

특집

소셜 네트워크를 활용한 도서관 서비스

총론 도서관, 소셜 네트워크로 확장되다 / 한혜연

사례① 도서관 시키신 분, 지금 배달나갑니다 / 권태훈

사례② 도서관, 사회와 소통을 꿈꾸다 / 김정규

사례③ 무슨 일이 일어나고 있나요? / 정은영

최근 거리 곳곳에서 핸드폰을 이용해 수시로 세상과 소통을 시작하는 많은 이들을 마주한다.

이제는 누구나 뉴스를 전하는 시대이다. 실제로 언론보다 일반 시민들의 제보가 인터넷상에서 더 빠르게 전달되어 위급한 상황을 적절히 대처하는 경우도 종종 소개된다. 이는 인터넷의 발달로 커뮤니케이션 환경이 변화하고 신속한 의견 교환, 쌍방향 소통이 매우 중요해졌음을 말해주는 대목이다. 게다가 최근 스마트폰 등 이동성이 강한 커뮤니케이션의 급속한 발전으로 블로그와 트위터 등 세상과의 소통을 위한 필수 서비스가 사회전반에 많은 부분을 차지하고 있다.

최근 한 책에서 대표적인 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)의 하나인 트위터에 대해서 “마케팅은 기업만 하는 것은 아니다. 바야흐로 나 자신도, 우리 가족도, 부모님의 작은 가게도 PR을 할 수 있는 시대다. 소셜미디어는 누구나 참여하기를 전제로 하고 있어 구조만 제대로 이해하면 누구나 마케팅에 활용 할 수 있다. 이를 즐겨라!”라고 말하고 있다.

이러한 시대 환경 변화에 대응하기 위해 도서관에서도 최근 웹 2.0을 기반으로 하는 소셜 네트워크 서비스에 대한 관심이 크게 늘었다. 도서관 홍보나 마케팅에 있어서도 도서관 기관이나 사서 개인의 블로그, 트위터, 페이스북 등 다양한 도구를 활용해 자유로운 온라인 소통을 함으로써 다양한 활동을 펼치고 있는 모습을 어렵지 않게 볼 수 있다.

이에 이번 《도서관문화》 5월호에서는 “소셜 네트워크를 활용한 도서관 서비스”를 특집 주제로 도서관과 소셜 네트워크 서비스에 대한 전반적인 내용을 소개하고, 소셜 네트워크 서비스를 하고 있는 도서관의 사례를 소개한다. 또한 트위터나 블로그를 개인적으로 활용하고 있는 사서가 자신의 소셜 네트워크 활용법에 대해 소개하는 내용을 중심으로 구성했다. 이번 특집이 소셜 네트워크 서비스를 준비하고 있는 도서관이나 사서들에게 그 중요성을 다시한번 생각해보는 계기가 되기를 바란다.

총론

도서관, 소셜 네트워크로 확장되다

한 혜 연

LG상남도서관 사서

henahan@lg.or.kr

개인 트위터 : @henahann



시작하는 말

최근 구글을 제치고 세계 웹사이트 중 이용량 1위*,
실제 유효 가입자 수가 4억 명,
새로이 글을 올리는 하루 이용자수가 6천만 명...

이 통계수치는 놀라운 속도로 성장하고 있는 페이스북(Facebook, <http://www.facebook.com>)의 이용 현황이다 (Facebook 2010). 웹 이용자들이 세계 굴지의 포털검색 사이트인 구글을 제치고 페이스

* 출처 : 히트와이즈(<http://www.hitwise.com>)

북으로 몰려들고 있다. 무엇을 하고 있는 것일까? 바로 소셜 네트워킹(Social Networking)을 하러 모이고 있는 것이다. 친구 관계를 맺은 온라인상의 지인들과 이야기를 나누고, 사진을 공유하고, 게임을 같이 즐기고 있다. 통계수치를 다시 곱씹어 보면 이런 활동들이 지구촌의 많은 사람들에게 일상적인 행위가 되어 가고 있음을 알 수 있다. 페이스북 외에도 마이스페이스(MySpace), 트위터(Twitter) 등 많은 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, SNS)가 활성화된 것을 고려한다면 소셜 네트워킹은 트렌드를 쫓는 사람들만의 유희가 아니라 대세가 되었다. 국내도 예외는 아니다. 국내 SNS 전체 이용량은 정확히 알 수 없지만 네이트와 통합되기 전에 싸이월드 회원수가 우리나라 전체 인구의 반에 해당하는 2,500만 명을 넘어섰다(백미정 2010). 한국인도 소셜 네트워킹 중인 것이다.

소셜 네트워크 안에서 사람들이 만남을 가지고 관계를 형성하고 관심사를 나누고 경험을 축적하고 있다. 소셜 네트워킹 활동으로 많은 정보 교류가 파생되고 새로운 형태의 정보 생산을 촉진하고 있다. 이에 정보 전문가 집단인 도서관 커뮤니티가 소셜 네트워킹에 주목하고자 한다. 정보 유통, 정보 보존이라는 측면에서 소셜 네트워킹 및 SNS를 통하여 생산된 정보의 관리에도 관심을 가져야 하겠지만 현시점에서 소셜 네트워킹이 도서관 커뮤니티에게 가장 끌리는 점은 정보 활용의 확산이다. 즉, 도서관이 소셜 네트워킹을 도구로 삼았을 때, 소셜 네트워크 서비스를 통하여 도서관 정보 서비스 확산이 용이하고 새로운 이용자의 유입을 도모할 수 있다. 또한 성공적으로 소셜 네트워킹이 적용될 경우, 도서관 정보 및 이용자를 기반으로 다양한 형태의 정보 재생산이 활성화될 것이다.

이러한 소셜 네트워크를 도서관 서비스에 성공적으로 접목하기 위하여 소셜 네트워크의 의미를 되짚어보고 도서관 적용 방안을 고찰해보는 기회를 얻고자 한다.

소셜 네트워크란?

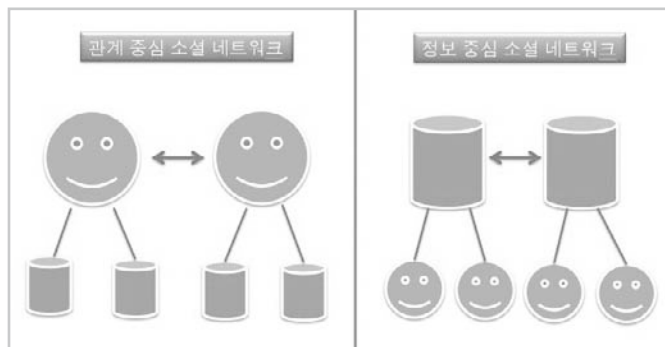
소셜 네트워크는 공통 관심을 지닌 사람들끼리의 온라인상에서 관계를 형성하며 구축하는 커뮤니티를 의미한다. 오프라인에서의 사람 간 사회적 연결망 구축은 인류 역사를 통해 지속적으로 반복된 행위이나 소셜 네트워크 서비스 출현에 따라 회원 간의 상호 교류를 위한 다양한 톨 및 공간을 제공됨으로써 ‘인맥구축’, ‘지인 네트워크’가 온라인상에서 실현되었다.

소셜 네트워크는 다양한 방식으로 유형이 나누어지고 있다. 우선 한국인터넷진흥원은 용도에 따라 다음과 같이 1) 카페, 클럽, 인터넷 동호회 2) 블로그, 미니홈피 3) 인스턴트 메신저 4) 인맥관리 서비스(예: 페이스북, 미투데이, 트위터) 5) 가상현실 서비스(예: 세컨드 라이프)등 5가지로 구분하였다.



〈그림 1〉 웹기반 커뮤니케이션의 유형(정진호 2009)

이와 달리 공개 정도와 소통 정도를 기준으로 네트워크의 유형을 구분해볼 수도 있다(〈그림 1〉 참조). 이메일은 비공개 아카이브의 성격을 지니며, 이와 달리 위키피디아와 블로그는 공개를 위한 아카이브로 발전되었다. 최근 가장 뜨거운 화두가 되고 있는 단문 블로그 SNS인 트위터(<http://www.twitter.com>)는 공개형이면서 동시에 소통형으로 새로운 네트워킹의 영역을 열었다(배경재 2009).



〈그림 2〉 접근방식에 따른 소셜 네트워크 구분

소셜 네트워크를 형성하기 위해 접근하는 방식으로 살펴본다면 ‘관계 중심 소셜 네트워크’와 ‘정보 중심 소셜 네트워크’로 나눌 수 있다(〈그림 2〉 참조). 소셜 네트워크에서 접점이 되어주는 것이 사

람인 경우가 관계 중심 소셜 네트워크인데 사람과 사람이 관계를 형성한 이후에 딸린 정보들이 결합, 공유된다. 싸이월드와 같은 것이 이러한 예로 1촌을 맺은 이후에 개인 공간의 정보를 공유한다.

정보 중심 소셜 네트워크에서는 개인이 정해진 방식에 따라 정보를 축적하고 나면 축적 정보가 동일하거나 관련 높은 정보와 결합하게 되며 이에 따라 다른 두 정보 그룹에 속한 사람들끼리 연관성을 얻게 된다. 이에 해당되는 것으로는 딜리셔스(delicious)를 들 수 있다. 웹사이트의 북마크 정보를 태그와 함께 등록하게 되면 동일한 태그의 북마크가 모여지고 이에 따라 유사 태그를 지닌 사람들 간에 연관성이 생성된다. 관계 중심 소셜 네트워크의 경우에는 오프라인의 기존 인간관계를 기반으로 성장하는 경우가 많으며, 정보 중심 네트워크는 오프라인 인간관계와 상관없이 개방적인 네트워크를 형성하기 용이하다.

위에서 살펴본 유형 구분으로 모든 SNS를 명확하게 나눌 수는 없다. 점차 복합적인 성향의 SNS가 나타나고 있으며 새로운 개념의 SNS도 출현하고 있기 때문이다. 예를 들어 페이스북의 경우 블로그형 소셜 네트워크로 출발한 서비스이나 점차 진화하여 현재는 거의 모든 소셜 네트워킹 기능(인맥관리, 쪽지, 메신저, 블로그, 단문 블로그 등)을 제공하고 있다.

소셜 네트워크, 환경에 따라 변모하다

소셜 네트워크가 최근 들어 보편적 서비스로 성장할 수 있었던 것에는 몇 가지 환경적인 요인이 마련되었기 때문이다. 우선 네트워크 관련 기술의 진보를 들 수 있다. 네트워크상에서의 대용량 정보가 신속하게 교류될 수 있는 환경이 마련되었기에 비디오, 사진 등 용량이 큰 자료까지 소셜 네트워크 안에서 활발하게 공유되면서 소셜 네트워크 콘텐츠를 풍성하게 만들어 주고 있다. 또한 빠르고 정확한 정보 처리 기술은 많은 사람 간의 관계를 매칭하고 관심사항을 묶어주는 것이 거의 실시간으로 가능하게 되었으며, 외부 네트워크에서 쏟아지는 정보에서도 관계 정보를 끌어낼 수 있다.

무엇보다 큰 요인은 정보의 양이 과다하게 증가하였다는 것이다. 개인이 모든 정보를 판단하여 필요 정보만을 취하기에는 유통 정보량이 너무 많다. 또한 정보전문가조차도 과거와 같이 모든 정보에 대한 평가가 불가능한 상황이다. 따라서 신뢰할 수 있는 정보를 얻기가 갈수록 어려워지는 상황에서 소셜 네트워크는 신뢰 관계를 기반으로 정보 교류가 가능한 플랫폼을 제공하고, 유사 관심사의 사람들끼리 커뮤니티를 형성시켜주므로 관심 영역의 우수 정보에 대한 공유 및 확산을 용이하게 해준다. 후기, 평점, 태그 등이 소셜 네트워크에서 활발하게 사용되고 있는 이유이기도 하다.

마지막으로 언급할 수 있는 것은 글로벌화이다. 글로벌화가 진행되면서 이제 지구 저편의 사람들의 경제, 기술, 문화가 지구 반대편 사람들에게까지 영향을 미치고 있고 사람 간의 이동이 많아지면서 오프라인 인간관계마저 글로벌화 되고 있다. 지구촌 사람 간의 원거리 교류가 필요할 때에 소셜

네트워크가 매개체가 되어 주고 있는 것이다. 좋은 예로 페이스북은 미국에서 출발한 SNS이지만 현재 전체 이용자의 70%가 미국 외 지역에 위치하고 있으며 많은 이들이 페이스북의 번역 서비스를 이용하여 외국 사람들과 소통을 시도하고 있다(Facebook 2010). 또 다른 예로 단문 블로그인 트위터에서는 많은 국내 이용자들이 빌 게이츠, 오프라 윈프리 같은 해외 유명 인사들과 팔로어(Follower)의 관계(단문 블로그를 지속적으로 받아볼 수 있는 관계)를 맺어 최신 소식을 얻고 있다.

소셜 네트워크는 점차 인간관계만을 형성하는 인간관계망에서 다양한 활동을 공유할 수 있는 플랫폼으로 성장하고 있다. 인간관계 형성만 가능한 소셜 네트워크는 관계 형성이 포화된 이후에는 네트워크 자체가 더 이상 성장할 수 없게 된다. 과거 한때 사회적 이슈로까지 떠오른 아이러브스쿨이 잊혀지고 싸이월드의 미니 홈페이지도 최근 이용자의 다양한 활동을 지원하지 못하면서 정체된 상태를 보이고 있는 이유이다. 따라서 소셜 플랫폼은 소셜 네트워크 서비스의 발전된 형태로 이해되며, 회원 간의 관계 형성에서 머무르지 않고, 관계 형성이 성장함과 동시에 지식과 자원(어플리케이션, 콘텐츠 등)이 공유되는 플랫폼을 의미한다(Ding and Jacob 2009).

소셜 네트워크 서비스를 넘어선 소셜 플랫폼의 대표적인 사례는 페이스북을 지목할 수 있다. 기존의 SNS는 서비스가 회원 간의 관계 형성에만 주목한 반면, 페이스북은 SNS의 고유 기능에 다양한 어플리케이션(게임, 유틸리티, 티저 광고 등)을 이용자 개인 공간에 삽입할 수 있게 구현함으로써 회원 간의 인맥 형성 외에 어플리케이션을 통한 다양한 활동이 가능하다. 현재 페이스북 통계에 따르면 50만 개의 어플리케이션이 활발하게 이용되고 있다. 어플리케이션이 다양한 만큼 이용자는 자신의 취향대로 어플리케이션을 골라 즐길 수 있으며, 많은 경우 네트워크상의 지인들과 공유하거나 동참할 수 있도록 설계되어 페이스북 이용량을 급속히 상승시킨 주요 요인으로 평가되고 있다.

소셜 네트워크와 도서관을 결합시키다

도서관이 소셜 네트워크와 결합을 시도하고자 하는 것은 소셜 네트워크가 정보 교류에서 새로운 패러다임을 이끄는 서비스로 성장한 것도 하나의 이유가 되겠지만 소셜 네트워크를 도구로 삼아 능동적으로 활용하였을 때에 얻을 수 있는 시너지 효과가 매우 클 수 있기 때문이다.

소셜 네트워크가 성숙 단계에 이르면 구성원의 자발적인 참여가 촉진되고 구성원 간의 교류 속에서 다각적인 활동이 이루어진다. 이는 도서관이 아쉬워하는 이용자 활성화에 답이 될 수 있으며, 소극적이고 피동적인 이용자를 적극적이고 능동적인 이용자로 변모시킬 수 있는 계기를 마련해준다.

도서관의 소셜 네트워크가 순조롭게 성장한다면 이용자 간의 네트워크가 강화되는 이점 외에 도서관 고유의 목적인 정보서비스 측면에서도 큰 성과가 있다. 이용자의 교류는 정보 교류를 증가시

키고 이용자의 가치 판단이 부가된 메타 정보도 풍부해져서 이용자의 정보 선택 시 적절한 판단 기준이 되어 줄 것이다. 또한, 소셜 네트워크에 효율적인 기능을 부여한다면 이용자는 단순 검색이나 브라우징 외에도 인적 네트워크를 활용한 정보 탐색이 가능하게 될 것이다.

도서관 서비스와 소셜 네트워크 결합의 필요성에 공감대가 형성되었다면 이제 어떤 방식으로 소셜 네트워크를 접목시킬 것인가 고민을 해보고자 한다. 도서관의 모든 서비스가 기획 단계에서 이용자 요구를 우선적으로 고려하듯이 소셜 네트워크에서도 이용자 요구가 반영되어야 한다. 도서관 커뮤니티에서 공통적으로 고려해야 할 사항은 도서관 내의 소셜 네트워크는 단순한 친교 지향적으로 개발되어서는 활성화되기 어렵다는 것이다. 도서관에 접근하는 사람의 기본 욕구가 정보 요구인 만큼 정보성을 띤 소셜 네트워크 기반이 필요하다. 물론, 정보성이 강한 소셜 네트워크도 성장 궤도에 오르고 활성화되면 단순 친교활동도 자연스럽게 파생될 것이다.

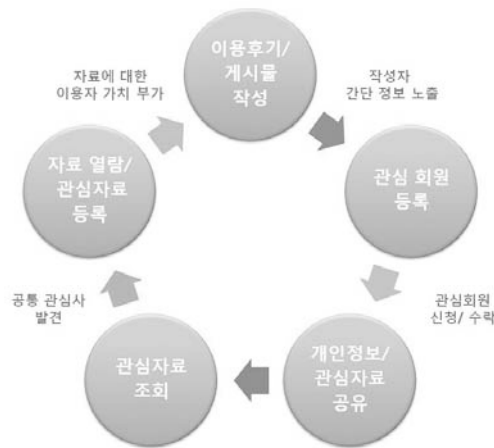
소셜 네트워크를 적용할 때에 유념해야 할 것은 소수의 참여 인원으로도 유익할 수 있는 소셜 네트워크를 구축해야 한다는 것이다. 소셜 네트워크의 특성상 참여자가 많으면 많을수록 운영은 안정화되고 참여자는 즐거운 사고 활동이 다각적으로 가능하다. 이를 거꾸로 말하면 소수 인원만 모였을 때 많은 경우 소셜 네트워크가 힘을 발하기 어렵다는 것이다. 활성화된 성공 모델만 고려하여 소셜 네트워크를 적용할 경우, 적정 수준의 참여자를 끌어들이지 못하고 서비스가 퇴색해버리기 쉽다. 따라서 많은 참여자가 함께 공유할 수 있는 기능과 더불어 혼자서도 또는 소수의 인원이라도 활용할 수 있는 기능을 부가할 필요가 있다. 예를 들어 LG상남도서관은 이용자가 온라인상에서 제공되는 정보 중 관심이 가는 자료를 '관심자료'로 등록하여 개인 자료로 축적할 수 있는 기능을 부가하였다. 이는 다음 단계에서 관심 회원과 결합되지 못하더라도 개인적인 용도로 도서관 내 소셜 네트워크를 활용하는 여지를 준다.

도서관에서 소셜 네트워크를 접목할 수 있는 방안을 관계 중심 소셜 네트워크 구축, 정보 중심 소셜 네트워크 구축, 그리고 외부 소셜 네트워크 연계의 세 가지 유형으로 살펴보고자 한다.

관계 중심 소셜 네트워크는 도서관 서비스에서 이용자 간에 인간관계를 형성하도록 지원하는 서비스이다. 도서관 서비스 내에서 인간관계를 형성하는 데에 가장 용이한 기준점은 유사한 관심사를 지닌 회원끼리 묶어주는 것이다. 유사 검색어 또는 유사 태그를 이용하는 회원이 서로 연결 가능하도록 추천 회원을 제시하거나 동일한 자료를 읽는 회원끼리 의견을 교류할 수 있는 장을 마련하는 등의 방법이 있다.

LG상남도서관에서 운영하고 있는 과학기술 분야 포털 LG ELIT(<http://www.lg.or.kr>)에서는 이용자들이 신청·수락의 과정을 거쳐 '관심회원'으로 연결되도록 관계 중심 소셜 네트워크를 구축하였다. 관심회원이 되면 각자 보유하고 있는 '관심자료' 목록을 공유할 수 있으며 이용자 지정에 따라 개인정보(개인 블로그, 홈페이지, 관심 주제, 참여 연구 프로젝트 등)가 공유된다. LG상남도서관 관심회원

관계가 단지 일회성 이벤트가 아니라 콘텐츠 이용과 인적 네트워크 형성을 활성화하는 플랫폼으로 성장하도록 선순환 구조를 구축하고자 하였다(〈그림 3〉 참조).



〈그림 3〉 LG상남도서관 관계중심 소셜 네트워크의 순환 구조

다음으로는 도서관에서 적용 가능한 정보 중심 소셜 네트워크를 살펴보자. 이에는 도서관 이용자가 자료에 주석, 후기, 태그 등의 메타 정보를 삽입할 수 있게 하고, 유사한 메타 정보별로 그룹화하여 동일한 관심사를 지닌 사람들이 유사 주제, 관심사로 모이도록 하는 방법이 있다. 이 외에 이용자의 자료(사진, 글 등)를 블로그 형태의 공유 장소에 공개하고 유사 주제와 관심사별로 연결지어주는 것도 가능하며 이용자에 의한 자료 추천 기능도 이용된다.

도서관계에서 비교적 많이 이용되는 서비스로는 자료에 대한 북마크, 주석, 태그 등의 공유를 들 수 있는데 도서관의 자료에 대한 부가 정보를 증가시키면서 성숙 단계에서 이용자 간의 네트워크를 형성한다는 장점이 있다. 대표적인 서비스로는 도서관이라는 범주에 해당되지 않지만 도서관 커뮤니티에 적용 가능한 CiteULike(<http://www.citeulike.org>)와 Connotea(<http://www.connotea.org>)가 있다. 학술 자료의 소셜 태그, 북마크를 활용하여 공통 관심사의 자료를 모아주고 이에 연구진 네트워크도 형성하는 방식이다. 국내에는 성균관대학교 학술정보관의 북마크 서비스를 예로 들 수 있다. 이와 달리 미국 미시간주 앤아버공공도서관에서는 Social OPAC 서비스인 SOPAC(<http://www.aadl.org/catalog>)을 구축하여 카탈로그 상의 서지 사항에 이용자가 태그, 평점, 리뷰 등을 추가하게 하고 개인 페이지에서 공유 가능한 정보를 생산하게 하고 있다(조재인 2008).

정보 중심 소셜 네트워크를 구축할 때에도 다양한 소셜 네트워크 기능을 결합함으로써 도서관 서

비스를 소셜 플랫폼으로 성장시키는 것이 바람직하다. 해먼드(Hammond, 2005)는 참고문헌 관리 소셜 네트워크로 유명한 Connotea 서비스를 이용한 좋은 사례를 공유하였는데 단순히 자료에 주석을 달거나 자료를 북마크 하는 것이 아니라 생성한 태그에 RSS 기능을 활성화시켜 동일한 태그로 연결된 자료에 대한 업데이트가 전달되도록 하고, 관련 주석을 통해 회원 간의 네트워크를 형성하고, 회원들의 태그 공동 작업을 통해 자신의 관심 자료와 유사한 자료를 지속적으로 얻을 수 있도록 고안하였다. 이런 결합 과정을 통해 회원 간의 결속력을 높였을 뿐만 아니라 공유되는 콘텐츠의 질도 향상되었다.

마지막으로 도서관 서비스의 외부 소셜 네트워크와의 연계를 고려해보자. 많은 SNS가 활성화되어 있는 미국 도서관에서는 이 방안이 가장 많이 활용되고 있다. 즉, 도서관 서비스 안에 개별 소셜 네트워크를 구축하는 것이 아니라 도서관 서비스가 외부 SNS와 연계되어 서비스 일부나 자료가 교류하도록 하는 방안이다. 이 방식의 장점은 이미 활성화된 SNS에 연계됨으로써 SNS에서 발생하는 트래픽을 도서관 서비스로 유인하기 용이하다는 점이다. 기존 이용자의 경우에는 자주 방문하는 SNS에서 도서관 서비스가 가능하게 됨으로써 도서관 서비스에 대한 접근점을 추가적으로 얻게 되며, 해당 도서관 서비스를 모르는 이들에게는 SNS를 통하여 도서관 서비스가 노출됨으로써 홍보의 효과를 얻을 수 있다. 특히 오프라인 서비스가 중심인 도서관에서는 웹서비스에 대한 충분한 관리 및 개발 인력을 확보하지 못하고 있으므로 이미 구축된 SNS서비스에 연계함으로써 소셜 네트워크를 도서관 서비스 내에 새로이 구축할 때 발생하는 비용 및 인적 부담을 줄일 수 있다.

이를 위해 OCLC가 취한 방법은 페이스북에 월드캣(WorldCat)을 연계하여 종합목록을 제공하고 개인 서재에서 추천도서 정보를 친구와 공유할 수 있도록 지원하고 있다. 최근 들어 파급효과가 큰 페이스북과 연계된 도서관 서비스가 미국 내에서 증가하고 있다. 2009년 말 현재 10여 개 이상의 공공도서관과 50여 개 이상의 대학도서관이 페이스북에 도서관 어플리케이션을 공유하고 있다. 브루클린공공도서관(Brooklyn Public Library)의 경우, 페이스북 이용자가 도서관 어플리케이션을 선택하면 도서관 온라인 시스템의 거의 모든 기능을 페이스북 플랫폼에서 사용할 수 있으며 접근이 쉬운 단축 버튼이 있어 페이스북에서 다른 활동을 하다가도 도서관 서비스에 쉽게 접근할 수 있다. 또한 페이스북 안에 해당 도서관의 이용자 간의 대화 및 자료 공유가 가능한 공간도 확보되어 있다. 이와 유사한 적용 사례로 마이스페이스에도 공공도서관과 대학도서관의 영역이 구축되고 있다.

위와 같이 특정 소셜 네트워크에 특화하는 방법 외에 고려할 수 있는 방법은 Open API(Open Application Programming Interface)를 통하여 도서관의 콘텐츠 및 이용자의 게시물을 복수의 SNS에 공개하거나 게시하는 방식이다. Open API는 네트워크상에서 연계를 위해 필요한 프로그램 모듈 형식을 공개한 것으로 주요 SNS에서는 해당 네트워크로의 연계를 위한 Open API를 공개하는 추세이다. 따라서 이런 Open API를 이용하면 이용자는 손쉽게 도서관의 인기 자료, 서지 사항 또는

자신의 게시물을 원하는 SNS로 쉽게 이동하여 게시할 수 있다. 이러한 예가 월드디지털라이브러리(World Digital Library, <http://www.wdl.org>)이다. 이 디지털 도서관은 자료의 메타데이터를 50여 개의 외부 SNS로 전송하여 공유할 수 있도록 구현하였다. 이용자가 많은 소셜 네트워크 서비스에 콘텐츠 정보를 손쉽게 게시할 수 있으므로 앞으로 콘텐츠 확산이 활발하게 이루어질 것으로 기대되고 있다.

나오는 말 - 도서관 소셜 플랫폼은 진보한다


디지털 환경 변화와 함께 도서관에 적용 가능한 소셜 네트워킹 방식도 지속적으로 변모해가리라 여겨진다. 이에 변화의 흐름을 읽는 것이 무엇보다 중요할 수 있다. 도서관마다 처한 상황에 다르기에 실제 소셜 네트워크 구현이 현재 가능할 수도, 불가능할 수도 있지만 소셜 네트워크가 변화하려고 하는 방향을 이해하고 있다면 현재 구축하는 도서관 소셜 네트워크는 서비스 지속력을 얻게 될 것이며 추후에 구축하더라도 흐름을 놓치지 않을 것이다.

최근 흐름을 살펴보면 오픈 플랫폼의 요구가 강조되고 있다. 여기서 오픈 플랫폼이란 시스템과 시스템의 정보가 간단한 상호작용으로 손쉽게 교류될 수 있도록 구조적으로 열린 형태이다. 다른 측면에서는 시스템 핵심 영역을 이용자가 접근하도록 허용하기도 하며, 외부 이용자에게까지 접근 또는 이용을 허가하기도 한다. 도서관 서비스 자체를 오픈 플랫폼으로 발전시키는 것이 가장 이상적이겠지만 가급적 도서관의 소셜 네트워크만이라도 오픈 플랫폼을 기반으로 하는 것이 바람직하다. 오픈 플랫폼은 실제 구현에서 있어서 다양한 방식이 있겠지만 가장 보편화된 방식이 앞서서 언급한 Open API이다. Open API는 시스템 간의 연계 및 콘텐츠의 교류를 용이하게 하기 때문에 다양한 정보 시스템 간의 결합이 가능해지며 이에 매쉬업(mashup) 서비스의 구현이 가능하게 해준다. 소셜 네트워크에서 관계 형성과 결합이 핵심이라는 측면에서 오픈 플랫폼은 소셜 네트워킹 확산에 매우 근간이라 할 수 있다.

실제로 페이스북, 마이스페이스에 도서관 서비스가 연계될 수 있는 것도 바로 Open API를 활용하기 때문이다. 또한 페이스북 안에 외부 개발자에 의해서 개발된 수십만 개의 어플리케이션이 공유되고 있듯이 오픈 플랫폼은 외부의 생산적인 콘텐츠를 도서관 서비스에 담을 수 있는 가능성을 열어준다.

오픈 플랫폼과 함께 고려되어야 할 것은 바로 크로스 플랫폼이다. 현재 페이스북, 트위터 등은 일반적인 웹사이트 서비스 외에 웹페이지에 삽입할 수 있는 위젯 서비스, 각종 스마트폰의 OS에 따른 모바일 어플리케이션, 모바일 웹 등의 형식으로 다양한 플랫폼에서 서비스를 제공하고 있다. 즉, 동일한 서비스가 하나의 물리적 플랫폼을 벗어나 다양한 디바이스로 확산되고 있는 것이다. 물론

이런 현상에 가장 큰 동력을 제공하는 것은 휴대폰이며, 특히 스마트폰의 확산이 이를 가속화시키고 있다. 이는 더 이상 PC를 기반으로 하는 웹서비스만으로는 이용자 확보에 어려움이 생긴다는 것이다. 이미 일본에서는 PC에서 접근하던 정보 이용자가 현재 많은 부분 모바일 접근 이용자로 넘어가고 있다. 따라서 장기적으로는 도서관의 서비스 확산을 위해서는 다양한 모바일 기기와 연동하는 소셜 네트워크 구축이 불가피할 것이다.

소셜 네트워킹의 성격상 온라인 서비스를 중심으로 글을 전개하였으나 한편으로는 오프라인 이용자와의 연계가 강화될수록 도서관의 소셜 네트워크가 더 건강하게 성장한다는 점을 간과해서는 안 된다. 도서관의 오프라인 공간에서 견고히 확립된 이용자와 이용자 간의 신뢰 관계가 도서관의 온라인 소셜 네트워크를 통하여 시간, 장소의 장벽 없이 확장되는 것이 가장 이상적인 도서관 소셜 네트워크의 모습일 것이다. 소셜 네트워킹 패러다임을 도서관 커뮤니티의 새로운 기회로 승화하기 위해서는 도서관 스스로 소셜 네트워킹 경험치를 이용자에게 나눠줄 수 있는 한발 앞선 소셜 네트워커(Social Networker)로의 변모가 필요한 때이다. 

참고문헌

- Ding, Y. and Jacob, E. K. 2009. "Profiling Social Networks." D-Lib Magazine, 15(3/4): <http://www.dlib.org/dlib/march09/ding/03ding.html>
- Facebook. <http://www.facebook.com>
- Hammond, T., Hannay, T., Lund, B., Scott, J. 2005. "Social Bookmarking Tools(I)." D-Lib Magazine, 11(4): <http://www.dlib.org/dlib/april05/hammond/04hammond.html>
- 배경재. 2009. 도서관과 소셜 네트워크 서비스. 『국회도서관보』, 2009년 12월호: 46-52.
- 백미정. 2010. 『사용자 이용 패턴 분석을 통한 효과적인 소셜 네트워크 서비스 인터페이스 적용 방안 연구』. 서울: 한양대학교 대학원
- 이충무 외. 2009. 추천시스템과 소셜 네트워크를 융합한 지능형 연구자연결망 구축. 『정보관리연구』, 40(1): 199-215.
- 조재인. 2008. 도서관 정보 수요자를 위한 소셜 네트워크 서비스 도입에 관한 연구. 『한국도서관·정보학회지』, 39(2): 169-186.

사례 ①

도서관 시키신 분, 지금 배달나갑니다

- 포스텍 도서관 소셜 네트워크 서비스 -

권 태 훈

포항공과대학교도서관 사서

r00kie@postech.ac.kr

도서관 블로그 : <http://postechlibrary.tistory.com>

도서관 트위터 : @postechlibrary



들어가며

요즘 IT 뉴스는 온통 아이패드 이야기로 넘쳐나고 있다. 작년 아이폰의 국내 도입으로 벌써 이용자가 50만이 넘어섰다고 한다. 이런 이용자의 경험은 다시 아이패드에 대한 로망을 만들어내고 있다. 핸드폰 교체 주기가 우리나라처럼 빠른 곳이 없다. 이제는 일반폰에서 스마트폰으로 판갈이가 진행되고 있다. 스마트폰은 일대일 음성통화를 넘어서 일대다의 소셜 네트워킹을 포함하여 다양한 기능을 구현하고 있다.

프로슈머인 이용자는 정보의 수용자이자 정보의 생산자가 되었다. 그리고 정보의 전파는 모바일 기기를 통해서 그리고 소셜 네트워킹망을 따라서 신경의 뉴런처럼 빠르게 전달되며 사람들을 엮어 놓고 있다. 전통매체로는 이런 변화와 속도를 따라갈 수가 없다. 사회와 이용자는 한없이 빠르게 움

직이고 있다. 도서관은 전통매체만으로 이용자들에게 어필하기에는 한계가 있다. 빠른 정보 채널과 소셜 네트워킹을 활용한 도서관 서비스를 누구보다 고민해야 할 때이다. 포스텍 도서관(청암학술정보관)에서는 다양한 웹2.0의 소셜 네트워크 서비스를 활용하여 도서관 이용자와 관계맺기를 시험하고 있다. 이 시험사례가 다른 도서관의 시행착오를 줄여주고 보다 나은 서비스를 발굴하는 계기가 되었으면 한다.



〈그림 1〉 청암학술정보관 소셜 네트워킹

RSS

RSS는 오픈된 정보를 생산하는 기관이라면 반드시 갖추어야 할 필수 아이템이다. 신문사, 방송사의 미디어와 블로그 등은 대부분 RSS를 제공한다. 정보끼리가 될 수 있는 것들은 RSS를 만들어 이용자들이 그들의 입맛에 맞게 골라 사용할 수 있도록 해야 한다. 도서관이 정보의 공장이라면 RSS는 유통채널이다. 다양한 상품과 서비스를 제공하지만 이용자들이 도서관에 오지 않으면 모르는 경우가 많았다. 지금은 도서관이나 도서관 홈페이지에 오지 않아도 RSS를 통해서 맞춤형 정보를 받아볼 수 있다.

포스텍 도서관에서는 도서관의 소식과 주제별 매체별 신착자료 및 대출관련 통보서를 RSS로 제공한다. RSS의 장점은 소스는 한 곳이지만 볼 수 있는 곳은 다양하다는 것이다. 또한, 충성고객을 모니터링할 수 있는 통계기능이 있다. 구글의 Feedburner와 Analytics 그리고 다음의 WebInSide를 활용하면 이용자의 검색환경이나 유입 키워드 등을 파악하여 도서관 마케팅에 활용할 수 있다.

부자가 되는 비결은 돈이 자동으로 돈을 만드는 시스템을 만드는 것이다. 마찬가지로 이용자를 정보의 부자로 만드는 비결은 정보가 자동으로 정보를 가져오게 하는 시스템을 만들어 주는 것이다.

블로그

블로그는 배달되는 비빔밥이다. 텍스트와 사진과 동영상 및 외부의 위젯 등을 적절히 리믹스해서 새로운 정보 콘텐츠를 만들어낸다. 이 콘텐츠들은 RSS 구독자라는 고객에서 배달되어진다.

포스텍 도서관에서는 이용자의 정보활용능력을 높여줄 수 있는 활용정보를 주제로 하고 이벤트 등의 재미가 더해진 정보를 양념으로 해서 비빔밥을 제공한다. 블로그는 무미건조한 정보를 더 풍성하게 만들어 주고 장기적으로 이용자의 관심을 잡아두는 감초 역할을 한다. 도서관 블로그는 사서가 물리적 도서관을 넘어서 디지털 공간에서 존재감과 함께 영향력을 발휘할 수 있는 생산의 공간이다. 댓글과 트랙백이라는 소셜 기능을 이용해서 이용자와 소통을 할 수 있는 장점도 가지고 있다. 블로그의 콘텐츠는 포털사이트 등에 잘 노출되기 때문에 포털에 익숙한 이용자를 도서관으로 유입시킬 수 있는 도서관 도우미 역할을 기대할 수 있다. 앞으로 도서관 홈페이지는 이런 블로그 형태로 변화될 것이라고 예상해 본다.



〈그림 2〉 포스텍 도서관 블로그
(<http://postechlibrary.tistory.com>)

트위터

트위터는 140자의 단문으로 소통하는 작은 블로그이다. 음식으로 치면 초밥 정도 되지 않을까. 빠른 전파력과 짧은 콘텐츠와 링크 기능 및 인맥 관계가 더해진 매체이다. RSS보다 빠르고 블로그보다 가볍고 쉽게 인맥관계를 형성해주는 장점을 가지고 있다. 트위터는 교내 구성원 뿐만 아니라 관심있는 사서 및 이웃들과 소통을 하는 사랑방 구실을 한다. 도서관에서 블로그와 트위터를 상보적으로 활용한다면 홍보에 시너지 효과를 가져올 수 있다. 리트윗(RT)은 트위터의 가장 영향력있는 기능으로 논문으로 치면 인용이라고 할 수가 있다. 가치있는 트윗은 RT를 통해서 네트워크효과를 발휘하며 도서관 홍보의 확산력을 배가시켜준다.

포스텍 도서관에서는 트위터(<http://twitter.com/postechlibrary>)를 통해서 다양한 학교소식과 도서관 소식을 알리고 있다. 또한, 도서관 자료의 개별 페이지를 트위터와 같은 소셜 네트워킹 사이트로

전송할 수 있는 버튼을 제공한다.

팀단위로 트위터를 운영하려면 Hootsuite이나 Cotweet이라는 트위터 클라이언트 사이트를 이용하면 효율적으로 관리를 할 수 있다.

플리커

도서관 행사와 신착자료를 책상 위 화면이나 스마트폰에서 이미지나 영상으로 만나볼 수 있다면 정말 백문이 불여일견 아닐까. 플리커는 전세계 사람들이 가장 많이 사용하는 사진공유 사이트이다.

포스텍 도서관에서는 플리커의 유료 계정으로 서비스를 하고 있다. 외부로는 도서관의 신착자료와 행사 및 도서관 사진들을 서비스하고 있다. 또한, 내부적으로는 출장에서 찍어온 자료나 업무용 사진을 아카이빙하고 있다. 아카이빙된 사진들은 내부 보고서를 작성할 때 유용하게 사용되고 있다.

플리커도 사용자간의 소셜 네트워킹 기능이 있다. 다른 이용자와 서로 이웃을 맺으면 서로 자료를 공유할 수 있다. 이웃은 관심있는 도서관이나 사서 또는 누구나가 될 수 있다. 그룹기능이라는 것이 있어서 주제별로 그룹을 만들면 참여자들이 관련 사진들을 자발적으로 올려놓는다. 집단지성을 이용한 사진 수집이라고 할까. 미국도서관협회(ALA) 연차대회도 매년 그룹별로 사진이 올라와서 현장에 가지 않아도 현장에 다녀온 사람들의 사진을 공유할 수 있다. 또한 'The libraries from around the world' 라는 그룹에는 각국의 도서관 사진들이 올라와 있다. 현재 전세계 197명의 회원이 각국의 도서관 사진을 올려두고 있다. 전세계에 자신의 도서관을 알릴 수 있는 기회가 그렇게 어렵지는 않다. 사진을 매개로 도서관 이용자와 국내의 이웃 도서관과의 관계맺기를 강화할 수 있다.



〈그림 3〉 포스텍 도서관 플리커
(<http://flickr.com/photos/ptech>)

유튜브

동영상 공유 사이트인 유튜브에는 다양한 개인과 단체들이 그들만의 재미와 홍보를 위해서 UCC를 만들어 올리고 있다. 최근 “아이폰녀”의 동영상이라든가 그 동영상을 패러디한 “똥폰남”의 등장으로 유튜브는 재미있는 동영상을 볼 수 있는 놀이터인 동시에 MIT나 하버드(Harvard)와 같은 명문대학들의 강의를 들을 수 있는 교육장이 되기도 한다. 10



〈그림 4〉 포스텍 도서관 유튜브
(<http://youtube.com/postechlibrary>)

본 분량의 동영상을 무제한으로 올리고 누구와도 공유할 수 있는 유튜브는 도서관에 있어서 새로운 홍보의 장이 될 수 있다.

포스텍 도서관에서는 도서관 자료의 이용과 도서관 소식 등을 유튜브를 통해 제공하고 있다. 별도의 채널을 만들어서 페이지를 꾸미고 제작한 동영상과 즐겨찾기한 동영상을 보여줄 수 있다. 배경 음악이나 자막을 넣을 수 있는 기능이 있어서 동영상을 쉽게 편집할 수 있다. 또한, 트위터같은 소셜 네트워킹 사이트와 연동하여 업로드 소식이 자동으로 전달되게 할 수 있다.


딜리셔스

외국의 대학도서관들은 주제전문화가 잘 되어 있어서 그런지 주제별 리소스 가이드(Subject guide)라는 것이 필수항목으로 도서관 홈페이지에 있다. 각 주제별로 유용한 자료와 주석을 달아 모아놓은 것이다. 딜리셔스는 소셜 북마킹 사이트이다. 누구나가 북마크한 것을 공개하며 많이 북마크된 사이트를 통해 사람들의 관심을 파악할 수 있다. 딜리셔스를 활용하면 손쉽게 주제별 리소스 가이드를 만들 수 있다.

포스텍 도서관은 기존 주제별 리소스 가이드와 더불어 딜리셔스(<http://delicious.com/postech>)를 통해서 실시간으로 유용한 웹사이트를 북마킹하고 있다. 북마킹을 하는 동시에 트위터로 같이 전송하는 기능도 포함하고 있다. 또한, 다른 딜리셔스 이용자와 인맥 관계를 형성해서 서로 북마크한 것들을 공유하고 추천할 수가 있다. MIT나 스탠포드(Stanford)의 도서관에서도 딜리셔스를 활용하고 있다.

나가며

웹2.0의 변화는 소셜 네트워킹을 통해서 참여, 공유, 개방, 협업이라는 철학을 구현하고 있다. 도서관은 다양한 정보를 이용자와 나눌 수가 있다. 도서관 자료, 사진, 동영상, 북마크 이 모든 것을 소셜 네트워킹을 통해서 함께 나누고 소통할 수 있다.

도서관을 오래 지켜온 사람들은 걱정을 한다. 도서관 홈페이지를 두고 왜 굳이 외부에서 도서관 서비스를 하려고 하느냐고 말이다. 도서관 홈페이지를 고집하는 것은 일견 맞는 말이다. 하지만 도서관 홈페이지가 새로운 변화의 기술을 수용하기 이전이라면 다양한 외부자원을 활용해서 이용자의 관심을 가져오는 노력이 필요하다. 사람들이 자주 다니는 길목에서 하는 홍보가 효과적이듯이 오늘날의 사서는 소셜 네트워킹 도구들을 이용해서 이용자들이 자주 다니는 웹 길목에서 그들과 대화하고 도서관으로 안내하는 역할을 해야한다. 도서관은 성장하는 유기체이다. 이러한 변화에 적응하기 위해 다소의 성장통을 겪을지도 모른다. 하지만 도서관은 계속 이용자가 있는 곳을 향해 나아가야 한다. 

사례 ②

도서관, 사회와 소통을 꿈꾸다

- 동대문구정보화도서관 소셜 네트워크 서비스 -

김 정 규

동대문구정보화도서관 사서

kendream@empal.com

도서관 블로그 : <http://dlibrary.tistory.com>

개인 트위터 : @libholic



Why : “왜” 소셜 네트워크인가?

“사람들은 여전히 장소에서 살고 있다. 하지만 사회의 기능이나 권력은 흐름의 공간 - 네트워크 사회의 지배적인 공간 - 으로 조직되며 그것의 구조적 지배논리는 결국 장소의 의미나 역동성을 변화시킨다. 이러한 두 가지 공간논리는 사회의 의사소통 통로를 붕괴시키는 위협이 되고 있다. 두 형태 사이에 문화적, 정치적, 물리적 교량이 진지하게 설정되지 않는다면, 우리는 평행의 우주에서 살아야 할지도 모른다.”

- 마뉴엘 카스텔, 《네트워크 사회의 도래》, 555쪽

도서관은 과연 어떻게? 네트워크 사회 - 일반적으로 정보화 사회라고 부르는 - 로 들어서면서 새롭게 만들어진 공간과 기존의 사회적 공간 사이에 적절한 교량을 찾고 있을까? 기존의 사회적 공간 속에서도 적절한 교량을 만들어내지 못한 도서관 현실에서 어리석은 질문일지도 모르겠다.

도서관은 사회의 필요에 의해 만들어진 사회적 기관이다. 사회적 기관으로 세워진 도서관은 다시 사회적 필요를 만들어나가며 성장한다. 랑가나단이 말한 ‘성장하는 유기체’란 이것을 말한다. 사회적 필요를 만든다는 것은 도서관의 존재가치를 새롭게 인식시키고 변화시키는 것이다. 그러나 우리나라의 도서관은 사회적 필요에 의해 만들어질 뿐, 도서관이 사회적 필요를 만들어오지 못했다. 이에 도서관과 사서에 대한 사회적 인식은 오랫동안 지체되어 있으며, 우리가 진정 만들고픈 도서관의 모습은 우리들 안에서만 맴돌고만 있다.

그렇다면, 도서관이 사회적 기관으로 발돋움하기 위해 가장 먼저 갖추어야 할 것은 무엇일까? 답은 앞서 말했듯 사회와 소통하기 위한 적절한 교량을 갖추는 것이다. 우리가 아무리 좋은 도서관을 만들기 위해 노력하더라도, 사회와 소통이 이뤄지지 않으면 아무도 알아주지 않는다. 우리가 이렇게 열심히 하는데 아무도 그 노력을 알아주지 않는다는 불평과 자괴감에만 빠질 뿐이다. 결국 마누엘 카스텔의 말처럼 도서관과 사회는 ‘평행의 우주’가 되어 ‘성장하는 유기체’가 될 수 없을 지 모른다.

이런 문제를 해소하고 사회와 소통하기 위한 적절한 교량을 찾아 헤매던 중 주목하게 된 곳이 바로 소셜 네트워크의 대표적 공간 ‘블로그’이다. 소셜 네트워크란 네트워크 사회에서 새롭게 떠오른 인터넷이란 공간을 통해 사회적 관계를 만들어가는 것을 말한다. 블로그는 ‘웹 일기장’으로 시작되었으나, 최근에는 개인들의 전문성과 정체성을 표현하는 ‘1인 미디어’로 발전하며 새로운 사회적 관계 형성과 사회적 이슈를 생산하는 대표적 소셜 네트워크로 자리 잡고 있다.

블로그에 주목하게 된 것은 기존의 사회적 공간보다 자유로운 소통의 경로를 확보하고 새로운 사회적 관계를 만들어갈 수 있다고 봤기 때문이다. 오프라인에서의 전통적인 공간에서 소통의 경로를 만들려면 시간과 공간의 제약이 많이 따르고, 더 많은 품이 들어간다.¹⁾ 이에 비해 온라인은 시간과 공간의 제약이 상대적으로 적다. 그렇다면 도서관의 온라인 활동은 어떨까? 도서관들이 온라인에서 소통해온 공간은 공지사항과 자료검색이 주를 이루는 홈페이지 정도이다. 자유게시판이 있지만 도서관 홈페이지는 ‘공식적’이고 ‘관(官)’의 성격이 강한 탓에 자유로운 소통이 이뤄지기 힘들다. 이에 비해 블로그는 폐쇄적이고 일방향적인 구조를 벗어나 좀 더 자유롭고 쌍방향적인 소통을 만들 수 있다. 이런 블로그의 장점 때문에 개인뿐만 아니라 기업이나 비영리기관 등에서도 블로그를 통해 더 많은 사람들에게 자신의 존재를 알리고, 정보를 생산, 유통하는 활동을 펼치고 있는 것이다.

이런 블로그의 유희는 강렬했고, 결국은 블로그를 통한 새로운 사회적 소통의 길에 발을 댄답 그게 만들었다.

1) 물론 전통적인 공간을 통한 사회적 관계 만들기도 무척 중요하다.

What : 소셜 네트워크에서 “무엇을” 할 것인가?

What 0 - 무엇을 담을 그릇 선택하기

블로그를 만들기로 결심한 뒤 제일 먼저 해야 할 것은 어디에 만들 것이냐는 문제였다. 현재 국내에는 네이버, 다음, 이글루스, 티스토리 등 다양한 곳에서 블로그 서비스를 제공하고 있다. 이러한 블로그들의 특성들을 비교, 분석한 결과 티스토리가 가장 우리 도서관 블로그를 운영하기에 유리하겠다고 판단하게 되었다. 티스토리를 선택한 이유는 다음과 같다.

- ① 쉽게 만들 수 있으면서, 블로그를 꾸미고 기능을 추가하는 것이 자유로움
- ② 데이터의 백업과 복원 가능
- ③ 무제한 용량 제공
- ④ 팀블로그 지원(한 명이 아니라 여러 명이 함께 블로그를 운영 가능)
- ⑤ 각종 포털 및 블로그 메타사이트에서 검색 가능

이러한 이유로 티스토리에 블로그를 만들었으며, 블로그의 주소는 동대문구정보화도서관의 영문 첫 글자인 'D'를 따서 <http://dlibrary.tistory.com> 으로 정하였다.

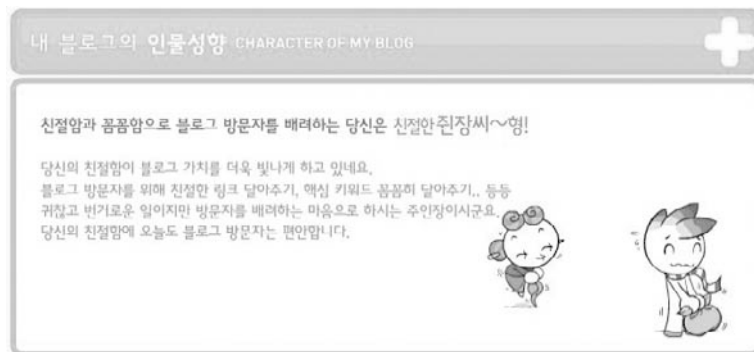
What 1 - 홍보하기

이제 만들어진 블로그에서 “무엇을” 할 것인지 설정해야 했다. 첫 번째는 당연히 ‘홍보’다. 우리 도서관을 널리 알리는 것은 소셜 네트워크를 만들어가는 기반이 되기 때문이다. 블로그를 통한 홍보활동에 기본적으로 이뤄져야 할 것은 접근 경로를 다양화하는 것이다. 블로그와 홈페이지의 가장 큰 차이점은 포털사이트를 비롯하여 사람들이 접근할 수 있는 있는 경로가 다양하다는 것이다.

먼저 구글, 네이버, 다음, 네이트, 야후 등에 도서관 블로그를 무료 홈페이지로 등록을 하였다. 그리고 흩어져 있는 수많은 블로그의 글을 모아 보는 메타 블로그 사이트에 등록하여 다양한 접근 경로를 확보하였다.²⁾ 또한 도서관 블로그를 홈페이지 메인에서 쉽게 찾아 볼 수 있도록 연결하는 것도 잊지 않았다.

2) 많은 메타블로그 사이트가 있는데, 그 중에서 가장 대표적이고 블로그 홍보에 적절하다고 판단되는 메타블로그인 블로그코리아 (<http://www.blogkorea.net>), 올블로그(<http://www.allblog.net>), 이올린(<http://www.eolin.com>), 믹시(<http://www.mixsh.com>), 나루(<http://www.naaroo.com>) 등에 도서관 블로그를 등록하였다.

이런 기본적인 블로그 홍보준비를 한 뒤에는 블로거들과의 소통을 홍보활동의 중점으로 두었다. 블로그에 글을 남겨준 사람들에게 빠르고 친절하게 답글 달기, 블로그에 방문한 블로거들의 블로그에 방문하여 글 남기기, 도서관 블로그에 포스팅된 글과 관련있는 글 찾아 트랙백 걸기, 블로그에 달린 댓글과 방명록 글에 신속하고 성실히 답변하기, 사람들이 흥미있고 관심있어 할 만한 블로그를 찾아 방문하여 새로운 관계 맺기 등을 통해 블로고스피어(Blogosphere)³⁾의 세계에서 다양한 관계를 쌓아갔다. 이런 노력을 기울인 이유는 소통을 기반으로 한 관계 쌓기야말로 진정된 홍보라고 생각하기 때문이다. 결국 비영리기관인 도서관의 홍보 목표는 “Love me”, 즉 우리 도서관을 사랑하도록 만드는 것이기 때문이다.



〈그림 1〉 도서관 블로그의 인물성향

What 2 - 정보 제공하기

도서관 콘텐츠를 기본으로 한 정보제공은 홍보보다 더 중점을 둔 사항이다. 정보제공은 도서관 사서의 전문성과 연관이 있다고 보았기 때문이다. 전문성이란 자격증이 아니라, 사회에 다양한 방식으로 발언하고 참여할 때 사회에서 주어지는 것이다. 블로그는 이러한 사회적 참여의 기회가 누구에게나 평등하게 열려있다. 누구나 콘텐츠를 개발하고 글을 발행할 수 있으며, 소셜 네트워크에서 전문성을 인정받을 수 있기 때문이다.

새로운 콘텐츠를 생산하고 관리하는 것이 쉬운 일은 아니다. 특히 새로운 콘텐츠를 생산하기보다

3) 블로고스피어(Blogosphere)는 커뮤니티나 소셜 네트워크 역할을 하는 모든 블로그들의 집합이다. 수많은 블로그는 매우 촘촘하게 연결되어 있으며, 이를 통해 블로거는 다른 사람의 블로그를 읽거나, 링크하거나, 참고해서 자신의 글을 쓰기도 하고, 댓글을 달기도 한다. 이렇게 서로 연결된 블로그가 블로그 문화를 성장시키는 근본이 된다. 한국 내에서는 블로고스피어와 제품이름인 블로그스피어를 같은 의미로 사용하고 있다.

콘텐츠를 관리하는 데 익숙한 사서들에게 이는 상당히 부담스러운 일이다. 그러나 가만히 생각을 해보면 도서관은 콘텐츠를 생산할 수 있는 좋은 조건들을 갖추고 있다. 책부터 잡지, 영화 등 다양한 콘텐츠를 갖추고 있으며, 다양한 문화프로그램을 진행하고 있다. 그 속에서 끄집어 낼 수 있는 이야기는 무궁무진하다. 그리고 가만 들여다보면 도서관들은 이미 서평, 추천도서 목록 등 다양한 콘텐츠들을 생산해오고 있다. 문제는 이를 적절히 가공하여 사람들에게 널리 알리지 못했을 뿐이다. 이에 우리 도서관에서 생산된 서평, 추천도서 목록, 도서관 소식, 행사 사진, 통계 등을 가공하여 꾸준히 글을 올리고 있다.

What 3 - 도서관의 일상 그려내기

마지막으로 블로그에 담고자 한 것은 바로 우리 도서관들의 일상이었다. 사람들은 도서관하면 공부하는 독서실의 이미지를 벗지 못한다. 벗어났다 하더라도, 책을 빌려주는 곳을 넘어서는 경우는 드물다.

이러한 한계를 벗어나 도서관이야말로 다양한 사람들이 부대끼며 희로애락이 가득한 곳이라는 것을 보여주고 싶었다. ‘책’이나 ‘공간’이 아니라, ‘사람’이 부각되는 도서관의 모습을 가감 없이 그려내고 싶었던 것이다. 도서관 일기장이라고 하면 적절한 표현이 될 듯하다. 블로그란 ‘웹 일기장’에서 출발했기에 도서관 일기를 쓰기에 더 없이 적절한 공간이기도 하다. 블로그에 연재된 〈도서관氏의 행복한 수다〉는 이를 염두에 둔 글들이다.

이렇게 ‘홍보’, ‘정보 제공’, ‘일상 그려내기’ 이 세 가지가 우리 도서관 블로그에 담겨 있는 것들이다. 현재 블로그에는 사람들이 좀 더 친근하게 느낄 수 있도록 우리 도서관의 애칭인 ‘지혜의 보물섬’을 따서, 〈표 1〉과 같이 카테고리를 분류하여 다양한 이야기들을 펼쳐나가고 있다.

〈표 1〉 동대문구정보화도서관 블로그 카테고리 분류와 내용

분 류	내 용
지(知) 알려드려요	도서관 소식, 강좌, 행사, 프로그램 안내 등
혜(慧) 도서관 정보	도서관 이용법을 비롯해 도서관 관련 정보를 제공
의(意) 도서관 풍경	도서관 일상 / 강좌, 행사 후기 / 언론에 비친 도서관 이야기 등
보(寶) 보물 자료들	책, 영화(DVD) 등 사서들이 추천하는 자료 이야기
물(物) 도서관 인물	도서관과 관련된 인물들에 대한 이야기
섬(熾) 생각을 퍼다	그 밖에 사서들이 들려주는 도서관 생각과 이야기들

Who : 소셜 네트워크는 “누구”와 만나게 하는가?

블로그란 곳에 덩빙 발을 담겼지만, 당시⁴⁾ 블로그에 대해서 제대로 아는 것 하나 없었다. 어디에, 어떻게 만들어야 하는지부터 어떻게 관리해야 하는지 모든 것이 미지의 길이었다. 위젯, RSS, 플러그인, 각종 태그 등 생소한 용어들에 적응하고 배워나가는 것도 쉽지 않았다. 게다가 당시 ‘도서관 블로그’는 대학도서관 몇 곳이 전부였다. 참고는 되었지만, 우리가 설정한 ‘도서관 블로그’의 방향과는 거리가 있었다. 그러나 항상 길을 찾는 자에게 열리는 법. 블로그를 준비하는 과정에서 자신들의 경험과 노하우를 개방하고 공유하고 있는 많은 블로거들을 만날 수 있었다. 웹 2.0의 핵심정신을 실천하고 있는 그들과의 만남 덕분에 블로그 운영에 대한 자신감을 얻을 수 있었고 블로그에 적응할 수 있었다. 이제 갖출 건 지치지 않고 꾸준히 이어갈 다짐이었다. 1년 동안은 아무도 관심을 가져주지 않더라도 꾸준히 앞서 정한 방향대로 블로그를 꾸려간다면 분명 성과가 있을 것이라 생각했다.

그리고 성과는 비교적 빨리 다가왔다. 블로그를 운영한지 3개월 정도 지나자 아무도 관심가져 주지 않으면 어쩌나 하는 걱정을 벗어 던질 수 있었다. 다음 메인 화면에 도서관 블로그 글이 올라가는 등 주목을 받기도 했지만, 무엇보다 많은 블로거들이 찾아와 도서관에서 블로그를 운영한다는 것에 놀라워하면서 응원해 주는 글들은 큰 힘이 되었다.

“도서관에서 운영하는 블로그가 있다는 사실을 알고 깜짝 놀랐습니다. 왜 없을거라 생각했을까요? 따지고보면 도서관이야말로 블로그가 가장 잘 어울리는데...”

- mindfree님

“도서관에서 이런 좋은 블로그를 운영하다니 놀랍고 반갑습니다. 동대문구에 사는 분들은 좋겠어요..^:~”

- 초록볼님

사회적 소통을 고민하고 그 교량으로 블로그를 선택한 것이 잘못된 판단이 아니었음을 확인할 수 있었다. 마치 사람들은 도서관이 자신들에게 다가오기를 기다리고 있었다는 듯 했다. 이러한 반응에 블로그를 운영하는 일은 신나는 일이었다. “知之者不如好之者 好之者不如樂之者(지지자불여호지자 호지자불여요지자), 많이 아는 사람은 좋아하는 사람만 못하고, 좋아하는 사람은 즐기는 사람에게 이르지 못하느니라.” 『논어』의 공자님 말씀이다. 진정 즐기게 되니 도서관 블로그는 소셜 네트워크 속

4) 2008년 2월에 블로그 문을 열었다.



〈그림 2〉 2008년 11-12월 블로그 코리아 도서 분야 랭킹 1위 화면

에서 확고히 자리를 잡아갈 수 있었다. 메타블로그 블로그 코리아 도서 분야 랭킹 1위를 하기도 했으며, 알라딘 서점에서는 2008년, 2009년 ‘Thanks to Blogger’ (우수 서평 블로거)에 선정되었다. 2009년에는 35만개(올블로그 홈페이지 메인)의 블로그가 등록되어 있는 올블로그에서 TOP 100 블로그에 선정되는 행운도 얻었다. 그리고 블로그 가치평가 사이트인 블로그얍에서 발행하는 〈blogosphere insight : 2008년 대한민국 블로그 백서〉에서 정부부처 및 공공기관 블로그 가치평가에서 우리 도서관이 경쟁한 기관들 사이에서 23위에 오르기도 했다.

최근 우리 도서관에서 2009년 2월~11월까지 진행했던 〈강유원의 고전 읽기〉 강좌가 『인문 古典 강의』란 제목으로 출간되었다. 이 책의 1장에 “인 메디아스 레스(in medias res)”라는 말이 나온다. “사건의 한가운데로(핵심적인 것으로)”란 뜻이다. 고전이란 핵심적인 것만을 드러낸다는 뜻으로 쓰이는 말이다. 나는 이 말이 이렇게도 읽힌다. “핵심적인 것을 드러내기 위해서는 ‘사건의 한가운데로’ 들어가야 한다.”

우리가 무엇을 제대로 알기 위해서 또는 문제를 해결하기 위해서 ‘사건의 한가운데로’ 들어가 보



〈그림 3〉 알라딘, 올블로그에서 수상한 엠블럼이 걸려 있는 블로그 화면



2008
정부부처, 공공기관
블로그가시평가

정부부처 및 공공기관 블로그 가치평가 (가점순)

순위	정부부처, 공공기관	블로그이름	블로그주소	포스트	댓글	트랙백	가점
1	한국원자력연구원	Energy Planet	http://blog.naver.com/energyplanet	546	26,757	42	15,283,880
2	농촌진흥청	농촌진흥청	http://blog.naver.com/ida2444	1,732	11,197	16	7,749,450
3	명성안전부(당아제)	대한민국 명성안전부	http://blog.naver.com/happymogaha	1,912	2,673	101	6,451,070
4	지식경제부(다을)	지식경제부 블로그	http://blog.daum.net/daul21	2,611	464	152	6,191,100
5	총재제도	경제특검도 총재	http://blog.daum.net/dab21	3,078	278	78	5,831,885
6	청와대(당아제)	공공발전지원아래 - 청와대 블로그	http://blog.naver.com/mb2_nomics	102	13,056	109	5,792,715
7	명성안전부(다을)	대한민국 명백어	http://blog.daum.net/happymogaha	1,860	399	100	5,526,585
8	한국철도공사	고속철 블로그 '한나태요, 코레일'	http://blog.naver.com/korailblog	926	2,166	2	4,208,405
9	법무부(김갑)	김두리까 본 김갑이야기	http://blog.naver.com/spgood	1,344	742	11	3,794,910
10	농림수산식품부(다을)	새농어의 농수산식품 이야기	http://blog.daum.net/mauf2006	1,074	8,154	187	3,675,075
11	국세청	국세청 연구실수업	http://blog.naver.com/hasave114	300	10,082	12	3,540,480
12	건강보험심사평가원	건강보험심사평가원	http://blog.naver.com/yushiro	670	6,603	36	3,536,950
13	정책공간(문화체육관광부 운영)	정책공간	http://blog.naver.com/hellopolicy	414	3,962	301	3,529,505
14	정책공간(문화체육관광부 운영)	정책공간 - 소중하는 정책대표 블로그	http://blog.daum.net/hellopolicy	430	3,073	400	3,454,315
15	노동부(김갑)농림수산식품부(당아제)	직업농부개발사업	http://blog.naver.com/upgrade_u	814	2,456	2	3,358,485
16	지식경제부(당아제)	지식경제부 블로그	http://blog.naver.com/maadnews	1,681	391	18	3,052,600
17	공정거래위원회	시장경제 지킴이	http://blog.daum.net/ftc_news	1,474	282	391	3,045,465
18	노동부(연소설보사 보모영매인)	1313131313의 블로그	http://blog.naver.com/1313131313	1,029	44	4	3,009,025
19	법무부(김갑)	Cool Guy 정재민 변호사의 법학 1st Story	http://blog.naver.com/kaw_szang	649	1,447	31	2,585,085
20	농림수산식품부(당아제)	우리농(농림수산식품부블로그)	http://blog.naver.com/mauf2004	972	479	8	2,535,150
21	산림청	----- 산림의 블로그 -----	http://blog.daum.net/ftc8079	1,810	35	53	2,344,820
22	한국과학기술원	자만에 새 생동물, 환경에 새 안경울	http://blog.naver.com/freshkorea	1,056	345	4	2,212,465
23	홍익대학교	홍익연구정보화도서관 블로그	http://dliblibrary.tistory.com	455	1,173	113	2,095,375
24	문화체육관광부	문화정책 문화역사학 블로그-신	http://blog.naver.com/culturalsh	951	275	85	2,059,075
25	중복노동	이시이시소! 경북2008	http://blog.naver.com/ghnaski	492	4,650	3	1,797,780
26	명성안전부 재난안전실	명성안전부 재난안전실	http://blog.naver.com/s_safety	362	179	2	1,590,983
27	한국수력원자력	한국수력원자력 블로그	http://blog.naver.com/s_hyew_khwp	364	37	0	1,443,003
28	청와대(다을)	공공발전지원아래 - 청와대 블로그	http://blog.daum.net/mb2nomic	797	7,899	174	1,507,710
29	명우청	명우청	http://blog.naver.com/mauf900	661	1,016	6	1,192,065
30	국토해양부	영해정보 가짜, 국토해양부 블로그 영해누리:	http://blog.naver.com/mauf2008	209	170	5	1,180,850

* 블로그 가점은 댓글, 포스트, 트랙백 등의 20여 가지의 요소들을 미디어 및 브랜드자수로 변환하여 실용성평가지의 각요소로 전환한 것으로 높은 가점은 블로그의 대표적 키워드나 게시글 수가 높다는 것을 의미함

BLOGVARS

(그림 4) 정부부처 및 공공기관 블로그 가치평가 순위

는 것만큼 확실한 것은 없다. 소셜 네트워크도 마찬가지다. 그 속에 침범 몸을 담귀 보지 않고서는 그 핵심을 알 수 없다. 그리고 이를 통해 ‘사건’이 만들어지고 새로운 사람들을 만나게 되며, 도서관의 사회적 관계는 넓어지게 된다. 도서관의 새로운 사회적 관계를 희망하는 도서관인들에게 소셜 네트워크의 공간에 두려움을 가지지 말고 뛰어들어 보기를 적극 권한다. (B)

<도서관이 운영하는 블로그 소개>

포천시립도서관일동도서관, 영종꿈나무도서관	http://blog.naver.com/ssabab3	전북대학교도서관	http://cnulibrary.tistory.com
포항공과대학교 청암학술정보관	http://postechlibrary.tistory.com	서울대학교중앙도서관	http://snul.tistory.com
동양대학교 중앙도서관	http://dyulibrary.egloos.com	대구대학교 중앙도서관	http://dulibrary.tistory.com
동덕여자대학교 춘강학술정보관	http://dclibrary.tistory.com	성남시수정도서관	http://sjlib.tistory.com
동덕여자대학교 동덕여성학도서관	http://dcwmlib.tistory.com	경기 도립중앙도서관광주분관	http://blog.naver.com/gjlib
영진전문대학교도서관	http://liblog.yjc.ac.kr	남양주시 지식정보도서관	http://210.90.75.34:8800/blog.asp?blogID=blog
인제대학교 백인제기념도서관	http://injelibrary.tistory.com	동대문구정보화도서관	http://dlibrary.tistory.com
한국기술교육대학교 다산정보관	http://dasan.tistory.com		

※ 출처 : 디브리러블로그정보(<http://www.dlibrary.net/dportal.do>)

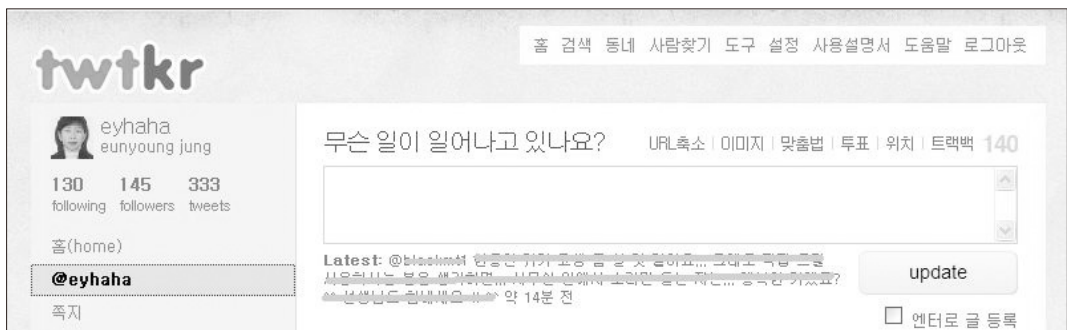
사례 ③

무슨 일이 일어나고 있나요?



정은영
경기도사이버도서관 사서
eyhaha@library.kr
개인 트위터: @eyhaha

“이젠 이혼 발표도 트위터를 통해 하는 시대가 됐다. 할리우드 톱스타 짐 캐리 - 제니 맥카시 부부가 7일(한국시간) 자신들의 트위터로 결별을 알렸다고 외신이 전했다.”(스포츠서울, 2010.04.07 기사 발췌)



〈그림 1〉 @eyhaha의 트위터 홈

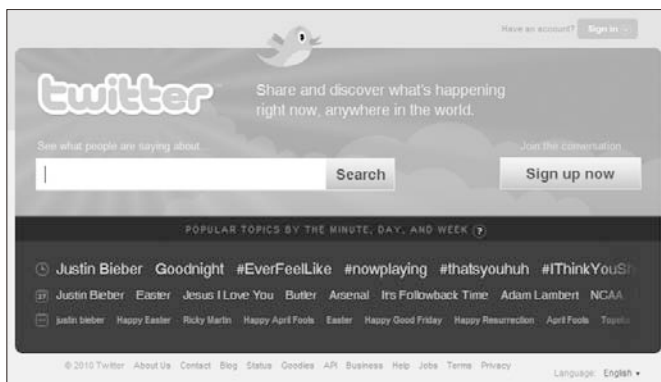
요즘 온라인과 오프라인 모두가 “트위터”라는 것 때문에 시끌시끌하다. 오바마, 김연아, 이외수 등 유명인으로 인해 트위터가 알려지기 시작하다가 “아이폰”이 출시되면서 급격한 증가를 나타내고 있다. 무선인터넷 정액 요금과 함께 출시된 스마트폰이 대중화 되면서 트위터를 경험해 보려는 사람들이 늘어나고 있다. 기다림에 취약한 현대 대중에게 특히 핸드폰, 문자 등에 매우 익숙한 세대들에게 실시간으로 140자 안팎의 짧은 글을 주고 받는 트위터는 매력적일 수밖에 없다.

개인 사용자들이 짧고, 빠른 감각적 매력과 스마트폰의 활용성 때문에 늘어나고 있다면 기업들은 트위터를 하나의 마케팅 수단으로 보고 적극적으로 뛰어 들고 있는 모습을 볼 수 있다. 매일같이 이벤트를 하는 기업 트위터도 있으니, 얼마나 열심히 활용하고 있는지 단적으로 알 수 있다. 기업들은 트위터의 “신속성”과 “친숙성”, “대중다양성”이라는 점에서 아주 매력적인 마케팅 수단으로 보고 접근하고 있는 것 같다.

이러저러한 이유로 세상은 ‘트위터가 뭐지?’ 라는 궁금증이 확산되고 있고, 이에 발맞춰 『트위터』(조엘 컴 저, 예문, 2009)에 이어 『트위터 140문자가 세상을 바꾸다』(고쿠레 마사토 저, 김영서, 2010) 등의 책까지 출간되었다.

도대체 무슨 일이 일어나고 있는 것일까?

트위터를 시작하다



〈그림 2〉 트위터 첫 화면(<http://www.twitter.com>)

‘트위터를 어떻게 시작하게 되었지?’ 오래되지도 않은 일이 잘 생각이 나지 않는다. 곰곰히 생각해보니 일년 전 쯤부터 사용하고 있던 ‘미라지’ 때문이었다. 미라지는 WindowCE기반의 스마트폰으로 이 폰의 활용 정보를 얻기 위해 트위터를 시작하게 되었다. 그러나 나에게 트위터는 도대체 어떻게 사용하는 것인지, 어떤 용도로 사용해야 하는 것인지 감을

잡을 수 없는 낯선 공간이었다. following은 뭐고, followers는 뭔지, 모르는 것 투성이고, 어색함 뿐이었다. 그것이 트위터에 대한 나의 첫인상이었다.

“이거 어떻게 하는 거야?”

트위터의 재미에 빠지다

낯설고, 어색했던 트위터가 슬슬 재미가 붙기 시작했다. 뭐가 재미있다는 것일까? 다른 사람의 생각이나 이야기를 듣는 것, 내 이야기를 쓰는 것, 가끔의 소통, 새로운 인맥의 형성, 그 모든 것이 트위터에 분명히 들어가 있지만 그 외에 다른 어떤 매력이 트위터에 존재한다. 그 매력이 무엇일까? 나에게 그것은 트위터와 함께 젊어지고, 트위터와 함께 발전하고, 트위터와 함께 사고하고 있다는 사실이다. 단순한 일상의 대화이기도 하지만, 단순하지 않은 많은 사고의 단말들이 트위터에 있다고 말한다면 너무 과한 표현일까? 트위터 팔로잉을 보면 그 사람의 특성이 보인다는 말이 있다. 어떤 사람의 사고의 단편, 취향을 조금은 볼 수 있다는 것, 그것이 트위터인 것 같다. 비슷한 경험을 갖고 있는 사람들, 유사한 생각을 갖고 있는 사람들, 혹은 전혀 다른 부류의 사람들이지만 서로를 이해하게 만들어 주는 글을 공유할 수 있는 곳이 트위터인 것 같다. 나 역시 도서관 혹은 출판계 사람들과 조금씩 연계가 되면서 트위터에 재미를 느끼기 시작한 것 같다. 지난해 전국도서관대회 때 전시부스를 돌아다니다가 PC 앞에서 잠시 쉬며 트위터를 했다. 《학교도서관저널》 창간준비호에 대해 트윗을 하나 썼는데 어느 편집자분이 《학교도서관저널》에 관심을 보이셨다. 한 권 챙겨서 사무실에 돌아가면 보내드리기로 했다. 트위터의 위력(?)이라고 하기엔 좀 약한 감이 있지만 소통, 실시간, 새로운 공간 활용을 경험하던 순간이었다.

난 지금 140자의 마력에 빠져들고 있다.



〈그림 3〉 @eyhaha의 팔로잉 리스트

트위터, 개인의 공간

나에게 있어 트위터는 개인의 공간이다. 메시지를 하듯 맞팔(서로의 글을 팔로잉하는) 친구들과 다이렉트 메시지(일종의 쪽지)를 보내기도 하고, 순간의 생각이나 일상을 쓰기도 하고, 개인적으로 관심 있는 글을 띄우기도 하고, 공감되는 글을 리트윗(RT)하기도 한다. 말 그대로 나에게 대한 소소한 일상의 표현이다. 그러한 소소한 일상을 보내기 위해 동생이나 친구들에게 트위터를 적극적으로 알리기도 하고, 특히 스마트폰을 쓰고 있는 사람에게는 강추(강력추천)를 하고 다니게 된다. 싸이월드의 미니홈피와는 또 다른 재미의 개인적 온라인 공간이 탄생한 것이다. 한 참 미니홈피를 열심히 할 때 미니홈피에서의 사람들과의 소통이 하루단위로 이루어 졌다면, 트위터에서는 실시간으로 진

행된다. 하루가 지난 멘션에 대해 언급하기가 좀 쑥스럽기까지 하다. 아니 하루가 아닌 반나절만 지나도 그러한 생각이 든다. 그만큼 트위터는 빠르다.

빠른 트위터는 정보를 준다. 지난 2월에 시흥에서 지진이 난 적이 있었다. 지진을 느끼기가 무섭게 트위터에서 바로 이야기가 나왔다. 개개인들은 ‘엇! 이거 뭐지? 지진인가?’ 라고 생각하는 순간에 진앙지가 어디인지, 강도는 얼마나 되는지가 실시간으로 올라왔고 각 지역별로 어느 정도의 지진이 감지되었는지가 올라오기 시작했다. 서울 강북은 창문이 흔들리는 정도였고, 서울의 강남에서는 어느 정도의 진동이었던지가 바로바로 올라와서 정보화되었다.

‘빠른 트위터’가 정보를 준다면, ‘짧은 트위터’는 소소한 즐거움을 준다. 짧은 글로 나눔이 가능한 트위터는 소소한 일상을 그대로 자연스럽게 보여준다. 그러한 재미가 개인의 공간인 트위터를 친숙하게 만든다.

트위터, 참 친숙한 개인적 공간이다.

어쩔 수 없는 도서관쟁이

트위터가 짧지만 글을 쓰는 곳이기 때문일까? 트위터 안에는 생각보다 도서관을, 책을 좋아하는 사람들이 많은 것 같다. 도서관인의 기대에는 미치지 못할 수도 있지만 일반인들에게 도서관은 생각보다 친숙한 곳이고, 생각보다 관심 있는 곳인 것 같다. 사람들은 도서관 이야기 듣는 것을 좋아

한다. 물론 연예인 등에게 열광하는 정도는 아니지만……. 사람들이 듣고 싶어하는 ‘도서관 이야기’는 무엇이 있을까? 내가 해 줄 수 있는 ‘도서관 이야기’는 또 뭐가 있을까? ‘도서관 이야기’라고 하니깐 거창해 보이지만 꼭 그렇지도 않다. ‘도서관으로 오는 출근길이 어떤지’, ‘사무실이 출지는 않은지’, ‘도서관 주변 맛집은 어디인지? 부터해서 ‘도서관이나 책에 대해 새로운 이슈가 있는지’, ‘도서관에서 생긴 새로운 일이 있는지’ 등의 가벼운 글들이 자연스럽게 쓰여 진다. 경기도사이버도서관의 경우야 특별한 부분이 있지만 일반 사서들은 도서관에서 열리는 문화프로그램 등을 안내하기 참 좋은 것 같다.



〈그림 4〉 @eyhaha의 트윗들

나에게 있어 트위터는 개인적인 소소한 일상의 공간이기도 하지만 경기도사이버도서관을 알리는 공간이 되기도 한다. 이는 어쩌면 나의 소소한 일상이 도서관과 뗄 수 없기 때문일 것이다. 굳이 우리 도서관을 알리기 위해서 라기 보다는 자연스럽게 도서관에 대한 이야기를 하게 되고, 도서관에 관심 있는 사람들과 이야기하게 되기 때문인 것 같다.

난 어쩔 수 없는 도서관쟁이 인가 보다.

도서관에서 무슨 일이 일어나고 있나요?

우리 사서들은 일반인들이 도서관에 대해 관심이 없다고 한탄하곤 한다. 그런데 사람들에게 도서관에서 근무한다고 하면 다들 관심 있어하고 때로는 부러워한다. 물론 도서관에 대해 잘 모르기 때문에 부러워하는 것일 수 있겠지만, 그만큼 도서관은 사람들에게 기대를 갖게 해주는 공간인 것이다. 사람들이 도서관에 대해 잘 모르고 있다고 한탄하기 전에 도서관이 어떠한 곳인지, 도서관에서 어떤 일이 일어나고 있는지, 우리 도서관 사람들이 이야기해야 하는 것은 아닐까? 그렇다면 어디서 어떻게 이야기해야 사람들이 주의 깊게 들어줄까? 어쩌면 트위터가 그러한 공간이 될 수 있을 것 같다. ‘도서관에 근무하는 사람들은 어떤 사람들인지’, ‘도서관에 근무하는 사람들은 어떤 일을 하고 있는지’, ‘도서관은 무엇을 하고 있는지’, ‘우리동네 도서관을 어떻게 이용할 수 있는지’ 등 도서관에 대한 소소한 이야기를 친밀하게 알려줄 수 있는 곳이 바로 트위터가 아닌가 싶다. 물론 트위터에 올린다고 도서관에 대한 인지도가 갑자기 높아지고, 수많은 우호세력(?)이 생겨나진 않을 것이다. 그렇지만 도서관에서 근무하는 ‘나’에 대한 이야기, 내가 근무하고 있는 ‘도서관’에 대한 이야기가 자꾸 쌓이게 되면 그 쌓인만큼 도서관이 이 사회에서 친숙한 공간이 되지 않을까?

지금, 도서관에서 무슨 일이 일어나고 있나요? 