

전문도서관의 소셜네트워크서비스 운영방안 연구*

- 해양과학도서관 사례를 중심으로 -

An Study of Operational Strategy for Special Libraries on Social Network Service (SNS)

한 종엽 (Jong Yup Han)**

이 승민 (Seungmin Lee)***

서만덕 (Man Deok Seo)****

목 차

1. 서론	3.3 업무프로세스
2. 이론적 배경	3.4 콘텐츠
2.1 선행연구	3.5 조직 및 인력
2.2 전문도서관 SNS 운영현황	3.6 홍보
3. 사례연구: 해양과학도서관 SNS 운영사례	3.7 운영성과 및 문제점
3.1 개요	4. 전문도서관의 SNS 운영방안
3.2 SNS 운영채널	5. 결론

초 록

이 연구는 전문도서관의 특성에 맞는 SNS 운영방안을 제시하는 것으로, 해양과학도서관의 사례를 중심으로 SNS 운영 조직, 인력, 콘텐츠, 홍보에 관하여 심층적으로 분석하였다. 연구를 통해 도출된 전문도서관의 SNS 운영방안을 요약하면, ① 운영목적에 적합한 SNS 채널의 선택, ② SNS 운영에 대한 도서관 업무분장, ③ 연성형 T/F팀 조직 운영과 전담인력 지정, ④ 전문주제별 콘텐츠 특성화, ⑤ 참여형 이벤트 중심의 온·오프라인 홍보 실시, ⑥ 정기적인 로그분석을 통한 콘텐츠 개선, ⑦ SNS 이용을 통한 도서관 홈페이지 이용 유도 등이 있다. 또한 전문도서관 SNS 운영의 발전방향으로 전문도서관 직원 간 업무소통 및 협력강화, 모기관 연구 및 학술성과의 확산, 이용자와의 소통창구로서 역할 강화, 도서관의 소셜 큐레이터 역할 수행을 제안하였다.

ABSTRACT

This study proposes a customized SNS operational strategy for special libraries based on a case study on the Ocean Science Library (OSL) of South Korea. The study conducted an in-depth analysis on an organizational structure, manpower, contents, and promotion. The outcome of SNS operational strategy deduced from this study can be categorized into several items, including: (1) a selection of an appropriate SNS channel, which meets the objective of the operation; (2) a formal division of works for SNS operation; (3) a designation of full-time managers and an establishment of a task force team; (4) a specialization of contents according to specific subjects; (5) on/off-line promotions focused on events, which encourage participations; (6) an improvement of contents through regular log analyses; and (7) a promotion of library website access through SNS, and so on. This research also suggested the strategies for the development of SNS operation: strengthening of communication and cooperation among librarians; distribution of academic and research outcomes of the umbrella organization; enhancement of a role as a communication channel between librarians and users, and carry out a role as a 'social curator.'

키워드: 소셜네트워크서비스(SNS), 소셜미디어, 전문도서관
Social Network Service (SNS), Social Media, Special Library

* 이 논문은 한국해양과학기술원 연구사업(PO01060)의 지원을 받아 수행되었음.

** 한국해양과학기술원 해양과학도서관장(jyhan@kiost.ac) (제1저자)

*** 숙명여자대학교 문과대학 문헌정보학과 조교수(ableman@sookmyung.ac.kr) (공동저자)

**** 한국해양과학기술원 해양과학도서관(mdseo@kiost.ac) (교신저자)

논문접수일자: 2014년 7월 16일 최초심사일자: 2014년 8월 8일 게재확정일자: 2014년 8월 19일
한국문헌정보학회지, 48(3): 335-351, 2014. [http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2014.48.3.335]

1. 서론

정보통신기술의 발달과 더불어 소셜네트워크 서비스(Social Network Service, 이하 SNS)는 인터넷 이용자의 자발적인 참여·공유·소통의 문화를 확대하는 촉매제로서 그 영향력이 증대되고 있다. 이에 많은 공공기관과 기업들이 국민과의 소통 및 조직 마케팅 수단으로 SNS를 적극적으로 활용하고 있다.

도서관도 예외가 아니다. 도서관은 Library 2.0 시대에 접어들면서 사회관계적인 커뮤니케이션을 이루어 이용자 중심의 서비스를 제공하고자 부단히 노력해 왔다. 특히 SNS는 이용자와의 소통과 정보공유를 위한 핵심 매체로서 인식되어 왔다. 2000년도 후반, 도서관 SNS 마케팅은 이용자와 도서관이 효과적으로 커뮤니케이션을 할 수 있는 수단으로써 급속히 퍼져나갔으나 경험과 교육의 부족으로 실패하는 사례도 많았다. 또한 SNS는 특성상 개인의 사적인 관심과 개인 간 교류활동의 중심축을 이루고 있기 때문에, 조직 차원이 아닌 개인의 흥미나 의지로 운영되기도 하고, 도서관 SNS 서비스에 대해 이용자가 부정적으로 인식하거나, SNS 소프트웨어에 대한 교육기회 부족 등으로 운영에 많은 문제가 드러나기도 했다(김지은, 노영희 2013, 176).

SNS는 데이터의 대량생산과 확산을 촉진시켜, 빅데이터라고 불리는 정보의 양적 성장을 이끌어 왔다. 반면 이러한 성장에도 불구하고 이용자가 가치 있고 신뢰성 있는 정보를 선별하는 것은 매우 어렵다. 따라서 도서관은 수많

은 정보 가운데 객관성과 신뢰성 있는 정보를 선별하여 이용자에게 적절하게 제공해야 하고, 이를 위해 도서관은 정보를 필터링하고 이를 재배포하는 소셜 큐레이터의 역할을 수행할 필요가 있다.

그 동안 도서관의 SNS 운영에 대한 연구는 주로 대학과 공공도서관을 중심으로 수행되어 왔고 전문도서관에 대한 연구는 거의 전무하다. 전문도서관은 그 설립 기관·단체의 소속 직원 또는 공중에게 특정 분야에 관한 전문적인 도서관 서비스를 제공하는 것을 주된 목적으로 하는 도서관을 말한다.¹⁾ 전문도서관은 학술 및 연구 활동에 필요한 전문적인 자료를 수집, 정리, 보존하여, 소속 이용자에게 신속하고 효율적인 정보서비스를 제공할 수 있어야 한다. 그러나 최근 전문도서관계는 모기관 전문정보의 생산 급증에 따라 업무부하가 가중되거나, 인터넷 정보원의 이용 급증, 도서관 방문자 감소, 도서관 예산과 인력의 감축 등의 대내외 환경변화로 인하여, 오프라인을 통한 정보서비스 제공에 많은 한계점에 봉착하게 되었다. 또한 이용자의 요구는 심층적이고 전문화되고 있어 이용자와의 적극적인 커뮤니케이션 도구가 필요하게 되었다. 이러한 상황에서 SNS는 도서관 정보의 확산과 공유, 이용자 소통을 위한 최적의 도구이자, 전문도서관의 열악한 운영환경을 극복하기 위한 효과적인 대안이 될 수 있다.

이 연구는 전문도서관의 특성에 맞는 SNS 운영방안을 제시하고, 이를 활성화 시킬 수 있는 방안을 모색하는데 목적이 있다. 이를 위해 우선 도서관의 SNS 운영에 대한 선행연구를

1) 『도서관법』 제2조 7항, [시행 2012. 8. 18] [법률 제11310호, 2012. 2. 17, 일부개정]

조사하고, 국내외 전문도서관의 SNS 운영 실태를 분석하였다. 다음으로 국내 전문도서관 중 유일한 SNS 운영기관인 해양과학도서관의 사례를 분석하였다. 사례 분석을 위해 SNS 운영채널, 업무프로세스, 콘텐츠, 조직 및 인력, 홍보의 5가지 영역으로 구분하여 내용을 조사하고, SNS 실무담당자와의 면담조사를 통해 전문도서관의 SNS 운영방안과 개선점을 도출하였다.

2. 이론적 배경

2.1 선행연구

SNS는 2007년 도서관계에 본격적으로 도입되었고, 도입 초창기에는 서비스 실효성에 대해 대체로 부정적인 의견이 많았다(김지은, 노영희 2013, 161). 이후 도서관에서도 정보관리 주체로서 SNS의 파급력과 실효성에 긍정적인 인식이 더해지면서 SNS를 본격적으로 운영하기 시작하였고, 도서관 SNS에 대한 관련 연구도 지속적으로 확대되고 있다.

SNS 연구는 주로 SNS의 개념과 특성을 살펴보고, 도서관의 SNS 운영현황 및 사례 조사를 통해 운영상의 문제점을 도출하여 이에 대한 개선방안을 제안하는 연구가 많았다.

김용(2007)은 블로그의 기능적 특성을 분석하여 정보유통채널로서 블로그 활용도가 높다고 인식하고, 도서관에서의 블로그 활용방법과 단계별 추진방안을 제안하였다.

조재인(2008)은 도서관이 새로운 지성의 창출 공간이자, 지식의 유기적인 성장을 유도하

는 주체로서 주도적인 역할을 수행해야 한다고 주장하였다. 이를 위해 도서관은 정보수요자의 관심사를 중심으로 소셜네트워크를 지원해야 하고, 소셜 커뮤니티를 제공하고, 상용 SNS의 운영을 통해 정보수요자에 대한 다각적인 지원이 필요하다고 하였다.

이후 관련 연구는 SNS 채널별로 세분화하여 진행되어 왔는데, 이란주, 김수영(2011)은 국내 대학도서관의 블로그 서비스에 대한 운영현황 분석과 운영담당자의 설문조사를 통해 블로그 운영의 활성화 방안으로써, 전담인력의 확보와 지원, 이용자와의 지속적인 커뮤니케이션 실시, 다양성과 활용성이 전제된 콘텐츠 개발, 블로그 홍보에 대한 적극적인 지원과 관심, 운영자에 대한 계속교육 실시 등이 필요하다고 하였다.

이유진, 곽승진(2011)은 이를 확장하여 대학도서관의 블로그 및 트위터 운영현황을 분석하였는데, SNS 이용률은 콘텐츠 업데이트 주기에 가장 큰 영향을 받는 것으로 나타났다. 또한 SNS 이용활성화를 위해서는 각종 링크서비스를 통해 SNS의 접근이 용이해야 하고, SNS 홍보를 위한 다양한 이벤트 실시가 필요하다고 주장하였다.

이수상(2012)은 한국과 미국의 대학도서관 페이스북 페이지 중 팬수가 많은 사례를 선정하여 운영현황과 활용실태를 조사하였다. 이를 통해 페이스북 운영의 활성화에 영향을 미치는 요인으로 팬수, 게시물수, 어플리케이션 수와 같은 절대적인 수치와 팬 활동지수, 좋아요 비율, 댓글 비율, 공유하기 비율 등 상대적 수치의 두 가지 범주로 구분하였다.

도서관의 SNS 운영사례를 종합적으로 조사

하고 분석한 연구로는 변희균, 조현양(2013)이 국내 도서관의 SNS 운영사례 조사를 통해 관종별 SNS 도입현황과 운영채널을 분석한 것이 있다. 특히 전문도서관의 경우 SNS 운영은 주로 도서관이 소속된 모기관 차원에서 이루어지고 있었으며, 전문도서관의 SNS 운영사례는 단 한 곳에 불과한 것으로 나타나 타관종에 비해 SNS 운영이 매우 저조하였다.

김지은, 노영희(2013)는 도서관 SNS 마케팅의 운영현황과 문제점을 분석하여 SNS 활성화 방안을 모색하고자 하였다. 특히 SNS 운영담당자를 대상으로 설문조사를 실시한 결과 대체로 도서관 SNS 마케팅에 대한 사서들의 인식이 높은 반면, SNS 운영을 위한 전담인력 부족, 마케팅 교육 부족, 게시물 업로드 수 및 SNS 팔로워 수 부족 등의 문제가 있는 것으로 나타났다.

마지막으로 최연진, 정연경(2013)은 국내 공공도서관 166개관의 SNS 도입현황을 분석하고, 도서관 SNS 담당자와 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하였다. 그 결과 SNS 운영의 대표적인 문제점으로 담당자의 SNS에 대한 정확한 이해부족, 서비스 운영을 위한 전담인력 부족, SNS서비스의 비효율적인 운영, SNS 서비스에 대한 홍보부족 등을 제시하고 있다. 이에 대한 개선방안으로 담당자의 SNS 교육 및 연수 기회 제공, 기존인력을 활용한 SNS 업무 수행, SNS 콘텐츠 수집주기의 단축 및 지속적인 모니터링 실시, 이용자의 정보요구에 대한 파악, SNS 홍보채널의 다양화 및 각종 도서관 서비스와의 연계방안 마련을 제안하였다.

이상으로 국내 도서관의 SNS 운영에 대한 선행연구를 살펴보았다. 도서관 SNS는 새로운 지식정보의 창출도구이자 효율적인 유통수단으로써 그 필요성이 입증되었다. 선행 연구를 통해 나타난 SNS 운영 문제점은 크게 SNS에 대한 이해부족과 비효율적 운영, 전담인력 부재, 홍보 및 마케팅 부족, 콘텐츠의 다양성 부재 등으로 요약할 수 있다. 특히 도서관의 SNS 운영에 대한 연구는 주로 대학과 공공도서관을 중심으로 수행되어 왔고 전문도서관에 대한 연구는 거의 전무하다. 또한 SNS운영을 위한 원론적 대안만을 제시하고 있어, 전문도서관의 특성, 소장자료, 조직 및 인력 등을 고려할 때, 대학 및 공공도서관의 SNS 운영방안을 그대로 적용하는 데는 한계가 있다.

2.2 전문도서관 SNS 운영현황

국의 전문도서관의 SNS 운영현황을 살펴보기 위해 미국, 영국, 일본 3개국의 연구도서관을 대상으로 페이스북 운영 실태를 조사한 것은 다음의 <표 1>과 같다(임보람, 한종엽 2013 167-168). 이 때, 국가별 전문도서관은 미국연구도서관협회(Association of Research Libraries, 이하 ARL), 영국연구도서관컨소시엄(Research Libraries UK, 이하 RLUK), 일본전문도서관협회(Japan Special Library Association, 이하 JSLA)의 소속 회원 도서관으로 한정하였고, SNS 채널은 점유율이 가장 높은 페이스북으로 선정하였다.²⁾ 우선 미국의 ARL 사례를

2) 2013년 글로벌웹인덱스(GWI)에 따르면 SNS 채널 가운데 페이스북이 세계에서 가장 높은 점유율을 보이는 것으로 나타났다. 전 세계 32개국 17만명을 대상으로 한 이 조사에서 전체 응답자 중 83%의 응답자들이 페이스북 계정을 소유하고 있었으며, 실제 적극적으로 활동하고 있는 비율도 49%로 나타나 매우 높았다.

〈표 1〉 국외 전문도서관의 페이스북 서비스 운영 현황(2013년)

구 분	전체 도서관수(개관)	페이스북 운영 도서관	
		도서관수(개관)	비율(%)
미국연구도서관협회(ARL)	125	119	95.2
영국연구도서관컨소시엄(RLUK)	33	20	60.6
일본전문도서관협회의회(JSLA)	406	5	1.2

살펴보면 전체 125개관 중 119개관이 페이스북 페이지를 운영하고 있었고, 이는 전체의 95.2%에 해당된다. 대부분의 전문도서관이 SNS를 운영하는 것을 알 수 있다. 영국의 RLUK는 전체 33개 도서관 중 20개관이 페이스북 페이지를 운영하고 있었고, 전체의 60.6%로 과반이 넘는 것으로 나타났다. 반면 일본의 경우 전체 406개관 중 단 5개관만이 페이스북 페이지를 운영하는 것으로 나타나 전체의 1.2%에 불과하였다.

국내 전문도서관의 경우 SNS 운영기관이 거의 전무한 실정이다. 2013년을 기준으로 SNS를 운영하는 전문도서관은 한국해양과학기술원의 해양과학도서관이 유일하다. 대부분의 전문도서관은 소속 모기관이 SNS를 주도적으로 운영하고 있다. 반면, 대학도서관의 경우 전체 조사 대상기관 중 75.0%가 SNS를 운영하고 있었고, 공공도서관의 경우 전체의 34.1%가 SNS를 운영하고 있는 것으로 나타났다(변희균, 조현양 2013, 263, 267). 또한 최연진, 정연경(2013)의 연구에 따르면, 전체 778개의 공공도서관 중 166개관의 도서관이 블로그, 트위터, 페이스북, 미투데이 등의 SNS를 운영하고 있었다. 이러한 현황에서 나타났듯이 전문도서관의 SNS 운영은 타관종에 비해 매우 열악하다.

3. 사례연구: 해양과학도서관 SNS 운영사례

3.1 개요

이 연구는 전문도서관의 SNS 운영 및 발전 방안을 도출하고자 전문도서관 중 멀티채널의 SNS를 운영하고 있는 유일한 기관인 해양과학도서관의 사례를 조사하였다. 연구를 위하여 SNS 운영을 위한 조직구성, 업무절차 및 수행 방법, 콘텐츠, 홍보 및 마케팅 활동 등의 전반적인 내용을 조사하고, SNS 실무담당자와의 면담조사를 통해 전문도서관의 향후 SNS 운영방안과 개선점을 도출하였다.

해양과학도서관은 한국해양과학기술원 소속 도서관으로, '대국민 해양지식정보 서비스'와 '해양문화 확산'이라는 모기관의 모토에 따라 각종 도서관 아웃리치 활동, 지식정보시스템 고도화, 해양지식콘텐츠 개발 등 다양한 업무를 수행하고 있다. 또한 북카페 운영, 연구자 중심의 주제전문서비스, 독서문화행사 등을 통해 오프라인 상에서 이용자 소통을 위한 다양한 활동을 추진해 오고 있다. 그러나 이용자들의 도서관 이용행태가 오프라인에서 온라인으로 변화하고, 실물도서관 이용이 자료탐색공간에서 문화휴식공간으로 변모함에 따라 이용자 소

〈표 2〉 해양과학도서관 SNS 운영목적

협회의 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 도서관서비스에 대한 적극적 홍보를 통한 대내·외 인지도 개선 • 도서관과 모기관의 활동에 대한 신속한 소식 전달 • SNS 이용자의 도서관 홈페이지 접근유도를 통한 이용활성화 • 도서관간 인적네트워크 강화 • 해양과학 분야 지식정보의 공유 및 확산
광의의 목적	<ul style="list-style-type: none"> • 해양과학도서관의 조직 내 위상제고 • 정부 3.0 기조에 대응하는 도서관 이용자의 적극적인 공유, 소통 기반 마련 • 빅데이터 시대에 신뢰성 기반의 전문정보서비스에 대한 사회적 책임 수행

통을 위한 적극적 커뮤니케이션 도구 활용이 필요하였다. 따라서 도서관의 마케팅 및 이용자 소통을 위한 도구로서 SNS를 도입하고, 이후 해양정보의 확산과 전문정보서비스 제공을 위한 수단으로써 SNS를 운영하고 있다.

해양과학도서관의 SNS 운영 목적을 살펴보면 〈표 2〉와 같다. 협회의 목적으로는 도서관의 대내·외 인지도를 개선하고, 모기관의 연구성과 및 지식정보의 확산 및 도서관 홈페이지의 접근 유도를 통한 이용 활성화에 주력하고 있다. 또한 1인 체제로 운영되는 특성을 갖고 있는 소규모 전문도서관 사서간의 인적네트워크를 강화하고, 도서관의 업무 및 해양과학 분야 지식 정보 공유를 위한 도구으로써 활용하고 있다. 광의의 목적으로는 모기관내 해양과학도서관의 위상을 제고하고, 정부 3.0 기조에 대응하는 소속 연구자와의 적극적인 공유와 소통 기반을 마

련하여 도서관 이용활성화 및 모기관의 핵심부서로서 연구밀착형 지원서비스 제공을 위한 도구로서 활용하고 있다. 또한 신뢰성을 기반으로 한 전문정보서비스 제공에 대한 사회적 책임을 수행하고자 한다.

3.2 SNS 운영채널

해양과학도서관의 SNS는 특정 채널에 국한하지 않고 트위터, 블로그, 페이스북을 동시에 운영하고 있으며 다음의 〈표 3〉과 같이 채널별 특성에 따라 차별화된 운영전략을 수립하고 있다. 트위터의 경우 이용자와의 관계설정 수단이 자 실시간 커뮤니케이션 도구로 해양관련 뉴스, 모기관과 도서관 소식에 대한 정보를 신속하게 전달하기 위한 목적으로 활용하고 있다. 페이스북의 경우 해양유관기관의 소식 및 도서관계 소

〈표 3〉 해양과학도서관 SNS 채널별 운영 전략

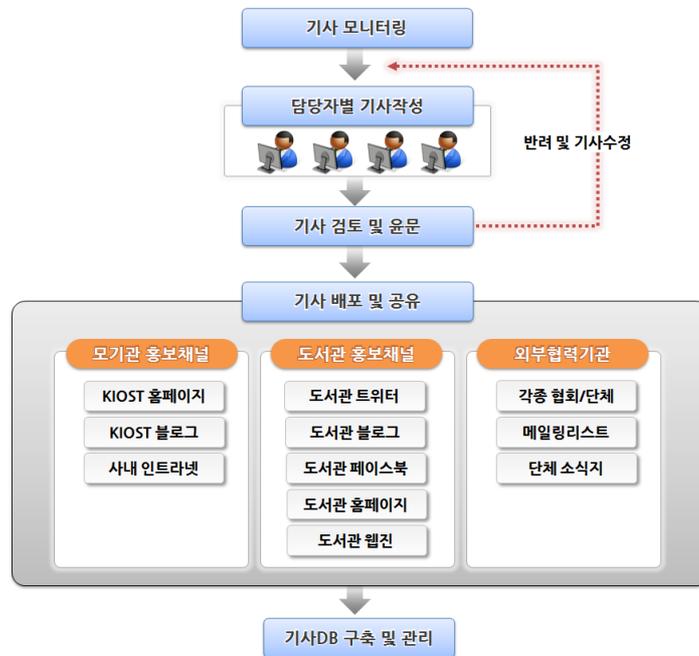
채널	운영전략	특징
트위터	실시간 커뮤니케이션	<ul style="list-style-type: none"> • 휴대성과 속보성에 기반한 정보 전달 • 개인 간 소통, 소식 전달 등 짧은글(140자 제한) 작성에 용이
페이스북	콘텐츠 공유 / 전파	<ul style="list-style-type: none"> • 보다 친근하고 개인적인 접근 가능 • 국내외 다양한 기관의 콘텐츠 공유 및 전파에 적합
블로그	정제된 콘텐츠의 아카이빙	<ul style="list-style-type: none"> • 논리성을 갖춘 보다 정제된 전문정보 콘텐츠 생산 • 포털사이트를 통한 정보검색 노출에 유리

식, 학술연구동향, 신간도서 및 추천도서 안내, 각종 사진 및 동영상 콘텐츠 등의 공유와 확산을 위해 활용하고 있다. 마지막으로 블로그는 생산 및 공유 정보의 아카이빙 수단으로써, 트위터와 페이스북에서 유통되는 콘텐츠의 완전성 있는 기술과 장기보존을 위해 활용한다. 또한 SNS 채널 간 정보의 효율적 전파를 위해 트위터, 페이스북, 블로그를 유기적으로 연결하여 원 소스 멀티유스(One Source Multi-Use) 방식을 구축하여, 하나의 정보 자원이 여러 채널을 통해 확산되는 방식을 취하고 있다.

3.3 업무프로세스

해양과학도서관은 SNS 운영업무를 도서관의 정규 업무로 규정하고, 다음의 <그림 1>과

같이 업무 프로세스를 정립하고 있다. SNS 운영 업무 프로세스의 상세 내용은 다음과 같다. SNS 운영을 위한 주제별 전담인력이 배치되어 외부에서 생산된 각종 콘텐츠를 모니터링한다. 이 때, 배포에 적절한 콘텐츠가 있을 경우 실무자간 협의를 통해 해당 콘텐츠를 즉시 재배포하고, 정보의 가공이 필요하거나 조직내부에서 생산된 정보는 각 주제별 담당자가 기사를 작성하여 보고한다. 다음으로 작성된 기사에 대한 신뢰성, 객관성, 파급력 등을 종합적으로 고려하여 배포 채널을 결정하고, 도서관내 출판업무 담당자의 운문을 통해 수정된 기사를 최종 배포한다. 이때, 트위터, 블로그, 페이스북 등 SNS 채널 뿐 아니라 필요에 따라 도서관 홈페이지, 소식지, 웹진 등과 연계하기도 한다.



<그림 1> 해양과학도서관 SNS 콘텐츠 생산 및 배포 프로세스

3.4 콘텐츠

SNS 콘텐츠는 자체 생산자료와 모니터링 자료로 구분할 수 있으며, 그 내용을 요약하면 다음의 <표 4>와 같다. 자체 생산자료는 도서관이 직접 기사를 작성하여 제공하는 정보로서, 도서관 뉴스, 서비스, 행사 등 해양과학도서관 소식과 단행본, 전문학술지, 문화콘텐츠 등의 도서관 발간물 안내가 이에 해당된다. 또한 SCI, SCOPUS, KCR 등의 등재학술지 목록을 정리하여 제공하고 있다. 모니터링 자료는 도서관 외부에서 생산된 정보를 공유와 링크서비스를 통해 제공하는 정보를 의미하며, 모기관 소식, 국내·외 동향정보, 기타 유용한 정보들을 포함한다. 특히 국내·외 동향정보는 도서관계 소식 외에 도서관의 전문주제분야와 모기관 연구자들의 주요 관심사인 해양과학기술의 동향

정보를 포함한다.

이 때 콘텐츠 모니터링의 대상은 ① 도서관계, ② 해양유관기관, ③ 조직 내부, ④ 개인유저의 SNS로 구분할 수 있고, 이를 페이스북 리스트 기능, 트위터 팔로잉, 블로그 관계 맺기를 통해 관리하고 있다. 단, 모니터링 대상은 주제별 전담인력이 신규 정보원을 추가 발굴하여 이를 계속해서 확장하고 있다. 이를 구체적으로 살펴보면 해양과학 분야의 주요 콘텐츠는 국외의 경우 우즈홀 해양연구소(Woods Hole Oceanographic Institution, WHOI), 미국 해양대기청(National Oceanic and Atmospheric Administration, NOAA), 스크립스 해양연구소(Scripps Institution of Oceanography) 등 해외 해양유관기관의 SNS를 통해 수집하고, 국내의 경우 해양수산부, 국립해양조사원, 국립해양생물자원관 등 해양유관기관과 부산대, 부

<표 4> 해양과학도서관 SNS 콘텐츠 유형 및 내용

구분	영역	내용
자체 생산자료	해양과학도서관 소식	<ul style="list-style-type: none"> • 도서관 소식 • 도서관 행사 및 서비스 • 도서관 신착자료 • 도서관 보도자료
	학술지 목록 안내	<ul style="list-style-type: none"> • SCI(E) 저널리스트 • SCOPUS 저널리스트 • 한국연구재단 등재학술지 목록
	도서관 발간물 안내	<ul style="list-style-type: none"> • 단행본(해양문고, 해양과학총서, 전문서적, 화보집) • 전문학술지(OSJ, OPR) • 문화콘텐츠
모니터링자료	해양과학기술원 소식	<ul style="list-style-type: none"> • 공지 및 행사 • 보도자료 • 주요 연구성과
	국내외 동향정보	<ul style="list-style-type: none"> • 해양과학기술동향 • 국내의 도서관계 소식 • 도서관 정보서비스 동향 • 국내의 정보기술(IT) 동향
	기타 유용한 정보	<ul style="list-style-type: none"> • 기타 유용한 정보

경대, 조선대 등 해양학과 설치대학의 콘텐츠를 모니터링하고 있다. 도서관계 주요 콘텐츠는 ARL(Association of Research Libraries), RUCK(Research Libraries UK) 등의 국외 연구도서관 등을 포함하고, 국내의 경우 국립중앙도서관을 비롯한 각종 대학, 공공, 전문도서관을 대상으로 모니터링하고 있다. 또한 모기관 부서에서 운영 중인 각종 SNS 서비스와 연계하여 기관의 소식, 행사 등의 정보를 재배포하고 있다.

해양과학도서관의 SNS 채널 중 페이스북 콘텐츠의 유형을 정량적으로 분석해 보면 <표 5>와 같다. 페이스북 게시물 중 '링크' 유형의 게시물이 179건으로 가장 많고, 다음으로 '사진' 유형이 178건으로 나타나 전체 게시물 유형 중 90.8%를 차지하고 있다. 반면 '동영상'은 19건,

'공유하기'는 17건, '상태 업데이트'는 6건으로 매우 미미하게 나타났다. 게시물의 페이지 노출수를 기준으로 콘텐츠 파급력을 분석하면 '공유하기'가 2,139.7회로 가장 많았고, 다음으로 '사진(1,594.9회)', '상태 업데이트(1,425.0회)', '동영상(1,045.6회)', '링크(994.7회)' 순으로 나타났다. 링크유형의 게시물은 도서관의 자체 생산자료가 아니라 외부 콘텐츠에 대한 연결정보를 포함하는 것으로, 게시물수가 가장 많은 반면 그 파급력은 가장 낮았다. '상태 업데이트'는 텍스트 기술 중심의 콘텐츠임에도 불구하고 파급력이 높게 나타났는데, 이는 그 내용이 대부분 이벤트 당첨과 관련된 내용으로 이용자의 관심도가 매우 높았기 때문으로 판단된다.

페이스북 인기 게시물 유형을 이용자수에 따라 분석하면 다음의 <표 6>과 같다. 대체로 이

<표 5> 페이스북 등록게시물 유형 및 노출 현황(2013년)

유형	사진	동영상	공유하기	링크	상태 업데이트	합계
게시물(건)	178	19	17	179	6	393
비율(%)	45.3%	4.8%	4.3%	45.5%	1.5%	100.0%
페이지 노출(회)	1,594.9	1,045.6	2,139.7	994.7	1,425.0	1,320.1

<표 6> 페이스북 인기콘텐츠 목록

(정렬: 이용자수 역순)

게시물 내용	유형	이용자수
해양과학도서관 페이스북 퀴즈 이벤트	사진	64,096
해양과학도서관 발간 국제학술지(OSJ) 안내	공유하기	17,608
이그노벨상 관련 정보	링크	13,360
해양과학도서관 해양과기원 40년사 출판기념회 안내	사진	10,784
동북아역사재단 독도전시회 소식	사진	8,812
해양과학도서관의 봄풍경	사진	6,979
툼슨로이터사의 노벨상 수상 예측정보	공유하기	5,926
도서관 신착자료 안내	링크	5,274
해양과학도서관 홈페이지 개편 이벤트	공유하기	4,436
[과학컬럼] 물리학으로 풀어보는 바다를 탐험하는 스킨스쿠버의 비밀	링크	4,052

벤트 게시물의 이용자수가 압도적으로 높았고, 유형별로는 '사진' 콘텐츠의 이용자수가 대체로 높았다. 내용적인 측면에서 살펴보면, 해양과학도서관과 밀접한 관련이 있는 게시물의 이용자수가 매우 높았고, 해양 및 과학기술계의 동향 정보도 대체적으로 높은 이용자수를 나타내고 있다.

트위터의 경우 거의 대부분의 콘텐츠가 주로 모기관의 소식을 리트윗하는 게시물로 나타나 콘텐츠 분석대상에서 제외하였다.

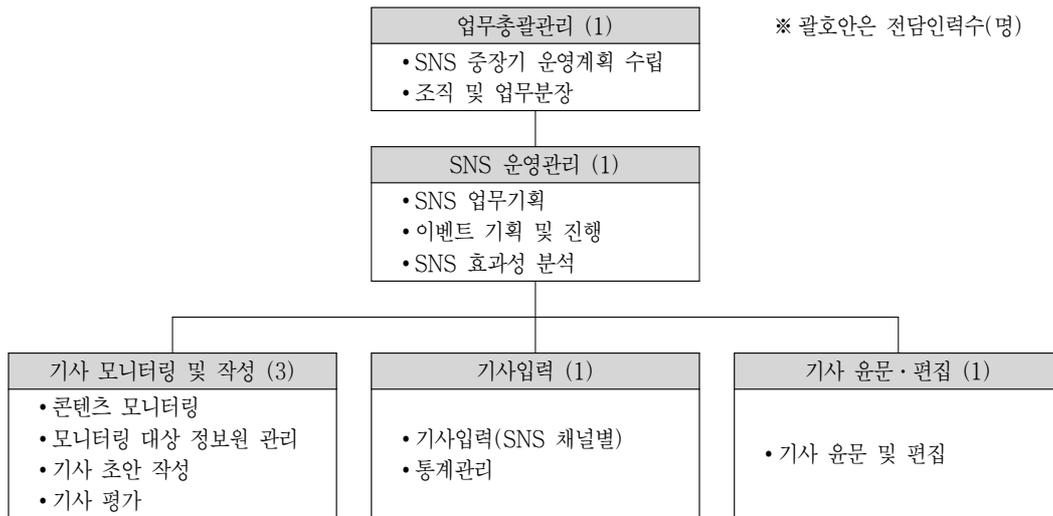
3.5 조직 및 인력

SNS 운영을 위한 조직은 업무프로세스에서 명시된 업무특성별로 다음의 <그림 2>와 같이 전담인력을 배치하여 운영하고 있다. 도서관 직원은 개별적으로 고유 업무를 담당하고 있으며, SNS 관련 업무는 태스크 포스(task force) 형태의 연성조직 구성을 통해 공동업무로 수행

하고 있다. 콘텐츠 발굴과 품질관리는 각 주제별 전담직원이 수행하고, 기사의 입력 및 배포는 아르바이트 형태의 임시직원이 담당한다. 또한 기사의 질적 수준을 제고하기 위하여 기관의 출판업무를 담당하고 있는 전문 출판에디터가 기사 내용을 검토하여 최종 편집한다. SNS 총괄 관리자는 SNS 운영을 위한 홍보 및 이벤트 기획, SNS 효과성 분석, 부가서비스 발굴 등 전반적인 운영을 담당한다.

3.6 홍보

해양과학도서관은 기관내부 이용자를 대상으로 인트라넷, 이메일, 홈페이지, 도서관 방문자 상담 등을 통해 SNS 홍보를 시작하였고, 대외 이용자 확보를 위해서 다양한 이벤트를 실시하고 있다. 대표적인 홍보 방법은 참여형 이벤트로서 실시 현황을 요약하면 다음의 <표 7>과 같다.



<그림 2> 해양과학도서관 SNS운영 T/F 연성조직

〈표 7〉 해양과학도서관 SNS 이벤트 현황(2013년 기준)

구분	이벤트 내용	대상	경품
1차 이벤트	SNS 개설 이벤트 기념	내·외부 이용자	음료 기프티콘
2차 이벤트	도서관 웹진(뉴스레터) 퀴즈	내·외부 이용자	영화예매권
3차 이벤트	신규 전자도서관 이용만족도 조사	내부 이용자	음료 기프티콘
4차 이벤트	도서관 홈페이지 개편 이벤트	내·외부 이용자	음료 상품교환권
5차 이벤트	해양과학도서관 10대 뉴스 선정	내·외부 이용자	영화예매권

참여형 이벤트는 이용자의 즉각적인 반응을 볼 수 있는 페이스북과 트위터를 통해 시행하고 있다. 이벤트 내용은 도서관 콘텐츠, 전자도서관시스템 이용, 도서관 10대뉴스 선정 등 이용자 관심도가 높은 내용을 우선 반영하였다. 이벤트가 종료된 후 결과보고서 작성을 통하여 이벤트 진행과정에서 나타난 영향력과 문제점을 도출하여, SNS 운영에 즉각적으로 반영하고 있다. SNS 이용자 홍보를 위한 두 번째 전략으로는 맞춤형 스폰서 광고이다. 예를 들면 페이스북은 이용자의 특성을 반영한 스폰서 광고를 지원한다. 이 때, 이용자 타겟을 구체적으로 설정할 수 있으며, 이용자의 연령, 주요 관심사에 따른 맞춤형 홍보가 용이하다는 장점이 있다. 해양과학도서관은 SNS 홍보 관련 예산을 별도로 확보하여, 페이스북을 통해 스폰서 광고를 정기적으로 실시하고 있다. 끝으로 각종 세미나 및 학회, 학술발표, 이용자 교육 등 각종 행사 진행 시 도서관 SNS를 집중적으로 홍보하고 있다. 온라인 중심의 홍보 활동과 더불어 면대면 방식의 오프라인 홍보를 병행하여 실시하고 있다.

3.7 운영성과 및 문제점

해양과학도서관의 SNS 운영은 그동안 공공

및 대학도서관의 SNS 연구를 통해 지속적으로 제기되어 왔던, 업무담당자의 SNS 이해 부족, 서비스 운영을 위한 전담인력 부재, SNS의 비체계적 운영, 적극적인 홍보 부족, 이용자 참여율 저조 등의 문제점을 해결하기 위한 현실적 대안을 제시하였다는 점에 그 의의가 있다.

또한 콘텐츠의 지속적인 업데이트와 참여형 이벤트 실시를 통하여 SNS 이용자가 지속적으로 증가하였다. 일례로 페이스북 페이지 팬수는 2013년 1월 기준 346명에서 2014년 6월 기준 4,021명으로 비약적인 성장을 보이고 있다. 트위터의 경우 팔로워수는 1,366명으로 나타나 대학도서관과 같은 대형 도서관의 규모와 대등한 수준을 나타내고 있다.

끝으로 SNS 이용이 도서관 모바일 홈페이지 이용률 향상에 견인차 역할을 했음을 알 수 있다. 이를 검증하기 위해 SNS 이용과 홈페이지 이용자수와의 상관분석을 실시하였다. 이 때 변인설정은 2013년 1년간 통계자료 수집가능 여부를 고려하여 SNS의 경우 페이스북 페이지 팬수로 국한하고, 홈페이지 이용자수는 모바일 홈페이지와 전자도서관으로 구분하였다. 분석결과 페이스북 페이지의 팬수와 모바일 홈페이지 이용자수는 유의수준 0.01 내에서 매우 높은 양의 상관관계($r=.861$, $p\text{-value}=.006$)를 가지는 것으로 나타났고, 반면 전자도서관 홈페이지와는 유의미한

상관관계를 보이지 않았다. 이는 곧 SNS의 이용 특성상 모바일기기의 의존도가 높고, SNS 이용이 모바일 웹페이지 이용에 영향을 미칠 수 있다는 가능성을 추정해 볼 수 있는 결과이다.

이러한 운영성과와 더불어 해양과학도서관 SNS의 운영에서 나타난 문제점을 도출하면 다음과 같다.

첫째, 도서관 SNS의 운영이 이용자와의 소통보다는 주로 일방향적 정보전달을 위해 활용되고 있다. 2013년 1년간 트위터, 페이스북, 블로그의 콘텐츠를 분석한 결과, 참여형 이벤트를 제외하고 대부분 정보전달 목적의 게시물이 높은 비율을 차지하고 있었다. 이러한 문제점을 개선하기 위하여 오프라인 중심의 주제전문서비스 또는 참고정보서비스를 도서관 홈페이지 외에 SNS 채널로 확산하여 이용자와의 소통을 강화할 필요가 있다.

둘째, SNS 운영을 위한 전문도서관의 규모와 인적자원이 상대적으로 열악하므로 해양과학도서관 사례를 그대로 적용하기에는 무리가 있다. 특히 출판업무 담당자가 수행하고 있는 SNS 기사 유통 및 편집 업무의 경우 대부분의 전문도서관에서 동일한 형태로 적용하기 어려우므로 모기관의 홍보 부서와의 연계를 통해 관련 업무를 수행하는 것이 그 대안이 될 수 있다.

셋째, 직원의 업무 부하를 고려하여 SNS 콘텐츠 선정을 위한 의사결정과정을 간소화할 필요가 있다. 특히 외부기관의 모니터링을 통해 발굴한 콘텐츠는 신뢰성과 객관성이 담보되므로, 별도의 평가과정 없이 담당자가 즉각적으로 재배포할 수 있어야 한다.

넷째, SNS 운영에 대한 효과성 검증과 품질 평가가 필수불가결하다. 해양과학도서관의 SNS

운영평가는 이용자수의 증감 분석수준에 그치고 있다. 콘텐츠 유형별 파급력, 도서관 홈페이지 유입 효과, 이용자가 선호하는 콘텐츠 내용 등을 심층적으로 분석할 필요가 있다. 또한 참여형 이벤트 방식으로 SNS 만족도를 전반적으로 체크할 필요가 있다.

다섯째, 특정 SNS 채널의 의존도가 높은 문제점이 있다. 일례로 트위터의 경우 주로 모기관의 뉴스 및 소식에 대한 리트윗 도구로 활용되고 있고, 대부분의 콘텐츠는 페이스북을 통해 생산 및 공유되고 있다.

4. 전문도서관의 SNS 운영방안

이상으로 해양과학도서관의 SNS 운영사례를 살펴보고 그 운영성과와 문제점을 도출하였다. 도서관 SNS의 선행연구와 해양과학도서관의 운영사례를 중심으로 전문도서관 SNS의 운영방안을 도출하면 다음과 같다.

첫째, SNS 채널의 특성을 이해하고, 운영목적에 적합한 채널을 선정하여야 한다. 이용자와의 소통과 간략한 정보전달이 목적인 경우 트위터 운영이 적합하고, 다양한 기관의 콘텐츠를 모니터링 하여 이를 공유하기 위해서는 페이스북이 용이하다. 또한 도서관만의 특화된 전문콘텐츠 제공을 위해서는 게시관 형태의 블로그 서비스가 적합하다. 단, 각 채널별로 콘텐츠를 특성화하기 힘든 경우, 동일한 콘텐츠를 복수의 SNS 채널을 통해 확산할 수 있는 원소스 멀티유스(One Source Multi-Use) 방식의 운영을 고려하는 것도 대안이 될 수 있다. 전문도서관의 경우, 도서관이 독립된 부서로

운영되지 않거나, 1인에 의존하여 운영되는 등 조직 및 인력 측면에서 대학 및 공공도서관에 비해 상대적으로 열악한 실정이다. 따라서 해양과학도서관의 사례와 같이 여러 채널을 동시에 운영하는 것은 소속직원의 업무 과중을 초래할 수 있다.

둘째, 도서관 SNS 운영은 도서관 공식업무로 규정되어 있어야 하고, 일정한 절차와 방법에 따라 체계적으로 수행되어야 한다. 대체로 도서관의 SNS 운영은 부서 내에 SNS 관심도가 높은 직원에 의해 주도적으로 관리되는 경향이 있다. SNS 운영이 장기적인 관점에서 안정적으로 운영되기 위해서는 조직 내 모든 직원이 참여할 수 있도록 연성형 태스크 포스(T/F) 조직으로 구성하고, 단위업무별로 업무분장을 실시하여 공동으로 수행할 필요가 있다. 이 때 기사 모니터링, 선별, 평가 등의 콘텐츠의 발굴 및 질적 수준 관리는 도서관 소속 직원이 전담하고, 해당 자료의 입력과 관리는 IT 관심도가 높은 대학생 등의 단순일용직 고용을 통해 보완할 수 있을 것이다. 또한 업무담당자별로 SNS에 대한 교육 이수의 기회를 제공할 수 있어야 한다. 도서관 부서의 장은 SNS 업무에 대한 중장기 계획을 수립해야 하고, 운영업무에 대한 실적과 성과에 대해 지속적으로 관리할 필요가 있다. 도서관이 독립적이지 못한 기관의 경우 도서관 소관부서 및 홍보부서와의 적극적인 업무공유가 필요하다.

셋째, 전문도서관의 SNS는 도서관의 전문주제에 특성화되어 있어야 하고, 모기관 직원 및 연구자의 관심사가 되는 콘텐츠를 발굴하여 제공할 수 있어야 한다. 사례조사를 통해 도출된 콘텐츠 제공시 고려사항을 요약하면 다음과 같다.

- 도서관이 소속된 모기관과 관련된 콘텐츠를 발굴하고, 소속 이용자의 관심도를 유발할 수 있는 콘텐츠를 지속적으로 개발한다.
- 모니터링 자료 보다 도서관 자체 생산자료의 이용도가 높으므로, 자체 생산자료의 비율을 높인다.
- 조직차원에서 운영하는 SNS는 콘텐츠는 객관성과 신뢰성이 확보되어야 하므로 자체생산자료는 배포 이전에 충분한 평가 및 심의과정을 거쳐야 한다.
- 텍스트 및 링크 중심의 콘텐츠 보다 사진, 동영상 중심의 콘텐츠 이용도가 높은 편이므로 해당 콘텐츠 개발에 집중하여야 한다.
- 모니터링 자료는 SNS 부가기능을 이용하여 모기관 관심사, 도서관계 관심사, 전문주제정보 등의 영역별로 구분하여 해당정보원을 그룹화하여 관리한다.
- 상시 콘텐츠 모니터링 체계를 구축하여 콘텐츠를 지속적으로 생산할 수 있어야 한다.
- 도서관 홈페이지와 모바일 홈페이지의 유입을 유도하는 콘텐츠를 생산한다.

넷째, 도서관 SNS 이용을 활성화하기 위한 다양한 홍보 활동을 실시해야 한다. SNS는 운영과 동시에 타깃이 되는 이용자를 지속적으로 확보해야 한다. 이용자가 없는 콘텐츠는 활용 가치가 없으므로, SNS의 운영 초기에는 참여형 이벤트의 형태로 실시하는 것이 효과적이다. 참여형 이벤트의 주제는 도서관의 콘텐츠 및 서비스와 연관되는 것으로 개발하고, 이를 통해 도서관의 인지도와 이용률을 높일 수 있어야 한다. 또한 SNS 채널별로 제공되는 이용자 맞춤형 광고를 실시할 수 있다. 특히 페이스북 운영 시 및

춤형 광고는 이용자의 관심 주제분야, 연령, 성별대 등 개인특성에 따라 타겟을 설정하여 수행할 수 있는 장점이 있다. 더불어 행사, 세미나, 학술대회, 이용교육 등 오프라인 상의 SNS 홍보활동도 병행할 필요가 있다.

다섯째, 정기적인 SNS 운영성과와 이용현황 분석을 통해 도출된 서비스 개선방안은 SNS 운영에 적극적으로 반영해야 한다. 이를 위하여 이용자 만족도 설문조사와 SNS 이용 로그 분석 등을 실시할 수 있다. 예를 들어 페이스북의 인사이트 통계시스템을 통해 일별·시간대별 접속 동향을 파악하고 이용자가 선호하는 정보유형과 내용을 도출할 수 있다. 트위터의 경우 각종 통계분석 어플리케이션을 활용하여 팔로워의 특성과 선호하는 트위터 게시물 유형 분석이 가능하며, 블로그는 스마트리포트를 활용하여 검색 유입 경로와, 방문자 현황, 이용자 선호 포스트 유형을 분석할 수 있다.

마지막으로, SNS 이용자를 도서관 이용자로 적극 유도해야 한다. 도서관 SNS의 궁극적 목표는 전문도서관의 특화된 콘텐츠와 서비스를 널리 알려 최대한 많은 이용자에게 도서관 서비스를 제공하기 위한 것이다. 도서관의 콘텐츠와 서비스를 적극적으로 노출하고, 이를 접한 SNS 이용자들이 링크서비스를 통해 전자도서관, 모바일 홈페이지 이용이 가능하도록 유입해야 한다. 이를 위해 시스템 로그 분석을 심층적으로 실시하고 이용자 유입효과가 높은 콘텐츠를 집중적으로 SNS를 통해 게시해야 한다. 또한 트위터, 페이스북, 블로그와 전자도서관, 모바일 홈페이지가 원클릭으로 이동할 수 있도록 유기적으로 연결하여 궁극적으로 유비쿼터스 도서관을 구현하여 도서관 서비스의 접

근성을 제고할 필요가 있다.

5. 결 론

전문도서관은 SNS를 활발히 운영하고 있는 대학 및 공공도서관에 비해 운영이 활성화되지 못하고 있으며, 서비스는 출발점에 서 있다. 전 세계적으로 SNS가 이미 대중화되었고 그 파급력 또한 높음에도 불구하고 전문도서관은 인력과 예산부족으로 인하여 SNS 운영을 등한시하여 왔다. 전문도서관은 타관종에 비해 소장자료의 전문성과 가치가 매우 높으며, 기관 이용자의 정보요구는 매우 구체적이고 전문적이다. 이에 전문도서관은 SNS를 통해 이용자와 적극적으로 소통하고, 고부가 가치의 정보를 선별하여 다수의 이용자가 접근할 수 있도록 널리 확산할 필요가 있다.

이 연구에서는 해양과학도서관의 사례를 중심으로 SNS 운영을 위한 조직, 인력, 콘텐츠, 홍보 등의 분석을 통해 전문도서관의 SNS 운영방안을 제시하였다. 이 연구가 전문도서관 SNS 운영을 위한 추진전략과 운영방안 도출을 위한 기초자료가 되기를 기대한다. 또한 현재 SNS를 개설하지 않은 도서관에게는 SNS 서비스의 필요성과 그 효과성을 전달함으로써, SNS 신규 운영을 위한 기반이 되기를 희망한다.

마지막으로 향후 타관종과 차별화되는 전문도서관 SNS 특화 방향을 제안하면 다음과 같다.

첫째, 전문도서관 직원 간 업무 소통과 협력 강화이다. 현재 전문도서관은 인력 감축과 예산 감소로 인하여 그 기능과 위상이 위축되어 있고, 모기관의 성격과 기능에 따라 규모와 서

비스 격차가 심해지고 있다. 특히 전문도서관 직원들은 소수인력으로 인한 운영의 한계점을 경험하는 등 도서관 업무수행에 많은 어려움을 겪고 있다. 도서관 업무과정에서 문제점이 발생할 경우 인적 네트워크에 의존하여 문제를 해결하려는 경향이 있으며 이마저도 출신학교 및 소속단체에 한정된 네트워크인 경우가 많아 다양한 의견 공유와 업무 노하우를 습득하기 어렵다. 이를 위해 도서관간 정보 교류, 업무 연대 측면에서 페이스북 그룹, 트위터 리스트 기능 등 SNS의 부가기능을 활용하여 전문도서관 직원간의 업무협력을 강화할 필요가 있다.

둘째, 모기관의 연구 및 학술성과의 확산이다. 전문도서관은 모기관 소속직원에 대한 정보센터 역할 뿐 아니라, 조직 내 연구성과에 대한 홍보와 확산을 적극적으로 실시할 필요가 있다. 이를 위해 모기관 소속 연구자들의 논문, 연구보고서, 특허와 관련된 주요성과에 대한 이차 활용도를 높일 수 있도록, SNS를 통해 적극적으로 홍보할 수 있다. 더불어 모기관이 생산하고 있는 단행본, 전문서적, 연구보고서 등의 각

종 출판물에 대한 상세한 정보제공을 통해 연구 및 교육 분야의 활용도를 제고할 수 있다.

셋째, 이용자와 소통의 게이트웨이로서 역할 강화이다. 양방향 소통이 가장 큰 특징인 SNS는 이용자의 반응을 즉각적으로 파악할 수 있는 매체이다. 상대적으로 이용자수가 많은 대학 및 공공도서관에서는 SNS를 주로 이용자와의 소통수단으로써 활용하여 왔다. 전문도서관에서도 주로 이메일, 유선전화, 방문상담을 통해 처리하던 도서관 참고정보서비스를 SNS 채널로 확대하여 운영하고, 도서관에 대한 요구사항과 문제점을 실시간으로 모니터링 할 수 있는 체계를 마련할 필요가 있다.

마지막으로 도서관 직원을 통한 소셜 큐레이션 역할 수행이다. SNS를 통해 생산되는 정보는 기하급수적으로 증가하고 있으나, 정보의 신뢰성과 객관성을 가늠하기는 더욱 어려워졌다. 특히 전문도서관은 전문정보 제공의 주체로써, 방대한 정보 중에서 최적의 정보를 선별하고, 수집하고, 이용자에게 배포하는 “큐레이터”로서의 역할이 필요하다.

참 고 문 헌

- [1] 김지은, 노영희. 2013. 도서관 SNS 마케팅 활성화 방안에 관한 연구. 『한국비블리아학회지』, 24(3): 157-180.
- [2] 변희균, 조현양. 2013. 국내 도서관의 소셜네트워크서비스 실태조사. 『한국도서관·정보학회지』, 44(3): 255-275.
- [3] 이란주, 김수영. 2011. 국내 대학도서관 블로그의 현황 및 활성화 방안에 관한 연구. 『한국비블리아학회지』, 22(3): 57-73.
- [4] 이수상. 2012. 도서관 페이스북 페이지의 운영 실태에 관한 기초연구. 『한국도서관·정보학회지』, 43(4): 347-372.

- [5] 이유진, 곽승진. 2011. 대학도서관 소셜네트워크서비스의 활성화 방안에 관한 연구. 『한국정보관리학회 학술대회 논문집』, 18: 43-51.
- [6] 조재인. 2008. 도서관 정보 수요자를 위한 소셜 네트워크 서비스 도입에 관한 연구. 『한국도서관·정보학회지』, 39(2): 169-186.
- [7] 조정연. 2011. 대학도서관 소셜 네트워크 서비스의 현황과 필요성에 대한 연구: 마케팅 관점과 이용자 특성을 중심으로. 사대도협 연구보고서, 11. 서울: 한국사립대학교 도서관협의회.
- [8] 최연진, 정연경. 2013. 공공도서관의 소셜 네트워크 서비스 활성화 방안에 관한 연구. 『한국비블리아학회지』, 24(4): 319-340.
- [9] 한중엽, 임보람. 2013. SNS로 도서관 서비스를 Boost 하라! 『제50회 전국도서관대회논문집』, 166-183.

• 국문 참고자료의 영어 표기

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

- [1] Kim, Ji Eun and Noh, Younghee. 2013. "A Study on the Optimization of Library SNS Marketing." *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Management*, 24(3): 157-180.
- [2] Byeon, Hoi-Kyun and Cho, Hyun-Yang. 2013. "A Study on the Using of Social Network Services of Libraries in Korea." *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 44(3): 255-275.
- [3] Lee, Lan-Ju and Kim, Soo-Young. 2011. "A Study on the Utilization of Blogs in University Libraries at Korea." *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Management*, 22(3): 57-73.
- [4] Lee, Soo-Sang. 2012. "A Preliminary Study on the Current Condition of University Library Facebook Pages: around Korean & USA University Libraries." *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 43(4): 347-372.
- [5] Lee, Yoo-jin and Kwak, Seung-Jin. 2011. "A Study on the Activation of Social Network Service of University Libraries." *18th Proceedings of the Korean Society for Information Management*, 18: 43-51.
- [6] Cho, Jane. 2008. "A Study on Social Network of Library Information User." *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 39(2): 169-186.
- [7] Cho, Jeong Youn. 2011. "A Study on Social Network SEsrvice in University Libraries: From the Perspective of Marketing and Library Users." Report of Korean Private University Library

- Association, 11. Seoul: Korean Private University Library Association.
- [8] Choi, Yeon Jin and Chung, Yeon Kyoung. 2013. "A Study on Activating Social Network Services for Public Libraries in Korea." *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Management*, 24(4): 319-340.
- [9] Han, Jong yup and Lim, Bo Ram. 2013. "Boost Library Service with SNS." *Proceedings of the 50th Annual Conference of Korean Library Association*, 166-183.