

블로그에 관한 연구

A study of blog

이영주

청운대학교

Lee, Young-Ju

Chungwoon University

• Key words: blog

1. 서론

21세기는 인터넷의 발전과 함께 산업사회에서 지식 정보화 사회로 변화함에 따라 대량의 정보들이 인터넷이라는 매체 속에 백과사전 식으로 존재하게 되었으며, 이렇게 집합된 데이터베이스의 수요는 기하급수적으로 증가하고 있다. 이러한 데이터베이스는 인터넷이라는 매체 속에서 기업에서 제공하는 양질의 정보는 물론이고 개인 홈페이지를 통해서 다양하면서도 차별화된 정보의 생산이 가능하게 되었다. 또한, 다양한 분야의 전문가들은 테크놀로지의 발달과 함께 빠른 정보전달과 저렴한 비용의 측면에서 정보의 디지털 생산을 추구하고 있으며 그에 따라 다양한 형태의 웹 사이트들을 제작하게 되었다.

그 중에서도 최근 들어 주목 받고 있는 형태중의 하나는 블로그라 할 수 있다. 블로그의 역사는 월드와이드 웹이 대중에게 확산된 시간에 비해 그리 긴 부분을 차지하고 있지는 않지만 디지털 정보의 생산이 전문가 집단에서 개인에게로 많이 확산되어져 자신만의 정보를 창출하여 정보화 시대의 한 부분을 차지하게 되었다는 점을 감안해 보면 그 방법적인 면의 용이함을 가진 블로그는 대단한 관심을 불러일으키지 않을 수 없다.

인터넷상에서 개인의 활약상이 두드러지면서, 블로그는 개인의 개성이나 감성을 표현하고 공유하기를 원하는 네티즌들의 요구에 따라 매우 빠르게 발전하고 있는 추세이다. 그러나 현실적으로 블로그에 대한 사용자의 감성반영이나 경험디자인의 반영 또는 사용성 평가에 의한 기능성과 효용성에 관한 연구는 물론 블로그에 대한 개념조차 명확하지 않은 상태라 할 수 있다.

이에 본 연구는 개인 홈페이지나 게시판, 카페와 같이 블로그와 유사한 형태를 지닌 콘텐츠들과 블로그와의 차별점을 분석하여 블로그의 명확한 정의 및 용어들을 정의하는 것을 선행 연구하여 차후 블로그에서 제공하는 콘텐츠별 사용자의 선호도에 관한 연구를 진행하고 하며 그에 따라 새로운 경험을 유도하는 온라인 매체의 가능성을 확인하고 유저의 니즈를 통해, 점점 웹 미디어로서 빠르게 발전하고 있는 블로그의 추가적인 콘텐츠 개발이나 UI의 발전에 있어 가이드라인으로서의 역할을 기대하는 연구를 진행하고자 한다.

2. 블로그 확산의 배경

블로그는 1996년 유저랜드 소프트웨어의 설립자 겸 CEO이며

스크립팅 뉴스(<http://www.scriptingnews.com>) 사이트의 창시자인 데이브 와이너(Dave Winer)가 만든 '24시간 민주주의 프로젝트(the 24 hours of democracy project)'를 형식적인 면으로 시초로 여기고 있다. 그러나 정확히 말하자면 데이브 와이너 외에 로봇 위즈덤(<http://www.robotisdom.com>)이라는 사이트를 운영하는 존 바거(Jorn Barger)가 블로그 사이트의 형식을 소개하면서 새로 올린 글이 맨 위로 올라가는 일지 방식을 소개하면서 웹 로그라는 단어를 처음으로 사용한 것으로 알려졌다. 그 후 블로그(Blog)라는 용어는 1999년 카메론 바렛(Cameron Barrett)이 쓴 에세이, "웹 로그의 해부(Anatomy of Weblog)"라는 글에서 처음으로 사용되었다.¹⁾

블로그는 2001년 시애틀 지진 발생 때 메타필터(<http://www.metafilter.com>)라는 블로그 커뮤니티 회원들이 유용한 정보를 제공한 것이 계기가 되어 미국에서 급속도로 확장되면서 주목을 받게 되었는데 그 후에 9.11테러 사건을 통해 더욱 확산되었다. 우리나라를 비롯해 전 세계적으로 알려진 계기는 살람팍스(Salam Pax)라는 필명의 블로거가 이라크 전쟁을 생생하고 빠르게 전해준 '라에드는 어디에?(Where is Raed?)'라는 블로그가 세계 언론의 주목을 받으면서이다.

우리나라에서는 2001년 12월 최초의 블로그 사용자 모임인 '웹로그인코리아(<http://www.wik.ne.kr>)'을 통해 네티즌들에게 알려지기 시작했으며 국내 포털사이트인 한미르에 의해 보다 많은 대중들에게 널리 확산되게 되었다고 볼 수 있다.

3. 블로그와 그 용어에 관한 정의

1인 미디어로 각광받고 있는 블로그는 Web(웹)과 Log(일지)의 합성어로 인터넷상에서 개인이 운영하는 일지로서 또는 웹에 일지 형태로 기록되는 형식을 말한다. 블로그를 이해하기 위해서 우선 블로그에 관한 용어를 정의해 보기로 한다.

1)블로거(blogger): 블로거란 블로그를 이용하는 모든 유저들을 뜻하기도 하지만 기본적으로는 블로그를 직접 운영하는 사람을 가리키는 말이라고 하는 것이 더 적절하다.

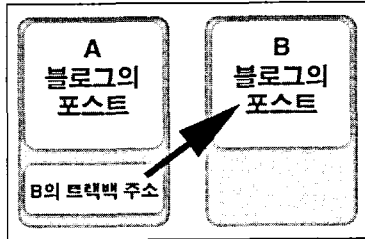
2)포스트(post): 엔트리라고도 불리우는 포스트는 블로그에 작성된 글을 의미한다. 정확하게는 글뿐만이 아니라 문서, 게시물, 자료 등 모두를 의미한다.

3)코멘트(comment): 덧글, 덧글이라고 불리우는 코멘트는 A가 쓴 원문 아래에 덧붙인 글의 의미로 사용된다. 일반적으로 게시판의 답글 또는 Reply와 다른 점은 코멘트는 A가 쓴 원문

1) 장원락, 1인 미디어 '블로그'열풍, 한국경제 2003.04.07

에 종속되는 반면에 답글 또는 Reply는 A가 쓴 원문과 같은 형식과 등급의 게시물로 취급된다.

4)트랙백(trackback): 코멘트가 어떤 글에 종속적이라고 한다면 트랙백은 어떤 글에 종속되지 않고 대등한 위치를 가지는 포스트라 할 수 있다. 이렇게 말하면 답글 또는 Reply와 같게 느낄 수도 있으나 트랙백은 그 게시물이 속한 사이트가 아닌 글쓴이 자신의 블로그에 게재되는 차이가 있다.



[그림 1] 트랙백의 구조

5)아카이브(archive): 아카이브는 지난글을 의미하는데 지난글은 달력의 형태나 월별 목록으로 제공되는 경우가 많으며 필수 요소는 아니지만 대부분의 블로거들은 아카이브를 제공하고 있다.

4. 블로그의 특징과 장점

블로그를 사용하는 데는 두 가지 방법이 있다. 첫째는 설치형 블로그로 블로그 프로그램을 자신의 홈페이지에 설치해 사용하는 방법이며, 둘째는 블로그 서비스를 제공하는 사이트에 가입해 블로그 계정을 받아서 사용하는 방법이다. 전자의 경우 설치와 운영이 용이하지 않다는 단점이 있으나 원하는 형태로 블로그를 운영할 수 있다는 장점이 있고 후자의 경우는 회원가입을 하는 것만으로 블로그가 생성이 되기 때문에 사용법이 무척 간단하다는 장점을 가지는 것과 동시에 블로그 서비스를 제공하는 사이트의 템플릿에 따라 사용해야 한다는 제약이 있다.

블로그의 특징으로는 시간 순으로 배열되어 가장 최근의 것이 앞으로 온다는 것과 제목과 함께 본문도 동시에 보여 진다는 것을 들 수 있다. 이런 형식을 취하는 인터넷 사이트는 블로그가 처음이 아니다. 뉴스 사이트만 하더라도 시간 순으로 배열되며 가장 최근의 것이 앞에 오며 또한, 블로그 사이트처럼 제목과 본문이 동시에 노출되는 사이트도 많다. 곧, 블로그는 새로운 형식이나 새로운 기술이라고 할 수는 없음에도 불구하고 블로그가 주목을 받는 이유는 가장 빠르게 소식을 전하고 가장 정확하고 생생하게 사실과 감정을 전달한다는 것이다. 인터넷이라는 매체 속에서 가장 빠른 미디어로 주목 받게 된 블로그는 HTML 형식으로 문서를 꾸민 뒤 FTP로 올려야 하는 과정을 거치지 않아도 되며 작성된 포스트는 제목을 보고 클릭 하여 내용을 보아야 하는 게시판이나 뉴스사이트와는 달리 페이지에 접속하는 것만으로 포스트의 내용을 볼 수 있기 때문에 가장 빠른 미디어로 각광받고 있다. 그 중에서도 가장 큰 특징은 일부 운영자 위주로 운영되는 기존 커뮤니티 사이트와는 달리 단순히 둘러보고 이용만 하는 입장이 아닌 스스

로 참여하는 입장이 된다는 점이라 할 수 있다.

또한 블로그는 그 사용이 용이하며 신속하고 자유로운 정보교환의 수단으로서 빠른 커뮤니티 구성을 할 수 있는 장점을 가지고 있다. 블로그는 개인 홈페이지처럼 HTML이나 데이터베이스 처리 능력을 가지고 있지 않아도 몇 번의 클릭만으로 포스트의 생성이 가능하기 때문에 누구나 손쉽게 블로거가 될 수 있으며 블로그 사이트에서 제공하는 편집창에서 간단히 기록한 포스트들은 곧바로 자신의 블로그는 물론 다른 블로거 사이트에도 실시간으로 글이 전달되어 빠르게 확산되는 장점을 가지고 있다.

5. 결 론 및 향후 연구 방향

1인 매체인 블로그는 인터넷 언론, 포털 사이트 등이 제공하는 특정 이슈 중심의 의사소통의 한계를 극복하고 개인이 직접 선정한 주제를 중심으로 보다 능동적이고 생산적인 지식 정보의 교환을 가능케 하여 창조적 인터넷 문화 형성에 기여 하리라 본다. 또한 특정 분야의 포스트들을 모아 인터넷 퍼블리싱의 형태로 출판을 하거나 관계 기업간의 실시간 의사소통 및 그룹웨어 도구로 활용되거나 멀티 콘텐츠 판매를 위한 마켓 플레이스로의 활용도 예상된다.

블로그는 그 어원이 웹과 로그의 합성어로 웹을 떠난 다른 매체를 사용하는 경우, 예를 들면 모바일을 사용하는 모바일로그 등도 블로그의 범주에 넣을 것인가 하는 의문은 계속되지만 현 시점에서 블로그의 열풍은 계속 될 것으로 예상된다. 블로그의 발전 방향은 설치형 블로그가 어떤 식으로 발전하여 배포될 것인지에 따라, 또는 블로그 서비스를 제공하는 사이트에 가입해 블로그 계정을 받는 형식에 있어서는 각 블로그 서비스 사이트가 어떠한 템플릿을 제공하는가에 달려 있다.

따라서 블로그의 잠재성이 충분히 실현되기 위해서는 블로그 서비스 사이트들이 제공하는 템플릿의 다양한 부가 서비스 개발이 필요하다고 본다. 이에 본 연구는 새로운 경험을 유도하는 블로그의 가능성을 확인하고 사용자의 감성 반영이나 경험 디자인의 반영 또는 사용성 평가에 의한 기능성과 효용성에 관한 연구를 향후 연구과제로 설정한다.

참고문헌

- 김종태, 나는 블로그가 좋다, 서울: 이비컴, 2004
- 이동현, 인터넷 콘텐츠 분석을 통해본 정보사회의 전망, 영남대학교 석사학위논문, 2002,12
- 이은주, 콘텐츠 웹사이트의 활성화를 위한 블로그의 활용 방안, 이화여자대학교 석사학위논문, 2003
- <http://www.mediamob.co.kr>
- <http://www.blogger.com>