

# 대학생의 인터넷 서점 이용동기 및 결정요인에 관한 연구\*

## A Study on Motivations and Determinants of College Students' On-line Bookstore Utilization

정 현 옥(Huyn-Wook Jung)\*\*

강 혜 영(Hyu-Young Kang)\*\*\*

### < 목 차 >

- |                         |            |
|-------------------------|------------|
| I. 서론                   | 2. 연구방법    |
| II. 이론적 배경              | IV. 연구결과   |
| 1. 인터넷 서점 관련 기존연구 검토    | 1. 응답자 특성  |
| 2. 매체 이용 동기에 관한 기존연구 검토 | 2. 분석 결과   |
| III. 연구 문제 및 연구방법       | V. 결론 및 제언 |
| 1. 연구문제                 |            |

### 초 록

본 연구는 대학생의 인터넷 서점 이용실태를 실증적으로 규명한 것이다. 본 연구의 문제는 다음과 같다. 첫째, 대학생의 인터넷 서점 이용 동기 구조는 어떠한가? 둘째, 대학생의 인터넷 서점 이용 및 구매행위의 결정요인은 무엇인가? 셋째, 대학생의 인터넷 서점 이용행태와 구매하는 도서장르와의 관계는 어떠한가? 본 연구는 215명의 남녀 대학생을 대상으로 2005년 10월 10일에서 17일까지 8일간 이루어졌다. 본 연구에서 얻은 결과를 보면, 첫째 대학생의 인터넷 서점 이용 동기 구조는 모두 3가지 요인- 편의추구 동기, 대인관계 추구 동기, 정보추구 동기-로 나타났다. 둘째, 편의 추구 동기가 많은 대학생일수록, 인터넷 서점에 대한 관여도와 만족도가 높은 대학생일수록 자주 방문하는 것으로 나타났다. 셋째, 독서시간이 낮은 학생일수록 인터넷 서점에서 책을 구매하는 경향이 많았다. 인터넷 서점에 대한 높은 신뢰도와 만족도를 가진 대학생들이 인터넷 서점을 통하여 지속적으로 책을 구입할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 넷째, 인터넷 서점에 대한 관여도가 높은 대학생일수록 이용에 있어서 만족도가 높았다. 또 인터넷 서점 관여도가 높은 대학생들은 소설이외의 문학도서, 실용취미도서, 국내외소설, 교양도서 순으로 구입하였다. 향후 인터넷 서점의 활성화 정책은 주요 독서 계층인 대학생의 욕구를 만족시키고 이들의 신뢰를 확보하는 방향으로 이루어져야 할 것이다.

주제어: 인터넷 서점, 이용 동기, 인터넷 쇼핑

### ABSTRACT

The purpose of this paper was to empirically examine college students' on-line bookstore utilization status. The focus of this study was placed on three major issues. First, what are the college students' motivations in using on-line bookstore. Second, what are the major determinants of college students' on-line bookstore utilization. Third, how book genres are related to students' on-line bookstore utilization behavior. Data were collected from 215 college students during October 10, 2005 to October 17, 2005. The analyses showed following results: First, the college students' on-line bookstore utilization motivations were grouped into three areas-convenience motivation, interaction motivation, and information collecting motivation. Second, college students who were oriented toward convenience motivation, who were more interested in on-line bookstores, and who were more satisfied with on-line services, made more frequent visits to on-line bookstore sites. Third, college students who allocated less time to book readings showed a tendency of buying books through on-line bookstores. Finally, college students who were more interested in on-line bookstores showed more satisfaction and bought such various books as literature, hobby or practical books, foreign novels, and general readings. This finding suggests that in order to activate on-line bookstore business, book industries, especially the publishers and/or distributors, have to develop new ideas which can make an appeal to college students who are believed to be critical book readers.

Key Words: On-line Bookstore, Utilization Motivation, Internet Shopping

\* 이 논문은 2006년도 원광대학교의 교비 지원에 의해서 수행됨.

\*\* 원광대학교 정치행정인문학부 교수(jungyun@wonkwang.ac.kr) (제1저자)

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

• 접수일: 2006년 8월 16일 • 최초심사일: 2006년 9월 8일 • 최종심사일: 2006년 9월 21일

## I. 서론

최근 위성 DMB를 통하여 책을 들려주는 몇 개의 오디오북 채널이 등장하였다. 이러한 미디어 환경변화는 '읽는 책 문화'에서 '듣는 책 문화'로 독서문화를 변화시켰다. 오디오북 채널의 주요 타겟은 책읽기를 싫어하는 10대나 책을 읽어볼 시간이 거의 없는 직장인이다.<sup>1)</sup> 이제 뉴미디어 독서 채널 등장으로 기존의 독서문화가 변화될 것으로 예측된다.

독서인구 확대 가능성은 인터넷 이용자 및 전자상거래 이용자 규모에서도 추정할 수 있다. 인터넷 사용 인구는 2004년 6월 현재 3천만 명을 넘어섰는데 이것은 전체 국민의 68.2%(6세 이상)에 해당하는 것이다.<sup>2)</sup> 우리 사회의 정보화 지수를 살펴보면 2003년 말 현재 초고속 인터넷 가입자 수가 1,117만 명으로, 세계 1위를 기록하고 있으며, 인터넷 이용자는 2,922만 명으로 세계 3위에 있다.<sup>3)</sup>

최근 인터넷 신규 이용자의 증가, 기존인터넷 이용자의 쇼핑 참여, 인터넷 쇼핑인구의 구매 횟수의 증가로 인하여 인터넷 쇼핑 시장규모가 크게 확대되고 있다. 2005년 11월 현재 2005년 3/4분기 중 월평균 인터넷 쇼핑몰 사업체수는 4,071개로 이는 전분기에 비해서는 321개(8.6%), 전년동분기에 비해서는 621개(18.0%) 늘었다. 2005년 3/4분기 거래액은 2조 7,217억 원으로 전분기에 비해서 2,468억원(10.0%), 전년동분기에 비해서 8,418억원(44.8%) 증가한 것이다.<sup>4)</sup> 우리나라 인터넷 사용률은 세계 8위, 인터넷 쇼핑이용자 비율은 세계 2위를 기록하고 있다.<sup>5)</sup> 정보통신정책연구원(KISDI)에 의하면, 한국의 인터넷 쇼핑시장 규모는 점차 확대되어 2010년에 이르면 매출액 19조 원을 능가할 것으로 전망이다.<sup>6)</sup>

이와 같이 인터넷 쇼핑물 확대에 인하여 독서 인구가 크게 확산할 것으로 예측된다. 인터넷 서점의 성장을 그 예로 들 수 있다. 인터넷 서점의 성장 가능성은 상거래 상품으로서 책이 갖는 적합성에서 비롯된다. 대한상공회의소 조사에 의하면 인터넷에서 팔리는 책(음반포함)은 전체 상품의 15.2%를 차지하였으며 이것은 의류(27.8%)에 이어서 두 번째에 해당하는 것이다.<sup>7)</sup> 책이 상거래의 유용한 제품이 될 수 있는 것은 '상품성'(제품의 품질이 표준화되어 있고 소비자가 직접 눈으로 확인하거나 만져보지 않아서 품질과 내용을 신뢰 할 수 있으므로), '유통'(적은 비용이 투자되고 파손될 가능성이 적으므로) 등에서 비롯되고 있다.<sup>8)</sup> 인터넷 쇼핑이용자가 가장 구입하는 물건은

1) 동아일보, 2005년 5월 7일자.

2) YTN, 2004년 6월 28일자.

3) 한국일보, 2005년 8월 24일자.

4) 통계청 홈페이지.

[http://www.nso.go.kr/newnso/notice/report\\_view.html?content\\_id=3426](http://www.nso.go.kr/newnso/notice/report_view.html?content_id=3426), [인용 2005.12.10]

5) 연합뉴스, 2002년 6월 28일자.

6) 중앙일보, 2004년 6월 1일자.

7) 대한상공회의소 홈페이지, [http://dl.korcham.net/data\\_01\\_view.asp?id=1686](http://dl.korcham.net/data_01_view.asp?id=1686), [인용 2005.12.10]

8) 정현욱, 강혜영, 김선남, "인터넷 서점 이용자의 주관성에 관한 Q분석," 한국도서관·정보학회지, 제36권, 제2호 (2005. 6), pp.197-220.

책(23%)이었다는 기록에서 책이 갖는 전자상거래의 유용성을 재확인할 수 있다.

인터넷을 통하여 책을 구입하는 사람은 주로 여성, 고학력의 계층인 것으로 밝혀졌다.<sup>9)</sup> 이에 따라 인터넷 서점의 활성화정책은 인터넷 서점 이용자들의 동기분석을 기초 자료로 활용할 수 있다. 그러나 인터넷 관련 기존 연구들은 인터넷 서점 실태 및 마케팅 전략에 치중되어 있다.<sup>10)</sup> 이들 연구들은 내용분석으로 일관되어서 수용자의 이용에 관한 이해를 구하는데 있어서는 한계점을 갖는다. 이에 따라서 인터넷 서점 이용자들이 왜 인터넷 서점을 이용하고 있는지 즉 그들의 이용 동기와 이들의 인터넷 서점이용행위에 영향을 미치는 변수를 밝혀내는 실증적인 연구가 필요하다. 그것은 하나의 커뮤니케이션 매체로서 인터넷의 성패는 이용자에 관한 이해에서 비롯되기 때문이다. 이에 따라서 본 연구는 기존연구를 토대로 하여 인터넷 서점 이용자의 이용 동기 및 행태에 영향을 미치는 변수를 규명하고자 하였다.

## II. 이론적 배경

### 1. 인터넷 서점 관련 기존연구 검토

1996년 데이콤, 인터파크, 롯데인터넷 백화점이 개설된 이래 최근 인터넷 쇼핑물 산업규모는 커지고 있다. 이것은 인터넷 온라인 쇼핑물 거래액의 연도별 추이에서 확인되고 있다(표 1 참조). <표 1>에 나타나 있듯이 통계청에 의하면 전체 거래액은 2001년 1390억이었던 것이 2002년에는 1975억, 2003년 2401억, 2004년 현재 3824억으로 비약적인 발전을 하였다. 특히 인터넷 쇼핑물에서 거래된 상품유형을 살펴보면, 2004년 현재 가장 높은 거래액을 기록한 것은 가전/전자/통신기기 항목이었으며 이어서 컴퓨터 및 주변기기, 서적의 순이었다.

<표 1> 온라인 쇼핑물 거래액의 상품별, 연도별 추이

(단위: 백만원)

구분	계	컴퓨터 및 주변기기	S/W (게임S/W)	가전/전자 /통신기기	서적	음반/약기 /비디오	여행 및 예약 서비스	아동/ 유아용품	식음료 및 건강식품
2001	1,390,662	432,888	33,032	316,078	94,757	19,806	16,799	25,984	22,256
2002	1,973,686	419,604	34,613	391,587	173,573	33,935	36,362	47,513	45,012
2003	2,401,107	352,383	36,829	479,161	177,264	41,226	24,652	73,077	42,054
2004	3,824,930	484,309	51,268	783,646	253,740	57,171	238,954	160,377	83,209

자료출처: (통계청) [http://www.nso.go.kr/newnso/notice/report\\_view.html?content\\_id=3426](http://www.nso.go.kr/newnso/notice/report_view.html?content_id=3426),

9) 임홍조, 제8회 국민독서실태조사 (서울: 문화관광부, 2004,12)

10) 정현욱, 강혜영, 김선남, 전개 논문, p.3.

인터넷 서점은 <영풍문고>(1997.6.1), <교보문고>(1997.9.9)에서 시작되었으며,<sup>11)</sup> 2003년 현재 대형서점에서 운영하는 인터넷 서점, 매장 없이 순수하게 인터넷으로 운영되는 서점 등을 포함하여 약 400여개로 파악되고 있다.<sup>12)</sup> 특히 순수하게 인터넷으로만 운영되는 <예스24>(1998년 6월 개장)는 2000년에 들어서 1억 원의 주문을 기록하였으며 2002년 현재 하루 4억 원의 매출을 올렸다.<sup>13)</sup>

일반적으로 수용자들이 인터넷 쇼핑물을 이용하는 주요 이유는 '가격', '편의성' 순서인 것으로 나타났다. 특히 인터넷 쇼핑물 주이용자들은 연령이 낮은 고학력층, 고소득층, 신규매체에 대한 경험이 높은 계층이다.<sup>14)</sup> 지난 2004년 현재 인터넷 서점을 이용하여 책을 구입한 이용자들은 국민의 69.5%에 해당하는데 이것은 2002년보다 100%가 증가한 것이다. 또한 인터넷 서점 이용행태를 살펴보면 연령별로는 20대(34.6%), 학력별로는 대재이상(36.3%), 거주지별로는 중소도시(26.5%)가 두드러졌다. 이 조사에서 인터넷 서점을 통하여 가장 많이 거래된 도서 장르는 문학관련 도서(56.3%)이었으며 실용도서(44.6%), 문학이외의 교양도서(26.3%), 아동도서(23.7%)로 나타났다.<sup>15)</sup>

인터넷 쇼핑물은 이용자들에게 구매 비용의 저렴함, 선택의 기회, 소비자의 편의제공 등의 장점으로 인하여 효율적인 소비 매체로 평가되고 있지만, 개인정보의 보안문제나 배달상의 문제 등 여러 가지 한계점으로 인하여 불신의 대상이 될 수 있다. 인터넷 서점은 서버의 용량이 적어서 접속이 늦어진다거나 신용카드 결제시의 불안감, 서비스 정보에 대한 신뢰의 부족, 도서의 내용을 직접 살 수 없다는 점, 개인 정보 유출에 대한 불안감, 베스트셀러 조장 등과 같은 부정적인 평가를 받고 있다.<sup>16)</sup>

인터넷 서점 관련 기존 연구경향은 크게 인터넷 서점현황 및 활성화 방안, 인터넷 서점 이용자 연구 등으로 구분할 수 있다. 손서연·김갑성은 사이버공간에서 쇼핑행태를 분석하였는데, 인터넷 서점은 여타 컴퓨터 쇼핑물에 비하여 입지(positioning)선택이 중요한 것으로 나타났다. 즉 인터넷 서점은 물리적 공간과 마찬가지로 포털 사이트 내에서 어디에 입지하느냐에 따라서 방문의 '거리감'이 존재하는 것을 입증하였다. 이들에 의하면 인터넷 서점은 고가의 상품이 아니므로 이용자들은 전문적 지식이 필요 없기 때문에 대체로 포털 사이트에서 검색단계를 거쳐서 2차 경로에서 쇼핑이 이루어지며 방문확률이 서적을 구입하는 매출행위와 연결된다는 것이다. 이에 따라서 인터넷 서점을 운영하는 포털 사이트의 기준이 접속수라면 인위적으로 접속건수를 늘려서 우선적으로 소개될 수 있도록 할 필요를 제시하였다.<sup>17)</sup> 오정은·이승창·이호근은 인터넷 서점운영에 영향을

11) 노병성, 김정기, "가성사점의 현황과 과제," 한국출판 유통 정보화의 현황과 발전방향, 한국출판학회, 제8회 정기 학술대회(1999. 7), p.88.

12) 임건석, 인터넷 서점의 출판물 유통현황 및 발전방향연구(석사학위논문 동국대학교 언론정보대학원, 2003)

13) 오병석, "인터넷 서점등장으로 인한 출판유통구조변화," 출판산업의 변화와 전망(서울: 범우출판포럼, 2003), p.28.

14) <http://www.blog.naver.com/sun9748/140010626925>[인용, 2005. 12. 10]

15) 임홍조, 전계서, pp.105-107.

16) 정현옥, 강혜영, "남녀대학생의 독서매체활용에 관한 계량적 연구," 서지학연구, 제29집(2004. 12), pp.173-174.

미치는 요인을 규명한 결과 도서와 같이 표준화된 제품을 판매하는 인터넷 서점은 다양한 상품을 갖추는 것뿐만 아니라 풍부하고 정확한 상품 정보 및 최신 정보를 업데이트를 통한 콘텐츠 제공이 필요하다고 제안하였다. 또한 이들은 인터넷 서점 운영자는 효율적이고 혁신적인 조직 관리 및 차별화된 마케팅활동, 과학적인 수용자 분석을 수행해야 한다고 덧붙였다.<sup>18)</sup> 고성희, 조명래, 최원태·김미영, 김은희 등은 인터넷 서점의 현황 및 특성을 분석하여 활성화 방안을 제시하였다.<sup>19)</sup> 또한 노병성·김정기는 인터넷 서점의 활성화 방안으로는 상품의 다변화, 전문성 강화, 정확성과 전문성에 입각한 도서정보서비스제공, 구매동기자극, 주문취소 및 환불방안마련, 다양한 판매전략수집, 링크의 다양화 등을 제안하였다.<sup>20)</sup> 알라딘 서점을 사례 연구하였던 최이규·김광석도 전략적 제휴, 우수한 웹진의 운영, 다양한 재고도서의 검색서비스의 실시 및 웹사이트의 인지도 향상에 관한 노력 등을 제안하였다.<sup>21)</sup> 한편 김석진 및 정현욱·강혜영·김선남 등이 이용자의 행태를 연구하였다. 인터넷 서점 이용자의 이용행태를 불만족과 관련시켜 분석한 김석진에 의하면 이용자들은 도서 구입 정보보다는 도서 관련 정보를 얻는 것으로 나타났다. 또한 이들은 책 구입 과정에서 책 내용과 가격을 고려하였는데 특히 시간절약, 비용절약, 도서정보제공에서는 높은 만족도를 보인 반면 회답, 보안, 결제 등에 대해서는 불만족한 것으로 나타났다.<sup>22)</sup> 특히 인터넷 서점이용자들은 경제적 이익추구형, 정보추구형, 편의추구형으로 유형화되는 것으로 밝혀졌다. 여기에서 경제적 이익추구형은 책값, 유통, 배송, 결제와 관련된 요인에 관심을 두고 있으며, 정보추구형은 책과 관련 전문적 및 시의성을 편의추구형은 책값, 활용가능성, 경품권 제공, 결제의 편의성 등의 요인에 관심을 두었다.<sup>23)</sup>

## 2. 매체 이용 동기에 관한 기존연구검토

매체 이용 동기에 관한 이론의 기본 가정은 수용자가 미디어를 능동적으로 이용한다는데 있다.

- 
- 17) 손서연, 김갑성, "사이버공간에서의 쇼핑태도모형-컴퓨터 쇼핑물과 인터넷 서점을 중심으로," 대한국토·도시계획학회지, 제39권, 제3호,(2004. 6), p.189.
- 18) 오정은, 이승창, 이호근, "인터넷 서점 유형의 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구," Information System Review, 제4권, 2호,(2002, 12), pp.133-152.
- 19) 고성희, 인터넷 쇼핑이 서점 입지 및 서적 물류 구조에 미치는 영향 석사학위논문, 성신여자대학교 교육대학원, 2002); 조명래, 현실서점에서 가상서점으로 이행: 아마존, 종로, 영풍, 교보 사례 연구(석사학위논문, 한양대학교 경영대학원, 1998); 최원태, 김미영, "가상서점의 실태 분석," 국회도서관보, 제37권, 제4호(2000. 7-8); 김은희, 인터넷 서점의 마케팅 전략에 관한 연구(석사학위논문, 건국대학교 경영대학원, 2002); 최이규, 김광석, "인터넷 서점 알라딘의 시장진입과 마케팅전략에 관한 사례연구," 마케팅관리연구, 제8권, 제2호(2003. 5); 임건석, 인터넷 서점의 출판물 유통현황 및 발전방향연구(석사학위논문, 동국대학교 언론정보대학원, 2003).
- 20) 노병성, 김정기, 전계 논문, pp.99-100.
- 21) 최이규, 김광석, 전계 논문.
- 22) 김석진, 인터넷 서점이용자의 도서구매행위연구(석사학위 논문, 경희대학교 언론정보대학원, 2000).
- 23) 정현욱, 강혜영, 김선남, 전계 논문.

또한 이것의 핵심 개념은 이용, 충족, 이용 동기, 능동적인 수용자이다.<sup>24)</sup> 이 이론에 의하면 수용자가 주도하는 미디어 소비 행위 과정에는 수용자의 다양한 사회적 및 심리적 변인이 개입되어 있다는 것이다. 즉 수용자는 사회적 또는 심리적 상황 속에서 욕구와 충족 등을 통하여 문제를 해결하기 위하여 미디어를 이용한다.

인터넷은 전통적인 미디어에 비하여 뉴미디어 기술과 네트워크 시스템에 의한 상호작용을 전제로 하는 웹의 특성상 수용자의 역할이 절대적이어서 이용과 충족이론의 적용 가능성은 강화될 수밖에 없다.<sup>25)</sup> 인터넷 이용 동기에 대한 연구가 활발하게 진행되었다. 홍재욱·김재휘는 인터넷 이용 동기로서 즐거움, 사회적 관계, 시간보내기, 정보 편익 등을 발견한 바 있으며, 정현욱·이동기는 지역축제 관련 인터넷 사이트의 이용 동기는 정보지향형, 실용적인 재미추구형인 것을 밝혔다.<sup>26)</sup> 박성희·최준호는 한국인과 미국인의 인터넷 이용 동기 구조를 연구하였는데 한국인의 인터넷 이용 동기는 친교, 도피주의와 자기표현, 자기 발전, 환경감시 정보추구, 기본전환, 감각적인 만족과 오락, 경제적인 인센티브 등인 반면 미국인은 실용적 정보추구, 온라인 친교, 기본전환, 자기발전, 도피주의로 나타났다.<sup>27)</sup> 박광순·조명휘에 의하면 대학생들의 인터넷 웹 블로그 이용 동기는 자긍심/정체성표현, 편리성/사회성/관음주의, 추억공유, 영상물 게재 및 감상, 상호작용, 유행성, 경제성, 학습도구, 기록성, 습관, 교우관계/흥미, 현실도피로 밝혀졌다.<sup>28)</sup> 한편 인터넷 서점 이용 동기에 관한 정현욱·강혜영·김선남 연구에서도 수용자들은 경제적 이익추구, 정보추구, 편의추구의 태도에 입각하여 인터넷 서점을 이용하는 것으로 나타났다.<sup>29)</sup>

### Ⅲ. 연구 문제 및 연구방법

#### 1. 연구문제

본 연구는 인터넷 서점의 확대와 출판문화에 끼치는 영향에 고려할 때 인터넷 서점이용자들의 행태를 연구해야 할 필요성에서 시도되었다. 본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 대학생의 인터넷 서점 이용 동기는 어떻게 구성되어 있는가?

24) Carolyn Lin, A., Uses and Gratification, in clarifying communication theories: A Hands-on Approach, 박광순, 조명휘, "인터넷의 웹블로그 이용 동기와 만족도에 관한 연구: 대학생 집단을 중심으로," 한국언론학보, 제48권, 제5호(2004.10), p.272. 에서 재인용함.

25) 박광순, 조명휘, 전계 논문, p.275.

26) 홍재욱, 김재휘, 전계 논문.

27) 박성희, 최준호, 전계 논문.

28) 박광순, 조명휘, 전계 논문.

29) 정현욱, 강혜영, 김선남, 전계 논문.

- 둘째, 대학생의 인터넷 서점 이용 및 구매행위의 결정요인은 무엇인가
- 셋째, 대학생의 인터넷 서점 이용행태와 구매하는 도서장르와의 관계는 어떠한가?

## 2. 연구방법

### 가. 연구절차

본 연구는 대학생의 인터넷 서점 이용 동기 및 이용행태에 영향을 미치는 변수를 규명하였다. 본 연구는 편의추출법(convenient sampling method)을 활용하여 표본을 선정한 후 자료를 2005년 10월 10일에서 17일까지 8일간에 걸쳐서 수집하였다. 표본으로 선정된 220명의 응답자는 서울 및 중소도시에 소재하는 2개 대학에서 언론매체와 관련된 과목을 수강하는 대학생들이었다. 연구자는 설문지를 직접전달방식에 의하여 배포하고 수거하였다. 배포된 설문지 총 220부 가운데 불성실한 응답의 것을 제외한 215부를 연구에서 활용하였다. 수집된 자료는 본 연구의 목적을 수행하기 위하여 SPSS 11.0 통계 패키지를 이용하여 빈도분석, 교차분석, 상관관계분석, 회귀분석, 신뢰도분석 등을 실시하여 그 결과를 해석하였다.

### 나. 측정방법

대학생들의 인터넷 서점을 이용 동기의 구조를 밝히기 위하여 본 연구는 총 13개 문항의 설문을 이용하였다. 이들 설문 문항은 안재현(이용편의성, 콘텐츠 충실도, 상호작용, 안정성 등의 요인)과<sup>30)</sup> 정현욱·강혜영·김선남(인터넷 서점이용자의 경제적 이익추구태도, 예를 들면 책값, 유통, 배송, 결제와 관련된 요인) 등이 활용한바 있는 정보추구태도(예를 들면 책과 관련 전문적이고 시의적인 정보), 편의적 태도(예를 들면 책값, 활용가능성, 결제의 편의성의 요인)<sup>31)</sup> 등을 포함시켰으며 각 문항은 5점 척도로 구성하였다.

인터넷 서점에서 구입한 도서 장르유형은 정현욱·강혜영(2005, 176)이 사용한 5가지 분야(소설류(국내·외), 교양도서, 문학도서(소설을 제외한 도서), 실용취미도서, 판타지류(만화 무협지 등과 같은)등으로 구분하여 5점 척도로 측정하였다

인터넷 서점에 관한 관여도는 정현욱, 강혜영이 사용하였던 맥쿼리에와 먼슨(McQuarrie & Munson, 1986)의 항목을<sup>32)</sup>(예'공정하다', '중립적이다', '믿을 수 있다', '사실적이다') 5점 척도로 측정하였다. 이들 관여도의 문항에 대한 신뢰도를 검토한 결과, Cronbach alpha값이 .7883이어서 이들 문항의 신뢰도가 확보된 것으로 판단하였다.

30) 안재현, "방송사 웹사이트에 대한 이용자의 평가요인에 관한 연구," 한국언론학보, 47권, 1호, (2003, 2), pp.191-215.

31) 정현욱, 강혜영, 김선남, 전계 논문.

32) 정현욱, 강혜영, "남녀대학생의 독서매체활용에 관한 계량적 연구," 서지학연구, 제29집(2004, 12), pp.165-187.

인터넷 서점의 만족도 평가에 관한 문항은 4가지(예 인터넷 서점을 이용한 후 더 많은 책을 사게 되었다. 인터넷 서점이 나의 독서율을 끌어 올린다. 인터넷 서점에 만족한다. 인터넷 서점에 재방문할 것이다)로서 이것은 5점 척도로 측정되었다. 이것의 신뢰도를 검토한 결과, Cronbach alpha값이 .8189이어서 이들 문항의 신뢰도가 확보된 것으로 판단하였다. 또한 인터넷 서점 이용행태에 관한 항목은 2개(귀하는 얼마나 인터넷 서점을 방문하는가, 귀하는 인터넷 서점에서 책을 구입할 의도는 어느 정도나 되는가)로 이것은 5점 척도로 각각 측정되었다.

## IV. 연구결과

### 1. 응답자 특성

본 연구의 응답자는 성별로 남자 51.6%, 여자 48.4%로 구성되었다. 이들은 학년별로 1학년 40.9%, 2학년 21.4%, 3학년 25.6%, 4학년 12.1%로 나타났다. 이들의 인터넷 활용 시간은 하루 약 109분이었으며, 전공서적을 포함하여 하루 책을 읽는 시간은 138분이었다. 응답자들은 1달 평균 인터넷 서점을 통하여 1.8권의 책을 구입한 것으로 나타났다.

### 2. 분석 결과

#### 가. 인터넷 서점 이용 동기

인터넷 서점 이용 동기 문항들이 어떤 방식으로 묶이는지를 알아보기 위하여 요인분석(factor analysis)을 실시하였다. 요인추출방식은 주성분분석(principal component analysis)방식을 이용하였으며 요인의 회전은 베리막스(varimax)를 이용하였다. 각 문항들은 요인 적재치(factor loading)가 0.4이상으로 중요도가 높다고 판단하여 모두 채택한 결과 인터넷 서점 이용 동기는 세 가지 요인으로 도출되었다. 이 요인들은 인터넷 서점 이용 동기의 전체 변량의 57.24%를 설명하는 것으로 나타났다(표 2 참조).



〈표 2〉 인터넷 서점 이용 동기에 관한 요인분석

문항	Factor 1	Factor 2	Factor 3
관심 있는 분야의 책을 살피기 위하여	.575		
각종 행사, 이벤트 정보를 얻기 위하여	.472		
시간을 절약할 수 있어서	.657		
여러 책을 비교할 수 있어서	.625		
집에서 주문하고 배달이 가능 하므로	.667		
책 대금을 온라인으로 결제할 수 있어서	.661		
아무 때나 들어갈 수 있어서	.685		
값이 저렴해서	.604		
주변 사람과의 대화를 위하여		.637	
습관적으로		.555	
심심해서		.668	
새로운 책 정보를 얻기 위하여			-.574
다양한 서평 및 저자를 접하기 위하여			-.541
고유값	4.009	2.142	1.290
설명량(%)	30.839	16.474	9.923
누적설명량	30.839	47.313	57.236

요인분석 결과 요인1은 '편의 추구형'으로 이것은 대학생들의 인터넷 서점을 통하여 이용의 편리성을 추구하겠다는 실용적 목적에서 비롯된 것이었다. 이 요인은 '관심 있는 분야의 책을 살피기 위하여', '각종 행사, 이벤트 정보를 얻기 위하여', '시간을 절약할 수 있어서', '여러 책을 비교할 수 있어서', '집에서 주문하고 배달이 가능 하므로', '책 대금을 온라인으로 결제할 수 있어서', '아무 때나 들어갈 수 있어서', '값이 저렴해서' 등 8개의 항목으로 구성되어 있다. 요소1은 인터넷 서점 이용 동기의 30.83%를 설명하였다.

요인2는 '대인관계 추구형'으로 해석할 수 있는 이용 동기로 구성되었는데 여기에는 '주변 사람과의 대화를 위하여', '습관적으로', '심심해서' 등의 도구적 목적이 포함되었다. 요인 2는 여가활용의 일환에서 이루어진다는데 그 특성이 있다. 이것은 인터넷 서점 이용 동기의 16.47%를 설명하고 있다.

요인3은 '정보 추구형'으로 '새로운 책 정보를 얻기 위하여', '다양한 서평 및 저자를 접하기 위하여' 등 2가지를 포함하였다. 요인 3은 인터넷 서점 이용 동기의 9.92%를 설명하고 있다.

#### 나. 인터넷 서점 이용행태의 결정요인

##### (1) 인터넷 서점 방문의 결정 요인

인터넷 서점 방문에 영향을 미치는 영향은 '인터넷 활용시간', '독서시간', '편의추구 동기', '대인관계 추구동기', '정보 추구동기', '인터넷 서점 관여도', '인터넷 서점 만족도'를 인터넷 서점 방문에

일괄적으로 회귀시켜 분석하였다. <표 3>에 제시된 것처럼 '인터넷 활용시간'(Beta=-.157), '편의 추구 동기'(Beta=.163), '인터넷 서점 관여도'(Beta=.175), '인터넷 서점 만족도'(Beta=.362) 등인 것으로 나타났다. 흥미로운 결과는 인터넷 활용시간이 낮은 사람일수록 인터넷 서점을 자주 방문하였다. 이러한 연구 결과는 인터넷 서점 활용은 목적지향적인 행위임을 의미한다. 한편 인터넷 서점의 방문에 영향을 미치는 변수는 편의를 추구하는 동기, 인터넷 서점에 대한 높은 관여도, 인터넷 서점에 대한 높은 만족도이었다. 다시 말하면 편의적 동기가 많은 대학생일수록, 그리고 인터넷 서점에 대한 관여도와 만족도가 높은 대학생일수록 자주 방문하는 것으로 나타났다. 그러나 인터넷 서점의 방문은 독서시간이나 대인관계 중시동기 및 정보추구 동기와는 별다른 관계가 없는 것으로 나타났다. 전반적으로 인터넷 서점방문은 관여도 및 만족도, 편의성 추구에서 이루어짐을 알 수 있다. 주목할 만한 부분은 인터넷 서점 방문에 가장 커다란 영향을 미치는 변수가 인터넷 서점에 대한 만족도라는 점이다.

<표 3> 인터넷 서점방문에 영향을 미치는 요인

독립변수	종속변수		인터넷 서점 방문		
	B	SE B	Beta	T	Sig T
인터넷활용시간	-.002	.001	-.157	-2.905	.004
독서시간	.000	.000	-.069	-1.129	.197
편의추구 동기	.030	.013	.163	2.364	.019
대인관계중시동기	.007	.024	.016	.269	.789
정보추구동기	.049	.035	.085	1.406	.161
인터넷서점 관여도	.064	.021	.175	2.984	.003
인터넷 서점 만족도	.125	.025	.362	4.964	.000
(Constant)	.257	.359		.716	.475
R square	.0429				
F Value	19.368	Sig. = .000			
N	215				

(2) 인터넷 서점에서 책 구매의 결정요인

인터넷 서점에서의 책 구매에 미치는 영향은 '인터넷 활용시간', '독서시간', '편의추구 동기', '대인관계추구 동기', '정보추구 동기', '인터넷 서점 관여도', 그리고 '인터넷 서점 만족도'를 인터넷 서점을 통한 책 구매의도정도에 회귀시켜 분석하였다. <표 4>에 제시된 것처럼 '독서시간'(Beta=-.120), '편의추구 동기'(Beta=.284), '인터넷 서점 관여도'(Beta=.166), '인터넷서점 만족도'(Beta=.293)가 인터넷 서점에서의 책 구매에 영향력을 행사하는 것으로 나타났다. 이 가운데 '인터넷서점 만족도'가 인터넷 서점에서의 책 구매에 미치는 영향이 가장 컸다. 그러나 '인터넷 활용시간', '대인관계 추구 동기', '정보추구 동기' 등은 인터넷 서점의 책 구매에 영향을 미치지 못하였다. 흥미로운 사실은 독서시간이 낮을수록 인터넷 서점에서 책을 구매하는 경향이 높다는 사실이다. 달리 말하면 독서시간이

높은 학생들은 온라인 보다는 오프라인 서점을 활용하는 경우가 더 많음을 알 수 있다. 전반적으로 인터넷 서점에 대한 신뢰와 만족도가 큰 대학생일수록 인터넷 서점을 통하여 책을 구입하게 될 가능성이 높음을 알 수 있다.

〈표 4〉 인터넷 서점에서 책 구매에 영향을 미치는 요인

독립변수	종속변수		인터넷 서점에서 책 구매		
	B	SE B	Beta	T	Sig T
인터넷활용시간	-.001	.001	-.079	-1.427	.155
독서시간	-.001	.000	-.120	-2.190	.030
편의추구 동기	.055	.014	.284	3.998	.000
대인관계중시동기	.027	.027	.060	1.011	.313
정보추구동기	.009	.038	.014	.228	.820
인터넷서점 관여도	.063	.023	.163	2.706	.007
인터넷 서점 만족도	.107	.028	.293	3.900	.000
(Constant)	.045	.392		.114	.909
R square	.0399				
F Value	17.082	Sig. = .000			
N	215				

다. 인터넷 서점 관여도 및 만족도와 도서장르

본 연구에서는 대학생들의 인터넷 서점에 관한 관여도 및 만족도와 특정 도서장르구입 여부간의 관계를 검증하였다. 이러한 연구는 인터넷 서점에 관한 관여도 및 만족도가 높은 대학생들이 특정 분야의 도서를 더 인터넷으로 구매할 것이라는 전제 속에서 이루어졌다. 이를 위하여 본 연구는 대학생들의 인터넷 서점 관여도 및 만족도와 그들의 특정분야 구매 선호도를 규명하기 위하여 이들을 상관관계 분석에 회부하였다. 분석 결과는 〈표 5〉에 제시되었다.

〈표 5〉 인터넷서점 관여도 및 만족도와 선호구매 도서장르간의 상관관계

	소설류	교양도서	문학도서	실용취미도서	환타지류	관여도	만족도
소설류	1.000						
교양도서	.242**	1.000					
문학도서	.463**	.519**	1.000				
실용취미도서	.197**	.273**	.210**	1.000			
환타지류	.112	.117	.241**	.190**	1.000		
관여도	.149*	.148*	.190**	.161*	-.043	1.000	
만족도	.364**	.298**	.397**	.348**	.131	.354**	1.000

N=215 \*: p<.05 \*\*: p<.01

대학생들의 인터넷 서점 관여도 및 만족도와 그들이 인터넷으로 자주 구매하는 도서 장르간의

관계를 분석한 결과, 인터넷 서점 관여도와 가장 높은 상관관계를 갖는 도서장르는 소설이외의 문학도서( $r=.190$ )이었으며 실용취미도서( $r=.161$ ), 국내외소설( $r=.149$ ), 교양도서( $r=.148$ )와도 일정한 관계를 갖는 것으로 나타났다. 그러나 인터넷 서점 관여도의 여부와 만화, 무협지 등 판타지류의 구매 간에는 통계적으로 유의미한 관계가 나타나지 않았다. 즉 이들 장르는 인터넷 서점 관여도와는 상관이 없음을 알 수 있다. 인터넷 서점 만족도와 가장 높은 상관관계를 갖는 도서장르는 소설이외의 문학도서( $r=.397$ )이었으며 국내외 소설( $r=.364$ ), 실용취미도서( $r=.348$ ), 교양도서( $r=.298$ )의 순서로 나타났다. 그러나 인터넷 서점 만족도는 관여도와 마찬가지로 판타지류의 구매와는 통계적으로 유의미한 관계를 보여주지 않았다. 특히 인터넷 서점 관여도와 만족도간의 상관관계는 매우 높았는데( $r=.354$ ), 이를 통하여 인터넷 서점에 대한 관여도가 높은 대학생이 더 인터넷 서점에 대하여 만족감을 느낀다는 것을 알 수 있다. 한편 인터넷으로 소설이외의 문학 도서를 많이 구입하는 대학생일수록 교양도서를 더 구입하는 경향을 보였다. 반면 인터넷에서 판타지물의 구매행위는 다른 어떤 장르와 통계적으로 유의미한 관계를 보여주지 않았다. 이를 통하여 우리는 이 유형의 도서구매와 인터넷 관여도 및 만족도와는 무관한 관계에 있음을 알 수 있다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 대학생들의 인터넷 서점이용 동기구조가 어떠한가, 대학생들의 인터넷 서점의 이용 및 구매행위에 미치는 변수는 무엇인가, 대학생들의 인터넷 이용행태와 인터넷에서 구매하는 도서 장르 간에는 어떠한 관계가 있는가를 경험적으로 분석한 것이다. 본 연구의 자료 수집은 서울과 중소도시 지역의 대학생 215명을 대상으로 2005년 10월 10일에서 10월 17일까지 8일간 이루어졌다.

본 연구의 결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째, 대학생의 인터넷 서점 이용 동기 구조는 모두 3가지 요인- 편의추구 동기, 대인관계 추구 동기, 정보추구 동기-로 나타났다. '편의추구 동기'는 대학생들은 인터넷 서점을 편리하게 때문에 이용하는 실용적인 목적에서 비롯된 것이었다. 이러한 동기는 기존의 결과에서 밝혀진 동기구조와 같은 맥락의 것이다.<sup>33)</sup> 대인관계 중시형 동기는 인터넷 서점 방문이 다른 사람과의 대화를 위한 도구적인 맥락에서 이용될 뿐만 아니라 여가활용의 일종의 목적지향적인 행위임을 보여주고 있다. 이러한 결과는 홍재욱·김재휘가 밝힌 인터넷 이용 동기 구조 즉 즐거움, 사회적 관계, 시간보내기 등과 유사한 것이라고 할 수 있다.<sup>34)</sup> 마지막으로 세 번째 요인인 정보추구 동기는 '새로운 책 정보를 얻기 위하여', '다양한 서평 및 저자를 접하기 위하여' 정보욕구에서 비롯된 것이다. 이것은

33) 정현욱, 강혜영, 김선남, 전개 논문: 박광순, 조명희, 전개 논문: 박성희, 최준호, 전개논문.

34) 홍재욱, 김재휘, 전개 논문.

기존의 연구에서<sup>35)</sup> 얻은 정보추구욕구와 유사한 것이라고 할 수 있다.

둘째, 본 연구는 대학생의 인터넷 서점 방문 및 구매행위의 결정요인에 관한 회귀분석 결과 다음의 결과를 얻었다.

① 인터넷 서점 방문에 영향을 미치는 변수로는 '인터넷 활용시간', '편의추구 동기', '인터넷 서점 관여도', '인터넷 서점 만족도' 등으로 나타났다. 한편 인터넷 서점의 방문에 영향을 미치는 변수는 편의를 추구하는 동기, 인터넷 서점에 대한 높은 관여도, 인터넷 서점에 대한 높은 만족도였다. 즉 편의적 동기가 많은 대학생일수록, 인터넷 서점에 대한 관여도와 만족도가 높은 대학생일수록 자주 방문하였다. 그러나 인터넷 서점의 방문은 독서시간이나 대인관계 중시동기 및 정보추구 동기와는 별다른 관련이 없는 것으로 나타났다. 한편 인터넷 서점 방문을 자주 방문하는 학생들의 인터넷 활용시간은 낮았다. 결과적으로 우리는 인터넷 서점 활용은 매우 목적지향적인 행위임을 알 수 있다. 전반적으로 인터넷 서점방문은 관여도 및 만족도, 편의성 추구에서 이루어짐을 알 수 있다.

② 대학생의 인터넷 서점을 통한 책 구매여부에 미치는 변수로는 '독서시간', '편의추구 동기', '인터넷 서점 관여도', '인터넷서점 만족도'인 것으로 나타났다. 특히 '인터넷서점 만족도'가 인터넷 서점을 통한 책 구매에 가장 크게 영향을 미쳤다. 그러나 '인터넷 활용시간', '대인관계 추구 동기', '정보추구 동기' 등은 인터넷서점에서 책 구매에 영향을 미치지 못하였다. 흥미로운 사실은 독서시간이 낮을수록 인터넷 서점에서 책을 구매하는 경향이 많다는 사실이다. 달리 말하면 독서시간이 높은 학생들은 온라인 보다는 오프라인 서점을 활용하는 경우가 높음을 추측할 수 있다. 전반적으로 인터넷 서점에 대한 신뢰와 만족도가 큰 대학생들은 지속적으로 인터넷 서점을 통하여 책을 구입하게 될 가능성이 매우 높음을 알 수 있다.

셋째, 인터넷 서점 관여도 및 만족도와 구매하는 도서장르 간의 관계를 살펴본 결과 다음의 결과를 얻었다. 인터넷 서점 관여도와 만족도간에는 높은 상관관계를 보여주었다. 즉 인터넷 서점에 대한 관여도가 높은 대학생일수록 만족도가 높았다. 또 인터넷 서점 관여도가 높은 대학생들은 소설 이외의 문학도서, 실용취미도서, 국내외소설, 교양도서류 순으로 구입하고 있음이 나타났다. 또한 인터넷 서점 만족도가 높은 대학생들 역시 인터넷을 통하여 소설이외의 문학도서, 국내외소설, 실용도서, 교양도서의 순으로 구매하고 있음이 나타났다. 한편 인터넷으로 소설이외의 문학 도서를 많이 구입하는 대학생일수록 교양도서를 더 구입하는 경향을 보였다. 그러나 대학생의 인터넷 관여도 및 만족도 여부는 판타지류의 구매행위와는 무관하였다.

이상의 연구 결과는 기존의 연구결과가 지적하였던 바와 같이 인터넷 서점의 성장 가능성을 확인하고 있다. 특히 인터넷 서점에 대한 대학생의 이용 동기는 크게 3가지-편의 추구형, 대인관계 추구형, 정보 추구형 등으로 구조화되어 있으며, 특히 편의 추구 동기가 인터넷 이용행태에 영향을

35) 정현욱, 이동기, "지역축제 인터넷 사이트 이용자의 주관성 구조유형에 관한 Q 분석," 한국사회와 행정연구, 제15권, 제2호(2004.8); 박성희, 최준호, 전개 논문.

미치고 있음을 알 수 있다. 또한 인터넷 서점에 대한 관여도, 만족도가 높은 대학생일수록 인터넷을 방문할 가능성 및 인터넷 통한 책 구매행위를 할 가능성이 높은 것으로 입증되었다. 뿐만 아니라 이러한 대학생일수록 인터넷을 통하여 다양한 도서장르를 구입하는 것으로 밝혀졌다.

본 연구를 통하여 향후 연구에서는 인터넷 서점의 활성화 방안으로서 중요한 독서 인구인대학생의 욕구를 만족시킬 수 있는 다양한 독서정책을 개발하여야 할 것이다. 또한 이들의 욕구를 밝히는 다양한 형태의 실증적인 연구가 이어져야 할 것이다.

본 연구는 주요 독서향유자라고 할 수 있는 대학생의 인터넷 서점 이용행태를 실증적으로 규명하였는데 그 의미를 찾을 수 있다. 그러나 본 연구는 표집방법 및 측정방법의 한계점을 안고 있으므로 향후 연구에서 이러한 연구의 한계점이 보완되어야 할 것이다. 뿐만 아니라 향후 연구에서는 수용자의 인터넷 서점 이용 동기 및 이를 통한 독서 행위를 보다 다양한 인구통계학적인 변수를 동원하여 규명하여야 할 것이다.

## 참 고 문 헌

- 고성희. 인터넷 쇼핑이 서점 입지 및 서적 물류 구조에 미치는 영향. 석사학위논문, 성신여자대학교 교육대학원, 2002.
- 김은희. 인터넷 서점의 마케팅 전략에 관한 연구. 석사학위논문, 건국대학교 경영대학원, 2002.
- 김석진. 인터넷 서점이용자의 도서구매행위연구. 석사학위논문, 경희대학교 언론정보대학원, 2000.
- 노병성, 김정기. “가성서점의 현황과 과제.” 한국출판유통정보화의 현황과 발전방향, 한국출판학회 제8회 정기학술대회(1999. 7).
- 대한상공회의소, [http://dl.korcham.net/data\\_01\\_view.asp?id=1686](http://dl.korcham.net/data_01_view.asp?id=1686).(2005. 12. 10)
- 동아일보, 2005년 5월 2일자.
- 박광순, 조명휘. “인터넷의 웹블로그 이용동기와 만족도에 관한 연구: 대학생 집단을 중심으로.” 한국언론학보, 제48권, 5호(2004. 10), pp.270-296.
- 박성희, 최준호. “인터넷 이용동기와 이용행태간 상관관계에 관한 탐색적 비교연구.” 한국언론학보, 제48권, 4호(2004. 8), pp.243-270.
- 손서연, 손갑성. “사이버공간에서의 쇼핑행태모형-컴퓨터 쇼핑물과 인터넷 서점을 중심으로.” 대한국토·도시계획학회지, 제39권, 3호(2004. 6), pp.179-191.
- 안재현. “방송사 웹사이트에 대한 이용자의 평가요인에 관한 연구.” 한국언론학보, 제47권, 1호(2003. 2), pp.191-215.
- 오병석. “인터넷 서점등장으로 인한 출판유통구조변화.” 출판산업의 변화와 전망 범우출판포럼

(2003. 6).

오정은, 이승창, 이호근. “인터넷 서점 유형의 선택에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구.”  
Information System Review, 4(2)(2002. 12), pp.133-152.

임건석. 인터넷 서점의 출판물 유통현황 및 발전방향연구. 석사학위 논문, 동국대학교 언론정보대학원,  
2003.

임홍조. 2004년 제8회 국민독서실태조사. 서울: 문화관광부, 2004.

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, 2호(2004. 8), pp.325-346.

정현욱, 강혜영, 김선남. “인터넷 서점 이용자의 주관성에 관한 Q분석.” 한국도서관·정보학회지  
제36권, 2호(2005. 6), pp.197-220.

조명래. 전통적 서점에서 가상서점으로 이행-아마존, 종로, 영풍, 교보 사례 중심-. 석사학위 논문,  
한양대학교 경영대학원, 1998.

중앙일보, 2004년 6월 1일자.

최원태, 김미영. “가상서점의 실태분석.” 국회도서관보, 제37권, 4호(2000. 7-8), pp.38-60.

최이규, 김광석. “인터넷 서점 알라딘의 시장진입과 마케팅전략에 관한 사례연구.” 마케팅관리연구,  
제8권 2호(2003.5), pp.127-156.

통계청, [http://www.nso.go.kr/newnso/notice/report\\_view.html?content\\_id=3426](http://www.nso.go.kr/newnso/notice/report_view.html?content_id=3426), [인용 2005.  
12. 10]

한국일보, 2005년 8월 24일자.

<http://www.blog.naver.com/sun9748/140010626925> [인용, 2005. 12. 10]