



웹 검색을 위한 맞춤형 옵션들

사용자가 검색 값을 선택하는 맞춤형 검색 시대
...불필요한 디스플레이는 이제 그만

그레그 R. 노트스(Greg R. Notess)

웹검색 색의 어둡고 먼 과거로 거슬러 올라가면 HotBot가 스크립티드 파워 검색 기능에 대한 특상의 검색 엔진으로서 최고 권위를 휘두르고 있었다. 그 초기 형태들 중 하나의 경우 검색자가 HotBot 검색 형태에 대한 옵션 중 어떤 것이 디스플레이되어야 하는지를 선택할 수 있었다. 쿠키 파일에 검색자 컴퓨터상의 이런 환경설정이 저장된다는 것은 검색자가 HotBot를 재방문할 때마다 그가 선호하는 검색 옵션이 나타난다는 것을 의미했다.

불행히도 검색 환경을 맞춤형태로 만들거나 개인화하는 이러한 능력은 HotBot가 그 인터페이스 버전2로 업그레이드되면서 사라지고 말았다.

몇 년 전인 그때 이후 검색 환경설정을 맞춤형태로 만들거나 개인화하는 식의 기능을 제공하는 검색 엔진들은 하나도

없었다. 그러나 2000년 여름 몇몇 검색 엔진들이 돌연 이러한 환경설정을 제공하면서 상황이 변하고 있다. 이제 검색자들은 다양한 검색 및 디스플레이 기능들에 대해 보다 많은 옵션과 환경설정을 이용할 수 있게 된 것이다.

기원

웹 페이지를 맞춤형태로 만드는 기능은 새로운 것이 아니다. 특히 “나의” 페이지라는 옵션을 제공하는 포털들에서는 지난 몇 년 동안 웹 페이지를 맞춤형태로 만드는 것이 가능했다. 나의 Yahoo, 나의 Netscape, 나의 iWon, 나의 Excite Start Page 등이 존재한다. 심지어 여러 도서관들도 맞춤 가능한 나의 도서관 페이지를 제공한다.

이러한 형태의 서비스는 사용자로 하여금 페이지의 레이아웃, 페이지의 콘텐츠(미리 선택된 선택목록으로부터), 그 콘텐츠의 순서를 선택할 수 있게 해준다. 일반적으로 이러한 서비스들은 비교적 사용이 용이하며 또한 몇 번의 클릭만으로

변경이 가능하다.

그러나 몇 년 전 HotBot가 자취를 감춘 이래 웹 검색 엔진 들에는 이러한 맞춤형태의 옵션들이 눈에 띄게 결여되었었다. “나의” 포털들에서조차 맞춤형태는 뉴스, 스코어, 주식 등과 같은 주변 포털 콘텐츠들에만 적용되어 왔다.

검색 상자는 맞춤형태로 만들어질 수 있는 옵션에 속하지 않았던 것이다.

맞춤형태가 필요한 이유

보통의 웹 검색자는 간단한 검색 상자만을 원할 수도 있지만 고급 검색자의 경우에는 맞춤형태가 여러 가지 이점을 제공한다. 파워 검색, 슈퍼 검색, 고급 검색, 그 명칭이 어떠하든, 이는 일반적으로 아주 다양한 특수 검색 옵션들을 가진다.

그럼에도 모든 검색자들이 이들 모두를 사용하는 것은 아니다. 어떤 이는 항상 날짜 한계를 이용하길 원할 수 있는 반면 또 다른 이는 도메인 한계를 사용한다. 맞춤형태를 이용하면 검색자가 어떤 검색 옵션들이 쉽게 이용 가능해야 하는지를 선택할 수 있다.

검색 화면만이 맞춤형태의 유일한 옵션인 것은 아니다. 검색 결과 또한 다양한 방식으로 디스플레이될 수 있다. 여러분은 어떤 종류의 기록을 보고자 하는가? 어떤 분야를 어떤 순서로 보고자 하는가? 검색 결과 페이지에 포함시키고 싶은 다른 어떤 것이 있는가? 맞춤 가능한 검색 엔진들 중 어떤 것도 아직은 기존의 상용 온라인 서비스들에서 이용 가능한 수준의 특성을 제공하고 있지 않지만 이는 이 방면에서의 적어도 출발을 알리는 것이긴 하다.

개별 검색자에 대한 이점 외에도 맞춤형태가 반드시 개인 화에만 사용되어야 하는 것은 아니다. 공공 컴퓨터의 셋업을 관리하는 이들을 위해서 공공 컴퓨터들에도 맞춤식 옵션들이 설정될 수 있다.

작용 원리

현재 맞춤형태를 지원하고 있는 검색 엔진들의 경우 기본 과정은 모두 동일하다. 검색자는 우선 맞춤형태나 개인화 또

는 옵션 링크를 선택해야 할 필요가 있다. 그러면 검색 엔진이 이용가능한 선택안들을 디스플레이하게 된다. 검색자가 설정할 선택물을 선택해서 저장 버튼을 클릭하면 검색 엔진은 쿠키를 사용하여 검색자의 컴퓨터에 선택물을 저장한다.

이들 선택물들은 컴퓨터에 저장되기 때문에 해당되는 특정 컴퓨터에서만 이용 가능하며 휴대가 불가능하다. 게다가 쿠키는 브라우저에 의존하기 때문에 브라우저가 쿠키를 가동시켜야만 한다.

만일 여러분이 넷스케이프와 인터넷 익스플로러(또는 다른 브라우저들을 조합해서)를 사용하고 있다면 맞춤형태는 선택물을 설정할 때 사용되었던 브라우저를 통해서만 작동하게 된다. 각각의 브라우저들은 자신만의 고유한 환경설정을 가질 수 있다. 그러므로 브라우저를 교환하거나 또 다른 컴퓨터로 교환할 때는 선택물을 다시 설정해야 할 수도 있다는 사실을 명심해야 한다.

그리고 쿠키 파일에 저장된 정보에 가끔 발생하듯 정보가 손상되거나 여타의 이유로 분실되는 경우에는 선택물이 재구성되어야 한다. 다행히도 이들은 다시 셋업하는 것이 비교적 쉽다.

맞춤형태를 제공하는 검색 엔진들

2000년 여름 4개의 검색엔진들이 맞춤형태를 도입(또는 재도입)하였다. Fast database는 All the Web 사이트에 맞춤형태 옵션을 도입하였다. AltaVista는 Raging Search 사이트와 더불어 단순, 파워, 고급 검색 화면들에 맞춤형태를 추가하였다. Google은 옵션 페이지를 마련하였다. 그리고 HotBot는 Inktomi 데이터베이스와 함께 결국 Personalize These Settings 버튼을 복구시켰다.

All the Web

All the Web 사이트에서 Fast가 제공하는 맞춤형태는 상대적으로 극히 단순하다. 단순 또는 고급 검색 서식에 있는 검색 상자 근처의 맞춤 링크를 찾아 보라. 이는 공격성 콘텐츠 감소, 언어 환경설정, 워드 필터 수 등 맞춤형태가 제공될 수 있는 3가지 옵션만을 가지고 있다.

공격성 콘텐츠 정리 필터는 검색 결과에서 “공격성 자료들”을 제거하고자 한다. 그리 상세하게 명시하고 있지는 않지만 이 필터는 포르노를 우선적으로 배제한다. 이 사이트에는 사이트가 영어 페이지들에만 적용되므로 일부 자료가 빠질 수도 있음을 지적하고 있다.

2000년 가을, All the Web은 그 디폴트값을 변경하여 이제는 사용자가 맞춤 옵션을 사용해 작동 중지시키지 않는 한 공격성 콘텐츠 필터가 작동된다.

언어 환경설정에는 언어 한계 및 지원 문자셋 모두가 포함된다. 디폴트값은 모든 언어를 검색하는 것이다. 또 다른 언어가 선택되는 경우에는 한번에 한 언어 검색만을 지원한다. 문자셋 또한 한번에 한가지 선택안만을 지원할 수 있다. 맞춤형태 서식은 이들을 지원하는 데 필요한 문자셋별로 31개 언어를 분류한다.

All the Web의 세 번째 옵션은 워드 필터 수이다. 이는 필드 검색 및 기타 용어들을 조합하기 위해 고급 검색 화면상에서 얼마나 많은 상자들이 이용가능한지를 통제한다. 디폴트값은 3개이나 맞춤 옵션은 1-10개까지 제공한다.

Fast의 이들 3가지 옵션 모두 고급 검색 화면상에서 직접 쉽게 통제될 수 있다. 그러므로 많은 검색자들의 경우 맞춤형태를 사용해야 할 필요는 거의 없을 것이다. 가장 일반적으로 사용되는 경우는 아마도 검색이 정기적으로 특정 언어와 문자셋으로 제한되길 원하는 이들이나 공격성 콘텐츠 삭제가 작동되지 않는 상태로 유지되길 바라는 이들의 경우가 될 것이다.

GOOGLE

Google의 개인화 선택안들은 Fast와 유사하다. Google은 처음부터 맞춤형태 또는 개인화라는 라벨을 삼가면서 맞춤형태 제공물에 대해 “언어, 디스플레이, 필터링 옵션”이라는 다소 버거운 라벨일지라도 보다 설명적인 것들을 택했었다. 현재에는 “선호물”이라고만 라벨을 붙이고 있다.

단순 검색 페이지의 검색 상자 바로 옆에 위치해있으나 고급 검색에는 없는 링크가 옵션 페이지에 다음과 같은 4가지 선택물들을 디스플레이한다: 인터페이스 언어(Interface Language), 검색 언어(Search Language), 결과 수(Number of Results), 안전검색 필터링(SafeSearch

Filtering).

인터페이스 언어는 Google에 있는 주변 텍스트의 언어를 바꾸어준다. 다시 말하면, 이용 가능한 14개 언어 중에서 어느 한가지를 선택하면 Google 팁, 메시지, 설명, 심지어 검색 버튼이 모두 해당 언어로 바뀐다는 것이다. 처음에는 사용되는 언어가 제한됐지만 이제는 완전히 독립이 가능해서, Google의 주변 텍스트는 핀란드어이면서 검색은 스페인어 문서로 제한될 수도 있다.

검색 언어 옵션은 24개 언어를 제공하므로 그 가운데서 선택할 수 있다(2000년 10월 현재 이중 10개 언어는 아직 베타로 분류되어었다). All the Web에서와 마찬가지로 디폴트값은 모든 언어로 된 페이지들을 찾는 것이다. 그러나 All the Web에서와는 달리 Google은 검색자가 한번에 1가지 언어로 제한하는 것이 아니라 24개 언어의 그 어떤 조합이든 선택할 수 있게 해준다.

Google 안전검색 필터링 옵션은 디폴트값에서는 작동되지 않는다. 작동이 되는 경우에는 성인 웹 사이트 콘텐츠를 배제시키며, “선호물” 페이지로 복귀함으로써만 작동을 중지시킬 수 있다. 이는 단순 또는 고급 검색 페이지에서는 직접 이용할 수 없다.

Fast가 맞춤가능한 옵션으로써 제공했던 것을 한차원 뛰어넘어 Google은 검색결과 수에 대한 부분을 포함시키고 있다. 이 옵션이 과거에는 Google의 메인 검색 페이지에서 사용 가능했었던 반면 현재는 맞춤 가능한 옵션으로 고급 검색 페이지에만 존재한다.

디폴트값은 10이나 20, 30, 50, 100도 옵션으로 존재한다. 한번에 10개 이상의 검색결과를 보고자 하여 결과가 디스플레이되는 동안 좀더 긴 시간을 기다릴 의향이 있는 이들의 경우 이는 언제나 고급 검색으로 가서 보다 높은 숫자를 구체적으로 선택해야 하는 번거로움을 피할 수 있는 극히 유용한 옵션이다.

ALTAVISTA

AltaVista는 지난해동안 검색 선택안들을 확장시켜 왔다. AltaVista는 지금은 단순 및 고급 검색 화면 외에도 파워 검색 및 레이징 검색(Raging Search)도 갖추고 있다.

각각의 검색 화면들은 또한 현재 환경설정 맞춤

설명
URL
최근 수정안
웹 페이지 크기
웹 사이트 언어
번역
이 사이트로부터 보다 많은 페이지
관련 페이지
회사 상황

(Customize Settings) 링크를 가지고 있다.

단순, 고급, 파워 검색 화면들은 모두 한가지 맞춤형태 환경설정을 가지고 있으나 레이징 검색의 맞춤 옵션은 레이징을 변경할 뿐이다.

상기 언급된 다른 것들과 마찬가지로 AltaVista는 개인화될 수 있는 언어 옵션들을 가지고 있다. 디폴트값은 모든 언어를 검색하는 것이나 맞춤형태 선택안의 언어 옵션(Language Options) 페이지에는 디폴트값 한계로서 선택될 수 있는 25개 언어들이 나열되어 있다.

Google에서와 마찬가지로 한번에 2개 이상의 언어가 선택될 수 있다. AltaVista는 또한 여러 가지 문자셋을 선택할 수 있도록 하고 있다.

AltaVista는 검색결과 옵션의 경우 다른 어떤 검색 엔진들보다 많은 선택안들을 제공하고 있다. 검색자는 한번에 몇개의 검색결과(10, 20, 30, 40, 50)가 디스플레이될 수 있는지를 선택할 수 있을 뿐 아니라 AltaVista는 사용자로 하여금 검색결과에서 어떤 분야가 디스플레이될 지를 선택할 수 있게 해준다. 옵션 목록에는 다음과 같은 9가지 분야가 포함된다:

이들 필드들의 그 어떤 조합이라도 선택될 수 있다. 그리고 AltaVista는 또한 검색결과에서 검색 용어를 강조하기 위한 점검상자를 가지고 있다.

훨씬 더 많은 맞춤형태 기능들을 제공하기 위해 레이징 검색에서는 검색결과, 페이지 레이아웃, 디자인, 언어, 고급 검색을 맞춤형태로 할 수 있는 기능을 제공하고 있다. 이들 섹션 각각은 레이징을 개인화하기 위한 아주 다양한 옵션들을 갖추고 있다. 디자인 탭은 색상 구성만을 변경할 수 있는 반면 나머지 것들은 레이징에 다양한 범위의 검색 기능을 제공한다.

HOTBOT

맞춤형태를 최초로 제공한 검색엔진으로서 HotBot가 마침내 이러한 기능들을 다시 추가시킨 것은 반가운 일이 아닐 수 없다.

Personalize These Settings 버튼은 단순 검색 화면에서만 이용 가능하다.

AltaVista가 맞춤형태가 가능한 풍부한 디스플레이 옵션들을 제공하고 있는 반면 HotBot는 검색 옵션들의 맞춤을 특징으로 한다.

Personalize HotBot 페이지들은 사용자로 하여금 메인 HotBot 페이지에 어떤 검색 옵션들이 나타날지 그리고 디폴트값으로 어떤 옵션들을 가질지를 선택할 수 있게 해준다. 이용 가능한 검색 옵션들에는 찾아보기, 언어(9개 옵션 뿐임), 단어 필터, 날짜, 포함되어야 하는 페이지, 도메인, 페이지 깊이, 최상의 페이지 필터, 단어 유래, 반환 결과가 포함된다. 찾아보기 옵션은 모든 단어, 임의 단어, 페이지 제목, 현재 URL에 대한 링크, 불논리 구와 같은 선택안들을 포함하고 있는 드롭-다운(drop-down) 메뉴이다.

이들 개인화 선택안들은 검색자로 하여금 디폴트값으로서 불논리 연산을 가지는 검색 형식을 만들어 도메인 및 언어 제한은 디스플레이 되지만 단어 필터는 디스플레이 되지 않게 그리고 HotBot가 한번에 100개의 검색결과를 디스플레이 하도록 만들 수 있게 해준다. 기타 다른 많은 조합들도 가능하다.

장래

All the Web과 Google 맞춤형태 옵션들은 아주 기본적인 것들이다. 그러나 AltaVista의 디스플레이 옵션과 HotBot의 검색 개인화는 고급 검색자를 위한 보다 큰 융통성과 선택의 여지를 제공할 수 있는 길을 제시해준다.

맞춤형태를 지원하는 이 4가지 검색엔진들로 인하여 아마도 다른 검색 엔진들도 이 기능을 추가하고 훨씬 더 많은 선택안들이나 또는 새로운 옵션들을 제공하게 될 것이다. 이러한 새로운 기능들을 시험해보고 이들이 여러분의 웹 검색을 신속히 처리하는데 얼마나 도움이 될 수 있는지를 살펴보기 바란다. 