BLOGOSPHERE INSIGHT

2008. 08 Vol. 6

발 행: 넷다이버㈜ 기획 : 주화영과장 Editor : 김도형이사

〈블로그얌의 블로그 통계데이터〉 저작권법에 의하여 보호를 받는 저작물입니다.
〈블로그얌의 블로그 통계데이터〉에 실린 글 및 기타 자료를 사용할 경우는 본지의 출처를 남겨서 사용하시길 바랍니다.
〈블로그얌 블로그 통계데이터〉와 관련하여 문의사항이 있으신 분은 기재된 연락처를 통해서 연락을 주시길 바랍니다.

BlogMecca

BLOGYAM

Contents

Overview
분석방법
블로고스피어에서의 정부기관 블로그
7월의 핫 이슈 및 블로그트랜드 분석
블로고스피어
블로거 활동 분석
국내 블로그 산업 현황 및 특징

Overview

01 블로고스피어에서의 정부기관 블로그

정부기관과 블로그 그리고 블로고스피어.....

정부기관은 블로그를 하나의 홍보의 공간으로 활용하고 있다. 기관의 소식과 정보를 포스팅 하는 경우가 대부분이다.
홈페이지에서 이야기할 수 없었던 현실적인 이야기를 포스팅하기 보다는 정부기관의 일방적인 소식과 정보를 전달하기 위한 포스팅을 하는 경우가 대부분인 것으로 나타났다.

02 7월의 세대별 관심 이슈 및 트랜드

7월, 촛불은 점점 사라지고 독도와 놈놈놈이 관심의 중심에.....

첫째주는 "천주교 정의 구현 전국사제단"의 시국미사로 광우병과 촛불집회에 대한 포스팅이 다시 늘어났다.
둘째주는 예능프로인 1박2일의 백두산편이 방영되어서 많은 관심을 받았으며, 칸에서 인정받은 한국 최초 웨스턴 영화인 '놈놈놈'의 개봉을 앞서 영화팬들의 기대를 모았다.
셋째주는 일본이 중학교 교과서해설서에 독도를 일본 영토 표기 문제 및 [유고걸]로 2년반 만에 컴백에 섹시퀸 이효리와 [신데릴라]로 솔로 미니앨범을 낸 신상녀 서인영에 대한 포스팅도 많았다.
넷째주는 독도 문제로 일본과 독도에 대한 포스팅이 많았으며, 1주일 만에 300만을 넘은 놈놈놈의 인기로 3명의 주연배우에게로 관심이 확대되었다.
다섯째주는 놈놈놈과 독도에 대한 관심은 계속 이어졌으며, 90년대 사회적 이슈를 만들어온 문화대통령이였던 서태지의 컴백으로 많은 주목을 받았다.
처음로 시민이 뽑는 교육감선거에 대한 낮은 관심의 우려의 목소리가 포스팅에 반영되었다.

03 7월 블로고스피어 분석

촛불, 독도, 그리고 놈놈놈

6월에 비해 7월의 포스팅 수와 댓글 수가 조금씩 증가 추세이다.
기말고사 종료와 방학이 시작된 7월 중순부터 블로깅이 활발해졌으며, 새로운 이슈인 독도 문제가 포스트 증가에 한 축을 담당한 것으로 보인다.

Analysis Method

↘ 분석자료

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

↘ 분석대상

네이버, 다음, 이글루스, 티스토리, 엠파스, 조인스 블로그 중 임의로 추출한 3만개의 표본블로그(기업블로그 제외)

↘ 데이터 기간

2007년 8월 ~ 2008년 7월

↘ 주요개념 정의

블로그(Blog) : 일종의 1인 미디어로써 자신만의 웹사이트에 자신의 생각과 지식을 공유하거나, 자신의 일상 등을 자유롭게 올리고 타인과 커뮤니케이션 하는 공간
블로거(Blogger) : 자신의 블로그를 가지고 블로그를 운영하는 사람
포탈형 블로그 : 포탈사이트(ex : 네이버, 다음)에서 제공하는 블로그 서비스
전문 블로그 : 블로그 전문 사이트(ex : 티스토리, 이글루스)에서 제공하는 블로그 서비스
블로고스피어(Blogosphere) : 커뮤니티아 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.

the government & Blogosphere

2008. 7월

정부기관과 블로그 그리고 블로고스피어

기업과 정부기관은 소비자와 국민과 원활한 커뮤니케이션을 위하여 새로운 매체를 적극적으로 활용하고 있다. 그 예로 미니홈피를 운영하였고, 블로그가 대중화된 지금은 블로그를 운영하고 있다.

정부기관은 블로그를 어떻게 활용하고 있는지 살펴보자.

정부기관은 블로그를 하나의 홍보의 공간으로 활용하고 있다. 기관의 소식과 정보를 포스팅 하는 경우가 대부분이다.
홈페이지에서 이야기할 수 없었던 현실적인 이야기를 포스팅하기 보다는 정부기관의 일방적인 소식과 정보를 전달하기 위한 포스팅을 하는 경우가 대부분인 것으로 나타났다.

이러한 블로깅은 블로그란 매체를 이해하지 못하고, 그저 홈페이지 정도로 생각하는 인식의 부제에서 오는 현상인 듯 하다,
그러다 보니 사회적 이목과 블로거의 관심을 많이 끌지 못하는 상황으로 진행되고, 이러한 블로그는 그 생명을 유지하지 못하고 고사한다.

정부기관의 블로그가 사회적 관심을 받기 위해서는 지금처럼 해당 기관의 홍보내용을 딱딱하게 전달하는 포스팅만 하지 말고, 정부기관의 다양한 에피소드를 비롯하여 부드럽고 재미있는 포스팅을 해야 할 것이다. 그리고 여러 블로거와 커뮤니케이션을 하면서 관계형성에도 신경을 쓰는 것이 바람직하다.

정부기관의 블로그 운영 형태

운영주체	운영방식	운영 블로그 수	운영목적	블로그에 대한 연결성
• 정부기관 대표 블로그 • 기관의 특정 부서의 대표 블로그	• 블로그 운영 담당자 1명이 운영(전담 업무가 아닌 보조 업무인 경우가 높음) • 여러 직원이 순번을 정해서 운영(팀 블로그 운영방식과는 다름)	• 1개의 정부기관에서 1개의 블로그만 운영 • 1개의 정부기관에서 여러 벤더의 블로그 운영 (네이버와 다음 블로그를 가장 많이 운영)	• 정부기관 홍보 • 특정 사업 홍보 • 정부기관의 공무원을 위한 홍보(대한민국 정책 포털 블로그 이용)	• 기관 홈페이지에 블로그 • 링크가 있는 경우보다 없는 정부기관이 더 많음

블로그 운영자에 따른 정부기관 블로그 운영패턴

블로그 전담 운영자가 있는 경우	블로그 전담 운영자가 없는 경우 (여러 사람이 함께 블로깅 하는 경우, 담당자는 있으나 블로그 운영이 보조업무인 경우)
• 꾸준히 포스팅 한다. • 단순히 조직의 정보 홍보성 내용만 담지 않고, 조직의 생각과 시선이 포스팅에 담길 확률이 높다. • 댓글에 대한 답변 등의 방식으로 블로거와의 커뮤니케이션에 교류가 많아질 수 있다.	• 정부조직의 홍보 기사를 일방적으로 포스팅 하는 경우가 많다. • 포스팅이 정기적이지 않는 경우가 많다. • 갑자기 포스팅을 하지 않는 경우가 있다. • 댓글에 대한 답변 등의 방식으로 블로거와의 커뮤니케이션에 신경 쓰지 않는 경우가 많다.

the government & Blogosphere

2008. 7월

조사대상 : 최근 3개월 이내에 포스팅된 정부기관 블로그

검색사이트에서 검색해도 찾기가 어려울 뿐만 아니라, 블로그를 가지고 있는 정부기관의 홈페이지에 해당 기관의 블로그를 링크 되지 않는 경우도 많았다. 검색된 블로그 중에서 최근 3개월에 포스트팅이 1회라도 된 정부기관의 블로그 10개가 조사 되었다.

경북도청
공정거래위원회
노동부(직업능력개발블로그)
농수산식품부
농촌진흥청
문화체육관광부 뉴미디어산업과
사법부
지식경제부
청와대
행정안전부

* 문화체육관광부의 '대한민국정책 포털 사이트(http://blog.korea.kr)'에는 거의 모든 정부기관마다 블로그가 있다고 하지만, 공무원을 1차 대상으로 하고 일반 국민을 2차 대상으로 한 경우는 제외하였다.

* 정부기관을 대표하는 블로그가 아닌 공무원 개인이 운영하는 블로그는 제외하였다.

정부기관 블로그

정부기관 블로그의 시작과 현재
2005년부터 블로그를 개설한 정부기관이 나타났으며, 2006년 1월 청와대에서 블로그를 개설한 이후부터 정부기관 블로그가 조금씩 생겨나기 시작했다. 2008년 8월 현재 정부기관의 블로그는 많지 않은 것으로 나타났다.

정부기관 블로그 개설 순위

			최초 포스팅 날짜
1	공정거래위원회	http://blog.daum.net/ftc_news	2005-07-04
2	지식경제부	http://blog.daum.net/mocie	2006-01-03
		http://blog.naver.com/mocienews	2006-03-27
3	농수산식품부	http://blog.daum.net/maf2006	2006-01-16
4	경북도청	http://blog.naver.com/gbnadri	2007-01-31
5	행정안전부	http://blog.naver.com/happymogaha	2007-02-07
		http://blog.daum.net/happymogaha	2007-02-08
6	문화체육관광부 뉴미디어산업과	http://newmedia20mct.tistory.com	2007-06-05
7	농촌진흥청	http://blog.naver.com/rda2448	2007-06-21
8	사법부	http://blog.naver.com/law_zzang	2007-08-27
9	청와대	http://blog.naver.com/mb_nomics	2008-04-16
		http://blog.daum.net/mbnomics	2008-04-16
10	노동부	http://blog.naver.com/upgrade_u	2008-05-31

*데이터 기준 : 2007년 7월

경북도청
- 2007년 1월에 첫 포스팅 시작
- 2007년 7월부터 2008년 6월까지 포스팅이 없었다가 2008년 07월부터 다시 포스팅 시작

Blog Mecca
BLOGYAM

the government & Blogosphere

2008. 7월

7월의 정부기관 블로그 가격 순위

			블로그 가격
1	농촌진흥청	http://blog.naver.com/rda2448	5,446,830원
2	지식경제부	http://blog.daum.net/mocie	5,142,255원
		http://blog.naver.com/mocienews	2,909,620원
3	행정안전부	http://blog.naver.com/happymogaha	3,383,505원
		http://blog.daum.net/happymogaha	3,004,265원
4	농수산식품부	http://blog.daum.net/maf2006	3,198,100원
5	청와대	http://blog.naver.com/mb_nomics	2,655,470원
		http://blog.daum.net/mbnomics	616,005원
6	공정거래위원회	http://blog.daum.net/ftc_news	2,586,300원
7	사법부	http://blog.naver.com/law_zzang	2,115,655원
8	경북도청	http://blog.naver.com/gbnadri	1,170,690원
9	노동부(직업능력개발블로그)	http://blog.naver.com/upgrade_u	661,730원
10	문화체육관광부 뉴미디어산업과	http://newmedia20mct.tistory.com	405,035원

*데이터 기준 : 2007년 7월

정부기관 블로그의 포스트와 댓글 수

			총 포스트 수	총 댓글 수
1	지식경제부	http://blog.daum.net/mocie	2,095	280
		http://blog.naver.com/mocienews	1,558	231
2	공정거래위원회	http://blog.daum.net/ftc_news	1,273	164
3	행정안전부	http://blog.naver.com/happymogaha	1,239	724
		http://blog.daum.net/happymogaha	1,039	137
4	농촌진흥청	http://blog.naver.com/rda2448	1,036	10,921
5	농수산식품부	http://blog.daum.net/maf2006	854	3,554
6	경북도청	http://blog.naver.com/gbnadri	456	4,648
7	사법부	http://blog.naver.com/law_zzang	448	849
8	청와대	http://blog.naver.com/mb_nomics	140	10,024
		http://blog.daum.net/mbnomics	136	5,654
9	문화체육관광부 뉴미디어산업과	http://newmedia20mct.tistory.com	122	224
10	노동부(직업능력개발블로그)	http://blog.naver.com/upgrade_u	121	434

*데이터 기준 : 2007년 7월

Qmecca Blog

BLOGYAM

the government & Blogosphere

2008. 7월

정부기관 블로그

지식경제부 블로그

블로그 개설 2006년 1월 다음블로그 개설, 2006년 3월 네이버블로그 개설
네이버블로그 보다는 다음블로그가 더 활성화 되어있다.
네이버와 다음블로그의 내용은 거의 비슷하나, 다음블로그에 더 많이 포스팅 된다.

포스팅 주제
산업지식에 대한 다양한 정보와 지식이 대부분이다.
동영상 뉴스가 80%정도 차지한다.(다음 블로그)

포스팅 스타일
다양한 산업에 대해서 전문적인 지식내용이 포스팅 된다.(해당 분야에 종사하지 않으면 어려운 내용이 있다.)
방문자와 커뮤니케이션 교류가 거의 없다. (댓글에 답변하지 않음)
다음블로그는 꾸준한 포스팅이 되고 있다.
지식경제부 블로그 기자단의 포스트가 포스팅 된다.

블로그에 대한 호응도
포스팅 수는 많지만, 그에 대한 댓글은 거의 없다.

지식경제부
Ministry of Knowledge Economy

농촌진흥청 블로그

블로그 개설 2007년 06월 네이버 블로그 개설

포스팅 주제
농업 및 농촌진흥청 관련 뉴스 80% 정도 차지 한다.

포스팅 스타일
최근 1백개 정도의 포스트를 꾸준히 작성한다.
정보홍보내용으로 일방적인 전달방식의 포스팅이 대부분이다.
농촌 진흥청의 생각이나 시선은 찾아보기 어렵다.
방문자와 커뮤니케이션 교류를 하지 않는다. (댓글에 답변하지 않음)

블로그에 대한 호응도
2007년 하반기에는 다른 정부기관에 비해서 댓글이 많았다.
(2007년에는 히트수 이벤트 및 매월 특별 이벤트를 진행해서 블로그 활성화에 노력을 했었다.)
2008년 이후부터 댓글이 급격히 감소하였다.

농촌진흥청
RURAL DEVELOPMENT ADMINISTRATION

Qmecca Blog

BLOGYAM

the government & Blogosphere

2008. 7월

정부기관 블로그

청와대 블로그

블로그 개설 2006년 1월에 네이버, 다음, 파란, 엠파스에 블로그 개설
2008년 4월 이전 포스팅은 모두 삭제 또는 비공개
2008년 4~5월에 포스팅이 많았으나 6~7월 포스팅이 거의 없다.

포스팅 주제
대통령 미일 순방에 대한 포스팅이 50% 이상을 차지한다.
한중 정상회담에 대한 포스팅 30% 정도 차지한다.

포스팅 스타일
정부활동 홍보내용으로 일방적인 전달방식의 포스팅 대부분이다.
방문자와 커뮤니케이션 교류가 거의 없다. (댓글에 답변이 거의 없음)

블로그에 대한 호응도
다른 정부기관 블로그에 비해서 포스트에 댓글이 많이 달린다.
정부 정책을 지지하는 댓글도 많지만, 비평하는 댓글도 많다.
네이버, 다음, 파란 블로그 중에서 네이버 블로그에 가장 댓글이 많다.

청와대가 2006년에 블로그를 개설하였 때, 반응은 2가지로 나뉘었다.
언론은 긍정적이기 보다는 우려와 비난을 했다. "대안매체 만들기의 일환", "권력이 전례 없이 언론이 되고자 하는 시도", "청와대의 지나친 인터넷 집착"이라며 청와대에 대해서 비난했다.

학자 등 시민사회는 청와대와 언론에 대해서 아래와 같은 평가를 했다.
청와대에 대해서는 부정적인 평가보다는 "인터넷의 쌍방향성을 활용해 국민과 의사소통의 공간을 확보하려는 노력은 긍정적으로 봐야 한다."는 긍정적인 목소리가 더 많았다. 그리고 청와대에 대한 비판하는 언론에 대해서는 "기성 언론이 자신의 기득권과 영향력이 축소되지 않을까 하는 우려에서 나온 비판일 뿐"이라는 분석을 했다.

청와대 블로그 개설 배경에는 '노 대통령이 기성 언론과 소통의 실패를 인터넷의 쌍방향성을 통해 극복 하려는 의도'가 있었다고 본다.
하지만 국민과 소통하려는 시도는 좋은 평가를 받아야 한다. 블로그를 통해서 국민과 소통이 잘 될 수 있기를 바란다.

정권이 바뀌었기 때문에 이전 정권의 포스트(2008년 4월 이전 포스팅 삭제)를 청와대 블로그에서 볼 수 없는 것은 유감이다. (참여 정부의 자료를 디지털 기록실에 이관 저장되었다 하지만, 이전 블로그에 대한 자료는 찾기가 쉽지 않다고 한다.)

정권이 바뀌어서 블로그 운영에 대한 정책이 바뀌었더라도, 이전 정권부터 청와대 블로그에 방문하던 블로거를 위해 이전 정권의 포스팅 내용을 별도의 카테고리에 넣었으면 하는 아쉬움이 든다.

BLOGYAM

POSTING KEYWORD
2008. 7월

7월, 촛불은 점점 사라지고 독도와 놈놈놈이 관심의 중심에

7월 첫째주는 "천주교 정의 구현 전국사제단"의 시국미사로 광우병과 촛불집회에 대한 포스팅이 다시 늘어났다.

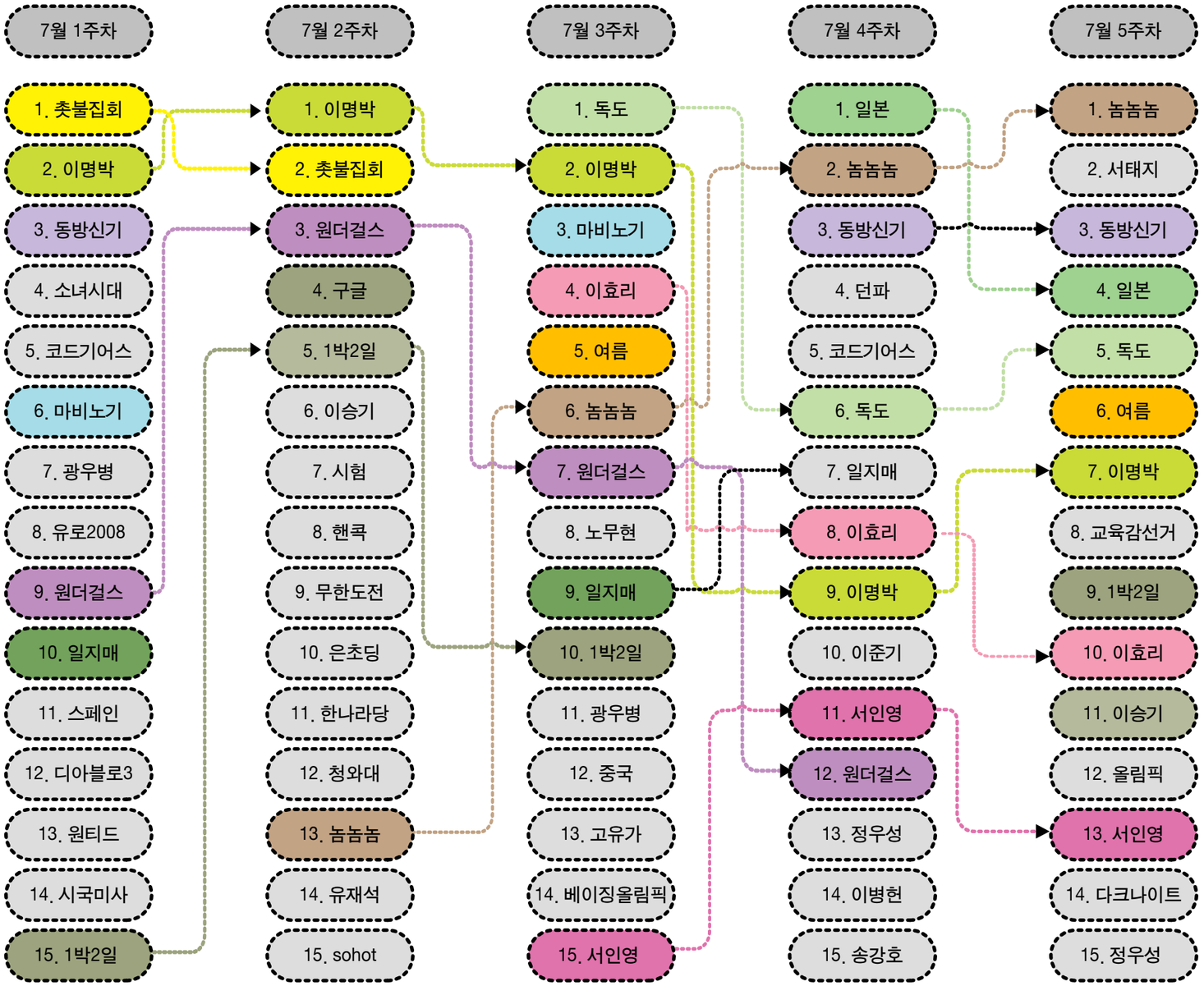
7월 둘째주는 예능프로인 1박2일의 백두산편이 방영되어서 많은 관심을 받았다.
특히 허당승기(이승기)과 은초딩(은지원)의 인기가 높았으며, 칸에서 인정받은 한국 최초 웨스턴 영화인 '놈놈놈'의 개봉을 앞서 영화팬들의 기대를 모았다.

7월 셋째주는 일본이 중학교 교과서해설서에 독도를 일본 영토 표기 문제로, 우리의 영토 독도에 대한 대한 관심이 뜨거웠으며, 또한 놈놈놈의 개봉으로 많은 사람의 이목이 쏠렸고, 놈놈놈에 대한 극찬과 비평이 공존하는 양상을 보였다.
[유고걸]로 2년반 만에 컴백에 섹시퀸 이효리와 [신데릴라]로 솔로 미니앨범을 낸 신상녀 서인영에 대한 포스팅도 많았다.

7월 넷째주는 독도 문제로 일본과 독도에 대한 포스팅이 많았으며, 독도를 지키는 방법에 대한 다양한 아이디어와 이야기가 쏟아졌다.
일주일 만에 300만을 넘은 놈놈놈의 인기로 3명의 주연배우(이병헌, 정우성, 송강호)에게로 관심이 확대되었다.

7월 다섯째주는 놈놈놈과 독도에 대한 관심은 계속 이어졌으며, 90년대 사회적 이슈를 만들어온 문화대통령이였던 서태지의 컴백으로 많은 주목을 받았다.
처음로 시민이 뽑는 교육감선거에 대한 낮은 관심의 우려의 목소리가 포스팅에 반영되었다.

포스트 주제로 본
7월 핫 이슈 및 블로고스피어 트랜드. 전체세대



Blog Mecca

BLOGYAM

POSTING KEYWORD

2008. 7월

1318

1318세대는 독도보다는 아이돌 가수에게 더 많은 관심을.....

7월 첫째주 촛불집회에 대한 관심은 점점 줄어들었다. 1318세대의 주된 관심사인 아이돌가수(동방신기, 소녀시대, 슈퍼주니어, 빅뱅)와 애니에 대한 포스팅이 많았다.

7월 둘째주 역시 주 관심사는 아이돌이었으며, 기말고사에 대한 포스팅과 일본 드라마, 애니에 대한 포스팅이 늘어났다.

7월 셋째주는 방학에 대한 포스팅이 많았으며, 기말고사 준비로 줄어든 1318세대의 포스팅이 늘어나기 시작했다. 또한 개봉일 하루만에 40만을 넘긴 놈놈놈에 관심이 높았고, 유고걸로 컴백한 이효리에 대한 포스팅도 많았다.

7월 넷째주는 독도 문제로 일본과 독도에 대한 포스팅이 많았으며, 독도를 지키는 방법에 대해서 다양한 이야기가 쏟아졌다.
방학이 시작된 만큼 일본애니메이션(가정교사히드맨리본, 공의 경계, 블리치, 스지미야 하루히의 우울, 칭송받는자)이 많은 관심을 받았다.

7월 다섯째주 놈놈놈의 관심은 이어졌으며, 독도에 대한 관심이 드디어 15위권 안에 들어왔다. 90년대 사회적 이슈를 만들었던 서태지의 컴백에 대해서 높은 관심을 보였고, 빠삐코 노래를 리믹스한 빠삐놈은 인터넷에게 큰 인기를 얻었다.

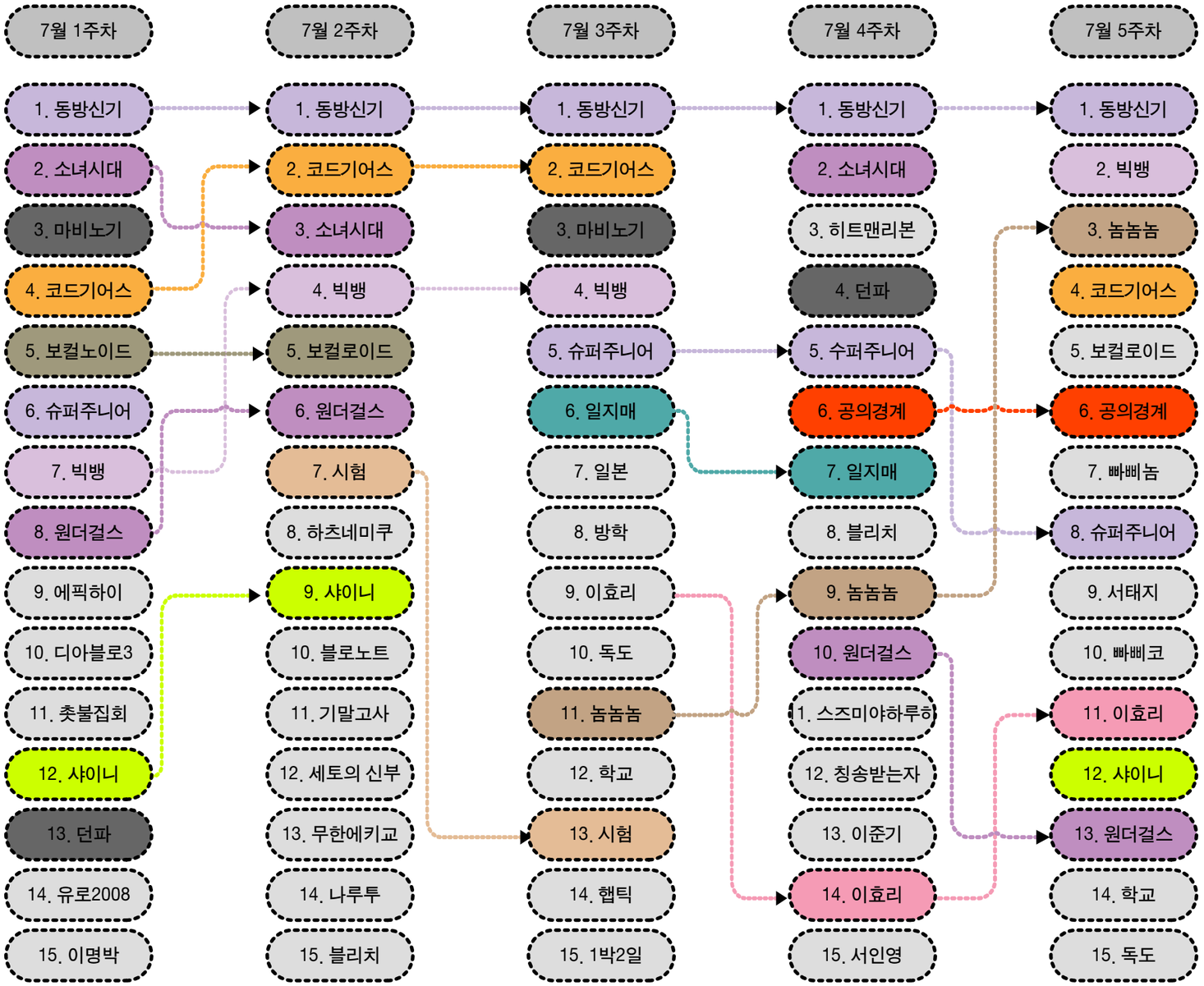
1318세대의 주요태그를 통해서 본 이들의 주된 관심은 아이돌 가수와 학교생활이었다. 일본 관련된 태그가 상위권에 노출되었는데, 일본문화가 어린세대에 얼마나 깊숙히 자리잡혀 있는지 알 수 있었다.

*빠삐놈 (빠삐코 + 놈놈놈)

7월 하순부터 빠삐놈이 퍼지기 시작하여 급속도로 퍼지기 시작했다. 놈놈놈 영화 ost에 아이스크림 광고 빠삐코 가사를 리믹스 한 것으로 적절한 랩과 리듬감으로 중독성이 강하다고 한다.
전진, 구준엽 등 댄스동영상과 빠삐놈 노래가 결합한 빠삐코 동영상이 만들어졌다.
빠삐놈의 인기로 빠삐코의 판매량이 작년 동원대비 최고 40%이상 늘었다고 한다.

포스트 주제로 본

7월 핫 이슈 및 블로고스피어 트랜드. 1318세대



Mecca Blog

BLOGYAM

포스트 주제로 본

7월 핫 이슈 및 블로고스피어 트랜드. 1924세대

POSTING KEYWORD

2008. 7월

1924

촛불 그리고 유로 2008.....

7월 첫째주, 코드기어스와 유로2008에 대한 관심은 계속 이어졌으며, 프랑스 월드와이드인테이션 현장에서 디아블로3가 발표되어 주목을 끌었다. (디아블로3는 발매일은 빨라야 내년이라고 한다.)

7월 둘째주는 일본 애니, 연예인, 드라마 등 일본문화가 상위권을 차지하였다. 불량히어로를 갱생시키는 헐드우드 영화 햅콕이 개봉해서 잠깐 관심을 받았다.

7월 셋째주는 오우삼 감독의 새로운 블록버스터급 프로젝트 영화 적벽대전에 대한 포스팅이 많았으며, 터치폰인 햅틱에 대한 포스팅이 많았는데, 동방신기와 소녀시대를 모델로 어린세대를 타겟팅한 광고가 실제 구매력이 있는 1924세대의 관심을 끈 것으로 보인다.

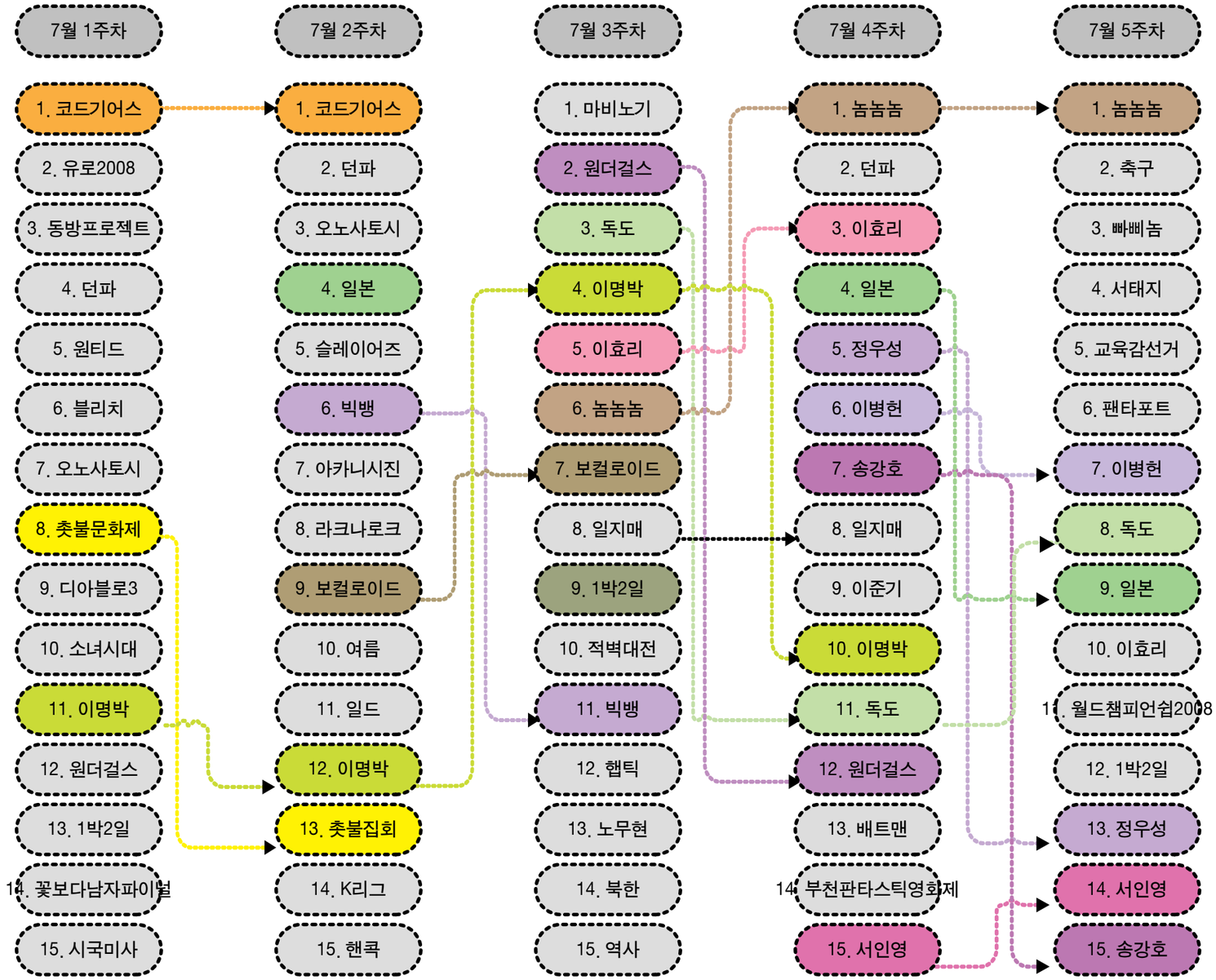
7월 넷째주, 놈놈놈은 영화 뿐만 아니라 세남자 배우(이병헌, 정우성, 송강호)에게로 관심이 확대되었다. 독도에 대한 일본의 국제적이면서 치밀한 계획에 맞서야 한다는 포스팅이 많았으며 10일간 열린 부천국제판타스틱영화제에 대한 포스팅도 눈에 띄었다.

7월 다섯째주는 7월 25일부터 3일간 열린 한국의 록 페스티발인 '펜타포트'에 대한 포스트가 눈에 띈다. 펜타포트는 한국의 록 음악가와 세계 유명 뮤지션이 참여하는 한국의 드문 대형 록 페스티발이다.
90년대 사회적 이슈를 만들었던 서태지의 컴백에 대해서 높은 관심을 보였다.

1924세대는 시간적 여유와 경제적 여유를 어느 정도 가지고 있기 때문에 다른 세대보다 영화를 비롯하여 축제나 행사에 더 많은 관심을 보이고 있다.

*오토사토시

절정의 인기를 자랑하는 일본의 톱그룹, 아라시의 리더이다.
평소 깔끔한 순수남으로 한국과 일본에서 큰 사랑을 받고 있으며, 한국드라마 '마왕'을 리메이크한 일본판 '마왕'에 오토사토시가 주연으로 등장, 높은 관심을 받게 되었다.



Mecca Blog

BLOGYAM

포스트 주제로 본

7월 핫 이슈 및 블로고스피어 트랜드. 2529세대

POSTING KEYWORD

2008. 7월

2529

촛불, 독도 그리고 놈놈놈.....

7월 첫째주는 촛불집회를 비롯하여 광우병, 시국미사, 조중동에 관련된 포스팅이 여전히 많았으며 미국 애플사에 출시한 3G 아이폰 출시에 많은 관심을 보였다. 새로운 전자제품에 대한 경재력 있는 20대의 관심이 표현이라고 볼 수 있다.

7월 둘째주는 예능프로인 1박2일 백두산편이 많은 이목을 끌었고, 허당승기(이승기), 은초딩(은지원)이 많은 사랑을 받았다.
기획재정부 강만수장관의 사퇴를 주장하는 포스팅이 많았으며, 가상결혼 프로그램인 [우리결혼했어요]에서 알렉스, 신애커플의 복귀사실이 관심을 받았다. 금강산 피살사건 의문에 대한 포스팅이 많았다.

7월 셋째주는 일본의 중학교 교과서 해설서에 독도를 일본영토로 표기한 것에 대해 분개하는 포스팅이 많았고 권상우, 손태영 결혼발표로 많은 사람들이 놀라움을 표현했다.

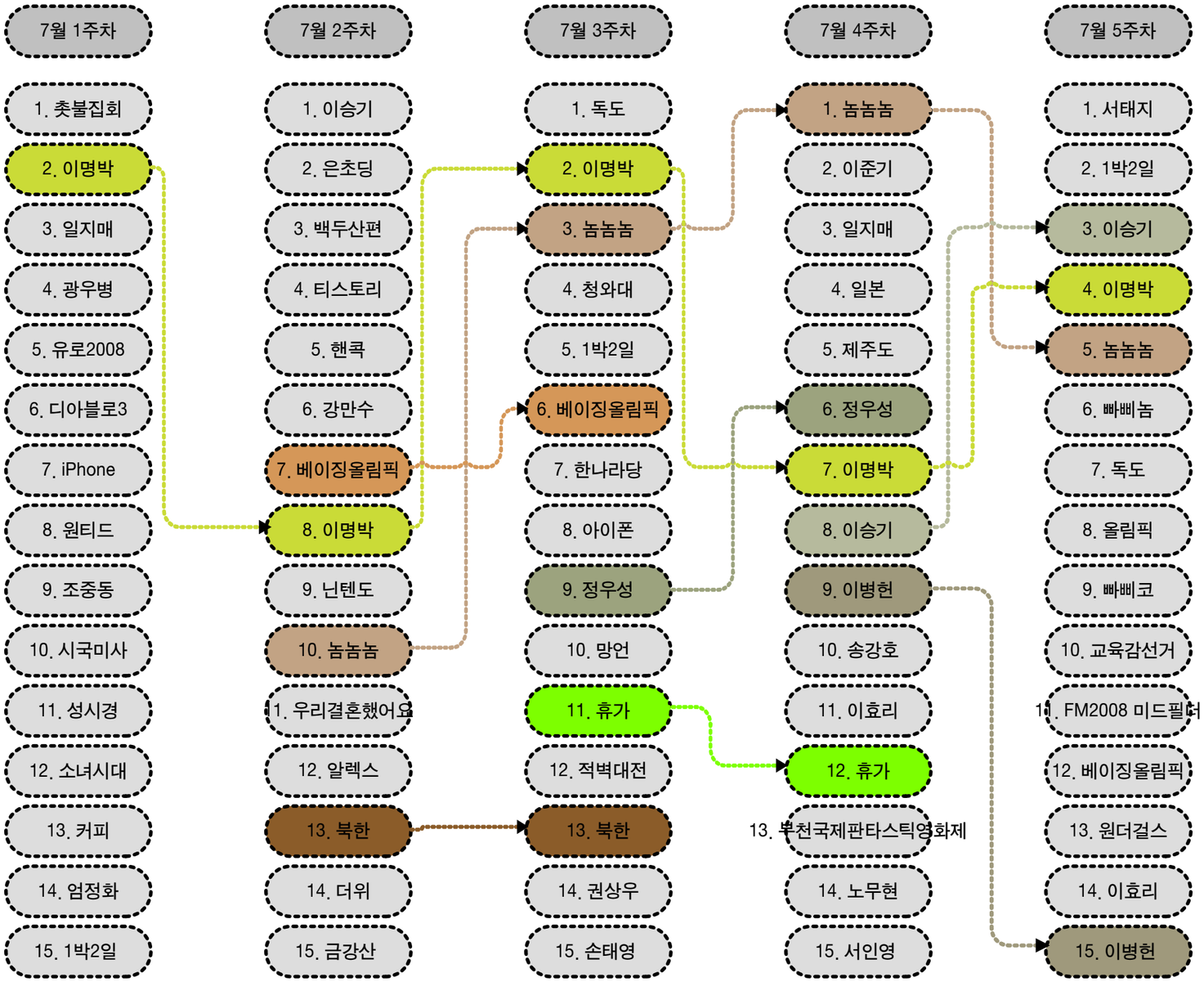
7월 넷째주는 일지매와 그 주인공인 이준기에 대한 포스팅이 다른 세대들보다 눈에 띄게 많았다. 부천국제판타스틱영화제에 대한 포스팅에 대한 포스팅도 많았다.

7월 다섯째주는 놈놈놈과 세 주연배우에 대한 포스팅은 계속되었고, 또한 독도에 대한 사랑과 독도를 일본으로부터 지키는 방법에 대한 포스팅도 이어졌으며, 8월에 있을 올림픽에 대한 기대와 관심도 포스팅으로 표현되었다.

2529세대는 정치, 사회, 문화 등 다양한 분야에 관심을 두루 보이고 있다. 새로 출시한 전자제품에 대해서 가장 빠른 관심을 나타내고 있다.

*부천국제판타스틱 영화제

부천국제판타스틱영화제는 올해로 12째를 맞았으며, 국제 영화제로서의 위상 또한 커졌다. 7월18일~7월 27일 10일간 열렸고, 작품상으로 추격자의 나홍진, 남우주연상은 제 1규칙의 정이건, 여문락, 여우주연상은 추격자의 서영희가 받았다.



Blog Mecca

BLOGYAM

포스트 주제로 본

7월 핫 이슈 및 블로고스피어 트랜드. 3040세대

POSTING KEYWORD

2008. 7월

3040

고유가, 독도, 놈놈놈 그리고 촛불.....

7월 첫째주는 촛불집회, 시국미사(천주교), 조중동 등 정치 관심은 계속 이어졌으며 디아블로3가 주목을 끌었고, 90년대 섹시스타 엄정화의 컴백에 대한 포스트와 40살이라는 것이 믿기지 않는다는 내용이 많았다.

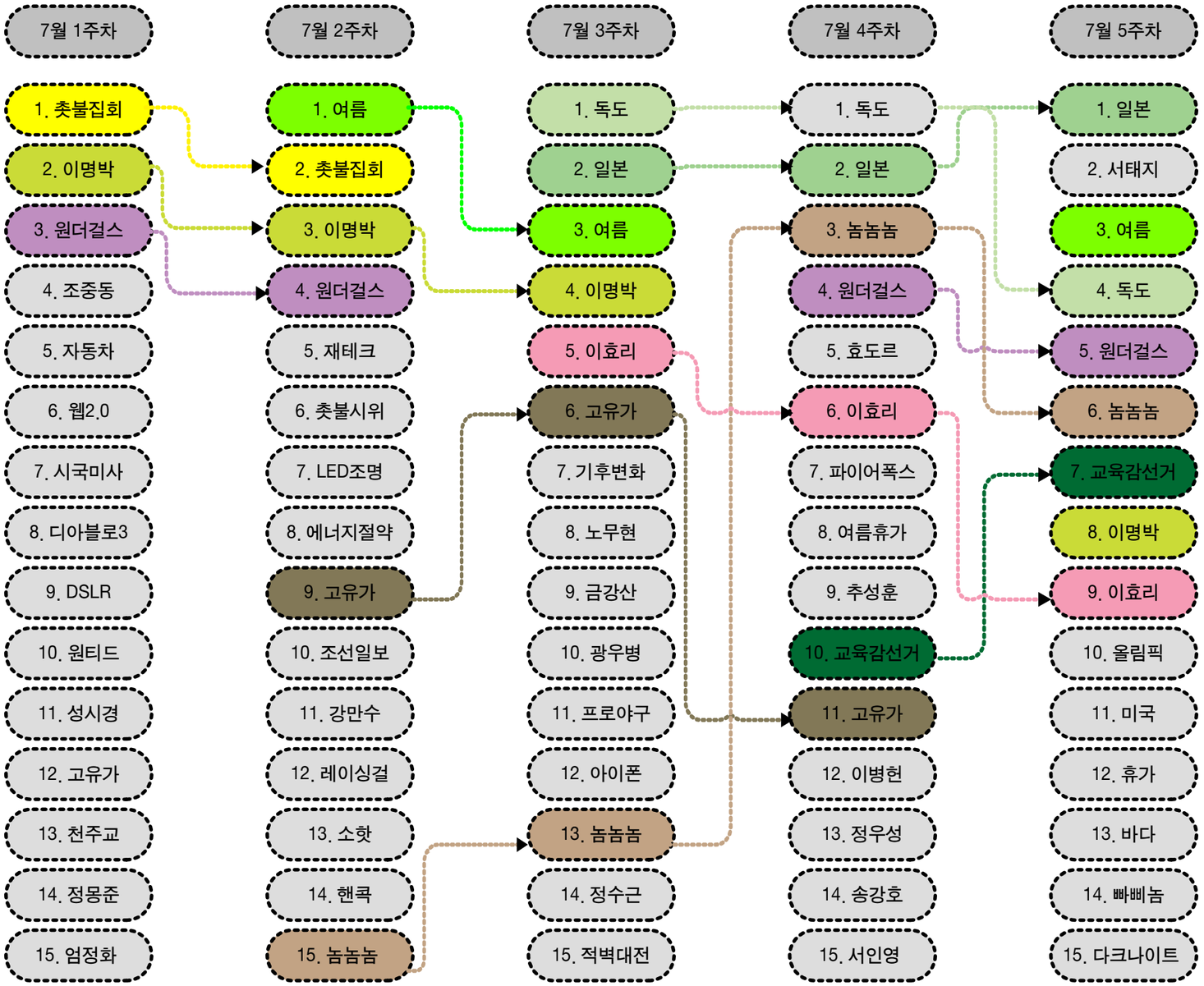
7월 둘째주는 계속되는 물가상승로 인해서 재태크에 대한 관심이 높아졌다. 연일 치솟는 기름값으로 고유가, LED조명, 에너지 절약 등에 대한 포스트가 눈에 갑자기 증가했으며 기획재정부 강만수장관의 사퇴를 주장하는 포스팅이 많았다.

7월 셋째주는 독도를 일본영토로 표기한 것에 대한 이슈가 크게 작용했으며, 온난화로 인한 이상기온현상과 기후변화에 대한 포스팅이 많았다.

7월 넷째주는 놈놈놈은 영화 뿐만 아니라 세남자 배우에게로 관심이 확대되었으며, 자녀교육에 관심이 많은 세대인 만큼 교육감선거가 이슈로 작용하였다.

7월 다섯째주는 미국이 독도를 리앙크루암으로 표기변경했다가 부시방한으로 명칭을 다시 독도로 표기를 변경한 것에 대한 포스팅이 많았다. 90년대 사회적 이슈를 만들었던 서태지의 컴백에 대해서 높은 관심을 보였다.

3040세대는 경제를 책임지는 세대이니 만큼 경제를 비롯하여 재태그, 절약 등에 대한 관심과 환경에 대한 관심이 다른 세대들 보다 높다.



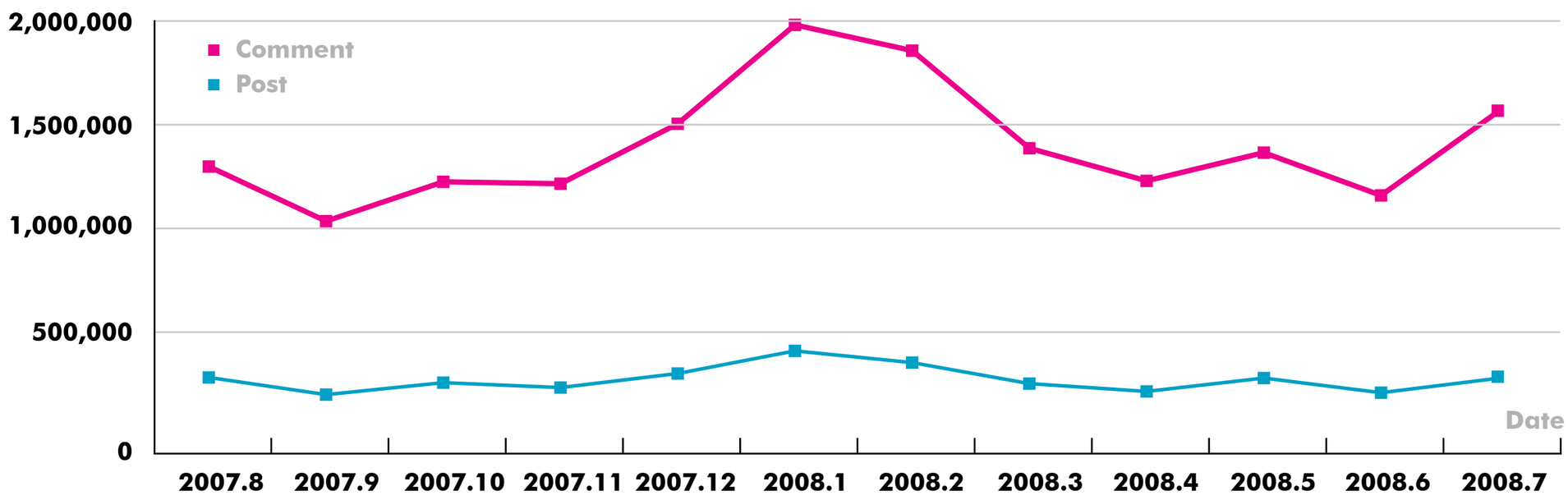
*LED 조명

LED 조명은 가격이 비싸다는 이유로 애용되지 못했는데, 고유가 시대를 맞이하여 에너지 효율 때문에 추천되고 있으며, LED 조명의 장점은 에너지 효율이 높고 고장율이 적고 수명이 긴 특징을 가지고 있다.

QMecca Blog

BLOGYAM

Blogosphere



* 데이터 기준: 2007년 8월~2008년 7월에 포스팅 된 포스트

7월의 블로고스피어는.....

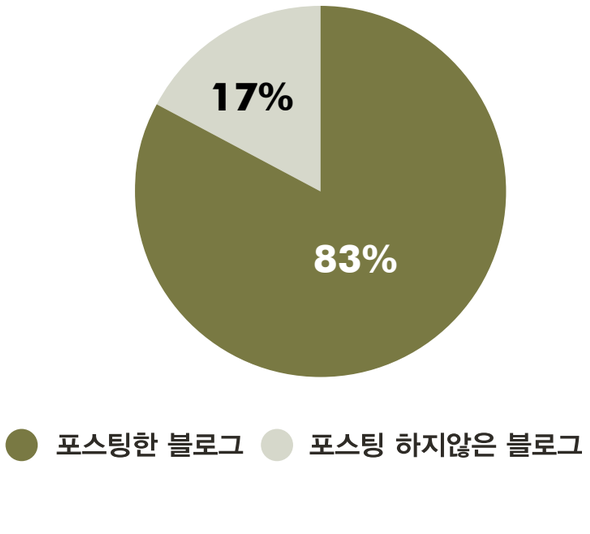
6월에 비해 7월의 포스팅 수와 댓글 수가 조금씩 증가 추세이다.
기말고사 종료와 방학이 시작된 7월 중순부터 블로깅이 활발해졌으며, 새로운 이슈인 독도 문제가 포스트 증가에 한 축을 담당한 것으로 보인다.

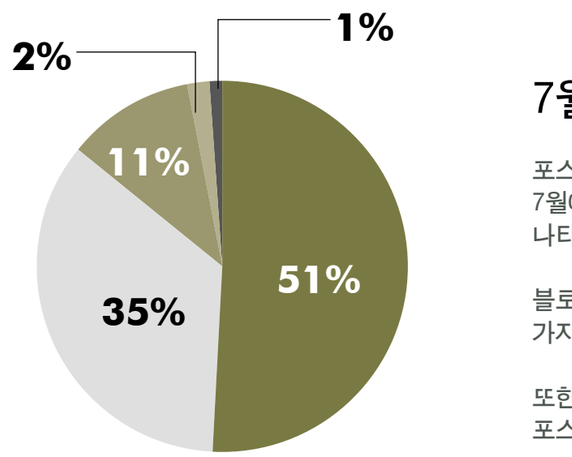
그리고 촛불의 기세는 꺼질 기미가 보이지 않고, 고유가 및 계속 어두워지는 경제상황에 대한 포스팅과 역시 이와 맞물려 정치적 이슈가 크게 작용하고 있는 듯 하다.

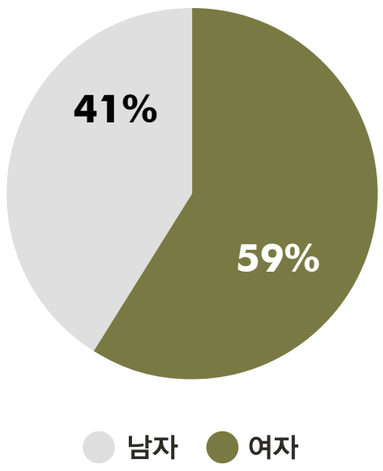
또한 영화 놈놈놈의 출현과 양대 디바인 이효리, 엄정화의 신곡 발표 및 이들의 아성에 도전하는 신상녀 서인영에 대한 재미난 구도가 형성되고 있으며,
일본 문화에(일본 드라마, 애니메이션, 만화, 아이돌 등) 대한 포스팅은 여전히 강세를 띄고 있다.

Analysis of Blogger's Activity . 1

* 데이터 기준 : 2008년 7월에 포스팅한 블로그







7월에 포스팅 한 블로거가 증가.....

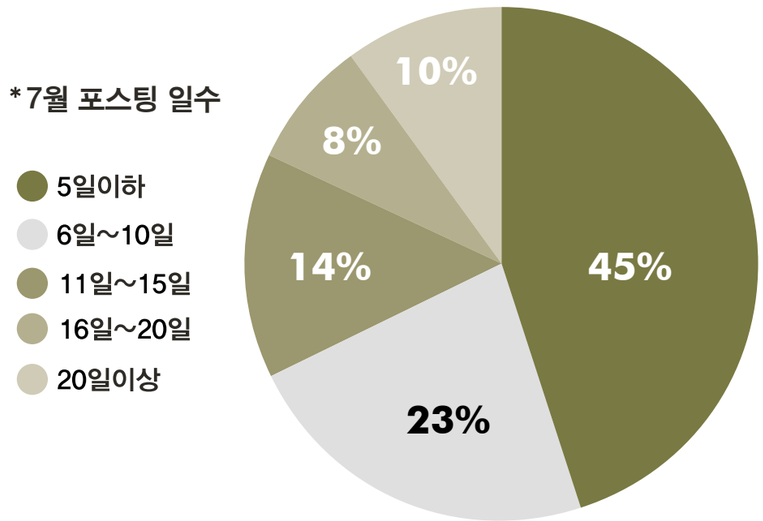
포스팅한 블로거들의 비율을 비롯하여 성별과 연령비율은 최근 6개월 동안 차이가 거의 없는 것으로 나타났다. 7월에 포스팅 한 블로그는 전체 블로그의 83%가 블로깅을 하였으며, 17%는 블로깅을 전혀 하지 않은 것으로 나타났다.

블로그는 일반 인터넷 서비스의 보다 감성적으로 접근할 수 있고, 편안한 자신만의 공간의 성격을 가지고 있기 때문에 남성보다는 여성 블로거가 포스팅을 더 많이 한 것으로 조사되었다.

또한 미디어 세대로 웹을 통해 자신의 아이텐티를 표현하기 좋아하는 10~20대블로거의 포스트가 다수를 차지했다.

Analysis of Blogger's Activity . 2

* 데이터 기준 : 2008년 7월에 포스팅한 블로그

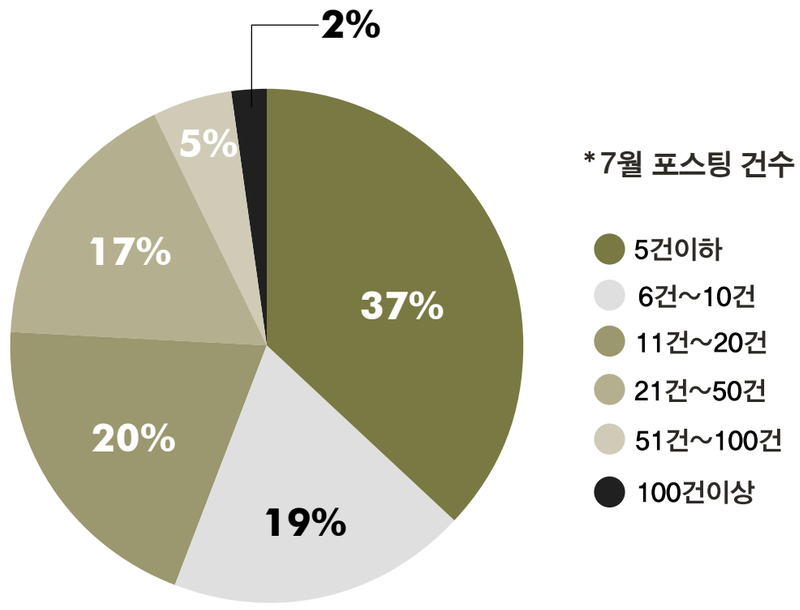


7월에 평균 8일정도 18개의 포스팅이 되었다.

7월에 블로깅 한 블로거는 평균 8일 정도 블로깅을 하였고, 평균 18개의 포스팅을 하였다.
지난 6월에 비해서는 평균값이 약간 증가하였지만, 지난 5월과는 평균값과는 비슷한 수치를 나타냈다.
이처럼 월 평균 포스팅 일수와 평균 포스팅 건수는 약간의 차이는 있지만 전체적으로는 큰 변화는 없는 것으로 보인다.

블로거 다양한 관심만큼이나 블로거의 활동 스타일도 다양하다. 전체 블로거 중에서 월 평균 일수(평균: 8일) 이상인 블로그는 45%를 차지하고,
월 평균 포스팅 수(평균:18개) 이상인 블로그는 29%로 나타났다.

월 포스팅 수가 100개 이상 포스팅 한 블로그는 단순 스크랩 블로그와 목적형 블로그가 많으며, 광고를 통한 수익 창출 목적으로
특정 분야 글을 모아서 운영하는 광고블로그가 대부분을 차지한다.



Analysis of Blogger's Activity . 3

직접 작성하는 포스팅 비율이 점차적으로 증가.....

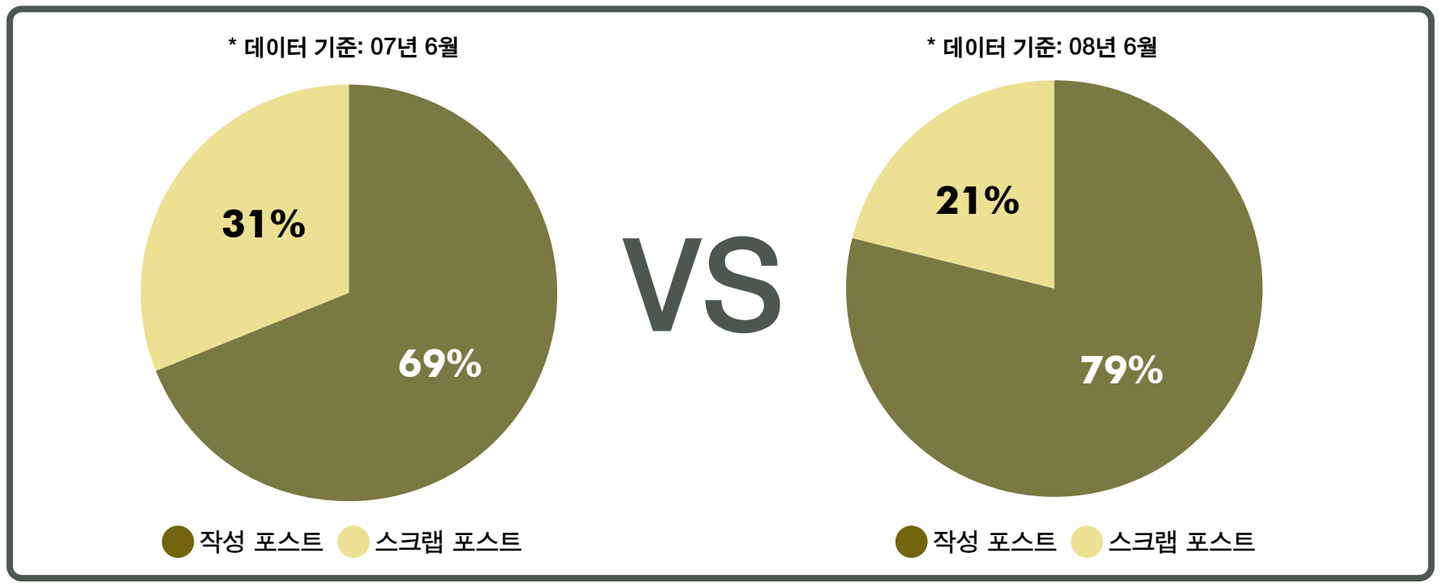
2007년에는 국내 블로그가 급속도로 대중화된 시기이다.
점차 블로그가 또 하나의 자신이라고 인식하는 블로거들이 증가하게 되었고,
자신의 지식과 생각을 표현하는 것이 익숙해졌다. 또한 자신의 컨텐츠가 보호(인정)되기를 원하면서, 자연스럽게 타인의 컨텐츠도 보호(인정)하는 문화가 조금씩 자리잡고 있다.
이렇게 블로그 문화가 성장하면서 스크랩포스트 보다는
직접 포스팅하는 블로거가 늘어나고 있는 추세이다.

2007년 7월과 2008년 8월의 포스트 및 블로그 스타일을 비교해서 직접 작성하는 포스팅이 얼마나 증가했는지 살펴보자.

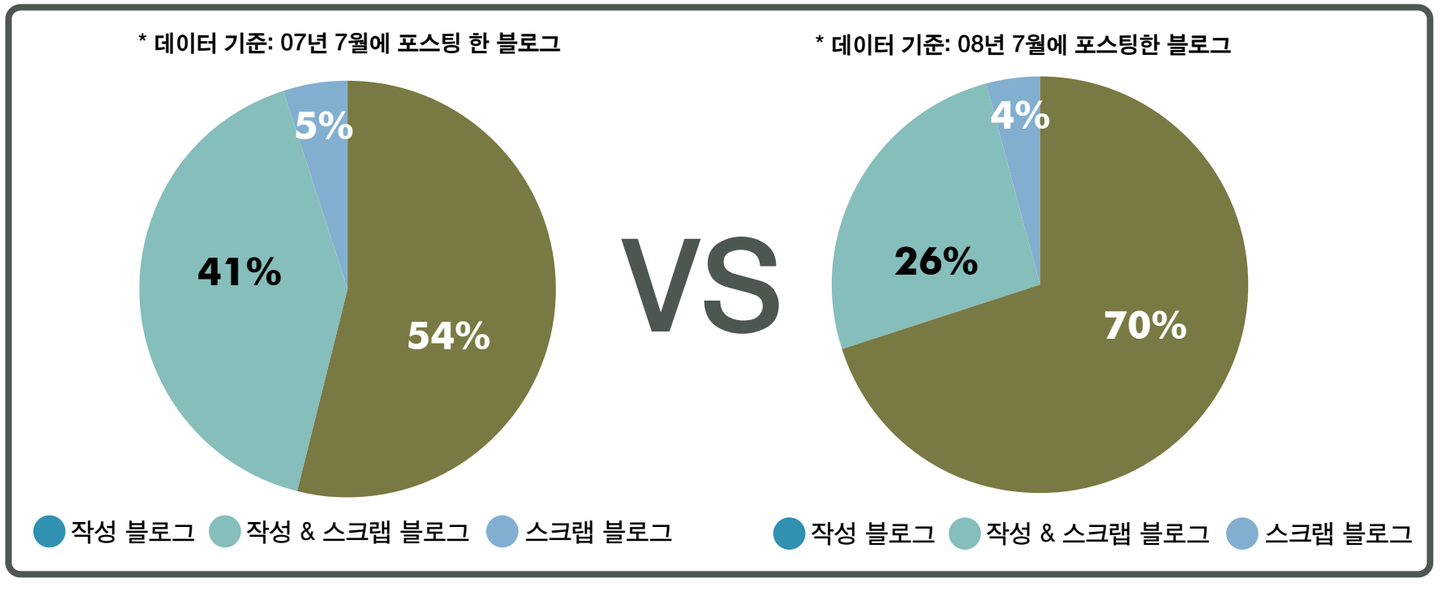
타인의 컨텐츠를 스크랩하지 않고 직접 포스팅만 한 블로그가 2007년 7월에는 54%이지만, 2008년 8월에는 70%로 증가했다. 또한 2007년 7월에는 작성포스트가 69%였지만, 2008년 8월에는 79%로 증가하였다.

스크랩포스트가 사라지지는 않겠지만, 직접 포스팅하는 블로거가 조금씩 증가하고 있는 추세이다.

포스트 스타일 비교(2007년 7월 VS 2008년 7월)



블로깅 스타일 비교(2007년 7월 VS 2008년 7월)



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 컨텐츠를 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. 컨텐츠의 저작권에 민감하며 (인용처를 밝히는 데 신경을 많이 씀) 생산한 컨텐츠를 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 컨텐츠만 수집하는 경우와,
특정 분야 없이 다양한 분야의 컨텐츠를 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 컨텐츠의 저작권에 대해서는 무관심하며, 단순히 대중의 관심을 받기 위해서 이슈가 되는 컨텐츠를 수집 또는, 광고 수익을 목적으로 특정분야(패션, 뷰티, 쇼핑 등)의 키워드 검색이 용이하도록 포스트를 스크랩 후 태그를 이용 검색엔진 최적화 작업을 한다.

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

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 경우와1명의 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)

Company

세계적인 IT시장의 조사 · 분석 회사인 IDC는 '2008년 IT 시장 10대 전망 보고서'에서 소셜 네트워크 사이트를 통해 생성된 데이터 분석 기술의 등장을 전망하였습니다.
저희 넷다이버㈜는 21세기 뉴미디어 트렌드인 쇼셜네트워크서비스(SNS)를 기반으로 데이터마이닝, 고객 정서(Insight) 추출, 소비자와 기업간의 연결과 쌍방향 커뮤니케이션 서비스를 제공하는 쇼셜플랫폼 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, 심사, 관심 제품, 연령별 라이프 스타일 분석을 통하여 새로운 성향의 소비자와 마켓/서비스 트랜드 통찰력(Insight)을 제공하여 급격하게 변화하는 시장과 고객에 대한 빠르고 강한 전략을 수립하고 실행할 수 있는 블로고스피어 분석 리포트를 제공하여 드리겠습니다.

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

문의: 박성건 이사
전화: 02-890-0656
메일: banhari@netdiver.co.kr

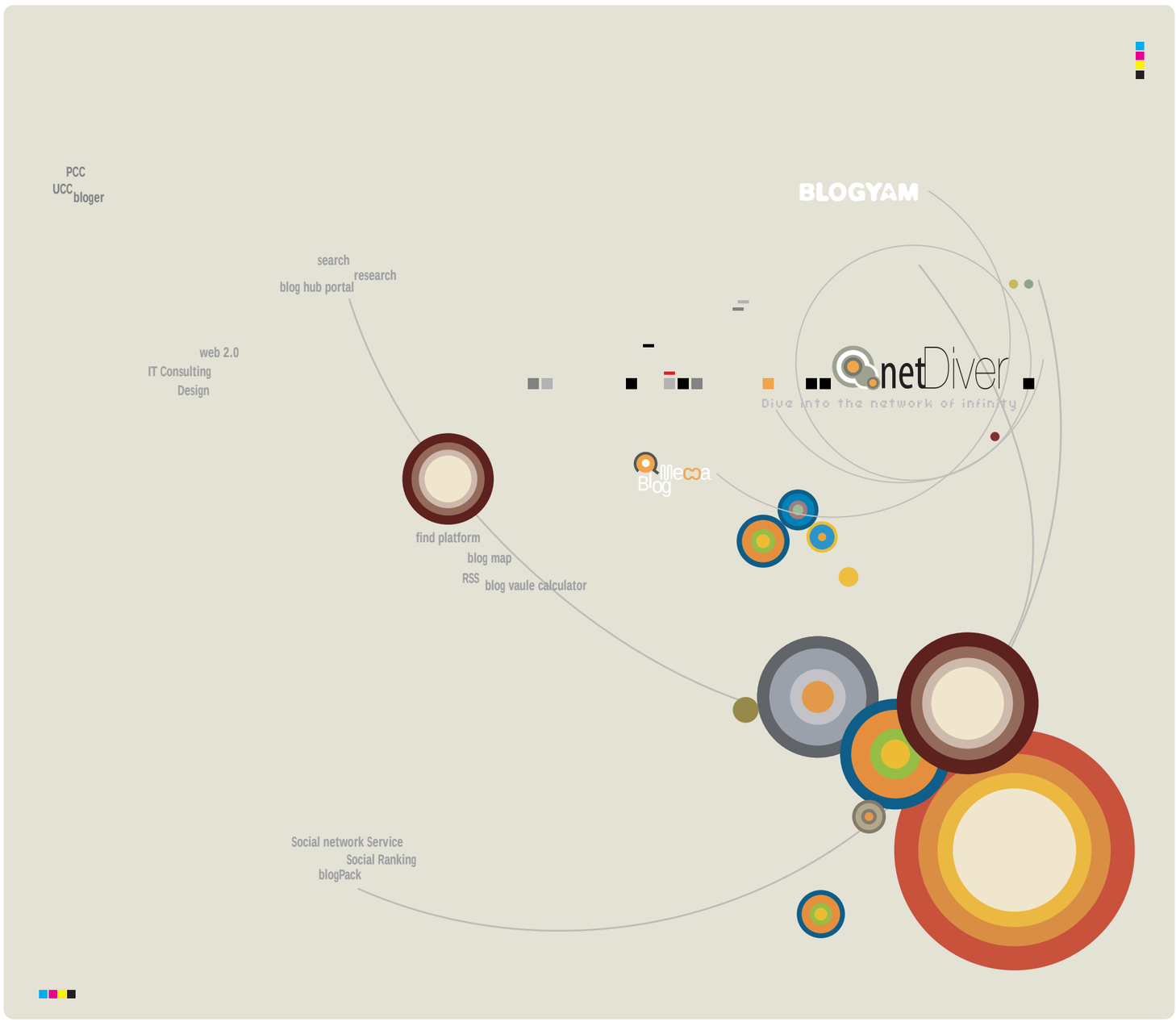
netDiver

history

2007년 1월 쇼셜플랫폼 전문기업 넷다이버㈜ 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

BLOGYAM

Blog Mecca

blogosphere *insight*

2008. 08 Vol.6