

1인 미디어 아카데미  
**Blog Guidebook**

**블로그 개설에서 활용까지**

## 목차

[1교시]	4
1 블로그의 정의와 특징	4
1.1 블로그란?	7
1.2 블로그의 기원	7
1.3 블로그의 특징	10
2 블로그 현황과 통계	14
3 블로그의 다양한 활용	21
3.1 개인적 활용	23
3.2 사회적·미디어적 활용	24
3.3 상업적 활용	24
3.4 교육·학술적 활용	25
3.5 메타 블로그의 현황과 특성	25
4 블로그스피어에서 화제가 되는 글	30
5 블로깅할 때 주의할 점	33
[2교시]	36
6 블로그에서 자주 쓰는 용어	36
6.1 블로그 주소, 도메인(Domain)	37
6.2 댓글(Comment)과 트랙백(Trackback, 역인글)	41
6.3 태그(Tag, 꼬리표)	43
6.4 RSS(Really Simple Syndication)	45
6.5 디자인/스킨(Design/Skin)	46
7 내게 맞는 블로그 선택하기	46
7.1 각 블로그 서비스 비교	49
7.2 블로그 이사하기	50
8 블로그 시작하기	55

8.1	에디터 사용법 .....	58
8.2	이제, 블로그에 첫 번째 글을 써보자.....	68
8.3	트랙백 보내기 .....	71
8.4	RSS주소 .....	73
8.5	에디터에서 HTML로 수정하기 .....	74
9	블로그 설정 및 관리.....	79
9.1	일반설정.....	79
9.2	스킨 변경 .....	83
9.3	스킨 HTML 수정하기 .....	89
9.4	팀블로그.....	93
9.5	블로그로 돈을 벌자 .....	98
9.6	위젯.....	105
10	블로그 홍보 .....	108
10.1	블로그 메타 사이트 가입(RSS) .....	109
10.2	다음 블로거 뉴스(트랙백) .....	121
10.3	RSS구독 서비스.....	129
10.4	블로그 검색.....	131
10.5	블로그 운영에 관한 노하우 .....	133
11	저작권과 CCL .....	136

# [1 교시]

주제: 블로그 이해하기 - 블로그 정의와 특성, 미디어로서 블로그의 현황

내용: 블로그에 대해 전반적인 이해도를 높이고 개인적이지만 사회적인 영향력까지 미칠 수 있는 미디어로 발전하고 있는 현상을 설명한다. 특히 블로그의 특징을 올바르게 이해하고 블로그를 하면서 주의할 점에 대해 알아본다.

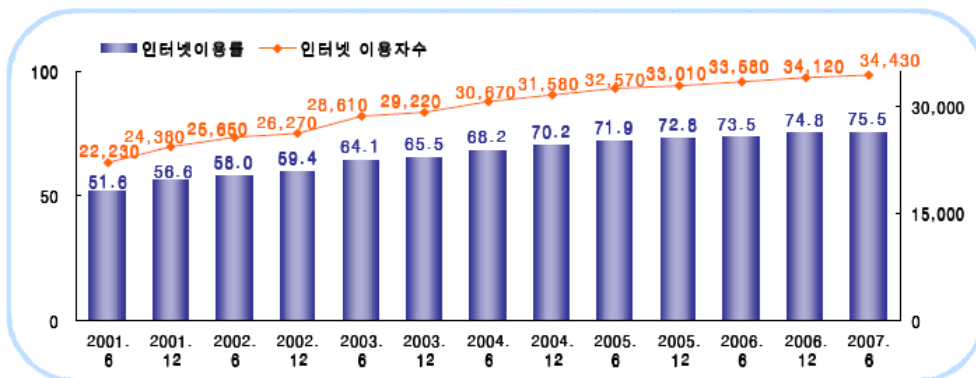
## 1 블로그의 정의와 특징

2006년 전세계 인터넷 산업은 웹 2.0 정신에 열광했고 우리나라도 마찬가지였다. 웹 2.0은 비단 기술적인 논의뿐만 아니라 민주주의 사회에서 사회 구성원들의 의사소통 구조에 대한 희망 섞인 메시지를 전달해 주었다.

우리나라 역시 2000년 정보사회의 진입과 함께 인터넷의 발달과 사회적 영향력 확대는 우리나라 사회의 획기적인 소통의 기회를 얻게 되었다. 반면, 무차별적인 정보 공유와 의견 쓸림 현상, 사소한 사건에 대한 지나친 관심과 감정 과잉 상태가 지속되면서 우리 사회의 토론문화와 정보 이용행태에 대한 심각한 과제

본 교재는 <미디어 2.0: 미디어 플랫폼의 진화>와 <나는 블로그가 좋다> 저자인 명승은씨와 김종태씨의 허락을 받아 책 내용을 일부 인용 및 재편집했다. 또, 온라인에서 무료로 배포되고 있는 <태터툴즈 가이드> 제작자 김봉간씨의 허락을 받아서 내용이 일부 포함되었으며, 한국블로그산업협회(KBBA) 회원사들의 자료들 또한 재활용했다.

를 함께 안겨주었다고 볼 수 있다.



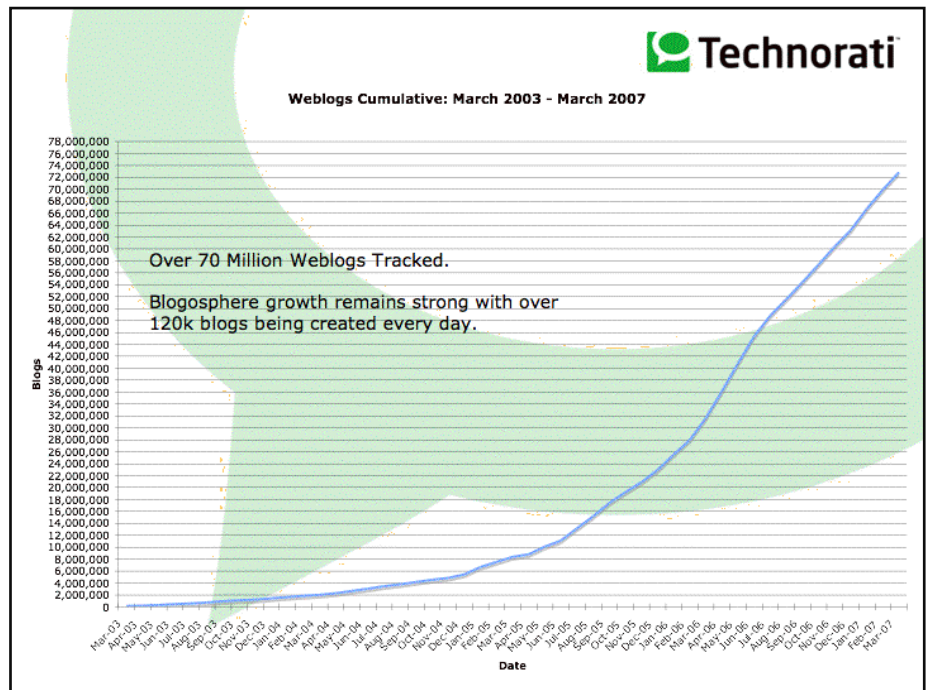
인터넷을 통한 개인들의 적극적인 의사 표현이 가능해지면서 대의 민주주의에 대한 효용성 논란이 일었으며 이에 대한 다양한

논의들이 진행되고 있는 중이다. 이런 다양한 논의들 가운데 블로그가 중요한 축으로 자리매김하고 있다.

인터넷 인구가 3100만 명이 넘어서면서 성장이 정체된 가운데 2007년 인터넷 업계를 휩쓸었던 동영상 UCC 서비스의 방문자가 2배, 블로그 서비스의 경우 방문자가 3배나 성장하고 다양한 서비스가 출몰하면서 인터넷 산업 전반에 영향력을 과시하게 됐다. 웹 2.0의 정신에 가장 적합한 메시지 생산과 유통 도구인 블로그가 새롭게 조명 받으면서 블로그의 다양한 활용이 이뤄지고 있는 것이다.

최근 논의 되고 있는 UCC라는 개념은 원래 사용자가 단순히 소비를 위해 어떠한 콘텐츠를 만들어내는 행동을 한다는 것을 설명하는 것이 아니라 네트워크에 참여한 참여자로서 말단의 사용자들을 소비자에서 생산자로 등극시켜 인터넷에 가치를 더해줄 수 있을 것이란 기대에서 나온 말이다. 따라서 이 용어가 요즘 부각되는 것일 뿐 이미 인터넷 초창기부터 UCC는 존재했다는 논리가 설득력이 있는 것이다<sup>1</sup>.

2007년 세계에서 가장 큰 규모의 블로그 검색 전문 사이트인 테크노라티의 2007년 블로그스피어 현황<sup>2</sup>을 살펴보면 블로그의 폭발적인 성장에 놀라게 된다. 테크노라티에 수집되는 블로그 수 7천만 개, 하루에 12만 개씩 신규 블로그 생성되고 있으며 초당 1.4 개씩 증가하는 셈이다. 매일 스팸블로그 3천~7천 개씩 등장하고 있다.



5백만 개에서 100만개로 2배로 늘어나는 데 걸린 시간은 180일이었으나 3천500만개에서 7천만 개로 늘

<sup>1</sup> <미디어미래>, '인터넷은 원래부터 UCC였다', 명승은, 미디어미래연구소, 2006.9

<sup>2</sup> Technorati, State of the Blogosphere April, 2007

어나는 데에는 360일이 걸렸다.

2006년 3분기에 상위 100개 유명 블로그로 유지된 블로그는 12개에 불과했으나 4분기에는 22개로 늘어 안정된 브랜드를 유지하는 블로그가 늘고 있는 것으로 나타났다.

블로그스피어에서 가장 많이 사용되는 언어는 일본어(37%)이며 그 다음으로 영어(36%) 였다.

테크노라티의 조사를 전적으로 신뢰하기는 힘들지만 블로그의 폭발적 성장세에 대한 데이터는 우리나라의 트래픽 조사 기관인 랭키닷컴의 자료에서도 드러난다.

인터넷이 양적인 초고속 성장을 멈추고 수익모델 개발과 각종 신종 서비스에 대한 관심으로 그 축이 옮겨가고 있는 시점에서 블로그의 2007년 성장률은 놀랍기만 한다. 랭키닷컴이 조사한 바에 따르면 2007년 1월부터 11월까지 종합 포털의 트래픽 성장률은 0.03%로 완전히 성숙 단계에 이른 것으로 판단된다. 하지만 블로그 영역의 성장률은 무려 271.09%로 엄청나게 늘어났다. UCC 열풍으로 비교적 뚜렷한 성장률을 기록한 동영상 부문이 104.54% 성장을 보여준 것에 비해서도 상당히 높은 수치다.

이는 우리나라의 특징적인 통합 검색에 있어서도 모듈의 노출 변화에서도 감지할 수 있는 것으로 기존에는 지식 검색이나 뉴스 영역이 검색 결과에서 가장 윗단을 차지한 반면 블로그 영역이 점차 검색 결과의 상위에 랭크 되고 그만큼 관련 검색에 있어서도 강한 면모를 보여줬기 때문으로 분석할 수 있다.

다만 중복문서나 기타 저작권 위반 콘텐츠, 복사하고 스크랩한 콘텐츠의 양이 그만큼 늘어나고 있다는 점에서 검색사이트들이 이를 걸러내기 위한 작업은 더 고차원적으로 발전할 것이다.

이 교재는 11년 역사를 가진 블로그가 걸어온 길을 조명하고 일반인이 인터넷을 이용하면서 새로운 사회적 참여 수단으로, 또는 인터넷 친구와의 교류 수단으로 활용할 수 있는 방안을 제시하고 추후 블로그를 통한 다양한 활용 방법을 모색하기 위해 쓰여졌다.

인터넷의 발전이 이용자들의 적극적인 의사 표현과 다양한 토론의 기회를 마련해줌으로써 가능했듯이 추후 인터넷이 사회적인 가치를 더욱 높일 수 있는 방안을 탐구할 수 있기를 희망한다.

## 1.1 블로그란?

블로그란 영어로 그림과 문서를 표현하는 인터넷 문서의 총합인 웹(web)과 기록이나 일지를 의미하는 로그(log)가 합쳐진 말로 초기에는 웹 로그(weblog)라는 말로 불려졌다. 국내에 소개되었을 때는 일기의 다른 말인 '날적' 등의 표현이 쓰였으나 지금은 거의 사용되지 않고 있다. 국립국어원의 우리말 다듬기에서는 블로그를 '누리사랑방'이란 말로 대신하도록 권고하고 있다.

블로그의 가장 큰 특징은 시간 순으로 배열되며 가장 최근 글이 제일 먼저 나오는 형태를 띠고 있다. 또한 게시판에서 제목만 따로 보여지거나 카테고리(분류)가 보여지는 것과 달리 제목과 함께 본문이 함께 보여지는 형태가 일반적이다.

기술적으로 블로그는 HTML 문서로 구성되며 내용은 XML 문서가 함께 만들어져 RSS를 이용해 구독해 볼 수 있는 형태로 꾸며져 있다. 또한 댓글과 트랙백(역인글)을 통해 자신의 글과 연관된 글을 수동으로 엮어 관련 글끼리 묶을 수 있다.

이용 행태로 볼 때 블로그는 미니홈피나 게시판, 카페 등 동호회 서비스 등과 함께 인터넷 여론 형성의 주요한 매체로 등장하고 있다. 이는 우리나라뿐만 아니라 미국과 일본, 프랑스 등 전세계적인 현상으로 인터넷에서 좀더 체계적으로 정보를 가공하고 전달하는 수단으로 각광받고 있다.

서비스 형태 면으로 보면 우리나라의 블로그의 경우 현재 대형 포털에서 서비스하는 형태가 가장 널리 사용되고 있으며 전문 가입형 서비스는 물론 설치형 서비스에 이르기까지 다양한 종류의 블로그가 운영되고 있다. 또한 블로그를 사용하는 계층은 일반 개인부터 정치인, 학자, 정부, 시민단체, 기업에 이르기까지 다양하다.

### **블로그의 어원**

블로그의 어원인 웹+로그는 '최신 글이 맨 앞으로 나온다'는 개념으로 뉴스가 인위적인 중요도 설정으로 뉴스 생산자의 의도를 전달하는 것과 달리 블로그를 운영하는 운영자 개인의 활동이나 최신 생각을 그대로 볼 수 있다는 점에서 '일지'나 '일기'와 같다는 의미를 포함하고 있다.

다만, 개인적인 사생활을 담은 인터넷 일기와 달리 대부분의 글이 공개되어 있고 남들이 이를 매일 구독해 볼 수 있다는 점에서 좀더 공개적이고 개방적인 구조다.

## 1.2 블로그의 기원



블로그의 기원에 대해서는 1997 년 기원설과 1994 년, 또는 1999 년 기원설로 나뉜다. 하지만 대체적으로 1997 년 인터넷 관련 사업 및 표준관련 단체에서 활동하고 있던 데이브 와이너가 만든 스크립팅 뉴스(Scripting News, <http://www.scripting.com>) 가 최초의 블로그로 인정받고 있다.

스크립팅 뉴스를 만든 데이브 와이너는 유저랜드 소프트웨어의 설립자 겸 CEO 로 인터넷 관련 표준을 개발하거나 제정하는 활동을 펼치고 있다. 그는 1996 년 2 월 미국에서 통신품위법(CDA) 제정에 반발해 만들어진 '24 시간 민주주의 프로젝트(the 24 Hours of Democracy Project)'의 한 기획으로 만들었다. 당시 그는 인터넷에 자료를 올릴 때 한 페이지에 하나의 글이 올라가고 최신 것이 가장 먼저 나오는 것을 원칙으로 삼았다.

이 프로젝트가 끝나고 1997 년 4 월 직접 개발한 웹 로그(블로그) 초기 형태인 스크립팅 뉴스를 시작했다.

반면, 1994 년 기원설에 따르면 미국의 저스틴 홀이 시작한 온라인 일기가 가장 초기의 블로그 중 하나로 여겨진다. 또한 1999 년 4 월 파이라랩스가 서비스를 시작한 블로거닷컴(<http://www.blogger.com>)을 서비스형 블로그의 기원으로 보는 시각도 있다.

한편 웹 로그라는 용어를 최초로 사용한 사람은 '로봇트 위즈덤 (Robot Wisdom, <http://www.robotwisdom.com>)'이라는 웹로그를 운영하는 존 바거(jorn barger)였다. 그는 1997 년 블로그 사이트의 형식을 소개하면서 새로 올린 글이 맨 위로 올라가는 일지 방식이라면서 웹로그라는 이름을 붙였다.

웹로그에서 블로그라는 이름으로 다시 한 번 압축된 것은 1999 년 카메론 바렛(Cameron Barrett)이 쓴 에세이, "웹로그의 해부(Anatomy of a Weblog)"라는 글에서 유래했다. 1998 년 11 월에는 제시 제임스



가렛(Jesse James Garret)이 자신이 수집한 23 개 블로그 사이트 목록을 카메론 배럿(Cameron Barret)에게 보내면서 자신이 수집한 사이트의 성격을 설명하기 위해 존 바거의 'weblog' 용어를 사용했다고 한다

이후 미국 시애틀 지진, 9/11 테러, 이라크 전쟁 등을 거치면서 미국 언론에서 새로운 개인 미디어가 출현되고 있다며 블로그의 존재가 널리 알려지게 됐다.

특히, 9/11 테러 사건 이후 이라크전쟁이 발발하면서 이라크 지역의 생생한 현장을 기록한 살람팍스의 '라에드는 어디에?' 사이트가 언론의 주목을 받으면서 블로그는 새롭게 조명 받기 시작했다. 기자들이 접근하지 못하는 전쟁 현장에서도 새로운 소식이 전파될 수 있다는 점 때문에 블로그를 1인 미디어라고 부르게 되는 계기가 됐다.



한편 우리나라는 2001년 12월 최초의 블로그 사용자들의 모임인 '웹로그인코리아 (<http://www.wik.ne.kr>)'가 생겼고 이때부터 블로그가 네티즌에게 알려지기 시작했다. 이후 2002년 9월 국내 최초로 상업적인 블로그([www.blog.co.kr](http://www.blog.co.kr))가 출현했으며 블로그인([www.blogin.co.kr](http://www.blogin.co.kr))이나 '컴퓨터와 춤을'이라는 블로그 전문 사이트도 이즈음

문을 열었다. 그러나 실질적으로 블로그가 일반인에게 알려지고 보급되는 시기는 2003년 초부터다. 2003년 한미르(현재 파란), 엠파스, 드림위즈, 네이버 등이 블로그를 서비스하면서 대중화되기 시작했다<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> 김중태 <나는 블로그가 좋다> 일부 인용 재편집

### 1.3 블로그의 특징

블로그는 새로운 기술로 만든 서비스가 아니다. 기존의 게시판이나 일반 홈페이지로도 블로그와 모양이 비슷한 사이트를 만들 수 있다.

개인 홈페이지 자체가 한 개인의 편집되지 않은 목소리를 담고 있으며, 게시판이나 댓글 대화방의 글도 개인의 편집되지 않은 목소리를 담고 있다. 뉴스 사이트나 속보 사이트, 기타 일반적인 사이트 역시 최근 소식이 가장 위에 배치되는 형태를 가지고 있고, 많은 개인 홈페이지는 일기 형태를 취함으로써 제목과 함께 본문을 노출시킨 형태로 운영되었다. 물론 HTML 문서로 만들어진 홈페이지 자체는 발행, 고유링크의 특징을 가지고 있다. 블로그라고 해서 짧은 글만 올라오는 것이 아니며, 기존 게시판의 글이나 개인 홈페이지도 특성상 짧은 글 위주로 올라왔다. 트랙백은 블로그가 시작할 때는 존재하지 않은 기능이므로 블로그의 정의로 포함하기 어렵다.

블로그의 특징이라고 말하는 것을 하나하나 살펴보면 기존의 웹 행위에 다 포함되거나 이미 시도한 적이 있는 특징이다. 또는 블로그가 처음 출발할 때는 없는 기능인데 블로그의 특징으로 포함시킨 것도 있다. 어떻게 보면 '이것이 블로그'라고 말하거나 '이것은 블로그만의 기능이다'라고 말할 수 있는 특징은 없는 셈이다.

에반 윌리엄즈(Evan Williams)는 블로그의 정의를 다음과 같이 내리고 있다.

"일기처럼, 정기적으로 업데이트 되는 짧은 글로 이루어진 웹 페이지"

데이브 와이너(Dave Winer)는 블로그의 정의를 다음과 같이 내렸다.

"한 개인의 편집되지 않은 목소리"<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> 김종태 <나는 블로그가 좋다>, 김종태 원장은 블로그를 '한 개인의 편집되지 않은 목소리를 웹에 일기 형태로 기록하는 행위나 서비스'라고 규정짓는다.

블로그에 대한 여러 가지 의견이 존재하지만, 일반적으로 다음과 같은 몇 가지 특징으로 블로그의 특징을 규정할 수 있다.

### 1. 시간 역순 배열

블로그의 기본적인 특징은 최신 글이 가장 앞에 나오며 제목과 글 전체가 함께 보여진다는 것이다. 일부 포털 서비스 등에서 이런 특징을 생략해 대문 글을 설정할 수 있게 하거나 내용 일부만 보이게 하는 등의 기능을 제공하고 있지만 기본적으로는 블로그의 가장 큰 특징은 최신 글이 사이트를 처음 방문했을 때 보여져야 한다는 점이다.

### 2. 댓글

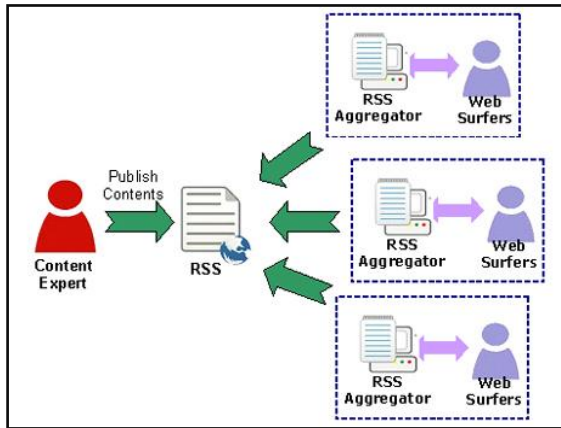
블로그만의 특징은 아니지만 블로그는 모든 게시물에 방문자들이 손쉽게 의견이나 생각을 적어 놓을 수 있도록 돼 있다. 일부 서비스에서는 로그인 사용자만 댓글을 달 수 있도록 허용하거나 블로그 운영자가 승인을 해야만 노출될 수 있는 관리 기능이 포함돼 있기도 하다. 댓글은 기본적으로 블로그 운영자나 글에 대한 감상이나 의견 교류의 기능으로 사용되기 때문에 예의를 갖춰 존대어를 사용하는 것이 좋으며 자신의 블로그 주소를 기입해 넣는 것 역시 블로거 사이의 예절이다.

### 3. 트랙백(역인글)

트랙백(Trackback)은 역인글, 관련글 등의 표현으로 쓰이기도 한다. 트랙백은 기본적으로 특정한 사안에 대한 토론이나 관련된 글을 적고 이를 상대 블로그 글에 수동으로 엮는 기능을 한다. 일반적으로 트랙백 전용 주소를 복사하여 자신의 글에서 붙여 넣거나 역인 글쓰기 등의 기능을 통해 트랙백 기능을 사용할 수 있다.

트랙백을 통해 단일한 블로그 글이 서로 연관된 글로 엮이면서 독자들은 관련된 내용을 각 블로그를 돌아다니며 읽을 수 있다는 점에서 블로그와 다른 서비스를 구분 짓는 가장 큰 특징이기도 하다. 최근에는 각 포털이나 뉴스 사이트 기사에도 트랙백 기능이 있어 기사에 관련된 글을 엮을 수도 있다.

### 4. RSS



RSS 는 블로그만의 특징은 아니지만 거의 모든 블로그 서비스에는 RSS 기능을 갖추고 있다. RSS 란 Really Simple Syndication 의 약자로 쉽게 말해 '손쉬운 글 배포하기'라고 표현할 수 있다. 즉, 특정 블로그의 RSS 주소를 알고 있으면 RSS 구독기를 통해 블로그를 매번 방문하지 않아도 블로그에 올라온 최신 글을 볼 수 있다.

RSS 는 기본적으로 표준화된 XML 데이터로 전송되기 때문에 뉴스 사이트나 콘텐츠 사이트 사이의 손쉬운 콘텐츠 배포 방식으로 많이 사용되어 포털 사이트는 물론 뉴스 사이트에서도 RSS 기능을 갖추고 있는 곳이 늘고 있다.

RSS 를 구독하는 방법은 크게 프로그램을 PC 에 설치해 사용하는 방식과 RSS 구독을 위한 인터넷 사이트가 있다. 최근에는 이메일 프로그램인 아웃룩은 물론 위젯, 인터넷 브라우저인 인터넷 익스플로러, 파이어폭스 등에도 손쉬운 RSS 구독 기능이 내장돼 있다. RSS 구독을 위한 방법은 실습 편에서 자세히 설명돼 있다.

## 5. 템플릿(스킨)

스킨은 특정한 규칙을 가진 디자인 배경요소로 포털 블로그 서비스는 물론 설치형 블로그 서비스에서도 다양한 방식으로 이용할 수 있다. 1 단, 2 단, 3 단 등 전체 블로그 레이아웃이나 블로그의 방문자 카운터, 댓글 표시, 트랙백 표시, 날짜, 자기 소개 이미지, 광고 등의 요소를 사용자가 자유롭게 배치할 수 있다. 전반적으로 글이 위주가 되지만 배경 디자인이나 스킨 레이아웃 등을 자주 바꾸는 사용자에게는 블로그 서비스를 고르는 기준이 되기도 한다.

## 6. 광고

최근 들어 구글 애드센스 등 블로그에 광고를 붙여 수익을 얻는 블로거들이 많이 생겨나고 있다. 일반적으로 포털형 블로그 서비스에서는 광고가 금지돼 있었지만 이마저도 일부 블로그



서비스에서는 외부 광고를 사용자가 원하는 대로 가져다 붙일 수 있도록 허용하는 곳이 많아지고 있다.

블로그에서 표현할 수 있는 광고는 크게 일반적으로 배너라고 불리는 디스플레이 형 광고가 있으며 CPC(클릭당 과금) 방식의 광고가 있다. 최근에는 다양한 광고 마케팅 기업들이 등장하면서 블로그들의 수익에 대한 관심이 높아지고 있다. 일부에서는 지나친 상업화에 대해 비판하는 목소리도 있다.

한편 광고를 제외한 강연, 칼럼 기고, 기업 마케팅 참여, 전문 서적 출판 등의 영역으로 블로거들의 활동 영역이 넓어지면서 블로그를 통한 수익모델이 많아지고 있는 추세다.

## 2 블로그 현황과 통계

2004 년과 2005 년에 주목을 받았던 1 인 미디어는 정작 '싸이월드'였다. 싸이월드는 개인의 일상을 소박하게 담고 네티즌들이 서로 가볍게 1 촌을 맺어가며 네트워크를 엮어 나가는 방식의 서비스다. 전국민을 '사이질' 열풍에 빠져들게 하기도 했다. 하지만 싸이월드는 세상을 움직이는 힘을 지니진 못했다. 일부 싸이월드 미니홈피에 올려진 글들이 간간히 언론에 의해 주목 받으면서 화제가 되기도 했지만 이 역시 기존 언론들이 골라 보여주는 방식이었기 때문에 1 인 미디어라고 부르기 힘들었다. 따라서 싸이월드 류의 개인적인 서비스는 '소셜 네트워크 서비스(SNS)'라는 용어에 부분적으로 포함되었다.

반면 이러한 싸이월드 열풍은 블로그를 좀더 공적인 매체로 만드는 역할을 하게 된다. 블로그 역시 손쉽게 자신의 일상을 적고 서로 트랙백을 보내고 댓글을 다는 식으로 여느 게시판 서비스와 다를 것이 없었지만 '싸이월드는 개인 미디어', '블로그는 1 인 미디어'라는 등식이 공감을 얻으면서 블로그는 상대적으로 공적인 글쓰기를 위한 도구로 자리매김했다.

블로그의 공적인 내용의 글쓰기와 함께 포털과 각종 UCC 사이트, 메타 사이트를 통한 개인 콘텐츠의 유통망 확대도 '블로그 저널리즘' 싹이 돌아날 수 있는 발판을 마련해줬다.

메타블로그 사이트인 올블로그를 운영하는 블로그카테고리 박영욱 사장은 "우리나라에서 블로그가 좀더 공적인 매체로 여겨지게 된 것은 역설적으로 비슷한 1 인 미디어인 싸이월드 미니홈피가 사적 영역을 독점하면서부터였다"고 분석했다.

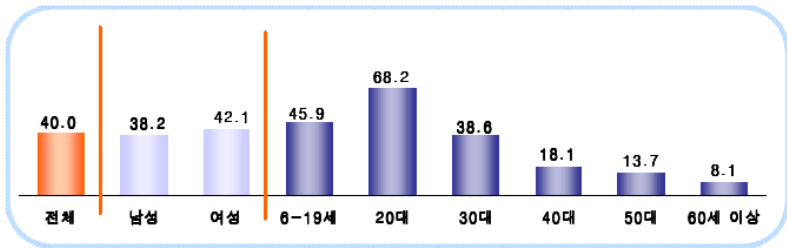
코리안클릭이 2006 년 4 월 펴낸 인터넷 동향 보고서에 따르면 인터넷 이용자의 서비스 별 이용 실태 가운데 주목할만한 지표가 잡힌다. 전반적으로 포화상태인 한국의 인터넷 이용자들의 쇼핑과 경매 서비스 이용률이 22%나 증가했으며 인터넷 बैं킹 이용도 17.2% 증가해 인터넷을 경제 생활의 도구로 활용하는 비율이 뚜렷하게 증가하고 있는 것으로 나타났다.

또 한 가지 주목할 점은 잠시 주춤했던 동호회 이용률이 35.3%로 다시 폭발적인 성장을 보이고 있으며 아직 이용률 기준으로 13 위(23.4%)에 불과하지만 블로그 이용 증가율이 70.1%를 기록하며 인터넷을 통한 커뮤니케이션 활동이 증가하고 있다. 이는 전년 미니홈피 이용률 증가율이 10%였던 것에 비하면 블로그에 대한 관심이 대폭 높아졌음을 보여준다.

단, 2004년 9월 31%에 이르렀던 블로그 이용률이 지난해에는 13.7%로 급격히 떨어졌다가 다시 회복됐다는 점을 감안하면 블로그 이용 행태에 대해서도 많은 변화가 있었음을 짐작할 수 있다.

초기에는 포털 블로그를 통해 '블로그'라는 미디어를 직접 접하고 다양한 시도를 하다가 많은 수의 사용자가 지속적인 포스팅을 포기하거나 무작위 품질에 실망을 느끼고 떠났다가 다시 블로그의 전반적인 품질이 높아지면서 되돌아오고 있는 것이다.

[그림 24. 성·연령별 블로그·미니홈피 운영률(%)]



2007년 상반기 정보화실태조사

그렇다면 이렇게 양적으로 팽창돼 있는 상태라면 블로그를 1인 미디어로 부를 수 있을까?

2006년 11월 23일 마이크로소프트가 아시아 지역의 블로그 인식 조사를

통해 블로그가 신뢰받을 수 있는 저널리즘 행위를 할 수 있는지를 엿볼 수 있는 지표를 발표했다.

이 조사에 따르면 한국 네티즌들은 아시아 다른 국가의 네티즌보다 블로그에 대해 잘 알고 있고, 테크놀로지 관련 주제의 블로그를 가장 선호하며, 일주일에 1~2시간을 블로그를 하는데 소비하는 것으로 조사됐다. 인터넷 커뮤니티 서비스 '윈도우 라이브 스페이스'를 운영 중인 MS 온라인 서비스 사업부는 한국, 홍콩, 싱가포르, 인도, 대만, 태국, 말레이시아 등 아시아 7개국 2만 5200여명을 대상으로 조사한 블로그 사용행태 결과를 발표했다.

이 조사 결과 '블로그'가 무엇인지를 알고 있는 비율은 아시아 7 개국에서 평균 66%였던 것에 비해, 한국 네티즌의 경우 83%로 크게 높았다. 블로그 소유율 역시 한국인의 경우 65%로, 전체 응답자 평균인 46%보다 약 20% 높아 한국인들의 블로그에 대한 높은 관심을 입증했다.

블로그 인지도 (단위: %)

	전체 평균	한국	인도	홍콩	타일랜드
인지도	66	83	39	68	32

블로그 콘텐츠 신뢰도 (단위: %)

	전체 평균	한국	인도	홍콩	타일랜드
완전히 신뢰	5	2	6	5	13
대부분 신뢰	18	21	11	35	0
어느 정도 신뢰	42	62	46	29	42
거의 신뢰하지 않음	12	8	17	10	17
내가 아는 사람의 블로그만 신뢰	21	6	12	19	27
전혀 신뢰하지 않음	3	1	8	2	3

블로그 콘텐츠의 신뢰도를 묻는 질문에서는

한국인의 85%가 '신뢰한다'고 답해, 51%의 말레이시아와 55%의 타일랜드 등과 비교해 블로그에 대한 신뢰도가 크게 높은 것으로 나타났다. 또한 TV, 라디오와 같은 전통적인 미디어와 블로그의 신뢰도를 비교하여 묻는 질문에서는 모든 국가에서 '전통 미디어와 블로그를 비슷한 수준으로 신뢰한다'는 대답이 주를 이뤘다.

좋은 블로그에 대한 판단 기준에도 차이를 보였다. 한국인들은 해당 분야에 대한 전문성을 가진 블로거가 만든 블로그를 좋은 블로그라 답한 반면 인도와 홍콩, 싱가포르 등에서는 정기적으로 업데이트되는 블로그가 좋은 블로그라 답해, 한국인들은 블로그 콘텐츠의 질을, 아시아 타국에서는 콘텐츠의 양을 주요 판단기준으로 삼고 있는 것으로 나타났다.

이 밖에도 블로그 방문 이유를 묻는 질문에는 응답자들의 대부분이 '엔터테인먼트'를 위해서라 답한 반면, 한국인들은 '관심 있는 분야에 대한 주제들을 접할 수 있기 때문'이라고 답해 한국인들은 정보를 얻기 위한 소스로 블로그를 활용하고 있는 것으로 나타났다.

한편 가장 선호하는 블로그 콘텐츠는 한국인과 타 국가 네티즌 모두 공통적으로 테크놀로지, 여행, 음악 순으로 답했다.



다른 나라에서도 이와 비슷하게 블로그가 저널리즘 영역에서 독자적인 역할을 하고 있다는 의견이 다수 등장하고 있다. 싱가포르인터넷연구센터가 2005 년에 1,200 명의 영어권 웹블로그를 대상으로 조사한 결과, 크게 두 부류로 나눌 수 있었다. 웹블로그의 73%는 사적인 웹블로그였으며, 27%는 사적이지 않은 웹블로그였다. 사적이지 않은 웹블로그는 다수에게 “정보를 제공”하고 제공되는 정보에 대해 “논평”을 시도하여 독자들에게 자신의 의견을 전달하길 시도하고 있었다.

슈미트와 빌버스가 2005 년에 4,000 명의 독일어 권 블로그를 대상으로 실시한 조사에 따르면, 응답자의 71%가 ‘재미’로 블로그를 운영하고 있었으며, 62%는 ‘단지 글 쓰는 게 좋아서’. 45%는 ‘자신의 의견과 경험들을 축적하기 위해서’ 또는 ‘현재의 개인적인 느낌을 표현하고 싶어서’ 각각 블로그를 운영하고 있었다. 응답자의 27%는 ‘가상공간에서의 새로운 만남을 위해서’ 그리고 33%는 ‘가상공간에서의 관계를 지속시키기 위해서’ 블로그를 운영한다고 밝혔다. 또한 응답자의 75%는 개인적인 이야기와 경험, 자신의 신념을 다른 사람에게 전달하고 싶어서 블로그를 운영하며, 33%만이 다른 사용자들에게 새로운 분야에 대한 지식을 얻게 해주기 위해서 블로그를 운영한다고 밝혔다. 정치적인 주제에 대해 41%가 적극적인 논평을 하고 있는 것으로 나타났다.

아름보어스트가 2006 년 8~10 월 중에 실시한 블로그에 대한 조사결과, 블로그 운영자의 51%가 논쟁거리를 제시하고 싶어서가 블로그를 운영하고 있었으며, 47%는 자신의 개인적인 의견을 알리기 위해, 47%는 중요한 주제에 대한 자신의 지식을 나누기 위해, 35%는 전통적인 대중매체에서 너무 짧게 다루거나 잘못 보도한 내용을 시정하기 위해 블로그를 운영한다고 답하고 있다. 노이베르거가 2005 년에 실시한 조사에 따르면 블로그의 64%가 스스로 ‘인터넷 저널리즘’의 한 부분이라고 인식하고 있었으며, 19%는 블로그는 저널리즘과 관계 없다는 의견을 밝히고 있다. 렌하르트와 폭스의 비슷한 내용에 대한 조사 결과, 응답자의 34%가 블로그는 저널리즘의 새로운 포럼이라고 인식하고 있었다<sup>5</sup>.

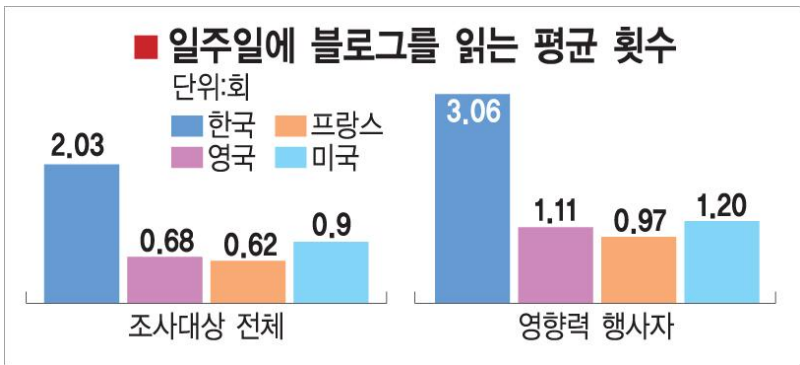
글로벌 PR 컨설팅사인 에델만의 한국지사가 조사한 한국, 중국, 일본, 미국 등 전세계 10 개국 일반 소비자 9917 명을 대상으로 한 블로그 현황에 따르면 블로그는 아시아에서 이미 주류 현상으로 부상했다.

---

<sup>5</sup> <동영상 UCC와 저널리즘> 최민재, 2007 188p

한국인의 43%, 일본인의 74%, 중국인의 39%가 블로그를 읽는 것으로 나타난 반면, 유럽에서는 이 비율이 23%가 넘는 국가가 하나도 없었고, 미국에서도 27%에 불과한 것으로 나타났다. 또한 대부분의 국가에서 젊은 남성이 블로그 사용자의 주류를 이루고 있는 것으로 나타났다. 에델만은 이들이 행동지향적이며 좋은 소식과 나쁜 소식 모두를 전파할 의사가 있다는 점을 눈 여겨 봐야 한다고 지적했다.

글로벌 PR 대행사인 에델만이 2007년 내놓은 조사 보고서에 따르면, 전세계적으로 소위 '영향력 행사자(Influencer)' 그룹에서 블로그



행사자(Influencer)' 그룹에서 블로그 사용의 비율이 월등하게 높은 것으로 나타났다. '영향력 행사자'란 정치인이나 언론사에 접근하거나 정치 집회 등과 같은 활동에 참가함으로써 공공 담론에 적극적으로 영향을 미치고자 하는 사람을 의미한다.

이는 한국과 일본에서 특히 현저하게 나타난 현상으로, 영향력 행사자 중 블로그 사용자의 비율은 한국에서는 63%, 일본에서는 91%로 조사됐다.

영향력 행사자와 관련해, 전세계 블로그 사용자 10명 중 평균 2명이 블로그를 읽고 특정 행동을 실제로 취하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 행동으로는 정치인이나 언론사에 연락을 하거나 현지 이슈에 관한 회의에 참가하는 것 등을 들 수 있다.

에델만의 이 조사에서 특이할 점은 한국인들의 블로그에 대한 태도이다. 이는 온라인을 통한 커뮤니케이션이 수월한 환경을 갖추고 있고 친근함에 대한 신뢰도가 높은 문화적 특성이 반영돼 있다고 볼 수 있다.

다음은 에델만이 조사한 내용을 기초로 분석한 한국인의 블로그 활용에 대한 특성 4가지다.

1. 한국인의 절반이 1 주일에 1 회 이상 블로그를 읽는다.

인터뷰에 참여한 한국인 중 43%가 1 주일 평균 1 회 이상 블로그를 읽는다고 응답했는데, 이는 영국(23%), 프랑스(22%) 및 미국(27%) 등 선진국들 보다 월등히 높은 수치. 블로그를 읽지 않는다고 응답한 한국인의 비율은 57%로서, 영국(73%), 프랑스(68%), 미국(69%) 등에 비해 낮게 나타났다.

2. 연령대가 낮을수록 블로그를 읽는 빈도가 높다.

특히 35 세 미만 그룹에서는 연령이 낮을 수록 더 자주 블로그를 읽는 것으로 파악됐다. 18 - 24 세 그룹에서는 1 주일에 거의 4 일이나 블로그를 읽는 것으로 나타났고, 관련 연령층 44% 는 매일 블로그를 읽고 있다고 답변을 해서 연령대가 낮을수록 블로그 사용을 적극적으로 하고 있다는 것을 보여주고 있다.

3. 35-54 세 연령층이 블로그를 읽고 특정 행동을 취한 비율이 상대적으로 높다.

블로그를 읽고 특정 행동을 취한다는 한국인 비율은(19%)는 다른 조사 대상국과 유사한 수준으로 나타났으며, 블로그를 읽고 영향력을 행사하는 활동 중 3 가지 이상을 취한 적이 있다는 답변은 한국이 41%, 영국이 48%, 미국이 49%를 각각 기록했다. 청년층이 주로 행동을 취한 영국 등 여타 조사대상국과는 달리 한국에서는 35 - 54 세의 연령층이 타인의 블로그를 읽고 특정 행동을 취한 비율(44%)이 다른 연령층(18~34 세: 37%, 55 세 이상: 12%)보다 훨씬 높게 나타났다.

4. “영향력 행사자” 집단은 의사결정에 영향을 주기 위해 주로 특정 조직의 위원회에 참여한다.

조사대상자의 18%가 특정 조직의 위원회에 참여한다고 답해 한국에서 가장 널리 이뤄지는 활동으로 나타났다.

이 비율은 전 조사대상국 중 가장 높은 수치로서 5%를 기록한 집회 참석이나 특정 모임의 간부 역임보다 더 빈도가 높은 것으로 파악됐다<sup>6</sup>.

광고 시장 역시 새로운 매체의 등장과 전통매체와 신생매체간의 융합 현상에 따라 새로운 변화를 맞이할 것으로 보인다.

온라인을 통해 모든 것을 해결하려는 집단지성의 위력은 TV 와 광고 쪽에도 변화를 일으킬 전망이다. 급격한 뉴미디어 통신기기의 발달로 텔레비전 없이도 영상물을 볼 수 있다거나 반대로 텔레비전으로 라디오, 인터넷 사이트를 이용할 수 있는 시대가 곧 도래할 것이기 때문이다.

---

<sup>6</sup> 에델만 <에델만 블로그 백서> 2007

### 3 블로그의 다양한 활용

블로그는 사용하는 사람마다 목적과 운영 방식이 달라 용도를 특정 짓기 힘들다. 또한 블로그 운영이 개인적인 차원이기 때문에 운영 시기나 방법에 따라 다양한 방식이 한 블로그에서 보여지는 경향도 높다.

특히, 정치적인 이슈가 있을 때에는 특정한 분야를 전문적으로 다루는 블로거나 정치 관련 글을 작성한다거나 사회적인 여론 형성에 적극적으로 기여하려고 하는 경향도 뚜렷해지면서 사회가 블로그의 미디어적인 가치에 대해 최근 주목하고 있다.

물론 블로그를 개설할 때의 목적과 운영해가면서 그 목적이 다르다고 해도 크게 문제될 것이 없다. 하지만 블로그의 활용도를 높이고 사회적인 가치를 더하기 위해서는 이슈에 매몰되지 않고 좀더 전문적인 콘텐츠 활성화가 필요하다는 의견이 많다.

일반적으로 최근의 블로그에 관련된 연구에는 미니홈피를 블로그의 변형된 서비스로 보고 블로그의 범주에 포함하고 있으나 여기서는 미니홈피와 블로그는 몇 가지 기능적인 차이를 통해 구분해 표현한다.

#### 1. 관리의 용이성

블로그는 초보자도 금방 설치하거나 개설할 수 있으며 글이나 사진을 올리는 방법도 손쉽다. 글을 수정하거나 이미지를 다양한 방식으로 활용할 수도 있으며 자신의 글이 확산될 수 있는 범위까지도 지정할 수 있는 등 자유도가 높다.

#### 2. 쉬운 업데이트

블로그는 잦은 업데이트가 가능하고 단락별로 글을 빠르게 올리고 수정할 수 있으며 태그 입력 등을 통해 검색 서비스가 찾는 키워드와 일치하는 비율이 높다.

#### 3. 검색이 자주 찾는 콘텐츠

일반적으로 내용이 빈번하게 업데이트되지 않는 사이트는 그만큼 검색엔진이 자주 찾아와 글을 검색하지 않는다. 또한 미니홈피나 게시판의 경우 검색엔진이 보편적으로 그 내용을 검색결과로

보여주기 힘들다. 반면 블로그는 글 단위 별로 자주 업데이트하기 때문에 그만큼 검색엔진이 내용을 검색해가는 주기도 잦다. 따라서 검색 결과 상위로 보여지는 경우가 높다.

#### 4. 폭넓은 전파성

다른 블로거에 의해 자주 인용되거나 검색엔진에 의해 자주 찾는 블로그의 경우 내용의 전파가 좀더 빠르다. 또한 메타 사이트나 RSS 구독기 등 블로그 콘텐츠를 일부러 찾아 읽는 사용자들이 많아지면서 콘텐츠 확산 범위도 넓다.

#### 5. 광고 운영 가능

블로그에 광고를 실을 수 있어 블로거가 좀더 활발한 블로깅을 할 수 있고 콘텐츠의 품질을 높이기 위한 노력을 할 수 있는 동기부여가 가능하다. 일반적으로 게시판이나 미니홈피의 경우는 대부분 플랫폼이 개방적이지 않고 지인 관계에 집중되어 있으며 콘텐츠 소비 지향적이어서 글을 올리는 사용자들의 동기유발이 블로그와는 다른 양상을 보인다.

이러한 특성을 바탕으로 개인은 물론 기업과 학계 정치권 등 사회 각계에서 블로그를 활용하고 있거나 향후 블로그 활용에 적극적인 자세를 보이고 있다. 그렇다면 현재 우리나라에서 블로그가 어떻게 활용되고 있는지 알아보자.

### 3.1 개인적 활용

블로그가 처음에 우리나라에 뿌리 내릴 때는 미니홈피의 대체재 성격이었다. 화면이 좁고 서비스 사업자가 제공해주는 범위가 좁은 미니홈피보다 화면이 넓고 다른 블로거들과의 교류에 있어서도 특별히 불리하지 않다는 점에서 블로그는 미니홈피와 다른 방식으로 발전하기 시작했다.

개인적으로 블로그를 활용하는 블로거들은 대개 일상에 대한 상념이나 사진을 올리는 등 미니홈피의 사용 방식과 크게 다르지 않게 사용하고 있다. 다만 뉴스를 스크랩하거나 자료를 모으는 용도로 사용하는 경우 최근 뉴스 저작권에 대한 단속 강화로 인해 그 활용도가 떨어지고 있다.

서비스형 블로그의 경우 보통 '친구'나 '이웃' 등의 서비스 기능을 통해 온라인상으로 다른 블로거들과 교류할 수 있으며 댓글이나 트랙백을 주고받는 행위를 통해 친목을 다지기 좋은 매체로 활용되고 있다. 다만 다른 포털 사용자들과의 교류에 제약이 있는 것이 단점이다.

또 다른 개인적인 용도로는 주부들의 육아 일기, 연인끼리 함께 쓸 수 있는 교환일기나 커플일기 등으로 사용될 수 있다.

#### 사생활 노출을 방지하려면

보통 블로그에 글을 적고 '발행'이나 '저장', '글 올리기' 등의 버튼으로 자신의 블로그에 글이 등록되는 절차를 거치게 되는데 개인적인 블로그를 하는 사용자라면 이 때 '검색 제외' 등의 기능 사용을 고려해야 한다.

사생활 노출을 막고 자신이 올린 사진이 남에 의해 다른 용도로 사용되는 것을 막으려면 '마우스 오른쪽 버튼 금지', '복사 금지', '스크랩 금지' 등의 기능 역시 활성화시켜야 한다.

또한 온라인에서 발행(Posting, Publishing)이란 의미는 대중에게 자신의 글이나 사진을 '공개'한다는 것을 의미하므로 자칫 타인의 명예훼손이나 선거법 위반, 저작권 위반 등의 법적인 문제에 휩싸일 수 있다. 가급적 타인의 글을 담을 때는 '비공개'해두는 것이 좋다.

### 3.2 사회적·미디어적 활용

최근 사회적 이슈에 대한 글을 쓰는 행위를 통해 '개인 미디어', 또는 '1인 미디어'를 추구하는 블로깅이 사회적 활용에 해당된다. 보통 포털 서비스의 블로거 기자로 활동하거나 블로그 글을 모아주는 메타 블로그에 블로그를 등록하는 등의 목적은 사회적인 메시지 분출 욕구의 일환인 셈이다.

또한 자신의 브랜드를 대중에게 좀더 친근하고 직접적으로 각인시키기 위한 방법으로 블로그를 활용하는 것도 사회적 활용의 범주에 넣을 수 있다. 예를 들어 책을 쓰는 저자나 시민과 직접 대화를 나누고 싶어하는 정치인, 취업을 위해 자신의 전문성을 돋보이게 노출하려는 구직자들의 블로그가 이런 경우에 해당한다.

단순히 개인적인 영달이 목적이거나 사회적인 관심사나 사회적으로 가치 있는 정보나 의견을 통해 개인의 가치를 높이려는 욕구를 블로그가 해결해주고 있는 셈이다.

보통 블로그를 사회적으로 활용하는 블로그는 파워블로거나 알파블로거 등으로 불리기 원하며 좀더 다양하고 보편적인 소재를 위주로 글을 쓰는 경향이 있다.

#### **블로그 네트워크**

블로그는 본질적으로 개인화 되어 있고 자신이 노력하지 않으면 다른 블로그와 엮이기 힘든 구조를 갖고 있다. 하지만 요즘에는 블로그 사이의 교류 활성화를 도와주는 다양한 서비스가 등장하고 있다.

일부 언론 매체나 포털에서는 블로거 기자단으로 모집해서 특정 사안이나 특정한 주제를 가진 글을 쓰도록 유도하고 블로거들 사이의 연대를 높이기 위한 여러 가지 시도를 하고 있다. 또한 블로그 글을 서로 연결시켜주는 역할을 하는 메타 블로그에서는 타인의 블로그 글을 추천하거나 자신의 글을 등록하도록 해 블로거들 사이의 다양한 의견 교환을 유도하기도 한다. 일부 파워 블로거들의 경우 자체적인 네트워크를 갖춰 광고를 공동으로 수주하거나 기업과 제품 출시에 맞춰 품평회를 갖는 등의 활동을 벌이기도 한다.

점차 개인 단위로 쪼개져 있는 블로그가 상호 이익에 맞는 네트워크를 구성하며 집단화 하려는 움직임을 보이고 있다.

### 3.3 상업적 활용



블로그에 광고를 붙여 수익을 얻는 것은 블로그에 대한 집중도를 높여주고 좀더 독자 관리와 콘텐츠 관리에 신경 쓰도록 하는 효과가 있다. 따라서 설치형 블로그는 물론 티스토리나 이글루스 등 전문 블로그 서비스에서도 가능해졌으며 최근에는 포털 블로그 서비스들도 앞다퉈 광고를 게재하고 블로거와 수익을 나눠 갖는 방식을 선보이고 있다.

물론 블로그를 운영하면서 수익을 얻는 것이 쉽지는 않은 일이다. 하지만 이미 많은 블로거들이 블로그를 통해 직간접적인 부가 수입을 얻는 경우도 있다. 블로그 콘텐츠의 전문성을 인정 받는 일부 블로거의 경우 블로그 운영을 통해 언론 매체에 칼럼을 기고하거나 책을 쓰고 강연을 다니며 블로그에서 얻는 광고 수익보다 더 많은 수입을 얻고 있다.

최근에는 블로그에서 물건을 팔거나 자신이나 남의 책을 홍보해주고 일정부분 판매 수익을 분배 받는 방식도 블로거들 사이에서 인기를 얻고 있다.

### 3.4 교육·학술적 활용

최근 들어 블로그를 교육현장에 활용하기 위한 시도가 많아지고 있다. 특히 대학에서는 카페를 개설하거나 이메일로 과제를 주고받는 학습 형태에서 블로그로 공개적으로 과제물을 내주고 그 결과를 학생들의 블로그에 올리게 하는 등의 움직임을 보이고 있다.

대학 교수들은 물론 일선 교사들도 블로그를 개설해 자신의 강의 내용을 공유하고 공개적인 질의응답을 통해 수업의 질을 높여나가고 있다.

또한 학생들 역시 자발적인 연구 모임 블로그를 통해 자신들의 공부하거나 토의한 내용을 블로그로 올려 학생 집단간의 유대를 강화하고 학술적인 성취를 높이기 위한 시도가 늘고 있다.

해외에서는 이미 블로그를 활용한 교육 프로그램이 다양하게 진행되고 있다. 보통 이렇게 블로그를 활용한 교육을 Blog in Education(BIE)라고 부른다.

### 3.5 메타 블로그의 현황과 특성



최근 생산자와 수용자가 능동적으로 융합되는 현상은 올블로그<sup>7</sup>와 미디어다음의 블로거뉴스<sup>8</sup>에서 손쉽게 찾아볼 수 있는 현상이다.

올블로그는 블로그를 운영하고 있는 사람이라면 어떤 서비스를 이용하던 자신의 RSS를 등록하고 다른 사람들의 블로그

글을 연결시켜주는 사이트로 국내에서 가장 많은 가입자가 등록돼 있다. 이렇게 모아진 블로그 글들은 사용자들이 직접 추천 버튼을 눌러 가장 많이 읽고 인기 있는 글이 선별돼 목록화 된다. 여기서는 딱히 생산자와 수용자가 따로 나뉘어 있지 않다는 것이 특징이다.

미디어다음의 블로거뉴스 역시 올블로그와 비슷한 구조로 블로거기자단으로 가입해 자신의 블로그 글을 남들에게 소개할 수 있다. 또는 트랙백이란 기능을 사용해 다른 사람의 이슈 블로그 글에 자신의 연관된 글을 함께 걸어 이슈를 더욱 확대할 수 있도록 한다.

이렇게 블로그를 단위로 한 정보 생산자들을 하나로 묶어주는 서비스를 메타 블로그 서비스라고 한다. 메타 블로그 서비스는 이 외에도 다양하게 존재한다. 블로그를 개설해 이용하고 있다면 이미 정보 생산자, 또는 유통자로서 역할을 하고 있다고 봐야 할 것이다. 다음은 블로그를 등록하고 다른 블로그 글을 손쉽게 열람할 수 있는 서비스들이다.

국내 주요 메타 블로그 서비스

- ◆ 올블로그: <http://www.allblog.net>

<sup>7</sup> 올블로그 : <http://www.allblog.net>

<sup>8</sup> 미디어다음 블로거뉴스 : <http://bloggernews.media.daum.net>

국내 최대 메타 블로그 서비스. 17 만 개 이상의 블로그가 등록돼 있으며 실시간으로 블로그에서 이슈가 되는 주제를 찾기 쉽게 구성돼 있다. 주요 파워 블로그나 알파 블로그들이 탄생되는 곳이기도 하다. 매년 상반기, 하반기 두 차례 선정되는 올블로그 Top 100 블로그는 블로거들에게 큰 주목을 끄는 행사다.

◆ 미디어다음 블로거뉴스: <http://bloggernews.media.daum.net>

블로거들이 만드는 뉴스 성 글을 위주로 서비스하는 다음의 개방형 서비스. 사회적인 이슈나 생활 속 작은 소식을 놓치지 않고 발 빠르게 전달하는 블로거들이 주로 활동하는 영역이다. 약 7만 명의 블로거 기자단이 활동하고 있다.

◆ 이올린: <http://www.eolin.com>

태터툴즈, 티스토리 사용자들이 뿔뿔 뭉쳐 있는 메타블로그. 태그 클라우드로 시작되었지만 지금은 올블로그를 넘보는 수준의 독립형 메타블로그. 다양한 집객 요소를 갖추고 있다.

◆ 미디어몹(오픈블로그): <http://www.openblog.com>

블로그는 곧 미디어라는 생각을 줄곧 견지해오고 있는 사이트. 블로그포스트마다 게재 사실을 알려주는 잡일도 마다 않고 홍보해서 나름 성공한 메타블로그. 선정 기준은 없다.

◆ 블로그플러스: <http://blogplus.joins.com/Home/>

일간스포츠(ISPLUS)가 선보인 야심 찬 메타블로그. 스포츠 연예에 관해서는 따라올 대상이 없는 메타블로그. 블로거들을 모두 연예부 기자로 만드는 탁월함과 블로그 포스트를 지면에 게재하는 놀라운 개방성까지 갖추고 있다.

◆ 커리어블로그: <http://careerblog.scout.co.kr>

많은 방문횟수를 기록하고 있진 않지만 메타블로그 기능에 충실한 사이트. 독립사이트가 아니라는 점이 흠이 될 정도로 깔끔한 인터페이스가 자랑. 오른쪽 하단의 '남자 생각, 여자 생각' 의외로 재미있다.

◆ 이버즈 블로그: <http://blog.ebuzz.co.kr>

쇼핑저널 이버즈, 전자신문인터넷에서 어렵게 자리잡아가고 있는 메타블로그. 날마다 바뀌는 실시간 블로그랭킹을 통해 블로거들의 파워를 간접 경험할 수 있다.

◆ 다음 DNA 렌즈: <http://dna.daum.net/lens/>

다음 내 유명 블로거의 블로그 수집 목록을 서비스화 한 곳. 이른바 '렌즈 효과'라는 말까지 만든 사이트. 이 곳에 올라가면 상당한 트래픽 유발이 일어난다. 단, 블로거가 직접 등록하는 것이 아니라 선정 방식이어서 유명한 블로그를 위주로 모아놓았다.

◆ 블로그코리아: <http://blogkorea.org>

비운의 메타블로그로 한때 국내 최정상 메타블로그였지만 한동안 가사상태로 남아 있었다. 하지만 미디어 U 에서 인수한 이후로 재오픈을 감행해 상당한 인지도를 통해 다양한 분야의 콘텐츠를 소개하는 데 주력하고 있다.

최근에는 기사는 물론 블로그 포스트 모두를 가리지 않고 사용자 입장에서 서로 추천해주고 이슈화시키는 디그닷컴<sup>9</sup>의 모델을 차용한 소셜뉴스(Social News) 서비스<sup>10</sup>들이 블로거들 사이에서 화제가 되고 있다.

---

<sup>9</sup> 디그닷컴, 또는 딕닷컴 : <http://www.digg.com>

<sup>10</sup> 소셜뉴스 서비스는 사회적으로 의미있는 뉴스가 기존 언론으로부터 나오는 소식 외에도 각 사회 구성원들 역시 생산자의 지위에 있을 수 있으며 뉴스의 배열 역시 소비자가 주체적으로 참여해 의제를 설정할 수 있는 기능을 갖춘 서비스를 말한다.

또한 이런 플랫폼 서비스를 이용하지 않더라도 자신의 적극적인 의지만 있다면 구글이나 옴파스 같은 전문 검색들이 독자들을 생산자들과 연결시켜준다. 독자들에게 콘텐츠를 배포하는 비용이 실질적으로는 '0'에 가깝기 때문에 생산에 집중할 수 있는 환경이 도래했다. 지면의 제약이나 분량, 게재 주기도 걱정할 필요가 없다. 스스로 결정하면 된다.

## 4 블로그스피어에서 화제가 되는 글

블로그가 모여 있는 메타 블로그에서는 메시지의 생산자와 소비자가 엇비슷해지면서 이슈가 빠르게 확산되고 다양한 논의가 불같이 일어나는 것이 특징이다. 이색적이거나 새로운 소식 역시 블로거들 사이에서 화제가 된다. 이런 느슨하지만 사안별로 뭉치고 흩어지는 커뮤니티 현상을 '블로그스피어'라고 말한다. 대체적으로 대형 포털 블로그 서비스에서는 이런 변동성 심한 현상은 찾아보기 힘들다.

다음은 블로그스피어에서 화제가 되는 글의 일반적인 특징이다.

### 1. 비난하거나 비판하는 글

특정 대상을 비판하거나 비난하는 글은 늘 상위에 올려져 있다. 예를 들어 정부, 정치인, 삼성, KT, 네이버를 비롯한 시장 거대 집단에 대한 비난이나 비판은 끊이지 않고 올라오고 있다. 단순히 느낌이 그럴 수도 있고 구체적인 논지를 지닌 어떤 구체적인 사안일 수도 있다. 어떤 이는 이를 두고 사회적 클레임(불만 제기) 2.0 이라고도 말한다. 기존 언론이 사회 공론화시키기까지의 과정을 기다리지 않고 스스로 불만을 제기하고 그 비판과 비난에 대한 근거로 개인적인 차원의 경험이나 기타 웹에서 얻을 수 있는 자료를 들이대는 경우가 많다.

### 2. 반박하거나 반문하는 글

메타 블로그의 재미있는 현상은 누군가 특정한 대상이나 현상에 대해 비판을 하면 당사자가 반박하기도 하고 대신 반박해주는 블로거도 나타난다는 것이다. 내가 칼럼을 올려서 다른 언론인에 의해 비판을 받았을 때 본인보다 훨씬 더 강렬하고 공격적인 자세라 나의 블로그를 옹호하기도 했다. 또한 나 역시 특정한 대상에 대해 비판을 가하면 당사자로부터 반박을 듣기도 하고 당사자가 아닌 다른 블로거로부터 공격을 받기도 했다. 이러한 논란은 읽는 이로 하여금 추천버튼을 누르게 만드는 힘을 갖고 있는 듯 보였다.

### 3. 유명한 대상에 대한 글

인터넷에는 일종의 추종자들이 있다. 이들을 속된말로 '~빠'라고 비하하기도 한다. 구글의 한국 진출과 미국에서 혁신적인 서비스를 내놓을 때마다 IT 업계 전반에 상당한 영향을 미치는

것과는 별개로 블로거들은 구글의 서비스에 관심을 크게 기울였다. 애플 역시 마찬가지였으며 애플 아이폰에 대한 정보는 일반 뉴스나 잡지에서 보기 힘든 내용까지 블로거들은 발 빠르게 소개했다. 반대로 유명 정치인 연예인들은 블로거들에게 주목의 대상이며 이들 대상에 대한 소식과 비판, 옹호는 갖가지 사유로 메타 블로그에서 인기 글로 손쉽게 추천된다. 이는 뉴스 가치를 설명하는 '주지저명성'과 맞닿아 있다고 할 수 있다.

#### 4. 기존 미디어에 대해 반발하는 글

뉴 미디어 영역에 있는 블로거로서는 기성 미디어에 대한 반발에 크게 주목한다. 기존 미디어의 잘못된 내용이나 태도에 대해 지적하는 글은 블로거들 사이에서 상당한 호응을 얻는 모습을 보이고 있다. 이는 기성 미디어에 대한 강렬한 저항 방식 가운데 하나이며 이 저항이 납득할만한 저항으로 이어지고 있다는 점에서 기성 미디어가 블로그에 긴장하고 있는 것이다.

#### 5. 새롭거나 신기한 소식을 전달하는 글

인터넷의 특성상 간단하지만 새롭거나 신기한 소식은 늘 화제를 만들고 있다. 포털에서 주도한 '세상에 이런 일이'라는 프로그램에 나올 법한 일들은 늘 블로거들에게도 주목을 받는 소재다. 이는 뉴스 가치에 있어서 '특이성'을 강조한 콘텐츠라는 점에서 주목을 받기 쉽다. 예를 들어 제주도 성박물관 내용이 블로그로 올려지면 많은 사람들이 이에 주목한다거나 평소에 알지 못했던 상식에 대한 내용 역시 블로거들에게 큰 주목을 받게 된다. 블로거들은 마찬가지로 이유로 인터넷 뉴스에서 나오는 다양하고 엽기적인 소식을 전달해주는 매개 역할도 한다.

#### 6. 사회 현상에 대해 잘 정리한 글

칼럼니스트급의 블로거들이 속속 등장하면서 새로운 가치를 펼치고 있다. 아직까지는 제한적인 영역에서 나오고 있지만 영화 칼럼니스트나 정치 평론가들이 2007 년 메타 블로그에서 가장 많이 주목 받은 이들이기도 하다. 단순한 느낌이나 감정으로 블로그 글을 쓰는 것이 아니라 다양하고 심도 깊은 지식을 배경으로 사회적인 현상에 대해 해석해주는 글이 주목을 받는 것이다. 일부 정치인들이나 청와대 블로그의 공격적인 사회 현상 해석도 독자들로서는 메타 블로그에서 손쉽게 찾아 볼 수 있다. 일부 언론들은 블로그의 콘텐츠가 저급하다고 하지만

참여하는 사람이 많아지면서 심도 깊은 이야기들 역시 네티즌 독자들에게 선택되고 있다는 점은 주목해봐야 할 내용이다.

#### 7. 구체적인 개인 경험을 적은 글

아주 구체적이고 개인사적인 내용이 메타 블로그에서 주목 받는 경우가 있다. 일본 영화 <전차남>의 경우처럼 무심코 올린 내용에 대해 다른 사람들이 주목해주고 반응해준다는 면에서 인터넷 역시 사람들이 움직이고 있는 사회라는 것을 보여주는 사례다. 하지만 이러한 비공식적이고 개인 사생활 이야기가 기성 미디어에서 노출되려면 메시지 발신자가 매우 유명인이거나 기자들의 가공 과정을 거쳐야 했다. 하지만 일반 시민들이 자신의 대소사에 대해 의미를 부여하고 이에 대한 독자들과의 교감을 보여준다는 면에서 미디어 2.0의 사소함의 대중화 특성을 잘 보여준다고 볼 수 있다. 예를 들어 내일 결혼하는 사람이 올려놓은 자신의 프로포즈 경험담은 독자들로부터 콘텐츠의 연속성을 느끼게 해주고 자신의 감정을 이입시키는 효과를 보여주고 있는 것이다.

#### 8. 해외 소식에 대한 글

국내 블로그의 경우 한국어를 위주로 작성되고 있고 소비되고 있기 때문에 해외 소식에 대한 블로그 글은 매우 인기가 좋은 편이다. 단순히 해외 소식뿐만 아니라 해외 교포가 전하는 생생한 소식, 그리고 대형 사건의 주변 소식은 블로거들로부터 늘 주목을 받는다. 해외 소식에 대한 번역성 글은 날이 갈수록 많아지고 그 정보력 역시 확대되어가고 있다. 이는 일정부분 해외 소식이 여과 없이 인터넷을 통해 전달되고 있으며 인터넷 신문들이 앞다퉈 해외 소식을 전달해주고 있기 때문에 이를 통한 정보의 양적 확대는 꾸준할 것으로 보인다.<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> 명승은 <미디어 2.0 : 미디어 플랫폼의 진화> 2008, 요약 인용



## 5 블로깅할 때 주의할 점

기존의 저널리즘은 공공성을 최대 가치로 두고 있으며 일정 영역에서는 공공성을 희생하는 행위에 대해서는 규제나 제도권의 견제를 받아들이는 측면이 있었다.

하지만 미디어 2.0 옹호론자들은 자유민주주의 시장 질서에 대한 경도된 의견을 종종 보이고 있다. 전문적이고 구체적인 사안에 대한 논의를 확대시키는 반면 즉흥적이고 단편적인 내용에 집착하는 모습도 보이고 있다. 또한 객관적인 시각을 아예 처음부터 포기해 주관적이고 편향된 시각을 옹호하기도 한다. 이는 무리한 일반화를 야기하기 때문에 구술문화에 좀더 접근해 있다는 것을 보여준다.

일반적으로 구술문화와 문자문화는 오랜 역사적인 관계를 가지며 상호 보완적으로 변했다. 하지만 인터넷의 발전은 구술문화를 인터넷으로 끌어들이고 다시 한 번 대폭발하게 된다. 진중권 교수는 서구의 인터넷 문화가 정보 지향적이며 우리나라의 인터넷 문화는 친교 지향적 문화라고 지적한다.

친교문화에서는 구술문화의 여러 양태들이 그대로 드러나게 된다. 블로그 등 구술문화이면서 문자의 형식을 빌은 매체의 경우 이러한 모습이 뚜렷하게 드러나는데 이로 인한 문제점이 속속 발견되고 있다.

즉 일반적으로 언어적 커뮤니케이션은 다음과 같은 장애요인을 갖고 있다. 좀더 개인화 되어 있고 좀더 비공식적인 매체인 블로그에서는 자칫 자신도 모르는 사이에 남들에게 피해를 주거나 모멸감을 줄 수 있다. 따라서 다음의 내용은 블로깅을 하면서도 주의해야 할 점이다.

### 1. 양극화 현상

분극화 또는 양극화로 표현할 수 있는 이 현상은 중립성에 대한 훼손을 기반으로 한다. 개인이 말하는 것이고 주관적인 입장을 피력하면서 생기는 것으로 양측, 또는 다원화된 이해를 기반하면서도 한쪽으로 치우친 주장을 하기 쉽다. 또한 이는 한쪽의 의견에 편향되게 말함으로써 토론보다는 주장의 반복을 보여주는 경우가 많아진다.

## 2. 언어 연상적 경향

언어 자체가 주는 연상적 작용에 의한 것으로 언어는 자신의 주관적 경험에 대해 추상적인 상황을 구체화시키는 장점이 있는 반면 남들과 경험을 공유하지 못해 연상을 다르게 만들어 생산자와 수용자 사이의 메시지 교환을 어렵게 만들기도 한다. 내 어머니와 남의 어머니가 다른 행동을 보이고 있는 상황에서 내 어머니에 대한 이야기를 하면 남들은 자신의 어머니를 그 이야기에 대입시켜 근본적인 메시지 오류를 만들어낸다.

## 3. 사실과 추론의 혼동

추론은 구술문화에서 손쉽게 볼 수 있는 것으로 몇 가지 사실의 조합을 통해 배경과 과정을 생략하고 미래 진단을 하는 경우가 흔하게 있다. 저널리스트의 제 1의 덕목을 사실 관계 확인에 있다고 할 때 이는 저널리스트로서의 결격 사유에 해당되는 경우이기도 하다. 따라서 변하지 않는 사실관계에 대한 확신이 없는 상태, 또는 잘못된 사실 관계로 인한 잘못된 추론은 수용자를 혼란에 빠트리게 된다. 저널리즘의 전제조건이 기록이라는 점에서 저널리즘 2.0의 가치 역시 기록의 입장으로 접근한다면 이러한 오류는 경계해야 할 점이다.

## 4. '모두 다' 일반화의 오류

흔히 언어적 메시지에서 발견되는 것으로 이는 기존의 저널리즘에서도 흔히 보이는 현상이다. 작은 사안 하나를 두고 '다른 것 모두'를 끌어들이어 일반화시키는 경향이다. 이는 사례가 분명할 경우나 통계 인용의 경우에서 흔히 보게 된다. 이른바 시대적 경향을 말하는 트렌드에 대한 구술이 이뤄질 때 상대방이나 자신을 모두의 범주에 포함시켜 메시지 자체가 신빙성이 떨어지는 결과를 낳게 된다. '나는 그렇지 않은데'라는 말을 하기 쉽지 않은 상황을 만들고 이는 서로의 메시지 신뢰를 떨어트리게 된다.

## 5. 고정적인 평가

특정한 대상을 표현하는 과정에서 일반적이고 사전적인 의미를 뛰어넘어 자신만의 주관적인 평가를 개입시키는 경우가 많다. 예를 들어 '수구 꼴통'이라거나 '멋진 구글' 등의 수식어를 차용하는 경우가 그렇다. 일부러 긍정적인 메시지 전달을 위해 단어나 대상에 대한 서술을

끝어나갈 때도 상대방과의 충분한 교류가 없는 상태라면 메시지 전체가 서로의 평가 차이로 인해 왜곡되는 현상이 발견된다. 심리학적으로도 특별한 평가를 내리지 않고 교과서적인 평가를 받고 있는 대상에 대해 누군가 특정한 시각을 통해 반대, 또는 다른 시각의 평가를 내리면 인지부조화에 빠지는 경우가 많다.

## 6. 사회적 선입견 투영

‘여자들은 원래 그래’, ‘수구꼴통들이 하는 짓이 늘 그렇지’, ‘이게 다 노무현 때문에 생긴 일이다’, ‘삼성은 부패한 조직이야’ 등 사회적인 선입견은 늘 마찰을 불러오는 요소다. 일반화의 오류에도 포함되는 이러한 현상은 미디어 2.0 시대에서도 주의해야 할 메시지 전달 방식이다. 특히 사회적 선입견을 통한 특정 대상에 대한 평가는 메시지 전달자와 수용자를 괴리시키는 일을 발생시킨다. 사회적인 약자에 대한 부정적인 평가를 그대로 노출할 경우 이는 명예훼손이나 인격권 침해 등의 문제를 야기한다.

이외에도 타인에게 저작권이 있는 글을 퍼담을 때는 가급적 ‘비공개’를 원칙으로 하고 타인의 글을 인용할 때는 링크를 활용해야 저작권 시비를 피할 수 있다. 또한 자신은 물론 타인의 사생활을 지나치게 노출시키거나 사적인 감정 표현을 절제하지 않은 상태에서 글을 쓰는 것도 조심해야 할 부분이다.

블로그는 개인화된 매체이긴 하지만 활용하기에 따라서 사회 공적인 매체 이상의 영향력을 발휘할 수 있는 가능성을 내포하고 있다. 반면 사회적으로 개인이 책임지기 힘든 범위까지 영향력을 미침으로써 블로그를 운영하는 개인은 물론 타인에게까지 심각한 피해를 주는 경우도 종종 발생하고 있다.

블로그를 운영하는 목적을 염두에 두고 블로그 서비스의 다양한 기능을 활용해 타인은 물론 자신에게도 피해를 주지 않는 책임 있는 블로깅에 대해 고민해야 할 때다.

## [2 교시]

주제: 블로그 따라잡기(1) - 블로그 개설 및 운영을 위한 노하우

내용: 블로그에 대해서 기본 개념을 잡고, 국내 여러 블로그 서비스에 대한 간략한 비교 및 실제 서비스 이용에 필요한 배경 지식을 설명한다. 특히, 블로그스피어에서 사용하는 낯선 용어들을 학습에 앞서 개념을 이해시키는데 목적이 있다.

### 6 블로그에서 자주 쓰는 용어

앞에서 블로그에 대해서 배웠지만, 용어를 새롭게 정리해보자. 블로그(Blog)는 'WEB'과 'LOG'가 합쳐서 생겨난 단어이다. 인터넷에 연결된 컴퓨터를 통해서 정보를 공유할 수 있는 시스템인 월드 와이드 웹(World Wide Web, WWW)을 간단히 줄여서 '웹(WEB)'이라고 부른다. 또, 일상의 기록을 의미하는 '로그(Log)'라는 단어가 합쳐서 웹로그(WEBLOG)라는 단어가 만들어졌으며, 웹로그가 다시 블로그(BLOG)로 변한 것이다.

인터넷 백과사전인 위키피디아에서는 블로그(BLOG)에 대해 “스스로가 가진 느낌이나 품어오던 생각, 알리고 싶은 견해나 주장 같은 것을 웹에 다 일기(로그)처럼 차곡 차곡 적어 올려서, 다른 사람도 보고 읽을 수 있게끔 열어 놓은 글 모음이다. 보통 시간의 순서대로 가장 최근의 글부터 보이며 여러 사람이 쓸 수 있는 게시판(BBS)과는 달리 한 사람 혹은 몇몇 소수의 사람만이 글을 올릴 수 있다”<sup>12</sup> 라고 정의하고 있다. 국립국어원에서는 블로그라는 말을 순화하기 위해서, 우리말인 '누리사랑방'으로 고쳐 쓰라고 권장하고 있지만, 널리 퍼져있지는 못한 상태이다.

블로그를 운영하는 사람을 이르러 블로거(Blogger)라고 부르며, 블로그들이 모여 있는 공간을 블로그스피어(Blogosphere)나 블로그스페이스(Blogspace)라고 부른다. 블로그스피어는 반드시 물리적으로 블로그들이 모여있는 것을 의미하지는 않고, 일반적으로 '블로그들 사이'라는 의미를 표현하기 위해서 사용된다.

---

<sup>12</sup> 블로그에 대한 정의는 “<http://ko.wikipedia.org/wiki/블로그>”를 참조하면 된다

## 6.1 블로그 주소, 도메인(Domain)



모든 웹서비스들은 다른 이용자들이 방문할 수 있는 고유한 주소를 가지고 있다. 블로그도 이와 다르지 않다. 블로그 방문자는 주소창에 고유한 주소를 입력해서 블로그 페이지를 열 수 있다. 예를 들어, '한국 블로그 산업 협회'의 공식 블로그 주소는 <http://www.bbakorea.org> 이다.

이런 주소는 전세계에서 유일한 것이다. 서비스형 블로그의 경우 보통 서비스를 제공하는 업체의 주소에 붙여서 블로그 주소가 생성된다. 따라서, 같은 `bbakorea` 라는 이름으로 블로그를 만든다면 서비스 제공 업체에 따라서 이름은 다음과 같이 결정된다.

- 네이버 블로그: <http://blog.naver.com/bbakorea>
- 다음 티스토리: <http://bbakorea.tistory.com>
- 야후 블로그: <http://kr.blog.yahoo.com/bbakorea>
- 이글루스: <http://bbakorea.egloos.com>
- 파란 블로그: <http://blog.paran.com/bbakorea>
- 텍스트큐브닷컴: <http://bbakorea.textcube.com>

위와 같이 블로그 ID(bbakorea)가 서비스 주소의 앞이나, 뒤에 붙어서 블로그의 고유한 주소가 생성된다. "http://서비스주소/블로그 ID"와 같은 주소 체계는 포털에서 주소 사용하는 경우가 많고, 블로그만 전문적으로 제공하는 업체에서는 "http://블로그 ID.서비스주소"의 형식으로 주소를 선호하는 편이다.

설치형 블로그의 경우 조금 더 자유롭게 사용할 수 있다. 설치형 블로그는 '독립 도메인' 주소를 사용<sup>13</sup>하게 되는데, 독립 도메인은 우리가 흔히 '인터넷 주소', '웹사이트 주소'라고 부를 때처럼 어떠한 인터넷의 웹 사이트로 접근하기 위한 '주소'를 의미한다. 앞서 설명한대로 '한국 블로그 산업 협회'의 독립 도메인은 <http://bbakorea.org> 이다. 설치형 블로그는 독립도메인을 그대로 사용하거나, 앞뒤에 다른 단어를 붙여서 사용하는 것이 모두 가능하다. 예를 들면, <http://blog.bbakorea.org> 나 <http://bbakorea.org/blog> 와 같은 형식을 모두 사용할 수 있다.

도메인 이름만으로 만들어진 주소가 가지는 장점은 우선 기억하기 쉽다. 필자의 블로그는 아래와 같은데, 위의 주소에 비해서 아래의 주소가 기억하기에 훨씬 쉬운 편이다.

- 서비스에 연결된 주소: <http://bklove.tistory.com>
- 도메인 이름만으로 만들어진 주소: <http://bklove.net>

이렇게 도메인을 등록하기 위해서는 '도메인 등록 기관'에 일정한 비용을 지불하고, 도메인을 등록하게 된다. 이 주소는 전세계에서 유일한 주소이기 때문에, 만약 다른 사람이 먼저 주소를 등록한 상태라면 그 주소는 사용할 수 없다. 일반적으로 1년 단위로 주소를 갱신해야 하며, 등록에 필요한 비용을 1년을 기준으로 1만 원~3만 원정도<sup>14</sup>이다.

---

<sup>13</sup> 서비스형 블로그 중에서도 이렇게 도메인을 등록할 수 있도록 제공하는 업체들이 있는데, 이에 대한 목록은 7.1 장의 표에 설명되어 있다.

<sup>14</sup> 도메인 등록 비용은 등록하는 주소(.com .net .co.kr)에 따라서 가격이 다르고, 등록을 대행하는 기관에 따라서 가격이 다르기 때문에 명확하게 정의할 수 없다.

## [도메인 이름에 대해 더 배워보자!]

지금까지 도메인 이름에 대해서 설명했다. 추가로, 우리가 인터넷에서 어떤 웹사이트에 접속하기 위해서 주소창에 도메인 이름을 입력할 때, 컴퓨터는 어떤 과정을 거치게 되는지 살펴보고자 한다. 예를 들어, 온라인에서 게임을 하기 위해서 '고스톱'을 제공하는 온라인 게임 업체(여기서는 업체 중에 편의상 피망을 예로 들고자 한다)에 접속한다고 생각해보자.

우리가 "피망"이라는 웹사이트에 접근할 수 있는 방법은 보통 아래 3 가지이다.

- 웹브라우저 주소창에 "http://pmang.com"을 입력한다
- 검색엔진에서 "피망"이라는 단어를 검색해서 나온 결과를 클릭한다
- 바탕화면에서 "피망"이라는 바로가기 링크를 더블 클릭한다

여기서 아래 두 가지 경우는 http://pmang.com 이라는 주소를 일일이 기억하기 힘들기 때문에, 더 쉽게 갈수 있는 지름길을 사용한 것이다.

결국, 사용자는 어느 경우라도 http://pmang.com 이라는 주소를 주소창에 입력하는 것과 같은 효과를 만든다. 주소창에 도메인 이름이라는 이 주소가 입력되면, 이 주소는 즉각 도메인 이름을 정리해놓은 DNS(Domain Name System)라는 곳에 접속해 이 주소에 대한 해석을 의뢰한다. 다만, 이런 행동들은 이용자들이 인지하지 못하는 상태에서 컴퓨터끼리 신호를 주고 받으면서 처리되기 때문에 우리가 평소 몰랐던 것이지, 어떠한 경우에도 예외가 없다.

굳이, 바로 피망 사이트에 접속하지 않고, DNS 에 접속해서 해석을 의뢰하는 이유는 무엇일까? 그것은 도메인 이름만 가지고는 어떤 웹사이트에도 방문할 수 없기 때문이다. 전세계의 모든 웹사이트에는 직접 접속하기 위한 주소를 가지고 있다. 이를 IP 주소(IP Address)라고 한다.

IP 주소는 흔히 12 자리의 숫자<sup>15</sup>로 구성되어 있는데, 예를 들어 피망으로 접속하기 위한 IP 주소는 222.231.20.17 이다. 이 숫자만으로 구성된 주소가 가지는 단점은 사람이 이해하기 어렵다는 것이다.

그래서 인터넷은 사용자에게 문자로 된 도메인 이름(pmang.com)을 기억하게 하고, 이 이름을 주소창에 입력하면, DNS 에서 다시 도메인 이름을 IP 주소(222.231.20.17)로 변환하는 작업을 한다. 브라우저는 IP 주소를 통해서 웹사이트에 방문하지만, 이런 과정은 모두 보이지 않는 곳에서 처리되기 때문에 우리는 이런 사실을 알 수 없다.

---

<sup>15</sup> 12자리 주소체계를 사용하는 것은 IPv4이라고 한다. IP(Internet Protocol)의 4번째 버전이라는 의미이다. 흔히 12자리 숫자는 xxx.xxx.xxx.xxx와 같이 점(.)으로 3자리씩 끊어서 사용하는데, 문제는 이 주소 체계에서 사용할 있는 도메인의 최대 숫자는 약 43억 개 정도 뿐이다. 43억 개는 상당히 큰 숫자이지만, 인터넷의 발전이 너무 빨라서, 주소가 거의 고갈될 상황이다. 전세계적으로는 40%(17억 개)가 남아 있으며, 국내는 상황이 심각해서 99.69%가 사용해서 자원이 거의 없는 상황이다. 현재 이를 대체하기 위해서 IPv6가 운영 중에 있다. IPv6는 약  $3.4 \times 10^{38}$ 개의 주소를 사용할 수 있다.



## 6.2 댓글(Comment)과 트랙백(Trackback, 엮인글)

블로그는 어떤 종류의 정보(정보는 개인의 생각을 적은 일기일 수도 있고, 정치적인 의견이나, 사진 혹은 동영상일 수도 있다)를 남기는 시스템이다. 누군가는 정보를 남기고, 또 누군가는 그 정보를 보게 될 것이다.

정보는 다른 사람과의 소통을 통해서 다양한 관점을 더할 수 있다. 블로그 시스템에서는 정보를 남긴 사람과 정보를 본 사람 사이에서 의견을 교환할 수 있는 방식으로 댓글과 트랙백<sup>16</sup>이 있다. 댓글은 블로그에 남겨진 글 아래 간단히 자신의 의견을 남기는 방식으로, 블로그 뿐 아니라 카페(Café), 뉴스 사이트 등 대부분의 웹사이트에서 사용한다.



트랙백 주소 :: <http://flytothemoon.kr/194/trackback/>

이름

패스워드

홈페이지

내용

비밀글

댓글 달기

댓글은 보통 이름, 패스워드, 홈페이지(혹은 메일 주소), 내용으로 구성된다. 시스템에 따라서 로그인한 방문자의 경우는 이름과 패스워드, 홈페이지와 같은 정보를 생략하고 내용만 남길 수 있도록 하는 곳도 있다. 비밀글(주인만 보기) 기능은 블로그를 운영하는 사람만 볼 수 있도록 댓글을 남길 수 있는 기능으로, 민감한 내용이나 굳이 외부에 알리고 싶지 않은 내용을 남길 때 사용할 수 있다.

---

<sup>16</sup> 블로그 시스템 자체가 외국에서 먼저 시작된 탓에 많은 용어들이 영어로 되어 있고, 때로 이런 말이 한글로 번역된 경우도 있다. Trackback은 보통 '트랙백'이라고 표현하지만, 시스템에 따라서 '엮인글'이라고 표현하기도 하다. 본문서에서는 편의상 '트랙백'이라고 표기하고 있다.

트랙백은 블로그에서 처음 제안된<sup>17</sup> 의견 교환 방식이다. 댓글이 어떤 글에 대해서 바로 의견을 남기는 방식이며, 간단한 의견을 남길 때는 유용하지만, 제대로 된 글을 작성하는 것은 아니다. 남겨진 의견도 내 블로그가 아닌, 상대방의 글에 부속되어 남겨져 있다. 반면 트랙백은 어떤 글에 대한 의견을 내 블로그에 작성하고 그 글을 역으로 링크하는 방식이다. 아래는 한 행사에 대한 후기에 남겨진 트랙백 의견이다.

**트랙백 주소 ::** <http://bklove.info/trackback/837>

---

**참가 후기 - 인텔 블로거 선상 파티**  
**Tracked from 바로바로 의 중얼중얼 2008/07/16 18:53** delete

이런 곳도 있더군요. 문화생활과는 거리가 먼지라 처음가봤습니다. 상당히 괜찮더군요.여친님이 계신분은 같이 가면 딱 좋을듯 합니다. 1층은 커피숍입니다...저처럼 솔로는...후. 인텔 센트리노 2 프로세서 기술 발표 기념 블로거 선상 파티가 2008년 7월 15일(화), 한강 고수부지 잠원지구 내 FRADIA 2에서 열렸습니다. 인텔 코리아 사장님의 말씀에 따르면 이런 블로거 행사가 아태지역에서는 한국이 유일했다고 합니다. 개인적으로 반가운 현상이.

---

**인텔 센트리노2 출시 블로거 행사 스케치**  
**Tracked from Super Adopter 2008/07/16 22:24** delete

7월 15일 오후 1시를 기점으로 AP지역에 인텔 센트리노2가 공식 릴리즈 되었습니다. 제조업체들도 각자 센트리노2를 채택한 제품을 선보이면서 2008년 하반기 라운드를 힘차게 출발했습니다. 2008년 하반기 라운드의 특징은 센트리노2의 특징과 동일하다고 봐도 무리가 아닙니다. 저전력 효율적인 막강 화력 약 5년 전에 센트리노가 나온 이후 센트리노2는 본격적인 모바일 컴퓨팅의 완성을 구현하는 특징을 잘 녹인 제품이라고 할 수 있습니다. 인텔의 박성민.

---

**인텔 센트리노2 출시 블로거 행사 스케치**  
**Tracked from Super Adopter 2008/07/16 22:24** delete

7월 15일 오후 1시를 기점으로 AP지역에 인텔 센트리노2가 공식 릴리즈 되었습니다. 제조업체들도 각자 센트리노2를 채택한 제품을 선보이면서 2008년 하반기 라운드를 힘차게 출발했습니다. 2008년 하반기 라운드의 특징은 센트리노2의 특징과 동일하다고 봐도 무리가 아닙니다. 저전력 효율적인 막강 화력 약 5년 전에 센트리노가 나온 이후 센트리노2는 본격적인 모바일 컴퓨팅의 완성을 구현하는 특징을 잘 녹인 제품이라고 할 수 있습니다. 인텔의 박성민.

한 글에 대해서 3 개의 블로그에서 비슷한 주제의 글을 쓰고, 그 글을 트랙백으로 보내서 글을 엮었다. (이렇게 블로그의 글들을 서로 엮어주기 때문에 트랙백을 '연인글'이라고 부르기도 한다) 이 블로그를 방문한 사람은 자신이 본 글과 연관되는 다른 3 개의 글을 더 볼 수 있게 된 것이다.

<sup>17</sup> 트랙백 시스템은 설치형 블로그 소프트웨어 Movable Type을 개발하는 Six Apart에 의해 2002년 처음 제안되었다.

### 6.3 태그(Tag, 꼬리표)

여러 사람이 함께 여행을 가게 되었습니다. 모두 같은 가방을 지급 받아서 짐을 싸게 되었는데, 과연 이 가방들을 어떻게 구분할 수 있을까요?

가방에 꼬리표를 달아서 이름을 적어놓으면 간단하겠죠. 같은 이름이 있다면, 이름과 함께 자신만의 애칭을 하나 더 붙여놓는 것도 도움이 될 것입니다.

블로그에 대해서 지금까지 “블로그 종류, 블로그 주소, 도메인 이름, 댓글, 트랙백”이라는 개념에 대해서 설명했다. 만약, 지금까지 작성한 내용을 블로그에 올리겠다고 생각해보자. 하나의 글에 다 적기에는 내용이 많으므로, 단락별로 글을 나눠서 작성한다. 첫 번째 글의 제목은 “블로그 종류” 두 번째 글은 “블로그 주소 개념”와 같은 식으로 진행할 수 있다.

과연 이런 식으로 글을 계속 작성했을 때, 관련된 주제를 가진 글을 묶어서 한번에 보고 싶다면 어떻게 해야 할까? 우선 생각해볼 수 있는 것은 검색이다. 예를 들면, “블로그”라는 단어로 검색할 수 있다.

태그에서 제안하는 것은 글을 작성할 때, 작성자가 그 글에 대해서 주제가 되는 단어들을 미리 등록해두면, 관련된 주제를 가진 글이 연결되고, 분류해낼 수 있다는 것이다. 앞서 설명한 내용으로 “블로그 종류”라는 제목의 글을 작성할 때 태그로 아래와 같이 남길 수 있다.

▶ 태그      \*태그는 실표로 구분해서 입력해 주세요 (최대 10개까지 입력 가능)

블로그 설명서, 블로그 매뉴얼, 블로그 종류, 블로그 개념

· 자주 사용하는 태그 :

두 번째 “블로그 주소 개념”에 대해서는 다음과 같이 남길 수 있다.

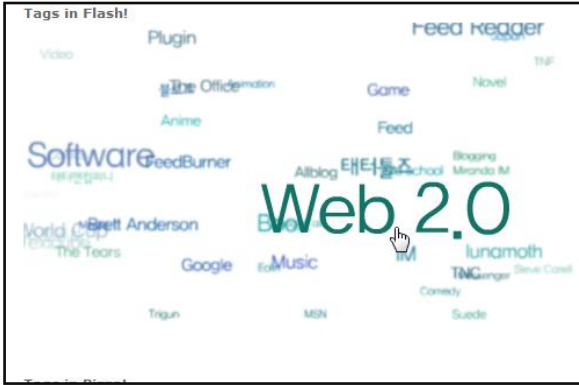
▶ 태그      \*태그는 실표로 구분해서 입력해 주세요 (최대 10개까지 입력 가능)

블로그 설명서, 블로그 매뉴얼, 블로그 주소, URL, 도메인 네임

· 자주 사용하는 태그 :

이제 두 글은 “블로그 설명서”, “블로그 매뉴얼”이라는 태그로 묶여 있다. 만약 여러 주제에 대해서 많은 글이 있는 상태라면 특정한 주제로 글을 나눌 수 있게 된다. 더 나아가 여러 블로그에서 수많은 블로거들이 작성한 글이 있다면, 태그만으로 글을 분류해낼 수 있게 되는 것이다.

블로그에 작성된 글은 기본적으로 더 많이 검색되고, 외부에 노출되는 것이 목적이다. 태그는 여러 글들을 유기적으로 묶어줌으로써 글을 재발견할 수 있는 방법이 되기도 한다.



특정 태그를 많이 사용할 경우 그 블로거는 분명 그 태그에 대해서 관심이 높은 블로거라고 판단할 수도 있다. 여러 블로그가 있을 경우는 서로 연관이 있는 블로그를 판단할 때에도 태그는 아주 유용한 기준이 될 수 있는 것이다.

## 6.4 RSS(Really Simple Syndication)

기존의 홈페이지에서는 어떤 새로운 내용이 올라왔는지 확인하기 위해서 직접 사이트를 방문해야 했다. 내가 좋아하는 정보가 올라오는 100 개의 사이트가 있다면, 100 개의 사이트를 하나씩 방문해야 하는데, 언제나 새로운 글이 올라오는 것은 아니다. 새로운 글이 올라왔을지, 안 올라왔는지 확인하기 위해서 100 개의 사이트를 일일이 방문하는 것은 분명 쉬운 일이 아니다. 시간 면에서도 낭비이다.

여기에 더 좋은 방법은 사이트 작성자가 글을 쓸 때마다 내게 '...에 관해서 새로운 글을 썼으니, 보러 오세요'라고 알려주는 것이다. RSS 는 이렇게 블로그 작성자가 어떤 주제에 대해서 글을 작성했는지 알게 해주는 시스템이다.

RSS 는 문자 그대로 해석하면 '정말 간단한 배급(Really Simple Syndication)'이라고 할 수 있는데, 블로그에 글을 작성하면 이는 RSS 라는 형태로 배포(배급)할 수 있는 것이다.

```
<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
- <rss version="2.0">
- <channel>
  <title>태터툴즈 가이드</title>
  <link>http://www.tatterguide.com/blog/</link>
  <description>태터툴즈 가이드</description>
  <language>ko</language>
  <pubDate>Thu, 14 Sep 2006 16:55:30 +0900</pubDate>
  <generator>Tattertools 1.1a7 development branch</generator>
- <item>
  <title>태터툴즈 가이드</title>
  <link>http://www.tatterguide.com/blog/entry/%ED%83%9C%ED%84%B0%ED%88%B4%
    EC%A6%88-%EA%B0%80%EC%9D%B4%EB%93%9C</link>
  <description><P> <BR>태터툴즈에 세계에 오신 것을 환영합니다.<BR><BR>태터툴즈는 국내 최대의 사용자
    와 최고의 기능을 내장한 설치형 블로그 도구입니다.<BR>태터툴즈는 오픈소스 라이선스인 GPL의 적용을 받고
    있으며.. 태터툴즈의 모든 기능을 사용하는 것은 무료입니다. 상업적인 용도, 개인적인 용도 어느 경우에도 무료
    로 제공됩니다.<BR><BR>태터툴즈 가이드는 블로그의 이해를 돕고, 설치형 블로그의 어려운 점을 해결하고자
    제작되었습니다.<BR>설치형 블로그 '태터툴즈'가 가지는 매력에 꼭 빠져보세요.<BR><BR>더 나은 블로그
    세상을 위해서..</P></description>
  <category>태터툴즈</category>
  <category>태터툴즈 가이드</category>
  <author>(BKLove)</author>
  <guid>http://www.tatterguide.com/blog/1</guid>
  <comments>http://www.tatterguide.com/blog/entry/%ED%83%9C%ED%84%B0%ED%88%
    B4%EC%A6%88-%EA%B0%80%EC%9D%B4%EB%93%9C#entry1comment</comments>
  <pubDate>Thu, 14 Sep 2006 14:23:54 +0900</pubDate>
</item>
</channel>
</rss>
```

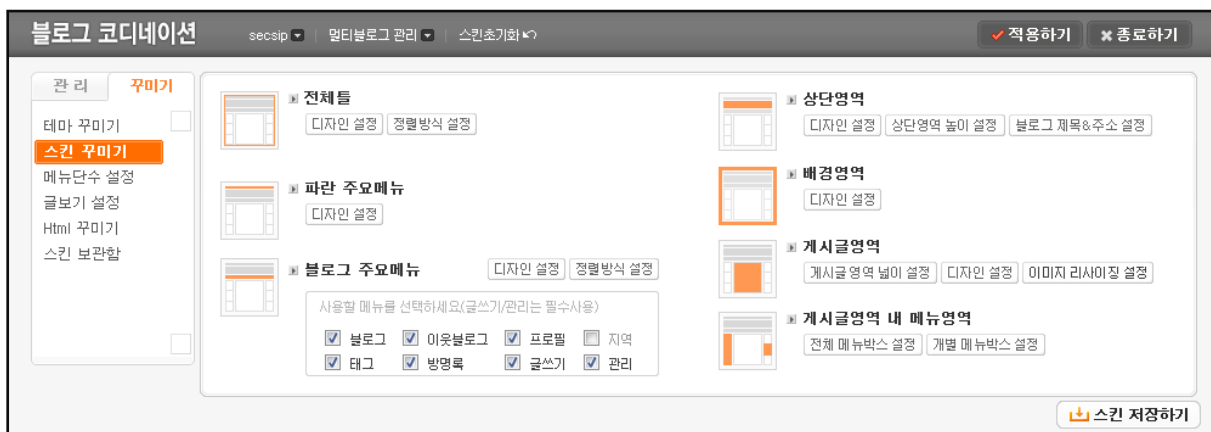
굳이 이런 형식을 이해할 필요는 없지만 RSS 는 위와 같은 구조를 가진다. RSS 의 가장 큰 장점은 자주 업데이트 되는 사이트에서 어떤 정보가 올라오는지 방문하지 않고 알 수 있다는 것이다. 예를 들면, 온라인 뉴스 사이트에서도 활용될 수 있다(실제로 대부분의 언론사에서도 RSS 를 지원한다). RSS 에 대한 개념만 잡아놓고, 실제 사용법은 앞으로 진행하면서 더 자세히 배우게 될 것이다.

## 6.5 디자인/스킨(Design/Skin)

블로그 디자인은 블로그의 옷이다. 앞으로는 이런 디자인을 스킨(Skin)이라고 부르게 될 것이다. 초기 블로그 시스템에는 몇 개의 단순한 스킨이 전부였지만, 최근에는 대부분의 서비스에서 다양한 스킨을 선택할 수 있게 되었다.

특히, 최근에는 사용자가 기본 디자인을 편집해서 자신한테 더 적합한 스킨으로 변경하는 것도 가능하다. 이를 테면, 배경을 바꾸거나, 메뉴의 위치를 자유롭게 바꿀 수 있으며, 심지어 새로운 기능을 추가하기도 한다.

일부의 블로그에서 지원하는 기능이긴 하지만, 완전히 새로운 블로그 디자인을 이용자가 직접 생산하고, 사용자끼리 공유하는 기능을 제공하기도 한다.



위의 예는 파란 블로그의 디자인 설정 화면이다. 전체적인 블로그 디자인을 '테마'라는 형태로 결정할 수 있으며, 개별적인 디자인을 스킨 꾸미기를 통해서 수정할 수 있다.

## 7 내게 맞는 블로그 선택하기

블로그를 만드는 것은 집을 구하고, 이사를 가고, 집에 가구와 살림살이를 채우는 것과 비슷합니다.  
집을 구하는 첫 번째 과정은 과연 어디에 보금자리를 마련할까에 대한 고민에서부터 시작해야겠죠?

이제 블로그를 시작하겠다고 결심했다. 어디서부터 시작하면 좋을까?

가장 우선적으로 해야 할 일은 여러 블로그 서비스 중에서 내게 맞는 서비스를 고르고, 선택하는 일이다. 블로그 서비스를 운영하다가 중간에 다른 서비스로 옮기는 것은 상당히 어렵고, 축적해 둔 자료가 삭제되거나, 블로그의 주소가 변경되는 문제가 발생할 가능성이 많으므로 가급적 처음 시작할 때 내게 맞는 서비스를 찾는 것이 중요하다.

만약 기존에 운영하고 있던 블로그가 있다면, 그 블로그 서비스가 내게 맞는 것인지 잘 판단하고 필요하다면 가급적 빨리 다른 블로그로 이사할 준비를 시작하는 것이 좋다. 지금부터 블로그 서비스에 대한 선택과 실제 서비스를 시작하는 방법, 그리고 이전 블로그에서 새로운 블로그로 이사할 수 있는 방법 등을 소개할 예정이다.

우선 어떤 블로그 서비스가 있는지 알아보자. 블로그 서비스를 구분하는 가장 큰 기준은 “설치형 블로그(self-hosted blog software)”와 “서비스형 블로그”이다.

‘서비스형 블로그’는 건설회사에서 예쁘게 집을 짓고, 살림살이까지 마련해놓은 아파트와 같습니다. 저마다 비슷한 모습을 가지고 있지만, 또 그만큼 편리한 것은 사실이죠. 블로그의 경우는 업체에 따라서 서비스는 완전 천차만별이니, 아파트보다는 조금 나은걸까요?  
반면, 설치형 블로그는 땅을 구해서, 집을 직접 짓는 과정과 비슷하다고 할 것입니다. 생각만해도 복잡하긴 하지만, 내게 딱 맞는 집을 지을 수 있겠죠.

개념이 간단한 서비스형 블로그부터 살펴보면, 서비스형은 이용자가 특별한 설정을 하지 않아도 “회원가입”만을 통해서 블로그를 운영할 수 있는 방법이다. 주로 네이버(Naver), 다음(Daum), 파란(Paran),

야후(Yahoo), 네이트(Nate)와 같은 대형 포털(Web portal)에서 제공한다. 많은 사람들은 메일(E-mail)이나, 카페(Café), 미니홈피 등의 서비스를 이용하기 위해 포털의 아이디(ID)를 이미 가지고 있는 경우가 많다. 그럴 경우 몇 가지 설정을 통해서 블로그를 만들 수 있는데, 이렇게 서비스형 블로그는 무엇보다 쉽고 간단한 것이 장점이다. 블로그를 만들기 위해서는 별다른 전문지식이나 기술이 전혀 필요 없다. 하지만 무료로 제공하는 만큼, 일부 기능에 제약이 있거나 기능을 확장하는 것이 어렵다는 단점도 존재한다.

사실 블로그를 시작하는 가장 간단한 방법은, 평소에 자주 쓰는 메일의 계정에서 제공하는 블로그 서비스를 이용하는 것이다. 국내의 경우 대형 포털 모두에서 블로그 서비스를 제공하고 있을 뿐 아니라, 외국의 포털 업체들도 자신 회사의 블로그 서비스를 가지고 있다. 하지만, 같은 블로그 서비스라도 제공하는 업체마다 서비스에서 다소 차이를 가지고 있기 때문에 시작하기에 앞서 꼼꼼하게 따져보는 것이 좋다. 이를 테면, 잡지처럼 여러 사람이 힘을 합쳐서 하나의 블로그를 사용하는 '팀블로그'라는 기능의 경우는 서비스형 블로그 중에서도 파란 블로그, 티스토리(Tistory), 텍스트큐브닷컴(Textcube.com) 블로그에서만 가능하다.

설치형 블로그는 블로그 운영자가 블로그 소프트웨어<sup>18</sup>를 서버에 설치해서 블로그를 만드는 방식이다. 서비스형 블로그는 서비스 제공자가 프로그램을 설치하고, 이용자에게 나눠주는 방식이지만, 설치형 블로그는 프로그램 설치까지도 사용자가 직접 해야 하는 것으로 서버 공간이나, 서버의 일정 공간을 임대해서<sup>19</sup> 프로그램을 직접 설치해야 한다. 도메인(Domain), 웹호스팅(Web Hosting), 웹서버(Web Server), MySQL, FTP(File Transfer Protocol)와 같은 생소한 개념에 대한 이해를 해야 하기 때문에 어려운 것이 사실이다. 특히, 서버의 공간을 구입하거나, 임대하는데 일정한 금전적인 비용이 발생할 수 있다. 사실 서비스형에 비해서 분명 어렵고 복잡하지만, 블로그 서비스 구성에 있어서 자유롭다는 장점이 있다.

---

<sup>18</sup> 블로그를 사용할 수 있도록 짜여진 프로그램의 종류. 프로그램을 직접 설치하면 블로그를 이용할 수 있다

<sup>19</sup> 이렇게 서버의 일정한 공간을 임대해서 사용하는 방식을 '호스팅(Hosting)' 서비스라고 부른다.



## 7.1 각 블로그 서비스 비교

	네이버 블로그	다음 티스토리	파란 블로그	야후 블로그	이글루스	텍스트큐브닷컴	텍스트큐브
방식	서비스형	서비스형	서비스형	서비스형	서비스형	서비스형	설치형
운영 업체	NHN	DAUM	KTH	Yahoo Korea	SK C&C	TNC	태터툴즈
주소	http://section.blog.naver.com/	http://tistory.com/	http://blog.paran.com/	http://kr.blog.yahoo.com	http://egloos.com/	http://textcube.com	http://textcube.org
컨셉	누구나 쉽게 표현하는 세상	수 많은 사람들의 상상력	나를 표현하는 생활의 즐거움	내 맘을 열면? 야후! 블로그	블로그 전문 이글루스	Brand Yourself!	Brand Yourself!
디자인	기본 스킨 + 에디터 편집	기본 스킨 + 자유 편집	기본 스킨 + 자유 편집	기본 스킨 + 에디터 편집	기본 스킨 + 자유 편집	기본 스킨 + 에디터 편집	기본 스킨 + 자유 편집
기본 스킨 디자인	36 개	111 개	15 개	272 개	85 개	8 개	2 개 (+517 개)
HTML 편집 <sup>20</sup>	불가	가능	가능	불가	가능	불가	가능
기존 홈페이지와 연동	불가	불가	불가	불가	불가	불가	가능
독립 도메인 <sup>21</sup>	불가	가능	불가	불가	불가	가능	가능
팀블로그 <sup>22</sup>	불가	가능	가능	불가	불가	가능	가능

<sup>20</sup> HTML 편집: HTML(Hypertext Markup Language, 하이퍼텍스트 마크업 언어)는 웹사이트의 디자인을 구성하는 언어의 한 종류이다. HTML을 편집할 수 있다는 것은 블로그에서 사용되는 디자인을 홈페이지를 디자인하는 것처럼 다양하게 수정할 수 있음을 의미한다. 디자인을 자유롭게 변경할 수 있는 가장 강력한 방법이지만, HTML 언어에 대한 사전 이해가 필요하다.

<sup>21</sup> 독립 도메인: domain.com domain.co.kr과 같이 주소를 사용해서 블로그에 접속할 수 있는 방식을 말한다.

<sup>22</sup> 팀블로그: 한 명 이상의 필자가 하나의 블로그에 글을 연재해서 작성할 수 있는 기능.

	네이버 블로그	다음 티스토리	파란 블로그	야후 블로그	이글루스	텍스트큐브닷컴	텍스트큐브
휴대폰 이용	읽기/쓰기 가능	읽기만 가능	읽기/쓰기 가능	읽기/쓰기 가능	읽기/쓰기 가능	읽기/쓰기 가능	읽기만 가능
첨부파일 (1 개 글)	이미지 10MB 영상 100MB	이미지 10MB 영상 100MB	이미지 5MB 영상 10MB	이미지 2MB 영상 100MB	영상 100MB	최대 10MB	계정 용량에 따름
ActiveX <sup>23</sup>	필요 없음	필요 없음	필수	필수	필요 없음	필요 없음	필요 없음
동영상	가능	가능	가능	가능	가능	가능	외부 서비스 이용 코드 삽입
친구 및 네트워크	이웃 블로그	없음	이웃 블로그	이웃 블로그	마이 (구독 기능)	관심 블로그 (자동 추천 <sup>24</sup> )	없음
댓글 알림이 <sup>25</sup>	불가	가능	가능 (파란 내)	불가	불가	가능	가능
블로그 광고 삽입 <sup>26</sup>	불가	가능	가능	불가	가능	지원 예정	가능
통계 기능	상세 통계	상세 통계	간단 통계	없음	상세 통계	상세 통계	상세 통계
백업	불가	가능	불가	불가	가능	가능	가능
복원	불가	가능	불가	불가	불가	가능	가능

## 7.2 블로그 이사하기

<sup>23</sup> ActiveX는 윈도우를 개발한 Microsoft에서 개발한 프로그래밍 언어이다. 보통 인터넷에서 추가 기능을 이용하기 위해서 개발되는데, ActiveX는 윈도우 운영체제와 Internet Explorer 환경에서만 작동하기 때문에, 다양한 운영체제의 접근성을 해친다는 이유로 세계적으로는 사용을 자제하고 있다. 한국에서는 인터넷 뱅킹 등에서 의무적으로 사용해야 함으로 문제로 인식되기도 한다.

<sup>24</sup> 자동 추천: 텍스트큐브닷컴은 이용자들 사이의 네트워크 및 커뮤니케이션을 강화한 블로그 서비스이다. 블로그를 사용하면서 다른 블로그 사이에서 발생한 관계를 분석해서, 사용자 사이의 관계를 추천해준다.

<sup>25</sup> 댓글 알림이: 내가 다른 블로그를 방문해서 작성한 댓글에 다시 댓글이 달렸을 경우 이를 알려주는 기능

<sup>26</sup> 광고: 블로그 내 사용자가 작성한 게시물의 내용과 유사한 광고를 게시함으로써, 수익의 일부를 블로그 사용자에게 돌려주는 프로그램을 말한다.

이제 내게 맞는 집을 구하셨나요? 지금부터 알려드릴 방법은 예전에 살고 있던 집에서 새로운 곳으로 이사하는 방법입니다. 하지만 어떤 곳은 이사가 되는데, 안타깝게도 이사를 못하게 하는 곳도 있습니다.

이번 블로그가 내가 구한 첫 번째 보금자리라면 이번 섹션은 가볍게 뛰어넘으셔도 좋습니다.

자, 이제 블로그 포장이사를 시작해볼까요?

때로는 이미 사용하고 있는 블로그에서 다른 블로그로 옮기고 싶을 때가 있다. 새로운 기능이나, 내게 꼭 필요한 기능이 다른 블로그에는 있지만, 내 블로그에 없는 경우이다. 설치형 블로그를 이용하는 도중에는 방문자수가 늘어나면, 공간을 임대하는데 들어가는 비용이 늘어나기 때문에 비용의 문제로 인해서 블로그를 옮겨야 할 때도 있다.

어떤 이유에서든 블로그를 옮겨야겠다고 결정을 했다면, 내가 예전에 작성한 글과 사진들을 어떻게 할지 결정해야 한다. 내가 작성한 모든 글과 사진을 가지고 새로운 서비스로 옮기는 것은 쉽지 않은데, 기존 서비스에서 내가 작성한 글들을 저장하는 것을 백업(Backup)<sup>27</sup>이라고 하고, 이를 다른 곳에서 다시 복구하는 것을 복원(Restore)이라고 한다.

백업과 복원 기능은 모든 블로그 서비스에서 제공되는 기능은 아니다<sup>28</sup>. 예를 들어, 설치형 블로그 '텍스트큐브', 서비스형 블로그인 '텍스트큐브닷컴'과 '티스토리'는 블로그에 있는 모든 정보를 하나의 파일로 저장(백업) 할 수 있다. 이 파일을 통해서 다른 블로그 서비스로 옮겨서 새로운 서비스에서 블로그를 사용할 수 있다.

---

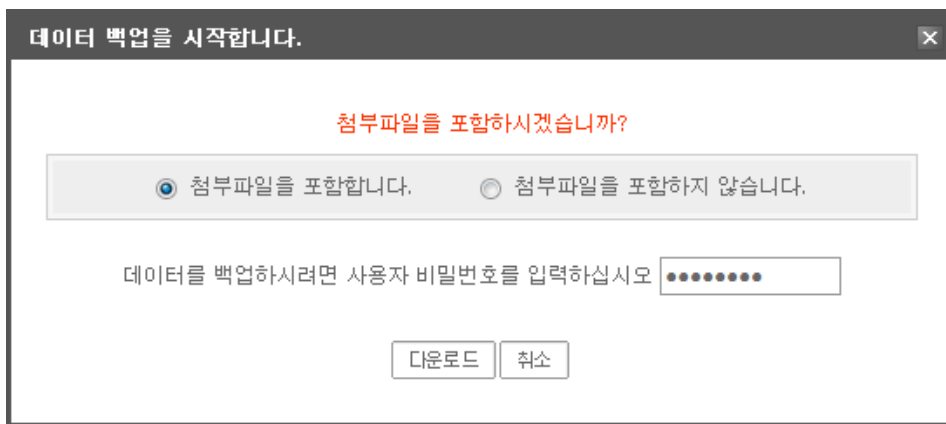
<sup>27</sup> 백업(Backup)은 원본 데이터에 삭제, 오류 등의 문제가 생겼을 때 이를 복원할 수 있도록, 데이터를 임시로 저장하는 것을 말한다. 블로그 서비스에서 백업이 되는 데이터는 '글' '글에 포함된 첨부 파일' '댓글' '통계' 정보 등이 있다.

<sup>28</sup> 각 서비스에서 이 기능을 지원하는지 여부는 앞의 7.2장에서 다룬 [백업] / [복원]의 가능 여부를 확인하면 알 수 있다.

데이터 파일 백업은 아래와 같은 과정을 거친다.



- 1 텍스트큐브, 텍스트큐브닷컴, 티스토리의 “환경설정” 메뉴에서 “데이터 관리” 항목을 선택한 뒤, “백업하기”를 선택한다.



- 2 백업하기를 선택하면 백업 파일에 첨부 파일을 포함할 것인지 묻는다. 첨부파일은 블로그 내에 포함되어 있는 사진, 이미지 등과 기타 사용자가 첨부한 파일을 말한다. 일반적으로 첨부파일까지 복원해야 함으로 가급적 첨부파일을 포함해서 백업을 하는 것이 좋다. 확인을 위해서 비밀번호를 입력하고, 다운로드를 선택하면 백업 파일을 작성할 수 있다.

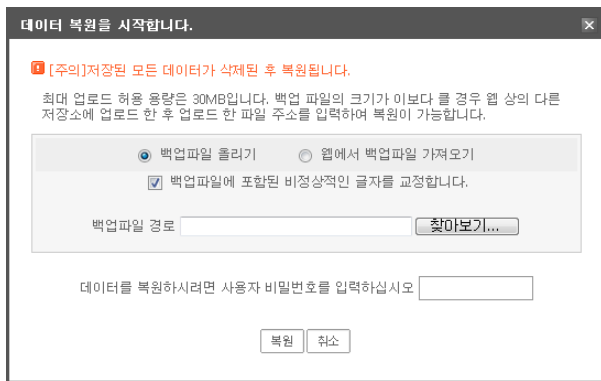


- 3 파일을 저장하라는 화면이 나오면 위치를 선택한 뒤 파일을 저장한다. 파일은 .XML 로 끝나는 한 개의 파일로 되어 있다.

복원 과정은 백업을 반대로 진행한다.



1 텍스트큐브, 텍스트큐브닷컴, 티스토리의 “환경설정” 메뉴에서 “데이터 관리” 항목을 선택한 뒤, “복원하기”를 선택한다.



2 파일을 직접 올리거나, 대용량 메일 등을 이용해서 웹에 올린 뒤에 주소를 입력해서 복원할 수 있다.

문제는 이런 블로그 백업/복원 기능을 지원하지 않는 서비스들의 경우 블로그 서비스를 옮기는 것이 거의 불가능하다. 백업/복원 기능이 없을 경우 글을 하나하나 모두 복사하기, 붙여넣기를 이용해서 이용자가 직접 옮기는 방법 밖에 없는데, 이런 불편함을 해소하기 위해서 블로그에서 공식적으로 백업을 지원하지 않는 서비스에서 백업을 할 수

있도록 도와주는 서비스가 “프리덤” 이다.

프리덤은 백업을 지원하지 않는 네이버, 이글루스, 옴파스, 야후 블로그에서 백업을 할 수 있도록 도와준다. 프리덤을 이용해서 백업을 진행하면 TTXML 형태로 백업을 할 수 있는데, 단 이 파일은 텍스트큐브, 텍스트큐브닷컴, 티스토리에서만 사용할 수 있다는 단점이 있다.

## 8 블로그 시작하기

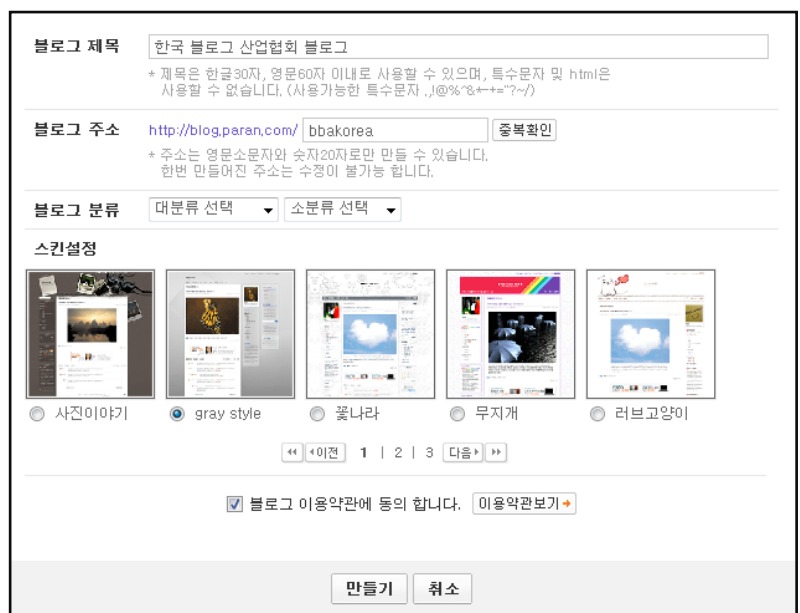
지금까지 여러 가지 블로그에 관한 것들을 배웠습니다. 집을 구할 준비를 마쳤다고 할 수 있으니, 이제 진짜 인터넷에 나만의 블로그라는 집을 만들어 볼 예정입니다. 지금부터 설명 드리는 것은 각 서비스마다 조금씩 사용 방법이 달라서, 그 차이점을 모두 알려드릴 수는 없을 것 같습니다.

블로그를 만들려면 최소한 두 가지 정보를 입력해야 한다. 하나는 블로그의 제목이고, 다른 하나는 블로그 주소이다. 블로그 제목은 자신의 블로그를 가장 잘 드러내는 정보를 입력하면 되고, 블로그 주소는 중복을 피해서 쉽고 간단한 이름을 짓는 것이 좋다. 지금부터 예를 들기 위해서 “한국 블로그 산업협회”의 블로그를 만들어 볼 것이다. 블로그 제목은 “한국 블로그 산업협회 블로그”이고, 주소로는 “bbakorea”를 사용할 것이다.



1. 우선 원하는 서비스에 회원 가입을 한 뒤 로그인을 한다. 로그인을 한 뒤 “블로그 만들기”를 선택해서 블로그를 생성을 시작한다.

2. 블로그 제목 및 주소를 선택하는 화면이 나오게 되는데, 필요한 정보를 입력한다. 제목은 다른 블로그와 중복되어도 상관 없지만, 주소는 고유해야 하므로 중복 확인을 통해서 주소를 사용하는 사람 블로그가 없는지 반드시 확인해야 한다. 좌측의 블로그 생성 화면 중에서 위는 파란 블로그의 생성화면이고, 아래쪽은



텍스트큐브닷컴의 블로그 생성 화면이다. 보는 것처럼 생성 방식에 있어서 다소 차이가 존재한다.

The screenshot shows the registration process on Textcube.com. The page has a header with the logo 'brand yourself TEXTCUBE.COM' and a navigation bar with three steps: '1 회원가입, 블로그 만들기', '2 블로그 스킨, 이미지 설정하기', and '3 블로그 만들기 완료'. The current step is '1 회원가입, 블로그 만들기'. Below the navigation bar, there is a section titled '개인정보입력' (Personal Information Input) with a note: '\* 모든 항목은 필수 입력사항입니다.' (All items are required). The form contains several fields: 1. '텍스트큐브닷컴 아이디 (이메일주소)' (Textcube.com ID (Email address)) with the value 'bklove@tnccompany.com'. 2. '비밀번호를 입력해주세요.' (Enter your password) with a masked input field. 3. '비밀번호를 재입력해주세요.' (Re-enter your password) with a masked input field. 4. '필명을 입력해주세요.' (Enter your name) with the value 'BBAKOREA' and a '중복검사' (Check for duplicates) button. Below this field, it says '사용가능합니다.' (Available for use). 5. '블로그 주소를 입력해주세요.' (Enter your blog address) with the value 'http://bbakorea.textcube.com' and a '중복검사' button. Below this field, it says '사용가능합니다.' (Available for use). 6. '블로그 제목을 입력해주세요.' (Enter your blog title) with the value '한국 블로그 산업협회 블로그' (Korea Blog Industry Association Blog). Below this field, it says '반드시 입력하셔야 합니다.' (You must enter this).

파란의 경우는 블로그 제목, 주소와 블로그의 스킨을 한꺼번에 선택한다. 반면, 텍스트큐브닷컴은 기본 정보를 먼저 입력한 뒤에 다음 화면에서 스킨을 선택하게 된다. 이런 정도의 차이는 존재하지만, 기본적으로 두 서비스를 비롯해서 블로그 서비스에 입력하는 정보는 크게 차이가 나지 않는다.

3. 스킨 디자인을 선택하고, 약관에 동의한 뒤 "만들기"를 선택하면 블로그가 생성된다.

블로그 주소는 서비스에 따라 아래와 같다.

- 네이버 블로그: <http://blog.naver.com/블로그 주소>
- 다음 티스토리: <http://블로그주소.tistory.com>
- 야후 블로그: <http://kr.blog.yahoo.com/블로그 주소>
- 이글루스: <http://블로그 주소.egloos.com>
- 파란 블로그: <http://blog.paran.com/블로그 주소>
- 텍스트큐브닷컴: <http://블로그 주소.textcube.com>





모든 정보를 제대로 입력했다면, 나만의 새로운 블로그 페이지를 볼 수 있다. 아직 글이 하나도 없어서 쓸렁한데, 곧 블로그를 풍성하게 보이는 방법들을 배우게 될 것이다.

## 8.1 에디터 사용법

블로그 개설의 경우 대부분 설정이 비슷하지만, 글을 작성하는 도구인 에디터의 경우는 블로그마다 구성에서 많은 차이가 있다. 네이버, 티스토리, 텍스트큐브의 에디터에 대해서 알아보자.

### A. 네이버 블로그



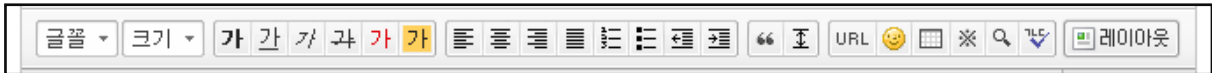
네이버 블로그는 자사의 콘텐츠 작성환경을 "스마트 에디터(Smart Editor)"라고 부른다. 스마트 에디터의 가장 큰 특징은 네이버가 축적한 DB 를 이용해서 글을 쓸 수 있다는 것이다. 그 외에도 사진을 올리거나, 동영상을 올리는 것이 편하도록 구성되어 있다. 반면 지나치게 많은 기능이 포함되어 있어서 전체적으로 에디터가 복잡한 편이다.



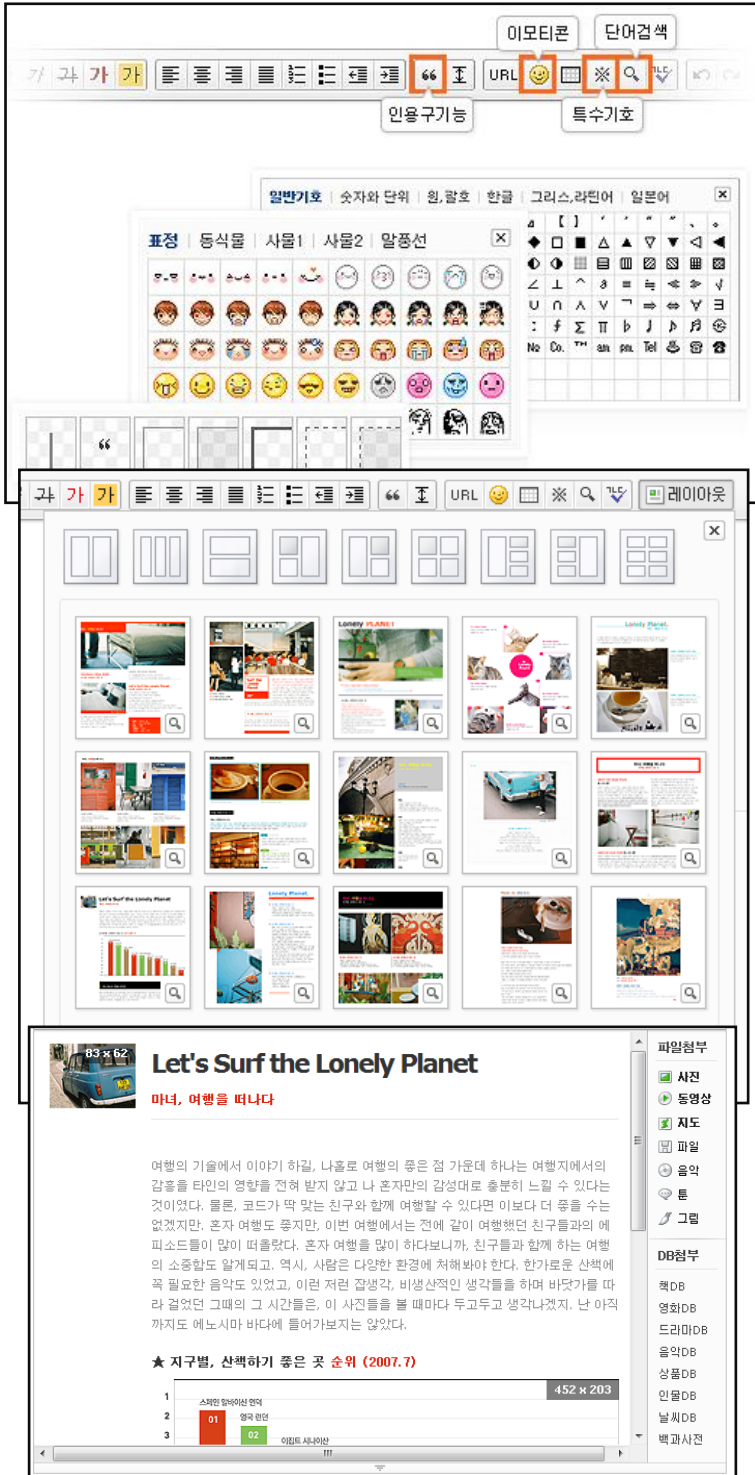
- 분류, 제목: 글의 분류(Category)와 제목을 입력한다. 분류는 미리 지정된 분류 중에 한가지를 선택할 수 있으며, 제목은 필수로 입력해야 한다.



- 기본쓰기, 리뷰쓰기, 요리법, 여행기: 이 기능은 네이버 블로그에만 있는 기능이다. 기본 쓰기는 일반적인 글을 작성할 때 사용한다. 리뷰쓰기는 책, 영화, 드라마 등을 보고 난 뒤에 리뷰를 쓸 때 편리하며, 요리법 및 여행기는 각각 요리 만드는 방법, 여행 후기를 작성하는데 최적화된 글쓰기 환경을 제공한다.
- 역인글, 요약글, HTML: 역인글은 앞에서 설명한 트랙백을 글쓰기 환경에 도입한 것이다. 보통 트랙백을 글을 작성한 뒤에 보내지만, 네이버의 경우 트랙백 주소를 먼저 선택한 다음 글을 작성할 수 있다. 요약글은 본문에 글을 요약해서 작성할 때 필요한 기능이다.  
HTML 은 글을 자유롭게 수정하기 위해서 HTML 언어로 편집할 수 있는 기능이다. 이를 이용하면 디자인을 더욱 자유롭게 작성할 수 있지만, 꼭 필요한 기능은 아니다.



- 글 도구상자는 “(좌측부터) 글꼴, 크기, 글자모양, 문단모양” 등을 선택할 수 있다. 여기에 포함된 기능은 워드 및 보통의 문서 편집 프로그램에서 일반적으로 사용하는 기능이기에 때문에 설명을 생략한다. 실습 시간에서는 하나씩 실험해 볼 예정이다.



인용구 기능은 다른 곳에서 사용된 말을 블로그에 인용할 때 사용하는 기능이다.

네이버 스마트 에디터는 그 외 이모티콘, 표 기능, 특수기호, 단어검색 기능을 제공한다. 모두 글을 더욱 예쁘게 작성할 수 있도록 도와주는 기능들이다.

- 레이아웃(Layout): 레이아웃은 글을 아름답게 사용하기 위해서 정해진 글의 스타일이다.

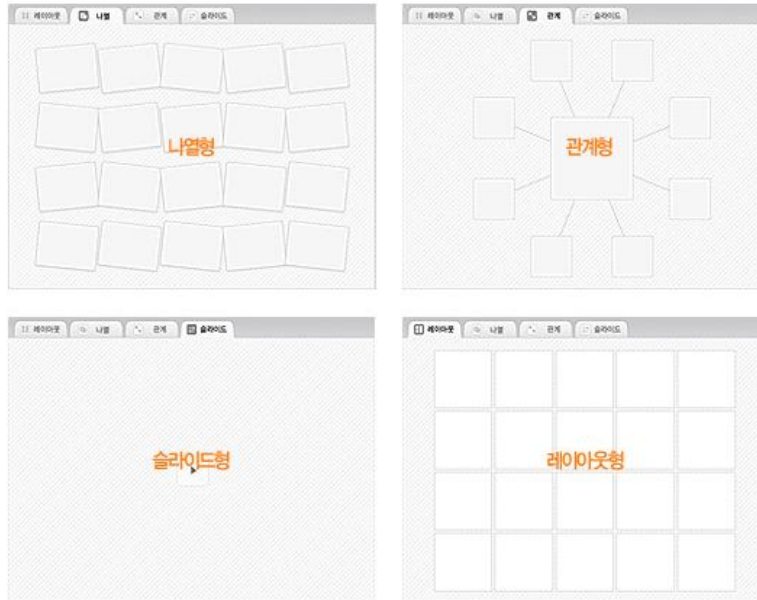
글을 작성할 때 미리 정해진 레이아웃을 따라서 작성할 수 있으며, 이를 통해 더욱 세련된 글의 편집이 가능하다.

설정하는 방법은 상단에는 레이아웃의 대략적인 종류를 선택하고, 하단에서 레이아웃을 직접 선택한다. 선택된 레이아웃이 에디터 화면에 나타나며, 사용자가 내용을 수정할 수 있다.

아래는 본문을 작성하는 영역이다.

우측에는 파일을 첨부할 수 있는 버튼을 제공한다. 첨부할 수 있는 파일의 종류는 “사진” “동영상” “지도” “파일” “음악”이 있다.

사진 첨부는 단순히 사진을 본문에 삽입하는 것 외에 다양한 형태로 첨부할 수 있도록 돕고 있다.



하나의 사진은 1,024KB<sup>29</sup> 까지 허용되며, 최대 10,240KB 까지 사진을 첨부할 수 있다. “툰” “그림”은 블로그에 만화를 그리거나, 직접 그림을 그릴 수 있도록 도와주는 기능이다. 그 외에도 네이버 블로그에서는 네이버가 축적한 정보(DB)를 이용해서 글을 쓰는 기능도 지원하고 있다.

**태그달기** 태그와 태그는 심표로 구분하며, 10개까지 입력하실 수 있습니다. 나의 태그보기

**설정정보** 공개 **전체** | 댓글 **허용** | 스크랩 **링크허용** | 검색 **허용** | RSS **허용** 변경

**공개설정**  전체공개  이웃공개  선택이웃공개  비공개

**댓글설정**  허용  허용안함

**스크랩설정**  본문허용  링크만 허용  허용안함

**네이버검색**  허용  허용안함

**RSS공개**  허용  허용안함  이 설정을 계속 유지합니다.

**글보내기** ? 네이버서비스 선택안함 | 블링크 선택안함 변경

**네이버서비스**  선택안함  책  영화  뮤직  키친  여행/지역

**블링크참여**  참여할 블링크 선택 3개까지 선택가능합니다.

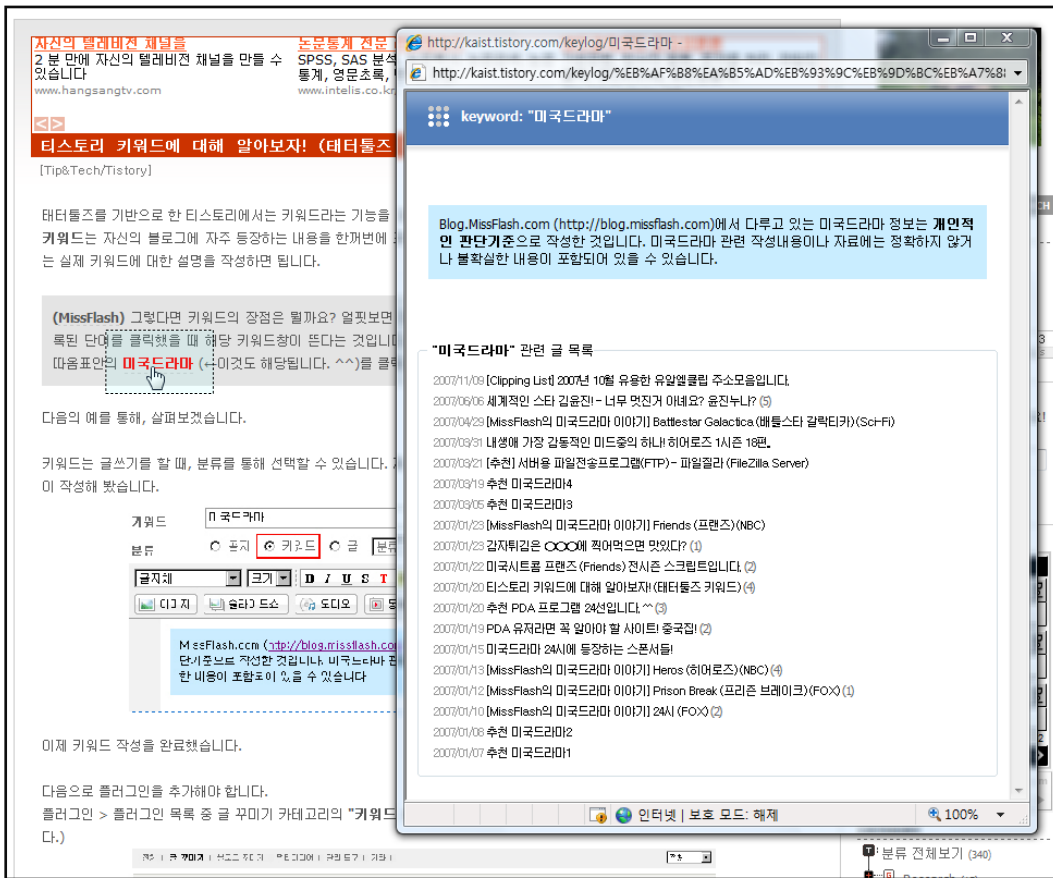
태그는 앞에서 설명한 기능이며, 네이버에서는 최대 10 개까지 입력할 수 있다. 글의 공개 설정, 댓글 설정, 스크랩 및 검색 설정을 이용해서 글을 보고, 의견을 남길 수 있는 사람을 제한할 수 있다. 글

보내기 기능은 글을 더 많은 사람이 볼 수 있도록 네이버 내에서 설정할 수 있는 기능이다.

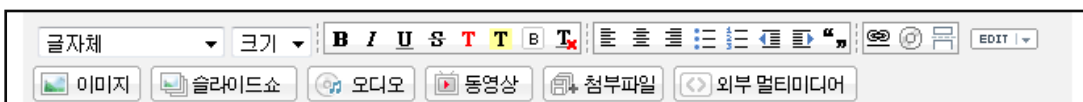
<sup>29</sup> 1,024KB는 1MB를 의미한다. 최근에 나오는 디지털카메라에서 찍은 사진은 보통 2~3MB(2,048~3,072KB) 정도가 되는데, 네이버에서는 이런 사진을 올리기 위해서 미리 크기를 줄이는 작업이 필요하다.



다음은 "미국 드라마<sup>30</sup>"에 대해 키워드를 작성한 예이다.



본문에서 "미국드라마"라는 단어가 등장했고, 이 링크를 클릭하면, 미국 드라마에 대한 블로그 운영자가 남겨놓은 정보와 미국 드라마라는 단어가 사용된 모든 글의 목록을 볼 수 있다.



글은 일반적인 글쓰기를 제공하며, 오른쪽에서 분류를 선택할 수 있다. 아래는 글을 더 아름답게 작성할 수 있도록 도와주는 '글 도구상자'가 자리잡고 있다.



글자에 효과를 주는 기능이다. 좌측부터 글자체(글꼴), 크기(글자크기), 진하게, 기울이기, 밑줄, 중간줄(취소선), 글자색, 배경색, 글상자, 효과제거 메뉴가 자리잡고 있다. 실습을 통해서 효과를 하나씩 시험해보자.

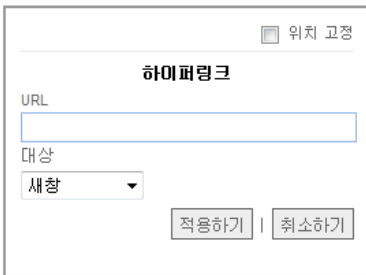
<sup>30</sup> 이 예에 사용된 블로그는 <http://kaist.tistory.com/108> 이다.



다음은 문단 모양을 지정하는 기능이다. 좌측 정렬, 가운데 정렬, 우측 정렬, 순서 없는 리스트, 숫자 리스트, 내어쓰기, 들여쓰기, 인용구를 지정할 수 있다.



각각 링크 걸기, 미디어 삽입, More/Less, HTML/Editor 전환 버튼이다.



링크 걸기는 본문에 링크를 걸 수 있는 기능이다. 링크 걸기는 우선 본문을 작성한 뒤, 링크를 걸고 싶은 영역을 선택한다. 그런 다음, 링크 걸기 버튼을 선택하면, 링크 주소를 입력할 수 있는 영역이 우측에 표시된다. 링크 URL 과 대상(새창, 현재창, 사용안함)을 선택한 뒤

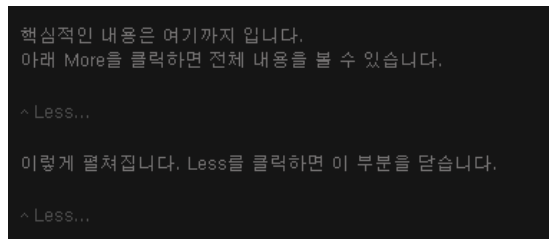
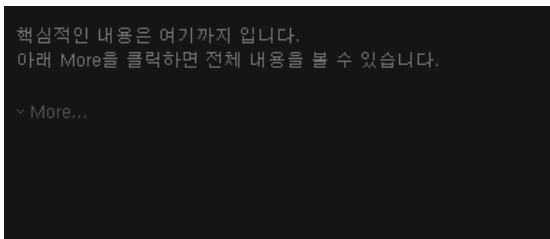
적용하기를 클릭하면 링크가 반영된다.



미디어 삽입(오브젝트 삽입)은 다른 사이트에 올려져 있는 동영상 등을 블로그에 퍼올 수 있는 기능이다. 유형은 "주소 입력"과 "코드 붙여넣기"가 있다. "주소 입력"은 미디어가 위치한 주소를 입력하고, "코드 붙여넣기"는 직접 코드를 삽입할 수 있다.

일반적으로 동영상이 올려져 있는 사이트에는 영상을 퍼갈 수 있도록

"코드"를 복사할 수 있도록 지원하고 있다.



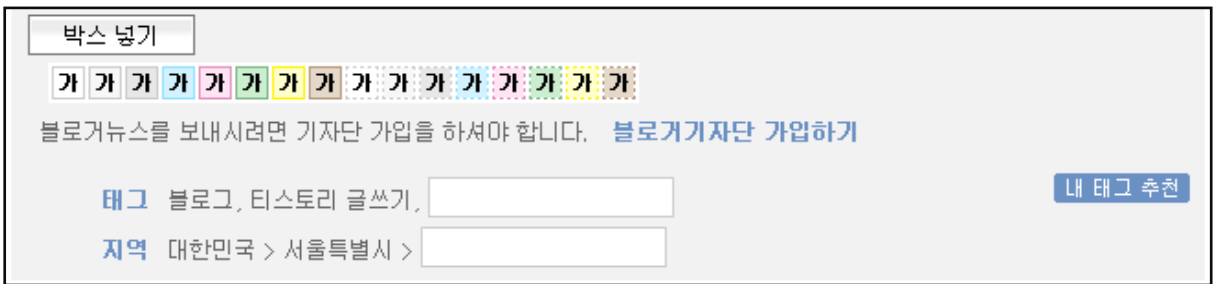
More/Less 는 긴 글을 작성할 때, 본문 중에서 일부는 필요한 사람만 볼 수 있도록, 평상시에는 숨겨놓았다가, 특정한 링크를 클릭하면 내용이 보일 수 있도록 하는 기능이다.



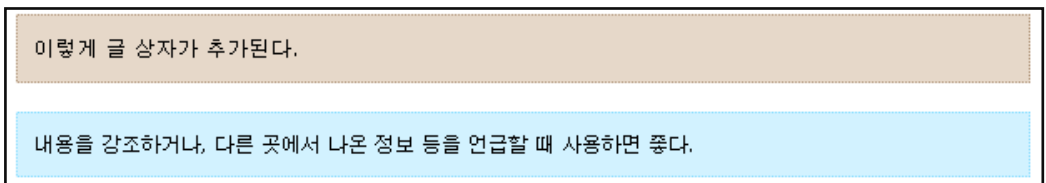


티스토리에는 첨부파일을 위해서 5 가지 기능을 제공한다.

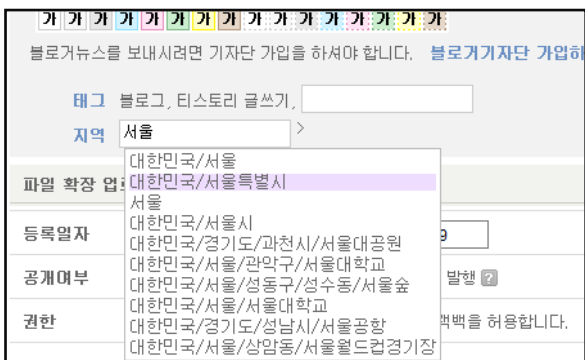
- 이미지: 이미지, 사진 등을 업로드 할 때 사용한다. 이미지는 최대 10MB 까지, 50 장을 업로드 할 수 있다.
- 슬라이드쇼: 여러 장의 이미지를 올려서 하나의 슬라이드쇼를 만들 수 있는 기능이다.
- 오디오: 음악이나 MP3 파일을 재생할 수 있는 기능이다.
- 동영상: 동영상을 재생할 수 있도록 지원한다. 동영상은 1 개 100MB 까지 지원한다.
- 첨부파일: 위의 이미지, 오디오, 동영상 이외의 파일을 업로드 할 때 사용한다.
- 외부 멀티미디어: 이 기능은 앞에서 설명한 미디어 삽입과 동일한 기능이다.



- 박스 넣기: 본문에 글상자를 넣을 수 있도록 도와주는 기능이다. 버튼을 클릭하면 글쓰기 영역에 글상자가 입력되며, 사용자가 편집할 수 있다.



- 태그: 태그는 하나씩 입력한다. 태그를 입력하고 쉼표(,)나 탭(Tab)키를 입력하면 두 번째 태그를 입력할 수 있다.
- 내 태그 추천: 자주 사용하는 태그를 추천해준다.



- 지역: 만약 글이 특정한 지역에 관련 있는 글이라면 지역에 대한 정보를 입력할 수 있다. 이를테면 어떤

맛집에 관한 글이라거나, 여행 후기를 쓰는데 유용하다.

등록일자	<input checked="" type="radio"/> 갱신 <input type="radio"/> 예약 <input type="text" value="2008/07/20 18:29"/>
공개여부	<input checked="" type="radio"/> 비공개 <input type="radio"/> 보호 <input type="radio"/> 공개 <input type="radio"/> 발행 ?
권한	<input checked="" type="checkbox"/> 댓글 작성을 허용합니다. <input checked="" type="checkbox"/> 트랙백을 허용합니다.
<input type="button" value="미리보기"/> <input type="button" value="저장하기"/> <input type="button" value="목록으로"/>	

- 등록일자: 이 부분은 처음 글을 작성할 때와, 작성된 글을 수정할 때 서로 다르게 표시된다. 처음 작성할 때에는 위의 이미지처럼 글의 작성시간을 "갱신"하거나, 예약할 수 있다.

등록일자	<input checked="" type="radio"/> 유지 (2008/07/20 17:50) <input type="radio"/> 갱신 <input type="radio"/> 예약 <input type="text" value="2008/07/20 17:50"/>
------	--

반면 한번이라도 글을 저장했다면, 글을 이전 저장했던 시간으로 유지하거나, 현재 시간으로 갱신하거나, 예약할 수 있게 된다.

공개여부	<input type="radio"/> 비공개 <input checked="" type="radio"/> 보호 <input type="radio"/> 공개 <input type="radio"/> 발행 ? (비밀번호 <input type="text" value="zodg1ndk"/> )
------	---

- 공개여부: 글을 볼 수 있는 권한을 의미한다. 비공개 상태(기본값)에서는 블로그를 운영중인 자신만 볼 수 있다. 보호는 글에 비밀번호를 걸어서 이 비밀번호를 알고 있는 사람에게 글을 공개한다. 비밀번호는 기본적으로 지정되지만, 사용자가 마음대로 변경할 수 있다.

공개와 발행은 모두 블로그 방문자에게 글을 볼 수 있도록 설정한다. 차이점은 발행은 앞에서 설명한 RSS 에 블로그의 글을 포함시키며, 단순히 공개 상태를 선택하면 블로그를 방문한 사람을 글을 볼 수 있지만 RSS 에는 글이 갱신되지 않는다.

- 권한: 블로그를 방문한 사람이 커뮤니케이션을 위해서 댓글 작성 및 트랙백을 이용할 수 있는지를 설정한다. 글의 내용이 민감하거나, 다른 사람의 반응을 알고 싶지 않은 경우에는 체크박스를 해제해서 글에 의견을 남기는 것을 차단할 수 있다.

- 미리보기: 작성된 내용을 저장하기에 앞서 미리보고 수정할 수 있다.
- 저장하기: 글을 저장한다.
- 목록으로: 글을 저장하지 않은 상태에서 목록으로 이동한다. 경우에 따라서 글이 삭제될 수 있다.

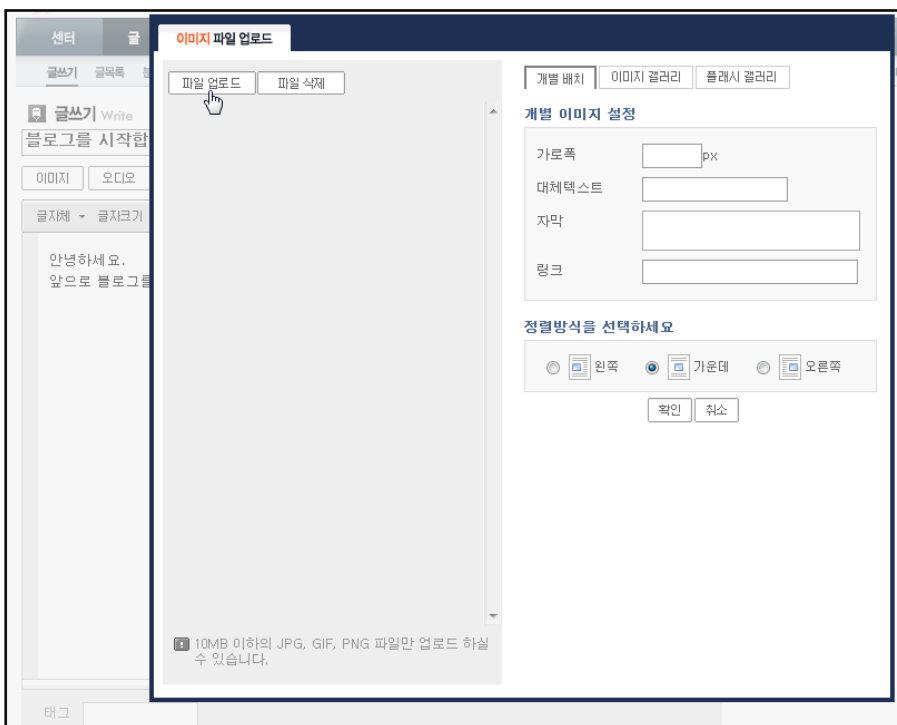
## 8.2 이제, 블로그에 첫 번째 글을 써보자.

지금까지 블로그 서비스의 에디터에 대해서 알아보았다. 지금부터는 배운 내용을 바탕으로 실제로 글을 한 개 작성해 볼 예정이다. 사용되는 에디터는 텍스트큐브닷컴의 에디터이다. 본문에서는 간단한 인사말을 작성하고, 이미지를 추가할 것이다.

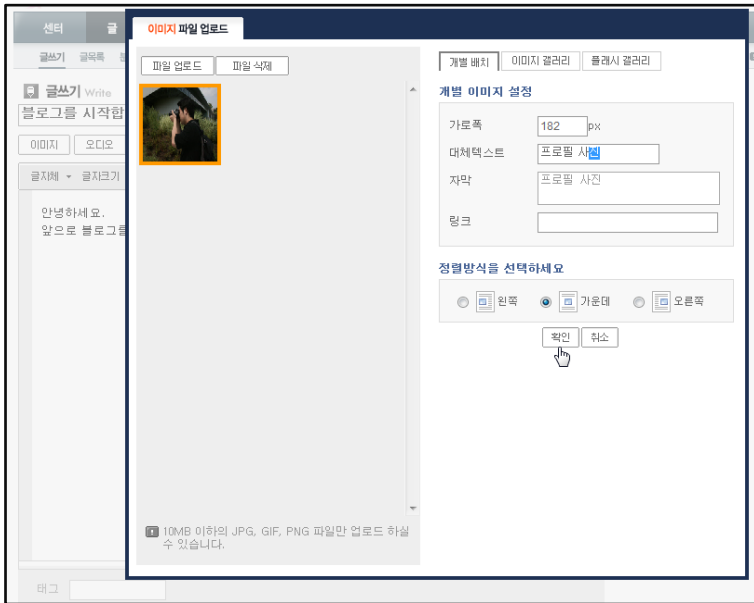
작성한 글은 1 시간 이후에 공개되도록 예약하고, 태그를 추가할 예정이다. 예약 기능은 블로그에 글을 쓴 뒤 특정한 시점에 공개할 수 있는 기능인데, 이벤트를 걸어서 자정이 되는 정각에 공개한다든지 하는 활용이 가능하다.



1. 먼저 글 쓰기 환경에서 제목과 간단한 인사말을 적는다. 사진을 추가하기 위해서 “이미지”를 선택한다.



2. 이미지 창이 띄워지면, “파일 업로드”를 선택한다.



3. 내 컴퓨터에 있는 사진을 선택하면, 사진이 추가된다. 우측 개별 이미지 설정 화면에서 대체텍스트는 이미지가 표시되지 않을 경우 지정된 글 내용을 대체해서 보여줄 수 있다<sup>31</sup>. 자막은 사진 아래 표시된다. 내용을 입력했다면 가운데 정렬을 선택하고 확인을 누른다.



4. 본문에 사진이 삽입되었다. 이제 태그를 입력해보자.



5. 태그는 특별한 규칙이 있는 것은 아니다. 글을 작성하는 사용자가 글을 가장 잘 표현하는 말을 자유롭게 입력하면 되므로, 별 부담 없이 지정하면 된다.

<sup>31</sup> 대체텍스트가 필요한 경우는 두 가지를 생각할 수 있다. 어떤 웹브라우저는 속도를 위해서 아예 사진을 보여주지 않은 경우도 있다. 두 번째 경우는 시각장애인은 사진을 볼 수 없기 때문에 음성을 이용해서 인터넷을 탐색한다. 만약 대체텍스트가 지정되어 있다면, 시각장애인을 위한 컴퓨터에서는 사진 대신 대체텍스트를 읽어줄 수 있게 된다.

태그 자기소개, 블로그 시작, 첫번째 글,

지역

□ 파일 미리보기 및 삭제 open | ▾

□ 등록일자  갱신  예약 2008/07/20 19:05

□ 공개여부  비공개  공개

□ 글 권한 / 주소 설정 close | ▲

글 권한  댓글 작성을 허용합니다.  트랙백을 허용합니다.

글 주소 http://love.textcube.com/entry/

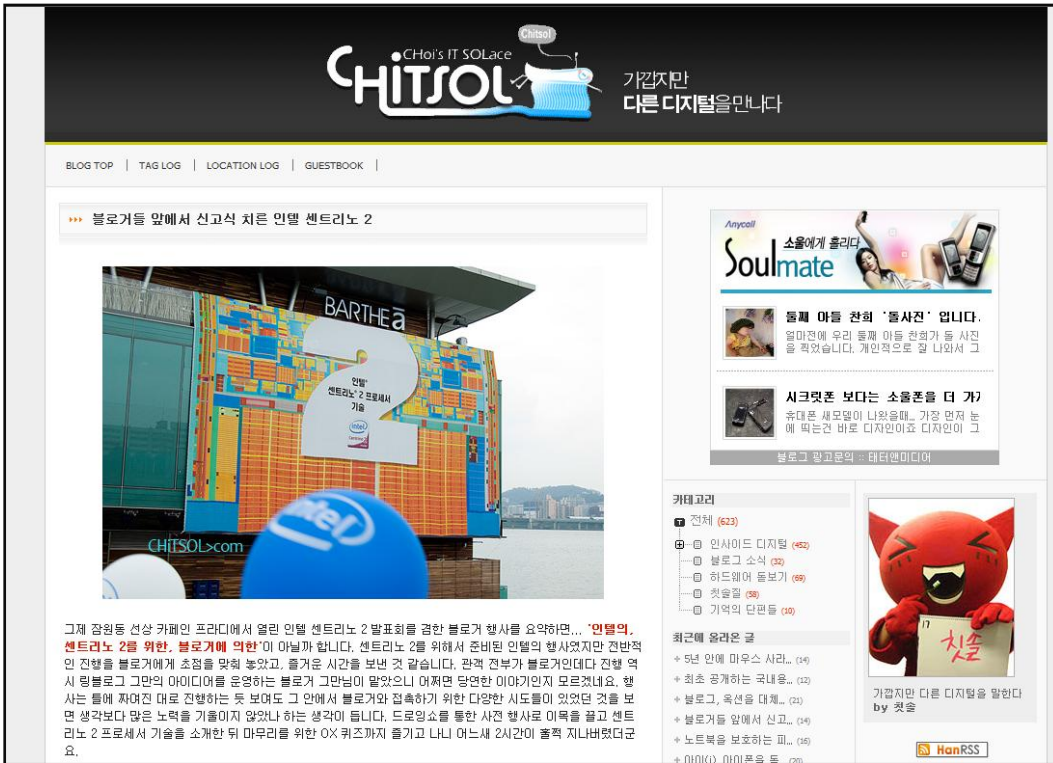
6. 예약 기능을 사용해서 글을 현재 시간에서 1 시간 이후에 공개될 수 있도록 설정한 뒤, “공개”를 선택한다. 그러면 글은 비공개 상태로 저장되어 있다가, 1 시간 뒤에 자동으로 공개로 전환된다. 댓글은 허용하고, 트랙백은 허용하지 않았으므로, 1 시간 뒤에 이 글을 보게 되는 사용자들은 댓글은 남길 수 있지만, 트랙백은 남길 수 없다.



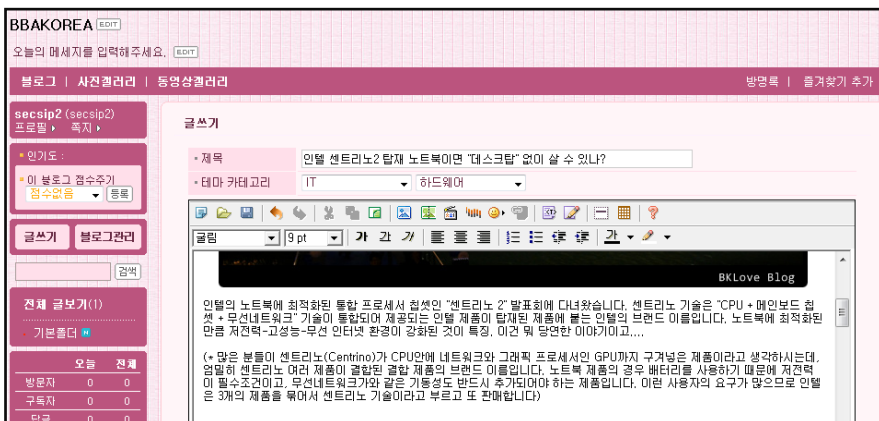
모든 입력사항이 완료되면 “저장완료”를 선택해서 글을 저장한다. 모든 과정이 정상적으로 진행되었다면, 오른쪽과 결과를 볼 수 있다.

### 8.3 트랙백 보내기

이번에는 트랙백 보내기에 대해서 실제 실험을 해볼 예정이다.



1. 블로그에서 위와 같은 글을 발견했다. 평소에 내가 노트북에 관심이 많았다고 가정하고, 위 블로그가 남긴 글에 대해서 단순히 댓글이 아니라, 구체적인 의견을 밝히고 싶다고 하자. 우선 내 블로그에 가서 해당 주제에 관한 글을 작성<sup>32</sup>한다. (작성한 시스템은 야후 블로그이다)



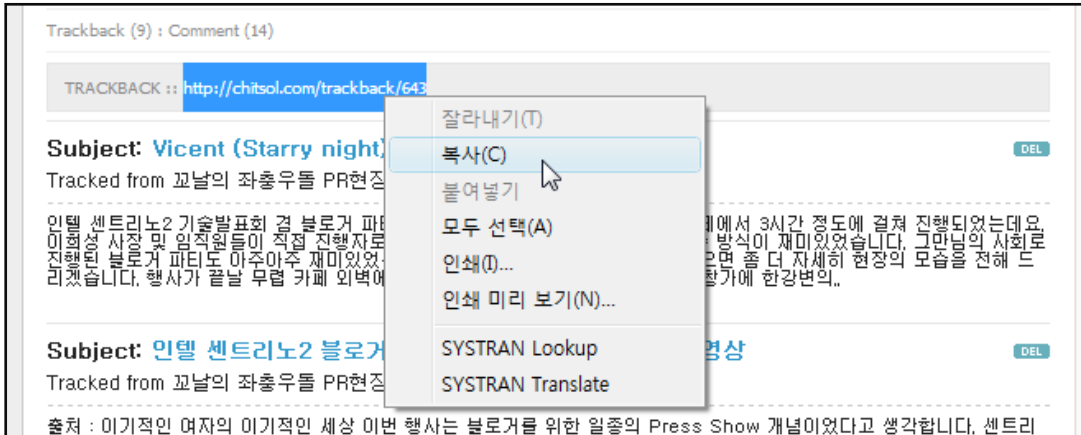
2. 글을 작성했다면, 이제 글을 공개한다. 그리고 원래 발견했던 글에서 트랙백 주소를 확인한다. 트랙백 주소는 보통 글의 제일 아래 부분에 위치하고 있다.

<sup>32</sup> 이 문서에서는 가급적 한글을 사용하기 위해서 노력해서 작성했지만, 대부분의 경우 블로그에 글을 쓰는 것은 "포스팅(Posting)"한다고 부른다.

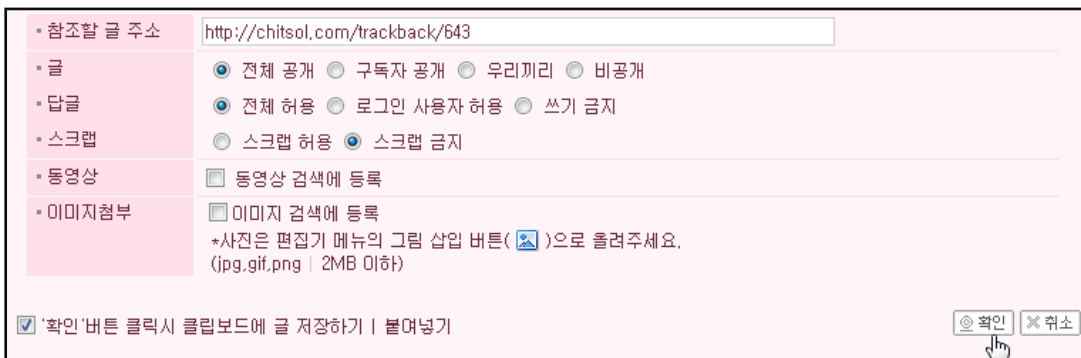
Trackback (9) : Comment (14)

TRACKBACK :: <http://chitsol.com/trackback/643>

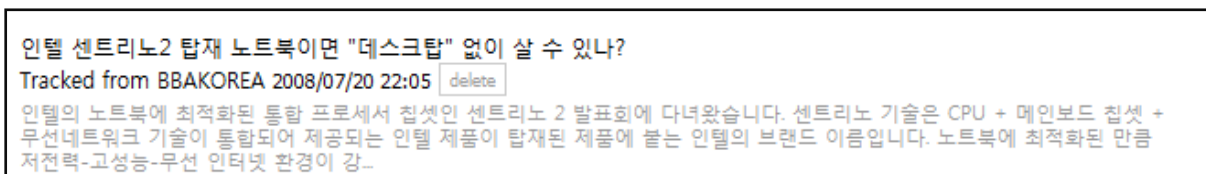
3. 위에 나온 주소가 이 글의 트랙백 주소이다.



4. 주소를 클릭하거나, 영역을 긁어서 마우스 오른쪽 버튼을 눌러 복사하기를 선택한다.



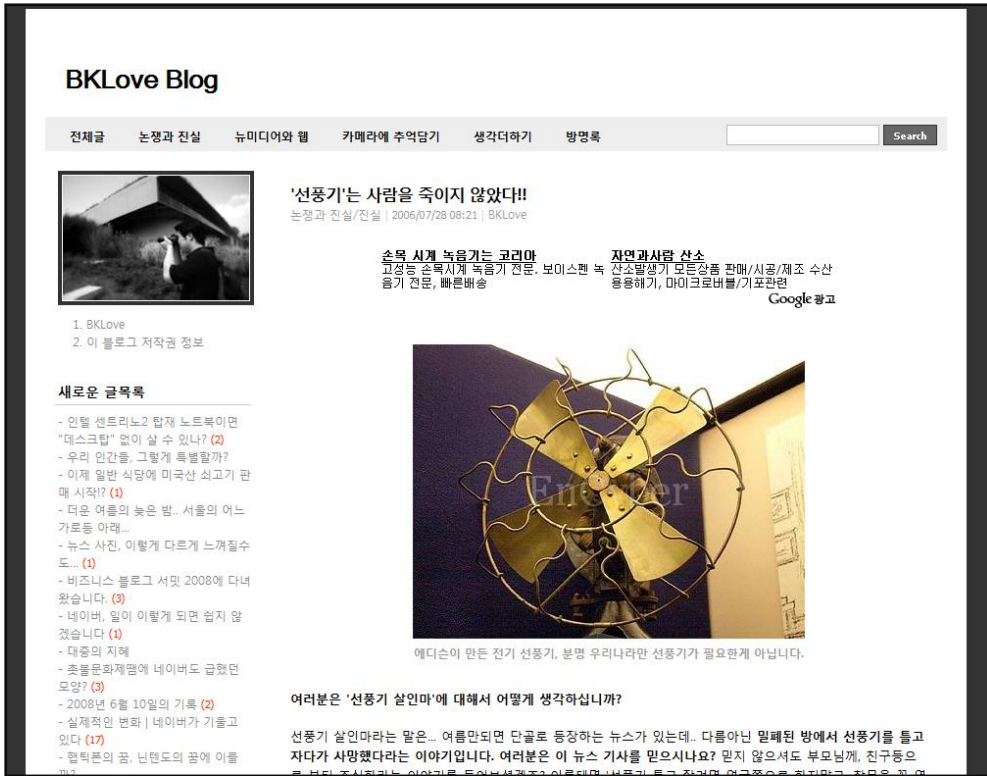
5. 이제 원래 내 블로그로 이동해서 트랙백 주소를 붙여넣기 한다. (야후 블로그의 경우 트랙백을 참조 글이라고 부른다) 확인을 선택하면 내 글을 상대방의 글에 붙일 수 있다.



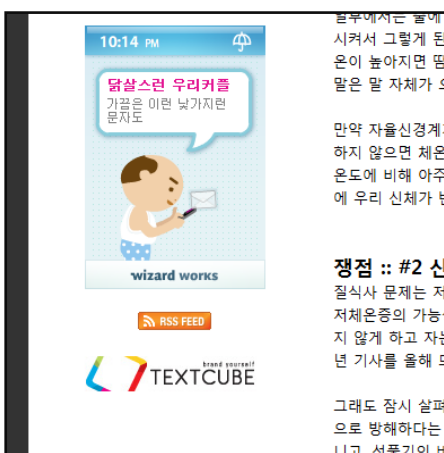
6. 상대방 글의 하단에 보면 내 글이 "제목, 내 블로그 이름 및 주소, 시간, 본문의 일부"가 남겨져 있음을 확인할 수 있다.



## 8.4 RSS 주소

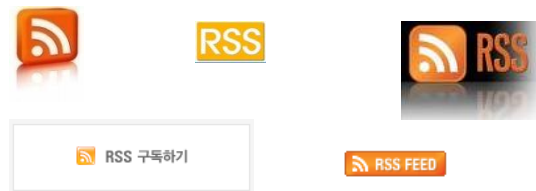


1. 블로그에서 괜찮은 글이나 내가 평소에 관심 있는 주제에 대해 글을 쓰는 블로그를 만났다. 이 블로그를 계속 방문해서 글을 읽고 싶다면, 주소를 기억하거나, 즐겨찾기에 등록할 수도 있다. 하지만, 블로그에 있어서 가장 좋은 방법은 RSS를 등록하는 것이다.

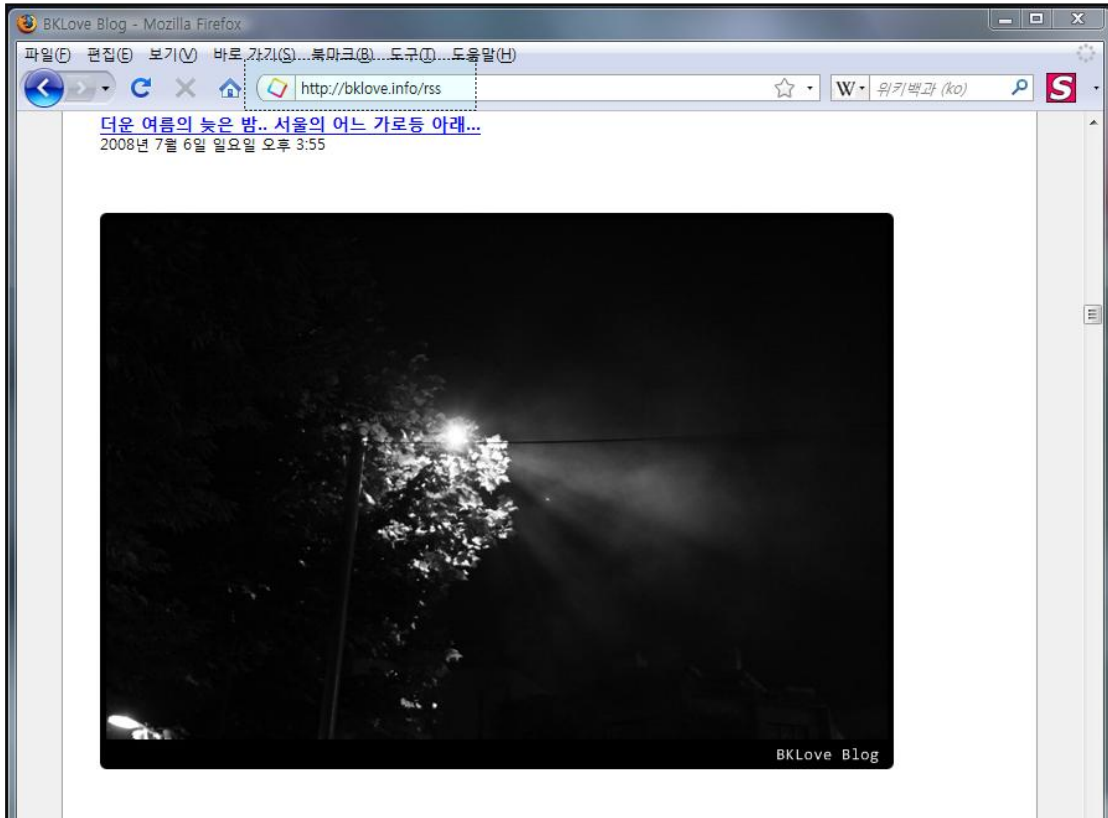


2. 블로그 페이지를 잘 살펴보면 RSS 버튼이 있을 것이다.

RSS의 종류에는 크게 두 가지 규칙<sup>33</sup>이 있지만, 보통 이런 차이를 인지하고 있을 필요는 없다.



<sup>33</sup> RSS는 Rich Site Summary (RSS 0.9x and RSS 2.0)와 RDF Site Summary (RSS 0.9 and 1.0) 이라는 두 가지 형식이 있지만, 보통 RSS를 지원하는 시스템의 경우 두 가지 형식을 모두 사용할 수 있다.



```

<?xml version="1.0" encoding="UTF-8" ?>
- <rss version="2.0">
- <channel>
  <title>태터툴즈 가이드</title>
  <link>http://www.tatterguide.com/blog/</link>
  <description>태터툴즈 가이드</description>
  <language>ko</language>
  <pubDate>Thu, 14 Sep 2006 16:55:30 +0900</pubDate>
  <generator>Tattertools 1.1a7 development branch</generator>
- <item>
  <title>태터툴즈 가이드</title>
  <link>http://www.tatterguide.com/blog/entry/%ED%83%9C%ED%84%B0%ED%88%B4%
    EC%A6%88-%EA%B0%80%EC%9D%B4%EB%93%9C</link>
  <description><P> <BR>태터툴즈에 세계에 오신 것을 환영합니다.<BR><BR>태터툴즈는 국내 최대의 사용자
    와 최고의 기능을 내장한 설치형 블로그 도구입니다.<BR>태터툴즈는 오픈소스 라이선스인 GPL의 적용을 받고
    있으며.. 태터툴즈의 모든 기능을 사용하는 것은 무료입니다. 상업적인 용도, 개인적인 용도 어느 경우에도 무료
    로 제공됩니다.<BR><BR>태터툴즈 가이드는 블로그의 이해를 돕고, 설치형 블로그의 어려운 점을 해결하고자
    제작되었습니다.<BR>설치형 블로그 '태터툴즈'가 가지는 매력에 꼭 빠져보세요.<BR><BR>더 나은 블로그
    세상을 위해서..</P></description>
  <category>태터툴즈</category>
  <category>태터툴즈 가이드</category>
  <author>(BKLove)</author>
  <guid>http://www.tatterguide.com/blog/1</guid>
  <comments>http://www.tatterguide.com/blog/entry/%ED%83%9C%ED%84%B0%ED%88%
    B4%EC%A6%88-%EA%B0%80%EC%9D%B4%EB%93%9C#entry1comment</comments>
  <pubDate>Thu, 14 Sep 2006 14:23:54 +0900</pubDate>
</item>
</channel>
</rss>

```

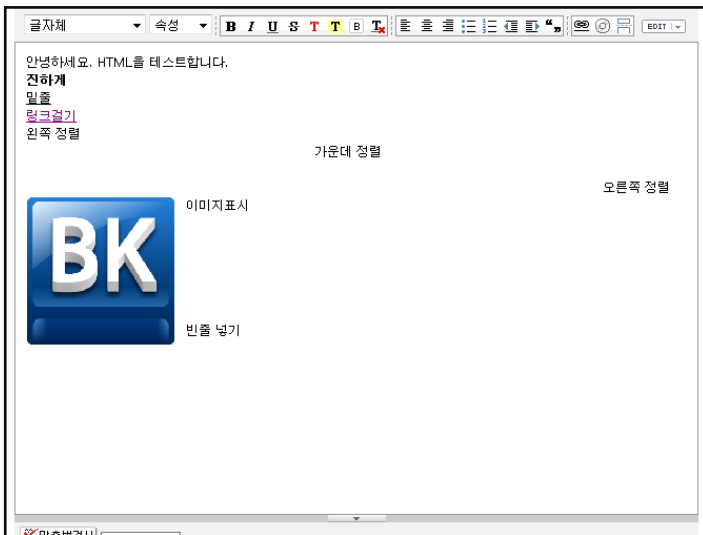
웹브라우저 마다 위치럼 이미지나 내용을 표시해주는 것도 있고, 아래처럼 코드만 이상하게 보여주는 것도 있다. 중요한 것은 주소창에 적힌 주소이다. 위 예에서는 주소창에 http://bklove.info/rss 라는 RSS 주소를 확인할 수 있다. 이 주소를 이용해서 다른 서비스에 적용하는 것은 앞으로 배우게 될 것이다.

### 8.5 에디터에서 HTML 로 수정하기

앞에서 각 서비스의 에디터에 대해서 상세하게 설명했고, 에디터를 이용해서 게시물을 작성하는 법도 배웠다. 에디터는 우리가 글을 쓰고, 효과를 지정하고, 링크를 걸고, 이미지를 삽입하는 기능을 사용할 때마다 우리가 사용한 기능을 글에 바로 적용하는 것처럼 보인다.

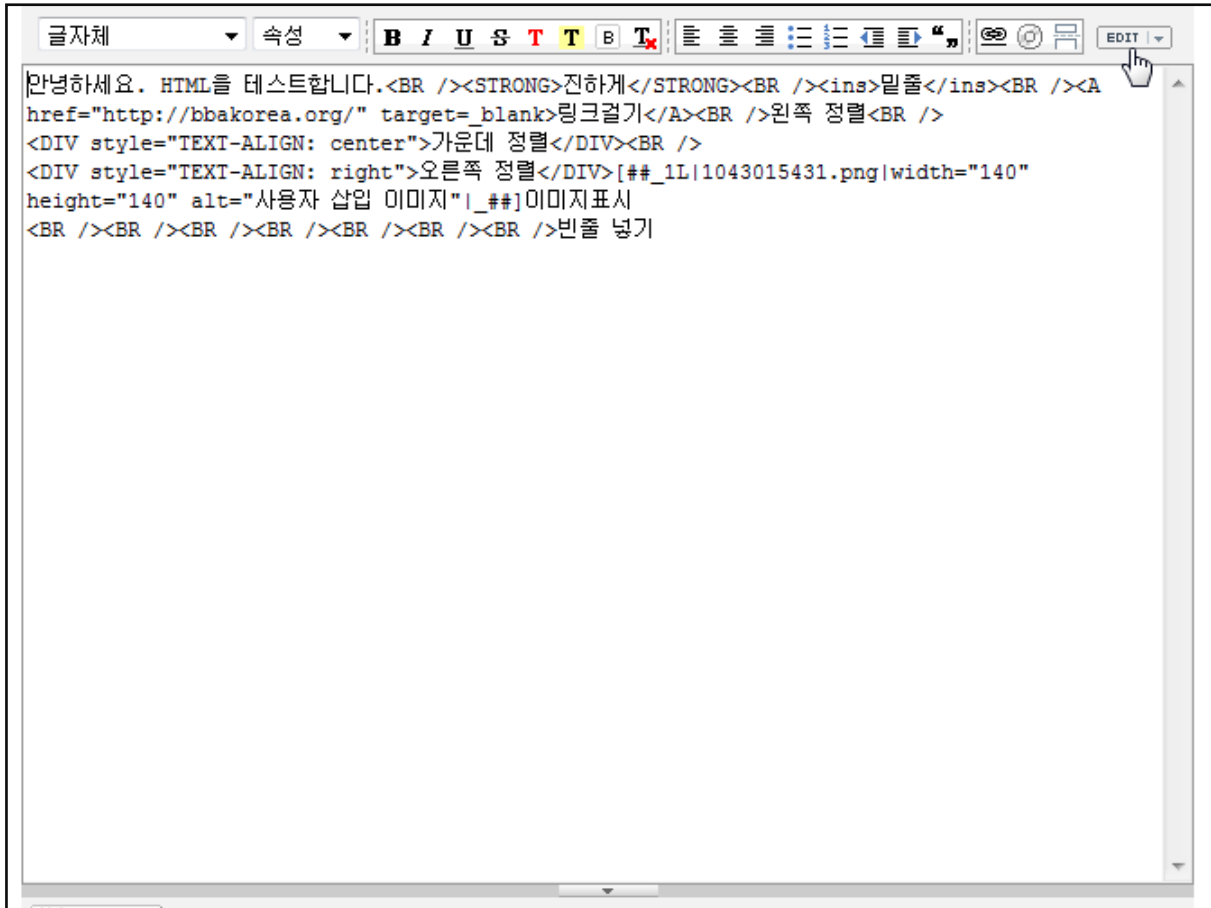
하지만, 실제 에디터가 하는 일은 우리가 적용하는 효과를 HTML 코드로 계속 변경한 뒤 화면에 표시하는 역할을 한다. HTML은 하이퍼텍스트 마크업 언어라는 의미로, 웹브라우저가 웹페이지를 인식하는 방법이다. 우리는 웹브라우저가 HTML이라는 형식을 해석해서, 다시 모니터에 표현된 디자인을 보고 있는 것이다.

TV를 예로 들어보자. TV는 TV 전파신호나 케이블을 통해서 들어온 영상/음성 신호를 해석해서(신호를 해석하는 장치는 TV에 내장되어 있다) TV화면에 보여준다. 만약 영상/음성 신호 자체를 보여준다면 우리는 그 신호가 가지는 의미를 전혀 이해할 수 없을 것이다. 이렇게 영상/음성 신호가 블로그(정확히 웹페이지)에서는 HTML 코드이며, TV가 웹브라우저의 역할을 한다. 웹브라우저는 TV가 영상/음성 신호를 해석하듯이, HTML 코드를 해석해서 우리가 이해할 수 있는 결과를 모니터에 표시한다.



대부분의 경우, 에디터에서는 에디터 모드와 HTML 수정모드를 지원한다. 굳이 HTML 수정모드를 지원하는 것은 에디터에서 지원하지 않는 다른 기능을 사용하기 위한 필요도 존재하지만, 대부분의 에디터가 100% 만족할만한 성능을 내지는 못하기 때문이다. 그럴 경우 간단한 기능은 이용자가 직접 수정하는 것이 나올 때도 있다.

어떤 글을 에디터를 이용해서 작성했을 때, 상단의 EDIT버튼을 클릭하면 HTML 수정모드로 전환하게 된다.



앞의 글은 실제로 이런 형식으로 되어 있다. 만약 이런 내용이 화면에 그대로 표시된다면, 대부분의 사용자는 도대체 어떤 글인지 알 수 없게 된다.

여기서 사용되는 HTML 코드는 가장 기본적인 것으로 알아두면 도움이 되기 때문에 간단히 설명하고자 한다. HTML 문서를 사용하기 위해서는 훨씬 복잡한 규칙이 많지만, 여기서는 에디터를 사용함에 있어 필요한 간단한 규칙만 배울 것이다. 우선 알아둘 것은 < >안에 들어 있는 말을 태그라고 한다. 태그는 HTML에서 사용되는 일종의 명령어이다. 블로그에서 글을 작성할 때 해당 주제에 꼬리표를 붙이듯이 사용하는 태그와 같은 단어이지만, 사용되는 내용은 다소 다르니 헷갈리지 않도록 주의할 필요가 있다.

모든 HTML 코드에서 가장 기본적인 규칙은 태그는 <태그이름>로 시작하고 </태그이름>로 끝난다. <태그이름>과 </태그이름> 가운데 들어가는 말은 태그이름에서 명령하는 규칙이 적용되는 영역이다. 이 영역은 한 단어이거나, 문장, 문단이 될 수 있다.

HTML코드	해석
--------	----

HTML코드	해석
안녕하세요. HTML을 테스트합니다.	이 부분은 태그로 둘러싸여 있지 않다. 에디터는 기본적인 부분은 태그를 적용하지 않는 경우도 있지만, 이 경우에도 최종적으로 작성된 글에서는 기본적인 태그가 적용된다.
<STRONG>진하게</STRONG>	<STRONG>은 글을 진하게 하는 태그이다. 반드시 </STRONG>으로 끝나야한다.
<ins>밑줄</ins>	<ins>는 밑줄을 친다. 마찬가지로 </ins>로 끝나야 한다. 일반적으로 HTML 태그에서 밑줄은 <U> </U>를 사용한다.
<A href="http://bbakorea.org/" target=_blank>링크걸기</A>	특정한 부분에 링크를 걸 수 있는 기능은 <A>태그이다. 형식은 <A href="링크주소" target="타겟">링크 이름</A>이다. Href는 Hypertext REference를 의미하며, 링크주소에는 실제 목표로 하는 페이지의 주소가 들어간다. 타겟에서는 현재 페이지(_self), 새창으로 띄우기(_blank)가 들어갈 수 있다.
 왼쪽 정렬 	왼쪽 정렬은 브라우저의 기본적인 정렬 방식이라서 별도의 태그가 지정되지 않았다. 모든 태그는 <></>와 같은 형식으로 끝난다고 했지만, 그런 규칙을 따르지 않는 태그 중에 하나가 있다. 바로  태그이다. 빈 줄을 한 줄 삽입하는 기능으로     모두 같은 효과를 내지만, 시작과 끝이 따로 없는 태그라는 것을 표시하기 위해서 보통  과 같이 표시한다.
<DIV style="TEXT-ALIGN: center">가운데 정렬</DIV>	<DIV>는 구분(division)이라는 의미를 가진 태그이다. 특정한 영역을 지정하기 위해서 사용된다. 이번 경우처럼 정렬을 위해서 사용하려면 <DIV style="TEXT-ALIGN: 정렬방식">내용</DIV>와 같이 사용한다. 정렬방식은 left, center, right가 올 수 있다.
<DIV style="TEXT-ALIGN: right">오른쪽 정렬</DIV>	위와 같다.
[##_1L 1043015431.png width="140"	여기서 이 부분은 이미지를 삽입하기 위한 기능으로 사용되었

HTML코드	해석
<pre>height="140" alt="사용자 삽입 이미지" "[_##_]이미지표시</pre>	<p>다. 이 방식은 이 에디터에서 편의상 사용하는 방식으로, 실제 HTML코드는 이것과 다르다.</p> <p>헛갈리는 것을 방지하기 위해서 우선 옆의 코드를 살펴보자. [##_ 로 시작하는 것은 텍스트큐브의 고유한 방식으로 뒤에 나오는 것이 어떤 내용임을 의미한다. 이후에 이미지의 주소, 가로, 세로 크기가 각각 지정되며 _##_]으로 마무리된다.</p> <p>하지만, 실제 사용되는 HTML코드로 변경하면 다음과 같다.</p> <pre>&lt;img src="1043015431.png" width="140" height="140" alt="사용자 삽입 이미지" /&gt;</pre> <p>img는 이미지(image)라는 의미를 가진 태그로, 앞의 BR태그와 함께 닫지 않아도 되는 태그이다 (HTML 태그에서 닫지 않아도 되는 태그는 BR과 IMG뿐이다)</p> <p>형식은 &lt;img src="이미지 주소" width="가로크기" height="세로크기" alt="대체 텍스트" /&gt;와 같이 사용된다. 마지막 /는 굳이 사용하지 않아도 상관 없지만 사용하는 것이 일관성을 위해서 좋다.</p>
<pre>&lt;BR /&gt;&lt;BR /&gt;&lt;BR /&gt;&lt;BR /&gt;&lt;BR /&gt;&lt;BR /&gt;&lt;BR /&gt;빈줄 넣기</pre>	<p>&lt;BR/&gt;태그는 하나당 한줄씩 띄운다. 이 태그는 앞에 7줄의 빈칸이 있고, 뒤에 "빈줄 넣기"라는 단어가 나오는 것이다.</p>

전문적으로 사용하는 사람이 아니라면, 모든 태그를 기억하기란 쉽지 않다. 그럼에도 꼭 기억하라고 권하고 싶은 태그는 <BR>태그와 <IMG>태그, <A>태그(<A href="">태그를 의미한다), 끝으로 가운데 정렬을 위한 <DIV style="TEXT-ALIGN: center"> </DIV>이다. 처음에는 낯설지만 몇 가지 적용하는 실험을 해보면 곧 익숙하게 사용할 수 있다.

## 9 블로그 설정 및 관리

### 9.1 일반설정

블로그 환경 설정은 블로그 서비스의 종류마다 다소 차이가 있다. 따라서, 일반적으로 필수 항목으로 언급되는 부분을 중심으로 진행할 예정이다.

The screenshot shows the '환경 설정' (Environment Settings) page for a TISTORY blog. The page is divided into several sections:

- 환경 설정** (Environment Settings):
  - 블로그 정보 (Blog Information)
  - 스팸 필터 (Spam Filter)
  - API 설정 (API Settings)
  - 데이터 관리 (Data Management)
  - 기타 설정 (Other Settings)
  - 초대 관리 (Invite Management)
- > 블로그 정보** (Blog Information):
  - 블로그 프로필** (Blog Profile):
    - 블로그 이름 (Blog Name): BKLove Blog
    - 블로그 설명 (Blog Description): BKLove Blog | '나는 탐인(探人)'이다
    - 프로필 이미지 (Profile Image): Two robot-like figures. Includes a '찾아보기...' (Search) button and a '삭제' (Delete) button. (형식: jpg, gif, png / 용량: 최대 512kb)
  - 아이콘** (Icon):
    - 블로그 아이콘 (Blog Icon): BK. Includes a '찾아보기...' (Search) button and a '삭제' (Delete) button. (형식: jpg, gif, png / 사이즈: 16×16, 24×24, 48×48)
    - 파비콘 (Favicon): BK. Includes a '찾아보기...' (Search) button and a '삭제' (Delete) button. (형식: ico) ICO로 파일변환
  - 주소** (Address):
    - 블로그 주소 (Blog Address):
      - 1차주소 (1st Level Address):  http:// bkllove .tistory.com 변경 시 24시간 이내에 다시 변경할 수 없습니다.
      - 2차주소 (2nd Level Address):  http:// bkllove.net 도메인 설정 안내 ?
    - 글 주소 (Post Address):
      - 숫자 형식 (예 - http://bkllove.tistory.com/123)
      - 문자 형식 (예 - http://bkllove.tistory.com/티스토리-환영합니다)

A '저장' (Save) button is located at the bottom right of the form.

가장 기본적으로 설정해야 하는 정보는 [블로그 이름], [블로그 설명], [프로필 이미지]이다. 서비스에 따라 블로그를 생성하는 단계에서 입력하기도 하고, 생성 후 환경 설정에서 지정해야 하는 경우도 있다. 블로그 이름은 블로그의 직접 표시되고, 검색 엔진에도 등록되는 주소이기 때문에 자신의 블로그를 가장 잘 드러내는 이름을 지정하도록 한다. 블로그 설명 역시 블로그를 잘 표현할 수 있는 설명을 입력한다. 이런 정보 등은 언제든지 수정할 수 있다.

프로필 이미지의 경우 블로그의 프로필 영역에 표시되는 이미지인데, 자신을 드러내는 이미지를 지정하면 된다.



그 외 블로그를 시작할 때 알아두어야 하는 설정 값은 다음과 같다.

- ◆ 카테고리(Category, 분류): 하나의 블로그에 올려지는 글의 주제나 성격에 따라서 여러 개의 카테고리를 정해서 올릴 수 있다. 보통 1 개 이상의 카테고리가 지정되어야 하며, 사용자가 자유롭게 추가하고 이름, 순서를 변경할 수 있다.

자신이 앞으로 블로그에 쓰고 싶은 관심사에 대해서 자유롭게 작성하면 되겠다. 예를 들어, '자동차'에 관한 블로그를 운영하기를 원할 경우 카테고리는 각각 [현대] [기아] [대우] [삼성]처럼 회사의 이름이 될 수도 있고, [신차 정보] [스포츠카] [모터쇼]와 같이 결정할 수 있다.

- ◆ 언어: 블로그에서 사용할 기본 언어를 설정한다. 서비스 마다 한글, 영어, 일본어, 중국어 정도로 설정이 가능하다.



- ◆ 댓글 공개: 댓글은 블로그를 방문자와 운영자가 커뮤니케이션을 할 수 있는 가장 기본적인 방법이다. 하지만, 때로는 스팸 댓글이나 불필요한 논쟁이 발생할 가능성이 존재한다.

프라이버시	
<b>사생활 보호</b> 원하지 않는 방문자의 글을 원치 않을때, 글쓰기 권한을 제어할 수 있습니다.	
<b>익명 댓글 차단</b>	<input type="checkbox"/> 로그인 하지 않은 사람의 댓글을 금지합니다.
<b>안부게시판 글쓰기 설정</b>	<input type="checkbox"/> 비밀글 쓰기만 허용합니다. ※ 비밀글만 허용하면, 방문자에게는 자신이 남긴 안부글만 보입니다.
<b>안부게시판 스팸 차단</b>	<input checked="" type="radio"/> 로그인 하지 않은 사람도 쓸 수 있게 합니다. <input type="radio"/> 로그인한 사람만 쓸 수 있게 합니다. <input type="radio"/> 내가 맺은 이웃만 쓸 수 있게 합니다. <a href="#">내 이웃리스트 보기</a>
<b>특정인 글쓰기 차단</b>	<b>[차단목록 설정하기]</b> <a href="#">자세히보기</a> ※ 차단사실을 상대방이 알 수 있습니다.

댓글을 작성할 수 있는 권한을 설정하는 항목은 크게 4 가지 설정이 가능하다. 모든 사람이 댓글을 작성할 수 있는 [완전 공개], 서비스를 이용하는 다른 사용자가 로그인을 한 뒤에 남길 수 있는 [로그인 사용자 공개], 댓글은 자유롭게 남길 수 있지만 다른 사람에게 보여지는 것은 운영자가 승인을 해야 하는 [승인 후 공개], 댓글을 남길 수 없도록 설정하는 [비공개] 설정이 있다. 필요에 따라서 블로그 전체의 댓글에 대한 권한을 수정할 수도 있고, 일부의 경우는 글을 작성할 때 글에 따로 설정하는 것도 가능하다.

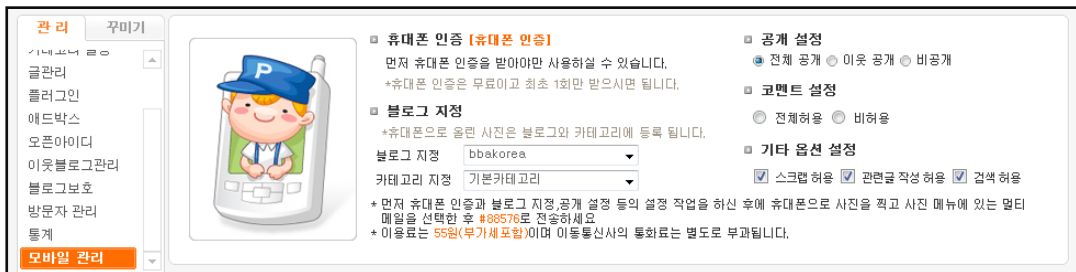
- ◆ 오픈 아이디: 대부분 사람들은 여러 서비스에 가입한다. 메일, 카페, 게임, 블로그..... 가입 할 때마다 비슷한 회원 정보를 입력해야 한다. 굳이 그럴 필요가 있을까라는 질문에 대한 답이 오픈 아이디이다. 오픈 아이디의 개념은 여러 웹 서비스를 이용할 때마다 회원가입을 하지 말고, 한 번 회원가입을 통해서 여러 서비스를 이용할 수 있게 하자는 것이다. 오픈 아이디를 적용 가능한 서비스<sup>34</sup>들은 오픈 아이디를 입력하면, 오픈 아이디를 통해서 서비스를 이용하는 것이 가능하다.

<sup>34</sup> 오픈 아이디를 이용하는 서비스의 목록은 <http://www.openid.or.kr/11> 글을 참고하면 도움이 된다.



오픈 아이디가 주는 장점은 명확하다. 오픈 아이디를 등록하는 서비스<sup>35</sup>에서 회원 가입을 완료하면, 오픈 아이디를 이용할 수 있는 여러 서비스에서는 별도의 가입 없이 오픈 아이디를 통해서 서비스를 이용할 수 있다. 회원 가입이라는 귀찮은 절차를 생략할 수 있고, 비밀번호를 변경할 때에도 한 곳만 변경하면 된다. 문제는 서비스 제공 업체들이 오픈 아이디를 도입에 적극적이지 않다는 것이다.

- ◆ 모바일 관리: 휴대폰을 통해서 블로그에 글을 작성할 수 있도록 지원한다. 대부분 글과 사진 정도를 업로드 할 수 있는 환경을 제공하며, 사전에 휴대폰 주소를 등록해야 한다.



휴대폰을 등록하고 특정한 번호로 문자메시지, 멀티메일 등을 발송하면 블로그의 특정 카테고리에 저장한다. 글의 공개 설정을 하는 것이 휴대폰에서는 쉽지 않으므로, 미리 설정을 등록해야 한다.

<sup>35</sup> 오픈 아이디를 등록하는 서비스 중에서 국내의 서비스는 <http://www.idtail.com/> <http://www.myid.net/> <http://openid.daum.net/> 등이 있다.

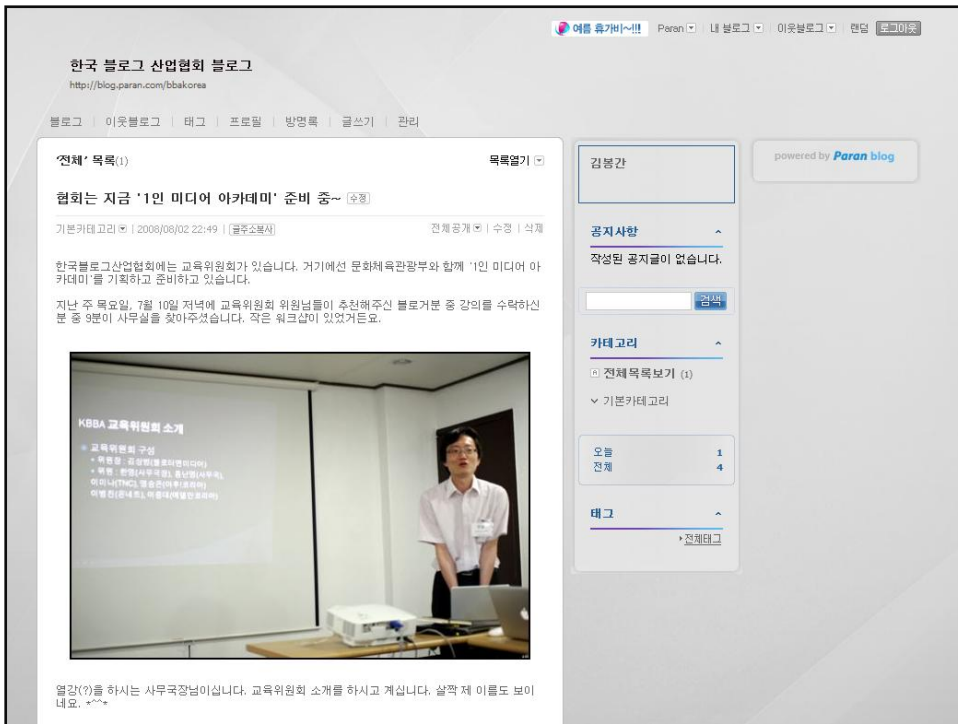
## 9.2 스킨 변경

블로그의 디자인을 스킨이라고 한다. 블로그 시스템은 기본적으로 웹에서 돌아가는 프로그램이다. 블로그에서는 글을 저장하고 삭제하는 등의 프로그램 영역, 실제 글을 올렸을 때 그 정보가 저장되는 데이터베이스, 외부에서 블로그 디자인을 지정하는 스킨으로 구분된다. 각각의 영역을 독립적으로 설계함으로써, 글이나 기능에 전혀 영향을 주지 않으면서 블로그의 디자인만 변경하는 것이 가능하다.

The screenshot displays a user interface for selecting a blog skin. At the top, there are tabs for '제공 스킨' (Provided Skins) and '저장한 스킨' (Saved Skins), along with a '+ 새 스킨 등록' (New Skin Register) button. Below the tabs, there are filters for skin types: '전체 (113)', '1단형 (22)', '2단형 (50)', '3단형 (39)', and '기타(2)'. The main area shows a grid of 16 skin thumbnails. Each thumbnail includes a preview of the skin's layout and a title. Below each title are two buttons: '스킨위자드' (Skin Wizard) and '적용' (Apply). The skins shown are:

- 기본 스킨 (Basic Skin)
- 기본 스킨 - 팀블로그용 (Basic Skin - Team Blog)
- Tag Your Mind(B)
- Tag Your Mind(R)
- Tag Your Mind(Y)
- Moving Box(Black)
- Moving Box(Brown)
- Moving Box(Green)
- Gallery (Black)
- Gallery (Gray)
- Gallery (White)
- Butterfly (Black)

스킨을 변경하는 것은 대부분 스킨 설정 화면에서 원하는 스킨을 적용하는 것만으로 가능하다. 기본 스킨을 변경해보자. 사용한 블로그는 파란 블로그이다. 블로그에는 기본으로 스킨이 지정되어 있고, 이 스킨을 완전히 다른 디자인의 스킨으로 변경할 예정이다.



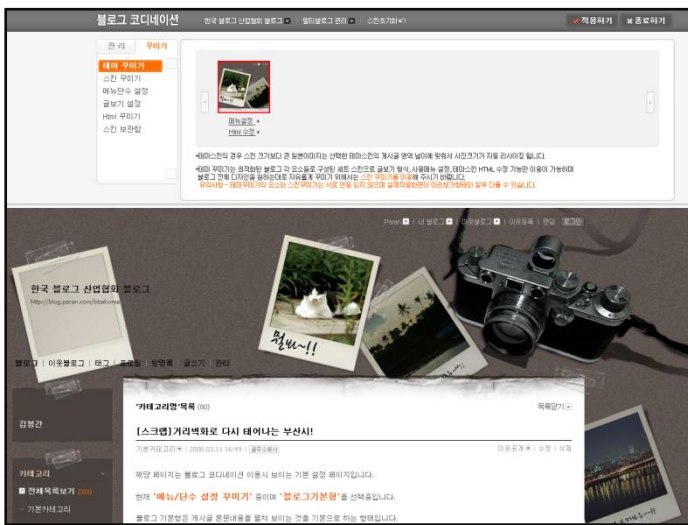
1. 기본으로 지정된 블로그의 스킨이다. 변경을 위해서 [관리] 메뉴를 선택하고, 관리 페이지로 이동한다.



2. 상단의 메뉴 중에서 디자인 관리를 선택한다.



3. 파란 블로그의 경우 스킨을 테마라는 이름으로 지정한다. 목록 중에서 마음에 드는 스킨을 지정한다.



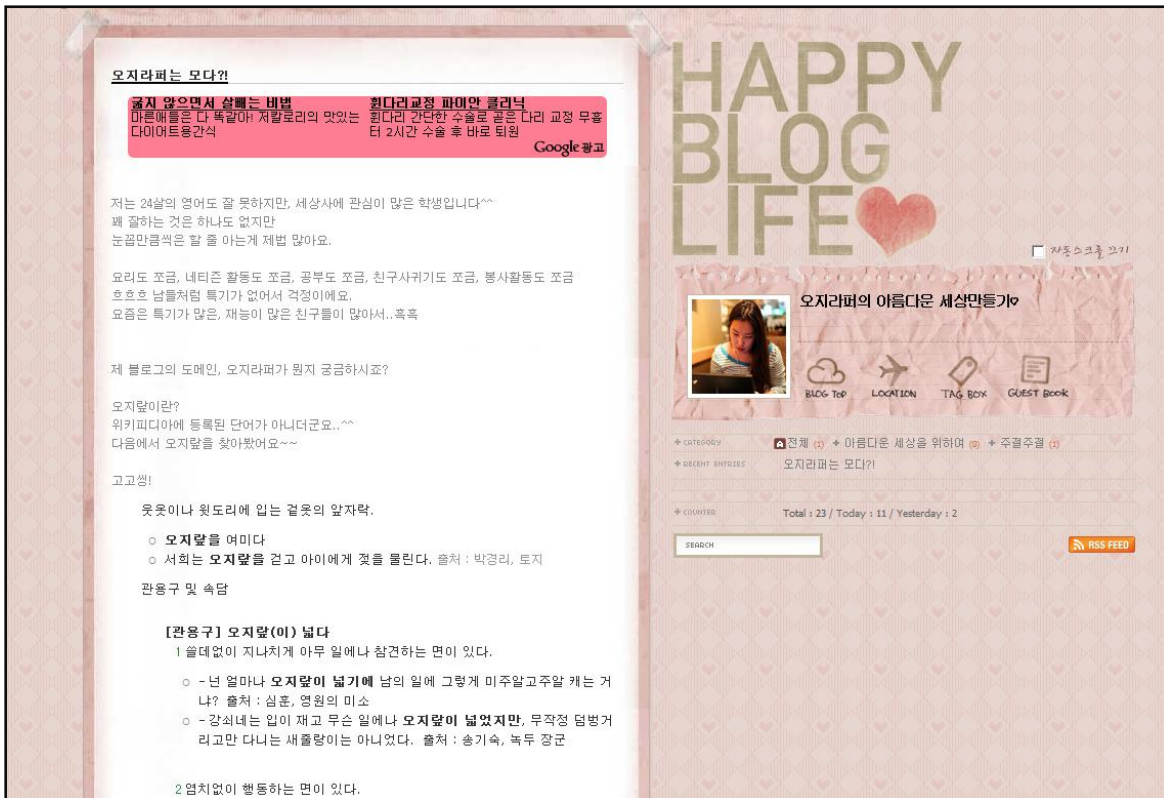
4. 옆의 이미지처럼 스킨을 선택할 때마다 전체 이미지가 변경된다. 스킨은 페이지 전체의 디자인, 배경, 메뉴들의 모양을 비롯해서 보이는 모든 부분의 이미지를 바꾸게 된다.

현재 클릭한 스킨을 실제로 지정되는 것은 아니고 임시로 보여지는 화면이다.



5. 스킨을 실제로 적용하려면 오른쪽 상단의 적용하기를 선택한다. 그러면 스킨을 적용할 것인지를 물어보고, 확인을 선택하면 스킨이 완전히 변경된다.

다른 서비스를 이용할 사용자들을 위해서 다른 서비스의 변경 사례를 살펴보고자 한다.



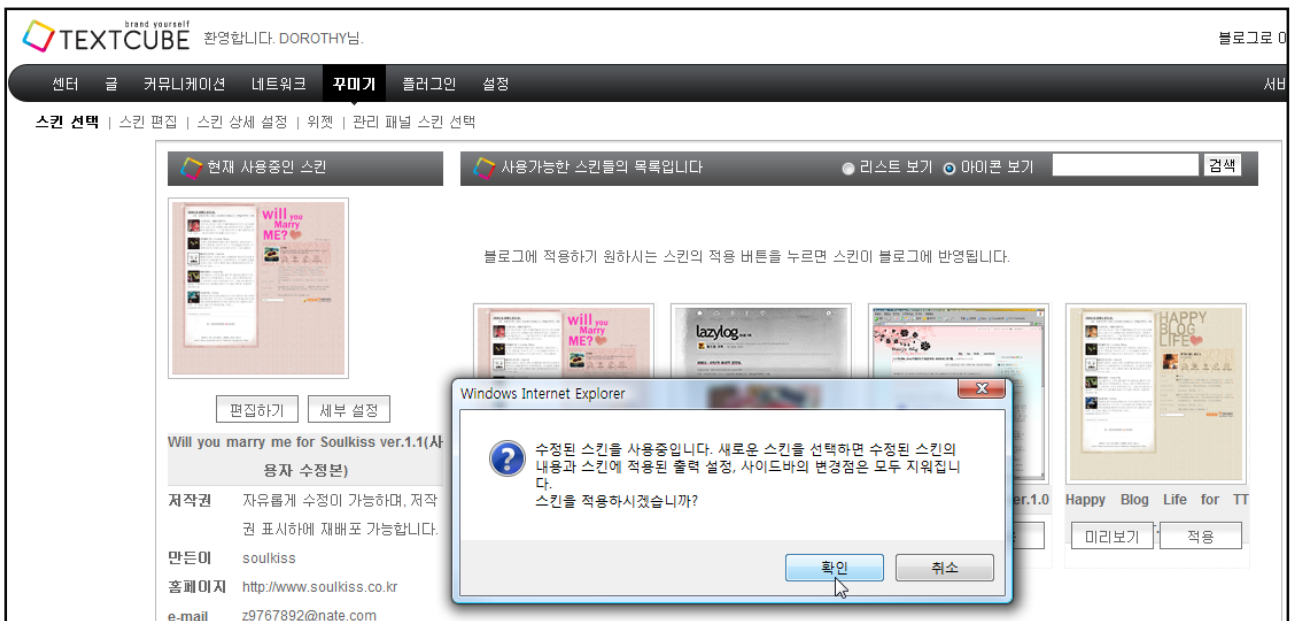
설치형 블로그인 텍스트큐브의 사용자의 블로그 화면이다. 로그인을 한 뒤, 스킨 설정 페이지로 이동한다. 텍스트큐브, 텍스트큐브닷컴, 티스토리 블로그의 경우 키보드의 [Q]버튼을 클릭하면 관리자 페이지로 이동할 수 있다.



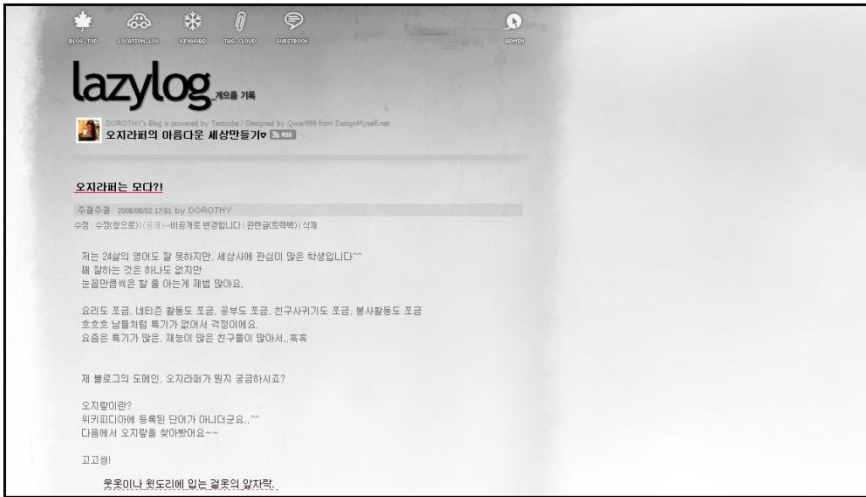
1. [Q]버튼을 클릭하면, 관리자 화면으로 가기 위해서 로그인을 한다. 이메일과 비밀번호를 입력하고 관리자 페이지로 이동한다



2. 텍스트큐브의 경우 스킨을 사용자가 만들거나, 다운 받아서 자유롭게 추가할 수 있다. 스킨에 대한 작은 이미지와 미리보기, 적용 버튼이 있다. 미리보기를 통해서 스킨의 모습을 볼 수 있으며, 적용하기를 선택하면 스킨이 변경된다. 가운데 스킨을 적용해보자.



3. 스킨을 적용하기 위해서 경고 화면이 나온다. 확인을 선택하면 스킨이 적용된다.



4. 스킨이 변경됐다. 이전에는 2단으로 좌측에는 게시물이, 우측에는 메뉴가 있었지만, 새로 변경된 스킨은 상단에 글이 나오고, 하단에 메뉴가 표시되는 형태이다.

지금까지 스킨을 변경하는 방법을 배웠다. 스킨으로 전체적인 모습을 바꾸고 난 뒤에는, 설정을 통해서 화면에 나오는 글의 개수, 글의 길이 등을 수정할 수 있다.



위에서 보이는 것처럼, 블로그에 글이 한 페이지에 몇 개가 노출될 것인지, 방명록에는 몇 개의 글이 노출될 것인지, 댓글-트랙백을 펼치게 할지 설정하는 것이 가능하다. 사이드 바는 블로그의 메뉴 영역을 의미한다. 메뉴 영역에 글이 몇 개가 보여질 것인지, 그리고 몇 글자까지 보여줄 것인지 세부적인 설정을 할 수 있다. 설정이 끝나고 나면 [저장]을 눌러서 변경한 내용을 저장한다.



### 9.3 스킨 HTML 수정하기

몇몇 서비스들은 스킨 디자인을 사용자가 HTML 로 수정할 수 있는 기능을 지원한다. 이런 기능을 통해서 사용자는 스킨의 아주 세부적인 내용까지 수정할 수 있게 되며, 앞으로 배우겠지만 광고를 삽입하거나, 기존의 홈페이지와 연결하는 등 다양한 변경이 가능하다.

문제는 스킨의 HTML 을 직접 수정하는 것은 쉽지 않은 일이며, 보통 HTML 태그에 익숙한 사람에게도 상당히 부담이 되는 일이다. 하지만, 이런 편집이 꼭 필요한 부분이 있으므로, 지금부터 HTML 의 수정에 대해서 잠시 배워볼 예정이다. 직접 디자인을 제작할 수 없으므로, 간단히 구조와 수정 방법만 배워보자.

The screenshot shows the TEXTCUBE skin editor interface. At the top, there's a navigation bar with options like '센터', '커뮤니케이션', '네트워크', '꾸미기', '플러그인', '설정'. Below that, a breadcrumb trail reads '스킨 선택 | 스킨 편집 | 스킨 상세 설정 | 위치 | 관리 | 파일 스킨 선택'. The main content area is titled '스킨을 편집합니다: "플레이2 - plyty(수정할 스킨)"'. It contains a paragraph explaining that users can edit skins, save them, and preview changes. Below the text is a toolbar with various editing tools like '전체', '본문', '댓글 영역', '트랙백 영역', '리스트', etc. The main editing area is split into two panes: 'skin.html' and 'style.css'. The 'skin.html' pane shows a full HTML document structure with a header, body, and menu. The 'style.css' pane shows CSS rules for styling elements like '.selected', '.ib', and '.cal\_month'. At the bottom of each pane are '되돌리기' (Undo) and '저장하기' (Save) buttons. The footer of the page contains copyright information: 'Copyright © 2004-2008. Needworks / Tatter Network Foundation. All rights reserved. Licensed under the GPL. Textcube 1.7.3 - Revision'.

스킨은 크게 두 가지 영역으로 구성된다<sup>36</sup>. 위 블로그(설치형 블로그 텍스트큐브<sup>37</sup>)는 두 가지 영역을 수정할 수 있는데, 바로 위쪽의 skin.html 와 아래의 style.css 영역이다. Skin.html 은 스킨의 내용을 담고 있다. 어떤 이미지가 표시되고, 어떤 내용이, 어디에서 표시될지를 지정한다. Style.css 의 경우에는 글자 모양, 디자인의 간격과 같은 구조/서식에 대한 정보가 담긴다.

예를 들어, 우리가 블로그에 배너 광고를 달거나 표시되는 내용을 추가하고 싶다면, 반대로 현재 표시되고 있는 글 목록을 빼고 싶다면 skin.html 파일에서 해당 내용을 찾아서 변경하면 된다. 그런데 글에 지정된 글꼴(Font)를 바꾸거나, 여백을 변경하고 싶다면 style.css 를 수정하면 된다.



```
<!DOCTYPE html PUBLIC "-//W3C//DTD XHTML 1.0 Transitional//EN" "http://www.w3.org/TR/xhtml1/DTD/xhtml1-transitional.dtd">
<html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml">
<head>
<meta http-equiv="Content-Type" content="text/html; charset=utf-8" />
<link rel="alternate" type="application/rss+xml" title="##_title_##" href="##_rss_url_##" />
<link rel="stylesheet" type="text/css" href="./style.css" />
<link rel="shortcut icon" href="##_blog_link_##]favicon.ico" />
<title>##_title_## :: ##_page_title_##</title>
</head>
<body>
<s_t3>
<div id="container"><div class="containerInner">
  <div id="header"><div class="inner">
    <h1><a href="##_blog_link_##"><span></a></h1>
  </div></div>
  <!-- /header -->

  <div id="menu"><div class="inner">
    <div class="blogMenu">
      <ul>
        <li><a href="/category">전체글</a></li>
        <li><a href="/category/논쟁과20진실">논쟁과 진실</a></li>
        <li><a href="/category/뉴미디어와20웹">뉴미디어와 웹</a></li>
        <li><a href="/category/카메라에20추억담기">카메라에 추억담기</a></li>
      </ul>
    </div>
  </div>
</div>
</div>
</body>
</s_t3>
</div>
```

보는 것처럼 스킨의 html 구조는 꽤 복잡하다. 스킨이 에디터에서 사용된 html 태그와 가장 다른 점은 치환자라는 것이 존재한다는 것이다. 위의 html 태그에서 [##\_title\_##], [##\_rss\_url\_##] [##\_blog\_link\_##]와 같은 부분이 치환자이다.

블로그는 사실 한글, MS 워드처럼 하나의 소프트웨어이다. 그 중에 스킨은 외부의 보이는 모습을 결정하긴 하지만, 실제 어떤 행동들을 결정하지 않는다. 따라서, 글을 저장하고 환경을 설정하는 별도의 프로그램 영역이 있다. 이는 우리의 몸과 비교될 수 있다. 우리의 외모(얼굴)는 외부에 보여지는 나의

<sup>36</sup> 물론 경우에 따라서 약간 차이가 있다. 하지만 크게 보서는 2가지 영역으로 구분된다.  
<sup>37</sup> 스킨 편집은 앞에 제시한 목록 중에서 '티스토리' '파란 블로그' '이글루스' '텍스트큐브'에서 가능하다. 이 중에서 텍스트큐브는 100% 자유로운 스킨 편집을 할 수 있다.

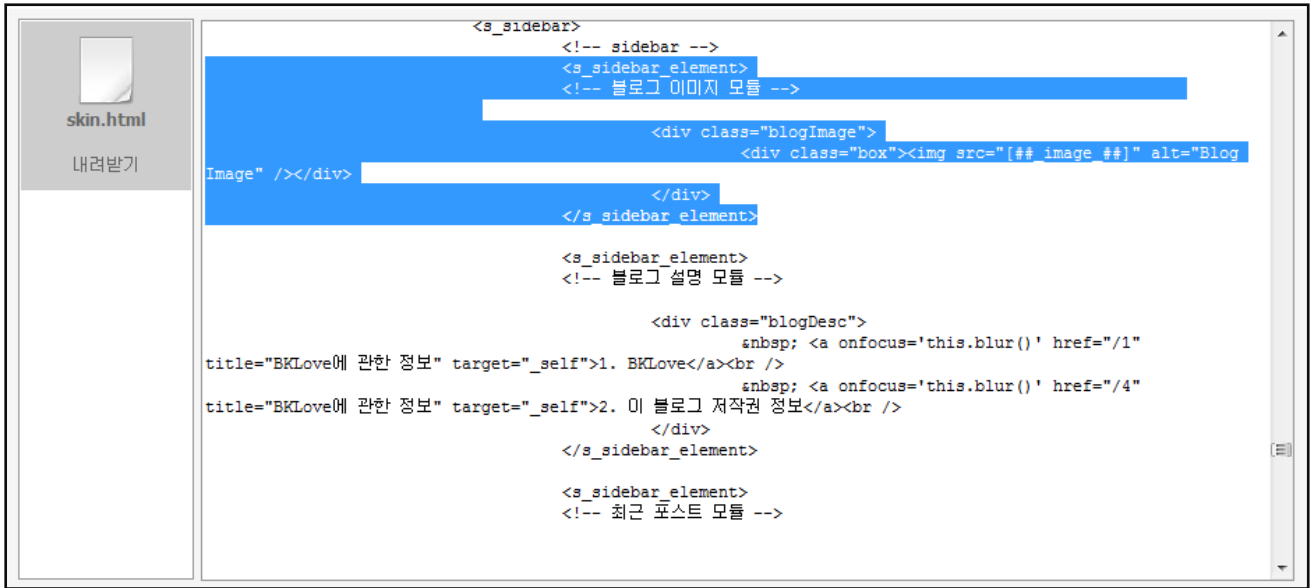
모습을 결정한다. 하지만 실제 내 몸 속에서 일어나는 에너지 소비, 혈액순환 등의 핵심적인 기능들에 관여하지 않는다. 단지 얼굴은 이렇게 겉으로 드러난 모습일 뿐이다. 스킨 역시 그러하다.

블로그의 치환자는 스킨과 프로그램 영역을 이어주는 역할을 한다. 내가 글을 작성해서 공개를 했다면, 이는 프로그램 영역에 의해서 별도의 공간(이를 데이터베이스라 부른다)에 저장된다. 이 내용이 스킨에서 다시 표시되기 위해서 치환자-본문을 나타내는 치환자는 [##\_article\_rep\_desc\_##]이다-에 의해 호출된다.

즉, 스킨에서 치환자를 사용하면 그 부분이 치환자의 이름에 따라서, 프로그램 영역에 의해 저장된 정보들을 다시 치환해서 보여주는 기능을 한다. 치환자를 넣고, 빼는 것으로 어떤 정보를 표시하거나 표시되지 않도록 할 수 있다.

실습을 위해서 블로그에서 왼쪽 위에 표시된 프로필 이미지를 삭제해보자. 이 영역은 스킨에 코드로 지정되어 있으며, 이 영역을 삭제할 경우 즉각 스킨에서 표시되지 않는다.

삭제된 부분은 다시 되돌릴 수 없으므로, 작업하기 전에 반드시 별도로 저장한 뒤 진행하는 것이 좋다.



Skin.html 에서 위 부분을 찾아서 삭제한다. 굳이 내용을 이해할 필요는 없지만, 간단히 알아보자.

```

<s_sidebar_element>

  <!-- 블로그 이미지 모듈 -->

    <div class="blogImage">

      <div class="box">

      </div>

    </div>

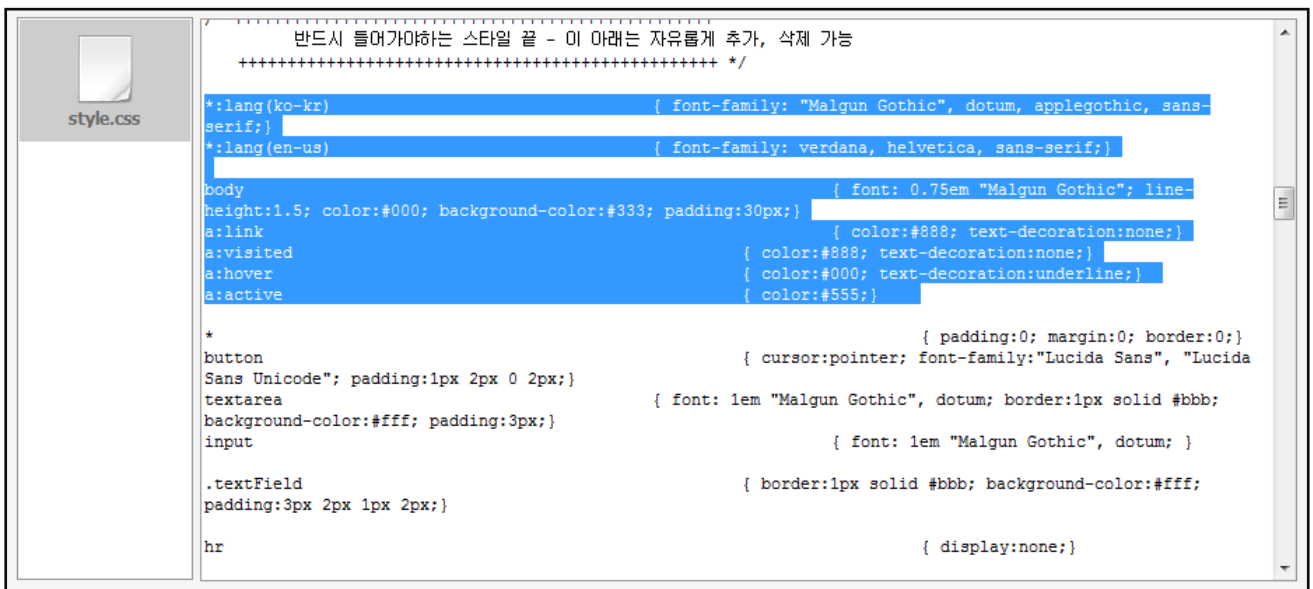
  </s_sidebar_element>

```

- <s\_sidebar\_element>는 스킨에서 이 부분이 사이드바(Sidebar) 영역의 한 요소임을 알려준다. 이 부분은 </s\_sidebar\_element>까지 지정된다.
- <!-- 블로그 이미지 모듈 -->는 주석으로, 실제 표시되지 않지만 다른 사용자가 스킨을 쉽게 수정할 수 있도록 현재 어떤 부분인지를 적어놓은 것이다.
- <div class="blogImage">와 <div class="box">는 각각 앞에 설명한 style.css 에서 서식을 불러온다. Style.css 에는 blogImage 와 box 에 대한 서식이 지정되어 있다. </div>로 끝난다.
- 는 핵심 영역으로 는 이미지를 표시하라는 의미를 담고 있다. [[\_image\_]] 블로그 이미지를 불러오는 치환자이다. 이 부분만 제거하는 것으로도 원하는 효과(블로그 왼쪽에 이미지를 제거하는 것)를 낼 수 있다.



이전과 비교했을 때 왼쪽의 이미지 영역이 삭제되었음을 알 수 있다. 이렇게 스킨을 직접 수정함으로써 디자인을 자유롭게 변경하는 것이 가능하다. 스킨에 대해서 이 책을 통해서 자세히 배우는 것은 불가능하다. 스킨 수정을 지원하는 블로그 서비스들은 스킨을 수정하는 방법과 치환자의 의미에 대해서 대부분 매뉴얼을 지원하고 있으므로, 그 부분을 살펴보고, HTML 에 대해서 이해한 뒤 수정하는 것이 좋다.



[참고] 예를 들어, CSS 의 위 색칠된 부분을 수정하면, 블로그 전체에 지정되어 있는 글꼴이나 글자 크기를 한 번에 바꿀 수 있다. 이렇게 글꼴, 구조, 여백 등을 변경하는 것이 가능하다.

## 9.4 팀블로그

팀블로그는 한 블로그를 여러 사람이 필자로 참여해서 운영하는 블로그를 말한다. 여러 명이 참여함으로써 다양한 글이 생성될 수 있으며, 한 사람이 운영할 때보다 훨씬 자주 글을 올릴 수 있게 된다. 대부분 특정한 주제를 가지고 운영되는 경우가 많다. 예를 들어, '3M 흥업'은 영화나 음악 같은 대중문화를 다루는 팀블로그이다.



팝 칼럼니스트, 방송국 PD, 영화 저널리스트 3 명이 모여서 만들었으며, 대중문화 전반에 관한 이야기를 게시하고 있다. 각각의 블로거가 자신의 이야기를 쓰고, 하나의 블로그 페이지에서 글을 소비한다. 같은 직장에 있는 동료, 같은 관심사를 사람들, 심지어 가족의 경우에도 팀블로그 기능을 이용해서 블로그를 운영할 수 있다.

팀블로그의 경우 블로그 관리자가 팀블로그에 참여하는 사람에게 초대 메일을 보냄으로써 가능하다. 서비스형 블로그의 경우, 팀블로그에 초대 받은 사람이 해당 서비스의 계정을 가지고 있어야만 이용할 수 있다. 설치형 블로그는 계정이 필요하지 않다.

텍스트큐브의 팀블로그 기능을 사용해보자.



1. 관리자 페이지에서 [네트워크] - [필진 목록] 페이지를 선택한다. 상단에는 현재 등록된 블로그 필자가 보여지고, 아래 새로운 필진을 초대할 수 있다.



2. 받는 사람의 메일주소를 입력하고, 초대장 발송을 선택한다.

이 블로그에 등록된 필자들의 권한을 설정하고 관리합니다

이 블로그에 다른 필자를 등록하고 권한을 줄 수 있습니다. 필자로 등록된 경우 기본적으로 글쓰기 권한이 주어집니다. 관리자 권한의 경우 블로그의 설정을 변경할 수 있습니다. 글관리 권한의 경우 다른 필자의 글을 교정하거나 공개 정도를 변경할 수 있습니다.

<input type="checkbox"/>	이름	이메일	가입일	작성한 글 수	초대상태	권한	팀블로그 제외
<input type="checkbox"/>		bongkan@gmail.com	2008/08/02 23:40	0	미참여	<input type="checkbox"/> 관리자 <input type="checkbox"/> 글관리	사용자 제외
<input type="checkbox"/>	BKLove	bklove.info@gmail.com	2008/03/31 16:53	704	참여중	블로그 소유자	제외할 수 없습니다

3. 화면 위에 새로운 이용자가 추가됐다. 아직 초대에 참여하지 않아서 [초대 상태]에 미참여라고 표시된다. 권한은 해당 사용자가 어떤 기능을 가질 수 있도록 설정하는 부분이다.

블로그 관리자와 동일한 [관리자] 권한을 줄 수 있으며, 글을 쓰고 수정할 수 있는 [글관리] 권한만 지정할 수 있다. 해당 사용자를 팀블로그에서 제외하려면 우측의 [사용자 제외]를 선택한다.



팀블로그에 초대를 받은 사람은 위와 같은 화면을 볼 수 있다. 블로그 바로가기를 선택하면 블로그로 이동할 수 있다. 링크를 클릭해보자.



4. 로그인 된 상태로 필명과 비밀번호는 변경할 수 있는 화면이 나온다. 다음 로그인을 위해서 필명을 변경하고, 비밀번호를 새로 지정한 뒤, 저장하기를 선택한다.



상단의 메뉴를 자세히 보면, [꾸미기] [플러그인]과 같은 영역이 없어졌다. 이는 팀블로그에 참여한 블로거가 관리자 권한을 가지고 있지 않기 때문이다. 만약, 팀블로그 설정에서 [관리자] 권한을 설정했다면 모든 기능을 이용할 수 있다.



5. [글 목록] 페이지로 이동해도 글이 하나도 보이지 않는다. 역시, [글 관리] 권한이 없기 때문이다. 현재에는 자신이 작성한 글만 볼 수 있는데 반해, 글 관리 권한을 가지고 있을 경우 자신이 작성한 글 외에 팀블로그에 참여한 다른 블로거가 작성한 글도 수정하거나, 관리할 수 있다.

권한 설정을 잘 이용하면, 어떤 사용자는 블로그 관리를 담당하게 할 수 있으며, 어떤 사용자는 단순히 글만 쓸 수 있게 하는 설정이 가능하다.

## 9.5 블로그로 돈을 벌자

블로그는 글을 작성하고, 블로그를 방문한 사람들은 글을 볼 수 있도록 설계되었다.

만약 방문자를 방문하는 사람이 많다면 블로그를 통해서 실제 수익을 발생시킬 수도 있는데, 미국의 경우 TechCrunch 라는 IT 기술 관련 전문 블로그의 경우는 월 수입이 200,000 달러(한화로 계산하면 2 억 원)의 수입을 올리기도 한다. 블로그를 통해서 수익을 얻는 가장 기본적인 방법은 블로그에 광고를 삽입하고, 방문자가 광고를 클릭했을 때 일정한 수익을 블로그 운영자에게 배분하는 방식으로 이루어진다.



가장 널리 알려진 서비스는 구글의 애드센스(AdSense)이다. 구글은 미국에 본사를 둔 검색 업체인데, 현재 전세계의 웹 서비스 중에서 가장 인기가 많은 회사이기도 하다. 구글은 검색 기술을 이용해서 블로그에 있는 글을 가져가서, 그 글과 연관이 있는 광고를 보여준다. 이를 보면, 그 블로그가 음악에 관해서 자주 글을 쓰는 사람이라면, 음악 기기에

관한 광고를 보여주거나, 새로 나온 음반에 관한 광고를 표시한다. 블로그 방문자가 그 광고를 클릭하면 클릭한 횟수에 일정한 금액을 배당 받고, 100 달러가 넘으면 수표를 받게 된다. 국내에도 구글 애드센스와 비슷한 서비스를 제공하는 업체들이 있는데, 다음에서 제공하는 애드클릭스, 올블로그의 올블릿 등이 있다.

다른 수익 모델도 있다. 태터앤미디어는 국내에서 영향력 있는 블로거를 섭외해서 파트너 관계를 맺고 있다. 파트너의 영향력을 이용해서 태터앤미디어에서 광고를 유치하고, 파트너들 블로그에 일정한 영역에 광고를 삽입한다. 파트너들은 클릭에 대한 비용이 아니라, 광고 영역에 대한 비용을 지불 받기 때문에 비교적 안정적으로 높은 수익을 낼 수 있다고 알려져 있다.

블로그에 광고를 삽입할지 안할지는 순전히 개인이 판단할 문제이다. 일부의 블로그는 글을 읽는데 방해가 되고, 상업적으로 흐를 수 있다는 점을 들어서 광고가 삽입되는 것을 꺼리는 경우도 있다. 다른 한편으로는 개인이 작성한 정보가 공유될 때, 그에 대해서 일정한 비용을 받음으로써 블로거에게도 도움이 되며, 더 좋은 글을 작성하는 원동력이 될 수 있다고 주장한다.

그럼 지금부터 애드센스의 광고를 삽입하는 예를 들어볼 것이다. 블로그 서비스에서 광고를 삽입하기 위해서는 HTML 수정이 필요하다. 이는 모든 블로그에서 지원하는 기능이 아니므로, 일부의 블로그에서는 광고를 삽입하는 것 자체가 불가능하다. 현재 광고가 삽입 가능한 블로그 서비스는 티스토리, 파란, 이글루스, 설치형 블로그 텍스트큐브 정도이다. 네이버, 야후 블로그에서는 광고를 넣을 수 없다.



1. 광고 삽입을 위해서 애드센스의 웹사이트(<http://www.google.com/adsense/>)를 방문한다. 계정이 없는 경우는 [지금 가입]을 클릭해서 계정을 등록한다<sup>38</sup>. 애드센스는 광고의 수익 배분과 관련되어 비교적 자세한 회원 가입 양식을 모두 입력해야 한다.

이메일과 비밀번호를 입력해서 로그인한다.

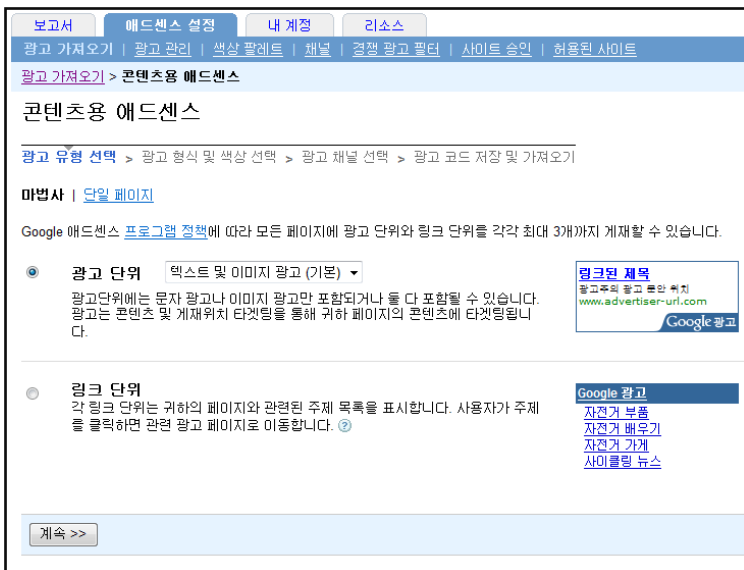
<sup>38</sup> 이 페이지에서는 계정을 가지고 있다고 가정한 뒤 진행한다



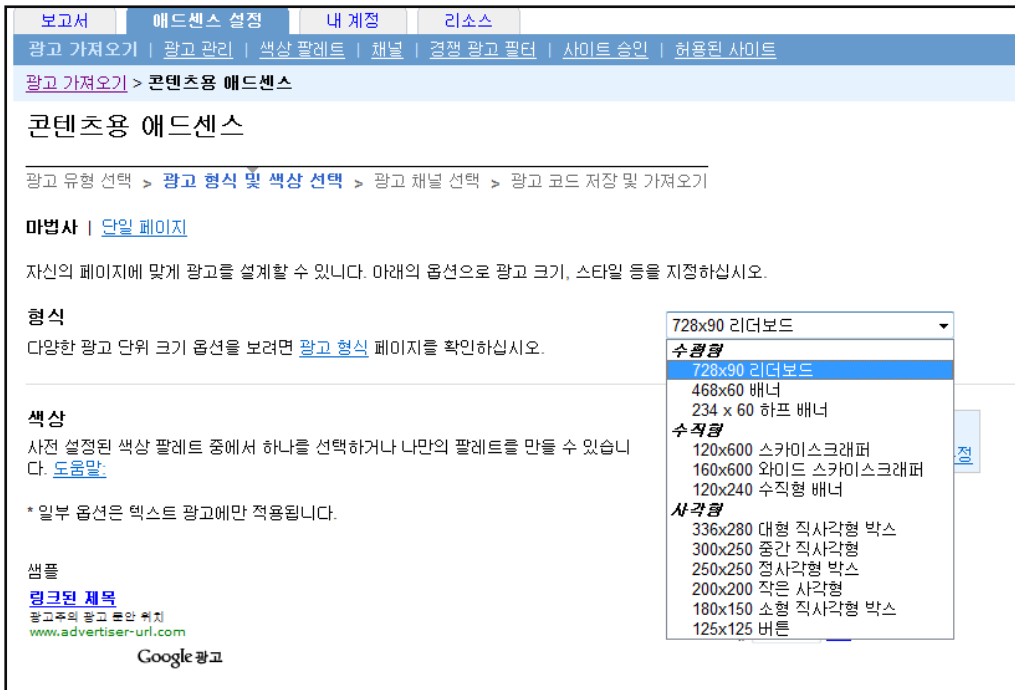
2. 애드센스의 메뉴 구조는 위와 같다. 광고를 설정하는 곳은 [애드센스 설정]으로 그 페이지로 이동한다.



3. 광고의 종류를 설정하며, 일반적으로 [콘텐츠용 애드센스]가 배너 광고이다. 이를 클릭한다.



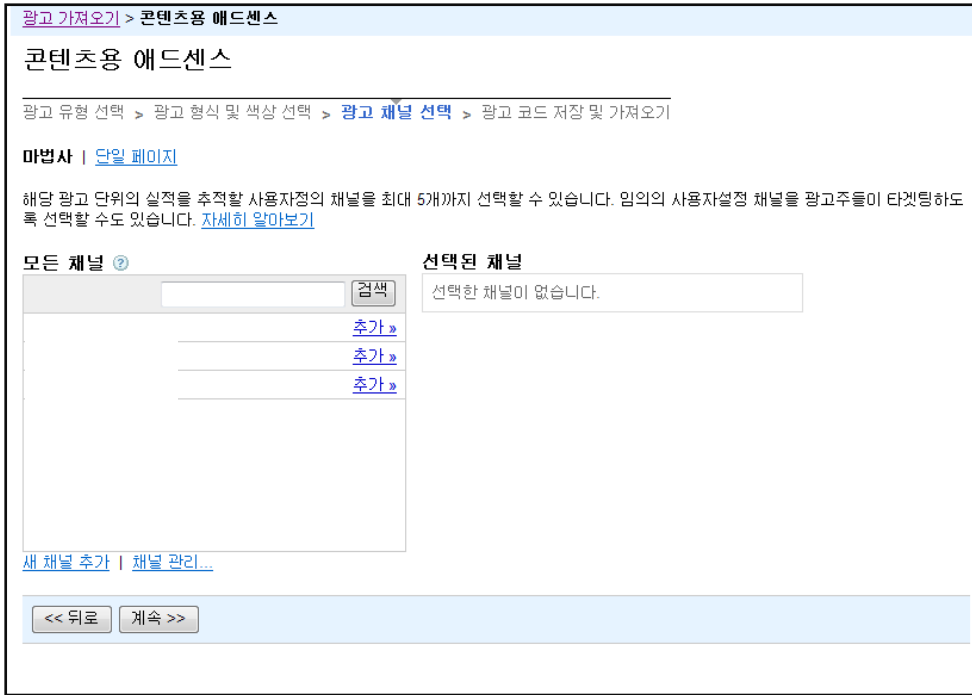
4. 왼쪽처럼 단위를 선택해야 한다. 일반 배너광고는 [광고단위]를 선택하면 된다. 이를 선택한 뒤, [계속 >>]을 클릭한다.



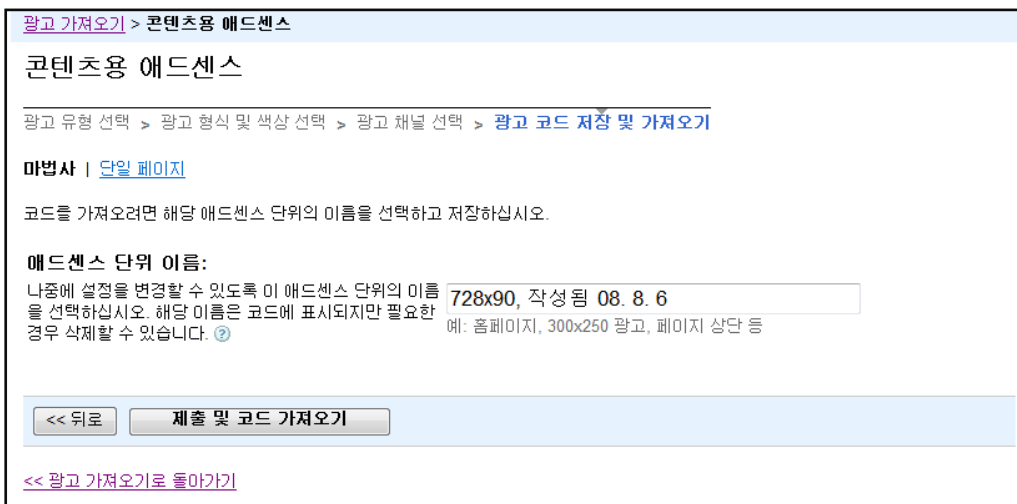
5. 삽입될 광고의 형식(크기)와 색상 등을 결정한다. 자신의 블로그의 크기에 맞게 광고를 선택할 수 있으며, 광고의 색과 모서리 스타일 등을 선택할 수 있다.



6. 디자인을 선택한다. 애드센스는 블로그의 글과 연관되는 광고를 표시하는데, 광고가 없을 경우 어떤 내용을 표시할지를 결정할 수 있다. 선택한 뒤 [계속 >>]을 클릭한다.



7. 채널은 여러 개의 광고를 설치했을 때, 개별 광고에서 벌어지는 수익 등을 분류하기 위해서 지정한다. 아래 새 채널 추가를 선택해서 광고에 이름을 지어준다. 지정하지 않아도 별 문제 없으며, 입력한 뒤 [계속 >>]을 선택한다.



8. 광고 생성에 필요한 모든 정보들이 입력되었다. 혹시 작성한 내용에 수정할 부분이 있으며, [광고 가져오기로 돌아가기]를 선택하고, 이상 없다면 [제출 및 코드 가져오기]를 선택한다.

## 애드센스 단위: 728x90, 작성됨 08. 8. 6

애드센스 단위가 저장되었습니다. 변경 사항이 적용되기까지 최대10분 정도 소요될 수 있습니다. ?

이 코드를 Google 프로그램 정책을 준수하는 모든 웹페이지 또는 웹사이트에 붙여넣을 수 있습니다. 애드센스 코드 사용에 대한 자세한 도움말은 [구현 가이드](#)를 참조하십시오.

**팁:** 사이트의 광고 코드를 교체하지 않고도 광고를 변경할 수 있다는 사실을 알고 계십니까? [광고 관리](#) 기능을 사용해 보십시오.

### 애드센스 단위 코드:

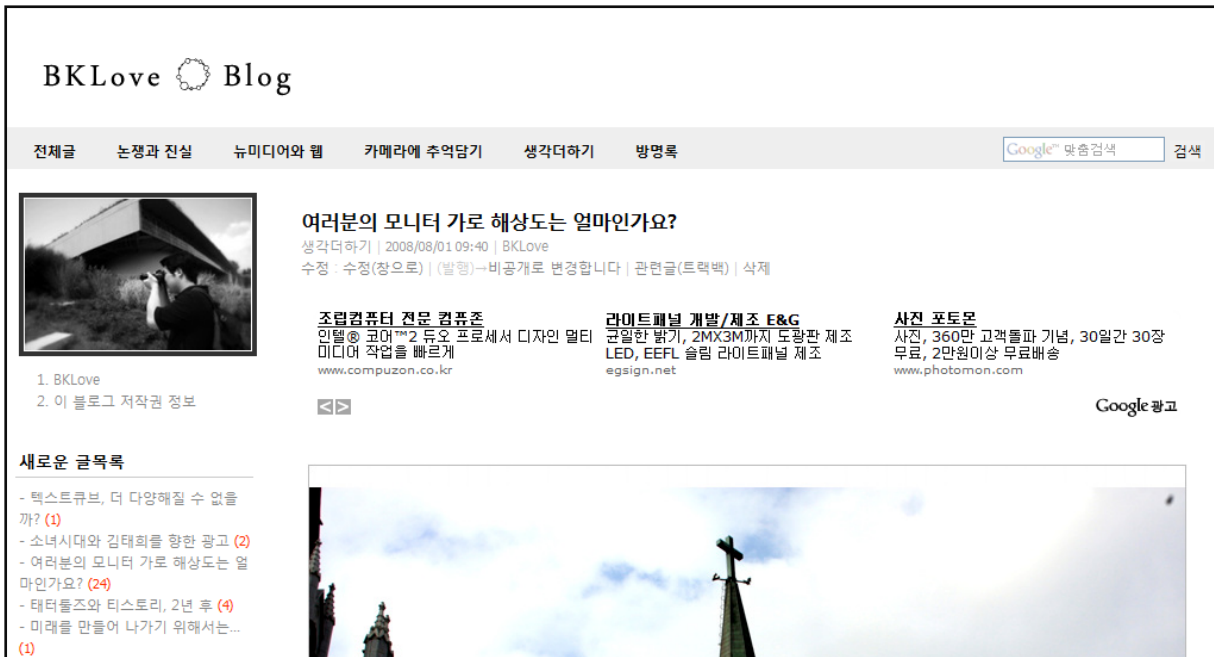
```
<script type="text/javascript"><!--
google_ad_client = "pub-
/* 728x90, 작성됨 08. 8. 6 */
google_ad_slot = "7886
google_ad_width = 728;
google_ad_height = 90;
//-->
</script>
<script type="text/jav
src="http://pagead2.go
pagead/show_ads.js">
```

[애드센스 단위 미리보기](#) | [애드센스 단위 수정](#) | [새 애드센스 단위 만들기](#)

9. 광고가 생성되었다. 코드를 선택한 뒤 오른쪽 버튼을 눌러서 코드를 복사한다.



10. 앞에서 스킨의 HTML 을 수정하는 방법을 배웠다. 원하는 부분에 광고를 삽입한다. 본 문서에서는 게시물 나오는 영역 바로 위에 광고를 삽입하고자 한다. 게시물을 표시하는 치환자는 [##\_article\_rep\_desc\_##] 이며, 그 위에 해당 광고를 붙여 넣는다. 저장한 뒤 블로그 화면으로 이동하면 광고가 표시되어 있다. 경우에 따라서 광고가 처음 표시되는데 다소 시간이 걸리기도 한다.



광고가 본문 위에 표시되어 있다. 만약 본문을 나타내는 치환자 [##\_article\_rep\_desc\_##] 의 아래에 광고 코드를 삽입했다면, 본문이 나온 뒤에 광고가 출력될 것이다.

마찬가지로 사이드바(Sidebar)영역이나, 블로그 어느 영역이든 이용자의 취향에 맞게 광고를 삽입해서 표시할 수 있다. 구글 애드센스 프로그램을 비롯한 이런 광고 프로그램은 대부분 방문자가 광고를 클릭했을 때, 광고게시자가 지정한 금액 중에 일부를 블로거에게 지급한다. 일정 부분 수익에 도달<sup>39</sup>하면, 수익을 지급한다. 대부분의 경우 블로거 자신이 광고를 클릭하는 등의 악의적인 행동을 차단하기 위해서 모니터링을 진행하는데, 만약 이런 행동들이 발각될 경우 수입 자체가 무효화되고, 계정이 취소된다.

<sup>39</sup> 구글의 경우 달러에 기준해서 지급하며, 100달러가 넘으면 지불을 받을 수 있다.



## 9.6 위젯



위젯(Widget)은 원래 프로그램과 별개로 작동되며, 간단히 어떤 정보를 나타낼 수 있는 프로그램을 의미한다. 동작하는 시스템에 따라 여러 가지로 분류되는데, 지금부터 우리가 다뤄야 할 부분은 '웹 위젯'이다. 웹 위젯은 블로그 등에 삽입되어, 블로그의 기능과 상관 없이 독립적으로 미리 지정된 정보를 표시한다. 가장 쉽게는 날씨와 시간을 표시하는 것이며, 그 외 주식 시세, 뉴스, 바이오리듬, 일정, 메신저, 문자메시지 보내기 등 다양한 기능을 하는 위젯이 있다.



지금부터 블로그에 날씨 위젯을 설치하는 방법을 알아보자. 위젯은 서비스에 따라서 블로그 자체에서 지원하는 경우도 있고, 위젯만 전문적으로 제작/배포하는 위젯 전문 업체들도 있다. 위젯 제공 업체 위자드닷컴에서 날씨 위젯<sup>40</sup>을 찾아서 추가할 예정이다.

<sup>40</sup> 해당 위젯은 <http://oz.wzd.com/Myjit/detail/2046838> 페이지에서 확인할 수 있습니다.



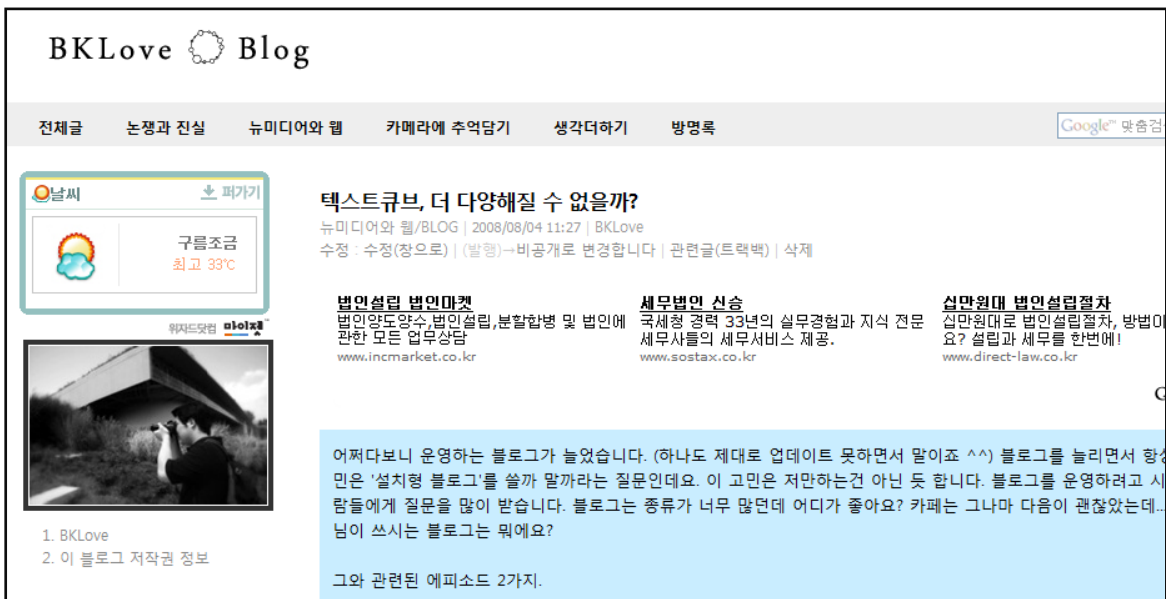
1. 날씨 위젯 페이지로 이동해서, 위젯의 제목/크기/스킨(디자인)을 결정한다. 이때 크기는 스킨을 삽입할 곳의 영역을 확인한 뒤 조절해야 하며, 완료되면 [설치 코드 생성]을 클릭한다.



2. 광고와 마찬가지로 설치 코드가 생성되는데, 이 영역을 선택한 뒤 [복사]를 한다.



3. 원하는 곳을 skin.html 에서 찾아서 추가하면 되는데, 지금은 앞에 HTML 수정에서 배웠던 블로그 이미지가 표시되는 곳 바로 위에 추가해보자. 영역을 찾은 뒤, [붙여넣기]를 한다. 위와 같이 위젯 코드가 추가된다. 필요에 따라서 아래에 공백을 주려면 <br />태그를 삽입한다.



4. 이제 위젯이 잘 삽입되었는지 블로그로 이동해서 확인한다.

## 10 블로그 홍보

지금까지 따라오시느라 수고하셨습니다. 우리는 지금까지 블로그를 만들었고, 블로그에 글을 쓰고, 블로그를 관리하는 방법까지 배웠습니다.

블로그를 사용하는 당신의 목적은 무엇인가요? 특별한 경우 블로그는 내부적으로 의견을 공유하기 위해서 비공개로 운영되거나, 개인적인 일상을 끄적이는 공간으로 활용될 수 있습니다. 하지만 많은 경우 다른 사람들이 내가 작성한 글을 읽고, 어떤 반응을 보여주기를 바라며 운영됩니다. 더 많은 사람들이 내 블로그를 방문하게 하려면 어떻게 해야 할까요? 당신이 인식하고 있든지 아니든지, 우리는 블로그 방문자를 늘리기 위한 기본적인 방식은 이미 배웠습니다. 이제 그걸 응용해보겠습니다.

블로그에도 부익부 빈익빈 현상이 존재한다. 어떤 블로그는 하루 작게는 수천 명, 어느 날은 수십만 명이 방문하기도 한다. 또 다른 블로그에는 하루에 단지 몇 명만이 방문하기도 한다. 이런 차이는 어디서 나타나는 것일까? 물론, 근본적으로 블로그 외적인 개인의 능력 때문일 수도 있다. 글의 내용이나 수준 차이, 혹은 아는 사람이 다를 수도 있다.

하지만 블로그에는 기본적으로 홍보가 필요한 시스템이다. 블로그는 더 많은 사람이 볼 수 있도록 고안된 꽤 훌륭한 장치를 가지고 있는데, 바로 지금까지 배웠던 RSS 와 트랙백 기능이다. 굳이 많은 시간을 들여서 이 두 기능을 연습한 것은 홍보에-그러니까 블로그에 올리는 글을 더 많은 사람들이 보게 하는데-꼭 필요한 기능이기 때문이다.

지금부터 블로그를 홍보하기 위한 몇 가지 도구들을 응용해서 사용해 볼 것이다. 홍보 방법만으로 끝나는 것은 아니다. 그것보다 더 중요한 것은 블로그를 운영하는 운영자의 마인드이기 때문이다. 그 부분에 대해서도 빠지지 않고 이야기할 예정이다.

## 10.1 블로그 메타 사이트 가입(RSS)

당신이 블로그를 운영하고 있다고 하자.

다른 블로그들이 도대체 무슨 이야기를 하고 있는지 알고 싶다면 어떻게 해야 할까? 블로그 메타 사이트는 이런 궁금증을 해결할 수 있는 서비스이다. 메타(meta)라는 말을 정확히 표현하면 메타 데이터(meta data)로, 의미는 "데이터를 위한 데이터"이다.

가장 쉬운 예는 태그(tag)이다. 태그는 블로그에 작성된 글을 분류하기 위해서 유용하게 사용되는 데이터이다. 태그가 직접적으로 블로그 글에 영향을 끼치는 것은 아니지만, 글을 분류하거나, 검색하거나, 연관 짓거나 할 때 필요하다.

블로그가 아닌 경우에도 메타 데이터는 유용하게 사용된다. 컴퓨터에 있는 음악 파일을 예로 들어보자. 음악 파일을 더블 클릭하면 음악이 재생된다. 음악이 재생될 때 이 음악의 제목, 작곡가, 길이, 생성된 시간이 표시된다. 이런 정보들은 실제 음악이라는 데이터를 위한 데이터이다. 직접적으로 음악에 영향을 주지 않으면서(음악 제목을 모른다고 음악이 음악이 아닌 것은 아니다), 음악을 분류하거나 이해하는데 도움을 줄 수 있다.

블로그 메타 사이트는 블로그에서 메타 데이터를 이용하는 서비스를 말한다. 여기서 가장 많이 이용되는 데이터는 RSS 이다. RSS 는 블로그에 갱신되는 글에 대한 정보를 담고 있는 메타 데이터이다. 블로그 메타 사이트는 아주 많은 블로그들의 RSS 목록을 가지고 있는데, 개별 블로그에서 글이 작성되면 RSS 는 갱신되고, 블로그 메타 사이트에는 새로운 글이 등록되는 것이다. 이렇게 새로운 글이 계속 갱신되면 그 중에서 많은 사람들이 관심을 가지는 글이 생겨날 것이고, 이런 인기를 측정하면 인기 있는 글의 목록을 제공할 수 있다.

블로그 메타 사이트는 올블로그(Allblog), 블로그코리아(Blogkorea), 오픈 블로그(Openblog), 믹시(Mixsh) 등이 있다. 올블로그는 2004 년 9 월에 만들어져 현재 약 17 만 개의 블로그가 등록되어 있는 국내 대표적인 메타 사이트이다. 등록된 블로그 글의 숫자는 약 1,240 만 개에 이르므로, 블로그스피어를 알기 위해서 반드시 가입해야 할 사이트 중에 하나이다.

블로그코리아는 2003 년에 시작된, 국내 최초의 블로그 메타 사이트이다. 블로그코리아에는 약 10 만 개의 블로그, 436 만 개의 글이 등록되어 있다. 지금부터 이 두 사이트에 실제 가입을 해서 내 블로그를 등록하고, 메타 사이트의 기능들을 이용해 볼 것이다.

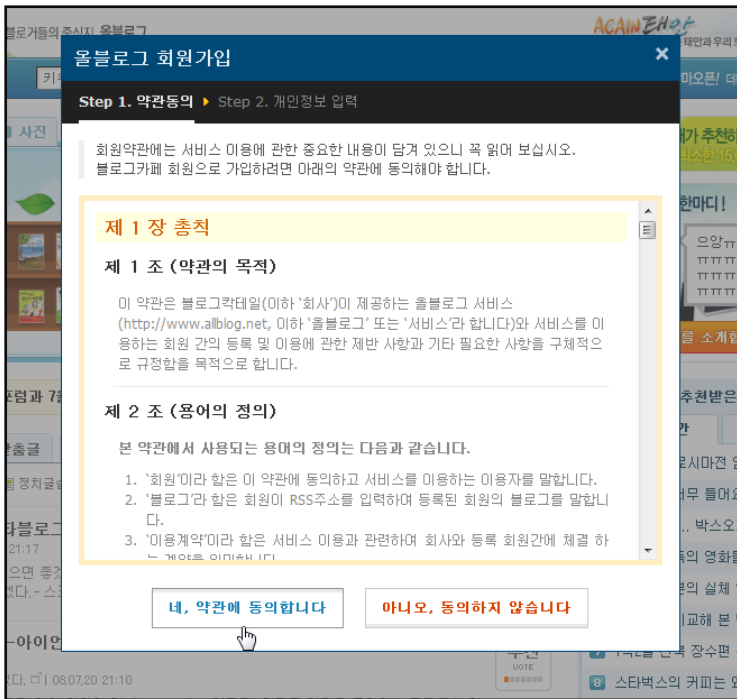
A. 올블로그: http://Allblog.net



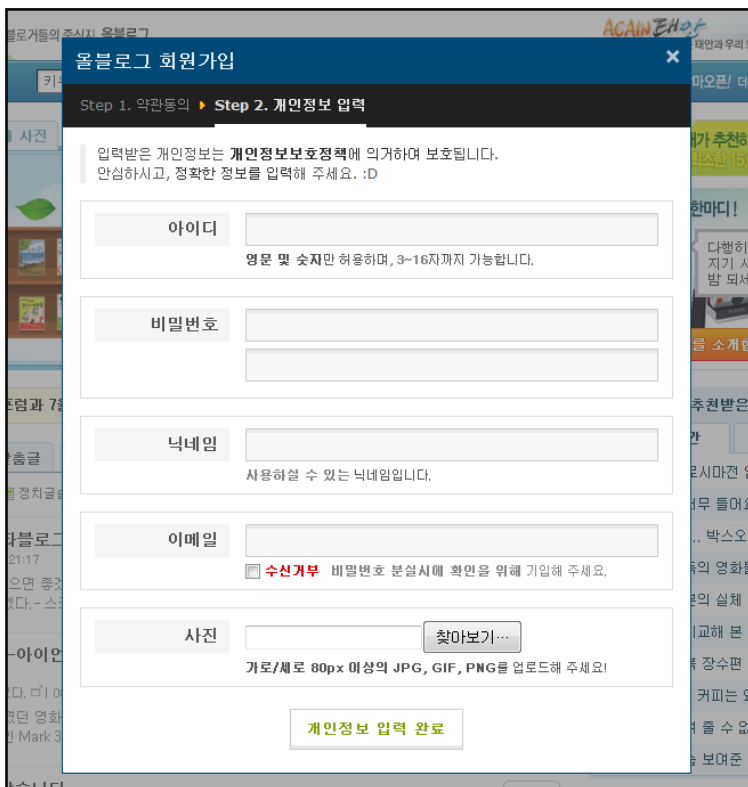
올블로그는 가입하지 않아도 글을 읽을 수 있다. 올블로그에서 가장 중심이 되는 기능은 현재 블로그스피어에서 인기 있는 태그를 4 개 선별해서 태그와 관련된 글을 보여주는 기능인 “블로그스피어는 지금”, 태그와 상관없이 현재 인기 있는 글을 파악할 수 있는 “실시간 인기글”, 글을 읽은 사용자들에게 추천을 많이 받은 글을 보여주는 “가장 많이 추천 받은 글”이다.



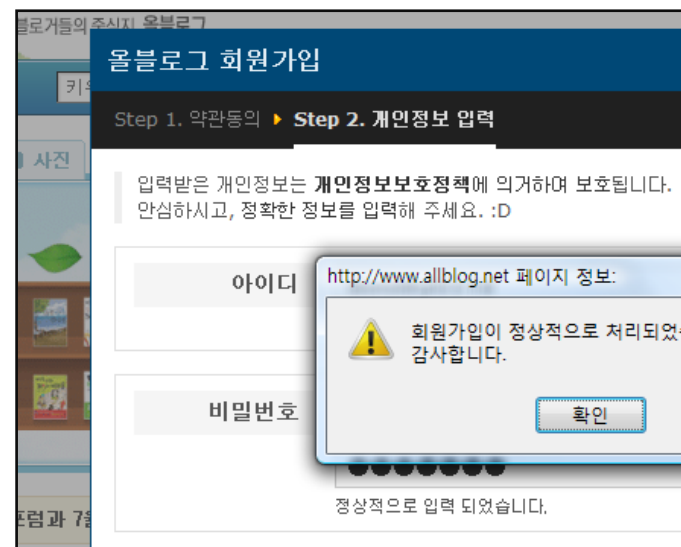
1. 블로그를 등록하기 위해서는 반드시 회원가입을 해야 한다. 회원가입을 위해서 우측 상단의 '올블로그 가입하기'를 선택한다.



2. 회원약관을 확인하고, “네, 약관에 동의합니다”를 선택해서 가입을 진행한다.



3. 회원가입을 위해서 입력해야 하는 정보는 간단히 “아이디, 비밀번호, 닉네임, 이메일”이다. 사진은 등록하지 않아도 회원가입을 진행할 수 있다. 정보를 입력하고, “개인정보 입력 완료”를 선택하면 가입이 진행된다.

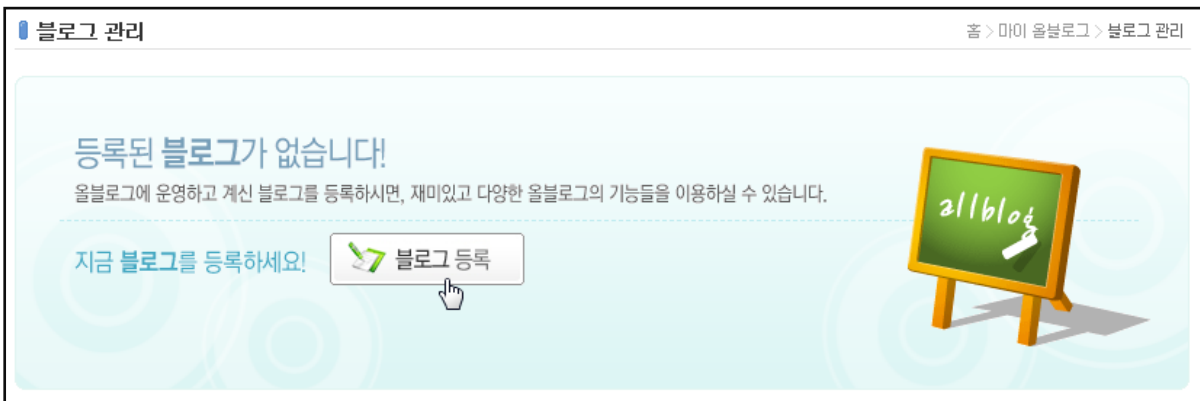




4. 가입이 완료됐다. “확인”버튼이 누르면, 별도의 로그인 과정 없이 바로 로그인이 된 페이지를 볼 수 있다. 이제 블로그의 RSS 주소를 등록할 차례이다.



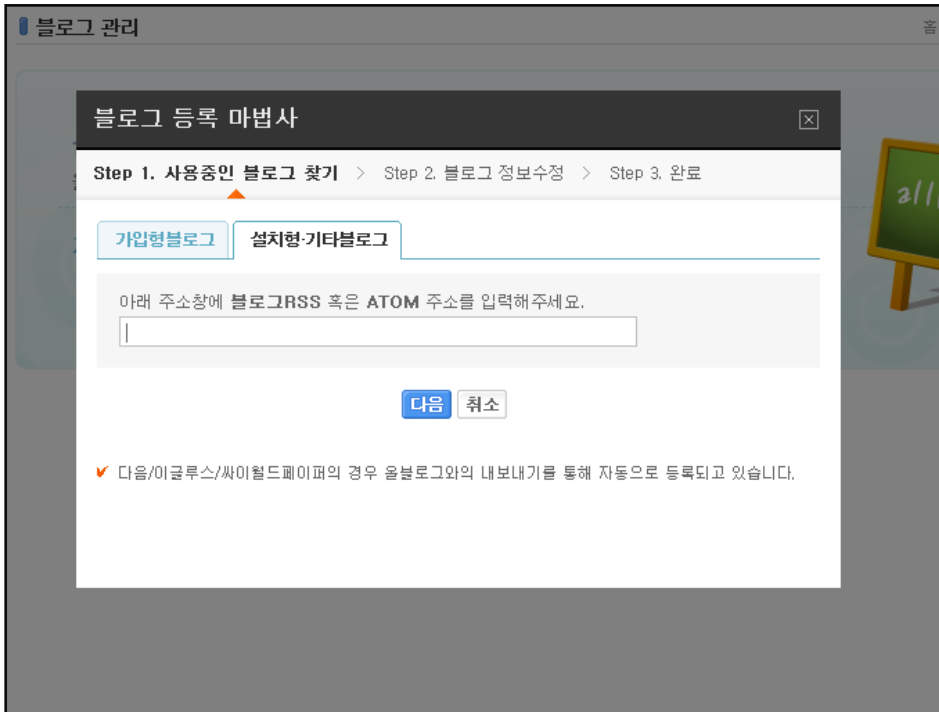
5. “올블로그 회원가입”이 있던 우측 상단을 다시 보면, “마이올블로그”라는 메뉴가 생겼다. 만약 이 버튼이 보이지 않는다면 로그인을 해야 한다.



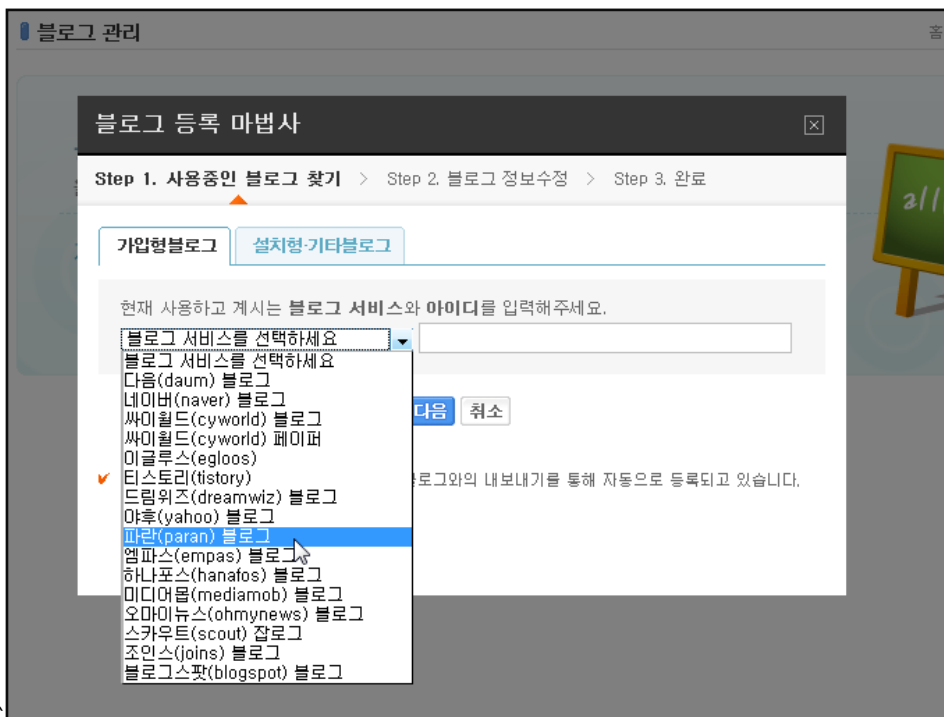
6. 아직 등록된 블로그가 없다는 내용이 표시된다. 올블로그는 이용자의 선택에 따라 하나 이상의 블로그를 등록할 수 있다. 등록을 위해서 중앙의 “블로그 등록” 메뉴를 선택한다.



7. 가입형 블로그<sup>41</sup>와 설치형·기타 블로그를 선택할 수 있다. 여기서 가입형 블로그를 선택하는 것은 단지 RSS 주소를 기억하지 않고, 가입된 서비스의 ID 로 블로그를 등록할 수 있는 편리함을 위해서 제공되는 기능이다. RSS 주소를 알고 있다면, 설치형·기타 블로그를 선택해도 무방하다.

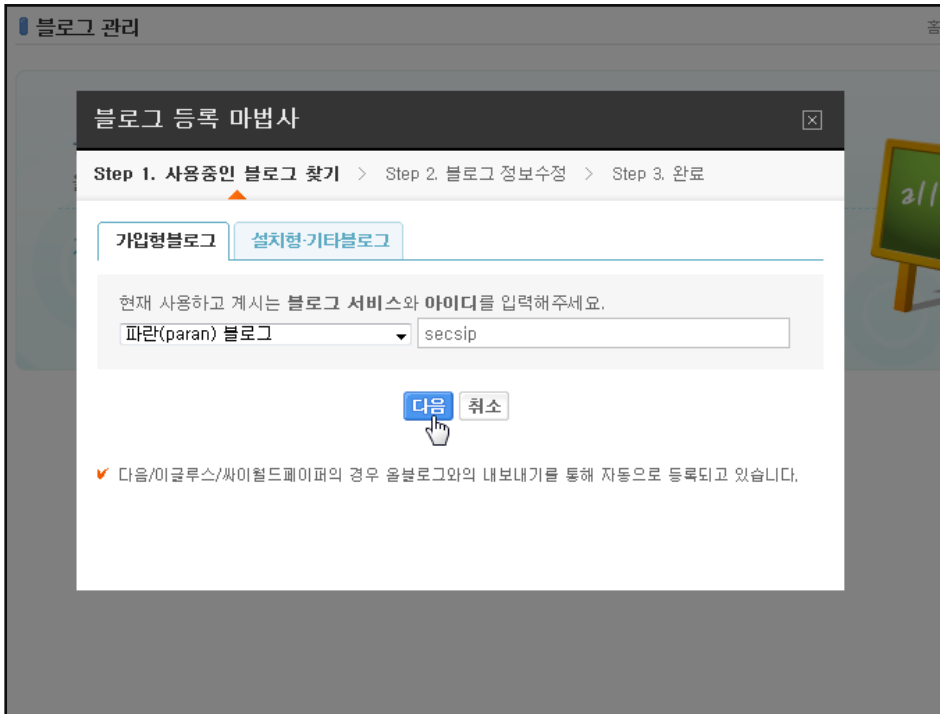


8. 설치형·기타 블로그를 선택하면 직접 블로그의 RSS 를 입력할 수 있는 기능을 제공한다.

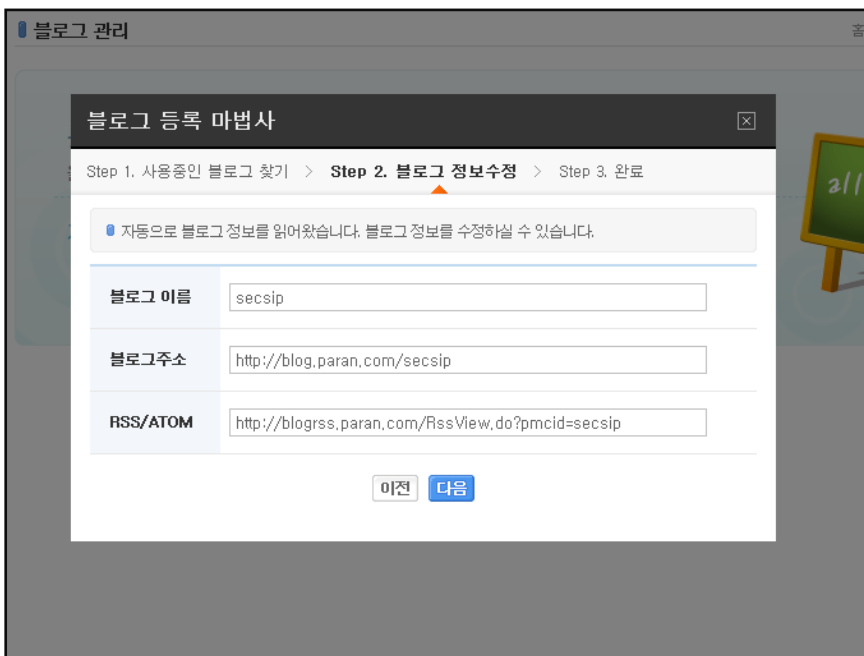


<sup>41</sup> 여기서 가입형 블로그는 서비스형 블로그와 같은 의미로 사용되었다.

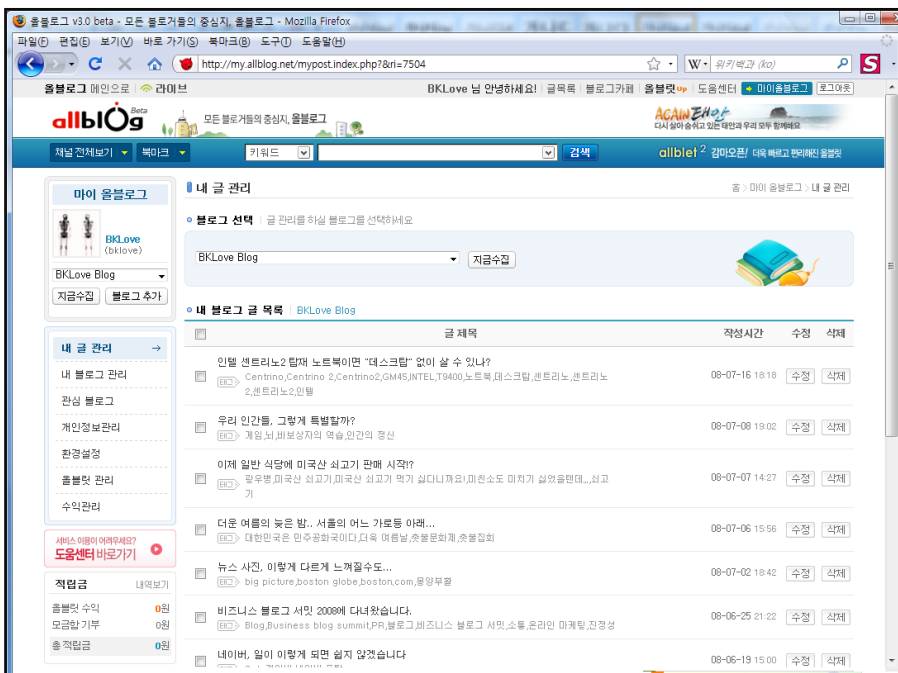
9. 등록을 위해서 “파란 블로그”를 선택한다. (자신이 등록한 블로그의 종류를 선택하고, 만약 블로그가 목록에 없다면 해당 블로그의 RSS 를 확인한 뒤 설치형-기타 블로그에서 RSS 를 입력하면 된다)



10. 아이디를 입력한 뒤 “다음”을 선택한다.



11. 해당 블로그의 이름, 블로그 주소, RSS 주소가 자동적으로 등록된다. 최종적으로 “다음”을 선택하면 블로그 등록이 완료된다.

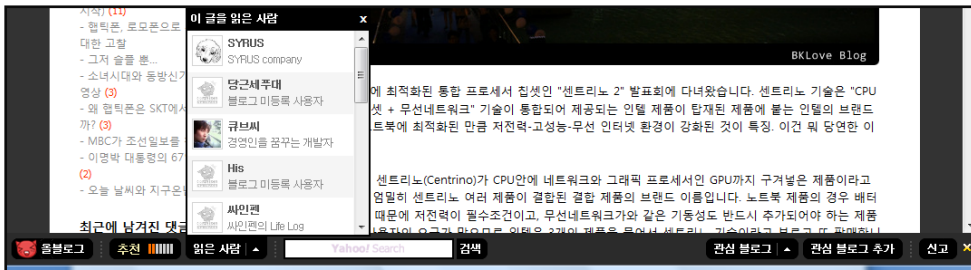


12. 필자의 계정으로 등록된 올블로그의 마이 올블로그 화면이다. 올블로그에 등록이 완료되면, 올블로그는 정기적으로 내 블로그의 RSS 를 확인해서, 새로운 글이 등록되었는지를 확인하고, 새로운 글이 있으면 목록에 추가된다.

확인까지는 다소 시간이 걸리므로, 만약 바로 글을 등록하고 싶다면 "지금 수집" 버튼을 클릭해서 글을 수집할 수 있다.



13. 올블로그에 등록된 글을 클릭하면 위와 같은 화면을 볼 수 있다. 주소창을 보면, 원래 글의 주소는 <http://bklove.info/837> 였는데, <http://link.allblog.net/12361976/http://bklove.info/837> 와 같이 변경된 것을 알 수 있다. 주소가 바뀐 것은 올블로그에서 방문자를 추적하고, 하단의 올블로그 메뉴를 포함하기 위해서이다. 다시 원래 주소 글을 보고 싶으면, 우측 하단의 [X]표시를 클릭하면 된다.



14. 글의 내용을 확인하고 추천을 선택하거나, 이 글을 읽은 사람들의 목록을 확인할 수 있다. 읽은 사람은 로그인 된 가입자에 한해서 표시된다.

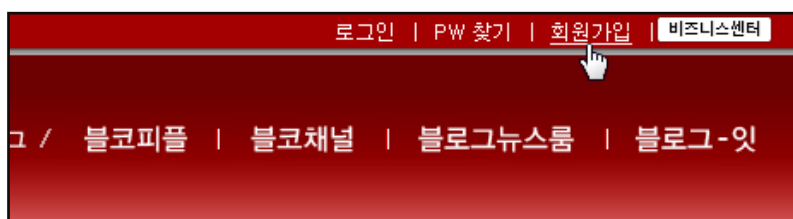
B. 블로그코리아: http://Blogkorea.net



블로그코리아는 전체적으로 순위를 수치로 보여줌으로써 경쟁을 자극하고 있다. TOP130 은 13 개의 주제별로 1 부터 10 위까지의 블로그를 알려주는 기능으로, 각 주제별로 어떤 블로그가 인기 있는지 알 수 있다.

화면 구성을 살펴보자. 우선 좌측에는 "블 UP 베스트"는 인기 있는 글의 목록이며, 중앙에는 현재 블로그스피어에서 사용되는 태그들이 흘러가게 표시된다. 그 외 선별된 글을 보여주는 "HOT 포스트", 블로그코리아의 사용자를 인터뷰해서 우측에 표시하고 있다.

회원 가입에 있어서는 올블로그와 비슷한 기능을 제공한다.



1. 화면의 우측 상단에 회원 가입을 선택해서, 블로그코리아 에 가입할 수 있다.

### 회원가입

**기본정보 입력**

1. 이메일 입력(ID)

- 블로그코리아는 이메일을 회원 ID로 사용합니다.  
- 회원님의 이메일 주소를 입력해 주세요

2. 비밀번호

- 6~12자의 영문 소문자와 숫자만 사용할 수 있습니다.

3. 비밀번호 확인

- 비밀번호를 다시한번 입력해 주세요.

4. 블로그 등록

블로그 서비스를 선택하세요

현재 사용하고 계시는 블로그 서비스와 아이디를 입력해 주세요.  
\* 이글루스는 앞부분, 다음 블로그는 뒷부분이 아이디입니다.  
예) http://test.egloos.com의 ID는 test 입니다.  
예) http://blog.daum.net/test1 의 ID는 test1 입니다.

5. 이메일 수신 거부 설정  이메일 수신을 거부 하시겠습니까?  
(Blogkorea 관련 뉴스레터 및 이메일 받기를 원치 않으시면 체크해 주시기 바랍니다.)

블로그 코리아 서비스 이용약관

[ 제일 총칙 ]  
제1조 목적

이용약관 및 개인정보 보호정책에 동의합니다.

2. 블로그코리아에 가입하기 위해서는 메일주소를 ID 로 사용한다. 메일주소와 비밀번호를 입력하고 나면 블로그를 등록할 수 있다. 올블로그의 경우는 가입이 완료된 상태에서 블로그를 추가하는데 반해, 블로그코리아는 가입하면서 블로그를 등록한다.

4. 블로그 등록

블로그 서비스를 선택하세요

- 블로그 서비스를 선택하세요
- 다음(daum) 블로그
- 네이버(naver) 블로그
- 야후(yahoo) 블로그
- 싸이월드(cyworld) 홈2
- 싸이월드(cyworld) 페이퍼
- 파란(paran) 블로그
- 하나포스(hanafos) 블로그
- 네이트(nate) 통
- 이글루스(egloos)
- 미디어몹(mediamob) 블로그
- 오마이뉴스(ohmynews) 블로그
- 스카우트(scout) 잡로그
- 티스토리(tistory)
- 엠포스(empas) 블로그
- 조인스(joins) 블로그
- 드림위즈(dreamwiz) 블로그
- 알라딘(aladdin) 블로그

아이디를 입력해 주세요.  
뒷부분이 아이디입니다.  
test1 입니다.

수신을 거부 하시겠습니까?  
관련 뉴스레터 및 이메일 받기를 원치 않으시면 체크해 주시기 바랍니다.)

동의합니다.

3. 블로그 등록은 아이디 등록과 RSS 주소 등록으로 나뉜다.

역시, 블로그를 선택하고 해당 블로그의 ID 를 입력하면 블로그를 자동으로 추가할 수 있다.

4. 블로그 등록

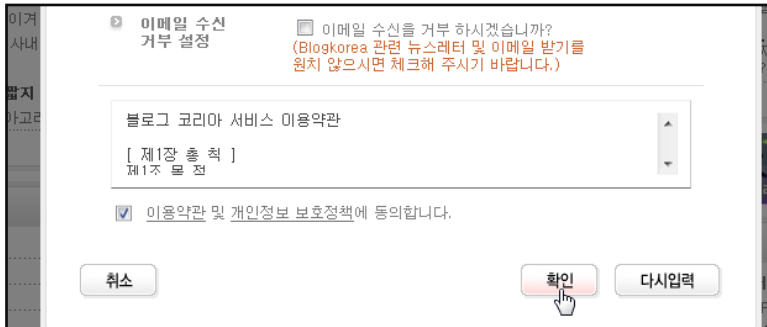
RSS/ATOM 주소

RSS 주소 또는 Atom 주소를 입력해 주세요.  
예) http://test.tistory.com/rss

4. 설치형 블로그를 사용하거나, 목록에 없을 경우 "RSS 주소로 직접 등록하기"를 선택하면 블로그를 등록할 수 있다.



5. 등록하면 정보를 다시 확인할 수 있다.  
확인을 선택하면, 등록이 완료된다.



6. 최종적으로 가입을 완료하기 위해서  
이용약관을 읽고 동의한다. "확인"을  
누르면 회원 가입이 완료된다.



7. 가입이 완료되었다. 확인을 선택하면, 가입된 뒤에 로그인  
완료된 상태의 페이지를 볼 수 있다.  
상단의 "마이페이지" 영역을 클릭해서 블로그 관리화면으로  
이동해보자.



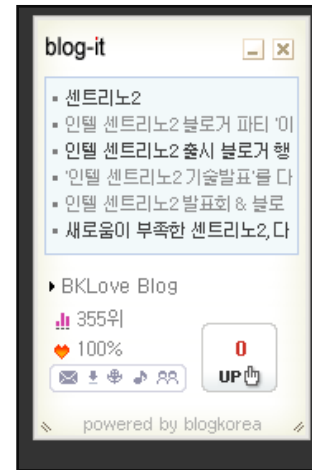
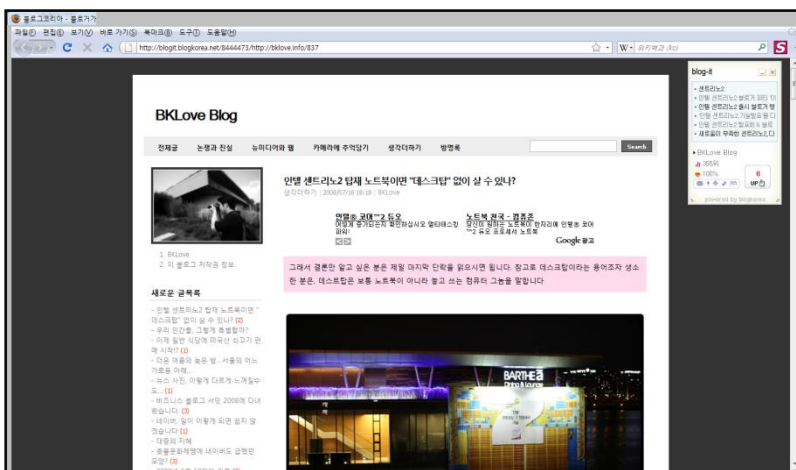
8. 필자의 블로그코리아 관리 화면이다.  
등록된 블로그가 있으며, 글을 수집하고  
있는 상태가 표시된다.  
"정상"으로 표시되지 않으면 글이  
수집되지 않고 있음을 의미한다. 글의  
수집을 바로 하기 위해서는 "Feed 다시  
수집"을 선택한다. 삭제 버튼을 통해서

등록한 블로그를 삭제하는 것도 가능하다.



BkLove Blog		정상	2008-07-21 00:48	Feed 다시수집	✖
제목	카테고리	작성시간	정보수정	삭제	
인텔 센트리노2 탑재 노트북이면 데스크탑 없이 살 수 있나?	IT/게임	2008-07-16 18:18	수정	✖	
우리 인간들, 그렇게 특별할까?	IT/게임	2008-07-08 19:01	수정	✖	
이제 일반 식당에 미국산 쇠고기 판매 시작!?	시사	2008-07-07 14:27	수정	✖	
더운 여름의 늦은 밤.. 서울의 어느 가로등 아래...	시사	2008-07-06 15:55	수정	✖	
뉴스 사진, 이렇게 다르게 느껴질수도...	미분류	2008-07-02 18:42	수정	✖	
비즈니스 블로그 서밋 2008에 다녀왔습니다.	IT/게임	2008-06-25 21:22	수정	✖	
네이버, 일이 이렇게 되면 싫지 않겠습니다	IT/게임	2008-06-19 14:59	수정	✖	
대중의 지혜	미분류	2008-06-17 18:17	수정	✖	

9. 블로그를 선택하면, 아래에 글 목록을 볼 수 있다. 블로그코리아에서 설정된 카테고리과 글이 작성된 시간을 확인할 수 있으며, 원할 경우 정보를 수정하거나 삭제할 수 있다.



10. 하나의 글을 선택하면 글을 볼 수 있다.

글의 주소는 <http://blogit.blogkorea.net/8444473/http://bklove.info/837> 로 변경되고, 우측에는 블로그코리아에서 사용되는 메뉴가 표시된다.

11. 메뉴에는 태그를 이용해서, 블로그코리아에 등록된 비슷한 글의 목록이 보여지고, 해당 블로그의 순위가 표시됩니다. UP 을 선택하면 글을 추천할 수 있다.

좌측의 하단의 작은 버튼 메뉴는 각각 메일 보내기, 북마크, 신고하기, 칭찬하기, 친구등록의 기능을 이용할 수 있다.

## 10.2 다음 블로거 뉴스(트랙백)

다음 블로거 뉴스는 올블로그, 블로그코리아와 비슷하게 블로그들의 글을 보여주는 시스템이다. 가장 큰 차이점은 앞의 메타 블로그들이 RSS 에 기반해서 글들을 자동으로 갱신(Refresh)해주는 반면, 다음 블로거 뉴스는 글을 쓸 때마다 트랙백을 이용해서 글을 보내야 한다.

블로거 뉴스에 포함된 글 중에 일부는 다음의 메인에서 뉴스 영역 및 뉴스 페이지에서 오른쪽에 영역에 표시된다. 이를 통해서 언론 기사들과 나란히 게시되어 포털 사이트를 방문하는 많은 방문자들이 글을 읽을 수 있게 된다. 메타 블로그와는 좀 다르게 다음 블로거 뉴스에서는 사용자의 추천 뿐 아니라, 블로거 뉴스팀의 선별에 의해서 기사가 배치된다. 블로거 뉴스에 가입하기 위해서는 다음의 계정이 필요하다. 지금부터 간단히 다음 블로거 뉴스에 가입하고, 블로그의 글을 기사로 내보내는 과정을 진행할 예정이다. 블로그 뉴스의 회원가입 주소는 <http://bloggernews.media.daum.net/user/join> 이다.



1. 블로거 뉴스 가입하기를 선택하면, 로그인 페이지로 이동한다. 로그인을 완료한 다음에 다시 블로거 뉴스 가입하기를 선택한다.



2. 블로그는 Daum 블로그를 이용하거나, 외부 블로그를 등록할 수 있다. 등록을 위해서 외부 블로그를 선택한다. 등록할 내용은 간단한 편이다. 블로거 별명과 블로그 주소를 입력하고, 가입하기를 선택한다. 그러면 회원 가입이 완료되고, MY 블로거뉴스라는 페이지에 내가 입력한 정보가 표시된다.

블로거 뉴스에 기사를 보내는 방법은 세 가지이다. 첫 번째, 다음 블로그를 이용하고 있거나, 티스토리의 경우는 글을 쓸 때 블로거뉴스에 글을 보내는 기능이 있다. 두 번째, 다음 블로거 뉴스 화면에서 '새 블로거뉴스 보내기' 버튼을 이용해서 글을 선택해서 보내는 것이다. 세 번째, 트랙백을 이용해서 개인 블로그에서 글을 보낼 수 있다.

가장 편리한 두 번째 방법으로 글을 보내보자.



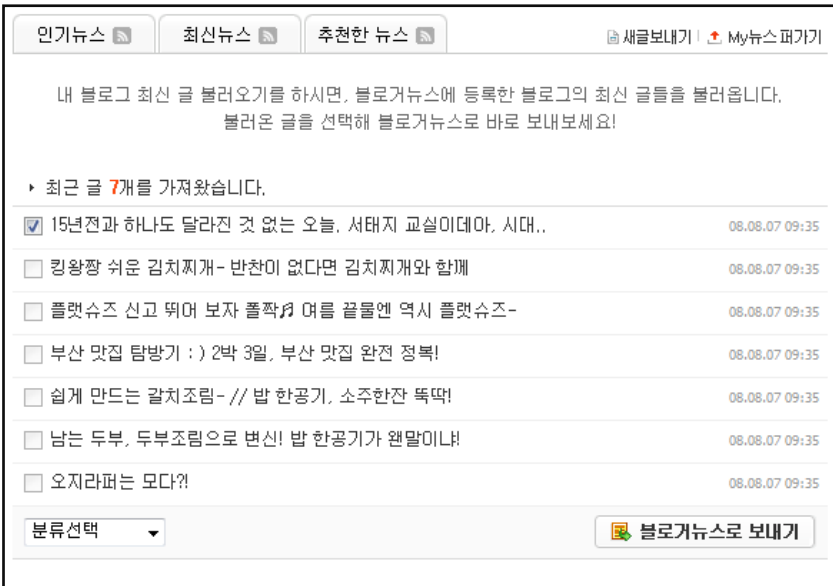
1. 로그인을 한 뒤에 [블로거뉴스] - [블로거뉴스 가입] 페이지로 이동하면, [MY 블로거뉴스 바로가기] 메뉴가 표시되는데, 이를 클릭한다. 만약, 가입하지 않았다면 [블로거뉴스 가입하기] 메뉴가 뜰 것이다.



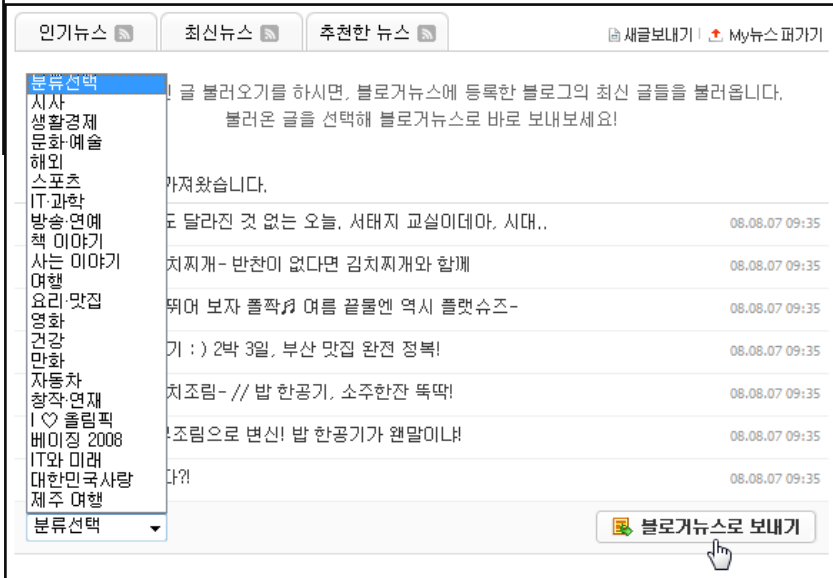
2. 가운데 [새글 보내기]를 클릭한다.



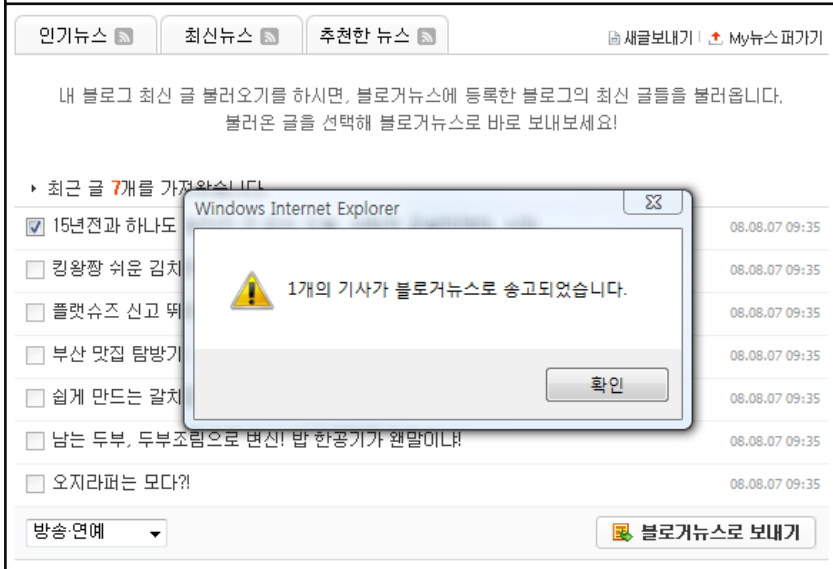
3. [내 블로그 최신 글 불러오기]를 선택하면, 자동으로 내 블로그에 공개되어 있는 최신 글의 목록을 표시해준다. 만약 목록이 제대로 되어 있지 않은 경우 위의 RSS 주소가 올바르게 설정되어 있는지 확인하고, 잘못되어 있다면 수정해야 한다.



4. 기사를 선택한 뒤에 분류를 지정해서 글을 보낼 수 있다. 선택되지 않는 글은 이미 블로거뉴스에 보낸 적이 있는 기사들이다. 원하는 글을 하나 고른 뒤, 체크박스를 선택한다.



5. 분류는 이용자가 글의 내용과 가장 맞는 것을 선택하면 된다. 분류는 반드시 선택되어야 하며, 분류를 선택한 뒤에 기사를 보내기 위해서 [블로거뉴스로 보내기] 메뉴를 클릭한다.



6. 기사가 송고되었다는 메시지가 표시되며, [확인]을 선택하면 내 기사 목록으로 자동으로 이동한다.



7. 게시물은 각각 제목, 분류, 조회수, 전송시간, 추천수가 표시된다. 게시물 중에 방금 전송한 글의 링크를 클릭한다. 여기서 추천수 및 조회수는 다음 블로거뉴스 이용자의 통계를 말한다.



8. 내 블로그로 이동해서 글을 표시하며, 우측에 블로거뉴스의 메뉴가 표시된다. 여기서 이 글의 주소는 원래 글의 주소가 아닌 <http://bloggernews.media.daum.net/news/1602938> 로 변경된다. 올블로그나 블로그코리아와 달리 주소 자체가 완전히 변경됨을 알 수 있다. 블로거뉴스에서는 글을 읽은 이용자들이 더 많은 추천을 할 수 있도록 추천 버튼을 글 속에 삽입할 수 있다.

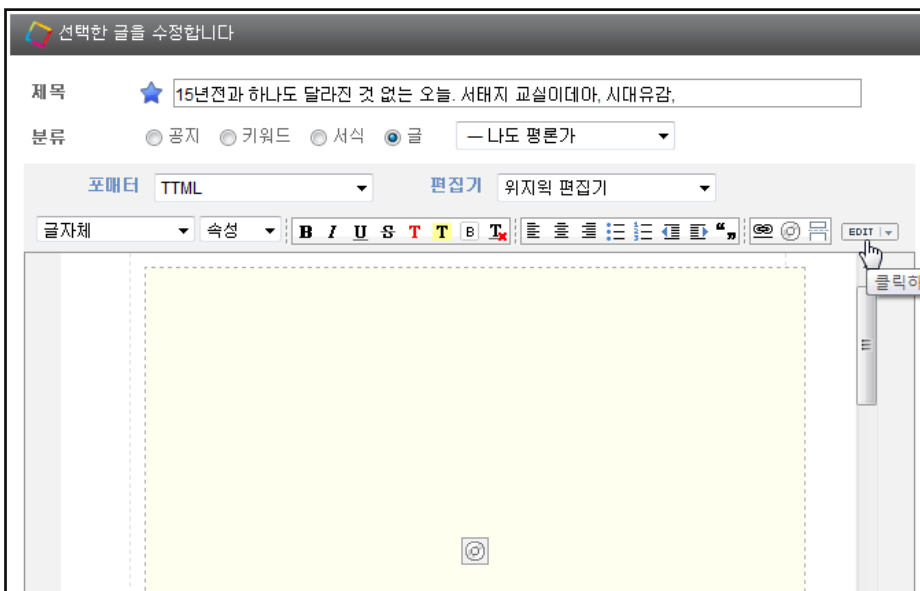
블로거뉴스 메뉴 중에서 ['추천해주세요' 퍼가기]를 선택한다.



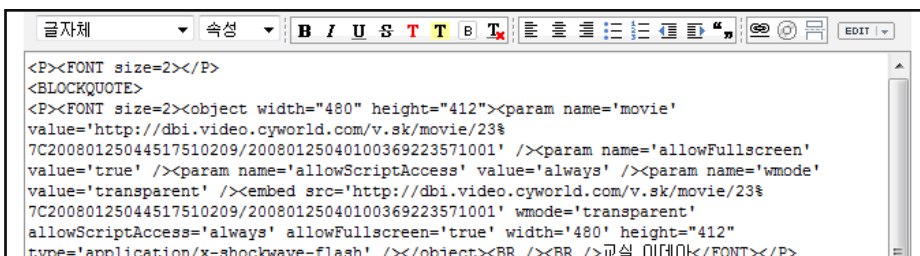
9. 추천 버튼에 대한 정보를 위한 창이 하나 뜬다. 박스형, 얇은 박스형, 버튼형 중에서 원하는 디자인을 선택한 뒤에 아래 [복사]를 클릭하면, 자동으로 HTML 태그가 복사된다.

이 주소를 내 블로그에 포함시켜야 한다.

한가지 지금까지 배웠던 애드센스, 위젯과 다른 점은 추천 버튼은 블로그 스킨이 아닌, 글에 포함시켜야 한다는 것이다. 그래서 스킨 수정이 아닌, 글 수정화면으로 이동한다.

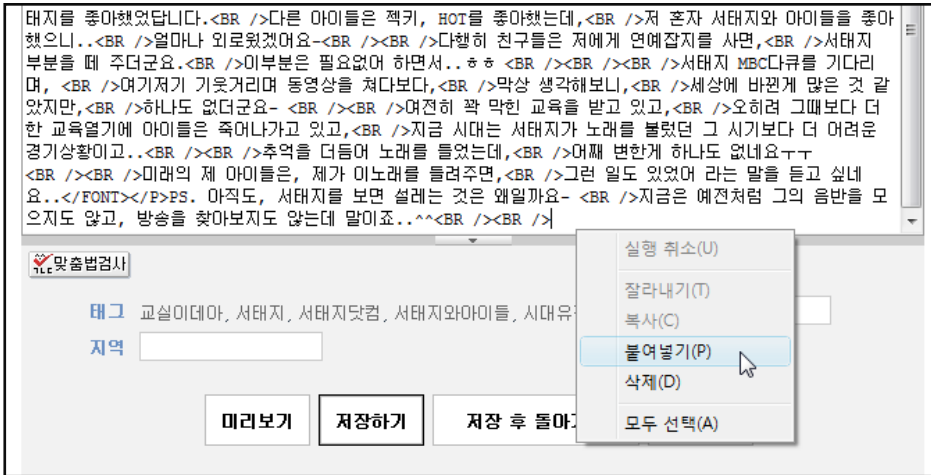


10. 블로그 에디터에서 지원하는 [HTML]영역으로 이동해야 한다. 메뉴 오른쪽에 [EDIT]를 눌러서 [HTML]모드로 변경한다.



11. [HTML] 태그가 표시된다. 방문자들이 글을 다 읽은 후에 추천을 클릭할 수 있도록 추천 버튼을 글의

제일 아래쪽에 표시하기 위해서, 제일 아래쪽 영역으로 이동한다.



12. [HTML] 태그 제일 뒷 부분에서 마우스 오른쪽 버튼을 클릭한 뒤 [붙여넣기]를 선택한다. 코드가 삽입되었으면 글을 저장한다.



위와 같이 추천 버튼이 글에 표시되었다. 위 아래 여백을 주기 위해서 에디트 화면에서 엔터(Enter)키를 입력하거나, HTML 수정 모드에서 <br /> 태그를 삽입할 수 있다.

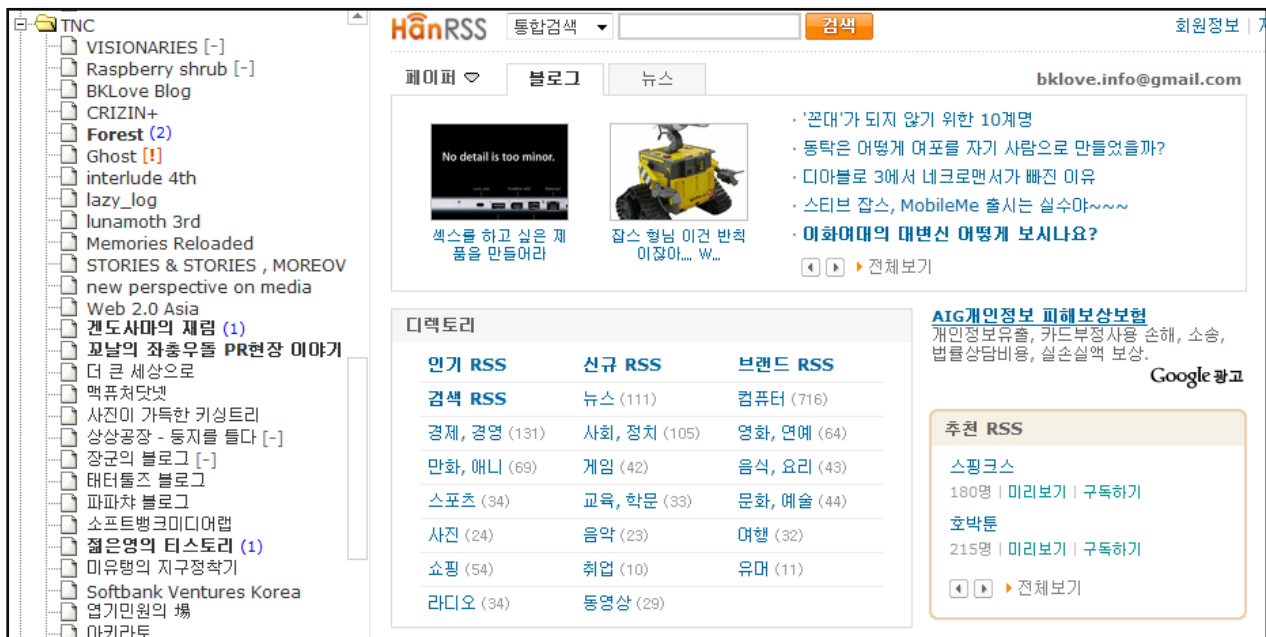


### 10.3 RSS 구독 서비스

메타 블로그는 분명 유용한 시스템이다. 블로그스피어에서 이슈가 되고 있는 글이나, 현재 가장 인기 있는 글을 쉽게 파악할 수 있다. 이전에 몰랐던 새로운 블로거를 알게 되기도 한다.

반면, 블로그를 이용하다 보면 좋은 글을 쓰는 블로거나, 나와 생각이 비슷한 블로거, 배우고 싶은게 많은 블로거를 만나기 마련이다. 차츰 이런 블로거들이 많아지면, 어느 순간 이들을 일일이 찾아서 방문하기 힘들어진다.

이때, RSS 구독 서비스를 이용하면 내가 선호하는 블로그에 새로운 글이 올라오는지 블로그를 방문하지 않더라도 알 수 있다. 메타 블로그들이 개방적으로 블로그 RSS 를 통해서 수집된 정보를 노출하는 시스템이라면, RSS 구독 서비스는 내가 구독하고 있는 블로그의 RSS 만을 수집하고, 새로운 글을 알 수 있도록 도와준다.



위는 RSS 구독 서비스 중 하나인 HanRSS 의 화면이다. RSS 를 제공하는 서비스마다 차이가 있지만, 대부분 위와 비슷한 화면 구성을 가지고 있다. 이용자가 블로그를 RSS 주소로 추가할 수 있으며, 블로그의 목록이 왼쪽에 표시된다. 새로운 글이 올라온 블로그는 진하게 표시되며, 괄호 안에 숫자는 새로 올라온 글의 숫자이다.

The screenshot shows the HanRSS website interface. At the top left is the HanRSS logo. To its right is a search bar with a dropdown menu labeled '통합검색' and a search button labeled '검색'. Below this is a message: '▶ 아래 방법들 중 하나를 이용하여 내 RSS에 추가하실 수 있습니다.' Underneath is a section titled '주소 입력' with the instruction '블로그 또는 RSS 주소를 입력해 주십시오.' Below the instruction is a dropdown menu labeled '직접입력' and a text input field. To the right of the input field is a button labeled '추가'.

구독을 원하는 RSS 주소를 직접 입력하거나, 목록에서 선택해서 새로운 블로그를 추가할 수 있다. RSS 는 블로그의 글을 읽도록 고안된 가장 편리한 서비스 중에 하나이다. 특히, 자신이 등록한 블로그의 글만 볼 수 있도록 개발되어서 광고나 불필요한 글이 아니라, 내게 필요한 정보를 중심으로 볼 수 있다는 장점이 있다. RSS 구독 서비스는 HanRSS 이외에도 다음 RSS, Fish, 구글 리더와 같은 서비스들이 있으며, 웹에서 접속하는 것이 아니라 컴퓨터에 설치해서 사용하는 RSS 구독 프로그램도 존재한다.

## 10.4 블로그 검색

블로그를 정보를 담을 수 있는 아주 훌륭한 시스템 중 하나이다. 그래서 블로그에는 많은 사람들이 자신이 알고 있는 정보와 뉴스 등을 기록하고, 외부에 공개한다. 이런 유용한 정보들은 처음에는 메타 블로그나, RSS 구독, 직접 방문과 같은 형태로 소비된다. 하지만, 일정 시간이 지나면 대부분의 정보들은 이런 방식으로 더 이상 노출되지 않는다.

하지만, 그렇다고 하더라도 정보들이 더 이상 유용하지 않은 것은 아니다. 이렇게 블로그에 쌓인 정보들을 필요한 사람이 찾을 수 있도록 검색하는 서비스들이 존재한다. 일반적인 웹 검색 서비스에서도 블로그에 존재하는 글을 검색할 수 있지만, 블로그를 집중적으로 검색하는 기능도 제공된다.



전세계에서 가장 많은 사용자를 가지고 있는 검색 서비스인 구글에서도 블로그만을 대상으로 검색할 수 있는 기능을 제공한다. 마찬가지로 네이버, 다음, 야후, 파란 등도 기존 검색 기능과 별도로 블로그스피어만을 대상으로 검색하는 기능을 지원한다.

아예 전문화된 경우도 있다. 나루(<http://naaroo.com>)는 블로그만 검색하는 특화된 서비스를 제공한다. 블로그 검색이라는 하나의 영역에 집중함으로써 포털에서 지원하지 못한 기능을 제공하기도 한다. 나루와 같은 블로그 전문 검색 서비스를 포함해서 앞에서 언급된 올블로그 같은 메타 블로그 서비스는 내용 뿐 아니라, 블로그의 이름이나 글의 제목, 글에 작성된 태그, 본문작성 시 사용된 링크의 종류와 수와 같은 정보까지도 감안해서 검색 기능을 제공한다.

서비스에 따라서 더 잘 검색되기 위해서 필요한 기능도 있다. 예를 들어, 설치형 블로그 텍스트큐브의 경우 특정 검색엔진을 차단하거나, 검색되는 영역을 제한<sup>42</sup>할 수 있다.

<sup>42</sup> 이와 관련된 추가 정보는 <http://bklove.info/260>에서 확인할 수 있다.

### '블로그'에 해당되는 글 32건

1. 2008/08/20 다음세대재단 | 블로그 완전정복, 강의자료 및 영상 (5)
2. 2008/08/04 텍스트큐브, 더 다양해질 수 있을까? (2)
3. 2008/07/31 태터툴즈와 티스토리, 2년 후 (4)
4. 2008/07/21 나에게 블로그는 < 기회 > 이다 (1)
5. 2008/06/25 비즈니스 블로그 서밋 2008에 다녀왔습니다. (3)
6. 2008/05/29 텍스트큐브닷컴, 드디어 오픈(클베 시작) (11)
7. 2008/03/04 "연을 쫓는 아이"를 뒤따르며.. (3)
8. 2008/01/14 블로그를 처음 시작하는 분을 보며... (3)
9. 2008/01/04 블로그 포럼 신년 모임합니다
10. 2007/11/16 오늘 저녁 블로거모임(부산)에 참석합니다. ^^ (3)
11. 2007/09/15 BKLove : 방문자가 50만이 넘었군요. (3)
12. 2007/08/22 [오늘의 숙제] 블로그에 글 쓰기 (7)
13. 2007/07/26 네이버 블로그 개편 :: 더 나은 에디터와 더 나은 블로킹의 상관 관계? (5)
14. 2007/07/21 블로그와 메타서비스의 현실과 미래 (2)
15. 2007/06/01 "태터툴즈"의 새이름 "텍스트큐브 알파버전 설치기!" (13)
16. 2007/02/27 내일은 "주제가 있는 오프라인 포럼 - 웹2.0, 블로그" 모임이 있습니다. (4)

설치형 블로그가 아니더라도 검색 결과에 더 많이 노출되기 위해서는 블로그의 제목을 잘 결정하는 것도 중요하다. 또, 글을 작성할 때 각 게시물의 제목과 태그에도 신경을 써야 한다. 태그의 경우 블로그 외부 검색뿐 아니라, 블로그 자체에서 지원하는 검색 기능에도 유용하게 사용된다. 서로 다른 시점에서 작성된 두 개, 혹은 그 이상의 글이 같은 태그가 지정되어 있으면 간단히 태그를 클릭함으로 연관되는 모든 글을 볼 수 있다.

## 10.5 블로그 운영에 관한 노하우

블로그를 만들거나, 운영하는 것은 쉽다. 하지만 지속적으로 운영하는 것은 쉽지 않은 것이 사실인데, 블로그를 먼저 운영했던 사람들이 전하는 블로그 운영에 관한 가장 핵심적인 사항은 “꾸준함”이다. 그 외에 몇 가지 블로그 운영을 위한 노하우를 소개<sup>43</sup>하고자 한다.

1. 제목이 중요하다.
2. 짧게, 자주, 꾸준히 쓴다.
3. 완벽주의는 금물이다.

블로그는 언제나 수정 가능한 편집 도구이다.

블로그 글 하나 쓰는데 1시간, 2시간이 걸리면 지속적인 블로깅이 불가능하다.

사진이나 영상 편집이 프로일 필요조차 없다.

4. 댓글에 응답하고, 트랙백을 교환한다.
5. 메타블로그, 블로그 뉴스 등에 등록한다.
6. 기사를 퍼올 생각하지 말고, 기사를 만든다는 생각으로 쓴다.

블로그에 글을 발견할 수 있는 통로인 RSS, 메타 블로그 서비스, 다음 블로거뉴스, 검색 등 대부분의 경우 “제목”이 가장 진하고, 중요하게 표시된다. 이용자들은 실제 글을 읽기까지 내용을 파악할 수 없으므로, 제목에 좌우되기 십상이다. 따라서 제목을 잘 짓는 것이 더 많은 방문자를 유치하는 기본이다.

길고 자세한 내용의 글이 필요한 경우도 있지만, 블로그에서 더 중요한 것은 꾸준히 글을 올리는 것이다. 일 주일에 한 번 몇 장 내용의 분량을 글을 올리는 것보다, 하루에 한 번씩 꾸준히 작성하는 것이 훨씬 낫다.

블로그는 언제나 수정할 수 있으며, 때로는 글을 공개한 뒤에 방문자들이 글의 내용에 대해서나 맞춤법에 대해서 지적해서 변경해야 하는 경우도 생긴다. 지나치게 많은 시간을 쏟고, 글의 완성도를 높이는데

---

<sup>43</sup> 이 내용은 블로그 및 PR전문가인 이미나(<http://kkonal.com/>)님이 정리한 것을 참고하였다.

집착하다가는 곧 지치기 쉽다. 사진에 관한 전문 블로그를 운영한다면 모를까, 그게 아니라면 사진은 사실을 전달하는 도구만으로 충분한 가치가 있다.

댓글과 트랙백은 블로그 운영자와 방문자들 사이의 대화를 할 수 있는 도구이다. 방문자들이 남기는 댓글을 보고 지나칠 것이 아니라, 답을 달아주고, 때로는 논쟁도 필요하다. 특히 나와 비슷한 생각을 하고 있는 사람들의 글을 발견해서 트랙백을 보내는 노력도 필요하며, 반대되는 주장을 가진 블로거들과 소통을 위해서도 트랙백을 보낼 수 있다.

그리고 블로그에 대한 5 가지 오해<sup>44</sup>도 있다.

1. 디자인을 멋지게 해야 한다.
2. 글을 잘 써야 한다.
3. 댓글, 트랙백은 차단하고 싶다.
4. 아무도 내 블로그는 찾지 못할 것이다.
5. 블로그는 블로거들만 방문해서 읽는다.

디자인을 수정할 수 있다는 것은 매력적이지만, 멋진 디자인이 멋진 블로그라는 의미는 아니다. 디자인 전문가들의 경우 블로그 디자인에 신경을 쓰고, 그것으로 자신의 능력을 보여줄 수 있지만, 대부분의 경우 블로그 디자인에 굳이 집착할 필요는 없다.

블로그에 있는 글이 글을 전문적으로 쓰는 작가나 기자들에 비해서 가치 있는 것은, 글을 쓰는 사람들이 가지고 있는 경험과 지식이 녹아 있다는 것이다. 블로그와 가장 자주 비교되는 것은 전문적으로 기사를 쓰는 기자들이다. 분명 기자와 블로그의 영역은 다르며, 기자들은 할 수 있지만 블로그들이 하기 어려운 부분이 있다. 그럼에도 블로그가 가치를 가질 수 있다. 자동차에 관한 글을 작성할 때, 기자들도 자동차에 대해서 다양한 정보를 듣고 정리해서 기사를 쓸 수 있지만, 자동차와 관련된 직업을 가진 사람들이 쓰는 글과는 차이가 있을 수 밖에 없다. 최초의 블로그로 거론되는 데이트 위너(Dave Winer)는 "블로그

---

<sup>44</sup> 이 내용 역시 블로그 및 PR전문가인 이미나(<http://kkonal.com/>)님의 글을 활용했다.

글쓰기는 있는 그대로의 대화이다. 글을 읽다 때때로 나타나는 오타를 좋아하는 이유는 그것이 진짜 사람이 쓴 것임을 증명하고 있기 때문이다.”라는 이야기를 했다.

댓글과 트랙백은 경우에 따라서는 차단되어야 하기도 한다. 하지만, 특별한 경우가 아니라면 이를 권하고 싶지 않다. 안 좋은 댓글, 악플 등이 달릴 것을 우려한다면 사실 블로그를 운영하지 않는 것이 더 현명한 방법이다. 적극적인 소통을 통해서 상대방을 이해시키는 노력이 필요한 것이 블로그이다.

블로그 방문자와 관련되어서는 양날의 칼과 같은 측면이 있다. 블로그는 열린 공간이며, 앞의 규칙을 잘 적용해서 운영하다 보면 방문자들이 생기기 마련이다. 중요한 것은 이때 사생활에 대한 지나친 노출이 문제가 될 수 있다는 것이다. 웹에 올려진 글은 쉽게 복제가 가능하기 때문에 어느 경우라도 내가 100% 통제할 수 없다. 어떤 자료(글이든 사진이든)를 블로그에 공개했다면, 이 자료는 이후에 내가 삭제했다고 하더라도 어딘가 남아 있을 수 있다는 뜻이다. 마찬가지로 그 자료가 긍정적인 자료라면 그렇게 지속적으로 소비될 수 있다는 장점도 있다. 따라서 자료를 올리기 전에 충분히 생각하는 자세도 필요하다.

## 11 저작권과 CCL

저작권에 대한 이야기로 블로그 운영에 대한 이야기를 마칠까 한다. 블로그를 운영한다는 것은 내가 아는 정보(그 정보가 독창적이든, 낫익은 것이든)나 의견을 공개한다는 것이다. 그리고 이런 정보와 의견을 제시한 나의 노력은 존중 받아야 한다. 내가 올린 정보가 다른 사람에 의해서 수정되어, 그가 작성한 것처럼 유통되는 것을 보는 것은 유쾌한 일이 아니다. 그런데, 저작권에 있어서 우선 필요한 것은 내가 작성한 저작물을 보호받는 것만큼, 나 스스로 상대방의 저작물에 대해서 보호하려는 노력을 기울여야 한다는 것이다.

특히, 저작권의 경우 법적으로 보호되는 권리이므로, 이를 위반했을 경우 법적인 문제가 발생할 가능성도 존재한다. 가장 좋은 방법은 다른 사람이 저작한 저작물에 대해서 내 블로그에 옮겨오는 것을 아예 하지 않는 것이다. 저작권에 민감한 사진, 음악, 영화와 같은 민감한 부분에 있어서는 더욱 조심해야 한다.

만약 다른 블로그에서 글을 퍼올 때에는 해당 블로그 운영자가 어떤 저작권 정책을 가지고 있는지 확인한 뒤에, 글을 퍼가는 것을 허용할 경우에만 가져와야 한다. 이 경우에도 가급적 글의 전체보다는 필요한 부분만 인용하는 것이 좋으며, 원래 글의 출처를 반드시 밝혀야 한다. 필요에 따라서는 댓글이나 트랙백을 통해서 글을 가져 갔음을 알려주는 것도 좋은 방법이다.

블로그를 비롯한 웹은 정보를 공유하고 나눌 수 있는 좋은 시스템이다. 때로는 상대방의 블로그, 홈페이지 등에서 작성한 내용이 내가 작성하는 글에서 필요할 경우도 있다. 반박 내용을 쓰거나, 더해서 완성된 정보를 만드는 경우에 그렇다. (만약 이런 상황이 아니라, 단순히 정보의 내용이 좋아서 저장해두고 싶다면 링크 주소를 저장하거나, 저장한 뒤 비공개로 처리해 자신만 볼 수 있게 담아두는 것이 좋다)

반대의 경우도 생각해보자. 내 게시물 역시 누군가에게 그런 용도로 필요가 생길 수 있다. 만약 별도의 표시가 없다면, 방문자는 나에게 게시물 이용에 대해서 개별적으로 질문을 해야 하고, 그건 허락하는







입장에서도 귀찮은 일이다. 이를 해결해줄 수 있는 것이 CCL(Creative Commons License)이라는 라이선스 규칙이다.

CCL 라이선스를 소개하는 홈페이지(<http://www.creativecommons.or.kr/>)에서는 CCL 을 자신의 저작물에 대하여 일정한 조건하에 모든 이의 자유이용을 허락하는 내용의 라이선스라고 밝히고 있다. 즉, CCL 은 내가 작성한 저작물에 대해서 명확하게 이용에 대한 권리를 표시함으로써, 저작물을 이용하려는 상대방에게 그 내용을 설명하기 위한 일종의 규칙이다.

**Creative Commons License 구성요소**

CCL의 구성요소 즉, 이용자에게 부과하고 있는 "이용방법 및 조건"의 구체적 내용은 다음과 같은 4가지입니다.

-  **저작자표시**  
저작권법 상 저작권인격권의 하나로서, 저작물의 원작품이나 그 복제물에 또는 저작물의 공표에 있어서 그의 실명 또는 이명을 표시할 권리인 성명표시권(right of paternity, 저작권법 제12조 제1항)을 행사한다는 의미입니다. 따라서 이용자는 저작물을 이용하려면 반드시 저작자를 표시하여야 합니다.
-  **비영리**  
저작물의 이용을 영리를 목적으로 하지 않는 이용에 한한다는 의미입니다. 물론 저작권자가 자신의 저작물에 이러한 비영리 조건을 붙였어도 저작권자는 이와는 별개로 이 저작물을 이용하여 영리행위를 할 수 있습니다. 또한 영리 목적의 이용을 원하는 이용자에게는 별개의 계약으로 대가를 받고 이용을 허락할 수 있습니다.
-  **변경금지**  
저작물을 이용하여 새로운 2차적 저작물을 작성하는 것뿐만 아니라 저작물의 내용, 형식 등의 단순한 변경도 금지한다는 의미입니다.
-  **동일조건변경허락**  
저작물을 이용한 2차적 저작물의 작성을 허용하되 그 2차적 저작물에 대하여는 원저작물과 동일한 내용의 라이선스를 적용하여야 한다는 의미입니다. 예를 들어 저작자표시-비영리 조건이 붙은 원저작물을 이용하여 새로운 2차적 저작물을 작성한 경우 그 2차적 저작물도 역시 저작자표시-비영리 조건을 붙여 이용허락 하여야 합니다.

위 이미지에 표시된 것처럼 CCL 은 크게 4 가지 조건을 설정할 수 있다. 상대방이 내용을 인용하는 2 차 저작물에 원래 저작자의 정보가 표시되어야 한다는 원칙인 저작자 표시, 게시물이 상업적인 용도로 이용할 수 있는지를 표시하는 비영리, 저작물의 내용을 임의로 변경해서 재배포 할 수 없다는 것을 지정하는 변경금지, 재배포되는 저작물도 원저작물과 같은 조건아래 배포된다는 동일조건변경허락이 그것이다.

### License Your Work

#### 라이선스 선택

귀하는 크리에이티브 커먼즈 라이선스에 의하여 저작권을 그대로 보유하면서, 다른 사람들로 하여금 귀하가 원저작자임을 표시하고 여기서 추가한 다른 조건들을 따르는 경우에만 귀하의 저작물을 복제, 배포할 수 있도록 허락합니다. 만약 저작물을 아무런 조건을 달지 않은 채 제공하시려면 **public domain**을 선택하세요.

**Allow commercial uses of your work?**

예 ⓘ

아니오 ⓘ

**Allow modifications of your work?**

예 ⓘ

Yes, as long as others share alike ⓘ

아니오 ⓘ

라이선스의 재판관할 ⓘ

대한민국 ▼

**Additional Information**

The additional fields are **optional**, but will be embedded in the HTML generated for your license. This allows users of your work to determine how to attribute it or where to go for more information about the work. ⓘ

귀하의 작품의 형태는 : 기타 ▼

**Title of work**  ⓘ

**Attribute work to name**  ⓘ

**Attribute work to URL**  ⓘ

**Source work URL**  ⓘ

**More permissions URL**  ⓘ

내 블로그에 CCL 을 지정하기 위해서는 홈페이지를 방문해서 내가 지정하는 CCL 에 대해서 세부적인 설정을 해야 한다.

<http://creativecommons.org/license/?lang=ko> 페이지를 방문해서, 내가 원하는 저작물의 라이선스를 선택한다. 선택화면은 왼쪽과 같다. 각 내용에 대해서 충분히 확인한 뒤 선택을 완료하고, 저작권 정보에 대한 이미지 또는 텍스트를 자신의 블로그에 표시하면 된다.

최근에는 저작권에 대한 관심이 높아지면서, 블로그 서비스에서 CCL 을 쉽게 설정할 수 있는 메뉴를 제공하기도 한다. 이런 기능을 이용하면 별도로 설정하지 않더라도 게시물에 저작권을 명확하게 표시할 수 있게 된다.

CCL 이 저작권 보호 및 건전한 콘텐츠 이용에 도움이 되긴 하지만, CCL 그 자체가 법적인 구속력을 가지는 것은 아니다.

### 컨텐츠 보호

**컨텐츠 보호**

내 컨텐츠 보호를 위한 세부 기능을 설정할 수 있습니다.

> CCL사용 설정 ?  사용  사용안함

내가 생성한 저작물에 대해 다음의 조건을 준수하는 경우에 한해 다른 사람이 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송하는 것을 허락 합니다.

- 원저작자를 표시해야 합니다.
- 생성한 저작물을 영리 목적으로 이용하는 것을 허락 하시겠습니까? ?
  - 허락함  허락하지 않음
- 생성한 저작물에 대한 변경 또는 2차 저작을 허락 하시겠습니까? ?
  - 허락함  허락하지 않음  동일한 이용 허락조건을 적용하는 경우에만 허락

**현재 설정** ⓘ ⓘ ⓘ

※ 선택하신 이용허락 관계의 해석 및 규율은 대한민국의 저작권법을 따릅니다.

저작권은 대한민국이 정한 법률에 의해서 보호되는 것으로 저작권법 10 조 2 항은 “저작권은 저작물을 창작한 때부터 발생하며 어떠한 절차나 형식의 이행을 필요로 하지 아니한다”라고 명시하고 있다.



<http://www.bbakorea.org>

본 교재는 <미디어 2.0: 미디어 플랫폼의 진화>와 <나는 블로그가 좋다> 저자인 명승은씨와 김종태씨의 허락을 받아 책 내용을 일부 인용 및 재편집했다. 또, 온라인에서 무료로 배포되고 있는 <태터툴즈 가이드> 제작자 김봉간씨의 허락을 받아서 내용이 일부 포함되었으며, 한국블로그산업협회(KBBA) 회원사들의 자료들 또한 재활용했다.