

특집 01

변화와 기회의 웹 2.0 시대를 넘어

목 차

- 1. 서 론
- 2. 웹2.0에 대하여
- 3. 웹2.0의 경제적 효과
- 4. 미래의 웹은 오프라인과 일치하는 웹, 쉬운웹
- 5. 결 론

김 증 태
(주)마이엔진

1. 서 론

닷컴버블 붕괴 이후 인터넷 기업은 아마존, 이베이, 구글처럼 살아남은 기업과 넷스케이프, 라이코스처럼 소멸된 기업으로 구분되었다. 사람들은 닷컴버블에서 살아남은 기업과 죽은 기업의 차이를 알아내고자 했고, 살아남은 기업을 가리키는 대명사를 만들기 시작했다. 이때 오라일리 미디어(O'Reilly Media)의 부사장인 데일 도허티(Dale Dougherty)가 웹에 일종의 전환점을 찍은 닷컴붕괴를 표현하는 말로 웹2.0을 제안했고¹⁾, 2004년 10월의 '웹2.0 컨퍼런스(www.web2con.com)'를 통해 '웹2.0'은 '웹의 급격한 변화를 가리키는 대명사'로 떠오른다. 1년 뒤인 2005년 9월 30일 팀 오라일리는 'What Is Web 2.0?' 문서를 통해 웹2.0 특징 7가지를 정리했고, 이후 웹2.0에 대한 논의가 빠른 속도로 확산된다.

한국에서도 2006년 한 해 동안 인터넷업계 최대의 화두는 웹2.0이었다. 2006년 1월에 국내 최초의 웹2.0 서적인 '웹2.0 시대의 기회, 시맨틱 웹'³⁾이 국내에 출간되고 3월에 NGWeb 컨퍼런스가 열리면서 웹2.0 논의가 활발하게 전개되었

다. 포탈 중심의 웹기업 목록에 신생 웹2.0 기업이 이름을 올리기 시작했고, 각종 세미나와 컨퍼런스의 연사로 웹2.0 기업 관계자가 나서기 시작했다. 웹2.0이 새로운 흐름으로 떠오른 것이다. 아직까지도 웹2.0의 정의는 명확하지 않고 웹2.0 기업과 서비스는 여전히 진행 중이다. 하지만 웹2.0은 이미 많은 분야에서 변화를 가져왔고, 미래를 준비하게 만들었다.



(그림 1) 웹2.0 컨퍼런스에서 팀 오라일리 모습

1) http://network.hanb.co.kr/view.php?bi_id=1141
 2) <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
 3) 김중태, 웹2.0 시대의 기회 시맨틱웹, 디지털미디어리서치, 2006.

2. 웹2.0에 대하여

팀 오라일리는 'What Is Web 2.0'에서 웹2.0의 특징을 일곱 가지로 정리했다.

[팀 오라일리가 설명한 웹2.0의 특징]

1. 플랫폼으로서의 웹
2. 집단 지성(collective intelligence) 이용
3. 다음 시대의 인텔 인사이드는 데이터
4. 소프트웨어 릴리스 주기의 종말
5. 가벼운 프로그래밍 모델
6. 단일 디바이스를 넘어선 소프트웨어
7. 풍부한 사용자 경험

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	--> participation
content management systems	--> wikis
directories (taxonomy)	--> tagging ("folksonomy")
stickiness	--> syndication

(그림 2) 웹1.0과 웹2.0 비교표 4)

웹2.0의 기술적 특징을 한 마디로 설명하라면 쉬운웹(EasyWeb)이다. 블로그나 미니홈피가 등장하기 전까지는 일반인이 홈페이지를 운영하기 어려웠다. 홈페이지 하나를 운영하려면 두꺼운 HTML 문법책을 외워야 하고, 편집기, FTP, 서버호스팅 사용법 등의 많은 지식이 필요했다. 그러나 블로그에서는 글쓰기 아이콘만 누르고 글을 쓰면 웹문서가 된다. 과거에는 동영상 하나를 올리기 위해서 캠코더, 파일전송, 동영상 편집 프로그램, 코덱, FTP, HTML 문서 작성, 서버호스팅 등의 사용법을 알아야했지만 이제는 디카나 폰카로 찍은 동영상을 마우스로 끌어다 놓는 동작만으로 동영상을 올리고 공유할 수 있다. 그 결과 개인이 정보생산자로 나서고 참여의

폭이 넓어지면서 1인 매체 문화와 참여문화가 확산되고, 동영상 UCC가 새로운 문화로 자리잡은 것이다.

<표 2> 웹2.0 상품의 기술 기반

<ul style="list-style-type: none"> - 블로그로 대표되는 쉬운 저작도구 - RSS로 대표되는 배포도구 - 꼬리(tag)를 이용한 분류와 검색의 보완 - Ajax로 변화하는 쉬운 인터페이스 - 웹표준의 중요성과 웹접근성 향상 - 유비쿼터스 기술로 모바일 기기와 연동 - 공개API와 혼합(mash-up)서비스를 이용한 새로운 서비스의 창출과 지배력 확산 - UTF8, 예쁜 주소, 가벼운 플랫폼, 확장 기능, 풍부한 웹 애플리케이션 등

쉬운웹을 구현하는 웹2.0의 신기술은 초기 웹과 다른 문화를 만들어냈다. 개인의 힘이 중시되는 1인 매체시대와 힘과 다수의 대중이 의미를 갖는 긴꼬리(longtail) 문화를 만들어냈고, 정보 소비자였던 개인이 정보생산자로 나서는 정보 프로슈머 시대를 열기 시작했다. 개인이 정보생산자로 나서면서 개인의 힘이 세상에 변화를 가져오는 시대를 연 것이다.

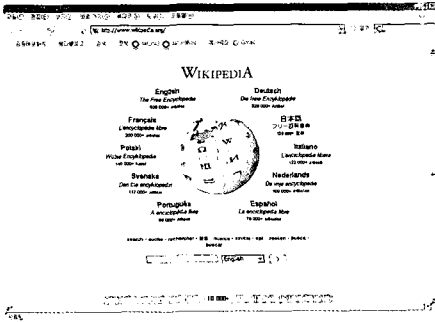
<표 3> 웹2.0의 문화적 특징

<ul style="list-style-type: none"> - 학습 필요 없는 쉬운웹(EasyWeb)으로 - 어둠웹에서 밝은웹으로 변화 - PC에서 모든 기기로 - 쌍방향성이 강화되는 웹 - 장점을 수렴하는 사이트로 변화 - 플랫폼과 자료가 중시되는 웹 - 정보소비자인 개인이 정보생산자로 - 협업과 집단지성의 참여 	<ul style="list-style-type: none"> - 긴꼬리 문화의 확산 - 중앙집중식에서 분산시스템으로 - 인공지능으로 자동화되는 웹 - 개인 매체의 확산 - 새로운 매체 출현 - 지식 기반의 공동체 형성 - 익명 커뮤니티 출현
--	--

쉬운웹의 확산으로 개인의 정보생산 참여가 늘자 개인의 참여와 배포, 공유를 돕는 사이트가 급성장하기 시작했다. 미국의 인터넷시장 조사 기관인 넬슨 넷레이팅즈는 2006년 1년 동안 성장속도가 가장 빠른 미국 내 10개 사이트 중 절반이 UCC 기반의 웹서비스라고 밝혔다. 마이스페이스, 위키피디아, 플릭커, 헤비닷컴 등이 웹

4) <http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>

2.0 기반의 UCC사이트이며 사용자 참여 사이트인 것이다. 한국에서도 블로그와 UCC 동영상 관련 사이트가 빠른 속도로 성장하고 있다.

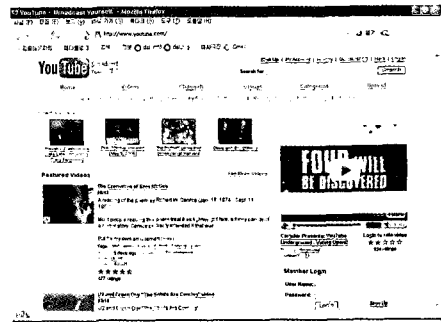


(그림 3) 빠른 성장세를 보이며 알렉사 Top10에 진입한 위키피디아(www.wikidepia.org)

특히 분산형 서비스를 제공하는 사이트가 빠른 속도로 성장하면서 분산형 서비스의 위력을 증명했다. 과거와 같은 중앙집중식 동영상 사이트라면 매번 사이트를 방문해야 하고, 방문할 때마다 보고 싶은 동영상을 검색하는 불편함을 겪어야 한다. 반면 유튜브(www.youtube.com)와 같은 분산형 서비스는 동영상을 개인의 블로그나 미니홈피로 손쉽게 퍼가서 볼 수 있게 했다. 유튜브의 동영상이 수 백만 사이트로 분산되어 재생되는 것이다.

유튜브를 방문하지 않아도 동영상을 볼 수 있게 되면 유튜브 방문자수가 줄어들 것 같지만 실제로는 정반대다. 분산형은 퍼간 곳의 방문자가 곱해지므로 기하급수적인 노출과 지배력 확산을 가지게 된다. 1만 명이 유튜브 사이트에 방문하기만 하면 1만 명의 방문과 1%인 백 번의 광고 클릭으로 끝나지만 1만 명이 자료를 퍼가서 다른 사이트에 올린다면 해당 사이트 방문자를 곱한 노출이 생긴다. 1만 개의 사이트에 동영상을 퍼서 올리고, 각 사이트마다 다시 1만 명의 방문객이 동영상을 본다면 순식간에 1억 명이 동영

상을 보고 유튜브를 알게 되는 것이고, 1%인 100만 명이 광고를 클릭하게 되는 것이다. 여기서 또 일부가 동영상을 퍼가게 되면 확산속도는 기하급수적으로 증가한다. 분산형 서비스의 지배력 확산 속도는 '펼칠 수 x 올린 사이트의 방문자 수'가 되기 때문에 순식간에 시장을 지배할 수 있는 것이다.



(그림 4) 분산형 서비스로 빠르게 성장한 유튜브(www.youtube.com)

3. 웹2.0의 경제적 효과

웹2.0 서비스의 확산으로 웹의 산업적 경제적 파급 효과도 커졌다. 아마존과 이베이, 옥션, 지마켓처럼 웹을 통한 개인간 상거래가 폭발적으로 증가한 것은 물론이고, 애드위즈와 같은 검색 광고와 애드센스와 같은 네트워크 광고가 전통적인 중앙매체형 광고에 의존하던 월마트와 같은 대기업의 기반을 흔들고 있다.

초창기 웹 시절에는 기업이 광고주가 되고 기업형 사이트가 광고 게시자였다. 사람들은 포털이나 대형 사이트에 실린 대기업 광고만을 보고 해당 대기업의 상품만 샀다. 그러나 중소기업이나 개인이 광고주가 되고, 개인이 광고 게시자가 되는 시대로 바뀌면서 대기업 중심의 산업구조가 점차 개인 단위로 확장 세분화되는 혁명이 일어나기 시작했다.

검색광고는 수 많은 키워드를 사야 하는 광고

인데 대기업이 모든 키워드를 살 수 없다. ‘피자’라는 키워드 하나 정도는 피자헛이 살 수 있지만 ‘인사동 피자, 신림동 피자, 영동읍 피자...’와 같은 수만개 키워드를 다 살 수는 없다. 네티즌이 피자를 주문하기 위해 ‘신림동 피자’를 쳤을 때 나타나는 광고주는 피자헛이 아닌 신림동의 ‘홍길동 피자’라는 중소 피자가게인 것이다. 사람들은 동네에 피자헛이 아닌 다른 피자가게가 있음을 알게 되고, 홍길동 피자를 주문한다. 중소상이나 개인이 광고주가 되고, 개시자가 되면서 사람들은 월마트보다 더 좋은 가게와 상품이 있다는 것을 알게 된다. 웹2.0 서비스를 통해 소규모 사업체와 개인이 새로운 광고주로 등장할 수 있게 되었고 오프라인 경제를 개편하고 있는 것이다.

때문에 웹2.0 시대는 위기인 동시에 기회의 시대다. 신생기업에게는 기회의 시대가, 기존의 1위 기업에게는 위기의 시대가 되고 있다. 웹2.0의 대표기업으로 손꼽히는 구글이 이를 보여준다. 2004년 8월에 상장된 구글은 상장 1년만에 미국 내 20대 기업에 든 최초의 기업, 상장 1년만에 시가총액 천억 달러(약 100조원)를 달성한 최초의 기업이라는 놀라운 기록으로 이전의 각종 기록을 바꿨다. 2006년에도 순이익 30억 8,000만 달러(110% 증가)라는 천문학적인 수치를 기록했다. 2007년의 시가총액은 약 150조원 근처를 오가는데, 전통적인 기업으로 유명한 제너럴 모터스(GM)의 9배에 달하는 금액이다. 많은 웹2.0 기업이 구글에 인수되어 상장 효과를 보았으며, 고용효과도 크다. 구글의 직원 수는 2006년 6월의 7,942명에서 1년 뒤인 2007년 6월에는 약 16,000명으로 두 배로 늘었다.

세계 사이트의 순위를 보면 웹2.0 기업의 성장세를 더욱 확연하게 느낄 수 있다. 순위 사이트인 알렉사닷컴(www.alexa.com)의 순위⁵⁾를 보면 4위의 YouTube(www.youtube.com), 5위의 Windows Live(www.live.com), 6위의 Myspace(www.myspace.com), 8위인 Orkut

〈표 4〉 구글의 주요 인수 기업 목록

2003년 02월	Blogger.com 운영하는 Pyra Labs 인수
2003년 04월	Contextual 광고업체인 Applied Semantics 인수
2004년 06월	이미지 관리 도구인 Picasa 인수
2004년 10월	위성지도 Keyhole, 교통지도 ZipDash, 지도업체 Where2 인수
2005년 03월	모바일 소셜 네트워킹 업체인 DodgeBall 인수
2006년 01월	dMarc Broadcasting 인수
2006년 03월	Writely의 제작사인 Upstartle 인수
2006년 08월	Neven Vision 인수
2006년 10월	YouTube 인수
2006년 10월	JotSpot 인수

(www.orkut.com), 9위의 위키피디아(www.wikipedia.org)와 같이 Top10 중에서 5개가 웹 2.0 사이트로 분류되는 사이트다. 또한 10위 안의 구글, 유튜브, Orkut 세 개는 구글 소유 사이트다.

〈표 5〉 알렉사닷컴 TOP 500위 중 TOP 10(2007.06)

Site Name	URL
1. Yahoo!	www.yahoo.com
2. Microsoft Network (MSN)	www.msn.com
3. Google	www.google.com
4. YouTube	www.youtube.com
5. Windows Live	www.live.com
6. Myspace	www.myspace.com
7. Baidu.com	www.baidu.com
8. Orkut.com	www.orkut.com
9. Wikipedia	www.wikipedia.org
10. QQ	www.qq.com

한편 몇 년 전에 세계 10위권 사이트를 휩쓸었던 한국의 사이트는 네이버만 99위에 존재하고 나머지는 100위권 밑으로 밀려난 상태다. 웹2.0에 대비하지 않은 결과 어느새 한국은 인터넷 영토 싸움에서 점차 밀려나고 있는 것이다. 한국이 웹시장을 지배하고자 한다면 좋은 웹2.0 기업이 많이 나와야 한다.

5) 알렉사닷컴(<http://www.alexa.com/>), 2007년 4월.

4. 미래의 웹은 오프라인과 일치하는 웹, 쉬운웹

그렇다면 앞으로 웹2.0은 어떤 방향으로 표현 될까? 지금까지 보여준 현상을 토대로 보자면 웹2.0의 방향은 분명 '쉬운웹(EasyWeb)'이다. 쉬운웹이란 오프라인과 괴리감이 없는 온라인 서비스를 뜻한다. 오프라인과 괴리감이 없어야 학습이 필요 없다. 오프라인과 동일한 서비스는 일반인의 의식, 일상행동과 동일한 과정으로 진행되는 서비스를 말하며 향후 웹이 나갈 방향이다. 패닉닷컴의 쇼핑몰(<http://panic.com/goods/>)은 실생활(오프라인)의 쇼핑과 같은 방식을 사용하고 있다. 진열대에 있는 상품을 마우스로 끌어다 카트에 넣거나 카트의 상품을 진열대로 던질 수 있다. 웹도 오프라인 생활처럼 눈으로 보고 귀로 듣고, 코로 맡고, 혀로 맛보고, 몸으로 감촉을 느끼는 6식형 서비스로 변화하고 있는 것이다.



(그림 5) 오프라인의 쇼핑 모습을 그대로 재현한 패닉닷컴(<http://panic.com/goods/>)

이처럼 웹2.0이 보여준 것은 웹의 변화다. 웹 2.0은 웹의 발전 속도가 점차 빨라지고 있으며,

신기술 등장 주기가 짧아지고 있다는 사실을 보여준다. 때문에 이제는 웹2.0을 넘어선 미래의 웹에 대해 고민하고 준비해야 할 때다. 미래웹의 형태로는 밝은웹, 리얼웹, 바이오웹 등이 떠오를 전망이다. 이들 미래웹에 대해 고민하고 미리 준비를 하는 사람이 다음 세대의 웹과 문화를 잡을 것이다.

[미래웹의 형태들]

1. 밝은웹(BrightWeb)

웹에 오가는 사람과 그 사람의 행동이 보이는 웹, 웹에서 검색과 이동의 개념 변화, 언제 어디서나 정보입출력이 가능한 웹, 분산형게임, 분산형마켓, 분산형포털, n2n웹의 개념을 보여준다.

2. 리얼웹(RealWeb)

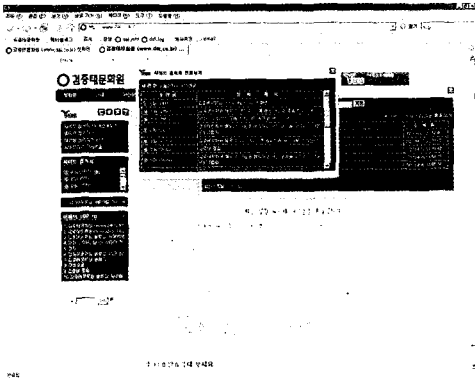
현재까지 검색사이트는 과거의 문서를 검색하는 정적검색에 머물고 있으며 웹 자체도 정적웹에 머물고 있는데, 앞으로는 '동적웹(dynamic web) - 실시간(realtime)웹 - 실제(real)웹'으로 변화할 것이다. 리얼웹은 증강현실과는 다른 개념으로 개인 자체가 저장장치라 되고, 아바타가 되는 웹이다.

3. 아트만웹(AtmanWeb), 로밍웹(RoamingWeb)

개인 정보를 가지고 다니는 로밍데이터 시대, 커뮤니티가 사람을 따라 움직이는 로밍커뮤니티가 구현되는 시기의 웹이다. 이 시기가 되면 개인 자체가 웹의 시작이자 끝이 되는 웹, 개인이 웹의 한 구성원이자 전부인 웹의 개념이 자리잡을 것이다.

4. 생물학적웹(BioWeb)

웹처럼 구조를 만들면 스스로 생성, 성장, 소멸하는 웹으로 전경화와 배경화를 반복하면서 라이프게임처럼 성장 소멸한다. 웹 안의 웹이 되는 것이다.



(그림 6) 밝은웹의 시대를 여는 야그의 사용자 화면

5. 결론

미래의 웹 중에 일부는 이미 구현되고 있으며, 일부는 몇 년 내로 구현될 웹이다. 밝은웹은 야그(www.yagne.com)를 통해 이미 구현되고 있다. 밝은웹 하나만 구현되더라도 분산형 포탈, 분산형 게임, 분산형 마켓 등의 다양한 후속 변화가 생긴다. 때문에 미래의 웹에 대해 미리 공부하고 대비해야 한다. 웹2.0 기술이 선두주자에게는 위기였지만 후발주자에게는 기회가 된 것처럼 웹2.0 이후의 기술 역시 새로운 기회와 위기를 동시에 제공할 것이다. 이제는 지금까지 나타난 웹2.0을 넘어 앞으로 다가올 웹에 대해 고민할 때다.

저자약력



김 중 태

1991년 서강대학교 국어국문학과(학사)

1994년~1997년 (주)아망써 기획실장

1997년~현재 김중태문화원 원장

2006년~현재 (주)마이엔진 이사

자문 : 국립중앙도서관 디지털도서관, 한국정보문화진흥원,

한국인터넷진흥원, 자치정보화조합, 네이버뉴스

이용자위원회 등.

관심분야 : 웹비즈니스, IT문화, 어린이교육

지은책 : [웹2.0 시대의 기회, 시맨틱웹] [나는 블로그가

좋다] [C언어 이야기] [리눅스 줄게 웹호스팅

다오] [누구나 할 수 있는 PC통신과 인터넷]

[김중태의 통신이야기] 등 약 20여권

이 메 일 : handal@gmail.com