

우리나라의 경우, IPTV 서비스 법제화 미비에 따른 사업 허가 지연, 케이블 방송 사업자와 통신 사업자의 대립, 소비자의 IPTV 서비스에 대한 인식 부족 등의 이유로 현재 IPTV서비스가 활성화되지 못하고 있다. 그러나 이러한 장애 요인에도 불구하고 전 세계적인 IPTV 서비스 확산 추세에 따라, 우리나라에서도 조만간 IPTV 서비스가 활성화될 것으로 보여진다.

### 참고자료:

- [1] Bob Larribeau · Gary Schultz, "Service Providers", Winning IP TV Content Strategies, 2006. 5., MRG, Inc.
- [2] 정 훈, IPTV 요금 수준 동향, 정보통신정책 제18권 20호 통권 404호, 정보통신정책연구원, 2006. 11. 1.
- [3] 아이뉴스24, MS, 한국 IPTV 시장도 '눈독' ... 통신업체들은 '냉담', 2007. 2. 5
- [4] 사업자 웹사이트: Belgacom([www.belgacom.be](http://www.belgacom.be)), FastWeb([www.fastweb.com](http://www.fastweb.com)), France Telecom([www.orange.fr](http://www.orange.fr)), PCCW([www.pccw.com](http://www.pccw.com)), MTS([www.mts.ca](http://www.mts.ca))

---

## UCC의 국내외 동향

---

정보통신산업연구실 연구원 임순옥  
(T. 570-4113, soon@kisdi.re.kr)

### 1. 개 요

지난 연말 미국의 시사주간지 'TIME'은 올해의 인물로 'You'를 선정하였다.<sup>1)</sup> 타임지는 블로그나 유튜브(YouTube), 마이스페이스(MySpace) 등을 통해 미디어 영역에서 폭발적으로 성장하며 영향력을 키워가고 있는 '당신(You)'을 올해의 인물로 선정했다고 설명했다.

국내에서도 2006년 하반기 이후 인터넷업계의 최대 관심이 UCC로 집중되며 일반인들의 참여가 활성화 되었다. 여중생 폭력사건 동영상은 교내 폭력에 대한 사회적 파장을 몰고 왔고, 기타리스트 임모씨 등 많은 스타를 배출했으며, 올해 대통령 선거에서 UCC의 영향력에 대해 관심이 고조되고 있다. 이에 본 고에서 많은 기업이 최대 화두로 손꼽고 있는 UCC의 특징과 국내외 동향을 살펴보고자 한다.

---

1) Time's person of the year: YOU, 2006. 12

## 2. 본 문

### 가. UCC 개념과 분류

UCC(User Created Content)<sup>2)</sup>는 '사용자제작콘텐츠'를 뜻한다. UCC는 콘텐츠의 매체에 따라 텍스트, 이미지, 오디오, 비디오, 복합 미디어(UPC: User Packaged Content)를 포함하며, 콘텐츠 제작 목적에 따라 정보 제공을 위한 I(Infomation)-UCC와 엔터테인먼트를 위한 E(Entertainment)-UCC, 수익 창출을 위한 B(Business)-UCC로 분류할 수 있다.

또한 형태별로는 순수하게 사용자의 독창성을 발휘하여 제작된 사용자 창작 콘텐츠(UGC: User Generated Content), 기존에 존재하던 소스 콘텐츠에 사용자 의견, 다른 소스 콘텐츠를 조합하여 변형시킨 사용자 가공 콘텐츠(UMC: User Modified Content), 기존에 있던 두 가지 이상의 콘텐츠를 조합하여 전혀 새로운 의미나 부가가치를 생각해 내는 사용자 재창조 콘텐츠(URC:User Recreated Content)로 분류하기도 한다.

### 나. 국내외 UCC 현황

해외에서 UCC를 기반으로 하는 웹서비스들의 성장속도는 매우 빠르게 나타나고 있다. 미국 인터넷 시장 조사기관 닐슨 넷레이팅(Nielsen NetRating)은 지난 2006년 7월에 가장 성장속도가 빠른 미국 내 10개 사이트 중 절반이 UCC를 기반으로 하는 웹서비스라고 밝혔다(<표 1> 참조). 또한 컴스코어 미디어 매트릭스(ComScore Media Metrix)<sup>3)</sup>에 따르면, 지난 1월 네티즌이 가장 많이 방문한 웹사이트 톱10을 집계한 결과, 위키피디아(Wikipedia)<sup>4)</sup>가 4,290만 명을 기록해 뉴욕타임스(10위), 애플(11위), 비아콤(12위) 등을 제치고 9위로 진입한 것으로 나타났다.<sup>5)</sup>

2) UCC는 해외에서 User-Generated Content(UGC)로 불리고 있으며 Wikipedia의 정의에 따르면 UGC는 web publishing 그리고 새로운 미디어 콘텐츠 제작 분야에서 2005년에 주류가 된 용어로서 방송사와 영상 프로덕션과 같은 전통적인 매체생산자와 반대로 웹사이트의 사용자에게 의해 생산되는 온라인 콘텐츠가 이에 해당한다.

3) ComScore(2006년 7월 기준, 영국)에 따르면 UCC사이트(Wikipedia, MySpace.com, Piczo.com, YouTube.com, Bebo.com)를 포함한 상위 5위 사이트와 비 UCC사이트(UCC사이트 제외 상위 50위 사이트)를 비교해 본 결과 UCC사이트(평균 월 4.2일, 평균 사용시간 79.9분, 217page view)가 비 UCC사이트(평균 월 3.5일, 평균 사용시간 33.2분, 52page view)에 비해 더 자주, 오랫동안 사용하는 것으로 나타났다(ComScore Media Metrix, 2006. 9. 11 자료)

4) 2006년 1월 같은 조사에서 Wikipedia는 1,830만 명으로 33위에 머물렀다.

5) 전자신문, 2007. 2. 20

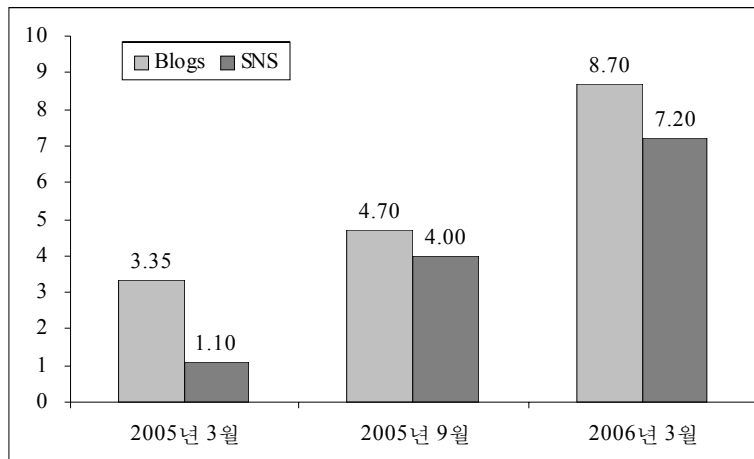
<표 1> 급성장하고 있는 미국 Web Sites(2006년 7월)

(단위: 백만 명, %)

| 기업               | 인터넷 서비스 유형    | 순방문자수 | 증가율 |
|------------------|---------------|-------|-----|
| HSBC             | 은행            | 6.4   | 394 |
| Sonic Solutions  | 디지털 미디어 소프트웨어 | 3.7   | 241 |
| Associated Press | 통신사           | 9.7   | 234 |
| ImageShack       | 이미지 호스팅 사이트   | 7.7   | 233 |
| Heavy.com        | 비디오 공유 사이트    | 3     | 213 |
| Flicker          | 사진공유사이트       | 6.3   | 201 |
| ARTIST Direct    | 온라인 음악 플랫폼    | 3.2   | 185 |
| Partypoker.com   | 온라인 게임 사이트    | 6     | 184 |
| MySpace          | 소셜 네트워크 사이트   | 46    | 183 |
| Wikipedia        | 온라인 커뮤니티      | 29.2  | 181 |

주: 1) 순방문자(unique visitor)는 특정 웹사이트를 일정 기간 동안 적어도 한 번 이상 방문한 사람을 말함  
 2) Wikipedia, MySpace, Flickr, Heavy.com, ImageShack가 UCC사이트에 해당  
 3) 증가율은 2005년 7월에서 2006년 7월 순사용자 증가율  
 자료: OECD, 2006. 12 재인용

[그림 1] 일본의 블로그와 SNS현황



자료: OECD, 2006. 12 재인용

이러한 추세는 아시아 전역에도 나타나고 있는데, 일본 블로그 시장의 경우 2005년 3월에 비해 2006년 3월 말에는 8.7백만 명이 등록되어 있고, 일본 SNS(Social Network Site)<sup>6)</sup>의 가입자도 7.2백만 명으로 1년여 만에 급격히 증가한 것을 볼 수 있다.

UCC의 영향력이 높아짐에 따라 2005년 2월에 설립된 유튜브(YouTube)는 2006년 10월 구글(Google)에 16억 5천만 달러에 합병되었고, 합병 후 투자자들의 긍정적인 반응에 힘입어, 나스닥에서 구글(Google)의 주가는 8.50달러 오른 429달러를 기록했다. SNS인 마이스페이스(MySpace) 또한 2004년 만들어진 이후 2년 만에 7천만 명이라는 가입자를 확보했고, 뉴스 코퍼레이션(News Corporation)에 5억 8,000만 달러에 인수되는 등 UCC기반 웹사이트의 시장잠재성은 높게 평가되고 있다.

국내에서도 해외 못지않은 UCC 열풍이 빠른 속도로 확산되고 있다. 한국인터넷진흥원이 작년 6월 조사한 바에 따르면 인터넷 이용자의 43.2%가 UCC를 제작한 경험이 있다고 응답했고, 국내 UCC는 웹2.0 열풍과 맞물려 2006년 한해 인터넷 분야에서 최대의 화두였다. 국내 UCC의 유통현황을 보면 전문사이트와 포털사이트 위주로, 2006년부터 유통이 급증하였다. 11개 사이트의 월평균 순방문자 수 2006년 1월 26,740천명에서 2006년 12월에 69,725천명으로 증가해 빠른 증가세를 보였다.<sup>7)</sup>

최근 국내 UCC의 영역이 웹에서 여러분야로 확대됨에 따라 프리첼(Freechal)과 픽스카우(Pixcow) 등은 영상을 만드는 이용자들을 위해 오프라인 스튜디오를 개설하기도 했고, 엔터테인먼트사인 SM은 얼마 전 대표적 UCC포털인 다모임(Damoim)을 인수했다. 거대 포털사이트인 다음(Daum) 역시 카페·블로그 게시물·영상 등 UCC를 메인 페이지 한 가운데 전면 배치하고 있고 엔에이치엔(NHN), 야후 등도 전면 배치는 물론 지도 서비스 등 여러 서비스를 UCC로 작성, 이용에 편리하도록 배려하고 있다. 케이티하이텔(KTH) 과란이 KTF 무선인터넷 펴(Fimm)을 통해 제공하는 UCC 영상 서비스인 'Mbax'는 지난 12월 하루 평균 접속 수 2만5천 건으로 펴의 실시간 TV를 앞질렀고 이용시간도 전체 펴 서비스의 절반 정도를 차지하고 있고<sup>8)</sup> 하나로텔레콤도 '하나TV'를 통해 동영상 UCC프로그램을 확대해 나가고 있다.

### 3. 결 어

국내외 UCC는 현재 이용자들의 적극적인 활동, 다양한 업계의 노력으로 급격하게 성장하고 있지만, UCC가 단순한 트렌드를 넘어 하나의 시장으로 성장하기 위해서는 저작권 문제,

6) SNS(Social Network Site): 소셜 네트워크는 '인맥 구축', '사회 연결망', '지인 네트워크' 등으로 불리움.

7) 전자신문, 2007. 2. 13

8) 매일경제, 2007. 1. 3일자

개인정보 유출, 명예훼손 등 해결해야할 문제점도 남아있다. 특히, 저작권 문제와 관련해 지난해 저작권심의조정위원회가 UCC전문 포털 사이트를 대상으로 현재 유통되는 UCC의 80% 이상이 불법복제물이라고 발표했다.

미국에서 UCC 동영상의 저작권 분쟁이 확산되어 비아컴(Viacom)은 UCC 동영상 서비스를 제공하고 있는 유튜브(YouTube)에게 10만여 개 동영상의 삭제를 요구하기도 했다. 이렇듯 저작권 문제에 대한 처리가 향후 UCC시장의 중요한 변수가 될 것이라는 점을 보여준다. 현재 국내에서도 UCC 저작권을 둘러싼 분쟁이 갈수록 확산될 것으로 보이는데, 얼마 전 UCC와 관련한 저작권 보호 대책을 마련하고 UCC 활성화의 전제가 되는 효과적인 저작권 처리방안을 발표하기도 했다.

UCC시장의 발전은 인터넷 이용자들이 자발적인 참여를 통해 어느 정도의 우수한 콘텐츠를 생산하는지에 달려있다. UCC 활성화에 따른 급속히 변화하는 인터넷 환경에 능동적으로 대처할 수 있고, 적합한 새로운 규제 및 심의체계를 구축해, 새로운 디지털 생활문화 환경을 조성할 것이 요구된다.

#### 참고자료:

- [1] 매일경제신문(www.mk.co.kr)
- [2] 전자신문(www.etnews.co.kr)
- [3] ComScore Media Metrix(www.comscore.com)
- [4] OECD, "Working Party on the Information Economy, PARTICIPATIVE WEB: USER-CREATED CONTENT", 2006. 12

---

## 2006년 미국 중간선거 기간 동안의 인터넷 이용 현황

---

미래전략연구실 연구원 황지연  
(T. 570-4088, h9866@kisdi.re.kr)

### 1. 개 요

인터넷은 현대사회의 거의 모든 분야에서 막대한 영향력을 가지고 있다. 정치분야에 있어서도 예외는 아니어서 정치에 대한 인터넷의 중요성은 나날이 커지고 있다.

미국의 경우를 보면, 1990년대 중반부터 인터넷이 선거운동의 수단으로 등장하였고, 몇 차