발 간 등 록 번 호
11-1371029-000198-01

OPEN 출처표시 상업용금지 변경금지
공공누리 공공저작물 자유이용허락

국립중앙도서관의 인지도 조사 및 홍보전략 연구

2019. 12.

국립중앙도서관
National Library of Korea

제 출 문

국립중앙도서관장 귀하

본 보고서를「국립중앙도서관 인지도 조사 및 홍보전략 연구」과제의 최종 보고서로 제출합니다.

2019. 12.

■ 위탁연구기관명 : 에스코토스컨설팅(주)
■ 연 구 책 임 자 : 강함수 대표
■ 공 동 연 구 원 : 신종희 이사
류래경 과장
이현주 수석연구원

■ 보 조 연 구 원 : 임세라 대리

이 연구는 2019년도 국립중앙도서관 연구개발비로 수행되었으며, 본 연구에서 제시된 정책 제안이나 의견 등은 국립중앙도서관의 공식의견이 아니라 본 연구진들의 개인 견해임을 밝혀 둡니다.

연구요약

1. 연구 개요

1.1 연구의 배경과 목적

○ 과학기술 및 사회문화 발달로 국민이 기대하는 도서관의 모습 변화, 특히 디지털 시대에 미래 세대(밀레니얼, Z세대) 특성을 고려할 때, 국민이 기대하는 국립중앙도서관의 모습에 부합하는 아이덴티티 정립을 위해 정책 수요자의 입장에서 핵심가치를 재정립하고 수요자 중심의 정책 방향과 수용성 높은 커뮤니케이션 활동 방안 도출이 필요

○ 이에 본 연구는 국립중앙도서관에 대한 국민 인식 (인지도 중심)를 조사해 역할과 비전, 주요 정책과 서비스에 대한 수용도 및 인지도, 이미지 정도를 파악, 일반국민 인식 제고와 이용 활성화를 위한 홍보 방향을 도출하고 홍보 실행 프로그램을 도출하고자 함

1.2 연구의 내용과 방법

○ 정성조사 : 전문가그룹(N=6명), 도서관 이용자(N=11명) 대상으로 심층 인터뷰와 집단집중인터뷰 (Focus group interview) 실시 및 내부직원 워크숍을 통해 내부직원 의견 및 아이디어 수집 진행

○ 정량조사: 전국 대상으로 일반국민(전국 N=1,000명), 도서관 이용자(N=30명), 전문가 그룹(N=30명), 내부 직원(N=90명) 대상으로 실시함

2. 연구 결과

2.1 인지도 및 인식조사 결론 및 시사점

○ 역할과 비전에 대한 인식제고를 위해 ‘국내외 모든 자료를 망라하고 수집해 체계적으로 보존한다’ 는 역할을 더욱 강조하고 일반국민의 인식을 제고해야 하며, ‘국민의 지적인 삶을 풍요롭게 한다’ 는 비전을 인식시키는 것이 국민과의 신뢰관계를 강화시킬 수 있음

○ 국립중앙도서관 인식 강화를 위한 정책 방향

① 국가문헌을 수집하고 체계적으로 정리하는 데이터 센터 역할을 구체적으로 인식하게 함

② 도서관, 기록관, 박물관의 기능을 겸비한 ‘복합문화공간’ 으로 인식시킬 수 있는 정책의 우선적 추진이 필요함.

③ 모든 자료의 디지털 전환으로 이용자의 자료 접근성을 강화하는 도서관의 역할과 정책 방향성을 충분히 알리고 디지털도서관의 온라인 이용자를 지속적으로 확대해 나가는 것은 매우 중요함

④ 이용자에게 다양한 주제에 특화된 컬렉션을 확보해 제공하고 분야별 전문사서 큐레이션 서비스를 강화해야 함.

⑤ 국립중앙도서관이 ‘전문적이다’ 라는 인식을 형성하기 위해서도 전문 사서 역할을 알리고 사서 역량을 강화하려는 정책 활동을 홍보할 필요가 있음

○ 국립중앙도서관의 개선 이미지 방향

① 젊은 층, 연구자 등 특정 이용자에게 필요한 맞춤 서비스 내용을 인근 지역과 연계해 메시지 집중 노출

② ‘전문성’ 이미지 강화하면서 젊은 층 이용 동기 강화 필요

2.2 국립중앙도서관 인지도 제고를 위한 커뮤니케이션 목표

커뮤니케이션 목적[1]	커뮤니케이션 세부 목표[2]
A. 국가 지식 데이터 센터로서 아이덴티티를 강화하고, 미래지향적 이미지와 전문적 이미지 확보	보조 이미지 항목 중 '전문적이다' (3.86), '미래지향적이다' (3.41), '혁신적이다 '(3.14), '젊은 느낌이 든다' (2.84) 이미지 요소 10% 상승
B. 누구나 이용가능한 개방된 공간이라는 인식 형성과 복합문화공간 이미지 확보	국립중앙도서관 일반국민 인지도 (비보조) 10% 상승 - 신뢰도 점수 (77점) 10% 상승
C. 디지털 서비스 확충을 인식하게 하고 디지털 이용 동기부여 및 촉진	국립중앙도서관 홈페이지 트래픽 10% 상승 - 포털, SNS 유입량 증가

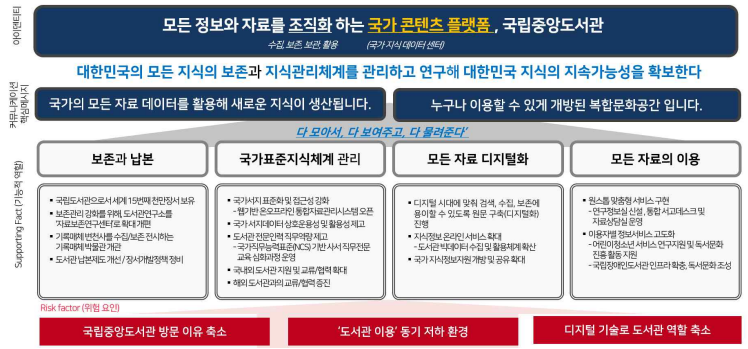
2.3 핵심 메시지 플랫폼

○ 국립중앙도서관의 핵심 메시지 설정

① "국립중앙도서관은 모든 정보와 자료를 조직화하는 (수집하고 보존하고 활용가능하게 하는) 국가 콘텐츠 플랫폼 (또는 국가지식 데이터 센터)입니다." 라는 진술문으로 '국가대표 도서관' 이라는 상징적 아이덴티티와 병행해서 활용할 것을 제안함

② 이와 같은 아이덴티티를 통해서 "대한민국 모든 지식의 보존과 지식관리체계를 관리하고 연구해 대한민국 지식의 지속가능성을 확보' 하는 국립중앙도서관만의 핵심 역할, 존재가치를 분명하게 제시함

1) 전략적 커뮤니케이션을 통해 확보해야 할 인식적, 행위적 목적을 설정함
2) 본 연구의 정량조사 요인을 바탕으로 정량적인 목표치를 제시하며 전략 커뮤니케이션 실행 기간을 최소 2년으로 잡고 단계적으로 추진을 고려함



2.4 커뮤니케이션 실행 프로그램

○ 국가 지식 데이터 센터로서 아이덴티티를 강화하고, 미래지향적이고 전문적 이미지 확보
- 뉴스 콘텐츠 제작 공모전
- 문화 협업 프로그램
- 강연 프로그램 콘텐츠 개발
- Digital-Wall 메시지

○ 누구나 이용 가능한 개방된 공간이라는 인식 형성과 복합문화공간 이미지 확보
- 커뮤니티 서비스 (예시. 트레바리 등) 협업
- 지역 축제 : 보물창고 Festival
- 북턴(Book-Turn) 캠페인

○ 디지털 서비스 확충을 인식하게 하고 디지털 이용 동기부여 및 촉진
- 온라인 이용자 퀴즈 참여 이벤트
- 네이버 판 콘텐츠 제휴 또는 협업
- SNS 채널 역할 규정 및 유튜브 활성화

목 차

제 1 장 서론

1.1 연구의 배경과 목적 ····· 15
1.2 연구의 내용과 방법 ····· 16

제 2 장 정성조사결과 보고

2.1 정성조사 개요 ····· 17
2.2 정성조사 주요 질문 ····· 18
2.3 전문가 그룹 조사결과 ····· 19
2.3.1 국립중앙도서관 인지도에 대한 낮은 이유 ····· 19
2.3.2 국립중앙도서관 역할과 핵심 가치에 대한 의견 ····· 20
2.3.3 '국가대표도서관'의 인식 강화 방안에 대한 의견 ····· 22
2.3.4 국립중앙도서관 향후 포지셔닝에 대한 의견 ····· 23
2.3.5 국립중앙도서관 문화/홍보 프로그램에 대한 의견 ····· 24
2.4 일반 이용자 그룹 대상 조사결과 ····· 25
2.4.1 국립중앙도서관 인지 _ 현재 이미지 ····· 25
2.4.2 국립중앙도서관 역할 및 핵심 가치에 대한 의견 ····· 26
2.4.3 국립중앙도서관(국가대표도서관)에 대한 기대 이미지 의견 ····· 28
2.4.4 기대 이미지 확보를 위한 고려사항 ····· 29
2.4.5 국립중앙도서관 문화 - 홍보 프로그램에 대한 의견 ····· 29
2.5 정성조사 결과 종합 및 시사점 ····· 30

제 3 장 내부 구성원 워크샵 주요결과

3.1 조사 개요 ····· 35
3.1.1 조사 목적 ····· 35
3.1.2 조사 대상 및 방법 ····· 35
3.1.3 조사 일시 및 장소 ····· 35
3.2 국립중앙도서관 이미지 ····· 36
3.3 국립중앙도서관의 역할 및 가치 ····· 36

3.4 국립중앙도서관 위협 요인 ····· 37
3.4.1 국립중앙도서관의 위협 요인 ····· 37
3.5 국립중앙도서관 핵심 메시지(정체성): 키워드 변화 ····· 39

제 4 장 일반국민 대상 인식조사 개요

4.1 본 조사의 목적 ····· 40
4.2 본 조사의 기대효과 ····· 40
4.3 조사설계 ····· 41
4.4 응답자 인구통계학적 특성 ····· 42
4.5 분석 방법 ····· 43
4.5.1 국립중앙도서관 분석체계 ····· 43
4.5.2 국립중앙도서관 분석방법 ····· 43

제 5 장 일반국민 대상 인식조사 결과

5.1 국립중앙도서관 기본 인식 ····· 45
5.1.1 국립중앙도서관 이용 행태 ····· 45
5.1.2 국립중앙도서관 인지도 ····· 46
5.2 국립중앙도서관 비전과 역할에 대한 인식 ····· 48
5.2.1 국립중앙도서관 비전과 역할에 대한 일반 인식 ····· 48
5.2.2 집단간 비교 분석 ····· 49
5.2.3 국립중앙도서관 비전과 역할 중 강조해야 할 요소 ····· 50
5.3 국립중앙도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식 ····· 51
5.3.1 주요 추진 정책과 서비스 중요성에 대한 일반 인식(1) ····· 51
5.3.2 집단간 비교 분석 ····· 52
5.3.3 국립중앙도서관 주요 추진 정책과 서비스 중 강조해야 할 요소 ····· 53
5.3.4 주요 추진 정책과 서비스 중요성에 대한 일반 인식(2) ····· 54
5.3.5 집단간 비교 분석: 경험 기반 정책 ····· 54
5.3.6 국립중앙도서관 경험 기반 정책과 서비스 중 강조해야 할 요소 ····· 56
5.3.7 집단간 비교 분석: 계층 다양화 정책 ····· 57
5.3.8 국립중앙도서관 계층 다양화 정책과 서비스 중 강조해야 할 요소 ····· 58

5.4 국립중앙도서관 이미지 ····· 59
5.4.1 국립중앙도서관 비보조 이미지 ····· 59
5.4.2 국립중앙도서관 이미지 ····· 59
5.4.3 국립중앙도서관 이미지와 신뢰 상관관계 분석 ····· 60
5.4.4 국립중앙도서관 집단간 비교 분석: 전통전문성 부분 ····· 62
5.4.5 국립중앙도서관 집단간 비교 분석: 혁신성 부분 ····· 62
5.4.6 국립중앙도서관 기대 이미지 도출 ····· 64
5.5 국립중앙도서관 신뢰 ····· 65
5.6 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식 ····· 66
5.6.1 국립중앙도서관 정보 습득 경로 ····· 66
5.6.2 국립중앙도서관 소통 현황 ····· 69
5.6.3 소통 현황에 대한 집단간 비교 분석 ····· 70
5.6.4 국립중앙도서관 소통 형태에 대한 평가 ····· 70
5.6.5 소통형태에 대한 집단간 비교 분석 ····· 71

제 6 장 연구 결론 및 제언

6.1 인지도 및 인식조사 결론 및 시사점 ····· 72
6.2 국립중앙도서관 인지도 제고를 위한 커뮤니케이션 전략 ····· 74
6.2.1 국립중앙도서관 인지도 제고를 위한 커뮤니케이션 목표설정 ····· 74
6.2.2 커뮤니케이션 양식 및 형태 설정 ····· 75
6.2.3 커뮤니케이션 핵심메시지 플랫폼 ····· 77
6.2.4 커뮤니케이션 타깃 오디언스 설정 ····· 78
6.3 커뮤니케이션 실행 프로그램 제언 ····· 79
6.4 커뮤니케이션 실행 프로그램 세부 기획안 제시 ····· 85

<첨부 1> 국립중앙도서관 인지도 조사 설문지 ····· 95
<첨부 2> 국립중앙도서관 전문가 대상 (문헌정보) 심층인터뷰 설문지 ····· 104
<첨부 3> 국립중앙도서관 전문가 대상 (PR전문가) 심층인터뷰 설문지 ····· 106
<첨부 4> 국립중앙도서관 도서관 이용자 집단심층인터뷰 설문지 ····· 110

표 목 차

<표 1> 전문가 그룹 주요 질문 ····· 18
<표 2> 일반 도서관 이용자 대상 그룹 주요 질문 ····· 18
<표 3> 전공 및 홍보 전문가 그룹 비교(1) ····· 19
<표 4> 전공 및 홍보 전문가 그룹 비교(2) ····· 21
<표 5> 프로그램 개발 방안에 대한 핵심 키워드 ····· 25
<표 6> 이용 경험에 대한 주요 의견 ····· 26
<표 7> 대표적인 현재 이미지 ····· 26
<표 8> 대학원 및 일반인 그룹 의견 정리 ····· 27
<표 9> 온라인 서베이 조사 설계 ····· 41
<표 10> 국립중앙도서관 설문지 조사 내용 ····· 41
<표 11> 국립중앙도서관 인구통계학적 특성 ····· 42
<표 12> 국립중앙도서관 분석 방법 ····· 44
<표 13> 전통성 이미지와 혁신성 이미지의 신뢰관계간 상관관계 비교 ····· 61
<표 14> 국립중앙도서관 커뮤니케이션 목적과 목표 ····· 75
<표 15> 국립중앙도서관 실행 프로그램 리스트 ····· 84
<표 16> 국립중앙도서관 유튜브 및 SNS 콘텐츠 기획 ····· 93

그 림 목 차

<그림 1> 연구진행 절차 ····· 16
<그림 2> 전공 전문가 의견: 기존 역할의 강화 지적 ····· 22
<그림 3> 홍보 전문가 의견: 맞춤 홍보 ····· 23
<그림 4> 홍보 전문가 의견: 국립중앙도서관 향후 포지셔닝 ····· 24
<그림 5> 주요 의견 및 핵심 기대 이미지 ····· 28
<그림 6> 기대 이미지 고려사항 ····· 29
<그림 7> 문화프로그램에 대한 인식 및 개선방향에 대한 의견 ····· 30
<그림 8> 국립중앙도서관에 대한 내부구성원의 이미지 ····· 36
<그림 9> 국립중앙도서관의 역할 및 가치 : 부고테스트 ····· 37
<그림 10> 국립중앙도서관 방문 이유 축소 및 역할 축소 ····· 38
<그림 11> 국립중앙도서관 핵심 메시지(정체성) ····· 39
<그림 12> 국립중앙도서관 분석 체계 ····· 43
<그림 13> 귀하가 주로 방문하는 도서관은 어디입니까? ····· 45
<그림 14> 귀하는 도서관을 얼마나 자주 방문하십니까? ····· 46
<그림 15> 국립중앙도서관의 사명과 역할에 대한 공감도 ····· 48
<그림 16> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 그래프 ····· 49
<그림 17> 국립중앙도서관 비전과 역할 IPA 분석결과 ····· 50
<그림 18> 국가지식정보 자원 접근 및 보존의 인프라 정책 반응도 ····· 51
<그림 19> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 그래프 ····· 52
<그림 20> 국립중앙도서관 비전과 역할 IPA 분석결과 ····· 53
<그림 21> 이용자 경험기반 서비스 구축 및 계층 다변화 정책 중요도 ····· 54
<그림 22> 국립중앙도서관 경험 기반 정책 집단간 비교분석 그래프 ····· 55
<그림 23> 국립중앙도서관 경험 기반 정책과 서비스 IPA 분석결과 ····· 56
<그림 24> 국립중앙도서관 계층 다양화 정책 집단간 비교분석 그래프 ····· 57
<그림 25> 국립중앙도서관 계층 다양화 정책과 서비스 IPA 분석결과 ····· 58
<그림 26> 국립중앙도서관의 떠올리게 되는 단어 ····· 59
<그림 27> 국립중앙도서관 보조 이미지 ····· 60

<그림 28> 신뢰관계와 이미지간의 상관관계 분석 ····· 61
<그림 29> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 그래프 : 전통/전문성 이미지 ····· 62
<그림 30> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 그래프 : 혁신성 이미지 ····· 63
<그림 31> 국립중앙도서관 기대 이미지 IPA 분석결과 ····· 64
<그림 32> 국립중앙도서관 신뢰관계 ····· 65
<그림 33> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 : 신뢰관계 ····· 66
<그림 34> 국립중앙도서관 정보에 대한 관심도 ····· 67
<그림 35> 국립중앙도서관 정보습득 경로 ····· 67
<그림 36> 국립중앙도서관 채널을 통해 얻는 정보 ····· 68
<그림 37> 국국립중앙도서관 소통 현황 ····· 69
<그림 38> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 : 소통 현황 ····· 70
<그림 39> 국립중앙도서관 소통 형태 ····· 71
<그림 40> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 : 소통 형태 ····· 71
<그림 41> 국립중앙도서관 핵심 메시지 플랫폼 ····· 77
<그림 42> 국립중앙도서관 타깃 오디언스 ····· 78
<그림 43> 국립중앙도서관 실행프로그램 로드맵 ····· 82
<그림 44> 뉴스콘텐츠 제작 공모전 이미지 ····· 85
<그림 45> 문화 협업 프로그램 예시 이미지 ····· 86
<그림 46> 강연 콘텐츠 예시 이미지 ····· 86
<그림 47> 미디어 파사드, LED 사이니지 콘텐츠 예시 이미지 ····· 87
<그림 48> 독서모임 서비스 협업 콘텐츠 예시 이미지 ····· 88
<그림 49> 지식 보물창고 축제 이벤트 예시 ····· 89
<그림 50> 북턴 캠페인 이미지 예시 ····· 90
<그림 51> 잼라이브 콜라보 이미지 예시 ····· 91
<그림 52> 네이버 주제판 콘텐츠 이미지 예시 ····· 92
<그림 53> SNS 콘텐츠 유통 현재 문제점 및 전략 예시 ····· 92

제 1 장 서론

1.1. 연구의 배경과 목적

○ 연구 배경

- 과학기술 및 사회문화 발달로 국민이 기대하는 도서관의 모습 변화, 특히 디지털 시대에 미래 세대(밀레니얼, Z세대) 특성을 고려할 때, 도서관의 의미와 이용 형태의 급격한 변화가 예상됨
- 국민이 기대하는 국립중앙도서관의 모습에 부합하는 아이덴티티 정립을 위해 수요자의 입장에서 핵심가치를 재정립하고 수요자 중심의 정책 방향과 수용성 높은 커뮤니케이션 활동을 요구
- 국립중앙도서관이 공공도서관과는 그 역할과 비전에 차이가 있어 단순히 도서관 이용 증대만을 목표로 할 수는 없지만, 국립중앙도서관의 존재가치를 이해하고 일반국민이면 누구나 이용할 수 있다는 인식을 형성하고 도서관 이용을 활성화하는 노력은 더욱 중요해짐

○ 연구 목적

- 국립중앙도서관에 대한 국민 인식 (인지도 중심)를 조사해 역할과 비전, 주요 정책과 서비스에 대한 수용도 및 인지도, 이미지 정도를 파악함
- 인지도 조사 결과를 바탕으로 일반국민 인식 제고와 이용 활성화를 위한 홍보 방향을 도출하고 홍보 실행 프로그램을 제안하는 것이 본 연구의 주 목적임

1.2 연구의 방법과 내용

○ 정성조사와 정량조사 실시

- 연구 진행 절차는 상황분석과 내부 요구분석을 통해 설문을 설계하고 정성조사와 정량조사 실시의 순으로 진행됨
- 정성조사는 전문가그룹(N=6명), 도서관 이용자(N=11명) 대상으로 심층인터뷰와 집단집중인터뷰 (Focus group interview)를 실시함
- 정량조사는 전국 대상으로 일반국민(전국 N=1,000명) 도서관 이용자 (N=30명), 전문가 그룹(N=30명), 내부 직원 (N=90명)대상으로 실시함

○ 연구의 결과 활용

- 조사결과 분석을 통해 일반국민 대상의 국립중앙도서관에 대한 인식 제고와 이용 활성화를 위한 정책 우선순위 선정 및 홍보 전략과 프로그램 아이디어를 도출함

<그림 1> 연구진행 절차

제 2 장 정성조사결과 보고

2.1 정성조사 개요

○ 정성조사 목적

- 본 정성조사의 목적은 국립중앙도서관의 인지도와 홍보 차원에서 문제점은 무엇이고 검토해야 할 사항이 무엇인지 파악해 일반국민 중심의 인지도 조사에 필요한 설문항목을 설계하고 홍보전략을 수립하는데 기초자료를 마련하기 위함

○ 정성조사 대상

- 총 연구대상자는 16명이며, 전문가 그룹, 일반 도서관 이용자 그룹으로 나누어 진행
- 전공 전문가 그룹 및 홍보 전문가 그룹 (N = 6명)으로 문헌정보학과 교수 3명, 광고홍보학과 교수 2명, 경제신문 기자 1명
- 일반 도서관 이용자 그룹 (대학원생 그룹 (N = 5명) + 일반인 전문가 그룹 (N = 5명)[3])으로 서울 소재 대학교 문헌정보학 대학원생 5명, 출판 경험이 있는 작가 겸 블로거 및 대학 강사 등 5명

3) 일반인 전문가 그룹 표집방법: 목적적 표집 방법에 의해 경험적 연구를 토대로 사람들에게 관련 정보를 온라인 또는 오프라인에서 공유하는 그룹을 선정함. 선정 경로는 아래와 같다.
첫째, 네이버 및 다음 포털에 '도서관' 키워드로 검색한 결과값에서 네이버 및 다음 블로그, 브런치, 카페 등을 대상으로 리스트 작성함.
둘째, 블로그 구독자수, 카페 회원수, 책 집필, 관련 강의 경험 등을 추척, 대상자 총 9명을 선정함
셋째, 최종적으로 도서관과 관련된 책 집필, 강의 경험자 중심으로 총 5명을 선정함. 출판한 경험 작가, 블로거, 대학교 강사 등 5명 선정

2.2 정성조사 주요 질문

○ 정성조사 주요 질문 구성

- 주요 질문은 전문가 그룹과 일반 이용자 그룹에 차이를 둠
- 전문가 그룹에게는 국립중앙도서관 문화·홍보 프로그램 진단과 발전방향의 홍보정책과 전략적 지향의 질문을 추가로 구성
- 일반 이용자 그룹에게는 국립중앙도서관 인지, 문화·홍보 프로그램 인지, 이미지 등 국립중앙도서관 인식 정도에 주안점을 두는 질문을 구성

<표 1> 전문가 그룹 주요 질문[4]

질문항목	질문내용
국립중앙도서관 인지도	국립중앙도서관 인지도 및 인지도 수준 원인에 대한 의견
	국립중앙도서관 정책/서비스 중요도에 대한 의견
국립중앙도서관 역할 및 핵심가치	국가적 차원에서의 국립중앙도서관 역할에 대한 의견
	도서관 이용자 차원에서의 국립중앙도서관 역할에 대한 의견
	국립중앙도서관의 핵심가치에 대한 의견
'국가대표도서관' 브랜드 아이덴티티	'국가대표도서관' 이용자 인식 강화 방안에 대한 의견
	'국가대표도서관' 브랜드 아이덴티티 평가
국립중앙도서관 문화·홍보 프로그램 진단	국립중앙도서관 문화·홍보프로그램 평가
	국립중앙도서관 문화·홍보프로그램 개발 방안에 대한 의견
국립중앙도서관 발전 방향	국립중앙도서관에 기대하는 부분에 대한 의견
	국립중앙도서관의 이미지 방향성에 대한 의견

<표 2> 일반 도서관 이용자 대상 그룹 주요 질문

질문항목	질문내용
도서관에 대한 인식	도서관이라는 공간, 역할에 대한 의견
	최근 도서관 이용 경험에 대한 의견
국립중앙도서관 인지도	국립중앙도서관 인지도
	국립중앙도서관 이용 경험에 대한 의견
국립중앙도서관 이미지	국립중앙도서관 현재 이미지에 대한 의견
	국립중앙도서관 기대하는 이미지에 대한 의견
	기대하는 이미지 형성 위해 집중해야 하는 역할에 대한 의견

4) 홍보전문가 그룹 경우 국립중앙도서관 현재 이미지, 기대 이미지 등 별도 항목 추가해 조사

국립중앙도서관 역할 및 핵심가치	국가적 차원에서의 국립중앙도서관 역할에 대한 의견
	도서관 이용자 차원에서의 국립중앙도서관 역할에 대한 의견
	국립중앙도서관의 핵심가치에 대한 의견
'국가대표도서관' 브랜드 아이덴티티	'국가대표도서관' 현재 이미지
	'국가대표도서관' 기대 이미지
	'국가대표도서관' 수행 역할 설정
문화·홍보 프로그램 인지	국립중앙도서관 문화·홍보프로그램 인지도
	국립중앙도서관 문화·홍보프로그램 평가

2.3 전문가 그룹 조사결과

2.3.1 국립중앙도서관 인지도가 낮은 이유

○ 낮은 인지도에 대한 전문가 그룹 의견

① 차별화된 컬렉션이 부족함

② 물리적 한계가 존재 (지리적, 접근성 문제)

③ '공부하는 곳', '책 있는 곳'이라는 도서관에 대한 한정적 인식 문제

④ 명확한 타깃 이용자를 고려하지 못함

⑤ 다양한 채널 활용 홍보 부족으로 지적함

<표 3> 전공 및 홍보 전문가 그룹 비교(1)

	전공 전문가 그룹	홍보 전문가 그룹
차별화된 컬렉션 부족	"국립중앙도서관은 다른 도서관과의 차이점이 없기 때문에 … 국회도서관을 이용하는 사람들은 국회도서관에서만 얻을 수 있는 자료 때문에 이용" "국립중앙박물관을 찾는 이유는 차별화된 컬렉션이 있기 때문이다"	
물리적 한계 존재	"국회도서관은 바로 앞에 정류장도 있고…, 국립중앙도서관도 대중교통이 접근하기 쉬운 곳으로 갔어야 … 현재는 사람들이 접근하기 어렵다"	"접근성 자체에서 지역주민 이외에 대중 교통 이용의 불편함이 존재한다"

'도서관'에 대한 한정적 인식 자체의 문제	"우리나라는 도서관은 단순히 공부를 하기 위한 공간…, 국립중앙도서관의 문제가 아닌 우리나라 '도서관'에 대한 인식 자체가 문제" "도서관은 연구에 필요한 가공할 수 있는 데이터가 존재하는 공간으로 자리잡아야…"	"수용자의 자료 이용 방법 등 미디어 변화에 따른 '도서관'이라는 공간에 대한 새로운 조작적 정의 필요한 시기임에도 시설 관리 차원에서 머무르고 있는 한계가 존재한다"
명확한 타깃 이용자 고려 필요	"1층에 가면 대부분이 노인분들, 이용자가 적어도 되니 제대로된 목적을 가지고 국립중앙도서관 방문하는 사람들이 많아져야 함" • 국립중앙도서관은 이용자를 전 국민으로 두고 있어서 힘든 부분 있음 "공공도서관은 지역주민이라는 바운더리가 있어서 제한적, 이용자들에 대한 연구와 어떤 타깃에게 우선적으로 서비스 제공할 것인지를 고민해야 함"	"국회도서관 경우, 논문자료 등과 같이 특정한 자료를 찾기 쉽다는 입소문이 돌고 있으며 명확한 타깃, 다시 말해 연구자 그룹과 같은 충성 고객군이 탄탄하게 형성되어 있다"
다양한 채널 활용 홍보 부족		"소셜미디어 등 다양한 채널을 활용하고 다양한 서비스와 이벤트를 통한 기관 홍보가 미흡하다"

2.3.2 국립중앙도서관 역할과 핵심 가치에 대한 의견

○ 역할과 핵심 가치에 대한 전문가 의견

① 국가 모든 자료와 문헌을 최대한 망라적 수집 및 보관하는 역할이 가장 중요하며 핵심 가치라고 지적 - 모든 정보와 자료를 조직화 하는 역량과 '국가 콘텐츠 센터' 규정

② 후대에 지식 문화 유산 전승

③ 이용을 위한 도서관이 아니라 '보존'을 위한 도서관
- '보존' 가치가 오히려 시설 관리 기관이라는 고정관념을 형성한다는 의견도 존재

④ 이용자 서비스 역할 강화 필요

⑤ 국민에게 실질적 혜택을 줄 수 있는 명확한 가치 제시 필요

<표 4> 전공 및 홍보 전문가 그룹 비교(2)

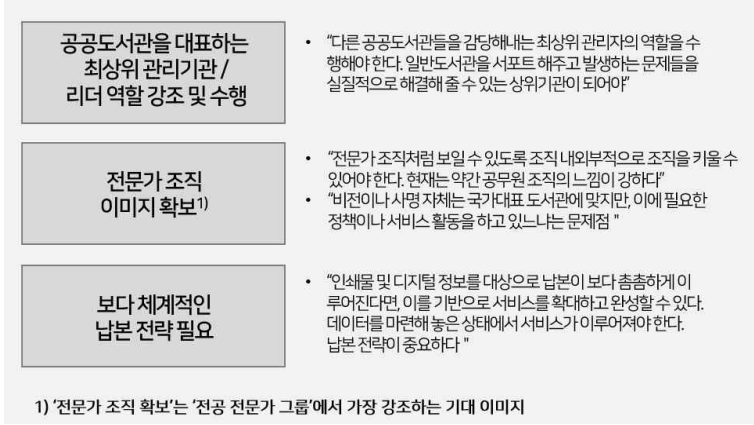
	전공 전문가 그룹	홍보 전문가 그룹
국가 모든 자료와 문헌을 최대한 망라적 수집 및 보관 **▸모든 정보/자료의 조직화** **▸국가 콘텐츠 센터 (주요 역할, 핵심 가치)**	"국립중앙도서관은 국가에서 나오는 모든 정보를 조직화 할 수 있어야 한다. 납본에서 누락되는 자료들을 찾아내고, 반드시 납본 해야 한다는 체제를 만드는 것 납본된 자료들의 보관과 검색, 활용까지 책임질 수 있어야 한다" "대한민국 영토 안에서 나오는 모든 책들을 납본을 통해 수집하고 보존하는 것이 국립중앙도서관의 역할" "국립중앙도서관은 납본을 하고 있기 때문에 어디에 가도 구하지 못하는 자료가 국립중앙도서관에는 있다라는 사실 자체가 특화된 서비스라고 볼 수 있다"	"대한민국 모든 정보와 자료를 광범위하게 수집하는 역할에 대한 능동적이고, 적극적인 홍보가 필요하다고 생각한다. 한국의 '전통, 지리, 자연, 인물' 등 공공성과 역사성의 기록을 전략적으로 관리하고 현대적으로 활용하는 고유 정보 및 미래 콘텐츠 센터가 되어야 한다 "
후대에 지식문화유산 전승	"국립중앙도서관의 가장 중요한 존재의 이유는 최대한으로 국가의 문헌을 수집하고 이를 영구적으로 보존하는 것에 있다"	
'이용' 을 위한 도서관 이 아닌, 보존' 을 위한 도서관	"가장 중요한 존재의 이유는 최대한으로 국가의 문헌을 수집하고 이를 영구적으로 보존하는 것에 있다"	"국립중앙도서관은 '책' 으로 연결되는 것이 아니라 '기관' 의 권위로 다가온다 "
이용자 서비스 역할 강화	"국립중앙도서관은 특정 연구에 있어 적합한 패키징을 제공할 수 있어야 한다. 대학도서관에서는 특정 연구를 하려는 사람이 사서에게 연구지원을 요청하면 기본적인 원데이터, 통계자료, 논문 등을 패키징해서 제공" "새로 바뀐 검색 플랫폼을 가장 먼저 접할 수 있는 곳 새로운 데이터, 정보검색 기술 및 방대한 정보를 경험할 수 있는 기관이 되어야 함"	
다양한 채널 활용 홍보 부족		"현재 국립중앙도서관이 하는 업무는 당연한 것 이것이 국민들에게 어떤 편익을 줄 수 있는지를 보여주지 않고 있다"

2.3.3 '국가대표도서관' 의 인식 강화 방안에 대한 의견

○ 국가대표 도서관에 대한 인식을 강화하기 위한 방안에 대한 전공 전문가 그룹 의견

① 공공도서관을 대표하는 최상위 관리기관 및 리더 역할 강조 및 수행이 필요함
② 전문가 조직 이미지 확보를 가장 중요하다고 강조함
③ 기존보다 체계적인 납본 전략이 필요하다는 의견이 있음

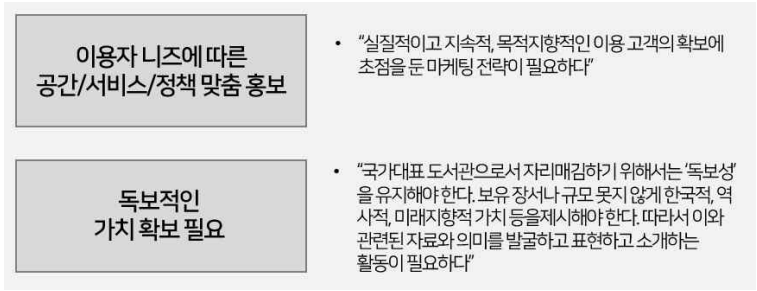
<그림 2> 전공 전문가 의견: 기존 역할의 강화 지적



○ 국가대표 도서관에 대한 인식을 강화하는 방안에 대한 홍보 전문가 그룹 의견

① 이용자 니즈에 따른 공간, 서비스, 정책 맞춤 홍보 및 마케팅을 해야 한다는 의견이 있음
② '독보성' . 즉 한국적, 역사적, 미래지향적인 가치를 담보할 수 있는 자료 발굴과 스토리텔링이 필요하다고 언급함

<그림 3> 홍보 전문가 의견: 맞춤 홍보



2.3.4 국립중앙도서관 향후 포지셔닝에 대한 의견

○ 이용자 확대 및 인식 제고를 위한 향후 포지셔닝 방향

① '시민에 개방된 도서관' 인식 형성과 '미래를 준비하는 공간' 으로 포지셔닝 해야 한다는 의견임

② 이용자에게 '모든 책과 자료가 다 있다' 는 신뢰 형성과 그를 통해 과거와 현재, 미래를 모두 볼 수 있는 도서관이라는 인식으로 **누구나 편하게 올수 있는 개방된 공간**임을 알려야 함

- '모든 자료가 다 있다' 는 신뢰 확보: 이용자에게 '대한민국의 모든 책과 자료가 다 있다' 는 신뢰 확보가 중요함
- 가고 싶은 곳: 국립중앙도서관이 과거와 현재, 미래를 모두 볼 수 있는 도서관이 되어, 누구나 편하게 즐길 수 있는 곳으로 만듦
- 시민에게 개방된 도서관[5]으로 인식시키기 위해 온·오프라인 모두 전략적이고 입체적인 프로그램 확보가 필요하다고 강조
- 가족 단위로 찾아와 경험을 쌓을 수 있는 공간 인식도 확보 필요

5) '도서관' 자체에 대한 새로운 정의가 필요하다는 의견임. '도서관' 을 '공부하는 곳, '책을 빌리는 곳' 이라는 인식의 변화가 필요하고 새로운 아이디어가 생성되는 공간, 시간과 공간을 즐기는 곳으로 인식 형성 필요

<그림 4> 홍보 전문가 의견: 국립중앙도서관 향후 포지셔닝

③ 국립중앙도서관은 국가의 모든 과거, 현재 데이터를 확보하고 공유하는 공간이며 플랫폼이라는 의미를 통해 중앙도서관을 '데이터를 다루는 공간' 으로 **미래 지식창의 공간**으로 재규정 필요

- 미래를 준비하는 공간[6]으로 도서관이 데이터를 다루는 공간으로 재규정 하고 도서관의 모든 구성원은 결국 데이터를 관리하고 다루는 전문가로서 포지셔닝할 필요가 있음
- 결국 국립중앙도서관은 "데이터 플랫폼" 으로 국가의 과거, 현재, 데이터를 확보하고 공유하는 공간이며 플랫폼으로서 포지셔닝해야 함

2.3.5 국립중앙도서관 문화·홍보 프로그램에 대한 의견

○ 국립중앙도서관 문화·홍보 프로그램의 방향

① 역동성이 강조되어야 함
- '국립중앙도서관에서 역동적인 무엇인가를 할 수 있다는 인식' 형성 필요

6) 미래 지향적인 이미지 확보가 중요함. 미래를 준비하고 데이터와 친해지는 공간 접근이 필요하며 친숙하고 즐겁고 유익한 경험과 세련되고 창의적인 콘텐츠 플랫폼의 의미를 담아야 함

② 전문적인 프로그램이어야 함

- 국립중앙도서관만의 자원을 이용한 전문적인 프로그램 필요함

<표 5> 프로그램 개발 방안에 대한 핵심 키워드

역동성	✓도서관에서 역동적인 무엇인가를 할 수 있다는 인식을 줄 수 있는 프로그램 필요 ✓일반 국민 대상의 프로그램이 아니더라도 국립중앙도서관이 가지고 있는 자원을 활용해서 수준에 맞는 프로그램 기획 ✓전시회도 책, 지식, 예술, 미래 등을 엮어 감각적이고 미래지향적인 전시 기획 ✓데이터 사이언스와 같은 전문적이면서 최근 트렌드 지식을 반영한 프로그램을 통해 대학생 및 30대 직장인을 유입 ✓사회적 기업이나 스타트업 등도 참여시켜 역동적이고 미래 지향적인 공간 이미지 강화
전문성	✓자주 하는 것이 아니더라도 국립중앙도서관의 급에 맞는 프로그램 기획 필요 ✓국립중앙도서관만의 자원을 활용해 일반국민 대상이 아니더라도 전문성을 느낄 수 있는 프로그램 기획 필요 ✓전국 단위의 연례적인 행사 기획 필요

2.4 일반 이용자 그룹 대상 조사결과

2.4.1 국립중앙도서관 인지 : 현재 이미지

○ 현재 이미지에 대한 일반 이용자 그룹 의견

① 국가대표 도서관으로 상징성을 가지고 있음

② 국가대표 '정보 통합관리 기관'이라는 이미지가 존재하고 있음

③ 심리적, 물리적으로 이용에 장벽 및 장애물이 존재하고 있음

④ 이용 경험 상, 노인층이 많으며 건물 외형이나 공간이 국가 대표성은 부족하다는 의견

<표 6> 이용 경험에 대한 주요 의견

긍정적	복합문화공간으로서 국립중앙도서관
	자료보존에 대한 노력 체감
부정적	노인층 이용자 집중
	일상적으로 방문하기 어려움
	도서관답지 않은 외관

<표 7> 대표적인 현재 이미지

국가대표도서관으로서 상징성을 가지고 있음 (대학원생 그룹 중심 의견)	"대표도서관이라는 느낌이 들며, 다른 도서관을 리드하는 느낌이 든다"
	"모든 자료를 다 가지고 있기 때문에 모든 자료를 공급해 줄 수 있다"
	"보관만 하는 것이 아니라 후세에 물려줘야 하는 역할로 상징성 있다"
국가대표 정보 통합 관리 기관 (일반인 그룹)	"일반적인 공공도서관, 대학도서관에서 지원하는 정보 제공 역할보다는 도서관 관리, 국가정보자원 총괄 수집하고 보존하는 기관 역할 이미지가 크다"
심리적/물리적 진입장벽 존재	"마음을 크게 먹고 가야할 것 같다. 공부하고 연구하지 않으면 오지 말라는 느낌"
	"대중교통 접근성 떨어짐"
	"대출이 안되는 점"
수동적인 행정기관 + 권위적	"고지식한 공무원 느낌을 준다"
	"나라에서 시키는 일을 그저 수행했을 뿐이라는 느낌"
국가 대표성 부족 (자부심을 느끼기 어려움)	"사람들이 자랑스럽게 내세울 수 있기엔 부족"
	"우리나라 대표 도서관이라고 하기엔 아쉬움"

2.4.2 국립중앙도서관 역할 및 핵심 가치에 대한 의견

○ 역할과 핵심 가치에 대한 일반 이용자그룹 인식

① 국내 모든 자료를 수집하고 보존하는 역할 수행은 국립중앙도서관의 핵심 역할이자 핵심 가치라는 인식 형성: 해당 역할을 더욱 강화해야 한다는 의견

② 전문성 확보를 위한 사서 위상 및 교육 강화 역할도 중요하다고 언급함

③ 젊은 층 이용자를 충분히 확보하기 위해서 방문이 아닌 활용할 수 있는 공간으로서 이용자 친화적 서비스 역할을 강화할 필요가 있다고 지적함

<표 8> 대학원 및 일반인 그룹 의견 정리

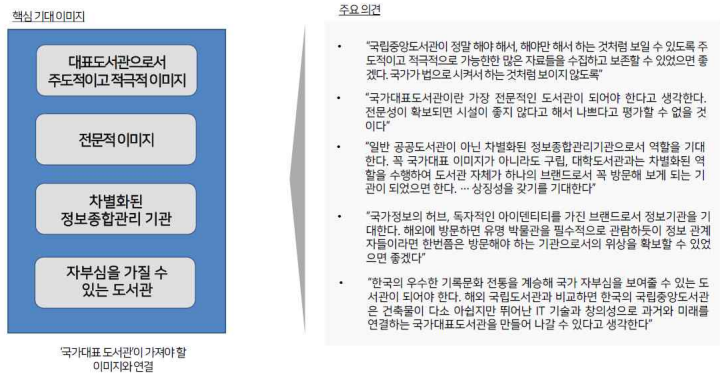
	대학원 그룹	일반인 그룹
국내 모든 자료 수집, 보존 역할 수행 (핵심 가치)	"국립중앙도서관에 기본적으로 요구되고 있는 역할을 이미 잘 하고 있는 것 같지만, 홍보를 잘할 필요는 있다" "국립중앙도서관은 우리나라의 대표도서관으로서 우리나라에서 생산되는 모든 지식들을 수집하고 그것을 잘 관리하고 후세에 물려준 의무를 가지고 있지 않은가? 그렇기 때문에 대표도서관이 될 수 있다고 생각한다"	"국가도서관의 가장 중요한 역할은 대한민국 지식문화유산을 다양한 형태로 보존, 전달, 계승하는 것이다. 국내 지식정보자원 뿐만 아니라 해외에 있는 한국 관련 기록물의 조사와 수집 또한 강화해야 한다"
전문성 강화 역할 (사서 위상 및 교육)	"사서들은 자신들에 대한 교육 강화가 필요하다고 생각"	"주제 전문 '사서'를 양성해야 한다. 해외 책들을 보면 'OOO사서에게 감사하다' 등의 코멘트를 다는 사례들이 굉장히 많다." "사서들에 대한 교육이 가장 중요한 역할이라고 생각한다. 사서들 개개인을 통해 도서관을 변화시킬 수 있을 것이다. 사서들의 발전이 곧 도서관의 발전이라고 볼 수 있다. 사서들도 교육을 통해 힘과 권위, 전문성을 동시에 획득할 필요도 있다"
이용자 친화적 서비스 역할 강화	"국립중앙도서관에 어르신들이 많지만, 젊은 층의 수요를 충분히 잡을 수 있는 인프라가 있기 때문에 이용자 친화적 서비스 필요"	"단순 이용이 아닌 활용을 할 수 있는 공간으로서 역할이 강화되어야 한다고 생각. 이용자의 연구활동지원이 강화되었으면 좋겠다"

2.4.3 국립중앙도서관(국가대표 도서관)에 대한 기대 이미지 의견

○ 국가대표 도서관(국립중앙도서관) 기대 이미지에 대한 일반 이용자 그룹 의견

① 대표 도서관으로 주도적이고 적극적인 태도의 이미지를 확보해야 함
② 전문적인 이미지의 강화 필요함
③ 차별화된 정보 종합 관리 기관의 위상을 형성해야 함
④ 자부심을 느낄 수 있는 도서관으로 인식하기 위함

<그림 5> 주요 의견 및 핵심 기대 이미지

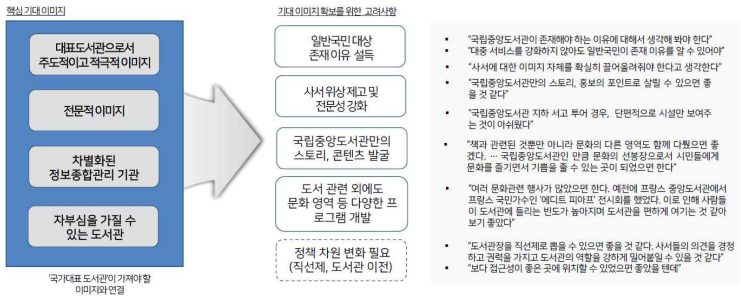


2.4.4 기대 이미지 확보를 위한 고려사항

○ 일반 이용자 그룹이 바라본 기대 이미지 확보를 위한 고려 사항

① 일반국민 대상으로 존재 이유를 더욱 강하게 설득이 필요함
② 사서 위상 제고 및 전문성을 강화시켜야 함
③ 국립중앙도서관만의 스토리 및 콘텐츠를 발굴해야 함
④ 도서 관련 외에도 다양한 문화 영역을 연계하여 프로그램을 개발해야 함

<그림 6> 기대 이미지 고려사항



2.4.5 국립중앙도서관 문화·홍보 프로그램에 대한 의견

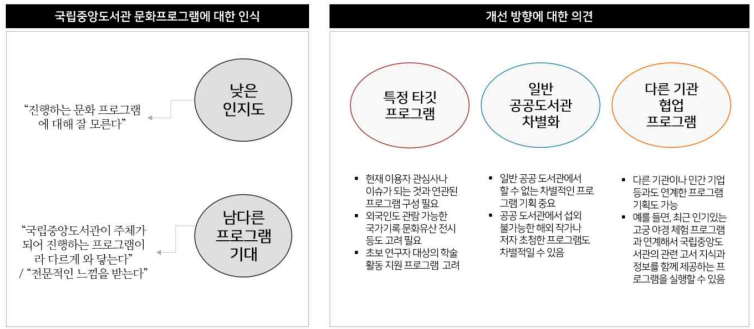
○ 문화·홍보 프로그램에 대한 일반 이용자의 의견

① 문화·홍보프로그램에 대해 인지도는 낮지만, 국립중앙도서관이 한다면 남다르고 전문적이라는 느낌은 있다는 의견

○ 개선 방향

① 특정 타깃 프로그램을 기획함
② 일반 공공도서관이 하지 못하는 차별적 프로그램을 기획 및 발굴함
③ 다른 기관과 협업 프로그램으로 외연 확대를 중요시함

<그림 7> 국립중앙도서관 문화프로그램에 대한 인식 및 개선방향에 대한 의견



2.5 정성조사 결과 종합 및 시사점

○ 결과 요약과 개선 방향 제안

① 국립중앙도서관 인지도 수준에 영향을 미치는 요인을 공통적으로 인지적 거리감과 물리적 거리감으로 나눠 설명할 수 있음
- 우선 인식적 거리감에서 지적되는 것은 첫째, '도서관'에 대한 한정적 인식 자체의 문제가 있음. 단순히 개인 학습 공부를 하는 공간이라는 인식이 크게 작용하며 연구에 필요한 가공할 수 있는 데이터, 정보, 책이 있는 공간이나 그 해당 서비스를 주는 공간으로 인식하지 못함

- 둘째, 국립중앙도서관의 경우, 다른 도서관과 비교해서 차별점을 인식하지 못하고 '책' 이나 '연구' 와 연결되는 것이 아니라 '기관' 이라는 권위로 다가옴
- 셋째, 일반적으로 노인층이 가장 많이 이용하는 도서관이라는 인식이 있으며 이용자의 타깃, 홍보 타깃에 대한 고민이 없이 이용자 대상 (홍보대상)을 전 국민으로 두고 있어 명확한 인지 형성에 어려움이 있음
- 한편, 물리적 거리감으로 지적하는 것으로 가장 많이 공통적으로 언급되는 내용은 사람들의 접근성의 한계임. 접근성 자체가 지역주민이나 뚜렷한 목적의식의 이용자 외에는 쉽게 접근하기 어려움. 둘째, 국립중앙도서관 규모와 외형적 한계를 지적하고 있음. 규모가 큰 반면 권위적인 이미지를 주다보니, 일반사람들이 쉽게 방문할 동기를 떨어뜨리고 관심도에 부정적인 영향을 미침

② 국립중앙도서관에 대한 현재 이미지 및 기대 이미지를 살펴보면, 긍정적인 이미지보다 부정적인 이미지가 보다 많은 의견으로 나타남
- '수동적인 업무 수행 기관' , '권위적인 느낌' , '국가대표도서관의 위상 부재' , '노령 이용자가 많은' 등 부정적인 인식이 형성되어 있음
- 기대 이미지로는 첫째, 미래지향적인 이미지를 확보하기 위해서 데이터를 다루는 공간으로 도서관의 포지션을 재규정할 필요가 있다고 지적함
- 둘째, 일반국민에게 친밀감 있는 인식을 높이고 시민에게 개방적인 인식을 형성시켜 한국의 대표 도서관답게 사람들이 부담 없이 접근할 수 있는 동기를 부여할 필요가 있음
- 셋째, 전문적이라는 이미지와 함께, 국가대표 도서관으로서의 자부심을 느낄 수 있어야 함

③ 국립중앙도서관의 핵심 가치로 강하게 인식하는 것은 역시 '국가 정보의 망라적 수집 및 조직화' 역할이다. 국가적 차원에서 '이용' 하는 도서관도 중요하지만, '보존' 의 의미로서 도서관도 그 역할이 분명함
- 모든 자료가 모여 있는 곳, 즉 "대한민국 콘텐츠 센터" 로서 그 가치가 명확하다고 지적함
- 둘째로는 전문성임. 이 부분에서 두 가지 차원으로 살펴봐야 함. 우선 사서의 전문성에 있음. 주제별 전문 사서를 양성하고 그 위상과 역할을 강화하는 것이 중요하며 사서들의 발전이 곧 도서관의 발전이라는 생각으로 사서 교육을 지원하고 관리하는 것은 국립중앙도서관의 핵심 가치임. 한편 '국가대표도서관' 에 걸맞는 전문성을 어떻게 사람들에게 알릴 것인가에 대한 홍보방안을 검토해야 함. 그것을 위해서는 전문성을 보여줄 수 있는 구체적이고 세부적인 내용이 철저히 준비되어야 함
- 셋째, 후대에 지식문화유산을 전승한다는 점은 국립중앙도서관만의 중요한 핵심가치임. 다만, 박물관이나 미술관보다는 전승의 의미와 이유를 명확하게 인지 못하는 측면을 홍보를 통해 개선할 필요가 있음

④ 국립중앙도서관에 대한 인식(인지도 및 이해도) 강화를 위해 해야 할 일을 크게 네 가지 측면에서 지적하고 있음
- 첫째, 도서관에 대한 새로운 정의를 통해 국립중앙도서관을 재인식시켜야 한다. 공부하는 곳이라는 인식, 책을 빌리는 곳이 아니라 '콘텐츠 보관' 과 그것을 활용한 새로운 아이디어 창출, 과거현재의 집단지성으로 새로운 미래 지식이 생성되는 공간이라는 인식을 전환 시킬 필요가 있음. 이를 바탕으로 미래 지향적인 이미지를 만들 수 있도록 20/30대 타깃의 프로그램과 서비스를 큐레이션하거나 개발해 홍보에 집중해야 함. 이 관점에서 '현대성' 을 가시적으로 보여줘

야 함. 최신의 책, 논문, 촉망받는 저자를 매개로 미디어 퍼블리싱을 강화하고 디지털 인프라를 활용한 참여 프로그램을 강화해 젊은 층과의 대면 커뮤니케이션을 높여야 함

- 둘째, 독보적인 가치를 확인하고 인식시켜야 한다. 국가대표도서관으로 자리매김하기 위해서는 보유 장서나 규모 못지 않게 한국적, 역사적, 지식문화유산 전승의 의미, 미래지향적 등의 가치를 제기할 필요가 있음. 내부 연구 기능이 부족하다면, 국립중앙도서관의 방대한 데이터를 활용한 지식 개발의 기회를 열어 이를 표현하고 소개하는 활동을 권장할 필요가 있음. 이를 통해 국립중앙도서관의 존재이유를 일반국민에게 이해시켜야 함
- 셋째, 이용자 타깃과 홍보 타깃을 구분하고 전략적인 홍보안을 차별적으로 마련해야 함. 특수한 자료나 전문적인 연구자 이외 일반인들에게 국립중앙도서관에 대한 인식을 강화하기 위한 방안은 필요함. 문화 및 전시 프로그램을 전략적으로 기획하여 다양한 타깃의 참여를 이끌 수 있게 공간을 개방하는 식의 접근이 필요함
- 넷째, 인식제고를 위해 국립중앙도서관의 역할과 기능에서 벗어나 다양한 이해관계자 네트워킹, 콜라보레이션이 필요함. 국립중앙박물관, 국립현대미술관 등과 함께 연상될 수 있도록 연계 문화행사나 홍보 프로그램을 공동기획할 필요가 있음. 또한 책, 독서문화, 지식소비 행태 등의 최신 트렌드에 부합하는 프로그램 기획과 기존 프로그램 재편성, 전국단위의 대표적인 프로그램 기획, 공공도서관의 콜라보레이션 프로그램, 지식문화 및 도서 학습 이용자 커뮤니티 발굴 연계 등 다양한 이해관계자와 역동적인 홍보 기획 활동이 수반되어야 함

⑤ 전문성 확보를 위한 사서 활동 방안 및 홍보 채널에 대한 의견을 종합해 보면, 사서 이미지 개선, 전문적 큐레이션이 강화된 사서 역할의 강화와 홍보, 홍보·소통의 전반적 개선, 도서관 공간커뮤니케이션의 강화 등이 필요

- 첫째, 사서를 인물 중심으로 홍보하는 것은 부적절하다는 의견이 있지만, 사서의 전문성을 콘텐츠로 활용해 미디어 채널 홍보를 강화할 필요가 있다는 지적임. 사서의 전문성을 보여주는 것은 국립중앙도서관의 전문성 이미지를 획득하는데 중요함. 국립국어원의 표준어, 어법 등의 질문답변 서비스가 구글에 오픈된 것처럼 '사서에게 물어보세요' 서비스, 사서 유니폼 도입 등을 고려할 수 있다는 의견도 있음. 이 부분은 사서의 이미지를 개선하는 차원에서 접근해야 하며, 단순히 사람 중심의 홍보가 되어서는 안됨. 주제 전문성을 바탕으로 사서가 이용자들에게 지식정보를 수집하고 데이터를 다루는데 필요한 기술을 안내해주는 '지식 퍼실리테이션'으로서 대외적으로 노출할 필요는 있음
- 둘째, 국립중앙도서관의 홍보 및 소통에 대한 인지수준을 살펴보면, 다양한 채널을 활용한 홍보가 부족함. 다양한 자료와 데이터를 수집, 보관하는 과정 자체도 하나의 홍보 콘텐츠가 될 수 있는데, 다양한 홍보 콘텐츠 발굴과 그에 부합하는 디지털 및 소셜 미디어 활용 방안이 미흡함. 문화행사 및 전시 프로그램도 책, 지식, 예술, 미래 등 가치와 감각이 어우러지고 온·오프라인으로 통합적인 홍보가 가능한 스토리텔링 형식으로 개선할 필요가 있음. 기본 문화행사 중 의미있는 주제가 많지만, 홍보 부족으로 국립중앙도서관의 인지도와 연계되지 않는 부분도 있음
- 셋째, 도서관 공간적으로 체험 및 경험 기록을 남길 수 있는 장치가 필요함. 단순히 '책이 있는 곳'에서 '시간과 공간을 즐기는 곳', '경험을 만드는 곳', '새로운 지식을 얻는 크리에이티브 장소' 등으로 재정의하고 그것을 사람들이 기억하고 인증할 수 있는 상징적인 오프라인 장치를 마련할 필요가 있음

제 3 장 내부구성원 워크샵 주요 결과

3.1 조사 개요

3.1.1 조사 목적

○ 국립중앙도서관의 인지도 및 이해도 형성에 영향을 미치는 문제점을 파악하고 브랜드 아이덴티티 개발 및 브랜드 스토리 개발에 필요한 국립중앙도서관 내부직원의 의견과 아이디어 수집을 목적으로 함
○ 내부직원들의 관점에서 국립중앙도서관의 속성, 특징, 정체성 요소를 살펴보고 국민 대상의 인식 조사(정량조사) 설문 구성에 필요한 기초 자료를 마련함
○ 외부에서 바라보는 국립중앙도서관 이미지와 내부에서 바라보는 기관의 이미지를 비교할 수 있는 기초 자료를 마련함

3.1.2 조사 대상 및 방법

○ 국립중앙도서관 사서 13명, 3-4인 1조로 3개 팀을 구성함
○ 이슈 파인딩 워크샵(Issue Finding Workshop), 침몰 게임, 부고 테스트 등
○ 퍼실리테이터가 주요 질문을 제시하고 참가자들이 플립차트, 포스트잇을 활용하여 자유롭게 아이디어와 의견을 기입하는 형식을 기초로 진행함

3.1.3 조사 일시 및 장소

○ 일시: 2019년 10월 21일(월) 오후 3시 ~ 5시 30분
○ 장소: 국립중앙도서관 디지털도서관 지하 3층 대회의실

3.2 국립중앙도서관 이미지

○ 긍정 이미지는 기능 차원에서 국립중앙도서관의 주요 역할 중심으로 형성되어 있음
- 보존과 납본의 기능, 사서 교육 및 분류체계 기준 제공 기능, 연구 지원 기능

○ 부정 이미지는 인식 차원에서 형성되어 있으며 주로 방문객 및 지역적 특색에 따라 외적 요인의 영향을 받는 것으로 나타남
- 주요 방문객이 노년층으로 인한 '노인' 도서관 이미지, 다양한 시설에도 불구하고 '도서관은 조용해야 한다' 는 고정적인 관념
- 서초 도서관, 서래마을, 성모병원, 조달청 등 지역적 위치 정보가 가장 먼저 떠오름

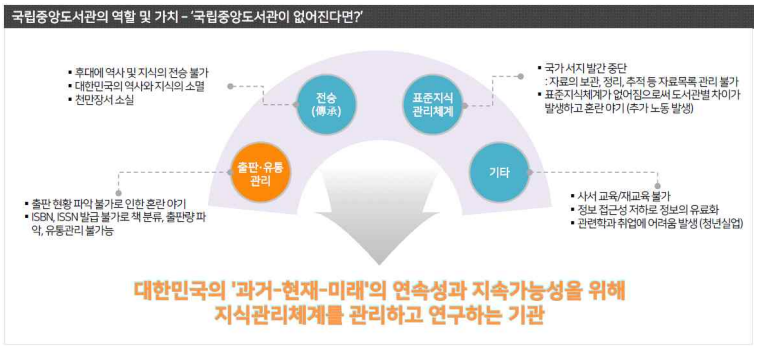
<그림 8> 국립중앙도서관에 대한 내부구성원의 이미지

3.3 국립중앙도서관의 역할 및 가치

○ 국립중앙도서관이 존재하지 않을 때 출판·유통 관리 혼란, 지식과 역사의 전승 불가, 표준지식관리체계 붕괴 등 문제 발생함
○ 즉, 국립중앙도서관은 출판·유통 관리, 전승, 표준지식관리체계 관리에서 필수불가결한 역할을 하고 있음

○ 이러한 역할을 기반으로 '국립중앙도서관은 대한민국 지식의 연속성과 지속가능성을 위해 지식 관리체계를 관리하고 연구하는 기관' 이라는 가치를 뽑아 냄

<그림 9> 국립중앙도서관의 역할 및 가치 _ 국립중앙도서관이 없어진다면[7]



3.4 국립중앙도서관 위험 요인

3.4.1 국립중앙도서관의 위험 요인

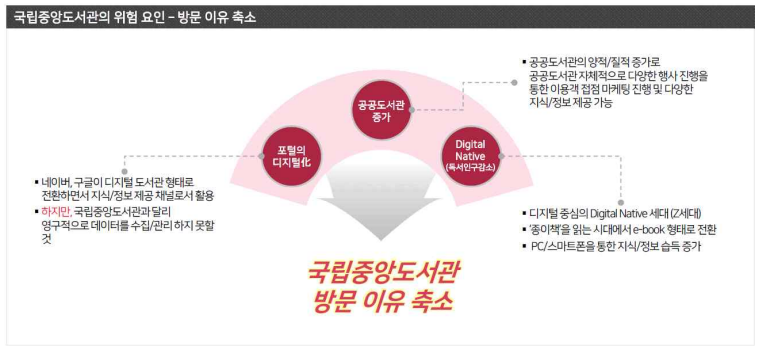
○ 포털의 디지털화, 공공도서관 증가, Digital Native(Z세대) 등장은 모두 국립중앙도서관 방문 이유를 축소 시킨다는 문제를 야기할 수 있다고 지적

- 박물관의 고서 수집, 인공지능의 발전으로 국립중앙도서관의 역할이 침해 받거나 축소될 것이라는 우려 존재
- 박물관의 고서 수집: 문헌 수집 및 보존 역할이 분산되며 해당 역할이 축소(침해)되고 있다는 문제 제기
- 인공지능 발전: 지금의 사서가 하는 일 또는 관리표준을 제작하여 지식/정보를 관리하는 업무를 인공지능이 대체할 것이라는 우려

7) 대한민국의 '과거-현재-미래'의 연속성과 지속가능성을 위해 지식관리체계를 관리하고 연구하는 기관

- 그러나, 박물관의 고서 수집은 가치와 가격이 높은 것에 한정되어 있기 때문에 모든 지식과 정보를 가치평가(차별) 없이 보존하는 역할은 필요하다는 의견

<그림 10> 국립중앙도서관 방문 이유 축소 및 역할 축소

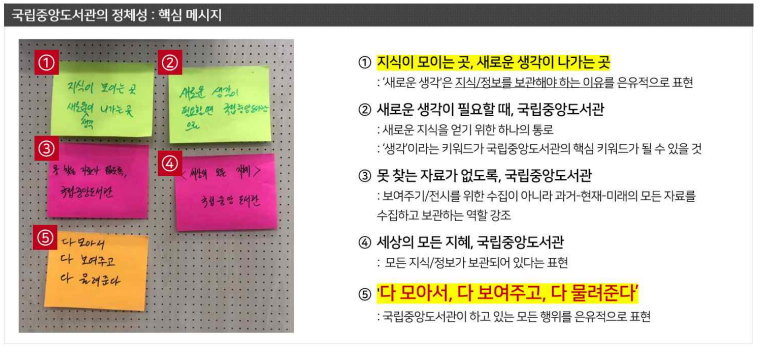


3.5 국립중앙도서관의 핵심 메시지(정체성): 키워드 변화

○ 현재 홈페이지 소개 메시지는 '지식정보자원의 보고', '지식문화유산 이용서비스의 고도화 실현' 등 어려운 키워드 중심으로 구성

○ 국립중앙도서관의 총망라한 지식/정보를 통한 '새로운 생각', '3 다: 다 모아서, 다 보여주고, 다 물려준다' 와 같이 국립중앙도서관의 가치 및 스토리를 은유적으로 표현하는 핵심 메시지 도출

<그림 11> 국립중앙도서관 핵심 메시지(정체성)



제 4 장 일반국민 대상 인식조사 개요

4.1 조사의 목적

○ 국립중앙도서관에 대한 일반 국민 인식 현황을 파악함
- 인지, 이미지, 비전과 역할에 대한 태도, 정책과 서비스 중요도, 소통에 대해 평가함

○ 국립중앙도서관 신뢰에 영향 미치는 요인 탐색함
- 국립중앙도서관 이미지 및 신뢰평가 근거를 파악함
- 이미지 및 신뢰의 세부 구성차원 확인 및 영향요인을 탐색함

○ 국립중앙도서관 긍정 이미지, 신뢰 인식 제고 방향성을 마련함
- 향후 국립중앙도서관 이미지, 신뢰 인식 강화를 위한 커뮤니케이션 활동 전반의 방향성 수립

4.2 조사의 기대효과

○ 국립중앙도서관 관련 이성적, 감성적 영역 인식 전반의 현황을 확인함

○ 국립중앙도서관 신뢰 확보를 위해 강조할 정책 및 서비스 우선 과제를 도출함

○ 커뮤니케이션 세부 전략 수립을 위한 기초자료를 마련함

4.3 조사설계

○ 정량조사는 전국 단위로 일반국민 대상으로 진행함. 조사지역은 제주도를 제외한 전국 16개 시도로 하고 성별, 연령, 지역별 인구통계비례할당으로 표본 추출

○ 표본은 총 1,000명으로 하고 온라인 서베이 (패널)로 조사를 실시함

<표 9> 국립중앙도서관 온라인 서베이 조사 설계

조사대상	일반 국민 대상
조사지역	서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산, 경기 강원, 충북, 충남, 전북, 전남, 경북, 경남, 세종 (16개 시도)
조사방법	온라인 서베이
표본크기	총 1,000명
표본할당	성별 / 연령/ 지역별 인구통계 비례 할당
표본오차	신뢰수준 95%에서 ±3.07%p
조사기간	2019년 11월 5일 - 2019년 11월 8일

○ 조사설문은 인구통계정보를 제외하고 총 6개 파트로 나누어 설문내용을 설계함: 도서관에 대한 인지도, 도서관의 역할과 비전에 대한 공감도, 도서관의 주요 추진 정책과 서비스에 대한 중요성 동의도, 도서관에 대한 비보조 이미지, 보조 이미지, 도서관에 대한 신뢰관계 인식, 정보습득경로와 도서관 소통 형태에 대한 평가 등으로 구성함

<표 10> 국립중앙도서관 설문지 조사 내용

구성	세부 내용
A. 국립중앙도서관 기본 인식	A-1) 주로 방문했던 도서관
	A-2) 평소 도서관을 방문한 횟수
	A-3) 국립중앙도서관에 대한 인지도
B. 국립중앙도서관 비전과 역할에 대한 인식	국립중앙도서관의 사명과 역할 인지도
C. 국립중앙도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식	C-1) 인프라 구축 정책 및 협력 네트워크 강화
	C-2) 서비스 구축 및 정보 서비스 제공 정책
D. 국립중앙도서관 이미지	국립중앙도서관 핵심단어 파악 및 가치 판단
E. 국립중앙도서관에 대한 신뢰	E-1) 국립중앙도서관의 태도 및 공정타당성에 대한 인식
	E-2) 국립중앙도서관의 신뢰 점수 파악
F. 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식	F-1) 국립중앙도서관 관심도 조사
	F-2) 국립중앙도서관 소식 및 정보에 대한 채널조사
	F-3) 이용하는 채널을 통해 얻는 정보 분석
	F-4) 국립중앙도서관과 이용자의 관계 인식
	F-5) 국립중앙도서관 소통에 대한 평가
D. 인구통계학적 질문	성별, 나이, 결혼유무, 거주지역, 학력, 직업, 월평균 소득

4.4 응답자 인구통계학적 특성

<표 11> 국립중앙도서관 인구통계학적 특성

성별	**남성**	**여성**									
	510 (51.0%)	490 (49.0%)									
연령	**만 20-29세**	**만 30-39세**	**만 40-49세**	**만 50-59세**	**만 60-69세**						
	185 (18.5%)	197 (19.7%)	230 (23.0%)	232 (23.2%)	156 (15.6%)						
거주지	**서울**	**부산**	**대구**	**인천**	**광주**	**대전**	**울산**	**세종**			
	200 (20.0%)	67 (6.7%)	49 (4.9%)	59 (5.9%)	28 (2.8%)	28 (2.8%)	24 (2.4%)	5 (0.5%)			
	경기	**강원**	**충북**	**충남**	**전북**	**전남**	**경북**	**경남**			
	255 (25.5%)	30 (3.0%)	32 (3.2%)	39 (3.9%)	34 (3.4%)	34 (3.4%)	52 (5.2%)	64 (6.4%)			
직업	**전문직**	**경영관리 /사무직**	**자영업**	**판매서비스직**	**생산기능직**	**농림수산 /축산업**	**전업주부**	**학생**	**프리랜서**	**무직 / 기타**	
	93 (9.3%)	458 (45.8%)	67 (6.7%)	46 (4.6%)	44 (4.4%)	8 (0.8%)	119 (11.9%)	54 (5.4%)	30 (3.0%)	81 (8.1%)	
최종학력	**중학교 졸업**	**고등학교 재/졸업**	**대학 재/졸업**	**대학원 재/졸업**							
	8 (0.8%)	165 (16.5%)	704 (70.4%)	123 (12.3%)							
월평균소득	**100만원 이하**	**101-200 만원**	**201-300 만원**	**301-400 만원**	**401-500 만원**	**501만원 이상**					
	100 (10.0%)	179 (17.9%)	260 (26.0%)	168 (16.8%)	140 (14.0%)	153 (15.3%)					

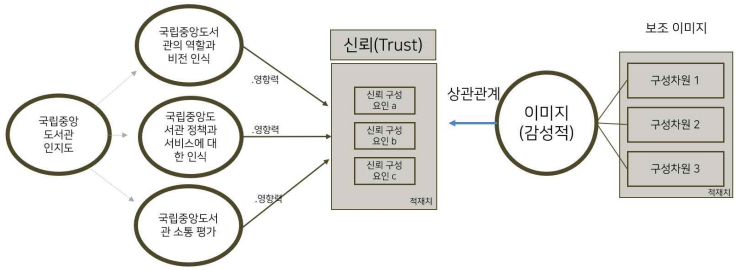
4.5 분석 방법

4.5.1 국립중앙도서관 분석 체계

○ 본 조사는 인식(Perception)의 현황을 파악하는 것으로 감성적 이미지와 조직 신뢰에 영향을 미치는 요인을 파악하는 것에 초점을 맞춤

○ 국립중앙도서관의 기대 이미지를 개선하고 신뢰관계를 높이기 위한 요인을 추적 분석하도록 설계

<그림 12> 국립중앙도서관 분석 체계



4.5.2 국립중앙도서관 분석 방법

○ 분석방법으로 SPSS 를 활용한 기술 통계 활용, 변인간의 관계 분석을 위해 측정 항목간 신뢰도 확인을 위해 Cronbach's 를 적용함. 또한 변인 구성차원 탐색을 위해 요인분석을 실행함

○ SPSS 통계패키지를 통해 변인간의 상관관계를 파악하고 영향요인 탐색을 위해 다중 회귀분석을 적용함

<표 12> 국립중앙도서관 분석 방법

인식 현황 파악	✓SPSS를 활용한 기술통계
변인 간 관계 및 영향력 진단	✓측정항목 신뢰도 확인을 위한 Cronbach's α ✓변인 구성차원 탐색을 위한 요인분석 (EFA, Exploratory Factor Analysis) ✓변인 간 상관관계 파악(Correlation Analysis) -(SPSS 통계 패키지) ✓영향요인 탐색을 위한 다중회귀분석 (Multiple Regression Analysis) -(SPSS 통계 패키지)
개선과제 분석	✓중요도 분석 (IPA, Important Performance Analysis) - (SPSS 통계 패키지)

제 5 장 일반국민 대상 인식조사 결과

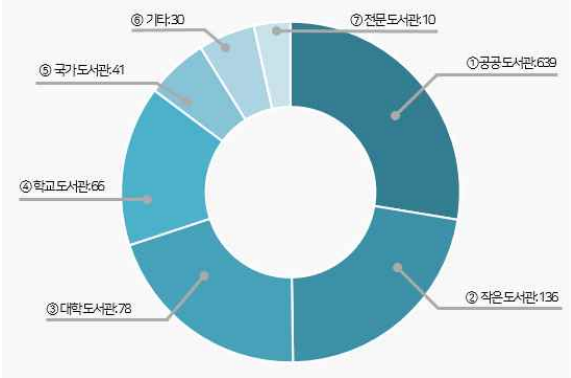
5.1 국립중앙도서관 기본 인식

5.1.1 국립중앙도서관 이용 행태

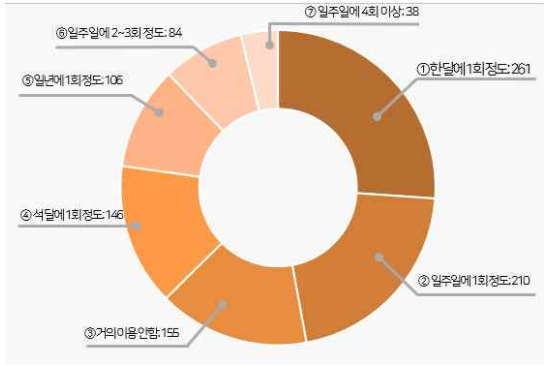
○ 가장 많이 이용하는 도서관은 공공도서관(63.9%)으로 나타났으며, 주로 한 달에 1회(26.1%), 일주일에 1회(21.0%) 방문함

○ 거의 이용하지 않는 경우는 15.5%이며, 일주일에 4회 및 2~3회 방문하는 경우도 12.2%로 나타남

<그림 13> 귀하가 주로 방문하는 도서관은 어디입니까?



<그림 14> 귀하는 도서관을 얼마나 자주 방문하십니까?



5.1.2 국립중앙도서관 인지도

○ 설문 응답 대상자의 국립중앙도서관 인지도

- 국립중앙도서관 인지도에 대해서는 '국립중앙도서관에 대해 잘 알고 있다' (5.4%), '어느 정도 알고 있다' (45%), '들어본 적 있다' (39.4%), '모른다' (10.2%) 로 나타남
- 5점 척도 인지도 평균 3.44를 백점으로 환산하면 **61점**임 (3점을 50점으로 했을 경우)

○ 설문 응답 대상자의 인구사회학적 특성에 따른 국립중앙도서관 인지도

- 서울에 거주하고 고소득(401만원 이상)이며 고학력 및 전문직 종사자일수록 인지도가 높게 나타나는 것으로 나타남
- '잘 알고 있다' (5.4%), '어느 정도 알고 있다' (45%)의 50.4% 중 연령별 분포는 50대(25.8%) > 40대(21.6%) > 30대(18.3%) > 60대(17.5%) > 20대(16.9%) 순으로 나타남

○ 인지도가 높게 나타나는 일반국민의 특성[8] 요약

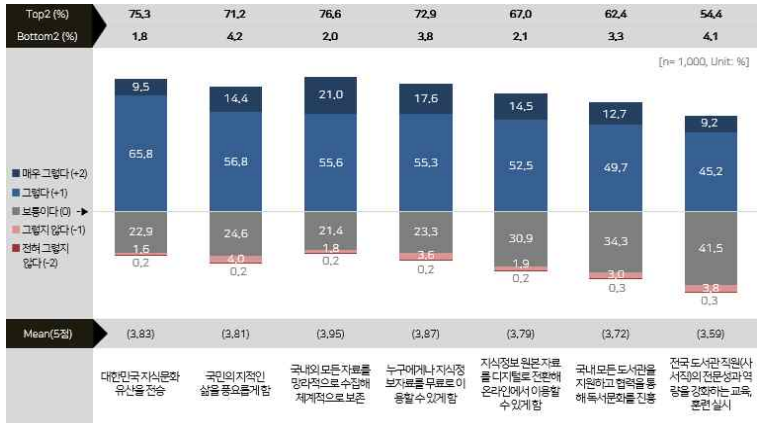
① **서울(3.66)**과 경기도(3.49) 중심으로 인지도 형성 ➔ 통계적으로 집단간 차이 보임
② **401만원~500만원(3.64), 501만원 이상(3.73) 소득 범위 계층**이 400만원 이하 사람보다 인지도가 높음
③ **전문직 종사자(3.62)**가 생산, 판매/서비스, 자영/농수산업(3.34)보다 인지도가 높게 나타남
④ **학력이 높을수록** 인지도가 높음

[8] 통계적으로 유의미 값이 있는 경우를 뜻함
P = Min + {A x (X - 1)} ☜ A = (Max - Min) / (k -1) : K 척도, 최대/최저(100/50)

5.2 국립중앙도서관 비전과 역할에 대한 인식

5.2.1 국립중앙도서관 비전과 역할에 대한 일반 인식

<그림 15> 국립중앙도서관의 사명과 역할에 대한 공감도



○ 위 그래프를 보면, '국내외 모든 자료를 망라적으로 수집해 체계적으로 보존'(3.95), '지식정보자료를 무료로 이용할 수 있게 한다'(3.87), '대한민국의 지식문화 유산을 전승한다' (3.83)에 대해 공감하는 정도가 높게 나타남
○ 반면, '전문 도서관 직원(사서직)의 전문성과 역량을 강화하는 교육과 훈련을 실행한다' (3.59)에 대해 공감하는 정도는 상대적으로 낮게 나타남
○ 인지도가 높아질수록 해당 항목에 대한 공감도도 높아짐(통계적 유의미함)

5.2.2 집단간 비교 분석

○ 전반적으로 일반국민이 이용자(B), 전문가(C), 내부직원(D)에 대한 평균값이 낮은 것으로 나타남
- 일반인과 전문가, 내부직원 간의 차이는 통계적으로 유의미

○ 일반인과 내부직원은 ‘지식문화 유산을 전승/전문 도서관 직원(사서) 전문성 및 역량 강화 교육’에 대한 점수는 0.7점 이상의 차이를 보임

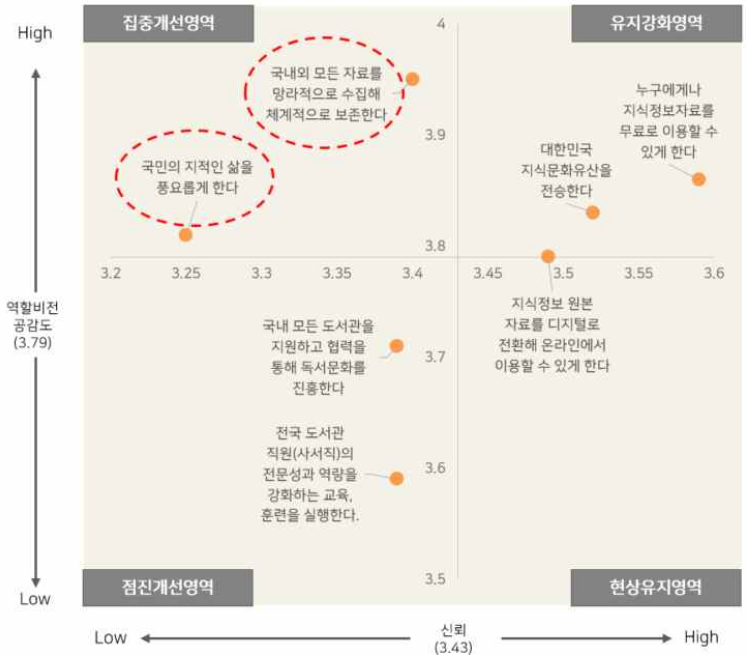
○ 일반인과 전문인은 ‘국내외 모든 자료의 망라적 수집과 체계적 보존’에서 0.7정도의 차이가 나타남

<그림 16> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 그래프[9)]

9) ※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

5.2.3 국립중앙도서관 비전과 역할 중 강조해야 할 요소.

<그림 17> 국립중앙도서관 비전과 역할 IPA 분석결과



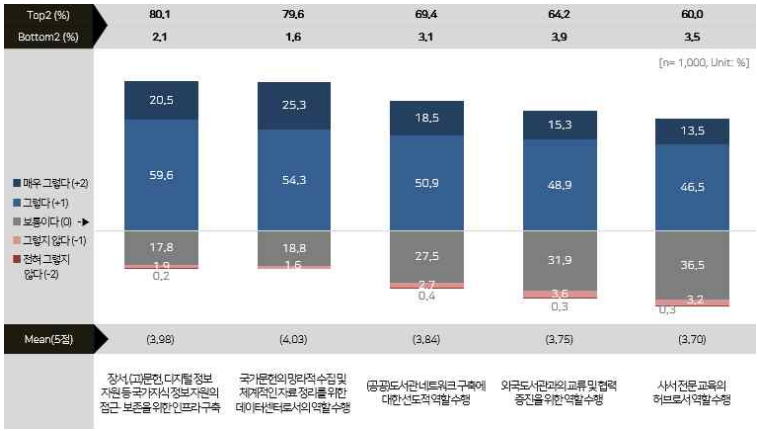
○ 위 그래프를 보면, 역할과 비전에 대한 공감도는 높지만 신뢰도는 낮은 ‘국내외 모든 자료를 망라적으로 수집해 체계적으로 보존한다’와 ‘국민의 지적인 삶을 풍요롭게 한다’를 우선적으로 강화해야 함

○ 점진적으로는 신뢰도와 공감도가 모두 낮은 ‘국내 모든 도서관을 지원하고 협력을 통해 독서 문화를 진흥한다’, ‘전국 도서관 직원(사서직)의 전문성과 역량을 강화하는 교육, 훈련을 실행’의 역할을 강조해야 함

5.3 국립중앙도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식

5.3.1 주요 추진 정책과 서비스 중요성에 대한 일반 인식 (1)

<그림 18> 국가지식정보 자원 접근 및 보존의 인프라 정책 반응도



○ 정책과 서비스에 대한 중요도 응답 결과를 살펴보면, '국가 문헌의 망라적 수집 및 체계적인 자료 정리를 위한 데이터 센터로서의 역할'(4.03), '국가지식정보 자원의 접근·보존을 위한 인프라 구축'(3.98) 에 대한 중요성을 동의하는 정도가 가장 높았음

○ 반면, '사서 전문 교육의 허브로서 역할 수행' (3.70)의 중요성에 동의하는 정도는 상대적으로 낮게 나타남

○ 인지도 "들어본 적 있는 사람", "어느 정도 알고 있는 사람 "은 '잘 알고 있다" 는 사람들보다 중요도를 낮게 생각하고 있음 ➔ 통계적 유의미 (p <.05)

5.3.2 집단간 비교 분석

○ 일반인과 전문가는 국가지식 정보자원의 접근과 보존을 위한 인프라 구축과 데이터 센터로서의 역할 수행에서 0.6 이상의 차이를 보임

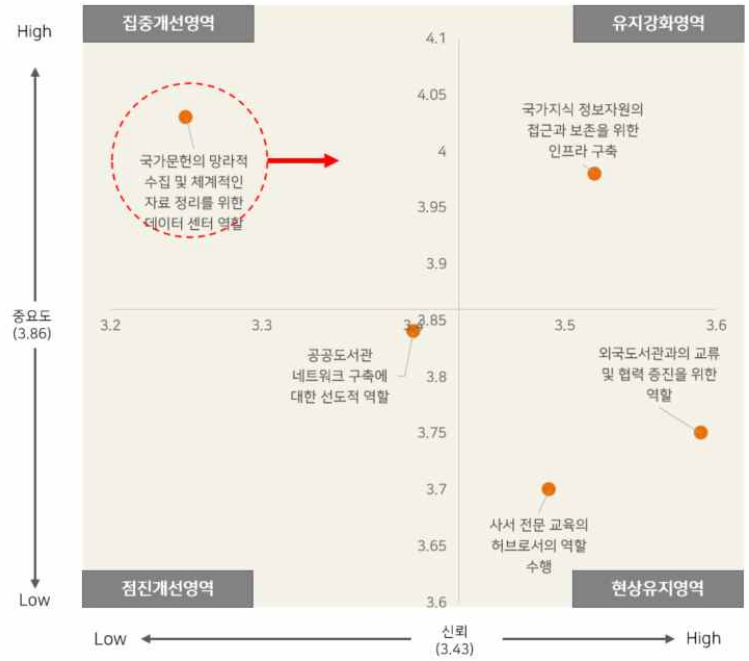
○ 일반인과 내부직원은 외국도서관과의 교류 및 협력 증진을 위한 역할, 사서 전문교육의 허브로서의 역할 수행에서 0.6 이상의 차이를 보였으며 특히, 사서 전문교육의 허브 역할 수행은 전체적으로 가장 큰 차이 (0.668)를 나타냄

<그림 19> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 그래프[10]

10) ※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

5.3.3 국립중앙도서관 주요 추진 정책과 서비스 중 강조해야 할 요소

<그림 20> 국립중앙도서관 주요 추진 정책과 서비스 IPA 분석결과



○ 위 그래프를 보면, ‘국가문헌의 망라적수집 및 체계적인 자료 정리를 위한 데이터 센터 역할’에 대한 중요성 인식을 강화할 필요가 있음

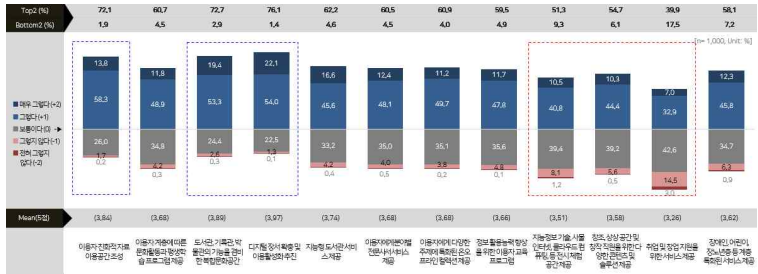
○ 현상유지영역이지만, ‘사서 전문 교육의 허브로서의 역할’이 어떤 의미인지, 왜 중요한지를 지속적으로 알리는 것은 필요함 (전문가 심층인터뷰와 연계해석)

5.3.4 주요 추진 정책과 서비스 중요성에 대한 일반 인식 (2)

○ ‘디지털 장서 확충 및 이용활성화 추진’(3.97), ‘도서관, 기록관, 박물관의 기능을 겸비한 복합문화공간’(3.89), ‘이용자 친화적 자료이용공간 조성’ (3.84)은 정책과 서비스의 중요도를 높게 생각하고 있음

○ ‘취업 및 창업 지원을 위한 서비스’ (3.26), ’지능정보 기술, 사물인터넷, 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터, 로봇, 증강현실, 가상현실, 혼합현실 등 전시, 체험공간 제공’(3.58), ‘창조, 상상 공간 및 창작 지원을 위한 다양한 콘텐츠와 솔루션 제공’에 대한 중요도는 낮게 나타남

<그림 21> 이용자 경험기반 서비스 구축 및 계층 다변화 정책 중요도



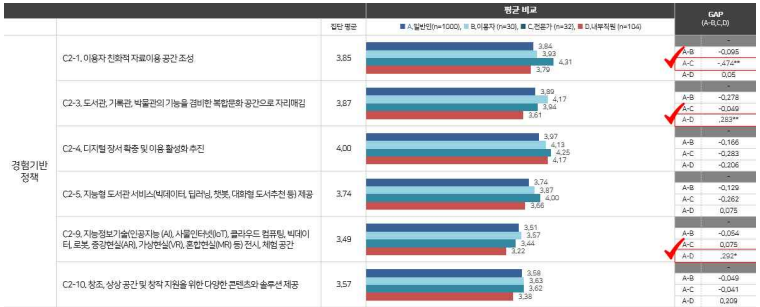
5.3.5 집단간 비교 분석: 경험 기반 정책과 서비스

○ ‘디지털 장서 확충 및 이용 활성화 추진’ 문항을 제외한 모든 문항에서 일반국민의 평균이 내부직원의 평균보다 높게 나타나지만 이는 통계적으로 유의미하지 않음

○ 일반인과 전문가는 이용자 친화적 자료이용 공간 조성에서 0.4 이상의 차이를 보임 (가장 큰 차이, - 0.474)

○ 일반인은 내부직원보다 복합문화공간, 지능정보기술, 사물인터넷, 빅데이터, 전시 체험 공간 정책을 중요하다고 생각함

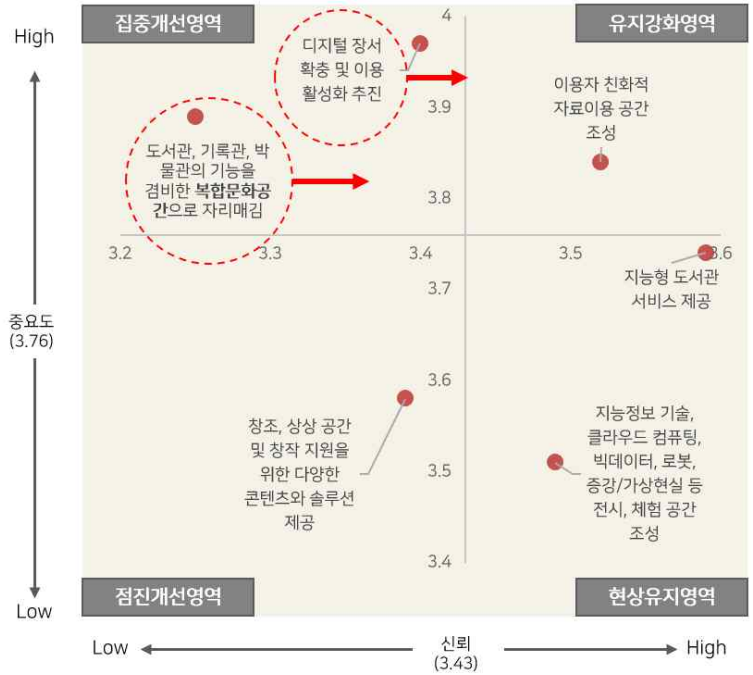
<그림 22> 국립중앙도서관 경험 기반 정책 집단간 비교분석 그래프[11]



11) ※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

5.3.6 국립중앙도서관 경험 기반 정책과 서비스 중 강조해야 할 요소

<그림 23> 국립중앙도서관 경험 기반 정책과 서비스 IPA 분석결과



○ ‘디지털 장서 확충 및 이용 활성화 추진’, ‘복합문화 공간으로 자리매김’ 정책과 서비스를 강조하고 홍보 집중 필요

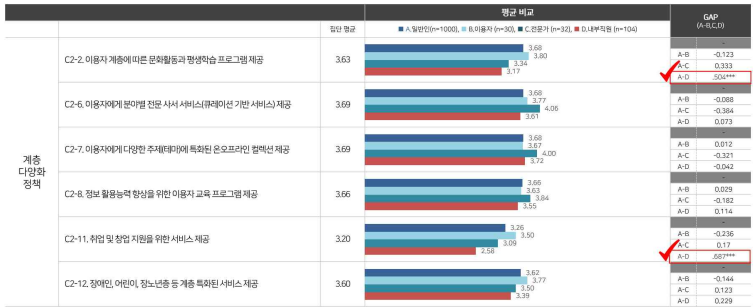
○ 두번째로는 ‘창조, 상상 공간 및 창작 지원을 위한 다양한 콘텐츠와 솔루션 제공’ 서비스에 대한 중요성을 점진적으로 강화해야 함

5.3.7 집단간 비교 분석: 계층 다양화 정책과 서비스

○ ‘이용자에게 다양한 주제에 특화된 온오프라인 컬렉션 제공’ 문항을 제외한 모든 문항에서 일반국민 평균이 내부직원 평균보다 높게 나타나지만 이는 통계적으로 유의미하지 않음

○ 일반국민은 내부직원보다 이용자 계층에 따른 문화활동과 평생학습 프로그램 제공, 취업 및 창업 지원을 위한 서비스 제공에 대해 0.5 이상 중요하게 생각하고 있음

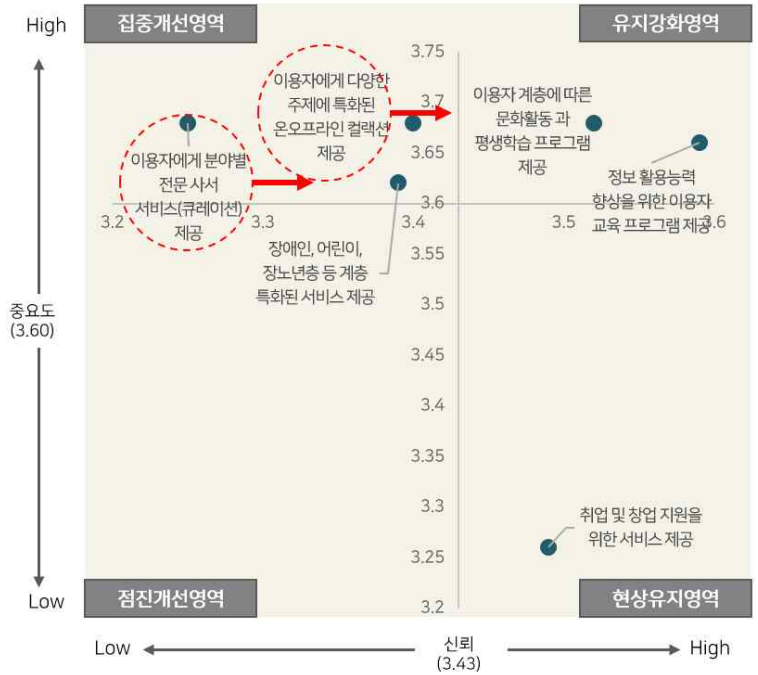
<그림 24> 국립중앙도서관 계층 다양화 정책 집단간 비교분석 그래프[12)]



12) ※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

5.3.8 국립중앙도서관 계층 다양화 정책과 서비스 중 강조해야 할 요소

<그림 25> 국립중앙도서관 계층 다양화 정책과 서비스 IPA 분석결과



○ ‘이용자에게 다양한 주제에 특화된 온오프라인 컬렉션 제공’ 서비스를 강조하고 홍보 집중 필요

○ 또한 ‘이용자에게 분야별 전문 사서 서비스(큐레이션) 제공’을 강조하고 홍보 집중 필요

5.4 국립중앙도서관 이미지

5.4.1 국립중앙도서관 비보조 이미지

○ ‘책, 도서, 정보, 자료’ 등의 망라적 수집, 문화 보존 등 도서관의 기능적 역할과 국가대표 도서관, 규모적으로 가장 큰 도서관 등의 키워드가 가장 많이 언급됨

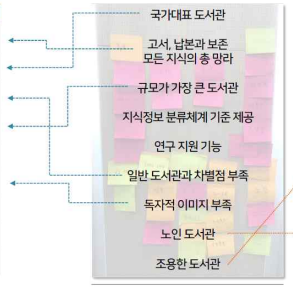
○ 독자적 이미지 및 일반 도서관과 차별점이 부족하다는 내부 이미지와 같이 ‘단순히 국가가 운영하는 도서관’, ‘모름, 없음’ 등도 많이 언급됨

○ 감성적 이미지 키워드로는 ‘전문적’이 가장 많이 빈출하였으며, ‘조용한’, ‘권위적인’, ‘ 오래된’ 등 단어가 나타남

<그림 26> 국립중앙도서관의 떠올리게 되는 단어

구분	n
책, 도서, 정보 총 망라적 수집	243
국가대표 도서관	121
국가 운영 도서관 (공공/국립/국가 도서관)	105
가장 큰 도서관 규모적 크기	102
문화 보존	73
모른다, 없다	40
역사와 전통	38
지역적 특성	32
접근 어려움	25

※디지털(7), 남산(4), 논문(2), 국회(1), 여의도(1)



내부 워크샵 : 국립중앙도서관 이미지

구분	n
전문적인	16
딱딱한	9
조용한	8
권위적인	7
오래된(올드한)	6
편리한	6
편안한	6
유용한	5
깔끔한	4

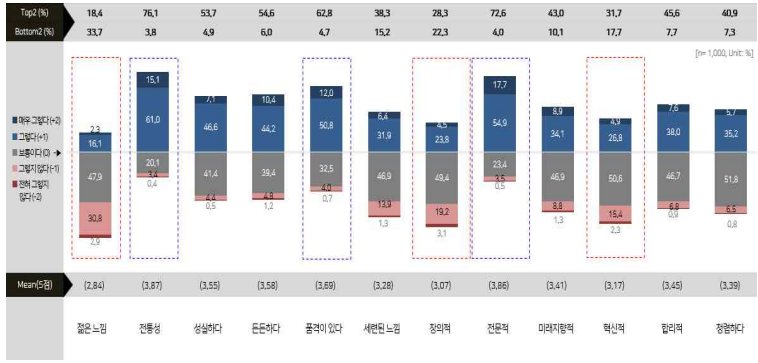
5.4.2 국립중앙도서관 이미지

○ 국립중앙도서관의 보조 이미지로, ‘전통성’(3.87), ‘전문성’(3.86), ‘품격 있는’(3.69)에 대해서는 동의도가 높게 나타남

○ 반면, ‘젊은 느낌’(2.84), ‘창의적’(3.07), ‘혁신적’(3.17)에 대해서는 동의도가 낮은 것으로 나타남

- 통계적으로 국립중앙도서관의 이미지는 크게 ‘전통적’ 이미지와 ‘혁신적’ 이미지로 묶일 수 있음
- 인지도가 높을수록 전통성 이미지, 혁신성 이미지 모두 높게 인식하며 학력이 높을수록 혁신성 이미지는 낮아짐

<그림 27> 국립중앙도서관 보조 이미지



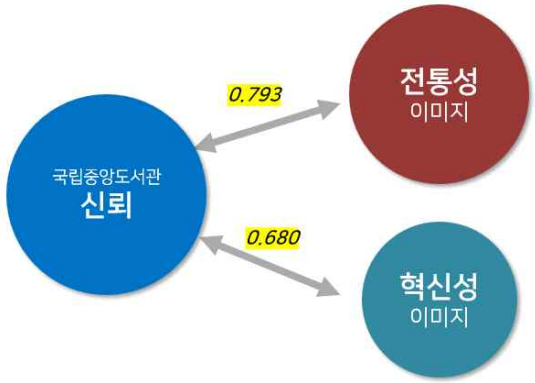
5.4.3 국립중앙도서관 이미지와 신뢰 상관관계 분석

○ 국립중앙도서관에 대한 일반국민들의 이미지(전통성, 혁신성), 신뢰 인식 결과를 기반으로 상관관계를 도출함
- 각 0.793, 0.680의 매우 높은 상관관계를 확인함

① 현재 긍정적인 영향으로 국립중앙도서관의 신뢰 형성에 ‘전통적인 이미지(전통성, 품격, 전문성)’가 가장 크게 영향을 미치고 있음

② 혁신적 이미지(창의적, 혁신적)도 ‘전통성’ 이미지보다는 상대적으로 낮지만, 신뢰에 상당한 영향을 미침

<그림 28> 신뢰관계와 이미지간의 상관관계 분석 [13]



<표 13> 전통성 이미지와 혁신성 이미지의 신뢰관계간 상관관계 비교

		전통성 이미지	혁신성 이미지	신뢰
전통성 이미지	Pearson Correlation	1	.698	.793
	유의확률			
혁신성 이미지	Pearson Correlation	.698	1	.680
	유의확률	0		0
신뢰	Pearson Correlation	.793	.680	1
	유의확률	0	0	

13) ①전통성 이미지 (7개) : D2-2 전통성, D2-3 성실, D2-4 든든, D2-5 품격, D2-8 전문성. D2-11 합리성, D2-12 청렴
②혁신성 이미지 (5개) : D2-1 젊음, D2-6 세련됨, D2-7 창의성, D2-9 미래지향성, D2-10 혁신성

5.4.4 국립중앙도서관 집단간 비교 분석: 전통/전문성 부분

○ 전통성 이미지, 혁신성 이미지에서 집단간 통계적으로 유의미한 차이는 나타나지 않지만, 세부 문항 별로는 통계적으로 유의미한 차이가 나타나고 있음

○ 내부직원은 일반국민보다 0.5 이상 국립중앙도서관을 성실(0.561)하고 청렴(0.615)하다고 생각하고 있음

<그림 29> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 그래프[14] : 전통/전문성 이미지

5.4.5 국립중앙도서관 집단간 비교 분석: 혁신성 부분

○ 도서관 이용자가 전반적으로 혁신성 이미지 항목에서 높은 점수를 주고 있지만 통계적으로 유의미성은 낮게 측정됨

○ 이용자는 내부직원보다 국립중앙도서관이 세련된 느낌을 준다고 생각하고 있음[15]

14), ※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

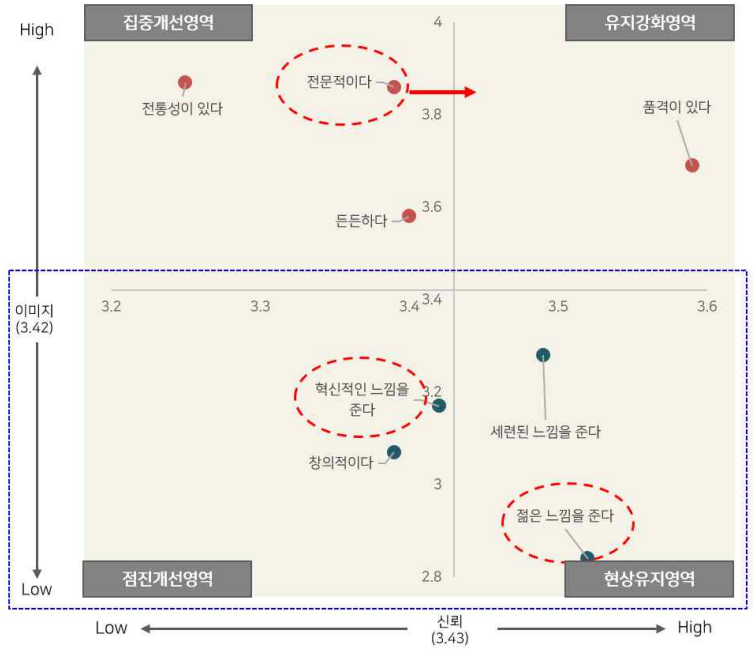
15) B-C, p** 0.1

<그림 30> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 그래프 : 혁신성 이미지[16)]

16), ※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

5.4.6 국립중앙도서관 기대 이미지 도출

<그림 31> 국립중앙도서관 기대 이미지 IPA 분석결과



○ ‘전문적’ 이미지 강화가 필요하며, 점진적으로는 혁신적인 느낌을 주고 창의적인 이미지를 확보해야 함

○ 본 분석결과는 같은 Resource를 고려할 때, 개선해야 할 대상의 우선순위를 선정하는데 도움을 주지만, 조사결과를 종합적으로 파악하면, 국립중앙도서관의 이용자 층위를 2030대로 확대해야 하므로 혁신적인 느낌을 이끌면서 젊은 층의 이용 동기를 높일 필요가 있음

5.5 국립중앙도서관 신뢰

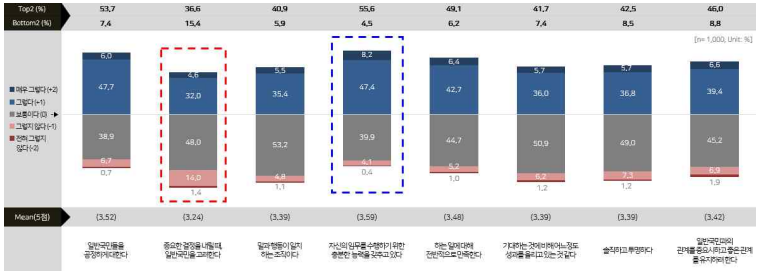
○ 조사결과를 살펴보면 국립중앙도서관 신뢰 관련, 수행 능력 (자신의 임무를 수행하기 위한 충분한 능력을 갖추고 있다.3.59)에 대한 동의도는 높게 나타남

○ 다만, 일반국민 의견수렴과 반영 프로그램을 고려하여 15.4%가 '중요한 결정을 내릴 때, 일반국민을 고려한다'(3.24)는 것에 동의하지 않는 것으로 나타남

○ 국립중앙도서관에 대한 전반적인 신뢰 점수는 평균 77점으로 응답함

- "잘 모르는 사람" 과 "들어본 적 있는 사람" 은 "어느 정도 알고 있는 사람" 과 "잘 알고 있는 사람" 에 비해 신뢰가 낮음 ($p < .05$)

<그림 32> 국립중앙도서관 신뢰관계

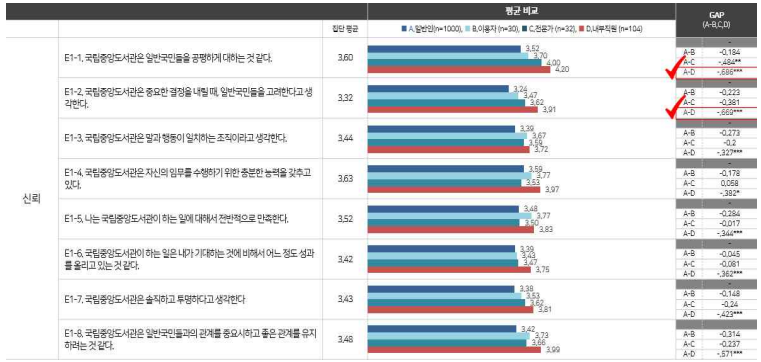


○ 조사대상의 집단간 비교 분석결과를 살펴보면, 모든 항목에서 일반국민이 내부직원보다 신뢰관계 점수가 낮게 나타남 (통계적으로 유의미)

○ 특히 '일반국민을 공평하게 대한다', '중요한 결정을 내릴 때 일반국민을 고려한다' 는 0.6 이상의 차이를 보임

○ 전체 신뢰관계 점수는 100점 환산 기준으로 일반국민 77.82점, 이용자 82.03점, 전문가그룹, 82.63점, 내부직원 83.7점으로 나타남

<그림 33> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 : 신뢰관계[17]



5.6 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식

5.6.1 국립중앙도서관 정보 습득 경로

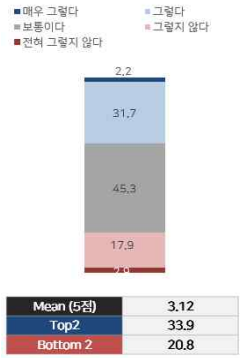
○ 국립중앙도서관에 대한 정보에 관심있는 정도를 살펴보면, '관심있다' 는 응답자의 33.9% 정도임

○ 국립중앙도서관에 대한 정보 습득 경로는 '포털사이트', '지상파 TV', '홈페이지', '도서관 방문', '국립중앙도서관 SNS', '도서관 전문사이트/블로그' 등 순으로 나타남

○ 한편, 습득하는 정보유형을 살펴보면, '책에 대한 정보의 응답이 가장 많았으며 다음으로는 '서비스 정보', '행사 정보', '국내외 도서관 정보' 순으로 응답함

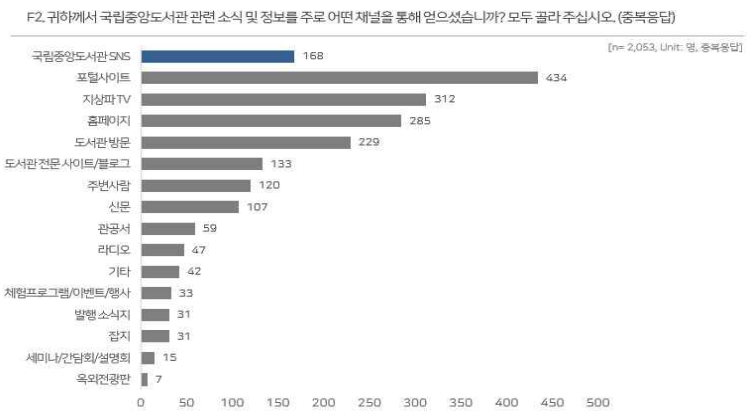
17), ※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

〈그림 34〉 국립중앙도서관 정보에 대한 관심도

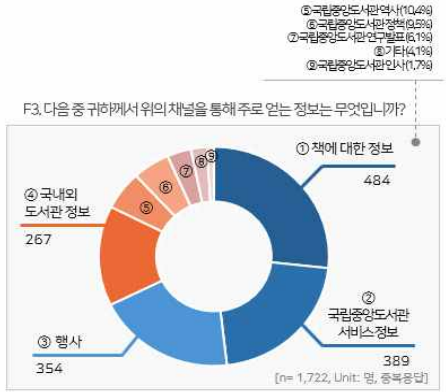


Mean (5점)	3.12
Top2	33.9
Bottom 2	20.8

〈그림 35〉 국립중앙도서관 정보습득 경로



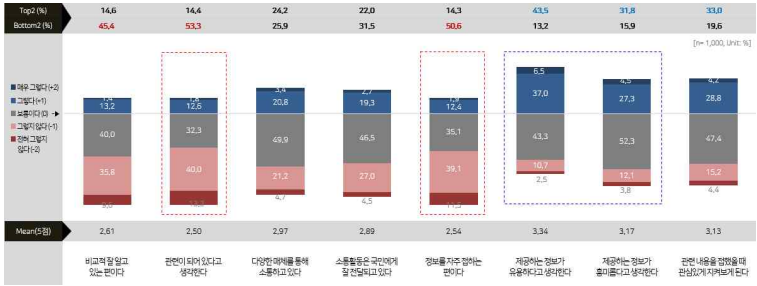
〈그림 36〉 국립중앙도서관 채널을 통해 얻는 정보



5.6.2 국립중앙도서관 소통 현황

○ 소통 현황에 대한 평가는 5점 척도로 평균 2.89로 낮게 응답함
○ 소통 평가 항목 중에서 제공하는 정보가 '유용하다고 생각한다' (3.34), '흥미롭다고 생각한다' (3.17)의 동의도는 높게 나타남
○ 반면, '정보를 자주 접하는 편이다', '관련이 되어 있다고 생각한다' 에 대한 동의도는 가장 낮았음

<그림 37> 국립중앙도서관 소통 현황



5.6.3 소통 현황에 대한 집단간 비교분석

○ 모든 항목에서 일반국민이 내부직원보다 소통평가 점수가 낮게 나타나며 이는 통계적으로 유의미함
○ 특히, 행사관련 소통 관련해서 0.698점 이상 차이를 보임

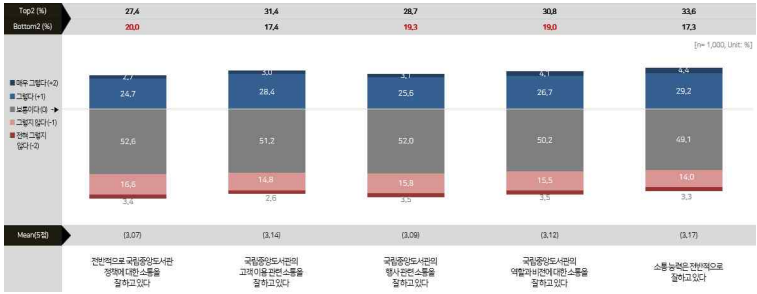
<그림 38> 국립중앙도서관 집단간 비교분석 : 소통 현황[18]

5.6.4 국립중앙도서관 소통 형태에 대한 평가

○ 소통 형태에 대한 평가는 전반적으로 '보통이다' 를 선택하면서 판단을 유보하는 경우가 많았음 ('보통이다' 전체 평균 = 51.0)
○ '소통 능력은 전반적으로 잘 하고 있다' (3.17), '고객 이용 관련 소통을 잘 하고 있다' (3.14) 순으로 동의도가 높게 나타남
○ 반면, '전반적으로 국립중앙도서관 정책에 대한 소통을 잘 하고 있다' 에 대한 동의도는 가장 낮게 나타남

18), ※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

〈그림 39〉 국립중앙도서관 소통 형태



5.6.5 소통형태에 대한 집단간 비교분석

○ 일반국민은 이용자와 전문가에 비해 관여도가 낮게 나타남
○ 특히, '잘 알고 있는 편이다, 관련이 되어 있다' 는 1.2 이상 차이를 보임
○ 일반국민은 정보를 자주 접하지 못하고, 정보의 흥미도도 떨어지는 것으로 나타남

〈그림 40〉 국립중앙도서관 집단간 비교분석 : 소통 형태[19]

19), ※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

제 6 장 연구결론 및 제언

6.1 인지도 및 인식조사 결론 및 시사점

○ 역할과 비전에 대한 인식 제고 방향

- '국내외 모든 자료를 망라하고 수집해 체계적으로 보존한다' 는 역할을 더욱 강조하고 일반국민의 인식을 제고해야 함
- '국민의 지적인 삶을 풍요롭게 한다' 는 비전을 인식시키는 것이 국민과의 신뢰관계를 강화시킬 수 있음

○ 국립중앙도서관 인식 강화를 위한 정책 방향

① 국가문헌을 수집 및 체계적인 자료 정리를 위한 데이터 센터 역할을 구체적으로 인식하게 함
② 도서관, 기록관, 박물관의 기능을 겸비한 '복합문화공간' 으로 확립할 수 있는 정책의 우선적 추진이 필요함. 인프라 개선을 추진하는데 시간적으로 오래 걸릴 수 있으며 예산 등 물리적 요건이 충족되어야 하기 때문에 우선적으로는 복합문화공간으로서 기능과 역할을 할 수 있다는 인식을 형성시키는 것이 중요함
③ 디지털 장서 확충 및 이용 활성화 정책도 이용자 확대와 인식제고를 위해 우선적으로 강조해야 할 요소임. 모든 자료의 디지털 전환으로 이용자의 자료 접근성을 강화하는 도서관의 역할과 정책 방향성을 충분히 알리고 온라인을 통한 디지털 도서관 이용자를 지속적으로 확대해 나가는 것은 매우 중요함
④ 이용자에게 다양한 주제에 특화된 컬렉션을 확보해 제공하고 분야별 전문 사서 큐레이션 서비스를 강화해야 함. 국립중앙도서관이 '전문적이다' 라는 인식을 형성하기 위해서도 전문 사서 역할을 알리고 사서 역량을 강화하려는 정책 활동도 홍보할 필요가 있음

○ 국립중앙도서관의 개선 이미지 방향

① 노인, 서초, 서래마을 등 특정 이미지 상쇄가 필요함. 특정한 이미지가 없기 때문에 지역적 속성만 인식으로 형성됨
- 젊은 층, 연구자 등 특정 이용자에게 필요한 맞춤 서비스 내용을 인근 지역과 연계해 메시지 집중 노출

② 전문성 이미지 강화하면서 젊은 층 이용 동기 강화
- 전통적이고 전문적인 도서관 이미지는 강화하면서 많은 사람들이 이용할 수 있는 개방적인 기능과 서비스를 제공해야하며 참여의 동기부여가 필요함. 젊은 층 이용 동기 부여 제공과 유인 전략으로 도서관 이미지 쇄신 필요
- 국가의 모든 과거-현재 자료를 통하여 창의적이고 혁신적인 새로운 지식을 창출하는 공간이 될 수 있다는 점의 부각이 필요함
- '전문적인 국가 지식 데이터 센터'의 포지셔닝을 고려해야 함
- 신뢰 강화를 위해서 국립중앙도서관이 일반국민들의 의견을 적극 수렴하고 반영한다는 인식 형성이 필요함

○ 국립중앙도서관 정보 습득 경로

- 다양하게 수집되고 보존하는 도서와 자료에 대한 정보 및 서비스 정보를 체계적으로 제공 및 강화해야 함
- 포털사이트, SNS, 홈페이지 간의 유기적 연결을 통해 정보에 대한 접근성을 강화해야 함

6.2 국립중앙도서관 인지도 제고를 위한 커뮤니케이션 전략

6.2.1 국립중앙도서관 인지도 제고를 위한 커뮤니케이션 목표설정

○ 본 홍보전략은 국립중앙도서관의 존재가치를 강화하고 일반 공공도서관과 다른 역할이 있음을 인지 시키는 방향으로 도출함

○ 커뮤니케이션 목적은 조사결과를 바탕으로 도출한 커뮤니케이션에 영향을 미치고자 하는 궁극적인 지향점이라고 할 수 있으며 인식적 및 행동적 영향을 미치는 것임
- 첫째, '국가 지식 데이터 센터'로서 아이덴티티를 강화하고 미래지향적 이미지와 전문적 이미지를 확보해야 함
- 둘째, 일반 국민 모두가 국립중앙도서관 이용목적을 가지고 있는 것은 아니지만, 누구나 이용가능한 개방적 공간이라는 인식을 형성하고 복합문화공간의 역할과 기능이 있다는 점을 각인시켜 국립중앙도서관의 존재가치, 핵심 역할을 수용할 수 있도록 해야 함
- 셋째, 디지털 시대에 부합해 디지털 서비스 확충의 정책적 방향성을 인식하게 하고 온라인 친화적인 이용자층의 디지털 이용 동기부여를 촉진해 국립중앙도서관의 차별적 정책과 서비스를 인식하도록 해야 함

○ 해당 목적에 부합하는 목표는 본 연구에서 설계된 신뢰 기반의 조사요인을 연결하여 구체적으로 설정함

<표 14> 국립중앙도서관 커뮤니케이션 목적과 목표

커뮤니케이션 목적[20]	커뮤니케이션 세부 목표[21]
A. 국가 지식 데이터 센터로서 아이덴티티를 강화하고, 미래지향적 이미지와 전문적 이미지 확보	보조 이미지 항목 중 '전문적이다' (3.86), '미래지향적이다' (3.41), '혁신적이다 '(3.14), '젊은 느낌이 든다' (2.84) 이미지 요소 10% 상승
B. 누구나 이용가능한 개방된 공간이라는 인식 형성과 복합문화공간 이미지 확보	국립중앙도서관 일반국민 인지도 (비보조) 10% 상승 - 신뢰도 점수 (77점) 10% 상승
C. 디지털 서비스 확충을 인식하게 하고 디지털 이용 동기부여 및 촉진	국립중앙도서관 홈페이지 트래픽 10% 상승 - 포털, SNS 유입량 증가

6.2.2 커뮤니케이션 양식 및 형태 설정

○ 커뮤니케이션 전략 수립 시 고려사항

① 커뮤니케이션 목표 달성을 위해 사전 검토해야 할 것은 TV 광고, 포털 광고 등 상급 매체비 지출 한계 등의 한정된 자원(Resource)과 투입 가능한 Input임.
② 효율적이고 효과적인 방안을 마련하기 위해서 기존 커뮤니케이션 형태와 차별적인 요소가 있는 커뮤니케이션 형태를 고려할 필요가 있음. 국립중앙도서관이 하지 않았던 형식 및 형태가 필요함
③ 기존 미디어나 이용자 또는 일반 국민들에게 관심과 주의를 끌기 위한 이벤트 요소가 있는 커뮤니케이션 기획이 필요함

20) 전략적 커뮤니케이션을 통해 확보해야 할 인식적, 행위적 목적을 설정함
21) 본 연구의 정량조사 요인을 바탕으로 정량적인 목표치를 제시하며 전략 커뮤니케이션 실행 기간을 최소 2년으로 잡고 단계적으로 추진을 고려함

○ 커뮤니케이션 실행 개발 방향은 아래와 같음

① 국립중앙도서관의 기존 커뮤니케이션 행태에서 벗어난 양식으로 접근을 해야 함. 기존 미디어(언론, 방송), 일반국민 등의 관심과 주의를 끌기 위해 새로운 시도와 실험이 요구됨

② 기존 오디언스 확보가 된 브랜드 연결 및 협업 프로그램 형식이 필요함. 국립중앙도서관의 홍보 역량과 기능, 예산의 한계가 있기 때문에 외부의 오디언스를 확보하고 있는 인플루언서, 콘텐츠 크리에이터, 미디어 스타트업 등과의 협업을 통해 프로그램을 기획하고 홍보에 활용할 필요가 있음. 한편 효과적인 측면에서도 고려되어야 함

③ 작은 변화를 통해 입소문을 유도하는 캠페인 프로그램 : 디지털 시대에 작은 이벤트나 캠페인 활동을 기획하여 타깃 오디언스의 참여를 이끌고 그 참여 내용을 콘텐츠로 구성해 확산시키는 전술이 효율적임. 국립중앙도서관이 이용자를 위해 다양한 서비스와 동기부여 프로그램을 제공한다는 메시지를 제공하는 것이 필요함

④ 디지털 테크놀로지를 활용한 몰입도 높은 채널을 확보해야 함. 일반국민의 관심도를 극대화시키고 존재감을 각인시킬 필요가 있음. 기본적인 인지도 향상은 공공성을 확보하는데 의미가 있음

⑤ 국립중앙도서관 공간의 개방과 참여 유도 : 20-40대 일반국민들, 직장인, 대학생 등 다양한 이해관계자의 공간 참여를 통해 국립중앙도서관의 브랜드를 직간접적으로 경험할 수 있는 프로그램 기획도 필요함. 열린 공간 활용의 정책, 참여를 유도할 수 있는 개방적인 커뮤니케이션 프로그램 제시 등은 도서관의 신뢰관계를 구축하는데 유의미한 형식이라고 판단됨

⑥ 포털, SNS, 이벤트와 연결하여 온라인 상에서 행동을 촉진하는 형식은 디지털 이용 확보를 위해 지속적으로 진행해야 할 커뮤니케이션 방안임. 이를 위해서는 디지털 홍보 조직 구성, 전문가 확보, 홍보 역량 강화 등의 조직 강화 방안도 함께 검토해야 함

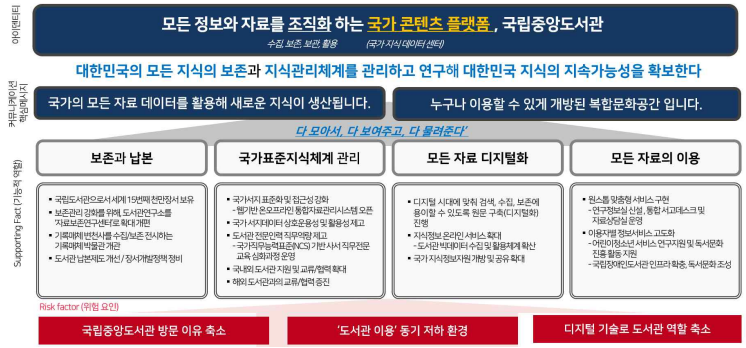
6.2.3 핵심 메시지 플랫폼

○ 국립중앙도서관의 핵심 메시지 설정

① “국립중앙도서관은 모든 정보와 자료를 조직화하는 (수집하고 보존하고 활용가능하게 하는) 국가 콘텐츠 플랫폼 (또는 국가지식 데이터 센터)입니다.” 라는 진술문으로 ‘국가대표 도서관’ 이라는 상징적 아이덴티티와 병행해서 활용할 것을 제안함

② 이와 같은 아이덴티티를 통해서 “대한민국 모든 지식의 보존과 지식관리체계를 관리하고 연구해 대한민국 지식의 지속가능성을 확보’ 하는 국립중앙도서관만의 핵심 역할, 존재가치를 분명하게 제시함

<그림 41> 국립중앙도서관 핵심 메시지 플랫폼



③ 아이덴티티를 지원하고 일반 국민들의 관여도를 고려해 세부 커뮤니케이션 메시지를 도출해 활용하는 것이 필요함. 커뮤니케이션 메시지는 세부 홍보 실행 과정에서 활용하는 것으로 사람들이 이렇게 인식했으면 하는 방향성을 제시하는 것임. 실제 홍보실행 프로그램에 적절하게 활용할 수 있음. 우선, 앞서 커뮤니케이션 목적과 목표를 고려해

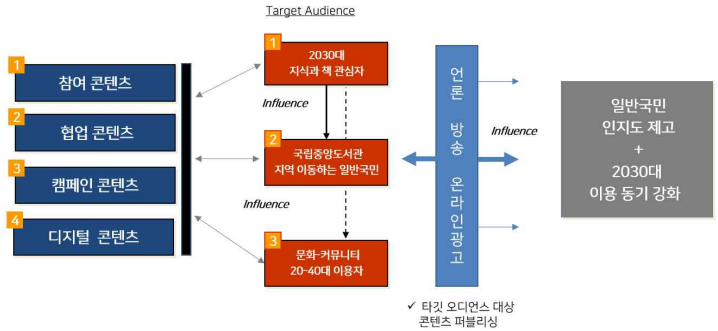
“국가의 모든 자료 데이터를 활용해 새로운 지식이 생산된다” 라는 인식을 형성시키고 둘째, “누구나 이용할 수 있게 개방된 복합문화공간이다” 는 인식을 형성시키는 것이 필요함

6.2.4 타깃 오디언스

○ 지식과 책, 커뮤니티 활동에 익숙한 2040세대를 대상으로 커뮤니케이션 타깃을 설정함

○ 타깃 오디언스 대상으로 콘텐츠를 생산하여 기존 미디어의 취재와 관심, 온라인 광고 연결 등으로 뉴스 생산 및 메시지를 확산해야 할 필요가 있음
- 기존 언론과 방송에 대한 보도자료 기반의 홍보는 효과가 떨어지는 환경이며 보도자료 소재 개발에 한계가 있을 수 있음
- 따라서 최적의 콘텐츠를 기획 및 개발하고 그것을 중심으로 온·오프라인 매체 및 채널을 융합적으로 활용하는 것이 필요함

<그림 42> 국립중앙도서관 타깃 오디언스



6.3 커뮤니케이션 실행 프로그램 제언

○ 커뮤니케이션 실행 프로그램은 앞서 설정한 커뮤니케이션 양식 요건과 아래와 같은 전술적 방향성을 고려해 홍보프로그램을 도출하여 제안함

- 본 실행 프로그램은 커뮤니케이션 목적, 즉 국립중앙도서관의 존재가치를 일반국민들이 인식하고 국립중앙도서관의 역할과 비전에 대한 수용도를 높이는 방향으로 설계되었음
- 본 정량조사와 정성조사 결과에서도 파악되었듯이 낮은 인지도를 개선하지 않고 국립중앙도서관이 국가 지식의 보존이라는 공공적 역할 기능만을 유지해도 된다는 수동적인 접근으로는 국립중앙도서관은 단순히 공공기관이라는 인식만이 자리하고 일반 국민으로부터 멀어질 수밖에 없음
- 이는 국립중앙도서관의 위상에 대한 다양한 도전과 위협으로 연결되고 디지털 시대에 이용자들에게 외면되어 특정 이용자에게만 필요한 기관이라는 오인지된 인식이 형성될 수 있음
- 따라서 국립중앙도서관의 향후 홍보 실행은 정책 내용을 알리는 일반적인 홍보 기능 외에도 기획홍보 기능을 강화해서 일반국민에게 다가가는 홍보, 국립중앙도서관의 존재가치를 인식시키고 브랜드를 경험할 수 있는 상호 소통 중심의 홍보 활동이 다양하게 이루어져야 할 것임

○ 실행 프로그램은 세 개의 목표와 연결해서 프로그램 아이디어를 정리함

① 국가 지식데이터 센터로서 아이덴티티를 인식시키고 미래지향적이고 전문적 이미지 확보 위한 실행 프로그램

- 도서관의 자료와 정보 데이터를 활용해 뉴스 콘텐츠를 생산하는 공모전 프로그램을 통해 콘텐츠 크리에이터, 미디어 스타트업 등의 참여를 유도함. 해당 콘텐츠를 기반으로 언론, 방송 홍보를 추진함

- 도서관 공간에서만 이루어지는 전시, 문화프로그램에서 벗어나 이용자가 있는 곳으로 찾아 나서는 홍보 프로그램 필요함. 국립현대미술관, 경복궁 등과의 협업 프로그램을 통해서 각 공간의 방문자를 대상으로 국립중앙도서관의 메시지를 노출시키고 프로그램에 참여를 이끌어내는 홍보 프로그램을 실행함. 이 경우, 전문 사서의 참여를 통해 도서관의 전문성을 알리는 계기를 마련함
- 일반국민에게는 정책 내용에 관심이 낮을 수 밖에 없고 정책내용의 신문보도 기사에 대해서 관심이 매우 낮을 수밖에 없음. 따라서 국립중앙도서관은 정책 및 역할에 대한 메시지를 특정 오디언스에게 직접 설명하고 그 내용을 온라인 콘텐츠로 전환시킬 수 있는 스피치 및 강연 프로그램을 적극적으로 기획해 볼 필요가 있음
- 상징적 이미지 개선을 위해 임팩트있는 미디어 활용 전술이 필요할 수 있음. 단기적이고 이벤트성인 측면이 있지만, 홍보 콘텐츠를 개발하고 사람들의 입소문을 이끌어내기 위한 장치로 디지털 테크놀로지를 활용한 ‘디지털월’ 프로그램을 기획해 볼 수 있겠음. 국립중앙도서관 공간을 활용해 미디어 파사드 기술을 이용해 메시지를 직접적으로 제시해 봄.

② 누구나 이용가능한 개방된 공간이라는 인식 형성과 복합문화공간으로서 이미지 확보를 위한 실행 프로그램

- 정성조사 결과에서 지적한 바대로 국립중앙도서관의 공간을 개방하고 다양한 이해관계자간의 협업을 통해 여러 홍보 콘텐츠를 생산해 내는 것이 중요함. 2030대를 중심으로 다양한 커뮤니티 비즈니스 서비스가 활발하게 이루어지는 경제 환경을 고려해 독서모임과 같은 스타트업과 연계해 2030대 이용자의 국립중앙도서관 브랜드 경험을 강화하도록 함
- 복합문화공간으로서 도서관의 시설, 공간을 활용해 다양한 이해관계자를 참여시켜 국립중앙도서관의 가시성을 확보함. 특별 주제의 전시, 프리마켓, 책과 지식과 관련된 비즈니스 플레이어의 참여를 한번에 진행하는 기획적인 프로그램 진행도 고려할 필요가 있음
- 이용자 동기부여를 위한 촉진 프로그램으로 이용자들에게 혜택을 제공하는

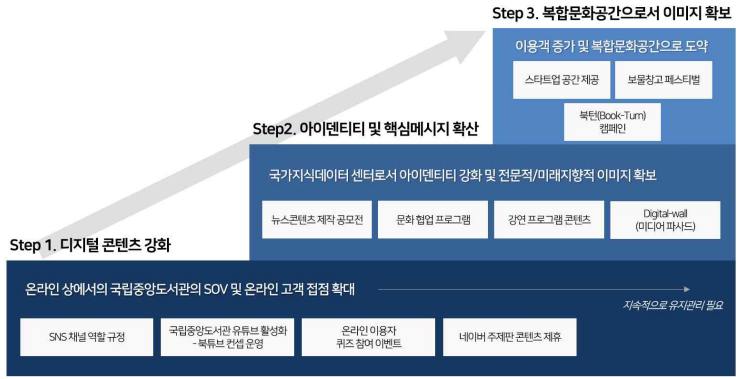
프로그램 장치를 마련함. 예시로 북턴(Book-turn) 캠페인으로 도서관의 역할과 서비스에 대한 내용과 책 소개 내용을 담고 교통카드 기능을 탑재한 팜플렛을 제작해 도서관에서 돌아가는 기본 교통비용을 지원하는 프로그램을 실행할 수 있음

③ 국립중앙도서관의 디지털 서비스 확충 정책을 알리고 디지털 이용 동기를 부여해 촉진시키기 위한 홍보 프로그램

- 온라인 이용자를 대상으로 국립중앙도서관의 홈페이지 서비스, 디지털 도서관 인지도를 높이고 유입 전환을 유도하기 위한 프로모션 형식의 이벤트 진행 필요. 참여율이 높고 소셜미디어와 연계해 공유가 많이 되는 소셜 퀴즈 이벤트 활용이 효과적으로 판단됨
- 네이버 포털 중심으로 콘텐츠의 유통이 집중되기 때문에 국립중앙도서관의 홍보 콘텐츠를 네이버의 주제판에 노출, 유통시킬 필요가 있음. 네이버 주제판의 콘텐츠 제휴 또는 협업을 통해 진행함
- 국립중앙도서관 SNS 채널의 역할, 활용전략 등을 재정립하고 콘텐츠 연결, 홈페이지의 전환율 등을 고려한 전술이 필요함
- 전 연령층의 유튜브 이용률, 검색 기능 활용 등이 높아지고 있는 환경을 고려해 전략적인 유튜브 이용을 통한 국립중앙도서관의 콘텐츠를 전략적으로 생산, 유통시켜야 함. 이 경우, 책을 소개하는 유튜버 협업을 통해서 국립중앙도서관의 메시지를 공유하고 노출하는 방안을 모색할 필요가 있음

○ 실행프로그램은 단계적으로 [1단계: 디지털 콘텐츠 강화], [2단계: 아이덴티티 및 핵심메시지 확산], [3단계: 복합문화공간으로 이미지 확보]로 구성됨

<그림 43> 국립중앙도서관 실행프로그램 로드맵



▲ 1단계 : 디지털 콘텐츠 강화
- 국립중앙도서관 SNS 채널 역할 규정 및 체계화(안정화)를 통해 온라인 상에서 국립중앙도서관의 영향력(SOV: Share of Voice[22])과 온라인 고객 접점 확대 필요
- 갖춰진 온라인 영향력을 기반으로 유튜브 활성화-북튜브 컨셉 운영, 온라인 이용자 퀴즈 참여 이벤트, 네이버 주제판 콘텐츠 제휴 연계

▲ 2단계 : 국립중앙도서관 아이덴티티 및 핵심메시지 확산
- 뉴스 콘텐츠 제작 공모전, 문화 협업 프로그램, Digital-Wall 설치 등을 통해 국가지식데이터센터로서 아이덴티티 강화 및 전문적/미래지향적 이미지 확보

▲ 3단계 : 국립중앙도서관 아이덴티티 및 핵심메시지 확산

22) Share of Voice : 목소리 점유율.각 제품 카테고리별 또는 토픽별로 모든 소셜미디어 상에 얼마나 많이 언급되는가 하는 브랜드의 비율을 나타낸 것

- 마지막 단계로, 1단계와 2단계를 통해 쌓인 온라인 영향력 및 이미지를 기반으로 복합문화공간으로서의 역할 및 이미지 확보
- 빅데이터/지식기반 스타트업에게 국립중앙도서관의 공간을 공유함으로써 상생할 수 있는 연계 시너지 창출 및 지역주민이 즐길 수 있는 공간(보물창고 페스티벌), 캠페인을 통한 시민 방문 유도 진행

<표 15> 참고. 국립중앙도서관 실행 프로그램 리스트

목표	프로그램 구분	프로그램 내용
(A) 국가 지식 데이터 센터로서 아이덴티티를 강화하고, 미래지향적이고 전문적 이미지 확보	A1. 뉴스콘텐츠 제작 공모전	디지털 컬렉션, 고서 등 천만장서를 이용한 뉴스 콘텐츠 제작 공모전 - 미디어 및 콘텐츠 크리에이터 참여 유도, 개발된 뉴스 활용
	A2. 'A1'의 기획 홍보	① 공모전 보도자료 ② 개발된 뉴스 콘텐츠 발표 시사회 진행 ③ 개발된 콘텐츠 SNS 광고 집행
	A3. 문화 협업 프로그램(전시)	국립현대미술관, 경복궁 프로그램 등 연계해 고서 전시 및 사서의 큐레이팅을 통한 전문성 확보
	A4. 강연프로그램 콘텐츠 개발	국립중앙도서관의 보존과 기록의 기술 및 지식을 설명하고 그 중요성을 남기는 강연 콘텐츠 개발
	A5. Digital-Wall 메시지	미디어 파사드를 이용하여 국립중앙도서관을 지나가는 일반국민 대상으로 메시지 노출
(B) 누구나 이용가능한 개방된 공간이라는 인식 형성과 복합문화공간 이미지 확보	B1. 커뮤니티 서비스 협업	독서모임 커뮤니티 트레바리 장소 지원, 사서의 참여로 독서모임 진행
	B2. 보물창고 Festival	국립중앙도서관의 특별 주제의 도서 전시와 띵굴마켓, 책과 지식 관련 스타트업 행사 등을 복합적으로 연결한 일반국민 참여 페스티벌 진행
	B3. B2의 기획 홍보	참여영상, 스토리 영상 및 콘텐츠 개발 홍보 진행
	B4. 북턴(Book-turn) 캠페인	책 구절/문구 인용, 교통카드 기능 탑재 팜플렛을 통한 이용자 증대 캠페인
(C) 디지털 서비스 확충을 인식하게 하고 디지털 이용 동기부여 및 촉진	C1. 온라인 이용자 퀴즈 참여 이벤트	사서 직접 퀴즈 출제, 디지털 컬렉션 활용해 인지도 강화_국립중앙도서관 디지털 서비스 이용 촉진
	C2. 네이버 판 콘텐츠 제휴 또는 협업	① SNS 이용자 증대 및 노출 극대화를 위해 네이버 판 협업 콘텐츠 생산 ② 네이버 역사/경제 등 콘텐츠로 '조선 경제 이야기를 통해 본 지혜' 식의 시리즈 콘텐츠 제공
	C3. SNS 채널 역할규정	채널간 시너지를 위해 콘텐츠 유통 활성화 / 홈페이지 유입 경로 확대
	C4. 유튜브 활성화	자체 유튜브 운영 강화 : 북튜브 - 내부 사서를 통해 디지털컬렉션 콘텐츠 소개

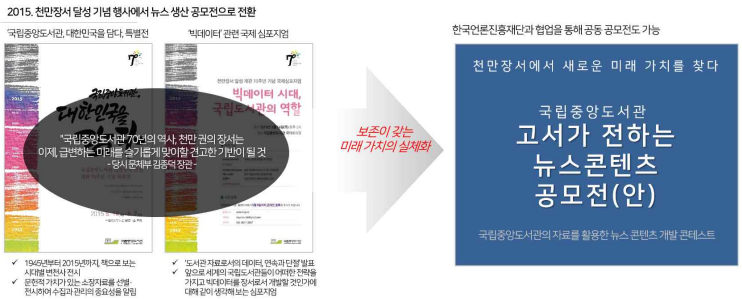
6.4 커뮤니케이션 실행 프로그램 세부 기획안 제시

○ 실행 프로그램 내용을 바탕으로 한 프로그램 아이디어 세부내용 제언

1) 뉴스콘텐츠 제작 공모전 프로그램

○ 국립중앙도서관 자료를 이용한 뉴스 콘텐츠 크리에이터 공모전 실시함
○ 국립중앙도서관에 보존된 천만장서가 현재와 미래를 위한 콘텐츠로 전환된다는 취지 하에서 뉴스 콘텐츠 및 미디어 스타트업의 참여를 유도함
○ 뉴스 콘텐츠 생산 기획서를 받고 선정하여 국립중앙도서관의 고서 자료와 정보로 다양한 형태의 뉴스 콘텐츠를 생산함
○ 개발된 뉴스 콘텐츠를 적극적으로 유통 진행시킴
- 페이스북 광고를 집행시킴, 콘텐츠 내용을 토대로 보도자료를 기획함

<그림 44> 뉴스콘텐츠 제작 공모전 이미지



2) 문화 협업 프로그램

○ 국내 주요 미술관 공간 대여를 통해 고서 전시 기획전 진행
○ 국립중앙도서관 사서를 참여시켜 고서 내용을 소개하는 도슨트 역할 부여

- 예시) “국립중앙도서관 전문 사서가 들려주는 덕수궁의 숨겨진 이야기”
○ 고서를 통한 흥미 유발 및 전문 사서 브랜딩을 통해 사서 전문성을 확보함
○ 창경궁 야간 투어 프로그램 협업
- 국립중앙도서관에서는 ‘궁’과 관련된 고서, 자료 전시회 기획 및 창경궁 프로그램에서 전문 사서가 참여하여 설명함
- 예시) 티켓 할인 프로그램 등 실행

<그림 45> 문화 협업 프로그램 예시 이미지

3) 강연 프로그램을 통한 콘텐츠 생산

○ CBS TV프로그램, [세상을 바꾸는 시간, 15분](이하 세바시) 협찬 및 후원 형태로 전문 사서 출연을 추진함

○ 국립중앙도서관의 데이터 센터로서의 역할과 보존 처리의 기술 등에 대한 이야기 제공

<그림46> 강연 콘텐츠 예시 이미지

- 예시) “세계 15번째 천만장서 보유 도서관(2015년) ▸ ‘천만장서는 단순히 책이 모인 것이 아니다.’ ▸ ‘역사가 모인 곳으로 도서관은 매우 중요한 곳이다.[23]

4) 미디어 파사드, LED 사이니지를 활용한 디지털 콘텐츠 노출

○ 미디어(Media)와 건물의 외벽(façade)가 결합된 용어, 건물 외관에 변화를 주어 국립중앙도서관의 존재감 및 주목도 상승에 목적을 둠

○ 본관에 미디어 파사드를 적용하는 경우, 주목도가 떨어질 가능성이 존재함 ▸ 서초대로변에 가벽을 설치하여 미디어 파사드 진행이 가능하지만 이는 가격 설치 비용이 발생함

○ '보존의 역사 ' 등 주제를 정해 미디어 파사드 공연 진행, 상시화
▸ 서초대로 랜드마크 역할, 국립중앙도서관 가시성 극대화 시킬 수 있음

○ 공연 홍보 및 미디어 파사드 자체로서 언론 홍보(사진) 및 온라인 SNS 콘텐츠 활용한 홍보 진행

<그림 47> 미디어 파사드, LED 사이니지 콘텐츠 예시 이미지

23) 1755년 포르투갈 대지진으로 당시 도서관이 무너져 약 7만권의 도서가 수장이 되어 버려 포르투갈의 역사기록이 사라졌던 사례를 활용함

5) 커뮤니티 서비스 협업을 통한 개방성 강화

○ 독서모임 지원 커뮤니티 서비스 (예: 트레바리) 주체와 협업
▸ 국립중앙도서관 장소를 독서모임 장소로 지원함
※ 참고. 트레바리의 경우, 강남, 압구정, 안국 등 아지트(자체 모임 장소)가 존재하지만 자체 공간 외부에서도 모임을 진행하게끔 유도하는 커뮤니티 서비스 사업의 확장 및 공간 제약 극복 등 상호간 시너지를 위한 제안 필요

○ ‘클럽장’ 이 도서를 정해 관련 주제에 대한 토론 및 독후감 작성 프로세스
▸ 국립중앙도서관 전문 사서가 클럽장이 되어 독서모임 운영함

○ 독서모임 주제(안)

- 고서 읽기 및 고서(시) 낭독회 ▸ 디지털 컬렉션 소장 희귀본 활용함 ▸ 고서·희귀본 서고(자료보존관) 투어 등 일반인들이 쉽게 갈 수 없는 장소를 투어 시켜주며 다양한 가치와 지혜가 있는 곳이라는 인식 및 바이럴을 유도시킴

<그림 48> 독서모임 서비스 협업 콘텐츠 예시 이미지

6) 빅 이벤트 프로그램: ‘지식 보물창고 페스티벌’

○ 일반국민 대상 설문 중 이미지를 물어보는 주관식 문항에서 [보물창고] 키워드 17회 등장. 영국 국립도서관에서는 [Treasure of the British Library] 주제로 전시를 진행함

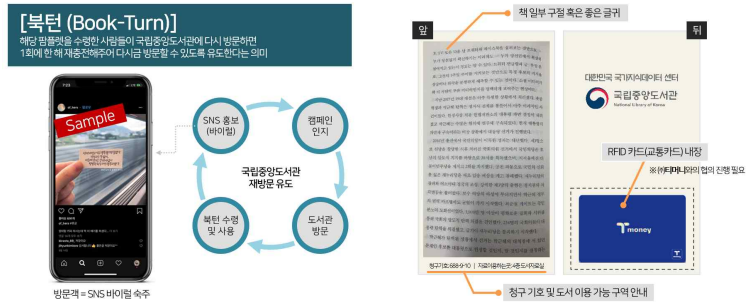
○ 분기별 주제를 정해 관련 도서 전시회 진행
  ▸ 단순 전시회가 아닌 시민참여를 통한 역동성을 보여주고, 전문성을 보여줄 수 있는 [대한민국 보물창고](안) 축제로 기획함
○ 소장 희귀본 전시, 플리마켓(띵굴시장), 지식교육 스타트업 후원 전시 등 다양한 액티비티를 통해 축제로 인식하게끔 유도함
○ 해당 이벤트의 콘텐츠를 기획 생산함
  : 인플루언서, MCN 참여로 유튜브 콘텐츠 라이브 방송 + 현장 촬영 영상 + 참여자 인터뷰 영상 + 방송 프로그램 노출 등 홍보에 집중해야 함

<그림 49> 지식 보물창고 축제 이벤트 예시

7) 북턴(Book-Turn) 캠페인

○ 국립중앙도서관의 접근성이 떨어지기 때문에 힘들게 찾아온 방문객들을 위해 집으로 돌아가는 교통비(교통카드)를 국립중앙도서관에서 지원해주는 프로그램
○ 팜플렛 앞면에는 책 구절 혹은 문구와 청구기호 및 도서 이용 가능 구역 안내를 통해 책의 다음 내용이 궁금하면 직접 방문하여 책을 찾을 수 있도록 유도함
○ 실물로 된 팜플렛은 사진을 찍어 SNS를 통해 홍보하기에도 용이하기 때문에 방문객이 직접 바이럴 숙주가 될 가능성 높음
○ 국내 독서 인구 비중은 지난 1년간 50.6%로 2013년 이후 계속 감소 추세인 상황에서 독서 문화를 진흥한다는 국립중앙도서관의 역할 강조 가능함

<그림 50> 북턴 캠페인 이미지 예시



8) 온라인 이용자 퀴즈 참여 이벤트

○ 잼라이브 방송매체와 국립중앙도서관 전문 사서 큐레이터 콜라보를 통해 온라인 사용자 중심의 인지도 상승을 목적으로 둠
○ 잼라이브 퀴즈 중간에 국립중앙도서관 영상물 또는 홍보물(광고)를 삽입하여 인지도 상승을 유도함[24]
○ 또는, 국립중앙도서관 유튜브를 통해 퀴즈쇼 진행하여 시민 참여 및 유튜브 활성화를 유도함
  ▸ 국립중앙도서관 홈페이지, 디지털 도서관 활용 유도로 트래픽 상승을 기대함

24) 잼라이브 매체비용 발생 약 5,000만원

<그림 51> 잼라이브 콜라보 이미지 예시

9) 네이버 주제판 콘텐츠 제휴 및 협업

○ 네이버 주제판 게재를 통한 메인 노출

▸ 블로그 유입 극대화시킴. 이는 네이버와 주요 언론사가 합작하여 네이버 판별로 콘텐츠 생산 및 유통 진행함

○ 국립중앙도서관 디지털 컬렉션 등 디지털화 되어 있는 자료들을 기반으로 다양한 주제판에 노출을 시도함 (콘텐츠 제휴에 따라 비용 발생)

10) SNS를 활용하여 콘텐츠 유통 전략

○ 콘텐츠를 잘 만드는 것보다 중요한 것은 콘텐츠 유통을 통해 채널을 활성화 시키는 것을 목적으로 둠

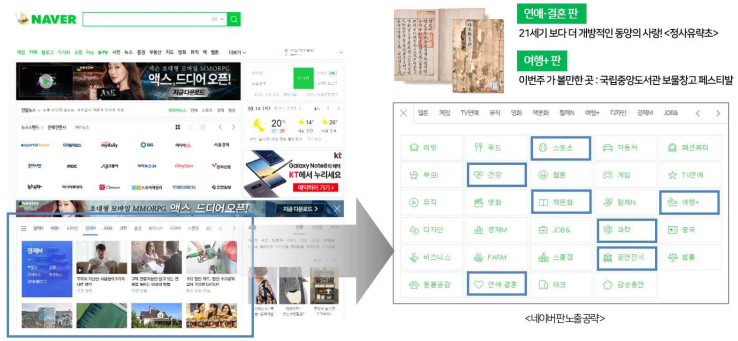
○ 하지만, 현재 국립중앙도서관의 SNS 채널간의 콘텐츠 유통이 부재한 상황임

○ 따라서 채널간 시너지를 위해 각 채널별 역할 규정이 필요함

▸ 블로그: 콘텐츠 허브, 언론보도 내용 블로그 콘텐츠로 각색함

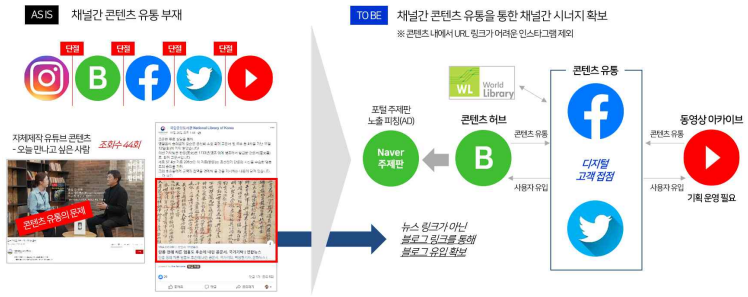
▸ 페이스북, 트위터: 채널 특성에 맞게 콘텐츠를 유통함

<그림 52> 네이버 주제판 콘텐츠 이미지 예시



▸ 유튜브: 동영상 아카이브 및 독립된 채널로서 역할해야 함
단, 월드라이브러리 포털의 유입 증대도 함께 고려해야 함
(현재 페이스북, 트위터 중심으로 유입을 유도하지만 부족한 상황)

<그림 53> SNS 콘텐츠 유통 현재 문제점 및 전략 예시



11) 유튜브 채널 활성화 - 북튜브

○ 현재 국립중앙도서관 유튜브는 KTV에 방영된 월별 책 추천 및 보도자료 콘텐츠가 주를 이루고 있음

▸ 구독자 430명, 평균 조회수 약 56회

○ 국립중앙도서관 유튜브는 사서라는 특별한 직업이 존재함으로 특정인물을 메인으로 하는 [유튜브 사서]를 둠

○ 국립중앙도서관의 천만장서 및 희귀문헌들을 소개하며 디지털 컬렉션의 존재를 자연스럽게 홍보함

○ 또한 책을 소개하는 북튜버를 초대해서 그들의 라이프스타일, 소개하고 싶은 책 등의 이야기를 방송함

▸ 북튜브의 북튜브 이미지 / 책과 관련된 콘텐츠 크리에이터 네트워킹

<표 16> 국립중앙도서관 유튜브 및 SNS 콘텐츠 기획

카테고리명	내용
책을 읽어주는 사람들의 이야기	▸ 사서가 온라인 사서들을 만나 그들의 라이프스타일, 책에 대한 깊은 이야기를 나눔 ▸ 국립중앙도서관에서 시행되는 주요 이벤트 및 행사에 대한 자연스러운 노출 유도
고서의 지혜	▸ 고서 읽어주는 여자 컨셉의 카테고리임 ▸ 보관된 문헌 중, 시 혹은 사랑이야기(ex. 정사유락초)를 재미있게 읽어주며 반응을 유도함 - 무언가를 읽어주는 낭독 콘텐츠 인기
대작발표 (Live)	▸ '대신, 작가에게 질문 해드립니다.' 의 줄임말 ▸ 작가에게 사서가 직접 질문하는 형식으로 콘텐츠로 구성 ▸ 유튜브 구독자 규모를 늘려, 라이브를 진행해 실시간 소통을 유도함
BQ Live	▸ 잼라이브 형태의 퀴즈 라이브

첨부 1. 국립중앙도서관 정성조사 인지도 조사 설문지

※ 아래는 일반국민 대상의 설문지이며 도서관 이용자, 전문가 그룹, 내부직원 대상의 설문지는 일반국민 대상의 설문지와 동일하게 진행함 (내부 직원 경우, 인지도 항목 제외)

	국립중앙도서관 인지도 및 이미지 조사			

안녕하세요.

현재 국립중앙도서관에 대한 여론조사를 실시하고 있습니다. 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내주셔서 설문에 응해주시면 대단히 감사하겠습니다. 응답해 주신 답변은 국립중앙도서관 인지도 및 이미지 분석과 홍보방안 개선을 위한 기초자료로 활용될 예정입니다. 응답해 주시는 문항 하나하나가 본 조사의 귀중한 자료로 활용되오니 성의 있는 답변과 관심 부탁드립니다. 응답해 주신 내용은 통계법 33조에 따라 절대 비밀이 보장되며, 연구조사 자료로만 활용될 것입니다.

2019년 11월

조사주관기관: 에스코토스컨설팅 (TEL: 02-725-0715)

A 국립중앙도서관 기본 인식 (인지)

Q1. 귀하가 주로 방문하는 도서관은 어디 입니까?

① 국가 도서관 ② 공공 도서관 ③ 학교 도서관 ④ 대학 도서관 ⑤ 전문 도서관 ⑥ 작은 도서관 ⑦ 기타

Q2. 귀하는 도서관을 얼마나 자주 방문하십니까?

① 거의 매일(주4회 이상) ② 일주일에 2~3회 정도 ③ 일주일에 1회 정도 ④ 한 달에 1회 정도 ⑤ 석 달에 1회 정도 ⑥ 일 년에 1회 정도 ⑦ 거의 이용하지 않음

Q3. 귀하께서는 국립중앙도서관에 대해 평소 알고 계셨습니까?

① 전혀 모른다 ② 잘 모른다 ③ 들어본적 있다 ④ 어느 정도 알고 있다 ⑤ 매우 잘 알고 있다

B 국립중앙도서관 비전과 역할에 대한 일반 인식

Q1. 다음은 국립중앙도서관의 사명과 역할에 대한 설명입니다. 귀하께서 공감하시는 정도를 기입해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다				매우 그렇다
Q1-1. 국립중앙도서관은 대한민국의 지식문화유산을 전승한다.	①	②	③	④	⑤
Q1-2. 국립중앙도서관은 국민의 지적인 삶을 풍요롭게 한다.	①	②	③	④	⑤
Q1-3. 국립중앙도서관은 국내외 모든 자료를 망라적으로 수집해 체계적으로 보존한다.	①	②	③	④	⑤
Q1-4. 국립중앙도서관은 누구에게나 지식정보자료를 무료로 이용할 수 있게 한다.	①	②	③	④	⑤
Q1-5. 국립중앙도서관은 지식정보 원본 자료를 디지털로 전환해 온라인에서 이용할 수 있도록 한다.	①	②	③	④	⑤
Q1-6. 국립중앙도서관은 국내 모든 도서관을 지원하고 협력을 통해 독서문화를 진흥한다.	①	②	③	④	⑤
Q1-7. 국립중앙도서관은 전국 도서관 직원 (사서직)의 전문성과 역량을 강화하는 교육, 훈련을 실행한다.	①	②	③	④	⑤

C 국립중앙도서관 주요 추진 정책과 서비스 중요성에 대한 일반 인식

※ 다음 Q1, Q2의 각 문항을 읽고 귀하께서 중요하다고 생각하는 정도에 따라 1점에서 5점 사이의 숫자로 응답해 주십시오.

Q1. 다음은 국가지식정보 자원 접근과 보존의 인프라 구축 정책, 도서관 협력 네트워크 강화 정책에 대한 내용입니다.

	전혀 그렇지 않다				매우 그렇다
Q1-1. 장서, (고)문헌, 디지털 정보자원 등 국가지식 정보자원의 접근과 보존을 위한 인프라 구축	①	②	③	④	⑤
Q1-2. 국가문헌의 망라적 수집 및 체계적인 자료정리를 위한 데이터 센터로서의 역할 수행	①	②	③	④	⑤
Q1-3. (공공)도서관 네트워크 구축에 대한 선도적 역할 수행	①	②	③	④	⑤
Q1-4. 외국도서관과의 교류 및 협력 증진을 위한 역할 수행	①	②	③	④	⑤
Q1-5. 사서 전문교육의 허브로서의 역할 수행	①	②	③	④	⑤

Q2. 다음은 이용자 경험기반 서비스 구축 정책, 이용자 계층 다변화를 위한 정보서비스 제공정책에 대한 내용입니다.

	전혀 그렇지 않다				매우 그렇다
Q2-1. 이용자 친화적 자료이용 공간 조성	①	②	③	④	⑤
Q2-2. 이용자 계층에 따른 문화활동과 평생학습 프로그램 제공	①	②	③	④	⑤
Q2-3. 도서관, 기록관, 박물관의 기능을 겸비한 복합문화 공간으로 자리매김	①	②	③	④	⑤

Q2-4. 디지털 장서 확충 및 이용 활성화 추진	①	②	③	④	⑤
Q2-5. 지능형 도서관 서비스(빅데이터, 딥러닝, 챗봇, 대화형 도서추천 등) 제공	①	②	③	④	⑤
Q2-6. 이용자에게 분야별 전문 사서 서비스(큐레이션 기반 서비스) 제공	①	②	③	④	⑤
Q2-7. 이용자에게 다양한 주제(테마)에 특화된 온오프라인 컬랙션 제공	①	②	③	④	⑤
Q2-8. 정보 활용능력 향상을 위한 이용자 교육 프로그램 제공	①	②	③	④	⑤
Q2-9. 지능정보기술(인공지능 (AI), 사물인터넷(IoT), 클라우드 컴퓨팅, 빅데이터, 로봇, 증강현실(AR), 가상현실(VR), 혼합현실(MR) 등) 전시, 체험공간 조성	①	②	③	④	⑤
Q2-10. 창조, 상상 공간 및 창작 지원을 위한 다양한 콘텐츠와 솔루션 제공	①	②	③	④	⑤
Q2-11. 취업 및 창업 지원을 위한 서비스 제공	①	②	③	④	⑤
Q2-12. 장애인, 어린이, 장노년층 등 계층 특화된 서비스 제공	①	②	③	④	⑤

D 국립중앙도서관 이미지

Q1. '국립중앙도서관' 하면 귀하께서 떠올리게 되는 단어(명사, 형용사 등 관계없이) 간략하게 표현해 주시기 바랍니다.

( )

Q2. 다음 문항들을 읽고, 귀하의 생각과 일치하는 정도에 V표시를 해주시기 바랍니다.

	전혀 그렇지 않다				매우 그렇다
Q2-1. 국립중앙도서관 조직은 젊은 느낌을 준다.	①	②	③	④	⑤

Q2-2. 국립중앙도서관 조직은 전통성이 있다.	①	②	③	④	⑤
Q2-3. 국립중앙도서관 조직은 성실하다.	①	②	③	④	⑤
Q2-4. 국립중앙도서관 조직은 든든하다.	①	②	③	④	⑤
Q2-5. 국립중앙도서관 조직은 품격이 있다.	①	②	③	④	⑤
Q2-6. 국립중앙도서관 조직은 세련된 느낌을 준다.	①	②	③	④	⑤
Q2-7. 국립중앙도서관 조직은 창의적이다.	①	②	③	④	⑤
Q2-8. 국립중앙도서관 조직은 전문적이다.	①	②	③	④	⑤
Q2-9. 국립중앙도서관 조직은 미래지향적이다.	①	②	③	④	⑤
Q2-10. 국립중앙도서관 조직은 혁신적인 느낌을 준다.	①	②	③	④	⑤
Q2-11. 국립중앙도서관 조직은 합리적이다.	①	②	③	④	⑤
Q2-12. 국립중앙도서관 조직은 청렴하다.	①	②	③	④	⑤

E	국립중앙도서관 신뢰

Q1. 다음 문항들을 읽고, 귀하의 생각과 일치하는 정도에 V표시를 해주시기 바랍니다.

	전혀 그렇지 않다.				매우 그렇다.
Q1-1. 국립중앙도서관은 일반국민들을 공평하게 대하는 것 같다.	①	②	③	④	⑤
Q1-2. 국립중앙도서관은 중요한 결정을 내릴 때, 일반국민들을 고려한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
Q1-3. 국립중앙도서관은 말과 행동이 일치하는 조직이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
Q1-4. 국립중앙도서관은 자신의 임무를 수행하기 위한 충분한 능력을 갖추고 있다.	①	②	③	④	⑤
Q1-5. 나는 국립중앙도서관이 하는 일에 대해서 전반적으로 만족한다.	①	②	③	④	⑤
Q1-6. 국립중앙도서관이 하는 일은 내가 기대하는 것에 비해서 어느 정도 성과를 올리고 있는 것 같다.	①	②	③	④	⑤

Q1-7. 국립중앙도서관은 솔직하고 투명하다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
Q1-8. 국립중앙도서관은 일반국민들과의 관계를 중요시하고 좋은 관계를 유지하려는 것 같다.	①	②	③	④	⑤

Q2. 종합적으로 국립중앙도서관의 신뢰 점수를 100점 만점을 기준으로 평가해 주십시오.

( )

F	정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식

Q1. 귀하는 평소, 국립중앙도서관 관련 정보에 관심을 가지고 있으신 편입니까?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

Q2. 귀하께서 국립중앙도서관 관련 소식 및 정보를 주로 어떤 채널을 통해 얻으셨습니까? 모두 골라 주십시오.

1) 지상파 TV 2) 라디오 3) 신문 4) 잡지
5) 옥외전광판 6) 포털사이트(네이버/다음 등) 7) 도서관 전문 인터넷 사이트/블로그
8) 국립중앙도서관 홈페이지
9) 국립중앙도서관 블로그 10) 국립중앙도서관 페이스북 11) 국립중앙도서관 인스타그램
12) 국립중앙도서관 트위터 13) 국립중앙도서관 유투브
14) 국립중앙도서관 발행 소식지 (월간 '오늘의 도서관' 등)
15) 세미나/간담회/설명회
16) 체험프로그램/이벤트/행사
17) 도서관 방문
18) 관공서(주민센터 등)
19) 주변 사람
20) 기타( )

Q3. 다음 중 귀하께서 위의 채널을 통해 주로 얻는 정보는 무엇입니까? 모두 골라주십시오.

1) 국립중앙도서관 정책 2) 국립중앙도서관 행사 3) 국립중앙도서관 서비스 정보 4) 책에 대한 정보 5) 국내외 도서관 정보 6) 국립중앙도서관 연구발표 7) 국립중앙도서관 인사 8) 국립중앙도서관 역사 9) 기타 ( )

Q4. 귀하의 의견과 일치하는 부분에 V 표시 해주십시오.

	전혀 그렇지 않다				매우 그렇다
Q4-1. 나는 국립중앙도서관에 대해 비교적 잘 알고 있는 편이다.	①	②	③	④	⑤
Q4-2. 나는 국립중앙도서관과 관련이 되어있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
Q4-3. 국립중앙도서관은 다양한 매체를 통해 소통하고 있다.	①	②	③	④	⑤
Q4-4. 국립중앙도서관의 소통활동은 국민에게 잘 전달되고 있다.	①	②	③	④	⑤
Q4-5. 나는 국립중앙도서관에 대한 정보를 자주 접하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
Q4-6. 나는 국립중앙도서관이 제공하는 정보가 유용하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
Q4-7. 나는 국립중앙도서관이 제공하는 정보가 흥미롭다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
Q4-8. 국립중앙도서관 관련 내용을 접했을 때 관심있게 지켜보게 된다.	①	②	③	④	⑤

Q5. 다음은 국립중앙도서관의 소통에 대한 평가입니다. 귀하의 의견과 일치하는 부분에 V 표시 해주십시오.

	전혀 그렇지 않다.				매우 그렇다.
Q5-1. 국립중앙도서관은 전반적으로 국립중앙도서관 정책에 대한 소통을 잘하고 있다.	①	②	③	④	⑤
Q5-2. 국립중앙도서관은 국립중앙도서관의 고객이용 관련 소통을 잘하고 있다.	①	②	③	④	⑤
Q5-3. 국립중앙도서관은 국립중앙도서관의 행사 관련 소통을 잘하고 있다.	①	②	③	④	⑤
Q5-4. 국립중앙도서관은 국립중앙도서관의 역할과 비전에 대한 소통을 잘하고 있다.	①	②	③	④	⑤
Q5-5. 국립중앙도서관의 소통 능력은 전반적으로 잘하고 있다.	①	②	③	④	⑤

DQ	**인구통계학적 질문**

* 다음은 인구통계학적 질문입니다.

DQ 1. 귀하의 성별은 무엇입니까?

1) 남성 2) 여성

DQ 2. 귀하의 나이는 올해 만으로 어떻게 되십니까? ( )세

DQ 3. 귀하께서는 결혼을 하셨나요?

1) 기혼 2) 미혼

DQ 4. 귀하가 거주하고 계시는 지역은 다음 중 어디입니까?

(1) 서울 (2) 부산 (3) 대구 (4) 인천 (5) 광주 (6) 대전 (7) 울산 (8) 경기 (9) 강원 (10) 충북

(11) 충남 (12) 전북 (13) 전남 (14) 경북 (15) 경남 (16) 세종

DQ 5. 귀하의 최종 학력은 어떻습니까?

1) 중학교 졸업 이하 2) 고등학교 졸업 3) 대학 재학/졸업 4) 대학원 재학/졸업

DQ 6. 귀하의 직업은 다음 중 어디에 해당합니까?

1) 전문직 2) 경영/관리/사무직 3) 자영업 4) 판매/서비스직 5) 생산기능직 6) 농림/수산/축산업 7) 전업주부 8) 학생 9) 프리랜서 10)무직/기타

DQ 7. 귀하의 월 평균 총소득은 얼마입니까?

① 300만원 이하 ② 301-500만 ③ 501-800만 ④ 801-1000만 ⑤ 1000만원 이상

첨부 2. 국립중앙도서관 전문가 대상 (문헌정보) 심층인터뷰 설문지

국립중앙도서관 인식 관련 전문가 심층 인터뷰 질문

1. '도서관'이라는 공간, 역할에 대해서 어떻게 생각하십니까?
   - 왜 그렇게 생각하십니까?
   - 그렇게 인식하게 된 계기가 있다면 무엇입니까?

2. 최근 이용했던 도서관 중 가장 기억에 남는 도서관은 어디 입니까?
   - 해당 도서관의 어떤 점 때문에 기억에 남았습니까?

3. 현재 국립중앙도서관의 인지도가 낮은 원인은 무엇이라고 생각하십니까?

4. 국립중앙도서관의 정책 및 서비스 중에서 가장 중요하다고 생각하시는 것은 무엇입니까?
   - 그 이유는 무엇입니까?

5. 현재 국립중앙도서관 생각하셨을 때 가장 먼저 떠오르는 키워드는 무엇입니까?
   - 해당 키워드들을 떠올리신 이유는 무엇입니까?
   - 그렇게 생각하게 되신 계기가 있다면 무엇입니까?

6. 앞으로 국립중앙도서관에 기대하는 이미지는 무엇입니까?
   - 그렇게 생각하신 이유는 무엇입니까?

7. 말씀해 주신 이미지를 만들어 나가기 위해서는 국립중앙도서관이 앞으로 어떤 역할을 수행해야 한다고 생각하십니까?
   - 그 이유는 무엇입니까

8. 국립중앙도서관이 국가적 차원에서 현재 어떠한 역할을 수행하고 있다고 생각하십니까?
   - 국립중앙도서관이 국가적 차원에서 어떠한 역할을 수행해야 한다고 생각하십니까?
   - 해당 역할이 중요하다고 생각하시는 이유는 무엇입니까?

9. 그렇다면 도서관 이용자 측면에서는 국립중앙도서관이 어떠한 역할을 하고 있다고 생각하십니까?
   - 도서관 이용자를 위해 국립중앙도서관이 어떤 역할을 수행해야 한다고 생각하십니까?
   - 해당 역할을 수행해야 한다고 답변하신 이유는 무엇입니까?

10. 귀하께서 생각하시는 국립중앙도서관의 핵심가치는 무엇인지 말씀해 주십시오.
   - 말씀해 주신 가치를 핵심가치로 고르신 이유는 무엇입니까?
   - 국립중앙도서관이 가장 중요시해야 하는 국립중앙도서관 업무 또는 정책은 무엇이라고 생각하십니까?

11. 현재 국립중앙도서관은 '국가대표도서관'이라는 브랜드 아이덴티티를 강조하고 있습니다. 이에 대해 어떻게 생각하십니까? 귀하의 의견을 자유롭게 말씀해 주십시오.

12. 국립중앙도서관이 향후 '국가대표도서관'이라는 인식을 형성/강화 하려면 어떠한 역할과 활동이 추가적으로 동반되어야 한다고 생각하십니까?
   - 그렇게 생각하신 이유는 무엇입니까?

13. 국립중앙도서관은 일반 시민들을 위해 다양한 문화·홍보 프로그램을 진행하고 있습니다. 진행 프로그램들이 일반 시민들에게 어떠한 영향을 미친다고 생각하십니까?
   - 일반 공공도서관과 차이점은 무엇이라고 생각하십니까?

15. 향후 국립중앙도서관이 실행하면 좋을 것 같다고 생각하시는 문화·홍보 프로그램이 있다면, 무엇이라고 생각하십니까?
   - 그 이유는 무엇입니까?

첨부 3. 국립중앙도서관 전문가 (PR전문가)대상 심층인터뷰 설문지

국립중앙도서관 인식조사 관련 PR/홍보 전문가 심층 인터뷰 질문

□ 국립중앙도서관 인지도

1. 기관의 내부 임직원이나 관련 전문가는 국립중앙도서관의 인지도가 낮고 그것이 문제라고 지적하고 있습니다. PR/홍보 관점에서 국립중앙도서관의 인지도가 낮은 원인은 무엇이라고 생각하십니까? 아래 <참고>는 문헌정보학 전문가/연구자들이 꼽은 낮은 인지도 수준에 영향을 미치는 요인입니다.

<참고>

① 관외대출 불가
② 자료보존을 위해 만16세 이상의 이용자만 출입을 허가
(단, 조사·연구 목적인 경우 별도의 신청 후 출입 가능)
③ 대중교통을 이용하여 방문하기 어려움 (접근성 낮음)
④ 도서관 이용증 발급 절차 어렵고 복잡함
⑤ 일반 공공도서관, 작은 도서관 등에 비해 규모가 커서 방문하기 부담스러움
(연구 등의 특별한 목적이 있어야 방문할 것 같음)
⑥ 노인분들만 가는 도서관이라는 인식

   - <참고>에 나와 있는 요인 이외에 무엇이 더 있다고 생각하십니까?
   - 국회도서관의 경우에는 상대적으로 인지도가 높은 것으로 나타나는데요. 마찬가지로 국회도서관의 인지도가 높은 것은 PR/홍보 관점에서 무엇때문이라고 생각하십니까?

2. '도서관'이라는 공간 자체에 대한 일반적인 인식(도서관=시험 공부하는 곳)이 국립중앙도서관에 대한 인지도/관심도 형성을 방해하는 것이라는 지적이 있었습니다. 이에 대해 어떻게 생각하십니까?
   - 국립중앙도서관 인지도 및 위상 제고를 위해 국립중앙도서관 차원에서 '도

서관'에 대한 인식을 변화시키는 작업을 선행할 필요가 있다고 생각하십니까?
- 도서관 자체에 대한 인식을 어떻게 변화시켜야 한다고 생각하십니까?

□ 국립중앙도서관과 공공도서관 차별화

3. 국립중앙도서관이 현재 다른 공공도서관에 비해 차별화가 되지 않고 있다고 평가되고 있습니다. 국립중앙도서관이 어떤 역할, 핵심가치, 서비스를 강조하여 차별화를 추구해야 한다고 생각하십니까? 그 이유는 무엇입니까? 아래 <보기>는 문헌정보학 전문가/연구자들이 차별화 포인트로 언급한 요소들입니다. 이를 참고해 말씀해 주십시오.

<보기>

① '이용'을 위한 도서관이 아닌 '보존'을 위한 도서관
② 대한민국 모든 정보와 자료를 망라적 수집
③ 다른 공공도서관에서는 수집할 수 없는 자료 보유
④ 사서들의 전문성
⑤ '보존'을 위해 '이용'을 제한할 수 있다
⑥ 도서관들의 도서관

4. 현재 이용자 대부분 노령층인 점이 국립중앙도서관에 대한 고정관념, 인식에 좋지 않은 영향을 미치고 있다는 지적이 있었습니다. 노령층의 이용을 당장 줄일 수는 없는 상황에서 PR/홍보관점에서 '국립중앙도서관에는 노인들이 많다'라는 인식을 극복 할 수 있는 방안은 무엇이라고 생각하십니까?
   - 그 이유는 무엇입니까?

5. 국립중앙도서관의 이용자는 전 국민이 대상이기 때문에 서비스나 문화·홍보 프로그램을 만드는데 어려움이 있다고 합니다. 국립중앙도서관의 인지도 및 위상 제고를 위해서는 어떤 타깃이 핵심이 되어야 한다고 생각하십니까?
   - 그 이유는 무엇입니까?

6. 문헌정보학 전문가/연구자들은 공통적으로 국립중앙도서관의 경쟁력을 높이기 위해 <보기>와 같은 추가적인 서비스 도입이 필요하다고 언급했습니다. 어떠

한 서비스들이 이용자의 관심과 필요를 발생시킬 수 있다고 생각하십니까? 그 이유는 무엇입니까? <보기>와 다른 아이디어가 있으시다면, 자유롭게 말씀 부탁 드립니다.

<보기>

① 이용자들이 특정 영역에 대해 궁금할 때 물어볼 수 있는 '주제전문 사서' 서비스
② 이용자들이 연구하고자 하는 특정 연구분야/주제에 대한 데이터를 수집해주는 데이터 패키징 서비스
③ 최신의 온라인 데이터 검색 플랫폼 도입
④ 다양한 미디어에서 제공하는 정보에 대한 전문적 리뷰 (정보 진위, 수준 등 평가)
⑤ 최근 이슈 관련 부가적인 심층 정보 큐레이션

7. 사서의 전문성을 강화하고 이를 홍보 자원으로 활용할 수 있어야 한다는 문헌정보학 전문가 의견이 있었습니다. 현재 국립중앙도서관은 온라인상에서 '사서에게 물어보세요(도서관, 자료, 책과 관련된 사항에 대한 질의응답 서비스)'라는 서비스를 시행하고 있으나 제대로 홍보되지 못하고, 이용률이 저조한 상황입니다. 해당 서비스를 홍보할 수 있는 방안은 무엇이라고 생각하십니까?
   - 그렇게 생각하신 이유는 무엇입니까?
   - 사서도 전문성 어필을 위해 유니폼을 착용하면 좋겠다는 의견이 있었는데 이에 대해 어떻게 생각하십니까?

□ 국립중앙도서관의 위상 제고 문제

8. 문헌정보학 전문가 및 연구자들 간에 '국립중앙도서관은 친근하면서 권위있어야 한다' vs. '국가적 차원의 역할을 강조해야 한다' vs. '이용자 친화적인 도서관으로 변화해야 한다'의 의견이 분분합니다. PR/홍보 관점에서 국립중앙도서관이 어떠한 포지셔닝을 취해야 한다고 생각하십니까?
   - 그 이유는 무엇입니까?

□ 국립중앙도서관의 '국가대표도서관' 브랜드 아이덴티티 진단

8. 현재 국립중앙도서관은 '국가대표도서관'이라는 브랜드 아이덴티티를 강조하고 있습

니다. 이에 대해 어떻게 생각하십니까? 적절하다고 생각하십니까?
- '국가대표도서관'이라는 단어가 국립중앙도서관의 가치와 의미, 정책을 포함하고 있다고 생각하십니까?

6. 국립중앙도서관이 향후 '국가대표도서관'이라는 인식을 형성/강화 하려면 어떠한 역할과 활동이 추가적으로 동반되어야 한다고 생각하십니까?
- 그렇게 생각하신 이유는 무엇입니까?

□ 국립중앙도서관의 문화·홍보 프로그램 진단

8. (참고자료) 국립중앙도서관은 일반 시민들을 위해 다양한 문화·홍보 프로그램을 진행하고 있습니다. 진행 프로그램들이 국립중앙도서관의 브랜드 아이덴티티에 적절하다고 생각하십니까?
- 일반 공공도서관과 차이점은 무엇이라고 생각하십니까?

9. 향후 국립중앙도서관이 실행하면 좋을 것 같다고 생각하시는 문화·홍보 프로그램이 있다면, 자유롭게 의견 부탁 드립니다.

□ 추가질문

12. 미래의 국립중앙도서관을 위해 추가적으로 하고 싶은 말씀이 있으실까요?

첨부 4. 국립중앙도서관 도서관이용자 집단심층인터뷰 설문지

국립중앙도서관 인식 관련 정성조사 질문내용

A. '도서관'에 대한 인식

1. '도서관'이라는 공간, 역할에 대해서 어떻게 생각하십니까?
- 왜 그렇게 생각하십니까?
- 그렇게 인식하게 된 계기가 있다면 무엇입니까?

2. 최근 이용했던 도서관 중 가장 기억에 남는 도서관은 어디 입니까?
- 해당 도서관의 어떤 점 때문에 기억에 남았습니까?

B. 국립중앙도서관 인지도

1. 국립중앙도서관에 대해 알고 있습니까?
- 어떠한 경로로 알게 되었습니까?
- 국립중앙도서관에 대해 가장 먼저 알게 된 사실은 무엇입니까?

2. 국립중앙도서관을 이용해 본 경험이 있습니까?
- 경험이 없다면, 그 이유는 무엇입니까?
- 경험이 있다면, 국립중앙도서관의 어떤 점이 가장 기억에 남습니까?

C. 국립중앙도서관 역할 및 핵심가치

1. 국립중앙도서관이 국가적 차원에서 어떠한 역할을 수행하고 있다고 생각하십니까?

- 국립중앙도서관이 국가적 차원에서 어떠한 역할을 수행해야 한다고 생각하십니까?
- 해당 역할이 중요하다고 생각하시는 이유는 무엇입니까?

2. 그렇다면 도서관 이용자 측면에서는 국립중앙도서관이 어떠한 역할을 하고 있다고 생각하십니까?
- 추가적으로 도서관 이용자를 위해 국립중앙도서관이 어떤 역할을 수행해야 한다고 생각하십니까?
- 해당 역할을 수행해야 한다고 답변하신 이유는 무엇입니까?

3. (참고자료 제공) 다음은 국립중앙도서관이 수행하고 있는 도서관 업무 및 정책 관련 자료입니다. 해당 자료를 읽어보시고, 귀하께서 생각하시는 국립중앙도서관의 핵심가치는 무엇인지 말씀해 주십시오.
- 말씀해 주신 가치를 핵심가치로 고르신 이유는 무엇입니까?
- 국립중앙도서관이 수행/실행해야 하는 도서관 업무와 정책의 각각의 우선순위를 말씀해 주십시오(1,2번 질문의 '수행해야 한다고 판단되는 역할'과 연계).

D. 국립중앙도서관 이미지

1. 현재의 국립중앙도서관 이미지를 표현한다면 가장 먼저 떠오르는 단어는 무엇입니까? 3개 이상 말씀해 주십시오.
- 해당 단어들을 떠올리신 이유는 무엇입니까?
- 그렇게 생각하게 되신 계기가 있다면 무엇입니까?

2. 앞으로 국립중앙도서관이 이상적으로 가져가야하는 기대 이미지는 무엇이라고 생각하십니까?
- 그렇게 생각하신 이유는 무엇입니까?

3. 말씀해 주신 이미지를 만들어 나가기 위해서는 국립중앙도서관이 앞으로 어떤 역할을 수행해야 한다고 생각하십니까?
- 그 이유는 무엇입니까?

E. '국가대표도서관' 브랜드 아이덴티티

1. '국가대표도서관' 이미지를 표현한다면 가장 먼저 떠오르는 단어는 무엇입니까? 3개 이상 말씀해 주십시오.
- 해당 단어들을 떠올리신 이유는 무엇입니까?

2. '국가대표도서관'에 대한 기대 이미지는 무엇입니까?
- 그렇게 생각하신 이유는 무엇입니까?

3. 말씀해 주신 '국가대표도서관'의 기대 이미지를 형성하려면 어떠한 역할과 활동이 동반되어야 한다고 생각하십니까?
- 그 이유는 무엇입니까?

F. 국립중앙도서관 홍보프로그램 인지

1. (참고자료 제공) 다음은 국립중앙도서관이 진행했던 문화·홍보 프로그램입니다. 해당 프로그램을 살펴보시고, 알고 계신 프로그램을 말씀해 주십시오.
- 말씀해 주신 프로그램을 알게된 경로는 무엇입니까?
- (직접 경험한 경우) 경험 해보신 프로그램은 어땠습니까? 향후 다시 경험하고 싶은 마음이 있으십니까?

2. 향후 국립중앙도서관이 실행하면 좋을 것 같다고 생각하시는 문화·홍보 프로그램이 있다면, 무엇이라고 생각하십니까?
- 그 이유는 무엇이라고 생각하십니까?

연구진

■ 위탁연구기관명 : 에스코토스컨설팅(주)
■ 연 구 책 임 자 : 강함수 대표
■ 공 동 연 구 원 : 신종희 이사
류래경 과장
이현주 수석연구원

■ 보 조 연 구 원 : 임세라 대리

2019년 연구보고

국립중앙도서관 인지도 조사 및 홍보전략 연구

인 쇄 : 2019년 12월 20일
발 행 : 2019년 12월 20일
발행처 : 국립중앙도서관
서울특별시 서초구 반포대로 201(반포동)
Tel. 02-590-0799 Fax. 02-590-0502
http://www.nl.go.kr
연구기관 : 에스코토스
ISBN 11-1371029-000198-01 [비매품]

인쇄 : 더에이포