

사용자 생산 콘텐츠의 현황과 전망

A Study on User Created Contents

박준석, 김재한, 한동희, 김수홍
상명대학교

Park Joon-Seok, Kim Jae-Han, Han Dong-Hee,
Kim Soo-Hong
Sangmyung University

요약

최근 '사용자 생산 콘텐츠'가 크게 대두되고 있다. 웹 2.0의 시대와 맞물려 기존의 포털과 개인 홈페이지에도 큰 변화가 일어나기 시작했는데 그 변화의 핵심은 바로 사용자가 직접 생산하고 배포하는 콘텐츠라고 할 수 있다. 이에 본문에서는 현재까지의 웹 미디어에서의 콘텐츠 배포 방식과 그 특징에 대해 살펴보고 현재 대표적인 사용자 생산 콘텐츠들의 예를 통해 알 수 있는 공통점과 주목해야 할 점들은 무엇인지, 또한 사용자 생산 콘텐츠의 기반이 되는 기술과 앞으로의 여러 가지 발전 가능성에 대해서 전망하였다.

Abstract

Recently, the User Created Contents is rising up. Gearing with an era of the Web 2.0, The pre existed Potal and private web pages are having extensive changes, and the heart of the changes is just the contents what the users produce and spread by themselves. Therefore, there is an observation about the system of contents spread on Web media until nowadays, and the features, in this article. This paper will be intend to expect that the commonness between the examples of the current User Contents, technologies for User contents, and the possibilities for development.

I. 미디어의 확산과 User Created Contents

1. User Created Contents의 의미

최근 '사용자 생산 콘텐츠(User Created Contents)'가 크게 대두되고 있다. 그 의미대로 해석하자면 '사용자가 만들어 낸 혹은 생산해 낸 결과물' 이라고도 할 수 있는데, 그

의미를 파헤쳐 보면 그다지 새로운 개념은 아닌 것이 사실이다. 웹이 급속도로 발전되기 이전, PC 통신의 게시판에 올라오는 유머나 강좌 등의 것들도 엄밀히 따져보면 사용자(User)가 다른 사용자에게 전달을 하기 위해 만들어낸(Created) 콘텐츠(Contents)이기 때문이다.

2. 기존 웹에서의 미디어란?

웹에서 정보 전달의 역할을 맡고 있는 각종 포털 업체를 미디어의 성격으로 바라보게 된지는 그렇게 오래되지 않은 것이 사실이다. 고작 3-4년 전까지만 하여도, 각종 포털의 웹페이지에서는 간단한 텍스트 위주의 정보를 취합 및 전달하는 공간으로서의 성격이 강했다. 또한 수많은 데이터를 주고받는 역할을 하는 인터넷 통신망의 속도도 그렇게 빠른 편은 아니었기 때문에, 정보 전달의 방법이나 효과에 있어 큰 기대를 하지

않았다고도 할 수 있다.

포털은 한 페이지에서 사용자에게 모든 서비스를 제공하기 위해 경쟁적으로 각종 서비스를 늘려나가고 서비스의 질 보다는 양에 우선하다 보니 그들은 비슷한 서비스를 앞 다투어 제공하게 되었다. 개인은 의견을 주고받기에 어려운 면이 있었고, 한 쪽으로만 일방적으로 흘러가는 정보 흐름의 말단에 놓여 있었기 때문에 정보 전달의 한계에 직면해 있었던 것이다.

II. 왜 User Created Contents인가?

1. 바뀌어 가는 정보 전달의 지도

그렇다면 현재는 어떤 방법으로 웹에서 정보가 전달되는 지에 대해 알아 볼 필요가 있다. 이전의 일방적인 전달에 가까웠던 그것에 비하면, 지금은 서로가 서로에게 정보를 전달하는, 콘텐츠 자체를 개인이 만들어 내는 시대가 되어 있기 때문에 큰 차이점이 있다고 할 수 있다.

항상 정해진 형식과 논조에 맞추어 밥 먹듯이 나오는 기존의 뉴스들은 사용자 입장에서는 그다지 재미가 없던 것이 사실이었다. 그런 상황은 '그렇다면 내가 직접 다른 사람에게 전

해줄 소식을 만들어 보는 것은 어떨까?' 하는 적극적인 사고로 발전하게 되었지만, 처음에는 큰 성과를 보일 수 없었다. 바로 그 이유는 자기가 직접 콘텐츠를 공들여 제작한다고 해도 그것을 쉽게 유통시킬 수 있는 채널과 방법이 없었기 때문이었다. HTML Tag를 이용한 기초적인 링크를 하는 방법은 너무 손이 많이 가는 것이 단점이라고 할 수 있었고, 동영상상을 제작하고 편집하는 작업도 난이도가 높은 편에 속한다.

하지만 이러한 예전의 어려운 정보 배포 상황은 관련 기술의 발달과 통신망의 발달로 점점 나아지기 시작하였고, 어떻게 하면 사용자에게 쉽고 간편하게 정보를 공유할 수 있는지를 고민하게 만들었다. 점점 한정된 형식의 뉴스를 제공하는 기존의 포털 시스템에 지루해진 인터넷 사용자들에게는 뭔가 새롭고 재미있고 쉬운 것이 필요하게 되었는데, 이런 요구를 만족시키고 지금까지 살아남은, 또한 미래를 주도해 나갈 대표적인 서비스들에게는 다른 것에는 없는 무언가가 있었다.

이것은 바로 '사용자에 의해 만들어진 정보를 다른 사람들에 쉽게 전달할 수 있는 체계'인 것이다.

2. 대표적인 User Created Contents 서비스는?

그렇다면 현재 대표적인 User Created Contents에는 어떤 것들이 있는지, 그 특징은 무엇인지 살펴볼 필요가 있다. 다음과 같은 예에서 한 번 살펴보도록 하자.

1) 개인 미디어의 시대를 연 싸이월드

싸이월드는 가장 대표적인 User Created Contents라고 할 수 있는 서비스이다. 2006년 10월 기준으로, 국내에서 인터넷을 사용하는 사람의 수가 대략 3,300만명이라는 집계가 나와 있는데 이중에 약 1,900만명이 회원으로 가입해있을 정도로 활성화되어 있다.

회원가입을 하게 되면 각자 미니홈피라고 부르는 사이버 공간을 주고, 충전한 사이버 머니를 이용해 이를 꾸밀 수 있도록 한 것이 특징이다. 특히 이런 액세서리를 구입하고 사용할 때의 자유도가 매우 높기 때문에 가격에 비한 만족도도 역시 높게 평가되고 있다. 즉, 같은 금액을 온라인상에서 소비하더라도 더 높은 만족감을 얻을 수 있도록 하여 차후에 추가적인 구매로도 이어질 수 있도록 한 치밀한 설정이라고도 할 수 있는 부분이다.

싸이월드가 발전하는 데 있어 가장 큰 역할을 한 것은 디지털 카메라의 보급과 사용자간 네트워크 형성을 쉽게 할 수 있다는 장점이라고 할 수 있다. 사용자가 직접 만든 사진이나 동영상 등을 아주 쉽게 편집하고 업로드 할 수 있도록 하였고, 이런 공간에 제약을 두지 않은 점이 싸이월드의 발전과 확산에 큰 역할을 하였다.

또한 한국 사회에서 중요한 요소 중의 하나라고 할 수 있는 '인맥'이라는 것을 사이버 공간 상에 '일촌'이라는 개념으로 구성하였는데, 이는 손쉽게 사용자간에 만든 콘텐츠를 마우스 클릭 한번으로 교환하는 것을 가능케 한다. 즉 사용자가 최소의 노력으로 최대의 결과물을 얻게 만들었다는 점, 개인의 홈페이지로만 머물 수 있는 공간을 개인을 표현하는 미디어라는 존재로 만들었다는 점이 싸이월드의 성공 요인이라고 할 수 있다.

2) TatterTools, Egloos 등으로 대표되는 개방형 블로그

앞서 설명한 싸이월드가 사용자 기반의 User Created Contents 서비스라고 할 수 있는 대표적인 예라고 할 수 있지만, 고정된 틀과 폐쇄적인 인맥구조로 인해 가지는 단점도 있는 것이 사실이다. 어딘가에 회원가입을 하거나 서비스를 이용하기 위해 전자결제를 꼭 거쳐야 한다는 점은 누군가에게는 귀찮을 수도 있으며, 웹페이지 전체를 뜯어 고치고 싶은 사람도 있을 수 있다. 이런 점을 짚어내어 더 만족스러운 자유도와 만족도를 주도록 만든 것이 바로 개방형 블로그 서비스라고 할 수 있다.

기존의 싸이월드가 어떤 정해진 공간을 정해진 공식대로만 이용하는 곳이라고 한다면, 이런 개방형 블로그 서비스는 사용자의 입맛대로 구성하고 정보를 주고받을 수 있는 정책도 정할 수 있다는 점이 가장 큰 차이점이라고 할 수 있다. 또한 자신이 만들어낸 게시물을 손쉽게 포털에서 검색이 되도록 하거나 같은 서비스 사용자끼리 공유할 수 있도록 하여 User Created Contents로서의 가치를 격상시키는 효과도 자연스럽게 가지도록 한 점이 돋보인다.

3) 다음 블로거 기자단

다음 블로거 기자단은 사용자가 정보 배포의 주체로 쉽게 올라설 수 있도록 하는 좋은 구조라고 할 수 있다. 기본 개념은 다음에서 블로그를 운영하면서, 블로그에 개인이 작성한 글이 뉴스로 쓰일 수 있도록 처리를 해주면 기사로서 채택되는 형태이다. 특히 좋은 주제를 가졌거나 의미 있는 기사로 인정받게 되는 경우에는 10만원의 상금을 지급하도록 하여, 개인의 도전 의지를 고취시켰고 많은 블로거 기자들이 생겨나게 되었다. 실제로 2006년 9월 기준으로 활동 중인 블로거 기자단의 숫자만 해도 최소 만 명 이상으로 파악되고 있으며, 인기 게시물의 조회 수 또한 수백만을 상회할 정도로 높은 기록을 가지고 있다.

특히 대형 포털들 중에서는 처음으로 이런 개방적인 미디어를 지향하고 개인 기자들을 활용하여 기사 거리를 만들어 냈다는 점은 눈여겨 볼 부분이다. 이는 포털뉴스 매체로서의 강

점을 활용하는 동시에, 개인이 만들어 낸 콘텐츠를 주고받으며 자연스럽게 토론을 이끌어 낼 수 있으므로 이상적인 User Created Contents의 활용 형태로 볼 수 있다.

4) YouTube로 대표되는 플래쉬 플레이어

최근에 국내 모 유명 핸드폰 제조사의 최신 기술이 적용된 핸드폰이 너무나도 손쉽게 부러지는 모습을 담은 동영상의 공개되어 인터넷 상에서 뜨거운 논란을 불러일으킨 사건이 있었다. 물론 이는 나중에 악의적인 의도로 제작된 것으로 밝혀져 더 이상 볼 수가 없게 되었지만, 하루 만에 전 세계 수십억의 인터넷 사용자들에게 이 영상이 배포되는 데에 핵심적인 역할을 한 것이 있었으니 바로 'YouTube' 라는 플래쉬 기반의 동영상 플레이어였던 것이다.

기존의 인터넷에서 영상을 공유하는 방법은 매우 제한적이었고 손이 많이 가는 까다로운 작업으로 분류되었기 때문에, 그다지 콘텐츠의 확산에 도움이 되는 형태는 아니었다. 특히 윈도우 미디어 서버 기반의 동영상들이 거의 대부분을 차지하고 있는 실정 탓에 타 OS에서의 사용에도 애로 사항이 존재하였던 것이 사실이다.

이런 점에 주목하여 YouTube社は 모든 플랫폼에서 자유롭게 사용이 가능한 플래쉬 리는 기술을 이용하여, 동영상 스트리밍 데이터의 처리가 가능도록 하는 서비스를 만들어 내게 된다. 또한 동영상을 자유롭게 보는 것뿐만 아니라 다른 사람에게 아주 손쉽게 공유하는 것도 가능하도록 하여, 빠른 확산에도 큰 일조를 하였다. 이런 인기에 힘입어 최근 국내 몇몇의 전문 업체와 대형 포털들이 이 시장에 뛰어들고 있으며 빠른 통신망과 기반 기술의 발전은 원조로 불리고 있는 YouTube 플레이어보다도 훨씬 높은 화질과 편의성을 제공하고 있는 실정이다. 몇 일전, Google社가 YouTube社를 16억 5천 달러, 즉 원화로 환산하면 거의 1조 원을 상회하는 어마어마한 금액으로 인수한 것만 봐도 앞으로 열릴 User Created Contents 시장의 큰 발전 가능성을 알 수가 있다.

3. 인기 있는 User Created Contents 서비스의 특징은?

그렇다면 이와 같이 현재 웹 사용자에게 선풍적인 인기를 끌고 있는 서비스들의 특징에는 어떤 것이 있는지 정리를 해 보도록 하자.

1) 사용자가 서비스를 커스터마이징할 수 있는 높은 자유도
인기있는 User Created Contents 서비스들을 살펴보면, 어떤 고정되어 있는 형식을 강요하는 것이 아니라 사용자의 입맛에 맞추어 그 형식을 바꾸는 것이 가능하도록 한 것이 특징이다. 특히 개인을 표현하는 블로그나 홈페이지 서비스

등에서 주로 이용되고 있으며, 기반 기술을 자세히 알지 못하는 사람도 쉽게 이용할 수 있도록 하여 정보에 대한 접근성을 높이는 효과를 가져왔다.

2) 정보의 편리한 배포와 구독

기존에는 어떤 정보를 널리 알리고자 할 때나, 필요로 하는 정보를 얻고자 할 때에 일일이 관련 웹사이트에 방문해야 했기 때문에 불편한 점이 있었다. 하지만 지금은 메신저나 핸드폰, 포털 서비스 등을 통해 정보를 좀 더 효율적이고도 빠른 방법으로 전달할 수 있어, 정보의 확산 속도 면에 있어서도 유리한 면을 가지고 있다. 특히 웹 2.0의 시대에 들어서면서 개발된 RSS나 AJAX등의 신기술은 새로운 정보 전달 및 관리의 방법을 제시함으로써, 기존에는 어려웠던 정보의 집적도와 활용성 면에서 극대화를 꾀하는데 큰 영향을 미치고 있다.

3) 정보의 집적으로 인한 집단적인 지성적 가치 상승

어느 한 공간에 정보를 집적할 수 있도록 함으로써 얻는 효과는 매우 크다. User Created Contents 모델이 발전하고 활성화되기 전에는 어떤 일이 있을 때 혼자서, 혹은 제한적인 범위 내에서 도움을 청하는 등의 방법으로 해결하려고 하는 것이 보편적인 행동 양식이라고 보여진 것이 사실이다. 하지만 정보를 쉽게 집적하고, 다른 사람에게 공유하는 방법이 생겨나게 되면서, 이런 정보에 접근할 수 있는 사람은 점점 많아지게 되었다. 이는 곧, 그만큼 정보의 양과 질 모두의 측면에서 볼 때 양이 증가할수록 질적인 측면도 어느 정도 비례하여 상승하는 효과를 누릴 수 있음을 의미한다고 할 수도 있다.

즉, 어떤 정보 집단이 발전적인 정보를 교류하고, 보편적으로 옳은 방향으로 나아가고자 한다면 그만큼 그 집단의 가치와 전망에 있어서도 낙관할 수 있다는 뜻이 된다.

4) 자연스러움의 균형을 유지

User Created Contents가 User Created Contents로서 의미 있는 이유는 바로 사용자가 직접 손으로 만든 결과물을 공유한다는 점이 매우 중요하기 때문이다. 지난 몇 년간 불안정한 수익 구조를 가지고 있던 회사들은 앞으로 나아갈 방향, 즉 큰 숲을 보지 못한 채, 그 안의 나무 하나 하나에 집중하는 근시안적인 태도를 보여 왔다. 그와 유사한 서비스가 등장하는 순간 사용자 이탈로 인해 한 순간에 도태되고 마는 현상을 한국의 웹 사용자들은 꾸준히 지켜왔으며 그만큼 요구 서비스 수준도 크게 상승되어 있었기 때문에 엄격한 기준을 적용하여 판단을 하게 된 것이다.

결국 사용자가 부담스러움을 느끼지 않는 상식선의 서비스를 제공하고, 또 그만큼의 참여를 자연스럽게 유도해 내어 조

화를 이루도록 유지해 나가는 것이 사용자를 만족시키는 해결책이라고 할 수 있다. 사용자가 직접 만든 콘텐츠의 의도가 왜곡되거나 정당하지 않은 돈벌이의 수단으로 악용되고, 누군가에 의해 간섭받는 일이 생긴다면, 이는 곧 빠른 시간 안에 다른 유사 서비스로 사용자의 이동이 일어날 수 있는 시발점으로 작용하게 된다는 점이 중요하다.

4. User Created Contents를 가능하게 하는 기반 기술

이런 User Created Contents를 가능하게 하는 기반 기술에는 여러 가지가 있지만 특히 가장 주목받고 있는 기술은 RSS와 AJAX로 대표되고 있다.

1) RSS(Really Simple Syndication or Rich Site Summary)

RSS는 단어 그대로 '정말 간단한 배포' 혹은 '풍부한 사이트 요약'이라고 일반적으로 해석된다. 어떻게 보면 HTTP나 FTP처럼 웹에서 이루어지는 통신 프로토콜의 한 가지라고 볼 수 있는데 RSS의 의미 그대로 간단하다는 것이 가장 큰 장점이라고 할 수 있다.

현재 국내 웹사이트의 경우 몇몇 업체를 제외하고는 웹 표준 규격에 맞추기 보다는 빠른 개발기간에 중점을 맞추다 보니, 코드 최적화 및 타겟 시스템의 부하적 측면에는 전혀 신경을 쓰지 못한 면이 있다. 어떤 정보 하나에 접근하기 위해 로그인 창과 중간 게이트웨이 페이지를 지나 실제로 얻고자 하는 정보에 도달하기의 과정이 복잡하기 때문에 더욱 RSS라는 기술이 부각되고 있는 것이다.

RSS 표준을 이용하면 콘텐츠의 배포 및 선택적 구독, 자동화된 콘텐츠 동기화 작업을 할 수 있기 때문에, 사용자가 수동으로 정보를 찾아가는 복잡한 과정을 최소화하는 동시에 효율적인 콘텐츠 교환 작업이 이루어지도록 한다. 이는 곧 User Created Contents의 배포 및 관련 커뮤니케이션 속도의 발전에 있어서 핵심적인 기능으로 자리매김할 것으로 보여 지고 있다.

2) AJAX(Asynchronous JavaScript And XML)

AJAX는 웹 서비스를 보다 효율적으로 이용할 수 있도록 개발된 기술이라고 할 수 있는데, User Created Contents에 있어서는 조금 더 실시간 적인 측면을 보완하는데 큰 역할을 하고 있다. 예전에는 웹 페이지를 로드하고 거기서 비롯된 요청이나 응답을 주고받을 때, 전체 페이지를 다시 갱신해야 하는 등의 비효율적인 방식을 이용하였기 때문에 현재 폭발적으로 증가하고 있는 웹 트래픽의 상당 부분을 차지하고 있는 것이 사실이다.

이 때 AJAX를 이용하면 필요로 하는 부분만 업데이트가 가능하도록 하여 트래픽을 현저히 줄일 수 있게 된다. 또한 따로 ActiveX나 플래쉬 등의 소프트웨어가 없이도 동작하는 기술이기 때문에 어떤 플랫폼이던지 자유롭게 이용할 수 있다는 점도 매력적이다.

대표적인 AJAX를 이용한 사이트는 바로 구글의 구글 맵과 GMail이다. 특히 구글 맵의 경우 확대/축소 및 북마크 기능이 매우 뛰어나 많은 사용자들이 이용하고 있기도 하다. AJAX의 특징 중 하나인 웹상의 데이터를 자유롭게 편집하거나 각 객체를 자유로운 방식으로 이용하는 기능도 User Created Contents의 기본적인 개념과 상당 부분 일치한다고 할 수 있다.

III. User Created Contents의 발전 방향

현재 웹 미디어에서 최대의 화두는 바로 User Created Contents이다. 그만큼 기존의 틀에 박힌 방식에 대한 답답함도 있었지만, 사용자 나름대로 정말로 편하고 재미있게 이용할 수 있는 그 대상과 정말로 원하는 이용 방식이 무엇인가에 대해서도 같이 고민을 하며 조금씩 발전되어 왔기 때문에 지금의 관련 최신 기술들이 존재할 수 있었던 것이라고 할 수 있다.

앞으로도 정보의 전달 속도는 점점 더 빨라질 것이고 그만큼 User Created Contents의 양도 비례하여 증가할 것이 분명하다. 하지만 User Created Contents의 양이 증가한다고 해서, 그것의 질이 비례하여 증가한다거나, 파급효과가 꼭 긍정적이라고만 볼 수는 없다. 실제로 User Created Contents의 증가로 인해서 사용자 간의 불협화음이 발생하는 경우도 종종 있으며, 사생활 침해의 가능성도 꾸준히 보여 지는 등의 단점도 존재하고 있다.

이로 비추어 볼 때, 이상적인 User Created Contents의 발전 방향에서 중요한 것은 기술적인 측면의 발전과 더불어 효율적인 체계의 확립이라고 할 수 있다. 하지만 그 전에 가장 중요한 사실은 바로 인간 자체에 대한 존중 의식이 보장되어야 한다는 점이다. 웹 2.0이 지향하는 바인 개개인의 활발한 참여와 정보 공유, 그리고 개방적인 사고방식의 실현에 있어서 보이지 않는 공간에서 서로를 존중하는 것이야말로 가장 기본적으로 지켜나가야 할 진실일 것이다.

■ 참고 문헌 ■

- [1] 마이란 톰슨, 성공적인 웹 콘텐츠 전략 : Killer Content, 안그라픽스, 2000
- [2] 유승호, 디지털 시대와 문화 콘텐츠, 전자신문사, 2002
- [3] 송민정, 디지털미디어와 콘텐츠의 이해, 진한 M&B, 2003
- [4] 한림대학교 언론정보학부 - 이제 '누리꾼'이 '기자'다
http://masscom.hallym.ac.kr/test/bbs/view.php?id=mouse_

9&page=1&sn1=&divpage=1&sn=off&ss=on&sc=on&select
_arrange=hit&desc=desc&no=3

[5] 한국경제신문 2006년 11월 11일 기사

[새로운 지평을 열자] SK커뮤니케이션즈 '싸이월드'

[6] 이정환닷컴 - 이미 시작된 거대한 변화, 웹 2.0

<http://www.leejeonghwan.com/media/archives/000600.html>

[7] 미디어 다음 - 블로거 기자단

<http://news.media.daum.net/blognews/info/>