

인터넷 지식거래소의 현황분석에 관한 조사연구

An Analytic Study on the Present Condition of Internet Knowledge Exchange Market

노영희(Young-Hee Noh)*

< 목 차 >

- | | |
|-------------------|------------------|
| I. 서론 | Ⅲ. 지식거래소의 지식정보유통 |
| Ⅱ. 지식거래소의 의의 및 활용 | 1. 지식유통구조 |
| 1. 지식거래 시장의 동향 | 2. 저작권 관련 사항 |
| 2. 지식거래소의 의미 | 3. 판매수수료 및 출금 정책 |
| 3. 지식거래소의 활성화 원인 | Ⅳ. 국내의 지식거래소 현황 |
| 4. 지식거래소의 유형 | Ⅴ. 결론 |

초 록

지식정보시대의 도래와 콘텐츠 유료화의 흐름을 타고 등장한 시장이 인터넷 지식거래소이다. 지식거래소는 일반적인 시장과 동일한 구조로서, 다양한 지식이 거래될 수 있고 개개인이 갖고 있는 지식에 가격을 책정하여 판매하고 또 필요한 지식이 있으면 적절한 가격에 구매할 수 있는 곳이 지식거래소이다. 최근에는 지식거래소들이 다른 사이트에 대해 차별성과 경쟁력을 확보하기 위해 디자인, 프로그램 소스, 특허정보, 컨설팅 정보, 멀티미디어 자료, 이력서 등으로 유통지식의 특성화 및 전문화를 추진하고 있으며, 그 이용률도 매우 높은 것으로 파악되고 있다. 본 연구에서는 이후 도서관·정보센터를 포함한 기존의 지식정보유통체계에 지대한 영향을 미칠 것으로 보이는 이들 지식거래소들의 현황을 조사함으로써 이후 국내 지식정보유통의 구조를 파악하고 이해하는데 도움이 되고자 한다.

주제어: 지식거래소, 지식정보유통, 디지털콘텐츠, 도서관·정보센터

ABSTRACT

Upon the growing popularity of knowledge information and paid digital content, the Internet knowledge exchange market had emerged. A Internet knowledge exchange market consists of general characteristics of a market where a wide variety of knowledge is exchanged at market-appropriate prices. the Internet knowledge exchange market is recently gaining momentum with specialized knowledge items such as design, program source, patent information, consulting service, multimedia, or resumes, as it seeks to secure competitive advantage over its peer markets. Considering the immense influence that these Internet markets will exert on the existing system of knowledge circulation including libraries and information centers, this study aims to contribute to a better understanding of Korea's knowledge circulation structure by analyzing the current standing of the Internet knowledge exchange market.

Key Words: Library & Information Center, Market Place for Knowledge Exchange, Digital Contents, Korea's Knowledge Circulation Structure

* 건국대학교 문헌정보학과 조교수(irs4u@kku.ac.kr)

• 접수일: 2006년 8월 14일 • 최초심사일: 2006년 9월 8일 • 최종심사일: 2006년 9월 21일

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

세계적으로 모든 분야에서 콘텐츠의 유료화가 진행되고 있고 이러한 흐름의 하나로 지식정보콘텐츠 유통업체들이 우후죽순 생겨나고 있는 것이 현실이다. 뿐만 아니라 그 규모에 있어서도 대형 포털사이트 업체들이 가세함에 따라 과거에는 무료로 이용했던 포털에서 검색된 자료들을 이제는 유료로 이용해야 하는 상황에 이르게 된 것이다.

또한 지식정보유통업체들이 DB제공업체나 불특정 다수의 엄청난 수의 개인들로부터 정보를 신속하게 수집해서 제공하기 때문에 도서관·정보센터 등을 포함한 국내 유통망 구조에 적지 않은 영향을 미칠 것임은 자명한 일이다.

이러한 시점에서 상업적인 지식정보유통업체, 즉 지식거래소가 제공하고 있는 지식정보의 유형, 지식정보유통구조, 저작권에 대한 사항 등을 조사하여 밝히는 것은 의미 있는 일이라 생각된다.

본 연구에서는 이후 도서관·정보센터를 포함한 기존의 지식정보유통체계에 지대한 영향을 미칠 것으로 보이는 이들 지식거래소들의 현황을 조사함으로써 이후 국내 지식정보유통의 구조를 파악하고 이해하는데 도움이 되고자 한다.

2. 연구의 내용 및 방법

이러한 필요성에 따라 본 연구에서는 상업적인 지식정보유통업체들의 지식정보유통망을 분석하고자 한다.

첫째, 지식거래소들의 현황을 분석하고자 한다. 2000년 초반에 소규모로 등장한 지식정보거래소들이 현재 100여개가 넘을 뿐 아니라 그 규모도 매우 커진 상태에 있다. 따라서 이러한 지식거래소들을 통해서 유통되는 지식정보량은 엄청나게 많을 것으로 사료된다. 본 연구에서는 현재 국내에서 활동하고 있는 지식거래소들 중 비교적 규모가 큰 업체들을 대상으로 그 현황을 조사하고자 한다.

둘째, 지식거래소의 일반적인 유통구조에 대해 조사해 보고자 한다. 대부분의 상업적인 지식정보 유통업체는 자체적으로 콘텐츠를 제작하여 제공하기 보다는 개인, 단체, 정부기관 또는 DB제공 업체들과의 연계를 통해서 그들이 제공하는 콘텐츠를 제공하고 있는 것으로 보이며, 이들 유통구조에 대해서 구체적으로 조사해 보고자 한다.

셋째, 인터넷 조사를 통해 지식거래소가 저작권 문제에 대해 어떻게 접근하고 있는지 알아보고자 한다. 지식정보유통업체들은 수많은 개인, 단체, 기관으로부터 판매될 정보를 수집하고 있다. 개인 및 단체 등은 자신이 판매할 정보를 지식거래소에 제공할 때 개별적인 로그인 후 등록을 하고

가격을 책정하면 된다. 이 과정에서 지식거래소는 단지 중간매개체 역할을 할 뿐인지, 판매될 자료에 대한 검증을 거치는지, 개인이 등록된 자료에 대한 저작권 문제는 어떻게 처리하고 있는지 등에 대해 알아보고자 한다.

본 연구의 목적을 달성하고 위에서 설명한 연구의 여러 가지 내용을 충분히 이행하기 위해서 다음의 연구방법을 병용하였다. 먼저, 문헌 조사 분석을 통해 지식거래소 현황에 대해서 파악할 뿐만 아니라 실제로 인터넷 조사를 통해 지식정보유통업체들의 현황을 파악하도록 한다. 또한, 100여 개가 넘는 것으로 보고 되고 있는 지식거래소 사이트를 직접 이용해 봄으로써 지식거래소의 전체적인 지식정보유통 흐름을 파악하도록 한다.

한편, 본 연구에서는 지식정보를 중간에서 유통시키는 지식거래소만을 대상으로 자료 조사 및 인터넷 조사만을 통하여 현황 조사를 수행하였는데 이 후 각 지식거래소를 대상으로 한 설문조사를 통해 현황을 파악하고 그 대처방안을 보다 구체적으로 제시할 필요가 있을 것이다.

II. 지식거래소의 의의 및 활용

1. 지식거래 시장의 동향

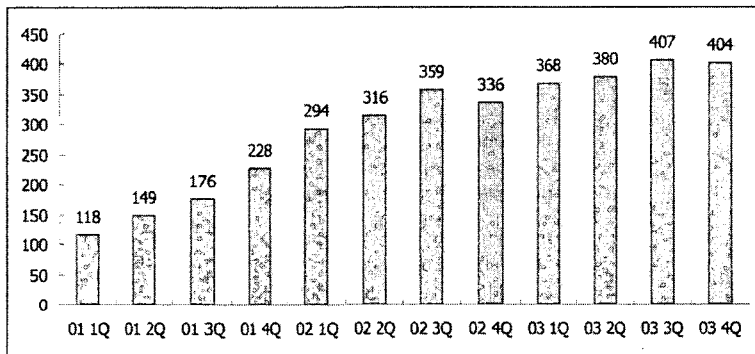
최근 들어, 콘텐츠를 기반으로 하는 인터넷 업체들의 수익 창출을 위한 방안으로 콘텐츠 유료화에 대한 논의가 활발히 진행되고 있다. 디지털콘텐츠를 기반으로 하는 업체의 수익모델은 크게 주요 수익원으로 광고비, 구독료와 보조 수익원으로 전자상거래, 라이선스 등으로 분류할 수 있다(Jupiter Communications 1998). 그러나 실질적으로 대다수의 디지털콘텐츠 업체들은 무료 콘텐츠를 제공하고 접속전수를 높여 광고를 유지하는 수익모델에 높은 의존도를 보여 왔다. 그러나 온라인 광고 지출이 감소하면서 수익원으로서 광고에 대한 우려가 확산되고, 이는 다시 디지털콘텐츠 업체의 수익성 전반에 대한 회의론으로 이어지면서 투자자의 외면을 초래하는 상황을 가져왔다. 이에 대한 타개책으로 디지털콘텐츠 업체는 콘텐츠를 이용하는 인터넷 사용자에게서 직접 수익을 창출하는 콘텐츠 유료화를 수익성 증대 방안으로 추진하기 시작했다.

구체적으로 국내의 경우, 만화, 영화, 게임, 성인 대상 웹캐스팅 등 엔터테인먼트 콘텐츠와 재테크 등 경제 관련 콘텐츠, 그리고 교육용 콘텐츠를 중심으로 유료화를 진행하고 있거나 추진 중이다. 게임 분야의 경우 한게임의 프리미엄 서비스, 이게임넷의 바둑 포커 게임, 넥스의 택티컬 커맨더스, 북마크의 삼국지, 디어유 의 만화게임서비스, 이야기의 판타지 포유, CCR의 포트리스 2 등이 이미 유료화 되었다. 한편 교육 분야는 이미 일정 성과를 올리는 것으로 보고 되고 있다. 크레듀는 2003년에 이미 85억원 매출에 8억원의 흑자를 기록했고, 네띠앙도 한 달에 수천만 원을 벌어들이고 있

으며, 라이코스코리아도 한 달에 1억여 원의 매출을 기록하고 있는 것으로 나타나고 있다. 이 외에도 유료화를 시행하고 있거나 추진하고 있는 분야를 살펴보면 증권정보와 관련해 팩스넷이 시스템 매매신호를, 와우 TV가 증권시황을 유료로 제공하고 있다.

유료 디지털콘텐츠가 수익모델로 자리 잡아가고 있는 미국의 경우, 유료 콘텐츠 시장도, 크게 성장하고 있다. 미국온라인출판협회(OPA: Online Publishers Association)의 인터넷 이용자의 유료 인터넷 콘텐츠 이용현황 조사에 따르면, 2003년 미국 인터넷 이용자가 유료 콘텐츠에 지불한 금액은 전년 동기 대비 약 18.8% 증가한 약 15억 6천만 달러에 달하며 매 분기 꾸준한 증가세를 유지하고 있다(OPA 2004).

(단위: 백만달러)



<그림 1> 미국 디지털콘텐츠 이용자의 유료 이용액

그러나 국내 디지털콘텐츠 유료화에 대해 인터넷 리서치 업체인 아이클릭이 조사한 바에 따르면, 응답자의 42.1%가 콘텐츠 유료화 자체에 대해 반대하는 것으로 나타나 콘텐츠 유료화에 대해 강한 거부감을 가지고 있는 것으로 파악되었다. 하지만 응답자의 과반수가 넘는 53.6%가 질이 보장되는 콘텐츠에는 지불의사가 있다고 밝혀 콘텐츠 유료화에 긍정적인 기대를 걸 수 있게 했다. 이는 일부 경쟁력 있는 콘텐츠의 성공여부에 응답자의 86.4%가 긍정적으로 답변했으며, 또한 애용하는 사이트의 유료화에 대해 응답자의 58.1%가 적당한 가격이면 계속 이용하겠다는 의사를 표시한데서도 다시 한번 확인할 수 있다.

인터넷은 공짜라는 인식은 초기 인터넷이 활성화되는 데 큰 역할을 했다. 하지만 이제 네티즌들도 무턱대고 인터넷은 공짜라는 식의 생각은 예전에 비해 많이 줄어든 분위기이다. 결국 남겨진 문제는 디지털콘텐츠의 유료화를 통해 다양한 양질의 정보와 서비스를 제공해 줄 수 있는나 일 것이다.

이와 같이 콘텐츠 유료화의 흐름을 타고 등장한 상업적인 사이트들이 지식정보유통 서비스를

제공하기 시작했다. 유료 지식정보유통업체들은 초창기 대학생들의 리포트 관련 자료를 제공해 주고 100원 정도의 매우 저렴한 비용을 지불하게 하였으나 그 이용률이 높아지자 정보자료 제공가격도 상승하여 현재는 그 백배가 넘는 10,000원 이상의 자료들도 상당히 많아졌다. 또한 지식정보유통 업체의 수도 현재 100여개가 넘는 것으로 나타나고 있으며(제일경제신문 2005), 업체의 규모에 있어서도 네이버나 엠파스 등의 기존의 대형 포털 업체들이 대거 참여하게 됨으로써 지식정보유통 시장도 엄청나게 커진 상태이다.

2. 지식거래소의 의미

일반적으로 지식거래소란 인터넷을 포함한 다양한 정보통신기술을 이용하여 지식을 거래하는 장소를 의미하며, 지식거래소는 일반적인 시장과 동일한 구조로 되어 있다. 지식을 구매하는 사람과 판매하는 사람이 있고, 거래가 이루어지는 장소(거래소)가 있다. 지식거래소에서는 대학리포트, 논문, 전문자료, 표지·서식, 디자인, 취업정보, 프로그램 소스 등의 다양한 지식이 거래될 수 있다. 개인이 갖고 있는 지식에 가격을 책정하여 판매하고 또 필요한 지식이 있으면 적정한 가격에 구매할 수 있는 곳이 바로 지식거래소인 것이다.

이러한 지식거래소들은 대체로 다음과 같은 특징이 있다. 첫째, 불특정 다수의 이용자들을 통해 거래대상 지식들이 계속적으로 변경되고 증가하는 동적 시장 환경이 조성된다. 둘째, 도서관·정보센터 등 지식정보 유통기관을 통해 활용되는 전문지식을 포함하여 각종 서식, 수험정보, 이력서 품 등 생활과 관련된 실용적인 지식의 비중이 비교적 높은 편이다. 셋째, 지식거래소의 이용자는 곧 정보판매자가 되기도 한다. 넷째, 지식거래소에서 유통되는 지식은 대부분 유료이기 때문에 저작권 문제가 심각하게 대두될 수 있는 곳이다. 지식을 유료로 제공하기 위해서는 생산된 지식이 판매자에 의해 창조성과 독창성을 가지고 창출되어야 하지만, 현재 거래되는 지식의 대부분이 저작권에 대한 검증이 있었는지 의문시 되고 있고, 검증하기도 어려운 실정이다. 다섯째, 지식거래소에서 유통되는 지식들은 검증되지 않은 주관적인 지식이 주류를 이루므로, 활용시 이용자들의 주의가 요구된다. 생활에서의 현실 문제 및 지식 갈등을 해결할 때 정보원 제공자의 신뢰도 및 평가결과는 매우 중요한 의미를 지닌다.

3. 지식거래소의 활성화 원인

이제까지의 정보공유시스템, 즉 도서관·정보센터 등을 통해서 유통되는 학술적인 데이터베이스를 포함하여 인터넷 포털사이트를 통해서 유통되었던 지식공유시스템은 각종 정보를 데이터베이스화하여 인터넷상에서 공유하는 데이터베이스형 정보공유체제였으나 이러한 정보제공 방법은 지

식거래소와 비교해 보았을 때 다음과 같은 몇 가지 점에서 한계가 있는 것으로 지적되어 왔다(현대경제연구원 2001).

첫째, 신문 데이터베이스에서 보이는 것처럼 데이터베이스 상에는 확일화된 정보 중심으로 등록되는 경향이 있다. 둘째, 데이터베이스 정보는 너무 방대하여 검색하는데 많은 시간이 걸린다. 셋째, 데이터베이스 내 콘텐츠는 판매자 입장에서 관리되고 제공되기 때문에 사는 사람이 구하는 것과 일치하지 않는 경우가 많다. 넷째, 데이터베이스 상의 정보는 매우 학술적이거나 가치가 높음에도 불구하고 과거 지식에 불과하므로 지식 구매자가 요구하는 생동감 있는 자료가 아닌 경우가 많다.

반면에 지식거래소에서 유통되는 지식정보는 다양한 유형의 정보원을 이용자가 요구하는 형태로 이용자가 요구하는 시기에 즉시 제공할 수 있는 장점이 있다. 수많은 이용자들이 바로 생성된 지식정보원을 올려놓고 수요자는 그 정보를 복잡한 유통 절차를 거치지 않고 즉시 이용할 수 있다.

4. 지식거래소의 유형

지식거래소의 유형은 분류기준에 따라 다양하게 분류할 수 있을 것이다. 예를 들어, 지식거래대상이 되는 지식이 일반적인 주제이나 아니면 특정 주제분야에 전문화된 지식이나에 따라 일반주제 지식거래소와 전문주제 지식거래소로 나눌 수 있다. 또한, 전문주제 지식거래소의 경우는 특허정보 전문, 레포트자료 전문, 학술정보서비스 전문, 컨설팅정보 전문, 멀티미디어자료 전문, 디자인 자료 전문 등 다양하게 분류될 수 있을 것이다.

지식거래를 하고 있는 이용자에 초점을 맞추어, 지식거래자로 전문가가 적극적으로 개입을 하여 서비스를 제공하느냐 아니면, 생활자들이 실생활에 필요한 지식을 서로 주고받느냐에 따라 생활자 지식거래소와 전문가 지식거래소로 다음과 같이 구분할 수도 있다. 첫째, 생활자 지식거래소는 생활자들이 실생활에서 얻은 생활의 지혜와 정보를 서로 나누고 거래하는 시장으로서, 거래 운영자의 입장에서는 이러한 시장에서 실질적인 수입을 기대하기는 어렵다. 따라서 이러한 유형의 시장에서의 수익모델로는 전자상거래 사이트와 연결을 통해 시장 서비스를 제공하고 전자상거래 사이트로부터 비용을 받는 방법, Q&A 관련 정보시스템과 같은 체계를 판매하기 위한 시범용 사이트를 만드는 방법, 그리고 광고 수입을 얻는 방법 등이 있다. 둘째, 전문가 지식거래소는 각계 전문가들과 수요자들간의 거래소로서, 그 상품으로는 공인회계사, 변호사, 파이낸싱 플래너, 컨설턴트 등의 서비스, 엔지니어에 의한 기술 서비스, 의사 등의 의료 서비스, 교육서비스, 중소기업 지원 서비스 등 매우 다양하다. 전문가 시장이 커지면 전문 서비스료에 대한 가격 파괴도 이루어질 것이며, 이 시장이 이후 급속히 발전할 것이다.

이 외에 지식교환시 요금 부과 여부에 따라 유료형과 무료형으로 분류하거나 또는 비영리 사이트와 상업적인 사이트로 분류할 수도 있다. 상업적인 사이트는 네이버 지식시장, 레포트월드 등 지

식거래를 통해 지식거래소와 판매자가 수익을 올리는 구조이고 비영리 사이트는 도서관·정보센터를 포함한 비영리기관이 단순히 지식제공을 목적으로 정보를 제공하는 구조이다.

Ⅲ. 지식거래소의 지식정보유통

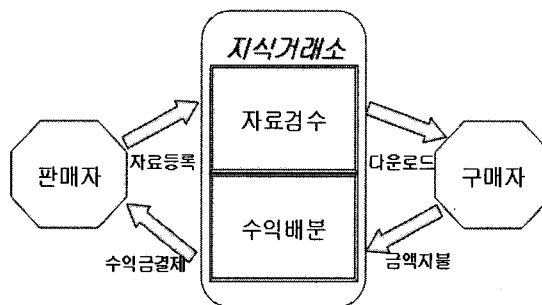
지식거래소의 지식정보유통구조는 거래되는 지식이 유·무료이고, C2C, B2C 유통방식인 경우 대부분 유사한 유통구조를 가지고 있으며, 저작권 관련 사항이나 판매수수료, 그리고 출금정책 등이 유사하다. 본 절에서는 지식거래소의 일반적인 지식유통구조, 저작권관련 사항, 그리고 판매수수료 및 출금 정책에 대해서 좀 더 자세히 살펴보기로 한다.

1. 지식유통구조

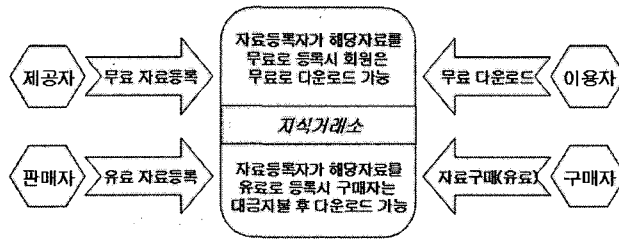
대부분의 지식거래소에서 자료등록 시, 등록 단계에서 자료에 대한 설명, 가격, 파일 등을 입력해야 한다. 자료를 등록하면 지식거래소에서 자료에 하자가 없는지를 확인하고 저작권이나 편집상태 등을 확인한 후 문제가 없다고 판단되면 정식으로 등록된다. 문제가 있는 자료라고 판단되면 그 사유와 함께 자료를 등록보류 처리 하는데, 등록보류 사유를 확인하고 수정을 하면 수정한 부분에 대해 재확인을 거쳐 등록된다.

자료가 정식으로 등록되면 다른 회원들이 그 자료를 검색해서 볼 수 있게 되는데, 그 회원이 구매를 결정하고 자료에 대한 가격을 결제하면 판매 대금 중 일정한 금액이 거래수수료로 지식거래소에서 공제되고 나머지는 회원의 계정에 충전된다.

〈그림 2〉는 대부분의 지식거래소가 보이고 있는 지식정보유통구조이고, 〈그림 3〉은 지식거래자가 자료를 유료로 등록했을 때와 무료로 등록했을 때의 차이를 보여주고 있다.



〈그림 2〉 지식정보유통 구조



〈그림 3〉 지식거래소의 유·무료 자료 유통

2. 저작권 관련 사항

대부분의 지식거래소에서는 각 사이트에서 직접 생성한 저작물, 이용자가 등록한 저작물에 대한 지적재산권을 명기하고 있으며, 전송권, 배포권, 복제권에 대한 권한 및 게시된 지식정보의 수준, 그리고 문제되는 저작물에 대한 처리 내용 등에 대해 일반적으로 다음과 같이 명시하고 있다.

첫째, 지식거래소 내의 모든 지식 파일들은 저작권의 보호를 받는다. 지식거래소는 지식정보자료 교환의 장만을 마련하여, 사용자들간 지식정보자료 이용에 따른 동의 절차만을 중개하며, 등록자가 명시한 저작권과 지적재산권의 위치의 진위에 대해 보증하지 않는다.

둘째, 사용자가 등록한 지식정보자료에 대한 저작권은 해당 저작권자에게 귀속하며, 저작권을 보유하지 않은 지식정보자료의 등록으로 발생하는 모든 문제의 책임은 등록자 본인에게 있다. 사용자는 자신이 창작, 제작한 지식정보자료에 대하여 지식거래소가 지식거래서비스를 운영하기 위한 목적으로 서비스 범위 내에서 그 내용 또는 정보를 발췌, 공개할 수 있는 국내 및 세계적이고 사용료 없는 비독점적 사용권을 회사에게 부여한다. 또한 지식거래 서비스를 운영하기 위한 목적에 한하여 등록되는 지식정보자료의 전송권, 배포권, 복제권을 지식거래소가 독점적으로 갖게 된다.

셋째, 등록 지식정보자료에 대하여 제 3자로부터 저작권 및 기타 권리의 침해 및 명예훼손, 음란성 등의 이유로 이의가 제기된 경우, 지식거래소는 당해 지식정보자료를 임시 삭제할 수 있으며, 이의를 제기한 자와 지식정보자료 등록자 간에 소송, 합의 등을 통하여 당해 지식정보자료에 관한 법적 문제가 종결된 이후 이를 근거로 지식거래소에 신청이 있는 경우에만 상기 임시 삭제된 지식정보자료는 다시 등록될 수 있다.

넷째, 지식정보자료에 대한 저작권을 갖고 있더라도 지식거래소에 지식정보자료를 등록하면 개인적 용도 이외의 목적으로 다른 사이트에 자료를 등록하는 행위는 금지된다.

3. 판매수수료 및 출금 정책

사이트 조사결과에 따르면, 조사된 지식거래소들은 대부분 비슷한 판매수수료 및 출금정책을 규

정하고 있는 것으로 나타났다. 첫째, 지식거래소는 자료 자체에 대한 투명성을 높이기 위해 다운로드한 자료에 대해 평가를 권장한다. 이는 회원의 평가에 의해 자료와 자료등록자의 신뢰도를 결정하기 위해서이다. 둘째, 판매수수료는 회사마다 30~80%까지 다양하다. 셋째, 출금신청은 자료를 판매하여 얻은 수익을 현금으로 지급받기 위해 지식거래소에 출금을 신청하는 것이다. 본인이 올린 자료에 대해서 판매리스트의 총 판매금액을 확인한 뒤 출금을 요청하면 된다. 출금은 보통 일정 금액(지식거래소마다 다름) 이상이 현금으로 적립되었을 때 요청할 수 있다. 또한, 출금액이 일정 금액을 초과하는 경우에는 국가에서 정하는 소득세와 주민세가 추가로 부여된다.

IV. 국내의 지식거래소 현황

위에서 살펴보았듯이 지식거래소의 일반적인 지식유통구조 및 저작권에 대한 사항은 대부분의 사이트에서 유사하게 적용되고 있으나, 각 지식거래소마다 거래되는 지식정보 및 서비스에 있어서 약간씩 차이를 보이고 있는 것으로 나타나고 있다. 이에 본 연구에서는 각각의 지식거래소에 대해 좀더 구체적으로 살펴봄으로써 지식거래소가 이후 지식정보유통에 미칠 영향에 대해서 알 수 있도록 한다. 본 연구에서는 인터넷 조사를 통해서 발견된 지식거래소들 중 비교적 규모가 큰 30개 사이트만을 선정하여 조사하였고, 조사된 내용은 지식거래소명, 제공방식, 운영회사명, 지식거래대상, 유통방식, 자체 DRM 적용여부 등을 포함하여 10여 가지 항목이며, 그 구체적인 내용은 <표 1>과 같다.

<표 1> 지식거래소의 지식정보유통관련 조사내용

사이트명	제공 방식	운영 회사명	지식 거래 대상	유통 방식	DRM 적용 여부	저작권 전담 부서	저작권 관련 안내 항목	구매 방식	결제 수단
레포트월드	무료/유료	(주)지커뮤니케이션	대학 리포트, 시험관련, 논문, 전문번역	C2C	N	N	저작권 정책 게시 약관 명시	건당 결제 - 충전식	신용카드, 휴대전화, 유선전화, 계좌이체
하우딜리포트	무료/유료	(주)하우딜	디지털 문서형태로 된 모든 지식자료	C2C	N	저작권 클린센터 운영	약관 명시 등록시 안내	건당 결제 - 충전식	신용카드, 휴대전화, 유선전화, 계좌이체, 문화상품권, 도서상품권, ADSL 결제
레포트샵	무료/유료	레포트샵	대학 리포트, 시험관련	C2C	N	N	약관 명시	건당 결제 - 충전식	신용카드, 휴대전화, 유선전화, 계좌이체
필요넷	무료/유료	(주)사캬	대학 리포트, 시험관련, 논문	C2C	N	N	약관 명시 FAQ	건당 결제 - 종량제 (비충전식)	신용카드, 휴대전화
지식뱅크	무료/유료	(주)지식Bank	기독교, 관련, 대학 리포트	C2C	N	N	약관 명시	건당 결제 - 충전식	신용카드, 휴대전화, 계좌이체
리포트베이(캠퍼스몬)	유료	(주)JOBK OREA	대학 리포트, 시험관련, 논문, 통계, 취업정보	C2C	N	피해신고센터 운영	저작권 정책 게시 약관 명시	건당 결제 - 충전식	신용카드, 휴대전화
레포트콜	유료	(주)피어네트웍스	대학 리포트, 각종서식, 창업/취업/재테크관련	C2C	N	N	약관 명시 FAQ	건당 결제 - 충전식	휴대전화

10 한국도서관·정보학회지(제37권 제3호)

사이트명	제공 방식	운영 회사명	지식 거래 대상	유통 방식	DRM 적용 여부	저작권 전담 부서	저작권 관련 안내 항목	구매 방식	결제 수단
레포트 공유	무료	(주)기업금융연구원	대학 리포트, 리포트 표지	C2C	N	N	저작권 정책 게시	레포트 공유 개수 별 무료 이용	레포트
리포트 카페	유료	(주)에세이	대학 리포트, 논문, 전문 자료	C2C	N	N	저작권 정책 게시 약관 명시	건당 결제 - 충전식	휴대전화, 신용카드, 계좌이체
캠퍼스피아	유료	(주)메인라이프	대학 리포트, 논문, 이력서, 자기소개서, 시험준보, 서식, 독후감, 표지	C2C	N	N	저작권 정책 게시 약관 명시	건당 결제 - 충전식	신용카드, 계좌이체, 이동전화
UBIstudy	유료	유비넷	대학 리포트, 논문, 감상문, 독후감, 자기소개서, 이력서, 시험자료, 프로그램스자료, 면접정보, 취업정보	C2C	N	N	저작권 정책 게시 약관 명시	건당 결제 - 충전식	휴대전화, 무통장입금
리포트코리아	유료	(주)레포트코리아	대학 리포트, 논문, 표지, 서식, 시험준보, 씨머리, 감상문	C2C	N	N	저작권 정책 게시	건당 결제 - 충전식	휴대전화, 신용카드, 계좌이체
Yes 레포트 지식정보센터	유료	에스레포트	대학 리포트, 논문, 감상문, 서평, 시험정보, 표지	C2C	N	N	저작권 정책 게시	건당 결제 - 충전식	휴대전화, 신용카드, 무통장입금
해피캠퍼스	유료	(주)에이전트소프트	대학 리포트, 논문, 서식, 표지, 파워포인트, 이력서, 시험정보, 취업정보	C2C	N	N	저작권 정책 게시 약관 명시	건당 결제 - 충전식	휴대전화, 신용카드, 1588ARS, 800ARS, 계좌이체
레포트815	유료	Report815.com	논문, 전문번역	C2C	N	N	약관명시	권당 결제 - 후불제	신용카드, 무통장입금
비즈레췌메	유료/무료	(주)인비닷컴	이력서/자기소개서	B2C	N	저작권 침해 신고센터	등록시 정책안내 약관명시	정액제 (1년 단위)	휴대전화, 신용카드, 유선전화, 무통장입금, 계좌이체
알마켓	유료/무료	(주)인비닷컴	이력서/자기소개서	C2C	N	저작권 침해 신고센터	등록시 정책안내 약관명시	건당 결제 - 충전식	휴대전화, 신용카드, 유선전화, 무통장입금, 계좌이체
지식몰닷컴	유료/무료	(주)가트너스	모든 형태의 지식자료	C2C	N	N	약관명시, FAQ	건당 결제 - 충전식	신용카드, 무통장입금, 계좌이체
인터넷 특기기술 장터	무료	한국발명진흥회	특허기술관련 지식자료	B2B C2C B2C	-	-	-	-	-
인포마스터	유료	(주)지오피아	모든 형태의 지식자료	C2C	N	N	약관명시, FAQ	건당 결제 - 충전식/정액제	휴대전화, 신용카드, 유선전화, 계좌이체, 무통장입금
한국건설링 정보서비스	유료/무료	한국건설링 정보서비스	기업 경영 지식자료	B2C C2C	N	N	약관명시	건당 결제 - 종량제 (비충전식)	신용카드
위디스크	유료/무료	(주)이지원	동영상, 이미지 사진, 문서	C2C	N	N	약관명시	건당 결제 - 충전식/정액제	휴대전화, 신용카드, 유선전화, 도서상품권, 문화상품권, 계좌이체, ADSL, OK캐쉬백
비지트	유료/무료	(주)데이콤	모든 형태의 지식자료	C2C	Y	저작권 침해 신고센터	등록시 정책 안내 저작권 정책 게시 약관명시, FAQ	건당 결제 - 종량제 (비충전식)	신용카드, 계좌이체, 휴대전화
비즈몬	유료/무료	(주)잡코리아	비즈니스 실무 관련 지식자료, 연봉검색, 논문, 입찰정보, 도서요약, 일반통계	B2C	N	N	저작권 정책 게시 약관 명시	건당 결제 - 충전식/기간별 정액제	신용카드, 휴대전화

사이트명	제공 방식	운영 회사명	지식 거래 대상	유통 방식	DRM 적용 여부	저작권 전담 부서	저작권 관련 안내 항목	구매 방식	결제 수단
갯파일	유료/무료	(주)비타마인드	디자인관련 지식자료	B2C C2C	N	N	FAQ, 약관명시	건당 결제 - 충전식	신용카드, 무통장입금, 휴대전화
코사인	유료/무료	(주)기업금융연구원	계약서관련 지식자료, 법률 컨텐츠	B2C	N	N	약관명시	기간별 정액제	신용카드, 무통장입금, 휴대전화, 유선전화
kbizBrain	유료/무료	(주)나라비즈니스	e-비즈니스 일반, 보고서, 리서치 자료, 논문	B2C C2C	N	N	약관명시	건당 결제 - 충전식	신용카드, 계좌이체
비즈폼	유료/무료	(주)인비닷컴	각종 일상생활, 기업 경영, 사무관리, 계약서 관련된 서식	B2C	N	N	저작권 정책 게시 약관 명시	기간별 정액제	무통장입금, 신용카드, 휴대전화, 유선전화
엑스폼	유료/무료	(주)기업금융연구원	각종 일상생활, 기업경영, 사무관리, 회사서식	B2C	N	N	저작권 정책 게시 약관 명시	기간별 정액제	무통장입금, 신용카드, 휴대전화, 유선전화, 계좌이체
네이버 지식시장	유료/무료	(주)NHN	대학리포트, 각종서식, 디자인, 온라인강좌, 논문, 전문참고자료, 전문서적, 노하우	B2C C2C	N	저작권 침해 신고 센터	등록시 정책 안내 저작권 정책 게시 약관명시, FAQ,	건당 결제 - 충전식	휴대전화, 신용카드, 유선전화, 도서상품권, 문화상품권, 계좌이체, ADSL, 해피머니, 상품권, 카드마일리지(BC카드)

위 표에 나타난 지식거래소는 지식거래대상에 따라 다양한 형태의 지식거래사이트, 레포트관련 전문사이트, 학술정보 전문사이트, 특허관련, 컨설팅정보, 멀티미디어콘텐츠, 디자인, 계약서 작성, e-비즈니스 지식, 서식관련, 이력서 및 자기소개서, 기독교자료, 이공계지식 전문사이트 등으로 구분할 수 있다. 또한 위 지식거래소처럼 이용자나 지식거래소가 지식을 생산한 후 지식거래소를 통해 유통하는 구조와 달리 이용자가 일반적으로 정보를 요청하고 지식거래소가 이용자의 요구에 적합한 자료를 조사해서 제공하는 정보조사제공서비스만을 제공하는 회사도 상당수 있는 것으로 조사되었다.

본 절에서는 조사된 지식거래소를 지식거래대상에 따라 구분하여 설명하되, 각 사이트의 특징적인 서비스나 일반적인 지식유통구조와 다른 점에 중점을 두어 설명하고자 한다.

1. 다양한 유형의 지식을 거래하는 사이트

이러한 유형의 지식거래소에서는 전문지식은 물론 생활관련 지식, 리포트, 각종 서식, 이력서, 시험 정보, 취업정보 등의 다양한 유형의 지식을 거래할 수 있도록 하고 있다. 이러한 사이트에는 네이버 지식시장, 지식물, 인포마스터, 캠퍼스피아 등이 포함된다.

네이버 지식시장은 (주)NHN이 운영하는 지식거래 사이트로 모든 종류의 디지털컨텐츠를 수용하고자 하며, 네이버의 강력한 검색기능과 지식시장을 연계하여 누구든지 본인이 저작권을 가지고 있는 컨텐츠를 등록, 판매가 가능하며, 그에 대하여 적절한 대가를 얻어갈 수 있도록 운영되고 있다. 또한 다수의 제휴사이트와의 연계를 통해 다양한 지식을 제공함으로써 지식거래 시장의 강자로

부상하고 있다. 특히 13개의 전문지식파트너, 26개의 브랜드지식샵을 유지함으로써 네이버 지식시장을 통해 엄청나게 많은 정보원을 검색할 수 있도록 하고 있는 것이 특징이다.

지식컨텐츠 거래사이트인 지식몰은 (주)가트너스에서 운영하고 있으며, 개인의 기술과 지식을 거래할 수 있는 사이트이다. 개인이 보유한 원천 기술이나 모든 분야의 지식을 지식몰에 등록하여 판매할 수 있으며, 다른 사람들의 원천기술이나 모든 지식을 구매할 수 있다. 또한, 급히 찾고자 하는 지식컨텐츠의 경우, '컨텐츠 급구' 항목을 이용하여 빠른 시간에 지식컨텐츠를 구매할 수 있다는 특징을 지니고 있다. '컨텐츠급구' 서비스는 이용자가 필요로 하는 컨텐츠를 요청할 경우, ① 해당 컨텐츠를 보유하고 있는 회원은 답변을 통하여 해당 컨텐츠를 보유하고 있음을 지식몰 관리자에게 알리게 되고, ② 관리자는 컨텐츠 보유자에게 해당 컨텐츠 등록신청을 권유하며 ③ 관련 컨텐츠가 등록되는 즉시 답변 글을 정리해서 웹상에 올림과 동시에 ④ 컨텐츠급구 등록자에게 메일로 알리는 서비스이다. 대부분의 지식거래 사이트들이 수동적인 검색에 의존하는 것에 비하면 매우 특징적인 서비스라 할 수 있다. 지식거래대상은 IT지식, 사업지식, 산업정보, 일반정보로 분류되어 제공된다.

인포마스터는 (주)지오피아에서 운영하고 있으며, 특정 전문지식이 아닌 언어, 생활, 경제, 컴퓨터, 문화예술, 게임 등 거의 모든 분야의 지식을 다루고 있다. 따라서 전문적이라기 보다는 대중적인 지식들을 유통하고 있다고 할 수 있다. 판매되는 지식은 텍스트로 이루어진 자료뿐만 아니라, 음원, 이미지, 프로그램 등 다양한 자료들을 다룬다. 크게 무료 정보를 제공하는 커뮤니티와 유료로 비용을 받을 수 있는 그룹으로 이루어지며, 그룹과 커뮤니티는 회원이 운영하는 하나의 상점이라 할 수 있다. 하지만 대부분은 유료로 비용을 받는 그룹으로 이루어져 있다.

(주)메인라이프에서 운영하는 캠퍼스피아는 인터넷을 통해 회원들이 제공하는 자료를 바탕으로 판매를 대행하는 역할을 하고 있다. 또한 캠퍼스피아는 자료를 판매하는 회원과 구매하는 회원들이 편리하게 본 사이트를 이용하실 수 있도록 다양한 사용자 인터페이스를 제공하고 있다. 캠퍼스피아의 지식거래 대상은 논문·학술, 대학리포트, 이력서·자기소개서, 대학별 시험 족보, 직장인 서식, 방송통신대학교자료, 독후감, 표지, 대기업 취업자료, 기타자료 등이다. 지식이 유통될 때 자료의 구매 및 판매의 수단으로 CP포인트와 현금이 있다. 자료를 판매하는 회원은 자료의 가격을 CP포인트와 현금으로 책정한다. 자신이 만든 자료의 가치는 주관적이기 때문에 너무 비쌀 수도, 너무 저렴할 수도 있다. 캠퍼스피아에서는 회원의 신용등급에 의하여 가격의 상한선을 정해놓고 있다. 논문·레포트를 등록할 경우에는 서론, 본문, 결론, 참고문헌의 형식을 갖추어야 하며, 대학별시험 족보를 등록할 경우에는 학교명, 정확한 과목명, 교수님 성함, 시험학기를 기재해야 하며, 독후감이나 감상문을 등록할 경우에는 간략한 저자소개와 줄거리, 느낀점의 형식을 갖추어야 한다. 캠퍼스피아에 자료를 업로드 할 경우 캠퍼스피아 자료 관리팀에서 자료를 검토하게 된다. 자료 검토는 약 10여명이 동시에 검토하게 되며, 자료평가 회원들이 자료를 평가할 수 있도록 제공하는 24시간

을 포함하여 2~3일 정도의 시간이 걸려야 검토가 완료되며 정식으로 등록이 된다. 정식으로 등록된 자료는 실시간으로 해당 카테고리 내에 등록이 되며 검색엔진에는 다음날부터 반영이 된다. 회원의 자격, 콘텐츠 저작권의 귀속 및 이용제한에 대한 사항은 다른 사이트와 유사하다.

2. 리포트관련 전문사이트

대표적인 사이트는 리포트월드, 레포트샵, 필요넷, 리포트베이, 레포트쿨, 레포트공유, 레포트카페, 리포트코리아, Yes레포트 등으로 리포트 관련 사이트가 가장 많은 것으로 나타나고 있다. 이는 지식거래소가 처음에 리포트를 거래하는데서 출발했기 때문인 것으로 보인다.

레포트월드는 (주)지커뮤니케이션에서 운영하고 있다. 지난 1999년 문을 연 레포트월드는 대학레포트 전문사이트로, 관련업체중 비교적 높은 이용률, 다양한 서비스, 강력한 브랜드 파워 등 3박자를 겸비하여 국내 최대의 학술정보제공 조건 및 면모를 갖추었다고 홍보하고 있다. 레포트월드는 각 순위사이트에서 분야별로 비교적 높은 순위에 있으며 하루 평균 20만명이 사이트를 방문하며, 이용자가 거래하는 정보가 총 110만건에 달한다. 지식거래대상은 레포트(단과대별, 특수대학레포트, 영어레포트, 분야별·형식별 참고자료), 표지(사람·인물, 동물·식물, 만화·애니, 자연·풍경, 배경화면, 예술·문화, 생활·사회, 스포츠·레저, 엔터테인먼트, 여행·장소, 대학, 속지, 기타), 검색요청, 전문번역 서비스(논문·국문초록, 자기소개서·이력서, 전공원서, 영어번지, 영어일기·수필·회화, 감상문(영화·독서), 기타) 등이다.

레포트샵은 레포트샵 통합검색시스템 구축을 통하여 레포트샵에 저장되어 있는 각종 레포트에 대해서 정확하고, 정밀한 자료를 검색할 수 있도록 하고 있다. 특히, 신조어 검색서비스를 제공하여 회원들에게 보다 편리하고 정확한 정보검색을 제공하고 있다. 지식거래 대상으로 분야별 레포트 및 논문을 주로 제공하며 그 외 표지·속지, 원서번역, 학습정보(자격시험, 학교시험, 토익, 설문지), 파워포인트 자료, 각종 서식정보를 제공한다. 레포트샵은 “레포트샵”이 작성한 저작물에 대한 저작권 및 기타 지적재산권은 “레포트샵”에 귀속하고, “이용자”가 게시한 게시물 또는 자료의 내용에 대한 저작권은 “이용자”에게 있다고 규정하고 있다. 레포트샵에 등록되는 자료에 대해 레포트샵은 전송권과 배포권을 갖는다. 따라서 자료에 대한 저작권을 갖고 있더라도 레포트샵에 자료를 등록 하면 개인적 용도 이외의 목적으로 다른 사이트에 자료를 등록하는 행위는 금지한다.

필요넷은 온라인 정보를 이용해서 정보를 필요로 하는 사람들을 서로 연결시켜 주며, 필요넷 리포트는 지식거래시 국내최저수수료, 무료족보 커뮤니티, 리포트 지식검색, 비충전식 결제방식 도입으로 대학생의 학문적인 필요와 동시에 경제적인 필요를 채워주는 부업사이트로 알려져 있다. 지식거래 대상은 주제분야별 리포트 및 논문, 각종 표지 및 서식, 그리고 시험족보(대학족보, 자격증 등) 등이다. 필요넷에 자료 등록시 기재해야 될 필수 항목은 자료명, 저작자, 전체 페이지수, 목차,

본문, 계열 선택, 키워드, 가격이고, 자료를 등록하면 필요넷 관리팀에 의해 검토에 들어가며 통상적으로 익일 오후 1시 이후부터 등록이 완료된다. 회원의 저작권, 콘텐츠 저작권의 귀속 및 이용제한에 대한 사항은 다른 사이트와 유사하다.

리포트베이는 (주)잡코리아에서 운영하고 있다. 리포트, 논문 등 학업에 유용한 정보를 제공하던 대학생 지식정보 사이트 리포트베이가 공모전, 인턴, 아르바이트 등 대학생들의 진로선택과 취업준비를 위해 필요로 하는 정보를 한 곳에 모아 캠퍼스몬으로 확대 개편되었다. 리포트베이 섹션을 통해 학업을 위한 리포트 및 논문자료, 시험, 자격증, 취업정보, 각종 통계자료를 기존과 동일하게 서비스하고, 더불어 취업 및 진로선택을 위한 자료를 별도의 섹션으로 추가 서비스 한다. 지식판매 절차를 보면, 먼저 등록할 자료를 해당 카테고리 분류한 후 저작권에 동의한다. 그 다음 구매자들이 잘 구매할 수 있도록 자료 정보와 가격 정보들을 입력하는데, 제목, 키워드, 페이지수, 목차, 본문요약, 참고문헌, 가격, 저작시기, 소개글이 포함된다. 회원의 자격, 콘텐츠 저작권의 귀속 및 이용제한에 대한 사항은 다른 사이트와 유사하다.

레포트콜도 판매자와 구매자간 1:1 직거래 시스템이다. 레포트콜에서는 자료를 판매하는 사람(판매자)과 구입하는 사람(구매자)이 존재하여 거래가 이루어지며, 레포트콜은 이러한 거래를 위해 인터넷상에서 중개의 장소를 제공한다. 레포트콜에서는 판매자가 자신의 자료를 적정한 가격에 등록을 하여 판매 수입을 올릴 수 있으며 이 때 레포트콜은 자료의 중개 수수료 50%를 제하고 나머지 금액을 판매자의 레포트콜 계좌로 입금을 한다. 지식거래대상은 주제분야별 대학레포트, 창업·재테크·취업, 서식·양식, 그리고 각종 감상문(소설, 에세이/산문집, 여행·취미, 역사, 연극·영화, 인물·위인, 자기계발 관련 등) 등이다. 레포트콜에 자신이 소유하고 있는 자료를 등록하기 위해서는 우선 저작권에 동의를 해야 한다. 그 후 카테고리를 구분한 뒤, 자료의 기본사항 즉, 자료제목, 전체 페이지 수, 문서의 목차, 본문의 문단, 계열구분, 핵심키워드, 가격 등을 입력한다. 입력된 자료는 자체 기준에 의거 운영팀에서 엄격한 검수과정을 거쳐 레포트가 등록된다. 또한 검수진행 과정에 따라 익일부터 3일 이내에 검토를 완료하여 레포트콜에 정식등록이 된다. 회원의 자격, 콘텐츠 저작권의 귀속 및 이용제한에 대한 사항은 다른 사이트와 유사하다.

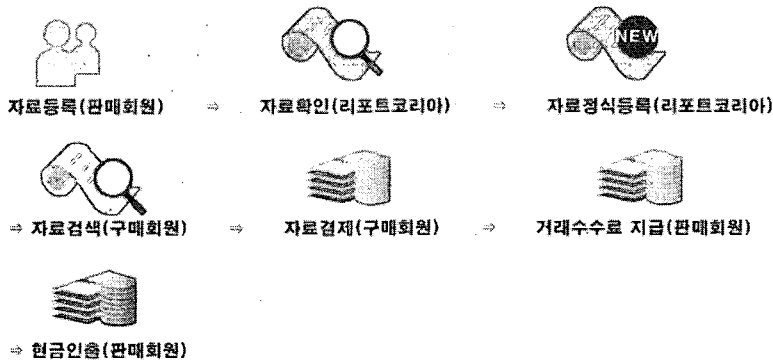
레포트공유는 레포트를 회원간에 상호 공유하면서 유용한 레포트를 무료로 사용하는 사이트이다. 기존 레포트 관련사이트는 건당 유료서비스를 통해 레포트를 공유하고 있지만, 레포트공유는 별도의 이용료를 지불하지 않고, 회원가입시에 레포트를 등록하게 되는데, 레포트를 등록하면 공유회원의 자격이 부여된다. 이 때 문서 1건당 1주일 이상의 무료사용이 허가되는데 한 번에 최대 6개의 레포트를 동시에 등록할 수 있다. 1건의 문서를 등록할 경우 1~3주의 이용기간이, 2건의 문서는 2~6주의 이용기간이, 3건은 3~9주의 이용기간, 4건 이상은 4~12주일 이상의 이용기간이 생긴다. 지식거래대상을 다음과 같이 학과별로 매우 세분화 시켜 제공하는 것이 이 레포트공유의 특징이라 할 수 있다.

〈표 2〉 레포트공유의 지식거래대상

카테고리	내 용
표지	식물, 자연, 인물, 동물, 생활, 과학, 문화, 레저, 로고/캐릭터, 배경화면, 문양, 추상, 대학별표지, A+표지, 기타표지
경상계열	경제학과, 경영학과, 무역학과, 회계학과, 관광경영학과, 경영정보학과, 기타경상계열
자연과학계열	수학과, 물리학과, 화학과, 생명공학과, 천문학과, 생물학과, 지리학과, 통계학과, 운동생리학과, 기타자연과학계열
사범교육계열	국어교육과, 영어교육과, 지리교육과, 역사교육과, 가정교육과, 수학교육과, 체육교육과, 사회교육과, 교육학과, 제2외국어교육과, 윤리교육과, 과학교육과, 미술교육과, 음악교육과, 기타사범교육계열
어문학계열	국어국문과, 영어영문과, 중어중문과, 독어독문과, 불어불문과, 노어노문과, 한문학과, 일어일문과, 스페인어과, 기타어문학계열
인문사회계열	사학과, 문헌정보학과, 사회학과, 심리학과, 정치외교학과, 신문방송학과, 사회복지학과, 철학과, 종교학과, 가정학과, 기타인문사회계열
예체능계열	성악과, 기악과, 작곡과, 국악과, 미술학과, 조형예술과, 디자인학과, 애니메이션학과, 무용학과, 연극영상학과, 체육학과, 도예학과, 운동처방학과, 기타예체능계열
기술공학계열	전기전자전공공학과, 전산학과, 건축과, 토목공학과, 기계공학과, 컴퓨터공학과, 정보통신과, 항공우주공학, 자동차공학과, 식품공학과, 산업시스템공학과, 도시환경공학과, 기타기술공학계열
기타	농업학과, 조선학과, 원예학과, 장례학과, 축산학과, 안경학과, 식품영양학과, 기타레포트

레포트카페는 (주)에세이에서 운영하고 있으며, 이 사이트에 등록되어 있는 자료를 다운받기 위해서는 포인트를 충전하여 지불해야 한다. 지식거래대상을 주제분야별로 분류하여, 학술논문, 대학 리포트 등을 주로 제공하며, 비즈니스, 투자·재테크, 벤처·창업, 취업·면접, 서식·디자인 등의 전문자료 등에 대한 정보도 제공하고 있다. 레포트카페의 기본 구조는 주식을 사고파는 증권거래소와 같다. 레포트 판매를 원하는 사람이 파일과 함께 희망 가격을 올려놓으면 그 자료가 필요한 사람이 구매여부를 결정하고 구매한다. 이때 리포트를 올린 사람은 리포트 가격에서 판매 수수료 40%(부과세별도 공제)를 제공한 나머지 금액을 자신의 계좌로 지급받는다. 다운로드 건수에 비례해 수입을 올릴 수 있다. 특히 리포트카페는 판매수수료 및 출금 정책에 대해서 명확히 제시하고 있는 것이 특징이다.

리포트코리아는 회원들이 직접 작성한 논문, 레포트, 강의 요약, 각종 서식 등의 정보를 서로 거래할 수 있도록 거래시장을 개설하고 중개역할과 관리역할을 하는 사이트이다. 리포트코리아에는 '설문조사개설신청'이라는 섹션이 있는데, 이곳에는 이미 시행되었던 설문조사에 대한 자료를 구입할 수도 있고, 'Open-Poll'이라 하여 자신이 직접 설문조사를 신청해서 다른 사람들의 의견을 수렴할 수도 있다. 지식거래대상은 레포트, 논문, 표지·서식, 시험족보, 서평쓰기(감상문), 로고, 기타 자료 등이며, 리포트코리아의 지식판매절차는 〈그림 4〉와 같이 표현하고 있으나 이 구조는 대부분의 지식거래소 사이트에 적용될 수 있다.



〈그림 4〉 리포트코리아 지식 판매 절차

리포트코리아는 정보 거래의 매개물로 ReKo Point(RP)와 현금 두 가지를 사용하여, 자료를 판매하시는 사람이 ReKo Point로 자료를 팔겠다면, 구매하는 사람은 ReKo Point를 내야하고, 판매자가 현금으로 팔겠다면 구매자는 현금을 내야 한다. 회원의 자격, 콘텐츠 저작권의 귀속 및 이용 제한에 대한 사항은 다른 사이트와 유사하다.

Yes레포트는 회원들의 자료를 맡아 안전하게 관리하여 여러 사람들이 이용하는 곳이다. Yes레포트는 자료를 등록한 회원에게 수익을 올린만큼 판매 수익을 주며 수익을 올린 회원들은 이를 다른 자료를 이용하거나 일정금액을 출금 요청 할 수가 있다. Yes레포트에서의 거래 통화로는 YP(에스포인트)와 현금을 사용한다. Yes레포트는 이 판매수익에 일정한 중개수수료를 받아서 운영을 한다. 자료등록 회원 입장에서 등록된 자료를 홍보와 관리를 통해서 판매를 대행해 주는 역할을 하며 자료를 이용하는 회원 입장에서는 자료등록회원이 올려놓은 사항들을 검토하고 구매에 앞서 구매 결정을 할 수 있도록 정보들을 제공하고 있다. 지식거래대상은 주제별로 분류된 레포트, 논문 자료, 감상문·서평, 시험정보 등이며 레포트 표지디자인도 거래대상이 되고 있다. 에스레포트에 자료를 등록할 경우 에스레포트 자료관리팀과 부가이드 회원들이 동시에 검토하게 된다. 등록까지 걸리는 시간은 부가이드 회원들이 자료를 평가할 수 있도록 제공하는 시간을 포함하여 4~5일 정도의 시간이 걸려야 검토가 완료된다. 정상적으로 검토 완료되어 이상이 없을 경우에 자료는 실시간으로 해당 폴더에 등록이 되며 그렇지 않을 경우 보류처리 되어 삭제된다.

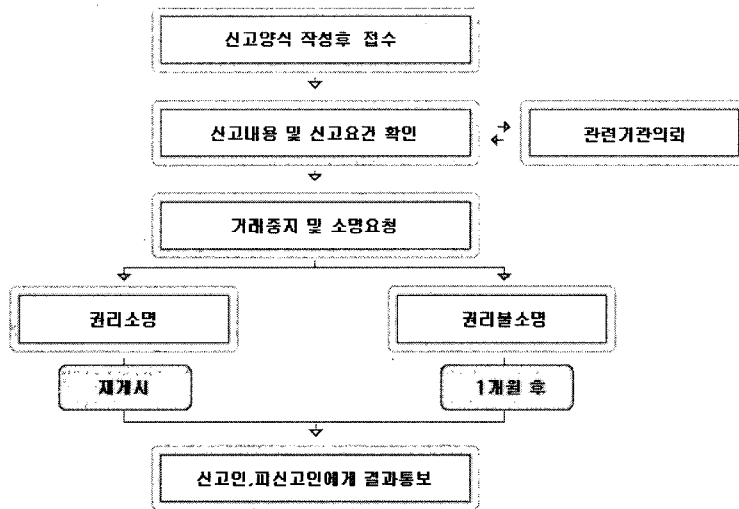
대학생 지식포털서비스인 해피캠퍼스는 (주)에이전트소프트에서 운영하고 있다. 다른 레포트 사이트들은 중개수수료가 모든 회원에게 일정하지만, 해피캠퍼스는 회원등급제도를 실시하여 전월의 판매실적에 따라 회원별로 자료판매수수료를 차등 적용하고 있다. 판매실적이 좋으면 높은 등급으로 판정 받아 낮은 판매수수료가 부과된다. 회원등급은 자료판매 횟수 랭킹과 자료평가점수, 부정거래행위 여부를 통해 매겨진다. 이러한 회원등급제도는 다른 사이트와 차별되는 해피캠퍼스만의 특징이라고 볼 수 있다. 주요 지식거래대상은 주제분야별로 분류된 대학리포트, 논문자료 등

이며, 기타 서식자료, 표지·속지, 파워포인트 템플릿까지 거래대상이 되고 있다.

3. 학술정보 전문사이트

하우덜-학술서비스는 다양한 분야에 대한 학습자료 및 연구활동의 결과물을 교환하는 장 (MarketPlace)을 제공하고 있다. 학술자료요청 등을 통하여 보유하고 있는 대학리포트, 논문 등의 학술자료를 판매하거나 직접구매 또는 요청 후 구매할 수 있다.

하우덜에서는 이용자의 권익보호와 투명한 서비스를 위하여 저작권신고센터를 운영하고 있다. 신고센터에서는 게시물을 통한 저작권 침해, 명예훼손 등 각종 권리침해 행위에 대한 신고를 받고 있으며, 신고 접수된 사항에 대해서는 이용자 약관 및 관계 법령에 따라 처리하는 것을 원칙으로 하고 있다. 하우덜 저작권신고센터에는 저작권 관련뉴스를 비롯하여 신고처리 사례, 관련근거 등을 게시함으로써 저작권에 대한 중요성을 다시 한 번 상기시키고 있으며, 명예훼손, 저작권 침해, 개인 정보 침해, 기타 권리침해 등의 신고센터를 운영하고 있다.

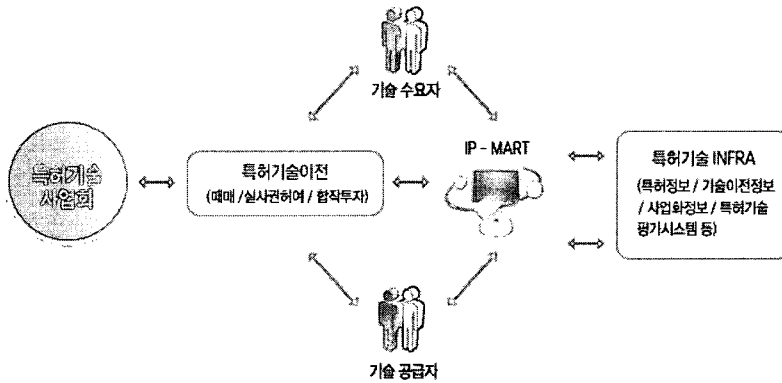


〈그림 5〉 하우덜-학술정보의 저작권침해신고 처리과정

4. 특허관련 전문사이트

인터넷특허기술장터는 한국발명진흥회 특허사업화 알선센터에서 특허청의 감독을 받으며 운영하고 있으며, 인터넷상에서 특허권 등 지식재산권의 직거래와 거래 촉진을 위하여 이전희망특허기술 데이터베이스 등 각종 정보를 제공하는 특허기술 전문기술유통 서비스 시스템이다. 주요 제공 서비스

는 기술보유자의 온라인 등록 및 관리에 의한 직거래 가능 시스템, 거래(매매, 라이선싱, 합작) 희망 특허기술에 대한 정보제공 및 검색, 신규 공개·등록된 특허기술 정보제공 및 검색, 출원인이 기술이전을 희망한 경우의 출원공개·등록된 특허기술 정보제공 및 검색, 출원인이 출원시 또는 심사청구시 기술이전을 희망할 경우 출원공개·등록된 특허기술이 IP-MART에 '과는 특허기술'로 등록, 특허기술사업화 자금지원정책 등 기술이전 및 사업화 관련 각종 정보 제공 등의 서비스이다. 지식거래 대상은 거래희망 특허기술(특허, 실용, 의장 및 상표의 매매, 라이선싱 등), 사업화를 희망하는 아이디어, 특허기술정보 및 도입희망 기술, 기업의 애로기술(기술적 컨설팅으로 해결되기를 희망하는 기술)정보, 특허, 법률, 마케팅, 자금 및 세제 등 컨설팅 지원정보, 특허기술이전 제도·방법 및 자금지원 등 사업화 관련정보 등이다. 인터넷특허기술장터의 지식정보유통 구조는 다음과 같다.



<그림 6> 인터넷특허기술장터의 지식유통구조

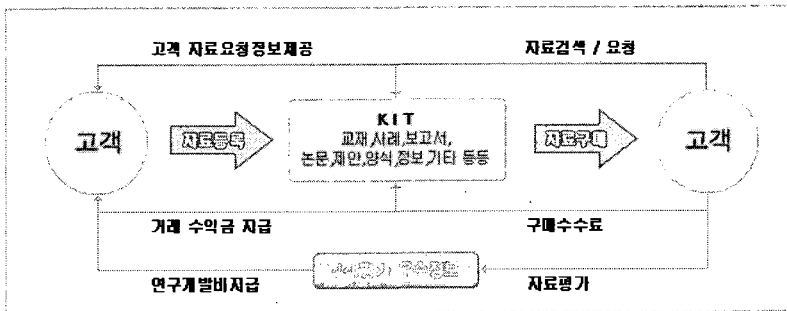
인터넷특허기술장터는 중계료의 형태인 수수료를 통해 수익을 올리는 구조를 채택하지 않고, 구매자와 판매자의 거래성사만을 유도하는 구조를 가진다. 즉 웹상에서 실질적으로 지식이 거래되지 않으며, 구매자와 판매자간의 직거래를 통해 지식이 거래된다. 또한 인터넷특허기술장터에서 다루는 지식 정보는 모두가 특허기술과 관련된 사항이기 때문에 저작권이 침해받는 경우는 없다고 봐야한다.

5. 컨설팅정보 전문사이트

한국컨설팅정보서비스(이하 KCIS)에서 운영하는 '경영지식정보거래'는 기업 경영 전반에 걸친 자료로서 교재, 사례, 보고서, 논문, 제안, 양식 등의 모든 경영정보 자료를 등록하고 거래하는 사이버 지식 쇼핑몰이다. 이용대상은 대부분이 기업경영 전 분야에 걸친 전문가 및 기업체 실무전문가, 그리고 학계에 종사하는 사람으로 전문적인 지식만을 거래하고 있다. 경영지식정보거래에 등록된

모든 자료는 고객의 평가에 의해 그 가치가 평가되어지며, 자료를 구매하여 활용한 고객의 평가 결과에 따라서 해당 자료의 등록자에 대한 인센티브를 제공하고 있으며 이를 통해 자료의 차별성을 부각시키고 우수한 자료만이 등록될 수 있도록 하고 있다.

KCIS의 지식유통구조는 아래 <그림 7>과 같이 기본적인 지식거래 모델을 따르고 있다. 하지만 현재 등록되어 있는 자료의 가격은 모두 0원, 즉 무료이며, 등록자도 거의 KCIS이다. 유료의 형태를 띠었으나 실제적으로는 무료로 지식을 제공하고 있다고 할 수 있으며, 지식의 거래보다는 지식의 제공에 그 목적을 두었다 할 수 있다.



<그림 7> KCIS의 지식유통 구조

거래대상 지식정보는 경영일반, 경영전략, 인사조직, 재무회계, 마케팅, 유통물류, 품질&생산, BSC, CS경영, 6시그마경영, IT, TOC, 국제인증, TPM, 경영혁신 등이다.

6. 멀티미디어콘텐츠 전문사이트

대표적인 사이트는 위디스크이며 (주)이지원에서 운영하고 있다. 위디스크는 네티즌이 소유하고 있는 동영상, 이미지, 사진, 문서 등 디지털콘텐츠를 직접 거래할 수 있는 경매 사이트로 대표적인 경매 사이트인 옥션과 유사한 형태지만 거래되는 콘텐츠가 디지털 자료라는 것이 특징이다. 위디스크에서는 네티즌들이 직접 제작, 소유하고 있는 동영상, 애니메이션, 게임, 유틸리티 등의 자료와 음악 파일, 지식 정보 등을 거래할 수 있다. 지식거래대상 정보는 영화, 드라마, 동영상, 게임, 애니, 유틸, 음악, 만화, 문서, 이미지 등이다.

7. 디자인자료 전문사이트

대표적이 사이트는 깃파일로 (주)비타민드에서 운영하고 있으며 디자이너를 위해 원천 소스

를 제공하는 디자인 리소스 포털사이트이다. 일러스트부터 홈페이지 템플릿까지 거의 모든 디자인 소스를 취급하고 있으며, 개인이 DCP(Design Contents Provider)라는 명칭으로 등록되어 깃과 일 안에서 모든 디자인에 관련된 콘텐츠를 제공한다. 회사 또는 개인의 형태로도 사업이 가능하며, 클라이언트나 회사에 구속을 받지 않는 자신만의 크리에이티브 및 브랜드를 창출할 수 있는 특징이 있다. 거래대상 디자인 소스는 M-template, 웹디자인, 일러스트, 플래시, 문서·서식, 창업물, 3D-SOURCE, 멀티미디어 등이다.

8. 계약서작성 전문사이트

대표적인 사이트는 코사인으로 (주)기업금융연구원에서 운영하며 계약서작성 서비스를 제공한다. 법률을 전공하지 않은 일반인들도 쉽게 계약서를 참고할 수 있도록 다양한 형태의 계약서 샘플 1,100여종을 제공하고 있다. 계약서와 관련하여 주요하게 연관이 되는 사후 발생될 수도 있는 법률 사항과 관련하여 일상에서 많이 사용되는 내용증명, 가압류, 가처분, 기타 민사소송 등의 생활과 밀접한 법률 콘텐츠를 수록하여 제공하고 있으며, 계약서 작성요령, 사례들도 함께 제공하고 있다. 또한 계약서 자동작성 서비스와 작성대행 서비스를 제공하는 것이 특징이라 할 수 있다. 자동작성 서비스는 계약서 작성을 어려워하는 이용자들을 위해 기본적인 사항만 입력하면 자동으로 계약서를 작성해주는 서비스이며, 작성대행 서비스는 이용자와의 상담을 통해 계약서 작성을 대행해 주는 서비스이다. 지식거래대상은 물건거래계약, 지식거래계약, 금전거래계약, 부동산거래계약, 취업·고용계약, 건설공사계약, 용역대행계약, 회사운영계약, 국제거래계약, 기타 계약 등이 있다.

9. e-비즈니스 지식 전문사이트

대표적인 사이트는 kbizBrain.com으로 (주)나라e비즈니스에서 운영하고 있다. 비즈니스 관련 전문가가 수집하고 가공한 양질의 정보와 지식을 제공하는 e-비즈니스 지식 전문사이트이며, 국내외 e-비즈니스 뉴스와 통계, e-비즈니스 전문가 및 기관이 제공하는 국내외 e-비즈니스 관련 보고서를 총 15개 카테고리로 분류하여 실시간 갱신 서비스하고 있다. 거래대상 지식정보는 e-비즈니스 전문가와 기관·단체가 저술한 보고서, 리서치 자료, 논문 등의 지식 정보, e-비즈니스 일반, IT 산업(솔루션), 전자상거래, 기업간(B2B) 전자상거래, 인터넷 콘텐츠, 인터넷 지불·보안·인증, 인터넷 금융, 인터넷 무역, 무선인터넷, 인터넷 컨설팅, 인터넷 광고·마케팅, 인터넷 정책·제도, 인터넷 특허·저작권, 인터넷 물류·유통 등이다.

kbizBrain.com의 콘텐츠는 비즈니스 관련 정보를 원하는 일반 이용자는 물론, 한국전자거래협회(CALS/EC), 산업자원부 전자상거래 총괄과, 한국전자거래진흥원, 전자상거래 표준화통합포럼,

사이버IT종합기술지원센터, 이비즈넷, 삼성SDS e-Partner, 드림위즈 e-Biz Platform 등 다수의 기관 및 단체, IT전문기업에 제공되고 있다.

10. 서식 전문사이트

대표적인 사이트는 비즈폼, 예스폼 등이며, (주)인비닷컴에서 운영하는 비즈폼은 국내외 15만여 문서(관공서, 행정, 국가서식, 주례사, 대학레포트표지, 이력서, 부동산계약서, 대형공사계약, 무역, 세무, 형사, 고소장, 영문서식 등)를 일괄적으로 정리하여, 여러 가지 형식(hwp, doc, txt 등)으로 제공하고 있다. 또한 일상생활에 쓰이는 각서, 이력서에서부터 영문 유언장, 임대계약서 등 20,000여개 이상의 서식샘플을 제공하고 있다.

예스폼은 중소기업청에 등록된 경영컨설팅 회사인 (주)기업금융연구원의 경영컨설팅 경험을 바탕으로 2000년 1월, 국내 최초로 인터넷을 통해 서식 서비스를 제공한 사이트이다. 창업, 경영, 인사, 노무, 구매, 생산, 영업, 회계, 회사규정, 계약서, 사업계획서 등 기업경영 및 사무관리에 필요한 다양한 회사서식을 포함하여 법률, 생활, 교육, 건설, 행정 등 문서서식 자료를 폭넓고 다양하게 제공하고 있으며, 비즈니스예문, 전문문서, 레포트 등의 문서자료를 종합적으로 구축함으로써 현재 국내 최대규모의 문서서식 DB자료를 보유하고 있다.

11. 이력서 및 자기소개서 전문사이트

비즈레쥬메는 (주)인비닷컴에서 운영하고 있는 이력서·자기소개서 사이트로, 2003년 분야 1위 사이트로 선정된 후로 현재까지 이력서·자기소개서 작성의 표준을 제공하고 있는 이력서·자기소개서 전문 포털이다. 취업사이트 최초, 최대로 자기소개서 샘플을 제공하고 있으며 국내 최초로 원클릭 자기소개서 자동 작성 프로그램을 개발(특허출원)하였다. 비즈레쥬메는 자기소개서, 이력서 등의 샘플을 종합적으로 구축함으로써 현재 국내 최대 규모의 샘플 DB를 보유하고 있다. 비즈레쥬메가 제공하는 자기소개서를 비롯한 각종 샘플 및 서식은 취업박람회, 대학에서의 강의와 컨설팅 경험이 풍부한 전문 컨설턴트들에 의해 제공되고 있으며, 취업관련 서식과 자기소개서 자가진단, 대기업 취업 자료실, 직업 유형 검사 등을 총괄적으로 제공하고 있다.

알마켓은 비즈레쥬메가 전문 컨설턴트 등의 지식을 제공하는 것과는 달리 전문 컨설턴트가 아닌 개인 이용자간의 취업 지식거래시장으로 운영되고 있으며 판매자(회원)는 지식을 게시하고 적정 금액을 책정 후 판매하고 있다. 지식거래 대상은 자기소개서와 이력이며, 자기소개서에는 한글자기소개서, 영문자기소개서, 한영자기소개서패키지, 1분 면접 자기소개, 공채자기소개서, 자기소개서 작성가이드, 유망직업자기소개서, 기업별자기소개서이다. 이력서에는 한글이력서, 영문이력서, 한

영이력서샘플, 이력서 작성가이드, 영문취업가이드, 21C유망직종 이력서 등이다.

12. 기독교자료 전문사이트

지식뱅크는 기독교 기반 하에 만들어진 지식 사이트로서, 하나님을 알고 교회에 유익이 되기 위해 만들어 졌다. 또한 기독교인들의 폭넓고 우수한 지식 제공을 위해 일반지식도 함께 운영하고 있다. 지식뱅크는 기독교관련 자료(기독교레포트, 교육, 서식, 시험정보, 엔터테인먼트, 무료지식)를 우선하고 있으며 일반자료(대학레포트, 논문, 일반서식 등)도 같이 취급하고 있다. 지식 판매 절차를 보면, 자료 등록시 자료 카테고리 분류 후, 자료명, 가격, 전체 페이지수, 목차, 본문, 추가정보를 입력하여야 한다. 회원들은 목차와 간단히 요약된 본문을 보고 구매를 하기 때문에 목차와 본문은 가장 중요한 입력사항이다. 가격은 레포트는 2000원 이하, 논문은 5000원 이하, 표지 및 서식은 1000원 이하로 규정하고 있다. 저작권 관련 사항은 다른 사이트와 유사하다.

13. 이공계 지식 전문사이트

유비스터디는 인터넷을 통해 이공계학생들의 정보와 지식을 사고 팔 수 있는 온라인 장터이다. 이공계 학생들은 유비스터디를 통해 이공계 전문 지식거래(솔루션, 레포트)를 공유해서 효율적인 학습을 할 수 있다. 지식을 판매하는 판매자와 구매하는 구매자가 존재하며 언제 어디서나, 자유롭게 지식거래가 이루어 질 수 있도록 지식거래 시스템을 구축하였고 다양한 사용자 인터페이스를 제공하고 있다. 지식거래대상은 계열별(인문, 자연, 예체능, 기타), 형식별(감상문/독후감, 자기소개서/이력서, 논문, 시험자료, 프로그램·소스자료, 어학정보, 면접/취업정보, 기타)로 분류하여 제공하며, 가격은 가격책정가이드를 참고로 책정하고 0원이면 무료 레포트로 등록이 되며(〈그림 8〉참조), 저작권 관련 사항은 다른 사이트와 유사하다.

가격책정 가이드		가격책정 가이드(솔루션)	
Term Project	5,000~10,000원	교재 전체솔루션	5,000~30,000원
(프로그램, 그래픽등 장기간 만든것들)			
Term paper	2,000~5,000원	한Chapter 솔루션	2000~4000원
(20~30Page의 간단한 논문)		10~20문제 솔루션	500~2000원
발표자료	1,000~2,000원	한문제	100~300원
(파워포인트 20Page정도)			
기초보고서	200~1,000원		
(일반보고서)			

〈그림 8〉 유비스터디 가격책정가이드

14. 정보자료조사 및 복사대행서비스

정보자료조사 및 복사대행서비스를 제공하는 사이트는 유료로 지식정보를 제공한다는 면에서는 지식거래소와 동일하나 다른 지식거래소와 달리 이용자가 특정 주제분야와 관련된 자료에 대해 정보자료 수집 요청, 복사대행서비스 요청, 기타 논문컨설팅 정보까지 제공하는 맞춤형 서비스를 제공하는 것이 특징이다.

레포트815는 지식정보사회형성의 일환으로 일반인들의 학술자료에 대한 접근을 용이하게 하기 위해 만들어진 종합학술정보서비스 사이트이다. 레포트815는 전문 검색사를 통해 누구나 필요한 자료들에 대한 정보를 얻을 수 있도록 학술자료에 대한 1:1 개인 맞춤 검색서비스를 제공하고 있으며, 해외논문 검색서비스는 해외자료에 대한 접근이 어려운 많은 이용자들에게 용이한 서비스로써 제공되고 있다. 또한 원하는 학술자료에 대한 복사대행서비스는 일일이 대학도서관을 찾지 않고도 필요한 자료를 효과적으로 활용할 수 있는 서비스이다. 레포트815는 학술자료검색 → 자료배송 서비스 → 논문컨설팅 → 번역 → 리서치로 이어지는 종합학술정보서비스 구현을 위해 지식기반의 학술정보서비스 체제를 구축하고 있다. 이용자가 자료신청계시판에 자신이 원하는 자료에 대한 정보를 적으면 사이트 관리인은 그 자료에 대한 자료를 찾아서 이용자에게 일정액의 요금을 받고 복사해 준다. 석사논문은 권당 10,000원, 박사논문은 권당 17,000원, 학술자료는 권당 5,000원, 해외 학술자료는 권당 20,000원~60,000원이다.

레포트815의 자료복사신청절차를 보면, 먼저 필요한 논문의 제목과 정보를 작성한 후, 배송방법, 제본여부, 배송지 정보 등을 기입하여 그에 따른 금액을 입금하면 된다. 본 사이트의 특징은 무료검색, 해외 원문복사신청, 원문복사서비스, 번역서비스, 리서치대행, 논문컨설팅 등의 서비스를 제공하고 있다는 것이다.

특히 이지논문, 논문나라, 논문복사헬퍼, 사이버카피, 나이스논문복사, 교육논문자료실, 논문복사도우미 등은 연구 및 학술활동, 논문이나 리포트 작성에 도움을 되는 서비스로 각종 논문설계, 맞춤형 자료의 수집 및 제공, 설문통계 및 분석, 영문초록 작성 등의 서비스를 제공하고 있다. 이들 사이트는 또한 국립중앙도서관 및 국회도서관 등의 국가 기관이 소장하고 있는 자료에 대해 유료 복사대행서비스도 제공하고 있다. 이들 사이트들의 이용순서를 보면, 논문(자료)검색 -> 주문하기 -> 접수, 요금확인 -> 입금, 결제 -> 복사 -> 발송, 자료수령 순이며, 논문(자료)검색에서 국립중앙도서관, 국회도서관 자료로 제한하는 거래소도 있다.

V. 결 론

인터넷에서 유통되는 지식정보는 모두 무료라는 인식은 사라져 가고 있으며, 네티즌들은 이제 품질이 높고 검증된 콘텐츠는 얼마든지 유료로도 이용할 의사가 있음을 밝히고 있다. 콘텐츠의 유료화는 초창기에 게임, 교육자료, 엔터테인먼트, 만화, 영화 등으로 시작하였으며, 이제는 이러한 콘텐츠를 유료로 이용하는데 전혀 거부감이 없다. 더 나아가 과거에는 포털사이트를 통해서 무료로 이용했던 인터넷의 수많은 정보자료들도 이제는 유료로 이용해야 할 상황에 이르게 되었다. 이러한 환경을 만들고 가능하게 한 것은 2000년대 초반부터 우후죽순 생겨나고 있는 지식거래소로 이들은 과거에 도서관·정보센터가 해오던 지식정보유통 기능의 일부를 신속하게 대체해 가고 있는 실정이다.

지식거래소는 C2C, C2B, B2B 방식으로 다양한 유형의 생산자와 소비자를 빠르게 연결하고 있으며, 불특정 다수의 수많은 생산자로부터 수집된 엄청나게 많은 지식정보를 신속, 정확, 효과적으로 재조직함과 동시에 소비자에게 즉각적으로 서비스 하는 유통체제를 갖추고 있어서 생산자 및 소비자 모두의 만족도를 높일 수 있을 것으로 보인다.

앞에서 살펴보았듯이 1999년 후반부에 한두 개의 상업사이트가 매우 저렴한 가격(유통지식의 매우 높은 비율이 무료)의 매우 소규모 정보자료로 시작하였으나 현재는 100여개가 넘는 사이트에 수십만 종의 정보자료를 데이터베이스로 구축하여 제공하고 있을 뿐만 아니라 이 사이트를 이용하는 회원의 수 또한 엄청나게 많은 것으로 나타나고 있다.

또한 지식거래소의 수가 많아짐에 따라 다른 지식거래소와의 차별성과 경쟁력을 확보하기 위해 특정 분야로 전문화된 지식거래소들이 많이 등장하게 되었다. 처음에 학생들이 레포트를 작성하는데 도움이 될 수 있도록 시작하여 아주 저렴한 비용으로 리포트자료를 판매하던 지식거래소들이 이제는 높은 품질의 레포트 자료를 등록하게 하고 높은 가격을 받을 수 있도록 하는가 하면, 어떤 지식거래소는 디자인 관련 자료만 거래할 수 있도록 사이트를 특성화 하거나, 또는 컨설팅정보, 기독교자료, e-비즈니스 지식, 서식 전문, 이력서 및 자기소개서만 거래하게 하는 지식거래소 등 매우 다양한 방향으로 특성화되고 전문화되고 있는 것으로 조사되고 있다.

이것은 현 지식정보시대의 흐름으로 어느 누구도 이들 지식거래소를 통한 지식의 흐름을 막을 수는 없을 것이다. 다만 우려가 되는 것은 이들 사이트에 거래되는 지식정보들의 신뢰도, 저작권 해결현황, 지식정보의 수준 등이 될 것이다. 따라서 앞으로 우리가 연구를 통해 지식정보유통의 양성화를 위해 노력해야 할 것은 이들 지식거래소를 통해 유통되는 지식정보들의 저작권 문제가 얼마나 해결이 되고 있으며, 해결되지 않은 지식정보가 유통되지 않도록 하기 위해 어떤 해결방안이 나와야 할 것인가 등일 것이다. 또한 지식거래소가 활성화됨에 따라 도서관·정보센터의 위상에는 어떠한 영향을 미치게 되는지, 국가적인 차원에서 볼 때, 국민들의 지식정보화 수준에 악영향은 없는지 등에 대해서도 지속적으로 연구해야 할 것으로 보인다.

참 고 문 헌

- 윤준수. 1998. 인터넷의 커뮤니케이션 특성에 기반한 혼합형 지식관리시스템에 관한 연구. 중앙대학교 신문방송학과 대학원.
- 이두영, 강순희. “웹 검색엔진의 지식검색커뮤니티 기반 지식관리에 관한 연구.” 제 10회 한국정보관리학회 학술대회 논문집, 143-152.
- 이미경. 2004. 인터넷기업 성공법칙 37: 아이디어로 도전하고 원칙으로 승부하라. 서울: 제우미디어.
- 이수현. 2004. 지식기여자의 지식기여도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 국내 온라인 지식 커뮤니티를 중심으로. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문. 경영학과.
- 정진호. 2005. “지식거래시장 뜬다...100여개 성행, 100억원대 시장 성장.” 아이뉴스24, 2005. 01. 31.
- 제일경제신문. 2005. “인터넷 지식거래 시장이 뜬다.” 제일경제신문, 2005. 03. 02.
- 최미정. 포털과 도서관의 연계: 도서관 네이버 연계에 대한 고찰.
- 현대경제연구원. 2001. “선진국의 지혜 거래소 현황과 문제점.” 새로운 지식과 정보, 통권 제 8호: 11-16.
- Allexperts. 2006. <http://www.allexperts.com>
- Bivens-Tarum, R. W. 2001. “Expert Services on the Web: The Commercial Competition for Libraries.” *College & Research Libraries News*, 62(7): 714-716.
- Davenport & Prusak. 1998. *Working Knowledge* Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Jupiter Communications. 1998. *Consumer Internet Economy*. New York: Jupiter Communications.
- Koch, T. “Quality-controlled Subject Gateway.” *Online Information Reivew*. 4(1).
- Online Publishers Association. 2004. “The Web Habit: An Ethnographic Study of Web Usage.” <http://www.online-publishers.org/>. [2006. 4. 10].
- Zemon, Mickey. 2001. “The Librarian’s Role in Portal Development: Providing Unique Perspectives and Skills.” *College & Research Libraries News*, 62(7): 710-712.