

국내외 국립기록관의 트위터 운용 현황 분석 및 활성화 방안*

A Study on the Vitalization Strategy Based on Current Status Analysis of National Archives

강주연 (JuYeon Gang)** , 김태영 (TaeYoung Kim)***
최정원 (JungWon Choi)**** , 오효정 (Hyo-Jung Oh)*****

초 록

요즘 커뮤니케이션 수단으로 가장 각광받고 있는 도구는 소셜네트워크서비스(Social Network Service, 이하 SNS)로, 이용자들의 접근성과 편의성을 증진시키는 가장 효과적인 서비스로 자리 잡았다. 본 연구에서는 가장 대표적인 SNS 서비스 중 자동수집이 가능한 서비스인 트위터(Twitter)를 선정, 국내외 국립기록관의 트위터 운용 현황을 비교 분석하고 그 특징을 파악함으로써 이용자들의 관심도를 향상시키기 위한 활성화 방안을 제언하고자 한다. 이를 위해 미국의 NARA를 비롯해 영국의 TNA, 호주의 NAA와 국내의 국가기록원의 트윗(tweet)을 수집하고 이에 대한 정보 유형 분석과 시계열 분석을 실시하였다. 정보 유형 분석은 국립기록관이 제공하는 정보가 이용자의 정보 요구에 부응하는가를 살펴보는데 목적이 있으며 시계열 분석은 시간의 추이에 따른 이용자의 반응 추이를 살펴보는데 그 목적이 있다. 각국의 국립기록관 트위터 운용의 비교분석을 통해 4가지의 특성을 도출하였으며 이를 바탕으로 우리나라 국가기록원의 트위터 활성화 방안을 제언하였다.

ABSTRACT

Nowadays, Social Network Service (SNS), which has been in the spotlight as a way of communication, has become a most effective tool to improve easy of information use and accessibility for users. In this paper, we chose Twitter as the most representative SNS services because of automatic crawling and investigated tweet data gathered from domestic and foreign National Archives - NARA of U.S.A., TNA of U.K., NAA of Australia, and National Archives of Korea. We also conducted information genres analysis and trend analysis by timeline. Information genres analysis shows how archives satisfied users' information needs as well as trends analysis of tweets helps to understand how users' interestedness was changed. Based on comparison results, we distilled four characteristics of National Archives and suggested vitalization ways for National Archives of Korea.

키워드: 기록관, 트위터, 계량정보분석, 이용자 관심, 활성화 방안
archives, Twitter, informetic method, user interestedness, vitalization strategy

* 이 논문은 2016년도 전북대학교 연구기반 조성비 지원에 의하여 연구되었음.

이 논문은 2016년도 미래창조과학부의 재원으로 한국연구재단-재난안전플랫폼기술개발사업의 지원을 받아 수행된 연구임(과제번호: NRF-2016M3D7A1912703).

** 전북대학교 기록관리학과 대학원 석사과정(juyeongang@naver.com) (제1저자)

*** 전북대학교 기록관리학과 대학원 박사과정(fnty127@hanmail.net) (공동저자)

**** 전북대학교 기록관리학과 대학원 석사과정(jungwon1212@naver.com) (공동저자)

***** 전북대학교 기록관리학과 조교수, 문화융복합 아카이빙연구소 연구원(ohj@jbnu.ac.kr) (교신저자)

- 논문접수일자: 2016년 8월 21일 ■ 최초심사일자: 2016년 9월 9일 ■ 게재확정일자: 2016년 9월 20일
- 정보관리학회지, 33(3), 263-285, 2016. [http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2016.33.3.263]

1. 서론

1.1 연구배경 및 필요성

라틴어 'communis'에서 유래한 커뮤니케이션은 인간에게 필수적 요소이며 “메시지를 통한 사회적 상호 작용”이라 정의된다(Fiske, 1990). 즉 커뮤니케이션은 사람 대 사람, 사람 대 기관 등 전달자와 수신자가 서로 상호작용을 하는데 중요한 역할을 수행한다. 상호작용을 위한 커뮤니케이션 채널에는 사보, 인트라넷, 이메일, 메신저 등이 있으며 이들은 미디어의 발전과 함께 빠르게 진화하고 있다(류승연, 2014).

최근에는 커뮤니케이션 채널 중 특히 소셜네트워크서비스(SNS: Social Network Service: 이하 SNS)가 다른 채널보다 더 많은 이용률과 성장세를 보였다. 정보통신정책연구원의 보고서에 따르면 2015년 전체 응답자 9,873명 중 4,250명, 즉 43.1%가 SNS를 이용하고 있으며 2011년부터 2015년까지 미디어 서비스 이용률 추이를 볼 때 SNS 이용률은 2배 가까이 성장하고 있다(정보통신정책연구원, 2016). SNS는 모바일용으로도 개발되고 이용자를 위한 서비스를 지속적으로 개발하며 이용자들의 접근성과 편의성을 증진시키며 효율적인 커뮤니케이션 매체로 자리 잡았다. 최근 많은 기업들은 이와 같은 장점을 활용해 SNS를 내부 소통의 수단뿐만 아니라 대외 마케팅 수단으로 인지하며 SNS의 잠재적 가능성에 주목하고 있다(류승연, 2014).

이러한 흐름에 맞춰 공공기관들 역시 SNS를 활용하여 정보를 제공하고 이용자들의 관심을 유도하고자 노력하고 있다. 그 중 특히 트위터(Twitter)는 이미 존재하는 온라인 정보로의 접

근을 유도할 수 있으며, 잠재적 이용자와 좀 더 친밀한 관계를 맺을 수 있게 하고, 이용자가 공무원 및 관계기관과 보다 쉽게 상호작용 할 수 있게 하는 장점이 있기 때문에 공공기관에서 활용될 때 더욱 유용하다(Wigand, 2010). 이러한 맥락에서 공공기록관 역시 이용자와 소통하기 수단으로 다양한 소셜미디어를 활용하고 있으며 그 중에서도 페이스북(Facebook)과 트위터가 가장 활발히 운용하고 있다(최정원, 강주연, 박준형, 오효정, 2016). 반면 이에 대한 선행연구로는 대부분 SNS 활용의 필요성에 대한 연구가 주를 이루고 있어 실제 활용 결과를 분석하거나 활용 방안을 제시한 연구는 매우 드물다.

한편, 국가기록원의 경우 국외 국립기록관에 비해 인지도가 낮고 이용접근성이 떨어진다는 연구 결과가 이미 다수 발표되었다. 본 연구에서는 이러한 한계를 보완하기 위해 국가기록원이 트위터를 활용하여 이용자들의 관심도 및 활발한 커뮤니케이션을 유도할 수 있는 방안을 제시하는데 본 연구의 의의가 있다. 특히 해외의 대표적인 국립기록원의 트위터 운영현황을 파악하기 위해 각 기관에서 트위터 운영을 시작한 시점부터 전 기간의 데이터를 수집, 거시적 분석을 시도하였다. 또한 트위터 내용을 정보 유형과 커뮤니케이션 유형으로 구분하여 구체적으로 분석, 비교하였고 시계열 분석을 통해 주기적인 특성을 파악하였다. 이로써 이용자들의 관심도 및 활발한 커뮤니케이션을 유도할 수 있는 실증적 방안을 제안한 점에 의의가 있다.

1.2 연구내용 및 방법

본 연구는 국내외 국립기록관의 트위터 운

용 현황을 분석하고 비교하여 국가기록원의 SNS를 활성화하는 데 필요한 방안을 제시하고자 한다. 이를 위한 연구내용 및 방법은 다음과 같다.

본 연구에서는 국립기록관 중 대표기록관으로 인지되고 있는 미국의 NARA와 영국의 TNA, 호주의 NAA, 우리나라의 국가기록원을 조사 기관으로 한정하였다. 분석 대상 SNS로는 오픈 API(Open Application Programming Interface: 이하 API) 등으로 자동 수집이 가능한 트위터를 선정하였으며, 기관별 계정 운영기간 전 기간에 걸쳐 수집된 트윗 집합을 대상으로 기초분석과 내용분석을 진행하였다. 기초분석은 계량적인 측면에서 분석하였고, 내용분석은 정보 유형 분석과 시계열 분석을 실시하였다. 먼저 기초분석으로는 각 국립기록관의 트위터 계정 시작일부터 2016년 6월 30일까지 발생한 트윗 멘션(mention)의 개수, '리트윗(retweet)' 개수 등의 양적 수치데이터에 기반한 계량분석을 수행하였으며, 이를 토대로 실제 SNS 데이터와 각 기관 홈페이지를 참고하여 내용 분석을 실시하였다. 각 기관에서 제공하고 있는 정보의 특성을 파악하기 위해 이용자들의 관심이 높은 100개의 트윗을 중심으로 정보 유형과 커뮤니케이션 유형을 분류하여 구체적인 트윗 내용을 분석하였다. 약 3년 동안의 각 기관 트윗 집합에 대한 시계열 분석도 진행하였는데, 그래프를 통해 이상추이를 파악하고 이상 추이 원인을 트윗 내용 분석과 문헌조사를 통해 알아보았다.

1.3 선행연구

본 연구의 목적인 국립기록관의 트위터 운용 현황을 분석하기 위해 트위터 내용 분석과 기록관에서의 소셜미디어 활용에 대한 연구를 살펴보았다.

먼저 트위터 내용 분석은 주로 이용자와의 커뮤니케이션 또는 상호작용에 대한 구조적 분석을 위해 주로 수행되고 있다. Westman & Freund(2010)는 2009년 11월 20일부터 일주일 동안 7,040개의 트위터를 수집하여, 트위터로 대표되는 마이크로 블로깅에서의 이용자 간 커뮤니케이션 특징 및 유형을 6가지 패싯(facets)에 기초하여 분석하였다. 그에 따라 개인 업데이트(personal updates), 직접적 대화(directed dialogue), 실시간 공유(real-time sharing), 상업 광고(business broadcasting), 정보 요구(information seeking) 등 5가지 커뮤니케이션 유형을 도출하여 이용자와의 상호작용을 위한 구조적 방안을 제안하였다.

Alam & Lucas(2011)는 2010년 12월 13일부터 12월 26일까지 6개의 호주의 국립 기관(NFSA, DBCDE, VictoriaPolice, Ambulance VIC, Metrotrains, MosmanCouncil 등)의 305개 트윗과 기관 관련 일반 이용자의 414개 트윗을 분석하여 호주 정부의 트위터 활용 유형 및 상호작용에 대한 연구를 진행하였다. 연구 결과 정부에서는 뉴스 및 업데이트(news and updates), 외부 정보 제공(external information), 리트윗(retweets), 이용자 피드백(respond to User), 외부 이벤트 공지(external event announcement), 화제 유도(asking a question), 채용 공고(job vacancies) 등 7가지 유형에 해당하는 트위터

게시물을 통해서 이용자와 상호작용하고 있음을 밝혔다.

오효정, 윤보현, 최남현, 유철중, 김용(2014)은 2012년 국내에서 작성된 트위터 데이터 전체를 수집 및 분석하여 사용자의 정보를 추출하고 그에 따른 선호지역을 파악하여 시각화하는 방법을 제안함으로써, 트위터의 내용 분석에 대한 다양한 활용가능성을 시사하고 있다. 그밖에도 Wigand(2010)와 Kriesberg(2014)는 트위터를 대상으로 내용 분석을 수행함으로써 정부기관에서 SNS를 활용할 경우에 발생하는 이용자와의 친밀도 및 접근성 향상 등의 트위터 활용 효용성에 대하여 논의하였다.

한편, 이미 많은 기록관에서도 이용자와의 소통 창구로서 소셜미디어를 활용하고 있으며 그 중에서도 기록관에서의 소셜미디어가 갖는 효용성 및 필요성에 대한 연구가 상당 수 진행되었다. 박덕란, 사공복희(2014)는 국가기록관의 이용자 커뮤니케이션 도구로써 소셜미디어를 정의하여 한국 국가기록원과 대통령기록관, 미국 NARA, 영국 TNA, 캐나다 LAC, 일본 국가기록원, 중국 국가기록원의 소셜미디어 유형과 특징을 분석하였다. 분석 내용을 기반으로 어떠한 소셜미디어를 통해서 이용자와 소통하였는지에 대한 기초적인 분석을 수행하였다.

김지현(2015)은 2015년 1월부터 6월까지 미국 NARA, 영국 TNA의 페이스북 및 트위터 게시물의 내용 분석을 통해 국립기록관과 이용자 간의 상호작용 유형을 분석하였다. 분석 결과 소장기록물에 대한 정보배포가 가장 일반적인 상호작용 유형인 것으로 나타났으며, 소셜미디어의 효과적인 운영을 위해서는 시의적절한 소장기록물을 제공하려는 노력이 지속적으

로 이루어져야 함을 피력하였다.

최정원 외(2016)는 국내 공공기록관인 국가기록원과 대통령기록관의 트위터 대상으로 2010년 1월 1일부터 2016년 4월 15일까지 계량분석 및 소셜미디어 분석을 통해 이용자의 관심도를 파악하였다. 이용자 관심 이슈와 사회적 이슈의 상관관계를 분석한 결과로는 기록관에서 사회적 이슈에 적합한 기록물을 공개하거나 관련 사건 정보를 공유함이 소셜미디어 운영에 효율적임을 밝혔다. 그 밖에도 이귀영, 김지현(2015)은 기록관에서 소셜미디어가 지니는 가치를 재조명하면서 중앙행정기관 소셜미디어 기록을 아카이빙하는 정책적·운영적 방안을 제안하였다.

이상의 선행연구들은 소셜미디어가 기록관을 비롯한 정부기관에서 이용자와의 상호작용에 큰 영향을 미치고 있다는 특징을 보여준다. 그러나 박덕란, 사공복희(2014)는 각국 국가기록원에서 주로 사용하는 소셜미디어의 종류와 '좋아요' 및 '리트윗'을 통하여 이용자 소통현황을 간략하게 조사하였으며, 김지현(2015)은 NARA와 TNA를 대상으로 단기간의 트윗을 4가지 상호작용 유형으로 구분하고 내용 분석을 수행하는데 그쳤다. 대부분의 연구가 기록관에서 사용하고 있는 SNS의 종류나 운영 기간, 회원 수 등 단순 통계정보만을 활용하거나 일부 특정 시점, 혹은 특정 기관에 대한 표본데이터만을 수집하여 조사한 경우가 대다수라는 점에서 한계가 있다. 본 연구에서는 각 기관의 트위터 전체 계정운영 기간을 대상으로 실제 트윗을 수집, 그 내용을 분석함으로써 연구 결과의 신빙성을 높이고자 노력하였다. 또한 시계열 분석을 통해 주기적인 특징을 파악함으로써 거시적 관점의 분석 결과를 도출하고자 한다. 특히 실제 이용자의 관심

도를 계량화하여 이용자의 호응이 높게 나타난 트윗의 특징을 파악함으로써, 이용자 관심 촉진을 위한 실증적인 방안을 제안했다는 점에서 선행연구들과 차이를 보인다.

2. 국내외 국립기록관 트위터 운용 현황 기초분석

본 장에서는 4개의 국립기록관의 트위터에 대한 기초 분석을 진행하였다. 연구 대상이 되는 국립기록관은 미국의 NARA와 영국의 TNA, 호주의 NAA, 그리고 우리나라의 국가기록원으로 한정하였다. 이상 3개의 국외 국립기록관은 기록정보서비스를 비롯한 다른 연구 분야에서도 자주 비교되는 대상이며 유럽과 북미, 남반구에서의 대표 국립기록관으로 인지되고 있다는 점에서 의미가 있다. 각 국립기록관의 트윗 집합은 트위터 계정 시작일부터 2016년 6월 30일까지 발생한 데이터를 수집하였으며 이 기간 동안 발생한 1) 트윗 멘션의 개수, 2) 리트윗 개수, 3) 가장 많이 발생한 '리트윗' 개수(max리트윗), 4) 식별 가능한 이용자 ID 개수

(user ID), 5) '좋아요' 개수, 총 5가지 대하여 분석하였다(〈표 1〉 참조).

〈표 1〉에서 나타나듯 국가기록원을 제외한 3개의 국외 국립기록관은 비슷한 시기에 트위터를 시작했다. 그러나 비슷한 기간 동안 NARA가 10,627개라는 압도적인 '트윗 수'와 역시 가장 많은 '리트윗 수'와 '좋아요' 수치를 보여줌으로써 가장 활발하게 트위터를 사용하고 있음을 알 수 있다. 한편 국가기록원은 4개의 국립기록관 중 트위터를 가장 늦게 시작했으며 '트윗 수', '리트윗 수' 등에서 현저하게 낮은 수치를 보여주고 있어 트위터의 활용이 부진함을 알 수 있다.

2.1 NARA

NARA(National Archives and Records Administration)는 미국 연방 정부에서 생산되는 모든 문서와 자료들을 관리하는 미국의 국립기록관이다(NARA 홈페이지). NARA는 기록정보 서비스로서 교육프로그램, 전시, 홍보 등과 같은 다양한 서비스를 제공하고 있으며 이용자와의 커뮤니케이션 도구로는 트위터(Twitter), 블로그(Blog), 페이스북(Facebook), 플리커(Flicker),

〈표 1〉 국내외 국립기록관의 트위터 현황

	NARA	TNA	NAA	국가기록원
트윗 수	10,627	2,527	1,291	69
리트윗 수	96,252(평균 9.06회)	38,550(평균 15.26회)	3,376(평균 2.61회)	120(평균 1.74회)
max리트윗	1,514	247	30	11
user ID	1,951	318	342	2
좋아요	78,000(평균 7.34회)	19,039(평균 7.53회)	1,861(평균 1.44회)	22(평균 0.39회)
시작일	2010년 01월	2009년 07월	2010년 6월	2012년 10월
주소	https://twitter.com/usnatachives	https://twitter.com/uknatachives	https://twitter.com/nagovau	https://twitter.com/knatachives

유튜브(Youtube) 등을 사용하고 있다. 이 중 트위터에 대하여 NARA는 총 15개의 계정을 운영하고 있는데, 교육, 아키비스트, 보존, 주립 기록관 등 각 계정이 다양한 주제를 다루고 있다. 본 연구에서는 15개의 계정 중에서 NARA에 관한 전반적인 정보를 다루고 있어 대표 계정으로 보이는 @USNatArchives의 계정에 대해 분석을 실시하였다.

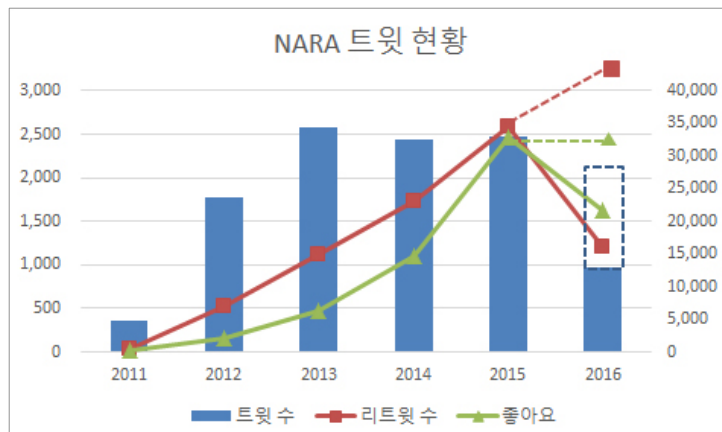
NARA는 2010년 10월 트위터 계정을 생성했으나 2011년 1월 22일에 최초 트윗을 게시하였다. 따라서 2011년부터 2016년 6월까지 연도별 '트윗 수'와 '리트윗 수', '좋아요' 수를 분석하였다(〈표 2〉 참조).

〈표 2〉에서 보다시피 2013년부터 2015년까지 '트윗 수'는 2,500여 건으로 정체되고 있는 반면 '리트윗 수'와 '좋아요' 수가 지속적으로 증가하고 있다. 이는 이용자의 관심도가 지속적으로 향상하고 있으며 NARA의 트윗이 이용자가 원하는 정보를 포함하고 있다는 것을 암시한다. 〈그림 1〉은 〈표 2〉를 그래프화한 것이다. 〈그림 1〉에서는 2016년 6월까지의 데이터를 바탕으로

〈표 2〉 NARA의 트위터 현황

	트윗 수	리트윗 수	좋아요
2011	364	550	149
2012	1,768	7,010	2,151
2013	2,587	14,862	6,353
2014	2,447	23,105	14,689
2015	2,483	34,552	32,951
2016(6월)	978	16,173	21,707
2016(예상치)	2,070	49,204	32,837

2016년 12월까지의 '트윗 수', '리트윗 수', '좋아요'를 예측해보았다. 12월까지의 예측 데이터는 2016년 6월까지 집계된 수치에 주기적 변동요인을 반영하기 위해 전년도 전반기 대비 하반기 증감량을 평균치로 보정한 값으로 추정하였다. 〈그림 1〉부터 〈그림 3〉에서 실제 계측치는 실선으로, 추정치는 점선으로 나누어 표현하였다. 전체적인 추이를 보아 '트윗 수'는 등락을 거듭하였으며, '좋아요'는 꾸준히 증가하다 2016년도에 들어서 다소 증가추세가 주춤하였으나 '리트윗 수'는 꾸준히 증가세를 보였다. 이로써



〈그림 1〉 NARA 트윗 현황 그래프

NARA의 트위터가 이용자의 정보 요구를 만족시키는 정보를 지속적으로 게시하고 있으며 그 만족도 역시 향상되고 있음을 알 수 있다.

2.2 TNA

TNA(The National Archives)는 정부 기록물을 수집하여 다가오는 세대를 위해 기록물을 보존하고 이용과 접근에 대한 가능성을 보장해주는 영국의 국립기록관이다(TNA 홈페이지). TNA는 NARA와 유사하게 트위터(Twitter), 유튜브(Youtube), 플리커(Flicker), 페이스북(Facebook) 등의 다양한 커뮤니케이션 도구를 사용하고 있으나 NARA와는 달리 트위터에 대해서는 한 개의 계정(@UkNatArchives)만을 관리한다. TNA는 2009년 7월 트위터를 시작하였고 첫 트윗은 2009년 7월 16일에 게시되었다. 2009년 7월부터 2016년 6월까지 총 2,527개의 트윗이 게시되었으며 연도별 자세한 추이는 <표 3>에 정리하였다.

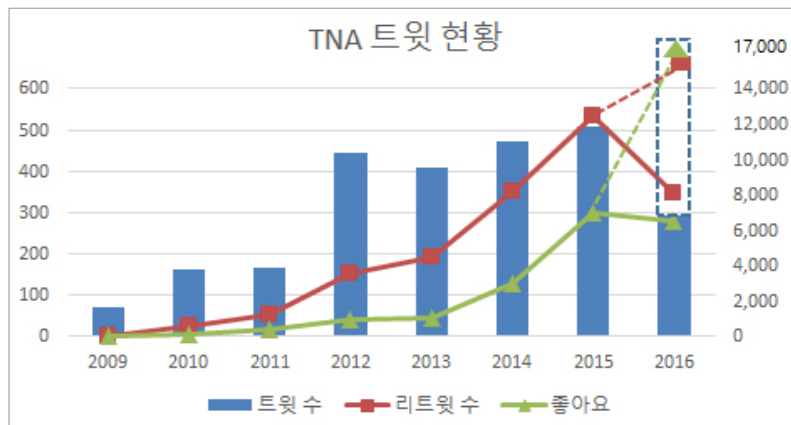
연도별 추이를 보면 '트윗 수'는 2009년부터

증가하기 시작하여 2012년부터 2015년까지 비슷한 개수를 유지하고 있었으나 NARA와 마찬가지로 '리트윗 수'와 '좋아요' 수에서 지속적인 증가세를 보이고 있다. 이를 통해 TNA도 NARA와 마찬가지로 이용자의 정보 요구에 대한 만족도와 개인적인 흥미에 대한 충족도가 향상되고 있음을 알 수 있었다.

<표 3> TNA의 트위터 현황

연도	트윗 수	리트윗 수	좋아요
2009	71	23	28
2010	160	581	139
2011	166	1,254	359
2012	444	3,561	982
2013	410	4,470	1,071
2014	472	8,155	2,972
2015	510	12,429	6,967
2016(6월)	294	8,077	6,521
2016(예상치)	651	15,334	16,353

<그림 2>는 <표 3>을 그래프화 한 것이다. NARA와 같은 방법으로 2016년도 6월까지의



<그림 2> TNA 트윗 현황 그래프

데이터에 대한 전년도 증감율을 적용하여 12월까지의 데이터를 예상해보았다. '트윗 수'와 '리트윗 수', '좋아요' 모두 이전과 비교하여 계속적 상승세를 보였다. 이를 통해 TNA 트위터가 이용자의 정보 요구와 개인적인 흥미를 만족시킬 수 있는 정보를 수적으로 비슷하게 제공하고 있음을 유추할 수 있었다.

2.3 NAA

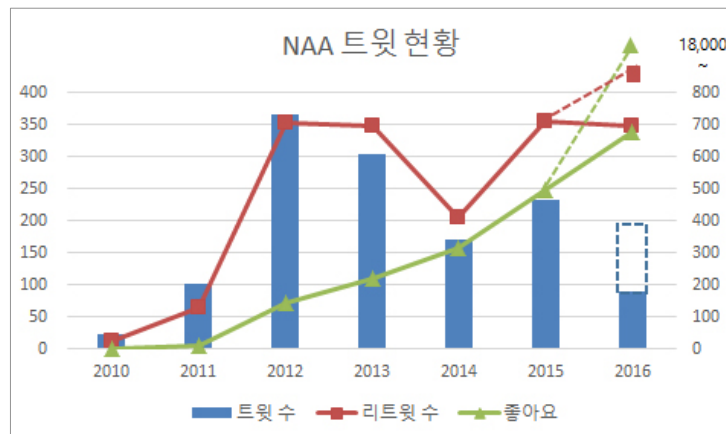
NAA(The National Archives of Australia)는 호주의 역사와 정체성을 반영하는 호주 정부의 기록들을 수집하고 보존하는 기관으로 호주의 국립기록관이다(NAA 홈페이지). NAA는 이용자 커뮤니케이션 도구로서 이상의 두 기록관과 마찬가지로 트위터(Twitter), 인스타그램(Instagram), 유튜브(Youtube), 페이스북(Facebook) 등을 사용하고 있다. 이 중 트위터는 단일 계정(@naagovau)을 사용하고 있으며 2010년 6월 트위터를 처음 시작하였고 2010년 11월 12일 첫 트윗을 게시하였다. 연도별 추이

를 살펴보면 2012년과 2013년에 가장 많은 '트윗 수'를 기록하였고 2014년 170여개로 하락세를 보이다가 2015년 234개로 다시 증가하였다. 한편 '리트윗 수'는 '트윗 수'에 비례하여 증가와 하락을 반복하고 있다. 대신 '좋아요'는 꾸준히 증가하고 있어 이용자의 관심도는 증가하고 있는 것으로 보인다(<표 4> 참조).

<표 4> NAA의 트위터 현황

	트윗 수	리트윗 수	좋아요
2010	24	26	2
2011	101	131	8
2012	367	705	145
2013	305	696	218
2014	170	409	313
2015	234	712	495
2016(6월)	90	697	680
2016(예상치)	199	1,496	1,724

<그림 3>은 <표 4>를 그래프화 한 것이다. 역시 이상의 두 기관과 마찬가지로 2016년 6월까지



<그림 3> NAA 트윗 현황 그래프

지의 데이터에 대하여 전년도 증감율을 적용하여 12월까지의 데이터를 예측해본 결과, 전체적인 '트윗 수'는 2015년 대비 적은 숫자가 예상되나 '리트윗 수'와 '좋아요'는 지속적으로 상승세를 보일 것으로 예상된다.

2.4 국가기록원

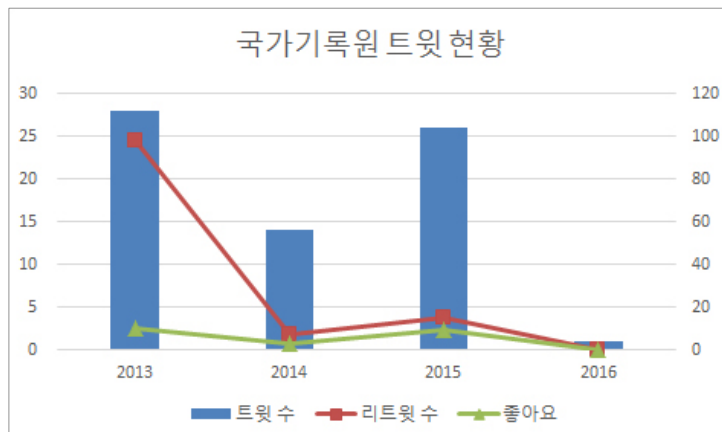
국가기록원은 공공 및 주요 민간, 해외 기록물의 수집, 보존, 평가를 실시하고 기록정보자원의 편찬 및 콘텐츠 구축을 통해 대국민 서비스를 제공하는 우리나라의 국립기록관이다(국가기록원 홈페이지). 국가기록원은 기록정보서비스의 일환으로 트위터(Twitter), 페이스북(Facebook), 블로그(Blog)를 운영하고 있고 트위터는 @k_archives의 단일 계정을 사용하고 있다. 2012년 10월에 트위터를 처음 시작하였고 2013년 2월 27일에 첫 트윗을 게시하였다. 첫 트윗 게시일부터 2016년 6월까지 총 69건의 트윗이 게시되었으며 2016년에는 2016년 5월 11일에 단 한건의 트윗만이 게시되었다. 이

상에서 살펴본 3개의 국외 국립기록관과 비교하였을 때 '트윗 수', '리트윗 수', '좋아요'수가 현저히 낮아 트위터 활용도가 극히 낮았다(〈표 5〉 참조).

〈표 5〉 국가기록원의 트위터 현황

	트윗 수	리트윗 수	좋아요
2013	28	98	10
2014	14	7	3
2015	26	15	9
2016(6월)	1	0	0

〈그림 4〉는 〈표 5〉를 그래프화 한 것이다. 앞서 살펴본 국외 국립기록관들처럼 2016년 12월까지의 예상치를 계산하여 전체 흐름을 살펴보고자 하였으나 2016년에 한 건의 트윗만을 게시하였고, 이에 대한 '리트윗 수'와 '좋아요'수가 0을 기록하여 예상치 추정이 무의미하였다.



〈그림 4〉 국가기록원 트윗 현황 그래프

3. 기관별 비교분석을 통한 특성 파악

본 장에서는 각국의 국립기록관의 트윗의 내용에 대한 세부 분석을 실시하였다. 분석은 정보 유형 분석과 시계열 분석으로 나뉘어 수행하였다. 먼저 정보 유형 분석은 각국의 국립기록관이 이용자에게 제공하는 정보 유형과 이용자가 관심을 보이는 정보 유형을 파악하는데 그 목적이 있으며, 시계열 분석은 다년도에 이용자 반응 추이를 분석하여 주기적으로 반복되는 현상과 특징을 파악하고자 하는데 그 목적이 있다. 정보 유형 분석은 유훈식(2009)과 Alam & Lucas(2011)의 연구를 참고하여 기준을 제시하였으며 시계열 분석은 그래프와 특정 멘션 분석을 통해 실시하였다.

3.1 정보 유형 분석

이용자의 정보 요구는 이용자에게 대한 기초 정보로써 기록관 활성화 정책 수립을 위한 기본 틀이 된다. 본 연구에서는 각 기록관의 트위터에서 제공하는 정보 유형을 분석하고 이용자의 관심도가 높은 트윗의 특징을 파악함으로써 기록관 SNS 서비스 활성화 방안을 모색하고자 한다. 본 연구에서 수행한 SNS 정보 유형 분석은 유훈식(2009)과 Alam & Lucas(2011)의 연구를 참고하여 기준을 제시하였다. SNS를 통해 제공되고 있는 정보의 유형은 1) 해당 기관에 대한 정보를 의미하는 뉴스 및 업데이트, 2) 블로그와 통계·논문과 같이 기관 목적에 적합한 외부 정보를 의미하는 외부 정보 제공, 3) 이용자들의 제안·질문·불만사항에 대한 응답을 의

미하는 이용자 피드백, 4) 외부의 이벤트의 정보를 의미하는 외부 이벤트 공지, 5) 이용자들의 흥미를 유도하는 정보를 의미하는 화제 유도, 6) 기관 내부의 일자리 정보를 의미하는 채용 공고 등 6가지로 구분할 수 있다(Alam & Lucas, 2011). 이상의 6가지 정보 유형 중 '뉴스 및 업데이트' 항목은 분석 결과 주제 분석이 가능하여 역사/유명인/오락/서비스/기타 5가지 유형으로 다시 세분화 하여 분석하였다. 한편 정보를 제공하는 목적은 1) 정보를 주기 위한 목적(정보적 커뮤니케이션), 2) 가르침을 주기 위한 목적(교육적 커뮤니케이션), 3) 즐거움을 주기 위한 목적(오락적 커뮤니케이션), 4) 설득을 하기 위한 목적(설득적 커뮤니케이션) 등 4가지 목적으로 구분하여 사용되고 있어 이를 이상의 정보 유형에 매치시켰다(유훈식, 2009). 이상의 내용을 정리하면 <표 6>과 같다.

트위터는 140자의 짧은 단문 메시지를 사용하기 때문에 간결하고 내용이 분명한 정보가 담겨있다. 이용자의 관심이 집중적으로 표출된 트윗 집합을 분석하면 이용자가 원하는 정보 유형을 파악할 수 있다. 트위터의 경우, 이용자가 긍정적 피드백을 직접적으로 표현한 수단으로 '리트윗'수와 '좋아요'가 사용된다. 본 연구에서는 이러한 직접적 관심 표현의 단서를 활용, 각국의 국립기록관의 트위터에 대하여 '리트윗'과 '좋아요'의 합이 많은 순서로 순위화하여 분석 대상을 설정하였다. 3기관 모두 100위 이후 급격히 관심도가 떨어지는 경향을 보여 분석대상을 상위 100개의 트윗에 선정, 유형 분석을 수행하였다. 다음은 각국의 트윗 집합 중 이용자의 관심이 집중적으로 표출된 상위 트윗들에 대해 <표 6>을 기준으로 정보 유형을 분석한 결과를 정리하였다.

〈표 6〉 정보 유형 분석 기준

정보 유형	커뮤니케이션 유형	세부사항
뉴스 및 업데이트 (news and updates)	정보적 커뮤니케이션	- 해당 기관에 관련된 뉴스/공지사항/정보제공
	교육적 커뮤니케이션	- 다른 기관과의 협조사항
	오락적 커뮤니케이션	- 역사/유명인/오락/서비스/기타로 유형 구분(기관 내부에서 제공하는 정보 위주)
외부 정보 제공 (external information)	정보적 커뮤니케이션	- 기관 목적에 적합한 외부 정보 제공 - 외부 블로그, 통계, 논문, 보고서 정보 제공
이용자 피드백 (respond to user)	설득적 커뮤니케이션	- 기관 제공서비스에 대한 피드백(이용자에게) 제공 - 이용자들의 제안, 질문, 불만사항에 대한 응답 - 이용자의 응답이 요구되는 게시물
외부 이벤트 공지 (external event announcement)	정보적 커뮤니케이션	- 외부 이벤트에 대한 공지/소식 전달
화제유도 (asking a question)	오락적 커뮤니케이션	- 이용자와 상호작용을 위한 시작점 제공 - 이용자 선호도에 대한 질문 - 이용자의 흥미를 유도하는 게시물
채용공고 (job vacancies)	정보적 커뮤니케이션	- 기관 내부의 공석에 대한 공지 - 기관의 빠른 채용 프로세스 지원 - 프로젝트 참여 인원 모집 공지

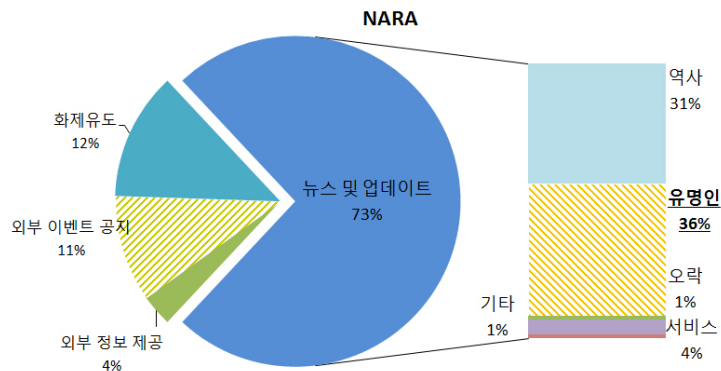
유훈식(2009) p. 32; Alam & Lucas(2011) p. 997 재구성

3.1.1 NARA

NARA 트윗 집합 중 ‘리트윗 수’와 ‘좋아요’의 합이 많은 상위 100개의 트윗은 평균 125.8개의 ‘리트윗 수’와 평균 98.4개의 ‘좋아요’를 갖는다. NARA 전체 트윗 집합에 대하여 평균 ‘리트윗 수’가 9.06회, 평균 ‘좋아요’수가 7.34인 점과 비교하면 거의 10배가 넘는 수치로, 해당 트윗 집합이 다른 트윗에 비하여 이용자의 정보 요구에 대한 만족도가 매우 높음을 반증한다. NARA의

트윗 집합에 대한 정보 유형 분석 결과는 다음과 같다(〈그림 5〉 참조).

NARA의 상위 100개 트윗에서는 ‘뉴스 및 업데이트’ 정보 유형이 73%로 가장 많은 비중을 차지하였다. 그 다음으로는 ‘화제유도’ 유형이 12%, ‘외부 이벤트 공지’ 유형이 11%, ‘외부 정보 제공’이 4%를 차지하였다. 이상의 4가지의 정보 유형을 포함한 트윗 집합 중 91%가 이미지를 가지고 있었고 90%가 해시태그(#)를



〈그림 5〉 NARA 트윗 정보 유형 분석

사용하고 있었다. ‘이용자 피드백’과 ‘채용’ 유형은 상위 100위에는 나타나지 않았으며, 하위 순위에서도 거의 나타나지 않았다.

가장 많은 비중을 차지한 ‘뉴스 및 업데이트’ 정보 유형은 ‘역사/유명인/오락/서비스/기타’의 세부 유형으로 나눌 수 있는데 NARA의 경우 ‘역사’와 ‘유명인’의 유형에 해당하는 트윗이 각각 31%, 36%로 높은 비율을 보였다. ‘역사’ 유형의 트윗은 주로 특정 기념일과 관련된 사진기록이나 문서기록을 첨부한 트윗이 많았으며 ‘유명인’ 유형은 특히 대통령이나 유명 정치인과 관련된 사진기록들이 첨부된 트윗이 많았다. 이 두 유형은 최상위 20개의 트윗 중에서 16개를 차지하고 있어 NRAR가 대중들이 단순 관심도가 높은 정보를 위주로 게시한다는 점을 알 수 있었다. 또한 시기적으로 많이 사용되는 해시태그를 활용하여 이용자들의 유입을 증가시키고 있었다. 예컨대, 2014년 12월 24일에는 전 영부인 Nancy Reagan과 Mr.T라는 연예인이 함께한 사진과 ‘크리스마스’를 해시태그(#Christmas)로 달아



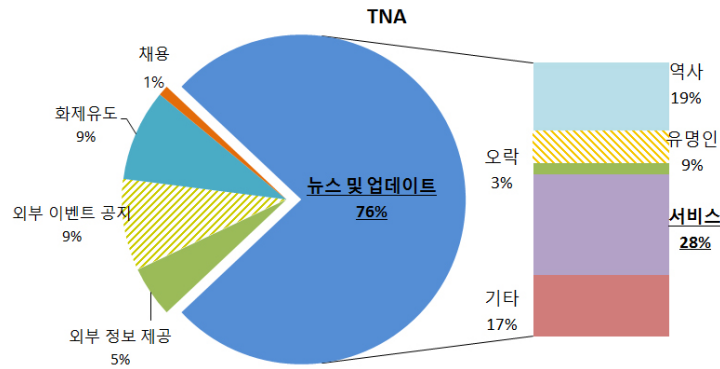
<그림 6> NARA 인기 트윗 예시

트윗을 게시하였다(<그림 6> 참조). 덕분에 이 트윗은 NARA 전체 트윗 중 ‘리트윗 수’와 ‘좋아요’가 가장 높은 트윗으로 이용자들의 관심이 최고치에 달했다.

3.1.2 TNA

TNA 트윗 집합 중 ‘리트윗 수’와 ‘좋아요’의 합이 가장 많은 상위 100개의 트윗에 대한 평균 ‘리트윗 수’와 평균 ‘좋아요’는 각각 56.74, 86.56으로, TNA 전체 트윗 집합에 대한 평균 ‘리트윗 수’에 비하여 약 3배, 평균 ‘좋아요’는 약 12배 정도 많다(<표 1> 참조). TNA와 NARA를 차이를 파악하기 위해 TNA와 NARA의 평균값을 비교한 결과, TNA의 전체 트윗 집합에 대한 평균 ‘리트윗 수’는 NARA의 전체 트윗 집합에 대한 평균 ‘리트윗 수’보다 약 1.5배 정도 많았으나 상위 100개 트윗 집합에 대해서는 TNA의 트윗 집합의 평균 ‘리트윗 수’가 NARA의 트윗 집합의 평균 ‘리트윗 수’보다 적었다. 이는 TNA가 제공하는 정보 유형 전체에 대하여 이용자가 골고루 비슷한 관심도를 보였으나 NARA가 제공하는 정보에 대해서는 유독 상위 100개의 트윗 집합에 대해서만 이용자의 관심이 집중되었다는 점을 암시한다. TNA 상위 100개 트윗 집합에 대한 정보 유형 분석을 진행한 결과 <그림 7>과 같은 결과가 도출되었다.

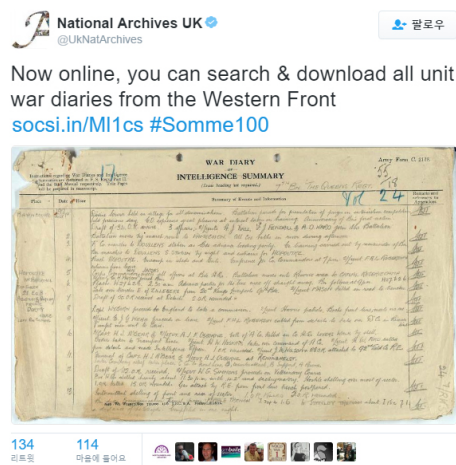
<그림 7>에서 보듯이 TNA 상위 100개 트윗 집합에서도 ‘뉴스 및 업데이트’의 정보 유형이 76%로 가장 많은 비중을 차지하고 있었으며 NARA에서와 마찬가지로 ‘이용자 피드백’ 유형은 나타나지 않았다. 특히 TNA는 ‘뉴스 및 업데이트’의 세부 유형 중 ‘서비스’가 28%로 그 비중이 가장 높았다. ‘서비스’란 온라인으로



〈그림 7〉 TNA 트윗 정보 유형 분석

제공하는 기관 데이터베이스에 관한 정보를 의미하는데 여기서 주목할 만 한 점은 TNA의 최상위 20개의 트윗 중에서 5개의 트윗이 '서비스' 유형에 해당한다는 점이다. 이는 NARA의 최상위 20개의 트윗 중에서 대다수의 트윗이 단순 관심도가 높은 기록물을 제공하고 있다는 점과 비교했을 때, 기록관이 제공하고 있는 '정보서비스에 대한 소개'라는 기록정보서비스의 기본을 실천하고 있다는 점에서 의미가 있다. 즉, TNA는 트위터를 통하여 온라인 접근 도구를 소개하고 기록과 그 기록에 대한 관련 정보로의 접근점을 제공하고자 노력하고 있다는 점에서 다른 기록관과 차별된다. TNA의 '서비스' 유형 트윗 예시는 〈그림 8〉과 같다.

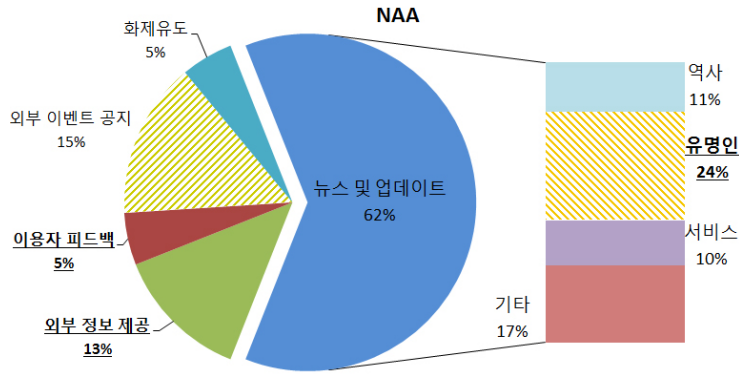
TNA의 상위 100개 트윗 집합에 대해 두 번째로 많은 비중을 차지하는 정보 유형은 '화제유도' 유형과 '외부 이벤트 공지' 유형으로 각각 9%의 점유율을 보였다. 그 다음으로는 5%의 '외부 정보 제공' 유형이 있으며 다른 국립기록관들과는 달리 '채용' 정보 유형을 다루고 있는 트윗이 있었다. 이상의 5가지 정보 유형에 대하여 89%가 이미지를 함께 게시하고 있었고 81%가 해시태그를 포함하였다.



〈그림 8〉 TNA '서비스' 유형 트윗 예시

3.1.3 NAA

NAA의 상위 100개 트윗 집합에 대한 평균 '리트윗 수'는 8.66, 평균 '좋아요'는 11.54이다. 이는 전체 트윗 집합의 평균보다 약 4배, 약 11배 정도 높은 것으로 앞선 두 기록관과 마찬가지로 상위 100개 트윗 집합이 다른 트윗보다 이용자의 관심도가 높음을 보여준다. TNA의 분석과 마찬가지로 NAA의 상위 100개 트윗 집합과 전체 트윗 집합에 대한 평균 '리트윗 수'와 평균 '좋아요' 수에 대하여 이상의 두 국립기록관과



〈그림 9〉 NAA 트윗 정보 유형 분석

비교한 결과, NAA의 전체 트윗 집합과 상위 100개 트윗 집합에 대한 평균치가 낮았다는 점에서 NAA가 제공하는 정보에 대한 이용자의 관심도가 전반적으로 낮다는 점을 유추할 수 있었다. 이 트윗 집합에 대하여 정보 유형 분석을 진행한 결과는 〈그림 9〉와 같다.

NAA의 경우에도 ‘뉴스 및 업데이트’가 다른 기록관과 마찬가지로 가장 많은 비중을 차지하는 정보 유형이었다. 그러나 NARA가 71%, TNA가 76%인 것과 비교했을 때 NAA의 62%는 상대적으로 적다고 할 수 있다. NAA의 경우, ‘뉴스 및 업데이트’ 유형이 상대적으로 적은 반면 ‘외부 정보 제공’ 유형과 ‘이용자 피드백’ 유형이 각각 13%, 5%로 다른 기록관에 비하여 높게 분포하는 것으로 파악되었으며, NARA와 마찬가지로 ‘채용’ 유형은 상위 순위 트윗 집합에서는 나타나지 않았다. 세부적으로 살펴보면, ‘외부 정보 제공’ 유형은 주로 NAA가 새롭게 운영할 정보원에 대한 소개나 기록이나 기록정보를 포함하고 있는 사이트로의 링크에 관한 내용이 많았다. ‘이용자 피드백’ 유형은 이민에 관한 궁금증을 유발하거나 TV쇼에 관한 내용의 질문을 던져 이용자들의 호기심을 자극하는 내용이었다.

예를 들면 2013년 12월 15일에 게시된 트윗은 호주로 이주하게 된 이유가 궁금하지 않는가에 대한 질문과 함께 1958년도의 사진을 함께 게시함으로써 이용자를 흥미롭게 했다(〈그림 10〉 참조). 예시에서 보이는 바와 같이 NAA의 상위 100개 트윗도 다른 기록관과 마찬가지로 이미지(63%)와 해시태그(61%)를 사용하였는데, 이상의 두 기록관보다 그 비중이 적었다. 이는 두 기록관에 대비해 ‘좋아요’와 ‘리트윗’ 빈도가 적게 나타난 결과와 같은 맥락을 보인다.



〈그림 10〉 NAA ‘이용자 피드백’ 유형 트윗 예시

3.2 시계열 분석

본 절에서는 시간의 흐름에 따른 트위터 운용 현황 및 이용자 반응 추이를 살펴보고자 시계열 분석을 진행하였다. 특히 다년도 추이를 분석함으로써 주기적으로 반복되는 현상 및 특징을 파악하고자 한다. 4개의 국립기록관 중 트위터 시작이 가장 늦은 한국의 국가기록원의 계정 운영 시점을 고려하여 2013년 3월부터 2016년 6월까지로 기간을 한정하고 월별 트윗 수와 '리트윗 수', '좋아요'에 대한 분석을 진행하였다.

3.2.1 NARA

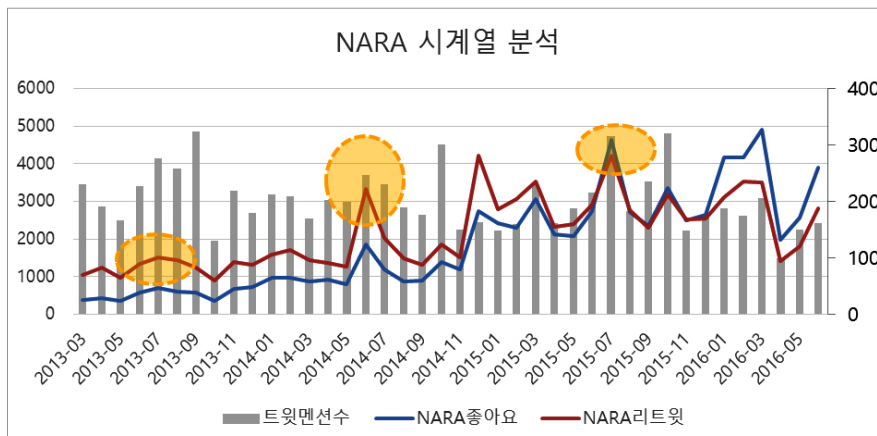
NARA의 트윗 집합에 대한 시계열 분석을 진행한 결과 '리트윗'과 '좋아요'는 지속적으로 상승하는 그래프를 그릴 수 있었다. 전반적으로 증가하는 그래프 기울기에서 2013년 7월, 2014년 6월, 2015년 7월에 이상 추이가 발견되었다(〈그림 11〉 참조). 그 이유를 찾고자 트윗 내용을 살펴보니 3개년도의 6월 말부터 7월 중순까지 'July4th'나 'ArchivesJuly4'라는 해시태그

가 달린 트윗이 다른 트윗보다 '리트윗'과 '좋아요'에서 높은 수치를 기록하고 있었고 대다수가 'Declaration of Independence', 'Declaration', 'Independence'라는 단어를 포함하고 있었다.

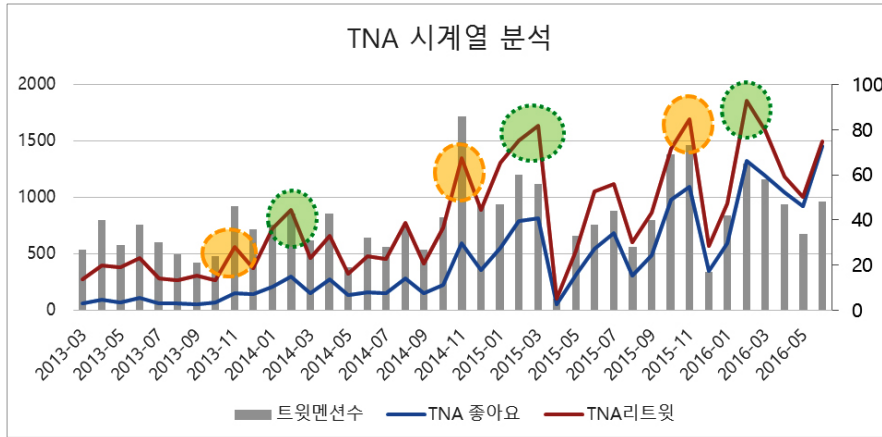
트윗에서 언급되고 있는 7월 4일은 미국의 독립기념일로 미국의 독립 선언이 채택된 것을 기념하는 날이다. NARA는 특히 7월 4일 당일에 압도적인 양의 트윗을 게시하는데 2014년 7월 4일에는 당일에만 20개의 트윗이 게시되었다. 내용적으로는 독립기념일에 관한 기록과 그에 대한 정보가 대다수이며 당일에 NARA가 제공하는 독립 기념일행사를 홍보하는 내용도 있었다. 요컨대, NARA는 미국의 특정 기념일에 시기적절한 해시태그와 관심 키워드를 포함한 트윗을 게시하고 있었는데 이 때 이용자들의 관심도가 높아졌다.

3.2.2 TNA

TNA의 경우 시계열 분석 결과 매년 11월과 2월에 그래프가 급증했다는 것을 알 수 있었다(〈그림 12〉 참조). 먼저 11월의 경우 'explorearchives'



〈그림 11〉 NARA 트위터 시계열 분석



〈그림 12〉 TNA 트위터 시계열 분석

와 'exploryouarchives'와 같은 해시태그와 단어가 자주 등장했는데, 영국에서 매년 11월에 열리는 'Explore Your Archives'라는 캠페인이 그 이유이다. 이 캠페인은 TNA와 영국과 아일랜드에 걸친 기록협회에 의해 주최되는 것으로 기록의 잠재력에 대해 논의하고 이를 공동체 사회로 이끌어 내는데 목적이 있다(Explore Your Archives 홈페이지). TNA는 자신이 주관하는 행사를 홍보하기 위해 11월에 게시한 트윗 전반에 동일한 해시태그를 달았으며 'exploryouarchives'와 유사한 해시태그가 달린 트윗이 '리트윗'과 '좋아요'에서 상대적으로 높은 수치를 기록했다.

한편 2월의 경우는 양분된 양상을 띤다. 해시태그는 2가지 주제로 나누어지는데, 1차 세계 전쟁을 의미하는 'WW1'와 'FWW'가 있으며 발렌타인데이를 의미하는 'valentinesday'와 'valentines'가 있다. 해시태그와 '리트윗', '좋아요'의 상관관계를 찾기 위해 먼저 1차 세계 대전을 의미하는 해시태그와 해당 트윗 내용, TNA의 컬렉션을 분석하였다. 그 결과 TNA가 1차 세계 대전을 주제로 세계에서 가장 큰 컬렉션

을 가지고 있으며 이를 활용한 기록정보서비스가 다양하게 제공하고 있다는 점을 알 수 있었다. 실제로 2016년 2월에는 "Tell Them of Us screening"이라는 영상기록물의 관람서비스가 실시되기도 하였다. 그러나 이러한 내용의 트윗이 왜 2월에 집중되었는지는 파악할 수 없었다. 한편 발렌타인에 관련된 해시태그는 2월 14일 발렌타인데이를 겨냥한 것이며 2014년 2월 14일 트윗에는 음성 파일에 대한 링크를 걸어 러브레터를 읽어주기도 했다. 2014년 2월에는 TNA 화재사고가 발생하여 이상의 내용과는 별개로 '리트윗'과 '좋아요'가 높은 트윗이 있었다.

TNA는 트위터 시작 초기에 해시태그를 달지 않거나 'archive'와 같은 사회적 이슈와 무관한 해시태그를 달아 오다가 2012년 후반부터 사회적 이슈나 특정일에 대한 해시태그를 달기 시작했다. 그와 비슷한 시기부터 그래프의 기울기가 전반적으로 상승하고 있는데 이는 적절한 해시태그의 사용이 이용자의 관심 유도에 효과적임을 증명한다.

3.2.3 NAA

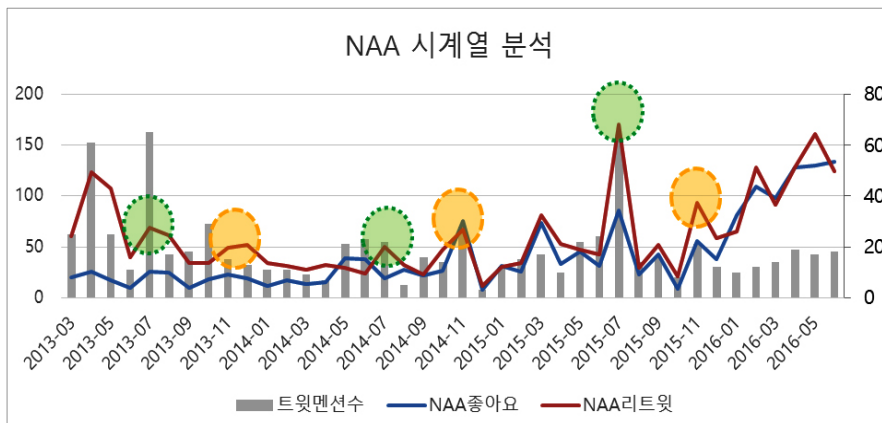
약 3년 동안의 NAA 트윗 집합에 대한 시계열 분석 결과 매년 11월마다 이상 추이가 발견되었다(〈그림 13〉 참조). 매년 11월 트윗의 해시태그는 'WW1', 'RemembranceDay'로 요약할 수 있었다. 호주에서 11월 11일은 remembrance day로 1차 세계 대전 참전 용사들을 기리는 날이다. 즉, NAA 역시 NARA와 마찬가지로 특정 기념일에 대한 해시태그와 트윗을 게시하였다.

한편 매년 7월에도 '리트윗'과 '좋아요'에서 상승세를 보였다. 7월의 해시태그는 'conday13', 'cday14', 'C_DAY2015'가 가장 많이 등장하였는데, 여기서 conday, cday, C_DAY는 제헌절(Constitution day)을, 뒤의 숫자는 해당년도를 의미한다. 호주의 제헌절은 7월 9일로 다른 국립기록관과 마찬가지로 NAA 역시 특정 기념일에 트윗을 집중 게시하였으며 해시태그에도 기념일을 포함하고 있었다. 특히 2015년 7월에는 호주 국회의사당에서 열리는 제헌절 토론회에 NAA가 참여하게 되었는데, 대중들을 토론회에 참여시키기 위하여 'C_DAY 2015'에 대한 팔로우를

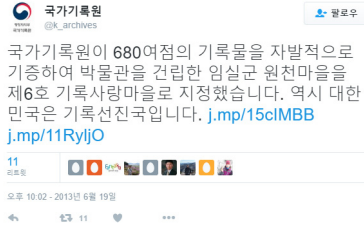
요청하면서 이 해시태그를 자주 사용하였고, 이 부분이 2013년부터 2016년 6월 중 가장 많은 관심을 얻었다.

3.2.4 국가기록원

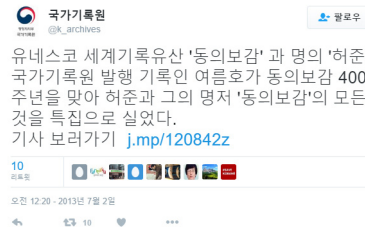
국가기록원은 전체 '트윗 수'가 69건으로 전체 데이터가 적기 때문에 '리트윗'과 '좋아요'가 가장 가파르게 상승하고 있는 2013년 6월부터 2013년 7월 트윗을 전부 분석하였다. 2013년 6월 20일부터 7월 31일까지 총 10건의 트윗이 게시되었는데 '리트윗'은 52회 발생하였고 '좋아요'는 2회 발생하였다. 이 중 '리트윗'이 10회 이상 일어난 트윗은 임실군의 기록사랑마을 지정에 관한 내용(〈그림 14〉)과 유네스코 세계기록유산인 동의보감에 대한 특집 기사에 관한 내용(〈그림 15〉)으로 2건이 있었다. 10건의 트윗 중 다른 국립기록관처럼 국가 특정 기념일에 게시된 트윗은 존재하지 않았으며 해시태그 역시 포함되어 있지 않았다(〈그림 16〉 참조).



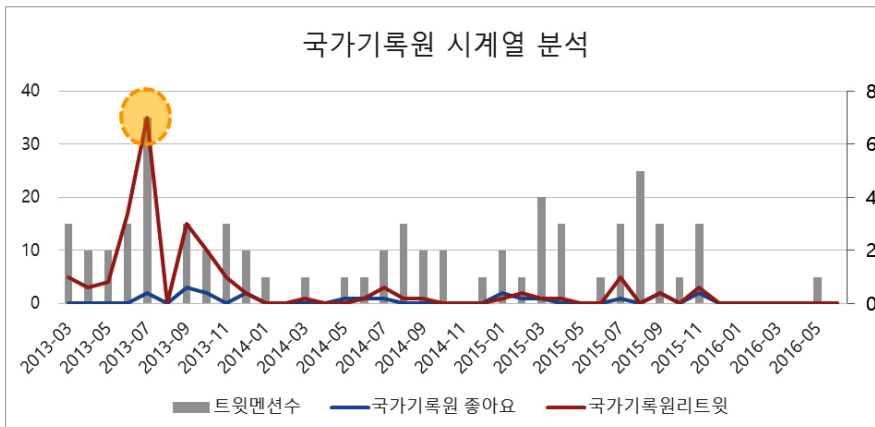
〈그림 13〉 NAA 트위터 시계열 분석



<그림 14> 국가기록원 트윗 예시 1



<그림 15> 국가기록원 트윗 예시 2



<그림 16> 국가기록원 트위터 시계열 분석

4. 활성화 방안

상기 국외국립기록관의 트위터에 대하여 정보 유형 분석과 시계열 분석 결과를 정리해보면 다음과 같이 요약된다.

첫째, 국외 국립기록관의 트위터들은 다양한 유형의 정보를 게시하여 이용자의 관심을 유도하고 있다. 3개의 국립기록관에서 제공하고 있는 정보 유형으로는 ‘뉴스 및 업데이트’, ‘외부 정보 제공’, ‘이용자 피드백’, ‘외부 이벤트 공지’, ‘화제 유도’, ‘채용’ 유형으로 6가지이며 그 중 ‘뉴스 및 업데이트’ 유형의 정보에 이용자가 많은 관심을 표출하였다. 이용자의 호응도가 높

았던 대표 Top 100위 트윗 집합에서 ‘뉴스 및 업데이트’ 유형이 차지하는 비율을 살펴보면, 각 기관별로 NARA와 TNA에서는 각각 70% 이상, NAA에서는 60% 이상을 차지하고 있었다. 세부 유형을 다시 살펴보면 NARA는 ‘역사’와 ‘유명인’ 유형이, TNA는 ‘서비스’ 유형이, NAA는 ‘유명인’ 유형이 많은 비중을 차지하였다. ‘역사’ 유형은 주로 역사적 사건과 관련된 내용이었 고 ‘유명인’ 유형은 정치인과 연예인에 관한 내용이 많았다. NARA와 NAA의 경우는 이용자의 단순 관심도가 높은 ‘역사’ 유형과 ‘유명인’ 유형의 정보 제공을 통해 이용자의 관심을 유도하는 것으로 파악되었다.

둘째, 3개의 국립기록관 모두 이미지와 링크 등 기타 부가 정보를 첨부하여 이용자의 관심을 유도하였다. 이미지는 주로 사진기록과 문서기록이었으며 링크는 블로그나 관련 컬렉션과 같은 부가 정보 제공을 위한 것이었다. 이미지 첨부율은 상위 100개 트윗 집합에 대하여 NARA가 91%로 가장 높았으며, TAN와 NAA가 그 뒤를 이었다.

셋째, 이용자의 접근점이 되는 해시태그를 적절하게 사용하였다. 앞서 기술한 NARA의 예시의 경우, 12월 24일에 '크리스마스'와 같은 해시태그를 사용함으로써 이용자의 관심을 유도하였다. 이용자 관심이 높았던 해시태그는 당시 사회적 이슈를 포함하고 있는 것들이 많았는데, 이는 선행연구(최정원 외, 2016)에서도 입증된 바 있다. NARA는 100개 중 90개, TNA는 61개, NAA는 81개의 트윗에 해시태그를 달았으며 평균 2~3개의 해시태그를 포함한 트윗을 게시하였다.

넷째, 국외 국립기록관은 특정 기념일에 맞춰 그 시기와 사회적 사건에 적합한 트윗을 게시하여 이용자의 관심을 유도하였다. 특히 각국의 독립기념일, 제헌절과 같은 국경일에 관련 기록물을 첨부하고 기념일을 해시태그로 사용하여 트윗을 게시하였는데, 이러한 트윗이 '리트윗'과 '좋아요'가 높게 집계된 결과는 이용자의 호응이 높음을 반증한다.

상기 분석 결과를 통해 본 연구에서 제안하는 우리나라 국가기록원 트위터 활성화 방안은 다음과 같다.

첫째, 국가기록원은 이용자 관심을 유도하기 위하여 다양한 유형의 정보를 제공해야 한다. 국외 국립기록관이 경우 '역사'나 '유명인'과 같

은 유형의 정보를 게시하여 화제성을 높이면서 동시에 서비스를 소개하는 정보를 게시하고 있는데 국가기록원의 트윗터는 전형적인 공지사항의 내용만을 담고 있어 이용자의 관심이 낮다. 이용자의 관심을 유도하기 위해서는 이용자의 흥미를 불러일으키고 사회적 이슈에 부응한 정보 요구를 만족시킬 수 있는 정보를 다양하게 제공해야 한다.

둘째, 국가기록원은 이미지와 링크를 포함하는 다양한 부가 정보를 적극적으로 활용해야 한다. 상기한 바와 같이 국외 국립기록관은 평균 79%정도의 트윗이 이미지를 포함하고 있는 반면, 국가기록원은 69건의 트윗 중 5건에서만 이미지가 첨부되었다. 여기서 이미지란 디지털 기록을 의미하며 사진기록이나 음성기록, 문서기록이 모두 해당될 수 있다. 이미지를 첨부한 트윗은 이용자의 관심을 끌 뿐만 아니라 기록을 직접 제공함으로써 기록정보서비스라는 국가기록원의 기본 역할을 수행할 수 있게 한다.

셋째, 적절한 해시태그를 활용한 트윗을 게시해야 한다. 해시태그는 이용자들의 정보 요구에 따른 검색결과에 노출될 확률을 높이고 관련성을 부가시키는 역할을 하는 것으로, 궁극적으로 해당 트윗에 대한 이용자의 접근 기회를 향상시키는 역할을 한다. NARA와 TNA의 경우 이러한 해시태그를 적극적으로 활용함으로써 '리트윗' 및 '좋아요' 수를 증가시키는 효과를 얻었다. 반면 현재 국가기록원은 69건의 트윗 중 해시태그를 포함한 트윗이 단 한 건도 없다. 이는 이용자의 접근점이 축소되었고 사회적 이슈와의 연결고리가 없다는 것을 의미한다. 따라서 사회적 이슈나 특정 일자와 관련된 해시태그를 사용하되 개수와 종류를 다양하게 하여

이용자의 접근점을 확장시켜야 한다.

넷째, 국가기념일이나 특정 기념일 등 시류에 부합되는 트윗을 게시해야 한다. 시계열 분석에서 볼 수 있듯이 대부분의 이용자 반응 추이가 특정 기념일이 있는 월(月)에 크게 나타났다. 특정 기념일에 게시한 트윗은 해시태그 사용과 비슷한 맥락에서 당시 이슈가 되는 키워드를 통한 접근점을 마련한다는 데 의미가 있다. 또한 국가기념일 같은 경우에는 관련 기록을 다양하게 활용할 수 있어 이미지 등 외부 정보 활용과도 연결되는 부분이 있다. 요컨대, 특정 기념일에 관련 이미지와 더불어 적절한 해시태그를 사용한다면 이용자의 관심을 충분히 유도할 수 있을 것으로 사료된다.

5. 결론

본 연구는 국내 공공기록관의 소셜미디어 이용 현황을 살펴본 최정원 외(2016)의 후속 연구로 국외 국립기록관들의 소셜미디어 이용 현황에 대한 비교 분석을 통해 국립기록관의 트위터 활성화 방안을 찾는 데 그 목적이 있다. 이를 위해 국내외 국립기록관의 트윗 집합을 수집하여 트위터의 운용 현황을 분석하였으며, 이용자 관심도가 높게 표출된 트윗 집합에 대하여 정보 유형 분석과 전체 집합을 대상으로 시계열 분석을 수행하였다. 정보 유형 분석은 이용자의 정보 요구 파악을 위해, 시계열 분석은 시간별 이용자 반응 추이를 살펴보기 위해 실시하였다.

분석 결과, 국외 국립기록관은 트위터를 통해 다양한 정보를 제공함으로써 이용자의 정보 요

구를 만족시킬 뿐 아니라 다양한 부가정보를 통해 이용자의 관심을 유도하고 있었다. 이용자의 관심은 '리트윗 수'와 '좋아요'로 계량화할 수 있는데, 세 개의 국외 국립기록관 모두 이 수치가 높았다. 이를 위해 상기 국립기록관들은 국가 기념일을 중심으로 사회적 이슈나 특정 키워드와 관련 있는 이미지 및 해시태그를 사용하고 있었다. 이미지들은 주로 디지털 기록이었으며 이를 통해 직접적인 기록정보서비스가 이루어지고 있었다. 반면에 국가기록원은 '트윗 수' 자체가 적을 뿐만 아니라 이미지, 해시태그의 사용이 거의 없었으며 국가기록원 트위터가 제공한 정보에 대한 이용자 관심도 거의 없었다. 따라서 국가기록원은 국외 사례를 반영하여 먼저 이용자의 정보 요구를 파악할 필요가 있으며 적절한 이미지를 사용함으로써 이용자의 관심을 유도해야 한다. 또한 국가 기념일이나 사회적 이슈와 관련된 정보를 게시하고 이를 해시태그로 표현함으로써 이용자의 관심을 유도하고 정보 이용 접근점을 확장시켜야 한다.

본 연구는 다년간의 실제 데이터를 수집하여 분석한 결과를 바탕으로 활성화 방안을 제안하였다는 데 의의가 있다. 특히 국내외 기록관들이 트위터를 운영한 전체 기간을 대상으로 분석, 비교함으로써 각국의 기록관의 특성을 파악하고, 이를 통해 국내 국가기록원의 단점을 보완하고자 하는데 주안점을 두었다. 향후 연구 방향으로는 트위터를 포함한 다른 SNS의 활용방안에 대한 논의가 필요하며, 민간기록관이 운영하는 SNS를 대상으로 정보 유형 분석 및 특징 및 장점을 규명하고, 이를 공공기록관에 적용 가능한 방안을 모색하는 방향으로 연구 범위를 확장하고자 한다.

참 고 문 헌

- 김지현 (2015). 소셜미디어를 활용한 아카이브와 이용자 간 상호작용 유형에 관한 연구: 미국과 영국 국립기록관을 중심으로. *한국도서관·정보학회지*, 46(3), 225-253.
<http://dx.doi.org/10.16981/kliss.46.3.201509.225>
- 류승연 (2014). 인지된 유용성, 사용 용이성, 유희성, 주관적 규범이 사내 SNS 확대 사용 의도에 미치는 영향: 확장된 기술수용모델(TAM)을 중심으로. 석사학위논문, 연세대학교 커뮤니케이션대학원, 언론학 전공.
- 박덕란, 사공복희 (2014). 국가 기록관 웹사이트에 나타난 이용자 참여 커뮤니케이션 도구에 관한 연구. *한국도서관·정보학회지*, 45(2), 261-281. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.45.2.201406.261>
- 오효정, 윤보현, 최남현, 유철중, 김용 (2014). 소셜 빅데이터 내용 분석 기반 사용자 그룹별 선호지역 및 이용패턴 시각화. *한국정보기술학회논문지*, 12(12), 195-203.
<http://dx.doi.org/10.14801/jkiit.2014.12.12.195>
- 유훈식 (2010). 커뮤니케이션 유형에 따른 SNS의 인터랙션 특성에 관한 연구. 석사학위논문, 국민대학교 테크노디자인전문대학원, 인터랙션디자인 전공.
- 이귀영, 김지현 (2015). 중앙행정기관의 소셜미디어 아카이브 도입 방안에 관한 연구. *한국기록관리학회지*, 15(3), 141-167. <http://dx.doi.org/10.14404/jksarm.2015.15.3.141>
- 정보통신정책연구원 (2016). SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석. 과천: 정보통신정책연구원.
- 최정원, 강주연, 박준형, 오효정 (2016). 공공기록관의 소셜미디어 이용 현황 및 이용자 관심도 분석: 국가기록원과 대통령기록관을 중심으로. *정보관리학회지*, 33(2), 135-156.
<http://dx.doi.org/10.3743/kosim.2016.33.2.135>
- Alam, L., & Lucas, R. (2011). Tweeting government: A case of Australian government use of Twitter. *Dependable, Autonomic and Secure Computing (DASC), 2011 IEEE Ninth International Conference*, 995-1001.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies*. London: Routledge.
- Kriesberg, A. (2014). Increasing access in 140 characters or less: Or, what are archival institutions doing on Twitter? *The American Archivist*, 77(2), 534-557.
<http://dx.doi.org/10.17723/aarc.77.2.76611201544xv5qr>
- Westman, S., & Freund, L. (2010). Information interaction in 140 characters or less: Genres on Twitter. *Proceedings of the third symposium on information interaction in context*, 323-328.

Wigand, F. D. L. (2010). Twitter in government: Building relationships one tweet at a time. In Information Technology: New Generations (ITNG), 2010 Seventh International Conference on (pp. 563-567). IEEE.

국가기록원 홈페이지. 검색일자: 2016.7.5.

<http://www.archives.go.kr/next/organ/mainBusiness.do>

Explore Your Archive 홈페이지. 검색일자: 2016.7.20. <http://www.exploreyourarchive.org/>

NAA 홈페이지. 검색일자: 2016.7.5. <http://www.naa.gov.au/about-us/>

NARA 홈페이지. 검색일자: 2016.7.5. <http://www.archives.gov/about/>

TNA 홈페이지. 검색일자: 2016.7.5.

<http://www.nationalarchives.gov.uk/about/our-role/what-we-do/>

• 국문 참고문헌에 대한 영문 표기

(English translation of references written in Korean)

Choi, Jungwon, Gang, Juyeon, Park, Junhyeong, & Oh, Hyo-Jung (2016). A study on social media usage of government archival services and users' interestedness: Focused on "National Archives of Korea" and "Presidential Archives." *Journal of the Korea Society for Information Management*, 33(2), 135-156. <http://dx.doi.org/10.3743/kosim.2016.33.2.135>

Kim, Ji-Hyun (2015). A study on interactions between archives and users by using social media - based on the cases of national archives of the U.S. and the U.K. - *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 46(3), 225-253. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.46.3.201509.225>

Korea Information Society Development Institute (2016). A study on usage and trends of SNS. Gwacheon: Korea Information Society Development Institute.

Lee, Gwi-Yeong, & Kim, Jihyun (2015). A study on the introduction of a social media archive to the central government. *Journal of Korean Society of Archives and Records Management*, 15(3), 141-167. <http://dx.doi.org/10.14404/jksarm.2015.15.3.141>

Oh, Hyo-Jung, Yun, Bo-Hyun, Choi, Nam-Hyun, Yoo, Cheol-Jung, & Kim, Yong (2014). Visualization for preferred locations and moving patterns according to user groups based on contents analysis in social big data. *Journal of Korean Institute of Information Technology*, 12(12), 195-203. <http://dx.doi.org/10.14801/jkiit.2014.12.12.195>

Park, Dukran, & Sakong, Bok Hee (2014). A study on the user participatory communication

tools of national archives websites. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 45(2), 261-281. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.45.2.201406.261>

You, Hunsik (2010). A study on interaction characteristic of social network service according to communication type. Master's thesis, Graduate School of Techno Design at Kookmin University, Department of Digital Media Design.

You, Seungyeon (2014). Influences of perceived usefulness, perceived ease of use, perceived playfulness, subjective norms on enterprise in-house SNS intention to use more: Focusing on the extended technology acceptance model. Master's thesis, Graduate School of Communication, Journalism at Yonsei University.

