



사상체질(四象體質)과 미디어 이용 행태 연구 *

최현철

고려대학교 미디어학부 교수 hchoi55@hanmail.net

본 연구는 한국적 수용자 이론을 만들기 위해 이제마의 사상체질론에 기초한 수용자론을 적용하여 미디어 이용 행태를 분석했다. 본 연구의 주요 결과를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, 사상체질별 정보원에 따른 정보획득 정도의 차이를 살펴보면, 소양인은 태음인에 비해 텔레비전으로부터 정보를 더 얻는 것으로 나타났다. 소양인은 태음인과 소음인에 비해 잡지로부터 정보를 더 얻는 경향이 있다. 둘째, 사상체질별 미디어 이용량의 차이를 살펴보면, 소양인은 태음인에 비해 잡지를 더 많이 읽는 것으로 나타났다. 소음인은 태음인에 비해 영화 관람을 더 자주하는 것으로 보인다. 셋째, 사상체질별 선호하는 프로그램을 살펴보면, 소양인은 소음인에 비해 코미디 프로그램과 교양/교육/정보 프로그램을 더 좋아하는 경향이 있다. 소양인과 소음인은 태음인에 비해 광고를 더 선호하는 것으로 보인다. 넷째, 사상체질별 선호하는 기사를 살펴보면, 소양인의 문화/예술 기사의 선호도는 높은 반면 태음인은 상대적으로 낮았다. 소양인은 태음인과 소음인에 비해 연예/오락 기사를 선호하는 경향이 있다. 소양인과 소음인은 태음인에 비해 상대적으로 광고를 더 좋아했다. 다섯째, 사상체질별 미디어 이용 습관을 살펴보면, 소양인은 태음인에 비해 텔레비전 프로그램이나 영화를 볼 때 몰입하는 정도가 크다. 소양인은 태음인과 소음인에 비해 채널 선택권을 가지는 경향이 강하다. 소양인은 소음인에 비해 텔레비전을 시청할 때 채널을 자주 바꾸는 경향이 강하다.

KEYWORDS 사상체질론 • 미디어 이용 • 수용자 연구

* 이 연구는 2006년도 고려대학교 특별연구비에 의하여 수행되었음

1. 연구목적 및 의의

2009년 ‘한국언론학회’는 창립 50주년을 맞이하였다.¹ 역사가 가장 오래되었고 규모가 큰 한국언론학회가 반세기 동안 한국 언론학 발전에 공헌한 바는 지대하다. 지난 반세기 동안 한국 언론학은 양적인 측면에서 뿐 아니라 질적인 측면에서 크게 성장하였다. 전국에 약 130여 대학교가 언론 관련 학문을 가르치고 있으며, 한국언론학회의 회원이 약 1,400명이 넘는다. 또한 매년 소화하기 어려울 정도의 논문과 책이 쏟아져 나온다. 이러한 외형적인 성장에도 불구하고, 언론학 연구는 학문으로서의 정체성의 논란(임영호, 1998)과 서구 이론의 편향성(강길호, 2005; 이효성, 1993; 최현철, 2004) 문제를 가진 것이 현실이다.

정체성의 문제는 비단 언론학에만 국한된 문제는 아니지만 다른 학문에 비해 그 정도가 심하다고 해도 과언이 아니다. 언론학의 발전이 초기부터 정치학과 심리학, 문학 등 다양한 사회과학과 인문과학으로부터 영향을 받았다는 학제적인 성격과 이론과 더불어 실무를 가르쳐야 하는 학문 자체의 특수성에 기인하여 현재 언론학의 정체성에 대한 논란이 발생되었다.

이에 더해 한국 언론학은 서구 이론의 편향성이라는 심각한 문제도 안고 있다. 한국적 이론의 정립의 필요성과 중요성이 제기되었지만 서구 중심 이론 편향성은 지속적으로 존재한다.

한국 언론학의 서구 이론 편향성은 언론학자들이 쓴 논문의 내용분석의 결과에도 드러난다. 안민호(2005)는 1995년부터 2004년까지 『한국언론학보』에 게재된 논문의 이론을 분석하였다. 총 476편의 논문 중에서 256편이 이론과 가설을 구분하고 있었는데, 이 중 3회 이상 등장한 이론은 23개였고, 모두 서구에서 나온 이론이었다. 그 중에서도 이용과 충족

1 실제 한국 언론학의 역사는 학회의 역사보다는 더 길다. 1949년 서울대학교에 신문학 강좌 개설을 기준으로 약 60년, 1954년에는 최초로 홍익대학교에 신문학과가 만들어진 것을 기준으로 보면 약 55년의 역사를 가지고 있다.

이론(11회), 의제설정 이론(10회), 개혁확산 이론(8회), 인지정교화 가능성 모델(8회)이 가장 많이 사용되었다.

또한 강길호(2005)는 1995년부터 2005년까지 『한국언론학보』에 발표된 512편의 논문 중에서 양적인 방법을 이용한 논문 301편을 분석하였다. 분석 결과, 한국적 커뮤니케이션 현상을 이론화하기 위한 개념화나 이론 구축 연구는 거의 전무한 것으로 나타났다. 한국 언론학 역사 60년을 돌아보면 부끄러운 일이 아닐 수 없다.

특히 서구 언론학 이론 중에서도 미국 이론에 대한 의존도가 높은데, 이효성(1993)은 언론학의 한국화가 어려운 이유가 미국 중심 언론학 연구 동향 때문이라고 지적하였다. 즉, 실증적인 효과 이론 중심의 미국의 연구 전통에서 주로 공부하고 연구하는 학자들이 한국적 현실을 고려하고 한국적 이론을 개발하기보다는 미국 중심의 이론을 그대로 적용하는 관행이 지속된 결과이다(이효성, 1993).

실제로 미국에서 박사학위를 받은 연구자들의 비율을 살펴보면, 학문적 편향성을 알 수 있다. 이상철(2009)은 서울 소재 10개 대학의 교수 102명의 최종 학위를 비교하였는데, 미국 학위 소지자가 약 80.3%, 한국이 9.8%, 독일이 2.9%, 기타가 6.8%로 나타났다.

강길호(2005)는 실증연구에서 나타나는 한국적 커뮤니케이션 이론화의 문제점을 세 가지로 제시한다. 첫째, 연구자들의 이론적 논리 개발 노력 부족을 지적하였는데, 국내 학자들이 기존의 시각에서 벗어나지 못하고 한국적 현상을 이해하려 노력하지 않았다. 둘째, 외국의 개념 정의를 벗어나지 못하고 그대로 차용해서 쓰고 있다. 셋째, 개념의 타당도 문제와 관련하여 한국적 특성을 반영한 측정 도구가 아닌 외국에서 개발한 도구를 그대로 사용하고 있다. 즉, 한국 실정에 맞는 이론, 개념과 측정도구의 개발이 필요하다고 할 수 있다.

한국적 언론학 이론의 필요성이 제기되는 상황에서 본 연구는 미디어 수용자 연구 분야에서 한국적 이론 정립을 위한 시도를 하고자 한다. 수용자 연구는 미디어 연구 분야 중에서도 가장 오랜 기간 동안 연구가 이루어진 분야이면서도 언론학에서 핵심적인 연구 분야라고 할 수 있다.

수용자 연구는 수용자의 미디어 이용 행태, 이용에 영향을 주는 요인, 이용에 따른 효과 분야에 이르기까지 광범위하다. 언론학자들은 수용자가 미디어를 이용하는 행태는 물론 그 효과를 분석하기 위해 상당히 많은 이론을 개발해 왔고, 연구해 왔다. 서구 언론학자들은 수용자의 미디어 이용 행태와 효과를 설명하기 위해 여러 가지 이론(예를 들면, 의제설정 이론, 문화계발이론, 침묵의 나선형 이론, 기대가치 이론, 이용과 충족 이론, 프레임 이론, 스키마 이론 등)을 제시해 왔고, 성별과 연령, 수입, 교육 등과 같은 인구 사회학적 속성은 물론 개인의 태도와 가치관 등을 주요 변인으로 탐구해 왔다. 서구 중심의 이 같은 연구의 가치를 폄하해서는 안 되지만, 그렇다고 이 연구들이 수용자의 미디어 이용 행태와 효과를 제대로 설명했다고 보기 어렵다.

본 연구는 서구 수용자 이론에 대안적인 한국적 수용자 이론을 정립시키기 위한 작업의 일환으로 시작되었다. 본 연구는 구한말 한의학자였던 동무(東武) 이제마(李濟馬)가 주창한 사상체질론(四象體質論)을 수용자 연구에 접목시킴으로써 한국적 수용자 이론의 가능성을 타진해 본다. 본 논문은 먼저 사상체질의 특성을 살펴보고, 사상체질별 미디어 이용 행태에 차이가 있는지를 분석한다.

본 연구는 사상체질론에 토대를 둔 수용자 이론으로 미디어 이용 행태를 분석한 두 번째 시도이기 때문에 여전히 탐사적인 한계를 가질 수밖에 없다. 지속적인 연구를 통해 사상체질 수용자론의 한계와 유용성이 밝혀질 것이다.

2. 사상체질 수용자 이론

구한말 한의학자 이제마²가 『동의수세보원(東醫壽世保元)』³에서 제창

² 동무(東武) 이제마(李濟馬, 1837년 음력 3월 19일에 태어나서 1900년 9월 21일에 별세했다. 이제마는 1894년에 『동의수세보원(東醫壽世保元)』을 저술하여 체질에 따라 음식은 물론 치

한 사상체질론은 유용성에도 불구하고 의학 이론이라는 이유로, 또는 과학이 아니라는 이유로 그동안 언론학은 물론 사회과학 분야에서 큰 관심을 갖지 않았다.⁴ 그러나 최현철(2004)은 사상체질론에 기초한 수용자 이론의 가능성을 다음과 같이 주장한다.

…앞으로 이제마의 사상체질론을 발전시켜 대중매체의 이용 행태 및 효과 분야에 적용하면 우리나라 고유의 수용자 이론 정립과 연구 통틀을 확립할 수 있을 것이라 믿는다… 이 수용자 이론을 설득 커뮤니케이션, 대인간 커뮤니케이션 행위 등 여러 분야에 적용하여 체계적인 연구가 지속적으로 이루어진다면 서구의 언론학 이론에 대안적인 한국적 언론학 이론이 발전될 것… (237쪽)

현재까지 언론학 연구에서 사용되는 수용자 이론의 대부분이 서구에서 만들어진 이론으로서 우리나라 사상에 기초한 수용자 이론은 거의 없는 실정이다. 그러나 필자는 이제마의 사상체질론을 수용자 연구와 접목시켜 발전시킨다면 서구의 수용자 이론에 못지않은 이론을 만들 수 있고, 수용자와 관련한 다양한 현상을 새로운 시각에서 설명할 수 있다고 확신한다.

이제마는 『동의수세보원』에서 사람의 체질을 기본적으로 사장(四臟)⁵ 기능의 상대적인 강약에 따라 태양인(太陽人)과 태음인(太陰人),

료방법을 달리해야 한다는 사상체질론을 제창했다.

3 『동의수세보원』(東醫壽世保元)은 1894년에 처음 출간되었는데, 그 이후 1900년에 임상 경험을 토대로 하여 성명론(性命論)과 태음인론(太陰人論)을 개정했다.

4 서양 의학자들은 한의학이 과연 과학인가에 대해 회의한다. 그러나 필자는 이 주장은 과학을 서구의 논리실증주의 입장에 정의한 결과라고 본다. 필자는 한의학도 서양 의학에 못지않게 훌륭한 과학이라고 생각한다. 뿐만 아니라 이제마는 의학자로서 경험적 자료를 토대로 사상체질론이라는 독특한 이론체계를 만들었고, 경험적 자료를 통해 자신의 이론을 검증한 후 이론을 몇 차례 걸쳐 수정하는 작업을 했다. 현재 논리실증주의 연구자들이 하는 연구 과정과 크게 다르지 않다. 이런 측면에서 볼 때, 이제마의 사상체질론은 논리실증주의에서 주장하는 과학이라고 봐도 큰 무리가 없다고 생각한다.

소양인(少陽人), 소음인(少陰人) 네 가지로 구분한다. 이제마(1996)의 『동의수세보원』의 사단론(四端論)에 따르면,

사람이 날 때 타고난 장부(臟腑)의 이치는, 서로 같지 않은 것이 네 가지가 있으니, 폐(肺)가 크고 간(肝)이 작은 자를 태양인(太陽人)이라 하고, 간이 크고 폐가 작은 자를 태음인(太陰人)이라 하고, 지라(脾)가 크고 콩팥(腎)이 작은 자를 소양인(少陽人)이라 하고, 콩팥이 크고 지라가 작은 자를 소음인(少陰人)이라 한다. (28~29쪽)

즉, 이제마는 사람은 태양인과 태음인, 소양인, 소음인 네 가지 체질 중 한 가지 체질로 태어나며 체질에 따라 장기(臟器)의 강약은 물론 체형과 성격, 태도, 행동이 다르다고 주장한다.

이제마가 제시한 네 가지 체질에 속한 사람의 주요 특징은 최현철(2004)의 논문에서 자세히 설명되었기 때문에 여기서는 체질별 특징을 간단히 제시한 후⁶ 체질에 따른 미디어 이용 행태의 차이를 살펴본다.

1) 태양인의 특징

태양인(太陽人)은 적극적이고, 활동적이며, 창의적이며, 탐구적이고, 일을 과감하게 처리하며, 자존심이 강한 편이다. 반면 태양인은 성격이 급해 남을 잘 공격하고, 쉽게 물러서지 않는 공격적인 성향을 가지고 있다. 또한 독선적인 경향이 강해 포용력이 부족하고, 감정기복이 심해 쉽게 분노하는 경향이 있다.

5 사장은 간(肝)과 비(脾), 폐(肺), 신(腎)을 네 가지 장기를 말한다.

6 본 논문에서 제시한 사상체질별 특징은 『동의수세보원』에서 언급된 체질별 특징을 요약 정리한 것이다.

2) 태음인의 특징

태음인(太陰人)은 통찰력이 있고, 인내심이 강해 끈기 있고, 감정 자제를 잘해 자신의 속마음을 남에게 잘 드러내지 않으며, 포용력이 크고, 의젓하고, 점잖은 편이다. 반면 태음인은 음험해 보이기도 하고, 적극적으로 행동하는 것을 좋아하지 않지만 욕심이 많은 편이어서 타인에게 피해를 주기도 한다. 때로는 주변에 둔감하다 할 정도로 무사태평한 경향이 있다.

3) 소양인의 특징

소양인(少陽人)은 솔직 담백하고, 쾌활하고, 판단력이 빠르고, 활동적이고, 사교적이며, 감정이 풍부해 예술적 감각이 뛰어나고, 의리를 소중히 여긴다. 반면 소양인은 계획적이지 못하여 일의 마무리를 잘 짓지 못하며, 신중하지 못하고, 감정기복이 심한 편이어서 흥분을 잘하는 경향이 있다. 때로는 성질이 급해 물불을 가리지 않기도 한다.

4) 소음인의 특징

소음인(少陰人)은 인내심이 강하고, 침착하여 말이 적고, 감정이 풍부하며, 책임감이 강하고, 세심하여 분석력이 뛰어나며, 조직적이다. 또한 앞에 나서기를 좋아하지 않으며, 외유내강형으로 겉보기에는 약해 보이지만 속은 강한 편으로 감정을 잘 자제한다. 반면 소음인은 심리적으로 불안정하고, 소심하고, 잔소리가 심하고, 과민한 성향을 보이기도 한다.

네 가지 체질의 특징을 도표로 간단하게 정리하면 <표 1>과 같다.

표 1. 사상체질의 특성

체질	장기 특성	성격
태양인	폐대간소	적극적이고, 활동적이며, 창의적이며, 과감하고, 자존심이 강함 반면 공격적이며, 독선적이고, 감정기복이 심해 쉽게 분노함
태음인	간대폐소	인내심이 강하고, 진지하고, 통찰력 있으며, 포용력이 크며, 과묵함 반면 욕심을 부리고, 음험하게 보이기도 하며, 적극적 행동 부족, 감정을 잘 자제함
소양인	비대신소	적극적이고, 활동적이며, 쾌활하고, 감정이 풍부하고, 판단력이 빠르며, 이타적임 반면 성격이 급하고, 비계획적이며, 감정기복이 심해 쉽게 흥분함
소음인	신대비소	인내심이 강하고, 진지하고, 감정이 풍부하고, 세심하며, 분석적이며, 책임감이 강함 반면 내성적이고, 소심하여 적극적 행동 부족, 과민하며, 감정을 잘 자제함

5) 사상체질 수용자 이론

최현철(2004)은 이제마의 사상체질론에 기초한 수용자 이론을 다음과 같이 주장한다.

사람들은 태양인과 태음인, 소양인, 소음인 네 체질로 나뉘어지며, 각 체질에 속한 사람들은 서로 다른 특징을 가진다. 네 체질의 사람들은 장기의 강약은 물론 체형과 외모, 성격, 태도, 행동이 다르다.

따라서 사람들은 대중매체 및 뉴미디어를 무조건, 또는 무작위적으로 선택하거나 이용하는 존재로 생각해서는 안 되며, 대중매체 및 뉴미디어가 전달하는 정보를 무조건, 또는 무작위적으로 수용하는 존재로 생각해서도 안 된다. 사람들은 커뮤니케이션 전 과정에서 자신의 체질에 따라 특정 대중매체 및 뉴미디어를 선택하고, 이용하고, 정보를 처리하는 주체로 파악해야 한다. (224쪽)

필자는 사상체질에 따라 미디어의 이용 행태가 다르게 나타날 것으로 예상한다. 그러나 본 연구는 사상체질 수용자 이론에 기초하여 이루어진 두 번째 미디어 이용 행태 연구이기 때문에 여전히 탐사적인 성격

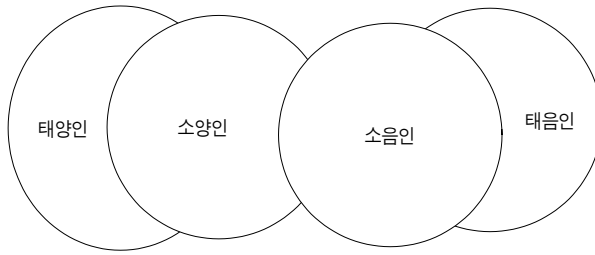


그림 1. 체질별 특성 공유 그림

을 가지며, 아직 체질별 미디어 이용 행태에 나타나는 차이를 이론적으로 설명하는 것은 쉽지 않고, 구체적인 가설로 제시하지 못하는 한계를 지닌다.

그러나 본 연구의 탐사적 성격에도 불구하고, 본 체질별 특성의 차이점과 유사점에 따라 미디어 이용 행태 간의 차이점과 유사점을 단편적 이나마, <그림 1>과 <표 2>에 제시해 본다.

앞에서 살펴 본 체질별 특성의 차이점과 유사점에 따라 체질 간의 관계를 그림으로 나타내면 <그림 1>과 같다. <그림 1>에서 볼 수 있듯이, 태양인과 소양인은 양인 체질로서 기본 특성을 상당 부분 공유하고, 태음인과 소음인은 음인 체질로서 기본 특성을 상당 부분 공유한다. 반면 태양인과 소양인은 태음인과 공유하는 특성이 거의 없으며 태음인과 소음인은 태양인과 공유하는 속성을 갖지 않는다. 소양인과 소음인은 체질적으로 차이가 있지만, 공유하는 특성이 약간 있기 때문에 차이가 있으면서도 유사함이 어느 정도 존재한다.

<그림 1>에서 제시한 체질 간의 관계를 미디어 이용 행태와 연결해 살펴보면 <표 2>와 같다. <표 2>에서 볼 수 있듯이, 사람은 기본적으로 양인과 음인으로 구분된다. 양인인 태양인과 소양인은 유사한 특성을 가지고 있기 때문에 미디어 이용 행태가 기본적으로 비슷하면서도 약간 차이가 존재할 것이다. 반면 음인인 태음인과 소음인은 비슷한 특성을 지니고 있기 때문에 미디어 이용 행태는 기본적으로 유사하면서도 약간 차

표 2. 사상체질과 미디어 이용 행태의 유사점과 차이점

기본 체질	미디어 이용 행태	체질 분화	미디어 이용 행태
양인	태양인과 소양인 기본적으로 유사하면서 약간 차이 존재	태양인	태음인과 소음인과 차이 존재
		소양인	태음인과 차이 존재 소음인과 차이와 함께 약간 유사함 존재
음인	태음인과 소음인 기본적으로 유사하면서 약간 차이 존재	태음인	태양인과 소양인과 차이 존재
		소음인	태양인과 차이 존재 소양인과 차이와 함께 약간 유사함 존재

이가 존재할 것이다.

양인은 태양인과 소양인으로 분화한다. 태양인은 태음인과 소음인과는 다른 특성을 가졌기 때문에 미디어 이용 행태에 차이가 날 것으로 예상된다. 소양인도 태음인과는 다른 특성을 지녔기 때문에 태음인과는 미디어 이용 행태에 차이가 나지만, 소음인과 유사한 특성을 공유하기 때문에 기본적으로 미디어 이용 행태에 차이가 있으나, 어느 정도 유사한 패턴도 나타날 것이다.

음인은 태음인과 소음인으로 분화한다. 태음인은 태양인과 소양인과는 다른 속성을 가졌기 때문에 미디어 이용 행태에 차이가 날 것으로 예상된다. 소음인은 태양인과는 공유하는 특성이 거의 없기 때문에 태양인과는 미디어 이용 행태에 차이가 나지만, 소양인과는 유사한 특성을 공유하기 때문에 기본적으로 미디어 이용 행태에 차이가 있지만, 어느 정도 유사한 패턴도 존재할 것이다.

연구방법에서 자세히 언급하겠지만, 본 연구에서는 태양인의 수가 적어 최종 분석에서 제외하였기 때문에 소양인과 태음인, 소음인 간의 미디어 이용 행태의 차이를 분석한다. 위에서 체질 간의 특성에 따른 미디어 이용 행태의 차이를 개괄적으로 제시는 했지만, 구체적으로 체질별 정보획득 정도, 이용량, 선호하는 프로그램, 선호하는 기사, 이용 습관의 항목별 차이를 가설로 제시하는 것은 현 단계에서 어렵기 때문에 가설

대신 아래와 같이 연구문제를 제시한다.

- 연구문제 1: 사상체질에 따라 미디어별 정보획득 정도에 차이가 나타날 것인가?
- 연구문제 2: 사상체질에 따라 미디어 이용량에 차이가 나타날 것인가?
- 연구문제 3: 사상체질에 따라 선호하는 프로그램에 차이가 나타날 것인가?
- 연구문제 4: 사상체질에 따라 선호하는 기사에 차이가 나타날 것인가?
- 연구문제 5: 사상체질에 따라 미디어 이용 습관에 차이가 나타날 것인가?

3. 연구방법

1) 자료 수집

본 연구의 핵심이면서도 해결하기 쉽지 않은 부분이 응답자의 체질을 분류하는 것이다. 사람의 체질을 분류하는 방법은 다양하고, 정확하게 체질을 분류하는 것은 그리 쉽지 않다. 필자는 고려대학교 언론 관련 과목을 수강하는 대학생과 대학원생 200명을 직접 개별 면담한 후 체질을 분류하였다. 개인당 면담시간은 약 40분에서 1시간 정도 소요되었다.⁷

본 연구는 체질을 분류하기 위해 세 가지 방법을 함께 사용하였다.

첫 번째로 경희대학교 사상체질의학과에서 체질 분류에 사용하고 있는 QSCC(Questionnaire for the Sasang Constitution Classification) II를 사용하여 응답자의 체질을 분류하였다.

두 번째로 체질 분류의 신뢰도를 높이기 위해 응답자의 어린 시절부

⁷ 어떤 응답자는 체질을 비교적 쉽게 분류할 수 있었지만, 어떤 응답자는 체질을 분류하는 것이 쉽지 않았다. 세 가지 방법을 사용하여 응답자의 체질을 분류하는 데 시간이 많이 소요될 수 밖에 없었다.

터 현재에 이르기까지의 병력 및 장기(臟器)의 건강상태와 체형으로 QSCC II 로 분류한 체질을 점검하였다. 첫 번째와 두 번째 방법에서 체질이 일치하지 않는 응답자는 표본에서 제외하였다.

세 번째로 목소리 구분법⁸을 사용하여 분류한 체질을 재점검하였다. 첫 번째와 두 번째, 세 번째 방법에서 체질이 일치하지 않는 응답자는 표본에서 제외했다. 전체 200명 중 세 가지 방법에서 체질이 일치한 121명을 최종 표본으로 선정했다.

본 연구에서는 응답자 121명 중 태양인을 분석에서 제외했다. 응답자 중 태양인은 단 3명뿐이었다. 태양인의 수가 너무 적어 이 체질을 포함시킬 경우 분석의 신뢰성에 문제가 있다고 판단되었기 때문에 제외했다. 본 연구는 소양인과 태음인, 소음인 세 체질 응답자 118명만을 대상으로 분석했다.

최현철(2004)이 지적했듯이, 사상체질론의 입장에서 볼 때, 표본이 비록 학생이라는 성격이 유사한 집단이라고 해도, 각 응답자의 체질은 다르기 때문에 비동질적인 집단이라고 볼 수 있어 표본 연구를 하는 데 문제가 없다.

사상체질별 표본의 수를 구체적으로 살펴보면, 소양인은 33명(28.0%), 태음인은 41명(34.7%), 소음인 44명(37.3%)이다. 이제마(1996)의 『동의수세보원』의 사상인 변증론(四象人辨證論)에 따르면,

오늘날에 있어 태·소음·양인(太少陰陽人)을 살펴볼 때 한 고을의 인구를 만 명으로 가정하고 논한다면, 태음인 5천 명, 소양인 3천 명, 소음인 2천 명의 비례로 되면, 태양인은 극히 드물어서 한 고을을 통틀어 3, 4명 내지 10여 명일 뿐이다. (218쪽)

⁸ 이제마에 따르면, 사람은 체질에 따라 목소리의 강약, 높낮이가 다르다고 한다. 태양인의 목소리는 우렁차고, 소양인의 목소리는 높다. 태음인의 목소리는 탁하거나 부드럽지만, 소음인의 목소리는 약하거나 조용하다.

즉, 이제마는 태양인의 인구 비율은 약 0.1%, 태음인은 약 50%, 소양인은 약 30%, 소음인은 약 20%로 본다. 이제마의 주장을 그대로 받아들인다면, 본 연구의 표본 수는 소양인의 경우 비슷하고, 태음인은 적지만 소음인은 많은 편이다.⁹

2) 미디어 이용 행태 측정

사상체질에 따라 미디어 이용 행태의 차이를 알아보기 위해 미디어 이용량과 선호하는 프로그램, 선호하는 기사, 미디어 이용 습관 등 크게 다섯 가지로 나누어 측정했다.

첫째, 정보원은 ① 텔레비전, ② 라디오, ③ 신문, ④ 잡지, ⑤ 인터넷 등 5가지로 구분하고, 정보원별 정보 획득 정도를 “거의 얻지 않는다”에서 “매우 많이 얻는다”까지 5점 척도로 측정했다.

둘째, 미디어 이용량은 ① 응답자의 하루 평균 텔레비전 시청시간과 ② 라디오 청취시간, ③ 신문 구독시간, ④ 잡지 구독시간, ⑤ 영화관람 횟수 등 5 가지로 구분하고, 이용량은 실제 이용 시간(분)과 횟수로 측정했다.

셋째, 프로그램은 ① 코미디, ② 스포츠, ③ 다큐멘터리, ④ 교양/교육/정보, ⑤ 뉴스, ⑥ 액션, ⑦ 멜로/로맨틱, ⑧ 쇼, ⑨ 퀴즈, ⑩ 광고 등 10종류로 구분하고, 프로그램별 선호 정도를 “거의 즐기지 않는다”에서 “매우 즐긴다”까지 5점 척도로 측정했다.

넷째, 기사는 ① 정치, ② 스포츠, ③ 문화/예술, ④ 연예/오락, ⑤ 경제/주식/재테크, ⑥ 사회, ⑦ 논설/논평, ⑧ 의학/건강, ⑨ 국제, ⑩ 광고 등 10가지로 구분하고, 기사별 선호 정도를 “거의 즐기지 않는다”에서 “매우 즐긴다”까지 5점 척도로 측정했다.

⁹ 이제마가 『동의수세보원』을 발간할 당시 현재와 같은 통계학적 지식을 바탕으로 표본을 선정했을 리 없고, 임상 경험을 기초로 네 체질의 인구 비율을 제시했을 것이다. 본 연구의 체질별 표본 수는 이제마가 제시한 체질별 인구 비율과는 약간 차이가 있지만 체질별 미디어 이용 행태의 차이를 보는 본 연구에 이 차이는 큰 문제가 아니라고 생각한다.

다섯째, 미디어 이용습관은 ① 시청몰입, ② 선택노출, ③ 채널결정, ④ 채널변경, ⑤ 광고시청 등 5가지로 구분하고, 각 문항은 “전혀 그렇지 않다”에서 “매우 그렇다”까지 5점 척도로 측정했다.

3) 분석방법

사상체질에 따라 미디어 이용 행태에 차이가 나타나는지를 분석하기 위해서 일원변량분석(one-way ANOVA)을 사용했고, 유의도 수준은 0.05로 정하였다. 사상체질과 미디어 이용 행태를 측정한 각 항목 간의 관계가 통계적으로 유의미하게 나타난 경우 집단 간 사후 검증(Scheffe test)을 실시하여 구체적으로 어느 체질과 어느 체질의 사람들이 차이가 있는지를 분석했다.

4. 연구결과

1) 사상체질별 미디어 이용 행태

(1) 정보원별 정보획득 정도

사상체질에 따라 정보를 획득하는 미디어에 차이가 나타나는지를 검증하기 위해 일원변량 분석방법을 실시하였다. <표 3>에서 볼 수 있듯이, 사상체질에 따라 정보를 획득하는 미디어 중 텔레비전과 잡지는 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 반면 신문과 라디오, 인터넷은 통계적으로 유의미한 차이가 없었다.

먼저 사상체질에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 두 미디어를 살펴보자.

첫째, 사상체질에 따른 텔레비전으로부터의 정보획득 정도는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F(2, 115) = 3.806, p < 0.05$). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과, 소양인(평균 = 4.12)과 태음인(평균 = 3.44) 간에는 텔레비전으로부터 얻는 정보에 차이가 나타났다. 즉, 소양인은

표 3. 사상체질별 정보획득 정도

매체	소양인(n=33)		태음인(n=41)		소음인(n=44)		전체 평균	F(2, 115)	집단 차이	eta
	평균 (표준편차)	순위	평균 (표준편차)	순위	평균 (표준편차)	순위				
텔레비전	4.12 (0.93)	2	3.44 (1.14)	2	3.66 (1.10)	2	3.71	3,806*	소양인과 태음인	0,249
신문	3.48 (1.25)	3	3.41 (1.02)	3	3.20 (1.09)	3	3.36	0,681		
라디오	1.91 (0.88)	5	1.59 (0.71)	5	1.64 (0.87)	5	1.69	1,613		
잡지	2.88 (1.24)	4	2.15 (1.04)	4	2.14 (0.03)	4	2.35	5,397*	소양인과 태음인/소음인	0,293
인터넷	4.27 (0.98)	1	4.39 (0.70)	1	4.34 (0.91)	1	4.34	0,169		

* p<0.05

태음인에 비해 텔레비전으로부터 일상생활에 필요한 정보를 더 획득하는 것으로 보인다. 앞의 사상체질 수용자 이론에서 예상한 것처럼 소양인과 태음인간의 차이가 나타났는데, 이 차이는 소양인이 적극적인 반면 태음인은 적극적이지 않은 특성에 기인하는 것 같다. 사상체질과 텔레비전으로부터의 정보획득 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다(eta = 0.249).

둘째, 사상체질에 따른 잡지로부터의 정보획득 간의 관계는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(F(2, 115) = 5.397, p < 0.01). 일반적으로 세 체질의 사람들이 잡지로부터 얻는 정보는 그리 많지 않았지만, 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과, 소양인(평균 = 2.88)은 태음인(평균 = 2.15)과 소음인(평균 = 2.14)에 비해 잡지로부터 일상생활에 필요한 정보를 더 얻는 경향이 있는 것으로 보인다. 이 결과도 앞에서 예상한 것처럼 소양인이 음인(태음인과 소음인)과 다르게 나타났는데, 이 차이도 체질 간의 적극적 행동의 차이 때문으로 보인다. 사상체질과 잡지로부터의 정보획득 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다(eta = 0.293).

사상체질별 라디오와 신문, 인터넷으로부터 얻는 정보의 차이는 나타나지 않았다. 세 체질의 사람들이 라디오로부터 얻는 정보는 그리 많지 않을 뿐 아니라 체질에 따라 차이가 거의 없었다. 반면 세 체질의 사람들은 신문과 인터넷으로부터 상당한 정보를 얻고 있었지만 체질 간의 차이가 나타나지 않았다. 이 결과는 예상한 것과는 다른 결과로서 체질별 차이를 기대했지만, 차이가 없었다. 향후 추가 연구가 필요한 부분이다.

이 결과에서 한 가지 흥미로운 사실은 체질에 관계없이 응답자들은 일상생활에 필요한 정보를 획득하기 위해 인터넷, 텔레비전, 신문, 잡지, 라디오의 순으로 이용하는 것으로 나타났다. 즉, 응답자들은 전통적으로 주요 정보원이었던 텔레비전과 신문보다 인터넷으로부터 정보를 더 많이 얻고 있다. 본 연구의 응답자가 대학생과 대학원생이라는 점을 고려할 때 당연히 나타날 수 있는 결과라고도 볼 수 있지만, 우리 사회에 인터넷이 체질에 관계없이 중요한 정보원으로 자리 잡고 있다는 것을 보여준다 하겠다. 또한 일반적으로 소양인은 태음인이나 소음인에 비해 다양한 미디어로부터 다양한 정보를 적극적으로 획득하는 적극적 수용자인 것 같다.

(2) 미디어 이용량

사상체질에 따라 미디어별 이용량에 차이가 나타나는지를 검증하기 위해 일원변량 분석방법을 실시하였다. <표 4>에서 볼 수 있듯이, 사상체질별 잡지 구독시간과 영화관람 횟수는 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 반면 텔레비전 시청시간과 신문 구독시간, 라디오 청취시간 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

먼저 사상체질별 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 두 미디어의 이용량을 살펴보자.

첫째, 사상체질과 잡지 구독시간의 관계는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F(2, 114) = 3.975, p < 0.05$). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균 = 49.24분)과 태음인(평균 = 20.61분) 간에 잡지

표 4. 사상체질별 미디어 이용량

미디어	체질	소양인(n=33)	태음인(n=41)	소음인(n=44)	전체 평균	F(df1, df2)	집단 차이	eta
		평균 (표준편차)	평균 (표준편차)	평균 (표준편차)				
텔레비전 (분/일)		76.21 (52.25)	69.15 (55.09)	81.14 (64.82)	75.59	0.453 (2, 115)		
신문 (분/일)		34.85 (28.98)	25.37 (16.90)	24.95 (23.89)	27.86	2.048 (2, 115)		
라디오 (분/일)		19.09 (25.72)	16.71 (48.97)	18.02 ^b (27.11)	17.86	0.041 (2, 113)		
잡지 (분/일주일)		49.24 (78.47)	20.61 (24.04)	21.47 ^a (34.55)	29.00	3.975 (2, 114)*	소양인과 태음인	0.255
영화관 (회/한달)		1.76 (1.25)	1.46 (0.90)	2.14 (1.36)	1.80	3.448 (2, 115)*	소음인과 태음인	0.239

* p < 0.05, a = 43명, b = 42명

구독시간에 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소양인은 태음인에 비해 잡지를 더 많이 읽는 경향이 있다. 앞의 사상체질 수용자 이론에서 예상한 것처럼 소양인과 태음인 간의 차이가 나타났는데, 이 차이는 소양인과 태음인의 적극성 차이 때문에 나타난 것 같다. 사상체질과 잡지 구독 시간 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다(eta = 0.255).

둘째, 사상체질과 영화관람 횟수의 관계는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(F(2, 115) = 3.448, p < 0.05). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소음인(평균 = 2.14회)과 태음인(평균 = 1.46회) 간에 영화관람 횟수에 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소음인은 태음인에 비해 영화관에 더 자주 가는 경향이 있다. 사상체질과 영화관람 횟수 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다(eta = 0.239). 이 결과는 태음인과 소음인은 음인으로 공통점을 가지고 있지만, 차이도 존재한다는 것을 보여주는데, 추후 소음인이 태음인에 비해 영화를 더 자주 보는 체질별 특성의 차이를 연구해 볼 필요가 있다.

반면 사상체질별 텔레비전 시청시간과 신문 구독시간, 라디오 청취

시간 간에는 차이가 나타나지 않았다. 비록 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지는 않았지만, 앞으로의 연구를 위해 평균값을 간단하게 살펴보자.

텔레비전의 경우, 소음인(평균=81.14분)과 소양인(평균=76.21분)은 태음인(평균=69.15분)에 비해 텔레비전 시청시간이 높아 보이지만 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 이 결과는 소양인과 소음인, 태음인 간에 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않은 기존 연구 결과(2004)와 같게 나왔는데, 앞으로 세 체질 간에 어떤 특성 때문에 텔레비전 시청시간에 차이가 나지 않는지 밝힐 필요가 있다.

신문의 경우, 소양인(평균=34.85분)은 다른 체질의 사람(태음인 평균=25.37분, 소음인 평균=24.95분)에 비해 신문을 약간 더 많이 읽는 것으로 보이지만 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 이 결과도 소양인과 소음인, 태음인 간에 통계적으로 유의미한 차이를 보인 기존 연구 결과(최현철, 2004)와 같게 나왔다. 향후 세 체질 간에 신문 구독시간에 차이가 나지 않는 체질별 공통적 특성을 찾아야 한다.

(3) 프로그램 선호도

〈표 5〉는 사상체질별 선호하는 프로그램을 보여준다. 사상체질에 따라 선호하는 프로그램에 차이가 나타나는지를 검증하기 위해 일원변량 분석방법을 실시하였다. 그 결과, 〈표 5〉에서 볼 수 있듯이, 체질별 열 가지 종류의 프로그램 유형 중 ‘코미디’와 ‘교양/교육/정보’, ‘광고’ 등 세 종류의 프로그램에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 반면 ‘스포츠’와 ‘다큐멘터리’, ‘뉴스’, ‘액션’, ‘멜로/로맨틱’, ‘쇼’, ‘퀴즈’ 등 일곱 종류의 프로그램에서는 차이가 나타나지 않았다.

사상체질별 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 세 종류의 프로그램을 살펴보자.

첫째, 사상체질에 따른 코미디 프로그램 선호도는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F(2, 115) = 4.984, p < 0.01$). 사상체질별 차이를

사후 검증한 결과 소양인(평균=3.73)과 소음인(평균=2.75) 간의 코미디 프로그램의 선호도에 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소양인은 소음인에 비해 코미디 프로그램을 더 좋아하는 경향이 있다. 사상체질과 코미디 프로그램 선호도 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다($\eta^2=0.283$). 이 결과를 볼 때, 쾌활하고, 가벼운 품성의 소양인은 코미디 프로그램을 선호하지만, 섬세하면서도 차분한 소음인은 그리 좋아하지 않는 것 같다. 이 결과는 기존 연구 결과(2004)와 약간 차이를 보인다. 기존 연구에서 소양인은 소음인에 비해 코미디 프로그램을 더 좋아하는 경향이 나타났지만, 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지는 않았다. 소양인과 소음인 간의 특성과 코미디 프로그램 선호도 간의 관계를 연구할 필요가 있다.

둘째, 사상체질에 따른 교양/교육/정보 프로그램 선호도는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F(2, 115)=3.598, p<0.05$). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균=3.33)과 소음인(평균=2.75) 간의 교양/교육/정보 프로그램의 선호도에 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소양인은 소음인에 비해 교양/교육/정보 프로그램을 더 좋아하는 경향이 있다. 사상체질과 교양/교육/정보 프로그램 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다($\eta^2=0.243$).

셋째, 사상체질별 광고 선호도의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F(2, 115)=6.818, p<0.01$). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균=3.64)과 소음인(평균=3.34), 태음인(평균=2.59) 간의 광고 선호도에 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소양인과 소음인은 태음인에 비해 광고를 더 좋아하는 경향이 있다. 사상체질과 광고 선호도 간의 상관관계는 상당히 있는 것으로 나타났다($\eta^2=0.326$). 이 결과를 볼 때, 즉흥적이며, 감정이 풍부한 소양인과 섬세하면서 감정이 풍부한 소음인은 비록 체질적 특성은 다르지만 텔레비전 광고를 보는 측면에서는 유사함을 보이는 반면 진지하고, 대범한 특성을 지닌 태음인은 그리 좋아하지 않는 것 같다. 기존 연구(2004)에서는 소양인과 소음인은 태음인에 비해 텔레비전 광고를 더 좋아하는 경향을 보여주었지만 통계

적으로 유의미한 차이가 나타나지는 않았다. 체질별 특성과 텔레비전 광고 선호도 간의 관계를 살펴볼 필요가 있다.

반면 사상체질별 ‘스포츠’와 ‘다큐멘터리’, ‘뉴스’, ‘액션’, ‘멜로/로맨틱’, ‘쇼’, ‘퀴즈’ 프로그램 선호도 간에는 차이가 나타나지 않았다. 예상과는 달리 이러한 프로그램에서 체질 간의 차이가 나타나지 않은 이유를 심층적으로 연구할 필요가 있다. 비록 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지는 않았지만, 앞으로의 연구를 위해 몇 종류 프로그램의 평균값을 간단하게 살펴보자.

쇼 프로그램의 경우, 세 체질의 사람들은 비교적 쇼 프로그램을 선호하고 있고, 소양인(평균=3.70)과 태음인(평균=3.71)이 소음인(평균=3.16)에 비해 약간 더 선호하는 것처럼 보이지만, 체질 간에 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 기존 연구 결과(2004)에서도 소양인과 소음인, 태음인은 쇼 프로그램 선호도에 차이가 나타나지 않았다. 소양인과 소음인, 태음인 간의 특성과 쇼 프로그램 선호도 간의 관계를 구체적으로 연구할 필요가 있다.

퀴즈물의 경우, 소양인(평균=3.06)은 태음인(평균=2.63), 소음인(평균=2.52)에 비해 퀴즈 물을 선호하는 경향이 있지만, 체질 간에 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 기존 연구(2004)에서도 소양인과 소음인, 태음인 간의 퀴즈 프로그램 선호도에 차이가 나타나지 않았다. 앞으로 소양인과 소음인, 태음인 간의 특성과 퀴즈 프로그램 선호도 간의 관계를 구체적으로 연구할 필요가 있다.

멜로/로맨틱 프로그램의 경우, 소양인(평균=3.67)과 소음인(평균=3.43)은 태음인(평균=3.07)에 비해 멜로/로맨틱 프로그램을 좋아하는 것처럼 보이지만, 체질 간의 차이는 거의 없었다. 이 결과는 기존 연구 결과(2004)와 같이 소양인과 소음인, 태음인 간에 멜로/로맨틱 프로그램 선호도에 차이를 보이지 않았는데 이는 체질별 특성에 비추어볼 때 이해하기 어려운 결과다. 섬세하면서 감정이 풍부한 소음인이 감정은 풍부하지만 즉흥적이며 적극적인 소양인에 비해 멜로/로맨틱 프로그램 선호도가 높을 것으로 예상했는데 왜 차이가 나타나지 않는지를 알기 위해서

표 5. 사상체질별 선호하는 프로그램

장르	소양인(n=33)		태음인(n=41)		소음인(n=44)		전체 평균	F(2, 115)	사후 검증	eta
	평균 (표준편차)	순위	평균 (표준편차)	순위	평균 (표준편차)	순위				
코미디	3.73 (1.31)	1	3.15 (1.30)	3	2.75 (1.42)	5	3.16	4.984*	소양인과 소음인	0.283
스포츠	2.48 (1.25)	10	2.95 (1.48)	5	2.75 (1.48)	5	2.75	0.984		
다큐멘터리	3.09 (1.16)	7	2.95 (1.05)	5	2.70 (1.03)	8	2.90	1.305		
교양/교육/ 정보	3.33 (1.02)	6	2.83 (1.07)	7	2.75 (0.92)	5	2.94	3.598*	소양인과 소음인	0.243
뉴스	3.58 (1.12)	5	3.63 (0.89)	1	3.30 (1.15)	3	3.49	1.233		
액션	2.61 (1.39)	9	2.66 (1.06)	8	2.45 (1.32)	10	2.57	0.300		
멜로/ 로맨틱	3.67 (1.08)	3	3.07 (1.35)	4	3.43 (1.09)	1	3.37	2.388		
쇼	3.70 (1.10)	2	3.17 (1.30)	2	3.16 (1.33)	4	3.31	2.121		
퀴즈	3.06 (1.08)	8	2.63 (1.18)	9	2.52 (1.11)	9	2.71	2.272		
광고	3.64 (1.19)	4	2.59 (1.34)	10	3.34 (1.29)	2	3.16	6.818*	(소양인/ 소음인)과 태음인	0.326

* p<0.05

좀 더 연구가 필요하다.

사상체질별 선호하는 프로그램을 비교해 보면(평균값 3.0 이상), 소양인이 선호하는 프로그램은 ‘코미디’와 ‘쇼’, ‘멜로/로맨틱’, ‘광고’, ‘뉴스’, ‘교양/교육/정보’, ‘다큐멘터리’, ‘퀴즈’ 등 여덟 종류이다. 반면 태음인이 선호하는 프로그램은 ‘쇼’와 ‘뉴스’, ‘코미디’, ‘멜로/로맨틱’ 등 네 종류이고, 소음인이 선호하는 프로그램이 ‘멜로/로맨틱’과 ‘광고’, ‘뉴스’, ‘쇼’ 등 네 종류로 나타났다. 이 결과로 판단할 때, 소양인은 태음인과 소음인에

비해 선호하는 프로그램의 폭이 넓어 보인다. 또한 태음인과 소음인의 선호하는 프로그램은 상당히 유사한 것처럼 보인다.

(4) 선호하는 신문 기사

〈표 6〉은 사상체질별 신문 기사의 선호도를 보여준다. 사상체질에 따라 선호하는 신문기사에 차이가 있는지를 알아보기 위해 일원변량 분석방법을 실시하였다. 그 결과, 〈표 6〉에서 볼 수 있듯이, 열 종류의 기사 중 ‘문화/예술’ 기사와 ‘연예/오락’ 기사, ‘광고’ 등 세 종류의 기사에서 차이가 나타난 반면 ‘정치’와 ‘스포츠’, ‘경제’, ‘사회’, ‘논설/논평’, ‘의학/건강’, ‘국제’ 등 일곱 종류의 기사에서는 차이가 나타나지 않았다.

사상체질별 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 세 종류의 기사를 구체적으로 살펴보자.

첫째, 사상체질과에 따른 문화/예술 기사 선호도는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F(2, 115) = 4.622, p < 0.05$). 사상체질별로 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균=4.09)과 태음인(평균=3.34) 간의 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소양인의 문화/예술 기사의 선호도는 높은 반면 태음인은 상대적으로 낮았다. 사상체질과 문화/예술 기사 선호도 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다($\eta^2 = 0.272$). 즉흥적이며, 적극적인 소양인이 진지하고, 대범한 태음인에 비해 문화/예술 기사 선호도 높은 것 같다. 기존 연구 결과(2004)는 이 결과와 약간의 차이를 보여준다. 기존 연구에서는 소양인이 태음인에 비해 문화/예술 기사를 더 좋아하는 경향을 보여주지만, 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지는 않았다. 앞으로 체질별 특성과 문화/예술 기사 선호도 간의 관계를 살펴봐야 한다.

둘째, 사상체질별 연예/오락 기사 선호도는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F(2, 115) = 10.792, p < 0.001$). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균=4.24)과 태음인(평균=3.07), 소음인(평균=3.36) 간의 차이가 나타났다. 즉, 소양인의 연예/오락 기사의 선호도는 높은 반면 태

표 6. 사상체질별 선호하는 기사

기사	소양인(n=33)		태음인(n=41)		소음인(n=44)		전체 평균	F(2, 115)	사후 검증	eta
	평균 (표준편차)	순위	평균 (표준편차)	순위	평균 (표준편차)	순위				
정치	2,61 (1,25)	10	2,54 (1,29)	8	2,45 (0,95)	9	2,53	0,164		
스포츠	2,70 (1,24)	9	3,10 (1,48)	4	3,05 (1,43)	5	2,97	0,865		
문화/예술	4,09 (0,84)	2	3,34 (1,15)	2	3,73 (1,11)	1	3,69	4,622*	소양인과 태음인	0,272
연예/오락	4,24 (0,75)	1	3,07 (1,25)	5	3,36 (1,18)	3	3,51	10,792*	소양인과 (소음인/ 태음인)	0,397
경제	2,73 (1,07)	8	2,49 (1,17)	9	2,32 (1,18)	10	2,49	1,207		
사회	3,42 (1,12)	4	3,49 (1,08)	1	3,59 (1,02)	2	3,51	0,242		
논설/논평	3,00 (1,15)	7	2,71 (1,17)	7	2,66 (1,08)	8	2,77	0,962		
의학/건강	3,12 (0,99)	6	2,85 (1,09)	6	2,70 (1,17)	7	2,87	1,376		
국제	3,48 (1,00)	3	3,20 (1,05)	3	3,20 (0,95)	4	3,28	0,958		
광고	3,30 (1,31)	5	2,10 (1,16)	10	3,00 (1,20)	6	2,77	10,194*	(소양인/ 소음인)과 태음인	0,389

* p < 0.05

음인과 소음인은 상대적으로 낮았다. 사상체질과 연예/오락 기사 선호도 간의 상관관계는 상당히 있는 것으로 나타났다(eta = 0.397). 이 결과는 가볍고 즉흥적인 소양인이 진지하고 섬세한 음인(태음인과 소음인)에 비해 흥미위주의 연예/오락 기사를 선호하는 것을 보여준다.

셋째, 사상체질별 광고 선호도의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(F(2, 115) = 10.194, p < 0.001). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균 = 3.39), 소음인(평균 = 3.00)과 태음인(평균 = 2.10)

간의 차이가 나타났다. 즉, 소양인과 소음인은 태음인에 비해 상대적으로 광고를 더 좋아했다. 사상체질과 광고 선호도 간의 상관관계는 상당히 있는 것으로 나타났다($\eta^2=0.389$). 이 결과는 앞에서 살펴본 체질별 텔레비전 광고 선호도와 유사한 패턴을 보여준다. 이 결과를 볼 때, 즉흥적이며, 감정이 풍부한 소양인과 섬세하면서 감정이 풍부한 소음인은 비록 체질은 다르지만 신문 광고를 보는 측면에서는 유사함을 보이는 반면 진지하고, 대범한 특성을 가진 태음인은 그리 좋아하지 않는 것 같다. 기존 연구(2004)에서는 소양인과 소음인은 태음인에 비해 신문 광고를 더 좋아하는 경향을 보여주었지만 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지는 않았다. 추후 체질별 특성에 따른 신문 광고 선호도를 연구할 필요가 있다. 한 가지 흥미로운 점은 소양인과 소음인은 태음인에 비해 텔레비전과 신문 광고를 선호하는 것으로 나타났는데, 이 결과는 광고 제작사나 광고 담당자에게 적지 않은 의미를 던져준다.

반면 사상체질별 ‘정치’와 ‘스포츠’, ‘경제’, ‘사회’, ‘논설/논평’, ‘의학/건강’, ‘국제’ 기사 선호도 간에는 차이가 나타나지 않았다. 앞의 예상과는 달리 체질 간의 차이가 나타나지 않은 이유를 추후 연구할 필요가 있다. 비록 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지는 않았지만, 앞으로의 연구를 위해 몇 종류 기사의 평균값을 간단하게 살펴보자.

논설/논평의 경우, 소양인(평균=3.00)은 태음인(평균=2.71)과 소음인(평균=2.66)에 비해 약간 더 선호하는 것처럼 보이지만, 체질 간에 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다. 기존 연구 결과(2004)도 이 결과와 같이 소양인과 소음인, 태음인 간에는 논설/논평 기사 선호도에 차이를 보이지 않았다. 소양인과 소음인, 태음인 간의 특성과 논설/논평 기사 선호도 간의 관계를 구체적으로 연구할 필요가 있다.

또한 소양인(평균=3.48)은 태음인(평균=3.20)과 소음인(평균=3.20)에 비해 국제 기사를 약간 더 선호하는 것처럼 보이지만, 체질 간에 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다.

사상체질별 선호하는 프로그램을 비교해 보면(평균값 3.0 이상), 소양인이 선호하는 기사는 ‘연예/오락’, ‘문화/예술’, ‘국제’, ‘사회’, ‘광고’, ‘의

학/건강', '논설/논평' 등 일곱 종류이다. 반면 태음인이 선호하는 기사는 '사회', '문화/예술', '국제', '스포츠', '연예/오락' 등 다섯 종류이고, 소음인이 선호하는 기사는 '문화/예술', '사회', '연예/오락', '국제', '스포츠', '광고' 등 여섯 종류로 나타났다. 이 결과로 판단할 때, 소양인과 소음인은 태음인에 비해 텔레비전 광고 프로그램뿐 아니라 신문 광고도 상당히 선호하는 것으로 나타났다. 또한 세 체질의 사람들은 '문화/예술', '연예/오락', '사회', '국제' 기사를 선호하는 것으로 보인다. 뿐만 아니라 태음인과 소음인의 선호하는 기사는, 광고를 제외하면 매우 유사한 것처럼 보인다.

(5) 미디어 이용 습관

사상체질에 따라 미디어 이용 습관에 차이가 있는지를 알아보기 위해 일원변량 분석방법을 실시하였다. <표 7>에서 볼 수 있듯이, '시청몰입'과 '채널결정', '채널변경', '광고시청' 등 네 가지 이용 습관은 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 반면 '선택노출' 이용 습관은 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

사상체질별 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 미디어 이용 습관을 살펴보자.

첫째, 사상체질에 따른 '시청몰입'의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F(2, 115) = 4.264, p < 0.05$). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균=3.88)과 태음인(평균=3.26) 간의 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소양인은 태음인에 비해 텔레비전 프로그램이나 영화를 볼 때 몰입하는 정도가 크다. 사상체질과 시청몰입 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다($\eta^2 = 0.262$). 즉흥적이고, 가벼운 성향의 소양인이 차분하고, 진지한 태음인에 비해 시청몰입의 정도가 낮을 것으로 예상했는데 결과가 다르게 나타났는지를 그 이유를 이해하기 쉽지 않다. 이 결과는 기존 연구 결과(2004)와 다르게 나타났다. 기존 연구 결과(2004)에서는 소양인과 소음인, 태음인은 시청몰입의 정도에 차이를 보이지 않았다. 추후 체질 간 특성과 시청몰입 간의 차이 연구가

표 7. 사상체질별 미디어 이용 습관

체질 이용습관	소양인(n=33)	태음인(n=41)	소음인(n=44)	전체 평균	F(2, 115)	집단 차이	eta
	평균 (표준편차)	평균 (표준편차)	평균 (표준편차)				
시청물입	3,88 (1,11)	3,27 (1,10)	3,86 (1,00)	3,66	4,264*	소양인과 태음인	0,262
선택노출	4,33 (0,96)	4,24 (0,77)	4,32 (0,86)	4,30	0,122		
채널결정	3,82 (0,92)	3,20 (1,05)	3,14 (1,09)	3,35	4,798*	소양인과 (태음인/소음인)	0,277
채널변경	3,97 (1,08)	3,44 (1,32)	3,27 (1,11)	3,53	3,465*	소양인과 소음인	0,239
광고시청	3,61 (1,39)	2,51 (1,31)	3,39 (1,30)	3,14	7,380*	(소양인/소음인) 과 태음인	0,338

* p<0,05

필요한 부분이다.

둘째, 사상체질별 ‘채널결정’의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(F(2, 115)=4.798, p<0.01). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균=3.82)과 태음인(평균=3.20), 소음인(평균=3.14) 간의 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소양인은 태음인과 소음인에 비해 다른 사람과 같이 텔레비전을 시청할 때 자신이 주로 채널을 선택하는 경향이 강하다. 사상체질과 채널결정 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다(eta=0.277). 이 결과를 볼 때, 적극적인 소양인은 소심한 소음인과 자신의 의견을 잘 드러내지 않는 태음인에 비해 채널결정권을 갖는 경향이 강한 것 같다. 이 결과는 앞의 예상과 일치하는 것으로 보인다.

셋째, 사상체질에 따른 ‘채널변경’은 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다(F(2, 115)=3.465, p<0.05). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균=3.97)과 소음인(평균=3.27) 간의 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소양인은 소음인에 텔레비전을 시청할 때 채널을 자주

바꾸는 경향이 강하다. 사상체질과 채널변경 간의 상관관계는 어느 정도 있는 것으로 나타났다($\eta^2=0.239$). 이 결과는 앞의 예상과 일치한다. 매사에 적극적이면서 성격이 급한 소양인은 차분하고, 소극적인 소음인에 비해 채널을 자주 변경하는 것으로 보인다. 향후 지상파에 중간광고가 도입될 경우, 체질별에 따른 채널변경의 결과는 제작진은 물론 편성 PD에게도 상당한 의미를 가질 수 있다.

넷째, 사상체질별 ‘광고시청’의 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다($F(2, 115)=7.380, p<0.001$). 사상체질별 차이를 사후 검증한 결과 소양인(평균=3.61), 소음인(평균=3.39)과 태음인(평균=2.51) 간의 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 소양인과 소음인은 태음인에 비해 광고를 끝까지 보는 경향이 있다. 사상체질과 광고시청 간의 상관관계는 상당히 있는 것으로 나타났다($\eta^2=0.338$). 이 결과는 앞에서 살펴본 텔레비전 광고 선호도와 신문 광고 선호도의 결과와 유사하다. 소양인과 소음인은 태음인에 비해 (텔레비전과 신문) 광고를 선호할 뿐 아니라 더 시청하는데, 소양인과 소음인, 태음인의 특성과 광고 선호도 및 노출정도 간의 관계를 연구할 필요가 있다.

사상체질별 ‘선택노출’은 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 체질에 관계없이 사람들은 채널을 선택해서 보는 경향이 강한 것으로 나타났다(소양인 평균=4.33, 태음인 평균=4.24, 소음인 평균=4.32). 성격이 즉흥적이고, 급한 소양인은 차분하고, 세심한 소음인에 비해 선택적으로 노출할 것 같은데, 이와는 달리 체질 간의 차이가 나타나지 않았다. 체질별 특성과 선택노출 간의 관계를 밝힐 필요가 있다.

5. 결론 및 논의

본 연구는 최현철(2004)의 “우리나라 언론학은 한국적 이론이 부재한 가운데 서구 이론이 지배하고 있다 … 필자는 이제마의 사상체질론을 잘 적용하면 한국적 수용자 이론 정립에 공헌할 것으로 믿는다”(235쪽)는

주장에 기초하여 이루어졌다. 본 연구는 이러한 믿음 아래 서구의 수용자 이론에 대안적인 사상체질 수용자 이론을 제시하기 위한 탐사적 성격이 짙은 연구이다.

탐사적 성격이 강한 연구지만, 체질별 특성에 따른 미디어 이용 행태 간의 차이점과 유사점을 단편적이거나 제시했다.

양인으로 기본 특성을 상당 부분 공유하는 태양인과 소양인은 미디어 이용 행태가 상당히 유사하면서도 약간의 차이를 보일 것이다. 음인으로 기본 속성을 상당 부분 공유하는 태음인과 소음인은 미디어 이용 행태가 상당히 유사하면서도 약간의 차이를 보일 것이다. 반면 태양인과 소양인은 태음인과 공유하는 특성이 거의 없고, 태음인과 소음인은 태양인과 공유하는 특성이 거의 없기 때문에 이 체질들 간의 미디어 이용 행태는 다를 것으로 예상된다. 소양인과 소음인은 차이가 있지만, 공유하는 특성이 조금 있기 때문에 차이가 존재하면서도 유사함이 어느 정도 나타날 것이다.

본 연구는 이 분석들에 따라 소양인과 태음인, 소음인 세 가지 체질(태양인은 표본 수가 너무 적어 분석에서 제외했다)에 따라 미디어 이용 행태에 어떠한 차이가 나타나는지를 분석했다.

본 연구의 주요 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 사상체질에 따른 정보원별 정보획득 정도의 차이를 살펴보면, 텔레비전과 잡지로부터의 정보획득 정도는 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 반면 신문과 라디오, 인터넷으로부터의 정보획득 정도는 통계적으로 유의미한 차이가 없었다.

텔레비전의 경우, 소양인은 태음인에 비해 텔레비전으로부터 일상생활에 필요한 정보를 더 얻는 것으로 나타났다. 잡지의 경우, 소양인은 태음인과 소음인에 비해 잡지로부터 일상생활에 필요한 정보를 더 얻는 경향이 있다. 이러한 체질 간(특히, 소양인과 태음인)의 차이는 정보획득의 적극성의 차이 때문에 나타나는 것 같다.

둘째, 사상체질별 미디어 이용량의 차이를 살펴보면, 잡지 구독시간과 영화관람 횟수는 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 반면 텔레비

전 시청시간과 신문 구독시간, 라디오 청취시간 간에는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

잡지의 경우, 소양인은 태음인에 비해 잡지를 더 많이 읽는 것으로 나타났다. 영화 관람의 경우, 소음인은 태음인에 비해 영화 관람을 더 자주하는 것으로 보인다. 이 결과도 체질 간(특히, 소양인과 태음인)의 정보획득의 적극성의 차이 때문에 나타나는 것 같다.

셋째, 사상체질별 선호하는 프로그램을 살펴보면, 열 종류의 프로그램 중 '코미디'와 '교양/교육/정보', '광고' 등 세 종류의 프로그램에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 반면 '스포츠'와 '다큐멘터리', '뉴스', '액션', '멜로/로맨틱', '쇼', '퀴즈' 등 일곱 종류의 프로그램에서는 차이가 나타나지 않았다.

코미디 프로그램의 경우, 소양인은 소음인에 비해 코미디 프로그램을 더 좋아하는 것으로 나타났다. 쾌활하고, 가벼운 품성의 소양인은 코미디를 선호하지만, 섬세하면서 조용한 소음인은 그리 좋아하지 않는다는 것 같다. 교양/교육/정보 프로그램의 경우, 소양인은 소음인에 비해 교양/교육/정보 프로그램을 더 좋아하는 경향이 있다. 광고의 경우, 소양인과 소음인은 태음인에 비해 광고를 더 선호하는 것으로 보인다. 진지하고, 느긋하고, 대범한 태음인은 즉흥적이며, 감정이 풍부한 소양인과 섬세하면서 감정이 풍부한 소음인에 비해 텔레비전 광고를 덜 좋아하는 것 같다.

넷째, 사상체질별 선호하는 기사를 살펴보면, 열 종류의 기사 중 '문화/예술'과 '연예/오락', '광고' 등 세 종류의 기사에서 차이가 나타난 반면 '정치'와 '스포츠', '경제', '사회', '논설/논평', '의학/건강', '국제' 등 일곱 종류의 기사에서는 차이가 나타나지 않았다.

문화/예술 기사의 경우, 소양인의 문화/예술 기사의 선호도는 높은 반면 태음인은 상대적으로 낮았다. 즉흥적이며, 적극적인 소양인은 진지하고, 대범한 태음인보다 문화/예술 기사를 더 선호하는 것 같다. 연예/오락 기사의 경우, 소양인은 태음인과 소음인에 비해 연예/오락 기사를 선호하는 경향이 있다. 가볍고 즉흥적인 소양인은 진지하고, 섬세한 음

인(태음인과 소음인)보다 흥미위주의 연예/오락 기사를 더 선호하는 것처럼 보인다. 광고의 경우, 소양인과 소음인은 태음인에 비해 상대적으로 광고를 더 좋아했다. 즉흥적이며, 감정이 풍부한 소양인과 섬세하면서 감정이 풍부한 소음인은 진지하고, 느긋하고, 대범한 태음인에 비해 신문 광고를 더 선호하는 것 같다.

다섯째, 사상체질별 미디어 이용 습관을 살펴보면, 시청몰입과 채널결정, 채널변경, 광고시청 등 네 가지 이용 습관은 통계적으로 유의미한 차이가 나타난 반면 선택노출은 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

시청몰입의 경우, 소양인은 태음인에 비해 텔레비전 프로그램이나 영화를 볼 때 몰입하는 정도가 크다. 이 차이는 두 체질 간 감정이입의 정도 차이에 기인하는 것 같다.

채널결정의 경우, 소양인은 태음인과 소음인에 비해 다른 사람과 같이 텔레비전을 시청할 때 자신이 주로 채널을 선택하는 경향이 강하다. 적극적인 성향의 소양인은 소극적인 소음인과 태음인에 비해 채널결정권을 더 갖는 것 같다. 채널변경의 경우, 소양인은 소음인에 비해 텔레비전을 시청할 때 채널을 자주 바꾸는 경향이 강하다. 적극적인 소양인이 소극적인 소음인에 비해 채널을 더 자주 변경하는 것 같다. 광고시청의 경우, 소양인과 소음인은 태음인에 비해 광고를 더 많이 보는 것으로 나타났다. 감정이 풍부한 소양인과 소음인은 진지하고, 대범한 태음인에 비해 광고를 좋아할 뿐 아니라 광고를 더 많이 시청하는 것 같다.

본 연구는 이제마의 사상체질론에 기초한 수용자 이론을 미디어 이용 행태 연구 접목시킴으로써 체질에 따라 차이가 나타나는지를 분석했다. 연구결과 사상체질에 따라 미디어 이용 행태의 여러 차원에서 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다. 반면 예상했던 다른 여러 차원에서는 체질별 일정한 패턴을 볼 수 있었지만, 통계적으로 유의미한 결과는 아니었다. 필자는 사상체질별 수용자 연구를 몇 차례 수행하면서 사상체질 수용자론의 유용성과 가능성을 발견했으며, 앞으로 후속 연구를 진행하면서 더 정교한 이론으로 발전시켜 나갈 것이다.

필자는 사상체질론을 발전시키면 수용자 연구 전반에 걸쳐 유용하게 활용될 수 있다고 믿는다. 본 논문에서 다룬 미디어 이용 행태 연구는 물론 미디어 효과 연구에도 적용될 수 있다. 사상체질 수용자론은 오랫동안 효과 연구에서 해결하지 못한 숙제를 풀 수 있는 실마리를 제공할 수도 있다. 예를 들어 수십 년의 연구에도 불구하고 아직 결론을 못 내리고 있는 폭력물의 효과를 살펴보자. 사상체질 수용자론을 폭력물 효과 연구에 적용하면, 소음인은 폭력물에 잘 노출하지 않을 뿐 아니라 노출 후에도 소음인의 특성으로 인해 폭력물에 영향을 크게 받지 않는 반면 소양인의 경우 폭력물에 노출하는 빈도가 높고, 노출 후에도 폭력물에 영향을 받을 소지가 크다고 볼 수 있다. 광고와 홍보 효과 연구 분야에도 적용될 수 있다. 이처럼 서구의 수용자 이론과는 다른 새로운 시각에서 정책적 함의가 큰 다양한 효과 연구를 수행할 수 있다.

사상체질 수용자론을 인간 커뮤니케이션 연구에 응용해도 흥미로운 결과를 얻을 수 있을 것이다. 체질별로 상황에 따라 대인간 커뮤니케이션 전략에 공통점과 차이점이 있는지를 살펴보면 기존 연구와는 다른 결과를 얻을 수 있다고 본다. 집단 내에서, 조직 내에서 체질에 따른 커뮤니케이션 행태를 연구하는 것도 흥미 있는 연구주제이다.

또한 사상체질 수용자론은 서구 수용자 이론, 예를 들면, 이용과 충족 이론(uses and gratifications theory)나 도식 이론(schema theory)과 같은 수용자의 능동성을 강조하는 이론과 접목하여 제3의 수용자 이론으로 발전될 수도 있을 것이다.

그러나 사상체질 수용자 이론의 유용성에도 불구하고, 본 연구는 여러 가지 한계를 가진다. 본 연구의 의미와 한계 그리고 향후 연구방향을 살펴보자.

첫째, 앞에서 사상체질 수용자론과 미디어 이용 행태 간의 관계를 개괄적으로 제시했지만, 사상체질 이론을 보완하여 정교한 수용자 이론을 만들어야 한다. 사상체질에 따라 미디어 이용 행태의 몇 가지 차원에서 차이를 보여 준 본 연구 결과는 사상체질론에 토대를 둔 한국적 수용자 이론이 가능하다는 사실을 제시했다는 점에서 그 의의가 적지 않다고

생각한다. 그러나 사상체질론에서 예상한 것보다 통계적으로 유의미한 결과가 많이 나타나지 않았다는 것은 표본의 수에도 문제가 있겠지만, 이론적으로 정교하지 못할 수 있다는 점을 보여준다.

현 단계에서 가장 뼈아픈 지적은, 아직 연구의 시작이라고는 하지만, 사상체질에 따라 미디어 이용 행태의 차이를 가설로 제시하지 못했고, 왜 이런 차이가 나타나는지도 이론적으로 제대로 설명하지 못한다는 것이다. 단편적이거나 필자가 사상체질과 선호하는 프로그램과 기사, 미디어 이용 습관의 차이를 개괄적으로 연결시키고는 있지만, 아직까지 정교한 이론을 만들어내지 못했기 때문이다. 향후 각 체질에 속한 사람을 심층 면접 방법을 이용하여 체질별 특성과 특정 미디어와 프로그램, 또는 기사 이용 행태 간의 관계에 대한 자료를 심층 분석하여 이를 이론적으로 연결하는 작업이 이루어져야 한다.

또한 사상체질별 미디어 이용 행태를 체계적으로 분석하기 위해서는 무엇보다 먼저 사상체질에 따른 심리적 특성에 관한 연구가 시급히 이루어져야 한다. 향후 사상체질별 인지와 태도, 행동, 성격의 차이점을 분석하는 연구를 통해 체질별 차이를 볼 수 있는 가설이 만들어질 수 있을 것이다. Q 방법을 사용한 연구와 병행해도 좋을 것 같다.

둘째, 이제마의 체질별 인구비율 주장을 대체할 연구가 없는 현 단계에서 이제마의 주장을 그대로 받아들인다면, 본 연구는 체질별 표본의 수를 적절하게 고려하지 못했다고 볼 수 있다. 향후 이제마의 체질별 인구 비율 주장에 맞추어 표본을 정해 연구할 필요성이 있다. 또한 이제마의 체질별 인구비율의 주장을 그대로 받아들이기보다는 앞으로 전국 표본을 선정하여 체질별 인구 비율을 다시 검토할 필요가 있다.

셋째, 본 연구는 연구자가 QSCC II 설문지와 더불어 장기의 강약과 목소리 구분 방법을 사용하여 응답자를 개별 면담한 후 세 가지 방법에서 일치하는 경우 응답자의 체질을 분류했다. 체질 분류의 오류를 줄이기 위해 최대한 노력을 했지만, 사상의학자가 아닌 언론학도로서 연구자의 체질 분류에 문제가 있을 수 있기 때문에 논문의 한계를 가질 수밖에 없다. 앞으로 사상체질 의학자와 공동으로 응답자의 체질을 분류하는 등

의 노력이 필요할 것으로 보인다.

넷째, 사상체질별 표본이 크지 않았다. 연구자가 응답자와의 개별 면담을 통해 각 응답자의 체질을 분류한다는 것은 시간 관계상 그리 쉬운 일이 아니었기 때문에 체질별 많은 표본을 확보하기 어려웠다. 체질별 통계적으로 유의미한 차이가 나타나지 않은 이유 중의 하나로 표본의 수를 들 수 있다. 앞으로 표본을 선정할 때 충분한 시간을 갖고 좀 더 많은 표본을 확보하여 연구할 때 더 나은 연구가 이루어질 것으로 생각한다.

참고문헌

- 강길호 (2005). 과학적 연구방법과 한국적 커뮤니케이션 연구의 이론화: 한국적 커뮤니케이션 연구, 어떻게 하여야 하는가. 『커뮤니케이션 이론』, 1권 2호, 1~38.
- 강길호·김현주 (1995). 『커뮤니케이션과 인간』. 서울: 한나래.
- 안민호 (2005). 한국언론학 연구의 이론 매트릭스: 1995년부터 2004년 한국언론학보 게재 논문을 중심으로. 『커뮤니케이션이론』, 1권 1호, 35~62.
- 이상철 (2009). 언론학 50년의 성찰. 『동서언론』, 12집, 1~35.
- 이제마 (1894). 『東醫壽世保元』. 이민수 역 (1996). 『동의수세보원』. 서울: 을유문화사.
- 이효성 (1993). 언론학의 한국화를 위한 시론. 『한국적커뮤니케이션 모델의 탐구 II』, 한국언론학회. 198~214.
- 임영호 (1998). 한국언론학의 영역주의와 정체성의 위기. 『한국언론정보학보』, 11호, 3~31.
- 전국 한의과대학 사상의학교실 편 (1997). 『四象醫學』. 서울: 집문당.
- 최현철 (2004). 사상체질(四象體質)과 대중매체 이용 및 효과 연구. 『한국언론학보』, 48권 2호, 218~239.
- 최현철 (2006). 사상체질과 뉴미디어 이용 행태 연구. 『디지털시대의 미디어 이용』. 한국언론학회 편. 203~231.
- 허대동 편 (1993). 『아들이 묻고 아버지가 답한 사상의학』. 서울: 우리출판사.

최초 투고일 • 2010. 1. 6
게재 확정일 • 2010. 2. 9
논문 수정일 • 2010. 2. 11