

# 1인 미디어 UCC의 현재와 미래

## - UCC의 전반적인 통계를 중심으로 -

서정우\* · 최복희\* · 김치용\*  
\*동의대학교 영상정보대학원 디지털방송영상학과

A Study on the Present & Future for the One man Media UCC  
Jungwoo Seo\* · Bokhee Choe\* · Kim Cheeyong\*

\*Graduate School of New Media & Visual Technology, Dong-Eui University  
E-mail : [kantarotes@nate.com](mailto:kantarotes@nate.com), [bluemin1@nate.com](mailto:bluemin1@nate.com), [kimchee@deu.ac.kr](mailto:kimchee@deu.ac.kr)

### 요 약

시대가 빠르게 변할수록 미디어의 형태와 역할도 발맞춰 바뀌어 가는게 현실이다. 지금 가장 주목 받고 있는 미디어는 바로 1인 미디어 UCC(User Created Contents)라고 해도 과언이 아니다. 각 가정마다 하나의 카메라가 보급이 되고 심지어 일상생활에서 없어서 안 될 휴대폰으로도 영상을 촬영 할 수 있게 되었다. 그러나 여기서 끝나는 게 아니라 이것을 가지고 동영상을 제작할 수 있는 시대가 되었다. 그것이 바로 UCC의 시작이다. 개인의 사생활을 제작할 뿐 만 아니라 기업, 사회, 광고, 엔터테인먼트, 쇼핑몰 등 다양한 곳에서 UCC를 활용하고 있다. 본 논문에서는 위와 같은 시대를 맞아 1인 미디어 UCC의 현재와 미래를 통계학적 관점에서 연구하였다.

### ABSTRACT

The reality is that forms and roles of media is changing as our society goes forward fast. There aren't any other noticeable media forms than one man media UCC(User Created Contents). Not only almost all of the house hold a camera at least one, but people can take a picture by using their mobile phone. Furthermore, people can produce a movie through taken pictures in this time. That is the beginning of UCC. It is possible to make use of private life, company, society, advertisement, shopping mall, and so on.

### 키워드

1인 미디어, UCC

## 1. 서 론

21세기 정보화 사회에서 가장 사용 빈도수가 높은 것은 인터넷이다. 하루를 멀다하고 인터넷 세상은 바뀌어 간다. 그 중 가장 눈에 띄는 것이 바로 동영상 서비스, 즉 UCC(User Created Contents)이다 라고 해도 과언은 아니다. 자기만의 공간을 만들고 그 안에 필요한 요소를 동영상으로 만들어 홈페이지나 블로그에 올린다. 그것을 본 유저들은 평가를 한다. 이처럼 UCC는 지식, 교육, 광고, 엔터테인먼트 등 다양한 분야에서 활용중이다.

본 연구에서는 UCC의 여러 가지 통계를 수집하고 분석하여 UCC가 사회에서 얼마만큼의 영향을 미치는지 알아보려고 한다.

먼저 하루평균 인터넷 사용시간과 포털사이트 서비스 방문자 규모에 대해 알아보자.

## 2. 하루 평균 인터넷 사용시간 및 포털사이트 서비스 방문자 규모

### 2.1 하루 평균 인터넷 사용시간

위의 표와 같이 1시간에서 4시간 미만의 이용자가 많이 분포 한다는 것을 알 수 있다. 특히 2시간에서 3시간 미만의 이용자가 30.6%로 가장 많이 사용하는 것을 알 수 있다.

인터넷 사용량	남자	여자	전체
0-1시간	7.3	8.3	7.8
1시간-2시간 미만	18.2	12.4	15.5
2시간-3시간 미만	29.2	32.2	30.6
3시간-4시간 미만	21.9	16.5	19.4
4시간-5시간 미만	5.8	8.3	7.0
5시간-6시간 미만	5.8	9.1	7.0
6시간 이상	11.7	13.2	12.4
전체	100	100	100

표 1. 하루 평균 인터넷 사용시간(단위: %)  
출처 : 성명훈(2007). 동영상 UCC의 이용 동기와 만족에 관한 연구. p. 47

## 2.2 포털의 커뮤니티 서비스 방문자 규모

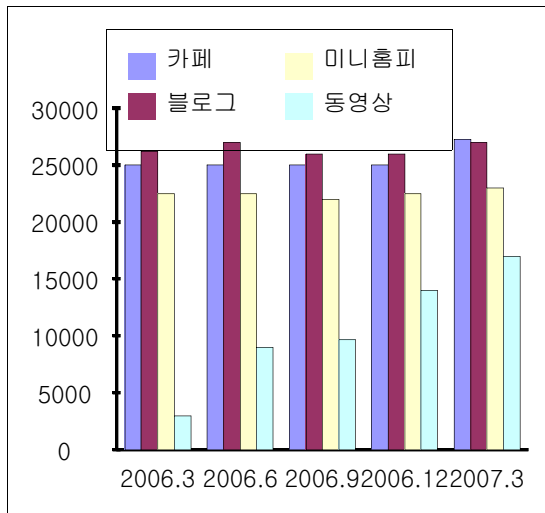


표 2. 포털의 커뮤니티 서비스 방문자 규모 (단위: 천명)  
출처 : Koreanclick logdata, 박상준(2007). 웹2.0 과 UCC 시장동향.

위의 표를 보면 동영상 서비스가 꾸준히 상승한다는 것을 알 수 있다. 이것은 전자기술이 발전할수록 카메라나 핸드폰으로 동영상을 촬영할 수 있는 계기가 더욱더 쉽게 마련되어 동영상을 찍어 적절히 편집하고 UCC 사이트에 업로드 하는 횟수가 많아진다는 것을 알 수 있는 부분이다.

지금까지 하루 평균 인터넷 사용시간 및 포털사이트 서비스의 방문자 규모에 대해 알아보았다. 이번에는 UCC 이용경험과 제작이유에 대해 알아보려고 한다.

## 3. 동영상 UCC의 이용경험과 제작이유

한국인터넷진흥원 조사 결과(2007)에 따르면 만 12-49세 인터넷 이용자의 79%가 최근 6개월 이내에 UCC를 보거나 이용한 적이 있는 것으로 나타났다.

그리고 60.8%는 주 1회 이상, 35%는 매일 UCC를 이용한다고 나타났다. 성별로는 남성이 여성보다 높았고 연령별로는 20대, 30대, 12-19세, 40대의 순이었다.

또한 45.2%가 직접 제작하거나 가공·변형·편집하여 인터넷에 게시한 적이 있으며 22.4%는 주1회 이상 제작하는 것으로 나타났다.

제작하는 이유는 주로 '취미 및 여가활동'이 가장 많았으면 뒤로는 '내가 알고 있는 지식과 정보의 공유', '다른 사람들과의 친교, 교제', '자기표현 및 홍보, 자기소개서 제작' 등의 이유도 있었다.

지금까지 살펴본 결과 대체로 UCC의 이용경험이 있었고 취미 및 여가활동으로 제작하는 주이유가 있었다. 이제부터 UCC 제작형태 및 편집방법에 대한 통계를 알아보자.

## 4. UCC의 제작 형태 및 편집방법

### 4.1 제작형태

UCC 제작 방법	비율(%)
직접 찍어 편집 없이	30.8
직접 찍어 컷 편집만 하여	10.8
직접 찍어 편집과 효과 넣어	39.2
기존 영상 편집만 하여	8.3
기존 영상 편집과 효과 넣기	6.7
기타	4.2
전체	100

### 표 3. UCC 제작 방법

출처 : 성명훈 (2007). 동영상 UCC의 이용 동기와 만족에 관한 연구. p. 49

위의 표와 같이 카메라나 핸드폰으로 직접 찍어 편집과 효과까지 넣어 UCC를 제작한 비율이 가장 높았다. 그리고 직접 찍어 편집 없이 업로드 한 경우도 뒤따른다. 이처럼 UCC 이용자들은 영상을 직접 찍어 자막이나 효과 등을 첨부하여 좀 더 높은 완성도를 요구한다는 걸 알 수 있는 대목이다.

UCC 편집 방법	비율(%)
포털/동영상 사이트 제공 툴 이용	24.2
PC에 설치된 편집 툴 이용	57.5
따로 편집하지 않음	18.3
전체	100

표 4. UCC 편집 방법

출처 : 성명훈(2007). 동영상 UCC의 이용 동기와 만족에 관한 연구. p. 50

UCC 편집 방법의 표를 살펴보면 PC에 설치된 편집 툴을 이용하여 UCC를 제작하는 방법이 가장 높았다. 이처럼 전문가들만이 할 수 있는 동영상 편집이 이제는 일반 사람들도 손쉽게 편집할 수 있는 무료 프로그램이 많아 PC에서 동영상을 편집 할 수 있게 된 것이다.

다음 통계는 UCC의 이용형태 및 이용경로에 관한 자료이다.

### 5. UCC의 이용형태 및 이용경로

#### 5.1 이용형태

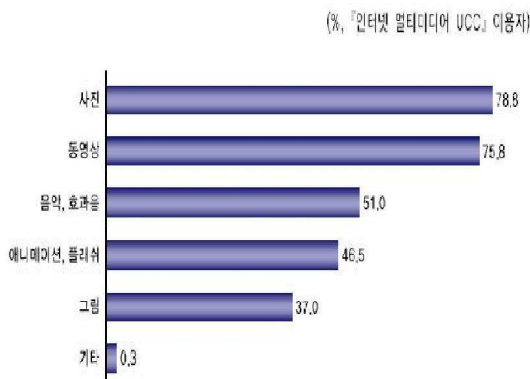


표 5. UCC 이용형태

출처: 한국인터넷진흥원(2007). '인터넷 멀티미디어 UCC' 제작 및 이용실태조사

위의 표5. 에서 본 것과 같이 가장 많이 이용하는 형태는 당연히 사진과 동영상이고, 그 뒤로는 음악·효과음, 애니메이션·플래쉬, 그림, 기타 등의 순서로 나타났다. 이 그래프의 결과를 봐도 사진과 동영상이 UCC에 미치는 영향이 얼마나 큰지를 알 수 있는 대목이다.

그리고 흥미로운 대목은 남성의 경우 사진과 동영상, 애니메이션·플래쉬, 여성은 음악·효과음, 그림의 형태로 이용 정도가 많은 것으로 나타났다.

#### 5.2 이용경로

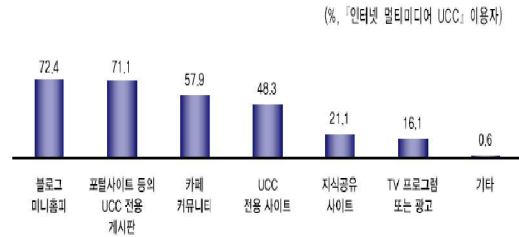


표 6. UCC 이용경로

출처 : 한국인터넷진흥원(2007), 인터넷 멀티미디어 UCC 제작 및 이용실태조사

이용경로를 살펴볼 경우 블로그·미니홈피와 포털사이트 등의 UCC 전용게시판을 이용하는 경우가 가장 많았고, 카페·커뮤니티, UCC 전용 사이트, 지식공유 사이트, TV프로그램 또는 광고, 기타 순으로 이어졌다. 역시나 자신이 직접 만든 UCC인 만큼 자신의 블로그나 홈페이지에 올리는 경우가 많은걸 알 수 있는 대목이다. 그리고 UCC 전용 사이트를 이용하는 경우가 4번째로 많은 게 흥미로운 결과이다.

지금까지의 통계를 요약하자면 UCC의 이용형태는 우리가 수집할 수 있는 사진이나 동영상이 주된 요소가 되었고 블로그나 미니홈피 또는 포털사이트의 UCC 전용 게시판을 많이 이용하고 있었다. 다음에는 UCC의 긍정적 측면과 부정적 측면에서 어떤 영향이 있는지 알아 보았다.

### 6. UCC의 긍정적·부정적 영향

#### 6.1 긍정적 영향

	UCC 제작 및 이용은 새로운 사회·문화적 트렌드로 자리 잡을 것임	다양한 정보, 이슈 등을 효과적으로 알리고, 공유할 수 있음
UCC이용자	69.5	58.0
UCC비이용자	56.9	42.2

표 7. UCC 긍정적 영향. 단위: (%)

출처 : 한국인터넷진흥원(2007). 인터넷 멀티미디어 UCC 제작 및 이용실태조사

위의 표 7에서는 긍정적인 영향중에 UCC 이용자와 비 이용자 간의 의견을 수렴한 통계이다. UCC

이용자와 비이용자의 공통된 부분은 UCC 제작 및 이용은 새로운 사회·문화적 트렌드로 자리 잡을 것이라는 대답이 많았고 다양한 정보, 이슈 등을 효과적으로 알리고, 공유할 수 있다 라는 대답도 그 뒤를 따른다.

이처럼 UCC가 우리 사회의 전반적인 분야에서 이용될 뿐 만 아니라 지식·정보, 이슈 등 다양한 사회·문화등에도 UCC를 통해 의사를 전달될 수 있을 것으로 예측된다.

6.2 부정적 영향

	명예훼손, 저작권 침해, 음란물 등 불법콘텐츠 유통등의 문제가 심화	제작기 보유 및 능력의 차이 등으로 활용 격차를 만들어 낼 것임
UCC이용자	61.0	56.2
UCC비이용자	52.6	49.2

표 8. UCC 부정적 영향. 단위: (%)

출처 : 한국인터넷진흥원(2007), '인터넷 멀티미디어 UCC' 제작 및 이용실태조사

긍정적인 영향이 있는 반면 부정적인 영향도 간과할 수 없는 것이 표8에 나타나 있다. UCC는 자기가 직접 만든 동영상의 거의 대부분이기 때문에 저작권 침해가 가장 우려되는 사항이고 명예훼손도 무시하지 못할 부분이다. 그리고 최근들이 음란물 등 불법콘텐츠의 유통이 많아져 사회적인 문제가 심화되는 건 사실이다.

이 통계를 살펴봐도 UCC 이용자와 비이용자들도 가장 심하게 생각하는 것은 명예훼손과 저작권 침해, 음란물 유통에 관련된 항목이었다. 그리고 제작기 보유 및 능력의 차이로 활용격차를 만들어 낼 것이라는 우려도 있었다.

7. 결 론

본 논문에서 UCC의 전반적인 통계를 연구하였다. 어떻게 만들어지고 어떤 형식으로 만들어지는지, 그리고 UCC가 가지고 있는 긍정적·부정적 영향은 무엇인지를 알아보았다.

이 통계를 통해 살펴본 결과 사람들은 블로그나 자신의 홈페이지를 만들어 자신의 경험과 일상생활을 타인과 공유하고 싶어 한다. 타인과 대화하기를 원하고 인정받

기를 원하기 때문이다. 즉, 새로운 표현 방법을 직접 만들어 사람들과의 소통을 원한다. 이것이 바로 사람들이 UCC를 하는 이유일 것이다.

본 논문에서는

첫째, 하루 평균 인터넷 사용시간은 대체로 2~3시간 미만 이었고 해를 거듭할수록 동영상 서비스는 늘어만 간다는 것을 알 수 있었다.

둘째, UCC 이용경험은 연령과 성별의 상관없이 거의 한번 이상은 경험을 하였고, 취미 및 여가활동으로 즐기기 위해 제작한다는 이유가 많았다.

셋째, UCC 제작시 그냥 찍어서 업로드를 하는 게 아닌 완성도를 높이기 위해 편집과정을 거친 경험이 많았고, 각자 PC에 설치된 편집 툴을 사용한 경험이 많았다.

넷째, 가장 많이 이용하는 형태는 사진과 동영상이고, 블로그나 미니홈피 등 자신의 공간을 대부분 이용하였다.

다섯째, 새로운 사회·문화적 트렌드로 자리 잡을 것이라는 긍정적 영향과 명예훼손, 저작권 침해, 음란물 등 불법 콘텐츠 유통의 문제인 부정적 영향이 공존하여, 긍정적 문제는 이어가되 부정적 문제는 하루빨리 극복해야 할 것이 앞으로의 숙제이다.

앞으로의 연구과제는 이러한 부정적인 영향을 어떻게 하면 더 줄일 수 있는지, 그리고 UCC의 좀 더 적극적인 활용 및 국내외의 UCC비교·분석, UCC의 미래 전망 예측 등에 관해 연구할 것 이다.

참 고 문 헌

- [1] 강기정, 동영상 UCC 이용 동기와 만족도 요인 연구 '부산지역 대학생을 중심으로', 부경대 국제대학원 영상학, 2008
- [2] 김수영, 광고 동영상 UCC 이용 및 인식에 관한 연구, 동명대 대학원 신문방송학, 2008
- [3] 이수향, 오락적 매체로서 동영상 UCC의 이용 동기와 이용형태가 수용자 만족도에 미치는 영향에 관한 연구, 홍익대 광고홍보대학원 멀티미디어커뮤니케이션, 2007
- [4] 성명훈, 동영상 UCC의 이용 동기와 만족에 관한 연구, 경희대 대학원 뉴미디어, 2007
- [5] 한국인터넷진흥원, '인터넷 멀티미디어 UCC' 제작 및 이용실태조사, 2007
- [6] 내가 움직이는 UCC세상 시리즈1. '나도 UCC 고수', 김윤호 박봉관 하재구, 대명중 2007