

한국디자인DNA 심화연구

디지털콘텐츠

심화연구자 한 명 수(SK 커뮤니케이션즈 이사)

CONTENTS

1장. PC통신과 온라인 커뮤니티의 탄생 (1985 ~)

- 1절. 한국의 커뮤니티 문화
- 2절. PC통신을 통한 온라인 네트워크의 시작
- 3절. 한국 커뮤니티 문화의 변화

2장. 인터넷의 도입과 네트워크의 확장 (1994 ~)

- 1절. 인터넷 도입과 네트워크의 폭발.
- 2절. 네이버와 리나지 그리고 싸이월드

3장. 싸이월드 (1999 ~)

- 1절. 관계의 시작과 확장 (일촌)
- 2절. 디지털 아이덴티티 (Profile, Identity)
- 3절. 소통 (Feedback & relation)

4장. 한국적 디지털 무형자산 (Digital Intangible Assets)

1장. PC통신과 온라인 커뮤니티의 탄생 (1985 ~)

1절. 한국의 커뮤니티 문화

해방 직후 우리나라의 문맹률은 90%. 그때만 해도 인구의 대부분이 구술문화에 속해 있었다는 얘기다. 그로부터 60여 년이 지난 오늘날, 우리 사회의 문맹률은 거의 0%에 가깝다. 서구에서 몇 백 년이 걸린 과정을 우리는 몇십 년 만에 똑똑 해치워버렸다. 구술문화의 특성을 완전히 지우기에는 너무 짧은 시간이 아닌가. – 진중권

월터 J. 옹은 인류문화의 단계를 1단계. 원시적 구술문화에서 2단계. 문자문화로 그리고 3단계. (문자문화를 바탕으로) 전자시대의 2차 구술문화의 3단계로 구분 지었다. 하지만 우리나라는 월터 J. 옹이 말한 단계와는 달리 우리나라는 1단계의 원시적 구술문화에서 문자문화를 제대로 거치지 못한 상태로 3단계인 전자시대의 2차 구술문화의 단계로 넘어가 한국의 독특한 원시적 구술문화를 강하게 띠고 있다. 이런 문자단계의 성숙함을 거치지 못한 한국적 구술문화의 대표적인 특징은 논리나 추론보다는 감정이입적이며 자신과 동일한 의견과 생각에는 맹목적 찬양을, 그리고 자신과 대치되는 의견일 경우 원색적인 모욕과 비난이 난무하는 모습을 보여준다.

그런 예는 인터넷에 대부분의 서비스에서 쉽게 살펴 볼 수 있는데 가장 최근에 일어난 지하철 성추행 사건 기사의 댓글만 살펴봐도 한국인이 사건이나 이야기를 대할 때 얼마나 감정이입적으로 논쟁을 펼치거나 비난하는지를 통해 쉽게 확인해 볼 수 있다.

이러한 한국 특유의 구술 문화 기반 속에서 한국인은 우리성, 심정, 정, 한, 눈치, 평계, 체면 등의 심리적 영향을 강하게 받는 내집단의 성격을 띠며 사회적 관계 속에서 타인과의 영향을 주고받으며 동질감 확인하고 그 속에서 친교성을 높여 나간다. 그러한 행위는 서구사회에서 흔히 볼 수 있는 공통적 목적이나 주제에 따른 공통적 우리성(Distributive Wenes)의 성격이 아닌 집단 속에서 자신을 함몰시켜 그 속에서 자신의 정체감을 재확인하는 탈자기성을 뛴 단일체적 우리성(Collective Wenes)에 바탕을 두고 있기 때문에 개개인의 인격이나 논리, 추론, 의견, 토론에 보다는 아닌 공동체 속에 숨거나 일치되어 의견을 내고 공동체 안에서 평가 받는 것에 익숙해 냉정하고 책임감 있는 주체로의 개인의 모습을 찾기 어려운 문화를 형성하게 된다.

댓글송기기 ▲

작성자 [] 찾기

댓글 206 | 예비 베플 23

추천 544 | **반대 30**

댓글의 댓글 31 ▲

↳ 박광승 신발 벗겨진체 대 만취에 빠진 여성도 문제입니다. 항상 자기방어에 철저 하세요 .여성분들~ 12.02 01:08

↳ 강조아 베플님한테 하는소리아님;; 12.02 00:19

↳ 강조아 글마다 다 도배하는데 도배좀 자제하죠——남자주보이니깐 눈살찌푸려지는대요 12.02 00:19

↳ 박용상 임세진씨 보영씨나 제가 이렇게 하는건요 나이드신분이 짚은놈한테 온갖모욕받고 엎드려뻗쳐하고 맞았을생각 하니깐 정말 그분이 너무 너무 억울할것 같아서 . .. 이런 큰사건이 이렇게 묻히는게 싫어서입니다. 님아 조금만 좋은 눈으로 봐주세요 12.01 23:48

↳ 박용상 인간으로서 정말 해서는 안되는짓을한 최철원 기사입니다.이슈화 시켜주세요 http://news.nate.com/view/20101129n23419 <--- 여기가서 기사좀 올라오게 올려좀 놀려주세요 12.01 23:46

↳ 최예술 베플 댓글 왜이래... 12.01 23:22

↳ 이승철 까...깜짝놀랐다. 저 사진보고... 남자인 나도 역거운데 ㄷㄷㄷㄷ 12.01 23:10

↳ 최원정 베플에 이상한 댓글단 분들, 도둑이 제 발 저린다죠? 12.01 23:05

↳ 김은선 베플보고 뭐라하는애들 좀 이상하네 ——ㅋㅋㅋㅋㅋ 자기한테 그런것도 아닌데 왜발끈들하시나 남잔다그른가? 12.01 22:33

↳ 김은정 딸있는 사람이 더하는거 같음 보면...자기딸이 저런일 당했다면 개거품 물것 같은 새끼 12.01 22:22

1 2 3

댓글 193 | 12.01 19:38

추천 469 | **반대 17**

댓글의 댓글 11 ▼

댓글 298 | 12.01 20:47

추천 298 | **반대 14**

울분을참을수가없네요 여자분의저런모습을보고욕구가생기는건 당연하다고 말씀하시는분들에게 총고 한마디 할게요 그 욕구를 참아낼줄이는데 인간본연의모습이고 그것을참아내지못할때 짐승만도못한범죄자가 되는겁니다 아시겠어요?

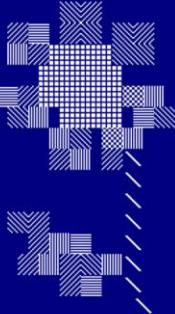
댓글의 댓글 35 ▼

(지하철 성추행기사 댓글)

2절. PC통신을 통한 온라인 네트워크의 시작

한국에서 PC통신이 시작된 시기는 1985년이지만 하이텔, 나우누리, 유니텔, 네츠고 등의 다양한 서비스가 시작된 1990년대 초 중반을 시작시기로 보는 것이 더 적절하다. 당시의 전화 회선을 이용한 통신모뎀은 56bps의 데이터 전송 속도 밖에 내지 못했기 때문에, mp3파일을 하나 받는 데에도 몇 시간이 걸리던 시기였다. 그래서 멀티미디어적인 요소는 구현이 어려웠고 주로 텍스트

기반의 시스템인 BBS(Broadcast Bulletin board System) 즉, 온라인 게시판을 통해 커뮤니케이션이 이루어졌다. 초기의 BBS는 일반적인 정보들을 게시하고 공유했으나, PC통신 사용자가 늘어남에 따라 특별한 주제나 관심사들 별로 개별적인 BBS가 생성되어 BBS를 운영하는 시설을 중심으로 커뮤니케이션 활동이 일어나게 된다. 그렇게 시작된 개개의 작은 BBS 네트워크의 초기는 공동의 관심사인 음악, 영화, 문학, 띠별(나이 별), 게임 등으로 시작되고 모여서 동호회를 구성하는 공동의 목적성을 뛴 서구의 공동적 우리성과 유사한 성격을 보였지만, 한국 (오프라인) 문화의 특성 처럼 커뮤니케이션이 이루어질수록 한국적 특유의 커뮤니티 문화인 구술성, 정과 심정 등과 뒤섞이고 어우러지면



실패할 수 있는 용기

눈부신 아침은
하루에 두 번 오지 않습니다.
잔잔한 그대 젊음도
일생에 두 번 다시 오지 않습니다.
어질머리 사랑도
높푸른 꿈과 이상도
몸부림친 고노와 보석과
같은 눈물이 가슴앓이로
젊음은 용기입니다.
실패를 겁내지 않는
실패도 할 수 있는 용기도 오롯
그대 젊음의 것입니다.

▶ 천리안 가입을 원하시는 분은 "회원ID : "에서 "guest"를 입력하십시오.

오늘은 조금 더 유익한 천리안 서비스 이용을 위하여
[파워이벤트](#)를 이용해보시는 날입니다. (GO EVENT)

회원 ID :

/천/리/안/클/래/식/ CHOLLIAN	SINCE 1985 www.chol.com		
1. 전자 우편 2. 나도 한마디 4. 공개 자료실 5. 공지사항 6. 도우미 7. 즐겨찾기		11. 뉴스/날씨 12. 생활/가정 13. 증권/금융 14. 경제/인물/취업 15. 부동산/경매 16. 교육/어린이 21. 은행(흥행킹) 22. 게임/오락 23. 레포츠/취미 24. 동호회/팬클럽 25. 인터넷 26. 통신/도구 27. 인물정보(JOINS) 28. 인물정보(조선)	

CHOI 접속 번호가 10월 1일 변경됩니다. go Notice

▶ 전화 접속번호 변경 : 01421 -> 1544-1421
 ▶ 1544-1421 접속요금 : 01421 요금(3분 39원)과 동일하게 조정됩니다.

정보찾기(FIND,FF) 직접이동(GO) 재접속(LOG) 접속종료(X,BYE) 기타(HZ)
선택>

서 목적보다 친교가 우선시 되는 공동체(단일체적 우리성)로 변화되었고, 그 공동체에 포함된 사람들은 자신의 정체성을 확인하고 인정을 받기 위해 역설적으로 더욱 공동체 안에 포함되기 위해 자신을 함몰시켰다. 이렇게 사람들은 특정 동호회 하면 떠오르는 특정인물로 자신이 연결이 되는 것을 중요시 했는데 이는 개개인의 인격체로서의 인정받고자 함이 아닌 공동체 안에서 인정받는 인격체가 자신이 더 높은 가치와 자중감을 느끼는 한국민의 특징이기도 한데, 그러한 특징이 오프라인보다 공동체의 장벽이 상대적으로 낮은 온라인이라는 문화와 접목 되면서 PC통신내의 사설 커뮤니티는 활성화된다.

3절. 한국 커뮤니티의 변화

사설 동호회(커뮤니티)의 증가로 자연스럽게 BBS를 통한 대화나 정보의 공유가 늘어나 게시물이 많아지게 되자 그에 따라 다른 게시물들로 자신이 등록한 소식이나 정보가 게시목록에서 밀려나거나 찾기 어려워지기 시작했고, 문자 매체로서의 게시판 보다 더 즉시성이 높은 구술 매체를 원하게 되었다. 이런 사용자들의 니즈를 파악한 PC통신 업체들은 대화방(대화실)이라는 실시간 채팅 서비스를 만들어 서비스를 시작하게 되는데, 대화방과 함께 BBS 또한 좀더 세분화 하여 행동패턴이나 게시물 성격에 따라 대화방, 게시판, 자료실로 서비스를 구분 지으며 운영을 시작했다. 그리고 이러한 사용자를 파악한 개선을 통해 다양한 욕구를 만족시키면서 PC통신 사용자를 폭발적으로 늘리는 계기가 된다.

실시간 대화방을 이용한 온라인 커뮤니케이션은 즉시성이 떨어지는 게시판과 달리 마치 직접 만나서 대화를 나누는 것과 비슷한 장점을 가질 뿐만 아니라, 직접 눈을 맞추며 대화를 나눠야 하는 부담은 줄기 때문에 더욱 활성화 되었다. 온전히 상대방과의 대화를 통한 구술적 감정이나 심정 등으로 상대방을 이해하고 파악하면서 관계의 신뢰도를 쌓아나가기 때문에 눈치나, 체면을 신경 쓸 필요 없다. 따라서 대화방은 좀 더 쉽게 온라인에서 오프라인으로 만남을 자연스럽게 연결해 주는 구심점이 되었고, 사람들은 갑작스러운 만남을 뜻하는 '번개'나 동호회 정기 모임을 지칭하는 '정모' 등의 다양한 오프라인 만남과 활동을 시작하면서 온라인과 오프라인의 경계를 허물었다. 이는 기존의 오프라인 문화가 가족이나 학교 등의 제한적 관계에서 이루어졌다면, PC통신의 온라인 커뮤니티 문화는 보다 확장된 커뮤니티와 관계의 가능성을 열어줌으로 인해 사람들의 인식의 전환이 되었으며, 오직 상대방의 정보는 ID와 당사자가

말해주는 정보만으로 파악할 수 밖에 없는 생면부지의 낯선 사람과의 네트워크를 연결하고 만들어 가는 것이 예전만큼 부담스럽거나 어려운 일이 아니라 고 받아들이게 되었다. 그로 인해 온라인 네트워크는 옆집의 이웃과는 외면하거나 경계하며 지내는 일이 흔한 오프라인과는 다르게 사람과 사람간의 소통을 연결할 수 있는 관계의 벽이 낮아지게 되었다. 그리고 익명을 기반으로 어떠한 편견도 없이 자신을 보여줄 수 있다고 생각하는 사람들이 많아지게 되면



서 현재보다 더 나은 관계의 사람들을 온라인을 통하여 만날 수 있을 것이라는 환상을 품기 시작하면서 온라인이라는 문화는 개개인의 삶에 많은 영향을 끼치게 되었다. 그러한 세태를 잘 반영한 영화가 1997년에 개봉한 ‘접속’인데, 이 영화를 본 관객들은 영화 속 주인공들처럼 자신도 온라인이라는 세상 속에서 사랑하는 사람을 만나는 꿈을 꾸거나 공감하며 큰 흥행을 기록했고 온라인 문화가 사회에 미치는 영향력 또한 더욱 커지기 시작했다.

2장. 인터넷의 도입과 네트워크의 확장. (1994 ~)

1절. 인터넷의 도입과 네트워크의 폭발

한국의 PC통신 봄이 일던 1994년 몇몇 업체들이 인터넷 서비스를 시작했지만 일반 사용자들이 쉽게 인터넷에 접속하기 쉬워졌던 시기는 천리안이나 나우콤에서 인터넷 연결서비스를 시작한 95년부터다. PC통신에 익숙해 있던 사용자들은 인터넷이라는 네트워크에 쉽게 접근하기 어려웠지만, 점차 텍스트기반의 PC통신보다 멀티미디어를 통해 화려하게 디자인된 웹사이트들에 매력을 느낀 사용자들이 접속빈도수를 높여나갔고, 96년도에 인터넷 망을 기본으로 한 세계최초의 인스턴트 메신저(Instant Messenger)인 icq가 선풍적인 인기를 끌기 시작한다. PC통신이 서비스사별 제한적 네트워크에 묶여 있어 네트워크 확장에 제약이 있었던 반면에 icq는 네트워크의 제약이 없었기 때문에 사용자가 크게 증가해나갔다.

ICQ, MSN, 그리고 네이트온과 같은 인스턴트 메신저가 발전되고 확산되면서 인터넷으로 점 단위의 네트워크가 연결되고 관계가 형성되기 시작하면서 거대한 규모로 점 조직화된 네트워크는 커지기 시작했고 사용자들은 이렇게 퍼져 있는 관계들을 한 곳으로 모아 함께 정보와 이야기를 공유하고 싶은 욕구가 커지기 시작했고 그러한 욕구가 반영되어 다양한 커뮤니티 서비스가 만들어지면서 큰 인기를 끌기 시작한다. 그리고 이러한 커뮤니티를 묶어주는 일반적 서비스 환경에 많은 영향을 주면서 인터넷이 발전하기 시작했으나, 폭발적인 성장을 하게 만든 새로운 서비스가 등장하는데 그것이 바로 동창들을 찾아주는 커뮤니티 서비스 아이러브스쿨이었다. 아이러브 스쿨은 기존의 서비스 별 네트워크에서는 불가능했던 지인들을 인터넷 망의 범 세계적인 네트워크를 이용해 타국에 떨어져 있는 친구들까지 만나게 해주는 구조를 설계하고 커뮤니티를 통해 추억이라는 이야기가 담긴 감성경험(emotion experience)을 줌으로써 큰 반향을 일으켰고, 특별한 홍보수단 없이도 이미 서비스를 통해 감성을 느낀 유 겸험자 사용자들이 또 다른 사용자들을 네트워크로 불러들여 추억이라는 감성을 나누는 거대한 인터넷 커뮤니티로 아이러브 스쿨을 성장시켜 나갔다. 이 아이러브 스쿨서비스를 출두로 네트워크는 기존의 작은 군락 형에서 글로벌 네트워크로 확장되고 폭발하는 모습을 보이며 아이러브 스쿨과 유사한 커뮤니티 서비스가 기하급수적으로 늘어나고 발전, 혹은 소멸되어갔으며 사진, 영화 등의 특화된 주제 등의 특화된 정보를 제공하는 서비스들도 생겨나 인기

를 끌기 시작하는데 이 모든 서비스들의 성공과 실패를 살펴보면, 한국인들의 욕구와 니즈를 얼마나 잘 충족시켜주었느냐에 따라 서비스의 승패가 좌우 되었는지 알 수 있다. 그리고 PC통신시절의 엄청난 양의 마케팅 비용을 통해 동일한 커뮤니티를 구성했던 업체들이 지금 고전을 면치 못하는 이유 또한 가늠할 수 있다.



추억과 사랑과 나눔과 만남이 있는곳!

친구, 선우며, 선생님, 자연, 그리고 정든 모교에 이르기까지 어~ 정겨운 옛 추억, 고마운 인연과 함께 만남은 지금도 아이러브스에서 계속되고 있습니다.

회원증류에 따라 가입절차에 차이가 있으나 본인이 해당하는 경향을 선택해 주시기 바랍니다.
아이러브스는 개인정보보호를 강화하기 위한 방침으로 회원님의 주민등록번호를 삭제하는
일련의 절차를 진행하고 있으며, 주민등록번호 인증 및 저장을 하지 않습니다.



일반회원

만 14세 이상 개인

가입하기 >



어린이, 학생회원

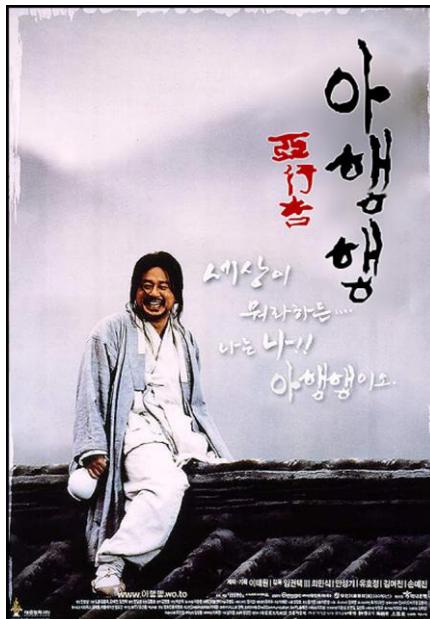
만 14세 미만 개인

가입하기 >

인터넷 네트워크의 폭발적인 역할을 한 또 다른 서비스로는 디지털 카메라에 대한 정보와 공유를 나누던 커뮤니티 사이트 디시인사이드가 있다. 디시인사이드는 디지털 카메라의 기본적인 정보를 제공하고 그 외의 부가적인 정보로 사용기나 전문가들의 의견 등을 올릴 수 있도록 하며 사용자들은 정보의 정의보다는 사용자들이 사용을 하면서 불편했던 점, 좋은 점 싸게 살수 있는 방법 등의 구술적 정보들을 통해 사용자들의 신뢰를 얻고 인기를 얻기 시작했고, 그러한 정보들은 PC통신의 BBS형태인 게시판을 인터넷으로 옮긴 형태로 점차 그 주제는 카메라 정보에서 일반적인 잡담이나 연예, 정치, 애니메이션 등의

다양한 커뮤니티를 운영하기 시작했다.

구술적 정보를 크게 신뢰하는 한국인의 정서가 잘 부합되어 사용자들의 큰 호응을 일으키면서 사용자들은 자신들의 이야기와 정보 등을 옛 장터의 입담꾼들처럼 이야기 보따리를 풀어내기 시작했고, 아행행, 즐 등 수없이 많은 신조어를 만들어 유행을 시키고, 일명 막장스러운 상황의 이미지나 정보 등을 제작 유포하거나 사회적 이슈가 있는 개인의 정보를 찾아 유출시키는 일명 신상털기 등의 행동으로 사회적 문제를 일으키기도 했다. 이러한 일련의 상황들을 살펴보면 1.PC통신과 온라인 커뮤니티의 탄생에서 언급했던 것처럼 문자로서술되어 전파되지만 진정한 문자화가 아닌 구술적인, 즉 말이 떠도는 온라인 문화의 전형을 볼 수 있음과 동시에 한국에서만 볼 수 있는 감정적 커뮤니티의 행태를 확인 할 수 있는데, 인터넷이라는 거대한 네트워크 망에 그것이 연결됨으로써 정보의 파장은 더욱 폭발적이고 감정적으로 확산되는 현상을 보였다. 이는 정보의 공유를 공유하는 나름 보다는 이야기거리를 나르는 목적이 더 강했는데, 구술적 정보를 펴다 나르거나 남에게 이야기하길 좋아하는 특유의 한국적 구술적 문화 특징이다.



2절. 네이버와 리니지 그리고 싸이월드

1999년부터 2000년 초까지 이렇게 한국의 온라인 커뮤니티들은 PC통신의 작은 네트워크에서 인터넷이라는 방대한 크기의 네트워크로 옮겨지면서 불과 1년 사이에 구술적 정보들의 확산의 속도와 범위가 빨라지고 커지면서 생기는 강력한 파급력을 바탕으로 구술적 본질이 더욱 강화되면서 사전처럼 정의 내려진 정보를 제공하는 서비스보다 구술적인 서술형 정보를 제공하는 방식으로 서비스 플랫폼들이 변화 발전되기 시작한다.

1999년에 시작한 포탈서비스 네이버도 그러한 구술적 정보가 바탕이 되어 성장한 한국적 서비스의 좋은 예다. 그 중 네이버의 지식iN이라는 질의응답 서

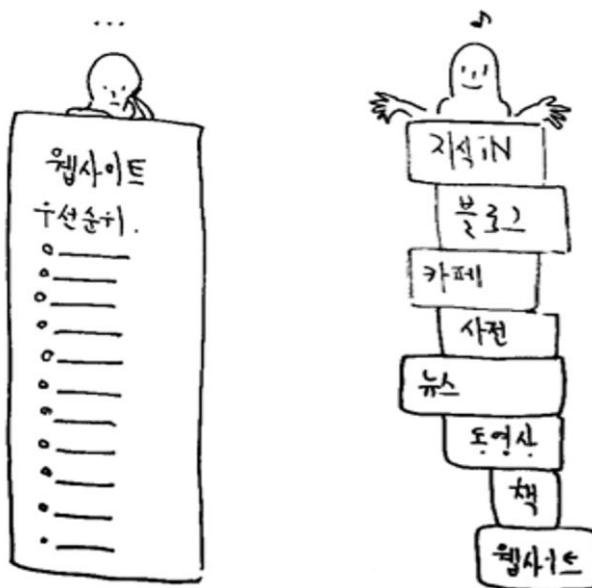
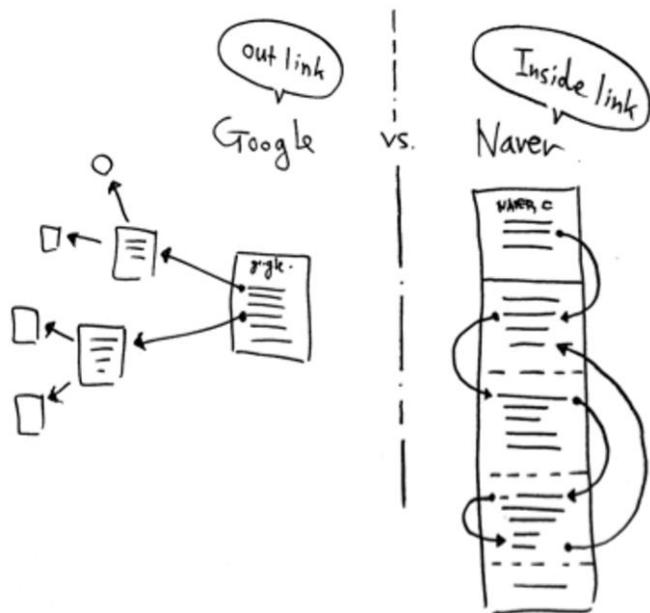
비스는 사용자가 질문을 올리면 그 질문에 대한 답을 알고 있는 사용자가 답변을 해주는 방식의 구술성을 띈 질문 서비스였다. 이런 구술적 질문 서비스는 이전의 포털 서비스에서 정보를 얻기 위해 적합한 키워드를 여러번 테스트하거나 어려운 검색공식을 통해야만 정보를 찾을 수 있던 불편함에서, 직접 사람에게 물어보듯이 질문을 하면 그 정보를 아는 사람이 나타나 대답을 해주는 구술이 문자화된 정보를 제공하였기 때문에 구술문화 친숙한 한국에서는 포털 서비스에서 빠져선 안 될 중요한 서비스로 성장하게 된다.

The top screenshot shows a question from user 'dmmxx' asking about how to make friends. The question is: '이름만 어떻게 하죠?' (What's your name?). The response from user 'val496' is: '안녕하세요? 저 초4인데요. 저한데 큰 고민이 생겼어요. 제가 3학년때 (기)친구와 (나)친구랑 무척 친했어요. 물론 (기)친구랑 (나)친구랑 (나)친구는 같은반인데 저 혼자만 다른 반인 거예요. 근데 (기)친구랑 (나)친구가 사셨나봐요. 몰~~성 사이에 저걸 무척 친합니다.) 그래서 제가 (나)친구를 만나면 그 친구는 집에 같이가는 내내 그 놈의 (나) 친구 폭만 합니다. 그리고는 앞으로 절~~~~~대!(나)친구랑 놀지 말라고 합니다. 반대로 제가 (나)친구를 만나면 역시나 그 친구는 내내 (나)친구를 만나면 그 친구 한만 드는 형식으로 치우고 있습니다. 그렇지만 그 방법도 좋은건 절~대 아니에요. 만약 두 친구를 동시에 만나면 괜히 나만 학번이 되잖아요. 미처 '내 그런 해였나?' 하는 취급을 받게 되니까요. 오대호 이 일을 어떻게 할지 모르겠어요. 좋은 답변 부탁드립니다.'

The bottom screenshot shows a response from user 'val496'. The question is: 'A: 이름만 어떻게 하죠?' (What's your name?). The response is: '안녕하세요? 날 마찬말은요 날이 계획을 짜네요 른. 뷔시로는 날이 그친구 둘을 불어서 같은 장소로 맞나가 해주세요 그침 이야기가 걸리 편거니깐요 른. 그들도 안되시면요 그 두분이 서로 이미지를 차운차운 물어주세요 그친구 나서요 날이 나설 차운나친요 열심히 계획을 짜세요 그후고 확대 시키는 것에 품질못 하네요... 이답니다'

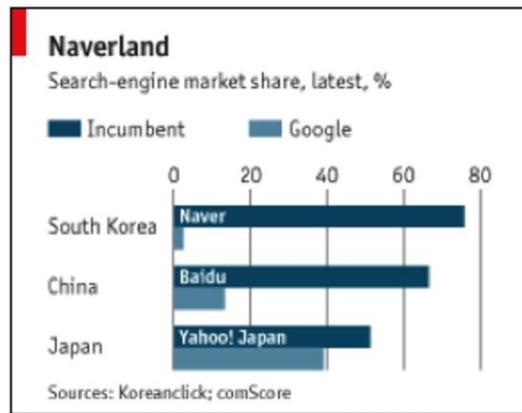
그리고 지식iN과 함께 네이버를 한국의 대표 포털 서비스로 견인하는데 큰 역

할을 요소는 바로 한글 검색결과 정보를 종합편성식 인터페이스(Information System)로 디자인해 보여주기 시작했다는 것인데, 구술적인 문장들이 많이 사용되는 한글의 콘텐츠의 특성상 다양한 서술어들에 의해 본래의 정보가 가려지거나 복잡하게 펼쳐져 있어 정보를 찾기 어려웠던 점을 개선해 가장 근사치가 높은 정보들만으로 한 페이지에 편집하여 보여줌으로써 수십 페이지를 보며 정보를 찾아야 하는 기존의 검색사이트들과 큰 차별화를 주었다.



이러한 종합편성식 통합검색은 외국의 서비스들에서는 볼 수 없는 한국적 특

수성이기도 한데, 구글과 비교해보면 좀더 쉽게 파악 할 수 있다. 먼저 구글의 검색 결과를 보면 검색 키워드를 토대로 우선 순위가 높은 순서대로 외부의 자료들을 목록화해서 보여주는데, 사용자들은 이러한 검색 결과 목록을 보면 자신이 검색한 정보와 일치되는 정보를 보여주는 링크를 클릭해 외부 사이트 이동, 정보를 얻는 Out link형 구조를 띠고 있다. 반면 네이버의 통합검색 결과는 지식iN이나 카페 블로그 등의 네이버 내부의 정보를 먼저 제공함으로서 정보의 소비와 생산이 내부에서 순환될 수 있도록 Inside Link형 구조를 띠고 있는데 한국인들은 외부로의 정보의 찾아가는 것 보다는 하나의 서비스만으로 정보를 얻을 수 있는 구조를 더 선호하고 신뢰를 보이는 특성을 보인다.



http://www.economist.com/node/13185891?story_id=13185891&source=hptextfeature

을 3%로 전 세계 구글 점유율 꼴지를 달리고 있는 것을 이코노미스트 기사를 통해 확인해 볼 수 있다.

그리고 이런 정보탐색의 Behavior에 대한 서양과의 문화적 차이를 구글에서도 인정하고 2010.12.4일 한국에서만은 세계 각국의 공통 구조를 버리고 한국형 통합검색 구조를 따라 개편을 진행하여 운영 중에 있으며 국내의 대부분의 포털서비스들 또한 이러한 종합편성식 인터페이스의 방식을 채용하고 운영함으



종편-구글검색결과

이러한 특성으로 전세계 90%이상의 점유율을 차지하고 있는 나라가 18개 국가에 달하고 미국 내 점유율 또한 2009년 2월 기준 구글 72.11%, 야후 17.04%, MSN 5.56%, Ask.com 3.74%로 1위를 달리고 있는 세계적인 검색서비스 구글의 한국 점유율이 유독 한국에서는 점유

별문서

[\[본장글의\] 총편신정, 이전에 진짜에요? ↗](#)

2010년 5월 18일 ... 총편사업 회계에서 가장 중요한 것은 몇 개 사업자를 선정하는가다.
... 그동안 총편사업자 선정을 놓고 조건이 맞는 사업자에게는 모두 사업권을 ...
[news.mto.co.kr/news.php?no_order=column16... - 저장한 페이지](#)

[\[프선, 범동의\] 총편기본법에 '발판' ... - 미디어오늘 ↗](#)

2010년 8월 8일 ... 당시 대법원 판례에서 이런 판단이 분야하고, 조선일보 총방일보 총
이보보 미필경과 한국경제 등 총편 회장 사업자들은 유·불법을 따지고 있는 모양새 ...
[www.mediaday.co.kr/news/article/view.html?idxno... - 저장한 페이지](#)

[\[디지털포털\] 총편신정, 시장경쟁 원리로 돌아와 \[디지털시대 경제신문\] ↗](#)

2010년 8월 8일 ... 종류 상반기 보도법까지 발표했던 방송통신위원회(이하 방통위)가 이
제 총편지널의 창립을 결정해야 할 시간이 점점 다가오고 있다. ...
[www.cto.co.kr/comment.htm?article_no... - 저장한 페이지](#)

[\[디디어포트\] 총편이란 ? - Daum 지식 ↗](#)

문제: 실적 작성일: 2009년 10월 29일 답변: 2
총편은 통합현성을 말합니다. 케이블TV 출신은 (스포츠, 모악, 총소설 등) 각 분야별로
여기로 받은 방송권이 있고, 여기수를 모두 활용할 수 있도록 해야 ...
[x daum.net - Q&A 지식 사회 문화 - 저장한 페이지 - 문화한 페이지](#)

[\[총편지널\] '제2기' 보도제널 '나아가' 선정할 가능성이 - 출발 경계점보 ... ↗](#)

2010년 9월 17일 ... 아비마라 전문가들은 총편제널 신규사업자인 경우 참여여부 2개 아니
면 3개가 선정될 것으로 보고 있다. 일부지역에서는 총편신정을 위해 맞출법 ...
[www.edaily.co.kr/news/newsHeadEdy?SCD... - 저장한 페이지](#)

[\[디디어포트\] 총보수적 인사에 총편 그림자기 ... ↗](#)

2010년 9월 14일 ... 청와대가 총총총 가문에 일부비단 총편을 해가하면 나머지 일부기
총고는 어설 게 문명이다. 가족이나 관리기구에 악화된 상태에서 이른바 '우리 편' ...
[mediatoss.com/_총보수적 인사에_총편_그림자기... - 저장한 페이지](#)

[\[총편\] '호텔 경쟁' 속 유탈다 - 프레시안 ↗](#)

2010년 12월 1일 ... 방송통신위원회는 초연간 실사 규칙을 확정해 실사위원회를 구성한
뒤 만내며 총편과 신규 보도제널 사업자 선정을 완료하고 내년 살인기 출시기준을 ...
[www.pressian.com/variety/article.asp?article_num... - 저장한 페이지](#)

별문서 더보기 ↗

동영상

2010년 9월 17일
ynbc.kbs

2010년 10월 12일
ynbc.kbs

동영상 감색클립 더보기 ↗

블로그

[\[언론식적 萬能通訊\] : 치운순/ "총편 5개 대체 6개 출범 전망", "... 5시간 전 ↗](#)

1200 치운순: "총편 5개 대체 6개 출범 전망", "비교전2~3년, 늦어도 5~6년내 말할 것으로 풀어", top 글주소 : 맥인걸/몇주 전: 주제: 소비평: 인터 ...
[http://blog.chimnynews.com/hellef2/2725 - 언론식적 萬能通訊](#)

[\[정동희의 '총편' 치상파 돌아주기\] - 한국기자협회 - 16시간 전 ↗](#)

시민들은 저심리나 총편파 소리마나 소모화 프로그램에서 유령 연예인들이 기획회
로하기 선별위원회 드러난 책임을 시청자는 자신들의 책임과 함께 ...
[http://www.journalist.or.kr/_한국기자협회 - 전재기사](#)

[\[정동희의 '총편' 돌아주기\] 공식화 - PD저널 - 4일 전 ↗](#)

이달 말 총편제널 사업자 선정을 앞두고 있는 정동희는 이날 오전 청와대 영빈관에서 열
린 대통령 업무보고에서 '국내 광고시장 규모를 세계 GDP(국내 ...
[http://www.pdjournl.com/m/pdjournal.com - PD저널 - 미디어온스](#)

블로그 감색클립 더보기 ↗

Q&A

[\[총편\] 총편이란 문제에요?? ↗](#)

박금원 - 2009-2-23 7:11pm 1일
총고 방송으로 나와있습니까만 차세한 사람으로 총편 방송국이라는 미체는 나오지 않음
나이: 48
[www.jiklog.com/gar14770172.htm](#)

[\[총편\] 총편 출판 문제가 되는 이유가 뭐예요? ↗](#)

박금원 - 2009-2-23 7:11pm 1일
앞으로 총편제널이 만들어지게 될텐데요. 총편제널의 출판성이 문제가 있지 않나라
는 말이 있어서요. 이게 뭐 문제가 되는건가요? 총편제널 출판을 때문에 온라인 ...
[ask.nate.com/question.html?ntr=10661213](#)

Q&A 감색클립 더보기 ↗

이미지 · **이미지 신고**

이미지 감색클립 더보기 ↗

**관련 강의: 총편
총편제널**

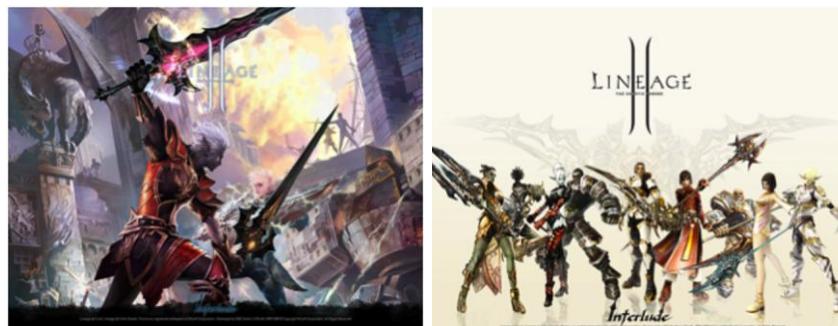
증편-구글검색결과

로서 인터넷 사용에 어려움을 겪는 사용자들도 쉽게 자료를 검색할 수 있게되어 한국의 인터넷 붐을 일으키는데 기여를 했다.

네이버가 구술적 정보를 바탕으로 성장한 좋은 예라면 단일체적 우리성을 통해 큰 성공을 거둔 예로는 다중접속역할수행 게임(MMORPG) 리니지를 들 수 있다. 온라인 문화가 동창과 같은 지인과의 연결이나 정보의 제공과 공유를 통해 서비스가 발전, 확산되는 동안 온라인 커뮤니티와 함께 시작되고 발전되었던 온라인 게임 또한 보이지 않게 많은 사람들을 인터넷 네트워크로 끌어 들이는 역할 했다.

하지만 웹브라우저 등을 통하지 않고 별도의 클라이언트로 접속하기 때문에 표면적인 체감은 다소 낮다고 볼 수 있다. 리니지는 여타의 MMORPG 게임과 마찬가지로 한국적 문화와는 거리가 먼 외국의 중세 판타지의 세계관을 갖고 있는 게임인데, 이러한 외국의 문화적 세계관을 강하게 담고 있는 게임의 구조를 한국적으로 변화시킴으로써 큰 성공을 거두게 된다. 그 대표적인 예로 외국의 온라인 게임에서의 길드 시스템을 한국적으로 시스템으로 재구성한 점을 들 수 있다.

길드의 유례는 유럽의 봉건시대에 상공업자들 사이에서 결성된 직업별 조합을 말하는데, 이런 조합적인 길드를 온라인 게임에서는 공동체적 길드로 변형하여 동일 직군의 모임이 아닌 공통의 목적을 갖고 있는 공동체로 결성, 운영 가능토록 만들었다. 사용자들은 이러한 길드 시스템을 통해 공통의 목표를 갖고 있는 구성원을 모으고 함께 사냥을 한다거나 다른 길드와 전투를 벌이는 등의 길드 공동체를 결속력을 다지기 시작했고, 길드의 힘에 따라 성이나 왕국을 가질 수 있게 설계하여 게임 참여율을 높이게 만드는 중요한 커뮤니티 요소이며, 현재까지도 통용되는 시스템이다. 하지만 리니지의 경우는 이러한 길드 시스템과 레이블을 혈맹((血判, blood alliance) 즉, 피로 맹세한 관계라는 한국적 내집단적 시스템으로 변경하여 적용, 디자인하여 기존의 길드 시스템 속의 커뮤니티 보다 더욱 결속력 높은 커뮤니티 문화를 구성하게 만들었고, 사용자들은

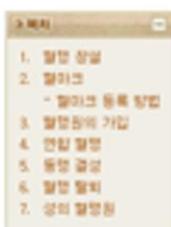


가족과 같은 스트롱타이의 공동체를 구성하고 온오프라인에서 다양한 활동을 하기 시작한다. 이러한 결속력의 증가는 곧 게임의 높은 접속율과 참여를 유도하고 온라인 게임 시장을 성장시키는데 중요한 역할을 담당했다.



혈맹

군주를 중심으로 같은 목적 같은 뜻을 가진 플레이어 캐릭터가 모인 집단. 이 때 목적은 상당히 여러가지로, 성을 절환하는 것일 수도 있고, 품종 사용하기 위한 것일 수도 있다. 플레이어는 굳이 혈맹에 들어갈 필요는 없으나, 혈맹에 들어가 다른 이들과 같이 플레이한다면 서로 도와주고 도움을 받을 수 있을지도 모른다.



혈맹 창설

군주는 레벨 5가 되면 혈맹을 창설할 수가 있다. 이것을 담당하는 NPC는 각 마을의 혈맹 갑병장으로, 그에게 말을 걸면 후 친구여 나를 자발하고 '혈맹을 창설한다'를 선택하면 된다.

이제 혈맹을 창설한다면 혈맹장을 모아야 한다. 혈맹장을 창설하면 아직 혈맹에 들지 않은 사람들에게 자신의 혈맹 이름이나 어떤 목적을 가지고 무엇을 목표로 활동하는지 등을 전해 혈맹 가입을 권유하거나 정보를 통하여 혈맹장을 모집하면 된다. 각 마을에 있는 게시판을 사용해 혈맹 가입을 권유하는 방법도 있다.

혈맹장을 모고 같은 플레이어 캐릭터는 혈맹장을 창설한 군주를 비하하고 **/가립**이라고 혈맹장을 치면 군주의 용적 어부에 따라 혈맹에 가입할 수 있다.

-군주가 받을 수 있는 혈맹원 수 계산법

군주 레벨	받을 수 있는 혈맹원 수
15 레벨 이상 ~ 45 레벨 미만	Cha(체력) X 2
45 레벨 이하 ~ 50 레벨 미만	【45레벨 퀘스트_회수함_일반군주】 Cha(체력) X 2 【45레벨 수령_전합군주】 Cha(체력) X 6
50 레벨 이하	【45레벨 퀘스트_회수함_일반군주】 Cha(체력) X 3 【45레벨 수령_전합군주】 Cha(체력) X 6 【50레벨 수령_전합군주】 Cha(체력) X 9



혈마크

혈장에 소속되어 있는 증거로 캐릭터 이름의 앞에 표시되는 마크. 혈마크는 혈장을 창설한 군주만이 설정할 수 있으며, 혈마크를 설정하면 해당 혈장에 소속된 혈장원 전원의 이름 앞에 혈마크가 표시된다.

>관련 페이지: [혈마크 만드는 법](#)

• 혈마크 등록 방법

혈장 문장 규격	확장자 .bmw 형식의 파일 / 16x12 픽셀의 크기 / 24 비트 컬러
파일 저장	혈장 문장 파일을 리니지 플레이 저작 ODBC 테이블 경로 : C:\Program Files\Lineage2
혈장 문장 확인	게임에 접속하여 접속창에 /문장확인 혈장명.bmw를 입력하여 확인
혈장 문장 초기화	군주가 /문장 초기화.bmw를 입력하고 엔터

.bmw 파일을 jpg 파일로 넣는 실수. 그리고 그림 사이즈를 너무 크거나 작게 만드는 실수란 조심하면 혈마크 등록이 그렇게 어렵지는 않다. 한편, 혈마크 제작 시 배경색을 검정색으로 지정하면 어느정도 투명하게 보이는 효과가 있다.

● 혈맹원의 가입

자신의 목적과 맞는 혈맹에 가입을 원하면 군주 앞에서 혈맹어 / 기입을 하고 군주가 승낙하면 혈맹원이 될 수 있다. 또 군주가 초등을 부여되면 그때부터 혈맹 창고를 이용할 수 있게 된다.

- 혈맹 창고는 혈맹원 모두가 공유하는 창고에서 혈맹원 모두 계약없이 사용할 수 있다. 그런 만큼 계약인의 중요한 아이템은 개인 창고에 넣어두는 것이 현명하다.
- 혈맹에 속하면 채팅 기능 중 혈맹 채팅을 사용할 수 있는데, 같은 혈맹원들과 일상적인 아이디를 하거나 군주 시 혈맹원들끼리의 전략을 논의하거나 할 때 된다. 혈맹 채팅은 접속상에 솔을 입력한 후 메시지를 넣으면 된다.
- 개인 창고가 가득 차 더 이상 물건을 담길 수 없을 때 군주 캐릭터로 혈맹을 찾았하고 혈맹원은 받지 않은 혈맹 창고를 개인 창고로 활용하는 방법도 있다.

● 연합 혈맹

군주 Lv 45 레벨을 수령하고 나면 연합 군주가 될 수 있다. 이 때 혈맹의 규모를 키우거나 목적의 같은 혈맹원 모두에게 혈맹을 연합하여 후보로 혈맹으로 더욱 더 강하게 만들 수 있다. 이것이 바로 연합 혈맹.

연합 군주가 되면 연합 군주 자리에 있는 군주의 기입을 받을 수 있는 특권이 생긴다. 이 때 기입하는 군주는 연합 혈맹에 기입이 되는 동시에 군주의 기능을 밟아버리며 하위 혈맹들을 보유한 자동으로 연합 혈맹에 기입이 된다. 연합 군주에게 속속이 되는 군주는 혈맹의 주요 기사가 되어 혈맹을 보살피게 된다. 연합 혈맹에서 군주에게 속호기사 계급을 부여 받은 혈맹원은 혈맹장에 % 표시 후 차량을 시도하면 상위 혈맹원과 차량을 할 수 있다.

수호기사란 군주의 축군 역할을 하는 이를로, 일종의 측위 같은 것이다. 상위 채팅 창을 사용하는 것 외에 제한상 말하지거나 하는 입장은 없다. 연합 혈맹은 전술 / 일반 / 수호기사 순으로 혈맹원들을 구분해 수 있으며, 견습의 경우 혈맹 창고나 혈맹 차량을 사용할 수 없다.



● 혈맹 결성

군주 레벨이 25 이상인 경우 혈맹 간 동맹을 결성할 수 있다. 동맹은 최대 4개 혈맹까지 결성이 가능하며, 연합 군주의 자리에 얹은 군주 Lv 45 레벨(판표)는 동맹 시스템을 이용 할 수 없다. 동맹 혈맹은 이자트/혈맹 창고/군/혈맹 전략을 공유하지 않지만, 서로 간에 전쟁 상호보복이나 공성전에서 동맹을 계획한 모든 혈맹을 막으로 간접하여 한다. 600자리에서 동맹 결성을 혈맹안이나 공성전 사례 자주 활용 할 수 있다. /동맹기입 혈맹으로 동맹을 결성할 수 있으며, 동맹에서 혈맹화하고 싶을 때는 /동맹탈퇴를 사용하면된다.

● 혈맹 탈퇴

혈맹 탈퇴는 혈맹 가입과 달리 영향력을 통하여 바로 탈퇴할 수 있다. 혈맹에서 탈퇴하고 싶을 때에는 접속창에 /탈영탈퇴라고 접속하면 되며, 접속 이후에는 혈맹 창고 및 혈맹원과의 대화 창을 이용할 수 있게된다. 한일 군주가 혈맹을 탈퇴할 경우에는 혈맹이 해산되며 혈맹의 이름/혈맹 창고와 같은 회사에게 등록되어야 한다. 또한 그것 또는 허스트를 소유한 군주가 혈맹 탈퇴를 시도할 경우, 성이나 이자트의 소유주가 사유하게 될 수 있도록 성이나 이자트를 소유한 상태에서는 혈맹을 해산 할 수가 없도록 되어있다.

단, 혈맹에 공성전 참여하거나 혈맹 전쟁 상태일 경우에는 탈퇴가 불가능하다.

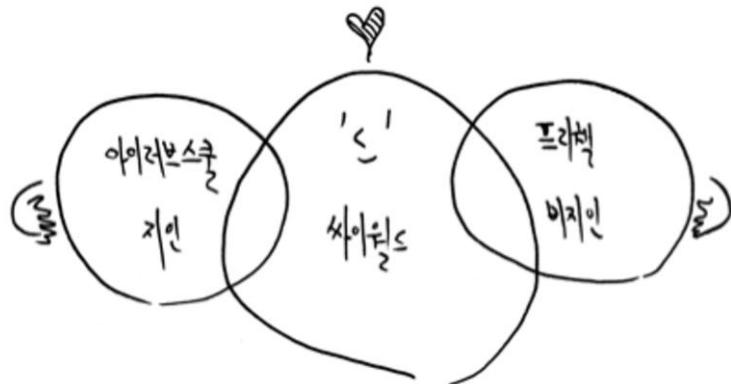
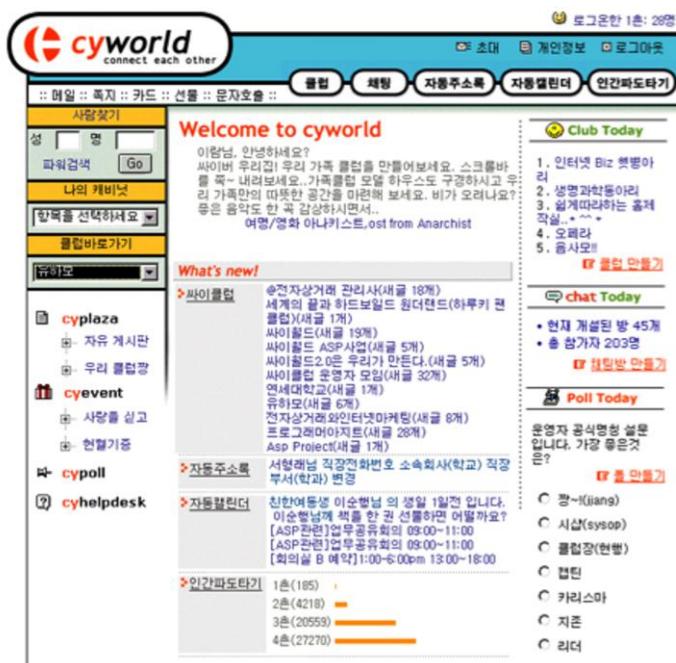
● 성의 혈맹원

혈맹에 따라 다른 것처럼 이미 성을 소유한 혈맹의 경우, 기입 회장자에게 일정 수준 이상의 레벨 및 강비를 요구하는 경우가 있다. 예나마 성의 혈맹원들은 일주일에 한 번씩 공성전을 벌여야 하기 때문에(다른 혈맹과 공성전 선호가 등 경우에만) 견적이 될 수 있는 혈맹원을 원하는 것이다.

한은 성을 가지고 있는 혈맹의 혈맹원이 되면 다음과 같은 혜택이 있다.

- 군주에게 요청하여 공성전을 고용할 수 있다. 고용된 공성전은 서번 몽스터 혹은 몬스터 미캐인과 함께 DUN에서 적의 혈맹으로부터 미캐인을 보호해 준다.
- 성 전용 던전을 통해 다른 이용자와 함께 같이 편안한 사냥을 할 수 있다.
- 성 전용 레벨을 수령할 수 있다(Hex 기반상의 경우 장난무리기 채이트).
- 특정 성에서만 아이템 제작이 가능한 NPC를 이용할 수 있다(ex: 치자상의 이빨반).

앞장에 언급된 아이러브 스쿨이나 네이버, 러니지등을 통해서 확인 할 수 있듯이 한국의 커뮤니티는 한국의 문화적 특수성을 기반으로 성장 발전, 변형을 거듭했다. 온라인이 구술문화를 바탕으로 관계의 확장과 변형 발전을 통해 공동체적 우리성으로 바뀌고 내집단화되면서 그 속에서 자신의 존재를 인정받고 확인하고자 하는 활동들이 자연스럽게 이루어지기 시작했으나, 온라인의 특성상 글이나 오프라인 모임을 통해 확인할 수 밖에 없는 제약이 있었다. 물론 개인의 홈페이지를 만들어 운영하는 사람들도 있었으나 많은 지식이나 시간이 필요했기 때문에 그 활용도는 약했으며 홈페이지나 커뮤니티를 통해 자신의 모든 모습을 드러내는 것에도 소극적이었기에 싸이월드의 등장은 기준 한국의 온라인 문화를 바꿔버릴 정도로 파급력이 컸다.



싸이월드는 아이러브스쿨의 출신학교기반의 다소 제약적인 지인 네트워크에서 확장한 친구나 친한 사람들의 네트워크를 기반으로 했는데, 이는 프리챌이나 세이클럽 등의 제약 없는 회원 기반의 네트워크와의 중간 위치로 포지셔닝하고 서비스를 시작했다. 서비스 초기에는 지인 기반이긴 하지만 주된 커뮤니케이션 수단이 채팅과 클럽으로 기존의 타 커뮤니티서비스와 차이는 없었다. 하지만 꾸준히 사용자들의 니즈를 파악하고 개선해 가면서 누구나 손쉽게 온라인의 자신의 공간을 만들고 운영 할 수 있는 미니홈피 서비스를 만들었고 자신을 표시 할 수 있는 커뮤니케이션 수단을 발전 시켰고 이를 통해 싸이월드라는 플랫폼 안에서, 사람들은 단일체적인 우리성을 구성하고 그 속에서 자신의 아이덴티티를 생성, 정보와 관계의 욕구를 충족, 순환시키며 대한민국의 대표 인터넷 서비스로 성공하게 된다. 그 성공의 이면에는 또 다른 한국의 어두운 문화적 특성을 볼 수 있다. 싸이월드가 폭발적인 성장세를 거듭하게 된 데는 유 경험자들의 새로운 회원의 유입과 함께, 아이러브 스쿨과 세이클럽, 그리고 프리챌의 실패가 큰 작용을 하였는데. 당시에 아이러브 스쿨의 성공에 따른 관계의 부작용으로 동창들 간의 불륜, 커플 브레이커로서의 아이러브 스쿨 등등의 안 좋은 상황으로 사용자들의 경계를 불러 일으키기 시작했고 그 사용성은 급격하게 떨어지고 급기야 만남과 추억의 공감이라는 선 순환적 관계보다는 불륜의 온상이라고 각인되어 사람들에게 외면을 받게 된다. 세이클럽 또한 원조교제의 주된 공간이라는 부정적인 상황을 쉽게 벗지 못하고 많은 사용자들에게 외면을 받게 되는데, 이는 구술적 문화 속에서 자주 보여지는 집단적이며 반성적이기보다는 의타적인 동조를 통한 마녀사냥에 가까운 모습으로, 부정적인 공동체에 함께 했었다는 자체를 부정하고 무리들과 함께 외면하는 한국의 구술 문화적 특징으로 볼 수 있다. 이러한 부정적 요소들은 서비스뿐만 아니라 개개인의 사생활을 침해하거나 사회적 문제를 일으키는 등의 역할을 하기 때문에 자정적 요소에 대한 고민도 활발하게 이루어지고 있는데 싸이월드의 실명제 서비스가 자정적 요소의 대표적인 예다.

3장. 싸이월드 (1999 ~)

1절. 새로운 관계성의 시작과 확장 (일촌)

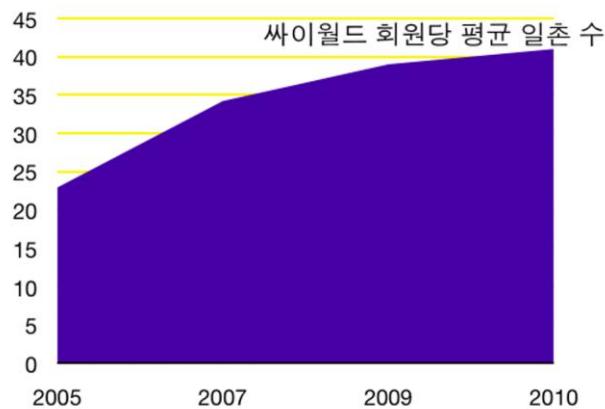
기존의 온라인에서 보여지는 공동체는 공통의 관심사를 공유하는 회원으로서의 관계, 동창생들간의 친밀도 높은 관계, 공통의 목적을 갖은 게임 속 공동체의 관계 등 오프라인 사회의 시스템으로 인해 묶였던 관계거나, 혹은 아무런 연결성 없이 공통의 주제나 목적만으로 묶여지는 구성을 띠었다. 싸이월드는 이러한 관계들에서 조금 더 특별(Unique)하면서도 자유로운 관계를 위해 일촌이라는 관계를 탄생시켰다.



-촌이라는 것은 한국에서 가족을 구성하는 단위면서 동시에 전통사회에서 촌락공동체를 이루는 전통사회의 특성이지만 가족처럼 밀접한 관계에서의 -촌이 아닌 한국인에게 친숙한 레이블을 이용한 친한 친구로서의 새로운 -촌을 지칭한 것으로, 일촌을 맺게 되면 다른 사람들에게는 보이지 않는 일촌들에게만 보이는 게시물이나 개인정보 연락처 등을 주고 받을 수 있게 된다. 이것은 싸이월드라는 공동체 안에 구성됨과 동시에 그 안에서 신뢰 있는 관계를 맺음으로써 자신의 정보를 좀더 강하게 구성할 수 있는 특수성을 주었고, 일촌이라는

관계의 연결은 가족을 넘어서 지인과 비지인과의 관계를 다시금 정립하게 함과 동시에 일촌의 유무에 따라 자신의 존재가치를 평가 받거나 투영하여 더욱 더 적극적인 커뮤니케이션이 일어나게 되어 2009년 12월에는 2001년부터 일촌을 맺은 건수가 10억건을 돌파했으며 회원당 평균 일촌 수는 2010년 초 42명으로 현재까지 계속 증가 추세에 있다.

이런 일촌이라는 새로운 관계가 폭발적으로 증가한데에는 단순히 관계를 연결해주는 신청의 기능 보다 매력적인 요소들을 디자인 해 서비스에 적용시켰는데, 일촌을 신청할 때 일촌이라는 관계 설정에 추가로 서로의 별명이나 호칭을 설정 가능하게 함으로서 일촌의 관계 안에서도 더욱 친밀도가 높은 상태를 파악할 수 있도록 하였고, 관심일촌 기능으로 일촌 중에서도 자주 방문하는 일촌들의 목록을 구성하게 하거나, 일촌을 그룹 별로 나눌 수 있게 하고 각 그룹에 따라 자신의 게시물에 대한 정보 공개를 다르게 설정할 수 있는 기능을 제공함으로써 지인들 사이에서도 서로의 관계를 더욱 친밀하기 위한 소통이 활발해지게 만드는 중요한 요소가 되었다.



친구명	친구 수
김택승	로그아웃
김민선(니나)	친구 73
김은경(동별)	친구 0
김지선(달자리아줌마..)	친구 0
김지운(Cat star wars ..)	친구 0
김지영(네비한)	친구 0
서정운(아늘우산돌방..)	친구 0
안율숙(동생)	친구 0
윤보라(지모...)	친구 0
윤복경(운선생)	친구 0
국선미(자-)	친구 0
김수경(친구)	친구 0
김은희(벗쁜 선배)	친구 0
김자은(득이)	친구 0
마술현(우주미마왕)	친구 0
박경영(풀목이)	친구 0
송선화(송과같)	친구 0
황신혜(워너비)	친구 0
윤주영(주)	친구 0
이강호(데려리스트)	친구 0



This screenshot shows a digital platform for managing online identities. At the top, there are tabs for '일정', '일촌' (highlighted in red), '편', '사생활보호', and '내정보'. Below these are sub-links: 일촌 보기, 일촌맺기/현황 관리, 일촌그룹 관리, 관심일촌 관리, and 파도타기 관리. A search bar and a '사람검색' button are also present. The main area has two main sections: '관심일촌 관리' (Interest Management) and '관심일촌(132명)' (List of 132 interests). The '관심일촌 관리' section includes a summary for '김택승' (Kim Tae Sung) with statistics: 일촌ON: 예지 73, 방문자: 2, 방문록: 0, 일촌신청: 0, 총대: 67, 선물: 0, and 도토리 3414. It also includes a '내 로그' (My Log) section with a list of recent actions: 로그를 기본홈으로 설정.., 오픈! 로그를 소개합니다., 클럽초대목록 보관일 변경.., and a '미니홈피의 진화 앱스토리!' (Minihome's Evolution App Store) advertisement. The '관심일촌(132명)' section lists names such as 강민경(페레그리노), 강준희(한연풀개), 김재은(친구야~), 고승우(린던민박풀생~ *), 고진숙(인형공장잘), 고태의(벤티), 공민선(공), 구유진(neewu), 국선미(국~), and 권순호(미끄러운님). A note at the bottom explains keyboard shortcuts for selecting multiple items.

2절. 디지털 아이덴티티 (Profile, Identity)

온라인상에서 자신의 존재를 나타낼 수 있었던 요소에는 본인인증을 뜻하는 Identification의 약자인 ID를 대표적으로 들 수 있다. 그래서 사용자들은 자신의 존재를 돋보이기 위해 자기가 좋아하는 단어나 혹은 자신의 이니셜, 아니면 자신을 나타낼 수 있는 특정 사물 등에서 따와 아이디를 짓고는 했다. 하지만 많은 사용자들이 이미 대부분의 아이디를 선점하고 있었기 때문에 아이디 고유성은 상대적으로 떨어지게 되었고, 아이디라는 익명성을 이용한 사이버 폭력 등이 많은 문제가 대두되었다.

이런 아이디라는 문자적 대표성을 버리고 실명제를 채택해 지인의 관계성을 두텁게 만들었고 좀더 나은 자신만의 아이덴티티를 찾고자 하는 사용자들의 니즈에 따라, 미니홈피에 미니미, 미니룸, 프로필, 스킨, BGM, 글꼴등과 같이 다양한 자신의 아이덴티티를 표현하는 요소를 넣어두고 상품화 시키면서 디지털 콘텐츠 아이템을 디자인하기 시작했다.

먼저 미니미는 싸이월드의 아바타 시스템으로, (초기의 아바타는 게임에서 자신을 투영한 캐릭터를 지칭하는 의미로 사용되었으나 아바타의 개념을 커뮤니티 서비스로 갖고 와 적용시키며 웹서비스에서도 아바타 서비스가 시작되었다.) 프리챌이나 세이클럽에서도 아바타 서비스를 먼저 시작했으나 의상이나 헤어, 악세서리 등의 외형적인 요소들만 변경이 가능했던 것에 비해 싸이월드는 기존의 아바타 시스템이었던 단순 꾸밈을 통한 자신의 스타일을 보여주는 기능 이상으로 자신의 감정이나 기분, 동작까지 표현이 가능한 미니미라는 아바타 시스템을 업그레이드 시켰다.



세이클럽 avatar	
신체 비율	3 등신
아이템 구성	표정
헤어	
의상	
배경	
악세서리	
감정표현	불가능
동작변경	불가능

프리챌 avatar	
신체 비율	5 등신
아이템 구성	표정
헤어	
의상	
배경	
악세서리	
감정표현	불가능
동작변경	불가능

싸이월드 avatar	
신체 비율	2 등신
아이템 구성	표정
헤어	
의상	
배경	
악세서리	
감정표현	가능 ●
동작변경	가능 ●

미니미는 기존의 아바타와 같이 개인을 보여줄 수 있는 눈, 코, 입, 머리, 옷이나 액세서리 등을 꾸미는 방법은 동일하지만, 기존의 아바타에서 3등신 혹은 5등신의 사람과 유사한 형태로 디자인했던 기존과 차이를 둔 2등신으로 디자인했는데, 이는 기존의 멋지고 늘씬한 아바타에서 자신을 만화 캐릭터와 같이 귀엽고 앙증맞는 스타일에 투영한다는 점이 사용자들에게 어필 할 수 있었으며, 단순한 꾸미기 이상의 다양한 얼굴 표정이나 현재 자신의 기분을 미니미 머리 위에 표시 할 수 있는 감성 장치를 추가하여 자신의 웃이나 관심 취향뿐 아니라 현재의 기분을 나타낼 수 있도록 하였다. 거기 더해 미니미가 살고

있는 미니룸이라는 개인의 공간을 제공하여 함께 꾸밀 수 있도록 해, 자신을 나타내는 표현의 영역을 공간까지 확대할 수 있도록 구성했다. 그리고 그 꾸미기라는 설정 안에 일촌의 관계를 넣은 커플미니미라는 시스템을 도입하여 일촌의 관계에서도 가장 특별한 한 명과 각각의 미니룸을 공유하고 교류할 수 있도록 하였는데, 이러한 설정은 한국의 공동체적 우리성안에서 자신을 드러내고자 하는 욕구를 해소하는 좋은 장치일 뿐만 아니라 현재의 감정을 외부에 알릴 수 있는 소통의 창구이며 다른 사람들에게 자신과 특별한 관계에 있는 일촌을 자랑할 수 있는 가능성으로 높은 사용율을 보였다.

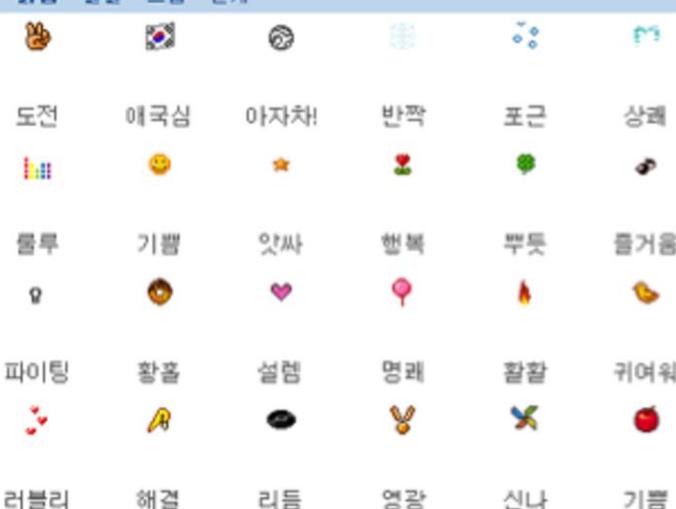
기분 : 얼굴 : 머리 : 동작 : 의상 : 배경 : 기타

기쁨 화날 슬픔 기타



기분 : 얼굴 : 머리 : 동작 : 의상 : 배경 : 기타

맑음 칼칼 흐림 번개



기분 : 얼굴 : 머리 : 동작 : 의상 : 배경 : 기타

긴머리 모자쓴머리 짧은머리



언발런스컷 모하칸스.. 밝은갈색.. 짧은머리 단정한컷트 모하칸스..



새집머리 왁스바람.. 단정한커트 바가지머리 펑크족머리 금발블리..



호일파마 빠죽머리 짧은레게 금발무스 무지개스.. 검은빠죽

기분 : 얼굴 : 머리 : 동작 : 의상 : 배경 : 기타



우측면 좌측면 정면 뒷면 좌측앞기



우측앞기

기분 : 얼굴 : 머리 : 동작 : 의상 : 배경 기타

액세서리



아저씨기면 쪽볼 투톤어플러 미법목도리 병어리장갑 여우귀



왕관 왕관 방독면 검정안대 티미넥타이 티미밸간코



검정귀머.. 기면 선글라스 올린선글.. 분홍풍선 큰신발



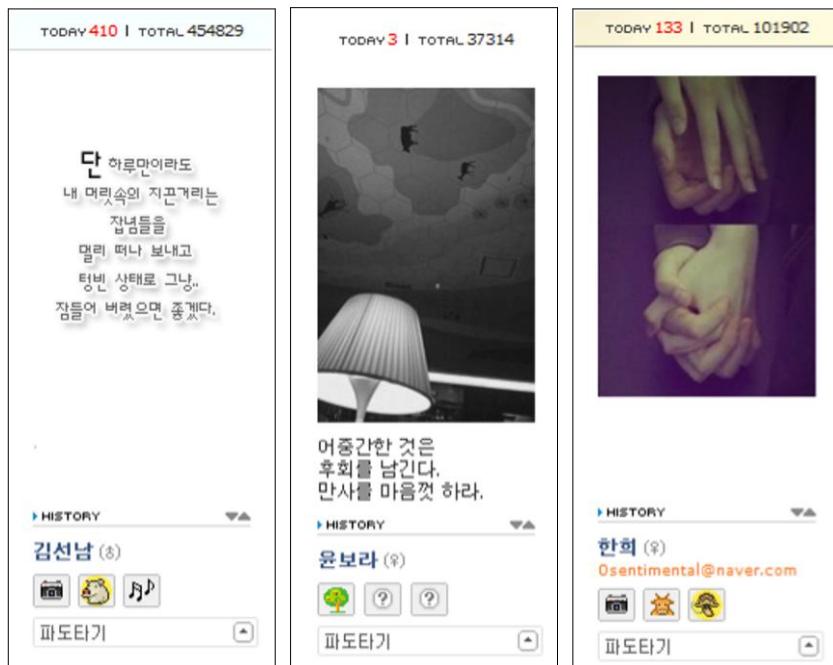
꾸미기



커플미니미

이런 사용자 욕구는 자연스러운 디지털 콘텐츠 아이템의 유료화로 이어져 싸이월드의 전자화폐 도토리는 유료 디지털콘텐츠 시장을 성공적으로 개척해 타 서비스들에게도 유료화의 가능성을 주었으며 사용자들은 자신의 외모를 가꾸는데 소비를 하듯이 미니미와 미니룸의 아이템을 구입해 꾸밈으로서 주변 사람들과 소통을 해나갔는데 미니미와 미니룸과 같이 다소 직접적인 자기 표현의 욕구를 해소 한 장치가 발달되고 높은 사용성을 보이자 감성적 자기 표현을 위한 욕구도 상대적으로 높아지게 되었다.

프로필은 디지털 아이템은 아니지만, 사진과 문자를 이용해 자신의 정보를 보여주는 기능으로, 공동체 속에서 자신을 돋보이기 위한 노력은 미니미나 미니룸과 같지만 미니미처럼 직접적이지 않은 자신의 취향이나 상황을 나타내고 보여줄 수 있는 사진과 글귀를 올리는 용도로 사용되고는 하는데, 그 내용들을 살펴보면 구체적이기보다는 은유적이나 함축적인 내용이 주를 이루는 경향을 보인다.



프로필

그리고 이러한 은유적이고 함축적인 메시지를 강화시켜줄 수 있는 장치로 스킨과 BGM 등이 사용되기 시작했으며 글꼴은 프로필이나 자신의 콘텐츠의 글에 시각적 감정을 불어넣어 좀으로써 더욱 개성 있는 자기표현을 해줄 수 있기에 그 사용성이 높다.

이러한 일련의 행위들은 휴대폰의 컬러링 기능과 유사한데, 컬러링의 목적이 자신의 음악 성향 혹은 음악을 통해 상대방에게 성격 혹은 그 이상의 감정 등을 전달하거나 유추할 수 있게 해주기 때문에 자신이 아닌 남을 위하여 사용되었던 것처럼, 스킨과 BGM, 글꼴은 자신을 위한 아이템으로서의 역할도 있지만 먼저 남에게 보이고 들려주기 위한 요소로 사용이 되었기 때문에, 한가지의 디지털 콘텐츠 아이템으로 미니홈피를 설정하기보다는 프로필과 스킨, BGM의 다양한 콘텐츠를 함께 설정함으로써 남들에게 자신을 돋보이게 하거나 자신의 상태를 파악할 수 있도록 했다.

이것은 자신의 내적 기준을 중요시하는 서양인보다 남과의 비교가 중요하고

그 남들과의 한 공동체 안에 있고자 하는 한국인들에게서만 보여지는 특수성 이기도 하다. 이런 독특한 특수성을 바탕으로 외국에서 실패했던 디지털 콘텐츠 아이템 시장을 사용자의 트랜드나 요구에 따라 빨 빠르게 대응하고 발전시키면서 집약적으로 성장하며 크게 성장하게 된다.



스킨

또한 한국의 빠른 디지털화로 인한 부작용으로 문제되던 불법 복제 및 유통으로 이해 파괴 되어가던 음악시장에 BGM을 통해 전전하고 튼튼한 온라인 음원의 유통구조를 확립시켰다.

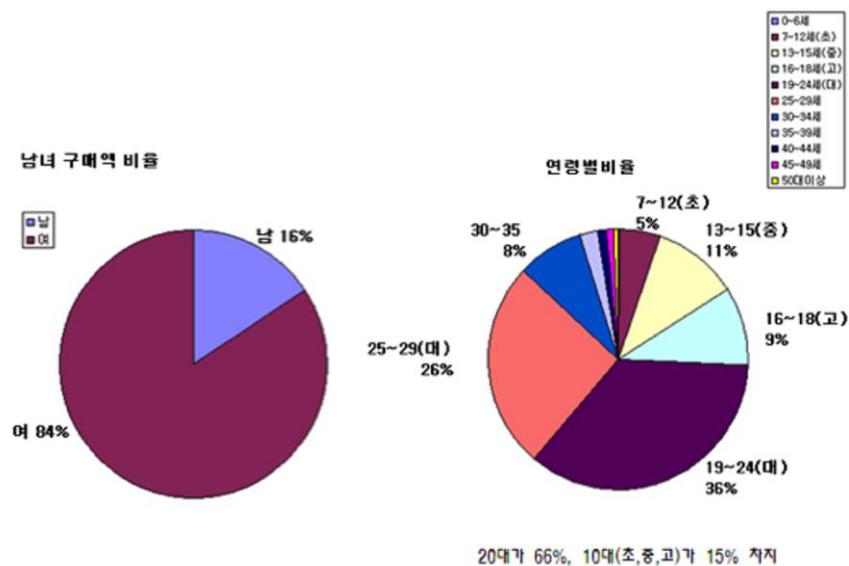
2006	T5 도토리 사이좋은 사람들 Cyworld 점지공간 2.2억	T5아이스侪끼 사이좋은 사람들 Cyworld 몬트릭스 1.9억	산돌종이학 사이좋은 사람들 cyworld 산돌커뮤니케이션 1.8억	산돌 마니노 사이좋은 사람들 Cyworld 산돌커뮤니케이션 1.6억	Rix로맨틱핑크 사이좋은 사람들 Cyworld 몬트릭스 1.2억
	산돌종이학 사이좋은 사람들 cyworld 산돌커뮤니케이션 4.8억	YD부끄부끄 사이좋은 사람들 Gyworld 운디자인 2.1억	YD 소녀지포 사이좋은 사람들 Cyworld 운디자인 1.6억	MD모리스 사이좋은 사람들 Cyworld 모리스디자인 1.3억	MD걸탱이 사이좋은 사람들 Cyworld 모리스디자인 1.0억
	산돌종이학 사이좋은 사람들 cyworld 산돌커뮤니케이션 3.1억	EH 흥늘치구 사이좋은 사람들 Cyworld 태시스템 1.8억	MD모리스 사이좋은 사람들 Cyworld 모리스디자인 1.3억	YD 소녀지포 사이좋은 사람들 Cyworld 운디자인 1.0억	태버블온하트 사이좋은 사람들 Cyworld 태시스템 0.8억
	비아이비로션 ♥ 사이좋은 사람들 Cyworld 산돌커뮤니케이션 0.9억	산돌종이학 사이좋은 사람들 Cyworld 산돌커뮤니케이션 0.9억	하이파이브QQ 사이좋은 사람들 Cyworld 디자인애워터 0.6억	콩다콩닥♥♥ 사이좋은 사람들 Cyworld 몬트릭스 0.6억	아침햇살 ☺ 사이좋은 사람들 Cyworld 산돌커뮤니케이션 0.6억
2007	TD매우만족 사이월드 글꼴로 누구보다 돋보이는 내 댓글, 방명록, 메시글을 써보세요 ! I Love Cyworld Hello Nate 012-345-6789 ♡♡♡♡♡	도토리 10개	Rix로맨틱핑크 사이월드 글꼴로 누구보다 돋보이는 내 댓글, 방명록, 메시글을 써보세요 ! I Love Cyworld Hello Nate 012-345-6789 ♡♡♡♡♡	도토리 10개	
	태허브아로마 사이월드 글꼴로 누구보다 돋보이는 내 댓글, 방명록, 메시글을 써보세요 ! I Love Cyworld Hello Nate 012-345-6789 ♡♡♡♡♡	도토리 10개		365 아임오케이 사이월드 글꼴로 누구보다 돋보이는 내 댓글, 방명록, 메시글을 써보세요 ! I Love Cyworld Hello Nate 012-345-6789 ♡♡♡♡♡	도토리 10개
	산돌종이학 사이월드 글꼴로 누구보다 돋보이는 내 댓글, 방명록, 메시글을 써보세요 ! I Love Cyworld Hello Nate 012-345-6789 [-]	도토리 10개		GD_HIGH HIGH 사이월드 글꼴로 누구보다 돋보이는 내 댓글, 방명록, 메시글을 써보세요 ! I Love Cyworld Hello Nate 012-345-6789 ♡♡♡♡♡	도토리 10개
	SBS시크릿가든 사이월드 글꼴로 누구보다 돋보이는 내 댓글, 방명록, 메시글을 써보세요 ! I Love Cyworld Hello Nate 012-345-6789 ♡♡♡♡♡	도토리 10개		Dr.첫눈첫사랑 사이월드 글꼴로 누구보다 돋보이는 내 댓글, 방명록, 메시글을 써보세요 ! I Love Cyworld Hello Nate 012-345-6789 ♡♡♡♡♡	도토리 10개

글꼴

그뿐 아니라, 글꼴은 오프라인 시장으로만 국한되던 2억 원대의 글꼴 시장이 싸이월드 글꼴 디지털 아이템을 통해 20억 원대의 시장으로 성장하는 교두보를 마련하게 되는데, 수익 시장의 확장뿐만 아니라 글꼴의 목적까지 함께 확장 발전되는 계기가 되었다. 기존의 오프라인 시장의 글꼴의 주된 목적이 Reading에 있다면, 온라인에서는 Writing + Reading이 혼용된 상태로 구성이 된다.

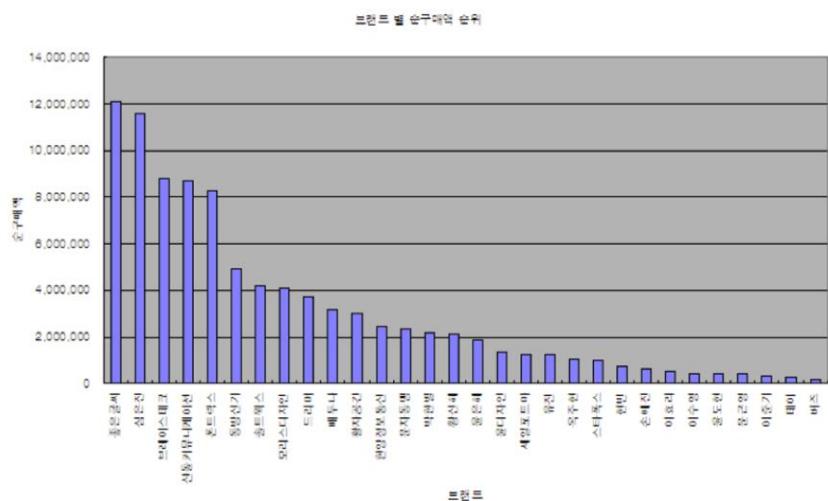
이는 쓰기라는 행위가 읽기라는 표출영역에 포함되는 것이 아니라 쓰기라는 행위 자체로 자신의 감정이나 개성 재미를 부여하는 또 하나의 표출 영역이 되었다는 것인데 예쁘고 귀여운, 개성있거나 강렬한 또는 감성적인 제목과 느낌을 담은 글꼴 등을 통해 자신의 메세지에 내용과 자신의 감성을 담아 또래들과 나누고 어울리면서 또래라는 우리성 안에서 자신의 존재감을 확인하는 등의 행동을 보였다.

그에 따라 상대적으로 자기 표현의 욕구나 상대적으로 높은 여성이 글꼴의 매출의 중요한 비율을 차지하고 있으며 그 안에서도 19~24세의 젊은 세대가 글꼴의 매출을 주도하는 것을 아래 표를 통해 확인 할 수 있다.



싸이월드는 이러한 한글꼴의 가능성을 발견하고 글꼴 업체들과 함께 스타 글꼴이나 액션 글꼴과 같은 온라인에 최적화된 상품을 개발했다. 스타 글꼴 상품은 자기 표현과는 또 다른 스타의 화보집이나 스타와 관련된 머천다이징 상품을 구입하 듯 연예인의 글씨체를 본뜬 글꼴을 구입해 자신이 좋아하는 스타와 교감할수 있도록 해 심은진, 동방신기, 배두나, 박한별, 황신혜 등의 스타 폰

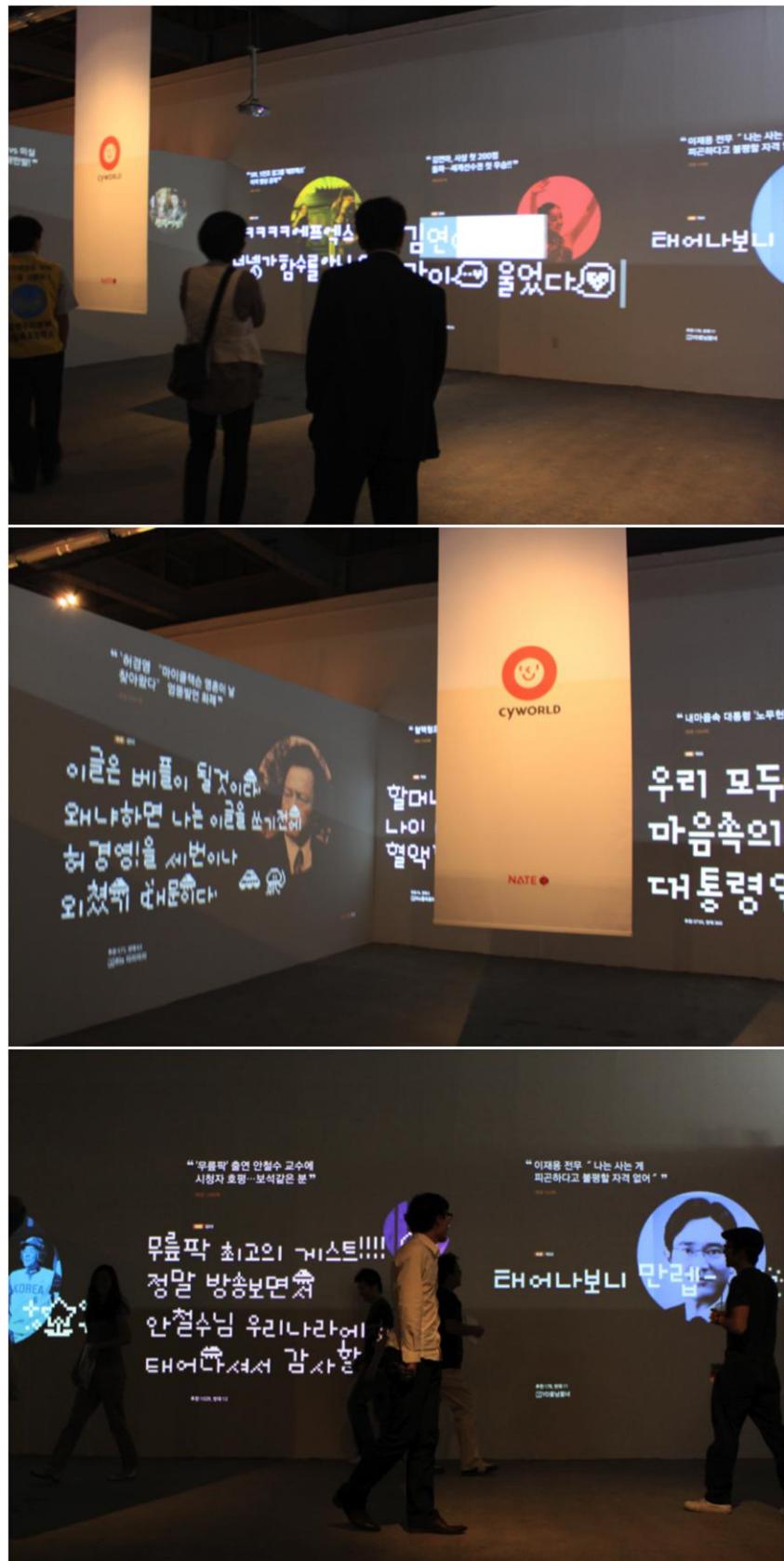
트들이 큰 성공을 거두며 사용자들에게 좋은 반응을 얻었다.



그리고 단순 상품개발 뿐만 아니라 한글꼴의 새로운 가치를 알리기 위해 온라인에서의 한글꼴의 가치를 재정립하고 홍보하는 데에도 노력하고 있는데, 2009년 광주비엔날레 전시를 통해 한글꼴의 새로운 변신과 가치 그리고 온라인의 구술성과의 접목을 통해 좋은 반응을 얻었다. 이런 일련의 작업들을 통해 한글꼴의 발전뿐만 아니라 온라인 콘텐츠는 무료라는 인식을 갖고 있던 사용자들이 무형의 콘텐츠 시장에 정당한 돈을 지불하는 인식의 전환을 갖고 오게 만든 것은 한국의 디지털 콘텐츠가 틀을 잡아 나가는데 큰 역할을 하였다.







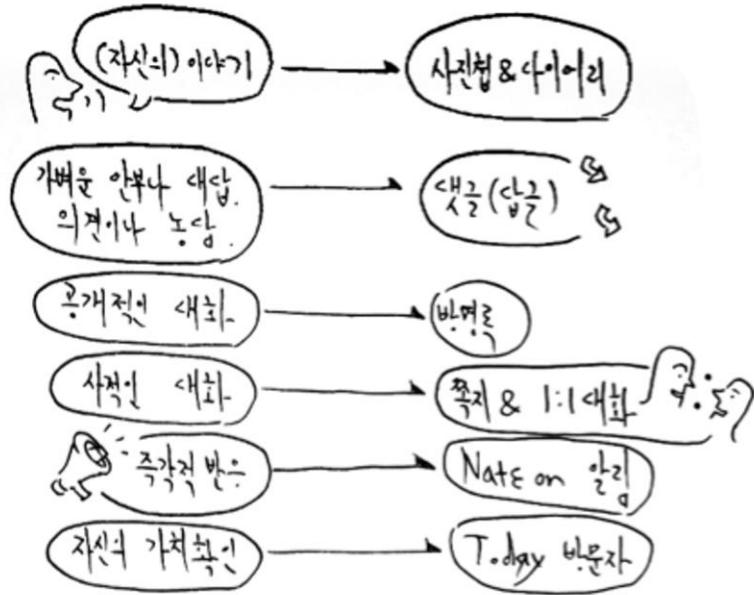


전시

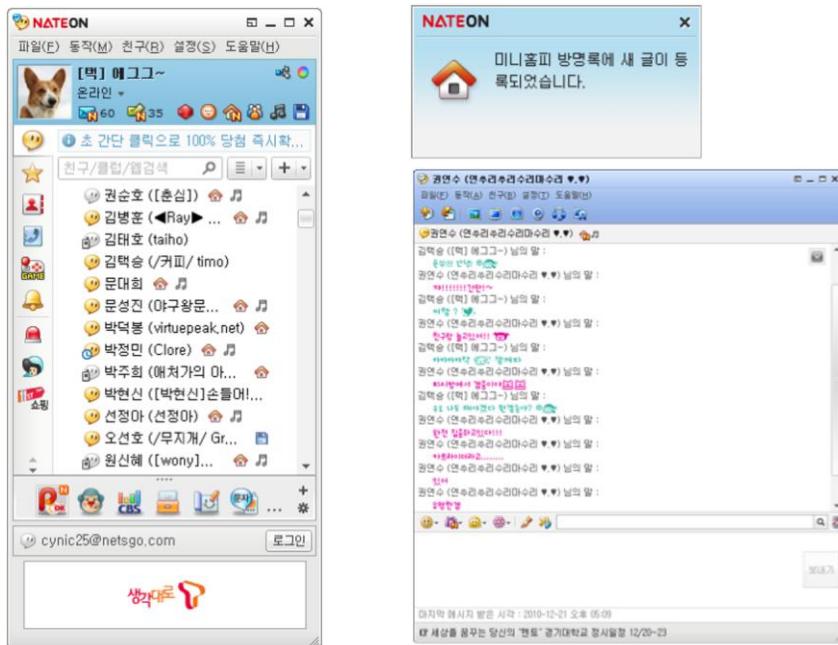
3절. 소통 (Feedback & Relation)

구술문화에서 구전이 막히게 되면 그 이야기는 소멸되듯, 아이덴티티를 나타내기 위한 프로필, 미니미&미니룸, BGM, 글꼴 등의 디지털 콘텐츠의 장치가 아무리 잘 구성이 되더라도 소통의 장치들이 제대로 구성 되어있지 않다면 커뮤니케이션의 생명은 길지 않다. 싸이월드에서는 이러한 커뮤니케이션의 소통이 선 순환에 그치지 않고 피드백 될 수 있도록 구술적 기능들을 서비스에 재구성하여 배치했다. 싸이월드에서 재구성한 구술적 기능과 유사한 구술문화의 요소로는 (자신의)이야기 공간, 대화하듯이 건네는 가벼운 안부나 대답 혹은 의

견이나 농담, 공개적인 대화, 사적인 대화 등의 커뮤니케이션 요소와 즉각적인 반응, 쉽게 구전되는 이야기와 같은 리 액션 요소가 있는데, 다음과 같이 서비스와 요소들을 연결 지어 볼 수 있다.



사진첩과 다이어리를 통해 사용자들은 이야기를 만들고, 댓글이나 방명록, 쪽지와 1:1 대화는 만들어진 이야기를 나르고 덧붙여 되돌려 주면서 그 순환고리는 계속 반복된다. 그리고 그러한 순환고리가 빠르게 이루어 질 수 있도록 네이트온 메신저를 통한 실시간으로 알림 피드백으로 즉각적인 반응을 높이면



네이트온

서, 이야기의 선순환자 이외의 지인들에게도 그 이야기를 보여줄 수 있게 간편한 스크랩기능과 그 반응을 확인 할 수 있는 정보를 메인 화면에서 일목요연하게 보여줌으로써 커뮤니케이션의 욕구와 자기 표현의 욕구가 높아지게 되고 자신의 미니홈피를 방문한 회원 수를 통해 자신의 가치를 확인하면서 자연스럽게 콘텐츠의 소비가 일어나게 되는 한국적 온라인 생태계를 구성하게 된다.

The screenshot displays the homepage of Cyworld, a popular Korean social networking site. At the top, there's a search bar with the query "화제의미니홈피 박보영 김소은 공민자" and a "검색" (Search) button. To the right is a caricature of a man with the text "장윤정 맞선". The main content area includes:

- Left sidebar:** Shows a user profile for "일흔ON" with stats like 22 friends, 88688 posts, and 0 messages. It also lists "내 미니홈피 보기" (View my blog), "내 BGM앨범" (My BGM album), and "방로가기" (View my room).
- Middle section:** A large banner for "연애의 꿈, 괴짜 퀸이 전부야" (Love's Dream, Queen of the Freaks). Below it is a "COVER STORY" for "잊지 말아요, 태안" (Don't Forget, Tae安) featuring a woman in a bikini.
- Right sidebar:** A "실시간 검색어" (Real-time search terms) list with items like 1. 김혜수, 2. 에이미, etc. It also shows sections for "선물가게" (Gift shop) with various skin and gift items, and "뮤직 베스트" (Music Best) with songs like "Fire" and "Again & Againnn".
- Bottom navigation:** Includes links for "사이월드" (Cyworld), "내 정보수정" (Edit my info), and "도그아웃" (Dogout).

사이월드

4장. 한국적 디지털 무형자산 (Digital Intangible Assets)

PC통신에서 인터넷이라는 네트워크로 넘어오고, 많은 서비스들을 거쳐 오면서 한국은 구술문화를 기반으로 한 특유의 심정문화 속에서 굉장히 밀도 높은 온라인 커뮤니케이션 시스템을 구축했다. 이는 인터넷이라는 문화 자체가 전자시대의 구술 문화이기 때문이기도 하겠지만,

집단적



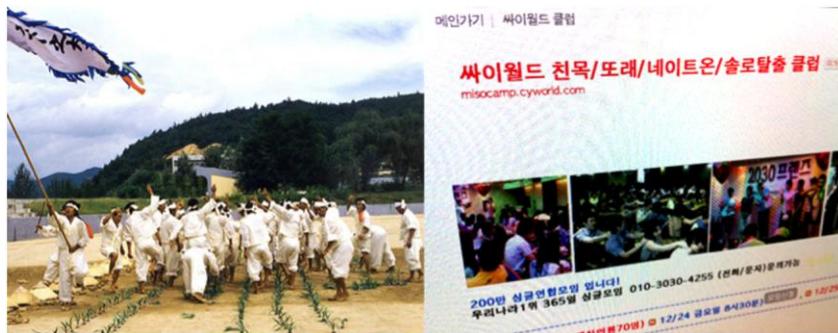
감정이입적.



구술적.



단일체적 우리성.



(공동체 안에서) 친교성.



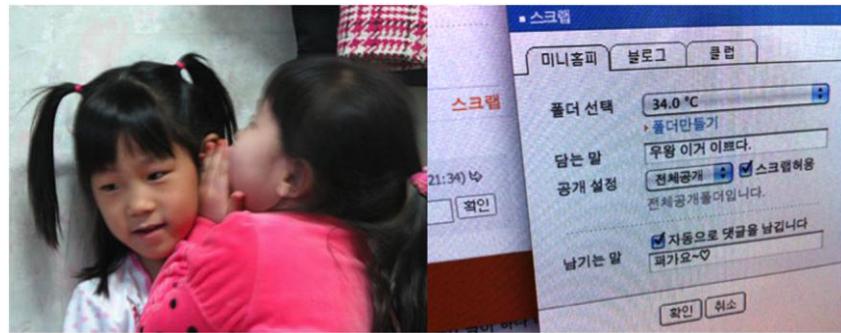
(공동체 안에서) 자신의 가치.



자기표현의 욕구.



구전(커뮤니케이션)의 욕구.



위와 같은 특유의 한국만의 독특한 요소들로 인해 다른 외국의 서비스들에 비해 빠른 성장과 발달을 할 수 있었던 것이 사실이다. 그리고 이러한 밀도 높은 커뮤니케이션은 많은 가능성을 보여준다. 실 예로 이성적인 서비스가 주류를 이뤘던 외국의 서비스에서 인간의 본성의 욕구를 이용한 서비스를 찾아보기 어려웠는데, 한국만의 독특한 커뮤니케이션 요소들을 이용해 기본 인간 욕구나 심리에 부합되는 요소들만을 정제, 가공한 마이스페이스의 성공 그리고 그것을 보완한 페이스북과 같은 서비스가 큰 성공을 거두는 것을 볼 수 있다. 이는 한국의 초기 아이러브 스쿨의 성공과 실패, 싸이월드의 성공과 다르지 않다. 또한 최근에 큰 성공을 거두고 있는 트위터의 초기 모토는 “What are you doing?” 이였다. 이는 대화처럼 상대방에게 무엇을 하는지 묻는 구술성을 갖고 있다. 마이크로 블로그라고 명명되지만 블로그처럼 정보를 알리고 전달하는 행위에서 대화를 나누는 행위로의 변하고 있다는 점을 다시금 생각해 볼 필요가 있다. 또한 디지털 콘텐츠 또한 한국의 자기표현의 욕구에 따른 아이템에서, 소셜게임과 같은 함께 즐기고 공유하는 콘텐츠로 발전되는 모습을 확인 할 수 있다.

이렇게 디지털 콘텐츠가 아닌 이야기를 담고 그 이야기를 위해서라면 기꺼이 돈을 지불할 만큼의 가치가 될 수 있도록 업그레이드 되어가고 있다.

한국적 디지털콘텐츠 문화의 뿌리는 무엇인가? 정의를 내릴 수는 있으나 그 표면적, 결과적 형태는 잘 안보일수 있다. 그러기에 디지털 무형자산으로서의 가치는 스토리텔링을 잘 구성함으로써 정보를 가치 있게 포장하고, 그 정보를 잘 나르기 위한 Dynamic behavior가 중요하다. 그렇기에 한국의 디지털 콘텐츠는 아직 진화 중이며 과도기 상태라 볼 수 있다.