

검색서비스, 이용자 관점에서 접근하라

엠파스 대표이사 박석봉

한 동안 관심을 갖지 않으면 용어나 트렌드를 이해 못할 정도로 빠르게 변하는 것이 인터넷이다. 이 쪽 업계에 몸담고 있는 나 자신이 보더라도 정신이 없을 정도로 하루가 다르게 변하고 있다.

최근에 이슈가 되고 있는 와이브로나 HSDPA, WCDMA 등은 모두 국가 기간산업이다. 국가 산업 전체에 영향을 주고 그 비용도 상상을 초월한다. 문제는 특정 기술을 국가 표준으로 정하고 산업에 적용할 즈음에는 소요된 긴 시간으로 인해 그 기술이 이미 낡은 기술이 돼 버릴 수 있다는 것이다.

인터넷뿐만 아니라 일반적인 기술의 발달 속도도 예전과 달리 엄청나게 빨라졌다. ‘마이크로칩의 집적능력은 18개월마다 2배로 늘어난다’라는 ‘무어의 법칙’이 어느새 ‘해마다 2배로 늘어난다’는 ‘황의 법칙’(황창규 삼성전자 반도체 총괄사장)에 자리를 내어주기도 했다. 머지않아 ‘황의 법칙’을 대신하는 또 다른 ‘김의 법칙’, ‘이의 법칙’이 등장할지도 모른다.

잠에서 깨어나면 새롭게 등장해 있는 개념들을 꾸준한 노력으로 따라가지 않으면 일상 업무가 힘들 정도다. “과연 이게 사람을 위한 것일까? 정말 좋아지고 하는 일일까?” 하는 의문이 들기도 한다.

그러나 새로운 기술과 서비스를 제공하는 공급자 측과 이들 기술과 서비스를 받아들이는 사용자 측이 생각하는 서비스 간의 격차가 존재

한다. ‘검색’이 대표적인 예다. 공급자가 생각하는 좋은 검색과 이용자가 생각하는 좋은 검색에는 차이가 있다는 것이다.

인터넷 이용이 급속도로 대중화될 수 있었던 요인 중에 하나는 빠르고, 보다 많은 정보를 필요로 하는 사람들의 요구를 정확하게 반영한 ‘검색 서비스’의 등장이다. 웹이 나타난 뒤 홈페이지를 만들기 매우 쉬워지자 수많은 사이트들이 생기기 시작했다.

그러나 이처럼 수많은 사이트들이 생겨났지만 이 사이트들을 보다 쉽고 빠르게 찾아가기가 쉽지 않다는 문제점을 갖게 됐다. 이 때 네비게이션 역할을 하기 시작한 것이 바로 검색서비스이며 이로 인해 인터넷이 급속도로 대중화되는 계기를 마련한 것이다.

인터넷에 있어서 검색이라는 것은 가장 기본적인 서비스임에도 불구하고 덩치가 커진 포털업체는 검색의 질을 높이는 것보다는 게임, 메일, 커뮤니티 등 수익을 위한 새로운 서비스 개발에 노력을 집중한 것이 사실이다.

이 시점에서 우

리가 곰곰이 생각해봐야 할 것이 인터넷 검색서비스가 인터넷 검색 본연의 역할을 하고 있는 것이다. 인터넷이 세상에 모습을 드러낸 초기로 돌아가 보자. 인터넷은 열린 공간이다. 인터넷 검색 본연의 의미는 열린 공간에 있는 모든 정보를 이용자들이 쉽게 찾아서 그 정보를 획득하게 하는 것이다.

그러나 요즘의 검색서비스는 각 포털 업체들이 보유하고 있는 정보만을 검색할 수 있도록 되어 있고 각각의 포털들이 더 많은 이용자들을 유인하기 위해 DB의 질보다는 양에 더 많은 공을 들이고 있는 게 현실이다. 그렇다고 많은 DB의 양이 수준 높은 검색을 의미하는 것은 아니다.

반대로 이용자입장에서는 검색 DB의 양보다는 이용자가 원하는 정보를 빠르고, 정확하게 찾아주는 검색서비스를 필요로 한다. 지금까지 우리 포털업체는 이용자 중심이 아니라 공급자 입장에서 검색 서비스에 접근해 오지 않았나 하는 생각을 다시 한번 하게 된다.

이런 검색 본연의 역할에 대해 엠파스는 지난 1여년간 고민을 해왔다. 과연 이용자들이 가장 원하는 검색서비스는 무엇일까?

엠파스는 ‘열린검색’이라는 새로운 검색서비스로 이용자들의 니즈에 대한 답을 했다. ‘열린검색’은 인터넷에 있는 모든 정보를 찾아주고 원하는 정보가 어디에 있는지를 빠르고 정확하게 알려주는 검색이다.

인터넷의 원래 의미를 되살리고, 최대한 이용자의 관점에서 보기 쉽고 빠르게 검색할 수 있도록 하려는 목적으로 1여년간 시간을 투자해 준비한 서비스다.

검색서비스 영역에서는 앞으로도 많은 변화가 시시각각 일어날 것이다. 하지만 가장 중요한 점은 인터넷 검색 본연의 의미를 잃지 않는 것과 서비스 공급자가 얼마나 ‘이용자’의 관점에서 검색에 대해 접근하느냐 일 것이다. 

