

정보검색에 대한 올바른 이해

Trend of Information Researcher



이종언
넥서스컨설팅 사장
Lee, jong-eon.
Nexus President.

정보화란 용어의 매력과 함께 정보를 찾는 정보검색사에 대한 관심도 높아지고 있다. 특히 미국의 우수 잡지들에서 부터 미래의 가장 인기 직종이 되리라는 예측기사가 빈번하게 등장 하면서 정보검색사는 미래를 대표하는 직종으로 까지 과대평가 되기도 한다.

국내에 정보검색이 알려진 것은 필자가 처음 이 분야에 뛰어들기 1년이 채 되지 않은 1991년 부터인 것으로 기억한다.

당시는 오늘날과 같이 PC통신이 그리 대중화 되지도 않았고 인터넷에 대해서도 거의 알려지 지 않은 시절이라 컴퓨터로 워싱턴 포스트 당일 자를 검색하여 보여주는 필자를 기자들은 환상 적으로 보았던 모양이다. 그렇게 해서 신문지상 에 보도되기 시작한 정보검색은 기사를 작성하 던 기자들에게 “정보검색은 이런 것” 이라고 설 명해 준 본인도 알수 없는 상제리제 거리의 보 석가격에서 부터 펜타곤의 기밀을 떡 주무르듯 하는 마술사로 둔갑하고 말았다.

한편 (지금도 그렇지만) 남성에 비해 여성들

의 취업 기회가 월등히 적은 환경 속에서 남성 들의 기득권이 미치지 않은 미지의 직종을 찾던 당시 상황은 “국내 최초의 정보검색사”로 소개 된 어떤 여성의 사진에서 부터 “정보검색은 여 성들의 직종” 이라는 정의를 내리고 말았다. 이 로서 만족하지 않고 “정보검색은 가정주부들이 가사일을 돌보면서 틈틈히 취미삼아 하면서 고 소득에 전문직의 명예까지 보장되는” 꿈같은 직 종으로 알려지고 말았다.

이후 정보검색 교육과정이 생기면서 이의 실 체가 어느정도 들어나고, 환상은 현실로 바뀌면 서 갑자기 달아오른 열기는 또 그만큼 빠른 속 도로 식어갔다.

그러던 중 다시 인터넷 붐이 일면서 “정보검 색사”는 또한번 세인의 관심으로 떠오르고 있는 것 같다. 이러한 상황에서 가장 중요한 것은 정 보검색사의 실체를 정확하게 파악하는 것이라 하겠다.

정보의 필요성은 이제 세삼 강조할 필요가 없 을 것이다. 정보의 중요성이 강조 되면서 요구

되는 정보는 그 범위를 빠르게 넓혀가고 있으며 그 깊이 또한 끝이 보이지 않는 것 같다.

과거에는 물건을 만들어 동네에서 광고만 하면 팔수 있었던 시절에서 이제는 국제 시장의 치열한 경쟁속에서 상호 견제하면서, 또 한편으로는 상호 조정을 해 가면서 물건을 팔아야 하는 상황으로 급변해 왔다. 즉 경쟁의 규모나 정도가 월등히 커져가는 것이다. 기업정보는 바로 "경쟁상태"에서 요구되는 것이며 경쟁에 이기기 위한 무기로서 작용하는 것이다. 이러한 무기는 화력이 강할수록 유리한 것이며 강한 화력을 효과적으로 운용하여 경쟁에서 이길 수 있는 "정보검색사"의 필요성은 여기서 대두되었던 것이다.

오늘날 기업은 전 세계의 방대한 정보를 다양하게 요구하고 있다. 이러한 다양한 요구에 빠르게 대응할 수 있는 유일한 방법이 데이터베이스이며 정보검색사는 이러한 데이터베이스를 통해서 정보를 획득, 필요한 수요자에게 공급하는 역할을 한다.

이러한 정보검색사는 80년대 미국의 일부 대학 도서관학과에서 시작되어 오늘에 이르고 있으며 미국에서는 이를 Information Researcher 혹은 Information Broker라고 한다. 한편 기업정보에 오래전부터 민감하게 반응해 온 일본에서는 80년대 중반 이를 제도화 시켜 정보검색 기술사 자격증을 제정하여 이를 제도화 시켰다. 일본에서는 이를 서처(Searcher)라고 표현 하는데 영문 발음이지만 사실상 미국에서는 사용하지 않는 용어이다.

정보검색사는 다양한 능력들이 요구되고 있지만 정보검색사의 파워를 결정하는 가장 기본적인 요인은 데이터베이스의 현황이며 이는 개인

검색사의 능력이나 자질과는 무관한 환경적 요소이다.

그런데 오늘날 이 환경적 요소인 데이터베이스가 엄청난 속도로 발전 함으로서 정보검색사의 역할이나 능력은 초고속으로 확장되고 있는 것이다.

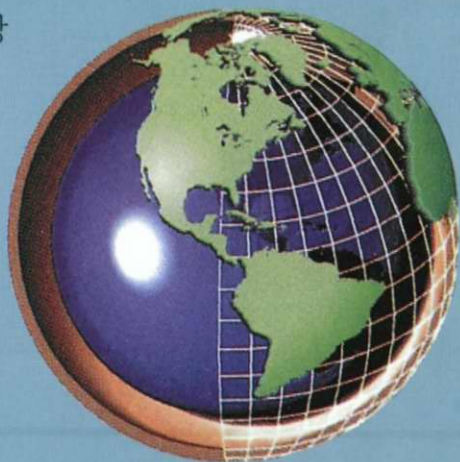
전 세계 수천만개 기업들의 프로필에서 부터 시시각각으로 변하는 동향, 전 세계에 흩어진 각종 단체나 출판물, 소프트웨어, 기금, 인물 등의 디렉토리, 세계 주요 국가들에서 하루에도 수백건씩 만들어 지는 각종 판례나 법률, 그리고 특허 등 산업 소유권, 각 분야의 학술논문,

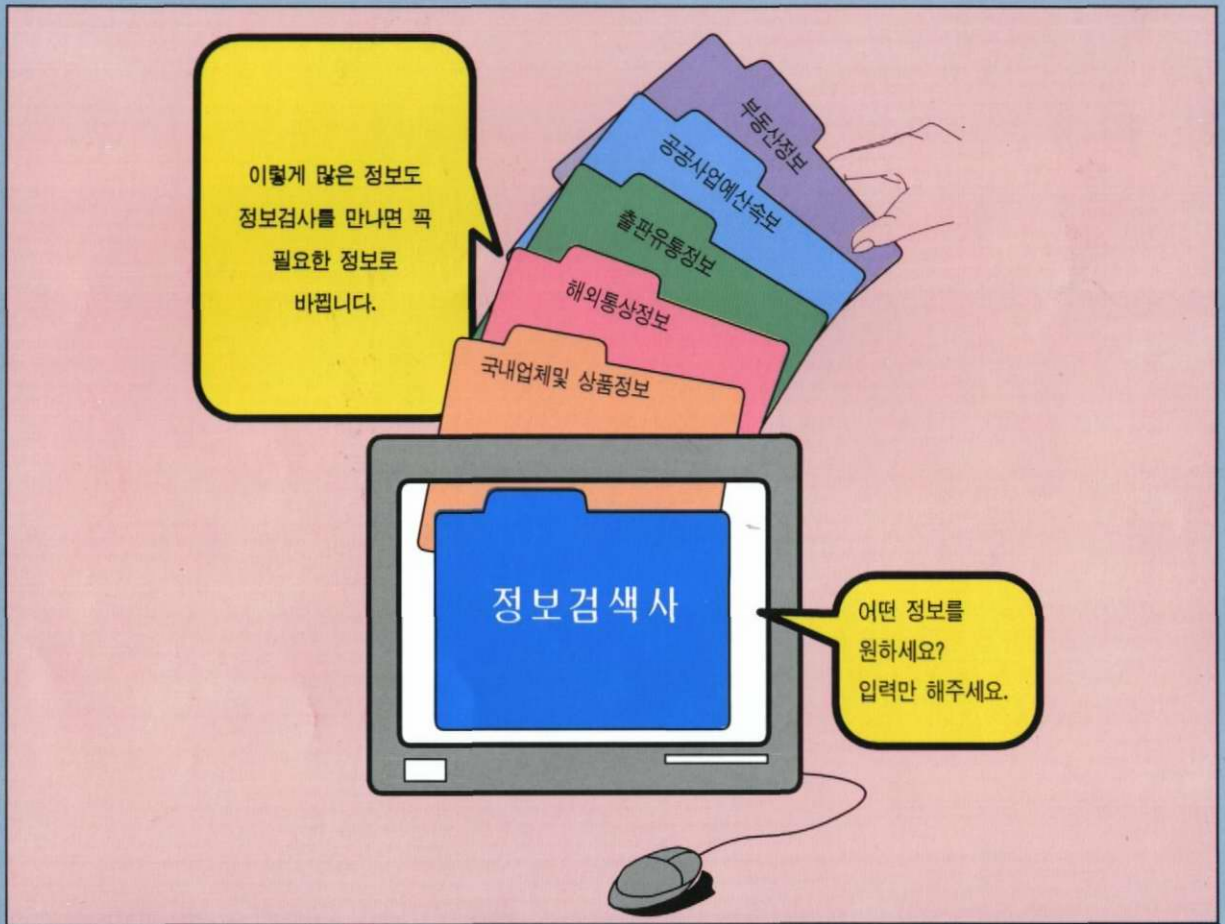
다양한 시장분석 등 거의 상상을 초월하고 있다. 이러한 방대한 정보들은 약

10,000여종의 상업용 데이터베이스에 존재하고 있으며 이들 대부분은 인터넷을 경유하여 접근할 수 있다. 물론 인터넷 요금과는 별도로 데이터베이스 사용에 소요되는 정보료가 요구된다.

정보검색사의 기능은 이러한 방대한 데이터베이스들에 접근하여 정보를 찾는 능력을 기본으로 한다. 물론 정보검색사들이 사용하는 데이터베이스는 컴퓨서브나 PC-VAN, 천리안과 같은 PC통신 서비스가 아닌 전문 정보들이 데이터베이스 형태로 구축되어 있는 시스템으로 복잡한 검색방법이 요구된다.

이에 정보검색사들은 이러한 전문정보를 검색할 수 있는 검색기술 뿐 아니라 효과적인 검색을 위한 자료들(Search aids ; 검색보조도구라고 한다.)이 필요하며 이러한 보조도구들을 잘 활용할 수 있는 능력이 함께 요구된다. 물론 이러한 능력들을 모두 포함하는 것으로서 정보검색사의 가장 중요한 능력은 검색설계 능력이





다. 이를 미국에서는 검색 프로필, 일본에서는 검색전략이라고 표현 하는데 어떤 경로를 통해서 어떤 데이터베이스로 접근하여 어떻게 필요한 정보를 찾아 오는가 하는 과정의 계획을 의미한다.

이 검색설계는 서치의 능력을 결정하는 중요한 요소로서 사실상 지적 능력과 감각적 능력이 요구되지만 그보다 더 중요한 것은 얼마나 많은 경험이 있는가에 따라 차이가 나는 것이다.

물론 이보다 먼저 정보를 필요로 하는 고객의 요구를 정확하게 파악하고 이를 온라인 검색과 연결 함으로서 고객의 요구를 만족 시킬 수 있는 능력도 필요하며 이를 “프리서치 인터뷰 (Presearch Interview)” 혹은 줄여서 “프리서치(presearch)”라고 표현한다.

이와 상반되는 개념으로 검색된 결과를 분석

하여 고객의 요구에 맞는 상품으로 만들어 주는 검색사후 과정이 있는데 이를 “포스트서치 (Postsearch)”라 한다. 이상 정보검색사로서 필요한 기능들을 정리해 보면 다음과 같다.

1. 프리서치 인터뷰
2. 검색 프로필 설계
3. 온라인 검색
4. 포스트서치

물론 이상 각 과정들은 단계별로 복잡하고 기술적인 방법들과 함께 이의 시행 단계들이 별도로 정해져 있다.

특히 프로필 설계 과정에서 우리는 검색어들을 어떻게 조합할 것인가 혹은 어떤 순으로 검색을 할 것인가 등에 대한 미묘한 차이들이 결과에 큰 영향을 미친다는 사실을 알면 놀라게

된다.

오늘날 정보검색사들의 고객인 기업은 실로 다양하고도 복잡한 정보를 요구하고 있다. 데이터베이스가 아무리 빠른속도로 팽창한다고 하더라도 기업의 정보 요구 수준은 이보다 월등히 빠르게 증가하고 있는 것이다.

그런 까닭에 우리의 환경은 불과 역사가 10년 남짓한 정보검색사들에게 새로운 변화를 요구하고 있는 것이다. 예를 들어 지난해 "Bell Atlantic Mobil"社의 대외 서비스 조직을 조사해 달라던 고객이 불

과 1년이 지나자 그의 요구는 "Bell Atlantic Mobil"의 고객서비스 전략으로 바뀐 것이다. 즉 고객의 정보활용도는 그만큼 수준이 높아졌고 정보검색사는 그만큼 더 복잡한 작업이 요구된다는 것이다.

데이터베이스에 의존하고 있는 정보검색사이지만 데이터베이스는 항상 정보검색사에게 만족을 주지 못한다.

과거 초기 정보검색사들은 초록만 제공하는 데이터베이스의 부실함 때문에 원문을 다시 찾는 번거러움을 감수해야 했다. 그리고 오늘날 정보검색사는 단순정보만을 제공하는 데이터베이스의 부실함 때문에 단순데이터를 모아서 내용을 분류하고 이를 파악하여 새로운 분석 보고서를 만들어야 하는 매우 복잡하고 숙려된 기술을 요구하는 것이다.

"해외시장 분석(Market Research)" 회사에



서 일해 오면서 최근에 느끼는 변화는 많은 기업들이 정보검색사를 필요로 하고 있다는 것이다.

필자가 몸담고 있는 회사에는 적지않은 고객들로 부터 정보검색사 추천 의뢰가 들어온다. 하지만 이러한 요청에 "No"라고 대답할 수 밖에 없는 필자에 대해 흔히 장사속으로 치부해 버리는 고객들도 더러 있는것을 잘 알고 있다. 수년 내에 적어도 수천명의 정보검색사가 필요할 것으로 예상 되지만 현재로서는 단 한명의 검색사를 배출할 수 있는 기관도 국내에는 존재하지 않는다.

국내 대기업들이 정보검색사들을 필요로 한다면 그들이 필요한 사람을 그들의 투자에 의해서 키워야 한다는 것이 우리의 현실임에도 불구하고 이들 기업은 여전히 존재하지 않는 미래의 해결사를 찾아 다니고 있는 것이다. **HC**