논문

모두를 위한 플랫폼

사용자 경험 디자인을 중심으로 한 소셜미디어 플랫폼 기반 일상 아카이브 설계

Archival Platform for Everyone

: Archival Design with Social Media Platform Based on User Experience Design

양인호(Yang, In-Ho)*

1. 머리말
2. 일상 아카이브에 대한 논의
   1) 일상의 개념과 특징
   2) 일상 아카이브의 지향 : 선행연구를 중심으로
3. 글쓰기 소셜미디어 플랫폼 고찰
   1) 소셜미디어의 진화
   2) 글쓰기 소셜미디어 플랫폼 사례 분석
   3) 일상 아카이브 플랫폼으로서 소셜미디어 서비스 고찰
4. 소셜 아카이브 플랫폼 설계 : 사용자 경험 디자인을 중심으로
   1) 서비스 정의
   2) 사용자 분석(User Analysis)
   3) 정보구조 설계(Information Architecture)
   4) 인터페이스/인터랙션 디자인(Interface/Interaction Design)
   5) 사용성 테스트(Usability Test)
5. 맺음말

* ㈜크루메이트 공공사업본부 차장, 한남대학교 일반대학원 기록관리학과 박사과정 (sofeel20@crewmate.co.kr).

■투고일: 2020년 09월 30일 ■최초심사일: 2020년 10월 05일 ■최종 확정일: 2020년 10월 13일.
■기록학연구 66, 157-201, 2020, https://doi.org/10.20923/kjas.2020.66.157

www.kci.go.kr

〈초록〉

본 연구는 공공기록의 전통적인 수집 프로세스에서 벗어나 일상기록의 수집과 소통의 방안으로서 소셜 미디어 플랫폼을 기반으로 한 '소셜 아카이브'를 제안하였다. 소셜 아카이브는 다양한 사람이 모여 소통하고, 공유할 수 있는 '광장'을 지향한다. '기록'을 매개체로 일상을 기록할 수 있는 공간으로서 다양한 분야에 기초 연구의 기반을 제공하는 것을 목표로 하며, 연구자와 연구자, 연구자와 생산자 등 다양한 이용자 간의 소통 공간으로 기능하는 것을 목적으로 한다.

이를 위해 기존 선행 연구를 중심으로 일상 아카이브 구축 시 고려해야 할 사항을 '패러다임 변화에 따른 창의적인 방법론', '유관기관과의 네트워크 구축', '연구자를 위한 서비스', '지속성을 위한 유지방안'으로 정리하고, 소셜미디어의 특성을 중심으로 소셜 아카이브 플랫폼으로서 소셜미디어의 가능성을 논하였다. 마지막으로 사용자 경험 디자인 프로세스를 살펴보면서 소셜 아카이브의 일부 기능을 설계하고, UX 디자인 과정에서 고려해야 할 사항을 제시하였다.

주제어 : 일상 아카이브, 일상 기록, 민간 기록, 소셜미디어, 사용자경험 디자인

〈Abstract〉

This study started with the question "Shall we apply the existing record management method to our trivial daily records?" For the general public, we focus on media that thinks more about daily recordings and suggests a better method, suggesting a 'social platform' as a plan, and using the user's visual approach through UX design methodology.

The social archive proposed in this study aims to be a 'square' where various people can gather and communicate and share. A space that can record daily life using 'record' as a basic body Purpose It aims to provide the basis for basic research in various fields, and aims to function as a

www.kci.go.kr

space for communication of various research things such as researchers and researchers, researchers and producers.

In order to maintain, focus on the prerequisites of the existing construction, the items to be researched when constructing the daily archive are 'creative methodology to change research items when building a paradigm', 'network with related organizations', 'service plans for persistence', and characteristics of social media. We discussed the possibility of social media as a social archive platform. Finally, while looking at the user experience design process, I designed some features of the social archive and suggested things to do in UX design.

Keywords : archives of everyday life, daily records, private records, social media, user experience design, social archives, platform

1. 머리말

흔히 "역사는 승자의 기록"이라 말한다. 이 말이 모든 역사를 대변할 순 없지만 일정 부분 설득력을 갖는 점은 승자는 패자가 지녔던 역사적 진실을 은폐(폐기)하고, 자기정당화의 도구로서 역사를 다시 기록했기 때문일 것이다. 이런 맥락에서 아카이브에 보관된 대다수의 기록은 지배층의 권력과 연계되어 있다고 말할 수 있다. 아카이브의 어원인 아르케(arkhe)가 '시작(commencement)'과 '명령(commandment)'의 뜻을 지닌다는 점에서도 이를 짐작할 수 있다. 그래서 자크 데리다(Jacques Derrida)는 아카이브를 '권력이 시작되는 곳'으로 보았다(Jacques Derrida 1996).

이처럼 인류 역사가 시작된 이래 오랜 기간 동안 지배층만이 기록을 남길 수 있었다. 피지배층에 관한 사실조차도, 지배층의 기록을 통해서만 접근할 수 있었다. 그래서 역사는 피지배층이 일상적으로 겪은 억울함과 고통, 그들의 의지와 희망은 거의 또는 전혀, 담아내지 못했다. 그

www.kci.go.kr

교훈을 받아들여, 역사가들도 약자의 목소리에 귀를 기울이고 자기 기록을 남기지 못했던 사람들의 삶을 이해하려 노력하기 시작했다(전우용 2019).

> "누가 일곱 문을 가진 도시 테베를 건설하였는가?
> 책에는 왕들의 이름만 적혀있다."

옛 동독의 극작가 베르톨트 브레히트(Bertolt Brecht)는 자신의 작품 속에서 "박식한 노동자"를 통해 이렇게 묻고 있다. 그 어느 사료도 무명의 석공에 대해 아무것도 말해주지 않지만, 이 질문은 의미 있는 것이다(Bertolt Brecht 1951; 카를로 진즈부르그 2001, 23쪽, 재인용). 역사학자들은 20세기 후반부터 이 문제에 대해 진지하게 고민해왔고 그 결과 생활사, 일상사, 신문화사, 미시사 등의 새로운 영역을 만들어냈다(Alf Lüdtke 2002). 이들은 지배층이나 '승자'에 입각한 역사서술의 방식을 배격하고, 지배와 규제의 대상이었던 '보통 사람들'에게 관심을 가지며, 그들의 관점에서 역사를 파악하고자 하였다. 이른바 '아래로부터의 역사'를 표방하기 시작하면서 '일상'이라는 평범한 영역에 집중하기 시작한 것이다. 일상은 역사학뿐만 아니라 사회학, 국문학 등 여러 학문 분야로 스펙트럼을 확장해갔다.

기록학 분야에서도 대중의 기억을 보존하는 아카이브가 다양한 사회 구성원들의 기록을 포괄하지 못하고 있다는 비판과 함께 '아래로부터 아카이빙 운동'(김익한 2010)의 일환으로 일상 아카이브에 대한 논의가 본격적으로 시작되었다. "현 아카이브의 소장 기록은 매우 편향적으로 파편화 되어 있고, 일상의 보통 시민들과 관련된 아카이브는 없다(곽건홍 2011)."는 반성과 함께 기록학계의 일상 아카이브에 대한 논의는 마을 아카이브, 공동체 아카이브, 로컬리티 아카이브 등 다양하고 구체적으로 전개되었다. 특히 마을 아카이브의 경우 전국적으로 활성화 되고 있으며, 이미 소기의 성과도 거뒀다.[1)]

www.kci.go.kr

정리하자면 그동안 우리는 공공영역에 집중되어 있던 기록의 범위를 '일상'으로 확대하며, 기록관리의 방법론을 중심으로 일상의 기록을 아카이브에서 관리할 수 있는 방안 마련에 집중해왔다. 그 가운데 다양한 아카이브, 더 작은 아카이브의 필요성도 제기되었고(이영남 2008; 곽건홍 2011), 해외의 공동체 아카이브 사례를 통해 시사점을 얻기도 했다(윤은하 2012; 이경래 2013a; 이경래 2013b; 이경래 2014). 그리고 무엇보다 '일상'의 영역은 기존 기록관리 방향과는 다른 관점에서 접근해야 함을 인지하고 도큐멘테이션 전략에서 벗어나 서사기반 수집(이경남 · 이현정 2020; 안드리 · 송영랑 2020)이라는 새로운 방식도 시도되었다. 한데 이러한 논의는 일상 기록도 공공기록과 마찬가지로 '수집'이라는 과정을 거쳐 입수해야 한다는 기록 관리의 이론적인 체계에서 말미암은 것이다.

일상 기록도 공공기록처럼 전통적인 수집 프로세스로 접근하는 것이 효과적일까? "기록과 소장자에 대한 리드 개발 및 추적 - 소장자 접촉 및 수집 대상기록의 평가 - 기록 인수를 위한 협상"이라는 수집 프로세스는 디지털 시대에도 여전히 유효할까? 지금도 일상과 관련된 수많은 기록들이 여러 공간에서 생산되고 있다. 이 지점에서 본 연구에서 제안하고자 하는 것은 일상 기록의 수집 공간으로서의 플랫폼, 즉 소셜미디어(social media)에 기반한 '일상 디지털 아카이브 플랫폼'이다.

소셜미디어의 성장과 그에 대한 관심은 그 어떤 것에 비견할 수 없을 정도로 폭발적이다. 전 세계적으로 약 34억 9,900만명(세계인구의 45%, nasmedia 2019)이 일상적인 소통의 기제로 소셜미디어를 사용하고 있다. 정보 탐색, 게임, 여론 형성, 정치 참여 등 일일이 나열하기 힘들 정도로 소셜미디어는 시민들의 일상적인 삶뿐만 아니라 시민사회의 근본적인 구조, 참여의 형태

1) 초기 마을 공동체 아카이브는 2000년대 마을만들기 운동과 풀뿌리 마을운동의 일환으로 시민활동가와 주민, 아카이브 전문가들의 자발적인 참여로 이루어졌다. 하지만 이후 민 · 관 협치의 거버넌스 모델로 서울시의 마을만들기 프로젝트(2012)가 진행되면서 새로운 국면을 맞이했다(이경래 2015).

www.kci.go.kr

를 재편시키며 사회 각 분야에서 네트워킹의 핵심적인 역할을 담당하고 있다(조화순 · 김정연 2012). 소셜미디어는 시대를 증거 하는 기록정보자료로서 연구적 · 역사적 가치를 지니기도 한다. 한 세대의 행동과 심리 및 사회현상을 파악할 수 있는가 하면 특정한 정치 · 사회 · 문화 현상을 해석할 수도 있다(이귀영 2015). 이러한 가치를 지니는 소셜미디어 기록과 아카이브가 연계되는 '공간'이 만들어진다면 그 자체로 '일상 아카이브'가 될 수 있다.

본 연구에서는 이와 같은 공간을 '소셜 아카이브'로 명명하고자 한다. 이 공간은 공동체, 소규모 아카이브, 생산자, 연구자[2] 등 다양한 사람들이 모여 소통하고, 공유할 수 있는 '광장'을 지향한다. 생산자들에겐 일상의 기록을 생산하고 수집하며, 가치를 부여할 수 있는 공간이며, 연구자들에게는 다양한 이용자들과 소통하며, 현 시대의 일상을 탐구할 수 있는 공간이다. 아카이브의 존재만으로도 일상의 기록을 수집할 수 있으며, 이러한 '공간'을 매개로 일상의 기록들이 연계되어 새로운 가치를 창출할 수 있다.

따라서 소셜 아카이브는 개인의 일상을 비교적 자연스럽고도 적극적으로 노출하려는 세태와 이를 타인과 공유 가능하도록 지원하는 플랫폼의 활성화 추세와 맞물려 폭발적으로 증가하는 미시적 일상의 기록들이 휘발되고 산재되지 않도록 하는, 소통의 기제로서 이들 개념을 포괄할 수 있을 것이다(손동유 · 이경준 2013, 200쪽).

글의 구성은 다음과 같다. 먼저 일상의 개념과 특징에 대해 논하고, 일상 아카이브 구축 시 고려해야 할 점들을 기존 선행연구를 중심으로 정리하였다. 두 번째로 소셜미디어의 정의와 발전과정을 정리하고, 최근 소셜미디어가 숏폼(short-form) 콘텐츠 서비스로 발전해 나가는 추세 속에서 글쓰기에

2) 본 연구에서 생산자, 구독자, 연구자, 사용자(이용자) 등에 대해 용어의 통일을 기하기 위해 다음과 같이 구분하였다. 생산자는 소셜미디어 기록의 생산자(콘텐츠 생산)이자 구독하는 사람을, 구독자는 콘텐츠를 주로 구독(소비)하는 사람을, 연구자는 소셜미디어 기록을 활용해 연구 등의 가치를 창출하는 사람을, 사용자(이용자)는 생산자와 구독자, 연구자 전체를 아울러 표현할 때로 구분하여 기술하였다.

www.kci.go.kr

집중하고 있는 소셜미디어(브런치, 미디엄)를 소개하고, 소셜 미디어의 특성을 중심으로 소셜 아카이브 플랫폼으로서의 가능성을 논하였다. 끝으로 사용자 경험 디자인(User eXperience Design) 프로세스 단계별로 설계 방법론을 기술하고, 소셜 아카이브 플랫폼 설계 시 고려해야 할 사항을 제시하는 것으로 본 논문은 마무리된다. 소셜미디어가 이렇게 많은 사람들이 사용하는 플랫폼으로 거듭날 수 있었던 원동력은 무엇보다도 배우기 쉽고, 사용이 편하다는 점이다. 단순히 소셜 아카이브의 UI를 디자인(design) 하는 것이 아니라 사람들이 아카이브에서 무엇을 하고 싶어 하는지 파악하여, 그 요구를 충족시키고자 한다면 사용자 경험 디자인은 그 길잡이 역할을 할 수 있을 것이다.

한 가지 먼저 밝혀 둘 점은 본 논문은 일반적인 아카이브의 문법을 따르기는 하되, 아카이브의 모든 역할과 기능을 대입하려 하진 않았다는 점이다. 본 논문의 관심은 그동안 아카이브가 보여 왔던 수동적인 사회적 역할과 기능에서 벗어나 사용자들의 참여와 공유의 가치를 보다 적극적인 방식으로 주도하기 위한 방안을 제시함과 동시에 '작은 아카이브', '다양한 아카이브'의 시선으로 아카이브의 지평을 확장하는데 있다.

2. 일상 아카이브에 대한 논의

1) 일상의 개념과 특징

일상 아카이브를 논하기 이전에 먼저 '일상'의 개념을 살펴볼 필요가 있다. 일상이란 매일 되풀이 되는 삶, 모두가 너무나 잘 알고 있기에, 그리고 사적이고 사소하며, 중요하지 않다고 여기기 때문에 이론적으로 기재되지 않는 삶이다[3](윤택림 1996). 또한 일상은 질서 잡혀 있고, 당연시 여겨지며, 타자와 공유되는 '더할 나위 없는 실재(Berger and Luckmann 1967; 미

www.kci.go.kr

셸 마페졸리 외 2016, 143쪽 재인용)'이며, 보잘것없으면서도 견고한 것이고, 당연한 이야기이지만 부분과 단편들이 하나의 일과표 속에서 서로 연결되어 있는 어떤 것이다(Henri Lefevre 1992; 김왕배 1999, 175쪽 재인용). 그렇다고 일상이 곧 안정만이 지배하는 정적인 영역이나 물질적 삶이 습관화된 형태로 진행되는 폐쇄적인 세계는 아니다. 오히려 그것은 매우 유동적이고, 역동하는 세계이다. 즉 일상은, 사람들이 계급처럼 사회집단별로 특수한 '문화적 생활방식'에 따라 사회적 삶의 현실을 끊임없이 경험하고 해석하면서, 지속적으로 파생되는 긴장과 갈등 속에서도 부단하게 현실에 대한 변화를 모색하는 영역이다(안병직 2006, 222쪽).

각 사회집단은 집단대로 그 조직은 일상적으로 운영되며, 특별한 임무로 뭉쳐진 비밀결사도 일상의 업무가 있다. 범위를 넓혀 살펴보면, 국가라는 전체 사회는 '난리'나 '혁명'과 같은 특별한 '사건'을 치르지 않을 때는 보통 그 일상의 되풀이에 의해 영위된다고 할 수 있다(미셸 마페졸리 외 2016, 26쪽). 이처럼 끊임 없이 되풀이되는 일상적 활동이 없을 경우, 어떠한 '사건'이나 '역사'도 일어날 수 없다. 진부하고 하찮은 것으로 치부되는 일상이지만 일상 위에서 개인은 '내일의 꿈'을 가꾸고, 조직은 새로운 '변혁의 음모'를 꾸미는 것이다. 따라서 개인의 삶이나 사회 전체의 동태에 있어서, 사건이나 변혁이 '상부구조'라고 할 것 같으면, 일상적 활동은 그 '토대'라 할 수 있다. 따라서 일상은 분석의 수준에 따라 사회 각 부분을 가로질러서 파악할 수 있는 것이다(미셸 마페졸리 외 2016, 12~26쪽). 이런 맥락에서 일상은 그 초점이 개인에게 맞춰져 있다 하더라도 사회 각 부분에서 총체적으로 파악할 수 있으며, 일종의 보편성을 가진다. 이에 헬러는 "일상은 개인의 개별적 재생산을 위한 활동세계이지만 이러한 활동이 모여 사회적 재생산의 가능성을 만들어낸다고 말했다(Agnes Heller 1975; 미셸 마페졸리 외 2016, 141쪽 재인용)."

3) 일상은 연구자와 연구 목적에 따라 일상, 일상사, 생활사, 미시사 등 다양하게 혼용되어 사용되고 있다. 본 연구에서는 상기 용어들을 '일상'으로 총칭하여 표현하였다.

www.kci.go.kr

또한 일상은 비일상에서 비롯되는 자극을 받아들인다. 이러한 자극은 일상이 갖고 있는 평온과 균형을 깨뜨린다. 특히 전쟁과 혁명은 일상에 가장 강력한 자극을 준다. 전쟁과 혁명은 일상을 구성 하는 세 가지 요소인 사물, 관습, 언어를 근본적으로 변화시킴으로써 일상생활 전체를 뒤집어 버린다. 그러나 인간은 외부로부터의 영향을 독자적으로 수용하고 변화시킨다. 인간은 변화된 조건 하에서 이에 적절한 새로운 평온 상태를 찾는다(윤용선 1998, 234쪽). 코로나 바이러스로 인해 바뀐 정책과 문화, 생활체계가 이미 우리의 일상으로 자리 잡은 것처럼 말이다.

장원순에 의하면 일상은 다음과 같은 몇 가지 특징을 가진다. 첫째, 일상은 자연적 태도를 기반으로 형성된 '당연시된' 세계이다. 이러한 당연성은 우리가 다른 사람들과 맺는 대면적 관계를 포함하여, 우리가 하는 일을 가능하게 하는 기반이 된다. 둘째, 이러한 당연성과 더불어 일상은 이론적 인식이 완전히 포착할 수 없는 측면을 포함한다. 이론적 인식에 완전히 포착되지 않는 이유는 그것이 당연시된 세계이기도 하지만 관례화 이면에 작동하고 있는 예기되지 않는, 항상 살아 움직이는 역동적 측면이 존재하기 때문이다. 셋째, 일상은 일상을 살아가는 사람들의 실천적 관심, 실용적 동기를 중심으로 구성된다. 또한 일상은 체계화되는데 이는 이론적 이해 또는 구조에 따라서라기보다는 삶이라는 실천적 동기에 의해서이다. 이는 삶에 대한 적절성으로 표현된다. 넷째, 일상은 이곳 그리고 지금을 중심으로 구성된다. 따라서 일상을 살아가는 사람들에게 있어서 시공간의 차이는 적절성의 차이를 가져온다. 이러한 적절성의 끝없는 대립은 일상에 역동성을 부여한다(장원순 2004, 174쪽).

앞의 논의를 정리하면 일상은 '당연시 된' 세계로서 이곳, 그리고 지금을 중심으로 사람들 간의 상호작용을 기반으로 한 공간이며, 개인의 일상을 통해 사회 각 구조를 파악할 수 있는 세계이다. 이 세계는 적절성과 살아 움직이는 역동적 측면이 존재하며, 때때로 비일상적인 일을 수용하며 변화를 받아들인다. 이런 관점에서 우리는 그동안 지배의 대상이었던 개인이나 공

www.kci.go.kr

동체의 일상 기록을 통해 개인의 일상 활동과 일상 속에 침투해 있는 사회 권력의 단편을 바라볼 수 있고, 더 나아가 사회 전체의 구조까지 재현할 수 있다. 일상은 현대 사회를 읽을 수 있는 중요한 키워드로서, 결국 일상을 다루는 것은 일상성(그리고 현대성)을 생산하는 사회, 우리가 그 안에서 살고 있는 그 사회의 성격을 규정짓는 것이다(미셸 마페졸리 외 2016, 68쪽).

2) 일상 아카이브의 지향 : 선행연구를 중심으로

기록학계의 일상 아카이브에 대한 연구성과는 크게 네 가지로 접근할 수 있다. 공동체(마을) 아카이브, 로컬리티 아카이브, 개인 기록, 일상 아카이브가 그것이다. 간단하게 기존 연구성과를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 아카이빙의 주체 및 대상으로서 공동체(마을, 지역주민, 소수자, 단체 등)를 주목한 '공동체 아카이브' 에 대한 연구(김익한 2010; 김덕묵 2012; 윤은하 2012; 김주관 2012; 이영남 2012; 손동유 · 이경준 2013; 이경래 2015; 김덕묵 2016)가 있다. 특히, 이영남은 마을 아카이빙을 최초로 언급하면서 마을 아카이브에 대한 방향성 및 구체적인 방법을 제안했다.

둘째, 지방기록관리기관들의 설립이 부진하고, 지방의 공공기록 관리가 취약한 상황에서 '로컬리티'를 주목한 연구가 있다. 민간영역의 기록관리를 지역 아카이빙을 통해 국가 전체의 모습으로 재현하고자 '지역 기록화 방안'을 제시한 연구(권순명 · 이승휘 2009)와 지역민들의 집단기억 기록화를 강조한 로컬리티 기록화의 방법론에 대한 연구(설문원 2010, 설문원 2011), 플랫폼으로서 참여형 아카이브를 주목한 연구(설문원 2012)가 있다.

셋째, 개인 기록에 관한 연구가 있다. 개인의 일상기록이 역사적 기록물로 전환되면 당대를 연구할 수 있는 사료가 될 수 있음에 특정 인물을 주목한 연구(이혜린 · 박주석 2016; 오의경 2017; 이혜린 · 박주석 2018)와 같은 맥락에서 개인일기에 초점을 맞추어 일기의 가치와 활용방안을 분석한 연구(최효진 · 임진희 2017), 개인 아카이브 플랫폼으로 아카이브형 블로그를

www.kci.go.kr

제시한 연구가 있다(최유리 · 임진희 2016). 또한 개인기록의 기록화 전략에 있어 개인의 특성을 반영한 '생애사 연구'의 중요성이 제기되었다(최인혁 · 이영학 2015; 오명진 2017).

넷째, 소장된 기록물이 정부의 공문서 위주로 편향되어 있다는 인식아래 보통사람들의 관점에서 일상 아카이브의 필요성과 구축방안에 대한 연구가 있다(곽건홍 2011; 심성보 2011; 임진희 2011). 일상 아카이브 구축을 위해 필요한 요소들을 검토한 연구(심성보 2011)와 일반 아카이브의 특성에 더하여 일상의 기록까지 수집 · 관리하고 연구활동을 수행할 수 있는 일상 아카이브의 필요성을 제기한 연구가 있다(임진희 2011). 특히 곽건홍은 일상 아카이브를 "보통 사람들의 일상을 미세한 영역으로 범주화하며, 개인(집단)의 행위와 경험을 사회적 맥락에서 해석하고, 아래로부터의 역사를 재구성하기 위해 개인(집단)의 일상적 삶을 기록화 하는 것은 물론 인문적 관점에서 기록을 수집 · 평가 · 선별하여 보존하는 조직 또는 이를 위한 시설 · 장소"로 정의하고, 민주주의 시대에 걸맞는 '보통의 시민들'의 삶과 직결된 아카이브를 만들어 가는 패러다임의 전환을 주장하였다(곽건홍 2011).

이처럼 거대 담론에서 일상의 '사소한 이야기', '작은 아카이브'로 관심이 집중되면서 일상 아카이브에 대한 일련의 연구들이 진행되었다. 일상 아카이브의 기존의 연구는 '보통 사람들'에게 집중하며 그들의 '삶의 기록'을 수집하여 '아래로부터의 역사'를 추구한다는 공통점이 있다. 이러한 논의는 한국 근현대사 전개과정에서 나타난 '보통사람들의 행위와 고통'에 대한 기억과 기록을 재현해내는 작업이다. 이를 바탕으로 자본주의적 일상성 속에 숨겨진 억압적 구조를 밝혀내는 것이며(곽건홍 2011), 정치사회 발전에 조응하는 기록관리계의 노력임과 동시에 아래로부터의 정치사회 발전을 가속화하는 수단이기도 하다(김익한 2010).

그렇다면 본 연구에서 제안하려는 소셜 아카이브는 어떤 관점에서 구축되어야 할까? 그 방향성을 탐구하기 위해 기존의 연구에서 논의되었던 사안들을 중심으로 검토해보고자 한다. 첫째, 보통사람들의 일상을 수집하는

www.kci.go.kr

데 있어 공공영역의 기록관리 방법론을 무의식적으로 적용하려는 태도는 지양되어야 한다(김익한 2010; 윤은하 2012; 이영남 2012; 손동유 · 이경준 2013). 기록관리 일반이론을 적용하여 기록관리체계를 확립하려는 관점보다는 아카이빙의 방법을 한 수단으로 위치 지우는 관점을 정립할 필요가 있다는 것이다(김익한 2010, 161쪽). 윤은하는 "대중의 다양한 삶의 경험과 계급, 문화, 연령별 차이로 인해 이 모두를 이해할 수 있는 획일적인 틀은 존재하지 않으며, 이러한 차이로 인해 많은 기록물이 다양한 방식으로 생산되지만 민간의 기록은 생산과 유통, 보존과 접근에 걸친 모든 과정이 불분명하다고 밝혔다. 이로 인해 연구자들은 민간 기록을 정부에서 생산한 기록과 같은 원칙을 적용할 수 있는가에 대해 의문을 제기하고, '패러다임 전환' 혹은 '기록관리 원칙의 다원화'를 주장하기 시작했다(윤은하 2012)."고 말한다. 일상 영역의 기록은 어떤 면에서 생소한 측면의 기록(공공영역의 기록과는 다른)이다. 매우 다양한 환경에서 생산되고, 유통되며 불완전한 상태로 존재할 수 있어 공공기록처럼 일정한 기록의 요건이나 속성은 기대하기 힘들다. 즉 일상 기록은 다양성, 무정형성, 불완전성을 내포하고 있어 기존의 공공기록 방법론을 그대로 적용하는 것은 무리가 있다. 따라서 일상 아카이브를 구축하기 위해서는 국가 주도의 기록관리와는 다른 다양하고도 창의적인 방법론(손동유 · 이경준 2013)이 필요하며, 일상 아카이브의 주체가 직접 참여할 수 있는 방안이 필요하다(김익한 2010; 윤은하 2012). 이러한 논의에 있어 이영남의 연구는 의미가 있다. 이영남의 '풀무 전공부 10주년 컬렉션'은 국제표준인 ISAD(G)를 따르지 않는다. 이야기 정리기술 방식이라는 새로운 방식으로 정리 기술하며 공동체의 고유한 경험과 내러티브를 녹여냈다(이영남 2012).

둘째, 이용자 및 유관기관과의 네트워크 형성이 필요하다(곽건홍 2011; 심성보 2011; 임진희 2011; 손동유 · 이경준 2013; 이경래 2015). 이는 두 가지 측면에서 접근할 수 있다. 우선 다양한 아카이브, 작은 아카이브를 설립하기 위한 방안으로서 정부 · 시민사회 · 학계 등이 협력 모형을 만들어 아

www.kci.go.kr

카이브 사이의 연대를 통한 문화인프라를 구축해야 한다(곽건홍 2011, 24쪽). 그리고 이러한 아카이브들이 구축되면 네트워킹을 통한 협력체계 구축, 향후 콘텐츠 통합서비스에 이어 궁극적으로 하나의 새로운 생태계를 창출해 낼 수 있는 네트워크 체계 구성의 과정이 필요하다. 즉 개별 아카이브가 생산·수집한 기록이 모여 하나의 아카이브 체계를 이루고 이를 일상아카이브 허브와 네트워크 체계로 구축하여 광범위한 일상적 생활세계를 아우르는 전사회적 기록화를 도모하고자 하는 것이다(손동유·이경준 2013, 199~200쪽). 다음으로 고려해야 할 점은 개별 아카이브 설립을 위한 네트워크 형성이다. 초기 단계에서는 일상 아카이브 초기 설립 시 기본 자료 확보를 위한 네트워크 형성이 필요하다. 이와 동시에 네트워크의 구성원들이 일상 아카이브의 적극적인 이용자가 되도록 하여 다양한 시민(학생, 교육자, 연구자, 일반시민 등)까지 연계될 수 있는 일상영역의 네트워크 구성이 필요하다(심성보 2011, 105쪽). 운영(정상화) 단계에서는 일상 기록을 소장하고 있거나 자료 수집과정에서 협력할 수 있는 기관을 찾아 구체적인 네트워크를 구축하는 일이다(임진희 2011). 이는 각 개인과 기관이 마이 아카이브즈 기능을 통하여 독자적인 아카이브를 일상 아카이브 사이트 안에 구축하고 공동 활용할 수 있게 함으로써 참여 정도를 고도화 하는 방안이 적극적으로 추진될 수 있다(임진희 2011, 118쪽). 고도화 단계에서는 국제적인 네트워크를 구축하는 일을 추진할 수 있다. 초기와 정상화 단계를 통해서 축적된 일상자료는 국제적 협력체계를 구축하는 핵심 자산이 될 수 있다(임진희 2011, 119쪽).

셋째, 다양한 분야의 학술 연구에 기초적인 자료를 제공할 수 있는 연구자를 위한 플랫폼이 필요하다(곽건홍 2011; 임진희 2011; 심성보 2011). 무엇보다 일상 아카이브는 일상생활과 밀접한 연계를 지닌 학문 연구의 구체적 기반으로 기능하는 아카이브로서 시민사회 전반에 기록을 유통시킴으로써 생활세계 관련 연구의 저변을 확대하는 역할을 수행해야 한다(임진희 2011, 122쪽). 보통사람들의 일상적 삶의 구조와 의미에 대한 연구와 문제

www.kci.go.kr

의식은 인문 사회과학 전 영역에 걸쳐있다. 따라서 학제 간 연구를 활성화할 수 있는 기반을 마련하여, 아카이브에 대한 인식 틀을 새롭게 정립해 가야할 것이다(곽건홍 2011, 14쪽). 이를 위해 디지털 형태의 자료를 기본으로 하여 온라인을 통한 서비스를 중심으로 아카이브와 연구자 집단을 연계해야 할 것이다. 이용자 그룹별 맞춤 서비스를 연구자와 일반인을 차별화하여 접근하는 전략(심성보 2011)도 고민해볼 필요가 있다.

넷째, 일상 아카이브 구축 시 "지속성을 위한 유지 방안을 어떻게 모색할 것인가"에 대한 고민은 일상 아카이브의 중장기적 계획 수립에 있어 반드시 논의되어야 할 필수 요소이다. 일상 아카이브는 설립 주체와 방식에 따라 다르겠지만, 일반적으로 정부의 정기적인 지원을 받을 수 없을 가능성이 크다. 이에 정부의 지원 정책이 단절되더라도 자생적으로 지속될 수 있는 구조마련이 필요하다(임진희 2011; 이경래 2015). 일례로 서울시 마을아카이브 시범사업의 경우 민·관 협업에 의한 거버넌스 모델로 주목받았지만 정작 정부의 지원 정책이 단절되자 각 마을공동체 아카이브는 동력을 잃고 체계적으로 운영되지 못하고 있다(이경래 2015). 이에 아카이브가 소장하고 있는 콘텐츠를 판매할 수 있는 선순환 구조를 마련(임진희 2011, 124쪽)하고 상시 소통채널 확보를 위한 파트너십을 구축(이경래 2015, 76쪽)하는 등 지속성을 유지하기 위한 일련의 조치가 필요하다.

3. 글쓰기 소셜미디어 플랫폼 고찰

1) 소셜미디어의 진화

근대적 커뮤니케이션 채널은 뉴스나 신문 등의 매스미디어 시스템이었다. 이를 기반으로 사회적 관계가 형성되어 왔고, 일방향적 소통채널에서 보통사람들이 발언을 할 수 있는 기회는 사실상 없었다. 하지만 1980년대

www.kci.go.kr

이후 본격적으로 발전한 인터넷 기술로 인해 새로운 커뮤니케이션 채널이 등장했다. 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(Computer Mediated Communication : CMC[4])으로 대변되는 서비스 즉 이메일, 인터넷 게시판, 인터넷 카페, 소셜 미디어 서비스 등이 본격적으로 사용되기 시작했다. 협의의 의미에서 CMC는 개인 간의 정보 교환이라고 할 수 있지만 광의의 의미에서 CMC는 이러한 단순한 정보 교환의 차원을 넘어 방대한 전자 데이터베이스에서의 정보 인출이나 웹사이트 구성과 같은 다양한 방식의 정보 조작 등을 포함하는 커뮤니케이션 행위를 총칭한다고 할 수 있다. 즉, 가상 공간을 통해 이루어지는 인간 커뮤니케이션인 셈이다(김성현 · 김인철 2001). 1980년대 중반 깁슨(Gibson)이 사이버스페이스(cyberspace)라는 용어를 처음 제시했을 때만 하더라도 실재하지 않는 허구적 공간이라는 의미로 이해되었다. 그러나 유무선 네트워크의 발달은 물질적 실재가 아닌 또 다른 공간, 비물질적이지만 실재하는 정신과 담론의 세계를 탄생시켰고 그 결과 우리가 살아가는 일상의 공간은 이 둘 사이를 가로질러 존재하는 현실－실재－가상의 세계로 만들었다(정보통신정책연구원 2009).

한편 이러한 CMC가 일상화되면서 컴퓨터를 매개로 하는 의사소통 방식들이 세분화되고 다양화되면서 개별 방식에 적합한 구체적 표현들이 등장하게 된다. SNS 역시 이런 맥락에서 등장했다. CMC의 여러 내용 중, 특히 양방향 커뮤니케이션에 특화된 것들이 다양한 솔루션의 도움으로 새롭게 등장했고 그 사회적 영향력이 커지면서 SNS라는 별도의 용어로 독립되었다(김홍열 2013, 29쪽).

---

4) 페이스북이나 트위터와 같은 SNS를 CMC의 하나로 보기도 한다. 이런 CMC 관점은 대체로 언론정보학, 특히 커뮤니케이션 연구 영역에서 볼 수 있다. 이 관점은 SNS라는 미디어 서비스 자체나 그 미디어적 속성보다는 이를 매개로 이뤄지는 커뮤니케이션 과정에 주목한다는 점에서 전통적인 CMC 연구의 전통을 계승한다(이재현 2014, 12쪽). 그러나 이러한 논의에 대해 이은주는 그간 CMC 연구자들이 명시적 혹은 암묵적으로 전제했던 커뮤니케이션 모델과 트위터를 통한 커뮤니케이션 간의 차이를 부각시킴으로써 SNS 커뮤니케이션이 CMC이론들에게서 갖는 한계를 지적한 바 있다(이은주 2011).

www.kci.go.kr

소셜미디어에 대한 정의는 사람에 따라 조금씩 다르고 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service, 이하 SNS), 소셜 네트워킹 등 다양한 용어와 혼용되고 있어 정확한 정의를 내리긴 어렵지만 협의의 개념으로서 소셜 미디어란 '사람들이 정보와 경험, 생각을 공유하기 위해 사용하는 플랫폼으로서 주로 온라인 도구와 모바일 도구를 활용하는 미디어'를 총칭[5]한다고 말할 수 있다(설진아 2011, 14쪽).

소셜미디어는 근대적 매스미디어가 가진 한계를 탈피했다. 기존의 미디어가 시간적 공간적 제약을 가진 소수의 사람만이 정보를 전달할 수 있는 일방향적 소통 채널이라면 소셜미디어는 시공을 뛰어넘는 다양한 상호작용성(일대일에서 일대다, 다대다 등)을 가진 소통방식이라는 점에서 차이가 있다. 소셜미디어의 등장으로 정보공유와 정치적 토론이 다양한 공간에서 일어나고 있고, 정치인들은 새로운 소통 방식으로 소셜미디어를 활용하고 있다. 연예인들에게는 자신의 일상을 공유하고 팬들과의 소통창구로서 역할뿐만 아니라 자신들의 의견을 전달하는 새로운 채널로 자리매김하고 있고, 1인 미디어가 대중화되면서 블로거, 유튜버라는 새로운 직업군이 탄생하기도 했다.

이처럼 소셜미디어가 촉발한 새로운 정보 패러다임은 사회 전 분야에 걸쳐 다양한 변화를 이끌어내고 있다. 소셜미디어는 사실상 시류적 현상이기 전에 하나의 거대한 정보통신 기술산업 제품들의 사회적 결합이고 상징이다. 지식정보 기반의 경제 시스템의 출현, 지구적 네트워크의 구축, 상호작

5) 다양한 연구에서 소셜미디어는 소셜 네트워킹, 소셜네트워크서비스 등 다양한 용어와 혼용되고 있다. 이에 대해 정보통신정책연구원은 SNS를 "사람간 연결관계에 초점을 둔 인맥관리 서비스를 통칭하는 것"으로, 소셜미디어는 "콘텐츠 교류 중심의 연결망 서비스, 즉 미디어의 기능이 부각된 서비스를 지칭하는 것"으로 구분하여 정의했다(정보통신정책연구원 2014 23쪽). 본 연구에서 소셜미디어는 블로그, 소셜 네트워크 서비스, 위키, UCC(user created contents), 마이크로 블로그(Micro-Blog) 등 일반적으로 사람과 사람, 사람과 콘텐츠를 연결하고 소통 할 수 있는 서비스를 제공하는 플랫폼을 총칭하는 상위 개념으로 사용하고, 블로그나 SNS등의 하위 개념은 원 명칭대로 표현하였다.

www.kci.go.kr

용 정보시스템 등으로 표현되는 정보화 시대 주요 패러다임의 사회적 상징이 소셜미디어 서비스로 표출되고 있다(김홍열 2013, 28쪽).

중요한 점은 소셜미디어로 인해 소수의 지식층에서 다수의 시민들로 주체가 다변화되었고 이제는 평범한 보통 시민들도 사적·공적인 영역에서 자신의 의견을 표출할 수 있게 되었다는 것이다. 이것은 너무나 급격하게 이루어져서 이제는 무감각해진 감도 있지만 규모와 속도를 고려하면 가히 역사적인 변화라 할 수 있다.

그러면 소셜미디어 서비스는 어떻게 진화해 왔는가? 미국의 식스디그리스닷컴(SixDegrees.com)의 일촌 개념을 모방하여 미니홈피 개념을 도입하여 만든 것이 우리가 익히 알고 있는 싸이월드(Cyworld)다. 싸이월드가 성공을 거두자 미국의 마이스페이스(Myspace)와 구글(Google)의 오르컷(Orkut)이 싸이월드를 모방한 서비스를 내놓았으나 결국 시장에서 우위를 선점한 것은 페이스북(Facebook)과 트위터(Twitter)였다. 페이스북이 블로그에 소셜 기능이 결합된 형태로 글을 길게 써야하는 부담감이 있었다면 트위터는 글자 수 '140자 제한'이라는 파격적인 구조로 이용자를 끌어들였다. 싸이월드가 자신의 일촌들을 일일이 방문하면서 근황을 파악해야 하는 폐쇄성을 지녔다면, 페이스북과 트위터는 친구의 페이지를 방문하지 않아도 소식을 볼 수 있는 개방성을 지녔다. 웹 2.0(개방, 참여, 공유)의 정신이 소셜미디어에 접목되기 시작한 것이다.

그렇다면 앞으로 소셜미디어는 어떻게 진화할 것인가? Max Boisot(1998)의 I-Space 모델에 따르면 정보통신기술이 발전할수록 정보는 덜 추상화된 상태에서 코딩되어 전파된다(이경전 2007, 19쪽). 즉 정보통신 기술이 발전할수록 콘텐츠를 가공하지 않고 그대로 전달한다는 것이다. 유튜브, 인스타그램은 이런 맥락에서 설명할 수 있다. 글로써 소통하는데 부담을 느끼던 이용자들은 동영상이나 사진을 그대로 전달할 수 있는 유튜브와 인스타그램, 틱톡(TikTok)과 같은 간편한 서비스로 이동하고 있다. 즉 글로 소통하는 블로그 기반의 서비스에서 즉각적이고, 단순하게 핵심만 전달하는 숏폼

www.kci.go.kr

(short-form) 콘텐츠[6] 서비스로 진화하고 있는 것이다.

2) 글쓰기 소셜미디어 플랫폼 사례 분석

그렇다면 사람들은 왜 숏폼 콘텐츠에 열광하는가? 이재현에 의하면 이러한 배경은 두 가지 논리로 설명할 수 있다. 하나는 '속도의 논리'에 따라 빠르게 회전하는 현대 사회의 흐름에 부응하기 위한 것이고, 다른 하나는 소셜미디어 글쓰기가 모바일 미디어의 요구에 부응하고자 하는 욕망의 결과라는 것이다. 즉 최근 스마트폰의 확산과 소셜미디어의 폭발적 성장 사이의 매우 정적인 상관관계는 소셜미디어 글쓰기가 모바일 미디어에 최적화되었음을 시사하는 것이며, 일상적인 이동성이라는 상황에서 '틈새시간 미디어'로 기능하는 모바일 미디어를 기반으로 '복합시간적' 행동으로 이루어지는 글쓰기가 웹페이지나 블로그 포스팅 정도의 긴 글을 만들어낼 수는 없다는 것이다(이재현 2012, 336쪽).

이렇게 소셜미디어가 '속도의 논리'에 따라 숏폼 콘텐츠로 발전해 나가면서 인터넷에는 '정보의 홍수'라 불릴 만큼 무수히 많은 정보들이 쌓여갔다. 소셜미디어가 다양해지고 활성화되면서 정보를 접할 수 있는 기회는 많아졌지만 정작 내가 필요한 정보를 찾는데는 많은 시간과 노력이 소모되었다. 게다가 가끔은 관심 없는 콘텐츠(광고 등)를 강제로 봐야하는 경우도 생겨났고, 확인되지 않은 정보가 무분별하게 공유되는 역효과도 나타났다. 이러한 추세 속에서 조금은 성격이 다른 소셜미디어 서비스가 등장했다. 블로그처럼 글쓰기 자체에 초점이 맞춰지는 서비스로 '미디엄(Medium)'과 '브런치(Brunch)'가 대표적이다.

---

6) 짧은 길이의 영상을 의미하며, 몇 초 이내의 영상부터 10분 이내의 영상까지 그 종류가 다양하다. 틱톡(TikTok), 유튜브, 넷플릭스 등의 플랫폼을 중심으로 발전하고 있다(디지털타임스 2020).

www.kci.go.kr

(1) 미디엄(Medium)

먼저 미디엄은 2012년 런칭한 서비스로, 구글의 블로그 서비스인 '블로거(blogger)'와 '트위터'를 만든 에반 윌리엄스(Evan Williams)가 만든 플랫폼이다. 글쓰기와 읽기를 위한 플랫폼인 '미디엄'을 통해 생산자는 글을 쓰는데 집중할 수 있고, 구독자는 책이나 잡지를 읽듯 편하게 콘텐츠를 접할 수 있다[7]. 글쓰기 미디어[8]를 아카이브 플랫폼으로의 가능성을 타진해 보기 위해 먼저 그 특징을 살펴보면. 첫째, 미디엄은 기존 블로그의 글쓰기 기능 중 번잡하고 잡다한 기능은 삭제하고 온라인 환경에 최적화된 쓰기와 읽기 서비스에 집중했다. 글 작성에는 3가지 유형의 게시물이 존재하는데 '초안(draft)'은 저장은 되지만 아직 네트워크에 공개되지 않는 게시물, '미등록(unlisted)'은 저장은 되지만 프로필 페이지나 네트워크에서 검색이 되지 않는 비공개 게시물[9], 마지막으로 '네트워크에 공유되는 게시물(public)'이다. 이렇게 완성된 글은 지나친 꾸밈이나 디자인 요소가 적고 쓰기 화면과 읽기 화면이 동일해서 글을 작성하면서 내 의도대로 글이 보이는지 확인할 필요가 없다. 그렇기에 모바일에서도 편안하게 글에 집중할 수 있다.

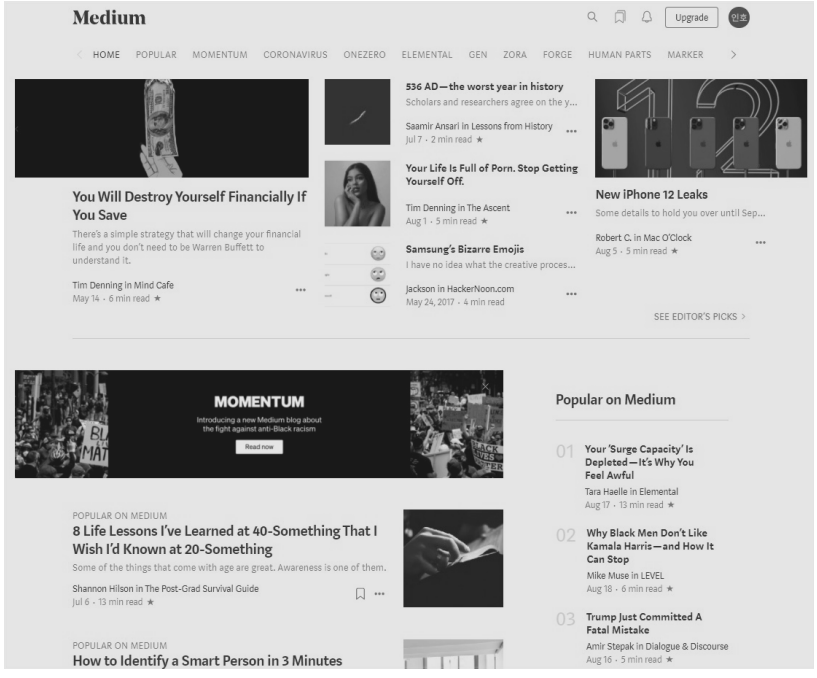
둘째, 이용자 개인의 관심 주제나 사람에게 초점을 맞춰 콘텐츠를 추천하고 있다. 메인화면 상단에서 제공하는 주제별 토픽외에 이용자에게 추천하고 있는 콘텐츠는 ①편집진이 선정한 '특집기사(featured stories)', ②내가 팔로우한 주제의 이야기 혹은 AI 알고리즘에 의한 추천을 해주는 '스토리피드(story feed)', ③내가 팔로우한 사람 및 출판사의 이야기를 추천해주는 '네트워크 서비스(new from your network)', ④조회수가 많은 글들을 소개하는 '인기기사(popular on medium)' 서비스이다.

---

7) 이하, 미디엄 홈페이지(https://medium.com) 자료를 참고하여 서술하였다.
8) 본 연구에서는 미디엄과 브런치 같은 글쓰기에 특화된 소셜미디어를 편의상 '글쓰기 미디어'로 지칭하였다.
9) 다른 사람들과 게시물을 공유하기 위해선 해당 게시물 URL을 공유해야 한다.

www.kci.go.kr

〈그림 1〉 미디엄 서비스 메인화면



출처 : https://medium.com

셋째, 다른 사람들과 의견을 나누며 글을 작성할 수 있는 '협업' 기능을 제공한다. 글을 작성하면서 중간에 초안의 링크를 공유하여 다른 사람의 도움을 받을 수 있고, 앞서 설명한 '미등록(unlisted)' 상태로 저장 후 다른 사람에게 글의 URL을 공유하여 도움을 받을 수도 있다. 또한 글의 특정 부분을 선택하여 출판물의 편집자에게 메모를 남길 수 있고, 이에 대한 답변도 달 수 있다.

넷째, 출판(publication) 기능을 이용하여 다른 저자들과 함께 매거진 형태의 출판 작업을 할 수 있다. 이는 여러 저자가 공통 주제 또는 주제를 중심으로 작성된 이야기를 공유하는 기능으로 여기에는 특정 주제에 대한 기

www.kci.go.kr

사를 다룰 수 있는 온라인 매거진, 커뮤니티 출판물, 회사 뉴스를 공유하기 위한 출판물 등 다양하게 활용될 수 있다. 출판(publication)에는 편집자(editor)와 저자(writer)의 역할로 나눠지는데 작가가 글을 작성하는 기고자 역할이라면 편집자는 작가가 작성한 글을 검토하고 편집 및 게시를 할 수 있는 권한을 가진다. 편집자는 언제든지 함께 작업할 사람을 모집할 수 있고, 반대로 자신이 관심을 가진 주제에 대해 저자로 지원할 수도 있다. 이런 기능은 미디엄을 단순한 글쓰기 공간이 아니라 다른 사람들과 함께 작업할 수 있는 협업저작 및 출판서비스를 지향하는 공간으로서 의미를 부여한다. 이런점에서 사람들은 미디엄을 플랫폼(platform)과 출판사(publisher) 역할을 한다는 의미에서 플랫티셔(platisher)라 부르기도 한다(Wired 2014).

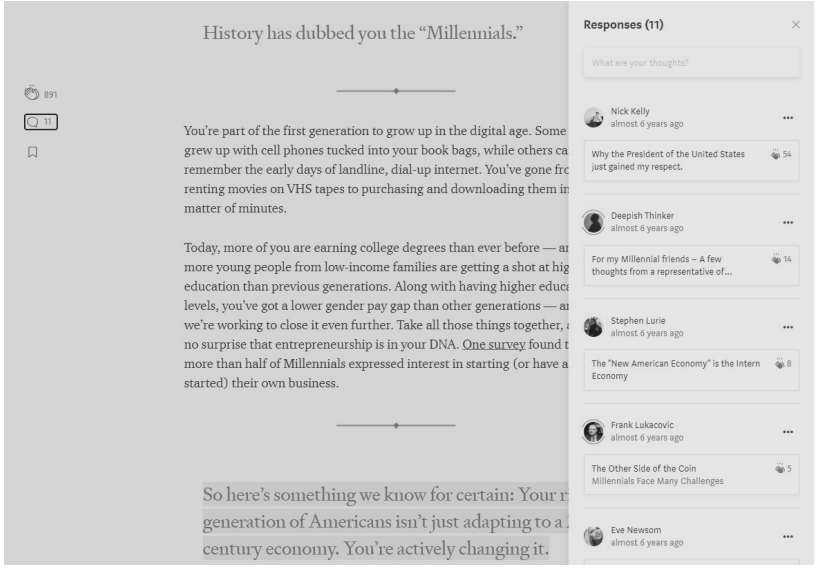
다섯째, 일반인들 뿐만 아니라 유명한 소설가나 대통령도 미디엄을 통해 글을 작성하고, 다른 사람들과 소통하고 있다. 스티븐잡스 자서전 집필로 유명한 전기 작가 월터 아이작슨(Walter Issacson)이나 테슬라 CEO 일론 머스크(Elon Musk)뿐만 아니라 오바마 전 대통령도 연두교서 국정연설(2016년 1월)을 하기 이전 해당 전문을 미디엄에 먼저 포스팅하여 화제가 된 바 있다. 이처럼 유명한 사람들 중에서는 미디엄에서 돈을 받고 글을 쓰는 사람들도 있지만 대부분은 자발적으로 미디엄을 사용하고 있다.

여섯째, 자신이 작성한 글에 대해 다른 사람들의 의견이나 반론을 살펴볼 수 있다. 오바마 대통령이 포스팅한 첫 게시글에서 말풍선 아이콘을 클릭하면 우측에 응답(response)이라는 메뉴를 통해 다른 사람들이 쓴 글들을 확인할 수 있다.

여기에서 소셜미디어를 통해 소통하는 오바마 대통령을 환영하는 닉 켈리(Nick Kelly)의 글도 볼 수 있고, '코인의 뒷면(the other side of the coin)'이라는 제목의 반론 글(Frank Lukacovic)도 확인할 수 있다. 즉 미디엄은 누구라도 글을 올릴 수 있는 공간이며, 자유롭게 자신의 생각을 제시할 수 있고, 아이디어를 교환할 수 있는 공간인 것이다. 이런 점에서 미디엄의 콘텐츠 디렉터 케이트 리(Kate Lee)는 "미디엄은 콘텐츠의 저장고가 아니라

www.kci.go.kr

〈그림 2〉 오바마 전 대통령 글에 대한 responses 화면



출처 : https://medium.com/@potus44/why-im-betting-on-you-to-help-shape-the-new-american-economy-e80a775b44ee

콘텐츠의 네트워크이다(Wired 2015).”라고 말했다. 대부분의 웹 사이트와 마찬가지로 미디엄은 이용자가 소셜 피드에 연결 할 때 더욱 흥미로워진다. 윌리엄스는 이것을 “사람들의 층(the people layer)”라고 표현하며, “저자와 독자가 게시물(posting)에서 의미 있는 방식으로 서로 참여할 수 있도록 소셜 경험(social experience)을 디자인하고 있다(Wired 2014)”고 말한다.

일곱째, 위협적인 댓글이나 무의미한 광고로부터 저자를 보호하고 있다. 여러 웹사이트나 소셜미디어와 마찬가지로, 미디엄에서도 다른 이들로부터 댓글로 공격 받을 수 있다. 하지만 윌리엄스는 그런 일이 일어나는 경우는 “매우, 엄청 적다”고 말한다. “이는 이용자들과 사이트 구조상의 이유인데 미디엄에서 댓글은 포스팅한 사람이 승인하지 않으면 공개되지 않는다. 그

www.kci.go.kr

렇기에 저자들이 원치 않는 한 댓글이 공개될 일은 없으므로, 쓰는 이도 공격할 동기가 사라진다(Wired 2014)"고 설명한다. 윌리엄스는 자칫 공격 받고 상처 입기 쉬운 이용자들을 보호하는 것이 중요하다는 것을 깨달았고, 이런 기능에 집중하여 플랫폼을 설계했다.

이처럼 미디엄은 윌리엄스가 밝힌 대로 "일상을 개선하고 세상을 변화시키는 글을 쓰고 전파하기 위한 단순하고 협업적인 공간"이다. '짧고', '간단하게'를 추구하며 '아름다운 제약(140자 제한)'이라 불렸던 트위터를 만든 윌리엄스는 아이러니 하게도 '깊이 있는 글쓰기'에 최적화된 미디엄을 만들어냈다.

(2) 브런치(Brunch)

브런치는 다음카카오에서 만든 글쓰기 플랫폼으로 2015년 베타버전을 출시하면서 서비스를 시작했다. '한국판 미디엄'이라 불려도 손색없을 정도로 미디엄과 비슷한 부분이 많아 여기에서는 미디엄과 다르거나 브런치만의 특징적인 요소를 중심으로 언급하겠다[10].

첫째, 미디엄과 마찬가지로 브런치도 플랫티셔(platisher)로 부르기에 손색이 없다. 브런치는 정기적으로 10인의 작가를 선정하여(브런치 북) 책을 출판할 수 있는 기회를 주고 있는데 선정된 작가는 실제 출판사에서 담당하는 모든 업무(편집 기획부터 출판 후 마케팅)를 지원 받을 수 있다[11]. 특정 주제에 대한 공모전도 진행하고 있다. 2018년에는 동화 '빨간머리 앤'을 주제로 공모전을 개최하여 '빨강머리 앤'을 재해석한 작품의 공동저자로 참여할 수 있는 기회를 제공한 바 있다. 이외에도 출판사에서 브런치의 게시

10) 이하, 브런치 홈페이지(https://brunch.co.kr) 자료를 참고하여 서술하였다.

11) 이외에도 브런치는 '주문형 출판(Publish On Demand)'서비스를 제공하고 있다. 고객의 주문을 받아 책을 만들어주는 서비스로 고객이 원하는 대로 편집, 제작, 제본할 수 있는 맞춤 출판 서비스이다.

www.kci.go.kr

글을 읽고 해당 작가에게 직접 연락하여 책을 출판하는 사례도 있다. 100쇄를 돌파한 베스트셀러 임홍택의 '90년생이 온다'는 브런치에서 '9급 공무원 세대'로 연재된 글이었고, '하마터면 열심히 살 뻔했다'와 '무례한 사람에게 웃으며 대처하는 법'도 브런치에서 탄생한 베스트셀러다(매일경제 2019).

둘째, 미디엄은 간단한 회원가입 후 바로 글을 작성할 수 있지만 브런치는 '작가 신청'을 통해 작가로 선정되어야만 글을 발행할 수 있는 권한이 생긴다[12]. 흔히 블로그를 하는 사람을 블로거, 유튜브를 하는 사람을 유튜버로 칭하는데 브런치를 하는 사람에겐 '작가'라는 호칭이 주어진다. 포털사이트에서 브런치를 검색하면 서너 번 브런치 작가에 지원했는데 계속 떨어져서 도움을 요청하는 글을 찾을 수 있다. 아무에게나 '작가'라는 호칭을 부여하지 않는다는 것이다.

셋째, 사람들에게 공감을 줄 수 있는 글이나 화제성이 높은 글은 다음, 카카오톡 등의 플랫폼 메인페이지에 노출된다. 이런 점은 미디엄보다 장점으로 부각될 수 있는 요소인데 브런치 작가에게 있어 포털 메인페이지에 노출된다는 것은 큰 영광일수 있으며, 글을 쓰는 원동력으로 작용할 수 있다.

넷째, 미디엄이 제공하는 협업 기능과 출판기능, 응답기능(게시글 네트워크)은 브런치에선 제공하지 않는다. 미디엄을 벤치마킹하면서 이런 부분은 수용하지 않은 것으로 보이는데 향후 업데이트 여부를 지켜봐야 할 부분이다.[13]

이상으로 브런치에 대해 특징적인 요소를 살펴보았다. 미디엄이나 블로그, SNS 등의 기존 소셜미디어가 누구나 쉽게 글을 올릴 수 있는 오픈형 서비스를 지향했다면 브런치는 폐쇄형 구조를 선택했다. 콘텐츠의 신뢰도를 높이기 위해 소수의 사람들에게만 자격을 주는 대신 콘텐츠의 품질을 높여, 콘텐츠를 구독(소비)하는 사람을 확보하는 전략을 택했다.

---

12) 작가신청을 위한 항목은 다음과 같다. ①작가소개, ②브런치 활동계획, ③글 작성 샘플, ④참고용 홈페이지 혹은 SNS.

13) 다만 브런치에서는 같은 소재로 작성한 글을 묶거나 새로운 주제의 글을 연재할 수 있는 '매거진' 기능을 제공하고 있다.

www.kci.go.kr

3) 일상 아카이브 플랫폼으로서 소셜미디어 서비스 고찰

콘텐츠 퍼블리싱 시스템, 콘텐츠 관리 시스템, 플랫티셔 등 미디엄과 브런치가 어떤 유형의 서비스인지 정확하게 정의하긴 어렵지만 '글'을 매개로 한 새로운 형태의 소셜미디어라 할 수 있다.

본 연구에서 아카이브의 플랫폼으로서 글쓰기 미디어 서비스를 주목하는 것은 다음과 같은 매체의 특성 때문이다. 첫째, 글쓰기 미디어에서는 짧은 글에서는 알기 힘들었던 기록의 생산배경과 맥락을 포착할 수 있는 가능성을 높여준다. 기존 소셜 미디어 기록은 그 내용과 메타데이터만으로는 기록을 온전히 이해하기 힘든 한계가 있었다. 하지만 글쓰기 미디어의 기록은 '텍스트'가 주가 되기 때문에 이런 한계를 어느 정도 극복할 수 있다. 해당 기록에서 확인할 수 있는 '좋아요', '댓글', '응답' 기능은 기록의 맥락정보로서 가치가 있고, 텍스트와 함께 구성할 수 있는 사진, 동영상, 파일 등의 다양한 매체도 이런 점을 보완할 수 있게 해준다.

둘째, 자신의 일상을 기록하는 데 있어 글쓰기 미디어는 좋은 대안이 될 수 있으며, 소셜 아카이브는 일상 기록을 수집할 수 있다. 브런치 이용자들의 글을 들여다보면 전문성을 바탕으로 한 글보다는 자신의 일상과 관련된 이야기가 대부분이다.

〈표 1〉 브런치의 분류체계

지구 한바퀴 세계여행	그림·웹툰	시사·이슈	IT 트렌드	사진·촬영	취향저격 영화리뷰
오늘은 이런책	뮤직 인사이드	글쓰기코치	직장인 현실조언	스타트업 경험담	육아이야기
요리·레시피	건강·운동	멘탈관리 심리탐구	디자인 스토리	문화·예술	건축·설계
인문학·철학	쉽게 읽는 역사	우리집 반려동물	멋진 캘리그라피	사랑·이별	감성에세이

출처 : https://brunch.co.kr

www.kci.go.kr

위의 〈표 1〉은 브런치의 분류체계이다. 총 24개의 분류체계를 제공하고 있는데 여행, 사진, 영화, 음악, 육아, 요리, 운동, 문화·예술, 반려동물 등 일상과 관련된 주제가 다수를 차지하고 있다. 이런 점에서 볼 때 글쓰기 미디어는 일상성의 본질과 일치한다. 국가나 권력자들이 그동안 관심을 갖지 않던 개인적이고 소소한 이야기를 기록하는 것이 글쓰기 미디어의 본질을 형성하기 때문이다. 이는 정동의 가치와도 연계된다. 글쓰기 미디어의 기록을 들여다보면 필연적으로 감정들이 함께 하고 있다.

셋째, 글쓰기 미디어는 단순히 콘텐츠를 제공하는 서비스가 아니라 '콘텐츠와 콘텐츠', '콘텐츠와 생산자', '생산자와 구독자' 가 상호작용하는 공간임을 보여줬다. 이에 더하여 소셜 아카이브에서는 연구자와 기록의 생산자가 연계되어 직접 소통 하며, 이미 생산한 기록의 텍스트를 넘어선 추가적인 정보를 획득할 수 있는 가능성을 열어준다.

넷째, 미디엄에서 제공하는 '출판' 기능은 연구자들이 공동의 과제를 기획하고 함께 연구를 수행할 수 있는 가능성을 열어준다. 이 기능을 활용하면 매거진이나 학술 저널, 연구보고서의 발행도 가능할 것이다. 이와 관련하여 티스토리(Tistory)의 블로그 기능을 이용하여 자신들의 연구저널을 발행하고 있는 미디액트의 사례를 주목할 필요가 있다. (사)한국영상미디어교육협회에서 운영하는 미디액트는 소셜 미디어를 매개로 협회를 홍보하고, 구독자를 모집하며, 원고를 모집하는 등의 활동을 통해 이용자에게 다가가기 위한 노력을 하고 있다.

이상 앞에서 기술한 선행연구와 글쓰기 미디어의 사례를 통해 소셜 아카이브가 지향해야 할 상을 간략하게 제시하면 다음과 같다.

(1) 아카이브를 바라 보는 새로운 시각 : 일상 아카이브는 권력자나 공공의 행정기록이 아닌 보통사람들의 기록이 생산·유통되는 공간으로 무엇보다도 공공기관의 방법론을 탈피한 창의적인 방법론이 필요하다. 아카이브의 개념 자체를 이용자 입장에서

www.kci.go.kr

고찰한다는 의미에서 소셜 미디어와 아카이브의 결합은 그 나름의 의미를 찾을 수 있을 것이다.

(2) 수집의 공간으로서 소셜 아카이브 : 소셜 아카이브는 그 자체로 수집활동의 일환으로서 기능해야 한다. 이용자들이 소셜 아카이브를 이용하는 행위 자체가 일상 기록 수집의 수단이 된다. 이후 어느 정도 콘텐츠가 누적되어 일상성 지도(곽건홍 2011; 심성보 2011)가 그려질 수 있는 시점이 도래했을 때 지도를 바탕으로 부족한 부분을 파악하여 다른 수집 방안을 모색할 수 있다.[14]

(3) 네트워킹 / 콘텐츠 창조의 공간 : 소셜 아카이브는 콘텐츠를 맥락화 하는 동시에 그 콘텐츠들의 상호작용으로 새로운 맥락을 창조하는 공간이다. 공간에 부여된 자율성은 콘텐츠를 고정된 실체로서가 아니라 끊임없이 변화가 이뤄지고, 새로운 가치가 부여되는 구체적인 과정으로 이끌어 낼 수 있을 것이다.

(4) 연구자를 위한 플랫폼 : 소셜 아카이브는 다양한 분야에 학술 연구의 기반을 제공하고, 이를 활용한 연구 및 콘텐츠가 제작될 수 있도록 연구자를 위한 서비스를 지원한다. 또한 학제 간 연구를 활성화 할 수 있는 공간으로 기능해야 한다[15].

(5) 소셜 아카이브의 수익 창출 : 지속성에 대한 논의는 아카이브의 존폐와 관련된 중요한 사안이다. 여기에서는 정기적 매거진 발행, 주문형 출판서비스, 고급 콘텐츠에 대한 유료서비스, 기록관리 컨설팅 활동 등을 고려할 수 있다.

이상에서 정리한 바와 같이 소셜 아카이브는 단순한 기록 보관창고의 역할에서 벗어나 다양한 콘텐츠를 유통시키고 창조하는 공간으로서 의미를

14) 브런치에서 신데렐라를 주제로 공모전을 개최한 사례나 명지대 디지털아카이빙연구소의 특정 일자에 관한 일기를 공모 받는 형식의 이벤트도 고려해볼 수 있다. 또한 특정 장소에 관한 기억을 공유할 수도 있을 것이다. 미국 국립기록청(NARA)의 위치 기반 SNS를 활용하여 특정 공간이나 장소와 관련된 기록을 모바일로 제공하는 서비스(설문원 2011, 212쪽)는 좋은 사례가 될 수 있다.

15) 이에 대한 방안으로 미디엄의 출판과 협업 기능의 사례를 참고할 수 있으며, 연구자의 콘텐츠 제작에 대한 동기부여 방안으로서 크라우드 펀딩방식을 고려할 수 있다.

www.kci.go.kr

찾을 수 있다. 무엇보다 가장 중요한 점은 아카이브에서 '플랫폼'을 확보할 수 있다는 점이다. 이것은 4차 산업혁명시대에 요구되는 요건(생산성, 개방성, 연결성, 민첩성, 상호작용성 등)들을 아카이브가 획득할 수 있다는 것이며, 또 다른 플랫폼이 만들어질 수 있는 가능성을 확보하는 일이다.

다음 장에서는 이러한 지향점을 바탕으로 UX디자인 프로세스를 살펴보면서 소셜 아카이브 설계 시 고려해야 할 사항을 정리하겠다. UX디자인의 모든 과정을 다루지는 못하지만 현장에서 많이 사용하는 방법론을 중심으로 일부 기능을 설계하고자 한다.

4. 소셜 아카이브 플랫폼 설계 : 사용자 경험 디자인을 중심으로

그동안의 아카이브가 아키비스트의 시각이었다면 소셜 아카이브는 사용자 경험(User eXperience)에 우선하여 접근할 필요가 있다. 사용자 경험이란 "사용자가 어떤 시스템, 제품, 서비스를 직, 간접적으로 이용하면서 느끼고 생각하게 되는 총체적 경험을 말한다(박준우 2010, 218쪽)." 이 요소들은 사용자가 만지거나(손으로 만질 수 있는 상품이나 제품 포장 등), 듣거나(광고나 사운드 로고), 코로 냄새를 맡는(샌드위치 가게에서 막 구워낸 빵의 고소한 향기) 경험들까지 다양하다(러스 웅거 · 캐롤린 챈들러 2010).

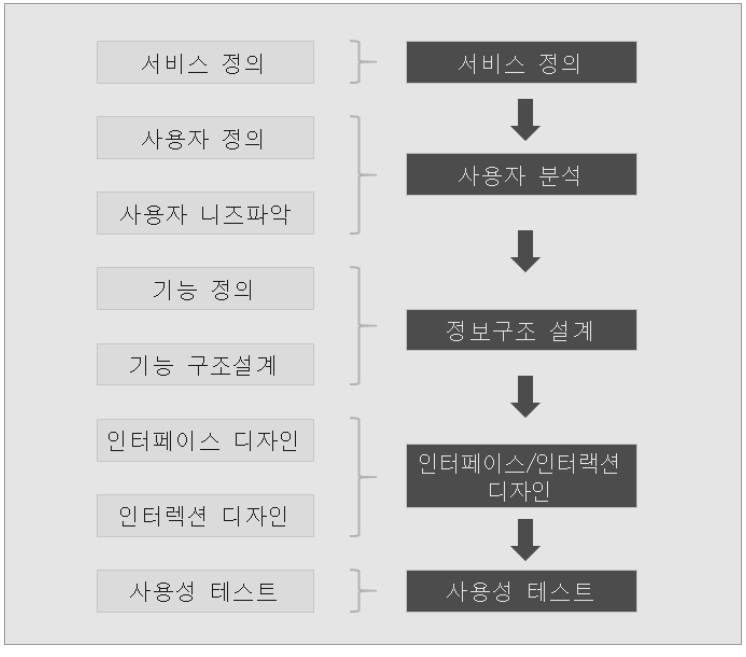
이러한 사용자 경험을 디자인 한다는 것은 "한 회사가 사용자의 인식과 행동에 영향을 끼치려는 의도를 가지고 그들의 경험에 긍정적인 작용을 할 수 있도록 제반 요소들을 창조하거나 일체화시키는 작업"(러스 웅거 · 캐롤린 챈들러 2010)이라 말할 수 있다. 즉 기존의 UI 디자인이 사물이나 제품 등 물리적인 '대상'에 주안점을 두고 진행되었다면, 사용자 경험 디자인은(이하, UX 디자인) 그것을 사용하는 '주체'의 경험에 중점을 두고 방향을 설정한다. 특정 사용자의 목표에 맞추어 기능을 생각하고, 문제점을 도출하고, 편의성을 증진시키며, 수익을 생각하는 것 등의 행위로 총체적인 사용

www.kci.go.kr

자의 경험을 디자인하는 것이다.

카카오 택시의 서비스 중에 블루라는 서비스가 있다. 카카오택시의 핵심 사용자 경험이 “언제, 어디서든 택시를 호출하고 싶다”는 것이라 한다면, 블루 서비스는 “돈을 더 지불하더라도 빨리 택시를 호출하고 싶다.”라고 생각하는 특정 사람들의 사용자 경험을 반영한 것이다. 이런 요구가 없다면, 블루 서비스는 존재할 수 없다. 이처럼 사용자 없는 제품이나 서비스는 존재하지 않으며, 어떤 경험을 제공하느냐에 따라 사업의 성패가 달라질 수 있다. 이것이 소셜 아카이브에 UX 디자인을 적용해야 하는 이유이다. UX 디자인은 크게 ①서비스 정의, ②사용자 분석, ③과업분석, ④인터페이스/인터랙션 디자인, ⑤사용성 테스트 단계로 이루어진다.

〈그림 3〉 UX 디자인 프로세스



www.kci.go.kr

1) 서비스 정의

소셜 아카이브 플랫폼 구축을 위해 먼저 어떤 서비스를 할 것인지 플랫폼의 구축 목적을 정의할 필요가 있다. 여기서 기반이 되는 자료는 경쟁사이트 벤치마킹 자료와, 기관의 SWOT 분석 자료이다.

〈표 2〉 경쟁사이트 벤치마킹 자료 예시

서비스명	킬러 콘텐츠	벤치마킹 포인트
미디엄	1. 글쓰기 2. 읽기 3. 협업 4. 매거진 출판 5. 통계 6. 오디오북 (유료서비스)	1. 협업 : 연구자들의 협업공간 2. 매거진 출판 : 연구자들의 공동 연구 지원 3. 유료멤버십 서비스(월 $5) – 관심 콘텐츠 배달 – 오디오 북 – 콘텐츠 추천서비스 등 4. 글쓰기 저장형태(초안, 미등록, 공개) 5. '응답' 기능을 통한 콘텐츠 네트워크 형성 6. 댓글 비공개 기능
브런치	1. 글쓰기 2. 읽기 3. 공모전 4. 통계 5. 작가지원 프로젝트 6. 매거진 제작 7. POD 서비스	1. 공모전 : 일상기록의 수집 수단 2. 글쓰기에서 '위치' 정보 첨부가능 : 장소를 기반으로 한 콘텐츠 제작 3. 다음 및 카카오 페이지에 홍보 4. 자격이 있는 사람에게만 '작가' 호칭 부여 5. POD 서비스

〈표 2〉는 3장 사례연구를 중심으로 간략하게 작성한 벤치마킹 자료이다. 본 연구에서는 벤치마킹 자료와 선행연구에서 도출한 지향점까지 포함하여 소셜 아카이브의 구축 목적을 다음과 같이 설정하였다.

> '기록'을 매개체로 일상을 기록할 수 있는 공간으로서, 생활사, 역사, 사회사 등 다양한 분야에 기초 연구의 기반을 제공하는 것을 목표로 하며, 연구자와 연구자, 연구자와 생산자 등 다양한 이용자 간의

www.kci.go.kr

소통의 공간으로 기능하는 것을 목적으로 한다.

즉 소셜 아카이브는 일상 기록을 수집하고, 이를 활용할 수 있는 공간을 뛰어넘어 기록을 활용한 연구 결과가 즉시 콘텐츠화 되어 대중에게 서비스 할 수 있는 공간이며, 최종적으로 아카이브의 대중화를 이끌어 내는 것 까지가 소셜 아카이브가 목표로 하는 지점이다.

또한 소셜 아카이브의 정확한 포지셔닝을 정립해야 한다. 소셜 미디어마다 각자의 주력 분야가 있듯이 소셜 아카이브도 분명한 전략을 가지고 '특정 목적'을 추구할 수 있는 접근이 필요하다. 앞서 살펴본 글쓰기 미디어의 사례는 "사람들은 여전히 가치 있는 고급 콘텐츠를 필요로 한다는 점"을 일깨워 준다. 소셜 아카이브에서도 일상 아카이브의 특성에 맞는 전문성을 갖춘 콘텐츠를 제공할 수 있는 서비스를 목표로 할 필요가 있다.

2) 사용자 분석(User Analysis)

사용자 분석은 설문조사, 심층인터뷰, 에쓰노그래픽 조사(ethnographic research), 집단 심층 면접(Focus Group Interview) 등 여러 방법을 활용할 수 있다. 사용자 분석은 크게 3가지로 접근할 수 있는데 '사용자 분석', '환경 분석', '과업분석'이다.

먼저 사용자 분석 단계에서는 "어떤 사용자가 어떤 목적을 가지고 소셜 아카이브를 이용하는지"를 분석해야 한다. 소셜 아카이브에서는 생산자, 구독자, 연구자가 주 이용자가 될 것이다. 이들을 대상으로 페르소나를 설정하여 보다 상세한 분석을 할 수 있다. 페르소나 설정은 사용자의 연령, 성별, 직업, 거주 지역, 사용동기, 이용기간, 이용횟수, 지식 수준 등 최대한 상세한 조건 설정이 필요하다.

www.kci.go.kr

〈표 3〉 사용자이자 연구자 서예지의 페르소나 예시

<table>
<tr><td>Image

“소셜미디어에서도 사람들과 좋은 관계를 맺고, 관심 있는 분야에 대한 정보를 함께 공유하고 싶어요.”

기본정보
· 이름 : 서예지
· 나이 : 32세
· 거주지 : 서울시 성북구 길음동
· 학력 : 심리학과 석사 졸업
· 직업 : 청소년 상담사
· 수입 : 연 3,500만원
· 결혼유무 : 미혼</td><td>배경이야기
서예지씨는 지난 5년간 청소년 상담사로 일했다. 집에서 직장까지 1시간이 넘게 걸려 주로 출퇴근 시간에 모바일을 통해 소셜미디어를 보며 학생들에 관련된 정보를 찾기도 하고 자신의 일상을 남기기도 한다. 최근에 비행청소년 관련 정보를 찾다가 우연히 ‘브런치’를 알게 되어 자주 사용하고 있다. ‘작가 신청’을 하고 결과를 기다리고 있다.
PC보다는 모바일을 주로 사용하지만 브런치 글 작성 하는데는 PC나 태블릿PC가 편할 것 같아 작가로 선정되면 태블릿PC를 구매할 예정이다.

관련활동
· 모바일 : 출퇴근시간, 능숙
· PC : 가끔, 능숙
· 소셜 네트워크 : 인스타그램, 브런치를 사용함.
· 특징 : 청소년상담사로 일하면서 소셜미디어나 인터넷을 통해 관련 정보를 찾음. 최근 “SNS 활용이 행복함에 미치는 영향”이란 주제로 소논문을 준비하고 있다.</td></tr>
</table>

환경분석은 사용자와 소셜 아카이브를 사용하는 과정에서 영향을 미칠 수 있는 모든 환경에 대한 분석이다. 사용자가 언제, 어디에서 소셜 아카이브를 이용하는지 사용자와 연계된 모든 환경에 대해 물리적, 사회적, 문화적 맥락에서 분석해야 한다. 특히 사전에 제약사항을 미리 예상하여 상황에 대비하거나 예방할 수 있는 조치도 함께 고려해야 한다. 〈표 3〉 서예지의 페르소나에서 파악 가능한 제약사항은 “모바일에서는 장문의 글쓰기가 힘들다.”는 점이다. 이점은 UX 설계에서 보완할 수 없는 모바일 기기의 한계로 이런 경우 모바일에선 읽기 서비스에 집중하고, PC나

www.kci.go.kr

태블릿 PC에서 글쓰기에 최적화된 UX를 제공하는 것을 목표로 설계할 필요가 있다.

과업분석은 사용자가 소셜 아카이브를 이용하면서 어떤 서비스에 어떻게 접근하고, 그것을 어떤 방식으로 사용하는지 분석하는 과정이다. 예를 들어 소셜 아카이브를 이용하면서 원하는 기록을 찾는 과정, 일상 기록을 생산하는 과정에 대해 행위 분석과 인지단계에 따른 과업 분석으로 나누어 접근해야 한다. 과업 분석에는 계층적 과업분석(hierarchical task analysis), 직업 분석법(job analysis), 시나리오 기술(scenario based analysis) 등 다양한 방법을 활용할 수 있다. 〈표 4〉는 가상인물 서예지가 소논문 "SNS 활용이 행복함에 미치는 영향"에 대한 기초 자료를 조사하기 위해 소셜미디어를 활용한 과정을 작성한 시나리오 예시이다. 시나리오 기술을 통해 소셜 아카이브 설계 시 요구되는 사항은 우측에 기술하였다.

〈표 4〉 시나리오 기술 '연구자를 위한 서비스' 예시

1. 페이스북

페이스북에 접속하자마자 어디서, 어떻게 찾아야 할지 막막하다. 포털서비스와 달리 상세검색은 제공되지 않는 것 같다. 먼저 검색창에서 '행복'을 키워드로 검색해봤다. 검색 결과 상단에 '행복'이란 이름을 가진 사람들이 출력되고, 그 밑으로 검색어와 연관 콘텐츠로 추정되는 항목들이 리스트업되고 있으나 왜 '행복'이란 검색어와 연관되는지 검색화면에선 확인되지 않았다. 콘텐츠를 일일이 클릭하여 확인한 후 몇 개의 사례를 찾아 공유하기(나만보기) 버튼을 클릭하여 저장했다.	1-1. 연구자들을 위해 다양한 조건 하에서 검색이 가능하도록 검색기능 구현 필요 1-2. 검색 결과 화면에서 검색어가 포함된 내용을 일부 확인할 수 있는 UI필요

www.kci.go.kr

2. 브런치

브런치에 접속했다. '행복'이란 키워드로 검색 결과 콘텐츠별로 행복이란 단어가 포함된 일부 내용이 함께 출력되어 검색화면에서 내용 유추가 가능했다. 분류체계를 제공하고 있지만 상세검색을 제공하지 않는점에서 여전히 검색은 불편했다. 브런치는 다른 미디어에 비해 글이 길고, 이모티콘이나 신조어가 적어 글의 대강을 이해하거나, 맥락파악에 있어 어려움은 적었다. 정식 서비스 된 지 얼마 되지 않아 콘텐츠가 많진 않지만 비교적 수준 높은 자료를 찾을 수 있었다. 몇 개의 사례를 저장하려 하니 특별한 저장 기능이 없고 '구독하기' 기능만 있어 난감했다.	2-1. 글의 맥락파악에 어려움이 없도록 관련 제반 요소를 고려하여 설계할 필요가 있으며, 이모티콘 등 기록의 4대 속성을 위협할 수 있는 요인에 대한 대비 2-2. 연구자들을 위해 다양한 조건 하에서 검색이 가능하도록 검색기능 구현 필요(중복 1-1) 2-3. 날로 다양해지는 신조어에 대한 접근성을 높이기 위해 신조어 사전 제공 필요 2-4. 서비스 초기 콘텐츠 확보방안 필요(기관 마이 아카이브 기능 등) 2-5. 관심 콘텐츠나 연구자(사람)를 저장하여 다시 볼 수 있는 기능 필요

〈표 4〉의 "이모티콘이나 신조어가 적어 글의 대강을 이해하거나, 맥락파악에 있어 어려움이 적었다." 라는 부분에서 도출할 수 있는 기능은 '신조어 사전' 이다. 시나리오 사례를 통해서는 필요 없는 기능일 수도 있지만 점차 신조어 사용이 증가하고 있는 환경까지 고려한다면 충분히 기능으로 도출할 만한 서비스이다. 이외에도 위 시나리오 예시를 통해 도출할 수 있는 기능은 '상세검색', '마이 아카이브', '관심 콘텐츠' 이다.

또한 수익 모델에 대한 논의도 이 단계에서 윤곽을 그려야 한다. 수익모델이 없는 민간 아카이브는 결국 소멸될 수밖에 없다. 사용자의 요구를 분석한 결과를 바탕으로 지속성을 유지하기 위한 거시적이고 장기적인 전략을 수립할 필요가 있다. 〈표 2〉 벤치마킹 분석을 통해 도출 가능한 소셜 아카이브의 수익모델은 정기적인 매거진 발행, 주문형 출판 서비스, 고급 콘텐츠에 대한 유료서비스, 기록관리 교육 및 컨설팅 활동 등의 서비스를 고려해 볼 수 있을 것이다.

최종적으로 사용자 분석 단계에서 선행연구와 벤치마킹, 사용자 시나리

www.kci.go.kr

오(일부에 한함) 분석을 통해 도출 할 수 있는 요구사항은 〈표 5〉와 같다.

〈표 5〉 선행연구, 벤치마킹, 사용자 시나리오를 통해 도출된 요구사항

선행연구	사용자들의 활동이 기록의 수집으로 연계될 수 있도록 설계
	초기 자료 확보를 위한 기관 계정발급 : 마이 아카이브
	학제 간 연구 활성화 방안 : 출판 및 협업과 연계
	일상성 지도
벤치마킹 자료	콘텐츠, 사용자가 연결될 수 있는 공간 : 반론, 찬성, 댓글, 좋아요, 관심콘텐츠 등록
	정기적인 매거진 발간
	고급 콘텐츠가 유통될 수 있는 새로운 공간
	주문형 출판 서비스
	고급 콘텐츠에 대한 유료서비스
	기록관리 교육 및 컨설팅
	관심 콘텐츠 구독(배달) 서비스
	맞춤법 검사
	공모전을 통한 기록의 수집
	장소를 기반으로 한 콘텐츠 제작
사용자 시나리오	사용자 언어로 레이블링 작업 필요
	기록의 4대 속성, 소셜미디어 기록의 난점을 보완할 수 있는 방안
	연구자를 위한 보조수단 제공 : AI, 빅데이터 분석 툴, 인포그래픽 등 시각화된 통계자료
	상세검색 기능
	신조어 사전
	관심기록 및 관심 연구자 저장 서비스
	연구자 동기부여 방안: 크라우드 펀딩, 관련 분야 연구자 추천

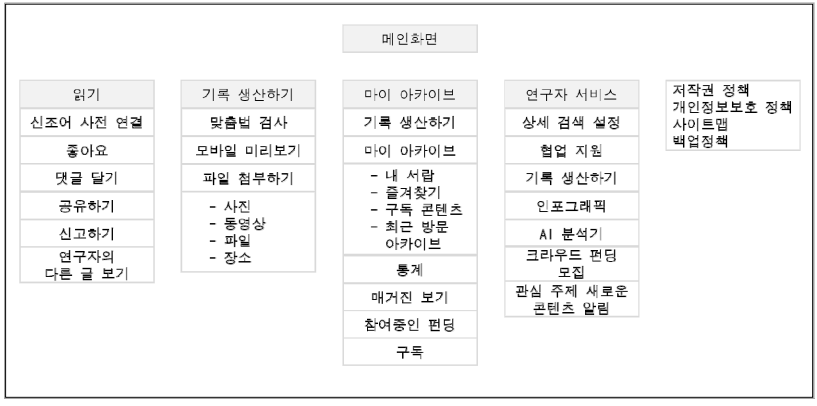
3) 정보구조 설계(Information Architecture)

사용자 분석 단계가 끝나면 정보 구조설계(Information Architecture, 이하 IA)단계로 넘어간다. 앞서 사용자 분석 단계에선 어떤 사람들이 주로 소셜 아카이브를 이용할 것이며, 경쟁 사이트는 무엇이 있는지 등을 확인하여 “어떤 컨셉을 가진 소셜 아카이브를 만들것인지” 상을 그리는 과정이었다면

www.kci.go.kr

여기서는 구체적인 정보의 구조를 설계해야 한다. 아무리 좋은 콘텐츠를 제공한다 하더라도 정보를 찾기 어렵거나, 사용이 불편하다면 이용자는 쉽게 지칠 수 있다.[16]

〈그림 4〉 소셜 아카이브 IA 예시



여기에서는 세 가지 관점에서 접근할 수 있다. 우선 정보의 분류가 필요하다. 정보를 어떤 기준으로 사용자들이 인식하기 쉽게 카테고리화 할 것인지가 핵심이다. 쉽게 말해, 사용자가 어떤 특정 정보를 찾고자 할 때, 그 정보가 있을 만한 메뉴를 클릭하여 사용자가 예상한대로 그 정보를 찾을 수 있다면 성공적이 설계라 할 수 있다.

두 번째로 네비게이션 시스템에 대한 설계가 필요하다. 공간을 설계 할 때도 이용자의 동선을 고려하듯이 소셜 아카이브에서도 가상공간에 대한 동선을 고려하여 배치하고 분류하는 작업이 필요하다. 네비게이션은 사용

16) IA 작업은 보통 벤치마킹이나 카드소팅(card sorting) 방식이 주로 활용된다. 카드소팅은 앞서 진행한 결과(태스크 구조와 시나리오)로부터 도출된 기능을 바탕으로 진행하게 되는데 정답이 없는 작업이기 때문에 참여자가 분류한 기준과 의도를 파악하는 것이 중요하다.

www.kci.go.kr

자에게 동선에 대한 지도 역할로서 이해할 수 있다. 사용자들이 소셜 아카이브에 들어와서 현재 자신이 머물고 있는 위치를 정확히 파악하게 하여 다른 곳으로 편하게 이동할 수 있도록 구현해야 한다.

세 번째로 레이블링 시스템에 대한 설계가 필요하다. 사용자들이 각 정보를 직접 확인하지 않고 이름만으로도 어떤 서비스인지, 어떤 콘텐츠가 들어있을지 유추할 수 있도록 설계 하는 것이 핵심이다. 여기에서는 소셜 아카이브의 전체 정보 구조에 대한 일관성을 고려해야 하며, 특히 '사용자의 언어'로 접근해야 한다. 따라서 소셜 아카이브의 레이블링 작업은 특히나 중요하다. '메타데이터', '기술', '처분', '이관'과 같은 용어는 우리에게만 익숙한 용어이다. 엄격한 기록관리 방법론과 용어의 선택보다는 이용자의 접근성과 편의성을 고려할 필요가 있다.

4) 인터페이스/인터랙션 디자인(Interface/Interaction Design)

네 번째 단계는 인터페이스 디자인과 인터랙션 디자인 단계이다. 앞서 정리해둔 정보설계 결과물을 통해 사용자에게 보여 지는 화면은 어떻게 표현할 것인지, 이 화면들을 어떻게 유기적으로 연결시킬 것인지를 결정하는 과정이다.

사람과 사람은 언어를 통해 대화를 하지만 시스템과 사람이 대화를 하려면 특정도구가 필요하다. 이를 용이하기 위해 만든 도구가 인터페이스이다. 현금 인출기의 터치스크린 화면과 윈도우는 인터페이스의 좋은 예시이다. 인터페이스 디자인은 일반적으로 화면의 전체적인 레이아웃을 정의하고, 각 영역별로 어떤 메뉴를 배치할 것인지 결정하는 과정이다. 사용자들이 목적을 잘 달성하기 위해 정보와 기능을 배치해야 하며, 여기에 심미적인 디자인 감성까지 고려할 수 있어야 한다.

www.kci.go.kr

〈그림 5〉 소셜 아카이브 화면설계서(글쓰기) 예시

인터페이스 디자인(interface design)이 사용자와 소셜 아카이브를 연결하는 접촉면을 표현하는 과정이었다면 인터랙션 디자인은 사용자와 소셜 아카이브에 대한 상호작용을 이해하기 위한 작업이라 할 수 있다. 인터렉션 디자인(interaction design)이란 문제를 해결하기 위해 분야 간 간격을 메우고 각각의 이점을 결합시키는 접근방식이자 하나의 사고방식(신동희 2013)으로서 시스템과 사용자간의 커뮤니케이션 과정에 대한 설계를 말한다. 소셜 아카이브의 '콘텐츠 읽기' 과업에 대한 인터랙션 결과를 살펴보면, 〈표 6〉과 같다. 콘텐츠를 끝까지 읽고 이전 페이지로 돌아가기 위해서는 콘텐츠 하단 부분에 돌아가기 기능 삽입을 고려할 수 있으며, 콘텐츠 내용이 길어 한 번에 읽지 못하고, 다음에 다시 보려 하는 사용자를 위해서는 책갈피 기능을 추가하여 사용자의 편의성을 높일 수 있을 것이다.

www.kci.go.kr

〈표 6〉 소셜아카이브 콘텐츠 '읽기' 과업에 대한 인터랙션

읽고 싶은 콘텐츠를 클릭한다	→	콘텐츠 화면으로 전환된다	→	콘텐츠 내용을 읽는다. →
콘텐츠 내용이 길어 스크롤바를 사용하여 읽는다.	→	콘텐츠를 끝까지 읽는다	→	이전 화면으로 돌아간다.

이와 같이 소셜 아카이브를 사용하는 과업별로 사람과 시스템간의 상호작용을 예측해서 효율적으로 공간을 구성하고, 이동 경로를 정의하는 작업이 이루어져야 한다. 초기의 인터랙션 개념은 컴퓨터공학과 환경에 기반을 두고 발전되었으나, 디자인 영역으로 그 개념과 적용이 확대되면서 관계와 경험에 중심을 둔 새로운 디자인 방향을 제시했다. 특히 인터랙션 디자인에서 새롭게 주목한 것이 사용자의 경험 창출(creating user experience)이다. 경험이라는 추상적인 개념을 인터랙션 디자인에서 어느 범위에서, 어떻게 수용하고 적용할 것인지는 여전히 논란이 되고 있지만, 적어도 인터랙션 디자인의 궁극적인 목표가 '경험 창출'이라는 점에는 일종의 의견 일치가 이루어지고 있다(신동희 2013).

5) 사용성 테스트(Usability Test)

UX 디자인의 마지막 단계는 사용성 테스트이다. 이는 제품의 복잡한 기능을 소비자가 보다 쉽고 재미있게 조작할 수 있도록 사용자 인터페이스를 개발 또는 개선하기 위해 문제점을 찾아내고, 아이디어를 발굴하는 과학적 조사과정이다(신동희 2013). 즉, 이제까지 설계한 결과물이 실제 설계한 의도대로 구현이 되었는지, 사용자들이 사용하는데 있어 다른 불편함은 없는지 여부를 체크하는 과정이라 할 수 있다. 따라서 여러 번의 사용성 테스트

www.kci.go.kr

단계를 설정하고 설계과정에서 드러나지 않은 문제를 파악하는데 중점을 두고 진행되어야 한다.

일반적으로 사용성 평가 절차는 크게 세 부분으로 나뉘는데, 첫째 단계에서 실제 사용 상황을 가정해 미리 작성된 업무 시나리오(task scenario)에 맞춰 기기 조작을 수행한다. 이때 빈번하게 발생하는 업무 수행시간, 수행도, 특이사항, 주요 오류 유형을 측정하고 기록한다. 둘째 단계에서는 제품에 대한 사용자 인터페이스의 주요 구성 요소 별 사용자 만족도를 평가해 해당 제품의 사용성을 높이기 위해서 우선적으로 개선 보완해야 할 요소를 발굴한다. 마지막 단계에서는 주요 사용상 오류의 원인을 진단하고 이를 개선 및 보완하기 위한 아이디에이션(ideation)[17]을 진행하고, 향후 사용자 인터페이스 개발을 위한 새로운 아이디어를 탐색한다(신동희 2013).

소셜 아카이브의 경우 사용성 테스트는 각자가 바라보는 웹서비스의 상이 다르기 때문에 생산자, 구독자, 연구자 등 소셜 아카이브의 주요 이용자층 전부를 대상으로 이루어져야 한다. 일상기록의 생산자의 경우 기록의 작성 및 구독, 마이 아카이브 기능, 정보구조 설계가 제대로 되었는지, 어려운 용어는 없는지 등을 중점적으로 체크하고, 연구자의 경우 연구자 서비스를 중심으로 실제 콘텐츠를 연구에 활용하는데 문제점은 없는지, 협업기능, 통계 서비스 등을 중점적으로 테스트해야 할 것이다.

이러한 일련의 과정을 통해 소셜 아카이브 사용자의 목적을 구체적으로 이해할 수 있고, 사용자가 목적을 달성하는 데 있어 좀 더 쉽고, 명확한 방법을 찾을 수 있다. 본 연구에서는 일부 사용자 그룹과, 과업에 한정하여 진행했지만 소셜 아카이브의 전체를 대상으로 디자인이 진행된다면 보다 명확한 인사이트를 도출할 수 있을 것이다.

이러한 과정을 통해 소셜 아카이브가 구축된다면 이용자가 원하는 콘

17) 아이디에이션은 시각적이거나 구체적, 추상적일 수도 있는 생각의 기본 요소로 이해될 수 있는 아이디어를 생성하고 발전시키는 등 창조적인 과정을 뜻하는 말이다. 아이디에이션은 혁신에서부터 발전과 실현까지 모든 생각하는 단계를 가리킨다(신동희 2013).

www.kci.go.kr

텐츠를 도출 할 수 있고, 전체 서비스의 윤곽을 조망할 수 있으며, 이용자에 대한 전반적인 이해를 바탕으로 소셜 아카이브 구축 후에도 플랫폼을 유지하고 서비스를 확장하는데 기초자료로서 활용할 수 있다. 그리고 무엇보다도 UX 디자인은 소셜 아카이브의 지속성을 유지하고, 다양한 계층의 사용자들을 끌어들일 수 있는 동력의 원천으로 작용할 수 있을 것이다.

5. 맺음말

본 연구는 "우리의 사소한 일상 기록까지 기존 기록관리 방법을 적용해야 할까?"라는 의문에서 출발하였다. 일반인들에게 일상기록은 좀 더 쉽고, 친숙한 방법이 효과적일 것이라는데 주목해 '소셜 미디어 플랫폼'을 방안으로 제시하고, UX디자인 방법론을 통해 사용자의 시각에서 접근하고자 하였다.

소셜 아카이브에 대한 존재론적 질문은 기록과 생산자, 연구자간의 '관계'에 대한 논의로 집약될 수 있다. 소셜 아카이브가 다양한 매개체들을 담는 플랫폼 역할을 자처하긴 했으나 이는 현실적으로 요원한 일이다. 이는 디지털시대에 아카이브 역할은 무엇인가에 대한 의문의 표출이었고, 관성화되어 있는 공공기관의 행정적 사고와 사업방식(손동유 2020)에 대한 새로운 방식으로의 접근이었다.

밖에서 바라보는 아카이브는 위험해 보인다. 웹 2.0이 화두가 되었던 시대에도 개방, 공유, 참여라는 특성을 제대로 바라보지 못했다. 디지털 아카이브를 표방했지만 오프라인에서만 처리 가능했던 일부 기능을 온라인에서도 접근이 가능하도록 구현하고, 검색엔진을 적용한 것 정도의 수준을 벗어나지 않는다. 4차 산업혁명이 촉발되고 있는 현 시점에서 아카이브의 역할은 무엇인가? 아카이브는 디지털 시대를 어떻게 이해하고 있으며, 사용자에

www.kci.go.kr

게 어떤 경험을 부여할 것인가? '와해성 기술(disruptive technology)'이란 개념이 있다. 새로운 세기에 걸맞은 창의적인 아이디어를 만들어내기 위해서는 낡은 기술을 해체하고 분해한 뒤에 새로운 기술을 쌓아올려야 한다는 것이다(그레고리 번스, 2008). 아카이브도 새로운 기술이나 유용한 가치를 제공하기 위해선 기존 비즈니스 모델을 체계적으로 분석하고, 기존 전통적인 방식에서 벗어나 '새로운 시각'으로 접근할 필요가 있다.

4차 산업혁명과 포스트 코로나를 대비하기 위한 전방위적인 혁신이 곳곳에서 이뤄지고 있다. 아카이브도 예외일 수 없다. 아카이브의 존립의 이유가 오직 대중을 위한 것이라 한다면 아카이브는 시대의 변화에 부응해야 할 의무가 있다. 이를 위한 사고의 출발은 "아카이브에서는 무엇을 제공할 수 있을까"가 아니라 "이용자들은 아카이브에서 무엇을 원할까"라는 질문에서 출발해야 한다. 낡은 가치는 버리고, 쇄신하여 디지털 시대에 맞는 철학을 추구해야 할 시점이다. 본 연구가 '새로운 시각'을 여는 단초가 되길 기대해본다.

〈참고문헌〉

Jacques Derrida. Translated by Eric Prenowitz. 1996.『Archive Fever』, University of Chicago Press.

nasmedia. 2019. 글로벌 SNS 이용 및 매체별 오디언스 현황. GLOBAL TREND, Vol.295.

WIRED. 2014. Ev Williams' Rules for Quality Content in the Clickbait Age. 검색일자 2020.9.2. http://asq.kr/5mWgAdr6iYeI

WIRED. 2015. 出版界を飛び出しミディアムに集結した3人が語る, ウェブ時代のジャーナリズム. 검색일자 2020.8.2. https://wired.jp/2015/01/12/medium-2

곽건홍. 2011. 일상 아카이브로의 패러다임 전환을 위한 소론.『기록학연구』, 29, 3-33.

권순명 · 이승휘. 2009. 지역 아카이빙을 위한 기록화방안 연구.『기록학연구』, 21, 41-84.

그레고리 번스, 김정미 역. 2009.『아이코노클라스트』, 비지니스맵.

김덕묵. 2012. 마을문화 활성화를 위한 방안, '마을기록관'을 제안한다.『기록학연구』, 33, 39-84.

www.kci.go.kr

김덕묵. 2016. 마을기록물의 수집과 활용.『기록학연구』, 49, 299-325.
김성현 · 김인철. 2001. 컴퓨터 매개 커뮤니케이션의 의의와 미래.『커뮤니케이션학 연구』, 9, 241-260.
김왕배. 1999. 일상생활세계론.『경제와사회』, 43, 175-204.
김익한. 2010. 마을 아카이빙 시론.『기록학연구』, 26, 151-172.
김주관. 2012. 공동체의 기억을 담는 아카이브를 지향하며.『기록학연구』, 33, 85-112.
김홍열. 2013.『디지털 시대의 공간과 권력』. 한울 아카데미.
디지털타임스. 2020. "짧고 강렬하게 핵심만 전달"… '숏폼' 콘텐츠 전성시대. 검색일자 2020.8.29. http://asq.kr/JJS7kE7aU3VH
러스웅거 · 캐롤린 챈들러, 이춘희 · 이지현 역. 2010.『UX 디자인 프로젝트 가이드』. 위키북스.
매일경제. 2019. 베스트셀러 제조기 된 '브런치'. 검색일자 2020.8.17. https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2019/10/793969
미셸 마페졸리 외. 박재환 외 옮김. 2006.『일상생활의 사회학』. 한울아카데미
박준우. 2010. 온라인 브랜딩 강화를 위한 웹콘텐츠 경험요소 분석 연구.『한국디자인문화학회지』, 16(3), 215-225.
설문원. 2010. 지역 기록화를 위한 도큐멘테이션 전략의 적용.『기록학연구』, 26, 103-149.
설문원. 2011. 디지털 환경에서의 로컬리티 기록화 방법론 연구.『한국기록관리학회지』, 11(1), 207-230.
설문원. 2012. 로컬리티 기록화를 위한 참여형 아카이브 구축에 관한 연구.『기록학연구』, 32, 3-44.
설진아. 2011.『소셜 미디어와 사회 변동』. 커뮤니케이션북스.
손동유. 2020. 민간 아카이브 활성화의 의미와 과제.『기록학연구』, 65, 89-108.
손동유 · 이경준. 2013. 마을공동체 아카이브 활성화 방안.『기록학연구』, 35, 161-206.
신동희. 2013.『휴머니타스 테크놀로지』. 커뮤니케이션북스.
심성보. 2011. 일상 아카이브즈를 통한 생활세계 연구의 가능성.『국제한국학연구』, 5, 93-109.
안드리 · 송영랑 2020. '다큐멘터리 아카이빙'연구.『기록학연구』, 65, 227-251.
안병직. 2006. 서양사에서의 일상사 연구 동향.『한국사 시민강좌』, 39, 221-240.
알프뤼드케, 나종석 역. 2002.『일상사란 무엇인가』. 청년사.
오명진. 2017. 개인 기록의 특성과 기록화 전략.『기록학연구』, 53, 79-117.
오의경. 2017. 대학의 설립자 개인기록 관리에 관한 연구.『한국기록관리학회지』, 17(1), 143-161.
윤용선. 1998. 독일 일상사의 이론적 논의.『외대사학』, 8, 231-255.
윤은하. 2012. 공동체와 공동체 아카이브에 대한 고찰.『기록학연구』, 33, 3-37.

www.kci.go.kr

윤택림. 1996. 생활문화속의 일상성의 의미.『한국여성학』, 12(2), 79-117.
이경남 · 이현정 2020. 서사 기반 수집 실행지침의 설계와 개발절차.『기록학연구』, 65, 199-226.
이경래. 2013a. 영국 공동체 아카이브 운동의 전개와 실천적 함의.『기록학연구』, 37, 3-39.
이경래. 2013b. 북미지역 공동체 아카이브의 '거버넌스' 논의와 비판적 독해.『기록학연구』, 38, 225-264.
이경래. 2014. 호주 원주민 공동체 아카이브와 '평행출처주의'의 현재적 의미.『기록학연구』, 40, 29-60.
이경래. 2015. 마을공동체 아카이브의 거버넌스 모델 연구.『기록학연구』, 45, 51-82.
이경전. 2007. 비즈니스모델 관점에서의 웹2.0.『정보과학회지』, 25(10), 16-22.
이귀영. 2015. 중앙행정기관의 소셜미디어 아카이브 도입 방안에 관한 연구.『한국기록관리학회지』, 15(3), 141-167.
이영남. 2008. '마을아르페' 시론.『기록학연구』, 18, 221-254.
이영남. 2012. 공동체 아카이브, 몇 가지 단상.『기록학연구』, 31, 3-42.
이은주. 2011. 컴퓨터 매개 커뮤니케이션으로서의 트위터.『언론정보연구』, 48(1), 29-58.
이재현. 2012. 글쓰기 공간으로서의 SNS.『커뮤니케이션 이론』, 8(1), 323-351.
이재현. 2014.『SNS의 열 가지 얼굴』. 커뮤니케이션북스.
이혜린 · 박주석. 2016. 온 카와라 작품에 나타난 개인의 일상기록 연구.『기록학연구』, 49, 213-246.
이혜린 · 박주석. 2018. 앤디 워홀의 〈Time Capsule〉 작업이 갖는 기록학적 특성과 가치.『기록학연구』, 55, 73-96.
임진희 2011. 일상 아카이브즈 구축방안.『국제한국학연구』, 5, 111-128.
장원순. 2004. 사회문화교육방법으로서의 '일상생활'분석.『사회과교육』, 43(4), 167-187.
전우용. 2019. 역사는 승리한 자의 기록이다. 검색일자 : 2020.8.24 https://www.facebook.com/wooyong.chun/posts/3098446130227655?notif_id=1570757911429100&notif_t=feedback_reaction_generic
정보통신정책연구원. 2009. 가상성과 일상성의 컨버전스에 관한 연구. 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅰ), 09-25.
정보통신정책연구원. 2014. 소셜미디어의 이용 유형과 사회적 순기능 · 역기능. 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서, 14-55-03.
조화순 · 김정연. 2012. 소셜미디어의 매체 특성과 참여의 커뮤니케이션.『사이버커뮤니케이션학보』, 20(2), 95-130.

www.kci.go.kr

최유리 · 임진희. 2016. 개인기록 관리 방안 연구.『기록학연구』, 47, 5-49.
최인혁 · 이영학. 2015. 생애사 연구에 기반을 둔 개인 기록화 연구.『한국기록관리학회지』, 15(4), 49-76.
최효진 · 임진희. 2017. 개인 일기의 연구 자료로서의 가치와 전망.『기록학연구』, 46, 95-152.
카를로 진즈부르그, 김정하 · 유제분 옮김. 2001.『치즈와 구더기』. 문학과지성사.

www.kci.go.kr