

친숙한 웹 페이지 정보 항목명 선택을 위한 지표 비교

The Comparison of Indicators for Selecting Familiar Labels of Information Items in Web Pages

조인호*
Inho Cho

김형래**
Hyoungrae Kim

요약

인터넷 웹페이지나 XML 등을 통해 정보를 공유할 때, 친숙한 정보항목 명칭은 사용자 간에 혼동을 최소화한다. 친숙한 단어를 선택하기 위해 언어 전문가의 의견을 구하는 경우 비용과 시간이 소모되지만, 자동화된 지표는 별도의 비용 없이 참고정보를 제공하여 사용자가 친숙한 단어를 선택하도록 돕는다. 본 논문은 사용자가 인터넷에서 쉽게 접할 수 있는 지표를 수집하여, 친숙한 단어를 선택하는데 사용 효과를 비교 조사하였다. 수집된 지표는 단어 길이, 관련 사이트에 사용되는 빈도, 검색 사이트에서 결과 건수이다. 관련 사이트에 사용되는 빈도에 의해 선택된 단어가 여성의 것과 최고 76%, 남성의 것과 최고 71% 매칭 되는 것으로 나타나, 참고 지표로 사용 가능한 것으로 결과가 나타났다.

ABSTRACT

While sharing information through Internet by Web page or XML, familiar labels of information items will reduce the confusion among users. The advises of the language experts for choosing familiar terms may cost money and time, but an automated Indicator can help a user select right terms without any cost. This paper collects Indicators that can be easily found over Internet and compares the efficiency of them for selecting familiar terms. The collected indicators are the number of words in a term, the frequency used in a related Web sites, and the number of search results in portal sites. The results conclude that the found terms by the frequency matches 76% for women's and 71% for men's, which tells that the frequency can be a reference for selecting familiar terms.

□ Keywords: 정보 항목명, 친숙한 단어, 레이블명, 정보 전달

1. 서론

인터넷을 통해 정보를 효과적으로 공유하기 위해 정보를 제공하는 웹사이트가 증가할 뿐만 아니라 XML, Ajax, 등 다양한 기술들이 개발되고 있다. 의미있는 정보의 최소 단위를 정보항목으로 정의할 경우, 정보를 효과적으로 공유하기 위해서는 정보항목에 대한 명칭(레이블)이 사용자간에 혼동을 최소화 하여야 한다. 웹사이트 기획자는

웹 기획 또는 정보호환기반(XML) 설계 시 정보항목에 대해 사용자에게 친숙한 단어를 찾아내기 위해 노력을 기울이고 있기 때문에 친숙한 명칭을 선별하는데 도움이 되는 지표가 있다면 웹기획자 및 인터넷 사용자에게 많은 도움이 될 것이다.

친숙한 단어를 선별함에 있어 언어학 전문가의 자문을 통해서 또는 상식적인 선에서 적정 단어를 선별하였다. 언어학 전문가의 자문을 구하는 방법은 정확성이 높지만 비용과 시간이 소요된다. 주변인의 의견을 듣는 것 또한 의견 수렴을 위한 시간이 필요하다. 개인이 상식적인 선에서 선별하는 것은 시간과 비용이 절약되지만, 자칫 자신의 주관적 편견에 빠지기 쉽다.

본 연구는 일반 사용자에게 친숙한 단어를 자

* 정 회 원 : 한국고용정보원 정보화사업본부장
data@keis.or.kr

** 정 회 원 : 한국고용정보원
kimhvae@keis.or.kr, goddoes8@gmail.com

[2010/09/01 투고 - 2010/09/03 심사 - 2011/02/08 심사완료]

동적으로 선별 제안이 가능한 지표를 찾아내기 위해 다양한 대상 지표를 선정 후 정확성을 비교 조사 한다. 지표는 일상에서 손쉽게 구해 활용할 수 있어야 하며 정확성 또한 높아야 한다. 세 가지의 지표를 선택한 후 정확성을 평가하기 위해 친숙성과의 매칭률을 비교하였다. 사용된 지표는 단어 길이(이하 ‘단어 길이’), 관련 사이트에서 사용되는 빈도(이하 ‘사이트 빈도’), 포털 사이트에서 검색되는 건수(이하 ‘검색 건수’)이다.

논문의 기여는

- 사용자에게 친숙한 단어를 선별하도록 돕는 지표를 비교한 결과 ‘사이트 빈도’ 지표가 가장 친숙한 단어와 매칭률(69%)이 높은 결과를 도출하는 것으로 나타났다.
- 친숙한 단어에 대한 평가는 성별로 차이를 보였으며, 남성과 여성에 따라 친숙한 단어를 분리하여 사용한 경우 친숙도 매칭률이 제고된다(남성: 71%, 여성: 76%).
- 주변에서 손쉽게 활용 가능한 지표를 선택하여 친숙도 지표로 사용 가능 여부를 비교하여, ‘단어 길이’나 ‘검색 건수’는 오히려 랜덤한 경우보다도 매칭률이 낮아 지표로서 부적합함을 보였다.

본 논문의 이하는 다음과 같이 구성된다: 2장은 인터넷 정보 공유에 대한 관련 연구를 기술하고, 3장은 단어의 친숙도를 가리키는 지표에 대해 논하고, 4장은 실험에 사용될 설문 데이터와 평가 방법을 설명하고, 5장은 지표와 설문을 통해 선별된 친숙한 단어와의 관계를 분석하고, 6장은 본 논문의 연구 내용을 요약한다.

2. 관련연구

장로사(2006)는 어린이 도서관 및 웹사이트의 기초 개념을 연구문헌을 통해 고찰하였으며, 국내외적으로 연구자들이 제시한 콘텐츠 분석기준

과 레이블 분석기준에 대한 분석 요소를 종합하여 어린이 도서관의 웹사이트 콘텐츠 및 레이블 분석기준을 선정하였다. 비교 분석된 결과를 바탕으로 효율적인 어린이 도서관 웹사이트 설계를 위한 콘텐츠 구성과 구조 및 레이블 방안을 제시하였다[1].

최홍식(2000)은 대학도서관 웹사이트의 효율적인 이용을 위하여 메뉴 구조를 분석하였으며 메뉴의 용어는 빈도순에 의해 항목들을 정리하여 대학 도서관의 웹사이트 메뉴 구조와 용어를 제안하였다[2].

이승민, 김혜경(2004)은 웹사이트에 수록되는 정보는 체계적이며 이용자가 쉽게 이해할 수 있는 방식으로 조직되어야 한다고 하였으며, 정보구조가 일률적인 체계로 조직되어 있어 웹사이트의 전체 효용성을 저하시키고 있으므로 이용자의 정보 요구를 최대한 반영하고 정보 접근성을 확보할 수 있는 정보구조를 제안하였다. 특히 메인메뉴, 카테고리 메뉴, 서브 메뉴 등의 용어를 빈도수에 의해 정리하여 제안하였다[3].

정민욱(2005)은 XML 문서의 갱신을 위하여 제안된 레이블링 방법들을 분석하고 효율적인 방법을 실험을 통해 제안하였다. 그리고 응용에 따른 XML 문서의 특성에 따라 어떠한 개선 방법이 가장 적절한 방법인지 확인하였다[4].

이자미, 변승남(2002)은 개인정보 입력을 요구하는 웹 페이지에 설계 시 사용성을 고려하여 인간공학적 디자인 휴리스틱 7가지를 제안하였다. 이중 가시성과 가독성을 높이기 위하여 수집하고자 하는 하이라이트, 수집될 정보에 대한 뷰렛화 된 키워드 및 핵심문장으로 각각의 항목은 명확한 레이블을 가져야 한다는 세부 가이드라인을 제시하였다[5].

관련 연구에서 보듯이 웹 내비게이션이나 웹 콘텐츠의 구조화된 레이블링 방법과 필요성은 대두되었으나 입력 정보 항목의 레이블 명에 대한 연구는 이루어지지 않고 있다. 정보 공유에 있어 사용자의 혼동을 최소화하기 위해 직관적이고 친

숙한 레이블 명을 쉽게 선별할 수 있는 자동화된 지표에 대한 연구는 필요한 실정이다.

3. 친숙성 지표

친숙한 레이블명은 취업 정보 사이트를 구축하거나 업그레이드할 때 유용한 자료로 사용할 수 있을 것이며, 친숙한 레이블명의 선택은 사용자의 만족도를 높여 사이트의 방문자수를 높일 것이다. 사용자에게 친숙한 단어를 선별하는 방법에는 국어학자의 자문을 듣거나 실 사용자의 의견을 수렴하는 방법도 있으나, 해당 전문 인력을 찾는 시간 소요와 비용이 추가된다.

친숙한 단어 선택을 자동화하기 위한 지표의 선별 조건으로는 일상에서 손쉽게 지표 값을 추출할 수 있어야 하며, 또한 그 결과를 설득력이 있게 이해할 수 있어야 한다. 지표 값을 주변에서 손쉽게 접근할 수 있는 경우 지표에 대한 활용도와 유용성이 제고된다. 지표가 선택된 결과에 대해 선택 이유를 설명할 수 있을 경우, 사용자는 그 설명에 대한 강점과 약점을 참고하여 친숙한 단어를 보다 정확하게 최종적으로 선택할 수 있다.

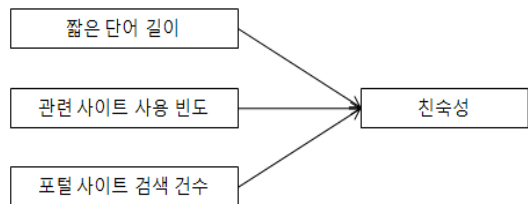
친숙한 단어를 가리키는 지표로 ‘단어길이’, ‘사이트 빈도’, ‘검색 건수’를 선정한다. 단어 길이는 일반적으로 긴 단어보다는 짧은 단어를 선호할 것이라는 가정에서 선정한다. 관련 사이트 사용 빈도는 이미 관련 사이트에서는 사용자에게 친숙한 단어를 선별하여 사용하고 있을 것이므로, 유사 관련 사이트에서 많이 통용되는 단어가 보다 친숙할 것으로 가정한다. 유사한 사이트에서 사용 경험이 있는 사용자는 학습 효과에 의해 익숙한 단어가 친숙하다고 느낄 수 있다. 포털 사이트 검색 건수는 친숙한 어휘가 일상 생활에 보다 많이 활용될 것으로 추정되어, 일반 인터넷 웹사이트에도 활용빈도가 높을 것이다. 따라서 포털 사이트를 통해 검색되는 건수가 많은 단어가 친숙성이 높을 것으로 가정한다. 각 지표에 대한 설

명은 표 1에 기술 된다.

(표 1) 지표 설명

지 표	설 명
단어 길이 (단어 길이)	짧은 단어를 선호하는 경향이 있으므로, 짧은 단어가 보다 친숙할 것으로 가정함
관련 사이트 사용 빈도 (사이트 빈도)	유사 관련 사이트에서 많이 통용되는 단어가 보다 친숙할 것으로 가정함
포털 사이트 검색 건수 (검색 건수)	친숙한 단어가 일반적으로 많이 사용될 것이므로, 포털사이트에서 검색되는 횟수가 많은 단어가 보다 친숙할 것으로 가정함

각 지표와 친숙성 간의 관계는 그림 1과 같이 각 지표가 친숙성과 상관관계가 있는 것으로 가정한다. 다만, 친숙한 단어는 사용자 특성에 따라 다르게 나타날 것으로 판단되어, 성별에 따라 친숙성을 각각 조사한다. 일상에서 편리하게 추출할 수 있는 지표로서 인터넷과 관련된 지표를 선정하기 때문에, 인터넷 주 사용자인 젊은 연령층(대학생)을 조사 대상 범위로 한다.



(그림 1) 친숙성을 가리키는 지표

4. 실 험

각 지표가 친숙성에 어느정도 상관관계가 있는지 판명하기 위해 취업정보에서 조사할 정보항목(예, 이름, 주소, 직종 등)을 선별 한다. 취업정보는 일반 대학생의 관심이 높아 인터넷 사용자 층의 의견 수렴이 용이하고, 관련 전문 취업사이트가 발달되어 경쟁적 시장이 형성되었기에 관련

사이트에 사용빈도를 조사하기 용이하다. 취업정보는 개인 구직 이력서와 일자리 정보를 홍보하는 채용정보로 분류되므로, 정보 항목 별로 각각 13개, 17개를 선별한다. 정보항목 별로 2개의 이명(후보 단어)을 가지는 항목은 17개이며, 3개의 이명을 가지는 항목은 8개이고, 4개의 이명을 가지는 항목은 5개 이다.

실험 방법은 선별된 정보항목이 다양한 단어(예, ‘급여’가 ‘급여조건’, ‘월급’, ‘급여사항’ 등으로 표현됨)로 표현될 수 있으므로, 먼저 설문조사를 통해 친숙한 단어를 선정한다. 그 후 각 지표를 통해 선정된 단어와 매칭률을 비교조사 한다. 먼저 랭키닷컴[8]에서 제공하는 국내 상위 순위의 취업정보 사이트를 중심으로 중요한 입력정보에 대한 이명을 수집하고 이명 중 사용자가 직관적이면서도 친숙한 레이블명이 어떤 것인지 설문조사를 받아 분석 한다. 인제정보 및 채용정보를 입력할 때 정보입력 항목 중 뚜렷한 이명을 가진 항목은 총 30개가 수집되었다. 수집된 항목은 취업을 앞둔 대학생들을 대상으로 친숙하면서도 직관적인 레이블을 선택하는 설문을 받는다.

매칭 건수가 많은 지표일수록 친숙성과 상관관계가 높은 지표로 의미된다. 상관관계는 매칭률(=매칭건수 / (매칭 건수 + 비매칭 건수))로 산정되며, 성별에 따른 차이를 보기위해 분리하여서도 조사한다. 또한 취업사이트에서 수집된 레이블명의 빈도수와 사용자 친숙도 설문조사에서 나타난 적중률의 유효성을 검토하기 위하여 랜덤인 경우의 확률값과 비교한다.

본 연구는 국내 6개 사이트의 정보 입력 항목을 비교 조사 한 후, 취업을 희망하고 있는 20대 대학생을 중심으로 ‘09년 9월부터 약 2달간 구조화된 설문지법을 통하여 설문이 이루어졌다. 설문대상자는 총 257명으로 집계되었다.

(표 2) 조사 현황

구분	세부 항목	건 수	비 고
성별	남	229명	-
	여	28명	-
	전체	257명	-
조사 단어	2 건 비교	17개	-
	3 건 비교	8개	-
	4 건 비교	5개	3개는 제외됨
	전체	30개	-

5. 결과분석

5.1 친숙성 사용자 설문 조사 결과

친숙한 단어를 선정하는 과정이 경우에서 정확성을 높이고자 설문조사를 통해 많은 사람의 의견을 수렴하지만 전문가의 자문도 병행한다. 따라서, 정보항목을 설문조사를 통해 친숙한 단어를 선정함과 동시에, 전문가의 자문을 통해 설문 조사 결과의 타당성을 조사하였다.

설문조사와 전문가의 의견이 일치한 경우는 27건(90%)이며, 일치하지 않은 경우는 3건(10%)으로 나타났다. 전반적으로 일치하였지만 외국어가 혼용된 단어의 경우이거나 의미가 불명확한 정보 항목의 경우에는 전문가의 의견과 다소 혼선을 보였다. 이메일의 경우 “e-mail”, “전자우편”, “이메일”, “메일주소”의 명칭으로 사용되는데, 설문조사에서는 컴퓨터에서 흔히 접하는 영문 단어(“e-mail”)가 친숙하다고 답변하였으나, 언어 전문가가는 한글이 아닌 단어에 대한 친숙성을 단정적으로 판단하긴 어렵다는 의견을 제시하였다. 휴대전화의 경우에도 “휴대전화”, “휴대폰”, “핸드폰”, “이동전화” 가운데 표준단어와 빈번히 사용되는 단어사이에서 친숙성을 단정하기는 어렵다는 의견이 제시되었다. 급여조건과 급여사항(급여내역 의미 포함)도 의미가 차이가 있으므로 비교가 어려워 비교에서 제외하였다.

연구 결과에 대한 신뢰성을 제고하고자 설문조

사와 전문가 의견이 일치한 27건에 대해서만 비교 분석 한다. 제외된 3단어는 모두 4개의 이명을 가지므로, 분석에 최종 사용되는 4개의 이명을 가진 단어는 2개이다.

(표 3) 설문조사 결과와 전문가 의견 비교

구 분	개 수
설문 조사와 전문가 의견 일치	27
설문 조사와 전문가 의견 불일치	3
전체	30

5.2 통계적 상관관계 분석

지표별로 친숙성과 상관관계를 분석하였다. ‘단어 길이’는 단어 길이가 짧은 단어가 친숙성 설문에서도 다수가 선택하였다면 친숙성이 있다고 판단한다. ‘사이트 빈도’도 여러 취업사이트에서 사용하는 단어가 친숙성 설문에서도 다수가 선택되었다면 이 항목의 레이블명은 사용자들에게 친숙성이 있다고 판단된다. ‘검색 건수’는 페이지 수집량이 많은 포털 사이트를 중심으로 구글과 야후를 각각 조사하여, 검색 결과 페이지수가 많은 단어를 선택하였다. 가령, 전화번호 정보항목의 경우 “전화번호”는 4글자, “전화”는 2글자이므로, ‘단어 길이’ 지표는 “전화”를 친숙한 단어로 선택한다. 하지만, ‘사이트 빈도’ 지표는 “전화번호”는 5개의 취업 포털사이트에서 사용되었고, “전화”는 1개의 사이트에서 사용되었기 때문에 “전화번호”를 친숙한 단어로 선택한다. ‘검색 건수’ 지표는 “전화번호”를 키워드로 검색 시 3백만 건의 검색결과가 나오고, “전화”를 키워드로 검색 시 182백만 건의 결과가 나타나기 때문에 “전화”를 친숙한 단어로 선택한다.

지표를 통해 선택된 경우가 랜덤하게 임의로 단어를 선택하였을 경우와 어느 정도 차이가 있는지를 비교하기 위해 랜덤한 경우도 매칭 확률을 계산하였다. 2단어가 17개, 3단어가 8개, 4단어가 2개이므로 평균 $11.7(=17/2+8/3+2/4)$ 의 매칭개수로 43%의 매칭률을 가진다.

각 지표별 매칭 개수를 표 4에 정리하였다. ‘단어 길이’ 지표는 5개(29%)를 맞추었고, 12개(71%)를 맞추지 못하였다. 단어길이가 같은 10건에 대해서는 판정불가로 산정에서 제외하였다. ‘사이트 빈도’ 지표는 14개(67%)를 맞추었고, 7개(33%)를 맞추지 못하였다. 사이트 빈도가 같은 6건에 대해서는 판정을 제외하였다. 구글 포털 사이트를 통한 검색 건수는 10개(37%)를 맞추었고, 야후 포털 사이트는 11개(41%)를 맞추었다. ‘검색 건수’ 지표는 랜덤으로 맞추는 경우보다 모두 매칭률이 낮았다. ‘단어 길이’, ‘검색 건수’는 모두 랜덤한 경우보다도 친숙성과 매칭률이 낮아 친숙성과 관계가 없는 것으로 판명된다.

(표 4) 지표별 매칭 개수(전체)

구 분	개수 (O)	개수 (X)	판정 불가
단어 길이	5 (29%)	12	10
사이트 빈도	14 (67%)	7	6
검색 건수(구글)	10 (37%)	17	0
검색 건수(야후)	11 (41%)	16	0
랜덤	11.7 (43%)	15.3	0

5.3 성별 차이에 따른 분석

여성과 남성은 각각 친숙한 언어에 차이가 있을 것으로 가정하여, 성별에 따른 지표와 친숙성과의 상관관계를 조사한다. 표 5에 나타난 성별 차이점을 보면 전체 27개의 단어 중 3개의 단어에 있어서 차이점을 보였다. 각 단어에 대해 남성과 여성이 친숙하다고 응답한 비율을 표시하였다.

항목1의 경우 “팩스”와 “팩스번호”에 대해 남성은 48%, 52%로 “팩스번호”가 더 친숙한 단어라고 응답하였으나, 여성은 반대로 58%, 42%로 응답하여 “팩스”가 더 친숙하다고 응답하였다. 항목 2의 경우 남·여 모두 “최종학력” 단어가 더 친숙하다고 응답하였으나, 남성의 경우 두 단어의 친숙함에 대한 차이(46 차이)가 극명하게 나타났지만 여성의 경우는 두 단어에 대한 친숙도가 상대

적으로 유사(16 차이)한 것으로 나타났다. 항목3에 대해서도 남·녀 모두 “외국어능력” 단어가 친숙하다고 응답하였지만, 남성의 경우 “외국어능력”이란 단어에 대한 친숙도가 높게(46 차이) 나타났다, 여성의 경우 상대적으로 유사(4차이)하게 나타났다. 두 단어에 대한 선택 비율의 차이로 단어에 대한 친숙도의 차이를 산정하였다. 이러한 성별 선호도 차이가 큰 단어로는 “수상일자/수상날짜” (남성이 높은 차이를 보임), “연락가능시간/연락가능날짜” (여성이 높은 차이를 보임), “근무지역/근무예정지역” (여성이 높은 차이를 보임) 등이 있다.

또다른 성별 특성으로는 대체적으로 여성이 남성보다 짧은 단어에 친숙하다고 답하는 경향이 높다고 볼 수 있었다. 단어1, 2, 3에 있어 여성들이 짧은 단어에 대한 친숙도가 남성에 비해 상대적으로 높음을 볼 수 있다.

(표 5) 성별 매칭 개수의 차이

정보 항목	남 (0 비율)	여 (0 비율)	비고	
항목1	“팩스”	48%	58%	선택에 차이 발생
	“팩스번호”	52%	42%	
	차이	4	16	
항목2	“학력”	27%	42%	선택은 같으나 선호 정도에 차이가 큼
	“최종학력”	73%	58%	
	차이	46	16	
항목3	“외국어”	24%	38%	
	“외국어능력”	70%	42%	
	차이	46	4	

지표별 매칭 개수를 산정함에 있어 성별로 분류하였을 경우 사용자 친숙성과 매칭률이 높게 나타나는 것을 볼 수 있다. 사이트 빈도와 친숙성의 상관관계를 비교하였을 경우, 성별을 고려치 않고 친숙한 단어를 선정하였을 경우에는 67%로 나타났지만, 남성과 여성으로 친숙한 단어를 분류하여 ‘사이트 빈도’를 측정하였을 때에는 남·여 각각 71%, 76%로 높게 나타났다. 특히 여성의 경

우 여러 취업사이트에 사용되는 단어와 상관관계가 남성보다 높게 나타났다.

성별에 따라 단어를 분리함으로써 단어에 대한 친숙도를 제고 가능하다는 결론은, 향후 사이트 개선에 중요한 방향을 제시한다. 가령, 사용자가 로그인 시 성별에 따른 판별이 가능하다면, 성별에 따른 적합한(친숙한) 단어를 제공함으로써 사이트에 대한 전반적인 친숙도를 높일 수 있을 것이다.

(표 6) 지표별 매칭 개수(성별로 구분)

구 분	남 (0 개수)	여 (0 개수)	관정 불가
단어 길이	4 (24%)	7 (41%)	10
사이트 빈도	15 (71%)	16 (76%)	6
검색 건수(구글)	9 (33%)	12 (44%)	0
검색 건수(아후)	10 (37%)	13 (48%)	0

6. 결 론

웹상에서 정보를 여러 사용자와 용이하게 공유하기 위해서는, 각 정보항목에 대한 친숙한 레이블을 사용하여야 한다. 정보 항목을 표현할 수 있는 다양한 단어 중에서 가장 친숙한 단어를 자동으로 선별하는데 도움이 되는 지표를 비교 조사하였다. 세 가지의 지표를 비교하면서, 설문조사를 통해 선정된 단어와 가장 많은 단어가 매칭되는 지표를 정확성이 높게 평가하였다.

친숙한 단어를 가리키는 지표를 발견하기 위해 비교 조사된 세 가지 지표는 ‘단어길이’, ‘사이트 빈도’, ‘검색 건수’이다. ‘단어 길이’ 지표는 일반적으로 긴 단어보다는 짧은 단어를 선호할 것이라는 가정에서 선정되었으며, 관련 사이트 사용 빈도는 이미 관련 사이트에서는 사용자에게 친숙한 단어를 선별하여 사용하고 있을 것이므로, 포털 사이트 검색 건수는 친숙한 어휘가 일상 생활에 보다 많이 활용될 것으로 추정되어 선정한다.

사용자에게 친숙한 단어를 선별하도록 돕는 가

장 매칭률이 높은 지표는 ‘사이트 빈도’로서, 관련 사이트에 사용되는 빈도가 높은 단어가 가장 매칭률이 높은 지표로 나타났다. 매칭률은 69%로서 랜덤하게 선택하였을 경우인 43%보다 높게 나타났다.

친숙한 단어는 성별로 차이를 보였으며, 남성과 여성에 따라 각각 다른 단어를 사용함으로 매칭률이 제고되었다. 남성 설문자가 친숙하다고 선택한 단어로 매칭률을 조사하였을 경우에는 71%로 나타났고, 여성 설문자가 응답한 경과로 조사하였을 경우에는 76%로, 성별차이를 고려하지 않았을 경우보다 높게 나타났다. 이러한 결과는 사이트 별로 로그인 시 성별 구분이 가능하다면, 각각 다른 단어를 통해 서비스할 경우 보다 친숙성을 높일 수 있음을 시사한다.

주변에서 손쉽게 활용 가능한 지표를 선택하여 친숙도 지표로 사용 가능 여부를 비교 조사한 결과, ‘단어 길이’나 포털 사이트의 ‘검색 건수’는 오히려 랜덤한 경우보다도 매칭률이 낮아 지표로서 부적합함을 보였다. 단어길이는 29%, 구글을 통한 검색건수는 37%, 야후를 통한 검색 건수는 41% 로서 모두 랜덤한 경우인 43%보다 낮게 나타났다. 흔히 짧은 단어가 친숙할 것으로 편견을 가지기 쉬운데 본 연구를 통해 이러한 편견이 사실이 아님을 알 수 있었다.

본 연구의 한계로서는 인터넷 주 사용자층인 대학생을 대상으로 한정함으로써, 일반 사용자에 대한 의견을 수렴하는 데 한계가 있었다. 향후에는 연령, 학력, 소득 수준 등에 따라 친숙한 단어

가 차이가 있을 것으로 판단되어 보다 확장된 연구가 필요할 것으로 보인다.

참 고 문 헌

- [1] 장로사, 어린이도서관 웹사이트의 메뉴 및 레이블링 시스템에 관한 연구, 중앙대학교 대학원, 2006년
- [2] 최흥식, 국내 대학도서관 웹사이트 메뉴구조와 용어분석, 제 19권, 제 4호, 한국정보관리학회지, 2002년, pp. 137-161.
- [3] 이승민, 김혜경, 국내 대학 웹사이트의 정보 구조 분석에 관한 연구, 제 21권 2호, 한국정보관리학회지, 2004년, pp. 127-152.
- [4] 정민옥, Labeling 방식에 따른 XML 데이터의 갱신 성능 분석, 충남대학교 대학원, 2005년.
- [5] 이자미, 변승남, 인터넷 개인정보 입력 화면에서 사용자 Usability를 고려한 디자인 휴리스틱 제안에 관한 연구, 대한산업공학 추계 학술대회, 2002년, pp. 140-145.
- [6] 전애란, 글로벌 네비게이션에서의 레이블링 시스템에 관한 연구 : 고등학생 대상 교육 사이트를 중심으로, 경희대학교 아트퓨전디자인대학원, 2003년.
- [7] 이미영, 쇼핑몰 사이트에서의 사용자중심의 인포메이션 아키텍처 연구 - LG이숍과 롯데닷컴 분석을 중심으로, 중앙대학교 예술대학원, 2002년.
- [8] 랭키닷컴 : <http://www.rankey.com/>

◎ 저 자 소개 ◎



조 인 호

1979년 서울대학교 산업공학과(공학사)
1981년 서울대학교 상업공학과(공학석사)
2008~현재 서울과학기술대학교 인력개발학과(박사과정)
2007~현재 한국고용정보원 정보회사업본부장
관심분야 : SAS 통계 컨설팅, 데이터 분석
E-mail : data@keis.or.kr



김 형 래

1997년 관동대학교 전자계산공학과(공학사)
1999년 한국외국어대학교 대학원 경영정보학과(경영학석사)
2002년 Florida Institute of Technology Computer Science(공학석사)
2005년 Florida Institute of Technology Computer Science(공학박사)
2006년~현재 한국고용정보원 연구위원
관심분야 : 인터넷 정보검색
E-mail : kimhvae@keis.or.kr, goddoes8@gmail.com