

# 개인 블로그를 통한 자기기술(自己技術)의 변화

## Changes of Technologies of the Self by Personal Blog

김종덕\*, 조나현\*\*

홍익대학교 시각디자인과\*, 홍익대학교 영상학과\*\*

Jong-Deok Kim(jdkim@hongik.ac.kr)\*, Na-Hyun Cho(cultis@hotmail.com)\*\*

### 요약

싸이월드는 디지털글쓰기를 통한 인간관계 형성이라는 새로운 사회적 현상을 만들어 내었다. 싸이월드는 글쓰기 방식에 있어서 기존의 자기 고백적이고 참회적인 글쓰기에서 자신을 그룹의 중심에 놓고 가상 공간의 타자들에게 나를 기술하고 유포하는 방식으로 변화시켰다.

이에 본 연구에서는 디지털시대의 변화된 글쓰기 양상과 자기기술방식에 대해 알아보기 위해 싸이월드를 이용하는 사용자 100명의 미니홈피를 분석, 싸이월드 안의 시각적 이미지가 디지털 글쓰기 방식에 어떤 영향을 미쳤는지를 살펴보고, 데이터 공유를 통한 글쓰기 방식의 변화를 분석하고, 싸이월드에서 만들어낸 가상화된 가족의 형태가 글쓰기에 어떠한 영향을 미쳤는지에 대해 알아보았다.

연구를 통해 밝혀진 자기고백적 디지털 글쓰기의 특징은 (1)자기기술의 시각화 (2)자기기술의 네트워크화 (3)비밀의 공유방식을 통해 찾아 볼 수 있다. 싸이월드의 글쓰기는 비밀이 아닌 공유를 목적으로 만들어 졌으며 자신이 속한 사회(싸이월드 가족)를 통해 유포되어진다. 공개된 비밀은 치밀하게 준비된 보여짐이기 때문에 타인 신뢰가 바탕이 되어야 하고 따라서 이미지의 사용은 불가피한 것이 된다.

■ 中심어 : | 싸이월드 | 디지털 글쓰기 | 자기기술 | 블로그 |

### Abstract

Cyworld has created a new social phenomenon that relationship between people and communities could be built by committing to digital writing. It has altered the way of people's writing attitudes from self-confessed to self-describing and self-broadcasting ways in which one regards oneself as the center of the cyber world.

The purpose of this paper is to identify the shift in one's writing attitudes and how he/she develops technologies of the self in the Cyworld space. Quantitative and qualitative methods support the result; The analysis of 100 Cyworld users' mini-homepages show how the visual images in Cyworld affects their way of digital writing and the analysis of the change of writing habit due to sharing data how virtual 'family' that has been created by Cyworld.

I categorize the characteristics of digital writing into three; 1)Visualization of technologies of the self 2)Networked technologies of the self 3)Sharing secreretes. The aim of writing in Cyworld is not to keep the secrerete but to share and, eventually, texts are circulated in the networked society where one is participated(Cyworld family). Therefore, the usage of images plays a significant role in Cyworld communities because the opened secreretes are usually prepared to be presented on the basis of trustworthy toward other members.

■ keyword : | Cyworld | Technologies of the Self | Blog | Digital Writing |

\* 본 논문은 2007학년도 홍익대학교 교내 연구비에 의하여 지원되었습니다.

접수번호 : #080528-004

접수일자 : 2008년 05월 28일

심사완료일 : 2008년 07월 02일

교신저자 : 조나현, e-mail : cultis@hotmail.com

## I. 서 론

### 1. 연구배경 및 목적

싸이월드는 일종의 "사회적 현상"으로 인식될 만큼 한국사회的大표적인 자고백적 디지털글쓰기 매체로 자리 잡고 있다. 싸이월드에서 쉽게 인지할 수 있는 커다란 변화는 자고백적 글쓰기의 목적이 타인과의 공유를 위한 것으로 변화하고 있다는 점이다. 그러나 정보의 공유방식에 있어서 여러 가지 방식의 제한을 둘으로써 새로운 형태의 온라인 관계 맷기를 구현하고 있기 때문에 글쓰기 공간의 변화가 가져온 저자의 권력 파괴라는 디지털 글쓰기 특성으로부터 폐쇄적 비밀의 공유를 통한 저자 권력의 재구성이라는 새로운 양상을 보이고 있다.

같은 디지털 상의 글쓰기 임에도 불구하고 워드프로세서를 이용한 글쓰기 혹은 전문적 홈페이지에서의 글쓰기와 개인을 중심으로 한 블로그에서의 글쓰기는 큰 차이를 보여준다. 싸이월드는 자신을 그룹의 중심에 놓고 가상공간의 확인할 수 없는 타자에게 나를 기술하는 방식을 이용함으로써 이전의 글쓰기 문화와는 전혀 다른 차원을 보여준다.

현실과 가상공간의 경계가 점점 허물어져 가고 있는 시기를 살고 있는 우리가 사이버 상에서 어떻게 자기를 기술하고 있는지, 그리고 그것이 글쓰기의 역사적 맥락 안에서 살펴보았을 때 얼마만큼의 변화양상을 보여주고 있는지를 이 시점에서 분석해 보는 것이 필요하다.

이에 본 연구에서는 싸이월드의 미니홈피를 중심으로 현재의 디지털 글쓰기 및 자기기술의 디지털적 표현의 특징을 살펴보고, 싸이월드에 나타난 콘텐츠의 구성 방식, 공유정도 및 콘텐츠의 기술방식을 분석해봄으로써 디지털 글쓰기의 여러 속성을 검토할 것이다. 이를 바탕으로 디지털 시대의 자기기술 방식의 변화를 분석해 보는 것을 연구의 목적으로 하고 있다.

### 2. 문제제기 및 연구문제

구어적 전통의 비논리적이며, 비선형적인 인간의 사고를 논리적이고 역사적으로 변형시킨 글쓰기 기술은 환경 및 기술에 의해 끊임없이 변화하고 있다. 마샬 맥

루한, 네이비트 볼터 등 많은 학자들은 알파벳의 등장 및 인쇄술의 발전, 그리고 디지털 미디어가 인간의 글쓰기 문화 및 사고능력에까지 얼마나 영향을 미치고 있는 가를 논의하여 왔다[30][32]. 과거 수정 및 변형이 용이하지 않던 양피지에 잉크와 펜으로 글을 쓰던 때의 글쓰기 기술에서 현대의 컴퓨터를 이용한 디지털적 글쓰기 기술로의 변화는 단지 수단의 변화만을 의미하지 않는다. 이를 통한 인간 사고의 변화 및 확장은 혁명적이라 할 수 있다. 디지털은 매체 자체의 특징들을 하이퍼 매개하며 그만의 여러 특징들을 보여주고 있다. 하이퍼텍스트는 독자와 저자의 관계에서 저자의 권력을 빼앗아갔으며, 텍스트는 사이버 상을 유동하며 종식된다. 블로그는 이러한 디지털 글쓰기 문화에서 서술 중심이 '나'라는 점이 부각되면서 이전의 디지털 글쓰기와는 다른 양상을 보여주고 있다.

블로그는 그 역사가 길지 않기 때문에 학문적 연구 역시 최근에 들어서야 본격적으로 진행되고 있다. 블러드는 웹로그에 관하여 대중적인 안내서를 저작하였으며, 페르세우스지의 편집자는 온라인에서 쓰여졌던 웹로그에 관한 기사들을 모아서 출판하였다[17]. 몇몇의 학자들은 블로그의 개인적인 사용에 대해서는 언급하지 않고, 전통적 저널리즘 형식과 비교하여 웹로그의 역할에 관하여 논쟁하였다. 모데슨과 워커는 블로그 사용자들이 글을 작성하는 것을 통해 사회적 네트워크를 넓히기 위한 역할로서의 블로그 관습들을 설명하였다[26][31].

이후, 블로그에 대한 관심이 증폭됨에 따라 2003년부터 국내외에서 블로그에 대한 본격적인 연구들이 진행되어 왔는데, 최근에 논의된 연구들을 살펴보면 크게 (1)블로그의 구조와 기능적 요인에 관한 연구, (2)사용자의 태도에 따른 연구, (3)사회문화적 관점에서의 블로그의 진화와 영향력에 대한 연구들이 있다 [1][3][5][7][9][10][26]. 그러나 아직까지는 블로그의 등장과 함께 변화된 글쓰기 문화 혹은 자기기술 방식의 변화에 관하여 심도 있게 다룬 논문을 찾아보기는 어렵다. 비록, 빈센트 해본이 블로그에서의 담론적 자아에 관하여 다루었고, 아담 리드가 자신을 대변해 주는 블로그의 성격에 관하여 다루면서 블로그 내 자아에 대한

성찰이 있었지만, 블로그를 통해 나타나는 자기고백적 인 글쓰기에 주목하여 블로그를 분석한 논문은 찾아볼 수 없었다[26][34].

이에 본 연구자는 블로그가 가지고 있는 자기 표현적 관점에 초점을 두어 이미지와 텍스트간의 관계, 가상공간에서의 커뮤니케이션을 통해서 나타나는 인간관계의 현상, 그리고 콘텐츠의 비밀과 그것의 공유를 통해 나타나는 현상들과 과급효과에 대한 문제를 제기하여 연구해 보고자 한다. 본 연구는 국내에서 가장 많은 기업자와 이용자를 기록하고 있는 미니홈피형 블로그 ‘싸이월드’를 중심으로 분석하였다. ‘싸이월드’를 분석의 대상으로 삼은 이유는 현재 국내에서 자신의 고백을 공유하고 드러내는 공간으로 블로그적 성격을 지니고 있으며 2200만명 이상의 회원수를 자닌 가장 활성화되어 있는 커뮤니티이기 때문이다. 이를 위해 본 연구는 싸이월드의 일촌맺기를 통한 커뮤니케이션의 특징을 공개/부분공개 여부에 따른 글쓰기의 내용 및 형식의 차이, 그리고 공개 비공개의 빈도를 분석함으로써 진행될 것이다. 비록 ‘싸이월드’의 구조와 일반적 블로그의 형식에서의 차이가 존재하지만, ‘싸이월드’ 역시 기본적으로 자신의 콘텐츠를 타인과 공유한다는 점과 글쓰기가 일기형식으로 지속적으로 이루어진다는 점 등의 특징을 들어 자기고백적 블로그의 형태로 규정하고자 한다. 기존의 블로그 연구들이 양적 데이터 분류, 혹은 표면적 분석에 그쳤다면 이번 연구에서는 그 매체 안에서 나타나는 내용적 특성과 변화의 양상을 면밀히 살펴보고자 한다. 이를 위하여 다음의 연구문제들을 본 논문에서 다루고자 한다.

연구문제 1: 디지털시대의 자기기술은 전통적 형식의 자기기술과 무엇이 다른가?

연구문제 2: 개인 블로그에 나타난 자기기술의 변화는 무엇인가?

연구문제 3: 디지털 시대의 자기기술이 보여주는 개인 커뮤니케이션에 있어서의 변화는 무엇인가?

## II. 이론적 검토

### 1. 자기기술과 디지털글쓰기

글쓰기는 자기 자신의 배려라는 문화 속에서 만들어졌다. 인간이 자기 자신을 배려하는 행위는 끊임없이 글 쓰는 행위와 결합되었다. 자기란 그것에 대해 쓸 무엇, 글쓰기 행위의 주체 혹은 대상(주체)이었다. 자기에 관하여 쓰는 작업은 오래된 서양전통의 하나이다. 아우구스티누스가 <고백록>을 쓰기 시작했을 때 확고히 정착되었고, 그 뿌리를 깊이 내리게 되었다[25].

푸코는 “자기의 테크놀로지”에서 ‘테크놀로지’의 네 가지 중요한 형(型)으로 생산의 테크놀로지, 기호 체계의 테크놀로지, 권력의 테크놀로지, 자기의 테크놀로지를 들었다. 이 중 자기의 테크놀로지는 개인이 자기 자신의 수단을 이용하거나, 타인의 도움을 받아 자기 자신의 신체와 영혼·사고·행위·존재방법을 일련의 작전을 통해 효과적으로 조정할 수 있도록 해준다고 정의하고 있다[25].

푸코가 논의한 ‘자기의 테크놀로지’를 역사적 맥락에서 살펴보면, <자기 자신을 배려하기>, <자기애의 관심>의 교훈은 그리스인에게는 국가의 주요한 원리의 하나이며, 사회적, 개인적 행위와 생활 기술에 관한 주요한 규칙의 하나였다[25]. 델포이 신전에 내린 <네 자신을 알라>라는 신탁은 자기 자신에 대하여 관심을 가질 것을 권고하고 있다. 그렇다면 인간이 배려해야하는 자기란 무엇인가? 자기에 대한 배려는 자신의 신체에 대한 배려를 의미하지는 않는다. 즉 의복이나 도구, 소유물이 아닌 영혼에 대한 배려를 의미한다. 자기 자신을 배려하는 일인 <네 자신을 알라>라는 델포이의 신탁은 곧 <자기 자신에 대한 인식>으로 구성된다.

푸코는 여기서 중요한 자기 자신에의 배려는 글쓰기라고 말한다. 논문을 쓰고, 친구에게 편지를 쓰는 일, 자신이 필요로 했던 진실을 자신에게 재 활성화할 목적으로 기록하는 작업 등이 포함된다[25]. 마르쿠스 아우렐리우스가 스승인 프론토에게 보낸 편지를 보면 일상생활의 세부사항, 정신의 움직임, 자기 분석에 대한 관심을 적고 있다. 아우렐리우스의 이렇게 하찮고 세부적인 사항은 자기 자신에 대한 배려와 연결된다.

이러한 자기기술 문화는 중세시대 종교와 결합하면서 그 성격이 변모하였다. 푸코는 그리스도교적인 관점에서의 종교는 구원이자 고백이라고 말했다[25]. 그렇기 때문에 종교는 자기고백의 형식을 만드는데 커다란 역할을 하였다. 그리스도교도들은 자신의 내면에서 일어나는 욕망을 확인하고 타인에게 고백할 의무를 가진다. 이를 통해 신앙이 요구하는 진리의무와 자기의 진리의무는 상호 결합되고, 영혼의 정화를 이룬다. 그리스도교에서 자신을 개시(開示)하고, 자신에 관한 진리를 명시하는 두 가지 주요한 형식이 존재하였다. <사실의 인지>와 <고백>이다. 전자는 참회자로서 죄인임을 밝히는 것이고, 후자는 타자와의 완전한 복종관계를 맺을 때 행해지는 사고의 분석적이며 지속적인 구두표현이다. 두 가지의 공통요소는 자신의 비밀스런 마음을 포기하지 않고는 자신을 개시할 수 없다는 점이다. <사실의 인지>를 위한 참회자의 지위는 연극적으로 획득되었다. 참회자는 거친 모직셔츠를 입고, 머리에 챠를 뿐 리고 교회 앞에서 굴욕을 받았다. 그런 후, 그는 옆드려 사람들의 무릎에 키스했다. <사실의 인지>는 언술행위가 아니라, 참회자로서의 자신의 지위를 연극적으로 인지하는 일이었다. 이 의식은 반드시 시각적으로 재현되어야 했고, 이 의식을 인정하는 타인의 참여를 필요로 했다. 세네카에게 <사실의 인지>나 <자기의 공개>는 언어의 차원에서 행위나 사고를 분석하는 일을 암시하지는 않았다. 그것은 단지 신체상의 상징적인 표현이었다. 자이고백은 중세의 신양고백에서도 드러나다시피 시각적으로 재현된 역사를 가지고 있다.

라깡은 자아는 상상의 구조물이고 자아가 만들어지는 것은 타자와의 차이에 의해서 만들어 진다고 말했다. 따라서 자신을 인식하는데 있어서 가장 중요한 것은 타자의 존재이다. 호소카와는 이러한 타자를 의식한 비밀에 대하여 “The Walkman Effect”에서 “비밀들은 소통과 불소통의 관계에 따라서 진행된다[27]. 비밀을 가진 자는 비밀을 보는 구경꾼이 모르는 무엇인가를 감추고 있는 한에 있어서 구경꾼 보다 우위에 있게 된다.”고 말하고 있다. 이것은 실제 싸이월드가 가지고 있는 비밀기능과 상통하는 면이 있다. 싸이월드의 일촌은 그들의 커뮤니케이션을 위한 그룹형성을 통해 그들끼리

의 유통 가능한 비밀을 만들어 낸다. 이것은 타자를 의식한 비밀이고 타자가 있음으로써 나만의 비밀이 이유를 가지게 되고, 나의 주체성이 형성된다.

18세기부터 글쓰기 기술은 인문학적 맥락 안으로 흡수되면서 자기를 포기하지 않은 채 새로운 종류의 자기를 적극적으로 표현하기 시작하였다. 과거 구전 사회의 이야기적이며 제의적인 언술 방식은 글쓰기를 통해 이론적이고 해석적인 방향으로 변화되었다. 글쓰기에 대해 빌렘푸루서는 오직 쓰고 있을 때만, 사람은 논리적으로 계산하고, 비판하고, 과학과 철학을 추구하며, 이에 맞춰 행동하게 된다고 말하고 있다[32].

인간의 논리적, 합리적 사고과정에 알파벳과 인쇄술의 발달은 결정적인 기여를 하였다. 마샬 맥루한은 서구의 논리적이고 추론적인 문명화된 사회의 기조를 만드는 데 있어서 표음문자인 알파벳이 얼마만큼의 영향을 미쳐왔는가에 대하여 기술하였다[30]. 표의문자는 포괄적인 경험의 통일체로써 감각과 기능을 분리하지 않으며, 주술적인 비연속성을 가지고 있는 것에 반해 알파벳과 같은 표음문자의 경우 시각세계와 청각세계를 철저히 구별함으로써 이를 사용하는 인간의 의식에 영향을 주어 일련의 논리적 일관성의 합리적 생활 속으로 들어가게 했다는 것이다. 인쇄 기술의 발전 역시 이러한 현상을 가속화 시켰다. 인쇄술과 함께 알파벳은 공간적으로나 시간적으로 확장될 수 있게 되었으며, 이러한 유포가 권력의 집중을 막으며 민주화를 가져오고 문화를 바꿀 수 있었다.

하지만, 글쓰기 기술이 인간에게 논리적이고 분석적이고 과학적인 사고가 가능해지도록 해준 반면 복제가 용이해진 인쇄술은 저자의 권위에 도전하게 되었다. 서구문화에서 저자는 예술작품의 기술적 특성을 통해 부분적으로는 지배자의 위치를 누렸다. 원고든, 그림이든, 조각이든, 작품이 쉽게 재생산 될 수 없는 한 그 작품은 아우라로 장식되었으며, 독자는 박물관의 작품 앞에 위치함으로써, 혹은 단지 도서관에서 원고에 노출됨으로써 종속되는 위치에 놓이게 된다[32]. 그러나 기계적 복제가 가능해 지면서 작품을 둘러싼 아우라가 사라지고 저자에 의한 작품의 통제력은 약화되었다. 저자와 독자 간의 역전된 관계가 가능해진 것이다.

이러한 기술의 변화는 근대를 넘어 디지털 시대로 접어들면서 웹이라는 가상공동체와의 결합을 통해 새로운 양상으로 변화하게 되었다. 글쓰기는 인공화, 외면화, 그리고 인간화와 더불어 시작된 기억의 가상화 과정을 가속시켰다. 글쓰기를 말의 기록으로 환원시킬 수는 없다. 기억을 일종의 기록으로 인식하게 함으로써, 글쓰기는 모네모시네[1]의 얼굴을 변형시켰다[29]. 가상화의 과정인 글쓰기는 시간적, 공간적 편중을 없앤다. 글쓰기는 의사소통의 장치를 출현시켜 그 안에서 메시지가 시공간적으로 그 출처로부터 분리되고, 그 결과 컨텍스트 밖에서 접수되도록 하였다.

디지털세계에서의 읽기는 또 다른 종류의 글쓰기이다. 디지털 글쓰기의 많은 형식들은, 인쇄가 그런 것처럼, 텍스트로부터 저자를 분리시키지만, 또한 텍스트를 이동시켜 독자가 그것을 완벽하게 변형하도록 텍스트를 유통시킨다. 디지털 글쓰기는 저자를 텍스트로부터 분리시키며, 이것은 작가의 스타일, 의도, 개념, 수사와 사고를 그것의 명백한 의미로부터 떼어 놓는다.

인쇄시대에 분명한 구별을 보여 왔던 공적인 글(책, 팜플렛 등)과 사적인 글(노트북, 편지, 일기)이 전자시대에 오면서 경계가 모호해지고 구분이 어려워졌다. 사적인 글이 네트워크를 타면서 수많은 독자를 가진다. 채팅룸이나 MOO에서 참여자가 완벽하게 반데카르트적으로 대중의 정체성을 갖는 것은 우연이 아니다. 공과 사, 내적자아와 외적자아가 밀접하게 연결되어 있기 때문에, 저자는 그의 네트워크화 된 문화적 모체와 물질적 모체로부터 결코 분리되지 않는다[18]. 이렇듯 과거 저자와 독자의 엄격한 권력구도는 글쓰기가 디지털화 되면서 저자는 그 권위를 잃었고, 독자는 저자로써 권력을 획득한다. 때로는 저자의 위치로 때로는 독자의 위치로 자리하게 되는 자아는 온라인상에서 하이퍼 링크되며 존재한다. 이것들은 서로 연결된 네트워크망 속에서 가상화된 자아를 만들고 커뮤니케이션을 통해 타자와 연계되고 있음을 느낀다. 연계 행위를 하는 자아는 가상화된 자아와 마찬가지로 능동적인 자아이다. 포스트모던 시대는 실제적인 것에 대한 주장을 모두 거부하며 모든 것은 조작물이기 때문에 진실되거나 진정할 수 있는 것은 아무 것도 없다고 단언한다[38]. 타

고난 정체성과의 단절과 도전의 장으로서 디지털 글쓰기가 존재하고 현재 싸이월드나 블로그가 정체성에 대한 저항의 공간으로 존재한다. 이러한 점은 우리가 가상현실에 대해서도 생각하게 하는데, 블로그 안의 나는 실제가 아닌 철저히 꾸며진 허구의 나이다. 실재가 실재가 아닌 파생실재로 전환되는 작업을 시뮬라시옹(Simulation)이라하고, 모든 실재의 인위적인 대체물을 '시뮬라크르(Simulacra)'라 부른다. 컴퓨터에 의해 매개되는 정체성은 벼추얼한 삶을 구성하는 중요한 요소가 되었다. 사이버 세상에서 자신이 선택하는 페르소나는 심충적인 본성과 달리 공적인 얼굴에 의해 정체성이 부여된다는 것을 의미하는 것이다[37]. 사이버 상에서 가상의 육체를 구축하는 것은 또다른 열망의 표현이다. 그것은 자기표현의 장이며 판타지 투사의 매체이기도 하고 자기보상의 과정 혹은 정체성 공방의 장(Identity workshop), 신체적 조건과 다르게 자신을 만드는 가상 수술이기도 하다[14][22][35][37]. 디지털테크놀로지가 발전하면서 블로그는 우리 사회에서 또 다른 커뮤니케이션의 장이 되었다. 우리는 이 웹 안에서 가상의 공간인 시뮬라크르를 만들고 타자로 하여금 이 가상의 공간을 진실로 여기도록 유도하였다. 실재를 떠난 시뮬라크르는 더욱 실재 같은 가상을 만들어 내고 이렇게 만들어진 가상은 실재를 대신하여 타자와의 커뮤니케이션과 인간관계를 만들어 낸다.

블로그는 가상의 공간에 허구의 나를 기술함으로써 전자매개시기의 변화를 잘 보여주고 있으며, 전통적 글쓰기 방식과는 다른 비문자적이며 과편적인 글쓰기 형식을 보여주며 기존 글쓰기 방식을 변화시키고 있다 [32].

## 2. 웹블로그의 유형과 성격

블로그는 인터넷을 의미하는 웹(Web)과 자료를 뜻하는 로그(log)의 합성어인 웹로그(weblog)를 줄인 말로, 인터넷에서 자신의 관심사에 따라 자유롭게 글을 올리는 개인 사이트를 지칭한다[17].

과거 '뉴스 사이트' 혹은 '필터'라고 불려왔던 온라인 페이지는 전통적 개인 홈페이지의 다이어리와 즐겨찾기 링크의 리스트로부터 발전하여, 1990년 후반까지 브

라우저들에게 선택적인 콘텐츠 가이드를 제공하기 시작했다[17][26]. 웹 콘텐츠를 선택하고 필터링한 그러한 사이트들은 Cameron Barrett에 의해 1999년 웹로그라고 불려졌다[17][26].

우리나라 블로그의 경우, 2002년 말부터 본격적으로 대중에게 보급이 되었으며, 전통 블로그의 형태에서 홈페이지와의 결합을 통해 독특한 형태로 발전해 나가고 있다. 김효준은 국내 블로그는 저널리즘 도구로서 발전하는 외국의 경우와는 다르게 커뮤니티적인 성격이 강조되며, 특히 포털 사이트나 기존의 커뮤니티 사이트들이 블로그 서비스에 가세함으로써 개인 공간의 확보 및 커뮤니케이션을 위한 또 하나의 수단으로 정착하였다고 밝히고 있다[8]. 또한 네티즌들로 하여금 인터넷상에서 오랜 시간을 소비하게 하는데 블로그가 큰 역할을 한다는 보고를 배경으로 각종 기업의 홍보에 이용되고 있다고 밝히고 있다.

아래 [표 1]은 그동안 연구되어 졌던 블로그들에 대한 분류기준과 분류형태 그리고 그 연구의 결론들이다.

표 1. 블로그에 대한 선행연구 분류

저자	분류 기준	분류 형태
Vincent W. Heyern(2004)	담론적 프로세스	자기중심적 요소 및 행위 외부 중심적 요소 및 행위
노기영, 이미영(2005)	블로그의 기능	관계지향 블로그 정보지향 블로그
권상희, 우지수(2005)	블로그이용동기	사회상호 작용적 동기 자아추구적 동기 정보 추구적 동기 도피휴식적 동기
강민정(2005)	브랜드에 대한 태도	정보의 신뢰성 사회적 네트워크 재무적 보상 엔터테인먼트

빈센트 해븐은 블로그 내 데이터 정보의 성격을 기준으로, 커뮤니케이션을 위한 외부 중심의 데이터, 그리고 자기중심적인 내부중심의 데이터로 블로그를 분류하고 있다[26]. 이를 위해 해븐은 자기 중심적 요소 및 행위로는 하루일과의 서술, 자기 내면의 반영적 자기 담화, 자기 판단적, 자기정의적 기술 등이 있고, 외부 중심적 요소 및 행위에는 주석링크, 저널, 정치 이데올로기 등

이 포함된 논평링크, 관심사 중심의 통합 링크, 연구 보고 등을 포함하고 있다고 밝혔다[26]. 사용자의 목적의 측면과 블로그의 영향력에 대한 관점에서 살펴본 논문을 보면, 노기영, 이미영의 경우, 블로그의 기능적인 면에 초점을 두어 관계지향, 정보지향적인 블로그로 분류하였고, 권상희, 우지수의 경우, 블로그의 이용동기에 관점을 두고 사회상호작용, 자아추구, 정보추구, 도피 휴식적 동기로 분류하였다. 또한, 강민정의 경우 블로그의 브랜드에 대한 태도에 관점을 두어 정보의 신뢰성, 사회적 네트워크, 재무적 보상, 엔터테인먼트적인 측면으로 분류하였다[1][3][9].

위 논문들을 통하여 알 수 있었던 것은 블로그가 단순히 기록과 정보전달의 목적을 넘어 개인의 자아 추구로서의 역할과 사회적인 커뮤니케이션 형성을 위한 역할을 수행하고 있으며 더 나아가 온라인상에서 형성된 인간관계를 오프라인으로 이어주는 역할도 수행하고 있다는 점이다. 또한, 블로그는 상업적인 경제 가치를 만들어내고 이윤을 추구함으로써 새로운 시장으로서의 역할도 수행하고 있다.

현재 우리나라의 블로그의 형태를 살펴보면 두 가지 형태로 분류할 수 있다. 첫 번째, 자기표현이 강하고 친목을 위한 비밀공유로서의 기능이 강조된 이미지 중심적인 미니홈피형 블로그와 두 번째, 텍스트와 공개로서의 정보전달 기능이 높은 정보공유형 블로그이다. 서남희와 권상희, 우지수는 우리나라의 독특한 블로그 형태인 미니홈피를 블로그와 비교하여 그 특징을 다음과 같이 지적하였다[3][11]. 미니홈피의 경우 개인의 인맥이 중심이 된 홈페이지로 이용자의 자유도도 많이 제한되어 있다. 또한, 정보공유 보다는 자기표현이 중심이 되기 때문에 데이터에 대한 주소나 트랙백이 지원되지 않아 모든 화면이 메인화면을 중심으로 이루어져 있다. 반면에 블로그의 경우 자신의 관심사를 공유하는 정보성 콘텐츠로서의 기능이 강하기 때문에 데이터에 대한 공개율이 높아 사용자의 자유도 또한 높다. 데이터의 활용에 있어서도 정보공유가 중심이기 때문에 각 데이터에 고유한 주소를 가지며 새 게시물이 제작과 함께 첫 화면에 노출된다. 아래 [표 2]는 위에서 언급한 미니홈피와 블로그에 대한 서남희와 권상희, 우지수의 논문

을 요약정리한 것이다.

표 2. 블로그와 미니홈피 비교

	미니홈피	블로그
주요 관심사	개인(개인인맥그룹 중심)	정보성 콘텐츠(관심사 중심)
엔드유저의 자유도	낮음(비공개, 일촌을 높음)	높음(공개율 높음)
의존성	이미지/글	이미지/글
인간관계	기존 인간관계에 대한 강한 유대적 강화	정보 및 의견 공유로 새로운 디지털 인맥 확장
데이터 활용 형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>·트랙백이나 RSS기능이 지원되지 않기 때문에 자료나 글을 그대로 옮겨올(스크랩) 때 중간 과정 생략</li> <li>·개별 게시물(데이터)에 해당하는 주소가 부여되지 않음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>·콘텐츠를 중심으로 트랙백(track -back 해당 블로그가 아니더라도 원격으로 댓글이나 덧글을 남길 수 있는 기능), 링크 등으로 관계를 맺는 방식 사용</li> <li>·각각의 게시물에 대해 고유한 주소를 가짐</li> </ul>
화면 구성	메인 화면을 첫 화면으로 사용 새로 업데이트 된 자료에 대해서는 제목만 보여줌	제목과 본문이 첫 화면에 함께 노출

정보공유형 블로그의 경우에는 국내의 네이버, 티스토리, 올블로그, 오픈블로그 등의 사이트에서 제공하고 있으며, 이는 서구형 블로그와 크게 다르지 않다. 이에 반해 싸이월드는 일반적 블로그 형태에 한국의 특성을 맞도록 독특한 방식으로 변형시켜 개발되었다는 것을 위의 특징들을 통해 알 수 있다. 싸이월드만의 독특한 블로그의 특징은 가상세계에서의 삶에 대한 가능성을 제시하며 앞서나가는 것이라고 볼 수 있다. 서구형 블로그와 맥락을 같이하는 정보공유형 블로그와는 다르게 싸이월드는 자신과 타자라는 관계를 중심으로 자기 기술의 방식이 발전해온 것이다. 이에 따라 블로그에 있어서 자기기술의 경향이 뚜렷한 싸이월드를 중심으로 분석해 보았다.

### III. 연구방법

#### 1. 분석대상

싸이월드는 개인형 블로그의 대표적인 형태로서 인맥 네트워크를 바탕으로 만들어진 개인형 홈페이지다. 싸이월드는 2005년 1월 기준 1200만 명의 가입자를 가지고 있으며 한 주간 페이지뷰가 약 38억 회에 달하고

있다. 또한 하루 평균 1억 5000만원과 한 달 평균 45억 원의 매출을 올리고 있으며 지난 1년간 333%의 성장을 기록하였다.

이러한 싸이월드의 성공 요인은 자신의 사진과 글을 쉽게 올릴 수 있는 공간을 만들 수 있다는 점과 오프라인에서 형성된 친구들의 미니홈페이지를 쉽게 방문할 수 있어서 온라인 커뮤니케이션을 통해 소원해진 인간관계를 이어갈 수 있는 점이 있다.

강민정은 미니홈피의 경우, 홈페이지 스킨과 미니룸 등을 통한 표현의 다양성, 한 번의 클릭으로 일기, 사진첩, 방명록 등의 기본 기능을 구성하는 것이 가능한 기능성을 갖고 있으며, 블로그 기반의 서비스를 유지하고 있기 때문에 친구와 함께 개인의 홈페이지를 관리하는 것이 가능해졌으며, 스크랩 기능 등을 통해서 손쉽게 오프라인의 친구들과 대화를 나누는 것이 가능한 점이 싸이월드 성공의 주된 요인이라고 하였다[1]. 오프라인의 인맥이 온라인을 통해서 확장되어지면, 다른 사이트에 글을 올릴 필요가 없이 서로의 미니홈피를 방문하거나 서로의 콘텐츠를 스크랩함으로써 자연스럽게 나와 타인의 교류가 가능하다는 특징 역시 언급하였다.

표 3. 싸이월드 현황(2005년 1월)

	회원수	1200만명(2005년 1월 기준)
주간 페이지뷰	37억 9337만347회(코리안 클릭 1월 3일~1월 9일)	
하루 평균 매출	1억 5000만원	
한달 평균 매출	45억	
지난 1년간 성장률	333%	
방문자들의 평균 머무는 시간	주간 104.83분(코리안 클릭 1월 3일~1월 9일)	
네이트온에서 미니홈피 연결된 회원수	약 300만명	
가장 많은 연령대	20대 초반	

출처 : 싸이월드는 왜 떴을까?, 채지형, 2005, 제우미디어

싸이월드는 데이터 관리에 있어서 크게 비공개, 일촌 공개, 전체공개라는 3가지 정보공개 설정 틀을 유지하고 있다. 첫 번째, 비공개는 자신이 공개할 수 없는 비밀이거나 아직 정보화되지 못한 상태의 미완성 데이터

들을 미니홈피의 주인만이 볼 수 있도록 관리하는 형태이다. 두 번째, 일촌공개는 신청자와 수락자와의 인간관계를 통해 서로의 동의 아래 관계를 맺는 것으로 일촌이 될 경우 상대의 일상을 타자보다 더 많이 공유할 수 있다. 싸이월드는 이러한 서비스가 사용자들의 큰 지지를 받음에 따라 일촌 맺기에 다양한 서비스를 구현하여 초기에 하나의 형태였던 일촌 맺기 서비스를 현재(2007년 1월 기준) 최대 4개까지의 그룹을 설정하여 관리 할 수 있게 하였다. 그 결과, 그룹형태의 일촌 맺기 서비스는 자신에 속한 일촌들을 관리함에 있어서 계층화, 분류화가 가능하게 되었다. 전체공개의 경우 자신과 관계를 맺지 않은 타자까지도 자신의 정보를 볼 수 있게 하는 것으로 타자의 개인생활을 엿보고자 하는 욕구를 충족시켜 줄 수 있다.

싸이월드는 가장 친밀한 혈연을 지칭하는 촌수인 일촌이라는 용어를 사이버 상의 친구관계에 적용하여 상호간에 의미를 만들고, 이를 유회적으로 이용한다. 일촌은 물리적 접촉이 이루어 지지 않는 가장 공동체 안에서의 건조한 관계를 한국적 가족의 형태를 빌어 정신적, 정서적 유대를 바탕으로 한 '우리'라는 소속감을 만들어 냈다.

싸이월드의 가장 큰 특징은 자신이 주체적으로 이미지를 생성해 내고 수정과 가공을 통해 이미지를 통한 글쓰기가 자유로워졌다는 점이다. 이는 디지털카메라의 확산이 촉매제 역할을 한 것으로 웹 미디어 안에서의 이미지유통을 폭발적으로 증대시키는데 기여하였다. 또한, 텍스트 기반의 글쓰기 형식을 이미지 형식의 글쓰기 기반으로 바꾸어 놓았다. 이러한 글쓰기 방식은 싸이월드의 사용자를 끌어 모으고 사용자들 간의 네트워크망을 형성하는데 큰 역할을 하였다.

싸이월드 각 메뉴의 성격은 사용하는 목적에 따라 자기고백, 커뮤니케이션, 정보전달 3가지 성격으로 분류가 가능하다.

표 4. 싸이월드 메뉴별 성격분류

메뉴	메뉴 성격
프로필	자기고백
다이어리	자기고백

쥬크박스	자기고백
사진첩	자기고백, 커뮤니케이션
갤러리	자기고백
게시판	정보전달, 자기고백
동영상	자기고백
파일방	정보전달, 커뮤니케이션
페이퍼	정보전달, 자기고백
콘텐츠함	정보전달, 자기고백, 커뮤니케이션
방명록	커뮤니케이션
즐겨찾기	커뮤니케이션

- **자기고백:** 일기형식을 빌어 자신의 심경과 감정을 서술하거나 이미지로 표현, 극히 개인적인 내용이 주를 이루고 있음
- **커뮤니케이션:** 일촌 및 타자와의 소통을 위해 만든 경우, 개인적인 정보라 하더라도 타자를 의식하거나 공유를 목적으로 만든 데이터가 많음
- **정보전달:** 순수하게 정보를 공유할 목적으로 만든 경우
- **다이어리:** 일상생활에서 일어나는 일을 날짜별로 업데이트가 가능하도록 되어있어, 일기장과 같은 형식으로 달력의 날짜를 클릭하면 해당 날짜의 일기를 쓰거나 볼 수 있다. 다른 사람에게 보여주고 싶지 않은 일기는 일촌공개 또는 비공개로의 설정이 가능하다.
- **사진첩:** 이미지 및 사진을 게시할 수 있어 기존의 앨범을 재구성한 메뉴이다. 이미지의 크기 조절과 회전, 자르기 등 다양한 편집 기능과 액자, 스티커, 말풍선, 도메인 입력 등의 기능이 있어 사진조작 및 편집이 용이하다.
- **게시판:** 텍스트를 위주로 게시물을 올리나, 사진 삽입은 물론, 다양한 이모티콘 지원 등 이미지 요소를 적극 지원한다.
- **방명록:** 미니홈피를 방문한 방문자가 자신의 흔적을 남기는 곳으로 홈페이지 주인과의 커뮤니케이션이 가능하다. 방명록의 내용 역시 비밀로 설정 할 수 있어, 공개되지 않은 은밀한 대화가 가능하다.
- **페이퍼:** 특정 주제에 대하여 개개인이 잡지를 발행하는 개인 미디어서비스로 음악, 여행 등 각자 좋아하는 분야의 콘텐츠로 잡지를 발행하고 다른

사람이 만든 마음에 드는 페이퍼가 있으면 정기구독을 신청해서 무료로 볼 수 있다. 2004년 10월에 시작된 페이퍼 서비스는 한 달도 되기 전에 13만 개의 페이퍼와 20만 명이 넘는 정기구독자를 확보 할 만큼 인기가 있다[16].

- **갤러리:** 미니홈피의 한 탭으로 존재하는 갤러리는 6\*6cm 크기의 정사각형 공간에 마우스를 이용하여 그림을 그리는 코너이다. 이 갤러리 작품들을 모아서 책으로 나왔을 정도로 수준작들이 존재한다.
- **동영상:** 자신이 찍은 동영상 및 기존의 동영상을 업로드 할 수 있는 기능이다. 그러나 현재 동영상 편집기능은 제공하고 있지 않다.

각 메뉴는 프로필, 다이어리, 쿠크박스, 갤러리, 동영상과 같이 자기고백적인 성격 한가지만을 가지고 있는 경우와 사진첩의 경우와 같이 자기고백적이면서 자신의 근황과 일촌의 근황을 수시로 교환하고 알릴 수 있는 커뮤니케이션적인 성격 두 가지를 동시에 가지고 있는 경우가 있다. 또한 게시판과 페이퍼의 경우에는 정보전달적 기능과 자기고백적 기능을 함께 가지고 있으며, 방명록과 즐겨찾기의 경우에는 커뮤니케이션적 성격이 강하게 나타난다고 볼 수 있다. 파일방의 경우 파일을 저장 및 공유하도록 하여 정보전달적 기능과 함께 커뮤니케이션 기능 역시 나타낸다. 마지막으로, 콘텐츠 합의 경우 정보전달, 자기고백, 커뮤니케이션 모두의 기능을 가지고 있다고 볼 수 있다.

이를 바탕으로 싸이월드를 이용하고 있는 사용자 개인이 어떤 메뉴를 비중 있게 사용하고 있는지에 대해 알아보기 위하여 메뉴별 사용여부를 조사하였다. 무작위로 선택된 100명의 미니홈피 사용자를 대상으로, 프로필과 같이 선택 불가능한 필수 메뉴에 대해서는 유형 분류에서 제외시키고 선택가능하고 사용빈도가 높은 메뉴인 다이어리, 사진첩, 게시판, 방명록, 페이퍼, 갤러리, 동영상에 대하여 사용여부 조사를 실시하였다.

표 5. 싸이월드 선택 메뉴별 사용여부

	다이어리	사진첩	게시판	방명록	페이퍼	갤러리	동영상
사용여부 수	50	97	51	87	3	4	25
사용여부(%)	50%	97%	51%	87%	3%	4%	25%

[표 5]의 조사 결과를 살펴보면, 대부분의 사용자인 97명의 사용자는 사진첩을 사용하고 있었고 두 번째로 87명의 사용자가 방명록을 사용하고 있었다. 또한, 절반 가량의 사용자들이 다이어리와 게시판을 사용하고 있었다. 높게 나타난 사진첩과 방명록의 경우 자기표현과 커뮤니케이션의 기능이 높았고 50% 이상 나타나고 있는 메뉴 중 게시판만이 정보전달의 기능을 가지고 있었다. 사용여부를 떠나 메뉴 내에서도 정보전달을 위한 기능을 가진 메뉴는 게시판과 페이퍼 2개 항목인데 비해 자기고백의 기능을 가지고 있는 메뉴는 방명록을 제외하고는 모두 해당되었다.

싸이월드의 게시물을 크게 분류하면 개인사에 대한 내용, 전문분야에 대한 내용, 홍보성 내용, 그리고 자신의 창작한 작품으로 구분할 수 있다. 개인사에 대한 내용으로는 예쁜 그림 및 사진 모으기 등의 개인적인 관심, 일기, 가족에 대한 내용 등이 포함될 수 있으며, 전문 분야에 대한 내용으로는 취미, 언론, 온라인 지표, 인용, 기술적 내용 및 독후감, 영화감상평, 음악평 등이 들어간다. 또한, 홍보성 내용으로 전국의 맛집, 관광지, 책, 상품 혹은 회사 등을 소개하는 내용이 있을 수 있으며, 창작의 내용에는 자작소설, 시, 그림, 사진 등이 포함된다.

표 6. 내용분류

분류	내용
1. 개인사에 대한 내용	- 개인적인 관심(예: 예쁜 그림 모으기, 예쁜 사진 모으기) - 일기 - 가족
2. 전문 분야에 대한 내용	- 취미, 언론, 온라인 자료, 인용, 기술적 내용 - 독후감, 영화감상평, 음악평
3. 홍보성 내용	- 관광지, 맛집, 책, 상품, 회사 소개 등
4. 창작	- 자작소설, 시, 그림, 사진 등

위의 사전조사를 바탕으로 메뉴의 사용빈도가 50% 이상 높게 나타나고 있는 다이어리, 사진첩, 게시판을 대상으로 세부유형을 분류하여 싸이월드를 분석하였다. 방명록의 경우, 사용빈도는 매우 높게 나타났지만 메뉴의 성격상 자신의 고백적 혹은 정보적 내용을 다

루기보다는 타자와의 교류목적을 위하여 주로 타자에 의해 글이 작성된다는 점으로 인해 세부유형 분류에서 제외하였다. 싸이월드의 내용분석은 우선 자기고백적인 것과 정보적인 게시물로 구분하였다. 본 논문에서는 예비조사를 통하여 드러난 메뉴의 세 가지 성격 중 자기고백과 정보전달로만 구분하였는데, 커뮤니케이션 성격은 메뉴의 기능적인 면에 관한 것이지, 내용 자체에 대한 성격이 아니므로 논의에서 제외하였다. 다음으로, 디지털 글쓰기의 정보 속성을 알아보기 위하여 게시물이 이미지만으로 되어있는지, 혹은 이미지와 텍스트의 혼합형인지, 텍스트로만 구성되어 있는지를 구분하였다. 마지막으로 모든 게시물을 전체공개, 일촌공개, 비공개로 구분하여 비밀의 공유에 대한 분석을 유도하였다. 이 기능은 여타 다른 블로그와 싸이월드를 구분지어주는 중요한 특징으로 일촌으로 묶인 이용자들 간의 정보 공유정도와 디지털 글쓰기 시대 저자의 성향을 파악할 수 있었다.

## 2. 조작적 정의

앞의 연구문제들을 알아보기 위하여 싸이월드 중 선택가능하며 사용빈도가 높은 메뉴로 구성된 사진첩, 게시판, 다이어리를 변인1(이미지, 혼합, 텍스트), 변인2(정보전달, 자기고백), 변인3(공개, 일촌, 공개, 전체공개)으로 구성하였다. 이는 3가지 항목들이 각각 어떤 한지와 항목들 간의 상관관계 대한 심층 연구를 위한 것이다.

(1) 분석항목 : 사진첩, 게시판, 다이어리

(2) 변인

변인1(이미지와 텍스트) - 게시물의 제목을 적지 않고 업로드 할 수 없는 싸이월드의 특성 상 이미지의 제목만 있고 내용이 없을 경우 이미지로, 제목과 이미지의 설명이 텍스트로 달려 있을 경우 혼합형으로, 그리고 이미지 없이 텍스트로만 기술되었을 경우 텍스트 항목으로 분류하였다.

변인2(자기고백과 정보전달) - 자기고백적인 범주에는 개인사에 대한 내용(개인적 관심, 일기, 가족에 대한 내용)과 창작(자작소설, 시, 그림, 사진 등)을 정보적 범주에는 전문분야에 대한 내용(취미, 언론,

온라인 자료, 인용, 기술적 내용, 독후감, 영화감상평, 음악평)과 홍보성 내용을 각각 넣었다.  
변인3(공개여부설정) - 공개여부설정의 경우 싸이월드에서 주어지는 전체공개, 일촌 공개, 비공개 설정을 기준으로 하였다. 싸이월드의 경우 최대 4개 까지 일촌을 분리할 수 있으나 분류기준에 대한 별도의 분류 없이 모두 일촌공개로 보았다.

## 3. 조사대상 및 방법

연구를 위해 집계한 데이터는 2007년 2월 1일부터 2월 12일까지 싸이월드를 이용한 이용자 중 100명을 대상으로 추출해낸 데이터로 사용자 개개인의 주관적인 사건에 대한 고려 없이 순수하게 양적 통계를 위한 자료로 조사하였다. 추출된 분석 홈페이지는 코더들의 미니홈피 일촌을 위주로 진행되었으며 이는 분석의 용이함을 위한 것과 동시에 20~30대에 걸쳐있는 코더들의 나이 분포로 인해 그 조사 대상 역시 20~30대를 주 분석층으로 활용할 수 있기 때문이다. 이 연령층은 과거의 전통적 글쓰기와 디지털 글쓰기를 모두 체험한 세대로 매체변화에 따른 글쓰기 변화에 가장 민감히 반응할 수 있는 세대이며 또한 현재 가장 적극적으로 디지털 글쓰기에 동참하고 있는 세대라는 점에서 분석대상으로 삼았다.

데이터 조사 시 자료 집계에 참여한 연구원은 3명으로 수를 제한했으며, 조사자의 주관적인 소견이 개입될 것을 염려하여 자료 집계 전 10명의 표본을 추출하여 각각 모의 조사를 실시하였다. 이때 코더간 신뢰도는 91.71%였으며, 일치하지 않는 8.29%의 데이터들에 대해서는 따로 분류하여 토론을 거쳐 명확한 기준을 재설정하였다. 이 과정이 끝난 후 나머지 90명의 데이터에 대해서는 재설정한 기준으로 집계를 마쳤다.

본 논문의 사례조사 및 내용분석을 위하여 다음의 코딩시트를 작성하였다. 이 코딩시트는 하나의 게시물이 일차적으로 전체공개인지, 일촌공개인지 혹은 비공개 인지를 확인한 후 그 내용이 고백적인지 정보적인지 분류되고 마지막으로 그것이 이미지로 작성되었는지 혹은 혼합형인지 텍스트로만 기술되었는지를 구분하여 표시하도록 되어있으며, 이렇게 모든 게시물을 파악한

뒤 그 숫자를 기입하도록 하였다. 이를 통하여 각 메뉴별 성격 뿐 아니라, 사이월드 내의 게시물 정보 속성 역시 분석 가능하도록 하였다.

#### IV. 연구 결과

##### 1. 3개 메뉴별 글쓰기의 속성(사진첩, 게시판, 다이어리)

사용여부에 조사되어었던 항목들 중 사용빈도가 높았던 다이어리, 사진첩, 게시판에 대해서는 세부 분류로 자기고백과 정보기술, 이미지와 텍스트의 사용유무, 공개유무로 분류하여 이에 따라 데이터들을 분리하였다.

표 7. 각 3개 메뉴의 글쓰기 형태(이미지와 텍스트)

	자기고백	정보전달	Pearson카이 제곱 값	Pearson카이 제곱 P값
사진첩	99.0%	1.0%		
게시판	86.5%	13.5%		
다이어리	99.90%	0.10%	1,621.133	0.001
전체	98.2%	1.8%		

위의 [표 7]은 선택된 3개 메뉴들의 정보전달적 기능을 가진 글쓰기와 자기고백적 기능을 가진 글쓰기 간의 양적 비교이다. 표를 살펴보면 예측했다시피, 자기고백적 표현의 글쓰기가 98.2%로 정보전달의 글쓰기 1.8%에 비해 월등히 높게 나타났다. 게시판의 경우 다른 메뉴들에 비해 정보전달을 목적으로 작성된 글의 비율이 높게 나타났지만 데이터 양으로 볼 때 정보가 가지고 있는 비율이 13.5%에 불과해 정보전달보다는 자기고백적 성향이 높은 것으로 나타났다.

표 8. 각 3개 메뉴의 글쓰기 형태(이미지와 텍스트)

전체	이미지	혼합	텍스트	Pearson카이 제곱 값	Pearson카이 제곱 P값
게시판	7.55%	46.97%	45.48%		
사진첩	10.53%	89.34%	0.13%		
다이어리	0.00%	7.87%	92.13%		
전체	9.57%	79.93%	10.50%	12,625.799	0.001

[표 8]를 보면 전체 이미지의 비율은 9.57%, 텍스트의 비율은 10.50%, 텍스트와 이미지의 혼합형은 79.93%로 순수하게 이미지나 텍스트만 있는 것에 비해 높게 나타남을 알 수 있다. 교차분석의 결과 게시판과 사진첩, 다이어리에서 이미지, 혼합, 텍스트가 차지하는 비율이 유의확률 1%에서 차이가 있음을 알 수 있다. 게시판과 다이어리의 경우 사진첩과는 달리 텍스트의 비율이 높게 나타났는데, 이는 메뉴의 성격상 이미지 보다는 텍스트 주의의 글쓰기가 유용함에 따른 결과로 보인다.

전체적으로 보았을 때, 이미지 대 혼합의 비율에서 혼합의 비율이 월등히 높은 것은 디지털 글쓰기가 이미지 중심으로 넘어가고는 있지만 아직도 이미지만으로는 과거의 글쓰기 형태를 대체할 수 없음을 의미한다. 이미지의 연속된 편집으로 되어있는 동영상의 경우 텍스트 없이 영상 스토리만으로도 독자가 몰입할 수 있는 것에 반해 이미지는 정지된 한 장면으로 전체를 이해해야 하기 때문에 텍스트를 통한 보충을 필요로 한다. 그러나 글쓰기에 대한 인식의 변화와 동영상 제작환경이 발달함에 따라 텍스트와 이미지의 혼합 보다는 동영상을 통한 이미지만으로의 소통이 더 늘어날 것으로 예측된다.

표 9. 각 3개 메뉴의 정보공유 비율

전체	비공개	일촌공개	전체공개	Pearson카이 제곱 값	Pearson카이 제곱 P값
게시판	27.1%	10.6%	62.3%		
사진첩	12.6%	47.3%	40.1%		
다이어리	34.7%	9.8%	55.5%		
전체	15.9%	43.3%	40.8%	393.680	0.001

[표 9]의 정보공유 비율을 살펴보면 전체적으로는 43.3%로 일촌공개의 비율이 가장 높고 전체공개, 비공개가 각각 40.8%와 15.9%로 나타나고 있다. 글쓰기이나는 성격을 살펴보면 비공개의 경우 자기감시 및 참회로서의 글쓰기와 개인적인 일에서의 자료, 이완된 데이터 등이 많았고, 일촌공개의 경우도 심도 있는 자기고백과 자신의 얼굴이 담긴 사진이 많았다. 또, 전체공개의 경우 일상적인 자기고백, 개인적 관심사(정보), 풍경사진, 친구와 지인의 얼굴 등의 비율이 높게 나타

났다. 교차분석의 결과 사진첩과 게시판, 디어리의 정보공유 비율이 유의수준 1%에서 차이가 있다는 것을 알 수 있다.

전체적으로 일촌공개가 높게 나타난 점은 자기고백적 글쓰기가 비밀스럽게 자기기록을 남기기보다는 자기고백을 통하여 정체성을 구성하려는 시도로 볼 수 있다. 여기서 과거 사적인 영역이었던 자기고백이 네트워크에 의해 공유되고 있다는 점이 중요한 변화이다. 종 세시대 신양인이 자기고백을 함으로써 자기개시(自己開示)를 얻으려고 했던 것처럼 네트워크를 통해 자신을 개시(開示)하고 정체성을 확립하려는 시도로 볼 수 있다. 또한, 싸이월드가 가지고 있는 ‘우리의식’에서도 그 원인을 찾을 수 있는데 소속되어 있는 집단 안에서의 자기고백의 필요가 큼을 알 수 있다. 고백을 받은 일촌들은 일명 ‘댓글’을 남김으로써 그 고백에 참여한다. 따라서 글쓰기 형태 역시 자신의 생각을 담는 형식에서 이제는 타인의 시선을 의식한 문체를 사용하며 때로는 독자를 의식하며 대화하듯이 글을 남겨놓기도 한다. 이렇게 생각의 공유를 사이버 상에서 진행하면서 공동체 의식을 형성한다. 사진첩의 경우 다른 메뉴에 비해 이미지의 수가 월등히 높게 나타나는데 이미지가 가지고 있는 사실에 대한 설득력이 ‘우리’ 즉 ‘일촌’과의 커뮤니티를 형성하는데 큰 역할을 수행하고 있다는 점을 알 수 있다. 또한, 글쓰기의 양이나 사용빈도에서도 다른 메뉴에 비해 월등히 높은 것은 이러한 사진첩의 기능이 전체 싸이월드의 기능의 큰 부분을 차지함을 의미하기도 한다.

## 2. 글쓰기 속성들 간의 상관관계 (사진첩, 게시판, 디어리)

표 10. 글쓰기 속성간의 상관관계(정보형태와 정보공개)

		비공개	1촌	전체공개
자기고백(total)	Pearson 상관계수	*0.652	**0.864	0.467
	유의확률 (양쪽)	0.001	0.001	0.001
정보전달(total)	Pearson 상관계수	0.324	*0.760	**0.810
	유의확률 (양쪽)	0.001	0.001	0.001

[표 10]를 통해 싸이월드에 게재된 콘텐츠의 정보공유도와 정보 속성간의 상관관계를 살펴보면 자기고백적인 내용은 일촌공개가 가장 높게 나타났고, 정보전달적 내용의 경우 전체공개가 가장 높은 수치를 기록했다.

특이한 점은 디어리 메뉴의 경우 고백적인 내용을 담고 있는 것에 반해 전체공개로 설정해 놓은 경우가 월등히 많은 것을 볼 수 있다. 이는 디어리 사용자의 많은 수가 자기고백적 글쓰기라 할지라도 깊은 속마음을 드러내기보다는 스케줄 관리를 하거나 간단한 일기로 사용하는 경우가 많았기 때문으로 판단된다. 또한, 반성, 혹은 참회적 글쓰기의 경우 고전적 일기형식을 빌어 자신만 볼 수 있게끔 비공개로 설정한 수치도 높게 나타났다.

표 11. 글쓰기 속성간의 상관관계(글쓰기 방식과 정보공개)

		비공개	일촌	전체공개
이미지	Pearson 상관계수	*0.700	**0.860	0.501
	유의확률 (양쪽)	0.001	0.001	0.001
혼합	Pearson 상관계수	*0.612	**0.878	0.428
	유의확률 (양쪽)	0.001	0.001	0.001
텍스트	Pearson 상관계수	*0.597	0.244	**0.855
	유의확률 (양쪽)	0.001	0.014	0.001

[표 11]의 글쓰기 방식과 정보공개간의 상간관계를 살펴보면 이미지와 혼합의 정보공유도의 경우 일촌공개의 경향이 높았다. 반면 텍스트의 경우 전체공개가 가장 높고 두 번째로 비공개가 높게 나타났다. 이러한 현상은 이미지를 사용한 글쓰기가 일촌들 간의 커뮤니케이션을 위한 수단으로 많이 사용되고 있음을 유추해 볼 수 있다. 반면, 텍스트의 경우 커뮤니케이션 보다는 자신의 참회를 위한 고백적 글쓰기나 일상적인 일정에 관한 글이 많기 때문으로 사료된다.

[표 12]를 살펴보면 전체적인 글과 자기고백적인 글쓰기가 0.998의 상관관계를 가져 전체적으로 글의 수가 늘어나면 자기고백적인 글이 늘어나는 경향이 강하다는 것을 알 수 있다.

표 12. 글쓰기 속성간의 상관관계(글쓰기 방식과 정보형태)

		자기고백적	정보전달적
이미지	Pearson 상관계수	**0.997	0.661
	유의확률 (양쪽)	0.001	0.001
혼합	Pearson 상관계수	**0.999	0.331
	유의확률 (양쪽)	0.001	0.001
텍스트	Pearson 상관계수	**0.961	0.565
	유의확률 (양쪽)	0.001	0.001

[표 12]의 이미지, 혼합, 텍스트 모두에서 자기고백적인 글쓰기가 정보적 글쓰기보다 상관관계가 더 높게 나타났다. 이번 결과는 유의수준 1%하에서 모두 유의하다. 이를 통하여 싸이월드 내에서 글쓰기의 성향은 정보 속성에 관계없이 정보를 전달하기 위한 수단보다는 자기고백적 성향이 큐를 알 수 있었다.

## IV. 논의

블로그는 일상에서 벌어지는 매일 매일의 지나가는 감정과 경험들을 기록한다. 기존의 종이에 쓰던 일기와 같이 블로그는 나를 중심으로 한 내러티브 구조를 짓는다. 이러한 구조 속의 블로그는 ‘나’의 지속되는 정체성과 일관된 역사를 가진 삶의 독립된 소재들을 보여준다 [34].

한국형 블로그의 일종인 싸이월드에 나타난 디지털 글쓰기의 특징을 알아보기 위해 100개의 샘플을 추출해 분석해 본 결과, 사진첩, 게시판, 다이어리 메뉴에서 모두 자기고백적 내용이 98.2%로 정보전달적 기능의 내용 1.8%에 비해 훨씬 높은 수치를 기록했다. 분석된 내용의 이미지와 텍스트의 비율을 살펴보았을 때, 텍스트와 이미지의 혼합형이 79.93%를 나타냈으며, 이미지만으로 기술된 내용의 비율은 9.57%, 그리고 텍스트로만 기술된 내용은 전체의 10.50%를 나타냈다. 정보공유 비율에 있어서는 일촌공개의 비율은 43.3%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 전체공개가 40.8%, 비공개가 15.9%를 보였다. 즉, 싸이월드는 자기고백적 내용이

주를 이루며, 게시된 게시물은 주로 이미지와 텍스트의 혼합의 형태로 유통되고 있다. 또한 게시물의 공유정도에서는 주로 일촌공개 및 전체공개의 내용이 대다수를 이루고 있어, 타자를 염두에 두고 글쓰기가 진행된다는 점을 알 수 있었다. 싸이월드에서 수집된 수치를 바탕으로 한 디지털 글쓰기의 특징은 다음과 같이 분석할 수 있다.

### 1. 자기기술의 시작화

싸이월드는 개인의 미니홈피에 사진첩기능을 비롯하여 대부분의 메뉴에 이미지를 삽입할 수 있도록 하여 디지털 시대 글쓰기 변화에 좀 더 능동적으로 대처하고 있다. 싸이월드의 이용자들은 자기와 한 몸이 되다시피 한 디지털 카메라나 휴대전화의 카메라를 이용하여 그들의 기록을 미니홈피에 남김으로써 기억을 시작적으로 기록하며, 만인 앞에서 일기를 쓰듯이 자신의 일상을 고백한다. SK텔레콤의 설문조사 결과, 이용자들은 싸이월드 이용의 확산에 가장 큰 영향을 끼친 요인 중의 하나로 사진과 이미지의 쉬운 업로드와 다운로드를 꼽고 있다. SK텔레콤에서 밝히고 있는 하루 사진 업로드 숫자는 평균 6만 건이다. 이것은 이미지가 우리의 경험을 강력하게 지배하는 단순하고 직접적인 언어가 되었음을 의미한다. 다니엘 부어스틴이 ‘이미지와 환상’에서 말하는 ‘그래픽혁명’은 이미지 혁명이다[20]. 사람들, 풍경들, 사건들을 이미지로 만들고, 보관하고, 전달하고 배포하는 인간의 능력은 놀라운 속도로 증가했다. 이미지 세계에서 활자 인쇄는 운명적으로 부차적인 것이 되었고, 사진이 점점 더 중요한 위치에 서게 되었다.

사진은 과거에 어떠한 경험을 체험하는 순간 만들어진 부신물이다. 즐거웠던 일, 기억에 남기고 싶은 일 등을 이미지라는 형태를 빌려 기록으로 남긴 것이다. 그렇기 때문에 사람들은 사진의 진실성을 신뢰해왔다. 하지만 사진이 경험의 처음부터 끝까지를 이야기해주지는 못한다. 단지 긴 경험의 한 장면을 이미지로 보여주는 것이며, 우리 스스로가 계획적으로 만들어 내는 것이다.

남들에게 고백하는 자신의 모습은 진실된 모습이 아닌 사실에 근거한 허구의 모습이다. 사진을 통해 온라

인상에서 사람들은 자신의 과거와 현재뿐 아니라 미래까지도 꾸며서 만들어 낼 수 있다. 완벽하게 이미지로 구성된 주체들은 한편 서로 보여지는 자가 되면서 서로 와의 유대감과 인간관계를 형성하게 된다. 이렇듯, 가짜 사건을 이미지로 조작하여 시각적으로 기록함으로써 사람들은 이미지의 환상을 만든다.

싸이월드를 비롯한 온라인상에서 행해지는 글쓰기의 텍스트 성격 역시 이전과는 상당히 다른 양상을 보여준다. 온라인 글쓰기에서는 문자 본연의 기능인 내용 전달적인 측면은 상당부분 축소되었으며, 표현방식에 있어서는 탈 문자화가 진행되고 있다. 이에 따라 문장의 구성에 있어서 서사보다는 단편적인 감상과 감정표현 등 상대적으로 짧은 과편적인 문장이 주류를 이룬다. 어떠한 복잡 미묘한 감정도 컴퓨터의 자판에 기대어 이 모티콘을 이용하여 묘사됨으로써 섬세함을 없애버리고 일차적인 이미지로 감정표현을 단순화 시킨다. 이러한 이모티콘을 비롯한 언어의 문법 과거적 운용은 디지털 디바이스를 기반으로 하는 현대 생활내부로 빠르게 편입되고 있다.

이제 사람들은 자신의 일상과 사건을 글로 남기기보다는 카메라를 이용해 손쉽게 기억을 저장한다. 미니홈피에 차곡차곡 쌓아나가는 이미지들은 개인의 역사이며 이러한 자기고백은 초등학교 시절의 그림일기를 떠올라온다. 이는 텍스트보다는 이미지에 훨씬 판대한 공간이며 이곳에 쌓이는 이미지들은 자기고백의 역사이다. 온라인상에 올려진 이 디지털 그림일기는 미니홈피를 방문한 사람들에게 회랑됨으로써 비로소 자기고백의 완성을 이루게 된다.

## 2. 자기 기술의 네트워크화

싸이월드에서 제공하는 스크랩 기능은 일종의 변형된 하이퍼텍스트로서 자기기술의 네트워크 현상을 볼 수 있다. 스크랩은 관심 있는 이미지 혹은 텍스트를 버튼 하나로 손쉽게 자신의 홈페이지에 저장하는 기능으로 미니홈피간의 정보공유와 링크를 통한 이동의 창구 역할을 하게 된다. 내용의 공유는 일종의 집단적 사고를 발생시키며 정보의 원저작자를 중요시하기보다는 같은 주제와 같은 관심을 가진 자들 간의 유대의식을

중요시하도록 변화시켰다. 또한, 일촌으로의 파도타기 기능 역시 하이퍼링크의 일종으로 지인들의 홈페이지 방문을 더욱 용이하게 만들었으나 서로를 하나의 테두리 안에 엮어놓고 정보의 흐름을 더욱 가속화 시킨다. 홈페이지의 주소를 암기하거나 일일이 타이핑 할 필요 없이 한 번의 클릭으로 원하는 상대방의 홈페이지로 이동하도록 함으로써 사이버상에서의 네트워크화 된 인간관계는 더욱 활발해졌다. 싸이월드의 하이퍼링크가 여타 다른 웹페이지에서의 하이퍼링크와 다른 점은 자기표현의 공간이 되는 소집단간의 활발한 교류작용을 통해 연대감을 높일 수 있는 장치들을 전면에 내세웠다는 점이다. 이것은 여타 하이퍼링크에서 보이는 정보교류를 일차적 목적으로 한 것이 아닌, 교류행위를 통한 사회성을 공고히 한다는 점에 주목했다는 것을 말해준다.

이러한 기술적 변화는 자기고백의 네트워크화를 가속화시킨다고 할 수 있는데, 과거의 자기고백이란 스스로 혹은 몇몇 지인에 한정되어 이루어졌다. 그 내용 또한 수정되거나 변형되는 형태가 아닌 고정된 텍스트로 남아있었다. 그러나 이제는 기술적 힘에 의해 이러한 한계를 벗어나 '나'에 대한 고백은 웹상을 떠돌아다니며 타인과의 공유를 기본 목적으로 하고 있다. 나를 고백하는 일이 이제는 기본적으로 남을 의식하며 진행되고 이는 네트워크를 통해 또 다른 새로운 나로 거듭난다.

싸이월드 이용자들의 하이퍼 텍스트적 상호참조는 텍스트에 대한 상호참조라기보다는 이용자 간의 상호 참조이다. 이용자들은 그들 간의 상호참조를 통하여 커뮤니티를 구성하고 함께 사유한다. 그들은 독특하고 다원적이고 유목적이며 지속적으로 변모한다. 함께 사유하며, 집단적 지성을 만드는데 참여하기를 강요당한다. 데카르트의 “나는 생각한다(Cogito)”에서 “우리는 생각한다(Cogitamus)”로 넘어가는 것이다. 이러한 집단적 구조는 중층적이며 다원적이다. 여기에 참여하는 사람들은 동시에 다른 사람들의 목소리를 들어야 하고, 다르게 불러야 하며, 자신의 목소리와 타자들의 목소리 사이의 조화로운 공존을 찾음으로써 전체적인 효과를 개선시켜야 한다.

타자와의 관계는 인위적으로 만들어진 사건에 의해

꾸며지고 발생한다. 개인화된 미디어에 의해 만들어진 사건들은 타자 앞에 드러내진다. 타자 앞에 대상으로서 던져진 것이다. 타자와의 만남은 내가 대상이 되거나 그가 대상이 되는 시선의 싸움이다. 싸이월드에서의 자기고백은 주체성 성립을 위해 타자와의 만남을 인위적으로 구성하는 것이기도 하다. 타자와의 만남을 위한 나의 드러냄은 나의 주체성 성립에 선행하는 것이다. 타자의 얼굴은 완전한 과거의 흔적, 완전히 지나간 부재 속에 있다고 서동욱은 말한다. 싸이월드에서 나는 마치 범인이 범죄의 현장에 지문을 남기듯이 나의 과거를 사진과 글로써 남기고 그것을 타자 앞에 대상화한다 [12]. 이를 통하여 자기 기술은 더 이상 자기 폐쇄적 피난처이거나 자기애적인 회귀가 아닌, 함께 공유되고 참조되며 중중적으로 수정 가능한 접합 구조를 가지게 된다.

### 3. 가상화된 가족

싸이월드의 일촌맺기는 ‘싸이친구’라는 신조어를 생성해 낼 정도로 새로운 문화 코드로 자리를 잡았다. 사이버 상에서의 맺어진 인연은 우리라는 단단한 유대감을 형성하며 혈연관계가 아님에도 ‘일촌’이라는 용어를 사용하며 관계를 규정지어 그 유대감을 강조하였다. ‘나’를 중심으로 형성된 일촌 그룹은 비록 공동체 전체가 서로의 신분을 모두 알지 못하지만 공통의 목적인 ‘나’의 생각과 관심을 함께 공유하는 가족으로서의 그룹을 형성한다. 일촌으로 형성된 친분은 만남의 횟수를 줄면 관계도 소원해지는 전통적 친구관계와는 달리, 오프라인에서의 만남의 횟수는 적어도 사이버 상에서의 커뮤니케이션을 통해 지속적인 가족으로서의 관계를 유지할 수 있는 특징을 가지고 있다. 또한, 오프라인에서의 친분이 적거나 만남을 가진 적이 없는 관계라도 온라인에서 새로운 인간관계로 자리잡을 수 있게 되었다. 일촌의 권한을 가진 친구는 ‘나’의 감정과 고백을 충분히 공유할 수 있는 사람으로 간주되어 나의 고백적 글들을 공유할 수 있다고 여겨진다.

그렇기 때문에 싸이월드에서 재구성된 가족은 실제 가족 구성원으로서의 책임은 따르지 않지만 라인풀드가 주장하듯이 개인적 수준에서는 소속감을 불어 넣어

주고, 개인적 수준에서는 공공 이익을 추구하는 상호작용이 이루어지고, 정치적 수준에서는 자유로운 의사표현을 통해 합리적인 합의에 도달하는, 고대 그리스와 같은 정치적 아고라의장을 형성하였다[14]. 이렇게 형성된 아고라의장은 그들만의 결속력과 소속감을 불러 넣어주기 위해 공개(허용)와 비공개(비밀), 일촌공개(공유된 비밀)를 형성하게 된다.

일촌공개를 통해 발생한 비밀들은 공유하는 자와 공유하지 못하는 자의 존재를 만들고, 비밀의 내용을 알고 있는 자에게만 그들의 집단 안에 속한 자와 같은 권력을 나누어 준다. 싸이월드의 이용자들은 누구나 그들만의 비밀을 가지고 있고, 그것은 커뮤니케이션을 거부하거나 현실로부터 고립되지 않는 단순한 방식으로 비밀의 존재를 밝히고 있는 것이다. 공공에 의해 지켜지는 타인의 비밀을 알고 싶어 하는 그들의 호기심이 싸이월드를 사람들 사이에 유통시키게 한다. 이것은 하나의 유행이며 비밀에 대한 유행이다. 나만의 비밀은 이렇게 증식된다. 내가 나의 미니홈피를 가지고 회원들을 위한 클럽을 운영한다는 것은 남들이 가질 수 없는 나만의 비밀을 가지고 내가 원하는 사람들에게만 그것을 유통시키겠다는 의지의 표명이다. 그렇기 때문에 공개와 비공개의 설정은 자신을 고백하고 드러내고 싶은 욕망과 감추고 싶은 욕망의 교차를 만들어낸다. 이러한 욕망에 작가적 상상과 타자에게 보이고 싶은 자신을 투영함으로 새로운 이상형을 만들어 내고 이렇게 만들어진 이상은 실제 사실보다 더욱 리얼한 사실로 보이기 때문에 정보를 접하는 사용자들은 허구를 진짜 정보로 인식하게 된다.

싸이월드는 일촌맺기라는 독특한 기능을 이용하여 인간관계를 온라인으로 끌어 오는데 일조하였다. 여타 블로그가 접속과 링크를 통하여 정보적으로 각 사이트를 연결함으로써 기존의 온라인적 범주를 벗어나지 않았다면, 싸이월드는 이와는 달리 유저간의 인간관계형성이라는 독특한 면에 집중했다. 말하자면 싸이월드는 기존의 인터넷의 속성에 커뮤니케이션적 속성을 강화함으로써, 싸이월드 안에서 맺어진 관계는 때로는 보여주고 싶어 하는 타자의 감정과 고백을 듣는 독자의 입장으로 그리고 때로는 결사체의 소속된 일원으로의 입장

무를 가진다. 일촌으로 정의 내려진 사람에게는 각종 특권이 주어지며 오프라인에서 보다 더 친밀한 가족으로서의 소속감을 불러일으키며 작용한다.

## V. 결론 및 연구의 한계

디지털 글쓰기는 그 수단이 펜과 종이에서 컴퓨터의 키보드와 모니터로 변경되었다는 것만을 내포하고 있는 것이 아니다. 이는 그 내용적인 면에서 뿐 아니라 인간의 사고방식마저 변화시키고 있음을 의미한다. 혁명이라 칭할 정도의 급격한 변화는 뉴미디어의 발전과 함께 나타났다. 이로 인한 사회적, 내적 변화를 살펴보기 위해 본 연구에서는 디지털 글쓰기 중에서도 자기고백적 글쓰기의 변화를 가장 농동적으로 받아들이고 있는 블로그를 중심으로 디지털 글쓰기의 변화를 연구해 보았다. 디지털 시대에 개인 블로그가 자기를 기술하는 방식에 어떠한 영향을 미쳤는가를 알아보기 위해 첫째, 싸이월드안의 시작적 이미지가 디지털 글쓰기 방식에 어떠한 영향을 미쳤는지를 살펴보았으며, 둘째, 싸이월드의 데이터 공유를 통해 글쓰기 방식의 변화를 분석하여 보고, 셋째, 싸이월드에서 만들어낸 가상화된 가족의 형태가 글쓰기에 어떠한 영향을 미쳤는지에 대해 분석하여 보았다.

싸이월드는 그 주요 사용층이 10대에서 20대로 디지털 문명을 거부감 없이 체득하는 세대가 주를 이루고 있다. 이들은 싸이월드를 통해 현실과 닮은 또 하나의 가상 공간을 만들고 이곳에서 타인과 커뮤니케이션 하며 존재한다. 디지털 글쓰기 변화양상을 분석하기 위해 임의의 100개의 싸이월드를 선택하여 분석하였다. 분석은 우선, 싸이월드의 매뉴얼 사용여부 조사를 실시하였고, 이를 바탕으로 싸이월드의 이용자가 자신의 미니홈피를 어떠한 용도로 사용하고 있는지를 통계적으로 분석하였다. 조사결과, 대부분의 사용자가(97명) 자기고백과 커뮤니케이션의 성격을 지닌 사진첩을 사용하고 있었으며 두 번째로 87명의 사용자가 커뮤니케이션적 성격을 지닌 방명록을 사용하고 있었다. 이는 싸이월드 이용자 대부분이 자신의 미니홈피를 자기고백의 장으

로 이용할 뿐 아니라 이를 통한 지인들과의 교류를 중요시한다는 점을 알 수 있었다.

이를 바탕으로 사용빈도가 높은 다이어리, 사진첩, 게시판을 대상으로 세부조사를 실시하였다. 게시물은 자기고백적/정보전달적, 이미지/혼합형/텍스트, 전체공개/일촌공개/비공개의 항목으로 구분하였다. 분석한 결과, 전체적으로 자기고백적 내용이 98.2%로 정보전달적 내용 1.8%에 비해 압도적으로 많았으며, 기술형태에 있어서는 이미지와 텍스트의 혼합형이 79.93%로 대다수를 차지했다. 반면, 이미지 만으로의 기술은 9.75%, 텍스트 만으로의 기술은 10.50%를 나타냈다. 공유정도에 있어서는 일촌공개의 비율이 43.3%를 나타내며 가장 높은 비율을 기록했으며 그 뒤를 이어 전체공개가 40.8%, 비공개는 15.9%를 나타냈다.

싸이월드를 통해 알아본 자기고백적 디지털 글쓰기의 특징으로 자기기술의 시각화와 자기기술의 네트워크화를 알 수 있었으며, 또한 가상의 공간에서 일촌 개념에 의해 생성된 새로운 가족의 구성과 이로 인한 비밀의 공유방식을 찾아 볼 수 있었다. 싸이월드 이용자들은 그들의 하루를 카메라로 담아 미니홈피와 클럽의 회원들에게 고백한다. 이는 대상화된 나의 과거를 보이지 않는 타자들에게 시각적으로 드러내는 것이다. 자기고백의 시각화는 체화된 디지털 카메라라는 기술적 요인 이전에 이미지에 의해 매개되고 있는 사회적 관계에 의해 강요된 것이다. 그러나 이미지가 텍스트의 모든 권력을 앗아간 것은 아니다. 싸이월드의 기술방식을 보아도 아직은 이미지를 보충해 주는 텍스트의 역할이 큰 것을 알 수 있었다. 싸이월드에서 생산된 비밀은 모든 디지털 글쓰기가 그렇듯이 집단적으로 저작되기도 하고, 네트워크화 되어서 유동한다. 싸이월드 내에서 ‘일촌’으로 묶인 자들은 가상화된 가족의 일원으로 허가받은 자로써, ‘나’의 고백을 지켜본다. 우연히 만나게 되는 사건으로 꾸며진 나의 비밀은 치밀하게 계산된 드러냄이며 타자의 존재를 의식하고 만들어진 사건이다.

싸이월드는 자기기술과 자기고백의 방식을 가상시대에 적합하게 바꾸는데 큰 역할을 해왔다. 지금껏 개인의 삶의 기록이 이렇게 만인을 상대로 공개되고 대상화되어 본적이 없었다. 더 이상 자기기술과 자기고백은

주체를 구성하기 위한 은밀하고 개인적인 행위가 아닌, 공개적이며 유희적인 일이 되었다. 삶의 기록이 농담처럼 유통되고 표피적으로 남겨질 때, 사람들 사이의 진실성 역시 무대 위에 올려진 연극처럼 여겨지게 될 것이다.

디지털 글쓰기가 일반 대중에게 본격적으로 보급된 것은 2000년 이후부터이고, 싸이월드가 본격적으로 활성화된 것 또한 2003년 이후부터이다. 현재 디지털 글쓰기는 대중의 성향과 욕구에 의해 계속해서 진화 발전해 나가고 있다. 또한, 싸이월드의 사용을 주도하는 유저들은 대부분 유행에 민감한 10~20대이기 때문에 사회 전체를 대변하기는 힘들고 큰 사회적 파급효과에 비해 지속기간에 있어서는 일시적인 현상으로 그칠 염려 또한 있다. 따라서, 결과를 보지 못한 상황에서 디지털 글쓰기에 대해 명확한 정의를 내린다는 것은 시기상조일 수 있다.

싸이월드의 경우 정해진 포맷에 맞추어 글을 작성하게 되어 있는데 포맷은 글쓰기의 방식과 방향에 큰 영향을 끼친다. 싸이월드의 경우 이익을 추구하는 회사에 의해 운영되어지는 사이트이기 때문에 사용자의 선호에 따른 글쓰기 포맷 뿐 아니라 회사의 수익을 유도하는 글쓰기 포맷으로 발전해 나갈 수 밖에 없는 문제점을 가지고 있다. 이러한 글쓰기 방식은 사용자의 자발적인 글쓰기 방식이 아닌 일방향적이고 조작적 글쓰기가 될 염려가 있다. 따라서, 이러한 문제를 고려한 평가와 정의를 내리는 데에는 어려움이 있다.

본 연구의 데이터를 수집 집계에 있어서도 글쓰기의 내용 하나하나에 초점을 둔 것이 아니라 데이터의 성격(자기고백, 정보전달), 타입(이미지, 혼합, 텍스트), 유형(비공개, 공개, 1촌 공개)에 따라 정량적 수치를 통해 도출해낸 결과이기 때문에 데이터의 정성적 접근에 있어서 한계가 있었다. 수집된 사용자의 표본 수 또한 100개 밖에 되지 않았기 때문에 싸이월드의 사용자 전체를 대변하는데는 어려움이 크고, 비공개 데이터의 경우 내용과 의미에 대한 정확한 파악이 힘들었다.

하지만 디지털 문화가 대중에게 보급, 정착하고 있는 시점에서 디지털 글쓰기에 대한 새로운 정의와 연구는 필요하다. 그렇기 때문에, 넓고 깊이 있는 학술적 연구

를 위해서는 사용자 개인의 사생활을 침해하지 않는 범위 내에서 사이트를 운영하고 있는 회사와의 긴밀한 협력을 통한 지속적인 연구가 필요로 하다.

### 참 고 문 헌

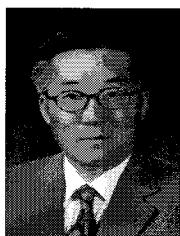
- [1] 강민정, “1인 미디어’를 이용한 브랜드 커뮤니티 특성이 소비자에게 미치는 영향에 관한 연구”, 서울대학교, 2005.
- [2] 권상희, “블로그(Blog)양식: 커뮤니케이터, 구성 형태, 내용, 연결성에 따른 장르유형분석 연구”, 사이버커뮤니케이션학보, 통권 제15호, 2005.
- [3] 권상희, 우지수, “블로그(Blog) 미디어 연구: 블로그 이용 및 만족과 인지 행태에 관한 연구”, 한국방송학보, 제19, 제2호, 2005.
- [4] 권택영, 자크 라캉 욕망 이론, 문예출판사, 1994.
- [5] 김성벽, 웹미디어의 중독적 이용 경험과 개인의 자아 정체성에 관한 연구, 중앙대학교 언론문화 연구소, 2004.
- [6] 김인식, 이미지와 글쓰기 - 롤랑 바르트의 이미지론, 세계사, 1993.
- [7] 김지수, “1인 미디어, 블로그의 확산과 이슈”, 정보통신정책, 제16권, 제22호, 2004.
- [8] 김효춘, “블로그 연내 1천만개 돌파”, 이코노미스트 708호, 2003(10).
- [9] 노기영, 이미영, “블로그의 매체경쟁에 관한 연구 : 관계지향 블로그와 정보지향 블로그의 적소분석을 통한 경쟁분석”, 한국언론학회, 제49권, 제3호, 2005.
- [10] 박광순, 조명휘, “인터넷의 웹블로그 이용동기와 만족도에 관한 연구: 대학생 집단을 중심으로”, 한국언론학보, 제48권, 제5호, 2004.
- [11] 서남희, “1인 미디어의 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 콘텐츠 프로바이더를 중심으로”, 연세대학교 정보대학원, 2004.
- [12] 서동욱, 차이와 타자, 문학과 지성사, 2000.
- [13] 신항식, 디자인 이해의 기초이론, 나남출판,

- 2004.
- [14] 이재현, *인터넷과 사이버 사회*, 커뮤니케이션북스, 2000.
  - [15] 이재현, *멀티미디어와 디지털 세계*, 커뮤니케이션북스, 2004.
  - [16] 채지형, *싸이월드는 왜 떴을까?*, 제우미디어, 2005.
  - [17] R. Blood, Introduction. In J. Rodzilla, *We've Got Blog: How Weblogs are Changing our culture* pp.ix-xiii. Cambridge MA: Perseus Publishing, 2002.
  - [18] Bolter and Jay David, *Writing Space : Computers, Hypertext, and the remediation of Print*, Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2001.
  - [19] Bolter, J. David, Grusin, and Richard, *재매개: 뉴미디어의 계보학*, 이재현 역(2006), 커뮤니케이션북스, 1999.
  - [20] Boorstin and J. Daniel, *The Image : A Guide to Pseudo-Events in America*, 사계절출판, 1992.
  - [21] Bourdieu and Pierre, *Photography: A Middle-Brow Art*, 1996.
  - [22] Bruckman and S. Amy, *Identity Workshop : Emergent Social and Psychological Phenomena in Text-Based Virtual Reality*. Unpublished Manuscript, 1992.
  - [23] Bruckman and S. Amy, *Gender Swapping on the Internet. Presented at The Internet Society*, San Francisco, CA. In Peter Ludlow(ed.) (1996), *High Noon on the Electronic Frontier : Conceptual Issues in Cyberspace*. Cambridge, MA : The MIT Press, 1993.
  - [24] Debord, Guy, *Society of the Spectacle*, 1967.
  - [25] Foucault and Michel, *Technology of the Self: A seminar with Michel Foucault*, 1988.
  - [26] Hevern and W. Vincent, *Threaded Identity in Cyberspace: Weblogs &Positioning in the Dialogical Self*, Lawrence Erlbaum Associates, 2004.
  - [27] Hosokawa and Shuhei, "The Walkman Effect, Popular Music," Performers and Audiences. Vol.4, pp.165-180, 1984.
  - [28] Levy and Pierre, *L'intelligence collective*, 문학과 자성사, 1994.
  - [29] Levy and Pierre, *Qu'est-ce que le virtuel?* 궁리출판, 1995.
  - [30] McLuhan and Herbert Marshal, *Understanding Media: The Extension of Man*, 커뮤니케이션북스, 1977.
  - [31] [http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching\\_ICTs\\_in\\_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf](http://www.intermedia.uio.no/konferanser/skikt-02/docs/Researching_ICTs_in_context-Ch11-Mortensen-Walker.pdf), 2002.
  - [32] Poster and Mark, *What's the matter with the Internet?*, 이제이북스, 2001.
  - [33] Robins and Kevin, *Will Image Move us Still?*, Martin Lister (Eds.), *The Photographic Image in Digital Culture*, Routledge, 1995.
  - [34] Reed and Adam, "'My Blog Is Me': Text and Persons in UK Online Journal Culture (and Anthropology)," Routledge Journals, Taylor and Francis Group Ltd, 2005.
  - [35] Reid and Elizabeth, "Text-based Virtual Realities: Identity and the Cyborg Body," *Cultural Formations in Text-Based Virtual Realities*, Ph.D. Thesis, University of Melbourne, 1994.
  - [36] Slater and Don, "Domestic Photography and digital culture, Martin Lister, *The Photographic Image in Digital Culture*," Routledge, 1995.
  - [37] Turkle and Sherry, "Identity in the age of the internet, Life on the Screen," Touchstone, 1995.
  - [38] Webster and Frank, "Theories of the Information Society," Routledge, pp.163-192, 1995.

자자소개

김 종 덕(Jong-Deok Kim)

정회원



- 2007년 : 서울대학교 사회과학대학 언론정보학과 박사과정 수료
- 1991년 9월 ~ 현재 : 홍익대학교 시각디자인과 교수
- 2006년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 영상대학원 원장

<관심분야> : 인터랙티브 TV

조 나 현(Na-Hyun Cho)

정회원



- 2002년 2월 : 서울대학교 조소과 졸업
- 2005년 3월 : 영국 킹스턴 대학교 Animation 석사 졸업
- 2007년 3월 ~ 현재 : 홍익대학교 영상학과 박사과정

<관심분야> : 애니메이션, 인터랙티브 스토리텔링