

‘네이버’ 실시간급상승검색어 등에
대한 검증보고서(Ⅲ)

2014. 3. .

(사)한국인터넷자율정책기구 검증위원회

목 차

I. 경과	1
1. 1차 검증(2012년 하반기)	1
2. 2차 검증(2013년 상반기)	1
3. 3차 검증위원회의 구성	2
II. 2013년 하반기 검색제외어에 대한 검증 개요	4
1. 3차 검증의 목표	4
2. 검증의 범위	4
3. 2013년 하반기 검색제외어 현황	4
4. 검증기준	5
5. 검증을 위해 제공된 자료	6
6. 검증의 한계	6
III. 네이버 현장검증 및 검색 책임자 인터뷰 결과	7
1. 실시간급상승검색어 관리팀 현장검증	7
2. 연관/자동완성검색어 관리팀 현장검증	11
3. 검색 책임자 인터뷰	14
IV. 기술적 측면에서의 검증	15
1. 문제제기	15
2. 기술적 측면에서의 검토	16
3. 소결	28
V. 2013년 하반기 검색 제외어에 대한 검증	30
1. 실시간급상승검색어 제외어	30
2. 신고에 의해 제외된 연관/자동완성검색어	36
3. 자체 판단에 의해 제외된 연관/자동완성검색어	50
VI. 1차, 2차 검증보고서 개선제안의 내용과 이행	65
1. 운영정책 개선 제안에 대한 이행보고서 점검	65
2. 실시간급상승검색어 내부절차 이행여부	72
3. 권리침해사유의 신고 처리 원칙의 범위	74
VII. 결론 및 제언	78
1. 검증결과요약	78
2. 검증위원회 권고안	79
3. 이후 계획	80
부록	81

표 목차

<표 1> 실시간급상승검색어 전체 제외어 건수	4
<표 2> 연관검색어/자동완성검색어 전체 배제 건수	5
<표 3> 실시간급상승검색어 자료 비교 결과	10
<표 4> 연관검색어/자동완성검색어 자료 비교 결과	14
<표 5> 실시간급상승검색어 전체 제외어 건수	30
<표 6> 실시간급상승검색어 월 별 제외어 건수	30
<표 7> 자동완성/연관검색어 CS처리 통계	36
<표 8> 하반기 자동완성검색어 CS처리 월별 통계	36
<표 9> 하반기 연관검색어 CS처리 월별 통계	37
<표 10> 자동완성/연관검색어 CS 삭제된 검색어 제외사유	37
<표 11> 하반기 자동완성검색어 CS처리 월별 제외사유별 통계	39
<표 12> 하반기 연관검색어 CS처리 월별 제외사유별 통계	39
<표 13> 자체 판단에 의해 제외된 자동완성/연관검색어 통계	50
<표 14> 불법/범죄성 일반 검수 월별 제외건 통계	51
<표 15> 반사회성 일반 검수 월별 제외건 통계	53
<표 16> 욕설/비속어 일반 검수 월별 제외건 통계	54
<표 17> 유명인 개인정보 노출 일반 검수 월별 제외건 통계	56
<표 18> 일반인 개인정보 노출 일반 검수 월별 제외건 통계	56
<표 19> 기타 일반 검수 월별 제외건 통계	59
<표 20> 성인/음란 일반 검수 월별 제외건 통계	59
<표 21> 저작권침해 일반 검수 월별 제외건 통계	61

그림 목차

<그림 1> 네이버 실시간급상승검색어 현장검증 현황	8
<그림 2> 네이버에서 출력한 실시간급상승검색어	9
<그림 3> 연관/자동완성검색어 현장검증 현황	12
<그림 4> 네이버에서 출력한 2013년 5월 자체배제 검색어	13
<그림 5> ‘climate gate’ 의혹	16
<그림 6> 정치 이슈 보다 연예 이슈가 검색어 순위 상위에 있는 예	20
<그림 7> 실시간급상승검색어의 갑작스러운 변화의 예	22
<그림 8> 검색 패턴	23
<그림 9> 클라이언트 서버	24
<그림 10> 클라이언트 폴링 및 서버 푸시 구조의 차이	24
<그림 11> NAVER 트렌드 검색 서비스	27

I. 경과

1. 1차 검증(2012년 하반기)

네이버 주식회사(이하 ‘네이버’)가 운영하는 포털사이트 ‘NAVER’(이하 ‘NAVER’)의 실시간급상승검색어, 자동완성검색어, 연관검색어 등을 그 운영자가 자의적으로 편집한다는 의혹이 제기되어 왔다. 이에 네이버는 실시간급상승검색어 등의 노출에서 제외되는 검색어에 관하여 외부의 검증을 받기로 하고, 2012년 9월 18일 그 검증을 (사)한국인터넷자율정책기구(이하 ‘KISO’)에 의뢰하였고, KISO는 2012년 9월 24일 그 검증을 위해 KISO 정책위원회 산하에 외부 정책위원을 중심으로 하는 검증소위원회(이하 ‘검증위원회’)를 구성하였다.

검증위원회는 2012년 9월 24일부터 활동을 개시하여 실시간급상승검색어 등의 제외절차와 그 세부 운영정책 및 2012년 9월의 실시간급상승검색어 노출에서 제외된 검색어, 자동완성/연관검색어 노출에서 제외된 검색어를 네이버로부터 제출받아 이를 점검한 후, 2013년 1월 10일 첫 번째 검증보고서를 공개하였다¹⁾(이하 ‘1차 검증’). 검증위원회는 1차 검증보고서에서 네이버가 의도적으로 NAVER 검색어 노출에서 제외하거나 노출 여부를 조작한 흔적을 발견하지 못했으나, 제외어 선별 및 판단 절차의 객관성과 투명성을 높이는 방향으로 운영상의 문제를 개선하고 세부 운영기준을 정비하라는 내용의 개선사항을 권고하였다.

2. 2차 검증(2013년 상반기)

검증위원회는 위 1차 검증보고서에서 네이버에 대해 지속적인 외부 검증과 검증보고서의 발간을 요청하였고, 네이버는 1차 검증위원회의 제안을 수용하여 KISO에 재차 검증위원회의 구성과 운영을 요청하였다.

KISO 정책위원회는 1차 검증 당시와 같이 외부 전문가의 1회적 참여만으로는 검증 결과의 객관성, 공정성을 담보하기 어렵다고 보고, 검증위원회에 외부 위원으로 중앙대 이재신 교수(신문방송학과), 김상순 변호사(이화여대 법학전문대학원 겸임교수) 등 2명을 추가로 위촉하였다. 이에 2차 검증위원회는 기존의 정책위원 4인[김기중 변호사(소위원장), 배영 교수(숭실대 정보

1) http://www.kiso.or.kr/information/notice_view.htm?gubun=notice&cate=1&idx=804 (KISO 홈페이지 ‘소식’ 항목)

사회학과), 정경오 변호사(정보통신정책연구원), 황용석 교수(건국대 언론정보대학원)]과 위 2명의 위원 등 6명으로 구성되어, 2013년 2월부터 2013년 8월까지 활동하였다.

2차 검증위원회는 2013년도 상반기(1월부터 6월까지)의 노출에서 제외된 검색어를 전수조사하고, 1차 검증보고서의 제안이 제대로 이행되었는지를 점검하는 것을 주요 업무로 하였다. 검증위원회는 1차 검증 때 권리침해신고에 의해 노출에서 제외 처리한 검색어만을 조사하고 네이버가 자체적으로 판단하여 노출에서 제외 처리한 검색어를 살펴보지는 못했으나, 2차 검증 때에서 3,663건(실시간급상승검색어), 38,646건(신고된 자동완성/연관검색어) 및 389,120건(네이버의 자체판단에 의해 제외된 자동완성/연관검색어)에 달하는 방대한 노출 제외 검색어에 대해 전수 조사를 하여, 2013년 9월 그 결과를 2차 검증보고서로 공개하였다²⁾.

검증위원회는 2차 검증보고서에서 노출 제외 검색어를 전수 조사하였으나 조작이나 의도적 개입의 흔적을 찾지 못했다고 보고하였고, 네이버가 1차 검증보고서의 제안을 충실히 이행하였다고 밝혔다. 다만, 검색어 처리 시점과 검증시점 차이로 인한 문제의 해결, 운영기준의 기계적 적용으로 인한 문제를 보완할 수 있는 방안 강구, 유명한 판단기준의 정비 등의 개선사항을 제안하였다.

3. 3차 검증위원회의 구성

검증위원회는 그동안 두 번에 걸쳐 NAVER 검색 제외어를 살펴보고 이를 토대로 ‘검증보고서’라는 이름의 보고서를 공개하기는 하였으나, 사실 위원회의 활동방향, 업무범위 등에 관하여 무엇 하나 분명한 것이 없고 미리 정해진 사항이 없는 상태에서 그때그때 위원들 사이의 논의를 거쳐 필요한 업무를 진행해 왔다. 이는 사기업 내부의 영업 비밀을 ‘검증’하는 것 자체가 이례적인데다, 검색어 노출에서 제외된 검색어를 점검한다는 것이 무엇을 의미하는지, 무엇을 검증해야 하는 것인지, 어느 범위까지 확인할 수 있는지, 사기업의 내부 정보에 어느 정도까지 접근할 수 있는지 등 모든 측면에서 불분명하고 선례도 없는 업무라는 점에서 오는 근본적인 어려움이었다.

2차 검증을 시작할 당시 3차 검증이 예정되어 있기는 하였으나, 3차 검증 작업이 필요한 것인지, 그것이 가능한 일인지 분명한 것은 아니었다. 이런

2) http://www.kiso.or.kr/information/notice_view.htm?gubun=notice&cate=1&idx=890 (KISO 홈페이지 ‘소식’)

상황에서 검증위원들은 2차 검증에서 431,429건의 노출 제외 검색어를 전수 조사하는 어려운 일을 무난히 마친 후, 이왕 검증 업무를 시작하였으니 이용자의 의혹을 제대로 해소시킬 수 있도록, 조금 더 네이버 내부의 정보에 접근하여 확인을 하는 것이 필요하다고 보았다.

이에 검증위원회는 2013년도 하반기 검색 제외어에 대한 검증 작업을 추가로 진행하기로 하면서, 기존 6명의 위원 외에 검색 기술과 데이터 분석 전문가로 카이스트의 차미영 교수를 위원으로 추가 위촉하였고, 차미영 교수가 중심이 되어 결과를 낸 ‘기술적 측면에서의 검증보고서’(본 보고서 IV장)는 3차 검증의 핵심적 결과물이라 할 수 있다. 3차 검증위원회는 2013년 9월부터 2014년 1월까지 활동을 하고, 2014년 3월 세 번째 검증보고서를 발표하였다.

II. 2013년 하반기 검색 제외어에 대한 검증 개요

1. 3차 검증의 목표

그동안 위원회는 네이버가 제공하는 자료에 기반을 둔 검증에 이용자들이 신뢰를 보낼지 고민하지 않을 수 없었다. 위원들은 여러 차례 회의를 통해 이 한계를 극복하고 실질적인 검증을 하기 위한 방안으로 네이버 검색어 제외 업무에 대한 실사, 제외 업무 담당자에 대한 인터뷰, 검색 분야 책임자에 대한 인터뷰를 진행하고, 사전 통보 없이 추가 데이터를 요구하는 등의 업무를 추가하여, 검증수단을 보완하기로 하였다.

2. 검증의 범위

네이버가 제공하는 서비스 중 실시간급상승검색어와 자동완성/연관검색어(이하 ‘검증대상 검색어’ 또는 ‘검증대상 검색어 서비스’)를 검증의 대상으로 한다.

2차 검증과 마찬가지로, 모든 검색 제외어에 대한 전수조사를 실시하며, 이에 더하여 위원회에 제공된 데이터에 가공은 없는지, 현장에서 올바른 절차에 따라 검색어에 대한 검수를 실시하였는지 등에 관한 실사를 진행하고, 그 결과를 검토하였다. 역시 각 서비스의 검색어 추출 알고리즘은 검증대상에서 제외된다.

3. 2013년 하반기 검색제외어 현황

1) 실시간급상승검색어

<표 1> 실시간급상승검색어 전체 제외어 건수

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 11월 31일

제외사유	건수	제외어 비율(%)
개인정보	105	7.2%
명예훼손	108	7.4%
성인/음란성	171	11.7%

불법/범죄/협오성	532	36.4%
서비스 품질 저해	238	16.3%
법령 및 행정/사법 기관의 요청	0	0.0%
상업적/의도적 악용	308	21.1%
합계	1462	100.0%

2) 자동완성/연관검색어

<표 2> 연관검색어 / 자동완성검색어 전체 배제 건수

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 11월 31일

사유	자동완성어	연관검색어
성인/음란	84,269	16,805
유명인개인정보노출	783	2,128
일반인개인정보노출	14,014	17,010
명예훼손	4,427	14,397
저작권침해	54,431	28,138
불법/범죄	10,542	3,102
반사회	2,369	1,229
욕설/비속어	1,584	613
오타	24,927	3,591
기타	5,983	1,368
어뷰즈	257	623
총합	197,346	87,013

4. 검증기준

가. 외압에 의한 부당한 노출 제외어가 있는지 여부

나. 자의적 판단에 의한 노출 제외어가 있는지 여부

다. 운영정책(운영가이드)에 따른 적절한 제외처리 여부(과잉처리의 문제를 주요 대상으로 하며, 과소처리는 제외)

라. 자의적인 판단을 제외할 수 있는 구체적인 노출 제외어 판단기준 제시

5. 검증에 위해 제공된 자료

검증위원회에 다음과 같은 자료가 제공되었다.

- 2013년 하반기 네이버 실시간급상승검색어 제외어 목록 전체
- 2013년 하반기 네이버 자동완성/연관검색어 제외어 목록 전체
- 2013년 하반기 검색제외어에 대한 검증위원회 질의에 대한 네이버의 답변
- 각 서비스 실무자 및 책임자 인터뷰

6. 검증의 한계

본 보고서는 NAVER의 실시간급상승검색어 및 자동완성/연관검색어의 수동 처리 절차 및 운영규정, 수동으로 제외된 검색어를 검증하여 ‘운영을 통해 수동으로’ 제외된 검색어가 올바르게 제외된 것인지 밝히는 것을 목표로 한다.

3차 검증에서는 현장 실사, 사전 통보없는 데이터 요구를 통한 점검, 검색 책임자 인터뷰 등을 통해, ‘외압’ 또는 ‘조작’에 의한 검색제외어가 발생하기 어렵다는 점을 확인하였으나, 모든 로그기록을 확인하지 않은 한계는 있다.

하지만, 검색어 제외와 관련된 모든 로그기록을 확인하는 일은 현실적으로 가능하지 않으므로, 이는 극복하기 어려운 본질적인 한계로 수용할 수 밖에 없다. 본 검증은 네이버가 NAVER를 운영하면서 노출제외로 처리한 모든 검색 제외어를 일일이 살펴보고, 그 타당성을 점검하였다는 점, 기술적 측면에서 점검을 하고 현장 실사를 하였다는 점, 이후에도 이러한 검증이 계속될 수 있으며, 이에 따라 네이버의 운영 담당자는 검색 제외어 처리를 조금 더 신중하게 할 것으로 기대된다는 점에서 이 검증보고서의 의의는 무척 클 것으로 보인다.

Ⅲ. 네이버 현장검증 및 검색 책임자 인터뷰 결과

1. 실시간급상승검색어 관리팀 현장검증

실시간급상승검색어 관리팀 실사는 2013년 11월 7일 오후 2시 30분부터 약 2시간 가량 실시되었다. 검증위원회에서는 김기중 위원장을 비롯해 배영 위원, 정경오 위원, 김상순 위원, 차미영 위원이 실사하였다. 네이버는 책임자 1인 및 관리자 1인 실무자 1인이 참석하여 위원의 실사 과정을 안내하였다.

실시간급상승검색어의 실사는 실제 운영 프로세스 확인, 담당자 인터뷰, 운영툴에서 바로 출력한 자료와 기 제출된 자료의 비교로 이루어졌다.

1) 실시간급상승검색어 운영 프로세스 확인

실사 결과 실시간급상승검색어 검수 과정은 크게 A파트(1차 필터링) -> B파트(2차 필터링)를 통해 운영되고 있었으며, 검증위원회 1차 보고서 결과에 따라 노출 10분전, 30초전, 15초전의 데이터를 받아 운영하고 있었다. A파트는 최초 검수를 수행하는 파트로 10분전의 데이터를 주로 검토하며, B파트는 A파트에서 검토한 검색어를 다시 한번 검토하고, 이후 A파트에서 검토가 필요한 것으로 판단한 검색어를 최종 확인하여 서비스에 노출시키는 역할을 하고 있다.

운영자들이 활용하는 툴은 내부 인트라넷과 연동되어 있으며 매우 단순하게 구성되어 있었다. 검수 툴에서는 검색어에 대해 네이버 검색결과 링크를 제공하는 것 이외에는 아무런 정보를 제공하고 있지 않으며, 기존에 노출되었거나 배제되었던 검색어 여부, 혹은 그 날짜 등도 확인할 수 없게 되어 있다. 단 일부 검색어, 명백한 성인/음란, 저작권 위반의 경우 툴에 자료가 제공될 때, 배제 상태로 제공된다. 물론 운영자는 해당사안이 같은 단어라 하더라도 자동으로 배제된 것과 다른 사유로 그 검색어의 가치가 있다고 판단하면 자동 필터링에도 불구하고 배제를 해제할 수 있다.

단어의 위험도 등을 자동으로 평가하는 시스템 등을 가지고 있지 않으며 모든 운영자는 그때 당시의 상황에 따라 검색어를 전부 확인하여 배제 여부를 결정하여야 한다. 이것은 운영자가 선입견을 가지고 판단하지 않도록 하기 위해서라고 한다.

운영자가 가이드라인에 해당되는 배제어에 포함된다고 판단할 경우 운영

틀에서 제외 조치를 하며, 이 때 제외 기간과 그 사유를 정하여야만 한다. 제외 기간이 경과한 이후에는 대상 검색어는 다시 순위에 오를 수 있으며, 이 경우 다시 운영자가 그 때 상황을 통해 판단하여 제외 조치를 하지 않는 한 서비스에 노출된다. 또한 제외 사유는 향후 B파트의 검수(최종확인) 및 기록을 위해 남겨 둔다.

우선 A파트에서 운영자들은 검색어가 올라온 이유를 확인하기 위해 다양한 채널을 활용하고 있다고 밝혔다. 네이버 검색결과를 기본적으로 확인하고 이후 SNS, 방송, 라디오, 인터넷TV(아프리카TV 등)의 외부사이트를 적극적으로 검색하여 해당 검색어가 왜 순위가 상승했는지를 파악하여 검수한다.

A파트에서 만약 해당사안이 운영가이드에 해당하는지 여부가 불분명할 경우, A파트에서 일부 잘못된 판단을 한 경우로 판단된 경우 B파트에서 검색어 제외 조치를 해제하거나 검색 제외 조치를 취하게 된다.

B파트에서도 해당사안에 대해 판단이 어려울 경우 책임자에게 해당 사안을 보고하고, 책임자조차 판단하기 어려울 경우, 법무책임자, 정책담당자, 서비스책임자와 관련사항을 공유하여 최종 판단한다. 만약 3인의 동의를 받는 데 시간이 소요될 경우 해당 검색어는 제외 상태로 유지되고 판단이 난 이후 그 판단에 따라 조치한다.



<그림 1> 네이버 실시간급상승검색어 현장검증 현황

네이버 현장검증에서 확인한 내용은 기존에 제출, 설명된 NAVER 실시간 급상승검색어 운영현황과 다르지 않았다. 특히 1차 검증보고서의 내용을 받

영하여 검수기간을 10분으로 늘린 것과, 일부 민감한 검색어에 대해 법무그룹장의 검토만을 거쳐 판단하던 절차에서 임원급 3인의 검토를 거쳐 결정하는 것으로 바뀐 부분을 확인할 수 있었다.

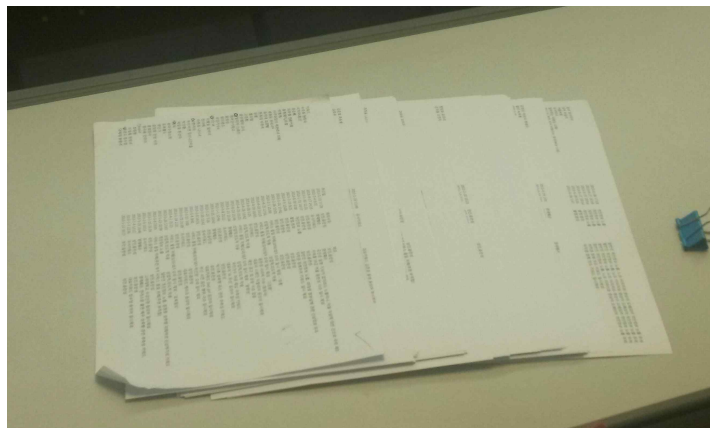
2) 실시간급상승검색어 실무자 인터뷰

이후 실시간급상승검색어 실무자와의 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰는 앞서 설명한 B파트에서 근무하고 있는 000 대리로 약 3년간 업무를 진행한 실무자였다.

인터뷰 결과 다른 특이사항은 발견되지 않았으며, 제1차 및 제2차 검증위원회 보고서에서 가장 많이 지적된 명예훼손 및 개인정보 관련 사항이 가장 판단이 어렵다고 밝혔다.

3) 실시간급상승검색어 현장 리스트 검증 관련

검증위원회는 기존에 제공된 자료의 정확성을 확인하기 위해 방문시 운영실에서 2013년 1월부터 6월까지의 자료를 직접 출력해 달라고 요청하였고, 네이버는 이를 출력하여 제공하였다.



<그림 2> 네이버에서 출력한 실시간급상승검색어

이후 검증위원회는 기 제출된 2013년 1월부터 6월까지의 실시간급상승검색어 제외 검색어 목록(각 월의 다음 달 말경 검증위원회에 제공된 것임)와 현장 실사 당시인 2013년 11월 7일 출력한 실시간급상승검색어 제외 검색어 목록을 비교하여 분석하였다. 네이버가 현장에서 바로 출력한 제외 검색어는 총 91장 3,620개의 검색어였다.

비교는 KISO 사무처에서 실시하였으며, 비교 결과는 다음과 같다.

<표 3> 실시간급상승검색어 자료 비교 결과

운영 틀에서 출력된 검색어 총 3,620개	
기제출 목록에 있고, 현장 출력 목록에 없는 검색어 수 (출력 시기에 따른 불일치)	기제출 목록엔 없고, 현장 출력 목록에 있는 검색어 수 (‘유사 검색어’ 제외 처리)
211건	230건

위와 같은 불일치는 다음 두 가지 이유에서 발생하였다. 첫째 출력 시기에 따른 불일치로, 기 제출 검색어 목록에는 있고 현장 출력 검색어 목록에는 없는 경우, 둘째 ‘유사 검색어’를 이유로 제외한 검색어 미제출로, 기 제출 검색어 목록에는 없으나 현장 출력 검색어 목록에는 있는 경우

첫째, 네이버는 ‘같은 검색어에 대하여 전후(前後)의 노출제외 조치가 순차로 이루어진 경우에, 후(後)의 노출제외 조치만 기록하여 두고 전(前)의 노출제외 조치에 대한 기록은 삭제’하기 때문에, 기 제출 검색어 목록에 있는 것이 현장 출력 목록에는 없는 경우가 발생했다고 설명하였다. 이는 운영자가 제외 이력을 운영 틀을 통해 확인할 경우 갖을 수 있는 편견을 막기 위해서라고 한다. 기 제출 검색어 목록에는 있고, 현장 출력 검색어 목록에는 없는 경우는 문제가 되지 않고, 네이버의 설명도 충분히 납득이 되므로, 문제의 여지는 없다.

둘째, 기 제출자료에서는 찾을 수 없고, 운영틀에서 출력된 검색어에서만 찾을 수 있는 검색어는 모두 이른바 ‘유사 검색어’로 제외 처리된 검색어이다. ‘유사 검색어’는 같은 뜻 또는 내용을 가진 검색어가 상위에 랭크되어 있을 경우 하위에 있는 검색어를 제외하는 것이다. ‘광주시교육청’, ‘산천어축제’, ‘OOO중계’ 등이 ‘유사 검색어’로 제외되었다. 네이버는 제외 검색어 제출 때 위와 같은 ‘유사 검색어’를 제외하고 제출하기로 서로 합의하였다고 말하나, 이에 관한 분명한 근거를 찾지는 못했다. 다만, ‘유사 검색어’ 중에 문제가 될 만한 사항이 없으므로, 이는 상호 의사소통의 오류로 보일 뿐이다. 이에 검증위원회는 차기 검증위원회의 자료제출 시부터 이 ‘유사 검색어’를 포함하여 제출해 달라는 요청을 하였으며, 출력 시기에 따라 검색어에 차이가 발생하지 않도록 해 달라고 요청하였다.

2. 연관/자동완성검색어 관리팀 현장검증

연관/자동완성검색어의 자체 검수의 경우 네이버의 자회사인 000서비스에서 이를 담당하고 있다. 또한 이용자의 신고 등에 따른 검토의 경우 다른 자회사에서 이를 담당하고 있는데, 검증위원회는 자체 검수를 담당하는 000서비스를 현장검증하였다.

현장검증은 2013년 11월 22일 오전에 이루어 졌으며, 검증위원 6인과 000서비스 담당자 1인, 네이버 책임자 1인이 검증에 동행하였다. 검증은 실시간급상승검색어 검증과 마찬가지로 운영 프로세스 확인, 담당자 인터뷰, 직접 출력한 자료와 기 제출 자료의 비교로 이루어졌다.

1) 연관/자동완성검색어 운영 프로세스 확인

현장검증 대상이 된 000서비스에서는 매일 전날의 검색수가 많은 검색어를 중심으로, 이전에 검수되지 않은 검색어를 각 운영자별로 매일 할당하고 이를 각 운영자가 검수하는 방식으로 운영되고 있었다. 검색수가 급상승하여 빠르게 검토가 필요한 경우에는 추가로 운영자에게 할당하는 방식으로 노출여부를 판단했다. 이렇게 1차 운영자가 검수한 내용 중 민감한 사항 및 1차 운영자가 정확하게 제외 기준에 부합하지는 않지만 제외의 필요가 있다고 판단한 사항은 2차로 검수담당 관리자가 추가로 검토하여 이를 최종 확정한다. 또한 매일 할당되는 검색어에는 전일 생성된 검색어뿐만 아니라, 실시간 생성되는 검색어 역시 특정사안이 우려될 경우 실무자에게 배정하여 검토하고 있다.

1차 운영자는 탄력적으로 근무시간을 선택하여 근무를 할 수 있게 함으로써 실시간 생성되는 검색어에 대한 처리율을 높이지만, 검색 횟수가 줄어드는 야간에는 따로 팀을 운영하지 않는다. 이때 긴급한 사항은 네이버 본사를 통해 처리한다고 밝혔다.

2차 관리자에 의한 검수에 의해서도 기준 등에 대해 바로 검토가 불가능할 경우, 해당 검색어를 네이버에 이관하고, 네이버는 법무 검토 등을 통해 검색어 제외 여부를 판단한다. 이렇게 네이버에 이관하는 경우라 하더라도 대부분 1일내에 처리가 가능하며, 예외적으로 특정검색어에 대한 KISO 상정 등의 경우 1일 이상이 소요된다고 밝혔다.

검수의 질을 유지하기 위해 운영자는 교육을 통해 정확도가 일정 수준 이상인 경우만 선택하며, 검색어가 많아질 경우 유동적으로 인원을 추가하지만

일정 수준 이상의 능력이 되는 자 만을 선택하고, 매일 오전 1시간의 교육을 통해 오늘의 중점 이슈처리, 중요한 신고 처리 사례 등을 교육한다. 또한 업무 평가 등에서 처리 개수 뿐만 아니라 처리 정확도를 고려하여 판단하는 시스템을 가지고 있다.

실제 확인한 검수 틀은 이전에 실사한 실시간급상승검색어 틀 보다는 편리하게 구성되어 있었다.

우선 자동완성검색어 검수틀은 매일 검수해야 하는 것이 일반적인 게시관 목록 형태로 운영자에게 제공된다. 이를 각각 클릭하여 운영자는 검수 결과를 입력하는 방식이다. 이렇게 검수가 끝난 검색어는 다른 색으로 표시되어 같은 검색어를 두번 검수하는 일이 없도록 배려되어 있었다.

검수 결과는 해당 검색어를 클릭하여 바로 ‘정상’ 과 ‘이상’ 중 하나를 선택할 수 있는 팝업을 통해 입력한다. 이 중, ‘이상’ 의 경우 운영 가이드에서 정한 사유 중 하나를 콤보 상자(combo box)를 통해 고르고 세부 사항을 임의로 작성하게 되어 있다. 또한 제외 조치할 때 기한을 설정해야 하며, 실시간급상승검색어와 달리 영구배제도 선택할 수 있다.

관리 인력은 연관검색어와 자동완성검색어를 가리지 않고 판단하며, 매달 검수한 검색어를 다시 검토하고 있다고 밝혔다.



<그림 3> 연관/자동완성검색어 현장검증 현황

검수 결과 전체적으로 1차검수(운영자) - 2차검수(관리자)의 구조가 실시

간급상승검색어와 크게 다르지 않았으며, 비교적 운영 틀이 이용하기 편리하게 되어 있었다.

2) 연관/자동완성검색어 실무자 인터뷰

이후 실시간급상승검색어 실무자와의 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰는 000서비스에서 연관/자동완성검색어의 관리를 담당하고 있는 000대리였으며, 검색어 관련업무를 4년간 수행한 실무자였다.

인터뷰 결과 다른 특이사항은 발견되지 않았으며, 최근 공인 및 유명인이 아닌 일반인에 대한 검색어가 주로 생성되고 있다는 점 등을 설명하였다

3) 연관/자동완성검색어 현장 리스트 검증 관련

검증위원회는 기존에 제공된 검증위원회 자료의 진실성을 확인하기 위해 방문시 운영툴에서 2013년 5월 자체배제 검색어를 모두 출력해 줄 것을 요청하였고 이를 기 제출된 검색어와 비교하였다. 실시간급상승검색어와 달리 연관검색어/자동완성검색어는 그 양이 많아 1개월분을 출력하더라도 1박스의 양이 되었기 때문에, 2013년 상반기 전부를 검토할 수 없었음을 부기해 둔다.



<그림 4> 네이버에서 출력한 2013년 5월 자체배제 검색어

이후 검증위원회는 기 제출된 5월분의 자료와 현장에서 출력한 연관/자동완성검색어를 비교하여 분석하였다.

네이버가 제출한 검색어는 총 1,452장이었으며, 해당 검색어를 검토한 결과는 다음과 같다. 제출된 자료와 검색결과가 전부 일치하였으며, 특이점은 없었다.

<표 4> 연관/자동완성검색어 자료 비교 결과

운영툴에서 출력된 검색어 총 87,476개	
기제출 자료와 일치 87,476개	기제출 자료와 불일치 0개

3. 검색 책임자 인터뷰

1) 개요

위원회는 2013년 12월 18일 KISO 회의실에서 이윤식 네이버 검색본부장을 인터뷰하였다. 검색본부장은 네이버가 관리하는 모든 데이터의 처리를 담당하는 데이터센터장의 역할도 겸임하며, 실시간급상승검색어 및 연관/자동완성검색어를 시작할 당시부터 관여해 온 책임자이다. 이 자리에는 5명의 검증위원이 참석하여, 검색본부장과 다양한 대화를 나누고, 그동안 위원들이 갖고 있던 의문을 확인하였으며, 검색본부장은 네이버 검색과 실시간급상승검색어 등의 서비스에 대하여 제한 없이 답변하였다.

※ 자세한 인터뷰 결과 부록 1. 참조

IV. 기술적 측면에서의 검증

1. 문제제기

1) 검증의 목표

네이버 주식회사(이하 ‘네이버’)가 운영하는 포털사이트 NAVER의 실시간 급상승검색어, 자동완성검색어 등을 그 운영자가 자의적으로 편집한다는 의혹이 제기되어 왔다. 대표적인 예로써 2011년 9월 2일에 김인성 교수의 네이버 관련 의혹들이 웹툰 형식으로 게재되어 많은 사람들에게 주목받고, 이슈화 되었던 사례가 있다.

그 후 대선에 앞서 크게 일어난 대선 후보 검색어 조작 논란에 대해서 네이버는 2012년 9월 14일에 NAVER 검색 서비스 간담회를 개최하여 문제되는 검색 서비스에 대해 설명하는 자리를 마련하기도 했었다. 그 간담회에서 논의된 것처럼, 네이버는 실시간급상승검색어 등의 검색제외어에 관하여 외부의 검증을 받기로 하고, (사)한국인터넷자율정책기구(이하 ‘KISO’)에 의뢰하였고, KISO는 2013년 1월 10일, 2013년 9월 16일 두 차례의 검증 보고서를 작성하였다.

앞서의 두 차례 검증과는 구분되게 본 검증 보고서에서는 검증의 과학적인 측면에 대해 논의 하고자 한다. 기존의 검증이 윤리적이고 사회 규범적인 측면과 관리 운영적인 방법에 대한 부분을 논의 했다면, 이번 검증은 과학적이고 기술적으로 검색어 제외 문제를 검증할 수 있는 방안에 대해서 모색한다.

2) 해외 및 국내 사례

해외의 유명한 검색 서비스인 구글(Google)도 자동완성검색어와 연관검색어에 있어 회사 정책, 법적 요구, 다양한 정부 법률에 따른 정보의 삭제와 생략이 있다. 국가별로 요청에 따라 검색되지 않는 단어와 내용이 있고, 자동완성검색어 및 연관검색어 같은 서비스에서도 포르노, 폭력, 편파적 발언, 저작권 위반과 관련해서 검열되는 단어들이 존재한다. 자동화된 필터로 필터하고 역시 필터가 완벽하지 않기 때문에 어떤 단어는 사람에 의한 점검으로 제거 된다는 점에서 국내 서비스와 유사하게 운영된다. 따라서 구글 서비스에 대해 제공되는 연관/자동완성검색어에 대한 논란과 의혹이 존재한다. 또

다른 유명 검색 서비스인 Bing에서도 마찬가지로 스팸을 거르기 위해서, 성인 관련 및 불쾌감을 주는 콘텐츠를 제외한다고 명시하고 있다. 두 검색 서비스 모두 이 과정에는 관리 인력에 의존하는 규정에 따른 검열 절차가 존재한다. 이러한 검열 방식에 있어서 구글이나 Bing도 역시 그 기준의 적정성과 적합성에 대해서 논란이 있는 것으로 보여진다.



<그림 5> ‘climate gate’ 의혹

우리나라의 경우 다음과 네이버도 역시 서비스 품질 개선과 사회적, 법적 요구에 따라서 정보의 삭제와 생략이 있어 왔다. 반면 해외 및 국내의 주요 포털을 통해 온라인 수용자들이 검색 없이도 정보를 얻는 경우가 지배적이기 때문에, 이러한 자체적인 규제와 검열로 인한 포털의 편집권 혹은 포털로 집중되는 트래픽은 사회적인 논란과 논의를 증폭시켜왔다.

2. 기술적 측면에서의 검토

1) 검증위 업무의 기술

검증위의 위원 구성 측면, 검증위의 업무 측면, 검증 대상 조직에서의 검증에 대한 기대 측면에서 볼때, 검증위의 업무와 조직은 검증 대상 조직에서의 검증에 대한 기대에 따라 결정된다. 검증 대상 조직과 이 검증 결과에 영향을 받는 일반 고객의 기대는 기술적인 부분에서의 검증보다는 윤리적이고 개념적인 관리의 측면에 있는 것이 사실이다. 즉 제외 절차와 처리의 기준이 사회적으로 납득할만한 것인가 혹은 특정 이해관계가 반영되었는가에 대한 논의가 주를 이룬다.

실제로 이전 검증에서는 알고리즘은 우선적으로 제외되었다. 이전 검증 보고서에서 기술된 바와 같이 서비스 운영에 있어 기술을 통한 자동화보다는 인력을 통한 모니터링 활동으로 운영되었으며, 실제 서비스 책임자 인터뷰를 통한 검증을 통해서도 기술의 점검보다는 기획단계에서의 검증을 기대한다는 점에서 검증위의 업무 전반은 기술적 측면보다는 개념적이고 관리적인 측면이 중요시 되어왔다. 이러한 검증위의 업무 성격과 검증 방향성의 기본 전제를 바탕으로 기술적 측면에서 네이버 제외 검색어의 타당성, 적정성, 외압 여부의 증명 가부에 대해서 검증하는 것은 많은 한계를 내포한다는 것을 미리 일러둔다.

반면 데이터를 기반한 검증이 가능하게 되더라도 검증 기간의 전체 검색어 로그와 실제 서비스 되는 실시간급상승검색어, 자동완성검색어, 연관검색어, 공개한 검색어 추출 알고리즘과 제외 기준, 제외 단어 데이터를 통한 모의검증이 이루어 질 수밖에 없으며, 해당 과정은 서비스 전체에 해당하는 모든 데이터의 접근 및 분석이 가능하다는 것을 전제로 하며 수년의 기술력을 바탕으로 개발된 NAVER를 재구성 하지 않는 이상 이루어 질 수 없으므로 검증위의 능력 범위를 벗어난다. 따라서 검증위에서는 차선택으로서 여러 차례(9차례) 인터뷰와 실사를 통해 최소한의 검증을 마쳤다.

2) 현행 알고리즘의 기술

앞서 이루어진 2차례의 검증에서 다뤄진 분류의 적정성, 적합성, 형평성 등은 사람에 의해서 검색어가 제외될 때 그 기준을 선정하는 것에 대한 것으로 기술적인 측면과는 거리가 있다. 그 이유는 해당 부분 윤리적이고 사회 규범적이거나, 도덕적인 가치를 중심으로 기준을 선정하고 그 적합성을 평가하는데, 그러한 기준을 기술적으로 구현하기 어렵고 기술적으로 구현하는 것에 대한 한계와 우려가 있는 분야이기에 기술적인 측면으로의 평가 검증과 연결할 수 없기 때문이다. 이는 해외의 유사 서비스에 대해서도 같이 적용되는 제한점이다. 따라서 기술적 측면에서는 기존의 접근 방법과는 다른 방식으로 제외 검색어의 타당성, 적정성 등을 평가해야한다. 앞서 언급했듯이 결국 제외 검색어의 최종적 결정은 관리 인력에 의한 검열로 이루어져 있으므로 기술적인 측면에서의 검증과 평가는 알고리즘의 적정성, 타당성에 대한 검토로 제한된다.

현재 실시간급상승검색어의 알고리즘은 1차 검증 보고서에서 설명되었고, 이미 검색 서비스 간담회에서 공개한 바처럼 다음과 같다.

$$Score = \left[\frac{\text{관측횟수} - \text{기대횟수}}{\text{표준편차}} \right] + \text{순위차보정} + \text{관측횟수보정}$$

$$\text{기대횟수} = \max \left[\begin{array}{c} \text{과거일주일평균검색횟수} \\ \text{어제검색횟수} \end{array} \right] \cdot \left[\begin{array}{c} \text{시간대특정보정} \\ \text{전체검색량보정} \\ \text{실시간급상승검색어} \end{array} \right]$$

만일 순수한 검색어 횟수만 이용해서 검색어 순위를 구성하게 될 경우, 검색어 순위 1위는 예를 들어 항상 ‘다음(Daum)’이 된다고 할 수 있을 정도로 항상 같은 결과만 보여주게 된다. 실제 검색량 만으로 선별된 검색어 순위는 다음, 국민은행, 농협 등의 인기 인터넷 뱅킹 사이트 순서일 것이다. 이러한 일상 생활에 연계된 단어를 제공하게 되면 제공하는 검색어 다양성이 많이 떨어지게 되며 그 가치는 적어진다. 그렇다고 해서 모든 반복되는 패턴을 단순히 제거한다고 해결되는 일이 아니다. 이는 연단위로 특정 기념일에 반복되는 이벤트, 주별 반복되는 사항 등 공유할 가치가 있는 정보는 어떤 것인가에 대한 고려가 필요하기 때문이다. 따라서 평소 검색 유입량에 대비하여 많은 유입량을 보이는 검색어를 탐지하기 위한 목표를 기본으로 하며 실시간급상승검색어 추출 로직으로 만들어졌다.

여기에서 전체적인 쿼리수와 그 증가량을 동시에 중요하게 고려하며, 그 중 쿼리수의 증가량은 검색어의 다양성을 위하여 고려된다. 쿼리의 증가량은 기존 비슷한 검색어에 대한 추이를 매일 혹은 매주 단위로 취합하여 이에 대한 상대적인 증감을 고려한다. 전체적으로 양보다는 증가량에 가중치를 두어 운영하고, 지나치게 가중치가 나오는 부분을 상쇄하는 로직이 또한 존재한다. 실시간이라는 점을 강조하기 위해서 최근 검색 데이터가 가장 크게 반영된다. 실시간급상승검색어 노출로 인한 증폭효과를 상쇄하기 위해서 손입력 쿼리를 주로 사용하고 실시간급상승검색어 서비스를 통한 쿼리는 고려하지 않는다.

검색 행위에 대한 횟수를 기준으로 집계 되지만, 모든 검색행위가 집계되는 것은 아니고, 검색창에 입력한 행위가 주로 사용된다. 실시간급상승검색어를 클릭했을 경우, 짧은 시간에 동일한 검색어를 여러 번 검색한 경우, 네이버 내부에서 검색한 경우 등이 제외된다. 실시간의 기준시간은 10분으로, 매 10분마다 실시간급상승검색어 순위가 제공되며, 모든 검색어에 대해 매 15초마다 해당 로직이 계산된다. 단 대표성을 위해 쿼리의 기준량이 어느 정도

되도록 자정과 새벽 6시 사이는 기준시간이 늘어난다. 반면 연관/자동완성검색어는 실시간 서비스가 아니므로 하루 단위로 계산한다.

이 알고리즘이 주요하게 집중하는 부분은 다양한 검색어의 실시간 제공이다. 현재 이 알고리즘이 기획한대로 수학적으로 잘 표현되었는지에 대해서는 서비스의 개발 당시에 서울대 통계학과를 통해 이미 검증 받은 적이 있다고 한다. 하지만 앞서 언급했듯이 알고리즘은 현재 문제시 되고 있는 제외 검색어 기준에 있어서 큰 비중을 차지하지 않는다. 또한 그 제외 검색어 검증의 주요 기준이 윤리적, 사회규범적 적절성에 대한 부분이고, 알고리즘의 주요한 목표는 다양성과 실시간성을 제공하는 것이기에 그 목표가 서로 다르다. 그렇기 때문에 알고리즘에서의 검증이 전체 검증에서도 큰 비중을 차지하지는 않는다. 따라서 현 수준에서의 검증은 알고리즘의 수학적 공식을 분석하는 것으로 그 알고리즘이 그대로 구현이 되었다는 점에서 알고리즘 자체로 인한 인위적인 조작의 여지는 없다고 할 수 있다.

현재 검증의 대상은 NAVER 3대 검색어라고 하는 실시간급상승검색어, 연관검색어, 자동완성검색어이다. 그 중에도 주요하게 문제시 되는 부분은 실시간급상승검색어 순위라고 할 수 있다. 이는 실시간급상승검색어가 단순히 검색어 정보만을 제공하는 역할을 넘어서 트렌드에 대한 정보 공유와 문화 공간으로써의 의미를 가지고 있기 때문이라는 것은 이미 명백한 사실이다. 기존의 검증에서 많이 논의 되지는 않았지만 실시간급상승검색어 제공에서 정치 이슈보다 연예 이슈가 더 우선시 되어서 나오는 경우들을 검색어 조작이라고 의혹을 제기하는 경우도 종종 있어왔다. 실제로 어떠한 정치 사건이 발생했을 때 일반 사용자들은 우연찮게 동시에 발생한 연예 사건을 마치 그 정치 이슈를 덮기위해 나온 것이라고 언급하는 경우가 종종 있어왔으며, 검색어 순위를 보고 연예 뉴스에 대한 검색이 더 상위에 나오거나 정치 이슈가 나오지 않는 것을 보고 검색어 조작에 의혹을 제기하는 경우가 있어왔다. 그러나 이는 실제 사용자의 관심사가 크게 변화하고, 그 변화가 주로 연예 이슈 쪽에 집중되어서 민감한 정치 이슈는 순위에서 갑작스럽게 사라지는 이슈가 발생하는 사례로 발생하기도 한다고 한다.



<그림 6> 정치 이슈 보다 연예 이슈가 검색어 순위 상위에 있는 예³⁾

국내의 다른 검색 서비스인 다음(Daum)에서는 네이버의 실시간급상승검색어와 비슷한 서비스인 실시간 이슈에서는 역시 연예 이슈가 주를 이루지만, 다음(Daum)의 검색어 순위 서비스인 소셜픽의 경우 정치적 이슈가 실시간 이슈에 비해서 많은 비중을 차지 한다는 평가를 받는다. 하지만 이러한 차이는 네이버의 실시간급상승검색어는 네이버 검색 외 데이터에 기반하지 않는 반면, 다음의 소셜픽은 단지 검색어 쿼리 검색량과 그 주기성만을 이용하는 것이 아니라 현재 이슈화 되고 있는 급상승 하는 검색어들 중에서도 뉴스나 트위터에서 댓글이나 리트윗을 통해서 많은 논의가 이루어지는 글을 고려하기 때문이다. 이러한 차이점을 알지 못할 경우 사용자들은 단지 두 서비스의 결과가 다르다는 점에 근거해 의혹을 가질 수 있다.

이러한 차이점은 검색어 순위를 제공하는 데에 있어서 NAVER 실시간급상승검색어에서 정치 이슈보다 연예 이슈 등이 더욱 빈번하게 등장한다는 의혹을 해소하는 실마리를 제공한다. 이러한 의혹에 대응하기 위해서는 먼저 실제 검색량이 연예 이슈에 더 집중되었음을 보여주는 최소한의 검색량 데이터의 제공하는 방법을 고려할 수 있다. NAVER 트렌드라는 서비스에서는 이미 최대 다섯 개까지 키워드에 대한 상대적인 검색량의 추이 비교를 해주고 있으므로, 해당 서비스를 활용하여 사용자들은 왜 특정 이슈가 실시간급

3) <http://impeter.tistory.com/1976>에서 참조

상승검색어에 나오지 않았는지 유추할 수 있다. 사용자들에게 실제 데이터를 통해 의혹의 여지가 있는 부분을 직접 살필 수 있도록 NAVER 트렌드 서비스에 대한 더욱 많은 안내를 해준다면 의혹을 해소하는 데에 도움이 될 것이다.

네이버 내에서 다양한 검색어 순위가 제공되고 있지만 그 중 사용자들에게 가장 중요하게 평가되는 검색어 순위는 실시간급상승검색어이다. 이러한 실시간급상승검색어는 단순 정보를 제공하는 것을 넘어서는 사회적 의미를 지니고 있으며, 이는 또한 앞서 기술된 바와 같이 순수한 검색량에 기반한 통계정보라기보다는 연성화 서비스에 가깝다. 검색어 조작 의혹의 사례들을 살펴보면 많은 사용자들이 현재의 NAVER 자체 검색어 순위 변동에 의한 리스트를 넘어서 조금 더 다양한 검색의 기호를 반영하길 요구함을 확인할 수 있다. 따라서 추후에는 검색어 순위 리스트를 제공하는 로직에 현재 검색량과 그 변화, 다양성과 더불어서 사회적 이슈의 정도까지도 반영하는 것도 현재 실시간급상승검색어가 가지는 사회적인 요구와 의미에 부응하는 로직이 될 수 있다.

자동완성은 사용자 검색 의도를 자연스레 표현할 수 있도록 돕는 역할을 하고 검색어 일부만 입력해도 입력한 문자가 포함된 다양한 검색어를 제공해주는 것으로 사용자가 많이 사용할만한 키워드나 유용한 키워드를 제공한다. 사용 빈도가 낮다 하더라도 생각하거나 기억하기 어려운 검색어를 데이터베이스에서 추출해서 자동완성으로 제공한다. 연관검색어는 사용자가 찾고자 하는 정보를 보다 빠르게 접근하도록 적절한 검색어를 제공해 사용자의 편리한 정보 탐색을 돕는 서비스로 한 사용자가 두 단어를 번갈아 이용하거나 뉴스나 블로그에 함께 등장한 단어도 연관검색어 반영에 포함된다. 때로 백과사전을 참조해서 정확한 용어를 안내하기도 한다.

책임자 인터뷰에 따르면 연관/자동완성검색어 서비스는 애초 검색 품질을 높이기 위해 만들어졌다. 사용자들은 대부분 자신이 원하는 검색 결과를 얻기 위해서 검색어를 다양하게 입력하면서 그 범위를 좁혀간다. 연관검색어와 자동완성은 이러한 과정에서 검색 결과를 좁혀가는 데 힌트를 주는 서비스이다. 문제가 되는 검색어는 불법/성인/음란성 단어들이는데, 이런 단어들은 대부분 금칙어 목록을 작성하여 자동 통제되도록 하지만, 기술적으로 완벽하게 새로운 금칙어들을 통제하기는 어렵다. 이런 금칙어들의 새로운 패턴의 파악과 추가는 사람을 통하는 것이 더 정확하고 빠른 것이 사실이다. 그렇기 때문에 이러한 제외어에 대한 기준에 대한 검증위의 점검과 논의는 의미가 있는 것이라고 할 수 있다.

3) 서비스의 타당성 및 적정성

앞서 언급한 실시간급상승검색어의 알고리즘에 대한 점검에 있어서 표현적인 부분에서 순위가 갑작스럽게 변하게 하는 특징은 간접적으로 사용자들에게 혼란과 오해를 일으킬 수 있는 소지가 있다. 대부분의 실시간급상승검색어 부정 논란은 두 가지 문제에 대한 오해로 생기는 데 로직상 검색 패턴의 변화로 인한 것과 새로고침 시간의 차이로 인한 것이다.

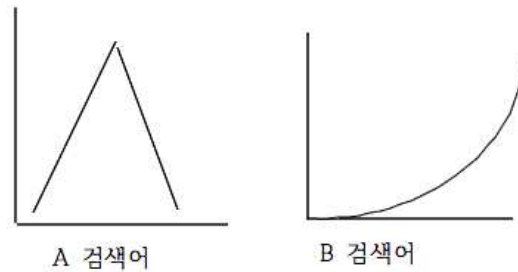
검색 패턴의 변화로 인한 것은 대부분 실시간급상승검색어가 기존 10분의 데이터를 대상으로 한다는데 문제가 있다. 검색어의 검색량이 순간적으로 올라갔다 감소하는 경우와 계속적으로 증가되어 그 양을 유지하는 경우 중에 전자의 경우는 급락할 가능성이 높다. 이는 실시간이라는 것을 반영하기 위한 현재 로직상의 결정이다.

실제로 검색어에 따른 검색 패턴의 차이는 검색 분야에서 계속적으로 연구되어 왔다. 보통은 각 검색어에 따른 검색 패턴의 차이를 이용해서 사용자의 검색 의도를 파악하고 그에 따라서 검색 결과를 개선하는 데에 사용한다. 이를 테면, SeungEun Lee, 외는 World Wide Web 2013에 게재한 A Click Model for Time-sensitive Queries⁴⁾에서 검색어 질의 주기에 기반해서 검색의 의도가 변화하는 시점을 파악하고 검색 결과를 다르게 제공할 수 있는 방법에 대한 연구이다. 특별히 이 연구는 한국의 검색 패턴을 분석한 사례로써의 의미도 있다. 이런 식으로 검색 패턴은 검색 결과를 개선하는 데에 사용할 정도로 검색 서비스에서 중요한 비중을 차지하고 있다.



<그림 7> 실시간급상승검색어의 갑작스러운 변화의 예

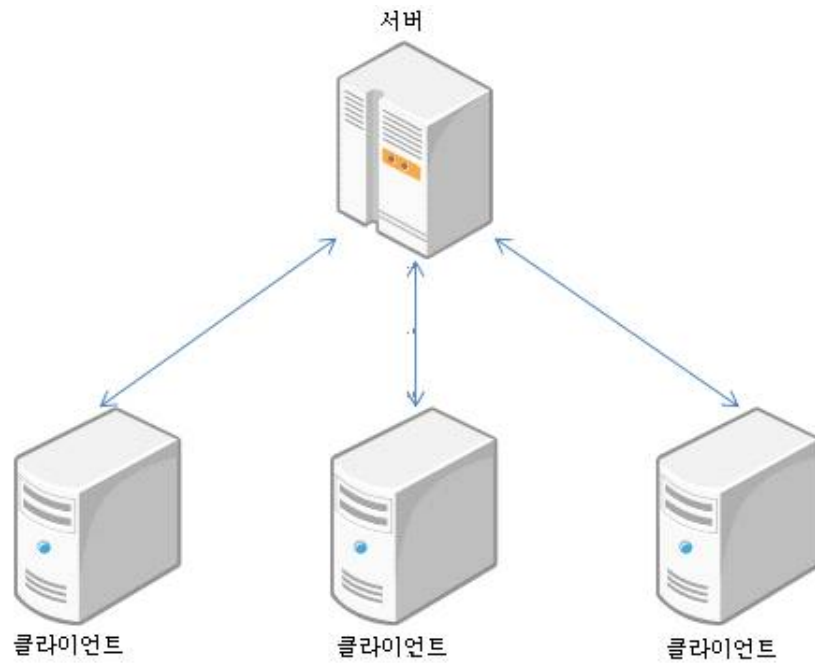
4) <http://www2013.wwwconference.org/companion/p147.pdf>



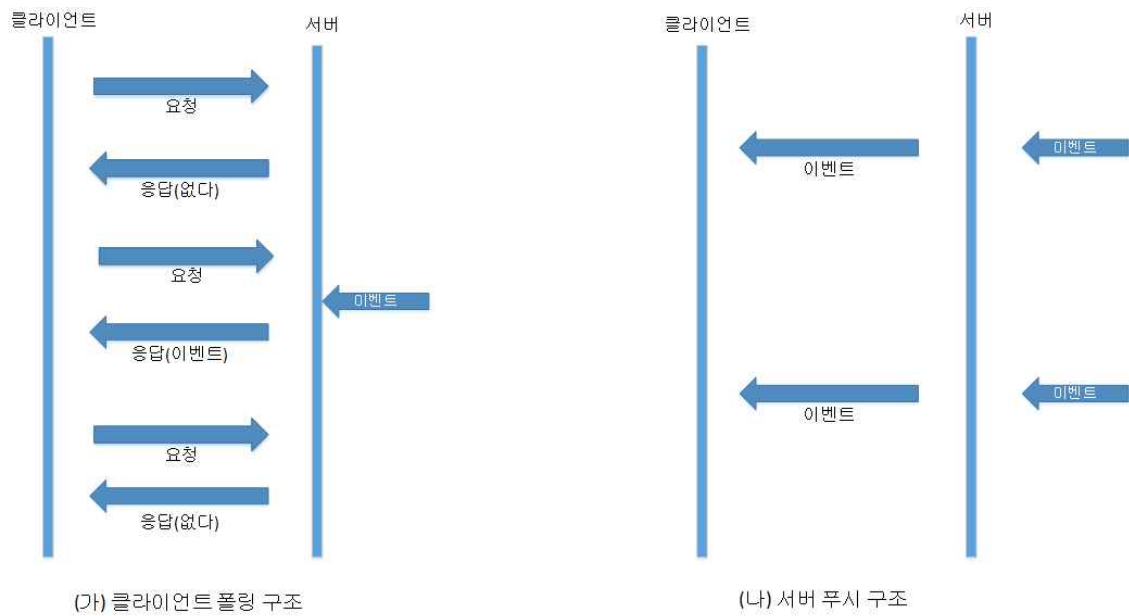
<그림 8> 검색 패턴

(1) 사용자 활동패턴의 변화로 인한 오해의 소지

html은 서버(네이버)에서 클라이언트로(웹브라우저, 일반 사용자) 푸시(Push)할 수 있는 개념이 없기 때문에, 결국 클라이언트가 서버한테 정보를 요청해야 한다. 이를 클라이언트 서버 시스템이라고 한다. 이는 서비스 제공자와 서비스 요청자로 구분되는 네트워크 모델로, 서비스 제공자 역할을 하는 측을 서버, 서비스 요청자 역할을 하는 측을 클라이언트라고 한다. 네이버의 경우 사용자가 자신의 PC 혹은 Mobile을 클라이언트로 네이버에 접속하면서, 네이버 서버에서는 데이터를 전송해주고 그 데이터는 사용자의 PC 혹은 Mobile에서 출력된다. 클라이언트 서버 모델에서 모든 자원은 서버에 집중된다. 클라이언트는 데이터 재현을 위한 최소한의 역할만 수행하고, 서버는 클라이언트의 요청을 처리하고 자원을 공유하고 관리해야 하기 때문에 고성능의 다수의 컴퓨터를 사용한다.



<그림 9> 클라이언트 서버



<그림 10> 클라이언트 폴링 및 서버 푸시 구조의 차이

클라이언트 서버 시스템을 운영하는데 있어 주로 사용되는 구조는 서버 푸시로, 이는 데이터를 서버에서 클라이언트로 특별한 요청이 없어도 이벤트가 발생하면 전송해주는 방식을 일컫는다. 이와 반대되는 방식은 클라이언트 폴링(Polling) 방식이다. 클라이언트 폴링은 클라이언트에서 서버로 요청을

주기적으로 전달해서 이벤트 발생 여부를 체크하고 서버에서 이에 응답하는데, 이벤트가 발생하지 않은 경우에는 이벤트가 없다는 응답을 하고, 이벤트가 발생한 경우 서버에서 이벤트를 전송하는 방식이다. 네이버의 경우 실시간 급상승 검색어를 갱신하기 위해서 서버에서 새롭게 생성되는 데이터를 주기적으로 요청해서 받아오는 식의 폴링을 이용한 데이터 갱신이 필요하다.

서버 푸시를 흉내내기 위해서 폴링 기법이 이용되는데, 숨긴 frame, iframe을 이용하거나, Ajax 등을 이용하여 주기적으로 매번 서버로 질의를 하는 형태이다. 그러나 이와 같은 방식은 가장 큰 문제점은 네트워크 대역폭의 낭비가 심하다는 것이다. 서버에서 전달할 데이터가 있건 없건 클라이언트는 계속 질의해 보는 수 밖에 없다. 네이버의 경우 마우스와 키보드 입력이 전혀 없을 경우 사용자가 서비스를 사용하지 않는 상태(idle user)라고 가정하고, 실시간급상승검색어의 갱신 시간을 15초에서 5분까지 단계적으로 늘림으로써 처리해야 할 서버의 부하를 줄인다.

따라서 만일 사용자가 네이버 화면에 접속해 있으며 움직임을 보이지 않고, 장시간 이후 추후 컴퓨터 이용을 할 경우 위와 같은 작동 원리에 의해 실시간급상승검색어 리스트 전체가 바뀔 수가 있으며, 이러한 급격한 변화는 외부 사용자가 판단할 때 인기 검색어가 순식간에 모두 바뀌었다는 인상을 주게 되어 조작의 의혹을 가질 수 있다. 특히 사용자가 여러 개의 검색창을 동시에 띄어놓고 일부의 검색창에서만 활동할 경우, 활성화된 검색창과 장시간 비활성화된 검색창에는 각기 다른 실시간급상승검색어 리스트가 보여질 수 있으므로 사용자의 의혹이 증폭 되기도 한다.

(2) 오해에 대한 점검

앞서 두가지 경우의 오해 소지에 대해 살폈다. 첫 번째는 실시간급상승 검색어 로직상의 검색 패턴 자체가 급격히 변해서 발생하는 리스트의 급격한 업데이트는 서비스의 목적에 잘 부합되는 경우라고 판단된다. 해당 서비스의 목적 자체가 검색어의 다양성과 실시간성을 표현하기 위한 로직으로 구성되어 있으므로, 이는 초기 의도를 반영하고 사용자들에게 NAVER 트렌드 등을 통한 의혹의 확인을 제안할 수 있다. 두 번째는 사용자의 반응이 없는 상태가 지속되어 생기는 리스트의 급격한 업데이트로 기인한다. 이 경우 html의 반응이 없는 사용자(idle user)에 대한 설정은 개선의 여지가 있어 보인다. 특히 사용자가 여러 검색창을 활용할 경우 일괄된 실시간급상승검색어 리스트가 보여지지 않는 문제는 동일 시간대에는 각 사용자별 고정적으

로 단 하나의 실시간급상승검색어 리스트만 존재하게 하는 방식으로 서버 클라이언트 연결 구조를 변경한다면 오해의 소지를 제거하고 의혹을 불식시키는 데에 도움을 줄 것이다.

4) 외압 여부 증명 가부

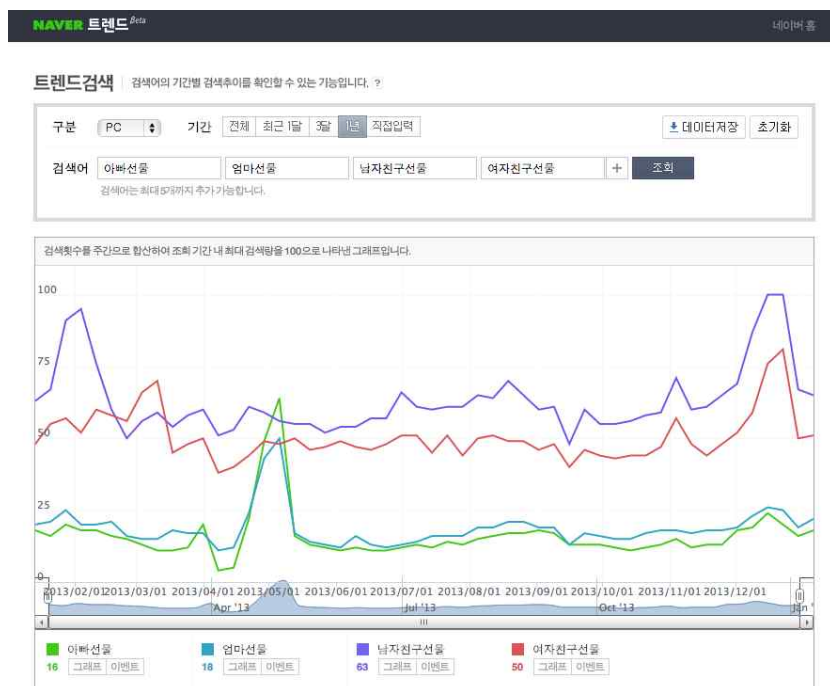
기술적인 측면에서 알고리즘 자체는 외압에 의한 수정이 있는 것으로 보이지 않는다. 외압에 의한 검색어 제외는 특정 이해 관계에 따른 검색어 제외라고 할 수 있는데, 설명 받은 알고리즘에 의한 방법에서는 특정 이해 관계가 반영될 소지가 없음을 확인했다. 실시간급상승검색어 알고리즘은 다양한 검색어의 빠른 적용을 주요한 목표로 한다. 인위적으로 특정 수치를 입력을 하거나 검색어 순위를 인위적으로 변경 할 수 있는 개입의 여지가 없다고 인터뷰 실사를 통해 담당자의 설명을 들었으며, 설명된 알고리즘이 그대로 시스템에 구현되었다는 가정 하에 조작 여지는 없다.

특정 이해관계가 반영될 가능성은 관리 인력에 의한 것이며, 그래서 이 부분에 대한 의혹이 제기되고 외부기관에 의한 검증까지 시행된 것이다. 현재 그 부분을 기술적으로 점검해볼 수 있는 방안으로는 부분적으로는 검색어 제외의 이유의 기록과 그 관리에 대한 점검일 수 있다. 현재 운영되고 있거나 현재 제공받을 수 있는 과거 서비스 검색어와 제외 검색어의 기록으로는 검증을 위한 완전한 서비스의 재구성에는 한계가 있으므로, 네이버 자체적으로 조금 더 완전한 기록을 보유할 필요가 있다. 또한 아무리 이러한 시스템을 갖추고 있어도 그러한 시스템의 사용자가 제외 이유를 거짓으로 기록할 경우에 대해서는 대처할 수 없다. 따라서 적절하고 완전한 기술적인 검증은 앞서 언급한대로 전체적으로 서비스를 재구성해볼 수 있을 정도의 모든 유저 입력 검색어와 실제 서비스된 실시간급상승검색어 순위의 지난 데이터의 접근으로 가능하다.

그와 더불어 추후 의혹이 되는 검색 키워드 등에 대해서 의혹 여지를 풀어줄 수 있는 간단한 방법이 지속적으로 제공된다면 사용자들의 의혹을 불식시키는 데 도움이 될 것이다. 예를 들어 네이버트렌드 서비스를 통해 사용자는 두 검색어 사이의 증감을 비교할 수 있다. 마찬가지로 실시간급상승 검색어에 노출된 검색어 리스트를 네이버 트렌드와 비슷한 형태의 부가서비스로 일반 사용자에게 API(Application Programming Interface)를 통해 공개하는 것을 고려할 수 있다. 이 경우 사용자는 직접 의문이 있는 검색어에 대해 그 랭크를 확인해볼 수 있을 것이다. 또 다른 방법으로는 알고리즘에

관련하여 특정 검색어가 등록되거나 등록되지 않아 많은 인터넷 이용자들에게 문제가 되는 경우, 네이버는 자체적으로 실시간급상승검색어 후보들의 목록을 상위 10위는 물론 11위부터 100위까지 자체적으로 기록을 해둠으로써 추후 검증위원회를 통해 그 과정에 조작이 없었음을 증명하는 방법도 제시 가능하다.

이는 이전에 매해 네이버가 제공 및 판매하였던 [NAVER 트렌드 연감]과도 유사한 것이지만, 해당 연감은 사용자들에게 NAVER 실시간급상승검색어에 대한 의혹에 대해 충분한 설명이 되지 못했다. 이 경우 트렌드 연감으로 추후 공개 가능한 데이터에 한해 실시간으로 같은 데이터를 API 형식으로 제공한다면 더욱 실질적인 해결책이 될 수 있을 것이다. 오픈API의 제공은 데이터 활용의 효율성 제고나 가용성 측면에서도 좋은 것은 물론이고 회사나 서비스의 개방성과 투명성을 향상시키는 데에 긍정적인 영향을 주기도 하기에 이를 활용하는 것도 좋은 방안이 될 수 있다. 상기에 언급한 바와 같이 실시간급상승검색어 노출 리스트를 API로 사용자에게 제공하거나, 많은 사용자에게 문제가 되는 검색어에 한해 검증위원회를 통해 증명하는 방안을 마련하는 것은 장기적으로 서비스의 투명성과 추후 의혹을 불식시키는 중요한 노력이 될 것이다. 반면 실시간검색어에 노출된 검색어 리스트는 15초마다 변경되어 그 양이 방대하므로 많은 관리 인력과 비용을 필요로 할 수 있다. 따라서 네이버는 이를 감안하여 사용자에게 서비스의 투명성을 가장 효율적으로 제공할 수 있는 방안을 선택할 수 있을 것이다.



<그림 11> NAVER 트렌드 검색 서비스

검색어 순위의 더 많은 제공과 특정 키워드의 순위가 어떻게 바뀌는지의 주기 공개에 대한 것은 NAVER 검색 서비스 간담회에서 고려하는 것으로 논의되었고, 그러한 노력은 NAVER 트렌드 검색 서비스⁵⁾를 제공하는 것으로 반영되기도 하였다. 해당 서비스는 사용자에게 검색어의 추이를 확인해볼 여지는 제공하지만 실제로 검출된 실시간급상승검색어를 저장하고 그 리스트를 제공하는 것은 트렌드 검색의 통계 정보와는 또 다른 정보로써 검색어 제외 의혹 제거에 직접적인 해결책이 될 것이다.

3. 소결

본 보고서에서 기술적인 측면에서의 검증위의 업무 전반, 네이버 제외 검색어의 타당성과 적정성, 외압 여부의 증명 가부에 대해서 점검을 해보았다. 기존의 검증의 내용과 검증을 통한 기대 및 실제 서비스 운영방식에 등을 고려했을 때, 기술적 측면에서의 검증은 서비스 전체를 재구성해볼 수 있을 정도의 데이터가 제공되고 또한 그러한 구성을 할 수 있는 기술력이 있지 않는 이상 불가능하다. 따라서 이 보고서에서는 가능한 선에서 인터뷰와 실사를 통해서 검증을 진행하였다.

실시간급상승검색어 알고리즘의 목표는 실시간성과 다양성인 반면, 검증의 대상은 윤리적 적정성과 적합성에 초점이 맞추어져 있었다. 이렇게 목표 자체가 달라서 알고리즘을 통한 적절한 검증은 어려우나, 알고리즘이 설계한 대로 구현되었다는 가정에서 알고리즘에는 주요 검증의 대상인 검색어의 자의적 제외를 야기하는 로직은 없는 것으로 파악된다. 검색어 순위 표현의 측면에 있어 검증위에서는 검색어 순위의 갑작스러운 변화를 유발하는 웹 페이지 로직이 오해의 소지는 있으므로 시간에 따른 변경시간 변화가 아닌 일관성있는 리스트 제공으로 변경하는 것을 제안함으로써 의혹 개선에 도움이 되는 방향을 제시한다.

외압에 대한 증명의 가부 문제도 마찬가지로 현재 운영하는 검색어 순위 기록의 관리 및 검색어 제외 기록 관리로는 완전한 증명이 어려우므로 전체 데이터를 재구성해보지 않는 이상 역시 불가능한 작업이다. 하지만 현재 제공되는 실시간급상승검색어 외의 전체 검색어 순위 리스트를 사용자가 확인하게끔 할 경우 여러 의혹을 풀 수 있으리라 본다.

5) <http://trend.naver.com/>

사회적으로 민감한 사안을 다루는 뉴스의 경우 온라인 수용자들은 포털을 통해 정보를 얻는 경우가 가장 지배적이기 때문에 포털의 기사에 대한 제목 편집권과 포털로 집중되는 트래픽은 비판의 대상이 되어 왔으며 기존 언론사와 갈등을 증폭시켜 왔다. 실시간급상승검색어는 이용자들이 검색을 통해 보여주는 관심의 흐름을 반영하므로 짧은 시간에도 순위가 변경될 수 있으며 이는 여론을 반영하는 것이 아닌 순수한 NAVER 검색량의 증감이 고려된다. 이 과정에서 민감성의 문제로 지난 검증에서는 검색어 추출의 기간을 늘이는 방안을 제안하였고 네이버는 이를 적극적으로 수용했다. 이번 검증에서는 추가적으로 그 외 의혹을 없애기 위해 네이버에서 과거의 실시간급상승검색어 순위를 제공하는 방법을 제안한다.

마지막으로 이번 검증을 통해 인터넷 사용자들이 서비스에 대한 이해를 할 때 많은 의혹이 사라질 수 있음을 발견했다. NAVER 실시간급상승검색어 서비스는 순수한 검색량에 기반한 통계정보라기보다는 다양성과 실시간성을 목표로 하여 특정 알고리즘에 기반하여 운영되고 있으며, 타 사이트의 서비스와 다른 알고리즘에 의해 동작하고 다른 사용자 기반을 가지므로 타 서비스의 검색어 리스트와는 다른 결과를 보일 수 있다는 점은 사용자가 인식해야 하는 부분이다.

V. 2013년 하반기 검색 제외어에 대한 검증

1. 실시간급상승검색어 제외어

1) 현황

2013년 7월부터 11월까지 ‘실시간급상승검색어’ 전체 제외어 건수를 표로 정리하면 아래와 같다. ‘불법/범죄/혐오성’을 이유로 제외된 비율이 가장 높고(36.4%), 그 다음의 제외어 비율은 ‘상업적/의도적 악용’(21.1%), ‘서비스 품질 저해’(16.3%), ‘성인/음란성’(11.7%) 순(順)이다.

<표 5> 실시간급상승검색어 전체 제외어 건수

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 11월 31일

제외사유	건수	제외어 비율(%)
개인정보	105	7.2%
명예훼손	108	7.4%
성인/음란성	171	11.7%
불법/범죄/혐오성	532	36.4%
서비스 품질 저해	238	16.3%
법령 및 행정/사법 기관의 요청	0	0.0%
상업적/의도적 악용	308	21.1%
합계	1,462	100.0%

월 별 건수를 세부적으로 표시하면 아래의 표와 같다. 법령 및 행정/사법 기관의 요청에 의하여 제외된 건수는 전무(全無)하나, ‘불법/범죄/혐오성’ 및 ‘상업적/의도적 악용’을 이유로 제외된 사례는 11월에 들어 현저히 증가하고 있다.

<표 6> 실시간급상승검색어 월 별 제외어 건수

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 11월 31일

제외사유	월별 건수					
	7월	8월	9월	10월	11월	합계
개인정보	24	5	32	17	27	105
명예훼손	25	17	29	17	20	108
성인/음란성	19	14	56	28	54	171
불법/범죄/ 혐오성	65	58	62	61	286	532
서비스 품질 저해	21	50	43	67	57	238
법령 및 행정/ 사법 기관의 요청	0	0	0	0	0	0
상업적/ 의도적 악용	87	38	44	39	100	308
합계	241	182	266	229	544	1,462

2) 운영기준

실시간급상승검색어 서비스 상의 검색어 노출 및 제외 사유는 각 ‘개인정보’, ‘명예훼손’, ‘성인/음란성’, ‘불법/범죄/혐오성’, ‘서비스 품질 저해’, ‘법령 및 행정/사법 기관의 요청’, ‘상업적/의도적 악용’ 등이며, 각 기준별 운영가이드가 마련되어 있다(최근, 실시간급상승검색어 서비스 운영가이드는 KISO ‘검증보고서’의 개선 권고를 반영하여 2013. 2. 22. 수정변경된 바 있다).

특히 비율이 높은 ‘불법/범죄/혐오성’, ‘상업적/의도적 악용’, ‘서비스 품질 저해’, ‘성인/음란성’ 등에 대하여, 운영기준을 살펴보면 아래와 같다.

‘불법/범죄/혐오성’ 검색어란 검색어 및 해당 검색결과가 법률을 위반하거나 이를 조장하는 것을 의미하고, 이에 해당하는 검색어(불법행위 및 범죄조장을 표현하는 검색어, 사회규범을 위반하는 검색어, 불법/범죄 정보 탐색을 목적으로 하는 검색어)는 노출제외된다. 즉, ‘불법적인 검색어’(저작권 침해 검색어, 저작권 침해 의도를 내포한 검색어), ‘범죄 관련 검색어’(범죄 정보를

제공하는 검색어), ‘반사회성 검색어’(미풍양속을 해치거나 혐오감을 주는 검색어)는 노출제외된다.

상업성/광고성/홍보성 성격의 검색어 중 구체적으로, ‘상품명/서비스명/사이트명 검색어’⁶⁾, ‘어뷰즈성 검색어’(방송/뉴스캐스트/소셜커머스/접속장애 등 사용자가 해당 키워드를 검색할만한 직접적인 출처가 없는 경우나 실시간 검색 등 SNS에서 별다른 이용자 동향이 감지되지 않는 경우), ‘연예인 쇼핑물 검색어’(연예인이 운영하는 쇼핑물명 검색어의 경우) 등의 경우에는 해당 검색어는 노출제외된다. 다만, 상품명/서비스명/사이트명 중 신규상품 입고 등 순위 상승원인이 명백한 상품명/서비스명 검색어는 노출하며, ‘연예인 쇼핑물 검색어의 경우’ 중 방송 프로그램 출연 등으로 연예인명과 연예인이 운영하는 쇼핑물명이 동반 상승하는 경우와 쇼핑물에 대한 명백한 이슈가 있는 경우에만 쇼핑물명 검색어를 노출하고, 그 이외의 경우에는 해당 연예인 이름만 노출한다.

‘서비스 품질 저해’ 검색어란, 반사회성 검색어, 오타 검색어 등 검색서비스로서의 공정성 및 안정성, 정확성 등을 유지하는 데 적합하지 않은 검색어를 의미하며, 이에 해당되는 검색어는 노출제외된다. 구체적으로는, 반사회성 검색어(욕설/비속어, 미풍양속을 해치거나 혐오감을 주는 검색어), 오타/문장/외자/특수문자/장난 검색어(오타/문장형, 특수문자, 특수한 상황에서만 오타성인 검색어, 장난/낙시성), 검색어 순위올리기성 검색어(연예인 관련 순위올리기 이벤트, 시사/사회성 집단행동, 장난성/단순낙시성 순위올리기), 검색결과에 이상이 있는 검색어(정확한 검색결과가 부족한 검색어, 검색결과가 없는 검색어), 추천부적절 검색어(게임사이트 퀴즈/이벤트 관련검색어), 유사검색어 일시제외(특정시간대 유사검색어 도배, 시리즈물 및 드라마 등의 동의어) 등으로 나누어 세부기준을 두고 있다.

‘성인/음란성’ 검색어란 19세 미만 청소년 또는 성인들에게 유해한 용어, 성인인증 검색어, 성인 사이트명, 성인 게임, 성인 관련 비속어, 성인 콘텐츠 검색을 목적으로 하는 검색어, 청소년 유해 콘텐츠가 노출되는 검색어를 의미하며, 신조어 등의 이유로 금칙어 필터링에 걸리지 않은 검색어의 경우 사회 통념상의 음란성 기준에 의거한다. 구체적으로는 ‘일반적인 성인 음란성 정보 및 콘텐츠 검색어’, ‘망가/AV 등 영상물 제목, 출연 배우 관련 검색어’, ‘베드신 노출 조합어’, ‘음란성 사회 이슈 검색어’ 등의 유형별 처리기준을 두고 있다.

6) 다만, 네이버는 ‘상품명/서비스명/사이트명’이라고 하여 무조건 노출에서 제외하는 것이 아니므로, 이 기준이 적용되어 노출에서 제외되는 검색어는 거의 없다고 한다.

3) 평가

비교적 가이드 기준으로 처리된 것으로 보인다. 개인신상털기 등의 명예훼손 사유나 저작권침해 관련 검색어가 노출제외된 경우가 상당수였다.

7월 목록 중 서비스 품질 저해(오타/외자)를 이유로 한 ‘표표入入’ 제외 부분(처리일 2013-07-26 21:05)과 관련하여, ‘의미없는 자음/모음, 외자 검색어’(예컨대, ㅇㅇㅇ, ㅋㅋㅋㅋㅋ)의 경우는 제외하고 있으나, ‘표표入入’은 인터넷 언론사의 제호(상호 내지 상표)이므로 ‘외자 검색어’ 기준을 적용하여 노출 제외하는 것은 타당하지 않다고 판단된다. 이에 대해 네이버는 위 용어가 비속어(폭풍설사)나 성인성(폭풍섹스)의 약자로 사용되는 경우이기 때문에 제외하였다고 답변하였다. 위 용어의 다른 용례를 고려하더라도, 인터넷 언론사의 제호로 사용될 수 있는 용어이므로, 실제 운영 과정에서 어떤 의미로 사용되는지 잘 파악하여 조심스럽게 조치를 할 필요가 있다.

8월 목록 중 성인음란성을 이유로 한 ‘OOO 누드화보’ 제외 부분(처리일 2013-8-22 10:56)과 관련하여, OOO는 실제 잡지(남성잡지 아레나 옴므 플러스)에 실린 누드화보를 촬영하여 홍보하고 있었던 언론이슈가 있었던바, 이를 성인음란성으로 노출제외하는 것은 타당하지 않다고 판단된다(청소년유해로 볼 수 있을지 의문이다). 11월 목록 중 성인음란성을 이유로 한 ‘OOO 누드’ 및 ‘OOO 누드사진’ 제외 부분(각 처리일 2013-11-12 12:06)의 경우는 ‘OOO 누드사진 유포 이슈 일시제외’(언론에 기사화되어 해당 키워드를 더 이상 제외하지 않았기 때문에 ‘일시제외’라는 표현을 쓴 것으로 보인다) 처리한 것과 대조된다. 이 지적에 대해 네이버는 ‘OOO 누드화보’도 ‘일시제외’에 해당하여 일시 제외된 후 언론보도 후 노출되었다고 답변하였다.

11월 목록 중 서비스 품질저해(추천 부적절)를 이유로 한 ‘박근혜 부정선거 인정’, 제외 부분(처리일 2013-11-14 14:17)과 관련하여, 노출제외한 것은 일응 운영가이드에 부합하는 것으로 보인다. 특히 해당 키워드에 대하여는 2013. 11. 12.에도 노출제외 여부에 대하여 논의된 바 있으나, 그 논의 과정에 대한 기록은 현재 존재하지 않는다. 네이버에서는 ‘같은 키워드에 대하여 전후(前後)의 노출제외 조치가 순차로 이루어진 경우에, 후(後)의 노출제외 조치만 기록하여 두고 전(前)의 노출제외 조치에 대한 기록은 삭제한다’는 취지의 답변을 하고 있으나, 사후의 검증을 위해서는 전후 불문하고 노출제외 조치를 취한 기록 모두가 보존되어야 한다고 할 것이다. 이 점은 검증위원들의 공통된 입장이다. 다만, 해당 키워드와 관련하여 추가로 생각

해 볼 점에 대하여는 항을 바꾸어 개선 제안 부분에서 언급하기로 한다.

4) 개선제안

(1) ‘가이드의 보완(補完)’ 또는 ‘개념 및 용어 정의(定義)’ 필요

운영 가이드에 등장하는 용어나 단어 중 ‘낙시성’, ‘어뷰즈, 어뷰징’ 등의 단어에 대한 기준을 설정할 필요가 있어 보인다. 직관적이기는 하나, 명확한 개념 정의가 없다면, 구체적인 운영시에 혼선을 초래하는 것으로 보인다. ‘호기심을 자극하는’이라는 뜻의 ‘낙시성’이라는 개념이나 ‘남용되(고 있)는’이라는 뜻의 ‘어뷰즈’이라는 개념은, 중립적이지 않으며 가치판단을 요하는 개념이다. 최소한 명확한 개념정의를 통하여, 운영자의 가치판단에 따라 결과가 달라지는 사례를 최소화할 필요가 있다(이것은 궁극적으로 검색서비스의 품질 개선과 연결될 것이다). 특히, 특정한 목적을 가지고 이념/사상/의견을 전파하거나 세(勢)를 불리거나 여론을 환기하기 위한 방법 중의 하나로 실시간 급상승검색어 서비스를 ‘사용’하는 경우에 있어서, 이를 ‘낙시성’ 혹은 ‘어뷰즈’으로 볼 수 있는지 여부는 실시간급상승검색어 서비스의 존재의의나 위상과도 관계되어 큰 의미를 가진다고 할 수 있다. 따라서, 이 개념들에 대한 명확한 개념정의를 필요하다. 특히 ‘어뷰즈’ 부분에 대하여는 좀 더 상세히 살펴볼 필요가 있다.

(2) ‘어뷰즈’의 범위

2013. 11. 14.경 ‘박근혜부정선거인정, 선관위부정선거인정’ 등의 검색어가 갑자기 급상승하는 사건(이하 ‘선거 검색어 사건’이라 부름)이 발생하였다. 관련하여 사실을 확인할 수 있는 뉴스보도는 없는 상태였다. 네이버는 실시간급상승검색어 서비스를 의도적으로 악용하는 사례에 해당할 여지가 있는 것은 아닌지 검증위에 문의하였다(검증위의 역할은 네이버의 검색어 처리에 대한 사후검증이지 현재 문제가 되는 검색어에 대한 판단을 하는 것은 아니므로, 이 경우는 정책위원회의 권한 영역이고 검증위원회가 판단할 사안은 아니라는 데에 검증위원들은 동의하였다. ‘개선 제안’의 차원에서 당시의 논의를 간략히 소개하는 바이다).

위 ‘선거 검색어’는 관련 기사가 존재하지 않았다는 점에서 ‘서비스품질저해’ 중 ‘추천부적절사유’로 제외되었고, 검증위원들도 위 ‘선거 검색어’를 노

출에서 제외하는 것에 일단 동의하였으나, 위 ‘선거 검색어’와 같은 민감한 검색어를 단순히 ‘추천부적절’이라는 이유로 노출에서 제외하는 것이 타당한지에 관한 의문을 제기하였다. 그렇다면, 운영가이드 중 다른 기준을 적용할 수 있는지, 그 기준은 타당한지 여부를 검토해 볼 필요가 있다.

운영가이드의 세부 기준 중 위 ‘추천부적절’ 사유 외에 아래의 세 가지 기준이 위 ‘선거 검색어’의 노출 제외에 해당될 수 있다. 즉, ① ‘명예훼손’ 중 ‘공인 루머성 검색어’(언론보도되지 않은 루머성 이슈검색어는 노출제외. 예컨대, 000000 동성애), ② ‘명예훼손’ 중 ‘연예인/공인과 관련된 부정적인 검색어’(‘사실 여부가 확인되지 않았거나 가치판단이 들어간 주관적인 검색어’ 예컨대 ‘000 폭행, 000 나쁜놈’은 노출제외 하나, ‘사실 확인된 사건이 아니더라도 의혹을 받고 있으며, 관련 기사가 다수 생성되고 이슈가 확대되어 제외처리할 경우 문제가 될 수 있는 검색어’ 예컨대 ‘000 도박, 0000 표절, 000 타살’ 등의 경우는 노출유지) ③ ‘서비스 품질저해’ 중 ‘검색어 순위올리기성 검색어’로서 ‘시사/사회성 집단행동’(‘시사/사회성 이슈로 인해 00000/000000 등의 사이트에서 순위 올리기를 시도한 검색어’) 등이다.

위 ‘선거 검색어’는 위 ②의 경우에는 해당되지 않고, 그 성질에 비추어 ①의 루머성 검색어의 경우보다는 ③의 ‘시사/사회성 집단행동’의 경우에 해당될 가능성이 높아 보인다.

그러나, 위 ③의 “사이트에서 순위 올리기를 시도한 검색어”에서 ‘특정 사이트’ 부분을 뺀 후 이를 기계적으로 적용한다면, 여론 환기 등의 목적을 띤 ‘운동’(movement)에 부정적인 영향을 미칠 수 있으므로, ‘시사 사회성 집단행동’이라는 세부기준을 사용하여 노출제외 여부를 결정하는 것은 적절하지 않다. 그 동안 위 ③의 운영기준이 적용된 사례는 없었으나, 네이버는 검증위원회의 위 제안을 받아들여 2014년 3월 운영가이드를 개정하여 실시간급상승검색어 운영가이드 중 ‘시사/사회성 집단행동’ 부분을 삭제하였다.

그렇다면, 다시 위 ‘선거 검색어’와 같이 공인에 해당하는 특정인에게 극히 부정적인 영향을 미치면서도 검색 결과가 거의 없어 급상승하는 이유를 알 수 없는 검색어를 어떻게 취급하고 어떤 기준에 의해 노출제외를 결정할지의 문제는 남는다. 검색 결과가 거의 없다면 우선 ‘서비스품질저해’ 중 ‘추천부적절’ 사유를 적용할 수밖에 없겠으나, 이런 예외적인 경우에 KISO 등 외부 기관에서 긴급히 노출 제외 여부를 결정할 수 있는 절차를 마련하는 방안을 적극 검토할 필요가 있다.

2. 신고에 의해 제외된 연관/자동완성검색어

1) 2013년 하반기 노출 제외 검색어 현황

2013년 하반기에 신고된 자동완성검색어의 처리 결과를 살펴보면, 노출유지 비율(5.2%)에 비하여 제외 비율(88%)이 더 높았다. 신고된 연관검색어의 처리결과도 이와 유사하게 노출유지 비율(5.5%)에 비하여 제외 비율(90%)이 더 높았다. 노출유지에 비해 제외 비율이 높은 경향은 상반기와 비교했을 때 전체적으로 큰 차이는 없다. 다만 상반기와 비교시 하반기의 노출유지 비율이 자동완성검색어(15.3%→5.2%)와 연관검색어(16.8%→5.5%) 모두 약 1/3로 감소했다. 이는 상반기에 비해 하반기에 더욱 적극적으로 신고된 검색어를 제외처리 했음을 의미한다.

<표 7> 연관/자동완성검색어 CS처리 통계

단위 : (건수, %)

기간	상반기(1.1~6.30)		하반기(7.1~11.30)	
서비스	자동완성어	연관검색어	자동완성어	연관검색어
노출유지	1,500(15.3)	4,846(16.8)	551(5.2)	1,620(5.5)
미생성	665(6.8)	1,185(4.1)	727(6.8)	1,305(4.5)
제외(삭제)	7,658(78.0)	22,792(79.1)	9,348(88)	26,297(90)
합계	9,823(100)	28,823(100)	10,626(100)	29,222(100)

<표 8> 하반기 자동완성검색어 CS처리 월별 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

서비스	7월	8월	9월	10월	11월	합계
노출유지	217	66	93	83	92	551
미생성	202	177	138	113	97	727
제외(삭제)	2,477	2,041	2,399	1,215	1,216	9,348
합계	2,896	2,284	2,630	1,411	1,405	10,626

월별 자동완성검색어 처리 현황을 살펴보면 7~9월의 월별 신고량이 10~11월의 신고량에 비해 약 두 배 정도 많았다. 그러나 노출유지와 제외 비율은 월별로 별다른 차이를 보이지 않았다. 연관검색어의 경우도 이와 유

사한 경향을 보여, 7~9월의 월별 신고량이 10~11월의 신고량에 비해 약 두 배 정도 많았다. 그러나 노출유지 비율은 가장 높았던 7월(835건, 12.2%)을 기점으로 급격히 하락하였으며 8~11월의 월별 노출유지 비율은 4%를 밑돌았다. 이는 앞서 설명한 바와 같이 연관검색어 노출유지 비율이 상반기에 비해 하반기에 급격히 하락했으며 이러한 현상은 8월부터 본격적으로 시작된 것임을 보여준다.

<표 9> 하반기 연관검색어 CS처리 월별 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

서비스	7월	8월	9월	10월	11월	합계
노출유지	835	231	198	139	217	1,620
미생성	349	225	237	214	280	1,305
제외(삭제)	5,621	5,588	6,593	4,431	4,064	26,297
합계	6,805	6,044	7,028	4,784	4,561	29,222

<표 10> 연관/자동완성검색어 CS 삭제된 검색어 제외사유

단위 : (건수, %)

기간	상반기(1.1~6.30)		하반기(7.1~11.30)	
서비스	자동완성검색어	연관검색어	자동완성검색어	연관검색어
성인/음란	1,927(25.7)	896(3.9)	1,267(13.9)	942(3.6)
유명인개인정보노출	40(0.5)	195(0.9)	225(2.5)	1,583(6.1)
일반인개인정보노출	1,142(14.9)	3,290(14.4)	2,764(30.4)	6,731(25.9)
명예훼손	3,973(51.9)	15,746(69.1)	4,427(48.6)	14,397(55.4)
저작권침해	127(1.7)	919(4.0)	169(1.9)	1,054(4.1)
불법/범죄	52(0.7)	1,155(5.1)	59(0.6)	270(1.0)
반사회	11(0.1)	18(0.1)	14(0.2)	132(0.5)
욕설/비속어	54(0.7)	73(0.3)	53(0.6)	84(0.3)
오타	8(0.1)	4(0.0)	98(1.1)	168(0.6)
어뷰즈	306(4.0)	325(1.4)	251(2.8)	324(1.2)
기타	18(0.2)	115(0.5)	21(0.2)	612(2.4)
총합	7,658(100)	22,792(100)	9,348(100)	26,297(100)

검색어 제외 사유는, 성인/음란, 유명인개인정보노출, 일반인개인정보노출, 명예훼손, 저작권침해, 불법/범죄, 반사회, 욕설/비속어, 오타, 어뷰즈, 기타 등이 있다. 이 중에서 특히 가장 많은 비중을 차지하는 것은 자동완성어의 경우 명예훼손(48.6%), 일반인개인정보노출(30.4%), 성인/음란(13.9%)의 순서였다. 이는 상반기와 비교했을 때 성인/음란(25.7%→13.9%)의 비중이 줄고 일반인개인정보노출(14.8%→30.4%)의 비중은 증가한 것이다.

하반기의 전체 자동완성검색어 제외건수는 7,658건에서 9,348건으로 증가했는데 하반기가 7~11월의 자료만을 포함하는 것을 감안하면 이는 상당히 증가한 것이다. 이러한 증가의 원인은 하반기에 일반인개인정보노출의 건수가 상반기에 비해 약 2.4배 증가한 때문인 것이다. 유명인개인정보노출 건수도 그 수는 적지만 비율은 상반기에 비해 다섯배(0.5%→2.5%) 증가했다. 이로 미루어 볼 때 하반기에 신고된 자동완성검색어 건수가 상반기에 비해 증가한 이유는 유명인과 일반인의 개인정보노출 사례가 급격히 증가하였기 때문인 것으로 판단된다. 이는 또한 네이버측에서 개인정보노출 사례에 대해 적극적으로 대처하여 대부분의 신고된 자동완성검색어들을 제외한 결과 하반기의 제외비율이 상반기에 비해 상승한 것으로 판단된다.

이와 같은 경향은 연관검색어의 경우에도 발견된다. 하반기에 제외된 연관검색어의 순위는 명예훼손(55.4%), 일반인개인정보노출(25.9%), 유명인개인정보노출(6.1%)로 이들이 전체의 87.4%를 차지한다. 명예훼손은 상반기에 비해 감소했으나(69.1%→55.4%), 일반인개인정보노출과 유명인개인정보노출 비율은 전반기에 비해 각각 약 2배에서 6배까지 증가한 것이다. 이러한 명예훼손과 개인정보노출 검색어의 증가는 네이버측의 적극적인 제외조치로 이어져 결과적으로 하반기의 신고된 연관검색어 제외비율이 상반기에 비해 높아진 것으로 보인다.

다음 장에는 자동완성검색어와 연관검색어의 월별 제외사유별 통계가 제시되어 있다. 명예훼손은 7월부터 그 건수는 점차 감소하는 추세이지만 비율 상으로는 항상 가장 높았다. 성인/음란 검색어는 학교 방학이 끝나는 8월부터 감소세로 돌아섰지만 이와 달리 일반인개인정보노출과 저작권 침해 비율은 9월이 가장 높았다. 연관검색어의 경우도 전체적으로 유사한 경향을 보였다. 먼저, 명예훼손은 꾸준히 가장 높은 비율을 차지했으며 일반인개인정보노출은 9월에 급격한 증가를 보였다. 그러나 성인/음란은 방학이 끝나는 9월부터 증가했으며 저작권 침해는 이 시기에 오히려 감소했다. 결론적으로, 하반기 신고된 자동완성검색어와 연관검색어의 제외사유는 명예훼손과 일반

인개인정보노출의 비중이 가장 높다는 특징을 공유하고 있다고 볼 수 있다.

<표 11> 하반기 자동완성검색어 CS처리 월별 제외사유별 통계

제외사유	월별 건수					
	7월	8월	9월	10월	11월	합계
성인/음란	574	525	46	75	47	1,267
유명인개인정보노출	61	48	19	79	18	225
일반인개인정보노출	293	382	1,468	215	406	2,764
명예훼손	1,337	990	722	749	629	4,427
저작권침해	7	21	100	31	10	169
불법/범죄	33	0	3	8	15	59
반사회	1	0	2	0	11	14
욕설/비속어	29	10	10	3	1	53
오타	2	24	24	31	17	98
기타	0	1	3	13	4	21
어뷰즈	140	40	2	11	58	251
합계	2,477	2,041	2,399	1,215	1,216	9,348

<표 12> 하반기 연관검색어 CS처리 월별 제외사유별 통계

제외사유	월별 건수					
	7월	8월	9월	10월	11월	합계
성인/음란	175	107	331	271	58	942
유명인개인정보노출	400	323	261	531	68	1,583
일반인개인정보노출	699	683	3434	602	1,313	6,731
명예훼손	3,805	3,813	2,265	2,477	2,037	14,397
저작권침해	59	390	171	422	12	1,054
불법/범죄	171	41	4	24	30	270
반사회	11	49	18	1	53	132
욕설/비속어	61	15	4	4	0	84
오타	2	88	35	24	19	168
기타	152	58	60	36	306	612
어뷰즈	86	21	10	39	168	324
합계	5,621	5,588	6,593	4,431	4,064	26,297

2) 현황 및 평가 - 개인정보/명예훼손 부분

(1) 운영기준

가. 신고된 자동완성검색어와 연관검색어는 노출 제한 사유가 명확한 경우에만 제외 처리하고, 불명확한 경우에는 일단 노출처리하는 것을 원칙으로 한다. 노출 제한 사유가 명확한가 아니가는 운영가이드를 통해서만 판단하며, 운영가이드를 통해 판단이 어려운 경우 반드시 사내 법무책임자의 검토에 따라 처리한다. 사용자의 요청에 대해 법무책임자 검토 결과 제외 결정된 키워드는 사용자의 제외의사 범위 안에 포함되는 도치/분절/유사(유의어, 축약어, 오타 포함) 형태를 모두 처리한다. 단, 요청 당시에는 생성되지 않은 키워드가 추후 신규로 생성된 경우 모두 제외 처리하기 어려우므로 발견되는대로 후속 조치하도록 한다. 또한, 사용자의 제외 요청이 자동완성검색어와 연관검색어 어느 하나에 대한 것이라도 사용자가 자사 서비스의 명칭을 모두 구분 가능하지 않을 수 있는 점을 감안, 유사한 서비스적 가치를 갖는 자동완성검색어와 연관검색어에 모두 적용하는 것을 원칙으로 한다.

나. 구체적으로, 앞서 살펴본바와 같이 가장 많은 유형인 것으로 나타난 ‘명예훼손’, ‘일반인개인정보노출’에 대한 기준은 다음과 같다.

유명인 및 단체에 대한 명예훼손성 검색어는 임의적으로 해석 또는 판단하지 않고, 모두 노출처리하는 것이 기본이며, 당사자가 요청하는 건은 법무책임자의 검토를 받고 처리여부를 결정한다. 운영가이드는 대기업, 정치인, 정무직공무원 등 공인에 해당하는 자의 명예훼손 검색어 삭제의 경우 민감한 이슈로 발전가능성이 높으므로 반드시 당사자 요청이 전제되어야 한다고 강조하고, KISO의 정책결정에 의한 판단기준을 함께 규정하고 있다.

검색어 이슈와 직접 관련 있는 당사자 본인(본인의 위임장 첨부한 자 포함)으로부터 제외 요청이 인입되는 경우 검색어 제외 여부를 검토한다. 일반적으로 당사자의 직접 요청보다 위임받은 자를 통한 요청 빈도가 높다. 이는 연예인(소속사 대표, 소속사 직원, 매니저를 당사자 범위에 포함), 기업(업체 대표, 업체 소속 직원을 당사자 범위에 포함하며, 홍보대행사의 경우 당사자 업체의 위임장을 첨부하면 당사자로 볼 수 있음), 단체(단체 대표, 단체 소속의 개인을 당사자 범위에 포함하고, 종교 단체의 경우 목사, 신도를 포함하며, 학교는 학교장, 교직원, 재학생을 포함)의 경우로 나눌 수 있다.

‘일반인개인정보노출’은 일반인의 이름, 주민등록번호, 소속기관 등을 통해

본인뿐만 아니라 제3자도 특정 개인을 식별할 수 있는 정보가 포함된 검색어를 의미한다. ‘일반인’은 유명인에 해당되지 않는 모든 인물을 총칭하는데, 정치인을 포함한 공인, 연예인, 방송인, 작가, 운동선수 등 언론/방송매체를 통해 사회적으로 알려진 인물을 ‘유명인’이라 한다. 유명인과 일반인의 구분은 일차적으로 NAVER 인물정보 제공 여부로 판단하고, 운영가이드를 통해 판단이 어려운 경우 사내 법무책임자에 문의하며, 당사자 요청시 검색어 자체로 개인정보 노출이 명확한 경우에 한정해 법무책임자 검토 후 제외 처리한다(검색결과만 해당되면 게시중단 요청 서비스를 안내한다).

(2) 평가

가. 운영기준에 대한 평가

a. 지난 보고서에서 KISO는 ‘잊혀질 권리’의 개념을 논의하기는 하였으나 아직 그 의미가 확정되어 있지 않고 사회적 논란이 있는 개념이므로 이를 정책결정에 반영하기는 어렵다고 판단하였으며, 단지 ‘정무직 공무원 등’에 대해서는 국민의 알 권리를 우선시 하지만, 연예인·스포츠 스타 등 유명인 및 일반인에 대해서는 공공의 관심사와 피해정도를 비교하여 삭제할 수 있는 길을 열어 두는 결정을 한 것이므로(KISO 정책결정 제15호), 운영가이드에서 해당 부분을 수정되어야 할 것임을 지적한 바 있다. 그러한 현재의 운영현황을 보면 아직까지 이에 대한 명확한 기준이 설정되어 있지 않은 것으로 보인다.

가령 ‘OOO OO여자친구’라는 검색어는 과거에 실재했던 사건에 대한 검색어이다. 따라서 이 사건이 발생했을 당시에는 별다른 문제점이 없는 검색어가 된다. 그러나 사건이 발생하고 수년이 지난 현재 시점에서 이러한 검색어가 ‘명예훼손’으로 제외되고 있다. 이는 만약 KISO 정책결정 제15호의 취지를 적용한 것이라면 ‘명예훼손’이 아닌 ‘유명인개인정보’로서 제외되었어야 한다. 운영기준에는 “3년 이상 언론보도 등을 통해 공론화되지 않은 사유”라고 하여 그 기간을 구체적으로 지적하고 있으나, KISO 정책결정 제15호는 그 기간을 명시하지는 않았으며, 기간은 이슈에 따라 달라질 수 있으므로, 3년의 기간을 일률적으로 적용하는 것은 바람직하지 않다.

이와 유사한 사례로서 ‘OOO비디오’ 검색어가 ‘명예훼손’으로 제외되고 있다. 그러나 이 사건은 당시 분명히 대중에게 널리 알려진 실제 사건이었으며 시간의 경과를 이유로 제외되고 있다면 이는 ‘명예훼손’이 아닌 ‘유명인개인

정보’로서 제외되어야 할 것이다. 이처럼 ‘명예훼손’과 ‘유명인개인정보’에 대한 구체적인 판단기준, 그리고 이 경우 KISO 정책 제15호를 언제 어떻게 적용할 수 있는가에 대한 명확한 운영지침이 법무팀과의 협의에 의해 조속히 마련되어야 할 것이다. 다만, 검색어 관련 이슈가 오래되었다는 이유만으로 쉽게 제외 결정을 하는 것은 바람직하지 않다. KISO 정책결정 제15호의 취지는 유명인의 피해와 국민의 알권리를 비교해 보겠다는 것이므로, 판단이 어려운 경우로 분류하여 KISO에 심의를 의뢰하는 것이 보다 바람직하다.

b. 상반기의 검증 과정에서 ‘장OO’의 연관검색어인 [박OO 장OO], [육OO 장OO]의 검색어는 동명이인의 요청으로 권리침해의 소지를 감안해 법무검토 결과에 따라 제외처리된 바 있다. 이 때 검증위는 자칫 모든 동명이인의 요청에 따라 연관검색어가 쉽게 제외 처리되는 것이 온당한지에 대해 추후 연구를 제안했다. 이는 유명인이 본인에게 불리한 연관검색어를 동명이인인 일반인으로 하여금 명예훼손 신고를 하게 하여 궁극적으로 연관검색어를 제거해나가는 경우를 가정할 때 자칫 유명인에 대한 연관검색어 서비스의 근간을 허물 수 있는 중대한 사안이며 기준이라 판단했기 때문이다. 그러나 아직까지 유명인의 동명이인에 대한 처리기준이 명확히 운영되지 못한 것으로 보인다.

나. 주요 구체적 사례 평가

a. 운영 기준에 의하면 기업 및 단체에 대한 부정적인 이슈 및 ‘명예훼손’의 경우, 가령 [단체명 + 사기/부도]의 경우처럼 부정적인 사안은 관련 보도가 발견되는지 여부에 따라 노출제외 및 노출유지가 결정되게 된다. 만약 관련 보도는 발견되지 않으나 관련 게시글이 발견되는 경우에는 법무검토를 받고 처리하도록 처리기준을 정해두고 있다. 그러나 ‘기재부사무관자살’ 같이 신고당시 이미 언론이나 방송을 통해 보도된 사안의 경우에도 관련 검색어를 제외하는 사례가 빈번히 발견되었다. ‘기재부사무관자살’은 비록 부정적인 이슈이긴 하지만 언론을 통해 보도된 공적인 사안이므로 과연 이러한 검색어를 제외하는 것이 옳은지에 대한 재고가 필요하다.

b. 이와 유사하게 혹은 ‘PD수첩 튼튼병원’ 같이 방송 프로그램 이름과 방송에서 언급된 단체의 이름이 결합된 검색어의 제외가 빈번히 발생했다. 프로그램 특성상 고발성 내용을 주로 방송하는 피디수첩의 경우 방송에서 언

급된 단체의 이름이 검색어로 자주 등장하는데 이러한 검색어가 대부분 제외되고 있는 것이다. 비록 해당 단체에는 부정적인 사안이지만 이들 단어를 제외하는 것이 시청자 혹은 소비자의 알권리라는 측면에서는 오히려 부정적인 영향을 가져올 수 있다. 이에 대한 신중한 접근과 결정이 요구된다. 위원회는 상반기 보고서에서 [단체명+ 부정단어]의 경우 경쟁업체의 어뷰즈 사례가 발생할 수 있으므로 해당 기준을 상세히 정비할 것을 권유한 바 있다. 그러나 현재의 제외 사례들을 보면 아직까지 이에 대한 기준이 적절히 정비된 것으로 판단하기에 어려움이 있다.

c. ‘유명인개인정보노출’에 대한 구체적인 정의와 적용 기준이 필요할 것으로 본다. 현재 ‘OOO OOO’ 같은 검색어부터 ‘OOO서울대’ 같은 일반적인 검색어까지 모두 제외되고 있다. ‘OOO OOO’의 경우 이미 이혼한 부부라는 사유를 들어 제외할 수는 있다고 해도 ‘OOO서울대’ 같이 이미 대중에게 공개된 학벌 정보의 검색도 제외하는 것은 ‘유명인개인정보노출’의 적용범위를 지나치게 확대 적용한 것으로 볼 수 있다. 유명인들의 학벌정보는 과거부터 과장된 학벌 검증이나 단순한 궁금증 해소를 위해 폭넓게 사용되어온 검색어이다. 또한 이미 NAVER의 인물검색정보에도 등록되어 있는 정보이기도 하다. 단순히 유명인이라는 이유로 지나치게 정보검색을 막는 것이 과연 올바른가에 대한 판단이 요구된다.

d. 유사한 검색어에 대해 서로 다른 기준이 적용되는 경우가 빈번히 발생한다. 가령 ‘OOO감옥간이유’는 ‘유명인개인정보노출’로서 제외되었다. 그러나 ‘OOO대마’는 ‘명예훼손’으로 제외되었다. 연예인 OOO이 대마초 흡연혐의로 구속·기소된 사실은 ‘위키피디아’에도 공개되어 있는 기록이다. 이러한 상황에서 ‘OOO대마’를 ‘명예훼손’으로 제외할 수 있는지 의문이다. 만약 오래된 사건이기에 제외한 것이라면 이는 ‘유명인개인정보노출’로서 제외되어야 할 것이다. 이 경우 앞서 논의한바와 같이 검색어 관련 이슈가 오래되었다는 이유만으로 쉽게 제외 결정을 하는 것은 바람직하지 않으며, KISO 정책결정 제15호의 취지는 유명인의 피해와 국민의 알권리를 비교해 보겠다는 것이므로, 판단이 어려운 경우로 분류하여 KISO에 심의를 의뢰하는 것이 보다 바람직하다.

e. 2013년 9월에 드라마에서 연예인 OOO이 바른 립스틱이 화제가 되어 이에 대한 상세한 내용이 언론에 보도된 바 있다. 언론 보도내용은 해당 연

예인에 대해 부정적인 내용이 전혀 없으며 오히려 긍정적인 내용만을 담고 있다. 그러나 그로부터 불과 2개월 후인 11월 ‘립스틱 000’ 등의 검색어들이 ‘명예훼손’으로 제외되었다. 이들 검색어는 유사한 시기에 신고된 ‘000 원정’, ‘000출산’ 등의 부정적 검색어와 함께 제외된 것으로 보인다. 그러나 비록 ‘립스틱 000’ 등의 검색어가 부정적 검색어와 함께 당사자 혹은 위임인으로부터 신고되었다 할지라도 함께 제외될 수 있는지 의문이다. 더구나 명백히 언론에 긍정적으로 보도된 사안이 ‘명예훼손’으로 제외된 것은 더욱 부적절하다고 본다. 이러한 사안에 대한 명확한 처리규정과 운영방안이 필요할 것이다.

(3) 개선제안

2013년 4월 이후 연관검색어 옆에 신고하기 버튼을 설치하였으며 이로 인하여 신고 절차의 존재가 사용자들에게 널리 알려지게 되었다. 이후 ‘신고에 의한 처리’ 부분의 통계숫자가 폭증하게 되었는데 하반기 월별 통계를 살펴보면 점차 그 수가 감소추세에 있는 것으로 나타난다. 이러한 전반적인 감소추세와 달리 ‘개인정보노출’, 그 중에서도 ‘일반인개인정보노출’ 사례는 지속적으로 증가하고 있으며 이에 따라 이들 검색어가 제외되는 비율 역시 계속 높아지고 있다. 유명인이 아니라 일반인이라는 점에서 이들의 개인정보가 온라인상에서 노출되는 것은 바람직하지 않기에 적극적으로 제외하는 것에는 기본적으로 무리가 없다고 본다. 다만 ‘일반인개인정보노출’ 사례라는 이유만으로 검색어가 폭넓게 제외된다면 이는 검색의 질하락으로 이어질 수도 있다는 점도 유의해야 할 것이다.

또한 지난 보고서에서도 지적된 것처럼 언론과 방송에서 보도된 부정적 사안에 대한 해당 단체들의 신고를 적극적으로 받아들여 제외할 것인지 아니면 시청자/소비자의 알권리 측면에서 이들 검색어를 노출시킬 것인지에 대한 고민과 정확한 운영기준이 필요하다고 본다. 현재처럼 보도된 사안일지라도 신고된 검색어를 제외하는 경우 발빠르게 신고하는 단체가 부당한 이익을 볼 수 있을 것이다. 다만 이와 관련하여 해당 검색어의 상승이 경쟁단체의 어뷰즈에 의한 것인가에 대한 적절한 판단기준도 마련해야 할 것이다.

유명인의 ‘유명인개인정보노출’과 ‘명예훼손’ 적용범위에 대한 명확한 기준이 마련되어야 할 것이다. 현재로서는 대중에게 널리 알려진 사소한 학벌정

보부터 과거 언론에 보도된 명확한 사실까지 폭넓게 ‘유명인개인정보노출’로 분류되고 있다. 또한 과거 발생했던 명확한 사실이 ‘명예훼손’으로 분류되어 제외되고 있다. 과거 발생한 사실에 대한 검색어에 대해 KISO 정책 제15호를 적극적으로 적용하여 제외하고 있다면 이는 ‘명예훼손’이 아닌 ‘유명인개인정보노출’이 되어야 한다. 아울러, 과연 모든 과거의 부정적 사건에 KISO 정책 제15호를 적용하는 것에 대한 고민이 필요하다. 보다 구체적인 기준을 설정할 필요가 있으며, KISO의 심의 사례가 쌓이는 것을 기다리는 것도 하나의 방법일 수 있다.

3) 현황 및 평가 - 개인정보/명예훼손을 제외한 영역

(1) 운영기준

개인정보/명예훼손을 제외한 영역의 이용자 신고에 의한 배제의 경우, 후술하는 자체판단에 의해 제외되는 연관/자동완성검색어와 동일한 규정에 의해 규율되고 있다. 단지, 자체 판단에 의해 제외된 검색어의 경우에는 신고 없이 네이버의 검색어 검수과정에서 배제되는 것이고, 이용자 신고에 의한 배제의 경우 이용자 신고를 통해 검수가 시작된다는 차이가 있을 뿐이다.

‘자동완성/연관검색어 운영정책’ 가운데 ‘성인·음란성’ 검색어에 대한 성인·음란성 검색어에 대하여 성인인증장치가 노출되는 검색어 또는 세부 기준에서 제시하는 검색어는 모두 제외 처리하는 것을 원칙으로 하고 있다.

‘저작권 침해성 검색어’는 저작권을 직접적으로 침해하거나 저작권을 침해할 수 있는 검색결과를 유도하는 검색어를 의미한다. 방송, 영화, 음악, 게임의 저작물을 다운로드 또는 다운로드를 유도하거나 저작자의 권한을 침해하는 검색어에 대해서는 원칙적으로 처리한다. 다만, 단순히 다운로드 의도나 저작권의 침해요소가 있다고 제외하지 않으며, 검색결과를 확인하고 처리하는 것을 원칙으로 한다. 기본 처리방식은 저작권 침해성 검색어는 제어 처리하되, 검색결과를 확인하고 처리하는 것을 원칙으로 하고 있다.

‘불법·범죄성 검색어’는 사회규범, 법, 제도를 위반하거나 또는 이러한 범죄를 유도할 수 있는 검색어를 의미하며, ‘자동완성/연관검색어 운영정책’에서는 불법·범죄성 검색어와 반사회성 검색어로 분리하여 운영하고 있다. 유형으로 불법·범죄성 사이트명/커뮤니티명 또는 URL, 불법·범죄성 물품 또는 프로그램명, 불법·범죄 관련 용어, 불법·범죄 사업, 사행성 게임 관련 검색어, 청소년 대상 불법·범죄의 6가지로 분류하고 있다.

‘반사회성 검색어’는 사회의 규범이나 질서를 어지럽히거나 이익에 반하는 검색어를 말한다. 반사회성 검색어는 불법성 검색어가 아니어서 공적규제로 다루기 어려운 분야이며, 자율규제가 그 역량을 발휘할 수밖에 없는 분야이다.

‘욕설·비속어 관련 검색어’는 욕설 또는 어감이 좋지 않거나 점잖지 않게 사용되는 비속어와 관련된 검색어를 의미한다. 세부기준에 있는 욕설, 비어, 속어 관련 검색어는 기본적으로 제외 처리를 하고 있다.

(2) 평가

가. 어뷰즈

어뷰즈를 이유로 제외된 검색어는 단순히 검색어 자체만으로 판단하기 어려운 면이 있다. 어뷰즈라는 용어는 “수학에서 올바르게 않지만 간명한 표현을 위해 임의적으로 사용하는 기호의 남용(abuse of notation)”이라는 개념에서 출발했다. 이 개념은 컴퓨터 게임, 온라인 검색 등 다양한 영역에서 확장되어 사용되고 있는데, 검색엔진의 검색어와 관련한 어뷰즈의 정의는 SEO(search engine optimization)의 행위 중 정당하지 않거나 불법적인 행위를 수행하는 것을 말한다.

검색엔진의 검색어 순위나 가중치를 조작하기 위해서 다양한 SEO전략이 이루어진다. 이 가운데 어뷰는 검색엔진의 인덱싱을 비정상적인 방식으로 조작하게 만드는 일련의 시도들로서 다양한 유형이 있다. 그 대표적인 것으로 ① 유인키워드(keyword stuffing) : 키워드의 입력 빈도수를 의도적으로 높이는 행위, ② 링크팜(link farm) : 웹 문서 내용의 대부분을 하이퍼링크로 만들어서 링크된 홈페이지의 인기를 의도적으로 올리는 행위, ③ 클라킹(cloaking) : 사용자가 보는 페이지 내용과 다르게 검색엔진 인덱스에 다른 방식으로 코드값이 저장되도록 하는 일종의 은폐술, ④ 도어웨이 페이지(doorway pages) : 검색결과의 상위에 올라가기 위해 의도적이고도 인위적으로 특정 검색어를 반복적으로 배치하여 놓고 검색된 페이지나 내용이 없이 다른 사이트로 안내하게 만드는 방식, ⑤ 스팸dexing(spamdexing) : 검색엔진의 색인 프로그램을 속여 인기 검색어 등을 html 문서 타이틀이나 메타데이터의 키워드 등에 숨겨넣는 방식, ⑥ 스크래퍼 사이트(scrapper site) : 특정 키워드로 검색되는 문서를 스크랩하여 게시하는 방식 등이 있다.

네이버의 연관검색어 및 실시간검색어는 인덱싱된 웹사이트의 텍스트 분

석 방식보다는 입력되는 검색의 공발생 빈도를 더 중요하게 고려한다는 점에서 유인키워드 방식의 어뷰즈가 일반적으로 사용될 것으로 여겨진다.

이러한 의도적 검색어 입력은 주로 특정한 이익을 위해 상업적인 목적이 대부분이다. 유입되는 검색어의 총량을 모르는 가운데, 검색어만을 놓고 어뷰즈 여부를 판단하는 데는 한계가 있다. 또한, 네이버에서 기술적으로 조치하는 어뷰즈 방지 대책에 알고리즘을 이해하지 못한 가운데 해석한 것이라 조심스러운 부분이 있다.

그러한 한계 속에서 이번 검증에서, 유사한 검색어임에도 일부는 배제되고 일부는 배제되지 않은 사례가 발견된다. ‘일산오피스월세일산OO부동산’은 유지된 반면, ‘일산오피스텔단기임대일산OO부동산’ 외 4건은 어뷰즈로 삭제되었다. 유사한 사례로 ‘OO대구지점-결혼정보분야 1위-듀오’등의 검색조합은 무엇이 대표어가 되어 연관검색어가 만들어졌느냐에 따라서 상이한 처리 결과를 보였다. 예를 들어, 대표어가 ‘OO대구지점’이고 검색어/연관검색어가 ‘OO’인 경우 등 유사한 조합 34건은 노출이 유지된 반면, 대표어가 ‘OO’이며 검색어/연관검색어가 ‘OO대구지점’ 또는 ‘결혼정보분야 1위’ 등 7건은 어뷰즈로 제외되었다.

노출유지

- 대표어: OO대구지점 검색어/연관어: OO
- 대표어: OO웨딩 검색어/연관어: 결혼정보분야1위
- 대표어: OOt타워 검색어/연관어: 결혼정보분야1위
- 대표어: OO 검색어/연관어: OO
- 대표어: OO 검색어/연관어: OOt타워 외 34건

어뷰즈로 제외

- 대표어: OO 검색어/연관어: OO대구지점
- 대표어: OO 검색어/연관어: 결혼정보분야1위 외 7건

이러한 사례는 앞서 설명하였듯 어뷰즈의 특성상 과학적으로 판단된 것으로 결과만을 두고 판단하기에는 어렵다는 특징이 있다. 이러한 것에 대한 검증은 검증위의 범위를 벗어나므로 이에 대한 평가는 보류한다.

단, 앞서 설명한 예와 같이 신고에 의해 어뷰즈로 배제된 검색어는 오히려 해당 업체에 유리한 검색어인 경우가 많았다. 따라서 어뷰즈로 삭제를 요청한 자가 해당 업체는 아님에 분명하다. 어뷰즈는 규정 등을 통해 살펴볼 경우 본인 혹은 관련자가 삭제를 요청할 필요 없이 누구나 삭제를 요청할

수 있는 사유로 규정되어 있기 때문에, 경쟁사업자 역시 삭제를 요청할 수 있다. 이러한 상황에서 만일, 네이버가 경쟁사업자의 유리한 검색어를 강제로 배제하기 위하여, 상대방의 검색어를 어뷰즈하고, 이를 바탕으로 삭제를 요청하는 이른바 ‘역 어뷰즈’를 시도하는 자가 나타날 가능성도 있을 것이다. 따라서 어뷰즈 관련된 사안에 대해 삭제를 요청할 수 있는 자를 적정한 수준으로 좁히고, 자체 판단에서 어뷰즈 관련 검토량을 늘릴 필요가 있다.

과거 키워드 광고의 특성을 악용하여, 경쟁업체의 키워드 광고를 과다 클릭하는 방식으로 손해를 끼친 사례가 다수 있었다. 어뷰즈가 경쟁사업자를 방해하는 도구로도 사용되는 만큼 보다 면밀한 기준이 요구된다.

한편, ‘업체명 + 무관계한 검색어’의 연관검색어가 CS를 통해 삭제되기도 했는데, 민감도 문제 혹은 경쟁업체의 어뷰즈 등이 예상되거나 우선 기타로 분류하여 삭제하고 있어 기준을 보다 명확히 해줄 필요가 있다(예, OO시대 : 검술도장, 괴력의 소녀, 손오공사오정 대구하트 kt아트 등(연관검색)).

공인과 관련한 검색어가 어뷰즈로 삭제된 경우가 있었는데, 여기에 대한 주의가 요구된다.

나. 욕설 및 비속어

욕설/비속어로 제외된 검색어가 다수 있었다. 욕설/비속어는 신청인의 당사자 여부에 관계없이 제외처리가 가능한 반면, 명예훼손의 경우는 신청인의 요청에 의해서만 제외가 가능하다. 해당 검색어가 신고자와 직접관련이 있는 것인지 아니면, 제3자에 의해 신고된 것인지가 확인되지 않아 그 기준을 판단하는 데 어려움이 있다.

욕설/비속어로 제외된 검색어에는 ‘쓰레기 + 검색어’와 ‘인물 + 장애 또는 자폐’가 포함되어 있다. 쓰레기라는 표현만으로 욕설/비속어로 삭제한 경우, 삭제 목록은 대부분 기업명 + 쓰레기, 제품명 + 쓰레기와 같은 검색어였다. 쓰레기가 일반적으로 분류되는 욕설이 아닐 뿐더러, 실질적으로 명예훼손성이 강했다. 그런 점에서 명예훼손에 의해 처리하는 것이 상당할 것이다.

욕설과 명예훼손이 모호할 경우, 신고 당사자가 직접 관련되어 있는지 여부로 구분하는 것이 적합해 보인다. 신청 당사자와 직접 관련이 있다면 명예훼손에 가깝다고 보아야 할 것이다(예: ‘간지케이스 쓰레기’, ‘OO인터넷쓰레기’, ‘OOOOOOO 쓰레기’ 등). 자동완성어의 경우에도 유사한 경우가 있었다. ‘인천OO산업 쓰레기’, ‘OOOO 쓰레기’, ‘OOO 패션 전문학교 쓰레기’ 등이

삭제되었다. 유사하게 검색어에 ‘욕설’ 또는 ‘왕따’라는 단어가 들어가 욕설/비속어의 이유로 제외된 경우가 있었다(OOOOOO욕설).

학교명+실명+욕설/ 학교명+사건 / 학교명+욕설(결례)과 관련된 검색어가 욕설 혹은 기타를 이유로 삭제된 건이 5건 가량 존재하였다. 이러한 검색어의 경우 사이버불링 등의 다른 피해가 우려되는 사항으로 삭제 조치를 취한 것은 매우 적절하다고 판단된다. 다만, CS를 통해 해당 검색어가 삭제되기 보다는, 미성년자 학생들이 자체적으로 삭제요청을 하기 어려울 수 있다는 점에서, 검색량이 적다고 하더라도 자체 검수에 의해 이러한 검색어가 삭제되는 편이 더욱 적절할 것으로 판단된다.

다. 음란/성인

성인/음란성 검색어의 경우, 그 기준이 매우 폭넓게 적용되고 있음을 알 수 있다. 방송에서 화제가 된 사안을 지칭하는 검색어인 ‘은혁 - 은혁 아이유 잠자리’(연관검색어) 등이 성인/음란성을 이유로 제외되었다. 또한 ‘사촌누나’ 키워드만으로 음란으로 배제한 경우도 있었는데 ‘사촌누나가’, ‘사촌누나랑’, ‘사촌동생이랑, 사촌오빠가’(자동완성) 등 성인/음란물과 직접적인 관계가 명확치 않은 경우도 있었다. 해당인이 해당 사실의 검색어를 삭제하기 원한다는 등의 이유라면, 명예훼손의 절차를 거쳐 삭제하는 것이 적절하다고 본다.

라. 불법/범죄성

불법 및 범죄성 검색어는 대부분 운영에 맞게 잘 운영되고 있으나, 일부 적용이 잘못된 사례들이 발견되었다. 불법 사이트임에도 불구하고 노출되는 경우가 있었다. ‘대표어: 최고OOOOOOO.com 검색어/연관어: 강원랜드, 블랙잭, 엠카지노’, ‘대표어: OOOOOOOOO.com 검색어/연관어: 바카라’ 등 도박관련 검색어가 제외되지 않았다.

삭제되어 정확히 알 수 없으나 트위터 등을 고려했을 때 음란/성인 보다는 명예훼손, 혹은 초상권 침해가 적절할 것으로 예상되는 ‘군인남자친구를 위한여자친구의깜짝영상(자동완성)’검색어 등도 있었다.

‘~캐피탈’, ‘~ 캐쉬’ 관련 된 검색어가 대부분 불법 / 범죄로 배제되었다. 실제 이들 검색어들이 대부분 신고를 안한 불법영업일 가능성이 매우 높으나, CS를 통해 어떠한 자료 등을 받았는지에 대한 근거가 없어 판단에 어려

움이 따른다. 이러한 이유로 삭제된 ‘류캐피탈’, ‘뮤캐피탈’ 등은 어뷰즈에 의해 생성되었을 수 있다.

마. 기타

‘어뷰즈’ 또는 ‘명예훼손’ 등의 이유가 아닌 ‘기타’로 제외할 경우 합당한 이유를 판단하기 어려운 검색어가 있었다. ‘낙원상가/외국여자’, ‘크리켓/구매금액, 리워드, 캐시백,페이팔 등은 제외 이유가 명확치 않다.

(3) 개선제안

앞서 설명한 것처럼, 어뷰즈에 대한 신고 대상을 한정짓는 것이 필요하다. 특히 특정업체에 유리한 검색어가 경쟁사업자의 어뷰즈를 통해 어뷰즈로 삭제될 수 있다면, 특정업체는 불측의 손해를 입을 가능성이 있다. 어뷰즈를 정확히 판단하기 위해서는 유입되는 검색 양과 유입경로 등을 동시에 고려해서 판단해야 한다. 이용자의 관심과 어뷰즈를 구분하기 위한 기술적 기준들이 보완될 필요가 있다.

또한 최근 사이버불링과 관련하여, 미성년자 학생들이 관련 검색어의 삭제 등의 방식을 숙지하지 못하는 상태에서 노출이 지속될 경우 청소년 보호에 큰 문제점이 있을 수 있으므로, 이러한 검색어는 자체 검수를 통해 삭제하는 편이 바람직하다.

3. 자체 판단에 의해 제외된 연관/자동완성검색어

<표 13> 자체 판단에 의해 제외된 연관/자동완성검색어 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

기간		자동완성검색어	연관검색어
불법/범죄성		10,483	2,832
반사회성		2,355	1,097
욕설/비속어		1,531	529
개인정보	유명인	558	545
	일반인	11,250	10,279
기타		5,962	756

성인/음란성	83,002	15,863
저작권 침해	54,262	27,084

자체 판단에 의해 제외된 자동완성검색어 및 연관검색어의 분야별 분포는 위의 표와 같다. 위의 표에 의하면 자체 판단에 의해 제외된 검색어 중 자동완성검색어 영역에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는 것은 성인/음란성이며, 연관검색어 역시 성인/음란성이 가장 많이 배제된 것으로 나타났다. 개인정보 노출을 이유로 제외된 검색어는 유명인에 비해 일반인들의 갯수가 훨씬 많은 것으로 나타나고 있는데, 이는 일반인들에 비해 공인에 대한 처리를 보다 엄격히 제한하고 있는 KISO의 정책 결정이 반영된 결과로 판단된다. 다음에서 세부 이유별 제외 검색어에 대해 살펴보고, 이에 대한 평가 및 고려가 필요한 부분을 제시하고자 한다.

1) 불법/범죄성

(1) 2013년 상반기 노출 제외 검색어 현황

<표 14> 불법/범죄성 일반 검수 월별 제외건 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

기간	자동완성검색어	연관검색어
2013년 7월	4,053	638
2013년 8월	3,123	997
2013년 9월	1,937	211
2013년 10월	483	425
2013년 11월	887	561
총합	10,483	2,832

(2) 운영기준

불법/범죄성과 관련하여 제외되는 검색어는 사회 규범, 법, 제도를 위반하거나 또는 이러한 범죄를 유도할 수 있는 경우를 의미한다. 기본적으로 네이버에서 제시하고 있는 세부 기준에 해당하는 검색어에 대해서는 제외 처리를 기본으로 한다. 세부기준이 적용되는 검색어는 불법/범죄성 사이트명이나

커뮤니티명, 또는 불법 범죄성 물품과 프로그래밍 등이 대표적이고, 이와 함께 주로 범죄를 저지르기 위한 방법과 관련된 검색어나 범죄와 관련된 컨텐츠의 검색을 유도하는 경우, 범죄 및 불법적 행위를 조장하는 검색어, 그리고 불법적인 사업과 관련된 경우와 사행성 게임 및 도박관련 검색어도 제외 처리 대상으로 적용된다. 이와 함께 청소년을 대상으로 불법적인 물품의 유통 및 불법적 행위를 유도하는 검색어에 대해서도 제외처리하고 있다.

하지만, 예외도 존재하는데, 언론보도 등을 통해 사회적으로 알려진 범죄명이나 사건명 등에 대해서는 노출 처리할 수 있다.

(3) 검증

현재 ‘모유’와 관련하여 ‘모유삽니다. 모유판매, 냉동모유판매, 모유가격, 모유구입, 모유를 삽니다, 모유를 팝니다’ 등 관련 검색어 15건에 대해 범죄/불법성의 이유로 제외하고 있다. 해당 사안은 언론에도 보도된 바 있고 현재 온라인상에서 개인적으로 모유가 거래되고 있는 사항이라는 점을 감안한다면 직접적인 불법 및 범죄행위라고 판단하기에는 무리가 있어서 제어가 필요하다면 ‘반사회성’을 이유로 하는 것이 적절하다고 보여진다.

‘강원랜드카지노 블랙잭 후기, 카지노 역기능, 카지노 할만한 게임, 카지노 동호회’ 등이 불법/범죄성을 이유로 제외되고 있는데, ‘카지노 사이트, 카지노 앵벌이’등은 자동완성검색어 영역에서 노출되고 있다. ‘카지노 역기능’의 경우에는 불법/범죄적인 요소가 노출된다고 하기보다는 카지노 관련 언론 보도 내용 및 카지노와 관련한 부정적 영향 등이 제시되고 있어 불법/범죄를 이유로 제외처리하는 것은 적절치 않다고 판단된다. ‘카지노 사이트’는 국내외 합법적으로 운영되는 업장에 대한 소개의 측면에서 노출이 이루어지는 것에 대해 이해할 수 있으나, ‘카지노 앵벌이’는 검색어 자체의 부정적 의미와 함께 검색 결과에 있어서도 아무런 내용이 나타나고 있지 않기에 ‘기타’의 영역에서 처리되는 것이 합당하고 본다.

‘분실폰’과 관련하여 휴대폰을 분실했을 때 이용자들에게 유용한 정보를 제공할 수 있는 검색어(‘분실폰공인인증서폐기’)를 불법/범죄성으로 분류한 경우가 존재한다. 검색어 성격상 불법/범죄관련 이유로 제외하기보다는 검색 결과가 존재하지 않는다는 점을 고려하여 ‘기타’영역에서의 처리가 바람직한 것으로 판단된다.

서버 우회 사이트인 ‘울트라서프’의 경우 불법/범죄성으로 분류하여 제외 처리하였다. 하지만 ‘울트라서프 사용법’, ‘유해 사이트 차단 우회’와 같은 연관검색어는 현재 존재하고 있다. 처리에 있어서의 일관성이 필요하다고 보여

진다.

2) 반사회성

(1) 2013년 상반기 노출 제외 검색어 현황

<표 15> 반사회성 일반 검수 월별 제외건 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

기간	자동완성검색어	연관검색어
2013년 7월	880	277
2013년 8월	502	125
2013년 9월	408	75
2013년 10월	431	242
2013년 11월	134	378
총합	2,355	1,097

(2) 운영기준

반사회성에 적용되는 검색어는 사회의 규범이나 질서를 어지럽히거나 이의에 반하는 경우를 의미한다. 기본적으로 잔혹/혐오성 콘텐츠 관련 검색어는 제외 처리하는데, 자살, 자해, 자학 등과 관련된 용어나 미성년자의 반사회적 행동을 유도하는 검색어, 아울러 ‘바다이야기’와 같이 행정/사법 기관이 요청하는 이슈성 검색어에 대해서도 제외 처리하고 있다.

단, 전반적인 운영에 있어서 표현의 자유를 위축시키지 않도록 주의하며, 개인의 가치관에 따라 상이한 판단을 할 수 있는 검색어는 가능한 한 노출 처리하는 것을 운영에 있어서의 기준으로 마련하고 있다.

(3) 검증

언론에 보도된 실제 있었던 사건 또는 루머일지라도 사회적으로 경각심을 불러일으킬 만한 사안에 대해 불법/범죄성 또는 성인/음란성 또는 반사회성을 이유로 노출 제외하고 있다. 예를 들어 뉴스에서 보도된 내용이라면, 사건 당시 많은 사람들이 관심을 가졌던 검색어인 ‘OOO변사체’는 제외처리되

고 있지만, 사자에 대한 태도에 있어서 반사회적 표현이라고 할 수 있는 ‘OOO잘죽었다’는 자동완성검색어 영역에서 노출이 이루어지고 있다. 또한, ‘장기매매’와 관련하여 ‘건대 장기매매 사건, 목동 초등학교 장기밀매, 조선족 장기매매, 노량진 수산시장 장기매매 사건’ 외 다수 검색어의 경우에는 제외처리가 이루어지고 있지만, 정작 ‘장기매매 알선’은 자동완성검색어에 노출되고 있다.

역사적인 사건의 경우에는 불법 및 범죄적인 요소나 반사회적인 사실이 포함되어 있더라도 노출을 통해 해당 사안에 대한 폭넓은 접근을 가능하게 하는 것이 보다 적절하다고 판단된다. 예를 들어 ‘명성황후 시해’라는 역사적인 사건이 존재했고, 해당 사안에 대해 ‘명성황후 시체’는 ‘마릴린먼로 시체’나 ‘모짜르트 시체’와 같이 현재 제외처리되고 있다. 하지만, 단어에 대한 필터링을 통해 처리되고 있기 때문이라 보여지는데, 이보다 더 반사회성이 높다고 판단되는 ‘명성황후 시간’의 경우에는 자동완성검색어에 노출되고 있어 좀 더 세밀한 차원에서의 검토가 필요하다고 보여진다.

‘임산부튼살혐오’나 ‘임신타살혐짤’ 등 ‘혐’ 또는 ‘혐오’라는 표현이 들어간 검색어가 반사회성의 이유로 제외되고 있는데, 해당 검색어와 관련하여 검색결과가 존재하지 않기에 ‘기타’영역에서의 처리가 적절하다고 판단된다.

자살 관련 사항의 경우, 제외 처리가 이루어지면서 일부 자살과 직접 관련이 없음에도 삭제된 검색어(예) 웃으면서 / 웃으면서 죽는법 , 아름답게 / 아름답게 죽는법, 자살사이트수 등)가 존재하고 있었고, 기존 검증위 자문 사항과 다르게 자살한 연예인과 연예인 이름의 연관검색어(예, 장자연 / 최진실, 박용화 / 이은주 외 다수)를 ‘반사회성’ 으로 분류하고 있는데, 이보다는 명예훼손이나 개인정보 영역으로 노출로 분류하는 것이 적절하다고 판단된다.

3) 욕설/비속어

(1) 2013년 상반기 노출 제외 검색어 현황

<표 16> 욕설/비속어 일반 검수 월별 제외건 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

기간	자동완성검색어	연관검색어
2013년 7월	767	222
2013년 8월	284	229

2013년 9월	242	31
2013년 10월	118	16
2013년 11월	120	31
총합	1,531	529

(2) 운영 기준

욕설은 이용자의 불편을 초래하고 서비스의 질을 저하하는 비속어를 의미하는데, 여기에서 비속어는 저속한 표현이나 이용자로부터 불쾌, 불편 등을 이유로 노출제외 신고가 인입된 검색어라고 할 수 있다. 기본적으로 욕설/비속어는 모두 제외 처리를 하는데, 다만 비속어 해당 여부가 불분명한 경우, 다수의 신고가 있는 등 이용자에게 현저히 불편을 초래하고 있는지를 고려해 처리하며, 네이버에서는 [공인]+비속어와 같이 공인을 대상으로 하는 경우에는 정책/법무 담당자의 검토를 받아 처리하고 있다. 예를 들어 이름+빨갱이에 대해 일반인의 경우는 제외처리하고 있지만, KISO 정책결정 15호를 적용하여 정치인에 대해서는 본인의 요구가 있는 경우에만 제외처리하고 있다.

(3) 검증

이용자들의 검색 활동이 광범위해지면서 과거에는 존재하지 않았던 신조어를 어떻게 볼 것인가에 대한 문제가 지속적으로 제기되고 있다. 예를 들어 ‘쓰레기’에서 파생된 ‘*레기’와 결합된 합성어는 상대에 대한 조소의 의미도 포함하고 있지만, 일종의 언어 유희에 의한 놀이문화적인 성격도 포함하고 있다. 현재는 ‘깰레기s4, 기자레기, 스킨푸레기’ 외 47건이 제외되고 있는 것에서 볼 수 있듯이 욕설/비속어로 처리되어 제외되고 있다. 또한 ‘쓰레기’라는 단어가 그대로 사용되어 인물이 아닌 제품이나 영화 이름, 가상 캐릭터 등을 ‘쓰레기’로 지칭할 경우 욕설/비속어로 분류되어 제외되고 있다(갈리오쓰레기, 무서운이야기2 쓰레기, 한진택배 쓰레기 외 22건). 이와 함께 인터넷 유행어 중 ‘병맛’을 욕설/비속어로 분류하고 있는데, 청소년들에게 유희적 표현으로 일반적인 차원에서 이용되고 있다는 점을 감안(http://h21.hani.co.kr/arti/culture/culture_general/27079.html)하여, 이러한 내용에 대해서는 무조건적인 제외처리보다는 원칙적으로 노출을 허용하

는 것이 타당하며, 노출 제외 처리를 위해서는 조금 더 구체적인 기준을 설정해야 할 것이다.

그리고 아역 연기자의 경우, 유명인이지만 미성년자라는 측면에서 비방글, 악성 댓글로부터 보호받는 것은 당연하다. 하지만 해당 연기자와 관련한 검색어(OOO 안티카페)가 욕설/비속어로 분류되어 있어 이를 명예훼손/개인정보 영역에서의 처리를 통해 다루는 것이 적절하다고 판단된다.

4) 개인정보

(1) 2013년 상반기 노출 제외 검색어 현황

<표 17> 유명인 개인정보 노출 일반 검수 월별 제외건 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

기간	자동완성검색어	연관검색어
2013년 7월	133	82
2013년 8월	160	49
2013년 9월	110	47
2013년 10월	86	326
2013년 11월	69	41
총합	558	545

<표 18> 일반인 개인정보 노출 일반 검수 월별 제외건 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

기간	자동완성검색어	연관검색어
2013년 7월	3,380	3,472
2013년 8월	1,710	803
2013년 9월	3,258	3,717
2013년 10월	1,480	1,489
2013년 11월	1,422	798
총합	11,250	10,279

(2) 운영기준

먼저 유명인 관련 검색어는 살아있는 유명인에 관한 정보로서 개인을 알아볼 수 있는 정보 (해당정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함)가 포함된 것을 의미한다. 여기에서 “유명인”은 정치인을 포함한 공인, 연예인, 방송인, 작가, 운동선수 등 언론/방송매체를 통해 사회적으로 알려진 인물을 총칭하고, 다시 “정무직 공무원 등의 공인 및 그에 준하는 자”(공무원, 국회의원, 서울대 총장, 언론사, 총선 및 대선 입후보자)와 “그 외 정무직공무원 등 공인에 해당하지 않는 연예인/스포츠스타 등 유명인”로 구분하고 있다. 유명인과 일반인의 구분 및 유명인의 세부구분은 1차적으로 네이버 인물정보 제공 여부 및 기재된 내용으로 판단하는데, 검수가이드를 통해 판단이 어려운 경우, 사내 법무책임자에 문의하는 방식을 취하고 있다.

운영 및 처리의 기준을 살펴보면, 판단 대상은 1)개인정보를 직접 포함한 경우 2) 다른 검색어 또는 검색결과와의 결합에 의해 개인정보를 노출할 가능성이 있는 경우도 포함한다. 유명인의 주민번호/신분증/전화번호/주소 등 언론/방송매체 등을 통해 공개되지 않은 지극히 개인적 정보와 관련된 검색어는 노출 제외 처리를 한다(유명인의 인터넷 주소와 관련된 검색어는 노출).

유명인 중 ‘정무직공무원 등 공인에 해당하는 자’가 개인정보 침해로 이유로 검색어 삭제 요청을 하는 경우, 공공의 이익과 관련이 없는 영역에서 개인정보가 침해된 경우 노출제외 처리를 한다. 또, 유명인 중 “그 외 정무직 공무원 등 공인에 해당하지 않는 연예인/스포츠스타 등 유명인”의 개인정보 침해를 이유로 검색어 삭제 요청을 하는 경우에는 1) 그 내용이 공공의 이익 또는 공적 관심사와 관련이 없는 사실을 적시한 경우이거나 2) 3년이상 언론보도 등을 통해 공론화되지 않은 사유 등으로 그와 관련된 일반 이용자의 알 권리보다 특정인의 사생활을 침해하는 정도가 더 크다고 판단되는 경우 노출제외 처리를 하며, 판단을 내리기 어려운 사안의 경우 법무담당자의 검토를 거쳐 노출 여부를 판단하고 있다. 단, 기준에 따라 노출이라 하더라도 당사자의 요청이 있을 경우에는 1) 당사자와 관련없고 제3자가 해당 인물을 유추하기 어려운 경우 노출, 2) 개인정보노출이 명확해 보이는 경우 법무책임자의 검토를 통해 제외 처리될 수 있다. 또한 유명인의 경우, 가족 및 연인 관계나 소속, 출연 프로그램명, 운영하고 있는 업체에 대해서는 제외처리를 하고 있지 않다.

일반인과 관련된 검색어에 있어서 “일반인”은 유명인에 해당되지 않는 모

든 인물을 총칭한다. 기본적으로는 유명인과 같은 기준이지만, 유명인보다 폭넓은 차원에서 개인정보의 보호를 위한 제어가 이루어지고 있다. 예를 들어 개인정보를 담고 있는 인터넷 주소 관련어의 경우 제외처리하고 있고, 단순 실명은 노출 처리 하되, 당사자 요청 시에는 제외를 검토한다. 또한, 사이버 이슈 발생 시 언론 등을 통해 공개되지 않은 일반인의 실명이 이슈 관련 키워드와 결합되어 노출되고 있는 경우, 신상정보 유포 가능성이 있으므로, 당사자 요청의 인입 여부와 별개로 발견 시 제외 여부를 검토하고 있다.

(3) 검증

다음의 다수 예에서 볼 수 있듯이 개인이 아닌 텔레마케팅업체, 고객센터 등 기업의 전화번호를 일반인 개인 정보 보호 유출의 이유로 제외하고 있는 것은 적절치 않은 것으로 판단된다. 아울러 현재의 분류 카테고리에서 적절한 자리매김이 용이하지 않으므로 차후 운영기준 개편시 기타 항목으로의 편입을 고려해 볼 수 있다.

예) 02 7593 0114 어디쥬 : 텔레마케팅 업체 전화번호
02)1599-3602 : 텔레마케팅업체
02 1588 8100 체크카드 : 롯데카드 고객센터 전화번호
02-1599-0274 : 휴대폰 도용방지 업체
02-1544-8308 : 건강체력평가 업체 전화번호
1599-3602 전화번호 : 스팸 전화번호
02-1688-4329 : BC카드 전화번호

또한 ‘명단’과 관련된 검색어는 네이버의 운영기준에 의하면 일반인 개인 정보 노출의 이유로 제외하고 있으나 공개적인 자료의 경우 제외하는 것이 적절한지 논의가 필요하다(2012년사법고시합격자명단, 2013사법고시2차합격자명단, 32회대한민국미술대전구상부문입상자명단, 55회사법시험2차명단).

유명인의 아들이고, 본인 또한 유명인이라고 할 수 있는 사람에 대한 검색어(차노아직업)가 일반인 개인정보를 이유로 삭제되었다.

5) ‘기타’ 사유

(1) 2013년 상반기 노출 제외 검색어 현황

<표 19> 기타 일반 검수 월별 제외건 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

기간	자동완성검색어	연관검색어
2013년 7월	1,130	73
2013년 8월	964	111
2013년 9월	2,608	85
2013년 10월	804	121
2013년 11월	456	366
총합	5,962	756

(2) 운영기준

기타 사유에 의한 처리는 서비스의 질을 저하시키고 현저하게 이용자의 불편을 초래하는 검색어를 대상으로 한다. 구체적인 세부 기준을 살펴보면, 검색결과가 없는 검색어, 웹 페이지 URL 형태의 검색어, 성인음란 또는 불법 다운로드 사이트로 이동하는 낚시성 검색어, 상업적인 용도 및 이에 준하는 그 밖의 사유로 비정상적인 절차에 의해 생성되는 검색어 등을 처리하고 있다.

(3) 검증

특이사항 없음.

6) 성인/음란

(1) 2013년 상반기 노출 제외 검색어 현황

<표 20> 성인/음란 일반 검수 월별 제외건 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

기간	자동완성검색어	연관검색어
2013년 7월	30,060	4,292
2013년 8월	24,827	2,161
2013년 9월	15,436	7,224

2013년 10월	7,272	712
2013년 11월	5,407	1,474
총합	83,002	15,863

(2) 운영기준

성인/음란성 검색어는 19세 미만 청소년 또는 성인들에게 유해한 용어, 사이트명, 유해한 검색결과를 유도하는 검색어를 의미한다. 단, 성인성의 의미는 19세 미만 청소년에게 유해한 성인정보가 포함된 검색어이고, 음란성의 의미는 19세 미만 청소년 뿐만 아니라 성인에게도 유해한 음란정보가 포함된 검색어이다. 여기에는 성인음란성 정보 및 콘텐츠와 결합한 검색어, 특정한 신체부위 및 ‘성인’이나 ‘19금’ 등 청소년 유해 정보와 결합된 검색어, 성기 및 성기, 성행위를 은유하는 단어가 포함된 검색어, 성인음란성 사이트와 결합된 검색어 등을 포함하고 기본적으로 제외처리하고 있다. 이와 함께 유흥업소 등 미성년자 출입금지 업소 결합 검색어와 여성 비하 관련 검색어 및 연예인 성행위 동영상 유포 등의 사회적 이슈 발생시 관련 검색어를 제외 처리하고 있다.

다만, 성인 콘텐츠 제목 및 (영화)출연자 이름은 노출 처리하고 있고, 검수가이드를 통해 판단이 어려운 경우, 청소년보호책임자에게 문의해 처리하며, 영상물/출판물 등급 기준으로 19세 이상 등급인 콘텐츠가 과도하게 제외 처리되지 않도록 하지만, 성인 음란성 검색의도가 존재하는 오타성 검색어는 제외 처리하고 있다.

(3) 검증

기본적으로 성인/음란 영역에서는 키워드별 필터링에 의한 처리가 많이 이루어지고 있는 것으로 판단된다. 예를 들어 성인성 검색어라고 할 수 있는 ‘19’나 ‘피임’ ‘관계’등이 그에 해당한다. 키워드별 필터링에 의한 처리가 관련 검색어의 노출을 기계적으로 제어할 수 있다는 점에서 충분한 의의가 있지만, 개별 검색어의 경우 성인/음란성 요소가 없거나 정보 제공의 의미가 더 큰 검색어임에도 성인/음란성으로 분류되어 제외처리가 되고 있는 경우가 발생한다. 예를 들어, ‘배란기 피임약 관계’, ‘부부관계의 중요성’과 같은 연관검색어가 제외처리되고 있다.

이와 함께 검색어 자체나 검색 결과에 있어서도 성인/음란성의 요소를 찾

기 힘든 검색어도 제어처리가 되고 있다. ‘컴퓨터타이니팜버그’, ‘도라에몽 친구와이슬이 중학교때 모습’ 등이 현재 제외처리된 상황이다.

또한 운영 기준에도 나타나있듯 성인/음란성 검색의도가 존재하는 오타성 검색어(아이유노출, 아이유노춤, 에로영향, 여자옷벗슬대, 여자옷벗슨모습, 연예인 노출, 연예인노춤, 현아노풀 외 다수)에 대해 ‘오타’를 기준으로 제외처리가 이루어지고 있어 카테고리 적용에 있어서의 일관성이 보다 필요하다고 판단된다.

7) 저작권침해

(1) 2013년 상반기 노출 제외 검색어 현황

<표 21> 저작권침해 일반 검수 월별 제외건 통계

기간 : 2013년 7월 1일 ~ 2013년 11월 31일

기간	자동완성검색어	연관검색어
2013년 7월	16,697	12,036
2013년 8월	15,261	4,902
2013년 9월	10,465	3,830
2013년 10월	6,684	2,241
2013년 11월	5,155	4,075
총합	54,262	27,084

(2) 운영기준

저작권을 직접적으로 침해하거나 저작권을 침해할 수 있는 검색결과를 유도하는 검색어를 의미하는 것으로, 방송, 영화, 음악, 게임의 저작물을 다운 또는 다운을 유도하거나 저작자의 권한을 침해하는 검색어에 대해서 제외 처리한다. 단, 단순히 다운로드 의도나 저작권의 침해요소가 있다고 제외하지 않으며 검색결과를 확인하고 처리하는 것을 원칙으로 한다.

특히 저작물의 유형과 상관없이 당사자의 요청이 있을 경우에는 법무 책임자의 검토 후 제외 처리한다. 관련 내용의 특성, 즉 게임이나 프로그램에 관련한 어려운 용어가 많으므로 가능한한 해당 분야에 대한 이해가 높은 검수자가 행하는 것을 권장하며 의미를 모르는 키워드일 경우, 검색결과를 확

인하고 처리하도록 운영기준을 적용하고 있다.

(3) 검증

저작물의 권리침해에 대한 제어는 비교적 명확한 기준을 통해 이루어지고 있지만, 게임과 관련한 영역에서 과잉제어로 판단되는 몇 가지 사례들이 나타났다. 예를 들어 오프라인과 온라인상에서 게임할 때 사용하는 메모리에디터 등 치팅 프로그램 관련 검색어(sangin엔진, 라쿤엔진1.0, 카스 엔진쓰는 법 외 206건, 스타맵핵 1.62 등 7건)를 저작권 위배로 제외하고 있다. 버그 / 핵과는 달리 치트키는 게임사가 미리 마련해 둔 (특정한 문자를 치는 등의 방식으로) 것임에도 저작권 침해로 삭제하고 있는데, 이와 관련된 사례는 ‘gta4 / gta4 치트키, 치트키 / 문명5 치트키’ 등이다. 또한 저작권 침해 요소가 없으나 발음 또는 내용이 비슷한 경우로 제외 처리되고 있는 경우도 나타나고 있다[(몬길 버그 같은 팁(버그가 아닌 버그 ‘같은’ 팁), 트렌드 코리아 2014(토렌트와 트렌드와 발음이 유사함), 프린세스메이커4 nds(단순히 nds용 게임 타이틀))].

아울러 공개된 소프트웨어를 (FOSS) 저작권 위반으로 삭제한 경우도 발견되었다(구글플레이 - 구글 플레이 apk).

8) 오타

(1) 운영기준

오타 관련 검색어는 컴퓨터 자판 입력 시 발생하는 오입력한 검색어를 의미하는 것으로, 기본적인 자판 오입력 뿐만 아니라 인코딩이 깨져 유입된 글자깨짐이나 일부가 누락되어 단어가 성립되지 않는 검색어 등을 포함한다.

이와 함께 단어의 형태나 맞춤법이 사전적으로 정확하지 않지만, 사회 현상, TV 드라마, 영화, 인터넷 용어 등을 통해 많은 사람들에게 새롭게 회자되는 유행어나 신조어, 줄임말에 대해서는 노출처리하고 있고, 사용자의 흥미를 유발시키기 위해 호기심을 자극하거나 특별한 의미가 없는 일반적인 장난관련 검색어에 대해서도 노출처리 하고 있다.

(2) 검증

현재 외래어 표기 관련하여 상표명과 표준어가 다를 경우 오타로 분류('미장센changeyourhair' '미장센헤어체인지프로젝트')하고 있는데 이에 대한 검토가 필요하다고 보여진다. 그리고 일반적으로는 '아울렛'으로 표기되고 있지만 국어연구원에 의해 바른 한글 표현으로 공인된 '아웃렛'이 오타로 제외되고 있다(부여 아울렛, 장유 아울렛).

앞서 성인/음란성 영역에서도 언급한 바 있지만, 오타지만 성인음란성이 명백함에도 오타로 분류한 경우(sm카페, 미국연예인노출, 방송중 실제 성관)도 발견되었다. 아울러 오타로 분류한 이유 및 제외처리 이유가 불분명한 검색어('컴퓨터포맷하는법')도 존재하였다.

9) 전반적인 평가 및 개선 관련 사항

이제까지의 세부 카테고리 및 기준별 자체판단 검색 제외어에 대해 검토한 결과, 전반적으로는 운영기준에 맞춰 적절한 처리가 이루어지고 있는 것으로 보여진다. 1, 2차 검증 작업 이후 운영기준의 보완 및 처리 절차의 합리화를 통해 관련 카테고리 전반에 걸쳐 많은 개선이 이루어진 것으로 판단된다. 특히 사전 제외어와 일반 제외어에 대한 재검수를 통해 제외 해제와 유지에 대한 정제 작업을 주기적으로 실시하여 제어 리스트의 관리 및 운영을 위해 지속적으로 노력하고 있는 부분은 매우 긍정적으로 평가할 수 있는 사항이다.

네이버가 검색을 기본으로 하는 포털 서비스라는 점과 함께 수많은 이용자들이 하루에도 엄청난 양의 검색어를 생산한다는 점에서 불가피한 측면이 존재하는 것도 사실이지만, 앞에서의 내용을 통해 나타난 것처럼 다음의 두 가지 차원에 있어서의 보완과 지속적 노력은 앞으로도 계속되어야 할 것으로 판단된다.

먼저 기계적 처리와 관련된 과잉제어의 문제이다. 현재 카테고리별로 사전제외어가 마련되어 특정한 검색어의 유입을 통한 연관/자동완성검색어의 생성시 제어처리가 이루어지고 있다. 이는 해당 키워드와 관련된 검색어를 연관/자동완성검색어의 영역에서 원천적으로 차단할 수 있다는 장점이 있지만, 해당 키워드가 내포하고 있는 내용적, 그리고 질적인 측면에 대한 판단을 제거함으로써 이용자들의 편의를 감소시키는 결과도 아울러 초래하게 된다.

이와 함께 사전제외어로 설정되어 있지 않은 검색어에 대해서는 운영팀의 판단에 기초한 제외처리가 이루어지고 있는데, 이 때에는 제외 여부의 적절

정보보다도 제외가 이루어지는 이유, 즉 카테고리의 부적절한 적용이 보다 문제라고 보여진다. 제외가 이루어져 노출이 되지 않기 때문에 해당 검색어로 인한 이용자 및 사회적 피해는 나타나지 않겠지만, 일관성없는 카테고리의 적용과 처리는 자칫 서비스 운영에 있어서의 신뢰저하로 연결될 수 있다는 점에서 원칙 적용과 분류의 일관성은 지속적으로 제고되어야 할 사안이라 할 것이다.

VI. 1차, 2차 검증보고서 개선제안의 내용과 이행

1. 운영정책 개선 제안에 대한 이행보고서 점검

1) 실시간급상승검색어의 경우

(1) 1차 검증보고서에서 검증위원회는 개인정보 검색어의 정의를 정보통신망법이나 개인정보보호법에 부합하게 정의할 필요가 있다는 권고를 한 바 있다. 이에 대하여 네이버는 2013년 2월 26일 실시간급상승검색어 운영가이드를 개정하여 이를 반영하였다.

또한, 검증위원회는 결합가능성과 관련하여 불명확한 내용을 명확하게 규정할 것을 권고하였으며, 네이버는 검증위원회의 권고를 수용하여 규정에 반영하였다. 검증위원회는 결합가능성을 해당 검색어와 결합 대상을 i) 해당 검색어 검색결과, ii) 다른 검색어, iii) 다른 검색어 검색결과 세 가지를 예상하였으나, 네이버는 검증위원회의 의견에 대하여 i) 해당 검색어 검색결과, ii) 다른 검색어 두 가지만 반영하였다.

네이버에 따르면, iii) 다른 검색어 검색결과는 실시간급상승검색어+결합 대상이라는 점을 고려할 때 실시간급상승검색어와 관련이 없는 다른 검색어 검색결과는 결합가능성이 높지 않은 것으로 보고 있다.

다른 검색어 검색결과와의 결합가능성을 고려하는 경우 실시간급상승검색어를 노출 제외하는 범위가 확장되는 측면이 있어 네이버의 의견도 일응 타당성이 있다고 보여진다.

(2) 검증위원회는 [OOO 아들] 등과 같이 명예훼손이나 사생활 침해 가능성이 있는 검색어의 경우 단순히 개인정보에 한정해 취급하지 않도록 권고하였고, 이에 네이버는 개정된 실시간급상승검색어 운영가이드에서 검색결과에 따라 명예훼손, 음란성이나 성인 검색어에 해당될 수 있는 경우 해당 기준에 따른 추가 검토가 필요하다는 내용을 신설하였다.

(3) 검증위원회는 명예훼손성 검색어에 대한 검수기준에 검수절차 개선 및 법무책임자 등의 참여 여부 등을 보완할 필요가 있다고 권고하였고, 이에 네이버는 개정된 실시간급상승검색어 운영가이드에서 서비스 담당자의 보고 및 팀장 확인에 따라 법무실 담당자에게 전달하고 법무담당 보고를 거쳐 법무책임자가 의견을 내고 서비스책임자, 정책책임자가 합의해 최종 노출 제어

(법무책임자는 법조인이 포함됨을 원칙으로 함)하는 내용을 반영하였다.

(4) 1차 검증보고서에서 검증위원회는 명예훼손에 있어 명예훼손성/루머성 검색어와 사생활 폭로관련 추측성 이니셜조합어는 루머성/폭로성/비방성 검색어로 통합을 권고하였고, 네이버는 개정된 실시간급상승검색어 운영가이드에서 사생활 폭로 관련 추측성 이니셜 조합어를 루머성/폭로성/비방성으로 통합하여 권고사항을 이행하였다.

(5) 성인/음란성

1차 검증보고서에서 검증위원회는 성인과 음란은 다른 개념으로 성인성 검색어의 경우 과잉제어의 우려가 있어 구분할 것을 권고하였고, 네이버도 ‘음란성’이 없는 성인성 검색어의 경우 노출 제외를 할 계획이 없어 ‘음란성’으로 한정하였고, 중분류인 ‘성인성 검색어’를 삭제하고 각 유형을 음란성 유형으로 통일하여 이를 반영하기로 하였다.

2013년 2월 26일 개정된 실시간급상승 검색어 운영가이드에 따르면, 2.3 성인·음란성의 구체적인 유형별 처리 기준에서는 성인성 검색어를 삭제하고 음란성 유형으로 통일하고 있음을 확인할 수 있다.

(6) 1차 검증보고서에서 검증위원회는 불법·범죄성과 혐오성은 성질이 달라 분리하여야 한다는 의견을 제시하였고, 욕설/비속어는 반사회성 검색어에 포함시키고 반사회성 검색어를 서비스 품질을 저해하는 검색어 유형에 포함시킬 것을 권고한 바 있다.

이에 대하여 네이버는 혐오성을 반사회성에 포함시켜 서비스 품질 저해 유형으로 이동하고, 욕설/비속어도 동일하게 반사회성에 포함시켜 서비스 품질 저해 유형으로 변경했다고 검증위원회에 보고하였다.

그러나 2013년 2월 26일 개정된 실시간급상승검색어 운영가이드에 따르면, 불법·범죄성·혐오성의 경우 불법성으로 변경하였으나, 유형별 처리 방식에서는 (1) 불법성 검색어, (2) 범죄 관련 검색어, (3) 반사회성 검색어로 분류하여 반사회성 검색어가 여전히 불법성에 포함되어 있고, 서비스 품질 저해의 경우에도 유형별 처리 방식에서 (1) 반사회성 검색어를 그대로 유지함으로써, 반사회성 검색어가 불법성과 서비스 품질 저해 유형에 모두 포함되는 결과가 되었다. 불법성 부분에 포함되어 있는 반사회성 검색어는 삭제하고 서비스 품질 저해의 반사회성으로 통합시킬 필요가 있다.

(7) 법령에 따른 요청을 법무책임자가 판단하여 처리하는 것에 대하여 의문을 제기한 1차 검증보고서에 대하여, 네이버는 법령 및 행정·사법 기관의 요청이 있을 경우 해당 검색어를 제외처리 하는 것으로 하되, 네이버 내부 의사 결정에 따라 네이버 담당자가 기준 적용범위를 지정하여 지시한다고 하고 있다.

원칙적으로 법령 및 행정·사법 기관의 요청이 있을 경우 이를 반영하되, 예외적으로 기관 요청의 범위가 모호한 경우 네이버가 내부 의사결정에 따라 적용범위를 지정하는 것을 의미하므로 이러한 내용이 명확하게 기술되어야 할 필요가 있다. 현재의 문구만으로는 이러한 내용이 충실히 반영되었다고 보기는 어려울 것 같다. 추후 명확한 기술이 필요하다. 그리고 사명도 NHN에서 네이버로 변경되었으므로 운영가이드에서 사명을 네이버로 통일해야 할 것이다.

(8) 검증위원회는 1차보고서에서 상업적/조작 목적을 분리하고, 상업적 검색어는 상품명/서비스명/기업명과 쇼핑물/사이트명 검색어로 분류하고 조작 목적 검색어에는 어뷰징성 검색어 등이 포함할 것을 권고한 바 있다. 권고내용대로 위치를 변경한 것으로 보고한 바 있다.

개정된 실시간급상승검색어 운영가이드에 따르면, 상업적 검색어에 상품명/서비스명/사이트명 검색어, 어뷰징성 검색어, 연예인 쇼핑물 검색어로 유형을 분류하고 있다. 어뷰징성 검색어가 상업적 검색어에 포함되어 있는데, 어뷰징성 검색어는 일반적인 상업적 검색어와 구분되므로 별도로 (1) 상업적 검색어 (2) 어뷰징성 검색어 또는 조작적 검색어로 구분하는 것이 필요하다.

2) 연관/자동완성검색어의 경우

(1) 준성인성

1차 보고서에서 검증위원회는 준성인성은 성인성에 포섭가능하므로 별도로 구분할 필요가 없다는 의견을 제시하였고, 네이버는 이에 대하여 준성인성이라는 유형을 성인성 유형에 포함시켜 운영가이드를 개정하였다고 보고하였고, 개정된 자동완성/연관검색어 운영가이드(2013. 12. 26자)에 따르면, 준성인성 검색어가 삭제되고 성인성 검색어에 포함된 것을 확인할 수 있다.

(2) 유명한 개인정보 정의

1차 보고서에서 검증위원회는 유명인 개인정보의 정의에서 결합가능성과 관련된 내용이 포함될 것을 권고하였고, 이에 대하여 네이버는 개정된 자동완성/연관검색어 운영가이드(2013. 12. 26자)에서 결합가능성 관련 내용을 개인정보 정의에 반영하였다.

(3) 검증위원회는 1차 검증보고서에서 일반인과 유명인의 개인정보 검색어 개념은 동일하게 정의하되, 일반인과 유명인의 개념과 범위만 다르게 규정하는 것이 적절하다는 의견을 제시한 바 있다. 이에 대하여 네이버는 개정된 자동완성/연관검색어 운영가이드(2013. 12. 26자)에서 개인정보의 정의를 “살아있는 일반인에 관한 정보로서 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함)가 포함된 검색어를 의미한다”고 정의하여 이를 반영하고 있음을 확인할 수 있다.

(4) 검증위원회는 1차 검증보고서에서 유명인과 일반인의 구분은 처리기준에 관한 내용이므로 주의사항에서 기본처리방식에 위치하는 것이 타당하다고 제안한 바 있는데, 네이버는 개정된 자동완성/연관검색어 운영가이드(2013. 12. 26자)에서 이를 반영하여 2.2.2. 기본처리방식에서 이를 규정하고 있다.

1차 보고서에서 검증위원회는 유명인의 신분증, 전화번호, 주소와 관련된 검색어 외에 모두 노출 처리하는 것은 노출범위가 너무 광범위하고, 또 이 경우 해당 검색어와의 결합에 의해 개인정보가 노출된 경우도 제외 처리하는 것인지 명확한 기준이 필요하다고 의견을 제시한 바 있다. 이에 대하여 네이버는 개정된 운영가이드에서 판단 대상을 1) 개인정보를 직접 포함한 경우 2) 다른 검색어 또는 검색결과와의 결합에 의해 개인정보를 노출할 가능성이 있는 경우도 포함하고, 유명인의 주민번호/신분증/전화번호/주소 등 언론/방송매체 등을 통해 공개되지 않은 지극히 개인적 정보와 관련된 검색어는 노출 제외 처리를 하는 것으로 하였다.

한편, 유명인의 개인정보와 관련하여 KISO 정책결정을 반영하여 유명인 중 ‘정무직 공무원 등 공인에 해당하는 자’ 및 ‘그 외 정무직 공무원 등 공인에 해당하지 않는 연예인/스포츠 스타 등 유명인’가 권리침해를 이유로 검색어 삭제를 요청을 하는 경우 등에 관한 구체적 기준을 운영가이드에 신설하였다.

(5) 검증위원회는 1차 검증보고서에서 유명인의 신상정보와 같은 민감정보의 경우 개인정보보호법이나 정보통신망법의 취지에 따라 민감정보는 원칙적 제외, 예외적 노출이 타당하다고 권고한 바 있다. 이에 대하여 네이버는 민감정보를 엄격하게 관리하라는 내용은 있으나, 유명인에게 적용하기에는 현실적 어려움이 있어 언론/방송/본인 SNS 등을 통해 공개되지 않은 민감정보만 노출 제외 처리하도록 하고 있다. 민감정보가 공개된 경우에는 [노출]처리로 되어 있어 일부만 반영하고 있다.

네이버의 운영가이드 개정 사항도 여전히 원칙적 노출, 예외적 제외라는 처리 기준으로 보여져 개인정보보호법이나 정보통신망법상 민감정보의 원칙적 제외, 예외적 노출이라는 법의 취지에는 반하는 것으로 보인다.

(6) 네이버의 개정 전 자동완성/연관검색어 운영정책에서는 유명인 개인정보의 주의사항으로 “당사자 요청시 검색어 자체로 개인정보 노출이 명확한 경우에 한정해 법무책임자 검토 후 제외처리를 한다”고 규정하고 있고, 일반인 개인정보의 주의사항으로 “당사자 요청 시 당사자와 관련이 없고 제3자가 해당 일반인을 유추하기 어려운 경우에는 노출 처리한다”고 규정하고 있다. 검증위원회는 1차 검증보고서에서 이러한 유명인과 일반인의 개인정보 처리에 대한 주의사항이 실제로는 유명인과 일반인에게 동일하게 적용되는 사항이므로 이를 통일적으로 규율하기를 권고하였다.

이에 대하여 네이버는 새로운 자동완성/연관검색어 운영가이드에서 유명인과 일반인의 개인정보에 대한 기본처리방식으로 동일하게 당사자의 요청이 있을 경우, 임시조치 후, 제외유지 여부를 내부 검토한 후 노출/제외 처리하도록 한 점 및 1) 당사자와 관련 없고 제3자가 해당 인물을 유추하기 어려운 경우 노출, 2) 개인정보노출이 명확해 보이는 경우 법무담당자의 검토를 통해 제외 처리될 수 있다는 점(검색결과만 해당되면 게시중단 요청 서비스를 안내함)을 반영하고 있다.

(7) 검증위원회는 1차 검증보고서에서 유명인 및 단체의 명예훼손에 대한 기본 처리방식으로 과거의 위임장 및 위임 여부 확인으로 위임장을 생략할 수 있다는 것에 대하여 새로운 사건에는 새로운 위임장이 필요하고, 당사자와 인격이 다른 제3자를 당사자로 보는 것은 법리적으로 받아들이기 어렵고, 당사자와 대리인은 구별해야 하며, 대리인은 위임장을 첨부해야 함을 권고한 바 있다.

이에 대하여 네이버는 검색어 이슈와 직접적으로 관련이 있는 당사자 본인이나 본인의 위임을 받은 자(대리인 위임장 첨부)로부터 제외 요청이 인입되는 경우, 검색어 제외 여부를 검토한다. 당사자 직접 요청보다 위임자를 통한 요청 빈도가 높은 경우 최근 처리 내역을 통해 기존 위임장이나 위임여부의 확인이 가능하다면 증명서류(위임장)의 첨부를 생략할 수 있다고 개정하였다.

그러나 개정된 자동완성/연관검색어 운영가이드는 여전히 위임장 첨부를 생략하는 것에 대한 근거가 미약해 보인다. 원칙적으로 당사자 본인이나 본인의 위임을 받은 자(위임장 첨부)만이 검색어 제외 요청을 할 수 있다. 다만, 예외적으로 위임장 첨부하지 않고 대리인이 제외 요청을 하더라도 검색어를 제외할 수 있는 경우가 있다. 그 경우란 최초 위임장을 첨부한 대리인에 의한 검색어 제외 요청이 있고, 그 이후에 대리인에 의한 검색어 제외 요청이 최초 요청과 시간적으로 근접하고, 그 요청 빈도가 높은 경우에 한해 예외적으로 위임장의 첨부없이 허용될 수 있다. 단순히 당사자가 직접 요청하는 것보다 위임자(대리인)에 의한 요청 빈도가 높다고 위임장을 생략하는 것은 타당하지 않다.

3) 반영되지 않은 경우 타당성 검토

(1) 실시간급상승검색어

가. 검증위원회가 검수기준에서 개인정보 포함 /개인정보 노출가능성이 있는 경우로 되어 있으나 실제 유형별 처리 방식에는 개인정보가 포함된 경우만 있어 개선이 필요하다고 권고하였으나, 이에 대하여 네이버는 각 유형에서는 개인정보 포함 외 개인정보라 보기 어려우나 검색결과 등을 통해 확인 가능한 경우 등이 반영되어 있어 따로 구분하지 않고 있다고 회신하였다. 다만, 향후 유형이 쌓일 경우에 세부 분류가 가능하다는 의견이다.

검증위원회의 권고 취지는 개인정보 검색어의 유형이 검색어 자체에 개인정보가 노출된 경우와 해당 검색어와 결합에 의한 개인정보 노출가능성이 있는 경우를 구분하고 개인정보 노출가능성만으로 검색어를 제외 처리하는 경우 과잉제외의 우려가 있기 때문에 개인정보 노출가능성이 있는 경우의 유형을 명확히 하고 제한적으로 운영하는 것이 적절하다고 본 것이다.

다만, 네이버가 회신한 바와 같이 개인정보가 노출된 경우와 노출가능성이 있는 경우를 구분하지는 않았지만 검색결과 등을 통해 개인정보 노출가

능성을 확인하고 검색어를 제외 처리하는 경우 과잉제외의 우려는 없어 보이고, 향후 사례가 축적되면 개인정보 노출가능성의 유형을 명확히 하겠다는 의미여서 현실적인 사정을 반영한 것으로 보여 진다.

나. 검증위원회는 검증보고서에서 언론보도 되지 않은 명예훼손성/루머성 이슈 검색어와 언론보도 된 명예훼손성/루머성 검색어로 유형을 분류하기를 권고하였는데, 네이버는 언론보도 된 명예훼손성/루머성 검색어는 노출을 원칙으로 하고 있어 구분의 실익이 없어 권고 사항을 반영하지 않았다.

개정되기 전 실시간급상승검색어 세부 운영정책에서는 유형별 처리방식에서 언론보도 되지 않은 명예훼손성/루머성 이슈 검색어와 언론보도 된 명예훼손성/루머성 검색어로 분류하고 있었는데, 개정된 실시간급상승검색어 운영가이드에서는 언론보도 되지 않은 연예인/공인 사이의 루머성 검색어에 언론보도 된 명예훼손성/루머성 검색어를 통합하고 있다.

명예훼손성 검색어의 경우 언론에 보도되지 않은 경우는 원칙적으로 노출 제외, 예외적으로 노출하고, 언론에 보도된 경우는 원칙적으로 노출, 예외적으로 피해자의 요청에 의해 노출 제외하는 것처럼 언론 보도 여부에 따라 노출 및 노출 제외 처리의 기준이 다른 경우를 구분할 수 있지만, 언론보도 된 명예훼손성/루머성 검색어는 노출을 기본으로 하고 있어 구분의 실익이 없다는 네이버 의견도 일응 타당하다.

다. 검증위원회는 불법·범죄성의 유형을 다양하게 할 것을 권고하였는데, 네이버는 향후 유형 등을 고려하여 추가 반영할 예정이라고 하고 있다. 네이버의 이 같은 결정은 현재의 상황을 고려한 것으로 보이고 향후 많은 사례가 축적되어 유형화가 이루어지기를 기대한다.

다만, 검증위원회의 권고의 취지는 불법·범죄성의 유형이 불법적인 검색어, 범죄 관련 검색어, 혐오성 검색어의 세 가지 분류 중 혐오성 검색어는 불법·범죄성과 관련이 적고 불법은 범죄를 포함하는 개념이어서 불법적인 검색어와 범죄 관련 검색어로 구분하는 것은 부적절하다는 의미이다. 따라서 불법·범죄를 조장·의도하는 정보, 불법·범죄를 미화하는 정보, 불법·범죄의 방법을 제공하는 정보, 보호해야 할 법익을 구체적으로 침해하는 정보 등으로 구분하는 것도 하나의 방법이다.

(2) 자동완성/연관검색어

가. 검증위원회는 1차 보고서에서 성인·음란성으로 유형화된 성인·음란성 정보 및 콘텐츠, 성인·음란사이트의 경우 성인성 검색어를 음란성 검색어로 처리하는 경우 과잉처리의 문제가, 음란성 검색어를 성인성 검색어로 처리하는 경우 과소처리의 문제가 발생하므로 성인성 검색어와 음란성 검색어를 세부적으로 구분할 것을 권고하였다. 이에 대하여 네이버는 당사가 판별하는 예시 키워드는 대부분 ‘음란성’을 포함하고 있어 성인·음란성 검색어를 각각 명확히 구분하기 어려운 측면이 있고 현재 이와 관련 사회적으로 합의된 가이드도 없는 상황이라 개별적 사안별로 판단이 필요해 검증위원회의 권고를 수용하지 않았다.

그러나 ‘성인·음란성’ 기준 적용 시 주의 사항에서 “운영가이드를 통해 판단이 어려운 경우 청소년보호책임자에게 문의해 처리한다. 영상물/출판물 등급 기준으로 19세 이상 등급인 콘텐츠가 과도하게 제외 처리되지 않도록 한다. 오타성 검색어이나 성인·음란성 검색의도가 존재하는 검색어는 제외 처리한다”고 규정하고 있다. 위 주의사항에 따르면, 검증위원회가 성인성과 음란성을 구분할 것을 권고하게 된 이유인 과잉제외가 이루어지지 않도록 하고 있어 실질적으로 검증위원회의 권고 취지를 반영한 것으로 판단된다.

2. 실시간급상승검색어 내부절차 이행여부

1) 1차 검증보고서 권고에 대한 반영 사항

네이버는 검수부터 노출까지의 시간을 10분으로 한다는 점, 권리침해를 이유로 노출제외할 때 3인 이상의 책임자급(서비스책임자, 정책책임자, 법무책임자) 판단에 따르도록 한다는 점, 노출 제외된 검색어에 대해서는 같은 책임자급이 매달 조치의 적정을 사후 검증한다는 내용을 반영하였다.

2) 검증위원회의 현장 확인

(1) 검수부터 노출까지의 시간

실시간급상승검색어 노출제외절차에 1차 검증보고서 제안에 대한 이행 여부를 확인하기 위해 2013년 11월 7일 네이버 본사를 방문하였다. 실사 결과 네이버는 검수에서 노출까지 시간을 과거 5분 단위에서 10분 단위로 연

장하여 운영하고 있었다.

구체적으로 살펴보면, 실시간급상승검색어 검수는 A, B 두 파트로 나누어서 진행되며, A파트는 최초 검수를 수행하는 파트로서, 10분전 데이터를 위주로 검토하고, B파트는 A파트의 결과를 검수하며, 최종 서비스에 적용하기 전 데이터를 주로 검수한다.

A파트 담당자들이 10분전 순위를 중심으로 검색어가 올라온 이유를 확인하고, 그 절차는 최초로 네이버 검색결과 확인, 이후 SNS, 방송, 라디오, 인터넷TV(아프리카 TV등) 그 외 외부 사이트 검색 등을 통해 확인하고 있다. B파트의 경우 동일한 방법으로 A파트에서 제외한 단어의 적절성을 30초, 15초 전 순위를 중심으로 확인 검수하며, A파트가 제외한 단어를 살펴보고 해당 사안을 판단한다. B파트에서도 처리 방법이 불분명할 경우 부서장과 직접 전화통화를 통해 해당 사안을 최종 결정한다.

(2) 노출 제외 시 3인 이상의 책임자급이 판단하는지 여부

검증위원회는 1차 검증보고서에서 권리침해를 이유로 검색어를 노출 제외할 때 3인 이상의 책임자급이 판단할 것을 권고한 바 있다.

네이버는 실시간급상승검색어 운영가이드의 서비스 개요에서 “정치·사회적인 문제와 관련된 검색어가 명예훼손과 사생활 침해로 노출제외 결정이 필요한 경우에는 3인 이상 책임자급이 합의하여 처리한다. 단, 연예인 관련 검색어로 긴급한 처리 필요성이 있는 경우 상기 절차를 생략(서비스책임자의 선판단 조치)할 수 있다”고 규정하여 검증위원회의 권고를 반영하였다.

1차 검증위원회는 모든 권리침해를 이유로 제외되는 검색어를 책임자급 3인이 판단하도록 권고하였는데, 네이버는 실시간급상승검색어 운영가이드에서는 원칙적으로 권리침해 관련 검색어 제외 시 3인의 책임자급이 합의하여 처리하고, 예외적으로 긴급한 경우 서비스책임자가 처리한 후 3인 합의를 거치고 있다. 긴급한 경우 예외적으로 서비스책임자에게 처리 권한을 부여한 것은 검증위원회의 권고의 취지를 크게 훼손한 것은 아니라고 보여 진다.

한편, 자동완성/연관검색어의 경우에는 유명인 및 단체에 대한 명예훼손성 검색어는 임의적으로 해석 또는 판단하지 않고, 모두 노출 처리하는 것이 기본이며, 특히 KISO에서 정한 공인인 경우 반드시 당사자 요청 없이 임의 처리되는 경우가 없도록 유의한다. 당사자의 제외 요청 시 공인에 한해 반드시 정책 및 법무 책임자의 사전 검토를 통해 제외 여부를 결정하며, 그 외 일반인 혹은 유명인에 해당하는 경우 임시조치 후, 사후에 제외 유지 여부를 검

토한다고 규정하고 있다.

이는 실시간급상승검색어와 자동완성/연관검색어의 서비스 특성과 검색어를 제외 처리를 담당하는 부서의 현실상 권리침해 관련 모든 검색어 제외 처리 시 운영·정책·법무책임자 3자가 판단하는 것이 현실적으로 곤란하다는 점이 반영된 것으로 보인다.

(3) 노출 제외된 검색어에 대한 책임자급의 사후 검증 여부

검증위원회는 1차 검증보고서에서 노출 제외된 검색어에 대해서는 같은 책임자급이 매달 조치의 적정성을 사후 검증할 것을 권고한 바 있다.

이에 대하여 네이버는 실시간급상승검색어 운영가이드의 실시간급상승검색어 사후검증에서 노출 제외된 검색어에 대해서는 3인 이상 책임자급이 매달 조치의 적정성에 대한 사후 검증을 하고 개선필요사항에 대해서는 검수가이드에 이를 반영하도록 하고 있다.

그러나 자동완성/연관검색어 운영가이드에서는 노출 제외된 검색어에 대한 책임자급의 사후검증에 대하여 규정이 없다. 자동완성/연관검색어의 경우 노출 제외된 검색어 분량이 많아 사실상 사후검증이 곤란한 것으로 보인다. 다만, 사후검증에 대하여 권리침해 관련 검색어나 당사자 요청에 의한 경우로 제한을 하더라도 일정 부분 자동완성/연관검색어 운영가이드에도 반영될 필요가 있다.

3. 권리침해사유의 신고 처리 원칙의 범위

1) 검증위원회의 권고 사항

검증위원회는 [유명인+ 부정적 단어/성폭행/강간 등 범죄관련 단어] 검색어의 경우 권리침해자의 신고 없이 ‘불법·범죄성’을 이유로 노출 제외하지 않고 권리침해자의 신고에 의하여 ‘명예훼손’을 근거로 제외 처리하여야 할 것을 권고하였다.

이에 대하여 네이버는 1차 검증위원회의 권고에 따라 [성폭행/성상납/성매매/성접대/성추행/강간/간음] 등 성(性)과 관련된 행위/범죄명을 직접적으로 노출하고 있는 검색어를 불법·범죄성 검색어에서 유명인 및 단체 명예훼손으로 이동하였다. 한편, 2차 검증위원회는 범죄성 단어와 결합된 유명인 관련 검색어에 대한 제외 처리의 기준을 추가로 설정하기로 한 바 있다.

2) [이름+ 표현]의 분류 유형

2차 검증보고서에서 문제가 되었던 [OOO+ 살인/여친살해/시체유기/사이코패스/살인의혹], [OOO+ 강간], [OOOO+ 성접대]와 같이 [유명인+ 범죄성 단어]로 결합된 검색어는 개인정보인 [이름+ 불법·범죄성/명예훼손성 단어]의 결합어이다. 이를 분석하면 [이름(개인정보)+ 살인/여친살해/시체유기/강간/성접대(불법·범죄성/명예훼손성 단어)]로 세분화할 수 있다.

이를 확장하면 사람의 이름과 그 사람에 대한 표현이 결합된 검색어, 즉, [이름+ 표현] 유형의 검색어는 표현의 내용에 따라 [이름(개인정보)+ 표현(성인·음란성 정보/개인정보/명예훼손성 정보/저작권 침해 정보/불법·범죄성 정보/반사회성 정보/욕설·비속어)]로 다양하게 결합할 수 있다.

이름이 포함되었다고 하여 [이름+ 표현] 검색어를 단순히 개인정보로 처리할 수는 없다. 오히려 이름보다는 표현의 내용에 따라 그 검색어의 유형을 분류하는 것이 더 적절하다. 표현의 내용만으로도 유형 분류가 곤란한 경우에는 검색결과를 보충적으로 고려해야 할 것이다.

결국 [이름+ 표현] 검색어의 유형 분류에 있어 중요한 기준은 표현의 내용과 검색결과라고 할 것이다. 개인정보, 명예훼손, 성인·음란성 등 다양한 검색어 유형 중 [이름+ 표현]과 관련된 부분은 별도로 구분하여 처리 기준을 정하는 것도 하나의 방법이라고 보여진다.

3) 권리침해성 검색어

권리침해성 검색어란 무엇일까? 권리침해성 검색어는 검색어에 권리침해를 받은 피해자와 권리침해의 내용이 포함되어야 한다. 현실적으로 권리침해성 검색어는 개인의 권리가 침해되는 모든 검색어가 해당될 수 있다. 그렇게 보는 경우 자동완성/연관검색어 운영가이드에서 분류하고 있는 정보 유형 중 정보의 자기결정권을 침해하는 개인정보, 인격권을 침해하는 명예훼손성 정보와 욕설·비속어, 저작권 침해 정보가 해당된다. 성인·음란성 검색어나 반사회성 검색어의 경우에는 개인적 법익보다 사회적 가치 내지 법익을 침해하는 것으로 볼 수 있어 개인의 권리침해와는 관련성이 부족하고, 불법 내지 범죄를 조장하는 불법·범죄성 검색어도 개인에 대한 권리침해의 구체성과 관련해서 달리 평가할 여지가 있다.

4) 권리침해 검색어에 대한 신고 권고의 의미

1차 검증위원회는 [이름+ 표현]의 권리침해성 검색어의 경우 원칙적으로 권리침해를 받은 자의 신고를 받아 노출 제외 여부를 처리하도록 권고하였다. 1차 검증위원회가 권리침해성 검색어 특히, 명예훼손성 검색어의 경우에 신고를 원칙으로 노출 제외를 처리하도록 권고한 이유는 무엇일까?

첫째, 다른 유형의 검색어의 경우에는 그 불법성이나 반사회성 여부를 판단하기 쉽다는 것이 하나의 이유라고 할 것이다. 성인·음란성/개인정보/저작권 침해/불법·범죄성 유형은 검색어 및 검색결과를 통한 음란성 및 불법성 판단이 명예훼손에 비해 상대적으로 용이하고, 반사회성/욕설·비속어도 명예훼손에 비해 반사회성 여부를 판단하기가 용이하다. 따라서 음란성이 명백한 경우, 개인정보가 유출된 경우 및 저작권을 침해하는 경우에 그 검색어는 그 검색어 또는 검색결과를 통해 불법성 판단이 상대적으로 용이하고, 반사회성 정보나 욕설·비속어의 경우도 반사회성이나 비윤리성에 대한 판단이 명예훼손보다 용이하다.

둘째, 다른 유형의 검색어는 명예훼손성 검색어에 비해 사회적으로 문제가 될 가능성이 낮다. 음란성, 개인정보나 저작권 침해성, 불법·범죄성 검색어의 경우 불법성 내지 위법성에 대한 인식이 명확하거나 강해 노출 제외에 대한 사회적 반대 여론이나 반발 가능성이 상대적으로 낮다. 또한 반사회성 검색어나 욕설·비속어의 경우도 건전한 인터넷 문화의 건전성에 반할 우려가 있어 이를 제외 처리하는데 있어 여론의 부담이 적다.

셋째, 명예훼손성 검색어에 비해 다른 유형의 검색어는 정보게재자의 표현의 자유 및 국민의 알권리를 침해할 가능성이 크지 않고, 다른 유형의 검색어를 노출 제외하는 경우 이로 인한 분쟁가능성이 낮다. 그러나 명예훼손성 검색어의 경우에는 대상이 공인인지 사인인지 여부, 공공의 이익에 해당하는지 여부, 공적 관심사인지 여부 등에 따라 표현의 자유 또는 알권리와 충돌 가능성이 크고 명백한 불법성 여부를 판단하는 것도 쉽지 않다.

따라서 불법성 판단을 함에 있어 다른 유형의 검색어에 비해 신중함을 요하고, 이러한 신중함은 불법성 판단 단계뿐만 아니라 개시 단계에 있어서도 필요하기 때문에 피해자의 신고가 반드시 필요하다.

5) 신고 원칙의 예외 - 불법, 범죄성 검색어가 결합되어 있는 경우

[이름+ 불법·범죄성 관련 표현] 검색어를 권리침해 유형으로 보는 경우

권리침해를 받은 자의 신고에 의해 노출 제외 처리를 하여야 하나, 불법·범죄성 검색어로 보는 경우에는 권리침해를 받은 자의 신고 없이 노출 제외 처리할 수 있다는 점에서 큰 차이가 있다.

결국 이러한 차이는 권리침해를 받은 자의 신분이 유명인 내지 공인인 경우에는 외압에 의한 노출 제외 처리 문제가 대두될 수 있다. 즉, 일반인의 경우에는 신고가 있어야 처리하는데 반해, 유명인 또는 공인의 경우에는 본인의 신고가 없음에도 불구하고 네이버가 알아서 노출 제외 처리하는 특혜를 준다는 인식을 줄 수 있기 때문이다.

그러나 이러한 문제점에도 불구하고 권리침해성 검색어의 노출 제외 여부를 항상 피해자의 신고를 기다려 처리하는 경우 또 다른 문제점을 야기할 수 있다. 즉, 피해자의 신고를 기다려 노출 제외 처리하는 경우 인터넷의 급속한 확산성으로 인해 피해자에게 회복할 수 없는 피해를 입힐 우려가 있다. 따라서 피해자에게 회복할 수 없는 피해를 주는 경우와 같이 긴급성이 인정되면 신고 처리 원칙에 대한 예외를 인정할 필요가 있다. 다만, 이러한 예외는 엄격한 요건 하에 적용되어야 한다.

권리침해성 검색어에 대한 신고 처리 원칙의 예외를 인정하기 위해서는 불법·범죄성 검색어가 결합되어 있는 권리침해 검색어가 개인의 권리침해정보보다 불법성이 상대적으로 명백한 경우, 피해자에게 회복할 수 없는 피해를 입힐 우려가 있다는 긴급성이 인정되는 경우 및 유명인 또는 공인에 대한 특혜 시비가 없을 경우와 같은 요건이 충족되어야 할 것이다.

VII. 결론 및 제언

1. 검증결과요약

검증위원회는 NAVER 검색어 검수 현장을 실사하고 실무자 및 책임자를 인터뷰하여 검색어 검수 실무와 현실에 대해 보다 깊은 이해를 할 수 있었다. 이 과정에서 검색어 제외에 관하여 특별한 이상이 있는 것을 발견하지 못하였다.

검증위원회는 현장에서 직접 출력한 검색 제외어 목록과 기존에 네이버로부터 제출받은 제외어 목록을 비교한 결과 다음 한 가지 점을 제외하고 차이가 없음을 확인하였다. 차이가 있는 부분은 2013년 상반기의 실시간급상승검색어 목록에서 이른바 ‘유사 검색어’라는 이유로 제외된 검색어 230개가 현장 출력 목록에는 있으나 기 제출 목록에는 없는 부분이다. 이러한 차이가 발생한 이유는 앞에서 기술했듯이, 네이버는 상호 협의에 따른 것이라고 보았기 때문인데, 이는 의사소통상의 오류이며, 위와 같이 차이가 있는 검색어에 특별한 문제는 없다. 위원회는 네이버에 추후 모든 제외 검색어를 제출하도록 요청하였다.

검증위원회는 데이터 분석 전문가의 도움을 받아 기술적 측면에서 검증을 시도하여 알고리즘의 수리 구조 등에 대한 검증을 하였고, 여기에서 조작이 우려되는 요소는 발견하지 못했다.

검증위원회는 2013년 하반기 노출제외 검색어(실시간급상승검색어 1,462건, 신고에 의해 제외된 자동완성검색어 10,626건, 연관검색어 29,222건, 자체 판단에 의해 제외된 자동완성/연관검색어 256,945건, 합계 298,255건)도 지난 검증과 마찬가지로 전수조사를 하였으며, 그 결과 운영기준에 부합하지 않게 제외된 검색어, 과잉 제외된 검색어 등을 추출하고 이러한 오류가 발생하지 않도록 노력할 것을 권고하였다. 다만, 이러한 오류는 지난 검증에 비하여 상당히 감소하였음을 확인하였다.

검증위원회는 1차, 2차 검증 때 위원회의 권고가 제대로 이행되었는지 여부를 이번 검증에서 점검하였다. 몇 가지 쟁점사항을 제외하고 운영기준 변경, 운영절차 변경에 관한 권고는 대부분 수용되고 이행되었다.

권고 내용 중 중요한 쟁점사항은 ‘유명인+부정적 단어’로 구성된 검색어에 관한 것이다. 권리침해를 이유로 하는 검색 제외어는 그 사회적 이슈의 성격이나 표현의 자유와 관련성 때문에 검증위원회는 피해자의 신고를 받아 처리할 것을 권고하였다. 하지만, ‘유명인+자살, 성폭행’으로 구성된 검색어

의 경우 권리침해신고가 없는 경우에도 ‘불법, 범죄성’을 이유로 제외된 경우가 있어, 그 기준을 설정하는 것이 검증위원회의 고민 중 하나였다. 즉, ‘유명인+부정적 단어’를 어느 범위까지 ‘불법, 범죄성 검색어’로 보고 네이버가 직접 판단하여 삭제할 수 있고, 어느 범위까지 명예훼손 등 권리침해성 검색어로 보고 피해자의 신고가 있는 경우에만 처리하도록 할 것인지의 문제이다. 검증위원회는 여전히 논란이 있을 수 있으나, 우선 유명인 이름에 결합된 검색어가 ‘불법, 범죄성 검색어’(‘OOO 여친살해’, ‘OOO 시체유기’가 대표적인 예이다)인 경우 일응 권리침해신고가 없어도 네이버가 직접 처리할 수 있는 ‘불법, 범죄성 검색어’로 분류할 수 있다는 기준을 제시하였다. 다만, 이 쟁점은 앞으로도 계속 논란이 될 수 있으므로, 사례가 더 축적될 경우 재론할 여지는 있을 것이다.

2. 검증위원회 권고안

검증위원회는 가장 논란이 많은 실시간급상승검색어를 조작한다는 이용자들의 의혹을 근본적으로 해소하는 방법은 노출되는 실시간급상승검색어의 목록을 공개하는 것이라 보았다. 하지만, 실시간급상승검색어는 이용자에게 미치는 영향이 크고 상업적 목적에 의한 어뷰징 등이 자주 일어나는 서비스이므로, 그 목록을 공개할 경우 있을 수 있는 파장을 우려하지 않을 수 없다. 따라서 위 목록의 공개를 공식적인 권고의견으로는 하지 않고, 의혹을 해소할 수 있는 방안의 하나로 제안하기로 하였다.

검증위원회는 실시간급상승검색어를 이용한 여론환기 등의 ‘운동’(movement)에 대하여 이를 상업적 어뷰징과 구별할 필요가 있다고 보았다. 네이버는 이 제안을 받아들여 실시간급상승검색어 운영기준을 개정하였다.

검증위원회는 2013년 하반기에 신고에 의해 제외된 자동완성/연관검색어의 수가 증가한 것에 주목하였다. 이러한 결과는 2014년 4월부터 네이버가 연관검색어 목록옆에 ‘신고하기’ 버튼을 두는 등 적극적인 권리보호조치를 취했기 때문에 발생한 것이므로, 일단 긍정적으로 평가할 수 있는 부분이다. 다만, ‘OOO 대마’, ‘OOO 출산’이 제외된 사례에서 알 수 있듯이, 널리 사회적으로 알려진 사안에 대해서도 제외 조치가 이루어지는 등 권리보호조치가 과도하게 취해진 측면도 있으므로, 항상 균형 유지에 유의할 것을 권고한다.

3. 이후 계획

검증위원회는 3차 검증에서 다양한 시도를 하여 출범 당시 제기되었던 문제를 확인하고자 하였으며, 이러한 시도는 민간 기업의 자발적인 선택에 의한 ‘외부’기관 검증 절차에서 할 수 있는 최대한의 노력으로 보이며, 검증위원회는 할 수 있는 최대한의 조치를 한 것으로 판단하고 있다.

따라서 검증위원회는 지금과 같은 엄격한 검증절차를 계속할 필요는 없다고 판단하고, 앞으로 1년 이내의 기간 동안 검색 제외어 목록을 전수조사하는 정도의 일상적인 업무를 중심으로 하여 위원회를 운영하고, 보고서 발간 주기도 줄일 계획이다.

하지만, 네이버는 자체 운영기준에 해당하는 검색어를 제외하는 조치를 계속 취할 수밖에 없고, 외부 기관이 이를 점검하지 않을 경우 또 다시 불필요한 의혹에 휘말릴 수 있으므로, 검증위원회가 그동안 해 왔던 방법과 같은 집중적인 검증 방법은 필요하지 않겠으나, 검색 제외어 목록에 대한 외부적 검토는 지속적으로 필요할 것으로 보인다. 따라서 네이버는 1년에 1회 또는 2회에 걸쳐 외부 기관에 검색어 제외 목록을 제시하고, 해당 외부 기관은 일정한 기준에 따라 검색어 제외 목록을 검토하는 절차를 꾸준히 진행하는 것이 바람직할 것이다. 이렇게 검증위원회 업무 종료 이후에 진행할 검증 절차와 방법은 네이버와 KISO에 맡기기로 한다.

부록 1. 검색어 관련 책임자 인터뷰 결과

1) 실시간급상승검색어에 대하여

실시간급상승검색어는 원래 지정 시간 동안의 쿼리 수(검색 횟수, Query Count 이하 QC라 한다)를 단순히 나열하여 보여주는 ‘실시간 인기 검색어’라는 방식으로 운영하고 있었으나, 2006년경 전체 서비스를 다시 디자인했다. 총 디자인에는 3개월이 소요되었고, 그때 지정된 알고리즘 및 방식이 여전히 사용되고 있으며 그간 서비스에 근본적인 변화는 없었다. 실시간급상승 검색어 로직은 모든 과정이 자동화 되어 있으며, 특정 키워드에 높은 우선순위를 배정하는 등의 내용은 존재하지 않는다. 서비스를 구현할때 고려된 사항은 다음과 같다.

1) QC의 절대량도 중요하지만 증가량(상승률) 역시 중요하다.

2) 증가량(상승률)은 다양성을 고려하기 위함으로, 그 평가에는 기존 비슷한 검색 추이를 보이는 검색어를 일/주 단위로 클러스터링(군집분석)하여 이를 고려한다

3) 전체적으로 양보다는 증가량에 가중치를 두어 운영한다

4) 실시간이라는 점을 강조하기 위해 최근 검색 데이터가 가장 크게 반영된다.

5) 실급검으로 인한 증폭효과(실급검 노출 후 추가 획득한 쿼리수)를 상쇄하기 위해 손입력 쿼리를 주로 사용하고 자동완성기능을 통한 쿼리도 고려하지 않는다.

각각에 대해 구체적으로 설명하면 1)의 경우에는 기본적으로 양과 증가량(표준편차)의 곱을 활용하여 사용하는 방식으로 문제를 해결한다.

2)의 경우 기본적인 가중치는 있지만, 전일 동시간대 뿐만 아니라, 1주일전 동시간대의 검색량도 역시 고려한다. 전일 동시간대를 고려하는 이유는 요컨대 주식 시장이 열리는 9시부터 5시까지의 경우 주요 주식에 대한 검색 쿼리량이 많기 때문에, 이를 배제하기 위함이다. 또한 주단위로 배제하는 이유는 ‘로또’등 1주일 단위로 벌어지는 것을 고려하기 위해서 이다. 단, 월별로 클러스터링하지는 않는데, 이 역시 트렌드를 보여준다고 생각하기 때문이다. 요컨대 주요 회사의 월급날에는 인터넷 बैं킹 순위가 올라가는데 이 역시 트

렌드를 보여주는 것이기 때문에 이를 배제할 이유가 없다고 판단했다.

3) 의 경우 연성화 서비스로 실시간급상승검색어 서비스가 시작되었기 때문에, 올라가는 검색어가 더 올라갈 수 있게 하기 위함이다. 단 이러할 경우 너무 양이 상대적으로 무시될 수 있기 때문에 이에 대해 일부 상쇄하는 알고리즘 또한 고려되어 있다.

4) 의 경우 실시간의 기준 시간은 10분으로, 매 10분마다 실급검 순위가 제공되며, 모든 검색어에 대해 매 15초마다 실급검 로직이 계산된다. 단, 대표성을 위해 쿼리의 기준량이 어느 정도 되어야 한다. 검색량이 적은 심야시간의 경우 측정하는 기준 시간이 늘어난다.

2) 실시간급상승검색어 운영 및 설계의 어려움 점

실시간급상승검색어를 만들 당시에는 이렇게 사회적인 영향력이 클 것을 예상하지 못하였다. 현재 미디어적 영향력이 커진 상태에서는 수정할 필요가 있는 것이 사실이다. 하지만, 우선적으로 이러한 서비스를 변경하였을 경우 외부에 보이는 결과가 조금이라도 다르게 나타나게 되는데 이에 대해 많은 항의가 나타날 수밖에 없는 구조이고, 검색 수요의 반 정도가 어떠한 것을 ‘검색’ 하기 위해서가 아닌, 현재의 이슈를 접하기 위한 것이라는 판단을 고려했을 때, 변화가 미칠 사회적 영향력 역시 고민 할 수밖에 없다.

또한 어뷰징 같은 경우에도 ‘인간의 활동으로 절대 불가능한 어뷰징’, 예를 들면 같은 IP에서 1초간 수백 번의 쿼리가 입력되는 상황 등이 아닌 시간을 두고 하는 어뷰징이나 단기간에 여러 IP에서 오는 어뷰징을 판단하기에는 10분의 시간이 너무 짧다. 게다가 기본적으로 연성화 서비스로 기획된 것이라 TV나 라디오 등에서 ‘네이버 검색창에 특정 키워드를 올려주세요’라는 활동을 막지 않기 위해 만든 것이라, 상업적인 어뷰징을 판단하는데 한계가 있다.

따라서, 기계적으로 추출된 데이터를 검수 과정을 통해 문제점이 있는지 다시한번 확인하는 절차를 거치고 있는 것이다.

실시간급상승검색어가 너무 민감하게 설정되지 않았느냐는 질문에는 실급검 서비스의 가치가 순간의 관심사를 반영하기 위한 것이라는 점과, 연성화 서비스로서 기획되었다는 특징 등이 있다. 또한 민감하다는 점은 반대로 다양한 데이터가 이름을 올릴수 있다는 큰 장점이 있다는 점을 고려해야 한다고 생각한다.

3) 연관/자동완성검색어 서비스와 형태소 분석 등

모든 검색엔진은 오타 등이 입력 되었을 때 이를 분석하여 올바른 검색어를 제시하는 ‘형태소 분석’을 실시하고 있다. 하지만 연관검색어 등은 이를 고려하고 있지 않다.

그 이유는 다음과 같다. 애초에 연관검색어 및 자동완성검색어 서비스는 검색 품질을 높이기 위해 만들어 진 것이다. 이용자의 검색 패턴을 분석해보면 대부분 Narrow down(좁혀가기) 방식을 통해 검색어를 조절하는 것이 기본이다. 즉 다의적인 언어인 가수 ‘폴리팝’을 찾기 위해 우선 ‘폴리팝’을 검색하고 이를 바탕으로 ‘가수 폴리팝’, ‘폴리팝 노래’ 등으로 점차 좁혀가면서 자신이 원하는 검색결과를 찾아가는 방식이다. 연관검색어 서비스는 기본적으로 ‘다음에 바로 검색한’ 것을 보여줌으로서 이를 ‘좁혀가기’ 위한 힌트를 주는 것이고, 이를 통해 이용자는 더 적은 수의 검색을 통해서도 바로 자신이 원하는 결과를 얻을 수 있는 것이다. 자동완성검색어도 마찬가지로 운용되고 있다. 따라서 반대인 ‘넓혀가는’ 과정을 지원하는 것은 연관/자동 검색어의 목적이 아니다. 따라서 A의 연관검색어로 B가 나타나는데 B의 연관검색어로 A가 나타나지 않을 수 있다.

4) 실시간급상승검색어를 이용한 이용자의 활동에 관한 사항

실시간급상승검색어를 주제로 삼거나, 혹은 무관한 내용을 메타데이터 등을 통해 지속적으로 기사를 올리고 광고수입을 비즈니스 모델로 하는 일부 언론사가 있다는 것을 알고 있다. 같은 뉴스를 클러스터링하거나, 이러한 기사를 빼는 것이 이용자의 입장에서 더 옳은 방법이라는 점에 대해서는 공감한다. 하지만 이에 대해서는 두 가지 문제점이 있어 내부적으로 결정하는데 어려움이 있다.

1) 언론사의 항의 등 외부 이슈

2) 특정한 사건에 대해 여러 뉴스를 읽고자 하는 이용자의 성향

1)의 경우도 문제이지만 더 문제는 2)의 경우라고 생각한다. 어떠한 중요한 사건이 터지면 이용자들은 내용이 같다고 하더라도 모든 기사를 읽고 다른 댓글 등을 확인하거나, 기사가 조금 다를 것을 기대하고 여러 개의 기사를 보는 행태가 나타나고 있기 때문이다.

5) 기타

NAVER 검색 뿐 아니라 다른 사업자의 검색 서비스 역시 다양한 방식을 통해 운영되고 있으며 단 하나의 방식을 통해 운영되는 것은 아니다. 각 서비스 별로 검색 별로 특정한 로직을 고려하여 가장 최고의 데이터를 마련하기 위해 노력한다. 하지만, 내부에서는 NAVER 검색의 높은 시장점유율로 인해서 검색 결과 자체가 어떤 이용자가 보기에든 같기를 바라는 것이 있어 어떠한 개인화 서비스 등을 하기 어려운 점이 있다. (예를들면, ‘꽃집 검색했을 때 네이버 검색 위에서 4번째 뜨는 곳’ 등) 하지만 점차적으로 검색이 개인화 되어야 한다고 생각하기 때문에 이 부분에 대해서 많은 고민을 하고 있다.

6) 검색어의 사회적 대책으로서의 역할

구글이나 페이스북이 검색어 혹은 SNS데이터를 통해 보여주는 것은 실제적으로 마케팅적인 것이라 생각한다. 네이버도 관련된 서비스를 제공할 수 있을 것이지만, 사소한 것도 사회적으로 문제가 될 수 있다는 점에서 조심스러운 부분이 있다. 요컨대 실급검을 매년 트렌드를 보여줄때 그 노출 순서 역시 문제가 될 수 있는 부분이 있다고 생각한다.