

2015. 8. 5.(수) 조간(온라인은 8. 4. 12:00)부터 보도해주시기 바랍니다.

대전(본원): 대외협력실 이식 042 - 869 - 0960 / 강동기 0967

서울(분원): 대외협력실 이승혜 02 - 3299 - 6185

문의: 김환민 정보서비스실 책임연구원(02-3299-6143)

배포번호 : 2015-24

배포일자 : 2015.08.04.(화)

매수 : 보도자료 2매

배포처 : 대외협력실

과학향기로 알아보는 국민들의 관심 분야는 어떤 것?

- KISTI, 최근 3년간 과학향기의 콘텐츠 조회수 및 댓글 등을 분석 -

- 생명과학과 보건·의료 분야 과학상식 제일 궁금해 해 -

- 한국과학기술정보연구원(원장 한선화, 이하 KISTI)이 국내 최대·최장 과학기술 대중화 서비스인 ‘과학향기’* 콘텐츠의 조회수와 댓글 수를 분석한 결과, 우리나라 사람들은 생명과학과 보건·의료 분야 과학상식에 가장 관심이 많은 것으로 나타났다.

* 과학향기(<http://scent.ndsl.kr/index.do>)는 KISTI가 2003년부터 운영하고 있는 과학기술 대중화 서비스로, 현재 14만여 명 회원을 보유하고 있다. 과학기술 관련 정보를 일반인은 물론 초·중·고등학생도 쉽게 이해할 수 있는 칼럼으로 가공해 사이트에 공개하고, 매주 2회 회원에게 푸시메일로 제공하고 있다.

- KISTI는 국민들의 주요 과학적 관심사를 파악하기 위해 지난 2012년부터 2014년까지 3년간의 콘텐츠별 조회수와 댓글 수를 분석했다.

- 그 결과, 생명과학이 1위(조회수 37% 댓글 수 45%), 보건·의료가 2위(조회수 25% 댓글 수 22%)를 차지했다.

- 구체적으로 조회수는 생명과학, 보건·의료, 화학(14%), 전기·전자, 우주·항공·천문·해양(13%) 순으로, 댓글 수는 생명과학, 보건·의료, 화학(12%), 우주·항공·천문·해양(10%), 물리 순으로 많았다.

- 콘텐츠 구성 측면에서는 최신 과학기술 이슈와 트렌드를 다루는 ‘포커스(FOCUS)’가 가장 인기 콘텐츠로 나타났다.

- 개별 콘텐츠를 분석해보면 대부분 건강에 직접적인 영향을 끼치거나 실생활에 적용 가능한 내용에 관심이 집중되었다.
 - 최다 조회 콘텐츠는 ‘다크서클 생기는 이유, 피로 때문 아니다?’, ‘특별한 자폐증, 서번트 증후군’, ‘교활한 난자와 2등 정자의 만남, 임신’ 등이, 최다 댓글 콘텐츠는 ‘사카린, 정말 인체에 유해할까?’, ‘녹조 현상, 없앨 수 있는 방법은?’. ‘에어컨 없이도 시원한 건축물의 비밀!’ 등이 있었다.

- KISTI는 과학향기 이용성향 조사를 바탕으로 ‘고객 맞춤형 서비스’를 강화할 계획이다.
 - 관심도가 높은 분야의 콘텐츠를 확대하고 관심도가 낮은 분야는 보다 흥미를 높일 수 있는 콘텐츠를 추가하는 형태로 이루어질 예정이다.

- 이와 함께, 향후 ‘연관 콘텐츠’ 제공을 통해 이용자가 열람 중인 내용과 관련 있는 콘텐츠 목록을 제공해 손쉽게 정보 획득의 폭을 넓힐 수 있도록 유도할 계획이다.
 - 최근 공공데이터 활용차원에서 적극 도입되고 있는 LOD 서비스도 준비 중이다. LOD(Linked Open Data)란 웹상의 데이터를 연결해 하나의 거대한 DB처럼 활용하는 기술로, 이를 도입하면 사용자들은 과학향기의 특정 콘텐츠와 관계된 검색 포털, 위키피디아, 해외 전자저널 등의 정보를 하나로 모아 이용할 수 있게 된다.

- 김혜선 정보서비스실장은 “지속적인 서비스 개선을 통해, 앞으로도 과학향기가 과학문화 대중화를 상징하는 대표 브랜드로 더욱 탄탄하게 자리 잡을 수 있도록 하겠다”고 밝혔다.(끝)(이어서 참고자료)

[참고자료: 과학향기 소개]

1. 과학향기란?

‘과학향기’(<http://scent.ndsl.kr/index.do>)는 어려운 과학기술 정보를 일반인은 물론 초·중·고등학생도 쉽게 이해할 수 있는 칼럼으로 가공해 서비스함으로써, 국민이 과학을 어렵고 지루한 분야가 아닌 ‘재미있는 과학놀이’로 인식할 수 있도록 하기 위해 2003년 전격 출범했다.

현재 과학향기는 14만여 명에 달하는 국내 최대 규모의 회원을 확보하고 있으며, 회원에게는 매주 두 번 업데이트된 콘텐츠가 이메일로 제공된다. 과학향기 콘텐츠는 단행본(과학향기 라벤더, 재스민, 민트 등)으로도 출간되며, 교육부 블로그·청와대 어린이신문·국립중앙과학관·한국전력기술 등의 정부기관, 네이버·네이트 등의 포털사이트, 한겨레신문·중앙일보 등의 언론사를 비롯한 186개의 기관(단체)에서도 활용되고 있다.

과학향기의 메인서비스는 FOCUS 과학, FUSION 과학, FUNNY 과학 이렇게 3개의 카테고리로 이뤄진 칼럼이다. 특히 FOCUS 과학은 신문이나 뉴스를 통해 자주 접하게 되는 최신 과학기술 이슈와 트렌드를 다루고 있어 가장 인기가 많다. 또 FUSION 과학에서는 생활문화 관련 과학지식, 과학기술 역사·인물들을 만나볼 수 있고, FUNNY 과학에서는 4컷 만화와 재미있는 과학콩트, 어려운 과학이론을 실험으로 이해할 수 있도록 도와주는 실험과학 코너도 즐길 수 있다.

칼럼 외에도 단편적인 지식을 알려주는 과학상식 코너도 많은 인기를 끌고 있다. 또 최근에는 팟캐스트, 오디오 북, 이북, 방송동영상 등 멀티미디어 서비스를 새롭게 추진해 이용자 폭을 넓혀가고 있다.