

트위터를 활용한 공공도서관 서비스 활성화 방안 연구

The Study on the Activation of Public Library Services Utilizing Twitter

오 의 경*
Eui-Kyung Oh

차 례

- | | |
|-----------|-------------------------------|
| 1. 서 론 | 5. 우리나라 공공도서관 트위터 활용
방안 제안 |
| 2. 이론적 배경 | 6. 결론 및 제언 |
| 3. 연구 방법 | · 참고문헌 |
| 4. 분석 결과 | |

초 록

본 연구는 트위터를 활용한 공공도서관 서비스 활성화 방안을 제시하였다. 2개월 간 5개 미국 공공도서관 트위터의 1,373개의 트윗들을 모두 수집 분석하여, 내용 유형별로 그룹핑하고, 공공도서관 서비스로의 적용 가능성을 조사하였다. 도서관 홈페이지 정보의 자동 트윗, 시의성 있는 정보의 반복 트윗, 해쉬 태그의 생성, 다양한 소셜 미디어의 동시 사용, 적극적인 리트윗과 리플라이, 트윗봇과 같은 트위터 프로그램을 활용하여 공공도서관의 서비스를 활성화 시킬 수 있음을 제안하였다. 향후 연구에서는 트위터 서비스에 대한 이용자와 사서의 만족도 조사와 같은 서비스 평가가 이루어져야 한다고 하였다.

키 워 드

공공도서관, 소셜네트워크서비스, 소셜미디어, 트위터, 도서관서비스

* 상명대학교 문헌정보학과 강사(ohspace@paran.com)
• 논문접수일자: 2012년 3월 19일
• 최종심사(수정)일자: 2012년 4월 9일
• 게재확정일자: 2012년 4월 19일

ABSTRACT

This study showed the activation of public library services utilizing twitter. Top five American public library twitter's 1,373 tweets collected, analyzed by content types and examined applicability into public library services. Based on the results, it suggested that public library services can be activated by auto-tweeting informations within home page, re-tweeting of timely informations, generating HASH tag, using diverse social medias, active re-tweeting/replying, and utilizing twitter programs such as twit-bot. Finally, the study proposed that evaluations about twitter services such as satisfaction survey should be carried out.

KEYWORDS

Public Libraries, Social Network Services, SNS, Social Media, Twitter, Library Services

1. 서론

최근 몇 년 사이, 새로운 정보통신기술의 지속적인 개발과 진보로 본격적인 스마트 워크 시대가 열렸다. 우리나라 이동통신 가입자 3.3명당 1명꼴로 스마트폰을 사용하고 있으며, 2009년 상반기 25만여 명이던 스마트폰 가입자 수는 2011년 상반기 1,500만 명으로 급속하게 증가하였고, 2012년 3월 현재 약 2,500만 명으로 추정되고 있다(서울경제 2012. 3. 12; 문화일보 2011. 7. 13). 스마트 기기의 이용이 보편화되면서, 스마트 기기에서 구현되는 다양한 어플리케이션이 개발되어, 교육, 교통·통신, 금융, 방송·음악, 엔터·건강, 게임·오락 등 사회 전반에서 확대 사용되고 있다.

뿐만 아니라 스마트 기기를 주요 플랫폼으로 하는 트위터, 페이스북, 카카오톡 등과 같은

소셜 미디어의 사용도 급격하게 증가하였다. 대표적인 소셜 미디어인 트위터의 경우, 2012년 3월 현재, 투프차트(twopcharts.com)에 의하면 전 세계 가입자 수가 5억 명을 넘어섰으며, 트위터 한국인 인덱스(twitter korean index, <http://tki.oiko.cc/>)에 의하면 우리나라 가입자 수는 610만 명을 넘어섰다.

소셜 미디어는 스마트 기기를 사용하여 손쉽게 정보를 주고받을 수 있고, 빠른 속도로 정보를 확산시킬 수 있으며, 같은 관심 주제를 가진 사람들의 의견을 실시간으로, 수평적으로 교류할 수 있는 첨단 미디어이다. 그러나 개인적인 친목기반의 성격이 강하기 때문에 정체되지 않은 다양한 언어가 사용되고, 지극히 개인적인 이야기가 노출되며, 확인되지 않은 루머나 검증되지 않은 정보들이 유통되는 등 부정적 측면도 있다. 이러한 부정적 측면 때문에 공

공 기관의 소셜 미디어 활용에 대하여 다소 의문이 제기되기도 하지만, 스마트 기기의 보편적 사용과 소셜 미디어 사용자 증가라는 트렌드에 따라, 기업, 교육기관, 공공기관 등에서는 정보 공지, 서비스 안내 및 홍보의 수단으로 활용되는 사례가 점점 늘고 있다.

도서관계도 사회의 다른 분야들과 마찬가지로, 트위터를 비롯한 소셜 미디어의 도입이 보편화 되고 있다. 미국의 경우, 이미 6-7년 전부터 도서관들이 다양한 소셜 미디어들을 활용하고 있으며, 현재는 단일의 소셜 미디어를 활용하는 것에서 더 나아가 복수의 미디어를 채택하고, 미디어의 성격에 맞도록 정보를 분산해서 게시하고, 서로 연동하는 등, 소셜 미디어의 특성과 소셜 미디어에 대한 이용자 취향도 고려하여 서비스하고 있다.

우리나라의 경우에는 대학도서관을 중심으로 소셜 미디어의 활용이 점차 확산되는 추세이지만, 공공도서관에서의 활용 사례는 드물다. 공공도서관은 전통적인 도서관 서비스 외에도, 각종 강좌·교육, 오락·취미, 클럽활동, 지역 정보 등 매우 폭넓고 다양한 서비스를 제공하고 있지만 도서관을 방문하거나 도서관 홈페이지에 접속하여 능동적으로 관련 정보를 추구하지 않으면 서비스 내용을 완전히 알기 어렵다. 일반적으로 도서관 서비스와 프로그램 정보들은 도서관내 안내 자료의 비치, 게시판 공지, 지역 신문이나 지역 사이트를 이용하는 방법으로 이용자에게 제공되기 때문에 이용자가 도서관을 방문하거나 관련 신문이나 사이트에 직접

접근해야만 작용할 수 있는, 즉 이용자의 능동성이 전제되어야 하는 어려움이 있다.

만일, 공공도서관이 트위터에 도서관의 새로운 소식, 프로그램 안내, 정보관련 중요한 팁 등을 게시하여 제공한다면, 이용자들은 도서관 트위터를 팔로우하거나 리스트 하는 것만으로, 도서관에서 제공하는 새로운 정보들을 놓치지 않고 얻을 수 있을 것이다. 도서관의 입장에서는 도서관 서비스와 자료를 홍보할 수 있는 수단이 되는 것이며, 이용자 입장에서는 도서관 홈페이지를 브라우징하거나 도서관에 직접 방문하지 않아도 트위터 어플을 한두 번 터치하는 것으로 도서관의 중요 정보를 인지하게 되어, 도서관과 이용자 모두에게 효율적이라고 할 수 있다.

이러한 맥락에서, 본 연구는 소셜 미디어 활용이 공공도서관 서비스 효율성에 기여할 것을 가정하고, 대표적인 소셜 미디어인 트위터를 대상으로, 국외 공공도서관의 활용 사례를 조사·분석하고 이를 바탕으로 국내 공공도서관 서비스에 적절한 트위터 활용 방안을 제안하고자 한다.

2. 이론적 배경

본 장에서는 본 연구의 분석 대상인 트위터의 개요와 기능에 대하여 살펴보고, 도서관 서비스와 트위터(소셜 네트워크)에 관한 연구를 소개하고자 한다.

2.1 트위터(twitter) 개요와 기능

트위터는 2006년 Jack Dorcy, Evan Williams, Biz Stone 등에 의해 개발된 마이크로 블로그로서 한 번에 최대 140자로 제한된 범위에서 간단한 메시지를 올릴 수 있는 공간이다. 블로그의 이웃(친구 맺기) 기능과 메신저의 신속성을 동시에 갖춘 소셜 네트워크 서비스로서, 팔로우(follow)라는 단위를 중심으로 소통하게 된다. 다른 마이크로 블로그와 다른 점은 팔로우 지정이 상대방의 허락 없이도 이루어진다는 점이다. 관심 있는 사람(혹은 단체)의 트위터를 팔로우하면 그 트위터의 트윗 내용이 자신의 타임라인에 뜨게 된다.

관련된 주요 기능어는 <표 1>과 같다.

2.2 선행 연구

도서관에 소셜 네트워크가 도입된 것은 대체로 2006년경 이후로 볼 수 있다. 역사가 오래되지 않고, 소셜 네트워크 자체가 개인적인 유대에 기반을 두기 때문에 관련된 학술연구가 많지 않다.

사회 전반에서 소셜 네트워크의 개념을 도입하고 적용하기 시작하면서, 도서관계도 관심을 갖기 시작했으나, 초반의 조사 연구를 보면 소셜 네트워크의 도입에 대한 인식태도는 부정적이었다. 2007년 OCLC는 소셜 네트워크와 도서관에 대한 광범위한 인식 조사를 실시하였다. 그 결과 소셜 네트워크가 도입되어야 한다는 견해, 도입되었을 때 적극적으로 활용하겠다는 견해는 각각 13%, 14%에 불과했다(OCLC 2007). 같은 해, 한국교육학술정보원

<표 1> 트위터의 주요 기능어

Following (팔로잉)	내가 메시지를 구독하고자 하는 대상. 특정한 트위터를 구독하는 것.
follower (팔로워)	나의 메시지를 구독하는 대상. 특정한 대상에 의해 구독을 당하는 것.
Tweet (트윗)	트위터 메시지 창에 메시지를 작성해서 올리는 것. 혹은 그 메시지 자체를 의미.
@user_id (멘션)	누군가를 지정하여 트윗하거나, 누군가를 언급할 때, 주로 글머리에서 사용(예를 들어, 트위터 메시지 창에 '@nypl Hi~'라고 입력하면, 아이디 nypl에게 'Hi~'라는 메시지를 보낸 것이다. 이 경우, nypl의 트위터에 알림이 가도록 설정할 수도 있다).
RT (Re-Tweet, 리트윗)	다른 사람이 트윗한 것을 다시 트윗하여 내 팔로워들에게 전달하는 행위. 리트윗만 할 수도 있고, 의견이나 느낌을 첨가하여 리트윗 할 수도 있음.
Time line (타임라인)	내가 관계 맺고 있는 모든 팔로잉과 팔로워들이 트윗하는 메시지가 실시간으로 올라오는 곳.
list (리스트)	그룹 관리 기능, 팔로잉들을 주소록처럼 그룹핑하는 기능.
# (해쉬 태그)	관심사가 비슷한 사람들끼리 '# 키워드' 혹은 '구절'과 같은 형식을 사용하여 메시지를 주고받음으로써 특정 키워드 혹은 구절에 관심 있는 사람들끼리 소통할 때 사용 가능함.

출처: <<http://blog.naver.com/jamanwa/141708416>>.

은 라이브러리 2.0과 도서관에 관한 포럼에서, 소셜 네트워크는 학술정보의 특성상 도서관에 적용되기 어렵다는 의견이 언급되었고, 발전 가능성은 있지만, 여러 가지 제도적 준비와 보완이 필요하다는 논의가 있었다(한국교육학술정보원 2007).

본격적인 국내의 학술 연구로, 조재인(2008)은 소셜 네트워크의 개념, 소셜 네트워크에 대한 도서관의 인식, 소셜 네트워크가 지원할 수 있는 도서관 서비스 등에 대하여 광범위하게 조사하였고, 도서관 도입을 위해서는 사회적 어휘의 사용, 다수군중의 참여, 소셜 네트워킹과 개인적 작업의 연계가 기본 요소로 갖춰져야 하고, 정보객체 중심, 관심사 중심으로 소셜 네트워크가 지원되어야 하며, 되도록 다수의 군중으로 확산될 수 있는 도서관 정보 소셜 네트워크가 되어야 한다고 하였다.

김예린과 정영미(2010)는 미국 의회도서관, 미국 뉴욕 공공도서관, 영국 국립도서관, 국립중앙도서관 디브리리, 포스텍 청암학술정보관의 트위터의 현황, 목적, 인터페이스 등에 대하여 조사하였다. 특히 국외 도서관의 트위터들은 신속한 정보전달을 목적으로 하는 반면에, 국내 도서관 트위터들은 도서관과 이용자와의 일상적인 대화가 포함되는 가벼운 소통의 도구로 사용되는 경향이 있다고 하였다. 팔로잉 수나 팔로워 수로 볼 때 트위터의 영향력이 상당히 저조하므로 그 원인 분석과 활성화 방안이 논의 되어야 한다고 하였다.

노영희(2010)는 도서관 3.0의 개념과 모형

을 확립하는 연구에서, 주요한 기술로서 리얼타임 모바일 웹을 소개하면서, 동적인 웹에 동적으로 접속할 수 있는 소셜 네트워크 서비스의 가능성을 언급하였다.

2010년 미국 콜로라도 주립도서관 도서관연구서비스(Library Research Service)는 전국 표본으로 미국 전역에 위치한 584개 도서관, 콜로라도 주 내 105개 도서관을 포함해 총 689개 공공도서관을 대상으로 미국 공공도서관의 인터넷 기술 현황을 조사하고, 또한 인터넷 기술을 이용하고 있는 도서관의 특징을 조사하였다. 조사 결과 보고서 중 소셜 미디어에 대한 동향보고에서, 2008년 이후 2010년까지 약 2년간 페이스북 이용자가 급증하여, 인구 50만 명 이상에 서비스하는 공공도서관 10곳 중 8곳(80%)이 페이스북 페이지를 가지고 있고, 1만 명 미만에게 서비스하는 공공도서관도 5곳 중 1곳(18%)이 페이스북을 통하여 소통하고 있는 것으로 조사되었다고 밝혔다. 또한 플리커나 트위터와 같은 매체를 복수로 운영하고, 영상의 경우 유튜브로 그 채널을 옮겨 가는 경향을 보였고, 조사 대상 시기에 트위터가 강력한 매체로 부상하였다고 보고하였다(Zeth Lietzau and Jamie Helgren 2010).

이와 같이 현재의 연구는 소셜 네트워크 서비스의 도입과 적용의 역사가 짧기 때문에, 분석적으로 이루어지지 않는 것이다. 개념에 대한 정의, 도서관 적용 가능성에 대한 인식, 새로운 기술로서의 가능성, 선진적인 소셜 네트워크 서비스 이용기관에 대한 현황 분석 등에서 소

수의 연구가 있을 뿐이다. 이러한 맥락에서 본 연구는 실제로 적용 가능한 방안들을 사례 조사 분석을 통해 추출하여 제안해 보고자 한다. 이러한 연구는 소셜 네트워크 관련 연구의 새로운 시도로 향후 소셜 미디어를 통한 정보서비스 프로그램 개발 등에 기여할 수 있을 것으로 본다.

3. 연구 방법

공공도서관의 트위터 활용 방안을 제시하기 위하여, 소셜 네트워크 미디어의 활용 사례를 수집하고 분석 조사하였다. 국내 공공도서관의 소셜 미디어 활용 사례는 드물기 때문에, 국내보다 오래 전부터 서비스를 실시해 온 미국의 공공도서관 사례를 조사하였다. 미국의 공공도서관들은 소셜 미디어로 트위터, 페이스북, 포스퀘어, 유튜브, 텀블러 등을 함께 사용하는 경우가 대부분이지만, 본 연구의 분석은 트위터에 한정하고자 한다.

사례 조사 대상으로는, 미국 공공도서관 트위터 중에서 팔로워 수가 많은 상위 9개를 제시했던 2010년 NFI research firm의 조사를 기준으로, 상위 5개의 미국 공공도서관 트위터를 선정하였다. 선정된 5개 도서관 트위터는 뉴욕공공도서관 트위터(NewYork public library, 이하 @nypl), 휴스턴 공공도서관 트위터(Houston public library, 이하 @houstonlibrary), 캔사스 시티 도서관 트위터(Cansas city library,

이하 @KCLibrary), 콜럼버스 메트로폴리탄 도서관 트위터(Columbus metropolitan library, 이하 @columbuslibrary), 그리고 헤네피 시티 도서관 트위터(Henepin city library, 이하 @hclib)이다(NFI research firm 2010).

각 도서관 트위터 타임라인의 트윗들 중 2011. 12. 9부터 2012. 2. 9까지 약 2개월간의 모든 트윗들을 수집하여, 내용 유형별로 분류하고, 리트윗, 링크, 리플라이 등 현황을 통계적으로 다루었고, 기타 도서관별 특이사항 등에 대하여 조사하였다.

4. 분석 결과

4.1 연구 대상 도서관 트위터 일반 현황

2010년 조사에서, @nypl는 19,000 이상의 팔로워와 소셜 네트워크를 유지하고 있었고, @houstonlibrary는 4,000 이상, @KCLibrary는 3,000 이상, @columbuslibrary와 @hclib는 2,000 이상의 팔로워와 관계를 형성하고 있었다. 2년이 경과한 지난 2012년 2월을 기준으로, 5개 도서관 트위터 모두 팔로워 수가 크게 증가하였다. 각 트위터별 팔로잉 수, 타임라인의 일일 평균 트윗 수 등은 <표 2>와 같다.

팔로워가 가장 많이 증가한 트위터는 @nypl로 약 10배가량 증가하였으며, 다음으로 @columbuslibrary, @KCLibrary, @houstonlibrary,

〈표 2〉 사례 조사 대상 트위터 개요

@도서관	2010	2012 (02.09 현재)			최초 가입일
	팔로워	팔로워	팔로잉	트윗 수 (일일 평균 트윗 수)	
@nypl	19,000+	189,424	92	7,117(6.1)	08.11.22.
@houstonlibray	4,000+	7,438	7,019	2,286(1.3)	07.05.08.
@KCLibrary	3,000+	6,318	2,367	3,920(3.0)	08.05.29.
@columbuslibrary	2,000+	8,109	3,557	2,365(2.1)	08.12.18.
@hclib	2,000+	3,538	3,041	3,285(3.4)	08.02.27.

@hclib의 순이다. 전반적으로 스마트 기기 사용과 소셜 미디어 이용자 급증으로 인한 결과로 보인다. 일일 평균 트윗 횟수는 @nypl이 6.1회로 가장 많고, 그 다음으로 @hclib 3.4회, @KCLibrary 3.0회, @columbuslibrary 2.1회, @houstonlibrary 1.3회 순이다. @nypl은 팔로워 수에 비하여 팔로잉 수가 극도로 적는데, 뉴욕 공공도서관의 역할과 구조에 의한 현상으로 보인다. 다른 트위터들은 팔로워 수와 팔로잉 수가 유사하거나 팔로워 수가 팔로잉 수보다 2~3배가량 많은 것으로 조사 분석되었다.

4.2 연구 대상 도서관 트위터 내용 유형 분석 결과

각 도서관 트위터별 트윗 내용유형에 관한 분석 결과는 다음과 같다.

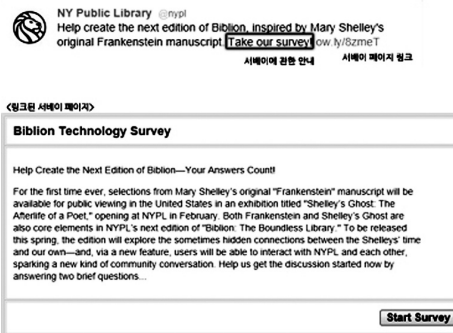
4.2.1 @nypl

@nypl은 약 2년 사이 팔로워가 10배가량 증가하였다. 조사 기간 동안의 일일 평균 트윗 횟수는 약 9.5회로, 계정이 만들어진 08. 11. 22.

이후 일일 평균 트윗 횟수인 6.1회를 크게 상회하는 수치이다.

트윗 분석 결과, 내용 유형은 ① 도서관 이용과 도서관 소장 자료 이용 관련, ② 소장 자료 추천 및 소개(도서, 전자책, DVD, DB, 이미지 등), ③ 도서관 소식(역사, 정책 등), ④ 도서관 및 지역정보 관련 칼럼 및 기사, ⑤ 공공도서관 프로그램에 관한 정보 등으로 분석되었다. 이 중에서 공공도서관 프로그램이나, 지역에서 제공되는 프로그램에 대한 안내 공지가 가장 많은 비중을 차지하였다(36.1%).

이용자 대상의 서베이 페이지가 링크되어, 서베이 참여를 유도하고 있으며(〈그림 1〉 참



〈그림 1〉 서베이 안내 트윗과 링크 페이지

조), 시의 적절한 이벤트(예를 들어, valentines, new year)를 공지하거나 해쉬 태그를 붙여서 제시함으로써 트위터 구독자들 간의 공감대를 형성하도록 유도하고 있다(〈그림 2〉 참조). 그 외에도 지역주민의 관심사(예를 들어, football game 일정이나 경기 결과, 날씨)에 관한 응답 등도 트윗 대상이 되고 있다(〈그림 3〉 참조).



〈그림 2〉 키워드 valentines의 해쉬 태그 처리



〈그림 3〉 football 경기에 관한 멘션과 사진 링크

조사 대상 트윗들 중 83.2%가 홈페이지, 블로그, 페이스북, 텀블러, 유튜브, 포스퀘어, 플리커를 출처로 하고 있고, 각각의 링크 주소 게시하고 있다.

@nypl은 각 미디어의 특성별로 게시 글을 올린 후, 피드 방식으로 연동되도록 하고 있다. 예를 들어, 홈페이지에 소개된 도서관 프로그램 안내 게시 글은 트위터로 연동되어 있어, 간결한 문장과 홈페이지 내 해당 페이지로의 링크 주소가 함께 게시된다. 간결한 문장으로 대략적인 정보 내용을 파악한 후, 링크를 따라 홈페이지로 이동하면 완전한 게시물에 접근하게 된다. 유튜브와 연동의 예는 〈그림 4〉와 같다.



〈그림 4〉 관련 동영상이 있는 유튜브 링크를 제공한 트윗 사례

링크 출처는 홈페이지가 전체의 64.7%를 차지하여 가장 비중이 높았으며, 그 내용은 도서관 프로그램 안내와 개요이다. 추천도서 관련 트윗은 블로그, 칼럼이나 기사 관련 트윗은 텀블러, 이미지를 게시한 트윗은 플리커가 출처이다. 도서관 이용 팁이나 재미있는 도서관 관련 영상은 유튜브를 출처로 하고 있다.

다른 트위터 계정의 트윗을 리트윗한 사례는 26회(5.5%), 리플라이 멘션을 한 사례는 52회(10.9%)로 전체 트윗 횟수를 기준으로 볼 때 매우 적다. 팔로잉 수와 팔로워 수의 비율은 약 1:2,059로, @nypl을 구독하는 트위터는 많지만, @nypl은 구독하는 트위터들의 정보를 적극적으로 받아들일 의도는 없는 것으로 판단된다.

정리하면, 뉴욕 공공도서관은 많은 수의 분관을 거느리고 있어 제공하는 서비스나 공지 내용이 많기 때문에 다른 분석대상 도서관 트위터들보다 트윗의 횟수 또한 많고, 정보의 유형이나 내용에 따라서 적합한 소셜 미디어를

선택적으로 사용하며, 다른 기관의 정보에는 민감하지 않은 것으로 보인다.

4.2.2 @houstonlibrary

@houstonlibrary는 2010년 조사를 기준으로 할 때, @nypl 다음으로 팔로워 수가 많은 도서관 트위터였으나, 2012년 현재는 @columbuslibrary 보다도 팔로워 수가 적어 연구 대상 트위터 중 팔로워 수가 세 번째로 많다. 지난 2년 간 팔로워 수는 약 0.54배 증가하였고, 팔로잉 수와 팔로워 수의 비율은 거의 1:1에 가깝다. 관련 기관이나 이용자들의 트위터를 구독하고 있으며, 상호 간의 팔로우(맞팔로우)를 통하여 적극적인 수평 네트워킹을 유지하고 있음을 알 수 있다. 조사 기간 동안의 트윗 횟수는 일일 평균 5.5회로 계정 등록 이후 일일 평균 트윗 횟수인 1.3회를 크게 상회한다. 분석한 트윗의 내용을 보면, ① 도서관 및 도서관 자료 이용 관련 트윗과 그와 관련된 이용자 질문에 리플라이한 트윗이 21건이었고, ② 소장 자료 소개 및 추천이 2건, ③ 도서관 관련 소식 및 역사 관련 23건, ④ 도서관 및 지역 관련 칼럼 및 기사 1건, ⑤ 도서관이나 지역 관련 기관에서 개최하는 프로그램(이벤트, 공연 등)이 267건, ⑥ 기타 일상에 관한 잡담 13건으로 분석되었다. @nypl과 유사하게, 프로그램 안내 트윗이 가장 많았고(81.6%), 소장 자료의 소개나 자료 추천에 대한 트윗은 없다.

전체 327건의 트윗 중에서 다른 계정의 트윗을 리트윗한 사례는 45건으로 전체 트윗의

13.8% 해당한다. 트윗의 74.9% 정도가 홈페이지에서 자동으로 피드를 받아 링크되었고, 홈페이지와 트위터 외에 다른 미디어는 사용하지 않고 있다.

4.2.3 @KCLibrary

@KCLibrary는 2년 동안 팔로워 수가 약 2.1배 이상 증가하였고, 조사 기간 동안 일일 평균 트윗 횟수는 5.6회이다.

트윗 내용은 ① 도서관 이용 관련, ② 자료 이용 관련, ③ 소장 자료 소개 및 추천, ④ 도서관 소식, ⑤ 칼럼·리뷰 및 기사, ⑥ 프로그램 소개, ⑦ 기타 등으로 다양하였고, 도서관 관련 칼럼 및 리뷰, 기사에 관한 트윗이 가장 많았고(39.3%) 그 다음으로 프로그램 관련(30.5%), 일상 및 기타(12.4%), 도서관 이용 관련의 순이다(8.9%).

이벤트나 프로그램 관련 트윗의 경우는 이벤트 프로그램 당일까지 주기적으로 반복하여 게시하는 경향이 있고, 해쉬 태그를 사용하고 있다.

대부분의 트윗이 홈페이지, 블로그, 페이스북, 플리커, 디지털 갤러리, 유튜브로부터 자동 피드 방식으로 연동되고 있다. 홈페이지를 출처로 하는 링크가 가장 많고(35.2%), 다음으로 블로그(10.1%), 유튜브(6.2%), 플리커(1.5%) 등의 순이다.

다른 트위터 계정의 트윗에 대한 리플라이 트윗(멘션)은 69회로 전체 트윗의 20.4%를 차지하며, 이 비율은 다른 도서관 트위터들보다

높은 편이다. 또한 다른 계정의 트윗을 리트윗한 사례도 39회(11.5%)로 역시 다른 트위터들보다 상대적으로 높다.

4.2.4 @columbuslibrary

@columbuslibrary는 2년 동안 팔로워 수가 4배가량 증가하여 조사 대상 5개의 도서관 트위터 중에서 @nypl 다음으로 팔로워 수가 많은 트위터가 되었다. 그러나 트윗 횟수는 트위터 개설 이래 일일 평균 2.1회에서, 조사 기간 일일 평균 0.9회로 감소하였다.

트윗의 내용은 ① 도서관 프로그램 관련 트윗이 가장 많고(48.6%), ② 도서관 이용관련(20%) 그리고 ③ 일상 및 기타(20%)의 순이다.

소장 자료에 대한 추천이나 소개 트윗은 없고, 트윗에 게시된 링크를 가지고 있는 트윗은 18건(25.8%)이고 링크의 출처는 대부분 홈페이지이며(77.8%), 링크가 함께 게시되지 않은 트윗이 전체의 74.2%로 다른 도서관 트위터와는 다르게, 홈페이지 정보와 무관한 정보가 트위터를 통하여 게시되고 있음을 알 수 있다.

다른 트위터 계정의 트윗에 대한 리플라이 트윗은 19회로 전체 트윗의 27.1% 정도이며, 2년 사이 팔로워는 증가했지만, 트윗 평균 횟수나 트윗의 내용이 다양하게 게시되지 않은 것으로 볼 때, 트위터의 활용이 단순하고 적극적이지 않았으며, 도서관에서 효율적으로 활용되지 못하고 있는 것으로 보인다.

4.2.5 @hclib

@hclib는 팔로워 수가 지난 2년 사이에 많이 0.6배가량 증가하였고, 팔로잉 수와 팔로워 수의 비율이 1:1에 가까워서, @houstonlibrary와 유사하게 수평적으로 네트워크를 확장하고 있으며, 다른 트위터 계정으로부터 꾸준히 정보를 구독하여 @hclib 구독자에게 전달하는 역할을 하는 것으로 보인다. 그러나, 조사 기간 동안 일일 평균 트윗 횟수는 0.9회로, 계정 개설 이후 일일 평균 트윗 횟수 3.4회보다 적어서, 독자적으로 자관의 정보를 게시하고 자관의 이용자에게 직접적인 서비스를 하는 것보다, 관련 정보를 수집하여 간접적으로 제공하는 역할이 더 두드러지는 것으로 보인다.

내용에 있어서는 전체 트윗의 45.5%가 도서관 이용 관련 트윗이며, 34건의 트윗(52%)이 링크를 게시하고 있는데, 링크 출처는 2건을 제외하고는 모두 페이스북이다.

5개 도서관 트위터 분석 결과를 주요 항목별로 정리하면 다음의 <표 3>과 같다.

분석 결과를 통해 종합한 트위터 서비스의 활용 내용은 다음과 같다.

첫째, 조사 대상 5개 도서관 트위터 모두 2010년 조사 당시보다, 팔로워 수가 증가하였다. 증가폭에는 차이가 있지만, 스마트 기기의 보급과 소셜 미디어 사용자 증가라는 트렌드를 그대로 반영한 데이터라고 할 수 있으며, 트위터 서비스가 도서관 이용자들에게 대체로 긍정적인 효과가 있는 것으로도 추정된다.

〈표 3〉 사례 조사 대상 트위터 내용 분석

분석 내용	@도서관	@nypl	@houstonlibrary	@KCLibrary	@columbuslibrary	@hclib	트위터 전체
조사 기간 동안 트윗 횟수 (일일 평균 횟수)	572 (9.5)	327 (5.5)	338 (5.6)	70 (0.9)	66 (0.9)	274.6 (4.6)	
팔로잉 : 팔로우	1:2,059	1:1.1	1:2.7	1:2.3	1:1.2	-	
트윗 내용 유형	도서관 이용 관련 (개관, 폐관, 휴관, 분관, 긴급소식 등)	48	21	30	14	30	143
	도서관 자료 이용 관련 (정보원, 목록 등)	52	2	4	2	13	73
	(소장) 자료 중 추천 (book, eBook, DVD 이미지, 영상, DB)	138	0	18	0	0	156
	도서관 소식 (역사 포함)	36	23	8	0	0	67
	칼럼, 기사 (도서관, 정보, 지역관련)	34	1	133	6	10	184
	일상, 잡담 (날씨, 지역행사 소식, 순수 잡담)	56	13	42	14	2	127
	프로그램 안내 (공공프로그램, 이벤트, 강좌, 행사)	208	267	103	34	11	623
		572	327	338	70	66	1,373
타 미디어 와의 연동	homepage	308	245	119	14	0	686
	blog	112	0	34	0	0	146
	facebook	6	0	2	2	32	42
	tumblr	30	0	0	0	0	30
	youtube	6	0	21	2	2	31
	foursquare	14	0	0	0	0	14
	flickr	0	0	5	0	0	5
	digital gallery	0	0	4	0	0	4
합계 (%)	476 (83.2)	245 (74.9)	185 (54.7)	18 (25.7)	34 (51.5)	958 (70)	
리트윗 (RT) 횟수 (%)	26 (5.5)	45 (13.7)	39 (21.1)	2 (2.9)	8 (12.1)	120 (8.7)	
리플라이 (@) 횟수 (%)	52 (10.9)	37 (11.3)	69 (20.4)	19 (27.1)	20 (30.3)	197 (14.3)	
해쉬 태그 (#) 사용 여부 및 예시	사용	사용	사용	사용안함	사용안함	-	
	#reading #programs #SocialMedia Week	#lovehoustonl ibrary #library	#readingre fresh #Oscar	-	-	-	

둘째, 5개 도서관 트위터들의 일일 평균 트윗 회수는 평균 4.6회이다. 그러나 @nypl, @houstonlibrary, @KCLibrary는 2년 전보다 비교적 크게 증가하였지만, @columbuslibrary와 @hclib는 일일 평균 1회에도 미치지 못하는 수준으로 감소하였다. 전반적으로는 상승하였으나, 상승세를 타지 못한 도서관 트위터가 있는 것으로 볼 때, 도서관마다 트위터 활용도는 다른 것으로 보인다.

셋째, 트윗의 주요한 용도는 도서관에서 제공하는 프로그램 안내 및 홍보이다. 5개 도서관 트윗을 모두 종합하여 내용 분석하였을 때, 약 45.4%가 이 유형에 속한다. 트위터는 공공도서관의 여러 가지 서비스 중, 프로그램 안내와 홍보에 가장 적합한 도구이며, 가장 효율적인 결과를 가져오는 것으로 판단된다.

넷째, 해쉬 태그(#)를 사용하여 구독자들이 관심 주제로 공감대를 형성할 수 있도록 유도하고 있다. 5개 트위터 중에서 @columbuslibrary와 @hclib는 해쉬 태그를 사용하지 않지만, @nypl, @houstonlibrary, @KCLibrary는 주요 키워드나 구절 앞에 해쉬 태그를 의미하는 '#'기호를 붙임으로써(예를 들어, #valentines) 트윗과 링크된 원 게시물이 무엇에 관한 내용인지 핵심적인 정보를 주게 되며, 태그가 붙은 키워드나 구절을 따라 수평적으로 구독자와 방문자들이 관련된 의견을 개진할 수 있고, 개진된 의견을 브라우징 할 수 있도록 하고 있다. 소셜 네트워크의 특성이라 할 수 있는 수평적 관계의 확장을 도서관 서비스에 응용한 것이라고 할

수 있다. 예를 들어, @nypl의 경우, 도서관이 제공하는 프로그램 소개 트윗에는 '#programs'과 같은 방법으로 해쉬 태그 기호(#)와 키워드를 포함한다. 이 트윗을 본 구독자와 방문자들은 트윗에 소개된 'programs'에 대하여 서로간의 의견을 주고받게 되고, 직접 의견을 주고받지 않더라도 관련된 정보 흐름을 읽을 수 있게 된다.

다섯째, 타임라인의 트윗들은 대부분 단독으로 유일한 정보를 전달하기보다는, 함께 활용하고 있는 미디어 정보를 피드 방식으로 연동하여 게시된 경우가 많다. 예를 들어, 홈페이지에 새로운 정보가 추가되면, 피드 방식으로 연동된 트위터에 자동으로 게시물(트윗)이 추가된다. 가장 많이 연동되는 트윗 출처는 홈페이지이며, 다음으로 블로그, 텀블러, 페이스북, 유튜브 등이다. 즉, 홈페이지에 프로그램에 대한 새로운 일정이 공지되면, 피드로 연동된 트위터에 새로운 트윗이 생성되는 것이다. 피드를 받아 자동 링크 시키는 방법으로 트윗이 올라가게 됨으로써, 트위터 운영으로 인한 과도한 구조적 부담은 없다.

여섯째, 프로그램 안내에 관한 트윗의 경우 반복적으로 같은 내용이 게시되기도 한다. 프로그램 정보를 주지시키는데 적절하게 사용하고 있다.

일곱째, 본 사례 조사에서는 리플라이 트윗(멘션)과 리트윗(RT)은 비중이 비교적 지만, 도서관 서비스에는 유용하게 활용될 수 있는 것이다. 리트윗의 경우, 이용자가 간단한 질문

들(예를 들어, 도서관 자료의 소장 유무, 소재 위치)이나 불만사항들(예를 들어, 금연구역에서 흡연하는 이용자에게 경고)을 실시간으로 도서관 트위터로 멘션을 보내면, 이 멘션을 받은 도서관 트위터 운영자는 적절한 답변을 리플라이 멘션으로 줄 수 있다. 간단한 참고서비스 수행에 응용될 수 있을 것이다. 리플라이 멘션의 경우, 중요하고 의미 있고 반복 질문될 가능성이 많은 멘션이 올라오면, 그것을 리트윗함으로 도서관에서 게시한 트위터 팔로워들에게 제공될 수 있다. 마치 웹상에서 FAQ 코너를 만들어 놓는 것과 유사한 장치라 할 수 있다.

5. 우리나라 공공도서관 트위터 활용 방안 제안

앞 장의 미국 공공도서관 트위터를 분석한 결과를 토대로, 우리나라 공공도서관에서 트위터를 활용할 수 있는 방안들을 제시하고자 한다.

우리나라 공공도서관은 트위터, 페이스북 등과 같은 소셜 미디어를 활용하는 사례는 드물지만, 홈페이지를 구축하여, 도서관에서 제공하는 모든 서비스에 대한 구체적인 정보와 실시간으로 추가되는 정보를 수록하여 이용자에게 편의를 제공하고 있다. 홈페이지를 통해서 제공되는 서비스 유형은, ① 온라인서비스(대출관련, 예약관련, 희망도서신청, 자료실에

약, 택배대출), ② 자료검색(자료검색, 온라인 참고봉사, 원문서비스), ③ 독서마당(독서교실, 독서회, 이용자 추천도서, 사서 추천도서), ④ 평생교육/문화마당(도서관일정, 강좌, 행사, 프로그램, 동아리활동, 지역정보, 전시회), ⑤ 참여마당(공지, 견학신청, 설문조사, 자유게시판, 좋은 시 좋은 글, 공개자료실, 보도자료), ⑥ 전자도서관(디지털잡지, 국가전자도서관, 통계, 법령), ⑦ 도서관안내(도서관현황, 연혁, 조직, 홍보, 도서관자료현황, 시설안내), ⑧ 기타서비스(정보공개, 협력기관 소개) 등이며, ⑨ 지역의 특수한 문화를 소개하는 서비스를 제공하기도 한다(마포평생학습관, 용산도서관, 은평구립도서관, 서대문도서관 홈페이지 참조).

이러한 기존의 도서관 서비스들을 트위터를 통하여 효율적으로 이전시키거나 동시에 운용하기 위해서는, 정보의 잠재적 이용자들이 트위터 계정을 만들고, 도서관 트위터를 팔로잉하거나 리스트 하는 과정을 필요로 한다. 이를 위해서 홈페이지에 트위터 위젯을 배너 형식으로 탑재함으로 계정 가입을 홍보하는 작업도 필요하다. 이용자 트위터의 팔로잉이나 리스트에 도서관 트위터가 저장되면, 이용자가 트위터 어플에 접속할 때마다 업데이트된 새로운 트윗들이 제공된다.

기존의 도서관 서비스가 제공하는 정보를 트위터의 기능들을 통하여 효율적으로 운용할 수 있는 활용 방안으로는 다음의 일곱가지를 제안할 수 있다.

첫 번째, 홈페이지에 새롭게 추가되는 모든 서비스 유형의 정보들을 자동으로 트윗하여 트위터와 연동시켜 게시되도록 하는 것이다. 예를 들어, '추천도서' 코너에 새로운 도서가 소개되면, 그 정보가 트위터에도 게시된다. 트위터에서는 홈페이지 정보의 일부가 단문 형식으로 노출되며, 홈페이지내 해당 페이지로의 링크 주소가 생성되어 함께 제공된다. 단문으로 대략적인 내용을 파악한 이용자는 자세한 정보를 위해, 링크를 따라 홈페이지로 이동할 수 있고, 이동한 다음에는 전문을 볼 수 있다. 또 다른 예로, '프로그램/강좌/행사'의 개최 일정이나 개요 등은 홈페이지에서 게시판에 글을 올려 공지하게 되는데, 이 내용이 홈페이지 관련 게시판에 공지됨과 동시에 자동 트윗된다면, 이용자가 홈페이지를 방문하지 않아도 프로그램/강좌/행사 관련 정보를 놓치지 않고 모두 제공받을 수 있다.

두 번째, '프로그램/강좌/행사' 관련 정보와 시간적 개념이 중요한 정보를 일정한 주기를 가지고 반복 트윗하는 방안이다. 적절한 주기를 가지고 반복적으로 트윗하게 되면, 홈페이지의 공지를 보지 못하거나 프로그램/강좌/행사의 개최 자체를 모르는 이용자들에게 주지의 효과가 있을 것이다.

세 번째, 트위터에 정보가 게시될 때, 주요 키워드에 해쉬 태그(#)를 생성시키는 것이다. 이렇게 함으로써, 트윗의 내용을 이해하는데 도움을 주고, 해쉬 태그를 중심으로 트위터 구독자와 방문자들이 서로 의견을 교환하고,

논의할 수 있는 수평적 관계를 생성시키고 확대시킬 수도 있다. 트윗의 문장은 기본 140자를 준용하고 있기 때문에 홈페이지와 연동된 정보의 경우, 트윗의 정보만으로는 무엇을 설명하고 있는지 제대로 이해하기 어려운 경우도 많다. 이 경우 주요한 키워드나 구절이 해쉬 태그로 처리되면, 구독자나 단순 방문자가 트윗의 내용을 쉽게 이해할 수 있을 것이다.

네 번째, 트위터를 비롯하여 홈페이지 외에 다양한 소셜 미디어를 동시에 사용하는 방안이다. 웹상의 도서관 서비스는 대부분 홈페이지를 통해서 이루어지고 있다. 그러나 앞 장에서도 조사했듯이, 외국의 사례에서는 영상은 유튜브를, 리뷰는 블로그를, 이미지는 플리커나 디지털갤러리 등에서 자동 트윗하여 링크를 제공하며, 링크를 따라 여러 가지 소셜 미디어를 이동하며 정보에 접근할 수 있게 한다. 예를 들어, 도서관 안내 홍보 영상이나, 도서관 이용 예절에 관한 영상 등을 유튜브와 같은 영상 전문 미디어에 업로드하고 그 정보를 자동 트윗시키면, 트위터 이용자가 유튜브로 이동하여 영상을 볼 수 있다. 전제되어야 할 것은 도서관이 홈페이지 외에도, 블로그, 페이스북, 텀블러, 유튜브, 플리커 등의 여러 가지 소셜 미디어에 정보를 분산시켜 운영해야 한다는 것이다.

다섯 번째, 리트윗 기능을 적극적으로 사용하는 것이다. 도서관 트위터는 관련 기관의 트위터나 이용자 트위터를 팔로우하여, 실시간으로 올라오는 트윗을 스캐닝할 수 있다. 트윗들

중에서, 정보로서 가치가 있거나, 도서관 트위터의 구독자에게 도움이 될 정보를 리트윗하여 게시할 수 있다. 자관에서에서 발생하고 추가되는 정보 외에도 지역 소식이나 시사적인 사건/소식들을 리트윗하여 정보의 범위를 확장시킬 수 있다. 예를 들어, 지역 구청 트위터로부터, 구청에서 책장터가 개최된다는 정보를 트윗으로 제공받고, 중요 정보로 판단되면, 도서관 트위터에 리트윗함으로써 지역의 소식을 도서관 트위터 구독자에게 전달해 주는 역할을 하게 되는 것이다.

여섯 번째, 도서관 트위터와 이용자 트위터 사이에 리플라이 트윗(멘션)을 활용하는 것이다. 도서관 이용자들은 트위터를 통해서 질문을 할 수 있다. 이용자가 도서관 트위터로 도서관 및 정보 관련 문의사항이나 불만 사항 등을 트윗(멘션)하게 되면, 도서관 트위터 관리자는 이 질문 트윗(멘션)을 읽고 그에 대하여 즉각적으로 리플라이를 해 줄 수 있다. 현재 온라인 참고 정보 서비스는 도서관 홈페이지의 전용 게시판에 질문을 올리고 그 질문글에 담당자가 답변을 달아주는 형식으로 이루어지는데, 질문한 이용자가 다시 홈페이지에 접속할 때까지는 질문에 답변이 제공되었는지 알 수가 없다. 트위터에서는 트윗(멘션)이 전달되면 알림이 오는 기능을 설정할 수 있어서 질문과 답변이 실시간으로 이루어질 가능성이 더 높아진다. 또한 자주 발생하는 질문의 경우, 리트윗하게 되면, 질문 당사자 외에 다른 이용자들

도 쉽게 트윗 내용을 확인할 수 있게 된다. 많은 웹 사이트에서 사용하는 FAQ의 기능을 담당할 수 있는 것이다. 그리고, 실시간으로 도서관 트위터와 이용자 트위터가 정보를 교환하는 것은 온라인 게시판을 사용하는 것보다 더 강도 높은 친밀감을 느끼게 하며, 전통적인 대면 서비스와 유사한 형식을 갖추게 된다는 면에서도 의미있다.

일곱 번째, 자동 피드(자동 트윗)나 트윗봇과 같은 편리한 트위터 서비스를 활용하는 것이다. 앞 장의 사례 분석에서는 나타나지 않았으나, 최근에 트위터가 제공하는 서비스도 다양해져서, 일일이 수동으로 멘션을 하지 않아도, 피드로 연동하는 자동 트윗, 봇에 의해 프로그램대로 트윗을 할 수 있는 트윗봇 등의 사용 사례도 있다. 공공도서관의 사례는 아니지만, 포스텍 청암학술정보관(@postechlibrary)은 트윗봇을 기반으로 '도서관 이용 FAQ'를 트윗하여 질문과 간단한 답변 그리고 홈페이지의 관련 페이지로 링크를 게시하고 있다. 사서의 교육자로서의 역할을 로봇이 대신하는 것과 같은 효과를 주는 것으로 반복적인 학습이 요구되는 서비스에 적절하다. 공공도서관에서도 FAQ나 도서관 이용교육 콘텐츠를 봇방식으로 트윗하는 것이 효과적일 것으로 본다.

사례 분석을 토대로 트위터를 공공도서관 서비스에 활용할 수 있는 방안들을 제시하였다. 정리하면 다음의 <표 4>와 같다.

〈표 4〉 우리나라 공공도서관 트위터 활용 방안(제안)

활용방안	활용 서비스 영역	비고
홈페이지 정보를 연동	서비스 전 영역	홈페이지에 게시되는 모든 정보를 자동 트윗, 수동트윗 방식으로 게시
주기적인 반복 트윗	프로그램/행사/강좌 일정 소개 (시의성이 필요한 정보)	최초의 트윗은 홈페이지와 연동하여 자동 트윗, 반복 게시는 수동트윗, 트윗봇 이용
해쉬 태그(#) 생성	서비스 전 영역에서 주요 키워드 앞에 '#'를 붙임(예, #독서마당)	해쉬 태그된 키워드는 같은 동일한 해쉬 태그를 공유하는 트위터와 하이퍼 링크됨
다양한 소셜 미디어 복수로 사용	서비스 전 영역	정보의 유형에 따라 적절한 소셜 미디어를 선별 사용할 수 있고 미디어에 대한 이용자의 선호도를 반영할 수도 있음(예, 영상 → 유튜브, 이미지 → 플리커)
리트윗(RT)	타 계정의 중요 정보 리트윗 (지역 소식, 시사 정보 등)	수평적 네트워크의 확장
리플라이	온라인 참고서비스	전통적인 대면 서비스와 유사, 친밀감 증진
트윗 봇	도서관 이용교육 콘텐츠, FAQ	반복학습효과 있음

6. 결론 및 제언

본 연구는 스마트 워크 시대를 맞이하여, 스마트 기기에서 구현되는 소셜 네트워크 서비스가 도서관에서 적절하게 활용될 수 있는 방안을 제시함을 목적으로 하였다. 이를 위하여 미국 공공도서관 트위터 활용 사례를 조사하였다. 5개 미국 주요 공공도서관의 트위터에 게시된 2개월간의 트윗들을 모두 수집한 후, 내용 유형별로 분석하여, 그 특성을 조사하고 이를 바탕으로 우리나라 공공도서관에 적용 가능한 방안들을 제시하였다.

조사 대상 미국 공공도서관의 트위터의 현황 및 활용상의 특징은 다음과 같다.

첫째, 최근 도서관 트위터의 팔로워 수와 일일 평균 트윗 횟수가 증가하였다.

둘째, 트윗의 주요한 용도는 '프로그램 안내

및 홍보'이다.

셋째, 해쉬 태그를 사용하여 네트워크의 수평적 확장을 도모하고 있다.

넷째, 분석 대상 도서관 트위터들은 홈페이지, 블로그, 트위터, 페이스북, 텀블러, 유튜브 등 소셜 미디어를 복수로 동시에 사용하는 경향이 있다.

다섯째, 트윗의 내용은 홈페이지나 기타 미디어의 내용과 동일한 사례가 많고, 트위터에만 게시되는 유일한 정보는 많지 않다. 긴급하거나 돌발적인 상황, 잡담(예, 날씨 관련) 외에는 모두 출처가 있는 정보들이 게시된다.

여섯째, 일부 트윗은 반복적으로 게시되어 정보 주지 효과를 주기도 한다.

일곱째, 리트윗과 리플라이를 통하여 정보의 확장과 정보의 실시간 쌍방향성을 추구하고 있다는 것이다.

이를 토대로 국내 공공도서관에서 트위터 활용 방안으로 다음의 일곱 가지를 제안하였다.

첫째, 홈페이지 정보를 모두 트위터로 연동시켜서 도서관 서비스에 간단하고 쉽게 접근할 수 있도록 한다.

둘째, 시의성 있는 서비스 정보(예를 들어, 프로그램 안내 등)를 주기적인 반복 트윗으로 주지 효과를 높이는데 활용하도록 한다.

셋째, 해쉬 태그를 이용하여 트윗의 내용을 명확하게 전달하고 이용자들 간의 커뮤니케이션을 도모하게 한다.

넷째, 복수의 소셜 미디어의 동시 사용으로 콘텐츠별 최적의 미디어를 활용하여 서비스 할 수 있도록 한다.

다섯째, 리트윗 기능을 사용하여 타기관이나 외부의 정보를 끌어들이 이용자에게 제공 한다.

여섯째, 리플라이 기능을 적극적으로 사용하여 온라인 참고서비스와 같은 이용자와의 친밀감을 필요로 하는 서비스에 적용한다.

일곱째, 트위터 프로그램인 트윗봇을 사용하여 반복적인 학습을 필요로 하는 이용교육이나 FAQ 등과 같은 부문에 활용할 것을 제시 하였다.

이후의 연구에서는, 제시한 활용 방안들을 좀 더 정교화 하는 연구가 진행되어야 할 것이고, 트위터 서비스에 대한 전반적인 평가 연구가 추가되어야 할 것으로 생각된다. 이용자에 대해서는, 서비스에 대한 만족도를 평가 연구가 수행되어야 할 것이며, 사서에 대해서는 트

위터 서비스가 기존의 업무와 어떤 영향 관계에 있는지, 업무의 과부하 내지는 업무의 편성 변경 요구가 발생하는지 등에 관한 평가 연구가 이루어져야 할 것이다. 평가 결과들은 소셜 네트워크 서비스를 활용한 공공도서관 서비스 활성화 방안을 발전시키는데 기여할 수 있는 중요한 데이터가 될 것이다.

참고문헌

- 김예린, 정영미. 2010. 마이크로 블로그를 활용한 도서관 정보서비스 사례 분석 - 트위터를 중심으로. 『제 17회 한국정보관리학회 학술대회 논문집』, 81-88.
- 노영희. 2010. 도서관 3.0의 개념과 서비스 모형에 관한 연구. 『정보관리학회지』, 27(4): 283-307.
- 『문화일보』, 2011. 3.3명당 1명꼴 스마트폰 역시 빨리 빨리 KOREA, 7월 13일.
- 『서울경제』, 2012. 국내 메신저 성장세 놀라워라, 3월 12일.
- 설진아. 2009. 소셜 미디어(Social Media)의 진화양상과 사회적 영향. 『2009년 한국언론정보학회 학술대회』, 39(1): 139-168.
- 조재인. 2008. 도서관 정보 수요자를 위한 소셜 네트워크 서비스 도입에 관한 연구. 『한국도서관·정보학회지』, 39(2): 169-186.
- 한국교육학술정보원. 2007. 라이브러리 2.0과 도서관 서비스 발전 방향. 서울: 한국교육

- 학술정보원.
Lietzau, Zeth and Jamie Helgren. 2010. *U.S. Public Libraries and the Use of Web Technologies, 2010*. Colorado: Colorado State Library, Library Research Service.
<http://www.lrs.org/documents/web20/WebTech2010_CloserLookReport_Final.pdf>.
- OCLC. 2007. "Libraries & Social Networking." *Sharing, Privacy and Trust in Our Networked World : A Report to the OCLC Memebership*.
- <트위터>
포스텍 청암학술정보관 트위터.
<www.twitter.com/postechlibrary>.
- Cansas City Library twitter.
<www.twitter.com/KCLibrary>.
- Columbus Metropolitan Library twitter.
<www.twitter.com/columbuslibrary>.
- Henepin City Library twitter.
<www.twitter.com/hclib>.
- Houston Public Library twitter.
<www.twitter.com/houstonlibrary>.
- New York Public Library twitter.
<www.twitter.com/nypl>.
- <web site>
네이버 백과사전. '트위터[twitter]'
<<http://100.naver.com/100.nhn?docid=882241>>.
- 마포평생학습관. <<http://mpllc.sen.go.kr/>>.
- 서대문도서관. <<http://sdmlib.sen.go.kr/>>.
- 용산도서관. <<http://yslib.sen.go.kr/>>.
- 은평구립도서관. <<http://www.eplib.or.kr/>>.
- [트위터 사용법] 쉬운 트위터 사용법 트위터 용어 이해.
<<http://blog.naver.com/jamanwa/141708416>>.
- 트위터 한국인 인덱스(Twitter Korean Index).
<<http://tki.oiko.cc>>.
- NFI Research Firm. 2010. Top Public Libraries on Twitter.
<<http://oedb.org/blogs/ilibrarian/2010/top-public-libraries-on-twitter/>>.
- Twopchart. <www.twopcahrts.com>.