

# 웹2.0과 미래의 웹

김 중 태\*

## ◆ 목 차 ◆

웹의 급격한 변화를 가리키는 대명사인 웹2.0

웹2.0 시대는 새로운 기술, 새로운 문화의 시작

## 웹의 급격한 변화를 가리키는 대명사인 웹 2.0

닷컴버블 붕괴 이후 인터넷 기업은 살아남은 기업과 소멸된 기업으로 구분되었다. 사람들은 닷컴버블에서 살아남은 기업과 죽은 기업의 차이를 알아내고자 했고, 살아남은 기업을 가리키는 대명사를 만들기 시작했다. 이때 오라일리(O'Reilly)의 부사장인 데일 도허티(Dale Dougherty)가 웹2.0을 제안했고, 오라일리 미디어는 2004년 10월 5일부터 '웹2.0 컨퍼런스(www.web2con.com)'를 연다. 이후 '웹2.0'은 닷컴거품 붕괴 후 살아남은 기업과 그들 기업이 가진 기술, 그들이 끼친 문화적 변화를 통칭하는 말로 정의되기 시작했다. '웹2.0'은 '웹의 급격한 변화'를 가리키는 대명사가 된 것이다.



\*그림 01. 웹2.0 컨퍼런스 모습

웹2.0 컨퍼런스 이후 사람들은 초창기 웹과 최근 웹의 차이에 대해서 비교하기 시작했다. 초창기의 더블클릭 광고와 최근의 구글 애드센스 광고 사이에 어떤 변화가 일어났는지 살펴보면, 최근 웹에 공통적으로 들어가는 기술적 문화적 특징을 파악하고자 했다. 팀 오라일리가 제시한 웹1.0과 웹2.0 비교표만 보더라도 초창기 웹과 최근 웹의 서비스 사이에 많은 변화가 일어났음을 알 수 있다. 광고 하나만 보더라도 더블클릭 형태의 중앙집중식 배너광고가 구글 애드센스라는 분산형 문맥광고로 바뀌고 있음을 알 수 있다.

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

\* 그림02. 팀 오라일리의 웹2.0 비교표1)

1년 뒤인 2005년 9월 30일에 팀 오라일리는 웹2.0을 만드는 구조와 특징을 '플랫폼으로서의 웹, 집단 지성, 데이터, 소프트웨어 개발 주기의 종말, 가벼운

\* 마이엔진 이사

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



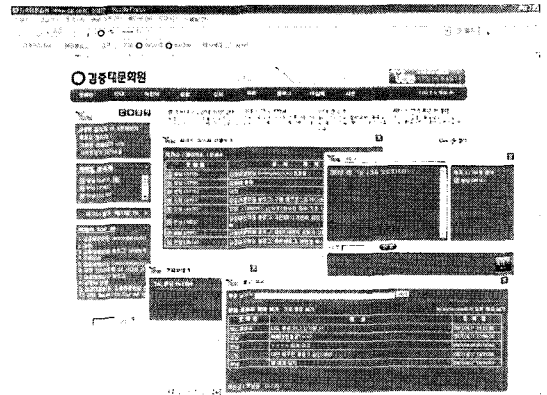
연하게 알 수 있다. 4위의 YouTube(www.youtube.com), 5위의 Windows Live(www.live.com), 6위의 Myspace(www.myspace.com), 8위인 Orkut(www.orkut.com), 9위의 위키피디아(www.wikipedia.org) 등과 같이 웹2.0 사이트가 절반인 5개나 차지하고 있다. 또한 3위인 구글을 포함해 유튜브, 오컷(Orkut) 새 개가 구글 사이트이며, 검색포탈인 야후와 MSN, 구글을 제외한 나머지 7개는 불과 몇 년 전만 해도 순위 안에 없던 사이트들이다. 기존 강자가 뒤로 밀려나는 순위변동은 닷컴 거품이 빠진 웹 2.0 세계가 오히려 더욱 치열한 적자생존의 무대로 바뀌고 있음을 보여준다.

웹2.0 시대의 선두를 달리고 있는 구글의 검색광고와 애드센스는 기존의 광고 유형을 바꾸는 것을 물론이고, 월마트와 같은 오프라인 산업을 개편시킬 정도로 큰 영향을 끼치고 있다. 기존의 배너광고는 일정 기간 동안 포탈의 영역을 차지하는 광고였기에 월마트나 삼성전자와 같은 대기업이 모든 광고와 노출을 차지하며 매출을 독점했다. 반면 검색광고는 지역의 중소상인이나 개인도 광고주로 참여할 수 있어 소상공인들의 광고주화라는 변화를 가져왔다. 소상공인의 광고주 참여는 광고와 노출, 매출의 분산을 가져오면서 월마트와 같은 대기업의 영역을 계속 위협하고 있다. 애드센스는 개인이 광고 게시자가 되는 새로운 광고영역을 열면서 큰 매출이 가져가던 광고수익을 중소사이트나 개인이 직접 가져가는 변혁을 열었다.

이처럼 그동안 천천히 변화하던 웹은 최근 들어 급격하게 변화하고 있다. 온라인에 오가는 사람이 보이는 밝은웹, 동적검색과 리얼타임검색이 가능한 리얼웹, 스스로 네트워크로 성장 소멸하는 바이오웹 등의 새로운 웹 유형이 나타나기 시작하는 것이다.

특히 온라인에 오가는 사람이 보이는 밝은웹은 웹의 새로운 혁명을 이끌 가능성이 높다. 마이엔진의 yag 서비스로 시작해 마이윙(www.miwing.com) 서비스로 진화하고 있는 밝은웹은 사용자 PC에 아무 것도 설치하지 않고 동작하는 서비스로 방문자와 방문자가 보고 있는 페이지를 보여준다. 쇼핑물 방문객이 어떤 상품을 보고 있는지 보이고, 자기와 같은 뉴스를 보는

사람이 보이게 된다. 물론 사람이 보이니 이들끼리 쪽지를 주고받거나 대화방을 열어 대화를 여는 일, 즉석에서 고스톱과 같은 네트워크 게임을 하는 일도 가능하다. 또한 방문자가 보는 페이지를 누르면 해당 페이지로 순간이동 시키는 웹이동(WebTeleport) 기능을 제공한다. 웹페이지의 주소(URL)를 입력하지 않고도 웹페이지 사이 이동이 가능해지는 것이다. 개인의 페이지 자체가 모든 정보 입출력의 통로가 될 수 있으며 포탈이 될 수도 있다. 개인이 자신의 모든 정보를 가지고 다니면서 웹 상의 어떤 곳에서라도 정보를 주고 받을 수 있다.



\* 그림04. 온라인에 오가는 사람과 그들의 행동이 보이는 밝은웹의 혁명을 연 YaG의 사용자 화면

한 마디로 말해 온라인에 오가는 사람과 그들의 행동이 보이는 밝은웹의 세계는 혁명적이다. 야그는 협업과 집단지성의 참여, 긴꼬리문화, 익명 커뮤니티, 분산 시스템을 더욱 확산시킬 것이다. 게임도 분산형 온라인 게임으로 변화할 것이며 쇼핑도 분산형 오픈마켓 등으로 변화할 것이다. 포탈의 개념도 바뀔 것이다. 웹에서 이동의 개념이 바뀌고, 자동화의 개념도 바뀔 것이다.

결국 5년이나 10년 후 쯤에는 일반인 스스로가 웹 상의 아바타가 되고, 그들 스스로가 저장매체를 역할을 하는 리얼웹 시대가 될 것이다. 웹2.0 시대에는 개인이 정보를 의식하고 제어하면서 수작업으로 타인에게 자신의 정보를 공개하고 공유했지만 다음 시대의

웹은 자동으로 자신이 소유한 경험과 지식을 타인에게 공개하고 공유하는 시대가 될 것이다.

이처럼 시시각각으로 급변하는 시대에 가장 확실한 사실 하나는 변화에 대해 끊임 없이 준비하는 나라와 기업만이 다음 시대에 강자로 살아남을 것이라는 사실이다. 이처럼 웹2.0이 가져온 변화는 새로운 기회인

동시에 기존 강자에게는 몰락의 시작이 될 수 있다. 웹2.0에 대해 개인이나 기업이 관심을 가져야 하는 이유는 웹2.0이 변화와 도전, 기회와 위기를 포함하는 말이기 때문이다. 이제는 웹2.0 시대 이후, 미래의 웹을 준비해야 할 때다.

## ● 저 자 소개 ●



**김 중 태**

1991년 서강대학교 국어국문학과 졸업(학사)

2006~현재 마이엔진 이사

관심분야 : IT비즈니스, IT문화.

E-mail : handal@gmail.com