

연구·학습 지원을 위한 대학도서관의 콘텐츠 큐레이션 전략

Content Curation Strategies of University Libraries for Research and Learning Support

오 선 혜 (Sunhye Oh)*

〈 목 차 〉

I. 서론	IV. 콘텐츠 큐레이션 현황 분석
II. 선행연구 분석	V. 대학도서관 콘텐츠 큐레이션 전략
III. 콘텐츠 큐레이션의 개념	VI. 결론

요약: 본 연구에서는 이용자의 학습과 연구를 지원하기 위한 대학도서관의 콘텐츠 큐레이션 전략을 제시하는 것을 목적으로 하였다. 연구의 목적을 달성하기 위한 방법으로 먼저 문헌연구를 통해 콘텐츠 큐레이션의 개념에 대해 살펴보았다. 이후 대학도서관과 국가도서관, 콘텐츠 기업 등의 콘텐츠 큐레이션 서비스 현황과 사례를 분석하여 시사점을 발견하였다. 연구의 결과, 대학도서관의 성공적인 콘텐츠 큐레이션을 위한 전략으로 양질의 콘텐츠 제공, 선제적 정보서비스 역할 수행, 콘텐츠의 최신성 확보, 이용자 참여를 통한 상호작용성 확보, 개인화 알고리즘 개발의 다섯 가지로 제안하였다.

주제어: 대학도서관, 큐레이션 서비스, 콘텐츠 큐레이션, 소셜 큐레이션, 개인화 서비스

ABSTRACT: The purpose of this study was to present a content curation strategy of the university library to support user learning and research. As a method to achieve the purpose of the study, first, the concept of content curation was examined through literature research. After that, implications were found by analyzing the cases of content curation services such as university libraries, national libraries, and content companies. As a result of the study, five strategies for successful content curation of university libraries were proposed: providing high quality contents, performing preemptive information service roles, keep content up to date, securing interactivity through user participation, and developing personalization algorithms.

KEYWORDS: University Library, Curation Service, Contents Curation, Social Curation, Personalization Service

* 충남대학교 중앙도서관 사서(shosho28@cnu.ac.kr / ISNI 0000 0004 8343 5092)

- 논문접수: 2022년 8월 23일 • 최초심사: 2022년 8월 29일 • 게재확정: 2022년 9월 9일
- 한국도서관·정보학회지, 53(3), 287-314, 2022. <http://dx.doi.org/10.16981/kliiss.53.3.202209.287>

* Copyright © 2022 Korean Library and Information Science Society
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.

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

4차 산업혁명이 불러온 정보기술의 발전은 디지털 정보의 양을 엄청난 속도로 증가시켰다. 더욱이 지난 2019년 11월 발생한 코로나 19로 인해 비대면 서비스와 재택근무 등이 늘어나면서 디지털 정보를 생성해내는 양과 속도가 점점 빨라지고 있다. 이를 ‘정보 재앙(The Information Catastrophe)’이라고 표현한 Vopson(2020)은 전 세계 데이터 양의 90%가 지난 10년 동안 만들어졌으며, 이러한 디지털 정보의 성장은 멈추지 않을 것이라고 설명하였다.

이와 같은 디지털 정보의 홍수 속에서 도서관 이용자는 최소한의 노력으로 정돈된 정보를 편리하게 얻고자 하는 정보욕구를 가지고 있다(Ranasinghe & Chung, 2019). 특히 대학도서관의 이용자는 대학이 처한 사회, 교육, 연구환경의 변화를 체감하며 자기주도적으로 학습 또는 연구해야 하는 상황에 놓여있기 때문에, 다양하고 융합적인 주제 분야 속에서 본인에게 적합한 정보를 신속하게 얻고자 하는 경향이 있다(김혜영 외, 2021). 이러한 이용자 특성을 반영하여 학술정보의 구심체인 대학도서관은 과거의 정보 수집과 보존에서 벗어나, 유용한 정보에의 손쉬운 접근은 물론 이용자의 이용 패턴을 분석해 개인화된 정보를 제공하는 등의 노력을 기울이고 있다.

이렇게 방대한 데이터 중 유용한 정보를 분류하고 선별하여 다른 사람들에게 제공하는 것, 개인의 취향을 분석해 적절한 콘텐츠를 제공하는 것 등 최근 대학도서관에서 이용자에게 제공하고 있는 새로운 정보서비스를 ‘큐레이션 서비스’로 이야기한다(사사키 도시나오, 2012). 이러한 큐레이션 서비스는 2019년 교육부가 발표한 「제2차 대학도서관진흥 종합계획(2019~2023)」에서 학습 길라잡이를 위한 콘텐츠 큐레이션과 연구지원 큐레이션을 추진과제로 제시하면서부터 더욱 활발해지고 있는 모습이다.

도서관에서 큐레이션 서비스는 디지털 큐레이션, 북 큐레이션, 콘텐츠 큐레이션, 소셜 큐레이션 등 다양한 형태로 이루어지고 있다. 도서관의 큐레이션 서비스에 대한 연구를 살펴보면, 공공도서관과 학교도서관은 북 큐레이션에 중점을 두고 있으며, 대학도서관은 데이터 큐레이션을 포함한 디지털 큐레이션에 중점을 두고 있는 것으로 보여진다.

디지털 큐레이션은 디지털 정보자원을 수집, 보존, 재사용하기 위한 행위로 아카이빙의 의미가 크다. 디지털 정보자원의 아카이빙도 대학도서관의 역할로 매우 중요하나, 앞선 이용자 연구와 제2차 대학도서관발전계획에서 밝힌 바와 같이 대학도서관 이용자의 학습과 연구 직접적으로 지원하는 것은 학술정보 중심의 콘텐츠 큐레이션으로 판단된다. 더욱이 뉴노멀 시대의 도래로 도서관을 직접 방문하기보다 웹사이트를 방문하는 이용자 수가 늘어나고 있다(이선우, 장우권, 2021). 학습과 연구에 도움이 될 수 있도록 정돈된 학술정보를 편리하게 습득하는 것이 이용자들이 대학도서관 웹사이트를 찾는 이유일 것이나, 대학도서관과 콘텐츠 큐레이션을 연결짓는 연구는 부족하다(Guallar, 2016).

이에 본 연구에서는 대학도서관에서 이용자의 학습과 연구를 지원하기 위한 큐레이션 서비스 전략을 제시하고자 한다. 특히 다양한 큐레이션의 형태 중 콘텐츠 큐레이션의 개념을 바탕으로 하는 학술정보 큐레이션 서비스의 방향성을 제시할 것이며, 방법적 측면에서 도서관을 포함하여 다양한 분야에서 행해지는 콘텐츠 큐레이션 현황을 분석하고자 한다.

본 연구의 결과는 대학도서관 현장에서 큐레이션 서비스를 도입 및 운영하는데 있어 기초자료로 활용할 수 있을 것이다. 나아가 큐레이션 서비스의 나은 방향을 제시함으로써 이용자의 학습 및 연구를 지원하는 대학도서관의 경쟁력을 강화시킬 수 있을 것으로 기대한다.

2. 연구질문

본 연구에서 논의될 연구 질문은 크게 두 가지이다. 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

- RQ 1. 기존 대학도서관 및 국가도서관에서 이루어지고 있는 콘텐츠 큐레이션과 도서관 이외의 분야에서 제공하고 있는 콘텐츠 큐레이션의 특징은 어떠한가?
- RQ 2. 학습 및 연구지원을 위한 대학도서관의 효과적인 콘텐츠 큐레이션은 어떠한 방향으로 이루어져야 하는가?

3. 연구방법

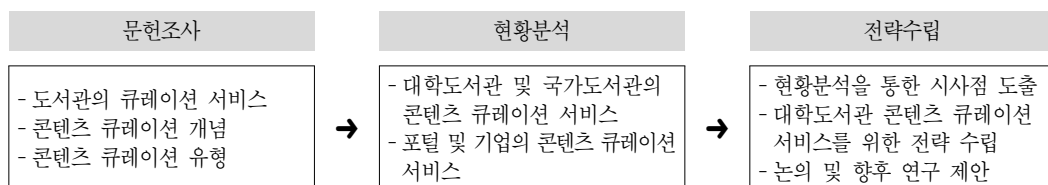
본 연구에서 제시한 연구 질문을 해소하기 위해 다음의 연구 방법을 적용하고자 한다.

첫째, 문헌연구를 통해 콘텐츠 큐레이션의 개념을 정립하였다. 이를 기반으로 대학도서관에서 콘텐츠 큐레이션이 필요한 이유를 규명하고 전략 수립에 필요한 이론적 토대를 마련하고자 하였다.

둘째, 콘텐츠 큐레이션 서비스를 수행하고 있는 도서관과 포털 등 콘텐츠 기업의 현황 및 사례를 분석하여 각 기관의 큐레이션 서비스 유형과 특징을 파악하였다.

셋째, 큐레이션 서비스를 성공적으로 수행하고 있는 도서관과 콘텐츠 기업의 특성을 분석하여 대학도서관의 콘텐츠 큐레이션 전략을 제안하였다.

이상의 연구절차 및 방법을 그림으로 나타내면 다음의 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구 절차 및 방법

II. 선행연구 분석

대학도서관과 큐레이션 서비스에 대한 연구는 디지털 큐레이션에 대한 내용이 다수를 차지한다. 2000년대 초반부터 디지털 정보 자원이 폭발적으로 증가하면서 이를 관리하기 위한 디지털 큐레이션에 관심을 갖기 시작하였으며, 최근에는 연구 데이터의 중요성이 높아지면서 데이터 큐레이션에 대한 연구가 활발해지고 있는 모습이다. 대학도서관의 큐레이션 서비스에 대한 연구를 살펴보면 다음과 같다.

안영희와 박옥화(2009)는 디지털 정보자원이 폭발적으로 증가함에 따라 대학도서관의 기관 리포지토리를 중심으로 하는 보존 및 큐레이션 모형을 설계하였다. 국내외 사례를 분석하여 디지털 큐레이션의 생명주기를 확립하고 디지털 정보자원의 보존·관리·재사용을 위한 대학도서관의 역할과 기능을 제시하였다.

Schmidt, Ghering, Nicholson(2011)은 디지털 자산의 관리 및 보존에 대한 대학의 역할 수행을 위해 미시간 대학의 디지털 큐레이션 계획을 수립하였다. 연구과정에서 대학 내 다양한 부서의 이용자와 설문조사 및 인터뷰를 수행하였고, 디지털 정보자원은 매우 양이 많지만 일정한 유형으로 분류될 수 있음을 발견하여 이를 적용한 큐레이션 모델을 제안하였다.

한나은과 김성희(2014)는 디지털 정보자원 중 대학도서관에서 생산하는 연구데이터의 효율적 활용에 중점을 두었다. 연구데이터의 디지털 큐레이션은 연구성과물의 우수성을 높여줄 수 있으며, 데이터의 신뢰성을 향상시킬 수 있는 과정이라고 설명하며 국외의 10개 대학도서관의 큐레이션 사례를 분석하여 시사점을 제공하였다.

Johnston et al.(2018)도 대학도서관의 더 나은 연구데이터 큐레이션 서비스를 위해 연구자들을 대상으로 포커스그룹 인터뷰를 수행하였다. 조사 결과 연구원들은 데이터 큐레이션에 적극 참여하고 있으나 대부분 만족하지 못해 대학도서관과 연구자 사이의 갭을 발견하게 되었다. 따라서 데이터 큐레이션의 지속 발전을 위해 연구자 편의성을 증대시킬 수 있는 서비스 마련과 홍보를 제안하였다.

김성훈과 황선민(2019)은 이용자의 관심과 흥미 유발을 위해 게이미피케이션에 기반한 대학도서관 큐레이션 서비스를 제안하였다. 특히 대학생들의 관심이 많은 취업 분야의 콘텐츠를 선정하여 게이미피케이션을 적용한 서비스 프로토타입을 구성하였으며, 전문가를 통해 서비스 검증을 수행하였다. 국외 도서관에서도 교육 분야 이외에는 적용된 사례가 드문 게이미피케이션 기법을 적용하여 큐레이션 서비스를 제안하였다는 점에서 연구의 의의를 찾을 수 있다.

이정미(2020)는 데이터 큐레이션이 도서관 서비스의 새로운 영역이 아니라 전통적인 서비스의 진화된 모습으로 보았다. 따라서 정보기술의 발전에 따른 대학도서관의 역할과 기능 재정립을 위해 데이터 큐레이션 프레임워크를 제안하였다. 특히 기관 리포지토리를 중심으로 하는 데이터의 수집을 강조하며 데이터 큐레이션 기획을 위한 대학도서관의 노력을 강조하였다.

가장 최근의 연구인 배원빈(2022)은 기술수용모델을 도입하여 대학도서관의 학술정보 큐레이션 서비스가 대학생들의 사용 의도에 어떠한 영향을 미치는지 연구하였다. 대학생들을 대상으로 수행한 설문조사에서 학술정보 큐레이션 서비스의 유용성과 용이성이 사용 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 학술정보 큐레이션에 대한 개념을 정립하고 양적 연구를 통해 서비스가 나아갈 방향에 대해 제안하는 등 이용자 관점에서 학술정보 큐레이션을 분석하였다는 점에서 연구의 의미가 있다.

대학도서관 이외의 관중을 대상으로 하는 큐레이션 서비스에 대한 연구를 살펴보면, 특화도서관의 큐레이션 서비스를 개발하고자 한 곽우정과 노영희(2019)의 연구가 있다. 특화도서관이란 지역사회의 요구를 파악하여 다양한 대상별 특화서비스를 수행하는 도서관으로, 전문화된 특화서비스의 제공을 위해서는 큐레이션 서비스의 도입을 해답으로 보았다.

이어 곽우정과 노영희(2020)는 도서관의 맞춤형 큐레이션 서비스가 이용자-도서관 간 관계형성에 어떠한 영향을 미치는가에 주목하였다. 조사결과 맞춤형 큐레이션 서비스에 대한 이용자의 만족도와 신뢰도는 도서관 재방문 의도와 구전 의도, 이용증가 및 새로운 서비스 이용 의사에 정(+)의 관계를 미치는 것으로 확인되었다. 이는 비록 공공도서관의 이용자를 대상으로 수행한 연구이나, 맞춤형 큐레이션 서비스가 도서관의 긍정적 이미지 형성에 도움을 줄 수 있다는 것을 보여준 귀중한 연구로 판단된다.

이혜림(2020)은 KISTI가 개발한 콘텐츠 큐레이션에 대한 이용자들의 요구를 파악하기 위해 연구원들을 대상으로 인터뷰를 수행하여 개선방안을 도출하였다. 또한 콘텐츠 큐레이션 서비스가 현재는 비즈니스 분야에서 활발하지만 서비스의 특성이 이용자의 정보요구와 속성을 파악하여 제공한다는 점에서 정보센터를 비롯한 도서관에서의 적용을 서둘러야 한다고 하였다.

살펴본 바와 같이 대학도서관과 큐레이션 서비스에 대한 연구는 방법적으로 사례분석을 통한 프레임워크 개발과 이용자 연구 등 다양하게 이루어지고 있으나, 내용적으로는 디지털 큐레이션과 더 세부적으로 연구데이터 큐레이션에 대한 내용이 주를 이루고 있다. 또한 공공도서관과 특화도서관 정보센터 등에서는 콘텐츠 큐레이션에 대한 연구를 찾아볼 수 있었으나 대학도서관에서 학술정보를 중심으로 하는 콘텐츠 큐레이션에 대한 연구는 다소 미비한 것으로 나타났다.

Ⅲ. 콘텐츠 큐레이션의 개념

1. 도서관의 큐레이션 서비스

‘큐레이터(curator)’는 박물관이나 미술관의 전시 책임자를 의미하는 뜻으로, ‘큐레이션(curation)’이라는 용어는 큐레이터에서 파생되었다. 따라서 본래 박물관이나 미술관에서 작품을 선별하여 전시한다는 의미로 쓰였으나 오늘날 그 의미가 빠르게 변화하고 있다.

큐레이션이 새로운 의미를 부여받은 데에는 과학기술의 발전에 따른 디지털 정보 과잉을 이유로 들 수 있다. 넘쳐나는 정보 속에서 콘텐츠를 선별하고 정리하여 제공하는 일로써의 큐레이션은 오늘날 비즈니스 뿐 아니라 다양한 분야에서 필수적인 서비스 요소가 되었다.

Rosenbaum(2011)은 큐레이션에 대한 다양한 의미가 존재하지만 그 본질은 '인간이 수집·구성하는 대상에 질적인 판단을 추가해서 가치를 더하는 것'이라고 하였다. 이러한 의미에서 도서관에서의 큐레이션 서비스는 기존에 사서가 도서를 수집하여 주제별로 분류하고 목적에 맞게 제공했던 전통적인 서비스를 확장하여 수행하는 개념이라고 볼 수 있다.

Ranasinghe와 Chung(2019)의 연구는 도서관과 큐레이션 서비스의 관계에 대해 더욱 명확히 하고 있다. 도서관에서 행해지는 다양한 큐레이션의 개념을 살펴보고 이를 통해 도서관의 큐레이션 서비스를 '도서관 서비스의 맥락에서 전문사서가 수행하는 인간 매개의 개인화된 정보서비스이며, 관련 정보 또는 정보원을 추천함으로써 이용자의 명시된 또는 예상된 정보 요구를 충족시키는 것'이라고 표현하였다. 또한 도서관에서의 큐레이션 서비스는 전혀 새로운 서비스가 아닌 사서가 지금까지 행해왔던 참고서비스의 진화임을 주장하였다.

Ackehurst와 Polvere(2020)은 또한 인터넷의 부상으로 전통적으로 사서를 지칭해오던 '정보의 게이트키퍼'의 역할이 더 이상 유효하지 않게 되었다고 설명한다. 누구나 인터넷을 탐색하여 정보를 습득할 수는 있지만 정보요구에 맞는 적절한 정보와 양질의 정보를 판단하기는 쉽지 않다. 따라서 사서는 양질의 정보로의 안내자이자 교육자의 역할을 수행해야 하며, 이는 온라인 큐레이션 서비스를 통해 실현될 수 있다고 하였다.

한편 『제2차 대학도서관진흥 종합계획(2019~2023)』 수립 과정에서 대학도서관 사서를 대상으로 수행된 인터뷰에서도 '학습·연구지원 큐레이션 서비스 확대'를 주요 정책 과제 중 하나로 제시하고 있다(장윤금 외, 2020). 세부적으로 학습지원 큐레이션과 연구지원 큐레이션으로 구분되는데, 먼저 학습지원 큐레이션은 학습 길라잡이로써 전공·주제별로 검색, 원문이용이 가능하도록 도서관 홈페이지에 수집된 콘텐츠의 큐레이션 서비스를 제공하는 것이다. 전문도서 뿐만 아니라 최신 연구동향, 학술뉴스, 학회일정, 연구보고서 발간정보 등 전공별 특화된 정보원을 수집하여 제공한다. 또한 북큐레이션의 일환으로 전문 주제별·매체별 트렌드 자료를 분석하여 국가·사회가 직면한 이슈 등에 대한 사회 트렌드 도서를 제공하는 것도 포함된다.

연구지원 큐레이션 서비스는 연구성과 분석 서비스와 맞춤형 연구지원 서비스로 나뉜다. 디지털 큐레이션 측면에서 기관 리포지터리 고도화를 통해 연구 성과물을 수집하고 이에 대한 분석을 수행하는 것이 연구 성과 분석 서비스이며, 연구 단계별 지원과 연구자 맞춤정보 제공 등은 맞춤형 연구지원 서비스에 해당한다.

요약하면 대학도서관의 학습 및 연구지원을 위한 큐레이션 서비스 내용은 주제별 콘텐츠의 수집과 가공, 트렌드 자료 분석 및 추천, 학습자(또는 연구자) 맞춤 정보 제공 등으로 제시될 수 있다.

2. 콘텐츠 큐레이션의 개념

대학도서관의 큐레이션은 다양한 학술정보 중 학습과 연구에 도움이 되는 콘텐츠를 수집, 가공, 추천하여 웹상에서 제공하는 것으로 콘텐츠 큐레이션의 형태로 볼 수 있다. 아직은 대학도서관에서 제공하는 콘텐츠 큐레이션의 개념과 범위가 명확하지 않고 이에 대한 연구도 부족하다. 따라서 콘텐츠 큐레이션과 비슷한 의미로 쓰이는 다양한 형태의 큐레이션과 비교하여 콘텐츠 큐레이션의 개념에 대해 살펴볼 필요가 있다.

첫째, 데이터 큐레이션은 디지털 정보자원의 수집과 보존을 전제로 데이터의 생애주기에 따라 발견하고 정리하여 지속적인 분석과 재평가를 통해 재사용이 가능하게 하는 활동이다. 디지털 큐레이션과 데이터 큐레이션은 다양한 학문 분야에서 혼용하여 사용되기도 하고 또는 상하 관계로 여겨지기도 하지만, 문헌정보학에서는 학술연구에서 데이터의 중요성이 높아지면서 데이터의 활용에 집중한 개념으로 보는 것이 타당하다는 의견이 지배적이다(이정미, 2020).

둘째, 디지털 큐레이션은 디지털 자원을 수집, 유지, 영구보존, 제공하는 아카이빙 활동을 의미한다(안영희, 박옥화, 2009). 디지털 자원에 대한 큐레이션이라는 의미에서 콘텐츠 큐레이션은 디지털 큐레이션과 혼재되어 사용되기도 한다. 그러나 디지털 큐레이션은 공익적 가치에 부합하는 자료들의 반영구적 보관과 재사용을 위한 아카이빙 목적이 강하고, 콘텐츠 큐레이션은 고객이 필요로 하는 콘텐츠를 선별하여 용이하게 제공하고자 하는 목적이 강하다(권혁인 외, 2015).

셋째, 소셜 큐레이션은 소셜 미디어를 기반으로 이미 존재하는 막대한 양의 온라인 콘텐츠를 주제에 맞게 효율적으로 필터링하고, 재정립하는 활동이다(이혜진, 2013). 소셜 큐레이션은 콘텐츠 큐레이션의 한 가지 방법으로 설명되기도 하며, 가장 큰 특징은 소셜 미디어를 사용하는 누구나 큐레이터가 될 수 있다는 것이다. 소셜 큐레이션의 과정은 소비자가 인터넷 및 소셜 네트워크 상에서 불특정 유저가 필터링한 정보를 제공받고 다시 취합한 2차 정보를 또 다른 이용자에게 제공하는 순환구조를 갖는다(김형모, 2014).

콘텐츠 큐레이션과 비슷한 의미를 갖는 데이터, 디지털, 소셜 큐레이션의 개념을 정리하고 콘텐츠 큐레이션의 의미와 비교하여 정리하면 다음의 <표 1>과 같다.

<표 1> 다양한 큐레이션 서비스의 개념

구분	내용	콘텐츠 큐레이션과 비교
데이터 큐레이션	데이터의 생애주기에 따라 발견하고 정리하여 지속적인 분석과 재평가를 통해 재사용이 가능하게 하는 활동	연구 데이터 활용에 집중
디지털 큐레이션	디지털 자원을 수집, 유지, 영구보존, 제공하는 아카이빙 활동	아카이빙 목적
소셜 큐레이션	소셜 미디어를 기반으로 이미 존재하는 막대한 양의 온라인 콘텐츠를 주제에 맞게 효율적으로 필터링하고, 재정립하는 활동	소셜미디어 기반

콘텐츠 큐레이션은 연구 데이터의 활용에 집중하는 데이터 큐레이션보다는 상위 개념이며, 아카이빙의 목적보다는 디지털 자원의 선별과 제공의 서비스 목적이 강해 디지털 큐레이션과는 의미적으로 차이를 보인다. 또한 소셜 큐레이션은 소셜 미디어가 등장하면서 나타난 콘텐츠 큐레이션의 한 가지 방법으로 설명될 수 있다.

콘텐츠 큐레이션은 이렇게 '콘텐츠'라는 개념에 따라 확장된 의미를 갖기도 하고 한정된 의미를 갖기도 한다. 콘텐츠 큐레이션은 마케팅을 포함한 비즈니스 분야와 정보통신분야, 문헌정보학 분야 등에서 다양하게 쓰이고 있으며, 콘텐츠의 의미를 어떻게 규정하느냐에 따라서 그 개념을 정의내리고 있다.

사사키 도시나오(2012)는 '다양한 소스를 기반으로 수집한 콘텐츠를 조직화하여 제공하는 것'을 콘텐츠 큐레이션이라고 하였다. 큐레이터는 이 과정에서 해당 카테고리과 관련한 콘텐츠를 발견하고 한데 모으고 재배열하여 독자들에게 전달한다.

최홍규(2015)는 콘텐츠 큐레이션을 '다양한 정보로 이루어진 콘텐츠를 특정한 주제나 관심사에 따라 수집하고 분류하며 구성하는 일련의 과정'이라고 정의하였다. 또한 콘텐츠 큐레이션은 새로운 것이기 보다 인터넷 환경이 발전하면서 자연스럽게 성장하게 되었는데, 이는 콘텐츠의 양이 기하급수적으로 많아졌기 때문이라고 설명한다. 과거와는 달리 정보를 덜어내는 것이 더 가치 있어졌으며, 이러한 과정을 통해 제공된 정보가 이용자에게 더욱 도움이 되기 때문이라고 부연하였다.

Brudy et al.(2016)은 그 '과정에서 새로운 통찰력과 지식을 도출하고 이러한 발견에 대해 보다 많은 사람들에게 제공하는 것을 목적으로 하는 활동'이라고 콘텐츠 큐레이션을 정의하였다. 따라서 정보의 방대함으로 인해 알 수 없었던 지식을 큐레이션 과정을 통해 창출하는 것이 중요하며, 무엇보다 서비스를 제공받는 이용자에게 직접적으로 도움이 되어야 하는 것이 중요하다고 하였다.

임지희 외(2016)는 디지털 큐레이션과 데이터 큐레이션이 혼재되어 사용되는 상황에서 텍스트, 이미지, 영상, 음악 등 모든 데이터가 콘텐츠라는 용어로 수렴되기 때문에 콘텐츠 큐레이션이 오늘날의 큐레이션을 가장 포괄적으로 대표하는 표현이라고 하였다.

KISTI 콘텐츠 큐레이션 센터에서 내린 콘텐츠 큐레이션의 정의는 '콘텐츠를 입수, 선정, 구축, 보존, 접근/사용/재사용까지를 관리하는 활동'이다. 디지털 큐레이션의 개념을 콘텐츠 큐레이션으로 가져와 콘텐츠 간의 연계를 통해 콘텐츠의 가치를 높이려는 노력을 의미한다(이혜림, 2020).

대부분의 콘텐츠 큐레이션에 대한 정의의 공통된 점은 수 많은 정보 속에서 '도움이 될 만한' 콘텐츠를 '모으고', '나누고', '가치를 더해', '제공하는 것' 등으로 표현된다는 것을 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 대학도서관의 콘텐츠 큐레이션에 대해 '학술정보 중 학습과 연구에 도움이 되는 콘텐츠를 수집, 분석, 가공, 정제하여 이용자에게 제공하는 것'으로 정의하고자 한다.

한편 대학도서관에서의 콘텐츠 큐레이션은 온라인 주제가이드와 비슷한 형태를 보인다. 온라인

주제가이드는 ‘특정 주제에 대해 잘 모르는 초보자들을 위하여 기본적인 자료를 체계적으로 소개하는 안내서 역할’이라는 의미를 갖는다(김수정, 2012). 그러나 온라인 주제가이드는 인지도 부족과 학문분야별로 분류된 콘텐츠가 학생들에게는 그리 유용하지 못하다는 점, 업데이트에 소요되는 시간과 노력이 상당하여 최신성이 부족하다는 점 등으로 인해 이용률이 떨어지고 있는 것이 현실이다(이미화, 2010).

콘텐츠 큐레이션과 온라인 주제가이드가 구분되는 점은 크게 과목별, 과제별, 학과별 등으로 큐레이션을 다양하게 구성할 수 있다는 점과 기계적 큐레이션을 통해 도서관이 소장하고 있지 않은 웹 상의 정보를 수집할 수 있다는 점이다. 따라서 학술정보 콘텐츠 큐레이션이 온라인 주제가이드의 약점을 보완하는 방법으로 활용되기를 기대할 수 있다.

3. 콘텐츠 큐레이션의 유형과 모델

콘텐츠 큐레이션의 유형은 학자에 따라 여러 가지로 나뉜다. 가장 일반적인 유형은 기계가 자동적으로 큐레이션한 것과 사람이 수동적으로 큐레이션한 유형을 나누는 것으로 Bhaskar(2016)는 전자를 저강도 큐레이션, 후자를 고강도 큐레이션으로 정의한다.

이렇게 콘텐츠 큐레이션을 두 가지 유형으로 나누는 것은 인터넷과 정보기술이 발달함에 따라 웹상에서 이루어지는 콘텐츠 큐레이션에 대한 기계적 분류가 가능해졌기 때문이다. 따라서 ‘기계가 알고리즘에 의해 자동으로 분류해 놓은 것과 사람이 수동으로 분류하여 가치를 더한 것을 모두 콘텐츠 큐레이션으로 볼 수 있는가?’에 대한 의문이 존재한다. 이에 대해 Bhaskar는 웹 환경의 특성으로 말미암아 이 두 가지를 큐레이션으로 보느냐 안 보느냐를 구분 짓는 자체가 무의미하며, 그 차이는 강도에 있다고 보았다. <표 2>와 같이 저강도 큐레이션과 고강도 큐레이션은 서로 다른 특징을 갖고 있으며, 학자에 따라서는 이를 이해하기 쉽게 알고리즘 큐레이션과 휴먼 큐레이션으로 부르기도 한다(부지혜, 2019).

<표 2> 고강도 큐레이션과 저강도 큐레이션

구분	내용 및 특징	예시
저강도(알고리즘) 큐레이션	- 다소 가벼운 형태로 기계를 중심으로 이루어지는 큐레이션 - 시스템을 통해 자동화된 방식으로 이루어지므로 선별 및 배치 과정에서 정보의 양을 축소시키는 역할	범주화 네트워크, 선별 메커니즘, 추천 알고리즘 등
고강도(휴먼) 큐레이션	- 대체로 마케터가 이야기하는 큐레이션 - 사람의 손을 거친 수동식 큐레이션 - 소규모 독자를 대상으로 깊이있는 조사과정을 거쳐 큐레이터가 모든 것을 이해한 상태에서 세밀한 선택이 이루어짐	캐노피, 보잉보잉, 인스타그램, 오라일리 레이다, 킥스타터 등

(출처: 마이클 바스카 (2016), 큐레이션: 과감히 떨어내는 힘. 서울: 민음사. 재구성)

콘텐츠 큐레이션이 등장한 초기부터 미래에 가장 빠르게 성장할 것이며, 콘텐츠 큐레이터가 가장 중요한 직업이 될 것이라고 예언한 Bhargava(2011)는 그의 블로그를 통해 콘텐츠 큐레이션의 다섯 가지 모델을 설명하였다. 콘텐츠 큐레이션은 웹과 소셜 미디어의 혼란스러운 정보 과부하를 극복하고 가장 중요한 것을 모아 그 정보를 원하는 누구든 이해하도록 돕는 데 초점을 맞추는 것이 목적이다. 따라서 이를 달성하기 위한 콘텐츠 큐레이션은 <표 3>과 같이 종합(aggregation), 정제(distillation), 고도화(elevation), 매쉬업(mashup), 연대기(chronology)의 다섯 가지 모델로 설명될 수 있다.

<표 3> 콘텐츠 큐레이션의 5가지 모델

구분	내용
종합 (aggregation)	- 특정 주제에 대해 가장 관련성이 높은 정보를 한 곳에 정리하는 것 - 가장 일반적인 콘텐츠 큐레이션의 형태 - 애그리게이션만으로 큐레이팅하는 경우 콘텐츠의 양이 많아질 수 있음 - 특정 주제의 정보를 찾는 이용자에게 효과적
정제 (distillation)	- 정제를 거친 아이디어는 단순함이 더해진 정보 - 정보를 가장 중요하거나 관련된 순서가 아닌 단순한 형식으로 정리하는 형태 - 단순성으로 인해 손실되는 데이터의 양이 많을 수 있음 - 보다 집중적인 정보 제공 가능
고도화 (elevation)	- 온라인에 게시된 작은 아이디어에 더 큰 추세나 경향, 통찰력을 더함 - 더 많은 전문 지식과 분석 능력을 요하기 때문에 가장 어려운 콘텐츠 큐레이션의 유형 - 사용자에게는 가장 강력한 영향력
매쉬업 (mashup)	- 기존 콘텐츠를 병합하여 새로운 관점을 만드는 데 사용되는 큐레이션 - 특정 주제에 대해 여러 관점을 취하고 단일 위치에서 공유 - 예로 매일 업데이트되는 위키피디아(Wikipedia)가 있음 - 매쉬업을 통해 큐레이션하는 과정에서 새로운 콘텐츠를 만드는 방법 제공
연대기 (chronology)	- 특정 주제에 대한 진화를 이해하기 위한 방법 - 시간이 지남에 따라 이해관계가 바뀌는 주제를 다룰 때 유용 - 정보 유물을 통해 역사를 재정립할 때 강력한 방법

(출처: Bhargava, Rohit (2011). <https://rohitbhargava.com/the-5-models-of-content-curation/>. 재구성)

IV. 콘텐츠 큐레이션 현황 분석

1. 분석 대상 선정

대학도서관의 콘텐츠 큐레이션 전략 수립을 위해 먼저 활발하게 큐레이션 서비스를 수행하고 있는 도서관의 현황을 분석하여 시사점을 얻고자 하였다. 정보서비스를 큐레이션 형태로 제공하고 있는 도서관이 다수이나, 서비스에 '큐레이션'이라는 이름을 붙여 수행하고 있는 곳만을 선정하였다.

다만 대부분의 도서관에서 추천도서 또는 컬렉션 형태로 운영되는 북 큐레이션은 제외하였는데,

본 연구에서 다루는 콘텐츠 큐레이션은 도서관 웹사이트에서 제공되는 디지털 학술정보가 대상이기 때문이다. 북 큐레이션은 예비독자 개발 및 기존 독자 유지를 위한 다양한 방법과 과정으로 온라인의 도서추천과 오프라인의 책 디스플레이 등 모든 측면이 중요시 된다(김미정, 김정명, 2020). 따라서 디지털 콘텐츠만을 다루는 본 연구의 대상으로 선정하기에는 북 큐레이션의 개념을 온전히 담고 있지 못한 것으로 판단하였다.

선정 대상으로 대학도서관으로는 D-Curation을 운영하는 대구경북과학기술원(Daegu Gyeongbuk Institute of Science & Technology, 이하 DGIST) 학술정보관과 SICS를 운영하는 고려대학교 도서관, 과제물 큐레이션과 교양맞춤 큐레이션을 제공하는 한국방송통신대학교 중앙도서관을 선정하였다. 대학도서관 이외에 국립세종도서관이 운영하는 정책정보포털(Policy Information, 이하 POINT)의 POINT 큐레이션도 포함하여 시사점을 얻고자 하였다.

도서관의 콘텐츠 큐레이션 운영사례가 많지 않음에 따라 포털 및 콘텐츠 기업의 큐레이션 사례를 분석하여 도서관 큐레이션 서비스에 접목시킬 수 있는 방법을 모색하고자 하였다. 분석 대상 선정으로는 선행연구를 통해 성공적인 큐레이션 서비스를 제공하고 있다고 평가되며(이혜진, 2013; 최홍규, 2015; Bhaskar, 2016), 도서관에서 적용할만한 모델이라고 언급된 기업(곽우정, 노영희, 2019; Guallar, 2016)을 선정하였으며, 각각의 기업이 제공하는 콘텐츠가 ‘이미지’, ‘뉴스’, ‘음악’, ‘동영상’ 등으로 겹치지 않도록 하였다.

따라서 가장 대표적인 소셜 큐레이션의 사례로 알려진 핀터레스트(Pinterest)와 뉴스 큐레이션 서비스인 플립보드(Flipboard), 개인화 큐레이션의 성공사례로 알려진 넷플릭스(Netflix)와 스포티파이(Spotify)를 분석 대상으로 선정하였다. 소셜 미디어 중 도서관에 도입할만한 사례로 국외에서는 페이스북과 트위터 등을 언급하고 있으나, 국내에서는 가장 높은 점유율을 보이는 소셜 메신저인 카카오톡으로 접근할 수 있는 카카오�뷰(KakaoView)를 선정하여 국내 실정을 반영하기로 하였다. 이상의 분석 대상을 표로 정리하면 다음의 <표 4>와 같다.

<표 4> 분석 대상

연번	구분	세부구분	기관명	서비스명	콘텐츠
1	도서관	대학도서관	DGIST 학술정보관	D-Curation	학술정보
2		대학도서관	고려대학교 도서관	SICS	학술정보
3		대학도서관	한국방송통신대학교 중앙도서관	과제물 큐레이션 교양맞춤 큐레이션	학술정보
4		국가도서관	국립세종도서관	POINT 큐레이션	정책정보
5	콘텐츠 기업	소셜 미디어	핀터레스트	핀터레스트(Pinterest)	이미지
6		어플리케이션	플립보드	플립보드(Flipboard)	뉴스
7		포털	카카오	카카오�뷰(KakaoView)	모든 정보
8		동영상 스트리밍	넷플릭스	넷플릭스(Netflix)	동영상
9		음악 스트리밍	스포티파이	스포티파이(Spotify)	음악

2. 분석 대상 기관별 콘텐츠 큐레이션 서비스의 현황 및 특징

가. 도서관의 콘텐츠 큐레이션 서비스

(1) DGIST 학술정보관 D-Curation

DGIST 학술정보관의 D-Curation 서비스는 웹진 형태로 발행되는 콘텐츠 큐레이션이다. 웹 상의 무수한 정보 가운데 구성원들의 연구와 학습에 도움되는 정보 뿐 아니라 교양 정보까지 선별하여 제공한다. D-Curation은 전문 큐레이터(사서)가 직접 큐레이팅하여 운영하는 국내 도서관 최초의 큐레이션 서비스로 알려져 있으며, DGIST 학술정보관이 개관한 2014년부터 서비스를 제공하고 있다.

D-Curation은 모기관의 특성에 맞게 과학·기술과 관련된 트렌드를 주제별로 제공하는 것이 특징이다. 신물질, 정보통신, 로봇, 에너지, 뇌과학, 바이올로지 등 DGIST의 융복합 프로그램인 미래브레인(MIREBraiN)에 해당하는 6가지 주제에 대한 콘텐츠 큐레이션을 제공한다. 주제별로 도움이 되는 무료강좌를 소개하거나 학술저널, 전자책, 신착자료, 인기논문 등의 정보를 선별하여 제공하는 등 주제전문서비스를 큐레이션 서비스에 접목시켜 제공하고 있다. 또한 '큐레이션 요청하기' 서비스를 통해 큐레이션 요청서를 작성하면 해당 정보에 대한 큐레이션을 제작하여 배포하기도 한다.

제작된 큐레이션은 DGIST 학술정보관 1층 미디어월과 소셜 미디어, 학내 커뮤니케이션을 통해 배포되어 서비스 접근성을 높였다. D-Curation의 이러한 시도는 도서관을 자주 이용하는 이용자 뿐만 아니라 잠재적 이용자까지 도서관으로 끌어들이고자 하는 노력으로 평가된다.

(2) 고려대학교 도서관 SICS

고려대학교 도서관은 2018년 자체 개발한 학술정보 큐레이션 서비스 SICS(Scholarly Information Curation Service)를 운영하고 있다. 대부분의 대학도서관이 LibGuides나 Subject Plus 등의 템플릿을 사용하여 운영하는 주제가이드가 가진 한계점을 바탕으로 개발된 SICS는 콘텐츠 큐레이션에 데이터 큐레이션을 접목시켰다. 무엇보다 개발에 현직 사서들이 참여하여 대학도서관 현장에서의 문제점을 중심으로 개발된 서비스이기 때문에 이용자의 변화하는 정보행태와 정보요구를 실질적으로 담고 있는 서비스로 평가된다.

2022년 8월 현재 미디어학, 법학, 심리학, 컴퓨터학, 경제학, 교육학, 언어학, 정치외교학, 행정학, 노어노문학, 한국사학 등 11개 학과가 서비스되고 있으며, 매일 8,100여개 정보원을 대상으로 277,000여 건 이상의 데이터가 업데이트 되고 있다. 방대한 학술정보 중 학술 연구에 필요한 전문 도서와 학술논문, 데이터베이스 등은 물론 연구보고서, 학술뉴스, 학술대회 일정 등 전공별로 특화된 각종 학술정보에 이용자는 편리하게 접근할 수 있다.

고려대학교 도서관의 SICS가 주제가이드와 다른 점은 큐레이션의 자동화를 통한 효율성을 추구한다는 점이다. 대다수의 대학도서관 주제가이드가 관리자가 콘텐츠를 선별하여 직접 입력하는

방식이었다면, SICS는 자관 학술정보시스템과 온라인 서점, Web DB, 연구동향 사이트, 학회 정보 사이트, 언론사이트, 온라인 강의 사이트 등의 정보원을 RSS와 크롤링을 통해 자동 수집하는 방법과 사서의 직접 수집을 병행한다(이상오 외, 2019).

(3) 한국방송통신대학교 중앙도서관 큐레이션 서비스

한국방송통신대학교 중앙도서관의 큐레이션 서비스는 모기관의 운영 특성을 반영한 특정 콘텐츠에 대한 큐레이션이라는 점에서 다른 학술정보 큐레이션과 구분된다. 한국방송통신대학교는 4년제 대학교에 비해 중도탈락률이 높은 편¹⁾인데, 학생의 연령과 직업, 지역도 매우 다양한 데다가 원격대학의 특성상 학생 간 커뮤니케이션이 제한적이기 때문에 시험, 과제물 등 해결에 어려움을 겪는 것을 이유로 들 수 있다.

따라서 도서관 웹페이지를 통해 제공하는 정보에 대한 학생들의 의존도가 클 수밖에 없다. 한국방송통신대학교 중앙도서관이 2019년 1학기부터 시작한 온라인 ‘과제물 큐레이션’ 서비스는 학생들에게 직접적 도움을 주어 중도탈락률을 낮출 목적으로 시작되었다. 과제물 큐레이션은 도서관 사서가 과제물을 분석하여 해결을 위한 자료 검색과정과 엄선된 추천 자료 등을 제공하여 학생들에게 과제물 작성 가이드를 제시하는 서비스이다.

과제물 큐레이션 서비스를 제공할 과목은 이용자의 신청을 받아 빈도와 적합 여부 검토를 통해 매 학기 선정한다. 큐레이션 담당 사서는 선정된 과제물에 대한 분석과 과제 제출을 위한 포맷 등을 안내하고, 키워드 추출을 통해 정보 검색을 돕는다. 과제 작성에 도움이 되는 자료는 학술논문과 단행본 등을 망라하여 사서가 직접 선정, 제공한다.

과제물 큐레이션이 과제 해결에 중점을 두어 실질적 학습지원을 수행한다면, ‘교양맞춤 큐레이션’은 주제 선정부터 콘텐츠 선별까지 사서가 직접 수행하는 독서지원 큐레이션이다. 최근 사회문화 트렌드를 반영한 주제를 분기별로 선정하여 주제에 맞는 자료를 선정하여 제공하는데, 제공되는 콘텐츠는 소장 단행본과 전자책에 그치지 않고 무료로 이용할 수 있는 학술자료, 정책자료, 동영상 자료의 URL 등 매우 다양하다.

(4) 국립세종도서관 POINT 큐레이션

POINT는 정부 및 공공기관 공직자를 대상으로 정책 활동에 필요한 정보를 지원하고, 일반 국민이 정부의 정책 관련 정보에 쉽게 편리하게 접할 수 있도록 하기 위해 구축된 정책정보포털이다. 국립세종도서관이 운영하고 있으며, 2022년 8월 현재 총 275,225,034건의 콘텐츠를 제공하고 있다. 온라인 정책보고서, 학술자료, 웹사이트, 협력기관 소장자료 등을 망라한 윈스톱 검색이 가능하며, 최신 정책동향, 국정과제, 정책 세미나, 정부조직, 통계 · 법령 · 규격정보, 용어 · 약어 사전 등 정책

1) 학부생 기준 4년제 대학교 2021년 평균 중도탈락률 5.54%, 한국방송통신대학교 2021년 중도탈락률 23.1% (대학정보공시자료 분석)

수립에 필요한 다양한 정보를 제공한다.

POINT의 다양한 서비스 중 POINT 큐레이션은 주요 정책이슈를 선정하여 다양한 콘텐츠를 제공한다. 콘텐츠는 멀티미디어, 국내정책보고서, 국외정책보고서, 관련기사 및 자료, 관련 웹사이트 등으로 구성되며 국내외 정책보고서는 원문을 바로 열람할 수 있다.

POINT 큐레이션이 특별한 점은 선정된 이슈에 대해 '큐레이션 해쉬태그'를 제시한다는 점이다. 해쉬태그(hashtag)는 소셜 미디어나 마이크로 블로그에서 특정한 주제나 내용을 담은 내용을 쉽게 찾을 수 있도록 하는 태그이다. 해쉬태그는 연관된 내용을 확장하여 찾아볼 수 있다는 장점이 있다. 한 이슈당 적게는 3개, 많게는 7개의 큐레이션 해쉬태그가 제시되는데, 제시된 해쉬태그를 클릭하면 POINT 내 관련 자료가 검색된다.

나. 콘텐츠 기업의 콘텐츠 큐레이션 서비스

(1) 핀터레스트

이미지 공유 및 검색 서비스를 제공하는 핀터레스트는 이미지 콘텐츠를 대상으로 하는 대표적인 소셜 큐레이션 서비스로 분류된다. 핀터레스트는 사용자의 참여와 공유, 관계 형성 등 소셜 미디어가 갖고 있는 특성들을 기반으로 한 큐레이션 서비스로 인터넷에서 마음에 드는 이미지를 큐레이션 하여 모으고, 이를 다른 사람과 공유하고 전달한다.

핀터레스트는 고정하다는 의미의 '핀(pin)'과 재미를 뜻하는 '인테리어(interest)'의 합성어이다. 핀 기능은 사진을 모으는 작업에 해당하고, 보드는 저장한 핀을 주제에 따라 분류하는 작업에 해당한다. 사용자는 나의 핀과 보드를 공개할지 비공개할지 설정할 수 있으며, 공개된 핀과 보드에는 다른 소셜 미디어와 유사하게 댓글과 좋아요로 반응을 보일 수 있다.

핀터레스트는 타인과 공유, 재공유, 추천 등이 쉬워 사용이 어렵지 않으며 인터넷 연결만 가능한 곳이라면 내가 핀한 자료를 언제나 꺼내볼 수 있기 때문에 클라우드의 기능도 하고 있다. 또한 페이스북, 인스타그램 등 여타의 다른 소셜 미디어가 나와의 관계를 중심으로 형성되는 반면 핀터레스트는 관심사를 중심으로 관계가 형성되는 특징을 갖고 있기 때문에 관계성 중심의 소셜 미디어를 좋아하지 않는 사용자도 부담없이 사용할 수 있다.

핀터레스트는 이러한 소셜 큐레이션 기능을 마케팅에도 활용하고 있다. 판매자가 보드에 제목, 설명, 링크를 추가하여 사용자가 콘텐츠를 찾고 저장할 수 있도록 지원하고, 제품을 태그하여 아이디어 핀에 쇼핑 기능을 부여하는 등 커머스와 연계한 콘텐츠 큐레이션으로 진화하고 있다.

(2) 플립보드

플립보드는 웹사이트와 스마트폰에서 모두 사용할 수 있는 뉴스 매거진 어플리케이션으로 태블릿이 보급화되면서 주목받기 시작하였다. 사용자가 각종 뉴스와 콘텐츠를 자신이 정한 테마나 주제에

맞게 재배열할 수 있게 도와주는 뉴스 큐레이션 서비스를 제공하고, 콘텐츠를 ‘접히는(flip) 판(board)’ 형태로 보여주어 스마트 기기에 적합한 화면을 갖고 있다.

뉴스 애그리게이터(News aggregator)란 새로운 콘텐츠를 찾기 위해 다수의 웹사이트를 지속적으로 탐색해 헤드라인을 모아놓은 웹사이트나 프로그램을 지칭한다. 플립보드에서는 누구나 애그리게이터가 될 수 있다. 소셜 미디어 계정을 통해 언론사의 콘텐츠를 수집해 이용자의 선호에 맞게 그 내용을 구성할 수 있는데, 이 콘텐츠 큐레이션을 플립보드에서는 ‘매거진’이라 지칭한다. ‘새 매거진 만들기’ 메뉴를 통해 다른 사람의 콘텐츠를 나에게 플립하여 나만의 매거진을 발행할 수 있으며, 저장용, 구독용, 공유용 등으로 설정하여 다수와 공유하거나, 개인 구독용으로 활용할 수 있다.

뉴스 큐레이션 서비스가 다른 소셜 큐레이션 서비스와 다른 점은 ‘뉴스’의 속성을 지니고 있기 때문에 다른 사람의 센스나 관심사 보다는 큐레이션된 콘텐츠의 진정성과 시의성에 주목한다는 점이다(이혜진, 2013). 따라서 자신이 관심있는 주제와 관련된 콘텐츠를 모으고 다른 사용자로 하여금 신뢰와 공감을 확보하는 것이 플립보드 콘텐츠 큐레이션의 특성으로 볼 수 있다.

(3) 카카오뷰

카카오뷰(Kakao View)는 포털기업 카카오가 2021년 선보인 콘텐츠 큐레이션 서비스이다. 콘텐츠를 큐레이션하여 발행하는 사용자를 ‘뷰 에디터(View editor)’라고 부르며, 뉴스, 영상, 텍스트, 음악 등 다양한 콘텐츠를 모아 발행하는 것을 ‘보드’라고 한다. 검색을 통해 나의 관심사에 맞는 뷰 에디터와 보드를 찾아볼 수 있으며, ‘My뷰’에 고정시켜 구독할 수 있다. 경제, 취미, 테크, 건강, 교육 등 22개 주제 카테고리 중에서 선택하면 뷰 에디터의 보드 뿐 아니라 언론사들의 보드도 노출된다.

카카오뷰는 대한민국에서 가장 점유율이 높은 모바일 메신저를 플랫폼으로 이용한다는 점과 이미 다양한 콘텐츠 서비스를 제공하고 있는 포털 기업에서 개발한 콘텐츠 큐레이션이라는 점이 강점이다. 거의 매일 쓰는 모바일 메신저를 통해 접근할 수 있기 때문에 누구나 손쉽게 사용자가 될 수 있으며, 보드를 발행할 때 카카오의 서비스인 브런치, 티스토리, 카카오TV, 다음뉴스 등을 연동할 수 있다.

카카오뷰는 누구나 큐레이터가 되고 누구나 콘텐츠를 구독할 수 있다는 소셜 큐레이션의 개념을 서비스에 적극 도입하였다. 또한 자신의 보드를 받아보는 이용자 수나 보드 노출 수 등에 따라 광고 수익의 일부를 배분받는 형식의 보상구조도 마련하여 양질의 콘텐츠를 큐레이션하는 뷰 에디터의 육성을 기대하고 있다.

(4) 넷플릭스

넷플릭스는 가장 잘 알려진 글로벌 온라인 동영상 스트리밍 서비스(OTT)로 큐레이션 서비스를 마케팅에 잘 활용하고 있다. 넷플릭스는 자체 개발한 큐레이션 엔진인 ‘시네매치(Cinematch)’로 콘텐츠를 추천한다. 시네매치는 태그, 빅데이터, 알고리즘의 세 개의 축으로 구성된다.

먼저 태그는 넷플릭스가 보유한 콘텐츠 하나하나마다 장르, 캐릭터, 스토리 전개방식 등 모든 부분을 상세하게 규정해 놓은 것이다. 콘텐츠에 태그를 다는 작업은 사람이 직접 수행하며, 콘텐츠 담당자가 일일이 감상한 후 관련된 태그를 입력하는 방법을 선택하고 있다. 여기에 기계가 사용자의 행동에서 취합한 빅데이터가 결합하여 알고리즘을 형성하게 되는데, 넷플릭스가 전 세계 OTT 서비스 중 가장 많은 사용자를 확보하고 있는 것은 바로 이 정교한 추천 알고리즘 때문으로 평가된다(이윤정, 2018).

한편 넷플릭스는 최근 동영상 콘텐츠를 사용자가 평가할 수 있는 버튼인 ‘좋아요’와 ‘마음에 안 들어요’ 외에 ‘최고예요’를 추가했다. 콘텐츠에 대한 평가를 별점에서 호불호 평가로 바꾼 뒤 더욱 세분화된 개인 맞춤형 알고리즘이 가능해졌으나, 이를 더 발전시키기 위해 최고예요 버튼을 추가한 것이다. 최고예요 버튼을 적용하는 경우 비슷한 장르의 콘텐츠는 물론 해당 콘텐츠에 출연한 배우나 연출자가 제작한 콘텐츠까지 보여주는 시스템으로 구축하였다(최경미, 2022). 넷플릭스는 넘쳐나는 동영상 콘텐츠 속에서 사용자의 선택 시간을 줄여주기 위한 개인화 큐레이션을 위해 다양한 방법을 시도하고 있는 것을 알 수 있다.

(5) 스포티파이

스포티파이는 세계 최대의 음원 스트리밍 기업으로, 여타의 음원 스트리밍 서비스가 제공하는 차트, 검색, 신곡추천 등과 더불어 다양한 뮤직 큐레이션 서비스 제공한다는 점이 성장의 비결로 알려져 있다. 뮤직 큐레이션은 ‘나만의 플레이리스트’에서 탭에서 제공한다.

스포티파이의 대표적 기능인 ‘데일리 믹스’는 사용자의 검색기록, 감상기록, 팔로우 정보 등을 기반으로 그와 관련된 곡들로 플레이리스트를 자동으로 생성해준다. ‘신곡 레이더’는 사용자 정보에 기반하여 관심어 할 만한 신곡들을 대상으로 플레이리스트를 자동 생성해준다.

‘새 위클리 추천곡’은 데일리 믹스와는 다르게 사용자 정보를 분석하여 들어본 적 없는 노래 중 사용자 취향에 맞을 것으로 판단되는 음악을 추천한다. 이 새 위클리 추천곡을 위해서는 사용자 분석과 음악 분석을 병행한다. 사용자 분석은 음악 재생시간, 장르, 활동, 규칙성 등을 고려하고, 음악 분석은 머신러닝 기법을 적용하여 음악의 장르를 최대한으로 세분한다.

새 위클리 추천곡은 스포티파이만의 독보적 음악 큐레이션으로, 처음 듣는 음악이지만 나의 취향이 녹아 있어 사용자로 하여금 숨겨진 보물을 찾은 것만 같은 즐거움을 선사한다. 스포티파이만의 이러한 정교한 음악 큐레이션은 사용자를 확장시키는 힘인 동시에 수많은 음원 콘텐츠 중 무명 음악인들의 명곡을 발견하여 음원 시장을 활성화시키는 힘으로 작용하고 있다.

3. 분석 결과 종합

대학도서관 콘텐츠 큐레이션 전략을 수립하기 위해 대학도서관, 국가도서관, 콘텐츠 기업의 큐레

이선 서비스 현황을 분석하였다. 도서관의 큐레이션은 사서의 고강도 큐레이션을 기반으로 하고, SICS의 경우에는 기계적 크롤링을 함께 사용하고 있다. 소셜 큐레이션 기반인 핀터레스트와 플립보드, 카카오프리는 누구나 큐레이터로 참여하는 고강도 큐레이션이며, 넷플릭스는 고강도 큐레이션과 저장도 큐레이션을 혼합하고 있고, 스포티파이는 빅데이터를 기반으로 하는 저장도 큐레이션이다.

D-Curation는 과학기술 주제분야별, SICS는 학과별, 과제물 큐레이션은 과목별(과제별)로 학술 정보를 비롯한 광범위한 콘텐츠를 큐레이션하며, POINT 큐레이션은 해쉬태그 제공이 특징이다. 핀터레스트는 쉬운 보드 발행과 공유, 추천 등이 용이하다는 특징이 있으며 플립보드는 뉴스라는 콘텐츠 특징으로 인해 콘텐츠의 진정성과 시의성을 중시한다. 카카오프리는 소셜 메시지를 통한 손쉬운 접근과 양질의 큐레이션에 대한 보상체계 마련, 넷플릭스와 스포티파이는 자체 개발한 알고리즘을 통해 정교한 콘텐츠 분석과 이용자 분석을 제공한다는 특징을 갖고 있다. 분석 결과를 종합 정리하면 다음의 <표 5>와 같다.

<표 5> 콘텐츠 큐레이션 서비스 현황 분석

연번	구분	대상 콘텐츠	유형	특징
1	DGIST 학술정보관 D-Curation	학술정보	사서의 고강도 큐레이션	- 웹진 형태 발행 - 과학·기술 주제 분야별 큐레이션 - '큐레이션 요청하기' 서비스 시행 - 다양한 방법으로 배포
2	고려대학교 도서관 SICS	학술정보	사서의 고강도 큐레이션 + 기계적 크롤링을 통한 저장도 큐레이션	- 고강도와 저장도 큐레이션 혼합 - 학과별 큐레이션 - 크롤링을 통한 최신성 유지
3	한국방송통신대학교 중앙도서관 과제물/교양맞춤 큐레이션	과제 관련 정보, 교양정보	사서의 고강도 큐레이션	- 과목별(과제별) 큐레이션 - 실질적으로 도움이 되는 자료 제공 - 검색방법 안내 등 교육적 역할 수행 - 콘텐츠 망라한 독서지원 큐레이션
4	국립세종도서관 POINT 큐레이션	정책정보	사서의 고강도 큐레이션	- 큐레이션 해쉬태그 제공 - 큐레이션 내용과 관련된 지식 확장 유도
5	핀터레스트	이미지	누구나 참여하는 고강도 큐레이션	- 보드 발행, 공유, 추천 등 용이 - 관심사 중심으로 관계 형성 - 마케팅 활용
6	플립보드	뉴스	누구나 참여하는 고강도 큐레이션	- 매거진 발행과 공유로 관심사 노출 - 뉴스의 속성상 콘텐츠의 진정성과 시의성이 관건 - 신뢰성 있는 정보와 공감 확보
7	카카오프리	모든 정보	누구나 참여하는 고강도 큐레이션	- 소셜 메시지를 통한 쉬운 접근 - 발행한 보드 수나 이용자 수 등에 따른 보상으로 흥미 유발
8	넷플릭스	동영상	동영상 분석자의 고강도 큐레이션(태그) + 기계적 알고리즘 분석의 저장도 큐레이션	- 동영상 콘텐츠에 태그를 작성하는 고강도 큐레이션과 사용자의 행동 빅데이터를 분석하는 저장도 큐레이션 혼합 - 콘텐츠 평가 세분화 - 알고리즘을 통한 정교한 추천
9	스포티파이	음악	기계적 음악 및 사용자 분석의 저장도 큐레이션	- 머신러닝을 통한 세분화된 음악 분석과 사용자 행동 분석 - 숨겨진 음악 발굴로 음원시장 활성화

4. 사례 분석을 통한 시사점

대학도서관의 콘텐츠 큐레이션 전략 수립을 위해 대학도서관과 국가도서관, 콘텐츠 기업의 콘텐츠 큐레이션 서비스 현황과 특성을 살펴보았다. 분석을 통해 얻은 시사점을 도서관과 콘텐츠 기업의 특징을 중심으로 정리하면 다음과 같다.

먼저 도서관의 콘텐츠 큐레이션의 특징은 첫째, 대학도서관의 경우 학술정보를 정제하는 데에 있어 이용자에게 가장 도움이 될 만한 큐레이션 방법으로 전공별 또는 주제별, 과목별 큐레이션을 선택하고 있다. 이는 대학도서관에서 행해오던 온라인 주제가이드 또는 주제전문서비스에 콘텐츠 큐레이션이라는 방법을 적용한 것으로 볼 수 있다. 다만 국가도서관인 국립세종도서관이 운영하는 POINT 큐레이션은 정책정보에 대한 대국민서비스의 성격이 크기 때문에 주제별 세분은 하지 않고 있다.

둘째, 도서관의 콘텐츠 큐레이션은 전문지식을 가진 큐레이터, 즉 사서가 직접 큐레이션을 수행한다는 것이다. 특히 한국방송통신대학교 도서관의 과제물 큐레이션은 과목과 과제물에 대한 사서의 이해와 분석을 바탕으로 관련된 콘텐츠를 큐레이션하는 고강도 큐레이션이다. 자체 개발한 시스템을 적용하고 있는 고려대학교 도서관은 업데이트 주기를 최소화하기 위해 수집 단계에서 기계적 큐레이션을 도입하고 있으나, 수집 과정에 사서도 직접 참여하고 있으며 자동화된 큐레이션을 최종적으로 정제하여 배포하는 것은 사서의 몫이다.

셋째, 도서관의 콘텐츠 큐레이션은 학술정보에 중점을 두고 있기 때문에 단행본, 전자책, 학술지, 학술논문, 연구보고서 등 학습과 연구에 도움이 되는 콘텐츠를 중심으로 큐레이션한다. 그러나 최근 정보의 유형이 다양해지고 이용자들의 정보 요구와 정보 이용 패턴이 다양해짐에 따라 MOOC 등의 온라인 무료 강좌와 신문기사, 나아가 페이스북, 트위터 등의 소셜 미디어까지 큐레이션하는 콘텐츠를 확장하는 모습을 볼 수 있다.

다음으로 기업의 콘텐츠 큐레이션 서비스의 가장 큰 특징은 첫째, 소셜 큐레이션 방법을 통해 서비스 규모를 확장하고 있다는 것이다. 소셜 큐레이션의 특징인 누구나 큐레이터가 될 수 있다는 점이 사용자들의 흥미를 유발하고 있으며, 관계 중심이 아닌 콘텐츠 중심의 네트워크가 형성되고, 이 네트워크를 중심으로 사용자를 무한히 확장시킬 수 있다.

둘째, 소셜 큐레이션의 특징으로 말미암아 콘텐츠의 공유와 재사용이 용이하여 큐레이터된 콘텐츠의 확산 속도가 빠르다. 핀터레스트, 플립보드, 카카오프렌즈는 특히 모바일 기기에 최적화되어 있어 언제 어디서나 큐레이션을 수행하고 열람할 수 있다는 점 또한 큰 장점으로 볼 수 있다.

셋째, 콘텐츠 기업의 큐레이션은 비즈니스 측면에서 큐레이션을 활발히 도입하고 있다는 점도 특징이다. 따라서 사용자가 비용을 지불할만한 유용한 콘텐츠 개발은 물론 서비스 확산을 위한 보상제도 도입, 커머스와의 연계 등은 이윤 창출을 위한 콘텐츠 기업 큐레이션의 공통된 모델로 볼 수 있다.

넷째, 넷플릭스, 스포티파이는 정교한 개인화 알고리즘을 이용한 큐레이션으로 사용자를 확장시키고

있다. 콘텐츠의 양과 질도 중요하지만 동영상과 음악이라는 콘텐츠 특성상 새로운 콘텐츠를 만들어내기에는 무리가 있다. 따라서 같은 콘텐츠를 스트리밍하는 기업과의 차별화를 위해 개인화된 큐레이션을 제공하여 충성 고객을 유지하고 있다. 사용자 활동에 대한 정교한 분석과 시스템 고도화를 통해 사용자의 만족도를 향상시킬 수 있는 개인화 큐레이션 방법을 끊임없이 개발하고 있는 것이 특징이다.

V. 대학도서관 콘텐츠 큐레이션 전략

살펴본 바와 같이 도서관과 콘텐츠 기업의 큐레이션은 방법과 형태 측면에서 조금은 다른 특징을 갖고 있다. 대학도서관의 콘텐츠 큐레이션 서비스가 성공하기 위해서는 현재 성과를 내고 있는 도서관 분야의 사례를 적극 확산하고, 콘텐츠로 성장한 기업의 큐레이션 사례를 적용하기 위한 노력을 기울일 필요가 있다. 이 때 대학도서관이라는 기관이 갖는 특성과 학술정보라는 콘텐츠 특성을 반영하여 적절한 전략을 수립하는 것이 중요하다. 이에 본 연구에서는 다음과 같이 대학도서관의 콘텐츠 큐레이션 전략을 제안하고자 한다.

1. 양질의 콘텐츠 제공

대학도서관에서 행해지는 정보서비스의 목적은 대학 구성원의 연구와 학습을 지원하는 것이다. 큐레이션 서비스가 활발하지 않은 현재 상황에서도 이용자는 가장 필요한 큐레이션 서비스 분야로 참고정보서비스를 꼽았다(곽우정, 노영희, 2020). 따라서 콘텐츠 큐레이션도 연구와 학습을 실질적으로 지원할 수 있는 내용을 담고 있어야 하며, 그 정보는 정확한 정보를 바탕으로 하는 것이어야 한다. 대학도서관이 제공하는 콘텐츠의 수준과 정확도, 유용성 등은 대학도서관과 사서에 대한 신뢰로 이어지기 때문이다. 따라서 전문화된 참고서비스 수준의 양질의 콘텐츠를 개발할 필요가 있다.

DGIST 학술정보관의 D-Curation은 대학도서관의 환경변화와 이용자의 정보 이용행태 변화에 대해 대응하기 위해 시작된 사서 주도 콘텐츠 큐레이션으로, 웹 상에서 이루어지는 주제전문서비스이다. 사서의 고강도 큐레이션을 통해 선별되고 재조직된 양질의 콘텐츠는 큐레이션의 본질인 이용자의 시간을 줄여주고 정보 요구를 해결해준다.

한국방송통신대학교 중앙도서관의 과제물 큐레이션은 그 어떤 콘텐츠 큐레이션보다 학생들에게 '직접적'인 도움을 주는 큐레이션 사례이다. 특히 과제물 큐레이션은 과제물 해결을 위한 정보검색 과정과 해결에 필요한 자료를 선별하여 제공함으로써 대학도서관의 교육적 기능과 사서의 교육자적 역할을 함께 수행하고 있다.

한편 소셜 큐레이션을 기반으로 하는 기업의 콘텐츠 큐레이션은 기본적으로 관심사를 바탕으로

이루어지고 누구나 큐레이터가 될 수 있다는 데에서 큐레이션 수준에 대한 우려가 있기도 하다. 그러나 사용자의 공유와 피드 등을 통해 필연적으로 콘텐츠에 대한 평가가 이루어지며, 양질의 콘텐츠 큐레이터에 대한 보상 체계 마련으로 큐레이션 품질을 관리하고 있어 방법적으로 참고할 만하다.

2. 선제적 정보서비스 역할 수행

대학도서관의 콘텐츠 큐레이션은 이용자의 정보요구에 앞선 선제적 정보서비스의 역할을 수행하여야 한다. 기본적으로 큐레이션이 발전한 이유는 정보가 너무 많기 때문이다. 수많은 정보 속에서 이용자는 본인이 원하는 정보의 종류와 범위를 잘 알지 못하고 있을 수 있다. 콘텐츠 큐레이션은 대학도서관 웹사이트를 찾는 이용자를 위해 관련 분야의 최신 동향을 반영한 콘텐츠 선정으로 이용자가 스스로 정보요구를 파악하여 그에 맞는 양질의 정보에 접근할 수 있도록 돕는 것이 중요하다.

이러한 선제적 정보서비스로서의 콘텐츠 큐레이션은 '메일링'의 형태로 주기적으로 제공될 때 효과적이다. 마케팅 분야에서 콘텐츠 큐레이션은 개인이 설정한 주제에 대해 주기적인 메일링 서비스를 제공하고 있다. 웹진 형태로 발행하는 큐레이션 서비스를 제공하는 기관은 메일링을 통해 이용자에게 선제적으로 다가가는 노력을 기울여야 할 것이다.

DGIST 학술정보관은 신규 콘텐츠 큐레이션에 대해 메일링은 물론 학내 네트워크 게시판, 스크린 등을 통해 송출한다. 이를 통해 도서관을 찾지 않는 잠재적 이용자에게는 끊임없이 도서관을 노출시키고, 정보요구에 대해 정확히 파악되지 않은 이용자에게는 인사이트를 제공하고 있다.

국립세종도서관의 POINT 큐레이션은 정책정보 중 최신 트렌드를 반영한 콘텐츠 큐레이션을 제공하면서 관련된 키워드를 해쉬태그 형태로 제시해 지식의 확장을 돕는다. 해쉬태그를 통해 이용자는 추천된 콘텐츠 이외에도 추후 학습과 연구를 위한 깊이 있는 콘텐츠를 손쉽게 검색할 수 있다.

3. 콘텐츠의 최신성 확보

큐레이션을 통해 제공되는 콘텐츠의 업데이트 주기 최소화로 최신성과 유용성을 확보하여야 한다. 템플릿을 통해 제공되는 주제가이드의 문제점은 사서가 온전히 수행하는 수동적인 업데이트이기 때문에 인력이 부족한 대학도서관에서는 최신성이 확보되지 않는다는 점이다. 정보의 홍수 속에서 최신성을 잃은 정보는 이용자에게 유용하지 못하다.

대학도서관의 콘텐츠 큐레이션은 대개 고강도 큐레이션으로 이루어지고, 사서의 전문성에 기인하여 이를 지향하고 있는 것으로 보인다. 따라서 대학도서관의 큐레이션은 콘텐츠의 선정과 정제에 좀 더 세밀한 노력이 투입되며, 이로 인해 기계적 큐레이션에 비해 많은 시간이 소요된다.

이에 대한 문제점을 인식하여 고려대학교 도서관이 개발한 학술정보 큐레이션 SICCS는 RSS와

크롤링을 통한 저강도 큐레이션과 사서의 정보 선별 및 배치를 더한 고강도 큐레이션이 혼합된 형태이다. 고강도 큐레이션과 저강도 큐레이션을 적절히 혼합한다면 사서의 노력과 시간을 줄여 줄 뿐 아니라 양질의 정보를 신속하게 제공할 수 있을 것으로 기대할 수 있다.

또한 큐레이션 서비스를 수행하는 전담팀 또는 전담요원을 배치하여 전문성과 함께 최신성을 확보할 수 있는 환경을 만들어주는 것이 중요하다. 고려대학교 도서관은 '학술정보큐레이션부'라는 전담팀을 운영하고 있으며, DGIST 도서관은 디지털 자원 관리를 담당하는 직원을 큐레이션 전담 요원으로 두어 업무 연계성과 전문성, 최신성을 확보하고 있다.

4. 이용자 참여를 통한 상호작용성 확보

콘텐츠 기업의 콘텐츠 큐레이션은 대부분 콘텐츠 검색-콘텐츠 선별 및 정렬-콘텐츠 공유의 원리를 갖고 있는 소셜 큐레이션의 형태로 제공되고 있다. 오늘날 웹상에서 기업들이 제공하는 콘텐츠 큐레이션은 기업 자체가 큐레이터 역할을 하는 형태와 다른 이들의 큐레이션 작업을 지원하는 형태의 두 가지 큐레이션으로 존재한다. 후자는 사람들이 스스로 큐레이션을 할 수 있도록 지원하고 있으며, 그 자체로 디지털 시대에 매우 독특한 산업모델로 여겨진다(Bhaskar, 2016).

이렇게 신뢰, 친밀성, 연결성을 바탕으로 하는 소셜 미디어가 발전함에 따라 마케팅 전략으로써 이용자가 직접 큐레이션에 참여할 수 있도록 하는 것은 점점 더 중요해 질 것이다. 대학도서관 큐레이션 서비스가 이용자를 확보하고 만족도를 높여줄 수 있는 방안이라고 봤을 때 큐레이션에 이용자를 참여시키는 것은 효과적인 마케팅 전략으로 작용할 것이다.

또한 도서관 큐레이션 서비스의 상호작용성은 대학생들의 서비스 유용성과 용이성에 영향을 미치는 요인이며(배원빈, 2022), 효율성 다음으로 이용자 만족도에 큰 영향을 미치는 요인이다(곽우정, 노영희, 2020). 상호작용성은 상호 간 동시적이고 원활한 커뮤니케이션을 제공하고 허용하는 정도로, 이용자 참여를 통한 큐레이션을 통해 상호작용성을 확보할 수 있다.

최홍규(2015)는 소셜 큐레이션이 수행되기 위한 필수 요소를 1) 공유와 추천 기능이 탑재된 시스템, 2) 콘텐츠를 적극적으로 향유하고자 하는 이용자와 이들의 다양한 관심사, 3) 콘텐츠 확산을 위한 구전(Word-of Mouth) 커뮤니케이션으로 보았다. 대학생을 예로 들었을 때, 같은 학과, 같은 과목 수강생, 같은 학년 간에는 공통된 관심사가 존재할 것이며, 스마트 기기에 익숙한 MZ 세대는 인터넷을 통한 구전 커뮤니케이션이 활발하다. 따라서 공유와 추천 기능이 탑재된 시스템을 구현한다면 이용자 참여 기반의 콘텐츠 큐레이션 수행이 가능하다.

대학도서관에서의 큐레이션 서비스가 성공하기 위해서는 앞서 밝힌 바와 같이 주기적인 업데이트를 통한 최신성 유지가 관건이나, 점점 줄어드는 사서 수와 다양해진 이용자 정보 요구를 충족하기에는 역부족이다. 김성훈과 황선민(2019)은 이러한 상황을 극복하기 위해 게이미피케이션 기법을

도입하여 대학도서관의 큐레이션 서비스에 이용자 참여를 유도하는 것이 바람직하다고 보았다.

한 가지 우려는 학생들의 참여로 인해 비전문적인 큐레이션이 이루어질 수도 있다는 것이다. 대부분의 소셜 큐레이션 서비스들은 의사결정에 영향을 미치는 인간의 소셜 활동의 모델링을 통하여 이루어지고 있으나, 표본 구간이 적을 경우의 오류 등을 보강하기 위해 전문가 큐레이션이나 시스템 분석적인 큐레이션 기능과 복합적으로 운영하고 있기도 하다(권재광 외, 2015). 따라서 대학도서관에서의 콘텐츠 큐레이션에 이용자 참여를 고려하고 있다면 사서들의 정제 과정을 거쳐 콘텐츠의 질을 확보하는 것이 바람직할 것이다.

5. 개인화 알고리즘 개발

넷플릭스와 스포티파이 등의 스트리밍 기업이 성공한 데에는 세밀하게 고도화된 개인화 추천 기능이 있기 때문이다. 개인화는 정보의 선택과정을 효율적으로 만들어준다는 큐레이션의 목적을 충족시켜준다. 디지털 정보 이용자는 자신의 취향을 표현하고 정보를 선택하는 행위를 반복하면서, 본인도 모르는 사이 일정 수준으로 정형화된 포맷의 정보이용 행태를 갖게 된다. 이를 적극 활용하여 콘텐츠 큐레이션에 적용하는 것이 개인화의 과정이다.

사용자의 패턴을 분석하여 개인화하는 과정에는 기계적 큐레이션의 방법이 사용된다. 그러나 기계적 큐레이션에 휴먼 큐레이션이 더해지면 사람 간 커뮤니케이션과 같은 새로운 '가치'를 갖게 된다(Bhaskar, 2016). 따라서 정교한 알고리즘을 갖춘 콘텐츠 기업들은 이 두 가치를 혼합하여 사용한다.

이미 대학도서관에서 널리 쓰이는 학술정보시스템에서 '내 서재'나 'My library'와 같은 기능을 활용하여 추천 도서를 보여주는 개인화된 북 큐레이션을 수행하는 곳이 많이 있다. 이러한 개인화 기능은 대출이력, 검색기록 등을 통한 기계적 추천으로, 아직은 그 기능이 투박한 단계에 있다. 도서관에서의 큐레이션은 사서의 휴먼 큐레이션이라는 강점을 갖고 있기 때문에, 사용자의 패턴을 기계적으로 분석한 큐레이션에 이를 적절히 혼합한다면 이용자의 만족도는 더욱 높아질 것으로 기대할 수 있다.

VI. 결 론

본 연구에서는 이용자의 학습과 연구를 지원하기 위한 대학도서관의 콘텐츠 큐레이션 전략을 제시하는 것을 목적으로 하였다. 연구의 목적을 달성하기 위한 방법으로 먼저 문헌연구를 통해 콘텐츠 큐레이션의 개념에 대해 살펴보았다. 이후 대학도서관과 국가도서관, 콘텐츠 기업 등의 콘텐츠 큐레이션 서비스 현황과 특징을 분석하여 시사점을 발견하였다. 시사점을 토대로 대학도서관의 성공적인 콘텐츠 큐레이션을 위한 전략을 1) 양질의 콘텐츠 제공, 2) 선제적 정보서비스

역할 수행, 3) 콘텐츠의 최신성 확보, 4) 이용자 참여를 통한 상호작용성 확보, 5) 개인화 알고리즘 개발의 다섯 가지로 제안하였다.

인력난을 겪고 있는 대학도서관 현장에서는 시간과 노력이 많이 투입되는 큐레이션을 하나의 새로운 업무로 인식해 부담을 느끼고 있기도 하다(Valenza, Boyer, & Curtis, 2014). 그러나 큐레이션은 도서관 사서에게 있어 전혀 새로운 영역이 아니다. 책을 선택하고, 모으고, 정리하고, 분류하고, 제공하는 것에서 디지털 정보자원으로 대상만 바뀌었을 뿐이다. 요즘의 대학생들은 도서관의 책보다는 포털과 소셜 미디어의 콘텐츠를 먼저 찾는다. 인터넷과 스마트 기기의 보편화와 코로나19가 가져온 뉴노멀로 물리적 도서관을 찾는 학생 수는 점점 줄어들고 있다. 연구자 또한 마찬가지이다. 대학도서관 웹사이트에서 연구 동향을 검색하거나 연구 성과를 알리기 보다는 연구자들만의 커뮤니티와 소셜 미디어를 통한 소통을 선호한다(김경아, 2017).

때문에 대학도서관은 존재적 위기를 모면하기 위해 역할 변화를 꾀하고 있다. 변해버린 이용자와 아직도 계속 변하고 있는 콘텐츠 사이의 간극을 줄이는 중개자, 매개자의 역할이 그것이며 그 변화의 중심에 콘텐츠 큐레이션이 있는 것이다. 이용자는 신뢰할 만한 콘텐츠를 찾고 있고, 사서는 그러한 재능을 가지고 있으며, 도서관은 그 요구를 충족시켜줄 수 있는 인프라를 갖추고 있다. 따라서 대학도서관의 큐레이션 도입은 당연한 수순으로 볼 수 있다. 또한 참여와 공유를 기반으로 하는 콘텐츠 큐레이션은 그 자체로 도서관 홍보활동보다 더욱 큰 영향력을 가져다 줄 것을 기대할 수 있다.

본 연구는 서비스 전략을 수립하는 데 있어 문헌연구와 현황분석의 연구방법을 사용하였기 때문에, 서비스 수요자와 제공자의 관점을 파악하기 어렵다는 한계점을 가지고 있다. 따라서 대학도서관의 사서와 이용자를 대상으로 질적·양적 연구를 수행하여 콘텐츠 큐레이션 서비스에 대한 현장의 목소리를 심층적으로 파악하는 후속 연구가 요구된다. 대학도서관에서 이루어지는 콘텐츠 큐레이션 서비스에 대한 사용성 평가 또는 만족도 분석, 대학도서관 사서의 콘텐츠 큐레이션 서비스에 대한 인식 조사 등이 제안될 수 있다.

그러나 아직 초기 단계인 대학도서관 콘텐츠 큐레이션 서비스 확장을 위한 기초자료로 활용될 수 있다는 데에 본 연구의 의의가 있으며, 시대의 흐름에 따른 새로운 관점을 제시하여 대학도서관의 역할을 재정립하고 경쟁력을 확보하는 데에 도움을 줄 수 있을 것으로 기대한다.

참 고 문 헌

- 곽우정, 노영희 (2019). 특화도서관의 큐레이션 서비스 개발에 관한 연구. 한국비블리아학회지, 30(1), 53-75. <https://doi.org/10.14699/kbiblia.2019.30.1.053>
- 곽우정, 노영희 (2020). 도서관 큐레이션 서비스를 통한 이용자-도서관 관계형성에 대한 연구.

- 한국비블리아학회지, 31(1), 137-162. <https://doi.org/10.14699/kbiblia.2020.31.1.137>
- 권재광, 최성우, 유제현, 정인영, 정병희 (2015). 방송콘텐츠의 소셜 큐레이션 서비스. 한국방송공학회 학술발표대회 논문집, 2015(7), 187-190.
- 권혁인, 나운빈, 유미옥, 최광선 (2015). 도서정보 기반의 고객 맞춤형 큐레이션 서비스 및 비즈니스 모델 연구. 한국IT서비스학회지, 14(1), 251-262. <https://doi.org/10.9716/KITS.2015.14.1.251>
- 김경아 (2017. 2. 13.). 큐레이션의 시대, 사서로 산다는 것. 출처:
<https://librarian.nl.go.kr/LI/contents/L30203000000.do?schM=view&id=5261>
- 김미정, 김정명 (2020). 북큐레이션의 개념 및 활용 유형 연구. 한국출판학연구, 46(2), 59-83.
- 김성훈, 황선민 (2019). 게이미피케이션 MDA+ 기반 대학도서관 큐레이션 서비스에 관한 연구. 한국도서관·정보학회지, 50(3), 261-291. <https://doi.org/10.16981/kliss.50.201909.261>
- 김수정 (2012). 대학도서관 온라인 주제가이드의 현황과 개선방안에 관한 연구. 정보관리학회지, 29(4), 165-189. <https://doi.org/10.3743/KOSIM.2012.29.4.165>
- 김형모 (2014). 브랜드 관계형성을 위한 큐레이션서비스 활용방안 연구. 커뮤니케이션 디자인학연구, 48, 112-124.
- 김혜영, 김기영, 민윤경, 이지연 (2021). 대학도서관 서비스 개발을 위한 이용자 정보요구 및 정보행위 연구. 정보관리학회지, 38(2), 305-336. <https://doi.org/10.3743/KOSIM.2021.38.2.305>
- 배원빈 (2022). 대학도서관의 학술정보 큐레이션 서비스의 특성이 대학생들의 사용의도에 미치는 영향 요인 연구. 석사학위논문, 성균관대학교 대학원 문헌정보학과.
- 부지혜 (2019). 알고리즘 큐레이션과 휴먼 큐레이션이 콘텐츠 커뮤니케이션 효과에 미치는 영향. 석사학위논문, 홍익대학교 대학원 문화예술경영학과.
- 사사키 도시나오 (2012). 큐레이션의 시대: 매일 쏟아지는 정보 더미 속에서 꼭 필요한 정보를 얻는 방법. 서울: 민음사.
- 안영희, 박옥화 (2009). 대학도서관 서비스의 디지털 큐레이션 전략. 한국도서관·정보학회지, 40(4), 311-326.
- 이미화 (2010). 강의별학술정보페이지 구축 방안에 관한 연구. 정보관리학회지, 27(1), 137-163.
- 이상오, 김영기, 김다영, 목화연 (2019). 대학도서관 학술정보 큐레이션 서비스 시스템 개발 및 구축. 사대도협 연구보고서, 19.
- 이선우, 장우권 (2021). COVID-19 전후 대학도서관 홈페이지 이용행태에 관한 연구: C대학교 도서관을 중심으로. 정보관리학회지, 38(3), 141-174. <https://doi.org/10.3743/KOSIM.2021.38.3.141>
- 이윤정 (2018. 12. 10.). 사용자가 원하는 영상 제시하라... 제한 시간은 단 90초. 이코노미 조선, 출처:
http://economychosun.com/client/news/view.php?boardName=C00&t_num=13606170
- 이정미 (2020). 교수학습활동 지원 개선을 위한 대학도서관의 데이터 큐레이션 연구. 한국문헌정보

- 학회지, 54(1), 175-195. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2020.54.1.175>
- 이혜림 (2020). KISTI 콘텐츠 큐레이션에 대한 연구자들의 요구. 한국도서관 · 정보학회지, 51(4), 121-156. <https://doi.org/10.16981/kliss.51.4.202012.121>
- 이혜진 (2013). 소셜 큐레이션 서비스에 대한 고찰: 분야별 사례 분석을 중심으로. 석사학위논문, 홍익대학교 산업미술대학원 산업디자인전공.
- 임지희, 장두성, 최호섭, 옥철영 (2016). 감성 정보 기반 맞춤형 미디어콘텐츠 큐레이션 시스템 개발. 한국콘텐츠학회논문지, 16(12), 181-191. <https://doi.org/10.5392/JKCA.2016.16.12.181>
- 장윤금, 이혜은, 모영규, 전경선 (2020). 국내 대학도서관 진흥을 위한 주요 정책과제 개발 연구. 한국문헌정보학회지, 54(3), 97-114. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2020.54.3.097>
- 최경미 (2022. 4. 12.). 넷플릭스, '최고예요' 버튼 추가...큐레이션 서비스 고도화. 블로터(BLOTTER), 출처: <https://www.bloter.net/newsView/blt202204120001>
- 최홍규 (2015). 콘텐츠 큐레이션. 서울: 커뮤니케이션 북스.
- 한나은, 김성희 (2014). 외국 대학도서관의 디지털 큐레이션 프로세스 비교분석. 한국도서관 · 정보학회지, 45(2), 93-116.
- Ackehurst, M. & Polvere, R. A. (2020). Evolutional librarianship: from supermarket to smorgasbord. *Journal of Web Librarianship*, 14(3-4), 74-85. <https://doi.org/10.1080/19322909.2020.1823299>
- Bhargava, R. (2011, March 31). The 5 Models of Content Curation. Available: <https://rohitbhargava.com/the-5-models-of-content-curation/>
- Bhaskar, M. (2016). Curation. 최윤영 옮김(2016). 큐레이션-과감히 덜어내는 힘. 서울: 예문아카이브.
- Brudy, F., Houben, S., Marquardt, N., & Rogers, Y. (2016, November). Curationspace: Cross-device content curation using instrumental interaction. In *Proceedings of the 2016 ACM International Conference on Interactive Surfaces and Spaces*, 159-168. <https://doi.org/10.1145/2992154.2992175>
- Guallar, J. (2016). Curación de contenidos en bibliotecas mediante plataformas social media. *Anuario ThinkEPI*, 10, 142-151. <http://dx.doi.org/10.3145/thinkepi.2016.30>
- Johnston, L. R., Carlson, J., Hudson-Vitale, C., Imker, H., Kozlowski, W., Olendorf, R., & Stewart, C. (2018). How important are data curation activities to researchers, gaps and opportunities for academic libraries. *Journal of Librarianship & Scholarly Communication*, 6, 1-24. <https://doi.org/10.7710/2162-3309.2198>
- Ranasinghe, W. M. & Chung, J. M. (2019). Understanding the curation service in libraries:

- is it a revolution or an evolution of reference service?. Journal of Korean Library and Information Science Society, 50(2), 215-235. <https://doi.org/10.16981/kliss.50.201906.215>
- Rosenbaum, S. (2011). Curation Nation. 이시은 옮김(2011). 큐레이션-정보 과잉 시대의 돌파구. 서울: 명진출판.
- Schmidt, L., Ghering, C., & Nicholson, S. (2011). Digital curation planning at Michigan State University. Library Resources & Technical Services, 55(2), 104-118. <https://doi.org/10.5860/lrts.55n2.104>
- Valenza, J. K., Boyer, Brenda L., & Curtis, D. (2014). Social Media Curation (Vol. 00050). Chicago, IL: ALA TechSource, 2014. https://library.cnu.ac.kr/eds/detail/nlebk_923994
- Vopson, M. M. (2020). The information catastrophe. AIP Advances, 10(8), 085014. <https://doi.org/10.1063/5.0019941>

• 국한문 참고문헌의 영문 표기

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

- Ahn, Young-Hee & Park, Ok-Hwa (2009). Digital curation strategy for university library service. Journal of Korean Library and Information Science Society, 40(4), 311-326.
- Bae, Wonbin (2022). A Study on Factors Affecting the Characteristics of Scholarly Information Curation Services of University Libraries on the Intention to use of University Student. Master's thesis, Sungkyunkwan University.
- Boo, Jihye (2019). The Effects of Algorithmic Curation and Human Curation on Content Communication. Master's thesis, Hongik University.
- Chang, Yunkeum, Lee, Hye-Eun, Moh, Young-Kyu, & Jeon, Kyungsun (2020). Exploring key strategy areas for academic library development planning in Korea. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 54(3), 97-114. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2020.54.3.097>.
- Choi, Hong Kye (2015). Contents Curation. Seoul: Communication Books.
- Choi, Kyeong Mi (2022, April 12). Netflix adds 'It's the best' button... advancement of curation service. BLOTTER, Available: <https://www.bloter.net/newsView/blt202204120001>
- Han, Na-eun & Kim, Seonghee (2014). Comparative analysis on digital curation process in foreign academic libraries. Journal of Korean Library and Information Science

- Society, 45(2), 93-116.
- Im, Ji-Hui, Chang, Du-Seong, Choe, Ho-Seop, & Ock, Cheol-Young (2016). Development of personalized media contents curation system based on emotional information. *The Journal of the Korea Contents Association*, 16(12), 181-191.
<https://doi.org/10.5392/JKCA.2016.16.12.181>
- Kim, Gyeong-A (2017, February 13) In the age of curation, living as a librarian. Available: <https://librarian.nl.go.kr/LI/contents/L30203000000.do?schM=view&id=5261>
- Kim, Hyeyoung, Kim, Giyeong, Min, Yoonkyung, & Lee, Jeeyoen (2021). A study on information needs and behavior for the development of academic library services. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 38(2), 305-336.
<https://doi.org/10.3743/KOSIM.2021.38.2.305>
- Kim, Hyungmo (2014). A study on curation services for brand relationships utilization. *Journal of Communication Design*, 48, 112-124.
- Kim, Mi Jung & Kim, Jung Myung (2020). A study of the concepts and utilization types of book curation. *Studies of Korean Science*, 46(2), 59-83.
- Kim, Seonghun & Hwang, Seonmin (2019). A study on curation service in university library based on Gamification MDA+. *Journal of Korean Library and Information Science Society*, 50(3), 261-291. <https://doi.org/10.16981/kliss.50.201909.261>
- Kim, Soojung (2012). A study on the current state of online subject guides in academic libraries. *Journal of the Korean Society for Information Management*, 29(4), 165-189.
<https://doi.org/10.3743/KOSIM.2012.29.4.165>
- Kwak, Woojung & Noh, Younghee (2019). A study on the development of curation services of specialized library. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 30(1), 53-75. <https://doi.org/10.14699/kbiblia.2019.30.1.053>
- Kwak, Woojung & Noh, Younghee (2020). A study on user-library relationship with the library curation service. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 31(1), 137-162. <https://doi.org/10.14699/kbiblia.2020.31.1.137>
- Kwon, hyeog-in, Na, Yun-Bin, Yu, Mi-Ok, & Choi, Kwang-Sun (2015). A study of a personalized curation service and business model based on book information. *Journal of Information Technology Services*, 14(1), 251-262.
<https://doi.org/10.9716/KITS.2015.14.1.251>
- Kwon, Jaekwang, Choi, Sungwoo, Yu, Jehyun, Jung, Inyoung, & Jung, Byunghee (2015).

- Social curation service with broadcasting contents. The Broadcast Engineering Society, 2015(7), 187-190.
- Lee, Hye Jin (2013). A Study on Social Curation Services: Focused on analyzing content cases. Master's thesis, Hongik University.
- Lee, Jeong-Mee (2020). A study on data curation of university libraries for improving teaching and learning support. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 54(1), 175-195. <https://doi.org/10.4275/KSLIS.2020.54.1.175>
- Lee, Mi-Hwa (2010). A study on implementation of library course pages. Journal of the Korean Society for Information Management, 27(1), 137-163.
- Lee, Sango, Kim, Younggi, Kim, Dayoung, & Mok, Hwayeon (2019). University library academic information curation service system development and establishment. Private University Library Association Research Report, 19.
- Lee, Sun Woo & Chang, Woo kwon (2021). A study on the usage behavior of universities library website before and after COVID-19: focusing on the library of C University. Journal of the Korean Society for Information Management, 38(3), 141-174. <https://doi.org/10.3743/KOSIM.2021.38.3.141>
- Lee, Yoon Jeong (2018, December 10). Present the video that the user wants... The time limit is 90 seconds. Economy Chosun, Available: http://economychosun.com/client/news/view.php?boardName=C00&t_num=13606170
- Rhee, Hea Lim (2020). Researcher's needs from KISTI content curation. Journal of Korean Library and Information Science Society, 51(4), 121-156. <https://doi.org/10.16981/kliss.51.4.202012.121>
- Sasaki, Toshinao (2012). The Age of Curation. Seoul: Minumsa.