OPEN ACCESS

학교도서관 도서 구매 의도 영향 요인에 관한 기초 연구

- 노벨문학상 수상 한강 작가의 작품을 중심으로 -

A Preliminary Study on the Influencing Factors of School Library Book Purchase Intention: Focusing on the Works of Nobel Prize Winner Author Han Kang

임 성 관 (Seong-Kwan Lim)*

초 록

도서관은 예산 범위 내에서 많은 이용자들에게 도움이 될 정보 자료를 구매해야 하는 책무를 갖고 있으므로, 어떤 의도를 바탕으로 구매하는가의 여부는 매우 중요한 점이다. 본 연구는 노벨문학상을 수상한 한강 작가의 작품을 중심으로 학교도서관에서의 도서 구매 의도에 영향을 미치는 요소를 탐구 및 분석한 기초 연구이다. 연구 목적 달성을 위해 사서교사(사서)들에게 '주관적 지식', '도서관 소장 여부', '구매 의도'로 구성한 설문조사를 진행하였다. 그 결과 첫째, 사서교사(교사)들의 98.5%는 노벨문학상을 수상하기 이전부터 한강 작가를 알고 있었으며, 97.1%의 학교도서관에서는 이미 한강 작가의 작품도 소장하고 있었다. 그럼에도 95.6%는 한강 작가의 작품을 구매할 의도가 있었으며, 가장 선호하는 작품은 『소년이 온다』였다. 또한 학교도서관에서 도서 구매 시 고려되는 주요 요인은 '추천 도서 여부(36%)', '교과 연계 여부(22.1%)', '베스트셀러 여부(12.5%)', '수상 작품 여부' 30명(11%), '작가의 명성' 18명(6.6%), '이용자의 희망도서 신청' 16명(5.9%) 순이었다.

ABSTRACT

Libraries have a responsibility to purchase information materials that will be helpful to many users within budget, it is very important to know what intention to purchase. This study is a preliminary study that explores and analyzes the factors influencing school library purchase intentions, focusing on the works of Nobel Prize-winning author Han Kang. To achieve the purpose of this study, a survey was conducted with teacher librarians(librarians) to determine the effect on purchase intention through prior research consisting of categories or factors such as 'library type', 'subjective knowledge', 'library possession', and 'purchase intention'. The results are as follows. First, 98.5% of teacher librarians(librarians) knew author Han Kang before she won the Nobel Prize in Literature, and 97.1% of school libraries already had her works. Nevertheless, 95.6% intend to purchase her works, and her most preferred work, 'Human Acts'. Also, the most important factors when purchasing books at the school library were 'whether the book is recommended(36%)', 'whether it is related to the curriculum(22.1%)', 'whether it is a bestseller(12.5%)', 'whether it is an award-winning work(10.9%)', 'Author's reputation'(6.6%), and 'User's request for desired book'(5.9%).

키워드: 학교도서관, 도서 구매, 장서 관리, 구매 의도, 노벨문학상, 한강
School Library, Book Purchase, Collection Management, Purchase Intention, Nobel Prize in Literature, Han Kang

* 경기대학교 교육대학원 사서교육전공 초빙교수(kglimpro@kyonggi.ac.kr)
논문접수일자 : 2025년 8월 22일 논문심사일자 : 2025년 9월 1일 게재확정일자 : 2025년 9월 15일
한국비블리아학회지, 36(3): 247-268, 2025. http://dx.doi.org/10.14699/kbiblia.2025.36.3.247

※ Copyright © 2025 Korean Biblia Society for Library and Information Science
This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/) which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided that the article is properly cited, the use is non-commercial and no modifications or adaptations are made.

www.kci.go.kr

1. 서 론

1.1 연구의 필요성 및 목적

대한출판문화협회에서 발간한 「2024 한국출판연감」의 국내 출판물 생산 현황에 따르면, 2024년의 발행 종수는 64,306종, 발행 부수는 72,125,640부로 2023년 대비 각각 2.3%와 2.7%가 증가했다. 또한 신간의 평균 정가는 19,526원으로 전년의 18,633원에 비해 4.8% 증가한 것으로 나타났다. 이에 반해 국가도서관통계시스템의 결과에 따르면, 2024년 기준 학교도서관의 평균 소장 도서는 전년 대비 0.73% 감소한 것으로 나타났다. 따라서 국내 출판물 생산량은 증가했으나 학교도서관이 소장하고 있는 도서는 감소한 것을 알 수 있다.

학교도서관진흥법 시행령에서는 학교도서관이 기본적으로 갖추어야 할 자료 및 매년 수집해야 할 자료에 대한 기준을 제시하고 있다. 기준에 따르면 학교도서관은 1,000종 이상의 자료를 갖추어야 하고, 연간 100종 이상의 자료를 추가로 확보해야 한다. 또한 한국도서관기준 학교도서관 장서관리의 자료 구성 및 기준에서도 초등학교는 학생 1명 당 10권 이상, 중학교는 20권 이상, 고등학교는 30권 이상의 도서를 기본 자료로 갖추어야 하며, 연간 증가 수를 초등학교는 학생 1명 당 0.5권, 중학교는 1권, 고등학교는 1.5권으로 권장하고 있다.

학교도서관은 학교도서관진흥법과 학교도서관진흥법 시행령, 학교도서관 기준 등에 따라 학교도서관 장서관리의 기본 원칙을 수립하고, 그 방향에 따라 장서를 효율적으로 선정, 수집, 평가, 점검, 폐기한다. 특히 장서의 범위에는 1차적으로 교육과정과 관련된 자료를 수집하고, 학생들의 관심과 흥미에 따른 자료를 수집한다. 또한 학생들의 지적 능력 수준과 발달단계를 고려한 모든 형태의 정보 매체를 대상으로 삼는데, 그 안에는 정보의 최신성, 이용자의 정보요구와 함께 소장 가치가 높은 자료가 포함된다. 이 가운데 소장 가치가 높은 자료는 우선적으로 선정해 구매를 하는데, 그 기준에는 권위있는 저자・출판사・제작자의 자료, 학문(지식) 발전에 기여하는 자료, 물리적・기술적으로 우수성이 인정되는 자료, 유서 깊은 국내외 문학상 수상 자료가 포함된다.

국내외 문학상 가운데 노벨상은 전 세계에서 가장 권위를 인정받는 상이다. 따라서 수상은 개인 및 단체를 넘어 국가적 차원에서의 영광으로 인식되고 있으며, 특히 노벨문학상 수상 작가의 작품은 전 세계에서 베스트셀러가 된다. 이는 우리나라에서도 마찬가지인데, 2024년 12월 10일 한강 작가가 노벨문학상을 수상한 이후 국내 온라인 대표 서점인 교보문고, 알라딘, 예스 24에서는 『소년이 온다』가 1위를 차지했고, 2025년 7월 기준으로 살펴봐도 여전히 10위 이내에 자리하고 있기 때문에 지속적인 관심을 받고 있다고 볼 수 있다. 이와 같이 온라인 서점의 베스트셀러 현황만 살펴봐도 노벨문학상 수상이 구매 의도에 강력한 영향을 미치고 있다는 점은 쉽게 추론할 수 있고, 이런 현상은 희망도서 신청과 지역 서점 바로 대출 서비스를 통해 도서관에도 많은 영향을 끼쳤을 것이라는 점도 유추할 수 있다. 그러나 이 결과만으로 학교도서관에서의 도서 구매 의도까지 확인할 수는 없다.

이에 본 연구에서는 학교도서관에서의 도서 구매 의도에 영향을 끼치는 요인들을 살펴보고

www.kci.go.kr

자 한다. 특히 국내외 다양한 문학상이 있지만 가장 권위를 인정받고 있는 노벨문학상 작가가 드디어 국내에서도 배출되었기 때문에, 해당 작가의 작품을 중심으로 학교도서관에서의 도서 구매 의도와 관련된 인식 현황을 분석하는 것이 목적이다. 따라서 본 연구의 결과는 제한된 예산 범위 내에서 양질의 정보 자료를 수집해야 하는 학교도서관에서의 구매 전략 수립에 도움이 될 것이다.

1.2 연구 문제 및 연구 방법

1.2.1 연구 문제

본 연구의 목적은 노벨문학상 수상이 학교도서관에서의 도서 구매 의도와 관련된 인식 현황을 분석하는 것이다. 따라서 연구 목적 달성을 위한 연구 문제는 다음과 같다.

- 연구 문제 1. 노벨문학상 수상 이후 학교도서관에서의 도서 구매 의도는 어떠한가?
- 연구 문제 2. 학교도서관에서 도서 구매 시 고려되는 주요 요건은 무엇인가?

1.2.2 연구 방법

이상과 같은 연구 문제 해결을 위한 방법으로는 문헌 연구와 설문조사 결과의 기술적 분석을 실시하였다. 우선 문헌 연구를 통해서는 구매 의도에 관한 개념, 학교도서관 장서관리, 노벨상에 관한 사항들을 정리하였다. 또한 선행 연구에서는 구매 의도에 영향을 줄 수 있는 요인으로 제시된 베스트셀러와 스토리텔링 메시지, 온라인 독서 커뮤니티에서 독자 리뷰, 출판사의 스토리텔링 마케팅을 설정한 논문들을 고찰하여, 본 연구를 위한 설문조사 문항을 도출하였다.

2. 이론적 배경

2.1 구매 의도

의도(Intention)란 개인의 예기된 혹은 계획된 미래 행동을 의미하는 것으로, 신념과 태도가 행위로 옮겨질 확률이라고 할 수 있다(Blackwell et al., 2006). Fishbein과 Ajzen(1975)은 합리적 행동 모형을 통해 소비자의 태도가 구매 의도를 결정짓는 요인임을 제시하고 구매 결과로 연결되는 사전 단계로 구매 의도를 지적하면서, 인간은 어떤 행동의 수행 여부를 결정할 때 그 행동의 수행 결과가 자신에게 어떤 결과를 초래할 것인가를 예상하고, 그 결과가 긍정적일 것으로 예상할수록 그 행동을 선택하여 실행할 확률이 높아진다고 하였다.

소비자는 구매 행위 시 좋고 나쁨을 평가하여 구매 의도의 단계를 거치게 된다. 따라서 구매 의도란, 소비자의 의사결정 과정에서 형성이 예상되는 계획된 신념 및 태도 등이 소비자의 미래 행동으로 이어질 가능성으로 정의된다(Blackwell et al., 2006).

Aaker(1997)는 구매 대상에 대한 애착의 정도를 선호도라고 한다면, 구매 의도를 소비자의 미래 행동을 의도하는 것으로 신념의 태도가 행동으로 이루어질 가능성이라고 정의하였다. 반면 Oliver(1996)에 따르면 소비자들은 구매 이전에 제품의 성과에 대한 기대를 형성하기 때문에 구매 의도는 태도로부터 영향을 받

www.kci.go.kr

으며, 구매가 이루어지기 전에 소비자의 기대에 의해 형성된다고 하였다.

따라서 구매 의도는 소비자가 구매를 결정하는데 있어 최종 의사결정 단계라고 할 수 있으며, 구매가 이루어지는 직전의 단계라고 설명할 수 있다(이제원, 2009). 또한 구매 의도는 소비자 행동을 이해하는데 있어 태도와 행동을 이어주는 연결점 역할을 한다고 볼 수 있으며, 일반적으로 구매 의도와 구매 행동 간에는 밀접한 관계가 있다고 논의가 되어 왔다(이찬우, 1999). 따라서 구매 의도는 소비자 행동의 지표로 간주되고, 실제 매출을 예측할 수 있는 요인으로 소비자 행동의 근거가 되기 때문에 기업의 마케팅 활동에 있어 중요한 근거 자료라고 할 수 있다(김윤서, 신형철, 2023). 구매 의도는 재방문 의도, 재 구매 의도, 추천 및 구전 의도를 포함한다(윤효실, 윤혜현, 2013).

2.2 학교도서관 장서관리

모든 도서관에서 장서가 차지하는 비중은 매우 크다. 따라서 장서를 선정해서 폐기하기까지의 과정인 장서관리 또한 매우 중요한데, 이에 국제학교도서관협회(International Association of School Librarianship) 등에서는 관련 기준과 원칙을 제시하고 있다. 다음의 〈표 1〉은 국제학교

〈표 1〉 학교도서관 장서관리의 일반 원칙

구분	장서관리 원칙
국제학교도서관협회	• 모든 형태의 정보 및 커뮤니케이션 기술을 수용해야 한다. • 전 분야의 지식과 레크리에이션 기술을 수용해야 한다. • 학생들의 인지적, 정의적, 기능적 영역을 고려한 자료여야 한다. • 학교의 교수-학습 프로그램에 적합해야 한다. • 학생들의 관심을 불러일으킬 수 있어야 한다. • 학생들이 주로 사용하는 모국어를 대상으로 해야 한다. • 학생들의 가족에 의해 가치가 부여된 문화적 관심을 반영해야 한다. • 경제적 환경을 고려해야 한다.
미국 학교도서관 기준	• 원칙 2: 학교도서관은 학습에 필요한 정보자료와 교수매체에 물리적으로 접근할 수 있도록 보장 • 원칙 5: 학교도서관은 학교의 교육과정을 지원하고, 학생들의 다양한 정보 요구에 부응할 수 있도록 구성원들과 협력하여 장서를 개발, 평가 • 원칙 6: 학교도서관은 지적 자유의 원칙을 실천
한국도서관 기준	• 학교도서관은 교육과정의 개편에 맞추어 장서개발(관리) 정책을 수립하고 주기적으로 개정하여야 한다. • 학교도서관 자료는 교육과정 전개에 직접적으로 기여하여야 할 뿐만 아니라 학생의 교과 학습, 특별 활동, 학교 행사, 교양 함양 및 여가선용에 도움을 줄 수 있어야 한다. • 학교도서관 자료는 학생의 지적 능력과 수준 등의 발달단계를 고려하여 다양하게 구성하여야 한다. • 학교도서관 자료에는 교사와 학생의 교수·학습 활동에 필요한 모든 인쇄자료, 시청각자료, 영상자료, 전자자료가 모두 포함되어야 한다. • 학교도서관은 교내의 컴퓨터실, 시청각실, 어학학습실 등에 분산·관리되고 있는 각종 자료를 통합하여 종합적인 교수·학습 활동 지원 체제를 구축하여야 한다. • 전문 특수학교 및 특수학급이 설치된 학교의 도서관은 특수계층의 이용자 요구에 대처할 수 있는 자료를 갖추어야 한다.

www.kci.go.kr

도서관협회, 미국 학교도서관 기준(Information Power), 한국도서관협회의 한국도서관 기준에서 제시하고 있는 학교도서관 장서관리의 일반 원칙을 정리한 것이다.

〈표 1〉에 정리한 내용을 간략히 요약하면, 학교도서관은 모든 형태의 정보 및 커뮤니케이션 기술을 수용하면서 학교의 교육과정을 지원할 수 있어야 한다. 또한 학생의 환경과 발달단계, 흥미와 요구에도 적합한 것이어야 한다.

이에 따라 자료의 선택은 주제 분야, 내용의 질, 잠재적 이용 가능성, 비용 등의 일반적인 요소 이외에 교육과정과의 상관관계, 학생 및 교사의 요구 및 특성 등을 면밀히 검토하여 자료를 선택해야 한다. 또한 일반적인 선택 기준 이외에 자료의 유형과 형식에 따라서 특별히 고려해야 할 선택 기준도 검토해야 한다(이병기, 2006).

2.3 노벨문학상

355개의 특허를 보유했던 발명가이자 엔지니어, 기업가, 사업가, 작가였던 알프레드 노벨(Alfred Nobel)은, 1895년 11월 27일 자신이 발명한 다이너마이트가 군사적으로 이용되는 것에 회의감을 느껴 재산 대부분을 물리학, 화학, 생리학 또는 의학, 문학, 평화 분야에서 지난 1년 동안 인류에게 가장 큰 혜택을 제공한 사람에게 상을 수여하도록 명시한 유언장에 서명했다.

1896년 노벨이 사망한 이후 1900년에 설립된 노벨 재단(Nobel Foundation)은, 알프레드 노벨의 유언을 이행하기 위해 장기적이며 안정적인 재정적 입지를 보장하고 수상 기관이 수상자를 선정하는 작업에서 독립성을 보장받을 수 있도록 관리를 하면서, 노벨 사후 5주기인 1901년 12월 10일부터 노벨상(Nobel Prize)을 수여하기 시작했다.

노벨상은 노벨의 유언에 따라 물리학, 화학, 생리학 또는 의학, 문학, 평화 부문에 걸쳐 매년 시상을 하다가, 1968년 스웨덴 중앙은행(The Sveriges Riksbank)이 설립 300주년을 기념해 경제학상을 추가 제정해 1969년부터는 6개 부문에 걸쳐 시상하고 있다. 다만 경제학상은 노벨의 유언에 의해 제정된 것이 아니기 때문에 정식 명칭은 '알프레드 노벨을 기념하는 경제학 분야의 스웨덴 중앙은행상(The Sveriges Riksbank Prize in Economic Sciences in Memory of Alfred Nobel)'으로 불린다.

노벨 재단이 100년이 넘는 기간 동안 브랜드를 구축하고 무형의 자산을 관리 및 개발한 결과, 1901년에서 2024년 사이에 노벨상과 알프레드 노벨을 기념하는 경제학 분야의 스웨덴 중앙은행상은 1,012명의 개인과 조직에 627회 수여되었다. 또한 노벨상을 두 번 이상 수상한 사람도 있어 총 976명의 개인과 28개 조직이 수상했다. 한국인으로는 2000년도에 김대중 대통령이 노벨평화상을, 2024년에는 한강 작가가 노벨문학상을 수상해, 현재까지는 두 명만이 수상자 명단에 이름을 올리고 있다.

알프레드 노벨은 광범위한 문화적 관심을 가졌다. 어린 시절에 그는 평생 지속된 문학적 관심을 키웠다. 그의 도서관에는 다양한 언어로 된 풍부하고 광범위한 문학작품이 있었는데, 생애 마지막 몇 년 동안에는 작가로 소설을 쓰기 시작했다. 그 영향인지 문학은 노벨이 유언에서 언급한 네 번째 상 분야였다.

노벨문학상은 스웨덴 스톡홀름에 있는 스웨

www.kci.go.kr

덴 아카데미(Swedish Academy)에서 수여한다. 훌륭하고 뛰어난, 책 전체에 걸쳐 지속되는 발전이 있는 작가라면 누구나 수상자가 될 수 있지만, 우선 스웨덴 아카데미 및 구성과 목적이 비슷한 다른 아카데미, 기관 및 학회 회원, 대학 및 단과대학의 문학 및 언어학 교수, 각국의 문학작품을 대표하는 작가 협회 회장, 그리고 이전 노벨문학상 수상자들 등 자격을 갖춘 사람으로부터 후보 지명을 받아야 한다.

2024년도에 노벨문학상 후보로 지명된 작가는 220명으로, 이들은 후보 지명을 평가하고 스웨덴 아카데미에 추천 사항을 제시하는 실무 기구인 노벨문학위원회에서 최종 5명으로 압축되었다. 최종적으로 5명의 작가가 선정되면 위원회에서는 그들의 모든 작품을 읽고 토론 및 투표 등의 평가 작업을 통해 한 명의 수상자를 결정하는데, 노벨문학상 수상자는 18명의 위원으로 구성된 스웨덴 아카데미에서 담당한다.

노벨상 수여를 시작한 1901년부터 2024년까지 노벨문학상 시상은 총 117회, 수상자는 총 121명이다. 1914년, 1918년, 1935년, 1940년, 1941년, 1942년, 1943년까지 일곱 번은 노벨문학상이 수여되지 않았는데, 그 이유는 심사했던 작품 중 적합한 것이 없었거나 1차 및 2차 세계대전 중이었기 때문이다. 또한 1904년, 1917년, 1966년, 1974년에는 두 명의 수상자가 공동 수상을 했다. 다음의 〈표 2〉는 2000년부터 2024년까지의 노벨문학상 수상자의 이름, 성별, 국적을 정리한 것이다.

〈표 2〉에 정리한 2000년부터 2024년까지의 노벨문학상 수상자는 총 25명으로, 성별은 남성이 16명 여성이 9명이다. 이 기간 동안 노벨문학상을 가장 많이 수상한 국가는 3회의 프랑스이며, 뒤를 이어 중국, 오스트리아, 미국이 각각 2회씩 수상을 했다. 우리나라는 2024년도에 처음으로 노벨문학상 수상 작가를 배출했는데, 한강 작가는 전체 121번째, 여성으로서는 18번째 수상자이다.

2.4 선행 연구

국내 문헌정보학계에서의 구매 의도에 관한 연구는 활발하지 않다. 따라서 노벨문학상 수상 작가의 작품이 도서관에서의 도서 구매 의도에 미치는 영향에 관해 분석한 연구는 찾아볼 수가 없다. 이에 구매 의도에 관한 선행 연구는 출판계에서 수행된 베스트셀러와 독자 리뷰, 출판사의 마케팅이 도서 구매 의도에 미친 영향에 관한 연구에 초점을 맞추어 고찰하면서 설문조사를 위한 문항을 도출하였고, 더불어 학교도서관 장서 관리 관련 선행 연구도 살펴보았다.

김지후(2022)는 '베스트셀러와 스토리텔링 메시지가 도서 구매 의도에 미치는 영향' 연구를 통해, 베스트셀러 표기와 작가에 대한 스토리텔링 제시에 따른 도서 구매 의도의 상대적 변화와, 더불어 이러한 변화가 도서 분야(문학/경제・경영)와 소비자의 주관적 지식에 따라 어떠한 차이를 보이는지 검증하였다. 분석 결과, 문학 분야 도서와 경제・경영 분야 도서에 대한 주관적 지식이 높을수록 구매 의도가 높게 나타났는데, 특히 문학 도서의 베스트셀러 표기에 따른 구매 의도는 주관적 지식이 낮은 집단에서만 차이가 나타났고, 경제・경영 도서는 베스트셀러 표기에 따른 구매 의도의 차이가 없다는 결과를 도출했다. 나아가 결과에 대

www.kci.go.kr

〈표 2〉 2000년부터 2024년까지의 노벨문학상 수상자

수상년도	수상자	성별	국적
2000	Gao Xingjian	Male	China
2001	V. S. Naipaul	Male	Trinidad and Tobago
2002	Imre Kertész	Male	Hungary
2003	J. M. Coetzee	Male	South Africa
2004	Elfriede Jelinek	Female	Austria
2005	Harold Pinter	Male	United Kingdom
2006	Orhan Pamuk	Male	Turkey
2007	Doris Lessing	Female	Iran
2008	Jean-Marie Gustave Le Clézio	Male	France
2009	Herta Müller	Female	Romania
2010	Mario Vargas Llosa	Male	Peru
2011	Tomas Tranströmer	Male	Sweden
2012	Mo Yan	Male	China
2013	Alice Munro	Female	Canada
2014	Patrick Modiano	Male	France
2015	Svetlana Alexievich	Female	Ukraine
2016	Bob Dylan	Male	USA
2017	Kazuo Ishiguro	Male	Japan
2018	Olga Tokarczuk	Female	Poland
2019	Peter Handke	Male	Austria
2020	Louise Glück	Female	USA
2021	Abdulrazak Gurnah	Male	England
2022	Annie Ernaux	Female	France
2023	Jon Fosse	Male	Norway
2024	Han Kang	Female	South Korea

출처: The Nobel Prize (2025). URL: https://www.nobelprize.org/prizes/lists/all-nobel-prizes-in-literature/

해 출판 문화의 변화 지점과 사회적 배경을 토대로 논의하였다.

문상수(2009)는 '온라인 독서 커뮤니티에서 독자 리뷰가 도서에 대한 태도 및 구매 의도에 미치는 영향' 연구를 통해, 출판 마케팅 가운데 하나였던 온라인 독서 커뮤니티와 관련해서 '이용과 충족 이론'에 입각하여 능동적 수용자인 커뮤니티 이용자 323명을 대상으로 이용 동기, 같은 동기를 갖는 집단의 특성을 파악함과 동시에, 구전의 특성인 방향성과 유형은 물론 이고 도서의 종류를 더해 각기 다른 8가지 조작 메시지를 통해 도서에 대한 태도 및 구매 의도를 알아보았다. 연구 결과, 부정적인 메시지가 긍정적인 메시지보다 도서에 대한 태도 및 구매 의도에 더 큰 영향을 미친 것으로 나타났다. 또한 정보서가 부정적 메시지에 영향을 덜 받고 긍정적 메시지에 영향을 더 받아, 문학서에 비해 정보서를 호의적으로 평가한다는 것을 확인하였다. 유형에 있어서는 객관적 유형의 메시지가 주관적 유형의 메시지보다 도서에 대한

www.kci.go.kr

태도 및 구매 의도에 영향을 더 미치는 것으로 나타났다.

서보윤(2009)은 '도서 추천 주체의 공신력과 메시지 특성이 도서구매결정에 미치는 영향에 관한 연구'를 통해, 도서 마케팅 커뮤니케이션 측면에서 구매 시점에 영향을 미치기 위해 어떠한 프로모션 메시지를 구성해야 하는가를 알아보았다. 그 결과 특히 처음 접하게 되는 책표지를 도서의 마케팅 메시지 전달 매체로 활용하는 것과, 유명성 및 전문성과 같은 정보원의 공신력을 활용하는 것이 효과적임을 확인하였다. 또한 유명하거나 전문성을 가지고 있지 않은 추천인의 글이라도 독자와의 관여도를 이끌어낼 수 있는 메시지를 통해서, 혹은 신뢰성이 있으며 도서 내용에 대한 가치와 특성을 전달하는 신뢰성 있는 메시지 구성을 통해서도 도서 구매 의도에 영향을 미칠 수 있다고 하였다. 따라서 도서의 가치와 특성을 전달하는 메시지 구성 및 활용이 도서 마케팅 커뮤니케이션에 필요하다고 제언하였다.

배준영(2015)은 '출판사의 스토리텔링 마케팅이 이용자의 관여도와 구매 의도에 미치는 영향 연구'를 통해, 페이스북이라는 SNS 환경에서 출판사의 스토리텔링 마케팅이 이용자 관여도와 구매 의도에 미치는 영향을 알아봄으로써, 출판사의 스토리텔링 마케팅 유형 중 마케팅 활동에 대한 성과를 극대화 시킬 수 있는 효과적인 유형을 살펴보고, 스토리텔링 마케팅의 전략적인 활용 방안을 모색하였다. 연구 결과, 스토리텔링 마케팅 유형에 따른 태도 중 호감도와 정보제공성이 모든 유형에서 공통적으로 이용자 관여도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 스토리텔링 마케팅 유형별 이용자 관여도에 미치는 영향의 차이에서는 정보 스토리텔링 마케팅이 관여도에 미치는 영향이 가장 큰 것으로, 구매 의도에 미치는 영향의 차이에서는 기념일 스토리텔링 마케팅이 구매 의도에 미치는 영향이 가장 큰 것으로 나타났다. 마지막으로 이용자 관여도 항목 중 도서가 자신에게 중요하다고 느낄수록 구매 의도가 높은 것으로 나타났다.

이상과 같이 정리한 선행 연구들을 통해 베스트셀러와 스토리텔링 메시지, 온라인 독서 커뮤니티에서 독자 리뷰, 출판사의 스토리텔링 마케팅은 모두 구매 의도에 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 따라서 전 세계에서 가장 권위가 있는 노벨문학상 수상 작가의 작품들을 구매하려는 의도는 도서관과 개인 독자 모두 높을 것이라는 연구 가설 설정이 가능하다.

이어서 학교도서관 장서 관리 관련 연구로, 장덕현과 강은영(2016)은 학교도서관에서 이루어지고 있는 장서개발 과정을 조사하여 그 문제점을 분석하고 개선방안을 도출하였다. 특히 자료 구입비 확보를 위한 부단한 노력과 함께 장서개발에 대한 의지가 필요하다는 점을 강조하였는데, 장서개발은 학생들의 독서 의욕과 학교도서관 이용에 큰 영향을 미치기 때문에 사서교사(사서)는 교과 연계 도서 개발을 통해 학습을 지원할 수 있도록 끊임없이 연구할 필요가 있다고 제언하였다.

박은지와 강봉숙(2024)은 학교도서관 현장의 장서관리정책 보유 현황 분석을 통해 학교도서관을 둘러싸고 점차 증가하는 장서관리 관련 이슈에 대응하는 것의 중요성을 제안하고자, 학교도서관 담당자 93명을 대상으로 장서관리정책 현황 및 장서관리정책 내용 구성 등에 대

www.kci.go.kr

해 설문을 실시하였다. 그 결과 장서 선정 시 우선 기준으로 삼는 자료는 장서관리정책보다 교육과정 관련 도서와 추천 도서 목록이었으며, 장서관리정책을 보유한 학교도서관 담당자의 장서관리정책 이해도와 필요도가 더 높게 나타났다.

이상과 같이 정리한 학교도서관 장서 관리 관련 선행 연구들을 통해서는, 학교도서관 이용률 향상과 학생들의 독서 의욕 고취를 위해 자료 구입비 확보가 중요하며, 사서교사(사서)들은 교과 연계 도서에 대한 연구와 적정 추천 도서 목록을 통해 장서를 적절히 선정해야 한다는 시사점을 도출할 수 있었다.

3. 도서관 도서 구매 의도 영향 요인 분석

3.1 설문 문항 도출 및 조사 실시

다음의 〈표 3〉은 구매 의도에 영향을 줄 수 있는 요인을 파악하기 위해 선행 연구에서 제시한 설문 문항을 정리한 것이다.

〈표 3〉에 정리한 바와 같이 세 연구자는 구매 의도 요인 탐색을 위한 설문 문항을 각각 세 개씩 구성했다. 그 가운데 김지후(2022)는 도서를 소개한 후 구매 의향이 있는가에 대해서는 '전혀 그렇지 않다', '그렇지 않다', '보통이다', '그렇다', '매우 그렇다', '이미 구매하였음'까지 여섯 항목 중 하나를, 도서 및 작가를 이전에 알고 있었는가에 대해서는 '예', '아니오' 가운데 하나를 선택하도록 하였다. 이어서 문상수(2009)는 도서에 대한 선호도와 구매 및 추천 의도를 각각 '전혀 그렇지 않다', '그렇지 않다', '보통이다', '그렇다', '매우 그렇다'까지 다섯 항목 중 하나를 선택하도록 하였다. 또한 배준영(2015)은 도서에 대한 구매 및 추천 의도와 도서 홍보가 담긴 소셜 콘텐츠를 주변 사람들에게 공유할 의사가 있는가에 대해서까지 '전혀 그렇지 않다'에서부터 '매우 그렇다'까지를 7점으로 나누어 선택하도록 하였다.

다음의 〈표 4〉는 선행 연구로부터 추출한 설문 문항을 반영해 구성한, 본 연구를 위한 설문 조사 문항을 정리한 것이다.

〈표 3〉 구매 의도 요인 탐색을 위한 설문 문항

연구자(연구연도)	설문 문항
김지후(2022)	귀하께서는 위의 도서를 구매하실 의향이 있으십니까?
	귀하께서는 위의 도서를 응답 이전에 알고 계셨습니까?
	귀하께서는 위의 작가를 응답 이전에 알고 계셨습니까?
문상수(2009)	이 도서가 좋다고 생각한다.
	이 도서를 구매하고 싶다.
	이 도서는 주위에 권할 만하다.
배준영(2015)	이 도서를 구매하겠다.
	이 도서를 주변 사람들에게 추천하겠다.
	이 소셜 콘텐츠를 주변 사람들에게 공유하겠다.

www.kci.go.kr

〈표 4〉 설문조사 문항 구성

구분	내용
도서관 유형	1. 근무 중인 학교도서관은 어떤 유형입니까? ① 초등학교 ② 중학교 ③ 고등학교
주관적 지식	2. '한강' 작가를 노벨문학상 수상 이전부터 알고 있었습니까? ① 알고 있었다. ② 몰랐다.
	3. '한강' 작가의 작품을 노벨문학상 수상 이전부터 알고 있었습니까? ① 알고 있었다. ② 몰랐다.
도서관 소장 여부	4. 노벨문학상 수상 이전부터 근무하는 학교도서관에는 한강 작가의 작품이 소장 중이었습니까? ① 소장하고 있었다. ② 소장하지 않았다.
구매 의도	5. 노벨문학상 수상 이후 한강 작가의 작품을 학교도서관에서 구매했거나 구매할 의도가 있습니까? ① 있다.(5-1 문항으로) ② 없다.(5-2 문항으로) 5-1. 만약 학교도서관에서 한강 작가의 작품을 이미 구매했거나 앞으로 구매한다면 어떤 것을 선택하시겠습니까? ① 소년이 온다 ② 채식주의자 ③ 작별하지 않는다 ④ 흰 ⑤ 서랍에 저녁을 넣어두었다 ⑥ 희랍어 시간 ⑦ 바람이 분다, 가라 ⑧ 여수의 사랑 ⑨ 검은 사슴 ⑩ 내 여자의 열매 ⑪ 그대의 차가운 손 ⑫ 회복하는 인간 ⑬ 노랑무늬영원 ⑭ 눈물상자 ⑮ 내 이름은 태양꽃 5-2. 학교도서관에서 한강 작가의 작품을 구매할 의도가 없는 이유는 무엇입니까? ① 재미가 없어서 ② 이해하기 어려워서 ③ 선호하는 주제가 아니라서 ④ 대출이 잘 안 되는 도서라서 ⑤ 기타 (자유롭게 기술)
	6. 학교도서관 입장에서 도서 구입 시 가장 중요한 점은 무엇입니까? ① 수상 작품 여부 / ② 작가의 명성 / ③ 베스트셀러 여부 ④ 추천 도서 여부 / ⑤ 출판사의 권위 ⑥ 제목 및 표지 구성 / ⑦ 교과 연계 여부 ⑧ 이용자의 희망 도서 신청 / ⑨ 기타(자유롭게 기술)

〈표 4〉에 정리한 바와 같이, 본 연구를 위한 설문조사 문항은 '학교도서관 유형', '주관적 지식', '도서관 소장 여부', '구매 의도'로 구분되어 있다. 이 가운데 '학교도서관 유형'은 인구통계학적 측면에서 설문 응답자들이 근무하고 있는 학교 급(초・중・고)을 물은 것이며, '주관적 지식'은 한강 작가 및 작품에 대한 사전 지식 여부를 확인하기 위한 것이다. 또한 한강 작가의 작품을 이미 '소장하고 있는가의 여부'와 함께 '구매 의도'를 확인하면서, 마지막으로 도서 구입 시 가장 중요하게 생각하는 사항에 대한 질문도 포함시켰다.

설문조사는 〈표 4〉에 정리한 문항을 구글폼에 옮겨 2025년 7월 7일부터 13일까지 총 7일 동안 온라인으로 응답할 수 있도록 했다. 조사는 1차적으로 연구자와 안면이 있는 사서교사들에게 연구의 취지를 알리고 온라인 설문조사 링크를 발송한 뒤, 이후부터는 스노우볼링(snowballing) 전략을 활용하였다. 그 결과 분석에 사용한 응답은 총 272건이다.

www.kci.go.kr

3.2 학교도서관 유형 결과 분석

다음의 〈표 5〉는 응답자들이 근무 중인 학교도서관 유형을 정리한 것이다.

〈표 5〉의 결과에 따르면, 응답자들이 근무 중인 학교도서관은 초등학교가 132명(48.5%)으로 가장 많았고, 뒤를 이어 중학교가 91명(33.5%), 고등학교가 49명(18.8%)이었다.

3.3 주관적 지식 결과 분석

다음의 〈표 6〉은 노벨문학상 수상 이전 한강 작가에 대한 사전 인식도에 관한 결과를 정리한 것이다.

〈표 6〉의 결과에 따르면, 전체 응답자의 98.5%(268명)는 이미 한강 작가를 알고 있었다고 응답하여 사전 인식도가 매우 높은 수준이라고 할 수 있다. 이는 2024년 노벨문학상 수상 이전에 한국소설문학상(1999), 오늘의 젊은 예술가상(2000), 이상문학상(2006), 동리문학상(2010), 만해문학상(2014), 황순원문학상(2015), 김유정문학상(2018), 대산문학상(2022) 등 국내 유수의 문학상은 물론이고, 세계 3대 문학상으로 꼽히는 맨부커상 인터내셔널 부문(2016)도 수상을 하면서 국내외적으로 인지도가 높아진 결과라고 분석할 수 있다. 또한 사서교사(사서)들은 교육과정과 관련되면서 학생들의 흥미, 관심, 여가생활을 고려한 장서를 선정 및 수집하기 위해 여러 선택 도구들을 검토하거나, 현장 수서를 위해 서점과 공공도서관을 찾는 경우도 많기 때문에, 이미 국내외적으로 인지도가 높은 작가들은 알고 있을 가능성이 높다고 할 수 있다.

이어서 다음의 〈표 7〉은 노벨문학상 수상 이전 한강 작가의 작품에 대한 사전 인식도에 관한 결과를 정리한 것이다.

〈표 7〉의 결과에 따르면, 전체 응답자의 97.8%(266명)는 이미 한강 작가의 작품을 알고 있었다고 응답했다. 한강 작가는 1993년 『문학과사회』 겨울호에 '서울의 겨울'을 포함한 5편의 시를 발표하며 시인으로 데뷔했고, 1994년 서울신문 신춘문예에 『붉은 닻』이 당선되면서 소설가로서 작품을 발표하기 시작했다. 이후 『검

〈표 5〉 근무 중인 학교도서관 유형

N=272

유형	응답자 수(%)
초등학교 도서관	132명(48.5%)
중학교 도서관	91명(33.5%)
고등학교 도서관	49명(18.8%)

〈표 6〉 한강 작가에 대한 사전 인식도

N=272

인식도	응답자 수(%)
알고 있었다	268명(98.5%)
몰랐다	4명(1.5%)

www.kci.go.kr

〈표 7〉 한강 작가의 작품에 대한 사전 인식도

N=272

인식도	응답자 수(%)
알고 있었다	266명(97.8%)
몰랐다	6명(2.2%)

은 사슴(1998)』, 『차가운 손(2002)』, 『채식주의자(2007)』, 『숨싸움(2010)』, 『그리스어 수업(2011)』, 『인간이 소동을 피우다(2014)』, 『흰(2016)』, 『나는 작별하지 않는다(2021)』 등의 여러 작품을 발표했기 때문에, 사전 인식도 역시 높은 것이라고 유추할 수 있다. 다만 한강 작가를 알고 있었다는 응답에 비해 작품을 알고 있었다는 응답은 0.7% 감소했다.

3.4 학교도서관 소장 여부 결과 분석

다음의 〈표 8〉은 노벨문학상 수상 이전부터 한강 작가의 작품을 학교도서관에서 소장하고 있는가의 여부에 대한 응답 결과를 정리한 것이다.

〈표 8〉의 결과에 따르면, 한강 작가가 노벨문학상을 수상하기 이전부터 이미 작품을 소장 중인 학교도서관은 전체의 97.1%에 달했다. 이를 다시 학교도서관 유형별로 구분을 해보면, 초등학교 도서관은 총 132곳 중 125곳이 소장 중이어서 94.7%, 중학교 도서관은 총 91곳 중에서 90곳이 소장 중이어서 98.9%, 고등학교 도서관에서는 100% 소장 중이었다.

국립도서관은 납본을 통해 자료를 수집 및 보존하지만, 그 외 공공도서관 및 학교도서관 등은 선택의 원리와 평가 기준에 따라 자료를 선택한다. 그런데 이때 공통적으로 적용되는 요인은 도서관의 설립 및 운영 목적, 도서의 가치, 이용자의 요구이다. 도서관은 정보 자료를 수집・정리・보존하면서 이용자들의 독서・조사・연구 등에 기여하기 위해 설립 및 운영되는 공공 기관이다. 따라서 매년 정해진 예산 범위 내에서 자료를 수집할 수밖에 없기 때문에 도서의 가치를 따질 수밖에 없다. 하지만 가치는 상대적인 판단의 결과이기 때문에, 보편타당한 근거 마련을 위해 베스트셀러, 수상 작품,

〈표 8〉 도서관 소장 여부

N=272

소장 여부	학교도서관 유형	응답자 수(%)
소장하고 있었다	초등학교 도서관	125명(47.3%)
	중학교 도서관	90명(34.1%)
	고등학교 도서관	49명(18.6%)
	총계	264명(97.1%)
소장하지 않았다	초등학교 도서관	7명(87.5%)
	중학교 도서관	1명(12.5%)
	고등학교 도서관	0명(0%)
	총계	8명(2.9%)

www.kci.go.kr

전문 기관의 추천 여부를 고려한다. 또한 이용자는 도서관의 설립 및 운영을 위한 필수 요소이다. 따라서 그들의 의견을 최대한 반영하여 도서관 이용 의도를 높이려는 취지에서 희망도서를 신청할 수 있는 기회를 준다. 그러므로 이용자들의 희망도서 신청 또한 특정 자료의 소장 여부에 영향을 끼친다. 결론적으로 한강 작가의 작품은 수상 작품도 많고, 여러 작품이 베스트셀러 목록에 포함되어 있으며, 이용자들의 요구도 많기 때문에 대부분의 학교도서관에도 소장되어 있는 중이라고 분석할 수 있다. 학교도서관 이용자에는 학생뿐만 아니라 교사와 직원, 학부모가 포함되어 있다.

3.5 구매 의도 결과 분석

다음의 〈표 9〉는 향후 한강 작가의 작품을 학교도서관에서 구매할 의도가 있는가의 여부에 대한 응답 결과를 정리한 것이다.

〈표 9〉의 결과에 따르면, 95.6%(260명)의 사서교사(사서)들은 한강 작가의 작품을 학교도서관에서 구매할 의사가 있는 것으로 나타났다. 이를 다시 학교도서관 유형별로 구분을 해보면, 초등학교 도서관은 90.9%, 중학교 및 고등학교 도서관은 구매 의도가 100%였다. 반면 구매 의도가 없다고 응답한 사서교사(사서)들은 모두 초등학교 도서관에 근무 중이었는데, 이 결과는 초등학교 도서관에도 교사 및 직원, 학부모 이용자가 있으나, 주 이용자인 학생들의 독서 수준을 고려했을 때 한강 작가의 작품은 이해가 어렵다고 판단했을 가능성이 높다. 따라서 중·고등학교 도서관에 비해 구매 의사가 낮은 것으로 유추할 수 있다.

이어서 〈표 10〉은 구매할 의도가 있다는 응답자 260명을 대상으로 가장 먼저 구매하고 싶은 작품을 조사한 뒤 그 결과를 정리한 것으로, 선택 항목에 포함시킨 작품 목록은 2025년 7월 기준 인터넷 서점에서 구매가 가능한 것을 출간연도에 상관없이 제시했다.

〈표 10〉의 결과에 따르면, 응답자 260명 가운데 46.2%인 120명은 『소년이 온다』를 가장 구매하고 싶은 작품으로 꼽았는데, 이 작품은 한강 작가가 노벨문학상을 수상한 이후 교보문고, 알라딘, 예스24 인터넷 서점에서 2025년 1분기까지 베스트셀러 1위를 차지하였다. 뒤를 이어 『작별하지 않는다』, 『희랍어 시간』, 『서랍

〈표 9〉 구매 의도

N=272

구매 의도	학교도서관 유형	응답자 수(%)
있다	초등학교 도서관	120명(46.5%)
	중학교 도서관	91명(34.6%)
	고등학교 도서관	49명(18.9%)
	총계	260명(95.6%)
없다	초등학교 도서관	12명(100%)
	중학교 도서관	0명(0%)
	고등학교 도서관	0명(0%)
	총계	12명(4.4%)

www.kci.go.kr

〈표 10〉 구매하고 싶은 작품

N=260

구매하고 싶은 작품 제목	응답자 수(%)
소년이 온다	120명(46.2%)
작별하지 않는다	54명(20.7%)
희랍어 시간	22명(8.5%)
서랍에 저녁을 넣어두었다	16명(6.2%)
흰	10명(3.8%)
여수의 사랑	8명(3.1%)
눈물상자	8명(3.1%)
채식주의자	6명(2.3%)
내 이름은 태양꽃	6명(2.3%)
바람이 분다, 가라	4명(1.5%)
노랑무늬영원	4명(1.5%)
내 여자의 열매	2명(0.8%)

에 저녁을 넣어두었다』, 『흰』, 『여수의 사랑』, 『눈물상자』와 같은 작품에 대한 구매 의도가 높은 것으로 나타났다. 다만 『검은 사슴』, 『그대의 차가운 손』, 『회복하는 인간』을 구매하고 싶다는 응답자는 전혀 없었다. 본 연구에서는 학교도서관이 어떤 작품을 소장하고 있는가에 대해서는 조사를 하지 못했다. 따라서 95.6%(260명)의 사서교사(사서)들이 한강 작가의 작품을 구매할 의사가 있고, 가장 구매하고 싶은 작품이 『소년이 온다』(46.2%)인 점에 대해서는 명확한 이유를 분석하기가 어렵다. 다만 『소년이 온다』는 사서교사(사서)들이 학교도서관에서 도서 구매 시 중요 요건으로 꼽은 '추천 도서'이자 '베스트셀러'이며, '수상 작품'이고 '작가의 명성'도 더해진 작품이다. 또한 작가의 노벨문학상 수상으로 인해 '이용자의 희망도서 신청'도 대폭 증가했을 것이다. 따라서 사서교사(사서)들은 이와 같은 점들을 종합적으로 고려해 구매하고 싶은 작품을 선정했을 가능성이 높다.

다음의 〈표 11〉은 노벨문학상 수상 이후에도 한강 작가의 작품을 구매할 의도가 없다는 응답에 대한 이유를 정리한 것이다.

〈표 11〉의 결과에 따르면, 한강 작가의 작품을 구입할 의도가 없는 이유로는 '이해하기 어려워서'가 전체 응답의 절반을 차지했고, 뒤를 이어 '기타'가 41.6%, '선호하는 주제가 아니어

〈표 11〉 구매 의도가 없는 이유

N=12

구매 의도가 없는 이유	응답자 수(%)
이해하기 어려워서	6명(50.0%)
기타	5명(41.6%)
선호하는 주제가 아니라서	1명(8.4%)

www.kci.go.kr

서'가 8.4%였다. 사서교사(사서)가 이해하기 어려운 내용이라면 학생들의 독서는 더욱 힘들 수 있다. 따라서 이 결과는 학교도서관 전문가이자 동시에 독서교육 전문가인 사서교사(사서)들은 학생들이 이해하기 어려운 작품에 대해서는 구매 의도가 없다는 점을 명확하게 보여준다.

이어서 〈표 12〉는 기타 사유를 정리한 것으로, 앞선 문항에서 구매 의도가 없는 이유가 '기타'인 응답자는 총 5명이었지만 사유는 총 11개였다.

〈표 12〉에 정리한 내용을 살펴보면, 구매 의도가 없는 이유는 이미 한강 작가의 '모든 작품 혹은 일부를 소장 중'이기 때문이었다. 또한 학교도서관 중에는 한강 작가의 작품이 '읽기 어려워 학생들 수준에 맞지 않거나, 과거 민원이 발생한 적이 있었기 때문에 특정 작품에 대해서는 구매 의도가 없다'는 응답도 있었다. 이에 관한 내용은 헤럴드경제 2024년 10월 23일자 기사에서 찾아볼 수 있는데, 전국학부모단체연합에서 "한강 작가의 책을 읽은 사람 중에는 어른에게도 추천하고 싶지 않다고 말하는 사람도 대단히 많은 상황"이고, "극단적이고 폭력적인 내용의 책을 노벨상 작가의 작품이라는 이유만으로 전국의 초·중·고 도서관에 비치하려는 시도에 학부모는 경악을 금치 못한다"고 주장하며, 청소년 유해물이기 때문에 학교도서관에 비치하면 안 된다는 성명을 발표했다. 마지막으로 구매 의도가 없는 사유에는 '이용자가 특별히 찾지 않기 때문'도 있었는데, 이상의 결과를 통해 도서관의 도서 구매 의도에는 이용자의 독서 수준과 흥미도가 고려된다는 점을 확인할 수 있었다.

계속해서 다음의 〈표 13〉은 학교도서관 입장에서 도서 구매 시 가장 중요한 점이 무엇이냐는 질문에 대한 응답을 정리한 것이다.

〈표 13〉에 정리한 결과에 따르면, 학교도서관에서 도서를 구매할 때 가장 중요하게 고려

〈표 12〉 기타 사유

N=11

순서	내용
1	학생들 정서에 적합하지 않아서
2	특별히 찾지 않아서
3	몇몇 작품을 제외하고 중학생들이 읽기에는 어렵기도 하고 표현된 문장들이 중학생들에게는 적합하지 않다는 생각이 들어서
4	초등학교 도서관의 성격상 이용 대상자인 초등학생에게 적합하지 않다고 생각합니다. 문학성과는 별개의 건으로 다루어야 한다고 생각합니다.
5	도서관 이용자의 요구에 따라 구입 여부 결정
6	초등학교도서관이기 때문에 초등생이 읽기엔 어려운 도서이기 때문
7	거의 모든 작품을 구매했습니다.
8	여러 권 샀어요.
9	이용자가 희망 신청하는 도서를 구입할 예정
10	학교도서관에 민원이 발생했던 경험이 있어서, 채식주의자나 몽고반점은 추가 구매하지 않을 예정입니다.
11	이미 소장 중이거나, 이용자 수준에 맞지 않아서

www.kci.go.kr

〈표 13〉 학교도서관에서 도서 구매 시 중요 요건

N=272

도서 구매 시 중요 요건	응답자 수(%)
추천 도서 여부	98명(36%)
교과 연계 여부	60명(22.1%)
베스트셀러 여부	34명(12.5%)
수상 작품 여부	30명(11%)
작가의 명성	18명(6.6%)
이용자의 희망도서 신청	16명(5.9%)
기타	16명(5.9%)

하는 요건은 총 98명(36%)이 응답한 '추천 도서 여부'였다. 다음으로 '교과 연계 여부'가 60명(22.1%), '베스트셀러 여부'가 34명(12.5%), '수상 작품 여부'는 30명(11%), '작가의 명성'은 18명(6.6%), '이용자의 희망도서 신청'은 16명(5.9%), '기타'가 16명(5.9%)이었다. 이상의 결과를 통해 학교도서관 사서교사(사서)들은 도서 구매 시 추천 도서 여부를 가장 먼저 확인할 가능성이 높다는 점을 유추할 수 있는데, 이때 중요한 점은 누가 어떤 기준을 중심으로 추천했는가를 살펴보는 것이다. 또한 학교도서관은 협력수업 등을 통해 교과 학습에 대한 지원을 하는 것이 목표이기 때문에 '교과 연계 여부'도 도서 구매 시 중요한 요건으로 반영하고 있음을 확인할 수 있었다.

국립중앙도서관에서는 매월 주제 분야별 사서 추천 도서를 누리집을 통해 발표하고 있고, 국립어린이청소년도서관에서는 격월로 발간 중인 「도서관 이야기」에 아동 및 청소년을 위한 추천 도서를 소개하고 있으며, 그 밖에도 독서 관련 단체, 서점, 언론사 등에서도 추천 도서 목록을 발표하고 있다. 또한 학교도서관을 위한 교과 연계 도서 목록은 한국학교사서협회 등의 학교도서관 관련 단체, 각 지역 교육지원청의 사서교사(사서) 연구회, 예스24와 같은 인터넷 서점에서도 개발하여 제공하고 있다.

〈표 14〉는 '기타' 항목을 선택한 응답자들이 자유롭게 기술한 사유를 정리한 것으로, 구매 의도 시 중요 요건을 묻는 문항에서 '기타' 응답자는 총 32명이었지만 사유는 총 16개였다.

〈표 14〉에 정리한 내용에 따르면, 사서교사(사서)들은 학교도서관에서 도서를 구매할 때 '내용', '이용자 수준 및 흥미', '희망도서 여부', '도서관 이용률 향상', '시의성', '후기(리뷰)'도 중요하게 고려하는 요소로 꼽고 있음을 알 수 있었다.

3.6 분석 결과 시사점 및 논의사항

연구 목적 달성을 위해 수행한 설문조사 분석 결과 대부분의 사서교사(사서)들은 한강 작가와 그의 작품들을 알고 있었다. 그 이유는 사서교사(사서)들이 교육과정과 관련되면서 학생들의 흥미, 관심, 여가생활을 고려한 장서를 선정 및 수집하기 위해 여러 선택 도구들을 검토하고, 현장 수서를 위해 서점과 공공도서관을 찾는 경우도 많기 때문으로 분석할 수 있다. 따라서 94.7%의 초등학교, 98.9%의 중학교, 100%의 고등학

www.kci.go.kr

〈표 14〉 기타 사유

N=16

순서	내용
1	내용이 가장 중요함
2	수행평가
3	학생 희망도서
4	연령에 적합한 주제의 도서
5	이용자 수준에 맞는 도서 구입
6	책의 내용
7	이용률 향상에 도움을 주는 도서
8	주 이용자에게 적절한가의 여부
9	희망도서
10	시의성
11	학교도서관 이용자들의 특성 반영
12	후기 참조(학생들에게 맞는 내용인지, 너무 자극적이지 않은지)
13	지식 정보 교육 및 인성 교육에 도움이 되는 자료인지 고려
14	이용자들의 요구를 최우선적으로 반영
15	책의 내용 및 작가
16	성장 단계에 따른 도서인가의 여부

교 도서관에는 한강 작가의 작품을 이미 소장 중이었고, 추가 구매 의사도 높았다.

사서교사(사서) 가운데 46.2%가 가장 구매하고 싶은 작품으로 꼽은『소년이 온다』는 학교도서관에서 도서 구매 시 중요 요건으로 꼽은 '추천 도서'이자 '베스트셀러'이며, '수상 작품'이고 '작가의 명성'도 더해진 작품이다. 또한 작가의 노벨문학상 수상으로 인해 '이용자의 희망도서 신청'도 대폭 증가했을 것이다. 따라서 사서교사(사서)들은 이와 같은 점들을 종합적으로 고려해 구매하고 싶은 작품을 선정했을 가능성이 높다.

하지만 한강 작가의 작품이 읽기 어려워 학생들 수준에 맞지 않거나, 청소년 유해물이기 때문에 학교도서관에 비치하면 안 된다는 성명을 발표한 단체도 있었고, 아직 '교과 연계 여부'에 대한 연구도 활발히 이루어지지 않은 상태이기 때문에 학교도서관에서의 구입 및 활용에 대한 사항을 심도 있게 논의할 필요가 있다.

4. 결론 및 제언

본 연구는 노벨문학상을 수상한 한강 작가의 작품을 중심으로 학교도서관에서의 도서 구매 의도에 영향을 미치는 요소를 탐구 및 분석한 기초 연구이다. 이에 연구 목적 달성을 위해 선행 연구를 통해 구매 의도에 관한 개념, 학교도서관 장서관리, 노벨상에 관한 사항들을 정리하고, 노벨문학상 수상이 구매 의도에 미친 영향 파악을 위한 설문 문항도 구성하여, 전국의 도서관 사서교사(사서)들을 대상으로 조사를 실시하였다. 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 설문 조사에 참여한 사서교

www.kci.go.kr

사(사서)들이 근무 중인 학교도서관 유형은 초등학교 도서관이 132명(48.5%)으로 가장 많았고, 중학교 도서관이 91명(33.5%), 고등학교 도서관이 49명(18.8%) 순이었다.

둘째, 전체 응답자의 98.5%(268명)는 이미 한강 작가를, 97.8%(266명)는 이미 한강 작가의 작품을 알고 있었으며, 한강 작가가 노벨문학상을 수상하기 이전부터 작품을 도서관에 소장 중인 곳은 초등학교 도서관이 94.7%, 중학교 도서관이 98.9%, 고등학교 도서관이 100%였다.

셋째, 95.6%(260명)의 사서교사(사서)들은 노벨문학상 수상 이후 한강 작가의 작품을 학교도서관에서 구매할 의사가 있었으며, 가장 구매하고 싶은 작품은 『소년이 온다』, 『작별하지 않는다』, 『희랍어 시간』, 『서랍에 저녁을 넣어두었다』, 『흰』, 『여수의 사랑』, 『눈물상자』의 순이었다.

넷째, 학교도서관 사서교사(사서)들이 도서를 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요건은 총 98명(36%)이 응답한 '추천 도서 여부'였다. 다음으로 '교과 연계 여부'가 60명(22.1%), '베스트셀러 여부'가 34명(12.5%), '수상 작품 여부'는 30명(11%), '작가의 명성'은 18명(6.6%), '이용자의 희망도서 신청'은 16명(5.9%), '기타'가 16명(5.9%)이었다.

이상의 연구 결과를 바탕으로 학교도서관의 도서 구매와 관련하여 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 학교도서관 경영의 안정적 기반 마련을 위해, 물가 상승률을 감안한 자료 구입비의 증액이 계속 이루어질 수 있는 정책을 수립해야 한다. 국가도서관통계시스템 결과에 따르면 2024년 기준 학교도서관 평균 이용자수는 전년 대비 1.64% 증가했다. 그러나 학교도서관의 평균 소장 도서는 전년 대비 0.73% 감소한 것으로 나타났다. IFLA 학교도서관 가이드라인에 따르면 학교도서관의 예산은 고정비(인건비, 시설비 등)를 제외한 학교 총 예산의 5% 이상이어야 한다. 또한 학교도서관 총 예산의 7% 정도는 자료 구입비에 배정해야 한다. 또한 우리나라 교육부에서는 학교 기본운영비 중 3% 이상을 자료 구입비로 확보할 것을 권고하고 있다. 그럼에도 학교에 사정에 따라 조정할 수 있다는 점, 신간의 평균 정가가 계속 상승하고 있다는 점에서 학교도서관 평균 소장 도서의 양은 더 줄어들 수 있다. 결국 이와 같은 상황은 학교도서관에서의 도서 구매 의도마저 위축을 시켜버리기 때문에, 소장 도서의 양을 감소시키면서 종래에는 학교도서관의 설치 및 경영 목적 달성에도 부정적인 영향을 끼칠 것이다.

둘째, 도서관계, 출판계, 문학계의 학회나 협회 소속 현장 전문가들이 참여하여 공신력 있는 목록을 만들어 배포할 필요가 있다. 학교도서관 사서교사(사서)들은 도서를 구매할 때 '추천 도서 여부'를 가장 중요하게 고려하고 있었다. 따라서 여러 기관들이 배포한 목록을 다수 참고할 텐데, 그 중에는 선정 기준이 불명확하거나 특정 출판사 및 작가의 작품이 배제되는 경우도 있다. 이에 도서관계, 출판계, 문학계 학회나 협회 차원에서 보다 공신력 있는 목록이 개발 및 배포될 필요가 있다. 만약 이와 같은 목록이 배포된다면, 사서교사(사서)들의 자료 선택에 대한 고민을 덜어줄 수 있을 것이다.

셋째, 사서교사(사서)들은 각 학년별 교과목에 대한 분석을 실시하고, 그 결과를 바탕으로 학년별・교과목별 연계 도서를 가장 우선적으

www.kci.go.kr

로 구입할 필요가 있다. 학교도서관 사서교사(사서)들은 도서를 구매할 때 '교과 연계 여부'를 중요하게 고려하고 있었다. 학교는 교육을 위한 곳이기 때문에, 학교도서관의 가장 중요한 설립 및 경영 목적은 교수 학습이 원활하도록 지원하는 것이다. 따라서 학년별 교과목 분석을 통해 적정 주제를 도출한 뒤, 학생들의 수준 및 흥미도 등을 고려하여 교과목별 연계 도서를 구입할 수 있도록 해야 한다.

노벨상은 전 세계적으로 권위를 인정받는 상이다. 따라서 노벨상 수상은 개인을 넘어 국가적 영광이며, 그 파급 효과도 매우 크다고 할 수 있다. 그 결과로 노벨문학상을 받은 한강 작가의 작품은 세계 여러 나라 언어로 번역되어 주요 서점에서 절찬리에 판매가 되고 있으며, 더불어 한국 작가에 대한 관심을 높이는 데에도 기여했다. 또한 해를 거듭할수록 계속 감소해 가던 독서 열기를 다시 살려내는 분위기 조성에도 일조했다.

이와 같이 알프레드 노벨이 제정한 노벨상은 인류에게 가장 큰 혜택을 제공한 사람에게 주는 보상의 의미가 담겨 있다. 그렇다면 노벨문학상 수상자는 인류에게 어떤 혜택을 제공한 것일까? 여러 각도에서 생각해 볼 수 있겠지만, 본 연구자의 생각에는 독서를 하지 않던 사람들에게 다시 도서에 관심을 갖고 실천할 수 있는 계기, 실천을 통해 자기 성찰 및 세상을 이해할 수 있는 기회를 만들어 주는 것이 가장 큰 혜택이다. 우리나라 최초 노벨문학상 수상이라는 쾌거가 부디 작가들의 역량 향상, 출판계 및 도서관계의 성장으로 계속 이어지기를 바란다.

나아가 본 연구는 문헌정보학계에서는 아직 활발히 수행되지 않는 도서 구매 의도를 탐구 및 분석하기 위한 목적을 갖고 있으나, 학교도서관 사서교사(사서)들의 인식을 기초적으로만 분석한 한계를 갖고 있다. 따라서 물가상승률 대비 도서관 자료 구입비가 계속 감소하고 있는 상황이기 때문에, 도서관에서 자료를 효율적으로 구매할 수 있는 방안을 제시해 주는 후속 연구가 활발히 수행되기를 바란다.

참 고 문 헌

교보문고 (2025). 베스트셀러. 출처: https://store.kyobobook.co.kr/bestseller/online/daily

국가도서관통계시스템 (2025). 도서관통계. 출처: https://www.libsta.go.kr/

김윤서, 신형철 (2023). 외식 기업의 ESG 경영과 브랜드 이미지, 기업 명성, 구매의도 간의 관계. 외식경영연구, 26(3), 169-190. https://dx.doi.org/10.47584/jfm.2023.26.3.169

김지후 (2022). 베스트셀러와 스토리텔링 메시지가 도서 구매 의도에 미치는 영향: 도서 분야와 소비자의 주관적 지식을 중심으로. 석사학위논문, 중앙대학교. http://dx.doi.org/10.23169/cau.000000236434.11052.0000548

대한출판문화협회 (2025). 2024 한국출판연감. 서울: 대한출판문화협회.

www.kci.go.kr

문상수 (2009). 온라인 독서 커뮤니티에서 독자 리뷰가 도서에 대한 태도 및 구매 의도에 미치는 영향: 네이버 북카페 사례를 중심으로. 석사학위논문, 연세대학교.

박은지, 강봉숙 (2024). 학교도서관 장서관리정책 보유와 관리 현황 분석. 한국비블리아학회, 35(3), 209-226. http://dx.doi.org/10.14699/kbiblia.2024.35.3.209

배준영 (2015). 출판사의 스토리텔링 마케팅이 이용자의 관여도와 구매의도에 미치는 영향 연구: 페이스북을 중심으로. 석사학위논문, 경기대학교.

서보윤 (2009). 도서 추천 주체의 공신력과 메시지 특성이 도서구매결정에 미치는 영향에 관한 연구. 한국출판학연구, 35(2), 171-203.

알라딘 (2025). 베스트셀러. 출처: https://www.aladin.co.kr/shop/common/wbest.aspx?BranchType=1

예스24 (2025). 베스트셀러. 출처: https://www.yes24.com/Product/Category/BestSeller?categoryNumber=001&pageNumber=1&pageSize=24

윤효실, 윤혜현 (2013). 개인소비가치가 친환경 농산물 구매의도에 미치는 영향: 환경의식행동의 조절효과. 호텔경영학연구, 22(1), 253-267.

이병기 (2006). 학교도서관 중심의 정보매체와 교수매체론. 고양: 조은글터.

이제원 (2009). 광고 속성이 광고 태도와 브랜드 인지, 브랜드 태도, 구매 의도에 미치는 영향 연구. 박사학위논문, 강원대학교.

이찬우 (1999). 인터넷 쇼핑몰 사이트가 가지는 매체 풍부성이 소비자의 구매 의도 및 사이트 만족도에 미치는 영향 분석. 석사학위논문, 한양대학교.

장덕현, 강은영 (2016). 학교도서관 장서개발과정에 관한 현상적 연구: 사서교사의 인식을 중심으로. 한국도서관·정보학회지, 47(3), 241-259. https://doi.org/10.16981/kliss.47.3.201609.241

학교도서관진흥법 시행령 (2025). 제8조(시설·자료의 기준 등). 출처: https://www.lawnb.com/Info/ContentView?sid=L000010782&DA=TWA#P8

한국도서관협회 한국도서관기준특별위원회 편 (2013). 2013년판 한국도서관기준. 서울: 한국도서관협회 한국도서관기준특별위원회.

헤럴드경제 (2024. 10. 23.). "한강 '채식주의자', 성행위 묘사·청소년 유해물"… 학부모 1만 명 "학교 도서관 비치 반대" 서명. 출처: https://v.daum.net/v/20241023145249318

Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. Journal of Marketing Research, 34(3), 347-356. https://doi.org/10.2307/3151897

American Library Association and Association for Educational Communications and Technology (1998). Information Power: Building Partnerships for Learning. Chicago: AASL.

Blackwell, R. D., Miniard, P. W., & Engel, J. F. (2006). Consumer Behavior. New York: Thomson Business and Economics.

www.kci.go.kr

Fishbein, M. A. & Ajzen, I. (1975). Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. MA: Addison-Wesley.

Han, Kang (2025). Biography. Available: https://han-kang.net/Biography

International Association of School Librarianship (1993). IASL Policy Statement of School Libraries. Available: https://www.iasl-online.org/about/organization/sl_policy.html

International Federation of Library Associations and Institutions (2015). IFLA School Library Guidelines. Available: https://www.ifla.org/wp-content/uploads/2019/05/assets/school-libraries-resource-centers/publications/ifla-school-library-guidelines.pdf

Oliver, R. L. (1996). Varieties of value in the consumption satisfaction response. Advances in Consumer Research, 23, 143-147.

The Nobel Prize (2025). Available: https://www.nobelprize.org/about-the-nobel-prize/

• 국문 참고자료의 영어 표기
(English translation / romanization of references originally written in Korean)

Aladin (2025). Bestseller. Available: https://www.aladin.co.kr/shop/common/wbest.aspx?BranchType=1

Bae, Jun-Young (2015). Study on Effect of Publiching Company Storytelling Marketing on User Involvement and Purchase Intention: Based on the Facebook. Master's thesis, Kyonggi University.

Chang, Durk-Hyun & Kang, Eun-Yeong (2016). A descriptive study on the collection development processes in school libraries: based on the interviews with teacher librarians. Journal of Korean Library and Information Science Society, 47(3), 241-259. https://doi.org/10.16981/kliss.47.3.201609.241

Enforcement Decree of the School Library Promotion Act (2025). Article 8(Standards for facilities and materials, etc.) Available: https://www.lawnb.com/Info/ContentView?sid=L000010782&DA=TWA#P8

Herald (2024. 10. 23.). "Han River 'Vegetarian,' depiction of sexual acts, harmful material to youth"… 10,000 parents sign "Oppose placement in school libraries". Available: https://v.daum.net/v/20241023145249318

Kim, Ji-Hu (2022). Influence of Bestseller and Storytelling message on purchase intention of book. M.A. thesis, Chungang University. http://dx.doi.org/10.23169/cau.000000236434.11052.0000548

www.kci.go.kr

Kim, Yoon-Seo & Shin, Hyoung-Chul (2023). The relationship between ESG management of food service companies and brand image, corporate reputation, and purchase intention. Journal of Foodservice Management Society of Korea, 26(3), 169-190. https://dx.doi.org/10.47584/jfm.2023.26.3.169

Korean Library Association Special Committee on Korean Library Standards (2013). 2013 edition of Korean Library Standards. Seoul: Korean Library Association Special Committee on Korean Library Standards.

Korean Publishers Association (2025). 2024 Korean Publication Yearbook. Seoul: Korean Publishers Association.

Kyobobook (2025). Bestseller. Available: https://store.kyobobook.co.kr/bestseller/online/daily

Lee, Byeong-Ki (2006). Information Media and Teaching Media Centered on School Libraries. Goyang: Joeungeulteo.

Lee, Chan-Woo (1999). Experimental Investigation of 3D and Media effects on Purchasing Behavior of Internet Shopping Consumers. Master's thesis, Hanyang University.

Lee, Je-Won (2009). A Study on the Impact of Advertising Attributions on Attitude toward Advertisement, Brand Cognition, Attitude toward Brand and Purchase Intention. Doctoral dissertation, Kangwon National University.

Moon, Sang-Soo (2009). The Effect of Online Book Review on Attitude and Purchase Decision in Online Book Community: Naver's Online Book Cafe. M.A. thesis, Yonsei University.

National Library Statistics system (2025). Library Statistics Available: https://www.libsta.go.kr/

Park, Eun-Ji & Kang, Bong-Suk (2024). A study on the possession and management status of the school library collection management policy. Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science, 35(3), 209-226. http://dx.doi.org/10.14699/kbiblia.2024.35.3.209

Seo, Bo-Yun (2009). The impact of source credibility and evaluation of message to book purchase intention in books marketing communication. Studies of Korean Science, 35(2), 171-203.

Yes24 (2025). Bestseller. Available: https://www.yes24.com/Product/Category/BestSeller?categoryNumber=001&pageNumber=1&pageSize=24

Yoon, Hyo-Sil & Yoon, Hye-Hyun (2013). A study on the effect of personal consumption values on purchase intention of environment friendly agricultural products: the moderating effect of environmental conscious behavior. Korean Journal of Hospitality Administration, 22(1), 253-267.

www.kci.go.kr