

인터넷 서점 이용자의 주관성에 관한 Q 분석*

Q Analyses of the Structure of Internet Bookstore Users' Subjectivity

정 현 옥(Jung, Huyn-Wook)**

강 혜 영(Kang, Hye-Young)***

김 선 남(Kim, Sun-nam)****

< 목 차 >

I. 서론	IV. 연구결과
II. 이론적 배경	1. Q 유형의 형성
III. 연구 문제 및 연구방법	2. 유형별 특성
1. 연구문제	3. 각 유형간의 차이점과 공통점
2. 연구방법	V. 요약 및 결론

초 록

본 연구는 인터넷 서점 이용자의 신념, 가치, 태도 등의 주관성(Subjectivity) 구조의 특성을 Q 방법론으로 규명하였다. 본 연구는 36개 Q 표본과 28명 P 표본을 구성하여 2005년 4월 15일에서 22일까지 8일간 조사를 하였다. 본 연구는 다음의 같다. 첫째, 인터넷 서점 이용자 구조는 3가지 유형이었다. 제1유형은 "경제적 이익추구형"이다. 이들의 인터넷 서점 이용은 경제성을 추구하는 목적지향적인 행위이다. 이들은 인터넷 서점이 제공하는 컨텐츠보다는 저렴한 책값에 관심을 두었다. 이 유형은 주로 대학생 계층에서 두드러졌다. 제2유형은 "정보추구형"이다. 이들은 새로운 정보나 전문적인 정보를 얻기 위하여 인터넷 서점을 방문한다. 이들은 여성계층에서 뚜렷하였다. 제3유형은 "편의추구형"이다. 이들은 인터넷 서점이 보유하고 있는 접근가능성, 편리함 등에 관심을 두고 있으며 현실적인 문제(예, 배송, 책값, 활용가능성, 경품권제공, 결제 등)에 관심을 두었다. 이들은 직장인 계층에서 두드러졌다. 인터넷 서점은 향후 다양한 이용자들의 욕구를 충분히 파악하여 세분화되고 차별화된 이용자 지향 정책을 마련해야 할 것이다.

주제어: 인터넷 서점, 주관성, Q 방법론

ABSTRACT

This paper examined the structure of internet bookstore users' subjectivity by focusing on their beliefs, values and attitudes. Q methodology was utilized for the study. After constituting 36 Q sample and 28 P sample, data were collect from April 15, 2005 to April 22 2005. The analyses showed 3 types of subjectivity structures. The first one was "the economic benefit-seeking type." Those in this type were motivated to use internet bookstores to achieve economic benefits. They paid more attention to the prices discounted than the web site contents provided by internet bookstores. This type was conspicuously found among college students. The second one was the "information-seeking type." People in this category made visits to internet bookstores in order to obtain new information or professional materials. This type was dominantly found among women. The third one was the "convenience-seeking type." Those in this type were concerned not only with the accessibility and convenience, but also with such practical issues as delivery, price, applicability, payment, and bonus. This type was conspicuously observed among white collar workers. These findings suggests that in order to make internet bookstores more attractive to users, it is demanded to understand various needs held by users and map out sophisticated marketing strategies on the basis of such a knowledge.

Key Words: Internet Bookstore, Subjectivity, Q-Methodology

- * 이 논문은 2005년도 원광대학교 교비지원에 의해서 수행됨.
- ** 원광대학교 정치행정언론학부 교수(jungyun@wonkwang.ac.kr) (제1저자)
- *** 전북대학교 문헌정보학과 교수(khelen@chonbuk.ac.kr) (공동저자)
- **** 원광대학교 정치행정언론학부 부교수(sunkim@wonkwang.ac.kr) (공동저자)
- 접수일: 2005년 5월 20일 • 최종심사일: 2005년 5월 30일 • 최종심사일: 2005년 5월 30일

I. 서론

독서 인구가 지속적으로 감소하고 있다. 특히 독서의 주요 계층인 20-30대 젊은 층의 인터넷 사용 확대와 TV시청률이 독서 시간 및 독서 능력 감퇴의 직접적 변수로 지목받고 있다. 우리 국민의 매체 활용시간을 살펴보면 지난 1995년에 비하여 2000년에는 TV 시청시간은 5분이나 증가하였지만 독서 시간은 7분 감소한 바 있다.¹⁾

최근 들어 독서활성화를 위한 다양한 캠페인 개발, TV와 신문매체의 독서관련 프로그램 증가, 인터넷 서점의 부상 등과 같은 새로운 독서 매체 환경변화는 독서율을 끌어올리고 있다. 2004년 현재 성인의 경우 연평균 독서량이 11.0권으로 나타났는데 이것은 지난 2002년 과 2002년 조사에 비하여 1.0권 증가한 것이었다.²⁾

특히 최근 인터넷은 우리 사회의 필수불가결한 매체로 자리매김하고 있다. 인터넷 사용 인구는 3천 만명을 넘어섰으며, 6세 이상의 68.2%가 인터넷을 사용하고 있다고 한다.³⁾ 국민 대다수가 인터넷을 통하여 다양한 정보를 입수할 뿐만 아니라 타인과의 상호작용을 하며 나아가 특정 물건을 구매하기도 한다. 우리가 주목해야만 하는 점은 인터넷 쇼핑물 영역이 대규모로 확대되고 있다는 점이다. TNS 조사에 의하면 우리 사회의 인터넷 사용률은 세계 8위인 반면, 인터넷 쇼핑물 이용률은 세계 2위이었다.⁴⁾ 2005년 2월 현재, 사이버쇼핑물 사업체수는 3,525개로 이것은 전년 동월 대비 3.2%(110개) 증가하였다. 또 쇼핑물거래액은 7,439 억원 이것은 전년 동월 대비 22.9%(1,385억) 신장한 것이었다.⁵⁾

독자들은 인터넷 서점을 접속하여 다양한 독서정보를 얻으며 독자 서평 사이트에서 특정 정보를 입수하고 또 온라인으로 관심 있는 책을 구입할 수 있게 되었다. 독자들의 인터넷 활용 규모는 최근 인터넷 서점의 확대에서도 확인되고 있다. 2002년 현재 전체 서적 시장의 규모는 약 2조 4,000여 억원이었으며 이것은 10%, 약 2,400억의 매출을 올린바 있다. 특히 <예스24>의 2002년 예상매출액은 1,500억 원이었으며 <교보문고>도 전체 매출액의 20%가 온라인 매출액에 의한 것이었다.⁶⁾ 인터넷 서점의 활성화는 인터넷 쇼핑물 상품으로서의 서적이 갖는 적합성에서 비롯된다. 예를 들면 대한상공회의소(2004)에 의하면 인터넷에 의한 서적 및 음반 매출은 전체의 상품의 15.2%를 차지하였는데 이것은 의류/패션(27.8%)에 이어서 두 번째에 해당하는 것이었다.⁷⁾

독자의 인터넷 서점 이용은 독서율 확대의 주요 변수로 이해할 수 있다. 따라서 독자의 인터넷

1) 방송문화진흥회, KBS 2000년 국민생활시간조사(서울: 한국방송 KBS, 2001), p.453.

2) 임홍조, 2004년 (제8회)국민 독서실태 조사(서울: 문화관광부, 2004), p.20.

3) YTN, 2004년 6월 28일자.

4) 연합뉴스, 2002년 6월 28일자.

5) 통계청 홈페이지, <http://nso.go.kr/news/notice/report_view.html?Content_id=3002> [인용 2005.5.6].

6) 표정훈, "출판정보의 바다, 클릭 인터넷," 출판연구, 제14호(2002, 12), p.70.

7) 대한상공회의소 홈페이지, <http://dl.korcham.net/data_01_view.asp?id=1686> [인용 2004.12.12].

이용행태에 관한 이해는 인터넷 서점 활성화의 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다. 그것은 최근 커뮤니케이션 연구가 정보자 즉 커뮤니케이터 연구의 중심에서 벗어나 독자 즉 이용자 지향적인 (user orientation) 패러다임에 입각하여 구축되고 있기 때문이다. 이용자 지향적인 전략은 인터넷 서점을 이용하는 행태를 이용자 관점에서 인식하고 또 그들의 욕구를 충족시키는데 주안점을 두는데 목적이 있다. 이용자 지향적인 커뮤니케이션 패러다임 연구는 정보화 사회의 필연적인 과제이다. 따라서 인터넷 서점의 성패는 이용자의 변화무쌍하고 독립적이며 능동적인 욕구를 정확하게 파악하는 것으로부터 시작될 것이다. 결과적으로 인터넷 서점 이용자들의 다양한 이용 욕구를 과학적으로 규명하는 것은 인터넷 서점 활성화의 기초 자료로 사용될 수 있을 것이다. 이러한 이용자의 이용행태에 관한 연구의 필요성에도 불구하고, 이 분야의 기존 연구들은 단지 인터넷 서점의 현황 및 실태,⁸⁾ 인터넷 서점의 마케팅 전략⁹⁾ 등에 초점이 맞추어져 있을 뿐이었다. 소비자의 관점에서 구매동기에 대한 연구¹⁰⁾가 수행된 바 있지만 이들 연구는 인터넷 서점에서 도서를 구매하는데 고려하는 요소가 무엇인지, 그리고 도서 구매 시의 주요 정보원이 무엇인지를 양적으로 규명하는데 초점이 맞추어져 있어서 인터넷 이용자의 신념과 태도에 대하여 객관적으로 이해하는데 있어서는 한계가 따르고 있다. 인터넷 서점 이용자는 수동적인 존재가 아니라 취향과 기호에 따라서 능동적이기 때문에 이들에 관한 심층적인 분석 연구가 필요하다.

이에 따라서 본 연구는 인터넷 서점 이용자의 태도와 신념의 구조가 어떠한지를 알아보는데 연구의 목적을 두었다. 구체적으로 본 연구는 인터넷 서점 이용자의 주관성(subjectivity)의 구조의 특성을 규명하였다.

II. 이론적 배경

인터넷 서점은 기존의 현실서점이 가지는 한계를 극복할 몇 가지 특성을 가지고 있다. 즉 인터넷

-
- 8) 오병석, “인터넷 서점등장으로 인한 출판유통구조변화,” 출판산업의 변화와 전망(서울 : 범우출판포럼, 2003), p.28.
 임건석, 인터넷 서점의 출판물유통현황 및 발전방향연구(석사학위논문, 동국대 언론정보대학원, 2004), pp.24-25.
 최원태, 김미영, “가상서점의 실태분석,” 국회도서관보, 제37권, 제4호(2000, 7-8), p.42.
- 9) 최이규, 김광석, “인터넷 서점 알라딘의 시장진입과 마케팅전략에 관한 사례연구,” 마케팅관리연구, 제8권, 제2호(2003, 5), pp.127-156
 오정은 등, “인터넷 서점유형의 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구,” *Information Systems Review*, Vol.4, No.2 (Dec. 2002), pp.133-153.
 김은희, 인터넷 서점의 마케팅 전략에 관한 연구(석사학위논문, 건국대학교 경영대학원, 2002).
 손서연, 김갑성, “사이버공간에서의 쇼핑행태모형,” 국토계획, 제39권, 제3호(2004, 6).
- 10) 김우진, 인터넷서점이용자의 도서구매행동연구(석사학위논문, 경희대학교 언론정보대학원, 2000).
 고성희, 인터넷 쇼핑이 서점입지 및 서점분류조성에 미치는 영향(석사학위논문, 성신여자대학교 교육대학원, 2002).

서점은 국경을 초월하여 판매할 수 있고 영업시간의 제약이 없으며 대금결제에서 다양성을 추구한다. 또한 이들은 다양한 정보를 서비스할 수 있으며 독자와의 쌍방향 커뮤니케이션을 가능하게 한다. 쌍방향 커뮤니케이션으로 인하여 독자들은 도서의 탐색을 아무 때나 자유롭게 할 수 있어서 시간을 절약할 수 있으며 많은 정보를 동시에 얻을 수 있다. 또한 독자들은 인터넷 서점에 적극 접속함으로써 독서문화를 통한 공동체 인식을 확대할 수 있다.¹¹⁾ 따라서 인터넷 서점은 기존의 현실서점의 한계성을 충분히 극복할 만한 가능성을 안고 있다. 뿐만 아니라 인터넷 쇼핑몰의 특성상 책은 상품으로서의 높은 적합성까지 가지고 있어서 향후 인터넷 서점의 성공 가능성을 높여준다. 예를 들면 책은 제품의 품질이 표준화되어 있고 소비자가 집적 눈으로 확인하거나 만져 보지 않아도 품질과 내용을 신뢰할 수 있는 성격을 지니고 있다. 또한 이것은 소형이며, 특성상 파손될 가능성이 적다. 마지막으로 책은 유통과정에서도 적은 비용이 투자되기 때문에 쇼핑몰 상품의 높은 가치를 가지고 있다.¹²⁾ 물론 인터넷 서점은 서버의 용량이 적어서 접속이 늦어진다거나 신용카드 결제시의 불안감, 서비스 정보에 대한 신뢰의 부족, 도서의 내용을 직접 보고 살수 없다는 점, 개인 정보유출에 대한 불안감, 베스트셀러 조장 등과 같은 한계점을 안고 있다.¹³⁾ 향후 이러한 문제점을 보완한다면 인터넷 서점은 발전 가능성은 매우 높다는 것이 관련 분야 전문가들의 지적이다.

인터넷 서점의 성공적인 사례는 <아마존닷컴>이다. 이것은 첫선을 보인지 불과 4년 만에 1천 60개국, 8백 만명의 고객을 확보하였는데¹⁴⁾, 성공의 이유는 온라인을 이용한 신속한 유통, 저렴한 가격, 유명저자와의 인터뷰 및 고급 서평제공 등과 같은 이용자 지향적인 마케팅전략에서 비롯되었다.¹⁵⁾ 우리 사회에서 인터넷 서점의 시도는 1997년 대형서점으로부터 거슬러 올라갈 수 있다.¹⁶⁾ 현재는 대형서점에서 운영하는 인터넷 서점, 매장 없이 순수하게 인터넷으로 운영되는 서점인 <에스 24>, <알라딘>, <와우북> 등을 포함하여 2003년 현재 약 400개 내외로 파악되고 있다¹⁷⁾. 특히 1998년 6월에 개장한 <에스 24>는 2000년 10월에 1억원의 주문을 돌파하였으며, 2002년 1월에는 하루 4억원의 매출을 기록한 바 있다.¹⁸⁾

임흥조 조사에 의하면¹⁹⁾ 우리 국민 69.5%가 인터넷 서점 이용한 것으로 나타났다. 이 조사에서 전체 응답자 가운데 여성(25.4%)이, 연령별로는 20대(34.6%)가, 학력별로는 대재이상이(36.3%), 중소도시(26.5%) 규모의 거주자가 인터넷 서점을 통하여 책을 구입한 적이 있는 것으로 나타났다.

11) 노병성, 김정기, “가성서점의 현황과 과제,” 한국출판유통정보화의 현황과 발전방향, 한국출판학회, 제8회 정기학술대회(1999, 7), p.84.

12) 김성원, 인터넷 비즈니스 성공전략(서울 : 혜지원, 1999), pp.383-368.

13) 정현욱, 강혜영, “남녀대학생의 독서매체활용에 관한 계량적 연구,” 서지학연구, 제29집(2004, 12), pp.173-174.

14) 동아일보, 1999년 5월 8일자.

15) 동아일보, 1998년 4월9일자.

16) 영풍문고는 1997년 6월1일, 교보문고는 1997년 9월9일에 개장하였다(노병성, 김정기, 전개논문, p.88).

17) 임건석, 전개논문, pp.24-25.

18) 오병석, 전개논문, p.28.

19) 임흥조, 전개서, pp.105-107.

또한 인터넷 서점을 통하여 구입된 도서 장르를 살펴보면, 문학관련 도서(56.3%)가 가장 많았으며 이어서 실용도서(44.6%), 문학이외의 교양도서(26.3%), 아동도서(23.7%) 순서로 나타났다.

노병성은 인터넷 서점의 활성화 방안으로 상품의 다변화, 전문성 강화, 정확성과 전문성에 입각한 도서정보서비스제공, 구매동기 자극, 주문취소 및 환불방안 마련, 다양한 판매전략 수립, 링크의 다양화 등을 제안한 바 있다.²⁰⁾ 조명래는 성공적인 인터넷 서점 마케팅전략으로 도서 정보 서비스의 질과 타 조직이 제공하는 서비스의 차별적 강점, 프로그램의 효율성 확대를 주장한 바 있다.²¹⁾ 인터넷 서점 이용자의 이용 동기를 실증적으로 규명한 김석진은 인터넷 서점 이용자들이 도서 구입보다는 도서 관련 정보를 얻는데 머물러 있음을 밝혔다. 인터넷 서점 이용자들은 책 구입 시에 책 내용과 가격 요소를 고려하고 있는 것으로 나타났다. 또한 이들은 시간절약, 비용절약, 도서 정보제공 요소에서 인터넷 서점에 대하여 높은 만족도를 보인 반면, 회답, 보안, 결제 등의 요인에 대해서는 불만족한 것으로 나타났다.²²⁾ 이상의 인터넷 서점 관련 연구들은 인터넷 서점 현황에 대한 분석에 치우쳐 있을 뿐만 아니라 이용자의 심리적, 개인적인 측면에 관한 분석이 결여되어 있다는 한계점을 갖는다.

인터넷 사이트 이용자의 이용 동기 및 태도에 대한 연구는 두 개의 분야로 요약할 수 있다. 첫째, 이용자의 지적 호기심 충족인자 정보수집 목적에 관한 연구이다.²³⁾ 인터넷 이용자들은 호기심을 충족하는데 필요한 메시지나 정보를 얻기 위하여 인터넷에 접근한다.²⁴⁾ 이러한 이용자의 이용 동기는 Schramm이 말하는 자연적인 보상을 제공해주는 정보 추구에 해당하는 것이다. 두 번째 연구 영역에 의하면 인터넷 이용은 즐거움과 사회화를 위한 동기에서 이루어진다는 주장이다.²⁵⁾ 이들에 의하면 인터넷 이용 동기는 편안함, 활용성, 즐거움 등의 오락적 동기를 충족시키는데 초점이 맞추어져 있다. 이러한 이용자의 이용 동기는 Schramm의 즉각적인 보상을 제공해주는 정보와 관련되어 있다. 국내에서 인터넷 이용자들의 이용 동기를 규명하고자 한 연구는 상당수 이루어졌다. 김재휘·홍재욱은 인터넷 이용 동기로서 즐거움, 사회적 관계, 시간보내기, 정보, 편의 등임을 발견한 바 있으며,²⁶⁾ 정현욱·이동기도 지역축제 인터넷 사이트 이용자의 태도는 정보지향형, 실용적

20) 노병성, 전개논문, pp.99-100.

21) 조명래, 현실서점에서 가상서점으로 이행 : 아마존, 종로, 영풍, 교보 사례연구(석사학위논문, 한양대학교경영대학원, 1998), pp.122-123.

22) 김석진, 전개논문, pp.88-89.

23) Hoffman, D. L., & Novak, T. P., "Commercial Scenario for the Web," *Opportunities and Challenge.Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.1, No.13(1995).

24) 정현욱, 이동기, "지역축제 인터넷 사이트 이용자의 주관성 구조유형에 관한 Q 분석," 한국사회와 행정연구, 제15권, 제2호(2004, 8), p.328.

25) J. Alba et al., "Interactive Home Shopping Consumer, Retailer, and Manufacturer Incentives to Participate in Electronic Marketplaces," *Journal of Marketing*, Vol.61(1997), pp.38-53.

Carolyn A. Lin, "Perceived Gratifications of Online Media Service Use among Potential Users," *Telematics and Information*, Vol.19(2002), pp.3-19.

26) 김재휘, 홍재욱, "인터넷 이용자들의 동기과 사이트 이용행동," 한국심리학회지 소비자·광고, 제1권, 제2호

인 재미추구형 2개 유형으로 구성되어 있음을 규명하였다.²⁷⁾ 박성희·최준호는 한국인과 미국인의 인터넷 이용동기 구조를 비교분석하였는데, 한국인의 인터넷 이용동기는 친교, 도피주의와 자기표현, 자기발전, 환경감시적 정보추구, 기분전환, 감각적인 만족과 오락, 경제적인 인센티브 요인, 실용적 정보추구인 것으로 나타났다.

반면 미국인의 인터넷 이용동기는 실용적 정보추구, 온라인친교통기, 기분전환, 자기발전, 도피주의인 것으로 나타났다.²⁸⁾ 박광순·조명휘는 대학생의 웹블로그 이용동기로 기능적 특성, 도구적 특성, 심리적 특성 등의 세차원임을 밝혔다.²⁹⁾ 그 외에도 인터넷 이용자들의 서로 다른 사회적, 심리적 차원의 이용 동기 구조가 규명되었다.³⁰⁾ 이상의 연구들의 공통점은 인터넷 고유의 특성인 시공간을 초월한 쌍방향 커뮤니케이션, 다수의 정보와 서비스 제공의 특성과 인터넷 이용 동기와 긴밀한 관계를 갖는다는 점이다.

Ⅲ. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제 설정

본 연구는 인터넷 서점 이용자들의 태도 및 신념 등 주관성 구조의 특성을 살펴보기 위하여 다음의 연구문제를 설정하였다.

연구문제 1: 인터넷 서점 이용자들의 신념, 가치 태도 등 주관성(subjectivity)의 구조는 어떻게 유형화되어 있는가?

연구문제 2: 인터넷 서점 이용자들의 신념, 가치 태도 등 주관성(subjectivity)의 구조의 유형별 특성은 어떠한가?

인터넷 서점 이용자들의 신념, 가치 태도 등 주관성 구조를 유형화시키고 이들의 특성을 규명하는 것은 인터넷 서점의 활성화의 기초 자료로 활용될 수 있다는 점에서 의미가 있다.

(2000), pp.25-46.

27) 정현욱, 이동기, 전계논문, pp.325-346.

28) 박성희, 최준호, "인터넷 이용동기와 이용행태간 상관관계에 대한 탐색적 비교연구 : 한국과 미국의 네티즌을 대상으로," 한국언론학보, 제48권, 제4호(2004, 8), pp.243-270.

29) 박광순, 조명휘, "인터넷 웹블로그 이용동기와 만족도에 관한 연구," 한국언론학보, 제48권, 제5호(2004, 10), pp.270-294.

30) 전기홍, "인터넷 이용동기와 인터넷 이용자 특성 및 행태간 관계에 관한 연구," 상품학연구, 제27호(2002), pp.173-197.

2. 연구방법

가. Q 방법론의 특성

Q 방법론은 1935년 William Stephenson이 창안한 것이다. 이것은 그동안 과학에서 무시되어진 인간의 주관적 영역인 인간의 태도와 행동을 연구하기 위하여 철학적, 심리학적, 통계적 그리고 심리학적 측정과 관련된 개념을 통합한 방법론으로서 인간의 주관성을 정량적으로 분석할 수 있는 통계기법이다.³¹⁾ 연구자들은 Q 방법론을 이용자의 심리적 변화와 태도 등을 이해하고 파악하는데 있어서 유용한 도구로 평가한바 있다.³²⁾

Q 방법론에 의하면 이용자의 행위는 지속적인 상호작용과정을 통하여 형성되는데 이 과정에 많은 주관성(subjectivity), 즉 신념, 태도, 확신, 가치 등이 개입된다. Q 방법론은 이러한 주관성을 객관적으로 측정하는 하나의 방법이다.³³⁾ Q 방법론은 특히 경험주의자들이 연역과 귀납을 이용하여 이론으로부터 가설을 설정하고 이를 검증하는 가설 연역적 방법(hypothetico-deductive method)과는 달리 실용주의자 Peirce의 가설 발견적 추론의 논리에 기본을 두고 있다. 다시 말하자면 R 방법론이 가설로부터 시작하는 방법론이라고 한다면, Q 방법론은 관찰을 통해 발생하고 있는 현상을 이해하고 가설을 만들어 내는 과정인 것이다. 이에 따라 Q 방법은 변화무쌍하고 다변적인 인간의 심리 및 행동을 연구하는데 있어서, 또는 이론적 근거가 부족하거나 새로운 개념의 발전과 개발단계에 있는 주제에 대해서 이상적인 연구방법을 제공해줄 뿐만 아니라³⁴⁾ 이론의 검증과 같은 확인적 연구에도 유용하다고 할 수 있다.³⁵⁾ Q 방법론의 특성을 요약하자면, 외부의 현상이나 이론을 가지고 설명하는 방법이 아니라 내부로부터 이해와 적용을 통하여 접근하는 방법이며, 연구자의 해석 노력에 의하여 인간과 사회구조와의 관련성을 논의할 수 있으며 주관성과 객관성을 통한 간주관성을 도출해 낼 수 있는 양적연구이자 질적 연구라고 말할 수 있다.³⁶⁾ Q 방법론의 특성을 요약하면 <표 1>과 같다.³⁷⁾

인간의 주관성에 관한 객관적 이해를 가능하게 해주는 Q방법론은 인터넷 서점 이용자와 관련된

31) S. R. Brown, "Q Methodology and Qualitative Research," *Qualitative Health Research*, Vol.6, No.4 (Nov. 1996), pp.561-567.

32) John Barry & Proops, John, "Seeking Sustainability Discourses with Q Methodology," *Ecological Economics*, Vol.28(1999), pp.337-345.

Andrea Risdon, et. al, "How Can We Learn to Live with Pain? A Q-Methodological Analysis of the Divers Understandings of Acceptance of Chronic Pain," *Social Science & Medicine*, Vol.56(2003), pp.375-386.

33) Barry & Proops, *op. cit.*, p.338.

34) S. S. Kleine et al., "How is a Possession Me or Not Me? Characterizing Types and a Antecedent of Material Possession Attachment," *Journal of Consumer Research*, Vol.22(1995), pp.327-343.

35) 김범중, "Q 방법론의 이해와 소비자 연구에의 적용," *한국마케팅저널*, 제1권, 제3호(1999, 6) p.122.

36) 김홍규, Q 방법론의 이해와 적용(서울 : 서강대 언론문화연구소, 1990), p.24.

37) 정현욱, 이동기, *전계논문*, p.331.

새로운 연구의 지평을 열어줄 가능성을 시사한다. 특히 인터넷 서점이 제공하는 다양한 책 관련 콘텐츠는 인터넷을 통하여 다수 소비자들에게 제공된다. 인터넷을 통한 서점 활동은 심리적, 사회적, 여가적 가치, 유희적 가치를 이용자들에게 제공함으로써 그들로 하여금 이용에 대한 특정한 만족감을 형성하고 재방문 및 재구매 의도를 가지게 하는 궁극적인 목적 속에서 이루어지고 있다. 따라서 인터넷 서점 이용자의 주관성 구조, 즉 태도, 신념, 가치관을 객관적으로 유형화할 필요성이 있다. 이러한 연구결과는 인터넷 서점 이용자들의 다양하고 변화무쌍한 내면의 욕구를 과학적으로 분석해냄으로써 향후 연구의 유용한 자료로 뿐만 아니라 다양한 연구가설 형성의 기초로 활용될 것이다.

〈표 1〉 기존 연구방법론과 Q 방법론의 비교

기존 연구방법론	Q 방법론
객관적으로 관찰 가능한 개인간의 비교	개인의 주관성
객관화된 측정도구 적용을 통한 개인의 주관성 완전 배제	피험자의 자기준거에 의한 주관성 반응을 위한 능동적 측정 방식
모든 피험자에게 동일한 척도 적용	개인마다 상이한 척도 적용
모집단에서 표출되어 m테스트에서 측정되어진 n명의 개인특성에 관한 것	m명의 개인에 의해 측정된 n개의 테스트에서 나타난 개인에 관한 것
객관적 조작적 정의와 내외적 타당도 중시	주관적이고 능동적 반응과 내적 타당성 중시
개인간의 특정변수에 대한 비교나 몇 개의 변수들간의 관계분석	피험자들의 측정항목 전체에 대한 측정치를 총체적으로 분석
측정결과 나타난 개인간의 점수차는 그 변인의 속성에 대한 개인차 반영	측정항목간의 점수차는 한 개인이 가지는 측정항목들의 상대적 중요도

나. 연구 설계

본 연구는 인터넷 서점 이용자의 신념, 가치, 태도 등 주관성의 구조를 밝히고 이들의 특성을 규명하기 위하여 Q방법론을 적용하였다.

(1) Q 표본(Q-sample) 및 P 표본(P-sample) 선정

Q 표본이란 Q 모집단(population), 즉 연구를 위해서 수집된 항목의 집합체로 한 문화안에서 공유되는 의견의 총체인 컨코스(concourse)에서 추출된 항목을 말한다.³⁸⁾ 본 연구는 인터넷 서점 관련 기존 문헌 연구들³⁹⁾과 원광대학교 <대중매체와 현대사회>를 수강하는 100명의 대학생들을 대상으로 하여 그들의 인터넷 이용 동기와 관련한 자아참조적 진술문을 얻어내었다. 이렇게 수집된 수많은 진술문들을 이용 동기와 충족, 인터넷 서점 운용에 대한 평가 및 기대 등의 차원으로 구조

38) 김홍규, 전계서, p.42.

39) 노병성, 전계논문 ; 조명래, 전계논문 ; 김석진, 전계논문 등.

화하여 총 36개의 Q 표본을 선정하였다. 본 연구의 Q표본은 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> Q 표본

구분	진술문
1	나는 전문적인 책 정보를 얻기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.
2	나는 내가 관심을 두고 있는 분야의 책을 검색하려고 인터넷 서점을 방문한다
3	나는 베스트셀러를 인터넷 서점이 만들어낸다고 생각한다.
4	나는 새로운 책이 나왔는지를 알기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.
5	인터넷 사이트는 내가 원하는 책 정보를 상세하게 제공하여서 좋다.
6	인터넷 사이트를 검색하다보면 나는 어떤 사고 싶다는 충동을 갖게 된다.
7	나는 책에 관한 전문가서평, 독자서평 등을 보기 위하여 인터넷 서점을 이용한다.
8	나는 새로운 책에 관한 각종 행사나 이벤트를 세밀하게 점검하는 편이다.
9	나는 세상에 뒤떨어지지 않기 위하여 인터넷 서점을 이용한다.
10	내가 인터넷으로 책을 구입하는 것은 시간을 절약하기 위해서이다.
11	내가 인터넷으로 책을 구입하는 것은 책값이 저렴하기 때문이다.
12	인터넷 서점은 쉽게 접근할 수 있어서 유용하다.
13	인터넷 서점은 아무 때나 들어갈 수 있어서 좋다.
14	인터넷 서점은 여러 책을 비교할 수 있어서 좋다.
15	인터넷 서점 마일리지, 경품 제공 등 이벤트를 더 개발해야할 것이다.
16	인터넷으로 책을 구입하면 집에서 책을 받아볼 수 있어서 좋다.
17	신속한 배달 때문에 인터넷 서점을 이용 한다.
18	온라인으로 책 대금을 결제하여서 좋다.
19	나는 인터넷으로 주문한 책을 잘 받아볼 수 있을까 고민한 적이 있다.
20	나는 온라인으로 주문한 책의 A/S가 잘 보장되어 있다고 생각한다.
21	나는 온라인 결제에 대하여 불안하게 생각한 적이 있다.
22	나는 인터넷 결제를 통하여 나에게 대한 정보가 노출될까봐 고민한 적이 있다.
23	인터넷으로 구입한 책을 받고나서 실망한 적이 있다.
24	인터넷 서점에서 구입한 책이 더 빨리 배달되어야 할 것이다.
25	인터넷 서점은 책값을 더 할인해야 할 것이다.
26	인터넷 서점은 다양한 링크를 제공해야 할 것이다.
27	나는 습관적으로 인터넷 서점을 방문한다.
28	내가 인터넷 서점을 방문하는 것은 습관적이다.
29	인터넷으로 책을 구입하면 내가 사회변화에 적응을 잘한 사람으로 생각된다.
30	나는 인터넷 서점에 한번 방문하며 시간 가는 줄 모르고 빠진다.
31	책 사이트의 독자코너에 의견을 보낸 적이 있다.
32	나는 현재 운용되고 있는 인터넷 서점에 만족하는 편이다.
33	인터넷 서점의 콘텐츠는 수시로 바뀌어져야 할 것이다.
34	이제 인터넷 서점에서 책을 사는 것은 일상적인 일이 되었다.
35	인터넷 서점이 독서문화를 향상시킬 수 있을 것으로 생각한다.
36	인터넷 서점은 동영상, 음성정보 등 실감형 정보를 더 개발해야 할 것이다.

P 표본은 인터넷 서점을 이용해본 경험이 있는 사람들로 선정하였다. Q방법론의 특성은 개인간(inter-individual different)이 아니라 개인내의 차이(intra-individual difference in significance)

를 다루는 연구방법론이기 때문에 P 표본 즉 사람 표본의 수에 있어서는 아무런 제한이 없다. 오히려 Q 방법론에서는 P 표본이 커지만 통계학적인 문제가 있어서 소표본(small-sample doctrine)에 근거한다. 즉 William Stephenson에 의하면 Q는 사람이 변인이 되기 때문에 P 표본이 커지만 한 인자(factor)에 여러 사람이 편중됨으로써 그 특성이 명확히 드러나지 않는다고 강조한 바 있다.⁴⁰⁾ Q 방법론에서 P표본의 구성은 비록 1명일지라도 그 애닝적 자결적 주관적(openat subjectivity) 또는 사회적 컨코스(concourse)를 충분히 내포하고 있다면 Q요인분석이 가능하다고 하지만 학계에서는 적어도 3-4명의 응답자 구성이 필요하다는 것이 통설이다.⁴¹⁾ 본 연구는 28명으로 P표본을 구성하였다. 이들은 해당주제에 대하여 특별한 관심이 있는 자, 보편적인 의견을 제시하는 자, 전문가, 일반적인 관심을 갖는 자, 관심이나 흥미가 없는 자 등으로 구성되었다.⁴²⁾

(2) 분류(Q-Sorting)

Q 분류는 응답자 스스로 복잡한 주제나 이슈 또는 상황에 관한 자신의 마음의 태도를 스스로 모형화 하는 단계이다. 본 연구는 연구자가 스스로 진술문을 읽게 한 후 그것을 일정한 분포 속에 강제적으로 분류케 하는 분류방법을 채택하였다. 구체적으로 살펴보면, 본 연구의 절차는 Q 표본으로 선정된 각 진술문이 적힌 카드를 응답자들로 하여금 읽게 하고 이들을 긍정(+), 중립(0), 부정(-)으로 3개의 그룹으로 분류하였다. 이어서 응답자들로 하여금 가장 긍정하는 진술문에서 가장 부정하는 진술문으로 차례로부터 바깥에서부터 안쪽으로 분류하게 하여 중립적인 진술문을 최종적으로 분류하게 하였다. 본 연구는 Q 분류와 더불어 각 응답자들에게 심층인터뷰를 시도하였다. 본 연구는 2005년 4월 15일부터 22일까지 8일간 이루어졌으며 각 응답자의 Q 분류는 약 40분간, 심층인터뷰는 약 1시간가량 소요되었다.

(3) 자료의 처리

본 연구는 인터넷 서점 이용자들의 주관성 구조를 유형화하고, 각 유형간의 특성을 살폈다. 이를 위하여 본 연구는 Q표본에서 가장 부정적인 -4를 1점으로 하여 2점(-3), 3점(-2), 4점(-1), 5점(0), 6점(+1), 7점(+2), 8점(+3), 9점(+4)의 점수를 부여하였다. 그런 후 본 연구는 부여된 점수를 코딩하여 PC용 QUANL 프로그램으로 처리하여, Q 요인분석(Q factor analysis)은 주요인분석(principal component factor analysis) 방법을 이용하였다.(표 3 참조)

40) W. Stephenson, *The Study of Behavior : Q Technique and Its Methodology*(Chicago : Chicago Univ., 1953), p.17.

41) 길병욱, 김창남, "가치관의 자결적 주관성," 한국정치학회 춘계학술회의 발표논문(김창남, 유상훈, "Q방법론을 통한 지역주의 연구," 주관성연구, 제6호(2001, 12), p.13에서 재인용).

42) 김홍규, 전계서, p.4, p.45.

〈표 3〉 Q 분류 분포 모형

진술문수	3	3	4	5	6	5	4	3	3
점수	-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4

IV. 연구결과

1. Q유형의 형성

본 연구에서 인터넷 서점 이용자의 주관성은 3개 유형으로 분석되었다. 각 유형은 피연구자들이 인터넷 서점 이용에 관하여 가지고 있는 그들의 유사한 의견, 생각, 태도 등을 가진 사람들로 묶이기 때문에 각 유형은 각 특성을 설명하고 있다.

〈표 4〉 P 표본의 유형별 인자가중치와 인구사회학적 특성

유형	순서	인자가중치	성	나이	직업	인터넷 접촉시간 (일일:분)	1년에 읽는 책의 권수
유형1 (N = 15)	4	1.9761	여	36	공무원	60	4-5
	6	1.1032	남	53	공무원	60	3
	9	1.1842	여	46	주부	20-30	20
	10	1.2163	여	50	주부	10	1-2
	11	.6185	여	26	학원원장	100	20
	14	.6747	여	32	도서관사서	60	10
	15	1.2320	여	18	대학생	60	50
	16	.5149	여	18	대학생	20	36
	20	.7549	여	21	대학생	180	12-15
	21	.9501	남	22	대학생	120	0.5-1
	23	1.6722	여	20	대학생	120	10
	24	.9228	남	22	대학생	180	20-30
	25	.9727	여	22	대학생	60	10
	27	.9157	남	22	대학생	30	10
	28	2.7342	여	21	대학생	60	10
유형2 (N = 8)	1	.8307	여	35	공무원	30	20
	3	.9863	여	50	공무원	80	40
	8	3.7191	여	55	주부	60	10
	12	.3696	여	43	주부	60	15
	13	1.0956	여	27	도서관사서	70-80	24
	18	.7280	남	25	대학생	60	24
	22	2.1228	여	23	대학생	60	12
	26	.7896	남	22	대학생	50	10
유형3 (N = 5)	2	1.3740	여	40	공무원	30	120
	5	.5829	남	42	공무원	150	12
	7	.7262	여	44	주부	10	10
	17	1.1814	남	23	대학생	240	10
	19	2.3755	남	35	대학강사	150	10

전체 P 대상자 28명 가운데 제 1유형에 속한 사람은 15명, 제 2유형은 8명, 제 3유형은 5명으로 나뉘어졌다. 각 유형에서 인자가중치가 높은 사람일수록 그가 속한 유형의 전형적인 혹은 이상적인 사람으로서 각 유형을 대표한다고 할 수 있다(표 4 참조). 각 유형별 인자가중치와 변량을 분석한 결과 3가지 유형은 전체 변량의 51%를 설명하고 있으며, 각 유형별 설명력은 제1유형이 60%, 제 2유형 23%, 제 3유형 15%이었다(표 5 참조). 또한 각 유형간의 상관관계는 <표 6>에 제시되어 있다.

<표 5> 유형별 아이겐 값과 변량(Variance)

	제1유형	제2유형	제3유형
Eigen values	8.7705	3.4466	2.3171
Variance	.3132	.1231	.0828
Cumulative Variance	.3132	.4363	.5191

<표 6> 유형별 상관관계(Correlations)

	제1유형	제2유형	제3유형
제1유형	1.000	.287	.327
제2유형		1.000	.356
제3유형			1.000

2. 유형별 특성

본 연구는 인터넷 서점 이용에 대한 주관성 구조의 유형별 특성과 차이를 파악하기 위하여 각 유형에서 36개 진술문 가운데 가장 긍정을 보이는 항목(Z-Score = +1.00 이상)과 강하게 부정을 한 항목(Z-Score = -1.00 이하)을 중심으로 해석하였다. 각 유형의 특성을 밝히는데 있어서는 개별 진술문항에 대한 특정유형의 표준점수가 다른 유형의 표준점수와의 두드러진 차이를 보여주는 문항들을 중심으로 해석하였다. 또한 각 유형에서 인자가중치가 높은 사람들을 중심으로 그들의 Q 분류 당시 관찰 및 심층인터뷰를 참고하여 각 유형의 특성을 논하였다.

가. Type 1: 경제적 이익추구형

제1유형의 인터넷 서점의 이용 목적은 무엇보다도 경제적 이익 추구를 위해서이다. 이 유형은 “경제적 이익추구형”으로서 인터넷 서점 이용이 경제성에서 비롯되었다. 예를 들면 이들의 속성은 “내가 인터넷으로 책을 구입하는 것은 책값이 저렴하기 때문이다.”(표준점수=1.64), “인터넷 서점은 여러 책을 비교할 수 있어서 좋다.”(표준점수=1.33), “인터넷 서점은 쉽게 접근할 수 있어서 유용하다.”(표준점수=1.26), “인터넷 서점은 책값을 더 할인하여야 할 것이다.”(표준점수=1.08)“ 등을 강하게 긍정하였다

는 점에서 알 수 있다. 이 유형은 금전적, 시간적인 경제성에 주목하는 사람들이다. 제1유형의 특성은 그들이 부정하는 항목성에서 확인된다. 즉 제1유형이 강하게 부정하는 항목은, “나는 세상에 뒤떨어지지 않기 위하여 인터넷 서점을 이용한다.”(표준점수=-2.07), “인터넷으로 책을 구입하면 사회변화에 적응을 잘 한 사람으로 생각된다.”(표준점수=-1.63) 등이다. 이 항목들은 사회성에 기반을 둔 이용 동기 유형으로 인터넷 서점 이용 동기를 타인과의 상호작용을 기반하고 있다. 뿐만 아니라 이들은 인터넷 서점 이용을 일상적인 행위로 간주하는 유형과도 대조를 이루고 있다. 예를 들면 이들은 “내가 인터넷 서점을 방문하는 것은 습관적이다.”(표준점수=-2.06), “나는 습관적으로 인터넷 서점을 방문한다.”(표준점수=-1.37)의 항목을 강하게 부정하였다.(표 7 참조) 따라서 제1유형은 타인과의 상호작용, 습관적인 행위로서가 아니라 경제성이라는 개인적 차원의 만족을 추구하기 위하여 이용하는 사람들이다.

<표 7> 제1형이 강하게 동의하거나 혹은 부정하는 진술문(±1.00이상을 중심으로)

항 목	표준점수
내가 인터넷으로 책을 구입하는 것은 책값이 저렴하기 때문이다.	1.64
인터넷 서점은 여러 책을 비교할 수 있어서 좋다	1.33
인터넷 서점은 쉽게 접근할 수 있어서 유용하다.	1.26
나는 책에 관한 전문가 서평, 독자 서평 등을 보기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	1.20
인터넷 서점은 아무 때나 들어갈 수 있어서 좋다.	1.12
인터넷 서점은 책값을 더할인해야 할 것이다.	1.08
나는 인터넷 결제를 통하여 나에게 대한 정보가 노출될까봐 고민한 적이 있다.	1.07
나는 새로운 책이 나왔는지를 알기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	1.00
나는 온라인으로 주문한 책의 A/S가 잘 보장되어 있다고 생각한다.	-1.16
이제 인터넷 서점에서 책을 사는 것은 일상적인 일이 되었다.	-1.19
온라인으로 책 대금을 결제하여서 좋다.	-1.24
나는 습관적으로 인터넷 서점을 방문한다.	-1.37
인터넷으로 책을 구입하면 내가 사회변화에 적응을 잘한 사람으로 생각된다.	-1.63
내가 인터넷 서점을 방문하는 것은 습관적이다.	-2.06
나는 세상에 뒤떨어지지 않기 위하여 인터넷 서점을 이용한다.	-2.07

이 유형에서 인자가중치가 가장 높은 여대생(#28, 21세)은 인터넷 서점 방문의 이유에 대해서 “인터넷 서점은 시공간 제약 없이 많은 정보를 제공해줄 수 있으며 시간절약을 해줄 수 있어서 좋다”라고 강조하였다. 그녀는 이에 덧붙여 “나는 분명한 목적으로 가지고 인터넷 서점에 접속 한다”라고 하였다. 공무원인 한 남성(#6, 53세)은 “인터넷 서점을 심심해서가 아니라 필요에 의해서 방문하며 쉽게 많은 책 정보를 얻고 싸게 살 수 있어서 좋다”라고 주장 하였다. 뿐만 아니라 그는 향후 인터넷 서점의 성공의 열쇠는 책의 첨가공급에 달려있다고 강조하였다. 한 여대생(#15, 18세)도 인터넷 서점은 다양한 책들의 가격을 서로 비교할 수 있게 하고 출판사, 저자 등을 비교분

석할 수 있게 하여 유용하게 활용하고 있다고 말하였다. 덧붙여 그녀는 “아직까지 A/S를 받아보지 않았으며, 배송비가 들기 때문에 A/S에 대한 생각은 해본 적이 없다”라고 경제성을 강조하였다. 제1유형은 전반적으로 높은 인터넷 접촉률을 보였으며 주로 대학생 계층에서 두드러졌다.

나. Type 2: 정보추구형

제2유형은 인터넷 서점을 통하여 전문 분야 혹은 관심을 갖는 분야의 책 정보를 얻는데 주력하는 “정보추구형”이다. 이들은 적극적으로 인터넷 서점 사이트를 통하여 정보를 확보하는 유형이다. 이들의 특성은 강하게 긍정 혹은 부정하는 항목에서 잘 알 수 있다. 예를 들면 이들이 가장 강하게 긍정하는 항목들은 다음과 같다. 즉 “나는 전문적인 책 정보를 얻기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.”(표준점수=1.66), “인터넷 서점 사이트는 내가 원하는 책 정보를 상세하게 제공하여서 좋다.”(표준점수=1.52), “나는 새로운 책이 나왔는지를 알기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.”(표준점수=1.37), “나는 관심을 두고 있는 분야의 책을 검색하려고 인터넷 서점을 방문한다.”(표준점수=1.29)“ 이들은 관심 분야, 혹은 전문분야의 책 관련 정보를 얻는데 주목하는 사람들이라고 할 수 있다. 제2유형의 정보추구적 특성은 그들이 부정하는 항목, 특히 경제적 특성에 대한 부정에서 두드러진다. 즉 제2유형이 부정하는 항목들은, “나는 온라인 결제에 대하여 불안하게 생각한 적이 있다.”(표준점수=-1.77), “인터넷 서점은 책값을 더 할인해야 할 것이다.”(표준점수=-1.68), “나는 인터넷 결제를 통하여 나에게 대한 정보가 노출될까봐 고민한 것이 있다.”(표준점수=-1.58), “나는 인터넷으로 주문한 책을 잘 받아볼 수 있을까 고민한 적이 있다.”(표준점수=-1.53), “내가 인터넷 서점에서 구입한 책이 더 빨리 배달되어야 할 것이다.”(표준점수=-1.31), “내가 인터넷 서점을 방문하는 것은 습관적이다.”(표준점수=-1.15).(표 8 참조) 따라서 제2유형은 경제성을 고려하는 것 대신 명백한 정보 추구에 목적을 인터넷 서점 이용자들로 제1유형과 대조적인 유형이다.

이 유형에서 인자가중치가 가장 높은 #8(주부, 53)은 많은 정보를 손쉽게 얻을 수 있어서 자주 이용하며 인터넷 서점이 잘 운영되고 있다고 긍정적으로 평가하였다. 도서관사서인 한 여성(#13, 27세)은 향후 인터넷 서점이 다양한 콘텐츠를 확보하여 많은 정보를 제공해야 할 것이며 특히 책 서평 코너를 많이 만들어서 유익한 정보를 제공하는데 최선을 다해야 할 것이라고 주장하였다. 남자 대학생(#18, 25세)은 인터넷 서점에 대하여 만족하였는데, 그것은 인터넷 서점이 다양한 서적 정보와 오프라인보다 빠른 신착 도서 및 의귀 서적을 구입하는데 용이하기 때문이라고 설명하였다. 나아가 그는 인터넷 서점이 인터넷 세대의 코드와 접목된다면 향후 새로운 독서 문화 창출이 가능할 것이라고 주장하였다. 제2유형은 전반적으로 여성들에게서 두드러지게 나타나는 유형이라고 하겠다.

〈표 8〉 제2유형이 강하게 동의하거나 혹은 부정하는 진술문(±1.00이상을 중심으로)

항 목	표준점수
나는 전문적인 책 정보를 얻기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	1.66
인터넷 서점은 쉽게 접근할 수 있어서 유용하다.	1.52
인터넷 사이트는 내가 원하는 책정보를 상세하게 제공하여서 좋다.	1.48
나는 새로운 책이 나왔는지를 알기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	1.37
인터넷으로 책을 구입하면 집에서 책을 받아볼 수 있어서 좋다.	1.36
나는 내가 관심을 두고 있는 분야의 책을 검색하려고 인터넷 서점을 방문한다.	1.29
내가 인터넷으로 책을 구입하는 것은 책값이 저렴하기 때문이다.	1.11
인터넷 사이트를 검색하다보면 나는 어떤 사고 싶다는 충동을 갖게 된다.	1.01
내가 인터넷 서점을 방문하는 것은 습관적이다.	-1.15
인터넷 서점에서 구입한 책이 더 빨리 배달되어야 할 것이다.	-1.31
인터넷으로 구입한 책을 받고나서 실망한 적이 있다.	-1.41
나는 인터넷으로 주문한 책을 잘 받아볼 수 있을까 고민한 적이 있다	-1.53
나는 인터넷 결제를 통하여 나에게 대한 정보가 노출될까봐 고민한 적이 있다.	-1.58
인터넷 서점은 책값을 더 할인해야 할 것이다.	-1.68
나는 온라인 결제에 대하여 불안하게 생각한 적이 있다.	-1.77

다. Type 3: 편의추구형

제3유형은 인터넷 서점의 편의성에 초점을 두는 사람들로 구성되어 있다. 이 유형을 본 연구는 “편의추구형”이라고 명명하였다. 이들의 편의추구적 특성은 다음의 긍정 혹은 부정하는 항목에서 잘 알 수 있다. 예를 들면 이들은 “인터넷 서점은 아무 때나 들어갈 수 있어서 좋다.”(표준점수 = 1.97), “인터넷 서점 사이트는 쉽게 접근할 수 있어서 유용하다.”(표준점수=1.94), “내가 인터넷으로 책을 구입하는 것은 시간을 절약하기 위해서이다.”(표준점수=1.79), “인터넷으로 책을 구입하면 집에서 책을 받아볼 수 있어서 좋다.”(표준점수=1.46), “나는 내가 관심을 두고 있는 분야의 책을 검색하려고 인터넷 서점을 방문한다.”(표준점수=1.28) 등을 긍정하였다. 제3유형의 편의추구성은 특정한 목적행위를 강조하는 진술문을 부정하는 점에서 확인되고 있다. 즉 제3유형이 부정하는 항목들을 보면, “나는 책에 관한 전문가 서평, 독자 서평 등을 보기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.”(표준점수=-1.91), “나는 온라인 결제에 대하여 불안하게 생각한 적이 있다.”(표준점수=-1.86), “나는 새로운 책에 관한 각종 행사나 이벤트를 세밀하게 점검하는 편이다.”(표준점수=-1.51), “내가 인터넷 서점을 방문하는 것은 습관적이다.”(표준점수=-1.41), “나는 베스트셀러를 인터넷 서점이 만들어낸다고 생각한다.”(표준점수=-1.51) “나는 세상에 뒤떨어지지 않기 위하여 인터넷 서점을 이용한다.”(표준점수=-1.14)(표 9 참조)

〈표 9〉 제3유형이 강하게 동의하거나 혹은 부정하는 진술문(±1.00이상을 중심으로)

항 목	표준점수
인터넷 서점은 아무 때나 들어갈 수 있어서 좋다.	1.97
인터넷 서점은 쉽게 접근할 수 있어서 유용하다.	1.94
내가 인터넷으로 책을 구입하는 것은 시간을 절약하기 위해서이다	1.79
인터넷으로 책을 구입하면 집에서 책을 받아볼 수 있어서 좋다.	1.46
인터넷 서점은 여러 책을 비교할 수 있어서 좋다.	1.32
나는 내가 관심을 두고 있는 분야의 책을 검색하려고 인터넷 서점을	1.28
나는 세상에 뒤떨어지지 않기 위하여 인터넷 서점을 이용한다.	-1.14
나는 베스트셀러를 인터넷 서점이 만들어낸다고 생각한다.	-1.15
내가 인터넷 서점을 방문하는 것은 습관적이다.	-1.41
나는 새로운 책에 관한 각종 행사나 이벤트를 세밀하게 점검하는 편이다.	-1.51
나는 온라인 결제에 대하여 불안하게 생각한 적이 있다.	-1.86
나는 책에 관한 전문가 서평, 독자 서평 등을 보기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	-1.91

이 유형에서 높은 인자가중치를 보유한 한 대학강사(#19, 35세)는 “나는 항상 정보접촉이 가능하며 필요한 정보를 즉각적으로 구할 수 있다는 점 때문이다”라고 말하였다. 뿐만 아니라 그는 인터넷 서점의 가장 큰 장점으로 시간적 제약에서 벗어날 수 있다고 주장하였다. 덧붙여 그는 모바일 서비스와의 연계를 통한 책의 요약문을 서비스로 제공하면 인터넷 서점이 활성화될 것으로 진단하였다. 여성 공무원(#2, 40세)은 평소 직장일 때문에 시간이 없어서 시간이 나는 데로 인터넷 서점을 이용하고 있다. 그가 인터넷 서점에 만족하고 있는 이유는 편리함 때문이었다. 나아가 그는 인터넷 서점의 활성화 방안으로 이벤트 개발이라고 주장하였다. 제3유형은 주로 직장인계층에서 두드러진 형이라고 할 수 있다.

3. 각 유형간의 차이점과 공통점

가. 제1유형과 제2유형의 차이

경제적 이익추구형(제1유형)과 정보추구형(제2유형)은 인터넷 서점에 대하여 서로 다른 태도를 보여 주었다. 제1형은 제2형에 비하여 경제적 측면(예, 책값, 유통, 배송, 결제 등)에 관심을 더 두었다. 이는 다음의 #25, #22, #21, #24 항목에서 잘 나타나 있다(#25, 제1형 표준점수=1.084, 제2형 표준점수=-1.681, 이들의 차이=2.765; #22 제1형 표준점수=1.069, 제2형 표준점수=-1.579, 이들의 차이=2.648; #21 제1형 표준점수=.793, 제2형 표준점수=-1.768, 이들의 차이=2.561; #24 제1형 표준점수=.152, 제2형 표준점수=-1.310, 이들의 차이=1.461). 반면 제2형은 제1형과는 달리 인터넷 서점의 이용 동기는 정보추구, 타인과의 상호작용에서 비롯된 것이다.

이들의 차이는, 독자코너참여 (#31, 제1형 표준점수=-.977, 제2형 표준점수=.891, 이들의 차이=-1.868), 세상 따라잡기 (#9, 제1형 표준점수=-2.074, 제2형 표준점수=-.373, 이들의 차이=-1.701), 관심분야에 대한 정보 얻기 (#2, 제1형 표준점수=-.114, 제2형 표준점수=1.290, 이들의 차이=-1.404), 전문분야 정보 얻기 (#1, 제1형 표준점수=.337, 제2형 표준점수=1.658, 이들의 차이=-1.321) 등에서 발견되었다(표 10 참조). 이상의 차이를 통하여 제1형은 경제성은 제2형은 정보성을 중시하는 인터넷 이용자들이라고 구분할 수 있다.

〈표 10〉 제1유형과 제2형의 차이(±1.00 이상을 중심으로)

항 목	1형	2형	차이(diff.)
인터넷 서점은 책값을 더 할인해야 할 것이다.	1.084	-1.681	2.765
나는 인터넷 결제를 통하여 나에게 대한 정보가 노출될까봐 고민한 적이 있다.	1.069	-1.579	2.648
나는 온라인 결제에 대하여 불안하게 생각한 적이 있다.	.793	-1.768	2.561
나는 인터넷으로 주문한 책을 잘 받아볼 수 있을까 고민한 적이 있다	.397	-1.527	1.925
인터넷 서점에서 구입한 책이 더 빨리 배달되어야 할 것이다.	.152	-1.310	1.461
인터넷으로 책을 구입하면 내가 사회변화에 적응을 잘한 사람으로 생각된다.	-1.631	-.580	-1.050
온라인으로 책 대금을 결제하여서 좋다.	-1.237	-.166	-1.071
나는 습관적으로 인터넷 서점을 방문한다.	-1.368	-.282	-1.086
이제 인터넷 서점에서 책을 사는 것은 일상적인 일이 되었다.	-1.191	.022	-1.213
나는 온라인으로 주문한 책의 A/S가 잘 보장되어 있다고 생각한다.	-1.158	.103	-1.261
나는 전문적인 책 정보를 얻기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	.337	1.658	-1.321
나는 내가 관심을 두고 있는 분야의 책을 검색하려고 인터넷 서점을 방문한다.	-.114	1.290	-1.404
나는 세상에 뒤떨어지지 않기 위하여 인터넷 서점을 이용한다.	-2.074	-.373	-1.701
책 사이트의 독자코너에 의견을 보낸 적이 있다.	-.977	.891	-1.868

나. 제1유형과 제3유형의 차이

경제적 이익추구(제1형)와 편의추구형(제3형)들은 인터넷 서점에 대하여 서로 다른 태도를 보유했다. 즉 제1형은 제3형에 비하여 인터넷 서점의 이용 동기가 뚜렷하였다. 이는 #7, #5, #1, #11 항목에서 잘 나타나 있다(#7, 제1형 표준점수=1.196, 제2형 표준점수=-1.908, 이들의 차이=3.104; #5 제1형 표준점수=.979, 제3형 표준점수=-.779, 이들의 차이=1.758; #1 제1형 표준점수=.337, 제2형 표준점수=-.842, 이들의 차이=1.179; #11 제1형 표준점수=1.163, 제3형 표준점수=.468, 이들의 차이=1.169). 또한 제1유형은 제3형에 비하여 온라인 결제에 대하여 많은 관심과 이를 부정적으로 평가하는 경향을 보였다. 예를 들면 온라인 결제에 대한 염려(#21, 제1형 표준점수=.793, 제3형 표준점수=-1.858, 이들의 차이=2.651), 정보노출에 대한 염려(#22, 제1형 표준점수=1.069, 제3형 표준점수=-.535, 이들의 차이=1.604), 한편 제3형은 제1형과 달리 인터넷 서점에 대한 편의성을 추구하였다. 예를 들면 일상적인 인터넷 서점이용(#34, 제1형 표준

점수=-1.191, 제3형 표준점수=.630, 이들의 차이=-1.821), 구입한 후 실망(#23, 제1형 표준점수=-.852, 제3형 표준점수=.744, 이들의 차이=-1.595), 사회변화의 적응(#29, 제1형 표준점수=-1.631, 제3형 표준점수=-.178, 이들의 차이=-1.453), 관심분야 검색(#2, 제1형 표준점수=-.114, 제2형 표준점수=1.282, 이들의 차이=-1.396) 등이다.(표 11 참조) 이상의 차이를 통하여 제3형은 제1형에 비하여 편의성을 추구하는 인터넷 이용자라 할 수 있다.

〈표 11〉 제1유형과 제2형의 차이(±1.00이상을 중심으로)

항 목	1형	3형	차이(diff.)
나는 책에 관한 전문가 서평, 독자 서평 등을 보기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	1.196	-1.908	3.104
나는 온라인 결제에 대하여 불안하게 생각한 적이 있다.	.793	-1.858	2.651
인터넷 사이트는 내가 원하는 책정보를 상세하게 제공하여서 좋다.	.979	-.779	1.758
나는 인터넷 결제를 통하여 나에게 대한 정보가 노출될까봐 고민한 적이 있다.	1.069	-.535	1.604
나는 전문적인 책 정보를 얻기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	.337	-.842	1.179
인터넷으로 책을 구입하는 것은 책값이 저렴하기 때문이다.	1.636	.468	1.169
나는 베스트셀러를 인터넷 서점이 만들어낸다고 생각한다.	-.076	-1.149	1.074
책 사이트의 독자코너에 의견을 보낸 적이 있다.	-.977	.209	-1.186
내가 인터넷으로 책을 구입하는 것은 시간을 절약하기 위해서이다.	.588	1.787	-1.199
온라인으로 책대금을 결제하여서 좋다.	-1.237	-.003	-1.234
나는 내가 관심을 두고 있는 분야의 책을 검색하려고 인터넷 서점을	-.114	1.282	-1.396
인터넷으로 책을 구입하면 내가 사회변화에 적응을 잘한 사람으로 생각된다.	-1.631	-.178	-1.453
인터넷으로 구입한 책을 받고나서 실망한 적이 있다.	-.852	.744	-1.595
이제 인터넷 서점에서 책을 사는 것은 일상적인 일이 되었다.	-1.191	.630	-1.821

다. 제2유형과 제3유형의 차이

정보추구(제2형)와 편의추구형(제3형)은 인터넷 서점에 대하여 서로 다른 태도를 보유하고 있었는데 이것은 #7, #1, #5, #8 등의 항목에서 잘 나타나 있다. 예를 들면 인터넷 서평(#7, 제2형 표준점수=.822, 제3형 표준점수=-1.908, 이들의 차이=2.730, 전문적인 정보 얻기(#1, 제2형 표준점수=.1658, 제3형 표준점수=-.842, 이들의 차이=2.500) 원하는 책 정보 얻기(#5, 제1형 표준점수=1.479, 제3형 표준점수=-.779, 이들의 차이=2.258, 행사나 이벤트 점검(#8, 제1형 표준점수=-.016, 제3형 표준점수=-1.505, 이들의 차이=1.489). 제2유형은 제3유형에 비하여 정보획득에 주안점을 두고 있다. 반면 제3유형은 제2유형에 비하여 인터넷 서점이용의 현실적인 문제(예, 배송, 책값, 활용가능성, 경품권제공, 결제 등)에 관심을 두는 것으로 나타났다. 이것은 #23, #25, #10, #24, #13, #15에 관련되어 있다(#23, 제2형 표준점수=-1.412, 제3형 표준점수=.744, 이들의 차이=-2.156; #25, 제2형 표준점수=-1.681, 제3형 표준점수=.155, 이들의 차이=-1.836),

#10, 제1형 표준점수=.047, 제3형 표준점수=1.787, 이들의 차이=-1.740), #24, 제2형 표준점수=-1.310, 제3형 표준점수=.313, 이들의 차이=-1.622; #13, 제2형 표준점수=.714, 제3형 표준점수=1.9658, 이들의 차이=-1.251; #15, 제2형 표준점수=-.897, 제3형 표준점수=.308, 이들의 차이=-1.205; #22, 제2형 표준점수=-1.579, 제3형 표준점수=-.535, 이들의 차이=-1.044 등이다. 이상의 차이를 통하여 제3형은 제1형에 비하여 현실적인 문제에 민감한 인터넷 서점 이용자이라고 말할 수 있다(표 12 참조).

〈표 12〉 제2유형과 제3형의 차이(±1.00이상을 중심으로)

항 목	2형	3형	차이(diff.)
나는 책에 관한 전문가 서평, 독자 서평 등을 보기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	.822	-1.908	2.730
나는 전문적인 책 정보를 얻기 위하여 인터넷 서점을 방문한다.	1.658	-.842	2.500
인터넷 사이트는 내가 원하는 책 정보를 상세하게 제공하여서 좋다.	1.479	-.779	2.258
나는 새로운 책에 관한 각종 행사나 이벤트를 세밀하게 점검하는 편이다.	-.016	-1.505	1.489
나는 인터넷 결제를 통하여 나에게 대한 정보가 노출될까 고민한 적이 있다.	-1.579	-.535	-1.044
인터넷 서점 마일리지, 경품 제공 등 이벤트를 더 개발해야할 것이다.	-.897	.308	-1.205
인터넷 서점은 아무 때나 들어갈 수 있어서 좋다.	.714	1.965	-1.251
인터넷 서점에서 구입한 책이 더 빨리 배달되어야 할 것이다.	-1.310	.813	-1.622
내가 인터넷으로 책을 구입하는 것은 시간을 절약하기 위해서이다.	.047	1.787	-1.740
인터넷 서점은 책값을 더 할인을 해야 할 것이다.	-1.681	.155	-1.836
인터넷으로 구입한 책을 받고나서 실망한 적이 있다.	-1.412	.744	-2.156

라. 각 유형간의 공통점

〈표 13〉에 제시되어 있는 바와 같이 경제적 이익추구형(제1형), 정보추구형(제2형), 편의추구형(제3형)은 인터넷 사이트의 접근가능성(표준점수=1.57), 도서의 비교가능성(표준점수=1.14), 편리함(표준점수=1.12) 등의 항목에 대하여 동의한 반면 습관적 이용(표준점수=-1.54)이라는 항목에 대해서는 부정하는 공통된 성향을 보유하고 있다.

〈표 13〉 각 유형의 공통(±1.00이상을 중심으로)

항 목	표준점수
인터넷 서점은 쉽게 접근할 수 있어서 유용하다.	1.57
인터넷 서점은 여러 책을 비교할 수 있어서 좋다.	1.14
인터넷으로 책을 구입하면 집에서 책을 받아볼 수 있어서 좋다.	1.12
내가 인터넷 서점을 방문하는 것은 습관적이다.	-1.54

V. 요약 및 결론

본 연구는 인터넷 서점 이용자의 신념, 가치, 태도 등의 주관성(Subjectivity) 구조 유형과 각 유형별 특성을 Q 방법론에 입각하여 분석하였다. 본 연구의 Q 표본은 인터넷 서점 이용행위에 관한 태도, 신념 등 가치체계로 구성된 36개의 진술문으로 구성되었으며, P 표본은 인터넷 서점을 이용해본 경험이 있는 28명으로 이루어졌다. 본 연구의 조사는 2005년 4월 15일에서 22일까지 8일간 이루어졌다. 분석을 통하여 본 연구는 다음의 결과를 얻었다.

첫째, 본 연구에서 인터넷 서점 이용자 태도는 3가지 유형으로 나타났다. 제1유형은 “경제적 이익추구형”이다. 이들의 인터넷 서점 이용은 경제성 추구하는 개인적 차원의 만족을 도모하기 위한 목적을 가진 행위에 기반하고 있다. 따라서 이들은 인터넷 서점이 제공하는 콘텐츠보다는 저렴한 책값, 시간절약 등에 초점을 두었다. 이들의 인터넷 서점 이용은 타인과의 상호작용 혹은 습관적인 행위를 부정하는데서 특성이 두드러졌으며 주로 대학생 계층에서 뚜렷하였다. 제2유형은 정보추구형이다. 이들은 새로운 정보나 전문적인 정보를 얻기 위하여 인터넷 서점을 방문한다. 이들은 궁극적으로 인터넷 서점이 다양한 콘텐츠를 개발하여야 할 것을 강조하고 있다. 이 유형은 Hoffman과 Novak의 연구에서 도출된 수용자의 외재적 동기를 가진 이용자와 유사하며⁴³⁾, 호기심을 충족하는데 필요한 메시지나 유용한 정보를 얻기 위하여 이용자들이 인터넷에 접근한다는 기존연구를 재확인하고 있다⁴⁴⁾. 이들은 주로 여성계층에서 뚜렷한 경향을 보이고 있다. 마지막으로 제3유형은 “편의추구형”이다. 이들은 인터넷 서점이 보유하고 있는 접근가능성, 편리함 등에 관심을 두고 있으며 다른 어떤 유형에 비하여 현실적인 문제(예, 배송, 책값, 활용가능성, 경품권제공, 결제 등)에 관심을 두고 있다. 이 유형의 속성은 기존연구에서 발견된 결과와 유사한 것이라 할 수 있다.⁴⁵⁾ 이 유형에는 주로 직장인들 사이에서 두드러졌다.

둘째, 본 연구에서 발견된 인터넷 서점 이용자의 유형별 공통점과 차이점은 다음과 같다.

제1유형은 경제적 측면(예, 책값, 유통, 배송, 결제 등)의 관심을 두는 반면 제2형은 달리 정보획득에 초점을 두고 있다. 제1형은 경제성을, 제2형은 정보성을 중시하는 인터넷 이용자들로 특성화할 수 있다. 제1형은 제3형에 비하여 온라인 결제에 대한 불안감 및 자신의 정보노출에 대하여 관심을 두는 반면, 제3형은 편의성 여부에 관심을 두었다. 제2형은 정보획득에 관심을 둔 반면 제3형은 인터넷 서점이용의 현실적인 문제(예, 배송, 책값, 활용가능성, 경품권제공, 결제 등)에 관심을

43) D. L. Hoffman & Novak, T. P., “Commercial Scenario for the Web : Opportunities and Challenge,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.1, No.3(1995).

44) M. James, Worting, C. & Forrest, E., “An Exploratory Study of the Perceived Benefit of Electronic Bulletin Board Use and their Impact on their Communication Activities,” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.39, No.1(1995), pp.30-50.

45) Hans van der Heijen, “Factors Influencing the Usage of Websites : the Case of a Generic Portal in the Netherlands,” *Information & Management*, Vol.40(2003), pp.541-549.

두었다. 제3형은 제1형에 비하여 현실적인 문제에 민감한 인터넷 서점 이용자이라고 말할 수 있다. 한편 3형은 모두 인터넷 사이트가 지니는 접근가능성, 많은 정보획득, 편리성에 만족하는 반면 습관적인 이용에 대하여는 부정하였다.

이상으로 모든 유형은 뚜렷한 목적과 동기를 가지고 인터넷 서점을 이용하고 있음을 알 수 있다. 따라서 향후 인터넷 서점 운영 방향은 다음과 같다. 첫째, 젊은층 특히 대학생을 겨냥한 전략 개발이다. 즉 인터넷 서점은 책값의 적절한 인하, 유통 및 배송, 그리고 결제라인의 안전문제 및 신속성, 프라이버시 보안 등과 같은 경제적 변수를 충분히 고려한 마케팅 전략을 구사하여야 할 것이다. 둘째, 여성 계층을 겨냥한 전략 개발이다. 즉 인터넷 서점은 사이트 질적 및 양적인 콘텐츠 개발에 힘써야 할 것이다. 예를 들면 인터넷 서점 담당자는 도서 관련 최신 및 전문정보, 다양한 장르의 도서소개 및 서평 등 콘텐츠 개발정책을 마련하여야 할 것이다. 마지막으로 직장인을 염두에 둔 인터넷 서점 사이트 운영전략이 요구된다. 이들은 주로 현실적인 문제에 관심을 쏟기 때문에 이들을 겨냥하기 위해서는 다양한 경품권 제공 프로그램을 개발하거나 결제 및 배송상의 한계점을 극복하는 유통상의 전략을 보완 하여야 할 것이다. 본 연구 결과가 시사하듯, 인터넷 서점 이용자들의 행위는 매우 목적 지향적이며 실용성을 기반으로 하는 행위이기 때문에 이들을 세분화하여 접근하는 것이 바람직하다.

본 연구의 결과는 인터넷 서점 활성화 방안에서 유용한 자료로 활용될 수 있다는 점에서 그 의미를 찾을 수 있다. 인터넷 서점의 활성화는 최근 감소추세에 있는 독서율을 향상시킬 수 있는 주요한 변수가 될 수 있다. 인터넷 서점의 성패는 이용자의 변화무쌍한 속성을 어떻게 이해하느냐에 달려있다. 따라서 본 연구가 도출한 인터넷 서점 이용자의 경제적 이익추구, 정보추구, 편의추구 등의 3개 유형은 인터넷 이용자들의 욕구를 제시하는 기초 자료로 활용될 수 있다. 이를 토대로 인터넷 서점업계는 다양한 이용자들의 욕구를 충분히 파악하여 세분화되고 차별화된 이용자 지향정책을 마련해야 할 것이다. 다만 본 연구는 인터넷 서점 이용자들의 이용욕구에 대한 가설을 탐색하는 기초자료 확보에 머물고 있기 때문에 향후 연구에서는 보다 탐색적인 접근이 이루어져야 할 것이다. 인터넷 서점의 활성화 전략은 인터넷 서점 사이트 운용의 성패요인이 무엇인지를 규명하는 데서 접근이 용이할 수 있다. 이에 따라서 본 연구는 인터넷 서점 사이트 성패의 결정요인에 관한 연구로 이어져야 할 것임을 제언한다.

참 고 문 헌

고성희. 인터넷 쇼핑이 서점입지 및 서점물류 조성에 미치는 영향. 석사학위논문, 성신여자대학교 교육대학원, 2002.

- 김범중. “Q 방법론의 이해와 소비자 연구에의 적용.” 한국마케팅저널, 제1권, 제3호(1999, 6), pp.120-140.
- 김은희. 인터넷 서점의 마케팅 전략에 관한 연구. 석사학위논문, 건국대학교 경영대학원, 2002.
- 김석진. 인터넷 서점이용자의 도서관매행위연구. 석사학위논문, 경희대학교 언론정보대학원, 2000.
- 김성원. 인터넷 비즈니스성공전략. 서울 : 혜지원, 1999.
- 김재휘, 홍재욱. “인터넷 이용자들의 동기와 사이트 이용행동.” 한국심리학회지 : 소비자·광고, 제1권 제2호(2000, 3), pp.25-46.
- 김홍규. Q 방법론의 이해와 적용. 서울 : 서강대 언론문화연구소, 1990.
- 김창남, 유상훈. “Q방법론을 통한 지역주의 연구.” 주관성연구, 제6호(2001, 12), pp.5-33.
- 노병성, 김정기. “가상서점의 현황과 과제.” 한국출판유통정보화의 현황과 발전방향, 한국출판학회 제8회 정기학술대회(1999, 7).
- 박광순, 조명휘. “인터넷 웹블로그 이용동기와 만족도에 관한 연구.” 한국언론학보, 제48권, 제5호(2004, 10), pp.270-294.
- 박성희, 최준호. “인터넷 이용동기와 이용행태간 상관관계에 대한 탐색적 비교연구 : 한국과 미국의 네티즌을 대상으로.” 한국언론학보, 제48권, 제4호(2004, 8), pp.243-270.
- 방송문화진흥회. KBS 2000년 국민생활시간조사. 서울 : 한국방송 KBS, 2001.
- 손서연, 김갑성. “사이버공간에서의 쇼핑행태모형.” 국토계획, 제39권, 제3호(2004, 6), pp.179-191.
- 오병석. “인터넷 서점등장으로 인한 출판유통구조변화.” 출판산업의 변화와 전망 범우출판포럼(2003, 6).
- 임건석. 인터넷 서점의 출판물유통현황 및 발전방향연구. 석사학위논문, 동국대 언론정보대학원, 2004.
- 임홍조. 2004년 (제8회)국민 독서실태 조사. 서울 : 문화관광부, 2004, 12.
- 오정은 등. “인터넷 서점유형의 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구.” *Information Systems Review*, Vol.4, No.2(Dec. 2002), pp.133-153.
- 전기홍. “인터넷 이용동기와 인터넷 이용자 특성 및 행태간 관계에 관한 연구.” 상품학연구, 제27호(2002), pp.173-197.
- 정현욱, 강혜영. “남녀대학생의 독서매체활용에 관한 계량적 연구.” 서지학연구, 제29집(2004, 12), pp.165-187.
- 정현욱, 이동기. “지역축제 인터넷 사이트 이용자의 주관성 구조유형에 관한 Q 분석.” 한국사회와 행정연구, 제15권, 제2호(2004, 8), pp.325-346.
- 조명래. 현실서점에서 가상서점으로의 이행 : 아마존, 종로, 영풍, 교보 사례연구. 석사학위논문, 한양대학교경영대학원, 2002.
- 최원태, 김미영. “가상서점의 실태분석.” 국회도서관보, 제37권, 제4호(2000, 7-8), pp.38-60.

- 최이규, 김광석. “인터넷 서점 알라딘의 시장진입과 마케팅전략에 관한 사례연구.” 마케팅관리연구, 제8권, 제2호(2003, 5), pp.127-156.
- 표정훈. “출판정보의 바다, 클릭 인터넷.” 출판연구, 제14호(2002, 12), pp.61-73.
- 대한상공회의소 홈페이지. <http://dl.korcham.net/data_01__view.asp?id=1686> [인용 2004.12.12].
- 동아일보. 1998년 4월 9일자.
- 동아일보. 1999년 5월 8일자.
- 연합뉴스. 2002년 6월 28일자.
- 통계청 홈페이지.
<[hwp://www.nso.go.kr/news/notice/report__view.html? Content__id=3002](http://hwp://www.nso.go.kr/news/notice/report__view.html?Content__id=3002)> [인용 2005.5.6].
- YTN. 2004년 6월 28일자.
- Alba, J. et al.. “Interactive HomeShopping Consumer, Retailer, and Manufacturer Incentives to Participate in Electronic Marketplaces.” *Journal of Marketing*, Vol.61(1997), pp.38-53.
- Barry, John & Proops, John. “Seeking Substantiality Discourses with Q Methodology.” *Ecological Economics*, Vol.28(1999), pp.337-345.
- Brown, S. R.. “Q Methodology and Qualitative Research,” *Qualitative Health Research*, Vol.6, No.4(Nov. 1996), pp.561-567.
- Hoffman, D. L., & Novak, T. P., “Commercial Scenario for the Web : Opportunities and Challenge.” *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.1, No.13(1995).
- James, M., Worting, C. & Forrest, E. “An Exploratory Study of the Perceived Benefit of Electronic Bulletin Board Use and their Impact on their Communication Activities.” *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.39, No.1(1995), pp.30-50.
- Heijen, Hans van der. “Factors Influencing the Usage of Web-sites : the Case of a Generic Portal in the Netherlands.” *Information & Management*, Vol.40(2003), pp.541-549.
- Kleine, S. S. et al., “How is a Possession Me or Not Me? Characterizing Types and a Antecedent of Material Possession Attachment.” *Journal of Consumer Research*, Vol.22(1995), pp.327- 343.
- Lin, Carolyn A.. “Perceived Gratifications of Online Media Service Use among Potential Users.” *Telematics and Information*, Vol.19(2002), pp.3-19.
- Risdon, Andrea et. al., “How Can we Learn to Live with Pain? A Q-Methodological Analysis of the Divers Understandings of Acceptance of Chronic Pain.” *Social Science &*

24 한국도서관·정보학회지(제36권 제2호)

Medicine, Vol.56(2003), pp.375-386.

Stepenhson, W. *The Study of Behavior : Q Technique and Its Methodology*. Chicago Univ
1953,