

시민의 공공도서관 역할 인식 형성에 대한 탐색적 연구

An Exploratory Study on the Development of Citizen's Perception on the Roles of Public Libraries

이보은, 연세대학교 일반대학원 문헌정보학과, belee@yonsei.ac.kr

김기영, 연세대학교 문헌정보학과, gkim@yonsei.ac.kr

Bo Eun, Lee, Dept. of Library and Information Science, Yonsei Univ.

Giyeong, Kim, Dept. of Library and Information Science, Yonsei Univ.

본 연구는 일반 시민이 공공도서관에 가지는 역할 이미지의 유형과, 그러한 역할 이미지들이 어떠한 경로를 통해 형성되는지 파악하고자 하였다. 연구는 다양한 공공도서관 이용정도를 보이는 서울특별시 시민 6명을 대상으로 한 개별심층면담을 통해 이루어졌다. 면담 내용을 분석한 결과, 다양한 경험 중 직접 도서관을 이용해 본 경험이 공공도서관에 대한 인식을 형성하는 가장 큰 경로로 나타났다. 특히 응답자들의 사서에 대한 이미지와 도서관에 느끼는 이미지가 매우 유사하였다. 간접적인 경험 중에서는 주변인의 공공도서관 경험이 가장 큰 영향을 미쳤으며, 홍보물, 언론, 웹사이트 등은 큰 영향을 미치지 못한 것으로 판단된다.

1. 서론

1.1 연구 목적 및 필요성

공공도서관은 지역 사회의 정보 중심지로, 지식과 정보를 이용자들에게 제공하는 곳이다. IFLA는 공공도서관 서비스의 핵심이 정보, 교육, 문화를 연령, 인종, 성별, 종교, 국적, 종교 또는 사회적 지위를 막론하고 모두에게 평등한 접근성을 제공하는 것을 목표로 하는 것이라 강조한다. 이에 최근 공공도서관은 이용자의 요구에 맞춘 문화 프로그램 제공, 지역사회 커뮤니티 센터 등 그 서비스의 범위를 넓혀가고 있다.

그러나 대중의 공공도서관에 대한 인식은 크게 발전하고 있지 못하다. 다양한 연구에서 확인할 수 있듯, 전통적인 정보서비스 이외의 다른 도서관 서비스에 대해 대중이 파악하고 있는 정도는 매우 낮은 수준이다. 즉, 공공도

서관이 우리 사회에서 수행하고자 하는 역할과 전달하고자 하는 가치가 대중에게 효과적으로 전달되지 않고 있는 것이다.

이러한 의미에서 대중이 공공도서관에 대한 역할 이미지를 형성하는 경로를 파악하는 것은 중요하다. 대중의 인식 형성 경로를 파악할 수 있다면, 그 경로들로 전달되는 공공도서관의 이미지를 일관되게 관리하고 대중에게 공공도서관의 가치를 명확하게 인지시킬 수 있을 것이기 때문이다. 그러나 이러한 필요성에도 불구하고 관련 연구는 적은 편이다. 따라서 본 연구에서는 탐색적인 연구를 통해 대중이 갖는 공공도서관의 역할 인식과 그 형성 과정을 면밀히 살펴보고자 한다.

1.2 연구 문제

본 연구에서 알아보하고자 하는 연구 문제는 다음과 같다.

RQ) 공공도서관에 대해 대중이 갖고 있는 역할 이미지는 어떤 것들이 존재하는가? 그리고 대중은 그러한 역할 이미지를 어떻게 형성하는가?

2. 선행연구

특정한 조직이나 서비스, 제품에 대한 사람들의 인식과 그 형성에 대한 연구는 경영학 분야에서 시작되어 다른 학문 분야로 확장되고 있다. 이러한 연구들은 고객의 총체적 경험이 해당 브랜드에 대한 이미지를 형성하는데 지대한 영향을 미친다고 공통적으로 지적한다. 특히 경영학에서는 감성적 요인과 조직-고객 간 관계 구축을 통한 브랜드 경험을 강조하며, ‘경험 마케팅’, ‘감성 마케팅’ 등의 용어를 통해 실무적 수준까지 논의가 이어지고 있음을 확인할 수 있다. (Keller, 2001; 김영국 & 남장현, 2012) Napoli (2006)의 연구는 Brand Orchestration 개념이 비영리조직에서 조직 목표 달성에 긍정적인 영향을 끼치는 것을 확인하였다.

국내의 문헌정보학 분야에서 이루어진 도서관 인식 연구는 대부분 도서관이 제공하는 특정 서비스에 대해 이용자가 갖는 인식과 기대에 대한 연구가 주를 이룬다. 공공도서관 인식 형성 과정에 대한 연구로는 Lilley와 Usherwood (2000)의 연구가 있다. 해당 연구에서는 공공도서관 서비스에 대한 이용자들의 인식과 기대가 어떻게 형성되고 상호작용하는지에 초점을 맞추었으며, 도서관 경험이 이용자의 공공도서관 인식 및 기대에 막대한 영향을 미친다는 점을 확인하였다. 그러나 도서관이 사회에서 담당하는 역할에 대한 대중의 인식 형성 과정을 파악하고자 한 연구는 여전히 부족한 실정이다.

3. 연구 방법

본 연구는 공공도서관 인식에 대한 일반화 보다는 대중의 인식 형성 과정을 이해하는 것을 목적으로 하므로 심층면담을 통한 질적 연구의 방법을 채택하였다.

연구 대상은 서울지역에 국한하였고, 공공도서관의 이용자 및 잠재적 이용자인 시민들을 대상으로 심층 면담을 진행하였다. 피면담자는 성별, 연령, 주거지, 직업, 공공도서관 이용 여부 등 다양한 요소를 고려해 6명을 선정하였다. 특히 다양한 공공도서관 이용 정도를 보이는 피면담자를 선정하고자 하였다. 면담은 2016년 5월과 6월에 걸쳐 진행되었고, 대상자 1명 당 1시간 내외의 비구조화 심층 인터뷰를 진행하였다. 지역 공공도서관 이용 경험과 공공도서관에 대해 갖는 생각 등을 질문하였다. 면담은 피면담자의 동의 아래에 녹음되었으며, 면담 이후 녹취록을 작성해 분석에 활용하였다.

4. 분석 및 논의

수집된 인터뷰 데이터를 바탕으로 피면담자들이 공공도서관에 대해 가지는 역할 인식과 그 형성 과정에 대한 비교 분석을 진행하였다. 특히 피면담자들의 다양한 경험에 집중하여 인식 형성 과정을 분석하였다. 도서관을 직접 방문한 경험들은 직접적 도서관 경험으로, 도서관을 방문하지는 않았으나 관련된 경험을 한 경우는 간접적 도서관 경험으로 구분하여 분석을 진행하였다.

4.1 직접적 도서관 경험에 따른 공공도서관 인식

피면담자들은 공공도서관을 자료 이용 공간

으로 인식하는 경우가 가장 많았다. 장서량을 공공도서관을 평가하는 중요한 척도로 생각한다는 응답들이 이를 뒷받침한다. 그러나 자료 선정에 있어 도움을 얻을 수 있는 곳으로 공공도서관을 생각한다는 응답은 없었다.

공부 공간으로 공공도서관을 인식하는 경우도 있었는데, 흥미로운 점은 공부 공간이 공공도서관의 주된 역할이라고 인식하는 응답자들은 공공도서관에 일부 부정적인 이미지를 가지고 있었다는 것이다.

"...공부하러 간 적은 있죠. 열람실 배정받아서 공부한 적은 몇 번 있구요. ... 어쨌거나 너무 공부하는 듯한, 너무 딱딱하게 공부해야 한다는 느낌을 줄 필요는 없지 않나..." (응답자 A)

사서에 대한 경험이 대체로 공공도서관에 대한 인식으로 직결되는 양상 또한 파악할 수 있었다. 자료 위치를 문의하는 등 딱딱한 대화만을 나누어 본 경우 공공도서관을 엄숙하거나 딱딱한 곳으로 인식하는 경우가 많았던 반면, 사서가 적극적으로 응답자에게 다가간 경우 프로그램 참여 등과 연결되어 인식 또한 매우 긍정적이었다. 주차요원, 자원봉사자 등 도서관의 다른 직원들에 대한 경험 또한 응답자의 공공도서관 인식에 영향을 미치는 것으로 파악되었다.

"... 회원카드 발급할 때 정도? 연체료 낼 때? 책이 어디 있는지 물어볼 때? 그 정도의 일적인 게 아니라면 할 게 없죠. 그 안에서의 사람들과의 관계도 그래서 더 엄숙해서, 도서관이 엄숙한 곳이야 라는 생각을 더 갖게 된 것 같아요. ... 그 사람들과 뭔가 인간적인 것을 한다는 것은 있을 수 없는 일이죠. ..." (응답자 C)

4.2 간접적 도서관 경험에 따른 공공도서관 인식

간접적인 도서관 경험 중에서는 주변인의 경험이 공공도서관 인식에 가장 큰 영향을 미치는 요소로 나타났다. 선후배, 학부모 모임, 가족 등 주변인의 공공도서관 경험은 응답자가 기존에 가지고 있던 공공도서관 인식을 더욱 강화시켰다.

웹페이지나 어플리케이션의 경우, 공공도서관 이용자들에게는 편리하게 느껴져 공공도서관 인식에 긍정적인 역할을 미치는 것으로 나타났다. 장서 검색 이외의 목적으로는 거의 사용되지 않는다고 응답하였다. 도서관이 자체적으로 제작한 홍보물이나 언론 보도는 일부 응답자의 경우 접한 경험이 있었으나, 직접적인 공공도서관 경험으로 이어지는 경우가 적었다.

4.3 논의

모든 응답자들에게 공통적으로 나타나는 공공도서관 인식은 '자료 이용 공간' 이었다. 그러나 자료의 이용에 사서의 도움을 받는 경우는 없었다. 따라서 공공도서관을 가치 있는 지식이나 정보를 제공하는 공간이라기보다는 단순히 자료를 이용하는 곳으로 인식할 것이라 판단할 수 있다.

인식 형성에는 직접 도서관을 이용한 경험이 가장 큰 영향을 미쳤다. 특히 사서에 대한 경험이 가장 주요한 인식 형성 경로로 나타났다. 따라서 긍정적인 공공도서관 인식을 만들기 위해서는 먼저 이용자와 접촉하는 사서와 직원들의 역할에 대한 관리를 강화해야 할 필요가 있어 보인다.

간접적인 도서관 이용 경험 중에서는 주변인들의 경험을 전해 듣는 것이 가장 큰 영향을 미쳤다. 그러나 이 또한 주변인들이 가진

직접적 도서관 경험으로부터 나오는 것을 감안하면, 이용자들이 공공도서관을 어떻게 느끼게 할지를 고민하는 것이 가장 중요한 점임을 다시 한 번 확인할 수 있었다. 다양한 경로를 통해 이용자들이 공공도서관을 더욱 활발히 이용할 수 있도록 유도하고, 긍정적인 도서관 경험을 갖도록 하는 것이 필수적일 것으로 보인다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 국내의 일반 대중들이 공공도서관을 어떤 역할을 하는 기관으로 인식하며, 어떻게 그러한 인식을 형성하는지 이해하려 노력한 초기 연구라는 데 그 의의가 있다. 공공도서관의 역할 인식에는 다양한 경로들이 존재하며, 직접 도서관을 이용한 경험이 가장 영향력 있는 경로임을 예측할 수 있었다. 또한, 여러 경로들로 전달되는 다양한 도서관 이미지 모두가 개인의 인식 형성에 중요함을 확인할 수 있었다. 비록 본 연구에 약간의 한계점이 존재하나, 연구 결과를 바탕으로 추후 다양한 연구를 진행할 수 있을 것으로 보인다.

탐색적인 연구이기 때문에 연구 결과를 일반화할 수 없으며, 피면담자 중 비이용자가 없다는 점은 본 연구의 한계점이다. 공공도서관에 대한 인식에 가장 큰 영향을 미치는 것이 직접적 도서관 경험이라는 점을 감안할 때, 도서관에 단 한 번도 가보지 않은 사람이

공공도서관에 대해서 어떤 인식을 가지는지 추가 연구가 필요하다.

따라서 향후에는 본 연구에서 밝혀진 다양한 공공도서관 역할 인식과 그 형성 경로를 바탕으로 우리 사회에 연구 결과를 적용하기 위한 일반화 과정을 거쳐야 한다. 궁극적으로는 본 연구가 공공도서관이 대중에게 공공도서관의 가치를 정확하게 전달하고, 대중들의 인식을 변화시켜 우리 사회에서 공공도서관이 더욱 영향력 있는 기관이 될 수 있도록 하는 바탕이 될 것으로 기대된다.

참고문헌

- 김영국, & 남장현. (2012). 브랜드 경험, 브랜드 애착, 브랜드 충성도의 관계. *관광학연구*, 36(8), 249-267.
- Keller, K. L. (2001). Building customer-based brand equity: A blueprint for creating strong brands.
- Lilley, E., & Usherwood, B. (2000). Wanting it all: the relationship between expectations and the public's perceptions of public library services. *Library Management*, 21(1), 13-24.
- Napoli, J. (2006). The impact of nonprofit brand orientation on organisational performance. *Journal of Marketing Management*, 22(7-8), 673-694.