> 참조).

<표 3>에 나타나 있듯이 책을 입수하는 채널을 선택하는데 있어서 성별차이를 살펴보면, 그 결과 성별차이는 온라인서점, 도서관에서 대출항목에서 성별

차이가 통계적으로 유의미하게 나타났다. 오프라인에서 책 구입은 성차를 보여주지 않았다. 온라인 서점의 경우, 여학생(24.8%)은 남학생(10.8%)에 비하여 자주 온라인 서점을 통하여 책을 구입하는 경향을 보였다. 온라인 서점 활용여부에 있어서도 상당한 수의 남자대학생(40.5%)이 여대생(17.8%)보다 더 온라인 서점을 활용한 경험이 없었다. 도서관 대출 여부에 있어서도 성차이가 통계적으로 유의미하게 드러났다. 즉 여학생(36.6%)이 남학생(16.2%)보다 도서관에서 책을 더 자주 대출하는 것으로 나타났다. 한편 여학생의 22.7%가, 남학생의 14.4%가 오프라인 서점에서 책을 “자주” 구입하였다. 그러나 이러한 성차는 통계적으로 유의미하지 않았다. 다시 말하면 오프라인 서점에서 책을 구입하는데 있어서 남녀차이는 나타나지 않았다.

<표 3> 성별에 따른 책 입수 채널

(단위: 건수, %)

| 문항           |    | 아주 자주   | 자주       | 보통       | 거의       | 전혀       | 계          | $\chi^2$ | df | S    |
|--------------|----|---------|----------|----------|----------|----------|------------|----------|----|------|
| 온라인 서점에서 구입  | 남성 | 2(1.8)  | 10( 9.0) | 22(19.8) | 32(28.8) | 45(40.5) | 111(100.0) | 16.088   | 4  | .003 |
|              | 여성 | 5(5.0)  | 20(19.8) | 26(25.7) | 32(31.7) | 18(17.8) | 101(100.0) |          |    |      |
|              | 계  | 7(3.3)  | 30(14.2) | 48(22.6) | 64(30.2) | 63(29.7) | 212(100.0) |          |    |      |
| 오프라인 서점에서 구입 | 남성 | 2(1.8)  | 14(12.6) | 38(34.2) | 41(36.9) | 16(14.4) | 111(52.4)  | 5.179    | 4  | N.S  |
|              | 여성 | 6(5.9)  | 17(16.8) | 38(37.6) | 31(30.7) | 9( 8.9)  | 101(47.6)  |          |    |      |
|              | 계  | 8(3.8)  | 31(14.6) | 76(35.8) | 72(34.0) | 25(11.8) | 212(100.0) |          |    |      |
| 도서관에서 대출     | 남성 | 4(3.6)  | 14(12.6) | 50(45.0) | 27(24.3) | 16(14.4) | 111(52.4)  | 12.697   | 4  | .013 |
|              | 여성 | 9(8.9)  | 28(27.7) | 36(35.6) | 36(20.8) | 7( 6.9)  | 101(47.6)  |          |    |      |
|              | 계  | 13(6.1) | 42(19.8) | 86(40.6) | 48(22.6) | 23(10.8) | 212(100.0) |          |    |      |

#### 4.1.4. 대학생의 선호 도서 장르와 성별차이

대학생들이 선호하는 도서장르는 ‘국내외소설’(M=3.37)이었다. 이어서 ‘실용취미도서’(M=3.15), ‘문학도서’(M=2.80), ‘교양독서’(M=2.59), ‘판타지류’(M=2.58)

순으로 나타났다(<표 4> 참조). <표 4>에 제시되어 있듯이, 국내외소설, 소설이 외의 문학소설, 만화, 무협지등 판타지류 선호에서 성별 차이가 통계적으로 유의미하였다. 즉 여학생이 남학생보다 더 국내외소설, 소설이외의 문학 도서를 선호하는 경향을 보였다. 반면 남학생은 여학생보다는 만화, 무협지등 판타지 장르를 더 선호하였다. 한편 교양도서 및 실용취미 장르의 선호에 있어서는 남녀 차이를 통계적으로 유의미하지 않았다.

<표 4> 성별에 따른 선호 도서장르

(단위: 건수, %)

| 문항                         | 성별 | 아주많이     | 많이       | 보통       | 거의       | 전혀       | $\chi^2$ | df | S    |
|----------------------------|----|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----|------|
| 국내외 소설                     | 남자 | 8( 7.2)  | 38(34.2) | 41(36.9) | 11( 9.9) | 13(11.7) | 11.226   | 4  | .024 |
|                            | 여자 | 15(14.9) | 46(45.5) | 29(28.7) | 8( 7.9)  | 3( 3.0)  |          |    |      |
|                            | 계  | 23(10.8) | 84(39.6) | 70(33.0) | 19( 9.0) | 16( 7.5) |          |    |      |
| 교양도서<br>(철학, 경제, 역사, 종교 등) | 남자 | 9( 8.1)  | 14(12.6) | 36(32.4) | 39(35.1) | 13(11.7) | 7.079    | 4  | N.S  |
|                            | 여자 | 2( 2.0)  | 17(16.8) | 26(25.7) | 37(36.6) | 19(18.8) |          |    |      |
|                            | 계  | 11( 5.2) | 31(14.6) | 62(29.2) | 76(35.8) | 32(15.1) |          |    |      |
| 소설외 문학도서                   | 남자 | 3( 2.7)  | 23(20.7) | 36(32.4) | 37(33.3) | 12(10.8) | 11.807   | 4  | .019 |
|                            | 여자 | 1( 1.0)  | 34(33.7) | 42(41.6) | 19(18.8) | 5( 5.0)  |          |    |      |
|                            | 계  | 4( 1.9)  | 57(26.9) | 78(36.8) | 56(26.4) | 17( 8.0) |          |    |      |
| 실용취미도서<br>(컴퓨터, 여행, 오락 등)  | 남자 | 12(10.8) | 19(17.1) | 49(44.1) | 24(21.6) | 7( 6.3)  | 8.638    | 4  | N.S  |
|                            | 여자 | 9( 8.9)  | 35(34.7) | 36(35.6) | 16(15.8) | 5( 5.0)  |          |    |      |
|                            | 계  | 12( 5.7) | 54(25.5) | 85(40.1) | 40(18.9) | 12( 5.7) |          |    |      |
| 만화, 무협지 등 판타지류             | 남자 | 21(18.9) | 12(10.8) | 29(26.1) | 24(21.6) | 25(22.5) | 15.489   | 4  | .004 |
|                            | 여자 | 6( 5.9)  | 18(17.8) | 17(16.8) | 21(20.8) | 39(38.6) |          |    |      |
|                            | 계  | 27(12.7) | 30(14.2) | 46(21.7) | 45(21.2) | 64(30.2) |          |    |      |

4.1.5. 대학생의 독서 장애요인과 성별차이

대학생들의 가장 커다란 독서 장애요인은 ‘습관이 안 되어서’(M=3.36)인 것으로 나타났다. 또 다른 장애요인으로서는 ‘인터넷을 이용 하느라고’(M=3.26), ‘시간

이 없어서'(M=3.25), '지루해서' (M=3.00), 'TV를 시청 하느라고'(M=2.80), '독서의 필요성을 못 느껴서'(M=2.15) 순으로 나타났다(<표 5> 참조). 따라서 향후 대학생의 독서율을 끌어올리기 위해서는 인터넷을 통한 독서활성화 전략이 개발되어야 할 것이며, 독서를 생활화 및 습관화하는 지속적인 독서 캠페인도 요구된다. 예를 들면 '책읽어주기 운동', '아침10분 독서운동', '책의 바다에 빠뜨리기 운동' 등 책읽기 장려운동을 전개하여 학생들이 책 읽는 습관을 형성하게 하는 것은 독서활성화 정책이 될 수 있다.<sup>35)</sup>

<표 5>에 제시되어 있듯이, 남학생이 여학생보다 독서의 필요성을 못 느끼거나 또는 독서 습관이 함양되어 있지 못한 것으로 나타났다. 그러나 시간이 없어서, 지루해서, TV 시청 때문에, 인터넷을 이용하기 때문의 항목에서의 성차는 통계적으로 유의미하지 않았다.

<표 5> 성별에 따른 독서 장애요인

(단위: 건수, %)

| 문항             | 구분 | N   | M(SD)      | t        |
|----------------|----|-----|------------|----------|
| 시간이 없어서        | 남  | 111 | 3.22(1.13) | -0.281   |
|                | 여  | 101 | 3.26(1.03) |          |
| 지루해서           | 남  | 111 | 3.04(1.17) | .696     |
|                | 여  | 101 | 2.94(.98)  |          |
| TV 시청 때문에      | 남  | 111 | 2.69(1.18) | -1.318   |
|                | 여  | 101 | 2.91(1.20) |          |
| 인터넷을 이용 때문에    | 남  | 111 | 3.28(1.26) | .311     |
|                | 여  | 101 | 3.23(1.08) |          |
| 독서의 필요성을 못 느껴서 | 남  | 111 | 2.37(1.00) | 3.718*** |
|                | 여  | 101 | 1.90(.84)  |          |
| 습관이 안 되어서      | 남  | 111 | 3.51(1.22) | 1.908*   |
|                | 여  | 101 | 3.18(1.25) |          |

( \*: p<.05, \*\*: p<.01, \*\*\*: p<.001)

35) 송정숙, "정보화 시대의 '책읽는 학교' 만들기의 방안," 『한국도서관·정보학회』 제33권 제3호 (2002. 9), 301-303.

4.1.6. 독서활성화를 위한 매체활용과 성별차이

대학생들이 인식하는 독서활성화를 위한 효과적인 매체활용방법은 ‘인터넷에서 책 정보 제공’(M=3.97)인 것으로 나타났다. 이어서 ‘TV에서 책 정보 제공’(M=3.88), ‘다양한 독서운동캠페인 전개’(M=3.78), ‘교사 및 부모의 독서교육’(M=3.71), ‘신문에서 책 정보 제공’(M=3.70), ‘도서관에서 다양한 독서프로그램 운영’(M=2.80), ‘베스트셀러 목록활용’(M=3.48) 순으로 나타났다(<표 6> 참조). 향후 독서활성화를 도모 위해서는 온라인 매체를 적극 이용하여 이들의 욕구에 맞는 정보 및 콘텐츠를 개발하여 제공하는데 초점을 두어야 할 것이다. 이와 더불어 TV, 신문 등 매체를 통한 독서운동을 활성화시키는 것도 제고할 만하다.

<표 6>에 제시되어 있듯이, 남학생보다 여학생이 독서활성화를 위해서는 ‘TV 매체 활용’, ‘신문 매체활용’, ‘도서관이 독서프로그램 운영’, ‘교사 및 부모의 독서교육’을 강조하였다. 그러나 독서활성화를 위한 인터넷 활용 및 독서운동 캠페인, 베스트셀러 목록 활용방안 등에 대해서는 성차가 나타나지 않았다.

<표 6> 성별 독서활성화를 위한 매체활용 (단위: 건수, %)

| 문항                  | 구분 | N   | M(SD)      | t        |
|---------------------|----|-----|------------|----------|
| 인터넷에서 책 정보 제공       | 남  | 111 | 3.92(.90)  | -.845    |
|                     | 여  | 101 | 4.02(.83)  |          |
| TV에서 책 정보 제공        | 남  | 111 | 3.76(.98)  | -2.053*  |
|                     | 여  | 101 | 4.01(.87)  |          |
| 신문에서 책 정보 제공        | 남  | 111 | 3.50(.93)  | -3.387** |
|                     | 여  | 101 | 3.92(.89)  |          |
| 베스트셀러 목록 활용         | 남  | 111 | 3.52(1.02) | .672     |
|                     | 여  | 101 | 3.42(1.07) |          |
| 다양한 독서운동 캠페인 전개     | 남  | 111 | 3.66(1.04) | -1.854   |
|                     | 여  | 101 | 3.91(.92)  |          |
| 도서관에서 다양한 독서프로그램 운영 | 남  | 111 | 3.47(1.12) | -33.61** |
|                     | 여  | 101 | 3.95(.95)  |          |
| 교사 및 부모의 독서교육       | 남  | 111 | 3.54(1.10) | -2.480** |
|                     | 여  | 101 | 3.90(1.00) |          |

(\*: p < .05, \*\*: p < .01, \*\*\*: p < .001)

#### 4.2 대학생의 향후 독서가능성에 미치는 매체

본 연구는 대학생의 향후 독서가능성에 미치는 매체의 영향을 알아보기 위하여 ‘인터넷에서 책 정보 제공’, ‘TV에서 책 정보제공’, ‘신문에서 책 정보 제공’, ‘베스트셀러 목록 활용’, ‘다양한 독서 캠페인 전개’, ‘도서관에서 독서프로그램 운영’, ‘교사 및 부모의 독서교육’ 등을 ‘향후 독서가능성’에 일괄적으로 회귀시켜 분석하였다(<표 7>참조).

<표 7> 향후 독서가능성에 영향을 미치는 요인

| 독립변수          | 향후 독서가능성 |        |       |        |      |
|---------------|----------|--------|-------|--------|------|
|               | B        | SE B   | Beta  | T      | Sig  |
| 인터넷에서 책정보 제공  | .148     | .066   | .157  | 2.243  | .026 |
| TV에서 책정보 제공   | .001     | .074   | .001  | .008   | .994 |
| 신문에서 책정보 제공   | .195     | .070   | .219  | 2.806  | .006 |
| 베스트셀러 목록 활용   | -.199    | .051   | -.250 | -3.897 | .000 |
| 다양한 독서캠페인 전개  | -.021    | .075   | -.025 | -.278  | .782 |
| 도서관의 독서프로그램운영 | .118     | .067   | .152  | 1.755  | .081 |
| 교사 및 부모의 독서교육 | .123     | .055   | .158  | 2.241  | .026 |
| (Constant)    | 2.597    | .311   |       | 8.351  | .000 |
| R square      | .243     |        |       |        |      |
| F Value       | 9.331    | Sig. = | .000  |        |      |
| N             | 212      |        |       |        |      |

<표 7>에 제시된 것처럼, ‘향후독서가능성’은 ‘인터넷에서 책 정보 제공’(Beta=.157), ‘신문에서 책 정보 제공’(Beta=.219), ‘베스트셀러 목록활용’(Beta=-.250), ‘교사 및 부모의 독서교육’(Beta=.158)에 의해서만 영향을 받고, ‘TV에서 책 정보 제공’, ‘다양한 독서 캠페인 전개’, ‘도서관의 독서프로그램 운영’에 대해서는 영향을 받지 않는 것으로 나타났다. 즉 인터넷 및 신문에서 책정보가 다양하게 제공될수록 향후 독서가능성을 더 높이는 반면, 베스트셀러 목록은 오히려 독서 가능성을 더 줄일 수 있다. 또한 교사 및 부모의 독서교육도 향후 독서가능성을 높이는데 중요한 역할을 할 수 있다.

## 5. 결론 및 제언

본 연구는 독서문화의 중요한 역할을 담당하는 미디어의 역할 및 활용실태를 살펴보았다. 또한 본 연구는 독서활성화를 위하여 미디어 활용전략을 도출하기 위하여 대학생들이 독서에 대하여 어떠한 태도를 보유하고 있는지, 독서활성화를 위하여 어떤 매체전략을 제안해야 하는지를 규명하였다. 본 조사에서 얻은 결과를 요약하고 이에 따른 독서활성화 방안을 제안하면 다음과 같다.

첫째, 대학생의 독서태도와 이용실태는 다음과 같다.

① 대학생 86.3%가 독서의 필요성을 절감하고 있었다. 그러나 이들의 독서만족도는 54.8%에 머물렀다. 따라서 향후 독서율을 끌어올리기 위해서는 독서행위의 만족도에 초점을 둔 전략이 필요하며 지속적으로 이에 대한 체계적이고 심층적이고 만족도 조사가 뒷받침되어야 할 것이다.

② 대학생 42.5%는 'TV 및 신문에서 제공하는 정보에 입각하여' 40.6%는 '베스트셀러 목록을 보고' 읽을 책을 선정하였다. 향후 대학생의 독서율을 끌어올리기 위해서는 대인커뮤니케이션에 의한 방안 보다는 TV나 신문을 통한 전략 및 세분화되고 전문화된 베스트셀러 목록 개발이 뒷받침 되어야 할 것이다.

③ 대학생들은 '습관이 안 되어서'와 '인터넷 활용 때문에'라는 요인을 독서의 주요 장애요인으로 꼽았다. 향후 대학생의 독서활성화를 위해서는 독서를 생활화 및 습관화할 수 있는 독서캠페인을 개발하여야 할 것이며 특히 이러한 전략은 온라인 매체를 통하여 활용되어야 할 것이다.

④ 대학생들은 독서 활성화 방안으로 '인터넷 사이트 활용', 'TV 활용', '다양한 독서운동진개' 등의 전략을 중요한 요인으로 지적하였다. 향후 독서 활성화방안 으로서는 온라인 및 오프라인 매체를 적극 이용하여야 할 것이며 이 매체에 적합한 정보 및 콘텐츠를 개발하는데 초점을 두어야 할 것이다. 더불어 대중적인 독서 캠페인도 개발하여 실시하여야 할 것이다.

둘째, 대학생의 독서태도와 이용실태의 성차를 살펴보면 다음과 같다.

① 여대생이 남자대학생에 비하여 독서만족도가 높게 나타났다. 따라서 남자대

학생의 만족도를 높일 수 있는 접근이 요구된다.

② 읽을 책을 선정하는 과정에서, 남학생은 주로 TV나 신문을 반면, 여학생은 베스트셀러 목록에 의존하는 경향을 보였다. 독서인구 확대정책에서 남학생을 유입하기 위해서는 언론매체를 적극 활용하는 것이 바람직한 것으로 보인다.

③ 여학생이 남학생에 비하여 온라인 서점 활용 및 도서관 활용도에서 높은 경향을 보였다. 따라서 남학생을 온라인 서점으로 유입할 수 있는 다양한 온라인 콘텐츠 개발이 요구된다. 예를 들면 남학생들이 선호하는 서적장르(예, 판타지류)를 포털사이트에 광고를 하거나 무료의 정보 서비스를 제공하는 적극적인 홍보 PR 전략이 필요하다. 또한 도서관에서도 남학생을 유입할 수 있는 프로그램을 마련하여야 할 것이다.

④ 남학생이 여학생보다 책읽기가 습관화 되어 있고, 또 독서의 필요성을 더 느끼지 못하는 것으로 나타났다. 따라서 이들을 위해서는 단기적으로는 온라인을 활용한 독서활성화 정책을 피해야 할 것이다. 장기적으로는 가정 및 학교에서 지속적인 교육을 통하여 적극적인 책읽기 습관을 함양하도록 유도하여야 할 것이다

⑤ 남학생에 비하여 여학생은 ‘TV매체 활용’, ‘교사 및 부모 독서교육’, ‘도서관의 적극적인 독서프로그램 운영’ 등을 독서활성화 방안으로 인식하였다. 따라서 이들의 욕구를 충족시킬 수 있는 적극적인 매체개발이 요구된다.

셋째, 독서활성화에 영향을 미치는 매체에 대한 연구결과는 다음과 같다.

본 연구 결과, 온라인 및 대중매체(예 신문)에서의 책 정보가 향후 독서 인구 확대의 주요 매체로 확인되었다. 또 대인커뮤니케이션 채널 가운데 교사 및 부모의 독서교육도 향후 독서율 제고의 주요 역할을 수행할 수 있다. 그러나 베스트셀러 목록 제공은 오히려 독서율을 높이는데 있어서 부정적인 영향력을 미칠 가능성을 보여주었다.

이상의 연구 결과를 토대로 하여서 본 연구는 독서활성화를 위한 미디어 전략을 다음과 같이 제언하고자 한다. 첫째, 일상적인 ‘책 읽는 습관 배양하기’ 정책을 개발하여 독자들 특히 어린이 및 청소년들이 책을 읽는 습관을 함양할 수 있도록 하여야 할 것이다. 예를 들면 미디어와 연계하여 ‘책읽어주기 운동’, ‘아침10분 독서운동’,

‘책의 바다에 빠뜨리기 운동’, ‘책 읽는 사회 만들기 운동’, ‘거실을 서재로 운동’을 보다 범국민운동으로 확대하고 이를 지속화 하는 것도 좋은 방법이 될 수 있다.

둘째, 온라인 매체를 적극 활용하여야 할 것이다. 온라인 매체를 통하여 다양한 독서관련 정보를 제공하고, 또 온라인 독서 동호회 등 독서관련 조직들을 결성하거나, 온라인 서점 및 e-Book 영역을 확대하는 것을 예로 들 수 있다. 나아가 지속적으로 온라인과 오프라인을 연결시키는 정책도 마련하여야 할 것이다.

셋째, TV, 신문 등 매스 미디어의 시간과 지면을 적극 활용하여야 할 것이다. 이들 매체를 통하여 책이나 책읽기를 홍보하고 PR하여야 할 것이며 오프라인에서 개발된 다양한 독서 관련 이벤트를 매체를 통하여 널리 알려야 할 것이다.

넷째, 정부 및 출판관련 단체는 독서활성화정책 도모에 적극 참여하여야 할 것이며 또 독서교육을 공교육 체제 속에서 시행할 수 있도록 미디어교육정책 마련에도 관심을 쏟아야 할 것이다. 이와 더불어 정부 및 출판관련 단체는 가정에서 책읽기가 이루어질 수 있는 보편적인 독서운동도 지속적으로 개발, 확산시켜야 할 것이다.

다섯째, 출판사, 서점업계, 도서관업계는 독서문화운동의 주체가 되어서 영리적인 목적 이외에도 문화적인 목적을 수행하는데 적극적이어야 할 것이다. 예를 들면 독서관련 캠페인의 주체가 되어서 책 읽는 문화 만들기에 앞장서야 할 것이다.

여섯째, 향후 과학적인 매체활용전략이 마련되어야 할 것이다. 책 관련 정보를 온라인 매체 및 신문 등 대중매체를 통하여 홍보하여야 할 것이며, 한편에서는 교사 및 부모, 자녀 등이 포함된 다양한 독서조직들이 활성화되어야 할 것이다.

이상으로 대학생의 독서 태도와 독서 활성화를 위한 매체 활용 전략을 살펴본다. 본 연구는 연구 설계와 관련하여 몇 가지 한계점들을 안고 있어서 그 결과를 일반화하는데 제약이 있다. 먼저, 자료수집이 특정지역에서만 이루어졌기 때문에 표본의 대표성을 확보하는데 어려움이 있다는 점을 들 수 있다. 둘째, 본 연구는 대학생들이 왜 책을 읽지 않는지, 어떻게 매체를 활용하는지, 독서활성화를 위해서는 어떤 대안을 우선적으로 마련해야 하는지에 관한 분석이 심층적으로 제시되어 있지 않다. 따라서 이를 보완하기 위해서는 대학생의 독서행태 및 매체활용전

략에 관한 후속연구가 다각적으로 이루어져야 할 것이다. 특히 이들의 독서를 하지 않는 이유를 밝힐 수 있는 질적 연구는 이 분야에 대한 우리의 이해를 확대하는데 도움을 줄 것이다.

### <참고문헌>

- 김광수. “포스트PC 환경의 e-Book 활성화 방안.” 「디지털콘텐츠 컨퍼런스 2002 서울세션자료집」 (2002. 12).
- 김경일. “전자책 콘텐츠의 이용자 증대에 관한 연구-접근성의 확대를 중심으로.” 「한국출판학연구」 제50호(2006. 6). 5-23.
- 김두식. “e-Book산업구조 개편에 관한연구.” 「한국출판학연구」 제48호(2005. 6). 70-108.
- 김재윤. “한국신문의 부리뷰 지면과 서평.” 「보도비평-신문의 부리뷰, 무엇이 문제인가」. 서울: 한국언론재단, 2002. 16-63.
- 김선남, 오용섭, 정현욱. “유비쿼터스 시대의 e-Book에 관한 연구.” 「서지학연구」 제26호(2003. 12). 197-218.
- 김선남, 박홍재. “한국 베스트셀러 집계방식에 관한 연구.” 「한국출판학연구」 제51호(2006. 12). 63-94.
- 김수경. “독서의 본질과 독서프로그램 운영.” 「한국도서관·정보학회지」 제37권 제3호(2006. 9). 235-263.
- 김정숙. “u-Book 콘텐츠 개발 동향 및 활성화 방안연구.” 「한국출판학연구」 제50호(2006. 6). 55-81.
- 남명자. 「어린이와 텔레비전 환경」. 서울: 나남, 1996.
- 백원근. “메스컴의 독서정보 의제설정과 출판발전과정.” 「제11회 한국출판학회 정기학술대회 발제논문」 (2002. 6). 29-57.
- 성동규. 「청소년의 여가시간 활용실태와 독서습과 개선방안연구-영상미디어를 활용한 독서진흥방안을 중심으로」. 서울: 간행물윤리위원회, 2001.

- 성동규, 서보윤. “독서활성화를 위한 영상미디어의 활용에 관한 연구-영상미디어화된 출판물의 독서동기를 중심으로.” 『한국출판학연구』 통권 제43호(2001. 11). 205-240.
- 성동규, 박상호. “u-Book이용에 관한 기대가치론적 연구.” 『한국출판학연구』 제51호(2006. 12). 174-202.
- 송정숙. “정보화 시대의 ‘책읽는 학교’만들기의 방안.” 『한국도서관·정보학회』 제33권 제3호(2002. 9). 281-310.
- 이병혜. “유비쿼터스 출판의 미래와 전망.” 『한국출판학연구』, 제48호(2005. 6), 247-307.
- 이용준. “e-Book 콘텐츠의 수익구조 개선방안에 대한 연구.” 『한국출판학연구』 제48호(2005. 6). 275-307.
- 이연옥. “학교 독서교육 정책에 대한 비판적 고찰.” 『한국도서관·정보학회지』 제37권 제3호(2006. 9). 229-234.
- 이정춘. “독서와 출판문화.” 『현대출판론』 서울: 세계사, 1997.
- 정현욱, 강혜영. “남녀 대학생의 독서매체활용에 관한 계량적 연구.” 『서지학연구』 제29집(2004. 12). 165-187.
- 한기호. “2002년 출판계 결산.” 『출판문화』 2002, 32.
- 통계청(2007). <http://www.nso.go.kr/> (2007. 5. 15 인용)
- 국립중앙도서관, 한국출판연구소. 『2006년 국민독서실태조사』. 서울: 국립중앙도서관, 2006.
- 인정 많은 사회가 고마워(2007. 5. 15). 조선일보 24면.
- ‘아침독서운동’시민들도 함께 하자(2007. 4. 23). 국민일보 15면.
- 가구당 한달 책 구입비 7900원...담배·화장품값 절반도 안돼(2007. 4. 3). 국민일보 15면.
- 책읽기 365. 아침마다 배달되는 양식... 쏟아지는 호응과 격려(2007. 2. 2). 경향신문 3면.
- 라디오 독서프로그램이 동영상으로(2007. 4. 23). 내일신문 19면.
- 책읽는 시간이 쫓겨 수준이라는데(2005. 7. 1). 한겨레신문.