

웹에서 유통되는 정보·지식의 신뢰연구

연구원 김희연*

오늘날 대중의 지혜, 또는 집단지성을 활용한 지식은 이제 일상생활의 필수조건이 되어가고 있다. 사람들은 궁금한 것이 생기면 검색을 통해 웹에서 유통되는 정보·지식을 수집하고, 이를 받아들인다. 이는 검색결과에 대한 신뢰가 암묵적으로 형성되어 있기 때문에 가능한 것이다. 그러나 최근 일련의 사건들을 통해 웹에서 유통되는 정보·지식의 신뢰도에 의문이 제기되고 있다. 이에 본 연구에서는 웹에서 유통되는 정보·지식의 신뢰에 관한 이슈를 정리하였다.

목 차

- | | |
|--------------------------|------------------------------|
| I. 웹 2.0 시대의 정보·지식 | 1. 대중의 지혜: 지식검색과 위키피디아의 성장 |
| 1. 정보·지식 생산에서 일반 대중의 부상 | 2. 정보·지식의 신뢰성 문제 |
| 2. 지식의 새로운 정의 | III. 신뢰 제고를 위한 정보·지식 서비스의 진화 |
| II. 대중의 지혜와 정보·지식 신뢰성 문제 | |

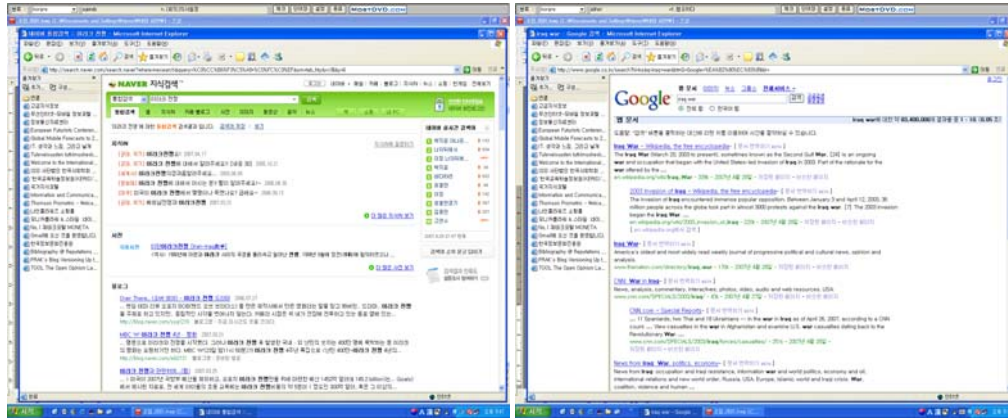
I. 웹 2.0 시대의 정보·지식

1. 정보·지식 생산에서 일반 대중의 부상

리프킨은 디지털 커뮤니케이션 시대에 인간이 지식을 공유하는 것은 일상적인 일이 될 것이라고 하였다(Riffkin, 2000:138). 오늘날 우리는 궁금한 것이 생기면 습관적으로 컴퓨터 앞에 앉아 검색창을 띄우고 키워드를 입력한다. 학문적인 물음에서부터 일상생활에서의 소소한 궁금증에 이르기까지 웹에서 제공되는 무한한 정보·지식을 마음껏 이용하고 있다. 여기서 우리가 검색한 결과의 출처가 어디인지 물음을 던져볼 필요가 있다. 실제로 사람들이 많이 이용하는 구글(www.google.com)과 네이버(www.naver.com)를 이용해서 ‘이라크 전쟁(iraq war)’을 키워드로 입력하면 가장 먼저 보이는 검색결과는 다음 (그림 1)과 같다.

연락처: * 미래전략연구실 (02) 570-4332, kimhy@kisdi.re.kr

(그림 1) 구글과 네이버의 검색결과



네이버에서는 지식iN의 ‘이라크 전쟁요!’, ‘이라크 전쟁에 대해서 알려주세요!!’ 등의 질문과 답변을, 그리고 구글에서는 이라크 전쟁에 대한 위키피디아의 검색결과를 제일 먼저 보여준다. 지식iN과 위키피디아 검색의 결과는 전문가가 아닌 대중의 지혜 또는 집단지성으로 생산한 정보·지식이라는 공통점을 지닌다. 바야흐로 지식을 생산하고 공유하는 헤게모니가 대중에게로 넘어온 새로운 시대가 열린 것이다. 중세시대부터 최근에 이르기까지 대중들은 정보·지식과 친숙하지도 못했을 뿐만 아니라 지식의 생산이라는 것은 생각조차 해보지도 못했었다. 정보와 지식, 특별히 지식을 생산하는 것은 전문가들의 몫이었다. 중세시대의 교회와 성직자에서부터 현대의 미디어와 교양인에 이르기까지 당대의 엘리트들만의 특권이었던 정보·지식의 생산은 이제 인터넷 시대의 도래로, 특별히 개방·참여·공유를 특징으로 하는 웹 2.0 시대의 도래로 일반대중에게도 가능한 일이 되었다.¹⁾

2. 지식의 새로운 정의

지식과 관련한 새로운 환경은 필연적으로 지식에 대한 새로운 정의, 즉 보다 광의의 개념을 요구한다. 지식을 ‘한 사회집단 혹은 한 사회가 실제로 있는 것이라고 믿으면서 포용한 모든 종류의 아이디어’로 정의한 버거와 루크만에서부터(Berger, Luckman, 1967:9), ‘전체 사회

1) 웹2.0은 2004년 오라일리사의 데일 도허티 부사장이 닷컴붕괴 이후 상황을 표현하는 용어로 ‘웹 2.0’을 제안하면서 사용되기 시작하였으며, “인터넷 사용자들 간의 정보공유와 참여를 통해 정보의 가치를 높이는 일련의 움직임”으로 정의된다. 이는 기술적인 의미에서 새로운 진보를 나타내는 용어는 아니며 인터넷 이용 방식의 변화를 의미한다(연합뉴스 보도자료 2007-03-22).

의 집합적 경험의 총체'로 정의한 매카티의 정의가 오늘날의 지식을 설명하기에 적합할 것이다. 특히 매카티는 '지식은 소수의 전문가들이 그들만이 해석할 수 있는 책이나 데이터를 통해서 생산한 것이 아니며, 다양한 사회구성원들이 자신의 일을 해나가면서 얻은 경험들을 기반으로 생성된 아이디어와 정보들을 모두 포괄한다'고 하였다(Mccarthy, 1996:22).

스펜더(Spender)는 광의의 개념으로 정의한 지식의 유형 중 객관화된 지식(Objectified knowledge) - 형식적이면서 사회적인 지식 - 에 주목해야 한다고 하였다.²⁾

<표 1> Spender의 분류에 따른 지식의 유형

구분	개인적(Individual)	사회적(Social)
형식적 지식 (Explicit)	의식하고 있는 지식 (Conscious knowledge)	객관화된 지식 (Objectified knowledge)
암묵적 지식 (Tacit)	습관화된 지식 (Automatic knowledge)	집단화된 지식 (Collective knowledge)

출처: Nahapiet & Ghoshal, 1998

객관화된 지식은 흠어진 지식과 지성을 모으고 공유하여 극대화시키는 가장 진보된 형태로써, 오늘날 온라인 공간의 등장으로 보다 확대되고 있다(Nahapiet & Ghoshal, 1998).

II. 대중의 지혜와 정보·지식 신뢰성 문제

1. 대중의 지혜: 지식검색과 위키피디아의 성장

2006년 12월 미국의 시사주간지 '타임'은 올해의 인물로 '개인(You)'을 선정하였다. 개방과 참여, 그리고 공유를 강조하는 웹2.0의 흐름이 일상생활에 널리 퍼지면서 개인(You)이 시대의 주인공으로 등장하여 사회적·경제적 변화를 주도해 나가고 있다.³⁾

2) 스펜더(Spender)는 지식을 ① 의식하고 있는 지식(개인적+형식적), ② 습관화된 지식(개인적+암묵적), ③ 집단화된 지식(사회적+암묵적), ④ 객관화된 지식(사회적+형식적)으로 구분하였다.

3) 1982년 올해의 인물로 '컴퓨터'가 선정된 이후 24년이 지나서 비로소 '개인' 특히 '네티즌'이 IT세상의 주인공으로 등장한 것이다. 개방과 참여를 강조하는 웹2.0의 흐름이 실생활에 깊이 파고들면서 패러다임 변화의 동력으로 작용하고 있음을 알리는 상징적인 사건이라고 하겠다(연합뉴스 보도자료 2007-03-22).

(그림 2) 웹2.0 관련 키워드



가장 큰 변화는 개인들이 정보의 생산자로 적극 활동하면서 네이버 '지식iN'과 위키피디아(Wikipedia)처럼 집단지성(collective intelligence)을 활용한 협업과 지식공유를 상징하는 서비스가 폭발적으로 성장하게 된 것이다.

웹 2.0의 대표모델인 위키피디아(Wikipedia)는 2001년 1월 시작되어 2007년 4월 현재 400만 명 이상의 이용자가 등록되어 있다. 250개의 언어로 제공되는 정보의 양은 600만 건, 영어로 된 정보만 200만 건에 이르고 있으며, 한 달에 위키피디아를 방문하는 월간 순방문자는 4,290만 명으로 미국 인기사이트 랭킹에서 9위를 차지하고 있다. 위키피디아의 가장 큰 특징은 누구나 자유롭게 사전 항목을 작성하고 수정할 수 있는 개방형 체제를 갖고 있다는 점이다.

네이버의 지식iN은 사전과 같이 항목별로 구성되어 있는 위키피디아와 달리, 이용자들이 서로 묻고 답하는 형식을 띠고 있다.⁴⁾ 지식iN은 2002년 10월 시작되었으며, 2007년 4월 말 기준으로 지식iN의 카테고리 중 하나인 '지식 Q&A'에 축적된 정보의 양은 총 6,500만개로 하루에 이루어지는 질문만 약 5만여 개, 답변은 약 7만여 개에 이른다.⁵⁾

지식검색서비스와 위키피디아의 빠른 성장은 정보의 방대한 양과 더불어 제공되는 정보의 정확성과 신뢰도에 기반을 둔다. 검색엔진 구글은 이용자들이 가장 많이 찾는 자료를 앞쪽에 보여준다고 한다. 그리고 많은 경우 위키피디아의 내용이 검색결과와 상단에 나타난다. 이와

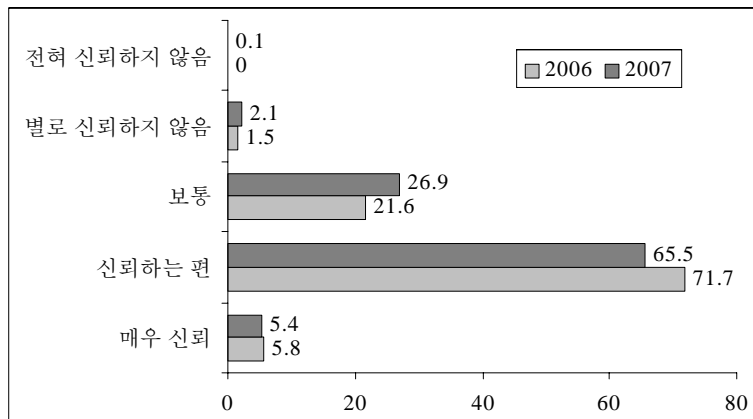
4) 네이버 지식iN을 포함한 지식검색 서비스는 네티즌들이 서로 궁금한 것을 직접 질문하고 답변하기도 하고, 때로는 다른 네티즌들이 질문하고 답변하여 이미 저장된 지식을 검색·공유·활용하며 직접 만들어가는 서비스이다(박주범·정동열, 2004; 김혜영, 2003; 이두영·강순희, 2003).
 5) 지식iN에서 지식은 우리의 일상생활과 관련된 정보, 상식, 그리고 조언까지도 포함하는 보다 확장된 개념으로서, 일반 네티즌들을 포함한 다양한 지식생산자들이 직접 제공하는 상대적으로 불안정하고 유동적인 지식으로, 집합적으로 공유되고 끊임없이 구성되는 특징을 가진다(김희연, 2006).

비슷하게 네이버에서 검색을 하면 지식iN의 검색결과가 상단에 나타난다. 이러한 검색결과와 순서는 이용자들에게 가장 믿을만한 정보가 먼저 제시될 것이라는 암묵적인 기대를 갖게 한다. 그러나 과연 검색결과에 가장 먼저 제시된 위키피디아와 지식iN의 정보가 가장 믿을만한 것인가, 또한 굳이 검색결과와 상관없이 대중의 지혜로 생산된 정보가 과연 믿을 만한 것인가?

2. 정보·지식의 신뢰성 문제

2005년 12월 학술지 네이처(Nature)는 과학분야에서 위키피디아는 브리태니커 백과사전과 비슷한 수준의 오류를 가지고 있다고 발표하였다.⁶⁾ 이 발표로 위키피디아의 신뢰성에 큰 문제가 없을 것이라는 여론이 형성되었다. 그러나 위키피디아의 공동창업자였던 래리 생어(Larry Sanger)는 네이처(Nature)지의 조사가 과학 분야만을 조사대상으로 한 점, 샘플 사이즈가 매우 적었고, 비교대상을 선정하고 구조화하는데 잘못된 방법이 사용되었으며, 그리고 질적 수준과 오류의 정도를 정량화한 문제가 있다고 지적했다. 또한 그는 영국의 일간지 더 타임스와 인터뷰에서 “위키피디아는 이미 너무 엉망이어서 이제 못 고칠 지경이다”라고 하며, 위키피디아에서 제공되는 정보·지식의 신뢰성에 강한 의문을 제기하였다(조선닷컴, 2007-4-12).

[그림 3] 지식검색 결과 신뢰도



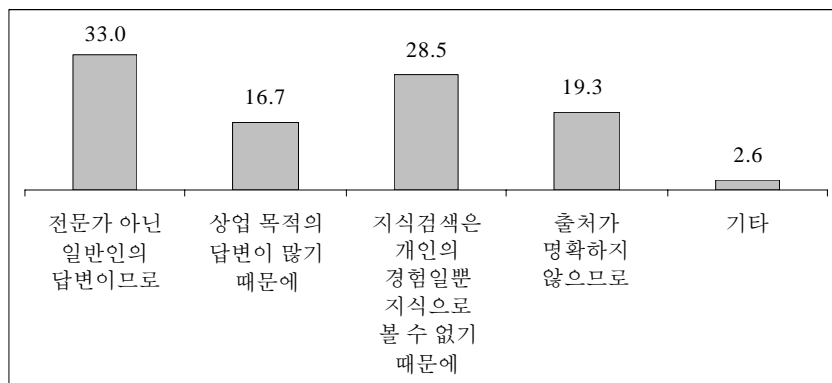
출처: 전자신문, 엠브레인, 2006; 2007

6) 네이처(Nature)지가 브리태니커와 위키피디아의 과학 표제어 42건을 분석한 결과 치명적 오류는 각각 4개씩, 사소한 오류는 123개와 162개로 조사되어 질적으로 차이가 없었다고 발표했다. 이것을 1항목 당으로 환산하면, 브리태니커는 2.92건, 위키피디아는 3.86건이 된다.

국내의 지식검색 서비스에서 제공되는 정보·지식의 신뢰성 문제도 위키피디아와 비슷하다. 전자신문사와 엠브레인이 조사한 지식검색의 신뢰도 관련 설문에 따르면, 2006년에는 응답자의 76.8%가 검색결과를 신뢰한다고 응답한 반면, 2007년에는 응답자의 70.9%가 신뢰한다고 응답한 것으로 나타났다. 아직까지 지식검색 내용에 대한 신뢰도는 높은 편이나, 2006년에 비해 신뢰한다는 응답은 줄어든 반면, 신뢰하지 않는다는 응답은 늘어나 지식검색에 대한 신뢰도는 전반적으로 하락한 것으로 나타났다(전자신문, 2007-03-14, 2006-03-15).⁷⁾

그렇다면 왜 지식검색 결과를 신뢰하지 않는 것일까? 지식검색 관련 실태에 관한 조사(최항섭·김희연·장종인, 2006)에 따르면, 지식검색서비스에 제공된 정보·지식을 신뢰하지 않는 이유는 전문가가 아닌 일반인의 답변이므로(33.0%), 개인의 경험일 뿐 지식으로 볼 수 없기 때문에(28.5%), 출처가 명확하지 않으므로(19.3%), 상업목적의 답변이 많기 때문에(16.7%)인 것으로 나타났다.⁸⁾

[그림 4] 지식검색 결과를 신뢰하지 않는 이유



출처: 인터넷상 네티즌 공유정보에 대한 신뢰행위 연구, 2006

일반 대중의 지혜로 만들어가는 정보·지식공유의 장을 신뢰하지 못하는 이유가 전문가의 답변이 아닌 일반인의 답변이기 때문이라는 것은 이 공간이 대중의 참여로 급성장했다는 점을 생각해볼 때 아이러니하다. 그러나 제공된 정보·지식에 대한 철저한 검증시스템이 없는

7) 전자신문사와 엠브레인의 2006년 지식검색 이용조사 결과와 2007년 인터넷 지식검색조사는 2,000명을 대상으로 하여, 2006년 3월 11일~13일과 2007년 3월 9일~12일에 실시되었다.

8) 본 조사는 6대 광역시, 8개도의 20세 이상 남녀 3,000명을 대상으로 2006년 9월 14일~20일까지 실시되었다. 전체 응답자의 97.3%는 지식검색 서비스를 이용해 본 경험이 있었으며, 지식검색 시 원하는 정보를 찾는 비율은 69.0%, 검색 정보 중 믿을 수 있는 정보의 비율은 65.3%로 응답하였다.

한 누구나 정보·지식을 제공할 수 있는 열린 체계는 한계를 지닌다.

〈표 2〉 위키피디아의 허위정보·허위경력 사건

구분	사건	비 고
허위정보	전직 언론인 존 세이겐 탈러 (John Seigenthaler)	- 존 세이겐 탈러가 로버트 케네디와 존 F 케네디의 암살에 관여 했다는 잘못된 내용이 익명의 기고자에 의해 4개월간 수록됨
허위경력	필명 '에스제이'(Essjay)	- 교회법을 전공한 종교학 교수로 알려진 에스제이가 일정한 직 업이 없는 대학중퇴자로 밝혀짐. 에스제이는 약 2만여건의 글 을 기고하거나 편집하며 상당한 영향력을 행사하였음
익명삭제	아담 커리 (Adam Curry)	- 포드캐스팅의 항목에 관한 개척자인 아담 커리가 타인의 독창 적 실적을 익명으로 삭제함

온라인 백과사전인 위키피디아도 〈표 2〉에 제시된 허위정보 게재, 허위경력 제시, 익명으
로 타인의 실적 삭제 등 최근 일련의 사건들로 인해 신뢰성에 상당한 타격을 입었다.

III. 신뢰 제고를 위한 정보·지식 서비스의 진화

물론 이러한 몇몇의 사건들로 위키피디아가 정확한 정보·지식을 제공하지 못하고 있다는
주장을 하기에는 한계가 있다. 정확하지 못한 정보·지식은 시중의 다양한 서적들과 백과사
전, 그리고 학계의 대가들이 작성한 논문에도 포함되어 있다. 그러나 앞서 제시된 사건들을
포함하여 웹상에서 유통되는 정보·지식에 대한 낮은 신뢰도는 모두 익명성과 관련 있다. 이
에 따라 익명성으로 인한 낮은 신뢰도를 극복하고자 〈표 3〉과 〈표 4〉에 제시된 바와 같이 다
양한 수준의 대안들이 등장하고 있다.

먼저 네이버 지식iN에서는 제공되는 정보·지식을 이용자들이 직접 평가하고 우수한 답변
에 투표하는 방식의 활용, 전문가 지수와 신용도 아이콘의 도입, 전문가만이 대답할 수 있는
전문 Q&A의 확장, 전문지식을 제공하는 지식스폰서 제도의 도입 방식 등을 활용 중이다.
특히 전문기관과 연계하여 양질의 정보·지식을 제공하기 위해 국회도서관, 국립중앙도서관,
외교부 등 20여개의 공공기관과 금융감독원, 선거관리위원회 등과 제휴하여 관련 데이터베이
스를 확보하였다(한국데이터베이스진흥센터, 2006).

〈표 3〉 네이버 지식IN의 신뢰도 제고를 위한 체계

구분	주요 내용
전문가 지수 및 신용도 아이콘	- 이용자가 답변·집필하는 디렉토리에서의 활동을 측정한 수치로 전문수준을 나타내는 지표이며, 전문가 지수에 따라 신용도가 달라짐
지식스폰서	- 각 분야의 전문지식을 바탕으로 전문적인 답변과 집필활동 하는 개인·단체·카페로 2006년 6월 기준, 개인 2,402명, 168개 단체 774명, 351개 대표카페 2,426명이 활동 중임
디렉토리 에디터	- 디렉토리 내의 편집장으로, 게시물 작성, 좋은 지식 추천, 부적합한 게시물 신고 등의 권한을 가지며, 2006년 6월 기준 82명이 활동 중임
전문 Q&A	- 전문가가 지식을 제공하는 공간 - 컴퓨터, 의학, 법률 등 전문 DB가 필요한 디렉토리에 정확성 제고
기타	- 광고 및 스팸성 게시물 검수 강화

한편 국외에서는 위키피디아의 낮은 신뢰도를 극복하고, 보다 전문적인 정보·지식을 제공하기 위해 시티즌디엄(citizendium.com), 컨서버피디아(consevopedia.com), 스콜라피디아(scholarpedia.com) 등 몇몇 대안 온라인 백과사전이 등장하였다. 시티즌디엄은 위키피디아의 공동창립자였던 래리 생어가 설립하였으며, 실명사용을 원칙으로 하고 있다. 컨서버피디아는 위키피디아의 '진보적 편견'을 수정을 기치로 세운 보수적인 사이트로 창조론 같은 기독교 교리 등 보수적 세계관에 기초한 정보를 제공하며, 스콜라피디아는 엄선된 저자들만이 글을 게재할 수 있으며, 권위 없는 내용은 배제한다는 원칙을 가지고 있다(조선닷컴, 2007-4-12).

〈표 4〉 위키피디아의 '대안' 온라인 백과사전

구분	창립자	출범	주요특징
시티즌디엄 (Citizendiu.com)	래리 생어 (위키피디아 공동창립자)	2007년 3월	- 실명 사용 - 전문가 검증
컨서버피디아 (Conservopedia.com)	앤드루 실라플라이 (보수주의 기독교인)	2006년 11월	- 보수적 정보 - 편집과정 공개
스콜라피디아 (scholarpedia.com)	유진 이즈하케비치 (과학자)	2006년 11월	- 선별된 전문가 참여 - 권위없는 정보 배제

출처: 조선닷컴, 2007-4-12

특히 시티즌디엄은 위키피디아 2.0으로 불릴 만큼 많은 점이 위키피디아와 비슷하다. 그러나 시티즌디엄에서는 제공되는 정보·지식의 '신뢰성'과 '정확성' 회복을 위해 모든 이용자들이

은 필명이나 이메일 주소만으로 접속할 수 없으며, 본인의 실명과 약 100~500단어로 작성된 본인소개를 제공해야만 한다. 일견 익명성에 기초한 웹의 정신에 반대되는 것처럼 보이는 실명 사용원칙에 대해 래리 생어는 익명성은 '사람들의 행동에 대한 책임감을 상실하게 만들어 결과적으로 부적절한 행동과 지식·정보를 양산'하기 때문에, 실명 사용원칙은 가장 확실하게 신뢰를 확보하는 방법이라고 설명하였다. 또한 시티즌디움에서는 <표 5>에서 볼 수 있듯이 일반 이용자뿐만 아니라 전문가의 개입이 보다 적극적으로 이루어지고 있다.

<표 5> 시티즌디움의 구성원 체계

구분	비 고
콘텐츠 작성자 (Authors)	- 대다수의 이용자로 콘텐츠를 작성·편집하거나 토론할 수 있음 - 대중의 지혜(집단지성) 효과 유지
편집자 (Editors)	- 분야의 전문가로, 일반 이용자와 다른 에디터들과 협업함 - 일반 이용자들이 작성한 콘텐츠에 대해 게시 거부·승인권을 가짐 - 제공되는 정보·지식 콘텐츠의 정확성 제고
치안담당자 (Constables)	- 커뮤니티의 원활한 운영을 위해 활동함 - 규칙을 어긴 일반이용자들의 행동에 대한 감시·제지권을 가짐 (콘텐츠에 대한 권한은 없음) - 이용자들의 폭력적·파괴적 행위(vandalism) 차단

출처: 시티즌디움(www.citizendum.com)

일반이용자(Authors), 편집자(Editors), 치안담당자(Constables)로 이루어진 체계는 다수의 이용자들이 실명으로 참여하여 정보·지식을 생산할 수 있게 함으로써 보다 책임감을 가지고 작성한 풍부한 콘텐츠를 제공할 수 있게 하여 '대중의 지혜' 효과를 유지하게 하였다. 또한 전문가들의 검수과정을 통해 콘텐츠의 정확성을 제고하고, 마지막으로 실명사용 원칙과 일부 잘못된 행동들에 대한 전문적인 치안담당자를 통해 폭력적이고 파괴적인 행위를 일삼는 이용자들을 원천적으로 차단할 수 있게 하였다.

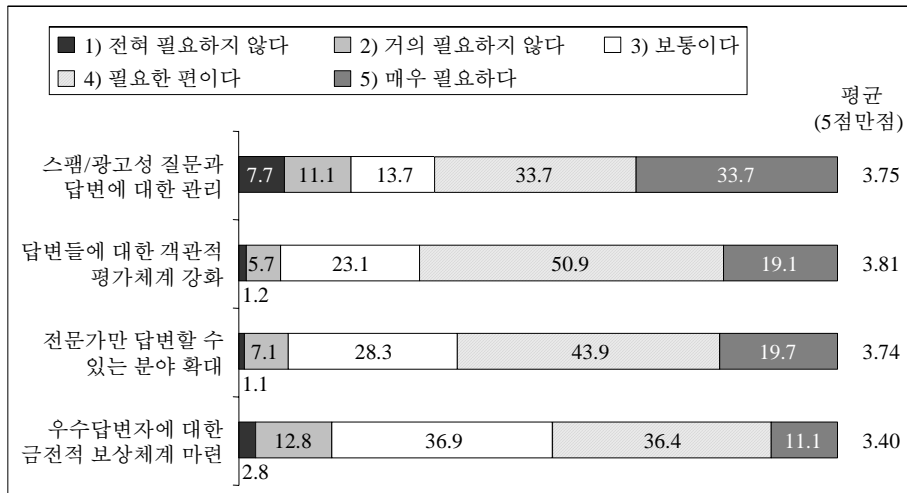
2006년 11월부터 정식 오픈까지 약 4개월 동안의 시험운영기간을 통해 180명 이상의 전문 편집자(editors)들과 800명의 콘텐츠 작성자(authors)가 1,000건 이상의 문서를 작성한 것으로 나타나 시티즌디움은 비교적 성공적인 시도로 평가받았다. 그러나 향후 이용자가 급증하고, 정보·지식의 양이 폭증한 이후에도 계속적으로 양질의 콘텐츠를 제공할 수 있을지는 아직 미지수이다.

온라인에서 유통 중인 대부분의 정보·지식은 누구나 참여하고 생산하고 공유할 수 있다는 웹의 특성상 태생적으로 전문성과 신뢰도의 문제가 뒤따르고 있다. 이러한 문제의 해결을 위

해 다양한 노력과 시도가 진행 중이다. 가장 이상적인 모델은 이용자가 만드는 풍부한 콘텐츠와 전문가의 선별기능을 결합한 지식코칭(coaching) 형으로 대중의 지혜와 전문성, 그리고 신뢰성을 확보하는 것이다(삼성경제연구소, 2007).

지식검색 관련 실태에 관한 조사(최항섭·김희연·장종인, 2006)에 따르면, 응답자들은 향후 지식검색에서 제공되는 정보·지식의 신뢰성을 높이기 위해서는 ‘객관적 평가체계를 강화하는 것’이 가장 중요하다고 응답하였다.

(그림 5) 지식검색의 신뢰성 향상을 위한 방안



출처: 인터넷상 네티즌 공유정보에 대한 신뢰행위 연구, 2006

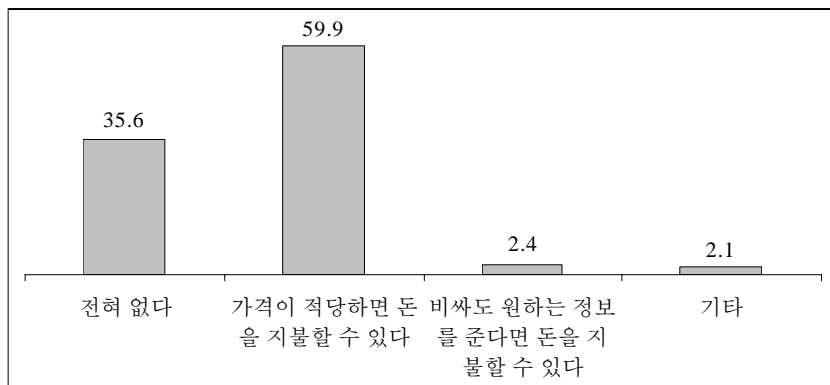
객관적 평가체계를 강화하기 위해 지금까지 활용된 방식에는 집단지성 활용의 측면에서 SK커뮤니케이션즈에서 시도한 ‘씨플’서비스와 같이 이용자가 검색결과에 대해 ‘플러스’ 버튼을 많이 누를수록 다른 검색 결과보다 상위에 노출되는 방식을 사용하거나(전자신문, 2006. 9. 1), 이베이(e-bay)와 같이 좋은 평가를 받으며 활동을 하는 이용자에게 ‘신뢰도 마크(trust mark)’를 부여하는 등 평판자본(reputation capital)을 활용하는 방식이 있다.⁹⁾ 그러나 이와

9) 이베이가 수많은 중소기업과 개인을 유치할 수 있었던 것은 그들에게 평판자본을 부여했기 때문으로 이베이의 사업모델은 개인에게 공신력을 부여하여 수익을 창출한 것으로 평가된다(삼성경제연구소, 2007). 또한 리뷰검색인 ‘레뷰(www.revu.co.kr)’는 쇼핑몰이나 커뮤니티에서 제공하는 제품 리뷰가 지극히 개인적인 판단에 기초한다는 한계를 극복하고자 신뢰도 높은 리뷰들을 검색 결과로 제공하고, 리뷰작성자의 온라인 평판점수를 추출해 점수가 높은 사람의 콘텐츠를 보여주는 방식을 시도하고 있다(전자신문, 2006. 5. 8, ‘월요기획-웹2.0시대 열린다. 활용분야’).

같은 방식은 포인트 등 수치데이터에 불과한 평판에 근거한 것으로, 이베이에서 저가 상품을 대량으로 판매하고 높은 평판자본을 획득한 후, 고가의 상품을 허위로 팔고 잠적하는 등의 부작용이 있어 정보·지식 관련 서비스에서의 객관적 평가체계의 세분화 등 진화가 필요하다.

또한 응답자들은 전문가들의 답변분야 확대와 우수답변자에 대한 금전적 보상체계 마련도 필요하다고 응답하였다. 전문가들의 답변이 증가되면 그만큼 신뢰도가 높아질 수 있는데, 전문가의 답변에 대한 금전적 보상을 할 의향이 있는가라는 질문에 응답자의 62.3%는 지불할 수 있다는 의견을 갖고 있었다. 실제로 구글(Google)에서는 해당분야의 전문가가 답변을 하고, 질문자는 답변자에 대한 금전적 보상을 하는 방식을 시도하고 있다.¹⁰⁾

(그림 6) 웹상에서 전문가의 정보·지식제공에 대한 금전적 보상 의향



출처: 인터넷상 네티즌 공유정보에 대한 신뢰행위 연구, 2006

이러한 금전적 보상방식은 정보·지식의 무한공유라는 웹의 기초정신에서 보았을 때 다소 어울리지 않을 수 있으나, 그만큼 믿을 수 있는 전문적인 정보·지식에 대한 요구가 커져가고 있다고 해석할 수 있다.

지식의 속성상 사회관계가 복잡해질수록 한 개인이 모든 것을 알기는 더욱 어려워지며, 언제나 그 뒤에는 한 개인이 알지 못하는 더 많은 지식이 존재하고 있다. 그래서 정보·지식의 체계는 전문가의 지식이나 전문가에 대한 전문가의 조언과 같이 복잡 난해한 전문가 시스템으로 귀결된다고 하였다(Berger&Luckman, 1966). 정보·지식서비스가 다양한 방식으로 진화하고 있지만, 무엇보다 전문성과 신뢰도를 높이는 작업이 선결되어야 할 것이다. 그리고

10) 이때 보상금액은 2달러에서 200달러의 범위내로 질문자가 질문을 올리면서 보상금액을 제시하고, 답변이 만족스러울 경우에는 1달러에서 100달러의 범위에서 추가로 팁을 제공할 수 있다.

믿을 수 있는 지식의 공유를 통해 다양한 지식생산자들이 직접 만들어가는, 집합적으로 끊임 없이 구성되는 공간을 구축해나가야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 김혜영, 지식검색 서비스 이용에 관한 연구, 고려대학교 석사학위논문, 2003.
- [2] 김희연, 지정보사회에서의 지식과 지식검색에 대한 고찰, 정보통신정책 제 18권 14호 통권 398호, 2006
- [3] 박주범 · 정동열, 지식검색서비스 이용에 관한 실증적 연구, 정보관리학회지 제21권 3호, pp.83~98, 2004.
- [4] 삼성경제연구소, 웹2.0이 주도하는 사회와 기업의 변화, CEO Information, 제588호, 2007.
- [5] 이두영 · 강순희, 웹 검색엔진의 지식검색커뮤니티 기반 지식관리에 관한 연구, 제10회 한국정보관리학회 학술대회 논문집, pp.143~152, 2003.
- [6] 최항섭 · 김희연 · 장종인, 인터넷상 네티즌 공유정보에 대한 신뢰행위 연구, 정보통신정책연구원, 2006
- [7] 한국데이터베이스진흥센터 지식표준팀, 2006, 포털사이트를 통한 지식정보 유통현황과 과제, 지식정보이슈보고서
- [8] Berger, Peter L. and Luckman, Thomas. The Social Construction of Reality. New York: Anchor Books, 1966.
- [9] McCarthy, E. Doyle. 1996. Knowledge as Culture - The new sociology of knowledge. London and New York: Routledge
- [10] Nahapiet, Jannie and Ghoshal, Sumantra. 1998. Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage, in Lesser, Eric L.(ed.) 2000. Knowledge and social Capital: Foundations and Applications. Oxford: Butterworth-Heinemann
- [10] Rifkin, Jeremy. 2000. The Age of Access: The New Culture of Hypercapitalism, Where all of Life is a Paid-For Experience. Jeremy P. Tacher/Putnam a member of Penguin Putman Inc. New York
- [11] <http://citizendium.com>
- [12] <http://kin.naver.com>
- [13] <http://kinds.or.kr>