

도서관 정보 수요자를 위한 소셜 네트워크 서비스 도입에 관한 연구

A Study on Social Network of Library Information User

조 재 인(Jane Cho)*

< 목 차 >

I. 서론	2. 소셜 네트워크 지원 현황 분석
II. 소셜 네트워크의 개요	V. 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 활성화를 위한 지원 방안
1. 소셜 네트워크의 개념	1. 소셜 네트워크 활성화를 위한 기본 요소 도출
2. 소셜 네트워크의 기능과 가치	2. 소셜 네트워크 활성화를 위한 지원 방안
III. 소셜 네트워크의 도서관 적용에 관한 인식	VI. 결 론
IV. 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 지원 현황 분석	
1. 유형별 소셜 네트워크 지원 현황	

초 록

소셜 네트워크는 온라인상의 인맥 기반 친목 서비스로 잘 알려져 있지만, 광의의 소셜 네트워크는 타인과 협력하고 정보를 공유하는 작업을 통해 생성된 관계 또는 이를 기반으로 생성된 데이터를 통해 웹을 정보생태계로 진화시키는 메커니즘으로 해석할 수 있다. 소셜 네트워크는 친목 기반의 연결의 장에서 관심사 기반의 사회적 관계망으로 확대되고 있으며, 비즈니스 교육 등 다양한 영역에서 적용되고 있다. 도서관 서비스 영역에서도 수요자의 정보 교류 네트워크 형성에 소셜 네트워크의 개념과 철학을 적용하기 위해 관심을 보이기 시작하고 있다. 본 연구에서는 소셜 네트워크의 개념과 의의를 살펴보고 도서관 영역에서 어떻게 해석되어 응용이 시작되고 있는지 살펴본다. 또한 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 활성화를 위한 지원 방안을 제안해 본다.

키워드: 소셜 네트워크, SNS, 라이브러리 2.0, 이용자 커뮤니케이션

ABSTRACT

Social Network has been known as friendship basis human relation service in online network. But a broad sense of Social Network can be explained as a mechanism which makes web evolve to information-ecosystem by human relation and network data which has been generated by the mass of people's cooperation and interchange. Social Network has been expanding their domain from friendship basis relation service to broad social relationship focus of matter of concern. It has been applied to diverse domain. Library community begins to take an interest in Social Network concept to apply user's interchange for information. This paper considers the concept of Social network and it's appliance to a library service. For the more, suggest basic element for vitalizing library user's Social network.

Keywords: Social Network, SNS, Library 2.0, User Communication

* 시립인천전문대학 문헌정보학과 전임강사(chojane@icc.ac.kr)

• 접수일: 2008년 5월 14일 • 최초심사일: 2008년 5월 26일 • 최종심사일: 2008년 6월 21일

I. 서론

웹 2.0이 등장하면서 나타난 개념인 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, 일명 SNS)는 오프라인에 존재하는 사회적 관계망을 온라인에서 구축한 친목기반 인맥형성 서비스로 잘 알려져 있다. 가장 큰 영향력을 발휘하고 있는 마이스페이스(Myspace.com)는 2007년 1억명 이상의 글로벌 이용자를 확보하고 있으며, 이용자수는 2006년에 비해 72%가 증가되었다고 발표하였다. 페이스북(Facebook.com) 역시 일평균 이용자가 15백만이 넘으며, 이 통계는 작년초에 비해 300%나 증가하였다고 한다.¹⁾ 우리나라의 싸이월드(Cyworld.com) 역시 전 국민의 절반에 달하는 2천만명 이상이 가입되었다고 하니, 이러한 경향은 소셜 네트워크가 더 이상 일시적 유행이 아니라 인터넷 환경에서 나타나는 무시할 수 없는 현상임을 말해 준다.

웹의 소셜 기능이 강화되면서, 소셜 네트워크는 매우 포괄적인 의미로도 해석된다. 사람은 타인과 협력하고 정보를 공유하는 작업을 통해 사회적 관계망을 형성하게 되는데, 디지털 환경 속에서는 이러한 양상이 예전보다 훨씬 쉽고 빠르게 이루어지고 있다. 광의의 소셜 네트워크는 사람과 정보 등 웹의 구성 요소들이 서로 손쉽게 연결될 수 있는 환경이 마련됨으로써 다양한 네트워크가 형성되고, 거기에 풍부한 데이터가 더해져 웹을 정보생태계로 조직화시키는 메커니즘을 의미하기도 한다.²⁾

최근 소셜 네트워크는 실명 아이덴티티를 가지는 친목 기반의 연결과 만남의 장에서, 관심사 기반의 사회적 관계망으로 그 범위가 확대되고 있으며, 더불어 비즈니스, 교육, 기업의 혁신에 이르는 다양한 영역까지 활용 가능성이 기대되고 있다. 디지털 시대의 도서관, 박물관, 아카이브 역시 본연의 공공서비스 미션을 소셜 네트워크에 어떻게 적용해야 할 것인지 도전에 직면하고 있다. 하지만 아직까지 소셜 네트워크와 이들의 역할을 쉽게 결부시키는 사람은 많지 않다. 소셜 네트워크가 스트롱 타이(Strong-Tie)를 기반으로 한 친목 네트워크라는 인식이 강하기 때문일 것이다. 그러나 최근에 도서관계에서도 빠르게 사람을 연결해 정보를 교류시키는 도구로 소셜 네트워크를 적용해 보자는 의견이 제기되기 시작하였다. 소셜 네트워크의 개념과 철학을 도서관을 중심으로 한 인간 관계와 커뮤니케이션에 전개시켜 동일한 관심사를 가진 사람들의 정보 교류 네트워크를 활성화시키는 것이다. 더불어 몇몇 도서관과 정보 서비스 기관은 본격적으로 도서관 서비스에 소셜 네트워크 개념을 접목하기 위한 노력을 시작하고 있다.

이러한 추세 속에 도서관 정보 서비스 측면에서도 소셜 네트워크의 의의와 기능을 고찰해 보고, 이것이 어떻게 해석되어 응용되고 있는지 살펴보는 것이 필요할 것이다. 따라서 본 연구에서는 먼

1) OCLC, WorldCat Community. <<http://www.oclc.org/nextspace/007/productsandservices.htm>> [cited 2008. 3. 10].

2) 한국인터넷진흥원, “웹 2.0과 소셜네트워크.” 이슈인사이드, Vol.4(2006). <<http://issue.nida.or.kr/issue/view.jsp>> [cited 2008. 3. 1].

저 도서관 정보 수요자를 위해 시작되고 있는 소셜 네트워크 지원 사례를 몇 가지로 유형화하여 분석해 본다. 두 번째로 소셜 네트워크 활성화를 위해 전제되어야 할 몇 가지 사항을 정리해 보며, 이를 종합한 소셜 네트워크 도입 방안을 제안해 보겠다.

II. 소셜 네트워크의 개요

1. 소셜 네트워크의 개념

오프라인에 존재하는 사회적 관계망을 온라인에서 구축한 인맥형성 서비스가 소셜 네트워크이다. 인터넷 환경에서 본격적으로 소셜 네트워크 서비스가 등장한 것은 2003년경이며 현재 100여개가 넘는 서비스가 운영 중이다. 소셜 네트워크는 인터넷에서 개인의 정체성을 바탕으로 자신에게서부터 수평적으로 뻗어나간다. 기존 커뮤니티는 주제를 중심으로 한 동호회가 먼저 개설되며, 운영진과 회원은 수직적인 구조를 가졌다. 또한 주제가 다른 커뮤니티와는 단절되어 있었다. 반면 소셜 네트워크는 나를 기준으로 내가 관심을 가지는 사람을 추가하며, 각 개인은 네트워크의 중심이자 하나의 분기점(Node)이 된다. 그리고 네트워크는 다른 네트워크와 맞물리며 계속 성장하게 된다.³⁾

소셜 네트워크 서비스는 오프라인의 사회 현상을 가장 잘 나타내는 온라인 서비스로 여러 가지 사회학 관련 이론을 서비스에 적용해 볼 수 있다. 그중 사회적 관계망을 분류하는 기준으로 자주 언급되고 있는 스토롱 타이(Strong-Tie)와 위크 타이(Weak-Tie)는 네트워크 서비스에서도 그대로 적용된다. 스토롱 타이는 오프라인의 지인 중심 네트워크로 실명 아이덴티티를 기반으로 한다. 따라서 강한 연결 관계를 나타내고 있으며, 성공 사례로는 싸이월드(Cyworld.com)가 자주 언급된다. 반면 위크 타이는 관심사를 기반으로 하는 사회 활동 관계로 실명과는 별개의 아이덴티티를 가진다. 그렇기 때문에 상대적으로 약한 연결 관계를 가지며 되며, 따라서 아직까지 지인 중심의 네트워크보다 성공 사례가 많지 않다.⁴⁾ 친목 기반의 인맥 네트워크가 1세대 소셜 네트워크 서비스라면, 일명 “가치 교환 모델”을 표방하는 관심사 기반의 소셜 네트워크 서비스를 2세대 서비스라고 정의할 수 있다. 관심사 기반의 소셜 네트워크로 대표적인 사례는 피플투(People2.com)와 43 things(43things.com) 등을 들 수 있는데, 여기에서는 개인이 등록한 태그가 연결 고리가 되어 동일 관심사 또는 가치를 공유한 사람들이 연계되고 있다.

3) 김중태, “블로그, 소셜네트워크는 어떻게 진화할 것인가?” KCC 사보, Vol.10(2004).
 <http://www.dal.kr/col/organ/20041001_kcc.html> [cited 2008. 3. 2].

4) 이석영, “이용자의 참여, 공유 확대를 위한 SNS 적용 사례(포털서비스를 중심으로).” 학술연구정보서비스 정보기술포럼 자료집 : 학술커뮤니티 및 지식자원 공유 활성화를 위한 SNS 접목 방안, 2007.

〈표 1〉 대표적인 소셜 네트워크 서비스의 이용자 현황⁵⁾

(단위 : 천명)

서비스명	2006년 6월 순방문자	2007년 6월순방문자	증감율
Myspace.com	66,401	114,147	72%
Facebook.com	14,083	52,167	270%
Hi5	18,098	28,174	56%
orkut.com	13,588	24,120	78%

* 우리나라 싸이월드(Cyworld)는 2008년 현재 2,200만명의 가입자 확보.

2. 소셜 네트워크의 기능과 가치

소셜 네트워크는 전술한 바와 같이 인맥을 기반으로 하는 온라인 서비스로 대중에게 인식되고 있지만, 좀 더 광의로는 타인과 협력하고 정보를 공유하는 작업을 통해 생성된 관계 또는 커뮤니티로도 해석될 수 있다. 최근에는 웹 자체가 소셜 기능이 강해지면서 소셜 네트워크와 그렇지 않은 것들간의 차이가 더욱 불분명해 지고 있다. 포프와 벨은 OCLC(Online Computer Library Center)와의 인터뷰에서 소셜 네트워크는 커뮤니티의 또 다른 형태라고 말하였다. 그들은 사람들 간의 커뮤니티는 아주 오래전부터 있어 왔으며, 소셜 네트워크는 디지털 도구를 사용해 예전보다 훨씬 더 많은 대상자를 쉽고 빠르게 연결해 줄 수 있다는 점에서만 차이가 있다고 말한다.⁶⁾ 극단적으로 소셜 네트워크는 메일이나 게시판의 확장판이라고 말하는 사람도 있으며, 딜리셔스(Del.icio.us)와 같은 소셜 북마크도 단순한 하이퍼링크만으로 소셜 네트워크를 구축하고 있다고 논평되기도 한다.

소셜 네트워크 서비스는 새로운 관계를 구축하거나 만들어 내는 것보다 이미 알고 지내던 지인과의 관계를 강화하는 수단으로 주로 활용되었다. 그러나 최근에는 완전한 타인이었던 사람과의 네트워크를 구축하는 것에도 수월한 구조를 제공하게 되었다. 이러한 경향은 상업 및 마케팅, 기업의 혁신과 같은 업무용 네트워크를 강화하는데 활용되고 있을 뿐 아니라, 교육계에 있어서도 훌륭한 도구가 되고 있다. 링크드인(Linkedin.com)서비스는 오프라인의 비즈니스 인맥이 온라인으로 옮겨온 대표적인 소셜 네트워크 사이트이다. 전문직과 직장인 종사자들이 직장 동료들과 인맥을 유지하거나 특정 거래 회사의 담당자를 파악하는데 좋은 도구가 되고 있다. 우리나라에서는 미국 기업과 네트워킹할 수 있는 마케팅 진출 포인트로 활용되고 있다. 또한 교육 기관들과 전문 강사를 위한 서비스도 주목받고 있다. 최신 강사 및 교육 제안 정보, 교육 과정과 교과목 등 사용자와 사용

5) 한국정보통신진흥연구원, “주요 SNS의 이용자수 전세계에서 큰 폭으로 증가,” 주간기술동향, 1311호(2007. 8). <<http://www.itfind.or.kr/itfind/getFile.htm?identifier=02-001-070601-014365>> [cited 2008. 4. 9].

6) OCLC, “Libraries & Social Networking : The thoughts of nine experts about our increasingly online lives.” *OCLC News Letter*, No.7,(September 2007). <<http://www.oclc.org/nextspace/007/1.htm>> [cited 2008. 2. 2].

자가 각종 HRD 콘텐츠를 자유롭게 교환하도록 하는 서비스로, 여기서는 사용자가 만들어 낸 모든 지식 정보 콘텐츠가 오픈 마켓 형태로 교류되고 있다.⁷⁾

한편, 최근 많은 소셜 네트워크 서비스는 외부 개발자의 다양한 API(Application Programming Interface)가 편리하게 접목될 수 있는 환경을 마련하여, 이용자는 이 공간에서도 게임, 날씨, 동영상, 음악 등 다양한 외부의 서비스를 즐길 수 있게 되었다. 대규모 운영 업체들이 오픈 소셜에 참여하여, 외부 개발자의 다양한 API가 수정없이 편리하게 이종의 소셜 네트워크 시스템간에 적용될 수 있게 된 것이다. 오픈 소셜은 소셜 네트워크 시스템과 위젯(widget)⁸⁾ 형태로 들어가는 API가 서로 데이터를 주고받기 위하여 입출력 규약을 표준화하는 것으로, 이를 기반으로 이용자는 여러 사이트를 넘나들며 네트워크의 범위를 확대할 수 있게 되었다.

이와 같이 소셜 네트워크의 기술과 응용 방법은 급격하게 변화되고 있다. 그러나 그 기능과 가치는 계속해서 발전해 나갈 것이며, 이러한 개념은 지금보다 더 중요한 사회, 문화, 비즈니스적 현상이 될 것으로 전망된다. 도서관 역시 소셜 네트워크를 어떻게 적용해야 할 것인가에 대한 도전에 직면하였다.

Ⅲ. 소셜 네트워크의 도서관 적용에 관한 인식

소셜 네트워크는 대상자의 제한없이 빠르게 동일한 관심사를 가지는 사람들을 하나로 묶어 줄 수 있다. 이러한 개념과 철학은 충분히 도서관을 중심으로 한 이용자 커뮤니케이션에도 적용 가능하겠지만, 아직까지 소셜 네트워크와 도서관의 역할을 결부시키는 사람은 많지 않다.

OCLC에서 소셜 네트워크와 도서관에 관해 실시한 설문 조사 결과에서 대부분의 사람들은 소셜 네트워크를 운영하는 것은 도서관의 역할이 아니라고 대답하였다. 전체의 14%만이 도서관이 이용자를 위하여 소셜 네트워크 사이트를 운영할 필요가 있다고 대답하였고, 단지 13%정도만이 도서관이 소셜 네트워크 사이트를 운영한다면 참여하겠다고 응답하였다. 그러나 이러한 냉담한 결과에도 불구하고 OCLC는 다음과 같이 논평하였다. “사람들이 쉽게 도서관의 기능과 소셜 네트워크를 결부시키지 못하는 것은 여태까지 도서관이 이용자간의 정보 교류를 위해 노력하는 모습을 제대로 보여주지 못했기 때문이다.”⁹⁾ 이 논평에 뒤이어, OCLC는 대표적인 소셜 네트워크 서비스인 페이스북(Facebook.com)에 OCLC API를 설치하고, WorldCat 고유 사이트에는 다양한 소셜 기능을

7) <<http://www.wiznel.com>> [cited. 2008. 4. 19].

8) 인터넷으로부터 정보를 전달받아 화면에 표시하는 GUI 도구로 브라우저를 열지 않고도 동작시킬 수 있는 작은 응용 프로그램.

9) OCLC, “Libraries & Social Networking.” *Sharing, Privacy and Trust in Our Networked World : A Report to the OCLC Membership* 2007.

접목한 커뮤니티 서비스를 출시하는 등 소셜 네트워크 개념 도입을 위하여 적극적으로 움직이고 있다. 뿐만 아니라, 각계 전문가들의 의견을 수렴하여, 도서관의 소셜 네트워크 지원에 대한 타당성을 확보해 나가기 위하여 노력하는 모습을 보이고 있다.

우리나라에서도 도서관 정보 수요자 그리고 연구자들의 소셜 네트워크에 대하여 고민을 시작하였다. 최근 KERIS(Korea Education & Research Information Center, 한국교육학술정보원)는 “학술 커뮤니티 및 지식자원 공유 활성화를 위한 소셜 네트워크 접목 방안”이라는 주제로 포럼을 개최하였다. 학술정보 이용자의 보수성, 콘텐츠와 시스템, 그리고 참여자에 대한 상호 신뢰의 문제 등이 언급되며, 몇몇 패널은 도서관이나 학술연구자들 사이의 소셜 네트워크는 실현되기 어렵다고 지적하였다. 그러나 일부 패널은 상호 신뢰의 문제는 이용자 차별화를 통해 가능할 것이라고 지적하면서, 연구 행태 및 정보 수집 프로세스의 분석, 보상 체계, 저작권 관리 및 연구 업적물에 대한 평가 체계가 수반된다면 발전 가능성이 있지 않겠는가라고 논평하였다.

도서관이나 학술정보사이트에 소셜 네트워크를 적용하는 문제가 낯설게 느껴지는 것은 소셜 네트워크가 많은 사람들의 뇌리 속에 업무와 단절된 강한 사적 네트워크로 자리 잡혀져 있기 때문일 것이라고 생각된다. 그러나 소셜 네트워크는 그 본연의 철학을 기반으로 다양한 영역에서 가치가 무한히 전개될 수 있다. 동일 관심사를 가진 사람들간의 정보 공유 네트워크의 필요성은 누구에게도 의심의 여지가 없을 것이다. KERIS가 라이브러리 2.0에 관하여 실시한 설문 조사 결과를 보면, 응답자의 6%만이 소셜 네트워크의 개념을 인지하고 있었다. 그러나 21%의 이용자는 학술정보 서비스가 지식과 정보를 상호 공유할 수 있도록 지원해야 한다고 언급하였고, 더불어 관심 분야가 비슷한 이용자를 위하여 커뮤니티 서비스를 제공해야 한다는 의견도 상당수 도출되었다. 10) 이는 정보 추구 행위에 있어 사람들 간의 네트워크가 매우 중요하다는 사실이 응답자들의 마음속에 암묵적으로 인지되고 있음을 시사하는 것이라고 본다.

IV. 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 지원 현황 분석

슈츠먼은 도서관은 소셜 네트워크 기능을 통해 정보 수요자에게 좀 더 깊은 경험을 제공할 수 있다고 말하였다.¹¹⁾ 그는 도서관에 소장된 자원은 여러 사람들에 의해 그 사상과 의견이 공유되어, 사회적 객체가 되도록 하는 힘을 지녔다고 덧붙였다. 책에 부여된 리뷰는 그 책을 사회적 객체로 만들고 거기에 메타 아키텍처를 입힌다면 객체를 둘러싼 커뮤니케이션이 가능하다고 말하였다. 몇

10) 한국교육학술정보원, 라이브러리 2.0과 도서관서비스 발전 방향(서울 : 한국교육학술정보원, 2007).

11) OCLC, “Libraries & Social Networking : The thoughts of nine experts about our increasingly online lives.” *OCLC News Letter*, No.7,(September 2007). <<http://www.oclc.org/nextspace/007/1.htm>> [cited 2008. 2. 3].

몇 도서관 및 정보 서비스 기관에서는 소셜 네트워크의 개념과 철학을 이해하고 정보 수요자들에게 동일한 관심사를 가진 또 다른 개인을 연결해 주기 위해 여러 가지 모습의 시도를 시작하고 있다.

1. 유형별 소셜 네트워크 지원 현황

사실 도서관을 둘러싼 소셜 네트워크는 예전부터 참고봉사라는 서비스 형태로 이루어져 왔다. 도서관은 이용자에게 서비스를 홍보하고 최신 정보를 주지하는 한편, 이용자는 도서관에 참고 질의를 하거나 서비스에 대한 피드백을 제공함으로써 양자간에 커뮤니케이션이 이루어져 왔다. 최근에는 게시판, 채팅, 블로그 등을 활용하여 도서관이 적극적으로 이용자와의 대화를 시도하고 있다.

최근 상용 소셜 네트워크 서비스 이용자가 급증하면서, <표 2>와 같이 일부 도서관에서는 이용자가 가장 많이 머물러 있는 온라인 공간인 소셜 네트워크 서비스에서도 도서관 서비스를 이용할 수 있도록 지원하고 있다. OCLC는 페이스북에 WorldCat API를 설치하여, 종합목록을 검색하고 개인 서재를 구축하며, 추천 도서 정보를 친구와 공유할 수 있도록 지원하고 있다. 그렇지만 <표 2>와 같이 아직까지 대부분의 도서관은 상용 소셜 네트워크 서비스를 이용자의 네트워크 형성보다는 참고봉사 서비스나 도서관 홍보를 위한 도구로 활용하고 있는 수준으로 보여진다.

<표 2> 상용 SNS를 활용한 도서관 서비스 사례

도서관명	서비스이름	SNS도구	URL	주요내용
켄터키 대학 도서관	오픈 라이브러리	myspace	www.myspace.com/uklibraries	<ul style="list-style-type: none"> - 온라인 계정에 도서관 연락처, 사진, 장서 정보 등 등록 - 학생들에게 가시적으로 도서관 서비스를 어필할 수 있는 홍보 수단으로 평가됨
덴버 공공 도서관	틴 스페이스	myspace	www.myspace.com/denver_evolver	<ul style="list-style-type: none"> - 심대들과 함께 할 수 있는 아이디어를 소셜 네트워크를 통해 실천 - 도서관 서비스 뿐 아니라, 유튜브 동영상 콘텐츠, 이용자 리뷰, 북마크 디자인 콘테스트, 사진 콘테스트 등 각종 이벤트를 통해 심대 유인 - 마이스페이스에 계정 생성 후, 심대 이용자 등록률 41% 증가
OCLC	Facebook Worldcat	페이스 북	http://apps.facebook.com/worldcat/	<ul style="list-style-type: none"> - OCLC 검색 API를 설치하여 WorldCat을 검색할 수 있도록 하고 신규도서 추천 등 각종 부가기능 제공 - 이용자가 WorldCat 홈페이지에 설정한 "Favorite WorldCat List"를 Track할 수 있는 기능 제공 - 다른 이용자에게 WorldCat API 설치를 추천하는 기능 등을 제공

한편, 다른 한쪽에서는 다양한 소셜 도구를 활용하여 정보 수요자가 네트워크를 형성할 수 있도록 하는 독자적인 소셜 네트워크 모델이 만들어지고 있다. 참여, 개방, 연계를 철학적 바탕으로 하는 라이브러리 2.0이 화두가 되면서, 일부 도서관은 이용자와 이용자간의 커뮤니케이션에도 관심을 기울이기 시작하였다. OPAC의 서지 아이템에 정보 수요자가 스스로 리뷰, 주석 등을 덧붙여 도서관 정보 객체를 중심으로 의견과 경험을 공유할 수 있도록 지원을 시작하였다. 더불어 동일 관심사를 가진 정보 수요자들이 효과적으로 정보를 공유할 수 있도록 지원되고 있는데, 소셜 태그/북마크는 관심사를 기반으로 개인을 연계하는 좋은 도구가 되고 있다.

본 장에서는 정보 객체를 중심으로 한 경우와 관심사를 중심으로 한 경우로 유형화하여 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 지원 사례를 자세히 살펴보고자 한다.

가. 정보 객체 중심의 소셜 네트워크

소셜 네트워크 이니셔티브의 프로젝트 매니저인 가이이는 정보 생산 패러다임은 이제 UGC(User-Generated Content)로 전환되었다고 논평하면서, 인터넷 세계에서 정보 수요자는 새로운 콘텐츠를 생산하고 조직하는데 적극적으로 참여하고자 한다고 하였다.¹²⁾ 그녀는 도서관은 수요자가 정보 생산과 공유에 직접 기여할 수 있도록 기회를 줘야 하며, 이를 지원할 수 있는 시스템을 갖춰야 한다고 말한다. 더불어, 그녀는 이를 통해 콘텐츠는 더욱 풍부해지며 콘텐츠에 기여한 정보 수요자는 그들의 도서관에 대한 경험을 의미있게 기억하게 된다고 덧붙였다.

최근 도서관은 다양한 소셜 기능을 OPAC에 접목하기 시작하였다. 정보 객체 중심의 소셜 네트워크는 이용자가 서지정보에 리뷰를 달고 점수를 매기는 등의 행위를 통해 도서관의 정보 객체를 중심으로 생성되며, 이러한 과정을 통해 정보원은 단순한 지적 예술적 창작물에서 사회적 객체로 진화하게 된다.

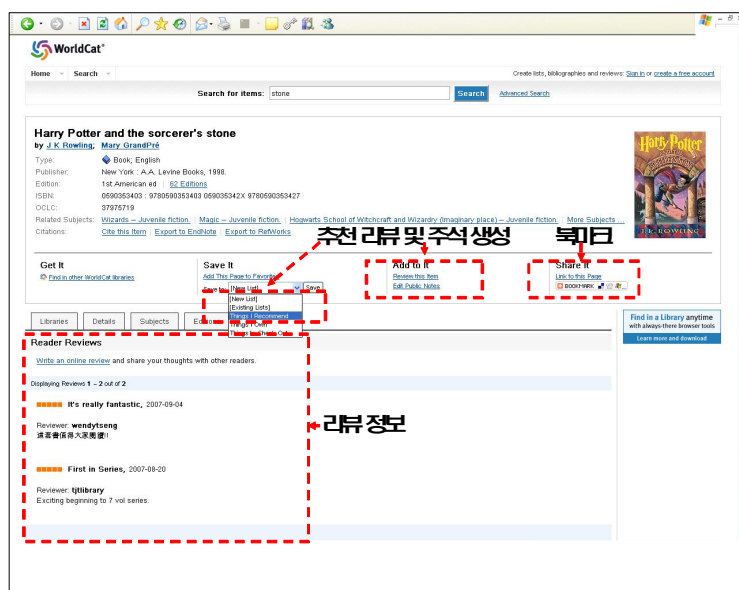
OCLC는 상용 소셜 네트워크 서비스용 API를 개발하여 페이스북에 접목하였고, 더불어 WorldCat 고유 서비스에는 WorldCat Community를 런칭하였다. WorldCat Community에서는 모든 서지 아이템의 상세정보에 노트, 목차, 평점과 리뷰 등의 콘텐츠를 추가하고 편집할 수 있도록 함으로써, 정보 객체를 중심으로 이용자들이 다양한 의견과 경험을 공유할 수 있도록 하고 있다. 그밖에도 개인 프로필, 소셜 태그 등 다양한 소셜 기능을 구현하고 있는데, 자세히 살펴보면 다음과 같다.

첫 번째로 이용자는 “My WorldCat” 계정을 생성하여 이름, 지역, 관심사, 직업, 사진, 이메일, 소속 도서관 등의 개인 프로필을 등록할 수 있다. 개인의 웹페이지나 RSS 피드, 인스턴스 메시지 주소와 같은 또 다른 온라인 계정과도 연계할 수 있으며, 개인 정보 공개 여부는 본인이 선택적으로 정의할 수 있다.

12) OCLC., *op. cit.*

두 번째로 정보 수요자는 도서, 전자책, 오디오북, DVD, CD, 온라인 아티클, 음악 등 모든 자원에 소셜 태그를 생성할 수 있다. 한 개의 아이템에 복수개의 태그를 생성할 수 있으며, 다른 사람이 생성한 태그도 자유롭게 열람할 수 있다.

마지막으로 RSS 피드 정보를 통해 수요자가 미리 정의한 정보원에 대하여 지속적으로 추가된 데이터를 푸쉬 받을 수 있다. 아래 <그림 1>은 OCLC WorldCat 검색 페이지에 응용된 WorldCat Community 기능의 예시이다.



<그림 1> OCLC WorldCat Community

한편, 미시간주 앤아버 공공도서관에서도 Social OPAC 서비스로 SOPAC(www.aadl.org/catalog)을 운영하고 있어 많은 관심을 받고 있다. 서지 아이템에 태그, 평점, 리뷰 등을 생성하여 도서관 소장 자원을 중심으로 정보 수요자들이 의견을 교환하고 있다. 계정을 가진 이용자들은 개인 페이지를 생성할 수 있으며, 여기에서 북마크로 축적한 참조 컬렉션을 관리하거나 본인이 설정한 태그 구름을 볼 수 있다. 앤아버 공공 도서관 관계자는 소셜 기능 도입 후 4일만에 97개의 자료에 330개의 태그가 추가되었고 21개의 리뷰가 생성되었다고 발표하면서, 앞으로 이 서비스 활성화를 기대할 수 있을 것으로 논평하였다.¹³⁾

13) Blyberg.net, "SOPAC, 4days later." <http://www.blyberg.net/2007/01/25/sopac-4-days-later/> [cited, 2008, 4, 17]. 재인용 : 한국교육학술정보원, "SOPAC-AADL case." KERIS 종합목록 주요 소식, No.8(2007, 1). <http://www.riss4u.net/webzine/final_webzine/document07_01_01.pdf> [cited, 2008, 4, 17].

나. 관심사 중심의 소셜 네트워크

기존에는 관심사를 공유하는 정보 수요자들이 커뮤니티, 동호회, 카페를 생성하여 군집하였지만, Web 2.0 세계에서는 수요자가 정보 탐색 과정에서 부여한 소셜 태그가 고리가 되어 사람과 사람이 연결되고 있다. 관심사 중심의 소셜 네트워크는 정보 수요자들이 특정 정보 객체가 아니라, 관심사를 반영한 시멘틱을 중심으로 연계되어 경험과 의견, 그리고 자신이 축적한 정보를 공유하는 것을 의미한다.

소셜 태그/북마크는 의미있는 웹 문서를 북마크한 후 간단한 코멘트와 태그를 붙여, 온라인 상에 저장해 두는 웹 2.0 기술이다. 개인의 북마크를 통합 관리할 수 있다는 장점이외에 동일한 관심사를 가지고 있는 사람을 연계시키고, 엄청난 규모로 성장하고 있는 인터넷 콘텐츠를 다양한 관점으로 군집시키거나, 자동적으로 질서를 형성하게 만든다. 소셜 태그/북마크 서비스로는 딜리셔스(delicio.us)가 가장 유명하고 국내에서는 한국판 딜리셔스인 마가린(mar.gar.in) 서비스가 활성화되어 있다. 네이버와 같은 포털 사이트에서 운영하는 소셜 태그/북마크 서비스도 많이 이용되고 있다. 한편, 이들과 달리 특정 이용자와 특정 콘텐츠를 대상으로 제한적으로 운영되고 있는 경우도 있다. Connotea(www.connotea.org), CiteULike(www.citeulike.org)와 같이 학술연구정보 수요자를 위해 존재하는 서비스도 있으며, 펜실베니아 대학에서 운영하는 Penntag(tags.library.upenn.edu), 성균관대학 도서관이 운영하는 SKKUbee(bee.skku.ac.kr)와 같이 대학도서관에서 운영하는 경우도 있다. 그리고 책을 매개로한 라이브러리 땡(www.librarything.com), 북스토리(<http://www.bookstory.net/>)와 같은 서비스도 존재한다.

여기서는 관심사를 기반으로 소셜 네트워크를 이끌어 낼 수 있는 도구인 소셜 태그/북마크가 도서관 이용자 및 학술연구정보 수요자를 위해 어떻게 응용되고 있는지 그 주요 사례를 살펴본다.

(1) 학술연구자를 위한 소셜 태그/북마크 : Connotea, CiteULike

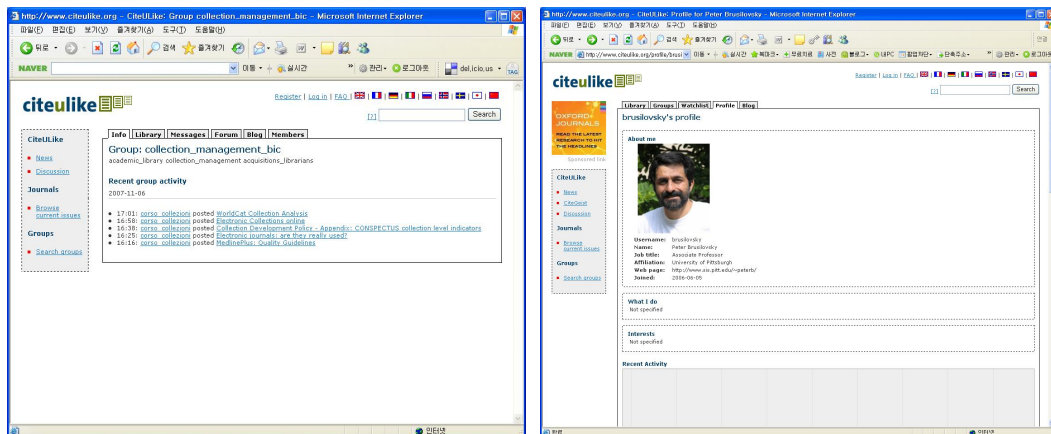
(www.connotea.org, www.citeulike.org)

연구자는 연구 시작 단계에서부터 연구와 관련된 다양한 참고 정보원을 수집하여 관리한다. 다양한 리소스를 통해 필요한 자료를 수집하고, 북마크한 콘텐츠에는 각종 주석과 리뷰를 생성한다. 그리고 수집된 자료는 참고문헌 형식으로 반출하여 관리한다. 최근 소셜 태그/북마크는 인터넷 정보자원을 대상으로 다양한 참고 정보원을 수집·관리하는데 활용되고 있으며, 더 나아가 동일한 관심사를 가지는 연구자가 수집한 정보를 공유하는데 훌륭한 도구가 되고 있다.

〈표 3〉 Connotea, CiteULike의 주요 특징¹⁴⁾

구 분	Connotea(www.connotea.org)	CiteULike(www.citeulike.org)
운영 주체	네이처 출판국	리처드 카멜론 개인 운영
기본 기능	<ul style="list-style-type: none"> - 개인별 북마크 관리 및 소셜 태깅 - 메타데이터 자동 추출 및 참고 문헌 관리 - 인용 정보 제공 - 연구자 커뮤니티 서비스 	
검색 방식	포털형 검색 방식	서지 검색 방식
컨텐츠	공식 출판물과 블로그 등 비공식 출판물 망라	검증 받은 공식 출판물

Connotea, CiteULike는 모두 태그를 중심으로 한 소셜 북마크 사이트이지만, 공통된 관심사를 공유한 타인과 메시지를 교환하거나 직접적인 커뮤니케이션을 시도할 수 있으며, 더 나아가 온라인 커뮤니티나 그룹을 생성할 수 있다. Connotea가 운영하는 연구자 커뮤니티는 범람하는 인터넷 컨텐츠에서 의미있는 자원을 선별하여 동료 연구자간에 공유하기 위하여 운영되고 있다. 위키를 기반으로 커뮤니티 참여자가 그룹 안내 페이지를 작성·갱신하고 있으며, 커뮤니티 페이지에서는 관련된 태그 리스트와 소속된 멤버에 관한 정보가 제공된다. CiteULike의 연구자 커뮤니티는 Connotea 서비스와 유사하지만, 멤버의 개인 정보를 더 많이 노출하고 있다. 커뮤니티 멤버의 프로필, 블로그 뿐 아니라 이 연구자가 어떠한 자원을 어떠한 태그로 북마크하고 있는가에 대한 정보를 시간대별로 표시하고 있다. 아직 활성화되어 보이지 않지만, 온라인 포럼을 개최할 수 있는 기능도 제공하고 있다.



〈그림 2〉 CiteULike의 Group과 멤버 페이지

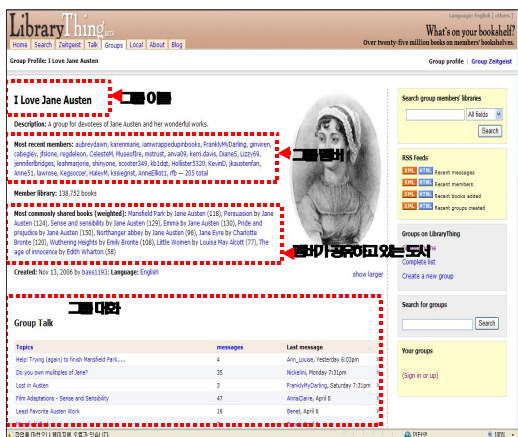
14) 황혜경, 이재운, "이용자의 참여, 협력, 공유를 근간으로 하는 학술정보 포털 서비스 : Connotea, CiteULike," 제13회 한국정보관리학회 학술대회논문집, (2006), pp.63-70.

(2) 도서의 서지정보 공유를 위한 소셜 태그/북마크 : 라이브러리띵
(www.librarything.com)

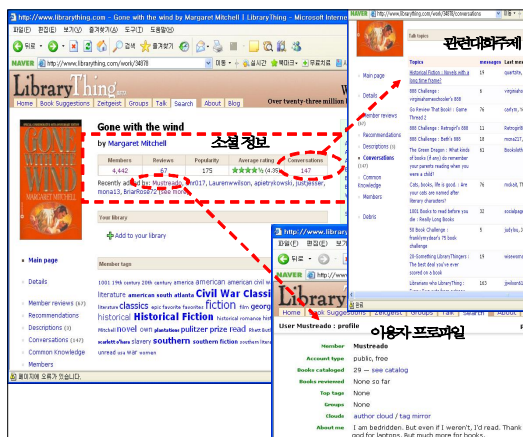
라이브러리띵은 팀 스텝딩이라는 개인에 의해 개발된 도서정보 소셜 태그/북마크시스템이다. 이 사이트는 미국회도서관, 아마존 등 z39.50 프로토콜을 지원하는 어떠한 사이트도 북마크 대상에 포함시킬 수 있다는 강점을 가지고 있다. 여기에서 이용자는 서지 정보를 태그하고 참조 컬렉션을 축적할 수 있으며 다양한 소셜 기능을 통해 타인과 교류할 수 있다. 리뷰, 평점과 같은 소셜 기능 이외에도 관심사를 중심으로 이용자들이 자유롭게 대화하거나 그룹을 형성하여 활동할 수 있도록 지원하고 있다는 것이 특징이다.

흔히 북클럽이라고 불리워지는 “그룹” 메뉴에서 공통된 관심사를 가진 정보 수요자들은 책에 대하여 자유롭게 토론할 수 있다. <그림 3>과 같이 “그룹” 페이지에는 가입된 회원에 대한 정보, 회원들이 가장 많이 공유하고 있는 자료에 대한 리스트가 제공된다. 여기에는 토론 주제들이 계속적으로 생산되고 있으며, 토론 단위로 무한개의 메시지가 생성되어 교류되고 있다. 또한 편리하게 그룹 멤버들의 개인 페이지로 연계될 수 있다. 수요자의 개인 페이지인 “멤버” 메뉴에는 개인 이름, 소속 기관에 대한 정보가 관리되고 있다. 이 기능을 통해 정보 수요자는 다른 수요자를 친구로 등록하거나 또는 차단할 수 있다. 멤버 페이지를 방문하면 방문자 본인과 페이지의 주인이 함께 공유하고 있는 서지 리스트가 제공되어, 양자간 관심사의 공유 정도를 확인할 수 있다.

한편, <그림 4>와 같이 모든 서지상세정보에는 해당 서지를 북마크한 이용자수, 생성된 리뷰와 평점, 또한 해당 서지와 관련된 대화 정보가 표시되며, 이를 종합한 “대중성(Popularity)지수”가 표시된다. 그리고 아래 그림과 같이 이 페이지를 중심으로 “멤버”, “대화”, “그룹” 페이지가 유기적으로 연계된다.



<그림 3> 라이브러리 띵의 “그룹” 페이지



<그림 4> 라이브러리 띵에서 서지정보와 유기적으로 연계된 “대화”, “멤버” 페이지

2. 소셜 네트워크 지원 현황 분석

아직까지 일반 대중은 도서관의 기능과 소셜 네트워크를 쉽게 연결시키지 못하고 있지만, 일부 도서관 또는 정보 서비스 기관에서는 <표 4>와 같이 정보 수요자들이 교류될 수 있도록 크고 작은 지원을 시작하였다.

일부 도서관은 상용 소셜 네트워크 도구를 활용하여 도서관 서비스 영역을 확장하고 있다. 주요 상용 소셜 네트워크 서비스에 도서관 프로파일을 개설하여, 다수의 군중이 머무는 온라인 공간에서도 도서관 서비스를 활용할 수 있도록 지원하고 있는데, 아직까지는 정보 수요자의 소셜 네트워크 형성보다 최신 도구를 활용하여 참고봉사 서비스를 제공하는 수준으로 보여진다. 그러나 앞으로 오픈 소셜 등 인터넷 환경이 더 나아지면서, 정보를 공유하고 네트워크를 확장할 수 있도록 그 응용 범위가 넓어질 것으로 예상된다. 다른 한편에서는 각종 소셜 도구를 활용하여 정보 수요자가 소셜 네트워크를 형성할 수 있도록 독자적인 서비스 모델이 만들어지고 있는데, 그 내용을 요약하면 아래와 같다.

첫 번째, 도서관과 정보서비스 기관에서는 리뷰, 평점, 주식과 같은 도구를 활용하여 정보 객체를 중심으로 정보 수요자들이 커뮤니케이션 할 수 있도록 지원하고 있다.

두 번째, 관심사를 중심으로도 정보 수요자들이 연계되어 개인의 정보를 공유할 수 있도록 지원하고 있으며, 여기에는 소셜 태그/북마크가 좋은 도구가 되고 있다.

세 번째, 관심사를 중심으로 한 개인들의 연계는 커뮤니티나 그룹으로 발전될 수 있으며, 이를 통해 정보 수요자의 교류가 더욱 활발하게 진행될 수 있다.

<표 4> 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 유형

소셜 네트워크 유형	도 구	사 례	URL
상용 SNS를 활용한 참고봉사 서비스	상용 SNS 도구	Open Library Teen Space Facebook Worldcatg	www.myspace.com/uklibraries www.myspace.com/denver_evolver apps.facebook.com/worldcat/
정보 객체 중심	리뷰, 주식, 평점, 추천	WorldCat Community	www.worldcat.org
		SOPAC	www.aadl.org/catalog
관심사 중심	소셜 태그 /북마크 커뮤니티, 그룹	Penntag SKKUBee Connotea, CiteUlike Library Thing Book Story	tags.library.upenn.edu bee.skku.ac.kr www.connotea.org www.citeulike.org www.librarything.com www.bookstory.net/

이와 같이 일부 도서관은 타인과 교류하고자 하는 정보 수요자의 요구를 이해하고 각종 소셜 기능을 통해 정보 수요자의 사회적 관계망 형성을 위해 고민을 시작하였다. 그러나 전술한 바와 같이, 아직 일부 도서관의 선도적 시도에 그치고 있으며, 대다수의 도서관과 이용자는 잘 모르고 있거나 무관심한 상황이다. 따라서 정보 수요자의 소셜 네트워크는 아직 활성화 여부를 평가하기 어려운 단계이며, 지금은 기능과 가치를 고찰하고 적절한 서비스 모델을 탐색해야 할 단계로 보여진다.

V. 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 활성화를 위한 지원 방안

본 연구에서는 소셜 네트워크 지원을 위해 크건 작건 간에 다양한 모습으로 시작되고 있는 서비스 사례를 분석하였다. 그 과정에서 집단의 가치를 창출하는데 동력을 제공하고 동일한 관심을 가진 개인을 효과적으로 연계하는데 필수적인 역할을 할 수 있는 몇 가지 요소를 발견하였다. 이는 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 활성화를 위해 전제되어야 할 기본 요소로 정리할 수 있을 것이다. 그 몇 가지 사항을 아래와 같이 기술해 본다.

1. 소셜 네트워크 활성화를 위한 기본 요소 도출

가. 사회적 어휘의 사용

소셜 태그는 인터넷 콘텐츠를 기준으로 동일 관심사를 가진 사람들을 연결시키는 고리 역할을 하고 있다. 그러나 태그 선택에 일관성이 결여되어 있거나 적절한 사회적 의미가 반영되어 있지 않다면 그 기능을 다할 수 없을 것이다. 그러나 비통제어인 소셜 태그에는 동의어, 유의어 등의 문제가 내재되어 있을 수 밖에 없다. 더불어 태깅 행위 자체가 개인적인 목적으로 이루어지므로 이용자의 어휘 선택에 “funny”, “let’s study”와 같은 사회화되지 못한 단어가 포함되어 있다. 이러한 어휘 선택의 문제는 동일 관심사를 지향하는 개인들을 어긋나게 만든다.

소셜 태그/북마크 사이트인 마가린은 2007년 2월 기준으로 총 39만개의 태그 중 1명 이상에게서 태깅된 숫자가 전체의 48%라고 집계하였다. 그러면서 이 서비스를 통한 집단 지성의 구현도를 48%라고 보고하고 있다. 이 말은 복수의 이용자가 고유의 관점으로 발견하고 평가한 콘텐츠의 상호 교류 정도가 전체의 50%라는 것이다. 하지만 더불어 사회적으로 교류되지 못한 채 개인적 행위로 끝나버린 태그도 절반에 이른다는 것을 의미한다.¹⁵⁾ 마가린은 개인적 태그가 절반에 이르게 된 원인을 어휘 선택의 문제, 동의어, 유의어, 스팸 태그 등으로 언급하고 태그를 통제하기 위한 다양

15) 마가린운영팀 “Prak Knowz”와의 이메일 커뮤니케이션, 2008. 4. 17.

한 방법을 고민하고 있다. 라이브러리명도 “read”, “unread”와 같은 개인적 상황에 관한 태그, “article”, “paper”와 같은 서지적 표현을 반영한 태그, 또한 다양한 구어적 표현으로 인해 비슷한 고민을 하고 있다. 소셜 태그가 그 사회적 기능을 제대로 수행하기 위해서는 이용자를 위한 태그 생성 지침의 마련, 추천 태그 및 연관 태그의 제공, 부분적 시소러스 도입을 통해 태그를 통제하는 노력이 필요하다.

나. 소셜 네트워킹과 개인적 작업의 연계

리뷰, 평점, 소셜 태깅 등의 노력은 사회적 활동임과 동시에 자기 자신을 위한 작업이어야 한다. 다른 사람들과의 교류를 통해 집단 지성 형성에 기여함과 동시에 그 결과가 개인의 컬렉션으로 축적되어 활용될 수 있어야 한다는 것이다.

인터넷 콘텐츠를 태깅하고 거기에 리뷰를 생성함과 동시에 그 결과물들이 마이페이지나 블로그에 등록되어 관리될 수 있어야 한다. 더불어 연구자를 위해서는 북마크된 정보가 참고문헌 리스트로 추가 작업 없이 활용될 수 있도록 지원되어야 한다.

아마존과 라이브러리명 모두 서지데이터를 기반으로 이용자 태그를 허용하고 있지만, 양 사이트에 생성된 태그의 숫자는 엄청난 차이를 보이고 있다. 2007년을 기준으로 라이브러리 명에는 1,300만개의 태그가 생성되었지만, 아마존에는 고작 130만개의 태그만이 생성되어 있다. 아마존에서의 태그 생성 행위는 타인을 위한 행위이지만, 라이브러리 명에서 태그를 생성하면, 그 자료는 자동 북마크되어 본인의 컬렉션으로 활용될 수 있다. 이러한 차이가 두 사이트의 태그 생성 숫자에 차이를 가져왔다고 평가된다.¹⁶⁾ 이용자들의 태그 부여 행위가 결국 자기 자신을 위한 작업이 될 때 자발적으로 참여하게 된다. 순전히 타인을 위한 행위로는 동기가 유발되지 않는다.

다. 다수 군중의 참여

소셜 네트워크가 사람을 포함한 웹의 구성 요소들이 모이고 서로 손쉽게 연결되어 정보생태계로 조직화되어 갈 수 있는 메커니즘이라고 정의한다면, 소셜 네트워크의 활성화는 집단적 가치 창출을 위한 선순환 구조를 제공한다고 볼 수도 있을 것이다. 집단 지성(Collective Intelligence)에 대한 정의는 아직 합의가 이루어지지 않은 상태이지만, 이 개념은 개인의 행동을 모으고 연결시켜 집단적인 가치를 만들어내는 구조라고 해석될 수 있다. 사람들은 인터넷이란 도구를 활용하여 지식을 모으고, 아이디어를 교환하고, 의견을 조정하며, 정보의 중요도를 결정해 낸다. 개인은 혼자서는 이를 수 없는 일을 집단의 참여에 의해 달성할 수 있게 되는 것이다.

정보 수요자의 소셜 네트워크를 형성시키고 이를 통해 집단 지성을 창출시키기 위해서 도서관이

16) Thingology Blog, *When tags work and when they don't : Amazon and LibraryThing*, 2007.
 <<http://www.librarything.com/thingology/2007/02/when-tags-works-and-when-they-dont.php>> [cited 2008. 1. 10].

나 정보서비스 기관은 가능한 많은 이용자를 정보 추구 및 교류 행위에 참여시켜야 한다. 다수의 군중이 모여 상호 작용하고 서로의 지식을 확대, 비평, 수정해 나가면서 그 가치가 극대화된다. 하지만 도서관 및 정보서비스 기관은 1차적인 서비스 대상을 자체 소장 정보원으로 하고 있다. 제한된 콘텐츠를 대상으로는 방대한 이용자의 참여를 끌어들이지 못하며, 이러한 결과는 사람들이 의견을 공유, 교환, 비평하고 이를 기반으로 새로운 지식을 창출하는데 동력을 제공하기 어렵다.

2. 소셜 네트워크 활성화를 위한 지원 방안

앞에서는 집단의 가치를 창출하는데 동력을 제공하고 동일한 관심을 가진 개인을 효과적으로 연계하는데 필요한 몇 가지 사항을 정리해 보았다. 여기에서는 이를 기반으로 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 활성화를 위한 지원 방안을 종합적으로 정리해 보겠다.

가. 정보 객체를 중심으로 한 소셜 네트워크 지원

도서관이나 정보서비스 기관은 정보 객체를 중심으로 수요자가 소셜 네트워크를 형성할 수 있도록 지원해야 한다. 서지 아이템을 기본 단위로 여기에 리뷰, 평점, 주석 등을 생성할 수 있도록 하여, 수요자가 서지에 더해지고 있는 다양한 타인의 사상과 경험을 공유할 수 있도록 지원해야 한다. 정보 수요자가 생성한 정보는 마이라이브러리와 같은 개인화 페이지에 축적되어, 개인의 정보 자산으로도 활용될 수 있어야 하며, 이렇게 콘텐츠를 풍부하게 하는 정보 수요자를 위해서는 각종 인센티브가 부여되어야 할 것이다.

나. 관심사를 중심으로 한 소셜 네트워크 지원

도서관이나 정보서비스 기관은 관심사를 기반으로도 수요자들이 연계될 수 있도록 지원해야 한다. 소셜 태깅/북마킹 시스템은 정보 콘텐츠의 소셜 기능을 극대화할 뿐 아니라, 관심사를 중심으로 다양한 정보 수요자들이 연결될 수 있도록 하는 연결 고리가 되는데, 다음의 몇 가지 사항이 고려되어야 할 것이다.

첫 번째, 자신이 북마킹한 태그를 어느 누가 북마크했는지 확인하여 동일한 북마크를 생성한 타인이 축적한 정보를 공유할 수 있도록 지원해야 한다. 더불어 정보를 공개한 개인에게 인센티브를 제공하여 정보가 원활하게 타인과 교류될 수 있도록 유도해야 할 것이다.

두 번째, 한정된 사이트에서 제공되는 콘텐츠가 아니라 전체 인터넷 콘텐츠를 대상으로 자유롭게 북마크를 형성할 수 있도록 북마크렛(Bookmarklet)¹⁷이나 위젯(widget)과 같은 응용 프로그램

17) 웹브라우저 상에서 현재 페이지에 포함되어 있지 않은 기능을 자바스크립트와 북마크 기능을 이용하여 구현하는 방식.

램이 제공되어야 한다.

세 번째, 더불어 북마크된 정보원은 개인화 페이지에서 관리되고 수요자 편의를 위해 각종 참고 문헌 형식으로 반출될 수 있어야 한다.

네 번째, 동일한 관심사를 가지는 수요자가 어긋나지 않도록 소셜 태그의 어휘를 통제할 수 있는 방안이 제공되어야 한다. 태그 생성 가이드를 마련하여 스팸 태그, 오피니언 태그를 방지하고, 이용자가 올바른 키워드 선택할 수 있도록 도와야 한다. 시스템적으로는 추천 태그를 제공하거나, 지리 용어집과 같이 특화된 어휘집을 병용하도록 하는 것도 바람직할 것이다.

다. 소셜 커뮤니티 지원

도서관이나 정보서비스 기관은 커뮤니티 생성 기능을 통하여 동일한 관심사를 가진 정보 수요자가 좀 더 적극적으로 정보와 의견을 공유할 수 있는 장을 마련해야 할 것이다. 관심사 기반의 소셜 네트워크는 친목 기반의 관계망에 비해 그 연결 관계가 매우 미약하다. 그래서 수요자는 필요에 따라 관계망을 형성하였다가 필요한 시기가 지나면, 그 관계망을 해체해 버린다. 여기에는 수요자의 참여를 독려하기 위한 인센티브 또는 정보 수요자를 오래 머물게 할 수 밖에 없는 필연적 장치가 마련되어야 할 것이다.

라. 상용 소셜 네트워크 서비스를 통한 도서관 정보 수요자의 소셜 네트워크 지원

소셜 네트워크는 다수의 대중이 군집하고 손쉽게 네트워크를 확장·연계할 수 있는 곳에서 형성될 수 있도록 해야 한다. 미시적으로는 학술정보 포털 사이트나 정보서비스 연합 사이트에서 형성되도록 하는 것이 바람직하며, 더 멀리 본다면, 다수의 대중이 군집하는 상용 소셜 네트워크 서비스에 정보 서비스 API 설치하여 운영하는 것이 좋을 것이다. 앞으로 많은 수의 소셜 네트워크 서비스가 오픈 소셜 플랫폼을 제공할 것이다. 따라서 정보 수요자는 다양한 외부 API를 통해 개인의 작업을 여기에서 수행하게 될 것이며, 그렇기 때문에 상용 소셜 네트워크 서비스는 가장 많은 정보 수요자가 가장 오래 머물게 되는 온라인 공간이 될 것이다. 여기에서 정보 수요자의 소셜 네트워크가 형성될 수 있도록 지원한다면, 수요자는 네트워크의 범위를 확장·연계할 수 있으며, 이를 통해 집단의 가치는 극대화될 수 있을 것이다.

VI. 결 론

정보 수요자의 욕구와 탐색 행태는 급변하고 있다. 특히 타인과 정보를 공유하거나 교류하고 소셜 네트워크를 형성하고자 하는 욕구는 더욱 강해지고 있다.

도서관은 소장된 객체를 중심으로한 일방적 커뮤니케이션 기관이었지만 앞으로의 도서관은 이용자와 이용자가 사상과 경험을 교류하고 그들간의 네트워크를 형성할 수 있도록 지원하는 장이어야 한다. 더불어 소장된 정보자원이 그냥 지적 예술적 창조물에 머물지 않고 진화하는 사회적 객체가 되도록 해야 한다.

이 논문에서는 광의의 소셜 네트워크 개념에 대하여 살펴보고 도서관 영역에서는 이것이 어떻게 인식되고 있으며 어떻게 해석되어 응용되고 있는지 살펴보았다. 더불어 도서관이나 정보서비스 기관이 정보 수요자의 소셜 네트워크를 지원하기 위하여 유념해야 할 몇 가지 기본적인 요소를 도출해 보았다. 도서관은 웹 2.0 도구로 활용되는 다양한 기능을 서비스에 도입하여 온라인에서 수요자들이 상호 교류될 수 있도록 하고 필요하다면, 다수의 대중이 모여 다양한 네트워크를 형성하고 있는 상용 소셜 네트워크 서비스에 도서관 정보 수요자를 위한 API를 접목하여 개인의 네트워크를 확장시킬 수 있도록 서비스적 혁신을 시도해야 한다. 더불어 도서관은 그들의 이러한 교류 활동이 새로운 지성을 창출하고 새로운 지식으로 진화되어 유기적인 성장을 하도록 하는 장이 되어야 할 것이다.

〈참고문헌은 각주로 대신함〉