

공공도서관 홍보를 위한 서포터즈 활용에 대한 제언

Suggestions for Utilization of Supporters To Promote Public Libraries

이 성 신 (Seongsin Lee)*

백 수 민 (Sumin Beack)**

초 록

본 연구의 목적은 서포터즈 운영이 공공도서관에 대한 홍보 효과를 담보하기 위해서 어떤 점에 유의하면서 운영되어야 하는지를 실제 서포터즈로 활동하고 있는 이들에 대한 인터뷰를 통해서 알아보는 것이다. 이를 위해 2개 공공도서관의 9명의 서포터즈와 심층인터뷰를 진행했으며 인터뷰자료는 녹음 후 전사하여 질적분석 방법으로 분석하였다. 질적분석은 세그멘팅, 초기코딩, 심층코딩, 주제의 발견 순으로 진행하였다. 분석결과 서포터즈를 통한 홍보 효과를 달성하기 위해서 서포터즈 운영과 관련한 다음 사항을 제안하였다. 첫째, 서포터즈의 개인 역량 및 특성을 고려한 역할을 부여할 필요가 있다. 둘째, 담당 사서의 적극적 역할이 요구된다. 셋째, 도서관 측의 적극적 역할이 요구된다. 넷째, 적절한 보상이 이루어져야 한다. 다섯째, 서포터즈에 대한 사전 교육 시 해당 도서관에 대한 교육이 포함되어야 한다.

ABSTRACT

The purpose of this study is to suggest for utilization of supporters to promote public libraries. To achieve the study purpose, in-depth interview with nine public library supporters of two public libraries was conducted. The data were analyzed using a qualitative method. The order in which the data analyzed is as follows: segmenting, first coding, in-depth coding, and theme discovery. According to the study results, the followings were suggested for the operation of public library supporters: 1) needed to assign roles based on supporters' capabilities and personal characteristic, 2) needed proactive role by the librarian in charge, 3) needed proactive role by the public library, 4) needed adequate rewards, 5) needed prior education about the public library.

키워드: 서포터즈, 공공도서관 서포터즈, 공공도서관 홍보, 심층인터뷰, 질적분석
Supporters, Public Library Supporters, Public Library Promotion, In-depth Interview, Qualitative Analysis

* 경북대학교 문헌정보학과 교수(leess@knu.ac.kr) (제1저자)

** 경북대학교 일반대학원 문헌정보학 전공 석사과정(qsm555@naver.com) (교신저자)

논문접수일자 : 2022년 8월 17일 논문심사일자 : 2022년 8월 17일 게재확정일자 : 2022년 9월 8일
한국비블리아학회지, 33(3): 103-122, 2022. <http://dx.doi.org/10.14699/kbiblia.2022.33.3.103>

* Copyright © 2022 Korean Biblia Society for Library and Information Science

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>) which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided that the article is properly cited, the use is non-commercial and no modifications or adaptations are made.

1. 서론

1.1 연구의 필요성 및 목적

과거 조직의 성패는 경쟁조직과 비교하여 얼마나 더 좋은 상품과 서비스를 만들어 시장에 내놓을 수 있는가에 달려있었다. 그러나 기술적 격차가 상당 부분 좁혀진 현재 더는 좋은 상품과 서비스만으로 타깃 소비자들을 확보할 수 없다. 이러한 측면에서 자신의 조직의 상품과 서비스를 소비자에게 어떻게 하면 효과적으로 알릴 수 있는가가 더욱 중요한 관건이 되었다. 좋은 상품과 서비스를 제공하는 것 이상으로 자신들의 제품과 서비스를 알리는 것 즉 홍보가 중요해졌다는 것이다.

홍보는 금전적 대가를 지불하지 않고 조직의 제품이나 서비스에 대한 정보를 여러 매체를 통해 일반 대중에게 제공하는 커뮤니케이션 활동을 의미한다. 따라서 홍보는 일정 정도의 금전적 대가를 매개로 이루어지는 광고와는 다른 개념이다. 일반적으로 광고에 비해 홍보를 통해 전달되는 정보에 대한 일반인들의 신뢰가 더 높은 것으로 알려져 있다.

도서관 홍보는 “도서관 이용자들에게 도서관에서 일어나는 여러 가지 활동 및 행사에 대한 정보를 제공하고 이해를 구하는 쌍방향 커뮤니케이션”(조찬식, 2012, 225)으로 정의될 수 있으며, 도서관 홍보의 목적은 “일반적인 행정 홍보와 같이 지역사회나 대중의 이해와 지지를 얻고, 신뢰와 협력을 가지고 올 수 있도록 하는 모든 표현 수단을 통하여 도서관의 성격을 대중이나 그 지역사회에 주지, 전달하여 많은 사람으로부터 호의를 얻도록 도서관의 실태를 알려주

는데 있다”고 할 수 있다(이만수, 2007, 13).

현재, 공공도서관에서 해당 도서관의 서비스와 프로그램을 이용자들에게 홍보하기 위한 수단으로 주로 활용되는 방법은 진행 중인 프로그램에 대한 안내문을 제작하여 도서관 내, 외부의 게시판과 현수막 등의 형태로 설치하거나 도서관 공식 홈페이지와 SNS에 관련 사항을 알리는 방식 등이다. 최근 이러한 기존 방식에서 한 단계 더 나아가 보다 적극적이고 이용자 친화적인 홍보 방식이 활용되고 있다. 그 대표적인 예는 인천 미추홀 도서관의 스탬프 투어, 오산 꿈두레 도서관의 독서캠핑, 그리고 시민이 도서관을 홍보하는 ‘공공도서관 서포터즈’ 운영 사례 등이다. 이중 본 연구의 대상은 서포터즈이다.

공공도서관 서포터즈의 경우, 현재까지 33개 관에서 도입이 시도되었으며 이는 국내 전체 도서관의 2.7%로 아직 시작 단계인 것으로 판단할 수 있다. 공공도서관은 아직 서포터즈 활용이 초기 단계지만 많은 지방자치단체는 자신들의 정책성적을 홍보하거나 새로운 정책을 시민들에게 널리 알리는 수단으로 서포터즈를 적극적으로 활용하고 있다. 지방자치단체가 주체가 되어 홍보하는 것보다 일반 시민들이 홍보에 참여할 때 그 홍보 효과가 높게 나타나고 있기 때문이다. 이는 일반적으로 조직 차체에서 전달되는 정보보다 실제 이용자에서 오는 정보에 대한 신뢰도가 높기 때문이다.

본 연구의 목적은 아직 시행 초기 단계이지만 앞으로 더욱 확대될 가능성이 큰 공공도서관에서의 서포터즈 운영 사례를 통해 서포터즈 운영이 의도한 바대로 홍보 효과를 나타내기 위해서는 어떤 점에 유의해서 운영되어야 하는지를 실제 서포터즈로 활동하고 있는 이들과의

인터뷰를 통해서 알아보는 데 있다.

1.2 연구 방법

본 연구의 목적은 서포터즈 운영이 공공도서관에 대한 홍보 효과를 담보하기 위해서 어떤 점에 유의하면서 운영되어야 하는지를 실제 서포터즈로 활동하고 있는 이들에 대한 인터뷰를 통해서 알아보는 데 있다. 연구목적 달성을 위한 내용과 방법은 다음과 같다.

첫째, 문헌조사를 통해 서포터즈의 의미를 알아본다.

둘째, 현재 공공도서관의 서포터즈로 활동하고 있는 이들과의 심층인터뷰를 실시한다.

셋째, 인터뷰 내용은 녹음하여 전사한 후 질적분석 방법을 활용하여 분석한다.

넷째, 분석결과를 토대로 효과적인 서포터즈 운영을 위한 제언을 한다.

1.3 선행연구

먼저 서포터즈 관련 연구를 살펴보면 다음과 같다.

권영애, 박혜진(2020)은 교수자의 교수 활동 지원을 위해 개발한 서포터즈 프로그램의 실제 운영 효과를 논의하고자 국내 대학 교수지원 프로그램들을 사례분석하였다. 그 결과, 교수지원 프로그램들이 꾸준히 운영 중이나 실제 교수실행 역량에 효과적인 프로그램은 아직 그 수가 적음을 확인할 수 있었다. 또한, 서포터즈로 활동한 학생들의 경험과 인식을 살펴본 결과, 서포터즈 프로그램 참여 학생들은 프로그램에 대해 만족하며 본격적인 활동에 앞서 사

전 교육의 필요성을 높게 인식하고 있었다. 민다예, 정현일(2018)은 미술에 대한 인식 변화와 역량개발에 미치는 서포터즈 활동의 영향·가치의 정도 파악을 목적으로 면담을 진행하였다. 면담을 통해 파악한 서포터즈 운영의 긍정적 측면에는 크게 1) 미술에 대한 긍정적 인식 형성 2) 유익한 경험 제공 3) 역할에 대한 사명감 제고 등 이었다. 정선희, 김인설(2018)은 국립아시아문화전당의 ACC TEENS 서포터즈 참여 청소년들의 활동 지원 동기와 몰입 경험, 그리고 경험이 미친 영향을 파악하고자 질적 사례 연구를 진행하였다. Deci의 자기결정성이론과 Csikszentmihalyi의 몰입이론을 활용하여 동기 및 몰입 경험을 분석한 결과, 참여 청소년들의 내재적 동기가 강할수록 다양한 몰입 경험이 일어나며 장기적이고 개별적인 프로그램이 효과적임을 제언하였다. 홍윤선(2019)은 관광 서포터즈가 생각하는 관계 효익과 참여 동기를 파악하여 서포터즈와 관광기업의 신뢰를 유지하기 위해 1) 지자체 SNS 채널 구축 및 강화 2) 서포터즈 성과지표 개발 그리고 3) 커뮤니케이션을 통한 온라인채널 관리가 이루어져야 함을 제언하였다. 길혜지, 이상훈(2021)은 디지털 역량 교육 담당자 및 서포터즈의 교육 요구를 파악하기 위해 1,145명을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 그 결과 서포터즈 집단에서는 내용 전달의 효과적 전략, 담당 분야와 관련된 전문 지식 및 기술 등의 교육 요구가 있음을 확인하였다. 문헌정보학 내 서포터즈 관련 연구는 조미아(2018)의 연구를 제외하면 찾아보기 어렵다. 조미아(2018)는 실제 공공도서관 서포터즈로 활동한 경험이 문헌정보학 학부생의 진로 인식에 어떠한 영향을 미치는지

파악하고자 하였다. 이를 위해 취업연계와 학부생의 역량 강화를 목적으로 꾸준히 서포터즈를 운영하고 있는 B 도서관의 서포터즈 19명을 대상으로 면담을 시행하였다. 면담 결과, 공공도서관 서포터즈로 활동하며 사서 업무와 프로그램 보조 업무를 담당하였으며 그 중 프로그램 보조 업무에 관심이 높아 많은 학생이 참여함을 알 수 있었다. 더불어 서포터즈 활동이 매우 의미가 있는 것이라고 학생들은 인식하고 있었다. 백제연, 이성신(2021)은 서포터즈의 본래 목적인 홍보를 더욱 효과적으로 실행할 방안을 도출하기 위해 국가기록원의 서포터즈인 나라기록넷띠의 5년간 활동 및 운영에 관한 자료를 수집하여 해외의 사례와 비교 분석하였다. 연구 결과, 개선방안으로 서포터즈 대상 교육 프로그램 운영과 서포터즈 간 상호 교류 확대, 창의적 콘텐츠 제작 독려 등이 필요함을 주장하였다.

다음으로 홍보 관련 선행연구를 살펴보려 한다. 홍보와 마케팅은 유사하지만 다른 개념이므로 마케팅 관련 논문은 제외하였다. 다만 마케팅으로 명명했지만, 그 내용은 홍보에 해당하는 연구들은 포함했다.

우선, 임정훈(2020)은 실제 학교도서관 환경을 반영한 SNS 마케팅 사례를 SNS 활용 계기와 목적, 성과를 중심으로 면담과 문헌 조사를 진행하여 분석하였다. 연구 결과, 도서관 활성화를 위해 학생들에게 친숙한 SNS를 활용했을 때 도서관 행사 및 프로그램에 대한 참여율이 향상되는 것으로 나타났다. 지선혜, 이지연(2020)은 순회전시를 운영한 경험이 있는 도서관의 전시 운영 방식을 조사하고, 해당 도서관 이용자를 대상으로 전시에 대한 이용자의 인식을 분석하

였다. 연구 결과 이용자 인식을 높이는 과정에서 도서관 홈페이지와 전시 홍보물이 효과적인 것으로 나타났다. 노지윤, 노영희(2020)는 도서관 유튜브 채널의 다양한 활용전략과 방안을 제안하기 위한 목적으로 도서관 유튜브 채널을 개설 및 운영하는 국내 도서관(44개 관)과 1,000명 이상의 구독자를 보유한 국외 도서관(12개 관)의 유튜브 채널 구독자 수·조회 수·콘텐츠 데이터 현황, 그리고 내용 및 전달 방식을 조사하였다. 분석결과를 종합하여, 1) 도서관 유튜브 채널의 특수성·목적성 확보 2) 공공도서관 공식 유튜브 채널 명시 3) 이용자 기반 콘텐츠 제공 등의 도서관 유튜브 채널인지도 및 활용성 확대 방안 등을 제시하였다. 이세나(2019)는 지역대표도서관의 사회적 역할을 알리기 위한 효과적 홍보 방법을 제시하기 위해 지역대표도서관 운영 기본계획 수립 연구에서 진행한 설문 응답을 성별 및 연령대별로 구분하여 분석하였다. 그 결과 홍보는 1) 기관 공식 웹사이트와 홍보물을 중점으로 2) 19~29세 이용자층 대상 SNS 콘텐츠 제작 3) 신규 시설 및 공간에 관한 내용이 바탕이 되어야 함을 제안하였다. 이만수(2007)는 지역주민을 대상으로 공공도서관의 인식을 높이기 위하여 서울 16개 공공도서관을 중심으로 문헌 조사·면담·설문조사를 진행한 후, 효과적인 홍보 방안을 제시하고자 하였다. 연구 결과, 도서관 홍보 부서 및 실무자 배치와 홍보 예산 확대, 그리고 지역사회 단체·언론과의 협력 등이 효과적 홍보 방안으로 제시되었다.

이상의 선행연구 결과를 살펴보면 현재까지 국내 문헌정보학 분야에서 도서관 서포터즈에 대한 학문적 관심은 미미함을 알 수 있다. 특히

서포터즈 운영의 목적이 도서관을 홍보하는 데 있음에도 불구하고 서포터즈 활동과 홍보를 연계해서 연구한 사례는 거의 없다. 따라서 본 연구가 이 부분에 관한 연구의 출발점으로서 역할을 할 수 있을 것으로 기대한다.

2. 서포터즈의 정의 및 공공도서관 도입 현황

서포터즈라는 용어의 어원은 영어의 ‘supporters’이다. supporter의 사전적 의미는 정당이나 사상 등의 지지자 혹은 특정 스포츠팀의 팬이다. 현재 서포터즈는 특정 조직을 홍보하기 위해 주로 활용되고 있다. 서포터즈는 진보라, 석용현(2018)이 언급했듯, 오프라인과 온라인 구별 없이 해당 조직의 의도와 계획에 따라 홍보를 위해 활용되고 있다. 그러나 현재는 SNS의 영향력이 커짐에 따라 온라인 활동을 주로 하는 SNS 서포터즈가 활용되고 있다. 이는 현재 공공도서관 분야 역시 마찬가지로 공공도서관 서포터즈도 주로 SNS를 기반으로 활동하는 SNS 서포터즈이다. 일반적으로 SNS 서포터즈는 개인 SNS에 해당 조직에 대해 일반에게 알리고자 하는 내용을 중심으로 글이나 영상들을 올려 홍보 역할을 수행하는 사람들을 일컫는다. 이러한 SNS 서포터즈는 민간 영역과 공공 영역 모두에서 활용되고 있다. 백제연, 이성신(2021)에 의하면 공공 영역에서 운영되고 있는 서포터즈 역시 민간 영역과 마찬가지로 자원봉사자들로

이루어지며 홍보의 목적이 가장 크다고 할 수 있다. 현재 공공 영역에서 가장 활발히 활동하고 있는 서포터즈는 지방자치단체들이 운영 하는 관광 서포터즈이다. 또한, 서포터즈는 홍보 활동 참여에 대해 해당 조직으로부터 일정 대가 혹은 혜택을 그 보상으로 받기도 한다.

현재 공공도서관에서 서포터즈를 운영하고 있거나 도입을 시도했었던 도서관과 도입 시기는 <표 1>과 같다.¹⁾

3. 연구 데이터의 수집 및 분석

3.1 데이터의 수집

도서관홍보를 위해 서포터즈를 도입했었던 공공도서관은 앞서 언급했듯 33개 공공도서관이다. 이 중 2개의 공공도서관에서 서포터즈로 활동하고 있는 9명을 대상으로 심층인터뷰를 2021년 11월 4일부터 12월 20일까지 진행하였다. 인터뷰 대상 도서관은 서포터즈 담당 사서가 있는 곳, 현재까지 서포터즈를 운영하는 곳(일부 도서관의 경우 현재 운영이 중단되거나 매해 운영이 연속적으로 이루어지고 있지 않은 도서관도 있음), SNS에 업로드된 내용을 기준으로 현재 활발히 활동하고 있는 서포터즈 수가 최소 5명 이상인 곳(일반적으로 서포터즈를 모집하는 도서관들은 최소 5명 이상의 서포터즈를 모집하고 있음) 등의 기준으로 선정하였다. 위 기준으로 선정된 2곳의 도서관에서 현재 활

1) 현재 우리나라에서 공공도서관 서포터즈와 관련한 공식 통계자료는 없다. <표 1>의 내용은 연구자가 검색을 통해 명단을 확보하고 도서관별로 문의를 해 조사한 내용이다. 위 도서관 중 일부는 도입 후 지속적으로 서포터즈를 운영하고 있었으나 일부 도서관은 연속적으로 운영하지 않고 간헐적으로 운영하고 있는 사례도 있었다.

〈표 1〉 서포터즈 도입 공공도서관 및 도입 시기

순번	도서관명	순번	도서관명
1	강원강릉교육문화관(2017년)	18	서울동작구립김영삼도서관(2022년)
2	강원원주시립미리내도서관(2021년)	19	서울서초구립반포도서관(2020년)
3	강원태백교육도서관(2016년)	20	서울아리랑도서관(2008년)
4	경기가평군도서관(2021년)	21	서울용산꿈나무도서관(2021년)
5	경기광주시립도서관(2021년)	22	서울중암동새날도서관(2017년)
6	경기서수원도서관(2022년)	23	서울특별시교육청 마포평생학습관(2018년)
7	경기북수원도서관(2014년)	24	서울특별시교육청도서관(종로·남산·송파·양천·어린이·용산등)(2020년)
8	경기수원청소년종합복지관 한아름도서관(2014년)	25	서울특별시영등포구립도서관(2021년)
9	경기이천시마장도서관(2021년)	26	안성시공공도서관(2021년)
10	경남교육청창원도서관(2021년)	27	안성시아양도서관(2021년)
11	경남마산지혜의바다도서관(2019년)	28	인천광역시교육청서구도서관(2021년)
12	공릉청소년문화정보센터 화랑도서관(2021년)	29	인천광역시부평구립도서관(부개/삼산/부평기적/청천/갈산/부개어린이)(2014년)
13	대구안심도서관(2022년)	30	전남광양중앙도서관(2016년)
14	동대문구휘경어린이도서관(2018년)	31	전남별교공공도서관(2019년)
15	서울김근태기념도서관(2021년)	32	충남아산시용봄어울림도서관(2022년)
16	서울도봉문화도서관(2016년)	33	화성시문화재단 도서관(2021년)
17	서울동대문구정보화도서관(2018년)	서포터즈 도입 도서관 목록(2022.6)	

발히 활동하고 있는 20대부터 40대 연령층의 서포터즈를 대상으로 인터뷰를 진행하였다. 각 인터뷰는 30분에서 1시간 정도 소요되었으며 모든 인터뷰 내용은 녹음한 후 분석을 위해 전사하였다. 서포터즈들을 대상으로 한 인터뷰는 반구조화된 질문지를 활용하여 진행하였으며 서포터즈 활동을 시작하게 된 계기와 활동 내용 및 활동과 관련한 담당 사서와 도서관 측의 지원 등에 대한 전반적인 사항을 알아보기 위한 목적으로 질문지를 구성하였으며, 다음은 인터뷰에 활용된 질문의 예이다.

첫째, 서포터즈에 지원하게 된 계기는 무엇입니까?

둘째, 서포터즈로서 주로 하는 활동은 무엇

입니까?

셋째, 서포터즈 활동과 관련한 안내 혹은 교육을 받으신 적이 있으십니까? 있으시다면 교육내용은 주로 어떤 것들이었습니까?

넷째, 서포터즈 활동과 관련하여 도서관과의 견교환을 어떤 방식으로 하십니까?

다섯째, 서포터즈 활동이 도서관홍보에 어떤 영향을 준다고 생각하십니까?

위와 같은 질문을 기본 가이드 질문으로 활용하였으며 실제 인터뷰에서는 인터뷰 대상자의 답변에 따라 필요할 경우 질문을 추가하거나 혹은 질문의 표현을 변경하는 등의 방식으로 의미 있는 결과를 도출하고자 하였다.

3.2 데이터의 분석

Creswell(2009)은 질적분석을 활용한 연구는 주로 자료를 수집하고 이를 연구자가 연구하고자 하는 주제를 중심으로 분석하고 이를 통해 드러난 핵심 주제를 논의하는 방식을 취한다고 하였다. 많은 질적 연구자들은 자료 분석에 있어서 정해진 일정한 절차가 존재하지 않음을 주장한다. 일부 학자들은 심지어 26개의 질적분석 방법이 존재한다고 주장하기도 한다(김영천, 2012). 그럼에도 불구하고 일반적으로 활용되는 질적분석 방법에는 근거이론방법론과 현상학적 방법 등이 있다. 근거이론방법론은 Corbin과 Strauss에 의해서 제시된 것으로 자료를 개방코딩, 축코딩, 선택적 코딩의 단계에 따라 분석하고 이를 토대로 연구주제에 대해 새로운 시각(이를 이론이라고 주장함)을 제안하는 방법론이다. 현상학적 방법론은 인간이 생활세계에서 경험하는 일상 그대로의 모습을 드러내고 이해하고자 하는 현상학의 철학적 전통을 바탕으로 각 개인이 실제의 생활 속에서 구체적으로 어떻게 느끼고 경험하는지를 있는 그대로 기술하는 데 목적을 두는 방법론이다. 따라서 자료를 분석할 때 인터뷰 대상자의 진술 중 중요한 진술이 무엇인지 찾아내고 이를 통해 의미를 도출하여 연구주제에 대한 본질적 서술을 하는 데 목적을 둔다(Creswell, 2009). 이외에도 내러티브 연구 등 다양한 질적분석 방법이 있다. 그러나 공통적으로 질적분석 방법은 원 자료를 전사하고 이를 분석하여(코딩), 연구자가 관심이 있는 연구주제에 대한 심층적 의미를 도출하는 단계를 거친다. 본 연구는 김영천(2012)이 질적분석 방법들을 종합하여 전사, 코딩, 주제의 발견 과정으로 제

안했었던 단계를 따라 자료를 분석한다. 이때 코딩은 세그멘팅, 초기코딩, 심층코딩의 단계로 구분된다. 세그멘팅(segmenting)이란 “어떤 자료에서 그 자료의 의미나 요지가 잘 드러나 있는 문장 또는 문장에서 추후 코딩을 위하여 괄호를 넣거나 줄을 긋는 작업을 의미한다”(김영천, 2012, 532). 세그멘팅은 이후의 코딩을 위한 준비단계라고 할 수 있다. 다음으로 초기코딩은 세그멘팅된 자료 중에서 의미 있는 내용에 일차적으로 이름을 부여하는 과정이며, 심층코딩은 초기코딩을 통해 도출된 내용이나 의미들 중 같은 범주에 포함되는 것으로 판단되는 것들을 주제별로 묶는 것을 의미한다. 이와 같은 과정을 통해서 초기코딩 결과는 범주화가 가능해진다. 마지막으로 주제의 발견은 심층코딩 결과 발견된 범주들을 비교하여 각 범주 간의 관련성 혹은 연결성 등의 관계를 발견하는 것을 의미한다. 주제의 발견을 통해서 연구자는 자신이 관심 있는 연구주제와 관련한 핵심 범주들을 발견하고 이들 간 관계성의 발견을 통해 관심 주제를 바라볼 수 있는 관점 혹은 시각을 완성할 수 있게 된다. 이하에서는 본 연구의 분석결과를 위의 단계에 따라서 세그멘팅, 초기코딩, 심층코딩, 주제의 발견단계로 설명하고자 한다.

3.2.1 세그멘팅 및 초기 코딩 결과

자료의 분석에 앞서 <표 2>는 인터뷰 대상자에 대한 인구 통계적 분석결과이다.

서포터즈로 활동하고 있는 대다수는 여성들이며 본 연구의 대상 역시 모두 여성들이었다.

초기코딩을 위해서는 전사된 인터뷰 자료에 대한 세그멘팅이 필요하다. <그림 1>은 세그멘팅과 초기코딩과정의 예이다.

들끼리 묶고 이에 대해 해당 코드를 표현할 수 있는 단어 혹은 어구를 부여하는 과정으로 진행하였다. 질적분석에 있어서 무엇보다도 중요한 것은 자료에서 최대한의 의미를 추출하기 위해 코딩작업을 반복하여 자료에서 더는 의미를 발견할 수 없을 때까지 포화(saturation)하는 것이다. 이와 같은 2차 초기 코딩을 통해 103개의 코드가 발견되었다. <표 3>은 103개 코드 중 1번부터 20번까지의 20개 코드이다(103개의 코드를 순서대로 1번부터 103번까지 번호를 부여함).

3.2.2 심층코딩 및 주제의 발견 결과

다음으로 위 103개 코드를 같은 내용이나 의미들을 내포하고 있는 것들끼리 묶고 범주화하

는 심층코딩 작업을 수행하였다. 심층코딩 결과 15개의 범주가 발견되었으며 이는 <표 4>와 같다.

심층코딩 결과 <표 4>에 나타나듯, '과거 도서관 이용 경험', '도서관에 대한 개인적 관심', '홍보 영상과 카드뉴스를 제작하여 개인 SNS에 올림', '콘텐츠 제작에 대한 개인적 관심 및 활용 욕구' 등 15개의 범주가 발견되었다.

다음으로 위의 심층코딩 결과 발견된 15개 범주를 보다 상위 범주로 묶을 수 있는지 확인하고 확인 후 발견된 상위 범주와 이들 상위 범주 간의 관계를 발견하기 위한 주제의 발견 과정을 진행하였다. 그 결과는 다음 <표 5>와 <그림 2>와 같다.

<표 3> 2차 초기 코딩 중 일부

번호	2차 초기 코딩 코드
1	도서 대출을 위해 도서관을 방문한 경험이 있음
2	도서관 서비스 이용을 위해 도서관을 방문한 경험이 있음
3	도서관 프로그램을 위해 도서관을 방문한 경험이 있음
4	거주지역 도서관이 이용자 친화적 프로그램을 운영함
5	자신이 좋아하는 도서관을 알리고 싶어서 지원함
6	자신의 지역을 알리고 싶어 지원함
7	콘텐츠 제작에 관심이 있어 지원함
8	도서관 행사 및 전시를 기획함
9	도서관 행사관련 영상을 제작하여 SNS에 올림
10	도서관프로그램 준비를 도움
11	도서관프로그램 후기 영상을 제작함
12	영상과 카드뉴스를 제작함
13	도서관 홍보 영상을 제작함
14	담당사서에게 건의한 사항이 반영되기도 함
15	서포터즈가 올린 영상의 조회수를 통해 홍보 효과를 판단함
16	도서관 공식 SNS팔로우 수가 적음
17	도서관 공식 SNS채널 관리가 필요함
18	본인의 대외활동 경험을 늘려 구직에 유리하게 하기 위해 지원함
19	이전 기수의 활동 결과물을 찾기 어려움
20	서포터즈 활동과 관련한 자세한 정보가 공지되지 않았음

〈표 4〉 심층코딩 결과

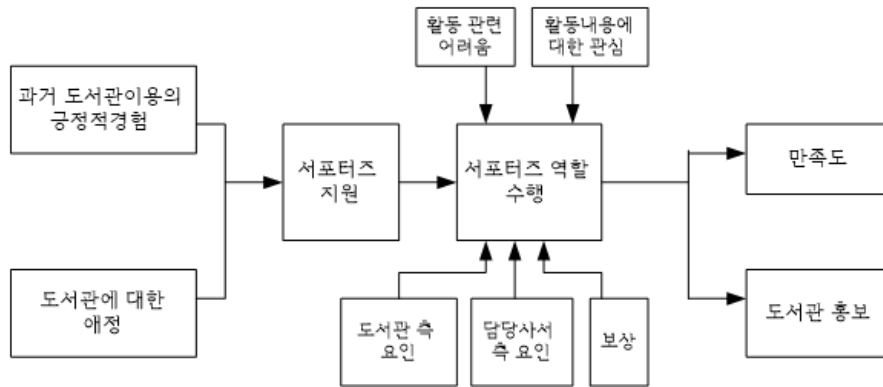
번호	심층코딩 결과	2차 초기 코딩 번호
1	과거 도서관 이용 경험	1, 2, 3, 67, 98, 99
2	도서관에 대한 개인적 관심	4, 5, 97
3	홍보 영상과 카드뉴스를 제작하여 개인 SNS에 올림	9, 11, 12, 13, 29, 31, 32
4	콘텐츠 제작에 대한 개인적 관심 및 활용 욕구	7, 18
5	활동 관련 사전 교육 및 안내	21, 22, 23, 26
6	도서관 행사 및 전시를 기획함	8, 10
7	도서관 공식 SNS의 문제	16, 17, 39, 40, 41
8	서포터즈 활동에 대한 도서관의 지원	20, 24, 25, 42, 95
9	담당 사서의 지원 및 역할	14, 24, 27, 43, 44, 45, 46, 47, 49, 50, 56, 65
10	도서관 프로그램 참여 후기를 개인 SNS에 올림	30, 31
11	서포터즈 활동의 고충	48, 51, 52, 53, 61, 62, 64, 66, 69, 70, 71, 72
12	서포터즈 활동에 대한 만족도	89, 90, 91
13	서포터즈 활동에 대한 혜택	68, 78, 79, 80, 81, 82
14	도서관 홍보 효과	6, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 96, 102, 103
15	서포터즈 활동 결과물의 활용	33, 57, 59, 95

〈표 5〉 주제의 발견

번호	주제	심층 코딩 번호
1	과거 도서관 이용의 긍정적 경험	1
2	도서관에 대한 애정	2
3	활동 내용에 대한 관심	4
4	서포터즈 역할 수행	3, 6, 10
5	활동 관련 고충	11
6	담당 사서 측 요인	9
7	만족도	12
8	보상	13
9	도서관 측 요인	5, 7, 8, 15
10	도서관홍보	14

〈표 5〉에서 나타나듯, 우선 주제의 발견 과정을 통해 다음과 같은 10개의 주제가 발견되었다(‘과거 도서관 이용의 긍정적 경험’, ‘도서관에 대한 애정’, ‘활동 내용에 대한 관심’, ‘서포터즈 역할 수행’, ‘활동 관련 고충’, ‘담당 사서 측 요인’, ‘만족도’, ‘보상’, ‘도서관 측 요인’, ‘도서관홍보’).

앞서 언급했듯, 주제의 발견은 심층코딩 결과 발견된 범주들을 비교하여 각 범주 간의 관련성 혹은 연결성 등의 관계를 발견하는 과정을 포함한다. 각 범주 즉 주제들간의 관계성은 연구자가 임의로 설정하는 것은 아니며 코딩 결과 발견된 주제들과 인터뷰 자료를 바탕으로 제시되는 것이다. 〈그림 2〉는 본 연구자가 서포



〈그림 2〉 주제들 간의 관계

터즈와의 인터뷰 자료를 분석한 결과 발견한 주제들간의 관계를 전사된 인터뷰 자료를 바탕으로 그림으로 제시한 것이다.

〈그림 2〉를 통해서 발견된 주제들 간의 관계를 바탕으로 이하에서는 공공도서관이 서포터즈를 통한 홍보 효과를 달성하기 위한 방안을 제언하고자 한다.

4. 분석결과 및 논의

우선, 서포터즈를 지원하게 된 동기는 대부분 과거 도서관을 이용했었던 긍정적 경험과 도서관 자체에 관한 애정 때문으로 나타났다. 아래는 이에 대한 답변 예시이다.

“도서관 쪽은 제가 워낙 어렸을 때부터 책을 좋아하기도 했지만 애들 키우면서 도서관을 거의 이렇게 자주 들락날락거리고...” (인터뷰 대상자 8)

“자주 이용하는 편인데 한 달에 필요할 때마다

가거든요. 네, 매주 그러면 한 달에 4 번, 그니까 네.. 책 빌릴 때마다.” (인터뷰 대상자 9)

“이전에 제가 다른 시에서 살았을 때는 그냥 도서관의 서비스를 이용하는 그런 단순한 약간 소극적인 소비자의 측면이었었는데, ○○시, 특히 ○○2 신도시 특성 상 그런 게 참여를 할 수 있게끔 하는 활동들이 많아서 자연스럽게 여기까지 된 것 같아요.” (인터뷰 대상자 5)

“도서관, ○○○ 도서관이 너무 좋은데, 네, 의외로 너무 모르더라고요, 사람들이요, 그래서 저는 제가 너무 좋아서, 네 이걸 좀 제 주변 사람들에게 좀 뭐 하는지 알리고 싶다는 생각에...” (인터뷰 대상자 8)

“진짜 좋은 도서관을 널리 홍보하고 싶다...” (인터뷰 대상자 8)

“도서관이라는 공간 자체에 대한 관심이 생겼어요.” (인터뷰 대상자 2)

다음으로 분석결과를 토대로 서포터즈 운영과 관련하여 다음과 같이 제안하고자 한다.

첫째, 서포터즈의 개인 역량과 특성을 고려해 역할이 부여되어야 하며 모집단계에서부터 이에 대한 공지가 이루어져야 한다. 서포터즈 활동은 주로 SNS로 이루어지며 개인 SNS에 도서관 관련 소식을 올리거나 도서관 프로그램에 참여한 후 후기를 올리는 방식으로 이루어진다. 또한, 카드뉴스와 짧은 영상을 제작해서 올리는 방식이 활용되기도 한다. 대부분의 서포터즈는 이와 같은 활동 내용에 대해 충분히 사전에 인지하고 있었으며 이에 관한 관심도 큰 편이었다. 그러나 실제 활동은 팀별로 이루어지는 경우도 많고 자신이 관심이 있는 활동만 할 수 없으므로 인해 고충을 느끼는 서포터즈도 많았다. 따라서 서포터즈 모집단계에서부터 활동 내용 및 주제별로 지원자를 모집하여 선발하고 선발공고문에 활동이 팀별로 이루어진다는 사실을 공지한다면 서포터즈가 자신들이 가지고 있는 역량과 특성을 최대한 잘 활용해서 활동에 적극적으로 임할 수 있을 것으로 판단된다. 다음은 이에 대한 답변 예이다.

“약간 좀 그렇게까지 시간을 안 쓰고 싶어 하시는 분들이 있고 이런 거를 좀 조율하는 데 조금.. 어려움이라면 어려움이라고 할 수 있을 것 같아요.” (인터뷰 대상자 3)

“물론 지금 한 활동도 좋았지만 조금 더 다양하게 그 카드뉴스 뭐 영상이나 이런 거 말고도 부스 운영이나 이런 활동적인 것을 해보고 싶었고.” (인터뷰 대상자 5)

“뭔가 영상 제작이나 디자인 능력이나 이런 게 다 개인마다 너무 달라가지고 그거를 한 팀 내에서 역할을 적절히 나눠서 잘하기는 했지만 그 편차가 심해서 약간 누군가는 어떤 역할을 맡아야 되는데 처음해보는 사람 같은 경우는 뭘 맡아야 될까? 이런 거에 대해서 조정이 많이 필요했던 것 같아요.” (인터뷰 대상자 4)

“팀원들이 다 열정적이고 다른 곳에서도 많이 활동을 하고 계셔서 온전히 막 100퍼센트의 결과물을 만들어내기에는 시간적 한계가 있었던 것 같아요.” (인터뷰 대상자 5)

“팀장으로서 해야 하는 일들에 조금 부담이 있었습니다. 팀원들이 개인 사정으로 연락이 늦는 경우에는 사서선생님께 업무시간 안에, 빠르게 전달해드려야 한다는 생각과 팀원들도 개인 사정이 있을 수 있다는 생각이 부딪혔거든요.” (인터뷰 대상자 1)

“장기간으로 진행되는거고 팀 활동이다 보니까 팀에 이런 열정을 가지고 있는 사람이 참여하는 게 더 좋을 것 같다. 그렇습니다. 저희 팀은 진짜 서로 약간 잘된 것 같았는데 다른 팀은 어땠는지 모르겠거든요. 이게 정말 8개월 같이 하는 거다 보니까 한 명이라도 사기가 떨어지면 다 같이 떨어진다고 생각을 해서.” (인터뷰 대상자 9)

둘째, 담당 사서와의 원활한 의사소통과 적극적 역할이 필요하다. 서포터즈는 주로 담당 사서와 의사소통을 한다. 이때 담당 사서와의 의사소통이 얼마나 원활하게 이루어지는가가 서포터즈의 활동 수행 결과의 질에 영향을 미

치는 것으로 나타났다. 일반적으로 담당 사서는 서포터즈 개개인과 소통하기보다는 팀의 리더와 소통하는 형식을 취하고 있다. 그러나 이 경우 팀원들의 자유로운 의사 표현이 여의치 않을 수 있으므로 담당 사서는 정기적으로 서포터즈와 비대면 혹은 대면의 형식으로 만나서 소통하는 시간을 가질 필요가 있다. 또한, 대략적인 주제를 제시하거나 서포터즈가 제시한 주제에 대해 확인하는 역할을 넘어서 함께 토론을 통해서 홍보 방향을 설정하는 것도 좋을 것이다. 혹은 해당 도서관이 매주 혹은 매달 중요하게 진행하는 새로운 서비스나 프로그램이 있다면 이 부분에 대한 소개를 서포터즈에게 요구하는 것도 필요하다. 어떤 방식으로든 중요한 것은 담당 사서의 적극적 역할이다. 또한, 서포터즈 담당 사서의 서포터즈 활동과 이를 통한 도서관홍보 효과에 대한 정확한 인식과 이해가 필요하다. 담당 사서는 적극적 태도로 서포터즈와 소통하고 이들의 활동 결과물이 실제 도서관홍보에 어느 정도 영향을 미쳤는지 등을 조사 분석할 필요가 있다. 그리고 이를 다음 기수 서포터즈 활동을 위한 기초자료로 활용한다면 서포터즈는 공공도서관 홍보를 위해 효과적으로 활용될 수 있을 것이다. 다음은 이에 대한 답변 예이다.

“도서관 담당자분도 이게 저희가 1회여서 그렇긴 하지만 뭔가 때가 되면은 독촉을 하는 느낌? 그런 느낌이 저희가 솔직히 봉사 개념으로 봉사 시간만 받고 하는 그거기는 한테 너무 이제 평소에는 그게 없다가 이제 원고 마감 그때 닥쳐서 이렇게 자꾸 독촉하는 느낌이 이게 몇 달치가 쌓이니까 조금 심적인 부담이 꽤 크네요.” (인터

뷰 대상자 9)

“콘텐츠에 대해서 정말 그냥 ‘알아서 하세요’라는 그게 커다란 카테고리를 가지고 조금 하면은 서포터즈들 간에 그냥 흔한 후기 공유가 아닌 뭔가가 될 것 같은데 예를 들어 월 단위로 이번 달 주제는 무엇입니까라고 큰 주제만 던져주시면 나머지 서포터즈들도 활동을 하더라도 좀 생각을 하고 할 텐데 ‘알아서 쓰시면 돼요’라고 하는 마치...” (인터뷰 대상자 9)

“이 점은 사서선생님들께서 이미 맡고 계신 업무가 과중하기 때문임을 알고 있지만, 저희가 어떤 강연이나 행사처럼 기한이 정해져 있는 활동을 홍보하는 카드뉴스를 올리려고 할 때, SNS업로드 요청서는 제출했지만 다 게시물 업로드에 밀려 늦게 올라가는 경우도 있었거든요.” (인터뷰 대상자 1)

“그러니까 좀 더 소통하고 이랬으면 좋겠는데 팀장, 팀장이랑, 그 팀의 팀장 한 명이랑 도서관 사서님이랑 이렇게만 소통을 하다 보니까 다른 분들은 뭔가 그런 느낌이 없을 것 같고” (인터뷰 대상자 3)

“저희 이전에 활동하셨던 분들에 대한 정보(활동했던 내용 등)를 찾기 어려웠는데요.” (인터뷰 대상자 1)

셋째, 해당 도서관의 적극적 관심과 지원이 필요하다. 서포터즈는 주로 담당 사서와 의사소통을 하지만 활동의 목적은 해당 도서관을 홍보하기 위함이다. 따라서 해당 도서관이 서

포터즈의 개인 SNS를 도서관 공식 SNS에 노출될 수 있도록 한다거나 혹은 서포터즈가 작성한 자료 혹은 영상을 도서관 홈페이지나 도서관 공식 SNS 등에 게재할 수 있는 공간을 만드는 등 서포터즈의 활동 결과물을 홍보를 위해 적극적으로 활용할 수 있는 여건을 마련해야 한다. 그럼으로써 서포터즈들의 활동 결과물이 일반 이용자에게 효과적으로 노출될 수 있도록 도서관 측의 관심과 적극적 역할이 필요하다.

해외 도서관의 경우, 도서관홍보를 위해 활동하는 이들은 서포터즈가 아닌 '도서관의 친구'이다. 우리나라의 도서관 서포터즈와 해외 도서관의 '도서관의 친구'는 등장 배경과 활동 내용이 다르다. 우리나라의 서포터즈는 SNS를 기반으로 활동하며 활동의 목적은 주로 해당 도서관을 홍보하기 위함이다. 이와 비교해서 해외 도서관의 '도서관의 친구'는 활동 기반이 SNS에 한정되지 않으며 도서관을 위해 기금을 모으거나 로비활동을 하는 등 활동 내용이 홍보에만 국한되지도 않는다. 도서관과 성격이 비슷한 해외 기록관의 경우, 미국 국가기록원(NARA)이 운영하는 '시민 아키비스트'와 호주 국가기록원(NAA)의 Hive 등 역시 서포터즈와 유사하게 해당 기관의 홍보를 목적으로 운영되고 있는 일반 시민이 참여하는 형태이다. 따라서 이러한 사례와 우리나라 도서관의 서포터즈 사례와 단순 비교는 어렵다. 그러나 이들의 활동 목적 중 하나가 해당 기관의 홍보라는 점과 일반인들이 참여한다는 측면에서 이들 기관이 '도서관의 친구', '시민 아키비스트', 'Hive' 등의 활동을 해당 기관의 홈페이지를 활용해서 일반 시민들에게 알리고 있다는 점 그리고 이

들이 해당 기관의 활동에 적극적으로 참여하고 있다는 점(기록관의 전사(transcript)업무에 참여) 등은 시사하는 바가 크다. 따라서 위에서 언급했듯, 서포터즈의 SNS가 도서관 공식 SNS에 노출될 수 있도록 하거나, 도서관 서비스 혹은 프로그램 기획업무에 참여할 기회를 부여할 필요가 있다.

이하는 이에 대한 답변 예이다.

“서포터즈들이 동의를 하면 이렇게, 예를 들어서 2021년도 도서관 시민 서포터즈 활동 보러 가기 이런 배너를 통해서 접근을 한다든가, 그러면 조금 더 이 취지에 부합하지 않을까 싶어요.....다른 지자체에서 이제 시민기자단 활용하는 것처럼 도서관의 공식 sns에 올릴 포스팅을 저희가 작성을 하는 거죠. 그렇게 되면 이제 공식 홈페이지 담당자가 직접 이제 업로드를 하게 되니까 그러면 되지 않을까 싶어요.” (인터뷰 대상자 6)

“그리고 도서관 측에서도 이제 블로그 이런 것만 했지 그런 저희가 글 쓰는 거를 또 도서관 게시글이나 이런 데서 따로 올리지는 않으시거든요. 그러니까 그게 좀 연동이 됐으면...” (인터뷰 대상자 9)

“도서관에 대해 사실 잘 알지 못하니까 매번 뭔가 콘텐츠를 찾는 게 조금은 힘들었던 것 같습니다.” (인터뷰 대상자 6)

“저 개인적으로는 페이스북에 글을 올려주시는 도서관 그 글이 너무 가독성이 떨어지더라고요.” (인터뷰 대상자 7)

“담당자님한테 그 도서관 홈페이지에 ‘따로 어떻게 저희 후기 같은 거를 링크 같은 걸 해 주실 수 없냐’라고 저희 건의사항 말할 때 한 적이 있었는데 그거는 잘 되지가 않았네요.” (인터뷰 대상자 8)

“그런 것들을 자세히 소개를 해 주시면 서포터즈 활동에도 도움이 될때도 좋고 아니면 이제 저처럼 이제 그것들이 ‘어느 메뉴에 들어가서 해야 된다’ 이렇게 하나하나 다 캡처를 한 어떤 홍보 활동 자료가 있을 때 그거를 이제, 그거는 좀 근데 개인 블로그에 저희가 올리고 있어가지고 그거를 이제 공식 홈페이지에서 소개하기는 어렵겠지만 그런 식으로 좀 안내가 되어 있으면 편하지 않을까 싶어요.” (인터뷰 대상자 6)

넷째, 도서관 측의 서포터즈 활동에 대한 적절한 보상이 필요하다. 현재 서포터즈가 받는 보상의 형태는 봉사점수를 받는 것과 소정의 교통비를 받는 방식이 주로 활용되고 있다. 대부분의 서포터즈는 활동에 대한 보상을 받기 위해 서포터즈 활동을 하지는 않는다. 그러나 서포터즈 활동에 상당한 시간과 노력을 들이는 만큼 이에 대한 일정 정도의 보상은 이루어져야 한다. 대부분의 서포터즈는 금전적 보상보다 도서관 프로그램 신청 시 우선권 부여 등을 원하는 것으로 나타났다. 서포터즈 활동 중 하나가 도서관이 제공하는 프로그램에 참여하고 이에 대한 후기를 작성해서 개인 SNS에 올리는 것임을 상기할 때 후기 작성을 위해 참여해야 하는 프로그램에 대한 우선 신청권 등을 부여하는 것은 어려운 일은 아닐 것이다.

이에 대한 답변 예는 다음과 같다.

“확실히 들이는 시간 대비 실제 보상 같은 게 너무 적다 보니까 그런 게 어렵죠 뭐 원래 콘텐츠 제작 같은 걸 하는데 시간이 그래도 많이 걸리는 편이잖아요.” (인터뷰 대상자 3)

“인터넷에서 신청을 해가지고 그 인원수 안에 들어가야지 이렇게 되는 그런 상황이라서 서포터즈 같은 경우에는 어떻게 보면 좀 이렇게 체험 해가지고 기사나 이런 거 글을 적을 수 있도록 이게 약간 우선권이라고 할까요. 그런 체험을 할 수 있는 기회를 좀 주셨으면.” (인터뷰 대상자 7)

“저희가 후기 같은 것도 저희가 알아서 예약을 선착순 안에 들어가야 되거든요. 서포터즈로서 한 번, 한두 번 정도는 그 혜택이라고 하긴 그렇지만 어느 정도 이제 선정된 참여 인원 그 외에 정원 외에 그걸로 온라인 같은 거는 참여를 할 수 있는데 그래서 저희가 건의를 드렸었는데도 그게 관내 여러 도서관들이 다 얽혀있던 부분이 어가지고 곤란하다고 해가지고 후기도 내가 쓰고 싶다고 해도 막상 마감이 되면은 못 쓰는 거예요.” (인터뷰 대상자 9)

다섯째, 서포터즈에 대한 사전 교육내용에 도서관에 대한 교육이 포함되어야 한다. 서포터즈에 대한 사전 교육은 SNS 관련 교육, 영상 제작 및 카드뉴스 제작과 관련된 교육 등이 주이다. 이러한 사전 교육에 대한 서포터즈의 만족도 역시 높은 편이었다. 그러나 이에 덧붙여 해당 도서관이 제공하고 있는 다양한 서비스와 프로그램에 대한 교육 역시 필요하다. 서포터즈는 단지 SNS 활동가가 아닌 해당 도서관을

홍보하는 홍보 요원이다. 따라서 이들이 도서관에 대하여 자세히 알고 있을 때 홍보는 더욱 효과적일 수 있을 것이다. 이에 대한 답변 예는 아래와 같다.

“저희 서포터즈 활동에 필요한 그 부분을 집중해서 알려드리면 되는데 어디서나 들을 수 있는 그거여가지고.” (인터뷰 대상자 9)

“이제 저희가 도서관에 주는 것만 있고 도서관에서 주는 거 콘텐츠 뭔가 제작 교육이라든가 아니면 뭔가 도서관에 대한 우리 도서관은 어떤 도서관이나 이런 뭐 사전 설명이라던가 도서관에 대해서 뭔가 아무것도 알려주지 않았어요.” (인터뷰 대상자 3)

“뭐 예를 들어 카드뉴스나 영상 만들기 같은데 이런 걸 하기 앞서서 교육을 진행해도 좋을까 싶은데 이미 잘하시는 분들은 또 시간 아깝다고 느끼실 수도 있겠다라는 생각이 드네요.” (인터뷰 대상자 5)

활동에 많은 시간을 들이고 적절한 보상이 이루어지고 있지 않음에도 불구하고 대체로 서포터즈는 자신들의 활동에 대한 만족도는 높은 편이었다. 하지만 장기적 관점에서 서포터즈를 통한 도서관홍보 효과를 극대화하기 위해서는 서포터즈들이 활동 이후에도 도서관에 대한 좋은 입소문을 낼 수 있도록 지속적으로 그들을 도서관의 중요한 자원으로 인식할 필요가 있다. 즉 그들을 서포터즈 활동이 끝난 이후에도 그 다음 기수의 서포터즈 활동을 돕는 협력자 역할을 할 수 있도록 하거나 도서관의 서비스 혹

은 프로그램을 설계할 때 의견을 개진할 수 있도록 하는 시스템을 마련하는 등 도서관 차원에서의 배려가 필요할 것이다.

5. 결론

어원 자체에서 나타나듯 서포터즈는 주로 해당 조직에 관한 관심과 애정이 있는 사람들을 의미한다. 조직은 이들의 조직에 관한 관심과 애정을 자신의 조직 홍보에 활용하고자 서포터즈를 모집하고 운영한다. 도서관 서포터즈도 마찬가지로 도서관에 관한 관심과 애정을 가진 사람들로 구성되며 이들을 통해 도서관을 일반인에게 홍보하고자 하는 목적으로 운영된다. 본 연구는 공공도서관에서의 서포터즈 운영이 의도한 바대로 홍보 효과를 나타내기 위해서는 어떤 점에 유의하면서 운영되어야 하는지를 실제 서포터즈로 활동하고 있는 이들과의 인터뷰를 통해서 알아보려고 했다. 연구목적 달성을 위해 9명의 서포터즈와 심층인터뷰를 진행했으며 이를 녹음 후 전사하여 질적분석 방법을 활용하여 분석하였다. 분석결과 다음과 같은 10개의 주제가 발견되었다: 1) 과거 도서관 이용의 긍정적 경험, 2) 도서관에 대한 애정, 3) 활동 내용에 대한 관심, 4) 서포터즈 역할 수행, 5) 활동 관련 고충, 6) 담당 사서 측 요인, 7) 만족도, 8) 보상, 9) 도서관 측 요인, 10) 도서관홍보. 이러한 주제들 간의 관계를 통해 다음과 같이 서포터즈 운영과 관련한 제언을 했다.

첫째, 서포터즈의 개인 역량과 특성을 고려해 역할이 부여되어야 하며 모집단계에서부터 이에 대한 공지가 이루어져야 한다.

둘째, 담당 사서와의 원활한 의사소통과 적극적 역할이 필요하다.

셋째, 해당 도서관의 적극적 관심과 지원이 필요하다.

넷째, 도서관 측의 서포터즈 활동에 대한 적절한 보상이 필요하다.

다섯째, 서포터즈에 대한 사전 교육내용에 도서관에 대한 교육이 포함되어야 한다.

SNS를 기반으로 활동하는 서포터즈를 공공도서관을 포함한 공공 영역에서 홍보 목적으로 활용하는 것은 해외에서는 흔치 않은 우리나라의 특별한 사례라고 할 수 있다. SNS를 기반으로 활동하는 서포터즈이므로 주로 서포터즈로 활동하는 이들은 젊은 층이다. 그러나 공공도서관의 이용자층이 다양한 점을 상기한다면 서포터즈를 온, 오프라인으로 구분하여 선발할 필요가 있다. 즉 현재의 SNS 서포터즈와 같이 온라인상에서 주로 활동하는 젊은 층은 도서관의 젊은 이용자층을 위한 서비스와 프로그램을

홍보하는 데 집중할 수 있게 하고 온라인 서비스에 익숙하지 않은 이들을 위해서는 오프라인을 중심으로 활동하는 서포터즈를 선발하여 오프라인 위주의 서비스와 프로그램을 소개하고 홍보할 수 있도록 하는 등 차별화된 전략이 필요하다.

본 논문은 지금까지 도서관 분야에서 적극적인 논의가 이루어지지 않았었던 공공도서관 서포터즈를 대상으로 연구를 진행했다는 점에서 의의가 있다. 그러나 일부 도서관의 서포터즈만을 대상으로 연구를 진행했다는 측면에서 연구 결과를 일반화하는 데는 일정 한계가 존재한다. 또한, 일반적으로 질적연구가 갖는 표본의 대표성 문제 등이 존재한다. 그럼에도 불구하고 이후의 서포터즈 관련 연구를 위한 기초연구로서의 의미를 지닐 수 있을 것으로 판단된다. 이와 더불어 해당 도서관의 서포터즈 담당자들과의 인터뷰를 통해서 서포터즈 운영에 대한 좀 더 심도 있는 논의가 진행되어야 할 것이다.

참 고 문 헌

권영애, 박혜진 (2020). 교수역량 지원을 위한 프로그램 개발 사례 연구: K대학 서포터즈 프로그램을 중심으로. 문화와 융합, 42(4), 737-755. <https://doi.org/10.33645/cnc.2020.04.42.4.737>

길혜지, 이상훈 (2021). 디지털 역량강화 교육 강사와 서포터즈의 교육요구 분석. 평생교육·HRD연구, 17(2), 85-109. <https://doi.org/10.35637/klehrd.2021.17.2.004>

김영천 (2012). 질적연구방법론 I. 파주: 아카데미프레스.

노지윤, 노영희 (2020). 도서관 유튜브(YouTube) 채널의 활성화 방안에 관한 연구. 정보관리학회지, 37(3), 1-24. <http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2020.37.3.001>

민다예, 정현일 (2018). 미술관 서포터즈 활동이 미술인식의 변화와 자기계발에 미치는 영향. 학습자중심교과교육연구, 18(13), 267-286. <http://dx.doi.org/10.22251/jlcci.2018.18.13.267>

- 백제연, 이성신 (2021). 국가기록원 서포터즈(나라기록넷띠) 활동 및 운영 분석. *한국기록관리학회지*, 21(2), 1-21. <http://dx.doi.org/10.14404/JKSARM.2021.21.2.001>
- 이만수 (2007). 공공도서관의 홍보 전략에 관한 연구. *한국도서관·정보학회지*, 38(1), 3-28. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.38.1.200703.3>
- 이세나 (2019). 대구 시민의 도서관 이용 특성을 고려한 지역대표도서관 홍보 방안 고찰. *사회과학연구*, 30(1), 135-153. <http://dx.doi.org/10.16881/jss.2019.01.30.1.135>
- 임정훈 (2020). SNS를 활용한 학교도서관 마케팅 활성화 방안 연구. *한국도서관·정보학회지*, 51(1), 21-41. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.51.202003.21>
- 정선희, 김인설 (2018). 복합문화예술기관의 직업체험 봉사활동에 참여한 청소년의 몰입경험(flow experience)과 영향에 관한 질적 사례연구. *청소년 문화포럼*, 56, 127-165. <http://dx.doi.org/10.17854/ffyc.2018.10.56.127>
- 조미아 (2018). 문헌정보학과 학생의 도서관 업무 경험에 관한 연구: B도서관 서포터즈 사례를 중심으로. *한국도서관·정보학회지*, 49(3), 169-192. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.49.3.201809.169>
- 조찬식 (2012). 신문기사 분석을 통한 공공도서관의 홍보에 관한 연구: 은평구립도서관의 사례를 중심으로. *한국문헌정보학회지*, 46(1), 223-240. <http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2012.46.1.223>
- 지선희, 이지연 (2020). 공공도서관의 순회전시 운영 방식과 이용자 인식 연구. *정보관리학회지*, 37(2), 95-117. <http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2020.37.2.095>
- 진보라, 석용현 (2018). 지방자치단체의 온라인 관광홍보정책에 대한 탐색적 연구: SNS 관광서포터즈를 중심으로. *관광레저연구*, 30(2), 77-96.
- 홍윤선 (2019). 관광서포터즈의 관계효익과 참여동기가 몰입, 만족과 지속의도에 미치는 영향. *관광경영연구*, 93, 611-639. <http://dx.doi.org/10.18604/tmro.2019.23.7.28>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

• 국문 참고자료의 영어 표기

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

- Baek, Jeyeon & Lee, Seongsin (2021). A study on the activity and operation of nara archives netti supporters of the national archives of Korea. *Journal of Korean Society of Archives and Records Management*, 21(2), 1-21. <http://dx.doi.org/10.14404/JKSARM.2021.21.2.001>
- Cho, Chan-sik (2012). A study on the public relations of public libraries through newspaper article analysis: the case of eunpyeong public library. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 46(1), 223-240.

- <http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2012.46.1.223>
- Cho, Miah (2018). A study on the library working experience of students majoring in library and information science: focusing on the case of supporters at library B. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 49(3), 169-192.
<http://dx.doi.org/10.16981/kliss.49.3.201809.169>
- Hong, Heather (2019). A study on effects of relational benefits and participation motivation perceived by tourism supporters on committment, satisfaction and continuous intention. *Journal of Tourism Management Research*, 93, 611-639.
<http://dx.doi.org/10.18604/tmro.2019.23.7.28>
- Ji, Seon-Hye & Lee, Jee-Yeon (2020). A study on the operation method and users' perception of traveling exhibition in public libraries. *Korean Society for Information Management*, 37(2), 95-117. <http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2020.37.2.095>
- Jin, Bo-Ra & Seok, Yong-Hyun (2018). An exploratory study on online tourism public relations policy of local governments: focus on SNS tourism supporters. *Journal of Tourism and Leisure Research*, 30(2), 77-96.
- Jung, Sun-hee & Kim, In-sul (2018). A qualitative case study on teens' flow experience within career experience voluntary program: focusing on ACC TEENS supporters of the asia culture center. *Forum For Youth Culture*, 56, 127-165.
<http://dx.doi.org/10.17854/ffyc.2018.10.56.127>
- Kil, Hye-Ji & Lee, Sang-Hun (2021). Educational needs analysis of the digital competency enhancement education instructors and supporters. *The Journal of Lifelong Education and HRD*, 17(2), 85-109. <https://doi.org/10.35637/lehrd.2021.17.2.004>
- Kim, Young chun (2012). *Qualitative Method I*. Paju: Academypress.
- Kwon, Young-Ae & Park, Hye-jin (2020). A case study of programs for enhancing teaching competency- with a focus on the K university supporters program. *The Korean Society of Culture and Convergence*, 42(4), 737-755. <https://doi.org/10.33645/cnc.2020.04.42.4.737>
- Lee, Man-soo (2007). A study on the pr strategy of public library. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 38(1), 3-28. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.38.1.200703.3>
- Lee, Sena (2019). A study on public relations plan of the regional central library considering the characteristics of Daegu citizen's library use. *Journal of Institute for Social Sciences*, 30(1), 135-153. <http://dx.doi.org/10.16881/jss.2019.01.30.1.135>
- Lim, Jeong-Hoon (2020). A study of the use of sns for the activation of school library marketing. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 51(1), 21-41.

<http://dx.doi.org/10.16981/kliss.51.202003.21>

Min, Da ye & Jung, Hyunil (2018). Exploring an influence of art museum supporters' activities on the awareness of art and self-development. *Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction*, 18(13), 267-286. <http://dx.doi.org/10.22251/jlcci.2018.18.13.267>

Ro, Ji-Yoon & Noh, Young-hee (2020). A study on methods for activating libraries' YouTube channel. *Korean Society for Information Management*, 37(3), 1-24. <http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2020.37.3.001>