

공공도서관의 정보검색대행서비스를 위한 서비스모형화 및 기대효과에 관한 연구

A Study on Service Modeling for IR Agency Service in a Public Library and Its Expectations

김 용(Yong Kim)*

김 태 경(Tae-Kyung Kim)**

목 차

- | | |
|-------------------------------------|----------------------------------|
| 1. 서 론 | 4.1 정보검색서비스 이용자 현황 및 특성 |
| 2. 연구목적 및 방법 | 4.2 정보검색대행서비스에 대한 이용자 반응 |
| 2.1 연구목적 | 4.3 정보검색대행서비스의 유료화에 대한
이용자 반응 |
| 2.2 연구방법 | 4.4 분석 및 평가 |
| 3. 인터넷 정보검색서비스 | 5. 공공도서관의 정보검색대행서비스 모형과
기대효과 |
| 3.1 정보검색서비스의 개요 | 6. 결 론 |
| 3.2 포털사이트의 정보검색서비스 이용현황
및 업체별 현황 | |
| 4. 정보검색대행서비스에 대한 이용자 설문결과
및 분석 | |

초 록

정보기술과 인터넷의 발전은 정보의 대량생산과 함께 정보검색의 대중화를 가져왔으며, 검색포털사이트의 성장은 정보이용자들에게 정보를 획득할 수 있는 유일한 정보원으로서의 도서관에 대한 인식의 변화를 가져 왔다. 이용자들은 검색포털사이트를 보다 편리하고 다양한 정보를 획득할 수 있는 효과적인 정보원으로 각인하고 선호하게 되었다. 이러한 사회환경의 변화 속에서 도서관과 사서는 이용자의 정보요구에 보다 적극적이고 현실성 있는 정보서비스를 제공함으로써 그 사회적 역할과 위상을 정립하고 진일보할 수 있는 도전과 기회로 삼아야 할 것이다. 이를 위하여 본 연구에서는 도서관, 특히 공공도서관의 적극적인 정보서비스 방안으로서 정보검색대행서비스를 제안하고, 이러한 서비스의 기능성과 기대효과를 정보이용자에 대한 직접 설문을 통하여 조사하였다. 특히 대부분의 이용자들이 친숙하고 편리하게 이용할 수 있는 전화와 PDA 등을 활용한 정보서비스에 대한 기능성 및 방법론에 대하여 제안하고자 한다.

ABSTRACT

With the developments in the areas of IT and internet, the portal sites have provided a variety of services. The explosive growth of portal sites based on IR services has a great influence on information services and types of information provided typically by libraries. Because of various and useful information services, information users consider portal sites as a more useful information resource. With the user's changes in information resource, the portal sites can be a threatening competitor to libraries as a information resource. To deal successfully environmental changes around libraries, IR agency service can be best solution. IR agency service is a sort of more advanced and expanded information services for information users who can not connect to internet or has no skill on IT area. In this paper, information users' opinion on their internet using behavior and IR agency service was collected and analyzed. Based on the result of survey, this paper proposes how to provide IR agency service and its expecting effect for libraries, especially public libraries.

키워드: 정보검색대행서비스, 정보검색, 지식검색, 정보서비스, 공공도서관

IR Agency Service, Information Retrieval, Knowledge Retrieval, Information Service, Public Library

* KT 컨버전스연구소 차세대커머스개발부 책임연구원(yongkim@kt.co.kr)

** 연세대학교 문헌정보학과 박사과정(ktk@yonsei.ac.kr)

논문접수일자 2006년 2월 15일

게재확정일자 2006년 3월 17일

1. 서론

정보기술과 인터넷의 발전은 도서관의 정보 서비스 제공방법의 변화에 많은 영향을 끼치고 있다. 다양한 상업적인 데이터베이스의 성장과 웹(Web)을 통한 정보제공에 있어서 디지털도서관으로의 변모는 도서관과 사서에게 있어서 새로운 기회와 역할의 변화를 제공하고 있다. 정보와 지식이 재화의 가치를 지니게 됨으로써 이용자로부터 일정 정도의 수수료를 받고 정보 검색서비스를 대행하거나 정보컨설팅을 제공하는 것을 주된 업무로 하는 개인이나 기업체가 운영하는 정보서비스 업체들도 등장하였으며, 이들 업체들은 문헌의 내용 평가를 통해 이용자에게 행동의 방향을 제시하거나, 정보시스템 구축을 위한 컨설턴트로서의 역할을 하기도 한다(Sutton 1996). 이러한 변화는 전통적으로 도서관에서의 정보서비스에 대한 새로운 변화를 요구하는 직접적인 요인이 되었으며, 또한 실질적으로 상용데이터베이스와 CD-ROM과 DVD-ROM 등의 탐색의 전문성과 효율성, 그리고 인터넷과 웹데이터베이스의 활용을 통한 정보서비스 영역의 확대 등은 이용자들로 하여금 정보원으로서의 도서관과 중계자로서의 사서의 가치를 한층 더 높여 주는데 크게 기여한 것으로 보인다(Evans 1992).

정보기술과 인터넷을 도서관과 정보서비스에 적용함과 동시에, 다양하고 복잡해진 현대 사회를 사는데 있어서 이용자의 필요와 요구에 알맞게 정보를 활용할 수 있도록 정보환경이 중요하게 변화하고 있는 것이 현실이다. 정보환경의 변화는 이미 1960년대부터 나타나기 시작하였으며, '컴퓨터와 정보통신의 발달'과

'정보의 효용가치'라는 두 가지 측면이 핵심을 이룬다. 1960년대부터 컴퓨터가 도서관 업무에 응용되기 시작하고, 뒤이어 정보통신기술이 여기에 결합됨에 따라 정보의 생산, 배포, 활용에서 혁명적인 변화가 일어났다. 이러한 변화는 상용데이터베이스의 등장으로 인한 원격 정보서비스의 실현으로부터 나타나기 시작했다(박준식 2000). 원격정보서비스는 전문적인 연구를 수행하거나 특정 주제분야의 정보를 필요로 하는 전문가 집단뿐만이 아닌 일반 이용자에게도 필요한 정보를 얻는데 있어서의 시공간적인 제한 요소를 해결할 수 있도록 하였으며 도서관 및 정보센터의 기능과 역할을 확대하는데 있어서 중요한 부분을 담당하였다. 한편, 도서관의 원격정보서비스를 통하여 제공되는 정보서비스의 대상과 정보의 성격은 대부분이 전문적인 학술정보를 필요로 하는 전문가 집단이라고 할 수 있다. 그러나 인터넷의 폭발적인 성장과 함께, 정보검색서비스의 대중화를 기반으로 검색포털사이트의 성장은 도서관에서 전통적으로 제공하는 정보서비스에 대한 성격과 정보의 유형에 있어서 많은 변화를 요구하고 있다. 예를 들어, 검색포털사이트에서 제공되는 정보서비스는 전통적으로 도서관의 사서들에 의해 제공되고 있는 정보서비스를 정보이용자들이 일상생활에서 직접적으로 필요로 하는 전화번호, 사진, 지도, 백과사전 등과 같은 단답형의 정보를 포함하여 학술적이면서 전문적인 정보까지도 "지식검색", "지식서비스"라는 확장된 개념의 정보서비스로 제공하고 있다. 이러한 변화는 정보이용자들에게 있어서 정보를 획득할 수 있는 유일한 정보원으로서 도서관에 대한 인식의 변

화를 가져 왔으며 보다 편리하고 다양한 정보를 획득할 수 있는 검색포털사이트를 주요정보원으로서 새롭게 인식하고 선호하게 하는 커다란 요인이 되고 있다. 즉, 정보기술과 이용자의 정보요구 및 정보탐색방법의 변화는 이용자의 정보요구에 대한 도서관의 서비스방법에 대한 새로운 변화를 요구하고 있다. 이러한 현상은 전문도서관 또는 대학도서관에 비하여 지역주민을 위한 공공서비스를 제공하는 공공도서관에 있어서 보다 많은 변화를 요구하고 있다. 공공도서관은 책으로 대표되는 기존 미디어에 대한 접근뿐 아니라 인터넷으로 대표되는 멀티미디어에 이르기까지 시민들이 정보와 지식을 획득하고 여가를 보낼 수 있는 공간이면서 동시에 정보의 불평등 문제를 해결하는 중심적인 기관이라고 할 수 있다(홍현옥 2001). 이러한 관점에서 공공도서관은 시민과 지역주민의 정보요구에 보다 적극적이고 현실성 있는 정보서비스를 제공함으로써 시민과 지역주민이 원하는 정보에 대한 1차적인 정보원으로서/정보제공기관으로서 공공도서관의 새로운 역할 및 위상정립을 필요로 하고 있다. 특히, 변화하는 사회환경에 적절한 정보원 및 정보서비스 제공방법의 개발은 공공도서관이 지역사회 정보획득의 중심기관으로서 거듭 날 수 있는 중요한 요소라고 할 수 있다.

따라서 본 연구에서는 공공도서관이 시민 및 지역주민에게 보다 호응도 높은 정보서비스를 제공하기 위한 방법으로서 대부분의 이용자에게 가장 익숙하고 사용이 편리한 전화 및 PDA 등의 정보기기 등을 활용한 정보검색대행서비스를 제안하고 이에 대한 가능성 및 방법론에 대하여 알아보았다.

2. 연구목적 및 방법

2.1 연구목적

도서관과 사서에게 있어서 새로운 가치와 가능성을 제공하였던 정보기술과 인터넷의 발전은 이용자가 정보를 얻기 위한 유일한 정보원으로서 도서관에 대한 인식의 변화를 가져오게 되었다. 인터넷을 기반으로 하는 정보검색포털사이트의 등장은 과거의 유일한 정보원으로서 도서관의 위상을 위협하고 있다. 현재 많은 인터넷의 포털정보검색사이트에서는 “지식서비스”라는 명칭으로 전통적으로 도서관에서 제공하여왔던 것보다 더욱 다양하고 전문화된 정보서비스를 하고 있다. 특히, 도서관에서 제공하고 있는 정보의 대상이 대부분 전문적인 분야의 학술정보인데 비하여 정보검색포털사이트에서는 전화번호, 지역정보, 지도, 백과사전지식 등과 같은 이용자가 가장 현실적으로 필요로 하는 정보를 포함하여 학술적이고 전문화된 주제정보까지도 제공하고 있다. 따라서 이용자들은 도서관을 직접 방문하지 않고 인터넷을 통하여 직접 해당 포털사이트를 통하여 정보를 탐색하고 획득하고 있는 실정이다. 따라서 정보원으로서 도서관의 역할과 기능은 상대적으로 축소되거나 약화되고 있는 실정이며, 이러한 현상은 전문도서관이나 대학도서관에 비하여 시민이나 지역주민을 대상으로 하는 공공도서관에서 더욱 심화되고 있다. 도서관의 궁극적인 존재이유를 이용자가 필요로 하는 정보를 획득, 가공하고 이를 적절한 방법을 통하여 이용자에게 제공한다는 것에 있다고 할 때 보다 실질적이고 적극적인 정보서비스를 위한 새로

운 방법론이 질실히 요구된다.

본 연구에서는 이러한 공공도서관이 당면한 현실적인 문제를 극복하기 위하여 적극적으로 효과적인 정보서비스를 제공하기 위한 하나의 방법으로서 공공도서관의 사서가 정보이용자가 필요로 하는 정보를 대행하여 검색하고 이를 제공하는 정보검색대행서비스를 제안하고 해당 서비스의 가능성 및 제공방법에 대해서 알아보려고 한다.

2.2 연구방법

본 연구는 정보원으로서 도서관의 적극적으로 효과적인 정보서비스의 새로운 가능성을 모색하고자 하였다. 특히 인터넷과 정보기술의 발전에 따라 정보이용자의 인터넷에 기반한 정보검색을 수행하는 현황을 알아보고 이용자가 필요로 하는 정보를 획득하기 위하여 도서관에 직접 방문이 어렵거나 네트워크에 접속하기 어려운 환경에서 휴대전화와 같은 정보기기를 이용하여 공공도서관의 사서에게 정보를 요청하고 이에 따라 사서가 정보검색을 대행하는 '정보검색대행서비스'에 대한 이용자의 호응도 및 요구조건들을 살펴보기 위하여 시도되었다. 이를 위하여 3개 분야의 총 15개의 항목으로 설문을 구성하였다. 각 문항은 기본적인 이용자에 대한 인구통계학적 정보와 함께 이용자의 인터넷 이용현황을 알아보기 위한 인터넷 이용시간 및 이용목적을 알아보고, 이를 기반으로 본 연구에서 제안하고 있는 정보검색대행서비스의 필요성 및 도서관의 정보서비스에 적용 가능성에 대한 이용자 의견 및 서비스 제공시의 이용의향 등에 대하여 알아보았다. 특히, 설문문항

중에는 향후 서비스가 확장됨에 따라 발생할 수도 있을 서비스의 유료화에 대한 이용자의 반응을 알아보려고 공공도서관 정보검색대행서비스의 유료화에 대한 의견을 하나의 문항으로 포함시켰다. 연구를 위한 조사는 일반인들을 대상으로 설문지를 직접 배포하고 취합하여 개별 항목별로 그 결과를 분석하였다. <표 1>은 본 연구에서 이용된 설문에 대한 일반사항을 보여주고 있다.

연구를 위하여 첫째, 이용자의 인터넷을 이용한 정보검색서비스에 대한 이용현황에 대하여 알아보고 둘째, 직접 검색이 어려운 상황에서 대부분의 이용자가 소지하고 있는 휴대전화 또는 집전화를 이용한 정보검색대행서비스에 대한 이용자의 반응에 대해서 알아보고 셋째, 공공도서관에서 새로운 서비스모델로서 정보검색대행서비스에 대한 이용자의 반응에 대해서 알아보며 마지막으로 새로운 정보서비스 유형으로서 정보검색대행서비스를 현실화시키기 위한 방법론에 대하여 고찰해보려고 한다.

이를 위해 3장에서는 인터넷 정보검색서비스의 개요 및 현재 포털사이트의 정보검색서비스 이용 현황 및 업체별 현황에 대하여 간단히 알아보고 4장에서는 설문을 통하여 수집되어진 정보검색대행서비스에 대한 이용자의 의견을 종합하고 이를 분석하였으며, 5장에서는 공공도서관에서의 정보검색대행서비스 모형에 대한 제안과 서비스를 통한 기대효과를 제시하였으며, 마지막으로 6장에서는 설문을 통하여 얻어진 이용자 의견과 제안된 모형에 대한 간단한 평가와 함께 향후 공공도서관에서 정보검색대행서비스를 제공하기 위하여 방법론에 대하

〈표 1〉 설문조사 일반사항

조사 대상	10 ~ 50 대의 일반인
조사 지역	서울
조사 방법	일대일 면접조사
조사 기간	2005년 11 월 25 일 - 12 월 10 일
표본 수	총 111명 (무응답 0명)
표본 구성	
조사내용	<ul style="list-style-type: none"> · 인터넷 정보검색 서비스 이용 현황 · 정보검색대행서비스 이용자 반응조사

여 간단히 제시하였다.

3. 인터넷 정보 검색 서비스

3.1 정보검색서비스의 개요

정보검색은 컴퓨터가 사용되지 않던 시절에도 문헌정보학 분야에서 핵심 요소로 연구되어 왔다. 도서관에서 정보자료를 탐색할 때 사용하던 목록방법, 자료의 내용을 보여주는 색인 방법, 참고봉사서비스를 위해 사용자의 정보요구를 파악하는 방법, 자료를 주제별로 분류하기 위한 분류법 등은 모두 정보검색기술과 밀접한 관계를 가지고 있다. 초기 컴퓨터 기반 정보검색은 이러한 일련의 방법을 자동화하는데 목표를 두고 있었다. 컴퓨터를 사용한 정보검색기술이 본격적으로 출현한 것은 1970년대

초 미국 코넬대학의 Salton 교수의 연구부터라고 할 수 있다. SMART라는 실험용 시스템이 개발되었고, 현재 상용 시스템의 핵심 요소인 색인기술과 검색모델이 이 시스템을 중심으로 개발되었다. 그 후 미국과 영국을 중심으로 전통적인 검색 기술의 발전이 이루어져 왔고, 유럽에서는 주로 인공지능 기술을 접목하는 쪽으로 개발이 이루어져 왔다.

인터넷기반의 정보검색기술은 기존의 문헌정보학분야에서의 검색기술을 기반으로 하여 인터넷의 발달로 인해 생겨난 엄청난 양의 정보를 정확하게 검색하기 위해서 대두되기 시작한 기술이다. 이 기술은 사용자가 여러 가지 방법으로 입력한 질의를 분석하고 그 질의를 분석·확장하여 관련 문서정보를 추출하여 결과를 되돌려 주는 정보 검색의 일반적 과정에 네트워크를 이용하는 인터넷이라는 특성을 고려하여 세계적으로 분산되어진 정보를 효율적으로

로 검색할 수 있는 방법까지 포함하고 있다. 검색 서비스는 포털사이트가 공통으로 제공하는 서비스 중 하나이다. 포털사이트의 수익모델이 적정 규모의 이용자를 기반으로 한다는 점에서 인터넷사용자가 정보탐색을 위해 주로 활용 하는 검색 서비스는 고객기반확보 및 유지에 필수적이기 때문이다. 그러나 최근에는 기초 서비스로 타 서비스 이용을 유인하는 측면에서 뿐만 아니라 검색서비스 자체로서의 중요성도 증가하고 있다. 이는 검색서비스의 다양화가 신규시장창출로 이어지기 때문인데, 일례로 2002년 “e 지식 검색”으로 처음 제공되기 시작한 국내 키워드검색 광고시장은 급속도로 성장하여 2004년 2천억 규모에 달하고 있으며 네이버(Naver)의 경우, 지난 2004년 2분기 기준 검색 광고의 매출 기여도는 33%에 이른다(코리안클릭 2004). 이러한 신규 시장에서의 기회를 실현하기 위해 대부분의 포털사이트는 최근 검색서비스를 강화하고 있으며, 그 결과 지식검색, 백과사전, 이미지검색 등의 다양한 정보검색서비스가 대부분의 포털사이트에서 제공되고 있다.

3.2 포털사이트의 정보검색서비스 이용 현황 및 업체별 현황

정보검색서비스는 포털사이트에서 제공되는 가장 중요한 서비스로서 각 포털사이트의 활성화에 있어서 가장 중요한 기능을 수행하였다. 특히, 전화번호, 지도 등의 일상적인 정보에서부터 전문적인 학술분야의 정보까지 다양한 정보와 지식들을 제공하고 있다. 이러한 포털사이트에서 제공되고 있는 정보검색서비스는 전통적으로 도서관에서 제공되고 있는 정보서비

스와의 차별화되는 다양한 종류의 서비스를 제공하고 있으며 이러한 정보서비스의 다양성은 이용자들이 정보를 탐색하는데 있어서 도서관에 비하여 포털사이트에 대해서 우선순위를 두고 있는 가장 커다란 이유라고 할 수 있다. 따라서 본 연구에서 제안하고 있는 정보검색대행서비스에 대한 서비스모형을 제안하기 위하여 먼저 포털사이트별로 제공되고 있는 정보검색서비스의 현황을 알아보고 각 서비스별 경쟁력을 알아보고자 한다.

3.2.1 국내 주요 검색 서비스 종류 및 이용현황

코리안클릭에 따르면 지난 2004년 5월 기준으로, 주요 검색 서비스로는 검색 서비스 전 분야에 걸쳐 검색 결과를 제시하는 통합검색, 지식검색, 이미지검색, 백과사전검색, 웹문서 검색 등이 있으며, 이 중 통합검색이 가장 많은 이용자를 확보하고 있다. 다음으로는 키워드검색에 대해 인터넷이용자가 서로 답변해 주는 지식검색이 주로 이용되고 있다(코리안클릭 2004).

〈표 2〉에서 각 사이트별 검색서비스 이용현황을 보면, 통합검색에서는 네이버, 다음, 야후가 각각 약 2천만명, 약 1천6백만명, 약 1천3백만명 등으로 차이가 미미한 반면, 지식 검색에서는 네이버가 약 1천6백만명으로 지식검색 규모 2위인 야후를 2배 넘게 앞서고 있다. 이는 네이버가 본 서비스를 2002년 10월 처음 시작한 이후 선도업체로서의 우위를 유지한데 따른 것으로 보인다.

3.2.2 업체별 검색서비스 경쟁력

지식검색에서의 경쟁력은 전체 검색서비스

〈표 2〉 주요 포털업체의 검색서비스 종류별 이용 현황

(2004년5월 현재)

Naver	검색서비스명	UV	Daum	검색서비스명	UV	Yahoo	검색서비스명	UV
1	통합검색	20,383,809	1	통합검색	16,244,003	1	통합검색	13,522,507
2	지식검색	26,450,799	2	카페검색	9,290,502	2	지식검색	7,055,456
3	이미지검색	9,476,882	3	이미지검색	3,814,875	3	이미지검색	3,562,029
4	백과사전	7,204,624	4	디렉토리검색	2,654,229	4	디렉토리검색	3,002,805
5	웹문서검색	7,164,848	5	뉴스검색	2,216,936	5	백과사전	2,436,520

Empas	검색서비스명	UV	Nate	검색서비스명	UV
1	통합검색	3,406,653	1	통합검색	5,692,759
2	지식거래소	4,933,046	2	지식검색	2,634,327
3	이미지검색	2,730,436	3	웹페이지검색	522,329
4	디렉토리검색	2,422,012	4	백과사전	299,354
5	백과사전	1,226,093	5	디렉토리검색	243,777

주) 2004년 5월 한달간 순방문자수를 측정한 결과임
출처) KoreanClick (2004, 6)

경쟁력 전반에 영향을 미치고 있다. 2003년 9월 기준으로 방문자의 규모와 충성도면에서 업체별 검색 서비스를 종합적으로 평가한 결과 네이버의 경쟁력이 가장 높은 것으로 나타났다. 이는 지식검색의 이용자 규모가 통합검색에 버금가는 수준인데다, 네이버의 이용자 규모가 타 업체를 큰 폭으로 상회하기 때문이다. 또한 현재까지 지식검색에 필적할만한 킬러 검색서비스가 새롭게 등장하지 않은 상황이라 네이버의 경쟁력은 배가되어 있는 상태이다. 또한 지난 2003년 동기간 대비 방문자 규모 및 충성도면에서 네이버는 다음, 야후, 엠파스와의 격차를 더욱 벌여 놓았다(코리안클릭 2004).

이러한 포털업체들의 정보검색서비스에 대한 이용자들의 폭넓고 꾸준한 이용은 정보이용자들이 지식검색 등 포털업체에서 제공하는 검색서비스의 편의성으로 인하여 이것을 주요한 정보의 공급원으로 새롭게 선호하기 시작하였

음을 보여주는 하나의 단면이라고 할 수 있다. 한편, 검색서비스의 성공을 기반으로 포털업체의 측면에서는 이용자 기반의 지속적인 이용자 마케팅을 위하여 보다 개선되고 발전된 형태의 검색서비스를 강화하게 되었으며, 이것은 전통적으로 정보를 제공하는 기관으로 인지되어온 도서관과 정보센터에 있어서 커다란 도전이라고 할 수 있다.

4. 정보검색대행서비스에 대한 이용자 설문결과 및 분석

본 연구에서 설문의 대상이 되고 있는 정보이용자는 대학도서관이나 정보센터에서 제공하는 정보서비스의 주요 이용자로서 고려되고 있는 전문연구자 또는 학생이 아닌 일반인으로 10대에서 50대에 거친 연령층이다. 이들은 사회생활

에 활발히 참여하고 있으며, 인터넷에 대한 활용 및 정보기술에 비교적 익숙한 이용자라고 할 수 있다. 따라서 설문에 참여한 참여자들의 직업 및 연령층에 비추어 설문의 목표인 정보검색대행서비스에 대한 이용자의 요구를 비교적 정확히 반영할 수 있는 대상이라고 하겠다.

설문지의 내용은 크게 인터넷 이용에 대한 일반적인 현황과 함께 포털검색사이트 및 각 사이트에서 제공하고 있는 특화서비스에 대한 선호도 및 이용현황에 대한 분석을 위한 항목을 포함하고 있으며, 실질적으로 본 설문을 통하여 얻고자 하는 궁극적인 목적인 정보검색대행서비스에 대한 이용자의 선호도 및 유료로 서비스가 제공될 경우의 이용가능성을 알아보기 위한 항목들로 구성되어졌다. 이러한 항목들로 구성된 설문지는 각 설문에 참여하고 있는 참여자들에게 직접 전달하고 회수하였으며,

신뢰성 있는 답변과 조사분석을 위하여 일대일 면접방식을 통하여 설문조사를 수행하였다. 설문 항목별 결과와 분석은 다음과 같다.

4.1 정보검색서비스 이용자 현황 및 특성

일반이용자들은 대중화된 초고속 인터넷 환경에 익숙하며, 약 51%가 하루에 1~3시간을 인터넷을 이용하는 경향을 보여주고 있다. 또한 인터넷 이용의 주된 용도는 정보검색, 메일, 정보 다운로드, 블로그/홈피 순으로 나타나고 있으며 정보검색에 대한 이용도가 약 45% 이상으로 나타나고 있다. <표 3>과 <표 4>는 각각 설문응답자의 인터넷이용의 주요 목적과 하루 평균 인터넷이용시간을 각 연령대별로 구체적으로 제시하고 있다.

한편 인터넷을 이용하기가 어려운 환경하에

<표 3> 인터넷의 주요 이용 목적

단위: 인원%

	정보검색	블로그/홈피	다운로드	게임	메일	계
50대	2(50)	0(0)	0(0)	0(0)	2(50)	4(100)
40대	12(63.1)	1(5.3)	2(10.5)	1(5.3)	3(15.8)	19(100)
30대	22(44.9)	5(10.2)	8(16.3)	2(4.1)	12(24.5)	49(100)
20대	11(40.7)	2(7.4)	4(14.8)	3(11.1)	7(25.9)	27(99.9)
10대	4(33.3)	4(33.3)	2(16.7)	2(16.7)	0(0)	12(100)
전체	51(45.9)	12(10.8)	16(14.4)	8(7.2)	24(21.6)	111(99.9)

<표 4> 하루 평균 인터넷 이용시간

단위: 인원%

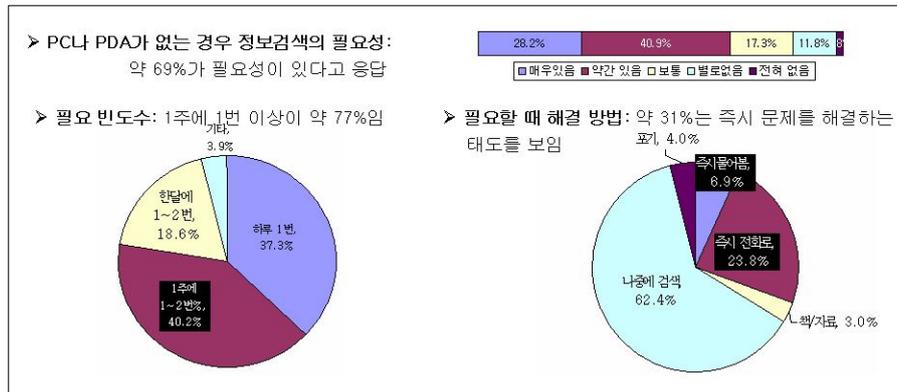
	1시간 이하	1 ~ 3시간	3 ~ 5시간	5 ~ 7시간	7시간 이상	계
50대	2(50)	2(50)	0(0)	0(0)	0(0)	4(100)
40대	5(26.3)	10(52.6)	2(10.5)	2(10.5)	0(0)	19(99.9)
30대	15(30.6)	23(46.9)	7(14.6)	1(2.0)	3(6.1)	49(100.2)
20대	6(22.2)	15.0(55.6)	6(22.2)	0(0)	0(0)	27(100)
10대	4(33.3)	7(58.3)	0(0)	1(8.3)	0(0)	12(99.9)
전체	33(29.7)	56(50.5)	14(12.6)	5(4.5)	3(2.7)	111(100)

서 정보검색에 대한 필요성에 대해 약 70%의 이용자가 필요하다고 응답하였으며 빈도수에 있어서는 1주에 1번 이상이 필요하다는 반응을 보여주고 있으며 보다 세부적인 내용은 <그림 1>과 같다.

<그림 2>는 연령대에 따른 정보검색서비스 사용 비율 및 포털사이트에 대한 선호도를 보여 주고 있다.

설문에 응답한 인터넷 이용자의 45%이상이 인터넷이용의 주 목적을 정보검색이라고 응답하고 있으며, 이러한 인터넷 이용에 대한 연령

대별 이용현황을 보면 특이하게 50대 이상에서 50%의 이용률을 보이고 있다. 이러한 현상은 각 포털사이트에서 제공되는 정보검색서비스의 게임, 블로그/홈피, 다운로드서비스는 대부분이 10~30대의 연령층을 주대상으로 하는 특화서비스로서 제공되고 있는 것이라고 할 수 있다. 특히 이용하고 있는 검색사이트에서는 코리아클릭의 보고서에서 언급되었던 것과 마찬가지로 네이버가 이용자의 약 67%에 의해 선호하는 사이트라는 응답을 얻음으로써, 모든연령층으로부터 고르게 이용되고 있음을 알 수 있다.



<그림 1> 인터넷사용이 불가능시 정보검색의 필요성



<그림 2> 연령별 인터넷정보검색 이용비율 및 선호 포털사이트

4.2 정보검색대행서비스에 대한 이용자 반응

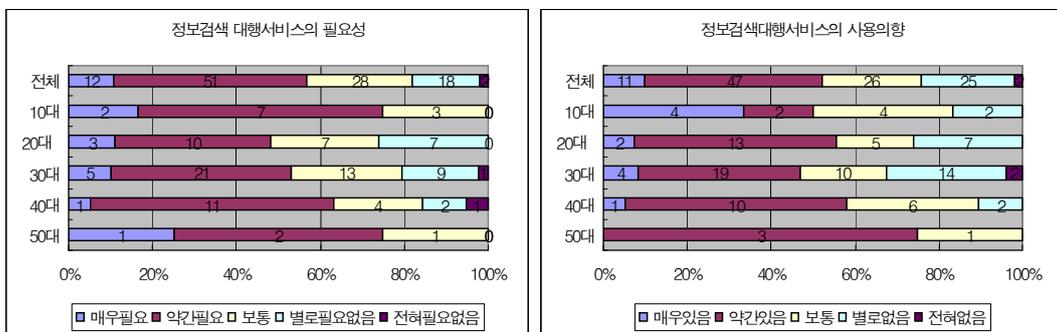
본 연구에서 제안하고 있는 정보검색대행 서비스는 정보이용자가 PC 또는 PDA와 같은 이용자단말을 통하여 인터넷에 접속하기 어려운 상황이나 노인이나 아동 혹은 인터넷 및 정보기술에 익숙하지 않은 정보이용자의 경우를 대상으로 하고 있다. 이러한 상황에서 전통적으로 정보서비스를 제공하는 도서관뿐만 아니라 다양한 정보검색서비스를 제공하는 포털사이트에서도 직접적으로 이용자에게 정보서비스를 제공하는데 있어서 많은 어려움이 있다. 물론 도서관 또는 정보센터를 이용자가 직접 방문하여 정보를 획득할 수 있으나 정보의 즉시성과 함께 전화번호, 지도, 백과사전 등과 같은 일상적이면서 단답형의 정보를 얻기 위하여 도서관을 이용자가 직접 방문 한다는 것은 현실적으로 불편하고 비효율적인 일이라고 할 수 있을 것이다. 따라서 정보의 즉시성 및 이용자 편의성을 고려할 때 본 연구에서 제안하고 있는 정보검색대행서비스는 매우 효과적이고 실질적으로 이용자의 정보요구를 만족시킬 수 있는 적극적인 대안으로서 공공

도서관이 시민과 지역주민에게 직접적인 봉사 서비스를 제공할 수 있는 방법이라고 할 수 있을 것이다.

〈그림 3〉은 정보검색대행서비스를 제공하는데 있어서 이용자의 서비스에 대한 필요성과 사용의향을 보여주고 있다.

〈그림 3〉에서 볼 수 있듯이 약 55.4%의 이용자가 인터넷 정보검색이 어려운 상황에서 정보검색대행서비스에 대한 필요성에 대해서 필요하다는 응답을 보여주고 있으며 50.9%의 이용자가 정보검색대행서비스를 제공에 따른 적극적으로 이용의사를 보여 주고 있다. 이러한 결과는 도서관, 특히 시민 및 지역주민에 대한 정보봉사를 제공하고 있는 공공도서관에서 정보검색대행서비스의 제공을 보다 적극적으로 고려해야 한다는 점을 시사한다. 특히 도서관에서 이용자의 방문을 기다리는 소극적인 봉사방법에서 벗어나 보다 적극적인 방법으로서 정보검색대행서비스를 제공함으로써 정보이용자에게 다양하고도 쉬운 방법으로 정보를 제공받을 수 있는 정보원으로서 역할을 수행 할 수 있는 기회가 될 것이다.

〈그림 4〉는 정보검색대행서비스를 제공할



〈그림 3〉 정보검색대행서비스에 대한 이용자 반응

경우, 이용자들이 주로 이용할 것으로 예상되는 정보의 유형을 제시하고 있다.

〈그림 4〉에서 이용자들이 공공도서관에서 제공해주기를 바라는 정보를 보면, 대부분의 경우 도서관에서 제공하는 정보를 주로 학술적이면서 특정 주제분야에 전문화된 정보라고 생각하고 있으나, 시민과 지역주민에게 봉사하는 공공도서관의 경우에는 보다 실질적으로 생활에 도움을 줄 수 있도록 정보를 다양하게 제공해야한다는 점을 고려해야 할 것이다. 현재 정보검색서비스를 제공하고 있는 많은 포털사이트의 성공요인은 이용자가 직접적이면 실질적으로 활용할 수 있는 다양한 정보들을 제공하므로써 단시간에 새로운 정보원으로서 이용자들에게 각인될 수 있었던 중요한 요인이라고 할 수 있다. 이러한 포털사이트의 성공요인을 바탕으로 도서관계, 특히 공공도서관은 이용자들에게 실질적으로 도움이 될 수 있는 다양한 서비스의 개발에 많은 노력을 기울여야 하며 이러한 관점에서 정보검색대행서비스는 가장 효과적이고 적절한 대안으로서 고려할 수 있을 것이다.

도서관에서 정보검색대행서비스를 제공하기 위해서는 기본적으로 이용자가 휴대전화를 소지하고 있어야 한다. 이용자의 정보검색대행요구에 대하여 검색결과와 요청 및 결과를 제공받을 수 있는 방법에 있어서 약 44%의 이용자가 전화를 통한 요청 및 결과물의 수령방법에 선호를 보여주고 있다. 이러한 이유는 아직은 많은 상당수의 이용자들이 단문문자서비스(SMS: Short Message Service)와 멀티미디어메세지서비스(MMS: Multimedia Message Service) 등에 익숙하지 않은 단면을 보여주고 있다고 하겠다. 한편, 본 서비스의 유료화를 위하여 이용자로부터 직접적인 수익이 아닌 간접수익으로서 사서 또는 정보검색사가 정보검색을 대행하는 동안 상업적인 광고를 제공하므로써 공공도서관의 재정에 부분적으로 기여할 수도 있다.

〈그림 5〉는 정보검색대행서비스를 제공하는데 있어서 서비스요청 및 결과내역에 대한 이용자가 선호하는 방법 및 정보검색대행서비스의 제공을 통한 수익모델로서 정보검색대행서비스에 대한 이용자의 의견을 보여주고 있다.



〈그림 4〉 정보검색대행서비스의 주이용예상 서비스



〈그림 5〉 정보검색대행서비스 제공방법 및 대기시간 중 광고제공에 대한 이용자 의견

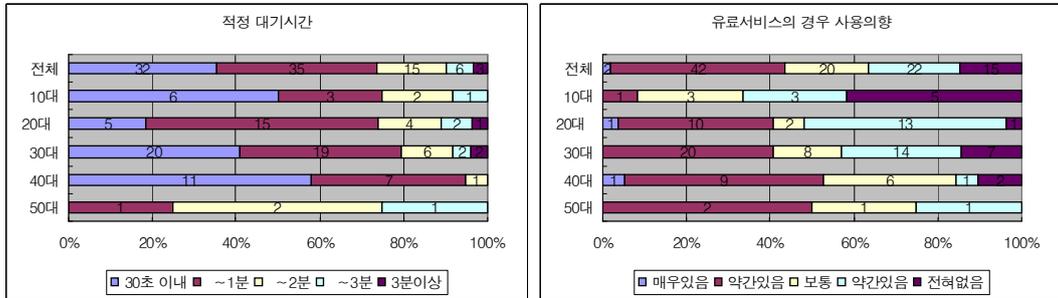
여기서 보면 과반수의 이용자들은 전화를 이용한 정보검색대행서비스에 대하여 선호도를 보여주고 있으며, 특히 서비스의 확대를 통하여 공공도서관등에서 이것이 수익사업으로 확장할 수 있는지 여부에 대한 가능성을 타진하기 위한 항목으로서 대기 시간 중 상업적인 광고 제공에 대한 이용자반응에 있어서 대부분 연령대의 정보이용자들이 상업광고에 상당히 긍정적인 응답을 보여주었다.

4.3 정보검색대행서비스의 유료화에 대한 이용자 반응

정보검색대행서비스는 인터넷을 통한 정보 검색이 어렵거나 인터넷과 같은 정보기술에 대하여 익숙하지 못한 정보이용자를 1차적인 고려대상으로 할 수 있으며, 제공되는 정보의 유형은 초기에는 일상적이고 단편적인 정보가 될 수 있다. 그러나 정보검색서비스에 대한 이용자에 대한 긍정적인 인식과 함께, 정보서비스의 확대를 통하여 다양한 학술정보 및 재화의 가치를 가질 수 있는 지식정보와 같은 정보유형으로 확장을 통하여 공공도서관에서 수익사업으로서 확대 발전할 수 있을 것이다.

정보검색대행서비스를 통하여 공공도서관은 두 가지 분야에서 수익모델을 개발 할 수 있다. 첫째는 전화 등을 통하여 이용자로부터 정보 검색에 대한 대행요청이 있는 경우 사서가 검색을 수행하는 동안 상업적인 광고 등을 제공함으로써 광고수익을 창출할 수 있으며, 두 번째는 정보검색대행서비스에 대한 유료화를 통하여 수익을 창출할 수 있을 것이다. 이러한 정보검색대행서비스는 현재도 많은 상업적인 기업과 정보중개자(Information Broker)들에 의해서 유료서비스가 제공되고 있다. 따라서 본 연구에서는 향후 서비스의 확대발전을 통하여 공공도서관등에서 제공되는 정보검색대행서비스에 대한 유료화가 가능하다고 할 수 있으며 이러한 서비스의 유료화에 대한 이용자의 의견은 〈그림 6〉에 그 조사결과를 자세히 제시하고 있다.

정보검색대행서비스의 유료화 항목에 있어서 이용자들은 정확한 정보에 대해 강한 욕구를 가지고 있어서 서비스의 유료화에 대한 거부감이 상대적으로 적다고 할 수 있다. 서비스가 유료로 제공되는 경우에도 약 42.6%의 이용자가 적극적인 사용의사를 보여주고 있다. 또한 적정수준의 서비스 이용수수료에 대한 조사에서는 〈그림 7〉에서 제시된 바와 같이 대부분



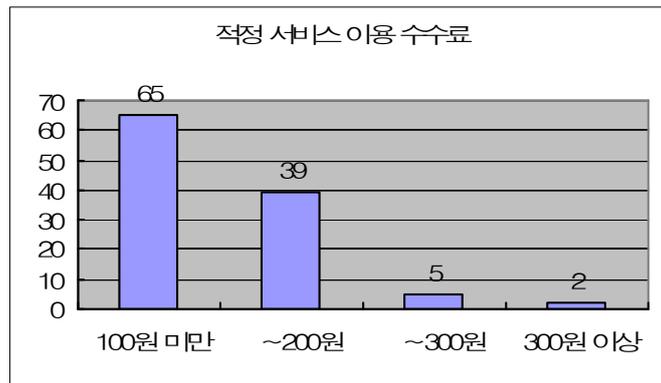
〈그림 6〉 서비스유료화에 따른 이용자 반응

의 이용자가 100원 이하의 이용수수료를 선호하고 있는 것으로 조사되었다.

서비스 및 제공되는 정보유형에 따라서 이용금액은 차별화가 가능할 것이며, 특히 학술자료 및 특허와 같은 정보는 다른 상업적으로 대행하여 주는 기관들에 비하여 서비스 수수료측면에서 공공도서관에서는 분명한 경쟁력을 가질 수 있는 분야라고 할 수 있다. 이러한 서비스를 통하여 도서관 및 사서는 정보제공자로서 그 역량을 한층 발전시킬 수 있는 기회가 될 수도 있을 것이다.

한편, 고객관계관리(CRM)의 개념을 도입

하여 일반적인 쇼핑몰에서 제공하고 있는 회원제의 운영과 함께 유료서비스의 제공시마다 재화의 가치를 지니는 포인트 또는 마일리지를 부여하므로서 이용자가 지속적으로 해당 도서관의 서비스를 이용할 수 있도록 유도할 수 있으며 〈그림 8〉에서 볼 수 있듯이 이러한 서비스에 대하여 정보이용자들은 79.2%의 높은 호응도를 보여주고 있다. 또한 이용자의 요청에 따른 정보제공의 방법으로서 단순히 전화통화를 통한 구두상의 답변보다는 보다 다양한 방법으로 이용자들은 자신이 원하는 정보를 얻고자 한다. 따라서 비록 이용자의 서비스에 대한 요청



〈그림 7〉 정보검색대행서비스의 유료화시 적정수준의 서비스 이용수수료



〈그림 8〉 정보서비스 결제방법 및 정보제공 방법에 대한 이용자 반응과 호응도

을 전화상 구두로 접수받는다 하더라도 단문문 자서비스 또는 멀티미디어메세지서비스와 같은 다양한 방법을 개발하여 보다 편리하면서 정확하게 이용자의 정보요청에 대한 결과물을 제공할 수 있을 것이다. 〈그림 8〉은 이러한 서비스 방법에 대한 이용자의 반응을 보여주고 있다. 이용자들은 마일리지와 포인트 결제에 대하여 전체 약 80%가 찬성하고 있으며, 멀티미디어 메세지서비스에 대한 추가정보제공에 대해서도 약 70% 정도의 긍정적인 응답을 하고 있다.

4.4 분석 및 평가

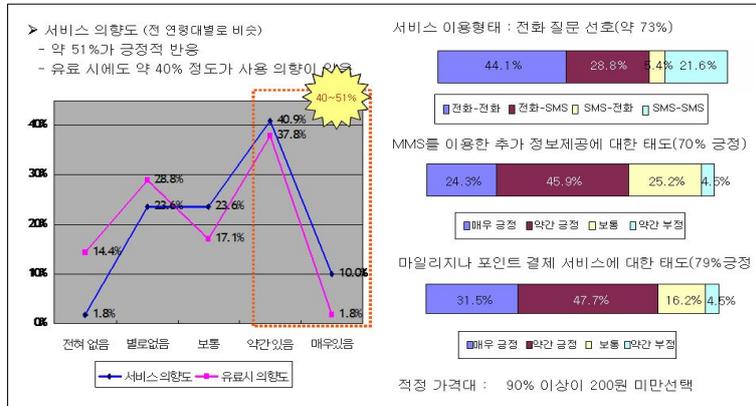
본 설문을 통하여 도서관 특히, 공공도서관에서 정보검색대행서비스 제공하는데 있어서 가능성은 매우 높다고 할 수 있으며 향후 서비스의 확대를 통하여 유료화에 대한 가능성을 타진 할 수 있었다.

본 연구에서 정보서비스 이용자에 대한 정의는 인터넷을 이용하는 일반이용자라고 할 수 있으며 이러한 이용자의 현황 및 특성을 종합하면 대중화된 초고속 인터넷 환경에 익숙하며 인터넷 이용시, 정보검색, 메일, 정보 다운로드, 블로그/홈피 순으로 선호하고 있으며, 정확한 정보

에 대한 욕구가 강해 유료화에 대한 거부감이 상대적으로 적고, 직장, 학교, 가정 등에서 정액제/무료 인터넷 서비스를 자유롭게 이용하고 있으며, 검색엔진은 네이버를 주로(67%) 사용하고 있다. 또한 정보요구 발생시 즉시 문제를 해결하고자 하는 욕구가 있고(31%), 주변의 지인에게 직접 묻거나 전화 문의(31%) 또는 나중에 검색(62%)하는 순으로 정보요구를 해결하고 있으며 인터넷 검색이 불가능한 환경에서의 검색 필요성(69%)에 대하여 매우 높은 의견을 보여주고 있다.

이용자의 인터넷 정보이용행태와 정보검색 대행서비스에 대한 이용자의 의견을 종합하면 〈그림 9〉와 같이 정리해 볼 수 있다.

〈그림 9〉에서 보여주듯이 정보이용자들은 정보검색대행서비스에 대한 긍정적인 평가와 함께 향후 서비스가 유료화 되는 경우에도 이를 이용할 충분한 의사가 있음을 보여주고 있다. 따라서 공공도서관에서 정보검색대행서비스를 제공하는데 있어서 이용자의 정보요구를 충족시킬 수 있는 충분한 가능성 및 공공도서관이 시민과 지역주민에게 보다 가깝게 다가설 수 있는 기회를 제공할 수 있는 중요서비스로서 자리매김을 할 수 있는 가능성을 보여주고 있다.



〈그림 9〉 정보검색대행서비스에 대한 이용자의 종합적인 반응

5. 공공도서관의 정보검색대행서비스 모형과 기대효과

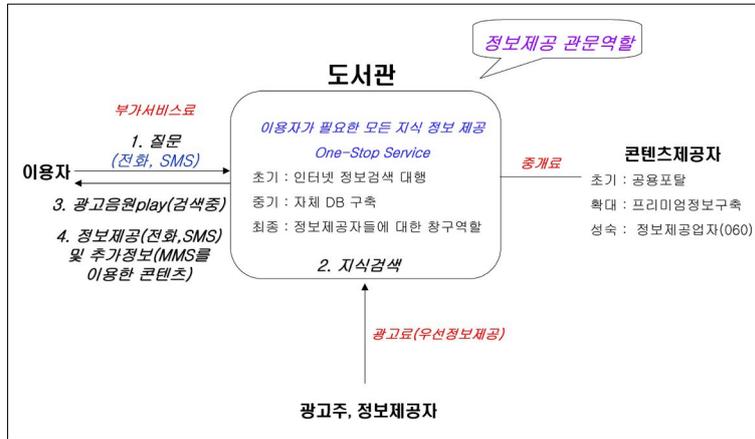
설문의 결과와 함께, 본 연구에서 제안하고 있는 정보검색대행서비스는 음성 또는 단문문자서비스를 이용하여 언제 어디서나 궁금한 것을 질의하고 전화나 단문문자서비스로 답변을 받을 수 있는 원스톱(one-stop) 서비스로 정의할 수 있다. 또한, 4.4에서 언급하고 있는 이용자에 대한 정의와 그들이 보여주는 특성을 기반으로 하여 본 연구에서 제안하고 있는 정보검색대행서비스의 목표이용자는 아래와 같이 크게 세 가지 유형으로 구분 할 수 있다.

- 호기심 많고 즉흥적이고 궁금한 것은 즉시 해결하여야 하는 10/20대 학생
- 활동적이고 직장업무에 바쁘고 문화 레저 정보의 욕구가 많은 20/30대 직장인
- 인터넷 이용의 욕구는 있지만 이용에 서투른 40/50대 중·장년층

위에서 정의하고 있는 목표이용자를 대상으로 본 연구에서 제안하고 있는 서비스의 개념을 도식화 하면 〈그림 10〉과 같다.

〈그림 10〉은 1) 이용자가 도서관에 전화 혹은 단문문자메세지로 정보대행을 요구하면, 2) 도서관에서는 이에 대한 지식검색을 수행하고, 3) 이러한 검색을 수행하는 과정에서 도서관은 광고주의 광고를 이용자에게 보내게 되고, 4) 검색이 모두 끝나면 전화와 단문문자서비스로 정보제공을 하거나, 멀티미디어메세지서비스를 이용하여 추가정보를 제공하는 정보검색대행서비스의 과정을 도식화한 것이다.

정보검색대행서비스에서 도서관은 정보의 관문으로서 초기에는 다양한 정보원을 통한 정보를 제공하면서 자체의 데이터베이스를 구축하게 되고, 이후 최종적으로는 도서관자체적으로 정보를 제공하면서 동시에 모든 정보제공자들에 대한 창구역할을 수행할 수 있다. 한편 본 서비스를 통하여 도서관은 다양한 콘텐츠(정보)제공자로부터 정보중계료 수익과 광고주를



<그림 10> 정보검색대행서비스모델 개념도

통한 광고수익을 얻을 수 있으므로, 공공도서관에서 수익을 창출할 수 있는 이용자 봉사의 모델이 될 수 있을 것이다. 이 서비스개념도를 기반으로 이용자의 정보요구를 충족시키고 도서관은 전통적으로 이용자의 정보요구에 대한 유일한 정보원으로서 위상을 새로이 정립하고 이용자의 정보요구에 보다 적극적인 정보서비스를 제공할 수 있게 될 것이다.

또한 이러한 서비스는 이용자의 정보습득의 편의성, 정보습득의 신속성, 다양한 분야에 대한 이용자의 궁금증 해결 등에 기여할 수 있으며, 다양한 콘텐츠에 대한 이용자의 욕구가 증가하는 상황에서 저렴한 비용으로 효과적인 정보검

색을 희망하는 정보이용자들의 요구를 충족시킬 수 있게 될 것이다. <표 5>는 정보검색대행서비스를 통하여 이용자의 정보요구를 충족할 수 있는 기회 및 개선방안을 보여주고 있다.

이러한 정보검색대행서비스는 이용자의 측면에서는 필요한 정보의 신속한 습득과 문제해결에 대한 시간과 노력의 절약, 도서관의 입장에서는 정보이용자에 대한 적극적인 정보제공을 통한 도서관의 위상정립과 지식정보콘텐츠 구축, 콘텐츠(정보)제공자에게는 다양한 계층의 일반 이용자들을 고객으로 삼을 수 있는 기회의 확대, 광고주에게는 타겟광고를 통한 홍보 등의 기대효과를 얻을 수 있다. 정보검색대행서비스

<표 5> 이용자 정보요구의 개선방안

이용자의 정보요구	개선 방안
정보습득의 편의성 증가	인터넷에 접속할 수 없는 상황에서 전화로 정보를 얻을 수 있도록 함
정보습득의 신속성 증가	전화 한 통화 정도의 시간 내에 정보를 얻을 수 있도록 함
정보습득의 정확성 증가	사용자가 원하는 정보를 정확하게 제공
다양한 분야에 대한 궁금증 해결	전화번호 외에 모든 분야에 대한 정보를 검색해서 전화나 MMS로 통보
다양한 콘텐츠의 욕구 증가	지식과 콘텐츠를 검색하고 음성으로 안내를 받고 사용자의 전화로 콘텐츠 전송
저렴한 비용으로 정보 검색	대기시간에 광고를 보내줌으로써 검색에 드는 비용 최소화, 마일리지, 적립금을 활용한 서비스 이용

〈표 6〉 정보검색대행서비스를 통한 기대효과

	기대 효과
정보이용자	- 필요한 정보의 신속한 습득, 궁금증 해결, 시간과 노력 절약
도서관	- 정보이용자에 대한 적극적인 정보제공을 통한 정보원으로서 도서관의 위상 정립 - 서비스 매출, 광고 수수료 매출을 통한 수익모델 개발 - 지식정보 콘텐츠 구축
콘텐츠(정보) 제공자	- 다양한 일반 이용자들을 고객으로 삼을 수 있는 기회
광고주	- 타겟 광고를 통한 홍보 효과

를 통하여 이러한 각 주체들이 얻을 수 있는 기대 효과는 〈표 6〉으로 간략히 요약해 볼 수 있다.

6. 결론

도서관을 둘러싸고 있는 사회적, 기술적인 환경의 변화는 전통적인 도서관의 역할과 기능에 있어서 뿐만이 아니라 서비스의 대상이 되는 이용자에 대한 정의와 이용자에게 제공되는 정보서비스를 제공하는 방법과 개념에 대한 변화를 요구하고 있다. 정보검색서비스를 제공하고 있는 포털사이트의 성장과 각 포털사이트에서 제공되고 있는 다양한 정보서비스에 대한 정보이용자들의 선호도의 증가는 도서관의 역할 및 기능에 대하여 많은 변화를 요구하고 있다. 이러한 변화는 전통적으로 정보의 처리, 관리 및 배포에 있어서 유일한 정보원으로서 도서관은 그 위상에 커다란 도전을 받고 있다고 할 수 있다. 따라서 정보기술과 인터넷의 발전은 도서관의 역할과 위상에 있어서 한 단계 도약할 수 있는 기회요인을 제공함과 동시에 새로운 정보원으로서 포털사이트 등의 성장은 도서관의 존재 목적 자체에 커다란 위협요소가

될 수 있는 도전을 제공하고 있다. 한편, 도서관은 정보기술과 인터넷을 새로운 성장요인으로서 적극적으로 정보서비스에 도입을 하면서 새로운 도전에 대하여 도서관이 보다 적극적으로 이용자의 요구에 적합한 서비스방법을 개발하고 이를 서비스에 적용하므로써 도서관은 한 단계 발전된 정보제공기관으로서 발전할 수 있을 것이다. 이러한 관점에서 본 연구에서 제안하고 있는 정보검색대행서비스는 도서관, 특히 공공도서관이 새로운 서비스영역을 개척하고 이를 하나의 사업영역으로서 발전 할 수 있는 두 가지의 기회요인을 동시에 제공할 수 있다고 할 수 있다. 따라서 시민과 지역주민을 위한 공익기관으로서 공공도서관은 보다 적극적으로 서비스의 수용을 위한 자체적인 노력과 함께 정보중계자로서 사서는 그 역할을 충분히 수행할 수 있는 역량을 보유할 수 있도록 노력하여야 할 것이다. 이는 공공도서관이 다양한 정보원의 창구로서 정보검색서비스를 제공하는 포털사이트 및 상업적인 정보검색서비스 제공업체와의 경쟁에서 전통적이고 유일한 정보원으로서 그 위상을 재정립하고 보다 발전된 공공도서관의 역할을 재정립할 수 있는 중요한 기회가 될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 박준식. 2000. 정보환경의 변화와 사서의 역할변용. 『한국도서관·정보학회지』, 31(2): 21-40.
- 유재욱. 2001. 대학도서관 이용자의 정보요구에 관한 연구 : 참고질문을 중심으로 『한국정보관리학회지』, 18(2): 125-142.
- 이만수. 2002. 지식기반사회에서의 도서관 경영을 위한 새로운 패러다임 모색. 『국회도서관보』, 39(5): 31-55.
- 이제환. 2003. 전문직 이론을 통해 본 사서직의 전문성. 『한국문헌정보학회지』, 37(2): 57-87.
- 정동열, 김지현. 2000. 대학도서관 전자참고서비스 운영방안에 관한 연구. 『국회도서관보』, 37(5): 30-57.
- 홍현욱. 2001. 디지털시대 공공도서관의 역할. 『도서관』, 56(2): 56-71.
- 코리안클릭(KoreanClick). 2004. 『국내 인터넷 포털 사이트 이용형태 분석, 2004. 6.』. 서울: 코리안클릭.
- Sutton, Stuart A. 1996. "Future service models and the convergence of functions: the reference librarian as technician, author and consultant." *The Reference Librarian*, 54: 125-143.
- Evans, Anita K. "Electronic reference services: mediation for the 1990s," *The Reference Librarian*, 37: 75-86.
- Internet Public Library. "Ask a question at the IPL reference center." 1999. <cited 2006. 1. 3.>
<<http://www.ipl.org/ref.QUE>>.

이용자 대상 인터뷰 질문서

본 조사는 전화로 인터넷 정보를 검색 대행하는 서비스의 개발 및 개선을 위한 의견 청취를 목표로, 조사결과는 조사목적 이외의 어떠한 정보도 외부에 공개되지 않습니다.

< 조사 대상의 기본사항 >

1. 귀하의 연령대는 무엇입니까?

- 1) 10대 2) 20대 3) 30대 4) 40대 5) 50대 6) 60대 이상

2. 성별은?

- 1) 남 2) 여

1. 인터넷으로 정보를 검색할 때 주로 사용하는 검색 엔진은 무엇입니까?

- 1) 구글 2) 네이버 3) 엠파스 4) 파란 5) 다음 6) 기타()

2. PC가 없는 환경에서 인터넷 정보 검색의 필요성을 느끼신 적이 있으십니까?

- 1) 있다 2) 없다

3. 2번에서 '있다'라고 대답하신 경우 어떤 방법으로 정보를 얻으십니까? (가장 많이 쓰는 방법부터 순서를 매겨 주십시오)

- 1) 주위의 친구에게 물어본다.
2) PC방이나 기타의 방법으로 직접 인터넷 검색을 한다.
3) 책이나 자료를 찾아본다.
4) 친구나 다른 사람에게 전화로 물어본다.
5) 잘 기억해뒀다가 나중에 인터넷으로 검색한다.
6) 포기한다.
7) 기타 ()

전화를 통해 인터넷 정보를 검색 할 수 있다고 생각해 보십시오.

즉, PC가 없는 환경(이동 중, 친구들 모임, 차 안 등)에서 인터넷 검색이 필요할 때 특정 번호로 전화를 걸면 인터넷 정보를 대신 검색해 주는 서비스(인터넷 정보 검색 대행)가 있다고 생각하시고

7. 추가 MMS 답변 서비스에서 가장 많이 이용하실 것 같은 항목은 무엇입니까?

- 1) 지도 정보
- 2) 사진 또는 동영상
- 3) 음악 파일
- 4) 기타 ()

8. 추가 MMS 답변서비스는 한 번에 얼마 정도가 적당할 것이라고 생각하십니까?

() 원

9. 본 서비스에 대한 느낌이 어떠십니까?

- 1) 유용할 것 같다
- 2) 필요 없을 것 같다

10. 본 서비스에 대한 기타 의견이 있으시면 자유롭게 적어주십시오.(추가 서비스 요구사항이나 개선점 등)

()

** 귀한 시간 내어주셔서 대단히 감사합니다. **

к с і