

김 호 성 교수지도
석사학위 청구논문

지식공유 서비스 분석 및
전문가 인증 지식서비스모델 설계

2007

성신여자대학교 교육대학원
교육학과 전자계산교육전공
김 유 선

지식공유 서비스 분석 및
전문가 인증 지식서비스모델 설계

김 호 성 교수지도

이 논문을 석사학위논문으로 제출함

2007년 5월

성신여자대학교 교육대학원
교육학과 전자계산교육전공
김 유 선

인 준 서

김유선의 석사학위 논문으로 인준함.

심사위원 _____ (인)

심사위원 _____ (인)

심사위원 _____ (인)

성신여자대학교 교육대학원

논문 개요

정보생산을 촉진하는 새로운 형태의 온라인 정보공간이 나타나면서 지식 관리와 지식을 얻는 형태가 변화하고 있다. 최종사용자에게 웹 애플리케이션을 제공하는 컴퓨팅 플랫폼인 web 2.0의 도입으로 손쉽게 자신이 필요한 정보를 분류할 수 있는 웹 콘텐츠가 활발히 제공되고 있으며 제공된 콘텐츠를 활용하여 수많은 정보 속에서 자신만의 보석을 찾아 손쉽게 지식을 축적하여 관리하고 있다. 이러한 지식공유서비스는 단순한 관리와 무분별한 지식, 그리고 중복된 지식으로 인해 자신이 원하는 지식을 얻기 어려운 것이 사실이다.

본 논문에서는 온라인상의 정보를 탐색하기 위해서 인터넷을 이용하던 네티즌들이 온라인상의 정보생산자로서 참여하는 프로슈머리즘(prosumerism)을 잘 보여주는 공간으로 등장한 ‘지식공유서비스’의 지식의 입력과 관리, 연결이 어떻게 이루어지며 각각 어떤 차이가 나타나는지 비교분석 해본다. 비교분석과 더불어 가장 많은 사람들이 이용하고 있는 naver 지식서비스 이용자들 중 각각의 활동영역인 일반인, 에디터, 스폰서로 구분하여 지식서비스에 대한 설문조사를 하며 전 세계적으로 주목 받고 있는 위키피디아의 지식사용자들에게 지식서비스에 대한 설문조사를 통하여 현재의 지식서비스의 문제점과 개선 방안을 모색해보고자 한다.

본 연구에서는 지식공유서비스의 비교 및 설문을 분석하여 이용자들의 요구를 보다 충족시킬 수 있는 지식공유서비스 개선 방안에 기초한 ‘전문가 인증 지식서비스 모델’의 아이디어를 제시 한다. 본 논문에서 제시한 ‘전문가 인증 지식서비스 모델’은 생활 속에서 전문지식까지 지식의 창출 유형을 폭 넓게 제시함으로써 방대한 지식을 통합 관리할 수 있으며 전문가의 도입으로 보다 낡은 지식의 신뢰성을 높일 수 있고 그로 인해 전문가를 온라인 속으로 유도할 수 있는 지식서비스모델 설계를 제시한다.

목 차

| | |
|---------------------------------|----|
| I. 서론 | 1 |
| 1. 연구의 배경과 목적 | 1 |
| 2. 연구범위와 방법 | 3 |
| II. 오픈지식서비스 현황 | 5 |
| 1. 지식검색서비스 현황 | 5 |
| 2. 개인미디어의 정보유통 | 10 |
| 3. 지식관리시스템과 정보검색시스템 | 19 |
| 4. 전자백과사전과 오픈지식 | 22 |
| 5. 위키피디아 | 31 |
| III. 전문가 지식 서비스 현황 | 35 |
| 1. 특허제도 | 35 |
| 2. 논문제도 | 38 |
| 3. 전문가 지식서비스의 생명백과사전 | 40 |
| IV. 지식서비스의 분석 | 42 |
| 1. 지식서비스의 종류 | 42 |

| | |
|----------------------------|------------|
| 2. 지식서비스의 특성분석 | 45 |
| 1) 지식입력 비교 | 45 |
| 2) 지식연결 비교 | 50 |
| 3) 지식관리 비교 | 54 |
| 4) 블링크, 피플링, 미니채널 비교 | 57 |
| 3. 설문평가 분석 | 62 |
| 4. 지식서비스의 개선방안 | 71 |
| V. 지식서비스의 설계 | 73 |
| 1. 지식 요건 | 73 |
| 2. 지식서비스 설계 권한 | 85 |
| 3. 지식서비스 시스템 설계도 | 89 |
| 4. 지식서비스 설계 모듈 | 91 |
| 5. 지식서비스 설계 순서도 | 92 |
| 6. 키워드 인덱싱 방법 | 97 |
| 7. 화면 인터페이스 설계 | 104 |
| VI. 지식서비스 검토 | 109 |
| VII. 결론 | 112 |

참고문헌 및 사이트

ABSTRACT

부 록

표 목 차

| | |
|------------------------------------|-----|
| [표 II-1] 블로그와 미니홈피 비교 | 11 |
| [표 IV-1] 지식서비스 사용자 분석 | 63 |
| [표 IV-2] 지식서비스 지식형태 분석 | 64 |
| [표 IV-3] 지식서비스 지식답변 분야 분석 | 65 |
| [표 IV-4] 지식서비스 지식답변 기술 유형 분석 | 66 |
| [표 IV-5] 지식서비스 지식답변 보상 분석 | 66 |
| [표 IV-6] 지식서비스 필요성 분석 | 67 |
| [표 IV-7] 위키피디아 지식답변 분야 분석 | 68 |
| [표 IV-8] 위키피디아 문제점 분석 | 69 |
| [표 IV-9] 위키피디아 보상 답변 분석 | 70 |
| [표 IV-10] 위키피디아 필요성 답변 분석 | 70 |
| [표 V-1] 지식서비스 설계 권한 표 | 88 |
| [표 VI-1] 지식공유 서비스 검토 | 109 |

그림 목차

| | |
|--------------------------------------|----|
| [그림 II-1] 지식검색 일 평균 방문자 수 | 7 |
| [그림 II-2] 백과사전과 오픈지식 비교 | 22 |
| [그림 II-3] ‘핵폭탄’ 백과사전 | 23 |
| [그림 II-4] 오픈지식 ‘만화책 답변’ | 26 |
| [그림 II-5] ‘전자백과사전’과 ‘오픈지식’의 비교 | 27 |
| [그림 III-1] 특허출현 및 심사절차도 | 36 |
| [그림 IV-1] 네이버와 네이트 블로그 입력화면 | 46 |
| [그림 IV-2] 네이버 Q&A 입력화면 | 47 |
| [그림 IV-3] 지식 입력 비교 | 49 |
| [그림 IV-4] 네이트 통 지식연결 화면 | 51 |
| [그림 IV-5] 야후 위키 지식연결 화면 | 53 |
| [그림 IV-6] 지식연결 비교 | 54 |
| [그림 IV-7] 네이버 지식관리 화면 | 55 |
| [그림 IV-8] 지식관리 비교 | 56 |

| | |
|--------------------------------------|-----|
| [그림 IV-9] 네이버 블링크1 | 58 |
| [그림 IV-10] 네이버 블링크2 | 59 |
| [그림 IV-11] 야후 피플링 | 60 |
| [그림 IV-12] 블링크, 피플링, 미니채널 비교 | 62 |
| [그림 V-1] 지식구조 | 81 |
| [그림 V-2] 지식공유서비스 시스템 | 89 |
| [그림 V-3] 지식 재구성 등록 순서도 | 92 |
| [그림 V-4] New 지식 등록 순서도 | 94 |
| [그림 V-5] 전문가 판단 순서도 | 95 |
| [그림 V-6] 지식 검색 순서도 | 96 |
| [그림 V-7] 중복검색 인터페이스 | 104 |
| [그림 V-8] 지식 재구성 인터페이스 | 105 |
| [그림 V-9] 추가지식과 지식등록 인터페이스 | 106 |
| [그림 V-10] 심사 설정 및 전문가 평가 인터페이스 | 107 |

I. 서론

1. 연구의 배경과 목적

21세기 지식기반사회의 키워드로 지식을 꼽는데 이의를 제기할 사람은 없을 것이다. 지식기반사회에서 지식은 가장 의미 있는 자원이다. 최근 문서를 쉽게 올리고 접근할 수 있는 웹이 급속도로 성장하였지만, 그 이면에는 정보과다로 인해 정보의 중복성과 정보의 관리 문제를 야기시켰다. 최종사용자에게 웹 애플리케이션을 제공하는 컴퓨팅 플랫폼인 web 2.0의 도입으로 손쉽게 자신이 필요한 정보를 분류할 수 있는 웹 콘텐츠가 활발히 제공되고 있으며 제공된 콘텐츠를 활용하여 수많은 정보 속에서 자신만의 보석을 찾아 정보관리를 기존방식에 비해 손쉽게 하고 있다.

그러나 단순히 정보를 자신의 콘텐츠 함속에 넣어 보관하며 같은 콘텐츠 내의 정보만을 지식으로 연결하여 관리하고 있는 실정이며 지식을 서로 공유하는 목적을 갖는 Q&A 형식은 무분별한 정보와 중복된 정보로 인해 원하는 정보를 얻기란 쉽지 않은 것이 사실이다. 또한 한 주제를 가지고 여러 사람들과 함께 집필하는 공동집필 개념의 위키나 릴레이 또한 무분별한 정보로 인하여 많은 문제점들이 발생하고 있다. 본 논문에서는 현재 나와 있는 지식관리의 이용형태를 비교 조사하여 문제점을 분석해 본다. 이러한 결과를 토대로 우리가 많이 이용하는 웹 지식관리 콘텐츠를 사용한 효과적인 지식관리 방법을

모색해 보고자 한다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. 관련연구로 현재 지식서비스의 열풍을 불고 온 오픈지식서비스 현황과 전문가들로 이루어진 전문가지식서비스 현황에 대해 기술한다. IV장에서는 지식관리의 형태를 분석해보고 오픈지식의 선두주자인 네이버 이용자 설문과 공동집필의 새로운 개념의 위키 이용자 설문조사 분석을 통해 지식관리 서비스의 개선방안을 제시한다. V장에서는 IV장의 비교 분석 및 설문조사 연구를 기초로 한 ‘전문가 인증 지식서비스 모델’을 설계한다. VI장은 문헌연구인 오픈지식서비스 모델과 전문가지식서비스 모델 그리고 본 논문에서 제시하는 전문가 인증 지식서비스 모델에 대해 검토를 해 본다. 마지막으로 VII장에서는 본 논문의 결론을 제시하였다.

2. 연구범위와 방법

본 연구에서 정의하는 지식공유서비스 사용자들은 인터넷 사용자 중에서도 포털사이트의 지식공유서비스를 한번 이상 이용해 본 사람들을 대상으로 한다. 우리나라 지식공유서비스 이용자들의 정보 요구와 문제점 분석을 하려면 모든 종류의 지식공유서비스를 대상으로 하여야 하나 현실적으로는 불가능하기 때문에 지식공유서비스를 제공하는 국내 여러 곳의 포털사이트 중 연구범위를 설정하기 위해 웹 사이트 분석 평가 전문사이트인 랭키닷컴(www.rankey.com)의 2006년 3월부터 2006년 8월까지의 지식검색일평균방문자 순위를 살펴보았다.

이중 지식공유서비스를 운영하고 있는 포털사이트는 검색 포털인 네이버의 지식iN (www.naver.com), 야후 코리아(kr.yahoo.com)의 지식검색, 엠파스(www.empas.com)의 지식거래소와 커뮤니티 포털인 네이트(www.nate.com)의 지식뱅크, 다음(www.daum.net) 신지식서비스, 세이클럽(www.sayclub.com)의 세이테마, 드림위즈(www.dreamwiz.com)의 지식검색 등이 있다. 그러나 랭키닷컴의 일평균방문자 순위 분석에 따르면 네이버의 지식iN 하루 5백만 명의 방문자를 기록하면서 부동의 1위를 차지하고 있다.

또한 지식공유서비스의 포털의 폭넓적인 반응을 얻어 유지해왔기 때문에 본 논문에서는 네이버의 지식공유서비스 이용자들에게 설문조사를 실시하였다.

또한 지식공유서비스의 비교 분석에는 네이버의 지식iN, 엠파스의 지식거래스, 네이트의 지식뱅크를 중심으로 실시하였으며 지식공유서비스의 다른 형태로 세계적으로 인기와 관심을 받고 있는 위키 형태를 추가하여 비교 분석하였다. 하지만 국내의 포털 위키는 도중에 대중의 관심이 적어 문을 닫게 되어 한국의 위키피디아를 이용하는 이용자들에게 설문조사를 실시하였다. 연구방법으로는 문헌연구, 비교분석연구, 설문조사를 실시하고 이에 따른 지식공유서비스의 개선방안을 도출하여 지식서비스 모델을 제시한다.

설문조사에는 지식공유서비스를 이용하는 이용자들의 각각의 활동영역인 일반인, 에디터, 전문가로 나뉘어 일반적인 사항과 지식공유서비스의 응답에 관한 사항으로 나뉘어 조사하였다. 또한 위키피디아의 많은 활동을 하고 있는 사용자들을 무작위로 추출하여 일반적인 사항과 지식공유서비스의 응답에 관한 사항으로 나뉘어 설문 조사를 실시하였다.

Ⅱ. 오픈 지식서비스 현황

1. 지식검색 서비스

1) 지식검색서비스개념

인터넷을 통하여 제공되는 여러 가지 서비스 중에서 가장 널리 쓰이는 것들 중 하나가 포털 사이트이다. ‘포털’이란 ‘거대한 규모의 게이트 또는 문’을 의미하며, ‘포털사이트’란 인터넷에서 원하는 정보 또는 사이트를 찾는 데 관문 역할을 하는 것을 말한다[1]. 시대의 변화에 따라 소비자들의 욕구 또한 다양화, 전문화되어 감에 따라 포털 서비스에서 제공되는 서비스 역시 그에 맞추어 변화되어가고 있다. 이들 서비스 중에 최근에 이슈화 되고 있는 서비스 중 하나가 ‘지식검색’ 서비스이다.

‘지식검색’이란 포털 서비스에서 마련한 검색서비스로서 포털 업체에서 장소를 제공할 뿐, 네티즌이 네티즌의 질문에 직접 답변을 해주는 P2P(person to person) 방식의 네티즌과 네티즌 사이의 지식공유 서비스를 말한다. 이 서비스는 네티즌이 자발적으로 질문하고 그에 다른 네티즌이 답변을 하는 형태로 네티즌의 참여가 중심이 되어 운영된다. 즉, 누군가 질문을 올리면 네티즌들이 자신이 아는 범위 내에서 답변을 함으로써 지식교환이 이뤄지게

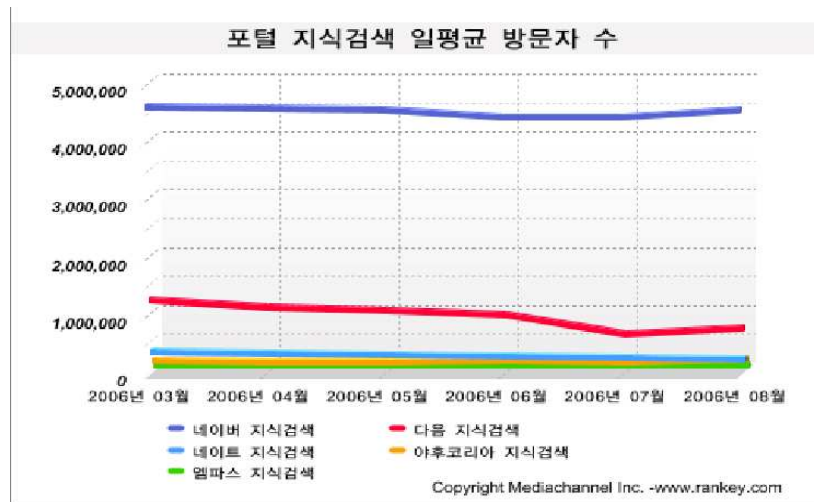
되는데, 이러한 정보들이 질문과 답변의 형태로 ‘지식검색’ 서비스 내에 데이터베이스화 된다. 결국 이렇게 축적된 거대한 ‘지식’들로 네티즌에 의한 온라인 백과사전이 만들어지는 것이다. ‘지식검색’ 서비스를 통해 자발적으로 모인 네티즌들은 그 신생공간 속에서 지식공유라는 새로운 인터넷 문화를 만들어 가고 있다[2].

2) 지식검색서비스현황

인터넷 지식검색은 전 세계에서 한국이 최초로 개발, 유일하게 상용화하고 있다. 한국은 인터넷 강국의 위세에 힘입어 지식개벽의 세계 최전선 지대인 셈이다. 인터넷의 급속한 보급 이후 급격히 증가한 이용자수와 더불어 2003년 KNP(Korea Netizen Profile)에 따르면 한국의 인터넷 사용인구는 2500만명을 넘었으며 2006년 현재 3000만명인 인구중 74%가 인터넷을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 인터넷 이용자가 가장 많이 사용하는 서비스로는 자료정보검색으로 67.1%로 나타나 이미 한국의 인터넷은 정보획득을 위한 장이 열렸다고 볼 수 있다.

2000년 10월 ‘인터넷 한겨레’가 국내 최초로 묻고 답하는 형식의 지식검색 서비스인 ‘디비덕’을 시행하면서 지식검색은 정보의 장의 절정기를 맞을 수 있도록 만들어 주었다. 2002년 10월 네이버가 선보인 ‘지식인’이 선풍적인 인기를 끌면서 네티즌들의 참여가 본격화 되었다. 이어 2003년 2월에는 네오위즈가 커뮤니티 서비스 세이클럽에 ‘세이테마’라는 지식커뮤니티를 만들었고, 3월 엠파스가 디비덕을 인수해 ‘지식거래소’를 확대 개편했으며, 4월

에는 네이트닷컴이 ‘지식뱅크’를 열었다. 6월에는 야후코리아에서 ‘야후! 지식검색’을 서비스하기 시작했다. 현재 이중에서도 이용자 수에서는 네이버의 지식검색과 다음의 지식검색, 네이트, 야후, 엠파스가 그 뒤를 잇고 있는 것을 볼 수 있다[4](<그림 II-1>참고).



<그림 II-1 지식검색 일 평균 방문자 수>

가장 많은 네티즌이 이용하고 있는 ‘지식검색’ 서비스는 네이버의 ‘지식인’인 것으로 조사되었다. 네이버는 하루 방문자 수 5백만명과 4천만 페이지뷰를 자랑하는 국내1위 검색포털이다(<그림 II-1>참고). 포털서비스인 네이버가 ‘지식검색’서비스를 개설한 후 현재 하루 평균 1만 5000건의 질문이 올

라오며 질문과 대답으로 이뤄진 ‘지식DB’가 1년여 만에 230만건을 돌파했다. 이렇게 ‘지식검색’ 서비스는 네티즌의 참여를 질적으로 끌어올린 계기가 되어 기성 지식체계나 내용에서 벗어나, 생활 주변의 모든 문제에 대해 묻고 답할 수 있는 ‘대중지식’ 생산체계로 정착하고 있다[5].

3) 지식검색서비스특성

① 형식적 특성

‘지식검색’ 서비스의 가장 큰 특성으로써 정보 이용자의 발현되지 않은 “Need”의 요구가 보다 충족 되어졌다는 점을 꼽을 수 있다. 일반검색 서비스에 비해 검색이 훨씬 더 용이하다는 점은 이전의 검색이 내가 직접 검색창에 나의 필요욕구에 의한 표현을 함으로써 결국에 표현될 요구, 그리고 표현되지는 않지만 현재 가지고 있는 요구, 장차 가지게 될 잠재적 요구까지 충족시킬 수 가 있는 것이다[6]. 즉 ‘지식검색’ 서비스는 원하는 정보에 대한 답변만을 찾을 수 있는 편리함을 갖고 있다. 이러한 점이 기존 검색서비스가 검색어가 들어간 수백 개의 사이트를 나열하는 것과 차이가 있다.

두번째로 이용자의 자발적인 정보 교류를 촉진시키기 위한 장치들을 갖는다는 것이다. 기존 인터넷 게시판처럼 네티즌들이 자발적으로 정보를 교류한다는 점에서 유사하지만 정보의 신뢰도를 높여 체계적인 지식 교류장이 되도록 각종 아이디어를 가미했다. ‘지식검색’ 서비스에서는 이용자들의 활동에 따라 네티즌에게 등급과 점수가 주어지는데 그 중에 유용하고 자세한 답변을 많이 올려놓은 네티즌은 별도의 사이버 공간이 마련되어 정보의 신

되도를 높이게 된다.

셋째, 이전의 정보 커뮤니티에서 구분되어졌던 정보의 연구자, 출판자, 이용자의 개념이 사라진다는 것이다. 서적을 통한 또는 이전의 정보 검색에서 무조건 일방향으로만 존재해왔던 형태의 정보 획득이 아닌 상호교류에 의한 그리고 누구나가 자신이 습득한 지식을 나누어줄 수 있다는 것이다[3].

② 내용적 특성

지식이란 개념을 정의 내리기란 쉽지 않다[2]. 그저 사전적인 정의가 "알의 상태, 혹은 사실, 알고 있는 모든 것, 조직화된 정보" 라고 한다면 지식 검색 서비스 내에서의 '지식'은 정보와 혼용되어 사용되는 의미의 지식으로 볼 수 있다. 지식 검색 내에서의 지식은 우리가 흔히 생각하는 모습의 딱딱한 형태의 것은 아니다. 인간과 인간 사이의 커뮤니케이션 속에서 탄생, 그리고 저장된 지식은 구어체 형식의 다소 부드러운 문체의 모습과 다소 정을 느낄 수 있는 소재의 것들이 많다는 것이다. 생활 속에서 쉽게 겪을 수 있는 그리고 자시의 체험을 통해 얻은 교훈적인 성격의 것들이 생활의 지혜나 노하우와 더불어 주위의 책이나 기존의 검색 서비스를 통해 쉽게 접할 수 없는 것들을 포함하고 있기 때문에 사전적인 의미에서의 지식과 기존의 정보라기보다는 의견, 조언에 가까운 것들이 많으며 전문성, 정확성을 갖춘 정보보다는 흥미적이고 생활적인 성격의 정보들이 많이 유통된다. 기존의 지식과의 차이라면 지식검색 서비스에서의 지식은 대중적인 호기심과 궁금증을 해소시켜주는 '틈새지식'으로서 성격을 갖는 다는 것이다[6].

2. 개인미디어의 정보유통

1) 개인미디어의 개념 및 현황

2004년 10월, 국정감사에서는 네티즌 관심을 끌 만한 주장이 제기되었다. 싸이월드 미니홈피, 네이버 블로그 등과 같은 ‘1인 미디어’들에 대한 선거법 위반행위를 철저히 감독해야 한다는 내용이었다[33]. 사이버 세상에 불고 있는 ‘1인 미디어’ 열풍을 보여주는 단적인 예라고 볼 수 있다. 인터넷이 우리 사회에 내재된 의사소통 기회를 폭발적으로 증가시켰다면, 1인 미디어는 타인과의 상호작용을 넘어 개인 주체에 대한 욕구, 자신만의 공간에 대한 욕구가 발현된 것이다. 일방적이었던 기존의 매체에 달리 그 접근성이 늘어나면서 개개인의 목소리가 사회적으로 분출되기 시작한 것이다. “누구나 기본적인 커뮤니케이션 테크놀로지에 접근을 시도하여 인터넷의 다양성을 즐기고, 또한 그 다양성에 공헌하고 있다”[11]. 이는 “오랜 기간 한국인들의 정서 속에 자리 잡아왔던 대안채널에 대한 갈망이라는 내재적 변수와 정치경제적 조건이 절묘하게 맞아 떨어진 것”[7] 이라는 해석도 가능하게 한다.

‘1인 미디어’ 혹은 ‘개인 미디어’ 라고 통용되는 서비스는 현재 인터넷에서 제공되는 여러 서비스 중 가장 대표적인 개인화 서비스라 할 수 있다. 일반적으로 미디어(media)란 정보전달의 수단이나 의사소통의 매체를 말한다. 21세기의 미디어는 ‘디지털 미디어’로 거듭나면서 종래 매스 미디어 환경에 서와 달리 ‘개인’이 중요한 가치로 부상했다. 정보와 가치를 만들어 내고 가

공하며 전달하는 미디어로의 접근이 개방되고 미디어를 선택하는 자유가 보장되는 환경이 마련된 것이다.

개인미디어는 기존 소수 대 다수의 일 방향적 커뮤니케이션을 주로 매개 하였던 매스미디어와 달리 양방향 커뮤니케이션을 수행함으로써 참여와 선택의 폭이 넓고 개인의 편의에 따라 정보의 양과 질, 사용하는 플랫폼이 결정되는 특성을 갖는 미디어라고 할 수 있다[14].

지금까지 ‘개인 미디어’의 개념 정의는 모호한 상태에서 사용이 되어 왔고 그 결과 미니홈피와 블로그의 차이점이 불분명한 상태에서 사람들이 같은 것으로 인식하기도 한다. 그러나 블로그와 미니홈피 서비스는 그 태생부터 구분되는 각각의 서비스이다.(<표Ⅱ-1>참고).

| 구분 | 블로그 | 미니홈피 |
|---------|----------------|--------------|
| 태생 | 홈페이지 | 프로필 |
| 성격 | 미국형 광장문화 | 한국형 방문화 |
| 전문성 | 높다 | 낮다 |
| 사용자 자유도 | 높다 | 낮다 |
| 사용자 성별 | 남성의 비율이 높다 | 여성의 비율이 높다 |
| 주 사용자 층 | 20~30대 | 10~20대 |
| 주 콘텐츠 | 글 등의 게시판 위주 | 사진첩 위주 |
| 화면 크기 | 크다 | 작다 |
| 제공회사 | 네이버, 야후, 엠파스 등 | 싸이월드, 세이클럽 등 |

출처 : 마이데일리, 2005. 03.03, 마케팅홍보연구소 제공.

<표Ⅱ-1 블로그와 미니홈피 비교>

우리가 알고 있는 미니홈피의 출발점은 앞의 <표Ⅱ-1>에서 볼 수 있듯이 프로필에서 시작된다. 미니홈피의 특성으로는 방문자나 사용자의 주요 관심사가 개인에 집중되어 있다. 그리고 사진첩 기능이 강해 지인들과 재미있는 정보공유가 편리하다는 것이 장점이고 주로 이미지가 차지하는 비중이 크다. 1촌의 개념을 통해 지인들만 콘텐츠를 보도록 설정할 수 있어 사생활 피해의 소지는 줄일 수 있지만 개방성은 떨어진다.

1990년대 후반 미국에서 첫 선을 보인 블로그의 출발점은 개인 홈페이지에서 찾아볼 수 있다. 복잡한 태그를 이용해 만드는 홈페이지와는 달리 자신을 보여준다는 기본 취지는 살리면서 보다 많은 사람들이 사용할 수 있도록 만든 형태가 블로그라고 할 수 있다. 블로그는 게시판 등 콘텐츠 위주 이미지 외에도 멀티미디어 기능이 뛰어나고 지인들은 물론 다양한 블로거와 커뮤니티 형성이 쉽다. 개방적인 성격을 가지고 있어 누구나 쉽게 방문이 가능하고 블로그의 콘텐츠도 손 쉽게 퍼올 수 있어 저작권 문제에 대해 자유롭지 못하며 개인정보가 거의 오픈되어 있어 사생활 침해 소지도 있다.

‘개인 미디어’가 인기를 끌게 된 배경에는 개인성을 표현하고 싶어 하는 사용자들의 내면적 욕망이 자리하고 있다. 이와 같은 욕망이 가장 잘 발현될 수 있는 도구로서 블로그와 미니홈피가 탄생한 것은 우연이 아니라 시대적 조건과 호응한 결과라고 볼 수 있다. 최근 ‘개인 미디어’ 서비스는 가장 기본적인 자기표현 서비스뿐만 아니라 여러가지 부가적인 기능이 추가되면서 발전된 모습으로 변화하고 있다[32].

네이버 블로그(blog.naver.com)는 초기에 없었던 ‘포토로그’, ‘메모로그’, ‘리

블로그' 서비스를 도입했으며 2006년 8월부터는 블로거가 원하는 대로 블로그를 디자인할 수 있도록 서비스 하고 있다. 2004년 10월에 오픈한 싸이월드의 '페이퍼' 서비스는 웹진과 뉴스레터의 개념을 빌려 개인이 발행하는 콘텐츠를 구독자에게 전달해주는 서비스이다.

이처럼 개인이 자신만의 방식으로 서비스를 관리할 수 있도록 하는 것은 개인화 서비스의 핵심이며 이러한 모델이 없다면 날이 갈수록 새로워지는 사용자들을 충족시키기는 어려울 것이다. 사용자들이 더욱 정교화된 인맥관리서비스 혹은 자기표현에 더 적절한 새로운 아이템을 원하는 것은 어쩔 나 무도 당연할 것이다. 앞으로 나오는 새로운 플랫폼을 경험하고 RSS와 마우스 우클릭 방지 설정 등 여러 가지 도구들을 적절히 활용해 사용자들이 요구하는 편리성과 유용성을 제공하는 것이 '개인미디어' 발전에 가장 큰 핵심이 될 것이다[8].

2) 개인미디어의 기능

① 일상의 기록과 공유

'개인 미디어'는 디지털 카메라나 휴대폰 카메라로 찍은 일상의 사진들을 미니홈피나 블로그에 올려 공유하고, 방명록에 안부 인사를 남기면서 친밀감을 쌓는다[10]. 또한 멀티미디어 시대로 접어들면서 나타난 글쓰기 형식의 변화도 개인적 경험을 나누는데 '개인미디어'가 더욱 필요하게 된 동인으로 작용한다. '모블로그'의 도입으로 실시간으로 자신의 일상을 블로그나 미니홈피에 올릴 수 있게 되면서 그 역할은 더욱 강해졌다.

② 정보 전달 및 공유

‘개인 미디어’는 개인적 일상을 기록 공유하는 기능뿐만 아니라 각 분야의 관심분야 혹은 전문분야의 정보를 전달하고 공유하는 기능을 가진다.

‘개인 미디어’를 통해 인터넷에 떠도는 수많은 정보들 중에서 자신에게 더욱 “맞춤화 된 정보”를 보다 쉽게 찾을 수 있다. 뿐만 아니라 자신이 관심 있는 분야의 정보만을 골라서 스크랩해서 자신의 미디어에 담고, 자신의 의견을 댓글 형식으로 간단하게 코멘트 할 수 있다. 이처럼 필터링을 통한 정보의 이용이 “말할 자유뿐만 아니라 듣지 않을 자유까지 확대 시킨다”라고 지적한다[12]. 이러한 정보 편식은 정보접근 범위를 축소시키는 결과를 초래하기 때문에 문제점으로 지적이 되고 있으며 ‘개인 미디어’의 정보 미디어적 기능은 더욱 다양해진 자료와 정보들이 개인들에게 필요한 가치성을 지니고 있는지와 사회 다양성을 촉진시키고 있는지도 관심을 가지고 지켜봐야 할 부분이다.

③ 개인 PR 서비스

현대인은 나를 알리고자 하는 욕구, 나를 표현하는 욕구, 유명해지고 싶은 욕구가 크다. ‘개인 미디어’는 이와 같은 자기표현 욕구, 자기 PR(Public Relations) 욕구를 해소시켜주기에 적절한 매체이다. 자신의 의지대로 자신을 대중에게 노출시키는 가장 쉽고 효과적인 수단으로 이용되는 것이다[13].

④ 커뮤니케이션 기능

온라인은 오프라인에 비해 타인과의 커뮤니케이션이 쉽고 편리하다는 장점이 있다. 직접 만나지 않고 대화하지 않아도 그 사람의 블로그나 미니홈피만 방문하면 그 사람의 지난 생활과 현재 생활을 알 수 있으며 댓글남기기, 방명록, 쪽지 등의 기능을 통해 서로 안부를 전하고 대화를 나눌 수 있다. 여기에 커뮤니케이션의 수단으로서 좀 더 강력한 기능을 추가하기도 하는데 네이버의 블로그 같은 경우 운영자가 온라인 되어 있을 때 '1:1 대화하기', '쪽지보내기' 를 통해 바로바로 대화할 수 있으며 싸이월드의 미니홈피 경우도 '일촌 ON' 기능을 통해 로그인되어 있는 일촌과 1:1 대화를 신청할 수 있도록 되어 있다.

'개인 미디어'는 말 그대로 한 개인이 운영하는 혼자만의 공간이기도 하면서 지인 혹은 모르는 사람들의 방문과 짧은 인사말로 서로의 일상을 공유하고, 정보를 교환하게 되고, 의견을 나누는 훌륭한 커뮤니케이션 수단이 되는 양면성을 가지고 있다고 할 수 있다.

3) 미니홈피 와 블로그 개념 및 특징

① 미니홈피

미니홈피는 개인에게 온라인 상에 공간을 주고 직접 사진 및 글을 올리면서 꾸미고 관리할 수 있도록 제공하는 개인화 서비스의 일종이다. 개인 홈페이지는 개설, 운영, 관리에 있어서 많은 기술과 지식이 필요한 반면, 미니홈피는 해당 사이트에 가입하여 아이디를 부여받은 다음 제공받은 공간에 자료를 올리고 관리함에 있어 특별한 기술을 요하지 않기 때문에 많은 사람

들에게 쉽게 이용되고 있다.

미니홈피의 대표적인 싸이월드는 ‘사이좋은 사람들’이라는 슬로건으로 정보공유를 컨셉으로 보다 풍요롭고 건강한 공유와 의사소통을 함께 나누는 ‘1인 미디어’ 서비스이다. 2001년 9월 시작된 싸이월드의 대표적인 서비스인 ‘미니홈피’는 이용자가 텍스트뿐만 아니라 사진, 동영상, 그림 등 다양한 멀티미디어 콘텐츠를 손쉽게 올릴 수 있고, 자신만의 개성이 묻어나는 ‘미니룸’과 ‘1촌 맺기’ 등의 인맥관리 기능으로 쌍방향 커뮤니케이션을 즐길 수 있는 한국의 대표적인 개인미디어로 성장했다.

자신만의 공간을 갖고 싶어 하고, 자신만의 개성을 다양한 방식으로 표현하고자 하는 사람들의 욕구에 보다 쉬운 사용법과 다양한 기능으로 ‘개인 미디어’로서의 확고한 자리매김을 하고 있다.

② 블로그

Web(웹)과 Log(로그)를 합친 낱말로 스스로가 가진 느낌이나 품어오던 생각 알리고 싶은 견해나 주장 같은 것을 웹에다 일기(로그)처럼 차곡차곡 적어 올려서 남도 보고 읽을 수 있게 열어 놓은 글 모음이다. 이 용어는 1999년 카메론 바렛(Cameron Barrett)이 쓴 에세이 “웹로그의 해부 (Anatomy of a We blog)”라는 글에서 유래한 것으로 알려져 있다. 다시 말해 블로그란 일반인이 개인의 관심사를 칼럼과 일기, 기사 등 다양한 형태로 자유롭게 만들어 인터넷에 올리는 ‘개인 미디어’를 말한다[27].

블로그는 공개성, 링크와 스크랩 기능 등의 몇 가지 특성으로 인해 젊은 이들 사이에서 급속도로 확산되고 있으며 1977년 무렵 미국에서 처음 시작

된 블로그는 원래 개인적인 자료나 일기 등을 쓰기 위한 목적으로 개발되었다. 국내에는 2001년 12월 최초의 국내 블로그 사용자 모임인 '위크'가 생겼고 이때부터 블로그가 국내 네티즌들에게 알려지기 시작했다. 그 이후 어느 정도 시간이 지나 전문 블로그 서비스 사이트가 서비스되었고 이후 다양한 서비스 형태의 블로그 사이트가 우후죽순 늘어나면서 2003년부터 본격적인 블로그 열풍이 불기 시작하였다[9].

글 모임이라는 기능의 블로그는 수많은 활용분야 중 하나만을 설명하고 있을 뿐 최근에서는 쓰기에 따라 메모장이나 스케치북, 스크랩북이 되기도 하며 수필집이나 자서전, 사진첩이나 웹 서핑시 웹페이지까지 손쉽게 담아올 수 있는 개인미디어 중 하나이다. 싸이월드에 일촌맺기를 통해 쌍방커뮤니케이션을 즐길 수 있다면 블로그에서는 '관심 파도타기'를 통해 관심 있는 주제의 블로그들과 커뮤니케이션을 통해 지식을 주고받을 수 있다. 현재 네이버, 네이트, 야후, 엠파스 등 많은 포털 사이트들이 너도나도 블로그 경쟁에 뛰어들어 다양한 블로그들이 생성되고 많이 이용하고 있다.

3. 지식관리시스템과 정보검색시스템

1) 지식관리시스템 개념

지식관리시스템이란 정보기술을 이용하여 개인이나 조직차원의 지식관리 프로세스를 지원하는 시스템으로 정의된다. 즉 지식관리에 대한 정의는 학문분야에 따라 다양하지만 일반적으로 조직구성원의 머리속에 존재하던 지식들을 컴퓨팅 환경에서 공유될 수 있는 형태(전자문서, 이미지 등)로 전환되고 이를 잘 통합하여 모든 조직의 구성원들이 쉽게 검색하여 공유할 수 있도록 함으로써 전체 조직의 지식정도를 높이고, 이들 지식들을 재활용하여 더욱 많은 지식과 부가가치를 창출할 수 있도록 지원하여 주는 시스템이다[16].

2) 정보검색시스템 개념

정보검색은 인간의 지적활동에 있어 가장 기본적인 행동 가운데 하나이며, 보다 진보된 정보검색 방법을 위한 노력이 수십 년 동안 계속되어 왔다. 도서관의 기본적인 기능은 인류의 지적 유산을 보존하는 것과 이를 제공하는 것으로 구분할 수 있는데 19세기에서 20세기로 넘어오면서 이전의 보존 중심에서 제공기능으로 그 중점이 옮겨지게 되었다.

정보검색(Information Retrieval)이라는 용어는 1950년 Mooers가 처음 사용함으로써 출현하였으며, Cleverdon과 Thorne이 그들의 보고서에서 이 용어를 사용함으로써 일반화되기 시작하였다. 정보검색시스템은 사용자가 필요로 하는 정보를 수집하여 정보의 내용을 분석한 뒤 찾기 쉬운 형태로 조직하여 두었다가 정보에 대한 요구가 발생할 때 적합한 정보를 검색하여 제공하는 시스템을 말한다.

3) 지식검색서비스와 지식관리시스템의 차이

앞서 지식검색 서비스를 네티즌과 네티즌 사이의 지식을 공유할 수 있는 서비스이며 지식관리 시스템은 개인이나 조직차원의 지식을 관리하는 시스템으로 정의를 내렸다. 지금 말한 정의에서도 차이가 나듯이 가장 큰 차이는 바로 개인 또는 조직 집단의 차이일 것이다.

지식관리시스템의 지식관리는 기업 내부에 축적, 공유하고 이 지식을 기업의 경쟁력 제고를 위해 활용하는 반면 지식검색서비스는 인터넷을 쓰는 누구나 서로 지식을 공유하고 자신의 노하우와 생활의 지혜 등 주의에서 쉽게 접할 수 있는 책이나 대중매체에서 찾기 힘든 것들까지 포함하고 있다. 여기서의 지식은 의견, 조언에 가까우며 전문성과 정확성을 갖춘 정보보다는 흥미성 성격의 정보가 많은 것이 두 번째 차이라 할 수 있겠다.

4) 지식검색서비스와 정보검색시스템의 차이

지식검색서비스는 이용자의 정보접근성의 불편을 모두 해소하고 사용자가 반드시 필요하고자 하는 결과를 유형별로 제시함으로써 검색기능이 체계화되고 논리적으로 집대성된 기법으로 볼 수 있다. 반면 정보검색시스템은 자료를 수집하고 분석하고 가공(색인)하여 축적하고, 축적된 자료에서 사용자가 원하는 데이터/정보/지식 등을 찾아주는 기능이나 프로세스를 의미한다.

정보검색은 1995년부터 본격화 되었으며 메타검색 서비스를 위주로 하는

와카노, 미스다찾니가 있었다. 그 이후로 까치네, 심마니 등이 제공되었으며 1997년 이후 야후의 국내 진출로 디렉토리 검색이 등장하게 되었다. 지식검색서비스는 2000년 이후 뉴스연동, 통합검색과 더불어 네이버의 지식검색서비스 ‘지식인’이 등장하면서 생겨났다.

지식검색과 정보검색의 구조적 차이점은 지식검색은 검색엔진을 사용하지 않고 데이터베이스에 저장되어 있는 것을 가져오는 반면, 정보검색의 경우 검색 엔진을 이용하게 된다. 검색로봇을 이용하여 웹 공간에 존재하는 문서를 수집하여 데이터베이스에 저장하게 되는데 빠르고 효율적인 검색을 위해 주로 키워드와 문서를 연결해주는 역인덱스(inverted index) 방법을 사용하게 된다. 질의 서버를 이용하여 인덱스를 참조하여 검색결과를 출력해주는 방법을 거치게 된다. 또한 지식검색은 사람이 개입하는 방식을 취하는 반면, 정보검색은 앞서 말했듯 인덱스방법을 취하기 때문에 사람이 개입하지 않는 차이가 있다.

이러한 정보검색은 사용자의 선호도를 반영한 정보검색을 하지 못하며 반복적으로 동작하는 문서 수집용 로봇으로 인해 Internet traffic을 증가시키며 실제로 관련된 문서를 찾기 어렵다는 문제점을 가지고 있다. 기존의 정보검색에서 지식검색서비스로 이동변화가 이루어진 것은 정보검색의 문제점인 사용자가 원하는/의도하는 정보를 제공하는 것이 현재의 기술로는 한계가 있기 때문이다.

4. 전자백과사전과 오픈지식

1) 전자백과사전과 오픈지식의 비교

백과사전이란 ‘인간지식의 개요’이며 ‘기본적으로 반드시 알아야 할 보편적인 지식과 정보를 포함시키고 통합하고 전하는 노력’의 일환이다. 오늘날 개인용 컴퓨터의 보급과 네트워크 기술의 발달로 인한 세계적인 추세와 이용자의 요구에 따라 인터넷을 통한 전자백과사전 서비스가 제공되기 시작하였다. 현대지식의 엄청난 진보에 발맞추도록 하는 훌륭한 수단인 전자백과사전의 기능은 인쇄본의 기능과 유사한 것으로 교육과 정보제공의 기능을 수행한다.

전자백과사전은 정보탐색을 손쉽고 빠르게 하며, 많은 수의 멀티미디어 정보를 제공함은 물론, 다양한 접근점과 수만 개의 하이퍼링크 기능으로 참고적 기능을 보다 적절히 수행하게 된다. 반면 오픈지식은 네티즌이 네티즌의 질문에 직접 답변을 해주는 방식으로 자발적으로 질문을 하고 그에 다른 네티즌이 답변을 하는 형태의 서비스형태이다.

이 두 형식의 가장 큰 차이점은 전자백과사전은 보편적인 지식과 정보를 순서대로 나열하고 체계적인 방식으로 정리화 시킨 반면 오픈지식은 개개인의 궁금한 생활속의 지식을 묻고 답하는 형식이라 하겠다. 또 다른 차이점은 전자백과사전은 정보의 범위와 깊이의 한계가 있는 반면, 오픈지식은 개인이 알고싶은 범위와 깊이를 정하여 물어보고 답하는데 있다. 예를 들어

‘주몽 설화’이라는 단어를 네이버의 백과사전과 오픈지식을 비교해 보았다 (<그림 II-2>참고)



<그림 II-2 백과사전과 오픈지식 비교>

위 그림에서도 알 수 있듯이 백과사전은 정해진 정보만 볼 수 있으며 알려고 하는 정보를 찾기는 부족하였다. 오픈지식에서는 주몽설화에 대한 내용이 쉽게 나열된 것을 알 수 있었으며 검색 시 여러 다른 주몽설화에 대해서도 알 수 있다.

또 다른 차이점으로는 오픈지식이 활성화된 지식으로 볼 수 있다면 백과사전의 지식은 비 활성화된 지식이라 할 수 있다. 이에 대한 예로써 naver에서 ‘주몽’이라는 단어와 ‘핵폭탄’이라는 단어를 백과사전과 오픈지식을 비교해보면 다음과 같다(<그림 II-3>참고).

요약

우라늄, 플루토늄 등의 원자핵 분열에 의해서 얻어지는 에너지나 파괴 목적에 이용된 폭탄이다. 최초의 원자폭탄은 1942년 맨해튼 계획에 따라 미국의 로스앨러모스의 원자폭탄연구소에서 개발되었으며, 실전에 처음 사용된 것은 제 2차 세계대전이었다. 전쟁 후에도 소련과 영국, 프랑스, 중국 등의 나라가 원자폭탄을 개발, 보유하고 있다.

본문

원폭, 핵폭탄 또는 분열폭탄이라고도 한다. 사용되는 핵분열물질의 종류에 따라 **우라늄폭탄**과 **플루토늄** 폭탄으로 나뉘며, 큰 것에는 TNT 폭약의 수백배에 해당하는 폭발력을 내는 것부터 ㎩급의 위력을 내는 것에 이르기까지 여러 가지 크기의 것이 있다.

일반적으로 군사목표에 대한 전술용으로 사용되며, 소형의 것은 제1선의 전투용으로도 사용된다. 인류 최초의 원자폭탄은 1942년 **맨해튼 계획**에 따라 미국 **뉴멕시코주**(州) **로스앨러모스**의 원자폭탄연구소에서 개발되었다.

1945년 7월 16일 뉴멕시코주 남부 **앨러모고도** 근처 사막 트리니티의 시험 폭파를 거쳐 8월 6일 일본 **히로시마**(廣島)에 **우라늄** 235 폭탄, 9일은 **나가사키**[長崎]에 **플루토늄** 239 폭탄이 투하함으로써 세상에 공개되었다.

이 폭탄의 투하로 히로시마에서는 34만 3000명의 인구 중에서 약 7만 명이 사망, 13만 명이 부상, 완전히 연소·파괴된 가옥 6만 2000호, 반소 또는 반파가옥 1만 호, 이재민 10만 명을 냈고, 나가사키에서는 사망 2만 명, 부상 5만 명, **완전연소** 또는 파괴가옥 2만 호, 반소 또는 반파가옥 2만 5000호, 이재민 10만 명을 냈다. 또한 이 폭탄으로 일본의 항복이 촉진되고, **제2차 세계대전**을 앞당겨 끝내는 효과도 거두었다.

1949년 9월 24일 소련에서도 원자폭탄을 보유하고 있음이 발표되었고, 1952년 10월 3일에는 **영국**이 몬터벨로 군도에서 원폭 실험에 성공하였고, 1960년 2월 13일에는 **프랑스**가 **사하라사막**에서 실험에 성공하였으며, 뒤이어 중국·인도·**남아프리카공화국** 등에서도 원자폭탄을 보유하게 되었다.



<그림 II-3 ‘핵폭탄’ 백과사전>

백과사전에서의 ‘주몽’은 ‘동명왕’으로 기재가 되어 있었으며 ‘동명왕’에 대한 전반적인 내용만 포함하는 것을 볼 수 있다. 위에서도 설명 했듯이 백과사전의 정보는 깊이와 범위에 대하여 한계가 있다는 것을 다시 확인할 수 있으며 이런 지식은 활발히 새로운 지식이 생성되지 않고 이미 규정되어 있는 지식만으로 구성되어진 지식이기 때문에 비 활성화된 지식이라고 할 수 있다. 반면, 오픈지식의 ‘주몽’을 살펴보면 다음과 같다. 오픈지식의 ‘주몽’은 많은 지식들이 새롭게 생성되고 형성된 것을 볼 수 있다. 오픈지식의 지식은 백과사전의 지식과는 대조적으로 나타나며 기존의 사실 내용과 지금 이슈가

되고 있는 지식들의 결합으로 인해 활성화된 지식을 띄고 있다. 오픈지식의 ‘주몽’을 보면 하나의 규정된 지식이 아닌 사용자가 직접 작성하고 재정리, 편집한 것을 볼 수 있다. 10,000건이 넘는 지식iN의 지식들 중 ‘흥미로운 주몽의 가계도’라는 지식을 살펴보면 다음과 같다.

역사적인 배경에서 가계도를 살펴보면 복잡하고 아이러니한 주몽의 가계도가 된다. 이대로 하나의 지식이 완성이 되어지는 것이 아니라 이 지식에 대하여 다른 부연설명이나 또 다른 지식을 덧붙여 좀 더 퀄리티가 있는 지식이 완성되며 다른 의견의 지식들도 첨가 할 수 있다. ‘주몽의 가계도’에 대한 지식의 첨가된 지식들을 살펴보면 다음과 같다.

『이 시기의 우리나라 이름이나 성, 그리고 문자표기방식, 건국설화의 중복 등을 고려하지 않았기에 이런 가계도가 나올 수 있으며 해모수 신화나 금와왕 신화는 건국신화에 가장 많이 나오는 설화로 사실에 근거하기보다 건국 후 건국왕을 숭앙하기 위해 조작되는 것이 일반적이다. 또한, 이 당시 우리나라 사람들이 사서기록방식이나 성명에 대한 한자표기방식의 문제가 있어 이러한 상황들도 종합해서 검토가 되어야 한다.』

오픈지식의 지식은 명시 되어진 결과뿐만이 아니라 이러한 지식을 토대로 다른 견해에 따른 지식을 볼 수 있으며 현재 관심을 가지고 있는 것에 대한 지식들 중심으로 끊임없이 넘치고 있는 것을 볼 수 있다.

또 다른 예로 현재 사회적으로 많은 이슈가 되었던 ‘핵폭탄’이라는 지식을 비교해 보았다. 위의 ‘주몽’ 지식과 비슷한 결과로 8,000건이 넘는 오픈지식의 ‘핵폭탄’의 지식들은 다양하고 폭넓은 지식까지도 반영한 것을 볼 수 있다. 백과사전의 ‘핵폭탄’을 살펴보면 핵폭탄의 종류와 실제 핵폭탄의 사용

에 대해서 기술 되어 있다. 하지만 과거의 사실을 기반한 정보만 기술 하였을 뿐 현재 우리가 관심을 많이 가지게 된 ‘북한의 핵폭탄’에 대한 사회적 이슈는 전혀 반영이 안 된 모습을 볼 수 있다.

오픈지식의 ‘핵폭탄’을 살펴보자. 위의 오픈지식의 ‘주몽’에서도 본 바와 같이 시사적인 관점, 핵폭탄의 기능과 위력, 방법들에 관해 기술되어 있는 것을 볼 수 있다. 이렇듯 현재 많은 관심을 갖는 지식의 세밀함을 볼 수 있으며 시사성과 사회적 관심이 높은 지식을 체계적으로 빠르게 전달할 수 있는 장점을 가지며 단지 한가지의 견해에 따른 지식뿐만이 아니라 추가된 지식으로 인해 지식의 퀄리티를 높일 수 있다는 강점을 갖는다. 이러한 오픈지식의 강점은 생활에 관련된 지식에서 뚜렷이 나타난다.

다음은 naver의 오픈지식 중 생활 속의 지식을 예로 들어보았다. <그림 II-4>은 카테고리 엔터테인먼트, 예술 부분에 만화, 애니 속의 한 지식 답변이다. 책에 관한 보관 방법지식을 체계적이며 쉬운 방법을 제시하여 생활 속의 지혜를 엿볼 수 있다. 하지만 기술이 잘 되어진 지식에도 오타나, 잘못된 지식이 첨가될 수 있다. 이러한 부분에 대해 바로 이의를 제시하며 지식을 답변한 사람의 의견을 들어 정정이나 반론을 펼쳐 지식의 완성도가 높아질 수 있는 것을 볼 수 있다. naver의 전자 백과사전에서도 이의를 제시할 수 있는 기능을 갖추고는 있으나 지식에 대한 반론을 제시한다고 해서 바로 피드백이 전달되는 것이 아니라 과학적, 이론적 근거와 자료를 찾아 검수 한 후 정정이 될 뿐 또 다른 지식을 첨부 하여 지식의 범위나 지식의 깊이를 넓일 수는 없다.

질문자가 선택한 답변

re: 만화책 보관 방법

Ichh3139 (2006-07-27 23:51 작성) | [1대1 질문하기](#)

이의제기 (1) | 신고

질문자 평 ★★★★★
고맙습니다^^

답변입니다.

책이 습기를 흡수하는 것은 어쩔 수 없는 현상입니다. 특히 이것은 습도가 높은 여름철과 장마철에 심한데요. 가만히 있는 자연상태에서는 문제시 될 정도로 변형이 생기지 않고, 시간이 지나면 복원이 됩니다.
그 외에, 책 보관방법을 몇 가지 적어 드리도록 하겠습니다.

1. 빛에 노출시키지 말 것

▶햇빛, 직사광선, 형광등 불빛 등, 그 어느 빛에도 가능한 노출시키지 않는 것이 좋습니다. 빛은 만화책의 색소를 파괴시켜 색상이 흐려지거나, 사라지게 만듭니다.

2. 밀폐된 곳에 보관할 것

▶밀폐된 곳에 보관하면 빛의 차단을 도와줄 뿐만 아니라, 습기를 덜 먹게 할 수 있으며, 기타 여러 상황에서 책을 보호해 줍니다.

3. 눅혀서 보관할 것

▶책을 세워서 보관하면 밑 부분이나 모서리 부분, 표지가 손상되기 쉽습니다. 되도록 눅혀서 보관하는 것이 좋습니다.

4. 너무 벌려보거나, 거꾸로 덮어두지 말 것.

▶책을 너무 벌려보거나, 도중에 거꾸로 덮어놓으면 그곳이 벌어지게 됩니다. 이것은 책을 펼쳤을 때 유독 그곳이 펼쳐지며 벌어지는 현상을 불러올 뿐만 아니라, 책의 문명이 접착되어 있는 곳에 무리를 주어 빠지거나, 쉽게 떨어지는 원인이 되기도 합니다.

5. 습기 제거제를 곁에 둘 것.

▶습기가 많고, 습도가 높을 때에 재질이 나무로 만들어진 책은 그 습기를 흡수하여 변형되기도 합니다. 이것은 완전히 밀폐하여 보관하지 않는 이상 어쩔 수 없는 현상이고, 시간이 지나면 복원이 되기도 하기 때문에 큰 문제가 되지는 않습니다. 하지만 이것으로 인한 피해를 최소화하기 위해서 곁에 습기제거제를 두면 좋습니다.

<그림 II-4 오픈지식 ‘만화책 답변’>

또한 추가적인 지식을 넣을 수 있는 이의제기 기능 외에도 ‘댓글’로써 간단한 지식에 대한 개인의 의견을 제시 할 수 있다. 제시한 지식 외에도 개인이 생활 속에서 경험했던 지식을 간단히 전달하거나 이의를 제시하여 이 지식을 접하는 개인에게 좀 더 다양하고 많은 노하우 지식을 전달할 수 있는 기능이야 말로 오픈지식의 최대 강점으로 부각이 된다. 이러한 강점과 공급자로부터 지식을 제공받는 수용자의 목마름 현상이 합쳐져 오픈지식의 열풍은 시작됐다. 여기까지 전자백과사전과 오픈지식의 기능들을 살펴보았다.

전자백과사전과 오픈지식의 비교를 정리해 볼 수 있는데 비교표는 다음과 같다(<그림 II-5 전자백과사전과 오픈지식의 비교>참고).

전자백과사전과 오픈지식의 비교 표

| | 전자백과사전 | 오픈지식 |
|--------------|--------|----------|
| 지식의 시대반영 | X | O |
| 신지식 창출성 | X | O |
| 지식의 형태 | 비활성화 | 활성화 |
| 지식의 체계 | 정적 | 역동적 |
| 지식의 검색 | 한정된 검색 | 다양한 지식검색 |
| 지식의 정확성 | 정확성 높음 | 정확성 낮음 |
| 지식의 다양한 견해 | X | O |
| 지식의 이의제기 수용성 | 어려움 | 다소 쉬움 |

<그림 II-5 ‘전자백과사전’ 과 ‘오픈지식’의 비교>

오픈 지식은 시대 반영을 하여 지식을 창출하기에 활성화된 지식으로 볼 수 있으며 역동적이며 능동적인 반면 부정확한 지식이 많아 불완전한 지식이기도 하다. 반면 전자백과사전은 지식의 시대반영을 하지 못하기 때문에 새로운 지식을 창출하기에는 어렵다. 그렇기에 비 활성화된 지식으로 볼 수 있으며 지식의 정확성이 높은 장점을 가지고 있다. 즉, 체계화되고 사물에 대한 정의를 내리는 지식을 찾을 땐 백과사전이 좀 더 유용할지 모르나 여러 관점에서 봐야하는 지식이나 생활 속의 지식을 찾을 땐 오픈지식이 백과사전에 보다 좀 더 유용하다 할 수 있겠다. 이러한 편리성과 유용성을 강점으로 부각시킨 오픈지식의 열풍은 기술적인 발전보다 사람들의 입맛을 자극시킨 결과라 할 수 있다.

2) 지식검색서비스의 활성화

높은 정보 욕구에 반해 이제껏 그것을 만족시켜줄 수 있는 콘텐츠 제공의 사이트가 적었다. 지식검색 열풍은 다분히 ‘한국적 상황’ 이 빚어낸 결과라고 볼 수 있다. 현 우리 사회는 급격한 사회변동과 높은 교육수준 때문에 지식.정보에 대한 욕구가 대단히 높지만, 콘텐츠를 제공하는 국내 인터넷 사이트는 외국에 비해 절대적으로 부족하였으며 단순히 인터넷 접근성만 높을 뿐 막상 지식.정보를 구하기는 상대적으로 어려웠던 현실에 반해, ‘지식검색’의 등장은 이를 해소할 유력한 도구로 떠올랐다 (엔에이치엔(NHN) 조은현). 또 다른 원인으로는 한국의 동호회 문화를 꼽을 수 있다. PC통신 시절, 미국의 AOL과 동호회 활성화라는 가장 뚜렷한 차이를 보였던 한국의 천리안, 하이텔에서의 인적 유대를 기초로 하는 동호회가 관련 지식 공유 활성화의 기초가 됐고, 이것이 인터넷에서 확대된 것이 지식검색이라고 볼 수 있는 것이다.

전문가들이 제공하는 유료지식사이트가 주류를 이룬 미국에 비해, ‘카피레프트’ 정신에 충실한 지식검색 사이트들이 국내에 대거 등장한 것도 이런 맥락이다. 베르나르 베르베르의 소설 <개미>로부터 지식검색의 영감을 받았다는 한정택 차장은 “인류 공동의 재산인 지식은 무한정 나눠져야 한다”며 “개미들이 더듬이를 맞대고 페로몬으로 완전 소통하는 것처럼, 인류도 인터넷을 통해 그러해야 한다는 꿈을 지식검색을 통해 구현하고 싶었다.”고 말한다.

특정인이 권위자로 추앙받고 대중이 이로부터 가르침을 받는 ‘근대적 지식’에서 다중이 지식생산과 유통에 참여하고 이를 소비하는 ‘탈 근대적 지식’의 시대로 옮겨가는 과정, 즉 지식 독점구조가 붕괴되는 현실 속에서 지식검색 열풍은 시작되었다.

5. 위키피디아

1) 위키피디아 정의

‘위키피디아’는 하와이 호놀룰루 공항의 무료셔틀버스 이름인 ‘위키위키’와 ‘백과사전’이란 영어 단어를 합성한 말이다. ‘위키위키’는 하와이 말로 ‘빨리빨리’란 뜻이다. 네티즌들이 만드는 백과사전이라는 컨셉의 ‘위키피디아’가 처음 등장한 것은 지난 1995년이다. 당시 미국 컴퓨터 프로그래머인 워드 커닝햄이 ‘네티즌들이 협동해서 웹 페이지를 만들어보자’는 아이디어를 낸 것이 위키피디아의 시발점이 되었다. 전 세계 200여 개 언어로 만들어 가고 있으며 한국의 경우 2002년 10월부터 시작이 되었다.

위키피디아는 3년 전 지미 웨일스 등이 결성한 비영리재단인 ‘위키피디아 재단’이 위키피디아의 온라인 서버를 관리하고 있다. 상근 편집진은 없으며 1천 200명의 자원자들로 구성된 편집자들이 네티즌들이 올린 자료들의 정확성, 저작권 침해 여부 등을 검증하는 역할을 담당하고 있다. ‘위키피디아’는

이미 세계최대라고 하는 브리태니커 백과사전의 정보를 3배 이상 뛰어넘은 대중의 지혜를 담고 있는 사이트라고 볼 수 있다.

2) 위키피디아 장점

위키는 블로그와 함께 등장한 인터넷 신조어로 기존 인터넷의 단방향 메시지 구조를 쌍방향구조로 전환하는 개념으로 사용되고 있다. 누구나 홈페이지의 주인이 되어 수정하고 편집할 수 있다는 것으로 기존의 인터넷이 네티즌에게 무엇인가를 제공하는 방식이었다면, 위키는 네티즌이 인터넷을 만들어가는 개념으로 단순히 자료를 검색하기 위한 인터넷이 아니라 자신의 지식과 경험을 서로 나눌 수 있기 때문에 인터넷의 특징과 맞아 떨어지는 면이 있다.

‘위키피디아’는 최근 구글에서 주제의 검색 결과 기록에서 높은 순위에 모습을 보이면서 널리 퍼져나갔다. 이러한 ‘위키피디아’의 장점으로는 단연 무료로 정보를 제공하는 콘텐츠이다. ‘위키피디아’의 높은 순위의 가장 큰 이유이기도 하다. 모든 사용자들은 얕은 지식은 물론 깊이 있는 논쟁까지도 모두 무료화 된 곳에서 즐기는 것을 환영한다. 우리나라의 경우 네이버사의 지식in의 인기가 높은 이유가 바로 손쉽게 지식의 목마름을 해결하는 수단으로써 무료 콘텐츠를 사용하는 것이다.

또한 이러한 지식 콘텐츠는 찾기가 쉽고 호기심을 만족시키는 콘텐츠인 것도 ‘위키피디아’의 장점 중 하나이다. 또한 개인적인 감정을 개입시켜 무작위로 문화적인 세부사항에 관한 토론을 다루는 것에 매우 유용한 수단인

것 또한 ‘위키피디아’의 인기에 한몫을 한 것이다. ‘위키피디아’는 사용자들에게 새로운 주제를 빠르고 쉽게 얻을 수 있는 장소로 자리매김하고 있으며 이는 ‘열린’ 백과사전으로 거대한 정보의 원천으로 이끌고 있다.

‘위키피디아’의 훌륭한 장점으로 꼽히는 것은 모든 변화와 수정을 볼 수 있는 “히스토리”기능이다. “히스토리” 기능을 통해 여러 사람의 견해에 따른 정보를 한눈에 볼 수 있으며 지식이 다듬어 지는 과정을 볼 수 있다는 특징을 가진다. 이러한 “위키피디아”는 정보의 자격과 권한의 결함과 정보의 질적인 면 등의 여러 단점으로 인해 ‘콜버트리포트’와 ‘어니언’ 같은 빈정거리를 좋아하는 사이트의 표적이 되기도 한다[28].

3) 위키피디아의 위기

2007년 4월 13일 조선일보 신문에 “위키피디아는 이제 못 믿어” 라는 글로 기사화 되었다. 앞서 말한 여러 장점들의 “위키피디아”가 조심스럽게 논쟁이 된 전문성에 대한 문제점이 가시화 된 것이라고 볼 수 있다. 신문의 기사를 보면 “위키피디아는 이미 너무 엉망이어서 이제 못 고칠 지경이다” 온라인 백과사전 ‘위키피디아’의 공동 설립자 래리 생어가 11일 영국 일간 더 타임스 인터뷰에서 “위키피디아”에 수록된 정보의 ‘교정 불능’ 상태를 지적했다고 한다. 지금까지 600만 건의 정보가 축적 되었고 한 달에 1억 9100만 명이 클릭하는 “위키피디아”는 신뢰성의 문제로 새로운 갈림길에 나섰다고 볼 수 있다[37].

얼마 전 미국 버몬트 주 미들베리 칼리지의 역사학과 교수가 지난 학기

일본사 강의 수강생들의 답안을 채점하면서 학생 6명 모두가 똑 같은 오답을 적어낸 점을 발견했으며 이들 모두 "위키피디아"를 참고했다. 이 하교 역사학과는 고민 끝에 학생들에게 시험을 보거나 과제물을 작성할 때 "위키피디아"의 인용을 금지시킨 사건이 있었다.

또한 현직 대학교수를 자처하며 "위키피디아"에 자료를 올려 저명인사가 실제로 대학 중퇴자란 사실이 드러나면서 미국에서는 학계를 중심으로 "위키피디아"의 신뢰도에 대한 논쟁이 벌어지고 있다. 이에 따라 이러한 단점을 극복할 수 있는 대안으로써의 온라인 백과사전이 출범하고 있다.

"위키피디아"를 떠난 래리 생어는 시티즌디엄(citizendium.com)이란 온라인 백과사전을 새로 만들었다. 누구나 실명으로 올려 편집진이 검증하는 시스템 형식이다. 2006년 10월에 첫 선을 보여 현재 820명의 작가와 186명의 편집자를 확보하여 1,100정도의 지식들이 만들어져 있다. "위키피디아"의 단점을 보완하여 신뢰도를 높이기 위해 실명을 사용하고 더 똑똑하고 친절한 지식서비스를 만들기 위해 모든 자료는 편집진의 승인을 거치는 것을 특징으로 한다[35].

컨서버피디아(conservapedia.com)는 "위키피디아"의 진보적 편견인 아성을 뒤흔들겠다는 보수파의 야심이 결실을 맺었다. 페미니즘에 반대하는 보수파 여성으로 유명한 필리스 실라플라이의 아들이 만들었으며 창조론 같은 기독교 교리 등 보수적 세계관에 기초해 정보를 담는다. 2007년 3월까지 5,300개 가량의 항목이 수록되어 있다.

마지막으로 스콜라피디아(scholarpedia.com)은 내용 제작과정이 가장 까다롭다. 선별된 저자들만이 정보를 입력할 수 있으며 권위 없는 내용은 아예

답지 않는 것이 특징이다. 이러한 특징 때문에 많은 정보가 올라오지 않으며 또한 권위자의 참여 또한 저조한 것으로 나타나고 있다.

최고의 온라인 지식으로 꼽히는 "위키피디아"의 위상은 예전 같지 않고 흔들리는 모습을 볼 수 있다. 이러한 주요 문제로서는 허위사실 혹은 미확인 사실게재와 게재자가 신분을 속이는 문제, 그리고 전문성이 결여된 지식게재로 볼 수 있으며 이러한 지식들 속에 개인의 이념에 따른 이념적 대립으로 꼽을 수 있다. "위키피디아"는 UCC 모델의 대표적인 성공사례이지만 UCC에는 참여자의 질적 수준과 신뢰를 확보하는 모델, 이념적 쏠림을 막는 장치 등의 이슈가 항상 뒤따르기 마련이다.

"위키피디아"가 성공적이었던 것은 영미권 참여자의 수준이 한국 등에 비해 높으며 다수의 감시를 통해 왜곡을 방지하는 플랫폼이 있었으며 이념적 대립이 벌어질 만한 민감한 이슈가 그간 적기 때문으로 볼 수 있다. 하지만 이렇게 문제로 벌어지는 것은 이러한 요소들이 모두 누수현상이 벌어졌다고 볼 수 있다[36].

"위키피디아"가 위기에 처한 것은 서비스가 대중화가 되면 질 낮은 참여자가 늘어나며 이에 따라 다수의 견제에만 의지하기에는 한계가 생기게 되었으며 이념적으로 민감하게 대립하는 이슈가 최근 늘기 시작한 것으로 생각할 수 있다.

이러한 문제점들로 인해 "위키피디아"는 위기에 봉착했으며 이런 문제점을 해결하기 위해서는 지식의 전문성을 높여주는 전문가의 개입으로 인한 고품질 지식 생산이 시급하며 참여자의 높은 질적 수준 관리와 전문가들을 끌어들이 수 있는 수익모델이 결합된 지식서비스모델이 제시되어야 할 것이

다[36].

본 논문 2장에서는 오픈지식서비스 현황에 대해 분석해 보았다. 누구나 지식을 창출할 수 있다는 강력한 특징으로 인하여 오픈지식서비스는 전 세계적으로 열풍이 되었다. 하지만 시간이 지나고 전문성과 신뢰성이 떨어지는 지식들이 홍수가 됨으로써 여러 문제점이 부각되고 있으며 이에 대한 대안 서비스들도 속속들이 나오기 시작하였다. 이러한 문제점들로 인해 오픈지식서비스 모델과 더불어 온라인 속의 전문가지식서비스 모델들이 등장하고 있으며 전문가 지식서비스 모델은 어떠한 특징과 문제점이 발생하는지에 대해 분석해 본다.

Ⅲ. 전문가 지식서비스 분석

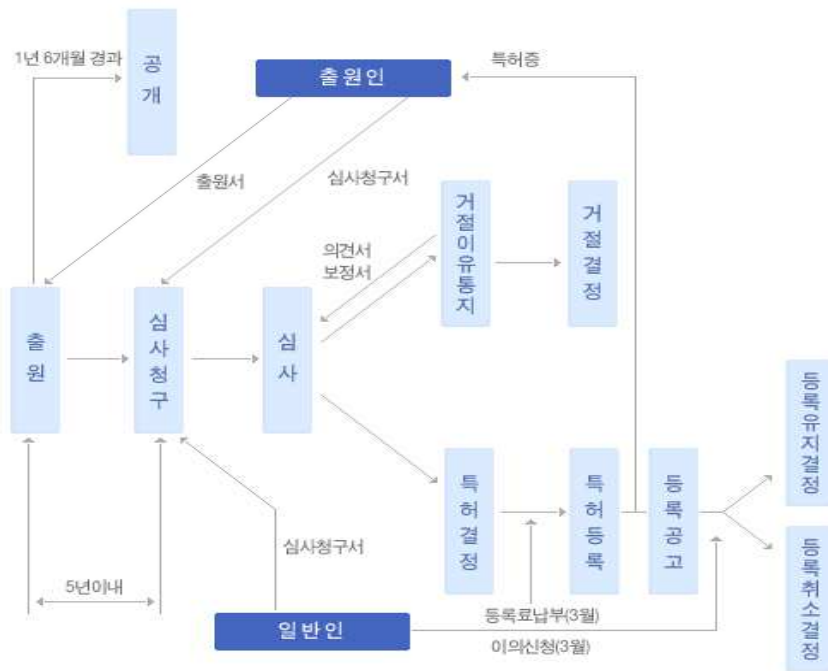
1. 특허제도

1) 특허제도의 의의

특허제도란 “발명을 보호, 장려하고 그 이용을 도모함으로써 기술의 발전을 촉진하여 궁극적으로 산업 발전에 이바지함을 목적”으로 한다. 이를 위하여 특허법은 발명자에게 자신이 한 발명을 일반 공중에 공개하게 하는 대신 일정 기간 독점배타권을 행사할 수 있는 강력한 특허권을 부여하고 있다[20]. 이런 점에서 특허제도를 신기술보호제도, 발명장려제도, 또는 사적독점보장제도라고 부르기도 한다[40].

특허권은 실용신안권, 의장권 및 상표권과 함께 산업재산권(Industrial Property Right)을 구성하며 이 중에서 기본적인 역할을 하고 있다[40]. 특허법에서는 발명이란 “자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것을 말한다”고 명시하고 특허를 받을 수 있는 발명은 산업상으로 이용이 가능하여야 하고(산업상 이용가능성), 새로워야 하며(신규성), 또한 이미 알려진 기술이라면 그 알려진 기술보다 진보된 것이어야 한다(진보성)는 소위 3개지의 특허요건을 필요로 하고 있다[20].

2) 특허출원 및 심사 절차도



<그림 III-1 특허출원 및 심사절차도>

3) 현행 특허제도의 문제점

① 현행 특허제도의 문제점의 첫 번째로 특허제도의 유형의 폭이 제한되어 있다는 것을 들 수 있다. 특허제도는 “자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작

으로, 고도의 것” 이라고 규정이 되어 있다. 기술적 사상의 창작이라고 하는 것은 기술적으로 유용해야 하며 또 독창적인 아이디어여야 한다는 뜻이다. 또한 자연법칙을 이용한다는 것은 자연계에 존재하는 원리나 법칙 등을 지칭하는 것으로 자연과학에서 다루는 원리나 법칙, 규칙성 등이 모두 포함된다고 할 수 있다.

이는 즉 유형적인 것들만 특허로써 보호를 받을 수 있다는 것을 말한다. 예를 들자면 목에 거는 휴대용 선풍기라든지 귓속에 들어가게 만드는 초소형 라디오, 일반 옥수수보다 크기가 큰 슈퍼 옥수수 등과 같은 것을 말한다.

② 두 번째 문제점으로써 특허의 관리 및 절차가 매우 어렵다는 것이다.

앞서 <그림 III-1>의 특허출원 및 심사 절차도를 보면 특허를 출원할 시 출원서를 작성해야 한다. 특허출원은 엄격히 서식에 따라 작성되어야 함은 물론 요구하는 제 원칙에 부합되게 출원절차가 행해져야 한다[20]. 특허 출원서류는 출원서, 명세서, 필요한 도면 및 요약서로 구성이 된다. 이 같이 절차를 모르지 않고서는 개인이 특허출원하는데 어렵기 때문에 변리사를 통해 특허출원을 하고 있다.

③ 세 번째 문제점으로 전문가들의 폭이 좁아 시간이 오래 걸린다는 것이다. 발명이 특허를 받기 위해서는 심사과정을 거치게 된다. 여기서의 심사관 특허권의 전제로서 특허출원발명이 소정의 특허요건을 구비하고 있는지의 여부에 대하여 일정자격을 갖춘 심사관이 판단하는 과정이다. 우리나라의 특허법은 완전심사주의를 채택하는 한편 심사처리의 지연에 따른 문제점 해소와

심사의 객관성과 안전성 유지를 위하여 출원공개제도, 심사청구제도, 등록공고제도 및 이의 신청제도를 두고 있다[20].

하지만 이러한 추가적인 제도에도 불구하고 현재 심사완료까지의 기간은 10개월에서 18개월이 걸리고 있다.

2. 논문제도

1) 논문 정의

논문은 어떤 문제에 대한 학술적인 연구를 체계적으로 적은 글이라고 정의된다. 따라서 연구 과정이 과학적 방법에 따라 전개되고, 연구를 통한 문제해결과정도 반드시 체계적이고 과학적이어야 한다. 주제에 따른 자기주장과 지식 및 연구 결과가 글로 표현된 것이며, 분석과 비판, 평가한 것이 종합되어 서로의 이해를 전제로 한다는 면에서 어느 단순한 정보 전달 도구와는 구별되는 학문적 연구 발표의 가장 보편적인 수단이다.

2) 논문 심사 제도

여러 학회들이 존재하며 각 학회마다 심사 규정은 조금씩의 차이는 있을 수 있다. 본 논문에서는 한국 컴퓨터 교육 학회의 심사 규정에 대해 서술한다.

한국 컴퓨터 교육 학회의 심사 규정에서는 해당분야의 심사 위원 2인을

배정하고 심사 과정을 관리하게 되며 본회는 3인의 심사 위원 배정 후 일주일 이내에 심사를 의뢰한다. 심사위원은 심사를 의뢰 받은 날로부터 14일에서 21일 이내에 심사 결과를 제출한다. 이때의 심사 판전은 3가지로 “수정 없이 게재”, “수정 후 게재”, “게재 불가”로 내리게 된다. “수정 후 게재”일 경우 저자에게 논문의 수정을 요청한다. 또한 “게재 불가”인 경우 제 3의 심사 위원에게 재심을 요청할 수 있다. 논문 심사와 관련된 일체의 정보는 타인에게 공개 할 수 없게 되어 있다.

3) 논문 제도의 문제점 및 한계점

현행 논문제도의 문제점의 첫 번째로 논문 작성자의 폭이 제한되어 있다는 것을 들 수 있다. 전문적인 지식 중 논문은 누구나 작성할 수 있는 오픈 지식과는 반대로 논문은 학위를 받고 있는 중이거나 학위를 소지한 자로 학회의 가입을 한 사람에 한해서 논문을 심사 받거나 해당 학교의 학위논문으로 심사받을 수 있다. 두 번째 문제점으로 심사자의 권위를 들 수 있다. 많은 심사자는 최선을 다하여 심사를 하지만, 일부 무성의한 심사자도 없는 것은 아니다. 대부분의 논문 작성자들은 심혈을 기울여 논문을 쓸 터인데, 단 몇 줄로, 불가 이유를 자세히 제시하지도 않은 채 결국 “이것은 논문이 아니므로 안 됨” 하고 적는 경우도 종종 있다. 또한 아주 곤란한 것은 별다른 설명 없이 “무엇을 무엇으로 고치시오” 하는 지적 등 잘못을 바로 잡아 주는 것은 장려할 일이지만 빨간 펜으로 교정하는 식의 심사자의 주관에 의거 투고내용을 고치려는 것은 위험한 일이다. 즉, 심사자의 역할이 제출된

논문을 심사하는 것이지 교정해 주는 것이 아니라는 점이며 명백한 오류에 한하여 교정을 해주는 것으로 그쳐야 할 것이다. “고치시오.” 이전에 고치지 않으면 안 되는 분명한 이유를 제시해야만 작성자도 납득할 수 있을 것이다 [21]. 세 번째로 심사자가 누군지 알지 못하는 비공개라는 점이다. 심사자가 작성자나 외부의 영향을 받지 않고, 즉 학과, 연령, 직책과는 별도로 자유로이 심사하도록 작성자의 이름을 가리고, 심사자는 익명으로 남는 제도가 보편적이다[21].

3. 전문가 지식서비스의 생명백과사전

본 논문에서 전문가 지식 서비스의 가장 대표적인 특허제도와 논문제도에 대해 살펴보았다. 다음은 온라인으로 전문가 지식을 서비스하는 생명 백과사전을 살펴보도록 한다. 생명백과사전은 현재까지 인류에게 알려진 무려 180만종의 식물과 동물의 종에 대한 정보를 인터넷을 통해 제공하는 “생명 백과사전(Encyclopedia of Life)”이다. 180만종의 모든 생명체에 대한 정보를 한곳에 모으는 현대판 ‘노아의 방주(方舟)’가 만들어 지고 있다. 런던 자연사박물관과 하버드대, 미 해양생물연구소, 헤리티지 도서관 등 세계 유명 과학 연구기관 10여 곳은 컨소시엄을 구성하여 지구상의 모든 생명체를 총망라한 인터넷 백과사전인 ‘생명의 백과사전’을 만든다고 발표했다. (조선일보 07.05.11기사) 이 백과사전은 주로 동물과 식물, 그리고 버섯류에서 시작해서 세균류까지 확장할 예정이며 관련된 문서와 함께 이미지 사진, 지도와

동영상까지도 포함할 예정이다. 또한 새로운 종이 발견될 때마다 바로 이를 통해서 공개가 되며 이후에는 이미 멸종되어 화석으로만 남은 종에 대한 정보 역시 게시될 예정이다.

이 백과사전은 25명에서 35명으로 구성된 팀에 의해 운영이 되며 정보에 대한 작성자와 저작자, 출처 등 자료의 정확한 데이터를 함께 볼 수 있다. 생명 백과사전 서비스는 전문가 집단에 의해 생성이 되며 서비스되기 때문에 누구나 작성할 수 있지 않으며 특정전문가들이 작성, 편집, 수정하며 별도의 심사제도는 없는 것으로 알 수 있다. 이렇듯 특허제도, 논문제도등의 전문가 지식서비스에 대해 알아보았다. 전문가 서비스는 전문가들로 구성되어 지식의 신뢰성을 높일 수 있다는 최대의 장점을 가진다. 하지만 이들을 종합해 보면 전문가들로만 구성되어지기 때문에 지식창출자가 한정될 수 있다는 단점을 가질 수 있으며 각자의 전문분야에 대해서만 다뤄지기 때문에 전문분야 외에 생활 속에서 얻어지는 지식 등은 배제될 수 있다.

본 논문에서는 오픈지식서비스 현황과 전문가 지식서비스 현황을 통하여 각각의 특징과 문제점에 대해 분석해 보았다. 각각의 서비스들은 매력 있는 장점들을 가지고 있지만 그에 따라 발생하는 많은 문제점들이 생긴 것을 볼 수 있었다. 누구나 지식들을 창출할 수 있으면서 전문성을 인증 받아 보다 신뢰성 있는 지식을 만들 순 없을 것인가에 대해 착안한 경제적인 모델과 학술적인 모델의 중간단계인 오픈지식서비스모델과 전문가 지식서비스모델을 결합한 모델이 필요할 것이다.

IV. 지식서비스의 분석

1. 지식서비스의 종류

현재 많은 사람들의 사랑과 관심을 가지고 발전해온 지식서비스의 종류를 알아보기로 한다. 여러 포털 업체에서 많은 서비스를 하고 있으며 많은 사람들이 이용하고 있는 지식서비스는 그 형식에 따라 여러 분류로 나뉠 수 있다. 본 논문에서는 지식서비스의 종류를 다음과 같이 여러 형식으로 나누어 기술하고자 한다.

1) 블로그 형식

보통사람들이 자신의 관심사에 따라 자유롭게 글을 올릴 수 있는 웹사이트를 말한다. 일종의 1인미디어로 관심사에 따라 일기, 칼럼, 기사 등을 자유롭게 올릴 수 있으며 개인출판, 개인방송, 커뮤니티까지 다양한 형태를 취한다.

미국에서는 이미 일반화되어 있으며 한국에서도 갈수록 사이트가 늘어나고 있는데, 기술적, 상업적인 제약 없이 누구나 자신의 생각을 사이트에 올려 다른 사람들과 공유할 수 있는 특성 때문에 기존의 언론을 보완할 수 있는 대안언론으로서도 주목을 받고 있다.

현재 많은 업체에서 블로그 형식을 서비스 하고 있으며 그 중 네이버, 엠

파스, 네이트, 다음, 온블록, 엔토이, 블로그 코리아 등이 많은 사람들에게 인기를 받고 있다.

본 논문에서는 많은 사람들이 이용하고 있는 곳을 중심으로 네이버, 엠파스, 네이트 세 곳을 분석하기로 한다.

2) Q&A 형식

묻고 답하는 형식인 Q&A는 현재 많은 사람들의 인기를 한 몸에 받으며 주목의 대상이 되었다. 그 대상 업체가 바로 NAVER의 지식iN 이라고 볼 수 있는데 평소에 알고 싶었던 작은 궁금증에서부터 전문적인 지식까지 온라인 속에서 폭넓게 지식을 얻을 수 있는 형태라고 볼 수 있다. 네이버뿐만 아니라 여러 포털업체에서도 이 서비스형식을 사용하고 있으며 본 논문에서는 많은 인기 서비스업체를 선별하여 선택한 네이버, 네이트, 엠파스 세 곳의 Q&A 형식을 분석하기로 한다.

3) 릴레이 형식

릴레이 형식은 공동 집필이라고도 하며 한 주제에 대해 여러 사람들이 지식을 기술하여 완성된 지식을 만드는 것이라고 볼 수 있다. 특정한 주제에 대해 관심 있는 사람들이 모여 지식을 완성하고 서로 의견을 교환할 수 있는 형식이다.

특정한 한 주제에 대해 여러 사람이 기술하기 때문에 지식을 보다 넓게

얻을 수 있다는 장점을 가진다.

Q&A와 더불어 릴레이 형식도 많은 사람들이 이용하고 있는 추세이다. 본 논문에서는 블로그와 Q&A형식의 분석과 마찬가지로 애플스, 네이버, 야후 세 곳을 중심으로 분석하기로 한다.

4) 위키 형식

위키 형식은 어떠한 주제에 대해서 공동으로 집필하는 것이다. 이러한 의미로만 본다면 릴레이 형식과 비슷하지만 그 본질에 있어서는 다르다고 볼 수 있다. 릴레이는 한 주제의 여러 소주제들로 구성이 되며 그 소주제들을 여러 사람들이 각 소주제에 맞게 지식을 집필하여 한 주제를 완성시키는 것이다. 이에 반면 위키는 한 주제에 대해 여러 사람들이 수정, 편집, 추가할 수 있는 구조로 공동 집필이란 개념은 위키에 잘 맞는 개념이라고 할 수 있다. 이러한 위키 형식은 전 세계적으로 유명한 ‘위키피디아’에서 그 명성을 떨치고 있으며 현재에도 많은 사람들이 이용하고 있다. 우리나라의 포털에서도 위키 형식을 도입하였으나 많은 사람들의 관심도가 적어 폐쇄되었다. 본 논문에서는 야후의 위키를 분석하였으나 도중에 폐쇄가 되어 지식의 연결부분에서만 분석이 되었다.

5) 그 외

많은 사람들이 이용하는 블로그의 사용자를 위한 지식공간들이 속속 나오고 있다.

같은 주제의 블로그 지식들을 서로 연결되어 같은 관심사를 가진 사람들이 지식공간을 만드는 블링크, 블로그 사용자를 위한 새로운 커뮤니티 공간으로 각 블로그에 쓰여진 지식별로 나누어 같은 성향의 블로거들을 찾기 쉽도록 만들어진 피플링 등이 있다.

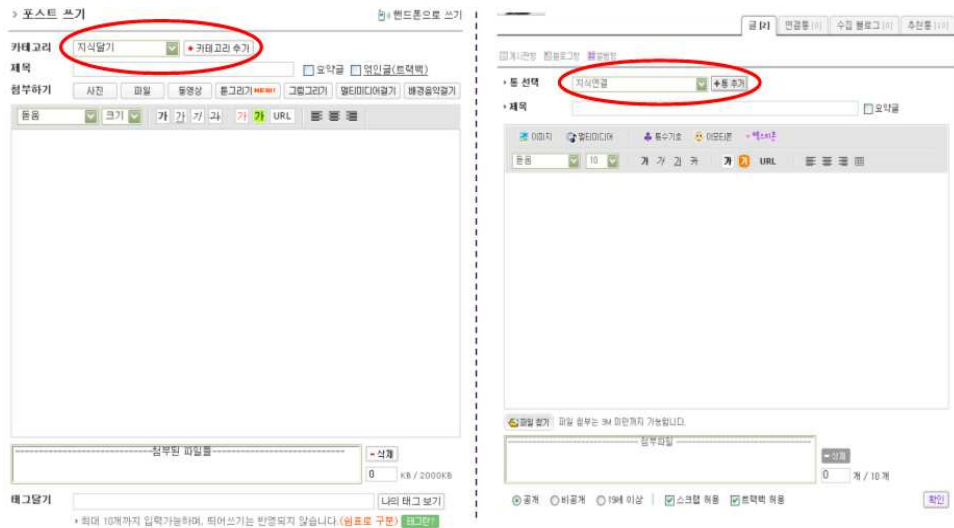
또한 필요한 인터넷 정보를 담을 수 있는 새로운 정보구조로 편집하고 목록화 하여 정보의 묶음 단위로 저장하고 관리 할 수 있는 미니채널 등이 있다. 본 논문에서는 이와 같은 그 외의 형식에 대해서도 비교 분석화하여 살펴본다.

2. 지식서비스 특성분석

우리가 가장 많이 이용하고 있는 네이버, 애플스, 야후, 네이트의 지식서비스 콘텐츠를 묻고 답하는 형식의 지식서비스인 Q&A와 자신만의 지식을 쌓아 저장할 수 있는 블로그, 여러 사람과 함께 지식을 공유하고 지식을 넓히는 지식서비스 릴레이와 위키로 구분을 하여 다음과 같이 비교분석하였다.

1) 지식입력 비교

① 네이버 : 블로그, 네이트 : 통



<그림 IV-1 네이버와 네이트 블로그 입력 화면>

왼쪽그림인 네이버의 블로그의 카테고리를 보게되면 자신이 설정해 놓은 카테고리를 선택을 하여 지식을 입력하게 되어 있으며 네이트 역시 명시된 이름만 틀릴 뿐 사용자가 카테고리를 직접 설정한 후에 그 설정된 카테고리에 지식을 입력할 수 있게 되어 있다.

② 엠파스 : 블로그

엠파스의 블로그 역시 네이버 네이트와 입력방식이 다르진 않았다.

자신이 직접 설정해 놓은 카테고리(폴더방식)를 선택하여 지식을 입력하게 되며 이때의 카테고리 선택 또한 대분류/ 중분류하여 설정할 수 있도록 되어 있다.

③ 네이버 : Q&A

네이버의 Q&A의 입력방식은 지식Q&A와 고민Q&A의 질문유형을 선택한 후 형식적인 중복 질문을 검색하게 된다. 내용을 입력하는 화면에서 간단한 질문 내용과 웹에디터를 이용하여 이미지 삽입을 이용하여 지식서비스에 지식을 올릴 수 있게 되어 있다.

지식의 내용을 쓴 다음에는 지식을 어느 디렉토리에 넣어야 하는지 설정하는 부분이 <그림 IV-3> 이다. 디렉토리 설정은 주제에 따라 디렉토리를 검색하여 설정할 수 있게 해주는 자동 선택과 직접 검색해서 찾아보는 수동 형식 두가지 형태를 띄고 있으며 두가지 중에 한가지만 선택하여 디렉토리를 설정할 수 있게 되어 있다.

<그림 IV-2 네이버 Q&A 입력 화면>

④ 네이트 : Q&A

네이트의 입력방식은 네이버와는 순서가 다르다. 디렉토리 설정을 먼저 하게 되는데 네이버의 자동형식의 기능은 없으며 수동으로 찾아서 선택할 수 있게 되어 있다.

⑤ 야후 : Q&A

야후의 Q&A 입력방식은 네이버와 마찬가지로 형식적인 중복확인을 하게 되며 야후만 실행하고 있는 태그설정을 하게 된다. 이때의 태그는 같은 태그 검색시 유용하게 이용이 된다. 이렇게 태그 설정까지 한 다음에 지식을 쓰게 되며 네이버의 디렉토리 설정과 마찬가지로 수동과 자동의 선택으로 나뉘어서 선택을 할 수 있게 된다.

⑥ 네이버 : 릴레이

네이버의 릴레이는 지식의 주제를 정하여 함께 지식을 쌓아가는 개념의 지식서비스 방식이다. 네이버의 릴레이 입력방식은 형식적인 중복검사를 한 후에 주제에 따른 수동과 자동의 디렉토리를 선택하게 된다. 디렉토리를 설정한 후 부가적인 지식을 선택할 수 있게 되어 있는데 바로 백과사전과 오픈백과의 연동이다. 지식을 입력할 때 다른 부가적인 지식도 같이 연동된다는 점이 돋보인다.

⑦ 엠파스 : 노하우

엠파스의 노하우 지식은 네이버의 릴레이지식과 동일한 지식구조이다. 카테고리 선택은 다른 사이트에서도 하고 있는 대분류와 중분류로 선택을 할 수 있으며 좀 더 나아가 카테고리 제안까지 할 수 있도록 구분이 되어 있다.

⑧ 야후 : 오픈지식

야후의 오픈지식 또한 여러 사람이 관련된 지식을 올릴 수 있는 지식구조로 야후만의 특성을 잘 살린 태그기능이 있는 것을 확인할 수 있었다. 야후에서의 지식의 중복확인도 형식적으로 이루어지며 그 외에 것들은 다른 야후기능과 크게 다를 바가 없었다.

다른 오픈지식과의 가장 큰 특징은 지식을 등록 시 바로 되는 것이 아니라 하루의 심사기간을 거친 후 반영이 된다는 것이다. 즉, 운영자의 심사기간을 거친 후에 오픈지식에 등록이 되는 것을 볼 수 있다.

⑨ 지식입력 비교 표

| 지식 입력 비교 표 | | | | | | | | | |
|------------|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|-----|----|
| 기능 | 블로그 | | | Q&A | | | 릴레이 | | |
| | 네이버 | 네이트 | 엠파스 | 네이버 | 네이트 | 야후 | 네이버 | 엠파스 | 야후 |
| 중복질문 기능 | X | X | X | 0 | X | 0 | 0 | 0 | X |
| 카테고리 선택기능 | 수동 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| | 자동 | X | X | X | 0 | X | 0 | 0 | X |
| 멀티미디어 기능 | 0 | 0 | 0 | 0 | X | 0 | 0 | X | 0 |
| 연관지식기능 | X | X | X | X | X | X | 0 | X | X |

<그림 II-3 지식입력 비교>

2) 지식연결 비교

① 네이버 : 블로그

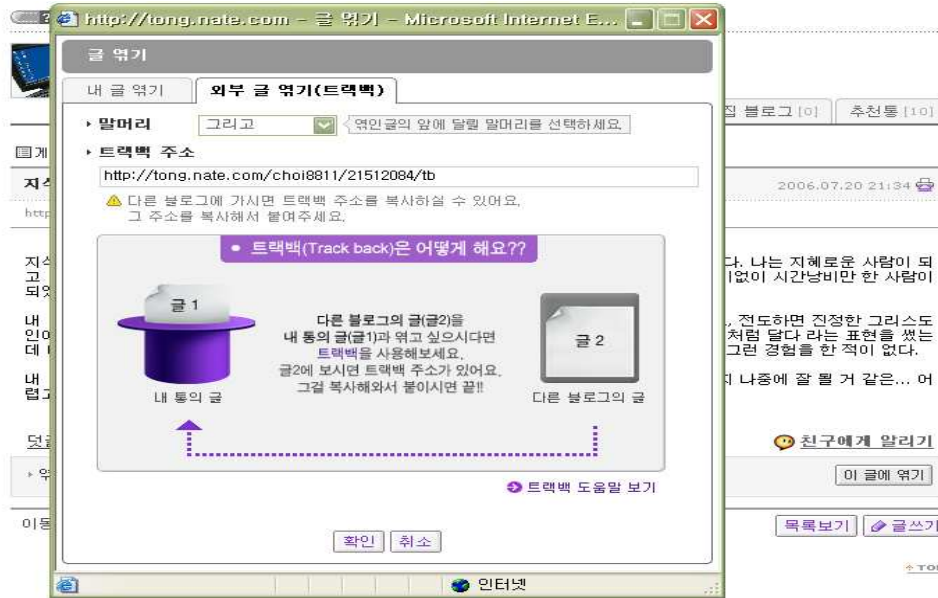
네이버의 블로그는 지식을 검색하여 해당 지식의 주소를 복사해서 연결하는 방식을 사용하고 있다. 워인글(트랙백)이라는 곳을 먼저 클릭을 한 후 지식을 연결할 지식주소를 복사하여 넣게 되면 지식과 지식간의 연결 고리가 성립이 된다. 다음 그림은 검색을 하여 찾은 다른 블로그의 지식이다. 맨 아래 워인글(트랙백주소)라고 되어 있는 부분의 주소를 복사하여 자신의 블로그에 지식을 입력할 때 복사한 주소를 넣게 되면 두개의 지식이 서로 보이지 않는 끈으로 연결되는 것이다.

이렇게 지식을 연결하여 지식을 보게 되면 워인글 주소에 하나의 지식에 하나의 워인글로 존재 하게 된다. 하지만 자신의 블로그에 있는 지식들은 여러개로 엮을 수 있다.

② 네이트 : 통

네이트의 블로그인 통 역시 트랙백(워인글)을 이용하여 다른 블로그의 지식을 연결할 수 있게 되어 있다. 하지만 네이버와 다른 점은 지식을 입력할 때 트랙백을 연결하는 것이 아니라 쓰고 나서 연결한다는 점이 다르다.

지식을 입력한 후에 트랙백을 이용하여 지식을 연결하는데 네이버와는 다르게 여러 블로그의 지식들을 연결 할 수 있게 되어 있다.



<그림 IV-4 네이트 통 지식연결 화면>

③ 엠파스 : 블로그

엠파스의 블로그 지식연결방식은 지식을 입력할 때 트랙백을 설정하게 되어 있는 네이버와 유사한 형태를 띠고 있다. 다른 블로그의 지식의 주소를 복사하여 자신의 지식에 붙여 넣으면 두개의 지식이 연결된다.

자신의 블로그만의 지식연결 즉 내부연결은 여러 번 작성하고 연결할 수 있지만 다른 블로그의 지식연결 즉, 외부연결은 단 한 번의 연결만이 할 수 있다.

④ 네이버, 야후, 네이트 : Q&A

Q&A 형식의 지식연결방법은 네이버와 네이버 야후 모두 동일한 방법으로 지식과 지식이 연결되고 있는 것을 볼 수 있다. 야후의 Q&A에는 태그 형식이 사용된 것을 볼 수 있는데 같은 태그가 달린 지식들을 연동해서 볼 수 있는 것이 가장 큰 특징이라 하겠다.

⑤ 네이버 : 릴레이

릴레이 지식연결방식은 소주제에 맞는 관련지식들이 아래로 달려있으며 여러 지식들을 볼 수 있도록 목록화 해놓은 것이 특징이다.

⑥ 엠파스 : 노하우

엠파스의 노하우 지식의 지식연결은 야후의 오픈지식과 매우 흡사한 것을 볼 수 있다.

⑦ 야후 : 오픈지식

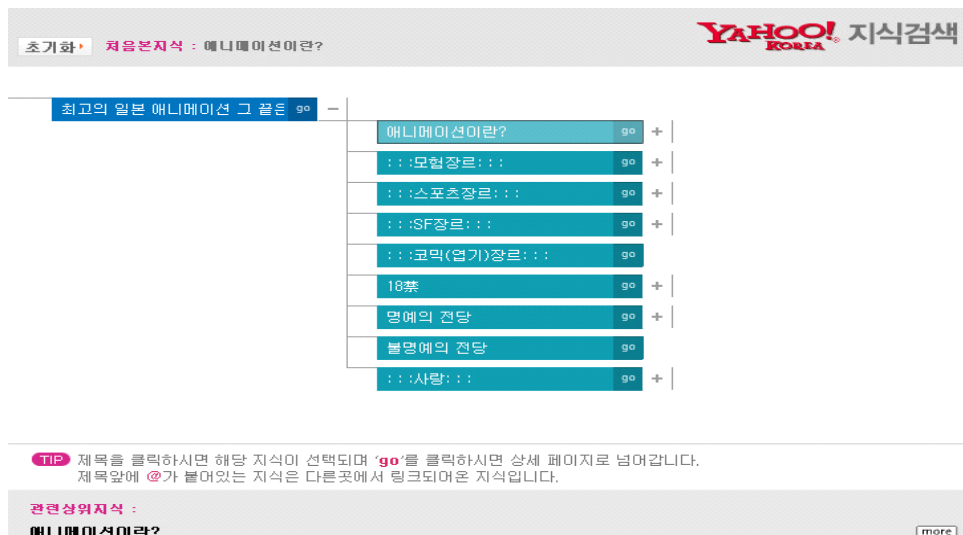
야후 오픈지식은 네이버에서처럼 목록화기능이 되어 있지 않고 Q&A 형식과 일치하게 밑으로 관련지식들이 달려있는 것을 볼 수 있다. 이미 생성되어 있는 지식과 관련된 지식이기때문에 하나의 독립된 지식으로 간주하여 관련 지식을 올릴 때에도 입력방식은 같은 방법을 쓰고 있다.

⑧ 야후 : 위키

위키는 지식 맵이라는 지식연결을 이용하여 지식과 지식을 연결해 주고 있으나 지식을 입력 시 작성자가 연결하는 것이 아니라 자동적으로 연결이

된다고 야후 측에서는 말하고 있다.

위키의 가장 큰 특징이자 장점은 바로 누구든지 지식을 수정할 수 있는 것인데 야후에서는 히스토리 기능을 이용해 과거 누가 언제 지식을 수정했는지 알 수 있도록 구성이 되어 있다. <그림 IV-5>이 위키의 지식 맵의 구조이다. 하나의 지식에 여러 개의 하위 지식들이 트리구조처럼 달려있는 것을 볼 수 있다. 각각의 하위 지식들을 통해 처음 지식과 관련된 지식들을 손쉽게 볼 수 있다.



<그림 IV-5 야후 위키 지식연결 화면>

야후의 위키는 2006년 8월로 문을 닫게 됨으로써 더 이상 야후에서 위키의 모습을 볼 수 없으며 위키 대신 오픈지식이 새롭게 선보이게 되었다.

⑨ 지식연결 비교 표

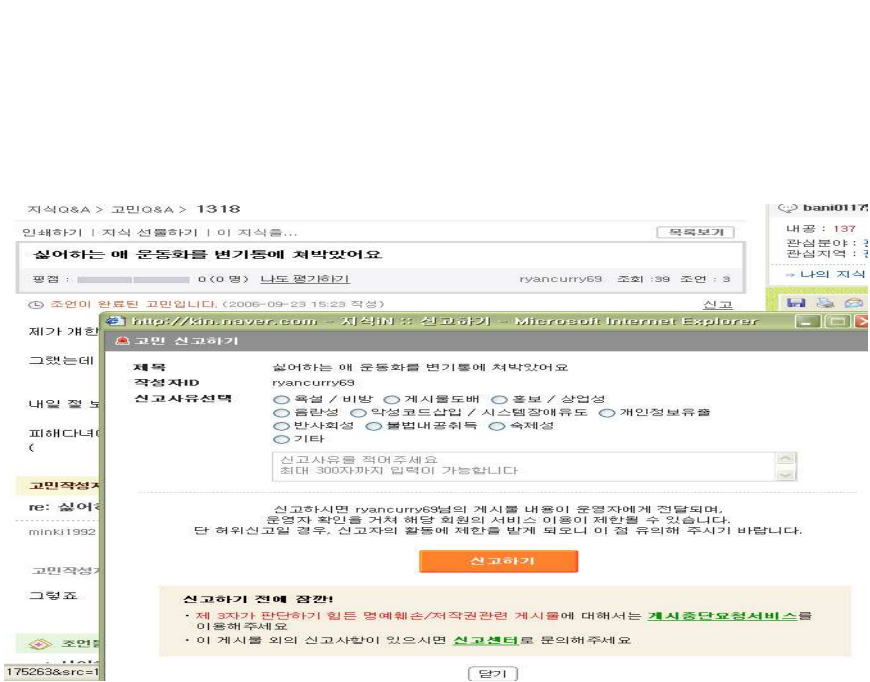
| 연결지식 비교 표 | | | | | | | | | | |
|----------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|
| 기능 | 블로그 | | | Q&A | | | 릴레이 | | | 위키 |
| | 네이버 | 네이트 | 엠피스 | 야후 | 네이버 | 네이트 | 네이버 | 엠피스 | 야후 | 야후 |
| 외부글연기 (트랙백) | 0 | 0 | 0 | X | X | X | X | X | X | X |
| .. 다중 가능 | X | | X | | | | | | | |
| 내부글연기 | 0 | 0 | 0 | X | X | X | X | X | X | X |
| 덧글기능 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | X |
| 수동태그 기능 | 0 | 0 | X | 0 | X | X | X | X | 0 | X |
| 관련지식 목록화 기능 | 0 | 0 | 0 | X | X | X | 0 | X | X | X |
| 지식맵 기능 | X | X | X | X | X | X | X | X | X | 0 |

<그림 IV-6 지식연결 비교>

3) 지식관리 비교

위에 앞서 조사한 포털사이트별로 지식을 어떠한 방식으로 관리하는지에 대해 비교분석해 보고자 한다. 여기서 블로그는 개인의 지식창고 이용되기 위해 관리부분에서는 제외시킨다.

① 네이버



<그림 IV-7 네이버 지식관리>

네이버의 Q&A에서의 지식관리는 지식을 입력한 사람만이 지식을 수정, 삭제할 수 있으며 답변지식이 있을 경우 채택한 지식 외에는 삭제가 가능하다. 지식을 입력한 사람 외에 운영자가 관리하는 경우도 있다. 상대방을 비방하거나 광고, 자살관련 질문 등 등록하기에 부적합하다고 판단되는 경우 신고를 하게 되면 운영자에 의해 삭제가 가능하도록 되어 있다. 네이버의 릴레이 지식에서는 신고하기 외에 해당 지식에 오류 또는 추가할 지식이 있는 경우 지식을 입력한 사람에게 이의를 제기할 수 있다.

② 엠파스

엠파스의 오픈지식 경우에도 네이버와 마찬가지로 상대방을 비방하는 내

용이나 광고성 허위 기재 지식일 경우 운영자에게 신고를 하여 게시물을 삭제할 수 있게 되어 있다.

③ 네이트

네이트사의 Q&A역시 네이버와 엠파스의 지식관리와 매우 유사한 것을 볼 수 있다. 운영자에게 신고를 하게 되면 해당지식을 삭제할 수 있다.

④ 야후

야후의 Q&A와 릴레이 경우 앞에서 설명한 여러 사이트들과 다를 바가 없는 것으로 조사되었다. 신고하기 외에도 태클 달기라는 기능이 있는데 이 기능은 네이버의 이의제기 기능과 유사한 기능이지만 네이버의 경우 글쓴이에게 전달이 되어지는 반면 야후의 태클달기기능은 해당지식자체에 추가할 부분이나 오류부분을 따로 댓글처럼 엮어 쓸 수 있다.

⑤ 지식관리 비교 표

| 지식관리 비교 표 | | | | |
|-----------|-----|----|-----|-----|
| | 네이버 | 야후 | 엠파스 | 네이트 |
| 운영자관리 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 글쓴이 권한 | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 지식이의제기 | ○ | ○ | × | × |

<그림 IV-8 지식관리 비교>

4) 블링크 피플링 미니채널 비교

① 네이버 : 블링크

같은 주제의 블로그 지식들이 서로 연결되어 있는 것을 말한다. 즉, 블링크는 다양한 주제별로 블로그 글이 서로 연결되는 공간인 것이다. 블링크는 본인이 직접 작성한 지식만 링크가 가능하며 트랙백을 통해 네이버 블로그가 아닌 다른 블로그의 링크가 가능하다. 블링크를 통해 같은 관심사를 가진 사람을 쉽게 만들 수 있으며 자신의 지식을 쉽게 공유할 수 있다.

블링크의 생성은 블로그나 카페의 개설하기라는 과정이 아닌 누군가 어떤 주제에 대해 블로그 지식을 링크하는 그 순간 자동으로 생성이 되어 진다.

링크할 블링크를 먼저 검색을 하게 된다. 만약 주제가 개설이 되었다면 같은 주제의 블링크가 보이게 되며 그 블링크를 입력하게 되면 자신의 지식을 개설된 블링크에 연결을 할 수 있게 된다. 하지만 주제가 개설이 안 되었다면 자동적으로 블링크가 생성이 되어 지식을 연결할 수 있게 된다. 앞서 블링크 주제를 정하게 되었다면 그 다음으로 블로그 지식을 링크하는 곳으로 이동이 된다. 자신의 지식들 중에 블링크 주제에 해당하는 지식을 골라 참여를 하게 되면 자신의 블로그 지식에 연결된 블링크 주제들이 자동적으로 연결이 되어 진다.

새로운 블링크에 포스트 연결



기존 블링크에 포스트 연결



<그림 IV-9 네이버 블링크1>

<그림 IV-9>는 새로운 블링크에 지식을 연결한 화면과 기존 개설된 블링크에 지식을 연결된 화면이다. 연결된 지식을 클릭하게 되면 블링크에서 보여지는 것이 아니라 연결된 블로그 지식으로 이동하게 되어 있어 블링크를 지식을 쌓아두는 저장창고가 아닌 주소들만 등록되어 있는 주소록이라고 해도 크게 무리는 없을 것 같다.

외부 블로그 글 블링크 연결



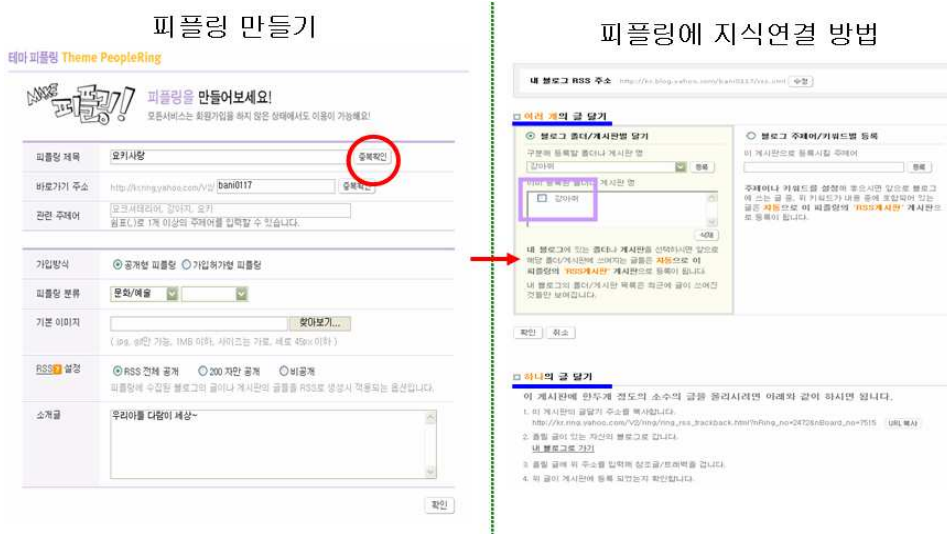
<그림 IV-10 네이버 블링크2>

<그림 IV-10>은 외부 블로그 즉 타 회사의 블로그의 지식을 연결하는 부분이다. 지금 보는 그림은 네이트의 블로그인 통에서 네이버의 블링크 주제에 지식 연결하는 것을 볼 수 있다. 오른쪽 그림의 특정한 블링크 주제의 트랙백 주소를 복사하여 네이트 블로그의 지식에 트랙백 주소공간을 통해 붙이게 되면 네이트의 지식이 네이버 블링크 주소록 속으로 저장된다. 외부 블로그도 가능하다는 것이 블링크의 가장 큰 특징이 되겠다.

② 야후 : 피플링

야후의 피플링은 블로그 이용자들을 위한 새로운 커뮤니티이다. 우리가

처음 만나보았던 다음의 카페형식과 매우 유사하다고 볼 수 있다. 블로그에 쓰여진 지식별로 나누어 놓았기 때문에 주제별로 같은 성향의 블로거들을 좀더 찾기 쉽도록 만들어졌다. 야후에 가입을 하지 않아도 이용이 가능한 것이 가장 큰 특징이며 자동 등록이 가능하다.



<그림 IV-11 야후 피플링>

<그림 IV-11>은 피플링을 개설하여 지식을 연결하는 부분이다. 피플링은 개설자가 직접 주제를 검색하여 개설해야 하며 지식을 연결할 때 두 가지 방법을 제시하게 된다.

하나는 여러 개의 글 달기이며 다른 하나는 하나의 글 달기 이다. 여기서 여러 개의 글 달기는 블로그 폴더나 게시판을 통째로 연결하는 방법과 블로그의 주제어나 키워드별로 연결하는 방법으로 나뉜다. 폴더나 게시판으로

연결하는 방법은 자신의 폴더를 선택하게 되면 해당된 폴더 안에 지식을 입력 시 자동으로 피플링의 게시판으로 등록이 되는 방식이다. 주제어 또한 블로그에 입력한 지식들 중 선택한 주제어나 키워드가 내용 중에 포함되어 있는 글은 자동적으로 피플링에 등록이 되는 방식을 말한다. 하나의 글 달기는 말 그대로 한 두개 정도의 소수의 글을 올릴 때 사용되며 야후는 외부 블로그의 지식 연결이 불가능한 것이 아쉬운 점이라고 할 수 있겠다.

③ 네이트 : 미니채널

네이트의 미니채널은 인터넷 Broadcast 채널 서비스를 말한다. 필요한 인터넷 정보를 나만의 의미를 담아 새로운 정보구조로 편집하고 목록화 하여 정보의 묶음 단위로 저장하고 관리한다. 미니채널의 특징은 주제가 있는 핫클립이며 주제 단위의 폴더로 만드는 것처럼 태그를 단 여러 개의 웹페이지를 의미 있는 주제로 묶은 하나의 목록이다. 이러한 미니채널들이 저장되고 관리되는 공간을 채널로그라고 하는데 채널로그는 태그를 단 웹페이지와 태그들을 저장한다. 즉, 개인의 관심사가 가득 쌓여있는 정보의 저장창고라고도 볼 수 있다. 자신의 채널로그에서 각 주제의 미니채널이라는 정보 목록화 기능을 이용하여 모든 웹페이지의 지식들을 한곳에 저장할 수 있다.

④ 기능별 정리 표

| 블링크, 피플링, 미니채널 비교표 | | | |
|--------------------|-----|------|-------------|
| | 네이버 | 야후 | 네이트 |
| 운영자권한 | × | ○ | ○ |
| 카테고리분류 | × | ○ | × |
| 외부블로그 트랙백기능 | ○ | × | ○ |
| 북마크기능 | ○ | × | ○ |
| 중복검색기능 | ○ | ○ | × |
| 포스트검색기능 | × | ○ | × |
| 포스트삭제기능 | × | 요청가능 | 자신이 올린것만 가능 |
| 자동등록기능 | × | ○ | × |
| 수동등록기능 | ○ | ○ | ○ |
| 커뮤니티기능 | × | ○ | × |

<그림 IV-12 블링크, 피플링, 미니채널 비교>

3. 설문 평가 분석

앞서 현재 우리나라에서 가장 주목을 받으며 지식서비스의 열풍인 각 포털의 서비스들에 대해서 비교 분석해 보았다. 각각의 특색을 가지고 많은 사람들이 이용하고 있는 지식서비스들은 지식사용자의 입맛에 더욱 맞추기 위하여 다양한 서비스들을 선사하고 있는 것을 볼 수 있다. 21세기의 지식기반사회에서의 지식은 가장 의미 있는 자원이며 현재 web 2.0의 도입으로 인해 많은 사람들이 지식을 활용할 수 있게 되었기 때문에 현재 활발히 지식 콘텐츠를 이용하고 있는 사용자들의 지식서비스 이용 실태 조사는 필요

하다고 볼 수 있다.

본 논문에서는 웹사이트 분석 평가 전문 사이트인 랭키 닷컴 (www.rankey.com)의 2006년 3월부터 2006년 8월까지의 지식검색 일평균방문자 순위에서 부동의 1위를 보이고 있는 네이버사의 지식iN을 선정하여 설문조사를 실시하였다. 지식iN 서비스에서 지식의 답변을 해주고 있는 일반답변자, 에디터, 스폰서로 나뉘어 총 200명을 대상으로 설문조사 하였으며 세계적으로 지식의 열풍의 센세이션이 되고 있는 위키피디아 사용자 20명 대상으로 설문조사를 실시하였다. 단, 온라인 지식서비스 설문조사이기 때문에 네이버의 경우 200명중 총 61명이 답변하였으며 위키는 20명중 총 7명이 답변하였다.

1) 네이버 지식iN서비스 이용 행태 분석

네이버의 지식서비스 사용하고 답변인들은 대부분 남자인 것으로 분석되었다. 실제로 대상자를 선정할 시 네이버에서 서비스하고 있는 ‘내공’을 토대로 하였지만 대상자 분석에서도 80%가 남자로 나타났다. 이는 남자들이 좀 더 적극적인 자세로 지식공유서비스를 이용하고 있다고 분석할 수 있다 (<표 IV-1 참고>).

(단위 : 명, %)

| | 일반답변자 | 스폰서 | 에디터 | 합계 |
|----|------------|------------|------------|-----------|
| 남자 | 19 (31.1%) | 16 (26.2%) | 20 (32.8%) | 55(90.2%) |
| 여자 | 0 | 6 (9.9%) | 0 | 6(9.8%) |

자료 : 설문조사 (직접 실시)

<표 IV-1 지식서비스 사용자 분석>

앞서 얘기했듯이 오픈지식에서의 지식형태와 전문가 지식에서의 지식의 형태는 다르게 나타난다. 오픈지식에서의 지식은 누구나 쓸 수 있기 때문에 전문가적인 지식에서부터 일반 생활 상식까지 매우 폭이 넓은 반면 전문가 지식 형태는 해당 분야에 대해서만 다뤄지게 된다. 현재 많은 사람들은 어떠한 지식의 형태를 사용하고 있는지에 대한 설문 분석이다.

(단위 : 명, %)

| | 일반인 | 전문가 | 에디터 | 합계 |
|--------------|---------|----------|---------|-----------|
| 간단한 사실관계 지식 | 5(8.2%) | 2(3.3%) | 0(0%) | 7(11.5%) |
| 경험으로부터 얻은 지식 | 8(13.1) | 9(14.7%) | 14(23%) | 31(50.8%) |
| 타인으로부터 얻은 지식 | 3(4.9) | 0(0%) | 4(6.6%) | 7(11.5%) |
| 문서로부터 얻은 지식 | 3(4.9) | 11(18%) | 2(3.3%) | 16(26.2%) |
| 기타 | 0(0%) | 0(0%) | 0(0%) | 0 |

자료 : 설문조사 (직접 실시)

<표 IV-2 지식서비스 지식형태 분석>

<표 IV-2>의 분석을 보듯이 경험으로부터 얻은 지식들이 50.8%로 가장 많은 지지율을 보이고 있는 것으로 나타났다. 즉, 전문가적인 부분 외에도 경험에서 알 수 있는 지식형태가 필요한 것으로 분석이 되었다.

(단위 : 명, %)

| | 일반인 | 전문가 | 에디터 | 합계 |
|----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 해당분야 전문가 | 12(14.3%) | 6(7.1%) | 12(14.3%) | 30(35.7%) |
| 해당 분야 경험자 | 11(13.1%) | 3(3.6%) | 18(21.4%) | 32(38.1%) |
| 관심과 흥미있는 일반인답변 | 3(3.6%) | 12(14.3%) | 6(7.1%) | 21(25%) |
| 재미삼아 답변 | 0(0%) | 0(0%) | 0(0%) | 0(0%) |
| 검색하여 찾아주는 답변 | 0(0%) | 1(1.2%) | 0(0%) | 1(1.%) |

자료 : 설문조사 (직접실시)

<표 IV-3 지식서비스 지식답변 분야 분석>

<표 IV-3>에 의하면, 61명의 응답자 중 32명이 해당분야의 경험자로 답변이 되었다. 이는 지식을 창출하는 유형이 꼭 전문가뿐만이 아니라 경험자나 관심과 흥미가 있는 답변자도 그에 걸 맞는 지식을 창출 한다는 의미라고 분석된다.

(단위 : 명, %)

| | 일반인 | 전문가 | 에디터 | 합계 |
|-----------------|-----------|-----------|---------|-----------|
| 직접 기술 | 10(16.4%) | 16(26.2%) | 14(23%) | 40(65.6%) |
| 여러 지식을 편집 하여 기술 | 9(14.8%) | 3(4.9%) | 6(9.8%) | 18(29.5%) |
| 지식을 퍼온 기술 | 0(0%) | 3(4.9%) | 0(0%) | 3(4.9%) |

자료 : 설문조사 (직접 실시)

<표 IV-4 지식서비스 지식답변 기술 유형 분석>

<표 IV-4>에 의하면, 대부분이 직접 기술을 하고 있음이 나타나며 또한 여러 지식들을 편집하여 기술 하는 부분도 상당수 차지하여 지식의 재구성의 필요성이 들어난다고 분석되었다.

(단위 : 명, %)

| | 일반인 | 전문가 | 에디터 | 합계 |
|-------------------|---------|-----------|-----------|-----------|
| 금전적 보상 필요 | 6(9.8%) | 5(8.2%) | 2(3.3%) | 13(21.3%) |
| 금전적 보상 불필요 | 2(3.3%) | 5(8.2%) | 16(26.2%) | 23(37.7%) |
| 금전적 보상 있어도 없어도 그만 | 11(18%) | 12(19.7%) | 2(3.3%) | 25(41%) |

자료 : 설문조사 (직접 실시)

<표 IV-5 지식서비스 지식답변 보상 분석>

<표 IV-5>에 의하면, 지식을 창출함에 있어서 금전적인 보상의 긍정적 반응이 총 61명중 38명의 응답으로 나타났다.

(단위 : 명, %)

| | 일반인 | 전문가 | 에디터 | 합계 |
|--------------|----------|----------|----------|-----------|
| 정확한 정보 전달 필요 | 4(6.6%) | 6(9.8%) | 8(13.1%) | 18(30%) |
| 지식의 체계화 필요 | 0(0%) | 8(13.1%) | 5(8.2%) | 13(21.3%) |
| 중복질문 여과장치 필요 | 2(3.3%) | 0(0%) | 6(9.8%) | 8(13.1%) |
| 기타 | 5(8.2%) | 3(4.9%) | 1(1.2%) | 9(14.3%) |
| 대답 없음 | 8(13.1%) | 5(8.2%) | 0(0%) | 13(21.3%) |

자료 : 설문조사 (직접실시)

<표 IV-6 지식서비스 필요성 분석>

<표 IV-6>에 의하면, 현재 지식공유서비스의 문제점이 드러나고 있는 것을 볼 수 있는 데, 총 61명의 응답자 중 13명은 무응답이었으며 무려 30% 정도가 지식의 정확성을 꼽았다. 두 번째로 21%정도의 지식의 체계화를 들어 오픈서비스로 인해 누구나 지식을 창출할 수 있다는 최대의 장점 뒤에 숨겨진 문제점들이 이용자들의 불만으로 나오고 있다는 분석으로 해석된다.

2) 위키피디아 서비스 이용 행태 분석

네이버의 지식iN 답변자들과 마찬가지로 위키피디아 답변자들 또한 전부 남성인 것으로 조사되었으며 <표 IV-7>에 의하면, 무려 59%정도가 경험에 의해 답변한다는 응답으로 지식iN 설문 분석과 비슷한 결과가 나왔다.

(단위 : 명, %)

| | 응답자 |
|-----------------|--------|
| 해당분야 전문가 | 4(33%) |
| 해당분야 경험자 | 0(0%) |
| 관심과 흥미있는 일반인 답변 | 7(59%) |
| 재미삼아 답변 | 1(8%) |
| 검색하여 찾아주는 답변 | 0(0%) |

자료 : 설문조사 (직접 실시)

<표 IV-7 위키피디아 지식답변 분야 분석>

(단위 : 명, %)

| | 응답자 |
|------------------|--------|
| 익명사용의 신분을 속이는 문제 | 0(0%) |
| 비 전문가들이 무분별한 지식 | 5(71%) |
| 이념적 지식의 상반된 의견 | 2(29%) |
| 악의적인 지식 왜곡 | 0(0%) |
| 기타 | 0(0%) |

자료 : 설문조사 (직접 실시)

<표 IV-8 위키피디아 문제점 분석>

<표 IV-8>에 의하면, 위키피디아의 익명제도로 인해 정보의 신뢰성에 대한 문제점을 한층 더했다고 볼 수 있을 것이다. 대부분의 사용자가 익명제도와 비전문가들이 무분별한 지식을 선택함으로써 지식의 신뢰성을 문제점으로 꼽고 있음으로 분석된다.

(단위 : 명, %)

| | 응답자 |
|-------------------|--------|
| 금전적인 보상 필요 | 3(43%) |
| 금전적 보상 불필요 | 0(0%) |
| 금전적 보상 있어도 없어도 그만 | 4(57%) |

자료 : 설문조사 (직접실시)

<표 IV-9 위키피디아 보상 답변 분석>

<그림 IV-46>에 의하면, 지식을 창출함에 있어 지식iN과 마찬가지로 금
전적인 보상에 대한 긍정적인 반응이 100%로 나타났다고 분석되었다.

(단위 : 명, %)

| | 응답자 |
|----------------|--------|
| 전문가 지식 생성 및 작성 | 5(71%) |
| 전문에디터 편집 및 수정 | 2(29%) |
| 실명제 사용 | 0(0%) |
| 기타 | 0(0%) |

자료 : 설문조사 (직접실시)

<표 IV-10 위키피디아 필요성 답변 분석>

<표 IV-10>에 의하면, 앞서 설문조사한 지식iN과 비슷한 결과로써 지식의 전문성을 꼽았음을 알 수 있다.

4. 지식서비스의 개선방안

앞서 본 논문에서 연구한 오픈지식서비스 현황과 전문가 지식서비스 현황, 그리고 설문지를 통한 분석을 토대로 살펴보면 지식서비스의 개선방안을 총 4가지로 정리할 수 있다.

지식은 누구나 창출 할 수 있어야 한다. 본 연구의 설문지 분석에 의하면 지식은 해당분야의 전문가 뿐 만이 아니라 경험자에 의해서도 지식을 창출하는 것을 알 수 있었다. 지식은 해당분야의 전문가뿐만이 아니라 생활 속 곳곳에서도 자리 잡고 있으며 그런 지식들과 경험에서부터 우리나라 지식들까지도 포괄해야할 것이다.

지식의 신뢰성을 증가 시킬 수 있는 전문가를 개입시켜야 한다. 지식을 누구나 창출 할 수 있다면 지식에 대한 신뢰성에 대한 문제가 발생된다. 본 논문의 문헌연구와 설문분석에 의해 현재 지식공유서비스의 가장 큰 문제점이라고 볼 수 있기 때문에 신뢰성을 증가시킬 수 있는 대안으로 전문가 개입을 제안한다. 해당분야의 전문가들로 인해 지식을 필터링하며 지식의 전문성을 평가 한다면 현재 대두되고 있는 신뢰성에 관한 문제를 해결할 수 있을 것이다.

지식의 인증을 빠르게 처리할 수 있는 인증 시스템을 도입해야한다. 지식

의 신뢰성을 높이기 위해 전문가에 의한 인증 시스템의 핵심은 바로 인증 기간일 것이다. 인터넷의 발달로 정보의 홍수 속에서 살고 있는 우리는 인증처리가 길고 까다롭다면 지식을 공유하고 누구나 사용하기 어렵기 때문이다. 단적인 예로 본 논문의 문헌연구의 특허제도와 논문제도를 들 수 있다.

해당분야의 전문가를 개입시키기 위해 수익모델을 결합시킨 지식서비스모델이 필요하다. 신뢰성과 보다 높은 퀄리티의 지식을 만들기 위해서는 반드시 해당 분야의 전문가가 필요하며 이러한 전문가들을 지식공유서비스로 개입시키기 위해서는 경제적 문제를 해결 할 수 있는 수익모델을 적용시킨 지식서비스모델이 도입되어야 할 것이다. 전문가 개입의 필요성에 대한 문제의 대안으로 네이버 지식iN에서도 지식 스폰서인 전문가를 섭외하여 지식의 신뢰성 문제를 보완하고 있지만 어떠한 금전적인 보상이 가해지지 않고 마케팅효과를 제시하고 있다. 본 연구의 설문조사를 통해 살펴보면 지식스폰서 전체 응답자 22명 중 19명이 효과를 보지 못한다는 응답을 통해 수익모델 결합의 필요성을 알 수 있다.

V. 지식서비스의 설계

1. 지식요건

지식공유의 중요성은 한 개인의 블로그에서도 잘 나타나있다. “네가 별에 대해서 연구하고 싶은 과학자라고 상상해봐. 그런데 그 방면의 책이 없다면?? 그 방면의 지식들이 없다면?? 너는 이제까지 다른 과학자들이 별에 관해서 발견한 사실들을 전혀 알 수 없을 거야.. (생략)” (네이버 블로그, <http://blog.naver.com/trusaf/70011120511>)

인터넷이 발달하고 web2.0의 도입으로 오프라인에서만 존재하던 지식들이 온라인 속으로 속속들이 오픈 되고 있다. 지식을 쉽게 얻고 쉽게 줄 수 있는 환경은 만들어져 있지만 지식을 제대로 알고 알리며 얻는 것이란 쉽지 않다. 현재의 지식공유 서비스의 문제점으로 잘못된 지식과 중복된 지식 그리고 지식의 저작권 등이 손꼽히고 있다.

이러한 문제점을 축소화시키고 지식공유를 바르게 활성화시키기 위해서 우리나라의 특허제도에서 모티브를 얻어 특허제도의 문제점을 보완하는 시스템을 설계하고자 한다.

1) 주체적 요건

주체적 요건이란 기존오프라인 및 온라인의 지식을 등록시키거나 기존지식을 편집 또는 새로운 지식을 등록시키는 지식등록자가 갖추어야 할 요건이다.

① 정당한 등록자일 것

지식등록은 ‘편집자’ 또는 ‘등록자’ 혹은 ‘저작권자’ 이어야 하며 ‘등록자’는 타인의 지식을 모인한 자이어서는 안 된다. ‘편집자’는 타인의 지식을 조합시키며 자신이 추가지식을 입력할 때에는 타인의 지식을 모인해서는 안 된다. ‘저작권자’는 해당 지식을 등록시키거나 편집하여 지식의 저작권을 행사하는 자로써 위의 ‘등록자’와 ‘편집자’ 요건에 부합해야 한다.

② 정당한 대리인일 것

지식등록의 대리인이란 기존 오프라인 및 온라인에 있는 지식을 등록시키고자 할 때 해당 지식의 저작권자가 등록을 하지 아니하고 타인이 지식을 대리인으로써 올리는 자격을 말한다. 이때의 대리인은 기존 지식요건에 따라 지식의 저작권자가 가질 수 있는 권한을 1년 동안 유지 할 수 있으며 저작권자의 요청 시 지식에 대한 권한은 저작권자에게 옮겨 가며 이때의 대리인은 해당지식의 ‘지식발견자’로 개제된다. (‘지식발견자’의 설명은 기존지식요건에서 설명한다.)

2) 객체적 요건

객체적 요건이란 새로운 지식을 등록시킬 경우 또는 추가지식으로 지식을 등록시킬 경우에 지식이 갖추어야 될 요건과 해당되어서는 안 될 요건을 포함한다.

① 적극적 지식 요건

(1) 신규성이 있을 것

새로운 지식으로써 인정을 받기 위해서는 지식이 '새로움'을 갖추어야 한다. 즉, 다른 사람의 책이나 인터넷 등으로 공지되었거나 공연히 실시된 지식 또는 국내/국외에서 반포된 간행물에 기재된 지식과 동일한 지식이어서는 안 됨을 말한다.

(2) 뒷받침하는 근거성이 있을 것

새로운 지식의 근거가 반드시 존재하여야 한다.

(3) 진보성이 있을 것 (전문성)

진보성이란 지식의 수준의 난이도를 말하며 뒷받침하는 근거가 있고 신규성을 갖춘 지식이 다음단계로서 갖추어야 될 지식요건이다. 지식의 수준의 난이도가 아주 낮아 일반인들도 알고 있는 지식이어서는 안 된다.

② 소극적 지식 요건

지식이 광고 또는 음란성, 타인에게 해가 될 염려가 있는 지식일 경우에는 지식 요건에 부합할 수 없다.

3) 기존 지식 요건

기존지식의 요건이란 온라인/ 오프라인 속에서 출처를 모르거나 혹은 출처를 알고 있는 지식이 지식센터에 등록되지 않은 지식을 등록시키는 요건을 말한다. 이 요건은 지식의 저작권자 외에 지식의 저작권에 대한 대리인이 발생되며 대리인은 대리인의 자격으로 지식을 등록시킬 수 있다.

① 기존에 인정 되어진 지식 요건

각종 학회에서 인정받은 논문, 백과사전의 지식, 책의 지식, 신문기사 등의 기존에 인정된 지식에 대한 요건을 말한다.

기존에 인정된 지식에 한하여 객체요건 심사에서는 제외가 된다. 지식등록자 및 대리인이 기존 지식 등록 시 출처확인과 저작권자의 확인 후 지식이 등록되며 대리인으로 올려 질 경우, 지식은 유료지식이 될 수 없다. 저작권자의 요구가 있을 때 확인절차를 걸쳐 지식에 대한 모든 권한이 대리인에서 저작권자로 옮겨진다. 기존 지식 심사를 통하여 저작권자는 지식을 유료지식으로 전환 할 수 있다. 단, 흔히 많이들 알고 있으며 많은 지식들의 기준이 되어 지고 있는 공식, 또는 지식들은 유료지식으로 전환 할 수 없다.

② 기존에 인정된 지식 외의 지식 요건

출처 없이 혹은 있으나 기존에 인정되지 않은 새로운 지식에 대한 요건을 말한다. 지식등록자 및 대리인이 등록가능 하며 저작권 대리인 신청으로 객체 요건심사에 응시 할 수 있다. 저작권 대리인이 등록 시 객체 요건 심사를 통해 유료지식으로 선정되면 지식에서 발생된 비용에 대해 1년 동안의 권한이 생긴다. 1년 후 해당 지식에 대해 저작권자의 요구 발생이 있을 시 저작권자의 확인 절차 후 지식에 대한 모든 권한은 대리인에서 저작권자로 옮겨 간다. 만약 저작권자가 나타나질 않을 경우 지식센터에 미 저작자로 소장이 되며 유료비용은 3년 단위로 합산하여 지식센터 운영비(지식발견자 비용)로 쓰인다.

③ 지식대리인자

각종 학회에서 인정받은 논문, 백과사전의 지식, 책의 지식, 신문기사 등의 기존에 인정이 되어 진 지식과 출처 없이 혹은 있으나 기존에 인정되지 않은 새로운 지식을 저작권자가 등록을 하지 아니하고 타인이 지식을 대리인으로써 올리는 자격을 말한다. 이에 대한 자세한 내용은 주체적 요건을 참조한다.

④ 지식발견자

지식발견자는 지식대리인으로써 지식에 대한 모든 권한을 유지하다가 저작권자의 요청이나 1년이 지나 저작권을 행사 할 수 없는 경우 지식의 권한이 대리인에서 저작권자로 옮겨지거나 지식센터에 옮겨지게 된다. 이때에 대리인은 지식의 저작권 대리인에서 ‘지식발견자’로 지식에 개체가 되며 ‘지

식발견자'의 해당 비용을 받게 된다.

⑤ 기존 지식 심사 요건

각종 학회에서 인정받은 논문, 백과사전의 지식, 책의 지식, 신문기사 등의 기존에 인정이 되어진 지식에 대한 심사 요건을 말한다. 지식등록자(혹은 저작권자)이거나 대리인이 기존 지식을 등록시켜 유료 지식으로 전환 할 때에는 유료지식으로써 가치가 있는 것인지에 대한 심사를 한다. 기존 지식 심사 요건은 2-5의 심사요건을 따르며 심사 내용은 아래내용을 따른다.

- (1) 많은 새로운 지식에 바탕(근원)이 될 만한 지식인가?
- (2) 뒷받침하는 근거가 포함된 지식인가?
- (3) 다른 전문가들에게 얼마나 많은 인정을 받은 지식인가?
- (4) 지식을 쓴 자가 해당 지식에 얼마나 많은 지식을 알고 해당 분야 전문가 인가?

심사내용을 통해 등록자가 제시한 가격이 조정될 수 있으며, 심사를 통해 가격이 지식의 내용과 부합된다면 심사자가 제시한 가격으로 등록된다.

4) 절차적 요건

지식이 등록 되어 사용할 수 있기 위해서는 이상의 주체적, 객체적 요건 이외에 지식요건이 요구하는 지식 절차적 규정에도 적합하여야 한다. 즉 지

식을 등록하고 심사하는 기준 절차에 엄격히 지켜야 한다.

5) 편집 요건

편집요건이란 지식을 재구성할 시에 사용되는 요건으로 기존지식을 편집하여 새로운 지식으로 재구성 하는 것을 말한다.

① 편집자

지식을 재구성하여 등록하는 사람을 편집자라고 지칭하며 편집자는 재구성한 지식의 편집권을 가지며 편집비용을 가질 수 있다.

② 저작권자

본 논문에서의 저작권자를 말함은 지식을 등록시킨 등록자를 말한다. 등록자가 지식을 등록하면 해당 지식에는 저작권이 붙으며 해당 지식을 다른 이가 사용 시에는 저작비용을 지불해야 한다. 이때의 저작비용은 비용요건에서 설명하도록 한다.

③ 추가지식

재구성한 지식에 추가적으로 지식을 입력할 수 있는 것을 말한다. 추가지식은 편집으로 추가 할 것인지 새로운 지식으로 추가하여 심사를 받을 것인지 결정하여 입력한다. 편집으로 추가 시 추가된 지식에 따른 비용선정에서 제외되며 편집수익만 받는다. 전문가 심사를 통하여 등록자가 제시한 지식

의 가격이 조정이 될 수 있다.

6) 심사 요건

등록을 마친 지식이 정식으로 인정을 받고 등록이 되기 위해서는 심사과정을 거치게 된다. 심사란 일정 자격을 갖춘 심사관이 판단하는 과정이다.

① 심사위원 자격

각 해당 분야에 심사위원을 위촉하며 심사위원은 해당분야의 전문가를 입증 하는 자료를 토대로 심사위원시험에 통과된 자에 한에서만 자격이 부여된다.

② 심사내용

새로운 지식을 등록하거나 추가지식으로써 심사를 받기 위하여 등록할 때 심사를 실시한다. 각 심사내용은 등록자에게 개인별로 통보가 된다. 주체적 요건에 부합이 되는지 객체적 요건에 부합되는지 절차적 요건을 잘 수행했는지를 보게 되며 만약 부합되지 않는다면 그 이유 또한 등록자에게 개인별로 통보를 한다.

③ 심사비용

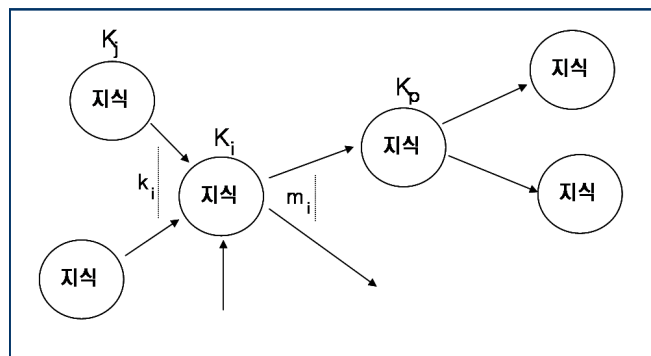
지식심사에 배정이 될 시 제시한 등록비와 로열티를 받을 수 있다. 단 로열티는 지식의 심사 후 가격의 15%를 넘을 수 없다.

④ 심사위원 선정요건

심사위원들은 해당 분야에 올라온 지식들을 보고 직접 참여 의사를 밝힌다. 참여 의사를 밝힌 지식의 심사비용과 지식 로열티를 제시 할 수 있으며 제시한 로열티와 심사비용 등급 점수, 전문가 등급 점수, 심사한 지식 추천 점수를 합하여 높은 점수를 획득한 심사위원을 각 지식에 2명을 배정한다.

7) 수익 및 비용 요건

지식의 수익과 비용을 처리하는 부분으로서 “저작권자의 수익”, “심사자의 수익”, “관리자의 수익”, “소비자가 지불하는 지식비용”으로 나뉘게 된다.



<그림 V-1 지식 구조>

본 논문에서의 지식 구조는 <그림 V-1>과 같다. K_i 가 현재 보는 지식이 라면 K_i 지식은 여러 다른 지식들을 참고 할 수 있는 구조를 가진다. 즉, K_p 와 같은 여러 지식들을 포함할 수 있다. 또한 K_i 지식은 다른 K_j 지식에도 포함될 수 있으며 K_j 외에 다른 지식들에게도 포함될 수 있는 구조를 가진다.

① 지식 가격 C_{K_i}

지식의 가격은 지식을 등록한 자가 자신의 지식에 가치를 판단하여 입력할 수 있으며 지식심사 시 심사자가 판단하여 조정할 수 있다. 두 가격이 일치 하지 않을 시 지식심사자의 가격으로 한다.

$$C_{K_i} = C_i + \alpha$$

C_i = 저작자가 원하는 가격.
 α = 심사자가 확인 후 조정된 지식 가격.

② 지식 등록 비용 R_{K_i}

지식을 심사 받기 위해 일차적으로 지식을 등록시키게 된다. 지식을 등록시키기 위하여 지식등록자는 지식의 가격의 등록의 수수율을 적용시킨 지식등록비와 지식을 심사받기 위하여 심사자가 제시한 심사비용을 지식 총 등록비용으로 지불하게 된다.

$$R_{K_i} = pC_{K_i} + J_{K_i}$$

p = 등록수수율
 J_{K_i} = 심사자가 제시한 고정 심사비용
 R_{K_i} = 지식등록 총비용

③ 저작권자의 수익

지식을 등록시킨 자에 대한 수익으로 등록시킨 해당 지식을 본 횟수만큼의 비용과 다른 지식에 포함 되어 조회된 횟수의 할인율을 적용시킨 가격에

서 운영 수수율에 따른 금액과 심사자가 제시한 지식 로열티, 지식을 등록 시킬 때 발생된 총 비용을 제외한 금액이 저작자의 순 이익이 된다.

$$(1 - q - r_{K_i})(n_i + \sum_{j=1}^{k_i} n_{ji} d_{ji}) C_{K_i} - R_{K_i}$$

n_i : 지식 i 를 직접 본 횟수
 n_{ji} : 지식 j 에 포함되어 조회된 횟수
 k_i : 지식 i 가 포함된 지식의 갯수
 q : 운영 수수율
 d_{ji} : 지식 j 에게 제공하는 지식 i 의 할인율
 r_{k_i} : 해당 지식의 심사 로열티

④ 심사자 수익

심사자는 해당 지식을 심사할 시 제시한 고정 심사비용과 해당 지식의 로열티에 따른 지식 수익과 다른 지식에 포함이 되어 할인율을 적용시킨 지식의 수익을 가져가게 된다.

$$J_{K_i} + r_{K_i}(n_i + \sum_{j=1}^{k_i} n_{ji} d_{ji}) C_{K_i}$$

⑤ 관리자 수익

시스템 관리자의 수익은 심사를 받기 위하여 지식을 등록시킬 때 저작자가 원하는 지식가격에 등록 수수율을 적용시킨 등록비와 지식의 조회 횟수에

따른 운영 수수료를 적용시킨 지식의 운영비를 가져가게 된다.

$$pC_{K_i} + q(n_i + \sum_{j=1}^{k_i} n_j d_{ji}) C_{K_i}$$

⑥ 소비자가 지불하는 지식 비용

해당 지식을 열람한 소비자가 지불하는 비용을 말한다. 해당 지식의 가격을 지불하며, 본 지식에 포함되어 있는 연관된 다른 지식을 볼 경우 할인율에 적용한 지식의 가격을 지불하게 된다. 지식 K_i 에 포함된 지식들의(K_p) 개수가 m_i 라고 하면 비용은 다음과 같이 계산할 수 있다.

$$C_{K_i} + \sum_{p=1}^{m_i} d_{ip} C_{K_p}$$

8) 지식 이의 신청 요건

지식 이의 신청이란 등록된 지식들 중 사용자가 해당 지식에 관하여 이의 신청을 할 수 있는 요건을 말한다.

① 이의 신청 절차

이의 신청은 지식을 사용하고 이용하는 “누구나” 할 수 있으며, 이의 신청 기간은 따로 정해지지 않는다. 이의 신청을 하고자 하는 자는 이의 신청의 이유와 그 증거를 작성하여 제출한다.

② 이의 신청 내용

(1) 지식 내용

지식의 오타, 내용첨가, 내용수정, 내용반론 등 지식의 내용에 관한 이의 신청을 말한다.

(2) 비용 선정

유료지식의 비용에 관하여 지식의 내용과 전문성에 비해 비용처리부분이 너무 높게 책정이 되어진 경우에 관한 신청을 말한다.

2. 지식 서비스 설계 권한

1) 시스템관리자

지식 서비스를 관리하는 자로써 지식을 등록하는 자들이 절차적 요건을 잘 따르며 지식을 등록 및 심사에 있어 문제점은 없는지 등을 포괄적으로 운영하는 역할을 한다.

시스템관리자는 모든 운영권을 가지며 심사를 하는 전문가를 선별하는 권한을 갖는다.

2) 지식등록자

지식을 등록하는 자로써 새로운 지식과 기존지식을 작성하여 등록할 수 있으며 등록된 지식의 모든 권한을 갖는다.

① 지식 저작권자

본인의 지식을 등록신청을 하여 인정이 된 지식등록자를 말한다. 지식을 등록할 때 본인의 지식일 경우 지식의 저작권자로써의 자격을 가지며 지식을 수정, 삭제 등의 편집할 수 있다.

② 지식 대리인

기존에 인정이 되어 진 지식과 출처 없이 혹은 있으나 기존에 인정되지 않은 새로운 지식을 저작권자가 등록을 하지 아니하고 타인이 지식을 대리인으로써 올리는 자격을 말한다. 타인의 지식을 등록할 시에는 지식의 대리인으로써 대리인의 자격을 가질 수 있다. 또한 부분적으로 지식 심사요청이 가능하며 저작권자 요청이 아니라도 1년간의 해당 지식의 권한을 가진다. 저작권자의 요청이나 1년 후에는 지식대리인이 아닌 지식 발견자로써 개제된다.

③ 지식 발견자

지식발견자는 지식대리인으로써 지식에 대한 모든 권한을 유지하다가 저작권자의 요청이나 1년이 지나 저작권을 행사 할 수 없는 경우 지식의 권한이 대리인에서 저작권자로 옮겨지거나 지식센터에 옮겨지게 된다. 이때에

대리인은 지식의 저작권 대리인에서 ‘지식발견자’로 지식에 개체가 되며 ‘지식발견자’의 해당 비용을 받게 된다. 지식 발견자는 해당지식의 편집, 재심, 심사 등의 모든 권한은 부여 받지 못하며 단지 지식을 발견한 자로써의 비용을 받을 수 있다.

④ 지식 편집자

지식을 재구성하여 등록하는 사람을 편집자라고 지칭하며 편집자는 재구성한 지식의 편집권을 가지며 편집비용을 가질 수 있다.

편집자는 편집권을 가짐으로써 해당 지식의 수정, 삭제 권한을 가지지만 편집 시 재 편집이 된 지식일 경우 원래의 지식을 다른 의미로 수정하는 권한은 없다.

추가지식으로 등록된 지식은 지식의 편집자의 저작권이 생기므로 수정, 삭제 등의 권한을 가진다.

3) 지식검색자

본 시스템에서 지식을 검색하는 자로써 지식에 대한 내용 및 비용에 관한 이의를 신청할 수 있는 지식이의신청권한을 가질 수 있다.

4) 지식심사위원

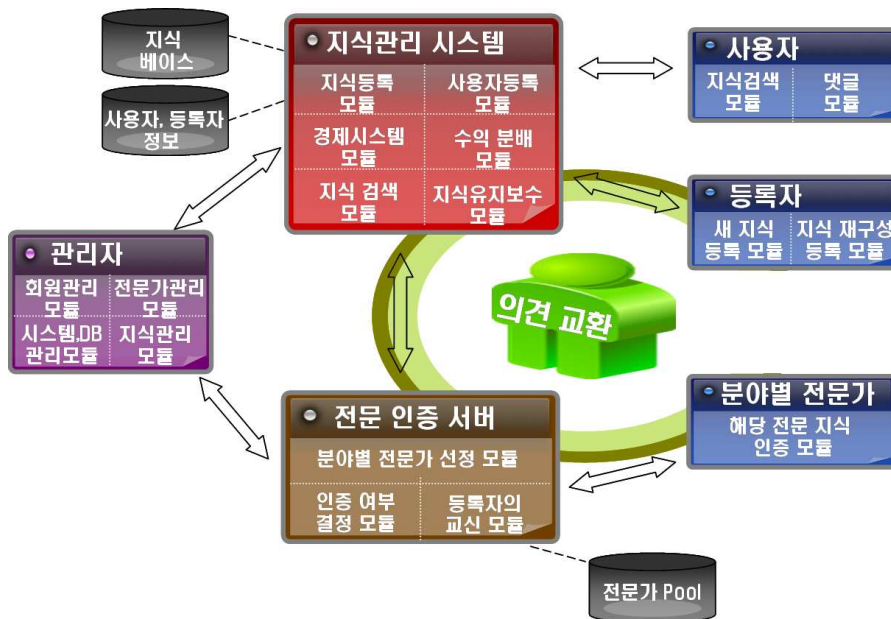
지식심사위원회는 해당 분야 전문가로써 인정을 받은 자이어야 하며 심사위원은 부여된 지식을 심사할 수 있는 권한과 재심요청으로 인한 재심사 권한을 가진다.

| 지식서비스 설계 권한 표 | | | | | | | | | |
|-----------------|--------|-------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| 구 분 | 시스템관리자 | 지식등록자 | 지식저작권자 | 지식대리인 | 지식발견자 | 지식편집자 | 지식검색자 | 지식질문자 | 심사위원 |
| 회원정보권한 | | | | | | | | | |
| 회원정보수정 | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 회원탈퇴처리 | ○ | × | × | × | × | × | × | × | × |
| 회원가입신청처리 | ○ | × | × | × | × | × | × | × | × |
| 회원현황조회 | ○ | × | × | × | × | × | × | × | × |
| 지식등록권한 | | | | | | | | | |
| new 지식등록 | × | ○ | ○ | × | × | ○ | × | × | × |
| 인정된 지식등록 | × | ○ | ○ | ○ | × | × | × | × | × |
| 인정되지 못한 지식등록 | × | ○ | ○ | ○ | × | × | × | × | × |
| 추가지식등록 | × | × | × | × | × | ○ | × | × | × |
| 등록된 지식 수정, 삭제권한 | | | | | | | | | |
| | × | ○ | ○ | △ | × | ○ | × | × | × |
| 지식재편집(재구성)권한 | | | | | | | | | |
| | × | × | × | × | × | ○ | × | × | × |
| 지식심사권한 | | | | | | | | | |
| 심사요청 | × | ○ | ○ | △ | × | △ | × | × | × |
| 심사위원지정 | ○ | ○ | ○ | △ | × | △ | × | × | × |
| 심사위원지식 심사 | × | × | × | × | × | × | × | × | ○ |
| 전문가 선별 및 관리 | ○ | × | × | × | × | × | × | × | × |
| 지식질문권한 | | | | | | | | | |
| | × | × | × | × | × | × | × | ○ | × |
| 지식답변권한 | | | | | | | | | |
| 유료답변 | × | × | × | × | × | × | × | × | ○ |
| 무료답변 | × | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ | ○ |
| 지식재심권한 | | | | | | | | | |
| 재심요청 | × | ○ | ○ | △ | × | △ | × | × | × |
| 재심사 | × | × | × | × | × | × | × | × | ○ |
| 지식의이신청권한 | | | | | | | | | |
| 이의신청 | × | × | × | × | ○ | × | ○ | ○ | × |
| 이의신청심사 | × | × | × | × | × | × | × | × | ○ |

<표 V-1 지식서비스 설계 권한 표>

3. 지식서비스 시스템 설계도

다음은 본 전문가 인증 지식서비스 모델 시스템 설계도이다. 시스템 설계도의 구성으로 지식관리 시스템, 인증서버, 사용자, 전문가 로 나뉘며 사용자는 지식등록자, 지식을 사용할 수 있는 자로 구성하였다.



<그림 V-2 지식공유서비스 시스템>

본 시스템의 등록자는 새로운 지식과 재구성으로 나뉘며 등록자는 지식관리 시스템을 통하여 지식을 등록하고 관리하게 된다. 지식등록자는 전문가

인증을 받기위해 지식을 올려놓으면 전문가는 전문가 인증 서버를 통해 지식관리 시스템의 지식을 보고 심사 여부를 요청한다. 각 심사자들은 해당 지식의 심사비용과 해당 지식 로얄티를 제시한다. 지식관리 시스템의 경제모델에서 각 심사자들의 심사비용과 로얄티 등급 점수와 전문가등급 점수, 심사한 지식 추천점수를 계산하여 높은 점수를 얻은 심사자 2명을 선발하여 지식을 심사하도록 한다. 요청 받은 전문가는 해당 지식에 대해 심사를 하여 전문 인증 서버로 전송하게 된다. 관리자는 지식 등록자, 검색자, 전문가 등 회원들을 관리하며 전반적인 시스템을 체크 관리하게 된다.

4. 지식 서비스의 설계 모듈 설명

1) 지식 등록 모듈 - 지식을 등록하는 부분.

① 지식 재구성 등록 : 기존 기본단위별로 등록이 되어진 지식과 재구성하여 지식을 등록하는 것과 재구성+추가지식(새로이 쓴)을 결합한 등록으로 나뉘어져 등록.

② 새로운 지식 등록 : 기존 등록된 지식을 사용하지 않고 새로운 지식을 만들 때 사용.

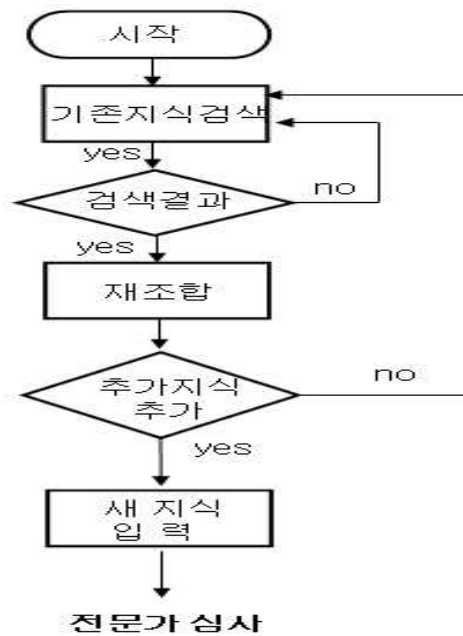
2) 지식 검색 모듈 - 지식을 검색하여 원하는 지식을 얻는 부분.

3) 전문가판단 모듈 - 등록된 지식을 전문가지수로 판단하여 전문성 확보.

5. 지식 서비스의 설계 순서도

1) 지식 재구성 등록

본 논문에서는 지식 서비스 지식 등록을 두 가지 방식으로 나뉘어 등록이 된다. 우선 [그림 V-3] 과 같이 지식을 재구성하여 등록을 한다. 지식의 재구성은 기존의 지식을 재활용하여 새로운 지식으로 만드는 부분을 뜻한다.

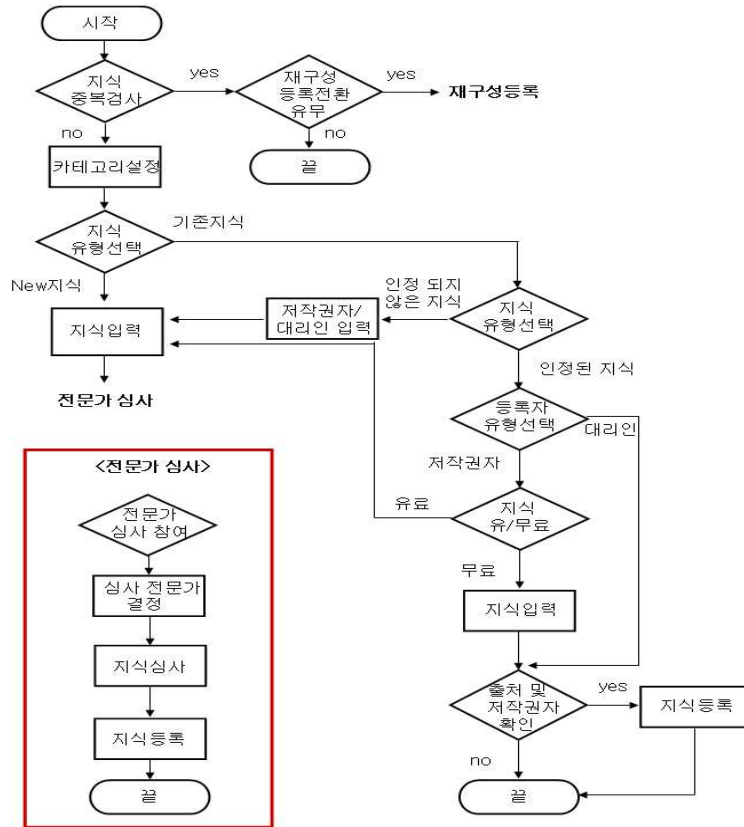


<그림 V-3 지식 재구성 등록 순서도>

먼저, 기존지식을 검색을 한다. 재조합을 할 때에는 기존지식이 하나일 수도 있으며 여러 개일 수도 있다. 이렇게 기존 지식을 찾아 재조합을 하게 되며 추가적으로 자신의 지식을 입력하여 전문가를 심사할 수 있도록 등록하게 된다.

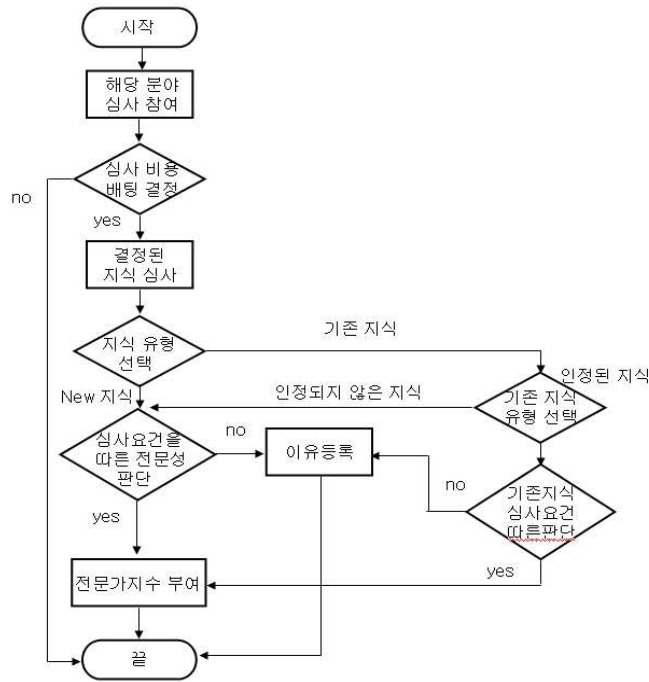
2) 지식 등록

지식의 등록 방법 중 두 번째로 new 지식 등록이다. 지식의 유형을 선택하여 지식을 입력하면 전문가 심사를 할 수 있도록 등록된다. 유형에 따라 기존지식을 입력시킬 경우 기존지식유형을 선택하여 전문가 심사를 하기 위한 등록이 이루어지며 기존지식의 인정된 지식을 대리인으로써 올릴 경우 출처 및 저작권자 확인 후에 지식을 등록시킨다. 등록자는 자신의 지식의 가격을 결정하여 지식을 올리면 전문가의 판단에 따라 지식의 가격이 조정된다.



<그림 V-4 new 지식 등록 순서도>

3) 전문가 인증

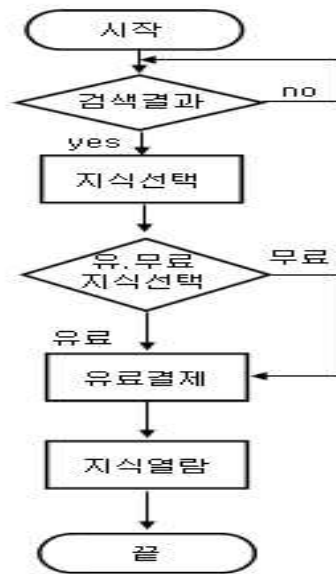


<그림 V-5 전문가 판단 순서도>

[그림 V-5]는 전문가 인증에 대한 순서도이다. 해당분야 지식을 심사참여를 결정하여 심사비용을 등록한다. 시스템에서 심사비용과 심사자의 등급점수에 따라 높은 점수를 얻은 심사위원 2명을 선발하게 된다. 이렇게 지식심사결정이 되면 지식유형에 따른 심사요건에 전문성을 판단하게 되며 전문가

지수를 부여하여 지식의 전문성과 등록자가 제시한 지식의 비용을 결정한다.

4) 지식 검색



<그림 V-6 지식 검색 순서도>

[그림 V-6]는 지식을 검색하는 부분이다. 지식을 키워드방식으로 검색하며 키워드방법으로 메타데이터를 이용한 방법, 태그를 이용한 방법 그리고 온톨로지를 이용한 방법을 이용하도록 한다. 검색결과가 있으면 지식을 선택하고 유료, 무료 인지에 따라 달라진다.

유료일 경우 요약본 또는 미리보기를 통해서 지식의 가치를 판단하여 지불 후 지식을 열람 할 수 있다. 무료일 경우에는 바로 열람을 하게 된다.

6. 키워드 인텍싱 방법

1) 메타데이터

메타데이터(metadata)는 추상, 초월을 의미하는 meta 와 자원을 의미하는 data를 합성한 용어이다. 메타데이터는 일반적으로 ‘데이터에 대한 데이터 (data about data)’라고 하며 대상이 되는 정보 자원의 속성과 특성 및 다른 자원과의 관계를 기술하여, 이용자의 관점에서는 검색을 돕고 관련기관에서는 정보원 제어와 관리를 돕는 역할을 한다. 다시 말해서 메타데이터는 실제로 저장하고자 하는 데이터는 아니지만, 이 데이터와 직접적으로 혹은 간접적으로 연관된 정보를 제공하는 데이터를 나타내는 말이다. 이와 같은 메타데이터를 사용하면 사용자가 원하는 데이터가 맞는가를 확인할 수 있고 쉽고 빠르게 원하는 데이터를 찾아낼 수 있다. 즉, 데이터를 소유하고 있는 측면에서는 관리의 용이성을, 데이터를 사용하고 있는 측면에서는 검색의 용이성을 보장받을 수 있기 때문에 메타데이터의 필요성이 더욱 높아지고 있다[39].

사용자의 측면에서 보면 자료의 이용을 위해 원하는 자료를 검색하고, 자

료를 식별하고 구분할 수 있는 정보를 제공하고, 자료에 접근할 수 있도록 도와주는 기능을 가지고 있다[22]. 이런 관점에서 보면 메타데이터는 정보가 존재하는지, 어디에 있는지, 자료 중 몇 개가 접근가능한지, 같은 자료인지 다른 자료인지에 대한 자료의 이용에 관한 기능을 가지고 있고, 이 정보를 신뢰할 수 있는지 공인된 것인지 이용자가 이 자료가 필요한 것인지를 판단할 수 있도록 돕는 정보의 유용성에 관한 기능을 수행한다. 시스템 관리자의 측면에서 보면 자원 검색도구들과 현존하는 다른 종류의 자원들 간의 공유와 유통을 위한 상호 운용성을 보장하는 기능을 수행할 수 있다.

다양한 환경과 요구에 맞는 적절한 메타데이터 포맷이 요구되며, 이에 따라 각 분야에서 사용되는 메타데이터 구조도 특정 분야의 요구에 맞게 매우 상세하고 전문적으로 개발되고 있다. 대표적인 것으로 도서관에서 오래전부터 목록용으로 사용되었던 MARC (Machine Readable Cataloging)가 있으며, 인터넷 상의 전자자원을 기술하기 위한 더블린 코어(Dublin Core) 메타데이터, 온라인 서점과 관련된 ONIX(Online Information eXchange)가 있다. 또한 전자도서관을 위한 MOD(Metadata Object Description Schema)과 문학과 어학 분야의 TEI(Text Encoding Initiative)등이 있다. 이밖에도 다양한 메타데이터들이 각각의 목적과 용도에 따라 개발이 되었고 또한 개발 중에 있다[23][22].

각 분야에 맞춰서 다양한 메타데이터의 표준이 개발에 있어 매우 혼재되는 문제점이 있다. 하나의 메타데이터 형식으로 모든 자원을 기술할 수 없으며 이미 다양한 형식의 메타데이터 표준들이 개발되어 있고, 앞으로 더 광범위한 분야의 메타데이터가 필요하게 되었다[24]. 이러한 문제를 해결하

기 위한 노력 가운데 하나는 모든 형태의 네트워크 자원을 하나의 표준적인 메타데이터로 표현하려는 움직임이 있다. 이는 다양한 정보자원과 메타데이터를 선정하고, 이를 표준적인 통합 메타데이터 포맷으로 사용하자는 것으로 MARC(Machine Readable Cataloging)를 대표적인 예로 들 수 있다[23]. 그러나 이 방법은 수많은 데이터 요소를 표준화 하여야 하기 때문에 사용자가 취사선택하여 사용할 수 있으나 표준화의 비용이 많이 들고 표준의 적용에도 전문적인 지식이 필요하여 특정한 이외의 사람들은 사용하기가 어렵다.

두 번째로는 다양한 메타데이터 형식과 기술구조를 인정해야 한다는 것이다. 현재 각기 다른 기술 구조를 가진 다양한 메타데이터를 상호 운용성의 입장에서 통합하기 위한 연구가 이루어지고 있으며, RDF (Resource Description Framework)와 같은 시맨틱 웹 기술이 그 예이다. 두 번째 방법은 다양성을 인정하기 때문에 메타데이터 개발이 많이 이루어지겠지만 실질적인 적용사례가 적어 검증이 불충분하고 XML 구문이 아닌 영역에는 적합하지 않다. 거기다 새로운 데이터 요소를 추가하거나 기존의 형식을 변경해야 하는 경우, 구조의 경직성으로 인해 새로운 유형의 자료나 내용을 표현하는데 한계를 지니고 있다[22]. 일반적으로 ISO/IEC 11179에서는 이러한 두 가지 방향을 모두 수용할 수 있는 기반을 제시하고 있어서 미국 환경청, DCMI 등 여러 기관에서 이러한 방식을 적용하고 있다[24].

2) 온톨로지

온톨로지는 철학의 존재론으로부터 그 기원을 찾아 볼 수 있다. 고대 그

리스의 존재론은 나를 포함한 이 세계가 어떻게 구성되어 있는가에 대한 문제 해결을 추구하였으며 자연법칙이나 실제 형태를 포함한 존재에 관한 문제를 다룬다. 즉, 구성에 대한 정의 위해서 용어에 대한 공통적인 표현이 필요하며 구성 개체간에 의미를 부여 할 수 있어야 했다.

컴퓨터 분야에서 온톨로지는 공유하기 위한 개념들의 개념화를 형식적이고 명백하게 설명해 놓은 명세서이다. “형식적인”은 기계가 읽고 처리 할 수 있는 술어 논리와 같은 인공지능의 지식 표현을 의미하며, “명확한”은 유형과 개념 사용에 대한 규칙을 명시적으로 정의함을 의미한다. “공유”는 용어 사용이 관련 사람들의 합의에 의한다는 것으로서 이는 아주 객관적이고 명확한 성질을 가짐을 의미한다. “개념화”는 모델링의 모형이 세계가 된다는 것을 포함한다. “흥미있는 도메인”은 특정 영역 중심을 의미한다 [26][27]. 웹에서의 온톨로지는 의미 웹의 목적과 부합되도록 컴퓨터에 의한 처리를 전제로 만들어진다. 온톨로지들도 컴퓨터 의한 처리를 전제로 하고 있으나 웹상의 온톨로지는 지능화된 에이전트간의 주요한 의사 소통수단으로 사용된다.

온톨로지의 커다란 특징은 추론 기능의 제공이다. 온톨로지는 개념과 개념간의 관계를 정의하는데, ISA와 부분-전체의 관계 등, 관계술어 논리를 이용하여 온톨로지에 직접적으로 표현되지 않는 개념간의 관계를 추론을 통하여 제시하거나 이에 대한 질의에 답을 제시할 수 있다. 온톨로지가 지식 모델링에 이용될 경우 지식 베이스의 일관성을 자동화 하며, 특정하게 명시되지 않은 데이터를 유추할 수 있다. 사용자의 요구를 광범위하게 수용함으로써 검색의 용이성을 추구할 수 있다. 또한 데이터베이스는 하나의 응용프

로그래밍에 대하여 적용하는 모델인 것에 비하여 온톨로지는 다양한 응용프로그램에 적용 할 수 있는 재사용의 특징을 가진다[25].

3) 태그

원래 태그(tag)란 꼬리표, 물표를 의미하는 단어로 물품의 재고간리를 효율적으로 하기 위한 물품인식표이다. 우리가 웹에서 사용하는 태그 또한 원래의 태그 의미를 담고 있다. 예를 들어 블로그의 포스트(엔트리 또는 글)에 사용되는 태그는 블로그의 포스트를 분류하기 위한 인식표라고 할 수 있다. 즉, 블로그 포스트를 효율적으로 분류하기 위한 키워드 또는 카테고리라고 할 수 있다.

한 개인 차원의 키워드란 개념과 사회적 차원의 folksonomy를 실현시켜 주는 수단, 두 가지를 포괄하는 개념으로써의 태그는 특성을 가진다. 태그는 고전적인 관점에서 이미 가치 평가가 된 키워드에 감성(emotion), 정황(environment), 글쓴이의 의지(will)가 포함된 부가 정보를 제공하게 된다. 글의 내용을 수정하지 않고 태그를 덧붙임으로써 글의 내용을 풍부하게 만드는 가장 큰 특성을 가진다고 볼 수 있다. 또한 두 번째 특성으로는 개인의 정보를 분류하고 관리하며 검색하는 것을 보다 쉽게 해줄 수 있는 것으로 꼽을 수 있다. 물론 개인의 취향에 따라 전혀 다른 태그가 붙여 질 수 있다는 점과 지나치게 많은 유사한 태그가 생겨날 수 있다는 점 때문에 정보획득이 오히려 복잡해 질 수 있다는 문제점도 지니고 있다[29].

4) 키워드 인덱싱 장단점

본 논문에서는 키워드 인덱싱을 하는데 있어서 존재하는 여러 방법에 관하여 기술해 보았다. 이들 모두 각자의 색깔에 맞는 특징들이 존재하는 것을 알 수 있다. 메타데이터는 데이터 또는 파일을 설명해 주는 데이터라고 앞서 언급했다. 파일 작성일자, 파일을 작성자 등을 메타데이터의 예라고 볼 수 있는데. 이런 메타데이터는 키워드 인덱싱할 때 필요하고 원하는 파일과 동시에 관련된 파일을 정확하게 찾을 수 있다는 장점을 가진다. 하지만 키워드 인덱싱에 정확성이 높은 메타데이터는 사용자가 스스로 꼼꼼히 입력해야 하는 불편함을 가지고 있다.

온톨로지는 공유하기 위한 개념들의 개념화를 형식적이고 명백하게 설명해 놓은 명세서이며 이는 특정 분야에서 사용되는 표준 어휘들의 모음이라고 할 수 있다. 온톨로지는 어휘 사전의 역할 이외에 지식을 효과적으로 표현하기 위해 정보의 의미를 부여하고 또 정보간의 관계를 설정한다. 이런 온톨로지 기술을 기반으로 하는 시맨틱웹을 사용하게 됨으로써 사용자들이 원하는 정보를 정확하게 사용자에게 전달해 줄 수 있으며 기존의 웹 검색에 비해서 훨씬 효율적이고 정확한 검색이 가능하게 해주는 장점이 있다[25]. 하지만 아직까지 국내외적으로 온톨로지 기반의 검색 시스템이 개발단계에 있거나 시범적인 운용 서비스 단계에 있기 때문에 실질적인 활용을 하려면 조금 시일이 걸린다는 단점을 가지고 있다[26]. 마지막으로 태그는 자신이 작성한 어떤 글에 대한 “추가정보”나 “핵심단어”라고 볼 수 있다. 이러한 태그는 사용자가 직접 선택하여 자유롭게 붙일 수 있다는 장점을 가지지만 개

인의 취향에 따라 같은 의미의 태그도 전혀 다른 태그가 붙여 질 수 있다는 점과 지나치게 많은 유사한 태그가 생겨날 수 있다는 점 때문에 오히려 매우 복잡해 질 수 있다는 단점을 지니고 있다. 서로 각각의 특색이 있는 만큼 본 논문에서는 한가지만의 방법이 아닌 여러 방법을 열어두고 사용자에게 의해 필요한 방법을 선택하여 검색할 수 있도록 제안하고자 한다.

7. 화면 인터페이스 설계

1) 중복검색 인터페이스



<그림 V-7 중복검색 인터페이스>

본 시스템의 지식을 등록시키기 위해 중복체크를 해야 한다. 이때 중복된 내용이 있는 경우의 화면이 왼쪽이다. 중복된 지식이 있을 경우 해당 지식의 내용을 미리 볼 수 있으며 전문가 지수와 조회수, 유/무료서비스 등이 표시되며 지식을 재구성할 시 필요한 지식들을 체크할 수 있다. 오른쪽 화면은 지식을 중복체크 하였을 때 중복된 지식이 없을 경우의 화면 이다. 중복된 지식이 없을 경우 지식등록자는 새롭게 지식을 등록할 수 있다.

2) 지식재구성 인터페이스



<그림 V-8 지식 재구성 인터페이스>

지식 재등록 자는 <그림 V-7 중복화면 인터페이스>에서 재구성에 필요한 지식을 체크하여 지식재구성하기 버튼을 선택하면 <그림 V-8 지식 재구성 인터페이스>에 재구성지식리스트에 체크한 지식들이 나열된다. 나열된 지식들을 클릭하여 지식 내용을 볼 수 있으며 지식 재구성에 필요한 지식을 체크하면 나열 대상으로 이동한다. 지식재구성나열은 지식의 나열 순서를 말한다. 지식의 순서가 정해지면 미리보기를 통해서 재구성된 지식을 볼 수 있다. 리스트외에 다른지식이 필요하면 “다른지식검색”창에 검색하여 검색한 지식을 재구성할 수 있도록 디자인 되었다.

3) 추가지식과 지식등록 인터페이스



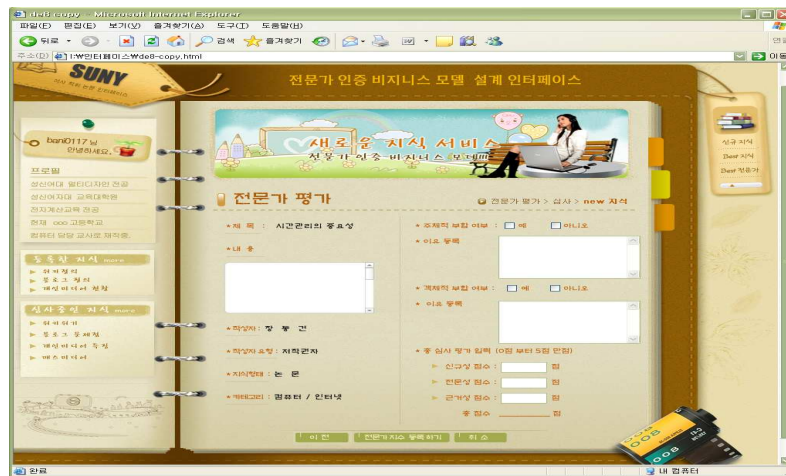
<그림 V-9 추가지식과 지식등록 인터페이스>

지식 재등록자는 <그림 V-8 지식 재구성 인터페이스>에서 추가지식을 선택하면 <그림 V-9 추가지식과 지식등록 인터페이스> 왼쪽 화면으로 전환이 된다. 재구성을 한 뒤 추가로 지식을 덧붙이거나 새로운 지식을 넣을 때 사용한다. 지식의 형태를 선택한 후 추가지식의 유형을 선택하게 되는데 편집지식유형은 편집권에 속하므로 추가된 지식을 따로 비용처리 될 수는 없으며, new지식 유형일 경우 전문가 심사를 통해 따로 비용을 추가적으로 받을 수 있다.

앞서 <그림 V-7 중복화면 인터페이스> 오른쪽 화면에서 중복된 지식이 없을 경우 지식을 등록하는 <그림 V-9 추가지식과 지식등록 인터페이스> 오른쪽 화면으로 넘어 오게 된다. 본 화면은 3단계로 지식을 입력하는 화면

이며 2단계의 화면에서 디렉토리 설정, 지식유형 선택, 저작권자/대리인 입력, 지식 유/무료 선택이 이루어진다. 지식의 형태를 선택 후 유료전환을 위해 전문가 심사 설정이 필요하며 <그림 V-10 심사 설정 및 전문가 평가 인터페이스> 왼쪽 그림에서 심사 설정이 이루어진다.

4) 전문가평가 인터페이스



<그림 V-10 심사 설정 및 전문가 평가 인터페이스>

본 그림은 전문가가 심사료 들어온 지식을 평가하는 부분이다. 심사평가의 여러 지식들 중 해당 지식을 클릭한 후의 화면으로 해당 지식의 제목, 내용, 작성자, 작성자요령, 지식형태, 카테고리 등 기본적인 지식의 사항들이 표시되어 있으며 전문가는 이를 통해 전문지수를 심사한다. 지식요건 중 주체적 요건과 객체적 요건에 대한 심사를 하게 되며 심사내용을 서술하여 해

당 지식등록자에게 통보된다. 또한 같은 지식을 배정받은 심사위원들도 심사내용을 열람할 수 있어 서로 평가부분을 공유할 수 있다. 심사점수는 신규성, 전문성, 근거성으로 최저 0점부터 5점으로 평가하며 자동적으로 총 점수로 환산된다. 총 점수는 해당지식의 전문가들의 점수를 평균 내어 지식의 유용성과 전문성을 심사하여 지식등록자에게 통보가 되어지는 동시에 새로운 지식으로서 인정되어 지식등록 된다.

VI. 지식공유서비스의 검토

본 논문에서는 지식공유 서비스의 모델로 오픈지식서비스 모델과 전문가 지식 서비스 모델 그리고 본 연구의 전문가 인증 지식서비스 모델을 검토하여 본다. 본 연구에서 제시한 전문가 인증 지식서비스 모델은 생활 속에서 전문지식까지 지식의 창출 유형을 폭 넓게 제시함으로써 방대한 지식을 통합 관리할 수 있으며 전문가의 도입으로 보다 낡은 지식의 신뢰성을 높일 수 있고 그로 인해 전문가를 온라인 속으로 유도할 수 있는 수익모델이 결합된 지식서비스 모델을 제시하였다. 앞서 소개한 오픈지식 서비스의 모델과 전문가 지식 서비스 모델과 함께 본 논문에서 제시한 모델을 비교하여 본다. 세 모델을 각각의 신뢰성 부분, 다양성, 전문성, 경제성, 신속성을 비교 검토하여 본다.

| | 오픈지식서비스 모델 | 전문가 지식 서비스 모델 | 전문가 인증 지식서비스 모델 |
|-----|------------|---------------|-----------------|
| 신뢰성 | X | O | △ |
| 다양성 | O | X | O |
| 전문성 | X | O | O |
| 경제성 | X | △ | O |
| 신속성 | O | X | △ |

<표 VI-1 지식공유 서비스 검토>

1) 오픈지식 서비스 모델 : 온라인 속에서 지식을 표현하고 찾아내기란 쉽지 않으며 온라인의 발전으로 익명성으로 인한 자유로움 뒤에 신뢰성이 떨어지는 꼬리표가 따라다니고 있다. 온라인을 이용한 오픈지식서비스 모델 또한 신뢰성이 문제가 되며 그 단적인 예로 외국의 위키피디아 논란과 현재 가장 인기 있는 네이버 지식iN으로 들 수 있다. 하지만 누구나 지식을 창출할 수 있다는 커다란 장점인 다양성으로 인해 많은 사람들에게 폭발적인 인기를 누리고 있다. 또한 누구나 지식을 창출하는 다양성으로 인해 전문가가 아닌 비전문가들이 전문지식들을 창출함에 있어 지식의 전문성의 문제를 해결할 수 있는 근원적인 해결책이 필요하다. 지식서비스의 인기비결 중 하나는 무료라는 개념이다. 아직까지 유료서비스에 대한 적대감이 있는 우리나라의 경우 무료의 다양한 지식 콘텐츠들이 지식서비스의 열풍을 가속화 시키게 되었다. 하지만 그로인해 ‘지식 쓰레기’와 같은 현상의 나타나고 있으며 본 논문의 설문조사에서도 유료서비스에 대한 긍정적인 반응도 같은 맥락으로 볼 수 있다.

2) 전문가 지식 서비스 모델 : 다양한 분야의 전문가 지식 서비스 모델은 해당 분야의 연구자나 권위자, 또는 해당 분야의 전공자들이 자신만이 지식을 창출할 수 있는 전문적인 서비스모델을 통해 정보를 만들어 냄으로써 지식의 전문성을 확보할 수 있으며 전문가들만이 지식을 만들 수 있기 때문에 신뢰성 또한 보장된다. 하지만 지식을 창출할 수 있는 폭이 제한되었기 때문에 지식의 다양성이 떨어지며 특허와 같은 미래에 경제 가치를 위

하여 등록을 하는 경우에도 특허를 낸다고 하여 모두 다 경제적 가치를 가지는 것은 아니며 논문 또한 연구 목적일 뿐 경제성은 다소 떨어짐에도 불구하고 세모를 한 이유는 특정한 특허는 높은 경제적인 가치를 가지는 것이 많으며 현재 논문도 소액결제를 통해 아주 소소한 액수로 판매되기 때문이다.

3) 전문가 인증 지식서비스 모델 : 본 논문에서 제시한 모델은 앞서 비교한 두 모델의 결함을 보완한 모델이라고 할 수 있다. 누구나 지식을 창출하는 특징을 가지기 때문에 다양성을 보장받을 수 있다. 중간에서 전문가를 통해 지식을 검증하는 절차 단계에 따라 전문성을 높일 수 있으며 해당 분야의 전문가들의 지식을 창출함으로써 전문성을 높일 수 있기에 전문적인 지식에 대한 경제적 가치를 가질 수 있다. 하지만 해당분야 전문가들로 구성되어 전문지식들만 창출하는 전문가 지식서비스 모델에 비해 지식을 인증 처리하는 전문가들 구성이 전문지식서비스보다는 신뢰성이 떨어질 수 있다.

VII. 결론

본 논문에서는 오픈지식서비스의 문헌연구를 통해 현재의 오픈지식서비스의 현황과 가시화되고 있는 문제점 등을 살펴보았으며 전문가 지식서비스의 문헌연구를 통해 전문가 서비스 형태와 문제점을 분석하여 보았다. 각각의 모델은 기본적인 이념 바탕에 의한 특징을 가지고 있는 것으로 조사되었다. 21세기 지식기반사회의 키워드 ‘지식서비스’의 열풍을 몰고 온 한국의 대표적인 브랜드 지식 서비스들을 지식입력, 지식관리, 지식연결 등으로 어떠한 기능들을 가지고 있는지에 대한 분석을 하였으며 이를 토대로 지식 열풍의 굳건한 선두주자인 네이버 지식iN과 공동편집이라는 새로운 지식의 역사를 쓰게 된 세계적인 위키피디아의 이용자 대상으로 지식공유서비스에 대한 설문조사를 실시하였다. 이러한 문헌연구와 분석 결과를 바탕으로 각각 모델의 결합을 보완하여 효과적인 지식서비스를 제공할 수 있는 전문가 인증 지식서비스 모델을 제시하였다.

본 논문에서 제시하는 전문가 인증 지식서비스 모델을 통해 기존의 지식서비스를 보다 효율적으로 지식을 새로이 구성, 또는 재구성하여 전문가를 통해 전문성을 인증 받아 사용할 수 있도록 구성하였다. 누구나 온라인 속에 흩어져 있는 정보들과 새로운 지식들을 창출하는 데 있어 어려움이 없어야 하며 각각의 지식들은 해당분야의 전문성을 인정받아 지식의 빛나는 가치를 가져야 하는 것이 본 논문의 가치는 필요성이라 할 수 있다. 본 논문에서 제시한 전문가 인증 지식서비스 모델의 기초적인 구조와 형태는 갖추

어져 있지만 전문성을 인증하는 전문가의 구체적인 기준과 지식의 형태에 따른 전문성에 대한 기준에 대한 상세한 설계가 요구 될 것이다.

앞으로의 21세기에 지식이란 없어서는 안 될 중요한 자원이며 인터넷의 도움과 Web2.0으로 인해 수많은 지식들이 쏟아져 ‘지식 쓰레기’라는 용어가 생겨나듯이 지식을 필터링해줄 수 있는 모델의 필요성은 더욱더 간절해질 것이다.

참고문헌 및 사이트

- [1] 김현경, 이문규, 김해룡, "인터넷 포털 사이트에 대한 사용자 평가측정 도구의 개발", 한국전자거래(CALS/EC)학회지, 2001.
- [2] 박문수, "집단적 지식공유의 영향요인에 관한 연구", 고려대학교 박사학위 논문, 2002.
- [3] 김혜영, "지식검색 서비스 이용에 관한 연구", 고려대학교 석사학위 논문, 2003.
- [4] 뉴스메이커 532호 "지식검색서비스 포털전쟁"
- [5] 한겨레신문, "인터넷 세상엔 어떤일이...지식인도 폐인도 동시에 쏟아졌다.",정보통신/과학, 2003.
- [6] 한겨레신문, "네티즌이 써가는 백과사전.",정보통신/과학, 2003.
- [7] 김은미, 김현주, "인터넷상에서 사회적 의사소통 양식과 합의 형성", 정보통신정책연구원, 2004.
- [8] 김정희원, "개인미디어, 열광하는 이유는?", ZDnetKorea, 2004.
- [9] 김지수, "블로그의 사회문화적 진화와 이슈", 정보통신정책 제 16권 8호, 2004.

- [10] 박정현, “싸이얼풍을 통해 본 마케팅 포인트4”, LG주간경제, 2004.
- [11] 앤드류, 김명준 역, “테크놀로지와 통제혁명”, 커뮤니케이션북스, 2001.
- [12] 윤영철, “온라인 저널리즘과 뉴스 패러다임의 변화”, 사이버커뮤니케이션학보, 2001.
- [13] 최선희, “블로를 통한 시각적 자아표현과 사용자 충족에 관한 연구”, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 2004.
- [14] 현대원, 박창신, “퍼스널 미디어”, 디지털미디어 리서치, 2004.
- [15] 강혜영, “1인 미디어 이용과 충족에 관한 연구”, 성균관대 석사학위 논문, 2005.
- [16] 김성희, “지식관리시스템의 단계별 분석 및 구축방안에 관한 연구”, 정보관리학회지, 1999.
- [20] 민봉기, “특허제도 및 현황”, 태인테크.
- [21] 이희봉, “학회 논문심사제도에 관하여”, 2006.
- [22] 김태수, “더블린코어(Dublin Core) 메타데이터”,
<http://dewey.yonsei.ac.kr/courses/metadata/DC.hwp>
- [23] 심경, “메타데이터 통합 방안”, 한국도서관·정보학회지 제 34권 3호, 2003.

- [24] 황상원, “ISO/IEC 11179 기반 메타데이터 레지스트리 시스템 개발”, 연세대학교 석사학위논문, 2005.
- [25] 구미숙, “시맨틱 온톨로지 기반의 정보검색 시스템 설계”, 2005.
- [26] 최호섭, 옥철영, “정보검색시스템과 온톨로지”, 2004.
- [27] 박보경, “1인 미디어 댓글 작성자의 이용 행태에 관한 연구”, 동의대학교 석사논문, 2006
- [28] J.Gennari, M.A.Musen, R.W.Ferguson, W.E.Grosso, M.Crubby, H.Eriksson, N.F.Noy, S.W, “Tu the Evolution of Protege An Environment for Knowledge - Based Systems Pevelopment”, 2002.
- [29] N.F.Noy, R.W.Ferguson, & A.Musen, “The Knowledge model of Proteger 2000 : Combining interoperability and fleibility”, 2th International Conference on Knowledge Engineering and Knowledge Management (EKAW 2000), Juan-les-pins, Fance, 2000.
- [30] Markel Tumlin, Contributor, Steven R. Harris, Contributor, Heidi, Buchanan, Contributor, Knista Schmidt, Contributor and Kay Johnson, Column Editor, “Collectivism vs. Individualism in a Wiki World : Librarians Respond to Jaron Lanier’s Essay “Digital Maoism : The Hazards of the New Online Collectivism”, Serials Review, 2007.
- [31] 블루문, “웹 .0에서 이야기하는 태그란 무엇인가?”, ZDENT.co.kr, 2007.

- [32] 노기영, “개인 웹페이지 표현양식에 대한 자아의식의 효과”, 한국언론학
보 제46-2호, 2004.
- [33] 매일경제, “블로그, 미니홈피..... 1인 미디어 열풍”, 2004.10.18
- [34] 조선일보, “생명체 180만종 정보 담긴 인터넷 ‘생명 백과사전’”, 2007.5.11
- [35] 오마이뉴스, “위키피디아 2.0:CITIZENDIUM 만든다고”, 2006.10.17
- [36] 오마이뉴스, “위기의 ‘위키피디아’ .. 다음 모델은?”, 2007.4.16
- [37] 조선일보, “위키피디아는 이제 못 믿어.”, 2007.4.13
- [38] http://www.rankey.com/marketing/data_rankeyinfo_list.php
- [39] www.metadata.go.kr/html/intro/metadata.php
- [40] [www.kipo.go.kr/kpo2/user.tdf?a=user.html.HtmlApp&c=4001&catmenu=
m04_02_01_01](http://www.kipo.go.kr/kpo2/user.tdf?a=user.html.HtmlApp&c=4001&catmenu=m04_02_01_01)

ABSTRACT

Analysis of Knowledge Sharing Service and Design of Knowledge Service Model with Professional Authentication

Kim, you sun
Major of Computer Science Education
Graduate School of Education
SungShin Women's University

As coming out a new online information space which promotes production of information, the pattern of knowledge acquisition and management of knowledge is changing. With the help of Web 2.0, a computing platform which provides for several web applications, the end user is able to get the needed web contents easily and to classify them. You can utilize these contents and find your own key at a lots of knowledge. Then you can archive and manage these knowledge. Due to imprudent and redundant knowledge and simple management, the present knowledge sharing service can't help you actually to get the knowledge that you really want.

In this thesis, 'Knowledge Sharing Service' based on prosumerism will be analyzed the differences among the services in the point of user interface, links among the knowledges and management of knowledge. The service sites include Naver, Wkipidia, etc. The Naver is surveyed comparable with common people, editors and sponsors. A survey of the Wkipidia users shows some problems and improvements of the current knowledges service.

This thesis proposes a design of the 'Professional Authentication knowledge service Model' based on the knowledge sharing service by comparable analysis. The proposed model presents various types of producing a new knowledge from life to expert domain and as a result, a large archive of knowledge is managed as a whole and the introducing experts shows higher reliability.

감사의 글

먼저 이 논문이 완성되기까지 많은 관심과 격려로 늘 변함없이 부족한 저를 따뜻하게 지도해 주신 김호성 교수님께 진심으로 감사드립니다. 또한 부족한 논문의 심사를 맡아 후한 점수를 주신 홍의석 교수님과 홍승필 교수님께도 감사의 마음을 전합니다. 성신여대를 졸업하고 대학원으로 진학을 하여 2년 반동안 같은 한 연구실에서 좋은 추억과 많은 지식을 경험할 수 있게 도와주신 장재경 교수님과 힘들때나 좋을때나 언제나 함께 해준 시내언니, 한 학기 선배이자 좋은 친구인 주연언니, 힘든일이 있을 때마다 친 언니처럼 위로해준 경현언니, 혜영언니, 수업에 항상 도움을 주었던 현주언니, 에스더언니, 미정관에서 외로움 타는 친구 현미, 홀로 과사를 지키게 된 주영, 그리고 같은 학기 동기들, 함께 한 시간들이 소중한 행복했던 시간들로 남게 해주어서 고맙습니다. 논문을 쓰는 동안 많이 짜증을 내고 투정을 부려도 이쁘게 위로 해준 내 반쪽에게도 너무 너무 감사하고 사랑해. (논문에 일조한거도 ^^) 힘들게 집으로 돌아온 나를 반갑게 맞이 해준 귀염둥이도 고맙다.

교사의 길을 저의 꿈으로 만들어 주신 장경숙 선생님, 홍성민 선생님, 교생실습으로 많은 경험과 지식을 쌓게 해주신 이윤훈 선생님, 김경희 선생님, 교생실습을 잘 마칠 수 있도록 지도해주신 이정섭 선생님과 서재이 선생님께 매우 감사드립니다.

마지막으로 부족하고 모자른 저를 항상 최고로 여기며 희망과 사랑으로 27년간 키워주신 사랑하는 부모님과 하늘에 계신 할머니께 이 논문을 바칩니다.

“자신이 이루고자 하는 일이 시련과 역경에 부딪혀 그르치게 되면 보통 사람들은 절망하게 된다. 그러나 이것은 시련이지 실패가 아니다. 내가 실패라고 생각하지 않는 한 이것은 실패가 아니다. 나는 생명이 있는 한 실패는 없다고 생각한다. 내가 살아 있고 건강한 한, 나한테 시련은 있을지 언정 실패는 없다.”

논문 탈고를 시작하면서 읽게 된 색바랜 자서전 한권에서 많은 것을 느꼈습니다. 이제 졸업이라는 하나의 계단을 올라왔습니다. 저를 아껴주시고 사랑해 주신 모든 분들께 감사 인사를 드리며, 이제 또 하나의 계단을 오르기 위해 노력하고자 합니다. 부모님께서 제게 주신 능력으로, 세상을 비출 수 있는 조그마한 빛이 될 수 있는 사람이 될 수 있도록 노력하며 그 다음 계단을 위한 준비를 시작하겠습니다. 비록 여기에는 적혀 있지 않지만 저에게 많은 힘과 위로가 되어준 모든 분들께도 감사드립니다.

부 록

<지식서비스 답변 설문조사 공통>

- 일반사항

1. 귀하의 성별은?

- 1)남 2) 여

2. 귀하의 연령은?

- 1) 15세 미만 2) 15세 이상 ~ 19세 미만 3) 20세 이상 ~ 24세 미만
4) 25세 이상 ~ 29세 미만 5) 30세 이상 6) 40세 이상 7) 50세 이상

3. 귀하의 학력은 어디에 해당하십니까?

- 1) 중학교재학 이하 2) 중학교 졸업 3) 고등학교 졸업
4) 전문대 졸업 5) 대학교 졸업 6) 대학원 재학 이상

4. 귀하의 직업은?

- 1) 일반기업 회사원 2) 전문직 3) 자영업 4) 공무원
5) 학생 6) 주부 7) 교육직(교수,강사,교사) 8) 무직
9) 기타 ()

- 지식응답에 관한 질문

1. 귀하가 지식답변을 하는 주된 목적이 무엇입니까?

* 우선순위대로 두 가지를 골라주세요

- 1) 내가 알고 있는 지식을 표현하고 싶어서
- 2) 내공을 쌓기 위해
- 3) 광고(자신이 운영하는 홈페이지)를 하기위해
- 4) 다른 이용자들이 필요로 하는 정보를 주고 싶어서
- 5) 재미삼아서 또는 할 일이 없어서
- 6) 자기만족을 하기 위해
- 7) 기타 ()

2. 귀하는 주로 어떤종류의 지식을 답변하십니까?

** (중복체크 가능합니다)

- 1) 컴퓨터,통신 2) 게임 3) 엔터테인먼트, 예술
- 4) 비즈니스, 경제 5) 쇼핑 6) 사회,문화 7) 건강,의학
- 8) 가정,생활 9) 여행,레저 10) 스포츠 11) 교육,학문
- 12) 지역Q&A 13) 고민 Q&A 14) 주니어 지식In
- 15) 기타 ()

3. 귀하가 지식답변을 하는 지식은 어떤 형태의 지식입니까?

- 1) 알고 있는 간단한 사실관계의 확인 지식
- 2) 경험으로부터 얻은 지식

- 1) 지식의 추가적인 내용
- 2) 지식과는 무관한 내용
- 3) 광고가 가미된 내용
- 4) 기타 ()

10. 끝으로 바람직한 오픈지식에 있어서 필요한 것은 무엇이라고 생각합니까?
()

<일반 답변인 대상 지식서비스 답변 설문조사>

- 1. 귀하는 지식답변을 함으로써 얻는 성과는 무엇입니까?
 - 1) 해당분야 지식이 높아졌다
 - 2) 친구를 사귀게 되었다.
 - 3) 내공이 높아져 유명인이 되었다
 - 4) 기타 ()

- 2. 귀하는 지식을 답변함으로써 금전적인 보상이 필요하다고 생각합니까?
 - 1) 예
 - 2) 아니오
 - 3) 있어도 그만 없어도 그만이다.

<디렉토리 에디터 대상 지식서비스 답변 설문조사>

- 1. 귀하는 디렉토리 에디터활동으로 인해 얻는 성과는 무엇입니까?
 - 1) 활동지원비를 받는다.
 - 2) 답변분야의 지식이 높아졌다.
 - 3) 자기만족을 충족시켜준다.
 - 4) 기타 ()

2. 귀하는 주어진 다음 권한 중 불편하거나 필요한 새로운 권한은 무엇입니까?

- 1) 지식추천하기 (불편사항 :)
- 2) 평가 및 투표하기 (불편사항 :)
- 3) 디렉토리 관리하기 (불편사항 :)
- 4) 신고하기 (불편사항 :)
- 5) 새로운 권한요구 ()
- 6) 기타 ()

3. 귀하는 디렉토리 에디터로 활동함으로써 지원받는 활동지원비에 대해 적절한 보상이라고 생각하십니까?

- 1) 그렇다 2) 아니다, 지원을 좀 더 늘려줘야 한다.
- 3) 상관없다. 4) 기타 ()

<지식스폰서 대상 지식서비스 답변 설문조사>

1. 귀하는 지식스폰서 활동으로 인해 얻는 점은 무엇이라 생각되니까?

- 1) 답변분야 지식이 높아졌다. 2) 마케팅효과를 보았다.
- 3) 자기만족을 충족시켜주었다. 4) 기타 ()

2. 귀하는 지식스폰서 활동으로 인해 귀하의 직업에 대해 마케팅효과는 어느 정도 있다고 생각 하십니까?
- 1) 아주 많이 본다. 2) 그럭 저럭 본다 3) 별효과를 못 본다.
4) 아무런 효과를 보지 못한다. 5) 기대를 안 하고 활동한다.
3. 귀하는 지식스폰서활동을 함으로써 홍보효과 외에 금전적인 보상이 필요하다 생각하십니까?
- 1) 예 2) 아니오 3) 있어도 그만 없어도 그만이다.

< 위키피디아 대상 지식서비스 답변 설문조사 >

- 일반사항

1. 귀하의 성별은?
- 1)남 2) 여
2. 귀하의 연령은?
- 1) 15세 미만 2) 15세 이상 ~ 19세 미만 3) 20세 이상 ~ 24세 미만
4) 25세 이상 ~ 29세 미만 5) 30세 이상 6) 40세 이상 7) 50세 이상
3. 귀하의 학력은 어디에 해당하십니까?
- 1) 중학교재학 이하 2) 중학교 졸업 3) 고등학교 졸업

- 4) 전문대 졸업 5) 대학교 졸업 6) 대학원 재학 이상

4. 귀하의 직업은?

- 1) 일반기업 회사원 2) 전문직 3) 자영업 4) 공무원
5) 학생 6) 주부 7) 교육직(교수,강사,교사) 8) 무직
9) 기타 ()

- 지식 활동에 관한 질문

1. 귀하는 현재 어떤 형태의 지식서비스를 이용하십니까? (중복가능)

- 1) 위키피디아(한국판) 2) 위키피디아(영어) 3) naver 지식서비스
4) daum 지식서비스 5) empas 지식서비스 6) yahoo 지식서비스
7) nate 지식서비스 8) 기타 ()

2. 귀하는 어떠한 목적을 가지고 위키활동을 하십니까?

- 1) 지식의 자기 만족을 위해
2) 올바른 지식공유서비스의 전파를 위해
3) 재미를 위해
4) 다른 이용자들이 필요로 하는 정보를 주고 싶어서
5) 기타 ()

3. 귀하는 다음 어느분야에 해당되니까? (중복체크 가능)

- 1) 지식을 제공한 분야의 전문가 (해당분야 학위소지, 관련업무 종사)
- 2) 지식을 제공한 분야의 경험자 (이론적으로는 모르지만 실제 경험에 의거한 답변)
- 3) 지식을 제공한 분야의 관심과 흥미가 있는 일반인
- 4) 지식을 제공한 분야에 대해 잘 모르나 추측이나 재미삼아 쓴다.
- 5) 지식을 제공한 분야에 대해 잘 모르나 검색을 하여 쓴다.
- 6) 기타 ()

4. 귀하는 위키피디아의 저작활동을 사용하는 이유는 무엇입니까?

- 1) 사용하기 편리해서
- 2) 공동편집이란 개념이 자신에게 맞아서
- 3) 타 포털 지식서비스에 비해 퀄리티 높은 지식을 만들 수 있다고생각해서
- 4) 기타 ()

5. 요즘 위키피디아의 문제점들이 속속 나오고 있습니다. 다음 중 어떤 문제점이 가장 많다고 생각되십니까?

- 1) 익명사용으로 인한 신분을 속이는 문제.
- 2) 비 전문가들의 무분별한 지식.
- 3) 이념적인 지식의 상반된 의견.
- 4) 악의적으로 지식을 왜곡하는 문제.
- 5) 기타 ()

