

FGI분석을 통한 소셜 큐레이션 서비스의 교육적 활용 가능성 탐색

Exploring the Possibilities of Educational Use of Social Curation Service Using the FGI Analysis

오미자*, 김미량**

건국대학교 대학교육혁신원*, 성균관대학교 컴퓨터교육과**

Mi-Ja Oh(skyomj@konkuk.ac.kr)*, Mi-Ryang Kim(mrkim@skku.ac.kr)**

요약

본 연구는 관심사형이라고 불리는 3세대 SNS인 소셜 큐레이션 서비스에 대해 교육적 활용 가능성을 탐색해 보고자 하였다. 이를 위해 9명의 대학생을 선정하여 약 50일간 소셜 큐레이션 서비스를 사용한 후 Focus Group Interview(이하 FGI)를 실시하여 그 답변을 분석하였다. 자료 분석을 위해서는 NVivo 10 프로그램이 사용되었다. 분석 결과 소셜 큐레이션 서비스는 다양한 정보 수집, 나만의 카테고리 생성을 통한 분류 및 정리, 관심사에 대한 지속적 업데이트 가능, 기존 SNS에 비해 상대적 박탈감 감소가 장점으로 도출되었다. 보완 및 개선 사항으로는 한국어 콘텐츠 부족, 서비스의 단조로움이 제시되었는데 이를 해결하기 위해선 지속적 홍보가 필요한 것으로 나타났다. 또한 교육적 활용 측면에서는 개인, 팀별로 구분하여 개인은 자발적 정보 검색 및 활용, 나만의 자료 구성 가능, 자기주도적 학습 촉진이 가능하며, 팀별로는 공유를 통한 토론 활동, 발표 활동 가능성을 확인할 수 있었다.

■ 중심어 : | 소셜 큐레이션 서비스 | FGI(Focus Group Interview) | 질적연구 | 대학생 |

Abstract

This study was conducted to explore the possibilities of educational use of social curation service, which is the third-generation social networking service called the “matters of interest type.” To this end, the study selected nine college students, then have them use social curation service for about 50 days, and analyzed their responses by performing the focus group interview (FGI). As a result of the analysis, social curation service was found to have strong points, including collection of various types of information, classification and summary through creation of my own category, possibility of constant updating of matters of interest, and reduction of relative deprivation compared to existing social networking services. To solve these issues, constant promotion was needed. From the aspect of educational use, it was found that social curation service had possibilities for individuals and teams: For individuals, the service enabled voluntary search and use of information, configuration of my own data, and facilitation of self-directed learning. For teams, it enabled discussion and presentation activities through sharing.

■ keyword : | Social Curation Service | FGI(Focus Group Interview) | Qualitative Research | University Student |

* 본 연구는 오미자(2015)의 박사학위(성균관대학교)논문의 일부를 발췌하여 재정리한 것임을 밝힙니다.

접수일자 : 2016년 07월 26일

심사완료일 : 2016년 09월 03일

수정일자 : 2016년 09월 03일

교신저자 : 김미량, e-mail : mrkim@skku.ac.kr

I. 서론

IT기술의 발전과 모바일 환경의 확대는 사용자들이 웹상에서 머무는 시간의 비중을 높였다. 또한 소셜 네트워크 서비스(이하 SNS)의 활성화는 사용자들에게 새로운 형태의 소통·협업·공유 장소를 제공하였고, 이를 통해 하루에도 수많은 데이터들이 SNS를 통해 생성되고 있다. IDC(2011)의 “Digital Universe Study”에 따르면 2011년 전 세계에서 생성된 디지털 정보량은 1.8ZB이며, 2020년 35ZB로 19배 상승을 예상하고 있고, 이는 전체 정보량 중 85%가 소셜 네트워크 서비스를 통해 생성된다고 제시하였다. 이렇게 생성되는 방대한 데이터의 대부분은 비정형 데이터로(음성, 이미지, 영상, 텍스트 등) 의미 없이 상실되어 버리는 경우들이 많고, 실제 이러한 정보의 일부만이 정교하게 재구조화되어 서비스에 활용되고 있다[1]. 따라서, 이제는 단순히 정보를 생산하는 것에서 나아가 생산된 정보를 분류·정리·가공하여 활용할 수 있도록 정보의 가치를 높이는 것이 중요한 시점이다.

이러한 변화와 함께 등장한 개념이 ‘큐레이션’이다. 큐레이션은 여러 사람이 생산한 콘텐츠를 목적에 따라 분류·배포하는 것을 뜻한다. 이러한 ‘큐레이션’ 개념은 여러 분야에 파생되어 활용되고 있는데 그 중에는 콘텐츠 큐레이션, 소셜 큐레이션 등이 있다. 소셜 큐레이션은 콘텐츠 큐레이션의 한 종류로, 콘텐츠 큐레이션이 ‘디지털 데이터의 선별을 통해 유용한 정보를 제공하는 것’이라면, 소셜 큐레이션은 소셜 미디어의 특징인 사용자의 개방·공유·참여를 더한 서비스[2] 혹은 인터넷상의 수많은 정보들 중 사용자에게 필요한 정보를 골라주는 맞춤형 서비스 혹은 사용자가 자신의 관심사에 따라서 정보를 가공·공유하는 것이라고 정의되고 있다[3-5]. 현재 소셜 큐레이션 서비스는 소셜 뉴스, 소셜 커머스 등의 이름으로 비즈니스 관련 분야에서 활발하게 활용되고 있다. 교육 분야에서는 이전에 유사하게 ‘소셜 러닝’이란 이름으로 SNS를 교육에 접목하여 활용한 연구들이 진행되었고, 그 결과로 상호작용을 통한 높은 수준의 사회적 학습 가능, 높은 참여율, 다양한 자료 확보 가능 등의 효과를 보인 것으로 나타났지만[6-8], 정

보의 분류, 검색, 재구성 등을 할 수 없다는 단점들이 제시되었다. 이러한 단점은 정보의 선별, 분류, 배포, 사용자 맞춤형 콘텐츠 재구성 등의 특성을 가진 소셜 큐레이션 서비스를 통해 보완되어 학습에 활용될 수 있을 것이라 기대해 볼 수 있다. 이에, 본 연구에서는 소셜 큐레이션 서비스의 교육적 활용에 대한 사용자 인식을 살펴보고, 활용 가능한 방법을 제안하고자 한다.

이를 위해 소셜 큐레이션 서비스에 대한 국내·외 활용 현황 및 기능을 파악하고, 학습에서 활용된 사례들을 확인해 보고자 한다. 또한, 실제 소셜 큐레이션 서비스의 사용자를 모집하여 활용한 후 FGI(Focus Group Interview) 분석을 통해 결과를 도출하고자 하였다. 이에 따른 연구문제를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 소셜 큐레이션 서비스에 대한 사용자의 사전 인식은 어떠한가?

둘째, 소셜 큐레이션 서비스 사용 후 사용자의 사후 인식은 어떠한가?

셋째, 소셜 큐레이션 서비스의 교육적 활용 가능성에 대한 사용자 인식은 어떠한가?

II. 이론적 배경

2.1 소셜 큐레이션 서비스 정의

큐레이션은 주로 미술계에서 사용되던 용어인 큐레이터에서 파생되었다. 큐레이터는 예술작품을 수집하고, 전시하는 역할을 하는 사람이란 뜻으로 이와 유사한 의미에서 큐레이션은 사용자의 관심에 따라 정보를 수집하고, 이를 주제에 따라 분류 및 제공해주는 것이란 의미로 사용된다[4]. 최근에 큐레이션이란 단어는 여러 분야에서 활용되고 있는데, 이는 급격히 증가하는 정보 속에서 원하는 정보를 선택적으로 제공받으려 하는 사람들이 늘고 있기 때문이라 판단된다. 큐레이션의 저자 스티븐 로젠바움(Steven Rosenbaum)은 큐레이션을 ‘인간이 수집, 구성하는 대상에 인간의 질적인 판단을 추가해서 가치를 높이는 활동’으로[9], 사시킴 도시 나오는 ‘이미 존재하는 막대한 정보를 분류하고 유용한 정보를 골라내어 수집하고 다른 사람에게 배포하는 행

위'로 정의하였다[10]. 이러한 정의 속에서의 핵심은 인간의 판단이란 개념이 포함된다는 점이다. 지순정(2013)는 소셜 큐레이션을 소셜 미디어 등에서 생산된 많은 정보들이 단순히 사용자가 입력한 태그나 키워드로 자동 걸러지는 것뿐만 아니라, 사용자가 추가적으로 걸러내어 재조립한 콘텐츠를 제공·배포하는 것이라고 하였다[11]. 또한, Kanter와 Paine(2012)는 웹상의 다양한 정보를 원하는 주제로 분류하고 이것을 선별·정리·배포하는 것이라고 설명하였으며[12], 오미자(2015)는 웹상의 유용한 정보를 선별·정리하여 개인화된 서비스 공간에 게시하고 이를 자신과 연계된 사람들에게 공유하는 것으로 정의하였다[13]. 이러한 소셜 큐레이션이 지속적으로 발전하기 위해서는 Freishtat(2012)는 정보 최신성, 정보 신뢰성, 정보 관련성(Relevant)이 중요하다고 하였고[14], Dial(2012)는 소셜 큐레이션 서비스는 정보의 필터링이 강점으로, 확산을 위해서는 정보 다양성(혹은 독창성), 정보 신뢰성, 플랫폼이 중요하다고 하였다[15]. 이러한 주장은 실제 소셜 큐레이션 서비스가 자신과 연계된 사람들에게 걸러지고, 분류된 정보가 공유[16]되기 때문에 사용자는 정보에 대해 높은 신뢰감을 가지거나, 친밀감이 높다는 기존 연구 결과들이 이를 뒷받침하고 있다고 볼 수 있다[17-19].

2.2 소셜 큐레이션 서비스 현황

2.2.1 핀터레스트(Pinterest)

2011년 5월 미국에서 정식 오픈한 서비스인 '핀터레스트'는 이미지 기반의 SNS이다. 사용자는 원하는 주제를 검색한 후 자신의 보드에 사진을 Pin it하면서 정보를 모을 수 있다. 핀터레스트 현재 300억 개의 핀이 공유 중이며, 생성한 보드는 7억 5천만 개에 달한다(2014. 6월 기준). 사용자가 생성한 보드는 공개/비공개로 설정이 가능하며, 공개의 경우 공유하고 싶은 사람을 초대하여 함께 협력하는 것도 가능하다. 현재 핀터레스트는 핀 추천에 머신러닝모델이 도입되어, 사용자의 활동 데이터를 학습하여 개인화·맞춤형 내용을 노출시키고 있다[20]. 이러한 핀터레스트 기능은 사용자가 설정한 관심 분야나 최근에 본 정보를 인식하였다가 지속적으로 해당 분야의 새로운 정보를 노출시켜주어,

사용자가 보다 쉽게 보드에 추가할 수 있도록 서비스하고 있다. 하지만 이미지와 영상을 기반으로 하다보니 대부분이 마케팅 분야에서 많이 활용되고 있고, 타분야에서는 그 활용이 미비한 상태이다. 또한, 시각적이어서 가독성은 높은 장점이 있으나, 텍스트 등의 많은 내용을 담기에는 어려움이 있다. 핀터레스트를 교육에 활용 사례로는 이미지 영단어카드를 만들어서 활용한 스마트 수업 만들기 사례가 있다[21].

2.2.2 스코프 잇(Scoop.it)

Scoop. it은 스크랩 기반 소셜 큐레이션 서비스이다. 정보의 수집은 페이스북, 유튜브, 트위터, 슬라이드쉐어 등의 다양한 SNS에서 여러 형태의 콘텐츠를 Scoop한다. Scoop은 '뜨다'를 뜻하며, 여러 콘텐츠를 떠서 이를 주제에 따라 한 페이지에 게시할 수 있다. 가장 특징적인 것은 사용자들이 관심사나 주제별로 스크랩하기 편리하며 이를 디지털 매거진 형태로 출판하여 공유할 수 있다는 점이다. Scoop. it은 스스로가 큐레이터가 되기 매우 유용한 서비스이다. 또한, 기존 블로그와 비슷한 화면 스타일로 구성되어 친밀감을 높였다. 핀터레스트와 마찬가지로 추가적인 가입 절차 없이 기존 SNS로 연동하여 로그인을 할 수 있다. 기본적으로는 무료서비스이지만, 팀 활동, 통계 서비스 등은 유료로 사용해야 한다. 툴바(toolbar)를 설치하여 브라우저에서 바로 스크랩, 북마크도 가능하다.

2.2.3 에듀클리퍼(edu Clipper)

'에듀클리퍼'는 교육용 소셜 큐레이션 서비스라고 볼 수 있다. 2007년 처음 서비스를 시작하였지만, 인지부하를 최소화하기 위해 이미지와 동영상 게시하는 형태로 바뀌면서 현재 모습인 에듀클리퍼로 개편되었다. 에듀클리퍼는 북마킹 기능을 통해 캡처(capture)가 가능하고, 편집 및 공유가 가능하다. 이러한 기능은 플립러닝을 운영하는 교사들에게 유용하게 활용될 수 있다. 필요한 여러 동영상을 에듀클리퍼 보드에 담아 보드를 학생들에게 공유할 수 있기 때문이다. 이러한 기능이 에듀클리퍼가 소셜 교육의 새로운 사례로 평가받는 이유이기도하다[22]. 또한, 에듀클리퍼 가장 큰 특징 중

하나는 교사가 클래스를 만들어서 코드를 부여받아 학생들을 초대할 수 있고, 클래스 안에서도 그룹 생성이 가능하여 모둠학습형태로 수업을 진행할 수 있다. 또한, 콘텐츠 추가나 사용자 추가 시 드래그앤드롭(drag&drop)형태로 사용자 편리성을 고려하였다[23]. 향후, 해당 서비스가 활성화되기 위해서는 콘텐츠의 재정렬이 가능하도록 보완되어야 할 것으로 보인다.

2.2.4 필터리(Pearltrees)

필트리(Pearltrees)는 트리구조의 소셜 큐레이션 서비스였지만, 트리구조로 인한 전체 정보의 확인 어려움, 시간 순으로 정보 제시 불편함 등을 이유로 2014년 5월 새로운 버전의 서비스로 개편되었다. 새로운 버전의 서비스는 트리구조에서 폴더구조로 변경되었으며, 폴더에는 하나의 주제로 다양한 형태의 콘텐츠(문서, 이미지, 외부링크, 동영상, 등)를 담을 수 있게 변경되었다. 또한, 폴더 안에서도 콘텐츠 간의 구분과 재정렬이 가능하다. 로그인인 경우 기존의 SNS 정보를 활용할 수 있으며 설정에 따라 사용자가 원하는 주제에 대해서 자동으로 자신의 SNS에서 콘텐츠 정보를 가져온다. 또한, 구성된 폴더와 콘텐츠는 공유하거나 친구들을 초대하여 협동 작업이 가능하다.

2.2.5 스토리파이(Storify)

‘스토리파이’는 블로그 형태의 소셜 큐레이션 서비스이다. 콘텐츠를 수집하는 대상은 스토리파이 이외에도 페이스북, 트위터 등 기본 11가지와 사용자가 8개 SNS 사이트를 더 추가하여 정보를 수집할 수 있다. 이렇게 검색해서 가져온 콘텐츠는 새로운 스토리 라인을 만들어 구성하고 편집한 후, 출판 및 배포가 가능하다[23]. 이는 사용자에게 편집자 역할을 제시하여 매겨진 형태로 콘텐츠를 구성하는 스콥 잇(Scoop. it)과 유사한 형태라고 볼 수 있다. 다음 [표 1]은 앞서 제시한 5가지 소셜 큐레이션 서비스 특징을 비교한 것으로, 교육적 활용을 위해 필요한 최소한의 특징(편리한 로그인, 북마크, 편집 가능성, 협업가능성, 모바일 앱 제공)을 구분한 Robin(2012) 연구 결과에 따라 제시되었다[24].

표 1. 소셜 큐레이션 서비스의 기능 비교 현황

서비스명	자료 유형	SNS 로그인	북마크	편집 가능	협업	모바일 앱
Pinterest	Images, Videos	O	O	X	O	O
Scoop. it	Images, Videos Document News, SNS 등	O	O	X	X	O
edu Clipper	Images, Videos Document News, SNS Cloud Service	O	O	X	O	O
Pearltrees	Images, Videos Document News, Note	O	O	O	O	O
Storify	Images, Videos Document News, SNS	O	O	O	O	O

2.3 소셜 큐레이션 서비스의 교육 활용 사례

소셜 큐레이션 서비스를 국내 교육 분야에서 활용한 사례는 한국교육학술정보원(2013)보고서에서 살펴볼 수 있으며[21], 대부분은 국외 사례들로 이를 정리하면 [표 2]와 같다. 소셜 큐레이션 서비스가 활용된 방법은 다양한 콘텐츠를 검색한 후 주제에 맞게 자료를 정리하여 개인 맞춤형 포트폴리오로 활용하거나, 만든 자료를 친구들과 공유하고, 협동학습에 활용한 사례들이다.

표 2. 소셜 큐레이션 서비스의 교육 활용 사례

툴(Tool)	교육 활용	연구자
Pinterest	(예술) 자신이 생각한 영역의 콘텐츠를 수집 후 포트폴리오로 구성 및 공유 (마케팅)브랜드 이미지 확인 후 마케팅 전략에 활용	Duke University, (2012) Yale University, (2012)
Scoop. it	(문학) 필터링 웹 콘텐츠를 재구성 후 참고 문헌 작성 활용	Dixon (2012)
edu Clipper	포트폴리오(이미지, 동영상, 문서, 링크 등)를 만들어 학생들과 공유 및 상호작용	Betsy (2013)
Pearltrees	발표 혹은 수업을 위한 시각적 웹 자료 구성 공유 폴더 구축 후 각자 자료 수집하고, 주석을 제시하여 참조 라이브러리 구축	Antonio (2012)
Storify	여러 콘텐츠를 재구성하여 게시함으로써 관심 끌기 (정치) 선거에 대한 주제 구분을 통해 지속적 홍보로 활용 특정 주제에 대한 SNS의 다양한 정보(동영상, 문서)를 재구성 후 출판하여 활용	Meghan (2011) Markey (2011)

(출처: Antonio, A., & Stagg, A. (2012) 재구성[25])

2.4 Focus Group Interview(FGI)

FGI(Focus Group Interview)는 특정 주제에 대한 인식이나 생각을 얻고자 할 때 자유로운 토론을 통해 결과를 도출하는 정성적 조사방법이다. FGI는 실제 편안한 분위기에서 토론이 진행되기 때문에 참여자 간의 상호 작용이나 유익한 생각이나 의견들이 도출될 가능성이 있으며, 특정 주제에 대해 자유롭게 논의하는 과정에서 결과를 얻고자 할 때 활용된다. 이러한 논의 과정은 서로의 의견에 대한 특정 합의점 도출이 목적이 아니다[26]. 주로 양적데이터만으로 해석이 어렵거나, 새로운 분야에 대해 인식을 파악하고자 할 때 활용된다. 따라서 본 연구에서도 FGI 방법을 활용하여 소셜 큐레이션 서비스 및 교육적 활용에 대한 전반적 인식을 살펴보고자 하였다. Richardson & Robiee(2001)는 연구를 통해 FGI를 실시하고자 할 때, 자발적 의견을 가진 사람이나 일정 연령대에 속해 있고, 비슷한 사회적 특성을 가진 사람이 대상자로 적합하다고 하였는데[13][27], 그 이유는 이러한 대상자는 자발적 상호작용이 가능하며, 서로 대화하는데 편안함을 느끼기 때문이라고 하였다[13][27][28]. 또한 그룹 크기도 다양한 연구 결과들이 있지만, 일반적으로 4명~10명으로 구성하는 것이 바람직하다고 알려져 있다[29-31].

III. 연구대상 및 방법

본 연구의 FGI를 위해 9명의 대학생들 [표 3]과 같이 선정하였다. 9명 선정 기준은 대학생이라는 일정 연령을 기본적으로 고려하였고, 중요한 것은 해당 서비스에 대한 자발적 사용 의지를 가진 학생들을 대상으로 선정하였다. 선정된 9명의 대학생들은 2015년 2월초~3월 20일까지 약 50일간 소셜 큐레이션 서비스 중 핀터레스트를 공통적으로 활용하도록 하였다. 핀터레스트의 경우 소셜 큐레이션 서비스 분야에서 가장 활발히 사용되는 서비스[4]임에 따라 선택되었다. 선정된 9명의 대학생은 일주일에 3회 이상 핀터레스트를 업데이트하고, 활용하도록 하였으며, 2회 이상 동료학습자와의 쪽지 등의 상호작용 활동을 포함하도록 하였다. 또한, 핀터레

스트 외에 추가적으로 다른 소셜 큐레이션 서비스는 개인의 자율적 의지로 사용하도록 하였다. 50일간 사용 후 FGI를 진행 및 분석을 위해 1회의 오프라인 토론을 진행하였다.

표 3. FGI 참여자 인적사항

구분	성별	학년	계열	사용 서비스
A	여	4	인문/사회	Pinterest, Scoop. it
B	여	4	인문/사회	Pinterest
C	여	4	인문/사회	Pinterest
D	여	4	인문/사회	Pinterest
E	여	4	인문/사회	Pinterest, Scoop. it
F	여	4	예체능	Pinterest, paify
G	남	3	인문/사회	Pinterest
H	남	2	인문/사회	Pinterest
I	남	4	자연/과학	Pinterest

토론에 활용된 질문은 Krueger & Casey(2000)가 제시한 4가지(도입-전환-주요-마무리) 질문을 수정하여 활용하였으며, 주요 질문의 경우 보편적 인식과 사용 후 형성된 인식으로 구분하였고, 마무리는 추후 서비스 사용 여부, 추천 여부 등의 내용으로 구성하였다[32]. 다음 [표 4]는 각 단계별 세부 발문 내용이다.

표 4. FGI 질문 내용

질문	적용	발문
도입	주제에 관한 가벼운 질문	최근 재미있거나 새로운 SNS는 무엇이었나요? 그렇게 느낀 이유는 무엇인가요?
전환	주제 관련 생각 및 경험	소셜 큐레이션 서비스란 단어를 듣고 떠오른 생각이나 연관 단어는 무엇이었나요? 서비스를 듣거나, 사용한 경험은 있나요?
주요	참여 후 생각이나 경험	사용 후 소셜 큐레이션 서비스는 자신에게 긍정 or 부정적인가요? 그렇게 느낀 이유는 무엇인가요?
		서비스를 사용하면서 느낀 장점은 무엇이었나요? 기대되는 효과나 기능 등 장점은 무엇인가요? 보완이나 개선점은 무엇인가요? 서비스를 교육적으로 활용한다고 하면 긍정 or 부정적인가요? 서비스를 확산시키기 위해서 추가적으로 해야 하는 것은 무엇이라고 생각하나요?
마무리	도출 의견 정리	지속적으로 사용해 볼 의향이 있나요? 서비스를 추천할 의향이 있나요?

FGI 분석은 Nvivo10 프로그램이 사용되었는데 그 이유는 Nvivo는 일정한 분류체계를 가지고 복잡한 자료를 의미 있는 주제나 범주로 조직·단순화가 가능하며,

특정 주제에 대한 정보 추적이 가능하여 체계성과 투명성을 보장할 수 있기 때문이다[33][34].

IV. 연구결과

Nvivo 분석 결과 소셜 큐레이션 서비스에 대한 인식으로 사전 인식, 사후 인식, 교육적 활용에 대한 인식 등 크게 3가지 범주로 정리되었으며, 사후 인식의 경우 세부적으로 장점, 보완점으로 구분되었다.

4.1 소셜 큐레이션 서비스의 사전 인식

사전 인식은 [표 4]의 도입과 전환에 해당하며 ‘소셜 큐레이션 서비스’이라는 단어를 듣고 떠오른 생각이나 단어에 대한 답변이 정리되었으며 그 결과는 [표 5]와 같다. 참여자 대부분은 소셜 큐레이션 서비스란 단어를 듣고 큐레이터나 소셜 미디어 혹은 소셜 네트워크와 유사한 서비스일 것이라 판단하였다. 연구 참여 전 서비스 경험 유무에 대해서는 9명 중 8명이 처음 들어본 것이라 답해, 홍보 필요성을 재확인할 수 있었다.

표 5. 서비스 사전 인식

참여자	답변
A,B,D, E,G,H	‘큐레이터’, 큐레이터라는 직업
C	페이스북
F,I	소셜 서비스와 큐레이터와 합해진 개념

4.2 소셜 큐레이션 서비스의 사후 인식

서비스 경험 후 형성된 사후 인식은 [표 4]의 주요 질문에 해당하는 부분으로 실제 서비스 사용 경험 후 서비스에 대한 긍정/부정적 인식 변화에 대해 8명이 긍정적 혹은 유용하다고 답변하였다.

표 6. 서비스 사용 후 긍정적 인식 답변

참여자	답변
C	내가 관심 분야를 설정하면 그에 따른 자료들이 올라와서 자료를 보고 카테고리별로 수집할 수 있어서 좋았다.
D	관심 분야의 정보를 한눈에 알아보기 쉽게 제시하여 빠르고 정확한 정보를 쉽게 얻을 수 있는 점이 무엇보다 좋습니다.
E	소셜 큐레이션 서비스에서 훨씬 다양하고 정제된 이미지 자료들을 얻을 수 있었습니다.

부정적이라고 느낀 참여자 1명은 ‘서비스 이용자의 부족’으로 원하는 정보나 이미지를 찾을 수 없었다는 의견을 제시하였다.

4.2.1 장점

서비스를 이용하면서 느낀 장점에 대한 답변을 분석한 결과 ‘다양한 정보 수집 가능’, ‘카테고리 생성 및 자료 정리’, ‘관심 분야 정보 지속적 업데이트’, ‘상대적 박탈감 감소’, ‘주변 사람의 관심사 파악에 용이’, ‘검색의 용이함’ 등이 도출되었으며 주요 내용은 [표 7]과 같다.

표 7. 소셜 큐레이션 서비스 장점

참여자	답변
A	<ul style="list-style-type: none"> · 국내/외 정보도 쉽게 접할 수 있어서 한 번에 여러 정보를 얻을 수 있었음. · 여러 가지 정보를 내가 만든 보드판에 한꺼번에 모아서 한 눈에 볼 수 있는 것이 장점. · ‘나’와 같은 관심사를 가진 사람들에게 쉽게 빠르게 정보를 전달할 수 있음. · 같은 관심사를 가진 사람들과 함께 협업하여 좀 더 효율적으로 정보 이용 가능.
B	<ul style="list-style-type: none"> · TIME KILLING로 활용되는 훌륭한 서비스로 생각됨. · 정보가 실시간으로 UPDATE되기 때문에 늘 새로운 정보를 접할 수 있음. · 타인이 정리한 정보를 활용할 수 있기 때문에 잘 정리된 정보를 단 시간에 얻을 수 있음.
C	<ul style="list-style-type: none"> · 내가 관심이 있는 분야에 대한 수집을 광대하게 수집할 수 있다는 것.(카테고리 저장) · 현재 활동하는 아티스트나 기업의 자료가 업로드되어 소장자의 가치를 느낌. · 이미지를 클릭하면 그에 따른 설명과 다른 이미지들도 함께 볼 수 있음.
D	<ul style="list-style-type: none"> · 개인적으로 자료를 취사선택 할 수 있는 기능과, 사용 기간이 길수록 자신이 원하는 자료만을 얻는데 용이. · 나만의 스크랩북을 만들 수 있다는 점. · 페이스북과 같은 일반SNS 서비스와는 다르게 특정 관심분야를 공유하기에 최적화. · 모바일 환경에서도 사용하기에 매우 편리한 UI 구성.
E	<ul style="list-style-type: none"> · 핸드폰 안에 나만의 스크랩북이 생긴 느낌 · 직관적인 메뉴구성과 사진위주의 형식으로 처음 접하는 사람도 흥미를 가질 수 있음. · 타 sns와 달리 본래의 목적에 충실할 수 있고, 서로의 사생활보다는 관심사를 공유한다는 점
F	<ul style="list-style-type: none"> · 제품들의 다양한 실제 사진들, 착용컷 등을 검색해 볼 수 있어서 좋습니다. · 카테고리를 설정 후에 관련한 이미지 확보에 용이 · 친구들의 핀보드를 통해 최근 관심사들을 한눈에 파악. · 타 서비스들과 연동이 잘 되어있어 사용에 편리. · 페이스북과 비교하면, 핀터레스트에는 [검색] 기능이 있어 원하는 정보를 빠르고 손쉽게 찾을 수 있음.
G	<ul style="list-style-type: none"> · 타 SNS는 내가 보고 싶지 않은 정보도 봐야하지만, 이러한 시간적 낭비가 없다는 점. · 필요한 정보를 빠르게 확인할 수 있다는 점. · 생각하지 못한 유익한 정보도 함께 얻을 수 있다는 점.

H	<ul style="list-style-type: none"> · 내가 원하는 정보만 집중적으로 볼 수 있다는 것 · 관련된 다른 이미지를 보여주거나 이와 관련된 태그를 제시해 주어 손쉽게 정보를 찾을 수 있음. · 물리적 거리나 사회적 신분을 벗어나 공통적으로 관심 있는 사람들끼리 서로의 콘텐츠를 공유하거나 팔로우할 수 있어 교류할 수 있다는 점이 유용.
I	<ul style="list-style-type: none"> · 카테고리별로 분류되어 필요한 정보를 볼 수 있도록 유도하는 것 · 페이스북 같은 SNS는 광고나 타인이 좋아하는 게시물까지 다 보이지만, 핀터레스트는 관심 있는 주제를 설정하면 내가 필요한 정보만 받을 수 있음. · 나와 동일한 관심 분야를 지닌 사람들을 쉽게 찾을 수 있다는 점. · 관심 정보들을 스크랩하다 보면 계속 똑같은 정보 제공자의 자료를 스크랩 하게 되는 경우가 있었는데, 이런 경우 관심 분야가 같다고 파악되어 서로에게 도움이 되는 자료 업로드 가능.

[표 7]의 서비스 장점은 세부적으로 개인적, 기능적, 사회적 장점 3가지 하위 범주로 분석되어 [표 8]과 같이 정리되었다.

표 8. 서비스 장점에 대한 세부 구분

범주	내용
개인적	상대적 박탈감 감소 (사생활 보다는 관심사 공유)
기능적	손쉬운 정보 검색, 카테고리 생성, 실시간 업데이트, 이미지 정보 제공, 신속한 정보 확보, 모바일 환경 최적화, 직관적 메뉴 구성
사회적	협업으로 정보 재조직 가능 물리적·사회적 거리에서 벗어난 공유 및 교류

장점과 함께 향후 기대되는 효과에 대한 답변을 분석한 결과 ‘텍스트에 비해 정보 전달에 효과적’, ‘시각적 요소를 활용한 분야에 효과적’, ‘의견 공유를 위한 공간 사용에 효과적’, ‘복합적인 자료 공유에 효과적’일 것이라는 의견이 나타났으며, [표 9]와 같이 정리되었다.

표 9. 서비스를 통해 기대되는 효과

참여자	답변
A	· 이미지와 동영상이 부각되어 글보다는 쉽게 정보 인식
B	· 정리된 정보를 자신만의 정보 경쟁력으로 활용 가능
C	· 막무가내로 이미지를 수집하는 공간이 아니라 카테고리별로 이미지를 수집하는 것
D	· 광고 등의 불필요한 자료들을 걸러내기 용이함 · 모바일 환경에 최적화되어 신속 정보 확인 가능 · 이미지나 영상으로 자료를 제시하여 기존 텍스트 형태보다 정보전달력이 뛰어남
E	· 포트폴리오 형식으로 사진을 보여 영감을 얻기 쉬움 · 사생활 노출을 꺼려서 sns를 잘 안 하는 사람들도 거부감 없이 이용 가능

F	· 하나의 아이디어에 대한 마인드맵 작성의 또 다른 방식으로 활용에 효과적
G	· 자료조사나 필요한 정보를 찾을 때 한 눈에 볼 수 있다는 점이 효과적 · 또한 전 세계 사람들의 의견도 볼 수 있는 것이 효과적
H	· 디자인이나 패션과 같은 분야에서 있어서는 다른 사람들의 콘텐츠를 참고하고 영감을 얻을 수 있어 유용 · 또한, 관련 상품도 함께 볼 수 있기 때문에 연관 구매 유도도 가능하여 산업에서 효과적
I	· 정보를 이미지 혹은 짧은 글 등으로 간략하게 제시하는 점이 정보 전달에 효과적

4.2.2 보완 및 개선점

보완이나 개선점에 대한 답변은 ‘콘텐츠, 특히 한국어 콘텐츠의 부족’, ‘서비스의 단조로움’, ‘대중적 활성화 노력 부족’ 등의 나타났으며, 이에 대한 개선점으로는 ‘홍보 필요’가 가장 많은 의견으로 나타났다. 이는 홍보를 통해 사용자 확보가 먼저 선행되어야 한국어 콘텐츠 부족, 대중적 활성화 부족 또한 해결될 것으로 보인다.

[표 10]은 보완과 개선사항에 대해 의견을 정리한 표이며, 기타 답변으로는 ‘사용법 교육’, ‘이미지 저작권 확인 시스템이 필요’ 등의 의견들이 제시되었다.

표 10. 서비스의 보완 및 개선점

참여자	답변
A,C	· 특정한 키워드를 검색창에 쳤을 때 생각보다 많은 핀이 나오지 않았던 점이 아쉬움. · 이는 핀을 새로 만들고 사용하는 사람들이 많지 않은 것으로 홍보 필요 · 또한, 친구들과 함께 핀을 모아서 공유하는 것은 좋는데, 그 이외의 활동이 불가능하다는 점이 서비스 이용을 단조롭게 만들. · 핀터레스트는 아직 한국 사람들이 많이 사용하지 않아, 서비스에 대한 홍보 필요
B,D,E,G	· 콘텐츠의 부족(특히, 한국어 콘텐츠 부족) · 페이스북과 비교하여 초기 사용자 접근이 어려운 점
F,H	· 대중적으로 활성화가 덜 된 것이 보완해야 됨 · 서비스 특성상 더 많은 사람이 모일수록 더 많은 자료들이 공유될 것임. · 따라서, 연계서비스나 많은 홍보를 통해 연관링크 필요 · 사용법 교육 필요
I	· 검색 기능을 더 유연하고 다양하게 가능하도록 개선 필요 · 사용자 입장에서 좀 더 친절한 UI가 제공되어야 함. · 다양한 이미지와 관련한 저작권 확인 시스템 필요

4.2.3 소셜 큐레이션 서비스 교육적 활용 인식

교육적 활용 가능성에 대한 인식 분석 결과 참여자 7명이 긍정, 2명이 부정적인 의견을 제시하였다. 긍정적 활용 방안에 대해서는 ‘자발적 정보 검색 및 활용’, ‘토

론 활동에 용이’, ‘이미지로 정보 전달 가능’, ‘자기주도적 학습 촉진 가능’ 등의 의견이 나타났으며 [표 11]과 같이 정리되었다.

표 11. 서비스의 교육 활용 가능성

참여자	답변
B,E,F	<ul style="list-style-type: none"> · 예체능계열에서 교육 자료로 활용될 것으로 기대 · 학생들의 경우 자신들이 좋아하는 분야에 대해서 더 관심을 많이 갖기 때문에 학생들의 자발적 정보검색 및 활용에 효과적으로 사용 가능 · 학생들은 정보를 체계적으로 정리 구체화 훈련 가능 · 교사는 다양한 사진과 영상을 통해, 나만의 교육 자료로 활용 가능
C,G	<ul style="list-style-type: none"> · 수업의 주제에 대한 카테고리를 설정 후 각자의 생각이나 이미지를 자유롭게 올리고 읽을 수 있어 토론에 좋을 것 같음
D,I	<ul style="list-style-type: none"> · 기존 텍스트 형태의 자료를 이미지로 재구성 가능 · 이는 학습내용의 이해를 돕는데 사용 가능 · 개인 보드의 활용으로 자기주도학습 촉진할 수 있음

부정적인 의견으로는 ‘아직 핀(Pin)의 수가 적고, 원하는 자료를 찾는데 시간 소요가 많을 것’이라고 하였다. 이와 같은 내용은 앞서 보완 및 개선사항에도 도출된 바 있다.

4.2.4 지속 사용 및 추천 여부

향후 서비스의 지속 사용과 추천에 대해 묻는 질문에 7명의 참여자가 지속 사용 및 추천에도 긍정적 의사를 밝혔고, 2명은 부분 추천 의사를 밝혔다. 긍정적 의사를 밝힌 7명은 일주일에 2~3회 정도 사용하는 것이 적당할 것이라 답하였으며, 부분 추천 의사를 밝힌 참여자는 지속적으로 관심 분야에 정보를 추천받고자 하는 사람들 위주로 추천하는데 동의하였다.

V. 결론

본 연구는 기존의 소셜 러닝에서 개선해야할 사항으로 제시된 콘텐츠의 분류, 재구성 등의 역할을 3세대 SNS으로 꼽히는 소셜 큐레이션 서비스를 통해 해결할 수 있지 않을까?라는 고민에서 출발하였다. 이를 위해 소셜 큐레이션 서비스에 대한 현황을 파악하고, 서비스가 가진 특징을 확인하는 작업이 시행되었다. 이후 개인별 혹은 팀별 학습 등 실제 교육적 활용 가능성을 탐

색하고자 하였다. 이를 위해 문헌연구와 사례를 중심으로 기초 조사를 실시하였으며, 소셜 큐레이션 서비스가 새로운 서비스인 만큼 양적 분석보다는 질적 분석을 하고자 FGI를 실시하였다. 이에, 9명의 대학생을 모집하여 약 50일간 소셜 큐레이션 서비스를 사용하게 한 후 인식 변화를 확인하였다. 그 결과 소셜 큐레이션 서비스를 사용 후 9명 중 8명이 긍정적으로 인식하였고, 학습 활용에 대해서는 7명이 유용할 것이라는 의견을 제시하였다. 도출된 장점을 기반으로 학습에서의 활용 방안을 개인별, 팀별 차원에서 정리하면 다음과 같다.

첫째, 우선 개인별로는 ‘다른 SNS에 비해 상대적 박탈감 감소’, ‘쉬운 정보 검색’, ‘다양한 정보 및 이미지 제공’, ‘정보 전달력 용이’, ‘나만의 카테고리 생성’ 등의 장점을 기반으로 정보 검색을 통해 자신만의 카테고리를 생성하여 콘텐츠를 모아 새롭게 재구성함으로써 개인 맞춤형 학습이 가능할 것으로 판단된다. 즉, 나만의 주제별 포트폴리오를 생성하여 자기주도학습이 가능할 것이다. 이 같이 생성된 포트폴리오는 친구들에게 공유하거나 혹은 같은 관심사를 가진 친구들에 공유 받는 등의 소통 창구 역할을 수행할 수도 있을 것이다.

또한, 교사 입장에서는 다양한 형태의 콘텐츠 수용이 가능하기 때문에 나만의 수업자료를 만드는데 용이하다. 예를 들어 수업에서 활용하고자하는 여러 형태의 교육 자료(텍스트, 이미지, 동영상, 인포그래픽스, 기사 등)를 모아 폴더로 구성하면 나만의 교과서로 완성할 수 있다. 이는 기존 교과서의 내용을 확장하여 새로운 커리큘럼 설계하는데 도움이 될 것으로 보인다[26].

둘째, ‘협업을 통한 정보 공유 및 재조직’이 가능한 장점을 이용하여 팀 프로젝트 학습, 토론 학습에 활용할 수 있다. 기존 블로그와는 달리 소셜 큐레이션 서비스는 별도의 회원가입 절차 없이 온라인상에 공간을 만들어 팀 활동이 가능하다. 또한, 이 같은 공간을 통해 다양한 콘텐츠를 하나로 모으는 협업 작업이 가능하고, 이렇게 모아진 콘텐츠는 실제 출판까지 할 수 있어 토론 학습, 발표 수업에 유용하게 활용될 수 있다. 이러한 작업들은 개인이 다른 학습자의 시각에서의 콘텐츠 내용을 확인할 수 있기 때문에 고차원적 생각이 가능할 것이라 판단된다.

그러나 유용한 서비스라 할지라도 활성화가 뒷받침되어야 한다. 때문에 보완 및 개선점으로 도출된 의견에 주목해야한다. 보완 및 개선점으로 나온 의견은 ‘한국어 콘텐츠’, ‘대중적 활성화 부족’ 등이며, 해결 방안으로는 다수의 참여자가 홍보 필요성을 제시하였다. 특히 소셜 큐레이션 서비스를 홍보하기 위한 전략으로 ‘개인 맞춤형 정보 제공’과 기존 SNS와 달리 사생활 공유가 아닌 ‘목적에 충실한 정보’ 제공, ‘상대적 박탈감 감소’에 효과적임을 제시할 필요가 있다. 또한, 저작권 이슈는 웹을 통해 공유가 활성화되면서 나타난 문제로 저작권을 어떻게 확보해야할 것인가에 대해서는 정책적으로 풀어야 할 문제이지만, 기본적으로 이러한 서비스를 사용할 때는 사용자는 가져온 저작물에 대한 출처 표시를 명시하는 등에 대해 가이드 대책과 활용법 교육이 필요할 것으로 보인다.

마지막으로 소셜 큐레이션 서비스의 지속 사용 및 추천 여부에 대해 다수의 참여자들이 긍정적인 답변을 제시함에 따라 소셜 큐레이션 서비스가 활성화되고, 사용자가 충분히 확보된다면 개인별(학생, 교사), 팀별(토론, 협동학습)학습에 효과적으로 활용될 수 있는 가능성을 확인하였다.

다만, 본 연구가 소셜 큐레이션 서비스의 교육적 활용에 대한 실험적 탐색 연구임에 따라 연구 집단이 적고, 교육 분야에 한정하여 다른 분야에 적용하기에는 한계점을 가지고 있다. 또한, 소셜 큐레이션 서비스가 현재 국내에서는 그 활용도가 적은 점도 본 연구의 한계점이 될 수 있다. 이에 따라 향후 추가적으로 교육 분야의 활용 사례를 중심으로 한 후속 연구나, 소셜 큐레이션 서비스의 이용 동기 등을 확인하여 여러 분야에서 적용 가능한 결과를 도출하기 위한 연구들이 진행될 필요가 있을 것으로 보인다.

참 고 문 헌

[1] 한국데이터베이스진흥원, *Data Industry White Paper*, 2015.
 [2] 대학내일 20대연구소, *20대를 읽어야 트렌드가 보인다*, HadA, 2012.

[3] 조병호, *디지털 큐레이션 서비스 동향*, 정보통신산업진흥원, 2013.
 [4] 최홍규, *콘텐츠 큐레이션*, 커뮤니케이션북스, 2015.
 [5] <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?no=405846&year=2015>
 [6] G. Cundill, “Monitoring social learning processes in adaptive comanagement: Three case studies from south africa,” *Ecology and Society*, Vol.15, No.3, p.28, 2010.
 [7] 김월선, *소셜 리닝을 활용한 웹프로그래밍 수업 운영 방법의 설계 및 평가*, 이화여자대학교, 석사학위논문, 2012.
 [8] C. M. Cheung, P. Chiu, and M. K. Lee, “Online social networks: Why do students use facebook?,” *Computers in Human Behavior*, Vol.27, No.4, pp.1337-1343, 2011.
 [9] 스티브 로젠바움, *큐레이션*, 명진출판, 2011.
 [10] 사사키 도시나오, *큐레이션의 시대*, 민음사, 2012.
 [11] 지순정, *콘텐츠 큐레이션 서비스*, 한국인터넷진흥원, 2013.
 [12] B. Kanter and K. D. Paine, *Measuring the networked nonprofit: Using data to change the world*, John Wiley & Sons, 2012.
 [13] 오미자, 김미량, *맞춤형 학습을 위한 소셜 큐레이션 서비스의 통합적 인식 연구*, 성균관대학교, 박사학위논문, 2015.
 [14] <http://contentmarketinginstitute.com/2012/07/balanced-formula-for-effective-content/>
 [15] <http://myndset.com/2012/01/25/what-is-social-curation-3-key-success-factors-for-excellent/>
 [16] 이동균, 권준희, “AskMyFriend : 소셜 콘텐츠 채널을 이용한 소셜 정보공유 시스템의 설계 및 구현,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제10권, 제8호, pp.32-37, 2010.
 [17] J. Cho, “Credibility enhancement of social curation using multiple information sources,” *International Journal of Advancements in Computing Technology*, Vol.5, No.13, pp.409-414,

2013.

[18] 진보래, 노현주, “페이스북 친구들의 반응과 관계적 유용성-자기노출 성향의 영향력과 성별의 조절효과,” 한국콘텐츠학회논문지, 제15권, 제7호, pp.449-459, 2015.

[19] V. Sacco, *Digital activism on social media platforms: Story breaks the newswires*, Media Trend 2012 Conference, 2012.

[20] http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?artice_id=20150321100945.

[21] 한국교육학술정보원, 세종시 스마트교육 모델 연구학교 교원연수 프로그램(II), 교육자료 TM 2012-36, 2012.

[22] <file:///C:/Users/skyomj/Downloads/educlipper.pdf>

[23] 오미자, 김미량, “소셜 큐레이션 서비스의 이해와 교육적 활용 가능성 탐색,” 한국교육정보미디어학회 추계학술대회논문집, 2016.

[24] G. Robin, “Content curation for education and learning: Live workshop + Q&A - e/merge 2012 flexibility enables learning. E/merge 2012 Conference,” 2012.

[25] A. Antonio, N. Martin, and A. Stagg, “Engaging higher education students via digital curation,” Australasian Society for Computers in Learning in Tertiary Education Conference, pp.1-5, 2012.

[26] D. L. Morgan, *Focus Groups as Qualitative Research(2th ed.)*, London: Sage, 1997.

[27] C. A. Richardson and F. Rabiee, “A question of access: An exploration of the factors influencing the health of young males aged 15 to 19 living in corby and their use of health care services,” Health Education Journal, Vol.60, No.1, pp.3-16, 2001.

[28] M. V. Seggern and N. J. Young, “The focus group method in libraries: issues relating to process and data analysis,” Reference Services Review, Vol.31, No.3, pp.272-284, 2003.

[29] http://www.quirks.com/articles/article.asp?arg_ArticleId=1125. 20 July 2011.

[30] 김성재, *포커스 그룹 연구방법*, 현문사, 2000.

[31] R. Krueger and M. Casey, *Focus Groups*, Sage Publications, London, 2000.

[32] 박종원, *질적 자료 분석: Nvivo 10응용*, 부경대학교 출판부, 2012

[33] 강인애, 정은실, “팀 구성 방식에 따른 학습활동 만족도: 질적 자료 분석에 의한 사례연구,” 교육방법연구논문지, 제22권, 제3호, pp.67-95, 2010.

[34] 조진숙, 오미자, 김미량, “교육정보공유체제 이용 활성화를 위한 교사의 요구분석,” 컴퓨터교육학회논문지, 제16권, 제1호, pp.97-110, 2013.

저 자 소 개

오 미 자(Mi-Ja Oh)

정회원



- 2009년 2월 : 광운대학교 멀티미디어교육공학(석사)
- 2015년 8월 : 성균관대학교 컴퓨터교육(박사)
- 2013년 7월 ~ 현재 : 건국대학교 대학교육혁신원 연구교수

<관심분야> : 이러닝, 스마트러닝, 디지털교과서, OER, MOOC

김 미 량(Mi-Ryang Kim)

정회원



- 1987년 2월 : 서울대학교 인문대학 영어영문학과 (B.A.)
- 1989년 10월 : Lehigh University 대학원 교육공학과 (M.S.)
- 1998년 2월 : 서울대학교 대학원

교육학과 교육공학전공(Ph. D.)

- 1999년 3월 ~ 현재 : 성균관대학교 사범대학 컴퓨터교육과 교수

<관심분야> : 멀티미디어 콘텐츠 설계 및 개발