국립어린이청소년도서관
National Library for Children and Young Adults

국립어린이청소년도서관 인식조사를 통한 홍보전략 연구 – 최종보고서

2019. 12. 20

SCOTOSS

에스코토스컨설팅㈜

연구 목적

과업 필요성

과학기술 및 사회·문화의 발달로 국민이 기대하는 도서관의 모습은 전통적인 도서관 역할에서 더 나아가 크게 변화 (디지털 시대의 도서관 역할 변화)

이용자(수요자 관점에서 지자체별 공공도서관, 복합 문화공간과 연계된 서점, 독립서점 등과 경쟁해야 하는 구도 형성

이용자 입장에서 선택의 대상이 많아 우리 도서관에 대한 이용 동기가 떨어지고 인지도 및 이해도가 점차 낮아짐 (국립어린이청소년도서관의 존재가치 인식)

과업 목적

1. 어린이, 청소년의 방문에 영향을 미치는 부모 그리고 교사에게 국립어린이청소년도서관의 존재의미를 인식시키고 지속적으로 방문율을 높일 수 있는 홍보마케팅 실행 계획 수립

   ✓ 교육환경 변화, 그리고 독서문화 진흥의 직접적 수혜자인 어린이·청소년, 학부모의 요구변화를 면밀히 파악하여 커뮤니케이션 방안 필요

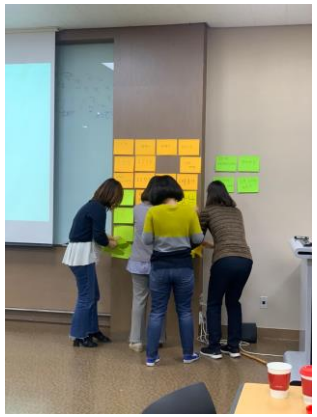
2. 우리 도서관의 **다양한 정책이나 서비스 중에 무엇을 강조하는 것이 효과적인지**, 현재 홍보 마케팅 활동 중에 무엇을 개선하고 강화하면 효율적인지를 파악하는 것 중요

중간보고 발표 내용 : 서울 거주 학부모 (30-50대) 400명 대상의 설문조사 결과 보고와 내부 워크샵 내용 보고

I. 내부 워크샵 결과 내용

1. 조사 개요

조사 목적	▪ 국립어린이청소년도서관의 인지도 및 이해도 형성에 영향을 미치는 문제점을 파악하고 브랜드 아이덴티티 개발 및 홍보 방향 설정을 위한 내부직원의 의견과 아이디어 수집을 목적으로 함 ▪ 외부에서 바라보는 국립어린이청소년도서관 이미지와 내부에서 바라보는 기관의 이미지를 비교할 수 있는 기초 자료 마련
조사 대상 및 구성	▪ 국립어린이청소년도서관 내부직원 12명, 3~4인 1조로 3개 팀을 구성
조사 방법	▪ 이슈 파인딩 워크샵(Issue Finding Workshop), 침몰 게임, 부고 테스트 등 ▪ 퍼실리테이터가 주요 질문을 제시하고 참가자들이 플립 차트, 포스트잇을 활용해 자유롭게 아이디어와 의견을 기입하는 형식을 기초로 진행
조사 일시 및 장소	▪ 일시: 2019년 11월 4일(월) 오후 3시~ 5시 30분 ▪ 장소: 국립어린이청소년도서관 6층 세미나실



1. 국립어린이청소년도서관에 대한 이미지 _ 어떤 단어가 가장 먼저 떠오르는가?

- 첫째, 위치와 관련된 특징 언급이 많음. '강남구 어린이 도서관'으로 인식되거나 인지가 낮아 실제로 어디에 위치하냐는 질문이 많이 나옴.
  또한 상업적인 지역에 위치하다 보니, 교육적이지 못하다는 이미지도 있으며 편의시설이 불편하다는 이미지 존재
- 둘째, 어린이 관련 행사를 가장 많이 하는 도서관이라는 이미지 존재
- 셋째, 메이커스페이스, 책 읽어주세요, 독서통장 등 이용자들에게 인기있는 프로그램 언급이 많다고 생각.
  또한 외국 아동서 수집, 사서교육 등 우리 본연의 역할기능을 언급하기도 함

1. **위치적 특성에 기반한 지역(강남) 도서관**
   - 관련 키워드 : 강남역(12번 출구), 국기원, 언덕배기, 오르막길
2. **어린이 관련 가장 많은 '행사'를 하는 도서관**
   - 관련 키워드 : 행사, 전시, 어린이날, 주말, 강연, 부모강좌
3. **도서관 프로그램 관련 연관 키워드**
   - 관련 키워드 : 메이커스페이스, 독서통장, 노란 앞치마, 미꿈소, 책 읽어주세요, 도서관과 함께 책 읽기, 독도
4. **국어청, '도서관' 기능으로서 키워드**
   - 관련 키워드 : 국가대표 어린이 도서관, 신간도서, 외국 아동서 (어린이 전문) 사서 교육
5. **국어청 인지 부족 관련 키워드**
   - 관련 키워드 : 처음 들어봐요, 그런 도서관이 있어?

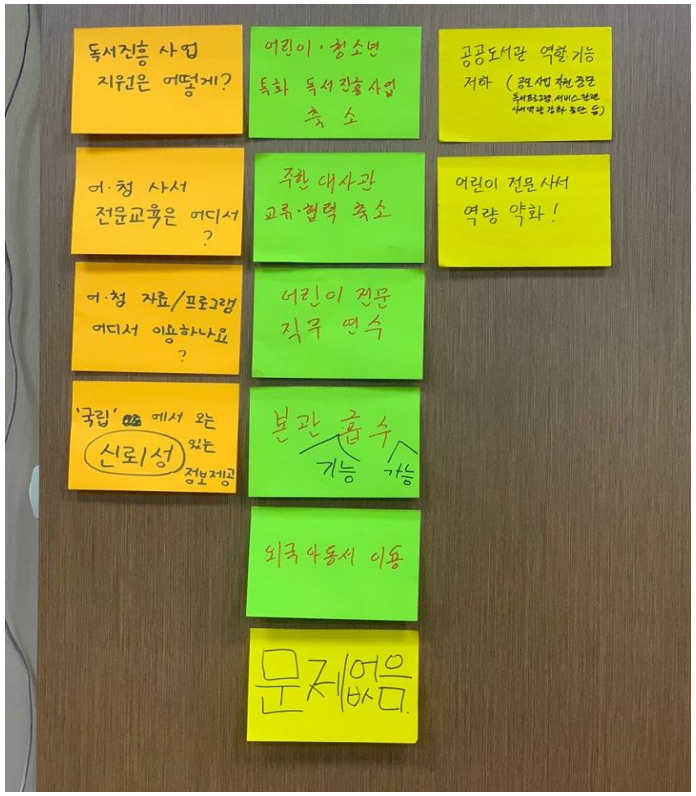
※ 상단부터 빈도 내림차순

기타

- **국어청 편의시설 관련 키워드**
  - 관련 키워드 : 편의시설 불편, 저렴한 식당, 무료 주차
- **국어청 특성 관련 키워드**
  - 관련 키워드 : 대출불가, 평일 이용자 부족

2. 국립어린이청소년도서관의 존재 가치 도출

- 워크샵에서는 '만약 국립어린이청소년도서관이 사라진다면 발생하는 일'에 대해 토론 진행
- ① 어린이, 청소년 독서진흥 사업이 축소되거나 폐지되어 국가적 문제 야기 언급
  ② 어린이/청소년 전문 사서 교육이 없어져 전문적인 독서 교육 체계 및 기준이 사라질 것이라는 의견
  ③ 어린이/청소년 전문 자료 및 프로그램 이용이 어려워 짐 등으로 논의함
  (소수 의견으로는 본관이 우리 도서관의 역할과 기능을 대신 할 수 있을 것이라고 언급함)
  => 어린이,청소년의 리터러시 능력 저하



만약 국립어린이청소년 도서관이 사라진다면, 발생하는 일들

1. **어린이/청소년 독서진흥 사업 축소 및 폐지**
   - 어린이/청소년 독서 관련 전문성 저하
   - 공공, 학교 등 어린이/청소년 독서문화의 기준 제시
2. **어린이/청소년 전문 사서 교육 축소 및 폐지**
3. **어린이/청소년 전문 자료, 프로그램 및 외국 아동서 이용 어려움**
   - 공공성, 공익성을 높이는 가치 존재
4. **주한대사관 교류/협력 축소 등, 국제적 위상 저하**
   - 전세계적으로 어린이 전문 도서관 존재, 한국만 없을 수 없음

5. **아무 문제 없을 것 ➔** 본청이 국어청의 기능 흡수 가능하기 때문

3. 국립어린이청소년도서관의 이용자 관점 개선 방향 논의점

As is – 이용자 관점의 문제점 인식

어린이 계층은 가족단위 자발적 접근이 존재하지만,
청소년 전문 도서관의 국내 부족.
초등 고학년부터 중등고등 학생의 자발적
이용 확대 필요

어린이/청소년의 독서습관 형성 기준을
마련하고 제공하는 우리 도서관의 역할을
강조할 필요가 있음
특히 아동 관련 모든 책과 자료가 다 있다는 점을 부각해야 함

도서관의 위치에 대한 상반적 인식, 즉 강남역이라는 교통편의가 잘 되어 있어 지역을 활용한 홍보 마케팅이 용이할 수 있다는 점, 반대로 너무 상업적인 지역이라 학부모들이 자녀를 데리고 오는데 인식적 장애요인으로 작용하기도 함

To be – 홍보 방향 및 목적

초/중/고 학교와의 연계,
다른 기관과의 협업 프로그램을 통해
청소년 이용 동기 강화 고려
(학부모 이용 동기 부여)

독서습관을 형성하고 고급과정으로
넘어가기 위한 지렛대 역할 및 전문성 강조
(어린이/청소년 독서습관의 중요성 강조 등)

도서관 이전이 아니라면,
교통적 편의성, 사무직 (학부모) 들이 많은 공간임을
고려해 지역 마케팅도 고려 할 필요

II. 학부모 대상 인식조사결과

조사대상	서울 거주지 기혼자 (학부모) 대상 남녀 30대 이상
조사지역	동북권, 서북권, 동남권, 서남권 (4개 서울권역)
조사방법	온라인 서베이
표본크기	총 400명
표본할당	지역별, 자녀 학년 균등 강제할당
조사기간	2019년 11월 5일 – 2019년 11월 8일

구성	세부 내용
A. 국립어린이청소년도서관 기본 인식	A-1) 주로 방문했던 도서관 A-2) 평소 도서관을 방문한 횟수 A-3) 국립어린이청소년도서관에 대한 인지도
B. 국립어린이청소년도서관 역할과 정책에 대한 중요성 인식	국립어린이청소년도서관의 역할정책 중요성 인식
C. 국립어린이청소년도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식	국립어린이청소년도서관이 제공하는 이용자 서비스
D. 국립어린이청소년도서관 이미지	국립어린이청소년도서관 핵심단어 파악 및 가치 판단
E. 국립어린이청소년도서관 신뢰	E-1) 국립어린이청소년도서관의 태도 및 공정타당성에 대한 인식 E-2) 국립어린이청소년도서관의 신뢰 점수 파악
F. 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식	F-1) 국립어린이청소년도서관 관심도 조사 F-2) 국립어린이청소년도서관 소식 및 정보에 대한 채널조사 F-3) 이용하는 채널을 통해 얻는 정보 분석 F-4) 국립어린이청소년도서관과 이용자의 관계 인식 F-5) 국립어린이청소년도서관 소통에 대한 평가
G. 인구통계학적 질문	성별, 나이, 결혼유무, 거주지역, 학력, 직업, 월평균 소득

3. 이용자 대상 응답자 인구통계학적 특성

성별	남성	여성				
	191 (47.8%)	209 (52.3%)				
연령	만 30~39세	만 40~49세	만 50세 이상			
	106 (26.5%)	237 (59.3%)	57 (14.3%)			
거주지	서울 동북	서울 서북	서울 동남	서울 서남		
	100 (25.0%)	100 (25.0%)	100 (25.0%)	100 (25.0%)		
첫째 자녀 기준	미취학	초등학생	중학생	고등학생		
	100 (25.0%)	100 (25.0%)	100 (25.0%)	100 (25.0%)		
월 평균 소득	200만원 미만	201~300만원	301~400만원	401~500만원	501~600만원	601만원 이상
	13 (3.3%)	48 (12.0%)	74 (18.5%)	92 (23.0%)	73 (18.3%)	100 (25.0%)

4. 교사-사서 응답자 특성

- 독서칼럼 메일링 리스트 1,055개 이메일과 1318책벌레들의 도서관 점령기 100개 리스트 중 최근 2년안에 확보된 494개 이메일 대상자에 설문 발송
- 총 102개 응답자 확보해 분석을 실시함

성별 (총102명)	남성	(11)	10.8
	여성	(91)	89.2
최종 학력	대학 재학/졸업	(53)	52.0
	대학원 재학/졸업	(49)	48.0
직업	사서	(55)	53.9
	사서교사	(18)	17.6
	교과교사	(22)	21.6
	기타	(7)	6.9

A. 국립어린이청소년도서관 기본 인식

B. 국립어린이청소년도서관 역할과 정책에 대한 중요성 인식

C. 국립어린이청소년도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식

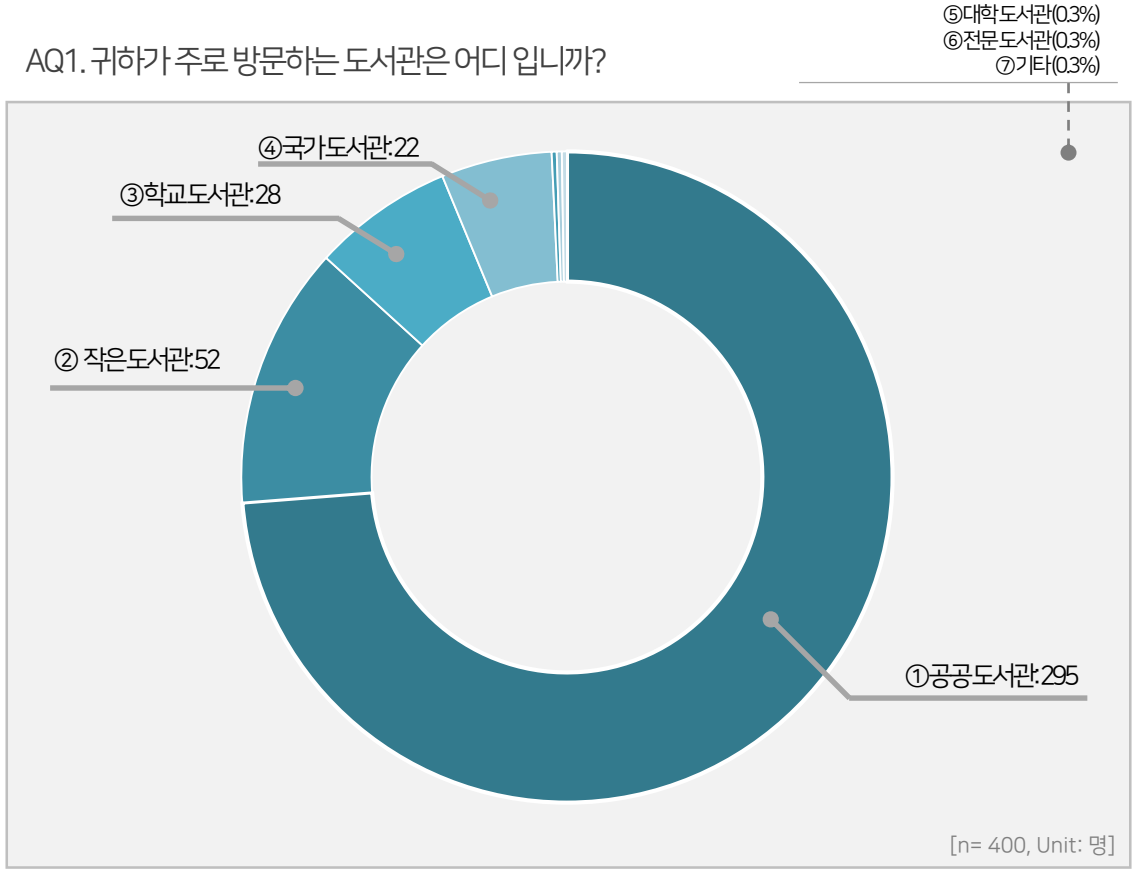
D. 국립어린이청소년도서관 이미지

E. 국립어린이청소년도서관 신뢰

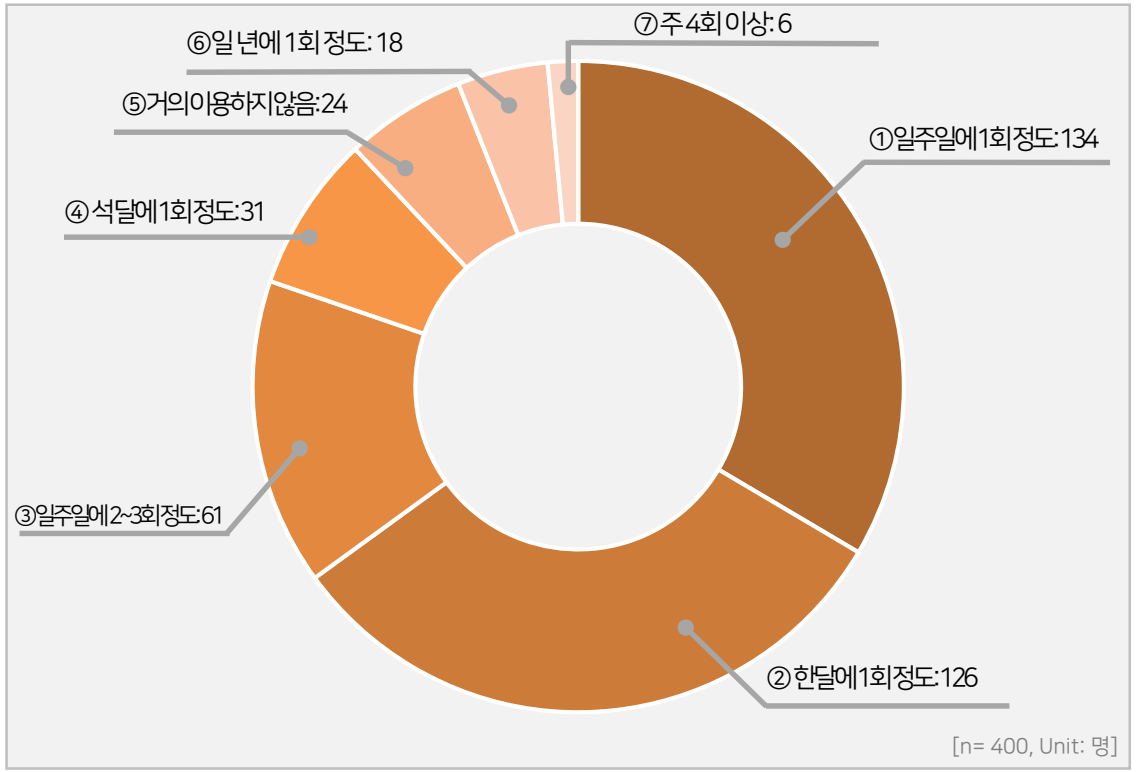
F. 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식

- 가장 많이 이용하는 도서관은 공공도서관(73.8%)으로 나타났으며, 주로 일주일에 1회(33.5%), 한 달에 1회(31.5%) 방문함
- 거의 이용하지 않는 경우는 6.0% 이며, 일주일에 4회 및 일 년에 1회 방문하는 경우도 6.0%로 나타남

AQ1. 귀하가 주로 방문하는 도서관은 어디 입니까?

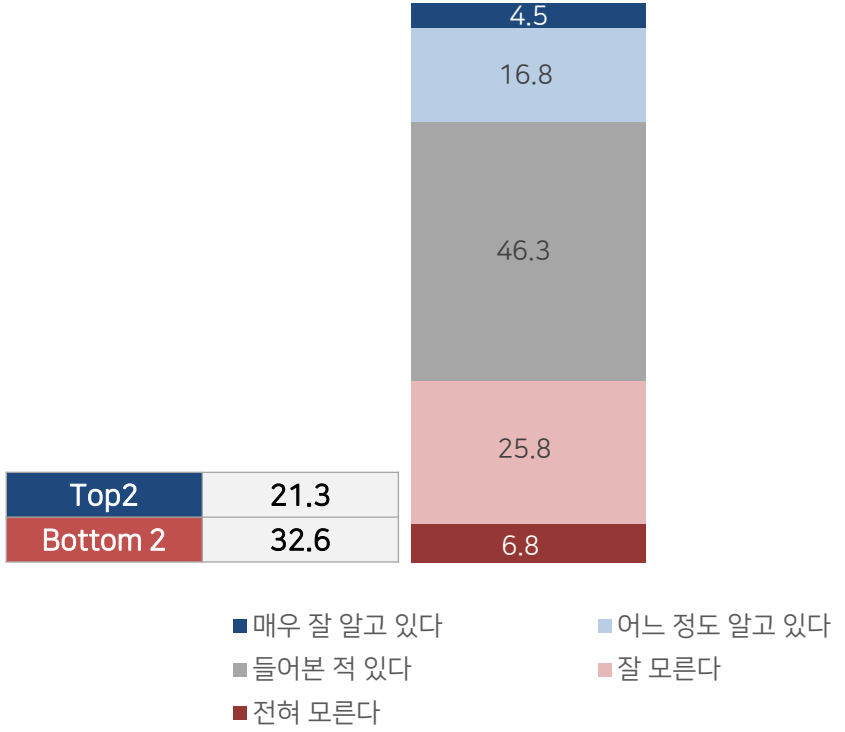


AQ2. 귀하는 도서관을 얼마나 자주 방문하십니까?

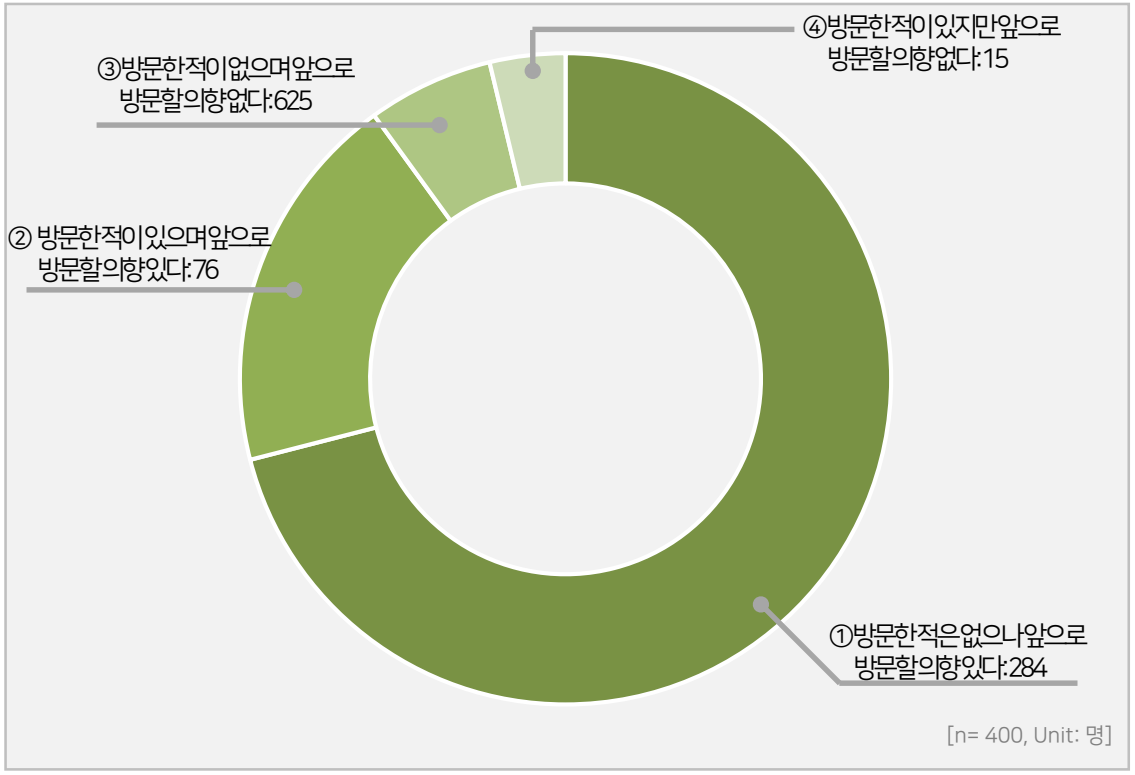


2. 국립어린이청소년도서관 인지도

- 국립어린이청소년도서관에 대해 잘 알고 있다 (4.5%), 어느 정도 알고 있다 (16.8%), 들어본 적 있다(46.3%), 모른다 (32.6%) 로 나타남
- 방문 경험이 있는 사람은 응답자 중 22.8% 임
- 국립어린이청소년도서관 방문할 의향에 대해 '방문한 적은 없으나 앞으로 방문할 의향은 있다'(71.0%), '방문한 적이 있으며 앞으로 방문할 의향은 있다'(19.0%) '방문한 적이 없으며 앞으로 방문할 의향은 없다'(6.3%), '방문한 적이 있지만 앞으로 방문할 의향은 없다'(3.8%) 순으로 응답함



A3. 국립어린이청소년도서관에 대해 평소 알고 계셨습니까?



A4. 국립어린이청소년도서관에 방문해 본 적이 있습니까?

A. 국립어린이청소년도서관 기본 인식

B. 국립어린이청소년도서관 역할과 정책에 대한 중요성 인식

C. 국립어린이청소년도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식

D. 국립어린이청소년도서관 이미지

E. 국립어린이청소년도서관 신뢰

F. 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식

국립어린이청소년도서관 역할과 정책에 대한 중요성 인식

- ▲'어린이, 청소년을 위한 지역 공공·학교도서관 독서문화진흥사업 지원 '(4.06), ▲ '도서관 접근 및 이용이 어려운 정보취약계층 어린이, 청소년을 위한 지역 공공·학교도서관 독서문화진흥사업 지원 역할'(3.98), ▲ '국내외 모든 어린이, 청소년과 관련 자료의 망라적 수집 및 체계적 자료정리를 위한 데이터 센터 역할 '(3.97) 등 순으로 공감 정도가 높게 나타남
- 반면, '아동, 청소년 담당 사서 역량 강화 역할'(3.82)에 대해 공감하는 정도는 상대적으로 낮게 나타남

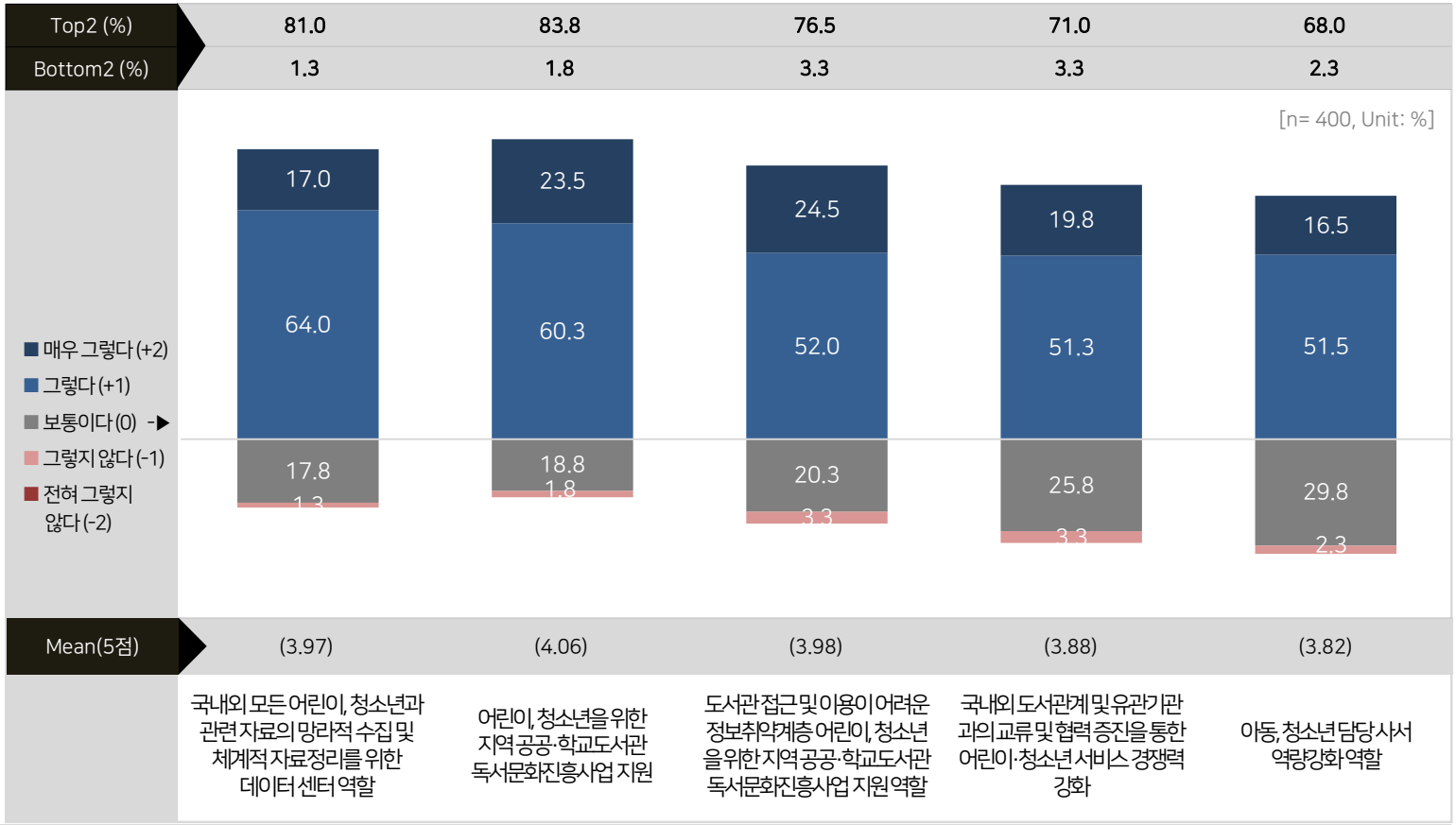
1위 어린이, 청소년을 위한 지역 공공·학교도서관 독서문화진흥사업 지원 (4.06)

2위 도서관 접근 및 이용이 어려운 정보취약계층 어린이, 청소년을 위한 지역 공공·학교도서관 독서문화진흥사업 지원 역할(3.98)

3위 국내외 모든 어린이, 청소년과 관련 자료의 망라적 수집 및 체계적 자료정리를 위한 데이터 센터 역할 (3.97)

4위 국내외 도서관계 및 유관기관과의 교류 및 협력 증진을 통한 어린이·청소년 서비스 경쟁력 강화(3.88)

5위 아동, 청소년 담당 사서 역량 강화 역할(3.82)



AQ1. 국립어린이청소년도서관이 추진하는 역할과 정책에 대한 설명입니다. 귀하께서 공감하시는 정도를 기입해주십시오

■ 전체 사서(A) 가 이용자 집단보다 평균값이 크다는 점이 통계적으로 유의미 (대부분 p < .001에서 유의미)

		집단 평균	평균 비교 (A.미취학 학부모(n=100), B.초등 학부모 (n=100), C.중등 학부모 (n=100), D.고등 학부모 (n=100), E.전체 사서 (n=102)	GAP (E-A,B,C,D)	
역할	B1-1. 국내의 모든 어린이, 청소년 관련 자료의 망라적 수집 및 체계적인 자료 정리를 위한 데이터 센터로서 역할	4.06	3.99 3.92 3.94 4.02 4.42	E-A E-B E-C E-D	.432*** .502*** .482*** .402***
	B1-2. 어린이와 청소년을 위한 지역 공공·학교도서관 독서문화진흥사업 지원	4.14	4.15 3.98 4.01 4.08 4.47	E-A E-B E-C E-D	.321* .491*** .461*** .391***
	B1-3. 도서관 접근 및 이용이 어려운 정보취약계층 어린이와 청소년을 위한 지역 공공·학교도서관 독서문화진흥사업 지원 역할	4.03	4.05 3.83 4.01 4.02 4.25	E-A E-B E-C E-D	0.205 .425*** 0.245 0.235
	B1-4. 국내외 도서관계 및 유관기관과의 교류 및 협력 증진을 통한 어린이·청소년 서비스 경쟁력 강화	3.97	3.86 3.86 3.92 3.86 4.35	E-A E-B E-C E-D	.493*** .493*** .433*** .493***
	B1-5. 어린이, 청소년 담당 사서 역량강화 역할	3.95	3.80 3.81 3.83 3.85 4.43	E-A E-B E-C E-D	.631*** .621*** .601*** .581***

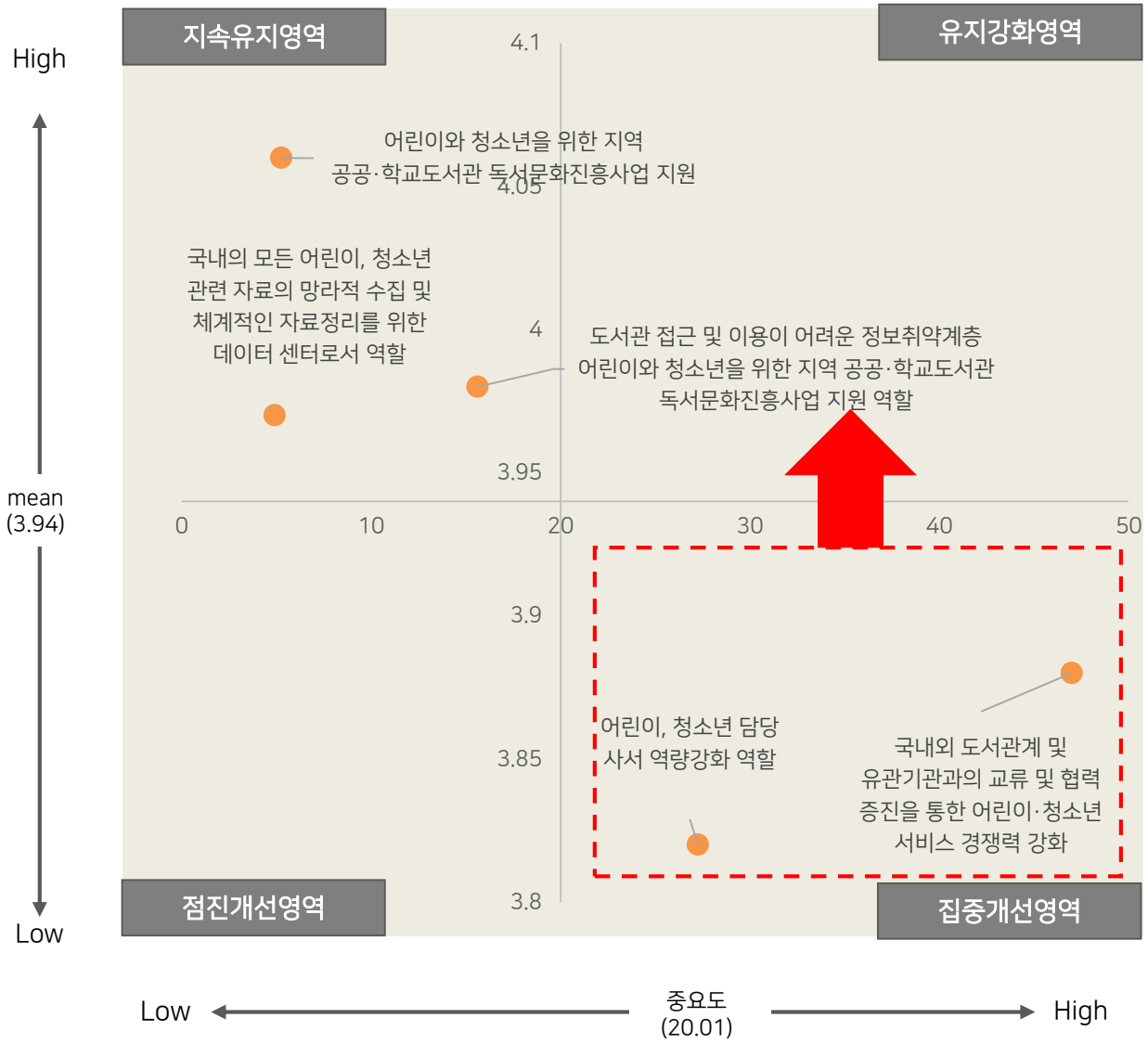
※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

역할과 정책 중 강조한 요소

- **국립어린이청소년도서관의 역할과 비전에 대한 공감도 평균값과 신뢰도 수준 간의 비교 분석, 상대적으로 신뢰에 영향을 미치는 요인 도출**
  ※중요도 분석 (IPA, Important Performance Analysis)

- **''국내외 도서관계 및 유관기관과의 교류 및 협력 증진을 통한 어린이·청소년 서비스 경쟁력 강화', '어린이, 청소년 담당 사서 역량 강화 역할', 부분을 집중 개선해야 함** ※중요하다고 인식하고 있지만, 평균 점수가 낮은 영역

- 한편, **'어린이 청소년을 위한 지역 공공, 학교도서관 독서문화진흥 사업 지원'**은 지속적으로 유지 강화해야 함



* 중요도: Shapley Value Regression을 통해 신뢰 인식에 미치는 상대적 영향력 산출 (중요도 계 100%)

A. 국립어린이청소년도서관 기본 인식

B. 국립어린이청소년도서관 역할과 정책에 대한 중요성 인식

C. 국립어린이청소년도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식

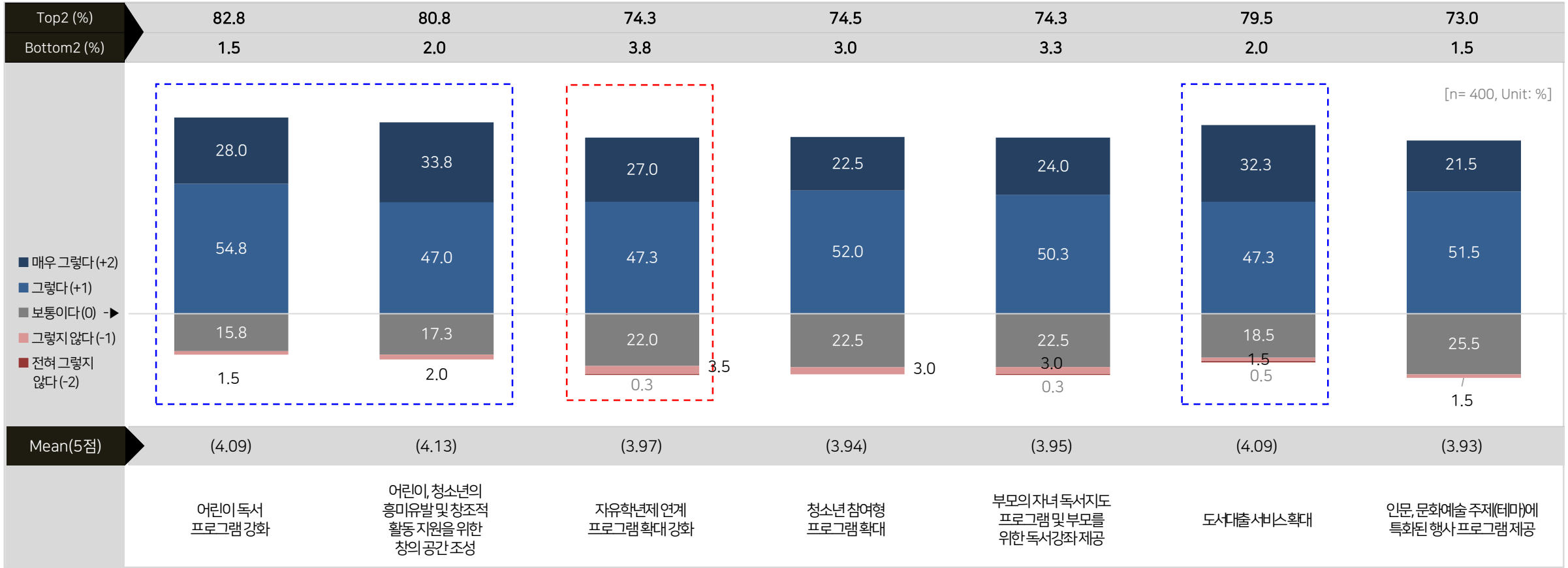
D. 국립어린이청소년도서관 이미지

E. 국립어린이청소년도서관 신뢰

F. 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식

주요 서비스 중요성에 대한 일반 인식 (1) : 프로그램 중심 서비스

- 전반적으로 주요 서비스에 대해 중요하다고 인식함
- ▲'어린이, 청소년의 흥미유발 및 창조적 활동 지원을 위한 창의 공간 조성'(4.13), ▲'어린이 독서 프로그램 강화'(4.09), ▲' 도서대출 서비스 확대'(4.09) ▲자유학년제 연계 프로그램 확대강화'(3.97) 등의 정책 및 서비스를 중요하다고 생각하고 있음



	어린이 독서 프로그램 강화	어린이, 청소년의 흥미유발 및 창조적 활동 지원을 위한 창의 공간 조성	자유학년제 연계 프로그램 확대강화	청소년 참여형 프로그램 확대	부모의 자녀 독서지도 프로그램 및 부모를 위한 독서강좌 제공	도서대출 서비스 확대	인문, 문화예술 주제(테마)에 특화된 행사 프로그램 제공
Top2 (%)	82.8	80.8	74.3	74.5	74.3	79.5	73.0
Bottom2 (%)	1.5	2.0	3.8	3.0	3.3	2.0	1.5
매우 그렇다 (+2)	28.0	33.8	27.0	22.5	24.0	32.3	21.5
그렇다 (+1)	54.8	47.0	47.3	52.0	50.3	47.3	51.5
보통이다 (0)	15.8	17.3	22.0	22.5	22.5	18.5	25.5
그렇지 않다 (-1)	1.5	2.0	0.3	3.0	3.0	1.5	1.5
전혀 그렇지 않다 (-2)			3.5		0.3	0.5	
Mean(5점)	(4.09)	(4.13)	(3.97)	(3.94)	(3.95)	(4.09)	(3.93)

CQ2. 다음 문항들을 읽고, 귀하의 생각과 일치하는 정도에 V표시를 해주시기 바랍니다.

집단간 비교 분석 : 프로그램 중심 서비스

- 전반적으로 학부모(A, B, C, D)집단과 전체 사서(E)집단은 이용자 프로그램에서 차이는 통계적으로 유의미(대부분 p < .05)
- 프로그램 서비스 중에서 전체 사서(교사 포함) 경우, '책 읽기 활용을 위한 독서문화 진흥 콘텐츠 개발 및 제작 보급'을 가장 중요하다(4.59)고 응답하고 있음
- 그 다음으로는 어린이 독서프로그램 강화 (4.31), 청소년 참여형 프로그램 확대 (4.30) 순으로 나타남

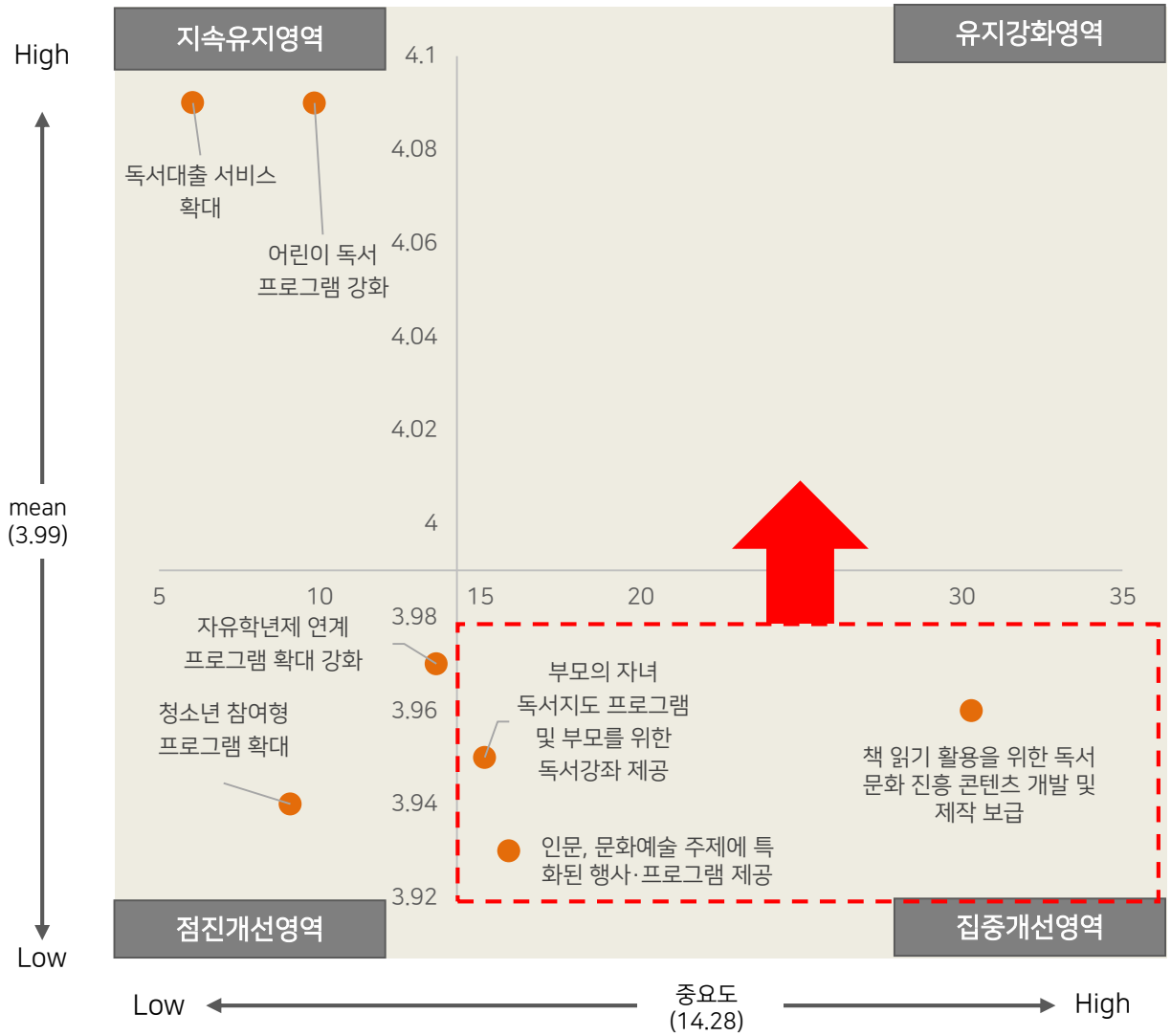
		집단 평균	평균 비교 (A.미취학 학부모(n=100), B.초등 학부모 (n=100), C.중등 학부모 (n=100), D.고등 학부모 (n=100), E.전체 사서 (n=102)	GAP (E-A,B,C,D)	
프로그램 서비스(1)	C2-1. 어린이 독서 프로그램 강화 (책 읽어주세요, 여름/겨울방학 독서교실 등)	4.14	4.16 / 4.11 / 4.10 / 4.00 / 4.31	E-A	0.154
				E-B	0.204
				E-C	0.214
				E-D	.314**
	C2-3. 자유학년제 연계 프로그램 확대 강화 (청소년 창의 코딩 배우기 연계 등)	4.01	3.98 / 3.96 / 4.02 / 3.93 / 4.15	E-A	0.167
				E-B	0.187
				E-C	0.127
				E-D	0.217
	C2-4. 청소년참여형프로그램확대(청소년독서동아리,블로그기자단활동 등)	4.01	3.81 / 4.01 / 3.94 / 4.00 / 4.30	E-A	.494***
				E-B	0.294
				E-C	.364*
				E-D	0.304
	C2-5. 부모의 자녀 독서지도 프로그램 및 부모를 위한 독서강좌 제공	3.97	4.03 / 4.01 / 3.86 / 3.89 / 4.08	E-A	0.048
				E-B	0.068
				E-C	0.218
				E-D	0.188
	C2-6. 도서대출 서비스 확대 (가족회원서비스 등)	4.02	4.15 / 4.10 / 4.00 / 4.12 / 3.74	E-A	-.415*
				E-B	-.365*
				E-C	-0.265
				E-D	-.385*
	C2-7. 인문, 문화예술 주제(테마)에 특화된 행사·프로그램 제공	4.00	3.93 / 3.95 / 3.94 / 3.90 / 4.26	E-A	.335*
				E-B	0.315*
				E-C	.325*
				E-D	.365**
	C2-8. 책 읽기 활용을 위한 독서문화 진흥 콘텐츠 개발 및 제작 보급	4.09	3.99 / 3.97 / 3.97 / 3.91 / 4.59	E-A	.598***
				E-B	.618***
				E-C	.618***
				E-D	.678***

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

이용자 서비스 정책 중 강조할 요소 (1) : 프로그램 중심

- ‘독서대출 서비스 확대’, ‘어린이 독서프로그램 강화’에 대한 점수는 높게 형성, 지속적으로 유지하면서
- ‘부모의 자녀 독서지도 프로그램 및 부모를 위한 독서강좌 제공’ 확대와 ‘책 읽기 활용을 위한 독서 문화 진흥 콘텐츠 개발 및 제작 보급’, ‘인문, 문화예술 주제에 특화된 행사·프로그램 제공’ 강화 필요

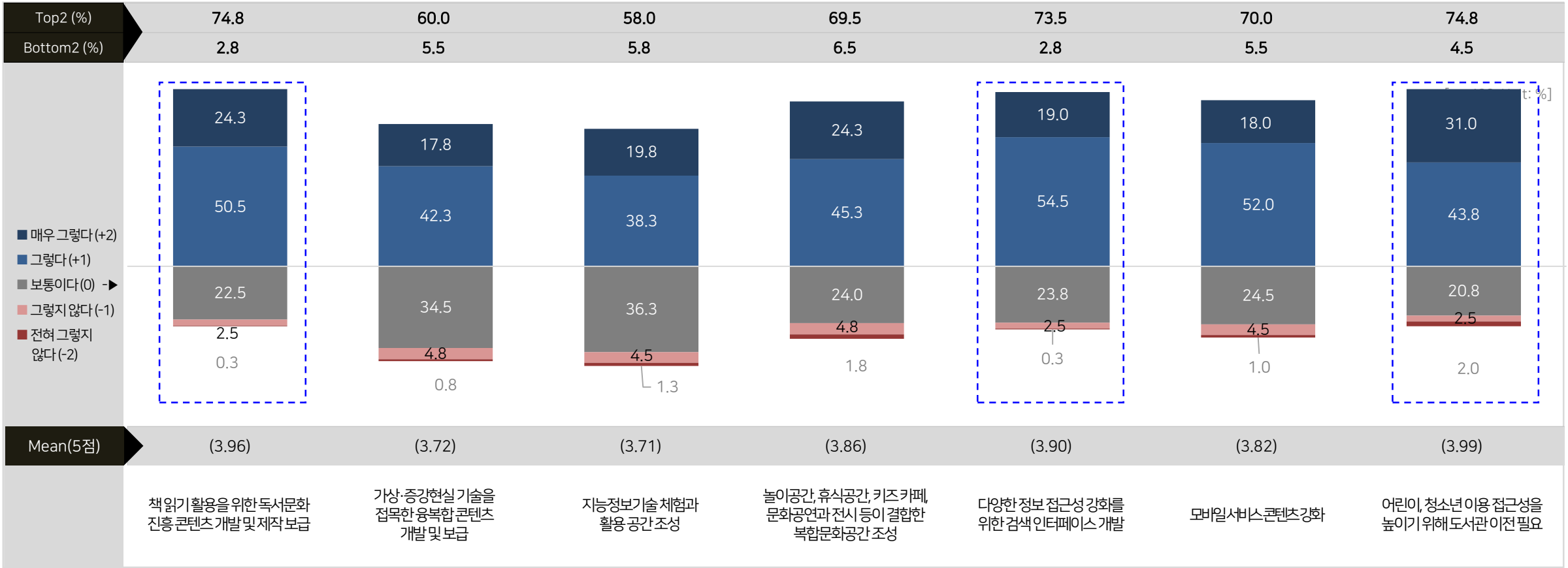
  ※ 중요하다고 인식하고 있지만, 평균 점수가 낮은 영역
- 장기적으로, 자유학년제 연계 프로그램 확대 및 청소년 참여형 프로그램 확대에 대해서 중요도와 동의도(평균점수)를 개선 과제 존재



* 중요도: Shapley Value Regression을 통해 신뢰 인식에 미치는 상대적 영향력 산출 (중요도 계 100%)

주요 추진 정책과 서비스 중요성에 대한 일반 인식 (2) : 공간 및 콘텐츠 중심 서비스

- ▲"어린이, 청소년 이용 접근성을 높이기 위해 도서관 이전 필요'(3.99), ▲"책 읽기 활용을 위한 독서문화진흥 콘텐츠 개발 및 제작 보급'(3.96), ▲"다양한 정보 접근성 강화를 위한 인터페이스 개발'(3,90)'에 동의도는 높게 나타남
- 상대적으로 가장 낮게 동의하는 서비스는 '지식정보기술 체험과 활용 공간 조성'으로 응답함



	책 읽기 활용을 위한 독서문화 진흥 콘텐츠 개발 및 제작 보급	가상·증강현실 기술을 접목한 융복합 콘텐츠 개발 및 보급	지능정보기술 체험과 활용 공간 조성	놀이공간, 휴식공간, 키즈카페, 문화공연과 전시 등이 결합한 복합문화공간 조성	다양한 정보 접근성 강화를 위한 검색 인터페이스 개발	모바일서비스콘텐츠강화	어린이, 청소년 이용 접근성을 높이기 위해 도서관 이전 필요
Top2 (%)	74.8	60.0	58.0	69.5	73.5	70.0	74.8
Bottom2 (%)	2.8	5.5	5.8	6.5	2.8	5.5	4.5
매우 그렇다(+2)	24.3	17.8	19.8	24.3	19.0	18.0	31.0
그렇다(+1)	50.5	42.3	38.3	45.3	54.5	52.0	43.8
보통이다(0)	22.5	34.5	36.3	24.0	23.8	24.5	20.8
그렇지 않다(-1)	2.5	4.8	4.5	4.8	2.5	4.5	2.5
전혀 그렇지 않다(-2)	0.3	0.8	1.3	1.8	0.3	1.0	2.0
Mean(5점)	(3.96)	(3.72)	(3.71)	(3.86)	(3.90)	(3.82)	(3.99)

CQ1. 다음 문항들을 읽고, 귀하의 생각과 일치하는 정도에 V표시를 해주시기 바랍니다.

집단간 비교 분석 : 공간 및 콘텐츠 중심 서비스

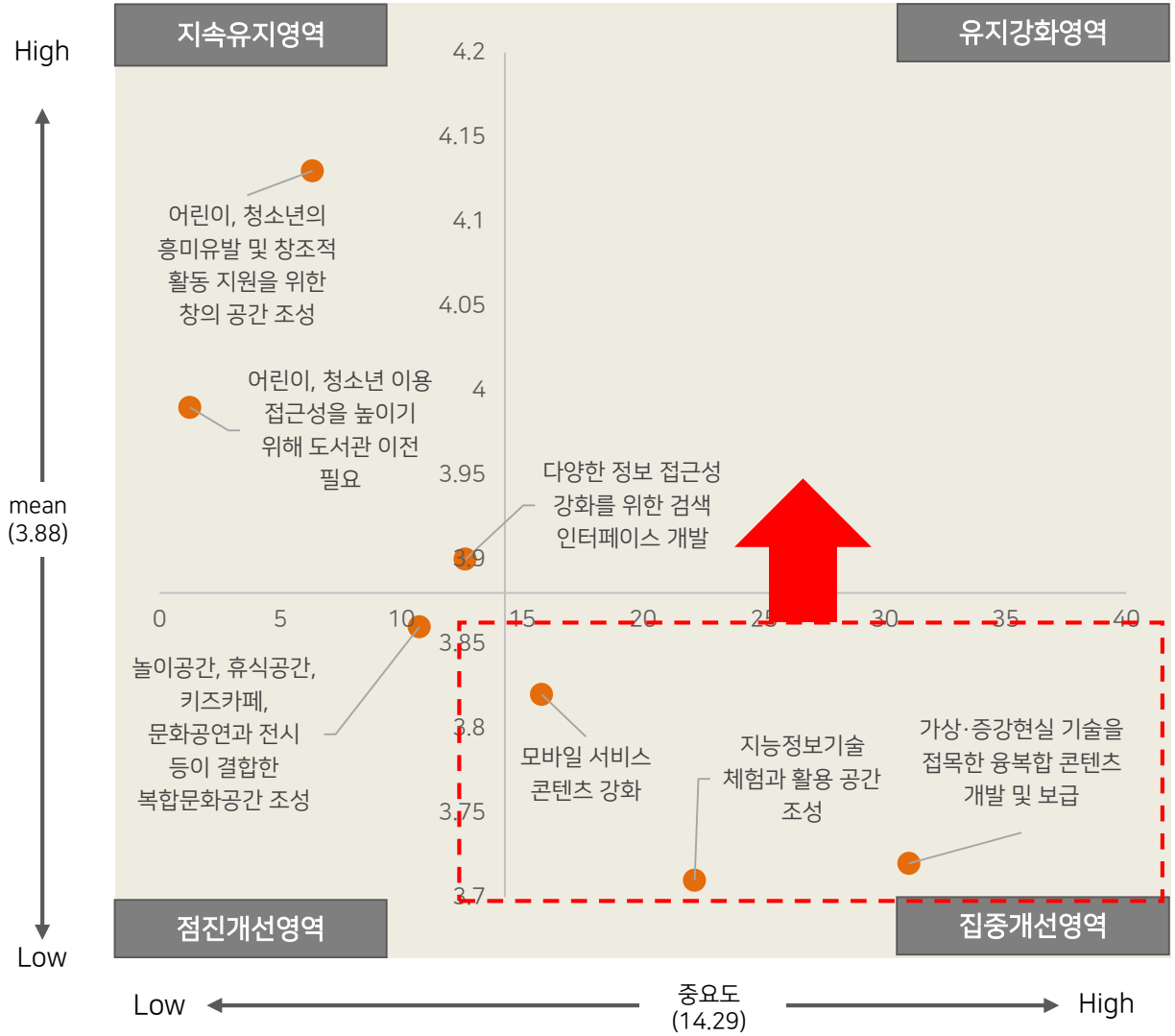
- ‘가상증강기술 적용 융복합 콘텐츠 개발 및 보급’(C2-9) 에서 이용자 (A, B, C, D) 집단과 전체 사서 집단(E)의 평균값 차이가 통계적으로 유의미함이 두드러짐 (p < .001)
- ‘다양한 정보접근성 강화를 위한 검색 인터페이스 개발’(C2-12)에서도 이용자(A, B, C, D)와 전체 사서 집단(E)의 차이가 통계적으로 유의미
- ‘모바일 서비스 콘텐츠 강화’(C2-13)에서도 고등학생 학부모(D)와 전체 사서 간의 차이는 없으나 다른 학부모 집단(A, B, C)과 사서 간의 차이가 통계적으로 유의미

		집단 평균	평균 비교 (A.미취학 학부모(n=100), B.초등 학부모 (n=100), C.중등 학부모 (n=100), D.고등 학부모 (n=100), E.전체 사서 (n=102)	GAP (E-A,B,C,D)	
공간 및 콘텐츠 중심 서비스	C2-2. 어린이, 청소년의 흥미유발 및 창조적 활동 지원을 위한 창의 공간 조성 (실험과 놀이를 함께 할 수 있는 창작 공간 등)	4.17	4.27, 4.09, 4.04, 4.10, 4.34	E-A	0.073
				E-B	0.253
				E-C	0.303
				E-D	0.243
	C2-9. 가상·증강현실 기술을 접목한 융복합 콘텐츠 개발 및 보급 (체험형 동화구연 콘텐츠, 증강현실(AR) 그림책 콘텐츠 등)	3.83	3.56, 3.80, 3.71, 3.79, 4.26	E-A	.705***
				E-B	.465***
				E-C	.555***
				E-D	.475***
	C2-10. 지능정보기술(인공지능 (AI), 증강현실(AR), 가상현실(VR), . 혼합현실(MR 등) 체험과 활용 공간 조성	3.79	3.53, 3.75, 3.83, 3.72, 4.10	E-A	.568***
				E-B	0.348
				E-C	0.268
				E-D	0.378
	C2-11. 놀이공간, 휴식공간, 키즈카페, 문화공연과 전시 등이 결합한 복합문화 공간 조성	3.90	4.04, 3.84, 3.79, 3.75, 4.06	E-A	0.019
				E-B	0.219
				E-C	0.269
				E-D	0.309
	C2-12. **다양한 정보 접근성 강화를 위한 검색 인터페이스 개발**	3.98	3.85, 3.94, 3.89, 3.90, 4.29	E-A	.444***
				E-B	.354*
				E-C	.404**
				E-D	.394**
	C2-13. **모바일 서비스 콘텐츠 강화**	3.90	3.68, 3.85, 3.82, 3.91, 4.24	E-A	.555***
				E-B	.385*
				E-C	.415**
				E-D	0.325
	C2-14. 어린이, 청소년 이용 접근성을 높이기 위해 도서관 이전 필요 (현재 강남역 소재)	3.99	4.05, 4.14, 3.89, 3.89, 3.99	E-A	-0.06
				E-B	-0.15
				E-C	0.1
				E-D	0.1

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

이용자 서비스 정책 중 강조할 요소 (2) 공간 및 콘텐츠 중심서비스

- ‘이용 접근성을 높이기 위해 도서관 이전이 필요’하다는 문항의 동의도는 높게 나타나고 있으나, 우선순위는 아니라고 인식
- 같은 자원이 투입된다면, 먼저 ‘모바일 서비스 콘텐츠 강화’가 필요하며
- ‘지능정보기술 체험과 활용 공간 조성’, ‘가상·증강현실 기술을 접목한 융복합 콘텐츠 개발 및 보급’과 같이 4차 산업 관련 콘텐츠를 확충해 나가는 것이 필요함
- 점진적으로는 ‘복합문화공간 ' 조성이 필요해 보임



* 중요도: Shapley Value Regression을 통해 신뢰 인식에 미치는 상대적 영향력 산출 (중요도 계 100%)

A. 국립어린이청소년도서관 기본 인식

B. 국립어린이청소년도서관 역할과 정책에 대한 중요성 인식

C. 국립어린이청소년도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식

D. 국립어린이청소년도서관 이미지

E. 국립어린이청소년도서관 신뢰

F. 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식

국립어린이청소년도서관 비보조 이미지

- ‘독서, 도서, 동화’ / ‘어린이’ 같은 국립어린이청소년도서관 속성에 대한 키워드가 가장 많이 언급됨
- 내부 워크샵에서 가장 많이 언급된 위치적 특성(강남)과 행사는 각 강남(2회), 행사(1)회로 언급 빈도가 매우 적게 나타남
- 감성적 이미지 키워드로는 ‘친근한, 편안함’이 가장 많이 빈출 하였으며, ‘즐겁고 재미있는’, ‘다양한’, ‘딱딱한’ 키워드 등이 나타남

내부 워크샵 : 국립중앙도서관 이미지

1. **위치적 특성에 기반한 지역(강남) 도서관**
   - 관련 키워드 : 강남역(12번 출구), 국기원, 언덕배기, 오르막길
2. **어린이 관련 가장 많은 ‘행사’를 하는 도서관**
   - 관련 키워드 : 행사, 전시, 어린이날, 주말, 강연, 부모강좌
3. **도서관 프로그램 관련 연관 키워드**
   - 관련 키워드 : 메이커스페이스, 독서통장, 노란 앞치마, 미꿈소, 책 읽어주세요, 도서관과 함께 책 읽기, 독도
4. **국어청, ‘도서관’ 기능으로서 키워드**
   - 관련 키워드 : 국가대표 어린이 도서관, 신간도서, 외국 아동서 (어린이 전문) 사서 교육
5. **국어청 인지 부족 관련 키워드**
   - 관련 키워드 : 처음 들어봐요, 모른다

메이커스 스페이스 프로그램 성과

학부모 대상 조사에서 거의 나타나지 않음

속성

키워드	n
도서, 독서, 동화	56
어린이를 위한, 어린이	53
꿈, 새싹, 미래, 희망	23
국가 운영, 공공의	19
거리가 먼, 가기 어려운	16
교육, 공부	12
도서의 다양성	8
규모가 큰	7
놀이	6
무료	5

※ 강남, 강남구 (2), 노란색(2), 문화행사(1)

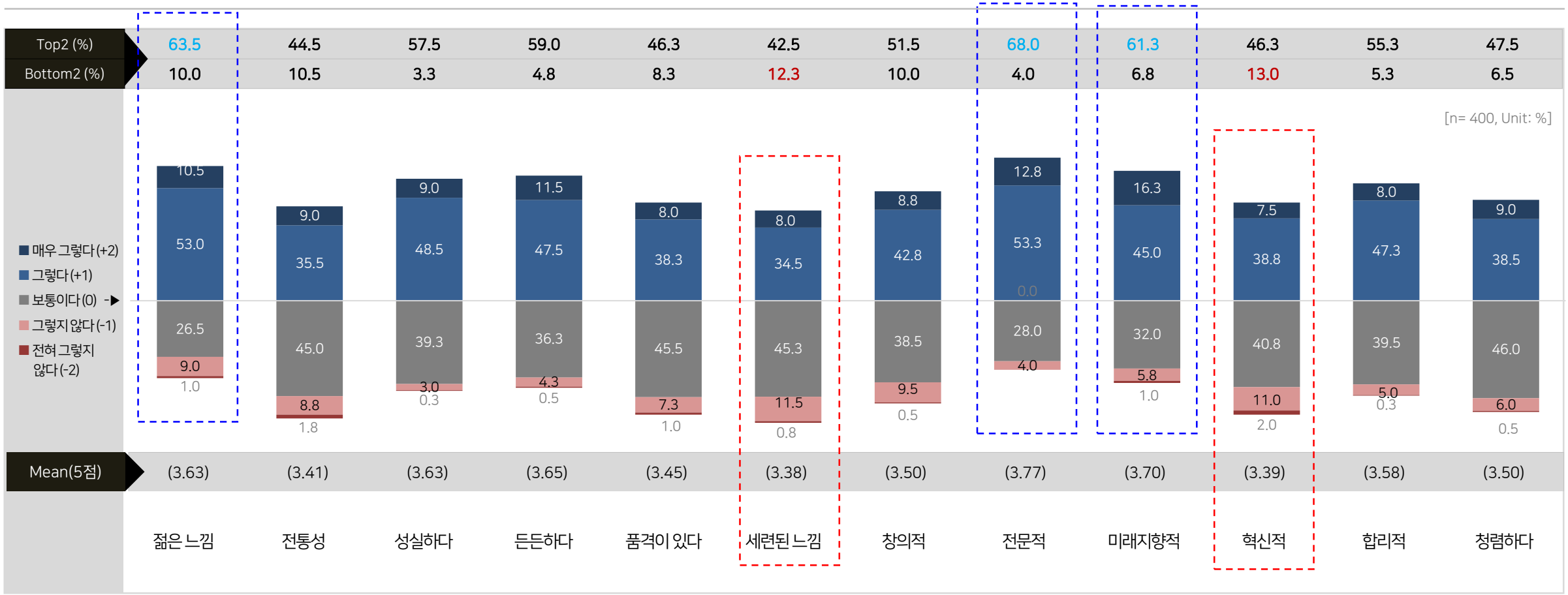
감성

키워드	n
친근한, 편안한	15
재미있는, 즐거운	13
다양한	13
딱딱한	8
밝은	6
깨끗한	5
전문적인	5
따뜻한	3
건전한	3

DQ1. ‘국립어린이청소년도서관’하면 귀하께서 떠올리게 되는 단어(명사, 형용사 등 관계없이) 간략하게 표현해 주시기 바랍니다.

국립어린이청소년도서관 이미지

- 전반적으로 동의도는 70% 미만으로 낮게 형성되어 있음
- 상대적으로 높게 동의하는 이미지는 '젊은 느낌'(3.63), '전문성'(3.77), '미래지향적' (3.70)에 대해서는 동의도가 높게 나타남
- 반면, '세련된 느낌'(3.38), '혁신적'(3.39)에 대해서는 동의도가 낮은 것으로 나타남



	젊은 느낌	전통성	성실하다	든든하다	품격이 있다	세련된 느낌	창의적	전문적	미래지향적	혁신적	합리적	청렴하다
Top2 (%)	63.5	44.5	57.5	59.0	46.3	42.5	51.5	68.0	61.3	46.3	55.3	47.5
Bottom2 (%)	10.0	10.5	3.3	4.8	8.3	12.3	10.0	4.0	6.8	13.0	5.3	6.5
매우 그렇다(+2)	10.5	9.0	9.0	11.5	8.0	8.0	8.8	12.8	16.3	7.5	8.0	9.0
그렇다(+1)	53.0	35.5	48.5	47.5	38.3	34.5	42.8	53.3	45.0	38.8	47.3	38.5
보통이다(0)	26.5	45.0	39.3	36.3	45.5	45.3	38.5	28.0	32.0	40.8	39.5	46.0
그렇지 않다(-1)	9.0	8.8	3.0	4.3	7.3	11.5	9.5	0.0	5.8	11.0	5.0	6.0
전혀 그렇지 않다(-2)	1.0	1.8	0.3	0.5	1.0	0.8	0.5	4.0	1.0	2.0	0.3	0.5
Mean(5점)	(3.63)	(3.41)	(3.63)	(3.65)	(3.45)	(3.38)	(3.50)	(3.77)	(3.70)	(3.39)	(3.58)	(3.50)

DQ2. 다음 문항들을 읽고, 귀하의 생각과 일치하는 정도에 V표시를 해주시기 바랍니다.

집단간 비교 분석 : 전통성 이미지

- 전체 사서 집단에서는 '전문적이다'라는 인식이 가장 높게 나타남 (4.21) , 그 다음으로는 '청렴하다'(4.10), '성실하다'(4.05) 순으로 응답함
- '성실하다'(D2-3), '품격있다'(D2-5), '전문적이다('D2-8), '청렴하다'(D2-12) 이미지에서 전반적 학부모집단(A, B, C, D)과 전체 사서(E)의 평균값 차이 통계적으로 유의미
- 전체 사서(E) 의 평균값이 전체 학부모 집단(A, B, C, D)보다 높음

		집단 평균	평균 비교 (A.미취학 학부모(n=100), B.초등 학부모 (n=100), C.중등 학부모 (n=100), D.고등 학부모 (n=100), E.전체 사서 (n=102)	GAP (E-A,B,C,D)	
전통성 이미지	D2-2. 국립어린이청소년도서관은 전통성이 있다.	3.46	3.32 / 3.47 / 3.51 / 3.35 / 3.64	E-A	0.317
				E-B	0.167
				E-C	0.127
				E-D	0.287
	D2-3. 국립어린이청소년도서관은 성실하다.	3.72	3.57 / 3.59 / 3.64 / 3.72 / 4.05	E-A	.479***
				E-B	.459***
				E-C	.409***
				E-D	.329*
	D2-4. 국립어린이청소년도서관은 든든하다.	3.71	3.66 / 3.55 / 3.67 / 3.73 / 3.93	E-A	0.271
				E-B	.381*
				E-C	0.261
				E-D	0.201
	D2-5. 국립어린이청소년도서관은 품격이 있다.	3.53	3.43 / 3.41 / 3.47 / 3.49 / 3.86	E-A	.433**
				E-B	.453**
				E-C	.393*
				E-D	.373*
	D2-8. 국립어린이청소년도서관은 전문적이다.	3.86	3.71 / 3.71 / 3.82 / 3.83 / 4.21	E-A	.496***
				E-B	.496***
				E-C	.386**
				E-D	.376**
	D2-11. 국립어린이청소년도서관은 합리적이다.	3.64	3.58 / 3.50 / 3.61 / 3.62 / 3.90	E-A	0.322
				E-B	.402**
				E-C	0.292
				E-D	0.282
	D2-12. 국립어린이청소년도서관은 청렴하다.	3.62	3.47 / 3.44 / 3.56 / 3.51 / 4.10	E-A	.628***
				E-B	.658***
				E-C	.538***
				E-D	.588***

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

집단간 비교 분석 : 혁신적 이미지

- 전체 사서 응답만을 보면, '미래지향적이다'(3.95), '창의적이다'(3.91), '젊은 느낌을 준다'(3.76) 순으로 응답함
- 전반적으로 혁신성 이미지에서 전체 사서(E)와 초등 학부모(B)의 평균차이가 두드러지며, 다른 이용자 집단과는 차이가 없음

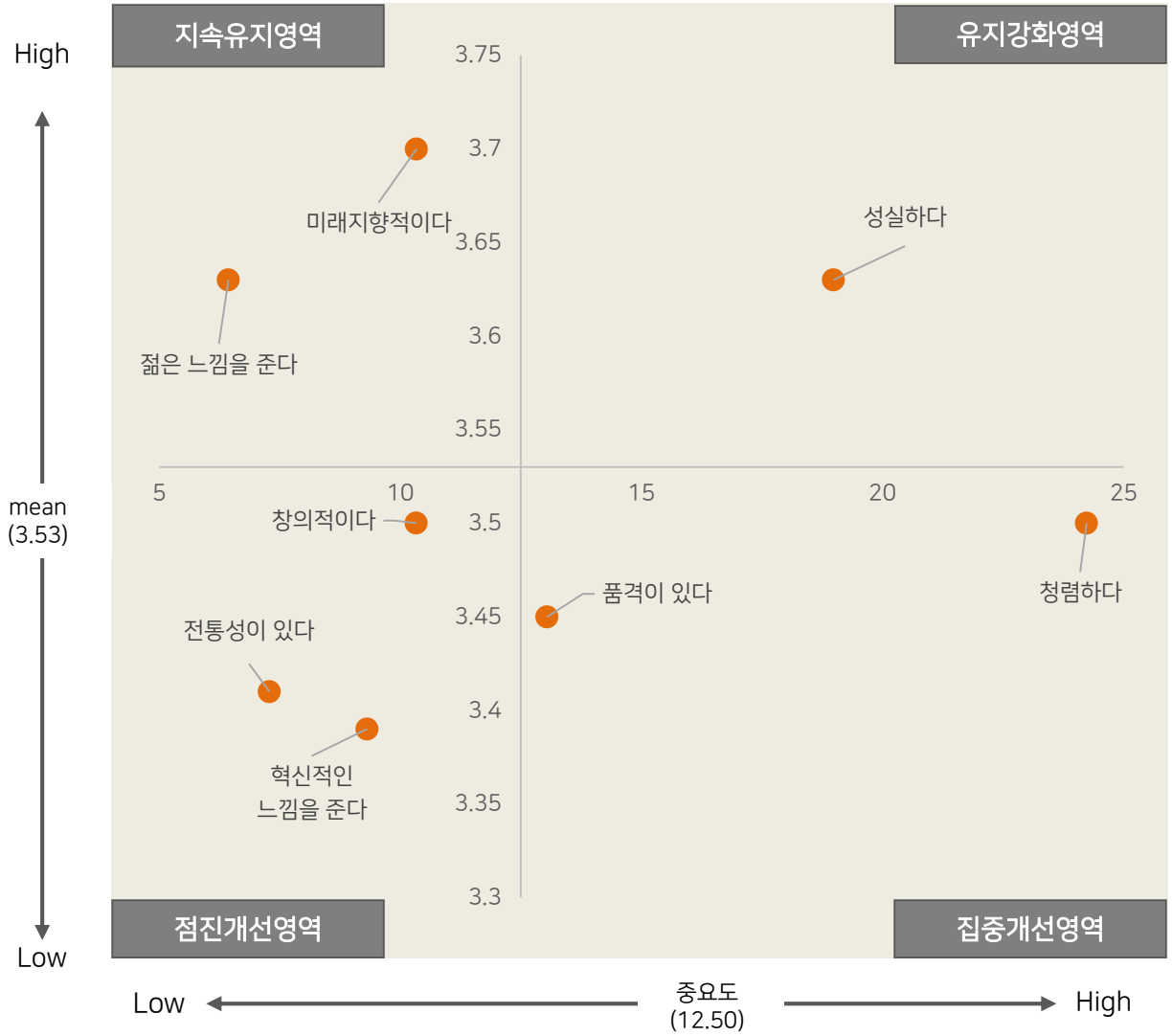
		집단 평균	평균 비교 (A.미취학 학부모(n=100), B.초등 학부모 (n=100), C.중등 학부모 (n=100), D.고등 학부모 (n=100), E.전체 사서 (n=102)	GAP (E-A,B,C,D)	
혁신적 이미지	D2-1. 국립어린이청소년도서관은 젊은 느낌을 준다.	3.66	3.60 / 3.52 / 3.61 / 3.79 / 3.76	E-A	0.165
				E-B	0.245
				E-C	0.155
				E-D	-0.025
	D2-6. 국립어린이청소년도서관은 세련된 느낌을 준다.	3.45	3.40 / 3.29 / 3.47 / 3.34 / 3.73	E-A	0.325
				E-B	.435**
				E-C	0.255
				E-D	.385*
	D2-7. 국립어린이청소년도서관은 창의적이다.	3.58	3.49 / 3.36 / 3.61 / 3.53 / 3.91	E-A	.422**
				E-B	.552***
				E-C	0.302
				E-D	.382*
	D2-9. 국립어린이청소년도서관은 미래지향적이다.	3.75	3.69 / 3.55 / 3.74 / 3.81 / 3.95	E-A	0.261
				E-B	.401*
				E-C	0.211
				E-D	0.141
	D2-10. 국립어린이청소년도서관은 혁신적인 느낌을 준다.	3.45	3.40 / 3.21 / 3.47 / 3.47 / 3.72	E-A	0.316
				E-B	.506***
				E-C	0.246
				E-D	0.246

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

- 개선 이미지 전략으로는 집중 개선 영역으로 '품격'과 '청렴'으로 분석되었지만 해당 이미지를 확보하기 위한 커뮤니케이션 방안에 한계가 있으므로 지속 유지강화 전략을 취하는 것이 합리적으로 보임

- '젊은 느낌', '미래 지향적' 인식을 더욱 강화해서 신뢰도를 높이는 것이 효과적이라고 판단됨

- 또한 점진적으로는 젊고, 미래지향적인 이미지와 연계하여 창의적이면서 혁신적인 느낌을 강화해야 함

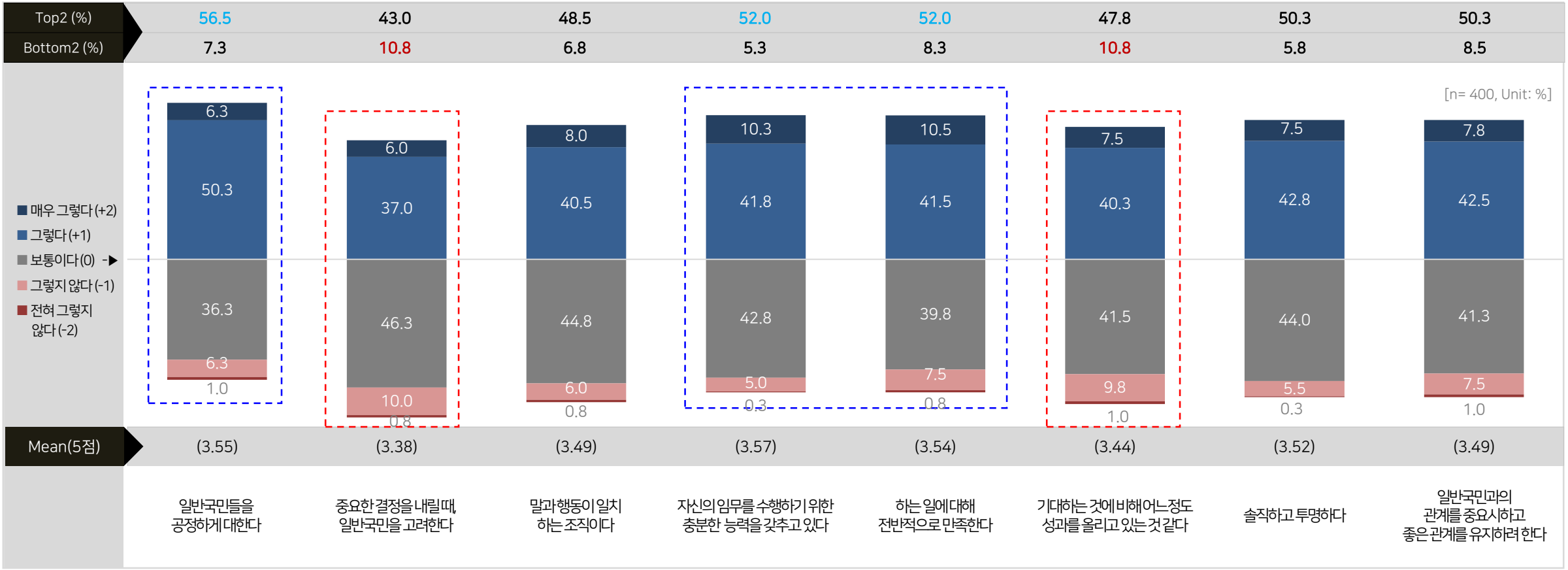


* 중요도: Shapley Value Regression을 통해 신뢰 인식에 미치는 상대적 영향력 산출 (중요도 계 100%)

A. 국립어린이청소년도서관 기본 인식
B. 국립어린이청소년도서관 역할과 정책에 대한 중요성 인식
C. 국립어린이청소년도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식
D. 국립어린이청소년도서관 이미지
E. 국립어린이청소년도서관 신뢰
F. 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식

국립어린이청소년도서관 신뢰

- 국립어린이청소년도서관 신뢰의 '자신의 임무를 수행하기 위한 충분한 능력을 갖추고 있다'(3.57), '일반 국민들을 공정하게 대한다'(3.55), '하는 일에 대해서 전반적으로 만족한다'(3.54)에 대한 동의도가 높게 나타남
- 다만, 10.8%가 '중요한 결정을 내릴 때, 일반국민을 고려한다'(3.38) 및 '기대하는 것에 비해 어느 정도 성과를 올리고 있는 것 같다'(3.44)는 것에 동의하지 않는 것으로 나타남
- 국립어린이청소년도서관에 대한 전반적인 신뢰 점수는 **평균 약 78점** 으로 응답함



EQ1. 다음 문항들을 읽고, 귀하의 생각과 일치하는 정도에 V표시를 해주시기 바랍니다.

집단간 비교 분석 : 신뢰관계 정도

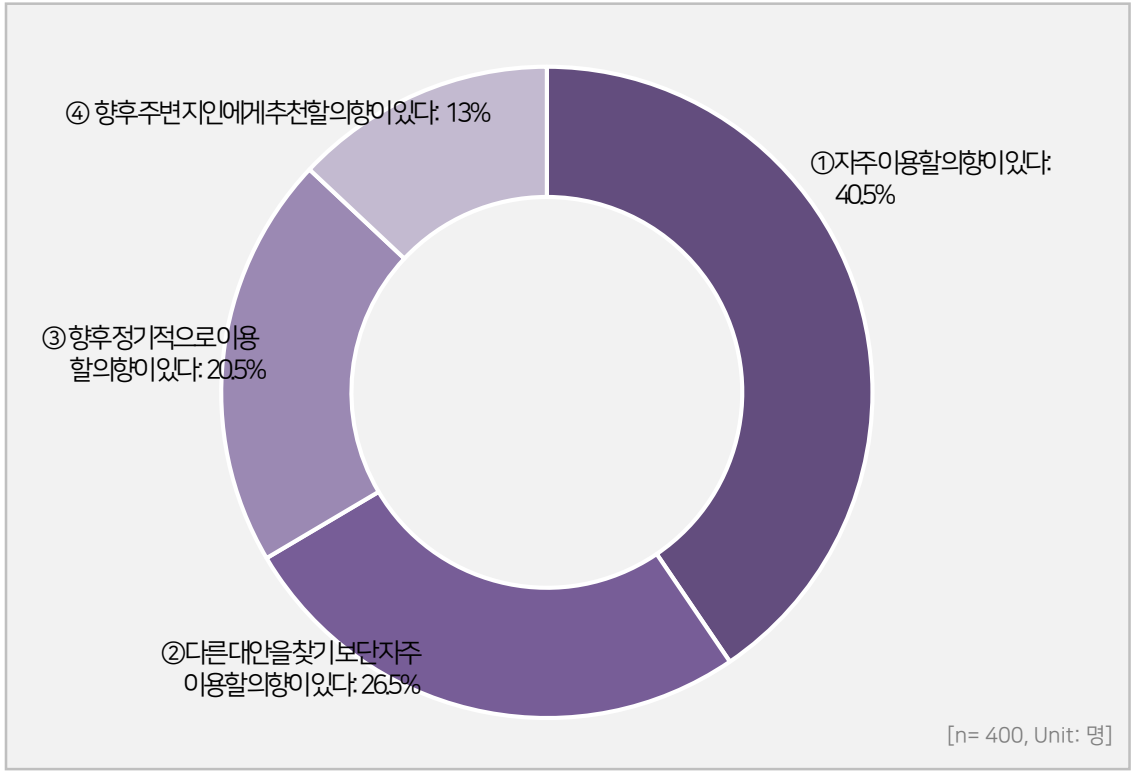
- 신뢰문항 모두에서 학부모(A, B, C, D)와 전체 사서(E)의 평균값이 통계적으로 유의미
- 전체 사서 집단이 이용자보다 도서관에 대한 신뢰가 높게 형성되어 있음을 알 수 있음

		집단 평균	평균 비교 (A.미취학 학부모(n=100), B.초등 학부모 (n=100), C.중등 학부모 (n=100), D.고등 학부모 (n=100), E.전체 사서 (n=102)	GAP (E-A,B,C,D)	
신뢰	E1-1. 국립어린이청소년도서관은 일반국민들을 공평하게 대하고 있다.	3.65	3.48, 3.49, 3.52, 3.69, 4.04	E-A	.559***
				E-B	.549***
				E-C	.519***
				E-D	.349*
	E1-2. 국립어린이청소년도서관은 중요한 결정을 내릴 때, 일반국민들을 고려한다고 생각한다.	3.47	3.38, 3.22, 3.42, 3.48, 3.82	E-A	.444**
				E-B	.604***
				E-C	.404*
				E-D	0.344
	E1-3. 국립어린이청소년도서관은 말과 행동이 일치하는 조직이라고 생각한다.	3.58	3.49, 3.44, 3.44, 3.59, 3.95	E-A	.461***
				E-B	.511***
				E-C	.511***
				E-D	.361*
	E1-4. 국립어린이청소년도서관은 자신의 임무를 수행하기 위한 충분한 능력을 갖추고 있다.	3.67	3.55, 3.48, 3.61, 3.63, 4.08	E-A	.528***
				E-B	.598***
				E-C	.468***
				E-D	.448***
	E1-5. 나는 국립어린이청소년도서관이 하는 일에 대해서 전반적으로 만족한다.	3.63	3.61, 3.43, 3.51, 3.59, 4.00	E-A	.390*
				E-B	.570***
				E-C	.490***
				E-D	.410*
	E1-6. 국립어린이청소년도서관이 하는 일은 내가 기대하는 것에 비해서 어느 정도 성과를 올리고 있다.	3.53	3.48, 3.34, 3.43, 3.49, 3.90	E-A	.422**
				E-B	.562***
				E-C	.472***
				E-D	.412*
	E1-7. 국립어린이청소년도서관은 솔직하고 투명하다고 생각한다.	3.63	3.45, 3.43, 3.53, 3.66, 4.07	E-A	.619***
				E-B	.639***
				E-C	.539***
				E-D	.409***
	E1-8. 국립어린이청소년도서관은 일반 국민들과의 관계를 중요시하고 좋은 관계를 유지하고 있다.	3.59	3.56, 3.36, 3.43, 3.59, 3.99	E-A	.430**
				E-B	.630***
				E-C	.560***
				E-D	.400*

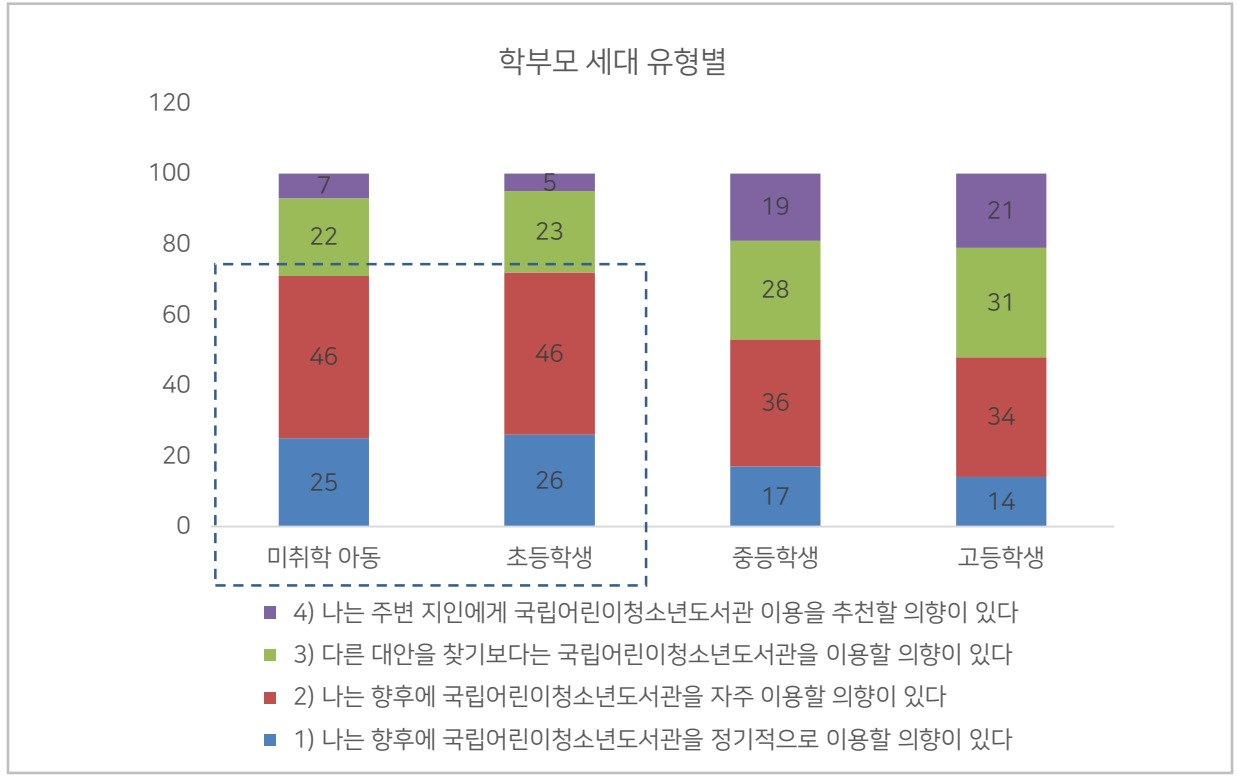
※ ANOVA (Analysis of Variance)를 통해 집단 간 차이 통계적 유의미성 검증함, 유의도 P* ≤ .05, p** ≤ .01, p***< .001수준에서 검증

국립어린이청소년도서관 방문 의향

- 자녀와 함께 국립어린이청소년도서관을 방문할 의향이 있는지에 대해 ▲'자주 이용할 의향이 있다'(40.5%), ▲'다른 대안을 찾기 보단 자주 이용할 의향이 있다'(26.0%), ▲ '향후 정기적으로 이용할 의향이 있다'(20.5%), ▲'방문한적이 있지만 앞으로 방문할 의향 없다'(13.0%)으로 나타남
- 응답자 87% 가 향후 방문 의향이 있다고 함
- 미취학 아동과 초등학생 학부모가 정기적 이용과 자주 이용 의향이 중등,고등학생 부모보다 높게 나타남



FQ3. 앞으로 자녀와 함께 국립어린이청소년도서관을 방문할 의향이 있습니까?



학부모 자녀 유형별 방문 의향 교차분석

A. 국립어린이청소년도서관 기본 인식

B. 국립어린이청소년도서관 역할과 정책에 대한 중요성 인식

C. 국립어린이청소년도서관 주요 추진 정책 및 서비스 중요성에 대한 인식

D. 국립어린이청소년도서관 이미지

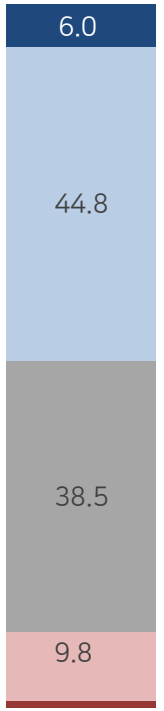
E. 국립어린이청소년도서관 신뢰

F. 정보 접촉 및 소통 활동에 대한 인식

정보 습득 경로

- 국립어린이청소년도서관 정보에 대한 관심도를 보면, '관심있다'가 50.8% 수준
- 국립어린이청소년도서관 정보습득 경로를 보면, 1) 포털사이트, 2)국립어린이청소년도서관 SNS, 3) 도서관 방문, 4) 홈페이지 , 5) 주변사람 등 순으로 나타남
- 채널을 통해 얻는 정보는 1) 책에 대한 정보, 2) 행사 정보, 3) 서비스 정보, 4) 국내외 도서관 정보 순으로 응답함

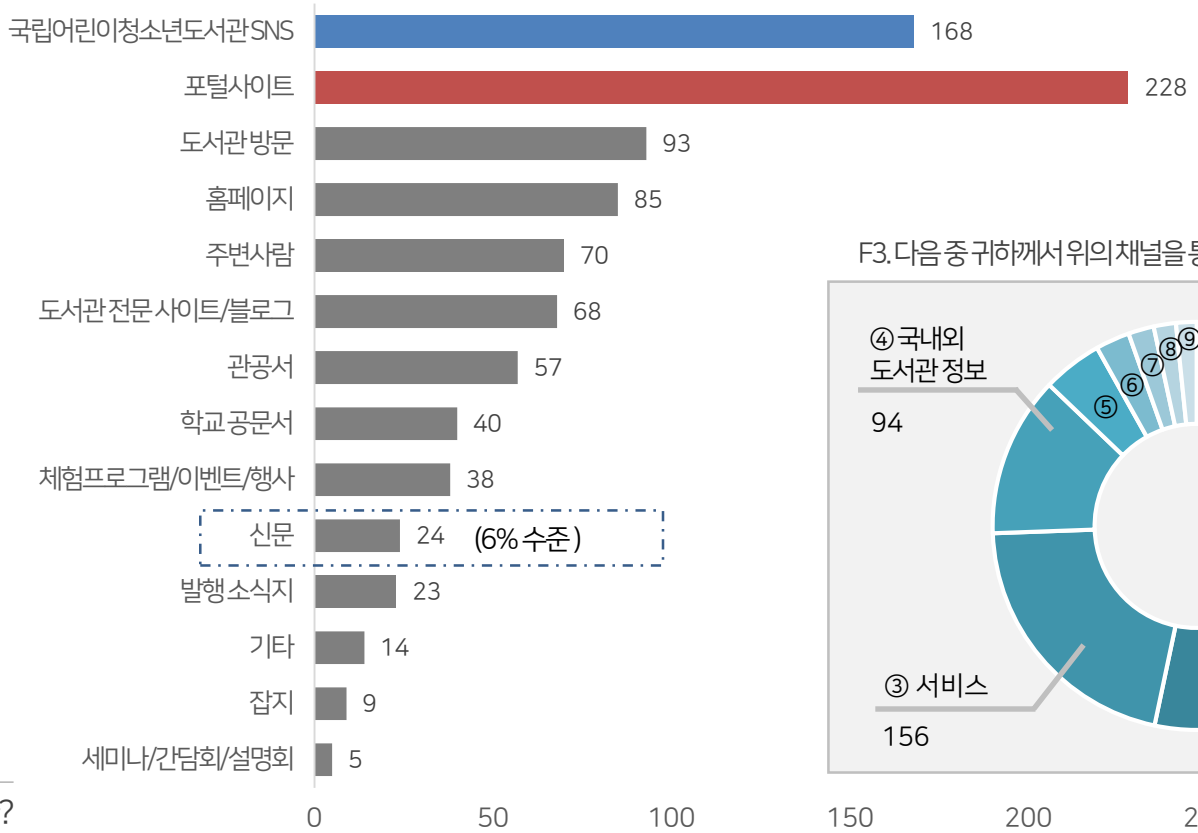
Mean (5점)	3.45
Top2	50.8
Bottom 2	10.8



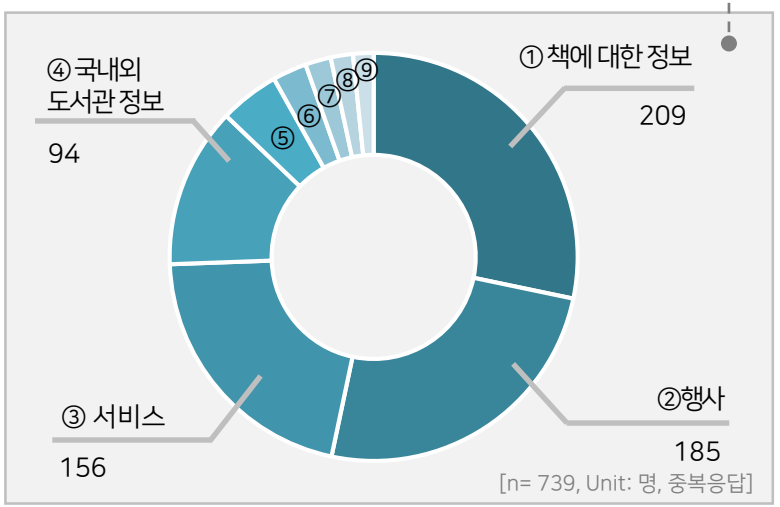
F1. 국립어린이청소년도서관 관련 정보에 관심을 가지고 있으십니까?

국립어린이청소년도서관 관련 소식 및 정보 채널

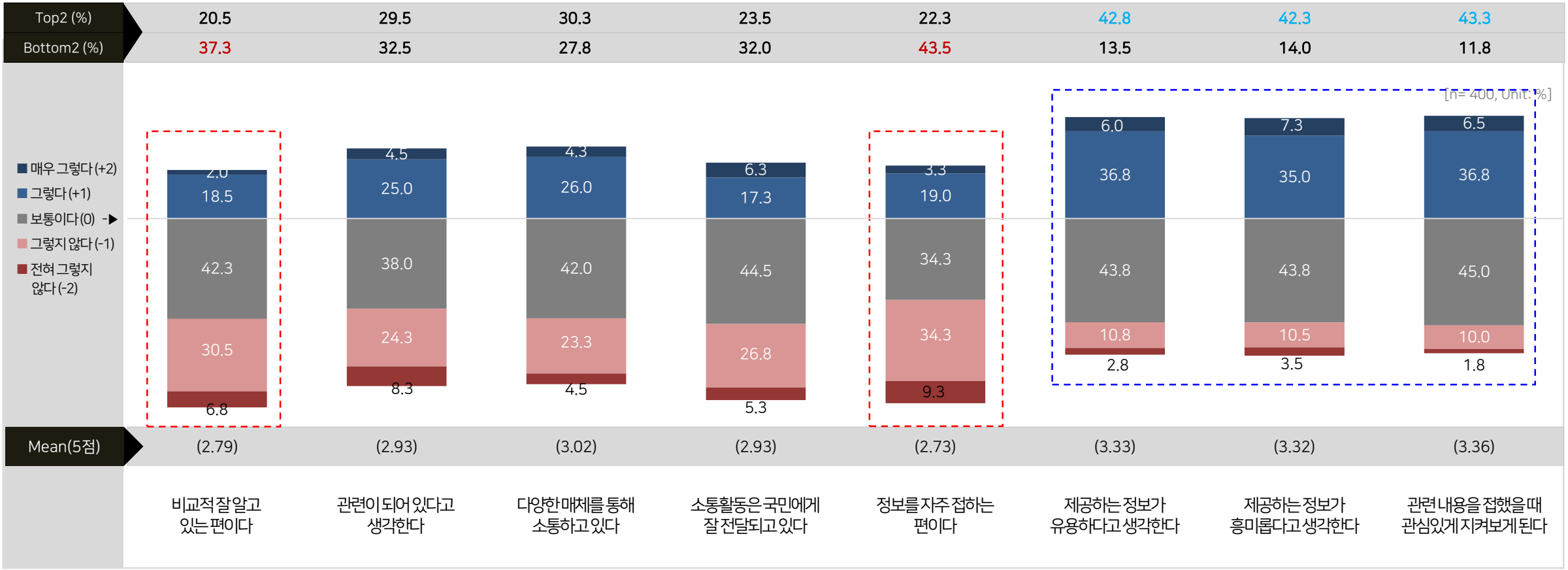
[n= 922, Unit: 명, 중복응답]



F3. 다음 중 귀하께서 위의 채널을 통해 주로 얻는 정보는 무엇입니까?



- 소통 현황에 대한 평가는 5점 척도로 평균 3.05로 응답함
- 소통 평가 항목 중에서 '관련 내용을 접했을 때 관심있게 지켜본다'(3.36) 및 제공하는 정보가 '유용하다고 생각한다'(3.33), '흥미롭다고 생각한다'(3.32)의 동의도는 높게 나타남
- 반면, '비교적 잘 알고 있는 편이다'(2.79), '정보를 자주 접하는 편이다'(2.73)에 대한 동의도는 가장 낮았음



FQ4. 다음 문항들을 읽고, 귀하의 생각과 일치하는 정도에 V표시를 해주시기 바랍니다.

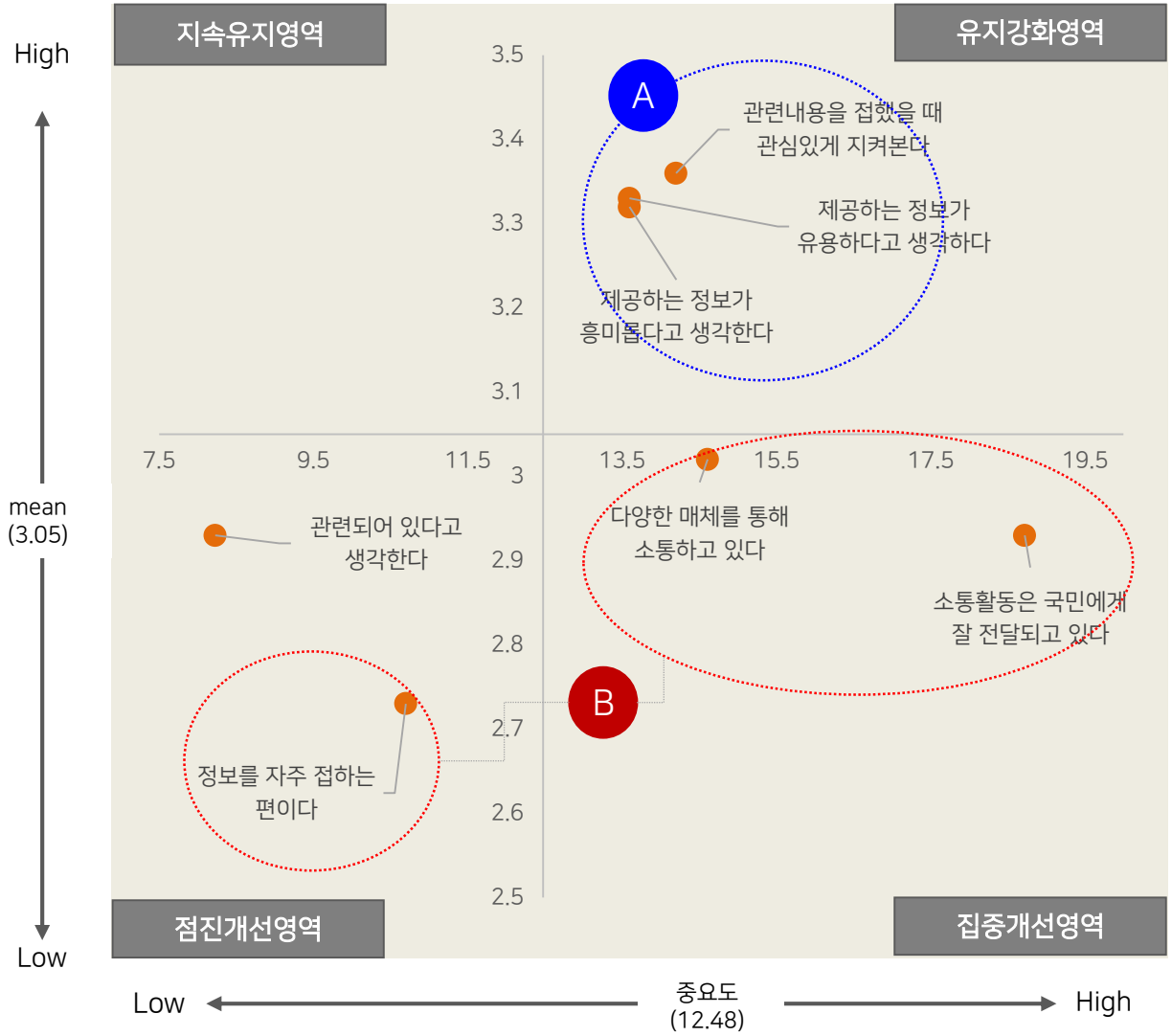
집단간 비교분석 : 소통 현황

- 사서 집단(E)이 학부모 집단(A, B, C, D)보다 도서관의 소통 현황에 대해 좋게 평가하고 있음
- '국립어린이청소년도서관 관련 내용을 접했을 때 관심있게 지켜보게 된다'(4.31), "제공하는 정보가 유용하다고 생각한다'(4.12) 순으로 동의도가 높게 나타남

		집단 평균	평균 비교 (A.미취학 학부모(n=100), B.초등 학부모 (n=100), C.중등 학부모 (n=100), D.고등 학부모 (n=100), E.전체 사서 (n=102)	GAP (E-A,B,C,D)	
소통현황	F4-1. 나는 국립어린이청소년도서관에 대해 비교적 잘 알고 있는 편이다.	2.96	2.66, 2.62, 2.89, 2.97, 3.64	E-A	.977***
				E-B	1.017***
				E-C	.747***
				E-D	.667***
	F4-2. 나는 국립어린이청소년도서관과 관련이 되어있다고 생각한다.	3.15	2.96, 2.86, 2.92, 2.99, 3.99	E-A	1.030***
				E-B	1.130***
				E-C	1.070***
				E-D	1.000***
	F4-3. 국립어린이청소년도서관은 다양한 매체를 통해 소통하고 있다.	3.17	3.01, 2.86, 3.08, 3.14, 3.75	E-A	.735***
				E-B	.885***
				E-C	.665***
				E-D	.605***
	F4-4. 국립어린이청소년도서관의 소통활동은 국민에게 잘 전달되고 있다.	3.01	2.89, 2.72, 3.06, 3.03, 3.32	E-A	.434*
				E-B	.604***
				E-C	0.264
				E-D	0.294
	F4-5. 나는 국립어린이청소년도서관에 대한 정보를 자주 접하는 편이다.	2.93	2.61, 2.72, 2.78, 2.80, 3.75	E-A	1.135***
				E-B	1.025***
				E-C	.965***
				E-D	.945***
	F4-6. 나는 국립어린이청소년도서관이 제공하는 정보가 유용하다고 생각한다.	3.49	3.28, 3.23, 3.46, 3.33, 4.12	E-A	.838***
				E-B	.888***
				E-C	.658***
				E-D	.788***
	F4-7. 나는 국립어린이청소년도서관이 제공하는 정보가 흥미롭다고 생각한다.	3.47	3.34, 3.20, 3.41, 3.33, 4.06	E-A	.719***
				E-B	.859***
				E-C	.649***
				E-D	.729***
	F4-8. 국립어린이청소년도서관관련내용을접했을때관심있게지켜보게된다.	3.56	3.42, 3.27, 3.38, 3.38, 4.31	E-A	.894***
				E-B	1.044***
				E-C	.934***
				E-D	.934***

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

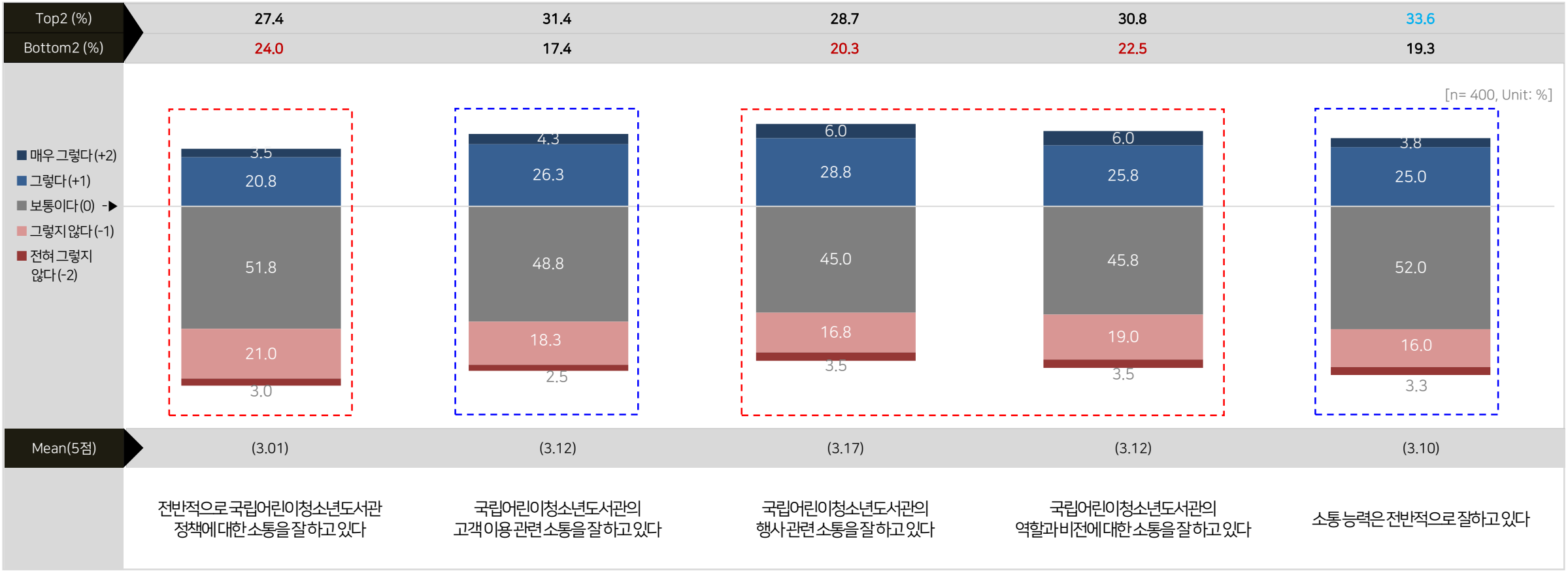
- ‘제공하는 정보가 흥미롭고, 유용하고, 관심있게 지켜보지만’ (A)
- ‘다양한 매체를 통해 소통하고 있다’, ‘소통 활동은 국민에게 잘 전달되고 있다’, ‘정보를 자주 접하는 편이다’ (B)등 홍보 활동이 미흡하다는 평가
- 다양한 매체를 통한 정보 제공 및 소통활동을 강화해야 함



* 중요도: Shapley Value Regression을 통해 신뢰 인식에 미치는 상대적 영향력 산출 (중요도 계 100%)

국립어린이청소년도서관 소통 형태에 대한 평가

- 소통 형태에 대한 평가는 전반적으로 '보통이다'를 선택하면서 판단을 유보하는 경우가 많았음 ('보통이다' 전체 평균 = 48.68)
- '소통 능력은 전반적으로 잘 하고 있다'(3.10), '국립어린이청소년도서관의 고객이용 관련 소통을 잘 하고 있다'(3.12) 순으로 동의도가 높게 나타남
- 반면, '전반적으로 국립어린이청소년도서관 정책에 대한 소통을 잘 하고 있다'(3.01), '국립어린이청소년도서관의 역할과 비전에 대한 소통을 잘 하고 있다'(3.12), '국립어린이청소년도서관의 행사 관련 소통을 잘하고 있다'(3.17) 순으로 동의도는 가장 낮게 나타남



FQ5. 다음 문항들을 읽고, 귀하의 생각과 일치하는 정도에 V표시를 해주시기 바랍니다.

집단간 비교분석 : 소통 형태 평가

- 전반적으로 각각의 학부모 집단(A, B, C, D)과 사서 집단(E) 사이의 소통평가 평균값 차이가 통계적으로 유의미 (p < .001)
- 소통평가 문항별 사서 집단의 평균값이 높게 나타남

		집단 평균	평균 비교 (A.미취학 학부모(n=100), B.초등 학부모 (n=100), C.중등 학부모 (n=100), D.고등 학부모 (n=100), E.전체 사서 (n=102)	GAP (E-A,B,C,D)	
소통평가	F5-1. 국립어린이청소년도서관은 전반적으로 정책에 대한 소통을 잘하고 있다.	3.17	2.99 / 2.82 / 3.08 / 3.14 / 3.81	E-A	.824***
				E-B	.994***
				E-C	.734***
				E-D	.674***
	F5-2. 국립어린이청소년도서관은 고객이용 관련 소통을 잘하고 있다.	3.25	3.09 / 2.94 / 3.23 / 3.20 / 3.78	E-A	.694***
				E-B	.844***
				E-C	.554***
				E-D	.584***
	F5-3. 국립어린이청소년도서관은 행사 관련 소통을 잘하고 있다.	3.32	3.15 / 2.96 / 3.25 / 3.32 / 3.90	E-A	.752***
				E-B	.942***
				E-C	.652***
				E-D	.582***
	F5-4. 국립어린이청소년도서관은 역할과 비전에 대한 소통을 잘하고 있다.	3.25	3.05 / 2.98 / 3.25 / 3.19 / 3.76	E-A	.715***
				E-B	.785***
				E-C	.515***
				E-D	.575***
	F5-5. 국립어린이청소년도서관의 소통 능력은 전반적으로 잘하고 있다.	3.25	3.10 / 2.89 / 3.17 / 3.24 / 3.81	E-A	.714***
				E-B	.924***
				E-C	.644***
				E-D	.574***

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

조사결과 결론
및 홍보전략 수립

1. ‘어린이, 청소년을 위한 지역공공, 학교 도서관의 독서문화진흥 사업 지원’의 역할을 지속적으로 강조 국내외 도서관계 및 유관기관과의 교류 및 협력 증진을 통한 어린이·청소년 서비스 경쟁력 강화’ 정책과 ‘어린이, 청소년 담당 사서 역량 강화 역할’ 을 하고 있다는 점 강조

2. 국립어린이청소년도서관 인식 강화를 위한 정책 서비스 방향

① ‘부모의 자녀 독서지도 프로그램 및 부모 대상 독서강좌 제공 확대’, ‘인문, 문화예술 주제의 특화된 행사 프로그램’ 등을 우선적으로 강화해 학부모와 자녀가 함께 도서관을 이용할 수 있는 동기를 부여할 필요가 있음

② ‘책 읽기 활용을 위한 독서 문화 진흥 콘텐츠 개발 및 제작 보급’이 필요하며, 점진적으로는 ‘자유학년제 연계 프로그램’ 서비스는 더욱 정책적으로 강화하고 그에 대한 중요성 인식을 확대해야 함

③ ‘모바일 서비스 콘텐츠’를 강화하고 모바일 검색 인터페이스를 이용자 친화적으로 개선할 필요가 있음

④ ‘지능정보기술 체험과 활용 공간 조성’, ‘가상-증강현실 기술 접목 콘텐츠 개발’ 등을 집중 개선해야 함

3. 국립어린이청소년도서관 개선 이미지 및 이용 활성화 방향

① 미래지향적 이미지를 유지하면서 창의적이고 혁신적인 느낌을 확보해 신뢰를 높여야 함

② 방문의향은 높게 형성되어 있지만, 실제 방문 행동으로 전환시킬 수 있는 동기부여가 부족한 상황

③ 국립어린이청소년도서관의 서비스, 활동에 대한 정보량을 증가 시키고 다양한 채널을 통한 소통 필요

④ 학부모라는 명확한 타깃으로 고려한 SNS 마케팅 전략을 통해 정보의 확산을 극대화 시킬 필요가 있음

⑤ 이용자 (학부모)의 의견을 수렴하는 장치를 마련해 소통에 대한 인식과 신뢰 강화

■ 교사 및 사서가 기대하는 서비스 내용에 대한 의견을 살펴보면,

① 교육제도 하에 보호를 받고 있는 어린이청소년 외 학교 밖 또는 문화소외계층 및 지역을 위한 지원 사업 요구가 가장 많이 언급

② 지역 공공도서관에 사업 할당 시, 지역 어린이도서관의 역할과 상황을 고려한 세심한 배려 필요 요구

③ 사서 교육이 부족하다는 인식이 전반적으로 다수 형성, 사서교육 확대 및 사서교사의 직무연수 인정 연수 확대 요구

1 학교 밖 또는 문화소외계층에 있는 어린이청소년을 위한 지역별 지원 프로그램 개발 요구

- 학교 밖 학생(아이들) 지원 사업
- 문화소외계층 많은 지역 중심 도서사업
- 마을공동체 및 지역사회가 함께하는 학부모 독서전문가 양성 프로그램
- 저소득층 아이들에게 찾아가 독서지원 프로그램 (책 읽어주세요 프로그램 확대)

2 지역별 특색 및 상황에 맞는 프로그램 지원 및 할당 필요

- 지역 공공도서관에 사업을 할당(지시) 하는 것이 아니라 지역 공공도서관 어린이 자료실에 대한 역할과 현재 상황 (전문인력, 공간 부족)을 파악 후에 지원하는 것이 필요
- 정형화된 프로그램 보급도 좋지만, 지역의 도서관들이 어린이 청소년서비스의 필요성과 특색에 대해 진지하고 자유롭게 고민해 볼 수 있도록 콘텐츠 개발을 독려하는 기회 제공 필요

3 사서교육 확대 및 사서교사의 직무연수인정 연수 확대

- 사서교사를 위한 직무연수 인정. 현재는 사서에게만 혜택 있어요, 학교도서관 사서교사들도 직무연수인정되도록 특수기관직무연수 신청해주세요
- 지역 사서 전문 교육의 확대 / 문화 콘텐츠 이해를 돕기 위한 사전 교육

CQ3. 현재 국립어린이청소년도서관에서 진행하고 있는 위의 서비스 외에 실행했으면 하는 서비스를 자유롭게 기술해 주십시오

국립어린이청소년도서관 홍보 현황 분석

- **신문, 사진자료 중심 기존 미디어 중심의 홍보 활동 전개**
  - 학부모 타깃에게 메시지 전달 떨어져
  - 언론보도 기사는 포털을 통해서 접하고 검색을 통해 나온 콘텐츠를 통해 정보를 얻음
- **SNS 채널 영향력 낮아**
  - 페이스북 2,400여명 수준 / 유튜브 구독자 50명 미만
  - 콘텐츠 기획, 구성 방식 변화 필요
- **디지털/소셜 콘텐츠 구성 현황**
  - 행사 진행 내용을 보도자료 형식으로 텍스트 구성
  - 행사 고지나 진행 후 내용 링크 공유
  - 각 채널 이용자의 참여유도 활동이 거의 없음
  - KTV 국민기자, 대학생 블로그 기자단 활용한 콘텐츠는 잠재 이용자에게 제대로 소구 하는 형식의 콘텐츠가 아님
- **타깃 오디언스에 적합한 홍보 필요**
  - 육아방송, 세계일보(무료신문게재), KTV 등 연계 홍보
  - 학부모를 포함 초중고생의 주 이용 정보채널을 고려한 협업 홍보 개선 필요

향후 홍보 고려사항

1 국립어린이청소년도서관 홍보 인프라 강화 필요

- 미디어 변화 환경을 고려, 보유 미디어(Owned media) 영향력을 강화하고 홍보 콘텐츠 기획 및 개발 역량을 높일 수 있도록 홍보 조직 기능 변화가 필요함

2 도서관의 대표적인 프로그램 인지 강화 필요

- 홍보에 투입될 예산은 한정적이기 때문에 모든 서비스를 알리는 것보다 타깃 오디언스를 고려해 집중할 정책 서비스 프로그램을 선정해 집중적으로 홍보해야 함
- "서울 지역 거주 미취학 및 초등학생 학부모는 자녀를 데리고 꼭 한번 해당 프로그램을 참여한다" 는 인식을 형성시켜야 함

3 이용자들의 관심을 집중시킬 캠페인 기획과 콘텐츠 증폭

- 도서관의 이용 서비스 프로그램과 관련해 정보 콘텐츠를 더욱 확대해야 노출도를 높여야 함
- 이용자들의 관심과 주의를 집중시키기 위해 참여 캠페인 필요

3. 타깃 오디언스 설정 (1) : 이용자 집단 분류

- 방문경험과 방문 의향 응답 형태에 따라 응답 집단을 5개 집단으로 구분할 수 있음
- 상기 구분된 이용자 집단과 교사 및 사서 집단간의 비교를 통해 차이점을 파악하도록 함
- <u>또한 이용자 활성화를 위한 홍보 방안의 타깃 오디언스를 선정하는데 기본 기준으로 활용함</u>

이용자 집단 구분

1. 비 방문 의향 집단 (전체 중 40명)
2. 미취학 및 초등 학부모 비방문자 + 방문의향 (전체 중 159명)
3. 미취학 및 초등 학부모 방문자 + 방문 의향 (전체 중 34명)
4. 중고등 학부모 비방문자 +방문의향 (125명)
5. 중고등 학부모 방문자 + 방문의향 (42명)

Crosstab

			학부모세대유형				Total
			미취학 아동	초등학생	중등학생	고등학생	
Q4. 귀하께서는 국립어린이청소년도서관에 방문해 본 적이 있습니까?	1) 방문한 적이 없으며 앞으로도 방문의향은 없다.	Count	0	3	9	13	25
		% within 학부모세대유형	.0%	3.0%	9.0%	13.0%	6.2%
		% of Total	.0%	.8%	2.2%	3.2%	6.2%
	2) 방문한 적은 없으나 앞으로 방문 의향은 있다.	Count	82	77	60	65	284
		% within 학부모세대유형	82.0%	77.0%	60.0%	65.0%	71.0%
		% of Total	20.5%	19.2%	15.0%	16.2%	71.0%
	3) 방문한 적이 있지만 앞으로 방문할 의향은 없다.	Count	3	1	5	6	15
		% within 학부모세대유형	3.0%	1.0%	5.0%	6.0%	3.8%
		% of Total	.8%	.2%	1.2%	1.5%	3.8%
	4) 방문한 적이 있으며 앞으로도 방문할 의향은 있다.	Count	15	19	26	16	76
		% within 학부모세대유형	15.0%	19.0%	26.0%	16.0%	19.0%
		% of Total	3.8%	4.8%	6.5%	4.0%	19.0%
Total		Count	100	100	100	100	400
		% within 학부모세대유형	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	25.0%	25.0%	25.0%	25.0%	100.0%

3. 타깃 오디언스 설정 (2) : 미취학 및 초등 저학년 학부모 대상 홍보 집중

- 홍보마케팅을 진행할 때, 동일한 자원을 투입한다는 조건에서 확실한 타깃을 설정하는 것은 효율 관점에서 매우 중요함
- 5개 집단간의 응답을 비교해 볼 때, 1차 타깃 오디언스는 '미취학 및 초등 학부모 중 비방문자이면서 방문의향이 있는 사람임
- 미취학 및 초등 저학년 학부모에 대해 도서관 정보 전달을 집중적으로 이루어져야 함

미취학 및 초등 저학년 자녀를 둔 학부모 1차 타깃 이유

1. 소통평가에서 해당 집단이 중고등 학부모 방문자 방문의향자 보다 도서관의 소통이 잘 안된다고 생각하고 있음 (통계적으로 유의미)
2. 해당 집단은 정기적으로 방문하고 자주 이용하겠다는 정도가 높고 반면, 중고등 학부모 비방문자면서 방문의향이 있다는 집단은 상대적으로 타인에게 추천한다는 응답이 높음
3. 자녀가 어릴수록 방문의향을 적극적으로 표현하고 있으며 고학년일수록 방문의향보다는 타인에게 추천하려는 경향이 나타남
4. 미취학 및 저학년 학부모의 도서관 경험이 지속 방문, 재방문으로 연결될 수 있는 가능성이 높음

소통 현황 평가에 대한 응답자 집단간 차이 분석

- "국립어린이청소년도서관은 전반적으로 정책에 대한 소통을 잘하고 있다" 에 대한 평가가 응답자 집단간 통계적으로 유의미한 차이가 남

Scheffe

학부모방문의향8	N	Subset for alpha = 0.05	
		1	2
미취학초등학부모 비방문자 방문의향	159	2.86	
비방문의향	40	2.92	2.92
중고등학부모 비방문자 방문의향	125	3.06	3.06
미취학초등학부모 방문자 방문의향	34	3.12	3.12
중고등학부모 방문자 방문의향	42		3.40
Sig.		.611	.053

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

이용자 활성화를 위한 홍보 전략 (상호 연결)	홍보 전략 주요 내용
1 조사결과 고려해 **홍보 집중할 프로그램 선정**	• 어린이 독서문화 진흥 사업 지원 역할 강조 (강조해야 할 역할) • '문화소외계층, 학교 밖 학생들을 위한 독서지원 사업 확대' 강조 (사서 응답결과) • '이야기가 있는 코딩', '책 읽어주세요' 프로그램 집중 홍보 : 대표 프로그램으로 인식 형성
2 국립어린이청소년도서관의 **프로그램 정보 콘텐츠 증가**	• 독자(오디언스)를 확보한 콘텐츠 크리에이티브 참여 : 북튜버 (책을 소개하는 유튜버) 참여 유도 • 키즈 유튜브 채널 연계 , 도서관 내부에서 방송 중계 연결 (메이커 스페이스 프로그램 활용) • 네이버 주제판 어린이 타깃 콘텐츠 공급 (네이버 주제판은 네이버와 언론사간 합작 법인이 운영)
3 입소문이 될 수 있는 **시민 참여 기획 캠페인**	• '책 읽어주세요' 프로그램 대상으로 시민참여 홍보 캠페인 • "당신의 목소리가 필요합니다" 시민 내레이터 모집, 영상 및 음성 콘텐츠 제작 • 강남구-서초구 협업, '자녀 독서 습관 키우기' 주간 캠페인 (거리 퀴즈 이벤트, 팜플렛, USB 책 읽기 콘텐츠 제공, 주요 거리 광고 집행 등)
4 **타깃 오디언스 관심 유도 위한 프로그램 기획**	• '부모와 함께 참여하는 프로그램' 기획 • 지능정보기술 체험과 활용공간조성, 가상-증강현실 기술 접목 콘텐츠 개발 기획 실행 • 해당 프로그램 홍보

홍보 인프라 강화 구축

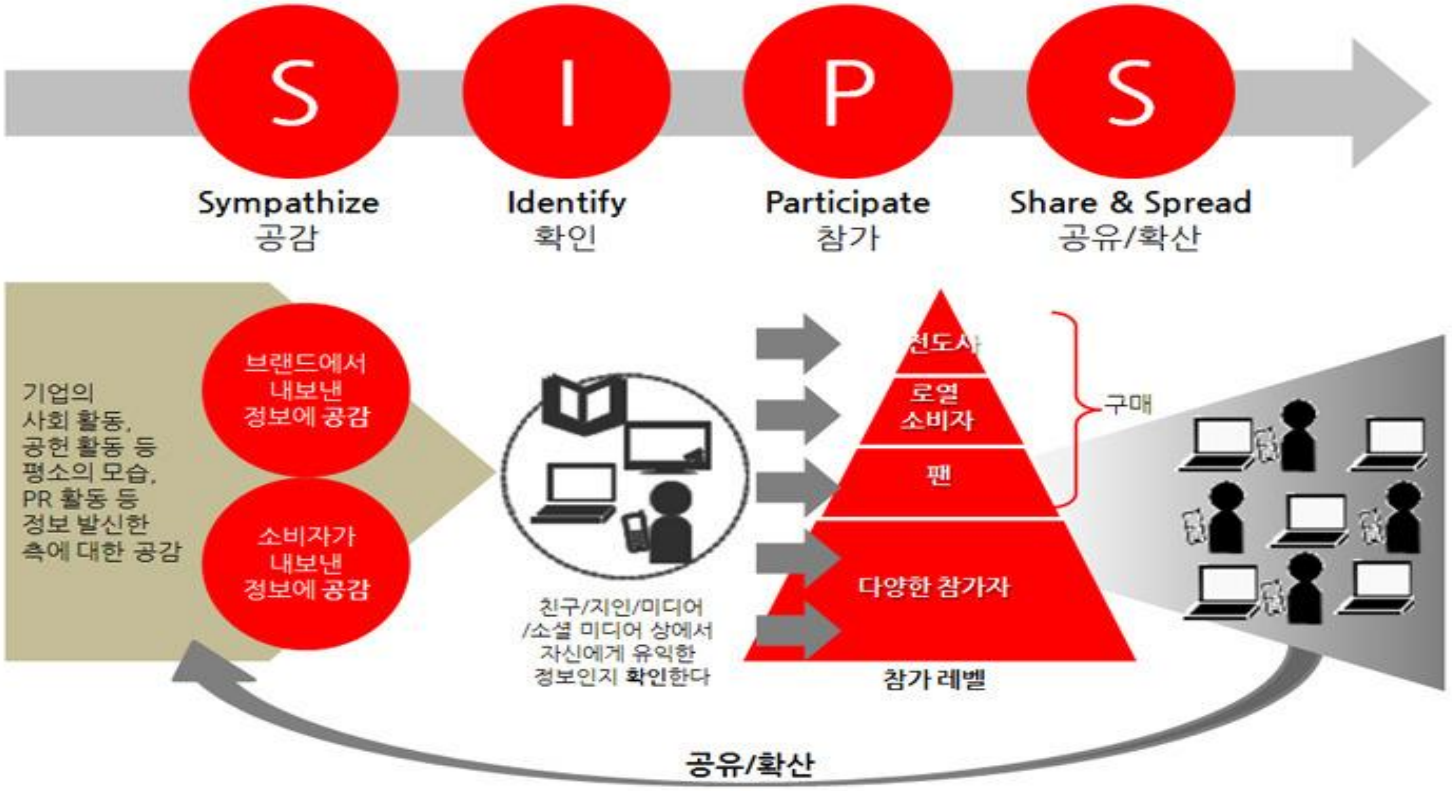
국립어린이청소년 도서관 Owned Media 영향력 강화
(홈페이지,모바일 개편 진행중, 소셜미디어 운영 방식 변화 검토)

국립어린이청소년 도서관 콘텐츠 기획 및 개발 역량 강화
(홍보 조직 기능 단계적 강화 검토)

참고) 국립어린이청소년 도서관 홍보마케팅의 효과를 위해 검토할 사항

- 디지털 시대에 따라 소비자 구매 행동 모델에도 변화가 있음
- '인지'가 아니라 먼저 타깃 오디언스의 '공감' 을 이끄는 것이 우선적으로 고려되어야 함
- 또한 전체 다수를 대상으로 홍보를 집중하는 것이 아니라 전도사, 로열 소비자를 Targeting 해서 그에 부합하는 작은 이벤트 또는 관여된 콘텐츠를 개발해 유통하는 구조로 가야 함

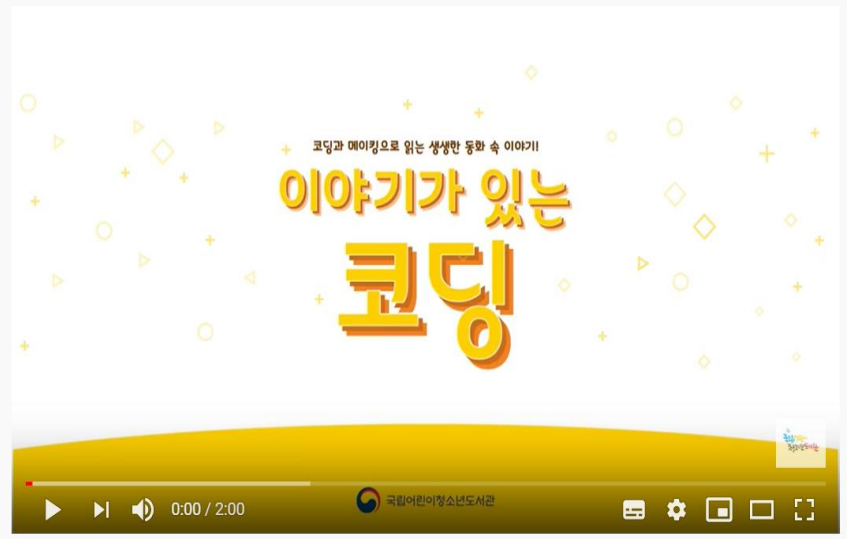
소비자구매행동 모델



5. 실행 프로그램 기획 (1) : 북튜버가 본 '이야기 있는 코딩' 콘텐츠 마케팅

- '이야기가 있는 코딩' 프로그램은 초등 자녀를 둔 학부모 관심 높아 해당 서비스 정보 콘텐츠를 다양하게 생산해 유통시켜야 함
- 현재 홍보 영상이 개발되어 있지만, 제3자의 시각에서 해당 프로그램을 다양하게 취재하고 설명하는 콘텐츠 기획 개발 진행
- 북튜버 협업을 통해서 전국 도서관에 보급되어 인기 있는 서비스라는 점을 부각하고 참여 어린이들의 반응을 콘텐츠로 담아 홍보 집중 함

자체 홍보 영상 콘텐츠의 확산에는 한계가 있음



제3자의 시각에서 다양한 정보의 콘텐츠 개발 기획 필요
북튜버 참여를 통해 홍보 콘텐츠 다양하게 생산 집중

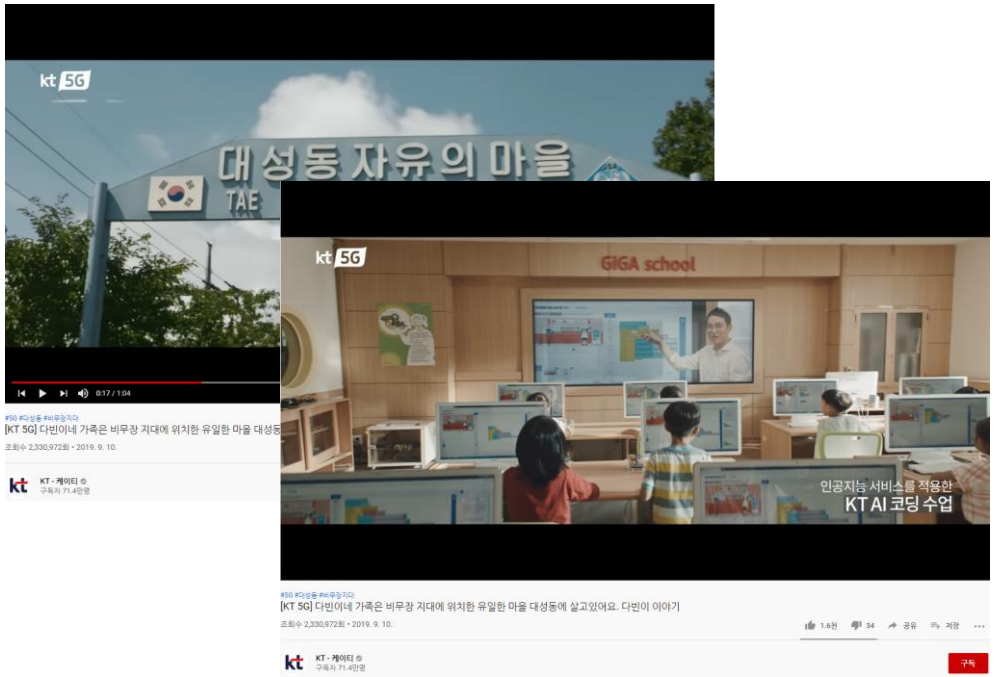
- 페이스북 게시물 광고를 타깃 오디언스 집중해 전략적으로 집행
- 해당 콘텐츠_ 학교교사 및 사서 공유해 바이럴 유도
- 전국 도서관에 보급되어 성과가 있다는 보도자료 스토리 개발 배포

5. 실행 프로그램 기획 (2) : “ 저희에게도 책 읽어주세요” 프로그램 실행

- Kt 가 5G 서비스 홍보를 위해 비무장 지대 등 문화 소외 지역의 어린이에게 코딩 교육을 진행
- 도서관에서도 문화소외지역의 어린이를 찾아가서 ‘책 읽어주세요’ 프로그램을 실행
- kt 5G 기술을 연결해 구현동화 읽기 콘텐츠, 디지털 콘텐츠를 바탕으로 책을 읽어주는 협업 프로그램 기획 진행 가능
- 도서 지역까지 확대. 도서 지역 방문 시 영상 콘텐츠化하여 홍보 진행

Case study. kt-5G TVCF

- 다빈이네 가족은 비무장 지대에 위치한 유일한 마을 대성동에 살고있어요. 다빈이 이야기
- 5G가 대한민국 비무장지대까지 보급된다는 메시지
- 5G 기술을 통해 kt AI 코딩 사업 진행한다는 내용 소개 (어린이 교육 지원)



*링크: https://youtu.be/n0lBWBo_18w

“”저희에게도 책 읽어주세요” 확대 및 영상 콘텐츠화

✓ *도서지역 어린이들이 접하기 어려운 프로그램 및 독서문화를 전달*
→ 영상 콘텐츠화 / 보도자료 등을 통해 다각도로 홍보 진행

영상 콘텐츠화

전국 어린이청소년의 독서문화 진흥을 위한 국립어린이청소년도서관의
노력과 산간/도서지역의 어린이들의 스토리를 통한 감동 전달

5. 실행 프로그램 기획 (3) : "자녀 독서 습관 만들기 (자독습)" 주간 캠페인

- 도서관의 위치에 대한 부정적 인식을 상쇄하고 강남 지역 사무직으로 근무하는 학부모들을 대상으로 도서관의 정책과 서비스 홍보 집중
- 서초구와 강남구와 협업하여 테헤란로 일대 거리 이정표 광고 및 로드쇼 진행
- 홈페이지 개편과 맞물려 지역 마케팅을 통해 홈페이지의 방문율을 높이고 홍보 연결
- 뉴스레터 및 도서관 서비스 팜플렛 제공을 위한 이메일 주소 확보 (개인정보 동의와 함께) 를 통해 홍보 타깃 리스트 수집

강남역- 역삼역 일대를 '자녀 독서 습관 만들기 ' 주간 캠페인 진행
다양한 거리 프로모션/참여 이벤트 진행

자녀 독서 습관에 관심을 가져야 한다는 메시지 풍선을 통해 관심 집중

5. 실행 프로그램 기획 (4) : “ 당신의 목소리가 필요합니다 “ 참여형 캠페인

- 시민 참여를 통한 바이럴(입소문) 캠페인으로 ‘책 읽어 주세요’ 온라인·모바일 콘텐츠 제작에 시민 내레이터 모집 진행
- 서울 지역 대상으로 진행, 참여율과 콘텐츠 반응을 보면서 주요 지역 시민 참여 유도
- 커뮤니케이션북스 출판사 오디오북과 협업을 통해 출판 및 모바일 콘텐츠로 제공

Case study. SC제일은행 ‘착한 도서관 프로젝트’

- 시각장애 청소년을 위해 여행 책, 영화, 미술작품, 서울시 문화재, 청소년을 위한 경제교육 등을 주제로 총 1,700여 종에 달하는 새로운 오디오 디지털 콘텐츠 제작
- 오디션을 통해 인원을 선발하는 경쟁 프로세스 도입하여 시민 참여 유도

‘책 읽어주세요’ 프로그램의 온라인·모바일 콘텐츠化

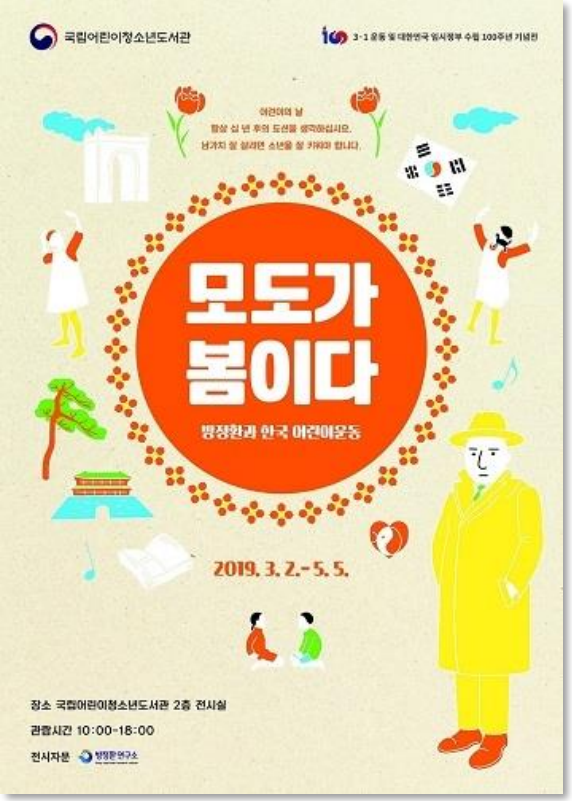
✓ 직접 찾아가서 책을 읽어주는 것이 아닌 시민 참여를 통한 콘텐츠 전환
✓ 오디션을 도입하여 전 연령층이 참여할 수 있는 캠페인 기획
(ex. 친구가 읽어주는 추천도서, 엄마가 읽어주는 추천도서 등)

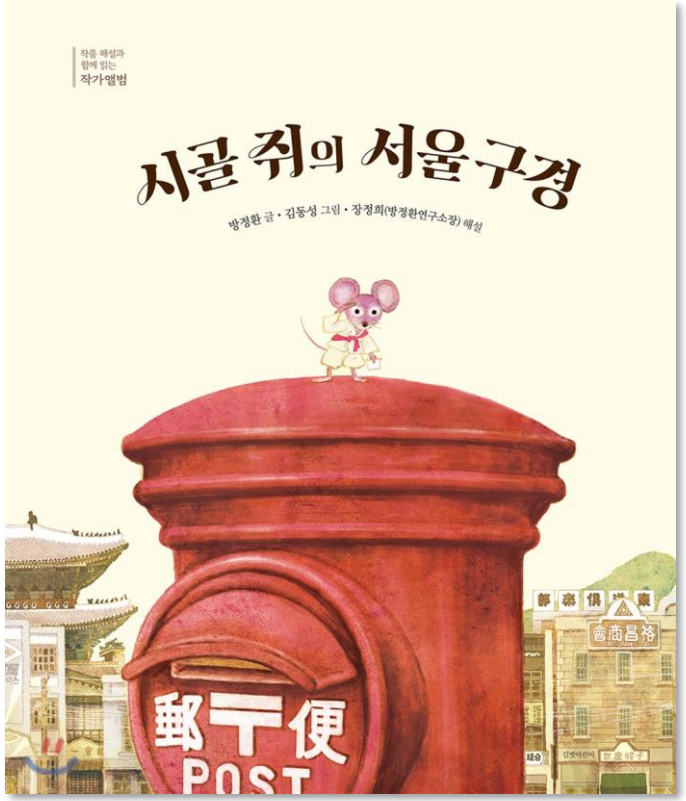
응모신청 → 책을 나눠 낭송 → 도서출판 / 모바일 콘텐츠화

커뮤니케이션북스 오디오북

5. 실행 프로그램 기획 (5) : "부모와 함께 프로그램" 기획 아이디어

- 고려사항 ➔ ① 조사 결론: '학부모와 자녀가 함께 도서관을 이용할 수 있는 동기를 부여' 및 '인문, 문화예술 주제 특화 행사 프로그램' 우선적으로 강화
  ② 학부모 조사 中 방문의향 설문: '방문의향은 높으나, 실제 방문 행동으로 전환시킬 수 있는 동기부여 부족'
- '도서에 나온 특정 인물 또는 해당 인물과 관련된 장소를 직접 찾아가는 문화 나들이' 프로그램 진행 : 도서관 내부에서 외부로 진행하는 Activity 프로그램 기획 고려
- 도서에 나온 인물에 대해 소개하면서 자연스럽게 책에 대한 관심을 갖게 되고, 부모와 아이가 함께 시간을 보내며 부모/자녀의 만족도 향상 유도





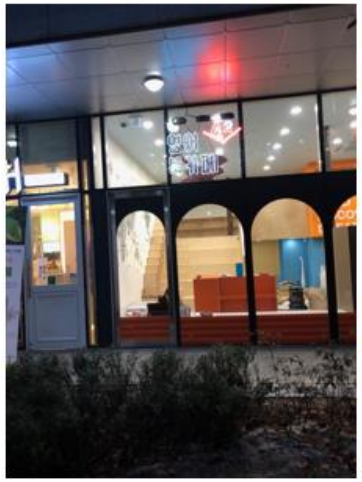
- 지난 3월, 진행한 '모도가 봄이다:방정환과 한국 어린이 운동'을 국립어린이도서관 내부 전시로 끝내는 것이 아니라,
- 방정환 선생님의 '시골 쥐의 서울구경' 도서를 활용하여 책의 시골 쥐처럼 서울을 구경하고 서울 곳곳에 숨어 있는 방정환 선생님의 발자취를 찾아 부모와 자녀가 함께 떠나는 기획

서울어린이대공원 방정환 동상

망우역사 문화공원 – 방정환 묘지

5. 실행 프로그램 기획 (6) : 지능정보기술 체험과 활용공간조성 을 위한 “AR 영어 북카페” 공간 기획

- 현재 대치동 등 일부 지역에서 AR 영어 학습 프로그램을 이용한 AR 영어 북카페가 인기를 끌고 있음
  - 리딩 레벨진단 프로그램을 사용하여 리딩 레벨을 진단하고 책을 읽은 뒤 도서 내용의 이해력을 평가하는 독서 퀴즈를 제공, 수준 높은 음성 녹음이 함께 제공되며 자신의 리딩 레벨과 관심사에 따른 추천도서가 제공
- 특정 지역에 한정되어 있기 때문에 다수의 어린이와 학부모가 참여하기 어려운 상황
  ➔ 공공성 확보 차원에서 국립어린이청소년에서 해당 서비스 제공하여 이용동기 자극 및 방문객 증대 유도



AR 영어 북카페

① 아이의 적성, 흥미, 재능 등을 진단하고 이에 맞는 분야의 책을 AI기능을 통해서 추천.
② 직업에 대한 흥미와 호기심을 제공하고자 진로관련체험을 AR기기를 활용하여 체험할 수 있도록 함.
③ 아이가 위의 역할을 착실히 수행했을 경우 상품을 제공

※참고. 대치동 AR 영어 북카페 정보

AR영어북카페 북카페 블로그 리뷰 16

길찾기 | 거리뷰 | 공유

02-2051-2727

서울 강남구 남부순환로 2927 · 지번 대치동 622 대치클래시아 124~125호 지도보기

평일 12:00 - 19:00
주말 11:00 - 17:00 · 공휴일 휴무

1시간 이용요금 대표	6,000원	1년연회원(월4만원) 대표	480,000원
2시간 이용요금	10,000원	SR TEST 리딩레벨응시료	5,000원

주차, 무선 인터넷, 남/녀 화장실 구분

5. 실행 프로그램 기획 (7) : 도서관 공간 활용을 통한 홍보 아이템 개발

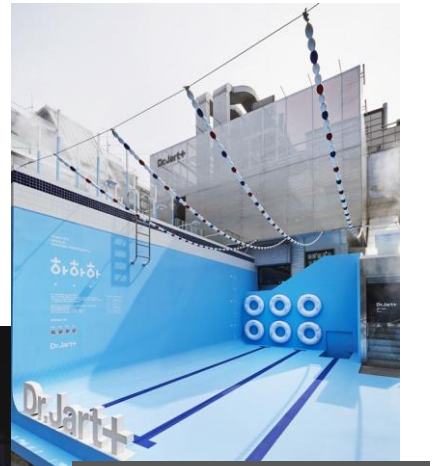
- 국립어린이청소년도서관에 방문하고 프로그램에 참여한 이용자들이 자발적으로 공간 기록을 남길 수 있는 홍보 아이템을 마련할 필요가 있음
- 현재 국립어린이청소년 도서관에 존재하는 포토 스팟은 입구쪽 천사 날개 외 특별한 장소 부족
- 도서 캐릭터를 활용 또는 시즈널 테마를 정해서 인스타 인증할 수 있는 스팟 제공해 부모로 하여금 개인 SNS에 자녀와 함께 찍은 사진을 올리는 동기 부여 제공
- 국립어린이청소년 도서관이 '도서관'에 한정되는 것이 아닌 '서울에 아이와 함께 갈 만한 문화 공간(복합문화공간)' 인식 부여
  (예: 도서관 옆에 있는 작은 공원을 활용해 아웃도어 이벤트나 작은 프리마켓 등을 기획해 복합문화공간으로서 역할과 기능 강화)

포토스팟 : 천사날개, 독도체험관 강치

개인 SNS에 올릴 수 있을 만한
내부 데코레이션 조정 혹은 포토 스팟 설치

신세계백화점 센텀점 110만 송이 꽃 장식 - 봄

신세계백화점 본점 크리스마스 장식 - 겨울



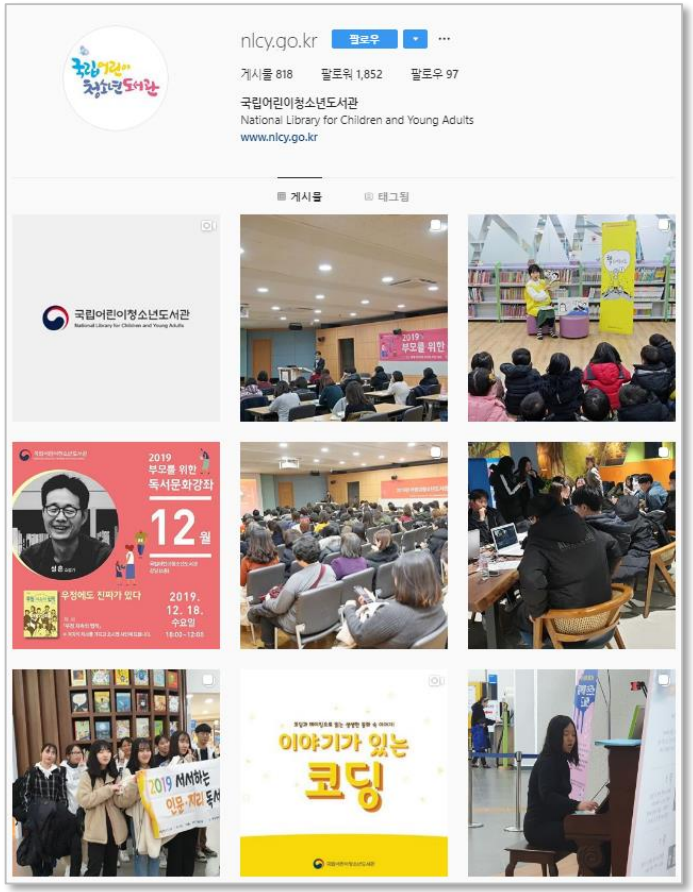
신사동 가로수길 닥터자르트
'필터스페이스 인 서울'

6. 홍보 인프라 강화 (1) : 도서관의 소셜미디어 문제점 진단

- 행사 진행 내용을 보도자료 형식으로 텍스트 구성, 행사 고지나 진행 후 현장 이미지 및 단순 링크 공유, 각 채널 이용자의 참여유도 활동이 거의 없음
- KTV 국민기자, 대학생 블로그 기자단 활용한 콘텐츠는 잠재 이용자에게 제대로 소구하는 형식의 콘텐츠가 아님 => 기자단 활용 시 콘텐츠 워크샵 등 교육 필요
- 페이스북, 인스타그램의 경우 채널 특성을 고려한 콘텐츠 기획이 아닌 미러링 형태로 운영되고 있음 (일부 인스타그램 단독 콘텐츠 존재)

콘텐츠 주목도 및 흥미도 저하, 이용자 참여유도(Call to action) 부재

인스타그램 피드 내에서 도서관의 특색 부재 – 인물, 행사 중심



6. 홍보 인프라 강화 (2) : SNS 채널 운영 제언 –페이스북 운영 개선 (1)

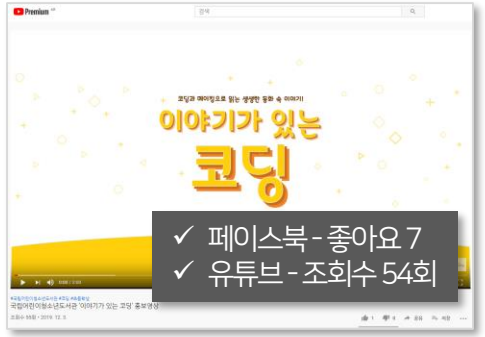
- 페이스북 채널의 운영 핵심 : ① 팬 수 확보를 통해 콘텐츠 도달 모수 확보, ② 랜딩페이지로 사용자 전환(링크) (홈페이지 개편 시 이용자 유입경로 활용)
- 국립어린이청소년도서관 페이스북의 경우, 팬이 2,400여명 수준으로 페이스북 기본 페이지 도달률 2%를 고려하면 콘텐츠 1개당 도달이 48명 이하로 매우 적은 상황 (페이스북의 유튜브 링크 콘텐츠를 보면, 유튜브 조회수가 54개로 매우 적음 – 12월 5일 이야기가 있는 코딩 콘텐츠)
- 양질의 콘텐츠 제공을 통해 콘텐츠 반응 및 팬 수를 확보하고, 랜딩페이지 전환율을 높여 실제 행사 및 강좌 참여율을 높여야 함

사용자 전환이 중요한 페이스북

국립어린이청소년도서관
페이스북

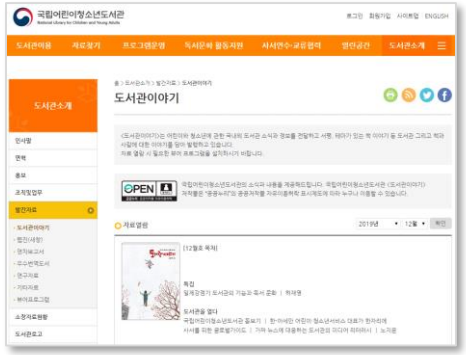
Fan: 2,400여명

국립어린이청소년도서관 유튜브



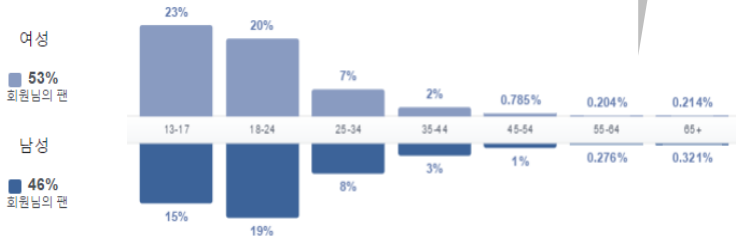
✓ 페이스북 - 좋아요 7
✓ 유튜브 - 조회수 54회

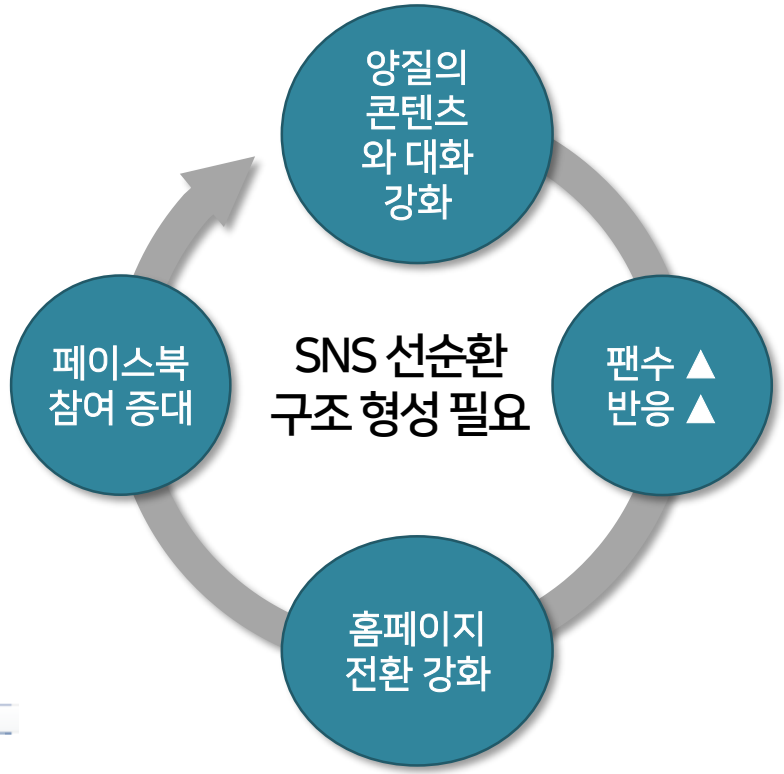
국립어린이청소년도서관 홈페이지 유입



페이스북 팬 구성 목표
미취학 및 초등 자녀를 둔 여성 팬 수 확대

회원님의 페이지를 좋아하는 사람들





페이스북 게시물 광고 집행 예산 확보 필요
- 타깃 오디언스 : 30-40대 여성 집중

6. 홍보 인프라 강화 (2) : SNS 채널 운영 제언 – 페이스북 운영 개선 (2)

- 이미지 개선 : 책 내용 중 흥미 있을만한 내용을 발췌하여 콘텐츠로 구성
- 텍스트 개선 : [#부모를_위한_독서문화강좌] 반복 사용하여 해시태그 내 저장(아카이브), 링크 클릭 유도 문구 삽입, 시즈널(겨울, 연말) 맥락 추가, 단축 URL 사용

Before

독서문화강좌 강사 소개
|및 강좌일시, 홈페이지 신청 링크

포스터 형식으로 작가의 사진 및 책 제목 소개에 한정

After

국립어린이청소년도서관
11월 19일

[11월 부모를 위한 독서문화강좌]

아이가 힘들지 않은, 행복한 여행이 되기 위한 방법은
어떤 것이 있을까요? 부모를 위한 독서문화강좌에서
연말 아이와의 여행계획에 아이의 행복을 더해가세요!

신청링크 클릭 ▶ http://bit.ly/38VL4eU

#부모를위한독서문화강좌 #국립어린이청소년도서관 #여행

책 내용 중 제1장
'아이가 행복한 여행을 위한 다섯 가지 조언 활용'

어떤 여행을 할지 먼저 정하고
장소를 나중에 정하라

'콘트라프리로딩',
직접 딴 사과가 더 맛있다

뻔한 소리지만
철저한 준비만이 답이다

질문에는
질문으로 답하라

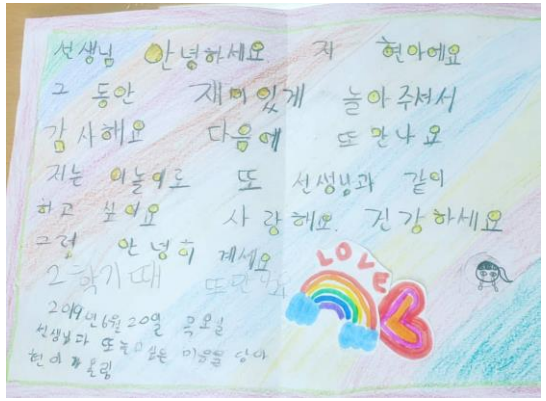
6. 홍보 인프라 강화 (2) : SNS 채널 운영 제언 – 페이스북 운영 개선 (3)

- 단순히 전시, 강좌, 행사의 전체적인 구도를 보여주는 이미지보다 '클로즈업'을 통해 해당 콘텐츠의 내용을 사용자와 직접 공유하고 공감할 수 있도록 기획
- 특히, '책 읽어주세요'의 경우 참여가 어려운 어린이청소년도 많기 때문에 영상 콘텐츠로 기록하고 편집을 통해 홍보에 활용 필요

Before

After

- 손편지 전시 사진이 아닌,
  실제 손편지 내용을 클로즈업 하여
  콘텐츠화해서 독자의 공감 유도



Before

After

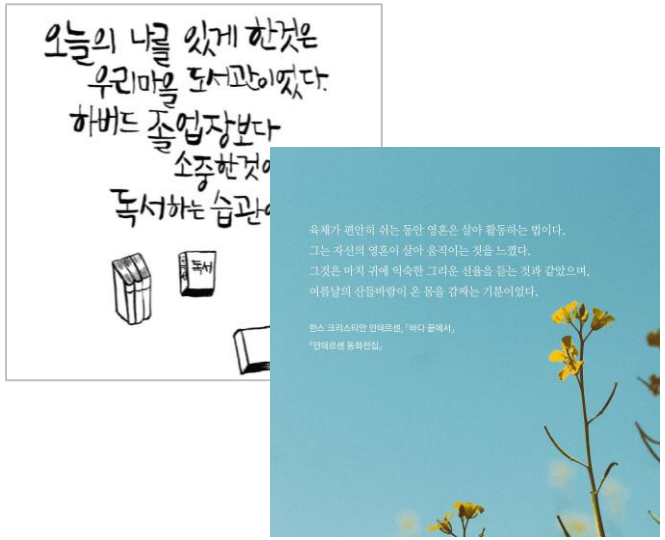
- 책 읽어주세요 실제 영상 업로드
  가장 재미있거나 아이들의 반응이
  좋았던 부분을 편집

6. 홍보 인프라 강화 (2) : SNS 채널 운영 제언 – 인스타그램 개선

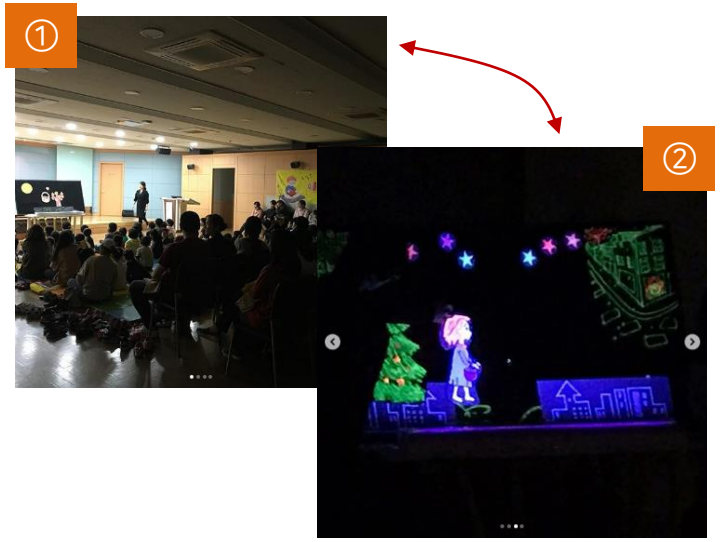
- 인스타그램 채널의 운영 핵심 : ① 비쥬얼 커뮤니케이션, ② 명확한 컨셉
- 도서관이 보여줄 수 있는 비쥬얼적 요소를 강화한 커뮤니케이션 필요
- 해시태그 확보와 이용자들의 참여 동기에 대한 혜택과 연결한 상시 이벤트 진행 : 인스타그램 해시태그 및 참여 활동 사진 업로드 시 GIFT 지급
(혜택 예시 : 꼭 읽어야 할 도서 3권 증정(추첨), 해외 아동 서적 확보 시 우선 독서 기회 제공, 교통카드 팜플 지급 등)

Before

➔ 도서 글귀 및 그림을 통한 도서 추천 (저작권 고려), 책 읽은 아이(와 부모)의 밝은 미소, 단순 행사 소식이 아닌 행사 내용 강조



▼ 11/6 콘텐츠, ① 이미지가 아닌 ② 이미지가 최상단에 위치하여 관심을 유도할 수 있었어야 함

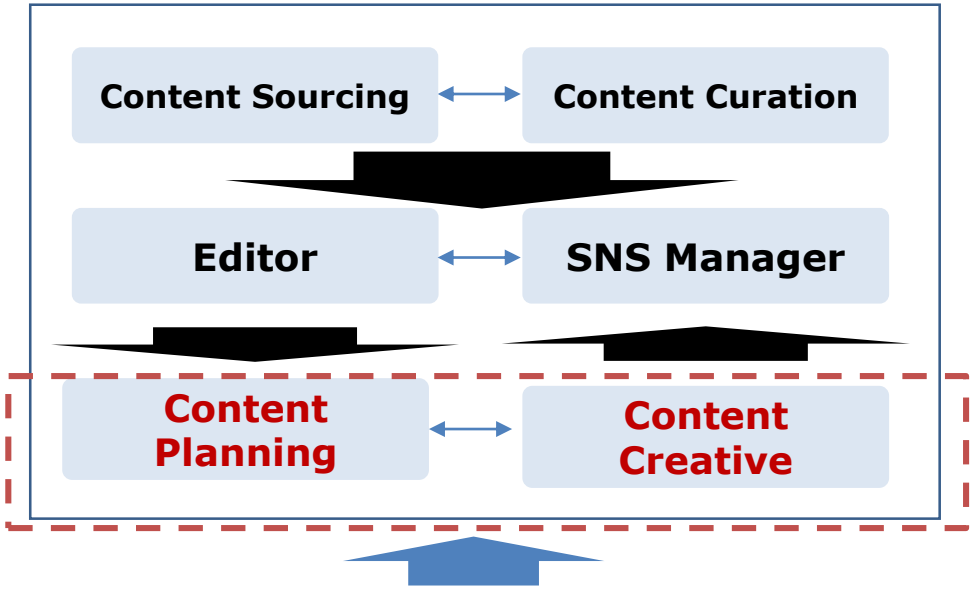


6. 홍보 인프라 강화 (3) : 콘텐츠 마케팅이 가능한 홍보 기능 강화 방안

- 보도자료 중심에서 콘텐츠 중심으로 홍보마케팅이 전환되어야 하는 환경임
- 홍보 조직 내부에 최소한 콘텐츠를 기획하고 현장의 다양한 상황을 실시간으로 촬영하고 기록할 수 있는 역할과 기능이 확보되어야 함
- 아래 표는 디지털 시대에 부합하는 홍보팀 (뉴스룸)의 이상적인 R&R를 정리한 것임

콘텐츠 마케팅을 위한 이상적인 홍보 조직 R&R		
Plan	Content sourcing	기업 내부 각 사업부분별 및 해외 법인 등 스토리 발굴 및 정보 가공 / 내부 취재
	Content curation	고객, 배경 및 맥락, 트렌드 등을 분석 / 정보 및 지식 자료 수집
	Content Editor	콘텐츠 전략 방향 설계 / 기획 콘텐츠 개발 전략 수립 / 편집 가공
	Media Manager	언론, 방송 등 기존 미디어 관계 관리
	Community Manager	블로그, 페이스북, 온라인커뮤니티, 등 채널별 운영관리 /고객관리
Creation (아웃소싱)	Creative Planner	해당 전략에 따른 콘텐츠 개발 기획
	Design	콘텐츠 디자인 개발
	photographer	이미지 콘텐츠 사진 촬영
	Video PD	영상 콘텐츠 촬영 / 편집

이상적인 홍보 기능 구성 (콘텐츠 마케팅을 위한)



- 국립어린이청소년도서관의 경우, 내부 자원을 고려해 최소한 홍보조직에 콘텐츠 플래닝과 개발 기획을 할 수 있는 인력 (1명), 이용자 서비스 참여 및 현장을 취재하고 촬영할 수 있는 콘텐츠 크리에이티브 (1명)이 보강되어야 함 (크리에이티브는 아웃소싱으로 전환시킬 수 있음)

END