

블로그 가짜 영수증·조작된 리뷰... AI가 해답 될 수 있을까

네이버, '가짜리뷰' AI 대응 전략
검색 알고리즘 개선으로 어뷰징 방지
실구매자 인증 강화 등 신뢰성 확보
리뷰 필터링으로 사전차단·패널티

"합법적인 내용의 마케팅 원고를 올려주 시면 소정의 원고료 3만원을 지급해드리고 있어요. 연락처 알려주시면 연락드리겠습니다." 직장인 김민지씨(36)는 자신의 네이버 블로그 게시물에 달린 댓글 제안에 혹하는 마음이 들었다. 댓글을 남긴 이는 자신이 SNS 마케팅 회사의 직원이라고 소개하고 다양한 마케팅 원고를 전달할 테니 블로그에 올리기만 하면 된다고 설명했다. 그러면서 제목에 '소정의 원고료를 지급 받고 게시물'은 문장만 덧붙이면 된다고 했다. 김씨가 받은 원고는 영장민창, 그저 동일한 키워드를 반복하며 영업장을 보여만 주는 글이었다.

생성형 AI가 검색엔진 시장에 본격 진입하는 가운데 네이버가 광고성 콘텐츠로 몸살을 앓고 있다. 네이버는 '가짜리뷰' 척결을 위해 다양한 정책을 펼치고 있지만 '가짜리뷰'를 작성은 근절되지 않고 있어서다.

9일 (메트로경제)의 취재에 따르면



네이버가 '가짜리뷰'로 몸살을 앓고 있다.

/김서현 기자

지난해부터 네이버가 블로그·플레이스 등 이용 정책을 개편하며 적극적으로 가짜리뷰 퇴치에 나서고 있다.

가짜리뷰는 웹 2.0 시대 등장한 SNS의 발전과 함께 한다. 학계의 연구에 따르면 소비자들은 기업으로부터 제공받은 정보보다 개인적인 의견이 담긴 SNS 리뷰와 댓글을 신뢰하고 구매결정단계에서도 크게 영향을 받는다. 이처럼 SNS 리뷰가 마케팅적 효과가 크다는 사실이 알려진 후 다양한 업계에서 SNS 리뷰를 통한 마케팅이 이뤄졌다. 문제는 이 과정에서 나타난 '가짜리뷰'

다. 가짜리뷰는 SNS 이용자가 실제로 경험한 적 없음에도 다양한 방법으로 경험한 것처럼 작성하는 리뷰다.

네이버는 가짜리뷰로 고생하는 대표적인 기업으로 손꼽힌다. 블로그와 쇼핑, 플레이스 서비스 등에 가짜리뷰가 판치면서 네이버는 계속해서 가짜리뷰 퇴치를 위해 검색 결과 알고리즘을 변경하고 이용 정책을 바꾸고 있다.

네이버는 지난해 9월 네이버 블로그에 '내돈내산' 인증 기능을 추가했다. 실제로 네이버페이를 이용해 구매하거나 주문·예약을 통한 방문내역을 연

통해 제품이나 서비스 이용 후기를 작성하게 해 신뢰성을 높이려 했다. 지난 1월에는 네이버 플레이스에서 가짜리뷰 단속을 위해 이용 정책 개정을 진행했다. 동일한 내용의 도배성 리뷰를 작성하거나 반복적으로 리뷰를 삭제 후 재작성하는 행위를 금지했다. 이미 환불된 영수증과 일부 환불된 영수증을 인증해 리뷰를 쓰는 행위도 적발해 계정을 정지하고 사업주에 패널티를 부여하기로 했다. 이밖에도 네이버는 검색결과 건전성 확보를 위해 어뷰징 적발 기능을 고도화 하고 있다. 어뷰징(Abusing)은 클릭 수 확보를 위해 자행 되는 다양한 불법적 행위를 뜻한다.

네이버 관계자는 "여러 종류의 AI 모델을 운영하고 있지만, 방식이 알려지면 악용하는 사례가 생길 수 있어 구체적인 알고리즘을 공개할 수는 없다"면서 "어뷰징 적발 기능은 더 고도화되고 있다"고 말했다.

그러나 SNS 마케팅 업계는 네이버의 노력을 비웃듯 계속해서 네이버가 검색 결과 알고리즘을 변경하고 일주일 내에 새로운 돌과구를 찾아내고 있다. 이용정책을 개정하고 구매 내역 인증을 하계금 했지만 이조차도 가짜 영수증

발급 등으로 간단하게 뚫었다.

SNS 마케팅 업체 관계자 A씨는 "네이버에서 리뷰를 조작하는 방법은 무궁무진하다"며 "영수증이 필요하다면 영수증을 만들어내면 되고, 아이디의 구매 이력이 필요하다면 상품가격을 리뷰어에게 전달해 구입하도록 하게 만들면 된다"고 설명했다.

네이버는 AI 고도화를 통해 검색 신뢰성을 높일 예정이다. 네이버는 지난해 8월 하이퍼클로바X를 공개한 뒤 이를 기반으로 한 AI 에이전트 서비스 '클로바X'와 생성형 AI 검색 서비스 '큐'를 순차 출시했다. 큐는 복잡한 질의에도 사용자의 의도를 명확하게 파악해 검색 편의를 높였으며, 클로바X는 생산성 분야 글쓰기, 코드 작성, 논리적 추론 등 업무 생산성 개선 도구로 활용되고 있다.

업계 관계자는 "오히려 영수증을 요구하지 않는 카카오톡 리뷰가 '진짜 리뷰'라는 평가를 받는다는 사실이 아이러니하다"며 "그동안 네이버는 AI엔진을 이용해 가짜리뷰를 거르기 위해 노력했는데, 생성형 AI를 활용한 적발은 어디까지 가능할지 현재로서는 가능하기 어렵다"고 밝혔다.

/김서현 기자 seoh@metroseoul.co.kr

SKT, AI기술로 고객편의·혜택 혁신 나서

SPC그룹과 인공지능 동맹 협약
서비스 연동으로 신사업 경쟁력 ↑
"미래 리테일 시장 혁신 선도 계획"

SK텔레콤이 국내 주요 유통기업인 SPC그룹과 인공지능(AI) 동맹을 맺는다. 인공지능(AI)을 기반으로 한 양사 서비스 연동을 통해 신사업 경쟁력을 강화하겠다는 목표다. SKT는 SPC그룹과 AI 기술 기반으로 전방위 협력을 강화하기 위한 전략적 업무협약(MOU)을 체결했다고 9일 밝혔다. 이날 협약식은 SPC그룹의 DT(디지털 트랜스포메이션) 사업을 총괄하는 허희수 부사장과 SKT의 유영상 CEO 등 주요 관계자들이 참석한 가운데 진행됐다.

SKT는 "이번 MOU를 통해 양사는 AI 기술을 활용한 혁신적인 제휴 서비스와 솔루션을 제공해 고객들에게 더욱 차별화된 가치를 전달하고, 핵심 경쟁력을 강화해 미래 리테일 시장의 혁신을 선도해 갈 계획"이라고 설명했다.



SKT 유영상 CEO(오른쪽)와 SPC 그룹 허희수 부사장이 MOU를 마친 후 기념 촬영하는 모습.

/SKT

구체적으로는 ▲리테일 매장 대상 기업용(B2B) 솔루션 상품 개발 ▲마케팅 제휴 및 멤버십 앱 편의성 개선 ▲공동 사업 발굴 목적의 태스크포스(TF) 구성 등을 추진한다.

먼저 SKT가 보유한 AI 비서 기반의 서비스 연동을 추진한다. SKT의 AI 에이전트(사용자들 대신해 AI가 스스로

업무를 수행하는 소프트웨어) 기술을 SPC그룹 멤버십 서비스인 해피포인트 앱에 결합해 주문부터 결제까지 음성 대화로 가능하도록 하거나, 다양한 고객 데이터를 분석해 최적의 맞춤형 혜택을 추천할 예정이다.

양사의 멤버십 서비스(해피포인트, T멤버십)를 연동해 앱 내 바코드로 해피포인트를 함께 적립하는 방안도 추진한다.

리테일 매장 대상의 B2B 사업 협력도 추진한다. SPC그룹의 프랜차이즈 매장 운영 노하우와 SKT의 B2B 인프라 역량을 결합한다는 구상이다. AI 분석을 기반으로 한 점포 및 재고 관리 시스템, 매장 운영 및 고객 경험을 자동화하여 운영 효율성을 개선하는 스마트 리테일 시스템 등을 공동 개발하고 SPC그룹이 운영하는 브랜드 매장은 물론 다른 프랜차이즈 기업에도 서비스를 제공할 수 있도록 사업을 확장할 방침이다.

/구남영 기자

현대모비스, '공학교재' 고교 수업에 쓰인다

미래 청소년 공학 리더 육성

현대모비스가 개발한 공학교재가 고등학교 현장에서 정규 수업에서 교과서로 활용된다.

현대모비스는 미래 청소년 공학 리더 육성을 위한 교재 '공학 커뮤니케이션'을 발간해 이번 2학기부터 일반계 고등학교 정규 수업에 활용한다고 9일 밝혔다. 일반 기업이 참여해 개발한 공학 관련 교육 과정이 일반계 고등학교 정규 수업 과목으로 채택되는 국내 첫 사례다.

공학 커뮤니케이션 수업은 서울선덕고, 인천송도고 등 2개교에서 시범적으로 운영한 뒤 '고교 학점제'가 본격 시행되는 내년부터 전국 고등학교를 대상으로 확대 운영될 전망이다. 고교 학점제란 고등학교에서도 대학처럼 학생이 원하는 과목을 선택해서 수업을 듣고

이수 학점을 채우는 방식의 새로운 교육과정을 가리킨다.

공학커뮤니케이션 수업은 공학적 사고를 바탕으로 한 쓰기·말하기 역량을 강화하는 데 초점을 맞추고 있다.

이 수업에서 학생들은 역할상, 경제성 판단, 최적화 등을 기초로 하는 공학적 사고 방식에 대해 배운다. 이를 다양한 주제에 적용해 글쓰기, 발표, 토론 등 커뮤니케이션 역량을 키운다.

단순한 기술인 양성이 아니라, 인문·자연과학·공학 등 지식을 융합해 새로운 가치를 창출하는 '통섭적 인재'를 육성하는 게 공학커뮤니케이션 교과과정의 목표다.

수업 교재에는 빠르게 변화하고 있는 산업 트렌드와 사회적 이슈를 탐구하는 내용들도 대거 포함됐다.

/양성운 기자 ysw@

KT, 전기차 충전소에 AIoT 영상관제 적용

전기차 충전 중 이상징후 감지

KT가 온디바이스 AIoT(인공지능 사물인터넷) 영상관제 솔루션을 활용해 전기차 충전의 안전성을 보다 높였다. AIoT가 충전 중인 전기차 주변의 연기나 과열 등 이상징후를 감지해 빠른 초기 대응을 지원하는 식이다. 향후에는 원격으로 충전기 전력 공급을 차단하는

서비스까지 확대할 방침이다.

KT는 온디바이스 AIoT 디바이스를 활용한 영상관제 사업을 전기차 충전소까지 확대한다고 9일 밝혔다.

KT는 온디바이스 AIoT를 택시 광고, 공유 키보드 등 다양한 사업에 확대하고 있다. 이러한 가운데 KT는 전기차 충전 사업자인 한국자동차환경협회 등과 협력해 전기차 충전소에 '온디바

이스 AIoT 영상관제 솔루션'을 적용하기로 했다.

KT는 영상 관제를 위한 대용량 데이터 전달 등에 소요되는 플랫폼 구축 시간 및 비용을 줄이기 위해 온디바이스 AIoT 기술을 활용했다. KT의 온디바이스 AIoT를 활용하면 단말에서 실시간 수집 데이터가 AI로 처리된 후 결과만 서버로 보내지기 때문에 설치의 편의성은 높이고 비용은 절감된다.

/구남영 기자 koogija_tea@

HMM, 글로벌 네트워크 범위 확대

해운동맹 '프리미어 얼라이언스'

HMM이 글로벌 해운동맹인 '디얼라이언스' 가입 4년 만에 새로운 해운동맹인 '프리미어 얼라이언스'를 구성했다. 유럽항로는 세계 1위 해운사인 스위스 MSC와 협력한다. HMM은 기존 '디얼라이언스'에서 신규 협력 체제인 '프리미어 얼라이언스'를 새롭게 구성했다고 9일 밝혔다.

신규 협력은 HMM을 비롯해 ONE(일본), Yang Ming(대만) 등 기존 디얼라이언스 3사가 함께 하기로 했

다. 협력기간은 2025년 2월부터 5년간이다.

HMM은 전략적이고 장기적인 파트너십을 통해 글로벌 네트워크 범위를 확대하고, 안정적인 물류 서비스를 지속적으로 제공할 방침이다.

프리미어 얼라이언스 주요 항로는 동서항로를 잇는 아시아~미국서안, 아시아~미국동안, 아시아~지중해, 아시아~유럽, 아시아~중동 등으로 구성되며, 서비스 범위 및 상세 일정은 추후 발표 예정이다.

/양성운 기자