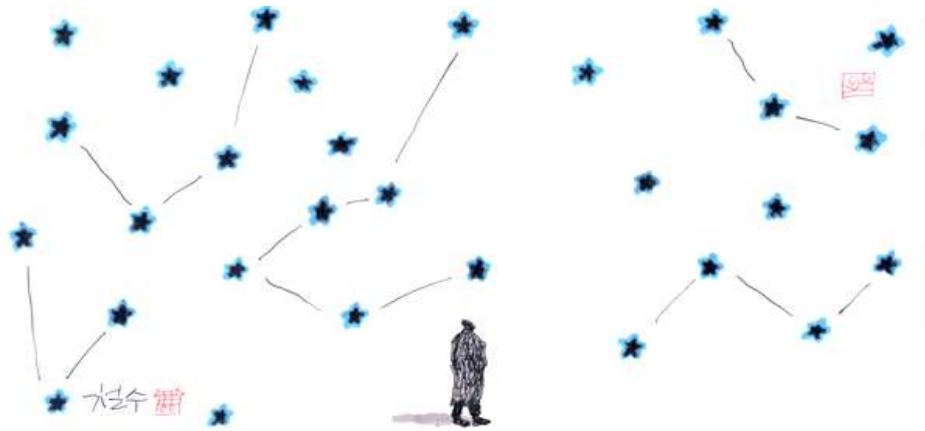


남양주YMCA와 함께 하는 재미난 마을 강좌 1

마을미디어 활동가 양성과정 기초 1기

오픈소스를 이용한 생동하는 홈페이지 만들기 (제로보드 XE를 중심으로)



생명과 평화의 마을 공동체를 꿈꾸는

남양주YMCA



마을미디어 활동가 양성과정 기초 1기 모집

- 일시 : 2013년 8월 22일(목) ~ 10월 10일, 오후 7시 30분 ~ 9시
- 장소 : 남양주YMCA교육장
- 주최 : 남양주YMCA (<http://www.nymca.net>), 다산마을학교 추진위원회
- 강의 : 아시아정보교육센터 (<http://www.aiec.kr>) 대표 (장익수)
- 강의일정
 - 1) 8월 22일(목) 오리엔테이션 및 홈페이지 개요 (도메인 등록 및 웹호스팅 신청)
 - 2) 8월 29일(목) 소셜네트워크 서비스 개요
 - 3) 9월 5일(목) 홈페이지에 제작 도구 개요 (포토샵, FTP, 유튜브 등 관련 프로그램)
 - 4) 9월 12일(목) 웹사이트 구축 실무 1 (홈페이지 운영목적, 사이트 구조도)
 - 5) 9월 26일(목) 웹사이트 구축 실무 2 (메뉴 및 레이아웃 구성)
 - 6) 10월 3일(목) 웹사이트 활용 기초 10 (홈페이지와 SNS 연계 활용)
 - 7) 10월 10일(목) 웹사이트 활용 기초 2 (뉴스레터 제작 및 홍보), 마무리 및 질의응답

제1강 오리엔테이션 및 홈페이지 개요 (도메인 등록 및 웹호스팅 신청)

1. 자기소개

참석자 : 유남열(진접읍), 이서연(와부읍), 배선희(와부읍), 진혜지(와부읍), 토크(오남읍), 민영준(진접읍), 향기아빠(화도읍), 이정석(도농동), 정이채(진건읍)

오늘 처음으로 남양주YMCA에 오신 것을 환영합니다.
여기에 오신 분들은 기본적으로 홈페이지에 대한 욕구가 있어서 오셨을 것입니다. 물론 여러 가지 다른 목적도 있으리라 여겨집니다.

본격적인 강의를 시작하기 전에 한가지 생각해 보아야 할 것이 있습니다. 마을이라는 어떤 것일까요? 우리는 어떤 형태로든 커뮤니티에 속해서 살고 있고, 그 커뮤니티에서 나의 관계 설정을 통해 살아가고 있는 것이 사실입니다.

남양주는 특히 크게 4가지 권역권에 주요 카페가 정보유통의 창구로 많은 역할을 합니다.

화도사랑

호평평내사랑, 호평평내LOVE

오남진접발전위원회, 오남발전위원회, 진접시민연합회, 장현부평진접사랑방

덕소사랑

별내사랑

이 그것입니다. 아마 대부분은 이곳을 통하여 정보를 접하고 신청까지 하는 용감한 결단을 하셨을 것이라 생각됩니다. 페이스북을 통해서는 이정석 이사님 신청해 주셨는데 이것도 사실 놀라운 일 중의 하나이긴 합니다. 오랫동안 연락도 없이 살던 두 사람이 어느날 가상의 공간에서 이름을 확인하고 오는 것은 솔직히 어려운 일 중의 하나입니다.

2. 마을이란 무엇인가?

우리가 생각하는 마을은 무엇일까요? 마을미디어란 무엇일까요? 우리는 어떤 식으로든 우리가 살고 있는 지역과 함께 더불어 살아가야 할 필요가 있습니다. 그것은 내가 살고 있는 곳뿐만이 아니라 거리가 있는 사람들에게도 무엇인가 의사전달을 해야 할 필요가 있다는 것입니다. 그런 효과적인 의사전달 체계를 만들어 가는 것이 마을미디어라 할 수 있습니다.

1) 마을에 대한 정의

이호 (풀뿌리자치연구소 소장)

“우리가 생각하는 마을은 어떤 모습일까? 전통적인 공동체의 의미가 현대사회의 변화에 따라 바뀌어가고 있는 지금, 마을은 여전히 ‘지역성’을 강조하는 사람들의 관계망이다. 그렇다면 사라졌던 마을을 다시 만든다는 것은 어떤 ‘마을공동체’를 만드느냐의 문제이다.

‘마을’은 일정한 지역에 사는 사람들의 관계망이다

마을이란 무엇인가? ‘마을’의 어원에 정설은 없는 듯하다. 마을의 뜻을 찾아보면, 국립국어원의 《표준국어대사전》에는 ‘주로 시골에서, 여러 집이 모여 사는 곳’ 또는 ‘이웃에 놀러다니는 일’이라고 나와 있다. 《위키백과》에는 ‘사람들이 모여 사는 곳으로, 말 또는 마실이라고 한다’고 나와 있다. 지금도 마을의 이웃에게 놀러 가는 것을 ‘마실 다닌다’고 한다. 또한, 예전에 벼슬아치들이 모여 나랏일을 처리하던 관아를 마을이라고 불렀는데 여기에서 유래된 말이라고도 한다. 이런 마을에 대한 설명들을 모아보면 ‘마을

다닐(놀러 다닐) 만한 거리의 촌락 단위' 정도로 풀이된다. 그런데 '마을을 다닐 만한 거리'라는 설명은 단순히 공간적으로 가까운 거리의 지역이란 뜻만이 아니다. 마을을 다니는 것은 이웃과의 친밀한 관계망이 있어야 가능하다. 따라서 마을은 한 관아가 통솔하는 행정구역 등 공간과 인구수 등으로 구분되는 물리적 특성만으로 규정하기 어렵고, 사람들의 관계망을 중심으로 파악해야 한다. 즉, 마을은 지도에 표시하는 물리적·공간적 범주보다 그 안에서 살아가는 사람들의 긴밀한 공동체적 관계망이 더 중요하다.

마을과 비슷한 말로 '공동체'를 떠올릴 수 있다. 사회학자 조지 힐러리는 수많은 공동체와 공동체라는 말을 사용하는 방식 등에 대해 연구하여 공통요소 세 가지를 추출해냈다. 세 요소는 지역성(locality), 사회적 상호작용(social interaction), 공동의 유대(common tie)이다. 마을은 이 세 가지 요소를 모두 갖고 있다.

공동체의 세 공통요소 가운데 '지역성'은 최근 들어 중요성이 점점 희미해지고 있다. 현대사회의 특성을 반영하는 변화인데, 같은 지역을 매개로 하지 않는 새로운 형태의 공동체들이 속속 등장하고 있기 때문이다. 예를 들면 직장 내의 공동체, 온라인 공동체 등이다. 하지만 마을에는 공간적인 의미가 분명하게 들어 있다. 마을은 일정한 공간에 살고 있는 이웃들이 만들어가는 공동체이다.

사회부조 관계망, 공동선의 실현, 공동체적인 수단

그런데, 마을은 산업화된 현대 도시 특히 서울과 같은 거대도시에서는 이미 존재하지 않는다. 서울과 같은 도시들은 마을들을 해체하면서 형성되었기 때문이다. 즉, 도시라는 공간은 기존의 공동체를 기반으로 유지·운영되던 마을을 시장에서의 무한경쟁을 기반으로 하는 자본주의적 공간으로 대체하면서 생겨났다. 따라서 서울과 같은 대도시에서 마을은 다시 처음부터 새롭게 만들어야 하는 무엇이다.

그렇다면 대도시에서 마을을 만든다는 것은 도시에 전통적인 촌락공동체를 다시 복원한다는 의미일까? 이는 가능하지도 않고 바람직하지도 않다. 일단 대도시에서는 촌락과 같은, 다른 마을과 눈에 보이게 구분되는 폐쇄적인 공간을 만들지 못하기 때문이다. 또한 이미 대도시는 익명성을 특징으로 하며 일과 주거의 분리가 심화되었기 때문에 이러한 대도시의 고유한 속성 자체를 혁명적으로 개조하기 전에는 전통적인 촌락을 복원하기란 불가능하다.

뿐만 아니라, 우리가 되살리려는 마을의 공동체적인 성격도 살펴보아야 한다. 전통적인 촌락은 공동체의 조건 가운데 구성원들의 사회관계망과 긴밀한 상호작용이라는 요소를 갖고 있다. 하지만 전통적인 촌락은 엄격한 위계질서와 이에 따른 비민주적인 의사 결정 등이 지배한다. 이런 점은 공동체의 요건에 어긋난다. 공동체에는 구성원 사이의 평등한 관계, 민주적인 의사결정 시스템이 핵심적인 가치로 포함되어야 하기 때문이다.

결국 도시에서 마을을 만든다면 기존의 공동체와 구별되는 새로운 형태가 필요하다. 오랫동안 공동체에

관련한 논의와 경험을 축적해온 공동체주의에서는 공동체의 핵심적인 가치로서 구성원 내부의 상호부조 관계망, 사회 공동선의 실현, 그리고 이러한 목적을 달성하기 위한 수단도 공동체적이어야 한다고 강조한다. 공동체란 단지 현실에 존재하는 결과물만 보고 '이것은 공동체이고 저것은 공동체라 할 수 없다'는 구분의 잣대로 규정할 수 없다. 지속적으로 가치를 실현하고 심화시켜 나가는 과정이 중요하다. 즉, 공동체는 공동체 '운동'으로서 실천적인 의미를 갖는다.

공동체를 실현하고 발전시키기 위한 공동체운동은 오랜 역사를 지니고 있다. 그만큼 다양하고 새로운 시도들이 현실 사회에서 끊임없이 이어져 왔다. 1820년대 미국에서 시도된 오언의 뉴하모니 공동체 건설 사업에서부터 노동자들이 생산수단을 공동체적으로 소유하고 운영하는 생산자협동조합, 가난한 소비자들에게 생필품을 저렴하게 공급하려는 목적으로 출발한 소비자협동조합, 고리대금으로부터 가난한 이들을 보호하기 위해 출발한 신용협동조합 등은 오늘날까지 우리 사회에서 공동체적인 대안을 실현하고 확대하기 위한 노력을 보여준다.

이와는 흐름이 다르지만, 한국의 지역사회에서는 농촌뿐 아니라 도시에서도 공동체로서 마을을 새롭게 만들기 위한 다양한 운동들이 전개되어 왔다. 1990년대 초반 '마을만들기'라는 말이 들어와 사용되기 시작했지만, 마을만들기라는 지역사회운동의 흐름은 그 이전부터 계속되어온 것이다. 2000년대 중반 이후 마을만들기가 정부의 정책으로 채택되면서 우리 사회에 상당한 정도로 확산되는 효과를 거두었다. 그러나 확산 효과만큼 왜곡된 결과도 나타나고 있다.

마을만들기는 '마을사람들'을 만드는 과정

무엇보다도 가장 큰 왜곡은 마을만들기 운동을 몇 가지 물리적 시설을 만들거나 환경을 개선하는 데 주민이 참여하는 정도로 인식하는 문제이다. 마을만들기란 공동체를 만들어가는 과정을 의미하고, 그 실천 방법으로서 주민들이 공감대를 이루어 다양한 사업들을 전개하고 발전적으로 지속하는 것이다. 또한 정부 정책에 따라 재정이 지원되면서, 먼저 재정이 지원되느냐 아니냐에 따라 마을만들기 사업을 할지 말지 주민들이 취사선택하는 경향도 부정적인 영향 가운데 하나이다. 마을공동체는 사업으로 만들어지지 않으며 돈이 있어야만 만드는 것도 아니다.

마을공동체를 만드는 것은 무엇보다도 '마을사람들'을 만든다는 의미이다. 즉, 사람들 사이의 공동체적인 관계망을 형성하고, 이런 관계망을 보다 깊게 만들어 우리사회의 개방성을 확대해가는 것이다. 개방성이 우리사회를 움직이는 중요한 작동원리로서 작용하여 더불어 살아가는 사회를 만들고 삶의 질을 높인다는 점을 서로 확인하며 사회로 확산시켜가는 것이야말로 진정한 마을을 만드는 과정이다.

이 과정에서 주민들이 무언가 함께 실천하기 위한 사업이 필요하고, 사업을 위한 돈이 필요할 수 있다. 그러나 모든 것은 공동체를 만드는 과정으로서만 의의가 있다. 자칫 돈을 들여 성공적으로 일군 하나의 사업이 마을만들기의 모범적인 사례로 언급되는 것은 경계해야 한다. 즉, 사업 그 자체가 마을을 만드는

것이 아니라 반대로 사업을 통해 마을사람들이 형성되고 이들이 스스로 마을을 만들어가는 과정, 그 과정을 추동하고 지속하는 것이 마을만들기이다.” (풀뿌리자치연구소 이호 소장)

결국 이호 소장의 말처럼 마을은 관계망을 만들어 나가는 곳이다. 마을에 속해 있으면서 이웃과의 관계를 만들어 나가는 것이 핵심입니다. 그런데 사람들과의 관계망을 형성해 가는데 필요한 것은 직접적인 요소와 간접적인 요소들이 동시에 존재한다. 직접 만나 안면을 익히는 것은 속도는 더딜 수 있으나 관계망 형성에 절대적이다. 그런데 남양주 권역권은 생각만큼 여유롭지 못합니다. 타 지역 방문을 위해서는 큰 결심을 하지 않는 이상, 그리고 그 결심만큼 심리적으로 보상이 어렵다면 교류 자체가 불가능한 실정이다. 가령 오남진접에서 덕소까지 왕래하려면 2시간을 길에서 소비할 것을 각오하고 이동해야 한다. 이런 먼거리에 있는 사람들과 의사소통을 하고 관계를 만들어 가는데 필요한 것은 이동의 거리에 자유로운 인터넷을 통한 방법이다.

2) 대안 미디어들의 확대 사용과 홈페이지

홈페이지를 만든다고 하면 대부분 전문기술자가 있어야 가능하다고 말한다. 그러나 현실적으로 기관이나 단체 또는 개인이 홈페이지를 만들어 운영하기 위한 전문인력이 절대 부족할뿐더러 담당자를 따로 세우기도 버거운 것이 사실이다. 그래서 홈페이지를 만들기 보다는 카페나 의존형 서비스를 이용하게 된다.

따라서 홈페이지를 만들기 위한 목적은 명확해야 한다. 홈페이지는 모든 정보 유통의 근원지가 되도록 하려 한다. 정보는 계속 흐르도록 생성되어야 힘과 생명력을 갖게 된다. 유통되지 않은 정보는 올려놓고 광고하지 않는 상품과 같다. 어느 누구도 홍보하지 않은 상품을 자신이 애써서 찾아 구매하려 오지는 않는다.

3. 콘텐츠를 독립시킬 것인가 기생할 것인가?

먼저 독립적 형태의 웹사이트와 기존의 대형 서비스 회사들이 제공하는 무료 제공 서비스를 두고 개인적인 견해를 밝혀보고 싶다.

웹호스팅을 통하여 독립적인 사이트를 만드는 것이 내가 낳은 아이들을 내가 기르는 것이라 한다면 포털사이트나 대형사이트에 서비스를 받아 운영하는 것은 내가 낳은 자식을 다른 조건이 좋은 사람에게 입양하여 키우는 것과 비교하면 맞을까?

1) 설치형 웹사이트, 블로그 (독립운영)

기본적으로 설치형 웹사이트를 운영하는 것은 정보전달력에 있어서 기존의 동질 그룹에 속해 있는 회원들을 기반으로 하는 곳과 비교할 수 없을 정도로 떨어질 수 있다. 그렇지만 그곳에서 생성된 데이터를 자신이 원하는데로 백업도 가능하고 다른 곳으로 이사도 가능하다.

설치형 웹사이트를 구축하기 위해 필요한 것은 아래와 같다.

- 도메인 신청 (사이버상에 내 영역에 대한 이름짓기)
- 웹호스팅 신청 (월세살이)
- 웹사이트 : 주로 사용할 게시판 선택 (그누보드, 제로보드XE 등)
- 블로그 : 설치형 오픈소스 선택 (워드프레스, 텍스트큐브, 제로보드XE 블로그 등)
- 비용 : 도메인 11,000원 ~ 33,000원 ! 호스팅 월 1,000원~20,000원
- 사이트 구축 및 레이아웃 : 개인의 능력에 따라 추가비용이 다를 수 있다.

기본적인 구축비용이 드니 사실 개인이나 단체의 입장에서는 추가비용을 들여 홈페이지를 만드는 것에 부담을 느낄 수 있다. 그리고 그보다 근본적인 문제는 홈페이지를 만들어 놓기는 했는데 그것을 활용하는 실무자들 또한 절대 부족하다는 것이다. 사실 소규모 단체의 경우 정보화 담당자가 따로 없는 이상 누군가는 그 역할을 해야 하고, 최소한의 노력으로 최대의 효과를 바라는 수밖에 없다. 따라서 관리의 편리함이 용이한 서비스 의존형으로 가려한다. 물론 이 부분은 연령에 따라 선호하는 형태가 있기 때문이기도 하다.

그러나 독립형 홈페이지 사용은 다음과 같은 장점들이 존재한다.

- 첫째, 생성된 콘텐츠의 소유와 활용은 생성자에게 귀속된다.
- 둘째, 메뉴나 디자인 등 웹사이트 변형의 자유도가 있다.
- 셋째, 검색엔진에 독립 사이트로써 등록이 가능하여 다양한 검색엔진에 노출시키기 쉽다.
- 넷째, SNS서비스와 연동을 통한 정보제공의 기본 통로가 된다.
- 다섯째, 디지털 자산으로 유지 제공할 수 있다.
- 여섯째, 조금 번거롭지만 키우는 정도에 따라 애정이 생긴다.
- 일곱째, 회원과 유기적 관계 형성에 절대적으로 필요하다.

이렇게 여러가지로 장점들이 있음에도 불구하고 서비스 의존형으로 가려하는 것은 일반적 경향이다. 보통 사이트가 활성화 되려면 많은 사람들이 관심을 가져야 하고, 몰려있는 정보와 커뮤니티를 활성화 하기 위한 노력은 절대적으로 부족한 것이 사실이다.

2) 서비스 의존형 (다음,네이버 카페)

문제는 기본적으로 내가 생성한 콘텐츠들은 나의 것인데 어느곳에 그 콘텐츠들을 내 마음대로 가져올 수 없는 것이 문제가 된다.

우리가 양질의 네이버나 다음카페를 통하여 의사소통을 하거나 자료를 축적하지만 필요에 의해서 그 자료를 온전히 자신의 것으로 가져오기에는 역부족이다. 몇년이상 활동을 하여 쌓아 온 데이터는 서비스회사에 종속이 되어 버린다. 그 서비스에 익숙하기 때문에 발생하는 문제들도 생긴다. 그리고 그 쌓여진 콘텐츠가 어떻게 사용되는지에 대한 모니터링이 원천적으로 불가하므로 콘텐츠 사

용에 대한 자각은 없게 된다. 그리고 근본적으로 하나의 문제가 더 생긴다. 바로 그 쌓여진 데이터의 안전성을 담보할 수는 없게 된다.

우리가 무심코 쌓았던 디지털 자원이 서비스 회사가 문을 닫는 것과 동시에 사라지게 될 수도 있다. 최근 스프링노트라는 위키기반의 서비스가 한참 유행하였다. 노트를 체계적으로 적는 방법이 있어서 본인도 많이 사용하였다. 그런데 사실 그동안 그 사이트에 대해서 소홀히 하며 들어가지 못하고 이용도 못했었다.

최근에 해당 사이트를 접속하였다. 그런데 커다란 팝업창과 더불어 서비스가 종료되었다는 문구가 뜬다. 그 전에 이곳에 책을 쓰기 위해 쌓아 놓았던 목차로 글들은 어떻게 찾을 수 있을까? 자료와 목록 내용을 쓰기 위해 들였던 수 많은 시간들이 순식간에 무력화 되어 버린 것이다. 물론 우리는 거대회사 (네이버, 다음, 구글, 페이스북, 카카오스토리, 카톡 등) 들이 절대 망하지 않을 것이라 생각한다. 그러나 이런 서비스 회사들은 직접적 수익과 관계없이 〇〇질의 서비스를 계속 유지시켜주리라는 보장은 없다.

의존형 서비스가 갖는 한계다.

백업과 이사의 자유도가 많이 부족한 것이 사실이니 이 점은 반드시 짚고 넘어가야 할 것이다.

사실 정보영역에 있어서 더 많은 이야기를 하고 싶지만 여기서 어느 정도 마무리 하고 실전에 들어가도록 하자.

4. 홈페이지를 만들기 위한 기본적인 준비 사항

1) 웹호스팅

집을 월세로 산다고 생각하면 쉽다. 한달에 일정액을 내고 서버(집)라는 공간의 일부를 할당받아서 사용하게 되는데 그 비용은 서비스 회사마다 다르다. 우리가 중흥아파트에 사느냐 주공아파트에 사느냐에 따라서 월세가 결정되는 것과 같은 이치다.

매월 또는 년단위를 선택할 수 있으며 년단위로 기간이 길수록 할인율도 있으니 꼼꼼히 따져보는 것이 필요하다. 아래은 주로 신청하는 웹호스팅 서비스 회사다.

1-1) 카페 24

홈페이지 URL - <http://www.cafe24.com>

국내에서 웹호스팅 서비스로는 가장 많은 고객을 확보 하고 있는 업체다. 그 만큼 서비스 및 용량에 있어서 타 회사와 비교해서 저렴하기 때문이다.

기준 월

용량	400M	900M	3G	6G	10G	14G
비용	500원	1,100원	5,500원	11,000원	22,000원	33,000원

1-2) 가비아

홈페이지 URL - <http://hosting.gabia.com/>

비용이 어느정도 비싼 만큼 양질의 서비스를 제공한다. (홈페이지 빌더와 게시판 생성이 가능함)

비용 4,500원 15,000원 50,000원 (부가세별도)

공간 1G 3G 12G

1-3) 고도몰

홈페이지 URL - <http://www.godo.co.kr>

쇼핑몰을 운영하고 싶을 때 최적의 솔루션을 유지할 수 있도록 해준다. 쇼핑몰 구축이 초기에 2,000만원 이상 들어가는 때와는 현저하게 다른 서비스를 제공해 준다. 웹사이트를 누군가 의뢰하기 전에 이런 쇼핑몰 독립호스팅을 구축하면 비용에 있어서 많은 부분 절감이 된다.

2) 도메인 신청하기

자신의 이름이 출생과 더불어 동사무소 또는 읍사무소에 신고 되듯이 사이버 상에 자신만의 집을 갖기 위해서는 홈페이지 주소를 가져야 한다.

대표적인 도메인 서비스를 제공해 주는 회사는 아래와 같다.

- 1) 아이네임즈 (<http://www.inames.co.kr>)
- 2) 가비아 (<http://www.gabia.com>)
- 3) 후이즈 (<http://www.whois.co.kr>)
- 4) 카페24 (<http://www.cafe24.com>)

보통 웹호스팅을 제공해주는 서비스 회사들은 도메인 서비스도 함께 해주기 때문에 가능하면 같은 회사의 것에서 웹호스팅과 도메인을 신청해 보자.

실전

홈페이지를 갖고 싶은 사람은 기본적으로 웹 호스팅과 도메인을 구매해야 하는데 이미 있는 경우를 제외하고 서비스 신청을 각자 해도록 하자. 그리고 그 신청과정에서 본인이 느꼈던 것을 아래에 적어 보도록 하자.

- 1) 웹호스팅 신청
- 2) 도메인 신청