

## 디지털시대 독서문화의 좌표 : ‘하이브리드 독자’의 탄생

백원근 (한국출판연구소)\*

### 1. 시작하며

미디어 환경의 디지털화와 융복합화가 가속화되면서, 전자책(e-book)으로 상징되는 출판 산업의 지형 변화와 디지털 콘텐츠의 확산도 보편적인 현상으로 자리잡아 가고 있다. 이는 수용자인 독자의 독서자료 선택지가 전통적인 매체인 종이책 위주에서 각종 디지털 콘텐츠까지 포괄하는 방향으로 다양하게 변화하는 ‘하이브리드화’를 초래하고 있다.

하이브리드(hybrid)란, 본래 이질적인 요소가 서로 섞인 것으로 이종(異種), 혼합, 혼성, 혼혈이라는 의미를 지닌다. 보다 넓은 의미로는 이종을 결합시켜 부가가치를 높인 새로운 영역을 창조하는 통합 코드로 인식되기도 한다. 휴대폰에 전화통화 기능과는 관련성이 없어 보이는 카메라, MP3 기능 등을 섞어 휴대폰의 가치를 올리는 것과 같은 이치다. 또한 하이브리드는 다양성과 다원성으로 해석되기도 한다. 다양성과 다원성이라는 기초 위에서 반대 의견을 포함한 사회의 다양한 목소리를 포용, 통합하는 하이브리드적 접근방식이 정치·사회적 통합 코드로 최근 관심을 모으고 있다(매일경제신문, 2014). 이 용어가 사회적으로 회자된 것은 자동차산업에서부터였다. 1990년대 초에 각광받던 전기자동차의 대안으로 떠오른 것이 하이브리드 자동차이다. 하이브리드카는 가솔린엔진과 전기모터, 수소연소엔진과 연료전지, 천연가스와 가솔린엔진, 디젤과 전기모터 등 두 가지 이상의 구동장치를 동시에 탑재한 차량으로 저공해와 연비 향상의 장점이 있다. 가장 대표적인 것이 전기모터와 가솔린엔진을 같이 쓰는 경우이다. 기존 자동차는 엔진의 힘을 그대로 변속기가 증폭해 바퀴의 회전력으로 전달하는 방식이었으나, 하이브리드카는 엔진과 변속기 사이에 회전 속도가 좋은 전기모터와 대규모 배터리가 존재한다(박문각, 2014).

하이브리드화는 이제 특정 산업 범주를 넘어서 다양한 분야로 확산되고 있으며, 대중매체 콘텐츠의 유통 채널 다원화에 따라 언론 분야에서도 이러한 현상이 일반화되었다. 전통적으로 가장 대중적인 읽기 매체의 하나인 신문이나 잡지에서도 이러한 현상이 나타나고 있다. <2013 언론수용자 의식조사>에 따르면(한국언론진흥재단, 2013), 신문 이용자 유형은 ‘종이신문’ 이용자 11.0%, ‘인터넷신문’ 이용자 42.6%, ‘종이신문+인터넷신문’ 이용자 22.8%, ‘신문 비이용자’ 23.6%로 나타났다. 또한 1주일간 매체 경로별 이용률을 보면 ‘종이신문’ 43.8%, ‘고정형 인터넷’ 50.7%, ‘이동형 인터넷’ 55.3%로 조사되었다. 즉 종이신문과 인터넷신문을 함께 읽는 병독(並讀), 또는 하이브리드 신문 독자가 이미 22.8%로 증가했다. 특히 데스크톱PC, 노트북과 같은 ‘고정형 인터넷’보다 스마트폰, 태블릿PC 등 ‘이동형 인터넷’을 이용해 신문 기사를 읽는 모바일 이용자의 비중이 더욱 확대된 점은 뉴스 소비 방식의 변화를 상징적으로 보여준다.

출판 및 독서 분야에서도 이러한 독서자료(콘텐츠) 생산·공급·이용 방식의 디지털화, 모바일 서비스, 하이브리드화가 빠르게 진행되고 있다. 이에 본고에서는 ‘하이브리드 독서’와 관련된 독자 실태조사, 출판시장 추이 자료 등을 토대로 ‘하이브리드 독자’ 및 ‘하이브리드 독

---

\* bookclub21@korea.com

서 생태계'의 특징과 시사점을 살펴보고자 한다. 출판 분야를 중심으로 한 독서자료의 공급과 수용은 주로 이윤 동기를 가진 출판산업과 독자(독서시장)의 상호작용에 의해 형성·진화한다는 점에서 '하이브리드 독서·독자' 논의는 독서, 도서관, 출판, 교육, 사회문화 등 책과 관련된 다양한 층위에서 의미를 갖는다고 본다.

다만, 본고에서는 '하이브리드 독서'의 범주를 전통적인 출판매체인 도서(서적)와 전자책(e-book)을 병독하는 것으로 제한하고자 한다. 오늘날 '독서', '독서매체'의 정의와 범주에 대해서는 다양한 견해가 존재하는데, 이를테면 각종 인터넷 자료나 이메일, 사회관계망서비스(SNS) 등 개인적인 정보교환 등 각종 읽기 매체분야 가운데 출판사가 발행하여 유상 판매하는 일반도서(교과서, 학습참고서, 잡지 제외) 및 이에 준하는 전자책을 기준으로 하이브리드 독서 현상과 특성을 논구하고자 한다.

## 2. 하이브리드 독서의 확산

### 1) 국내 조사 결과

서베이 결과를 바탕으로 국내에서 '하이브리드 독자'의 출현과 확산 추세를 제시한 대표적인 사례로는 <2012년 전자책 독서실태 조사>를 들 수 있다(한국출판연구소, 2012b). 이 조사는 전자책 독서에 특화시켜 전국 단위 표본조사를 국내 최초로 시행한 것으로, 조사 결과 '종이책'만 읽는 독자가 56.0%, 종이책과 전자책을 병독하는 '종이책+전자책' 독자가 12.9%, 종이책을 읽지 않고 전자책만 읽는 '전자책' 독자가 1.7%인 것으로 나타났다. 이 조사보고서는 '종이책+전자책' 독자를 '하이브리드(hybrid) 독자'로 규정하고, 하이브리드 독서 양식 및 하이브리드 독자층의 확산과 전자책만 읽는 '디지털 독자'의 등장을 확인했다.

이 조사 결과 종이책과 전자책을 함께 읽는 '하이브리드 독자'는 종이책 또는 전자책만 읽는 독자들에 비해 독서 행태가 보다 적극적인 것으로 밝혀졌다. 하이브리드 독자의 독서 선호도(평소 독서를 좋아하는 비율

역대 <국민 독서실태 조사>에서 성인의 전자책 이용률은 2007년 6.8% → 2010년 11.2% → 2013년 13.9%로 점진적인 증가세를 보였다. 이와 같은 전자책 독서율은 종이책 독서량이 많은 집단에서 보다 많이 증가하는 비례 현상이 공통적으로 나타났다(<표 1> 참조). 이는 전자책 독서율 증가와 더불어 자연스럽게 하이브리드 독자층이 증가하고 있음을 보여준다.


자료 : 한국출판연구소, 각 연도 <국민 독서실태 조사>(문화체육관광부 발행)에서 재정리.

<2013년 국민 독서실태 조사>에서는 독자층의 유형을 ‘종이책 독자’, ‘전자책 독자’, ‘종이책+전자책 독자(하이브리드 독자)’, 연간 독서량이 전혀 없는 ‘비독서자’로 구분하고, ‘하이브리드 독자층’은 연령, 학력, 직업, 소득 수준, 거주지 규모 등의 인구통계학적 특성이 ‘종이책 독자’에 비해 유사한 수준에서 높게 나타났다. 즉 연령이 낮을수록, 학력이 높을수록, 직업별로는 대학생 및 관리직·전문직·사무직군에서, 상대적으로 고소득이면서 중소도시 규모 이상 거주자라는 점이다(<표 2> 참조). 특히 연간 종이책 독서량은 ‘종이책 독자’가 12.0권, ‘하이브리드 독자’가 16.7권으로 나타나, 하이브리드 독자가 종이책만 읽는 독자층보다 독서량에서도 앞서는 것으로 조사되었다. ‘하이브리드 독자’의 전자책 독서량(연평균 6.7권)을 종이책 독서량과 합할 경우 총 23.4권으로, ‘종이책 독자’에 비해 약 2배 수준의 독서량을 나타냈다.

초·중·고 학생의 경우에도 연간 종이책 독서량은 ‘종이책 독자’가 32.9권, ‘하이브리드 독자’가 34.8권인데, ‘하이브리드 독자’의 연간 전자책 독서량이 19.0권으로 종이책과 합한 총 독서량은 53.8권이나 되어 종이책만 읽는 독자층보다 전체 독서량이 20.9권 더 많은 것으로 나타났다.

하이브리드 독자층은 여가시간이 다른 독자 유형과 비슷함에도 불구하고 독서에 할애하는 시간과 그 비중이 높아 전체 독서량 역시 높게 나타났다. 공공도서관 이용률 및 이용 횟수, 독서 관련 프로그램 참여율이나 독서동아리 활동 등 독서 모임 참여율도 다른 독자 유형에 비해 2배 이상 높았다. 또한 하이브리드 독자층은 주위사람과의 독서대화 정도, 성장 과정에서 부모나 교사에게 독서 권장을 받은 경험, 독서 효능감(독서가 사회생활에 도움을 주는 정도)도 다른 집단보다 높게 나타났다. 현재 직면하고 있는 독서 장해 요인이 다른 독자 유형과 비슷함에도 불구하고 비교적 뚜렷하고 활동적인 독서 행동을 나타냈다(<표 3> 참조).

하이브리드 독자층의 독서행동 측면의 특징으로는 이동시 또는 도서관에서의 독서 활동이 상대적으로 많고, 책을 읽는 이유 가운데 ‘즐겁고 습관화되어서’라는 응답 비율이 14.5%로 다른 집단(‘종이책’ 독자 5.3%, ‘전자책’ 독자 1.0%)보다 훨씬 높다는 점이다. 또한 도서 정보원으로 본인이 직접 서점이나 도서관에서 책을 살펴보고 선택하는 비율과 함께 인터넷 및 SNS를 ‘종이책’ 독자보다 훨씬 적극적으로 이용하는 것으로 나타났다. 읽을 책을 구하는 방식에서도 구입 못지않게 도서관 대출이 가장 활발했다(<표 4> 참조).

응답자 특성별 독자 유형 비율		사례수	독자 유형			
			종이책 독자	전자책 독자	종이책 + 전자책 독자	비독서자
전체		2000	58.3	0.9	13.0	27.8
성별	남	993	56.7	1.1	13.6	28.6
	여	1007	59.9	0.6	12.5	27.0
연령	18-29세	387	58.7	<b>1.8</b>	<b>29.5</b>	10.1
	30-39세	389	62.1	1.3	<b>20.0</b>	16.6
	40-49세	425	<b>66.7</b>	0.2	10.7	22.4
	50-59세	385	58.4	1.2	3.3	<b>37.1</b>
	60세 이상	414	45.9	0.0	2.5	<b>51.6</b>
학력	중졸이하	286	33.0	0.0	0.5	<b>66.5</b>
	고졸/고퇴	748	59.8	1.0	5.2	<b>34.0</b>
	대재이상	967	<b>64.7</b>	1.0	<b>22.8</b>	11.5
직업	관리/전문/사무직	412	<b>69.1</b>	0.5	<b>21.1</b>	9.3
	판매/서비스직	361	58.9	<b>1.7</b>	10.9	28.5
	생산직	242	47.8	1.2	5.3	<b>45.7</b>
	자영업	289	54.4	0.1	6.2	<b>39.3</b>
	학생	183	55.0	1.1	<b>38.9</b>	5.1
	전업주부	404	57.3	0.4	6.2	<b>36.0</b>
	은퇴/무직/기타	109	59.2	<b>1.8</b>	6.9	32.1
가구소득	200만원 미만	536	50.7	0.9	8.2	<b>40.2</b>
	200-500만원 미만	941	59.2	0.8	11.5	28.5
	500만원 이상	523	64.6	1.0	<b>20.7</b>	13.8

독자 유형별 응답자 특성		전체	독자 유형			
			종이책 독자	전자책 독자	종이책 + 전자책 독자	비독서자
사례수		2000	1167	17	260	555
성별	남	49.6	48.3	<b>63.1</b>	51.8	51.1
	여	50.3	51.7	36.9	48.2	48.9
연령	18-29세	19.3	19.5	<b>39.4</b>	<b>43.8</b>	7.0
	30-39세	19.4	20.7	<b>29.1</b>	<b>29.8</b>	11.6
	40-49세	21.2	24.3	5.8	17.5	17.1
	50-59세	19.2	19.3	25.7	4.9	25.7
	60세 이상	20.7	16.3	0.0	3.9	<b>38.5</b>
학력	중졸이하	14.3	8.1	0.0	0.5	<b>34.2</b>
	고졸/고퇴	37.4	38.3	44.2	15.0	45.8
	대재이상	48.3	53.6	55.8	<b>84.4</b>	20.0
직업	관리/전문/사무직	20.6	24.4	13.0	<b>33.3</b>	6.9
	판매/서비스직	18.0	18.2	<b>35.5</b>	15.0	18.6
	생산직	12.1	9.9	<b>16.8</b>	4.9	<b>19.9</b>
	자영업	14.4	13.5	1.4	6.9	<b>20.4</b>
	학생	9.1	8.6	11.8	<b>27.2</b>	1.7
	전업주부	20.2	19.8	10.1	9.7	<b>26.2</b>
	은퇴/무직/기타	5.5	5.5	<b>11.3</b>	2.9	6.3
가구소득	200만원 미만	26.8	23.3	27.0	17.0	<b>38.8</b>
	200-500만원 미만	47.0	47.8	44.0	41.5	48.2
	500만원 이상	26.1	28.9	29.0	<b>41.5</b>	13.0

자료 : 한국출판연구소, <2013년 국민 독서실태 조사>(문화체육관광부, 2013)에서 재정리.

자료 : 한국출판연구소, <2013년 국민 독서실태 조사>(문화체육관광부, 2013).

자료 : 한국출판연구소, <2013년 국민 독서실태 조사>(문화체육관광부, 2013).

이러한 하이브리드 독자(성인)의 특성은 초·중·고 학생층에서도 비슷하게 나타나는 것으로 조사되었다. 즉 여가활동 중 독서시간의 비중이 상대적으로 높고 연간 독서량, 공공도서관 이용, 독서동아리 참여율 등이 상대적으로 높았다. 하이브리드 독자(학생)들은 어릴 때 부모가 그림책을 읽어준 경험, 주위사람과의 독서대화 정도, 현재 부모나 교사의 독서 권장 정도가 상대적으로 다소 높게 나타나 독서환경의 영향이 작용함을 보여준다(<표 5

출처 : 한국출판연구소, <2013년 국민 독서실태 조사>(문화체육관광부, 2013).

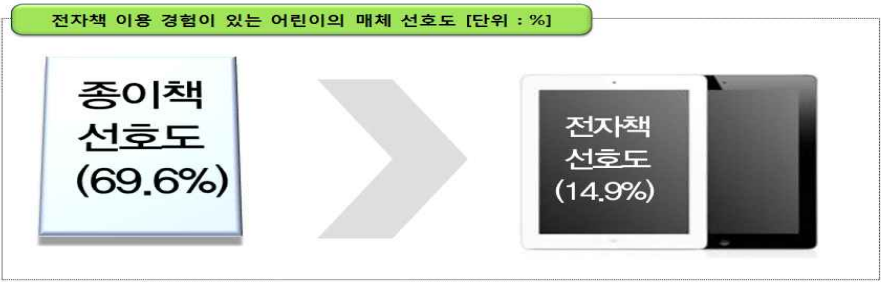
한편, <어린이(5~10세)의 독서 및 도서관 이용 현황 조사>에서는(한국출판연구소, 2012a), 양육자(보호자)의 가정환경이나 독서 관심도가 자녀(어린이)에게 직결된다는 사실과 함께, 어린이의 전자책 선호도보다 종이책 선호도가 압도적으로 높게 나타났다. 이는 나아가 어린 디지털 네이티브(digital native) 세대일수록 전자책을 더 선호할 것이라는 일반적인 통념<sup>1)</sup>과는 다른 현실을 보여준다.<sup>2)</sup> 이 조사에서 5~10세 어린이들의 전자책 이용 실태를 알아본 결과, 어린이들의 전자책 이용 경험률은 14.8%로 낮은 편이었고, 전자책 이용

1) 예를 들어 전자출판학 1세대 학자는 다음과 같이 주장한다. “스마트폰을 자연스럽게 이용하는 모티즌(모바일 네티즌)은 종이책 전용 시대의 독자와는 다른 특성을 갖추고 있다는 점을 인정해야 할 것이다. 5살짜리 유아들은 종이 동화책보다 화면 동화책(전자동화책)을 더 선호하고 있다.” 이기성, IT와 한국 출판산업의 변화와 발전, <제16회 국제출판학술회의 논문집>(한국출판학회, 2014.10.24.~25), 156쪽.

2) 어린이 독서와 관련된 논의에서도 전자책이 큰 화두가 되고 있는 현실이지만, 대부분의 어린이(5~10세)가 전자책보다 종이책을 훨씬 더 선호한다는 조사 결과는 향후 상당 기간 어린이 독서교육이나 출판, 어린이 이용자 대상의 도서관 정책 등에서 중요한 시사점을 던져준다.

경험이 있는 어린이들도 대부분 전자책보다는 종이책을 더 선호하는 경향(종이책 선호 70%, 전자책 선호 15%)이 뚜렷하게 나타났다.

독서량이 많은 어린이일수록 전자책 이용률은 높았지만 종이책 선호도가 훨씬 컸고, 독서량이 적고 ‘독서 선호도’(책 읽기를 좋아하는 정도)가 낮은 어린이일수록 전자책 선호도는 높게 나타났다. 다양한 전자책 이용 매체들이 종이책에 비해 매체적 흥미를 유발시키기는 하지만 실제의 가독성이나 입수 가능한 콘텐츠의 범위, 독서습관 등 여러 측면에서 아직까지는 종이책의 장점이 훨씬 더 크기 때문으로 분석된다.



출처 : 한국출판연구소, <어린이(5~10세)의 독서 및 도서관 이용 현황 조사>(국립어린이청소년도서관, 2012)

(단위 : %)


출처 : 한국출판연구소, <어린이(5~10세)의 독서 및 도서관 이용 현황 조사>(국립어린이청소년도서관, 2012).

(단위 : %)

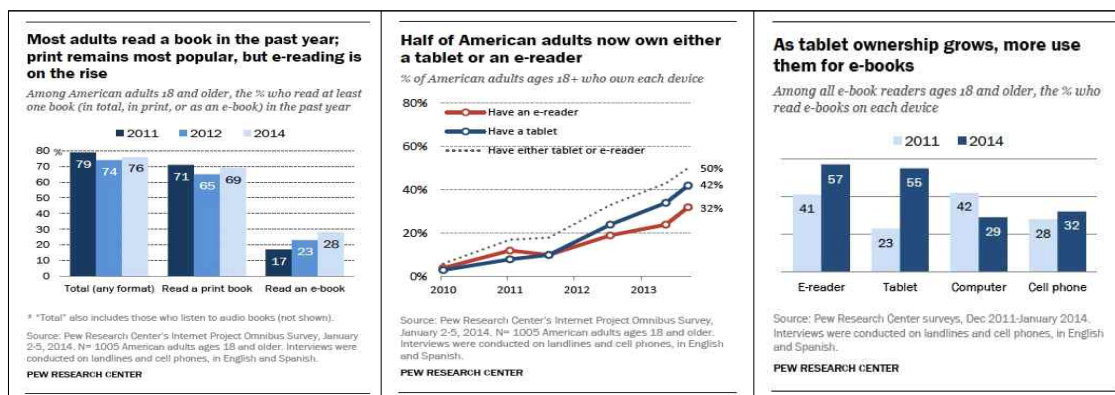

출처 : 한국출판연구소, <2012년 전자책 독서실태 조사>(문화체육관광부, 2012).



이는 <2012년 전자책 독서실태 조사>에서, 평소 주로 읽는 분야의 책 내용은 같고 형태만 다를 경우 매체 선호도에 대해 ‘종이책’ 선호도가 47.7%로 가장 높고, 다음으로 ‘오디오북’(19.5%), ‘모바일 기기의 전자책’(19.2%), ‘컴퓨터 화면의 전자책’(13.6%) 순으로 나타난 결과에서도 확인된다(한국출판연구소, 2012b). 즉 이 조사에서 중간 세대인 30~40대와 신 세대인 10대의 종이책 및 전자책 선호도 차이는 미미한 수준에 머물렀다.

## 2) 미국 조사 결과

퓨리서치센터(Pew Research Center)가 발표한 미국 성인의 전자책 독서실태 조사 결과에 따르면, 지난 3년간 전자책 인구가 계속 증가하면서 미국 성인 10명 중 3명은 전자책을 읽는 것으로 나타났다. 전자책 독서율은 2011년 17%, 2012년 23%, 2013년 28%로 증가했다(Pew Research Center, 2004.1). 그럼에도 불구하고 미국 성인의 69%는 여전히 종이책을 읽을 만큼 종이책이 독서 매체의 중심적인 역할을 하고 있다. 오로지 전자책만 읽는 독자는 4%에 불과한 반면, 대부분의 전자책 독자들은 종이책을 함께 읽는 하이브리드 독자층이다. 이처럼 전자책 독서인구가 꾸준히 증가하는 것은 태블릿과 전자책 전용 단말기(e-reader) 보유자가 계속 증가하였기 때문이다. 미국 성인의 50%는 태블릿이나 전자책 전용 단말기를 평균 1대 이상씩 소유하고 있다. 태블릿 보유자가 42%, 전자책 전용 단말기 보유자가 32%였다(<그림 2> 참조).



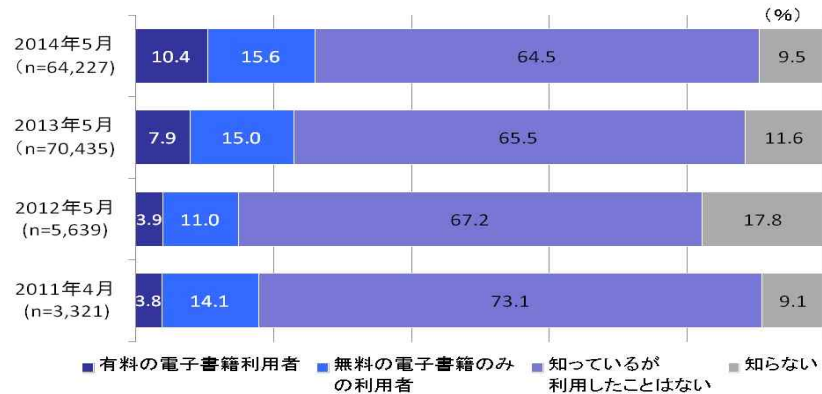
출처 : Pew Research Center, 2004.1.

## 3) 일본 조사 결과

임프레스종합연구소가 발표한 2013년 전자출판 시장 규모는 전년 대비 28.3% 성장한 936억 엔이었다. 전자잡지 시장(77억 엔)을 합한 전자출판 전체 시장 규모는 1,013억 엔(약 1조 원)으로 나타나 처음으로 1천억엔 대를 돌파했다(Impress, 2014.7.15). 또한 2014년 일본인의 전자책 이용률은 26.0%(유료 이용자 10.4%, 무료 이용자 15.6%)였으며, 유료 이용률 및 태블릿 경유 이용률이 꾸준히 증가한 것으로 나타났다(<그림 3> 참조).

한편, 아사히신문이 실시한 <제68회 독서여론조사> 결과(2014.10.26 발표), 만 16세 이상 일본인의 종합독서율<sup>3)</sup>은 68%(종이책 독서율 52%, 잡지 독서율 49%)이었으며, 전자책 독서

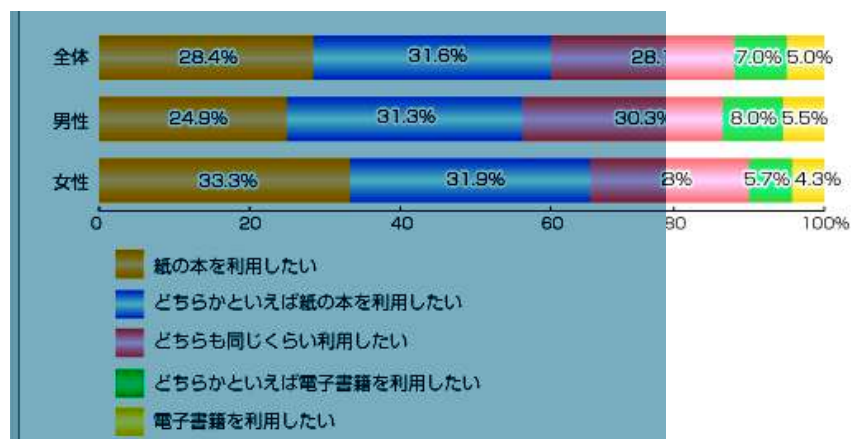
율이 21%로 동 조사 시작 이래 처음으로 20%대를 돌파했다. 전자책 독서율은 2012년 14%, 2013년 17%, 2014년 21%로 꾸준히 증가세를 나타내고 있다. 주로 스마트폰(73%)을 통해, 만화나 소셜 등 오락적인 콘텐츠를 전자책으로 읽는 독자가 많았다.



출처 : Impress, 2014.7.15.

주 : 왼쪽 항목부터 '유료이용자', '무료이용자', '비이용자', '전자책을 모른다' 순

또한 라이프미디어사가 조사한 <독서에 관한 조사>(2012.10.19~24, 인터넷조사, 유효응답 1,392명) 결과, 전자책 이용 경험이 있는 사람은 24.6% 정도로 전년도와 큰 차이가 없었다. 무료 전자책 이용자가 16.2%로 대부분이었고, 유료 전자책 이용자 3.5%, 유료·무료 전자책 동시 이용자가 4.9% 정도로 유료 전자책 이용자는 소수인 것으로 밝혀졌다. 당시 조사에서, 전자책 이용 경험자들은 앞으로 이용하고 싶은 도서 매체(종이책/전자책)에 대해 전자책 이용자의 60%가 종이책 이용 의향을 나타냈다('종이책 이용' 28.4%, '가급적 종이책 이용' 31.6%). '종이책과 전자책을 동일한 비중으로 이용하고 싶다'는 의향은 28.1%였고, '가급적 전자책'(7.0%) 또는 '전자책'(5.0%)이라는 응답은 소수에 그쳤다.



출처 : Life Media Research Bank, 2012.10.31.

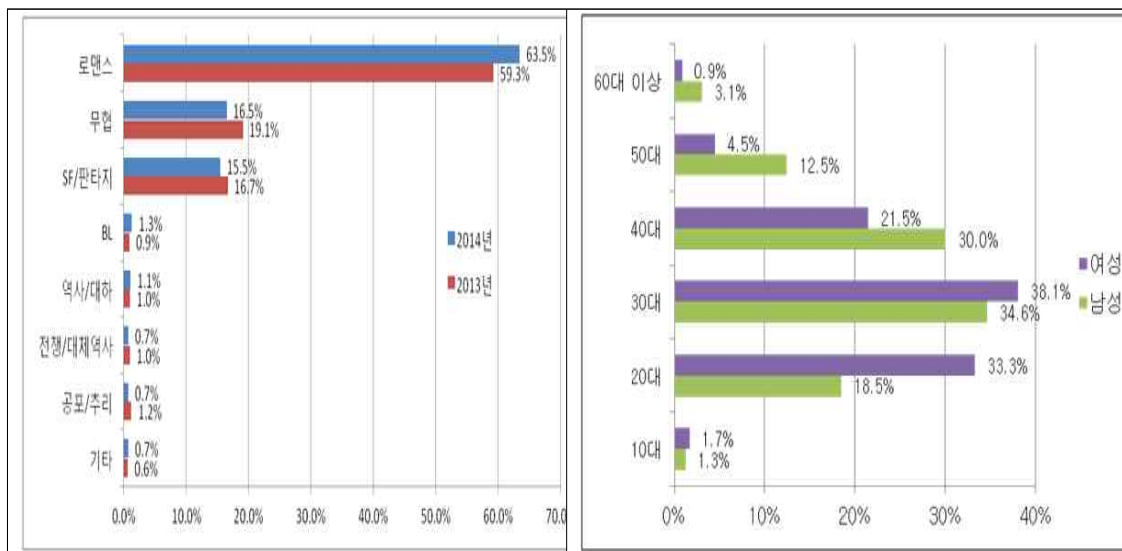
3) 도서 또는 잡지를 읽은 사람의 비율.

### 3. 출판시장의 하이브리드화 경향

침체 상태인 종이책 출판시장과 달리 전자책 시장은 지속적으로 성장 추세이다. 그런데 우리나라의 경우 전자책 시장의 성장세는 종이책 시장의 침체를 보완해 줄 만큼 높지 않다. 또한 국내 전자책 산업 발전의 핵심이라 할 수 있는 플랫폼 사업자들의 경우 신생 플랫폼 사업자에 대한 재판매 영업 및 판매 집계의 불투명성, 유통사의 난립과 콘텐츠 중복으로 인한 플랫폼 특화 서비스의 부족, 뷰어·DRM(Digital Rights Management)·디바이스의 난립과 기술 표준화의 부진, 콘텐츠의 중복 및 장르 편중, 전자책 신간 및 콘텐츠 부족, 독자 유입을 위한 마케팅 미비 등의 여러 문제를 안고 있다(구모니카, 2013).

한편, 종이책 구입이 많은 독자가 전자책 구입도 많은 구매자 측면의 하이브리드 현상은 국내 출판시장에서도 증가하는 추세를 보이고 있다. 하지만 여기에는 분야별 편차가 뚜렷하게 존재한다. 오락소설 분야인 이른바 장르문학(로맨스소설, 무협소설, 판타지소설)의 전자책 시장 점유율이 전체적으로 50% 이상이고 무료 전자책 사이트도 많은 현실에서 유료 전자책 독자층은 그 범위가 제한적이라는 것이다. 장르문학 마니아 독자들의 경우 폭넓은 분야의 전자책을 읽기보다는 오로지 장르문학 독서에 집중하는 경향이 뚜렷하다. 해외에서도 전자책 시장의 중심은 로맨스소설, 만화 등과 같은 오락적인 킬링 타임용 콘텐츠들이다.

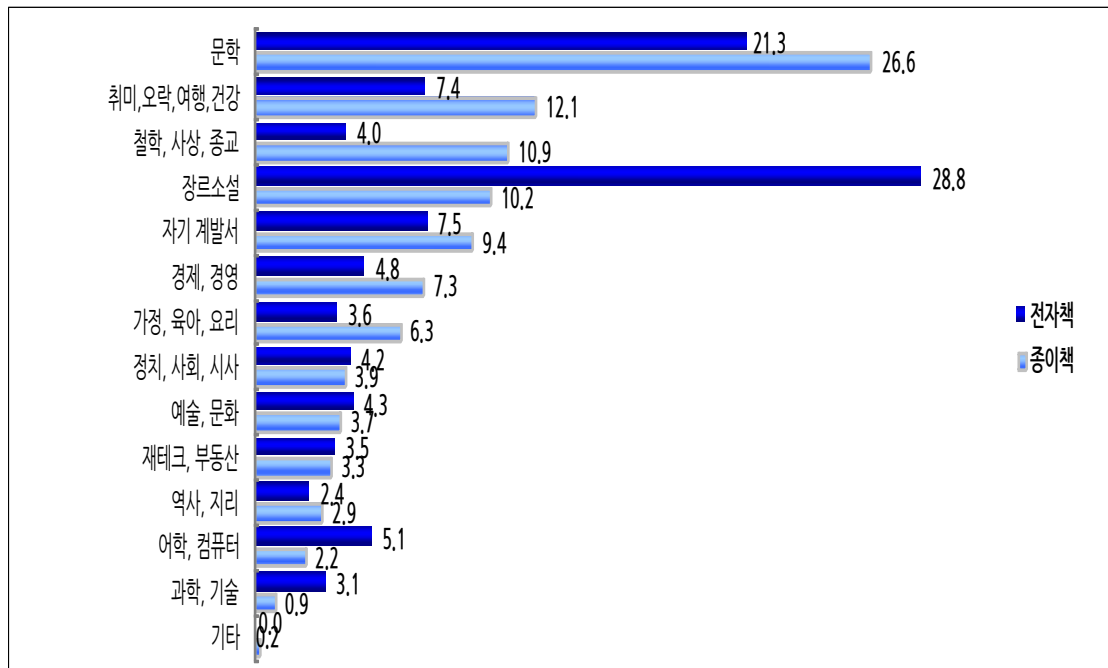
교보문고가 집계한 2014년 상반기 전자책 판매동향에 따르면(교보문고, 2014.6), 전자책 분야별 판매량은 장르소설(43.1%), 일반소설(13.0%), 자기계발(7.3%), 경제경영(6.9%) 인문(6.3%) 순으로 나타났다. 이 가운데 장르소설의 점유율이 매우 높는데, 장르소설 분야 중에서는 로맨스소설(63.5%), 무협소설(16.5%), SF/판타지소설(15.5%)의 3대 장르가 대부분을 차지한다. 이에 따라 로맨스소설을 주로 읽는 20~30대 여성이 핵심적인 전자책 구매층으로 분류된다. 로맨스소설의 대부분은 종이책으로는 발행되지 않는다는 특성이 있다.



출처 : <교보문고 2014년 상반기 도서판매 동향 및 베스트셀러 분석>

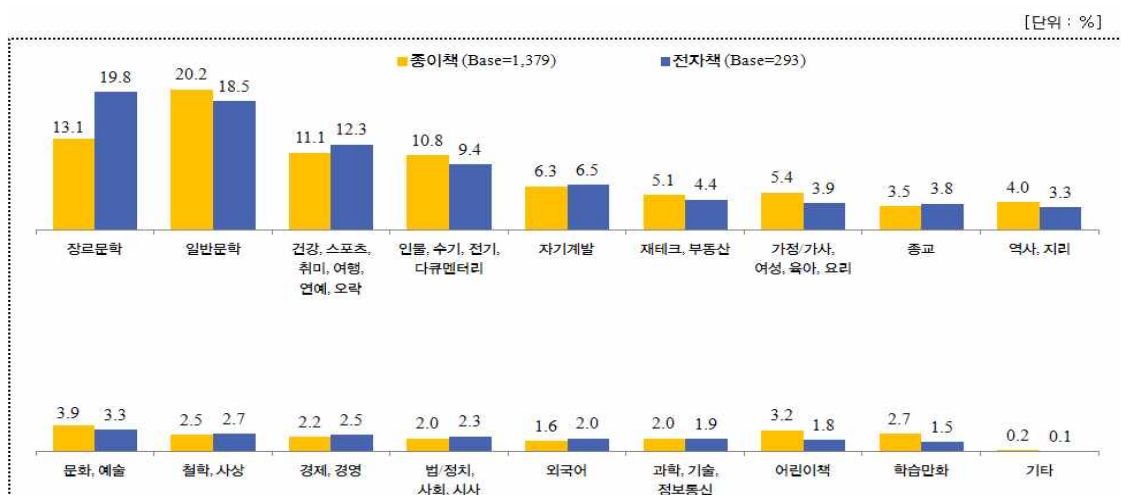
실제로 장르소설은 전자책에서 가장 인기 있는 대중적인 분야이면서, 종이책 출판시장 및 독서 선호도와는 차이 역시 가장 두드러진 분야이다. 우리나라 성인들이 선호하는 도서(독서) 분야는 종이책과 전자책이 거의 유사한 것으로 나타났는데, 다만 전자책 독자들의 경우 장르문학 선호도가 매우 높게 나타났다.

(단위: %)



\*Base: 종이책·전자책 독서자 기준

출처 : 한국출판연구소, <2013년 국민 독서실태 조사>(문화체육관광부, 2013)



출처 : 한국출판연구소, <2012년 전자책 독서실태 조사>(문화체육관광부, 2012)

전체 종이책 독자의 일부만이 도서 구매충인 것과 마찬가지로 전자책에서도 유료 구매자는 제한적이다.<sup>4)</sup> <2012년 전자책 독서실태 조사> 결과(한국출판연구소, 2012b), 조사 시점 기준으로 지난 1년간 ‘종이책’ 독서 경험이 있는 응답자 중 27.3%가 종이책 구입 경험이라고 응답한 반면, 지난 1년간 ‘전자책’ 독자의 58.0%가 전자책 구입 경험이 없었다고 응답했다. 즉 전자책 독서에서 무료 콘텐츠 이용이나 콘텐츠 공유 등을 통해 구입 비용이 없다는 비율이 종이책보다 2배 이상 높게 나타난 것이다.

우리나라 전자책 판매 상황은 시사적이다. 주요 전자책 유통사들이 발표한 2013년 결산 자료에서, 교보문고는 전자책 등 디지털 콘텐츠 판매가 전년 대비 27.4% 증가한 것으로 밝혔다. 전자책 유료 판매 데이터를 보면 40대 이상 중년 독자의 점유율이 32.5%로 꾸준히 상승하고 있는데, 이는 10대~20대 독자들이 전자책 이외의 엔터테인먼트 콘텐츠로 이동하는 비율이 높다는 것을 의미한다. 예스24의 경우 전자책 분야별 판매 권수 점유율에서 장르문학이 56%, 문학(장르문학 이외의 문학)이 14.1%를 차지했다. 장르문학의 비중이 전년 대비 10% 정도 성장하면서 전자책 독자들의 선호도가 편향적으로 나타남을 보여주었다. 연령별로는 30대의 전자책 구입 비중이 가장 높은데, 특히 30대 여성의 시장 점유율이 가장 높게 나타났다(류영호, 2014.10.8).

#### 4. 하이브리드 독서 생태계의 특징과 시사점

이상에서 살펴본 하이브리드 독서의 증가 양상과 관련한 특징 및 시사점을 몇 가지로 정리하면 다음과 같다.

첫째, 미디어 지형의 급격한 변화에도 불구하고 개인의 ‘읽기(독서)습관’과 사회적인 ‘읽기(독서)문화’가 차세대 독서 생태계의 근간을 이룬다는 점이다. 실생활이나 개인적인 관심사의 연장이 곧 사이버 공간이나 디지털 환경의 행동양식으로 이어지는 것처럼, 읽기 또는 독서의 변화(진화) 역시 전달 매체의 형태나 콘텐츠 형식과 무관하게 읽기(독서)와 관련된 선호도, 관심도, 학습, 능력, 습관, 재미, 권장, 유인, 계기의 여부가 매우 중시된다.

둘째, 디지털 세대를 위한 독서환경 조성의 중요성이다. 종이책 환경에서도 학교와 가정의 독서시설(학교도서관, 학급문고) 및 독서 권장(사서교사, 양육자와 교사의 학생 독서에 대한 관심도, 아침독서, 도서 추천, 함께 읽기 및 읽어주기), 독서대화, 교과 연계 독서, 독서동아리 등이 독서습관 형성에 결정적인 역할을 한다. 성인들에게도 공공도서관의 인접성, 독서정보, 독서화제, 직장의 독서 환경(도서실, 독서 권장 프로그램, 독서경영), 서점, 독서동아리, 직무 관련 독서 등이 독서의 범주와 수준을 좌우할 수 있는 요소들이다. 기성 세대의 지속적이고 세심한 관심, 그리고 각종 디지털 기기와 네트워크를 활용한 독서 관심도 유발이 요청된다.

셋째, 전자책과 같은 디지털 콘텐츠의 생산·유통·소비가 날로 확대되는 추세에 대응하는 새로운 독서 생태계 조성 전략이 각 분야별로 마련될 필요가 있다. 정부나 지방자치단체의 독서정책부터 출판산업, 도서관, 대중매체의 독서정보 제공, 좋은 책의 권장 방식, 독서운동

4) <2013년 국민 독서실태 조사> 결과 우리나라 성인들의 종이책을 구매하는 방법 가운데 ‘구입’ 비중은 47.8%로 절반 이하이며(도서관, 주위 사람 등으로부터 빌려보는 비율이 더 높음), <2012년 전자책 독서실태 조사> 결과 우리나라 전자책 독자들이 인터넷 포털 사이트와 앱스토어 등을 이용하는 이유도 ‘무료 콘텐츠가 많아서’라는 응답이 34.0%로 가장 높게 나타남.

및 독서 프로그램 내용 등에 이르기까지 기존의 ‘종이책 중심 패러다임’에서 ‘하이브리드 독서 생태계’로 진화·발전하려는 노력이 요청된다. 이를테면 전자책에서 제공하는 이용자 위주의 페이지 설정, 밑줄 긋기(메모, 검색), 함께 읽기(이용자들 간의 의견 공유, SNS 연계), 멀티미디어 기능 등은 종이책에서는 불가능한 기능들이며, 이를 매개로 ‘새로운 책과 독서의 세계’를 확장시킬 수도 있을 것이다. 이른바 소셜 리딩(social reading)의 확산이다. 정부 독서정책의 경우에도, ‘독서’ 행위가 사회적·개인적으로 퇴보할 개연성이 커진 디지털 환경에서 막연한 독서 권장 정책으로는 실효성을 갖기 어렵다(한국출판연구소, 2012). 디지털 환경에 조응하는 독서 친화적인 사회풍토 조성, 디지털 사회 특성과 SNS 등 새로운 커뮤니케이션 방식에 조응하는 독서정보 제공, 독서활동의 자극, 양질의 독서자료 콘텐츠 공급이 이루어질 수 있도록 새로운 ‘디지털 독서정책’ 패러다임 정립이 요구된다. 정부의 중장기 독서정책의 근간이라 할 수 있는 현행 <독서문화진흥 기본계획(2014~2018)>에서도 이에 대한 정책 대응은 거의 찾기 어렵다.

넷째, ‘종이책 독자’, ‘전자책(디지털책) 독자’, ‘하이브리드 독자’, ‘비독서자’ 등 독자 유형별 장기 패널조사 방식으로 독서환경 변화를 보다 면밀히 측정하고 연구할 수 있도록 지원하는 시스템이 필요하다. 스마트폰 등 모바일 정보통신기기의 대중화로 정보·오락 이용 시간의 증대와 비례하여 독서시간 및 도서관이용비 등이 감소한다는 우려가 커지는 상황에서 독서 실태와 독자의 변화를 치밀하게 추적하고 천착해야 할 것이다. 디지털 환경에서 유동성이 크고 미래 독서환경에서 특히 중요한 하이브리드 독자와 관련된 조사·연구 역시 마찬가지이다.

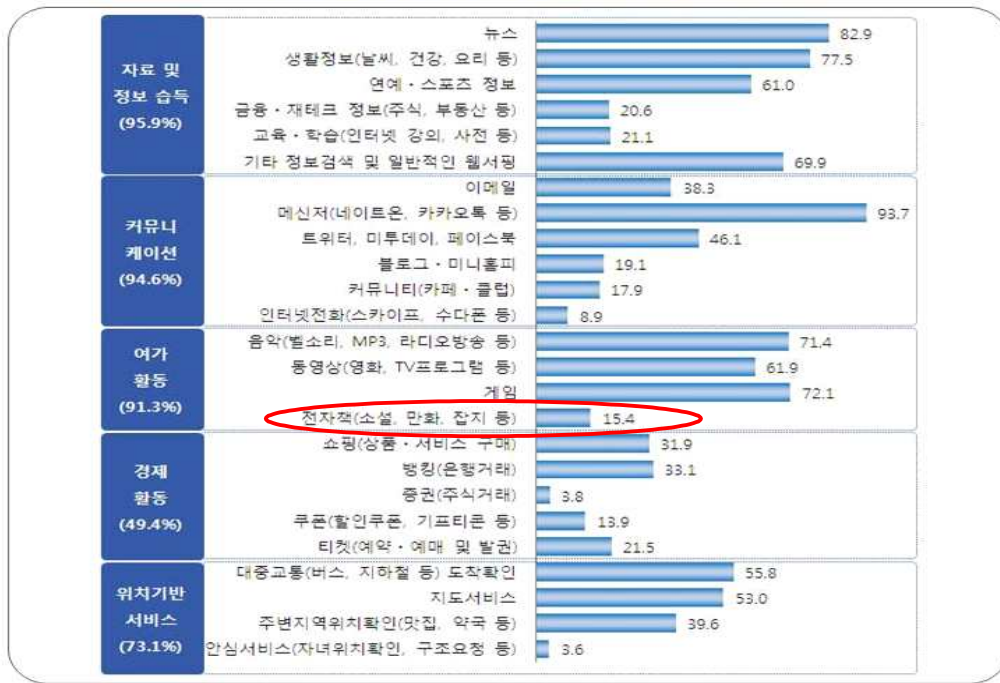
다섯째, 하이브리드 독서의 확장 경향은 앞으로도 지속될 것으로 전망되지만, 이러한 경향이 지속 가능한 독서 생태계의 보장을 의미하는 것은 아니라는 점에 문제의 심각성이 있다. 즉 <2012년 전자책 독서실태 조사>에서 확인된 바 있듯이, 디지털 다매체 환경 속에서 독자와 관련된 시간과 비용의 지출이 감소하고 관심도가 저하되는 흐름을 어떻게 줄일지에 대한 대응이 쉽지 않다는 것이다(한국출판연구소, 2012). 이 조사의 평일 및 주말의 매체 이용시간 문항에서 독서(종이책/전자책 읽기, 평일 기준 26분)는 TV 시청(103분), 인터넷 이용(56분), 휴대전화 이용(47분)과 같은 영상·정보통신 매체에 이어 네 번째의 비중이었고, 주말 기준으로는 영화와 게임에도 밀려 여섯 번째 비중을 차지했다. 그러나 여유(여가)시간 및 독서시간 증감 여부에서 여유시간의 ‘감소’ 비율이 ‘증가’의 2배 이상, 독서시간의 ‘감소’가 ‘증가’의 4배 이상이나 되었다. 전년 대비 ‘독서량 감소’ 응답자(응답자 전체의 28.2%)가 독서량 감소 이유로 ‘공부/일 때문에 바빠서’(38.2%)에 이어 ‘책보다 영상/정보/오락매체 이용’(25.2%) 때문이라고 응답했다. 디지털 매체(컴퓨터/휴대기기) 이용시간만 놓고 보면 전자책 읽기의 시간 비중이 매우 낮은 데서 알 수 있듯이(주말 기준 5개 영역의 활동시간 총 123분 중 5분으로 4%에 불과함), 스마트폰 등 모바일 정보통신 기기의 대중화와 정보·오락 이용 시간의 확대가 독서시간을 점차 대체하고 있는 것으로 파악된다.

이는 한국 독자의 가장 보편적인 전자책 이용 방식인 모바일 기기에서의 전자책 이용 비중이 매우 미약한 것에서도 재확인된다(한국인터넷진흥원, 2013). 모바일 인터넷 이용 목적(복수응답)에서 전자책 이용률은 15.4%로 확인된다.<sup>5)</sup> 그런데 “최근 1개월 내 주로 다운로드 받은 모바일앱의 유형”에서 전자책은 3.5%(게임·오락이 63.9%로 1위), “최근 1개월 내 주로 이용한 모바일앱 유형”에서 전자책은 0.5%(게임이 33.6%로 1위)를 차지해 다양한 분

5) 연령별 이용률은 10대 28.6%, 20대 28.0%, 30대 13.9%, 40대 6.4%, 50대 2.9%, 60세 이상 1.1%인 것으로 나타났다.



야의 모바일앱 중에서 가장 저조한 활용 분야로 꼽혔다.



출처 : 한국인터넷진흥원, <2013년 모바일 인터넷 이용실태 조사>

주 : 만 12세 이상 대상 조사

## 5. 마치며

디지털환경의 부단한 발달로 인해 독서 생태계와 그것의 일부인 출판산업은 커다란 격동의 시기를 거치고 있다. 특히 ‘하이브리드 독자’의 출현과 증가 현상은 세계 각국에서 공통적으로 나타나고 있으며, 이들은 기존의 ‘종이책’ 독자인 ‘전자책’만을 읽는 독자층에 비해 보다 적극적이고 능동적으로 다양한 독서매체를 이용해 독서자료를 읽는 미래 독자의 모습을 보여주고 있다. 매체와 텍스트는 어디에나 존재하고 접근성 또한 고도로 제고되는 방향으로 미디어환경의 변화가 계속될 것이지만, 동영상과 오락물에 포위된 독자들이 과연 ‘계속 읽을 것인가’의 문제가 남는다. 매체 변화 자체에 대한 관심이 아니라 독서능력, 독서습관, 독서선호도와 같은 ‘읽기 유전자’를 미래 독서환경에서도 지속·확산시키는 것은, 하이브리드 독자의 확산과 변용에 의한 매체 지형 및 독서문화의 새로운 진화와 변모가 방향타가 될 전망이다.

본고에서는 국내외 조사 자료를 바탕으로 하이브리드 독자의 증가 양상과 특성에 대해 고찰하였다. 이를 통해 하이브리드 독자의 적극적인 독서행동, 오락적이고 가벼우며 속도감 있는 내용의 전자책 시장(독서문화) 현황의 일단을 살펴보았다. 또한 개인의 읽기습관과 사회적 읽기문화, 디지털 세대를 위한 독서환경 조성의 필요성, 독서연구와 독서정책의 하이브리드화에 대한 대안 마련의 중요성에 대해서도 생각해 보았다.

각종 콘텐츠 분야와 읽기매체 중에서도 출판 콘텐츠의 디지털 생태계 조성은 가장 더디게 이루어지고 있다. 이는 비교적 분량이 긴 텍스트의 가독성 문제, 콘텐츠의 다양성과 입수 가능성, 기술 표준화, 디바이스와 같은 읽기 매체의 보급 정도, 경제성 등 여러 요인에 의한 생산·유통 측면의 제약과 수용자(독자) 선택의 길항 속에서 읽기문화의 지형이 새롭게 그려질 것이다.

“읽기가 정신에 미치는 영향은 음악이 영혼에 미치는 것과 같다. 읽기는 도전이자 힘이며 우리를 매혹시키고 풍요롭게 한다”(Fisher, 2003/2011, 5쪽). 그러니 우리는 종이책이든, 전자책이든, 제3의 책이든, 그것이 우리를 매혹시키는 한 읽지 않을 도리가 없다. 그러한 매혹의 자장(磁場)과 네트워크를 키워가는 일이 독서 생태계의 과제이자 비전이 될 것이다.

### <참고문헌>

- 교보문고 (2014.6). <교보문고 2014년 상반기 도서관매 동향 및 베스트셀러 분석>  
구모니카 (2013). 전자책 플랫폼 현황과 쟁점에 대한 연구. 한국전자출판학회, 『전자출판연구』, 2호, 29~37쪽.  
류영호 (2014.10.8). 출판환경 변화와 독자 - 전자책을 중심으로. 출판도시문화재단, <제1회 파주 에디터스쿨> 자료집, 23~26쪽.  
매일경제신문 (2014). 『매일경제용어사전』  
박문각 (2014). 『시사상식사전』  
이순영 (2011). 읽기 연구의 최근 동향과 과제 : 국내외 2005년부터 2010년까지의 연구를 중심으로. 고려대학교 한국어문교육연구소, 『한국어문교육』, 10호, 311~340쪽.  
이완수(2011). 매체 융합시대 저널리즘의 변동성 연구. 『커뮤니케이션이론』, 7권 2호, 144~175쪽.  
한국언론진흥재단 (2013). 『2013 언론수용자 의식조사』. 서울 : 한국언론진흥재단  
한국인터넷진흥원 (2013). 『2013년 모바일 인터넷 이용실태 조사』. 서울 : 한국인터넷진흥원  
한국출판연구소 (2012a). 『어린이(5~10세)의 독서 및 도서관 이용 현황 조사』. 서울 : 문화체육관광부.  
한국출판연구소 (2012b). 『2012년 전자책 독서실태 조사』. 서울 : 문화체육관광부.  
한국출판연구소 (2013). 『2013년 국민 독서실태 조사』. 서울 : 문화체육관광부.

Fisher, S. R. (2003). History of Reading. 신기식 역 (2011). 『읽기의 역사』. 서울 : 지영사.  
Impress (2014.7.15). “有料電子書籍利用率は10.4%に増加、タブレットでの利用者が急増”

<http://www.impress.co.jp/newsrelease/2014/07/20140715-01.html>

Life Media Research Bank (2012.10.31). “読書に関する調査：電子書籍の利用者は25%”

[http://research.lifemedia.jp/2012/10/121031\\_reading.html](http://research.lifemedia.jp/2012/10/121031_reading.html)

Pew Research Center (2004.1). E-Reading Rises as Device Ownership Jumps.

<http://www.pewinternet.org/2014/01/16/e-reading-rises-as-device-ownership-jumps/>