



빅데이터 시대의 큐레이터

정책연구실 정책기획팀 이용용 책임연구원(eylee@kisa.or.kr)



빅데이터 시대의 큐레이터



■ 빅데이터의 시대의 도래

- 스마트 단말의 확산 등에 따라 창출·유통되는 데이터가 기하급수적 증가하면서 인터넷을 통해 빠르게 유통되면서 빅데이터 시대의 도래
 - ※ 구글 Eric Schmidt는 “인류문명 이래 2003년까지 5엑사바이트 창출, 지금은 2일마다 같은 양의 데이터가 신규 창출” (“10년 Technomy 컨퍼런스”)
- 現 상황파악, 近 미래 예측 등에 빅데이터를 활용하는 기업 및 서비스 신규 출현
 - 기업의 빅데이터 활용 수요에 비해 데이터 분석 전문인력 부족 심화
 - ※ 미국, '18년에 44 ~ 48만명의 분석전문가가 필요하나 실제 졸업생은 18만명(맥킨지, '11. 5월)

■ 큐레이션(Curation)의 필요성

- ‘정보의 바다’로 불리는 인터넷에서 검색엔진이 정교화되면서 정보 검색·수집 시간과 비용이 대폭 감소
 - 검색엔진을 통한 자동화된 검색은 정보의 정확성, 출처, 신뢰성 등 다양한 측면에서 한계를 노출
- 빅데이터의 시대에서 효율적 데이터 검색·활용, 데이터의 정확성·객관성에 대한 판단이 중요한 요소로 작용
- 인간의 전문성, 통찰력 등을 활용하여 데이터 분석·조직화·필터링하며, 고객이 원하는 콘텐츠를 신속히 제공하는 큐레이션 필요성 대두
 - 큐레이션은 건조한 기계가 아닌 사람 냄새 나는 검색을 가능하게 함으로써 콘텐츠 과잉의 시대에 필요한 직업으로 인식 확산

■ 큐레이터(Curator) 개념

- 큐레이터는 특정 주제와 가장 연관성이 높은 콘텐츠를 발견, 그룹화, 조직화, 공유하는 사람을 의미
 - 웹상의 수많은 콘텐츠 분류, 정리, 체계적인 형태로 표현하며, 이용자가 원하는 질문에 대한 해답을 제공하는 맞춤형 콘텐츠 창출
 - 콘텐츠의 조직화 등을 통해 문맥(context)을 부여하고 해당 주제에 대한 감정(feeling)을 제공

- 기존 언론 매체에서 정보를 제공하던 방식에서 인터넷상의 모든 이용자가 자기의 목소리를 내고 콘텐츠를 창출하는 시대로 변화
 - 정보 과잉의 시대에는 큐레이션에 능숙한 콘텐츠 유통자에게로 권력이 이동하고, 이들이 뉴미디어 시대의 핵심을 이룰 것으로 전망
 - 정보의 과잉시대에 콘텐츠의 신뢰성의 판단 주체도 개인으로 변화하면서 “큐레이터” 필요성 확대

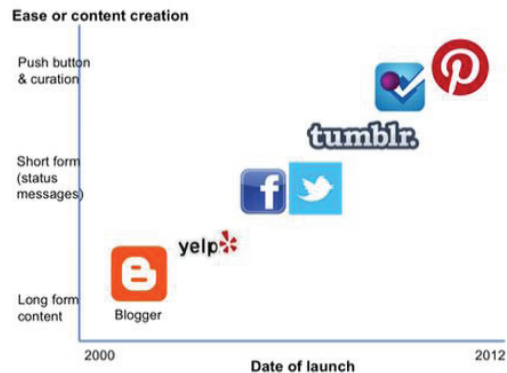
구분	Media 1.0(Mass Media)	Media 2.0(Micro Media)	Media 3.0(Curation Media)
메시지 생산 주체	생산자→수용자	생산자↔수용자	생산자↔중개자↔수용자
메시지 수용 형태	수동적 수용	선택적 수용	적극적 수용
유통경로	일방향 단일 유통	다채널 복수 유통	쌍방향 다수 유통
브랜드	권위형 브랜드	개인형 브랜드	신뢰형 브랜드
정보흐름	정보 집중·배포	정보 분배·공유	정보 순환·누적
내용 성격	권위적, 범용적, 종합적, 객관적	말초적, 전문적, 단편적, 주관적	종합적, 해설적, 이타적, 합리적
정보 배열	종합 편집·편성	단품 개별 유통	종합 수집, 집중 배열
광고 및 수익원	광고 및 행사 후원	시스템에 의한 롱테일 수익	구독료·광고, 롱테일 수익, 수익 포기·별도 수익

※ 출처 : 미디어 2.0 : 미디어 플랫폼의 진화

■ 데이터 중개 큐레이터(Curator) 중요성 부각

- 빅데이터 시장의 비대칭으로 데이터 중개 비즈니스의 등장
 - 데이터 거래에 따른 보안이나 프라이버시 등의 이슈가 존재
 - 적정규제나 기술요소로 보안 및 프라이버시 이슈가 해결될 수 있다면 데이터 중개 니즈는 폭발적으로 증가 전망
- 데이터 중개 니즈는 큐레이터의 중요성을 부각시킴
 - 빅데이터를 확보하려는 업체의 경우 필요한 데이터 탐색방법, 데이터 활용 가능여부 등에 불확실성이 존재
 - 데이터를 중개하는 큐레이터는 데이터 검색·활용성 등에 대한 다양한 불확실성 문제를 해소 가능
 - ※ 데이터 구매 기업의 직면 문제 및 니즈 분석, 적정 데이터 보유 및 판매 업체 검색, 데이터의 재편집 및 재구성, 데이터 구매 업체의 빅데이터 활용 지원(분석 솔루션 및 툴 소개, 교육 등)
- '10년 이후, Pinterest 등 소셜웹 분야의 새로운 트렌드로 이용자들이 쉽게 콘텐츠를 큐레이트하여 구조화할 수 있는 소셜 큐레이션의 등장
 - 소셜미디어가 콘텐츠 생산과 소비 모두 참여가 제한적인 상황에서 이용자가 쉽게 참여할 수 있는 상황(push button & curation)으로 이동

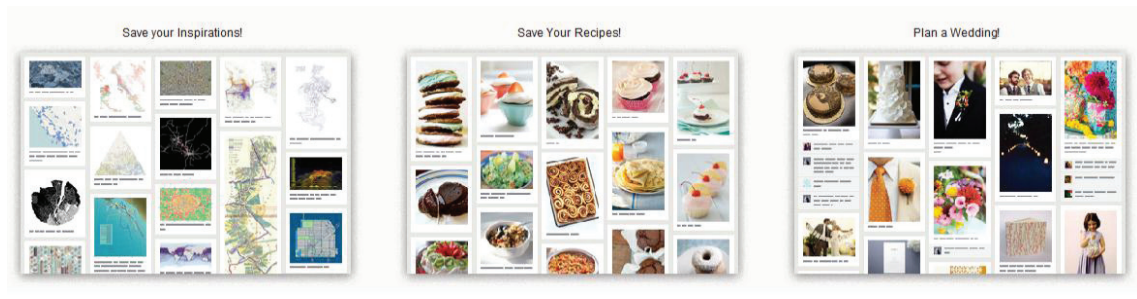
[그림 1] SNS의 발달 트렌드



※ 자료 : Edgar Gil, 2012, 1. 4

Pinterest

‘re-pinning’이라는 push button 콘텐츠 생산과 ‘보드’라는 큐레이트된 콘텐츠로 구조화, pinterest의 타이용자의 콘텐츠도 수집, 큐레이트한 콜렉션으로 변화하여 공유



- 소셜미디어 이용자들은 콘텐츠 생산에 노력을 들이길 원하지 않지만, 구조화된 방식의 콘텐츠 소비를 원하며, 소비 역시 매우 빨라질 것이기에 소셜 큐레이션이 지속적으로 주목받게 될 전망
 - 소셜 큐레이션은 이용자의 콘텐츠 탐색 및 탐색한 콘텐츠와의 지속적 상호작용 방식을 근본적으로 변화

■ 빅데이터 시대의 큐레이터 양성 방안

- 국내외 교육기관과 연계하여 데이터 산업 전반, 고객니즈 분석, 데이터 분석 등에 대한 전문지식을 갖춘 빅데이터 큐레이터 양성 추진
 - 빅데이터 적용 가능 분야에 따라 큐레이터를 세분화하여 분야별 맞춤교육을 통해 빅데이터 분석 관련 다양한 전문직종 창출 가능
- 빅데이터 큐레이터 포럼 등을 구성·운영하여 큐레이터의 경험 등을 공유하고, 1인 창업자들의 신규 참여 동기를 부여
 - 큐레이터간의 인적네트워크 형성을 통해 지속적인 전문역량 확보

- 큐레이터 인력 양성 활성화를 위해 큐레이터의 지식수준, 자질, 스킬 등을 검증하기 위한 체계 마련
 - 큐레이터의 데이터 가공 관련 분쟁 발생시 책임 소재를 명확화
 - 프라이버시 문제 등에 대한 큐레이터의 권한과 책임을 명문화

참 고 문 헌

- 국가정보화전략위원회, '빅데이터를 활용한 스마트 정부 구현(안)', 2011.10.
- McKinsey&Company, Big data : Then next frontier for innovation, competition, and productivity, 2011. 6.
- Edgar Gil, 'How Pinterest Will Transform the Web in 2012: Social Content Curation As The Next Big Thing', 2012. 1.
- 스티븐 로젠바움, 큐레이션- 정보 과잉 시대의 돌파구, 2011. 9
- 명승은, '미디어 2.0 : 미디어 플랫폼의 진화', 2008