



웹툰과 웹소설의 댓글 이용 동기에 관한 연구*

■ 박성은 추계예술대학교 문화예술학 박사**

■ 김진웅 추계예술대학교 영상비즈니스학과 강사***

본 연구는 웹콘텐츠 중, 웹툰과 웹소설 이용자의 댓글 이용(읽기) 동기의 영향성을 살피는 것을 목적으로 한다. 본 연구는 웹콘텐츠 중, 웹툰과 웹소설 이용자의 댓글 이용 동기의 차이를 살폈다. 댓글 이용이 만족도와 영향 관계 및 이용 동기와 만족도를 살펴보고 플랫폼(웹툰, 웹소설) 간의 차이가 있는지를 분석하였다. 온라인 설문조사를 실시하여 웹툰과 웹소설의 이용 동기와 댓글, 만족도에 대한 이용자의 의견을 수집하였으며 매개효과 검정 방법으로 이를 분석하였다. 분석결과, 요인분석을 통해 총 2개의 이용 동기(소통, 여가추구)와 3개의 댓글 이용 동기(댓글읽기 재미, 여론 및 정보탐색, 비판)로 구성되는 것을 확인하였다. 소통 동기 및 여가추구 동기 모두 소통동기, 여가추구 동기 → 댓글읽기 재미 → 만족도의 관계가 부분매개하는 것으로 나타났다. 한편, 웹툰과 웹소설 간의 댓글 이용 동기의 영향을 비교했을 때 공통점으로는 여론 및 정보탐색과 비판이 매개효과가 없다는 점이며 차이점으로는 댓글읽기 재미 동기인 것으로 확인하였다.

키워드 : 웹콘텐츠, 웹툰, 웹소설, 댓글 이용 동기

* 본 연구는 2022년도 한국출판학회 연구비 지원으로 이루어졌음

** 제1저자, clse17@naver.com

*** 교신저자, s_espressivo@naver.com

1. 서론

댓글은 신문방송학(뉴스), 마케팅연구(리뷰), 콘텐츠 연구(영화 등) 등 선행연구에서 영향력이 크며, 흥행성으로 활용하고 있다. 웹툰의 경우에도 브랜드 웹툰에서 댓글을 eWOM(electronic Word of Mouth)으로 중요한 여론지각의 도구(이동균·이서준·최인영, 2018)로 나타났다.

웹툰과 웹소설 또한 한컷(페이지) 혹은 내용이 끝날 때 타인의 의견을 볼 수 있는 공감버튼과 자기 의사를 표현하거나 타인의 의견을 볼 수 있는 댓글공간이 존재한다. 댓글은 작품에 대한 다양한 해석과 평가가 이루어지고 있으며, 댓글을 통해 여론이 형성되고 비평적인 기능을 가지고 있다. 웹툰과 웹소설의 소통에서의 댓글은 독자의 '무기'라고 할 수 있을만큼 작가에게 큰 위력을 행사할 수 있으며, 이용자의 해석 또한 자유롭게 펼칠 수 있는 중요한 제도로 나타나고 있다(김준현, 2021). 또한 베스트댓글을 통해 다른 이용자들에게도 공감을 얻는 의견이 존재하면서 작가에게도 중요한 텍스트로서 작용하고 있다,

댓글은 기존의 미디어가 가지고 있는 일방향(one way media)소통이 아닌 양방향 소통을 의미하는 상호작용성(interactivity)을 가지게 되면서 콘텐츠를 일방적으로 제공하고 이용자들은 그것을 소비하기만 했던 것을 넘어, 미디어를 통해 이용자들이 함께 즐기고 이것을 다른 이용자에게 공유하는 것이 가능해졌다는 것이다(채정화·한창완·이영주, 2015). 이로 인해 댓글은 작품 자체에 종속되어 나타나는 것이 아닌, 이용자만의 중요한 수단으로 작용하고 있다는 것이다.

이에 본 연구는 웹콘텐츠(웹툰, 웹소설) 이용자의 댓글 이용 동기를 중심으로 하여 댓글 이용 동기의 영향관계 및 이용 동기 및 댓글 이용(읽기)동기가 만족도에 미치는 영향관계를 살펴보고자 한다.

2. 선행연구

웹콘텐츠는 ‘기존 전통적 콘텐츠 소비매체와 다르게 PC나 모바일 등의 인터넷 단말을 통해 소비되는 콘텐츠’로 정의된다. 웹콘텐츠의 종류로는 대표적으로 웹툰, 웹소설, 웹드라마가 있는데, 본 논문은 웹드라마를 제외한 웹툰과 웹소설을 중심으로 살펴보고자 한다.

웹툰은 웹(Web)과 만화(Cartoon)가 합쳐진 의미이며, 웹소설은 웹(Web) 환경에서의 소설을 의미한다. 웹툰 및 웹소설은 전통적인 만화와 소설과 같이 웹툰은 캐릭터 이미지로, 웹소설은 서사구조로 독자에게 스토리를 전달하는 차이가 있다(한지운·김보연, 2014; 손은하·김재호, 2007).

1) 웹콘텐츠 이용 동기

소비자는 웹콘텐츠를 통해 정보를 획득할 수 있으며(최민음·전범수, 2014; 강수경·김태영·최세정, 2015), 대인관계와 유지를 위함, 대리경험, 편리성, 오락, 스트레스 해소 등을 위해 이용하는 것으로 나타났다.

김민태(2013)는 웹툰 이용 동기를 정보추구 및 상호작용, 여유추구, 오락 및 편리성 4개의 요인구조로 밝혔으며, 이때 소비자는 웹툰을 이용하는 동기가 다양한 정보 및 대화 주제를 얻고자 하는 동기, 기분 전환 및 긴장감 해소, 웹툰을 통해 즐거움을 얻고자 할수록 웹툰 만족도가 높게 형성된다는 것을 밝혔다. 최민음과 전범수(2014)는 웹툰 이용 동기를 정보 및 사회적 상호작용 동기, 즐거움/편리성 동기, 현실도피/긴장해소 동기 세 가지로 도출하였으며, 이때 만족도에는 정보 및 사회적 상호작용 동기, 즐거움/편리성 동기가 정(+)의 영향을 미친다고 하였다. 웹소설 이용 동기를 살펴보면, 이용준과 김원제(2018)는 웹소설 이용 동기를 자기 확인동기, 시간소비동기, 대리경험 동기 세 가지로 도출하였으며, 이승주와 정현욱(2019)은 Q방법론을

통해 웹소설 이용자는 여가소비를 위한 ‘여가활용형’, 호기심 충족, 스트레스 해소 및 편리성을 중시하는 ‘호기심충족형’, 타인의 관계를 구축 및 유지하기 위해 정보는 습득하는 ‘대인관계 유지형’으로 도출하였다. 김주와 김선남(2022)은 웹소설 이용자의 이용 동기를 본인에게 필요한 정보를 습득하고자 한 ‘정보성’, 원할 때 취향에 맞는 콘텐츠를 즐기기 위한 ‘편의성’, 스트레스 해소 및 지루함을 없애고자 재미있는 시간을 보내기 위한 ‘오락성’, 다른 사람들이 웹소설을 이용하여 이용하는 동기인 ‘관계 추구’, 웹소설에 간접경험 및 대리만족을 충족하고자 하는 ‘호기심 추구’ 총 5가지로 도출하였다. 향진과 김선남(2021)은 웹소설 이용 동기를 사회적 상호작용성, 유용성, 호기심충족성, 오락성, 개인화, 편리성 6가지로 도출하였으며, 모든 요인이 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이때 사회적 상호작용 요인이 타 요인에 비해 높은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이외 선행연구들을 정리하면 아래 <표 1>과 같다.

<표 1> 선행연구

구분	동기요인	연구자
웹툰	정보추구 및 상호작용, 여유험구, 오락 및 편리성	김민태(2013)
	정보획득 동기, 오락 및 접근 수월성 동기	채정화·한창완·이영주(2015)
	정보 및 사회적 상호작용 동기, 즐거움/편리성 동기, 현실도피/긴장해소 동기	최민음·전범수(2014)
웹소설	정보성, 편의성, 오락성, 관계 추구, 호기심 추구	김주·김선남(2022)
	사회적 상호작용성, 유용성, 호기심충족성, 오락성, 개인화, 편리성	향진·김선남(2021)
	여가활용형, 호기심충족형, 대인관계 유지형	이승주·정현욱(2019)
	자기 확인동기, 시간소비동기, 대리경험동기	이용준·김원제(2018)

2) 댓글읽기 동기

댓글에 대한 선행연구로는 흥행을 예측하고자 여러 정형데이터 중 댓글에 주목하는 연구가 나타나고 있는데, 이는 브랜드 웹툰 광고효과에도 나타난다(이동균·이서준·최인영, 2018)

댓글에는 웹툰과 웹소설에 대한 다양한 내용 혹은 본인의 이야기들이 있는데, 여기에는 웹콘텐츠에 대한 의견이나 본인이 생각하는 해석, 웹콘텐츠의 이해를 돕는 정보, 공감되는 이야기 등 댓글이 나타나 있어, 다른 사람에 대한 이야기들을 공유받을 수 있다(채정화·한창완·이영주, 2015). 즉, 기존에는 콘텐츠를 소비하는 것에 그쳤으나 '댓글'을 통해 다른 소비자들과의 의견 및 표현을 추가적으로 공유받을 수 있는 것이다. 이외에도 웹콘텐츠에 나타나는 양상들을 댓글을 통해 자신의 전문지식을 이야기하거나, 추가 부연설명을 작성한다.

댓글과 관련된 선행연구를 살펴보면, 인터넷 토론의 효과, 상호작용적 특성 등 커뮤니케이션 및 텍스트에 대한 분석과 관련된 연구가 나타나, 댓글을 여론지각의 도구로서 보고 있는 것으로 나타난다(이은주·장윤재, 2009; 정일권·김영석, 2006). 온라인 미디어 내 댓글은 익명이기 때문에 어떠한 이슈에 대한 본인의 의견을 솔직하고 적극적으로 표현하게 되면서, 댓글 작성자들은 새로운 여론을 형성하며 댓글을 읽는 사람들은 여론의 동향을 살펴보기 때문이다(조수영·장혜지·권구민, 2012).

특히 댓글은 대부분 '읽는' 경우가 많으며 읽는 것만으로도 개인의 태도형성에 영향을 줄 수 있다(김은미·선유화, 2006). 페스팅거(Festinger, 1954)의 사회비교이론(Social Comparison Theory)에 따르면, 인간은 자신의 의견이 옳은지 알고 싶기 때문에 남들의 의견과 비교함으로써 자신의 의견이 합리적인가에 대한 인정을 받을 수 있는지 알고 싶어하는 동기가 존재한다. 즉 댓글은 읽는 자체에 따라 태도변화가 나타난다는 것이다(이재신·이민영, 2008). 김은미와 이준웅(2006)의 연구결과에도 댓글 이용자는 댓글을 작성함으로써 자신을

드러내기보다는, 댓글을 읽음으로써 '타인'을 알고자 하는 성향이 많은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 정일권과 김영석(2006)에서도 댓글읽기 행위가 개인의견에 영향을 미치는 가능성이 높은 것으로 나타났다. 댓글읽기 동기에 대한 선행연구를 살펴보면, 김정기와 김달환(2008)은 비판적 읽기, 재미/오락, 이타심/토론참여, 편리성, 여론 탐색, 습관 / 소통 동기 6개의 요인으로 보았으며, 이재신과 이민영(2008)은 휴식 및 시간보내기, 습관적 이용, 현실도피라는 4개의 비적극적인 댓글 이용 동기가 도출되었다.

이와 관련하여 김채환(2009)은 인터넷 뉴스 댓글에 대한 이용과 상호작용, 만족도에 관한 연구에서 댓글을 통한 만족도는 자기 표현성이나, 의견표현, 반론 등이 큰 요인으로 미친다고 하였다. 또한 정보추구나 사회문제에 대한 관심, 의견 교환 등이 댓글을 통한 상호작용의 만족도에 중요한 요인으로 작용한다고 밝혔다.

3. 연구 설계

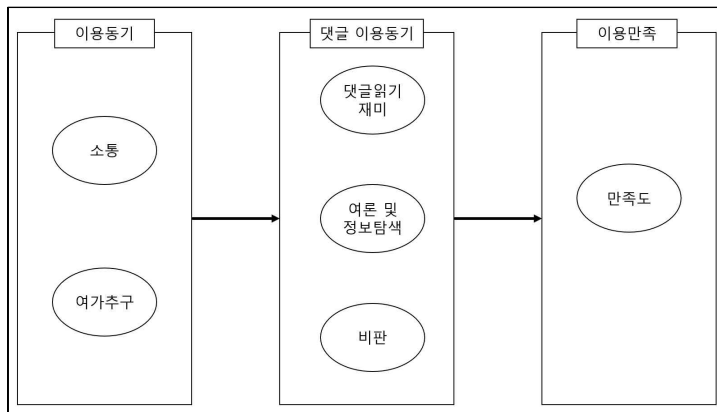
1) 연구 문제

기존 웹콘텐츠 이용자들이 웹콘텐츠 이용 시, 댓글 이용이 어떠한 영향을 미치는지에 대한 검토가 부분적으로 이뤄지고는 있으나 실증적 차원에서 많이 이뤄지지 않았다. 이에 본 연구는 웹콘텐츠 중, 웹툰과 웹소설을 중심으로 콘텐츠별, 이용 동기, 그리고 콘텐츠별, 댓글 이용 동기가 이용자들의 만족에 어떠한 영향을 미치는지를 목적으로 하며 이를 위해 앞서 살펴본 웹콘텐츠 및 댓글 이용 동기들과 관련된 선행연구들을 토대로 다음과 같이 연구문제 및 연구모형을 설정하였다.

[연구 문제 1] 만족도에 영향을 미치는 웹툰/웹소설 독자들의 이용 동기는 무엇인가?

[연구 문제 2] 만족도에 영향을 미치는 웹툰/웹소설 독자들의 댓글읽기 동기는 무엇인가?

[연구 문제 3] 웹툰/웹소설 이용 동기와 만족도 간의 댓글읽기 동기가 어떠한 영향을 미치는가?



<그림 1> 연구 모형

2) 연구 방법

(1) 조작적 정의

웹툰/웹소설 이용 동기를 선행연구(김민태, 2013; 채정화·한창완·이영주, 2015; 최민음·전범수, 2014; 향진, 2021; 이승주·정현욱, 2019; 이용준·김원제, 2018)를 바탕으로 다음과 같이 오락/즐거움, 사회적 상호작용, 시간소비, 여가추구, 정보와 소통으로 구분하였다.

댓글읽기 동기는 기존 연구에 따르면 댓글 이용은 ‘읽기’와 ‘쓰기’는 자발성에서 다른 속성을 지니고 있다는 점에서 차별적인 행위로 구분하고 있으며(김은미·이준웅, 2006; 정일권·김영석, 2006), 댓글읽

기가 댓글쓰기 비해 많기 때문에(김은미·이준웅, 2005) '댓글읽기'를 중심으로 살펴보고자 한다. 댓글읽기 동기는 인터넷 이용 동기 중 댓글 이용 측정 항목(Papacharissis & Rubin, 2000)과 국내 댓글 이용자로 사전조사하여 추출한 김정기와 김달환(2008)의 설문지의 문항을 본고에 맞게 번안하여 측정하였으며 주요 내용은 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 조작적 정의

항목	요인	조작적 정의
웹콘텐츠 이용 동기	오락/즐거움	오락과 즐거움을 얻고자 하는 동기
	사회적 상호작용	원활한 작가/독자들 및 대인관계를 위한 동기
	시간소비	심심할 때 시간을 보내기 위한 동기
	여가추구	여가시간에 쉬기 위한 동기
	정보와 소통	다양한 정보를 습득하고자 하는 동기
댓글 읽기 동기	재미/오락	재미와 오락을 위함
	시간보내기	심심할 때 시간을 보내기 위함
	토론참여	질문과 답변을 즐기고 토론에 참여하는 것
	편리성	댓글 토론 참여의 용이함
	의견/관심표현	본문이나 댓글에 대한 관심이나 동감을 표하기 위함
	습관/소통	생활의 일부로서 다른 사람들과 의사소통하려는 욕구

(2) 분석 방법

연구문제를 살펴보기 위해 측정문항에 대한 타당성과 신뢰도 검정은 요인분석과 크롬바흐 알파로 검정했으며 각 변수들의 영향관계는 살피기 위해 채택한 연구방법은 고전적이지만 대표적인 매개효과 검정 방법인 베론과 케니(Baron & Kenny)의 방법을 이용하였다.

4. 연구 결과

1) 일반적 결과

(1) 응답자 특성

본 연구의 설문조사는 전문 리서치 기관((주)마크로밀 엠브레인)을 통해 2022년 4월 12일부터 4월 20일까지 총 9일간 웹툰과 웹소설 이용자 421명 대상으로 온라인으로 이루어졌다. 수집된 설문 총 421부 중, 불성실한 응답 18부를 제외하고 403부를 분석에 활용하였다.

응답자 특성을 보면, 여성 329명(81.6%), 남성 74명(18.4%)으로 여성의 분포가 높았다. 연령대 경우 만 20세 ~ 39세의 응답자가 320명(79.4%)으로 절대 다수를 차지하며 다음으로 만 40세 ~ 49세의 응답자(55명, 13.6%) 등의 순으로 나타났다. 직업의 경우, 회사원/사무직의 응답자가 194명(48.1%)으로 가장 많았으며 다음으로 학생(61명, 15.1%), 무직/취업준비생(50명, 12.4%) 등의 순으로 나타났다. 장르의 경우는 순정/로맨스가 145명(36.0%)으로 가장 많았으며 다음으로 판타지/SF(74명, 18.4%), 일상(44명, 10.9%) 등의 순으로 나타났다.

한편, 웹콘텐츠별 분포를 살펴보면 웹툰 이용자가 225명(55.8%), 웹소설 이용자는 178명(44.2%)으로 콘텐츠별 이용자 비율은 대동소이한 것으로 나타났다. 두드러지는 차이점으로 콘텐츠간 선호 장르의 차이가 나타났는데 웹툰의 경우 장르 간 비율이 비교적 고른 반면, 웹소설 이용자들은 여러 장르 중, 순정/로맨스(89, 50.0%)와 판타지/SF(46, 25.8%) 선호 비율이 매우 높은 것으로 나타났다. 이는 본 설문 응답자들의 여성 비율이 매우 높다는 점과 웹소설 특성으로 인해 일상, 개그/코믹과 같은 단편이나 옴니버스 형태의 장르가 적다는 점에 기인한 결과로 보인다. 이외의 세부 사항은 다음 <표 3>과 같다.

<표 3> 응답자의 일반적 특성

단위 : 빈도(%)

항목	항목	웹툰+웹소설	웹툰	웹소설
성별	남성	74(18.4)	35(15.6)	39(21.9)
	여성	329(81.6)	190(84.4)	139(78.1)
연령대	만15세 ~ 19세	7(1.7)	1(0.4)	6(3.4)
	만20세 ~ 29세	151(37.5)	104(46.2)	47(26.4)
	만30세 ~ 39세	169(41.9)	99(44.0)	70(39.3)
	만40세 ~ 49세	55(13.6)	17(7.6)	38(21.4)
	만50세 ~ 59세	15(3.7)	2(0.9)	13(7.3)
	만60세 ~ 69세	6(1.5)	2(0.9)	4(2.3)
직업	회사원/사무직 (공무원, 교사, 강사 포함)	194(48.1)	109(48.4)	85(47.8)
	전문직(의사, 변호사, 교수 등)	18(4.5)	8(3.6)	10(5.6)
	판매/영업/서비스직/기술직	20(5.0)	12(5.3)	8(4.5)
	자영업	11(2.7)	6(2.7)	5(2.8)
	학생	61(15.1)	36(16.0)	25(14.0)
	프리랜서/파트타임/계약직	39(9.7)	19(8.4)	20(11.2)
	무직/취업준비생	50(12.4)	31(13.8)	19(10.7)
	기타	10(2.5)	4(1.7)	6(3.4)
선호 장르	일상	44(10.9)	40(17.8)	4(2.3)
	개그/코믹	25(6.2)	23(10.2)	2(1.1)
	판타지/SF	74(18.4)	28(12.4)	46(25.8)
	액션/어드벤처/무협	33(8.2)	14(6.2)	19(10.7)
	드라마/감성	35(8.7)	26(11.6)	9(5.1)
	순정/로맨스	145(36.0)	56(24.9)	89(50.0)
	범죄/스릴러/미스터리/추리	31(7.7)	27(12.0)	4(2.3)
	기타(공포(호러)/역사,시대극/ 스포츠/학원물	16(4.0)	11(4.9)	5(2.8)
총 합계		403(100)	225(100)	178(100)

(2) 측정도구의 타당성 및 신뢰성 검토

본 연구에서 사용한 측정도구(설문문항)의 타당성 검토를 위해 최대우도, 직접 오블리민(사각회전)을 통한 요인분석을 실시하였으며 분석결과는 다음 <표 4>와 같다. 통상적인 요인분석 방식인 베리맥스(Varimax) 등의 직각회전을 실시하지 않고 사각회전을 실시한 경위는 웹 콘텐츠에 대한 선행연구 중, 댓글 이용 동기에 대한 요인을 탐색한 연구들이 드물어 타 플랫폼(뉴스기사, 영화 등)에 사용한 측정도구를 차용해왔으므로 각 요인 간, 독립성을 가정하기 어렵다고 판단해 사각회전을 실시하였다.

분석결과, 총 6개의 요인으로 나타났으며 요인 1은 ‘소통’으로 명명하였으며, ‘작가와의 소통’, ‘독자와의 소통’, ‘타인과의 소통’ 3개 항목으로 구성되었다.

요인 2는 ‘댓글읽기 재미’로, ‘읽는 재미’, ‘타인의 댓글재미’, ‘대댓글 재미’, ‘시간소비’ 4개의 항목으로 구성되었다.

요인 3은 ‘여가추구’로 명명하였으며 ‘기분전환’, ‘스트레스 해소’, ‘현실도피’, ‘위안’으로 4개의 항목으로 구성되었다.

요인 4는 종속변수에 해당하는 ‘만족도’로 명명하였으며, ‘웹툰/웹소설의 이용이 즐겁다.’, ‘웹툰/웹소설 이용이 전반적으로 만족스럽다.’ 2개의 항목으로 구성되었다.

요인 5는 ‘여론 및 정보탐색’으로 명명하였으며 ‘정보지식 습득’, ‘타댓글을 통한 여론 파악’, ‘여론탐색’ 등 7개의 항목으로 구성되었다.

요인 6은 ‘비판’으로 명명하였으며 ‘생각비교’, ‘본문의견’, ‘새로운 의견’으로 구성되었다.

신뢰도의 경우, 크롬바흐 알파값으로 검토하였으며 각 요인(변수)는 기준 수렴치인 0.6이상을 모두 상회하여 신뢰성의 문제가 없는 것으로 나타났다.

정리하면 앞서 설정한 연구모형 중, 독립변수로 설정한 웹콘텐츠 이용 동기는 소통(요인 1)과 여가추구(요인 3)로 구성되었으며, 매개변수로 설정한 댓글 이용 동기는 댓글읽기 재미(요인 2), 여론 및 정보탐색(요인 5), 비판(요인 6)으로 구성되었다. 종속변수로 설정한 만족도 역시 타당성과 신뢰성에서 문제없이 구성되었다.

따라서 해당 측정도구는 본 연구에서 설정한 연구모형을 검증 및 해석하는 데 큰 문제가 없는 것으로 나타났다.

<표 4> 요인분석 결과

	요인 1	요인 2	요인 3	요인 4	요인 5	요인 6
	소통	댓글 읽기 재미	여가추구	만족도	여론 및 정보 탐색	비판
Cronbach Alpha	(.904)	(.819)	(.814)	(.853)	(.792)	(.711)
사회적_작가소통	.934	-.022	.063	-.063	.008	.041
사회적_독자소통	.918	.050	.061	-.065	.047	-.001
관계성_타인소통	.716	.031	-.110	.037	.006	.044
재미_읽는재미	-.096	.829	.008	-.102	.024	-.012
재미_타인댓글재미	-.092	.709	-.003	-.082	.046	.167
재미_대댓글재미	.097	.671	.012	.018	.083	.078
재미_시간소비	.239	.546	-.109	.100	-.012	.034
여가추구_기분전환	-.123	.032	-.849	-.010	-.004	-.053
여가추구_스트레스해소	-.055	.038	-.757	-.070	.015	-.057
여가추구_현실도피	.045	-.064	-.709	.046	.036	.086
공감_위안	.208	.011	-.445	-.130	.007	.126
나는 웹툰/웹소설 이용이 즐겁다(행복하다).	.030	-.037	-.066	-.848	.022	-.010
나는 웹툰/웹소설 이용이 전반적으로 만족스럽다.	.073	.056	-.015	-.812	-.028	-.022
정보_정보지식습득	.108	-.155	-.052	-.002	.635	.143
여론_타댓글	.008	.263	.014	-.059	.622	-.233
여론탐색	.114	.071	-.033	.090	.614	.023
여론_타시각	-.145	.109	-.025	-.062	.593	-.041
여론_관심도	.141	.056	-.136	.087	.576	-.053
비판_본문평가보기	-.120	-.004	.040	-.051	.509	.196
정보_복선	-.011	.032	-.008	-.143	.430	.142
비판_본문의견	.164	.070	-.068	.024	-.051	.670
비판_생각비교	-.090	.118	-.030	-.039	.119	.559
비판_새로운의견	.152	.151	.004	.063	.176	.431
KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)			.857			
Bartlett 구형성 검증 (Bartlett's Test of Sphericity)			Chi-Square		4456.987	
			df(p)		253(<.001)	

2) 분석 결과

(1) 회귀분석 결과

분석 결과는 <표 5>와 같이 해당 분석 결과에 대한 전체적인 설명력은 약 25%¹⁾로 나타났다.

<표 5> 회귀분석 결과

					통합 (N=403)		웹툰 (N=225)		웹소설 (N=178)	
모형	관계				B	P	B	P	B	P
소통 → 댓글 이용 동기 → 만족도	X1	소통	→ R1	댓글읽기 재미	-.133	.010	-.115	.139	-.120	.074
			→ R2	여론 및 정보탐색	.563	< .001	.558	< .001	.537	< .001
			→ R3	비판	.277	< .001	.235	< .001	.286	< .001
	R1	댓글읽기 재미	→	Y 만족도	-.168	.001	-.190	.002	-.136	.087
	R2	여론 및 정보탐색	→		-.062	.338	-.100	.282	-.039	.671
	R3	비판	→		-.004	.942	.002	.981	-.020	.821
	X1	소통	→	Y 만족도	-.185	< .001	-.225	.001	-.156	.023
여가추구 → 댓글 이용 동기 → 만족도	X1	여가	→ R1	댓글읽기 재미	.244	< .001	.368	< .001	.095	.171
			→ R2	여론 및 정보탐색	-.206	< .001	-.222	< .001	-.212	.001
			→ R3	비판	-.247	< .001	-.324	< .001	-.176	.008
	R1	댓글읽기 재미	→	Y 만족도	-.168	.001	-.190	.002	-.136	.087
	R2	여론 및 정보탐색	→		-.062	.338	-.100	.282	-.039	.671
	R3	비판	→		-.004	.942	.002	.981	-.020	.821
	X1	여가	→	Y 만족도	.273	< .001	.288	< .001	.228	.002

1) 매개모형의 분석 특성(3개의 단계로 구성되는 일종의 위계적 회귀분석)으로 모형이 많아 편의상 각각의 모형 설명량은 제시하지 않았다.

통합모델 분석 결과, 소통 동기로 웹콘텐츠를 이용하는 경우 i) 소통 동기 → 댓글읽기 재미 → 만족도의 관계가 부(-)의 영향으로 부분매개하는 것으로 분석되었다.

반면, 댓글 이용 동기 중, 여론 및 정보탐색과 비판은 만족도에 영향을 미치지 않아 소통동기 → 여론 및 정보탐색, 비판 → 만족도의 관계는 성립하지 않는 것으로 나타났다.

여가추구 동기로 웹 콘텐츠를 이용하는 경우에도 소통 동기와 마찬가지로 여가추구 동기 → 댓글읽기 재미 → 만족도의 관계가 부(-)의 영향으로 부분매개하는 것으로 분석되었다.

또한 댓글 이용 동기 중, 여론 및 정보탐색과 비판은 만족도에 영향을 미치지 않아 여가추구 동기 → 여론 및 정보탐색, 비판 → 만족도의 관계는 성립하지 않는 것으로 나타났다.

소통동기와 여가추구 동기의 차이점으로는 각 웹 콘텐츠 이용 동기가 댓글 이용 동기와의 관계에서 나타나며, 소통동기는 댓글 이용 동기 중, 여론 및 정보탐색이 영향을 미치지 않지만 여가추구 동기의 경우에는 모든 댓글 이용 동기에 영향을 미친다는 점이다. 또한 영향의 방향성에서도 차이가 나타나는데 소통동기와 댓글 이용 동기의 관계는 정(+)의 영향을 미치는 반면 여가추구 동기는 댓글 이용 동기와 부(-)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

(2) 웹소설 웹콘텐츠간 차이 분석 결과

분석결과는 <표 5>와 같이 소통동기로 웹콘텐츠를 소비하는 이용자 중, 웹툰 이용자는 댓글 이용 동기(댓글읽기 재미, 여론 및 정보탐색, 비판) 모두 소통동기와 만족간의 관계에서 매개효과를 갖지 못하는 것으로 분석되었다.

한편 웹소설 이용자는 소통동기 → 댓글읽기 재미 → 만족의 관계가 부(-)의 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타나 댓글읽기 재미가 소통동기와 만족의 관계에서 매개효과를 갖는 것으로 분석되었다. 즉

소통동기로 웹콘텐츠를 소비하는 이용자들은 콘텐츠의 특성에 따라 웹툰은 댓글 이용 동기 중, 댓글읽기 재미 유효하지 않고 웹소설은 부(-)의 영향을 미친다는 점에서 차이를 갖는 것으로 나타났다.

또 다른 웹콘텐츠 이용 동기인 여가추구 동기로 웹콘텐츠를 소비하는 이용자 중, 웹툰 이용자는 여가추구 동기 → 댓글읽기 재미 → 만족의 관계가 정(+)의 방향으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

한편 웹소설 이용자는 댓글 이용 동기(댓글읽기 재미, 여론 및 정보탐색, 비판) 모두 여가추구 동기와 만족간의 관계에서 매개효과를 갖지 못하는 것으로 분석되었다. 즉 여가추구 동기로 웹콘텐츠를 소비하는 이용자들은 콘텐츠의 특성에 따라 웹툰은 댓글 이용 동기 중, 댓글읽기 재미가 정(+)의 영향을 미치는 반면, 웹소설은 영향을 미치지 않는다는 점에서 차이를 갖는 것으로 나타났다.

웹콘텐츠 이용 동기간, 웹콘텐츠의 종류에 상관없이 공통적인 특성으로는 댓글 이용 동기 중, 여론 및 정보 탐색과 비판을 위한 동기는 이용 동기(소통, 여가추구)와 만족과의 관계에서 유의한 영향을 미치지 못한다는 점으로 분석되었다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 댓글이라는 요인이 웹콘텐츠 만족도에 어떠한 영향을 미치며, 이용 동기와 만족도 간에 어떠한 관계성을 띠는지를 탐색적 차원에서 살펴보고자 하였다. 분석결과를 살펴보았을 때 이같은 차이점이 발생하는 이유는 크게 두 가지로 나뉘볼 수 있다.

첫째, 이용 동기가 갖는 특성 즉, 소통동기는 여가추구 동기형 이용자들에 비해 일종의 고관여 이용자(heavy user)로 볼 수 있으며, 여가추구형 동기는 저관여 소비자(light user)로 볼 수 있기 때문이다. 이 같은 관점에서 분석 결과를 살펴보면 소통동기의 경우, 댓글읽기 재미와 여론 및 정보탐색은 부(-)의 방향성(경향)을 띠며, 이외에 비판 동기는

정(+의 방향성을 띠는 반면 여가추구 동기를 갖는 이용자들은 소통동기를 갖는 이용자와 정 반대의 경향성을 보여주는 것이 이를 반증하는 결과로 볼 수 있다.

즉, 고관여 이용자들이 상대적으로 보수적·폐쇄적 성향을 갖는다는 것을 고려했을 때, 작품과 소비자 개인과의 관계가 중요할 뿐, 주변인의 의견에 큰 관심이 없거나 있다하더라도 이용자들이의 재미를 유발하기 위한 댓글을 냉소적(-) 바라보는 경향성을 가지기 때문이다. 반면, 비판이라는 콘텐츠에 대한 내용적 접근과 관련있는 댓글 이용 동기는 정(+의 방향성을 가지는 것으로 나타났다.

또한 소통동기와 만족의 관계 역시 부(-)의 영향을 갖는 반면, 여가추구 동기는 정(+의 영향을 보이는 것은 고관여 이용자일수록 콘텐츠에 대한 만족의 기준이 높다는 것을 고려해보았을 때 이와 같은 해석을 하는데 무리가 없다고 사료된다.

둘째, 웹툰과 웹소설이 가지고 있는 콘텐츠에 대한 인식(특성)에 기인한 것으로 웹툰은 웹소설에 비해 상대적으로 소모성 콘텐츠로 인식하는 반면 웹소설은 웹툰에 비해 작품(보수적·폐쇄적)으로 인식하는 경향성에 기인한 것으로 사료된다.

이 같은 해석에 대한 근거로는 댓글읽기 재미에 대한 웹툰과 웹소설의 유의성의 차이로 설명할 수 있다. 앞서 언급한 것과 같이 소통동기 이용자들은 웹툰 이용시 댓글읽기 재미가 유의하지 않은 반면, 웹소설은 유의하며, 여가추구 동기 이용자들은 이와 반대로 웹툰에서는 댓글읽기 재미는 유의하나 웹소설에서는 유의하지 않는 것으로 나타났다. 이는 이용 동기에 따른 성향뿐만 아니라 콘텐츠 특성에 기인한 인식의 차이에서도 차이가 발생하는 것으로 사료된다.

셋째, 특이점으로 여가추구 동기의 경우 웹툰은 정(+의 영향을 미치는 반면, 웹소설은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데, 이는 웹툰의 소비재적 특성이 콘텐츠 자체뿐만 아니라 콘텐츠로부터 파생되는 댓글이라는 부가적 콘텐츠도 넓은 의미에서 웹툰 콘텐츠 소비의 하위 요소로 인식하고 있다고도 보여진다.

요약하면 웹툰과 웹소설에 대한 플랫폼이 갖는 특성의 차이로 인하여 웹콘텐츠를 이용하는 동기가 다르게 나타나며 이용자들이 이용성향 즉, 고관여·저관여인지에 따라서도 그 양상이 다르게 나타나는 것을 확인하였다. 본 연구는 댓글이라는 요인이 웹콘텐츠 만족도에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보았다는 점에서 기존 연구들과의 차별성이긴 하나 직접적인 관계 문헌의 부족으로 여타 다른 장르나 플랫폼에서 사용하는 설문문항을 변용하여 이용하였기 때문에 측정도구 정교함이나 해석차원에서 다소 엄밀함이 떨어질 수 있다. 또한 분석자료의 응답자 특성이 여성에 집중되어 있으며 연령 역시, 20~40대의 응답이 집중되어 있어 본 연구결과를 현실의 상황에 일반화하기 어렵다는 한계점을 갖는다.

하지만 댓글의 일부 요인 특히, 댓글 유희와 부가정보들이 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것을 확인했다. 물론 해당 다소 상식적 결과라 할지라도 실증적 차원에서 검토를 해보았다는 점에서 의의를 가지며 댓글 이용 시, 여론 탐색이나 비판적 내용을 확인하기 위함의 차원에서 만족도에 영향을 미치지 않을 수 있다는 결과를 확인했다. 한편, 본 고에서는 다루지 않았으나 종속변수를 만족도가 아닌 이용금액으로 하면 또 다른 결과를 줄 수 있다는 점을 확인했다. 이는 만족과 실제 이용과는 차이가 있을 수 있음을 시사하는 것으로 본 고의 연구결과를 토대로 다양한 후속 연구들로 확장되기를 기대한다. 뿐만 아니라 본 연구에서 사용한 분석자료의 한계 즉, 성비와 연령대가 다소 편향되어 있으므로 이를 개선하여 보다 현실을 반영해 본 고의 결과와의 비교나 댓글의 읽기 쓰기 동기를 구분하여 세분화된 분석결과도 의미를 가질 것으로 사료된다.

Ⅰ 참고문헌 Ⅰ

- 강수경·김태영·최세정 (2015). 웹툰 이용 동기가 웹툰 이용과 PPL 인식에 미치는 영향에 대한 연구. <한국인터넷정보학회 학술발표대회 논문집>, 105-106.
- 김민태 (2013). 웹툰의 이용 동기 및 효과. 서울: 성균관대학교 석사학위 논문.
- 김은마·선유화 (2006). 댓글에 대한 노출이 뉴스 수용에 미치는 효과. <한국언론학보>, 50권 4호, 33-64.
- 김은마·이준웅 (2006). 읽기의 재발견: 인터넷 토론공간에서 커뮤니케이션의 효과. <한국언론학보>, 50권 4호, 65-94.
- 김정가·김달환 (2008). 대학생 이용자의 댓글 읽기와 쓰기 동기 및 만족감. <사이버커뮤니케이션학보>, 25권 4호, 5-47.
- 김주·김선남 (2022). 국내 웹소설 이용자의 이용 동기에 관한 연구 : 이용과 충족이론을 중심으로. <한국출판학연구>, 48권 5호, 5-26.
- 김준현 (2021). 웹소설의 댓글과 독자 주체성의 문제. <국제어문>, 91권, 357-379.
- 김채환 (2009). 인터넷 뉴스댓글의 이용과 상호작용성의 만족도에 관한 연구. <언론과학연구>, 9권 1호, 5-44.
- 손은하·김재호 (2007). 애니메이션 캐릭터의 의상 컬러에 대한 배색 이미지 탐색도구 설계. <Journal of Korea Multimedia Society>, 10권 10호, 1319-1327.
- 이동균·이서준·최인영 (2018). 텍스트마이닝을 이용한 글연 홍보 웹툰의 반응분석: “씩가렛던” 댓글을 중심으로. <보건정보통계학회지>, 43권 1호, 70-79.
- 이승주·정현욱 (2019). 중국인의 웹소설 이용 동기에 관한 주관성 연구. <주관성연구>, 47권, 145-162.
- 이용준·김원제 (2018). 스마트폰 이용 대학생의 웹 소설 지속이용의도 결정요인에 관한 연구. <한국출판학연구>, 44권 3호, 137-172.
- 이은주·장운재 (2009). 인터넷 뉴스 댓글이 여론 및 기사의 사회적 영향력에 대한 지각과 수용자의 의견에 미치는 효과. <한국언론학보>, 53권 4호, 50-71.
- 이재산·이민영 (2008). 댓글 읽기 효과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. <한국언론정보학보>, 42호, 249-279.
- 정일권·김영석 (2006). 온라인 미디어에서의 댓글이 여론에 미치는 영향에 관한 연구: 여론동향 지각과 제 3차 효과를 중심으로. <한국언론학보>, 50권 4호, 302-327.
- 조수영·장혜자·권구민 (2012). 기업 위기에 대한 온라인 공중 반응: 기업 위기 기사 및 댓글 내용 분석. <한국언론학보>, 56권 4호, 311-338.
- 채정화·한창완·이영주 (2015). 웹툰 서비스의 사용편리성과 상호작용적 행위가 서비스 만족과 지불의사에 미치는 영향. <만화애니메이션 연구>, 38호, 259-286.
- 최민음·전범수 (2014). 웹툰 이용 동기 및 구성 요소가 이용 만족도에 미치는 영향. <영상문화연구>, 26권 2호, 93-120.

- 한지운·김보연 (2014). 애니메이션 캐릭터에 적용된 색채의 이미지와 상징에 대한 연구: 디즈니 애니메이션 거울왕국을 중심으로. <디지털디자인학연구>, 14권 3호, 195-206.
- 향진·김선남 (2021). 웹소설 이용만족도의 결정요인에 관한 연구-중국 사례를 중심으로 <정치정보연구>, 24권 3호, 1-23.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140.
- Papacharissi, Z., & Rubin, A. M. (2000). Predictors of internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175-196.

A Study on the Difference of Comment Use Motivation between Webtoon and Web Novel

Park, Seong Eun

(Ph.D., Dept. of Culture and Arts, Chugye University for the Arts)

Kim, Jin Woong

(Adjunct Faculty, Dept. of Film and Entertainment Business,
Chugye University for the Arts)

The purpose of this study is to investigate the influence of webtoon and web novel users' motivation to use comments (reading) among web contents. As a part of this, we examined the effect of comment use on the relationship between satisfaction and influence, and the relationship between motivation and satisfaction, and examined whether there is a difference between platforms (webtoons and web novels). As a result of the analysis, it was composed of two motives for use (communication, leisure pursuit) and three motives for use of comments (fun to read comments, search for public opinion and information, and criticism) through factor analysis. Both communication motivation and leisure motivation were partially mediated by the relationship between communication motivation and leisure motivation -> fun to read comments -> satisfaction. On the other hand, when comparing the influence of the motivation for using comments between webtoons and web novels, it was analyzed that public opinion, information search and criticism had no mediating effect in common, and the difference was the motivation for reading comments.

Keywords : Web content, Webtoons, Web novels, Comment reading motives

Ⅰ 최초투고일자 : 2022.11.25.

Ⅰ 논문심사기간 : 2023.03.03.-2023.03.20.

Ⅰ 게재확정일자 : 2023.03.24.