

다음 세상의 웹 웹2.0이 달려온다!



인터넷을 통해 우리는 정보를 얻고 물건을 주문하고 대화를 한다. 그 근간에는 웹이 있다. 인터넷 사용에 있어 가장 큰 비중을 차지하고 있는 웹, 그 웹이 점점 변화하고 있다. 바로 웹2.0이다. 웹2.0은 아직 명확하게 개념이 잡혀있지 않지만 다음 세상의 웹으로 각광 받으면서 기업간 경쟁도 치열해지고 있다. 이에 인터넷 업계에 화두가 되고 있는 웹2.0이 과연 무엇인지, 왜 업체들이 웹2.0으로 전환을 꾀하는지, 그리고 기존 웹과 어떻게 다른지를 알아본다.

글 **신선자** 자유기고가

인터넷을 사용하면서 가장 큰 비중을 차지하는 것이 웹이다. 우리는 웹을 통해 정보를 얻고 쇼핑을 하고 대화를 한다. 하지만 이것만으로는 무언가 부족하다. 때문에 웹은 다음 세상으로 나아가기 위한 변화의 과정을 겪고 있다. 그리고 그 중심에 웹2.0이 있다.

이 변화의 화두에 놓여진 웹2.0은 아직은 그 정의가 불명확하나 빠르게 변화되면서 점점 그 정의가 명확해 지고 있는 실정이다.

그런데 웹2.0은 왜 인터넷 업계에 차세대 바람을 일으키며 회자되는 것일까. 쉽게 풀어 보면 과거의 웹(웹 1.0)이 일방적인 정보 제공의 형태였다면 웹2.0은 사용자들의 '참여'와 '개방성'을 통해 일방적으로 정보를 제공받

지 않고 블로그, 검색 등을 활용해 스스로 정보 및 네트워크를 창조하고 공유하는 것이라 할 수 있다.

국내의 예를 보면 싸이월드와 같은 서비스 즉, 1인 매체의 특성을 지닌 블로그의 증대, 댓글 등이 웹2.0으로 가는 하나의 문화로 볼 수 있다.

그렇다. 이는 아직은 하나의 유행과도 같은 문화다. 따라서 웹2.0을 이해하려면 먼저 '왜 웹2.0인가'로 접근하는 것이 적절하다. 웹2.0에 관한 정의는 사람들마다 다르지만 웹2.0을 통해 이야기하고자 하는 바는 대부분 비슷하기 때문이다.

웹2.0이란

웹2.0은 신기술인가. 트렌드인가. 그리고 실체는 있는가. 다각적인 질문이 제기될 수 있고 실제 제기되고 있는 상황이다. 하지만 이에 대한 대답은 굉장히 모호하다. 그럴 수도 있고, 그렇지 않을 수도 있다. 도대체 이처럼 명확하지 않은 웹2.0에 왜 많은 기업들이 관심을 표명하며 사활을 걸고 있는 것일까. 우선 웹2.0이란 말이 처음 등장하게 된 계기부터 살펴보자.

웹2.0이란 용어는 오렐리(O'Reilly)사와 IT 행사인 컴덱스쇼를 주최하는 미디어라이브사가 2004년 초 IT 관련 컨퍼런스 개최에 대한 아이디어를 협의하는 과정에서 생겨났다. 분

명하게 무엇이라고 정의할 수는 없지만 과거 닷컴 거품 때 새로운 사이트가 우후죽순 생겨난 것과는 달리 미국의 실리콘밸리에서는 기존의 웹과 다른 서비스들이 끊임없이 생기고 있었다. 이에 대한 개념을 잡기 위한 논의가 웹2.0의 출발점이다.

이 흐름의 정체를 파악하기 위해 오델리사에서 '웹2.0 컨퍼런스'라는 이름을 붙이고 인터넷 분야의 인사들을 초청해 최근 기술 동향과 서비스, 플랫폼에 대한 이야기를 나누었고 그 결과, 웹서비스의 새로운 흐름을 웹2.0이라는 개념 안에 정리하기 시작했다. 따라서 웹2.0은 신기술을 뜻하는 낱말이 아니라 새로운 흐름 자체, 즉 새로운 개념, 새로운 서비스, 새로운 플랫폼 등을 포함하고 있다.

웹2.0의 구조

그렇다면 웹2.0이란 말이 등장하기 이전에는 미래의 웹, 다음 세대의 웹에 대한 논의가 전혀 없었던 것일까. 대답은 그렇지 않다는 것이다. 웹2.0 이전에 논의되어온 미래의 웹은 시맨틱웹이었다. 그렇다면 시맨틱웹과 웹2.0은 같은 것인가. 이 역시 같거나 혹은 다른 면이 분명히 있다. 웹2.0은 초창기 웹인 1.0과 구분되는 다음 세대 웹으로 시맨틱웹의 경제적 관점에서 생겨난 것이라고 할 수 있다.

앞서도 언급했듯이 웹2.0은 아직 개념이 정립되지 않은 상황이라 사람마다 조금씩 다르게 정의된다. Richard MacManus는 웹2.0을 '플랫폼이 기반 환경이 되는 웹'이라고 정의

했고, Jeff Bezos는 '컴퓨터에게 유용한 웹'이라고 설명했다. 그러나 기본적으로 웹2.0과 차세대 웹을 일컫는 시맨틱웹은 가고자 하는 목적지가 거의 동일하다. 다만 시맨틱웹이 목적지를 향한 기술에 관심을 두고 있다면 웹2.0은 시맨틱웹의 기술을 어떻게 응용해 경제와 인간생활에 적용시킬 것인가에 관심을 두고 있다.

이는 웹2.0 컨퍼런스의 주요 논의에서도 나타났다. 컨퍼런스에서 웹2.0은 개발 환경이며 웹사이트는 사용자가 불러서 사용하는 소프트웨어라고 명명된 바 있다. 웹은 늘 최신의 것을 제공하기 때문에 소프트웨어의 업그레이드 사이클이 존재하지 않는다.

다음 세대의 웹

따라서 웹2.0은 결국 플랫폼에 관심을 가질 수밖에 없다. 웹2.0 컨퍼런스에서 이런 부분이 집중적으로 논의된 것도 이 때문이다. 일례로 휴대전화에서 친구가 보낸 e메일을 보고 전자레인지나 냉장고 화면에 '오늘의 추천요리'가 표시되는 이유는 이들 기기가 웹이라는 플랫폼에 기반을 하고 있기 때문이다. 이처럼 웹이 플랫폼으로 가전과 모바일기기에 들어갈 경우 우리의 일상은 웹과 연결되어 더욱 자동화되고 편리해질 것이다. 이러한 서비스의 흐름이 바로 웹2.0이라고 보는 것이다.

또한 웹2.0은 일반인에게는 보다 쉽게 다가설 수 있는 용어이다. 하지만 이미 언급한 바와 같이 확고한 개념과 목표, 발전과정과 이에 필요한 기술이 제시된 시맨틱웹과 달리 웹2.0은 매우 추상적이다.

웹2.0을 주장하는 사람은 이전의 웹보다 발전된 것이 웹2.0이라고만 말할 뿐, 웹2.0의 기술이 무엇이고 어떤 기술이 적용되어야 하는지, 목표는 무엇인지 제시하지 못하고 있는 것이 사실이다. 따라서 차세대 웹 기술을 논할 때는 시맨틱웹이 더욱 정확한 표현이겠지만 사실 상 일반인들에게는 웹2.0이나 시맨틱웹이나 동일한 의미로 다가갈 것이기에 용어에 대

한 정의를 놓고 논하는 것은 무의미하다. 어차피 지향하는 것이 같고 사용되는 기술이 비슷하다면 웹2.0이 곧 시맨틱웹의 또 다른 이름으로 봐도 무방하다.

사용자 위주의 개방성

그렇다면 웹2.0이 포함하는 새로운 서비스와 변화는 무엇일까. 최근 언론에서도 웹2.0의 관심이 높아지고 있는데, 과연 웹2.0이 큰 변화를 가져올까. 사실 웹2.0의 정의가 아직까지는 다양하고 인터넷 백과사전이라 불리는 위키피디아(Wikipedia)에서도 명확한 정의가 내려져 있지 않은 상황이다. 이에 대해서 팀 오렐리는 'What Is Web 2.0'이라는 글을 통해 <표>와 같이 웹2.0에 대해 정리했다.

<표>에서도 알 수 있듯이 온라인 광고업체인 더블클릭이 웹1.0이라면 AdSense가 웹2.0이며, Ofoto(사진공유 서비스 사이트)가 1.0이면 Flickr 서비스가 2.0이 된다. <표>에서는 웹2.0의 특징, 정의를 명확히 설명하고 있지는 않으나 대략적인 특징이 무엇인지 어떻게 이해하면 되는지에 대해서는 느낄 수 있게 해준다.

일례로 백과사전의 대명사로 불리는 브리태니커의 온라인판과 인터넷 사용자들이 함께 만드는 온라인 백과사전 위키피디아를 비교해보자. <표>에서도 나타나듯 브리태니커 보다는 위키피디아가 웹2.0의 개념을 구현하고 있다. 그렇다면, 두 백과사전은 어떻게 다른가. 브리태니커의 경우 전문가 집단이 폐쇄적인 방식으로 콘텐츠를 만드는 반면 위키피디아는 사용자 모두가 편찬자가 되는 개방형 백과사전이다. 브리태니커는 내용의 전문성과 정확도를 높이기 위해 철저하게 검증된 자료만을 수록하는 반면 위키피디아는 많은 사람들이 참여할수록 자료의 신뢰도를 높일 수 있다고 보고 그렇게 사용자들에게 문을 열고 있다.

위의 사례는 새로운 서비스로의 변화의 방향이 어떤 것이라는 것을 눈치 챌 수 있게 한다. 즉, 웹2.0의 가장 큰 특징은 개방성, 쌍방향성으로 사용자의 참여를 유도하는 것이다. 하지만 사실 웹2.0의 정의가 내려지기 이전부

<표> 팀 오렐리의 웹1.0과 웹2.0 비교표

Web 1.0	Web 2.0
DoubleClick	Google AdSense
Ofoto	Flickr
Akamai	BitTorrent
mp3.com	Napster
Britannica Online	Wikipedia
personal websites	blogging
Evite	upcoming.org and EVDB
domain name speculation	search engine optimization
page views	cost per click
screen scraping	web services
publishing content management systems	wikis
directories (taxonomy)	tagging ("folksonomy")
stickiness	syndication



웹2.0은 새로운 기술이 아니며 새로운 비즈니스 또는 서비스를 창출할 수 있는 개념임을 명심해야 한다. 전혀 새로운 가치, 기술이 아니기에 지향점을 명확히 찾아 접근하려는 노력이 필요하다.

터 유명 웹 사이트에서는 다양한 기술 및 아이디어를 접목시켜왔다.

일례로 대중적 개인 웹 사이트로 자리 잡은 블로그는 도식적으로만 봤을 때 웹2.0과 웹1.0의 경계선에 놓여있음을 느낄 수 있다. 다시 말하자면 웹2.0은 다음 세대의 웹으로 주목받지만 새로운 기술이 아니라 현재 디지털이 가져다주는 편리함에 따라 자연스럽게 이어지고 있는 하나의 변화인 셈이다.

유비쿼터스 환경의 증대와 뛰어난 인터넷 인프라는 사용자들을 온라인으로 끌어들이었다. 결국 이것은 사용자가 더욱 많은 것을 원하게 만들었고 그러한 서비스 변화가 웹2.0을 발전시키고 있는 것이다. 때문에 웹2.0의 개념에 부합하는 웹 도구들은 대체로 이용자들

의 자발성과 개성, 협업 같은 것을 중요시하고 있고, 기존의 정보전달 방식과 충돌하지 않으면서 새로운 정보전달 매체가 될 수 있는 가능성을 보여주고 있다. XHTML, CSS, XUL(XML User Interface Language), SVG(Scalable Vector Graphics), RSS, AJAX 등과 같은 기술이 대표적이다.

새로운 서비스의 흐름

하지만 이러한 기술들이 아직 우리가 지향하는 바를 구현했다고 보기는 어렵다. 단지 웹2.0이라는 다음 세대로의 이전을 위한 단초를 제공했을 뿐이다. 앞으로 웹은 제품중심에서 서비스 중심 형태로 빠르게 재편될 것이며, 비즈니스 모델의 변화를 가져올 것이다.

이런 변화에 많은 인터넷 기업 또한 방향 전환을 시도하고 있다. 그러나 단순한 트렌드, 유행처럼 웹2.0을 마케팅에 접목시키려는 노력은 지양해야 할 것이다. 웹2.0은 새로운 기술이 아니며 새로운 비즈니스 또는 서비스를 창출할 수 있는 개념임을 명심해야 한다. 전혀 새로운 가치, 기술이 아니기에 지향점을 명확히 찾아 접근하려는 노력이 필요하다.

사용자들 대다수가 지향하는 공유·협업·위협도 분산 같은 웹의 기본 가치는 변하지 않을 것이며, 그러한 가치를 한 단계 업그레이드하는 것이 웹2.0의 진정한 모습이다. 아무튼 이미 변화의 바람은 몰아치기 시작했다. 앞으로 웹의 변화를 지켜보며 그것의 무한한 가능성을 생각해 보자. ☺