

공공도서관에서 데스크톱 위젯 활용방안 연구

A Study on the use program of the desktop widget in the public library

최연홍, 전남대학교 문헌정보학과, 02123039@daum.net

장우권, 전남대학교 문헌정보학과, wk1961@hanmail.net

Yeon-Hong Choi, Woo-Kwon Chang, Dept. of LIS, Chonnam National University

최근 웹 2.0 플랫폼(platform) 출현으로 도서관에서 다양한 정보서비스 활용이 이루어지게 되었다. 이 연구는 공공도서관에서 데스크톱 위젯 이용서비스 현황을 살펴보고, 이에 대한 이용자의 인지도와 영향을 분석하고 발전적인 위젯 활용방안을 제시하는데 있다.

1. 서론

도서관은 진화하는 웹을 수용하면서 웹 2.0의 개념을 도입한 Library 2.0을 탄생시켰으며 웹 2.0의 기술을 적용한 서비스를 이용자에게 제공하는 추세이다. 도서관은 이용자가 직접 참여하고 지식을 생산할 수 있는 기반을 구축하였고, 도서관의 전통적인 고유한 업무에서 탈피하여 이용자와 함께 가치 있는 정보와 지식을 생산·창출 하고 있다.

최근 웹 2.0 플랫폼(platform)으로 소개되고 있는 위젯(widget)은 웹 2.0의 등장과 진화로 중요한 전환점에 서있는 서비스 중의 하나이다. 위젯은 인터넷 이용자가 자신의 데스크톱이나 웹 페이지 혹은 모바일 통신 기구에 자신이 즐겨 이용하는 기능들을 자신의 취향에 따라 개별적으로 장착하여 운용하는 일종의 소프트웨어이다. 대규모 포털 사이트에서 시작된 위젯은 도서관에서도 정보서비스를 위한 수단으로 관심을 갖게 되었으며 서비스 실행의 핵심 기능을 수행하고 있다.

따라서 이 연구는 공공도서관에서 제공하고 있는 데스크톱 위젯 이용 현황을 살펴보고 이

에 대한 이용자 인지도와 이용 영향을 분석하고 발전적인 위젯 활용방안을 모색하는데 목적이 있다.

2. 위젯과 공공도서관

2.1 위젯과 데스크톱 위젯

위젯(Widget)은, 인터넷 브라우저를 통하지 않고 개인 PC 바탕화면에서 웹의 다양한 정보 및 콘텐츠를 활용할 수 있는 그래픽 인터페이스이다. 이용자가 자신이 주로 이용하는 콘텐츠를 중심으로 화면을 구성하여 포털 서비스나 콘텐츠 제공 사이트를 일일이 방문하지 않아도 시계, 날씨, 검색, 달력, 개인일정 및 주식정보 등의 원하는 서비스를 실시간으로 바로 이용할 수 있도록 제작된 소프트웨어이다. 즉, 브라우저 윈도우의 밖에서도 실행할 수 있는 독자적인 소프트웨어를 말한다(노주환 2007, 50).

기존의 웹 환경에서는 이용자와 웹 사이트 간의 관계는 연결 이슈가 존재하였으며, 이용자가 특정 웹 사이트를 접속하기 위해서는 URL입력, 북마크 이용, 포털사이트 경유 중 어느 한 가지 연결 방법을 선택해야 했다. 이

방법들이 매우 쉽고 간단한 것처럼 보이지만, 이용자는 기억력이 낮고, 번거로운 것을 싫어 하며 적극적인 의지를 보이지 않기 때문에 연결 이슈가 발생한다. 특히 방문할 사이트가 많아지면서 연결 이슈는 더욱 두드러지게 되었다(노주환 2007, 66)

위젯이 등장하게 되면서 웹의 연결 이슈에 대한 문제를 해결하게 되었고 온라인상에 존재하는 무수히 많은 유용한 정보와 콘텐츠는 큰 위력을 발휘하게 되었다. 이러한 특징들은 위젯 서비스의 발전을 가져왔고, 활용성과 가치성이 높아지면서 다양하게 성장 할 것이다.

데스크톱 위젯은 웹 위젯에 비하여 화려한 이용자 인터페이스와 다양한 기능 구현이 가능한데 반하여 이를 위한 데스크톱 시스템 환경이 바탕이 되어야 하며 위젯의 특성상 지속적인 인터넷과의 연결 환경이 필요하다. 데스크톱 위젯은 인터넷이 연결되어 있는 컴퓨터에서 웹 사이트에 접속하지 않고 도서관 서비스를 이용할 수 있다(접근성). 또한 이용자가 원하는 정보를 실시간으로 제공하며(정보 유용성) 개인이 원하는 맞춤서비스를 제공한다(개인화 서비스).

국내에서 가장 먼저 시작된 위젯 서비스로서 컨트롤러를 이용한 위젯이다. 야후는 위젯 서비스를 개방하고 사용자는 필요한 기능을 자신이 직접 만들어 사용하고 공유한다. 또한 기술이나 자료가 없는 이용자를 위해 위젯 프로그래밍 기법을 공유하여 위젯 서비스를 직접 제작할 수 있도록 했다. 야후 위젯 엔진은 기존의 콘파블레이터¹⁾라는 이름을 가지고 있는데, 윈도우와 매킨토시 프로그램에서 작동하는 자바스크립트 런타임 엔진이다.

마이크로소프트(Microsoft)는 윈도우 비스타(Vista)를 출시하며 비스타 내에 데스크톱 위젯 사이트 바 기능을 추가하였다. 그 기능

은 날씨, 시계, 달력, 메일 등 편의기능, 그림 퍼즐 등 오락기능, CPU 측정기 등 정보기능을 제공하였다. 더불어, RSS를 이용하여 이용자가 직접 데스크톱 위젯을 추가하도록 하였다. 국내 중소기업인 달통은 시계, 달력, 메모지, 뉴스 RSS, 휴지통 등 여러 가지 기능을 가진 데스크톱 위젯을 다양한 디자인으로 서비스하고 있다.



<그림 2-1> 달통 위젯 실행 화면

국내 도서관에서도 오산시중앙도서관에서 데스크톱 위젯을 제공하고 있다. 오산시 중앙도서관은 공지/게시판, 도서검색, 마이라이브리, 열람실 좌석현황, 도서관일정, 지식나눔 등의 도서관 정보서비스를 제공하고 있다(그림 2-2).



<그림 2-2> 오산시중앙도서관 위젯 화면

2.2 공공도서관의 역할과 이용만족

공공도서관은 지역주민들에게 도서관 서비스를 하는 시설로서 오늘날 문화의 급속한 발

1) 2005년 7월 25일 위젯 메이커였던 콘파블레이터를 인수하여 야후 위젯 엔진으로 사용하였다.

전과 정보사회의 도래로 인하여 다양한 기능과 역할이 나타나고 있다.

이용자는 능동적이고 목표 지향적이며 커뮤니케이션 과정에서 미디어 선택의 결정권을 갖는다. 즉 이용자들은 대부분 자신들의 욕구를 알고 있으며, 그것을 충족시키기 위해 미디어를 선택하고 이용한다. 또한, 미디어 이용자체는 개인적 욕구만족을 위해 이용되며, 그와 동시에 미디어 이용은 다른 다양한 욕구 충족 활동이나 양자택일적 태도방식과 직접적인 경쟁관계에 있다고 볼 수 있으며 관점의 중심을 이용자에게 두고 있다(Katz, Blumler, & Gurevitch 1974, 19-20)

도서관에서 이용자의 만족은 이용자가 도서관을 이용하기 전 기대하는 수준과 이상적인 수준, 그리고 실제 경험한 후의 서비스 이용에 대한 만족도 사이의 차이에서 오는 느낌의 정보를 말한다. 예를 들면 도서관을 방문하여 도서를 대출받는 경우, 이용자는 시간이 얼마나 걸리고 얼마나 편하게 대출받을 수 있는가에 대한 기대감이 있다. 이러한 기대감은 비록 명확하지는 않더라도 무의식중에 어떠한 행태로든 존재하게 되며 이것은 도서관 서비스를 이용하기 전에 갖는 사전기대감을 의미한다. 이에 대하여 도서관 서비스를 이용한 후에 이용자가 도서대출 서비스를 받았는데 아주 친절하고 공손하게 즉각적으로 대출해주었다든지, 한편으로 서비스를 제공받았는데 시간이 많이 걸리고 짜증이 나는 서비스를 받는 경우 등을 토대로 서비스의 질을 평가하는 경험적인 평가가 있다. 여기서 측정하고자 하는 것은 사전기대와 경험과의 비교라고 할 수 있다. 서비스를 제공받았을 때의 실제평가는 이용자의 마음속에 행해지는 것이다. 이때 이용자의 만족도는 사전기대의 정도와 실제 서비스 질의 수준에 따라서 달라지며, 기대가 높을수록 서비스 결과의 만족과 불만의 강도 또한 달라진다. 특히 이용자기대는 이용자의

일반적인 특성과 지리적인 위치에 따라서도 크게 달라질 수 있기 때문에 우리가 표적으로 하는 이용자는 누구이고, 이들이 우리가 제공하는 서비스에 대해 기대하는 바가 무엇인지를 조사하고, 이해하는 노력은 올바른 서비스 설계를 위해 필수적인 일이라고 할 수 있다(유영목 2005, 76)

3. 연구 문제와 연구 방법

3.1 연구 문제 및 연구 모형

이 연구에서는 웹 위젯의 활용실태와 가치를 공공도서관 서비스 측면에서 다루었다. 여기에서는 새로운 미디어에 대한 이용 동기는 어떻게 형성되고 있는지, 위젯을 통해 이용자들이 얻는 만족은 무엇이며 이러한 것들이 결국 공공도서관 이용에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

1. 데스크톱 위젯의 활용 형태는 어떠한가?
2. 데스크톱 위젯의 활용 형태가 위젯 이용 만족도, 이용 지속의향, 공공도서관 이용 만족에 어떠한 영향을 미치는가?
3. 데스크톱 위젯의 이용 동기는 어떠한가?
4. 데스크톱 위젯의 이용 동기에 따른 위젯 이용 만족도는 어떠한가?
5. 데스크톱 위젯의 이용 동기 따른 위젯 이용 지속의향은 어떠한가?
6. 데스크톱 위젯의 이용 만족도가 공공도서관 이용만족에 어떠한 영향을 미치는가?
7. 데스크톱 위젯의 이용 지속의향이 공공도서관 이용만족에 어떠한 영향을 미치는가?

3.2 변수의 정의

위젯의 이용행위에서 인지여부는 공공도서관을 이용하고 있는 사람들을 대상으로 위젯

에 대한 간단한 설명을 한 후 귀하의 공공도서관 위젯 서비스에 대해 알고 있는지에 대한 문항으로 1차인지 여부를 알아보았다. 이어 공공도서관 상의 위젯의 형태를 그림으로 보여주고 ‘위젯에 대한 인지여부와 관심여부’를 파악하였다. 또한 도서관 데스크톱 위젯 서비스 선호도, 데스크톱 위젯을 이용서비스 만족도를 통하여 위젯 콘텐츠의 선호유형을 파악하였다. ‘데스크톱 위젯을 이용하는 횟수’, ‘데스크톱 위젯 서비스 중 추가 서비스’ 등의 문항 5개를 Likert 방식의 5점 척도를 이용해 측정하였다.

이용 동기는 이용자가 미디어를 이용할 때 어떠한 이유를 가지고 매체를 이용하고 있는가에 대한 일반적인 이용 동기를 말하며 이용자가 미디어를 이용할 때는 어떤 이유가 있다는 것으로 매체에 대한 일반적인 이용 목적을 말한다. 기존 미디어의 이용 동기를 추구하는 충족과 같은 개념으로 정의하고, 인터넷, 공공도서관 이용 동기의 측정 척도를 토대로 위젯의 특성에 맞도록 재구성하였다.

<표 3-1> 위젯의 이용 동기

나는 ---를 위해 데스크톱 위젯을 이용한다.	
설문문항	
정보 추구형	1 위젯을 통한 도서관 정보서비스를 받는 것이 쉬워서
	2 원하는 정보를 탐색하기 쉬워서
	3 다양한 정보를 제공하기 때문에
편리성 추구형	4 설치하기 쉽고 간편해서
	5 메뉴의 구성이 이용하기 쉬워서
	6 웹사이트를 통해 접속하지 않아 편리해서
커뮤니케이션형	7 내가 쓴 글을 다른 이들과 공유 할 수 있어서
	8 다른 사람의 지식나눔을 받아들 수 있어서
자기 표현형	9 새로운 매체를 이용함으로써 남들보다 앞서 가고자

위젯 이용 동기를 위젯 서비스형 분류에 따라 서비스의 콘텐츠 특성에 따라 서비스 유형을 정보추구형, 편리성추구형(용이성과 편리성), 커뮤니케이션형, 엔터테인먼트형으로 구분할 수 있다(정미현 2007, 14).

위젯 이용 만족도는 위젯을 이용한 후 판단할 수 있는 인지적 감정적 차원의 달성정도에 대한 평가를 말한다. 만족도는 이용자가 서비스를 이용하면서 만족하는 정도이다. 공공도서관의 이용행위와 이용 동기에 대한 만족도 여부에서는 만족도를 묻는 문항을 ‘위젯 서비스를 이용한 후 얻는 만족도가 이용 전에 기대했던 것보다 크다, 이용 후 위젯 서비스에 대해 전반적으로 만족한다, 위젯 서비스를 이용하기로 한 결정에 대해 만족한다’의 문항으로 구분하여 위젯의 이용 만족도를 측정하였다.

이용자 입장에서 위젯을 활용하는 이용 동기와 행태에서 위젯 이용 만족도를 학습·정보욕구 만족, 이용·관리 만족, 자아 표현 만족, 오락·상호작용 만족으로 구분되어졌던 항목들을 이용태도 유형으로 묶어 공공도서관에서 위젯을 활용함으로써 이와 같은 만족이 충족이 되었는지, 위젯 활용으로 공공도서관 이용에 있어서 어떠한 영향을 미치는지에 대해 알아보려고 하였다.

3.3 연구방법

이 연구에서 사용된 연구의 표본은 데스크톱 위젯을 활용하고 있는 경기도 오산시중앙도서관과 이 도서관 이용자들이다. 조사대상은 모집단을 광범위한 불특정 다수로 정하기 보다는 데스크톱 위젯을 이용하고 알고 있는 이용자를 대상으로 하였다. 조사기간은 2011년 3월 20일부터 4월 2일까지이며 도서관 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하였다.

설문지의 내용은 크게 위젯 활용형태, 위젯 이용 동기, 위젯 이용 만족도와 이용 지속 의향, 위젯 이용으로 인한 공공도서관 이용 만족도를 묻는 문항으로 구성하였다. 자료 분석은 SPSS 18.0 프로그램을 이용하였다. 연구문제에 대한 빈도(N), 퍼센트(%), 평균 (M), 표준편차(SD) 등의 기술 통계량과 신뢰도

(Cronbach's α) 값을 산출하였다. 또한, 분산 분석(One Way ANOVA), Duncan-test로 사후 검증, 요인분석(Varimax 회전), 다중 회귀 분석, 단순 회귀분석을 실행하였다.

4. 실증분석 결과 및 활용방안

4.1 신뢰성 분석 및 표본의 설계

전체 93명 중 성별은 남자는 52명으로 55.9%, 여자는 41명으로 44.1%로 응답자의 남녀 구성비가 비슷하게 나타났다. 연령은 25세 이하가 39.8%로 가장 높게 나타났으며, 26~30세는 28.0%, 31~35세는 16.1%, 36세 이상은 16.1% 순으로 전반적으로 20, 30대가 주를 이루고 있다. 또한 학생이 49.5%, 회사원이 30.1%, 전문직이 6.5%, 자영업이 6.5%, 기타가 7.5%로 나타났다.

이 연구는 이용된 문항의 타당도를 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수를 활용하기 위해 요인분석을 실시하였다. 변수들의 KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) 값은 0.691로 나왔고 버틀렛의 구형성 검정 결과에서는 유의 확률이 0.000으로 나타났다. 이에 따라 수집된 표본자료는 요인분석을 실시하기 위한 사전 기본 가정을 충족하였다.

이용 동기를 묻는 8개 문항의 요인분석 시 커뮤니케이션형, 정보추구형, 편리성추구형, 자기표현형의 4가지 요인으로 묶이게 되었다. 웹사이트를 통해 접속하지 않아 편리해서의 동기가 편리성추구형으로 묶이는 과정에서 제거 하였다.

위젯의 이용 동기 요인 추출 결과 4개의 요인이 추출되었으며, 요인분석 결과 4개의 요인이 설명하는 변량의 총계는 77.008%의 설명력이 있는 것으로 나타났다.

각 요인에 대한 신뢰도 분석 결과 전체 이용 동기 중 편리성추구형에 대한 신뢰계수는 0.780으로 나타났으며, 정보추구형에 대한 신

뢰계수는 0.745, 커뮤니케이션형에 대한 신뢰계수는 0.911, 전체 이용 동기에 대한 신뢰계수는 0.814로 나타났다. 모든 문항에서 Cronbach's alpha 값이 0.7 이상으로 나타나, 매우 높게 나타났으며, 이는 각 문항 간 내적 일치도가 매우 높은 것으로 나타났다. 단, 자기 표현형의 경우 1문항이므로 신뢰도 분석을 하지 않았다.

위젯 이용 만족도, 이용 지속의향, 공공도서관 이용 만족도 신뢰도 분석에 대한 신뢰도 분석 결과 위젯 이용 만족도에 대한 신뢰계수는 0.911, 이용 지속의향에 대한 신뢰계수는 0.934, 공공도서관 이용만족에 대한 신뢰계수는 0.782로 Cronbach's alpha 값이 0.7 이상으로 나타나 매우 높게 나타났으며 이는 각 문항 간 내적 일치도가 매우 높은 것을 의미한다.

4.2 실증분석

1) 위젯의 활용 형태는 어떠한가?

공공도서관의 데스크톱 위젯을 이용해 본 경험에 대해서는 이용해 봤다가 87%로 가장 높게 나타났으며, 유용하게 이용하고 있다가 13%으로 나타나 위젯의 활용도가 높음을 알 수 있다. 위젯 서비스 중 가장 많이 이용하는 서비스는 도서검색이 46%, 열람식 좌석현황이 29%, 마이라이브러리가 21%, 공지/게시판, 도서관 일정이 2% 순으로 나타나 이용자들은 공공도서관에서 도서검색을 가장 많이 이용하고 있음을 알 수 있다. 위젯 서비스 중 가장 만족하는 서비스에 대한 만족 평균 척도는 도서검색이 3.91로 가장 높게 나타났으며, 열람식 좌석현황 3.85, 마이라이브러리 3.66, 도서관일정 3.19, 공지/게시판 2.99 순으로 나타났다. 즉, 위젯 서비스 중 도서검색에 대한 만족도와 열람식 좌석현황에 대한 만족도가 매우 높은 것을 알 수 있다.

데스크톱 위젯을 이용하는 횟수는 주 1회 미만이 64, 주 2-3회가 26%, 거의 매일이 6%, 주 4-5회가 4% 순으로 나타났다. 즉, 대부분의 이용자가 주 1회 미만으로 이용하는 것으로 나타났다. 위젯 서비스에서 더 보강되었으면 하는 서비스는 더 쉽고 간편한 설치 및 수정이 52%로 가장 높으며, 도서관에서 제공하는 다양한 콘텐츠가 40%, 남들과 차별화 되는 디자인 기능이 1%, 기타가 7%로 순으로 나타났다.

2) 위젯의 활용 형태에 따른 위젯 이용 만족도, 이용 지속의향, 공공도서관 이용 만족도에 어떠한 영향을 미치는가?

위젯의 이용여부에 대한 위젯 이용 만족도는 이용해봤다가 3.8, 유용하게 이용하고 있다는 4.4로 유용하게 이용하고 있는 집단의 위젯 이용 만족도가 더 높게 나타났으며 유의수준은 $p < 0.05$ 로 유의하게 나타났다. 위젯의 이용여부에 대한 위젯 이용 지속의향에서, 이용해봤다는 평균 3.9, 유용하게 이용하고 있다는 4.3로 유용하게 이용하고 있는 집단의 위젯 이용지속의향이 더 높게 나타났으며 통계적으로는 유의하지 않았다. 위젯의 이용여부에 대한 공공도서관 이용만족도에서, 이용해봤다고 응답한 경우는 3.9, 유용하게 이용하고 있다고 응답한 경우 4.5로 유용하게 이용하고 있는 집단의 공공도서관 이용만족도가 더 높게 나타났으며 유의수준은 $p < 0.001$ 로 유의하게 나타났다.

위젯의 가장 많이 이용한 서비스에 대한 위젯 이용 만족도에서는 공지/게시판은 4.0, 도서검색은 3.8, 마이라이브러리는 3.8, 열람식 좌석현황은 4.0, 도서관 일정은 4.0으로 공지/게시판, 열람식 좌석현황, 도서관일정의 평균이 더 높게 나타났으며 통계적으로는 유의하지 않았다. 위젯의 가장 많이 이용한 서비스에 대한 위젯이용 지속의향에서 공지/게시판은 4.0, 도서검색은 4.0, 마이라이브러리는

4.0, 열람식 좌석현황은 3.9, 도서관 일정은 3.5로 공지/게시판, 도서검색, 마이라이브러리의 평균이 더 높게 나타났으며 통계적으로는 유의하지 않았다.

위젯의 가장 많이 이용한 서비스에 대한 공공도서관 만족도에서 공지/게시판은 4.5, 도서검색은 3.9, 마이라이브러리는 4.0, 열람식 좌석현황은 4.1, 도서관 일정은 4.0으로 공지/게시판, 열람식 좌석현황, 마이라이브러리, 도서관일정의 평균이 더 높게 나타났으며 통계적으로는 유의하지 않았다. 위젯의 이용횟수에 대한 위젯 이용 만족도에서 주 1회 미만은 3.9, 주 2-3회는 3.8, 주 4회 이상은 4.1로 주 4회 이상의 위젯 이용만족도의 평균이 더 높게 나타났다. 위젯의 이용횟수에 대한 위젯 이용 지속의향에서는 주 1회 미만이 3.9, 주 2-3회는 4.0, 주 4회 이상은 4.1로 주 4회 이상의 위젯 이용지속의향의 평균이 더 높게 나타났다.

위젯의 이용횟수에 대한 위젯 공공도서관 만족도에서는 주 1회 미만이 4.1, 주 2-3회는 3.9, 주 4회 이상은 4.0으로 주 1회 미만의 공공도서관 만족도의 평균이 더 높게 나타났다. 즉, 위젯은 처음 대하거나 위젯을 많이 이용할수록 공공도서관 이용만족도가 높게 나타났다. 이러한 현상의 원인을 유추해보면 위젯에 대한 호기심 유발에서, 빈번한 이용은 정보 획득의 유용성 측면에서 높다고 볼 수 있다.

위젯의 보강되었으면 하는 서비스에 대한 위젯 이용 만족도에서 남들과 차별화 되는 디자인 기능은 4.0, 도서관에서 제공하는 다양한 콘텐츠는 3.8, 더 쉽고 간편한 설치 및 수정은 3.8로 남들과 차별화되는 디자인기능의 위젯 이용 만족도가 더 높게 나타났다. 위젯 이용 지속의향에서 남들과 차별화 되는 디자인 기능은 5.0, 도서관에서 제공하는 다양한 콘텐츠는 3.8, 더 쉽고 간편한 설치 및 수정

은 4.0로 남들과 차별화되는 디자인기능의 위젯 이용 지속의향에 더 높게 나타났다. 공공도서관 만족도에서 남들과 차별화 되는 디자인 기능은 4.0, 도서관에서 제공하는 다양한 콘텐츠는 4.0, 더 쉽고 간편한 설치 및 수정은 4.0으로 나타났다.

3) 데스크톱 위젯의 이용 동기는 어떠한가?

위젯의 이용 동기 요인의 평균값과 표준편차에서 커뮤니케이션형은 평균 3.42, 정보추구형은 평균 3.72, 편리성추구형은 평균 3.18, 자기표현형은 평균 2.82로 나타났다. 위젯의 이용 동기가 정보추구형이 가장 높았으며, 다음으로 커뮤니케이션형, 편리성추구형, 자기표현형 순으로 나타났다.

4) 데스크톱 위젯의 이용 동기에 따른 위젯 이용 만족도는 어떠한가?

위젯의 이용 동기 중 정보추구형은 t 값은 5.119, 유의확률 $p < 0.001$ 에서 유의하다. 즉, 정보추구형 일수록 위젯 이용만족도가 0.287배 만큼 증가함을 의미한다. 위젯의 이용 동기 중 정보추구형이 높을수록 위젯 이용 만족도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위젯의 이용 동기 중 자기표현형 t 값은 2.332, 유의확률 $p < 0.05$ 로 유의함을 알 수 있다. 즉, 자기표현형 일수록 위젯 이용 만족도가 0.125배 만큼 증가함을 의미한다. 이용 동기 중 자기표현형이 높을수록 위젯 이용 만족도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위젯의 이용 동기 중 커뮤니케이션형 t 값은 2.332, 유의확률 $p < 0.05$ 로 유의하지 않음을 알 수 있다. 즉, 커뮤니케이션형 일수록 위젯 이용 만족도가 0.112배 만큼 감소함을 의미한다. 이용 동기 중 커뮤니케이션형이 반대(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

위젯의 편리성추구형은 위젯 이용만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않음을 알 수 있다.

5) 데스크톱 위젯의 이용 동기에 따른 위젯

이용 지속의향은 어떠한가?

위젯의 이용 동기 중 편리성추구형 t 값은 2.830, 유의확률은 $p < 0.05$ 로 유의함을 알 수 있다. 즉, 편리성 추구형 일수록 위젯 이용지속 의향이 0.161배 만큼 증가함을 의미한다. 이용 동기 중 편리성추구형이 높을수록 위젯 이용지속의향에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위젯의 이용 동기 중 정보추구형 t 값은 4.026, 유의확률은 $p < 0.000$ 로 유의함을 알 수 있다. 즉, 정보추구형 일수록 위젯 이용지속 의향이 0.249배 만큼 증가함을 의미한다. 위젯의 이용 동기 중 정보추구형이 높을수록 위젯 이용지속의향이 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위젯의 이용 동기 중 자기표현형 t 값은 5.004, 유의확률은 $p < 0.000$ 로 유의함을 알 수 있다. 즉, 자기표현형일수록 위젯 이용지속 의향이 0.300배 만큼 증가함을 의미한다. 위젯의 이용 동기 중 자기표현형이 높을수록 위젯 이용 지속의향에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 위젯의 이용 동기 중 커뮤니케이션형 t 값은 -3.408, 유의확률은 $p < 0.001$ 로 유의하지 않음을 알 수 있다. 즉, 커뮤니케이션형은 위젯 이용지속의향에 반대(-)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

6) 데스크톱 위젯의 이용 만족도가 공공도서관 이용만족에 어떠한 영향은 어떠한가?

위젯의 이용 만족도 t 값은 7.338, 유의확률은 $p < 0.001$ 에서 유의함을 알 수 있다. 즉, 위젯 이용 만족도가 공공도서관 이용만족에 0.664배 만큼 증가함을 의미한다. 위젯의 이용 만족도가 공공도서관 이용 만족도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 위젯을 처음 설치시의 불편함을 감수하면 위젯 서비스에 대해 만족도는 공공도서관 이용 만족도를 높이는 것으로 나타났다.

7) 데스크톱 위젯의 이용 지속의향이 공공도서관 이용만족에 어떠한 영향을 미치는 가?

위젯의 이용 지속의향의 t값은 7.338, 유의 확률은 $p < 0.001$ 에서 유의함을 알 수 있다. 즉, 위젯 이용 지속의향이 있을수록 공공도서관 이용만족에 0.450배 만큼 증가함을 의미한다. 위젯 이용 지속의향이 높을수록 공공도서관 이용 만족도에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 위젯 서비스를 계속 이용할 것이며 위젯을 통하여 도서관 정보서비스 이용의 접근성이 높아지며, 정보습득에 도움이 되었다는 것을 나타내고 있다.

4.4 데스크톱 위젯 활용방안

공공도서관에서 위젯을 활용하는 것은 위젯을 통해, 도서관 이용자들에게 좀 더 최신의 정보를 빠르게 제공하고, 사서와 이용자 간의 커뮤니케이션을 더욱 원활하게 하며, 더 나아가 위젯 서비스 자체를 도서관 정보원으로 활용하고자 하는데 있다. 이 연구를 토대로 위젯 서비스를 활용 할 수 있는 방안을 사회·문화적 측면, 상호작용성 측면, 정보 서비스 측면으로 나누어 제시하고자 한다.

1) 사회·문화적 측면

공공도서관은 공중의 정보이용·문화활동·독서활동 및 평생교육을 하는 기관으로 그 지역의 핵심 정보제공 기관이다. 현재의 공공도서관 이용자는 더 이상 도서관 안에서 정보를 제공 받지 않고, 도서관 외의 웹을 통해 정보를 얻으려 한다. 이러한 상황에서 공공도서관은 이용자에게 능동적으로 다가갈 수 있는 서비스를 개발해야 하며, 위젯이야말로 현대의 최신의 정보를 빠르게 전달 할 수 있는 서비스라고 할 수 있다. 즉, 사회 문화적인 측면에서 공공도서관 위젯 활성화는 첫째, 공공도서관 위젯은 공공도서관 이용자의 웹 공동체의 일부분으로 형성되어야 한다. 둘째, 공공도서관 위젯은 지역 문화 형성의 주체적인 입장이 되어야 한다. 셋째, 공공도서관 위젯은 이용자에게 어떤 다른 도구보다도 최신의 정

보를 쉽고 빠르게 전달 할 수 있어야 한다.

2) 상호 작용성 측면

상호 작용성 측면에서 공공도서관 위젯 활성화는 첫째, 지역 모든 구성원에게 위젯을 이용 유도를 권장하여, 위젯을 통한 지역 주민 간 커뮤니티를 형성 할 수 있도록 해야 한다. 정보원에 대한 사서와 주인간의 커뮤니케이션뿐만 아니라 이용자와 이용자 간의 커뮤니티를 형성 할 수 있도록 도와주어야 한다. 둘째, 이용자 중심의 위젯 인터페이스를 개발해야 한다. 이용자가 이용하기 편리하고, 사서와 이용자 사이, 이용자와 이용자 사이의 최적의 상호작용을 돕는 인터페이스를 개발해야 한다. 셋째, 이용자의 도서관 위젯 활용을 유도하는 여러 가지 이벤트들도 개발되어야 한다.

3) 정보서비스 측면

정보서비스 측면에서 공공도서관 위젯 활용은 첫째, 공공도서관 내에서 발생하는 도서관의 공지사항 외에 수많은 지역 뉴스와 이슈등을 제공하여 이용자들은 전문적인 분야에 대한 다양한 최신의 뉴스를 제공한다. 둘째, 위젯을 통한 책 정보나 DB정보와 더불어 유용한 웹사이트 정보를 제공해야 한다. 최신 정보 위주의 쉽고 빠르고 정확하게 제공함으로써 좀 더 적극적인 서비스를 제공할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 노주환. 웹 2.0기획과 디자인. 서울 : 플루토북, 2007.
 유영목. 서비스품질경영. 서울 : 양서각, 2005.
 정미현. "mobile widget의 현황과 전망." KOREA mobile WEB 2.0 FORUM(2007)
 Katz, E, Blumler, J. G, & Gurevitch, M. "Utilization of Mass Communication by the Individual." In J. G. Blumler, E. Katz. The uses of mass communications : Current perspectives on gratifications research(1974), pp.19-32.