

언론보도를 통해 본 도서관에 대한 사회적 인식과 요구 분석 : '기적의 도서관' 을 중심으로

An Analysis of Social Recognition and Demand for Libraries
based on Press Release: focusing on "the Miracle Library"

이용훈, 연세대학교 대학원 문헌정보학과, blackmt@hitel.net

Yonghun LEE, Dept. of Library & Information Science, Yonsei University

2000년 이후 우리나라 언론보도에 나타난 도서관 관련 기사에 대한 계량적 분석을 통해 우리나라 도서관에 대한 사회적 인식과 요구가 어떤 것인지를 파악해 보았다. 그 중에서 기적의 도서관 관련한 내용에 대한 내용분석을 시도하였다. 이러한 분석결과를 기반으로 향후 도서관계의 언론홍보 방안을 제시하였다.

1. 서론

전통적으로 재원이나 지원을 안정적으로 확보해 운영해 오던 도서관들에 대해 새로운 시대는 성과를 요구하고 경영적 관점에서 도서관 존재의 가치를 묻는다. 이에 대해 도서관들은 자신들의 활동을 널리 알리는 홍보활동에 주목하고 있다.

가장 보편적 홍보의 방법은 언론을 활용하는 것이다. 언론은 자기나름의 입장과 자유로운 선택의 과정을 거쳐 기사화하는데 이 때에는 독자들의 관심과 필요, 요구와 같은 공익적 가치와 시대의 관심을 반영한다. 따라서 언론에서 한 사건이나 사물을 어떻게 다루었는가를 분석하면 그 시대의 관심의 내용과 수준을 파악해 볼 수 있다. 따라서 언론에서 도서관을 어떻게 다루었는가를 분석하면 우리 시대에 도서관에 대한 사회적 관심의 정도와 내용을 파악할 수 있다.

이 논고에서는 2000년 이후 우리나라 언론에서 도서관을 다룬 기사를 분석, 도서관에 대한 사회적 인식과 요구를 파악·분석하고, 이를 통해 성공적인 도서관 활동을 위해 고려할 점을 밝혀 보

고자 한다.

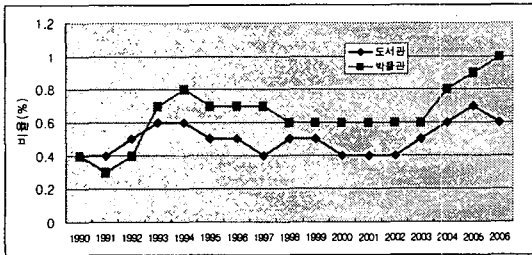
2. 도서관에 관한 언론보도의 계량적 분석

우선 도서관에 관한 언론보도를 계량적으로 파악·분석했다.

한국언론재단이 구축 운영하고 있는 카인즈¹⁾(KINDS : Korean Integrated News Database System)의 종합검색 기능을 이용하여 우선 1990

1) 카인즈는 1990년 1월 1일 이후 10개 서울종합일간지 기사를 비롯, 32개 서울지역 외 종합일간지, 7개 경제일간지, 3개 TV방송뉴스, 13개의 인터넷신문, 2개의 영자일간지, 10여 개의 시사잡지 및 전문지, 96개 지역신문 등을 포괄한 국내에서 유일하고 또 가장 규모가 큰 언론관련 데이터베이스로, 2006년 6월 20일 현재 181개 매체 11,151,291건의 기사가 수록되어 있다. 181개 모든 매체에 대한 통합검색이 가능하며 검색어를 and, or, not 등으로 조합해 정밀하게 검색할 수 있고 검색어 입력 후 신문명이나 발행일, 주제별, 글자수에 따른 검색도 할 수 있다. 특히 서울 종합일간지의 경우 기고자명, 고정물명, 면중, 기사유형, 1면만 검색 등 세분화된 검색 기능이 추가적으로 가능하다.

년 이후 2006년 5월 31일까지 매년 전체 기사수를 확인하고, '제목+본문' 항목에서 '도서관'을 키워드로 검색을 시행했다. 전체적으로 매년 건수는 꾸준히 때로는 급격하게 증가했고 전체건수 대비 비율은 1992년과 1993년 크게 증가했으나 그 이후에는 비율이 낮아지면서 증가폭이 등락을 거듭하였다. 그러다가 다시 2004년부터 증가세를 보인다(<그림 1> 참조). 도서관과 가장 근접한 문화시설인 '박물관'을 키워드로 검색을 실시해서 도서관과 비교해 본 결과 박물관의 증가폭이 도서관보다 크다. 이러한 경향을 보이는 이유는 좀 더 깊이 있는 연구가 필요하겠지만, 1992년과 1993년은 1990년 문화부 출범 이후 그 효과가 일부 반영된 것이 아닌가 하는 추정을 해 볼 수 있다. 2004년부터의 증가세는 아무래도 주 40시간 근무제의 확대 실시에 따라 전체적으로 도서관이나 박물관과 같은 문화기반시설에 대한 관심이 증가된 것으로 생각된다.

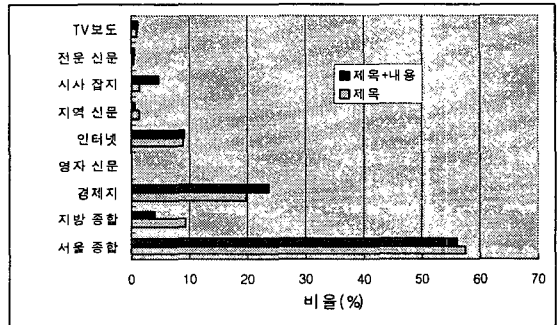


<그림 1> 도서관과 박물관의 언론보도 전체건수 대비 비율 변화 추이(1990-2006)

도서관을 대상으로 2000년 이후 언론의 구분에 따른 보도 빈도를 분석했다(<그림 2> 참조). 역시 서울종합이 가장 많이 보도를 하고 있고, 경제지가 그 뒤를 잇고 있다. 경제지가 도서관 관련 보도를 많이 한 것으로 나타난 것은 아무래도 인사동정을 많이 다루고 있는 신문의 특성상 도서관 관련 인사보도가 많은 것 때문이라고 생각된다.2)

2) 2000년부터 2006년 5월 31일까지 도서관 관련 보도 중 '인사'와 관련한 기사의 비율은 서울종합의 경우가

다만 '제목'만을 키워드로 검색한 경우와 '제목+내용'을 키워드로 검색한 경우 지방종합의 경우에는 '제목' 필드에서의 검색비율이 '제목+내용' 필드의 검색비율에 비해 크게 높다. 이는 지방일간지의 경우에는 도서관을 직접 제목에서 다루는 경우가 많다는 것으로 해석할 수 있다. 반대로 '제목+내용' 영역에서의 검색비율이 '제목'의 경우보다 높게 나타난 경우는 경제지와 시사잡지가 해당된다. 이 경우는 도서관이 제목에 나타나지는 않지만 기사 중에서 많이 다루어지고 있는 경향을 보이는 것으로, 도서관이 다른 부문과 같이 또는 부수적으로 다루어지고 있다고 해석할 수 있다.



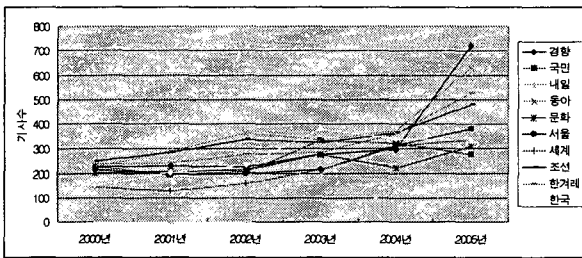
<그림 2> 언론구분별 도서관 보도 비율 (2000-2006)

지방종합과 지역신문(96개)에서의 도서관 관련 보도가 서울종합이나 경제지에 비해 매우 적게 나타났는데 이는 지방화시대를 맞아 도서관의 중요성이 더욱 강조되고 있는 상황에서도 아직은 지방언론이 도서관을 크게 주목하고 있지는 않은 것으로 분석할 수 있다. 이는 앞으로 도서관들이 좀 더 적극적으로 언론 문제에 관심을 가지고 도서관 활동이 지역 언론을 통해 주민들에게 알려지도록 노력할 필요가 있음을 시사한다. 또한 인터넷언론의 중요성이 커지고 있는 상황에서 이를 도서관 홍보/마케팅에 적극 활용하는 방안도 강구되어야 할 것이다.

14%인데 비해 경제지는 20%에 이르고 있다.

언론사 중에서 어느 언론이 도서관에 대해 가장 많은 보도를 했는지를 살펴보았다. 대상은 서울종합 부문의 10개 신문으로 하고, 2000년부터 2006년 5월 31일까지의 기사에 대해 '도서관'을 키워드로 '제목+내용' 필드를 검색했다.

전체적으로 매년 증가하는 추세를 보이고 있는데 그중에서도 특히 경향신문과 동아일보가 2005년부터 기사수가 크게 늘었다(<그림 3> 참조). 이는 이 두 신문이 도서관과 독서에 대해 그 해 특별한 관심을 가지고 특집 기사를 게재했기 때문이다. 경향신문은 2005년 3월 11일부터 독서캠페인 '책읽는 대한민국'을 시작해서 연말까지 매주 관련 기사를 게재했다. 동아일보도 경향신문과 같은 '책읽는 대한민국'이라는 특집기획을 통해 독서에 관한 기사를 2005년 상반기부터 주기적으로 게재하고 있다. 이같은 이유로 두 신문이 2005년에 많은 도서관 관련 기사를 게재한 것으로 분석할 수 있다. 보수언론과 진보언론을 대변하는 조선일보와 한겨레도 꾸준히 도서관 관련 기사 게재를 늘여가고 있는데 이것은 도서관 부문이 이념적 문제와 일정한 거리를 둘 수 있는 부분이기 때문에 양 진영 모두에서 부담없이 다루어 질 수 있는 것이기 때문으로 생각된다³⁾



<그림 3> 언론사별 도서관 관련 기사 게재건수 추이 (2000-2005)

3. 도서관 관련 언론보도의 내용분석

내용분석이란 커뮤니케이션 메시지 의미 혹은

3) 이러한 분석은 두 신문의 관련기사에 대한 구체적인 내용분석을 통해서 확실하게 규명할 수 있을 것이다. 다만 이번 논고에서는 현상만을 가지고 이와 같은 추정을 하는 것이다.

핵심 아이디어를 조사하는 연구방법(Krippendorff, 1980. 박한우 2004. 재인용)으로 문자로 된 내용을 컴퓨터를 이용해서 분석한다. 다만 대부분의 분석 소프트웨어가 영어권에 적합하게 제작된 관계로 한국어 메시지 분석에는 적지 않은 한계가 있다. 이런 문제를 해결하기 위해 본 논고에서는 박한우와 Leydesdorff(2004)가 사회 네트워크적 알고리즘에 기반한 전문(FullText) 소프트웨어를 한국어 메시지 분석을 위하여 변형한 KrKwic 프로그램⁴⁾을 이용했다. 네트워크적 알고리즘에 기초한 KrKwic은 대규모 텍스트들에서 의미가 있는 개념적 그룹핑으로 분류하는 것이 가능하게 해 준다. 뉴스 프레임(frame)이 대개 특정한 의미론적 연관을 강조하는 것을 고려할 때, 네트워크적 내용분석은 여러 뉴스들 사이의 공유된 의미의 연관구조에 초점을 맞추으로써 전통적인 내용분석을 향상시킨다(장하용, 2001). 이러한 분석결과를 통해 사회적 시스템 구조를 구성요소들이 맺는 "관계"의 형태로 살펴볼 수 있게 된다. 이러한 관계에 주목하는 사회 네트워크 시각에서는 메시지의 내용분석을 함으로써 핵심(prominent) 단어간의 의미적 연관성(semantic association)을 파악한다. 메시지는 핵심 단어들이 어떤 특정한 형태로 결합될 때 특별한 의미를 발생하는 경향을 보이기 때문이다 (박한우 2004).

그동안 언론에서 도서관과 관련하여 다양한 주제의 기사를 게재했다. 그 중 일부의 내용분석을 통해 도서관에 대한 사회의 인식과 요구가 무엇인지를 파악해 보고자 한다. 이 논고에서는 2002년부터 시작된 문화방송(MBC)의 오락프로그램 '!느낌표'와 이 프로그램으로 인해 2003년부터 시작된 '기적의 도서관'을 분석대상으로 했다. 이 프로그램과 '기적의 도서관' 프로젝트는 2002년부터 우리 사회의 책 읽기 분위기를 바꾸고, 나아가 기존의 도서관 발전 방향을 어린이도서관이나 작은 도서관 쪽으로 방향을 바꾸도록 할 정도로 큰

4) KrKwic 프로그램은 다음에서 다운로드가 가능하다. <http://www.hanpark.net/KrKwic.zip>

반향을 일으켰고 그 이후 지금까지도 꾸준히 언론이나 시민들의 주목을 받고 있기 때문이다. 도서관계에서는 이와 같은 프로그램과 프로젝트가 오랫동안 도서관에 대해 시민들이 가지고 있던 이미지를 크게 바꾸었다는 점에서 이 프로젝트에 주목하고 있다. 또한 '기적의 도서관' 프로젝트 이후 공공도서관에서는 어린이 대상 서비스를 개선하고, 실제 어린이실 리모델링 등의 사업을 추진하고 있다. 물론 이전에는 거의 없었던 공공영역에서도 공공도서관이 아닌 어린이전용 도서관을 건립하는 경향도 나타나고 있다. 해방 이후 지금까지 1960-70년대 마을문고 운동 이외에 이 프로그램만큼 도서관 문제를 전국적인 국민적 관심사로 끌어낸 경우는 없었다고 생각된다. 그러나 마을문고 운동도 2000년대 텔레비전 방송국과 시민운동 단체가 함께 벌인 이번 프로젝트만큼 다양한 논의 속에서 사회의 근간을 흔들지는 못했다고 생각한다. 따라서 '느낌표 현상'이라고까지 말해진 '느낌표' 프로그램과 아직도 지속되고 있는 '기적의 도서관' 프로젝트에 대한 언론보도 내용을 분석하여 왜 그와 같은 주목을 끌어왔는지를 짚어보고자 하는 것이다.

카인즈 데이터베이스에서 서울종합(10개 신문)에서 2002년부터 2006년 5월 31일까지 기간동안 '느낌표'와 '기적의 도서관'을 다룬 기사를 검색했다. 그 결과는 <표 1>과 같다.

<표 1> 느낌표와 기적의 도서관
언론보도 빈도 (2002-2006)

연도	2002	2003	2004	2005	2006	계
느낌표	12	60	16	5	4	97
기적의 도서관	0	50	12	56	15	133
계	12	110	28	61	19	230

'느낌표' 프로그램과 '기적의 도서관' 프로젝트가 동시에 존재했던 2003년에 가장 많은 보도가 되었다. '느낌표' 프로그램은 2004년 1월초 종료되

었다. 그 이후 잠시 주춤하다가 2005년에 들어 '기적의 도서관'이 언론에 많이 노출되었다. 그것은 2004년까지 '기적의 도서관'이 건립되어 속속 개관한 이후 그 도서관들의 활동이 활발해지면서 사회의 주목을 받았을 것이라는 것과 경향신문의 경우 '책읽는 대한민국' 기획특집을 통해 도서관을 많이 언급했기 때문이라고 말할 수 있다. 그러나 이와 같은 보도 추이를 통해서 언론은 역시 당시 시민들이 주목하는 현상에 주목하는 경향을 보이고 있고, 어떤 계기가 있을 때 집중적으로 그것을 다룬다는 것을 알 수 있다. 따라서 향후 도서관 활동을 언론을 통해 알리고자 할 때에는 적절한 계기를 마련해야 한다는 사실을 다시 한번 확인 할 수 있다.

구체적인 분석을 위해 우선 카인즈에서 기사의 제목(헤드라인)을 수집하였다. 언론에 있어 기사의 제목은 언론사 또는 기자가 독자에게 전달하기를 바라는 내용을 핵심적으로 축약한 것이기 때문에 그 의미는 매우 중요하다. 모두 230개 기사 중에서 본 분석에 적합하다고 판단되는 기사 141개를 추려냈다. 기사제목에서 의미가 유사한 단어 혹은 간략하게 표현된 단어, 즉 '느낌표', MBC '느낌표' 등과 같은 것은 'MBC느낌표'로, '기적의 도서관'은 '기적의도서관'으로, '佛'은 '프랑스'로 수정했다. 이렇게 정리된 데이터를 krKwic 프로그램을 이용해서 단어빈도분석(word frequency analysis)을 수행한 결과 모두 632개의 단어가 829번 출현했다(표 2 참조).

<표 2> 제목에 쓰인 단어빈도분석 결과

출현빈도	1	2	3	4	5	6	7	8	10	15	22	계
단어수	547	57	9	4	3	3	3	3	1	1	1	632
총출현 빈도	547	114	27	16	15	18	21	24	10	15	22	829

단어빈도 분석 결과를 바탕으로 출현빈도와 연구목적 고려해서 연구자가 전문적으로 판단해

<표 3> 단어 × 단어 동시출현빈도 행렬

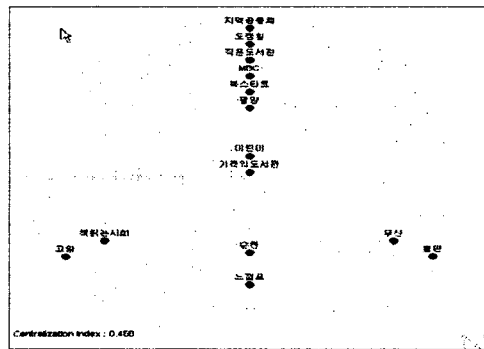
단어들	기적의 도서관	MBC	느낌표	도정일	복스타트	작은도서관	어린이	무산	지역공동체	출판	책읽는사회	평양	고양	순천
기적의 도서관		5	4	3	1	0	5	2	0	0	0	2	4	7
MBC	5		20	0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	2
느낌표	4	20		0	0	0	0	1	0	0	0	3	0	2
도정일	3	0	0		1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
복스타트	1	0	0	1		0	1	0	0	0	1	0	0	0
작은도서관	0	0	0	0	0		1	0	1	0	1	0	0	1
어린이	5	0	0	0	1	1		0	1	1	2	1	0	2
무산	2	1	1	0	0	0	0		0	0	0	2	2	0
지역공동체	0	0	0	0	0	1	1	0		0	1	0	0	0
출판	0	0	0	0	0	0	1	0	0		0	0	0	0
책읽는사회	0	0	0	0	1	1	2	0	1	0		0	0	0
평양	0	3	3	0	0	0	1	2	0	0	0		0	0
고양(시)	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0		0
순천	0	2	2	0	0	1	2	0	0	0	0	0	0	

서 주요단어 14개(기적의도서관, MBC, 느낌표, 도정일, 복스타트, 작은도서관, 어린이, 무산, 지역공동체, 출판, 책읽는사회, 평양, 고양, 순천)를 선정한 후, KrTitle 프로그램을 이용해서 주요 용어의 동시출현빈도 행렬을 작성했다. (<표 3> 참조)

다음은 사회 네트워크 전문 소프트웨어인 Ucinet를 이용해서 3가지의 중심성(centrality), 주요어간 동시출현빈도 네트워크, 다차원척도법(MDS), 구조적 등위성 분석을 실시했다.

우선 연결정도중심성에서는, '기적의 도서관'이 중심에 있으면서 MBC와 느낌표, 어린이, 순천, 평양의 중심성이 높다(<그림 4> 참조).

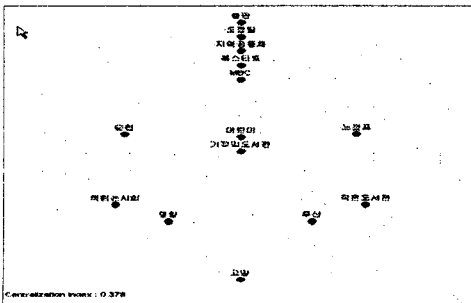
으로 해서 한 점이 다른 점에 얼마나 가깝게 있는가를 설명하는 개념으로 '어린이' '기적의 도서관' '평양' '순천'이 중심을 이루고 있음을 알 수 있다(<그림 5> 참조).



<그림 5> 근접중심성

매개중심성에서는 '무산'이 매개중심의 하나가 되고 있다. 이것은 처음에 '기적의 도서관'을 건립하기로 했던 고양시와 책읽는사회만들기국민운동 간에 의견 조율이 되지 않아 결국 함께 건립하는 일을 포기하는 과정에서 언론에서 이 문제를 중요하게 다루었던 상황을 반영한 것으로 보인다(<그림 6> 참조).

한편 주요어간 동시출현빈도 네트워크를 나타내는 <그림 7>을 보면 역시 '느낌표'와 이를



<그림 4> 연결정도중심성

근접중심성은 두 점 사이의 거리를 핵심개념

카인즈를 통해 2000년부터 2006년 5월 31일까지의 '도서관' 관련 기사를 검색하였다. 그 검색결과를 이용해서 계량적 분석과 내용분석을 시도하였다. 언론은 동시대의 관심과 요구를 반영하는 지표라고 판단하고, 언론에 나타난 도서관에 대한 내용을 분석하여 도서관에 대한 사회적 요구와 관심의 유형을 파악해 보고자 한 것이다.

계량적 분석에서는 언론에서의 도서관에 대한 관심은 꾸준히 증가하거나 유지되고 있는 것을 알 수 있었다. 언론에서 도서관에 주목하는 현상은 독서나 방송에서 책과 도서관을 다룬 프로그램 등으로 인한 시민들의 관심이 커졌을 때 집중적으로 나타나고 있다. 또한 언론사가 직접 특집이나 기획을 통해 도서관에 주목했을 때 언론노출이 많았다. 그러나 한 편으로 지방화 시대임에도 지방언론에서의 도서관 관련 보도가 미흡한 것으로 나타났다.

내용분석에서는 도서관 관련 기사 중 기존의 소극적이고 부정적 도서관 인식 개선에 큰 기여를 한 문화방송의 '느낌표'와 '기적의 도서관'에 관한 기사를 대상으로 분석을 실시하였다. 사회네트워크적 알고리즘에 기반한 FullText 소프트웨어를 한국어 메시지 분석을 위해 변형한 KrKwic 프로그램을 이용한 단어빈도분석 결과 632개의 단어가 829번 출현했다. 그 중에서 빈도수가 많거나 연구자가 중요하다고 판단하여 주요어로 추출한 단어는 '기적의도서관, MBC, 느낌표, 도정일, 북스타트, 작은도서관, 어린이, 무산, 지역공동체, 출판, 책읽는사회, 평양, 고양, 순천' 등 14개이다.

추출한 14개 주요어를 기반으로 단어×단어 동시출현빈도 행렬을 통해서 몇 가지 분석과 시각화를 시도했다. 사회 네트워크 분석과 시각화를 위해서는 Ucinet과 NetMiner II 프로그램을 이용하였다. 중심성, 주요어간 동시출현빈도 네트워크, MDS, 구조적 등위성 분석을 실시했다. 그 결과 기적의 도서관, MBC, 어린이, 순천, 평양 등의 주

요어가 중심부문에 위치하고 있었다. 이들 주요어는 역시 시민들이 주목하고 참여한 사건들과 관련이 있으며, 그 대상은 어린이라는 점을 확인할 수 있었다.

내용분석에서 확인할 수 있는 것은 시민들이 도서관에 대해서 원하는 것의 핵심은 어린이를 위한 도서관 서비스 활성화이다. 또한 시민들에게 직접 접근할 수 있는 이슈 중심의 프로젝트도 시민들의 요구를 이끌어 내고 조직하는데 도움이 된다는 것을 알 수 있다.

이상의 결과를 바탕으로 몇 가지 도서관 발전을 위한 제언을 한다면, 우선 언론보도에 나타난 도서관에 관한 기사의 빈도와 그 내용은 우리 사회가 도서관에 대해 어떻게 생각하고 있는지, 그들이 도서관에 대해 어떤 요구를 갖고 있는지에 관한 정보를 수용해서, 도서관의 활동을 시민들의 관심과 요구를 해결하는 데 초점을 맞추고, 마케팅 활동을 통해 도서관의 다각적 노력을 알리고 지지를 획득해야 한다. 이번 연구에서 추출해 낸 14개 주요어는 언론에서 도서관과 관련해서 기사 작성이나 게재시 중요하게 고려하는 점이라고 할 수 있는데, 이를 통해 볼 때 도서관 본래의 활동보다는 국민적인 관심을 끌 수 있는 '기적의 도서관'과 같은 프로젝트나 어린이와 관련된 활동, '책읽는사회만들기국민운동'과 도정일 대표와 같은 시민운동 쪽의 활동에 더 많은 관심을 가진다고 할 수 있다. 그런데 이와 같은 사회적 차원의 도서관운동은 기본적으로 그 근간에 기존 도서관들에 대한 불만과 비판의식이 자리잡고 있기 때문에, 자칫 도서관 기본의 철학과 서비스에 대해 비판적 인식이 언론을 통해 확산될 가능성이 있다. 한겨레신문이 2006년 5월 15일 삼성그룹, '책읽는사회만들기국민운동'과 함께 시골학교 도서관을 지원하는 프로젝트를 실시하면서 '어린이에게 책은 미래다'라는 주제와 관련해서 6회 게재한 특집 기사에서 그러한 예를 찾아볼 수 있다. 특집 기사를 마무리하면서 실시한 전문가좌담이 5월 20일 게재되었는데, 4명의 참석자 대부분이 기존의 도

서관의 활동과 태도를 질타했다. 한 참석자는 “우리나라 공공도서관의 특징은 서비스 제로 지역이다. 상당수 도서관 사서들에게 가장 좋은 도서관은 사람들이 가장 안 오는 도서관이다. 사람들이 안 올수록 좋아한다.”고 말했다. 이에 대해 참석자들이 다들 웃었다고 한다. 도서관과 사서들은 도서관 운영의 부실을 제도와 행정의 책임으로 돌리고 있는 사이에 일반 시민들과 이용자들은 그 책임을 도서관과 사서에 묻고 있다고 생각되는 대목이다. 이처럼 서울일간지를 통해 도서관에 대한 부정적 견해나 질타의 내용이 그대로 시민들에게 전달될 수 있다는 점에서 도서관계는 언론에서의 도서관 관련 보도에 대해 주목하고 적극 대응 또는 활용해야 한다. 이를 위해 도서관에서는 적극적으로 이들 부문과의 대화와 협력을 강화할 필요가 있고, 한 편으로는 이들의 활동에 주목하는 이유인 어린이에 대한 서비스나 전국적인 프로젝트 수행 등을 추진할 필요가 있다. 그 과정에서 적극적으로 언론을 활용할 수 있을 것이다. 이번 분석에서 언론은 아직도 도서관에 대해서는 큰 관심을 가지고 있지는 않으나 대중적인 활동, 즉 캠페인이나 도서관 건립운동, 책읽기 운동 등과 같은 활동을 통해 언론의 주목을 끌어야 한다는 점을 확인할 수 있었다. 따라서 이같은 활동에 도서관계와 사서들도 적극 참여함으로써 도서관 발전에 보다 긍정적 역할을 수행해야 한다.

이러한 대언론 홍보활동에 있어 한국도서관협회는 개별 도서관들이 보다 적극적으로 도서관 활동을 전개할 수 있도록 하기 위해 도서관 직원들의 홍보활동 역량 개발을 돕기 위한 전문적인 홍보/PR 교육과정을 개발하고 실시할 필요가 있다. 국립중앙도서관도 운영 중인 사서재교육 프로그램에 홍보/PR 관련 전문과정을 개설하는 것도 좋은 방안일 것이다.

다음으로는 지역단위 도서관 홍보/PR 활동이 강화되어야 한다. 지방화 시대에는 지방에서의 도서관 스스로 생존전략을 찾아야 한다. 앞에서 제

안한 방안을 통해 현장의 인력개발을 통해 빠른 시일 안에 도서관의 홍보역량을 강화해야 한다. 이를 지원할 수 있는 컨설팅 조직이 도서관 전문단체나 국립중앙도서관에 설치되는 것도 검토해 볼 수 있을 것이다.

이번 논고는 몇 가지 한계점이 있다. 우선 카인즈 데이터베이스에서 실제 검색된 데이터를 일일이 확인하지 못해 도서관과의 관계가 아주 미미하거나 전혀 관계가 없는 데이터도 일부 포함되었을 수 있다. 앞으로 데이터의 질을 높이는 방안 강구가 필요하다.

두 번째로는 새로운 프로그램인 KrKwic를 사용하였는데, 내용분석에 용이하고, 한글로된 텍스트 처리 수준은 높기 때문에 실제 폭넓은 활용이 될 수 있을 것으로 생각되지만, 이번에는 충분히 필요한 데이터 수집을 하지 못해 다소 객관성이나 과학성이 떨어졌을 수 있다.

<참고문헌>

- 박한우, Loet Leydesdroff. 2004. 한국어의 내용 분석을 위한 KrKwic 프로그램의 이해와 적용 : Daum.net에서 제공된 지역혁신에 관한 뉴스를 대상으로. 『Journal of the Korean Data Analysis Society』, 6(5) : 1377-1387.
- 서울문화재단. 2004. 『홍보 : 예술현장 실무매뉴얼 시리즈1』. 서울 : 서울문화재단.
- 손동원. 2002. 『사회 네트워크 분석』. 서울 : 경문사.
- 장하용. 2001. 언론보도와 비평의 구조 : 신문보도의 비평에 대한 네트워크 분석. 『한국언론정보학회』, 16 : 108-133.
- Park, H.W., Barnett, G.A. and Mam, I. 2002. Hyperlink-Affiliation Network Structure of Top Web Sites : Examining Affiliates with Hyperlink in Korea. 『JASIST』 53(7) : 592-601.