

근거이론방법론을 바탕으로 한 도서관서비스 이용자의 정보추구행태모델 제안*

Library Service Users' Information Seeking Behavior Model Based on the Grounded Theory Methodology

이 성 신(Seongsin Lee)**

목 차

1. 서 론	4.1 연구 자료의 수집(인터뷰)
1.1 연구의 필요성 및 목적	4.2 개방코딩
1.2 연구의 방법	4.3 축 코딩
2. 근거이론방법론에 대한 개요	4.4 선택코딩
3. 서비스 구매결정 과정상의 특성이 정보추구행태에 미치는 영향	5. 근거이론방법론의 적용을 통해 나타난 도서관 서비스이용자의 정보추구행태상의 특성
4. 도서관 서비스이용자의 정보추구행태에 대한 이해를 위한 근거이론방법론의 적용	6. 결 론

초 록

본 연구는 도서관 서비스이용자와의 인터뷰자료를 근거이론방법론을 기초로 분석하여 도서관 서비스이용자의 정보추구행태상의 특성을 파악하고자하였으며 이를 토대로 도서관 서비스이용자의 정보추구행태모델을 제시해 보고자 하였다. 연구결과 도출된 모델에 따르면 도서관 서비스이용자의 정보추구행태를 설명하는데 있어서 다음의 열 가지 요소가 중요한 것으로 나타났다: 정보이용자의 환경, 의미 있는 주변인, 정보제공, 정보원의 인지, 개인의 과거경험, 기억, 정보수집, 요구를 발생시키는 사건 혹은 환경의 발생, 정보이용, 만족 혹은 불만족의 경험

ABSTRACT

This study analyzed the characteristics of library service users' information seeking behavior based on the grounded theory methodology. After interviewing twelve undergraduate students, the researcher coded the data based on the grounded theory methodology. As a result of the entire coding processes, this study constructed the library service users' information seeking behavior model. According to the model, the following ten factors are important when explaining library service users' information seeking behavior: the information users' environment, other people, users' experiences, recognition of information sources, information provided, memory, a need-creating environment, information gathering, information use, and satisfaction and/or dissatisfaction.

키워드: 도서관서비스 이용자, 정보추구행태, 도서관서비스 이용자 정보추구행태, 정보추구행태모델, 근거이론방법론, Library Service User, Information Seeking Behavior, Information Seeking Behavior Model, Grounded Theory Methodology

* 이 논문은 2009학년도 경북대학교 신입교수정착연구비에 의하여 연구되었음.

** 경북대학교 문헌정보학과 전임강사(leess@knu.ac.kr)

논문접수일자: 2010년 1월 25일 최초심사일자: 2010년 2월 3일 게재확정일자: 2010년 2월 11일
한국문헌정보학회지, 44(1): 5-28, 2010. [DOI:10.4275/KSLIS.2010.44.1.005]

1. 서론

1.1 연구의 필요성 및 목적

정보추구행태와 관련하여 Wilson(1981)은 정보추구행태에 영향을 미칠 수 있는 요소로서 1) 환경적 요소(직업 환경, 문화-사회적 환경, 정치-경제적 환경, 물리적 환경), 2) 역할(사회적 역할 혹은 직업관련 역할 및 일의 수행 정도), 그리고 3) 개인 본인의 욕구(생리적 욕구, 인지적 욕구, 애정욕구) 등의 세 가지 요소를 제시하고 있다. Wilson이 지적했듯이 사회적 역할 혹은 직업관련 역할은 정보추구 행태 연구에 있어서 중요한 요소 중 하나로 간주되고 있다. 본 연구는 Wilson이 제시했던 요소 중 개인에게 부여된 사회적 역할과 정보추구행태 사이의 상호연관성에 주목하며 그 중 소비자의 정보추구행태가 지니는 특성에 초점을 두고자 한다.

소비자의 정보추구행태와 관련한 연구는 주로 경영학, 그중 마케팅 분야에서 활발히 진행되어져 왔다. 마케팅 분야에서의 정보추구행태 연구는 주로 심리학이나 경영학 분야에서 연구되어져 왔던 정보처리(Information Processing) 개념의 응용을 통한 연구에 치중되어있다. 그러나 다양한 소비자 정보추구행태 연구의 존재에도 불구하고, 또한 서비스와 물리적 형체가 있는 재화가 엄격히 구분됨에도 불구하고 서비스 이용자의 정보추구행태 연구를 재화를 이용하는 이용자의 정보추구행태 연구와 분리시켜 진행한 연구는 많지 않은 것이 사실이다. 즉 소비자가 서비스의 구매를 결정하는 과정에서 나타나는 여러 가지 특성으로 인해 서비스는 재화와는 다르게 접근이 이루어져야 한다는 보편적 인식

에도 불구하고 정보추구행태 연구에 있어서는 서비스 이용자의 정보추구행태 연구를 일반적인 소비자의 정보추구행태 연구에서 분리시켜 진행한 연구가 많지 않다는 것이다. 이러한 인식을 바탕으로 본 논문은 소비자의 정보추구행태 중에서도 서비스를 이용하는 소비자의 정보추구행태에 주목하고자 한다.

오늘날의 모든 조직들은 조직의 존재 이유라 할 수 있는 이용자에게 만족스러운 서비스를 제공함으로써 이용자가 해당 조직의 서비스나 재화에 대해 충성도를 나타내게 하는 것이 제일의 목표라 할 수 있다. 재화를 생산하는 기업은 그 재화가 이용자에게 전달되는 과정이나 해당 재화가 이용자에 의해 소비되는 과정에서 이용자에게 만족스러운 서비스를 제공하여야 하며 다양한 서비스 제공 조직들은 이용자에게 최상의 만족스러운 서비스를 제공함으로써 자신들의 존재 이유를 담보하여야 한다. 이것은 이윤 추구가 목적인 일반 영리 조직이나 이윤 추구가 주된 목적이 아닌 비영리조직 혹은 공공조직이나 마찬가지이다. 공공조직적인 성격을 지니는 도서관 조직 역시 도서관 이용자에게 만족스러운 서비스를 제공하는데서 조직의 존재이유를 찾을 수 있을 것이다. 이러한 인식을 바탕으로 본 논문은 도서관 서비스이용자의 정보추구행태의 이해가 이용자가 만족할 수 있는 도서관 서비스 설계 및 제공의 밑바탕이 될 수 있다는 전제하에 도서관 서비스이용자의 정보추구행태상의 특성에 초점을 맞추고자 한다.

위에서 언급된 연구의 필요성을 바탕으로 하여 본 연구의 목적은 다음과 같이 요약 정리될 수 있다.

첫째, 소비자가 서비스의 구매를 결정하는 과

정에서 나타내는 특성에 대한 선행연구의 고찰을 통해 서비스 이용자의 정보추구행태가 일반 재화를 이용하는 소비자의 정보추구행태와 다르게 다루어져야만 하는 이론적 논거를 제시한다.

둘째, 서비스 이용자의 정보추구행태상의 특성들이 도서관 서비스이용자에게도 적용가능한지를 확인한다.

셋째, 도서관 서비스이용자의 정보추구행태의 특성들을 고찰한다.

1.2 연구의 방법

본 연구는 앞서 제시되었던 연구목적을 달성하기 위해 다음의 연구방법을 채택할 것이다.

첫째, 문헌조사를 통해 소비자가 서비스 구매결정 과정 중 나타내는 특성들에 주목할 것이다. 또한 이러한 특성들이 서비스이용자의 정보추구행태에 미치는 영향에 대해 고찰할 것이다.

둘째, 도서관 서비스이용자의 정보추구행태의 특성을 이해하기 위해 도서관 서비스이용자와의 인터뷰를 실시할 것이다.

셋째, 수집된 인터뷰자료를 근거이론방법론(grounded theory methodology)을 이용하여 분석할 것이다.

이하는 본 연구의 중심 방법론이라고 할 수 있는 근거이론방법론에 대해 살펴보고자 한다.

2. 근거이론방법론에 대한 개요

정보추구행태와 관련한 연구들은 다양한 연구방법을 채택하여 진행되어져왔다. 그중 보편

적으로 많이 사용되어져온 연구방법들은 1) 사례연구, 2) 실험방법, 3) 설문조사법, 4) 인터뷰방법, 5) 비개입적연구(unobtrusive approaches), 그리고 6) 메타 분석 등이 있다. 본 논문은 위에서 언급된 보편적 연구방법이 아닌 근거이론(grounded theory)방법론을 근간으로 하여 연구를 진행하고자 한다. 근거이론방법론은 질적 연구방법에 속하는 연구방법으로써 상징적 상호작용론에 철학적 바탕을 두고 있다. 이 후 근거이론방법론은 Strauss와 Glaser에 의해 타인의 세계를 정확하게 드러내고 지각하는 것을 목표로 하는 방법론으로써 발전하게 되었다. Strauss와 Glaser(1998)에 따르면 이론이란 실제 개인이 처해 있는 환경 속에서의 개인의 실제 행동이나 사회적 과정으로부터 수집된 자료에 근거해야만 의미를 지닐 수 있다(Strauss & Glaser 1998, 8). 즉 근거이론에 따르면 이론이란 논리적 가정으로 부터의 연역에 의해 생성되는 것이 아닌 실제 현장에서 수집된 자료로부터 귀납적으로 생성된다는 것이다. 일반적으로 근거이론방법론은 이론 생성을 위한 자료 수집을 위해 일대일 면접, 집단 면접, 혹은 참여관찰의 방법을 사용한다. 또한 일대일 면접, 집단 면접, 또는 참여관찰의 방법으로 수집된 자료는 다음의 체계적이며 표준적인 자료 분석 과정을 거쳐서 하나의 모델로 완성되며 이 모델을 바탕으로 연구자는 현상에 대한 새로운 이론을 정립하게 된다. 근거이론방법론에서 사용되는 체계적이며 표준적인 자료 분석 과정이란 아래의 세 단계의 과정을 일컫는 것이다.

첫 번째 단계는 개방코딩(Open Coding)의 단계이다. 이 단계에서 연구자는 위에서 언급

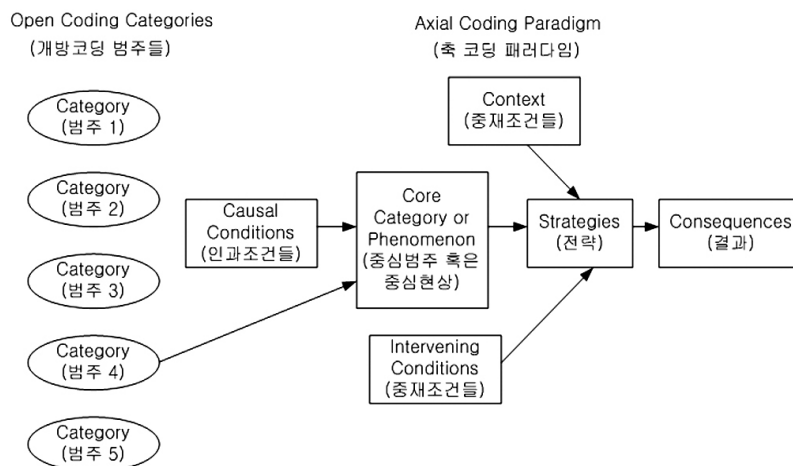
된 방법 중 하나를 통해 수집된 자료들 속에 존재하는 정보들의 분할을 시도한다. 이러한 분할을 통해 연구자는 연구하고자하는 현상의 정보에 대한 최초의 범주화를 완성하게 된다. 최초의 범주화를 통해 발견된 개념들은 연구자에 의해 다시 보다 큰 개념아래 범주화가 이루어지는 연속과정을 거치게 된다. 이러한 연속과정을 통해 연구자는 연구대상인 현상을 설명할 수 있는 최소단위의 범주화를 발견할 수 있게 된다.

두 번째 단계는 축 코딩(Axial Coding)의 단계이다. 이 단계에서 연구자는 개방 코딩되어진 범주들 중에서 하나를 선택해서 연구하고자하는 현상의 중심 즉 중심현상으로 간주한다. 그리고 이 중심현상에 개방코딩단계에서 발견되어진 다른 범주들을 연결시킨다. 이때 중심현상과 다른 범주들 사이의 관계의 설정은 다음과 같은 원칙에 의해 이루어진다.

- 중심현상에 영향을 미치는 요소들은 인과조건들(Causal Conditions)로 간주한다.

- 중심현상에 대한 반응으로써 취해진 행동들은 전략(Strategies)으로 간주한다.
- 위에서 언급된 전략에 영향을 미치는 일반적이거나 혹은 특수한 요소들은 중재조건들(Contextual and Intervening Conditions)로 간주한다.
- 마지막으로 전략을 사용함으로써 나타나는 결과들은 결과(Consequences)로 간주한다.

세 번째 단계는 선택코딩(Selective Coding)의 단계이다. 이 단계에서 연구자는 축 코딩 단계에서 발견된 범주들 사이의 상호관련성과 수집된 자료에 근거하여 새로운 모델을 완성하게 된다. 이 새로운 모델을 바탕으로 하여 연구자는 연구하고자 하는 현상에 대한 새로운 이론을 제시하는 것이 가능해진다. 본 논문은 새로운 모델의 발견에 한정하며 새로운 이론의 제시는 다음의 연구과제로 남기고자한다. 이상의 단계들은 Creswell(2002)에 따르면 다음의 그림으로 요약 표현될 수 있다.



<그림 1> 근거이론 방법론의 코딩과정(Creswell 2002, 444)

3. 서비스 구매결정 과정상의 특성이 정보추구행태에 미치는 영향

일반적으로 재화 혹은 서비스를 구매하는 소비자들의 의사결정과정은 다섯 가지의 과정으로 범주화될 수 있는 것으로 알려져 있다. 그 다섯 가지 과정이란 '요구의 인지단계', '정보의 탐색단계', '대안에 대한 평가의 단계', '구매 그리고 소비의 단계', 그리고 '소비 이후의 사후평가단계'의 과정들이다. 재화를 구매하는 소비자와 서비스를 구매하는 소비자의 의사결정단계에서 가장 큰 차이점은 위의 다섯 단계 중에서 '정보의 탐색단계'에서 발견된다. 재화를 구매하는 소비자들은 해당 재화에 대한 정보를 주변사람들이나 다른 공식, 비공식 정보원(비개인적인 정보원) 모두로부터 획득한다. 그러나 이 외는 대조적으로 서비스를 구매하는 소비자들은 주변사람들로부터의 정보에 주로 의존하는 경향을 보인다. Zeithaml과 Bitner(2003)는 이러한 차이를 보이는 원인을 다음의 세 가지로 설명한다.

첫째, 비개인적인 정보원은 경험에 의해 알 수 있는 서비스의 질(Experience quality)에 대한 정보를 전달할 수 없기 때문이다. 경험에 의해 알 수 있는 서비스의 질에 대한 정보는 소비자 개인이 친구 혹은 전문가에게 조언을 구함으로써 더 정확히 알 수 있다는 것이다.

둘째, 서비스에 대한 비개인적인 정보원에 대한 접근이 용이 하지 않기 때문이다. 재화에 대한 정보는 어디에든 넘쳐난다. 그러나 서비스에 대한 정보는 양적인 면에서 혹은 접근 가능성면에서 미약하다는 것이다. 예를 들면 자동차에 대한 정보는 넘쳐나지만 특정 자동차

수리 서비스를 제공하는 서비스센터에 대한 정보는 미약하고 접근이 용이하지 않다는 것이다(해당 서비스 센터에서 제공하는 개별 서비스의 가격정보 혹은 기술자들의 기술 수준 등의 정보).

셋째, 서비스는 소비되어지기 전까지는 소비자가 해당 서비스에 대해 자세히 알 수가 없기 때문에 그만큼 소비자들은 서비스를 선택해야 하는 상황에서 위험을 느낀다는 것이다. 즉 자동차 수리 서비스를 받기 전까지는 해당 서비스의 질에 대해 알 수 없기 때문에 인지된 위험(Perceived risk)을 느낀다는 것이다. 서비스 소비자의 정보추구행태를 연구하는 학자들에 따르면 바로 이 '인지된 위험' 요소로 인해 서비스 소비자들의 정보추구행태가 달라질 수 있다는 것이다(Murray 1991).

Murray와 Schlacter(1990)가 언급했듯이, 인지된 위험은 하나의 측면만을 이야기 하는 것이 아니라 여러 측면을 반영하는 다측면적 개념으로서 소비자들이 서비스를 구매하기 전에 느끼는 불확실성에 대한 경험 등을 일컫는 개념이다. 일반적으로 재화를 구매하는 소비자들 역시 구매 전 불확실성으로 인해 인지된 위험을 느낄 수 있지만 서비스 구매 소비자가 더욱 인지된 위험을 느끼는 이유는 서비스 자체가 지니는 고유의 특성에 기인한다고 알려져 있다(Zeithaml & Bitner 2003). 즉 서비스는 무형적이며 정형적이지 않기 때문에 더욱 불확실성의 요소를 지닌다는 것이다. 이러한 인지된 위험을 감소시키고자 소비자들은 서비스를 구매하기 전 해당 서비스관련 정보를 탐색하게 되는 것이다. 종합해보면 서비스 소비자의 정보탐색행태는 소비자들이 불확실성에 직면해서

인지된 위험을 감소시키기 위한 전략으로써 설명될 수 있다는 것이다.

인지된 위험은 앞서서도 언급되었었던 것처럼 다측면적 개념이다. Murray(1991)는 인지된 위험이란 특정의 거래 과정에서 나타날 수 있는 손실 혹은 획득에 대한 불확실성을 나타내는 개념으로써 여섯 가지 요소들로 구성되는 개념이라고 주장 한다(1) 재정적 손실, (2) 실행 손실, (3) 사회적 손실, (4) 심리적 손실, (5) 안전 손실, 그리고 (6) 시간/편의성 손실)(Murray 1991, 11).

실행 손실과 관련된 위험은 해당 서비스가 약속했었던 혜택을 제대로 전달하지 못했을 때 발생되며 재정적 손실과 관련된 위험은 소비자에게 발생하는 금전적 손실에 의해 발생한다. 한편 사회적 손실과 관련한 위험은 다른 사람들이 개인이 사용하는 브랜드에 기초해서 그 개인을 평가하고 판단한다고 소비자 개인이 생각하는 정도에 따라 정의되어지는 위험이며, 편의성 손실과 관련된 위험은 해당 서비스의 구매와 관련된 만족감을 얻고자하는 노력이나 시간의 손실에 의해 발생하는 위험이고 심리적 손실과 관련한 위험은 해당 서비스의 구매 혹은 사용으로 인해 발생하는 스스로의 이미지의 손실로 발생 가능한 위험과 관계가 있다. 마지막으로 안전 손실과 관련된 위험은 해당 서비스의 구매 혹은 사용으로 발생할 수 있는 위험이나 해로운 점등과 관련된 위험이다.

종합해보면 서비스는 재화에 비해 인지된 위험의 요소를 많이 지니고 있으며 이것은 서비스 자체가 지니는 고유의 특성에서 그 요인을 찾아 볼 수 있다. 또한 이와 같은 요소들로 인해 서비스 소비자들은 재화를 소비하는 소비자들

에 비해 더욱 불확실성을 느끼게 되고 그로 인해 인지된 위험을 느끼게 된다는 것이다.

이와 같이 인지된 위험의 요소를 재화와 다르게 많이 포함하고 있는 서비스의 구매에 있어서 소비자들은 인지된 위험의 요소들을 피하기 위해 더욱 서비스 구매 과정에서 해당 서비스와 관련된 정보를 탐색하는 행태를 보이게 된다는 것이다.

재화나 서비스의 구매 상황에서 전반적인 위험이 증가하면 할수록 개인들은 더욱 직접적인 관찰이나 경험을 통해서 해당 재화나 서비스에 대한 정보를 획득하는 것을 선호하는 것으로 연구 결과 나타나고 있다. 즉 다시 말하면, 재화나 서비스의 구매와 관련한 인지된 위험 혹은 불확실성이 공식적인 정보자원에 의해 충분히 줄어들거나 제거되지 않는다고 소비자가 판단하는 경우 그 소비자는 개인적인 즉 비공식적인 통로를 통한 정보를 추구하게 된다는 것이다. 구매 과정에 있어서 인지된 위험이 클 경우 개인적인 혹은 비공식적 통로를 통한 정보추구 행태는 더욱 커지게 된다는 결과인데 이 경우 인지된 위험을 감소시키는데 있어서 Word-of-Mouth(구전효과)가 가장 강력한 효력을 발휘하게 된다고 알려져 있다(Murray 1991, 12). 그 이유는 서비스는 경험과 신뢰의 속성이 상당히 높은 특성이 있기 때문에 소비자들이 공식적인 통로를 통한 정보에 의존하기 보다는 비공식적인 통로를 통한 정보에 더욱 의존하게 되는 경향을 나타내기 때문이다. Zeithaml와 Bitner(2003)도 같은 맥락에서 구매 전 평가와 직접 경험이 어려운 서비스의 구매에 있어서 구전효과(Word-of-Mouth)는 매우 중요한 요소라고 지적하고 있다.

4. 도서관 서비스이용자의 정보추구 행태에 대한 이해를 위한 근거이론방법론의 적용

4.1 연구 자료의 수집(인터뷰)

본 연구를 위한 인터뷰는 K 대학교에 재학 중인 학부 학생들 중 연구를 위한 심층 인터뷰에 응하길 원하는 학생들을 대상으로 이루어졌다. 인터뷰 대상자를 선정함에 있어서는 본 연구의 연구 목적을 달성하기 위하여 K 대학도서관 서비스를 이용해본 경험이 있거나 향후 특정의 서비스를 이용할 계획이 있는 학생들로 한정하였다.¹⁾ 인터뷰는 단순한 단답식의 인터뷰가 아닌 심층인터뷰 형식을 취하였다. 일반적으로 근거이론방법론 활용을 위한 인터뷰 자료는 심층 인터뷰를 통한 세밀한 자료의 확보가 중요한 것으로 알려져 있다. 한 학생 당 소요된 인터뷰 시간은 30분에서 40분이었다. 인터뷰에 응한 전체 학생은 12명이었으며 이 중 절반은 문헌정보학 전공의 학부 학생이었으며 나머지는 타 전공의 학부 학생들이었다. 기본적으로 학생들의 학년별 분포 및 전공별 분포는 본 연구의 목적과 방법론에 비추어 중요한

의미를 지니지 않으므로 이와 관련된 자료의 제시를 생략할 것이다. 중요한 것은 인터뷰 대상 학생들의 도서관서비스 이용 경험과 이용 전 혹은 이용 단계에서의 정보추구행태상의 특성에 있기 때문이다. 인터뷰에 이용된 질문지와 코딩 샘플은 첨부된 문서를 통해 확인할 수 있다.

4.2 개방코딩

개방코딩이란 수집된 자료들을 작은 조각들로 분할하는 과정을 통해 연구 현상에 대한 정보를 범주화하는 일련의 과정들이다. 이때의 범주화란 먼저 세분화된 범주화를 하고 세분화된 범주들을 다시 큰 개념의 범주화로 모으는 연속과정을 일컫는 것이다. 범주화에 사용되는 용어는 인터뷰 대상자가 인터뷰 중 사용한 단어 혹은 문장일 수도 있고 연구자가 수집된 자료를 바탕으로 하여 부여한 단어 혹은 문장일 수도 있다. 아래의 범주화는 본 연구자가 인터뷰 자료에 대한 개방코딩 과정을 통해 발견한 것들이다. 개방코딩을 통해 총 스물여섯 개의 범주가 발견되었다. 일 단계 범주화의 결과는 아래 <표 1>에 제시되어 있다.

<표 1> 개방코딩의 결과(일 단계 범주화의 결과)

	세분 범주들
1	친구, 교수, 선배 혹은 사서들에 의해 주어지는 정보에 대한 신뢰감.
2	수업 중 서비스관련 정보가 언급됨.
3	친구 혹은 선배로부터 서비스에 대한 정보가 주어짐.

1) K대학교 도서관 서비스 이용 경험으로 한정된 것은 인터뷰 대상자들이 가장 친밀하게 느끼고 자주 이용하는 도서관을 선택하기 위해 선정된 것이며 본 논문은 특정 도서관 서비스에 대한 평가를 추구 하지는 않는다. 이런 의미에서 공공도서관 혹은 대학도서관 사이의 차별화 또한 본 논문의 연구 목적이 아니다. 다만 본 논문은 도서관 서비스 이용자의 서비스 이용 전 단계에서의 혹은 이용 중 단계에서의 정보추구행태에 중점을 둘 뿐이다.

세분 범주들	
4	도서관 사서로부터 서비스에 대한 정보가 주어짐.
5	서비스에 대한 정보가 기억됨(서비스 정보의 기억)
6	사용의도와 관련되지 않은 서비스 정보에 대한 기억-서비스 존재의 인지
7	도서관 웹사이트를 통한 서비스에 대한 시각적인지
8	도서관 웹사이트를 통한 서비스에 대한 소극적 인지
9	해당 서비스에 대한 과거 경험으로부터 구축된 정보가 존재
10	수업관련 과제로 인해 서비스 이용을 촉진시키는 상황발생(환경발생)
11	개인적 필요로 인해 서비스 이용을 촉진시키는 상황(환경) 발생
12	환경적 요인에 의해 서비스 이용을 촉진시키는 상황 발생
13	서비스 사용경험이 있는 주변인에 의해 서비스에 대한 추가적 정보가 주어짐.
14	서비스 사용결정
15	도서관 홈페이지의 해당 서비스를 클릭해봄
16	인터넷 혹은 웹을 통한 일반적 정보 획득에 대한 자신감
17	서비스 사용을 위해 웹상의 정보를 적극적으로 인지하기 시작
18	서비스 사용 전 서비스에 대한 적극적 정보획득의 필요성을 인식 하지 못함
19	유사 서비스의 사용 경험이 있음
20	유사 서비스와 다른 도서관 서비스의 유사성에 대한 확신(상이점에 대한 인식부족)
21	서비스의 실질적 사용을 통해 서비스에 대한 정보획득이 가능하다는 확신
22	서비스 사용 중 서비스에 대한 완전한 정보획득의 실패(불완전한 정보획득)
23	서비스에 대한 추가적 정보획득을 시도하지 않음
24	서비스에 대한 불만족
25	서비스 사용 중지
26	서비스 불만족 요인이 서비스 외적(환경적) 요인과 관련이 있다고 인식

일 단계 범주화의 구체적인 예를 인터뷰 대상자의 답변과 함께 제시해보면 다음과 같다.

- 세분범주 1 : ‘친구, 교수, 선배 혹은 사서들에 의해 주어지는 정보에 대한 신뢰감’

<인터뷰 대상자의 답변> “교수님이 그렇게 말씀해주시니까 나중에 사용해봐야지 하는 신뢰도 있고....”

<인터뷰 대상자의 답변> “교수님 말씀 듣고 좋겠다 우리도 해보자 그래서....”

<인터뷰 대상자의 답변> “선배가 영어회화를 하려면 계속들어야 하니까... 소리를 낼 수 있다고....”

- 세분범주 2 : ‘수업 중 서비스관련 정보가 언급됨’

<인터뷰 대상자의 답변> “그때 수업을 듣다가...”

<인터뷰 대상자의 답변> “수업시간에 들었는데 해볼 생각은 없었다...”

<인터뷰 대상자의 답변> “완전히 몰랐는데 수업 시간에 솔직히 도서관에 있는지 몰랐다.”

- 세분범주 3 : ‘친구 혹은 선배로부터 서비스에 대한 정보가 주어짐’

<인터뷰 대상자의 답변> “그 서비스는 친구나 선배가 가르쳐줬던 거 같은데, ...”

<인터뷰 대상자의 답변> “친구한테 들었는데.. 같은 과 친구가 잘 알려지지 않은 작가나 책을

좋아한다. 그런데 도서관에 신청하면 된다고...”

- 세분범주 4 : ‘도서관 사서로부터 서비스에 대한 정보가 주어짐’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “다른 거 물어보면서 사서한테 어떻게 하냐고 했더니... 그 밑에 보면 나온다고...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “자료 담당하시는 분한테 듣고 조금씩 정보를 더 알게 됐어요...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “책이 없는데 어떻게 할까요? 라고 물었더니 사서분이 여기다 써라...”

- 세분범주 5 : ‘서비스에 대한 정보가 기억됨 (서비스 정보의 기억)’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “그런게 그 페이지에 있다고 들었던 거 같고...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “특별한 기준 없이 자료 구입신청하면 사준다고 했던 거 같아서...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “누군지는 기억이 나지 않지만 들어서 알고는 있었어요...”

- 세분범주 6 : ‘사용의도와 관련되지 않은 서비스 정보에 대한 기억—서비스 존재의 인지’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “들어가 보니까 있기에.. 알고는 있었어요.

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “알았는데 특별히 신청하고 싶은 책이 없었고...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “친구한테 듣고 온라인 상에서 그 페이지를 열어본 적은 없다”

- 세분범주 7 : ‘도서관 웹사이트를 통한 서비스에 대한 시각적인지’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “책을 검색하다보면

옆에 예약 버튼이 있습니다. 그래서 그런 서비스가 있구나...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “도서관 홈페이지에 이런 게 있구나!”

- 세분범주 8 : ‘도서관 웹사이트를 통한 서비스에 대한 소극적 인지’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “인터넷에 예약 클릭하는 부분을 본 기억이 있어서”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “웹페이지를 통해서. 이게 뭘까 라는 특별한 관심은 없었다.”

- 세분범주 9 : ‘해당 서비스에 대한 과거 경험으로부터 구축된 정보가 존재’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “자료구입신청을 두세 번 해본 적이 있는데...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “몇 번 이용해보니 그 서비스는...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “자주 이용하는 편인데 서비스가...”

- 세분범주 10 : ‘수업관련 과제로 인해 서비스 이용을 촉진시키는 상황발생(환경발생)’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “숙제를 하려는데 필요한 책이 없어서...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “전공 숙제 때문인지 교양 수업 때문인지는 기억이 나지 않지만 숙제를 하려고”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “교수님이 논문을 쓰고 계셨는데 저한테 자료조사를 부탁하셔서...”

- 세분범주 11 : ‘개인적 필요로 인해 서비스 이용을 촉진시키는 상황(환경) 발생’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “책을 찾아보다가 이런 걸 보고 싶은데 어떻게 할까 하다가”
〈인터뷰 대상자의 답변〉 “컴퓨터를 이용해야 할 일이 생겨서...”

• 세분범주 12 : ‘환경적 요인에 의해 서비스 이용을 촉진시키는 상황 발생’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “친한 친구가 있는데 둘이 책 읽는 취향이 비슷하다.. 찾다가 책이 없으면 답답하고 다사서 보려면 돈이 너무 많이 들고 비싸기도 하고 그래서 자료구입신청을 하면 되겠다...”
〈인터뷰 대상자의 답변〉 “벤치에 앉아서 할 수도 없고 부스 안에서 하면 좋겠다! 해서 갔는데...”

• 세분범주 13 : ‘서비스 사용경험이 있는 주변인에 의해 서비스에 대한 추가적 정보가 주어짐’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “그리고 같은 학번에 있는 형이 거기에 그런 거 있다고 해서”
〈인터뷰 대상자의 답변〉 “친구가 필요한 책이 있으면 신청을 받아서 저희 도서관 같은 경우는 보통은 따로 자료구입에 대한 기준이 없이 신청하면 거의 다 받아준다고 하더라. 그래서...”

• 세분범주 14 : ‘서비스 사용결정’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “인터넷으로 질문하는 게 편할 거 같아서 그래서 질문을 썼다”
〈인터뷰 대상자의 답변〉 “상호대차를 신청했는데...”

• 세분범주 15 : ‘도서관 홈페이지의 해당 서비스

를 클릭해 봄’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “여기 저기 클릭을 해 보니...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “SDI서비스 메뉴를 클릭해서 제 정보를...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “클릭하니 요강이 나오더라고요”

• 세분범주 16 : ‘인터넷 혹은 웹을 통한 일반적 정보 획득에 대한 자신감’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “일반 온라인 서비스와 뭐 별반 다르겠나 싶어서...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “온라인 쇼핑사이트에도 게시판 그런 게 있으니까 익숙해서”

• 세분범주 17 : ‘서비스 사용을 위해 웹상의 정보를 적극적으로 인지하기 시작’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “채워 넣어야 할 정보가 너무 많아서...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “마이라이브러리 서비스를 확인해보니...”

• 세분범주 18 : ‘서비스 사용 전 서비스에 대한 적극적 정보획득의 필요성을 인식 하지 못함’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “별로 다르지 않을 테니까 하면 되겠지 해서”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “잘 안돼도 경험을 통해 배울 수 있으니까...”

• 세분범주 19 : ‘유사 서비스의 사용 경험이 있음’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “DVD신청을 한 적이 있어서...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “교환학생으로 갔을

때 그 학교에서 사용해본 적이 있는데...”

- 세분범주 20 : 유사 서비스와 다른 도서관 서비스의 유사성에 대한 확신(상이점에 대한 인식부족)

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “다른 인터넷상의 서비스를 사용하는 것과 크게 다르지 않을 거니까”
 〈인터뷰 대상자의 답변〉 “다른 컴퓨터실을 써본 적이 있어서...”

- 세분범주 21 : ‘서비스의 실질적 사용을 통해 서비스에 대한 정보획득이 가능하다는 확신’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “하다가 모르면 관리자한테 물어보면 되니까...”
 〈인터뷰 대상자의 답변〉 “연락하면 되지 않겠나 생각해서...”

- 세분범주 22 : ‘서비스 사용 중 서비스에 대한 완전한 정보획득의 실패(불완전한 정보획득)’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “해봤는데 홈페이지에 어떻게 하는지가 명확히 나오지도 않고...”
 〈인터뷰 대상자의 답변〉 “의문 없이 판것도 되니까 이것도 되겠지 싶었는데...”

- 세분범주 23 : ‘서비스에 대한 추가적 정보획득을 시도하지 않음’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “그냥 한 번씩 보는 거 있잖아요. 더 이상 알아보기도 그렇고...”
 〈인터뷰 대상자의 답변〉 “잘 안돼서 그냥 취소해버렸어요”

- 세분범주 24 : ‘서비스에 대한 불만족’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “금방 될 거라는 예상은

하지 않았지만 한 달 걸릴 줄은...”

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “너무 답답해서 언제 오냐고 계속 물어보고...”

- 세분범주 25 : ‘서비스 사용 중지’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “너무 원하는 게 안 올라와서 안 써요”
 〈인터뷰 대상자의 답변〉 “키워드를 삭제해 버렸어요”

- 세분범주 26 : ‘서비스 불만족 요인이 서비스 외적(환경적) 요인과 관련이 있다고 인식’

〈인터뷰 대상자의 답변〉 “메일로 와도 스팸으로 가니까...”
 〈인터뷰 대상자의 답변〉 “집에서는 인터넷이 잘 안돼서...”

Strauss와 Corbin(1998)에 따르면 최초의 범주화후 연구자는 발견된 범주들을 포괄할 수 있는 좀 더 큰 범주화가 가능한지를 확인하여야한다. 이러한 일련의 과정을 통해 연구자는 자신이 연구하고자 하는 현상에 대한 최소의 개념들을 발견할 수 있게 된다. 본 연구 자료를 통해 발견된 스물여섯 개의 범주들을 하부범주로 하여 다시 보다 큰 범주로 하부범주들을 묶어보면 다음의 열 가지 상위범주로 요약될 수 있다: 1) 개인이 처한 환경, 2) 의미 있는 주변인, 3) 정보원의 인지, 4) 정보제공, 5) 개인의 과거의 경험, 6) 요구를 발생시키는 개인적 환경 혹은 사건, 7) 정보수집, 8) 기억, 9) 정보이용(서비스 이용), 10) 정보이용을 통한 서비스 사용에 관련한 만족 혹은 불만족의 경험. 이러한 결과는 <표 2>에 정리되어 있다.

〈표 2〉 개방코딩 결과의 범주화

	범주화	세부 범주들의 문항번호
1	개인이 처한 환경(정보이용자의 환경)	2
2	의미 있는 주변인	1
3	정보원의 인지	6, 7, 8
4	정보제공	3, 4, 13
5	개인의 과거의 경험	9, 16, 18, 19, 20, 21, 23
6	요구를 발생시키는 개인적 환경 혹은 사건	10, 11, 12
7	정보수집	15, 17
8	기억	5
9	정보이용(서비스의 이용)	14
10	정보이용을 통한 서비스 사용에 관련한 만족 혹은 불만족의 경험	22, 24, 25, 26

개방코딩과정을 통해 최종적으로 발견된 위
의 열 가지 범주들이 본 연구의 토대가 되는
개념으로서 본 연구가 탐색하고자하는 현상을
설명해줄 수 있는 기본개념이다. 또한 이 열 가
지 범주들이 이후의 축 코딩과 선택코딩의 대
상이 된다.

4.3 축 코딩

축 코딩의 첫 번째 과정은 Creswell(2002)에
따르면 개방코딩과정에서 발견된 범주들 중 연
구현상을 설명할 수 있는 하나의 중심현상을
발견해내는 것이다. 그리고 이 중심 현상을 중
심으로 해서 다른 범주들을 중심현상과 관련시
키는 것이 축 코딩의 두 번째 과정이다. 이미
언급했듯이 이때 다른 범주들은 연구자에 의해
인과조건들, 전략, 중재조건들, 그리고 결과로
서 중심현상과의 관련성이 밝혀져야 한다. 축
코딩과정에서 가장 중요한 것은 중심현상을 발
견해내는 것이다. Strauss와 Corbin에 따르면
중심현상으로 선택되기 위해서는 아래의 조건
을 충족시켜야만 한다(Creswell 2002, 441).

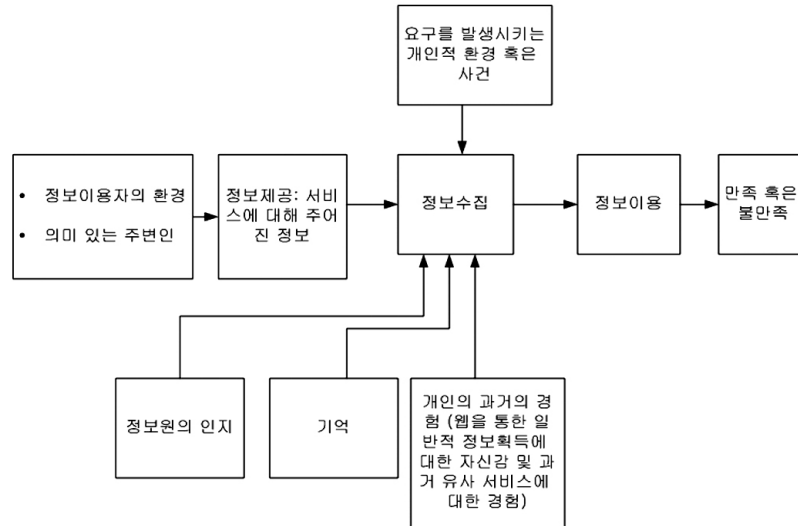
첫째, 다른 범주들이 그 범주를 중심으로 관
계를 형성하는 것이 가능해야한다.

둘째, 자료에 자주 등장하는 개념일 필요가
있다.

셋째, 중심현상을 중심으로 한 범주들 사이
의 관계설정이 논리적이어야 한다.

넷째, 중심현상을 설명하는 용어는 축약 적
이어야 한다(Strauss & Corbin 1998, 147).

이러한 조건들을 충족시키는 중심현상은 본
연구에 있어서는 '정보제공'이다. 개방코딩에서
발견된 범주들 중 '정보제공'이 위에서 제시된
조건들을 충족시킬 수 있으며 또한 연구 대상인
도서관 서비스이용자의 정보추구행태라는 현상
을 설명할 수 있는 중심현상으로 간주될 수 있
다. '정보제공'을 중심 범주 혹은 중심현상이라
고 보았을 때 '정보이용자의 환경'과 '의미 있는
주변인'의 범주들은 중심현상에 대한 인과조건
들로 간주될 수 있으며, '기억', '정보원의 인지',
'개인의 과거 경험', '요구를 발생시키는 개인적
환경 혹은 사건'의 범주들은 전략에 영향을 미
치는 일반적이거나 혹은 특수한 요소들로써 중



〈그림 2〉 축 코딩의 결과

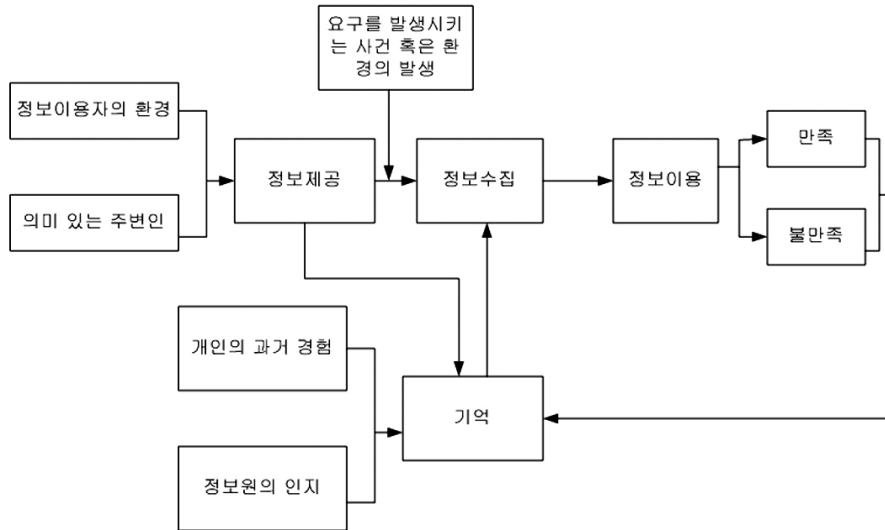
재조건들로 간주될 수 있다. 또한 ‘정보수집’ 범주는 전략으로 간주될 수 있고, ‘정보이용’ 과 ‘만족 및 불만족’ 범주들은 결과로 간주될 수 있다. 이상의 축 코딩을 요약하여 그림으로 표현하면 아래와 같이 나타낼 수 있다. 〈그림 2〉의 코딩결과는 〈그림 1〉에서 제시되었던 Creswell의 제안을 본 연구에 적용시킨 결과물이다.

4.4 선택코딩

선택코딩을 통해 비로소 데이터는 모델을 거쳐 이론으로 형성이 된다. 축 코딩 과정을 정교화 시키고 중심현상을 중심으로 해서 다른 범주들을 다시 정리하는 과정이 선택코딩과정이다. 연구자는 선택코딩 단계에서 축 코딩에서 발견된 범주들 사이의 상호관련성에 근거하여 새로운 모델을 제시하는 것이 가능해진다. 이때 축 코딩 과정에서 발견된 관계들의 재정비 혹은 세련화는 연구 자료에 근거하여야한다.

연구 자료를 근거로 하여 연구자는 축 코딩 과정에서 발견된 관계들을 수정 혹은 보완할 수 있다. 위에서 제시되었던 축 코딩의 결과 나타난 범주들 사이의 상호관련성과 본 연구 자료를 근간으로 하여 위의 〈그림 2〉에서 제시되었던 모델은 아래와 같이 수정 제시될 수 있다. 아래의 〈그림 3〉이 코딩의 최종산물이며 이것이 본 연구자가 탐색하고자 했던 도서관서비스 이용자의 정보추구행태를 설명해줄 수 있는 모델이 된다. 이 모델에 대한 설명은 이 하에서 이루어질 것이다.

축 코딩과 선택코딩 결과물을 비교해보면 우선 ‘개인의 경험’과 ‘정보원의 인지’라는 요소가 ‘개인의 기억’에 저장된다는 것이다. 이것은 본 연구의 자료를 바탕으로 수정표현된 것이다. 대다수의 인터뷰대상자들은 서비스와 관련된 자신의 과거경험이나 정보원에 대한 시각적이며 소극적인 인지를 의식적이거나 혹은 무의식적으로 기억하고 있었다. 이러한 기억이 이후



〈그림 3〉 선택코딩의 결과: 도서관 서비스이용자의 정보추구행태 모델

의 정보수집에 또한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 서비스와 관련하여 제공된 정보역시 개인의 기억 속에 저장되는 것이 일반적인 현상이었다. 이상의 연구 자료에 나타난 결과들을 축 코딩결과와 비교하여 수정 표현한 것이 〈그림 3〉의 도서관 서비스이용자의 정보추구행태 모델이다.

5. 근거이론방법론의 적용을 통해 나타난 도서관 서비스이용자의 정보추구행태상의 특성

이상의 연구결과를 종합해보면 아래와 같다. 첫째, 서비스의 구매를 결정하는 과정상의 특성들로 인해 서비스이용자는 일반 재화를 구매하는 소비자들의 정보추구행태와는 다른 특성을 나타내는 것으로 나타났다. 이미 언급되었듯이, 선행연구들에 의하면 서비스이용자는

서비스의 구매과정에서 주변사람들로부터의 정보에 주로 의존하는 경향을 보이는 것으로 알려져 있다. 이러한 선행연구의 결과는 본 연구에서도 증명이 되었다. 〈그림 3〉에서 나타나듯이, 도서관서비스 이용자들은 자신에게 의미가 있는 것으로 여겨지는 주변인에 의해 주어진 정보에 주의를 집중하는 현상을 보이는 것으로 나타났다. 즉 서비스이용자는 공식적 정보원에 의해서 주어지는 정보 혹은 공식적 정보원을 통한 정보의 수집 보다는 비공식적 정보원에 의해서 주어지는 정보와 비공식적 정보원을 통한 정보수집에 더 의존하는 경향이 있다는 것이다.

둘째, 선행연구에 따르면 이용자는 서비스 사용 전까지 해당 서비스에 대한 자세한 정보가 없기 때문에 서비스 사용을 결정해야하는 상황에서 '인지된 위험'을 느끼게 된다. 이러한 '인지된 위험'이라는 요소로 인해 서비스 이용자는 서비스 구매 결정과정에서 정보추구행태

상에 특이성을 나타내게 된다고 알려져 왔다. 즉 학자들에 따르면 인지된 위협의 요소를 피하기 위해 이용자는 더욱 서비스 구매 과정에서 해당 서비스와 관련된 정보를 적극적으로 탐색하는 행태를 보이게 된다는 것이다. 그러나 도서관 서비스이용자의 경우 '인지된 위협' 요소에 대한 지각이 매우 미미하거나 거의 나타나지 않았다. 이로 인해 도서관 서비스이용자는 서비스의 사용을 결정하는 과정에서 적극적인 정보탐색행태를 보이지 않는 것으로 나타났다. 본 연구결과에 따르면, 도서관 서비스이용자들은 서비스 사용을 결정하기 전 적극적으로 정보 수집을 하지는 않았다. 그들은 주로 자신이 처한 환경적 요인에 의해 수동적으로 주어지는 정보와 자신에게 의미 있다고 느껴지는 주변인에 의해 주어지는 정보에 주로 의존하였다. 이렇게 주어진 정보는 이용자의 기억에 저장되어 있다가 요구를 발생시키는 환경이나 사건이 발생했을 때 정보수집이라는 행태로 연결되었다. 이때의 정보수집 역시 적극적의미의 정보 수집과는 거리가 먼 것으로써 자신의 과거 경험이나 정보원에 대한인지가 기억 속에 저장되어 있다가 발현되는 수준이었다.

셋째, 정보수집에 있어서 적극적의미의 정보수집보다는 소극적 의미의 정보수집이 주를 이루는 것으로 나타났다. 일반적으로 서비스 이용자는 서비스를 구매하기 전 서비스가 지니는 고유의 특성들로 인해 서비스에 대한 정보수집에 적극적인 것으로 알려져 있다. 그러나 도서관서비스 이용자의 경우에는 소극적 정보수집이 주를 이루었다. 그 이유는 앞에서 지적되었던 것처럼 도서관 서비스에 대해서는 인지된 위협의 요소가 적거나 거의 존재하지 않는

다고 이용자가 느끼기 때문인 것으로 보인다.

넷째, 선행연구결과에 따르면 재화나 서비스의 구매 상황에서 전반적인 위협이(인지된 위협) 증가하면 할수록 이용자들은 더욱 직접적인 관찰이나 경험을 통한 정보획득을 선호하는 경향을 드러내게 된다고 알려져 있다. 본 연구결과에 따르면 도서관 서비스이용자들은 유사 서비스에 대한 자신의 과거 경험과 정보원에 대한 인지를 통해 저장된 기억이 이후 요구를 발생시키는 사건 혹은 환경이 발생되어 정보수집의 필요성이 대두 되었을 때 정보수집 행태에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 이러한 결과는 도서관 서비스이용자가 도서관 서비스와 관련하여 인지된 위협을 느끼기 때문은 아니며 이러한 점에서 선행연구의 결과와는 차별성을 지닌다고 볼 수 있다. 이론적으로는 재화나 서비스의 구매와 관련한 인지된 위협이 공식적인 정보원에 의해 충분히 줄어들거나 제거되지 않는다고 판단될 경우에 이용자는 개인적인 즉 비공식적인 통로를 통한 정보를 수집하게 된다. 그러나 본 연구 결과에 따르면 도서관 서비스이용자의 경우에는 도서관 서비스와 관련하여 인지된 위협의 요소를 전혀 느끼지 않음에도 불구하고 개인적인 혹은 비공식적인 통로를 통한 정보수집이 일반적인 경우인 것으로 드러났다는 점에 주목할 필요가 있다.

다섯째, 도서관 서비스이용자는 서비스를 사용한 후 해당 서비스에 대해 만족 혹은 불만족의 판단을 하게 되며 이러한 결과가 서비스 이용자의 기억 속에 저장되어 이후의 정보수집에 영향을 미친다. 그러나 이것 역시 적극적 정보수집 행태와는 연결이 되지 않는 특성을 나타내고 있다. 비록 도서관 서비스를 사용한 후 서

비스에 대해 불만족스러웠더라도 이용자는 그 원인이 자신이 해당 서비스에 대한 충분한 정보를 획득하지 못함으로 야기된 것으로 판단하지 않는다는 것이다. 단지 만족 혹은 불만족의 경험은 기억 속에 저장되어 서비스에 대한 정보를 수정하는 정도의 소극적 정보수집에 기여할 뿐이라는 것이다.

여섯째, 소극적 정보 수집으로 인해서 도서관 서비스이용자는 도서관 서비스에 대한 완전한 이해가 결여되기 쉽다. 불완전한 이해를 바탕으로 한 서비스 이용 즉 정보 이용의 결과 대부분의 도서관 서비스이용자는 해당 서비스에 대해 불만족스러워 하는 결과를 나타내게 되는 것으로 나타났다. 불만족스러운 경험은 다시 도서관 서비스이용자의 기억에 저장되지만 이후의 정보 수집 행태에 적극적으로 영향을 미치지 보다는 본래 자신이 서비스에 대해 지니고 있던 정보의 수정 정도에 머무는 것으로 나타났다. 이러한 현상은 자신의 환경 속에서 혹은 의미 있다고 여겨지는 주변인에 의해 주어지는 정보에 대한 신뢰가 크다는 데서 그 원인을 찾아볼 수 있다. 즉 자신의 환경이나 주변인에 의해 주어지는 정보에 대한 신뢰가 큼으로 인해서 더 이상 해당 서비스에 대한 적극적 정보 수집을 하지 않는다는 것이다.

이 상의 분석결과를 종합해보면 도서관 서비스이용자는 주변인에 의해 주어지는 정보 혹은 자신이 처한 환경 속에서 수동적으로 주어지는 정보에 주로 의존하는 경향이 있으며 이렇게 주어진 정보는 또한 도서관 서비스이용자 자신의 과거 경험과 정보원에 대한 소극적인지와 함께 서비스 이용자의 기억 속에 저장되어 적극적인 정보 수집을 독려하기보다는 소극적 정

보 수집을 하게 만드는 요인으로 작용하는 것으로 나타났다. 서비스 사용 후 이용자는 서비스에 대한 만족 혹은 불만족의 경험을 하게 되며 이러한 경험들 또한 이용자의 기억 속에 저장되어 있다가 서비스 사용을 야기 시키는 요구나 상황이 발생되었을 때 이용자가 적극적 혹은 소극적 정보 수집을 하게 만드는 요인으로 작용하게 되는 것으로 나타났으며 도서관 서비스이용자의 경우에는 소극적 정보 수집을 주로 하는 것으로 나타났다. 마지막으로 중요한 사실은 도서관 서비스이용자들이 도서관 서비스에 대한 완전한 이해를 위한 적극적 정보 수집행태 없이 도서관 서비스를 사용함으로써 인해서 서비스에 대한 불만족의 경험이 쌓이게 되고 이러한 불만족의 경험은 또 다시 서비스 이용자의 기억 속에 저장되지만 서비스에 대한 불만족의 경험이 서비스에 대한 충분한 정보획득의 실패로 인한 것일 수 있다는 것을 인지하지 못함으로 인해서 본래 서비스이용자 자신이 지니고 있던 서비스에 대한 정보의 약간의 수정 정도에 머문다는 것이다. 즉 서비스에 대한 불만족의 경험이 서비스에 대한 적극적 정보 수집에 영향을 주지 않는다는 것이다. 그 원인은 앞서도 언급되었듯이 서비스 이용자가 자신의 환경 속에서 혹은 주변인에 의해서 전달되는 정보에 대한 신뢰가 크기 때문인 것으로 보인다.

6. 결 론

본 연구는 지금까지의 정보추구행태모델의 제시 혹은 정보추구행태에 대한 연구가 일반적인 정보이용자를 대상으로 한 것에서 한 단계

나아가 서비스를 이용하는 이용자 그 중에서도 도서관 서비스를 이용하는 이용자들의 정보추구행태에 대한 연구를 문헌정보학 분야에서는 많이 시도되지 않았던 근거이론방법론을 통해서 연구를 진행했다는 데 그 의의가 있다고 볼 수 있다. 이러한 연구를 바탕으로 하여 이후의 연구는 도서관 서비스가 아닌 일반 영리조직의 서비스를 이용하는 이용자의 정보추구행태를 연구해봄으로서 본 연구가 발견한 도서관 서비스이용자의 정보추구행태의 특성이 의미 있는 것인지를 확인해보는 실질적인 비교 연구 작업이 필요하다고 여겨진다. 이러한 비교연구를 통해서 도서관 서비스이용자의 정보추구행태가 지니는 특성에 대한 좀 더 심층적인 이해가 이루어질 수 있을 것으로 보인다.

이와 더불어 본 연구결과 발견된 모델을 통해 도서관 서비스 이용을 활성화시키기 위한 마케팅전략을 제안해볼 수 있을 것이다. 도서관 서비스이용자는 1) 주변인 혹은 환경적 요인에 의해 주어지는 정보에 대한 신뢰성이 크고, 2) 도서관 서비스에 대한 적극적 정보 수집을 하지 않으며, 3) 자신의 경험을 통한 도서관 서비스에 대한 정보를 중요하게 생각하며, 4) 도서관 서비스에 대한 불만족과 서비스에 대한 정보부족이 상관관계가 없다고 간주하며, 5) 도서관 서비스에 대한 완전한 이해가 결여된 상태로 서비스를 활용하는 특성을 나타냈다. 이러한 특성들을 종합해보면 도서관 서비스의 경우에도 일반 서비스의 경우와 마찬가지로 구전효과가 상당한 효력을 발휘할 수 있다고 여겨진다. 구전효과 혹은 구전마케팅이란 이용자로 하여금 해당 서비스에 대한 긍정적인 입소문을 내게 함으로써 서비스 활용을 극대화시키

는 마케팅기법이다. 이러한 구전마케팅의 전제 조건은 좋은 서비스이다. 즉 질 좋은 서비스를 제공함으로써 이용자들이 스스로 서비스에 대한 긍정적인 입소문을 내게 만들 수 있기 때문이다. 따라서 도서관도 질 좋은 서비스를 제공함으로써 이용자들이 긍정적인 입소문을 내게 만들 수 있을 것이며 이를 통해 서비스이용을 활성화 시킬 수 있을 것이다. 이에 덧붙여 주변인에 의해 주어지는 정보에 대한 신뢰가 큰 도서관 서비스이용자의 특성상 구전마케팅은 서비스의 활용도를 높일 수 있다는 것 외에도 도서관 서비스에 대한 구체적인 정보를 전달할 수 있는 통로로도 활용이 가능할 것이다. 또한 이를 통해 도서관 서비스에 대한 적극적 정보 수집을 하지 않는 이용자에게 도서관 서비스에 대한 올바른 정보를 전달할 수 있으며 도서관 서비스에 대한 정보가 충분치 않은 상태에서 서비스를 이용하는 경우를 사전에 차단할 수 있을 것이다. 구전마케팅을 통해 도서관 서비스에 대한 긍정적인 정보를 전달할 수 있는 또 다른 방법은 도서관 서비스에 대한 적극적 홍보에 있다. 대부분의 도서관 서비스 이용자가 해당 서비스에 대한 충분한 정보가 결여되어있는 이유 중 하나는 도서관측이 적극적으로 홍보를 하지 않았기 때문이다. 따라서 적극적 홍보와 질 좋은 서비스를 통해서 도서관은 구전마케팅의 효과를 극대화 할 수 있으며 이를 통해 도서관 서비스이용자에게 서비스에 대한 긍정적이며 구체적인 정보전달이 가능할 것이다. 이상 제시된 마케팅전략 역시 이후의 연구를 통해 실증적으로 검증이 이루어져야할 것이다. 이러한 실증적 검증을 통해 보다 구체적이며 실질적인 전략의 제안이 가능할 것으로 보인다.

마지막으로 본 연구는 다음과 같은 몇 가지 측면에서 한계점이 있다.

첫째, 연구를 위한 자료가 충분하지 않다는 점이다. 본 연구는 12명의 도서관 서비스이용자와의 인터뷰자료를 분석의 대상으로 하였다. 근거이론방법론을 적용함에 있어서 자료의 많고 적음은 중요하지 않은 것으로 알려져 있다. 그러나 충분한 자료의 확보가 연구 결과의 타당성과 신뢰성을 높일 수 있다는 사실을 부인할 수는 없다. 이러한 측면에서 소수의 자료를 바탕으로 분석을 시도하였다는 것은 본 논문의

한계점이 될 것이다.

둘째, 도서관 서비스이용자의 정보추구행태 모델의 제시라는 본 연구의 목적을 충분히 달성하기 위해서는 다양한 도서관 서비스이용자와의 인터뷰를 통한 자료의 수집이 필수적이라고 할 수 있다. 그러나 본 연구에서는 특정의 대학도서관 서비스이용자와의 인터뷰를 통한 단일 자료를 분석의 대상으로 하였다. 따라서 본 연구 결과를 일반화하여 모든 도서관 서비스이용자의 정보추구행태에 적용하기에는 한계가 있다고 하겠다.

참 고 문 헌

- [1] 사공복희. 2003. 정보추구행태모형의 비교연구. 『정보관리학회지』, 20(1): 93-119.
- [2] 신경림, 조명옥, 양진향. 2008. 『질적연구방법론』. 서울: 이화여자대학교 출판부.
- [3] 이정학. 2009. 『서비스마케팅』. 서울: 대왕사.
- [4] 정진식. 2000. 이용자의 정보추구행동에 관한 연구. 『정보관리학회지』, 17(3): 193-212.
- [5] 조홍식, 정선옥, 김진숙, 권지성 공역. 2005. 『질적연구방법론』. 서울: 학지사.
- [6] Belkin, N.J., Oddy, R.N., & Brooks, H.M. 1982. "Ask for Information Retrieval: Part I. Background and Theory." *Journal of Documentation*, 38(2): 61-71.
- [7] Brady, Michael K., & Cronin J. J. 2001. "Some New Thoughts on Conceptualizing Perceived Service Quality: A Hierarchical Approach." *Journal of Marketing*, 65: 34-49.
- [8] Case, Donald. 2002. *Looking for Information: A Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behavior*. San Diego: Academic Press.
- [9] Creswell, John W. 2002. *Educational Research*. New Jersey: Merrill Prentice Hall.
- [10] Cunningham, Lawrence F., Gerlach, James, & Harper, Michael D. 2005. "Perceived risk and e-banking services: An analysis from the perspective of the consumer." *Journal of Financial Services Marketing*, 10(2): 165-178.
- [11] Dervin, Brenda. 1986. "Information Needs and Uses." *Annual Review of Information Science and Technology*, 21: 3-33.
- [12] Elliott, Michael. T. 1994. "An Investigation of Consumer External Information Search for

- Professional Services.” *The Journal of Marketing Management*, 4(2): 8-22.
- [13] Foster, Allen. 2004. “A Nonlinear Model of Information-Seeking Behavior.” *Journal of the American society for information science and technology*, 55(3): 228-237.
- [14] Kuhlthau, Carol. 1993. “A Principle of Uncertainty for Information Seeking.” *Journal of Documentation*, 49(4): 339-355.
- [15] Kuhlthau, Carol. 1991. “Inside the Search Process: Information Seeking from the User’s Perspective.” *Journal of the American society for information science and technology*, 42(5): 361-371.
- [16] Mitchell, V-W., & Greatorex, M. 1993. “Risk Perception and Reduction in the Purchase of Consumer Services.” *The Services Industries Journal*, 13(4): 179-200.
- [17] Murray, Keith B., & Schlacter, John L. 1990. “The Impact of Services versus Goods on Consumers’ Assessment of Perceived Risk and Variability.” *Journal of the Academy of Marketing Science*, 18(1): 51-65.
- [18] Murray, Keith B. “A Test of Services Marketing Theory: Consumer Information Acquisition Activities.” *Journal of Marketing*, 55: 10-25.
- [19] Parasuraman, A., Zeithaml, Valarie A., & Berry, Leonard L. 1985. “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research.” *Journal of Marketing*, 49: 41-50.
- [20] Strauss, Anselm, & Corbin, Juliet. 1998. *Basics of Qualitative Research*. Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc.
- [21] Wilson, T. D. 1981. “On User Studies and Information Needs.” *Journal of Documentation*, 37(1): 3-15.
- [22] Wilson, T. D. 1999. “Models in Information Seeking Behavior.” *Journal of Documentation*, 55(3): 249-270.
- [23] Zeithaml, Valarie. A., & Bitner, Mary Jo. 2003. *Services Marketing*. New York: McGraw-Hill Higher Education.

• 국문 참고자료의 영어 표기

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

- [1] Bok-Hee Sakong. 2003. “A Comparative Study on Models of Information Seeking Behavior.” *Journal of the Korean Society for Information Management*, 20(1): 93-119.
- [2] Kyung-Lim Shin, Myung-Ok Cho, & Jin-Hyang Yang. 2008. *Jiljeokyeongubangbeopron*.

Seoul: Ehwa Women's University Press.

- [3] Jung-Hak Lee. 2009. *Service Marketing*. Seoul: Daewang Publications.
- [4] Jin-Sik Chung. 2000. "A Study on Information-Seeking Behavior of User." *Journal of the Korean Society for Information Management*, 17(3): 193-212.
- [5] Heung-Sik Cho, Sun-Uk Jung, Jin-Sook Kim, & Ji-Sung Kwan. 2005. *Jiljeokyeongubangbeopron*. Seoul: Hakjisa.

〈인터뷰 및 오픈 코딩 샘플〉*

질문 1. 본인이 이용해본 경험이 있는 도서관 서비스가 있습니까? 있다면 어떤 서비스를 이용해봤습니까?

[답] 논문 검색 서비스를 이용해봤고, 데이터베이스를 통해서 원하는 자료를 찾는 것, 자료구입신청 서비스를 이용해 봤고, 연속간행물을 도서관에서 보거나 동영상자료 보는 거, 그리고 도서 예약 서비스를 이용해봤다.

질문 2. 언급한 서비스들 중에서 자주 이용하는 서비스가 있습니까? 있다면 어떤 서비스를 자주 이용하는 편인가요?

[답] 도서 예약서비스와 자료구입신청서비스를 자주 이용하는 편입니다.

질문 3. 그렇다면 도서예약 서비스를 이용하기 전 해당 서비스에 대한 정보를 찾아본 적이 있습니까? 즉 해당 서비스가 어떤 서비스이고 어떻게 이용하면 되는지 등에 관한 정보를 찾아본 적이 있습니까?

[답] 인터넷에(학교 도서관 홈페이지) 들어가면 책 옆에 보면 예약 클릭하는 부분이 있어서(알게 됐습니다). (도서관 웹사이트를 통한 서비스에 대한 시각적, 소극적 인지)(사용의도와 관련되지 않은 서비스 정보에 대한 기억) 책을 검색하다 보면 옆에 예약 버튼이 있습니다. 그 예약 버튼을 보고 그런 서비스가 있구나. 알게 되었습니다.(도서관 웹사이트를 통한 서비스에 대한 시각적, 소극적 인지)(사용의도와 관련되지 않은 서비스 정보에 대한 기억) 자료구입신청서비스의 경우에는 확실치는 않지만 친구나 선배가 가르쳐줬던 거 같고(서비스 사용경험이 있는 주변인에 의해 서비스에 대한 추가적인 정보가 주어짐)(친구 혹은 선배로부터 서비스에 대한 정보가 주어짐) 그 후에 책을 찾아보다가 이런걸 보고 싶은데 어떻게 할까 하다가 한 번 더 자료구입신청 서비스에 대한 정보를 학교 도서관 홈페이지에서 본 것 같습니다.(개인적 필요로 인해 서비스 이용을 촉진시키는 상황(환경) 발생) 그리고 교수님이 수업 중에 말씀하시기도 하셨습니다.(수업 중 서비스 관련 정보가 언급됨) 저의 전공이 책을 많이 봐야만 하는 전공이다 보니 책을 전부 다 사보기에는 돈이 많이 들고 하니까(또 교수님 시대에는 그랬으니까) 사보면 좋지만 너무 많은 참고 문헌을 봐야 하니까 필요한 책이 있다면 도서관에 신청을 많이 해라. 신청하면

* 괄호안의 진한 기울임 글자로 씌어진 부분이 코딩된 부분이다.

도서관에서 사주니까 라고 제가 일 학년 때 말씀 해주셨던 기억이 있습니다.(서비스에 대한 정보가 기억됨)(사용의도와 관련되지 않은 서비스 정보에 대한 기억) 그래서 그게 기억에 남고 교수님이 그렇게 말씀해주시니까 나중에 사용해봐야지 하는 신뢰도 있고.(주어진 정보에 대한 신뢰감)

저는 친한 친구가 있는데 둘이 책 읽는 취향이 비슷합니다. 그런데 책을 찾다가 그 책이 없으면 답답하잖아요. 그런데 다 사서 보려면 돈이 너무 많이 들고 비싸기도 하고 그래서 친구랑 교수님과 주변 사람들한테 들었던 자료구입신청서비스 이용 하면 되겠다.(개인적 필요에 의해 서비스 이용을 촉진시키는 상황(환경) 발생)(환경적 요인에 의해 서비스 이용을 촉진시키는 상황발생) 해서 자료구입신청 서비스를 이용하곤 합니다.(서비스 사용결정) 그런데 1인당 신청 한도가 있더라고요. 그래서 친구랑 너 세 권 나 세 권 이런 식으로 신청을 하면 사주겠지 해서 많이 이용했고 지금 현재도 이용하고 있습니다. 제일 처음 시작은 어쨌든 수업 중 교수님 말씀 듣고 우리도 해보자 해서 이용하게 되었습니다.

질문 4. 그럼 자료구입신청서비스를 이용하기 전 서비스에 대해 교수님께 듣고 그리고 선배나 친구한테 듣고 더 서비스에 대한 정보를 알아본 적은 있나요?

[답] 일단은 수업을 들어서 알았다. 학교 도서관 홈페이지에 도서관서비스에 대한 정보를 제공하는 페이지가 있으니까 거기서 단편적으로 알고(사용의도와 관련되지 않은 서비스 정보에 대한 기억)(도서관 웹사이트를 통한 서비스에 대한 시각적, 소극적 인지) 정확한 거는 수업을 들으면서 알았다.

수업 전 서비스에 대해서는 이런 게 있구나. 도서관 웹페이지를 통해서 봤을 때 이게 무엇일까 라는 특별한 관심은 없었다.(도서관 웹사이트를 통한 서비스에 대한 소극적 인지)

도서관 홈페이지에 해당 페이지에 해당 서비스에 대한 정보가 있다는 것은 이미 알고 있으니까 클릭하면 요강이 나오더라고요.(서비스 사용을 위해 웹상의 정보를 적극적으로 인지하기 시작)

그러니까 책제목 쓰고 기타 여러 가지 정보 쓰고 등등 그런데 제가 2학년인가 3학년 때 되니까 바로 서점이랑 결합이 되 서 책을 클릭 하면 바로 신청이 되게끔 서점이랑 연계되어 많이 편하게 됐습니다. 그전에는 연도 출판사 저자 다 쓰고 판권이 어떻게 등등 다 써야 됐거든요. 그래서 특별히 그 서비스에 대해 더 알아보거나 그럴 필요는 별로 못 느꼈습니다.(서비스 사용 전 서비스에 대한 적극적 정보획득의 필요성을 인식하지 못함) 인터넷(도서관 홈페이지)에 다 있고 다른 인터넷상의 서비스를 사용하는 것과 크게 다르지 않을 거니까.(유사 서비스의 사용 경험이 있음)(유사 서비스와 다른 도서관 서비스의 유사성에 대한 확신)

보통 홈페이지 안에 도서관 서비스에 대한게 다 나와 있다.(서비스의 실질적 사용을 통해 서비스에 대한 정보획득이 가능하다는 확신) 확인 후에는 대강 어떤 서비스인지는 알 수 있습니다.

(서비스의 실질적 사용을 통해 서비스에 대한 정보획득이 가능하다는 확신) 자주 이용해본 도서관일 경우 제가 이용한 서비스는 홈페이지를 통해서 기본적인 정보를 얻고 그다음에 이용을 하면서 그 정도만 알아도 이용하는데 별 지장은 없을 것 같다.(서비스의 실질적 사용을 통해 서비스에 대한 정보획득이 가능하다는 확신)(서비스에 대한 추가적 정보획득을 시도하지 않음)

질문 5. 해당 서비스에 대한 정보를 더 자세히 알아보지 않은 이유는 무엇입니까?

[답] 보통 홈페이지 안에 도서관 서비스에 대한게 다 나와 있다.(서비스의 실질적 사용을 통해 서비스에 대한 정보획득이 가능하다는 확신) 확인 후에는 대강 어떤 서비스인지는 알고 있다. 자주 이용해본 도서관일 경우, 내가 이용한 서비스는 홈페이지를 통해서 기본적인 정보를 얻고 그다음에 이용을 하면서 그때 당시에 생긴 질문정도는 그 사서한테 물을 수도 있으니깐. 단편적인 정보만 알아도 더 이상 거기에 대해서 깊이 알고 싶거나 하지는 않았다.(서비스에 대한 추가적 정보획득을 시도하지 않음) 그 정도만 알아도 이용하는데 별 지장은 없을 것 같다. 일반 인터넷을 이용한 서비스 사용과 크게 다르지는 않을 테니까.(유사 서비스와 다른 도서관 서비스의 유사성에 대한 확신)(서비스 사용 전 서비스에 대한 적극적 정보획득의 필요성을 인식하지 못함)

질문 6. 자료구입신청서비스의 사용 경험에 대해 좀 더 자세히 이야기 해주십시오.

[답] 솔직히 100만원이 넘어가는 등록금은 비싸잖아요. 학생입장에서 등록금을 내서 이 학교에서 얻어갈 수 있는 게 뭔가 생각하게 되는데 학교에서 내가 이렇게 신청하면 그걸로 내가 공부할 수 있겠구나. 아니면 맘에 드는 책을 읽을 수 있겠구나 해서 서비스에 대한 첫 느낌은 좋았습니다. 그런데 써본 결과 반 정도는 채택을 해 줄 때가 있고 또 반 정도는 안 해 줄 때가 있었습니다. 그래서 좀 그렇지만. (서비스에 대한 불만족) 대체로 취소사유는 예산 부족 이렇게 되어 있었습니다. 그래서 우리 학교가 이렇게 돈이 없나 생각했습니다.(서비스에 대한 불만족)(서비스 불만족 요인이 서비스 외적 요인과 관련이 있다고 인식) 불편한 점은 자료구입 신청해서 들어올 때까지 시간이 너무 많이 걸린다는 것 입니다. 한 2-3주 길게는 한 달. 제 친구는 원서를 주문했는데 2-3달 4달 걸렸다고 했습니다.(서비스에 대한 불만족)
너무 답답해서 언제 오냐고 계속 물어보고.(서비스에 대한 불만족)

질문 7. 서비스에 대한 전반적인 만족 수준은 어떻습니까?

[답] 책이 당장 필요한 책이 아니라 사주면 좋겠다. 이 정도의 책이라 참지 아니면 바로 사서 볼 것 같습니다. 당장 필요하지 않은 책일 지라도 빨리 읽고 싶은 책은 신청 못할 거 같고 사서

보거나 다른 학교에서 빌려보거나 할 것 같습니다. 시간이 너무 오래 걸리는데, 고칠 수 없는 거라면 어쩔 수 없고요. 1주일 정도 걸리면 좋겠어요. 제가 서울대에서 교류 학생임에도 불구하고 구입신청을 했었는데 1주일 안 걸렸었던 것 같거든요. 굉장히 빠른 시간 안에 찾아가라고 연락이 왔었어요. 근데 저희 학교는 책이 와도 개인적으로 문자 메시지는 오지 않고 근데 거기는 다 문자로 오거든요. 책이 들어왔다고, 자기가 맨 처음에 사달라고 했으니까 자기 한 테 우선순위가 있음에도 불구하고 다른 사람이 먼저와 버리면 그 사람이 빌려가거든요. 제 같은 경우에는 이제 책 신청을 해놓고 워낙 오래 걸리니까 까먹을 수가 있잖아요. 근데 들어와있네 해서 가보면 없고. 이 메일로는 연락이 왔던 거 같은데 확실치는 않아요. (서비스에 대한 불만족)

질문 8. 앞으로 자료구입신청서비스는 계속 사용할 계획인가요?

[답] 네, 저는 앞으로도 필요한 책이 있으면 자료구입신청을 할 것이고 (서비스 불만족 요인과 서비스 사용 중지와는 관련이 없음) 다른 사람한테 적극적으로 추천은 좀 그렇지만 친구들이 무슨 책이 필요하다고 하면 주문해라 주문하면 사준다 라고 할 겁니다. 그런데 잘 안 쓰는 것 같습니다. 암튼 호의적 추천은 아닙니다.