

공공도서관의 장소성 형성구조에 관한 연구*

A Study on the Formation of Placeness in Public Libraries

이 정 호(Jeong-Ho Lee)**

초 록

본 연구는 공공도서관의 장소성 형성구조를 살펴봄으로써 공공도서관의 장소성에 대한 이해와 공공도서관의 가치에 대해 설명하는 것을 목적으로 하였다. 본 연구에서는 공공도서관의 장소성 형성요인, 장소애착, 장소가치 지각, 이용자 행위의도를 연구 변인으로 설정하였고, 각각의 변인들 간에 어떠한 인과관계를 가지고 서로 영향을 미치고 있는가를 알아보았다. 또한 공공도서관의 장소성 형성요인과 장소가치 간의 매개 요인으로서 장소애착의 직·간접적인 효과를 규명하였다.

ABSTRACT

The purpose of this study is to identify the formation of placeness in public libraries, to understand placeness of public library, and to explain its social value. This study conducted causality analysis of placeness formation in public libraries. And this study analysed the direct and indirect effects of place attachment in public libraries as a mediated factor between placeness factor and perceived place value.

키워드: 공공도서관, 장소로서의 도서관, 장소성, 장소애착, 장소가치, 매개효과

Public Library, Library as Place, Placeness, Place Attachment, Place Value, Mediated Effect

* 이 논문은 성균관대학교 대학원 박사학위 논문을 축약·정리한 것임.

** 서울연구원 출간자료팀장(jholee@si.re.kr)

논문접수일자 : 2012년 8월 31일 논문심사일자 : 2012년 9월 5일 게재확정일자 : 2012년 9월 24일

1. 서론

1.1 연구의 필요성

사람은 누구나 어떤 장소에 속해 살아간다. 장소가 우리에게 있어서 중요한 이유는 그곳이 일상생활의 중심이기 때문이다. 개인과 장소와의 관계맺음은 어떤 공간을 단지 점유하고 있다는 것 이상의 의미가 있는 현상으로서 사람과 장소와의 관계에 대한 이해는 현재의 장소를 잘 유지하고 새로운 장소를 창조하는데 기여한다.

사람들의 일상은 업무, 경제활동, 여가 등이 서로 뒤섞이며 사적 장소에서 공공장소로 자연스럽게 이어진다. 이러한 장소의 공공성이 지니는 이상적인 기능은 사회적 상호작용과 의사소통을 위한 공동의 장으로서의 기능, 사회적 학습, 개인의 발전과 정보의 교류를 위한 장으로서의 기능이 있다. 공공장소 중에서 대표적인 것이 공공도서관이다. 공공도서관의 장소적 특성 또한 공공성에 있다. 공공도서관은 지식의 통로 역할을 하는 장소이며 이를 매개로 시민은 지식의 세계와 이어진다.

전통적으로 공공도서관은 두 가지 사회적 기능을 수행하며 현재까지 발전하여 왔다. 하나는 서비스로서의 도서관(library as service)의 기능이고 다른 하나는 장소로서의 도서관(library as place)의 기능이다(Hardy 2006). 전자는 도서관이 보유하고 있는 정보자원의 이용 및 유통에 초점이 맞추어져 있는 반면에 후자는 도서관 공간 자체의 운영 및 활용 등 도서관이라는 장소에 대한 이해를 바탕으로 하고 있다. 최근 공공도서관이 복합문화공간의 한 영역으로서

인식되는 상황에서 도서관이 고유의 정체성을 계승하며 발전하기 위해서는 이 두 가지 역할의 조화가 필요할 것이다.

도서관이라는 장소가 사람들에게 있어서 잠시 스쳐가는 곳이 아니라 머무를 수 있는 곳, 혹은 목적지가 되기 위해서는 지금까지는 단지 잠재적이고 추측으로만 머물러 있던 도서관만의 장소성을 발견하는 작업이 유효할 것이다. 따라서 도서관을 물리적 장소와 그것을 향유하는 이용자와의 복합체로 이해함으로써 우리의 일상 속에 엄연히 존재하며 여전히 유효한 장소로서의 도서관의 가치를 재발견 할 수 있는 연구가 필요하다.

1.2 연구의 목적

본 연구에서는 공공도서관을 둘러싼 다양한 여건변화에 따라 새롭게 관심을 기울여야 할 대상으로서 공공도서관의 장소성에 대한 이해를 도모하고자 하였다. 이를 위해 기존 관련연구의 분석을 바탕으로 공공도서관의 장소성 형성요인이 무엇인지를 도출하고자 하였다. 더 나아가 이 요인들을 기반으로 공공도서관의 장소성을 형성해가는 일련의 과정을 살펴보고 이용자의 행위 의도와와의 관계를 파악하기 위한 연구모형을 설정하여 변인간의 관계를 분석함으로써 공공도서관의 장소성 형성 구조를 규명하고자 하였다. 세부적인 연구목적은 다음과 같다.

첫째, 공공도서관의 장소성을 형성하는 요인이 무엇인지 도출하고자 한다. 공공도서관이라는 사회적 공간의 장소화에 기여하는 요인이나 형성하는 요인이 무엇인지 규명하고자 한다.

둘째, 공공도서관의 장소성 형성요인이 공공

도서관 이용자의 장소애착과 어떠한 관계가 있는지 알아보고자 한다. 이용자의 장소애착을 향상시키기 위한 선행요인이 무엇이며 그것들은 장소애착에 얼마나 영향을 주는지 분석함으로써 공공도서관이라는 장소에 대한 이용자의 인식을 파악할 수 있을 것이다.

셋째, 지각된 장소가치가 후행변수로서 이용자의 행위의도와 어떠한 관계가 있는지 규명해보고자 한다. 장소가치는 방문만족도에 어떤 영향을 주고 있으며, 향후 지속적인 재방문을 유도하기 위해 어떠한 변인이 유효한 선행요인인지 살펴봄으로써 공공도서관의 장소성 형성부터 최종 이용자의 행위의도까지의 연결 구조를 파악할 수 있을 것이다.

넷째, 공공도서관의 장소성 형성요인과 장소가치지각 간의 매개 요인으로서 장소애착의 직·간접적인 효과를 검증하고자 한다. 공공도서관 장소성 형성요인과 장소가치지각 간의 관계에서 장소애착의 매개 없이 직접 영향을 미치는지, 장소애착이 부분적으로 매개하는지, 혹은 완전 매개 하는지를 검증하고 그 효과를 제시함으로써 공공도서관 이용자의 장소가치지각에 장소애착이 어떤 역할을 하는지 규명할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 장소(place) 및 장소성(placeness)

장소와 관련된 연구분야는 인류학, 사회학, 지리학, 기호학, 마케팅 등과 관련된 다차원적인 학문적 특성을 지니고 현재까지 발전하여 왔

다. 장소성은 문헌정보학 분야에서는 생소한 용어이다. IT의 발전에 따라 인터넷이 유용한 사회적 소통 도구로서 우리사회 전반에 지대한 영향을 주었다. 그 결과 전자도서관 서비스가 보편화되어 정보가 온라인으로 획득이 가능하게 되는 등 장소의 유용성 논리가 점차 진부해지는 시점에서 새롭게 장소로서의 도서관이라는 주제로 2000년대 초반부터 연구가 시작되었다는 것은 매우 역설적인 현상이다. 본 절에서는 ‘장소로서의 도서관’이라는 은유적 표현을 ‘도서관의 장소성’으로 구체화하기 위하여 장소에 관한 학문적인 정의를 살펴보고자 한다.

장소는 사용되는 시기와 상황 및 사용주체에 따라 광범위한 개념으로 사용되고 있으며, 접근 방법에 따라 상이하게 해석되고 있지만 장소의 개념을 이해하기 위해서는 그것의 기본적인 정의 및 특성에 초점을 맞추어 살펴볼 필요가 있다. 지리학자 Lukermann(1964)은 장소를 1) 국지적이고, 2) 자연과 문화가 깃들여 있고, 3) 고유하면서도 상호 연관성이 존재하며, 4) 형성, 발전, 진화하여 역사성이 있고, 5) 의미를 가진 곳으로 정의하였다. 이처럼 Lukermann에게 있어 장소는 특정한 위치에서 일어나는 자연과 문화의 통합이며, 다른 장소들과의 상호 작용을 내포하고 있고, 역사적으로 형성되어가는 것으로, 인간이 그 장소에 의미와 믿음을 부여하게 되는 종합적 실체이다(백선헌 2005).

May(1970)는 Lukermann이 정의한 개념들이 명확히 구분되지 않고 사실상 혼용되고 있다는 것을 지적하면서 ‘우리가 거주 장소로 어떤 건물을 떠올리거나 예배나 오락의 장소를 애기할 때처럼, 특별하고 구체적인 공간, 그리고 그 공간을 점유하고 있고 설명되어지는 무언가

고유한 것'이 진정한 장소의 개념이라고 주장하였다.

Entrikin(1991)에게 있어 장소는 사건(events), 사물(objects), 행위(actions)의 영역적 맥락(areal context)을 의미한다. 그는 특정한 공간적 맥락 내에서 사건과 사물, 그리고 인간의 행위를 이해하고자 하였다. 여기에는 자연적인 요소와 인간에 의한 물질적, 이념적 구성이 모두 포함된다. 또한 장소를 파악하기 위해서는 장소가 가지는 두 가지 대칭적인 성격, 즉 우리의 행동이 일어나는 외형적 배경으로서의 장소와 우리가 부여하는 의미의 중심으로서의 장소를 동시에 고려해야 한다고 주장하였다.

공간이 '체험'과 '추상'이라는 양 극단 사이의 연결선 상에서 실용 공간, 지각 공간, 실존 공간, 건축 공간, 인지 공간, 추상 공간으로 이해(Relph 1976; Norberg-Schulz 1985)되는 반면에 장소는 실제로 '존재하는 사물'을 의미하며 단순히 존재하는 사물뿐만이 아니라 인간의 눈과 마음을 통해 나타나는 현상이다. 즉 공간이 장소보다 더 추상적인 의미이지만 분화되지 않은 공간으로서 생성되어 우리가 그 공간을 더 잘 알게 되고 가치를 부여할 때 비로소 장소가 된다(Tuan 2001). 이처럼 추상적인 공간으로부터 장소의 생성이 가능해지기 위해서는 공간에 대한 인간의 체험이나 인간의 이상적·현실적 의도를 조건으로 한다.

이진희(2003)는 장소를 논할 때 경영학적 관점에서 재정의가 필요하다고 하며 개념을 다음의 세 가지로 정의하였다. 첫째, 지리적 실체로서의 장소이다. 장소를 구성하는 가장 핵심적인 요소인 인구와 조직체가 위치·활동할 수 있는 공간을 제공해 주는 단위이다. 둘째, 입지

(location)로서의 장소이다. 장소는 사람의 경제적 기능이 작용하고 영향을 미치며, 사회적·경제적·공간적 활동관계로 조직된 현상이다. 셋째, 문화적 차원에서의 장소이다. 동일한 장소에서 거주하는 구성원들은 공유된 역사적 유산·가치·이념·목적 등을 보유하고 있다. 장소의 속성을 종합하면, 일정한 공간 내에 위치하는 사람들이 사회적·경제적 관계를 형성하면서 공유된 가치·신념·상징을 보유하고 있는 곳이다.

이렇듯 장소는 특정한 공간적 범위로 존재하는 물리적인 실체와 인간행위의 결과물이 결합되어 의미를 가지는 공간적 실체이다. 또한 인간 활동의 장인 동시에 경험을 통해 의미가 부여되는 상징적인 대상이기도 하다. 장소는 극적인 표현을 통하여 가시화될 수 있으며 이를 통해 물리적인 실체에 의미가 부여되어 장소성(placeness)을 형성하게 된다(백선휘 2005).

장소가 인간의 인식체계를 통해 특정한 이미지와 가치가 부여된 공간이라 한다면, 이와 같이 공간을 장소로 만들고 특정 장소를 다른 장소와 구별되게끔 하는 총체적 특성을 장소성이라 한다(최막중, 김미옥 2001). 또한 장소성이란 그 공간이 지니는 물리적 속성 외에 특정한 활동과 상징성을 포함하는 사회·문화적인 성격이 강한 개념으로, 지리적 개념인 '공간(space)'에 특정 활동이 지속적으로 장기간 발생함으로써 동일한 활동의 반복과 그 활동과 연관된 경험들이 누적되면서 특정 장소에 대한 인식이나 의미가 생성 되는 것을 말한다(김창완, 최내영 2003). 이와 같이 장소성이란 특정 공간이 인간에 의해 일정 기간 체현되고 가치와 의미가 내재됨으로써 다른 장소와 구별되는 성질을 말

하며 장소성은 장소의 고유한 특성을 만들어 내므로 장소 차별화에 있어서 중요한 요소이다(홍경구 2009).

2.2 장소애착(place attachment)

장소애착은 특정 장소와 인간사이의 관계를 나타내고 있으며 상징적이며 감정적 상호작용을 보여주는 개념이다. Feldman(1990)은 장소 애착에 대해 인간의 지리적인 환경과의 관계를 보여줄 수 있는 지속적인 심리적 태도나 행동적 경향으로서 개인의 일정장소에 대한 애착심이라고 규정하고 있다. 이러한 장소애착은 장소 정체성과 장소의존성의 두 가지 차원으로 구분된다.

2.2.1 장소의존성(place dependence)

장소의존성은 기능적 애착(functional attachment)으로도 불리며 장소가 기능적인 이유 즉, 어떤 장소 또는 지역사회가 특정 활동을 하기에 좋은 곳이기 때문에 우월한 평가를 받을 만하다는 것을 의미한다(Williams et al. 1995). 장소의존성은 개인이 특정 장소에 대해 느끼는 유대감의 강도를 나타내며, 그 장소가 갖고 있는 특징과 함께 대체 가능한 다른 장소와의 비교에 의해 나타나는 상대적 특징 등을 통해 평가된다. 특정 장소의 평가는 예를 들어 '하이킹이나 캠핑하기 좋다'라든가 하는 장소의 가치를 근거로 나타낸다. Moore와 Graefe(1994)는 '이용자의 특정 여가 활동을 촉진시킬 수 있는 환경을 구비하고 있는지 여부를 따지는 기능적 측면'으로 장소의존성을 설명하였다. 장소의존성의 개념은 개인의 욕구와 목표를 만족시키는 특정 장소

의 잠재력과 관련된 애착 유형이다. 장소의존성은 장소에 대한 반복적인 방문이 이루어질 경우 장소정체성을 유도할 수 있다. 따라서 장소의존성은 관광자원이나 문화기관 등의 장소성을 발전시키기 위한 요소라는 점에서 중요하게 인식된다.

2.2.2 장소정체성(place identity)

장소정체성은 감정적, 상징적 이유로 장소가 가치를 갖는 것이다(Williams et al. 1995). 이러한 장소정체성이란 '물리적인 환경과 연관된 인간의 개인적인 정체성을 규정하는 자아의 차원'으로서, 주관적인 자아관념은 다른 사람과의 관계에 의해서 뿐만 아니라 물리적 환경과의 관계에 의해서도 형성된다(Proshansky 1978). 이것은 장소에 대한 소속감과 동일한 개념으로 장소에 대한 강한 감정적인 애착으로 볼 수 있으며 감정적 애착이란 어떤 사람이 그 곳을 상징하는 것으로 인하여 해당 장소가 중요하다고 생각하는 것이다. 이러한 감정적 애착의 역할은 참여 동기로서 목적지가 갖는 공통된 의미나 집단 정체성을 강화하며(Williams et al. 1995), 특정 장소의 문화적 정체성을 형성하고 유지하는 논리적 근거를 제공한다(Schreyer et al. 1981).

산책로 이용자를 대상으로 장소정체성과 이용기간과의 연관성을 연구했던 Moore와 Graefe(1994)는 장소정체성은 상당히 긴 이용기간을 통해 형성되며, 감정적이고 상징적인 의미와 밀접하게 관련되어 있다고 주장했다. 이러한 자아정체성 개념으로부터 도출한 장소정체성 개념은 물리적 환경을 이용하는 인간에 대한 여러 가지 감정적 상태를 이해하는데 도움이 된다.

2.3 장소로서의 공공도서관

도서관의 물리적 존재가 갖는 의미는 단순히 정보를 수집 보관 제공하는 공간 이상의 의미를 넘어 사회문화적 상징성을 내포하기도 한다(차미경 2006). 장소로서의 도서관이 갖는 의미는 물리적인 실체를 지닌 도서관에서 이루어지는 여러 가지 활동, 과정, 행위, 그리고 성과들이 복잡하게 뒤섞인 일상을 말한다. 도서관은 책을 두기 위한 물리적 위치와 사서를 두고 서비스를 제공하는 것 이상의 사회적으로 가치 있는 역할을 제공한다(Gorman 2000). 도서관은 일반대중의 수요에 부응하기 위하여 끊임없이 변화하며 문화자원을 위한 장소를 제공하고 있고 많은 사람들은 도서관을 방문해서 그들의 개인적인 가치, 신념, 기대, 임무 등에 매진하며 일상생활을 영위한다. 이렇듯 우리는 도서관이라는 장소에서 공적·사적이고, 물리적인, 문화적인, 지적인 요소가 포함되어 있는 도서관의 다양한 특성들과 밀접하게 관계를 맺고 있다.

사회속의 공공도서관의 의의 및 역할을 이해하기 위해서 많은 학자들이 Habermas(1989)의 공공영역(public sphere)론이 제공하는 철학적 관점을 연구해왔다. Habermas에게 있어 공공영역은 가정과 같은 사적 영역과 정부, 행정기관 등 공적 권능(public authority)을 가진 영역 사이에 존재하는 세계의 한 부분을 또 다른 영역으로 개념화한 것이다. 공공영역은 사람의 지위와 소득을 막론하고 함께 모일 수 있는 장소이며 정부로부터 직접적인 통제 밖에 있는 곳으로서 보통 싸롱, 커피하우스 등 상업적인 장소 안에 형성된다. 공공영역은 일반적인 관심사에 대한 공적인 담론의 장소이며 사회적인 상

호작용을 통해 민주주의가 고양되는 장소이다.

Buschman(2003, 2006)은 도서관 운영에 있어서 수익모델을 따를 것을 강요하는 등 공공기관에 대한 새로운 운영철학이 도입되면서 이러한 민주적인 공적영역이 해체되고 있다고 주장하였다. 그는 또한 “만약에 우리가 도서관의 숭고한 역할과 존재의 이유를 잊거나 공익성을 포기한다면 민주주의의 가치가 있는 공적영역의 종말에 우리 모두가 일조하는 것이며 지금까지 정당화된 도서관의 가치를 포기하는 것”이라고 경고하면서 단지 예산을 확보하기 위한 임기응변식의 도서관 정책을 경계해야 한다고 제안하였다.

Alstad와 Curry(2003)는 더 많은 이용자를 유인하기 위해 도서관을 대중화하는 과정에서 공공도서관의 전통적인 소명이 평가절하되고 있음을 지적하였다. 그들은 이러한 대중화 과정에서 도서관이 재미와 마케팅을 강조함으로써 사람들이 도서관의 진정한 목적하는 바를 느낄 수 없게 되었다고 주장하였다. 이러한 민주적인 전통의 손실로 말미암아 공적인 회합과 담론이 가능한 민주시민의 장소는 사라지고 시민은 그들의 여론을 대중매체에 점차 의존하게 됨으로써 공공 담론의 질 저하가 수반되었으며, 공공도서관의 주된 목적이 공공의 계몽에서 공공의 오락으로 전환됨에 따라 결과적으로 민주주의를 지원하는 본래의 임무가 쇠퇴되었다.

Wiegand(2003, 2005)은 공공도서관이 인종, 계급, 성별, 소득수준과는 관계없이 사람들이 함께 모일 수 있는 장소중의 하나이며 공공도서관의 물리적인 장소는 민주적인 활동을 할 수 있는 환경을 제공한다고 주장하였다. Williamson(2000)은 공공영역의 전형인 공공도서관은 정

의와 공정을 촉진한다고 주장하였고 시장경제체제가 도입됨에 따라 공공도서관의 역할과 공공도서관이기 때문에 가능한 여러가지 유용성이 위협 받고 있음을 지적하면서 공공도서관은 정보, 교육, 여가, 문화에의 자유로운 접근, 경제적인 재활과 커뮤니티의 개발을 위한 서비스를 지속해야 한다고 제안하였다.

공공도서관의 장소적 의미를 이해하기 위해서 제3의 장소(The Third Place)라는 개념을 살펴볼 필요가 있다. Oldenberg(1999)는 일상의 공간을 크게 세부분으로 나누어 설명하고 있다. 제1의 장소는 가정, 제2의 장소는 직장 그리고 나머지 공간을 모두 제3의 장소로 분류한다. 그는 제3의 장소를 “이곳은 가정과 직장의 영역을 넘어, 개인들 간에 정기적이고, 자신의 의지로, 비공식적으로 그리고 행복을 기대하면서 모이게 하는 장소”라고 정의 하였다.

제3의 장소는 일터나 가정과는 다른 비공식적인 모임의 장소이다. 그곳은 다양한 인간관계를 조장하며 지역사회의 장소성을 창출한다. 사람들은 그곳에서 우연한 기쁨, 친교, 장시간의 직무 후의 휴식의 기회를 갖는다. 제3의 장소는 단조로운 일상을 다채롭게 만들고 공적인 삶을 풍부하게 만들어 시민의 자긍심 및 민주주의를 고양시킨다. 공공도서관은 우애와 휴식을 위한 장소를 제공하며 공동체를 풍요롭게 할 수 있다. 공공도서관은 나이, 경제 사정 등과 상관없이 지역사회의 일원을 환영하고 있으며, 지역사회의 주민을 비공식적으로 모이게 하는 필수적인 역할을 하고 있다. 바로 이런 점에서 공공도서관이야말로 훌륭한 제3의 장소의 전형이다.

Fisher(2007) 등은 시애틀 공공도서관에 대한 연구에서 Oldenburg의 제3의 장소 이론을

사용해서 정보적 장소(informational places)의 개념을 개발하였다. 장소에 관한 기존의 연구에서는 정보추구 행태와 관련하여 장소를 다루지 않았으나 그의 연구에서는 장소의 핵심 속성으로서 정보 추구 및 소비 행태에 관한 이론을 추가하였다. 그들은 이용자를 대상으로 물리적, 사회적 장소로서 새롭게 신축된 시애틀 공공도서관에 대한 인식을 설문하였다. 연구 결과를 보면, 시애틀 도서관 이용자가 인식하는 핵심 가치는 정보의 획득, 독서, 연구 또는 학습의 즐거움이 필요할 때 이용하는 장소로서의 기능이었다.

Lawson(2004)은 지역사회의 장소감(sense of place)을 형성하는데 도움을 주는 수단으로 제3의 장소의 역할을 역설하였으며 제3의 장소는 기쁨, 동료애, 오랜 기간 동안의 직무 후의 휴식의 기회를 제공하는 동시에 시민의 자긍심을 유발시키는 장소라고 주장하였다. 또한 전통적인 도서관은 인간적인 접촉, 사회적인 경험을 제공하며 서비스, 사회적 평등, 그리고 인간 개성에 대한 존중을 제공하기 위해 분투하는 기관으로서 오늘날과 같은 디지털 환경 하에서 지침이 되는 원칙으로서 제3의 장소의 개념을 사용할 것을 제안하였다.

Waxman(2007) 등은 제3의 장소와 장소감과의 관련성을 연구하였고, 이러한 제3의 장소들은 지역사회 구성원들의 비공식적 모임을 매개하는데 필수적인 역할을 하며 대학교 학생들의 경우에는 장소애착과 장소 유대감 형성의 기회를 제공한다고 주장하였다.

이와 같이 문헌정보학 분야의 연구자들은 장소로서의 도서관을 이해하기 위하여 여러 가지 사회이론을 사용하였다. 본 연구에서도 장소로서의 도서관이 우리에게 주는 의미를 살펴보기

위해 문헌정보학 분야에서 장소에 관한 철학적, 이론적인 틀을 토대로 수행된 선행연구를 고찰한 후, 인문지리학, 환경심리학, 관광학, 마케팅학 등 다양한 학문분야로부터 도출된 장소성 이론을 토대로 공공도서관에서 고려할만한 장소성 형성요인 모델을 제안하고자 하였다.

2.4 공공도서관 장소성 형성요인

어떤 장소가 인간에 의해 체험됨으로써 가치와 의미가 생기고 다른 장소와 차별화 되어 장소 고유한 특성이 만들어지는 일련의 과정에 의해 비로소 장소성이 구현된다. 도서관의 장소성의 구현되는 과정을 보면 첫째, 도서관 안에서 정보를 제공하는 행위, 정보를 검색하는 행위, 사람들과 교류하는 행위 등을 통해 도서관은 의미 있는 장소로 만들어진다. 둘째, 도서관에서 어린이 열람실, 장애인 열람실 등 새로운 서비스 공간을 설치함으로써 새로운 장소를 만든다. 셋째, 다시 이렇게 만들어진 장소를 이용자가 인식하고 공유함으로써 장소성이 생성된다. 마지막으로 이렇게 도서관에 풍부하게 장소성을 구현시키기 위해 정책을 기획하고 환경을 조성하는 등 사서의 인위적인 노력에 의해 장소성이 구현될 수 있다. 따라서 공공도서관의 장소성을 파악하기 위해서는 공공도서관이 갖는 물리적인 시설물, 그 안에 존재하고 있는 이용자, 직원 등 이해당사자, 그리고 사람들을 그 장소로 유인하는 도서관의 기능 및 역할에 주안점을 두어야 할 것이다.

도서관 건물은 도서관의 구성요소, 즉 장서, 사람, 시설을 담는 틀이자 도서관에 대한 사회의 인식을 보여주는 상징이다(국립중앙도서관

2007). 장소가 물리적 환경과 인간의 상호작용, 그것으로부터 얻어지는 의미를 통해 형성된다고 볼 때, 물리적 공간에 대한 차별적인 인식인 장소성 역시 주요 형성요인을 유추해 낼 수 있다. 장소성의 형성요인은 연구자마다 조금씩 다르지만 여러 학자들에 의해 정의된 장소성의 형성요인을 정리하여 재구성하면 <표 1>과 같다.

<표 1>의 장소성 형성요인을 물리적, 문화적, 경험·활동적 기준을 통해 성질이 유사한 요인들끼리 조합, 분류하면 물리적 요인, 행태적 요인, 심리적 요인의 세 가지 요인으로 정리할 수 있다.

- 물리적 요인: 장소에 자리 잡고 있는 물리적 요소 중 장소의 특성을 표현하고 있는 요소들이다. 이것은 넓은 길이나 오픈 스페이스, 접근성, 전망, 경관, 건물, 점유된 공간, 마당, 문화재 등 장소에 포함되어 있는 고정적인 요소들을 말한다.
- 행태적 요인: 장소 고유의 역사, 생활양식, 행사 등 장소의 문화적 특성을 가진 요소들이다. 이것은 여가, 만남, 교육, 문화, 목적적 활동, 공간의 기능 등 장소사용의 목적, 행태, 양상의 다양한 상황에 의해 영향을 받는 요소들을 말한다.
- 심리적 요인: 물리적 요소와 행태적 요소들이 조합되어 방문자들에게 인식되는 장소 고유의 인상을 뜻한다. 이것은 편안함, 친근감, 분위기, 역사적·사회적·개인적 의미, 이미지와 같이 개별적인 경향을 가지는 것들로 다양한 체험의 의미를 낳는 요소들을 말한다.

장소성은 위 세 가지 요소들의 상호작용에 의

〈표 1〉 장소성의 형성요인

형성요인	Lukermann (1964)	Stokols & Shumaker (1981)	Guiliani (1993)	이석환 황기원 (1997)	최병두 (2002)	한상일 (2002)	백선희 (2005)	심광택 (2005)
물리적 요인						○		
물리적 실체	○							
물리적 특성		○						
물리·환경적 요소							○	
장소의 경관			○					○
자연·인공 환경				○	○			
문화								○
생활양식					○			
사회적 체계					○			
인적사회적 요인							○	
애착		○		○			○	
이미지							○	
정체성		○			○	○	○	○
발생되는 사건	○							
사람들의 활동			○			○		
지속·반복적 경험							○	
상호행위					○			

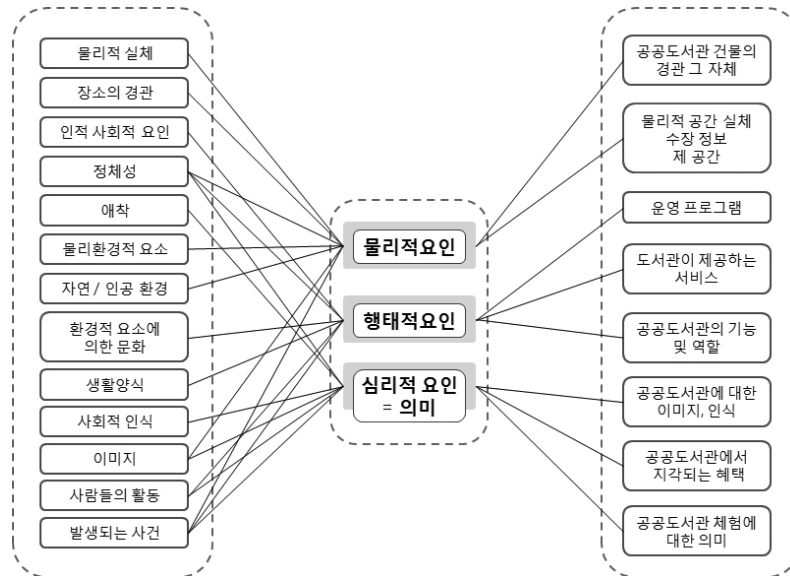
출처: 김효주(2008), 양준영 등(2009)의 연구를 바탕으로 재구성함

해 만들어지고 각각의 요소들은 장소에 따라 여러 가지가 존재한다. 이것을 공공도서관이라는 장소와 결부시켜 재구성해보면 〈그림 1〉과 같다.¹⁾ 이러한 세 가지 요인들은 어떤 환경 속에서 상호 관련되고 결합되어 장소성을 구성하게 된다. 그러므로 물리적 요인, 행태적 요인, 심리적 요인은 공공도서관 장소성의 기본 재료가 되고 이들 간의 논리적 관계는 공공도서관 장소성의 구조적인 관계를 나타내 준다. 그리고 기본 재료와 구조적인 관계가 결합되어 공공도서관의 장소성을 형성하게 되는 것이다.

공공도서관의 장소성을 분명하게 설명하는

요인들을 정의하기는 힘들지만 가시적인 환경들을 분석함으로써 어느 정도 그 특징을 찾아낼 수 있다. 공공도서관의 물리적 요인은 그것을 구성하는 기본적 공간요소를 포함하고 있다. 정의된 공간의 가치는 각 공간으로부터 표출된 정체성과 이용자의 자아 정체성과 일치한다고 생각하는 공간을 이용자가 선택하여 이용함으로써 유발된다. 물리적 환경에 대한 정체성의 표출은 단순히 물리적 대상에만 그치는 것이 아니다. 따라서 사물에 대해 주의와 애착심과 관계가 있으며 물리적 요인은 공공도서관의 장소성 형성에 중요한 요인이 된다.

1) 양준영(2009) 등의 모형을 토대로 재구성하였으며, 본 연구에서 공공도서관의 장소성 형성요인 도출을 위해 요인의 명칭 및 요인별 세부 항목들을 발전시켰음.



〈그림 1〉 공공도서관 장소성 형성요인 도출을 위한 잠정적 모형

행태적 측면에서는 공공도서관의 물리적인 장소와 그 속에서 이루어지는 활동들이 긴밀하게 기능적으로 연계되어 있어 사람들과 그 공간이 분리될 수 없을 때 공공도서관의 장소성이 발휘된다고 할 수 있으므로 기능적인 요소들이 대상이 된다. 공공도서관의 기능 및 역할 속에서 이용자들의 행위는 공공도서관이 제공하는 여러 가지 서비스를 이용한다든지, 운영하는 프로그램을 이용하는 등 물리적 실체가 부여하는 여러 가지 기능들을 선택하여 규칙적으로 일어난다. 이러한 이용자 행위의 지속적이고도 규칙적인 반복은 공공도서관의 장소성을 형성하는 중요한 요인이 된다.

심리적 요인은 경관이나 공간을 통해서, 혹은 이용자가 그 장소에서 직접 참여하는 활동들을 통해서 나타나고 전달되며 사람마다 서로 다른 의미를 가질 수 있다. 공공도서관이라는 환경이 가지는 심리적 요인은 이용자가 공공도

서관을 이용하면서 인식하는 혜택, 공공도서관이라는 존재에 대한 인식, 공공도서관의 향유 정도, 장소에 대한 이미지 등으로 파악할 수 있다. 특히 향유의 여러 모습들은 공공도서관, 이용자, 그리고 이용자가 속해있는 사회 간 상호 관계를 맺고 기능적인 의미, 사회적인 의미를 발현한다. 따라서 향유는 이용자의 장소추구(場所追求)의 한 양태로서 공공도서관의 장소성을 형성하는 중요한 요인이 된다.

3. 연구의 방법

3.1 연구의 모형

본 연구는 공공도서관의 장소성을 형성하는 요인들이 무엇인지를 규명하고, 이러한 형성요인들이 도서관의 장소성의 한 형태인 장소애착

과 어떠한 관계가 있는지 알아보고, 관계가 있다면 구체적으로 장소성을 형성하는 요인들은 실질적으로 이용자의 장소가치지각에 어떠한 영향을 미치는지 분석하고, 이렇게 지각된 가치와 이용자의 행위의도와의 관련성을 규명하는 것을 목적으로 한다. 연구의 목적을 달성하기 위하여 <그림 2>와 같이 연구모형을 설계하였다.

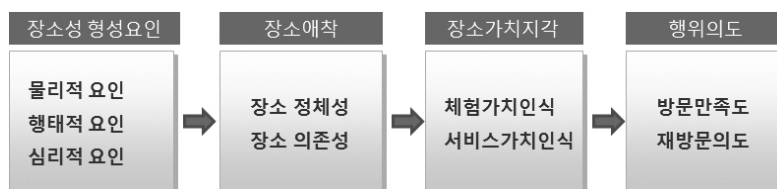
본 연구의 모형이 구성하고 있는 연구 변인은 장소성 형성요인, 장소애착, 장소가치지각, 행위의도 이렇게 총 네 개의 잠재변인으로 구성되었다. 장소성 형성요인을 규명하기 위한 선행연구를 검토해보면 주로 관광학, 지리학, 도시개발학 분야에서 연구가 진행되었다. Tuan(1977)은 소 환경, 관련된 활동, 의미 등 세 가지 요인으로, 한상일(1995)은 물리적 요소, 사회적 활동, 의미, 맥락 등 네 가지 요인으로, 권윤구 등(2011)은 물리적요인, 행태적요인, 사회적요인으로 정리하였다. 여러 연구에서 제시한 요인들을 토대로 해서 본 연구에서는 물리적요인, 행태적요인, 심리적요인으로 구분해서 살펴보고자 한다.

장소애착은 크게 두 가지 변수, 즉 장소의존성과 장소정체성으로 구분된다(Moore and Graefe 1994). 여기에 임하경(2005)은 장소에 대해 어느 정도 소속감을 느끼는지를 나타내는 장소착근성(place rootedness) 등의 세 가지 구성요소로 세분화였고 장소 친밀성(place familiarity)

과 장소 귀속성(place belongingness) 등의 다섯 가지 개념이 연구자와 연구 목적에 따라 활용되고 있다. Hammitt 등(2009)의 연구에 따르면 다섯 가지 개념에 의한 모델과 두 가지 개념에 대한 모델을 실증적으로 분석한 후 두 가지 개념에 바탕을 둔 단순한 모델의 설명력이 다섯 개의 개념의 포괄적인 모델보다 크게 떨어지지 않는다는 사실을 밝혀냈다. 따라서 본 연구에서는 장소정체성과 장소의존성을 장소애착의 관측변수로 삼았다.

장소가치지각 변인의 경우 선행연구를 살펴보면 특정 장소를 방문하는 빈도, 재 방문의사, 방문지에서의 평균 소비액, 만족도, 재구매 의도 등 다양하게 연구 되고 있다. 본 연구에서는 장소성 형성으로 인한 사회적인 영향력은 서비스가치인식도와 체험가치인식도로 분석하고자 한다.

행위의도 변인은 서비스 마케팅 연구에서 가장 많이 연구되는 변인이며 주로 고객 만족도, 재이용 의사, 구전의도 등이 측정변수로 사용되고 있다. 서비스 마케팅연구에서는 이들 변수들의 선행변수로서 서비스품질이 많이 연구되고 있다. 본 연구에서 대상으로 삼고 있는 장소가치지각 변인과 행위의도 간의 영향관계를 연구한 사례는 없으나, 가치 지각은 행위의도에 영향을 미친다는 연구결과(Dodds 1991)와 가



<그림 2> 연구모형

치지각은 가격과 다른 정보가 관광행위에 영향을 미치는데 있어서 매개역할을 한다(Dodds and Monroe 1985; Zeithaml 1988)는 선행 연구들을 참고하여 본 연구모델에서 종속변수로 설정하였다.

3.2 가설설정

공공도서관의 장소성의 기반이 되는 것은 이용자와 공공도서관 간의 상호관계이다. 공공도서관의 외적인 환경을 이용자가 지속적으로 경험하고, 인식하면서 내적인 장소성인 장소애착이 생긴다는 것을 검증하기 위해 다음 가설을 설정하였다.

- H1: 공공도서관의 장소성 형성요인은 장소애착에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 H2: 공공도서관에 대한 이용자의 장소애착은 장소가치지각 정도에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 H3: 장소가치지각 정도는 이용자의 행위의도에 유의한 영향을 미칠 것이다.

H4: 공공도서관 장소성형성요인은 장소애착을 매개로 하여 장소가치지각 정도에 영향을 미칠 것이다.

3.3 변인의 측정

3.3.1 장소성 형성요인 측정

공공도서관 장소성 형성요인에 대한 측정변인은 장소성 형성요인에 대한 선행연구들(Lukermann 1964; Guiliani & Feldman 1993; 이석환, 황기원 1997; 최병두 2002; 백선희 2005; 심광택 2005)을 토대로 하여 공통되는 항목을 도출하여 물리적 요인, 행태적 요인, 심리적 요인의 세 영역으로 구분되어 총 28개 문항으로 구성되었다. 물리적 요인은 공공도서관의 공간 구성 요소를 대상으로, 행태적 요인은 공공도서관이 제공하는 서비스를 대상으로 설문 항목을 선정하였다. 심리적 요인은 경기도(2008), 이주호 등(2009)의 연구에서 사용한 측정도구를 연구 목적에 맞게 수정하였다.

〈표 2〉 장소성 형성요인 측정 항목

잠재변인	측정변인	설문 내용	참고
장소성 형성요인	물리적으로인	도서관 건물 및 내부 인테리어 경관	연구자가 추가함
		열람 공간	
		디지털·멀티미디어 정보 공간	
		정보서비스 공간	
		장서 공간	
		학습 공간	
		집회, 친교 공간	
		문화 공간	
		여가 공간	
		이용자 편의시설	

잠재변인	측정변인	설문 내용	참고
장소성 형성요인	행태적요인	도서의 무료 대여	경기도(2008)
		사서를 통한 정보 상담	
		관내에서 도서, 잡지, 신문 이용	
		자기 학습을 위한 책상 및 공간 이용	
		강좌, 독서회, 행사, 영화감상 등 제공 프로그램	
		필요한 정보의 검색 및 구득	
	심리적요인	친근하고 편안한 느낌이 드는 장소	이주호(2009)
		흥미롭고 재미있는 장소	
		호의적 감정을 가지게 해 줌	
		즐거움 및 충족감 얻음	
		이 도서관에 대한 추억을 가지고 있음	
		방문하고 싶은 느낌을 갖게 해 주는 곳	
		더 현명해지고 지식이 풍부지는데 도움이 되는 곳	경기도(2008)
		사고력과 글쓰기 능력이 향상	
		컴퓨터를 이용하고 정보를 찾는 능력 향상	
		지역사회, 가족 간 유대 및 공감대가 향상	
		도서관은 지역사회의 자산으로서의 가치가 있음	
		도서관은 나의 삶의 질을 향상	

3.3.2 장소애착, 장소가치지각, 행위의도 측정

Williams과 Roggenbuck(1989)은 장소애착의 두 가지 차원 즉 장소정체성과 장소의존성을 측정하는 바가 있다. 이들의 모델은 환경심리학, 소비자행동, 관광학 등 분야의 연구에서 애착도를 측정할 때 가장 광범위하게 사용되고 있다. 본 연구에서는 선행연구에서 실증조사를 통해 검증된 애착도 측정항목을 참고하여 측정하였다.

장소성이 얼마만큼 영향력을 가지고 있는지 혹은 얼마만큼의 가치를 가지고 있는지를 분석한 선행 연구에서 이주호(2009)는 어떤 장소를 방문함으로써 획득되어지는 경험에 대한 편익을 측정하기 위해 '체험가치'로써 특정 장소의 브랜드적 가치를 측정하는 바가 있다. Yuan과 Wu(2008)은 어떤 장소의 방문을 경험한 후의

즐거움, 편안함 등 '감정적 가치'와 경제적 보상, 가격 만족, 효용성 등으로 구성된 '기능적 가치'를 측정하여 체험가치와 고객만족 간의 관계를 규명하였다.

이러한 연구결과를 토대로 하여 본 연구에서는 잠재변수인 장소가치지각 변인을 측정하기 위해 설정된 측정 변인은 '서비스가치 인식도', '체험가치 인식도'이다. '서비스가치 인식도'는 도서관에서 제공하는 서비스에 대한 가치인식 척도 3개 문항으로, '체험가치 인식도'의 경우는 7개 문항으로 Mathwick 등(2001)의 EVS(Experimental Value Scale), Yuan과 Wu(2008), 이주호 등(2009)의 연구에서 사용한 설문 항목을 부분적으로 적용하였다. 공공도서관 이용자의 행위의도는 방문만족도, 재방문의도로 측정하였다.

〈표 3〉 잠재변인 측정 항목

잠재변인	측정변인	설문 내용	참고
장소에착	장소정체성	이 도서관은 내 삶의 많은 부분 차지	강신겸 등(2002) Brown and Raymond(2007) Hammit et al.(2009)
		이 도서관을 이용한다는 것은 나에 대해 많은 것을 설명해줌	
		이 도서관은 나에게 매우 특별한 장소	
		이 도서관에 강한 유대감을 갖고 있음	
	장소의존성	이 도서관은 나에게 많은 의미가 있음	
		이 도서관은 내가 원하는 것을 하기 위해 최적의 장소임	
		내 생활의 많은 부분은 이 도서관을 중심으로 이루어짐	
		다른 어떤 기관보다 이 도서관이 좋음	
장소가치 지각	서비스가치 인식도	전반적으로 도서관이 제공하는 서비스는 가치가 있음	Sweeney and Soutar(2001) Cronin et al.(2000)
		서비스는 시간과 노력을 들여 이용할 만한 가치가 있음	
		서비스가 내가 원하는 것을 만족시킬 정도로 역량이 높음	
	체험가치 인식도	도서관 시설과 디자인은 매력적임	Mathwick et al.(2001) Yuan and Wu(2008) 박종진(2009) 이주호(2009)
		여가를 활용하기에 유용한 장소임	
		체험을 위한 장소로서 선호함	
		정보이용 뿐만 아니라 도서관 안에서의 활동 자체를 즐김	
		도서관 방문 경험은 다른 세계에 와 있는 느낌을 갖게 함	
		도서관 방문경험은 일상생활을 벗어나게 해줌	
		방문을 위한 비용(시간, 돈, 심리적)보다 더 많은 것 얻음	
행위의도	방문만족도	이 도서관을 이용한 것은 현명한 선택임	김남수(2008)
		이 도서관 이용 활동에 대하여 만족함	
	재방문의도	향후에도 이 도서관을 재방문 할 것임	Oliver(1997) Cronin et al.(2000)
		친구나 지인에게 추천할 의사가 있음	

3.4 연구 설계

3.4.1 표본설계

본 연구는 2011년 2월 9일부터 2월 15일까지 일주일 간 서울시에 소재하고 있는 공공도서관에 조사원이 직접 방문하여 해당 도서관 이용자를 대상으로 무작위로 표본을 추출하여 설문조사를 실시하였다. 비교적 응답하기 까다로운 문항이 일부 포함되어 있다는 점, 어린이도 설문을 실시해야 한다는 점 등을 고려하여 설문의 응답률을 높이고, 응답의 정확성 기하기 위하여

일대일 면접조사 방법을 택하였다. 표본은 성인 집단 80%(240부), 어린이집단 20%(60부)의 비율로 추출하였다.

선정된 도서관을 대상으로 각 50부씩 설문이 실시되었고 여섯 개의 공공도서관을 대상으로 총 300개의 설문지가 회수되었다. 설문 대상 공공도서관의 선정은 설문 비용 및 자료 습득의 용이성 등을 고려하여 공간적 범위를 서울특별시 내로 한정하였다. 서울특별시 소재 공공도서관 중에서 1차로 연간 방문자수를 고려하여 25개 자치구별로 한 개의 도서관을 할당하였다. 2

〈표 4〉 모집단의 규정 및 설문조사

조사대상	서울지역내 공공도서관 이용자
자료수집	무작위로 추출된 이용자 대상 일대일 면접 설문
조사범위	서울지역 6개 도서관
조사기간	2011년 2월 9일(수) ~ 15일(화)
표본추출방법	층화표본추출
표본수	총 300명(성인 및 청소년 240부, 어린이 60부)

〈표 5〉 설문 대상 공공도서관

도서관명	운영주체	개관년도	연면적(㎡)	회원등록자수		연간 방문자수
				어린이	성인	
마포평생학습관	교육청	1980	9,716	29,486	65,805	1,732,128
송파도서관	교육청	1994	8,472	63,800	188,160	1,840,737
양천도서관	교육청	1990	6,864	30,842	135,930	1,880,824
정독도서관	교육청	1977	13,247	13,869	98,738	1,730,624
성동구립도서관	민간위탁	1999	5,692	9,093	68,691	1,591,603
중랑구립정보도서관	공단위탁	1997	5,106	22,038	44,734	1,653,452

데이터 출처: 국가 도서관 통계시스템(<http://www.libsta.go.kr/index.do>)

차로 다음과 같은 기준에 만족하는 도서관을 선별하였다. 첫째, 그 지역 주민이 많이 이용하는 도서관을 대상으로 하기 위해 연간방문자 수가 100만명 이상인 도서관으로 제한하였다. 둘째, 장소애착이 발현되기 위해서는 이용자의 경험 축적 과정이 필요할 것이다. 따라서 설립연도가 2000년도 이전인 도서관으로 한정하였다. 셋째, 공공도서관이라는 물리적 실체를 통해서도 장소성이 창조된다는 점에 착안하여 도서관 연면적 5000㎡ 이상의 규모를 가진 공공도서관으로 선정하였다. 넷째, 서비스 단위가 동 단위인 도서관, 분관을 제외하고 공공도서관 30개를 선별하여 운영주체를 분석해본 결과 교육청 직영은 22개(70%) 도서관, 위탁운영은 8개(30%) 도서관으로 나타났다. 따라서 대상 공공도서관의 운영주체는 이와 동일한 비율로 배분하였다. 그리고 공간적 분포도 가급적 고려하여 서울시 전

체의 범위를 대변할 수 있도록 권역별로 안배를 하였다.

3.4.2 인구통계적 특성

본 연구 대상자의 일반적 특성에 대해 빈도분석을 실시하였으며, 그 결과는 다음과 같다. 성별은 남성이 160명(54%), 여성이 140명(46%)으로 나타났다. 연령은 10대가 129명(43%), 20대가 85명(28.3%), 30대가 33명(11%), 40대가 30명(10.0%), 50대가 17명(5.7%), 60대가 6명(2%)으로 10대와 20대가 높은 비율을 차지하였고, 평균 연령은 25.3세로 어린이를 포함하게 됨으로써 다소 낮게 나타났다. 현 거주지 거주기간은 1년 미만은 12명(5%), 1~3년 미만은 53명(22.1%), 4~8년 미만은 74명(30.8%), 9~15년은 64명(26.7%), 16년 이상은 37명(15.4%)이었으며 평균 8.77년으로 9년에 가깝고 표준편

차는 7.3년으로 거주기간의 개인차는 상당히 큰 것으로 나타났다.

방문빈도는 거의 매일이 79명(26.3%), 일주일에 2~3회 73명(24.3%), 일주일에 1회 74명(24.7%), 1달에 2~3회 32명(10.7%), 1달에 1회 26명(8.7%), 1년에 3~4회 3명(1.0%), 1년에 1~2회 13명(4.3%)으로 나타났다.

도서관을 이용하는 주요 목적은 과제해결 및 학습 등 교육적 목적이 231명(48.8%), 여가 및 취미활동 등 문화적 목적이 87명(18.4%), 모임 및 친교 등 사회적 목적이 16명(3.4%), 정보의 탐색 및 획득 등 정보적 목적이 115명(24.3%), 도서관이 제공하는 프로그램 참여 목적이 15명(3.2%), 기타 9명(1.9%)으로, 전체 300명에 대해서 조사가 이루어졌으며 각 설문문항 당 2개씩 선택하도록 하였으나 1개만 선택한 응답자가 있어서 결측치가 127개 존재한다. 도서관 이용의 가장 큰 목적이 '과제해결 및 학습 등 교육적 목적'으로 나타났으며 전체 50% 정도를 차지한다.

4. 실증 분석

4.1 모형의 적합도 분석

구조방정식모형을 설정하고 분석을 실시하는

과정에서 본 연구의 연구대상이 되는 연구 모형이 얼마나 자료를 잘 반영하는가를 알아보기 위해 여러 가지 적합도 지수를 살펴보았다.

〈표 6〉 모형 요약

Number of distinct sample moments:	1484
Number of distinct parameters to be estimated:	215
Degrees of freedom(1484 - 215):	1269
chi-square(χ^2): 2170.486	p=<.000

〈표 6〉에서 나타난 바와 같이 χ^2 통계량으로 본 연구모형의 적합도는 2170.486(df=1269, p=<0.000)으로 전반적인 적합이 부족한 것으로 나타났다. χ^2 통계량은 분포에 대한 가정과 표본의 숫자에 민감하기 때문에 비록 유의적으로 나타나더라도(p-value<.05) 반드시 적합도가 낮다고 할 수 없다. 따라서 여러 관점에서의 적합도를 살펴보아야 한다.

〈표 7〉에서 CMIN/DF가 1.7로 기준치인 2보다 작으므로 구조방정식 모형이 자료를 잘 적합하고 있는 것으로 볼 수 있다.

〈표 8〉에서 RMSEA는 χ^2 값을 자유도와 표본의 크기로 조정한 값이다. 0과 1사이의 값을 가지며 대체로 .08보다 작으면 적합도가 좋다고 할 수 있다. 본 모형에서는 0.049의 값이 나왔으므로 모형의 적합도가 매우 양호하다고 볼 수 있다.

〈표 7〉 모형의 적합도 요약

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
연구모형(Default model)	215	2170.486	1269	.000	1.710
포화모형(Saturated model)	1484	.000	0		
독립모형(Independence model)	106	7629.364	1378	.000	5.537

〈표 8〉 모형의 적합도 지수

Model	RMSEA	NFI	IFI	TLI	CFI	PRATIO
연구모형(Default model)	0.049	.716	.858	.843	.856	.921
포화모형(Saturated model)		1.000	1.000		1.000	.000
독립모형(Independence model)	.123	.000	.000	.000	.000	1.000

NFI는 0과 1사이의 값으로 값이 클수록 연구 모형의 적합도가 높다는 의미를 가지며 대체로 0.9 이상일 때 모형의 적합이 양호하다고 인정할 수 있다. 본 모형에서는 0.716의 값이 나왔으므로 모형이 일반적인 수준에서 양호하지는 않지만, 연구자의 모형이 independence model²⁾ 보다는 자료적합에 상당한 개선을 보이고 있다고 볼 수 있다.

TLI는 0과 1 사이의 값으로 0.9 이상일 때 모형의 적합이 양호하다고 인정한다. 본 연구모형은 0.843의 값이 나왔으므로 모형이 0.9에는 미치지 못하지만 그에 준하는 좋은 모형으로 볼 수 있다. CFI, IFI 모두 0과 1 사이의 값이며 1에 가까울수록 높은 적합도를 나타낸다. 각각의 값은 0.856, 0.8586으로 모형의 적합이 어느 정

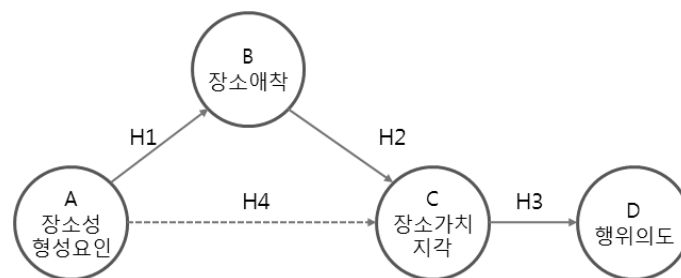
도는 양호하다는 것을 나타내고 있다.

4.2 가설 검정

4.2.1 가설검정 방법 및 절차

가설 1(H1)~3(H3)의 검정은 구조방정식 모형 분석 결과 얻어진 연구모형의 회귀 가중치를 통해 실시하였다. 가설 4(H4)는 구조방정식 모형으로 장소성 형성요인(A)이 장소애착(B)의 매개에 의해서 뿐 만 아니라 장소가치지각(C)에 직접적으로도 영향을 미치는가를 검정하여 A와 C의 관계의 통계적인 유의성 여부에 따라서 가설의 기각 및 채택이 결정된다(〈그림 3〉 참조).

구조방정식모형 분석을 위한 추정방법은 최



〈그림 3〉 가설 검정 절차

2) 일반적으로 null 모형으로 표현하며 모든 측정 변수들이 서로 상관관계가 없는 것을 가정하는 모형이다. 따라서 χ^2 통계량은 매우 높으며 p-value는 0에 가깝다. 가장 간결하지만 적합도는 0이라 할 수 있다. 그 자체로는 의미를 갖지 못하며 연구모형과의 비교를 위해 의미를 갖는다.

대우도법(MLE: Maximum Likelihood Estimation)을 통해 이루어졌으며, AMOS 18.0 프로그램을 이용하여 분석하였다.

4.2.2 가설 검증

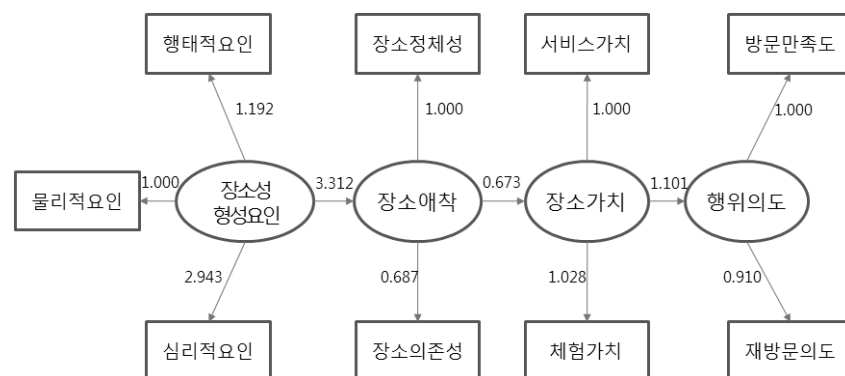
설정된 구조방정식모형에서 전체 변인이 동시에 고려되었을 때 어떤 영향관계를 갖고 있는지를 분석하였다. 변수들 간의 인과관계와 연관관계를 알아보기 위하여 연구모형의 경로도 및 비표준화 경로모형은 <그림 4>와 같다.

1) 공공도서관의 장소성 형성요인과 장소애착과의 관계

<표 9>의 경로계수의 방향성과 유의성을 보면 장소성형성요인과 장소애착 간의 경로계수는 3.312이고 유의수준 0.05에서 양의 방향으로

유의한 영향을 주는 것 나타났다. 따라서 가설 1은 채택되었다. 공공도서관의 장소성 형성요인은 이용자의 장소애착 형성에 긍정적인 기여를 하고 있음을 알 수 있다.

가설 1의 잠재변수인 장소성형성요인을 측정하기 위해 사용된 3개의 요인들은 모두 장소성형성요인에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이들 요인의 영향력은 심리적요인(.998)이 장소성형성요인에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 행태적요인(.444), 물리적요인(.386) 순으로 영향력을 보였다. 따라서 장소성형성요인은 물리적요인이나 행태적요인 보다는 심리적요인이 현저한 영향력을 가지고 있다고 할 수 있다. 이는 공공도서관 이용자들이 자신이 이용하는 도서관에 대한 애착을 느끼게 되는 원인은 물리적공간이나 도서관이 제공하는 서비스에



<그림 4> 연구모형의 경로도 및 비표준화된 경로모형

<표 9> 연구모형의 회귀가중치

연구가설	평가경로	Estimate	Standardized	S.E.	C.R.	P	채택여부
H1	장소애착 ← 장소성형성요인	3.312	.983	.778	4.255	0.000	채택
	행태적요인 ← 장소성형성요인	1.192	.444	.244	4.875	0.000	
	물리적요인 ← 장소성형성요인	1.000	.386				
	심리적요인 ← 장소성형성요인	2.943	.998	.681	4.319	0.000	

기인하는 것 보다는 도서관을 향유하면서 발견하게 되는 가치나 이용하면서 느끼게 되는 의미에 대한 지각 정도가 더 민감한 영향을 미치고 있다는 것을 의미한다.

2) 공공도서관 이용자의 장소애착과

장소가치지각과의 관계

〈표 10〉의 경로계수의 방향성과 유의성을 보면 장소애착과 장소가치인식 간의 경로계수는 0.673이고 유의수준 0.05에서 양의 방향으로 유의한 영향을 주는 것 나타났다. 따라서 가설 2는 채택되었다. 공공도서관 이용자의 장소애착이 장소가치인식도에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다.

가설 2의 잠재변수인 장소애착을 측정하기 위해 사용된 2개의 요인들은 모두 장소애착에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 표준화 경로계수(standardized path coefficient)를 보면 장소애착 → 장소의존성은 .762로 장소애착 → 장소

정체성의 .744보다 크게 나타나 장소애착은 장소정체성보다는 장소의존성에 큰 영향을 받는다고 할 수 있다. 장소의존성은 장소에 대한 기능적 애착을 의미한다. 이와 같은 결과는 이용자의 목적지향적인 이용을 선호하는 행태가 측정결과에 반영된 것으로 해석할 수 있다. 따라서 차별화된 고품질의 서비스 프로그램을 개발하여 제공함으로써 ‘목적지(destination)’³⁾로서의 공공도서관의 위상을 확보할 수 있는 전략이 필요할 것이다.

3) 공공도서관 이용자의 장소가치지각과 행위의도와의 관계

〈표 11〉의 경로계수의 방향성과 유의성을 보면 장소가치인식과 행위의도간의 경로계수는 1.101이고 유의수준 0.05에서 양의 방향으로 유의한 영향을 주는 것 나타났다. 따라서 가설 3은 채택되었다. 공공도서관 이용자의 장소가치인식도는 행위의도에 긍정적인 기여를 하고 있음

〈표 10〉 연구모형의 회귀가중치

연구가설	평가경로	Estimate	Standardized	S.E.	C.R.	P	채택여부
H2	장소가치인식 ← 장소애착	.673	.981	.093	7.211	0.000	채택
	장소정체성 ← 장소애착	1.000	.744				
	장소의존성 ← 장소애착	.687	.762	.093	7.404	0.000	

〈표 11〉 연구모형의 회귀가중치

연구가설	평가경로	Estimate	Standardized	S.E.	C.R.	P	채택여부
H3	행위의도 ← 장소가치	1.101	.688	.119	9.221	0.000	채택
	서비스가치인식 ← 장소가치	1.000	.664				
	체험가치인식 ← 장소가치	1.028	.781	.155	6.636	0.000	
	방문만족도 ← 행위의도	1.000	.993				
	재방문의도 ← 행위의도	.910	.836	.079	11.570	0.000	

3) ‘목적지(destination)’는 공동체 내의 사람들이 머무르거나 들르고자 하는 관광선택지로서의 장소를 말한다.

을 알 수 있다.

장소가치를 측정하기 위해 서비스가치인식도와 체험가치인식도 요인들은 모두 장소가치지각에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이들 요인의 영향력은 체험가치인식도(.781)가 서비스가치인식도(.664)보다 더욱 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 이용자가 도서관에 대한 장소적 가치를 지각하기까지는 이용자가 서비스를 제공받음으로써 느끼는 효용보다 도서관을 직접 체험함으로써 느끼는 편익이 더욱 영향을 끼친다는 것을 알 수 있다. 즉 공공도서관 이용자는 공공도서관에서 제공하는 서비스뿐만 아니라 공공도서관 안에서의 체험 및 활동 그 자체로도 방문만족도이나 재방문의도에 영향을 미친다는 것을 의미한다. 한편, 이용자의 행위의도를 측정하기 위해 사용된 2개의 요인 중에서 방문만족도(.993)가 재방문의도(.836)보다 영향력 있는 것으로 나타났다.

4) 장소성 형성요인과 장소가치지각과의 관계에서 장소애착의 매개효과

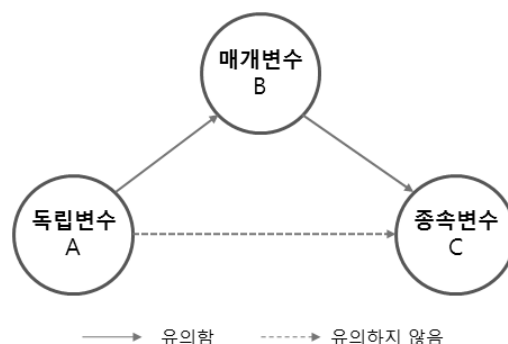
세 개의 잠재변인 A, B, C 간에 관계를 보면 <그림 5>와 같다. A는 B의 매개에 의하여 C의

영향을 미치는 것으로 가설이 설정되었다. 본 가설을 증명하기 위해 A는 B의 매개에 의해서 뿐만 아니라 A에서 C로 직접적으로도 영향을 미치는지를 검정하고자 하였다.

직접적으로 영향을 미친다는 것은 B의 매개적 작용이 부분매개(partial mediation)하거나, A와 C의 직접적 관계가 유의적으로 나타나는 경우일 것이다. 그러나 A와 C의 관계가 유의적이지 못하면 B는 A → C관계를 완전매개(full mediation)하는 것이며, A는 C에 직접적으로 영향을 미친다고 할 수 없다.

<표 12>를 보면 사전에 설정된 구조방정식 모형에서 직접효과가 기각되고 간접효과가 채택됨으로써 매개변수에 의한 매개효과를 검증하고 있다. 장소성형성요인이 장소애착의 매개효과 없이 직접적으로 장소가치지각에 통계적으로 유의한 영향은 주지 않는 것으로 나타났다(p-value > 0.05). 장소성 형성요인이 장소가치지각에 직접 영향을 미치는 것이라기보다는, 장소애착을 매개로 하여 장소가치에 영향을 준다고 하는 가설이 채택되었다.

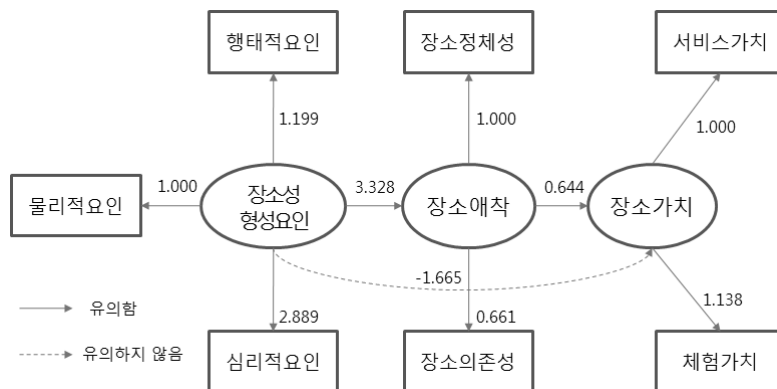
구조적인 모형으로 나타내면 <그림 6>과 같다. 이러한 매개모형에서 완전매개효과를 보인



<그림 5> 매개적 작용 모형

〈표 12〉 연구모형의 회귀 가중치

평가경로		Estimate	S.E.	C.R.	P	채택여부
장소애착	← 장소성형성요인	3.328	.784	4.247	0.000	채택
장소가치지각	← 장소애착	.644	.094	6.885	0.000	채택
장소가치지각	← 장소성형성요인	-1.665	1.497	-1.112	0.266	기각



〈그림 6〉 장소성 형성요인과 장소가치 간의 매개효과 분석을 위한 경로도

다는 것은 장소성 형성요인변인과 장소가치변인과의 관계에 있어서 장소애착이 매개변인으로 개입되는 경우 간접경로에 의한 매개효과만 통계적으로 유의하며 장소애착에 의해 발생한 간접효과인 매개효과가 더욱 중요하게 해석될 수 있다는 의미이다. 따라서 장소로서의 공공도서관의 장소자산을 발굴하고 장소성의 인위적 형성을 통한 성과를 이용자가 장소가치를 인식하는 차원으로 이끌기 위해서는 공공도서관에 대한 이용자의 장소애착, 즉 장소정체성 및 장소의존성을 향상시킬 수 있는 방안의 모색이 필요하다.

5. 결 론

공공도서관이라는 물리적 실체는 사람들과 그 장소와의 상호작용을 매개하는 중계자이다. 장소로서의 공공도서관은 개인이 발현하고 유지하는 소속감, 정체성, 애착 등의 태도 형성에 긍정적인 기여를 할 수 있는 잠재력을 가지고 있다. 그러나 지금까지의 연구는 주로 정보 자원, 이용자, 사서에 관한 연구에만 초점이 맞추어져 있으며 공공도서관이 지닌 장소 자체의 가치 및 역할을 고려하지 않은 측면이 있다. 따라서 본 연구에서는 환경심리학, 인문지리학 분야에서 활발하게 논의되고 있는 장소성의 개념을 도입하여 공공도서관의 장소성 형성구조를 살펴보고 공공도서관의 영속적인 가치에 대해 설

명하고자 하였다. 주요 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 설정된 연구모형에서 전체의 잠재변인이 동시에 고려되었을 때 어떤 영향관계와 구조를 갖고 있는지를 알기 위해 구조방정식모형으로 분석하였다. 경로계수의 방향성과 유의성을 보면 장소성형성요인과 장소애착 간의 경로계수는 3.312, 장소애착과 장소가치 사이의 경로계수는 0.673, 장소가치와 행위의도 간의 경로계수는 1.101이며 각 추정치도 모두 양수이므로 유의수준 0.05에서 양의 방향으로 유의한 영향을 주는 것 나타났다. 표준화 경로계수(standardized path coefficient)를 보면 장소애착 → 장소의존성은 .762로 장소애착 → 장소정체성의 .744보다 크게 나타나 장소애착은 장소정체성보다는 장소의존성에 큰 영향력을 받는다고 할 수 있다. 장소가치는 서비스가치인식도(.664)보다는 체험가치인식도(.781)가 더 큰 영향력을 가지고 있고 장소성형성요인은 물리적으로인(.386), 행태적으로인(.449)보다는 심리적으로인(.998)이 현저한 영향력을 가지고 있다고 할 수 있다. 또한 행위의도는 재방문의도(.836)보다는 방문만족도(.993)가 더 큰 영향력이 있는 것으로 나타났다.

둘째, 공공도서관의 장소성형성요인은 장소애착을 매개로 하여 공공도서관의 장소가치에 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 장소애착의 매개효과가 통계적으로 유의하다는 것이 밝혀졌다. 장소성형성요인에서 장소애착에 미치는 영향을 보면 유의확률이 0.01보다 작고 추정치가 3.328로 양수이므로 장소성형성요인은 장소애착에 양의 방향으로 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 장소애착과 장소가치기간 간의 영향관계를 보면 유의확률이 0.01보다 작고

추정치가 0.644로 양수이므로 장소애착은 장소가치기간에 양의 방향으로 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 장소성형성요인이 장소애착의 매개효과 없이 직접적으로 장소가치기간에 주는 영향은 유의하지 않았다. 즉 직접효과가 기각되고 간접효과가 채택됨으로써 매개변수에 의한 매개효과가 검증되었다.

본 연구 결과가 제시하는 시사점 및 의의는 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 공공도서관이라는 장소와 인간과의 상호관계를 통합적으로 다루었다. 공공도서관의 전통적인 역할 뿐 만 아니라 장소로서의 공공도서관이라는 담론적인 개념에 장소성이라는 학문적인 정의를 적용시키고자 하였다.

둘째, 선행 연구들은 장소성에 대해서 현상학적 접근 방법을 통해 장소성 형성구조를 제안하였으나 본 연구에서는 이러한 이론적 토대를 근거로 정량적 연구방법에 활용이 가능한 공공도서관 장소성 형성 모형을 도출하였다. 공공도서관의 장소성은 물리적인 요소와 이용자의 체험이나 경험에 의한 심리적인 요소의 상호관계에 의해 형성되는 일련의 과정을 통해 형성됨을 확인하였다. 공공도서관 연구에 있어서 장소 관련 변인을 사용한 연구가 없으므로 본 연구에서 도출된 공공도서관의 장소성 형성구조는 후속 연구의 신뢰성 및 타당성을 확보할 수 있는데 일조할 수 있을 것이다.

본 연구는 연구 가설 설정에 따른 분석결과와 시사점을 도출하였으나, 그럼에도 불구하고 연구의 한계를 갖고 있다. 이러한 한계점과 이를 극복할 수 있는 후속적인 연구를 위한 방향을 다음과 같이 제시하고자 한다.

첫째, 본 연구는 서울특별시에 위치하는 공공

도서관 중에서 일정 기준에 의해 선정된 도서관만을 대상으로 하였다. 따라서 이 연구 결과를 공공도서관의 전체 범위로 일반화하기에는 한계가 존재한다. 향후 보다 다양한 특성을 가진 공공도서관을 대상으로 체계적이고 객관적인 연구가 이루어질 필요가 있다.

둘째, 장소에 대한 애착의 한 축에는 공간적 차원이 자리 잡고 있지만 비공간적인 측면에서는 개인이나 집단의 문화적 의의나 가치 확립과 관계가 있는 것으로 여러 가지 질적인 특성이 포함되어 있다. 공공도서관에 대한 이용자의 장소애착은 공공도서관과 그 장소를 방문한 이용자 사이의 관계를 나타내고 있으며 정량적인 연구방법으로는 상징적이며 감정적 상호작용을 보여주는데 한계가 있다. 따라서 공공도서관이 사람들의 일상생활에 어떠한 장치로 작용하고

있는지에 대한 보다 의미 있는 해석을 내릴 수 있기 위해서는 공공도서관 이용자의 장소애착에 관한 정성적인 연구가 필요하다.

셋째, 특정한 장소를 알거나 그 장소에 대한 의미를 획득하는 데는 분명히 시간이 필요하다. 본 연구에서는 설문자료라는 한계와 더불어 연구목적상 장소성 형성요인 도출과 잠재변인 간의 인과관계 파악에 중점을 두었기 때문에, 시간에 대한 변수를 고려하지 않았다. 따라서 횡단적 분석에 치중한 방법론의 한계가 있다. 특히 정보통신기술 발전에 따라 공공도서관을 둘러싼 여러 환경이 급격하게 변화되는 상황에서, 공공도서관의 모습에 대한 장기적인 모니터링을 위한 시계열적 연구나 패널데이터를 이용한 연구모형을 구축하는 등 통시적 측면에서 바라본 공공도서관의 장소성의 변화에 대한 연구가 필요하다.

참 고 문 헌

- 강신겸, 최승담. 2002. 관광지 지역주민의 지역 사회 애착도 측정 척도 개발. 『관광학연구』, 26(1): 103-117.
- 경기도 공공도서관향유지표개발TFT. 2008. 『경기도 공공도서관 향유지표 개발에 관한 연구』. 수원: 경기도공공도서관향유지표 개발TFT.
- 국립중앙도서관. 2007. 『도서관 공간운영 실태 조사 및 표준모델 연구』. 서울: 국립중앙도서관.
- 권윤규, 정윤희, 임승빈. 2011. 인사동 가로외 장소성 구조모형. 『국토계획』, 46(2): 139-151.
- 김남수. 2009. 『항공서비스 품질, 가치지각, 고객만족, 행동의도와와의 관계』. 박사학위논문. 계명대학교 대학원.
- 김창완, 최내영. 2003. “성남시 모란 재래시장의 장소성을 고려한 설계대안 모색에 관한 연구.” 『한국도시설계학회 춘계 학술발표회』. 2003년 4월 19일. 서울: 한국도시설계학회.
- 김효주. 2008. 『관광객의 관광지 장소성 인식도가 관광행동에 미치는 영향』. 석사학위논문. 한양대학교 대학원.
- 박종진. 2009. 『지방박람회 환경단서와 장소성

- 이 지속가능성 및 지역이미지 형성에 미치는 영향 연구』. 박사학위논문. 경기대학교 일반대학원.
- 백선훈. 2005. 『장소성과 장소마케팅』. 경기도: 한국학술정보(주).
- 심광택. 2005. 지역학습을 위한 공간성, 장소성, 환경가치의 연구: 진주지역의 사례. 『한국지역지리학회지』, 11(5): 349-367.
- 양준영, 김억. 2009. 지역의 장소브랜드강화를 위한 새로운 장소성 표현에 관한 연구. 『대한건축학회 학술발표대회 논문집-계획』, 29(1): 25-28.
- 이석환. 1998. 『도시 가로의 장소성 연구』. 박사학위논문. 서울대학교 대학원.
- 이석환, 황기원. 1997. 장소와 장소성의 다의적 개념에 관한 연구. 『國土計劃』, 32(5): 169-184.
- 이주호. 2009. 『장소이미지, 체험가치, 그리고 재방문의도관계 연구』. 박사학위논문. 강원대학교 대학원.
- 이진희. 2003. 『장소마케팅』. 서울: 대왕사.
- 임하경. 2005. 『장소애착 인지 및 결정요인 분석』. 석사학위논문. 부산대학교.
- 차미경. 2006. 유비쿼터스 시대 도서관 공간에 관한 연구. 『한국비블리아학회지』, 17(1): 325-343.
- 최막중, 김미옥. 2001. 장소성의 형성요인과 경제적 가치에 관한 실증분석: 대학로와 로데오 거리 사례를 중심으로. 『국토계획』, 36(2): 153-162.
- 최병두. 2002. 자본주의 사회에서 장소성의 상실과 복원. 『도시연구』, 8: 253-278.
- 한상일. 1995. 『觀光者の 觀光地 正體性 認知에 관한 研究』. 박사학위논문. 漢陽大學校 大學院.
- 홍경구. 2009. 주제가로의 장소성 형성요인이 장소선택에 미치는 영향. 『대한건축학회 논문집 - 계획』, 25(1): 255-262.
- Alstad, C. and A. Curry. 2003. "Public Space, Public Discourse, and Public Libraries." *Libres*, 13(1). [online]. [cited 2010.3.20]. <http://libres.curtin.edu.au/libres13n1/pub_space.htm>.
- Buschman, J. 2006. "Libraries and the Decline of Public Purposes." *Public Library Quarterly*, 24(1): 1-12.
- Buschman, J. 2003. *Dismantling the Public Sphere: Situating and Sustaining Librarianship in the Age of the New Public Philosophy*. Libraries Unltd Inc.
- Cronin, Jr J. J., M. K. Brady, and G. T. Hult. 2000. "Assessing the Determinants of Consumer Behavioral Intentions in Service Environments: An Investigation of a Comprehensive Model of the Effects of Quality, Value, and Satisfaction." *Journal of Retailing*, 76(2): 193-218.
- Dodds, W. B. 1991. "In Search of Value: How Price and Store Name Information Influence Buyers' Product Perceptions." *Journal of Services Marketing*, 5(3): 27-36.
- Dodds, W. B. and K. B. Monroe. 1985. "The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations." *Advances in Consumer Research*, 12(1): 85-90.

- Entrikin, J. N. 1991. *The Betweenness of Place: Towards a Geography of Modernity*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Feldman, R. M. 1990. "Settlement-Identity: Psychological Bonds with Home Places in a Mobile Society." *Environment and Behavior*, 22(2): 183.
- Fisher, K. E., M. L. Saxton, P. M. Edwards, and J. E. Mai. 2007. "Seattle Public Library as Place: Reconceptualizing Space, Community, and Information at the Central Library." In J. E. Buschman and G. J. Leckie, (Eds.), *The Library as Place: History, Community, and Culture*. Westport: Library Unlimited.
- Giuliani, M. V. and R. Feldman. 1993. "Place Attachment in a Developmental and Cultural Context." *Journal of Environmental Psychology*, 13(3): 267-274.
- Gorman, M. 2000. *Our Enduring Values: Librarianship in the 21st Century*. Chicago: American Library Association.
- Gregory, B. and C. Raymond. 2007. "The Relationship between Place Attachment and Landscape Values: Toward Mapping Place Attachment." *Applied Geography*, 27(2): 89-111.
- Habermas, J., T. Burger, and F. Lawrence. 1989. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Hammit, W. E., G. T. Kyle, and C. O. Oh. 2009. "Comparison of Place Bonding Models in Recreation Resource Management." *Journal of Leisure Research*, 41(1): 57-72.
- Hardy, N. 2006. "Library: Place, Service, or Both?" *Interface*, 28(4).
- Lawson, K. 2004. "Libraries in the USA as Traditional and Virtual Third Places." *New Library World*, 105(3/4): 125-130.
- Lukermann, F. 1964. "Geography as a Formal Intellectual Discipline and the Way in which it Contributes to Human Knowledge." *Canadian Geographer*, 8(4): 167-172.
- Mathwick, C., N. Malhotra, and E. Rigdon. 2001. "Experiential Value: Conceptualization, Measurement and Application in the Catalog and Internet Shopping environment1." *Journal of Retailing*, 77(1): 39-56.
- May, J. A. 1970. *Kant's Concept of Geography*. Toronto: University of Toronto Press.
- Moore, R. L. and A. R. Graefe. 1994. "Attachments to Recreation Settings: The Case of Rail-Trail Users." *Leisure Sciences*, 16(1): 17-31.
- Noberg-Schulz, C. 1985. 『실존·공간·건축』. 김광현 역. 서울: 대림문화사.
- Oldenburg, R. 1999. *The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Bookstores, Bars, Hair Salons, and Other Hangouts at the Heart of a Community*. New York: Marlowe & Co.
- Oliver, R. L. 1997. *Satisfaction: A Behavioral*

- Perspective on the Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Proshansky, H. M. 1978. "The City and Self-Identity." *Environment and Behavior*, 10(2): 147.
- Relph, E. 1976. *Place and Placelessness*. London: Pion Limited.
- Schreyer, R. et al. 1981. "Environmental Meaning as a Determinant of Spatial Behaviour in Recreation." *Proceedings of the Applied Geography Conferences*, 294-300.
- Stokols, D. and S. A. Shumaker. 1981. "People in Places: A Transactional View of Settings." In Harvey, J. H. (Eds.), *Cognition, social behavior, and the environment*. Hillsdale: Erlbaum.
- Sweeney, J. C. and G. N. Soutar. 2001. "Consumer Perceived Value: The Development of a Multiple Item Scale." *Journal of Retailing*, 77(2): 203-220.
- Tuan, Y. F. 2001. *Space and Place: The Perspective of Experience*. Minneapolis: Univ of Minnesota Press.
- Waxman, L., S. Clemons, J. Banning, and D. McKelfresh. 2007. "The Library as Place." *New Library World: Providing Students with Opportunities for Socialization, Relaxation, and Restoration*, 108(9/10): 424-434.
- Wiegand, W. A. 2005. "Library as Place." *North Carolina Libraries*, 63(3): 76-81.
- Wiegand, W. A. 2003. "To Reposition a Research Agenda: What American Studies can Teach the LIS Community about the Library in the Life of the User." *The library quarterly*, 73(4): 369-382.
- Williams, D. R., B. S. Anderson, C. D. McDonald, and M. E. Patterson. 1995. *Measuring Place Attachment: More Preliminary Results*. In: Symposium on Outdoor Recreation Planning and Management, National Recreation and Park Association Leisure Research Symposium, San Antonio, TX (October, 1995).
- Williams, D. R. and J. W. Roggenbuck. 1989. *Measuring Place Attachment: Some Preliminary Results*. In: Symposium on Outdoor Recreation Planning and Management, National Recreation and Park Association Research Symposium on Leisure Research, San Antonio, USA.
- Williamson, M. 2000. "Social Exclusion and the Public Library." *Journal of Librarianship and Information Science*, 32(4): 178-186.
- Yuan, Y. H. and Chihkang Wu. 2008. "Relationships among Experiential Marketing, Experiential Value, and Customer Satisfaction." *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32(3): 387.
- Zeithaml, V. A. 1988. "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence." *The Journal of Marketing*, 52(3): 2-22.