

검색에서 이기는 글은 아이디어만으로 탄생하지 않는다. 키워드를 고르고, 이미지를 합법적으로 확보하고, 저작권 선을 넘지 않도록 근거를 챙기는 단계가 쌓여서 완성된다. 이 세 가지를 안정적으로 반복하려면 손이 기억하는 루틴과 검증된 링크모음이 필요하다. 수십 개 탭을 열어 해매는 시간이 사라질수록, 문장 다듬기와 독자 경험에 더 많은 에너지를 쓸 수 있다.

여기서는 내가 실제로 쓰는 주소모음과 운용 팁을 한데 모았다. 키워드 리서치, 이미지 소스, 저작권·라이선스 확인 링크를 중심으로, 링크 관리 방법과 자주 발생하는 함정까지 설명한다. 유용한 도구는 많지만, 결국 블로그의 목적과 위험 감수 수준에 맞게 선별하는 안목이 중요하다. 이 글은 그 판단의 출발점이자, 필요할 때 꺼내 쓰는 링크 레퍼런스가 될 것이다.

블로그 운영에서 주소모음이 갖는 힘

잘 정리된 링크모음은 작업 속도를 눈에 띄게 끌어올린다. 새 글을 시작할 때 브라우저의 즐겨찾기 폴더에서 “키워드”, “이미지”, “권리확인”, “퍼블리싱” 순으로 한 번에 열여두면, 망설임이 줄고 집중이 강해진다. 더 중요한 장점이 하나 있다. 저작권이나 상표권처럼 작은 실수도 문제가 되는 부분에서, 공신력 있는 출처로 빠르게 복귀할 수 있다. 정보의 최신성도 유리하다. 도구 정책이나 라이선스가 바뀌면, 주소모음 하나만 업데이트하면 팀 전체의 기준선이 함께 업데이트된다.

처음엔 링크가 늘어나는 듯 보이지만, 2주만 꾸준히 쓰면 자연스러운 분류 감각이 생긴다. 반대로, 주소모음 없이 매번 검색으로 시작하면 품질 편차가 커진다. 검색 결과 상위의 글이 늘 정확하진 않기 때문이다. 특히 이미지 저작권이나 상업적 이용 가능 범위는, 커뮤니티 글이나 요약 블로그보다 원문 정책 페이지를 확인해야 안전하다.

키워드 리서치를 위한 주소모음

키워드 단계는 글의 운명을 절반 이상 결정한다. 검색량과 경쟁도, 사용자의 의도, 계절성, 연관어의 구조를 함께 본다. 한 도구만으로는 이 모든 걸 커버하기 어렵다. 아래 표는 각 도구의 강점과 간단한 활용법을 곁들인 것이다. 상호보완적으로 조합하면 결과의 신뢰도가 높아진다.

도구	주소	강점	빠른 활용 포인트
Naver 데이터랩	https://datalab.naver.com/keyword/trendSearch.naver	국내 사용자 기반의 계절성 확인에 강함	기간을 최소 12개월로 늘려 전년 대비 추세 확인
Google Trends	https://trends.google.com	국가 간 비교와 주제 범주 분석에 유용	검색어 대신 Topic으로 선택하면 표현 차이를 흡수
Google 키워드 플래너	https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner	광고 기준의 월간 검색량 범위 제공	“브랜드 제외” 필터로 제네릭 키워드 파악
Ahrefs Keywords Explorer	https://ahrefs.com/keywords-explorer	키워드 난이도, 상위 페이지 분석, 링크 프로필	상위 10개 페이지의 헤드라인 패턴을 노트로 추출
Semrush Keyword Magic Tool	https://www.semrush.com/analytics/keywordmagic/start/	질문형, 비교형 등 의도 별로 묶기 쉬움	“Questions” 탭에서 FAQ 후보 확보
AnswerThePublic	https://answerthepublic.com	질문 확장 지도 시각화	한글 키워드가 약할 땐 영어로 구조 파악 후 역번역
AlsoAsked	https://alsoasked.com	People also ask 네트워크 구조	상하위 개념의 묶음으로 섹션 구성 설계
Keyword Surfer(확장 프로그램)	https://keywordtool.io/surfer/	또는 Chrome 웹스토어	SERP 내부에서 바로 볼륨 힌트
간단 검증용, 본격 추정치는 다른 도구로 교차검증			Google Search Console
Google Search Console	https://search.google.com/search-console	이미 발행한 글의 노출·클릭 데이터를 실전에서 확인	CTR이 낮은 쿼리는 메타타이틀 실험 2주 후 재확인

도구를 늘리기보다, 교차검증 습관을 들이면 좋다. 예를 들어 Naver 데이터랩에서 계절성이 뚜렷한 키워드를 찾았다면, Google Trends로 해당 기간의 지역별 차이를 본다. 이후 Ahrefs로 상위 페이지의 제목 패턴을 확인해 독자의 의도를 정리한다. 제목에 붙일 수식어를 바꾸는 것만으로도 CTR이 1.3배 정도 오르는 사례를 여러 번 봤다. 반대로,

검색량만 보고 주제를 확장하다가, 실제 독자 의도와 어긋나면 이탈률이 높아진다. 특히 정보성 키워드와 상업성 키워드를 섞을 땐, 섹션별로 의도를 분리해 체류 시간을 지키는 편이 안전하다.

여기서 주의할 키워드가 하나 있다. 무료넷플릭스 같은 표현은 검색 수요가 있어 보일 수 있으나, 대부분 불법 스트리밍이나 회피 수법으로 연결된다. 검색 유입을 노리고 이런 키워드를 노출시키면, 저작권 리스크뿐 아니라 브랜드 및 플랫폼 제재 가능성이 발생한다. 공식 정책과 상충하는 정보로 판단될 경우 검색 품질 평가에서 악영향을 받을 수 있다. 유사한 키워드가 필요하다면, "넷플릭스 합법적 할인 확인법", "공식 프로모션 판별 기준"처럼 독자에게 실질적인 안전 가이드를 제공하는 방향이 낫다.

이미지 소스 주소모음과 실제 운용 팁

이미지는 클릭을 부르는 첫 신호다. 하지만 출처와 라이선스를 소홀히 하면 수개월 뒤에 문제가 터진다. 무료 이미지 사이트라 해도 조건이 다르고, 사진 속 인물이나 상표 사용에 별도 제한이 붙는 경우가 있다. 아래 표는 상업적 이용 가능 여부와 크레딧 요구 조건을 중심으로 정리했다. 표의 정책은 수시로 변하니, 최종 출판 전 원문 라이선스 페이지를 다시 확인하는 습관이 필요하다.

| 소스 | 주소 | 상업적 이용 | 크레딧 | 특징/주의 | |---|---|---|---| | Unsplash | <https://unsplash.com> | 가능 | 권장, 필수 아님 | 모델·상표 권리 별도, 상품 패키징·상표 사용은 제한될 수 있음 | | Pexels | <https://www.pexels.com> | 가능 | 권장, 필수 아님 | 유사하지만, 인물 사진의 민감한 사용은 금지 | | Pixabay | <https://pixabay.com> | 가능 | 권장, 필수 아님 | 일부 콘텐츠는 Pixabay 라이선스 외 별도 조건 있을 수 있음 | | Wikimedia Commons | <https://commons.wikimedia.org> | 라이선스에 따름 | 보통 필수 | 파일별 CC 종류 상이, 동일저작자표시·동일조건 등 조항 확인 | | Flickr(라이선스 필터) | <https://www.flickr.com/search/advanced> | 라이선스에 따름 | 보통 필수 | 상업 이용, 변경 허용 체크 후에도 각 사진 페이지에서 재확인 | | The Noun Project | <https://thenounproject.com> | 주소모음 | 제한적 무료, 유료 | 무료 사용 시 크레딧 필요 | 아이콘 품질 우수, 브랜드 포함 시 주의 | | Freepik | <https://www.freepik.com> | 제한적 무료, 유료 | 무료 사용 시 크레딧 필요 | 벡터·PSD 풍부, 재배포 금지 조건 체크 | | Shutterstock | <https://www.shutterstock.com> | 유료 | 불필요 | 에디토리얼 전용 이미지는 상업 광고 금지 | | Adobe Stock | <https://stock.adobe.com> | 유료 | 불필요 | 라이선스 유형(표준, 확장) 구분 필수 |

이미지를 다룰 때 흔한 실수는 세 가지다. 첫째, 핫링크로 외부 이미지를 직접 끌어오는 것. 원본이 바뀌거나 삭제되면 내 글의 신뢰가 무너진다. 둘째, CC BY 조건의 출처 표시를 본문 하단 한 줄로 통치는 것. 링크와 저자, 라이선스 종류, 변경 여부까지 명확히 써야 한다. 셋째, 상표가 포함된 이미지의 상업적 사용. 블로그가 광고 수익을 얻는다면 상업적 이용에 해당할 가능성이 크다. 로고나 제품 사진을 쓸 때는 보도 목적 에디토리얼 사용인지, 판촉 목적인지 구분해야 한다.

실무에서는 업로드 전에 이미지 최적화를 반드시 거친다. Squoosh(<https://squoosh.app>)로 WebP 또는 AVIF로 변환하면 페이지 속도가 의미있게 빨라진다. 원본 1.8MB 이미지를 1200픽셀 가로 기준 WebP로 변환해 140KB 전후로 줄이는 작업만으로, 모바일 LCP가 0.5초 가까이 개선된 사례가 있다. 이때 텍스트 이미지에 과도한 압축을 적용하면 글자 가장자리가 번지니, 포맷을 WebP로 두고 품질 수치를 조금 높여서 비교한다. 마지막으로 EXIF 데이터에 촬영 위치가 포함된 사진은, 의도치 않은 정보 노출 위험이 있다. 공개 전 메타데이터 제거도 체크리스트에 넣어 두는 편이 안전하다.

저작권과 라이선스, 헷갈리는 부분 정리

저작권 문제는 "몰랐다"로 해결되지 않는다. 한국은 미국의 포괄적 공정이용 개념과 달리, 제한된 예외 규정 중심으로 운용된다. 그러니 해외 사례로 안심하지 말고, 국내 가이드와 케이스를 기준으로 판단해야 한다. 정책과 신고 창구는 아래 링크에서 확인할 수 있다.

| 항목 | 주소 | 용도 | |---|---|---| | 한국저작권위원회 | <https://www.copyright.or.kr> | 저작권 일반 가이드, 분쟁조정, 신고 | | CCL Korea | <https://ckorea.org> | 크리에이티브 커먼즈 라이선스 안내 | | CCL 검색 가이드(영문) | <https://creativecommons.org/use-remix/> | 라이선스 유형별 사용 조건 | | 문화체육관광부 저작권 안내 |

<https://www.mcst.go.kr> | 정책 공지, 홍보물 가이드 | | YouTube 저작권 센터 | <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/copyright/> | 영상 임베드, 음악 사용 정책 | | Google DMCA 도움말 | <https://support.google.com/legal/answer/3110420> | 검색결과 삭제 요청 및 대응 | | Wikimedia 라이선스 도움말 | https://foundation.wikimedia.org/wiki/Policy:Licensing_policy/ko | 위키미디어 파일 사용 조건 |

브랜드 언급과 스크린샷도 회색지대가 많다. 일반적으로 서비스 리뷰 맥락에서의 화면 캡처는 에디토리얼 사용으로 널리 허용되지만, 상업적 광고나 위반을 조장하는 맥락이면 문제가 된다. 예컨대 무료넷플릭스 같은 단어로 불법 시청을 유도하거나, 서비스 약관을 우회하는 방법을 설명하면 정책 위반에 해당할 수 있다. 합법 범위 내에서 독자에게 도움이 되는 정보, 예를 들어 공식 파트너 프로모션을 확인하는 경로, 구독을 합법적으로 절약하는 방법(가족 요금제 규정, 통신사 제휴)을 정리하는 건 괜찮다. 단, 지역별 정책 차이가 있으니 근거 링크를 동봉한다.

음악, 폰트, 일러스트는 특히 주의가 필요하다. 유튜브 저작권 라이브러리의 무료 음원도 일부는 크레딧이 필수다. 폰트는 무료 배포라 해도, 인쇄나 로고 제작에 제한이 걸려 있는 경우가 있다. 한국어 폰트는 Google Fonts(<https://fonts.google.com>)에서 Noto Sans KR 같은 범용 폰트를 선택하면 안정적이다. 국내 배포 사이트인 눈누(<https://noonnu.cc>)는 다양한 한글 폰트를 제공하지만, 각 폰트 라이선스가 다르다. 블로그 본문 폰트 정도는 대부분 허용되지만, 이미지로 내보내 로고처럼 쓰는 사용은 별도 금지인 경우가 있어서 주의한다.

인용의 길이와 범위도 간과하기 쉽다. 일반적인 보도·비평 목적의 짧은 인용은 허용되는 경향이 있지만, 핵심 정보를 대부분 가져오면 저작권 문제가 된다. 한 문단을 그대로 옮길 필요가 있다면, 인용부호와 함께 출처와 링크를 명확히 표기하고, 인용이 필요한 이유를 문맥에서 분명히 해야 한다. 가능한 한 요약과 재서술을 우선 고려한다.

블로그용 링크모음, 이렇게 설계하면 오래 간다

주소모음은 많을수록 좋은 것이 아니라, 빠르게 찾을 수 있을 만큼만 단단해야 한다. 기준은 세 가지다. 첫째, 카테고리 고리는 작업 순서 기준으로 나눈다. 키워드 - 자료조사 - 이미지 - 권리확인 - 작성 - 검수 - 배포 - 모니터링 식의 흐름. 둘째, 한 카테고리 안의 링크는 7개를 넘기지 않는다. 셋째, 중복 기능의 도구는 하나만 전면, 나머지는 대체 재난복구용으로 폴더 하단에 둔다. 이러면 신규 팀원이 들어와도 하루 만에 적응한다.

작업 흐름에서 주소모음의 가치를 실감했던 사례가 있다. 제품 리뷰 글을 쓰던 중, 촬영 이미지에 특정 브랜드 로고가 크게 들어가 있었다. 에디토리얼 사용 범위라 해도 메인 배너에 쓰기엔 부담이 있어, 즉시 Wikimedia Commons로 로고 파일의 라이선스와 상표 사용 정책을 확인했다. 곧바로 대체 이미지로 Unsplash에서 동일 제품군의 추상컷을 찾고, 본문에는 브랜드명을 텍스트로 표기하는 방식으로 수정했다. 이 과정이 15분 안에 끝난 건, 관련 링크가 한 폴더에 모여 있었기 때문이다.

민감 키워드 다루기, 무료넷플릭스 같은 검색어는 어떻게 할까

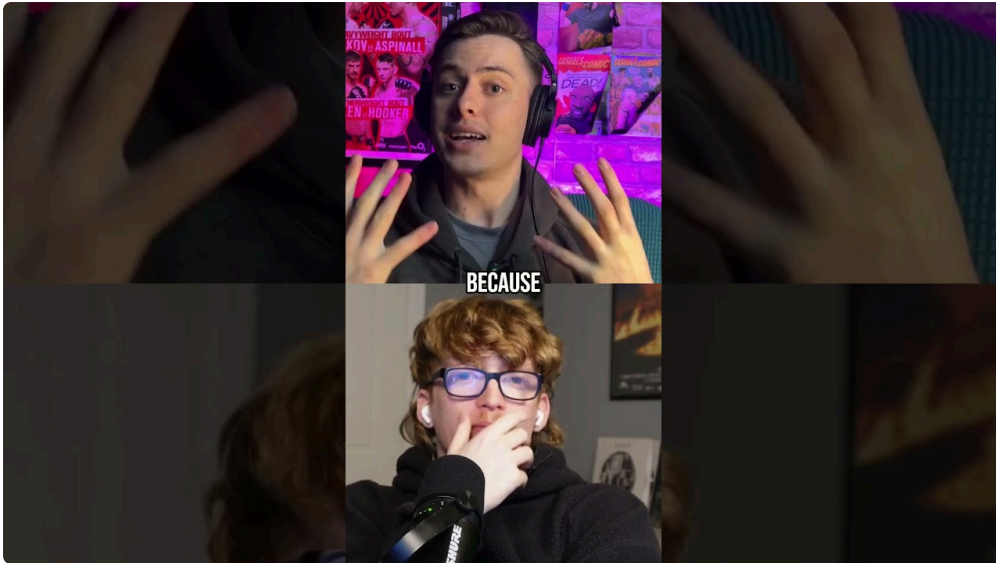
검색량만 보고 달려들기 전에, 위험을 먼저 그려본다. 무료넷플릭스는 대표적이다. 다음과 같은 문제가 꼬리를 문다. 첫째, 합법적이지 않은 경로로 유도되기 쉬운 단어라 정책 위반 위험이 크다. 둘째, 상표의 오용으로 간주될 수 있다. 셋째, 독자에게 잘못된 인상을 심어 장기 신뢰를 해친다.

대신, 독자에게 실질적으로 도움이 되는 정보를 같은 관심사 안에서 제시하면 유입과 신뢰를 동시에 잡을 수 있다. 예시로는 이런 주제가 있다. “합법적 스트리밍 서비스 비교 - 가격, 화질, 동시접속”, “공식 파트너 프로모션을 검증하는 방법”, “구독 해지 전 콘텐츠 이전 체크리스트”. 이런 주제는 상표권과 저작권을 침해하지 않고도 독자의 의사 결정을 돕는다. 제목에 상표를 넣더라도, 상표 사용 가이드라인을 벗어나지 않는 선에서 공정한 비교와 명시적 출처 제시를 유지하면 된다.

링크가 썩지 않도록, 유지보수 루틴 만들기

링크는 시간이 지나면 깨진다. 서비스가 종료되거나, URL 구조가 바뀐다. 주소모음을 운영할 때는 분기별 점검을 권한다. 간단하게는 무료 링크체커 확장 프로그램으로 북마크 폴더를 훑는다. 중요한 참고 링크는 아카이브도 함께

남겨두면 좋다. Internet Archive의 Wayback Machine(<https://web.archive.org>)은 원문이 사라져도 맥락을 복구하는데 유용하다. 다만, 라이선스 페이지 같은 법적 문서는 원문 최신 버전을 다시 확인해야 하므로, 아카이브는 보조 수단으로만 쓴다.



UTM 파라미터를 붙인 링크를 주소모음에 저장해 두면, 배포 채널별 성과 비교가 쉬워진다. 단, 긴 URL은 공유 중에 잘리는 사고가 잦으니, Bitly(<https://bitly.com>)처럼 신뢰 가능한 단축 서비스를 쓰거나, 구글 애널리틱스의 캠페인 빌더(<https://ga-dev-tools.web.app/campaign-url-builder/>)로 깔끔히 정리한다. 단축 링크는 피싱 오해를 부를 수 있으니, 블로그 본문보다는 소셜 배포에 주로 쓴다.

저작권 출처 표기, 확실하게 남기는 간단 체크리스트

- 라이선스 유형을 명시한다. 예: CC BY 4.0, CC BY-SA 3.0, 자체 라이선스.
- 저자명 혹은 제공처를 표기하고, 원본 URL을 링크한다.
- 변경이 있었다면 “크롭/색보정/텍스트 추가”처럼 변경 사실을 적는다.
- 상업적 이용 여부가 애매하면, 제작자 페이지의 상업 이용 조항을 다시 확인한다.
- 본문 하단에 모아서 표기하되, 이미지 바로 아래에도 간단 표시를 남긴다.

짧아 보이지만 이 다섯 줄이면 웬만한 분쟁의 씨앗을 초기에 제거한다. 특히 CC BY-SA처럼 동일조건 변경허락 조항이 있는 경우, 2차 저작물도 같은 라이선스로 배포해야 하는 의무가 생긴다. 이런 조건을 어기면 원저작자가 내려달라고 요청할 근거가 충분해진다.

새 글을 시작할 때, 주소모음으로 여는 실제 작업 흐름

습관은 디테일에서 갈린다. 아래는 하루 작업의 시작 30분을 어떻게 쓰는지, 주소모음을 끼워 넣어 정리한 예다.

첫 5분은 키워드 검증이다. 전날 적어둔 주제 후보를 Naver 데이터랩과 Google Trends에서 확인한다. 비슷한 두 표현이 있다면 검색 의도 차이를 보고 하나로 좁힌다. 이어서 Ahrefs에서 상위 10개 페이지의 제목 구조, 소제목, 링크 아웃바운드 패턴을 훑는다. 이때 유입 경로가 검색에 한정될 필요는 없다. 커뮤니티 유입이 더 적합한 주제라면, 링크모음의 “배포” 폴더로 바로 이동해 커뮤니티 규정 링크를 같이 검토한다.

다음 10분은 이미지와 시각 설계다. 섹션 구성이 대략 잡히면, Unsplash와 Pexels에서 대표 이미지를 3장 골라 Lightbox에 담아둔다. 비슷한 콘셉트로 Freepik에서 아이콘 세트를 짚해 글머리표 대신 시각적 구분자로 사용할지 검토한다. 이 단계에서 라이선스 페이지를 한 번 더 확인하고, 다운로드 폴더에 텍스트 파일로 출처와 라이선스를 메모한다. 저장 이름부터 slug와 키워드를 반영해 관리하면 나중에 이미지 교체가 필요할 때 편하다.

다음 10분은 저작권과 상표 리스크를 훑는다. 상표명과 로고 사용에 대한 공식 가이드 페이지가 있는지 검색한다. 예를 들어 특정 서비스의 로고는 배경색, 여백, 최소 크기가 정해져 있다. 이를 어기면 삭제 요청이 들어온다. 리뷰 문맥의 화면 캡처라면, 개인정보나 결제 정보가 노출되지 않도록 모자이크 기준을 미리 정해둔다. 의심 지점이 보이면, 과감히 이미지 없이 텍스트로 풀어가거나, 대체 그래픽으로 처리한다.

마지막 5분은 퍼블리싱 체크다. Squoosh로 이미지 최적화, alt 텍스트 작성, 파일명 정리. Alt는 단순 키워드 나열이 아니라, 이미지가 전달하는 정보를 서술형으로 적는다. 접근성이 좋아지고, 이미지 검색 유입도 늘어난다.

주소모음을 자동화하는 소소한 장치들

브라우저 북마크만으로는 한계가 있다. Raindrop.io(<https://raindrop.io>)는 태그와 썸네일, 전문 검색이 좋아서 도구 링크를 시각적으로 관리하기 쉽다. Notion은 팀 위키와 결합하기 좋다. 템플릿으로 "키워드 - 이미지 - 권리확인 - 배포 - 측정"을 상단에 고정하고, 각 항목에 대표 링크와 사용 가이드를 붙인다. 링크마다 "검증일" 속성을 두고, 6개월이 지나면 상태 표시를 노랑게 바꾸는 자동화를 걸어두면, 낡은 주소를 걸러내는 데 도움이 된다.

Zapier나 Make 같은 자동화 도구를 쓰면, 트위터나 공식 블로그의 정책 변경 공지가 올라올 때 Slack으로 알림을 받을 수 있다. 예를 들어 Unsplash 라이선스 페이지의 변경을 RSS로 구독해두면, 조건이 바뀌었을 때 팀 채널로 알리는 식이다. 변경 주기가 잦지 않지만, 막상 바뀌면 영향이 크다.

표절·중복 검수와 출처 관리

표절 의도가 없어도, 자료를 많이 모으면 표현이 비슷해지기 쉽다. 한국어 문장을 다루는 도구는 제한적이지만, Grammarly나 Quetext 같은 영문 위주 도구도 참고가 된다. 더 효과적인 방법은, 문장 단위로 출처를 명확히 기록하는 것이다. 조사 단계에서 Zotero(<https://www.zotero.org>)로 출처를 저장하고, 메모에 핵심 문장을 인용 부호와 함께 붙여두면 안전하다. 글로 옮길 땐 그 문장을 보면서 반드시 재서술하고, 남긴 요약만을 바탕으로 새로 조직한다. 소제목 하나를 쓰더라도, 원문의 구조를 그대로 가져오지 않는 것이 포인트다.

인용 이미지나 차트도 마찬가지다. 원문 차트를 그대로 퍼오지 말고, 수치를 재가공해 내 맥락에 맞는 차트로 다시 그린다. 이때 출처는 원문 페이지와 함께 데이터 취득 날짜를 적는다. 데이터셋은 업데이트되기 때문에, 날짜 정보가 있어야 재현 가능성이 확보된다.

블로그 품질을 끝까지 지키는 마무리 점검

마감 직전에 하는 두 작업이 결과를 많이 바꾼다. 첫째, 헤드라인을 세 가지 버전으로 나눠서 며칠 간 A/B 테스트를 하거나, 최소한 SNS용 문구에서 반응을 본다. 같은 본문이라도 "방법"형과 "체크리스트"형, "에러 방지"형은 독자군이 다르다. 둘째, 링크의 관계를 본다. 내 블로그 내부 글로 연결되는 내부 링크가 충분한지, 외부 링크가 신뢰도 높은 출처로 이어지는지, 앵커 텍스트가 과도하게 상업적이지 않은지 확인한다. 주소모음을 기점으로 추가 자료를 달린 생태계 안에만 묶어 두지 말고, 필요한 곳에 과감히 외부 권위를 빌린다.

직접 운영하는 주소모음, 5단계로 빠르게 구축하기

- 작업 흐름 기준으로 폴더를 만든다. 예: 키워드, 이미지, 권리, 퍼블리싱, 측정.
- 폴더당 핵심 링크를 5개 이하로 고르고, 나머지는 "더보기" 하위폴더로 넣는다.
- 각 링크에 "왜 이 링크인가" 한 줄 설명을 메모장이나 Notion에 남긴다.
- 분기마다 링크 체크 도구로 일괄 점검하고, 교체 링크를 확보한다.
- 팀이 있다면, 폴더 구조와 사용 규정을 1페이지 위키로 고정한다.

이렇게 구축한 링크모음은 시간이 갈수록 안정적인 토대가 된다. 새로운 도구가 유행할 때마다 갈아타지 않고, 기존 도구의 쓰임새를 더 깊게 파고들 수 있다. 단단한 루틴은 화려한 신상 도구보다 오래 간다.

마무리 조언, 주소모음은 기준의 기록이다

주소모음은 단순한 북마크 모음이 아니다. 글을 쓰는 사람의 기준과 책임을 압축한 기록이다. 검색량에 흔들리지 않고, 합법적 이미지 사용과 정확한 출처 표기를 지키는 블로그는 시간이 갈수록 신뢰를 얻는다. 무료 키워드 도구와 무료 이미지 사이트만으로도 충분히 경쟁력 있는 글을 만들 수 있다. 중요한 건, 각각의 링크가 내 글의 어느 부분에서 어떤 역할을 하는지 분명히 아는 것이다.

주소를 모아두면 선택이 쉬워지고, 선택이 쉬워지면 품질 관리에 여유가 생긴다. 그 여유를 독자를 이해하는 데 쓰면 된다. 클릭을 유도하되 실망시키지 않는 제목, 예쁜 이미지를 쓰되 라이선스를 존중하는 태도, 이 두 가지가 겹치는 지점에서 블로그는 건강하게 성장한다. 주소모음과 링크모음은 그 지점을 잃지 않게 도와주는 최소한의 도구다.