

# 대통령기록관 마케팅을 위한 웹진(WebZine)의 설계 제안\*

- 대통령기록관 '온기(On-記)'를 기반으로 -

## Design of WebZine for Marketing of the Presidential Archives: Based on 'On-Gi', a Newsletter of the Presidential Archives

장 효 정 (Hyo-Jeong Jang)\*\* , 이 용 재 (Yong-Jae Lee)\*\*\*  
김 나 경 (Na-Kyung Kim)\*\*\*\* , 정 진 경 (Jin-Gyeong Jeong)\*\*\*\*\*

### 초 록

웹진은 기관 구성원과 이용자 사이의 커뮤니케이션 역할을 담당할 뿐만 아니라 그 자체가 하나의 의미 있는 기록물이라고 할 수 있다. 또한 기록관의 경영기법 중 하나로 서비스를 홍보하고 잠재적 이용자들이 기록관을 찾게 하는 적극적 마케팅이 필요하다는 인식이 확산되고 있다. 따라서 웹진을 설계함에 있어서 이용자의 수요를 파악한 뒤 이를 반영한 콘텐츠를 구성하고 이용자 중심의 인터페이스를 적절하게 선택함으로써 이용자의 만족도를 높이는 노력이 필요하다. 따라서 본 연구는 스마트 디바이스 환경에서 대통령기록관 소식지인 '온기(On-記)'를 이용자 참여형 스마트 플랫폼으로 설계하는 것을 제안하고자 하였다. 이를 위하여 국내 유관기관의 웹진 발행 현황을 살펴보고 나아가 대통령기록관에서 제공하고 있는 '온기'의 발행사항과 주요 콘텐츠를 비교 분석하여 대통령기록관 마케팅을 위한 웹진의 설계 모형을 제안하였다. 이는 스마트 디바이스의 기술 혁신이라는 새로운 이용자 환경에서 대통령기록관의 핵심 마케팅 전략으로 활용할 수 있다.

### ABSTRACT

A webzine issued by a public institution not only plays a role in communication between members of the institution and its users, but is itself a meaningful record. In addition, as one of the management techniques of the archives, there is a growing awareness that active marketing is needed to promote the service and allow potential users to visit the archives. Therefore, efforts should be made to increase user satisfaction by identifying user needs, composing content reflecting them, and selecting user-centered interfaces appropriately. The purpose of this study is to design 'On-Gi', a newsletter of the Presidential Archives, as a user-participating smart platform in a smart device environment. As a research method, we first looked at the current status of webzine publication by relevant domestic institutions. Next, we compared and analyzed the issue of 'On-Gi' provided by the Presidential Archives and major contents. Based on this, a design model of the webzine for the marketing of the Presidential Archives was proposed. This can be used as a key marketing strategy for the Presidential Archives in the new user environment of technological innovation of smart devices.

키워드: 대통령기록관, 웹진, 기관 웹진, 기관 잡지, 마케팅전략  
Presidential archives, Webzine, Institutional webzine, Institutional magazine, Marketing strategy

\* 본 논문은 2021년 대통령기록활용 우수논문 공모전에서 수상한 논문을 수정·보완하였음.

\*\* 부산대학교 문헌정보학과 문헌정보학전공 박사과정(pollus3@naver.com) (제1저자)

\*\*\* 부산대학교 문헌정보학과 교수(lj5384@pusan.ac.kr) (교신저자)

\*\*\*\* 부산대학교 문헌정보학과 기록관리학전공 석사(ashkong@naver.com) (공동저자)

\*\*\*\*\* 부산대학교 문헌정보학과 기록관리학전공 석사과정(jjk9456@naver.com) (공동저자)

논문접수일자 : 2022년 8월 19일 논문심사일자 : 2022년 8월 19일 게재확정일자 : 2022년 9월 11일  
한국비블리아학회지, 33(3): 267-293, 2022. <http://dx.doi.org/10.14699/kbiblia.2022.33.3.267>

© 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 연구배경 및 필요성

대통령기록관은 「대통령기록물 관리에 관한 법률」에 의거하여 역대 대통령이 남긴 대통령 기록물의 영구보존에 필요한 시설 및 장비와 이를 운영하기 위한 전문인력을 갖추고 대통령기록물을 영구적으로 관리하는 기관이다. 즉 대통령기록관은 대통령의 국정운영 기록을 수집 관리하여 국민들에게 제공함으로써 올바른 역사 인식의 기틀을 마련하고 국정운영의 투명성과 책임성을 확보하여 이를 기반으로 국민과 눈높이를 맞추고 대통령기록물 활용의 공감대를 형성해야 하는 책임을 지니고 있다. 이에 따라 대통령기록관은 2014년 9월부터 웹진(WebZine)의 한 형태인 온라인 소식지 온기(On-記)를 발행하고 있으며 대통령기록물 관리와 관련된 분기별 소식을 국민들에게 온라인으로 전달<sup>1)</sup>하고 있다.

국외의 경우에도 <표 1>과 같이 미국의 개별 대통령기록관이나 호주와 영국의 정부수반인 총리와 관련한 기록물을 소장하고 있는 기관에서 소식지 형태로 연례보고서나 출판물, 뉴스레터 등을 이용자들에게 제공하는 사례를 찾을 수 있다.

특히 공공기관에서 발행하는 소식지는 기관 이용자에게 기관을 알리는 데 가장 효과적인 매체일 뿐만 아니라 구성원들의 이해를 도모하고, 조직의 이념이나 경영 방침 등을 담고 있어 조직운영의 효과와 효율성을 높이는 도구로써 활용될 수 있다. 또한 조직 역량의 극대화와 기관의 지속적인 발전을 위해 구성원들의 유대감과 일체감을 조성하기도 한다(서정민, 2001, 14).

「공공기록물 관리에 관한 법률」 제3조에 따르면 ‘기록물’을 ‘공공기관이 업무와 관련하여 생산하거나 접수한 문서·도서·대장·카드·도면·시청각물·전자문서 등 모든 형태의 기록정보 자료와 행정박물관(行政博物館)’이라고 정의하고 있다. 이에 따르면 공공기관이 발행하는

<표 1> 국외 정부수반 기록물 소장기관의 소식지 현황

국가명	정부수반 기록물 소장기관	소식지 형태	비고
미국	Franklin D. Roosevelt Presidential Library and Museum	• Annual Report • Publications • Newsletter	• 연례보고서 • 출판물 • 이메일 신청을 통해 구독
	Dwight D. Eisenhower Presidential Library, Museum & Boyhood Home	• Newsletter • Press	• 이메일 신청을 통해 구독 • 기사
	Jimmy Carter Presidential Library & Museum	• Newsletter	• 이메일 신청을 통해 구독
	George H.W. Bush Presidential Library & Museum	• Newsletter	• 이메일 신청을 통해 구독
호주	Curtin University	• Publication	• 출판물
영국	Churchill Archives Centre	• Annual Reports	• 연례보고서

1) [https://www.pa.go.kr/online\\_news/sub\\_02.html](https://www.pa.go.kr/online_news/sub_02.html)

웹진은 기관 구성원과 이용자 사이의 커뮤니케이션 통로로서 역할을 담당할 뿐만 아니라 그 자체가 하나의 의미 있는 기록물이라고 할 수 있다. 그러나 정보를 무분별하게 담은 웹진은 스팸(Spam)으로 인식되기 쉽고, 본래의 취지와는 달리 기관의 이미지에 역효과를 불러올 수 있다. 따라서 이용자의 성향과 수요를 충분히 파악한 뒤 이를 반영한 콘텐츠(Contents)를 구성하고 이용자 중심의 인터페이스(Interface)를 적절하게 선택함으로써 이용자의 만족도를 높이는 노력이 필요하다.

2021년 10월 정보공개청구에 따른 통계수치에 따르면 「대통령기록관 웹진 온기(On-記)의 2016년부터 2021년까지 구독자 수」는 2016년의 구독자 수는 13,363명이었으나 2021년의 구독자 수는 13,363명으로 거의 변동이 없었으며<sup>2)</sup> 이는 기존의 대통령기록관 온기(On-記)에 대한 발전 방향을 새롭게 모색할 필요가 있다는 것을 의미한다.

최근 다양해진 스마트 디바이스 환경을 반영하여 대통령기록관 웹진의 형태를 이용자 참여형 스마트 플랫폼으로 설계한다면 기관과 이용자가 관계를 형성하고 상호작용하는 선순환 구조를 구현할 수 있을 것이다.

대통령기록관의 웹진인 온기(On-記)가 기존의 단선적 구조에서 벗어나 다양한 플랫폼 유형과 콘텐츠가 결합한 잡지 콘텐츠 생산 및 유통의 개방성을 반영한다면 스마트 디바이스의 기술 혁신이라는 새로운 이용자 환경에서 대통령기록

관의 핵심 마케팅 전략으로 기여할 것이다.

## 1.2 연구내용 및 방법

본 연구는 국내 유관기관의 웹진 발행 현황을 살펴보고 나아가 대통령기록관에서 제공하고 있는 PC 기반 웹진 온기(On-記)의 발행사항과 주요 콘텐츠를 비교 분석하여 대통령기록관 마케팅을 위한 웹진의 설계 모형을 제안하고자 하며 그 과정은 다음과 같다.

첫째, 웹진 발행에 대한 선행연구를 토대로 기관이 발행하는 웹진의 특징점을 살펴보고, 웹진의 구성요소를 재구성하여 사례연구의 분석틀을 마련하였다. 둘째, 2022년 8월 기준 웹진을 발행하고 있는 도서관, 미술관, 박물관 등 국내 5개 유관기관의 웹진 발행 실태를 앞의 분석틀을 토대로 분석하였다. 이후 사례조사를 통해 도출된 시사점을 대통령기록관 온기(On-記)의 발행실태와 비교 분석하여 개선 방향을 제시하였다. 마지막으로, 위의 개선방안을 고려하여 PC 기반뿐만 아니라 다양한 스마트 디바이스에서도 구현이 가능한 대통령기록관의 웹진(WebZine)의 모형을 제안하고자 한다.

## 1.3 선행연구

본 장에서는 대통령기록관 마케팅을 위한 웹진의 모형을 제안하기 위하여 기록관 마케팅 관련 연구와 웹진 관련 연구들을 살펴보았다.

2) 정보공개청구에 따른 통계수치

	2016	2017	2018	2019	2020	2021
온기(On-記)의 구독자 수(명)	13,363	13,371	13,373	13,375	13,384	13,397

먼저 기록관 마케팅 관련 연구로 이서윤(2021)은 기록관리기관에서 이루어져 왔던 기존의 홍보 방안 및 소셜미디어(Social Media)의 운영 전략을 개선하여 더욱 효과적으로 기관을 홍보할 방안이 필요하다고 보고 기록관리기관이 SNS를 운영하는 전략을 제안하였다. 기록관리기관에서 홍보에 할당되는 예산과 자원은 한정적이므로, 주 이용자층을 선정하고 이들에게 효과적으로 홍보할 수 있는 채널을 선택해 운영할 수 있도록 실행 방안을 제안하였다.

최민희 외(2017)는 기록관에 대한 이용자들의 인식을 변화시키고 잠재적인 이용자를 끌어들이기 위하여 기록관의 브랜드웹툰을 활용한 홍보 방안을 제안하였다. 공공기관이나 기업에서 브랜드웹툰을 활용하고 있는 사례를 분석하여 그 특성을 도출하고, 국가기록원 이용자의 연령별 분포를 파악하였다. 분석한 내용을 바탕으로 국가기록원의 브랜드웹툰이 효과적인 홍보 도구로써 활용될 수 있기 위한 개발방안과 활용방안을 제안하였다.

앞의 두 연구는 기록관의 마케팅을 위하여 이용자의 친숙함, 스토리텔링과 다양한 표현기법, 미디어 매체를 통한 확산, 이용자와의 상호작용 등의 특성을 활용하여 효과적인 기록관의 홍보방안을 마련하고자 하였다는 점에서 본 연구와 의미를 같이 한다.

다음으로 대학도서관, 은행, 환경교육 등 다양한 기관의 웹진에 관한 연구가 이루어지고 있다. 노동조, 민숙희(2010)의 연구는 도서관 웹진을 운영하고 있는 36개 대학도서관의 웹진 발행현황과 웹진의 구성, 즉 카테고리 및 콘텐츠의 내용을 비교·분석하였다. 이를 통해 국내 대학도서관 웹진의 공통분모를 찾고 향후 대

학도서관의 마케팅을 위해 대학도서관 웹진 모형을 제시하기 위한 객관적 근거를 마련하고자 하였다. 또한 황민선(2012)은 국내 4개의 시중은행이 대중과의 커뮤니케이션 활성화를 위해 발간하고 있는 은행 웹진에 대한 콘텐츠 및 인터페이스 디자인을 분석해보고 그 활성화 방안을 제안하였다. 송희정 외(2013)의 연구에서는 국가과학기술지식정보서비스(NTIS, National Science & Technology Information Service)가 대국민 서비스를 활성화하고 서비스 활용도와 인지도를 제고하기 위하여 이용자의 참여를 유도할 수 있는 콘텐츠를 강화하고 적극적인 홍보활동을 전개하고 있다고 밝히고 있다. 이에 효과적인 홍보와 이용자 참여형 콘텐츠를 확대하기 위한 방안으로 웹진을 활용할 것을 강조하고, NTIS 웹진 제작 방향성에 대하여 제시하였다. 특히 공공기관의 웹진 운영 현황 분석을 발행형태와 콘텐츠 요소로 나누어 분석하고, 연구를 통해 NTIS 웹진의 제작 목적에 적합하며 이용자의 요구사항을 반영한 웹진 제작 방안을 마련하였다는 점에서 본 연구와 맥을 같이 한다.

이밖에도 최근 남윤진, 신동일, 신동규(2017)는 스마트 기기의 발전과 함께 스마트 콘텐츠를 이용하는 개인과 기업 및 기관이 늘어나고 있는 점에 착안하여 스마트 콘텐츠 중 Application과 Magazine의 합성어인 AppZine을 목표로 저작도구 및 뷰어 시스템을 개발하였다. 이를 통해 소비자들의 수요에 적합한 콘텐츠 개발 및 활용과 콘텐츠 제작 기술 수준 향상, 학습 및 홍보용 콘텐츠 제작에 활용할 것을 제안하였다. 이를 바탕으로 본 연구에서는 대통령기록관이 발행하는 웹진을 기존 PC 기반에서 스마트 디바이스 전체 환경으로 확대해보고자 하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 기록관의 마케팅 전략

문헌정보학 분야에서도 도서관과 기록관의 경영기법 중 하나로 서비스를 홍보하고 잠재적 이용자들이 도서관과 기록관을 찾게 하는 적극적인 마케팅이 필요하다는 인식이 확산되고 있다. Koontz와 Christie(2021, 11)는 마케팅 및 소셜 미디어를 활용한 도서관, 아카이브 및 박물관 지침서에서 도서관 사서(Librarians), 박물관 전문가(Museum professionals), 아키비스트(Archivists)들은 그들이 자신의 판단과 달리 이미 타고난 마케터들이고 따라서 마케팅에 대한 질문을 받거나 기관의 마케팅 문제에 당면했을 때, 조직을 위한 선택이 아니라 “어떻게 시작할 것인가?”라고 질문해야 한다고 밝힌 바 있다. 즉 도서관, 아카이브 및 박물관의 성공적인 마케팅을 위하여 이들 전문가들이 시기적절하고 편리하며 유용한 방법으로 이용자의 요구를 충족시키기 위하여 체계적인 마케팅에 대한 지식을 습득하고 실천해야 한다고 강조하고 있다. 또한 Michelle(2015)은 마케팅 및 소셜 미디어를 활용한 도서관, 아카이브 및 박물관 안내서에서 도서관, 아카이브, 박물관의 성공적인 소셜 미디어 프로젝트에 대한 다양한 사례를 소개하며, 소셜 미디어를 마케팅 도구로 사용하는 것에 대해 긍정적으로 평가하고 있다. 특히 Singh(2009)는 도서관이나 기록관의 마케팅은 돈의 문제가 아니라 전체 직원에 스며있는 철학, 즉 마음의 태도라는 것을 강조하고 있는데 이는 기록관의 마케팅 전략이 해당 기록관의 비전 및 전략목표를 반영하고 있어야 한다는 것

을 의미한다. 한편 Tyler와 Molly(2018)는 와이오밍 대학교에 위치한 대규모 기록 보관소인 American Heritage Center(AHC)의 마케팅 전략사례를 연구하였는데 여기서 마케팅을 위해 조직된 ‘마케팅 위원회(Marketing committee)’의 역할에 대하여 주목하였다. ‘마케팅 위원회’는 기록관 마케팅의 한 방법으로 교수진, 직원과 같은 기록관 주 이용자들을 소셜 미디어와 여러 기관 매체의 마케팅 콘텐츠 제작에 참여하도록 장려하였고 마케팅 콘텐츠 구성의 중요한 부분으로 스토리텔링 문화에 대한 지원을 개발하였다. 그 방법으로 AHC에 참여하는 연구원의 이야기를 수집하여 이를 아카이브 컬렉션에 반영하고 이것들을 마케팅을 위한 이야기로 어떻게 사용될 수 있는지에 대해 계속 소통하는 작업을 진행하여 이를 브로슈어 또는 연례 보고서와 같이 AHC에서 제작한 인쇄 마케팅에도 활용하였다. 이후 AHC의 구성원들은 기관 마케팅의 중요성을 인식하고 지속적으로 참여하고 있으며 기관 내부마케팅에 긍정적 평가를 받았다.

위의 선행연구들을 토대로 기록관의 마케팅 전략이 지녀야 할 기본 특성을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 기록관의 마케팅 전략은 해당 기록관의 비전 및 전략목표에 어울리는 스토리텔링 기법을 반영하고 있어야 한다. 둘째, 이용자는 기록관의 마케팅 전략 과정에서 제공되는 기록물들을 기록관의 기록정보서비스를 통해 직접 접근할 수 있어야 하며, 이 과정에서 이용자는 자연스럽게 기록물에 대한 접근성과 인식을 고취할 수 있다. 셋째, 기록관의 마케팅 전략은 일회성에 그치지 않고, 지속적이고 안정적으로 서비스를 담보할 수 있어야 한다. 넷째, 기

록관이 마케팅 전략으로 제공하는 콘텐츠는 단순한 이용에 그치지보다 재생산되고 활용될 수 있도록 해야 한다. 마지막으로 기록관 마케팅 전략을 구현함에 있어 스마트 디바이스의 기술 혁신이라는 새로운 이용자 환경을 고려하여야 한다.

## 2.2 웹진(WebZine)

### 2.2.1 웹진의 개념 및 ‘기관 웹진’의 특징

국립국어원 표준국어대사전에 따르면 웹진이란 출판하지 아니하고 인터넷상으로만 만들어 보급하는 잡지를 의미한다. 즉 웹진은 웹(Web)과 잡지(Magazine)의 합성어로 홈페이지 형식의 인터넷상에 공개되어 있는 잡지를 의미한다(송희정 외, 2013, 510). 인터넷의 보급과 디지털 기술의 발전으로 전통적 출판 형식인 잡지가 PC 기반의 웹진을 넘어 현재 다양한 스마트 디바이스에서 구현되는 모바일 웹진의 형태로 대체되기에 이르렀다.

예를 들어 원자력환경공단에 따르면 2020년 5월부터 인쇄사보를 모바일 웹진으로 전환해 ‘한국원자력환경공간’ 카카오톡 채널로 모바일 서비스를 시작하였다(이재용, 2020). 또한 정부 및 공공기관 공직자를 대상으로 정책 활동에 필요한 정보를 지원하고, 일반 국민이 정부의 정책 관련 정보에 쉽고 편리하게 접할 수 있도록 하는 정책정보서비스인 POINT(Policy Information)에서도 ‘기관 웹진’ 컬렉션을 별도로 제공하고 있다.

‘기관 웹진’은 기관의 사보에서부터 이용자를 대상으로 하는 구독형 기관 잡지에 이르기까지 그 종류가 매우 다양하며, 시공간의 제약

없이 관련 정보에 접근이 가능한 형태로 구축되고, 소통의 창구로까지 그 역할이 확대되고 있다. 특히 정부 및 공공기관, 정책결정권자, 정책연구자 등이 필요로 하는 정책정보를 서비스하는 기관에서 발행하는 웹진은 상호작용성, 하이퍼텍스트성, 멀티미디어성, 업데이트의 신속성 및 파급력과 같은 웹진의 기본 특징(김주연, 2002, 10)과 결합하여 기관 마케팅 전략의 한 방법으로 활용될 수 있다. 이에 본 연구에서는 ‘특정한 개인이나 조직, 단체 등 자원이 추구하는 정신이나 이념 따위를 널리 퍼기 위하여 인터넷상에 공개하는 잡지’를 ‘기관 웹진’이라고 정의하고자 한다.

‘기관 웹진’은 다중적인 상호접속(Multiple interconnection)에 의한 커뮤니케이션의 특성(김주연, 2002, 10)이 반영되어 개방적인 소통 구조를 가능하게 하며, 기관이 제공하는 정보를 정확하게 전달함과 동시에 기관 이용자의 참여와 공감을 높이기 위해 다양한 콘텐츠를 제공할 수 있다. 또한 ‘기관 웹진’의 정보는 기존의 종이 잡지와 같이 페이지 순서로 조직되는 구조가 아니라 수많은 다른 정보와 유기적으로 연결되어 비연속적으로 결합하고 조작하는 구조를 가지는데, 이는 구독자들이 원하는 정보에 능동적으로 접근할 수 있도록 한다. 또한 멀티미디어성이라는 특징이 반영된 ‘기관 웹진’은 텍스트, 음성, 영상 등 표현 가능한 영역이 다양해지면서 생생한 정보전달이 가능해졌으며, 이는 기관 이용자들의 직관적인 판단을 돕는다. 따라서 텍스트 자원보다는 유튜브와 같은 영상에 익숙하고, 일상을 글보다는 사진으로 기록하는 세대들에게 기관을 알리는데 유용한 소통 수단으로 활용될 수 있다. 이를 통

해 '기관 웹진'은 권위적이고 딱딱한 방식으로 정보를 전달하는 수단에서 벗어나 친숙하고 감성적인 방식으로 구독자들과 소통할 수 있는, 효과적인 기관 마케팅 전략으로 활용될 수 있다.

마지막으로, 웹진은 제공자의 정보 생산 및 송출과 이용자들의 정보 획득 및 공유 사이에 시간차가 거의 없으며 이에 따라 대중적인 파급력 역시 상당하다. 따라서 웹진 제공자는 신속한 업데이트를 통해 이용자의 요구에 즉각적인 대응이 가능하다. 이러한 웹진의 특징을 '기관 웹진'에 적용하면 기관은 자관이 소유한 신뢰할 만한 정보를 이용자에게 신속하게 제공할 수 있고 이용자는 유용한 지식 정보원으로써 '기관 웹진'을 활용할 수 있다.

### 2.2.2 웹진(WebZine)의 구성요소 및 유형

구조 설계 없이 웹 사이트를 제작하는 것은 설계도 없이 집을 건축하는 것과 마찬가지로, 구조 설계는 웹 사이트를 구축할 때 내용 설계 다음으로 가장 기본이 되는 작업이다(장우영, 2003, 32). 이는 웹진의 경우도 예외는 아니다. 따라서 웹진의 구조를 세밀히 다루고 있는 연구인 장우영(2003)과 박은영(2001)의 두 연구를 기초로 웹진의 구조를 분석하였다. 또한 송희정 외(2013)의 연구를 기초로 웹진의 발행사항과 콘텐츠의 요소를 유형화하였으며 이들을 재구성하면 다음 <표 2>와 같다.

우선 웹진의 발행사항은 발행형태와 발행주기로 나누어 살펴볼 수 있다. 송희정 외(2013, 510)에 따르면 웹진의 발행형태는 제작 형태에 따라 <표 3>과 같이 3가지 방식으로 구분할 수 있다. 이와 같은 3가지 방식으로 웹진을 발행하고

있는 기관의 사례로는 국가기록원, 국립중앙도서관, 독립기념관이 있다.

또한 웹진은 발행주기에 따라 월간, 계간, 격월간, 월 2회, 주간, 비정기인 경우로 나눌 수 있다. 특히 국내 공공기관에서 발행한 웹진을 중심으로 총 24건의 발행주기를 분석한 결과 <표 4>와 같이 월간이 15건으로 가장 많았고, 격월간은 5건, 월 2회는 3건, 계간은 1건으로 확인되었다.

기관이 발행하는 웹진의 가장 중요한 콘텐츠는 기관 특색 정보로, 기관 주요행사 및 관련 정책 동향 등의 정보를 제공하며 이는 거의 모든 기관의 웹진에서 매호 고정적으로 제공하고 있다. 또한 기관과 관련된 사회적 이슈를 주제로 한 기획 기사 역시 비교적 고정적으로 배치하고 있다. 이용자 흥미 위주로 구성된 콘텐츠 및 테마 주제는 각종 생활정보, 관련 도서, 영화, 웹툰, 전시, 건축, 무용, 영화 등 다양한 분야의 읽을거리를 제공한다. 그 외에도 퀴즈, 각종 이벤트, 독자 신문고 등의 이용자 참여 코너를 마련하여 콘텐츠의 신선도를 높이고 있는데, 이러한 흥미 위주의 콘텐츠나 이용자 참여 요소는 가변적으로 추가되는 형식으로 제공되고 있다. <표 5>는 대통령기록관과 유관기관인 국가기록원, 박물관, 도서관, 미술관 등의 웹진 콘텐츠를 분석한 표이다.

한편 컴퓨터나 스마트폰과 같은 디지털 기기의 인터페이스 개발은 사용자와 효율적인 의사소통을 위한 핵심 수단이라고 할 수 있으며 이러한 인터페이스 분석을 위하여 웹진의 구조, 레이아웃 제시 방식 및 조회수 제공, 색채(key-color) 사용, 타이포그래피(Typography)로 나누어 살펴볼 수 있다(이가영, 김재현, 2014, 620).

〈표 2〉 웹진의 구성요소 및 유형

요소		유형
발행 사항	발행형태	웹페이지 형태
		뉴스레터 형태
		e-book 형태
	발행주기	월간
		계간
		격월간
		월 2회
		주간
		비정기
발행방식	웹	
	PDF	
	Tistory	
콘텐츠	웹진 명	고유 웹진 명 사용 여부
	형태	개수 고정적/가변적
	유형	이미지 애니메이션/동영상 텍스트
인터페이스	구조	계층적 구조
		선형적 구조
		선택 가능한 선형적 구조
		선형적 구조와 계층적 구조의 결합
		거미줄 구조
	레이블	텍스트/썸네일 이미지 레이블명
		조회수 제공 여부
key-color	각 기관 웹페이지와 웹진의 key-color 비교	
텍스트 서체	일관성 있는 서체 사용 콘텐츠 유형이나 계절에 따라 다양한 서체 사용	

〈표 3〉 웹진의 발행형태

웹페이지 형태	뉴스레터 형태	e-book 형태
<ul style="list-style-type: none"> <li>HTML 방식으로 웹진 콘텐츠를 별도로 제작</li> <li>멀티미디어 특성을 활용하여 다양한 구성이 가능</li> <li>기존 홈페이지와는 별개의 콘텐츠와 이용자 인터페이스가 제공되어야 함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>한 페이지에 썸네일 및 요약문을 제공</li> <li>콘텐츠마다 해당 URL을 링크로 제공</li> <li>시간과 비용 절약</li> <li>이메일 서비스에 최적화된 형태</li> <li>한 페이지에 다양한 정보를 담기엔 한계가 있음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>e-book viewer를 이용하여 실제 출판물과 유사한 형태로 제공</li> <li>인쇄매체와 가장 유사한 형태</li> <li>많은 정보를 담을 수 있으나 멀티미디어 요소를 적용하는데 한계가 있고, 이용자와 쌍방향 의사소통을 하는데 한계가 있음</li> </ul>
(예) 국가기록원 「e-기록속으로」	(예) 국립중앙도서관 「월드라이브러리」	(예) 독립기념관 「월간 독립기념관」

〈표 4〉 공공기관 웹진의 발행주기

발행주기	건수	공공기관
월간	15건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고용노동부(월간내일)</li> <li>• 교육부(행복한교육)</li> <li>• 국가기록원(e-기록속으로)</li> <li>• 국립중앙과학관(Science Webzine)</li> <li>• 국립한글박물관(한박웃음)</li> <li>• 국민건강보험공단(평생건강 지킴이 건강보험)</li> <li>• 국민체육진흥공단(KSPO매거진)</li> <li>• 국회도서관(국회도서관 웹진)</li> <li>• 근로복지공단(희망나무)</li> <li>• 남북교류협력지원협회(웹진 이음)</li> <li>• 독립기념관(월간 독립기념관)</li> <li>• 식품의약품안전처(열린마루)</li> <li>• 한국가스공사(KOGAS)</li> <li>• 한국문화관광연구원(웹진 문화관광)</li> <li>• 한국연구재단(NRF WEBZINE)</li> </ul>
계간	1건	국민연금공단(내 곁에 국민연금)
격월간	5건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 대한민국역사박물관(역사공간)</li> <li>• 도로교통공단(신호등)</li> <li>• 한국공항공사(AIRPORT FOCUS)</li> <li>• 한국장학재단(웹진 林)</li> <li>• 한국전력기술(KEPCO E&amp;C Family)</li> </ul>
월 2회	3건	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 국립중앙도서관(월드라이브러리)</li> <li>• 한국콘텐츠진흥원(콘진)</li> <li>• 국립현대미술관(격주간MMCA 뉴스뮤클리)</li> </ul>

〈표 5〉 기관 웹진의 영역별 콘텐츠 예시

기관	고정적 콘텐츠 영역		가변적 콘텐츠 영역	
	기관 특색 정보	기획 정보	흥미 위주의 정보	이용자 참여
국가기록원 「e-기록속으로」	교육/행사, 국내·외 소식, 뉴스, 동정, 알림마당, 짧은 뉴스	기록으로 만나는 대한민국, 기획연재, 기획특집, 타임머신		
국립한글박물관 「한박웃음」	교육, 박물관아 놀자, 소장품 이야기, 이달의 박물관 전시, 한박튜브, 행사	기획기사, 매체 속 한글쑥쑥, 반갑습니다, 한글은 처음이지?		이벤트, 한글 손 편지
국회도서관 웹진 「국회도서관 웹진」	국회도서관 소식(안내), 국회의원의 서재, 국회의원 정책자료, 권두칼럼	인터뷰	국회도서관 서평, 신창도서, 책 속의 한 문장	SNS에 비친 국회도서관 풍경
한국문화관광연구원 「웹진 문화관광」	국내외 사례, 이달의 이슈	숫자로 읽는 문화관광, 집중분석, 편집인 노트, 현장 포커스		
국립현대미술관 「격주간 MMCA 뉴스 뮤클리」	비하인드, 인터뷰, 작가 이야기, MMCA+	집에서 만나는 미술관, 포커스, MMCA PICK		이벤트
대한민국역사박물관 「역사공간」	간직하다, 박물관 이야기, 배우고 깨우치다, 전시 속으로, 춤추고 노래하다, 특별한 역사 만나기, 함께하다	역사 속 오늘, 표지 이야기		당신과 함께

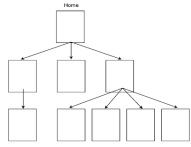
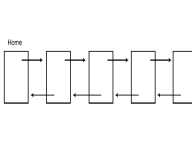
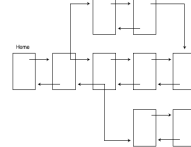
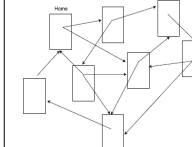
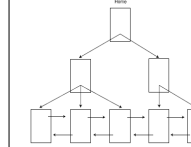
첫째, 웹진은 독자에게 효과적으로 정보를 제공하기 위해 조직화, 구조화 작업이 선행되어야 하며, William K.Horton에 의하여 만들어지고 'Designing and Writing Documentation'을 기초로 구성된 웹진의 구조화 유형은 다음 <표 6>과 같다.

둘째, 레이블은 웹진의 제공 목록에서 이용자가 처음 인지하는 정보이다. 레이블 제시 방식에 따라 텍스트만 제공하기도 하고 텍스트와 썸네일 이미지를 동시에 사용하기도 한다. 레이블은 이용자가 원하는 호수의 웹진에 접근하도록 도와주는 이정표와 같은 역할을 하며, 제시 방식은 웹진의 활용성에 영향을 미친다. 또한 웹진의 각 호에 대한 조회수를 통해 이용자의 방문 횟수를 확인할 수 있는데, 조회수는 웹진의 각 호별 인기도를 확인할 수 있는 기준이 된다. 조회수가 높은 호는 향후 웹진 제작에 콘텐츠의 주제나 유형 등을 참고할 수 있으므로, 조회수 제공은 중요한 요소이다.

셋째, 컬러는 웹진의 사용자 그래픽 인터페이스 디자인 요소 중 이용자가 가장 먼저 인지하게 되는 시각언어이며 배색에 의한 색조, 명도, 채도의 특성에 따라 다양한 시각적 효과를 준다(이가영, 김재현, 2014, 621). 기관웹진은 각 기관의 특성에 맞는 상징적 색감을 사용하며, 이 색감을 웹진에 반영하여 사용자에게 기관의 정체성을 명확히 인식시키는 효과를 줄 수 있다. 특히 공공기관의 경우에는 「정부기에 관한 공고」 264호에서 지정한 정부기의 표준색도를 활용하고 있으며 정부청색은 타이틀 및 헤드라인, 로고, 메뉴, 버튼, 중요 공지 같은 곳에 많이 활용하고 있다.

마지막으로 타이포그래피는 언어를 시각적으로 표현하는 것으로 모바일 환경에서 가장 제한을 많이 받는 디자인 구성 요소이다. 모바일의 제한적인 공간 속에서 사용자의 유저빌리티를 고려해 가독성이 뛰어나고, 정보전달이 잘 이루어질 수 있는 폰트를 사용해야 한다(이가영,

<표 6> 웹진의 구조화 유형

계층적 구조	선형적 구조	선택 가능한 선형적 구조	거미줄 구조	선택적 구조와 계층적 구조의 결합
<ul style="list-style-type: none"> <li>계층적 방법, 메뉴 방식을 사용</li> <li>이용자 자신의 위치를 쉽게 인지 가능</li> <li>메뉴 레벨은 3~4개가 적당</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>책과 같이 안내글 다 음에 각각의 페이지에 정보를 담는 일련적 구조</li> <li>짧은 이야기나 기사를 뛰어넘지 않고 처음부터 끝까지 읽게 할 때 좋은 구조</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>선형구조에서 몇 가지 선택권을 부여하여 선형적 구조의 경직성을 개선</li> <li>되돌아가기 기능, 건너뛰기 기능 등을 제공</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보를 얻기 위해 자유롭게 이용하기 좋은 구조</li> <li>이용자가 길을 잃어버릴 위험이 존재하여 페이지 마다 전체 구조를 제시해 주어야 함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>제공하는 각 페이지마다 앞 뒤 처음으로 갈 수 있는 방법을 제공하여 가장 널리 적용</li> <li>FAQ 파일이 주로 이 구조를 적용</li> </ul>
				

출처: 장우영(2003)과 박은영(2001)의 연구 내용을 기본으로 재구성

김재현, 2014, 621). 웹진에서는 콘텐츠의 특성에 따라 다양한 서체와 색채를 변주하여 독자로 하여금 흥미 요인을 제공할 수 있다.

형'에서 제시한 <표 2> 웹진의 구성요소 및 유형을 기준으로 분석하면 다음과 같다.

### 3. 사례 분석

#### 3.1 '기관 웹진' 발행 현황

<표 4>의 24개 '기관 웹진' 중 대통령기록관의 유관기관이면서 현재까지 지속적으로 웹진을 발행하고 있으며, 최소 100호 이상 발간하고 있는 4곳과 2009년부터 꾸준히 월간 웹진을 발간한 1곳을 포함하여 총 5개 기관의 웹진을 사례분석 대상으로 선정하였다. 선정된 5곳의 웹진을 '2.2.2 웹진(WebZine)의 구성요소 및 유

3.1.1 국가기록원 「e-기록속으로」  
 국가기록원 웹진의 명칭은 「e-기록속으로」이며, 총 127호가 발간되었다. 국가기록원 홈페이지에는 2016년 1월 6호부터 탑재되어 있으며, 최신 호는 2022년 7월 127호이다. 하나의 호에 평균적으로 5개의 콘텐츠가 구성되어 있으며, 전체 약 14개의 콘텐츠가 존재한다. 웹진 안에 이미지 및 텍스트는 존재하나, 애니메이션/동영상은 존재하지 않는다. 내비게이션의 경우 연도별로 보기 좋게 구성되어 있다. 특히 웹진의 내용을 썸네일을 통해 미리 볼 수 있어서, 이용자가 원하는 정보를 편리하게 찾아볼 수 있다(<표 7> 참조).

<표 7> 국가기록원 「e-기록속으로」 웹진 발행 현황

발행형태	웹페이지 형태		
	월간		
발행주기	첫 호	2013.01(16호)	총 127호
	최신 호	2022.07(127호)	
발행방식	웹		
URL	https://theme.archives.go.kr//next/pages/enewsletter/html/enewsletter.html		
콘텐츠	웹진 명	e-기록속으로	
	고정적/가변적	가변적	
콘텐츠 유형	이미지	제공	
	애니메이션/동영상	미제공	
	텍스트	제공	
구조	계층적 구조		
레이블	스타일	텍스트 + 썸네일 이미지	
	레이블명	YYYY년 M월호	
조회수 제공 여부	미제공		
key-color	기관	청색+녹색+주황 색채	
	웹진	검정+주황 색채 및 호수별 포인트 색채	
텍스트 서체	고딕 계열의 일관된 서체		

3.1.2 국립중앙도서관 「월드라이브러리(World Library)」

국립중앙도서관 웹진의 명칭은 「월드라이브러리(World Library)」이며, 2007년 8월 31일 첫 호를 시작으로, 총 416호가 발간되었다. 국립중앙도서관의 웹진은 총 3개의 발행패턴으로 나뉘는데 1호-92호는 비정기적, 160호-257호는 정기적인 주간발행, 그리고 258호부터 현재까지는 월 2회 정기적으로 발간되고 있다.

하나의 호에 평균적으로 5.5개의 콘텐츠가 구성되어 있으며, 전체 약 23개의 콘텐츠가 존재한다. 콘텐츠는 주로 국내외의 도서관 관련 소식을

전달하는 내용으로 구성되었다. 웹진 안에 이미지 및 텍스트는 존재하나, 애니메이션/동영상은 존재하지 않는다. 내비게이션의 경우 9개씩 최신순 또는 등록순으로 웹진을 제공하고 있으며, 발행연도와 권호로 웹진을 검색할 수 있다(〈표 8〉 참조).

3.1.3 국립한글박물관 「한박웃음」

국립한글박물관 웹진의 명칭은 「한박웃음」이며, 총 108호가 발간됐다. 국립한글박물관 홈페이지에 2014년 10월 3호부터 2022년 08월 108호까지 웹진을 제공하고 있다. 하나의 호에

〈표 8〉 국립중앙도서관 「월드라이브러리(World Library)」 웹진 발행 현황

발행형태	뉴스레터 형태		
발행주기	1호(2007.08.31.)~92호(2012.12.17.): 한 달에 1~2번 비정기적 발행		
	160호(2013.01.07.)~227호(2014.04.28.): 주간(2주에 2회 발행)		
	228호(2014.05.12.)~257호(2014.12.22.): 주간(매주 월요일) 258호(2015.01.12.)~329호(2017.12.26.): 월 2회(둘째, 넷째 주 월요일) 330호(2018.01.06.)~353호(2019.12.10.): 월간(둘째 주 화요일) 354호(2020.01.14.)~416호(2022.08.09.): 월 2회		
	첫 호	2007.08.31.(1호)	총 416호
	최신 호	2022.08.09.(416호)	
발행방식	PDF		
URL	1~92호: <a href="https://librarian.nl.go.kr/LI/contents/L30404000000.do">https://librarian.nl.go.kr/LI/contents/L30404000000.do</a> 160~416호: <a href="https://librarian.nl.go.kr/LI/contents/L30403000000.do">https://librarian.nl.go.kr/LI/contents/L30403000000.do</a>		
콘텐츠	웹진 명	월드라이브러리(World Library)	
	고정적/가변적	가변적	
콘텐츠 유형	이미지	제공	
	애니메이션/동영상	미제공	
	텍스트	제공	
구조	거미줄 구조		
레이블	스타일	텍스트 + 썸네일 이미지	
	레이블명	[YYYY] 월드라이브러리 YYYY년 MM월 DD일 n호	
조회수 제공 여부	미제공		
key-color	기관	청색, 황토색채	
	웹진	계절별 포인트 색채	
텍스트 서체	고딕 계열의 일관된 서체		

평균적으로 3.5개의 콘텐츠가 구성되어 있으며, 전체 약 33개의 콘텐츠가 제공되며 이미지 및 텍스트는 존재하나, 애니메이션/동영상 형태는 서비스하고 있지 않다. 대신 이벤트와 기획행사가 다양하게 구성되어 있고, 웹툰과 같이 이용자들에게 친숙한 콘텐츠를 운영하고 있다. 내비게이션은 텍스트 스타일이며, '0000년 00호 소식지'의 형태로 구성되어 있어 해당 호가 몇 년도에 발행됐는지 한눈에 확인할 수 있다(〈표 9〉 참조).

3.1.4 한국문화관광연구원 「웹진 문화관광」

한국문화관광연구원 웹진의 명칭은 「웹진 문화관광」이며, 2009년 4월 첫 호를 시작으로 총 158호가 발간되었다. 하나의 호에 평균적으로 6개의 콘텐츠가 구성되어 있고, 전체 약 12개의 콘텐츠로 구성되어 있다. 웹진 안에 이미지 및 텍스트는 존재하나, 애니메이션/동영상은 존재하지

않는다. 레이블 스타일이 연표 형태로 구성되어 있어 한눈에 살펴볼 수 있으며, 텍스트 스타일이지만 제목이 내용을 나타내고 있어서 원하는 호의 웹진을 찾기 편하다. 또한, '+' 버튼을 누르면 해당 호의 웹진 목차를 확인할 수 있어 내용을 파악하기 편리하다. 하지만 발행일만 있고, 해당 호수에 대한 정보는 누락되어 있다(〈표 10〉 참조).

3.1.5 국립현대미술관 「격주간 MMCA 뉴스 뮤클리」

국립현대미술관 웹진의 명칭은 「격주간 MMCA 뉴스 뮤클리」이며, 총 226호가 발간되었다. 기존의 이름은 「MMCA 뉴스레터」이었으나, 2022년 2월부터 「격주간 MMCA 뉴스 뮤클리」로 변경되었다. 홈페이지에는 2018년 1월 116호부터 탑재되어 있으며, 현재 가장 최신 호는 2022년 8월 226호이다. 하나의 호에 평균적으로 6개

〈표 9〉 국립한글박물관 「한박웃음」 웹진 발행 현황

발행형태	웹페이지 형태	
발행주기	월간	
	첫 호	2014.10(03호)
	최신 호	2022.08(108호)
총 108호		
발행방식	웹	
URL	https://www.hangeul.go.kr/newsletter/newsletterList.do?curr_menu_cd=0107040000	
콘텐츠	웹진 명	한박웃음
	고정적/가변적	가변적
콘텐츠 유형	이미지	제공
	애니메이션/동영상	미제공
	텍스트	제공
구조	계층적 구조	
레이블	스타일	텍스트
	레이블명	[국립한글박물관] YYYY년 M월호 소식지(제n호)
조회수 제공 여부	제공	
key-color	기관	검정-회색 계열 색채
	웹진	분홍 색채
텍스트 서체	고딕 계열의 일관된 서체 사용	

〈표 10〉 한국문화관광연구원 「웹진 문화관광」 웹진 발행 현황

발행형태	웹페이지 형태		
발행주기	월간		
	첫 호	2009.04(01호)	총 158호
	최신 호	2022.08(158호)	
발행방식	웹		
URL	http://www.kcti.re.kr/webzine2/webzineEbook.action?issue_count=116		
콘텐츠	웹진 명	웹진 문화관광	
	고정적/가변적	가변적	
콘텐츠 유형	이미지	제공	
	애니메이션/동영상	미제공	
	텍스트	제공	
구조	선형적 구조		
레이블	스타일	텍스트 + 이미지	
	레이블명	YYYY.MM. 제목	
조회수 제공 여부	제공		
key-color	기관	검정+녹색 색채	
	웹진	2021년 이전: 청색+황토 색채 2021년: 녹색+회색 색채	
텍스트 서체	고딕 계열의 일관된 서체 사용		

의 콘텐츠가 구성되어 있고, 전체 약 14개의 콘텐츠가 존재한다. 콘텐츠는 비교적 고정적인 편이며, 특히 매 호마다 이용자 참여형 이벤트를 진행하고 있다. 구독·공유·방문·퀴즈·투표·백일장·설문조사·전시 추천 등 매번 색다른 이벤트를 진행하여 구독자들의 흥미를 끌고 있다. 웹진 안에 이미지와 텍스트 외에도 유튜브를 통한 영상과 사운드클라우드를 통한 음성도 제공하고 있다. 내비게이션의 경우 호별과 콘텐츠별로 제공하고 있으며, 기간과 키워드 검색 기능을 제공하고 있다. 격주간 MMCA 뉴스 뮤클리는 이메일뿐만 아니라 뉴스레터 플러스 친구 기능을 통해 개인 카카오톡으로도 「격주간 MMCA 뉴스 뮤클리」 내용을 전달하고 있다(〈표 11〉 참조).

### 3.2 대통령기록관 웹진 요소별 현황

#### 3.2.1 발행주기

그동안 발간된 온기(On-記)의 발행주기는 웹진이라기보다는 오히려 책과 잡지의 성격을 동시에 지닌 부정기간행물인 무크지 형식을 취하고 있다. 즉 〈표 12〉와 같이 발행주기가 일정하지 않아 이용자 입장에서는 발행일자를 예상할 수 없으며, 이는 이용자가 웹진 발행 자체에 대한 불안감을 가질 수 있는 요인으로 정기구독 의사를 저해하는 결과로 이어질 수 있다. 공공기관에서 운영하는 웹진 24건의 발행주기를 분석한 결과, 월간이 15건으로 가장 많았고, 격주간 5건, 월 2회 3건, 계간 1건으로 확인되었지만, 공공기관의 웹진이 비정기적으로 간행된 곳은 대통령기록관 온기(On-記)가 유일했다.

〈표 11〉 국립현대미술관 「격주간 MMCA 뉴스 뮤클리」 웹진 발행 현황

발행형태	웹페이지 형태		
발행주기	116호(2018.01)~140호(2019.01): 월 2회(첫째, 셋째 월요일)		
	141호(2019.02)~226호(2022.08): 월 2회(1일, 15일)		
	첫 호	2018.01(116호)	총 226호
최신 호	2022.08(226호)		
발행방식	웹		
URL	https://www.mmca.go.kr/artResearch/LastNewsList.do		
콘텐츠	웹진 명	격주간 MMCA 뉴스 뮤클리	
	고정적/가변적	비교적 고정적	
구조	거미줄 구조		
그래픽	이미지	제공	
	애니메이션/동영상	제공	
	텍스트	제공	
레이블	스타일	텍스트 + 이미지	
	레이블명	MMCA 뉴스레터 YYYYY년 M월 n호 YYYY.MM.DD 조회수	
조회수 제공 여부	제공		
key-color	기관	검정-회색 계열 색채	
	웹진	검정+적색 색채	
텍스트 서체	고딕 계열의 일관된 서체		

〈표 12〉 대통령기록관 온기(On-記) 발행주기

1-2호	2-3호	3-4호	4-5호	5-6호	6-7호	7-8호	8-9호
3개월	4개월	6개월	7개월	2개월	3개월	2개월	4개월
9-10호	10-11호	11-12호	12-13호	13-14호	14-15호	15-16호	16-17호
3개월	3개월	3개월	2개월	4개월	3개월	2개월	4개월
17-18호	18-19호	19-20호	20-21호	21-22호	22-23호	23-24호	24-25호
3개월	9개월	3개월	7개월	2개월	4개월	4개월	8개월

### 3.2.2 콘텐츠(Contents)

온기(On-記) 1호부터 25호까지의 모든 콘텐츠를 분석한 결과, 총 19개의 콘텐츠가 존재했다. 콘텐츠는 개수 순서대로 주요소식(25), 기록물소개(17), 해외동향(14), 인터뷰(5), 방문고객(4), 편집자의 글(3), 세종시신청사(2), 유관기관소식(2), 주요기록물소개(2), 특별코너(2),

기록물 복원사례(1), 국내동향(1), 기획연재(1), 기획전시(1), 기타소식(1), 대통령기록포털(1), 서평(1), 신년인사(1), 직원이야기(1)가 제공되었다. 이는 콘텐츠의 포맷이 통일되지 않아, 비슷한 주제임에도 불구하고 서로 다른 이름으로 제공된 것으로 보인다. 유사한 콘텐츠를 영역별로 정리하면 〈표 13〉과 같다.

〈표 13〉 대통령기록관 온기(On-記) 콘텐츠 재구성

주요소식	주요소식, 세종시신청사, 대통령기록포털, 기획전시, 학생체험, 신년인사
(주요)기록물소개	기록물소개, 주요기록물소개
기록물 복원사례	기록물 복원사례
국내동향	국내동향, 유관기관소식/기타소식 중 국내소식
해외동향	국내동향, 유관기관소식/기타소식 중 해외소식
인터뷰	인터뷰, 직원이야기
편집자의 글	편집자의 글
방문고객	방문고객, 기타소식 중 방문고객, 주요소식 중 방문고객
특별코너	특별코너, 기획연재, 서평

온기(On-記)의 발행 초기 콘텐츠는 특별코너(1-2호), 서평(3호), 편집자의 글(3-5호), 인터뷰(3-8호), 기획연재(4호) 등 다양한 유형이 있었으나, 최신 호인 25호의 콘텐츠는 주요소식, 기록물소개, 방문고객, 기록물 복원사례 등 총 4개의 콘텐츠로 감소하였다. 또한 내용적인 측면에서도 단순한 정보를 전달하는 형식의 콘텐츠가 대부분이었다. 기존에 기획된 콘텐츠인 국내의 소식은 물론 인터뷰, 특별코너 등을 지속적으로 제공하여 웹진 콘텐츠의 안정성을 유지하여야 할 필요가 있다. 여기에 대통령기록관 온기(On-記)만의 차별화된 구독자 참여형 콘텐츠를 추가적으로 제공한다면 이용자의 관심을 이끌어내는 데 기여할 것이다.

### 3.2.3 인터페이스(Interface)

온기(On-記)의 인터페이스를 웹진의 구조, 레이블 구조와 조회수 제공, 타이포그래피(Typography)의 측면에서 살펴보면 다음과 같다. 먼저 대통령기록관 온기(On-記)는 〈그림 1〉과 같이 계층적 구조에 의해 정보를 배치하고 결합하고 있다. 계층적 구조는 이용자가

자신의 위치를 명확히 알 수 있으며 상위 콘텐츠와 하위 콘텐츠로 이동할 수 있다는 장점이 있으나 이용자 참여형 콘텐츠를 담아내기에는 효과적이지 않다. 따라서 이러한 계층적 구조의 특징을 고려한다면 기존의 구독형 단선 커뮤니케이션에는 효율이지만, 이용자의 우연한 탐색을 통한 참여를 이끌어내는 데는 한계가 있다.

둘째, 레이블 구조와 조회수 제공에 있어서 온기(On-記)는 「대통령기록관의 온기(On-記) 제 00호」와 같이 호수정보와 등록일 이외에 기타정보가 반영되어 있지 않아 이용자들의 가독성이 떨어진다. 레이블명을 연도별로 보기 좋게 구성하거나 썸네일을 통해 해당 호의 내용을 미리 볼 수 있는 앞선 사례들과 비교해 보았을 때, 이용자가 원하는 정보를 효과적으로 찾기에는 불편한 방식을 취하고 있다. 따라서 국립한글박물관 사례처럼 조회수를 제공한다면 이용자들은 최신 호뿐만 아니라 조회수가 높은 호를 직접 확인하고 이용할 수 있는 기회를 제공할 수 있으며, 제작자는 조회수가 높은 호의 콘텐츠를 참고하여 최신 호에 그 내용을 반영할 수 있다.



〈그림 1〉 대통령기록관 온기(On-기)의 계층적 구조

〈표 14〉 대통령기록관 온기(On-기)의 조회수 미제공 화면

대통령기록관 웹진(조회수 미제공 화면)			국립한글박물관 웹진(조회수 제공 화면)				
번호	제목	등록일	No	제목	작성자	작성일	조회
24	대통령기록관의 온기(On-기) 제24호	2021-12-01	1	[국립한글박물관] 2022년 8월호 소식지(제 108호)	이경빈	2022-08-05	81
23	대통령기록관의 온기(On-기) 제23호	2021-08-05	2	[국립한글박물관] 2022년 7월호 소식지(제 107호)	이경빈	2022-07-05	183
22	대통령기록관의 온기(On-기) 제22호	2021-04-28	3	[국립한글박물관] 2022년 6월호 소식지(제 106호)	이경빈	2022-06-03	261
21	대통령기록관의 온기(On-기) 제21호	2021-02-03	4	[국립한글박물관] 2022년 5월호 소식지(제 105호)	이경빈	2022-05-04	323
20	대통령기록관의 온기(On-기) 제20호	2020-07-29	5	[국립한글박물관] 2022년 4월호 소식지(제 104호)	이경빈	2022-04-05	425
19	대통령기록관의 온기(On-기) 제19호	2020-04-28	6	[국립한글박물관] 2022년 3월호 소식지(제 103호)	이경빈	2022-03-07	395
18	대통령기록관의 온기(On-기) 제18호	2019-07-10	7	[국립한글박물관] 2022년 2월호 소식지(제 102호)	이경빈	2022-02-08	376
17	대통령기록관의 온기(On-기) 제17호	2019-04-19	8	[국립한글박물관] 2022년 1월호 소식지(제 101호)	이경빈	2022-01-04	537
16	대통령기록관의 온기(On-기) 제16호	2018-12-31	9	[국립한글박물관] 2021년 12월호 소식지(제 100호)	이경빈	2021-12-06	482
15	대통령기록관의 온기(On-기) 제15호	2018-10-05	10	[국립한글박물관] 2021년 11월호 소식지(제 99호)	이경빈	2021-11-05	475
14	대통령기록관의 온기(On-기) 제14호	2018-07-03					
13	대통령기록관의 온기(On-기) 제13호	2018-03-30					

셋째, 타이포그래피(Typography) 측면에서 대부분의 공공기관은 한글 창제기의 글꼴인 정음체를 일관되게 사용하고 있지만, 대통령기록관의 온기(On-기)는 〈표 15〉와 같이 손글씨 계열의 글꼴을 사용하고 있다. 계절별로 글자 색채와 일러스트를 다르게 구성하여 제공함으로써 대통령기록관 웹진만의 특성을 드러내고 있다.

### 3.3 웹진 요소별 현황 비교 분석 및 시사점

앞에서 선정한 5개 기관들의 웹진 요소와 대통령기록관 온기의 요소별 현황을 비교 분석하면 다음 〈표 16〉과 같다.

선정한 기관의 사례 비교 분석으로 다음과 같은 시사점을 도출하였다.

〈표 15〉 대통령기록관 온기(On-記)의 타이포그래피(Typography)

봄	여름	가을	겨울

〈표 16〉 국내 웹진 요소별 현황 분석표

		대통령 기록관	국가기록원	국립 중앙도서관	국립 한글박물관	한국문화 관광역연구원	국립 현대미술관
웹진 명		온기 (On-記)	e-기록속으로	월드라이브러리 (World Library)	한박웃음	웹진 문화관광	겨주간 MMCA 뉴스 뮤클리
발행형태		웹페이지 형태	웹페이지 형태	뉴스레터 형태	웹페이지 형태	웹페이지 형태	웹페이지 형태
발행주기	비정기	월간	월간	월 2회	월간	월간	월 2회
	총 25호	총 127호	총 416호	총 108호	총 158호	총 226호	
발행방식		웹	웹	PDF	웹	웹	웹
콘텐츠		19개	14개	23개	33개	12개	14개
	가변적	가변적	가변적	가변적	가변적	가변적	비교적 고정적
콘텐츠 유형	이미지	제공	제공	제공	제공	제공	제공
	애니메이션/동영상	제공	미제공	미제공	미제공	미제공	제공
	텍스트	제공	제공	제공	제공	제공	제공
평균 콘텐츠 수		4개	5개	5.5개	3.5개	6개	6개
구조		계층적 구조	계층적 구조	거미줄 구조	거미줄 구조	선형적 구조	거미줄 구조
레이블		텍스트 스타일	텍스트 + 이미지 스타일	텍스트 + 이미지 스타일	텍스트 스타일	텍스트 + 이미지 스타일	텍스트 + 이미지 스타일
조회수 제공여부		미제공	미제공	미제공	제공	제공	제공

첫째, 기관별로 발행형태(웹페이지 형태, 뉴스레터 형태), 발행방식(웹, PDF, e-book 형태) 등 기관의 상황에 따라 발행사항을 선택할 수 있지만, 정기적인 발행은 매우 중요한 요소이다. 비정기적인 웹진의 발행은 이용자의 정기구독 의사를 저해하는 결과를 초래할 뿐만 아니라 신규 구독자 유입의 장애요소로 작용할 수 있다.

둘째, 기관 특색 정보와 기획 기사를 고정적으로 제공하되 웹진의 이용자 계층을 파악하여

이용자 참여형 콘텐츠를 제공하여야 한다. 이용자 참여형 콘텐츠를 테마가 있는 내용으로 구성하여 웹진의 신선도를 높일 수 있기 때문에 이용자의 요구 파악을 바탕으로 한 참신한 콘텐츠 기획이 필요하다.

셋째, 공공기관 웹진의 인터페이스 분석을 위해 웹진의 구조, 레이블 제시 방식, 조회수 제공 여부, 색채(key-color) 사용, 타이포그래피(Typography)로 나누어 살펴본 결과 웹진의 구조는 계층적 구조가 많았다. 하지만 이용자

참여형 콘텐츠를 제공하기 위해서는 계층적 구조에서 되돌아가기/ 건너뛰기 기능 등의 선택권을 부여하여 경직성을 개선하는 것이 필요하다.

또한 각 호수별로 조회수를 제공하여 이용자가 다양한 호수에 접근하기 위한 정보를 제공하는 것은 매우 중요하다. 이용자 참여형 웹진의 경우 참여 이벤트를 수시로 확인하고 조정하는 데 조회수 집계가 유용한 정보로 활용될 수 있다. 색채(key-color)는 기관 대표 색채가 웹진에 반영되지 않는 경우가 많았고, 웹진의 경우 계절별로 색감을 다르게 표현하기도 했다. 서체는 대부분의 공공기관에서 고딕 계열의 일관된 글꼴을 사용하고 있으며, 대통령기록관의 경우 손글씨 계열의 글꼴을 선택해 온기(On-記)만의 개성을 드러내고 있다.

#### 4. 대통령기록관 마케팅을 위한 웹진 설계 제안 및 기대효과

분석을 통해 도출된 시사점을 PC 기반으로 제공되고 있는 대통령기록관 온기(On-記)의 발행실태와 비교 분석하여 개선 방향을 제안하고자 하며 제안의 방향은 다음과 같다.

첫째, 데스크톱, 스마트폰, 태블릿PC 등 멀티 디바이스 환경에 맞춰 화면이 동적으로 변화하는 반응형 웹으로 구현할 것, 둘째, 반응형 웹에 적합한 UI를 구성하고 콘텐츠 구성이 용이하도록 설계, 마지막으로 SNS 채널과의 연계를 통해 이용자가 언제 어디서나 쉽고 빠르게 정보를 얻고 공유할 수 있도록 개선방안을 제안하고자 하였다.

또한 이론적 배경에서 제시한 기록관의 마케팅 전략이 지녀야 할 기본 특성과 앞서 분석한 5개 '기관 웹진' 사례 분석을 바탕으로 스마트 디바이스 환경에서 이용자가 적극적으로 참여 가능한 모델을 제안하고자 한다.

5개 '기관 웹진' 사례 분석을 바탕으로 스마트 디바이스 환경에서 이용자가 적극적으로 참여 가능한 모델을 제안하고자 한다.

##### 4.1 발행사항

대통령기록관은 2014년 9월 첫 호에서 대통령기록물 관리와 관련된 분기별 파스한 소식을 국민들에게 온라인으로 전달할 것을 밝힌 만큼 <그림 2>와 같이 봄호(3월), 여름호(6월), 가을호(9월), 겨울호(12월)의 정기적 발간형태를 제안한다. 현재까지 발행된 온기(On-記)의 평균 발간주기는 약 4개월로 계간발행이 그동안의 발행주기보다 유사성을 지닌다. 정기적인 발행은 이용자 입장에서 안정적인 구독을 예상할 수 있어 이용자의 웹진 발행 자체에 대한 신뢰도를 증가시킬 것이며 지속적인 구독으로 연결될 것이다. 또한 신규 구독자의 유입에도 긍정적인 영향을 기대할 수 있다.

##### 4.2 콘텐츠(Contents)

현재 온기(On-記)에서 제공하는 콘텐츠는 대부분 제작자가 이용자에게 단순히 정보를 제공하는 일방적인 콘텐츠이다. 웹 환경은 상호작용성이라는 강점을 가지고 있기에, 이러한 강점을 활용하여 다양한 이용자 참여형 콘텐츠를 제작할 수 있다. 대통령기록관의 비전 및 전략목표에 어울리는 스토리텔링 기법을 반영하였으며 대통령기록관의 기록정보서비스를 통해 이용자가 직접 접근이 가능한 기록물을 활용하였다.



〈그림 2〉 대통령기록관 온기(On-記)의 봄·여름·가을·겨울호 구성 예시3)

#### 4.2.1 이용자들이 직접 만드는 ‘대통령의 사계절’

계절에 어울리는 대통령기록물을 이용자들이 직접 고르는 콘텐츠로, 이용자들이 선택한 기록물 중 계절감이 비슷한 기록물을 엮어 웹진에 탑재하는 형식이다. 분기별로 따스한 소식을 전달 하겠다는 온기(On-記)라는 이름의 취지에 맞게 계절에 따른 대통령의 일상을 함께 공유할 수 있다. 이는 앞선 사례분석에서 기관의 성격에 어울리는 스토리텔링을 웹진에 반영한 것을 기초로 하였다.

#### 4.2.2 이용자들의 흥미를 이끄는 ‘온기(On-記) 퀴즈’

퀴즈는 이용자가 직접 문제에 대한 정답을 찾고, 정답에 대한 정보를 이용자 간에 교류하는 과정을 통해 이용자의 흥미를 이끌 수 있다. 이러한 퀴즈의 장점을 활용하여 ‘대통령 사계절’에 등장한 기록물을 퀴즈로 다시 소비했으며, 〈그

림 3〉의 ‘식목일’처럼 주요 키워드 및 힌트 제시를 통해 이용자의 참여를 도모했다. 퀴즈의 정답을 찾기 위해 이용자는 대통령기록관 홈페이지에서 직접 기록물을 검색해야 하고, 검색하는 과정에서 자연스럽게 기록물에 대한 접근성과 인식을 고취할 수 있다.

#### 4.2.3 이용자들이 주인공이 되는 ‘온기(On-記) 인터뷰’

기존 온기(On-記)는 제작자가 인터뷰 대상을 정하고 이를 제작하였다면, 이용자 참여형 인터뷰를 적용하여 다음 호의 인터뷰 주인공을 이용자의 손으로 직접 선택하고, 질문지를 구성하도록 제안한다. 이때 대중의 관심을 받는 유명인뿐만 아니라 일반 이용자를 대상으로도 인터뷰를 진행할 수 있다. 온기(On-記) 3호부터 8호까지는 대통령기록관 직원들을 대상으로 인터뷰를 진행하였는데, 인터뷰 대상을 특정계층으로 한정하다 보면 대상 선정에 한계가 있

3) 예시화면은 온기 2021년 ‘봄호’, ‘여름호’, ‘가을호’, ‘겨울호’를 예시로 제작한 것으로, 기존에 발행된 온기(On-記) 15호, 16호, 21호, 23호를 활용함.



〈그림 3〉 '대통령의 사계절'과 '온기(On-記) 퀴즈'의 구성 예시

으며 결국 콘텐츠의 지속성이 보장되지 못하게 된다. 이러한 한계점을 극복하기 위해 이용자 참여형 인터뷰로 콘텐츠를 확대한다면 이용자들이 직접 인터뷰의 주체가 됨으로써 대통령기록관과 기록물에 대한 인식도 높일 수 있다.

#### 4.2.4 이용자들이 직접 참여하는 '온기(On-記) 전시회'

온기(On-記)는 계간별 웹진의 특성을 살려 다양한 주제로 미니 온라인 전시회를 기획할 것을 제안한다. 이때 그 주제는 분기별 계절과 관

련된 내용 및 주요 행사 등으로 선정하거나 이용자들이 관심 있어 할 만한 분야로 구성할 수 있다. 대통령기록관의 경우 오프라인 전시에 비하여 온라인 전시 서비스가 아직 도입단계이므로 온기(On-記)를 통해 온라인 전시를 시도한다면 일종의 플립드 러닝(Flipped Learning) 효과를 발휘하여 이용자들이 대통령기록물에 대한 전시를 온라인으로 경험하면서 자연스럽게 오프라인의 전시에도 흥미를 가지고 참여할 수 있다.

전시회 각 기록물의 제목에는 하이퍼링크를



〈그림 4〉 '온기(On-記) 인터뷰'와 '온기(On-記) 전시회'의 구성 예시

달아 해당 기록물의 소개 페이지로 연결되도록 하고 이때 마지막 칸은 댓글 공간으로 제공하여 이용자들이 이 주제와 관련한 자신만의 기록을 형식에 제한 없이 첨부할 수 있다. 이는 대통령 기록관이 제공하는 콘텐츠의 이용 개념을 넘어서 이용자가 자신만의 기록을 생산하고 이를 다른 이용자에게 전시함으로써 기록물의 생산과 서비스를 경험할 수 있다.

### 4.3 인터페이스(Interface)

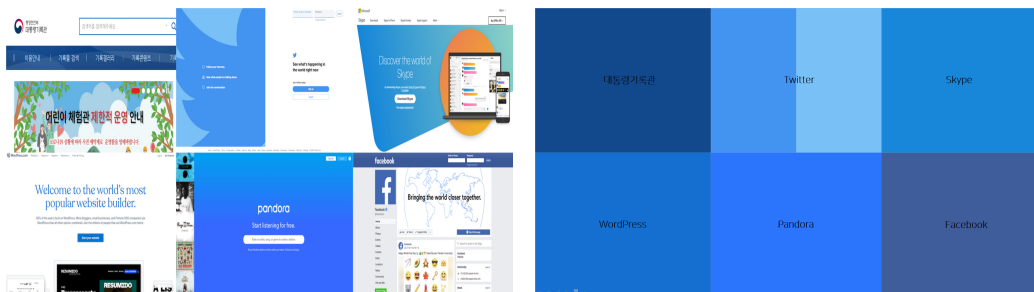
#### 4.3.1 디자인

대통령기록관 홈페이지에서 현재 사용하고 있는 정부청색 색감을 통해 본연의 정체성을 유지하면서 직관적이고 단순한 UI의 심플한 화면구성과 통일감 있는 스타일로 코너별로 분리성을 둘 것을 제안한다. Twitter, Facebook, Skype, WordPress, Pandora가 공통적으로 사용하고 있는 블루 계열의 색감(홍기운, 이언석, 2017, 379)은 각종 플랫폼에 익숙한 이용자에게 친숙함을 이끌어낼 수 있을 것이다. 따라서 온기(On-記)는 기존의 청색을 기본 색감으로 잡으면서도, 계절 또는 콘텐츠에 따라 다양한 색감을 사용하여 이용자들의 흥미를 이끌어낼 수 있다(〈그

림 5〉 참조).

#### 4.3.2 레이블명 및 썸네일 이미지 사용

기존 온기(On-記)의 레이블명은 단순히 '대통령기록관의 온기(On-記) 제00호'의 형태로 이루어져 있어서 이용자들이 자신의 원하는 정보를 한눈에 파악하기 어렵다. 게다가 연도별로 접근점이 제시되지 않아 원하는 연도를 보려면 스크롤을 끝까지 내려야 하는 수고로움을 감당해야 하며 그마저도 등록일을 통해 예상하여 접근해야 한다. 현재 25호까지 발행되어 그나마 접근에 어려움이 적으나 추후 많은 호수가 쌓이게 되면 이용자들은 자신이 원하는 연도로의 직접적 접근이 사실상 불가능하다. 이러한 문제들을 개선하기 위해 연도별 내비게이션을 추가하여 이용자들이 자신이 원하는 연도를 한 번에 찾아갈 수 있도록 제안한다. 또한 웹진의 썸네일 이미지를 추가하여 정보를 직관적으로 확인하도록 하고, 원하는 정보로 쉽게 이동할 수 있게 하였으며, '+' 버튼을 누르면 해당 웹진의 목차를 볼 수 있게 하여 이용자들이 원하는 정보에 용이하게 접근할 수 있도록 한다(〈그림 6〉 참조).



〈그림 5〉 대통령기록관, Twitter, Facebook, Skype, WordPress, Pandor의 key-color



〈그림 6〉 대통령기록관 온기(On-記)의 레이블명과 커버스토리 예시

#### 4.4 기타 서비스

현재의 대통령기록관 온기(On-記)는 이용자가 일방적으로 정보를 전달받는 식이라면 본 연구에서 제안하고자 하는 스마트 온기(On-記)는 눈으로 보는 형태에서 그치는 것이 아니라, 이용자가 웹진을 직접 활용할 수 있도록 다양한 서비스를 활성화했다. 이를 위하여 SNS 연동 기능, 기록물 활용 기능, TTS(Text to Speech) 서비스 도입을 제안한다.

첫째, SNS 연동 기능을 통해 페이스북, 트위터, 네이버, 카카오톡 등의 SNS 채널과 연동하여 온기(On-記)의 콘텐츠에 대한 댓글을 달고, 원하는 콘텐츠를 SNS로 공유할 수 있도록 한다. 이용자들은 대통령기록관 온기(On-記)에서 별도의 회원가입 없이 기존에 가지고 있는 SNS 계정을 이용해 자유롭게 댓글을 작성할 수 있어 편리하게 의견을 표출할 수 있다. 또한 매호 제공되는 콘텐츠를 SNS로 공유할 수 있도록 구성하는데, 이는 SNS와의 접근성을 높여 일

반인들도 SNS를 통해 대통령기록관 온기(On-記)의 콘텐츠를 확인할 수 있어 정보의 신속성과 확산성을 높일 수 있을 것이다. 온기(On-記)와 SNS 채널의 연계는 이용자들이 언제 어디서나 쉽고 빠르게 온기(On-記)의 정보를 얻고 공유할 수 있을 것이며, 이를 통해 사용자의 접근성 및 정보의 확장성을 크게 개선할 수 있다.

둘째, 기록물 활용 기능으로 북마크, 형광펜 기능을 추가하여 웹진을 다른 기록물처럼 활용할 수 있도록 제안한다. 북마크 기능을 통해 다음에 보고 싶은 부분을 한 번에 볼 수 있게 하였으며, 형광펜을 통해 원하는 정보를 강조할 수 있다.

마지막으로, 웹이 가지는 강점인 '멀티미디어성'을 활용하여 TTS(Text to Speech) 서비스를 도입을 제안한다. TTS는 문자(Text)를 음성으로 변환해주는 시스템으로 남성, 여성, 한국어, 영어, 일본어, 중국어 등 다양한 목소리와 다국어 서비스를 지원할 수 있다. 이러한 TTS 서비스의 도입을 통해 더욱 다양한 계층의 이용자가 스마트 온기(On-記) 서비스를 이용할 수 있다.



〈그림 7〉 대통령기록관 온기(On-記)의 북마크, 형광펜, SNS 연동 기능 예시

#### 4.5 기대효과

현재 대통령기록관의 웹진 ‘온기’를 스마트 웹진으로 발전시켜 실제 구현하였을 때 다음과 같은 기대효과가 있다.

첫째, 웹진을 정기적으로 발행함으로써 구독자들이 발행일을 예상하여 기다릴 수 있고, 이는 웹진의 구독률 상승으로 이어질 것이다. 또한 계간 발행을 통해 각 계절에 맞는 디자인과 콘텐츠 등을 구성할 수 있다.

둘째, 현재 단순 제공형으로 이루어진 콘텐츠에 이용자 참여형 콘텐츠를 추가하여 이용자의 흥미를 돋우고 참여를 이끌어낼 수 있다. 이는 웹진 이용률 상승으로 이어질 것이며, 이용자의 참여로 더 다양한 콘텐츠를 구성할 수 있다.

셋째, 인터페이스를 일부 변경함으로써 이용자들이 웹진에 접근성이 향상된다. 또한 온기(On-記)만의 독창적인 디자인은 이용자들에게 긍정적인 효과로 작용하여 대통령기록관의 기관 마케팅에도 효과적이다.

넷째, SNS 연동 기능을 통해 복잡한 회원가입 절차 없이 온기(On-記)의 콘텐츠를 저장·활용·공유할 수 있다. 또한 TTS 서비스를 통해 이용자들은 시각뿐만 아니라 다양한 감각으로 ‘온기’를 느낄 수 있다.

## 5. 결 론

대통령기록관 온기(On-記)는 시대의 흐름에 발맞추어 종이 잡지의 한계를 극복한 웹진의 형식으로 분기별 대통령기록관의 정보들을 전달하고 있다. 그러나 다양한 스마트 디바이스의 출현과 웹의 한계를 넘어서는 앱의 출현으로 트렌드를 빠르게 반영하는 커뮤니케이션 채널로 도약할 시점에 놓여있다.

이에 본 연구는 국내 유관기관의 웹진 발행 현황을 살펴보고 나아가 대통령기록관에서 제공하고 있는 대통령기록관 온기(On-記)의 발행사항과 주요 콘텐츠를 비교 분석하여 기준

PC 기반 웹진인 온기(On-記)를 다양한 스마트 기기에서도 접근이 가능한 모형으로 재설계할 것을 제안하였다.

제안된 웹진은 대통령기록관의 정체성을 드러내면서도 차별화된 콘텐츠들을 지속적으로 안정적으로 제공할 것이며, 이용자들은 고도화된 대통령기록관 웹진을 통해 대통령 기록물을 공유하고 재생산하는 기회를 갖게 될 것이다.

더불어 이는 대통령기록관의 핵심 마케팅 전략으로 기능할 것이다.

나아가 고도화된 대통령기록관 웹진은 대통령기록관 내부직원들에게는 결집력을 높이는 소통 창구이자 일반 구독자들에게는 국민 친화적 대통령기록물 서비스를 제공하는 대통령기록문화 창출 통로로 거듭날 것이다.

## 참 고 문 헌

- 공공기록물 관리에 관한 법률. 법률 제18740호.
- 김주연 (2002). 청소년 웹진의 기능에 관한 연구. 석사학위논문, 우석대학교 교육대학원 청소년지도 전공.
- 남윤진, 신동일, 신동규 (2017). 스마트 앱진 제작을 위한 저작도구 및 뷰어 시스템. 한국정보처리학회 학술대회논문집, 24(1), 556-559.
- 노동조, 민숙희 (2010). 대학도서관의 웹진 발행실태에 관한 연구. 한국문헌정보학회지, 44(3), 241-266. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2010.44.3.241>
- 대통령기록물 관리에 관한 법률. 법률 제17573호.
- 박은영 (2001). 웹진에 있어서 효과적인 Interactive를 위한 디자인 방법 연구: 디자인 정보를 다루는 웹진을 중심으로. 석사학위논문, 숙명여자대학교 산업디자인학과.
- 서정민 (2001). 효과적인 홍보를 위한 대학소식지(News Letter)의 편집디자인 연구: 국내 대학을 중심으로. 석사학위논문, 목원대학교 산업정보대학원 산업디자인학과 시각디자인 전공.
- 송희정, 김무철, 노현숙, 최희석 (2013). NTIS 웹진의 설계 및 구현. 한국정보과학회 학술발표논문집, 2013(11), 510-512.
- 이가영, 김재현 (2014). 모바일 앱의 시각 인터페이스 디자인에 관한 연구: 인터넷 서점을 중심으로. 디지털디자인학연구, 14(1), 617-627. <https://doi.org/10.17280/jdd.2014.14.1.061>
- 이서윤 (2021). 소셜미디어를 활용한 기록관리기관 홍보활성화 전략. 석사학위논문, 명지대학교 기록정보과학전문대학원 기록관리전공.
- 이재용 (2020). [ZOOM UP: 한국원자력환경공단] 온라인 채용멘토링·VR 방폐장체험 등 언택트 정보 활성화: 유튜브채널 통한 채용 멘토링... 사보, 모바일 웹진 전환\_방사성폐기물 인수검사

- 방법 및 처분시설 VR 추가 제공. *Electric Power*, 14(6), 86-86.
- 정부기에 관한 공고. 행정안전부대통령공고 제264호.
- 최민희, 김태영, 오효정, 김용 (2017). 기록관 홍보를 위한 브랜드웹툰 개발 및 활용방안 연구: 국가기록원을 중심으로. *한국기록관리학회지*, 17(1), 245-273.  
<https://doi.org/10.14404/JKSARM.2017.17.1.245>
- 홍기윤, 이연석 (2017). 색채심리치료를 위한 VR색채영상의 영향. *한국콘텐츠학회논문지*, 17(10), 376-384. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2017.17.10.376>
- 황민선 (2012). 은행 webzine contents 및 interface 분석 연구. *디지털디자인학연구*, 12(1), 225-238.  
<https://doi.org/10.17280/jdd.2012.12.1.022>
- Christie, K. (2021). *Marketing and social media*. Maryland: Rowman & Littlefield.
- Michelle, M. (2015). *Marketing and social media: a guide for libraries, archives and museums*. *Journal of the Australian Library and Information Association*, 64(3), 247-247.
- Singh, R. (2009). Does your library have an attitude problem towards 'marketing'? Revealing inter-relationship between marketing attitudes and behaviour. *Journal of Academic Librarianship*, 35(1), 25-32.
- Tyler, C. & Molly, M. (2018). Building a brand and telling a story in perpetual crisis: launching a sustainable archives marketing strategy. *Public Services Quarterly*, 14(3), 265-274.

• 국문 참고자료의 영어 표기

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

- Act on the Management of Presidential Records. No. 17573.
- Act on the Management of Public Records. No. 18740.
- An Announcement on the Government Flag. Presidential Notice of the Ministry of Public Administration and Security No. 264.
- Choe, Min-Hui, Kim, Tae-Young, Oh, Hyo-Jung, & Kim, Young (2017). A study on development and utilization of brand webtoon for public relations of archives: focused on the national archives of Korea. *Journal of Korean Society of Archives and Records Management*, 17(1), 245-273. <https://doi.org/10.14404/JKSARM.2017.17.1.245>
- Hong, Gee Yun & Lee, OnSeok (2017). The influence of VR color image for color psychotherapy. *Journal of The Korea Contents Society*, 17(10), 376-384.  
<https://doi.org/10.5392/JKCA.2017.17.10.376>
- Hwang, Min Sun (2012). A study on the contents and user interface design of bank's webzines.

- A Study on Digital Design, 12(1), 225-238. <https://doi.org/10.17280/jdd.2012.12.1.022>
- Kim, Ju Yun (2002). (A) Study on the Functions of Youth Webzines. Master's Thesis, Woosuk University.
- Lee, Ga Young & Kim, Jae-hyun (2014). The design of the visual interface for the mobile app: focusing on the internet bookstore. A Study on Digital Design, 14(1), 617-627. <https://doi.org/10.17280/jdd.2014.14.1.061>
- Lee, Jae-Yong (2020). [ZOOM UP: Korea Radioactive Waste Agency] Activating untact information such as online recruitment mentoring and VR shelter experience: Recruitment mentoring through YouTube Channel... Switch the print newsletter into a mobile webzine\_ Additional VR of Radioactive Waste Acceptance Inspection Method and Disposal Facilities. Electric Power, 14(6), 86-86.
- Lee, Seo-yoon (2021). Public Relations(PR) Strategies for Records Center & Archives in using Social Media. Master's Thesis, Myongji University.
- Nam, Yun-Jin, Shin, Dong Il, & Shin, Dong Kyoo (2017). Authoring tool and viewer system for smart appzine. Proceedings of the Korea Information Processing Society Conference, 24(1), 556-559.
- Noh, Dong-Jo & Min, Sook-Hee (2010). A study on the state of webzine publications in Korean university libraries. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 44(3), 241-266. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2010.44.3.241>
- Park, Eun-Yong (2001). A Study on Design Plan of Webzine for Efficient Interactive: Focus on of Webzine Dealing Design Information. Master's Thesis, Sookmyung Women's University.
- Seo, Jeong Min (2001). A Study on Editorial Design in the University New Letter for the Purpose of Effective P.R.: A Centering on Domestic University. Master's Thesis, Mokwon University.
- Song, HeeJung, Kim, Mucheol, Noh, Hyunsuk, & Choi, Heeseok (2013). Design and implementation of the NTIS webzine. Proceedings of the Korea Institute of Information Scientists and Engineers Conference, 2013(11), 510-512.

