

도서관 주간 표어의 내용 및 구조 분석

Analysis of Content and Structure of Library Week Slogans

임성관 (Seong-Kwan Lim)*

< 목 차 >

- | | |
|------------|-------------------|
| I. 서론 | III. 도서관 주간 표어 분석 |
| II. 이론적 배경 | IV. 결론 및 제언 |

요약: 도서관 주가는 1964년에 설정된 이래 2020년까지 56년 동안 이어지면서 도서관 분야의 가장 크고 중요한 활동으로 자리 잡았다. 따라서 한국도서관협회는 도서관 주간 홍보에 활용하기 위한 표어를 공모 및 선정하여 포스터 제작 등에 활용하는데, 본 연구는 그 내용과 효과에 대해 분석하여 브랜딩 전략 차원에서 보다 효율적인 표어를 개발 및 활용할 수 있는 방안을 제안하는데 목적이 있다. 연구 목적 달성을 위해 도서관 주간 공식 표어로 선정된 116개의 내용을 박영준(2001)이 제안한 언어적 기법과 핵심 단어에 따라 분석했는데, 그 결과 '한글 문자'로만 이루어진 것이 103개(88.79%)였고, 문자 구조 유형은 '문장형'이 46개(39.66%)로 가장 높게 나타났다. 또한 표어에 포함된 핵심 단어를 분석한 결과 '도서관'이 포함된 것이 111개(96.52%)로 가장 많았다. 따라서 도서관 주간 표어는 '도서관'이라는 단어가 포함된 '한글 문자'로 이루어진 '문장형'이 대부분이라고 할 수 있다.

주제어: 도서관 행사, 도서관 주간, 표어, 도서관 표어, 브랜딩 전략

ABSTRACT: Library Week was established in 1964 and has continued without interruption for 56 years. It has grown to become one of the largest and most important activities within the library field today. The Korean Library Association publicly selects slogans to be used for Library Week publicity purposes and their poster advertising campaign. A study and evaluation analyzing slogan contents was performed to determine the overall effects of these slogans on the public and provide suggestions for more effective and focused slogans as part of a branding strategy. To achieve this purpose, the contents of 116 official slogans of the library week were analyzed according to the linguistic techniques and key words suggested by Young-Jun Park (2001). As a result, there were 103 slogans (88.79%) composed of only 'Korean characters'. And the key scoring type with the highest number of hits was the word 'sentences' 46 units (39.66%). Furthermore the word in the slogans resulting in the highest number of hits was 'library' with 111 units (96.52%). Therefore, it can be said that most of the weekly slogans of the library are 'sentence type' consisting of 'Korean characters' containing the word 'library'.

KEYWORDS: Library Event, Library Weekly, Slogan, Library Slogan, Branding Strategy

* 경기대학교 교육대학원 사서교육전공 조교수(kglimpro@kyonggi.ac.kr / ISNI 0000 0004 6363 6794)

• 논문접수: 2020년 8월 18일 • 최초심사: 2020년 8월 25일 • 게재확정: 2020년 9월 14일
• 한국도서관·정보학회지, 51(3), 53-80, 2020. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.51.3.202009.53>

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

세계 최대의 브랜드 컨설팅 그룹 중 한 곳인 인터브랜드(2020)에서 발표한 'Best Global Brands 2019: The ranking of the 100 most valuable global brands' 결과에 따르면, 최상위 브랜드 1위는 애플(Apple), 2위는 구글(Google), 3위는 아마존(Amazon)이 차지를 했다. 이어서 같은 기관에서 발표한 '2019년 베스트 코리아 브랜드' 결과에 따르면, 1위는 삼성전자, 2위는 현대자동차, 3위는 기아자동차가 차지를 했다.

이상에서 열거한 브랜드들은 브랜드가 창출하는 제품이나 서비스의 매출을 밝혀내는 '재무 예측', 브랜드에 의해 발생한 무형 이익 비율을 토대로 한 '브랜드의 역할 지수 계산', 향후 브랜드를 통해 얻게 되는 이익의 순 현재가치를 도출하기 위해 브랜드의 특정 위험성을 측정하는 '브랜드 강도 평가' 등의 요소에 따라 평가를 받은 뒤 순위가 매겨졌기 때문에 공익을 추구하는 정부나 공공기관과는 큰 차이가 있다. 하지만 결국 대중들의 관심, 인정, 지속적인 요구가 없다면 존재 가치가 떨어질 수밖에 없다는 점, 따라서 자신들이 갖고 있는 상품이나 실천하고자 하는 활동을 적극적으로 홍보해야 한다는 측면에서는 정부나 공공기관들도 같은 맥락을 갖고 있는 저마다의 브랜드라고 할 수 있다.

다만 정부나 공공기관이 수행하는 홍보는 국정 운영에 대한 국민의 지지 및 의견을 수집할 수 있는 수단인 커뮤니케이션 과정이자, 국민의 알 권리를 충족시키는 중요한 기능을 하고 있다. 사적인 이익이 아니라 공적인 이익을 목적으로 하는 기관인 공공기관은 특정인에 국한되는 것이 아닌 국민 전체를 대상으로 업무를 수행하는 곳이 대부분이기 때문에 기업의 홍보보다 접근성이나 효과적인 정보 전달이 더 요구된다고 할 수 있다. 이 때문에 공공기관에서 추진하는 정책사업의 성공 여부는 얼마나 잘 홍보되었는가를 기준으로 판단한다는 말도 있을 정도다(강은정 2012, 1).

1964년에 제정된 이래 벌써 56회째를 맞이하고 있는 도서관 주간은 도서관계의 대표적인 행사이다. 따라서 매년 한국도서관협회를 주축으로 회원 도서관들이 참여하여 다양한 행사를 운영하며, 도서관의 가치와 필요성을 알려 도서관 이용을 활성화시키는 계기를 마련하고자 노력하고 있다. 그야말로 전국도서관대회와 더불어 도서관계를 대표하는 행사이자, 도서관의 역할을 대내외적으로 알릴 수 있는 홍보의 기회이다.

이때 표어는 도서관 주간의 공식 주제로 선정 되어 포스터 및 현수막으로 만들어져 전국 곳곳에 걸리는 등, 도서관 주간 홍보에서 매우 중요한 역할을 차지하고 있다. 특히 간략하고 명료하면서 행동으로의 실천을 꾀하는 속성을 갖고 있는 표어의 특성은, 사람들의 관심을 불러일으킬 수 있고 빠른 시간 내에 여러 사람들에게 전파가 될 수만 있다면, 긴 글 읽기를 싫어하고 주의 집중 시간도

짧은 현대인들에게 알맞은 홍보 전략이 될 수 있을 것이다.

그러나 사회 변화 속도만큼 사람들의 관심사도 빨리 바뀌고 기대 수준 또한 날로 높아지고 있다. 따라서 기존 방식에 대한 점검, 현 시대에 대한 분석, 기관 및 고객들의 평가를 실시하고 그 결과를 반영하여 새로운 모델을 정립해 나갈 필요가 있다. 이런 내용과 과정은 도서관들이 해마다 실시하는 운영 평가나 이용자 설문 분석 과정과 비슷한데, 결국 브랜드의 정체성을 유지하면서 효과적으로 인식 및 유지를 시켜 지속적으로 성장해 나가기 위한 노력이라고 할 수 있다.

이에 본 연구는 도서관의 가치와 필요성을 알려 도서관 이용을 활성화시키는 계기를 마련하고자 매년 운영되고 있는 도서관 주간의 표어를 내용과 효과 측면에서 분석하여, 브랜딩 전략 차원에서 보다 효율적인 표어를 개발 및 활용할 수 있는 방안을 제안하는데 목적이 있다.

2. 연구문제 및 방법

본 연구는 도서관 주간의 표어를 내용과 효과 측면에서 분석하여 브랜딩 전략 차원에서 보다 효율적인 표어를 개발 및 활용할 수 있는 방안을 제안하는데 목적이 있다. 따라서 목적을 이루기 위해 다음과 같은 방법으로 연구를 수행하였다.

첫째, 이론적 측면에서 도서관 주간과 표어의 개념을 정리하고 선행연구들을 고찰하였다.

둘째, 도서관 주간 공식 표어로 선정된 116개의 내용을 박영준(2001)이 제안한 언어적 기법과 핵심 단어에 따라 분석하였고, 더불어 표어의 구조적 특성인 간결성, 도치성, 대구성, 반복성의 측면에서도 분석하였다.

셋째, 도서관과 도서관 주간, 표어를 브랜드 포지셔닝, 브랜드 가치 및 개성, 브랜드 약속의 측면과 연결 지어 브랜드 마케팅 전략 방안을 제안하였다.

II. 이론적 배경

1. 도서관 브랜드

Walton(2008)은 경영 분야의 문헌을 조사해 브랜드의 이론과 개발 방법을 확인하고 여러 도서관 전문가들의 의견도 검토한 뒤, 도서관 브랜드의 필요성과 역할에 대해 다음과 같이 언급하였다.

첫째, 도서관과 같은 비영리 서비스 조직에서는 브랜드가 핵심 전략으로 작용하고, 서비스 부문에서는 서비스의 품질과 서비스에 대한 인식이 중요한 요소이기 때문에 도서관 조직의 목표 달성을 위한 강력한 도구로서 브랜드 개발은 필요하다.

둘째, 도서관 브랜드는 도서관 서비스 품질과 밀접한 관련이 있고 이용자가 이용할 수 있는 서비스 정보를 얻을 수 있도록 한다. 강력한 도서관 브랜드는 도서관의 가시성(visibility)을 향상 시킴과 동시에 도서관이 채울 수 있는 고유의 틈새시장 즉, 포지셔닝을 확인할 수 있도록 해준다. 이러한 브랜드의 창조, 개발, 배포에 있어서 도서관 직원은 중요한 역할을 수행한다.

셋째, 브랜드는 한 번의 구축으로 끝나는 것이 아니라 그 생명을 지속하기 위해서 많은 비용과 노력이 필요하다. 이를 소홀히 할 경우 심각한 문제를 야기할 수 있기 때문에, 장기적 관점에서 지속가능한 브랜딩 전략이 마련되어야 한다.

도서관의 브랜드화는 변화하는 환경에 대응하는 한 가지 대안이 될 수 있다. 긍정적인 브랜드 이미지를 심어주는 것은 앞으로 도서관의 변화와 생존에 꼭 필요한 활동이다. 효과적인 브랜딩 전략을 추진하기 위해서는 도서관에 대한 기존의 이미지와 인식을 먼저 정립해야 하고, 도서관 고유의 아이덴티티와 대중이 인식하는 도서관 이미지가 일치되도록 하는 노력의 중요성을 인정해야 한다(Harriff and Rowley 2011, 348).

이상의 내용을 종합해 보면 도서관 주간 표어는 도서관에서 제공하는 다양한 서비스를 직원들이 창조 및 개발, 배포의 역할을 담당해 이용자들에게 효과적으로 인식시키는 강력한 도구가 될 수 있다. 또한 56년 동안 지속되었기 때문에 앞으로도 계속 실천할 수 있는 장기적이면서도 경제적인 전략일 수 있다. 따라서 적절한 브랜딩 전략만 뒷받침 된다면 국민들에게 도서관이라는 브랜드의 정체성을 효과적으로 인식 및 유지시켜 지속적으로 성장해 나가는 브랜드가 될 것이다.

2. 도서관 주간

한국도서관협회에서는 도서관의 가치와 필요성을 적극 홍보하여 지역 주민들의 도서관 이용을 활성화시키는 계기를 마련하고자 1964년부터 매년 4월 12일부터 18일까지를 도서관 주간으로 설정하여 다양한 활동을 전개하고 있다.

1964년 4월에 발표된 도서관 주간의 의의와 역사에 관한 취지문에 따르면, 도서관 주간은 책과 도서관의 봉사가 개인의 일상생활에 끼치는 중요한 영향력을 환기시키는 동시에 도서관이 그 국가의 문화와 교육발전에 대단히 중요하다는 것을 널리 인식시키고 국민의 독서를 도와주는 커다란 연중행사의 한 주간이다. 또한 국민의 생활에 있어서 도서관이란 무엇인가를 일반 시민에게 이해를 촉진시키는 사회적인 운동이다(한국도서관협회 2010, 76).

다음의 <표 1>은 그동안의 도서관 주간에 전국 각급 도서관을 중심으로 실시되었던 주요 행사들을 정리한 것이다.

〈표 1〉 도서관 주간 주요 행사(한국도서관협회 2010, 77)

가두 캠페인	도서관 직원 상호 협력 증진을 위한 모임(체육대회, 좌담회, 강연회 등)
감사장 수여	도서관 직원과 이용자와의 모임 개최
감상회(명곡, 명화, 영화)	독서 발표회, 퀴즈대회, 토론회, 독후감 쓰기, 독후 감상화 그리기 경연대회
강연회, 세미나, 심포지엄, 워크숍, 좌담회(라디오, 신문, TV)	모범 도서관 이용자를 대상으로 선진 도서관 견학
개관 시간 연장	모범 도서관 직원 표창 및 다과회
고전문화 한마당	모범 이용자와의 좌담회
공연(판소리, 탈춤, 사물놀이)	목록 등 자료집 발간 배부(선정도서목록, 추천도서목록, 취업관련도서목록 등)
관내 초등학교 학생 도서관 현장 학습	문화교실 발표회, 백일장, 시 낭송회
교양·문화 강좌	선진국 도서관 현황 소개
구연동화	어린이 대상 도서관 이용을 내용으로 한 인형극
대 정부 결의문 채택, 건의	외국 도서관 탐방 및 국제회의 참가 보고
도서관 모범 이용자 및 장서 수집가 표창	장서 기증 운동
도서관 무료 개방	전국공공도서관장 회의
도서관 및 도서관 주간 홍보	전시회(전통 문화, 향토 자료, 독서 자료, 고서, 특별 도서, 도서관 시설 봉사, 사진, 통계 자료, 포스터 등)
도서관 안내지 및 지역 도서관 지도 발간 배부	주간 표어 부착 및 입간판, 현수막 걸기
도서관 알림 대회	주간 표어 스티커 및 기념품(책갈피 등) 제작, 배부
도서관 책 채우기 운동	주민 1일 관장제
도서관 견학	지역 도서관 공동 모임
도서관 이용법 강좌	청소년 도서 코너 설치
도서관장과 도서관 직원과의 간담회	특별 순회문고, 자동차 이동도서관 연장 운영
도서관 주간 리본 패용	특별 자료실 또는 코너 비치(사서 선정 권장도서, 우량만화 코너 등)
도서관 주간 주훈 제정	포스터 및 표어 공모, 인쇄, 배포
도서관 주간 행사에 참여한 도서관에 참여 증서 발급	

〈표 1〉에 정리한 45개의 도서관 주간 행사들을 보면 공공도서관장 회의, 대 정부 결의문 채택과 건의, 도서관 주간 행사에 참여한 도서관에 참여 증서 발급, 도서관장과 도서관 직원과의 간담회, 도서관 및 도서관 주간 홍보를 위해 안내지 및 지역 도서관 지도 발간과 배부, 가두 캠페인, 도서관 주간 리본 패용 등과 같이 한국도서관협회와 각 도서관들이 준비 및 참여해야 하는 것과, 도서관 직원과 이용자와의 모임 개최, 도서관 책 채우기 운동 등과 같이 도서관과 이용자가 함께 참여해야 하는 것, 도서관 모범 이용자 및 장서 수집가 표창, 공연, 강연회 등과 같이 이용자들을 위한 것이 고루 포함되어 있다는 점을 알 수 있다. 따라서 도서관 주간은 한국도서관협회, 전국의 각급 도서관들, 이용자들이 함께 하는 행사라고 할 수 있다.

이어서 다음의 〈표 2〉는 한국도서관협회가 홈페이지에 게시하고 있는 도서관 주간 동안 전국의 공공도서관들에게 권장하는 행사들을 정리한 것이다.

〈표 2〉 도서관 주간 권장 행사(한국도서관협회 2020)

행사	내용
도서관 주간 홍보	- 포스터·표어 설치, 현수막 부착, 도서관 주간 리본 패용 등 - 도서관 자체적으로 홍보물 제작 배부
소외계층 및 다문화가정을 위한 행사 가두 캠페인	- 책 읽기를 통한 장애 체험 등 - 도서관에서 가까운 유동 인구 밀집 지역 추진
도서관 활동을 소재로 한 각종 대회	- 독서퀴즈 대회, 도서관 소개 대회 등 - 독후감 쓰기 대회, 동화 그리기 대회 등
각종 시상식	- 모범 이용자, 다독자 추천 - 직원 표창
이용자와의 만남	- 도서관장·직원과 이용자들의 만남의 자리 마련
전시회 및 강연회 등 문화행사	- 독서 포스터, 그림책, 원화 전시 등 - 작가, 과학자, 경제학자 초청 강연회 - 영화 감상회, 도서관 음악회
지역 도서관 연계	- 지역 도서관 지도 제작, 각종 목록 제작 등
기타	- 장서 기증 운동, 특별 순회문고, 이동도서관 연 장 운행 등

〈표 2〉에 정리한 한국도서관협회가 권장하는 도서관 주간 행사들은 지역 도서관들이 서로 연계하여 가두 캠페인 등의 홍보 활동을 활발히 실시하고, 이용자와의 만남을 위한 여러 행사를 기획 및 실천하여 결국 지역 주민들의 도서관 이용을 활성화 시키자는 맥락에서 이해할 수 있다.

3. 표어

사회가 복잡해지면서 사람들은 점점 단순한 것을 선호하게 되었고, 복잡하고 어려운 사실이나 원리를 간결하게 제시해 주는 것을 좋아하게 되었다. 따라서 특정한 사상이나 판단, 관심 등을 전파하는데 있어서도 그들의 생각이나 행동을 일정한 방향으로 유도하기에 적합한 언어표현이 필요하게 되었다. 이러한 필요성에 의해 표어가 생성되었다고 한다(박영환 1984, 173-174).

표어는 주의, 주장, 강령 따위를 간결하게 나타낸 짧은 어구를 의미한다. 표어는 slogan의 번역어로 'slogan'의 어원은 프랑스어 'slogh(군대)'와 'gairm(고함)'의 합성어로서 '전쟁 중 소리치는 합성(war cry)'에서 유래하였다(Denton 1980, 10). 우리나라의 경우 동학 전쟁 당시 주문이나 가사 등과 같은 주술적 메시지가 이 같은 선전적 기능으로서의 구호 역할을 하기도 하였다(장인봉, 김치수, 김명숙 1999, 2-3).

표어는 형식의 특성상 간단명료하고 친근하며 함축적이어서, 표상된 메시지에 대하여 대중들이 가지고 있는 잠재적인 저항감을 줄인다. 또한 표현 이면에 깔린 숨은 의미와 새로 생겨나는 의미들이 표어를 보는 사람들의 추론과 결합하여 무의식적으로, 또 무조건적으로 대중들의 마음속에 환기되고 표상된다. 따라서 표상하고자 하는 메시지를 전달하기에 더할 나위 없이 효과적이고,

더 나아가 그 메시지가 사람들의 생활방식이나 이데올로기에 상당한 영향을 줄 수 있는 것이다(권익수 2013, 4).

이러한 표어는 다음과 같은 몇 가지 기능을 지닌다. 첫째로 알림 기능이 있다. 표어의 알림 기능은 사회군 구성자의 적극적인 활동을 기대하는 것이 아니라, 다만 존재를 인식시키거나 의의가 있는 지식이나 정보를 알림으로써 차후에 필요한 경우에는 이미 알고 있는 지식이나 정보를 통하여 제도의 효과를 누리려는데 있다. 둘째로 설득 기능이 있다. 이는 사회군 구성자의 심리를 적극적으로 자극 내지 환기하는 기능으로써 표어의 핵심 기능이라고 할 수 있다. 셋째로 인상 기능이 있다. 이는 사람들이 표어의 내용을 장기간 어느 정도 정확하게 기억할 수 있도록 강렬한 인상을 부여하는 기능을 말한다. 넷째로 교육 기능이 있다. 이는 알림 및 설득 기능과 밀접한 관련이 있는 것으로써, 표어를 보는 이로 하여금 합리적인 사고방식에 입각하여 훌륭한 판단을 할 수 있도록 이끄는 기능이다(박영환 1984, 175).

그런가 하면 표어는 다음과 같은 원칙에 부합되어야 한다. 첫째로 표어는 한 시대의 어느 지역이나 계층의 대중들을 계도하거나 그들에게 사실을 알리거나, 광고나 선전을 위해 사용되는 것인 까닭에 현실성이 있어야 한다. 시간적으로 공간적으로 현실과 동떨어진 표어는 바람직한 효과를 거둘 수 없다. 둘째로 목적이 뚜렷해야 한다. 즉, 표어의 제작 의도가 그를 대하는 이에게 명확히 드러나야 한다는 것이다. 목적의식이 뚜렷하지 않은 표어는 비교적 그 가치가 적다. 셋째로 영속성을 고려해 만들어져야 한다. 훌륭한 표어는 대중의 심중에 오래 남아 있어야 한다. 이를 위해서는 무엇보다 반복성의 원리가 적용되어야 함은 당연하다. 넷째로 표어는 독창성을 띤 것이어야 한다. 표어에 독창성이 결여되면 내용 전달에 급급한 언어가 되며 심지어는 대중들에게 자극을 줄 수 있는 요소가 전혀 없는 경우도 있다. 따라서 무미건조하고 틀에 박힌 표어의 제작은 지양되어야 한다. 다섯째로 표어는 단순하고 간결해야 한다. 표어의 내용은 순간적인 암시를 위해 평범하면서도 단순한 것이어야 하며, 그 표현은 간결하고 짤막해야 한다. 그렇다고 해서 내용면에서 유치하거나 형식면에서 극도로 압축된 것은 좋지 못하다. 평범한 내용을 비범한 언어로 표현하는 것이 바람직하다. 미국에서는 일곱 단어 이상으로 표어를 만들지 않으며, 우리나라에서도 16음절을 넘지 않는 범위 내에서 표어가 제정되는 것이 관례로 되어 있는 것은 모두 표어의 단순성과 간결성에 관련된 것이다(박영환 1984, 176-178).

이어서 표어의 유형은 구조적, 문장, 주제별로 구분할 수 있는데, 구조적 유형은 짧고 간결하며 도치법을 쓴다. 또한 대구(對句)와 반복법 형식이다. 이어서 문장 유형은 청유형이고 서술형이며 명사형이다. 또한 순수 국어로 많이 창작된다. 마지막으로 주제별 유형은 비유나 상징 대신 강조법이 많이 사용되고 주제는 시대에 따라 많이 변한다. 또한 의미상 같은 주제 안에서도 대립이 되고 긍정적·부정적으로 호소하는 주제가 많으며, 주제가 직설적으로 표현된다(이만수 2005, 174-176).

대중매체의 발달에 따라 표어의 활용은 더욱 보편화되었고, 이제는 공익을 위한 홍보에서 뿐만 아니라 기업의 상업적 목적을 위한 광고에까지 다양하게 활용되고 있다. 따라서 표어는 일상적 삶에 있어서 많이 활용되고 있고, 커다란 영향을 미치는 강력한 의사소통의 수단이라고 할 수 있다(한성일 2009, 138-139).

4. 도서관 주간 표어

도서관 주간 표어는 도서관의 사회적 역할을 확대하고 국민들의 인식을 제고시키며 많은 도서관에서 관심을 갖고 좋은 프로그램으로 참여해 주기를 바라는 차원에서, 한국도서관협회가 개인 및 단체 회원들을 대상으로 공모 및 선정하고 있다.

제56회를 맞은 2020년도의 도서관 주간 표어는 도서관 이미지를 우리 사회 및 삶 속에 깊이 부각시킬 수 있는 내용으로 2월 13일 목요일부터 2월 21일 금요일 18시까지 한국도서관협회 단체 및 개인 회원을 대상으로 공모를 실시했다.

한국도서관협회 도서관 주간 공모 담당자에게 확인한 결과 도서관 주간 표어가 선정되기까지는 총 두 차례의 심사가 이루어지는데, 1차 심사는 협회 직원들(평균 20명)의 투표로 평균 응모작 100-150편 가운데 20편 내외를 뽑는다. 이어서 2차 심사는 1차 심사를 통과한 20편 내외의 표어를 놓고 협회 회원들의 투표로 최종 결정이 되는데, 투표 참여 건수는 평균 700-1000건에 이른다. 2차 심사를 위한 투표는 2월 27일 목요일부터 3월 2일 월요일까지 온라인으로 실시가 되었으며, 최우수작으로 선정된 1편에게는 상장 및 30만원 상당의 부상, 우수작 2편에게는 상장 및 20만원 상당의 부상이 주어졌다. 대신 도서관 주간 표어로 선정이 된 작품에 대한 저작권은 한국도서관협회에 귀속이 된다.

다음의 <표 3>은 도서관 주간의 역대 표어를 정리한 것으로, 1967년에는 대통령 및 국회의원 선거로 도서관 주간 행사를 개최되지 못했기 때문에 표어 자체가 없었다. 그리고 1회(1964년)와 2회(1965년), 4회(1968년)의 표어는 포스터를 참고한 것이며, 5회(1969년)부터 15회(1979년)까지는 '도서관 주간의 의의와 역사'에서 그대로 인용한 것으로 각 연도 및 회차별로 어떤 표어를 선정해 활용한 것인지에 관한 구분이 명확하지 않다. 이에 대해 한국도서관협회에 문의한 결과, '한국도서관협회 60년사'에도 기술되어 있지 않기 때문에 정확한 사유는 모르겠다는 답변을 받았기에 연도와 회차 구분 없이 기술했다. 이와 같은 과정을 거쳐 <표 3>에 정리한 역대 도서관 주간 표어는 총 116개이다.

〈표 3〉 도서관 주간 역대 표어

회차	연도	표어	출품자
1	1964	향상과 발전의 길	-
2	1965	향상과 발전의 열쇠	
3	1966	읽어서 얻은 곳, 주어서 기쁜 곳	
	1967	대통령 및 국회의원 선거로 미개최	
4	1968	다 같이 이용하자 온 거래의 서재를!	-
5 ~ 15	1969 ~ 1979	도서관, 정보와 지식의 터전 문화와 창조의 열린 마당, 도서관 학교는 졸업할 수 있어도, 도서관은 졸업할 수 없다 도서관, 지역문화의 뿌리, 도서관, 한국역사의 뿌리, 도서관, 문화의 뿌리, 도서관은 문화의 뿌리요, 꽃이다. 국민이 원하는 도서관 봉사, 도서관 건립으로 이룩된다 국민의 걸음으로 도서관을 이동하자 살아 움직이는 도서관 열람봉사, 살아 숨쉬는 도서관 참고봉사 우리가 봉사하는 도서관, 국민이 만족하는 도서관 20세기 문화를 창조하는 도서관, 21세기 문화를 주도하는 도서관 우리는 도서관에서 지식정보사회를 열어갑니다 도서관은 커다란 책, 우리 모두의 자산 도서관은 지식과 정보의 샘, 우리 함께 키웁시다 도서관에서 책을 읽어 우리 앞날 밝게 열자 함께 만들어가는 도서관, 같이 누리는 밝은 미래 21세기 새 천년, 도서관이 그 희망입니다 열린 도서관, 열린 학습, 열린 미래 도서관에서 꽃피는 새로운 미래 우리 마을에 도서관을 만들자 지역주민의 힘으로 도서관에 책을 채우자 책을 펴자 미래를 열자 도서관에서 일상생활과 같이 하는 도서관 생활은 행복이 주어지고 지혜가 얻어진다 도서관은 문화인의 스승 국민이 쉬운 도서관 이용을 위하여 작은 도서관을 많이 만들자 세우자 도서관 기르자 나라힘 찾는 도서관 얻는 새 정보(새 지식)	-
16	1980	도서관문화 일으켜서, 독서문화 살찌우자.	
17	1981	독서하는 문화시민, 발전하는 시민사회	
18	1982	도서관이 함께하는 정보사회	
19	1983	봉사하는 도서관, 만족하는 국민의식	
20	1984	살아있는 도서관, 생동하는 국민정신	
21	1985	도서관을 이용하는 문화시민, 문화시민이 이룩하는 민주사회	
22	1986	도서관, 국민의 서재	
23	1987	도서관, 문화의 샘터	
24	1988	도서관, 지혜의 샘	
25	1989	도서관, 국민 문화 복지의 요람	
26	1990	매일매일 이용하는 도서관, 하루하루 얻어지는 새 지식	

한국도서관·정보학회지(제51권 제3호)

회차	연도	표어	출품자
27	1991	도서관, 문화의 뿌리	
		이용하는 도서관, 발전하는 나의 삶	
28	1992	앞서가는 도서관, 밝아오는 미래사회	
29	1993	열린 도서관, 꽃피는 정신문화	
30	1994	도서관 미래를 여는 문	
31	1995	도서관, 생활 속의 열린 문화 공간	
32	1996	도서관! 문화와 미래가 있습니다	
		도서관, 정보화 사회의 기수	
33	1997	함께하는 도서관 밝아지는 우리 미래	
		열린 도서관, 세계로 가는 길	
34	1998	도서관에 가서 보면 길이 보인다	
		주름 잡힌 우리경제, 도서관에서 희망 있다	
35	1999	도서관, 보다 나은 세상으로 열린 문	
		도서관에서 책을 읽어 우리 앞날 밝게 열자	
36	2000	도서관, 꿈이 이루어지는 곳(dream@Library)	
		지식정보사회 나의 경쟁력, 도서관에서 키워갑니다	
37	2001	도서관에 가면 먼 곳이 보인다	
		도서관, 지식정보시대 나의 경쟁력	
38	2002	좋은 도서관, 우리 모두의 권리입니다.	
		아! 도서관에 가고 싶다.	
		도서관은 지혜의 보고, 도서관에서 미래를 개자.	
39	2003	도서관이 일상의 꿈과 행복을 드립니다.	
		도서관에서 자라는 아이들이 우리의 희망입니다.	
		도서관이 국민과 함께 참여시대를 열어갑니다.	
40	2004	e-도서관에서 21세기 꿈과 희망이 실현됩니다.	
		지식·정보·꿈@도서관	이순효
		당신이 도서관의 친구입니다.	이해진
41	2005	도서관은 당신께 귀한 선물이고 싶습니다	한국도서관협회
		세계를 움직이는 힘, 도서관에서 기르자	정병진
		21세기 지식정보사회의 유토피아, e-도서관	박정미
42	2006	도서관, 내가 찾은 최고의 행복입니다	황현경
		세상을 바꾸는 힘 도서관에 있어요	정병진
		꿈이 열리는 창, 도서관	이인경
43	2007	변화와 창조의 희망 아이쿰, 도서관	김명순
		내 인생의 멘토, 도서관	이해진
		어서 오세요, 당신이 도서관 주인입니다	윤병훈
44	2008	도서관, 내일을 여는 행복한 즐겨찾기!	김수현
		도서관 그곳에 가면 당신의 꿈은 현실이 됩니다	김숙찬
		도서관, 내 삶의 포털	동대문구 정보화도서관
45	2009	세상을 읽는 힘, 미래를 이끄는 힘, 도서관	이화여자대학교 중앙도서관
		늘 숨 쉬는 그곳, 행복을 주는 도서관	금나래아트홀도서관
		도서관, 꿈과 희망이 자라는 성장 비타민	부산대학교도서관

도서관 주간 표어의 내용 및 구조 분석

회차	연도	표어	출품자
46	2010	성장하고 있는 나를 만난다. 나는 도서관에 있다.	서울시립대학교 중앙도서관
		21C 문화놀이터, 도서관!	조현
		The Answer = Library	단국대학교 퇴계기념중앙도서관
47	2011	내 영혼의 러브마크, 도서관	강소영
		사랑해요 도서관, 곁에 있어 행복합니다.	안양시립 석수도서관
		꿈꾸는 미래와의 소셜네트워크, 도서관	박창현
48	2012	희망을 꿈꾸게 하는 곳, 여기는 도서관입니다.	인천광역시 을목도서관
		책과 사람의 하모니가 울려 퍼지는 곳, 도서관	화랑도서관
		도서관에서 당신의 꿈을 열람하세요.	포항공과대학교 청암학술정보관
49	2013	힐링이 필요한 순간, 도서관이 함께 합니다	고성도서관
		도서관 log-in, 꿈을 검색하다	강동구립 강일도서관
		나를 만나러 가는 또 다른 세상, 도서관	전주시립도서관
50	2014	도서관! 세상과의 평생 소통, 미래와의 설레는 동행	청주교육대학교 학술문화원
		만지작 꿈지樂 함께 즐겨요! 도서관	바른샘 어린이도서관
		365일 당신의 꿈을 향해 도서관이 함께 달려니다	경상북도립 성주공공도서관
51	2015	도서관의 봄, 책을 봄, 미래를 봄	다누리도서관
		펼치는 순간, 도서관의 힘은 시작됩니다	은평구립 증산정보도서관
		지식을 나누고 문화를 창조하는 따뜻한 삶 터! 도서관!	장기섭
52	2016	도서관, 책 속에서 설렘이 물들다!	충청남도 평생교육원
		꽃 피는 봄, 책 피는 도서관	동대문구 답십리도서관
		도서관으로 발걸음, 내일의 꿈을 이루는 첫걸음	박종범
53	2017	다독다독(多讀多讀), 내 꿈을 응원해주는 도서관	연천군 중앙도서관
		꿈을 클릭하고, 미래를 터치하는 도서관	경북대학교도서관
		멈춘 듯이 걷는 곳, 도서관	거창도서관
54	2018	오늘은 책읽기 좋은 날, 도서관 가는 날	서천도서관
		내일을 꿈꾸는 행복의 광장, 도서관	중곡문화체육센터 도서관
		도서관에서 책을 읽다, 세상을 읽다	신수경
55	2019	도서관, 어제를 담고 오늘을 보고 내일을 짓다	달성군립도서관
		늘 곁에 있는 도서관, 꿈꿀 수 있는 공간	인천광역시 미추홀도서관
		꿈꾸는 자들의 핫 플레이스 #도서관	승실대학교 중앙도서관
56	2020	도서관 책 한 권, 세상을 테이크아웃하다	대구광역시 북구구수산도서관
		도서관님이 당신의 인생을 팔로우합니다	강남구립 열린도서관
		오늘의 가장 아름다운 페이지, 도서관	관평도서관

〈표 3〉에 정리한 내용에 따르면 1964년 제1회 도서관 주간부터 2003년 제39회까지는 표어를 공모하지 않고 한국도서관협회에서 지정 및 공표했음을 알 수 있다. 이후 제40회였던 2004년부터는 해당 표어를 출품했던 회원 혹은 기관의 이름이 정확히 명시되어 있는 점으로 봤을 때 공모 및 심사 후 선정 작업이 이루어졌다는 것을 알 수 있다. 제40회부터 제56회까지 최종 선정된 표어 51편을 살펴본 결과 단체 회원의 출품은 31건, 개인 회원은 19건, 한국도서관협회에서 출품한 것도 1건이 있었다.

5. 선행연구

사회 여러 분야를 통해 쉽게 접할 수 있고 많은 긍정적 기능도 갖고 있는 표어에 대한 학문적 연구는 많지 않다. 따라서 도서관 주간 및 독서 표어에 관한 연구도 각각 한 편에 불과하기 때문에, 선행연구는 언어학, 국어교육, 광고 및 시각디자인 분야의 관점도 함께 고찰하고자 한다.

이만수(2004)는 ‘독서에 관한 표어 조사 분석: 독서의 달을 중심으로’ 연구를 통해, 독서진흥을 위하여 표어의 특징, 유형에 대한 이론을 정리하고 독서 주간과 독서의 달의 표어를 조사 분석하였다. 그 결과 독서의 달 표어는 간결하고 도치된 표현, 대구와 반복 음절을 쓴 것이 많았으며, 청유형과 서술형, 명사형이 많고 국어로 된 단어가 대부분이라는 결과를 도출하였다.

이만수(2005)는 ‘도서관에 관한 표어 조사 분석: 도서관 주간을 중심으로’ 연구를 통해, 도서관 발전을 위하여 표어의 특징 및 유형에 대한 이론을 정리하고 도서관 주간의 표어를 조사하고 분석하였는데, 그 결과는 독서의 달 표어 조사 분석 연구와 같았다.

한성일(2009)은 ‘표어(標語)의 응결성에 대한 연구’를 통해, 설득 텍스트의 한 유형인 슬로건 텍스트 분류에 도움을 주기 위한 목적으로 공공기관 슬로건에 반영된 다양한 언어 전략의 양상의 응집성을 분석하였다. 그 결과 공공기관의 슬로건은 단순성, 리듬성, 강조성을 위한 음운적 응집력의 장치로 운율을 사용하고 있었으며, 슬로건에 가장 바람직한 형태는 16음절의 텍스트라는 결론을 도출하였다. 또한 청중이 메시지를 폭넓게 이해하도록 유도해 슬로건 의미를 효과적으로 전달하기 위해 명사나 명사구로 끝나는 것이 많다는 특징도 발견해냈다.

권순희(2008)는 ‘표어의 긍정·부정적 표현을 통한 표현 교육 방향’ 연구를 통해, 2005년 12월부터 2008년 6월까지 현수막으로 내걸렸던 전주 지역의 표어를 대상으로 표어에 나타난 이데올로기와 사회적 태도와의 관련성 속에서 직업적 특성에 따라 달리 나타나는 표어 표현 양상을 분석함으로써, 감정, 감각, 생명을 불러일으키는 긍정적 표현 교육의 방향을 제시하였다.

이희복(2010)은 ‘우리나라 도시 브랜드의 슬로건 분석: 광역시와 일반시의 비교’ 연구를 통해, 우리나라 도서 브랜드 슬로건의 사용과 슬로건에 나타난 특성과 평가를 살펴 도시 브랜드의 전략적 자료를 제공하고자 하였다. 이에 광역시 16곳, 기초시 77곳 등 총 93곳의 슬로건을 분석한 결과

슬로건에 브랜드가 포함되었고, 영문이 많았으며, 단어 형식으로 구성되었고, 운율과 비유의 사용이 적었다는 결론을 도출하였다. 나아가 슬로건을 통한 도시 브랜드의 커뮤니케이션은 브랜드 접촉점 관리 차원에서 매우 중요하기 때문에, 브랜딩 전략 차원에서 슬로건을 평가할 수 있는 척도를 개발 및 활용할 필요가 있다고 제안하였다.

권윤경(2008)은 '대학의 슬로건 개발과 활용 방안' 연구를 통해, 급변하고 있는 대학의 환경 변화와 함께 대학의 브랜드 가치와 인지도를 높여 강력한 파워 브랜드로 자리매김할 수 있도록 획기적인 브랜드 전략을 수립하고 시행해야 할 시점임을 감안해, 경영 전략적 마케팅 프로그램으로서 개발되어야 할 슬로건의 경쟁력 확보 방안을 제안하였다.

이상에서 살펴본 선행연구 여섯 편 가운데 이만수(2005)의 '도서관에 관한 표어 조사 분석: 도서관 주간을 중심으로' 연구는 도서관 주간 표어를 분석했다는 점에서 본 연구와 비슷한 점이 있다. 그러나 본 연구는 이만수(2005)의 연구 이후 15년이나 지난 시점에서 이루어져 분석 대상 표어가 116개로 훨씬 증가했으며, 분석 방법도 박영준(2001)이 제안한 '표기 문자와 구성 형식'의 측면에서 '문자별 비율(한글, 영자, 한자, 숫자, 특수문자, 중복)'과 '문자 구조 유형별 빈도(관절형 수식 구조형, 명사구 수식 구조형, 문장형)'를 밝히는 언어적 기법과 핵심 단어에 따라 실시하였고, 더불어 표어의 구조적 특성인 간결성, 도치성, 대구성, 반복성의 측면에서도 분석하였다. 또한 분석 결과를 바탕으로 브랜딩 전략 차원에서 보다 효율적인 표어를 개발 및 활용할 수 있는 방안을 구체적 예시와 함께 제시했다는 차이점이 있다.

Ⅲ. 도서관 주간 표어 분석

도서관 주간 표어 분석은 박영준(2001)이 제안한 언어적 기법 및 핵심 단어 분석, 그리고 표어의 특성인 간결성, 도치성, 대구성, 반복성의 측면을 통한 구조 분석의 차원에서 각각 실시하였다. 박영준(2001)이 제안한 언어적 기법은 '표기 문자와 구성 형식', '대구와 대조', '두운과 각운', '직유와 은유', '대상 표현', '전달 의미의 유형'이라는 측면에서 표어를 분석한 방법으로, 소비자의 구매 행동을 촉진할 목적으로 활용된 광고 표어(슬로건)를 대상으로 했다는 측면에서 도서관 주간 표어와의 차이점이 있다. 그럼에도 그가 제안한 방법을 분석 도구로 활용한 이유는 표어 생성의 현상을 기술하고 어떤 언어 기법이 사용되었는가를 밝히면서 보다 효과적인 방안을 제안하고 있기 때문이다. 다만 본 연구에서는 '표기 문자와 구성 형식'의 측면에서 '문자별 비율(한글, 영자, 한자, 숫자, 특수문자, 중복)'과 '문자 구조 유형별 빈도(관절형 수식 구조형, 명사구 수식 구조형, 문장형)' 및 핵심 단어를 중심으로 분석하였다. 또한 간결성, 도치성, 대구성, 반복성의 측면을 통한 구조 분석을 실시한 이유는 각 특성이 표어에 모두 적용되지만 표현 형태에 따라 효과가

다르기 때문에, 그 차이를 분석 후 더 효과적인 방안을 제안하기 위해서이다.

1. 내용 분석

도서관 주간 표어의 내용은 문자별 비율(한글, 영자, 한자, 숫자, 특수문자, 중복)을 중심으로 분석했으며, <표 4>는 그 결과를 정리한 것이다.

<표 4> 도서관 주간 표어 문자별 비율

문자	표어	비율
한글	향상과 발전의 길 등 (이하 생략)	103개 (88.79%)
영자	The Answer = Library	1개 (0.86%)
한글+영자	도서관, 꿈이 이루어지는 곳(dream@Library)	2개 (1.73%)
	도서관 log-in, 꿈을 검색하다	
한글+한자	만지작 꿈지樂 함께 즐겨요! 도서관	2개 (1.73%)
	다독다독(多讀多讀), 내 꿈을 응원해주는 도서관	
한글+숫자	20세기 문화를 창조하는 도서관, 21세기 문화를 주도하는 도서관	3개 (2.58%)
	21세기 새 천년, 도서관이 그 희망입니다	
	365일 당신의 꿈을 향해 도서관이 함께 달려합니다	
한글+특수문자	지식·정보·꿈@도서관	2개 (1.73%)
	꿈꾸는 자들의 핫 플레이스 #도서관	
한글+영자+숫자	e-도서관에서 21세기 꿈과 희망이 실현됩니다.	3개 (2.58%)
	21세기 지식정보사회의 유토피아, e-도서관	
	21C 문화놀이터, 도서관!	

<표 4>에 정리한 도서관 주간 표어 문자별 비율을 보면 116개의 도서관 주간 표어 중 103개(88.79%)가 한글 문자로만 이루어진 것을 알 수 있다. 또한 한글과 숫자, 한글과 영자 및 숫자가 중복되어 있는 것은 각각 3개(2.58%)였고, 한글과 영자, 한글과 한자, 한글과 특수문자가 중복되어 있는 것은 각각 2개(1.73%)였다. 그리고 영자로만 이루어져 있는 경우는 1개(0.86%)였다. 이 결과는 도서관 주간 표어가 보다 많은 사회 구성원들에게 도서관의 가치와 필요성을 알려 도서관 이용을 활성화시키는 계기를 마련하겠다는 취지로 활용되기 때문에, 남녀노소 누구든 한글만 알고 있으면 비교적 쉽게 그 의미를 파악할 수 있다는 측면에서 바람직하다고 할 수 있다.

이어서 다음의 <표 5>는 도서관 주간 표어의 문자 구조 유형별 빈도에 대한 분석 결과를 정리한 것이다.

〈표 5〉 도서관 주간 표어 문자 구조 유형별 빈도

유형	표어	비율
관절형 수식 구조형	읽어서 얻은 곳, 주어서 기쁜 곳	29개 (25%)
	다 같이 이용하자 온 겨레의 서재를	
	문화와 창조의 열린 마당, 도서관	
	살아 움직이는 도서관 열람봉사, 살아 숨쉬는 도서관 참고봉사	
	20세기 문화를 창조하는 도서관, 21세기 문화를 주도하는 도서관	
	함께 만들어가는 도서관, 같이 누리는 밝은 미래	
	열린 도서관, 열린 학습, 열린 미래	
	세우자 도서관 기르자 나라힘	
	찾는 도서관 얻는 새 정보(새 지식)	
	살아있는 도서관, 생동하는 국민정신	
	매일매일 이용하는 도서관, 하루하루 얻어지는 새 지식	
	이용하는 도서관, 발전하는 나의 삶	
	앞서가는 도서관, 밝아오는 미래사회	
	열린 도서관, 꽃피는 정신문화	
	함께하는 도서관 밝아지는 우리 미래	
	열린 도서관, 세계로 가는 길	
	21세기 지식정보사회의 유토피아, e-도서관	
	내 인생의 멘토, 도서관	
	늘 숨 쉬는 그곳, 행복을 주는 도서관	
	The Answer = Library	
	내 영혼의 리브마크, 도서관	
	나를 만나러 가는 또 다른 세상, 도서관	
	만지작 폼지樂 함께 즐겨요! 도서관	
다독다독(多讀多讀), 내 꿈을 응원해주는 도서관		
멈춘 듯이 걷는 곳, 도서관		
오늘은 책임기 좋은 날, 도서관 가는 날		
내일을 꿈꾸는 행복의 광장, 도서관		
늘 곁에 있는 도서관, 꿈꿀 수 있는 공간		
오늘의 가장 아름다운 페이지, 도서관		
명사구 수식 구조형	향상과 발전의 길	41개 (35.34%)
	향상과 발전의 열쇠	
	도서관, 정보와 지식의 터전	
	도서관, 지역문화의 뿌리, 도서관, 한국역사의 뿌리, 도서관, 문화의 뿌리.	
	우리가 봉사하는 도서관, 국민이 만족하는 도서관	
	도서관은 커다란 책, 우리 모두의 자산	
	도서관에서 꽃피는 새로운 미래	
	책을 펴자 미래를 열자 도서관에서	
	도서관은 문화인의 스승	
	독서하는 문화시민, 발전하는 시민사회	
	도서관이 함께하는 정보사회	
	봉사하는 도서관, 만족하는 국민의식	

한국도서관·정보학회지(제51권 제3호)

유형	표어	비율		
	도서관을 이용하는 문화시민, 문화시민이 이룩하는 민주사회			
	도서관, 국민의 서재			
	도서관, 문화의 샘터			
	도서관, 지혜의 샘			
	도서관, 국민 문화 복지의 요람			
	도서관, 문화의 뿌리			
	도서관 미래를 여는 문			
	도서관, 생활 속의 열린 문화 공간			
	도서관, 정보화 사회의 기수			
	도서관, 보다 나은 세상으로 열린 문			
	도서관, 꿈이 이루어지는 곳(dream@Library)			
	도서관, 지식정보시대 나의 경쟁력			
	지식·정보·꿈@도서관			
	꿈이 열리는 창, 도서관			
	변화와 창조의 희망 아이콘, 도서관			
	도서관, 내일을 여는 행복한 즐겨찾기!			
	도서관, 내 삶의 포털			
	세상을 읽는 힘, 미래를 이끄는 힘, 도서관			
	도서관, 꿈과 희망이 자라는 성장 비타민			
	21C 문화놀이터, 도서관!			
	꿈꾸는 미래와의 소셜네트워크, 도서관			
	책과 사람의 하모니가 울려 퍼지는 곳, 도서관			
	도서관! 세상과의 평생 소통, 미래와의 설레는 동행			
	도서관의 봄, 책을 봄, 미래를 봄			
	지식을 나누고 문화를 창조하는 따뜻한 삶 터! 도서관!			
	꽃 피는 봄, 책 피는 도서관			
	도서관으로 발걸음, 내일의 꿈을 이루는 첫걸음			
	꿈을 클릭하고, 미래를 터치하는 도서관			
	꿈꾸는 자들의 핫 플레이스 #도서관			
	문장형		학교는 졸업할 수 있어도 도서관은 졸업할 수 없다	46개 (39.66%)
			도서관은 문화의 뿌리요, 꽃이다.	
			국민이 원하는 도서관 봉사, 도서관 건립으로 이룩된다	
			국민의 걸음으로 도서관을 이동하자	
우리는 도서관에서 지식정보사회를 열어갑니다				
도서관은 지식과 정보의 샘, 우리 함께 키웁시다				
도서관에서 책을 읽어 우리 앞날 밝게 열자				
21세기 새 천년, 도서관이 그 희망입니다				
우리 마을에 도서관을 만들자				
지역주민의 힘으로 도서관에 책을 채우자				
일상생활과 같이 하는 도서관 생활은 행복이 주어지고 지혜가 얻어진다				
국민이 쉬운 도서관 이용을 위하여 작은 도서관을 많이 만들자				
도서관문화 일으켜서, 독서문화 살찌우자.				
도서관, 문화와 미래가 있습니다				

유형	표어	비율
	도서관에 가서 보면 길이 보인다	
	주름 잡힌 우리경제, 도서관에서 희망 있다	
	도서관에서 책을 읽어 우리 앞날 밝게 열자	
	지식정보사회 나의 경쟁력, 도서관에서 키워갑니다	
	도서관에 가면 먼 곳이 보인다	
	좋은 도서관, 우리 모두의 권리입니다.	
	아! 도서관에 가고 싶다.	
	도서관은 지혜의 보고, 도서관에서 미래를 개자.	
	도서관이 일상의 꿈과 행복을 드립니다.	
	도서관에서 자라는 아이들이 우리의 희망입니다.	
	도서관이 국민과 함께 참여시대를 열어갑니다.	
	e-도서관에서 21세기 꿈과 희망이 실현됩니다.	
	당신이 도서관의 친구입니다.	
	도서관은 당신께 귀한 선물이고 싶습니다	
	세계를 움직이는 힘, 도서관에서 기르자	
	도서관, 내가 찾은 최고의 행복입니다	
	세상을 바꾸는 힘 도서관에 있어요	
	어서 오세요, 당신이 도서관 주인입니다	
	도서관 그곳에 가면 당신의 꿈은 현실이 됩니다	
	성장하고 있는 나를 만난다. 나는 도서관에 있다.	
	사랑해요 도서관, 곁에 있어 행복합니다.	
	희망을 꿈꾸게 하는 곳, 여기는 도서관입니다.	
	도서관에서 당신의 꿈을 열람하세요.	
	힐링이 필요한 순간, 도서관이 함께 합니다	
	도서관 log-in, 꿈을 검색하다	
	365일 당신의 꿈을 향해 도서관이 함께 달립니다	
	펼치는 순간, 도서관의 힘은 시작됩니다	
	도서관, 책 속에서 설렘이 몰들다!	
	도서관에서 책을 읽다, 세상을 읽다	
	도서관, 어제를 담고 오늘을 보고 내일을 짓다	
	도서관 책 한 권, 세상을 테이크아웃하다	
	도서관님이 당신의 인생을 팔로우합니다	

〈표 5〉에 정리한 도서관 주간 표어 문자 구조 유형별 빈도를 보면 ‘관절형 수식 구조형’은 29개 (25%), ‘명사구 수식 구조형’은 41개(35.34%), ‘문장형’은 46개(39.66%)로 나타났다. 따라서 이 결과를 통해 도서관 주간 표어는 ‘문장형 구조’가 가장 많다는 것을 알 수 있었다. ‘문장형’은 도서관이라는 브랜드의 속성을 직간접적으로 표현하는 키워드를 서술형으로 나타내거나 기존의 문구에 대입해 활용하는 기법이기에 때문에 주목성을 높이는데 유리할 것이다.

다음의 〈표 6〉은 핵심 단어 분석 결과를 정리한 것으로, 핵심 단어는 명사 가운데 여섯 번 이상 포함이 된 ‘도서관’, ‘독서(책 읽기)’, ‘책’, ‘꿈’, ‘미래’, ‘희망’ 등 6개이다.

〈표 6〉 도서관 주간 표어 핵심 단어

핵심 단어	표어	비율
도서관	도서관, 정보와 지식의 터전 등	111개 (96.52%)
독서 (책 읽기)	도서관문화 일으켜서, 독서문화 살찌우자.	6개 (5.21%)
	독서하는 문화시민, 발전하는 시민사회	
	도서관에서 책을 읽어 우리 앞날 밝게 열자	
	다독다독(多讀多讀), 내 꿈을 응원해주는 도서관	
	오늘은 책 읽기 좋은 날, 도서관 가는 날	
책	도서관에서 책을 읽다, 세상을 읽다	11개 (9.57%)
	도서관은 커다란 책, 우리 모두의 자산	
	도서관에서 책을 읽어 우리 앞날 밝게 열자	
	지역주민의 힘으로 도서관에 책을 세우자	
	책을 펴자 미래를 열자 도서관에서	
	책과 사람의 하모니가 울려 퍼지는 곳, 도서관	
	도서관의 봄, 책을 봄, 미래를 봄	
	도서관, 책 속에서 설렘이 물들다!	
	꽃 피는 봄, 책 피는 도서관	
	오늘은 책읽기 좋은 날, 도서관 가는 날	
꿈	도서관, 꿈이 이루어지는 곳(dream@Library)	18개 (15.65%)
	도서관이 일상의 꿈과 행복을 드립니다.	
	e-도서관에서 21세기 꿈과 희망이 실현됩니다.	
	지식·정보·꿈@도서관	
	꿈이 열리는 창, 도서관	
	도서관 그곳에 가면 당신의 꿈은 현실이 됩니다	
	도서관, 꿈과 희망이 자라는 성장 비타민	
	꿈꾸는 미래와의 소셜네트워크, 도서관	
	희망을 꿈꾸게 하는 곳, 여기는 도서관입니다.	
	도서관에서 당신의 꿈을 열람하세요.	
	도서관 log-in, 꿈을 검색하다	
	365일 당신의 꿈을 향해 도서관이 함께 달립니다	
	도서관으로 발걸음, 내일의 꿈을 이루는 첫걸음	
	다독다독(多讀多讀), 내 꿈을 응원해주는 도서관	
	꿈을 클릭하고, 미래를 터치하는 도서관	
내일을 꿈꾸는 행복의 광장, 도서관		
미래	함께 만들어가는 도서관, 같이 누리는 밝은 미래	14개 (12.17%)
	열린 도서관, 열린 학습, 열린 미래	
	도서관에서 꽃피는 새로운 미래	
	책을 펴자 미래를 열자 도서관에서	

핵심 단어	표어	비율
	앞서가는 도서관, 밝아오는 미래사회	
	도서관 미래를 여는 문	
	도서관, 문화와 미래가 있습니다	
	함께하는 도서관 밝아지는 우리 미래	
	도서관은 지혜의 보고, 도서관에서 미래를 개자.	
	세상을 읽는 힘, 미래를 이끄는 힘, 도서관	
	꿈꾸는 미래와의 소셜네트워크, 도서관	
	도서관! 세상과의 평생 소통, 미래와의 설레는 동행	
	도서관의 봄, 책을 봄, 미래를 봄	
	꿈을 클릭하고, 미래를 터치하는 도서관	
희망	21세기 새 천년, 도서관이 그 희망입니다	7개 (6.09%)
	주름 잡힌 우리경제, 도서관에서 희망 있다	
	도서관에서 자라는 아이들이 우리의 희망입니다.	
	e-도서관에서 21세기 꿈과 희망이 실현됩니다.	
	변화와 창조의 희망 아이콘, 도서관	
	도서관, 꿈과 희망이 자라는 성장 비타민	
	희망을 꿈꾸게 하는 곳, 여기는 도서관입니다.	

〈표 6〉에 정리한 도서관 주간 표어 핵심 단어 분석 결과를 보면 핵심 단어 중 ‘도서관’이 포함된 것은 111개(96.52%)였다. 또한 ‘독서(책 읽기)’는 6개(5.21%), ‘책’은 11개(9.57%), ‘꿈’은 18개(15.65%), ‘미래’는 14개(12.17%), ‘희망’은 7개(6.09%)였다. 하나의 표어에 핵심 단어가 중복으로 들어가 있는 경우는 각각의 항목에 포함을 시켜 분석을 했는데, 결과적으로 도서관 주간 표어에 가장 많이 포함되어 있는 핵심 단어는 ‘도서관’이며, ‘꿈’, ‘미래’, ‘책’, ‘희망’, ‘독서(책 읽기)’가 그 뒤를 이었다. 이 결과에서 ‘도서관’은 주제 분야를 나타내는 공통어이기 때문에 도서관 주간 표어에 가장 많이 포함되는 것이 당연하다고 볼 수 있지만, 도서관이라는 브랜드를 다시 한 번 환기시키는 차원에서의 선택이라 볼 수 있고, ‘꿈’, ‘미래’, ‘책’, ‘희망’, ‘독서(책 읽기)’라는 핵심 단어가 포함된 표어가 많은 것은 도서관이 독서를 통해 미래의 희망과 꿈을 향해 나아가는데 도움을 주는 곳이라는 긍정적 이미지 형성을 위한 전략의 반영이라고 분석할 수 있다.

2. 구조 분석

이론적 배경을 통해 살펴본 바와 같이 표어의 구조적 유형에는 짧고 간결하며, 도치법을 쓰고, 대구(對句) 형식과 반복을 사용한다는 특징이 있다. 따라서 구조 분석은 이 네 가지 유형을 중심으로 실시하였다.

가. 간결성

다음의 <표 7>은 도서관 주간 표어를 음절에 따라 정리하여 간결성 여부를 분석한 것으로, 한글로만 이루어진 표어 103개를 대상으로 하였다.

<표 7> 도서관 주간 표어의 간결성

음절	표어	비율
7	향상과 발전의 길	2개 (1.94%)
	도서관, 지혜의 샘	
8	향상과 발전의 열쇠	5개 (4.85%)
	도서관, 국민의 서재	
	도서관, 문화의 샘터	
	도서관, 문화의 뿌리	
	도서관, 내 삶의 포털	
9	도서관 미래를 여는 문	4개 (3.88%)
	아! 도서관에 가고 싶다.	
	꿈이 열리는 창, 도서관	
10	내 인생의 멘토, 도서관	4개 (3.88%)
	도서관은 문화인의 스승	
	찾는 도서관 얻는 새 정보(새 지식)	
	꽃 피는 봄, 책 피는 도서관	
11	멈춘 듯이 걷는 곳, 도서관	4개 (3.88%)
	도서관, 정보와 지식의 터전	
	도서관, 정보화 사회의 기수	
	열린 도서관, 세계로 가는 길	
12	내 영혼의 러브마크, 도서관	9개 (8.74%)
	읽어서 얻은 곳, 주어서 기쁜 곳	
	우리 마을에 도서관을 만들자	
	세우자 도서관 기르자 나라힘	
	도서관이 함께하는 정보사회	
	도서관, 국민 문화 복지의 요람	
	열린 도서관, 꽃피는 정신문화	
	도서관에 가면 먼 곳이 보인다	
당신이 도서관의 친구입니다		
13	도서관의 봄, 책을 봄, 미래를 봄	8개 (7.77%)
	문화와 창조의 열린 마당, 도서관	
	도서관은 문화의 뿌리요, 꽃이다.	
	열린 도서관, 열린 학습, 열린 미래	
	도서관에서 꽃피는 새로운 미래	
	도서관, 생활 속의 열린 문화 공간	
	도서관! 문화와 미래가 있습니다	
도서관에 가서 보면 길이 보인다		
도서관, 책 속에서 설렘이 물들다!		

도서관 주간 표어의 내용 및 구조 분석

음절	표어	비율
14	다 같이 이용하자 온 겨레의 서재를!	11개 (10.68%)
	국민의 곁으로 도서관을 이동하자	
	책을 펴자 미래를 열자 도서관에서	
	이용하는 도서관, 발전하는 나의 삶	
	도서관, 보다 나은 세상으로 열린 문	
	도서관, 지식정보시대 나의 경쟁력	
	세상을 바꾸는 힘 도서관에 있어요	
	변화와 창조의 희망 아이콘, 도서관	
	늘 숨 쉬는 그곳, 행복을 주는 도서관	
	내일을 꿈꾸는 행복의 광장, 도서관	
도서관에서 책을 읽다, 세상을 읽다		
15	도서관은 커다란 책, 우리 모두의 자산	12개 (11.65%)
	봉사하는 도서관, 만족하는 국민의식	
	살아있는 도서관, 생동하는 국민정신	
	앞서가는 도서관, 밝아오는 미래사회	
	함께하는 도서관 밝아지는 우리 미래	
	좋은 도서관, 우리 모두의 권리입니다.	
	도서관, 내일을 여는 행복환 즐겨찾기!	
	도서관에서 당신의 꿈을 열람하세요.	
	나를 만나러 가는 또 다른 세상, 도서관	
	오늘은 책읽기 좋은 날, 도서관 가는 날	
늘 곁에 있는 도서관, 꿈꿀 수 있는 공간		
오늘의 가장 아름다운 페이지, 도서관		
16	독서하는 문화시민, 발전하는 시민사회	11개 (10.68%)
	도서관이 일상의 꿈과 행복을 드립니다.	
	세계를 움직이는 힘, 도서관에서 기르자	
	어서 오세요, 당신이 도서관 주인입니다	
	세상을 읽는 힘, 미래를 이끄는 힘, 도서관	
	도서관, 꿈과 희망이 자라는 성장 비타민	
	사랑해요 도서관, 곁에 있어 행복합니다.	
	꿈꾸는 미래와의 소셜네트워크, 도서관	
	펼치는 순간, 도서관의 힘은 시작됩니다	
	꿈을 클릭하고, 미래를 터치하는 도서관	
도서관 책 한 권, 세상을 테이크아웃하다		
17	도서관에서 책을 읽어 우리 앞날 밝게 열자	9개 (8.74%)
	지역주민의 힘으로 도서관에 책을 세우자	
	도서관문화 일으켜서, 독서문화 살찌우자.	
	주름 잡힌 우리경제, 도서관에서 희망 있다	
	도서관에서 책을 읽어 우리 앞날 밝게 열자	
	도서관은 당신께 귀한 선물이고 싶습니다	
	도서관, 내가 찾은 최고의 행복입니다	
	힐링이 필요한 순간, 도서관이 함께 합니다	
도서관님이 당신의 인생을 팔로우합니다		

음절	표어	비율
18	희망을 꿈꾸게 하는 곳, 여기는 도서관입니다.	3개 (2.91%)
	책과 사람의 하모니가 울려 퍼지는 곳, 도서관	
	도서관, 어제를 담고 오늘을 보고 내일을 짓다	
19	도서관은 지식과 정보의 샘, 우리 함께 키웁시다	7개 (6.80%)
	함께 만들어가는 도서관, 같이 누리는 밝은 미래	
	도서관은 지혜의 보고, 도서관에서 미래를 캐자.	
	도서관이 국민과 함께 참여시대를 열어갑니다.	
	도서관 그곳에 가면 당신의 꿈은 현실이 됩니다	
	성장하고 있는 나를 만난다. 나는 도서관에 있다.	
	도서관으로 발걸음, 내일을 꿈을 이루는 첫걸음	
20	학교는 졸업할 수 있어도, 도서관은 졸업할 수 없다	5개 (4.85%)
	우리가 봉사하는 도서관, 국민이 만족하는 도서관	
	우리는 도서관에서 지식정보사회를 열어갑니다	
	도서관에서 자라는 아이들이 우리의 희망입니다.	
	도서관! 세상과의 평생 소통, 미래와의 설레는 동행	
21	지식정보사회 나의 경쟁력, 도서관에서 키워갑니다	2개 (1.94%)
	지식을 나누고 문화를 창조하는 따뜻한 삶 터! 도서관!	
22	국민이 원하는 도서관 봉사, 도서관 건립으로 이룩된다	2개 (1.94%)
	매일매일 이용하는 도서관, 하루하루 얻어지는 새 지식	
25	살아 움직이는 도서관 열람봉사, 살아 숨쉬는 도서관 참고봉사	3개 (2.91%)
	국민이 쉬운 도서관 이용을 위하여 작은 도서관을 많이 만들자	
	도서관을 이용하는 문화시민, 문화시민이 이룩하는 민주사회	
28	도서관, 지역문화의 뿌리. 도서관, 한국역사의 뿌리. 도서관, 문화의 뿌리.	1개 (0.98%)
29	일상생활과 같이 하는 도서관 생활은 행복이 주어지고 지혜가 얻어진다	1개 (0.98%)

〈표 7〉에 정리한 도서관 주간 표어 음절 분석 결과 15음절로 된 것이 12개(11.65%)로 가장 많았다. 가장 짧은 것은 7음절로 이루어진 것이었으며 가장 긴 것은 29음절이었는데, 14음절과 16음절로 된 것이 각각 11개(10.68%)였기 때문에 도서관 주간 표어의 1/3은 15음절 내외로 이루어졌다고 할 수 있다. 우리나라에서는 16음절을 넘지 않는 범위 내에서 표어가 제정되는 것이 관례라고 하였다. 그 이유는 한국적 정서의 운율인 4.4조 리듬이 느껴져 더 강한 인상을 주어 쉽게 읽히기 때문이다. 따라서 도서관 주간 표어도 16음절 이내로 제한해 간결하면서도 인상적이게 만들 필요가 있다.

나. 도치성

다음의 〈표 8〉은 도서관 주간 표어 가운데 뜻을 강조하기 위하여 앞뒤 음절을 바꾸어 표현한 것을 찾아 정리한 것이다.

〈표 8〉 도서관 주간 표어의 도치성

순번	표어	비율
1	다 같이 이용하자 온 겨레의 서재를!	19개 (16.38%)
2	책을 펴자 미래를 열자 도서관에서	
3	지식·정보·꿈@도서관	
4	21세기 지식정보사회의 유토피아, e-도서관	
5	꿈이 열리는 창, 도서관	
6	변화와 창조의 희망 아이콘, 도서관	
7	내 인생의 멘토, 도서관	
8	세상을 읽는 힘, 미래를 이끄는 힘, 도서관	
9	21C 문화놀이터, 도서관!	
10	The Answer=Library	
11	내 영혼의 러브마크, 도서관	
12	꿈꾸는 미래와의 소셜네트워크, 도서관	
13	책과 사람의 하모니가 울려 퍼지는 곳, 도서관	
14	나를 만나러 가는 또 다른 세상, 도서관	
15	지식을 나누고 문화를 창조하는 따뜻한 삶 터! 도서관!	
16	멈춘 듯이 걷는 곳, 도서관	
17	내일을 꿈꾸는 행복의 광장, 도서관	
18	꿈꾸는 자들의 핫 플레이스 #도서관	
19	오늘의 가장 아름다운 페이지, 도서관	

도치법은 표어에서 많이 활용되는 수사법으로, 알리고자 하는 의미를 강조하고 읽는 사람들이 지루하지 않게 하여 결과적으로 인식도를 높이는데 활용된다. 〈표 8〉에 정리한 도서관 주간 표어의 도치성 분석 결과 전체 116개 가운데 도치법이 활용된 것은 19개(16.38%)였다. 따라서 그동안 선정된 도서관 주간 표어들의 약 84%는 도치법을 활용하지 않았기 때문에 의미 강조가 약해서 대중들의 인식도를 높이지 못했을 것이다.

다. 대구(對句)성

다음의 〈표 9〉는 도서관 주간 표어 가운데 표현이 비슷한 어구를 나란히 늘어놓은 대구법이 활용된 것을 찾아 정리한 것이다.

대구법은 비슷하거나 동일한 문장 구조를 짝을 맞추어 대등 관계를 정리하고 강조하며 주목하게 하는 표현의 효과를 나타내는 수사법으로, 사람들에게 강한 기억을 남기기 위한 목적으로 표어에서 많이 활용된다. 〈표 9〉에 정리한 도서관 주간 표어의 대구성 분석 결과 전체 116개 가운데 대구법이 활용된 것은 12개(10.34%)였다. 따라서 그동안 선정된 도서관 주간 표어들의 약 90%는 대구법을 활용하지 않았기 때문에 표현 효과가 부족해 대중들에게 강한 인상을 주지 못했을 것이다.

〈표 9〉 도서관 주간 표어의 대구성

순번	표어	비율
1	읽어서 얻은 곳, 주어서 기쁜 곳	12개 (10.34%)
2	학교는 졸업할 수 있어도, 도서관은 졸업할 수 없다	
3	살아 움직이는 도서관 열람봉사, 살아 숨쉬는 도서관 참고봉사	
4	우리가 봉사하는 도서관, 국민이 만족하는 도서관	
5	세우자 도서관 기르자 나라힘	
6	찾은 도서관 얻는 새 정보(새 지식)	
7	독서하는 문화시민, 발전하는 시민사회	
8	봉사하는 도서관, 만족하는 국민의식	
9	살아있는 도서관, 생동하는 국민정신	
10	매일매일 이용하는 도서관, 하루하루 얻어지는 새 지식	
11	이용하는 도서관, 발전하는 나의 삶	
12	함께하는 도서관 밝아지는 우리 미래	

라. 반복성

다음의 〈표 10〉은 도서관 주간 표어 가운데 강조를 위해 반복 음절을 사용한 것을 찾아 정리한 것이다.

〈표 10〉 도서관 주간 표어의 반복성

순번	표어	비율
1	도서관, 지역문화의 뿌리, 도서관, 한국역사의 뿌리, 도서관, 문화의 뿌리,	8개 (6.90%)
2	열린 도서관, 열린 학습, 열린 미래	
3	도서관을 이용하는 문화시민, 문화시민이 이룩하는 민주사회	
4	도서관의 지혜의 보고, 도서관에서 미래를 캐자.	
5	도서관의 봄, 책을 봄, 미래를 봄	
6	꽃 피는 봄, 책 피는 도서관	
7	오늘은 책읽기 좋은 날, 도서관 가는 날	
8	도서관에서 책을 읽다, 세상을 읽다	

반복된 음절은 강조를 통해 영속적인 효과를 거둘 수 있게 한다. 즉, 자극이 되풀이되면 될수록 지각될 가능성은 더 커지며, 그 자극은 습관이 되고 결국 신념이 되어 새로운 사회적 관습 형성으로 이어질 수 있다. 〈표 10〉에 정리한 도서관 주간 표어의 반복성 분석 결과 전체 116개 가운데 동일 단어가 두 번 이상 사용된 반복법이 활용된 것은 총 8개(6.90%)였다. 따라서 그동안 선정된 도서관 주간 표어들의 약 93%는 반복법을 활용하지 않았기 때문에 강조 효과를 보기 어려웠을 것이다.

IV. 결론 및 제언

본 연구는 도서관의 가치와 필요성을 알려 도서관 이용을 활성화시키는 계기를 마련하고자 매년 운영되는 도서관 주간 표어를 내용과 효과 측면에서 분석하여 브랜딩 전략 차원에서 보다 효율적인 표어를 개발 및 활용할 수 있는 방안을 제안하는데 목적이 있다. 이에 1964년부터 2020년까지 도서관 주간 공식 표어로 선정된 116개를 대상으로 내용 분석을 실시해 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 도서관 주간 표어는 116개 중 103개(88.79%)가 한글 문자로만 이루어져 있었다. 2000년도 이후 영자, 한자, 숫자, 특수문자가 사용되기도 했으나 그 비율은 적어 한글에 대한 의존도가 높다는 것을 알 수 있었다. 이 결과는 도서관 주간 표어가 보다 많은 사회 구성원들에게 도서관의 가치와 필요성을 알려 도서관 이용을 활성화시키는 계기를 마련하겠다는 취지로 활용되기 때문에, 남녀 노소 누구든 한글만 알고 있으면 비교적 쉽게 그 의미를 파악할 수 있다는 측면에서 바람직하다고 할 수 있다. 다만 호소력과 각인성에 있어서 영자, 한자, 숫자, 특수문자를 병용하는 등 다양한 표현 방법이 효과적일 것인가에 대해서는 추가 연구가 필요하겠다.

둘째, 도서관 주간 표어의 문자 구조 유형별 빈도는 '문장형'이 46개(39.66%)로 나타나 가장 많았지만, '관절형 수식 구조형'과 '명사구 수식 구조형' 등 다른 유형들도 골고루 선정이 된 상태라 다양한 표어의 유형과 특징이 반영되어 있다고 할 수 있다. 또한 도서관 주간 표어의 핵심 단어는 '도서관'이 111개(96.52%)로 가장 많아 홍보 전략의 측면에서 브랜드 노출 효과가 높다고 할 수 있으며, '꿈', '미래', '책', '희망', '독서(책 읽기)'가 뒤를 이어, 도서관이 책과 독서를 통해 미래의 희망과 꿈을 향해 나아가는데 도움을 주는 곳이라는 긍정적 이미지 형성에도 기여할 것이라고 평가할 수 있었다.

셋째, 도서관 주간 표어는 15음절로 된 것이 12개(11.65%), 14음절과 16음절로 된 것이 각각 11개(10.68%)여서 전체의 1/3은 15음절 내외로 이루어져 있었다. 그러나 17음절 이상인 것도 30%가 넘기 때문에, 간결성을 통한 홍보 효과를 높이기 위해서라도 글자 수에 대한 제한이 필요하겠다. 또한 표어의 구조적 특징인 도치법이 활용된 것은 19개(16.38%), 대구법이 활용된 것은 12개(10.34%), 반복법이 활용된 것은 8개(6.90%)에 그쳐 표어의 특성을 제대로 살리지 못한 것이 대부분이므로, 각인 효과 등을 고려해 수사법을 적절히 활용한 표어를 선정할 필요가 있겠다.

이상과 같은 결론을 바탕으로 브랜딩 전략 차원에서 보다 효율적인 표어를 개발 및 활용할 수 있는 방안을 다음과 같이 제언하고자 한다.

첫째, 간결성은 사람들이 표어를 기억할 수 있는 핵심 요소이다. 따라서 16음절을 넘지 않는 범위 내에서 표어가 제정되는 것이 관례인 우리나라의 상황을 감안해, 도서관 주간 표어도 '독서하는 문화시민, 발전하는 시민사회'처럼 16음절 이내로 제한해 간결하면서도 인상적이게 개발될 필요

가 있다. 또한 간결성을 위해 '나, 너, 당신, 우리'와 같은 주어와 조사나 어미를 생략한 것, '불 불 불조심'과 같은 표어처럼 명사나 명사형으로만 표현되어 상징적 전달 효과까지 거두는 것을 개발 및 활용할 필요가 있다.

둘째, 표어의 구조적 특징인 도치법, 대구법, 반복법은 각인 효과를 높일 수 있는 수사법이다. 따라서 표현 방법의 측면에서 이와 같은 수사법을 활용한 표어를 선정 및 개발할 필요가 있다. 특히 대구를 위해서 동원되는 어휘는 '독서하는 문화시민, 발전하는 시민사회'와 같이 대립어 이외에 동의어이거나 의미 범주가 같은 말들로 유사한 언어 형식을 갖추어야 한다. 또한 대구의 효과는 도치를 통해 심화될 수 있기 때문에 '사람은 자연 보호, 자연은 사람 보호', '책은 사람을 만들고 사람은 책을 만든다'와 같은 표어처럼 같은 어휘를 구절에 따라 달리 배치해 전체 의미를 깊게 만들어 주는 것을 개발 및 활용할 필요가 있다.

셋째, 도서관 주간 표어는 도서관의 사회적 역할을 확대하고 국민들의 인식을 제고시키기 위한 목적으로 선정 및 개발되기 때문에, 목적 달성을 위해서는 결국 홍보가 중요하다. 따라서 홈페이지 게시, 현수막 게시 등 기존 방법에 인스타그램, 트위터, 페이스북 등과 같은 소셜 미디어를 활용하는 마케팅 전략을 추가해 적극적으로 실천할 필요가 있다. 소셜 미디어 마케팅은 사용자 간 관계를 형성할 수 있기 때문에 바이럴(Viral) 효과도 높일 수 있을 것이다.

본 연구는 도서관 주간의 표어를 내용과 효과 측면에서 분석하여 브랜딩 전략 차원에서 보다 효율적인 표어를 개발 및 활용할 수 있는 방안을 제안하는데 목적이 있었다. 따라서 목적을 이루기 위해 도서관 주간 공식 표어로 선정된 116개의 내용과 구조적 특성을 분석했는데, 실제 개발 및 활용된 표어가 얼마나 효과적이었는가에 대해 검증하지 못한 한계가 있다. 따라서 후속 연구에서는 매년 개발 및 활용되고 있는 도서관 주간 표어의 효과성을 검증할 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 강은정. 2012. 『공공기관 홍보에 관한 인식 연구: 내부 홍보 담당자 대상 심층인터뷰를 중심으로』. 석사학위논문, 단국대학교 정보미디어대학원 방송영상정보학과.
- 권순희. 2008. 표어의 긍정·부정적 표현을 통한 표현 교육 방향. 『국어교육학연구』, 32: 129-172.
- 권윤경. 2008. 대학의 슬로건 개발과 활용 방안. 『디지털디자인학연구』, 8(2): 517-526.
- 권익수. 2013. 표어에 대한 개념적 혼성 분석: 5분 먼저 가려다 50년 먼저 간다. 『담화와 인지』, 20(2): 1-20.
- 박영준. 2001. 기업 슬로건의 언어적 기법에 대한 분석. 『이중언어학』, 19: 273-297.
- 박영환. 1984. 표어의 형태와 의미. 『어문논집』, 24-25: 173-186.

- 이만수. 2004. 독서에 관한 표어 조사 분석: 독서의 달을 중심으로. 『한국도서관·정보학회지』, 35(4): 105-127.
- 이만수. 2005. 도서관에 관한 표어 조사 분석: 도서관 주간을 중심으로. 『한국도서관·정보학회지』, 36(3): 169-188.
- 이희복. 2010. 우리나라 도시 브랜드의 슬로건 분석: 광역시와 일반시의 비교. 『OOH광고학연구』, 7(1): 25-50.
- 장인봉, 김치수, 김명숙. 1999. 신문 광고 슬로건에 나타난 언어 현상 연구: 우리나라 일간지 광고의 기호학적 접근. 『불어불문학연구』, 38(2): 413-445.
- 한국도서관협회. 2010. 알림자료: 도서관 주간의 의의와 역사. 『도서관문화』, 51(5): 76-80.
- 한성일. 2009. 표어(標語)의 응결성에 대한 연구. 『텍스트언어학』, 27: 137-162.
- Denton, R. E. Jr. 1980. "The Rhetorical Functions of Slogans: Classifications and Characteristics." *Communication Quarterly*, 28(3): 10-18.
- Harriff, S. and Rowley, J. 2011. "Branding of UK Public Libraries." *Library Management*, 32(4/5): 346-360.
- Walton, G. 2008. "Theory, Research, and Practice in Library Management 5: Branding." *Library Management*, 29(8/9): 770-776.
- Interbrand Home Page.
 <<https://www.interbrand.com/best-brands/best-global-brands/2019/ranking/>>
 [cited 2020. 5. 17].
- 한국도서관협회 홈페이지. <http://www.kla.kr/jsp/event/lib_eventinfo.do> [인용 2020. 5. 17].

• 국한문 참고문헌의 영문 표기

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

- Chang, In-Bong, Chie-Sou Kim, and Myung-Sook Kim. 1999. "Approche Semiotique des Publicites de la Presse Ecrite Coreenne." *Etudes de Langue Littérature Françaises*, 38(2): 413-445.
- Han, Sung-Il. 2009. "A Study on Cohesion of the Slogan." *Textlinguistics*, 27: 137-162.
- Kang, Eun-Jeong. 2012. *A Study on Public Relations of Public Institutions: Focused on In-depth Interviews with PR Managers in Public Institutions*. M. A. thesis, Department of Communication & Multimedia Images Graduate School of Information and Media Technology Dankook University.

- Korean Library Association. 2010. "Significance and History of Library Weekly." *Library Culture*, 51(5): 76-80.
- Kwon, Ik-Soo. 2013. "Conceptual Blending in a Korean Public Service Advertisement: One Would Leave the World 50 Years Earlier If He Tries to Go 5." *Discourse and Cognition*, 20(2): 1-20.
- Kwon, Soon-Hee. 2008. "Direction of Expression Education through Positive and/or Negative Expressions of Slogans." *Korean Language Education Research*, 32: 129-172.
- Kwon, Yun-Kyoung. 2008. "Contents Development & Promotion of Universities Slogans." *Journal of Digital Design*, 8(2): 517-526.
- Lee, Hee-Bok. 2010. "Analysis of City Brand Slogan: The Comparison between Metropolitan Cities and Local Cities." *Journal of Outdoor Advertising Research*, 7(1): 25-50.
- Lee, Man-Soo. 2004. "A Study on the Motto of Reading." *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 35(4): 105-127.
- Lee, Man-Soo. 2005. "A Study on the Motto of Library." *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 36(3): 169-188.
- Park, Young-Hwan. 1984. "Form & Meaning of Slogan." *Journal of the Society of Korean Language and Literature*, 24-25: 173-186.
- Park, Young-Jun. 2001. "Analysis on Linguistic Usage of Institutional Slogan." *Journal of the Korean Society of Bilingualism*, 19: 273-297.