

이러닝에서의 웹 아이덴티티 적용에 따른 과목 선호도 연구

A Study on Course Preference according to Application of Web Identity in e-Learning

황정혜, Junghye Hwang, 이현주, Hyungju Lee

열린사이버대학교 디지털콘텐츠학과, 연세대학교 생활디자인학과

본 연구에서는 컴퓨터를 이용해 시간과 공간에 구애 받지 않고 교사와 학생, 학생과 학생이 쌍방향으로 대화할 수 있는 첨단 교육환경인 이러닝의 콘텐츠에 대한 연구를 진행하였다. 이러닝에서의 콘텐츠 디자인은 교육의 효율성과 수월성의 측면에서 많은 연구가 필요하다. 본 연구에서는 이러닝에서 교육 콘텐츠의 제작에 있어 웹 아이덴티티 적용의 필요성과 그 개념 및 효율성에 대한 연구를 수행하였다. 이론 고찰을 통해 이러닝에서 웹 아이덴티티가 학습에 미치는 효율적 작용을 연구하였고, 실증적 조사연구를 통해, 이러닝에서의 웹 아이덴티티 구현과 과목 선호의 상관관계를 규명하였다. 조사 방법으로는 가설을 세우고 이를 검증하는 방식으로 이루어졌으며, 가설은 '웹 아이덴티티가 적용된 이러닝 콘텐츠는 과목 선호에 영향을 주어 학습동기유발 및 학업 성취에 긍정적인 영향을 준다'로 설정하였으며, 사이버대학교 재학생을 대상으로 웹을 통한 이러닝에서 학습 콘텐츠에 웹 아이덴티티 적용 유무에 따른 과목 선호를 조사하였다. 이 조사를 통해 이러닝 콘텐츠에서 웹 아이덴티티 구현이 과목 선호도에 긍정적인 영향을 준다는 것이 확인되었다.

핵심어: e-Learning Contents, Web Identity, Cyber University, Preference, Visual Design

1. 연구의 배경

현 사회는 정보통신기술과 멀티미디어 테크놀로지의 발전으로 인해 다양한 형태의 원격교육이 강화되고 있으며, 이러한 시공간을 초월하여 이루어지는 교육을 이러닝(e-Learning)이라는 하나의 학습형태로 분류하고 있다. 이러닝에서의 콘텐츠 디자인은 교육의 효율성과 수월성의 측면에서 많은 연구가 필요하다. 본 연구에서는 이러닝에서 교육 콘텐츠의 제작에 있어 웹 아이덴티티 적용의 필요성과 그 개념 및 효율성에 대한 연구를 수행하였다. 연구방법은 다음과 같다. 1단계는 문헌연구로 아이덴티티 디자인과 웹 아이덴티티에 대한 이론 고찰과, 이를 기반으로 학습활동에서의 재해석을 시도하였으며 이러닝에서 웹 아이덴티티가 학습에 미치는 효율적 작용을 연구하였다. 2단계는 실증적 조사연구로, 이러닝에서의 웹 아이덴티티 구현과 과목 선호의 상관관계를 규명하기 위한 조사를 실시하였다. 조사 방법으로는 가설을 세우고 이를 검증하는 방식으로 이루어졌으며, 가설은 '웹 아이덴티티가 적용된 이러닝 콘텐츠는 과목 선호에 영향을 주어 학습동기유발 및 학업 성취에 긍정적인 영향을 준다'로 설정하였으며, 사이버대학교 재학생을 대상으로 웹을 통한 이러닝에서 학습 콘텐츠에 웹 아이덴티티 적용 유무에 따른 과목 선호를 조사하였다.

2. 아이덴티티와 웹

2.1 아이덴티티

아이덴티티의 사전적 정의는 동일성 [同一性, identity], 철학에서 차이성(差異性)에 대응되는 개념으로 본다. 더 자세히 찾아보면, A가 다른 상황하에서도 항상 동일하고 또 동일

하다는 인정을 받았을 때 A는 자기 자신과 동일하다.¹ 어느 개인이나 사회를 막론하고 아이덴티티를 갖는다는 것은 매우 자연스러운 일이며 또 그것은 능동적이던 수동적이던 형성되게 마련이다. 우리가 자신과 남이 다르다는 것을 인식하고 또 개개인을 구별할 수 있는 것은 각 개체가 가지고 있는 아이덴티티에 의한 것이다.² 즉, 아이덴티티라는 것은 인위적으로도 형성될 수 있는 것으로 각각의 개인의 노력의지 및 확신으로도 자아는 바뀔 수 있는 것이다. 또한 이러한 자아 아이덴티티 형성을 위한 노력으로 남과 자신이 다르게 뚜렷한 자신만의 이미지를 타인에게 전달할 수 있는 것이다.³ 원격교육에서도 교육 콘텐츠의 아이덴티티를 구현한 이러닝 콘텐츠를 사용한다면, 과목간 특성이 차별화되고 그 과목의 정체성을 표현하여 학습자에게 그 과목에 대한 이미지를 정확히 전달할 수 있을 것이다. 원격교육의 방법에는 여러 가지 형태가 있을 수 있겠으나, 현재 상황에서는 이러닝 콘텐츠 서비스가 웹에서 활발히 이루어지고 있으므로 연구의 범위를 웹으로 한정하여서 연구를 진행하고자 한다.

2.2 웹 아이덴티티

웹 아이덴티티는 웹 상에서의 특성에 걸맞도록 기존의 시각적으로 제한된 스타일 가이드의 범위를 넘어서 동영상과 사운드, 네이게이션, 인터랙션 스타일 등을 통해 일관된 경험을 제공할 수 있는 보다 확장된 개념으로 이해할 필요가 있

¹ 네이버 백과사전 (<http://www.naver.com>)

² 김민철, 기업C.I.P에 있어서 Image Criteria에 관한 연구, 조형논총제8권, 국민대학교, 1989, P136

³ 유석호, 웹사이트 구축과정에서 아이덴티티 형성과 그 영향요소에 관한연구, 인포디자인이슈1, 2002, P171

다.⁴ 또한 웹사이트 아이덴티티 형성과 함께 고려되어야 하는 부분으로서 시각적 통일감 visual identity만이 아니라, 현재 서비스의 내용, 콘텐츠의 질, 사이트 조직화 정도, 미래 사이트의 추구 모형 등을 고려한 정체성의 확립이 중요함이 연구되었다. 또한, 웹 아이덴티티의 정확한 구축을 위하여 웹이라는 매체의 특성에 기반하여 다음과 같은 웹 아이덴티티 콘덕터가 제시되었으며, 이는 이러닝 콘텐츠 아이덴티티에 대한 논의에 좋은 가이드라인을 제공한다고 하겠다.

(1)시각적 디자인 시스템(Visual Design System) (2)네비게이션과 정보설계 시스템(Navigation & Information Architecture) (3)기능 및 상호작용 디자인 시스템(Function & Interaction Design) (4)멀티미디어 디자인 시스템(Multimedia Design System) (5)기술 시스템(Technology System)⁵

2.3 이러닝 콘텐츠에서의 웹아이덴티티 필요성

우수한 이러닝 콘텐츠를 제작하려면 학습 설계 단계에서 달성하고자 하는 학습 목표, 주어진 과제의 내용, 주어진 학습상황 및 환경에 부합되도록 학습 설계를 하여야 한다. 그러나 잘 설계된 교수-학습체제도 학습자가 최종적으로 접하는 화면 디자인에 그 특징이 잘 드러나지 않으면 학습자의 학습동기를 저하시킬 수 밖에 없고 효과적으로 교수-학습의 내용이 전달될 수도 없다. 특히 학습자의 연령이 낮을수록 외적인 표현에 큰 영향을 받는다. Clark et al(1997)이 웹 환경을 설계할 때 시각디자인을 반드시 고려해야 한다는 주장을 제기하면서 화면설계의 시각적, 미학적 측면에 대한 관심이 제기되었으며, 이러닝은 웹 상에서 이루어지는 차세대 교육의 형태로서 화면설계 시 주어진 내용을 보다 효과적으로 전달시키고 효율적, 매력적인 화면을 제시한다면 학습효과를 높일 수 있다. 특히 과목의 특성을 나타내는 웹 아이덴티티 구현을 이러닝 콘텐츠 제작 시 간과해서는 안될 것이다. 여기에서의 웹 아이덴티티는 시각 부분뿐만 아니라 언어적 측면, 인터랙션 등으로 경험하는 경험 측면을 말한다.

2.4 이러닝 콘텐츠의 웹 아이덴티티와 구현 요소

이러닝 콘텐츠는 교수가 학생들을 직접 면대면으로 교육하는 것이 아닌 만큼 콘텐츠의 구현방법에 따라 생명력과 차별성 및 강한 전달력을 가지게 될 것이며, 반면 그렇지 못한 경우라면 수강하고 있는 과목에 대한 특성을 인지 못하고 학생들의 이해부족, 흥미부족 등으로 교육효과가 저조하게 될 것이다.⁶

김미정 황정혜(2005)의 선행 연구에서 이러닝 콘텐츠의 아이덴티티 구현 요소를 다음의 3가지 측면으로 제시하였다.

(1)디자인 측면: 이미지/소재, 컬러, 타이포그래피, 인터페이스, 교수자의 캐릭터처

(2)언어측면: 교과관련 용어, 개념적 용어

⁴ 장동훈, 조진경., '웹 아이덴티티 구현을 위한 웹 스타일 콘덕터에 관한 연구', 인포디자인이슈 1, 2002.04. P.191

⁵ 앞 글, p. 192-94

⁶ 김미정, 황정혜, '온라인 대학 교육 콘텐츠의 웹 아이덴티티 연구', 인포디자인이슈7, 2005, P.96

(3)경험측면: 온라인 경험, 오프라인 경험으로 제시하였다. 경험적 측면은 인터랙티브 디자인 즉, 상호작용성에 의하여 좌우된다고 할 수 있다.

또한 김미정 황정혜(2006)의 선행 연구에서 외국어 이러닝 콘텐츠에서 중요한 웹 아이덴티티를 결정하는 요소를 아래 3가지 측면으로 제시한 바 있다.

(1)시각디자인측면: 이미지/소재 (문화적 사진 이미지, 전통 복장을 한 교수의 캐릭터 등), 색상, 타이포그래피

(2)사운드측면: 전통 악기나 전통음악을 효과음이나 배경음으로 사용함

(3)인터랙션측면: 해당 언어 교육에 효과적인 인터랙션 제공
본 실험에서는 외국어 교육을 목적으로 하는 이러닝 콘텐츠를 사례로 제시하고 아이덴티티 구현 유무에 따른 선호도를 묻는 조사를 실시하므로, 설문 문항을 시각디자인측면, 사운드측면, 인터랙션측면으로 나누어 조사를 진행하였다.

3. 이러닝 외국어 교육 콘텐츠의 사례 분석

국내 O사이버대학의 각 전공별(영어, 일어, 중국어) 교수에게 추천 받은 교과목을 대상으로 과목별 웹 아이덴티티 분석을 진행하였다.

3-1. 영어 교육을 위한 교과목 분석

과목명 '비즈니스영어와 국제매너'



<그림01> OCU 비즈니스영어와 국제매너 서브 페이지



<그림02> OCU 비즈니스영어와 국제매너 서브 페이지

(1) 시각디자인측면: '비즈니스영어와 국제매너' 과목은 타 교육 콘텐츠에 비해 풍부한 사진 이미지가 사용되었다. 미국의 영어 및 문화를 주제로 진행되는 차 시에는 다양한 미국의 풍경을 보여주고 있는데 예를 들면 자유의 여신상, 링컨

동상, 뉴욕의 택시, 록펠러센터 같은 고층빌딩, 뉴욕의 심볼마크 등이 보여지고 있다. 또한 해당 국가의 국기를 여러 차례 보여주는데 이 또한 아이덴티티 구현에 도움을 주고 외국어 교육을 하는데 학생의 학습동기유발을 일으키는 요소가 될 수 있다.

이 과목에서는 사이버 상에서 교수자와 학생이 크루즈 유람선을 타고 미국, 캐나다 등 영어권 나라로 함께 여행을 떠나 그 지역을 여행하며 영어 및 그 나라의 문화를 익히는 흥미로운 방식을 채택하고 있다. 이를 구현하기 위해 플래시 애니메이션 기법을 적극적으로 사용하고 있는데 갈매기가 날아다니는 항구에서 배가 출발하고 바다와 세계지도가 오버랩되고 이 위를 배가 지나가며, 교수자가 학생들에게 ‘자 여행을 떠날 준비가 되었나요?’, ‘지금 여러분들은 선상 강의를 듣고 있습니다.’ 등 학생들이 지금 영어권 나라를 여행하는 듯한 멘트를 사용하여 흥미를 이끌어 내고 있다. 그리고 교수자의 여행관련 멘트와 더불어 미국 등 영어권 나라의 도시 및 자연풍경 사진 이미지가 효과적으로 사용되고 있어 외국에 와 있는 것 같은 상황을 연출하며 이는 수업에 몰입을 유도하고 외국어 교육에 도움을 주며 교과목 아이덴티티 구현에도 효과적이다.

사용된 색채를 보면 파란 색이 주요 색을 이루고 포인트 칼라로 빨강색이 사용 되었다. 즉 푸른 하늘과 푸른 바다가 반복적으로 나와 맑은 날씨라는 이미지를 주고 파란 색과 상반되는 계열인 빨간 색이 포인트를 이루어 산뜻하고 경쾌한 이미지를 전달해 준다.



<그림03> 미국을 대표하는 이미지

(2) 사운드측면: 콘텐츠에 사용된 사운드를 살펴보면 미국을 여행하는 기쁘고 들뜬 마음을 표현하는 듯한 발랄하고 경쾌한 음악을 배경음악으로 사용하여 여행이라는 컨셉을 잘 전달하고 있다. 새소리, 파도소리 등 효과음도 적절하게 사용되고 있다. 각 나라의 이미지를 전달하는 전통 음악이나 대표 음악을 적극적으로 사용하는 것 또한 아이덴티티 구현에 많은 도움이 된다고 하겠다.

(3) 인터페이스측면: 이 과목에서는 온라인상에서 외국어를 직접 실습할 수 있는 인터페이스를 제공하고 있다. 자가 테스트 방식을 도입하였는데 학생이 온라인 상에서 바로 해당 칸에 정답이 되는 텍스트를 입력하거나 여러 개의 답 중 정답을 체크하여 그 정답을 바로 확인 할 수 있는 방식을 도입하였다. 그리고 플래시 애니메이션을 통하여 두 캐릭터가 대화하는 상황극을 연출하고 학생이 직접 그 상황극의 주인공이 되어 영어로 된 대사를 말하고 이를 녹음하고 바로 플레이 버튼을 눌러 본인이 말한 언어가 정확했는지 바로 평가할 수 있는 시스템을 도입하였다.

그 밖에 교과목에 사용된 언어를 보면 강의 중에 교수자가 ‘미국으로 여행을 떠나봅시다’, ‘자! 미국인을 초대해볼까

요?’ 등 교과목의 특성을 잘 나타내는 언어를 적극적으로 사용하고 있어 아이덴티티 구현에 도움을 주고 있다.

3-2. 일어 교육을 위한 교과목 분석

과목명‘기초일본어’



<그림04> OCU 기초일본어 서버 페이지

(1) 시각디자인측면: 교과목 페이지 곳곳을 보면 일본인의 모습과 일본 전통 회화를 적절하게 사용하여 ‘기초일본어’ 교과목의 아이덴티티를 구현하고 있다. 즉 타이틀 이미지는 일본인의 생활하는 모습을 보여주고 본문의 TOP 이미지는 일본 여성의 밝은 모습과 일본의 문자를 이미지로 사용하고 있다. 그리고 본문 배경 이미지로 일본의 전통 회화를 사용하여 아이덴티티 구현에 도움을 주고 있다. 교안에 사용된 색채를 보면 주요 색을 탁한 초록색으로 선택하여 사용하고 있는데 이는 일본 이미지를 나타내는 칼라는 아니다. 그러므로 일본을 대표하고 표현할 수 있는 칼라의 연구가 더욱 필요한 것을 볼 수 있다.

(2) 사운드측면: 이 교과목에서는 일본의 이미지를 전달하는 사운드가 특별히 사용되지 않았다. 아이덴티티를 구현하고자 한다면 일본의 전통 음악이나 악기소리 등 일본의 이미지를 전달해주는 사운드의 접목이 필요하다고 본다.



<그림05> 일본의 전통 이미지

(3) 인터페이스측면: 본 교과목의 인터페이스를 보면 일본인의 섬세함과 산업적 특성을 동시에 느낄 수 있다. 예를 들면 교안에 있는 일본어 문자를 각각 마우스로 선택하여 누르면 그 문자에 해당하는 일본어 발음을 들을 수 있다. 그리고 학생들이 계속 흥미를 가질 수 있도록 게임 형태로 학습 방법을 제공하고 있다. 게임장국인 일본의 언어를 배우는 일본어 전공 수업의 인터페이스를 간단한 게임의 형태로 개발한다면 학습효과 증진 및 아이덴티티 확립에 도움이 될 것이다. 즉 게임장국으로 표현되는 일본의 이미지 및 아이덴티티를 빌려오는 효과를 얻을 수 있을 것이다. 본 강좌의 화면에서 직접 ‘히라가나’와 ‘가타카나’ 글씨 쓰기 연습을 할 수 있는

기능도 제공된다. 이러한 언어 교육을 위한 친절한 인터페이스를 통해 학생들이 온/오프라인 경험을 충분히 할 수 있다.

3-3. 중국어 교육을 위한 교과목 분석
과목명‘통역가이드중국어Ⅱ’



<그림06> OCU 통역가이드중국어 메인 페이지



<그림07> OCU 통역가이드중국어 서브 페이지



<그림08>중국 전통 의상을 입은 교수 캐릭터

(1) 시각디자인측면:‘통역가이드 중국어Ⅱ’는 중국의 유명 관광지를 가이드 한다는 테마를 가지고 구성한 강좌로, 풍부한 중국 이미지 사진과 관련된 이미지가 많이 제공되어 중국어 교육 콘텐츠의 아이덴티티를 잘 나타내고 있다. 특히 중국 전통 의상을 입고 있는 교수의 캐릭터 등장은 중국어를 교육하는 교과목의 아이덴티티를 잘 구현해 주고 있다고 할 수 있다. 사용된 칼라를 보면 화면의 탑 부분에 사용되는 주황색 계통과 본문에 사용된 보라색 계통의 색상은 중국의 이미지를 전달하는데 미흡하다고 볼 수 있다. 중국의 이미지를

전달해주는 색상의 연구가 필요하다고 본다.

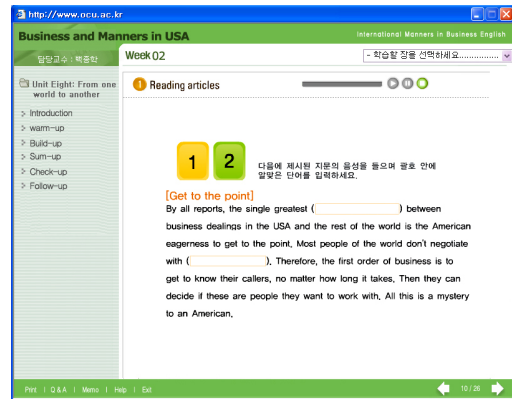
(2) 사운드측면: 이 교과목에서는 중국의 이미지를 전달하는 사운드가 특별히 사용되지 않고 있다. 중국의 이미지를 전달할 수 있는 중국의 전통 음악이나 중국의 독특한 악기소리 등이 사용된다면 교과목의 아이덴티티 구현에 많은 도움이 될 것이다.

(3) 인터페이스측면: 중국의 역사와 문화 내용이 담긴 중국인의 대화를 듣고 따라 하면서 중국어를 학습하도록 하는 방식을 채택하였고, 중국의 유명 관광지를 가이드 한다는 흥미로운 주제를 가지고 중국어의 다양한 표현법을 익힐 수 있게 구성되었다. 수업 구성을 보면 ①본문 읽기(본문을 듣고 발음 연습을 함) ②해설(주요 구문이나 어구에 대한 해설 강의와 연습문제를 풀) ③ 연습문제(학생이 정답을 입력하고 즉시 피드백을 얻는 형식) ④참고 동영상(본문과 관련된 여행지 관련 동영상 제공) ⑤여행지 소개 등으로 구성되어 있다.

4. 실험 및 결과

4-1. 연구방법 및 자료분석방법

본 논문의 가설을 검증하기 위하여 설문조사(웹조사) 및 통계분석(SPSS 12.0)을 하였다. 텍스트 중심의 이러닝 콘텐츠(A)와 웹 아이덴티티가 구현된 이러닝 콘텐츠(B)를 보여주고 전체선호도, 시각디자인 측면의 선호도, 사운드 측면의 선호도, 인터랙션 측면의 선호도를 묻는 문항을 제시하고 A와 B중 선호하는 콘텐츠를 선택하게 하였다.



<그림09> 텍스트 중심의 이러닝 콘텐츠 (A콘텐츠)



<그림10>웹아이덴티티가 구현된 이러닝콘텐츠(B콘텐츠)

4-2. 결과 및 분석

4-2-1. 대상자 특성 분석

	항목	빈도	비율
성별	남	17	41.5
	여	24	58.5
거주지역	서울시	28	68.3
	그 외 지역	13	31.7
직업	사무직	15	36.6
	기술직	7	17.1
	그 외	19	46.3
연령	20세 이상~30세 미만	28	68.3
	30세 이상~40세 미만	13	31.7

<표01> 대상자 특성분석표

조사대상은 국내 O사이버대학교의 재학생들이다. 대상자 특성을 보면, 여성이 24명, 남성이 17명으로 여성이 남성보다 많았고, 거주지역은 28명이(68.3%) 서울에 거주하는 것으로 나타났다. 직업을 보면 사무직이 15명(36.6%)으로 가장 많았고, 기술직이 다음 순(7명, 17.1%)이었다. 연령은 20~30미만이 28명(68.3%)으로 가장 많았고, 30세 이상 40세 미만은 13명(31.7%)이었다.

4-2-2. 결과 분석

ㄱ. 결과 분석

웹 아이덴티티 구현 유무와 과목 선호도와 관계를 알아보기 위하여 비율검정을 실시하였다. 전체 선호도·시각디자인·사운드·인터랙션 선호도 등 각 항목별 개별 응답을 모두 합한 후 전체 응답 수 대비 B컨텐츠에 응답한 비율을 계산하였다. 통계적으로 A 컨텐츠에 비해 B 컨텐츠를 선택하는 비율이 높았다. ($P < 0.05$) 즉, 응답자들은 4가지 항목에서 텍스트 중심의 평면적인 A컨텐츠 보다 웹 아이덴티티가 고려된 B컨텐츠를 더욱 선호함을 확인하였다.

Variable	X	N	Sample p	95% Lower Bound	Exact P-Value
선호	96	123	0.780488	0.710225	0
시각	98	123	0.796748	0.727845	0
사운드	61	82	0.743902	0.652556	0
인터랙션	97	123	0.788618	0.719018	0

<표02>4개 분야 분석표(전체·시각디자인·사운드·인터랙션 선호도) B컨텐츠 응답 비율 (X는 B컨텐츠에 응답한 사람의 수, N은 전체 문항 수)

ㄴ. 세부 항목별 응답 결과 분석

1> 전체 선호도를 묻는 문항의 응답 결과

과목에 호감없다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	7	17.1	17.1	17.1
B	34	82.9	82.9	100.0
Total	41	100.0	100.0	

과목이 마음에 든다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	9	22.0	22.0	22.0
B	32	78.0	78.0	100.0
Total	41	100.0	100.0	

과목을 계속 수강하고 싶다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	11	26.8	26.8	26.8
B	30	73.2	73.2	100.0
Total	41	100.0	100.0	

과목에 실망감을 느꼈다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	27	65.9	77.7	77.7
B	8	19.5	22.9	100.0
Total	35	85.4	100.0	
Missing System	6	14.6		
Total	41	100.0		

<표03> 전체 선호도 조사결과표

전체 선호도를 묻는 문항 분석 결과 설문대상자들은 A컨텐츠보다 아이덴티티가 적용된 B컨텐츠를 더욱 선호함을 알 수 있었다.

2> 디자인 선호도를 묻는 문항의 응답 결과

이미지가 마음에 든다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	6	14.6	14.6	14.6
B	35	85.4	85.4	100.0
Total	41	100.0	100.0	

컬러가 마음에 든다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	9	22.0	22.0	22.0
B	32	78.0	78.0	100.0
Total	41	100.0	100.0	

디자인이 마음에 든다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	10	24.4	24.4	24.4
B	31	75.6	75.6	100.0
Total	41	100.0	100.0	

<표04> 디자인 선호도 조사결과표

디자인 선호도를 묻는 문항 분석 결과 설문대상자들은 A컨텐츠보다 아이덴티티가 적용된 B컨텐츠를 더욱 선호함을 알 수 있었다.

3> 사운드 선호도를 묻는 문항의 응답 결과

사운드에 마음에 든다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	12	29.3	29.3	29.3
B	29	70.7	70.7	100.0
Total	41	100.0	100.0	

배경음악이 격렬하다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	9	22.0	22.0	22.0
B	32	78.0	78.0	100.0
Total	41	100.0	100.0	

<표05> 사운드 선호도 조사결과표

사운드 선호도를 묻는 문항 분석 결과 설문대상자들은 A 콘텐츠보다 아이덴티티가 적용된 B 콘텐츠를 더욱 선호함을 알 수 있었다.

4> 인터랙션 선호도를 묻는 문항의 응답 결과

인터랙션 장치가 격렬하다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	10	24.4	24.4	24.4
B	31	75.6	75.6	100.0
Total	41	100.0	100.0	

메뉴구조나 버튼 설계가 과 되어있다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	11	26.8	26.8	26.8
B	30	73.2	73.2	100.0
Total	41	100.0	100.0	

종이를 끄는 인터랙션 장치가 없다

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid A	5	12.2	12.2	12.2
B	36	87.8	87.8	100.0
Total	41	100.0	100.0	

<표06> 인터랙션 선호도 조사결과표

인터랙션 선호도를 묻는 문항 분석 결과 설문대상자들은 A 콘텐츠보다 아이덴티티가 적용된 B 콘텐츠를 더욱 선호함을 알 수 있었다.

㉔. 인구통계에 따른 결과

설문 대상 그룹(인구통계에 따른) 간 선호도에 차이가 있는가를 검정하였다. 본 연구에서는 Fisher의 Exact test를 실시하였다. 조사결과 연령별, 성별 과목 선호도에 차이가 없었다. 즉 연령에 상관없이 남녀 동일하게 B 콘텐츠를 더 선호하였다.

Crosstab

		연령				Total
		20세 이상 29세 미만	25세 이상 34세 미만	30세 이상 39세 미만	35세 이상 40세 미만	
과목에 마음에 든다	A	Count 1	6	1	0	8
	% within 연령	14.3%	28.6%	9.1%	.0%	20.0%
B	Count 6	15	10	1	32	
	% within 연령	85.7%	71.4%	90.9%	100.0%	80.0%
Total	Count 7	21	11	1	40	
	% within 연령	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	2.175 ^a	3	.537	.597		
Likelihood Ratio	2.461	3	.482	.597		
Fisher's Exact Test	2.110			.597		
Linear-by-Linear Association	.416 ^b	1	.519	.599	.357	.176
N of Valid Cases	40					

a. 5 cells (92.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .20.
b. The standardized statistic is .645.

<표07> 연령별 선호도 차이 조사 결과표

Crosstab

과목에 호감한다		성별		Total
		남자	여자	
A	Count	5	2	7
	% within 성별	29.4%	8.3%	17.1%
B	Count	12	22	34
	% within 성별	70.6%	91.7%	82.9%
Total	Count	17	24	41
	% within 성별	100.0%	100.0%	100.0%

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)	Point Probability
Pearson Chi-Square	3.123 ^a	1	.077	.105	.090	
Continuity Correction ^b	1.811	1	.178			
Likelihood Ratio	3.112	1	.078	.105	.090	
Fisher's Exact Test				.105	.090	
Linear-by-Linear Association	3.047 ^c	1	.081	.105	.090	.076
N of Valid Cases	41					

a. Computed only for a 2x2 table
b. 2 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.00.
c. The standardized statistic is 1.745.

<표08> 성별 선호도 차이 조사 결과표

5. 결론 및 향후 과제

본 연구를 통하여 원격교육을 위한 이러닝 콘텐츠를 웹에서 구현하는 경우 아이덴티티의 구현이 과목 선호도에 긍정적인 영향을 끼침을 검증하였다. 이러닝 콘텐츠 제작 시 웹 아이덴티티를 적극적으로 구현하여 그 과목만의 독특한 특징을 구현한다면, 학생들의 과목 선호도를 높이는 결과를 얻을 것이며 이는 학습동기유발 및 교육 효과의 증진에 도움이 될 것이다. 이러한 원격교육을 위한 이러닝 콘텐츠 구현에 관련된 연구는 지속적으로 진행되어야 할 것이며 이러닝 콘텐츠에서의 웹 아이덴티티 구현 유무와 학습 성취도 및 학습 효과와의 상관관계에 대한 연구 등 세부과제의 연구가 필요하다. 이를 통하여 궁극적으로는 공감각적으로 접근하는 이러닝 툴의 개발이 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

[1]김미정, 황정혜, '온라인 외국어 교육 콘텐츠의 웹 아이덴티티 연구' HCI학회, 2006
[2]김미정, 황정혜, '온라인 대학 교육 콘텐츠의 웹 아이덴티티 연구', 인포디자인이슈7, 2005
[3]장동훈, 조진경, '웹 아이덴티티 구현을 위한 웹 스타일 콘터에 관한 연구', 인포디자인이슈1, 2002
[4]강은정, 황정혜, '웹 아이덴티티를 위한 여덟가지 원칙', 정글프레스, 2005
[5]유석호, '웹사이트 구축과정에서 아이덴티티 형성과 그 영향요소에 관한 연구', 인포디자인이슈1, 2002
[6]김미량, '웹 기반 교수-학습체제의 설계 전략', 교육공학연구, 2000
[7]신창운, '웹 기반 원격교육 시스템 구축 시 주요 성공요인 분석', 대구대학교 대학원 박사학위 청구논문, 2003.
[8]허균, 나일주, '웹 기반 교육에서 최적몰입경험', <컴퓨터 교육학회 논문지, Vol. 16, 2003.