



고려대학교 미디어학부

김성태

현대 디지털 사회의 주요 쟁점 이해

: 한국사회를 중심으로

Contents

1. 포털(네이버)의 정보 독점 문제
2. 개인정보보호의 문제
3. 글로벌 IT 기업의 이해
 - 1) Google
 - 2) Facebook
 - 3) Apple
4. Youtube와 문화컨텐츠
5. 빅데이터의 활용과 가치창출
6. 소통의 혁신과 개인의 반항
7. 현대 사회의 노동의 문제
8. 스마트폰과 현대 사회
9. 사이버 범죄

10. 현대문명과의 저항²





1. 포털(네이버)의 정보 독점 문제

- 포털사의 언론 기능
- 네이버의 뉴스 제공 시스템 변화
 - 자체 제공 → 오픈캐스트 → 오픈스탠드->뉴스스탠드
- 왜 유독 우리나라만 포털이 정보를 독점하는 현상이 일어나는가?
- 네이버가 돈을 버는 방식
 - 광고, 게임, 쇼핑몰, 검색어 클릭





1. 포털(네이버)의 정보 독점 문제 (Cont.)

- 실시간 검색어 순위에 숨겨진 모습
 - 클릭에 숨겨진 돈의 문제
 - 실시간 검색어 어뷰징
- 네이버의 직접 방문 유도
 - 네이버 자체 정보의 링크 금지, 마우스 오른쪽 클릭 금지 등
- 네이버의 최근 행보는???





2. 개인정보보호의 문제

- 포털의 명예훼손죄
- 정보통신망법 제70조 (사이버명예훼손죄)
 - ① 사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 3년 이하의 징역이나 금고 또는 2천만원 이하의 벌금에 처한다.
 - ② 사람을 비방할 목적으로 정보통신망을 통하여 공공연하게 거짓의 사실을 드러내어 다른 사람의 명예를 훼손한 자는 7년 이하의 징역, 10년 이하의 자격정지 또는 5천만원 이하의 벌금에 처한다.

: 비방할 목적과 전파가능성 매우 높은 정보통신망을 이용했다는 점에서 형법상 명예훼손보다 가중처벌



디지털 발자국과 소셜미디어

- 현대 사회에서는 삶의 매 순간을 디지털 기록으로 남김
- 온라인 상에 우리의 흔적이 축적된 것이 디지털 발자국
- 디지털 발자국 통한 인권침해 (네티즌 수사대, 신상털기)
- 노출된 개인정보가 다른 사람이 나를 감시하는 데 이용될 수 있다는 위협은 변화된 환경 하에서 극대화
- 소셜미디어 상에서의 개인정보 수집은 프로필과 같은 공개된 정보 이외에도 접속시간이나 이용시간, 접속 위치, 올린 글의 내용과 같은 부가적인 개인정보까지 가능



당신에 대한 모든 기록은 확인해보셨나요???

잊혀질 권리 보장에 따른 우려

- 잊혀질 권리와 표현의 자유의 충돌

- 기술적 한계

- 빅데이터 시대의 프라이버시 위협 문제





3. 글로벌 IT 기업의 이해 :Google, Facebook, Apple

3. 글로벌
IT
기업의 이
해

Google™



• 10^{100} 을 의미하는 수학적 용어 **Googol**: 광대한 정보를 모두 담겠다는 의지

- 1996 검색엔진 개발
- 1997 구글닷컴 도메인 확보
- 1998 구글 창업 (Larry Page, Sergey Brin)
- 2000 7개 국어 검색 서비스 시작/세계 최대 검색 DB 갖춤/ 검색 광고 도입.
- 2001 에릭 슈미트 회장 취임(페이지와 브린은 각각 제품, 기술 담당 사장). 이미지 검색 서비스 시작/ PDF와 오피스 문서 검색 기능 추가
- 2002 구글 뉴스 서비스/바리, 런던, 토론, 도쿄 등에 사무실 오픈
- 2003 애드센스 광고 시작/ 구글 툴바 2.0 발표
- 2004 G메일 베타 서비스/ 나스닥 상장/ 구글 데스크톱 서치 발표/한글서비스 시작
- 2005 비디오 검색 시험 서비스/ 구글 어스 서비스/ 인터넷 메신저 구글 발표
- 2006 Google Finance, Calendar, Checkout, News Archive Search 서비스 시작/ Neven Vision, YouTube(16억5000만), Jotspot 인수합병
- 2007 휴대전화용 운영체제인 안드로이드 플랫폼
- 2010 안드로이드 탑재폰인 넥서스원 출시
- 2011 모토로라 인수(125억달러)



Google의 사업모델

- 수익 구조
 - 구글의 수입원의 90% 이상은 광고에서 온다
 - 광고의 50%는 검색광고, 50%는 애드센스
 - 광고의 50% 이상이 구글내부가 아닌 외부에서 발생
- 검색광고 (Adwords)
 - 구글 사업모델의 핵심. 검색광고란 사람들이 검색한 키워드의 페이지 검색결과와 함께 그 옆 '스폰서 링크'라는 영역에 키워드와 연관된 광고를 보여줌
- 문맥광고 (Adsense)
 - 문맥광고(Contextual Ad)의 일종. 웹사이트나 블로그의 내용에 따라 광고
- 유료화 서비스
 - 구글 맵스(Google Maps), 구글 어스(Google Earth), 구글 서치 어플라이언스(Google Search Appliance)





Google의 핵심역량

- 검색 알고리즘 PageRank
 - 한 웹 페이지에 연결된 링크들의 순수한 숫자가 그 페이지의 랭킹을 나타내는 유용한 기준이라는 가정을 전제로 성립된 검색 알고리즘
- 명확한 비전과 강력한 기업문화
 - 구글의 사명은 세계의 정보를 조직하여 사람들이 쉽게 접근하고 유용하게 사용할 수 있도록 하는 것 이라고 구글의 비전을 명확히 제시하고 이 비전을 실현하기 위한 혁신을 장려하고, 고객의 신뢰를 확보하는 강력한 기업문화를 지님
- 안정적인 기업지배구조
 - 검색 알고리즘의 기술적 우위를 확보하기 위한 지속적 투자를 유지하고, 특유의 기업문화를 유지해서 장기적 전략을 가능하게 하려면 단기수익성에 흔들리지 않는 안정적인 기업지배구조가 필요 = 주식의 '이중 의결구조'로 해결





Google vs. Naver

	구글	네이버
기술	수집기를 통해 정보를 모으고 알고리즘에 의해 이 정보를 재분류하여 의미있는 데이터 집단인 아카이브(archive)를 구축	수집기를 통해 정보를 모으긴 했지만 이 정보를 다시 아카이브로 구축하는 대신 콘텐츠(content)를 재생산하는 방법으로 경쟁력을 구축
서비스 목표	검색 후 최대한 빨리 구글을 떠나게 하는 것.	사용자를 최대한 오래 네이버에 머무르게 하는 것. 포털 서비스 (종합 서비스) 사이트.
철학	다른 사이트로 사람들을 내보내야 하기 때문에 구글 스스로 알맹이를 만들어야 할 이유도 없고, 구글 사이트 안에 알맹이를 저장할 이유도 없다. 만들고 지켜야 할 '내 것'이 없기에 열린 철학을 유지	자기 서버에 쌓아둔 알맹이를 이용해 사용자를 모아야 하기 때문에 닫힌 철학을 지향.
사용자 VS 기업이익	사용자의 이용목적인 검색 결과를 빨리 보여주며 해사용자의 이용목적인 검색 결과를 빨리 보여주며 해당 사이트로 빠르게 이동시켜주어 사용자를 더 배려.	사용자를 붙잡는 이유는 광고를 좀 더 보도록 만들기 위함. 즉 사용자를 배려하기보다는 광고주와 회사 이익을 더 배려.
IT 기업	꽤 많은 기업을 인수하고 많은 서비스를 새로 추가 하면서 포털에 필요한 대부분 서비스를 갖춘 상태	필요한 서비스가 있을 때 기업인수보다는 직접 만드는 방식. 또한 이미 남들이 하고 있는 서비스를 따라 하는 형식을 취함.
역할	첫 화면을 보면 정보 검색자임을 분명히 함 '정보 찾아 주기'라는 본연의 임무에만 충실해도 매출을 올릴 수 있음	구글에 비해 불거리가 많음 정보 검색자 역할뿐 아니라, 정보의 가공 생산자 역할도 지님. 14

3. 글로벌
IT
기업의 이
해





Facebook

- 페이스북은 소셜 네트워크 웹 사이트.
- '친구 맺기를 통해 많은 이들과 웹 상에서 각종 관심사와 정보를 교환하고 공유할 수 있는 서비스.
- 회원수 7억 5천만 명, 모바일을 통한 접속 회원 수는 1억 명 이상.
- 매일 6천만건 이상의 업데이트
- 이용자가 머무르는 시간은 일 평균 55분 이상
 - 2004 개설 마크주커버그
 - 2006 전자우편 주소를 가진 13세 이상 모두 이용 가능
 - 2007 소비자 참여형 광고 만듦.
 - 2008 세계 최대 SNS 사이트로 선정/ 페이스북 플랫폼 공개
 - 2009 가입자수 3억명 돌파
 - 2010 "좋아요" 버튼 도입





페이스북의 수익모델

시기	2004~2006	2006~2009	2010~	미래
수익모델 확대	없음	광고	제휴	통합
중점사항	우수 사용자 확보	sns 방식을 접목하여 광고의 효과성 제고	다양한 업체와의 제휴로 광고 이외의 수익 창출	쇼핑, 검색 등을 통합하여 사업의 주도권 확보
중점사항	우수 사용자 확보	sns 방식을 접목하여 광고의 효과성 제고	다양한 업체와의 제휴로 광고 이외의 수익 창출	쇼핑, 검색 등을 통합하여 사업의 주도권 확보



페이스북의 수익모델

- 2006년 대외 서비스를 시작하면서 기존 검색 서비스와는 차별화된 SNS 이용자 특성에 맞는 광고방식을 적용하여 효율성과 수익성을 제고
- 2009년부터는 광고뿐만 아니라 응용 프로그램 관련 수익을 확대
사용자의 네트워크를 통해 소셜 활동의 일환으로 오락을 즐길 수 있도록 징가, 플레이피시 등 최고 인기 소셜 게임 업체를 유치.
- 아마존과 제휴를 맺고 소셜 쇼핑 서비스라는 광고 이외의 새로운 수익 모델을 발굴.
 - 소셜 쇼핑 서비스는 페이스북 사용자 간에 이루어지는 정보 교환 및 추천이 구매로 바로 연결되는 것으로 수수료 등의 부가 수익을 획득.
 - 자신과 지인의 추천 또는 구매 내역이 지속적으로 갱신되어 페이스북의 SNS 정보로 활용됨. 페이스북의 소셜 쇼핑은 링크를 통해 구매를 유도하는 단순 제휴 마케팅(Affiliate Marketing)이 아닌 페이스북 내에서 거래가 이루어지고 그 정보가 페이스북 내에 축적되어 피드백되는 개념.



페이스북의 수익모델

- 고객이 페이스북 크레딧만으로 연계 서비스를 사용할 수 있는 단일화폐 체계를 구축하고, 이를 통해 부가 수입도 창출할 전망
 - 기존에 여러 업체들의 가상 화폐가 혼용됨으로써 나타났던 사용자의 혼란을 예방 페이스북 크레딧은 아마존 쇼핑, 소셜 게임 등의 서비스에는 물론 회원 간 거래에도 화폐로 사용 가능.
 - 화폐 체계를 일원화함으로써 페이스북을 통한 거래를 모니터링하면서 관련 정보를 축적하는 동시에 30%의 수수료 수익이 발생.





페이스북의 사회 변화

- 사회통합
 - 평소에 잘 알 수 없었던 지식과 정보를 페이스북이 연결해줌
 - 사회 전체적으로 다른 분야의 사람들이 관심사를 공유하면서 통합될 수 있음
 - 단체 행동을 유도할 수 있다는 것
- 정보 유출 - 개인 정보보호
- 산업변화 - 소셜 마케팅





페이스북 수집정보

페이스북이 수집하는 개인정보 57가지

*출처=europe-facebook

구분	데이터
개인 신상	내 소개, 계정 예정 종료일, 별명, 생일, 학력, 이메일, 가족관계, 성별 이름, 이름 변경기록, 비밀번호, 전화번호, 정치적 성향, 소개 문구, 가입일, 종교, 화면상 이름, 이용자 별명, 직업
활동 내역	업데이트 히스토리, 이용앱, 사용기록, 자주 사용하는 단어, SNS연동 내용, 사용 언어, 로그인 기록, 글쓴 내용, 알림 기록, 알림 내용, 사진, 보내고 받은기록, 개인 정보 설정내역, 실시간 활동 내역, 최근 활동 내역, 공유 기록, 상태 업데이트 기록, 담벼락에 게시한 모든 내용, 접속한 웹사이트
친구 관계	채팅 내용, 체크인 기록, 친구 관계, 친구 요청, 친구 연결망, 그룹, 메시지, 친구의 활동 내역 안내 기록, 사회적 관계, 친구 삭제 내역
위치정보	마지막 이용 장소, 주소, 쓰고 있는 통화, 물리적 수단, ID 기록되는 거주위치
기타	신용카드 번호, 로그인에 이용한 컴퓨터, 사용 네트워크

3. 글로벌
IT
기업의 이
해





애플



1998 모니터와 본체
일체가 된 아이 맥 출시
성공, 93년이후 첫 흑자
(전해 스티브 잡스 복귀.)



1976 애플 설립.
잡스, 스티브 워즈
니악, 로날드 웨인



2007 아이폰 출시.
"애플"로 개명-
디지털 기기 생산업체로 변



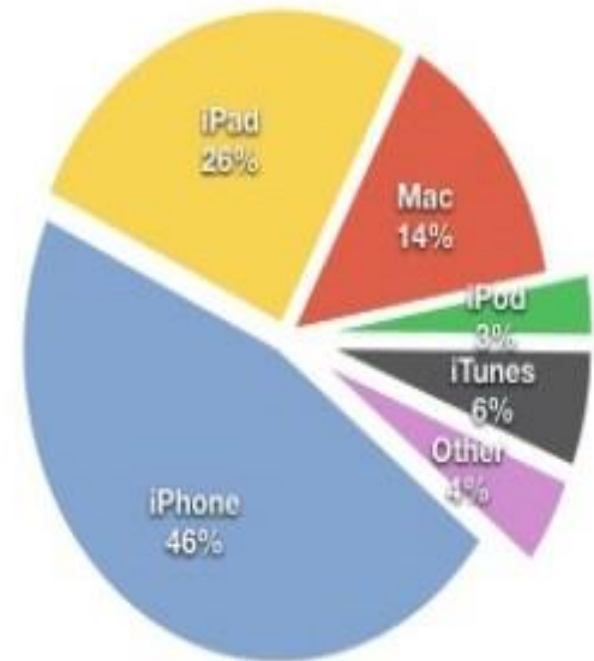
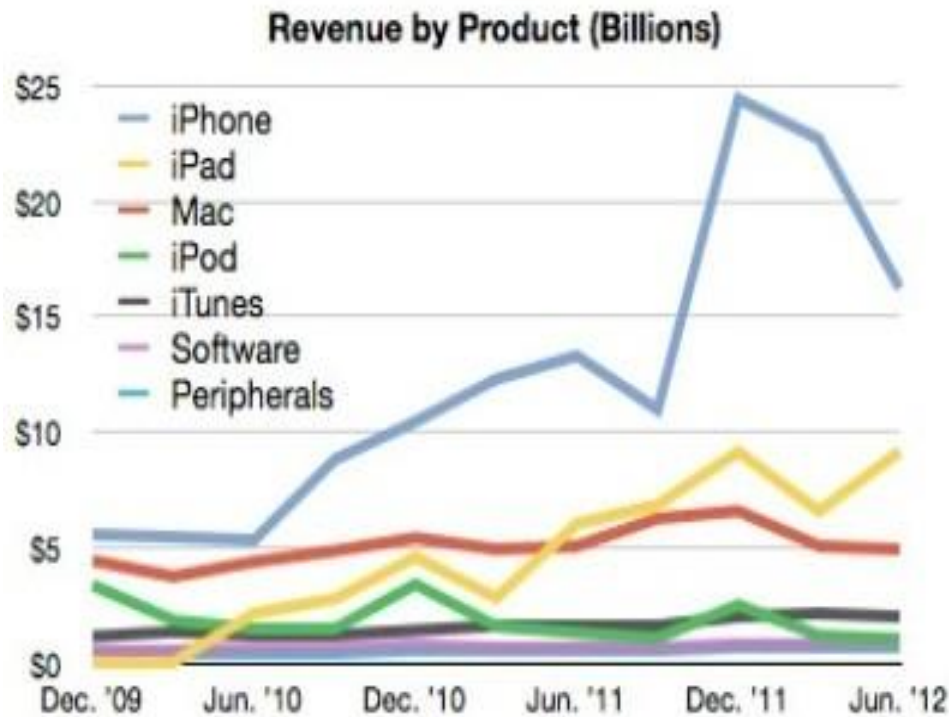
1977 주식 상장



2001 아이팟 출시,
아이튠즈 뮤직 스토어 운
영.
곡당 99센트 온라인 판
매.



애플의 2012년 상반기 수익



애플의 사회 변화

- 규모 경쟁을 가치 경쟁으로.
 - 기술 혁신, 차별화된 경영을 통해 모바일 시장경쟁 제고

- 사회 공헌-윤리와 책임.

- 美 서 일자리 부족.
- 中 서 아동 고용.





4. 유튜브와 문화 콘텐츠

- 유튜브가 미디어 콘텐츠 산업에 미친 영향
 - 제작, 유통, 소비에서의 변화
- 예로 싸이의 강남스타일
- 유튜브가 몰입하는 청소년
- 유튜브에서의 문화 콘텐츠 소비가 다양한 산업분야에 미치는 영향



5. 빅데이터의 활용과 가치 창출

- 2012 세계경제포럼 미래성장 산업
- 대한민국 현정부 창조경제의 핵심 분야
- 정보의 활용과 가치 그리고 고용 창출
- 연구에서의 활용성 증대
- ...



6. 소통의 혁신과 개인의 반향

- Long-tail과 집단지성
- 트위터로 본 대한민국의 소통지도



7. 현대 사회의 노동의 문제

- 키워드

- 정보, 콘텐츠, 탈공간, 불안정성, 유연성, 소형화, 공공생산수단, 매체

- 노동형태와 자본의 변화

- 농경사회 : 토지
- 산업사회 : 자본
- 정보사회 : 정보





커뮤니케이션과 노동

• <커뮤니케이션 수단의 등장과 직업>

"커뮤니케이션 기술은 단순히 기술에 그치는 것이 아니라 그것을 사용하는 인간을 재형성시키는 수단"

- 마셜 맥루한, 『구텐베르크 은하계』

• 언어 : 소통의 시작

• 문자 : 선형커뮤니케이션의 증가에 따른 인과적 순서 중시가 지식의 분류, 전문화, 더 나아가 계층적 특성을 유발

• 인쇄 : 지식의 대중화 시작, 근대민족국가의 출현

• IT : 정보의 중요성과 관련 직종 급속히 증가

기업으로 보는 산업의 축 변화

- GM-제조
- 월마트-유통
- 애플-정보

→정보의 중요성 증가





IT를 기반으로 한 새로운 직업의 등장

- 새로운 직업의 유형
 - 콘텐츠 창출, 프로그램 판매, 광고수익, 실물 판매, 아이디어 판매
 - (IT 관련 엔지니어, APP 관련 직업, IT 전문 미디어 종사자, 블로거, 아이디어 판매자, 전자상거래 판매, 레코드 레이블, 인터넷 방송, 웹진)
- 기존 산업과의 비교
 - ① 전혀 새로운 직종
 - ② 기존 노동형태의 변형- 소형화 : SOHO, 1인 미디어 등
- 새로운 노동을 가능하게 하는 경로
 - 블로그, APP Store/Market, YOUTUBE, Afreeca, PAYPAL, EBAY, AMAZON, SNS, MYSPACE





직업 개념의 변화

- 정규직과 비정규직을 넘어서
 - 불안정성 (현재의 노동시장 지형-노동유연화)
 - 자본가와 노동자의 관계를 넘어
- 인터넷 네트워크와 정보를 무형의 자본을 생산수단으로 삼는 사람들
 - 기존의 자본은 경제자본, 사회자본, 문화자본으로 존재. 인터넷과 SNS를 매개로 경제활동을 하는 사람들의 자본은 무엇인가에 대한 논의가 필요.
- 탈공간(작업장 개념의 붕괴), 탈시간 (고정적 근무시간에서의 탈피)





노동과 자본

- 인터넷 네트워크와 정보를 무형의 자본을 생산수단으로 삼는 사람들
 - 기존의 자본은 경제자본, 사회자본, 문화자본으로 존재. 인터넷과 SNS를 매개로 경제활동을 하는 사람들의 자본은 무엇인가에 대한 논의가 필요.
- [자본의 종류]
- ① 경제자본 (물리적 자본)
 - 즉각적이고 직접적으로 금전적 전환이 가능하고 소유권의 형태로 제도화되어있는 자본. 토지, 공장, 노동과 같은 생산요소들과 수입, 유산, 물질적 재화와 같은 경제적 재화의 총체
- ② 사회자본 (비물리적 자본, 상징자본)
 - 상호친분과 인정으로 형성된, 제도화되거나 또는 제도화되지 않은 관계의 지속적 네트워크를 통해 얻을 수 있는 실제적-잠재적 자원의 총합
- ③ 문화자본 (비물리적 자본, 상징자본)
 - -획득자본 : 공식적인 교육과 훈련을 통해서 얻어진 자질
 - -지속자본 : 사회화 과정에서 습득되어 오랫동안 지속되어 온 성향과 아비투스
 - (고전예술을 감상하기 위해서는 그것을 감상하거나 해석할 수 있는 능력이 있어야 지속적으로 예술작품에 관심을 가질 수 있음.)





노동에 대한 문제들

- 감정노동의 문제
- 인터넷 등장으로 인한 일자리 감소와 증가
- 새로운 직업 형태 등장에 따른 정책의 문제
- 블로그를 통해 수익을 창출하는 블로거 현황과 유형
- IT를 이용한 미래의 새로운 유망 직종
- 매체별 수익창출방식의 변화
- ex> 방송사와 VOD, 카카오톡과 애니팡
- 구글, 네이버, 애플 등 현시점 주요 기업들의 수익창출구조
- 합리적 경영에서 인간적 경영으로의 전환 양상과 의미



8. 스마트폰과 현대 사회

- 대체 불가능한 미디어
- 기술적 진화의 향방은?
- 다양한 부정적 영향
-



9. 사이버 범죄

- 해킹
- 사이버 테러
- 사이버 불링
-



10. 현대문명과의 저항

- 아미시 집단
- 디지털 피로감, 디지털 디톡스
- 현대기기 거부 캠페인,
- 각종 비이용 실험사례
- ...





“역사는 진화하고 새로운 논쟁은 계속되고
이를 이해하기 위한 인간의 노력은 더 요구
되어진다”

-김성태-