



전자책과 종이책 독자의 도서 구매 의도와 성향 연구

- 서점에서 구매하는 상황을 중심으로

Book reader's shopping orientation between printed book and e-book

저자 (Authors)	정재열, 신동희 Jaeyeol Jeong, Dong-Hee Shin
출처 (Source)	한국HCI학회 학술대회 , 2014.2, 1135-1137 (3 pages)
발행처 (Publisher)	한국HCI학회 The HCI Society of Korea
URL	http://www.dbpia.co.kr/Article/NODE02374811
APA Style	정재열, 신동희 (2014). 전자책과 종이책 독자의 도서 구매 의도와 성향 연구. 한국HCI학회 학술대회, 1135-1137.
이용정보 (Accessed)	서울대학교 147.46.179.*** 2016/10/31 14:15 (KST)

저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다.

이 자료를 원저작자와의 협의 없이 무단게재 할 경우, 저작권법 및 관련법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

Copyright Information

The copyright of all works provided by DBpia belongs to the original author(s). Nurimedia is not responsible for contents of each work. Nor does it guarantee the contents.

You might take civil and criminal liabilities according to copyright and other relevant laws if you publish the contents without consultation with the original author(s).

전자책과 종이책 독자의 도서 구매 의도와 성향 연구

서점에서 구매하는 상황을 중심으로

Book reader's shopping orientation between printed book and e-book

정재열, Jaeyeol Jeong*, 신동희, Dong-Hee Shin**

요약 전자책의 등장으로 도서에 대한 소비와 구입 행태의 변화가 생겨나고 있다. 최근에는 전자잉크기반의 전자책 장치뿐만 아니라 스마트폰과 태블릿PC의 보급으로 멀티미디어 구현이 가능한 전자책 시장도 커지고 있는 상황에서 대형서점에는 전자책과 종이책을 동시에 진열하고 있다. 이러한 배경에서 본 연구는 서점에서의 도서 탐색과 구입의 상황에서 도서의 형태(종이책과 전자책)와 도서의 장르(소설과 잡지)에 따른 소비자의 구매의도에 대한 연구이다. 실험과 설문지를 통해 얻은 결과는 전자책 독자는 책을 구입할 때 작가의 명성을 중요시 고려하고 책을 구입하는 반면, 종이책 독자는 수집용으로서의 도서 자체의 소장 가치에 더 중점을 두고 있는 것으로 분석되었다.

Abstract This paper reports on a study which aimed to investigate the potential for electronic book (e-book) devices within a book store context. The main method of data collection was a questionnaire distributed to all readers who intended buying a book during the experiment. Results are discussed in terms of the shopper's purchase intention and shopping orientation to the e-book contents and the printed books. Data analysis results show two main effects. First, e-book readers are more consider writer's reputation than printed book when they purchase the e-book contents. Second, printed book readers have more regard to value of book as collection goods when they pay for it.

핵심어: *Shopping orientation, Electronic book*

* 주저자 : 성균관대학교 인터랙션 사이언스 학과 석·박사통합과정 e-mail: jae10@skku.edu

**공동저자 : 성균관대학교 인터랙션 사이언스 학과 교수 e-mail: dshin@skku.edu

1. 서론

인류역사에 있어서 도서는 인류의 지식과 정보를 기록하고 전달해주는 가장 핵심적인 도구였다. 다양한 기술과 컴퓨터의 발전을 통해 디지털을 이용한 정보 기록과 확산은 그 이전의 속도와 양에 비교할 수도 없을 만큼 빠르고 편리하게 엄청난 양의 정보를 제공할 수 있게 되었다. 그 중 전자책은 디지털 형태의 콘텐츠를 독자에게 제공함으로써 기존 종이책이 갖고 있던 물리적, 경제적 등 다양한 한계들을 극복할 수 있게 되었다. 또한 전자책 장치의 발전은 전자책 시장의 발전에 있어서 매우 중요한 요소이다. 전자잉크를 이용하여 인쇄한 책에서 보는 글씨와 흡사하게 전자적으로 구현하면서 화면으로 책을 읽는 행태를 종이책으로 읽는 경험을 구현한다. 또한 스마트폰과 태블릿PC의 보급은 다양한 장르의 전자책 보급을 가속화하고 멀티미디어를 함께 구현함으로써 종이책이 제공하지 못하던 새로운 독서 경험을 제공해 준다. 이러한 시대적 흐름에서 책의 형태(종이책과 전자책)와 장르에 따른 소비자의 도서 구입 행태와 의도에 대한 연구를 하고자 한다.

2. 관련 연구

Landoni 외 동료들의 전자책 이용행태에 대한 관련 연구에 의하면 사용자들은 화면상에 전자적으로 되어 있는 글씨를 읽는데 어려움을 느끼고 불편해하며 인쇄된 종이책으로 글을 읽는 것을 선호한다고 했다. 종이책과 전자책의 특징에 대한 관련 선행연구들을 종합해보면 표1.과 같이 정리할 수 있다.[2][3]

표 1. 종이책과 전자책의 비교

관 점	항 목	종 이	화 면(전자책)
기술성	물리적 성질	무게감, 이동감, 촉감	가상(virtual)
	상호작용 매체	손, 손가락, 펜 등	터치스크린, 조작 버튼, 키보드 등
	읽는 장소	물리적인 책	다양한 장치
	보존성	종이의 보존 상태영향	무한대
표상성	보이는 단위	쪽, 장	다양함
	레이아웃	고정형	다양함
	개인화	없음	글씨크기, 색, 밝기 등
	정보의 구조	순차적	다양함
	정보의 암시	페이지 크기, 두께	다양함
	미디어	글, 그림, 표 등 인쇄가능한 모든 것	글, 그림, 표, 비디오, 오디오, 웹페이지, 지도 등
상호작용성	방향	앞, 뒤	다양함
	검색	사용자의 표시 또는 기억	다양함

3. 실험

3.1 실험 도구

3.1.1 도서 설정

온라인 설문을 통해 텍스트 중심의 소설류와 이미지 중심의 잡지류에 대한 선호 도서를 조사하였다. 그 중 종이책과 전자책으로 출판된 도서 중 최고 선호도와 최저 선호도의 중간에 있고 소설책 4종, 잡지책 4종을 선정하였다.

3.1.2 전자책 디바이스 설정

멀티미디어 구현이 가능한 태블릿 PC중 비슷한 화면크기를 갖고 있는 Apple의 iPad2와 삼성의 Galaxy tab 10.1을 사용하여 동일한 콘텐츠와 동일한 조건으로 12명을 대상으로 사전 테스트를 하였다. 전자책 경험에 있어서 iPad2의 반응속도와 조작감이 더 좋은 것으로 평가되어 최종 실험 도구로 선정하였다.

3.2 실험 절차

평소 도서구입을 하는 20대 대학생을 대상으로 피험자를 모집하였다. 4개의 피험자 그룹을 만들고 남녀성비를 동일한 조건으로 실험을 실시하였다.[표2.]

표 2. 피험자 그룹 (총 64명, 4그룹)

	종이책	전자책
소설	여성 8명, 남성 8명 평균 24.3세 (표준편차 1.53)	여성 8명, 남성 8명 평균 24세 (표준편차 1.58)
잡지	여성 8명, 남성 8명 평균 24.69세 (표준편차 1.10)	여성 8명, 남성 8명 평균 24.19세 (표준편차 1.38)

각 그룹은 서점에서 도서구입을 위한 쇼핑을 한다는 상황에 동일한 조건으로 진열되어 있는 책을 30초 동안 쇼핑하고 구매에 대해 고려하도록 하였다. 주어진 시간이 지나고 설문지 작성을 하였다. 구매 의도는 리커트 척도 7점으로 '이 책을 꼭 구매하고 싶다'를 설문하였고, 도서 구입 시 중요하게 고려하는 사항에 대한 쇼핑성향[표3.]과 종이책, 전자책 사용 경험에 대한 설문을 실시하였다.

표 3. 쇼핑성향 설문

쇼핑성향(Shopping Orientation)	
S01	책의 명성
S02	정보의 길이
S03	소장가치
S04	작가/저자의 유명도
S05	가격
S06	베스트셀러 여부
S07	디자인
S08	광고여부

4. 실험 결과 및 분석

설문을 통해 수집한 데이터는 SPSS for window 17.0를 이용하여 t-검정을 실시하였다. 구매 의도(Purchase Intention)에 대해서는 종이책, 전자책 모두 장르에 상관없이 통계적으로 유의미한 차이가 없었다.[표4.]

표 4. 설문 결과에 대한 통계 분석표

구매의도에 대한 t-검정				
	Book1	Book2	Book3	Book4
도서 형태 (종이, 전자)	t(62) = 1.00 p = .32	t(62) = .68, p = .50	t(62) = .40, p = .68	t(62) = .36, p = .72
장르 (소설, 잡지)	t(62) = -0.2, p = .84	t(62) = .68, p = .50	t(62) = -1.51, p = .13	t(62) = -.64, p = .52

독자의 쇼핑 성향에 대해서는 8가지 항목 중 2가지가 통계적으로 유의미한 결과가 나왔다. 전자책 독자는 소설이나 잡지 장르에 관계없이 전자책 구입 시 작가 또는 저자의 명성이나 유명한 정도를 중요하게 고려한 것으로 분석되었다. (SO4: t(df)=-2.04(61.9), p=0.045) 종이책 독자의 경우, 장르 관계없이 도서구입 시 도서의 소장가치를 중요하게 고려하는 것으로 나타났다.(SO3: t(df)=2.13(59.6), p=0.037) [표5.]

표5. 전자책과 종이책 쇼핑 성향 (Shopping Orientation)에 대한 t-검정

	전자책		종이책		t-검정
	Mean	SD	Mean	SD	
SO1	3.90	1.80	4.62	1.94	0.065
SO2	4.31	1.85	4.62	1.80	0.498
SO3	3.00	1.62	3.96	1.99	0.037*
SO4	4.93	1.62	4.09	1.67	0.045*
SO5	3.87	1.77	3.81	1.78	0.888
SO6	3.68	1.44	4.06	1.88	0.375
SO7	3.87	1.99	4.18	1.85	0.519
SO8	3.84	1.76	4.12	1.79	0.529

*p<.05

5. 결론

본 논문은 전자책과 종이책 독자를 상대로 실험을 통해 도서구입 의도와 쇼핑 성향을 알아보는 연구를 실시하였다.

도서 구입 의도에 대해서는 전자책과 종이책 모두 장르에 크게 영향을 받지 않고 구입을 하는 것으로 밝혀졌다. 이는 전자책의 보급과 지속적인 기술의 발전을 통해 기존 종이책에 익숙해있던 독자들뿐만 아니라 책을 읽는데 있어서 독자가 느끼는 전자책 독서 경험에 대한 이질감이 많이 줄어든 것으로 볼 수 있다. 또한 전자책이 제공하는 다양한 장점 또한 도서구입을 결정하는데 영향을 주는 것으로 분석할 수 있다. 서점 상황에서 도서 구입 쇼핑 성향에 대해서는 전자책 독자들은 도서 구입 시 작가나 저자의 명성과 유명한 정도를 중점적으로 고려하는 것으로 나타났다. 이는 전자책의 특성상 물리적으로 느껴지는 부분보다는 드러나는 정보의 형태가 디지털 콘텐츠로 되어 있기 때문에 저자 또는 작가의 명성에 의지하여 구매하는 것으로 분석된다. 반면에, 종이책을 구입하는 독자는 도서의 소장가치를 도서 구입 시 가장 중요하게 고려하는 것으로 결과가 나왔다. 이는 종이책은 디지털 콘텐츠와는 달리 시각적 정보 외에 촉각, 후각 등 물리적인 영향과 함께 도서의 콘텐츠를 떠나 도서 자체의 물질적 소장에 의미를 두고 구입을 결정하는 것으로 분석된다. 본 연구를 통해 도서구입이라는 행위에서 독자의 책을 읽는 경험뿐만 아니라 정보를 얻고 소장하는 모든 과정을 소비자 중심의 관점으로 실험을 진행하여 도서 구입의도와 성향을 알아보는데 의의가 있다. 출판시장과 정보통신시장을 융합하는 형태의 무한한 잠재력을 가지고 있는 전자책과 침체되어 있는 종이책 시장의 소비성향에 대한 실험적 접근으로써 지속적으로 연구할 가치가 있다고 볼 수 있다.

참고문헌

- [1] Landoni, Monica, and Gillian Hanlon. "E-book reading groups: interacting with e-books in public libraries." Electronic Library, The 25.5 (2007): 599-612.
- [2] Lemken, Birgit. "Ebook: The missing link between paper and screen." Proceedings of Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI 99 Workshop on Designing Electronic Books). 1999.
- [3] Dillon, A. (1994). Designing usable electronic text—Ergonomic aspects of human information usage, Taylor & Francis.
- [4] Morse, D. H., & Clintworth, W. A. (2000). Comparing patterns of print and electronic journal use in an academic health science library. In Science and Technology Librarianship, 28