

포스트 코로나 시대 안양시 도서관의 온라인 미디어 활용 방안 연구

송민선

대림대학교 도서관미디어정보과 조교수

A Study on the Online Media Usage Strategies of Anyang Municipal Library for the Post-Covid-19 Era

Min Sun Song

Assistant Professor, Department of Library, Media & Information Science, Daelim University College

요 약 본 연구는 포스트 코로나 시대에 대비해 안양시 공공도서관이 온라인 미디어를 효과적으로 활용할 수 있는 방안을 제안하고자 하는 목적에서 수행되었다. 이를 위해 2021년 전국 도서관 운영 평가에서 정부 포상을 받은 우수 도서관 5곳의 운영 사례를 분석해 주요 시사점들을 정리하고, 분석 내용들을 바탕으로 안양시 도서관이 온라인 미디어를 활용해 도서관 운영을 활성화 하는 데 도움이 될 수 있는 방안들을 도출하였다. 본 연구는 코로나19 시기 성과들을 바탕으로 우수 도서관으로 선정된 도서관들의 실제 사례를 토대로, 포스트 코로나 시대에 대비해 안양시 도서관의 온라인 미디어 활용 전략을 정리해 제안한 실증적이고 경험적인 연구라는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

주제어 : 안양시 공공도서관, 온라인 미디어, 홈페이지, 소셜 네트워크 서비스, 모바일 애플리케이션

Abstract The purpose of this study is to propose effective plans for Anyang municipal library to use online media in preparation for the post-covid-19 era. For this purpose, the main implications were summarized by analyzing the operation cases of 5 excellent libraries that received government awards in the libraries' operation evaluation in 2021. And based on the analysis, strategies that can help Anyang municipal library use online media to operate library effectively even after COVID-19 were derived. This study is meaningful in that it is an empirical study that summarizes the online media usage strategy of the Anyang municipal library in preparation for the post-COVID-19 era based on actual cases of excellent libraries in the COVID-19 period.

Key Words : Anyang Muicipal Library, Online Media, Homapage, Social Networking Service, Mobile Application

1. 서론

1.1 연구 필요성 및 목적

2019년 12월 중국 우한시에서 처음 발견된 코로나 19(COVID-19)는 빠른 확산세와 높은 치명률로 2022년

3월 현재까지 전 세계 4억3천여명의 확진자와 5백9십여 만명의 사망자를 발생시키며 전 지구적인 팬데믹을 야기 했다[1]. 21세기 이후 2002년 사스(SARS), 2009년 신종 인플루엔자, 2015년 메르스(MERS)와 같이 인류를 위협 했던 유행성 질병들이 계속 출현했으나 그 중에서도 코

*Corresponding Author : Min Sun Song(songser@daelim.ac.kr)

Received March 16, 2022

Accepted May 20, 2022

Revised April 12, 2022

Published May 28, 2022

로나19는 전파력이 높고, 지속적인 변이가 발생하면서 2년 넘게 보건안전 분야를 비롯해 사회·문화·경제 전반에 많은 영향을 행사하며 전 인류의 삶에 많은 변화를 가져왔다.

지역사회 다양한 이용자들에게 정보자료는 물론 독서 문화 프로그램과 열람 시설 등을 제공하고 서비스하는 전 세계 도서관들 역시 코로나19 발생 이후 많은 변화를 겪었다. 코로나19 초기에는 이용자 간 접촉을 통한 바이러스 확산을 예방하기 위해 임시 휴관을 결정하고 사태가 진정되기를 기다렸으나, 질병 유행 기간이 길어지면서 국내외 도서관들은 이용자들에게 최소한의 접촉으로 도서관 서비스를 제공할 수 있는 방안에 대해 적극적으로 고민하고 다양한 비대면 서비스들을 발굴해 제공해왔다[2,3]. 국제도서관협회연맹(IFLA)을 비롯한 각국의 주요 도서관 관련 기구들 역시 코로나19 사태에 체계적으로 대응하기 위한 다양한 전략과 지침을 발표하고, 원격 교육이나 미래 전략을 제시하는 등의 활동을 전개하기도 했다[4].

자료 대출을 비롯한 독서문화프로그램 운영, 열람 공간 제공 등 공공도서관에서 제공되는 일련의 서비스들은 공공서비스의 성격을 띠고 있고, 도서관 운영 주체가 개인이나 사설기관이 아닌 이상은 대체로 국가 예산 지원을 받는 곳들이 대다수이기 때문에 공공도서관 이용자들은 대부분의 서비스를 무료로 이용할 수 있다. 하지만, 공공도서관은 수익을 창출하는 영리기관이 아니므로 한정된 예산으로 기획·운영하는 서비스의 양과 품질에는 한계가 있고, 이용자 참여는 대체로 선착순에 의해 결정된다. 신청한 서비스에 이용자가 댓가를 지불하지 않기 때문에 유료 서비스에 비해 대체로 참여율이 낮은 편이고, 참여하지 않는 경우 이용자가 받는 피해도 전무하다. 때문에 코로나19라는 어려운 상황에서도 전 세계 도서관들이 코로나19 이전과 같은 양질의 서비스를 제공하기 위해 노력하고 있지만, 많은 부분에서 대면으로 운영되던 서비스들이 비대면 서비스로 전환·운영되면서 기존의 서비스 방식에 익숙해진 사용자들의 참여를 이끌어내는 것은 쉽지 않은 상황이다.

안양시 도서관 역시 2020년 2월부터 코로나19 감염증 확산 방지를 위해 관내 10개 도서관에 대한 긴급 전체 휴관을 지시하였고, 이후부터 현재까지 코로나19 상황에 대한 정부 지침에 따라 안심도서대출 서비스, 온라인 도서전, 비대면 교육 운영 등의 다양한 서비스를 제공하기 위해 노력해 왔다. 특히, 경기도 내 다른 시·군에서 운영하고 있는 도서관들이 코로나19가 창궐하던

2020년에 약 155건의 독서문화 프로그램을 운영한 데 비해 안양시는 198건으로 평균보다 많은 문화프로그램을 운영하는 성과를 나타냈다. 하지만 코로나19에 따른 비대면 교육으로의 전환과 계획된 교육 일정의 잦은 변경 등의 원인으로 교육 참가자수는 경기도 평균 22,073명에 비해 17,133명으로 다소 적은 것으로 파악되었다[5].

포스트 코로나 시대를 이야기하는 전문가들은 코로나19에 의해 새롭게 생겨난 비대면 서비스들 중 많은 부분은 코로나19가 종식된 이후에도 유지될 것이라고 이야기하고 있다. 도서관 분야 역시 대면 서비스가 다시 일상화 되더라도 비대면 교육 프로그램이나 온라인 서비스는 병행·유지될 것으로 예측된다. 이런 상황에서 도서관 이용자들로 하여금 도서관이 제공하는 다양한 온·오프라인 프로그램과 서비스에 대해 적극적으로 알리고 참여율을 높이기 위해서는 도서관 이용자들에게 어떻게 다가갈 것인지에 대한 보다 적극적인 고민이 필요하다고 할 수 있다.

이에 본 연구는 포스트 코로나 시대에 대비해 안양시 도서관의 이용자 참여를 활성화하기 위한 방안을 모색해 보고자 한다. 특히, 예산 지출의 유연성과 자율성이 낮은 비영리 공공기관이라는 도서관의 특성과 향후 코로나19와 유사한 재난 위기의 경우에 대비해 비대면 서비스가 필요한 상황 등을 고려해 비교적 적은 예산과 노력으로도 홍보 효과를 높일 수 있는 온라인 미디어에 초점을 맞추어 살펴볼 것이다.

1.2 연구 방법과 내용

본 연구는 안양시 공공도서관의 온라인 미디어 활용 전략을 도출하기 위해, 다음과 같은 방법과 내용으로 진행되었다.

첫째, 일반적으로 도서관 온라인 홍보 및 서비스 제공 등에 주로 이용되는 매체들을 살펴보기 위해 관련 연구 등을 검토하고 도서관 이용자 마케팅에 주로 활용되는 매체 유형들을 정리하였다.

둘째, 코로나19 상황에도 2021년 전국 도서관 운영 평가 우수 도서관으로 선정되어 대통령 및 국무총리 표창을 받은 5개 공공도서관들의 온라인 미디어 활용 사례들을 분석해 도출할 수 있는 주요 시사점들을 정리하였다.

셋째, 안양시 공공도서관 홈페이지를 비롯한 SNS, 모바일 애플리케이션 등의 온라인 매체 운영 현황을 분석하고, 운영 평가가 우수한 타 도서관들의 사례와 비교했을 때 안양시 도서관에서 앞으로 온라인 미디어를 활용해 도서관 서비스를 보다 활성화하기 위한 주요 전략들을 정리해 제시하였다.

2. 이론적 배경

2.1 관련 선행 연구

인류 문명과 함께 문자와 기록매체가 발달하면서 도서관은 지식정보를 보존하고 확산시키는 중요한 기관으로 함께 성장해왔다. 하지만 20세기 후반부터 컴퓨터와 인터넷이 일반 사람들에게 필요한 정보를 검색하고 활용하는 기능으로 널리 이용되기 시작하면서부터 ‘도서관’이라는 기관의 필요성에 의문이 제기되기 시작하였다.

이러한 환경 변화에 따라 1980년대부터 도서관의 제한된 예산을 가지고 체계적인 홍보를 추진하기 위한 전략이나 방법, 실제 적용 사례 등에 대한 연구들이 진행되어 왔다[6-8]. 그럼에도 불구하고 2002년 미국 워싱턴주에서 예산 절감을 위해 워싱턴 주립도서관 폐쇄를 결정했던 사건은, 도서관 분야 실무자나 연구자들에게 도서관의 다양한 서비스가 예산 관리 기관을 비롯해 도서관이 속해 있는 지역 사회의 다양한 이용자들에게 제대로 홍보가 되지 않고 있다는 현실을 일깨워주는 계기가 되었으며[9], 이후 도서관 현장에서 추진할 수 있는 체계적인 마케팅 및 다양한 홍보 기법들에 대한 연구가 본격적으로 진행되어 왔다.

국내의 경우는 2000년대에 들어서면서부터 온오프라인을 망라한 도서관 홍보 전략이나 방법, 현장 적용 사례들에 대한 연구가 이루어지기 시작했고[10-12], 2010년 이후에는 스마트 기기 사용자 증가에 따라 모바일 도서관 서비스가 활성화되면서 다양한 소셜 네트워크 서비스를 활용한 온라인 홍보 방안들에 대한 연구가 진행되었다[13-17]. 최근에는 최신 트렌드를 반영한 소셜 플랫폼 서비스 활용 사례 및 운영 현황 등을 바탕으로 다양한 온라인 매체들을 도서관 마케팅 영역에 접목하는 연구들이 보고되고 있다[18-21]. 한편, 코로나19 시기 국내외 주요 대학도서관들에서 추진된 마케팅 전략 사례들을 종합해 뉴노멀 시대 대학도서관에 필요한 마케팅 전략을 제안한 연구도 수행되었다[22].

이상의 선행 연구들은 대체로 온라인과 오프라인을 아우르는 도서관 홍보 방안에 대해 포괄적으로 제안하거나, 온라인 홍보 매체 중에서도 소셜 네트워크 서비스의 활용 사례나 활성화 방안에 초점을 맞추어 수행되었다는 특징을 보인다. 하지만 본 연구는 포스트 코로나 시대에 대비해 안양시 도서관이 온라인 미디어를 활용해 서비스를 활성화하는데 필요한 전략 도출을 위해, 우수 도서관으로 선정된 곳들의 실제 운영 사례들을 분석해 해당 내용을 바탕으로 전략 방안들을 정리하고 제안한다는 데

있어 기존 연구들과 차이가 있다.

2.2 도서관 홍보 매체의 유형

구글이나 네이버와 같은 검색 포털 서비스를 비롯해 다양한 온라인 정보 제공 서비스들이 출현하고, 일상에서 필요한 정보를 언제 어디서나 스마트폰을 통해 간편하게 검색하고 이용하는 것이 일반화되면서 전통적으로 정보자료를 수집하고 제공하는 도서관의 주요 기능과 가치는 위협받고 있다. 하지만 「도서관법」 제2조에 의하면, 도서관은 지역사회 이용자들에게 정보이용, 독서활동, 문화활동, 평생교육 서비스 등을 제공하는 시설로서 그 역할과 기능이 매우 다양하고 복합적이다. 따라서 도서관은 전통적으로 ‘지식정보를 관리하고 제공하는 기관’이라는 기존의 인식을 개선하고, 다양한 복합 문화 공간이자 지역 커뮤니티 시설로서 이용자들이 요구하는 다양한 서비스들을 효과적으로 지원하기 위해 체계적인 홍보와 마케팅을 추진해야 한다.

문헌정보학용어사전에 따르면, ‘도서관 홍보’란 도서관의 이용률을 높이기 위해 도서관의 이용 방법, 도서관 서비스의 내용 등을 대외적으로 널리 알리는 것이라고 정의되어 있다[23]. 보통 도서관에서 추진하고 있는 홍보의 유형은 매체 유형에 따라 Table 1과 같이 정리해 볼 수 있다.

Table 1. Public Relation Types by Media in Libraries

| Categories | Types |
|------------------------------|---|
| Print Media | Brochures, Pamphlets, Leaflets, Posters, Newsletters, Reports, etc. |
| Audiovisual Media | Various photos, images, and video materials, etc. |
| Press Media | Newspaper, Magazine, TV, Radio, etc. |
| Online Media | Homepage, SNS, Apps, e-mail, etc. |
| Installation | Banner, Bulletin board, Exhibition space, etc. |
| Promotional Materials | Distributions, Library stickers, Badges, etc. |

많은 도서관들은 한정된 홍보 예산의 대부분을 브로셔, 팸플릿, 포스터 등 일반적인 인쇄 홍보물과 현수막, 배너, 게시관 등의 설치 홍보물에 많이 사용한다. 도서관 관련 행사 및 각종 이벤트에 참여하는 이용자들에게 제공할 답례품 등으로 활용하기 위해 다양한 물품들을 제작하기도 한다.

언론매체를 이용한 홍보의 경우 별도의 예산을 책정하기 보다는 보도자료를 작성해 배포하고 홍보하는 방식으로 진행되는 경우가 많다. 또한, 인터넷과 스마트폰이 일

상화 된 이후 일반 사람들의 각종 온라인 서비스 이용이 활성화되면서, 각 도서관들에서는 자관의 홈페이지 게시판이나 팝업 공지, SNS를 활용해 온라인에서의 서비스 홍보도 지속적으로 진행하고 있다. 온라인 매체 역시 언론매체와 마찬가지로 대부분 별도의 예산 배정 없이 도서관 내 담당자가 직접 게시물을 작성해 업로드 하는 방식으로 운영되는 것이 일반적이다. 이 과정에서 담당자들이 직접 만들거나 일부 예산을 들여 제작하는 홍보 이미지나 영상 자료 등의 시청각 매체들이 같이 활용된다.

3. 운영 평가 우수 도서관들의 코로나19 기간 중 온라인 미디어 활용 사례

3.1 우수 도서관들의 온라인 미디어 운영 현황

문화체육관광부는 도서관 운영 우수사례 확산을 통해 도서관 분야의 균형 있는 발전을 도모하고자 2008년부터 매년 전국 도서관 운영 평가를 통해 우수 도서관들에 시상을 해오고 있다. 코로나19로 많은 도서관들이 고전했던 2020년 실적을 중심으로 운영 평가가 진행된 2021년에는 공공·학교·병영·교도소·전문도서관 등 5개 관종에서 2천여 개 관이 평가에 참여했는데, 이 중 공공도서관은 5곳이 대통령 표창과 국무총리 표창을 받았다[24].

2021년 운영평가는 코로나19로 모든 도서관의 대면 서비스가 위축되고, 방역조치 상황의 지역 격차가 커 이 전과는 다른 평가 기준이 적용되었다. 코로나19 이전 공공도서관 평가는 ①도서관 경영(160점), ②인적자원(145점), ③정보자원(220점), ④서비스(245점)의 4개 항목 내 세부 정량지표에 770점, 제3차 도서관발전종합계획에 연계한 자율주제 정성평가에 230점 배점을 부여해 총 1,000점 만점으로 평가하였으나, 2021년에는 대면서비스의 어려움을 감안해 도서관 서비스 245점을 제외한 나머지 정량 지표 525점과 정성평가 230점의 755점 만점으로 평가를 진행하였다. 이러한 기준에 따라 2021년 운영 평가 우수 도서관으로 선정된 공공도서관들은 코로나19 상황에서도 도서관 서비스를 효과적으로 제공하기 위해 디지털 정보서비스를 확대하고, 지역사회 내 다양한 이용자층을 포괄할 수 있는 프로그램들을 개발하는 등 다양한 온라인 플랫폼을 활용해 대면서비스가 어려운 상황을 극복한 운영 사례들로 포상을 받았다. 정부 포상을 받은 5개 공공도서관들의 온라인 미디어의 운영 현황을 정리해보면 Table 2와 같다. Table 1에서 제시된 도서

관의 주요 온라인 매체 유형 중 이메일 서비스는 최근 개인정보 보호에 대한 인식이 확대되면서 개인정보 및 마케팅 활용에 동의한 도서관 회원들에게만 제공되는 경우가 많아, 공개적인 경로로 확인이 가능한 홈페이지, 홈페이지에 링크로 연결되어 있는 SNS, 애플리케이션 현황을 정리하였다.

Table 2. Online media states of best 5 public libraries 2021

| Libraries | Online Media States | |
|--|---------------------|---|
| Eumbyeong-gu Library | Home page | Notice, Library Event Information, Press Release, Newsletter, Publications, Pop-up Notice, etc. |
| | SNS | Blog, Kakao Channel, Youtube |
| | Apps | Libropia |
| Nonhyeon Library | Home page | Notice, Library Event Information, Publications, etc. |
| | SNS | Blog, Instagram, Facebook |
| | Apps | Libropia |
| Seodaemun-gu Lee Jin ah Memorial Library | Home page | Notice, Library Event Information, Publications, etc. |
| | SNS | Kakao Channel, Facebook, Youtube |
| | Apps | Libropia |
| Daegu Metropolitan Bukbu Library | Home page | Notice, Library Event Information, Pop-up Notice, etc. |
| | SNS | Instagram, Facebook, Youtube, Twitter |
| | Apps | Libropia |
| Seoul Metropolitan Office of Education Seodaemun Library | Home page | Notice, Library Event Information, Publications, Pop-up Notice, etc. |
| | SNS | Facebook, Youtube, Twitter |
| | Apps | Libropia |

5개 도서관 모두에서 공통적으로 제공하고 있는 서비스는 리브로피아(Libropia)라는 애플리케이션이다. 리브로피아는 (주)이씨오에서 개발한 모바일 도서관 애플리케이션으로, 스마트폰을 비롯한 각종 모바일 기기에 설치해 도서관 자료관리시스템과 연동된 다양한 서비스를 이용할 수 있다. 코로나19 이후 대면 서비스가 어려워진 도서관들에서 많이 도입하면서 2021년 11월 기준 전국 400여개 공공도서관에서 사용 중이다. 이 앱을 통해 각 도서관의 소장도서 검색은 물론, 신착자료 및 대출베스트 자료 등을 확인할 수 있으며, 대출하고자 하는 도서자료 예약, 대출자료의 반납일 연기, 대출 현황 및 이력 확인, 희망도서 신청, 관심도서 추가 관리 등 도서관 홈페이지를 통해 이용할 수 있는 서비스들을 모바일 기기에서도 동일하게 이용할 수 있다.

3.2 코로나19 시기 도서관별 우수 운영 사례

은평구립도서관은 코로나19로 변화된 도서관 환경에 맞춰 도서관 이용의 편의성을 향상시키고 다양한 연계 서비스를 개발한 공적으로 대통령 표창을 받았다. Table 2에 정리된 바와 같이 은평구립도서관은 홈페이지를 통해 도서관 주요 공지와 문화 행사 및 강좌 정보는 물론, 도서관 보도자료, 도서관 소식지를 비롯한 주요 발간자료를 제공하며, 홈페이지에 연계된 SNS는 네이버 블로그와 카카오채널, 유튜브가 있다.

은평구립도서관은 코로나 19로 임시휴관이 장기화되면서 제한된 도서관 서비스로 불편을 겪는 이용자들을 위해 비대면 도서 대출이 가능한 서비스들을 확대하고 긴급 예산을 투입해 관내 전자자료 총수를 1,976종으로 대폭 확충하였다. 또한 웹과 모바일 환경에서 볼 수 있는 큐레이션 도서 서비스 플랫폼을 구축해 해당 서비스를 통해 전자자료 대출이 가능하도록 연계하였다. 그리고 코로나19 상황에서 도서관이 신규 제공하고 있는 다양한 비대면 서비스들에 대해 이용자와 직관적인 소통을 할 수 있도록 카카오 채널을 활용한 알림 서비스와 챗봇 서비스 운영을 확대하고, 유튜브와 블로그를 활용해 2020년 한 해에만 600여건에 달하는 온라인 홍보 콘텐츠를 제공하였다[25].

논현도서관은 지역 공동체로써 도서관 역할을 강화하기 위해 코로나19 시기에도 비대면 채널을 통한 적극적인 서비스 발굴과 정보 제공, 사서들의 미디어 활용 능력 제고를 위한 교육 강화, 4차 산업혁명 기술 대응을 위한 시설 리모델링 등의 업적으로 국무총리 표창을 받았다. 논현 도서관은 Table 2와 같이 홈페이지를 통해 도서관 주요 공지와 문화 행사 및 강좌 정보, 도서관 주요 발간자료를 제공하며, 홈페이지에 연계된 SNS는 네이버 블로그와 인스타그램, 페이스북이 있다.

논현도서관은 코로나 19로 제한된 대출서비스 확대를 위해 정보 사각지대에 있는 시니어센터와 어린이집 등을 방문해 맞춤형 대출 서비스를 제공하고, 유튜브 라이브 방송 및 온라인 화상 회의 플랫폼을 활용해 다양한 랜선 도서관 서비스를 운영하였다. 유튜브 서비스는 현재 논현도서관 홈페이지에는 연계되어 있지는 않으나 상급 기관에 해당하는 강남구립도서관 메인 홈페이지에 연계되어 있는데, 2020년 12월 기준 동네 인문학 강좌의 유튜브 영상 생중계는 누적 접속수 980회 이상, 비대면 연극 공연 관람 영상은 누적 재생수 790회 이상을 기록하는 성과를 도출하였다. 특히 논현도서관은 비대면 서비스가 증가하면서 각 업무를 담당하는 사서들의 미디어 리터러

시 능력 강화에 필요한 연구 및 교육 활동을 지원하고 그 결과들을 다양한 교육서비스와 홍보 콘텐츠 제작에 활용하였다[25].

서대문구이진아기념도서관은 정보소외계층을 위한 협의체를 구성해 운영하고, 디지털 정보 서비스와 온라인 프로그램을 확대해 이용자 만족도를 높인 공적으로 국무총리 표창을 받았다. 서대문구이진아기념도서관은 Table 2와 같이 홈페이지를 통해 도서관 주요 공지와 문화 행사 및 강좌 정보, 도서관 주요 발간자료를 제공하며, 홈페이지에 연계된 SNS는 카카오톡 채널과 페이스북, 유튜브가 있다.

서대문구이진아기념도서관은 지식정보취약계층 실태 조사 연구결과를 바탕으로 청각장애인을 위한 수어 홍보 영상을 제작해 유튜브 채널 등을 통해 공유하고, 시공간 제약으로 도서관 이용이 어려운 이용자를 위해 전자책, 오디오북, 프리젠테이션 콘텐츠 등의 온라인 서비스를 확대하였다. 아울러 전자자료 이용이 어려운 이용자들을 위해 도서관 홈페이지와 유튜브 채널에 이용 안내 영상을 제공함으로써 관련 문의 시 신속하게 안내할 수 있도록 하였다. 또한 기존에 대면 서비스로 제공되던 다양한 프로그램들 중 이용자 요구가 많은 강연·강좌, 도서관 축제 등을 온라인 미디어를 활용해 빠르게 비대면으로 제공함으로써 유튜브에 업로드 된 주요 온라인 강의 콘텐츠들의 조회수가 2020년 11월 기준 평균 500회 이상을 상회하는 성과를 얻기도 했다[25].

대구광역시립북부도서관은 다문화·저소득층·장애인·어르신 등 다양한 소외계층을 위한 아웃리치 서비스 발굴, 워킹스루 예약대출 서비스, 비대면 온라인 독서 문화 프로그램 운영, 참여형 북큐레이션 서비스 등의 성과로 국무총리 표창을 받았다. 대구광역시립북부도서관은 Table 2에 정리된 바와 같이 홈페이지를 통해 도서관 주요 공지와 문화행사 및 강좌 정보를 제공하며, 다른 도서관에 비해 팝업공지를 많이 활용한다는 특징을 보인다. 홈페이지에 연계된 SNS는 인스타그램, 페이스북, 유튜브, 트위터가 있다.

대구광역시립북부도서관은 KT 후원을 받아 코로나19로 학교 교육 공백이 길어지던 시기에 예비교사들이 주 1-2회 회당 30분 내외로 1:1 비대면 온라인 학습을 지원하는 서비스를 제공하였고, 홈페이지를 통해 예약대출을 신청해 워킹스루 방식으로 대출을 제공하는 서비스도 운영하였다. 그리고 온라인 미디어를 활용해 다양한 독서 문화 프로그램들을 이벤트 형식으로 참여할 수 있게끔 기획해 운영함으로써, 비대면으로 프로그램을 접하는 이

용자들의 참여율을 높이는 다양한 방법들을 고안하였다 [25].

Table 3. Main services by online media of 5 best public libraries 2021

| Libraries | Main services by online media | |
|--|-------------------------------|--|
| Eunpyeong-gu Library | Home page | <ul style="list-style-type: none"> •Building of book curation service platform •e-books loan service |
| | SNS | <ul style="list-style-type: none"> •KakaoTalk notification service •Chatbot service •Provision of PR content using Youtube & Blog |
| | Apps | •Expansion of e-books |
| Nonhyeon Library | Home page | <ul style="list-style-type: none"> •Podcast & book curation service •e-books loan service |
| | SNS | <ul style="list-style-type: none"> •Providing various videos related to library programs using Youtube •Developing various library programs using Youtube live |
| | Apps | •Expansion of e-books |
| Seodaemun-gu Lee Jin ah Memorial Library | Home page | <ul style="list-style-type: none"> •e-books, Audio books service •PPT content service |
| | SNS | •Providing various videos related to library programs, PR content using Youtube |
| | Apps | •Expansion of e-books |
| Daego Metropolitan Bukbu Library | Home page | <ul style="list-style-type: none"> •Walking-through book-loan service •e-books loan service |
| | SNS | •Various online events related to library programs |
| | Apps | •Expansion of e-books |
| Seodaemun Public Library | Home page | •Book delivery service |
| | SNS | <ul style="list-style-type: none"> •Book curation service using Youtube •Various online events related to library programs |
| | Apps | •Expansion of e-books |

서울특별시교육청서대문도서관은 코로나19로 중단된 대면 서비스를 디지털 플랫폼을 활용해 비대면 서비스로 전환하고, 사회적 취약계층을 위한 비대면 서비스 개발과 함께 도서관의 주변 환경을 개선함으로써 코로나19 일상 속에서 자연 속 독서환경을 누릴 수 있는 성과를 인정 받아 2021년 국무총리 표창을 받았다. Table 2에 정리된 바와 같이 서울특별시교육청서대문도서관은 홈페이지를 통해 각종 도서관 공지와 행사 및 강좌 정보, 도서관 발간자료를 제공하며, 주요 사항에 대해서는 팝업 공지도 활용하고 있다. 홈페이지에 연계된 SNS는 페이스북, 유튜브, 트위터가 있다.

서울특별시교육청서대문도서관은 홈페이지를 통한 안심대출 및 택배 대출 서비스, 유튜브를 활용한 북큐레이

션 및 독서 이벤트·전시회 개최, 온라인 화상회의 도구를 이용한 독서회 및 강좌 운영을 지속하여 코로나19 이전에 제공되던 다양한 서비스들이 최대한 불편함 없이 이용자들에게 계속 이어질 수 있도록 노력하였다. 그 결과 주요 비대면 서비스의 이용자 만족도 조사에서 96% 이상 이용자들이 만족한다고 하였고, 2020년 기준 유튜브 구독자 수는 전년 대비 545%, 조회수는 747% 증가하는 성과를 거두었다. 또한 코로나19 이후를 대비하기 위해 도서관 주변 환경 개선 작업을 통해 북카페형 숲속 도서관 공간을 구축하고, 노후화된 도서관 내 주요 시설들도 리모델링 하였으며 온라인 미디어를 통해 시설 개선에 대한 홍보 이벤트를 추진하였다. 정보 취약계층별 특성 분석을 통해 맞춤형 비대면 서비스를 개발함으로써 코로나19 장기화로 사회적 고립이 길어진 취약계층들에게 정서적 위로와 함께 공백 없는 서비스를 제공하였다 [25].

이상의 우수 도서관들에서 각 온라인 미디어를 활용해 제공된 주요 서비스 사례들을 정리하면 Table 3과 같다.

3.3 우수 사례 분석을 통한 시사점 도출

코로나19 시기에 추진된 우수 운영 성과로 정부 포상을 받은 5곳의 공공도서관이 온라인 미디어를 활용해 성과를 거둔 주요 운영 사례들의 주요 시사점을 정리해 보면 다음과 같다.

첫째, 이용자 요구사항이나 이용 패턴 등을 객관적 데이터를 토대로 파악해 프로그램 기획에 반영하는 노력이 다. 코로나19로 이용자들이 도서관에 직접 오지 못하는 상황이 길어지면서, 국내외 많은 도서관들은 도서관 내 시설 정비와 함께 대면으로 진행하지 못하는 다양한 프로그램들을 온라인 화상회의 플랫폼 등을 활용해 비대면 형태로 제공하였다. 앞서 검토한 우수 도서관들 역시 비대면 이용이 가능한 전자자료를 확충하고 다양한 주제의 온라인 강연, 전시회, 이용자 특성에 따른 맞춤형 북큐레이션 서비스, 도서관 행사 등과 같은 프로그램들을 기획했는데, 기획 전 온라인 설문을 활용해 이용자 의견 수렴 과정을 거치거나 빅데이터 분석 도구를 이용해 자료 이용 패턴 등을 분석한 기초데이터들을 바탕으로 기획을 진행했다는 공통점이 있었다.

둘째, 코로나19로 도서관의 모든 이용자들의 서비스가 제한되었지만, 그 중에서도 일반 이용자에 비해 정보 접근성이 확연히 떨어지는 정보소외계층에 대해 도서관이 좀 더 적극적으로 관련 서비스를 발굴하고 제공했다는 점이다. 5곳 도서관 모두 비대면 서비스 대상 범위에

장애인, 저소득층, 다문화가족, 노령층 등 서비스 사각지대에 놓인 이용자들을 포함시켜 코로나19에 따른 심리적 안정과 함께 맞춤형 정보서비스가 제공될 수 있도록 하였다.

셋째, 도서관의 각종 프로그램 정보를 비롯해 코로나19 상황에 따라 계속 변화되는 서비스 방식에 대한 주요 공지들을 빠르게 제공하기 위해 SNS를 적극적으로 활용했다는 점이다. 우수 도서관 5곳에서 운영하는 SNS는 평균 3종류로 도서관에 따라 자주 업데이트 하는 서비스는 차이가 있었지만 5곳에서 운영하는 전체 SNS에 업로드된 콘텐츠 수를 코로나19 이전과 이후로 비교 집계해 본 결과 2019년 1,684건에서 2020년 1,999건으로 약 18.7% 증가한 것으로 나타났다. 코로나19 이후 콘텐츠 증가 비율이 높아진 서비스는 인스타그램(220%), 유튜브(136.3%), 카카오톡 채널(86.6%), 페이스북(24.4%) 순이었고, 블로그와 트위터는 오히려 콘텐츠 업로드 수가 각각 -5.3%, -32%로 감소한 것으로 파악되었다. 서대문구이진야도서관이 속한 서대문구립도서관은 코로나19 이전에는 SNS를 운영하지 않았으나, 2020년부터 카카오톡 채널과 페이스북, 유튜브 채널을 신규 개설해 적극 활용하였다.

넷째, 비대면 서비스 개발에 있어 단순히 일방적인 강의, 강연 형식에만 그치지 않고 이용자들 참여를 확대하기 위한 참여형 서비스와 온라인 이벤트 프로그램 기획이 증가했다. 이용자들이 직접 참여하는 온라인 낭독회, 온라인 독서 퀴즈, 책 속의 글귀를 직접 적어 공유하는 프로그램 형태 외에도 체험형 강좌를 온라인으로 진행할 수 있도록 필요한 재료들을 우편으로 발송하거나 비대면으로 수령해 집에서 강의를 들으며 체험을 할 수 있는 프로그램 등 비대면 서비스의 형태와 주제가 다양해졌다. 이용자가 참여한 낭독 영상이나 체험 결과물은 온라인 전시회나 유튜브 영상 등의 또 다른 콘텐츠로 가공해 서비스 하는 경우도 늘어났다. 코로나19로 집에 머무는 시간이 길어진 이용자들을 위해 연령대별 추천 도서정보를 제공하는 콘텐츠도 늘었는데, 카드뉴스나 영상 콘텐츠로 제공하는 경우가 많았지만, 사서나 전문가들이 팟캐스트로 도서를 추천해주는 서비스도 증가했다.

마지막으로, 5곳의 모든 도서관에 해당하는 사항은 아니지만 논현도서관에서 사서들의 역량 강화를 위해 교육과 연구활동을 지원했다는 점도 주목해야 할 것이다. 도서관에서 이용자들에게 다양한 서비스를 기획해 제공하는 주체는 결국 사서들이므로, 사서들이 다양한 온라인 매체들에 얼마나 빨리 적응할 수 있고 해당 매체를 활용

한 서비스 기획과 제공에 필요한 직무 능력이 어느 정도 되느냐에 따라 도서관 이용자들의 만족도에 영향을 줄 수 있기 때문이다.

4. 안양시 공공도서관의 온라인 미디어 운영 현황

2022년 3월 현재 안양시 공공도서관에서 운영하고 있는 온라인 미디어의 종류는 도서관 홈페이지, 홈페이지 링크되어 있는 카카오톡 채널, 인스타그램, 트위터, 유튜브 채널, 그리고 스마트폰 앱이 있다.

4.1 도서관 홈페이지

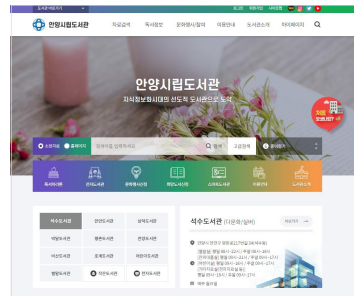


Fig. 1. Main homepage of Anyang municipal libraries

안양시 공공도서관 홈페이지는 안양시에서 운영하고 있는 10개 공공도서관과 72개 작은도서관을 안내하는 통합 홈페이지가 있으며(Fig 1), 통합 페이지 내에서 도서관 소개 메뉴 및 바로가기 메뉴를 통해 10개 공공도서관의 개별 홈페이지 및 작은도서관 홈페이지로 이동할 수 있도록 구성되어 있다[26]. 통합 홈페이지와 각 도서관의 개별 홈페이지의 전체 화면 구성과 디자인은 통일성을 유지하고 있으며, 개별 도서관 홈페이지의 경우 각 도서관별 지정 색상과 사이트의 제목으로 구분이 가능하다.

안양시 공공도서관의 통합 및 개별 홈페이지에서는 Fig.2와 같이 로그인 메뉴 좌측에 카드뉴스 형태의 이미지를 번갈아 보여주는 홍보 배너 형태의 메뉴와 함께 도서관 공지사항 게시글을 보여주는 메뉴를 배치해 주요 사항에 대해 홍보하며 관심있는 내용은 클릭해 바로 접근할 수 있도록 구성하고 있다. 카드뉴스로 제공되는 배너형 메뉴는 통합 및 개별 도서관 홈페이지 모두에서 동일한 내용이 제공되고 있으며, 공지사항 게시글은 통합 홈페이지는 전체 도서관에 대한 공지를 머리글로 구분해

볼 수 있도록 하고 개별 도서관은 해당 도서관에 대한 사항만 노출된다.

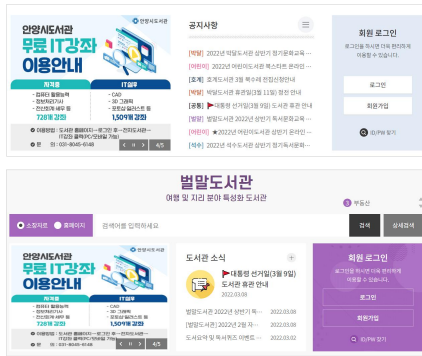


Fig. 2. Notice menus of integrated homepage(upper) & notice menus of individual homepage(lower)

카드뉴스 및 공지사항 메뉴 하단에는 도서관 문화행사를 안내하는 메뉴가 위치해 있는데, 통합 홈페이지에는 10개 도서관 전체행사를 안내하는 메뉴가, 개별 홈페이지에서는 해당 도서관에서만 운영하는 행사를 볼 수 있도록 서비스하고 있다. 통합 홈페이지의 경우 10개 전체 도서관 외에도 원하는 도서관을 필터링해 특정 도서관의 문화행사 정보만 볼 수 있는 기능을 제공한다. 이외에 홈페이지 제목 상단에 위치한 세부 메뉴는 어떤 내용을 클릭하느냐에 따라 '자료검색', '독서정보', '문화행사/참여', '이용안내', '도서관 소개', '마이페이지' 등 필요한 내용들에 접근할 수 있다.

안양시 공공도서관은 도서관에서 발간한 자료들을 공유하는 자료실이나 언론보도 내용 공유를 위한 보도자료 게시판 등은 운영하고 있지 않다. 안양시 공공도서관에서 작성한 보도자료의 경우, 도서관 홈페이지가 아닌 상급 부서인 안양시청 홈페이지 내 보도자료 메뉴를 통해 안양시 내 다른 부서들의 보도자료와 함께 통합적으로 제공된다[27]. 따라서 안양시 공공도서관과 관계된 보도 자료를 확인하기 위해서는 안양시청 홈페이지의 통합 보도자료 게시판에서 제공되는 검색 기능을 활용한 별도 검색의 과정이 필요하다.

4.2 소셜 네트워크 서비스

4.2.1 카카오톡 채널

안양시 도서관 카카오톡 채널은 2019년 11월부터 서비스를 시작하였으며, 2022년 3월 현재 기준, 17,125명의 친구가 추가되어 있고 160여개의 도서관 소식이 업테

이트 되어 있다[28]. 2021년 1월부터 12월까지 매월 게시된 내용을 기준으로 월 평균 7.25건의 소식이 업로드 되었다. 카카오톡 채널을 통해 제공되는 정보들은 주로 사서 추천도서 안내, 도서관 행사 및 강의 정보 안내, 독서퀴즈 이벤트, 도서관 운영 관련 안내 등으로, 안양시 내 10개 도서관에 공통적으로 적용되고 있는 소식들이 많다.

카카오톡 채널에서는 도서관 관련 정보 제공 외에도 챗봇 서비스가 지원되며, 도서관 채널을 추가한 사용자들에게는 도서관 이용(휴관일 안내 등), 도서정보(반납예정일, 연체정보, 예약도서 도착 등), 문화행사, 자원봉사 관련 정보 등의 알람톡 서비스가 발송된다. 따라서 안양시 도서관에 관심이 있는 이용자들은 실시간으로 관련 소식을 받아볼 수 있다는 장점이 있다.

4.2.2 인스타그램

안양시 도서관 인스타그램은 2019년 5월부터 운영되기 시작하였으며, 2022년 3월 현재 기준, 1,435여명의 팔로워를 보유하고 있고 800여개의 도서관 소식이 업데이트 되어 있다[29]. 2021년 1월부터 12월까지 매월 게시된 내용을 기준으로 월 평균 35.92건의 소식이 업데이트 되었다. 인스타그램에 올라오는 정보들은 안양시 내 10개 도서관에서 각각 제공되고 있는 개별 도서관들의 서비스와 독서문화 프로그램 안내, 각종 도서관 전시 행사 등이며, 카카오톡 채널에 공지되는 내용과 중복되는 콘텐츠는 사서추천도서, 이용 안내 등 안양시 전체 공공도서관에 공통적으로 적용되는 사항에 대한 정보들이다.

4.2.3 트위터

안양시 도서관 트위터는 2011년 3월부터 운영되어, 현재 제공되고 있는 소셜 네트워크 서비스 중 가장 운영기간이 오래된 서비스이다. 2022년 3월 현재 기준, 880명이 팔로우 중이고, 1,200여개의 도서관 소식이 업데이트 되어 있다[30]. 카카오톡 채널이나 인스타그램에 비해 도서관의 최근 소식 업데이트가 활발히 이루어지지 않고 있다. 2021년 1월부터 12월까지 트윗된 게시글은 총 5건으로, 월 평균 0.42회 업데이트 된 것으로 파악되었다. 2021년 한 해 올라온 5건 트윗의 주요 주제는 독서문화 교육 행사 및 프로그램과 소개이며, 이 중 1건의 트윗은 전자책 애플리케이션 이용 방법에 대한 유튜브 소개 영상에 대한 내용이다.

4.2.4 유튜브

안양시 도서관 유튜브 채널은 2020년 6월부터 활동을 시작하였으나, 2021년 하반기까지는 도서관 홈페이지에 공식적으로 게시해 두지 않고 운영해왔다. 하지만 2022년 3월 현재 시점에는 홈페이지에 링크해 공식 운영 채널로 홍보되고 있으며, 채널 구독자는 142명이고 유튜브 채널 내 콘텐츠는 56건 업로드 되어 있다[31]. 각 영상 콘텐츠별 조회수는 적게는 15회부터 많게는 1,653회까지 분포되어 채널 내 전체 영상 콘텐츠는 6,780회 이상 조회된 것으로 나타났다.

안양시 도서관의 유튜브 채널에 업로드된 대부분의 콘텐츠들은 도서관 내 관련 행사나 공모전, 동아리 활동 등을 통해 제작된 것들이고, 도서관에서 직접 제작한 콘텐츠는 ‘안양시 스마트도서관 활용법’이나 ‘안양시립전자도서관 애플리케이션 이용법’ 등이다.

4.3 모바일 애플리케이션

안양시 도서관에서 관리하고 있는 모바일 애플리케이션은 2가지로, 안양시 도서관리시스템과 연동해 운영되는 ‘리브로피아’와 도서관에서 서비스하는 전자책을 검색해 이용할 수 있는 ‘안양시립전자도서관’으로 나누어 볼 수 있다.

리브로피아 앱을 이용하고 있는 다른 공공도서관들의 경우 리브로피아 앱 내에서 해당 도서관에서 제공하고 있는 전자책을 연계해 이용할 수 있도록 하고 있다. 하지만 이 경우 도서관에서 제공하는 전자책 업체에 따라 별도의 뷰어를 개별 설치해야 하는 번거로움이 있어, 안양시 도서관에서는 예스24, 알라딘, 영풍문고, 북토피아, 교보문고 등 다양한 전자책 업체에서 제공하는 콘텐츠에 대해 통합 뷰어로 한 곳에서 이용할 수 있도록 별도의 안양시립전자도서관 애플리케이션을 서비스하고 있다.

안양시립전자도서관 앱은 안양시 도서관 정회원이면 이용 가능하지만, 앱 설치 후 PC 환경에서 최초 1회 이용을 한 이후부터 모바일 기기에서 이용할 수 있다. 안양시립전자도서관 앱을 통해서 예약도서 권수를 포함해 최대 5권의 전자책을 대출할 수 있으며, 대출일로부터 7일 후 자동반납처리가 되고, 대출 도서의 예약자가 없다면 1회에 한해 7일간 대출 연장이 가능하다. 예약한 도서는 자동 대출이 되는데, 이 경우 리브로피아 앱을 통해 대출에 대한 알림을 받게 된다.

5. 안양시 도서관의 온라인 미디어 활용 전략 제안

최근 안양시 도서관에서 중장기 계획 수립을 위해 426명의 도서관 이용자들을 대상으로 수행한 설문조사 결과를 살펴보면, 도서관 서비스에 대한 안내를 주로 접하는 매체에 대해 절반 이상의 응답자가 ① ‘도서관 홈페이지(211명, 51%)’라고 답했고, 이어 ② ‘도서관 직접 방문(85명, 20%)’, ③ ‘현수막, 포스터(44명, 11%)’, ④ ‘카카오톡(42명, 10%)’, ⑤ ‘기타(19명, 5%)’, ⑥ ‘인스타그램(16명, 4%)’의 순으로 응답한 것으로 나타났다. ‘기타’의 주관식 의견으로는 ‘네이버-구글과 같은 검색 포털을 통한 검색’, ‘안양시에서 제공하는 소식지’, ‘지인을 통한 소문’ 등으로 정보를 알게 된다고 답했다[32].

설문조사 응답 내용 중 31%를 차지하는 ‘도서관 직접 방문’이나 ‘현수막, 포스터’의 경우는 오프라인으로 제공되는 홍보 매체로 볼 수 있다. 이에 반해 나머지 69%에 해당하는 응답의 대부분은 온라인 홍보와 관련된 매체이고, 이 중 절반 이상의 응답자가 도서관 정보를 접하는 주요 매체로 ‘도서관 홈페이지’를 꼽은 만큼 안양시 도서관은 도서관 홈페이지를 비롯한 주요 서비스별 특징을 잘 파악해 효과적인 온라인 미디어 활용 전략을 수립할 필요가 있다.

5.1 홈페이지 활용성 증대 방안 제안

도서관 홈페이지는 이용자들이 도서 검색과 대출반납 서비스, 희망도서 신청, 문화행사 정보 확인과 신청, 그 외 도서관 정보 확인 등을 위해 찾는 온라인 매체이다. 앞서 운영 현황에서도 제시된 바와 같이 안양시도서관에서도 홈페이지를 통해 도서관 운영에 대한 각종 공지사항과 문화행사 정보를 비롯해 안양시도서관에서 많이 대출되는 도서 및 추천도서에 대한 정보도 제공하고 있다.

우수 사례로 제시한 5곳의 도서관들의 홈페이지 운영 현황과 비교해 봤을 때, 안양시도서관 홈페이지는 도서관에서 발간한 자료들을 볼 수 있는 메뉴가 없다는 점 외에는 특별히 제공되는 메뉴에서 부족한 부분은 없는 것으로 보인다. 오히려 홈페이지에 방문한 이용자들에게 도서관에 필요한 의견을 수렴할 수 있는 설문조사 메뉴가 있고, 해당 메뉴에서 진행된 설문결과를 확인할 수 있다는 점은 다른 도서관들에 비해 부각되는 부분이다. 하지만, 기존에 홈페이지에서 진행된 23건의 설문조사들

중 대부분은 정기간행물 구독에 대한 것(19건) 뿐이고, 도서관에서 제공된 강좌 등에 대한 설문조사(3건)는 일부에 불과하다.

앞서 정리한 5곳 도서관들이 운영평가에서 우수 사례로 꼽힐 수 있었던 가장 주요한 시사점은 객관적인 조사 데이터들을 바탕으로 일반 이용자는 물론 정보 사각지대에 놓인 이용자들까지 필요한 서비스를 기획해서 제공했다는 점이다. 공공도서관은 영유아부터 노령층까지 전 생애주기의 다양한 이용자들에게 서비스를 제공하기 때문에 그 중에서도 도서관이 서비스하는 지역의 이용자 특성과 요구사항을 제대로 파악해야 한정된 예산으로 도서관 프로그램의 효과성을 높일 수 있다. 따라서 안양시 도서관은 홈페이지에서 제공되는 설문조사 기능을 통해 도서관의 문화프로그램의 기획력을 높일 수 있는 데이터 수집에 보다 적극적으로 활용할 필요가 있었다.

한편, 우수 사례 도서관들 중 은평구립도서관의 '스쿨북스', 논현도서관의 '논현팟캐스트'와 같이 다른 도서관과 비교해 해당 도서관에서만 특별히 제공하고 있는 서비스에 대한 메뉴를 메인 화면의 눈에 띄는 곳에 배치해 이용을 유도한 사례도 안양시 도서관에서 참고할 수 있을 것으로 생각된다. 현재 도서관 홈페이지와 공식적으로 연계되어 있지는 않지만, 안양시 도서관에서도 코로나19가 유행하던 2020년 8월부터 '사서보세요'라는 유튜브 채널을 별도 개설해 안양시 사서들이 직접 독서 정보와 도서관 이용 정보를 제공하는 영상을 업로드하고 있다. 2022년 3월 기준 도서관 공식 유튜브 채널에 비해 구독자수도 745명으로 많고 업로드 된 14개 영상들 중 일부 영상은 조회수가 8천 건에 이를 정도로 조회수도 높지만, 첫 업로드 이후 업데이트가 불규칙하고 유튜브 채널에서는 안양시 도서관의 사서들이 운영하고 있다는 정보를 제대로 확인할 수 없다. 이처럼 이용자들에게 호응을 얻고 있는 서비스들은 홈페이지와 연계해 접근성을 높이고 정기적인 서비스로 활성화시키는 것도 바람직할 것이다.

5.2 안양시 도서관 SNS의 운영 효율화 제안

안양시 도서관에서 공식적으로 운영하고 있는 소셜 네트워크 서비스는 카카오톡 채널, 인스타그램, 트위터, 유튜브로 지난 2021년 한 해 동안 업로드 된 전체 콘텐츠 수, 월별 업데이트 주기, 최신 업데이트 날짜, 팔로워(구독자) 숫자 등을 종합해 파악했을 때, 2022년 3월 현재 가장 활성화된 서비스는 카카오톡 채널과 인스타그램이다. 2019년부터 서비스를 시작한 카카오톡 채널과 인스

타그램에 비해 가장 오래 전부터 서비스를 시작한 트위터는 업데이트 주기도 늦고 사실상 신규 콘텐츠 업로드가 거의 이루어지고 있지 않다. 한편, 가장 최근 개설해 운영하고 있는 공식 유튜브 채널의 경우는 도서관 홍보에 필요한 자체적인 킬러 콘텐츠(Killer Contents)가 부족하고, 업데이트도 활발하지 않다. 오히려 앞서 언급한 또 다른 유튜브 채널의 이용률이 높고 구독자 수도 더 많았다.

앞서 정리한 5곳의 도서관들의 SNS 운영 사례를 보면, 코로나19 이후 상황에 따라 지속적으로 변화하는 도서관의 운영 현황과 각종 프로그램 제공에 대한 주요 정보들이 SNS를 통해 빠르게 전달되었다. 여러 SNS 중에서도 ① 인스타그램, ② 유튜브, ③ 카카오톡 채널, ④ 페이스북 순서로 업데이트가 활발했고, 블로그 및 트위터는 오히려 활용도가 낮아진 것으로 나타났다. 이러한 결과가 나타난 이유는 SNS 이전에 발전했던 다른 미디어들과 마찬가지로 SNS 역시 시대나 지역-문화적 특성, 주 사용자층에 따라 그 유행이 계속 바뀌기 때문에[33, 34] 최근 사용자 유입이 더 활발한 SNS에 좀 더 집중해 서비스가 이루어진 것으로 보인다.

안양시 도서관에서 최근 카카오톡 채널과 인스타그램 업데이트에 집중한 것 역시 이러한 경향과 무관하지 않을 것이다. 우수 운영 평가를 받은 도서관들 역시 예산이나 인력이 한정되어 있기에 효율적으로 운영할 수 있는 서비스에 집중했다. 하지만 안양시 도서관과 다소 차이점이 있다면, 대체로 활발히 업로드 한 SNS들에는 같은 정보가 같은 시기에 제공되어 이용자들이 어떤 SNS를 이용하더라도 비슷한 수준의 정보를 인지할 수 있도록 관리했다는 점이다. 유튜브와 같이 제공되는 콘텐츠 형태가 다른 경우에는 업로드 시기와 내용에 차이가 있었지만, 카카오톡 채널이나 인스타그램, 페이스북과 같이 이미지와 텍스트로 내용을 전달하는 SNS에는 동일한 정보가 같은 시기에 업로드 되도록 관리하였다. 따라서 안양시 도서관도 최근 적극적으로 서비스 중인 카카오톡 채널과 인스타그램에는 가급적 같은 수준의 정보가 같은 시기에 제공될 수 있도록 함이 바람직하다.

한편, 한정된 예산과 인력으로도 효율적인 운영이 가능한 서비스가 무엇인지를 먼저 판단해 과감히 정리할 필요도 있다. 그 동안 운영해왔던 각 서비스별 이용 통계 데이터를 기반으로 조회수, 유입률 등을 고려해 효과적으로 서비스할 수 있는 범위로 축소하는 작업도 필요하다. 서비스에 접근할 수 있는 링크는 제공하면서 콘텐츠가 업데이트되지 않는다면 오히려 이용자에게 부정적인

인상을 줄 수 있기에 장기적으로 도서관 홍보에는 도움이 되지 못한다.

최근 활용도가 높아진 유튜브의 경우 다른 SNS에 비해 콘텐츠 기획과 제작에 시간이 많이 소요되기 때문에 도서관에서 운영하는 다양한 프로그램들을 연계해 제작할 수 있는 방안에 대해서도 고민이 필요하다. 현재, 안양시 도서관의 유튜브 채널에 업로드 되어 있는 기존 영상들도 도서관에서 운영된 프로그램이나 동아리 활동에서 만들어진 내용들이 많기는 하지만 그 외에도 도서관에서 꾸준히 제공되는 추천 도서 서비스나 각종 강연들에 대한 내용도 연계해 제작할 수 있다. 실시간으로 운영되는 프로그램들은 운영 방식에 따라 온라인 화상회의 프로그램 대신 유튜브 라이브 방송으로 운영해 해당 내용을 그대로 서비스하는 것도 가능하다. 또한 별도 채널로 운영 중인 '사서보세요' 콘텐츠를 도서관 공식 유튜브와 연계 활용하는 방법도 고려할 필요가 있다.

또한 안양시 도서관도 독서퀴즈 등의 이벤트 프로그램을 일부 운영하고는 있으나, 적은 예산을 들여도 비교적 홍보 효과가 높은 다양한 온라인 이벤트 기획을 늘이는 것이 필요하다. 참여해 본 도서관 프로그램에 대한 소감을 작성하도록 하거나 특정 콘텐츠에 댓글을 유도하거나 하는 등의 SNS 활용 홍보는 단순히 도서관에 대한 인지도를 높이는 효과 외에도 직접적으로 해당 서비스 콘텐츠와 관련한 댓글 수, 콘텐츠 공유 횟수, 좋아요 횟수 등을 증가시킴으로써 장기적으로 해당 서비스 플랫폼의 구독자 수를 증가시키고 관련된 도서관 서비스들을 알리는 데에도 도움이 되기 때문이다.

도서관 사서들이 다양한 SNS 기능을 활용하고 서비스 기획력을 높이는 데 필요한 교육도 제공해야 한다. 안양시 도서관 운영 현황에 대한 현장 사서 의견을 수렴한 최근 연구에 따르면[35], 응답자 과반 이상이 앞으로 안양시 도서관 사서로써 필요한 직무능력으로 최신 기술 변화와 트렌드를 빠르게 이해하고 업무에 접목할 수 있는 역량을 꼽은 것으로 나타났다. 또한 포스트 코로나 시대에 대비해 다양한 비대면 서비스와 관련 콘텐츠 기획이 요구되며, 우수 도서관 사례를 벤치마킹할 수 있는 연수 활동도 필요하다는 의견도 제시되었다. 따라서 논현도서관의 사례를 참고해 안양시 도서관 사서들의 직무 능력을 높일 수 있는 교육 및 연구 활동을 지원하고 그 결과물을 서비스 콘텐츠로 환류할 수 있도록 하는 방안이 필요하다.

5.3 안양시 도서관 모바일 애플리케이션의 오류 개선

안양시 도서관에서 운영하고 있는 애플리케이션은 도서관리시스템과 연동된 메뉴를 사용할 수 있는 '리브로피아'와 안양시 도서관에서 제공하는 전자책을 검색하고 이용할 수 있는 '안양시립전자도서관' 2종이다. 이 두 앱은 각각의 운영 목적과 기능이 다소 차이가 있기 때문에 안양시 도서관 이용자가 전자책을 이용하지 않고 안양시 도서관에 소장하는 실물 자료만 이용하고자 하는 경우에는 '리브로피아'만, '전자책'만 이용하는 이용자들은 '안양시립전자도서관'만 설치해도 무방하다. 실물 도서와 전자책을 모두 대출하는 이용자들은 두 가지 앱을 모두 설치하는 것이 편리하다.

'리브로피아'의 경우는 국내 많은 도서관들에서 공통적으로 활용하고 있는 애플리케이션이기 때문에 모든 도서관에서 제공되는 기능이 동일하게 제공된다. '안양시립전자도서관'의 경우에는 안양시 도서관에서 제공되는 여러 곳의 전자책 서비스를 하나의 애플리케이션에서 검색하고 이용할 수 있도록 별도 제작해 서비스하고 있는 애플리케이션으로, '리브로피아' 앱을 통해 확인되는 이용자별 도서 대출·납반 현황에 '안양시립전자도서관'을 통해 이용하는 전자책 현황도 같이 연동된다.

이 두 앱은 각각의 목적에 맞게 개발·운영하고 있는 것이지만, 가장 큰 문제는 각 애플리케이션에서 발생하는 각종 기능 오류에 대한 문의나 인터페이스 개선 등에 대한 이용자 의견이 신속하게 반영·개선되지 않고 있다는 것이다. 특히, '안양시립전자도서관' 앱의 경우, 2022년 3월 현재 기준 구글 플레이 스토어에서는 51건의 평점이 5점 만점에 2.1점, 앱스토어에서는 51건의 평점이 5점 만점에 1.2점으로 대다수 평가의견이 설치 및 접속 오류, 대출 자료가 열리지 않는 문제 등을 지적하고 있다. 전국 도서관에서 공통으로 사용하는 '리브로피아' 앱의 경우는 '안양시립전자도서관'보다 평점이 다소 높지만, 앱 설치 후 실행이 안 되는 문제나 불편한 UI, 앱 로딩 속도 지연 등에 대한 이용자들의 개선 요구에 대한 업데이트가 신속히 이루어지지 않고 있어 만족도는 두 가지 앱 모두 낮다고 볼 수 없다.

코로나19 이후 도서관 비대면 서비스를 활용하는 이용자들이 증가하면서 모바일 앱 사용량도 증가하고 있다. 하지만 앱 사용이 원활하지 않고 지속적인 오류로 불편이 계속된다면 장기적으로 도서관 서비스에 대한 부정적 인식이 확산될 수 있다. 따라서 안양시 도서관은 스마트폰을 통해 제공되는 서비스 이용에 불편함이 없도록

애플리케이션 관리 및 유지보수에 대한 충분한 예산을 확보하고 지속적인 이용자 개선 요구사항들을 분석해 신속한 기능 보완을 할 필요가 있겠다.

5. 결론 및 제언

본 연구는 포스트 코로나 시대에 대비해 안양시 공공 도서관이 온라인 미디어를 활용해 다양한 서비스들을 이용자들에게 효과적으로 알리기 위한 방안을 제시해 보고자 하는 목적으로 수행되었다. 이러한 연구 목적 달성을 위해 코로나19 시기 운영 성과로 전국 도서관 운영 평가에서 정부 포상을 받은 우수 도서관 5곳의 운영 사례를 분석해 주요 시사점들을 정리하였다. 그리고 안양시 도서관의 온라인 미디어 운영 현황 분석과 함께 우수 사례에서 도출한 내용을 바탕으로 포스트 코로나 시대에 도서관 운영 서비스를 활성화 하는 데 있어 온라인 미디어를 보다 효과적으로 활용할 수 있는 전략들을 제시하였다.

본 연구를 통해 도출된 주요 내용들은 다음과 같다.

첫째, 우수 사례 도서관들과 비교했을 때 안양시 도서관은 홈페이지의 설문조사 기능을 보다 적극적으로 활용해 도서관 문화 프로그램의 기획력과 효용성을 높일 수 있는 이용자 데이터 수집을 해야 한다. 또한 안양시 도서관이 다른 도서관들에 비해 차별화해 제공하고 있는 서비스를 홈페이지 메인 화면에서 확인할 수 있도록 배치해 활용성을 높일 필요가 있다.

둘째, 한정된 예산과 인력으로 SNS를 효율적으로 운영하기 위해 지속적으로 운영 가능한 서비스들에 집중하되, 도서관 이용자들이 어떤 SNS를 이용하더라도 비슷한 수준의 정보를 인지할 수 있도록 제공 콘텐츠 형태가 상이한 유튜브를 제외한 SNS들에 업데이트되는 콘텐츠들은 가급적 같은 수준의 정보가 같은 시기에 제공될 수 있도록 관리해야 한다.

셋째, 콘텐츠 기획과 제작에 다소 시간이 걸리는 유튜브의 경우 신규 콘텐츠 제작에 있어 도서관에서 제공하는 다양한 프로그램의 운영과 연계된 콘텐츠들을 활용하거나 유튜브 라이브 방송을 통한 콘텐츠 생산도 고려할 수 있다.

넷째, SNS를 활용한 온라인 이벤트는 적은 예산으로도 이용자 참여를 높이고 도서관 서비스를 알리는데 효과적이므로 다양한 주제와 방법으로 확대 운영하는 것이 바람직하다.

다섯째, 도서관 사서들의 미디어 리터러시 능력을 제

고하고 서비스 기획력을 높이기 위한 교육 및 연수 프로그램이 필요하며, 그 결과를 서비스 콘텐츠로 환류해 활용할 수 있도록 하는 방안이 필요하다.

마지막으로, 안양시 도서관의 도서관리시스템과 연동된 기능을 제공하는 '리브로피아'와 안양시 도서관의 전자책 자료를 검색·이용할 수 있는 '안양시립전자도서관' 애플리케이션을 이용하면서 생긴 이용자들의 불편함을 신속히 반영해 개선할 수 있도록 해야 한다.

본 연구는 코로나19 시기 운영 평가 우수 사례 도서관들에서 도출한 시사점들을 바탕으로, 포스트 코로나 시대에 대비해 안양시 도서관의 온라인 미디어 활용 전략을 정리해 제안한 실증적이고 경험적인 연구라는 점에서 의의를 찾을 수 있다.

안양시 도서관은 2012년에 10개년 장기종합발전계획(2012-2021)을 수립한 이후, 2022년부터 또 다른 미래를 준비하기 위한 중장기 발전계획을 시작해가는 새로운 시점을 맞이하였다. 이러한 상황 속에서 코로나19 등의 상황을 고려해 안양시 도서관의 온라인 미디어 운영 현황을 전반적으로 분석하고 앞으로의 활용 전략을 제시한 본 연구를 시작으로, 도서관의 실제 예산 현황이나 인력 운영 계획, 시설 등을 종합적으로 고려한 실효성 있는 후속 연구가 이어진다면 포스트 코로나 시대의 미래 변화에 발맞춘 안양시 도서관의 효과적인 운영에 보다 도움이 될 수 있을 것이다.

REFERENCES

- [1] Center Disaster Management Headquarters. (n.d.). *Occurrence Status*. Coronavirus(COVID-19), Republic of Korea. <http://ncov.mohw.go.kr/>
- [2] Korean Public Library Association. (2003). *Online-contact the libraries! Public Libraries Operation Cases of COVID-19*. Seoul : Korean Public Library Association.
- [3] National Library of Korea. (n.d.). *Domestic and international library trends*. National Library of Korea. https://www.nl.go.kr/covid19/contents/CV101000000_0.do
- [4] H. R. Seo. (2020). *What should the library of the future that has become the present think about?*. The 7th Library Information Policy Committee 2020 Library Policy Forum(After COVID19, New Daily Life and Library Challenges). (pp.23-37). Seoul: The Library Information Policy Committee.
- [5] Ministry of Culture, Sports & Tourism. (2020). *Public library statistics*. National Library Statistics System.

- <https://www.libsta.go.kr/statistics/public/main>
- [6] A. Norton. (1984). Library Public Relations, New Opportunities in a growing Field. *Library Trends*, 32(3), 291-302.
- [7] New Jersey Library Association. (1986). *Plug into PR, NJLA Public Relations Handbook*. NJ : New Jersey Library Association.
- [8] M. E. Kinnell, (1990). *Planned Public Relation for Libraries*. London : Taylor Graham.
- [9] J. Stevens. (2004). The Dynamics of Change: A History of the Washington State Library(review). *Libraries & Culture*, 39(2), 239-240.
DOI: 10.1353/lac.2004.0041
- [10] M. S. Lee. (2007). A Study on the PR Strategy of Public Library. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 38(1), 3-28
DOI : 10.16981/kliss.38.1.200703.3
- [11] C. S. Cho. (2010). An Observation on the Public Relations of Public Libraries. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 21(4), 5-15.
DOI : 10.14699/kbiblia.2010.21.4.005
- [12] C. S. Cho. (2012). A Study on the Public Relations of Public Libraries through Newspaper Article Analysis. *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 46(1), .223-240.
DOI : 10.4275/KSLIS.2012.46.1.223
- [13] J. E. Kim & Y. H. Noh. (2013). A Study on the Optimization of Library SNS Marketing. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 24(3), 157-180.
DOI : 10.14699/kbiblia.2013.24.3.157
- [14] Y. J. Choi & Y. K. Chung. (2013). A Study on Activating Social Network Services for Public Libraries in Korea. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 24(4), 319-340.
DOI : 10.14699/kbiblia.2013.24.4.319
- [15] J. Y. Han, S. M. Lee & M. D. Seo. (2014). An Study of Operational Strategy for Special Libraries on Social Network Service (SNS). *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 48(3), 335-351.
DOI : 10.4275/KSLIS.2014.48.3.335
- [16] S. Y. Cho & Y. J. Nam. (2017). A Study on Measures to Utilize Public Libraries' Social Network Service. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 48(4), 181-207.
DOI : 10.16981/kliss.48.201712.181
- [17] J. H. Im. (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.
DOI : 10.16981/kliss.51.202003.21
- [18] J. Y. Ro & Y. H. Noh. (2020). A Study on Methods for Activating Libraries' YouTube Channel. *Journal of the Korean society for information management*, 37(3), 1-24.
DOI : 10.3743/KOSIM.2020.37.3.001
- [19] Y. J. Kim, H. S. Kim, J. I. Jung, S. Y. Kwon & Y. K. Jeong. (2021). A Study on the Operation Status and Improvements of the Libraries' Instagram. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 52(2), 401-428.
DOI : 10.16981/kliss.52.2.202106.401
- [20] Y. K. Seong, S. K. Choi, S. T. Kim & H. J. Oh. (2021). A Study of Activating Plans for YouTube Channels of Teacher Librarians in School Libraries. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 32(3), 163-185.
DOI : 10.14699/kbiblia.2021.32.3.163
- [21] H. E. So & M. K. Cha.(2021). A Study on the Public Relations of University Libraries using Instagram. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 32(3), 67-91.
DOI : 10.14699/kbiblia.2021.32.3.067
- [22] Y. J. Lee. (2022). A Study on Library Marketing Strategies for Academic Libraries in New Normal Age. *Journal of Digital Convergence*, 20(2), 185-190
DOI : 10.14400/JDC.2022.20.2.185
- [23] Korean Library of Association. (2010). *The Glossary of Library & Information Science*. Seoul : Korean Library of Association.
- [24] Ministry of Culture, Sports & Tourism. (2021). 'Eunpyeong-gu Library & Mokpo Jeil Girls' High School' selected as the best library. Press Release. https://www.mcst.go.kr/kor/s_notice/press/pressView.jsp?pSeq=19128
- [25] Ministry of Culture, Sports & Tourism. (2021). *2021 National Library Operation Evaluation Best Practices*. Sejong : Ministry of Culture, Sports & Tourism.
- [26] Anyang Municipal Library. (n.d.). *Anyang Municipal Library Website*. Anyang Municipal Library. <https://lib.anyang.go.kr/intro/index.do>
- [27] Public Relations Office. (n.d.). Anyang City News. Anyang City Hall. https://www.anyang.go.kr/main/selectEminwonNewsList.do?key=260&ofr_pageSize=10
- [28] Anyang Municipal Library. (2019). *KakaoTalk Channel of Anyang Municipal Libraries*. Anyang Municipal Library. https://pf.kakao.com/_MxfxkLT
- [29] Anyang Municipal Library. (2019). *Instagram of Anyang Municipal Libraries*. Anyang Municipal Library. <https://www.instagram.com/anyanglib/>
- [30] Anyang Municipal Library. (2011). *Twitter of Anyang Municipal Libraries*. Anyang Municipal Library. <https://twitter.com/anyanglib>
- [31] Anyang Municipal Library. (2021). *YouTube Channel of Anyang Municipal Libraries*. Anyang Municipal Library. <https://www.youtube.com/c/%EC%95%88%EC%96%91%EC%8B%9C%EB%8F%84%EC%84%>

9C%EA%B4%80/videos

- [32] M. S. Song, I. H. Jang & G. S. Hoang. (2022). A Study on Perceptions of Users and Specialists for Establishing Mid-to Long Term Development Plan for Libraries in Anyang City, *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 56(1), 67-93.
DOI : 10.4275/KSLIS.2022.56.1.067
- [33] S. Kemp. (2021). *Digital 2021 April Global Statshop Report*. Datareportal.
<https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>
- [34] Gallup Korea. (2021). *Market 70 2021 (2) Media-Content·Social Networking Service Usage Rate*. Gallup. <https://www.gallup.co.kr/gallupdb/reportContent.asp?seqNo=1205>
- [35] I. H. Jang, G. S. Hoang.& M. S. Song. (2022). A Study on the Current Status Analysis and Operation Strategies for Establishing the Mid- to Long-term Development Plans for Anyang Municipal Libraries, *Journal of the Korean Society for Information Management*, 39(1), 145-170.
DOI : 10.3743/KOSIM.2022.39.1.145

송민선(Min Sun Song)

[장화원]



- 2000년 8월 : 성균관대학교 인문학부 문헌정보학 전공(문헌정보학사)
 - 2003년 2월 : 성균관대학교 문헌정보학과(문헌정보학석사)
 - 2015년 8월 : 성균관대학교 문헌정보학과 문헌정보학 전공(문학박사)
 - 2018년 3월 ~ 현재 : 대림대학교 도서관미디어정보과 교수
- 관심분야 : 정보서비스, 정보조직, 정보정책, 정보교육, 계량정보학
- E-Mail : songsery@daelim.ac.kr