

## 블로그 글쓰기의 스토리생성 모델 연구

윤현정\*

### 요약

본 연구는 새로운 이야기 콘텐츠 생성의 장인 블로그 글쓰기의 스토리생성 모델을 제시하고자 한다. 이를 위해 먼저 블로그 스토리 생성의 조건을 블로그의 구조적 요인에서 찾아 RSS 기능을 통한 밀어내기 스토리 유닛화와 트랙백을 통한 끌어오기의 스토리 확장으로 제시하였다. 다음으로 퍼스 기호학의 해석체 개념을 적용해 블로그 스토리의 제시, 변형, 순환의 과정을 설명하고 각 과정이 어떠한 의미를 창출해 내는지 살펴보았다. 이는 블로그 글쓰기의 스토리 생성 과정 자체를 하나의 통합적 기호로 제시하고 스토리텔링 관점에서 그 모델을 제시하는 선행적 연구로서 의의가 있다.

키워드 : 블로그, 블로깅, 퍼스, 기호학, 스토리텔링

## A study on story generation model of blogging

Hyun-jung Yun

### Abstract

The purpose of this study is to analyze story generation model of blogging. This study considers the structural factors like RSS, Trackback of the blog that generate stories. RSS pushes stories and this makes 'Story Unit'. By contrast, Trackback pulls stories and this makes 'Story extension'. By applying the concept of C. S. Peirce's "interpretant" for analysis process of story generation, story transformation, and story circulation on a blog, this study examines the meaning that each process create. This study suggests the process of story generation model on blogging as an integrated symbol and presents the model in storytelling perspective.

Keywords : Blog, Blogging, Charles Sanders Peirce, Semiotic, Storytelling

### 1. 서론

#### 1.1 문제제기 및 연구사 검토

블로그에서 사용자들은 끊임없이 이야기를 만들어내고 이를 교환하며, 이 때 이야기는 확장되고, 순환한다. 블로그는 컴퓨터 기술과 네트워크의 발달로 나타난 새로운 전자적 글쓰기의 장이자 사용자들에 의해 제작된 이야기 콘텐츠가 생성되는 공간이다.

지자의 죽음을 주창한 자크 데리다의 이념은 선형적 글쓰기를 탈피하는 하이퍼텍스트로 실현

되었고, 보다 능동적인 쓰기로서의 읽기를 추구하는 하이퍼텍스트의 독자는 전형적인 하이퍼텍스트 시스템과는 달리 자신의 링크나 자료 등을 추가할 수 있는 블로그라는 새로운 글쓰기 공간을 경험하게 되었다[1]. 블로그는 글쓰기가 물리적인 표면에 물리적 표식을 하는 형태로 이루어질 때 형성된 장르에 대해 새롭게 생각할 수 있도록 만들어주는 포괄적인 새로운 디지털 산문 형태이다[2].

본 연구는 이러한 맥락에서 스토리텔링적 관점을 적용하여 블로그 글쓰기에서 스토리가 어떻게 생성되고 변형, 순환되는지 그 스토리생성의 모델을 제시하고자 한다.

블로그는 매우 다양한 양상으로 나타나며, 블로그 공간은 매우 거대해서 일반화가 어렵다[3]. 그러나 블로그는 개방, 공유, 참여의 정신을 지닌 Web 2.0의 대두와 함께 검색과 포털 이후의 차세대 웹 서비스의 중심점으로 부각되었고, 컴

※ 교신저자(Corresponding Author): Hyun-jung Yun  
접수일:2013년 11월 19일, 수정일:2014년 02월 17일  
완료일:2014년 02월 26일

\* 이화여자대학교 디지털미디어학부 영상미디어 전공  
Tel: +82-2-3277-5992, Fax: +82-2-3277-3363  
email: hjyun@ewha.ac.kr

퓨터를 매개로 한 새로운 커뮤니케이션 방식을 확산시키는 역할을 했다[4]. 블로깅(Blogging)은 ‘끊임없는 대화의 형태로 주장하고, 확인하고, 반박할 수 있는 능력을 제공한다’는 점에서 텔레비전 이후 가장 중요한 미디어 혁명’이라 평해지기도 한다[5].

따라서 블로그를 정의한다는 것은 논란의 여지가 있지만, 기존 미디어와의 변별성 속에서 블로그를 규정할 실마리를 찾아볼 수 있다.

블로그는 과거의 개인 홈페이지보다 훨씬 역동적이고 온라인 토론그룹보다는 영구적이며, 전통 언론보다는 사적이고 주관적이지만 개인 일기보다는 훨씬 공적이다[6].

김경희·배진아(2006)는 다른 블로그들과 다양한 방식으로 연계되어 있는 ‘연결성’이라는 속성에서 블로그는 기존 홈페이지와 구분되며, 운영 주체가 ‘개인’이라는 점에서 온라인 커뮤니티와 구분된다고 본다. 블로그는 ‘한 개인이 주체가 되어 일지형태로 자유롭게 자신이 만들고 가공한 콘텐츠를 주변의 지인들 또는 비슷한 관심을 가진 대중들과 공유하는 미디어’라는 것이다[7].

이러한 블로그의 정의는 블로그를 둘러싼 논의와도 밀접한 관계를 맺고 있다.

지금까지의 블로그 연구는 주로 사회과학적인 관점에서 이루어졌다. 이는 크게 4가지로 나뉜다. 첫째는 블로그 자체의 특성과 유형 등을 분류하고자 하는 것으로 블로그 연구 초기 단계에서 주로 행해진 바 있다. 두 번째 접근은 대안 미디어로서 블로그에 대한 연구로 공론장, 의제 설정, 1인 미디어 등의 관점에서 블로그의 역할과 기능을 살펴보는 것이다. 다음은 수용자 관점에서 블로그의 이용 동기와 유형 등을 구분하는 것이다. 이는 이용과 충족 이론이나 문화주의적 접근을 통해 블로그 수용자의 특성을 밝혀내고자 한다. 마지막은 마케팅적 관점에서 블로그 활용방안과 사례 등을 살펴보는 것으로 실제 블로그 설계방안과 운영지침 등을 포함한다.

이와 같은 연구들은 뉴미디어로 새롭게 나타난 블로그의 초기적 성격을 규정하고 그 발전가능성을 논한다는 점에서 의의를 지닌다. 그러나 블로그는 앞서 제기한 바와 같이 미디어인 동시에 활발한 글쓰기가 일어나고 이를 통해 콘텐츠가 생산되는 스토리 생성과 순환의 장이다.

미디어학자인 헨리 젠킨스에 따르면 수많은

웹서비스들이 실패하고 있는 이 시점에도 블로그는 계속 성장하고 있다. 현재 디지털 미디어의 상업화 추세는 소강상태에 빠져 있는데, 블로거(Blogger)는 잠재적으로 문화적 다양성을 증가시키고 문화 참여의 장벽을 낮추면서 더욱 활성화되고 있다는 것이다[8].

즉, 블로그가 다른 웹서비스들과 차별점을 지니며 성공할 수 있었던 요인 중 하나가 글쓰기 장으로서 블로그가 지닌 특성에 기인한다고 볼 때 기존의 미디어적 관점을 벗어난 보다 심도 깊은 접근이 필요하다.

블로그 글쓰기에 관한 선행연구는 주로 도구적 관점에서 진행되어왔다. 창작과정에 디지털 매체의 역할이 부각된 것은 최근의 일로[9] 이들 연구는 특히 학습활동에 블로그를 활용해 그 효과를 살펴보고자 하는 것인데 Lee, C. C.(2013), Vurdien, R.(2013), 주민재(2010) 등의 연구가 있다[10][11][12]. 김지연(2013)은 블로그가 텍스트를 생산, 소통하는 과정에서 어떠한 요인에 영향을 받는지를 탐색하기도 하였지만 궁극적으로 쓰기 교육을 목표로 하는 사례연구를 진행하였다[13]. 김미혜(2008) 역시 국어교육을 위한 블로그 글쓰기의 전략을 살펴보고 있다. 이들은 블로그를 스토리생성의 장으로 전제하나, 기능적 효과를 주로 살펴보고 있어 블로그 글쓰기의 본질적 의미를 파악하는데 한계를 지닌다[14].

블로그 글쓰기의 주체에 관한 선행연구들도 존재한다. 이미경(2013)은 여성 주의적 관점에서 리퍼프의 ‘이야기 정체성’의 가능성을 육아블로그 글쓰기의 주체를 통해 확인하고자 한다[15]. 김종덕·조나현(2008), 박화진·신재욱(2011)은 블로그를 자기 고백적 매체로 보고 자기 고백적 글쓰기의 특징을 밝힌다. 이러한 연구들 역시 블로그 글쓰기의 본질적 요소보다는 주체와 글쓰기 사이의 관계를 살펴보는 데 집중한다[16][17].

이 밖에도 손병돈(2008)은 새로운 글쓰기로서 블로그의 가능성을 고찰하나 주로 블로그의 예술적 표현성을 중심으로 연구를 진행한다[18].

최서영(2010)의 연구는 주목할 만하다. 그는 블로그의 역동적인 연결성을 만드는 것을 하이퍼링크로 간주하고, 이 링크가 블로그 글쓰기 행위의 상당부분을 구성한다고 본다. 이에 링크를 통한 의미 형성을 수사학적 관점을 도입해 분석했다[19]. 하지만 커뮤니케이션 행위의 이해라는

관점에서 링크라는 개별 요소를 한정해 블로그 스토리를 생성해내는 구조적 요인에 대한 전체적 접근이 부족하다.

이에 본 연구는 블로그 사용자들의 끊임없는 참여를 이끌어내는 ‘블로그 글쓰기의 스토리생성 모델’을 블로그라는 새로운 매체가 지닌 기술적 측면의 구조적 요인에서 찾아보고자 한다. 블로그 글쓰기와 블로그의 이야기 콘텐츠 생성을 디지털 기술, 매체 환경을 표현 수단으로 하는 일종의 디지털 스토리텔링이라고 할 때, 새로운 기술과 매체 환경이라는 구조적 요인이 글쓰기와 스토리생성에 미치는 영향을 살펴보는 것이 중요하다고 판단되기 때문이다.

배식환은 “웹 편집기는 전혀 다른 글쓰기를 가능하게 해 준다. 일직선으로 연속해서 써내려가는 글이 아니라 토막글이 만들어지고 그 글들이 하나의 네트워크를 이루도록 한다.”고 주장한다[20]. 이처럼 일반적 웹 글쓰기뿐만 아니라, 블로그에 있어서도 트랙백(Trackback), RSS(Rich Site Summary)등의 기술적 요소는 중요한 역할을 하며 링크와 검색 엔진 기술 등은 저자의 힘을 제한할 정도로 영향을 미치고 있기도 하다[21]. 블로그는 개인이 콘텐츠를 제시하고 이를 불특정 다수의 대중들과 공유한다. 이는 일종의 사용자 스토리텔링으로 이때 블로그의 특정 형식이나 기능은 블로그의 스토리텔링을 활성화시키는 구조적 요인으로 작동할 것이라 생각된다. 따라서 본 연구는 이러한 구조적 요인과 이들이 만들어 내는 스토리 생성 유형을 밝히고 이를 통해 글쓰기 장으로서 블로그의 본질적 성격을 살펴볼 것이다.

## 1.2 연구방법 및 연구방향

블로그에서 사용자들은 스스로 이야기를 만들어 내고, 이러한 이야기가 꼬리를 물고 계속되며, 나를 넘어서 타자로 확장되어 공동체의 이야기가 된다. 이는 블로그 사용자들의 상호작용적 참여 속에 이루어지는데 본 연구는 이야기가 계속해서 생성되고 확장되는 방식을 퍼스의 기호학의 관점에서 살펴보고자 한다.

퍼스는 기호를 대상과 주체 사이에 위치시키며, 이들 사이의 관계에서 의미와 행위를 매개하는 존재나 매개체로 인식하였다. 이른바 기호, 대상과 해석체의 요소를 상정하면서 이들 사이

의 관계를 통한 의미구성과 행위 유발에 초점을 두고 의미 생성의 ‘역동성’에 보다 주목한 것이다[22]. 따라서 퍼스를 중심으로 하는 미국의 기호학은 주로 커뮤니케이션 분야를 전제로 전개되었는데, 이는 미국의 기호학이 기호 자체의 구조나 의미형성에 관심을 기울이기보다 커뮤니케이션 상황의 당사자들 사이에서 기호가 어떻게 작용하고 있으며, 그러한 작용의 결과나 효과는 어떠한 것인가에 관심을 기울이는 경향을 보이고 있음을 의미한다[23]. 이에 퍼스의 기호학적 논의는 블로그 글쓰기의 스토리생성 모델을 구조적 접근을 통해 밝히는데 유용하다 판단된다.

본 연구는 싸이월드의 ‘미니홈피’와 같은 유형의 한국형 블로그는 연구대상에서 제외하고자 한다. 미니홈피형 블로그의 경우 보다 사적인 일지의 맥락에서 실명의 지인들과 일상생활을 공유하는 성격을 강하게 지니므로 본 연구가 논의하고자 하는 불특정 다수를 대상으로 정보를 공유하는 기능을 지닌 블로그의 특성과 차이를 보이기 때문이다. 또한 본 연구는 구체적 사례보다는 거시적, 구조적 차원에서 블로그 스토리텔링이 생성되는 과정을 살펴보고자 한다. 따라서 이론적 논의가 주로 이루어질 것이며, 이는 스토리텔링적 관점에서 블로그를 논하는 선행적 연구로서 토대를 다진다는 점에서 의의를 지닌다.

본 연구는 먼저 2장에서 블로그 기능에 따른 스토리생성 유형을 살펴본다. 이는 RSS와 트랙백 등의 기술적 요인에 따라 스토리 유틸화와 스토리 확장으로 나타난다. 이를 통해 주로 기술적 관점에서만 논의되었던 RSS와 트랙백의 스토리텔링적 의의를 살펴볼 것이다. 다음으로 3장에서 해석의 기호작용을 통한 블로그 글쓰기의 스토리생성 모델을 제시하고 이것이 블로그 글쓰기에 있어 지니는 의미를 찾아보고자 한다. 이를 위해 퍼스의 3가지 해석체인 정서적 해석체, 에너지적 해석체, 논리적 해석체의 개념을 살펴보고 이를 통해 블로그 스토리의 제시, 변형, 순환의 알고리즘을 밝히고자 한다.

## 2. 블로그 기능에 따른 스토리 생성 유형

## 2.1 밀어내기를 통한 스토리 유닛화

Web 2.0의 대두는 블로그 서비스에도 많은 변화를 가져왔다. 블로그에 나타나는 RSS와 트랙백 기술이 그 대표적 예라 할 것이다. 이러한 블로그의 두 가지 대표적 기술적 요인들은 각기 밀어내기(push)와 끌어오기(pull)의 방식으로 블로그 글쓰기에 있어 스토리를 생성해 낸다.

미디어 기술은 구조적인 구속력을 가진다[24]. ‘미디어는 메시다’라고 주창한 맥루언의 기술결정론적 시각까지 논의를 확장하지 않더라도 뉴미디어 환경에서 미디어가 지니는 기술적 특성은 새로운 참여와 다양한 수용의 양상을 낳아왔다. 따라서 RSS와 트랙백으로 대변되는 블로그의 기술적 요인을 통한 스토리생성 유형에 대한 분석은 궁극적으로 블로그 글쓰기의 스토리생성 모델 연구에 유효한 시사점을 제공해 줄 것이라 판단된다.

현재 대부분의 블로그에서 채택하고 있는 RSS, 트랙백 기능은 블로그의 개방성을 강화하기 위해 개발되거나 채택된 기능으로 강력한 수평적 네트워크를 형성한다[25].

그 중 밀어내기를 통해 스토리를 유닛화하는 RSS 기능은 콘텐츠 배급과 수집에 관한 표준 포맷을 말한다. Web 1.0시대의 즐겨찾기 기능은 직접 해당 사이트를 방문해야 새로운 정보의 습득이 가능했다. 하지만 Web 2.0시대에서는 실시간으로 갱신된 정보를 보내주는 RSS 기능을 통해 다른 블로그를 방문하지 않고도 실시간 정보의 업데이트를 확인할 수 있다. 사용자는 한 자리에서 자신이 필요로 하는 정보를 얻을 수 있으며, 기존 웹 사이트는 플랫폼으로서 역할 하게 된다. 정보의 중심은 RSS 리더 기능을 중심으로 한 메타 사이트와 개인화 포털로 집중된다.

풀뿌리 미디어 컨버전스에서 디지털 기술로 한층 강화된 미디어 수용자들은 미디어 콘텐츠의 제시, 배급, 수용의 형태를 결정짓는데 갈수록 더욱 큰 역할을 하고 있다[26]. 메타블로그는 기본적으로 공동의 RSS 구독기 역할을 하여 여러 곳에 분산되어 있는 블로그의 글을 모아 보여주는 역할을 하며, 여러 블로그로부터 수집된 글을 한 자리에 모아 볼 수 있도록 하기 때문에 새로운 제시, 배급, 수용의 형태를 낳게 했다. 조지 P. 란도에 따르면 메타블로그에서 독자는 저자이자 편집자 역할을 하기도 한다[27].

권상희(2005)는 RSS 기능은 블로그에서 사용자가 글쓰기를 완료하면 즉각적으로 새 글의 정보를 메타 블로그로 전송하기에 수많은 다른 블로그 사용자들에게 실시간으로 자신이 쓴 글과 자신의 블로그 사이트를 홍보할 수 있다고 주장한다. 작성자는 글쓰기만으로도 자신의 글을 홍보할 다양한 경로가 생기고, 어디에 숨어있는지 몰랐던 개인 홈페이지와 좋은 자료의 발굴이 가능해진 것이다. 즉, ‘포탈접속-검색-링크연결’의 형태가 아니라 ‘RSS 구독-링크연결’의 구조가 됨으로 인해 포탈과 검색사이트의 필요성이 줄어든다. 이러한 블로그의 개방성은 순식간에 한 블로그 사이트의 글이 전체 네트워크에 실시간으로 배포가능하게 만든다. 글쓰기 완료와 동시에 배포가 시작되는 것이다[28].

이러한 RSS를 중심으로 한 메타블로그의 활성화는 블로그 사용자들의 스토리 생성에도 영향을 미친다. 블로그 사용자들이 RSS를 중심으로 한 밀어내기 기능을 통해 생성해 내는 스토리는 테마별, 이슈별, 혹은 태그별로 유닛화되는 특성을 보이게 되는 것이다.

한국의 대표적 메타블로그 사이트인 <이글루스>(www.egloos.com)의 경우 사용자는 자신의 블로그 글을 포스팅 할 때, 기본적으로 자신의 글을 어떤 주제의 벨리로 보낼지 결정하고 태그를 입력하게 된다. 벨리는 2013년 11월 현재, 영화, 음악, 도서, 뉴스비평, 게임, 음식 등의 30개 테마로 이루어져 있으며 사용자들은 자신이 작성한 글을 주제별로 분류해 적절한 테마로 밀어내게 된다. 각 테마의 영역은 동일하게 인기글과 최신글의 순서로 포스팅이 제시된다.

사용자들의 포스팅은 각 각의 테마에 따라 유닛화되며, 이러한 유닛들을 메타블로그로 밀어냄으로써 다른 사용자와 상호작용하게 된다. 이러한 스토리 생성의 유닛화는 즉각적으로 무수히 많은 이야기가 생성되는 블로그 공간에서 사용자들이 스스로 만들어 내는 스토리를 분류하고, 이를 각각의 테마에 관심을 지닌 다른 사용자들에게 선별적으로 제공함으로써 유용한 정보를 나눌 수 있게 한다.

태그(tag) 기능 역시 일종의 밀어내기로서 스토리를 유닛화한다. 태그는 포크소노미(Folksonomy)에서 유래했는데 대중과 분류학이라는 두 개의 단어로 만들어진 조어로 ‘대중에 의한 분

류'라는 의미가 내포되어 있다. 현재 웹에서 포크소노미란 '정보의 태그(tag)달기'라는 의미로 해석된다. 말 그대로 태그는 전문가에 의한 정보 분류가 아니라 일반인에 의한 분류로 매일 몇 백, 몇 천만 개의 새롭게 탄생하는 웹페이지를 보고, 본 페이지를 대상으로 각각의 태그를 다는 것이 포크소노미의 구조다[29]. 태그는 각각의 단위별로 자신이 포스팅한 글을 대표하는 독립적 유닛의 역할을 하는 동시에 하나의 카테고리를 이루는 유닛으로 작동하기도 한다.

태그 기능은 <이글루스>에서 포스팅의 기본 조건일 뿐 아니라 '이슈 태그'라는 카테고리를 가능케 한다. '이슈 태그'는 최근 많이 등록된 태그의 인기 글들을 메인화면에 노출시킬 뿐 아니라 관련 태그의 최근 글들을 순차적으로 모아 제시한다. (그림 1)과 같이 2013년 11월 11일 현재 <이글루스>에서 가장 많은 태그를 기록하고 있는 것은 '무한도전'으로 2054개의 글이 '무한도전'을 태그하였음을 알 수 있다.

(그림 1) <이글루스>의 이슈태그



(Figure 1) Issue Tag of "www.egloos.com"

## 2.2 끌어오기를 통한 스토리 확장

트랙백 기능은 '역인 글'을 의미한다. 이 기능은 다른 블로그에 올려진 포스팅을 인용해 자신의 블로그에 글을 올릴 때, 인용한 곳의 포스팅에 자기가 쓴 글의 링크를 걸 수 있는 기능이다 [30].

트랙백은 상대의 블로그 포스팅에서 어떤 특정 글에 자기의 생각을 덧붙이고 싶거나 다른 시각의 이야기를 하고 싶을 때에 댓글과 링크를 동시에 수행한다. 역방향 링크로 댓글을 상대방의 글에다 붙이는 것이 아니라 내 블로그에 붙이는 것이다. 댓글로 쓰고 싶은 내용을 내 블로그에 쓴 후에 상대방 글의 트랙백 주소를 내 글에 갖다 붙이면 된다.

블로그와 홈페이지의 차이점은 블로그는 방문

한 독자들끼리 아주 간단하게 커뮤니케이션 할 수 있는 매우 똑똑한 '커뮤니케이션 도구'라는 것이다. 블로그에는 댓글을 다는 곳에 트랙백 기능이 붙어 있어 블로그를 방문자는 쉽게 자신의 감상과 의견을 적을 수 있고, 방문자 자신이 블로그를 가지고 있다면 본인의 블로그와 간단히 링크시킬 수도 있다[31].

이처럼 트랙백 기능은 끌어오기를 통해 블로그 글쓰기에 있어 사용자가 만들어 내는 스토리를 확장시킨다. 이러한 스토리의 확장은 스토리생성의 개인적 확장이라는 측면과 다른 사용자와의 상호작용을 통한 스토리 생성의 상호작용적 확장이라는 의미를 동시에 가진다.

사용자들은 자신이 방문한 블로그에서 다른 사용자의 포스팅을 보고 자신의 의견을 단순한 댓글을 넘어서 확장시키고자 할 때 트랙백 기능을 사용하게 된다. 이는 스토리생성의 개인적 확장이다.

동시에 트랙백 기능을 사용하면 원래 포스팅에 자신이 쓴 포스팅 링크가 바로 자동적으로 작성되고 원래의 트랙백이 걸린 포스팅을 본 같은 관심을 지닌 또 다른 사용자들이 트랙백을 따라 자신의 포스팅으로 방문할 기회가 늘어나게 된다. 즉, 나의 포스팅이 읽힐 기회가 늘어나는 것이며 나의 포스팅이 역인글이 되어 블로그 사이에서 네트워크가 형성되고 다양한 정보가 유기적으로 연결될 수 있다[32]. 이는 스토리 생성의 상호작용적 확장이라 할 수 있다.

또한 자신의 댓글에 보다 책임을 지는 순기능을 낳기도 한다. 트랙백은 자신의 블로그에 의견을 올리고 그것을 상대 사이트에 통지하는 방식이기 때문에 직접 댓글을 다는 것 보다 부적절한 의견이 비교적 잘 올라오지 않기 때문이다 [33]. 그러나 이는 트랙백이 스토리 확장의 측면에서 일부 제한적 요소를 지님을 의미한다. 댓글은 게시판과 같이 다양한 사람들의 의견을 실시간으로 보는 것이 가능하므로 즉각적으로 의견이 형성되고 그에 대한 반응이 실시간으로 상호작용한다. 이에 비해 트랙백은 트랙백을 건 사람의 블로그를 찾아가 포스팅을 본 후에야 그에 대한 반응을 다시 그 포스팅을 통해 상호작용할 수 있다는 이중과정을 거치므로, '어떤 사람의 트랙백에 대해 반론의 성격을 가진 트랙백'을 거는 것이 활발히 나타나지 않는 것이다[34].

하지만 RSS를 중심으로 한 밀어내기가 스토리 유닛화를 통해 개인적, 일차적 차원에서 블로그 스토리를 생성시키는 구조적 원인으로 역할 하였다면, 트랙백이 지닌 끌어오기로서의 스토리 확장가능성은 다른 블로그 사용자와의 상호작용을 기반으로 이차적 차원에서 블로그 스토리를 생성시키는 구조적 원인으로 역할 한다는 점에서 뚜렷한 차이를 지닌다. 결국 끌어오기를 통한 스토리 확장은 개인의 사적 기록을 넘어서 여론형성의 장으로서 블로그의 역할과 의미를 공고히 하고 있다고 평할 수 있다.

### 3. 해석의 기호 작용을 통한 스토리생성 모델

본 장은 퍼스의 해석의 기호작용을 적용해 스토리 제시, 변형, 순환의 과정에 이르는 블로그 글쓰기의 스토리생성 모델을 제시하고자 한다.

퍼스는 하나의 기호에서 산출된 고유한 의미체(significate)를 해석체(interpretant)라고 부르기를 제안한다[35]. 해석체는 가장 일반적 의미에서 기호의 번역이라고 이해할 수 있다[36]. 퍼스는 특유의 삼원론에 따라 기호를 표상체(representamen), 대상체(object), 해석체로 나눈다. 기호, 또는 표상체는 누군가에게 어떤 면에서, 또는 어떤 명목 아래 다른 무엇을 지시하는 것이며 이것은 기호가 호소하는 누군가의 정신속에서 동등한 가치를 갖는 기호, 또는 더 발전된 기호를 창조한다. 그것이 만들어내는 기호를 퍼스는 첫 번째 기호의 해석체라고 부른다. 이 기호는 다른 무엇, 즉 그것의 대상체를 지시한다[37]. 있는 그대로 기호를 야기한 이것은 대상체라고 불리며(일상 언어로는 '실체적' 대상), 이 대상체는 기호에 의해서 표상된다. 기호는 그 대상체와 어떤 상응성이 있다고 규정된다[38].

이러한 삼원론적 기호론은 끊임없이 순환하며 의미를 생성해 낸다. 기호는 대상체를 지시하기 위해 어떤 것(기호의 해석체)을 규정하는 모든 것으로서 이와 동일한 방식으로 해석체(그것의 대상체)를 지시한다. 이렇듯 해석체가 다시 기호가 되고, 이런 식으로 끊임없이 진행되는 것이다. 퍼스는 기호는 이와 같은 해석체의 일련의

연속으로 들어올 수밖에 없다고 보았다[39].

따라서 본 연구는 기호의 순환 중에서 특히 해석체에 주목하고자 한다. 퍼스는 다시 해석체를 정서적 해석체, 에너지적 해석체, 논리적 해석체로 분류하는데 각각의 해석체의 해석작용이 지니는 의미는 블로그 글쓰기의 스토리생성이 제시, 변형, 순환되는 과정에서 다음과 같이 나타난다.

#### 3.1 정서적 해석작용을 통한 스토리 제시

퍼스에 따르면 지적 개념의 '의미'라는 문제는 오직 기호의 해석체들이나 고유한 의미적 효과들의 연구를 통해서만 해결 될 수 있다. 이러한 해석체 중 그 첫 번째가 '정서적 해석체'(emotional interpretant)이다. 이는 기호의 첫 번째 고유한 의미적 효과로 그 기호에 의해서 산출되는 느낌이다. 거의 언제나 기호에는 느낌이 있기 때문에 우리는 기호의 고유한 효과를 이해한다는 증거로서 그 느낌을 해석한다[40].

이러한 정서적 해석체를 블로그 스토리생성의 차원에서 논의할 때, 이는 밀어내기라는 스토리 유닛화의 과정을 통한 단순 스토리 제시로 볼 수 있다.

2장에서 살펴본 바와 같이 스토리의 유닛화는 블로그 스토리를 생성하는 일차적인 유형이다. 이 때 사용자는 단순히 자신의 지식, 혹은 정서를 표출하고, 이를 다른 사용자와 소통하고 싶어한다. 따라서 단순히 블로그에 글을 포스팅하고 이를 RSS나 태그 기능을 사용해 내보내는 스토리 유닛화의 단계에서 사용자는 정서적 해석작용을 통해 스토리를 제시하게 되는 것이다.

더 나아가 이는 단순히 자신의 이야기나 감정을 소통한다는 것 이상의 의미를 지닌다. 블로그 스토리생성 3단계 중, 가장 기본이 되는 스토리 제시의 단계는 켄킨스가 제시한 풀뿌리 미디어 컨버전스의 관점에서 풀뿌리 저널리스트 블로거들을 탄생시킨다. RSS 리더기는 이미 인터넷상에 사적 잡지를 만들고 있다[41].

김익현은 Web 2.0의 롱테일 법칙은 블로그에도 발휘된다고 주장한다. 롱테일 블로그는 롱테일 법칙과 마찬가지로 하위 80%를 이루는 다수의 블로거들이 상위 20%이상의 가치를 만들어내는 것으로 자기가 직접 경험한, 그래서 누구보다도 정통한 분야를 다루는 블로거가 강점을 가

지게 되는 것이다. 사람들은 ‘보편적인 주제’보다 ‘내게 맞는 주제’에 갈수록 더 많은 관심을 갖고 이에 다양한 주제를 포괄적으로 다루는 거대 미디어 못지않게 자기 분야의 이야기를 깊이 있게 전해주는 1인 미디어가 무서운 힘을 발휘하게 되는 것이다[42]. 이때 블로그 글쓰기를 통한 이야기 콘텐츠 제공이라는 블로그 스토리생성의 중요성 역시 더욱 강조될 것이다.

### 3.2 에너지적 해석작용을 통한 스토리 변형

퍼스는 만약 한 기호가 다른 고유한 의미적 효과를 산출한다면 그것은 정서적 해석체를 수단으로 해서 효과를 산출할 것이며, 이런 새로운 효과는 언제나 하나의 새로운 노력을 함의할 것이라고 주장했다. 이것이 바로 ‘에너지적 해석체’(energetic interpretant)다[43].

이러한 에너지적 해석체에 대한 퍼스의 논의는 논란의 여지가 있지만, 근본적으로 정서적 해석체를 수단으로 하여 또 다른 해석작용을 일으키는 기호의 의미화 과정을 지칭한다고 말할 수 있을 것이다. 즉, 정서적 해석체가 일차적 해석작용이었다면, 에너지적 해석작용은 이차적 해석작용이다.

따라서 에너지적 해석체를 블로그 스토리생성 모델 관점에서 논의할 때, 이는 끌어오기라는 스토리 확장의 과정을 통한 스토리 변형이라는 의미를 지닌다.

트랙백이 지닌 끌어오기로서 스토리 확장의 스토리생성 유형은 궁극적으로 에너지적 해석작용을 통한 스토리 변형으로 나타난다. 이 때 스토리생성은 개인적 차원이 아닌 상호작용적 차원에서 이루어지므로 각자의 정서적 해석체였던 블로그 포스팅은 에너지적 해석체로서 이차적 스토리 변형과정을 거치게 되는 것이다.

트랙백을 통해 원래 글의 포스팅이었던 원본에 대한 에너지적 해석작용이 일어난다. 사용자는 원본에 대한 자신의 의견이나 감상, 느낌을 트랙백 기능을 통해 자신의 블로그로 엮어와 다시 포스팅한다. 이 과정에서 나타나는 사용자의 포스팅은 원본을 해석한 이차적 해석작용이다.

이러한 트랙백을 통한 상호작용적 의견교류는 결국 블로그 스토리생성을 더욱 활발히 촉진시키게 된다. 이미 공론장으로 인정받고 있는 블로그 공간에서 이러한 에너지적 해석작용은 대안

적인 정보와 논의를 가능케 하고 새로운 채널을 통한 여론을 형성시킨다. 의견이 덧붙여진 블로그는 트랙백을 통해 능동적 독자의 텍스트와 연결하고, 그것에 통합시킴으로써 토론을 계속할 수 있게 되는 것이다[44].

이는 궁극적으로 집단지성의 이념과도 연결된다. 피에르 레비는 ‘집단지성’을 ‘실현가능한 유토피아’라고 말한다. 집단지성은 집단기술이라는 새로운 지형에서 불가피하게 탄생하는 것이 아니며, 오히려 우리가 함께 노력하고 이루기 위해 힘껏 투쟁해야 할 개념이라는 것이다[45]. 레비는 집단지성은 지식을 습득하는 다양한 방식으로 새로운 지식문화에 생기를 불어넣는다고 설명한다. 정보의 엄격한 통제를 통해서만 유지되는 기존의 권력체계가 이러한 지식의 집단교환을 완전히 억누르는 것은 불가능하며 집단지성의 역동적, 집합적, 이타적인 성격은 전문지식의 전통적인 형식을 파괴한다[46].

에너지적 해석작용은 이러한 지성의 활발한 교환과 교류를 낳는 전제 조건이 될 것이며 이를 통해 변형되는 블로그 스토리들은 궁극적인 집단지성을 이루는 수단으로서 상호작용적으로 해석되고 변형되는 과정을 반복해 나갈 것이다.

### 3.3 논리적 해석작용을 통한 스토리 순환

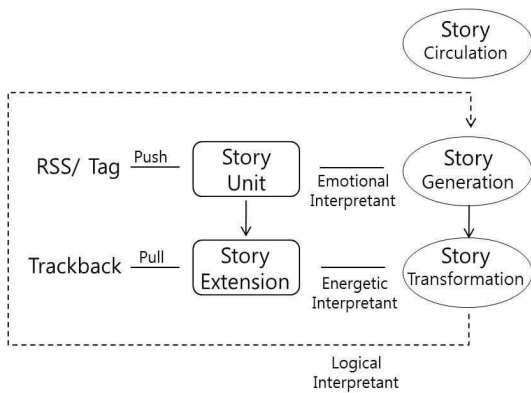
퍼스가 제시하는 마지막 해석체는 ‘논리적 해석체’(logical interpretant)다. 에너지적 해석체와 마찬가지로 새로운 효과를 산출하는 해석 작용이지만, 보다 일반적인 본질이나 개념에 가까운 것이다. 논리적 해석체는 내부 세계에서 다양한 자발적 행동들로 우리를 자극하며 우리는 다양한 상황과 다양한 동기들로 활기를 띤 스스로의 모습을 상상한다. 이 추측들로 우리는 채택 가능한 행동 노선들을 추구하기 시작한다. 더구나 동일한 내적 활동을 통해 경미하게 우리들의 추측들을 변화시킬 수 있는 상이한 방식들을 주목하게 된다. 따라서 논리적 해석체는 반드시 상대적으로 미래 시제에서 결합된다[47].

논리적 해석체는 앞선 해석작용들에 비해 보다 철학적이고 본질에 가까운 것이다. 그러나 개념이나 명제, 논증, 또는 어떤 일반성을 지니는 동시에 이를 통해 우리의 행동과 해석작용을 일으킨다는 점에서 최종적 해석 작용으로 이해할

수 있다. 퍼스에 따르면 논리적 해석체는 에너지적 해석체의 효과이며, 에너지적 해석체는 정서적 해석체의 효과이기도 하다[48].

따라서 블로그 스토리생성의 관점에서 볼 때 논리적 해석체는 스토리의 순환이라는 블로그 스토리생성 모델의 최종적 단계를 일으킨다. 이는 (그림 2)에서 볼 수 있듯이 스토리 제시와 스토리 변형의 일, 이차적 단계를 거쳐 스토리가 순환하고 다시 스토리 생성의 단계로 복귀하는 전 과정을 아우른다. 즉, 블로그 스토리생성의 모델 자체를 논리적 해석체의 작용으로 보고자 하는 것이다. 이는 블로그에서 스토리가 제시, 변형, 순환되는 전 과정을 각기 분절하여 송신자, 메시지, 채널, 수용자와 같은 커뮤니케이션 현상으로 보기보다 하나의 기호과정으로 간주하고 이들 사이에 전개되는 하나의 법칙으로서 기호작용의 의미를 밝히고자 한다는 점에서 논리적 해석체의 작용으로 읽혀질 수 있다.

(그림 2) 블로그 글쓰기의 스토리생성 모델



(Figure 2) Story generation model of blogging

논리적 해석작용은 혼돈이 질서를 찾아가는 복잡계의 질서를 내포한다[49]. 하나의 블로그는 웹이 만들어 낸 가장 순전한 자기 조직형 공동체로 대규모의 참여를 수용하고, 개방적이며 경쟁적인 상태를 유지한다. 누구의 간섭도 없이 블로그 사용자는 사용자 상호 간의 상호작용과 분산된 통제를 통해 하나의 질서를 이룩하였다[50]. 이는 스토리가 제시, 변형, 순환되는 블로그 글쓰기에서 스토리 생성 모델에 놓인 논리적 해석작용을 통한 끊임없는 스토리 순환의 과정을 통해 가능했으며, 이를 통해 1인 미디어와 공

론장, 집단지성으로서 블로그 공간이 역할과 의미를 강화시켜 나갈 수 있는 것이라 보인다.

#### 4. 결론

본 연구는 블로그를 끊임없는 사용자들의 참여와 상호작용을 통해 새로운 글쓰기가 일어나는 이야기 콘텐츠 생성의 장으로 보고 이러한 관점에서 블로그 글쓰기의 스토리생성 모델을 밝히고 그 의미를 제시하고자 하였다.

이를 위해 먼저 블로그 스토리생성의 조건을 블로그의 구조적 요인에서 찾아 RSS 기능을 통한 밀어내기의 스토리 유닛화와 트랙백을 통한 끌어오기의 스토리 확장으로 제시하였다. 이는 개인적 차원의 스토리 생성과 상호작용적 차원의 스토리 생성이라는 의미를 지녔다.

다음으로 블로그 글쓰기의 스토리생성 모델을 밝히기 위해 퍼스 기호학의 해석체 개념을 적용해 블로그 스토리의 제시, 변형, 순환 과정을 설명하고 각 과정이 어떠한 의미를 창출해 내고 있는지 살펴보았다. 스토리생성이라는 블로그가 지닌 특이성은 1인 미디어, 공론장, 집단지성 등의 특성을 나타내며 블로그를 유의미한 사건과 논의가 발생하는 공간으로 역할 하도록 한다.

본 연구는 블로그 글쓰기의 스토리생성 과정을 하나의 통합적인 기호로 전제하고 스토리텔링의 관점에서 그 스토리생성과 순환의 모델을 살펴보는 선행적 연구를 제시했다는 점에서 의의가 있다. 그러나 철학적 배경을 지닌 퍼스의 기호학을 적용하는 과정에서 임의적 해석이 있을 수 있을 수 있으며, 보다 구체적인 사례 연구가 후속연구를 통해 보완되어야 할 것이다.

#### References

[1] Landow, George P, trans by I. H. Kim, Hypertext 3.0 : critical theory and new media in an Era of Globalization, CommunicationBooks, pp.1-14, 2009.  
 [2] Ibid., p.118.  
 [3] Tremayne, Mark, trans & ed by D. H. Lee, Blogging, citizenship, and the future of media, Communication



- Books, pp.373-374, 2008.
- [4] Ibid., p.3.
- [5] Ibid., pp.28-29.
- [6] Jenkins, Henry, trans by H. J. Jung, Fans, bloggers, and gamers : exploring participatory culture, Viz&Biz, p.272, 2008.
- [7] K. H. Kim, J. A. Bae, "A Study on the Typology of Blogs and Their Significance in Bloggers Lives", Korean journal of journalism & communication studies, Vol.50, No.5, pp.5-29, 2006.
- [8] Jenkins, op. cit., p.272.
- [9] C. G. Lyou, H. Y. Yun, "A Comparative Study on the CBR Model of Story Creation Program", Journal of Digital Contents Society, Vol.13, No.2, pp.213-224, 2012.
- [10] C. C. Lee, "Teaching Evidence-Based Writing Using Corporate Blogs", IEEE transactions on professional communication, Vol.56, No.3, pp.242-255, 2013.
- [11] R. Vurdien, "Enhancing writing skills through blogging in an advanced English as a Foreign Language class in Spain", Computer assisted language learning, Vol.26, No.2, pp.126-143, 2013.
- [12] M. J. Joo, "The exploration of acceptance possibility of multimodal composition in college writing education", The Modern Education Of Korean Language, Vol.86, pp.379-411, 2010.
- [13] J. Y. Kim. "A study on digital writers' literacy practices", Ed.D in Korean Language Education, Korean University Graduate School, 2013.
- [14] M. H. Kim, "Examination of Characteristics of Blog Writing", SunCheongUhmun, Vol.36, pp.491-529, 2008.
- [15] M. K. Lee, "Possibility of Feminist Subjectivity by Analysis on Mothering Blogging", MA in Women's Studies, Ewha Womans University Graduate School, 2013.
- [16] J. D. Kim, N. H. Cho, "Changes of Technologies of the Self by Personal Blog", The Journal of the Korea Contents Association, Vol.8, No.8, pp.128-146, 2008.
- [17] H. J. Park, J. W. Shin, "Interpretation on 'self-surveillance' represented in self depiction of Blog : Focus on writing activity", Journal of Communication Design, No.35, pp.60-68, 2011.
- [18] B. D. Sohn, "A Case Study on the Artistic Expression of Blog as a New Writing in the Age of Digital", AURA, Vol.18, pp.131-143, 2008.
- [19] S. Y. Choi, "A rhetorical analysis of blog linking as writing practice", MA in Communication, Seoul National University Graduate School, 2010.
- [20] S. H. Bae, Internet Hypertext & The End of Books, BookWorld, p.146, 2000.
- [21] Landow, op. cit., p.125.
- [22] S. K. Baek, The pleasure of semiotics interpretation of media, CommunicationBooks, p.15, 2007.
- [23] Ibid., p.19.
- [24] Croteau, David, Hoynes, William, trans by S. H. Jeon, Media Society, Sakyejul, p.326, 2001.
- [25] S. H. Kweon, "Blog Media Mode : A Analysis Study of Blog Genre by Communicator, Construction Form, Content, Connection", Journal of Cyber Communication, Vol.15, pp.93-134, 2005.
- [26] Jenkins, op. cit., p.236.
- [27] Landow, op. cit., pp.542-545.
- [28] S. H. Kweon, op. cit., pp.121-122.
- [29] Team Webook, trans by Y. S. Jeong, Web 3.0, Lion

Books, pp.56-57, 2008.

[30] Ibid., p.39.

[31] SixApart, trans by K. M. Jae, Blog on business, CMTOO, pp.14-15, 2007.

[32] Team Weboook, op. cit., p.40.

[33] SixApart, op. cit., pp.31-32.

[34] SixApart, op. cit., p.32.

[35] C. S. Peirce, trans & ed by S. D. Kim, Semiotic of C. S. Peirce, Minumsa, p.143, 2006.

[36] J. J. Liszka, trans by Y. H. Lee, A General Introduction to the Semeiotic of C. S, Peirce, HanKuk University of Foreign Studies Press, p.78, 2013.

[37] Peirce, op. cit., p.136.

[38] Peirce, op. cit., p.142.

[39] Peirce, op. cit., p.141.

[40] Peirce, op. cit., p.145.

[41] M. H. Nam, "Blog as Extension of Sense", Preview, Vol.2, No.1, pp.73-98, 2005.

[42] I. H. Kim, Web 2.0 & The Revolution of Journalism, CommunicationBooks, pp.126-127, 2007.

[43] Peirce, op. cit., p.145.

[44] Landow, op. cit., pp.13-14.

[45] Jenkins, op. cit., p.203.

[46] Jenkins, op. cit., pp.211-212.

[47] Peirce, op. cit., p.147.

[48] Peirce, op. cit., p.150.

[49] A. L. Barabasi, Linked : The New science of networks, MA : Perseus Publishing, p.77, 2002.

[50] S. Johnson, Emergence : The Connected lives of ants, brains, cities, and software, NY : Scribner, pp.152-154, 2001.

**윤현정**



2004년 : 이화여대 광고홍보학과 (문학사)

2009년 : 이화여대 디지털미디어학부 영상콘텐츠 전공(디지털미디어학 석사)

2011년 : 이화여대 디지털미디어학부 영상미디어 전공 박사 수료

2004년~2006년 : (주)다세포클럽 기획실

2011년~현재 : 이화여대 디지털스토리텔링 연구소 연구원

관심분야 : 스토리텔링, 디지털 문화, 디지털 콘텐츠