

공공도서관 서비스 이미지에 관한 연구

- 대전광역시를 중심으로 -

A Study on the Service Image of Public Library: Focusing on Daejeon Metropolitan City

윤혜영 (Hye Young Yoon)*

목 차

- | | |
|---------------------|-----------------------------|
| 1. 서론 | 4. 실증분석 |
| 2. 이론적 배경 | 4.1 표본의 인구통계학적 특성 |
| 2.1 이미지 | 4.2 서비스 이미지 분석 |
| 2.2 사서직 이미지 | 4.3 서비스 이미지 항목별 차이 |
| 2.3 도서관 이미지 | 4.4 이용자의 특성에 따른 서비스 이미지의 차이 |
| 3. 연구방법 | 5. 결론 및 시사점 |
| 3.1 연구대상과 도구 | |
| 3.2 자료분석과 조사도구의 신뢰도 | |

초 록

본 연구는 공공도서관의 서비스 이미지를 향상시키기 위해 공공도서관의 이용자를 대상으로 공공도서관 서비스 이미지를 조사한 연구이다. 연구방법으로 대전광역시 지역대표도서관 이용자 143명을 대상으로 설문조사를 실시하였으며, 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 공공도서관 서비스 이미지에 대해 신뢰성과 공공성을 가장 높게 평가하였으나 서비스충족은 가장 낮게 평가하였다. 둘째, 서비스 품질의 이미지로 나타내면 큰 차이는 없으나 상대적으로 절차품질이 높고, 인적품질이 낮게 나타났다. 셋째, 공공도서관 서비스 이미지 중 긍정율이 높은 이미지는 신뢰성의 '유용한 정보제공', 공공성의 '신분에 상관없는 처리', 유형성의 '편리한 시설'이었으며, 부정율이 높은 이미지는 접근가능성의 '좋은 교통여건', 응답성의 '신속한 최신정보제공', 유형성의 '쾌적한 시설'이었다. 넷째, 이용자의 특성에 따른 공공도서관 서비스 이미지의 차이를 살펴보았을 때 10대에서 60대 이상에 이르기까지 연령이 높아질수록 평균이 낮아지고 있음을 알 수 있었다.

ABSTRACT

In this study, the service image of the public library was investigated to the users of the public library, and basic data to improve the service image of the public library was also analyzed. In order to analyze public library service image, survey was conducted to 143 users of regional central library in Daejeon Metropolitan City. The results are as followed. First, reliability and publicity was the most highly rated and service satisfaction was the least highly rated. Second, when it was expressed with service quality image, there was no large difference. Third, reliability-providing useful information, publicity-fair treatment, and tangibles-convenient facility had positive images. On the other hand, access-good traffic condition, responsiveness-providing prompt new information, and tangibles-comfortable facility had negative images. Fourth, higher age group had lower mean value from teens to sixties.

키워드: 이미지, 공공도서관, 서비스 이미지, 서비스 품질, 도서관 이미지
Image, Public Library, Service Image, Service Quality, Library Image

* 중부대학교 문헌정보학과 교수(hyyoon@joongbu.ac.kr)
논문접수일자: 2014년 7월 15일 최초심사일자: 2014년 8월 4일 게재확정일자: 2014년 8월 8일
한국문헌정보학회지, 48(3): 265-280, 2014. [http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2014.48.3.265]

1. 서론

공공도서관은 지식기반사회에서 국민이 원하는 지식정보를 적시에 제공하는 국가 또는 지역 사회의 핵심 공공기관이다. 이제 공공도서관은 지식과 정보, 콘텐츠를 제공하는 지식정보센터로서의 역할뿐만 아니라 국민의 삶의 질을 높이고 새 시대가 요구하는 복합문화공간으로서의 역할도 수행해야 할 것이다. 최근 발표된 '제2차 도서관발전종합계획(2014~2018)에 의하면 2013년 12월말 863개관이던 공공도서관은 2018년에는 1,100개관 확충을 목표로 하고 있다. 최근 3개년 간 매해 50개 전후의 공공도서관이 건립되었고¹⁾ 앞으로도 비슷하게 증가할 예정으로 볼 수 있다. 이는 공공도서관이 양적으로 엄청나게 성장하고 있음을 알 수 있다.

반면 현재 공공도서관의 법정 사서 배치율은 17.1% 수준으로 신규 공공도서관 개관시 전문 인력 충원 없이 비전문인 등이 배치되기도 해 도서관 서비스의 질적 수준은 저하되고 있는 실정이다. 또한 공공도서관의 장서는 2012년 1.53권²⁾으로 ILFA/UNESCO 최저기준인 2~3권에 도달하지 못하고 있어 선진국 수준에 비해 매우 부족한 실정이다. 뿐만 아니라 전기, 설비 등 노후화로 인한 안전문제도 우려되고 있는 실정이다. 공공도서관과 같이 지역주민과 직접 대면 접촉을 하며 대면서비스를 제공하는 기관에 있어 전문 인력과 장서의 부족 및 시설의 노후화는 서비스 만족에 부정적인 영향을

미칠 것이며 향후 공공도서관에 대한 부정적인 이미지를 초래할 것이다.

조직의 이미지는 조직을 둘러싸고 있는 환경 주체인 제반 공중들의 마음속에 투영된 조직의 상으로서, 한 조직에 대한 공중의 가치관이 구체적인 형태를 취하여 생긴 것이라 할 수 있다(김찬아 외 2006, 45). 이러한 이미지가 중요하게 다루어져야 하는 이유는 조직의 평판과 연결되어 궁극적으로 호의적 혹은 비호의적인 태도에 영향을 미치기 때문이다. 공공도서관은 기본적으로 지역사회 기반의 공공기관으로서 지역 주민에게 필요한 지식정보를 제공하기 위해 세금으로 설립되었음에도 불구하고 제대로 된 서비스를 받을 수 없는 기관이라는 부정적 이미지가 형성될 경우 이용자의 수는 감소하며 다양한 프로그램의 운영 또한 어렵게 될 것이다.

최근 이미지와 관련된 연구로는 이은철, 김갑선(2002)의 연구를 시작으로 서영민(2005), 정주희(2006), 전창호, 김선호(2008) 등을 비롯하여 사서와 사서직 이미지에 관한 연구가 있었고, 박상근, 박주석, 조현양(2013)의 도서관 브랜드 이미지에 관한 연구 등이 진행된 바 있으나 이는 모두 사서, 사서직 및 도서관 브랜드 이미지에 관한 연구로서 공공도서관 서비스 이미지에 대한 연구는 거의 없는 실정이다.

앞으로 공공도서관이 발전하기 위해서는 바람직한 공공도서관의 이미지 정립이 중요하며 특히 공공도서관은 서비스기관으로 도서관의 좋은 이미지는 훌륭한 서비스를 통해서 얻을 수

1) 제2차 도서관발전종합계획 2014년도 시행계획에 의하면 공공도서관의 수가 2011년 50개관, 2012년 54개관, 2013년 47개관이 건립되었으며 2014년은 50개관 건립이 목표로 되어 있다.
2) 제2차 도서관발전종합계획 2014년도 시행계획에 의하면 공공도서관 장서는 2018년까지 1인당 2.5권으로 확충될 예정이다.

있으므로 서비스에 대한 이미지 정립이 무엇보다도 중요하다. 따라서 공공도서관의 정체성과 긍정적 이미지 정립에 필요한 공공도서관의 서비스 이미지를 조사하여 부정적인 이미지는 개선하고, 긍정적인 이미지는 부각시킬 수 있는 방안들에 대한 연구가 필요하다.

이에 본 연구는 공공도서관 이용자가 인식하는 공공도서관의 서비스 이미지를 조사함으로써 현황을 파악하고 개선 방향을 도출하여 공공도서관의 바람직한 이미지 형성을 위한 기초자료를 제시하고자 한다. 이러한 목적을 달성하기 위해 대전광역시 지역대표도서관 이용자를 대상으로 서비스충족, 유형성, 신뢰성, 응답성, 전문성, 이용자이해, 접근가능성, 공공성의 8개 개념으로 구성된 공공도서관 서비스 이미지에 대한 설문조사를 실시하고 그 결과를 분석하였다.

2. 이론적 배경

2.1 이미지

이미지라는 용어는 1922년 Walter Lippmann이 'Public Opinion'에서 처음 사용하였으며, 이미지에 대한 학문적 연구는 1950년대 심리학 분야에서 시작되었다. 1950년대 중반에 Kenneth E. Boulding이 인간, 사회, 경제, 정치 등과 관련하여 이미지의 역할을 논하면서 이미지와 관련된 연구는 심리학 이외의 다른 분야에서 주목받게 되었다. 마케팅 분야에서는 기업 이미지, 제품 이미지, 상표 이미지 등과 관련하여 연구되어 왔으며 최근에는 국가 이미지, 정부기관 이미지 등 공공부문에서도 활발하게 연구되

고 있으며, 문헌정보학분야에서도 도서관 브랜드 이미지, 도서관 사서 이미지, 사서직의 직업 이미지, 사서교사의 이미지 등에 대한 연구가 수행된 바 있다.

이미지란 일반적으로 우리 인간이 어떤 대상에 대하여 갖는 심상을 의미하는 것으로 "개인이 특정 대상에 대해 가지는 주관적 신념, 생각, 인상의 총체로서 그 대상에 대한 개인의 태도와 행동을 지배하는 것"(하봉준 1999, 51)이라고 한다. 이러한 이미지는 대상에 대한 정보를 바탕으로 개인의 인식 내지 추론에 의해 생성되므로 상당히 주관적인 것이어서 이미지를 창출하는데 있어서 무엇을 보이느냐 보다는 오히려 어떻게 보일 것이냐 하는 의도와 그 반응이 그 사람에 대한 타인의 이미지에 큰 영향을 미친다. Scott(1966)는 이미지를 크게 인지적 요소(cognitive components), 감정적 요소(affective components), 행위적 요소(action components)로 구분하였다. 인지적 요소는 정보를 통해 형성된 대상의 속성들에 대한 지각과 이해를 말하며, 감정적 요소는 대상에 대한 좋고 싫음을 말하며, 행위적 요소는 인지적 요소와 감정적 요소를 근거로 해서 나타나는 결과적 반응을 말한다.

또한 Scott(1966)는 이미지의 결정에 영향을 주는 요인을 주관적, 문화적, 제도적 요인으로 구분하여 제시하였다. 주관적 요인에 의해 결정된 이미지는 ① 개인의 경험과 경력이 현실에 적용되고, ② 사회화 과정을 통한 성격구조가 상황 인식에 작용하며, ③ 욕망과 욕구가 상황 인식에 영향을 주며, ④ 전달되거나 인지하고 있는 정보가 영향을 주는데, 예를 들면 상황에 대한 부정적인 정보의 유입은 부정적인 판단으로 이어지며 ⑤ 상황에 따라 각각의 해석능력이 다르다는 등

의 다섯 가지 이유로 설명되고 있다. 문화적 요인에 의해 결정된 이미지는 주로 스테레오타입에 의해 형성되는 것으로 보는데 이것은 극히 제한되고 편협된 자료와 정보를 가지고 어떤 사항을 일반화시키는 것이다. 즉, 현실의 극히 일부분 또는 사물의 나쁜 쪽으로의 일면만을 부각시켜 그것을 현실인 것처럼 일반화시킴으로서 이미지 형성에 영향을 주는 것이다. 제도적 요인에 의해 결정된 이미지는 매스컴적 요인이라고 할 수 있는데 조직에 의해 교차된 태도와 가치가 상황인식을 왜곡시킴으로서 일어나며 이는 제한된 정보의 의견만이 전달되기 때문에 일반적 상황판단이 어렵게 됨을 의미한다.

이미지를 연구해온 연구자들은 제품이나 서비스, 브랜드, 기업, 나라 등 다양한 수준에서 이를 연구해왔으며 이러한 연구에서의 주된 흐름은 긍정적 이미지는 여러 가지 방식으로 조직을 성공적인 것으로 이끌어 간다는 것이다. Herbig et al.(1994)은 조직의 이미지가 개선될수록 고객 충성심이 높아져서 매출을 늘릴 수 있고, 일반대중이 조직의 홍보를 믿는 경향이 높아지고, 조직의 로고에 대하여 일반대중의 인정이 높아지며, 그 조직의 브랜드를 수용하는 경향이 높아진다고 하였다.

2.2 사서직 이미지

문헌정보학분야에서는 사서의 직업이미지에 대해서는 “전문직으로서 사서에 대해 갖는 신념, 관념, 인상의 총합”(이은철, 김갑선 2002, 26), “사서라는 직업을 둘러싸고 있는 사람들이 사서직에 대해 마음속에 가지고 있는 감정, 신념, 지각, 인상, 태도”(정주희 2006, 9), 사서교사의 이

미지에 대해서는 “사서교사에 대하여 주관적으로 느끼는 상징화된 감정, 태도, 인상”(서영민 2005, 31)으로 정의되고 있다.

이은철, 김갑선(2002)의 연구에서는 사서직의 직업이미지에 대해 ① 사서직에 관한 양가 감정(ambivalent)을 가지고 있는 현실인식형, ② 서비스 지향적이며 사서직의 공적 전문성 확보를 주장하는 자긍형, ③ 사서직을 적극적인 능력 발휘의 장으로 보고 있으며 정보기술의 적극적 수용에 의해 사서직의 전문성 확보가 가능하다고 보는 진보형, ④ 사서직을 둘러싼 제 환경에 대해 비판적으로 관조하고 있는 현실 비판형의 4개의 이미지 유형으로 식별하였다. 이러한 유형을 통해 사서직 이미지의 본질은 정보 제공 서비스에 있으며 이들 유형은 정보서비스직으로서 사회적으로 적합성 있는 서비스를 개발해야 한다는 측면과 정보문제 해결의 조력가라는 점을 사서직의 이미지로 공유하고 있었다고 연구는 지적하고 있다.

정주희(2006)는 대학생이 지각하는 대학사서의 이미지를 사서의 서비스, 사서와의 간접적·기능적 관계, 사서의 지적이미지, 사서의 정보제공 의무, 사서의 주제전문성, 사서직의 안전성·기능성의 6개의 유형으로 구분하였으며, 모든 유형의 공통점으로는 사서의 자질로 최근 출판동향 파악, 효과적인 이용자 서비스, 사서의 인성으로 이용자에 대한 인내심, 현재의 가치로 대학사서가 전문가로 인정받지 못하고 있다는 점, 향후 발전방향으로 사회가 변해도 대학사서는 정보제공 서비스를 수행한다는 점을 제시하였다.

서영민(2005)는 사서교사의 이미지에 관한 연구에서 사서교사에 대한 이미지 하위변인으로 태도, 자질, 직업의식, 전문성, 업무·역할로

구분하여 조사하였으며, 이중 직업의식 이미지가 가장 높게 나타났고, 업무·역할 이미지가 가장 낮게 나타났다.

Luthmann(2007)은 사서의 전문직 역할을 전문 연구문헌, 매스미디어와 대중문화에서 나타나는 이미지에서 조사하였다. 연구결과 매스미디어와 대중문화에 나타난 사서의 이미지는 긍정적이고 영웅적인 반면 전문 연구문헌에 나타난 이미지는 스테레오타입인 경향이 있었다.

이상을 통해 사서직은 전문성을 가지고 정보 제공 서비스를 적극적으로 수행하고 있으나 사회로부터 전문가로서 인정받기에는 다소 부족한 점이 있는 이미지를 가지고 있다고 볼 수 있다.

2.3 도서관 이미지

도서관 이미지는 도서관에 대해 공중이 가지는 이미지를 말한다. 다시 말해서 도서관을 둘러싸고 있는 사람들이 도서관에 대해 마음속에 그리고 있는 심상을 의미한다.

브랜드는 “개인이나 단체가 재화와 서비스를 특징짓고 이들을 경쟁자의 재화와 서비스로부터 차별화시킬 의도로 만들어진 이름, 용어, 사인, 심볼이나 디자인 또는 이들의 조합”으로 정의되며(Anderson and Bennette 1988), 이러한 브랜드는 제품에서만 아니라 서비스산업에서도 소비자들이 서비스를 처음 접할 때 지각한 위험을 감소시켜 서비스 선택에 관한 의사결정에 영향을 미치고 있으며 비교 우위를 확보하는 강력한 수단이 된다고 한다. 브랜드 이미지는 소비자가 그 브랜드에 대해 형성하고 있는 일련의 조직화한 지각을 의미하는 것으로 “소비자 기억 속에 저장된 브랜드 연상에 반영

되는 브랜드에 대한 지각”으로 정의되며 브랜드 이미지 평가를 위한 브랜드 이미지 구성요소는 주요 연상의 유형, 강도, 호의성 그리고 독특성으로 나눌 수 있다(Keller 2001).

도서관 브랜드 이미지에 대해서는 최근 대학도서관 브랜드 이미지 구성요인을 분석한 박상근, 박주석, 조현양(2013)의 연구에서 찾아볼 수 있다. 이들 연구에서는 도서관 이미지를 소비자의 욕구에 따라 기능적 이미지, 경험적 이미지, 상징적 이미지 세 부분으로 구분하여 도서관 이미지를 측정하였다. 연구결과 3개의 차원과 9개의 하부차원 그리고 27개의 항목이 유효한 것으로 나타났다. 기능적 이미지는 자료·자료의 적절성, 자료 이용 편리성, 공간·시설·시설의 적절성, 공간·시설의 차별성, 공간의 적절성, 직원·사서의 필요성, 사서의 전문성, 사서의 태도, 서비스·프로그램 - 서비스·프로그램 차별성, 서비스·프로그램 필요성이 유효하였다. 경험적 이미지는 인지경험 - 기대충족, 새로운 경험제공, 자아일치성(도서관 - 개인), 감성경험 - 즐거움, 편안함, 만족스러움, 행동경험 - 재이용의사, 이용확장의사, 우호성, 정보이용행태 변화, 사회적 매력성의 하부차원으로, 상징적 이미지는 개인의 자아-자아식별욕구, 반사회적 평가, 사회적 자아-사회적 평판, 지적, 정서적 위치가 하부차원으로 유효하였다.

한편 브랜딩은 브랜드에 이미지와 느낌, 아이덴티티를 붙여넣는 과정을 말한다. 이러한 브랜딩은 상업 마케팅에서 매우 중요하고 볼 수 있으며, 문헌정보학 분야에서도 최근 브랜딩과 관련된 문헌이 발표되고 있다.

Hood and Henderson(2005)은 그의 연구에서 영국 공공도서관 서비스에서 브랜딩 활동에

대한 내용을 소개하고, 4주간에 걸쳐 서비스의 브랜딩에 관한 데이터를 수집하기 위해 열람과 장에게 설문지를 배포하였다. 연구결과 적절하게 계획하고 개발한 브랜딩은 공공도서관 서비스가 공공도서관 이미지를 향상시키고, 직원에게 서비스에 관한 주인의식을 갖게 할 수 있는 한 방법이 될 것이라고 제안하였다.

Walton(2008)은 그의 연구에서 브랜딩 이론에 대해 전반적으로 고찰하고 있으며 도서관 서비스에서 브랜딩의 적합성에 대해 조사하였다. 연구결과 도서관이 직면한 변화의 빠른 속도는 효과적인 브랜드를 개발함으로써 혜택을 볼 수 있으며 브랜드를 개발하기 원하는 도서관은 다양한 단계를 거치는 것이 필요하다고 하였다. 브랜드는 도서관 이용자에게 이용가능한 서비스에 대한 인목을 갖게 해 주며, 품질과 브랜딩은 밀접한 관계가 있다고 주장하였다.

Hariff and Rowley(2011)는 영국 공공도서관 브랜딩 전략에 도움이 되는 주요 요인들을 파악하여 보다 긍정적이고 효과적인 이미지를 개발하기 위한 브랜딩의 활용방법을 사례연구를 통해 제시하고 있다. 연구결과 성공적인 브랜딩의 요소는 명확한 포지셔닝과 정체성, 애드보커시와 영향, 공동브랜드, 직원 브랜드 구매, 브랜드 커뮤니케이션, 평가와 국가기반의 마케팅 캠페인이었다.

이상에서 도서관 이미지, 도서관 브랜드, 도서관 브랜딩에 대해 살펴보았다. 본 연구에서는 도서관은 서비스 기관으로 도서관의 좋은 이미지는 훌륭한 서비스를 통해서 얻을 수 있으므로 서비스 이미지를 측정하고자 하며, 따라서 공공도서관 서비스 이미지는 공공도서관이 제공하는 서비스에 대한 이용자의 주관적인

지각의 총체로 정의하고자 한다.

3. 연구방법

3.1 연구대상과 도구

본 연구의 자료를 위하여 대전광역시의 지역 대표도서관 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사기간은 2014년 6월 3일~6월 8일이며, 조사기간 동안 총 145부의 설문응답을 받았으며, 불성실하게 기입한 2부의 설문지를 제외한 총 143부를 데이터 분석에 사용하였다. 본 연구에서 사용된 설문지의 구성은 응답자의 인구통계학적 특성에 대한 문항과 서비스 이미지의 8개 구성개념을 측정하기 위한 문항으로 되어 있으며, 5점 리커트 척도를 이용하였다. 설문지의 문항은 김 균(2009)의 연구를 기초로 공공도서관의 특성을 고려하여 약간 수정하였으며, 공공도서관의 서비스 이미지는 서비스충족, 유형성, 신뢰성, 응답성, 전문성, 이용자이해, 접근가능성, 공공성의 25문항으로 구성하여 측정하였다.

서비스충족이란 양질의 서비스 제공을 통하여 고객이 서비스를 얻고자 하는 욕구를 충족시키는 것을 의미하며 공공도서관 서비스와 관련한 서비스 충족은 이용자들이 도서관 서비스를 통해 얻고자 하는 욕구를 충족시키는 것을 말한다. 유형성은 물리적 환경을 의미하는 것으로 서비스 평가를 위한 외형적 단서를 의미하며, 공공도서관 서비스와 관련해서는 이용하기 편리한 시설, 직원의 옷차림과 용모, 시설의 쾌적성 등을 말한다. 신뢰성은 고객이 서비스 제공자에게 느끼는 신뢰감으로, 서비스 제공자

의 신뢰성, 정직성, 서비스를 수행하는 데 필요한 기술과 지식을 갖고 고객에게 정확하게 서비스를 제공하는 것을 말한다. 공공도서관 서비스와 관련해서는 약속한 서비스의 정확성, 제공한 서비스의 유용성, 적합한 정보제공, 서비스 내용의 질 등에 관한 사항을 말한다. 응답성은 고객을 돕고 즉각적인 서비스를 제공하려는 의지를 말하는 것으로 공공도서관 서비스와 관련해서는 이용자의 요구사항에 대한 신속한 대응, 새로운 정보의 신속한 제공 등을 말한다.

전문성은 서비스를 수행하는 데 필요한 기술과 지식을 소유하고 있는 것을 말하는 것으로 공공도서관 서비스에서는 적합한 지식과 능력, 업무처리능력, 심도있는 상담능력 등을 말한다. 이용자이해는 이용자를 돕고 서비스를 제공하려는 의미, 예의바름, 직원의 친절과 공손함, 그리고 이용자와 그들의 욕구를 알려는 노력, 이용자가 잘 이해하도록 설명, 개별적인 주의를 기울이는 것 등을 의미하는데 공공도서관과 관련해서는 직원의 친절과 예의바름, 이용자의 소리에 귀를 기울이는 정도, 이용자를 잘 이해하는 정도, 이용자의 불만/불평을 잘 처리하는 정도, 상황을

고려한 유연한 처리 정도 등을 말한다. 접근가능성은 어디서나 찾아갈 수 있는 장소나 편리성, 용이하고 편리한 시간의 이용가능성을 의미하는 것으로, 공공도서관 서비스와 관련하여 교통여건, 각종 자료 입수 및 시설 편리성, 정보탐색 용이성 등을 말한다. 공공성은 기관에서 제공하는 서비스가 공공서비스로서 적합한가를 말하는 것으로, 공공도서관에서도 규정에 따라 공정하게 처리하는지, 신분에 관계없이 공정하게 처리하는지, 이용자의 안전성을 고려하는지 등에 대한 사항을 말한다.

3.2 자료분석과 조사도구의 신뢰도

자료분석은 통계패키지 SPSS Statistics 21 for Windows를 사용하여 신뢰도분석, 빈도분석, t-test와 F-test를 사용하였다. 조사도구의 항목별 신뢰도를 검증하기 위하여 크론바하 알파(Cronbach α) 계수값을 계산하였으며 <표 1>과 같다. 측정항목들에 대한 신뢰도 계수가 0.6 이상³⁾을 넘어 측정도구로서의 신뢰도를 갖춘 것으로 판단된다.

<표 1> 공공도서관 서비스 이미지 측정도구와 Cronbach α 계수

조사내용	항목	문항수	신뢰도 계수
서비스 이미지	서비스충족	3	0.801
	유형성	4	0.746
	신뢰성	3	0.798
	응답성	2	0.704
	전문성	3	0.869
	이용자이해	4	0.925
	접근가능성	3	0.677
	공공성	3	0.808

3) Nunnally(1978)에 의하면 일반적으로 사회과학 분야에서 크론바하 알파 계수값이 0.600 이상이면 비교적 높은 신뢰도의 값으로 평가되고 있다.

4. 실증분석

4.1 표본의 인구통계학적 특성

전체 응답자 중에서 여자는 59명(41.3%), 남자는 84명(58.7%)으로 응답자의 성별 비율은 남자가 높은 것으로 나타났다. 응답자의 연령은 20대가 34명(23.8%), 40대가 29명(20.3%), 30대가 26명(18.2%), 10대와 50대가 각각 20명(14.0%), 60대 이상이 15명(9.8%) 순으로 나타나 응답자 중 20대가 가장 많으며 다음으로 40대, 30대 순임을 알 수 있다. 응답자의 거주지별로 보면 중구가 89명(62.2%)으로 압도적으로 많고 서구 34명(23.8%), 동구 9명(6.3%), 유성구 7명(4.9%), 대덕구 4명(2.8%) 순으로 나타났다. 중구가 가장 많았던 이유는 대전광역시 지역대표도서관이 중구에 소재하고 있기 때문으로 판단된다(〈표 2〉 참조).

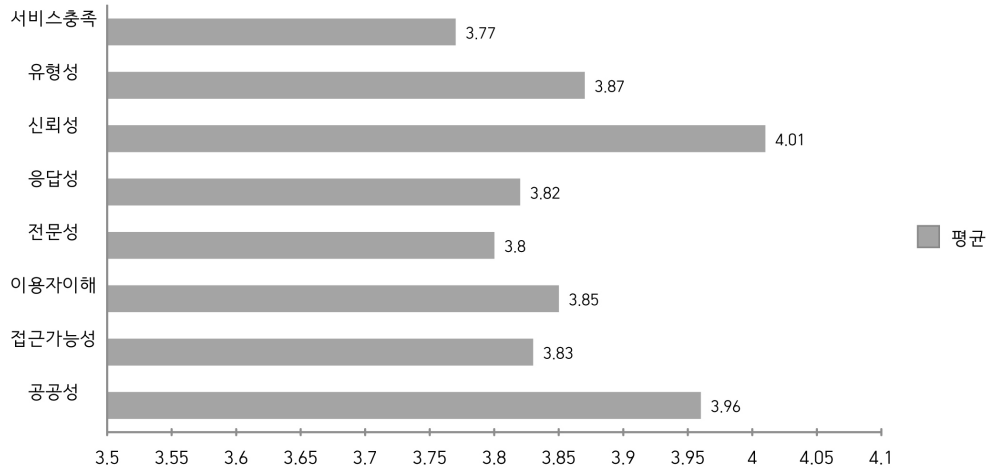
4.2 서비스 이미지 분석

본 연구에서는 공공도서관 서비스 이미지를 분석하기 위하여 서비스충족, 유형성, 신뢰성, 응답성, 전문성, 이용자이해, 접근가능성, 공공성의 8개 구성개념을 이용하여 측정하였으며 〈그림 1〉과 같다. 공공도서관 이용자는 공공도서관 서비스 이미지에 대하여 신뢰성과 공공성의 평균점수가 각각 4.01, 3.96으로 가장 높게 평가하였으며, 유형성 3.87, 이용자이해 3.85, 접근가능성 3.83, 응답성 3.82, 전문성 3.80, 서비스충족 3.77 순으로 평가하였다.

이러한 결과를 통하여 공공도서관 이용자의 경우 공공도서관의 서비스에 대해 유용하고 적합한 정보와 훌륭한 내용과 질의 서비스 제공을 의미하는 신뢰성과, 규정과 신분에 상관없는 처리와 이용자의 안전을 최선으로 하는 공공성을 가장 높게 평가하였다. 반면 이용자의 요구사항을 반영하며 이용자가 원하고 기대에 맞는 서비스 제공을 의미하는 서비스충족은 8개

〈표 2〉 표본의 인구통계학적 특성

특성		이용자 수(명)	비율(%)
성별	여	59	41.3
	남	84	58.7
연령별	10대	20	14.0
	20대	34	23.8
	30대	26	18.2
	40대	29	20.3
	50대	20	14.0
	60세 이상	14	9.8
거주지별	서구	34	23.8
	동구	9	6.3
	유성구	7	4.9
	대덕구	4	2.8
	중구	89	62.2

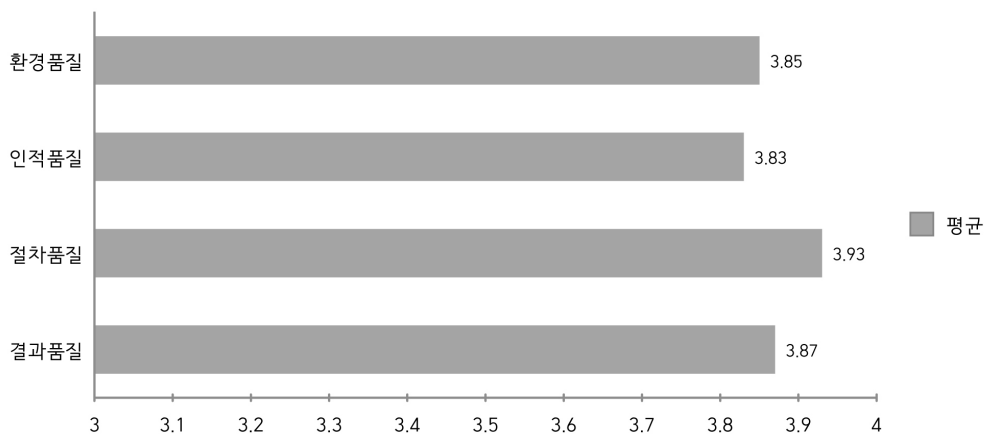


〈그림 1〉 공공도서관 서비스 이미지 평가 결과 (8요인)

의 구성개념 중 가장 낮게 평가하였다.

이러한 결과를 공공도서관 서비스 품질의 이미지로 축약하여 나타내면 〈그림 2〉와 같다. 서비스 품질은 환경품질, 인적품질, 절차품질, 결과품질로 이루어지며, 환경품질은 유형성과 접근가능성, 인적품질은 전문성과 이용자이해, 절차품질은 신뢰성과 응답성, 결과품질은 서비스

충족과 공공성으로 구분할 수 있다. 서비스 품질 이미지 간의 평균 차이를 살펴보면 공공도서관 서비스 품질 이미지 중 절차품질이 평균 점수 3.93으로 가장 높으며, 다음으로 결과품질이 3.87, 환경품질이 3.85, 인적품질이 3.83으로 나타났다. 따라서 서비스 품질 이미지로 보면 품질들 간의 큰 차이가 없음을 알 수 있다.



〈그림 2〉 공공도서관 서비스 이미지 평가 결과 (4요인)

4.3 서비스 이미지 항목별 차이

공공도서관 서비스 이미지를 측정하기 위해 서비스 이미지를 구성하는 서비스충족, 유형성, 신뢰성, 응답성, 전문성, 이용자이해, 접근가능성, 공공성에 대해 긍정, 보통, 부정의 세부분으로 평가하여 그 평균을 분석하였으며 <표 3>과 같다.

공공도서관 서비스충족 이미지에 대하여 측정한 결과, '원하는 서비스 제공' 이미지에 대하여 76.2%의 응답자가 긍정적으로 응답하였으

며, '기대에 맞는 서비스 제공' 이미지에 대하여 69.2%의 응답자가 긍정적으로 응답하였다. 또한 '요구사항 반영' 이미지는 다른 두 이미지에 비해서는 비교적 낮은 60.2%의 응답자가 긍정적으로 응답하였다.

공공도서관 유형성 이미지에 대해서는 '쾌적한 시설' 이미지에 대해 81.1%의 응답자가 긍정적으로 응답하였으며, '단정한 옷차림과 용모'와 '잘 갖춘 시설' 이미지에 대해 74.8%, 74.1%의 응답자가 긍정적으로 응답하였다. 또한 '쾌적한 시설' 이미지에 대해서는 다른 이미지에

<표 3> 공공도서관 서비스 이미지 항목별 차이

항목		긍정(%)	보통(%)	부정(%)	평균
서비스충족	요구사항 반영	60.2	35.0	4.9	3.66
	원하는 서비스 제공	76.2	23.1	0.7	3.89
	기대에 맞는 서비스 제공	69.2	26.6	4.2	3.78
유형성	편리한 시설	81.1	15.4	3.5	3.98
	단정한 옷차림과 용모	74.8	22.4	2.8	3.94
	쾌적한 시설	65.7	25.2	9.1	3.70
	잘 갖춘 시설	74.1	20.3	5.6	3.87
신뢰성	유용한 정보제공	86.7	13.3	0.0	4.16
	적합한 정보제공	79.0	18.9	2.1	3.97
	훌륭한 내용과 질의 서비스	72.7	23.8	3.5	3.90
응답성	신속한 대응	78.3	17.5	4.2	4.00
	신속한 최신정보제공	58.1	28.0	14.0	3.64
전문성	적합한 지식과 능력	72.0	25.2	2.8	3.90
	능숙한 업무처리	72.0	25.9	2.1	3.89
	심도있는 참고면담	45.3	38.5	6.3	3.61
이용자이해	친절하고 예의바름	74.1	23.8	2.1	3.92
	이용자 의견 집중	67.9	27.3	4.9	3.83
	자세한 설명	72.7	22.4	4.9	3.89
	불평·불만 처리	63.0	31.5	5.6	3.75
접근가능성	좋은 교통여건	59.5	25.2	15.4	3.61
	정보제공시설 편리	77.6	19.6	2.8	3.96
	정보탐색 용이	72.1	25.9	2.1	3.92
공공성	규정에 따른 처리	77.6	21.7	0.7	3.94
	신분에 상관없는 처리	81.1	16.1	2.8	4.01
	이용자 안전 최선	72.0	26.6	1.4	3.87

비해서는 상대적으로 낮은 65.7%의 응답자가 긍정적으로 응답하였다. 반면 '쾌적한 시설'의 이미지에 대해서 9.1%의 응답자가 부정적으로 응답한 것으로 나타나 공공도서관의 쾌적한 시설을 위한 개선이 필요한 것으로 판단된다.

공공도서관 신뢰성 이미지에 대해서는 '유용한 정보제공' 이미지 86.7%, '적합한 정보제공' 이미지 79.0%, '훌륭한 내용과 질의 서비스' 이미지 72.7%에 대해 응답자가 긍정적으로 응답하였으며 '유용한 정보제공'에 대한 이미지가 가장 긍정적으로 나타났다. 뿐만 아니라 '유용한 정보제공' 이미지는 단 한명의 응답자도 부정적으로 응답하지 않아 공공도서관이 이용자에게 유용한 정보를 제공한다는 이미지에 대해서는 전적으로 모든 응답자가 공감하고 있는 것으로 나타났다.

공공도서관 응답성 이미지에 대해서는 '신속한 대응' 이미지는 78.3%의 응답자가 긍정적으로 응답하였으나 '신속한 최신정보제공' 이미지는 58.1%의 응답자만 긍정적으로 응답하였다. '신속한 최신정보제공' 이미지는 다른 공공도서관 서비스 이미지에 비해 상대적으로 낮은 응답자가 긍정적으로 응답하였으며 부정적인 응답률도 14.0%를 차지하고 있다. 이는 응답자가 공공도서관이 최신 정보자료를 신속하게 제공하고 있지 못하다는 이미지를 가지고 있는 것으로 볼 수 있으며 이에 따른 대책마련이 필요하다.

공공도서관 전문성 이미지에 대해서는 '적합한 지식과 능력', '능숙한 업무처리' 이미지가 똑같이 72.0%의 응답자가 긍정적으로 응답하였으나 '심도있는 참고면담' 이미지에 있어서는 45.3%의 응답자만이 긍정적으로 응답하였다.

'심도있는 참고면담' 이미지는 공공도서관 서비스 이미지 가운데 가장 낮은 긍정적 응답률을 나타내고 있다. 공공도서관의 법정 사서 배치율이 17.1%에 불과한 우리나라 공공도서관의 현황으로서는 참고면담을 제공하기도 어려울 뿐만 아니라 더욱이 심도있는 참고면담은 거의 불가능하다고 볼 수 있다. 이는 공공도서관 사서인력의 충원이 절대적으로 필요함을 반영하고 있다고 볼 수 있다.

공공도서관 이용자이해 이미지에 대해서는 '친절하고 예의바름' 이미지는 74.1%, '자세한 설명' 이미지는 72.7%의 응답자가 긍정적으로 응답하였으며, '이용자 의견집중' 이미지는 67.9%, '불평·불만처리' 이미지는 63.0%의 응답자가 긍정적으로 응답하였다.

공공도서관 접근가능성 이미지에 대해서는 '정보제공시설 편리' 이미지는 77.6%, '정보탐색 용이' 이미지는 72.1%의 응답자가 긍정적으로 응답하였으나 '좋은 교통여건' 이미지는 59.5%의 응답자만이 긍정적으로 응답하였다. 더욱이 '좋은 교통여건' 이미지는 15.4%의 응답자가 부정적으로 응답하였다. 이는 지역대표도서관이 대전광역시 도심에서 비교적 떨어진 장소에 위치하고 있으며 지하철 노선과도 연결이 되어 있지 않고 대중버스로 3개 노선만이 경우해서 운행되는 등 접근성이 다소 떨어져 이로 인한 이용자들의 불편함을 그대로 드러내고 있다고 판단된다.

공공도서관 공공성 이미지에 대해서는 '신분에 상관없는 처리' 이미지가 높은 81.1%의 긍정적인 응답률을 나타내고 있으며 이어 '규정에 따른 처리', '이용자 안전 최선' 이미지도 각각 77.6%, 72.0%의 긍정적인 응답률을 차지하고

있다.

공공도서관 25개 서비스 이미지 항목의 평균 점수를 보면 신뢰성 이미지의 '유용한 정보제공' 이미지가 4.16으로 가장 높은 점수를 나타냈고, 이어 공공성 이미지의 '신분에 상관없는 처리' 이미지가 4.01, 응답성 이미지의 '신속한 대응' 이미지가 4.00순으로 나타났다. 반면 평균점수가 낮은 이미지 항목을 살펴보면 전문성 이미지의 '심도있는 참고면담' 이미지가 3.61, 접근가능성 이미지의 '좋은 교통여건' 이미지가 3.61, 응답성 이미지의 '신속한 최신정보제공' 이미지가 3.64, 서비스충족 이미지의 '요구사항 반영' 이미지가 3.66으로 나타났다.

4.4 이용자의 특성에 따른 서비스 이미지의 차이

이용자의 인구통계학적 특성에 따른 공공도

서관 서비스 이미지의 차이를 살펴보면 <표 4>와 같다.

공공도서관 이용자의 인구통계학적 특성에 따른 서비스 이미지의 차이는 성별에서 여자 3.81, 남자 3.90으로 나타나 평균점수도 거의 차이가 없으며, 통계적으로도 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

연령별에서는 10대 4.06, 20대 4.02, 30대 3.86, 40대 3.80, 50대 3.70, 60대 이상 3.57의 평균점수를 나타내고 있으며, 연령이 높아질수록 평균점수는 낮아지고 있음을 알 수 있다. 공공도서관 서비스 이미지에 대한 연령별 차이는 통계적으로 유의한 차이($F=2.746, P=0.021$)가 있는 것으로 나타났다.

거주지별에서는 대덕구가 4.14로 가장 높은 평균점수를 나타내며, 이어 동구가 3.92, 중구가 3.88, 서구와 유성구가 3.79순이며, 통계적으로 유의한 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 4> 이용자의 특성에 따른 서비스 이미지의 차이

구분		M	SD	t of F	P
성별	여	3.81	0.46	-1.085	0.069
	남	3.90	0.56		
연령별	10대	4.06	0.63	2.745	0.021*
	20대	4.02	0.46		
	30대	3.86	0.50		
	40대	3.80	0.48		
	50대	3.70	0.45		
	60대 이상	3.57	0.52		
거주지별	서구	3.79	0.56	0.508	0.730
	동구	3.92	0.36		
	유성구	3.79	0.38		
	대덕구	4.14	0.72		
	중구	3.88	0.52		

* $P<0.05$

5. 결론 및 시사점

본 연구는 공공도서관 서비스 이미지를 측정하기 위해 공공도서관 이용자를 대상으로 지각되는 서비스 이미지를 평가하도록 하였으며 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 공공도서관 서비스 이미지에 대하여 신뢰성과 공공성을 가장 높게 평가하였으나 서비스충족은 가장 낮게 평가하였다. 이러한 결과를 통해 공공도서관 이용자의 경우 공공도서관이 서비스를 수행하는데 필요한 지식과 기술을 가지고 정확하게 서비스를 제공하며, 또한 공공기관이 제공하는 공공서비스로서 적합하다고 판단하고 있으나 양질의 서비스제공을 통하여 얻고자 하는 정보욕구 충족에는 미흡하다고 판단함을 알 수 있다.

둘째, 서비스 품질의 이미지로 나타내면 큰 차이는 없으나 상대적으로 절차 품질이 높게, 인적 품질이 낮게 나타났다. 서비스 품질의 이미지는 유형성과 접근가능성은 환경품질로, 전문성과 이용자이해는 인적 품질로, 신뢰성과 응답성은 절차 품질로, 서비스 충족과 공공성은 결과품질로 이해할 수 있다.

셋째, 공공도서관 서비스 이미지를 구성하는 8개 구성개념의 25개 항목을 긍정, 보통, 부정으로 평가했을 때 긍정율이 높은 이미지는 신뢰성의 '유용한 정보제공', 공공성의 '신분에 상관없는 처리', 유형성의 '편리한 시설'이었으며, 부정율이 높은 이미지는 접근가능성의 '좋은 교통여건', 응답성의 '신속한 최신정보제공', 유형성의 '쾌적한 시설'이었다. 이러한 결과를 통하여 공공도서관 이용자는 공공도서관이 편리한 시설을 갖추고 유용한 정보를 신분에 상관

없이 제공하고 있는 이미지에 대해서는 긍정적으로 판단하였으나 교통여건, 최신정보제공, 시설의 이미지에 대해서는 다소 부정적으로 판단하였다.

넷째, 이용자의 인구통계학적 특성에 따른 공공도서관 서비스 이미지의 차이를 살펴보았을 때 10대에서 60대 이상에 이르기까지 연령이 높아질수록 평균이 낮아지고 있음을 알 수 있으며 통계적으로 유의한 차이가 있었다.

이상과 같이 공공도서관의 서비스 이미지를 분석하였으며 이러한 이용자의 인식을 적극적으로 반영하여 그 서비스 이미지를 향상시켜나가야 할 것이다. 이를 위해 첫째, 이용자의 정보욕구를 충족시키기 위한 노력이 필요하다. 정보욕구 충족을 위해서는 먼저 지역사회 주민의 정보행태와 선호하는 바를 파악하는 것이 우선이다. 이를 위해 지역주민을 다양한 경로로 접촉하고 조사하여 지역주민의 정보욕구를 면밀히 파악함으로써 이들의 패턴과 특징에 맞춰 서비스와 정보원의 형태를 개발하고 조정해야 할 것이다. 둘째, 공공도서관 접근성 향상을 위한 대책이 필요하다. 접근성 향상을 위해서는 지방자치단체와 협력하여 대중교통 노선을 조정 또는 신설하기 위한 노력이 필요하다. 도서관측에서도 지하철과 연계하여 셔틀버스를 운행한다던지 도서관 주차장을 확충하여 지역주민의 불편을 최소화하도록 해야 할 것이다. 셋째, 이용자는 공공도서관의 신속한 최신정보제공을 원하고 있으므로 이에 대한 근본 대책을 수립하여 실시해야 한다. 실제 공공도서관의 장서량이 부족하고 최신성이 담보되지 않아 양질의 신간 장서에 대한 확충이 필요함을 나타낸다고 볼 수 있다. 넷째, 연령이 높아질수록 서

비스 이미지는 낮아지고 있으므로 연령에 따른 고객세분화전략이 필요하다. 특히 도서관 이용자 중 그동안 도서관 서비스의 사각지대에 있었던 노인층을 대상으로 이들이 원하는 것을 면밀히 파악하여 이들에게 필요한 도서관 서비스를 도출하고 강화하기 위한 전략을 수립해야 할 것이다.

본 연구결과는 타 관중 도서관 서비스 이미지 평가를 위한 기초 자료로 활용될 수 있을 것이며, 향후 도서관 이미지 구축의 참고자료로 활용될 수 있을 것이다. 다만 본 연구는 대전광역시에 소재한 지역대표도서관 이용자를 대상으로 하고 있기 때문에 전국적인 범위로 확대 해석하는데 유의해야 한다. 따라서 전국의 공공도서관을 대상으로 적합한 표집과정을 거쳐 이용자를 조사대상으로 고려하여 비교한다면

의미있는 결과를 얻을 것으로 생각된다. 또한 본 연구는 공공도서관 이용자를 대상으로 하였으므로 비이용자의 의견은 반영되지 않았다. Mcnabola(2008)는 도서관 비이용자가 도서관을 방문하지 않는 이유는 그들 마음 속 깊이 자리잡고 있는 부정적인 인식에 기반하고 있다고 강조하였다. 비이용자까지 포함하여 비교분석한다면 더 유용한 결과를 얻을 것으로 생각된다. 마지막으로 본 연구는 공공도서관 서비스 이미지를 연구하였는데 도서관 관점에서 이미지와 관련된 보다 많은 연구들이 행해져야 할 것이다. 예를 들면 공공도서관 가치, 이용자 만족도, 이용자 신뢰, 이용자 충성도, 서비스 품질 등의 개념과 연계된 후속 연구가 이루어져 공공도서관의 정체성과 긍정적 이미지가 정립되도록 노력해야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 김균. 2009. 『고용지원센터 이미지 조사 및 향상방안 연구』. 서울: 한국고용정보원.
- [2] 김찬아, 조삼섭, 신호창. 2006. 정부기관의 이미지 측정 개념과 절차에 대한 탐색적 연구: 교육인적 자원부를 대상으로. 『광고연구』, 73: 43-60.
- [3] 박상근, 박주석, 조현양. 2013. 대학 도서관 브랜드 이미지 구성요인 분석. 『한국문헌정보학회지』, 47(3): 295-320.
- [4] 박주석, 박상근, 조현양. 2013. 도서관의 브랜드 이미지 측정 모델 개발: 대학도서관을 중심으로. 『한국문헌정보학회지』, 47(4): 275-294.
- [5] 서영민. 2005. 『사서교사의 이미지에 관한 연구』. 석사학위논문, 중앙대학교 교육대학원 사서교육 전공.
- [6] 이은철, 김갑선. 2002. 사서직의 직업이미지에 관한 연구. 『한국문헌정보학회지』, 36(3): 25-47.
- [7] 전창호, 김선호. 2008. 영화에 나타난 사서의 이미지 분석. 『정보관리연구』, 39(1): 151-176.
- [8] 정주희. 2006. 『Q 방법을 적용한 대학사서 이미지와 이미지 결정요인』. 석사학위논문, 연세대학

교 일반대학원 문헌정보학과.

- [9] 하봉준. 1999. 제품 구매의도에 영향을 미치는 기업이미지 요인에 관한 연구. 『광고연구』, 66: 49-73.
- [10] Anderson, P. F. and Bennette, P. R.(ed). 1988. *Dictionary of Marketing Association*. Chicago, IL.: American Marketing Association.
- [11] Balling, Gitte, Henrichsen, Lise Alsted and Skouvig, Laura. 2008. "Digital Reading Groups: Renewing the Librarian Image." *New Library World*, 109(1/2): 56-64.
- [12] Hariff, S. and Rowley, J. 2011. "Branding of UK Public Libraries." *Library Management*, 32(4/5): 346-360.
- [13] Herbig, P., Milewicz, J. and Golden, J. 1994. "A Model of Reputation Building and Destruction." *Journal of Business Research*, 31: 23-31.
- [14] Hood, David and Henderson, Kay. 2005. "Branding in the United Kingdom Public Library Service." *New Library World*, 106(1/2): 16-28.
- [15] Keller, K. L. 2001. "Building Customer-based Brand Equity." *Marketing Management*, 10(2): 15-19.
- [16] Luthmann, Abigail. 2007. "Librarians, Professionalism and Image: Stereotype and Reality." *Library Review*, 56(9): 773-780.
- [17] McNabola, A. 2008. Increasing Attendance and Participation. MLA Research Briefing 4. [online] [cited 2014. 7. 3.] <<http://www.mla.gov.uk>>
- [18] Morgan, R. M. and Hunt, S. D. 1994. "The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing." *Journal of Marketing*, 58(3): 20-38.
- [19] Nunnally, J. C. 1978. *Psychometric Theory*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill.
- [20] Scott, W. A. 1966. "Psychological and Social Correlates of International Images." In Kelman, H. C.(ed.) *International Behavior: A Social-Psychological Analysis*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- [21] Walten, Graham. 2008. "Theory, Research, and Practice in Library Management 5: Branding." *Library Management*, 29(8/9): 770-776.

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- [1] Kim, Gun. 2009. *A Study on the Image Investigation and Enhancement Solution of Employment Information Center*. Seoul: Korea Employment Information Service.
- [2] Kim, Chan Ah, Jo, Sam Sup and Shin, Ho Chang. 2006. "The Development of Measurement

- Scale to Assess the Government Agency Image: Focusing on the Ministry of Educational and Human Resources Development.” *Advertising Research*, 73: 43-60.
- [3] Park, Sang Keun, Park, Joo Suk and Cho, Hyun Yang. 2013. “Understanding the Elements of Academic Library Brand Image: Based on Key Branding Concepts.” *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 47(3): 295-320.
- [4] Park, Joo Suk, Park, Sang Keun and Cho, Hyun Yang. 2013. “Developing Measurement Scale to Measure Service Image for Academic Library Services: Measuring Image as Academic Community Service.” *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 47(4): 275-294.
- [5] Seo, Young Min. 2005. *A Study on the Image of the Teacher-librarian*. M. A. thesis, Chung-Ang University. Graduate School of Education. Major in Library and Information Science.
- [6] Lee Eun Chul and Kim, Gap Sun. 2002. “A Study of the Professional Image of Librarianship,” *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 36(3): 25-47.
- [7] Jeon, Chang Ho and Kim, Sun Ho. 2008. “Analysis of the Image of Librarians in Motion Pictures.” *Journal of Information Management*, 39(1): 151-176.
- [8] Jeong, Joo Hee. 2006. *Applying Q-Methodology to Analyze the Image and Image Determining Factors of Academic Librarians*. M. A. thesis, Yonsei University. Graduate School. Department of Library and Information Science.
- [9] Ha, Bong Jun. 1999. “A Study on the Corporate Image Factors Affecting Purchase Behavior.” *Advertising Research*, 66: 49-73.