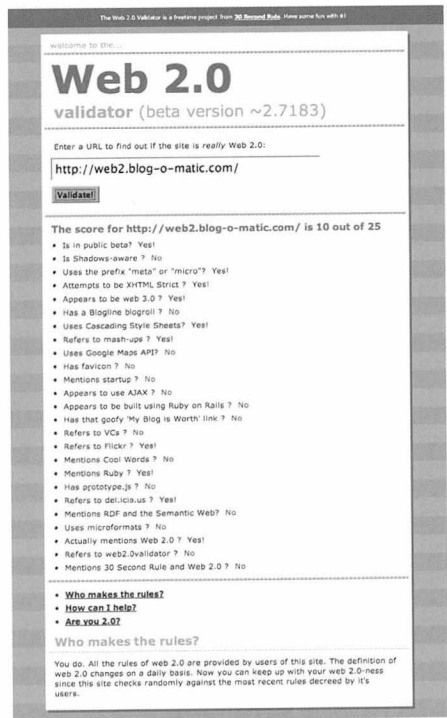


보이지 않는 자산 웹 2.0



2006년도를 가장 뜨겁게 달군 IT분야의 화두로 ‘웹(web)2.0’이 선정됐다. 초창기에는 “‘웹 2.0’은 도대체 무엇일까”라는 많은 이들의 질문 속에서 IT업계에서도 그것을 무엇이라 정확하게 정의내리지 못했다. 그 이유 중에 하나가 ‘웹2.0’이 가지는 모호한 특징 때문이었다. 그러나 이제 ‘웹2.0’이 조금씩 자리를 잡아가면서, 다른 산업분야에서도 ‘웹2.0’의 매력을 접목하기 위한 준비가 진행되고 있다. ‘웹2.0’에 대해서 알아봤다.

올 한해 IT업계에서 가장 큰 주목을 받았던 ‘웹 2.0’.

그러나 실체는 모호하다. 그 범위가 넓고, 형태가 다양하기 때문이다. ‘웹2.0’은 ‘웹1.0’에 불만을 가진 사람들이 만들어 낸 개념이다. 그렇다면 ‘웹1.0’이란 무엇일까. ‘웹1.0’은 웹사이트에 그저 정보를 모아서 보여주는 것을 말한다. 초창기에 사람들은 웹사이트에 자신이 원하는 정보가 모여져 있는 것만으로도 만족했다. 그 전에는 그런 자료를 찾기 위해서는 도서관을 하루 종일 뒤져야 했기 때문이다. 그러나 인터넷이 발전하기 시작하면서 다양한 자료들이 넘쳐 나기 시작했다. 정작 찾고 싶은 자료를 찾지 못하는 쓰레기의 바다가 되어 버린 것이다. 그래서 자

신이 찾는 정보를 쉽고 빠르게 찾을 수 없을까 해서 생겨난 개념이 바로 ‘웹2.0’이다.

간단한 예로 포털 사이트인 네이버 검색창에 지식 검색 서비스에는 4천만개 이상의 질문과 답변이 올라와 있다고 한다.

그러나 검색을 해보면 알겠지만 모두 유용한 정보는 아니다. 차라리 쓰지 못하는 허접한 내용의 답변이 훨씬 많다. 우리는 우리가 찾는 정보를 위해서 다 른 쓸모없는 정보들을 감내해야 한다. 그리고 대부분 이런 정보창구는 불법으로 ‘퍼온’ 글이 대부분이어서 문제가 되고 있다. 그런 점에서 ‘웹1.0’은 저작권과 그 외의 문제들로 인해서 위기와 한계를 맞이했다.

오라일리 미디어의 사장인 팀 오라일리는 ‘웹2.0’

을 몇 가지 원칙으로 소개한다.

첫 번째 원칙을 '플랫폼으로써의 웹' 이다. 플랫폼이라는 것은 어떤 기반이 되는 것을 뜻한다. 토대가 되는 것으로서의 웹, 즉 정보를 모으고, 관리하는데 중점을 둔다는 말이다. 과거에는 형식이나 장비, 인력에 많은 부분을 의존했다.

그러나 그것보다는 '웹2.0' 은 보이지 않는 자산으로서 업계를 움직이는 근본적인 힘에 관심을 가진다. '웹2.0' 은 이렇게 근본을 새롭게 하는데 그 첫 번째 원칙을 가지고 있다.

두 번째 원칙은 '사용자들의 자발적인 참여와 그들의 집단성' 이다. 불특정 다수가 만들어 가는 위키피디아가 그 대표적인 사례다. 위키피디아는 인터넷 속의 백과사전이지만, 어느 누구도 소유하지 않는다. 많은 사람들이 만들어가는 지식의 창구인 셈이다.

이렇듯 '웹2.0' 은 일반인들의 참여를 그 기본으로 한다. 그래서 스스로 가치를 발견하고, 진화해 나가는 것이다. 이것은 플랫폼을 기반으로 하기 때문에 가능한 것이다.

플랫폼은 콘텐츠와는 다르다. 플랫폼은 번역하면 '승강장' 정도로 해석할 수 있다. 이곳에서 사람들은 어디로든 떠날 수 있다. 그에 비해서 콘텐츠란 '목적' 또는 '내용' 라고 해석할 수 있다. 이는 한계가 지어진 공간이기 때문에 사람들은 그 안에서 머물 뿐 더 발전된 세상으로 나갈 수 없다.

'웹2.0' 은 지금처럼 대부분이 수작업으로 이뤄지는 정보의 편집과정이 좀 더 자동화되고, 개인화된다는 것을 말한다. 정부창구의 서비스가 한 단계 발전했다고 생각할 수 있다. 사람들은 누구나 자신이 자주 찾는 사이트나, 장소를 몇 가지 태그를 붙여서 정리한다. 언제 어디서든 다시 찾을 수 있게 된 것이다. 정보의 개인 카테고리화이다.

또한 다양한 유저 인터페이스를 사용할 수 있어 사람들은 그만큼 선택의 폭이 넓어졌다. 사람들의 상상을 지원하는 통로가 마련된 것이다. 또한 '웹2.0' 의 가장 큰 특징이라고 한다면, 바로 사용자가 직접 가치를 부여하고, 참여한다는 것이다. 최근 부각되고

+ 웹2.0을 느껴볼 수 있는 사이트

'웹2.0' 시대를 맞아 다양한 사이트들이 이를 모토로 변화를 시도하고 있다. 개인 기업의 사이트에도 이런 바람이 불고 있다. 모범이 될 만한 웹 사이트들을 모아봤다.

구글 애드센스

<http://www.google.com/assense>

플릭랄 <http://www.flickr.com>

테크노라티 <http://www.tecnorati.com>

딜리셔스 <http://del.icio.us>

위키피디아 <http://www.wikipedia.org>

파이어폭스 <http://www.mozilla.org/firefox>



있는 UCC(User Created Contents)도 이와 같은 맥락이다. 여기서 사용자들이 얻을 수 있는 것은 극단적인 신뢰와 극단적인 분산이다. 다시 말해 거대 미디어가 만들어낸 이미지보다 개인이 만들어낸 소규모 미디어가 더욱 믿음을 줄 수 있고, 다양한 관심사를 표현할 수 있다는 것이다.

결국 '웹2.0' 의 가장 큰 힘은 바로 사람이다. 사람들은 저마다의 매력을 발산하면서 즐거움을 추구한다. 일반 기업에서도 새로운 커뮤니케이션 톨로 '웹2.0' 을 주목하고 있는 것도 이 때문이다. 개개인이 찾아가는 즐거움이 회사생활에도 활력을 줄 수 있다고 생각하고, 또 회사에도 기여하는 바가 크리라 보고 있다.

김정상 기자 sang@print.or.kr