

# 공공도서관의 홍보 전략에 관한 연구\*

- 서울의 공공도서관을 중심으로 -

## A Study on the PR Strategy of Public Library

이 만 수(Man-Soo Lee)\*\*

### < 목 차 >

- |                                 |                        |
|---------------------------------|------------------------|
| I. 서론                           | 2. 공공도서관의 홍보 전략에 대한 논의 |
| 1. 연구의 필요성 및 목적                 | IV. 공공도서관의 홍보 전략 방안    |
| 2. 연구 내용                        | 1. 도서관 홍보 전담 부서 설치     |
| 3. 연구의 방법                       | 2. 도서관 홍보 전담 사서 배치     |
| 4. 선행 연구의 개관                    | 3. 도서관 홍보 예산 수립        |
| II. 공공도서관의 역할과 홍보에 관한 이론적 배경    | 4. 지역사회 단체 이용 홍보       |
| 1. 공공도서관의 역할                    | 5. 지역사회 언론 매체 홍보       |
| 2. 공공도서관의 홍보 전략                 | 6. 뉴스레터(소식지) 발간 홍보     |
| III. 서울의 주요 공공도서관 홍보 활동 조사 및 분석 | 7. 홈페이지를 통한 홍보         |
| 1. 서울의 주요 공공도서관의 홍보 활동 조사 및 분석  | V. 결론                  |

### 초 록

공공도서관의 홍보는 관내 홍보, 관외 홍보, 인쇄매체 홍보, 시청각 매체 홍보, 설치물 홍보, 각종 행사를 통한 홍보, 언론 매체 홍보, 캠페인, 사이버 공간, 관련 단체를 통한 홍보 등 여러 가지 관점에서 홍보 방법을 생각할 수 있지만 공공도서관 홍보를 위한 전략을 제시하면 다음과 같다. 첫째 도서관 홍보 전담 부서를 설치한다. 둘째 도서관 홍보 전담 사서를 배치한다. 셋째 도서관 홍보 예산을 수립한다. 넷째 지역사회 단체를 활용하여 홍보를 한다. 다섯째 지역사회 언론 매체를 활용하여 홍보한다. 여섯째 뉴스레터(소식지)를 발간하여 홍보에 활용한다. 일곱째 홈페이지를 통하여 홍보한다.

주제어: 홍보, 홍보 전략, 공공도서관 홍보, 공공도서관 홍보 전략

### ABSTRACT

It is thought that the various PRs of public library are the PR within the jurisdiction, outside the jurisdiction, by print media, by audio-video media, by fixture, by event, by media outlet, by campaign, through cyber space, and through associated organization. But the strategy of PR from this study is followed. First, the team for PR should be organized. Second, the librarian for PR should be distributed. Third, the budget for PR should be raised. Forth, the organizations of community should be made the full use of for PR. Fifth, the media outlet of the community should be made the best use of. Sixth, the news letter published by public library should be utilized. Seventh, the internet homepage of public library should be made good use of.

Key Words: PR, PR Strategy, Public Library PR, PR Strategy of Public Library

\* 이 논문은 2006학년도 대진대학교 학술연구비 지원으로 연구된 것이다.

\*\* 대진대학교 문헌정보학과 부교수(mslee@daejin.ac.kr)

• 접수일: 2007년 1월 23일 • 최종심사일: 2007년 3월 5일 • 최종심사일: 2007년 3월 22일

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성 및 목적

도서관의 역사는 인류역사와 함께 비롯한다. 그러나 과거의 도서관은 대부분 귀족·종교인·지식인·재력가·세력가 등의 특수 계층을 봉사대상으로 하였다. 그러던 중 2,3백여 년 전에 이르러서야 일반 대중도 지적 자원에 자유로이 접근할 수 있는 권리가 있으며, 이를 제도화하는 일은 국가와 사회의 책임이라는 자각이 일어나고, 실천에 옮기는 노력이 구체화되기 시작한 것이다. 19세기 중반에 이르러 영국·미국 등 선진국의 일부 진보적 선각자들에 의해 지식의 대중화를 위한 제도적 장치로 태어난 것 중의 하나가 바로 공공도서관이다.

공공도서관은 정부의 재정 지원으로 설치·운영되면서, 국민은 누구나 무료로 자유롭게 이용할 수 있는 시설로 근대 민주 시민사회의 대표적인 산물이라 할 수 있다.

초창기의 공공도서관은 학교 교육을 완성시키는 학교 밖의 대중교육 기관으로 출발하였으나, 그 후 급속한 사회 변천에 따라 보다 다양한 목적과 기능을 수행하면서 발전하여 왔다.

도서관과 관련된 국제기구나 선진국의 공인 기관에서는 대체로 오늘날 공공도서관의 목적을 교육, 문화, 정보 및 여가 활동으로 제시하고 있으며, 우리나라의 도서관법에서도 거의 이러한 범주로 공공도서관의 방향을 설정하고 있다. 즉 공중의 정보이용·문화활동·독서활동 및 평생교육을 위하여 설립되고, 정보 및 문화, 교육센터로서 기능을 목적으로 삼고 있다.

공공도서관은 국가나 지방자치단체 및 민법 기타 법률에 의하여 설립된 법인, 단체 또는 개인이 설립할 수 있다. 지방자치 시대에 자기 지역 사람들이 지역 공공도서관을 이용할 수 있도록 단체장이나 관장, 담당사서들의 노력이 무엇보다 중요하다.

우리나라 공공도서관에서는 대부분이 홈페이지, 뉴스레터, 현수막, 각종 행사, 강좌를 통해서 나름대로 지역사회 주민들에게 공공도서관이 하고 있는 일들을 알리기 위해서 노력하고 있다. 그러나 그 내용이나 방식이 관행적이거나, 의례적이어서 실질적인 효과를 기대한다는 것은 한계가 있다. 사서들에게 정보봉사라는 업무 외에 직전 교육에서 다루지 않은 홍보라는 전문직 업무를 맡기 것 자체가 무리가 아닌가 생각된다. 그러나 공공도서관에서 현재 이루어지고 있는 이용자를 위한 서비스 개선을 위한 노력만으로는 이용자들의 잘 못된 인식을 바로 잡아주기가 힘들 것 같아, 사서들에게 현직 연수교육을 통해서라도 홍보의 중요성을 인식시키고, 도서관 홍보를 위한 전략을 수립하여야 하겠다.

우리나라의 이용자들은 공공도서관을 아직까지 대학 입시와 취업준비 공부방이나 학생들이 이용하는 곳, 또는 책을 대출하여 주는 것 정도로 인식하고 있다. 그러므로 지역주민들에게 공공도서관이 문화공간으로서 중요하다는 것을 인식시키고, 이용하는 방법을 안내하며 교육하고, 홍보할 필

요가 있는 것이다.

본 연구의 목적은 지역사회 주민들에게 공공도서관을 정보이용·문화활동·독서활동 및 평생교육을 위하여 설립되고, 정보 및 문화, 교육센터로서 기능을 목적으로 삼고 있다는 것을 인식시키고, 공공도서관을 최대한으로 활용할 수 있도록 하기위한 공공도서관의 홍보에 관한 이론을 고찰하고 홍보 전략 방안을 제시하는 데 있다.

## 2. 연구 내용

이 연구는 서울의 주요 공공도서관의 홍보에 관한 내용을 조사하여 분석하고 홍보 전략 방안을 제시하는 것이다. 이를 위해 다음과 같은 내용을 중심으로 논의한다.

첫째 공공도서관 이용 활성화를 위한 홍보의 필요성을 안다.

둘째 서울의 주요 공공도서관에서 실시하고 있는 홍보에 관련된 활동을 파악한다.

셋째 서울의 주요 공공도서관의 홍보 현황을 분석하여 홍보 전략 방안을 제시한다.

## 3. 연구의 방법

연구를 위하여 홈페이지 조사, 문헌 조사, 전화를 통한 면담, 메일, 팩스를 통하여 설문 조사를 하였다.

조사 대상은 강남도서관, 강동도서관, 강서도서관, 개포도서관, 고척도서관, 구로도서관, 남산도서관, 도봉도서관, 동대문도서관, 동작도서관, 서대문도서관, 송파도서관, 양천도서관, 용산도서관, 정독도서관, 종로도서관 등 16개의 서울의 주요 공공도서관으로 한정하였고, 평생학습관 4개관, 어린이도서관 1개관은 제외하였다. 면담 대상자는 주로 관장과 업무 관련 실무사서와 행정실무 담당이다.

## 4. 선행 연구의 개관

### 가. 국외연구

웬드링(Wendling, 1983)<sup>1)</sup>은 "Potter PL makes the cable TV connection"이라는 논문에서 Ohio Westlake Porter 공공도서관이 지역 CATV와 공동으로 취학아동과 미취학아동을 대상으로 2 종류의 이야기 프로그램을 제작하여 공공도서관 홍보물로 사용한 사례를 기반으로 연구하였다.

1) Wendling, kathy, "Potter PL makes the Cable TV Connection," *School Library Journal*, Vol.29(1983), pp.19-22.

#### 4 한국도서관·정보학회지(제38권 제1호)

노튼(Norton, 1984)<sup>2)</sup>은 “Library public relation, new oportunites in a growing field”라는 논문에서 도서관 홍보 방향을 4 가지인 도서관 협력, 마케팅의 실제, 사서의 홍보 전문교육, 외부기관과의 상담 방법으로 설정하였다.

후커(Hooker, 1986)<sup>3)</sup>는 콜로라도 주 Boulder 공공도서관에서 자원봉사자들이 제작한 격월간 뉴스레터를 통하여 실시하고 있는 도서관 홍보에 대하여 소개하였다.

그리고 뉴저지 도서관협회(1986)<sup>4)</sup>에서는 도서관 홍보활동을 연중행사와 특별행사로 나누고, 홍보방법으로 전시, 간행물, 지역 미디어(라디오, TV, CATV)를 통한 각종 프로그램 방송, 마케팅, 모금 등으로 제안하였다.

스완(Swan, 1990)은 소규모 공공도서관의 성공적인 기금조성 방안에 대하여 연구하였다.<sup>5)</sup>

킨넬(Kinnell, 1990)은 성공적인 도서관 봉사는 홍보기술 적용과 홍보 전략의 계획에 달려 있다고 주장하였다.<sup>6)</sup> 그리고 Idaho 주 공공도서관(1992)에서는 관장과 사서들에게 도서관 홍보에 대한 설문조사를 실시하였는데 그 결과는 다음과 같다.

대부분의 응답자가 도서관의 홍보를 중요하게 인식하고 있었으며, 자기 도서관에서의 홍보 계획에 대하여는 3%만이 만족하고 있었다. 또한 홍보 예산 부족에 대한 지적이 응답자의 75%, 76%의 도서관에서 1명의 직원에 의한 홍보활동 수행, 홍보 방법과 서비스 활동 중에서 신문을 가장 선호하였다.<sup>7)</sup>

그리고 상암(Sangam, 1993)과 콘너르(Konnur, 1993)<sup>8)</sup>는 공공도서관의 홍보 활동으로 광고, 홍보, 대중매체, 다양한 미디어, 전시, 교육활동 등을 제안하고, 사서와 이용자와의 대화가 필수적이므로 사서들을 훈련시킬 필요가 있다고 주장하였다.

외국의 경우 도서관 홍보에 대한 인식이 높고, 기금조성 활동이 활발하며, 연구도 많이 되고 있다. 그리고 도서관 PR과 마케팅이 실제적으로 활발한 것으로 파악되었다.

---

2) Norton, Alice, “Library Public Relation, New Opportunites in a growing Field,” *Library Trends*, Vol.32 No.3(1984), pp.291-302.

3) Hooker Fran, “Public relations the Old-Fashioned Way: Newsletters,” *Wilson Library Bulletin*, Vol.60 No.3(1986), pp.22-26.

4) New Jersey Library Association, Plug into PR, NJLA Public Relations Handbook(New Jersey Library Association, 1986).

5) Swan, James, “Pund-Raising for the Small Public Library,” *Wilson Library Bulletin*, Vol.163(1989), pp.46-48.

6) Kinnell, Margaret E., *Planned Public Relation for Libraries*, Taylor Graham, 1990.

7) Idaho State library, *Survey Results: Idaho Public Relation Practices*, Idaho State Library, 1992.

8) Sangam, S. L. & Konnur, P. V., “Public Relations Activities in Karnataka State Public Libraries,” *IASLIC Bulletin*, Vol.38 No.4(1993), pp.169-173.

나. 국내연구

이규선(1984)<sup>9)</sup>은 “도서관 홍보에 관한 연구”라는 석사학위논문에서 우리나라 관중 별 도서관의 홍보활동에 대한 방향을 제시하였다.

홍경애(1984)<sup>10)</sup>는 “학교도서관 Public Relation에 관한 연구”라는 석사학위논문에서 30개의 학교도서관을 대상으로 홍보 실태를 조사하여 효과적인 학교도서관의 홍보 방안에 대하여 제시하였다.

안광래(1985)<sup>11)</sup>는 “도서관의 PR과 Communication Media”라는 논문에서 이용자와 도서관 직원 간의 Communication에 효과적인 미디어로는 도서관 핸드북, 게시판, 전시, 연차보고서, 도서관보, 특수화일과 색인, Reprography 설비, 개별적인 봉사 등이 있음을 제안하였다.

박명남(1988)<sup>12)</sup> “공공도서관 홍보활동에 관한 고찰”이라는 논문에서 도서관의 홍보활동을 관내활동과 관외활동으로 나누고, 관내활동으로 전시, 강좌, 독서회, 각종행사 등을 통한 홍보활동을 제시하고, 관외활동으로는 언론을 통한 홍보활동을 제시하였다.

유인순(1988)<sup>13)</sup> “공공도서관 마케팅 커뮤니케이션에 관한 고찰”이라는 논문에서 공공도서관의 홍보 관리에 있어서는 도서관 이미지 향상과 자금 유도를 목적으로 홍보할 것을 주장하였다. 효과적인 매체로 신문, TV, 도서관보, 뉴스레터, 도서목록, 도서관 안내, 편람, 만화 등을 소개하고, 효과적인 홍보 방법으로 공익광고협의회, 도서관협회 등 단체를 통한 홍보와 도서관주간, 독서주간 행사를 통한 홍보를 제시하였다.

신민주(2004)<sup>14)</sup>는 “공공도서관 홍보에 관한 연구”라는 석사학위 논문에서 공공도서관의 홍보 효과를 극대화하기 위하여 적극적인 홍보활동, 지속적인 홍보활동, 체계적인 홍보활동, 홍보정책 개발과 대중매체를 이용할 것을 제안하였다.

국내의 경우 도서관 홍보에 대한 인식이 비교적 낮고, 기금조성 활동은 거의 전무이며, 연구도 많지 않다. 대개의 연구는 관내와 관외 홍보활동 그리고 각종 행사를 통한 홍보를 제시하고 있다.

본 연구에서는 서울의 중요 공공도서관의 홍보활동 현황을 조사하여 분석하고 한국의 공공도서관에 현실에 알맞은 홍보 방안을 제시하고자 한다.

9) 이규선, 도서관 Public Relation에 관한 연구(석사학위논문, 이화여자대학교 대학원 문헌정보학과, 1984), pp.1-81.  
 10) 홍경애, 학교도서관 Public Relations에 관한 연구(석사학위논문, 이화여자대학교 대학원 문헌정보학과, 1984), pp.1-102.  
 11) 안광래, “도서관의 PR과 Communication Media,” 도협회보, 제26권, 제4호(1985. 4), pp.10-19.  
 12) 박명남, “공공도서관 홍보활동에 관한 고찰,” 대구시립도서관보, 제10권(1988. 3), pp.70-78.  
 13) 유인순, “공공도서관 마케팅 커뮤니케이션에 관한 고찰,” 도서관학논집, 한국도서관정보학회, 제17집(1988), pp.145-173.  
 14) 신민주, 공공도서관 홍보에 관한 연구(석사학위논문, 부산대학교 대학원 문헌정보학과, 2004), pp.1-64.

## II. 공공도서관의 역할과 홍보에 관한 이론적 배경

### 1. 공공도서관의 역할

공공도서관은 공중의 정보이용·문화활동·독서활동 및 평생교육을 위하여 국가 또는 지방자치단체가 설립한 도서관이나 공중에게 개방할 목적으로 민간기관 및 단체가 설립한 도서관을 말한다.<sup>15)</sup> 그리고 소규모의 비영리 독서시설인 문고, 장애인도서관, 병원도서관, 병영도서관, 교도소도서관, 어린이도서관 같은 시설을 공공도서관의 범주 안에 포함하고 있다.

또한 특별시·광역시·도·특별자치도는 해당 지역의 도서관 시책을 수립하여 시행하고 이와 관련된 서비스를 체계적으로 지원하기 위하여 지역대표도서관을 설립·운영하여야 한다.<sup>16)</sup>

공공도서관이 오늘날의 근대적 개념으로 사용하게 된 것은 영국의 경우 공공도서관법(Public Library Act) 성립으로부터 비롯되었고<sup>17)</sup> 미국은 영국의 영향을 받아 19세기 초에 지방행정기관으로부터 재정지원을 받는 공공도서관들이 생겨나게 되었다.

1876년 미국 교육성에 제출된 보고서에서 풀(Pool)은 “공공도서관은 주법에 의해 설립된 기관으로 지방세나 자선기금으로 유지되며 공공관리위원회가 관리하고 그 도시나 마을의 모든 주민이 동등하게 대출과 참고 봉사를 받을 수 있는 곳이다.”<sup>18)</sup>라고 정의하였다.

한편 공공도서관을 근대개념으로 구체화시킨 영국의 에드워드 에드워즈(Edward Edwards, 1812-86)는 공공도서관 일반 원칙에서 “모든 시민에게 무료로 개방되고 비용은 세금으로 충당되며 유지되는 도서관이다.”<sup>19)</sup>라고 하였고, ALA에서는 “열람·조사·연구를 위해 정리, 관리된 도서 및 유사한 자료를 수집하고 이를 정리 관리하고 있는 방”이라고 정의하였다.

우리나라는 1895년에 유길준의 『서유견문』에 소개한 「서적고」를 통해서 서양 도서관의 아이디어를 도입했으며 1906년에 설립하여 서적 발간과 공중에게 무료로 열람시켰던 「대동서관」이 사립 공공도서관의 효시이다.<sup>20)</sup> 공공도서관이야 말로 세금에 의해 지원되며 장서, 설비, 봉사가 모든 시민들에게 차별 없이 개방되는 사회기관이라<sup>21)</sup> 할 수 있다.

다시 말하면 공공도서관의 현대적 의미는 공개되는 도서관, 공비로 운영되는 도서관, 무료로 이용되는 도서관으로 지역 주민들의 정보원이요, 문화 활동 공간이요, 독서활동의 장, 자기 교육의

15) 도서관법, 제1장 제2조 4항(2006.10.4 법률 제8029호)

16) 동법, 제22조 1항.

17) 이용남, “근대 도서관 개념의 형성과정에 관한 연구,” 한성대 논문집, 제14호(1990. 12), p.300.

18) 홍의균, 근대 공공도서관 발전의 배경에 관한 연구(석사학위논문, 이화여자대학교 대학원 문헌정보학과, 1986), p.34.

19) 이만수, 공공도서관 길라잡이, 상(서울 : 한국학술정보, 2003), p.58.

20) 유만철, 공공도서관 기능의 활성화를 위한 실태분석(석사학위논문, 성균관대학교 행정대학원, 1991), pp.7-8.

21) 홍의균, 상계논문, p.1.

장이며 여가 선용의 장으로 활용되는 종합적인 사회교육 센터이다.

공공도서관은 역할은 문화유산의 원천으로서 기초 학문을 개발하고 각 전문 분야를 세분하여 새로운 이념과 철학을 추구하게 하고 시민의 대학으로서 지식의 대중화에 기여하며, 정신 개발과 시민 생활 향상에 공헌하여 문화 발전의 원동력이 된다.

유네스코 공공도서관 선언문에 기술되어 있는 ① 끊임없이 스스로 자기 교육을 발전시켜 가도록 할 것 ② 모든 지식 분야의 발달에 뒤떨어지지 않게 할 것 ③ 표현의 자유와 모든 공공문제에 대하여 건설적이며 비판적인 태도를 유지케 할 것 ④ 자신의 국가와 세계의 보다 훌륭한 사회적, 정치적 시민이 되도록 할 것 ⑤ 일상생활의 활동에 있어서 더욱 유능한 기능을 발전시킬 것 ⑥ 예술과 문학에 있어서 그들의 창조력과 감상력을 발전시킬 것 ⑦ 전반적인 지식의 증진에 기여하게 할 것 ⑧ 여가의 시간을 개인적인 행복과 사회적인 번영을 증진시키는데 활용토록 할 것과 같은 8개 항의 격려조항을 보면 봉사 활동을 위한 기능을 알 수 있다.<sup>22)</sup> 또 1995년 3월에 확정된 공공도서관 선언 개정문에 나타난 공공도서관의 기능을 정리해 보면 ① 독서의 습관화 ② 교육의 지속화 ③ 창조력의 증진 ④ 문화의 진흥 ⑤ 역사의 계승 ⑥ 정보의 배포 ⑦ 준 문맹자의 퇴치와 같은 7개의 항목으로 나눌 수 있다.<sup>23)</sup>

위와 같은 의미에서 고찰해 볼 때 공공도서관은 문화의 창달에 기여하고 경제 발전에 필요한 지식과 정보를 제공하며 국민 교육의 기능을 갖고 있다. 또한 공공도서관의 기능을 문화적 기능, 문화 전달자로서의 기능, 사회교육적 기능<sup>24)</sup>과 다음과 같이 지역 사회 정보센터, 지역 사회 문화센터, 독서교육센터, 평생 교육기관으로 나누어 생각할 수 있다.

#### 가. 지역사회 정보센터이다.

유네스코의 공공도서관 선언문에는 “공공도서관은 모든 이용자가 다양한 종류의 지식과 정보를 간편하게 얻을 수 있게 하는 지역 사회의 정보 센터이다.”<sup>25)</sup> 라고 하는 공공도서관의 정보 센터 기능을 천명하고 있으며, 공공도서관은 “자료의 수집·정리·보존·축적 및 공중 이용, 공중에 필요한 정보의 제공, 지방 행정 및 산업 분야에 필요한 정보의 제공” 등과 같은 정보 센터로서의 역할을 할 수 있도록 법적 근거가 마련되어 있다.

공공도서관은 지역 사회 주민들의 정보 욕구를 충족할 수 있도록 적시에 신속 정확하게 제공해 주고 안내해 줄 수 있는 지역 사회 정보 센터이다. 일반자료는 물론 최신의 학술 정보와 다양한 일상생활 정보 전반에 자료 즉 그 지역 사회에서 출간되는 자료, 공공기관의 출판물, 향토 자료, 취업, 관광, 구인, 특산물의 가격과 수요 및 공급, 산업 현황과 전망, 계절에 따른 농수산물의 가격

22) 한국도서관협회, 상계서, p.13.

23) 현규섭, “유네스코 공공도서관 선언의 개정과 의의,” 도서관문화, 제297권(1996. 4) p.10.

24) 이희권, 강원지역 공공도서관 발전 방안에 관한 연구(석사학위논문, 청주대학교 대학원, 1992), pp.17-20.

25) 현규섭, 상계논문, p.5.

과 수요 및 공급, 인적 자원, 부동산 정보, 자동차 매매 정보, 교육, 교통, 노인문제, 복지 문제 등, 기타 지역 사회 개발 및 발전에 필요한 각종 정보 체제를 구축하고 개발하여 지역사회 주민들을 돕는 봉사 기관이다. 공공도서관은 지식과 경험의 자료 즉 최신의 과학, 기술, 의료, 법률, 교육, 문화 등에 걸친 학술 정보나 다양한 생활 정보를 신속히 수집해서 지역 주민들에게 편리하게 이용할 수 있도록 해야 한다.

#### 나. 지역사회 문화센터이다.

유네스코 공공도서관 선언문의 공공도서관 임무에서 “⑤ 전통 문화 인식, 예술, 과학의 업적이나 혁신에 대한 인식의 촉진 ⑥ 모든 공연 예술의 문화적 표현과 접촉할 수 있게 함 ⑦ 이문화간의 교류를 조장하고 다양한 문화가 공존할 수 있도록 함.”<sup>26)</sup>이라고 하는 공공도서관의 문화의 진흥 기능을 천명하고 있으며 영국도서관 협회의 공공도서관 목적에는 “공공도서관은 개인의 적극적인 방법으로 예술 활동에 참여할 수 있는 센터이며, 공공도서관의 사서는 문화 행사의 발안자 및 조직자로서의 역할을 담당하고, 공공도서관의 사서가 지방 사회단체 및 문화 단체와 유대를 갖도록 권장한다.”와 같은 내용을 명시하고 있는데 그 속에는 공공도서관의 문화적 기능이 잘 요약되어 있다.

몬로는(Monroe)<sup>27)</sup> “지역사회의 문화 관련 자료 요구에 대한 봉사, 지역 사회에 예술 공연 및 전시 시설의 제공, 지역 사회 문화 단체 간의 예술 활동 프로그램의 조정, 문화 기관들의 조직망 개발, 인간적인 가치를 문화 활동으로 구현하도록 하는 활동에의 협력, 예술의 경험에 필요한 문화적 소양의 제공” 같은 공공도서관의 문화 활동 내용의 모델을 제시하였다.

도서관법에는 「공공도서관은 정보 및 문화, 교육센터로서 수행하여야 할 기능을 발휘할 수 있도록 자료의 수집·정리·보존 및 공중에 이용 제공, 공중에 필요한 정보의 제공 및 지방행정에 필요한 정보의 제공, 독서의 생활화를 위한 계획의 수립 및 실시, 강연회, 전시회, 독서회, 문화행사 및 평생교육 관련 행사의 주최 또는 장려, 다른 도서관과의 긴밀한 협력 및 자료의 상호대차, 지역 특성에 따른 분관 등의 설립 및 육성, 그 밖에 공공도서관으로서의 기능수행에 필요한 업무 등의 다음 각 호의 업무를 수행한다.」라고 명시되어 있다.<sup>28)</sup>

특히 강연회, 전시회, 독서회, 문화행사 및 평생교육 관련 행사의 주최 또는 장려(제4장 제28조)라는 기능은 지역 사회 문화 센터로서의 역할을 할 수 있도록 법적 근거가 마련되어 있다.

공공도서관은 지역 사회 주민들을 위하여 시설을 개방하고 각종 전시회나 세미나, 영화감상, 발표회 강습회뿐만 아니라 어린이나 노인, 장애인들의 문화 활동을 돕는 프로그램을 개발하고 제공해야 한다. 또한 지역 사회 문화제에 대한 자료를 향토 사료관이나 문화원, 박물관, 향교 등 지방 문화

26) 현규섭, 전개논문, p.5.

27) Monroe, E. Magaret. The Cultural Role of the Public Library, Vol.11(New York : Academic Press, 1981), pp.6-14.

28) 도서관법, 제4장 제28조(2006.10.4 법률 제8029호)

에 관련된 기관과 연계하여 열람하며 안내하는 역할을 담당해야 한다.

공공도서관은 지역 사회 주민들이 변화하는 정보 시대에 능동적으로 대처하여 살아 갈 수 있도록 교육 및 문화적 욕구에 필요한 도서관 자료를 체계적으로 정리하여 봉사하고 지역 사회의 전통 문화를 중심으로 각종 문화 행사를 주최하는 지역 사회 문화 센터이다.

#### 다. 독서교육센터이다.

도서관법 제4장 제28조에는 공공도서관의 업무를 다음과 같이 제시하고 있는데, 특히 교육센터로서 수행하여야 할 기능을 발휘할 수 있도록 “독서의 생활화를 위한 계획의 수립 및 실시”, “강연회, 전시회, 독서회, 문화행사 및 평생교육 관련 행사의 주최 또는 장려”의 업무를 수행한다고 밝히고 있다.

공공도서관에서는 독서교육 내실화를 위한 여름과 겨울 방학을 이용하여 독서교실을 운영하고, 4월 12일부터 19일까지 도서관 주간, 4월 23일 세계책의 날, 5월 첫째 주 어린이 독서주간, 각종 독서회 운영, 10월 독서의 달 행사 등 해마다 다양한 행사를 하고 있다. 또한 공공도서관에서는 문화학교 운영을 통하여 독서, 자녀독서지도, 동화구연, 논술 강좌, 독서치료 등 독서와 관련된 다양한 프로그램을 운영하고 있다.

독서는 아무리 강조하여 지나침이 없는 것이다. 빌 게이트는 “오늘날 나를 있게 한 것은 우리 마을 도서관이었다.”라고 하였다. 어릴 때부터 도서관을 이용하며 꿈을 끼웠고 독서를 통해서 얻은 아이디어로 세계적인 컴퓨터 프로그램 전문가가 된 것이다. 또한 미국의 토크쇼 진행자, 오프라 윈프리도 책을 읽었다. 그녀는 자신이 불우했던 어린 시절을 이겨낼 수 있었던 것은 책이 없었다면 불가능했을 것이라고 말하였다. 위인의 이야기가 담긴 책을 보면서 꿈과 희망을 키우며 흑인이라는 인종적 콤플렉스를 벗어날 수 있었다는 것이다. 북 클럽을 조직해 책 읽는 문화운동을 조성하고, 일주일에 두 번은 유명한 저자를, 자신의 쇼에 출연시키면서 많은 사람들에게 책읽기의 중요성을 강조하고 있는 오프라 윈프리 그녀의 희망은, 미국을 다시 책 읽는 나라로 만든 것이다.

헐리우드의 경쟁력은 책에서 비롯되었다. 오늘의 헐리우드를 지탱하고 있는 유명 배우 및 감독들의 이야기 이다. 다이하드와 클리프행어를 감독한 레니할린, 타이타닉과 터미네이터 3을 감독한 제임스 카메론, 트루 라이즈와 블루 스틸 그리고 완다라는 이름의 물고기 등에 출연했던 지성파 여배우 제이미 리 커티스는 책읽기의 중요성을 강조하였다.

헐리우드 영화배우의 대부격인 헐리우드 명예시장 자니 그랜트는 “하루 일과 중 30-40%의 시간을 책읽기에 할애하지 않으면 이곳에서 버틸 수가 없다.”고 하였다. 한국의 대표적인 IT 기업인, 한국의 컴퓨터 바이러스 백신 전문가 안철수 박사도 역시 어렸을 때부터 독서광으로, 도서관에서 읽은 책을 통하여 꿈을 키웠다. 삼성그룹의 창업자인 故 이병철 회장은 해마다 정초에 일본에 가서 기업경영과 하이테크에 관한 책을 사서 읽고, 이른 바 동경 구상을 하였다고 한다. 오늘날 삼성전자

가 세계적인 반도체 기업이 된 것은 바로 고 이병철 회장의 독서에 기인한 것이라 생각한다.<sup>29)</sup>

공공도서관에는 어린이를 위한 공간을 만들게 되어 있다. 오늘날은 지방자치 단체에서 어린이 도서관을 건립하고 있다. 공공도서관은 종이 책 뿐만 아니라 전자책(e-book)이나 멀티미디어 책을 통해서 독서하는 독서교육의 장이다. 책 읽는 사람이 세상을 바꾸는 것이다.

#### 다. 평생교육기관이다.

현대는 과학 기술의 발달, 매스컴의 발달, 정보의 급증, 경제적인 수준 향상, 생활양식의 변화 등, 급격한 사회 변화로 평생교육이 요청된다. 평생교육은 연령의 제한 없이 누구에게나 기회가 주어지며 생애를 통한 계속적인 학습과 변화하는 사회에 적응과 삶의 질적 향상을 추구하는 모든 교육 체계와 교육적 노력이라 할 수 있다. 오늘날은 지식기반사회로서 교육이 학교교육으로 끝나는 것이 아니라 평생 동안 정보 자료를 통하여 스스로 학습하고 새로운 정보를 얻어서 생활하고 있다. 사람은 요람에서 무덤까지 배우고 익히는 것이다. 우리나라 헌법에 평생교육 조항에 있으며,<sup>30)</sup> 교육인적자원부에서도 평생학습국 설치하여 국민들이 평생을 통하여 자신의 교육에 관심을 가질 수 있도록 국가적으로 정책을 펴가고 있다.

유네스코 공공도서관 선언문에는 “① 어린 시절부터 아동의 독서습관을 증진 창발시키며 이를 더욱 강화한다. ② 각 단계별로 이룩되는 정규교육에 대한 지원과 개인적 내지는 자주적으로 이루어지는 교육을 지원한다.”<sup>31)</sup>고 하는 공공도서관의 임무를 제시하여 공공도서관의 평생 교육적 기능을 강조하고 있다.

우리는 학교교육을 마치고 사회에 진출하여 직장에서 근무하면서 직전교육에 만족할 것이 아니라 변화하는 정보사회를 살아가기 위해서는 부단히 연구하고 공부하여야 한다. 다시 말하면 직무교육과 교양 교육을 위하여 자기 연수를 해야 하는 것이다.

공공도서관은 바로 자기 연수의 장이며 지역 사회의 어린이로부터 노인에 이르기까지 남녀노소를 막론하고 누구든지, 언제나 가까이 있어 찾아 갈 수 있는 편안한 휴식처요, 만남의 장소요, 스스로 자료를 찾아 조사 연구하고 새로운 지식을 터득할 수 있는 자기 교육 기관이다.

## 2. 공공도서관의 홍보 전략

### 가. 홍보의 개념

홍보란 대체 무엇인가? 한국홍보학회에서는 Public Relations를 홍보로 의역하여 사용하기로

29) 공사창립 특집 KBS 스페셜, TV책을 말하다, 1부 그들은 책을 읽었다.(2002.3.3 방영) 중에서

30) 헌법 제29조 5항.

31) 현규섭, 전개논문, p.3.

하였다.<sup>32)</sup> 본 논문에서도 PR과 홍보는 같은 의미로 사용한다.

홍보라는 뜻은 대중과의 관계로서 조직이 그의 사회적 환경이 되는 공중과의 원활한 관계를 유지하고자 하는 커뮤니케이션 활동과 그를 대행하거나 조력하는 모든 활동이다.<sup>33)</sup>

마케팅 홍보전문가인 박영만은 홍보를 “존재하고 있음을 널리 알리는 것”이라고 정의하고, 홍보는 ‘있는 사실’을 최대한 바람직하고 좋은 쪽으로, 고객을 위해 관계를 맺고 좋은 정보를 알려주는 것이라고 주장하였다.<sup>34)</sup>

일반적으로 PR이란 개인, 기업 또는 일반조직의 이미지 조성 내지는 좋은 이미지를 만드는 활동을 뜻한다.<sup>35)</sup> PR에는 광고 선전, SP(세일즈 프로모션), 캠페인, 이벤트, 문화 활동, 사회공헌에 이르기까지 사회와의 다양한 커뮤니케이션이 포함되는 것이다.<sup>36)</sup>

홍보를 나타내는 용어는 Public Relations(PR), Publicity, Promotion 또는 대민 봉사를 강조하는 Community Relation(CR) 등이 있다.<sup>37)</sup>

문헌정보학용어사전<sup>38)</sup>에서는 도서관 홍보를 “도서관업무나 서비스를 이용자에게 알려 이에 대한 이용자들의 이해를 증진시키기 위한 도서관 및 정보센터의 적극적인 활동”이라고 말하고 있다.

공공도서관의 홍보는 넓은 의미로 행정 홍보의 일부분이다. 행정 홍보는 행정당국이 주민의 의견이나 태도를 반영하여 정책이나 서비스를 반성 개선하며, 또한 다양한 매체를 통하여 정책이나 서비스를 스스로 반성하는 것을 의미한다.<sup>39)</sup>

그러므로 공공도서관의 홍보는 일반적인 행정 홍보와 같이 지역사회나 공중의 이해와 지지를 얻고, 신뢰와 협력을 가지고 올 수 있도록 하는 모든 표현 수단을 통하여 도서관의 성격을 공중이나 그 지역사회에 주지, 전달하여 많은 사람으로부터 호의를 얻도록 도서관의 실태를 알려주는데 있다.<sup>40)</sup>

공공도서관에서 홍보는 일종의 도서관 경영전략의 하나이다. 공공도서관에서 전략 대상은 Public 즉 대중, 이용자, 지역주민이며, 전력 경영이란 이용자 관리의 전략적 운영이다.

오늘날 공공도서관에서의 PR의 대상은 「도서관 전문가가 아닌 지역주민, 이용자 즉 공공도서관을 이용하거나 경영에 영향을 미치는 계층」을 말한다.

일반적으로 「첫째 홍보는 공공성의 원리에 입각한다. 둘째 홍보는 쌍방적이고, 설득적인 커뮤니

32) 윤희중, 신호장 편저, PR 전략론(서울 : 도서출판 책과 길, 2000), p.11.

33) 오두범, PR 커뮤니케이션(서울 : 나남출판사, 1991), pp.25-31.

34) javascript:jwopen('/community/popup\_intro.php?c\_class=164,528,444,'yes','no'); [인용 2007.2.18]

35) 시노자키 료이치 지음, 장상인 옮김, 홍보, 머리로 뛰어라(서울 : 월간조선사, 2004), p.26.

36) 시노자키 료이치 지음, 장상인 옮김, 상계서, p.27.

37) 신민주, 전개논문, pp.14-15.

38) 사공철 등, 문헌정보학용어사전(서울 : 한국도서관협회, 1996), p.436.

39) 신민주, 상계논문, p.15.

40) 한국도서관협회, 도서관정보관리편람(서울 : 한국도서관협회, 1994), p.274.

케이션이다. 셋째로 홍보의 목적은 대중의 이해와 신뢰의 획득이다.」라는 특징을 가지고 있다.

#### 나. 홍보의 필요성

현대 사회는 PR 시대이다. 개인은 물론 조직에 있어서 홍보의 중요성이 강조되고 있다.

기업은 말할 것도 없고, 국가나 행정기관에도 홍보 담당부서를 두어 조직의 홍보를 하고 있다. 대학까지도 홍보처 또는 홍보과를 두어 대학의 이미지를 제고 시키고 신입생을 유치하고 있다.

공공도서관도 지역주민들에게 도서관 현황과 운영 상황, 그리고 특별한 프로그램에 대하여 다양한 방법과 매체를 활용하여 홍보를 할 필요가 있다. 그래야만 공공도서관에 대한 지역주민의 인식이 바뀌고, 이용률이 올라 갈 수가 있는 것이다.

실제로 연구자인 본인도 지역사회 도서관에서 주관하는 행사가 무엇인지 잘 모른다. 물론 거리가 멀고, 지역사회 공공도서관을 이용하지 못하는 면도 있지만 대체적으로 홍보가 찾아 볼 수 없다. 그러나 소위 주민자치센터라고 말하는 동사무소에서 다른 일로 갔다가 우연히 지역사회 소재 공공도서관 리프렛을 발견한 적이 있다. 참으로 반갑고 기뻐다. 내용이야 둘째 치더라도 홍보 전단이 있다는 사실에 놀랐다. 문헌정보학을 전공하는 연구자이니까 그럴까? 일주일 후 일부러 다시 동사무소를 찾았더니 그 당시 있었던 리프렛이 1장만 남고 없었다. 누군가가 관심이 있어 가지고 갔을 것을 생각하니 다시 한 번 홍보의 중요성을 느끼게 되었다. 리프렛을 두기만 하여도 홍보가 되는데 적극적인 방법을 통하여 홍보를 한다면 많은 성과가 있을 것으로 예상된다. 홍보의 필요성을 다시 한 번 느끼게 되었다.

#### 다. 홍보의 방법

홍보를 성공적으로 수행하기 위한 과정은 조사(research), 행동계획수립(Action Planning), 커뮤니케이션(communication), 평가(evaluation)이다. 모든 홍보 계획은 정보를 수집하고 과정을 선택하고 계획을 수립, 시행하고 계획에 대한 결과를 평가한다.

오늘날 우리나라 공공도서관에서 주로 활용하고 있는 홍보 방법은 크게 관내 홍보 활동, 관외 홍보 활동으로 나눌 수 있으며, 구체적인 방법으로 인쇄매체 이용 홍보, 시청각 매체 이용 홍보, 설치물 이용 홍보, 각종 행사 이용 홍보, 언론 매체 이용 홍보, 캠페인 이용 홍보, 사이버 공간 이용 홍보 등으로 나눌 수 있다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

##### ① 인쇄 매체 이용 홍보

인쇄매체는 제작이 어렵지 않으며, 시간과 비용이 비교적 적게 들고, 대상자와 장소에 구애받지 않고 이용이 가능한 방법이다. 그러나 인쇄매체는 지나치게 많이 이용되어 대상자들에게 다소 거부감이 있을 수 있다. 특히 디지털에 익숙한 청소년들에게는 더욱 그러하다.

홍보에 이용되는 인쇄 매체로는 뉴스레터(소식지), 도서관 이용 안내 팸플렛, 도서관 이용 리프렛, 프로그램 운영 리프렛, 신착도서 안내, 도서관 홍보 포스터 및 표어, 권장도서 목록, 홍보용 만화, 독서회 회보, 문집 등이다.

#### ② 시청각 매체 이용 홍보

홍보에 이용되는 시청각 매체는 비디오테이프, 슬라이드, CD, VOD, 파워 포인트 등이다.

가장 많이 이용되는 시청각 매체는 홍보용 비디오이다. 그리고 디지털 시대에 청소년들에게는 CD와 VOD도 많이 이용되고 있다. 그러나 주로 제작이 까다로워 외부 제작에 의하고, 비용이 많이 든다.

#### ③ 설치물 이용 홍보

설치물 이용 홍보는 현재 도서관에서 가장 보편적으로 이용하는 홍보 방법이다. 설치물 이용 홍보 방법은 게시판이나 현수막(플래카드)을 이용한 홍보로 관내와 관외에 설치한다.

게시판 이용 홍보는 도서관 소식, 행사 안내, 신착도서 안내, 신간 안내, 각종 강좌 안내 등이다. 현수막(플래카드) 이용 홍보는 각종 행사나 캠페인에 많이 사용한다.

특히 관외 홍보는 특정 지역, 동사무소, 아파트 단지, 대로 변, 육교, 교차로, 지하철, 버스정차장, 쇼펜센터 등에서 게시판, 현수막(플래카드), 광고판을 이용하는 홍보이다.

#### ④ 각종 행사 이용 홍보

각종 행사 이용 홍보는 주로 전시회, 강연회, 시낭송회, 음악회, 평생학습 축제, 특별 강좌, 문학의 밤, 동화구연대회, 독후감 발표회, 음악연주회, 시화전 등 공공도서관에서 실시하는 각종 행사를 통하여 지역 주민들에게 공공도서관에 대해서 알리는 것이다.

#### ⑤ 언론 매체 이용 홍보

언론 매체 이용 홍보는 비교적 짧은 시간에 많은 이용자에게 가장 설득력 있게 홍보할 수 있는 방법이다. 그러나 막대한 예산이 소요되어 공공도서관에서 이용하기는 매우 어려운 실정이다. 이용할 수 있는 언론 매체로는 일간지, 주간지, 지방 신문, 자치 단체의 뉴스레터, 방송국, 케이블 TV 등이다.

#### ⑥ 캠페인 이용 홍보

캠페인 방법은 적극적인 홍보 방법 중의 하나이다. 사서가 관외에서 직접 홍보하는 방법이다. 보통 도서관 주간이나 독서의 달에 대로변이나 지하철 등 사람이 많이 통행하는 곳에서 피켓이나

플래카드, 리프렛을 이용하여 직접 홍보하는 방법이다. 요즈음은 선거나 상업적인 가두 캠페인이 많아서 지역주민들이 별로 관심을 갖지 않은 경우가 많은 편이다.

⑦ 사이버 공간 이용 홍보

오늘날은 지식기반사회로 사이버 공간을 이용하는 시대이다. 바로 홈페이지, 블로그, 핸드폰을 이용하는 홍보 방법이다. 1인 1 PC의 보급과 함께 사이버 공간에서의 홍보가 가장 활발하게 이용되고 있다. 사이 공간을 이용하는 홍보는 저렴하면서도, 특히 청소년들 층에게 가장 효과가 있는 방법이다. 공공도서관 홈페이지, 사서 개인 홈페이지, 카페, 블로그가 많이 이용되며, 요즈음은 핸드폰도 많이 이용되고 있다.

⑧ 관련단체 이용 홍보

공공도서관과 관련이 있는 단체는 문화관광부, 행정자치부, 시도교육청, 지방행정관청(도청, 특별시청, 광역시청, 시청, 구청), 국립중앙도서관, 국회도서관, 한국도서관협회, 한국사서협회, 한국간행물윤리위원회, 대한민국사서공동체(도메리), 사서e-마을, 아침독서추진본부, 도서관옆신호등, 전국독서새물결모임, 한국독서능력개발원, 독서문화연구소, 독서교육연구소, 한우리독서문화운동본부, 국민독서문화진흥회, 한국독서지도연구회, 책사랑, 어린이 도서 연구회, 좋은 책 읽기 가족모임, 책으로 따뜻한 세상을 만드는 사람들, 어린이 책 읽새, 글나라, 북퀴즈 독서신문 등이다. 이러한 단체에서 발간되는 뉴스레터, 홈페이지, 소속 단체의 개인 블로그, 각종 인쇄물, 행정 책임자(장)의 강연이나, 교육을 통하여 공공도서관을 홍보하는 방법이다.

캐나다 Richmond 공공 도서관의 홍보 사례<sup>41)</sup>를 소개하면 다음과 같다.

캐나다 브리티쉬 콜롬비아 주에 위치하고 있는 Richmond 도서관은 세 곳에 분관을 둔 공공도서관으로 전체 장서가 35만권 연간 이용자 수가 120만 명에 이른다. Richmond 주민 10명 중 9명이 (약 14만명) 도서관 카드를 가지고 활발하게 도서관을 이용하고 있으며, 연간 대출량이 200만권에 이른다. (1998년 통계) 지난 4월, Richmond 도서관은 세 곳 도서관 지점을 왕복하며 도서를 실어 나르는 서틀 밴(Van)을 새롭게 단장, 적극적인 도서관 홍보에 나섰다. 밴, 트럭, 버스 등의 운송 수단들을 이용한 차량 그래픽은 상품이나 기업 이미지를 효과적으로 전달할 수 있는 새로운 광고 매체로서 주목받고 있다. 차량용 광고는 어떤 회사가 그 트럭이나 밴을 소유하고 있는지를 말해줄 뿐만 아니라 중요한 마케팅 메시지를 전달할 수 있는 수단이다. Richmond 공공도서관은 이러한 선진 마케팅 기법을 도서관에 도입하여, 주민들을 공공도서관으로 끌어들이기 위한 도서관 홍보 프로그램을 고안하였다. Richmond 도서관은 오래 전부터, 비즈니스 접근방법을 도입하여 도서관 시스템을 성공적으로 운영해

41) 3M Library News, 제8호.

왔었기에 이번 프로그램을 실행한 것도 그리 놀라운 일은 아니다.

사람들이 도서관에 오고 싶은 마음이 들도록 하기 위해 도서관 활동을 하는 사람들의 생생한 사진과 도서관 홈페이지 주소가 쓰인 그래픽을 3M의 스키치프린트 그래픽을 사용하여 시공하였다. 윈도우 전용 필름으로 인해 뱅 내부에 있는 사람은 그래픽을 통해 안에서 밖을 볼 수 있지만 바깥에 있는 사람들은 안이 보이지 않아 이동 중인 도서관 자료의 보안도 유지할 수 있다. 또한 재귀반사의 특징을 가지고 있는 3M 필름은 깜깜한 밤 또는 시야가 어두운 동틀 무렵, 해질 무렵에 훨씬 선명하게 보이므로 아이들이 길을 건널 때 뱅이 오고 있는 것을 쉽게 알아차릴 수 있으며, 다른 차량이나 사이클을 타는 사람들에게도 교통사고를 예방하는 효과가 있다.

눈에 잘 띄고 관심을 끌기 위해서는 사람들로 하여금 감정을 갖도록 자극을 줄 수 있는 광고가 효과적이다. Richmond 공공도서관의 그래픽 이미지는 행인들의 감정을 불러일으키기에 충분하다. 호기심 어린 표정을 짓고 있는 아이의 얼굴은 도서관이 그에 관한 답을 가지고 있다는 것을 보여준다. 행인들로 하여금 도서관의 다양한 기능들에 대해 주지시켜 주는 그래픽은 “그래, 도서관에서 시간을 보낼 때는 참 즐거워”라는 감정을 자연스럽게 불러일으킨다.

“Richmond 공공도서관은 홈페이지 주소(yourlibrary.ca)를 적극적으로 홍보하는 동시에 우리 도서관의 서비스를 지역 주민들 마음속에 깊이 새기고 있습니다.”라고 도서관 위원회 의장인 Perry Mazzone씨는 말한다. “중요한 것은, 가만히 있지 않고 우리가 먼저 고객에게 손을 내미는 것입니다. 3M 실사출력을 이용한 새로운 서틀 뱅은 아이, 청소년, 노인, 그리고 학생들이 도서관을 재미와 배움의 장소로 이용하는 이미지를 잘 표현하고 있습니다.”

“도서관 직원들은 새롭게 변신한 뱅에 대해 매우 자랑스러워하고 있습니다. 화려하고 대담할 뿐만 아니라 도서관의 이미지를 멋지게 전달하고 있지요, 서틀 뱅은 도서관 지점 간에 책을 날라줌으로써 고객이 필요로 하는 자료를 원하는 장소에서 대출하고 원하는 장소에 편리하게 반납하도록 해줍니다. 또한 몸이 불편한 노인이나 장애인과 같이 도서관을 직접 나오기 힘든 사람들을 위해 책이나 멀티미디어 자료들을 배달해 주는 역할도 하고 있습니다.

Cate MacNeely 부관장은 이렇게 덧붙인다. “우리는 이제 고객을 끌어오기 위해 적극적으로 나섰습니다. 매우 멋지고 세련된 방법으로 말이죠”<sup>42)</sup>

진해시립동부도서관에서는 홍보영상물(홍보영상물 1식: DVD 10장, CD 100장 등)을 제작하기 위하여 용역계약 건적 제출을 공고하였다.<sup>43)</sup>

42) <[http://203.241.185.12/asd/read.cgi?board=clipinfo&y\\_number=611&nnew=2](http://203.241.185.12/asd/read.cgi?board=clipinfo&y_number=611&nnew=2)> [인용 2007. 2. 18], 도솔방 - 도서관 클리핑 정보원

43) 진해시 공고 2006 - 958호(2006. 12. 11).

### Ⅲ. 서울의 주요 공공도서관 홍보 활동 조사 및 분석

서울의 주요 공공도서관에서 실시하고 있는 홍보 활동 현황을 조사하고, 분석하면 다음과 같다.

#### 1. 서울의 주요 공공도서관의 홍보 활동 조사 및 분석

##### (1) 홍보 전담 부서의 유무

조사 대상 서울의 공공도서관에서는 홍보를 전담하는 부서가 따로 없는 것으로 나타났다. 현재 공공도서관에는 업무에 비하여 비교적 직원이 부족하며, 평일 연장 근무, 주 5일제 근무와 새롭게 대두되고 평생교육 관련 행사, 이용자가 원하는 서비스를 감당하기가 턱없이 부족한 인력이다. 또한 공공도서관이 수익을 창출하거나 운영이 홍보에 의하여 좌우되는 것이 아닌 공공기관이기 때문에 더욱 홍보 전담 부서가 없는 것으로 생각된다.

##### (2) 홍보 전담 부서의 이름

홍보전담 부서가 따로 없기 때문에 따라서 전담 부서 명칭은 없는 것으로 나타났다.

##### (3) 홍보 업무 담당 부서의 유무

홍보 전담 부서는 없지만 홍보를 담당하고 있는 부서는 있는 것으로 나타났다.

##### (4) 홍보 담당 사서의 유무

홍보를 담당하는 부서 속에 홍보를 담당하는 사서가 있다. 대부분이 도서관 소식지를 발간하는 사서가 맡고 있는 것으로 나타났다.

##### (5) 홍보 활동의 유무

조사 대상 서울의 주요 공공도서관에서는 대부분이 홍보 활동을 하고 있다. 주로 홈페이지 게시판, 홈페이지 배너, 도서관 행사용 팜프렛과 리프렛을 통한 행사 안내, 현수막(플래카드) 등을 이용하여 행사를 중심으로 홍보 활동을 하는 것으로 나타났다.

##### (6) 홍보에 이용되는 인쇄 매체

홍보에 이용되는 인쇄매체로는 뉴스레터(소식지), 팜프렛, 리프렛, 권장도서 목록, 문집, 포스터, 표어, 신착도서 안내, 컴퓨터를 이용한 도서 반납일 홍보 등이다.

(7) 홍보에 이용되는 시청각 매체

홍보에 이용되리라고 예상되는 비디오테이프, 녹음테이프, CD, VOD, 디스켓, 홍보용 만화 등의 시청각 매체를 설정하여 설문을 한 결과 대부분 도서관에서 이용되지 않았다. 파워포인트를 이용하는 도서관은 1개 도서관이 있다. 홍보용 시청각 매체 제작의 필요성은 인정되나 제작비에 대비한 홍보 효과를 생각한 것 같다.

(8) 홍보에 이용되는 설치물

관내 게시판, 관외 게시판, 현수막(플래카드)은 대부분의 공공도서관에서 이용하고 있으며, 컴퓨터 광고판을 이용하는 도서관도 2개관이 있다.

서울의 주요 공공도서관에서 활용되는 설치물에 관한 내용은 다음과 같다.

우리나라는 거의 모든 도서관에서 행사 홍보에 게시판과 현수막(플래카드)을 이용하고 있다. 도서관 주간 행사와, 독서의 달에 현수막을 도서관 현관에 부착하고 있다. 도서관 외부나 도로변에 부착하는 도서관도 3곳이나 있다. 이동도서관 용 자동차에 도서관명, 이동도서관에 관한 내용의 문구 등도 하나의 홍보 방법인데, 공공도서관명은 표시되어 있으나, 그 외의 홍보용 문구가 없는 것을 보면 홍보라는 인식이 부족한 듯하다. 외국에는 많이 이용되는 방법이기도 하다.

(9) 홍보에 이용되는 각종 행사

조사 대상 도서관에서 홍보에 이용되는 문화 행사는 전시회, 강연회, 독후감 발표회, 천자문 교실, 북아트와 함께하는 이야기여행, 우이시낭송회, 그림동화 애니메이션 상영회, 영어랑 놀자, 찾아가는 놀이터 도서관, 달콤한 미술 세상, 민들레교실, 맛있는 도서관, 중국어 기초배우기, 학부모 특강, 해설이 있는 도서관 음악회 등이다.

조사 대상 도서관에서 홍보에 이용되는 전시회는 풍경사진전, 불조심포스터 및 재난사진 전시회, 현대스펙트럼전, 개인전, 미술관의 도서관 나드리, 사진전시회, 사진동아리전, 대학교 사진연구회, 홍우회, 드로잉전, 서예전, 겨울독서교실 수료자 작품 전시회, 금연홍보사진 전시, 한국교육의 발자취, 2006년 도서관행사사진 전시회, 비즈공예전시회 등이다.

조사 대상 도서관에서 홍보에 이용되는 감상회는 음악감상, 영화감상(지역주민, 학생, 이용자극장), 다큐멘터리 상영, 생활 외국어, 성인영화, 어린이 영화, 해설이 있는 작은 음악회 등이다.

(10) 홍보에 이용되는 언론 매체

조사 대상 도서관에서 홍보에 이용되는 언론 매체는 지방신문, 자치단체의 뉴스레터(홍보 신문), 자치단체 운영 케이블 TV, 상용 케이블 TV 등이다.

(11) 홍보에 이용되는 캠페인

조사 대상 도서관에서 홍보에 이용되는 캠페인에는 현수막(플래카드) 캠페인, 리프렛 홍보, 팜프렛 홍보를 실시하고 있었고, 도서관 내에서 이용자에게 도서관 주간이나, 독서의 달 행사, 각종 특별 행사를 위한 리프렛을 배포하는 캠페인을 하는 도서관도 있었다. 종래에는 피켓을 이용한 홍보 방법도 있었다고 한다.

(12) 홍보에 이용되는 사이버 공간

조사 대상 도서관에서 홍보에 이용되는 사이버 공간은 주로 홈페이지, 홈페이지 배너, 홈페이지 게시판이고, 사서 개인의 홈페이지를 운영하면서 자관을 홍보하는 경우도 있고, 동호회 카페의 이용, 개인 블로그 이용, 도서관메일링리스트를 이용하여 행사를 홍보하는 도서관도 다수 있는 것으로 나타났다. 특히 서울교육청에서 활용하고 있는 e-서울교육을 이용하기도 한다. 또한 핸드폰을 이용하여 도서 반납에 관한 사항을 메시지를 보내기도 한다.

(13) 홍보에 이용되는 관련 단체

조사 대상 도서관에서 홍보에 이용되는 관련 단체는 서울시교육청, 한국도서관협회, 도서관메일링리스트, 지원 또는 협력학교, 서울시 도서관연구회, 소속 지역 구청, 소속 지역 동사무소를 이용하는 도서관도 있었다.

(14) 홍보를 위한 예산 유무(2006 또는 2007년)

조사 대상 도서관에서 홍보를 위한 예산은 있었으나, 별도 홍보 예산을 세운 것이 아니라 기타 운영비 중의 각종 행사를 위한 행사비 중에 현수막(플래카드)설치 비용, 리프렛, 팜프렛 제작비, 뉴스레터(소식지) 출판비 등과 관련이 있는 예산이다.

(15) 홍보를 위한 홍보 예산 액(2006 또는 2007년)

조사 대상 도서관에서 홍보를 위한 예산액은 설문을 통해서 밝히지는 않은 도서관이 많다. 그 이유는 각종 행사 예산 중에 포함 되어 있어 정확하게 구별하기 어렵다고 하였다. 그러나 2006년에 200만원의 별도 예산을 세운 도서관이 2개, 180만원의 예산을 세운 도서관 1개관이 있다.

## 2. 공공도서관의 홍보 전략에 대한 논의

2006년 현재 서울시교육청 소속 조사 대상 공공도서관의 홍보는 관내 홍보와 관외 홍보의 방법으로 진행하고 있다. 그리고 현재의 홍보 업무는 체계적인 홍보라기 보다는 대부분 일상적인 업무

나 특별한 행사를 위한 것이다. 또한 홍보 업무의 전담부서는 설치되어 있지 않고, 전담사서도 배치되어 있지 않고 있다.

K 도서관의 경우 디지털도서관 홍보를 위하여 홈페이지, 지역신문, 관내 게시판을 이용하였고, 도서관 1층 로비에 구민생활정보코너를 운영하면서 각종 교양 및 홍보자료를 비치하기도 하였다. 도서관 홍보를 종합적으로 정리하면 지역신문, 홈페이지, 관내 게시판을 통한 홍보, 인쇄 유인물 배포, 현수막 등을 통하여 도서관 이용 및 문화교실 모집, 도서관 주간 및 독서의 달 행사 홍보, 행정 서비스 현장 홍보, 권장도서목록 배포, 도서관행사 홍보를 하고 있다.

홍보하고 있는 방법은 ① 인쇄 매체 이용 홍보 ② 시청각 매체 이용 홍보 ③ 설치물 이용 홍보 ④ 각종 행사 이용 홍보 ⑤ 언론 매체 이용 홍보 ⑥ 캠페인 이용 홍보 ⑦ 사이버 공간 이용 홍보 ⑧ 관련단체 이용 홍보 등이 있다.

#### (1) 인쇄 매체 이용 홍보

홍보에 이용되는 인쇄 매체로는 뉴스레터(소식지), 도서관 이용 안내 팸플렛, 도서관 이용 리프렛, 프로그램 운영 리프렛, 신착도서 안내, 도서관 홍보 포스터 및 표어, 권장도서 목록, 홍보용 만화, 독서회 회보, 문집 등을 통한 홍보이다.

서울의 주요 공공도서관에서 홍보에 활용되는 인쇄매체는 다음과 같다.

서울특별시립공공도서관 도서관보, N 도서관 백일장 입상작품집, N 도서관 소식지, 독후감상문 입상 작품집, 도서관이용 안내, 두툼바우(창작시 입상작 모음집), 권장도서목록, 독서교실 교재, 우리 전통문화 알기, 현장체험학습, K도서관 요람, 글사랑(주부독서회 독후감 모음집), 청소년권장도서목록, 성인 추천도서 목록 44) 등이다.

#### (2) 시청각 매체 이용 홍보

홍보에 이용되는 시청각 매체는 비디오테이프, 슬라이드, CD, VOD, 파워포인트 등이다.

가장 많이 이용되는 시청각 매체는 홍보용 비디오 이다. 그리고 디지털 시대에 청소년들에게는 CD와 VOD도 많이 이용되고 있다. 그러나 주로 제작이 까다로워 외부 제작에 의하고, 비용이 많이 든다.

#### (3) 설치물 이용 홍보

설치물 이용 홍보는 현재 도서관에서 가장 보편적으로 이용하는 홍보 방법이다. 설치물 이용 홍보 방법은 게시판이나 현수막(플래카드)을 이용한 홍보로 관내와 관외에 설치한다.

44) <[http://www.lib.seoul.kr/use/lib\\_book.asp?MLVEL=339&MLVELU=0](http://www.lib.seoul.kr/use/lib_book.asp?MLVEL=339&MLVELU=0)> [인용 2007. 2. 26].

게시판 이용 홍보는 도서관 소식, 행사 안내, 신착도서 안내, 신간 안내, 각종 강좌 안내 등이다. 현수막(플래카드)을 이용 홍보는 각종 행사나 캠페인에 많이 사용한다.

특히 관외 홍보는 특정 지역, 동사무소, 아파트 단지, 대로 변, 육교, 교차로, 지하철, 버스정차장, 쇼핑몰 등에서 게시판, 플래카드, 광고판을 이용하는 홍보이다.

#### (4) 각종 행사 이용 홍보

각종 행사 이용 홍보는 주로 전시회, 강연회, 시낭송회, 음악회, 평생학습 축제, 특별 강좌, 문학의 밤, 동화구연대회, 독후감 발표회, 음악연주회, 시화전 등 공공도서관에서 실시하는 각종 행사를 통하여 지역 주민들에게 공공도서관에 대해서 알리는 것이다. 서울의 주요 공공도서관에서 실시되어 홍보에 활용되고 행사 중에서 문화행사, 전시회, 감상회와 내용은 다음과 같다.

##### ① 문화행사<sup>45)</sup>

지역주민의 정서함양 및 도서관이용의 생활화를 도모하기 위하여 각 도서관별로 교양강좌 및 전시회, 영화상영 등 다양한 행사를 개최하고 있다.

〈J 도서관〉 \* 전통 천자문 교실- 사자소학, 예절교육 등 〈Y 도서관〉 \* 북아트와 함께하는 이야기 기여행- 관심있는 분야의 이야기 찾기, 책주체 정하기, 마인드 맵 그리기, 글쓰기, 책 만들기, 작품 발표 등 〈D 도서관〉 \* 우이시낭송회- 시와 담론, 시낭송, 국악연주 등. \* 그림동화 애니메이션 상영회- 그림동화를 어린이들이 직접 만든 애니메이션 상영. 〈K 도서관〉 \* 그림동화 애니메이션 상영회- 애니메이션 작품 상영, 애니메이션 제작 체험. 〈G 도서관〉 \* 애니메이션상영회- 애니메이션 상영 및 영상동화 제작 체험. \* 영어랑 놀자- 어린이들에게 기본영어를 익히게 하며 Role play를 통해 영어표현능력을 신장. \* 찾아가는 놀이터 도서관- 영상동화 상영 및 독서교육. 〈KD 도서관〉 \* 달콤한 미술 세상. \* 그림동화 애니메이션 상영회-꼬맹이 감독 드림 작품 상영 및 애니메이션 제작 체험 \* 방학특선 애니메이션 상영- 지역주민 방학을 이용한 세익스피어 애니메이션 상영. \* 민들레교실- 토요 휴업일을 이용한 정서발달 프로그램. \* 맛있는 도서관- 토요 휴업일을 이용한 정서발달 프로그램. 〈KR 도서관〉 \* 중국어 기초배우기- 성인. 〈S 도서관〉 \* 학부모 특강- 지역사회 초등학교 신입생 학부모- 입문기 아동의 생활지도 및 학습지도. 〈SP 도서관〉 \* 해설이 있는 도서관 음악회- 지역주민 및 청소년.

##### ② 전시회<sup>46)</sup>

지역주민의 건전한 취미생활 및 창작의욕을 고취하고, 지역사회 문화발전을 위한 문화 공간 제

45) 〈[http://www.lib.seoul.kr/use/lib\\_cult\\_1.asp?MLVEL=368&MLVELU=0](http://www.lib.seoul.kr/use/lib_cult_1.asp?MLVEL=368&MLVELU=0)〉 [인용 2007. 2. 26].

46) 〈[http://www.lib.seoul.kr/use/lib\\_cult\\_2.asp?MLVEL=369&MLVELU=0](http://www.lib.seoul.kr/use/lib_cult_2.asp?MLVEL=369&MLVELU=0)〉 [인용 207. 2. 26].

공 및 도서관의 문화센터 기능을 제공하는 활동은 다음과 같다.

\* 풍경사진전 \* 불조심포스터 및 재난사진 전시회, \* 현대스펙트럼전 \* 조여상 어르신 개인전 \* 미술관의 도서관 나드리 \* 허은경 개인전 \* 삼육대 사진전시회 \* 숙명여대 사진동아리전 \* 중앙대학교 사진연구회 \* 홍우회 \* 드로잉전 \* 벽산서예전 \* 네플레전 \* 김정훈 개인전 \* 겨울독서교실 수료자 작품 전시회 \* 금연홍보사진 전시 \* 한국교육의 발자취 \* 불조심 포스터 전시회 \* 겨울독서교실 작품 전시회 \* 2006년 도서관행사사진 전시회 \* 겨울독서교실 독후행사작품 전시회 \* 비즈공예전시회

### ③ 감상회<sup>47)</sup>

조사 대상 공공도서관에서는 대부분이 음악감상, 영화감상(지역주민, 학생, 이용자 극장), 다큐멘터리 상영, 생활 외국어, 성인영화, 어린이 영화, 영화감상(청소년 이상), 영화감상(어린이), 해설이 있는 작은 음악회, 음악감상, 영화감상 등의 감상회를 개최하고 있다.

### (5) 언론 매체 이용 홍보

언론 매체 이용 홍보는 비교적 짧은 시간에 많은 이용자에게 가장 설득력 있게 홍보할 수 있는 방법이다. 그러나 막대한 예산이 소요되어 공공도서관에서 이용하기는 매우 어려운 실정이다. 각종 특별 행사를 개최할 때 유명인사를 초청하여 취재하여 가는 것으로 홍보하는 경우도 있었다. 행사 이용할 수 있는 언론 매체로는 일간지, 주간지, 지방 신문, 자치 단체의 뉴스레터, 방송국, 케이블 TV 등이다.

### (6) 캠페인 이용 홍보

캠페인 방법은 적극적인 홍보 방법 중의 하나이다. 사서가 관외에서 직접 홍보하는 방법이다. 보통 도서관 주간이나 독서의 달에 대로변이나 지하철 등 사람이 많이 통행하는 곳에서 피켓이나 현수막(플래카드), 팜프렛, 리프렛을 이용하여 직접 홍보하는 방법이다. 요즘은 선거나 상업적인 가두 캠페인이 많아서 지역주민들이 별로 관심을 갖지 않은 경우가 많은 편이다.

### (7) 사이버 공간 이용 홍보

오늘날은 지식기반사회로 사이버 공간을 이용하는 시대이다. 바로 홈페이지, 홈페이지 배너, 블로그, 핸드폰을 이용하는 홍보 방법이다. 1인 1 PC의 보급과 함께 사이버 공간에서의 홍보가 가장 활발하게 이용되고 있다. 사이 공간을 이용하는 홍보는 저렴하면서도, 특히 청소년들 층에게 가장 효과가 있는 방법이다. 공공도서관 홈페이지, 사서 개인 홈페이지, 블로그, 카페가 많이 이용되며,

47) <[http://www.lib.seoul.kr/use/lib\\_cult\\_3.asp?MLVEL=370&MLVELU=0](http://www.lib.seoul.kr/use/lib_cult_3.asp?MLVEL=370&MLVELU=0)> [인용 2007. 2. 26].

요즈음은 핸드폰도 많이 이용되고 있다.

#### (8) 관련단체 이용 홍보

공공도서관과 관련이 있는 단체는 문화관광부, 행정자치부, 시도교육청, 지방행정관청(도청, 특별시청, 광역시청, 시청, 구청), 국립중앙도서관, 국회도서관, 한국도서관협회, 한국사서협회, 한국간행물윤리위원회, 대한민국의사서공동체(도메리), 사서e-마을, 아침독서추진본부, 도서관연신호동, 전국독서새물결모임, 한국독서능력개발원, 독서문화연구소, 독서교육연구소, 책으로 따뜻한 세상을 만드는 사람들 등 이다. 이러한 단체에서 발간되는 뉴스레터, 홈페이지, 소속 단체의 개인 블로그, 각종 인쇄물, 행정 책임자(장)의 강연이나, 교육을 통하여 공공도서관을 홍보하는 방법이다.

### IV. 공공도서관의 홍보 전략 방안

공공도서관은 지역주민들에게 도서관의 시설, 자료, 서비스에 대한 정보와 운영되는 특별한 프로그램에 대하여 다양한 방법과 매체를 활용하여 홍보를 해야 한다. 그래야만 공공도서관은 공중의 정보이용·문화활동·독서활동 및 평생교육이라는 목적을 달성할 수 있으며, 지역 사회 정보센터, 지역 사회 문화센터, 독서교육센터, 평생 교육기관으로서의 기능을 다할 수 있는 것이다. 또한 공공도서관에 대한 지역주민의 인식이 바뀌고, 이용률이 올라 갈 수가 있다.

공공도서관의 홍보는 관내 홍보, 관외 홍보, 인쇄매체 홍보, 시청각 매체 홍보, 설치물 홍보, 각종 행사를 통한 홍보, 언론 매체 홍보, 캠페인, 사이버 공간, 관련 단체를 통한 홍보 등 여러 가지 관점에서 홍보 방법을 생각할 수 있지만 도서관 홍보를 위한 전략 방안을 제시하면 다음과 같다.

#### 1. 도서관 홍보 전담 부서 설치

무슨 업무든지 그 업무를 전담하는 부서가 있어, 책임을 지고 계획적이고, 체계적으로 업무를 수행할 때 성공할 수 있는 것이다. 공공도서관 홍보 업무도 마찬가지이다.

공공도서관에는 대개 서무, 경리, 관리를 담당하는 관리과, 수서정리, 자료봉사, 장서관리, 전산관리를 담당하는 자료봉사과로 나누기도 하고<sup>48)</sup> 관리과, 자료봉사과, 문화활동지원과, 학교도서관지원과로 나누고, 문화활동지원과에는 평생교육지원, 문화행사운영, 도서관전산화, 이동문고운영 등의 업무를 구분하는 도서관<sup>49)</sup>도 있다. 이러한 조직에서 본다면 문화활동지원과에 문화행사운영부

48) 구로도서관 2006년도 주요업무 계획, p.2.

49) <[http://namsanlib.or.kr/bbs/board.php?bo\\_table=system&wr\\_id=1](http://namsanlib.or.kr/bbs/board.php?bo_table=system&wr_id=1)> [인용 2007. 2. 26].

서를 두고, 바로 문화행사운영부서에서 도서관 홍보를 전담하는 것이 좋겠다. 그리고 자료봉사과가 있는 도서관에서는 그 과에 도서관홍보팀을 구성하여 체계적인 홍보 계획을 수립하고 홍보 활동을 전개하면 좋을 것이다.

## 2. 도서관 홍보 전담 사서 배치

공공도서관은 대개 업무량에 비하여 도서관 사서의 수가 적다고 한다. 장서는 늘어나고, 각종 행사도 많아지고, 이용자 수도 늘어나고 그야말로 랑가나단의 주장처럼 도서관은 성장하는 유기체이다. 도서관 홍보 업무도 종래에 없었던 늘어난 업무 중의 하나이다.

현대 사회는 PR 시대이다. 개인은 물론 조직에 있어서 홍보의 중요성이 강조되고 있다.

기업은 말할 것도 없고, 국가나 행정기관에도 홍보 담당부서를 두어 조직의 홍보를 하고 있다. 공공도서관도 지역주민들에게 도서관 현황과 운영 상황, 그리고 특별한 프로그램에 대하여 다양한 방법과 매체를 활용하여 홍보를 할 필요가 있다. 그래야만 공공도서관에 대한 지역주민의 인식이 바뀌고, 이용률이 올라 갈 수가 있는 것이다.

공공도서관에서 전담사서를 두어 적극적인 방법을 통하여 홍보를 한다면 많은 성과가 있을 것으로 예상된다. 무엇보다 전담자가 중요하다. 아마 사서로서 PR을 담당할 수 있는 전문가는 없을 것이다. 그러나 전담사서를 두면 본인 스스로 노력하고 연구할 것이다. 현실적으로 전담사서를 둔다는 것이 어려울 것이나, 과감하게 전담자를 두는 것이 바람직하다.

## 3. 도서관 홍보 예산 수립

공공도서관의 예산은 일반적으로 인건비, 자료구입비, 운영비로 크게 나눈다. 예산 중에는 인건비의 비율이 높고, 자료구입비와 운영비의 비율이 그 다음이다.

서울 K 도서관의 경우 인건비를 제외한 2006년도 예산 중 23%가 자료구입비이고, 77%가 기타 운영비 이었다. 기타 운영비는 자료구입비 외에 모든 비용이다. 기타 운영비는 시설비, 행사비, 강사료, 문화교실 운영, 이동문고 운영 등 도서관 운영에 소요되는 비용이다. 홍보 예산은 기타 운영비 중에 별도로 책정해야 한다. 각 부서에서 요청하고 담당부서나 사서가 수립한 홍보 계획을 실행하는 데 필요한 예산이므로 반드시 책정하는 것이 좋다. 서울 Y 도서관의 경우 2006년에 책정된 순수한 홍보비가 200만원이며, A 도서관은 180만원이었다. 홍보 활동 계획에 따라 독립적으로 예산을 수립해야 한다.

#### 4. 지역사회 단체 이용 홍보

공공도서관을 둘러싼 지역사회의 행정 기구는 소속된 시, 구, 동(주민자치센터)이다. 조사 대상 공공도서관은 서울시교육청 소속이므로 교육청도 이에 속한다. 지역사회 단체를 이용한 홍보로는 서울시의 경우 서울시가 출원한 서울문화재단을 통하여 서울시 공공도서관 설립에 관한 연구를 한 적이 있고, 2006년에는 한 도서관 한 책 읽기를 후원한 적이 있다. 바로 이렇게 참여와 후원을 유도하는 것도 도서관을 홍보하는 것이다.

시청이나 구청, 동사무소에서 발행하는 뉴스레터에 기사를 실는다는 것, 게시판에 홍보물을 게시하는 방법도 하나의 방법이다. 그리고 구청이나 동사무소 홍보 코너에 도서관에서 발행한 뉴스레터, 도서관 소개 팸플릿, 리플렛, 행사안내 인쇄물을 두는 것도 좋은 홍보 방법이다. 반상회 회보나 회의 자료에 공공도서관 이용을 홍보하면 더욱 효과 있을 것으로 생각된다.

지역사회에는 초·중·고등학교, 유아원, 각종 문화시설, 청소년 복지 시설, 노인정과 같은 시설, 장애인 복지 시설 등 다양한 단체가 있다. 이러한 단체의 각종 행사에 참여하여, 도서관을 홍보하고, 이용을 안내하는 것도 좋은 방법이다. 또한 관련 단체 게시판에 홍보물을 게시할 수 있다.

#### 5. 지역사회 언론 매체 홍보

오늘날 지방자치 시대의 지역사회에는 다양한 지역신문, 케이블 TV, 지역 케이블 TV, 인터넷 방송 등 언론 매체가 존재하고 있다. 특히 주간으로 발행하는 지역 주간신문은 홍보로서 매우 가치가 높은 매체라 할 수 있다. 도서관 문화교실, 독서주간 행사, 독서의 달, 책의 날, 독서캠프, 독서논술, 독서회 등 각종 행사와 프로그램을 소개하거나 기자로 하여금 취재하게 하여 도서관을 홍보하는 방법이다.

언론 매체는 홍보 효과가 크다고 본다. 특히 지역 케이블 TV는 그 지역사회 사람들이 대부분이 시청하는 경향이 많으므로 더욱 홍보 효과가 클 것이다.

#### 6. 뉴스레터(소식지) 발간 홍보

뉴스레터는 대부분의 공공도서관에서 발행하고 있다. 공공도서관을 홍보하는 방법으로 작은 예산으로 큰 효과를 얻을 수 있는 방법 중의 하나이다. 뉴스레터는 다양한 내용을 실을 수 있다. 이용자들 가장 접근하기 쉬운 홍보물이다. 뉴스레터에는 도서관 이용 안내, 행사안내, 문화학교 안내, 정보교육안내, 행사 결과, 회원 모집, 독서퀴즈, 신착도서 목록, 추천도서 목록, 베스트 셀러, 스테디 셀러, 사진자료, 이용자 참여란, 이용자의 글, 도서관 위치 안내 등 이용자와 도서관이 공유할 만한

정보를 실을 수 있는 장점이 있다.

뉴스레터는 일간이나 주간으로 출간하기 어렵고, 월간도 쉽지 않아, 대개 계간으로 내는 도서관이 많다. 편집 내용도 그리 많지 않고, 전담사서도 없고, 담당 사서의 업무가 과중하고, 특히 예산도 턱턱지 않아서 더욱 발간 횟수가 적은 편이다. 따라서 발간 횟수가 적다보니 뉴스라는 개념이 퇴색되고, 오히려 지나간 결과를 보고하는 것으로 인식되기 쉽다. 그러나 홍보용으로 뉴스레터가 매우 가치가 높다.

## 7. 홈페이지를 통한 홍보

오늘날 정보사회에서 홈페이지가 차지하는 비중은 매우 높다. 홈페이지에 그 기관의 모든 것이 탑재되어 있기 때문이다. 서울시의 경우 각기 도서관의 홈페이지가 설치되어 있고, 서울시립공공도서관으로 구성된 공공도서관협의회가 조직되어 있어 별도로 운영하는 홈페이지가 있다.<sup>50)</sup> 서울시립공공도서관은 이 홈페이지를 통하여 도서관을 소개하고 각종 행사, 문화교실, 독서교육, 학교도서관지원 등에 관한 정보를 교환하고, 공지사항이라는 게시판을 이용하여 각 도서관의 홍보 활동을 하고 있다.

조사 대상 공공도서관 중에서 N 도서관의 홈페이지를 분석하여 보면 도서관 소개, 도서관 이용, 자료 찾기, 개인 자료실, 행사·교육, 참여마당, 정보공개 방으로 구성되어 있고, 정보검색, e-learning, 홈페이지 내 정보 찾기, FAQ(질문모음), 학교도서관 지원, 독서상담실, 새소식, 이달의 정보제공, 추천 도서, 남산문화정보, e-교육뉴스, 도서관 이용 안내, 전자정보실 예약 안내, 야간 대출 예약 안내, 새로운 소식들이 가득한 N 도서관 소식지 등 N 도서관의 모든 것이 함축되어 있다. 홈페이지 새소식 난을 통하여 수시로 일어나는 정보를 이용자에게 제공해 주고 있으며, 특히 시각장애인을 위한 사이트에는 시각장애인 및 노약자 등을 위한 텍스트기반 서비스를 하고 있는 것이 특징이다.<sup>51)</sup> 또한 국내외 학회지 원문 서비스, e-book, 따뜻한 커피 한잔과 함께하는 클래식 음악 서비스 등 이용자를 위한 다양한 서비스를 하고 있다.

홈페이지에서의 배너 홍보는 이용자에게 가장 어필할 수 있는 방법이다. 조사 대상 도서관중에서 K 도서관은 클릭하면 바로 「2007년 문화교실 회원 모집」 배너가 떠 한 눈에 볼 수 있다. D 도서관을 클릭하면 알림장 배너가 뜨고, Cyber Library(사이버 학습관)인 어린이전자도서관과 e-book Library라는 움직이는 배너가 뜬다.

이와 같이 홈페이지를 이용하는 홍보는 이제 보편화 되었고, 다양한 기법으로 홍보에 이용되고 있다.

50) <[http://www.lib.seoul.kr/common\\_user/rep\\_board/view.asp?no=7&page=2&bbs=news&keyword=&filed=](http://www.lib.seoul.kr/common_user/rep_board/view.asp?no=7&page=2&bbs=news&keyword=&filed=)> [인용 2007. 2. 26.].

51) <[http://www.namsanlib.or.kr/v\\_h/v\\_h.php](http://www.namsanlib.or.kr/v_h/v_h.php)> [인용 2007. 2. 26.].

## V. 결 론

공공도서관은 지역주민들에게 도서관의 시설, 자료, 서비스에 대한 정보와 운영되는 특별한 프로그램에 대하여 다양한 방법과 매체를 활용하여 홍보를 해야 한다. 그래야만 공공도서관은 공중의 정보이용·문화활동·독서활동 및 평생교육이라는 목적을 달성할 수 있으며, 지역 사회 정보센터, 지역 사회 문화센터, 독서교육센터, 평생 교육기관으로서의 기능을 다할 수 있는 것이다.

본 연구의 목적은 지역사회 주민들에게 공공도서관을 정보이용·문화활동·독서활동 및 평생교육을 위하여 설립되고, 정보 및 문화, 교육센터로서 기능을 목적으로 삼고 있다는 것을 인식시키고, 공공도서관을 최대한으로 활용할 수 있도록 하기위한 공공도서관의 홍보에 관한 이론을 고찰하고 홍보 전략 방안을 제시하는 데 있다.

공공도서관의 홍보는 관내 홍보, 관외 홍보, 인쇄매체 홍보, 시청각 매체 홍보, 설치물 홍보, 각종 행사를 통한 홍보, 언론 매체 홍보, 캠페인, 사이버 공간, 관련 단체를 통한 홍보 등 여러 가지 관점에서 홍보 방법을 생각할 수 있지만 도서관 홍보를 위한 전략 방안을 제시하면 다음과 같다.

첫째 도서관 홍보 전담 부서를 설치한다.

둘째 도서관 홍보 전담 사서를 배치한다.

셋째 도서관 홍보 예산을 수립한다.

넷째 지역사회 단체를 활용하여 홍보를 한다.

다섯째 지역사회 언론 매체를 활용하여 홍보한다.

여섯째 뉴스레터(소식지)를 발간하여 홍보에 활용한다.

일곱째 홈페이지를 통하여 홍보한다.

공공도서관의 홍보는 내용이나 방식이 관행적이거나, 의례적으로는 실질적인 효과를 기대할 수 없다. 전담 사서를 배치하여 계획적인 홍보 전략을 수립하여 지속적으로 추진하여야 할 것이다.

〈참고문헌은 각주로 대신함〉