

포스트 Yahoo!를 지향하는 검색사이트

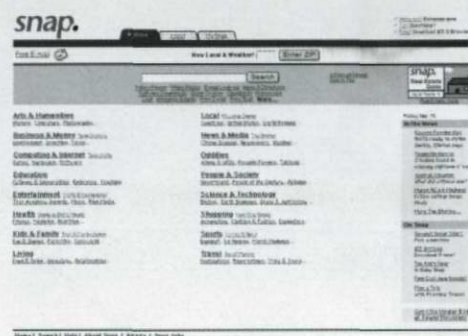
디렉토리, 포털(portals), 게이트웨이, 네비게이션 서비스. 이러한 명칭처럼 웹사이트에는 매주 새로운 것이 등장하고 있다. 모든 대형 회사들은 자신의 사이트를 직접 개설하거나 사이트의 한 구획을 사용하고 있다. 왜 많은 기업들이 자신의 사이트를 가지려고 하겠는가? 1994년 스탠포드 대학 전자공학부에서 박사과정을 공부하던 두 사람이 인터넷상에서 자신들이 개인적으로 관심을 가졌던 것들의 경로를 기록하기 시작했기 때문이다. 이들의 목록은 Yahoo!(야후, Yet Another Hierarchical Official Oracle)로 성장했다.

이제 Yahoo!는 2만 5천개 이상의 주제별 범주에 70만개 이상의 사이트와 링크되는 데이터베이스를 제공하고 있다. 지난 9월 Yahoo!의 웹 자원을 보기 위해 접속한 통신량은 매일 1억 4,400만건에 달했다. Yahoo!가 거둔 성공은 이런 사이트들이 끌어들이는 방문객과 광고료의 한몫을 노리는 경쟁자들을 불러들이고 있다. 포레스터 리서치에 따르면 포털(portals)은 모든 웹 통신량의 15%, 온라인 광고 수익의 59%를 차지하고 있다.

그러나 연구자들이라면 어떤 태도를 취해야 할 것인가? Yahoo!를 계속 이용할 것인가, 그렇지 않으면 자신들의 우수성을 주장하며 등장하는 새로운 경쟁자들을 모두 탐색해 볼 것인가? 어쩌면 디렉토리 중 짧은 디렉토리가 도움이 될 수도 있을 것이다. 여기에 비교적 최근에 등장한 사이트인 Snap, Look-Smart, eBLAST에 대한 개요가 있다.

이 세가지 모두 Yahoo!와 많은 공통점이 있다. 이들은 모두 링크(links) 사이트를 검토 정리하는데 편집인을 이용하고, 조사하고 검색할 수 있는 기능을 가지고 있으며, 뉴스나 다른 유형의 정보와 같은 부가 기능을 제공하고 있다. 그러나 몇가지 중요한 차이가 있다. 개괄적인 설명후 몇가지 표본 조사를 해보면 각 디렉토리에서 기대할 수 있는 결과의 유형을 비교하고 대조하는데 도움이 될 것이다.

Snap to it(본격적으로 시작하다)



Snap 홈페이지(<http://www.snap.com>)는 Yahoo! 홈페이지와 상당히 닮았다. 초기 카테고리는 2열로 나열되어 있으며 대주제 아래 몇개의 소주제어로 링크되어 있다. Snap의 초기 카테고리는 예술과 인문, 비즈니스와 금융, 컴퓨터와 인터넷, 교육, 오락, 건강, 어린이와 가족, 생활정보, 지역정보, 뉴스, 외계인, 사람들과 사회, 과학과 기술, 쇼팽, 스포츠, 여행 등 16가지이다.

또한 Snap은 '자원 센터(resource centers)'를 제공하고 있다. 이것은 특정 주제들과 링크된 페이지로서 CNN Interactive, EI Online, CBS Sports Line, Bloomberg와 같은 정보제공 협력업체들이 제공한 관련 정보와 연결되어 있다. 자원 센터는 디렉토리 주제들과 부합한다. 예를 들어 컴퓨터와 인터넷이란 주제는 Tech

Guide 자원 센터를 포함하고 있다. 이것을 이용하려면 대주제어 이름 옆에 있는 빨간색 하이퍼링크를 클릭하면 된다.

1997년 9월에 서비스를 시작한 CNET사의 사장 헬시 마이너에 따르면 Snap과 경쟁업체를 구별할 수 있는 진정한 특징은 빠른 검색 엔진과 방대한 웹 문서량, 그리고 전문가적 편집 양식에 있다. 대주제어들을 검색하거나 홈페이지 상단에 있는 검색어 난에 키워드를 입력하여 찾아보면 편집 양식의 결과물들을 볼 수 있다.

또한 연산자를 이용할 수 있는데 플러스 기호(+)는 반드시 검색 결과에 나타나야 하는 단어 앞에 넣어 주고, 마이너스 기호(-)는 제외하고 싶은 단어 앞에 넣어 준다. "international trade"와 같이 복수의 키워드에 큰따옴표를 하게 되면 정확히 그 어구만을 포함하고 있는 자료를 찾아준다.

검색 결과에는 Yahoo! 방식의 간단한 웹사이트 목록이 포함된다. 사이트에 "Best" 아이콘이 표시되어 있다면, Snap 편집자들이 이 사이트를 웹상에 있는 유용한 사이트들 중 하나로 여기고 있음을 뜻한다. 키워드를 통해 모든 데이터를 적중해서 찾아낼 수 있는 것은 아니다.

Snap은 등록돼 있는 것의 표제, 설명, 위치를 추적해서 정보를 찾아낼 뿐만 아니라 Snap 직원들에 의해 색인된 숨은 키워드 분야에서도 정보를 찾아낸다. 사이트의 데이터베이스에서 출력된 검색 결과를 살펴본 후에, Inktomi에서 출력된 결과를 엑세스하기 위해 페이지 상단에 있는 전체 웹 링크를 클릭할 수 있다. Inktomi는 Yahoo!와 HotBot이 사용하는 것과 같은 검색 엔진이다. 만약 Snap에서 적중하는 데이터를 얻지 못하면 자동적으로 Inktomi에서 결과를 얻게 된다.

또한 Snap은 Inktomi 확장형 검색 인터페이스를 제공한다. 이것은 필드, 드롭다운 메뉴, 버튼 등을 가지고 있어 사람들이 불연산자나 다른 고급기술을 사용할 줄 모른다 하더라도 복잡한 검색을 수행하는데 도움이 되도록 고안되었다. 예를 들어 사용자가 검색어 난에 복수의 키워드를 입력하고 나면, 옵션 메뉴 검색을 이용하여 "all of the words," "any of the words," "the exact phrase," "the page title," "the person," "all forms of the word."를 찾을 수 있다.

이 메뉴에서는 "links to this URL" 옵션도 제공되고 있는데 이것은 모든 웹사이트 목록이 한 페이지에 링크되도록 할 것이다. 고급 기술을 사용하고자 한다면 불어구 옵션을 선택하면 된다. Snap에서는 AND, OR, AND NOT을 사용할 수 있다. 이것들이

불연산자로 해석되도록 하기 위해서 모두 대문자로 입력한다. 또한 괄호도 사용할 수 있다.

확장형 검색 인터페이스는 검색 방법을 개선할 수 있는 많은 다른 방법들을 제공하고 있다. 예를 들어 특정 미디어 유형을 검색할 수 있는데 여기에는 이미지, 오디오, 비디오, 속웨브, 자바, 자바 스크립트, 액티브X, VRML, 어크로베트, VB 스크립트 등이 포함된다. 또한 특정 국가의 페이지로 검색을 제한하거나 특정 타입의 도메인명을 가진 페이지로 검색을 제한할 수도 있다. 간단한 검색 결과를 받을 것인지 상세한 검색 결과를 받을 것인지 혹은 URL만을 검색 결과로 받아볼 것인지를 선택할 수 있다.

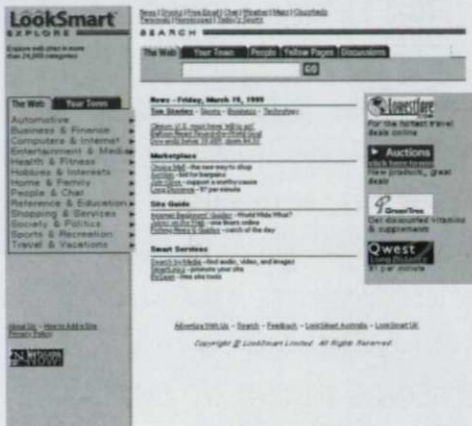
Snap의 부가 서비스에는 뉴스, 날씨, 지도, 증권 정보, 화이트 페이지, 옐로우 페이지, 미국 E-mail 주소 검색 데이터베이스 등이 포함되어 있다. 통신망을 통해서 뿐만 아니라 TV를 통해서도 Snap에 대해서 훨씬 더 많이 듣게 될 것이다. Snap은 그 배후에 NBC의 멀티미디어 마케팅망을 가지고 있는데 그것은 NBC가 CNET의 자회사 Snap의 지분을 19% 소유하고 있기 때문이다.

SMART LOOKING(얼굴이 멋져 보이는)

LookSmart(<http://www.looksmart.com/>)는 개인 인터넷 출판사 LookSmart에 의해 운영되는데 2만개의 카테고리에 50만 개 정도의 링크가 있다. LookSmart에 따르면 그들의 디렉토리는 "인터넷상에서 선택 검토된 웹사이트들 중 가장 방대하여 책, 정원 가꾸기에서부터 모터 레이싱과 우주 탐험에 이르기까지 모든 것을 망라하고 있다."고 한다.

또한 회사측은 "LookSmart의 애호가들은 새로운 사용자, 여성, 가족들인 신생 온라인 대중 시장에 눈독을 들이고 있다"고 말한다. 이들이 사이트의 주제별 디렉토리를 항해하기 쉽도록 하기 위해서 LookSmart는 캐스캐이드 메뉴 인터페이스를 제공하고 있다. 예를 들어 비즈니스와 금융 카테고리를 클릭하면, 12개의 하위 범주가 담긴 패널이 열린다. 이 패널은 다시 하위 범주가 담긴 또 다른 패널로 연결되고, 이렇게 해서 관련된 링크로 가게 된다. LookSmart 편집자들은 페이지 상단에 자신들이 최고라고 여기는 사이트로 링크할 수 있도록 해준다.

데이터베이스를 검색하기 위해서는 검색어 난에 키워드나 어구를 입력하고 Go를 클릭한다. 검색 엔진은 대소문자를 구별하지는 않는다. 온라인 도움말 파일에 의하면 "검색 엔진은 많은 단어를 climb과 climbing, movie와 movies와 같이 '어근'으로 검색하여 검색어난에 입력된 용어들을 포함하고 있는 전부를 찾아줄 뿐



에 E-mail을 보냈었다.

그에 대한 회신은 “저희는 검색 엔진에 대해 많은 것을 말씀드릴 수 없습니다. 아직 개발과정에 있기 때문입니다. 검색 결과를 극대화시키려면 검색 용어내의 각 단어를 찾아내야 할 것입니다.”라는 대답이었다.

LookSmart에서는 플러스나 마이너스 기호, 큰따옴표, 불연산자, 그밖에 다른 고급 기술을 사용할 수 없다. 검색을 진행하고자 하면 결과 페이지에 나타난 최고 수준 카테고리들 중 하나를 클릭하라고 LookSmart 편집자들은 제안한다. 그러면 그 카테고리에서 검색 용어와 일치하는 것을 찾게될 것이다. LookSmart 데이터베이스를 면밀히 조사한 후에 검색 엔진은 자동적으로 3천만 개 이상의 웹페이지를 가진 알타비스타의 색인을 조사하게 된다. LookSmart에서 출력된 검색 결과를 다 살펴본 후 보다 광범위한 검색 결과를 액세스할 수 있다.

이 사이트의 부가 기능에는 E-mail 주소 데이터베이스, 화이트 페이지 목록, 뉴스센터, 잡지 디렉토리, 온라인 채팅 가이드, 낱씨, 무료 E-mail 서비스, 100개 이상의 도시에 대한 지역 정보 등이 포함되어 있다. 지역 정보, 뉴스, 잡지 페이지를 주문받아 만들 수도 있다.

ENCYCLOPEDIA BRITANNICA BLAST ITS WAY IN(브리태니커 사전이 요란하게 밀려들다)

브리태니커 백과사전의 편집자들은 eBLAST 디렉토리(<http://www.eBLAST.com>)에 12만 5천개 가량의 사이트를 골라두었다. 이것은 “웹상에서 생각하는 사람의 지침서”로서 만들어졌다.

디렉토리를 탐색하려면 홈페이지에 있는 19개의 주요 카테고리 중 한개를 선택한다. eBLAST 계층의 두번째 단계를 참조하

이다.” 그러나 표본 검색에서 알 수 있듯이 문장의 첫부분은 정확하지 않다. 검색 엔진은 언급된 단어가 들어있는 것을 모두 이끌어낸다. 그래서 필자는 이런 불일치에 대해 문의하고자 고객 서비스센터

고자 하면 확장 아웃라인(Expanded Outline)을 열어볼 수 있다. 여기에는 140개 가량의 소주제가 포함되어 있다.

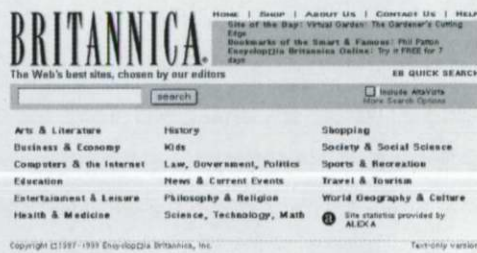
키워드나 불연산자 AND, OR, ADJ로 간단한 검색을 할 수 있다. 검색 엔진은 자동으로 철자를 대체하거나 근접한 철자를 제시한다. eBLAST의 확장형 검색 양식에서는 드롭다운 메뉴를 통해 불연산자를 선택할 수도 있고, 웹사이트 타이틀이나 설명만을 검색하도록 선택할 수도 있다.

이외에도 검색 결과를 특정 주제, 사이트 호스트, 도메인 형태, 지리적 영역, eBLAST측이 등급을 정한 1-5개의 별을 가진 것으로 제한할 수 있다. 등급 외에도 검색 결과에는 웹사이트에 대한 비교적 긴 설명이 포함될 것이다. 원하는 데이터를 찾을 때마다 사이트 정보 링크를 만나게 되는데 이것은 정보 전문가들에게 특히 유익할 것이다.

이 링크를 통해 Alexa 인터넷이 제공하는 정보에 접할 수 있다. 또한 누가 사이트를 등록했고, 온라인상에 얼마나 오래 있었으며, 방문자의 수는 얼마나 되고, 빠르기는 어느 정도인가 등을 알 수 있다. 그리고 관련 사이트의 목록도 얻을 수 있다. LookSmart처럼 eBLAST도 AltaVista를 사용하여 보다 광범위한 웹 검색 결과를 제공한다. 검색어를 입력하고 “Include AltaVista” 난을 클릭하기만 하면 된다.

브리태니커 퀵 서치(Quick search)를 다운로드할 수도 있는데 이 틀바는 eBLAST와 메리엄 웹스터 사전이나 견본 검색과 같은 브리태니커의 다른 제품들에서 정보를 찾도록 도와준다. 여기에는 브리태니커 인터넷 백과사전에 담긴 정보도 포함된다. 퀵 서치를 다운로드하고 나면, 컴퓨터 한쪽에 아이콘이 나타나게 된다. 그때 그것을 클릭하여 검색어를 입력하고 사용하고자 하는 참고 자료를 선택한다.

eBLAST 웹사이트에서는 유명 인사들의 북마크(Bookmarks of the Smart and Famous)라고 불리는 특정 기능을 제공한다. 만약 메리 머타린(Mary Matalin)이나 마이클 킨슬리(Michael Kinsley)와 같은 유명한 사람들의 사이버 공간을 알고자 한다면



여기를 보면 된다. 몇가지 온라인 칼럼도 이용할 수 있는데 예를 들면 New to the Net(인터넷 초보자), Site of the Day(오늘의 사이트), Site of the Week(금주의 사이트) 등이 그것이다. An Ask the Expert 기능은 골치 아픈 인터넷 검색에 관해 편집자가 도움을 줄 것을 약속하고 있다.

견본 검색

디렉토리들을 시험하기 위해 먼저 브라질의 국제 무역에 관한 정보를 제공하고 있는 사이트를 찾아보았다. Yahoo!에서는 + "international trade" +Brazil을 입력했다. 그 결과 10가지의 대단히 연관성있는 자료가 검색되었다.

Snap에서도 같은 검색 방법을 이용하여 두개의 훌륭한 관련 자료를 찾았다. LookSmart에서 international trade Brazil이란 키워드를 사용하여 141개의 검색 결과가 나왔는데 처음 몇가지는 목표 자료와 일치했지만 다른 많은 것들은 그렇지 못했다. 브라질이 언급되지 않은 사이트들이 검색 자료에 나타났다. 말하자면 호주의 외교 무역부와 일본의 국제 무역 산업부로의 링크를 얻었던 것이다.

필자가 연락을 취했던 고객 서비스센터에서는 "Brazil trade"라고 입력하면 다른 결과를 얻게 될 것"이라고 했고, 그 말대로 해서 대단히 개선된 결과를 얻게 되었다. 다섯개의 검색 결과를 얻었는데 그 중 네개가 적중 자료였다. 나머지 한개는 볼프리트 맥주 박물관으로의 링크였다. 그곳에서는 "브라질의 맥주 박물관인 체라메르투 수집물의 이미지를 살펴볼 수 있다." 이 사이트에는 "교역하거나 판매하는 강통들"도 있다.

eBLAST에서는 Brazil AND international ADJ trade를 이용하여 아무런 결과를 얻지 못했고, Brazil AND trade를 이용하여 네개의 적중 자료를 얻었다.

두번째 검색에서는 어떤 디렉토리가 샌프란시스코에서 개최된 회의에 관한 정보를 제공해 줄 것인지 알아보고자 했다. Yahoo!에서는 +conference* + "San Francisco"를 입력하여 73개의 관련 데이터를 얻었다. 이것들은 여러 단체에서 후원하는 개별 회의에 대한 정보 뿐만 아니라 회의 편의 시설에 대한 사이트들이었다. 많은 개별 회의들이 이미 개최되었다. 73개의 데이터 외에 샌프란시스코 집회와 회의에 초점을 맞춘 Yahoo! 카테고리로의 링크도 찾아 주었다.

Snap에서는 +conference+"San Francisco"를 이용하여 24개의 관련 데이터를 받게 되었는데, 이것들 중 많은 것은 스포츠

와 관련된 것으로서 샌프란시스코 연감의 간추린 뉴스에 담긴 팀과 회의 소식에 관한 것이었다. "San Francisco conference"를 이용했으나 결과는 개선되지 않았다.

LookSmart에서는 San Francisco conferences란 키워드로 525개의 데이터를 얻었는데 대부분 관련 없는 것이었다. 이것은 검색 엔진이 샌프란시스코를 언급하고 있는 모든 자료를 끌어왔기 때문이다.

eBLAST에서는 불어구 conference AND San ADJ Francisco로 한개의 관련없는 자료를 얻게 됐다. 그것은 미국립 비중앙회의에서 발행한 성명서였다. '정보를 찾기 위해서 중앙무역전시회(<http://www.tscentral.com>)와 같은 사이트를 이용해야 한다고 지적해준 디렉토리가 하나도 없었음은 물론이다.'

세번째 검색은 이탈리아 요리법에 대한 것으로 흥미있는 것이었다. Yahoo!에서 +Italian +recipes로 48개의 적중 데이터와 한개의 디렉토리(사회와 문화: 음식과 음료: 국가와 문화: 이탈리아: 요리법)를 찾았다.

Snap에서 같은 검색 방법으로 29개의 관련 자료를 얻었고, 많은 것이 적중 자료였으나 몇개는 요리 학원과 온라인 음식 소매 상에 관한 것이었다. "Italian recipes"를 이용해서는 세계의 자료만을 얻을 수 있었다. 그러나 이것들 모두가 실제 요리법을 제시해 주는 것이었다.

LookSmart에서 Italian recipes란 키워드를 입력하여 41개의 결과를 얻었는데 대부분 좋은 자료였다. 그 중 많은 것이 LookSmart 카테고리 '요리법 H-J'에서 얻어진 것이었다. eBLAST에서 Italian AND recipes를 이용하여 14개의 좋은 자료를 얻을 수 있었다.

물론 이러한 견본 검색은 과학적이거나 철저한 시험 방법은 되지 못한다. 그러나 이들은 Yahoo!가 여전히 검색 결과의 양과 질에서 선두임을 나타내고 있다.

그러나 이것은 변할 수 있다. 모든 디렉토리의 편집자들은 계속해서 새로운 정보를 첨가하고 있고, 웹마스터들은 종종 새로운 검색 기능을 추가하고 있다. 그리고 내일이면 지금까지 어느 누가 개발했던 것 보다 더 크고 더 우수한 경쟁 디렉토리가 나타날 수도 있다. 연구자들은 최고의 정보자원에 대해 알고 있어야 할 뿐 아니라 최고의 자원을 찾을 최고의 장소에 대해서도 알고 있어야 한다. 이것이 중요한 일인 것만은 분명하다. 