

<p>주제</p>	<p>3분 선생</p>
<p>가이드</p>	<p>진로: 경영</p> <p>선택한 활동: 배운 내용 중 관심있는 내용 표현하기</p> <p>선택한 지문: 수능특강 라이트 3강 1번 지문</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px;"> <p><b>요즘 학생들의 책을 읽지 않는 경향</b></p> <p>If there is one recent change that stands out in student behaviour, it is the decline in the willingness to read for extended periods of time. The reason is simply the competition reading faces.</p> <p>학생 행동에서 두드러진 최근의 한 가지 변화가 있다면, 그것은 자진해서 오랜 시간 동안 책을 읽으려는 마음의 감소이다. 그 이유는 단순히 독서가 직면한 경쟁이다.</p> <p>Until the mid-1980s, the only competition school really had was television. We still lived in a world that supported print literacy. 1980년대 중반까지만 해도, 학교가 정말로 겨뤄야 했던 경쟁자는 텔레비전밖에 없었다. 우리는 인쇄된 글을 읽고 쓸 수 있는 능력을 옹호했던 세상에 여전히 살았던 것이었다.</p> <p>There was still a collective memory about the experiences reading offered and a collective agreement about its value. 독서가 주었던 경험에 대한 집단적 기억과 그 가치에 대한 집단적 합의가 여전히 존재했다.</p> <p>That consensus is quickly passing away. When a teacher hands out a novel today, the first question in every student's mind is "Is there a movie of this?"</p> <p>그러한 합의가 빠르게 사라지고 있다. 오늘날 교사가 소설을 나눠 주면, 모든 학생의 마음에 생기는 첫 번째 질문은 "이것에 대한 영화가 있나?"</p> </div>

이다.

If not, the next stop is the Internet where some websites will provide short chapter-by-chapter summaries, commentaries, and analysis free of charge.

그렇지 않으면, 그다음 찾아가는 곳은 몇몇 웹사이트가 짙막한 장(章)별 요약, 비평, 그리고 분석을 무료로 제공해 줄 인터넷이다.

These sites support themselves with the extensive advertising embedded within the summary articles (a good visual distraction from the boring text summary). Today reading literature means reading about literature.

이 사이트들은 요약 기사 안에 들어 있는 엄청난 수의 광고(요약해 놓은 지겨운 글로부터의 훌륭한 시각적 기분 전환)로 스스로에 대한 경제적인 지원을 얻는다. 오늘날 문학 작품을 읽는 것은 문학 작품에 대해 읽는 것(실제로 책을 읽지 않고 책에 대한 대충의 세부 사항을 얻는 것)을 의미한다.

> 학생들의 책 읽기 시간 감소의 이유 - 오늘날 독서가 직면한 다양한 경쟁상대 (영상, 인터넷)

### 3분 선생 대본:

**Let's find out the business that is booming despite the decrease in reading volume**

**<독서량 감소에도 흥하는 사업을 알아보자>**

The reading volume of adults and students in South Korea is steadily decreasing every year. Adults cite work and students cite study as reasons why it is difficult to read. As such, the decline in reading volume is no longer new news. This means that the desertification of reading has become chronic. However, a decrease in reading volume does not mean a reduction in the reading industry. In fact, there is a business that is booming despite the decrease in reading volume. It's a book startup. Why are book startups growing when reading has decreased? Let's find out why.

대한민국 성인과 학생의 독서량은 매년 꾸준하게 감소하고 있다. 성인은 일, 학생은 공부를 독서하기 어려운 이유로 꼽고 있다. 이처럼 '독서율 하락'은 더 이상 새롭지 않은 뉴스다. 그만큼 독서 생태계의 사막화가 만성

화되었다는 뜻이다. 그런데 독서량 감소가 곧바로 독서업계 축소를 의미하는 것은 아니다. 실제로 독서량 감소에도 흥하는 사업이 있다. 바로 독서 스타트업이다. 독서량은 줄었는데 왜 독서 스타트업은 성장하고 있는 걸까? 그 이유를 알아보자.

Book startups are successfully attracting investment. Following the reading app 'Millie's Study', 'Trevari', which provides a reading group service, has also succeeded in securing funds. While the existing reading industry is falling due to a decrease in reading volume, it can be seen that Book startups are attracting users with differentiated business strategies.

독서 스타트업들이 연이어 투자 유치에 성공하고 있다. 독서 앱 '밀리'의 서재'에 이어 독서 모임 서비스를 제공하는 '트레바리'도 자금 확보에 성공했다. 독서량 감소로 기존 출판산업이 축소되는 가운데 독서 스타트업들이 차별화된 사업 전략으로 이용자를 모으고 있는 것으로 볼 수 있다.

So why were they able to succeed despite the overall reading recession? The secret to success is 'targeting'. Reading startups were able to attract users because they set different targets from the existing book market. While the existing book market promoted it to everyone, book startups have subdivided their targets. In particular, it was aimed at young people in their 20s and 30s. The paper book market, where middle-aged and elderly people are the main customers, is decreasing, but the e-book market targeting young people is growing.

그렇다면 전체적인 독서 불황에도 불구하고 이들은 왜 성공할 수 있었던 것일까? 성공의 비밀은 바로 '타겟팅'이다. 독서 스타트업들은 기존 출판 시장과 다른 타겟을 세웠기 때문에 이용자를 모을 수 있었다. 기존 출판 시장이 모든 사람을 대상으로 홍보했다면 독서 스타트업은 타겟을 세분화했다. 특히 20~30대 젊은 층을 겨냥했다. 중·장년층이 주요 고객인 종이책 시장은 줄어들고 있지만, 젊은 층을 타겟으로 한 전자책 시장은 커지고 있다는 점을 노린 것이다.

As such, someone recognizes the decline in reading only as a crisis, but someone sees it as an opportunity and has created a new market. We must pay attention to this point. Now that all lifestyles have changed due to the development of media, we should not simply pay attention to the decrease in students' reading volume. It is necessary to find answers by using the media to find new ways to read by using this in reverse.

이처럼 누군가는 독서량 감소를 위기 상황으로만 인식하고 있지만, 누군가는 기회로 여겨 새로운 시장을 만들었다. 우리는 이 점에 주목해야 한다. 미디어의 발달로 모든 생활방식이 달라진 지금, 단순히 학생들의 독서량이 감소하고 있다는 것에만 주목해서는 안 된다. 이를 역으로 이용해 미디어를 활용해 새로운 독서 방식을 찾는 등으로 해답을 찾아가야 한다.

The use of digital media has increased dramatically in modern society. No one can deny this. As a result, changes in the environment eliminated the need to use paper books to get information or enjoy hobbies. Then, how about changing the perspective of reading from print media to digital media? If e-book services are activated and various materials are provided so that reading can be easily accessed through digital media, won't the amount of reading increase again?

현대 사회는 디지털 매체 이용이 고도로 증가했다. 이는 누구도 부정할 수 없다. 결과적으로 환경의 변화로 인해 정보를 얻거나 취미생활을 즐기는 데 굳이 종이책을 이용해야 할 필요가 없어졌다. 그렇다면 독서의 관점을 인쇄 매체에서 디지털 매체로 변화하는 것은 어떠한가? 전자책 서비스를 활성화하고 다양한 자료를 제공해 간편하게 디지털 매체를 통해 독서를 접할 수 있다면 독서량은 다시 증가할지 않을까?

▶ 경영학도를 희망하는 학생의 관점에서 위기 상황에도 주목할 수 있는 새로운 비즈니스를 소개하는 차원으로 대본을 작성했습니다.

- \* 흥영 학생이 요청하신 영어 과목 세부능력 및 특기사항 기재 활용 자료 가이드입니다.
- \* 가이드를 활용해 흥영 학생의 관점에서 내용을 정리한 후, 3분 선생 활동에 참여하면 될 것 같습니다.

#### 참고자료. 독서량 감소에도 흥하는 독서 스타트업...왜? | 시사저널(최창원)

독서 스타트업들이 연이어 투자 유치에 성공하고 있다. 독서 앱 '밀리의 서재'에 이어 독서 모임 서비스를 제공하는 '트레바리'도 수십억원대 자금 확보에 성공했다. 벤처캐피탈 전문가들은 독서량 감소로 출판산업이 축소되는 가운데 독서 스타트업들이 차별화된 사업 전략으로 이용자를 모으고 있다고 설명했다.

유료 독서 모임 서비스 트레바리는 지난 12일 소프트뱅크벤처스와 패스트인베스트먼트로부터 각각 45억원, 5억원을 투자받았다. 월정액 독서 앱 밀리의 서재도 지난해 말 100억 원에 달하는 투자를 유치했다.

독서 스타트업 이용자도 크게 늘고 있다. 밀리의 서재는 이용 회원 수가 누적 70만명을 넘어섰다. 트레바리는 회원 4600명을 모았고, 총 300개가 독서모임을 운영 중이다.

반면 국민들의 연간 독서량과 업계 영업이익은 감소하는 추세다. 문화체육관광부에 따르면 2017년 성인 독서율은 62.3%로 이전 조사연도인 2015년보다 5.1%포인트 감소했다. 또 지난해 상반기 출판산업계 영업이익액은 약 184억원으로 전년 같은 기간(약613억원)보다 429억원가량 감소했다.

독서 스타트업들은 기존 출판 시장과 다른 타깃을 세웠기 때문에 이용자를 모을 수 있었다고 설명한다. 기존 출판 시장이 모든 사람을 대상으로 홍보했다면 스타트업은 타깃을 세분화했다는 것이다.

밀리의 서재 관계자는 “독서 스타트업의 경우 기존 시장과 타깃이 다르다”며 “밀리의 서재는 책을 접하지 않던 사람을 타깃으로 삼고 구매가 아닌 월정액으로 무제한 대여가 가능한 시스템을 구축한 것”이라고 설명했다.

이용자들도 스타트업의 타깃 세분화 전략에 긍정적인 반응이다. 트레바리를 이용중인 조호현(26)씨는 “생각을 나누고 싶어하는 사람들을 트레바리가 잘 연결해주는 것 같다”며 “책도 읽고 이벤트에 참가해 다양한 사람도 만날 수 있다”고 전했다. 트레바리는 ‘보드게임 나잇’, ‘번역가 이야기’등 회원 전용 이벤트를 진행하고 있다.

투자 업계는 업황과는 상관없이 매력적인 투자 요소가 있다면 언제든지 투자할 것이라는 입장이다. 투자업계 관계자는 “업계 상황이 좋아야만 관련 스타트업에 투자하는 것은 아니다”면서 “투자자산으로서의 매력도가 크다면 업계 상황이 좋지 않은 것은 개의치 않다”고 말했다.

<http://www.sisajournal-e.com/news/articleView.html?idxno=195533>

참고자료. 일·공부 때문에...성인·학생 독서율·독서량 모두 감소 | 경기신문(정경아)

지난해 우리나라 성인과 학생의 독서율·독서량이 모두 감소한 것으로 조사됐다. 독서하기 어려운 이유로 성인은 일, 학생은 공부를 꼽았다.

문화체육관광부(장관 황희)는 만 19세 이상 성인 6000명과 초(4학년 이상)·중·고등학생 3320명을 대상으로 ‘2021년 국민 독서실태’ 조사결과를 발표했다.

지난 1년간(2020. 9. 1.~2021. 8. 31.) 성인의 연간 종합 독서율은 47.5%, 연간 종합 독서량은 4.5권으로 2019년에 비해 각각 8.2%포인트, 3권 줄어든 것으로 나타났다. 다만 20대 청년층의 독서율은 78.1%로 2019년에 비해 0.3%포인트 증가했고, 타 성인 연령층보다 높은 독서율과 많은 독서량을 보였다.

초·중·고교 학생의 경우 연간 종합독서율 91.4%, 연간 종합독서량 34.4권으로, 2019년과 비교해 독서율 0.7%포인트, 독서량은 6.6권 감소했다.

종이책 독서율은 성인 40.7%, 학생 87.4%로 2019년에 비해 각각 11.4%포인트, 3.3%포인트 낮아졌다.

반면 전자책 독서율은 성인 19%, 학생은 49.1%로 2019년보다 각각 2.5%포인트, 11.9%포인트 높아졌다. 특히 학생과 20대 청년층을 중심으로 증가 폭이 커져 전자책 이용이 늘어난 것으로 파악됐다.

소리책(오디오북) 독서율은 성인 4.5%, 학생 14.3%로 2019년에 비해 성인은 1%포인트 증가했고, 학생은 4.4%포인트 하락했다.

성인은 독서하기 어려운 가장 큰 이유로 '일 때문에 시간이 없어서'(26.5%)를, 이어 '다른 매체·콘텐츠 이용'(26.2%)을 꼽았다. 학생들은 '스마트폰, 텔레비전, 인터넷 게임 등을 이용해서'(23.7%)를 가장 큰 독서 장애 요인으로 답해, 매체 이용 다변화가 독서율 하락에 영향을 주고 있는 것으로 파악됐다.

<https://www.kgnews.co.kr/news/article.html?no=685826>