

도서관 유튜브(YouTube) 채널의 활성화 방안에 관한 연구

A Study on Methods for Activating Libraries' YouTube Channel

노지윤 (Ji-Yoon Ro)*

노영희 (Younghee Noh)**

초 록

5G 시대 단말기의 다양화, 고화질 및 몰입형 중심의 SNS 전개로 동영상 중심의 소셜 미디어 패러다임이 계속적으로 심화되고 있다. 본 연구의 목적은 공공도서관에서 운영되고 있는 유튜브 채널의 운영과 제공 콘텐츠 현황에 대한 분석을 통해 다양한 활용 전략과 방안을 제안하는 데 있다. 본 연구에서는 도서관 유튜브 채널을 개설 및 운영하고 있는 국내의 44개 도서관과 구독자 수 1,000명 이상 도서관 유튜브 채널을 활발하게 활용하고 있는 국외 도서관 12개를 대상으로, 도서관 유튜브 채널의 구독자 수, 조회 수, 비디오 수 데이터 현황, 그리고 콘텐츠 내용과 전달 방식을 조사하였다. 분석 결과를 종합하여, 1) 도서관 유튜브 채널만이 가지는 특수성과 목적성을 확보, 2) 유튜브 채널의 홍보 및 접근성 제고, 3) 공공도서관에서 개설 및 운영하는 유튜브 채널임을 명시, 4) 이용자 친화적인 인터페이스로의 개선, 5) 도서관 전문성과 교육적 콘텐츠를 기획 및 제공, 6) 통합 유튜브 채널의 운영, 7) 이용자 기반 콘텐츠 제공 등의 도서관 유튜브 채널 활용방안을 제안하였다.

ABSTRACT

The social media paradigm centered on videos continues to deepen due to the diversification of 5G devices, high-definition and immersive SNS. The purpose of this study is to propose various utilization strategies and measures through the analysis of the current status of YouTube channel operation and provided contents operated in public libraries. In this study, 44 libraries in Korea that have opened and operated Library YouTube Channel and 12 libraries that actively utilize library YouTube channels with more than 1,000 subscribers were surveyed for the current status of subscribers, views, video count data, and contents and delivery methods of Library YouTube Channel. Based on the analysis results, the library's YouTube channel was proposed to utilize the library's YouTube channel, 1) to secure the specificity and purpose of the library's YouTube channel, 2) to promote and enhance access to the YouTube channel, 3) to improve the YouTube channel to user-friendly interface, 5) to plan and provide library expertise and educational contents, 6) to operate the integrated YouTube channel, and 7) to provide user-based content.

키워드: 도서관 유튜브 채널, 소셜 미디어, 콘텐츠, 공공도서관
library YouTube channel, social media, content, public library

* 건국대학교 문헌정보학과 박사과정(rojylin@gmail.com) (제1저자)

** 건국대학교 문헌정보학과 교수(irs4u@kku.ac.kr) (교신저자)

■ 논문접수일자: 2020년 5월 26일 ■ 최초심사일자: 2020년 6월 8일 ■ 게재확정일자: 2020년 9월 4일

■ 정보관리학회지, 37(3), 1-24, 2020. <http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2020.37.3.001>

※ Copyright © 2020 Korean Society for Information Management

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

포털에서 원하는 정보를 검색하는 대신 유튜브에서 동영상 콘텐츠를 검색하는 문화가 확산되고 있다. 2018년 콘퍼런스콜에서 우리나라의 대표적 인터넷 검색 포털인 네이버의 한성숙 대표는 포털과 SNS 사용시간은 정체된 반면 동영상 콘텐츠 소비는 압도적으로 빠르게 증가하고 있으며, 기성세대의 주정보원이 네이버 또는 구글(Google)이었다면 10대들은 고민 없이 유튜브를 최우선의 검색도구로 활용하고 있다고 언급한 바 있다(임현우, 배태웅, 2018). 디지털 네이티브를 특징으로 하는 Z세대는 물론 대다수의 현대인들은 디지털 환경에 점차 익숙해지고 모바일을 통해서 세상을 탐구하고 있다. 특히, 고화질 동영상을 언제 어디서나 시청할 수 있는 모바일과 인터넷 환경이 마련되었고, 이러한 인터넷 기술, 웹의 플랫폼화, 모바일 기기의 대중화, 5G 시대의 도래 등은 영상 콘텐츠가 가지고 있는 장점과 결부되면서 더욱 높은 사회적 파급력을 미치고 있다(김예인, 진현정, 2018; 김아미, 2018).

동영상 콘텐츠를 제공하는 대표적인 플랫폼은 유튜브(YouTube)라고 할 수 있다. 유튜브는 스마트폰 동영상 앱 사용시간 점유율에서 88%라는 높은 비율을 차지하고 있을 뿐 아니라, 와이즈앱(2019) 자료에 따르면 한국인의 모든 연령대에서 가장 오래 사용하는 앱(Application)으로 조사되고 있다. 유튜브 초기에는 단순하게 다양한 동영상 콘텐츠를 제공하는 목적으로 사용되었지만, 점차 사람들과의 커뮤니케이션을 통해 사회적 네트워크를 형성하고, 공영방송사들 또한 유튜브를 통해서 방송 영상을 공개하

는 등 모바일 시대에서 신문, TV 등을 대체하는 핵심 온라인 플랫폼 서비스로 자리매김하고 있다(송정은, 장원호, 2013).

이처럼 유튜브는 대중적인 소셜 미디어 중 하나로, 도서관 또한 페이스북(Facebook), 트위터(Twitter), 인스타그램(Instagram) 등 모바일 시대에 이용자들이 가장 손쉽게 정보를 획득할 수 있는 정보 플랫폼들을 활용함으로써 다양한 정보를 실시간으로 제공하고 있다. 유튜브가 타 소셜 미디어에 비해 콘텐츠가 간단한 텍스트나 이미지가 아닌 동영상으로 제공된다는 점에서 이용자들의 시선을 사로잡을 수 있는 흥미로운 콘텐츠를 기획 및 제작해야 하며, 이를 위한 명확한 방향이 제안되어야 한다.

즉 유튜브의 사용이 대중화됨에 따라 실제 국내 도서관 현장에서는 유튜브를 얼마나 또 어떻게 활용하고 있는가? 도서관 유튜브 채널을 통해 어떤 콘텐츠들이 제공될 수 있는가? 에 관한 연구가 필요한 시점이라고 할 수 있다. 따라서 본 연구의 목적은 국내외 도서관 유튜브 채널의 현황과 콘텐츠를 분석하여, 향후 다양한 활용 전략과 방안을 제안하는 데 있다. 이를 통해 도서관 유튜브 채널의 인지도와 활용성이 제고되기를 기대한다.

2. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 도서관 유튜브 채널과 활용

도서관계 역시 사회의 다른 분야들과 마찬가지로, 트위터, 페이스북 등과 같은 소셜 미디어

의 도입이 보편화되고 있다. 또한, 복수의 소셜 미디어를 채택하여 각 미디어의 특성에 맞는 정보들을 분산하여 게시하고, 서로 연동하는 등 소셜 미디어에 대한 이용자 취향을 고려하여 서비스하고 있다(오의경, 2012). 소셜 미디어 채널로 다양한 유형들이 있지만, 공통적으로 다양한 유형의 멀티미디어 콘텐츠 공유, 커뮤니티 기반의 상호작용, 정보공유 및 의견 교환 등을 통해 도서관과 이용자, 이용자와 이용자들의 전반적인 온라인 커뮤니케이션을 가능하게 한다(김희정, 2014). 한편, 유튜브가 타 서비스와 비교하여 가지고 있는 기본적인 차별점은 비디오·동영상이 핵심콘텐츠가 되는 소셜 미디어 채널이라는 점이다.

기존 선행연구에서 언급되는 유튜브의 특징을 바탕으로 도서관 유튜브 채널 활용이 가지고 있는 의미를 확인할 수 있다. 첫째, 유튜브는 Z세대의 주요 정보탐색도구 중의 하나이다. 애플리케이션 이용 시간 측면에서 카카오톡, 페이스북, 네이버에 비해 유튜브는 압도적인 사용률을 보이고 있으며, 일상 속에서 유튜브와 밀접한 관계를 맺고 있다. 이와 같은 정보 커뮤니케이션의 채널과 성격의 변화 또는 진화는 필연적으로 도서관 및 정보센터의 정보서비스에도 영향을 미치게 된다(변희균, 조현양, 2013). 실제 도서관은 물리적 접근성의 한계와 단방향 커뮤니케이션을 극복하고, 보다 많은 이용자들이 정보를 활용하고 접할 수 있는 기회를 제공하기 위한 방안 중 하나로 SNS(Social Network Services)을 활용하고 있다. 이처럼 도서관은 공공을 대상으로 정보 서비스를 제공하는 기관으로서, 이용자들의 변화된 정보 행태, 콘텐츠 접근에의 용이성, 풍부한 정보량, 콘텐츠의 다

양화, 상호 피드백 시스템 구현 등을 고려하여 유튜브 채널을 적극 활용할 필요가 있다.

둘째, 포스트 코로나 시대에서 도서관의 언택트(Untact) 서비스가 주목받고 있다. 도서관들에 따르면 전차책 대여 건수는 지난 상반기에 전년 동기 대비 크게 증가했으며(김은비, 2020), 많은 도서관들은 ZOOM과 같은 온라인 화상 프로그램을 활용한 실시간 프로그램을 진행하거나, 프로그램을 촬영한 영상을 홈페이지나 SNS 등을 통해 제공하는 등의 변화가 일고 있다. 이처럼 비대면·디지털 문화가 급속도로 확장됨에 따라 도서관 유튜브 채널은 도서관에서 제공하는 언택트 서비스 제공의 핵심적인 채널로 부상할 것으로 보인다.

셋째, 유튜브는 가상의 사회적 커뮤니케이션 공간이다. 도서관의 페이스북 페이지 개설은 도서관이 이용자에게 보다 가시적이고 접근이 편리하게 하며, 이용자와 도서관 서비스 간의 장벽을 제거하는 장치적 의미를 가진다(Farkas, 2007). 이는 유튜브에서도 동일하게 적용될 수 있는 개념으로, 유튜브 채널 운영을 통해 도서관은 이용자와 쌍방향 커뮤니케이션을 시도하며, 이용자와 이용자 간의 사회적 네트워크를 형성하고 콘텐츠와 의견을 공유할 수 있는 환경을 마련해 줄 수 있는 매우 유용한 플랫폼으로 판단된다.

넷째, 유튜브는 동영상 콘텐츠이자 매체이다. 유튜브와 같은 동영상 공유 서비스에 대한 수요 증가는 정보 이용자들이 단순한 텍스트와 이미지의 플랫폼에서 영상 중심의 콘텐츠를 선호하고 있음을 보여주는 사례라고 볼 수 있다. 또 텍스트보다 영상에 친숙한 Z세대의 등장으로 영상콘텐츠에 대한 수요는 계속 가속화될 것으로

예상되고 있다(박지영, 백지연, 김유현, 오효정, 2018; 김유정, 강소라, 2009). 새롭게 도래하고 있는 5G 시대에서는 보다 다양한 단말기를 기반으로 한 고화질, 몰입형 영상 중심의 SNS 전개가 예상되고 있다. 도서관 역시 오프라인 및 온라인 차원에서 동영상 콘텐츠, VR·AR과 같은 실감콘텐츠 등을 서비스에 적극 도입해야 하는 시기이며, 유튜브 채널 개설을 통한 영상 콘텐츠 제공은 이용자의 접근성과 이용성을 고려한 가장 기본적인 해결책이 될 것으로 보인다.

다섯째, 유튜브는 기존 방송매체에서 시도되거나 다루지 않았던 다양한 콘텐츠를 지향하면서 관심이 증대되었다(박지혜, 2017). 유튜브와 같은 1인 미디어는 기존 콘텐츠가 갖추어야 할 정형화된 구조, 내용 등을 누구나 자유롭게 새롭게 제시할 수 있다. 따라서 도서관 유튜브 채널은 페이스북, 트위터와 같은 기존 소셜 미디어에서 제공하는 단순한 공지, 소식 등에서 벗어나 도서관에서만 제공할 수 있는 자체 콘텐츠와 전문성을 가지고 참여해야 하며, 텍스트와 이미지로 전달하지 못하는 영상만의 장점을 적극 활용한 콘텐츠 제공이 핵심이 되어야 한다.

그 외에도 유튜브는 빅데이터를 활용한 개인 맞춤형 서비스를 제공하고 있는 동영상 플랫폼 서비스이기 때문에 도서 및 문화 콘텐츠, 도서관 등에 관심이 있던 이용자들이 도서관 유튜브 채널을 자연스럽게 접하고 홍보할 수 있는 기회가 될 수 있다. 또한 국내 도서관 유튜브 채널에서는 강의 및 프로그램 영상을 업로드한 경우가 많은 것으로 조사되고 있는데, 타 도서관 간 영상을 공유하게 됨으로써 프로그램 기

획, 강사 섭외 등에 참조할 수 있는 이점이 있을 것으로 보인다. 최근 유튜브가 모바일 시대의 핵심 정보 전달 매체로 부상함에 따라 도서관 역시 유튜브 채널을 어떻게 효과적으로 활용할 수 있을지에 대한 논의에 앞서 현재 공공도서관들의 유튜브 채널 개설 여부와 운영 현황에 대한 조사가 필요한 시점이다.

2.2 선행연구

다수의 연구자들은 이용자들의 정보획득 및 정보 커뮤니케이션 행태의 최신 변화를 도서관의 정보서비스 정책에도 반영하기 위하여 2000년도 후반부터 소셜 미디어를 도서관에 접목시키는 시도를 진행해 왔다(변희균, 조현양, 2013). 도서관 분야에서 소셜 미디어와 관련하여 수행된 연구는 크게 2가지 맥락에서 이해할 수 있다. 첫째는 도서관 관점에서 소셜 미디어의 특징·장점 등을 도출하여 활용 가능성을 제고한 연구가 있다(이수상, 2008; 조재인, 2008). 둘째는 실제 도서관들의 소셜 미디어 활용 실태를 연구하여 연구결과를 바탕으로 시사점을 이끌어 내는 연구가 있다. 후자의 경우 현황 점검이나 소셜 미디어 도입 및 활용의 효과나 장단점 등을 도출하고, 이를 기반으로 개선 방향을 제안하거나(이유진, 곽승진, 2011), 소셜 미디어 유형별 선호도 조사 및 향후 서비스 운영 활성화 방안을 도출하고 있다(이수상, 2012). 한편, 도서관 환경에서 소셜 미디어의 활용에 대한 선행연구들은 주로 페이스북, 트위터와 같은 개별 소셜 미디어가 가진 기능적 특성을 활용하고 그 효과를 측정하는 것에 초점이 맞추어져 있다(이미연, 김성희, 2012; 이수상, 2012).

아직까지 국내 도서관을 대상으로 유튜브 채널의 활용 실태를 분석한 연구가 없다는 점에서 도서관 외 분야에서 수행된 유튜브 채널 관련 연구를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 박지영 외(2018)는 국가기록원 기록정보콘텐츠의 인지도와 활용성을 높이기 위하여 유튜브 채널을 통해 기록정보콘텐츠를 제공할 수 있는 활용방안을 모색하였다. 이 연구에서는 기록관 영역에서 유튜브 채널 활용 현황을 살펴보기에 앞서 국가기록원과 해외기관의 유튜브 채널 영상 콘텐츠 양상을 분석하여 각 기관에서 어떤 소장물을 영상화하여 제공하는지 알아보았다. 특히, 제공되는 콘텐츠의 주요 내용과 함께 영상 전달 방식을 조사하였으며, 조사 대상의 유튜브 채널 인기 영상, 영상콘텐츠 평가기준을 통한 유튜브 채널 평가 등 다방면에서의 분석을 통해 국가기록원 기록정보콘텐츠 활용방안을 제안하고 있다. 또한 최정은, 김면(2019)은 뮤지엄 유튜브 채널과 콘텐츠 현황을 분석하여 활용 방안을 도출하였다. 연구자는 분석 대상으로 선정한 10개의 해외 뮤지엄 유튜브 채널의 특징을 서술하고, 구독자, 조회 수, 비디오 수와 함께 유튜브 분석 평가 기준을 바탕으로 연구 표본들을 평가하였다.

한편, 국외 도서관 분야의 경우 유튜브 활용과 관련하여 도서관 멀티미디어 컬렉션과 유튜브 활용 현황을 비교하여 대학생의 유튜브 활용 실태를 고찰한 연구(Lai, 2013)가 수행된 것을 확인할 수 있다. 또한, 유튜브를 활용하여 대학도서관에서 디지털 컬렉션을 구축할 것을 제안하거나(Cho, 2013), 유튜브 채널 내 음악 도서관 운영(Homenda, 2011; Dougan, 2014)을 다루고 있다. 그 외에도 유튜브 또한 트위터, 페

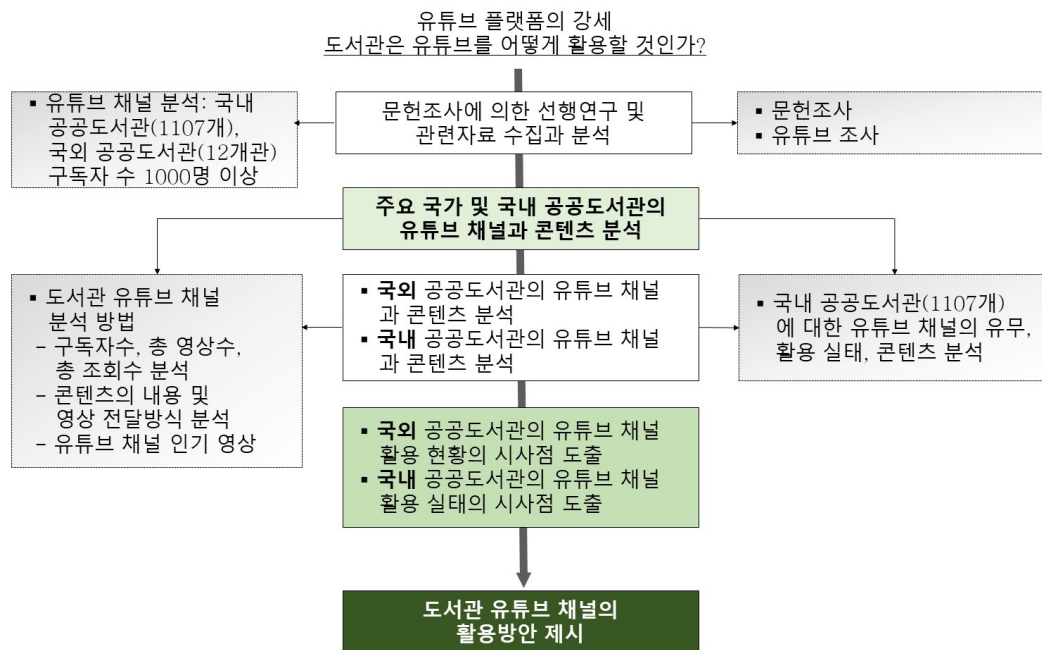
이스북 등과 같은 소셜 미디어 유형 중의 하나라는 점을 고려하여, 유튜브를 도서관 홍보 방안으로 활용하는 사례들을 조사 및 연구하였다(Colburn & Haines, 2011).

국내의 선행 연구들을 살펴본 결과, 소셜 미디어, 페이스북, 트위터 등의 도서관 소셜 미디어의 활용 실태, 유사 분야의 유튜브 활용 등에 관한 연구는 진행되었으나, 도서관의 유튜브 활용방안에 대한 연구는 아직 부재한 것으로 파악되었다. 본 연구는 공공도서관에서 운영하는 유튜브 채널 운영 현황에 대한 연구가 없다는 점, 그리고 분석된 현황을 바탕으로 실제적인 개선점 및 발전 방향 제시에 초점을 맞추었다는 점에서 기존 연구와 차별점이 있다. 유튜브가 정보를 찾고자 하는 이용자들에게 쉽게 노출될 수 있는 플랫폼이라는 점을 고려하여 본 연구에서는 국내외 도서관 유튜브 채널과 콘텐츠 현황을 분석하고 활용 전략에 대해 논의해 보고자 한다.

3. 연구방법

3.1 연구 절차

본 연구에서는 국내 도서관들의 유튜브 활용 실태를 분석하여, 도서관들의 유튜브 채널 운영 전략과 콘텐츠 활용성을 높이기 위한 방안을 모색하고자 하였다. 이를 위해 국내외 공공도서관의 도서관 유튜브 채널 현황과 콘텐츠를 조사·분석하였으며, 본 연구의 목적을 달성하기 위한 구체적인 연구 질문과 연구 절차는 다음과 같이 설정하였다(〈그림 1〉 참조).



〈그림 1〉 연구 절차 및 체계도

- RQ 1. 국내 도서관들은 유튜브를 얼마나 또 어떻게 활용하고 있는가?
- RQ 2. 국외 도서관과 국내 도서관의 유튜브 활용 방향의 차이는 무엇인가?
- RQ 3. 향후 국내 도서관 유튜브 채널의 발전 방안은 무엇인가?

연구 절차는 크게 3가지로 첫째, 문헌조사를 통해 관련 선행연구 및 자료를 검토하였다. 둘째, 국내의 공공도서관의 유튜브 채널을 구독자 수를 기준으로 조사 및 선정하고, 도서관 유튜브 채널의 현황, 콘텐츠, 전달 방식 등을 분석하였다. 셋째, 분석 결과를 바탕으로 도서관 유튜브 채널의 활성화 방안을 서술하였다.

3.2 분석 대상의 선정

본 연구의 분석 대상은 국내와 국외로 구분할 수 있다. 국내의 경우 1,107개 도서관(국가도서관통계시스템, 2020년 3월 3일 기준)을 대상으로 유튜브 사이트에서 도서관명을 일반 검색과 유튜브 채널 검색을 통해 국내 도서관의 유튜브 개설 현황을 파악하였다. 국외 도서관의 유튜브 채널의 경우 'public library'를 검색하여 구독자 수 1,000명 이상을 기준으로 분석대상 공공도서관을 선정하고 분석하였다. 이러한 조건에서 분석대상으로 선정된 도서관은 국내 44개 관과 국외 12개 관이다. 한편, 국내의 도서관 유튜브 채널에서 제공하는 콘텐츠 분석의 경우 이용자들의 관심도가 높은 영상 콘텐츠의 특징을 확인하기 위해 조회 수(이용도, 인

기도) 50위를 기준으로 분석하였으며, 동영상 업로드 수 10개 이하의 도서관은 콘텐츠 분석에서 제외하였다.

3.3 유튜브 제공 콘텐츠 유형 판단 기준

연구에 앞서 선행연구를 통해 본 연구를 분석하고자 하는 기준을 마련하고자 하였다. 국

내 도서관의 소셜네트워크서비스에 대한 전반적인 실태조사가 이루어진 바 있으나, 도서관 유튜브 채널 현황에 포커스되어 연구가 진행된 연구가 없다는 점에서 콘텐츠 유형의 경우, 도서관의 페이스북, 트위터 등과 관련 연구를 조사하였다. 기존 선행연구를 분석한 결과 콘텐츠 유형과 전달 방식은 <표 1>과 같은 기준을 두어 분석을 수행하였다.

<표 1> 유튜브 채널의 콘텐츠 유형

게시물 유형		판단 기준
도서관 소개 및 홍보	도서관 홍보	• 도서관 홍보 영상 등
	신규 서비스	• 도서관에서 진행하는 서비스를 소개하는 영상
	프로그램	• 도서관에서 진행하는 프로그램을 소개하는 영상
	히스토리	• 역사, 정책
도서관 소식		• 도서관에서 내·외부 소식, 도서관 일반 공지
행사	공연 및 행사 영상	• 도서관에서 진행한 공연 영상
	전시회	• 전시회 영상
	행사 및 축제 영상	• 도서관에서 진행한 축제, 행사 영상
프로그램	교육 프로그램	• 강연/교육 제공 영상 예) 길 위의 인문학, 사람도서관, 잊지 말아야 할 대구독립운동, 인문독서 아카데미, 시인 등의 초청강연회 등의 주제로 강연을 촬영하여 제공 (A13)
	프로그램 참여/활동 동영상	• 도서관 이용자들의 프로그램 참여/활동 영상(탐방, 기획 포함)
	프로그램 결과물	• 북트레일러 등의 결과물을 제공
도서	소장자료 추천 및 소개	• 도서 소개, 신규 도서, 도서 추천
인터뷰		• 사서, 작가, 행사 참여자들에 대한 인터뷰 영상
도서관 이용 안내		• 시설, 정보자원, 정보서비스 이용교육 예) 스마트 도서관(지하철)
영상 콘텐츠	자체 제작 콘텐츠	• 특정한 콘텐츠의 주제를 개발하여 사서, 도서관 이용자들이 유튜브처럼 콘텐츠를 이끌어가는 영상
	프로그램 결과물	• 프로그램을 통해 결과물을 영상화하여 제공
	이벤트	• 댓글 이벤트 등을 통해 진행되는 영상
	기획 콘텐츠	• How to enjoy/play at Library • Read with me • Study with me • 도서관 내 매점, 식당 음식, 주변 맛집 소개 콘텐츠 등 • 스토리텔링, 인형극, 만들기 영상 등

* 자료: 이수상, 남영준, 팻캐스트 등의 선행연구 및 사례연구를 바탕으로 재구성함

도서관 유튜브 채널을 통해 제공되는 콘텐츠 유형에 대해서는 9가지 유형으로 구분하여 살펴볼 수 있다(〈표 1〉 참조). 세부적으로는 교육 및 행사, 신착 도서, 도서관 소식 및 서비스, 도서관 관련 정보, 소셜 네트워크 서비스 이벤트 정보, 도서관의 소식, 지역 사회의 행사나 소식, 독서운동, 신간안내, 서평, 북토크 등이 있다.

한편, 영상 전달 방식의 경우, 국가기록원 유튜브 채널 분석(박지영 외, 2018)에서 사용한 기준을 참조하였다. 해당 연구에서는 전달 방식을 실제 촬영본, 애니메이션, 영화, 기록물·영상+해설, 다큐멘터리, 슬라이드+해설, 강의 및 시연, 인터뷰, 뮤직비디오, 소장작품촬영+해설, 모션그래픽, 실황영상 등 12가지로 구분하였다.

4. 분석 결과

공공도서관에서 유튜브 채널 활용 현황과 콘텐츠 특징을 살펴보기 위해 국내외 공공도서관들의 유튜브 채널 영상콘텐츠 내용을 분석하였다. 이를 통해 각 기관의 유튜브 채널 유무, 제공하는 콘텐츠의 내용 및 제공 방법, 이용자들의 관심 콘텐츠 등을 파악하고자 하였다.

4.1 국내 공공도서관의 유튜브 채널 및 콘텐츠 현황 분석

4.1.1 유튜브 채널 개설 현황

국내 공공도서관들의 유튜브 채널 개설 현황을 분석한 결과 다음의 시사점을 도출할 수 있다. 첫째, 국가도서관통계시스템에서 제공하는

1,107개의 공공도서관 중 도서관 이름으로 유튜브 채널이 검색되는 경우는 총 44개로 나타났다. 이는 전체 약 4%에 해당하는 것으로 매우 극소수의 공공도서관이 유튜브 채널을 활용하는 것으로 나타났다(〈표 2〉 참조). 최근 동영상 콘텐츠에 대한 수요도가 증가하고, 유튜브가 모바일 시대의 핵심 정보 플랫폼으로 주목됨에 따라 소셜 미디어 관련 연구가 증가하고 있는 것에 비하여 그 적용과 활용도는 매우 저조한 것으로 분석된다.

둘째, 공공도서관 유튜브 채널이라는 브랜드와 공식성의 부재이다. 도서관이라는 채널명은 누구나 쉽게 만들 수 있어서, 도서관이 자관의 명칭을 사용할 수 없는 경우가 발생할 수 있으며, 유사 명칭이 있을 때 어떤 유튜브 채널이 공공도서관을 통해서 개설 및 운영되고 있는지 쉽게 파악할 수 없다(〈표 3〉 참조). 이러한 문제점은 단순히 명칭의 사용 유무를 떠나 도서관 유튜브 채널과 제공 콘텐츠의 신뢰성과 전문성에 부정적 영향을 미칠 수 있다.

셋째, 조사된 국내 44개의 도서관 유튜브 채널의 평균 개설일은 약 2017년 10월 경인 반면, 국외는 2009년 6월경으로 나타났다. 국내 도서관 유튜브 채널의 경우 비교적 최근 개설되고 있는 것을 알 수 있다.

넷째, 전반적인 활동도를 분석한 결과, 구독수의 경우 평균 17.2명으로 매우 저조한 것으로 나타났다. 44개 도서관 유튜브 채널의 평균 동영상 업로드 수의 경우는 48.2개로 조사되었으나, 특정 도서관의 동영상 업로드 수가 789건으로 평균값 상승에 영향을 미치는 것으로 보이며, 이는 도서관에 따라 관리의 지속성과 정기성의 격차가 매우 심한 것으로 볼 수 있다. 한

<표 2> 국내 도서관 유튜브 채널 현황(2020.3.27)

No.	도서관명	유튜브 검색창*	홈페이지 메인화면 (접근성)	개설일	구독자수	동영상 업로드수	누적 조회수
A1	화성시(시립)태안도서관	○	X	2018.11.18.	9	10	389
A2	입실군립도서관	◎	X	2019.09.03.	7	6	187
A3	교하도서관	○	X	2013.04.13.	2	4	646
A4	수성구립고산도서관	○	X	2018.01.16.	1	3	18
A5	경주시립도서관	○	X	2019.08.21.	1	1	21
A6	구립구산동도서관마을	○	X	2016.01.04.	3	1	227
A7	연수청학도서관	○	X	2019.12.16.	1	1	0
A8	금촌3동솔빛도서관	○	X	2018.09.11.	1	1	62
A9	은평구립도서관	○	○	2011.06.09.	67	789	-
A10	강서영어도서관	○	X	2018.06.06.	71	216	1.94만
A11	서울특별시교육청서대문도서관	○	○	2019.06.24.	62	153	4216
A12	구립은평뉴타운도서관	○	○	2015.09.21.	31	127	2.65만
A13	수성구립 용학도서관	○	○	2016.04.21	37	83	4708
A14	부천시립도서관**	○	도서관소식	2019.02.06.	147	50	1.27만
A15	마한교육문화회관	○	X	2019.01.07.	5	32	844
A16	수성구립범어도서관	○	X	2019.10.27.	2	27	337
A17	경상북도교육청문화원	○	X	2018.06.14.	23	18	5440
A18	부개도서관	○	X	2013.10.29.	11	16	5783
A19	장성공공도서관	○	X	2019.07.09.	5	11	235
A20	인천광역시 율목도서관	○	X	2018.10.07.	10	14	458
A21	의성군립도서관	○	X	2019.06.11.	6	10	507
A22	파주시중앙도서관	○	X	2019.12.11.	5	4	149
A23	느티나무도서관	○	X	2019.05.10.	70	3	1571
A24	(성남시)수정도서관	○	X	2019.12.20.	2	1	50
A25	제천기적의도서관	◎	X	2018.02.20.	6	82	1287
A26	정읍기적의도서관	○	X	2019.02.13	13	80	368
A27	도봉문화정보도서관	◎	X	2018.05.13.	15	40	1989
A28	대치도서관	○	X	2019.07.07.	15	23	1025
A29	노원구립도서관	○	X	2014.04.27	4	1	2,569
A30	물푸레도서관	○	X	2016.01.21.	7	7	504
A31	이야기꽃도서관	○	X	2017.06.04.	3	26	1074
A32	순천시립그림책도서관	○	X	2019.01.22.	10	6	163
A33	서울특별시교육청영등포평생학습관	○	X	2018.12.27.	4	1	59
A34	구립증산정보도서관	○	○	2011.06.16.	41	258	2.72만
A35	청천도서관	○	X	2013.04.17.	1	2	107
A36	사당솔밭도서관	○	X	2018.08.11.	3	2	1254
A37	부개어린이도서관	○	X	2013.01.30.	2	2	1354
A38	(성남시)관교어린이도서관	○	X	2015.04.12.	3	2	464
A39	대구광역시립북부도서관	○	○	2018.04.08.	38	1	216
A40	동해시립(발한)도서관	○	X	2017.06.20.	1	1	15
A41	화성시 동탄중앙이음터도서관	○	X	2017.07.08.	4	1	187
A42	(양천구립)갈산도서관	○	X	2016.06.03.	5	1	4296
A43	달성군립도서관	○	X	2018.08.29.	1	2	222
A44	경상북도교육청정보센터	◎	X	2016.04.25.	2	2	638
	계	44개	7개	평균	17.2	48.2	1118.9

*◎ = 유사 명칭이 검색되는 도서관 유튜브 채널
 ** 부천시립 통합계정: 원미도서관, 역곡도서관, 한울빛도서관 등

〈표 3〉 유사 명칭이 검색되는 도서관 유튜브 채널

No.	도서관명	검색되는 채널 결과
1	입실군립도서관	입실군립도서관, 북튜버 입실군립도서관
2	제천기적의도서관	제천기적의도서관*, 제천기적의도서관**
3	정읍기적의도서관	정읍 기적의도서관, STROY정읍기적의도서관
4	도봉문화정보도서관	_도봉문화정보도서관, 도봉문화정보도서관, -도봉문화정보도서관
5	구립증산정보도서관	구립증산정보도서관, 구립증산정보도서관
6	경상북도교육청정보센터	경상북도교육청정보센터, 경상북도교육청경상북도교육청정보센터
7	노원구립도서관	노원구 구립도서관, 노원구립도서관노원한책

* https://www.youtube.com/channel/UCqgvNSrxlujiRGwTGdw3_CQ

** <https://www.youtube.com/channel/UCGZqIU5tqDiVp82DooG7Rfg>

편, 누적 조회 수는 평균 1118.9건으로 나타나, 동영상 한 개당 약 23.2회 조회된 것으로 산출될 수 있다.

4.1.2 유튜브 채널 주요 내용 및 전달 방식

다음으로 〈표 4〉는 국내 도서관 유튜브 채널의 이용도 상위 50개의 콘텐츠를 분석한 내용이다. 단, 국내 공공도서관 유튜브 채널 중 동영상 업로드 수가 10개 이하인 도서관에 대한 콘텐츠 분석은 수행하지 않았다.

국내 도서관 유튜브 채널에서 제공하는 콘텐츠의 특징을 간략하게 정리하면 다음과 같다. 첫째, 도서관 유튜브 채널에서 제공하는 주요 콘텐츠는 프로그램 참여/활동 영상, 강연 및 시연이다. 대다수 도서관에서는 유튜브 채널을 도서관에서 진행한 각종 프로그램과 행사의 결과 자료를 슬라이드+해설 형태나 단편적인 동영상 촬영본(편집본 포함)으로 제공함으로써 도서관에서 다양한 서비스를 제공하고 있음을 홍보하는 목적으로 사용하고 있는 것으로 나타났다. 또 다른 목적으로는 오프라인 교육프로그램을 참여하지 못한 이용자들이 온라인을 통해 관련 강연을 시청할 수 있도록 제공하고 있

다. 그러나 이는 기존 소셜 미디어에서 제공하는 서비스를 영상형태로 제공하는 차이점만 가지며, 유튜브를 활용한 전문적이고 창의적인 콘텐츠 제공과 쌍방향 커뮤니케이션 도모라는 취지는 충분히 살리지 못하는 것으로 보인다.

둘째, 영상 콘텐츠를 제공하는 방식에 있어 대다수 촬영본(편집본 포함)과 슬라이드+해설 형태로 제공하고 있다. 촬영본의 경우 편집 없이 대다수 실황 영상을 위주로 업로드되어, 이는 이용자에게 자칫 지루함과 목적성의 부재로 느껴질 수 있다. 이를 해결하기 위해 일부 도서관에서는 교육프로그램의 전체 녹화 영상(실황 영상)과 함께 발표자별 영상(편집 영상)을 따로 제공하거나 영상의 디자인을 편집한다는 점을 참조할 필요가 있다. 또한, 제공되는 동영상의 일부가 영상 화질이 좋지 않거나, 영상에 흔들림이 있는 경우가 있어 영상의 질(quality) 부분에서도 주의가 필요할 것으로 보인다(〈표 5〉 참조).

셋째, 일부 도서관에서는 유튜브만을 위한 콘텐츠를 제작 및 제공하려는 시도를 보이고 있다(〈표 4〉 참조). 도서관은 틀에 갇힌 콘텐츠가 아닌 광범위한 주제로 이용자에게 접근할

〈표 4〉 국내 도서관 유튜브 채널 분석(2020.3.28)

기관	주요 내용	개수	비율	기관	종류	개수	비율
A1	프로그램 참여/활동 영상	10	100	A18	프로그램 결과물	4	25
A9	프로그램 참여/활동 영상	45	90		전시회	1	6.3
	강연 및 시연	2	4		도서관 소식	6	37.4
	도서관 이용(교육, 소개)	2	4		이벤트	4	25
	공연	1	2		프로그램 참여/활동 영상	1	6.3
A10	스토리텔링	50	100	A19	도서관 소개 및 홍보	3	27.2
A11	도서 공유 및 감상평 이벤트	8	16		프로그램 참여/활동 영상	2	18.2
	도서 소개 영상	36	72	공연/행사 영상	6	54.6	
	도서관 이용	2	4	A20	프로그램 참여/활동 영상	3	21.4
	도서관 행사/프로그램 홍보	3	6		프로그램 결과물	5	35.7
도서관 소식지	1	2	공연		3	21.4	
A12	프로그램 작품(북트레일러)	5	10	콘텐츠 기획(YML 뉴스룸)	3	21.4	
	도서관 홍보 및 이용	2	4	A21	프로그램 참여/활동 영상	9	90
	도서관 소식	8	16		도서관 행사/프로그램 홍보	1	10
	프로그램 참여/활동 영상	33	66		촬영본(편집본)	8	80
	공연	1	2		슬라이드+해설	2	20
	행사 및 축제	1	2		A25	도서관 소식	3
A13	도서관 홍보 및 이용	1	2	도서관 행사/프로그램 홍보		15	30
	프로그램 참여/활동 영상	2	4	정보 콘텐츠		1	2
	강연 및 시연	45	90	프로그램 결과물		4	8
	공연	1	2	프로그램 참여/활동 영상		23	46
	행사 및 축제	1	2	공연/행사 및 축제 영상		4	8
A14	도서관 홍보 및 이용	7	14	A26	도서관 소개 및 이용	1	2
	도서관 소식	9	18		도서관 소식	1	2
	도서 소개 영상	23	46		프로그램 참여/활동 영상	47	94
	정보 콘텐츠	1	2		강연 및 시연	1	2
	대학생 도서관 체험, 유람기 및 언박싱 (서울국제도서관전) 사서 브이로그	8	16	A31	도서관 홍보 및 이용	2	7.7
	이벤트 홍보	2	4		프로그램 결과물	5	19.2
A17	도서관 홍보 및 이용	6	35.3		프로그램 참여/활동 영상	17	65.4
	행사	11	64.7	참여 후기	2	7.7	
				A34	도서관 소식	3	6
					도서관 홍보 및 이용	4	8
					프로그램 결과물	1	2
					프로그램 참여/활동 영상	40	80
					공연	1	2
					전시회	1	2

* A15의 프로그램(북트레일러)의 실습 결과물을 슬라이드+해설, 영화, 애니메이션 등을 전달방식을 통해 제시하고 있음
 ** A16: 프로그램(스톱모션 애니메이션, 프락시노스코프, 잔상 애니메이션 등의 실습 결과물)을 실제 촬영본 등으로 업로드
 * A27: 북트레일러, 팟캐스트에서 진행된 슬라이드+음성파일을 유튜브에 업로드
 * A28: 인문독서아카데미 영상을 강연 및 시연 내용 중심, 실제 촬영본 형태로 업로드함. 특정의 경우, 강연 중 강연자료를 학원 인강처럼 화면에 강연자료를 띄워주는 것으로 살펴볼 수 있음

〈표 5〉 국내 도서관 유튜브 채널 분석(2020.3.28)

기관	전달방식	개수	비율	기관	전달방식	개수	비율
A1	촬영본(편집본 포함)	10	100	A19	실제 촬영본(편집본)	9	81.8
A9	실제 촬영본	7	14	A20	슬라이드+해설	2	18.2
	슬라이드(+해설)	38	76		촬영본(편집본)	11	78.6
	복합(촬영+슬라이드)	5	10	복합(촬영+슬라이드)	3	21.4	
A10	소장도서촬영+해설	21	42	A21	촬영본(편집본)	8	80
	슬라이드(+해설)	29	58		슬라이드+해설	2	20
A11	고정사진+해설(+배경음악)	47	94	A25	실제 촬영본	13	26
	실제 촬영본	2	4		슬라이드+해설	23	46
	슬라이드+해설	1	2		다큐멘터리	1	2
애니메이션화	4	8	방송 영상		12	24	
A12	촬영본(편집본 포함)	15	30	복합(촬영+슬라이드)	1	2	
	슬라이드+해설	30	60	A26	실제 촬영본	48	96
	인터뷰	1	2		슬라이드+해설	1	2
실제 촬영본	49	98	인터뷰		1	2	
A13	복합(촬영+슬라이드)	1	2	A31	실제 촬영본	6	23.1
	모션그래픽	3	6		슬라이드+해설	11	42.3
A14	실제 촬영본	34	68		인터뷰	2	7.7
	슬라이드+해설	10	20		복합(촬영+슬라이드)	7	26.9
	인터뷰	1	2	A34	실제 촬영본	4	8
	복합(촬영+슬라이드)	2	4		슬라이드+해설	43	86
촬영본(편집본 포함)	17	100	방송 영상		1	2	
A18	슬라이드+해설	2	12.5	복합(촬영+슬라이드)	2	4	
	음성파일	1	6.3				
	실제 촬영본(편집본)	13	81.2				

수 있다. 예컨대 A14 도서관의 경우, 브이로그 형태의 사서의 일상, 입수예정 도서에서부터 신착 도서, 책상, 도서관 점심메뉴, 점심 브이로그, 도서관 오는 길(계단) 등을 소개하는 등 자연스럽고 편안한 일상을 공유하고 있다. 특히 해당 도서관의 유튜브 채널은 사서가 유튜브처럼 주체적으로 영상을 이끌어 가며 다양한 영상 콘텐츠를 기획 및 제공하고 있어 이용자 입장에서 재미와 흥미로움을 느낄 수 있을 것으로 보인다. 또한, A10 도서관은 스토리텔링 관련 영상콘텐츠를 제작 및 제공하고 있으며, A1 또는 A26 도서관의 프로그램 참여/활동 영상

은 ‘유튜버 아이들’이라는 주제로 유튜브 촬영을 위해서 학생들이 프로그램에 참여하는 것을 전제하고 있다는 점에서 타 도서관과 차이를 보이고 있다. 그 외에도 도서 소개 영상의 경우, A14 도서관은 ‘어린이 책, 봄’, ‘엄마 책, 봄’, ‘책 골라주는상담소’ 등 특정 주제를 가지고 진행하고 있다(〈표 6〉 참조).

4.2 국외 도서관 유튜브 채널 현황 및 영상 콘텐츠 분석

국외 도서관 역시, 조회 수를 기준으로 상위

〈표 6〉 국내 도서관 유튜브 운영 사례

구분	내용	도서관
도서 소개	• 사서의 한 문장 필사를 통한 도서 추천 영상으로 제작	A14
	• 한 도서관 한 책 읽기, 사서 추천 도서 등 테마를 넣어 유튜브 채널을 운영하고 있음 • 책 소개 영상(사서추천도서, 추천도서, 독서회 도서, 책으로 떠나는 역사여행(어린이))의 경우, 저자, 출판사, 제목 등 간략 소개, 도서관 소장 여부 및 위치, 수상내역, 책에 관한 전반적인 줄거리 등 • 한 도서관 한 책 읽기의 경우, 댓글 온라인 감상평을 통해 도서관 기념품 선물 제공하고 있음	A11
도서관 홍보 및 이용	• 이용은 독서통장, 부친의 책 활용, 도서관에서 휴가 보내기 등 다양한 범주에서 다루고 있음	A14
	• 예비사서실습생들이 도서관을 돌아다니면서 도서관을 촬영 및 소개하는 영상을 찾아 볼 수 있음	A12
	• 도서관 소개 및 홍보를 목적으로 해당 도서관에 관하여 방영된 뉴스 프로그램을 업로드	A9
	• 도서관 홍보 영상물	A13
	• 자가반납기, 무인대출기 이용 안내, 지하철 도서 반납 영상	A9
이벤트	• 도서관에서 진행하는 이벤트는 이벤트 자체를 소개한 영상 외에도 사서가 직접 참여자로 해당 이벤트를 참여하는 형태로 영상이 업로드함	A14
도서관 소식	• 다섯째, 도서관 소식 콘텐츠에서는 주로 다루고 있는 내용은 다음과 같다. 도서관의 경우, 개관 1주년 기념 영상, 운영위원회, 소방합동훈련, 업무협약체결, 개관식, 관장 취임식 등을 다루고 있음	A12
	• 환경보호 캠페인으로 도서관의 인근을 청소하는 영상을 올리거나, 도서관에서 재난 대피 훈련 실시(사전 교육 실시, 실제 대피 모의), 민방공 대피훈련 영상	A9
프로그램 결과물	• 북트레일러의 경우 동아리의 작품으로서 지속적으로 업로드	A12
프로그램 참여 영상	• 만들기, 동화구연, 노래부르기, 강연 듣기 등 도서관에서 참여하는 모든 프로그램	A12
프로그램 홍보	• 야외영화제 홍보 영상, 프로그램 안내 및 홍보 • 프로그램명, 진행일시, 장소, 프로그램 내용, 강사, 대상, 신청 방법 등 소개	A9
강연 및 시연	• 입시전략설명회	A9, 13
행사	• 지역 축제 영상, 행사(체험부스) 및 작품 전시	A13
	• 이벤트 개최 경품 제공 언박싱 영상 공개	A14

50개의 동영상 분석하여 국내 도서관 유튜브 콘텐츠와의 차이 등의 시사점을 도출하고자 하였다. 본 연구에서 분석한 국외 도서관 유튜브 채널은 〈표 7〉과 같다.

각 도서관의 유튜브 채널에서 제공하는 영상 중 조회 수가 높은 콘텐츠들의 특징을 살펴보면 다음과 같다(〈표 8〉 참조).

국내 도서관과 비교하여 국외 도서관 유튜브

채널의 가장 큰 차이점은 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째는 유튜브 촬영을 위해서 제작된 콘텐츠를 다수 확인할 수 있고, 둘째, 영상의 화질이나 촬영 기술 측면에서 더 뚜렷하고 흔들림 없는 완성된 비디오를 업로드하고 있다. 셋째, 영상 제공 방법의 경우 국내가 슬라이드+해설과 실황 영상 중심이라면 국외는 인터뷰, 편집 영상, 유튜브 콘텐츠로서의 촬영 영상 등

〈표 7〉 국외 도서관 유튜브 채널 현황(2020.3.23)

No.	기관명	개설일	구독자 수	총 영상 수	누적 조회 수
B1	Los Angeles Public Library	2013.11.20.	1,980	221	44.41만
B2	Toronto Public Library	2008.04.04.	6,320	962	196.83만
B3	Seattle Public Library	2011.10.04.	1,270	168	96.36만
B4	Plano Public Library	2013.10.24.	1,290	374	25.61만
B5	San Francisco Public Library	2011.11.09.	5,080	1,381	122.54만
B6	Skokie Public Library	2007.12.17.	1,100	170	45.68만
B7	Nashville Public Library	2009.04.01.	2,470	261	85.61만
B8	Edmonton Public Library	2006.07.28.	2,030	307	333.21만
B9	The Kansas City Public Library	2008.01.11.	4,600	482	129.43만
B10	Kalamazoo Public Library	2008.06.18.	1,410	1,180	81.58만
B11	San Jose Library	2011.11.03.	1,470	348	52.91만
B12	Mooresville (IN) Public Library	2010.01.09.	1,430	971	170.65만

〈표 8〉 국외 도서관 인기도 상위 50개 콘텐츠 내용

구분	내용	도서관
1 기획 콘텐츠	• The Los Angeles Public Library에서 진행한 LA MADE 촬영 영상: 가수, 현지 연예인 등과의 인터뷰, 공연, 음악, 무용, 연설, 연극 등 문화 콘텐츠	B1
	• EPL from Home Class: 집에서 따라할 수 있는 프로그램 영상 제공(Baby Laptime: Sign, Sign, Laugh and Learn) • EPL From Home Puppet Sho, Storytime Station: 인형극, 종이인형극 • 책을 읽어주는 동영상	B8
	• 저자들의 토크쇼인 'Salon@615', Nashville Public Library의 음악 시리즈 That Nashville Sound 등의 동영상	B7
	• 스토리 타임이라는 자체 콘텐츠를 통해 도서관 캐릭터와 출연자가 아이들이 따라 부를 수 있는 노래 콘텐츠를 제공하고 있음	B2
	• Song Video • Story Time • Book Trailer • Picture Flip Book	B12
	• DIY 리터러시(집에서 보드게임 만들기) • 수화 배우기 • 도서관의 LEGO • 도서관 베이비 라임 타임 실제 아기에 들려주는 짧은 영상인 4가지 핵심 콘텐츠가 인기 동영상에 포함되어 있다.	B4
	• Finger Plays, Online Story Time, Wee Share Stories, Story Time Using Feltboard 15	B11
	• 연령별 콘텐츠: Baby, Preschool, Toddler 등 생활 속 학습법 소개	B8
	• 수화 노래 영상, HowTo라는 영상을 통해 만들기 영상에서부터 lay a Vinyl Record, 제공, 저자 인터뷰, 프로그램의 경우 진행자 시점에서 맞춰져 있어, 온라인상에서 그 프로그램을 참여하고 있는 취지로 제공되고 있다.	B6
	• 만들기 영상: 호박 만들기	B10

구분	내용	도서관	
2	홍보	<ul style="list-style-type: none"> • 그래피티 아티스트(Gajin Fujita) 등과 함께 도서관 카드를 만들어서 인터뷰 영상 • 도서관의 Book Bike와 같은 서비스 	B1
		<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램/행사/축제 홍보 영상 	B2, B3, B4, B9, B10, B11
		<ul style="list-style-type: none"> • 도서관 홍보 영상: 책 도미노, 플래시몹 	B1, B3, B5, B6, B9
3	소개	<ul style="list-style-type: none"> • 도서관 소개 영상: 드론 촬영, 건축 디자이너 인터뷰 • 도서관 투어 영상 • 도서관 홍보 영상 	B2, B3 B1, B2, B11 B10, B12
	이용	<ul style="list-style-type: none"> • kindle, b&Nook 등을 통해 도서관 ebook 사용법 • 도서관 어플 사용 영상 등을 제공 	B4, B8, B11
		<ul style="list-style-type: none"> • 메이커 스페이스 이용 동영상 • 3D 프린팅, VR 서비스, VR 장비 소개 영상 	B2, B6, B8, B11
		<ul style="list-style-type: none"> • 도서관 이용 (방법) 영상 • 이용자들이 도서관에서 제공하는 서비스를 파악하고 체계적인 이용할 수 있도록 도서관 이용과 관련된 주제별 콘텐츠를 제작 및 제공: 서비스 관련 영상 5개, 프로그램(주제, 대상별) 관련 영상 5개, 도서관(공간, 장서, 건축 등) 부문 9개, 이용(기술, 웹사이트, VR 등) 관련 영상 3개(B3) 	B1, B2, B3
		<ul style="list-style-type: none"> • 라벨링에서부터 셀빙, 대출, 반납 등의 도서관의 원리 • 도서관의 이용 및 이용규칙 등, 이동 도서관 	B6
		<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지 사용법 	B5
4	소식	<ul style="list-style-type: none"> • 도서관 소식, 도서관이벤트, 메이커스페이스 설치 영상 	B11
5	전시회	<ul style="list-style-type: none"> • 전시회 준비 영상, 전시회에 참여한 큐레이터, 참여자들의 인터뷰 영상 	B1
6	공연	<ul style="list-style-type: none"> • 공연 영상 	B5, B10, B11
7	행사	<ul style="list-style-type: none"> • 행사 영상, 인터뷰 	B1
		<ul style="list-style-type: none"> • 'The Bram & Bluma Appel Salon at the Toronto Reference Library' 등의 행사에서 진행된 인터뷰 	B2
8	강연	<ul style="list-style-type: none"> • 강연 영상: 작가 등의 강연 	B2, B5, B9, B10, B11
9	프로그램	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램 활동/참여/진행 영상: 메이커가 3D 프린팅 등을 활용하여 제작하는 영상 등 	B1, B4, B6, B10, B11
		<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램 결과물 영상 	B11
		<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램 참여자 인터뷰 	B10
10	소장자료	<ul style="list-style-type: none"> • 해당 지역과 관련된 장서, 지도, 오토 그래픽 컬렉션 • 도서관의 보존 서고 내 장서 소개 영상 	B1
11	정보자료	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 역사 관련 영상 	B1, B4
12	독서 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> • 사서들의 북 리뷰 	B1, B3
		<ul style="list-style-type: none"> • 'The Seattle Public Library Global Reading Challenge'라는 주제로 진행되는 이용자들의 독서 리뷰 영상 	
		<ul style="list-style-type: none"> • 사서들의 독서 토크 • 북트레이일러: 책 소개 	
		<ul style="list-style-type: none"> • 작가 및 아티스트 인터뷰 	

구분	내용	도서관
13	• 은퇴사서 인터뷰, 역사 인터뷰, 도서관 화재 사건	B1
	• 인터뷰: 사서 Q&A	B5, B12
	• Your Story: 이용자, 근무자, 자원봉사자 도서관 방문 이유, 독서, 개인의 스토리, 자원봉사자 독려 영상, 사서 인터뷰 등이 제공되고 있다.	B11
	• 도서관에서 이용된 TOP eMedia 소개	B1
	• 타기관(Michigan Unemployment Insurance Agency and Michigan Works) 영상	B10
	• 도서관 브이로그: Life of Library Book, 아웃리치 도서관	B4, B6

이 높은 비중을 차지하고 있다. 이러한 콘텐츠 내용의 차이는 영상 시점에도 영향을 미치는데, 국외의 경우 강의자를 포커스하거나 유튜브를 위한 촬영 콘텐츠 중심으로 업로드되고 있다. 또한, 강연, 공연 등의 경우도 대다수 편집본 형태로 업로드되고 있다. 넷째, 대다수 국내 도서관 유튜브 채널에서는 하나의 영상을 통해 도서관 홍보 영상을 제공하고 있지만 국외 도서관은 도서관을 대표하는 프로그램, 서비스, 시설 등 주제별 홍보 영상을 제작하여 이용자들의 도서관 이용에 참조할 수 있도록 하고 있다.

5. 개선 방안

5.1 국내 도서관 유튜브 채널의 문제점 및 개선방안

기존에 도서관 유튜브 채널에서 제공하는 서비스를 효율적으로 운용하기 위한 개선점을 짚어 보고, 이에 대한 개선방안으로는 다음의 여섯 가지 영역을 제안하고자 한다.

첫째, 접근성 측면에서 홈페이지 또는 기타 소셜 미디어의 메인 화면에 아이콘 형태로 링크를 직관적으로 제공하지 않는다면, 실제 이

용자들 입장에서는 매우 접근성이 떨어질 것으로 예상된다. 또한 유사 콘텐츠들에 대한 카테고리화가 필수적이다.

둘째, 공식성에 대한 개선방안은 공공도서관이라는 공식 계정임을 알릴 수 있는 통일된 로고 및 배경 등이 필요하다. 그 외에도 영상 편집 시 도서관 로고 페이지를 넣어주거나 메타데이터(태그) 부여도 그 해결책이 될 수 있다. 이용자가 도서관의 홈페이지나 기타 SNS 등 공식 링크가 아닌 검색을 통해 도서관 유튜브 채널에 접근할 시 유사계정에 노출되는 경우가 많아 도서관 계정에 대한 신뢰성이나, 전문성에 문제가 생기는 것을 방지할 수 있다(〈표 9〉 참조).

셋째, 도서관이 유튜브 채널을 운영하기 위한 목적이 없다면 자칫 도서관에서 진행한 프로그램이나 강연을 단순히 업로드하거나, 특정 프로그램을 진행할 때 한시적으로 업로드되고 운영되지 않는 경우가 발생할 수 있다. 따라서 도서관마다 유튜브를 통해서 어떠한 콘텐츠를 지속적으로 촬영 및 제공할 것인지, 또 어떤 목적으로 채널을 운영할지를 사전에 논의할 필요가 있다.

넷째, 콘텐츠 내용으로 테마별 기획 및 제작 콘텐츠를 제공해야 한다. 현재 국내 도서관 유튜브 채널에서는 대다수 강연, 프로그램 진행

〈표 9〉 국내 도서관 유튜브 채널의 문제점 및 개선방안

구분	문제점	개선방안
접근성	홈페이지와 기타 소셜 미디어 간의 연동성 결여	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지, 기타 소셜 미디어 메일 화면에 유튜브 아이콘을 통한 링크 제공
	주제별 카테고리화가 되어 있지 않아 이용자들의 탐색과 검색 시 불편 초래	<ul style="list-style-type: none"> • 주제별 카테고리 구성 • 주제별 메타데이터(태그) 부여 • 썸네일 방식 도입
공식성	공공도서관에서 제공하고 있는 콘텐츠인지를 파악할 수 없음	<ul style="list-style-type: none"> • 유튜브 채널 디자인 내 공식 로고 부여 • 메타데이터(태그) 부여
	유튜브 내 유사 명칭 검색	<ul style="list-style-type: none"> • 영상 편집 시, 도서관 로고 삽입(시그니처 페이지 삽입)
목적성	도서관 유튜브 채널을 어떠한 목적으로 운영하고 있는지에 대한 목적성이 없이 단순히 기존 서비스를 영상형태로 제공한 느낌을 줌	<ul style="list-style-type: none"> • 유튜브 운영 목적을 수립하고, 운영에 대한 체계적인 논의를 통해 지속적으로 제공할 콘텐츠를 계획 및 제작
	운영 목적을 바탕으로 도서관에서 제작 및 제공하는 자체 주제별 콘텐츠가 없음	
콘텐츠 내용	프로그램 참여/활동영상 위주의 제공	
	타 소셜 미디어와의 차이점 결여 제공 콘텐츠의 다양성과 독창성이 매우 부족함	
전달방식	편집본이 아닌 실황 영상 위주의 업로드로 흥미와 집중력 저하	<ul style="list-style-type: none"> • 디자인과 내용전달의 단조로움을 줄이기 위한 영상 편집 필요
	슬라이드+해설 형태의 단순한 결과 보고서 형태의 업로드	
전달주체	제3자의 관찰자 시점에서의 제공	<ul style="list-style-type: none"> • 사서 또는 이용자들의 참여 독려
운영	사서들에게 업무 과중의 부담을 줄 수 있음	<ul style="list-style-type: none"> • 홈페이지처럼 지역 단위의 통합 유튜브 채널을 통해 운영상의 부담을 줄임 • 지역주민 등을 적극 활용 • 운영 주체, 담당사서, 정기적인 업로드 일자 등을 명확하게 설정함
	운영 상의 지속성과 최신성이 부족	

중 진행되는 음악 공연 등의 프로그램 참여 또는 촬영 영상을 위주의 결과 보고서 형태의 영상을 제공하고 있다. 참여자를 중심으로 영상이 촬영될 때 프로그램 진행 상황을 생동적으로 전달할 수 있지만, 시청하는 입장에서는 해당 영상을 통해 직접 참여할 수 있는 능동적인 콘텐츠가 아니라는 점에서, 보다 다양한 유형의 촬영 시점과 영상을 보완해야 할 것으로 보인다. 제작 콘텐츠의 핵심은 도서관에 오지 못하는 이용자들이 도서관에서 제공하는 프로그램 및 강연에 참여한 이용자와 같은 시점에서

서 이용할 수 있도록 해야 한다.

다섯째, 전달방식의 단조로움은 자칫 이용자들의 흥미와 집중도를 저하시킬 우려가 있어, 흥미를 줄 수 있는 영상 편집과 디자인 측면에 개선이 요구된다. 또한, 영상의 화질, 포커스, 흔들림 등에 대한 세심한 주의가 필요하다. 여섯째, 전달주체의 경우 사서와 운영자뿐만 아니라 이용자가 주체가 되어서 콘텐츠를 제작하여 제공할 수 있어야 한다. 또한, 일부 도서관에서는 예비실습사서부터 자치단체 마스코트 활용 등 다양한 주체들이 참여하고 있다.

여섯째, 운영 상의 지속성과 최신성은 서비스의 기본이 되는 매우 중요한 요소라고 할 수 있다. 운영 상의 측면에서 유튜브를 누가 관리할 것인가? 사서 인력 부족에 대한 문제점, 새로운 서비스 도입의 어려움은 항상 따라 다니는 문제이다. 이에 대한 해결방안으로 크게 두 가지가 제안된다. 먼저 A14 도서관(부천시립도서관)의 경우, 역곡도서관, 원미도서관, 한울빛도서관 등 여러 도서관들과 연합하여 하나의 도서관 유튜브 채널을 운영하고 있다. 최근 홈페이지도 특정 지역 내 위치한 도서관들이 통합홈페이지를 운영하고 있다는 점에서, A14 사례처럼 개별 도서관 유튜브 채널 운영과 관리가 부담스러운 도서관들은 협력하여 하나의 채널을 운영할 수 있다. 다음으로 실제 도서관 유튜브 채널 외, 일반 시민들의 도서관 방문기, 도서관 소개 등의 글을 올리고 있는 점, 지역 뉴스, 시청이나 교육청에서 도서관 홍보/소개 영상을 제공하고 있다는 점을 주목할 필요가 있다. 도서관에서는 자원봉사자 형태 또는 보상 형태의 시민참여, 지역 뉴스, 시청, 교육청과의 협력 마련이 해결책으로 제시될 수 있다. 특히 시민참여의 이점은 지역 내 공공시설이나 이슈에 대해서 관심있는 지역주민들의 커뮤니티 및 인력 풀을 형성하여 도서관뿐만 아니라 지자체

등에서 활용할 수 있으며, 지역주민들의 관심과 홍보가 필요한 상황에서 이들 핵심층을 이용해 보다 효과적으로 전파할 수 있을 것으로 보인다.

5.2 도서관 유튜브 채널의 활성화 방안 및 제언

국내 도서관 유튜브 채널의 경우에는 해외 기관의 사례와는 다르게 유튜브 채널을 다양하게 활용하지 못하고 있어, 이용자들의 관심과 호응을 이끌어 내지 못한 것으로 분석되었다. 이에 따른 개선방안을 제안하기 위해 국내의 도서관 유튜브 채널에 대한 분석 결과를 종합하여 본 연구자가 파악한 도서관 유튜브 채널의 활성화 요인을 도출하였다(〈표 10〉 참조).

본 연구의 분석 결과, 활발하게 운영되고 있는 도서관 유튜브 채널들은 공통적으로 6가지 특징이 나타나고 있다. 이는 뚜렷한 목적성, 전문성을 바탕으로 한 양질의 콘텐츠 제공, 오프라인 활동에 대한 생동감 있는 전달과 함께 개별 도서관만의 자체 주제별 콘텐츠 제작 및 보급, 홈페이지, 소셜 미디어 간의 연동성 확보 등으로 도출될 수 있다.

〈표 10〉 도서관 유튜브 채널의 활성화 방안

No.	긍정적 특징	부정적 특징
1	뚜렷한 목적성	도서관 유튜브 채널 운영 목적 결여
2	전문성을 바탕으로 한 양질의 콘텐츠 제공	슬라이드와 해설만을 통한 단순한 제공 방법
3	오프라인 활동에 대한 생동감 있는 전달	
4	개별 도서관만의 자체 주제별 콘텐츠 제작 및 보급	단순한 프로그램 결과물 나열 및 내용
5	지속적이고 꾸준한 콘텐츠 업로드	꾸준하지 못한 운영(특정 프로그램만을 위한 한시적 운영)
6	홈페이지, 소셜 미디어 간의 연동성 확보	홈페이지, 소셜 미디어 간의 연동성 결여

앞 표에 분석된 결과를 기반으로 본 연구에서 제안하는 도서관 유튜브 채널의 성공적 활용 방안은 다음과 같다. 첫째, 도서관 유튜브 채널만이 가지는 특수성과 목적성을 확보해야 한다. 국외 도서관 유튜브 채널은 몇 가지 주제와 콘텐츠를 통해 지속적으로 제작 및 제공하면서 각각의 특수성을 가지고 있다. 공공도서관이라는 기관에서 제공하는 유튜브 채널은 또 다른 공공 서비스로서 그 기본적인 특성을 가지고 있으나, 기존의 서비스와 차별화되고, 각 기관마다 특화되지 않으면 기타 소셜 미디어와의 차이점을 확보할 수 없다.

둘째, 유튜브 채널의 홍보 및 접근성 제고이다. 현재 국내 유튜브 채널을 운영하고 있다는 사실을 적극 홍보해야 하며, 기존의 도서관에서 제공하는 서비스와 프로그램을 소개하고, 각종 공지 사항을 제공하거나 도서관 홍보 이외의 다양한 자체 콘텐츠를 제공하고 있음을 적극 홍보해야 한다. 다음으로 현 시점에서 도서관 유튜브 채널에 대한 접근이 쉽지 않다는 점에서 도서관 유튜브 채널에 접근하는 이용자들이 유튜브 채널에서 검색할 때, 홈페이지나 기타 소셜 미디어를 통해 접근하는 등 모든 경로에 있어 이용자들이 쉽고 빠르게 유튜브 채널로 이동할 수 있도록 개선해야 한다. 또한, 최근 통합형 홈페이지를 지향함에 따라 개별 도서관의 소셜 미디어 링크를 어떻게 효과적으로 제시할 것인지 또한 논의될 필요가 있다.

셋째, 공공도서관에서 개설 및 운영하는 유튜브 채널임을 명시해야 한다. 도서관 이용자뿐만 아니라 모든 유튜브 이용자들을 대상으로 도서관 유튜브 채널에 접근하는 가장 용이한 방법은 유튜브 검색에서 해당 유튜브 채널을 찾는 것이

다. 유튜브 채널 검색 시, 유사 명칭이나 동일 명칭에 따른 채널 혼돈 문제가 발생하고 있다. 이러한 문제점은 자칫 공공도서관들이 유튜브를 채널을 일시적으로 개설하고 관리하고 있지 않다는 느낌을 주고, 성실성, 지속성, 신뢰성에 대한 의문을 남길 수 있다. 따라서 유튜브 채널 디자인, 공식 로고, 메타데이터(태그) 부여, 영상 내 도서관 시그니처 페이지 삽입 등을 시행해야 한다.

넷째, 이용자 친화적인 인터페이스로의 개선이 필요하다. 현재 국내 유튜브 채널의 경우 콘텐츠의 주제와 내용에 상관없이 영상은 하나의 카테고리에 통합적으로 제공하고 되고 있다. 이를 해결하기 위해 기본적으로 주제별 콘텐츠 별로 분류하여 제공하고, 검색의 용이성을 위한 태그 부여 또는 제목 내 동일한 키워드를 부여할 필요가 있다.

다섯째, 도서관 전문성과 교육성을 부각시킬 수 있는 콘텐츠를 기획 및 제공해야 한다. 유튜브 플랫폼의 본질과 타깃을 고려하여 콘텐츠 기획·제작해야 한다. 박정미, 임지은, 황장선(2018)은 유튜브를 활용한 콘텐츠 서비스의 전략에 관한 연구에서, 이용자들은 콘텐츠의 길이나 누가 콘텐츠를 올렸는지(콘텐츠의 정보원)보다는 콘텐츠 내용 자체인 질적 측면을 주목한다고 밝혔다. 이를 통해 콘텐츠를 길게 만들기 위해 자원을 투자하기보다 짧은 시간 내에 소비자의 호감을 얻을 수 있는 콘텐츠 개발에 중점을 둘 필요가 있다고 제안하고 있다. 국외 기관의 핵심적인 특징은 자체 제작 콘텐츠를 제공하고 있다는 점이다. 오프라인 도서관을 위한, 보조하는 공간이 아닌, 그 자체로서 하나의 개별적이고 독창적인 서비스를 제공한다.

이를 위한 방안으로 사서가 적극 참여하는 방향을 고려할 수 있다. 기관 유튜브가 가지고 있는 이미지를 탈피하기 위해서는 사서, 도서관 직원들이 일반 유튜브처럼 도서관에 대한 소개, 도서 소개 등에서부터 브이로그와 같이 사서들의 일상들을 소개할 수도 있을 것으로 보인다. 한편, 내용과 함께 인터뷰, 촬영 영상, 애니메이션 등과 같은 다양한 전달 방법이나 언어 등도 점차 고려해야 할 부분이다.

여섯째, 통합 유튜브 채널의 운영이다. 최근 많은 도서관 홈페이지는 해당 지역의 도서관들을 통합한 홈페이지 형태로 운영되고 있다. 유튜브 또한 일부 사례에서 지역 내 도서관들이 함께 채널을 개설하여 사용하고 있는 사례가 있다. 콘텐츠가 분산되었을 때 보다 밀집되었을 때, 보다 편리하고 효과적이라는 점을 감안한다면 지역 내 도서관들의 통합 유튜브 채널이 효과적일 것으로 판단된다. 또한, 지역 내 소셜 미디어 담당자들 간의 업무 분담으로 업로드에 대한 부담을 줄일 수 있으며, 콘텐츠 개발이나 노하우 공유에 있어서도 개인보다 팀 단위로 운영했을 때보다 다양한 서비스를 제공할 수 있을 것으로 보인다.

일곱째, 이용자 기반 콘텐츠를 제공해야 한다. 유튜브라는 공간을 통해서 도서관과 이용자, 이용자와 이용자 간의 커뮤니케이션을 활성화시키기 위해서는 이용자들을 위한 다양한 이벤트 마련, 이용자들을 활용한 콘텐츠 제작 등을 추진할 필요가 있다. 현재 대다수의 콘텐츠는 도서관에서 만들고 이용자 참여 콘텐츠가 없다. 지역주민 참여 방식은 시민 추천 도서 선정에서부터 도서관 소개 및 홍보 영상 제작까지 다양할 수 있을 것으로 보인다.

6. 결론 및 제언

모바일 시대에 정보 탐색 및 습득 행태의 변화 또는 진화는 도서관에 직·간접적인 영향을 미치게 된다. 특히 텍스트와 이미지에서 영상 콘텐츠로 정보 수요와 선호가 변화함에 따라 유튜브와 같은 동영상 공유 서비스는 핵심적인 정보 플랫폼으로 그 기능을 수행하고 있다. 그럼에도 현재 공공도서관에서 유튜브 채널을 활용하고 있는 경우는 매우 미비하며, 전반적인 운영 체계와 서비스 방향이 정립되지 않은 경향을 보이고 있다. 이에 본 연구에서는 국내 공공도서관 유튜브 채널의 활용 방안을 제안하고, 국내 공공도서관 유튜브 채널의 운영 현황을 기반으로 유튜브 활성화 방안을 제안하고 있다. 연구를 통해 추후 도서관에서 유튜브 채널을 도입 및 활성화 때에 도움이 될 수 있을 것을 기대한다.

도서관 유튜브 채널의 활성화는 단순히 도서관이 이용자들에게 보다 많은 정보를 제공하고 이용자들에게 도서관을 홍보하는 것 외에도, 도서관과 이용자와의 정보소통을 혁신적으로 발전시키며, 도서관에 대한 친화적인 이미지로 변화시킬 수 있을 것이다. 본 연구의 한계는 도서관이라는 명칭을 유튜브 채널로 사용하지 않거나, 공공도서관의 홈페이지나 공지사항, 소셜 미디어 등을 통해 링크를 제공하지 않는 경우 누락될 가능성이 있다는 것이다. 또한, 영상 내용과 전달방식의 분류가 연구자에 따라 상이할 수 있다는 한계점이 있다. 향후 이를 보완할 수 있는 연구를 포함하여 도서관에서 운영하고 있는 유튜브 채널에 대한 개선과 활성화를 위한 다양한 후속 연구가 수행될 필요가 있다고 본다.

참 고 문 헌

- 국가도서관통계시스템 (n.d.). Retrieved from <https://www.libsta.go.kr/>
- 김아미 (2018). 초등학생의 유튜브 경험 및 인식에 대한 탐색적 연구. 한국어린이미디어학회 학술대회 자료집, 179-195. <http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07453972>
- 김예인, 진현정 (2018). 초등학생의 색조화장에 대한 탐색적 연구. 패션비즈니스, 22(5), 52-63. <https://doi.org/10.12940/jfb.2018.22.5.52>
- 김유정, 강소라 (2009). UCC 이용과 생산에서 내외재적 동기요인: 한국과 미국을 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 9(1), 223-237. <http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE01159027>
- 김은비 (2020, June 07). 코로나19로 이용은 느는데...전자책 '불편' 지적도 증가. Retrieved from <https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01193926625799424&mediaCodeNo=257>rack=sok>
- 김희정 (2014). 소셜 미디어를 활용한 해외도서관 정보서비스 사례 연구. 디지털도서관, 74(0), 14-24. <http://kiss.kstudy.com/thesis/thesis-view.asp?key=3265006>
- 박정미, 임지은, 황장선 (2018). 유튜브 브랜드 채널 콘텐츠의 커뮤니케이션 전략. 한국광고홍보학보, 20(2), 95-151. <http://dx.doi.org/10.16914/kjapr.2018.20.2.95>
- 박지영, 백지연, 김유현, 오효정 (2018). 유튜브 (YouTube) 채널을 통한 국가기록원 기록정보콘텐츠 활용방안. 정보관리학회지, 35(4), 165-193. <http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2018.35.4.165>
- 박지혜 (2017). 국내 1인 미디어시장 현황 및 발전 가능성. 월간 KIET 산업경제, 223(0), 44-53. http://www.kiet.re.kr/part/sDownload.jsp?s_idx=44925
- 변희균, 조현양 (2013). 국내 도서관의 소셜네트워크서비스 실태조사. 한국도서관·정보학회지, 44(4), 255-275. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.44.4.201312.255>
- 송정은, 장원호 (2013). 유튜브(YouTube) 이용자들의 참여에 따른 한류의 확산: 홍콩의 10-20대 유튜브(YouTube) 이용자조사를 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 13(4), 155-169. <http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2013.13.04.155>
- 오의경 (2012). 트위터를 활용한 공공도서관 서비스 활성화 방안 연구. 정보관리연구, 43(2), 133-150. <http://dx.doi.org/10.1633/JIM.2012.43.2.133>
- 와이즈앱 (2019, June 13). YouTube, 작년 대비 사용시간 50% 증가. Retrieved from <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=20025925&memberNo=32291422>
- 이미연, 김성희 (2012). 대학도서관 블로그 콘텐츠 비교·분석. 한국비블리아학회지, 23(3), 157-175.

- <http://www.riss.kr/link?id=A60299671>
- 이수상 (2008). 정보생태계 관점에서 본 도서관 2.0 서비스의 연구. 한국문헌정보학회지, 42(2), 29-49.
<http://www.riss.kr/link?id=A76352707>
- 이수상 (2012). 도서관 페이스북 페이지의 운영 실태에 관한 기초연구. 한국도서관·정보학회지, 43(4), 347-372. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.43.4.201212.347>
- 이유진, 박승진 (2011). 대학도서관 소셜네트워크서비스의 활성화 방안에 관한 연구. 한국정보관리학회 학술대회 논문집, 43-51. <http://www.riss.kr/link?id=A82661940>
- 임현우, 배태웅 (2018. 8. 1). 포털 검색 대신 유튜브로... 궁금한 거 있으면 유튜브 터치. 한국경제, p. 4. <https://www.hankyung.com/it/article/2018080117701>
- 조재인 (2008). 도서관 정보 수요자를 위한 소셜 네트워크 서비스 도입에 관한 연구. 한국도서관·정보학회지, 39(2), 169-186. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.39.2.200806.169>
- 최정은, 김면 (2019). 뮤지엄 유튜브 (YouTube) 채널과 콘텐츠 현황 분석 및 활용방안 연구. 기초조형학연구, 20(5), 647-660. <http://www.riss.kr/link?id=A106418608>
- Cho, A. (2013). YouTube and academic libraries: Building a digital collection. Journal of Electronic Resources Librarianship, 25(1), 39-50. <https://doi.org/10.1080/1941126X.2013.761521>
- Colburn, S., & Haines, L. (2012). Measuring libraries' use of YouTube as a promotional tool: An exploratory study and proposed best practices. Journal of Web Librarianship, 6(1), 5-31. <https://doi.org/10.1080/19322909.2012.641789>
- Dougan, K. (2014). "YouTube Has Changed Everything"? Music faculty, librarians, and their use and perceptions of YouTube. College & Research Libraries, 75(4), 575-589. <https://doi.org/10.5860/crl.75.4.575>
- Farkas, M. (2007). Technology in practice: Going where patrons are. American Libraries, 38(4), 27. <https://doi.org/10.2307/27771133>
- Homenda, N. (2011). Music libraries on YouTube. Music Reference Services Quarterly, 14(1-2), 30-45. <https://doi.org/10.1080/10588167.2011.571486>
- Lai, K. (2013). How are our undergraduates using YouTube? A survey on music students' use of YouTube and the library's multimedia collection. Music Reference Services Quarterly, 16(4), 199-217. <https://doi.org/10.1080/10588167.2013.843361>

• 국문 참고문헌에 대한 영문 표기
(English translation of references written in Korean)

Byun, Hoi-Kyun, & Cho, Hyun-Yang (2013). A survey on social networking services at local

- libraries. *Journal of the Korean Library and Information Society*, 44(4), 255-275.
<http://dx.doi.org/10.16981/kliss.44.4.201312.255>
- Cho, Jane (2008). A study on the introduction of social network services for library information consumers. *Journal of the Korean Library and Information Society*, 39(2), 169-186.
<http://dx.doi.org/10.16981/kliss.39.2.200806.169>
- Choi, Joung Eun, & Kim, Myoun (2019). A study on the analysis and utilization of YouTube channel and content in museum basic formation studies. *Journal of Basic Design & Art*, 20(5), 647-660. <http://www.riss.kr/link?id=A106418608>
- Kim, Amie (2018). An exploratory study on children's YouTube culture - Focusing on children's communication culture. *Journal of the Korean Association of Media Studies*, 179-195.
<http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07453972>
- Kim, E. B. (2020, June 07). The use is slow due to Corona 19... Increased criticism of e-book 'inconvenient' The use of e-books is increasing due to Corona 19... Increasing criticism of 'inconvenient'. Retrieved from
<https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01193926625799424&mediaCodeNo=257>rack=sok>
- Kim, Hee Jung (2014). Case study of overseas library information services using social media. *Digital Library*, 74(0), 14-24. <http://kiss.kstudy.com/thesis/thesis-view.asp?key=3265006>
- Kim, Ye-In, & Jin, Hyun-Jeong (2018). An exploratory study of color makeup in elementary school students. *Fashion Business*, 22(5), 52-63. <https://doi.org/10.12940/jfb.2018.22.5.52>
- Kim, Yoo-Jung, & Kang, Sora (2009). Internal and external motives in UCC utilization and production: Focusing on Korea and the United States. *The Journal of the Korean Society of Contents*, 9(1), 223-237.
<http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE01159027>
- Lee, Mi-Yeon, & Kim, Seong-hee (2012). Comparing and analyzing blog contents of university library. *Journal of the Korean Society of Viblia*, 23(3), 157-175.
<http://www.riss.kr/link?id=A60299671>
- Lee, Soo-Sang (2008). A study of library 2.0 services from the information ecosystem viewpoint. *Journal of the Korean Society of Literature and Information*, 42(2), 29-49.
<http://www.riss.kr/link?id=A76352707>
- Lee, Soo-Sang (2012). A basic study on the operation status of the library's Facebook page. *Journal of the Korean Library and Information Society*, 43(4), 347-372.
<http://dx.doi.org/10.16981/kliss.43.4.201212.347>

- Lee, Yoo-jin, & Kwak, Seung-Jin (2011). A study on the activation of social network service of University libraries. Korean Society for Information Management Conference, 43-51.
<http://www.riss.kr/link?id=A82661940>
- Lim, H. W., & Bae, T. W. (2018, 8. 1). Instead of searching the portal, you can use YouTube. If you have any questions, touch YouTube. Korean Economy, p. 4.
<https://www.hankyung.com/it/article/2018080117701>
- National Library Statistics System (n.d.). Retrieved from <https://www.libsta.go.kr/>
- Oh, Eui-Kyung. (2012). A study on how to activate public library services using twitter. Information Management Research, 43(2), 133-150. <http://dx.doi.org/10.1633/JIM.2012.43.2.133>
- Park, Ji Hye (2017). Current status and potential development of the nation's one-man media market. Monthly KIET Industrial Economy, 223(0), 44-53.
http://www.kiet.re.kr/part/sDownload.jsp?s_idx=44925
- Park, Ji Young, Baek, Ji-Yeon, Kim, Yoo Hyun, & Oh, Hyo-Jung. (2018). A study on the utilization of national archives and records information content through YouTube channel. Journal of Information Management, 35(4), 165-193.
<http://dx.doi.org/10.3743/KOSIM.2018.35.4.165>
- Park, Jung Yi, Lim, Jieun, & Hwang, Jang-Sun (2018). Communication strategies of YouTube brand channel contents. Journal of Korean Advertising and Public Relations, 20(2), 95-151.
<http://dx.doi.org/10.16914/kjapr.2018.20.2.95>
- Song, Jung Eun, & Jang, Wonho (2013). The spread of Hallyu with the participation of YouTube users. The Journal of the Korean Society of Contents, 13(4), 155-169.
<http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2013.13.04.155>
- WiseApp (2019, June 13). YouTube, 50% increase in usage time compared to last year. Retrieved from <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=20025925&memberNo=32291422>