



9장 웹 2.0의 소개

9.1 웹 2.0의 물결

9.2 웹 2.0의 경제학

9.3 프로슈머와 UCC

9.4 위키(Wiki)

9.5 플랫폼으로서의 웹

9.1.1 웹 2.0 트렌드

- 웹 2.0 ↔ 웹 1.0: 사용자에 대한 생산자의 일방적인 소통방식

① 제2세대 웹이라는 의미

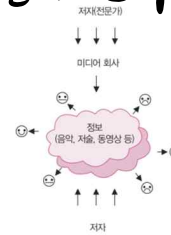
② 소비자가 생산자 역할 수행

① 능동적으로 참여하는 생산자의 역할 수행 및 적극적 상호 관계를 맺게 하는 기술과 서비스를 의미

↳ 소비자 간의, 소비자와 생산자 간의

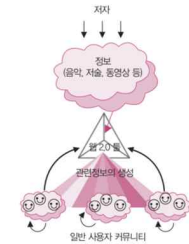
- 웹 1.0과 웹 2.0 개념의 비교

- 웹 이전 및 웹 1.0 환경: 사용자 참여가 없는 폐쇄된 공간
- 웹 2.0 환경: 사용자의 참여와 정보의 공유를 위해 오픈 시스템 형태로 존재 (Open Platform)



(1) 미디어 회사에 의한 정보흐름의 관리
(2) 인터넷 - 관련 없는 정보가 넘쳐남

(a) 웹 이전 및 웹 1.0



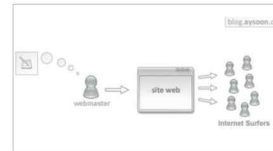
(1) 정보의 흐름이 사용자 커뮤니티에 의해 관리됨 (음악, 저술, 동영상 등)
(2) 관련정보가 사용자 커뮤니티에 의해 생성

(b) 웹 2.0

- TGIF(or GIFT)

Twitter, Google, iPhone, Facebook의 앞 글자들로 구성된 신조어

웹 2.0 개념에 따라 급성장하는 기업이나 서비스가 출현하게 된 현상을 대변.



(a) 웹 1.0 기업



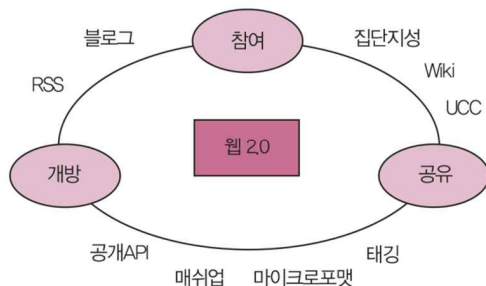
(b) 웹 2.0 기업

- 웹 2.0 기업의 특징

- 기업: 목적에 따라 사용자에게 특정한 서비스를 제공
- 사용자: 사이트에 무의식적으로 참여, 사이트의 가치향상
- 많은 사용자들의 참여가 축적되어 의미 있는 가치 창출
- 평범한 다수의 참여가 모여 의미 있는 결과를 냄

< 많은 사람들이 무의식적으로 사이트에 참여함 > ⇒ 사이트의 가치 향상.

- ‘플랫폼으로서의 웹(Web as Platform)’ 개념에 기반
- ‘집단지성(Collective Intelligence)’을 활용
→ 콘텐츠 제공 및 공유
- 사용자의 참여라는 개념에 기반



- 사용자의 참여 유도
 - 사이트 개방이 필수
 - Linux, Mozilla 재단의 오픈소스 브라우저 Firefox 등도 소스코드 공개
 - 안드로이드도 개방을 통해 스마트폰 개발사들에 소프트웨어 개발환경을 무료로 제공



• 위젯(Widget)

- 미니 웹 프로그램으로서 개방의 개념이 나타난다
- 다양한 콘텐츠나 서비스를 블로그 등 다른 곳에 쉽게 퍼감

• RSS [Really Simple Syndication, Rich Site Summary]

- 웹 사이트에서 용이하게 콘텐츠를 가져갈 수 있는 기술
- 블로그, 팟캐스팅에서 RSS를 이용하여 콘텐츠 공유

• 공개 API와 매쉬업 기술

- 웹 2.0 사이트가 제공하며 개방 개념에 기반
- Google Maps는 자신의 (API(Application Program Interface))를 공개함으로써 다른 웹사이트에서 자사의 지도를 활용
- 공개된 API를 이용하여 두 가지 이상의 웹 서비스를 조합하여 새로운 웹 서비스를 제공하는 방법을 매쉬업(Mashup)이라 함

→ 폭소노미다.

← 시멘틱 웹의 공간

→ 레인스타그램 사진에 사용자 마음대로 레그를 붙임.

• 소셜 태깅 (Social Tagging), (Collaborative Tagging)

- (미리 정의된 카테고리에 따라 분류하지 않고) 사용자가 적절한 키워드를 임의로 붙이고 이들을 검색하는 기법

- 참여자들이 정보를 분류한다는 의미로 **폭소노미 (Folksonomy: Folk + Taxonomy)**라고 부름

- 태그를 적용한 대표적인 서비스로 소셜 북마킹 사이트인 딜리셔스(del.icio.us)와 이미지 공유사이트인 플리커(Flickr)

<사용자들이 직접 카테고리를 정의함>

↓ 레인스타그램 사진 기능 생각할 것

'가치 있는 의미 생성'



(a) 폭소노미의 개념



(b) 태그 구름

- 롱테일 개념
 - 2004년 크리스 앤더슨(Chris Anderson)이 롱테일 개념을 제창
 - Amazon.com은 전체 매출의 절반 이상을 13만 등 이외의 책에서 올리고 있다고 발표
- 파레토 법칙
 - “매출의 80%는 20%의 상품에서 나온다”
 - “80%의 이익은 20%의 우량 고객에서 나온다”
 - 중요한 것은 의미있는 소수이며, 대다수는 거의 불필요한 존재

- 과거 유통업계

- ‘(거의 팔리지 않는 상품) X (무한대에 가까운 상품 종류)
= (큰 의미 없는 결과)’라는 개념이 통용

- 인터넷 세계

- ‘(거의 팔리지 않는 상품) X (무한대에 가까운 상품 종류)
= (가치 있는 결과)’의 법칙이 인정
- 롱테일 법칙을 가장 적극적으로 활용한 기업:
Amazon, eBay, Google, Apple, Netflix, Audible
- Google은 2005년 애널리스트들과의 모임에서 “Google
은 롱테일을 추구하는 기업”이라고 선언

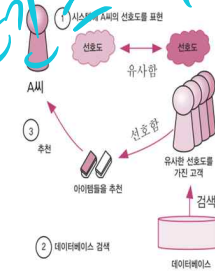
9.2.2 웹 2.0 비즈니스 모델

- 인터넷을 통한 상품과 서비스의 판매
 - Amazon, eBay, Apple iTunes, Netflix 등, 롱테일 개념과 추천시스템을 따르는 비즈니스 모델
 - Amazon은 '리뷰(Review)'라는 추천 시스템을 제공, 추천시스템을 통해 발생한 매출이 전체 매출의 30~35%
 - eBay사는
세계 최대의 온라인 옥션 방식의 비즈니스 모델
고객과 고객을 연결시켜 주는 방식으로 e-커머스 수행
 - iTunes는
오프라인 뮤직스토어에 비해 엄청난 종류의 음악을 보유,
이용자 성향 분석, 취향과 선호도에 따라 적합한 음악 추천

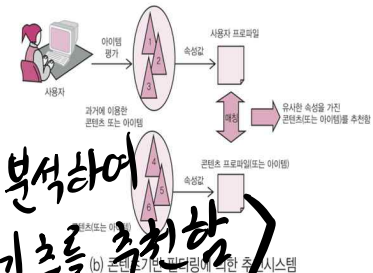
추천시스템

- 일반적으로 ^①협업 필터링(Collaborative filtering)과 ^②콘텐츠기반 필터링(Content-based filtering)을 이용하여 추천
- ^③협업 필터링은 고객의 과거 행위를 분석하고 ^④다른 이용자들의 유사한 판단을 근거로 추천
- 콘텐츠 기반 필터링은 각 콘텐츠 또는 아이템의 속성을 분석한 데이터에 기반하여 추천

협업 필터링
콘텐츠 기반 필터링



(a) 협업 필터링에 의한 추천시스템

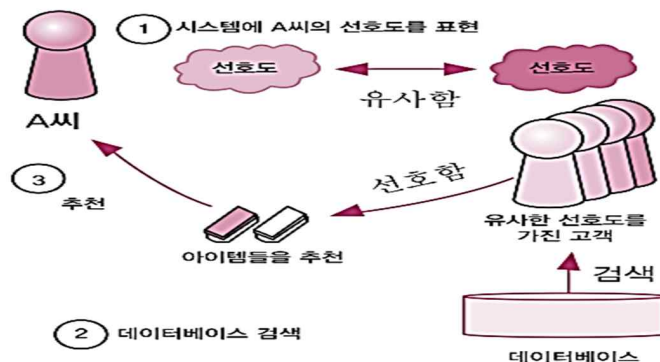


(b) 콘텐츠 기반 필터링에 의한 추천시스템

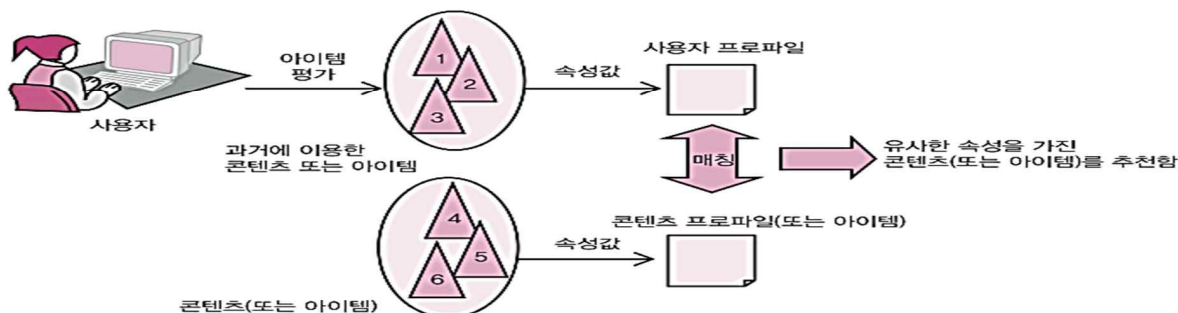
X 추천시스템 협업 필터링

콘텐츠 기반 필터링

< 현재 보고 있는 콘텐츠를 분석하여
이와 유사한 속성의 콘텐츠를 추천함 >



(a) 협업 필터링에 의한 추천시스템



(b) 콘텐츠기반 필터링에 의한 추천시스템

- 광고 모델을 기반으로 하는 비즈니스 모델
 - Google, Facebook, Yahoo, 네이버 다음과 같은 기업 수입의 상당 부분을 광고를 통해 확보
 - 미국의 경우
온라인 광고시장에서 검색광고의 비율이 약 50%
 - 초창기 : 배너광고 위주의 수익모델로 시작
지금은 검색 연동형 광고로 발전
 - Google사는 검색 연동형 광고 모델로 성공,
NHN사도 게임, 검색광고로 2003년부터 국내 1위 차지
 - 이후로 검색광고 모델로는 검색 연동형 광고와 콘텐츠 매치광고가 있음

• 플랫폼 개방을 통해 다양한 앱의 개발 추구

- Apple의 모든 기기들은 동일한 OS 환경을 이용함으로

플랫폼 생태계 개념에 기반한 비즈니스 모델을 성공적으로 적용

① 하드웨어 기기 ② 콘텐츠 및 ③ 응용 소프트웨어가 동시에 개발되고
제공되는 생태계 구축하여 이용자들이 Apple사의 제품 및 서비스에서 떠나지 않도록 하는 전략 사용

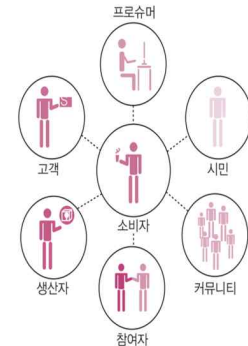
- Google은 소프트웨어 개발자와 이용자의 참여를 적극적으로 장려하기 위한 개방 전략 추구

- Google사의 다양한 소프트웨어를 통하여 많은 개발자와 이용자 확보

- 특히, Android는 소스코드를 공개함으로써 더 많은 모바일 기기 회사들이 Android 기반 기기를 개발 가능.

9.3.1 프로슈머의 개념

- 프로슈머의 개념 ← 웹 2.0 에서 탄생한 용어
 - 2006년 12월호 타임매거진 선정 'Person of the Year' 는 'You'
 - 웹 2.0 시대에는 생산자(Producer)와 소비자(Consumer)를 구분한다는 것이 의미가 없어짐
 - 프로슈머(Prosumer)란 '프로듀서(Producer)'와 '컨슈머(Consumer)'의 합성어
 - 이제 소비자('You')는 한 사람의 시민, 고객, 생산자, 소비자, 참여자, 커뮤니티 일원의 역할을 동시 수행
 - 오늘날 블로그, 위키, 소셜미디어, SNS 등에서 가장 중요한 개념



9.3.2 UCC(UGC)

- UCC(User Created Content)
 - 사용자가 저작한 콘텐츠
YouTube, Flickr, Google Picasa, Facebook 등을 의미
 - 웹 2.0 사이트에서 프로슈머 개념에 기반하여 생성, 공유
 - 일방적이 아닌 상호작용적(Interactive)인 미디어
- UCC의 만족 조건
 - 웹이나 SNS 상에서 공개적으로 퍼블리싱되어 누구나 공유할 수 있는 형태
 - 사용자가 만든 창의적 콘텐츠이거나
기존의 콘텐츠를 가져와 가치성을 추가하여
새로운 것으로 저작 (협업을 전제)

- UCC 사이트의 비즈니스 모델
 - 무료 모델(Freemium model)
 - 가상상품 모델(Virtual goods model)
 - 광고 모델
- 무료 모델
 - UCC의 기본 이용은 무료
 - 고급 기능이나 서비스를 이용하는 경우에는 일정한 비용 지불
 - Flickr, Vimeo, LinkedIn 등

- 가상상품 모델

- 선물, 무기, 악세서리와 같은 아이템을 구입하기 위하여 비용지불
- Facebook Gifts, 싸이월드 등

- 광고 모델

- UCC 사이트가 가장 많이 활용하는 비즈니스 모델
- 이용자가 많을수록 광고 단가가 올라감
- 사용자의 연령, 성별, 위치, 관심 분야에 따라 광고 단가가 달라질 수 있음
- Facebook, Yahoo!, MySpace, Flickr, YouTube 등



• 저작권법

- UCC를 제작할 때 다른 콘텐츠를 사용하거나 변경하여 사용하는 경우가 자주 발생
- 원칙적으로 저작권 소유자의 허가 없이 사용하는 것은 금지됨
- 콘텐츠의 적절한 사용(fair use)을 경우에 따라 허용

• 크리에이티브 커먼즈 라이선스

→ CCL: Creative Commons License

- 저작자가 자신의 콘텐츠에 대해 이용범위를 설정함에 따라 이용자가 혼돈하지 않고 콘텐츠를 공유할 수 있는 여건을 제공

① 저작자 표시
② 비영리
③ 변경 금지
④ 동일 객체 변경 허용

원본과
(= 동일한 라이선스 적용)

수용권.
저작물에 대한
다른 사람의 이용범위를
지정하여 공개

9.4.1 위키의 개념

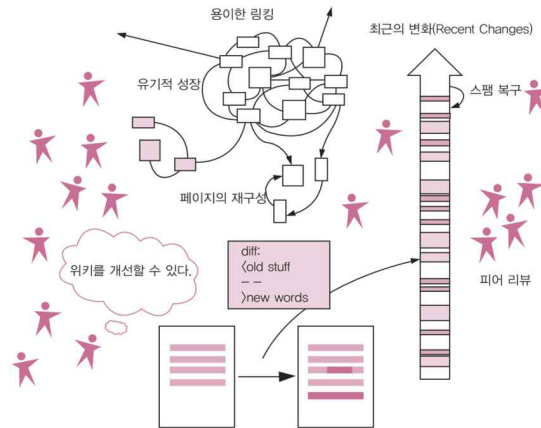
- 위키

- 사용자들이 콘텐츠를 추가, 편집, 수정, 제거할 수 있게 지원하는 웹 사이트로 **다수 사용자의 협업 환경 지원**
- 세계 첫 위키인 WikiWikiWeb의 개발자 워드 커닝햄(Ward Cunningham)이 붙인 이름
- 하와이 말로 ‘빨리 빨리(Wiki Wiki)’를 뜻 함
- 빨리 손쉽게 저작할 수 있는 웹(‘Quick web’)

- 위키 개념의 속성

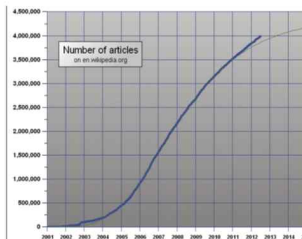
- 모든 사용자가 위키 웹 사이트 내에서 페이지를 편집하고 작성
- 다른 페이지간에 상관관계를 링크를 이용하여 손쉽게 연결
- 사용자들의 협업, 저작 및 관리를 통해 지속적으로 변화
- 콘텐츠 관리시스템(CMS: Content Management System)의 일종

- 위키 엔진(Wiki engine)의 작동원리
 - 위키를 방문하여 페이지를 읽고 쉽게 수정할 수 있음
 - 모든 수정은 Recent Changes라는 특수 페이지에 기록
 - 이를 통해 손쉽게 복구 가능
 - 아주 용이하게 링크를 붙일 수 있으며 자동적으로 상호 링크됨



9.4.2 위키의 적용사례

- 위키피디아(Wikipedia)
 - 2003년 지미 웨일즈(Jimmy Wales)에 의해 비영리재단으로 설립된 위키미디어(Wikimedia)의 핵심 위키
 - 2012년 6월 기준 위키피디아는 285개 언어로 저작
 - 3억 6천 5백만 명의 이용자와 약 10만 명의 적극적 이용자들이 지속적으로 편집, 추가, 수정
 - 영어버전 위키피디아는 390만개의 기사(Articles) 보유



- Wikitravel
 - 2003년에 시작된 여행 가이드를 협업을 통해 구성하는 프로젝트
 - 영어버전은 2011년 기준 24,500개의 여행관련 기사 보유
- WikiHow
 - 세계에서 제일 방대한 “How-to” 매뉴얼
 - 일상의 다양한 문제와 이슈에 대해 명확하고 간결한 해답 제공
- WikiLeaks
 - 일반인에 공개되지 않은 비밀의 미디어를 익명의 소스나 고발자들로부터 제공받아 공개하는 국제적 비영리 사이트
 - 2006년 시작되어 위키의 형태를 가지며 약 120만 건의 기밀 문서를 보유

- 플랫폼의 중요성

- 오피스 소프트웨어, 미디어 플레이어, 메신저를 비롯하여 많은 소프트웨어들이 Windows OS를 기반으로 개발되어 Microsoft 사는 Windows라는 플랫폼을 통해 소프트웨어 시장 장악
- Netscape가 웹 브라우저 넷스케이프를 먼저 개발하였으나 플랫폼을 장악하고 있는 Microsoft의 익스플로러 끼워 팔기 전략으로 웹 브라우저 시장을 뺏김

- 웹 환경에서의 플랫폼

- 응용 소프트웨어, 서비스, 콘텐츠 등이 개발되는 환경 또는 인프라를 의미
- 모든 응용 소프트웨어와 서비스는 플랫폼을 기반으로 작동하므로 웹 환경에서 어떤 플랫폼을 기반으로 하느냐는 매우 중요

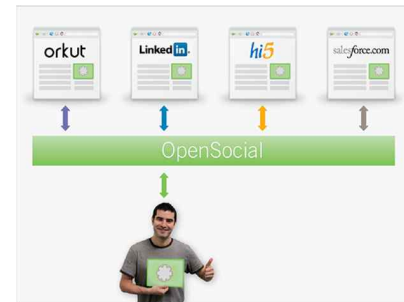
- 서비스로서의 소프트웨어(SaaS: Software as a Service)
 - Google은 기존에 OS상에서 존재하던 오피스 소프트웨어를 웹상에서도 구현
 - 웹이 오피스 소프트웨어의 플랫폼이 될 수 있음을 보여줌
 - API 개방을 통해 더 많은 응용소프트웨어 및 서비스를 확보하여 웹 세계에서 영역 확장
 - 웹 사이트가 서비스 플랫폼으로 존재
 - Google을 비롯한 많은 웹 플랫폼이 오픈 API를 제공하여 누구나 매쉬업 서비스(Mashup Service)를 개발하여 부가가치 창출 가능
 - 지도 서비스를 API로 지원하면 많은 위치기반 서비스(LBS: Location-Based Service)를 매쉬업 형태로 개발 가능

- 개방형 플랫폼 전략(Open Platform)

- Apple의 iOS와 Google의 Android 플랫폼에 잘 나타나
- 플랫폼을 개방하여 더 많은 제작자를 플랫폼에 끌어 모으는 전략
더 많은 참여자를 유치하여 네트워크 효과를 유발하여 플랫폼의 가치 상승

- 오픈소셜(OpenSocial)

- Google이 개방형 플랫폼 전략을 증진시키기 위해 도입
- 공통으로 기반할 수 있는 플랫폼을 제공하여 어떤 SNS에서도 동일한 API를 사용 가능하게 함



- 오픈 그래프 API(Open Graph API)
 - Facebook이 2010년부터 지원
 - 다른 웹 사이트에서도 API들을 통해서 신상 정보, 소셜 그래프를 비롯하여 Like, Recommendation, Activity Stream 버튼과 같은 플러그인(Plugin)들을 웹사이트에 삽입하여 사용 가능
 - 웹 사이트 페이지에서 Facebook 페이지의 모든 기능 사용 가능
 - 개방, 공유, 참여라는 웹 2.0 개념 적용

