창작 목적 디지털 아카이브 콘텐츠 활용에 대한 이용자 인식 연구*

- 한국콘텐츠진흥원 컬처링(Culturing) 웹 사이트를 중심으로 -

User Perceptions of a Digital Archive for Content Creation: Focused on the Korea Creative Content Agency (KOCCA)'s 'Culturing'

박 용 민 (Yong Min Park)**
김 양 우 (Yang-woo Kim)***

초 록

국내 기록관리학 분야에서 국가기록원 및 기록관의 기록정보콘텐츠에 대한 이용자 인식에 관한 연구들은 다수 수행되었지만, 창작 목적 디지털 아카이브 콘텐츠 활용에 대한 이용자들의 인식 조사는 수행 된 바가 없었다. 이에 본 연구는 한국콘텐츠진흥원에서 운영 중인 창작 목적 디지털 아카이브 '컬처링(Culturing)' 웹 사이트의 콘텐츠 활용에 대한 이용자 인식 조사를 실시하였다. 설문을 통한 인식조사는 이용자들의 컬처링 사이트 콘텐츠들에 대한 관심 정도와 콘텐츠 유형 및 주제 분야별 예상 이용선호도와 예상 도움정도 등에 대하여 이루어졌다. 설문데이터의 분석은 연구대상자의 일반적인 사항과 인식과 관련된 평균값을 비교・분석하기 위하여 One way ANOVA를 사용하였으며, 동(同) 사항 및 인식과 관련된 명목 변수 항목들 간의 연관성을 알아보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 이러한 분석결과를 토대로 한 제언점은 다음과 같다. 즉, ① 카드스토리 등의 콘텐츠 유형 및 콘텐츠 내용의 전문성 제고를 포함한 정보 자료의 확충, ② 이용자 종사분야별 맞춤형(Customizing) 인터페이스 설계와 가독성 향상 및 모바일 플랫폼 전용 사이트 개발, ③ 대형 포털사이트와 창작자 집단을 대상으로 한 사이트 홍보의 강화 등이다.

ABSTRACT

A significant number of studies have been conducted on user perceptions of archive and record contents for the National Archives of Korea (NAK) and local record centers in the field of archives and records management in Korea. Yet, there has not been such a research on the use of digital archive contents designed for contents creation. Accordingly, this study investigated user perceptions of the use of the contents on the Korea Creative Content Agency (KOCCA)'s Culturing archive designed for creation purposes. A survey was conducted, examining the user's degree of interests, the expected user preference of the use and the expected extent of help by the contents of the archive. For the analyses of the survey data, this study performed one-way ANOVA for the comparative analyses of the means related to the subjects' general characteristics and the perceptions, along with cross-tabulation analyses for the association among the same items and nominal variables related to perceptions. On the basis of these analyses, this study suggests the following: ① to supplement the contents of the archive; ② to design customized interfaces and to enhance the readability; ③ to reinforce site PRs for large portal sites and creators' groups.

키워드: 디지털 아카이브, 창작 목적 디지털 아카이브, 기록정보콘텐츠, 콘텐츠 활용, 이용자 인식
Digital Archives, Digital Archives for Contents Creation, Archive and Record Contents, Contents Utilization, User Perceptions

---

* 본 연구는 한성대학교 대학원 석사학위논문의 일부를 축약・수정한 것임.
본 연구는 한성대학교 교내학술연구비 지원과제임.
** 한성대학교 대학원 기록관리학 석사(yong251@naver.com) (제1저자)
*** 한성대학교 부교수(ykim@hansung.ac.kr) (교신저자)
논문접수일자 : 2020년 2월 20일 논문심사일자 : 2020년 3월 14일 게재확정일자 : 2020년 3월 16일
한국비블리아학회지, 31(1): 285-310, 2020. http://dx.doi.org/10.14699/kbiblia.2020.31.1.285

www.kci.go.kr

1. 서 론

1.1 연구의 필요성 및 목적

오늘날 기록과 기록관리 업무는 기록 중심에서 이용자 중심으로 패러다임이 변화하였으며, 아카이브(Archive) 역시 그 궤적을 쫓아가고 있다. 전통적으로 보존기록관의 핵심적인 역할은 기록의 무결성 보존이었으며 기록의 활용은 이에 상반된다는 인식으로 인해 그 활용 범위는 매우 제한적이었으나, 「정보공개법」을 통한 국민의 알 권리 보장과 기록에 대한 대중의 관심이 높아지면서 기록 이용의 목적이 점차 다양해지고 그 범위도 확대되었다(한국기록관리학회 2018). 특히, 2000년대 이후 나타난 기록정보서비스상의 변화 움직임 중 하나는 현용 기록물 위주의 내부이용자들만을 위한 기록 콘텐츠 제공이 아닌 보다 다양한 '계층' 및 '목적'을 위한 콘텐츠가 주목받고 있다는 점이다(신주희 2018). 즉, 가치 있는 기록물의 수집 및 보존의 차원을 넘어서 실질적이고 적극적인 이용 및 활용의 중요성이 보다 강조되고 있다(강혜경, 김용 2012). 그리고 이러한 변화에 발 맞춰 아카이브들은 이용자 중심의 기록정보콘텐츠와 기록정보서비스를 확대해 나가고 있다.

또한, IT기술의 발달에 따라 아카이브는 오프라인 형태와 물리적인 공간을 통해 운영되던 전통적 개념에서 온라인상에 가상적인 공간을 기반으로 설립되는 디지털 아카이브로 그 개념이 확장되어 왔다(박민석 2017). 과거의 아카이브가 단순히 문서기록을 수집・보관하는 역할을 수행했다면, 현재 디지털 아카이브는 문서기록을 영구적으로 보존하고 시스템에 제공하면서 이용자들의 접근성을 향상시키는 새로운 방향을 제시하고 있는 것이다(김보경 2018). 이러한 변화 속에서 기록물에 대한 이용을 촉진하기 위한 전시, 출판, 강연, 교육 등 전통적인 이용자 프로그램 이외에도 콘텐츠와 같은 새로운 형태의 이용자 서비스가 등장했고 그 중요성이 점차 강조되고 있다(노명환 외 2017). 특히, 디지털 아카이브는 개방성, 접근성, 복제성, 융복합의 용이성의 속성을 가지고 있어서 학술적 가치뿐만 아니라 게임, 애니메이션, 드라마, 공연 등의 다양한 문화산업에서 활용되는 추세이다(정희선 외 2015).

다양한 디지털 아카이브 중에서 역사DB 아카이브는 역사 지식을 저장, 백업, 보관하는 방식이자 웹 사이트를 통해 사용자가 자유롭게 접근하여 액세스(access) 할 수 있는 공공재로서의 속성을 지닌다. 국내 공공기관들은 20여년전부터 조선왕조실록을 비롯한 다양한 역사DB 아카이브를 구축해 왔다(조정미, 공병훈 2018). 예를 들어, 국사편찬위원회의 '한국사데이터베이스'(db.history.go.kr), 한국학중앙연구원의 '왕실도서관 장서각 디지털 아카이브'(yoksa.aks.ac.kr) 등이 그것이다.

초창기의 역사DB 아카이브는 연구자 중심으로 구축・운영・활용되어 왔으나, 최근에는 역사 콘텐츠 창작자 및 예비 창작자와 사용자들을 위한 콘텐츠 서비스를 제공하는 방향으로 변화하고 있다(조정미, 공병훈 2018). 이용자들은 역사DB 아카이브와 같은 창작 목적 디지털 아카이브들을 통하여, 방대한 기록정보콘텐츠들을 쉽게 접근하고 이용하면서 창작 활동 및 OSMU(One Source Multi-Use)전략의 도

www.kci.go.kr

입과 활용을 통해 또 다른 문화콘텐츠와 부가가치를 창출해내고 있다.

아카이브가 영구적으로 보존할만한 가치 있는 기록물을 선별하고 수집하여, 이용자들에게 제공하는 역할을 한다는 점에서 창작 목적 디지털 아카이브 역시 기록정보콘텐츠의 연구분야에 포함된다고 할 수 있다. 그동안 국내 기록관리학 분야에서 국가기록원 및 기록관의 기록정보콘텐츠에 대한 이용자 인식에 관한 연구들은 다수 수행되었지만, 창작 목적 디지털 아카이브 콘텐츠 활용에 대한 이용자들의 인식 조사는 수행 된 바가 없었다. 디지털 아카이브에 대한 연구들 역시 아카이브 구축방안이나 수집전략에 관한 연구가 다수 진행되었을 뿐이다. 반면에 국외 연구의 경우 문학, 드라마, 영화 및 댄스 등의 창작목적 디지털 아카이브에 대한 이용자 사용성 연구(Bradley and Keane 2015; Mohamad Ali 2009)와 사례연구(Whatley 2013)가 진행된 바 있으나, 이용자들의 아카이브 콘텐츠 활용측면에 주안점을 둔 국내 창작 목적 디지털 아카이브에 대한 연구의 필요성은 여전히 제기된다. 이용자들의 콘텐츠 이용 활성화 측면에 있어서 인식도 조사를 통한 아카이브의 이용 성향 파악은 가장 기초적이며 중요한 자료이다. 즉, 해당 자료를 통하여 아카이브의 이용 활성화를 지속적으로 도모할 수 있을 것이다.

이에 따라 본 연구에서는 한국콘텐츠진흥원에서 운영중인 창작 목적 디지털 아카이브 '컬처링(www.culturing.kr)' 콘텐츠 활용에 대한 이용자 인식을 조사하였다. 즉, 이용자들이 인식하는 컬처링 사이트 콘텐츠 활용에 대한 관심 정도와 콘텐츠 유형 별 예상 이용선호도 및 예상 도움정도 등을 조사하였다.

보다 구체적으로 본 연구의 목적을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 창작자들을 위한 디지털 아카이브 '컬처링' 콘텐츠 활용에 관한 이용자 인식에 영향을 미치는 요인을 분석한다.

둘째, '컬처링' 아카이브 이용 활성화를 위한 개선방안을 제시한다.

1.2 연구질문

본 연구의 연구 질문은 다음과 같다.

- 연구질문 1. 연령대, 종사분야 및 '컬처링' 사이트 인지경로 별 전체 콘텐츠들에 대한 이용자들의 관심 정도에 차이가 있는가?
- 연구질문 2. 연령대, 종사분야 및 인지경로와 '콘텐츠 큐레이션' 세부 카테고리 별 이용자들의 예상 이용선호도간의 연관성은 어떠한가?
- 연구질문 3. 연령대, 종사분야 및 인지경로와 '라이브러리' 세부 주제분야 별 이용자들의 예상 이용선호도간의 연관성은 어떠한가?
- 연구질문 4. 연령대, 종사분야 및 인지경로 별 콘텐츠 유형에 따라 이용자들이 인식하는 예상 도움정도에 차이가 있는가?
- 연구질문 5. '컬처링' 아카이브 이용 활성화를 위한 개선 방안은 무엇인가?

www.kci.go.kr

2. 이론적 배경

2.1 디지털 아카이브 및 창작 목적 아카이브의 정의

디지털 아카이브는 기존에 수행되었던 다수의 선행 연구들에서, 연구자들마다 다양한 관점에서 정의되었다. 첫 번째로 살펴본 정의는 디지털 아카이브가 영구적으로 정보자원의 접근과 검색, 보존을 수행하는 시스템이라는 관점이다. 서해숙(2013, 223)의 경우, "미래의 접근을 위해 다양한 유형의 디지털 정보를 장기적으로 저장하고 보존하기 위한 시스템"으로 정의내린 바, 이러한 관점에 해당된다고 할 수 있다.

두 번째 정의는 디지털 아카이브를 일종의 디지털 기록으로 보는 관점이다. 신재민, 곽승진(2013, 307)은 디지털 아카이브를 "디지털 기술이나 컴퓨터 네트워크 기술을 활용하여 기존의 기록물을 전자적인 멀티미디어 정보로 변환한 것"으로 정의하였다.

마지막으로, 배양희, 김유승(2018, 127)은 위의 관점들을 종합하여 "선별과 평가를 통해 기록을 수집하고, 수집된 기록물을 접근, 보관, 이용이 가능하도록 하는 공유 및 활용의 플랫폼"으로 정의하였다. 이는 디지털 아카이브가 단순한 정보처리 시스템만을 의미하는 것이 아닌, 정보의 활용을 강조한 관점이라고 볼 수 있다.

위와 같은 관점에서 두 번째, 세 번째 정의에 비추어 보았을 때, '컬처링' 사이트는 기록물을 멀티미디어 정보로 변환하여 이용자들에게 제공하며, 정보의 활용을 촉진시킨다는 측면에서 디지털 아카이브로 볼 수가 있다.

한편 조정미, 공병훈(2018, 274)의 경우, 창작 소재 아카이브의 한 사례인 '스토리테마파크(story.ugyo.net)'를 "역사 연구자, 콘텐츠 전문가와 창작자, 일기 자료 소장자, 번역자 등의 역량과 공공기관과의 협업을 통해 구축되고 운영되는 아카이브"로 정의 한 바가 있다. 본 연구에서 다뤄지는 창작 목적 디지털 아카이브의 경우, "이용자들로 하여금 제공되는 콘텐츠를 '창작자원화'하여 부가가치를 파생시킬 수 있도록 도움을 제공하는 것을 주 목적으로 하는 아카이브"라고 할 수 있다. 특히, 본 논문의 주요 주제인 '컬처링'의 경우, 국내의 역사・문화・민속・고전 등 국내 인문 자산 관련 12개 기관들이 개별적으로 제공해 오던 자료를 하나의 데이터베이스로 모아 통합 제공하는 창작 목적의 역사・문화 분야 원천소재 아카이브로 설명할 수 있다.

2.2 선행연구

컬처링과 관련된 디지털 아카이브 선행연구는 다음과 같다. 함한희, 박순철(2006)은 컬처링의 전신인 '문화콘텐츠닷컴(www.culturecontent.com)' 사이트를 대상으로 디지털 아카이브 시스템의 문제점을 분석하고, 온톨로지를 기반으로 한 의미검색 시스템의 개발과 데이터마이닝을 이용한 풍부한 지식정보표현 및 활용이 가능한 디지털 아카이브 시스템을 제안하였다. 보다 최근에 유동환(2015)은 국가에서 진행한 다양한 창작자원 서비스들을 설계철학, 서비스형식, 분류체계의 세 가지 측면에서 콘텐츠 기획방법론을 통해 검토하여, 컬처링 사이트를 역사 및 문화 관련 콘텐츠 창작을 위한 고증, 창작 소재를 활용한 콘텐츠의 제작 컨설

www.kci.go.kr

팅, 콘텐츠 큐레이션을 수행하는 아카이브로 소개하였다. 또한 박희진(2017)은 국내 문화유산기관에서 이용자들의 참여를 활성화 시킬 수 있는 소셜 태깅의 활용방안을 제안하기 위해, 국내외 디지털 아카이브의 사례를 연구하여 '컬처링'에서 운영되고 있는 창작자들을 위한 태그 기반 서비스를 소개하였다. 이를 바탕으로, 디지털 아카이브에서의 이용자 참여와 콘텐츠 기여도를 중심으로 소셜 태깅의 활용 방법을 제시하였다.

반면에 창작 목적 디지털 아카이브에 대한 대표적인 연구로 앞서 언급한 조정미, 공병훈(2018)의 연구를 들 수 있다. 이 연구는 한국국학진흥원의 '스토리테마파크'를 대상으로 해당 아카이브가 참여자들의 집합적 상호작용을 토대로 학습, 창작하는 공유지 체계임을 사례연구 방법으로 분석하였다. 즉, 스토리테마파크가 창작콘텐츠공모전, 전통문화창작콘퍼런스와 같은 협업과 참여를 통해 일기류 아카이브를 구축하고 연성 콘텐츠를 만들어 내는 공간임을 설명하였다. 또한 조정미, 최희수(2018)의 경우, 국내 역사 아카이브의 진화 과정을 세 가지 단계로 구분하여, 디지털 역사 자료가 본래의 학술적 용도에서 그 활용 범위가 확장되어 콘텐츠 창작자와 작가 지망생들이 창작소재 발굴을 위해 활용하는 공공재 역할을 수행하게 되었음을 강조하였다.

이상의 선행 연구들은 본 연구의 주요 주제인 컬처링과 창작 목적 아카이브에 관한 이론적 설명 및 사례를 제공하여 준 연구들이라고 할 수 있다.

한편, 서론에서 언급한 국외에서의 창작목적 디지털 아카이브에 대한 이용자연구를 보다 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. Bradley and Keane(2015)는 "The Abbey Theatre Digitization Project"와 관련하여 포스터, 사진, 회의기록, 오디오 파일 등 다양한 유형의 자료를 제공하는 문학 및 드라마 아카이브에 대한 연구를 진행하였으며, 메모리 용량과 목록상의 문제로 인한 이용자 접근성의 문제점을 제기하였다. 또한, Mohamad Ali(2009)는 실제 작업환경에서 영화아카이브를 사용하는 학생이용자들이 정보기술로부터 어떠한 장점을 얻는지를 조사하였다. 이 연구는 학생들이 보다 발전된 기능의 시스템을 이용하며, 이 경우 같은 작업수행 시에 더 긴 작업시간을 보였다는 점을 제시하였다.

국외 사례 연구로는 Whatley(2013)의 디지털 댄스 아카이브 'Siobhan Davies RePlay'에 관한 연구를 들 수 있다. 영국의 안무가인 'Siobhan Davies'의 작품들을 학문적으로 응용하여 다른 안무가들의 작품 창작에 어떻게 적용될 수 있는지를 보여주기 위한 목적으로 수행된 이 아카이브 프로젝트는 해당 안무가의 작품들을 디지털화하여 보존하고 있으며 각국의 안무가들을 위한 댄스의 제작, 교육, 시청 및 감상을 위한 환경을 구축하고 있다. 본 연구는 공연예술 시청각 자료의 온라인 배포와 관련된 저작권 및 라이선스 관련 내용도 논의하였다.

2.3 컬처링 아카이브 현황

'컬처링'은 한국콘텐츠진흥원에서 전통 창작 소재를 통한 소통과 동(同) 소재의 활용을 위해 운영중인 창작 목적 디지털 아카이브이다. 2015년 개설되었으며, 지난 시대에 남겨진 기록물을 다양한 사료(史料) 콘텐츠로 제공하고

www.kci.go.kr

있다. 2019년 현재 국내의 역사・문화재・민속・고전 등 13개의 인문 자산 관련 대표기관이 개별적으로 제공해 오던 180만건의 자료를 하나의 데이터베이스로 모아서 통합 제공하고 있다. 180만건의 자료에는 33만건의 멀티미디어 콘텐츠도 포함이 되어 있으며, 연간 130만명의 방문자가 콘텐츠를 이용하고 있다. 컬처링에 자료를 제공하는 13개 기관의 내역은 아래 〈표 1〉과 같다.

〈표 1〉 컬처링 13개 대상 기관

운영기관	홈페이지(section)
국립문화재연구소	문화유산 연구지식포털
국립민속박물관	민속아카이브
동북아역사재단	동북아역사넷
한국고전번역원	한국고전종합DB
한국문화정보원	문화포털
한국저작권위원회	공유마당
한국문화재재단	문화유산채널
특허청	한국전통지식포탈
강진군	고려청자박물관
한국국학진흥원	스토리테마파크
담양군	한국가사문학
한국콘텐츠진흥원	문화콘텐츠닷컴
국가기록원	국가기록원 기록정보콘텐츠

컬처링 사이트는 '콘텐츠 큐레이션'과 '라이브러리'로 구성된다. 보다 세부적으로 살펴보면 콘텐츠 큐레이션은 태그스토리, 카드스토리, 매거진으로 구성되며, 라이브러리는 정치・경제・생업, 종교・신앙, 인물, 문학, 의・식・주, 회화, 미술・공예, 음악, 과학기술・의약, 천문・풍수, 의례・놀이・연회, 문화・기타 등의 세부 주제 분야로 구성된다(〈그림 1〉 참조). 또한, 창작자들의 소재 발굴과 창작활동을 지원하기위해 역사・문화 콘텐츠의 통합검색 및 창작컨설팅 서비스를 제공하고 있다.

첫 번째 서비스 항목인 콘텐츠 큐레이션에 대해서 보다 상세히 살펴보면 다음과 같다. 컬처링의 콘텐츠 큐레이션 서비스는 '스토리형 검색 키워드'를 표방하며, 창작자에게 필요한 맞춤 검색 서비스를 제공하고자 기획되었다. 이는 아카이브에서 발견된 창작자들의 검색 패턴을 고려하여, 창작자들이 정보를 찾는 과정에서 특정 사건이나 인물 등의 역사적 사실 정보를 찾는 것이 아니라 '역사 속 영웅', '비극적인 사랑' 등의 이야기 소재를 찾는다는 점을 반영한 것이다. 이를 토대로 아카이브의 콘텐

〈그림 1〉 컬처링 메인 화면

www.kci.go.kr

츠 검색 빈도수 상위 1만여 키워드 및 검색 결과와 함께 이용자들이 콘텐츠에 부여한 태그가 매칭된 결과를 태그스토리, 카드스토리 등 다양한 서비스를 통해 제공하고 있다(박희진 2017).

'콘텐츠 큐레이션' 서비스의 세 가지 구성요소를 세부적으로 살펴보면 다음과 같다. 첫째, '태그스토리'는 컬처링의 콘텐츠들을 활용하여 흥미로운 역사·문화 주제와 스토리를 만들고 해당 콘텐츠에 관련 태그를 결합하여 클립스토리 형태로 제공하는 서비스이다(〈그림 2〉 참조).

둘째, '카드스토리'는 컬처링 사이트의 콘텐츠들을 활용하여 카드뉴스 및 짧은 동영상을 제공하는 서비스이다(〈그림 3〉 참조).

〈그림 2〉 콘텐츠 큐레이션 - 태그스토리

www.kci.go.kr

〈그림 3〉 콘텐츠 큐레이션 - 카드스토리

마지막으로 '매거진'은 소설가, 작가 등 전문가를 섭외하여 역사·문화 배경 및 소재를 바탕으로 흥미로운 주제를 도출하여 인물, 사건, 생활양식 등을 재조명하는 전문가 칼럼, 컬처링 기자단의 취재 내용 등을 제공하는 서비스이다(〈그림 4〉 참조).

한편, 컬처링의 주제별 '라이브러리'는 앞서 언급한 12개의 주제로 콘텐츠를 세분화시켰으며, 일러스트나 음악, 그리고 창작 활동에 도움이 될 만한 시나리오나 번역서 등의 시놉시스 자료들을 이용자들에게 제공하고 있다(〈그림 5〉 참조).

www.kci.go.kr

〈그림 4〉 콘텐츠 큐레이션 - 매거진

〈그림 5〉 주제별 라이브러리

www.kci.go.kr

3. 연구방법

창작 목적 디지털 아카이브인 '컬처링'의 이용자들을 대상으로 한 본 연구의 연구방법을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 해당 사이트가 제공하는 기록정보콘텐츠에 대한 인식을 묻는 설문조사를 실시하였다. 설문조사에서는 이용자 인식을 구성하는 컬처링 콘텐츠에 대한 관심정도, 예상 이용선호도 및 도움정도 등을 조사하였다. 둘째, 설문데이터 분석을 위하여 One Way ANOVA 및 교차분석을 실시하였다. 보다 구체적으로 자료수집 및 분석방법을 살펴보면 다음과 같다.

3.1 연구 대상 및 자료 수집

컬처링 이용자들을 대상으로 콘텐츠 활용에 대한 인식을 조사하기 위하여 해당 아카이브에서 이용의사 및 활용가치를 묻는 설문조사를 실시하였다(N 포털 설문지 이용). 본 연구의 연구 참여자는 컬처링 아카이브의 제공 목적을 고려하여 창작 목적으로 '컬처링' 사이트를 활용하는 이용자들로 한정했으며, 이용자들의 본 콘텐츠에 대한 충분한 인식도를 확보하기 위해서 컬처링 사이트에서 15개 이상의 항목을 열람한 후 설문에 답하도록 하였다. 설문자료 수집기간은 2019.8.1. - 8.15.까지 약 2주간 진행되었으며, 연구 참여자수 329명이었다.

이용자 대상 설문지 구조는 일반 설문사항과 이용자 인식관련 설문사항으로 구성되었다. 일반 설문사항은 이용자들의 연령대, 종사분야 및 컬처링 인지경로를 묻는 문항들을 포함하였다. 이용자 인식관련 설문사항은 앞서 언급한 대로 컬처링 사이트 콘텐츠들에 대한 '관심정도,' 세부 카테고리 또는 주제분야 중 많이 이용할 것으로 생각되는 항목을 묻는 '예상 이용선호도,' 그리고 특정 카테고리 및 주제분야 별 창작활동에 대한 '예상 도움정도'를 묻는 문항들로 구성되었다. 이 중 '관심정도'와 '예상 도움정도'의 측정방법으로 5점 Likert Scale을 시행하였다. 인식관련 세 영역 별 구체적인 설문 방식은 〈표 2〉와 같다.

〈표 2〉 인식관련 설문대상 및 문항

구분	설문대상	설문문항
관심정도	컬처링 사이트 콘텐츠 전체	평소 '컬처링' 사이트 내의 콘텐츠들에 어느 정도 관심이 있습니까?
예상 이용선호도	콘텐츠 큐레이션 및 라이브러리	어느 콘텐츠 카테고리를 더 많이 이용할 것으로 생각하십니까?
	콘텐츠 큐레이션 세부항목 - 태그스토리, 카드스토리, 매거진	어느 세부 카테고리를 더 많이 이용할 것으로 생각하십니까?
	라이브러리 세부 주제항목 - 정치・경제・생업, 종교・신앙, 인물, 문학, 의・식・주, 회화, 미술・공예, 음악, 과학기술・의약, 천문・풍수, 의례・놀이・연희, 문화・기타	'컬처링' 사이트의 라이브러리내에서 다음 중 어느 주제분야를 가장 많이 이용 할 것으로 생각하십니까?
예상 도움정도	상동	해당항목이 창작 활동에 어느 정도 도움이 된다고 생각하십니까?

www.kci.go.kr

3.2 자료 분석 방법

통계처리는 SPSS/WIN 통계프로그램 22.0을 활용하였으며 분석방법은 다음과 같다.

첫째, 본 연구에 사용된 설문문항 척도의 신뢰도 검사를 위해 Cronbach's α를 사용하였으며, 내적 일관성에 의한 신뢰성을 검증하였다. 설문항목이 신뢰성을 인정받기 위한 절대적인 기준은 없으나 일반적으로 알파(Alpha)계수가 0.6 이상이면 비교적 신뢰도가 높다고 보고 있다. 본 연구에서 사용한 측정도구의 신뢰성은 대부분 0.6 이상으로 나타나기 때문에 모든 설문항목은 신뢰성이 있는 것으로 확인되었다(〈표 3〉 참조).

〈표 3〉 영역의 신뢰성 검증

구분	Alpha
콘텐츠 큐레이션	.758
라이브러리	.736
컬처링 사이트 전체	.711

둘째, 본 연구의 연구 질문 별 분석방법을 살펴보면 다음과 같다. 즉, 기술통계 빈도분석으로 항목 간의 백분율(%)을 비교하였다. 또한, 연구대상자의 연령대, 종사분야, 컬처링 아카이브 인지경로 등 일반적인 사항과 인식(관심정도 및 예상 도움정도)과 관련된 평균값을 비교·분석하기 위하여 One way ANOVA를 사용하였으며, 사후검증으로 Scheffe방법을 사용하였다. 또한 연구대상자의 일반적인 사항과 인식(예상 이용선호도)과 관련된 콘텐츠 큐레이션 세부 카테고리 및 라이브러리 세부 주제 분야 등 명목 변수 항목들간의 연관성을 알아보기 위하여 교차분석을 실시하였다. 한편, 본 연구 결론에서 제언점으로 제시된 개선방안은 설문데이터 빈도(%) 비교와 더불어 분산 및 교차분석 결과를 토대로 도출되었다. 연구 질문 별 분석방법을 정리하면 〈표 4〉와 같다.

4. 연구결과

본 장은 4개의 절로 구성되었다. 첫 번째 4.1에서는 일반적인 사항과 이용자인식 관련 사항

〈표 4〉 연구 질문 별 분석방법

일련번호	연구질문	분석방법
연구질문 1	연령대, 종사분야 및 '컬처링' 사이트 인지경로 별 전체 콘텐츠들에 대한 이용자들의 관심 정도에 차이가 있는가?	분산분석 (ANOVA)
연구질문 2	연령대, 종사분야 및 인지경로와 '콘텐츠 큐레이션' 세부 카테고리 별 이용자들의 예상 이용선호도간의 연관성은 어떠한가?	교차분석 (Cross tabulation)
연구질문 3	연령대, 종사분야 및 인지경로와 '라이브러리' 세부 주제 분야 별 이용자들의 예상 이용선호도간의 연관성은 어떠한가?	
연구질문 4	연령대, 종사분야 및 인지경로 별 콘텐츠 유형에 따라 이용자들이 인식하는 예상 도움정도에 차이가 있는가?	분산분석 (ANOVA)
연구질문 5	'컬처링' 아카이브 이용 활성화를 위한 개선 방안은 무엇인가?	빈도, 분산 및 교차분석

www.kci.go.kr

에 기반한 기술통계 결과를 정리하였다. 다음으로 4.2-4.4에서는 이용자 인식관련 추론통계 분석에서 유의미한 결과가 나온 것을 중심으로 살펴보았다.

4.1 기술통계

먼저 연구 대상자들의 일반 설문사항에 대한 응답을 살펴보면(〈표 5〉 참조), 연령은 20대가 45.9%로 과반수 가까이 되었고 30대가 37.4%, 40대가 13.1%, 50대 이상이 3.6% 순으로 나타났다. 종사분야는 광고/홍보가 26.1%로 가장 높았고 디자인이 25.2%, 출판이 10.9%, 영화/드라마가 10.6% 등의 순으로 나타났으며, 컬처링 사이트를 알게 된 경로는 인터넷 검색이 71.4%로 가장 높았고 주변의 권유가 23.4%, 신문 또는 잡지의 광고가 5.2% 순으로 나타났다.

〈표 5〉 일반적 설문사항 결과

N=329

구분		빈도	퍼센트
연령	20대	151	45.9
	30대	123	37.4
	40대	43	13.1
	50대 이상	12	3.6
종사분야	광고/홍보	86	26.1
	디자인	83	25.2
	출판	36	10.9
	영화/드라마	35	10.6
	게임	29	8.8
	전시/공연	26	7.9
	음악	19	5.8
	방송	15	4.6
컬처링 사이트를 알게 된 경로	인터넷 검색	235	71.4
	주변의 권유	77	23.4
	신문 또는 잡지의 광고	17	5.2
합계		329	100.0

다음으로 이용자 인식에 기반한 기술통계 부분을 포함한 전반적인 사항을 간추려 보면 다음과 같다. 첫째, 컬처링 사이트 전체 콘텐츠들에 대한 관심정도는 '매우 관심이 있다'+'관심이 있는 편이다'가 62.6%를 차지하여 비교적 높은 관심 정도를 보여주었다(〈표 6〉 참조).

〈표 6〉 컬처링 사이트 콘텐츠에 대한 관심 정도

구분	빈도	퍼센트
전혀 관심이 없다	1	.3
관심이 없는 편이다	26	7.9
보통이다	96	29.2
관심이 있는 편이다	155	47.1
매우 관심이 있다	51	15.5
합계	329	100.0

둘째, 이용자들의 메인 콘텐츠 카테고리 예상 이용선호도는 콘텐츠 큐레이션이 56.2%로 나타났으며 라이브러리는 43.8%로 콘텐츠 큐레이션에 대한 선호도가 다소 높았으나 큰 차이를 보이지는 않았다(〈표 7〉 참조). 즉, 이용자들이 두 메인 카테고리에 비교적 유사한 비중을 보여주었다. 콘텐츠 큐레이션에 대한 선호도가 다소 높았던 것은 태그스토리, 카드스토리 및 매거진으로 구성된 콘텐츠 유형의 다양성에 기인한 것으로 생각된다.

〈표 7〉 메인 콘텐츠 카테고리 예상 이용선호도

구분	빈도	퍼센트
콘텐츠 큐레이션	185	56.2
라이브러리	144	43.8
합계	329	100.0

www.kci.go.kr

셋째, 45%에 해당하는 이용자들이 콘텐츠 큐레이션 세부 카테고리 중에서 간략하고 읽기 쉬운 정보가 제공되는 카드스토리를 선호하는 경향이 나타났다(〈표 8〉 참조). 이는 배정근(2018)이 제시하였듯이 모바일과 SNS환경에서 짧고 가벼운 콘텐츠를 부담 없이 소비하는 콘텐츠 소비문화, 즉, '스낵컬쳐' 현상과 연관된 것으로 생각된다.

〈표 8〉 콘텐츠 큐레이션 세부 카테고리에 대한 예상 이용선호도

구분		빈도	퍼센트
더 많이 이용할 것으로 생각하는 세부 카테고리	태그스토리	81	24.6
	카드스토리	148	45.0
	매거진	100	30.4
합계		329	100.0

넷째, 라이브러리 주제 분야들 중 종교・신앙, 천문・풍수, 의례・놀이・연회 등에 대한 예상 이용선호도가 각 .9%, 1.8%, 2.7%로 낮게 나타났다(〈표 9〉 참조). 이는 해당 주제 분야들이 창작자들에게 상대적으로 낯설고 생소한 분야 때문인 것으로 생각된다. 이에, 이용자들이 선호하는 카드스토리를 활용하여, 해당 주제 분야들의 이용활성화를 도모 할 수 있는 방안이 제기된다.

다섯째, 이용자들의 설문 응답 결과 중 개방형 질문에서 추후 창작 활동 시 컬처링 사이트를 다시 사용할 생각이 없는 이유는 정보의 량 부족(33.3%), 복잡함과 사용의 불편함(11.1%), 그리고 콘텐츠의 질과 다양성 문제(11.1%)로 나타났다. 또한, 이용자들이 요구하는 개선점으로는 정보량의 확충(14.6%), UI 개선, 가독성 제고 및 검색 기능 강화(7.9%) 그리고 홍보의 필요성(5.5%) 등이 제시되었다(〈표 10〉 참조). 이에 따라, 제공 콘텐츠의 확충, 그리고 UI 개선, 검색 기능 및 가독성 강화 등이 사이트 주요 개선점으로 요구되었다.

〈표 9〉 라이브러리 세부 주제분야 예상 이용선호도

구분	빈도	퍼센트
문학	55	16.7
미술・공예	53	16.1
음악	50	15.2
문화・기타	39	11.9
의・식・주	39	11.9
인물	26	7.9
정치・경제・생업	24	7.3
과학기술・의약	13	4.0
회화	12	3.6
의례・놀이・연회	9	2.7
천문・풍수	6	1.8
종교・신앙	3	0.9
합계	329	100.0

〈표 10〉 개방형 질문 응답 결과

구분		빈도	퍼센트
다시 사용할 생각이 없는 이유 *해당 응답자만 처리	정보의 량 부족	6	33.3
	복잡함, 사용이 불편함	2	11.1
	콘텐츠의 질과 다양성 문제	2	11.1
	기타	7	38.9
	무응답	1	5.6
	소계	18	100.0
이용자 제시 개선점	정보량의 확충	48	14.6
	UI 개선, 가독성 제고, 검색기능 강화	26	7.9
	홍보 필요	18	5.5
	모바일 버전 추가	8	2.4
	기타	83	25.2
	없음	146	44.4
합계		329	100.0

www.kci.go.kr

한편, 이용자 인식과 관련된 요인인 관심정도, 예상 이용선호도 및 예상 도움정도, 세 가지 요소들의 세부 항목 '연계성'과 관련하여, 예상 이용선호도와 예상 도움정도를 비교하여 보았다. 첫 번째 요인인 관심정도는 콘텐츠 큐레이션의 세부 카테고리(태그스토리, 카드스토리 및 매거진), 그리고 라이브러리의 세부 주제분야(정치・경제・생업, 종교・신앙, 인물, 문학, 의・식・주, 회화, 미술・공예, 음악, 과학기술・의약, 천문・풍수, 의례・놀이・연회, 문화・기타) 등 세부 항목이 아닌 컬처링 콘텐츠 전체를 대상으로 조사가 이루어져 제외시켰고, 세부 항목을 대상으로 조사가 진행된 나머지 두 인식영역으로 국한시켰다. 인식영역 별 구체적인 설문문항은 '3.1 연구 대상 및 자료 수집'의 〈표 2〉에서 제시한 바 있다. 세부 항목에 대한 조사가 이루어진 두 영역, 예상 이용선호도와 예상 도움정도를 비교하여 보면 다음과 같다.

먼저, 콘텐츠 큐레이션내의 태그스토리, 카드스토리 및 매거진 세 항목의 예상 이용선호도와 예상 도움정도를 살펴보면, 예상 이용선호도는 앞에서도 논의한대로 카드스토리의 이용선호도가 45.0%로 1순위로 나타난 반면, 매거진이 30.4%로 2순위, 태그스토리가 24.6%로 3순위로 나타났다(〈표 11〉 참조).

〈표 11〉 콘텐츠 큐레이션 세부 카테고리에 대한 예상 이용선호도 및 예상 도움정도

구분		빈도	퍼센트
더 많이 이용할 것으로 생각하는 세부 카테고리	태그스토리	81	24.6
	카드스토리	148	45.0
	매거진	100	30.4
태그스토리가 창작 활동에 도움되는 정도	전혀 도움이 안된다	0	0.0
	도움이 안된다	10	3.0
	보통이다	105	31.9
	도움이 된다	158	48.0
	매우 도움이 된다	56	17.0
카드스토리가 창작 활동에 도움되는 정도	전혀 도움이 안된다	0	0.0
	도움이 안된다	8	2.4
	보통이다	81	24.6
	도움이 된다	171	52.0
	매우 도움이 된다	69	21.0
매거진이 창작 활동에 도움되는 정도	전혀 도움이 안된다	1	.3
	도움이 안된다	7	2.1
	보통이다	71	21.6
	도움이 된다	170	51.7
	매우 도움이 된다	80	24.3
합계		329	100.0

*태그스토리: 매우도움이 된다(17.0%)+도움이 된다(48.0%) = 65.0%
카드스토리: 매우도움이 된다(21.0%)+도움이 된다(52.0%) = 73.0%
매거진: 매우도움이 된다(24.3%)+도움이 된다(51.7%) = 76.0%

www.kci.go.kr

반면에 예상 도움정도에서는 '매우 도움이 된다+도움이 된다'가 76.0%를 보인 매거진이 72.9%로 나타난 카드스토리 대신 1순위로 나타났다(〈표 11〉 및 주석 참조). 이는 이용편의성 등의 원인으로 카드뉴스 및 짧은 동영상을 제공하는 카드스토리가 예상 이용선호도에서 1순위로 나타난 반면, 실제 창작 활동 측면에서는 전문가 칼럼 등을 제공하는 매거진의 특성이 반영되어 매거진이 예상 도움정도에서 1순위를 한 것으로 생각된다.

다음으로 라이브러리 12개 세부 주제분야에 대한 예상 이용선호도 및 예상 도움정도 상위항목을 살펴보면, 이용선호도에서는 문학(16.7%), 미술・공예(16.1%), 음악(15.2%), 그리고 문화・기타(11.9%)가 상위로 나타났다(〈표 12〉 참조).

〈표 12〉 라이브러리 세부 주제분야 예상 이용선호도(상위 4개)

구분	빈도	퍼센트
문학	55	16.7
미술・공예	53	16.1
음악	50	15.2
문화・기타	39	11.9

또한 도움정도에서 '매우 도움이 된다+도움이 된다'를 산출하면 문학(79.1%), 문화・기타(75.4%), 미술・공예(74.8%) 및 음악(72.4%)이 높게 평가되었다(〈표 13〉 및 주석 참조). 이는 상위 4개 주제분야가 동일하며, 일부 항목에서 순위 변동이 있음을 보여주고 있다. 즉, 콘텐츠 유형이 유사할 경우, 대체적으로 예상 이용선호도가 높은 항목들이 창작 활동에서의 예상 도움정도 역시 높은 것으로 나타났다.

〈표 13〉 라이브러리 세부 주제분야 예상 도움정도(상위 4개)

구분		빈도	퍼센트
문학	전혀 도움이 안된다	0	0.0
	도움이 안된다	9	2.7
	보통이다	60	18.2
	도움이 된다	169	51.4
	매우 도움이 된다	91	27.7
문화・기타	전혀 도움이 안된다	0	0.0
	도움이 안된다	8	2.4
	보통이다	73	22.2
	도움이 된다	160	48.7
	매우 도움이 된다	88	26.7
미술・공예	전혀 도움이 안된다	0	0.0
	도움이 안된다	17	5.2
	보통이다	66	20.0
	도움이 된다	150	45.6
	매우 도움이 된다	96	29.2
음악	전혀 도움이 안된다	1	0.3
	도움이 안된다	10	3.0
	보통이다	80	24.3
	도움이 된다	150	45.7
	매우 도움이 된다	88	26.7
합계		329	100.0

*문학: 매우도움이 된다(27.7%)+도움이 된다(51.4%) = 79.1%
문화・기타: 매우도움이 된다(26.7%)+도움이 된다(48.7%) = 75.4%
미술・공예: 매우도움이 된다(29.2%)+도움이 된다(45.6%) = 74.8%
음악: 매우도움이 된다(26.7%)+도움이 된다(45.7%) = 72.4%

4.2 컬처링 사이트 전체 콘텐츠들에 대한 관심 차이

컬처링 사이트 전체 콘텐츠들에 대한 관심정도 차이검증의 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 연령대에 따른 컬처링 사이트 내의 콘텐츠들에 대한 관심 차이 검증은 대체적으로 연령이 높을수록, 컬처링 사이트 콘텐츠들에 대해

www.kci.go.kr

서 관심이 높게 나타났다(〈표 14〉 참조). 즉, 20대가 3.57점, 30대가 3.80점, 40대가 3.72점, 50대 이상이 4.08점으로 대체적으로 연령이 높을수록 역사 콘텐츠 사이트인 컬처링 콘텐츠들에 대한 관심이 높았다(F=2.758, p〈.05). Scheffe의 사후검증 결과 20대보다 50대 이상이 컬처링 사이트 내의 콘텐츠들에 대한 관심이 유의미하게 높게 나타났다.

이와 같은 결과는 '2.3 컬처링 아카이브 현황'에서 언급하였듯이, 컬처링이 문화유산 지식, 민속아카이브, 한국 전통지식 등 다양한 사료(史料) 콘텐츠를 제공하는 사이트라는 점과 관련된 것으로 보인다. 상대적으로 더 많은 생활경험과 학습(learning)경험을 가지고 있는 고(高) 연령층에서 이와 같이 옛 기록물에 기반한 사료 콘텐츠에 더 높은 관심도를 보인 것으로 생각된다. 이는 컬처링 사이트 재방문 의사와 관련된 개방형 질문에 대한 젊은 이용자의 답변 내용 중 '나이가 들고 견문이 넓어지면 콘텐츠에 대한 흥미가 증대되고 이해도가 높아질 것'이라고 한 부분과도 맥락을 같이하고 있다.

둘째, 종사분야에 따른 컬처링 사이트 내의 콘텐츠들에 대한 관심 차이 검증을 살펴보면, 음악 종사자들의 컬처링 사이트내의 콘텐츠들에 대한 관심정도가 타 분야보다 상대적으로 낮게 나타났다(〈표 15〉 참조). 즉, 방송이 3.87점, 디자인이 3.86점, 광고/홍보가 3.81점으로 타 분야보다 더 높게 나타난 반면, 음악 종사자들은 3.00점으로 타 분야보다 상대적으로 낮았다(F=3.783, p〈.001). Scheffe의 사후검증 결과 음악보다 디자인, 광고/홍보, 방송이 컬처링 사이트 내의 콘텐츠들에 대한 관심이 유의미하게 높게 나타났다. 이는 컬처링 콘텐츠들 중 음악분야 자료가 상대적으로 적은 것과 관련된 것으로 생각된다.

〈표 14〉 연령에 따른 콘텐츠들에 대한 관심 차이 검증

구분	N	M	SD	F	*p*	Scheffe
20대(a)	151	3.57	.906	2.758*	.042	d〉a
30대(b)	123	3.80	.765			
40대(c)	43	3.72	.766			
50대 이상(d)	12	4.08	.669			

〈표 15〉 종사분야에 따른 콘텐츠들에 대한 관심 차이 검증

구분	N	M	SD	F	*p*	Scheffe
출판(a)	36	3.75	.806	3.783	.000	b,c,d〉h
디자인(b)	83	3.86	.857			
광고/홍보(c)	86	3.81	.728			
방송(d)	15	3.87	.915			
영화/드라마(e)	35	3.46	.780			
게임(f)	29	3.41	.825			
전시/공연(g)	26	3.77	.815			
음악(h)	19	3.00	.943			

www.kci.go.kr

4.3 컬처링 아카이브 세부 항목 별 예상 이용선호도 차이

컬처링 아카이브 예상 이용선호도, 즉 가장 많이 이용할 것으로 생각하는 세부 항목 관련 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 콘텐츠 큐레이션의 세부 카테고리에 대한 예상 이용선호도에서 20-30대의 비교적 젊은 층에서 카드스토리를 더 많이 이용할 것으로 생각한다는 응답이 상대적으로 더 높게 나타나 젊은 층이 간략하고 읽기 쉬운 정보가 제공되는 카드스토리를 선호하는 경향이 있다는 것을 보여주었으나 통계적으로 유의한 차이를 보이지는 않았다(〈표 16〉 참조).

둘째, 라이브러리 세부 주제분야의 예상 이용선호도에서 종사분야 별로 자신들의 종사영역 또는 종사영역 관련 분야를 선호하는 경향이 나타났다(〈표 17〉 참조). 예를 들어, 방송종사자는 정치・경제・생업이 26.7%, 출판종사자는 문학이 38.9%로 타 분야보다 더 높게 나타난 반면, 디자인종사자는 미술・공예가 37.3%, 음악종사자는 음악이 47.4%로 타 분야보다 더 높게 나타났다(=145.170, p〈.001). 이에 따라, 추후 이용자 조사 시 개별 이용자들의 종사분야를 지속적으로 조사하고, 그 결과를 콘텐츠 확충에 반영할 필요성이 있을 것으로 생각된다.

4.4 콘텐츠 유형에 따른 예상 도움 차이

콘텐츠 유형에 따른 예상 도움정도의 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 인지 경로에 따른 콘텐츠 큐레이션 세부 카테고리의 예상 도움정도 차이를 살펴보면, 두 카테고리에 대한 예상 도움정도에서 주변의 권유를 통해 컬처링 사이트를 인지한 집단에 대한 도움정도가 통계학적으로 유의미하게 높게 나타났다(〈표 18〉 참조). 즉, 카드스토리(F=3.207, p〈.05), 매거진(F=4.341, p〈.05)에서 통계적으로 유의한 차이를 보였다. Scheffe의 사후검증 결과 카드스토리는 인터넷 검색보다 주변의 권유를 통해 알게 된 집단이 도움이 된다고 생각하는 정도가 유의미하게 높게 나타났고, 매거진은 신문 또는 잡지의 광고보다 주변의 권유를 통해 알게 된 집단이 도움이 된다고 생각

〈표 16〉 연령대에 따른 콘텐츠 큐레이션 세부 카테고리 예상 이용선호도

구분		태그스토리	카드스토리	매거진	전체	χ^2(p)
연령	20대	32	71	48	151	6.769 (.343)
		21.2%	47.0%	31.8%	100.0%	
	30대	30	58	35	123	
		24.4%	47.2%	28.5%	100.0%	
	40대	14	17	12	43	
		32.6%	39.5%	27.9%	100.0%	
	50대 이상	5	2	5	12	
		41.7%	16.7%	41.7%	100.0%	
전체		81	148	100	329	-
		24.6%	45.0%	30.4%	100.0%	

www.kci.go.kr

〈표 17〉 종사분야에 따른 라이브러리 세부 주제분야 예상 이용선호도

주제분야		정치·경제·생업	종교·신앙	인물	문학	의·식·주	회화	미술·공예	음악	과학기술·의약	천문·풍수	의례·놀이·연회	문화·기타	전체	χ^2(p)
종사분야	출판	1	1	5	14	3	0	4	1	1	2	2	2	36	145.170*** (.000)
		2.8%	2.8%	13.9%	38.9%	8.3%	.0%	11.1%	2.8%	2.8%	5.6%	5.6%	5.6%	100.0%	
	디자인	4	0	5	10	8	3	31	9	2	0	1	10	83	
		4.8%	.0%	6.0%	12.0%	9.6%	3.6%	37.3%	10.8%	2.4%	.0%	1.2%	12.0%	100.0%	
	광고/홍보	9	0	4	11	12	3	8	18	5	0	3	13	86	
		10.5%	.0%	4.7%	12.8%	14.0%	3.5%	9.3%	20.9%	5.8%	.0%	3.5%	15.1%	100.0%	
	방송	4	0	2	1	1	0	0	2	1	1	0	3	15	
		26.7%	.0%	13.3%	6.7%	6.7%	.0%	.0%	13.3%	6.7%	6.7%	.0%	20.0%	100.0%	
	영화/드라마	2	0	4	12	5	0	4	0	2	1	2	3	35	
		5.7%	.0%	11.4%	34.3%	14.3%	.0%	11.4%	.0%	5.7%	2.9%	5.7%	8.6%	100.0%	
	게임	2	1	4	1	5	2	2	5	1	1	1	4	29	
		6.9%	3.4%	13.8%	3.4%	17.2%	6.9%	6.9%	17.2%	3.4%	3.4%	3.4%	13.8%	100.0%	
	전시/공연	0	1	2	3	4	3	3	6	0	0	0	4	26	
		.0%	3.8%	7.7%	11.5%	15.4%	11.5%	11.5%	23.1%	.0%	.0%	.0%	15.4%	100.0%	
	음악	2	0	0	3	1	1	1	9	1	1	0	0	19	
		10.5%	.0%	.0%	15.8%	5.3%	5.3%	5.3%	47.4%	5.3%	5.3%	.0%	.0%	100.0%	
전체		24	3	26	55	39	12	53	50	13	6	9	39	329	-
		7.3%	.9%	7.9%	16.7%	11.9%	3.6%	16.1%	15.2%	4.0%	1.8%	2.7%	11.9%	100.0%	

www.kci.go.kr

〈표 18〉 인지 경로에 따른 콘텐츠 큐레이션 세부 카테고리 별 예상 도움정도 차이 검증

구분		N	M	SD	F	*p*	Scheffe
태그스토리	주변의 권유	77	3.91	.764	1.517	.221	-
	인터넷 검색	235	3.74	.753			
	신문 또는 잡지의 광고	17	3.88	.697			
카드스토리	주변의 권유(a)	77	4.09	.729	3.207*	.042	a>b
	인터넷 검색(b)	235	3.85	.745			
	신문 또는 잡지의 광고(c)	17	4.00	.612			
매거진	주변의 권유(a)	77	4.14	.702	4.341*	.014	a>c
	인터넷 검색(b)	235	3.95	.744			
	신문 또는 잡지의 광고(c)	17	3.59	1.004			

하는 정도가 유의미하게 높게 나타났다. 이상의 결과는 창작자들간의 인적 네트워크를 통한 이용의 중요성을 보여준다.

둘째, 종사분야에 따른 라이브러리 세부 주제 분야의 예상 도움정도 차이 검증의 주요결과는 다음과 같다. 즉, 미술・공예(F=4.202, p<.001), 음악(F=2.927, p<.01), 문화・기타(F=2.295, p<.05)에서 통계적으로 유의한 차이를 보였는데(〈표 19〉 참조), 미술・공예 주제분야는 디자인 종사자에게 도움이 된다고 생각하는 정도가 가장 높게 나타났고 반면에 음악, 문화・기타 주제분야는 음악 종사자에게 도움이 된다고 생각하는 정도가 가장 높게 나타났다. Scheffe의 사후검증 결과 미술・공예는 방송 종사자보다 디자인 종사자에게 도움이 된다고 생각하는 정도가 유의미하게 높게 나타났고 음악, 문화・기타는 영화/드라마 종사자보다 음악 종사자에게 도움이 된다고 생각하는 정도가 유의미하게 높게 나타났다. 이 역시 이용자들이 자신의 전공 또는 전공 관련 분야를 선호하는 특성이 반영 된 것으로 생각된다.

이러한 특성과 관련된 연구로서, 채연화 외(2013)는 사용자 프로파일링을 이용하여 사용자에게 관련 자료를 우선순위로 보여주는 전자도서관의 개인 맞춤형 검색서비스를 제시한 바가 있다. 이에 컬처링 이용자들의 종사 분야별로 이용자들이 선호하는 분야를 강조하는 검색기능의 강화가 가능할 것으로 보여 진다.

셋째, 인지 경로에 따른 라이브러리 세부 주제 분야의 예상 도움정도 차이 검증의 주요 결과는 다음과 같다. 즉, 의・식・주(F=3.955, p<.05), 과학기술・의약(F=3.198, p<.05), 천문・풍수(F=3.799, p<.05)에서 통계적으로 유의한 차이를 보였는데(〈표 20〉 참조) 모두 주변의 권유로 알게 된 집단이 도움이 된다고 생각하는 정도가 가장 높게 나타났다. Scheffe의 사후검증 결과 의・식・주, 과학기술・의약은 신문 또는 잡지의 광고보다 주변의 권유로 알게 된 집단이 도움이 된다고 생각하는 정도가 유의미하게 높게 나타났고, 천문・풍수는 신문 또는 잡지의 광고보다 주변의 권유, 인터넷 검색으로 알게 된 집단이 도움이 된다고 생각하는 정도가 유의미하게 높게 나타났다. 이상의 결과는 콘텐츠 큐레이션에서와 마찬가지로 인적 네트워크를 통해 컬처링을 인지한 이용자들이 사이트 내 콘텐츠에 대한 신뢰도가 높다는 것을 보

www.kci.go.kr

〈표 19〉 종사분야에 따른 라이브러리세부 주제 분야 예상 도움정도 차이 검증

구분		N	M	SD	F	*p*	Scheffe
미술・공예	출판(a)	36	3.92	.806	4.202***	.000	b>d
	디자인(b)	83	4.25	.746			
	광고/홍보(c)	86	3.98	.797			
	방송(d)	15	3.47	.834			
	영화/드라마(e)	35	3.57	.850			
	게임(f)	29	3.79	.819			
	전시/공연(g)	26	4.19	.801			
	음악(h)	19	4.21	1.032			
음악	출판(a)	36	3.97	.774	2.927**	.006	h>e
	디자인(b)	83	3.98	.780			
	광고/홍보(c)	86	4.00	.812			
	방송(d)	15	3.73	.704			
	영화/드라마(e)	35	3.51	.853			
	게임(f)	29	4.00	.756			
	전시/공연(g)	26	4.00	.894			
	음악(h)	19	4.47	.697			
문화・기타	출판(a)	36	4.03	.774	2.295*	.027	h>e
	디자인(b)	83	4.10	.743			
	광고/홍보(c)	86	4.07	.665			
	방송(d)	15	3.93	.799			
	영화/드라마(e)	35	3.57	.815			
	게임(f)	29	3.83	.928			
	전시/공연(g)	26	4.08	.796			
	음악(h)	19	4.16	.688			

〈표 20〉 인지 경로에 따른 라이브러리 세부 주제 분야 예상 도움정도 차이 검증

구분		N	M	SD	F	*p*	Scheffe
의・식・주	주변의 권유(a)	77	4.14	.738	3.955*	.020	a>c
	인터넷 검색(b)	235	3.84	.820			
	신문 또는 잡지의 광고(c)	17	3.88	1.054			
과학기술・의약	주변의 권유(a)	77	3.94	.749	3.198*	.042	a>c
	인터넷 검색(b)	235	3.75	.838			
	신문 또는 잡지의 광고(c)	17	3.41	1.004			
천문・풍수	주변의 권유(a)	77	3.65	1.023	3.799*	.023	a,b>c
	인터넷 검색(b)	235	3.50	.945			
	신문 또는 잡지의 광고(c)	17	2.94	.899			

www.kci.go.kr

여주고 있다. 또한, 통계학적으로 유의미하게 높게 나타난 세 가지 주제분야 뿐만 아니라 나머지 주제분야 들 역시 전반적으로 주변의 권유를 통해 컬처링을 인지한 집단이 예상 도움정도가 높은 것으로 나타남에 따라 인적 네트워크를 통한 홍보의 강화 필요성이 제기된다.

5. 결론 및 제언

오늘날 기록관리 업무와 아카이브는 기록을 영구적으로 보존하고 단순히 제공만 하는 전통적인 경향에서 벗어나, 이용자 서비스를 통해 콘텐츠를 활용하도록 유도하는 방향으로 그 패러다임이 변화하고 있다. 그동안 국내 기록관리학 분야에서 국가기록원 및 기록관에 관한 기록정보콘텐츠에 대한 이용자 인식에 관한 연구들은 다수 수행되었지만, 창작 목적 디지털 아카이브 콘텐츠 활용에 대한 이용자들의 인식조사는 수행 된 바가 없었다. 또한, 인식도 조사를 통한 아카이브의 이용 성향 파악은 해당 아카이브의 이용 활성화를 도모 할 수 있는 핵심적인 사항이라고 할 수 있다. 이에, 본 연구에서는 한국콘텐츠진흥원에서 운영중인 창작 목적 디지털 아카이브 '컬처링'을 대상으로 이용자들이 인식하는 콘텐츠들에 대한 관심 정도와 콘텐츠 유형 별 예상 이용선호도 및 예상 도움정도 등을 조사・분석하였다.

이상에서 논의한 분석결과를 바탕으로 제언점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 콘텐츠 유형 및 자료의 확충이다. 절반에 가까운 이용자들이 콘텐츠 큐레이션의 카드스토리를 선호하고 있으며, 상대적으로 젊은층에서 이용선호도가 심화되고 있음을 알 수 있었다. 이에 이용자들의 선호도가 낮은 주제분야에 대한 이용선호도를 높이기 위한 첫 번째 방법으로 카드스토리를 활용하여 콘텐츠를 친숙한 소재로 탈바꿈하여 자료를 제공하는 것이 효과적인 방안인 것으로 생각된다. 이미 언급된 배정근 외(2018)에 정소영(2015)과 안지연 외(2018) 등이 소셜 미디어 환경과 빅 데이터 시대에 비주얼 중심의 카드뉴스가 주요한 정보전달 방식으로 자리잡았으며, 이용자들의 콘텐츠 만족도가 높다는 점을 제시한 바가 있다. 특히, 젊은층에서의 카드뉴스 선호 경향이 높으며 이러한 미디어 변화에 따라 다양한 분야에서 카드뉴스를 적극 활용해야 한다는 점도 제시되었다는 점은 이러한 유형들의 중요성 증대를 보여주고 있다. 또한, 소셜 미디어 환경의 활성화 추세에 젊은 층 뿐 아니라 시니어 계층의 적극적인 이용도 연구 된 바 있다. 즉, 시니어계층의 가파른 SNS 이용증가 추세(김용철 2019; 김윤화 2019)와 뉴미디어 부상에 따른 기존 노인층과 다른 '액티브 시니어' 계층에 대한 차별화된 정책의 필요성(변상규 2017) 등이 제시되었다. 이와 같이 다양한 계층의 뉴미디어 이용 증대는 카드스토리 콘텐츠의 중요성을 뒷받침한다.

한편, 카드스토리의 경우 이용선호도가 1순위인 반면, 도움정도는 매거진에 비해 낮은 것으로 나타난 바 있다. 이는 콘텐츠 큐레이션 내 매거진에서 전문가 칼럼 등의 특성이 반영된 예상 도움정도의 상승과도 관련된 점임을 주목할 필요가 있다. 이에 이용편의성을 제한하지 않는 범주 내에서 카드스토리 내용의 보완이 요구되며, 콘텐츠 전문성 제고를 포함한

www.kci.go.kr

정보 자료의 확충이 이뤄져야 할 것으로 생각된다. 이와 같은 질적, 양적 보완은 다양한 이용자 계층의 이용 활성화에 기여할 것으로 기대된다.

둘째, 이용자들에 대한 개방형질문 응답결과에서도 나타났듯이, 컬처링 사이트 인터페이스와 검색 기능의 개선이 필요하다. 대부분의 컬처링 사이트 이용자들은 예상 이용선호도 측면에서 자신들의 종사분야와 관련된 자료를 뚜렷히 선호하는 것으로 나타났는데, 이는 사이트 이용률에 영향을 끼치는 중요한 요소라고 볼 수 있다.

또한, 예상 도움정도 측면에서도 자신들의 전공 또는 전공 관련분야를 중요시하는 특성이 나타난 바 있다. 현재 컬처링 사이트의 검색기능은 사이트 이용자들의 검색패턴을 반영하여 스토리형 키워드를 제시해주고 있기는 하지만, 이용자들의 종사분야별로 차별화된 검색 기능을 제공해주고 있지는 않다. 이에 자신들의 전공 또는 전공 관련 분야를 선호하는 이용자들의 성향에 맞추어 종사분야별로 도움정도가 큰 특정영역을 강조하는 맞춤형(Customizing) 인터페이스 설계 및 검색 기능의 도입이 이용 활성화에 도움이 될 것으로 생각된다. 또한, 가독성 개선 및 모바일 접근성 향상을 위하여 확대된 글자 서비스 제공과 모바일 플랫폼 전용 사이트 개발을 통하여 이용자 만족도를 제고시켜야 할 것이다. 박진경, 김유승(2017)이 제시했듯이 모바일 접근성은 디지털 아카이브의 중요한 요소 중 하나라는 점이 이러한 점을 뒷받침해주고 있다.

셋째, 사이트 홍보의 강화다. 컬처링 사이트 인지경로에서 대다수의 이용자들이 인터넷 검색을 통하여 본 사이트를 인지 한 걸로 나타났다는 점에서 사이트 홍보 수단을 강화 할 수 있는 방법으로 인터넷 배너광고 수행을 제안한다. 박영진(2015)에 따르면, 인터넷 배너광고는 기존 광고 매체가 가지고 있는 시간, 지면 제약을 넘어 수용자 선택성, 실시간성, 위치 기반성, 상호작용성과 같은 특징을 바탕으로 메시지를 제공해주기에 효율적인 홍보 수단의 하나로 각광받고 있다. 김건하(2010) 역시 기록관의 홍보 활성화 방안 중 하나로 인터넷 홍보를 제시한 바 있다. 이에 대형 포털 사이트의 배너광고를 통한 사이트 홍보를 시행한다면 잠재적 이용자들의 사이트 유입률이 상승 될 것으로 기대된다. 또한, 콘텐츠 큐레이션과 라이브러리 유형에서 공히 주변의 권유를 통하여 본 사이트를 알게 된 이용자들의 콘텐츠에 대한 예상 도움정도가 높은 것으로 나타난바, 이는 창작자들 간의 인적 네트워크를 통한 이용의 중요성을 보여준다. 이에 따라, 창작자 집단(예: 작가협회)을 대상으로 한 홍보의 강화 역시 필요 할 것으로 생각된다.

본 연구는 기록관리학 분야에서는 처음으로 창작 목적 디지털 아카이브에 대한 이용자 인식 조사를 수행하였으며, 개선방안을 제시했다는 점에서 학문적・실천적 의의가 있다고 생각된다. 추후 지속적인 이용자 인식 조사를 통하여 이용자들이 선호하는 방향으로 콘텐츠 및 인터페이스의 개선이 이뤄진다면, 점진적인 이용 활성화를 이룰 수 있을 것으로 기대된다.

www.kci.go.kr

참 고 문 헌

강혜경, 김용. 2012. 모바일 환경에서의 SNS를 활용한 기록정보서비스 설계 및 구현에 관한 연구. 『한국기록관리학회지』, 12(1): 33-58.

김건하. 2010. 『기록관 유형에 따른 홍보 활성화 방안에 관한 연구』. 석사학위논문. 이화여자대학교 정책과학대학원, 기록관리학 전공.

김보경. 2018. 『지방문화원 디지털 아카이브 구축방안 연구: 대전광역시를 중심으로』. 석사학위논문. 한남대학교 대학원, 기록관리학과.

김용철. 2019. 인지 욕구, 자아 존중감이 시니어 소비자의 SNS 이용에 미치는 영향에 관한 연구. 『정보통신정책연구』, 26(1): 81-112.

김윤화. 2019. SNS 이용추이 및 이용행태 분석. 『KISDI STAT REPORT』, 19(10): 1-9.

노명환 외. 2017. 『아카이브 콘텐츠 아카이빙』. 서울: Huine(한국외국어대학교 지식출판원).

박민석. 2017. 『문화자원 디지털 아카이브 수집전략 연구』. 석사학위 논문. 중앙대학교 대학원, 기록관리학 전공.

박영진. 2015. 인터넷 배너광고의 유형에 따른 광고효과 연구. 『디자인지식저널』, (34): 397-406.

박진경, 김유승. 2017. 참여형 디지털 아카이브 활성화 방안 연구. 『한국비블리아학회지』, 28(2): 219-243.

박희진. 2017. 디지털 아카이브의 이용자 참여의 활성화를 위한 소셜 태깅 활용 방안 연구. 『정보관리학회지』, 34(3): 269-290.

배양희, 김유승. 2017. 민간 디지털 아카이브 수집정책 연구. 『기록학연구』, (53): 119-159.

배정근. 2018. 디지털 모바일 뉴스환경과 카드뉴스에 대한 연구. 『영상문화콘텐츠연구』, (14): 125-152.

변상규. 2017. 미디어부문 액티브시니어 결정요인에 관한 연구. 『산업경제연구』, 30(40): 1525-1544.

서해숙. 2013. 진도아리랑 디지털 아카이브 구축의 필요성과 설계. 『인문콘텐츠』, (29): 219-240.

신재민, 곽승진. 2013. 디지털 콘텐츠 아카이빙 정책수립을 위한 문헌 및 사례 고찰. 『사회과학연구』, 24(1): 305-330.

신주희. 2018. 『기록정보 콘텐츠 이용자 만족도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구』. 석사학위논문. 한성대학교 대학원, 기록관리 전공.

안지연, 정연주, 최명일. 2018. 소셜미디어 환경에서 카드뉴스의 정보콘 텐츠에 대한 인식이 재이용의도에 미치는 영향: PR콘텐츠 제작을 위한 시사점을 중심으로. 『OOH광고학연구』, 15(4): 22-36.

유동환. 2015. 인문지식 기반 창작소재 서비스 모델 연구. 『인문콘텐츠』, (36): 15-37.

정소영. 2015. 빅데이터 시대에 카드뉴스의 유형과 활용 현황 분석. 『한국디자인문화학회지』, 21(4):

www.kci.go.kr

609-620.

정희선, 김희순, 송현숙, 이명희. 2015. 개화기 방한 서양인 기록물의 디지털 아카이브 구축에 관한 연구. 『한국문헌정보학회지』, 49(3): 135-154.

조정미, 공병훈. 2018. 스토리테마파크 아카이브의 공유지 모델 연구: 한국국학진흥원의 콘텐츠 협업과 집합적 지식 학습 사례를 중심으로. 『글로벌문화콘텐츠』, (32): 255-278.

조정미, 최희수. 2018. 국내 역사 아카이브의 진화 과정 연구: 디지털 역사 자료의 변화와 활용을 중심으로. 『글로벌문화콘텐츠학회 학술대회』.

채연화, 윤이연, 김우주. 2013. 사용자 프로파일링을 이용한 개인 맞춤형 검색서비스에 관한 연구. 『한국경영과학회/대한산업공학회 춘계 공동학술대회 논문집』, 2431-2440.

한국기록관리학회. 2018. 『기록관리의 이론과 실제』. 서울: 조은글터.

함한희, 박순철. 2006. 디지털 아카이브즈의 문제점과 방향. 『한국비블리아학회지』, 17(2): 23-42.

Bradley, M. and A. Keane. 2015. "The Abbey Theatre Digitization Project in NUI Galway." *New Review of Information Networking*, 20(1-2): 35-47.

Mohamad Ali, N. 2009. *Design, Deployment and Assessment of a Movie Archive System in a Film Studies Context*. Ph. D. diss., Dublin City University.

Whatley, S. 2013. "Siobhan Davies RePlay: (Re)visiting the Digital Archive." *International Journal of Performance Arts and Digital Media*, 9(1): 83-98.

• 국문 참고자료의 영어 표기
(English translation / romanization of references originally written in Korean)

Ahn, Ji-yeon, Yeon-joo Jung, and Myung-il Choi. 2018. "Effects of the Audiences Perception of Card News on Reuse Intention - Focused on Implication as PR Communication Media -." *Journal of Outdoor Advertising Research*, 15(4): 22-36.

Bae, Yang-hee and You-seung Kim. 2017. "A Study on The Collecting Policies of Civil Domain Digital Archives." *The Korean Journal of Archival Studies*, (53): 119-159.

Byun, Sangkyu. 2017. "A Study on the Determinants of Active Seniors in Media Markets." *Korean Industrial Economic Research*, 30(40): 1525-1544.

Chae, Yeon Hwa, Yi yeon Yoon, and Woo ju Kim. 2013. "A Study on the Personalized Search Service Using User Profiling." *The Proceedings of Korean Operations Research and Management Science Society & Korean Institute of Industrial Engineers: the Spring Joint Academic Conference*, 2431-2440.

Cho, Jung-mi and Byoung-Hun Kong. 2018. "A Study on the Common Model of STORY

www.kci.go.kr

THEME PARK Archive." *Academic Association of Global Cultural Contents*, (32): 255-278.

Cho, Jung-mi and Hee-Soo Choi. 2018. "A Study on the Evolution Process of Domestic Historical Archives: Focusing on the Change and Utilization of Digital Historical Data." *The Academic Conference of Academic Association of Global Cultural Contents*, (32): 255-278.

Chung, Hee sun, Hee soon Kim, Hyun-Sook Song, and Myeong-Hee Lee. 2015. "Developing Digital Archives from the Records of Westerners Who Visited Korea during the Enlightenment Period of Chosun." *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 49(3): 135-154.

Hahm, Han-Hee and Soon-Cheol Park. 2006. "Digital Archives of Cultural Archetype Contents: Its Problems and Direction." *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 17(2): 23-42.

Jung, So Young. 2015. "Analysis of the Current Utilization Situation and Type of the Card News of the Big Data Era." *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 21(4): 609-620.

Kang, Hye-Kyung and Yong Kim. 2012. "A Study on Design and Implementation of Archival Information Services based on Social Network Service in Mobile Environments." *Journal of Korean Society of Archives and Records Management*, 12(1): 33-58.

Kim Yoon-hwa. 2019. "Analysis of SNS Use Trend and User Behavior." *Kisdi Stat Report*, 19(10): 1-9.

Kim, Bo-kyung. 2018. *A Study on Plans to Build a Digital Archive at a Local Cultural Center - Focused on the Daejeon Metropolitan City -*. M.A. thesis. The Graduate School of Hannam University, Department of Archives and Records Management.

Kim, Kun-Ha. 2010. *A Study on Methods to Activate Public Relation for Various Types of Archives*. M.A. thesis. Graduate School of Policy Sciences, Ewha Womans University, Archives and Records Management Major.

Kim, Yong-cheol. 2019. "The Effect of the Need for Cognition and Self-esteem on SNS Usage of Senior Consumers." *Information Communication Policy Research*, 26(1): 81-112.

Korean Society of Archives & Records Management. 2018. *Records and Archives Management: Theory and Practice*. Seoul: Jo Eun Geulter.

Noh, Meung-Hoan et al. 2017. *Archive Contents Archiving*. Seoul: Huine.

Pae, Jung Keun. 2018. "The Study on Card-News in the Digial Media Environment: Definitions and Characteristics." *The Journal of Image and Cultural Contents*, 14: 125-152.

www.kci.go.kr

Park, Hee jin. 2017. "A Study on Social Tagging for Promoting Users' Participation in Digital Archives." *Journal of the Korean Society for Information Management*, 34(3): 269-290.

Park, Jin kyung and You-seung Kim. 2017. "A Study on Participatory Digital Archives." *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 28(2): 219-243.

Park, Min-Seok. 2017. *A Study on Digital Archiving Strategy for Cultural Resource*. M.A. thesis. The Graduate School of Chung-Ang University, Department of Library and Information Science, Major in Records & Archives Management.

Park, Young Jin. 2015. "A Study on Advertisement Effects of the Type of Internet Banner Advertising - Focusing on the Naver Time board & Rolling board." *Journal of Korea Design Knowledge*, (34): 397-406.

Seo, Hae-Sug. 2013. "Necessity and Design of Construction of Digital Archive of Jindo-Arirang." *Humanities Contens*, (29): 219-240.

Shin, Jae min and Seung jin Kwak. 2013. "A Review of Literature and Cases for Developing Digital Content Archives." *Journal of Social Science*, 24(1): 305-330.

Shin, Ju-hee. 2018. *User Satisfactions on the Digital Content of Archives & Records: Focused on the Records of Republic of Korea of National Archives of Korea(NAK)*. M.A. thesis. The Graduate School, Hansung University, Department of Library and Information Science, Major in Archives & Records Management.

Yoo, Dong-Hwan. 2015. "A Study on Service Models for Humanities Knowledge-Based Creative Materials." *Humanities Contens*, (36): 15-37.

www.kci.go.kr