

世上을 바꾸다

미디어 권력 이동, 그 중심의 1인미디어 “블로그” 가 세상을 이야기 한다.

Blog

blogosphere insight

vol.3
2008.5

contents

01. Overview

02. 분석방법

BLOGOSPHERE

03. 블로그스피어

04. 블로거 활동 분석

POWERBLOGGER

05. 파워블로그 집중 분석

1) 파워블로그 vs 일반 블로그

2) 분야별 파워블로그

3) 파워블로그 노하우

06. 블로그 1인 기업

1) 블로그 1인 기업으로 성장하는 방법

2) 블로그 1인 기업 인터뷰

07. 국내 블로그 산업 현황 및 특징

4월 블로그스피어 분석

01 2월부터 4월까지 포스팅 수는 계속 감소...

통상적으로 2~4월에는 설연휴를 비롯하여 입학/개학 등으로 인해서 인터넷 트래픽이 감소하는 경향이 있는데, 인터넷을 기반으로 한 블로그스피어에서도 다른 달에 비해 적은 포스팅 수를 기록하였다. 4월에는 18대 국회의원 선거와 미국 쇠고기 수입, 조류독감 발생 등 사회적 이슈가 많았지만, 이런 사건들이 포스팅을 증가시키지는 못하였다. 어느 때보다 화창한 날씨가 많아져 야외활동이 증가한 것도 하나의 원인으로 보여진다.

02 전체 블로그의 73%만이 포스팅...

4월 포스팅이 감소하게 된 주된 원인은 포스팅한 블로거 수가 감소했기 때문이다. 남성보다는 여성 블로거가 포스팅을 더 많이 한 것으로 나타났고, 미디어 세대로 웹을 통해 자신의 아이덴티티를 표현하기 좋아하는 10~20대 블로거의 포스트가 다수를 차지하였다.

03 4월에 7일 동안 20개의 포스팅...

4월에는 포스팅한 블로거 수만 줄어든 것이 아니라 포스팅 일수와 포스팅 건수 모두 감소하였다. 3월에 비해서 월 평균 포스팅 일 수가 9일에서 7일로 줄어들었으며, 월 포스팅 건수도 18건에서 16건로 감소했다.

04 대부분의 블로거는 직접 포스팅하면서 스크랩도 같이...

대부분의 블로거는 직접 포스트를 작성하면서도 타인의 포스트를 함께 수집하는 것으로 나타났다. 4월에 작성된 전체 포스트 중에서 스크랩된 포스트가 1/4을 차지했으며, 일부는 스크랩 표시가 있지만, 일부는 스크랩 표시가 없었다. 블로그를 개인의 지식과 생각을 표현하는 공간으로 인식할 뿐만 아니라 개인의 관심사를 수집 저장하는 공간으로도 여기기 때문에 스크랩 포스트는 계속 발생한다.

POWERBLOGGER 분석

01 남성 블로거가 파워 블로그로 성장할 확률이 더 높아...

남성 파워블로거와 여성 파워블로거의 차이가 크지는 않지만, 이번 조사에서는 여성 파워블로거가 약간 많은 것으로 나타났다. 그러나 전체 블로거 중에서 남성 블로거가 차지하는 비율을 감안하면 전체 파워블로거 중 남성의 비율이 높다고 볼 수 있으며, 여성에 비해 남성블로거의 포스팅 주제가 보다 다양하고 전문적이 것이 하나의 원인으로 보여진다.

02 세대별로는 20대의 파워블로거가 가장 많아...

이번 조사에서는 20대 파워블로거의 비중이 가장 높은 것으로 나타났다. 20대 파워블로거가 많은 것은, 그들이 인터넷과 미디어에 익숙하며 자신의 생각과 아이덴티티를 표현하는 것이 자연스러운 세대라는 것 때문이라고 보여진다.

03 포스팅 주기에서도 일반 블로거보다 자주...

파워블로거들의 공통된 특징은 포스팅을 꾸준히 자주 한다는 것이다. 일반 블로거는 평균 4일에 한번 정도 포스팅을 하며, 평균 2개의 포스트를 작성하는 것으로 나타났는데, 이제 반해 파워블로거는 평균 2일에 한번, 평균 2~3개의 포스팅을 작성하는 것으로 조사되었다.

04 요리분야에 파워블로거가 가장 많아...

많은 사람들이 관심을 가지는 대중적인 분야에 파워블로그가 많은 것으로 나타났다. 그 중에서 요즘 몇 년간 대중적인 관심을 받는 요리(음식)분야에 파워블로거 가장 많았다. 요리 분야에서는 와이프로거들이 큰 힘을 발휘하였는데, 블로그를 운영할 충분한 시간과 디지털 미디어의 보급으로 인하여 가족을 위해 요리를 하는 과정을 쉽게 촬영하여 자신의 블로그에 올릴 수 있는 여건을 가지고 있었다. 와이프로거 중 일부는 블로그를 통해 직간접적으로 수익이 얻었으며, 이러한 현상으로 인하여 많은 수의 와이프로거의 요리 블로그가 블로그스피어에 동참한 것으로 보여졌다.

Overview

analysis 분석방법

분석자료

네이버, 다음, 이글루스, 티스토리, 옴파스, 조인스 블로그 중에서 임의로 추출한 3만개의 블로그를 대상으로 블로그 현황 및 블로그를 통한 사회적 이슈를 분석함.

분석대상

네이버, 다음, 이글루스, 티스토리, 옴파스, 조인스 블로그 중 임의로 추출한 3만개의 표본 블로그 (기업 블로그 제외)

데이터 기간

2007년 05월 ~ 2008년 04월

주요개념 정의

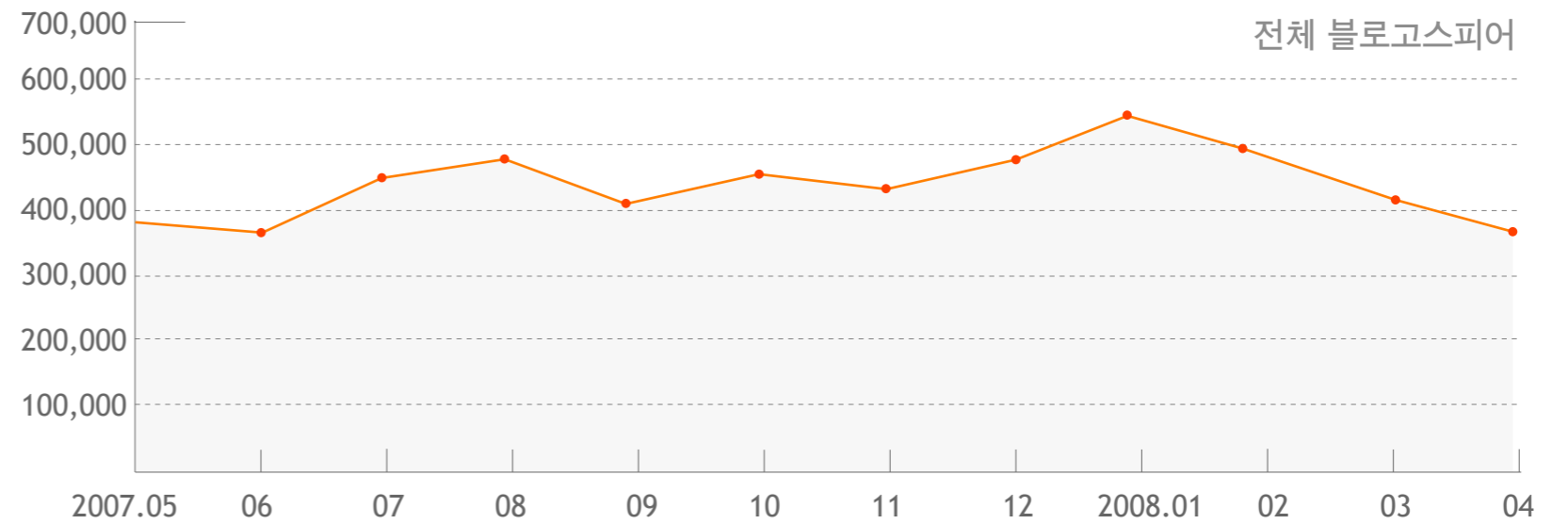
블로그(Blog) : 일종의 1인 미디어로써, 자신만의 웹 사이트에 자신의 생각과 지식을 공유하거나, 자신의 일상 등을 자유롭게 올리고 타인과 커뮤니케이션하는 공간

블로거(Blogger) : 자신의 블로그를 가지고 블로그 운영하는 운영자

포털형 블로그 : 포털 사이트(ex: 네이버, 다음)에서 제공하는 블로그 서비스

전문 블로그 : 블로그 전문 사이트(ex: 티스토리, 이글루스)에서 제공하는 블로그 서비스

블로그스피어(Blogosphere) : 커뮤니티나 소셜 네트워크 역할을 하는 모든 블로그들의 집합이다. 수많은 블로그는 매우 촘촘하게 연결되어 있으며, 이를 통해 블로거는 다른 사람의 블로그를 읽거나, 링크하거나, 참고해서 자신의 글을 쓰기도 하고, 댓글을 달기도 한다. 이렇게 서로 연결된 블로그가 블로그 문화를 성장시키는 근본이 된다.



* 데이터 기준: 2007년 5월~2008년 4월에 포스팅 된 포스트

BLOGOSPHERE

2008년 2월부터 4월까지 포스팅 수는 계속 감소...

통상적으로 2월~4월에는 설 연휴를 비롯하여 입학/개학 등으로 인해서 인터넷 트래픽이 감소하는 경향이 있다. 인터넷을 기반으로 한 블로고스피어에서도 동일하게 2월~4월의 포스팅 수가 다른 달에 비해서 적은 편으로 나타났다.

4월에는 18대 국회의원 선거와 미국산 쇠고기 수입, 조류독감 발생 등 사회적인 이슈가 어느 때보다 많았지만, 4월의 포스팅을 증가 시키지는 못했다. 이는 사회적 이슈를 다루는 블로거보다 자신만의 관심사에 포스팅 하는 블로거가 더 많다는 것을 의미하기도 한다.

블로그 벤더 별로는 4월의 포스팅을 3월과 비교해보면, 다음과 이글루스의 포스팅 수는 거의 차이가 없으나, 네이버와 티스토리는 10~20% 감소하였다.

5월은 근로자의 날, 어린이날, 석가탄신일이 주말과 이어져 있고 중간고사 시즌 등으로 인해, 5월의 포스팅도 감소할 것으로 예상된다.

analysis of BLOGGER's ACTIVITY

4월에 포스팅한 블로거들은 전체 블로거 중에서 얼마나 될까?

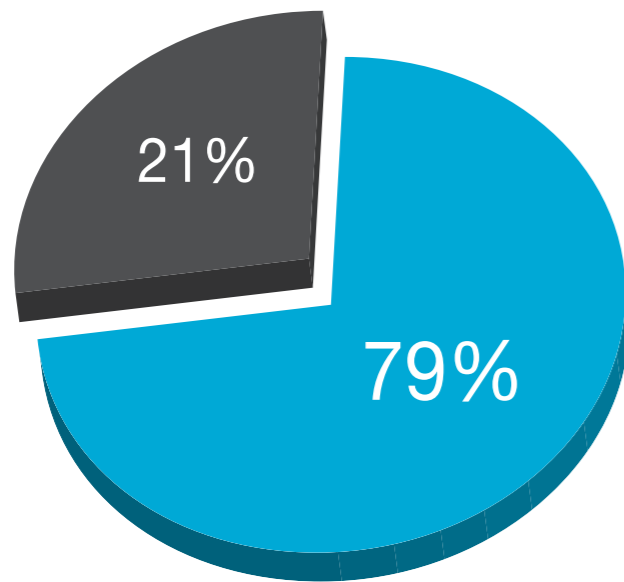
4월에 포스팅 비율은 전체 블로그의 73%로 지난 3월의 79%에 비해 다소 감소하였다.

남성보다는 여성 블로거가 포스팅 비율이 높은 것으로 조사되었고, 미디어 세대로 웹을 통해 자신의 아이덴티티를 표현하기 좋아하는 10~20대 블로거의 포스트가 다수를 차지하였다.

4월의 포스팅 한 블로거의 성별, 연령별 비율은 3월 대비 크게 차이가 없는 것으로 나타났다.

블로그 활동 비율 (4월 중 포스트 작성 유무)

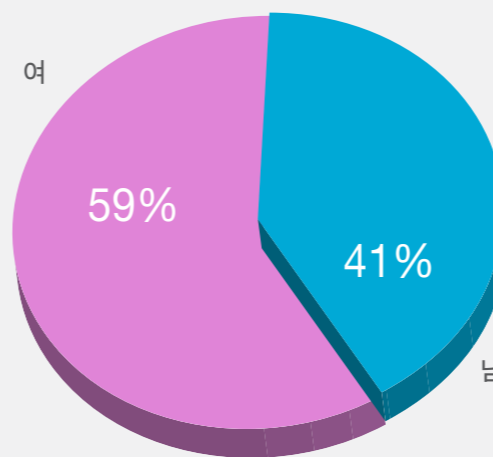
4월 중 포스트를 작성하지 않은 블로그 비율



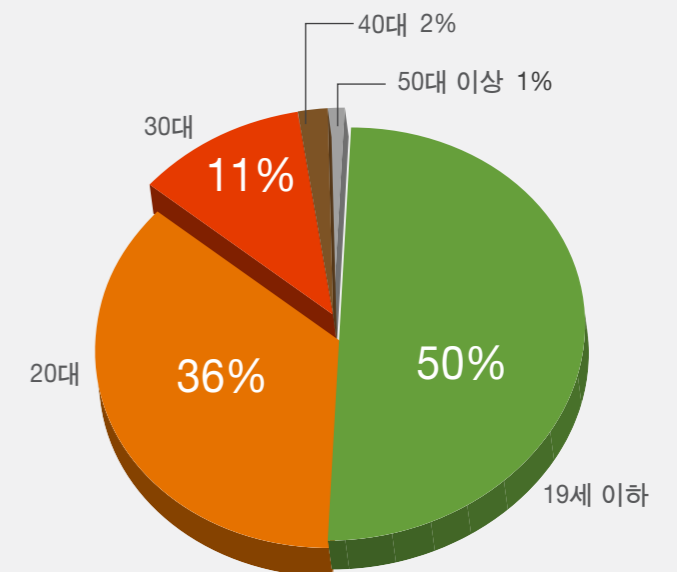
4월 중 포스트를 1회 이상 작성한 블로그 비율



남녀 비율

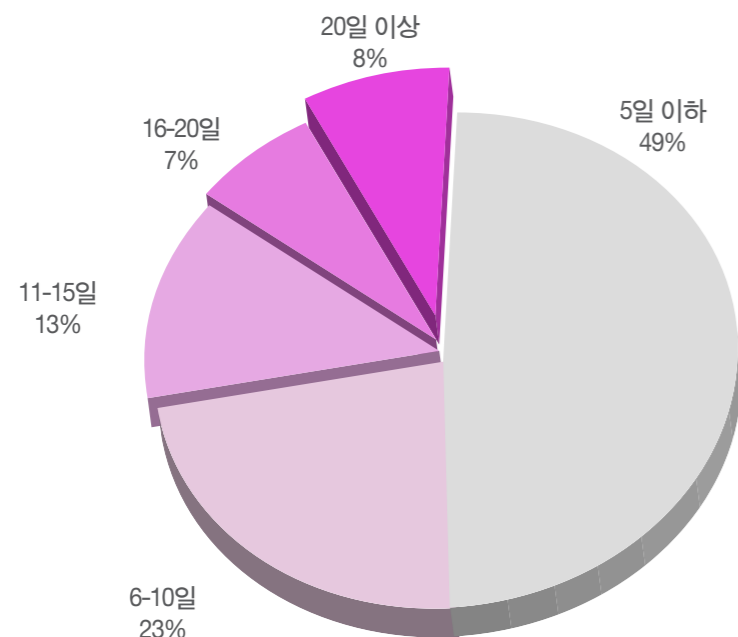


나이별 비율



* 데이터 기준: 4월에 포스팅 된 포스트

4월에는 포스팅 블로거 수 뿐만 아니라, 포스팅 일수와 포스팅 건수 모두 감소하였다.
전월에 비해서 월 평균 포스팅 일수가 9일에서 7일로 줄어들었고,
월 포스팅 건수도 18건에서 16건로 감소하였다.



월 평균 포스팅 일수 비율

* 데이터 기준: 4월에 포스팅 된 포스트

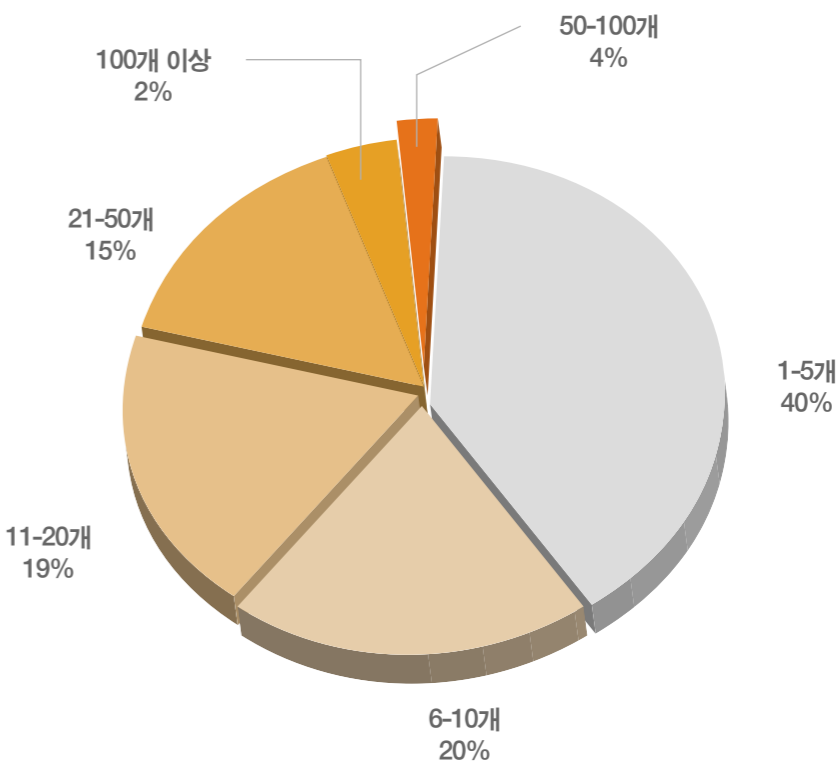
4월에 포스팅을 7일 정도...

4월에 주 평균 2일 정도 포스팅을 한 것으로 나타났으며,
평균 포스팅 일수는 3월 평균 9일에서 7일로 줄어들었다.
평균 20일 이상 포스팅 하는
열성적인 블로거는 8%정도 되었으며,
5일 이하 포스팅 한 블로그가 49%로 조사되었다.

4월에 포스팅을 20개 정도...

4월 동안 블로거들은 주 평균 4건의 포스트를 작성한 것으로 나타났다.
포스팅 건수는 3월 평균 18건에서 4월의 평균 16건으로 줄어들었다.

4월에 20개 이상 포스팅 한 블로그가 21%로 나타났고, 이 중 100개 이상을 작성한 블로그는 2%를 차지하였다.
이 경우 단순 스크랩 블로그와 목적형 블로그가 많았으며 광고를 통한 수익 창출 목적으로
특정 분야의 글을 모아서 운영하는 광고블로그가 대부분을 차지하였다.



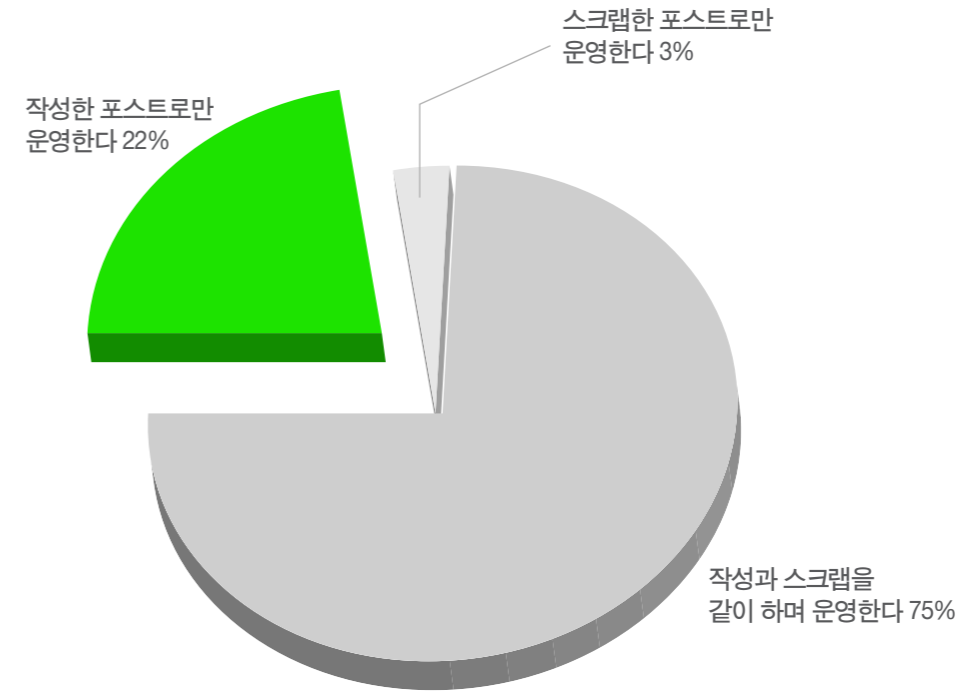
월 평균 포스팅 횟수 비율

* 데이터 기준: 4월에 포스팅 된 포스트

대부분의 블로거는 직접 포스팅 하면서 스크랩도 같이...

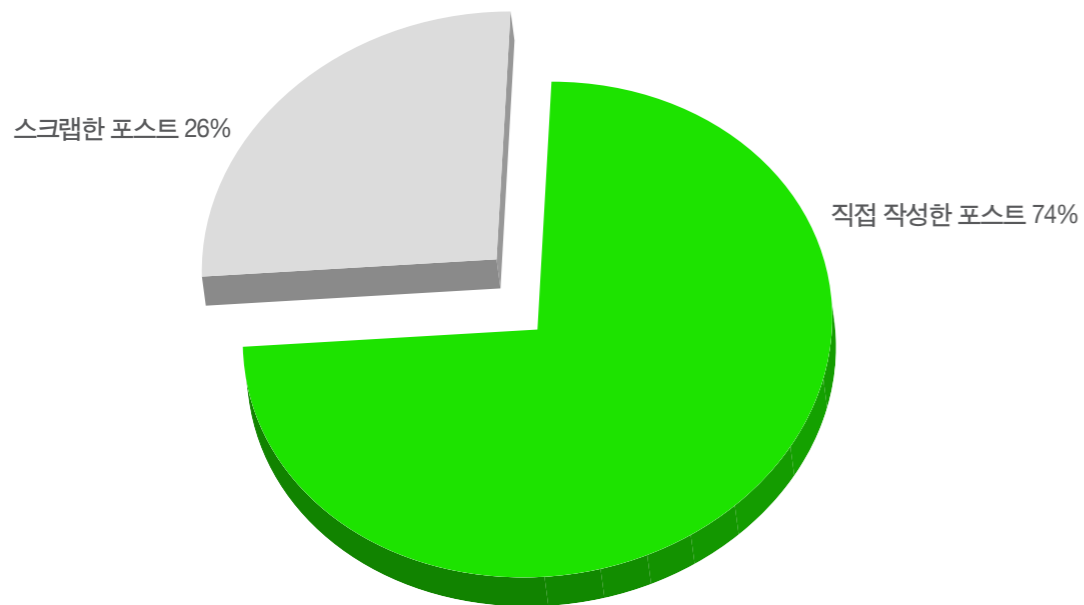
인터넷 초기에는 일반인이 정보를 생산하고 유통하는 것이 매우 힘들어 그 비율이 낮았다.
하지만 블로그가 대중화 되면서 네티즌이 직접 콘텐츠를 생산하는 비율이 커지고 있다.
아직까지는 상당수의 콘텐츠가 개인의 일상과 주변에 관한 것이어서 정보로써의 가치가 높지는 않지만,
전문블로그의 등장으로 일반 유저들이 검색을 통해 전문블로그의 정보를 소비하는 형태로 진화하고 있다.

대부분의 블로거는 직접 포스트를 작성하면서 타인의 포스트도 같이 스크랩하는 것으로 나타났다.
많은 블로거들이 블로그를 자신의 지식과 생각을 표현하는 공간으로 인식하면서
개인 관심사를 수집 저장하는 공간으로도 생각하는 경향이 크기 때문으로 보여진다.
또한 타인의 콘텐츠를 수집하고 이용하는 것을 큰 문제점으로 인식하지 않는 점도 스크랩 포스팅을 하는 주 요인 중의 하나로 생각된다.
본인이 제작한 자체 콘텐츠로 포스팅만 한 블로그의 비율은 22%로 나타났으며,
타인의 포스트를 스크랩하는 방식으로 운영되는 블로그는 3%가 되는 것으로 조사 되었다.



4월 포스트 작성 형태에 따른 블로거 분류

* 데이터 기준: 4월에 포스팅된 포스트



4월 포스트 유형 분류
(직접 작성한 포스트 vs 스크랩 포스트)

* 데이터 기준: 4월에 포스팅된 포스트

전체 포스트 중에서 스크랩된 포스트가 1/4 차지...

위의 그래프에서 처럼 스크랩 포스팅을 하는 블로그가 전체의 3/4을 차지하는 것에 비해 스크랩 포스트의 수는 적은 편이었다.
전체 포스트 중에서 타인의 포스트를 스크랩해 온 포스트는 1/4이었고, 그 중 스크랩 표시가 있는 포스트는 11%, 스크랩 표시가 없는 포스트는 15%정도 였다.
스크랩 하면서 스크랩을 하면서도 표시를 하지 않은 불법 포스트의 대부분 내용은 신문기사나 각종 좋은 글귀, 연구자료 등으로 나타났다.
또한 남성 블로거보다는 여성 블로거가 스크랩을 2배 정도 더 많이 하는 것으로 조사되었다.

POWERBLOGGER 집중분석

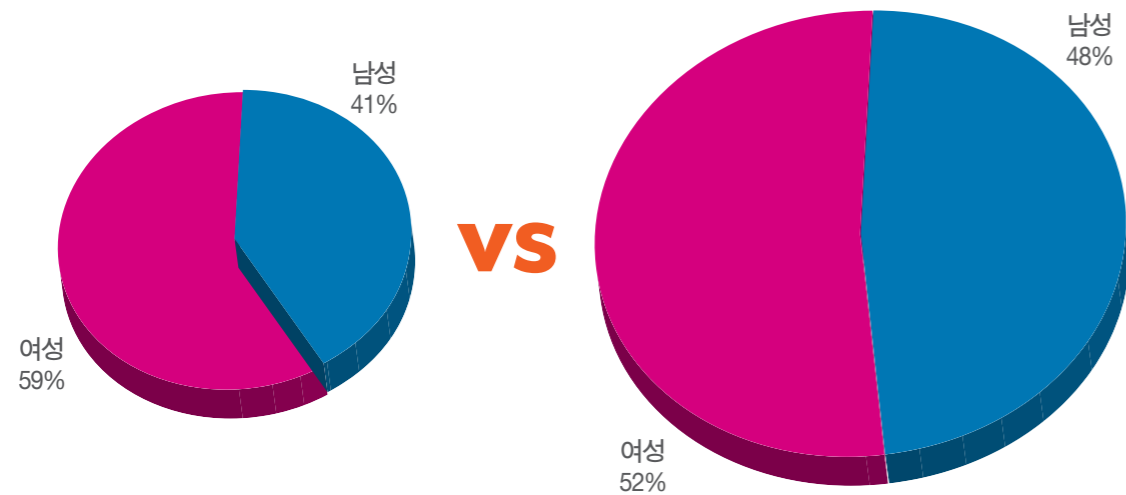
파워블로거의 등장

2007년부터 방문자가 하루 평균 1만 명 이상 되는 블로그가 계속 늘어가고 있는 추세이다. 블로그는 일반 웹사이트 보다 빠른 업데이트 주기, 많은 포스팅 횟수 및 RSS 배포를 통해 고정적으로 방문하는 유저들의 수가 증가하고 있다. 또한 포스팅 주제 및 내용에 있어서도 일반 유저들에게 신뢰감을 심기에 일반 웹사이트 보다 유리한 상황이다. 이러한 신뢰를 바탕으로 방문자들과의 커뮤니케이션을 통해 생각을 공유하며, 블로그가 개인의 공간을 넘어서 대중을 움직일 수 있는 미디어로서 파워를 가지게 된 것으로 보여진다.

이런 파워블로그를 대상으로 이들이 다루는 주제 및 블로그 운영방법, 커뮤니케이션 방법 등의 분석을 통해 현재 파워블로거라 불리는 이들의 공통된 특징과 일반 블로거와의 차이점에 대해 분석해 보자.

POWERBLOGGER vs 일반블로거

파워 블로거 성별 비교



전체 블로거

* 데이터 기준: 패널 블로거 3만명

파워 블로거

* 데이터 기준: 파워블로거 300명

파워 블로그 중 남/여 비율은...

전체 블로거를 기준으로 보면 남성 블로거가 여성 블로거보다 15% 이상 더 적은 것으로 나타나지만, 파워블로거만을 대상으로 비교하면 남성블로거와 여성블로거의 차이가 크지 않다.

전체 블로그 중 남성 블로거가 차지하는 비율에 비해, 남성 파워블로거의 비율이 높은데, 여성 블로거들은 대체로 일상적인 주변의 소소한 이야기를 주제로 블로그를 운영하는 반면, 남성 블로거들은 전문분야 및 다양한 분야와 주제로 운영되는 블로그가 많은 것이 하나의 원인으로 보여진다.

20대 파워 블로그가 가장 많아...

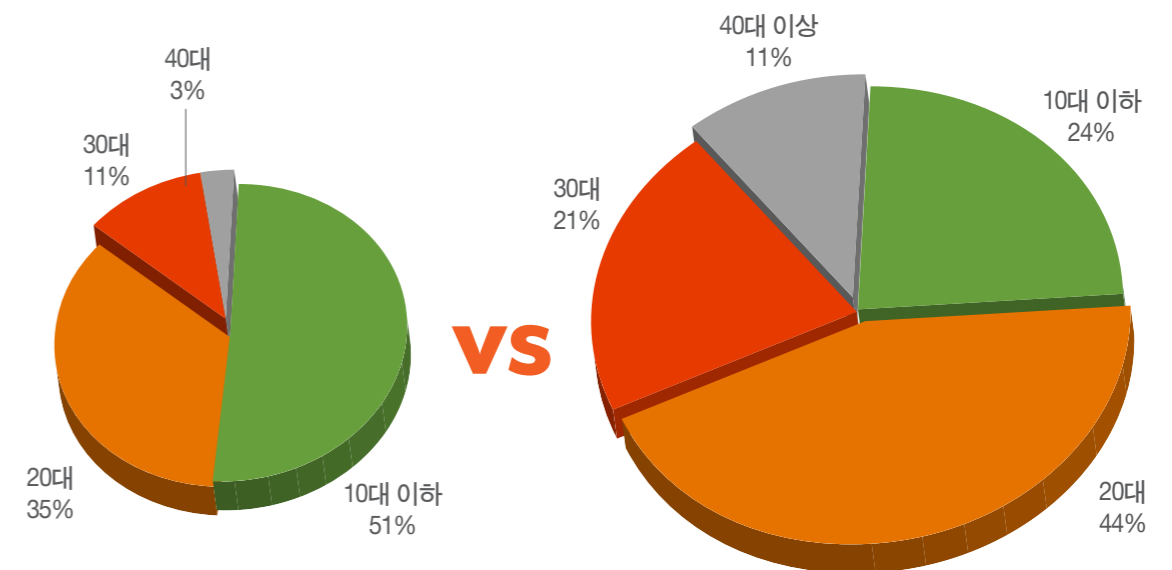
20대 파워블로거가 차지하는 비율이 파워블로거 중 44%인 것으로 나타났다. 이처럼 20대의 파워블로거가 두드러진 이유는 인터넷과 미디어에 익숙하며 자신의 생각과 아이덴티티를 표현하는 것이 자연스러운 세대이기 때문인 것으로 보여진다.

10대 이하의 블로거는 전체의 50% 이상을 차지할 만큼 많지만, 파워블로거의 비율은 24%정도를 차지한다. 엄격한 의미에서 이들을 파워블로거라 말하기는 힘들듯 하다.

이들이 다루는 주제와 포스팅 형태를 보면, 애니메이션이나 게임 등을 단순히 이미지를 캡처 하여 올리거나 동영상상을 올리는 경우가 많기 때문이다.

전체 블로거의 비율 중 40대 이상 블로거가 차지하는 비율은 3% 미만이지만, 파워블로거 비율에서는 11% 되는 것도 주목할 일이다.

파워 블로거 세대별 비교



전체 블로거

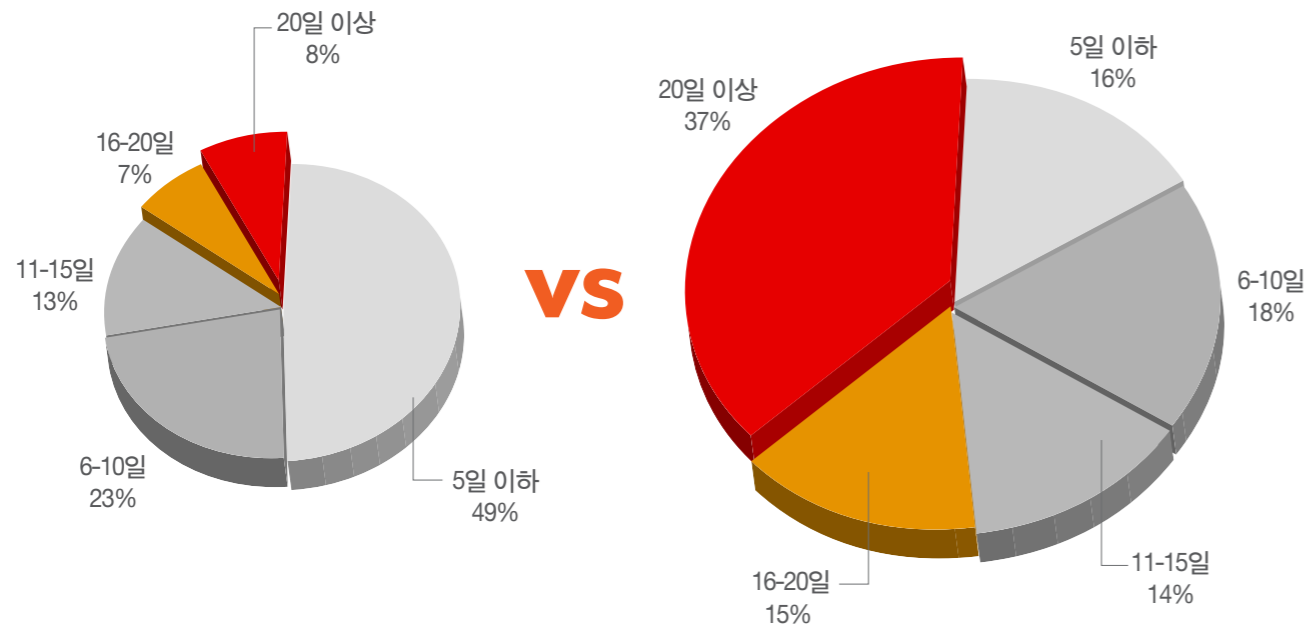
* 데이터 기준: 패널 블로거 3만명

파워 블로거

* 데이터 기준: 파워블로거 300명

POWERBLOGGER vs 일반블로거

4월 평균 포스팅 일수 비율



전체 블로거

* 데이터 기준: 패널 블로거 3만명

파워 블로거

* 데이터 기준: 파워블로거 300명

파워블로거는 월평균 2일에 1번은 포스팅을 한다.

파워블로거가 되기 위해서는 우선 자주 포스팅 하는 것이 중요하다.

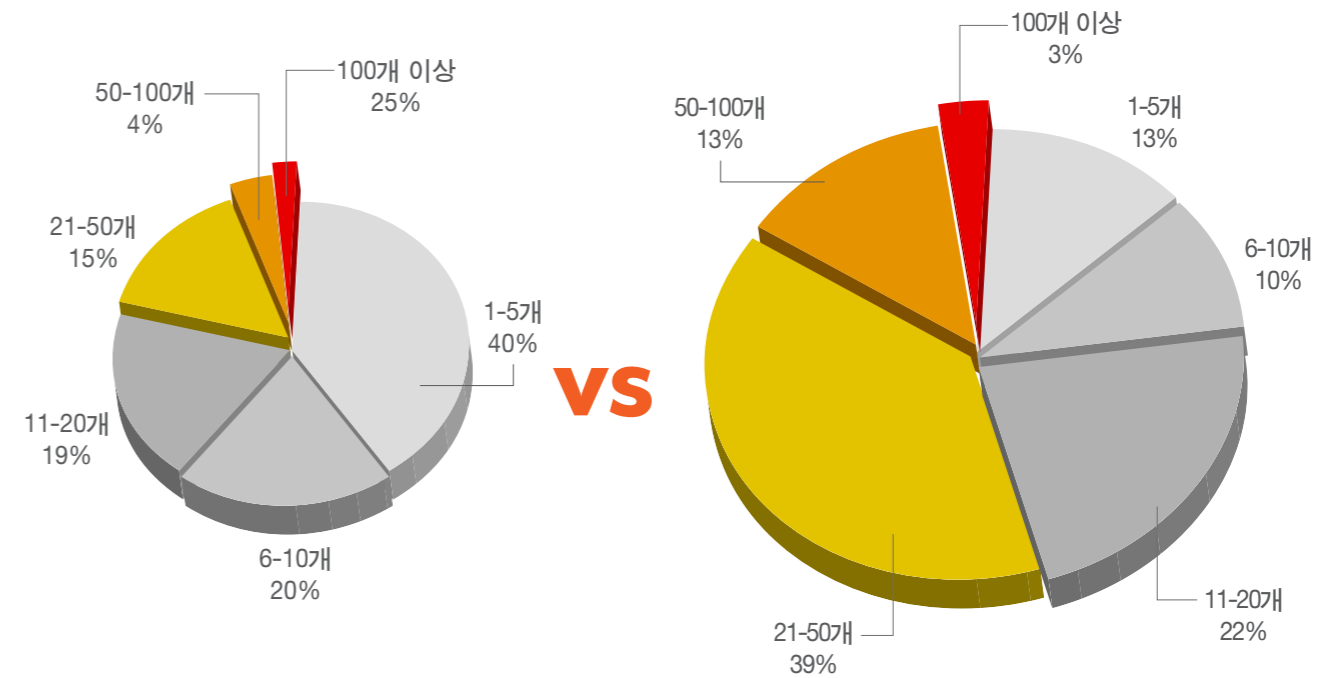
일반 블로거는 월평균 4일에 한번 포스팅을 하지만, 파워블로거는 월평균 2일에 한번 포스팅을 한다.

파워블로거는 한달 중 월평균 16~19일간 포스팅을 하고 일반 블로거는 한달 중 월평균 7~9일간 포스트를 작성한다.

일반 블로그 중에서 월 10일 이상 포스팅하는 블로거는 30%가 안되지만,

파워블로거의 70%이상이 월평균 10일 이상 포스팅을 한다. 그 중에서 20일 이상 포스팅하는 블로거는 37% 정도의 비율을 보인다.

4월 평균 포스팅 횟수 비율



전체 블로거

* 데이터 기준: 패널 블로거 3만명

파워 블로거

* 데이터 기준: 파워블로거 300명

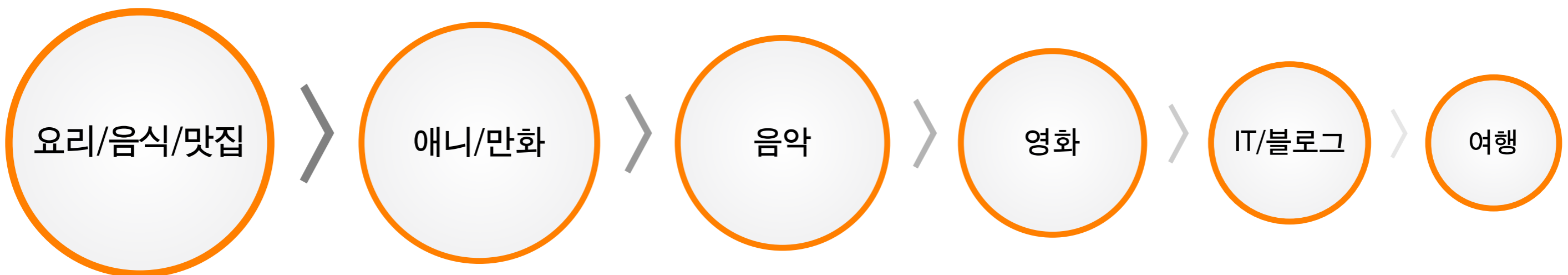
파워블로거는 1개월에 30~40개의 포스팅을 한다.

파워블로거의 월 포스팅 수는 일반 블로거보다 2배 정도 더 많은데 파워블로거는 월 평균 30~40개의 포스팅을 하고 일반 블로거는 월 평균 15~20개의 포스팅을 한다. 일반 블로그 중에서 월 10개 이상 포스팅 하는 블로그의 비율은 40%를 차지하여 파워블로거는 70% 이상이 월 10개 이상의 포스팅을 한다. 그 중에서 50개 이상 포스팅하는 블로거가 15%를 넘게 차지한다.

분야별 POWERBLOGGER

파워블로그는 모든 분야에 존재하지만 특이 많은 사람들이 관심을 가지는 대중적인 분야에 더 많이 분포되어있는 것으로 조사되었다. 그 중에서 요즘 몇 년간 대중적인 관심을 받는 요리(음식)분야에서 와이프로거들이 큰 힘을 발휘하고 있는 것으로 분석되었는데, 그녀들은 상대적으로 블로그를 운영할 시간적 여유가 있으며 디지털 미디어의 대중적 보급에 힘입어 가족을 위한 요리과정을 쉽게 촬영할 수 있어 자신의 블로그에 올릴 수 있는 여건이 보다 쉽게 마련되었기 때문으로 보여진다. 와이프로거 중 일부는 블로그를 통해 직간접적으로 수익이 발생시키고 있었으며 이러한 현상은 보다 많은 수의 와이프로거를 발생시키는 요인으로 볼 수 있다.

분야별 파워블로거 비율



분야별 POWERBLOGGER _요리

성별 : 여자 >> 남자

연령 : 평균 33세

기타 관심사 : 육아, 결혼, DIY

포스트 수 : 평균 762개

포스트 1개당 댓글 수 : 평균 39개

포스팅 기간 : 평균 3년

월 포스팅 일수 : 16일

월 포스팅 개수 : 20개

블로그벤더 : 네이버블로그, 다음블로그에 편중

특징 : 와이프로거가 대부분이며, 블로깅을 오래한 블로거들이 많다.

새로운 요리를 개발하고, 자신만의 독특한 요리 방법을 소개한다.

계절에 맞는 신선한 재료를 가지고 요리를 주로 한다.

재료손질부터 요리과정을 꼼꼼하게 사진으로 설명한다.

완성된 요리를 먹기 좋고 보기 좋게 데코레이션을 하는 것이 중요하다.

먹음직스럽게 사진을 찍고, 포토샵으로 손질하는 노하우도 필요하다.

<<추천 요리 블로거>>

1. 보운이랑 보성이랑/ 문성실/ <http://blog.naver.com/shriya>
2. 비바리의 숨비소리/ 비바리/ <http://blog.daum.net/solocook>
3. 뽀로롱꼬마마녀의 생각노트/ 뽀로롱마녀/ <http://blog.daum.net/inalove>

<<관련태그>>



분야별 POWERBLOGGER _애니/만화

성별 : 남자 > 여자

연령 : 평균 24세

기타 관심사 : 성우, 번역

포스트 수 : 평균 990개

포스트 1개당 댓글 수 : 평균 17개

포스팅 기간 : 평균 2년5개월

월 포스팅 일수 : 15일

월 포스팅 개수 : 36개

블로그벤더 : 다양

특징 : 최신 작품 및 최신 소식을 먼저 소개한다.

특정 장르에 집중하여 포스팅 한다.

단순히 작품에 대한 이미지/동영상만을 올리지 않는다.

단편적으로 작품에 대한 정보를 전하는 것이 아니라, 자신의 생각을 함께 표현한다.

작품에 대한 이미지/동영상으로 작성한 포스팅의 이해를 높인다.

<<추천 애니/만화 블로거>>

1. End OF The World - 세상의 끝에서도 유희왕/오로치/ <http://blog.naver.com/xezenan>
2. EiN in Progress 펭귄 아가씨 ♥ 하~트 제4화/아인/ <http://enoz.tistory.com/>
3. ■ 서랍속 모퉁이 ■/이안/ <http://blog.naver.com/hyukyviva>

<<관련태그>>



분야별 POWERBLOGGER _영화

성별 : 남자 > 여자

연령 : 평균 33세

기타 관심사 : 드라마, 연예방송

포스트 수 : 평균 659개

포스트 1개당 댓글 수 : 평균 30개

포스팅 기간 : 평균 2년9개월

월 포스팅 일수 : 16일

월 포스팅 개수 : 20개

블로그벤더 : 다양

특징 : 최신 영화 소식을 먼저 소개한다.

시사회를 다녀와서 영화에 대해 소개한다.

단순히 작품을 소개하는데 그치지 않고, 자신의 생각을 함께 표현한다.

작품에 대한 사진으로 작성한 포스팅의 이해를 높인다.

중요한 장면을 사진으로 연결해서 영화 소개를 많이 한다.

<<추천 영화 블로거>>

1. 송원섭의 피라미드-/ 송원섭/ <http://blog.joins.com/fivecard>
2. 페니웨이™의 In This Film/ 페니웨이/ <http://pennyway.tistory.com>
3. Project-R/ 레드씨니/ <http://blog.naver.com/i2krs>

<<관련태그>>



분야별 POWERBLOGGER _음악

성별 : 여자 ≡ 남자

연령 : 평균 23세

기타 관심사 : 다양(영화, 애니, 게임)

포스트 수 : 평균 659개

포스트 1개당 댓글 수 : 평균 30개

포스팅 기간 : 평균 2년9개월

월 포스팅 일수 : 16일

월 포스팅 개수 : 20개

블로그벤더 : 다양

특징 : 특정 장르에 대해서 집중해서 소개한다.

음악에 대한 소개 뿐만 아니라 가사, 가수, 작곡가 등 다양하면서도 심도 깊게 소개한다.

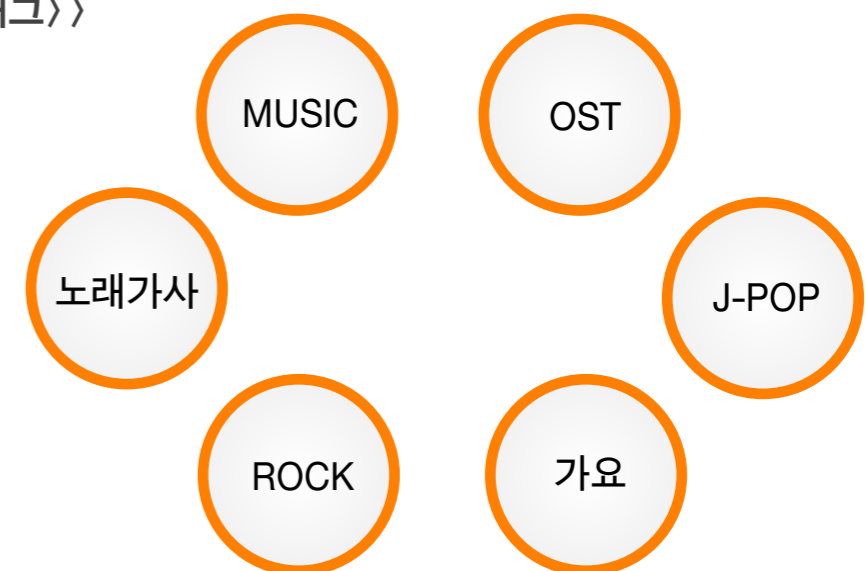
인기 있는 음악을 소개하기는 하지만, 좋은 음악을 선곡해서 소개하는 것이 키 포인트이다.

음원파일 또는 뮤직비디오를 올린다.

<<추천 음악 블로거>>

1. 펑크군의 The Ghost of You/ 펑크군/ <http://blog.naver.com/daysblue>
2. Naver,JURI♡/ 주리/ <http://blog.naver.com/dctv1353>
3. 감성로그 | 2day's 뉴에이지/ 엔진/ <http://blog.naver.com/2dayer>

<<관련태그>>



POWERBLOGGER KNOWHOW

흔히 꾸준히 열심히 포스팅 하다 보면, 자신도 모르게 파워블로거가 된다고 한다.
하지만 아무리 열심히 포스팅을 해도 타 블로거 및 일반 유저의 발길과 소통이 되지 않는 경우가 허다하다.
블로그암이 분석한 파워블로거의 특징 속에서 그들의 노하우를 소개한다.

파워블로거가 되는 노하우

- 타인의 포스트를 스크랩하지 않고 직접 포스팅 한다.
- 좋은 포스트를 정기적으로 포스팅 한다.
- 최신 소식을 신속하면서 정확하게 전달한다.
- 블로깅 주제를 벗어나지 마라.
- 블로깅 주제는 가급적이면 1~2개로 한정한다.
- 단순한 소개로 끝나지 않고, 주제에 대한 개인적인 견해를 표현하라.
- 좋은 포스팅을 하기 위해서 여러 번의 퇴고 작업을 하라.
- 매력적인 포스트 제목을 선정하라.
- 포스팅을 하기 위해서 사전 준비 작업을 정확하게 한다.
- 텍스트와 사진/동영상을 함께 배치, 포스트의 이해를 높인다.
- 다른 블로거와의 교류 및 소통을 꾸준히 하라.

BLOG 1인 기업

블로그 1인 기업 되다.

1인 미디어의 아이콘인 블로그는 개성을 들어내고자 하는 욕망이 보편화 되고, 디지털기술이 콘텐츠 저작, 운영 등의 애플리케이션들과 결합된 시점에서 정보의 생산, 관리, 유통하는 기능을 종합적으로 제공하는 기반 서비스로 발전하고 있다. 또한 블로그는 RSS, Pod casting 등의 기술 도입으로 개인미디어 활성화를 확대하였으며, 정보와 관심을 공유하고 상호소통의 서비스와 결합하면서 최고의 인기를 끌고 있다.

또한 블로그는 인터넷의 주요 영역으로 빠르게 성장하여 그와 연계된 광고 시장부분도 크게 부각되고 있으며 구글의 애드센스와 같은 제휴광고 시장이 온라인 광고 시장의 니치마켓으로 성장하면서 블로그의 산업화를 진행 시키고 있다.

국내 검색 시장의 성장을 주도했던 지식검색의 이용자수는 정체를 보이고 있는데, 이는 ‘지식검색’ 에서 ‘블로그’ 로 네티즌의 주이용 패턴이 전환 중인 것으로 볼 수 있다. 즉 개인 블로그 안의 전문화된 정보가 지식검색의 정보서비스를 보완하고 대체하고 있는 것이다.

이러한 높은 성장성 때문에 ‘1인미디어 자본주의’ 라는 말까지 등장하고 있다. 기존 온라인 커뮤니케이션 수단에 비해 정보의 질적, 양적 측면에서 진일보한 1인미디어는 과거 인적 네트워크와는 차원이 다른 인맥관계를 구축하고 기존 미디어가 흉내내지 못하는 참여와 공유를 형성하는 등 사회 전반에 걸쳐 영향력을 확대하고 있다.

이러한 1인 미디어를 활용한 신규 비즈니스 창출 노력이 나타나고 있으며 인터넷업계는 물론이고 제조업체들도 기존 사업에 1인 미디어를 접목하여 새로운 부가가치 창조를 모색하고 있다. 즉 블로그와 UCC를 활용하여 현장의 살아있는 지식을 공유하고 확산시키는 도구로 사용하고 있으며 고객과의 쌍방향 마케팅 수단으로 활용한다.

이러한 블로그를 매개체로 하여 수익을 발생하는 블로거들이 점차적으로 증가하고 있으며, 개인 미디어에서 블로그1인기업으로 의 진화를 서두르고 있다

기업들도 개인이 블로그를 통해 창출해낸 지식과 경험을 토대로 만들어진 신뢰를 산업적인 가치로서 인정하고 적극적으로 활용할 가능성이 점점 커지고 있다.

블로그1인 기업이란 패러다임은 이미 시작됐다.

BLOG 1인 기업 _블로그 수익모델

블로그를 매개체로 하여 수익을 발생하는 블로거들이 점차 늘어나고 있다.

이미 블로그를 통해서 수익을 창출하는 블로거는 ‘블로거 1인 기업’ 으로 성장 중이거나, ‘블로거 1인 기업’ 으로 성장할 가능성이 높다. 이들은 여러 가지 방법으로 블로그에서 수익을 창출하고 있는데, 블로그를 통한 수익모델의 일반적인 형태는 아래와 같다.

블로그 1인기업의 수익모델

- 블로그내의 배너를 통한 수익 발생
- 특정 제품/서비스 등에 대해서 포스팅하여 제품/서비스 또는 직접적인 수익 발생
- 블로그를 통해서 자신이 만든 제품 등을 오프라인으로 판매
- 블로그를 통해서 소개된 자신의 능력을 일시적으로 판매
- 블로그를 통해서 공동구매를 진행하여 수익 창출
- 블로그 내용을 기반으로 책 출판 및 소식지 판매
- 블로그에 특정 사이트를 연결하여 그 사이트로부터 수익을 발생
- 블로깅한 주제로 강의/방송 출연

블로거마다 수익모델은 다르겠지만, 일반적으로 2~3가지의 수익 모델을 가지고 있다.

포털 블로그 경우 광고 배너를 넣을 수 없으며 직접적인 링크를 걸게 되면 제재를 받게 된다,

포털 블로그는 이런 경우의 제약이 존재 하지만, 대중적으로 많이 알려지기 수월한 측면이 있어 때문에 다른 벤더 블로그보다는 기업과 쉽게 연결될 가능성이 크다.

블로거가 블로그를 통해서 수익을 발생시키기 위해서 직접적으로 노력하는 경우도 있지만,

자신의 분야에서 좋은 콘텐츠를 생산하다보니 자연스럽게 수익이 발생하는 경우가 현재까지는 대부분인 것으로 파악된다.

앞으로 이러한 블로그를 이용하여 기업이 바이럴 마케팅의 주 매체로 이용하고 성장할 가능성이 높다고 볼 수 있다.

bloggertip^{.COM}

HOME
main

ABOUT
blog

PRESS
says

RSS
feed

CONTACT
info

GUEST
book



Q 자신의 블로그를 소개해주세요.

블로거에게 도움이 될만한 팁을 주제로 합니다. 초보블로거 뿐만 아니라 프로블로거나 기업블로그를 운영하는 블로그 에디터에게도 도움이 될만한 내용을 모두 다루고 있습니다. 블로그에 관한 모든 궁금증을 해결할 수 있고 블로거라면 누구나 구독할만한 가치 있는 블로그를 만들어가고 싶습니다.

Q 포스트 1개를 작성하는데 시간은 얼마나 소요되니까?

포스트 한 개 작성하는데 보통 적게는 30분, 많게는 5시간까지 걸립니다. 웹사이트 리뷰의 경우 사이트를 찾고 간단한 편집 작업만 마치면 되기 때문에 약 30~50분 정도 소요되지만 장문의 글을 쓰는 경우는 시간이 오래 걸리는 편입니다. 특히 어울리는 이미지를 찾는 것이 관건인데 이 작업이 보통 시간이 걸리는게 아니더라고요. 저작권도 신경 써야 하구요.

Q 블로그 주제는 어디서 찾으시나요?

블로깅 주제는 제 일상에서 발견하는 편입니다. 특히 요새는 책에서 많은 영감을 얻어내고 있구요. 머리 속에 온통 블로그 생각 뿐인지라 길거리 가다가도 생각이 나면 수첩에다 적어놓고 나중에 포스팅합니다. 혹은 책을 보다가도 책에 적어놓고 포스트를 완성하기도 하구요. 그래서 항상 수첩을 들고 다닙니다.

Q 블로거들이 꼭 알아야 하는 블로거 팁을 말씀해주세요.

블로거들이 꼭 알아야 하는 블로거팁이라.. 질문이 쉽지가 않은데요? 가장 중요한 것은 나를 위한 블로그가 되어야 한다는 것입니다. 블로그는 나를 위한 툴이지 남을 위한 툴이 아니라는 것을 잊지 마세요.

Q 블로거팁닷컴을 시작했을 때 블로그를 통해서 수익창출 할 거라고 예상을 하셨습니까?

전혀 예상하지 못했어요. 지금도 다행이라고 생각하는데 저는 블로그로 돈을 벌 수 있다는 사실을 블로그를 하고 난 한참 후에야 알게 되었어요. 구독자에 대한 욕심이 많아서 구독자를 모으기 위한 콘텐츠를 쌓아가는데 집중했습니다. 블로그를 운영하다가 애드센스를 알게 되었고 한때 애드센스 최적화에 열을 올린 적이 있습니다. 이렇게도 해보고 저렇게도 해보고 추천 수익도 올려보구요. 결국엔 하루에 15~20 달러의 수익을 얻은 적도 있고 1500달러짜리 수표를 받게 되기도 했어요. 얼마나 기분 좋았는지 모릅니다.

Q 블로그를 통해서 직간접으로 수익이 발생한다고 하셨는데, 어떤 방법으로 수익이 얻고 있는지 말씀해주세요.

저는 현재 큰 수익은 얻지는 못하고 있습니다. 애드센스도 떼어낸 상태이고 직접적인 광고는 하나도 없습니다. 대신 블로그 강연을 하게 되면 강연료를 받거나 혹은 블로그 컨설팅으로 수익을 얻습니다. 포털에 제 글을 기사로 송고하고 저작권료를 받기도 하구요. 큰 돈은 아니지만 용돈은 벌고 있는 셈이지요. 프로블로거를 꿈꾸는 블로거들에게 해 주고 싶은 말이 있습니다. “프로블로거라는 환상을 쫓지 말고 자신의 구독자에게 도움이 될만한 글을 꾸준히 연구하고 발행하세요. 그렇게 하면 수익은 자연스럽게 따라오게 됩니다. 돈을 쫓지 말고 사람을 구하세요.” 라고 말하고 싶어요.

Q 1인 기업으로 활동하면서 기업 및 조직과 함께 일하는데 어떤 어려움이 있었습니까?

가장 중요한 것은 1인 기업이라는 그 사람의 능력과 사회적인 분위기라고 생각합니다. 능력에는 열정과 성격, 활동성, 용기 등 1인 기업이라고 불릴만한 재능을 모두 포함하며 두번째로 언급한 사회적인 분위기 역시 중요합니다. 1인 기업을 그냥 파트타임 잡을 하는 학생 정도로 생각하고 취급한다면 어떤 업무에서건 혹은 프로젝트에서건 좋은 성과는 기대하기 힘들다고 보거든요. 공병호라는 분이 성공적인 1인 기업의 모델로 많이 이야기 되고 있습니다. 이런 분들이 더 많이 나오고 자연스럽게 분위기가 정착되는 것이 중요하겠죠.

Q 블로거들이 1인 기업으로 성장하기 위해서는 어떤 부분이 가장 중요할까요?

블로거가 1인 기업으로 성장하기 위한 가장 중요한 요건은 바로 포털이 변화하는 일입니다. 우리나라 양대 포털이 서로 경쟁만 하지 말고 각 포털의 우수 블로거에게 적극적인 지원을 하는 모습을 보이면 블로거스피어의 위상 뿐 아니라 블로거들도 자부심을 갖게 되리라 생각합니다. 현실감은 좀 떨어질지라도 가장 바람직한 형태의 전략이라고 생각합니다. 정부기관 이전에 포털이 변해야 하죠.

BLOG 1인 기업

_블로그 1인 기업 인터뷰_젤리맘



젤리맘

젤리맘 예린이랑 둘리맘 알콩달콩 사는집

<http://blog.naver.com/banyson>

Q 젤리맘님의 블로그에 대해서 간단히 소개해주세요.

네이버 블로거 젤리맘 입니다. 2004년 10월에 시작해서 지금까지 만 4년차를 향해서 열심히 달려가는 열성육아블로거입니다.

Q ‘육아’ 라는 주제를 어떻게 선정하게 되었나요?

아이가 자라는 모습만 봐도 기분이 좋아지다보니, 어느 사이에 아이를 잘 키우는 것이 제 삶의 하나의 목표가 되었습니다. 육아라는 것이 누구나 하는 것이라고 생각하겠지만, 부모의 노력 없이 훌륭한 아이가 되기가 어렵겠더라고요. 제가 육아 전문가가 아니지만, 우리 아이 키우면서 배운 지식을 많은 분에게 알려드리고 싶었어요. 그래서 육아가 제 블로그의 주제가 되었습니다. 블로그 할 때 중요한 것 중 하나가 자기만의 색깔(주제)이 있어야 한다는 것입니다.

Q 포스팅 1개 작성하는데 얼마나 시간이 걸립니까?

제가 육아 블로거이다 보니 주로 아이와 관련된 정보나 아이사진 또는 제가 키우는 애견에 관련된 것을 포스팅 합니다. 일상다반사 같은 평범한 저의 가족 이야기를 할 때는 1시간 미만 정도의 시간이 소요되는 것 같습니다. 많은 분들이 공감도 되고, 도움이 될 수 있는 글을 포스팅 할 경우는 적어도 4~5시간 정도 자료를 찾아보기도 합니다. 포스팅하는데 시간이 오래 걸린다고 다 좋은 것은 아니지만, 아무래도 이런 글들이 많이 도움이 된다고 말씀해주시더군요. 그 맛에 많은 시간을 할애해서 퀄리티 높은 포스팅을 만들려고 노력하는 것 같아요.

Q 초보 엄마들을 위해서 육아에 대한 노하우를 말씀해주세요.

첫 아이를 낳을 때까지 아이를 안아본 적이 없을 만큼, 아이에 대해서 아는 것이 하나도 없었습니다. 그래서 육아에 대해서 책도 사서 보고, 다른 사람의 경험담을 통해서 육아에 대한 공부를 하게 되었습니다. step by step이란 말처럼 주변에 아이 잘 키우시는 분 또는 온라인을 통해서 다른 블로거 님의 노하우를 하나씩 따라하는 것이 가장 중요해요. 그러면 어느 사이에 자신과 아이의 달라진 모습을 발견하게 될 거예요. 노력 없이 얻어지는 결과물이 없는 것처럼 아이 키우는데도 많은 노력이 필요합니다.

Q 블로그를 통해서 직간접적으로 수익이 발생한다고 하셨는데, 어떤 방법으로 수익이 얻고 있는지 말씀해주세요.

체험단을 통해서 수익 발생
특정제품/서비스에 대해서 포스팅하는 체험단 형식으로, 특정 기업의 제품을 받고 포스팅을 하는 것입니다. 제품의 가격에 따라서 비용이나 포스팅의 횟수가 달라집니다.

블로그를 통해서 자신이 만든 제품을 판매
제가 만든 니트류의 모자나 액세서리를 판매했습니다. 제 아이디어자 브랜드인 '젤리맘'이라는 라벨이 있습니다.

블로깅 한 주제로 강의/방송 출연
저희 가족의 이야기를 공개블로그를 통해서 오픈하다 보니 좀 더 쉽게 검색에서 제 블로그를 찾으시더라고요. 또한 제가 아이와 강아지를 같이 키운다는 특수성 때문에, 관련된 방송에서 제의가 많이 오는 편입니다.

Q 블로거들이 1인 기업으로 성장하기 위해서는 어떤 부분이 가장 중요할까요?

많은 블로거가 1인 기업(파워블로거)을 꿈꾸는데, 그러기 위해서는 자기만의 색깔(주제)를 정하는 것이 가장 중요합니다. 자신에 맞는 주제는 찾아야 하는데요, 요리를 잘하면 요리 블로그, 여행을 좋아하면 여행 블로그가 좋아요. 하지만 다른 블로그보다 전문적이고 차별화가 되어야 합니다. 대중화 되지만 남들과 달라서, 내 블로그에서만 찾을 수 있는 정보를 담아야 합니다. 만약 지금 블로그를 하시는 분이라면, 자신의 블로그만의 색깔이 무엇인지 생각해 보세요.

Q 1인 기업으로 활동하면 기업 및 조직과 함께 일을 하게 되는데, 이런 부분에서 어려운 점은 어떤 것이 있나요?

기업 뿐만 아니라 다른 블로거들과도 함께 일을 해야 합니다. 특별히 어려운 점은 없지만, 조금은 나와 맞지 않는 면들을 이해하고 덮어줄 수 있는 포용력이 필요합니다. 대인관계를 원만히 유지하는 것이 중요할 것 같아요.

Q 블로그가 1인 기업으로 성장하도록 제도적/문화적으로 지원이 필요한 부분이 있으면 말씀해주세요

전체 공개된 블로그는 악성 댓글과 스팸 댓글에 노출되기가 쉽고, 그래서 상처를 많이 받는 것이 현실입니다. 제도적 문화적으로 악성 댓글과 스팸 댓글이 차단될 수 있었으면 좋겠습니다. 공짜로 정보를 얻는 것에 너무 익숙한데, 블로그를 통해서 정보를 얻게 되면 한 줄의 감사 인사를 남기는 문화가 만들어 졌으면 좋겠습니다. 마지막으로 서로가 웃으면서 공존하기 위해 상대를 배려하는 따뜻한 마음을 모두 가지셨으면 좋겠습니다.

■ 블로그 유형분류

일종의 1인 미디어로써, 자신의 생각과 지식을 공유하거나, 자신의 일상 등을 자유롭게 올리고 타인과 커뮤니케이션하는 공간인 블로그는 운영 목적과 관리하는 방법에 따라서 다음과 같은 유형으로 분류될 수 있다.

생산형 블로그 (자신의 관심사를 직접 생산해서 공유하는 블로그)

1~2가지 분야에 집중해서 포스팅 하는 전문블로그, 다양한 분야에 콘텐츠를 생산하는 블로그 등이있다
일상 및 주변에서 일어난 일을 일기형식으로 기록하며, 자신의 관심분야에 대해서 공유하고 소통하길 원하는 특징이 보인다.

자신의 분야에서 인정 받기를 원하는 블로그와 (취업과 연계되는 경우가 증가) 늘어난 방문자를 통해서 광고 수익 등을 창출하는 블로그가 증가 추세에 있다. 콘텐츠의 저작권에 민감하며 (인용처를 밝히는 데 신경을 많이 씀) 생산한 콘텐츠를 통해서 2차 수입을 얻는 블로그가 늘어나는 추세이다(ex: 책 발간, 방송 출연)

수집형 블로그 (자신의 관심사를 저장하는 매체로 활용하는 블로그)

블로그를 비공개로 운영하는 블로그가 많고, 일정한 목적을 가지고 특정 분야의 콘텐츠만 수집하는 경우와, 특정 분야 없이 다양한 분야의 콘텐츠를 수집하는 블로그로 크게 나누어진다.
대체로 이런 유형의 블로그들은 포털에서 지원하는 블로그를 사용하는 빈도수가 매우 높다.

수집&생산형 블로그 (직접 생산하는 포스트와 스크랩 포스트가 함께 존재하는 블로그)

관심있는 1가지 분야에 대해서는 포스트를 수집하고, 다른 분야는 직접 포스팅을 하는 블로그가 이에 속하며, 관심있는 여러 분야의 포스트를 수집, 생산을 동시에 하는 블로그 또한 이 범주에 해당한다. 이런 경우 일상적인 부분은 직접 포스팅을 하고, 타 관심분야에 대해서 포스트를 수집하는 블로그가 많다

이들 블로그들의 큰 특징은 타 콘텐츠의 저작권에 대해서는 무관심하며, 단순히 대중의 관심을 받기 위해서 이슈가 되는 콘텐츠를 수집 또는, 광고 수익을 목적으로 특정분야(패션, 뷰티, 쇼핑 등)의 키워드 검색이 용이하도록 포스트를 스크랩 후 태그를 이용 검색엔진 최적화 작업을 한다.

기업 블로그 (기업 및 단체가 자신들을 활동 및 생각 등을 소개하는 블로그)

팀 블로그 형식으로, 여러 명이 1차 포스팅을 한 후, 1명이 글을 정제, 포스팅을 하는 경우,
여러 명이 블로그 카테고리 성격에 맞게 나눠서 포스팅하는 경우와 1명의 담당자가 집중적으로
포스팅 및 관리를 하는 블로그 등이있다.

비정규적인 포스팅 및, 포스팅 자체가 중단된 블로그등도 많이 존재하며, 블로그 마케팅 대행업체를
통해서 활동하는 블로그도 그 수가 늘어나는 추세이다 (ex: 기아차 블로그 등)

이벤트 블로그 (특정 목적을 위해서 일시적으로 활동하는 블로그)

특정 이벤트/ 제품(ex: 영화)를 홍보하기 일시적으로 활동하는 블로그등이 있으며
블로그 마케팅 대행업체 및 포털 블로그와 연계 후 활동하는 경향을 보인다

Company

세계적인 IT시장의 조사.분석 회사인 IDC에서 ‘2008년 IT 시장 10대 전망 보고서’ 에서 소셜 네트워크 사이트를 통해 생성된 데이터 분석 기술의 등장을 전망하였습니다.
저희 넷다이버(주)는 21세기 뉴미디어 트렌드인 소셜네트워크서비스(SNS)를 기반으로 데이터마이닝, 고객 정서(Insight) 추출, 소비자와 기업간의 연결과 쌍방향 커뮤니케이션 서비스를 제공하는 소셜플랫폼 전문 기업입니다.

2007년 10월 블로그 가치측정서비스인 블로그얌(www.blogyam.co.kr)을 시작으로 블로그 네비게이션서비스인 링크얌 그리고 개인미디어가 접목된 마이얌의 출시를 앞두고 있으며 기술, 콘텐츠, 서비스 영역에서 앞선 기술력으로 시장을 선도해 나가고 있습니다.

앞으로 매달 월1회, 블로그 스피어 분석을 통하여 블로그 성향, 관심사, 관심 제품, 연령별 라이프 스타일 분석을 통하여 새로운 성향의 소비자와 마켓/서비스 트렌드 통찰력(Insight)을 제공하여 급격하게 변화하는 시장과 고객에 대한 빠르고 강한 전략을 수립하고 실행할 수 있는 블로그스피어 분석 리포트를 제공하여 드리겠습니다.

넷다이버(주)는 블로그 산업 활성화를 위해 최고의 서비스 제공을 목표로 하고 있습니다.
넷다이버(주)와 제휴를 통하여 Win-Win 전략을 이끌어 내고자 하시는 기업 및 개인은 언제든지 환영합니다.

문의: 박성건 실장
전화: 02-890-0647
메일: banhari@netdiver.co.kr



history

2007년 1월 소셜플랫폼 전문기업 넷다이버(주) 설립
2007년 3월 신기술 아이디어 타당성 평가 선정 (중소기업청)
2007년 5월 IT우수 신기술 선정 (정보통신부)
2007년 6월 중소혁신 개발사업 선정 (중소기업청)
2007년 7월 벤처창업챌린저(SNUT 2007) 수상
2007년 8월 벤처기업인증(기술평가보증)
2007년 10월 블로그얌(www.blogyam.co.kr) 첫 번째 이야기 - 블로그 가치 측정 서비스 런칭 -
2008년 3월 블로그얌 (www.blogyam.co.kr) 두 번째 이야기 - 블로그 네비게이션 런칭 -
2008년 3월 블로그스피어 분석 보고서 1호 발간

