

The Next Wave in

Multimedia Technologies

콘텐츠 비즈니스 테크놀로지 2007



싸이월드에서 바라보는 UCC 유통이야기

SK컴즈 싸이월드 서비스팀
안진혁 팀장



“세상을 바꾸는 소수”

1 Percenter

From Citizen Marketer



1947년 캘리포니아 Hollister시의 사건에 대한 라이프지의 사진 한 장이 파문을 일으키다.

“99%는 준법시민이지만, 1%가 문제”

라는 성명이 발표되다.

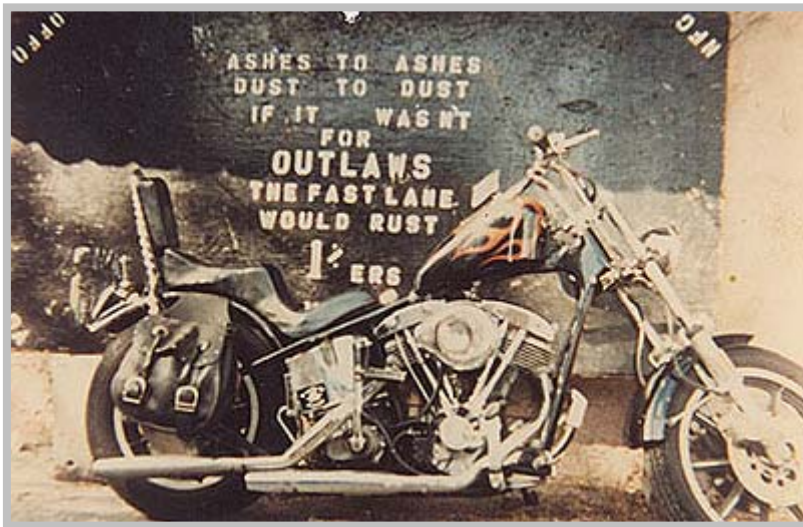


폭주족의 개념이 생겨나고,
1954년 말론 브란도의 영화는 폭주족에 의해
마을이 1주일 동안 공포에 떠는
폭주족 두목의 이야기가 영화화되어
1%의 악명신화는 더욱 가속화

- Hollister 사건에 대한 William L. Dulaney의 연구

- 폭주족들은 반드시 우범자들이 아니다.
- 반 관료주의자에 가깝다
- 공동체라는 이상을 중심으로 조직되어, 서로 간에 강철같은 유대를 통해 틀에 박히지 않은 삶을 추구한다.
- 그들에게 전통적인 지배체제를 인정하게 만들 생각은 접어 두는 게 좋다.

- 술 취한 폭주족 사진은 <라이프> 사진 기자의 연출한 장면으로 밝혀지다.







2005년 6월, 위키피디아 방문자 740만명 **뉴욕시 인구와 맞먹는 거대한 숫자**

누구나 위키피디아를 수정하거나 새로운 내용을 추가할 수 있는 기회는 동등하게 주어졌지만 실제 행동에 옮긴 사람은 방문자의 **0.9%에 해당하는 6만 8,682명**

2001년 위키피디아가 시작된 이래, 콘텐츠 편집에 참여한 사람들은 방문자의 **1% 수준이며, 이들 1%가 86만 4천개의 항목을 작성, 방문자의 1.8%가 전체 항목의 72% 이상 작성**

1퍼센트의 법칙

온라인 서비스 전체 방문자 중 약 1퍼센트만이
콘텐츠를 만들어내거나 그 생산활동에 참여하며,
전체 방문자의 약 10퍼센트가 생산된 콘텐츠와 상호작용한다.



파레토의 법칙

1퍼센트의 법칙이 80/20 법칙을 뒤집을까?

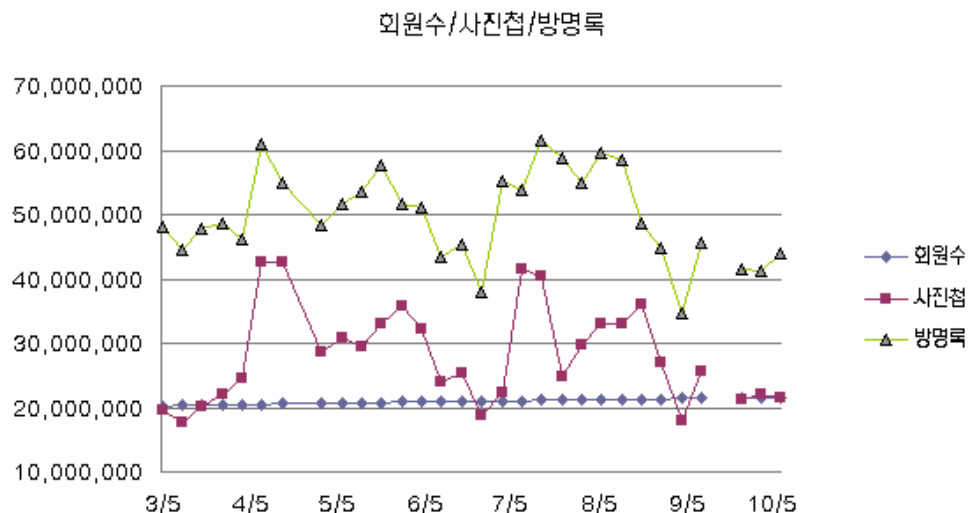
- 20퍼센트가 그 결과물의 80퍼센트를 책임진다.
- Joseph Juran
- 이탈리아 국민의 20퍼센트가 전체 부의 80퍼센트를 소유한다!
- Vilfredo Pareto

오늘날의 1퍼센트들

- 전형적으로 고등교육을 받고, 열성적으로 참여하며 **신기술을 선도**하는 위치에 있는 사람들
- 오토바이 클럽의 무법자들처럼 **문화의 경계선에** 서 있다.
- 자신들이 공공의 선이라 여기는 것들을 위해 **보수를 받지 않고 헌신한다.**
- **미래에 투자한다.**
- 커뮤니티에 대한 참여의 상징으로 **상호 작용**이라는 씨앗을 뿌린다.
- 막대한 시간과 에너지를 쏟아 붓는데 결코 주저하지 않는다.



- 싸이월드에는 하루에도 수많은 UCC가 생성되고 유통됩니다.
800만 건의 방명록, 일 평균 570만장의 사진, 20만개의 동영상, 24만개의 게시물 (모두 스크랩 포함)
- 순수하게 직접 콘텐츠를 생성한 비율은? 동영상의 경우 1/4
- 콘텐츠 생성의 흐름은? Rich해 지거나, 아주 짧아지거나...
- 다이어리의 사용량 증대, 게시판의 상대적 이용량 저하



싸이월드 이용자의 task를 분석해 보았을 때 메인 화면에 로그인한 이용자는 **개인정보(1)** 및 **관계정보(2)**를 확인 후 **자신이 가고자 하는 서비스로 바로 이동을 하거나(3)** **관심콘텐츠를 확인(4)**



최근 10일간 **일평균** **클릭량** 조사 (단순 메뉴 클릭은 제외)



메인화면에 등록되는 뉴스는 **기본 11개**, 수 많은 기사 중 일반인들의 관심을 끄는 **뉴스는 20개 이내**
 UCC 섹션 광장의 경우 **1만개의 게시물 중 메인 5개, 동영상 6개**
 이들이 전체 Traffic에서 차지하는 비율은 **절반** 수준

The screenshot displays the cywOrid homepage layout. At the top, there's a navigation bar with links like '보안접속' and '회원가입'. Below this, a large banner area features colorful 3D ring graphics and a search bar. The main content area is divided into several sections: a '뉴스' (News) section with a list of articles, a '시선집중' (Focus) section with a featured image and text, and a '오늘의 도토리' (Today's Acorn) section with a '무료받기' (Get Free) button. On the right side, there's a '선물가게' (Gift Shop) section with a 'Best Item' and 'New Item' tab. The bottom of the page shows a 'CDNetworks' logo.



99% : 1%

내 친구에게 의미 있거나 : 모두에게 의미 있거나

나만 즐기거나 : 1,000만 명이 보거나

“싸이월드의 미니홈피에 있는 개인 정보가 정보로서 요긴한가?”

일촌 20명에게만 의미 있는 정보

이들 중에 대다수에게 관심 있는 정보의 양의 비율은?
하지만 20명에는 가장 소중한 정보일 수 있는 가능

이것을 찾아내고 의미 있게 만드는 방법은?



시계, 만년필,
춤, 사랑

현재의 웹 서비스환경을 어떻게 바라보아야 하는가?

선택의 측면에서!

검색에서 쳐봐?

그렇다면 내가 선택하는 정보,
콘텐츠는 믿을 만한 것인가?

사용빈도, 방문 트래픽을
기반으로 검색 로봇과 링크를
기반으로 모아진 정보



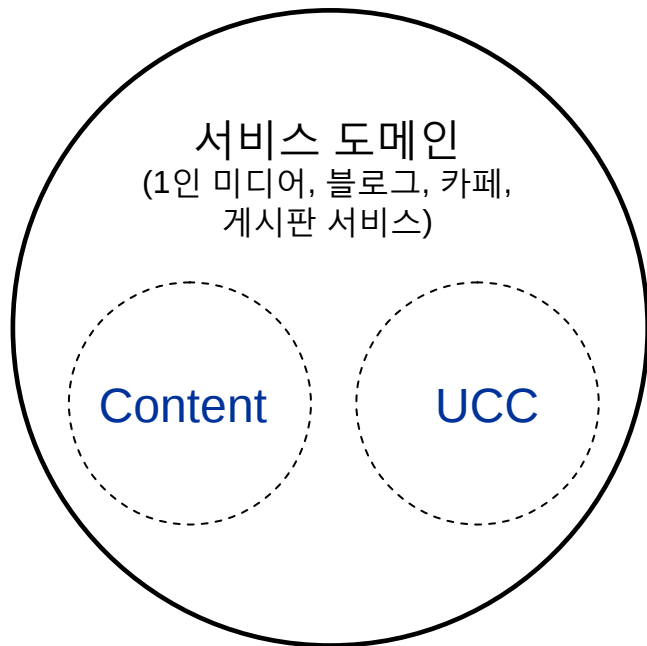
그러나 그것은 양질의 정보인가?

뉴스도 트래픽을 기반으로 편집권이 행사되나?

정량적인 가치로서의 정보와 정성적인 가치로서의 정보

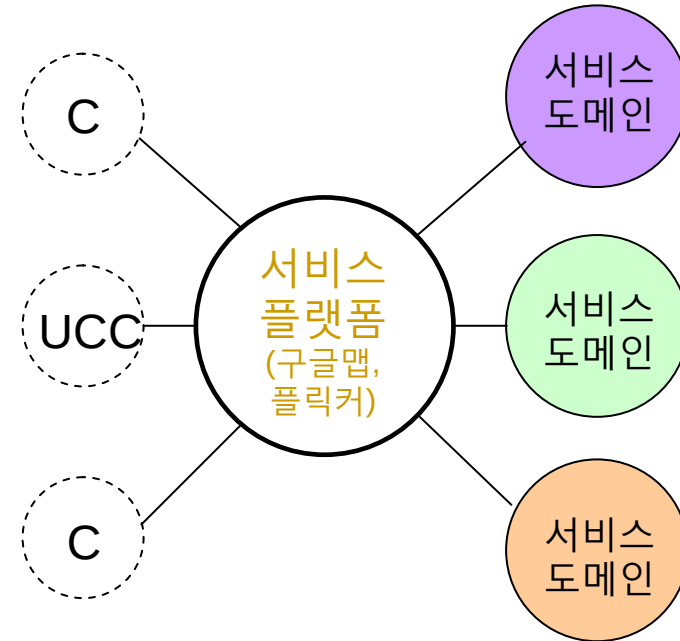
새로운 구조에 대한 이해와 접근법

서비스 도메인 존속 / 폐쇄형



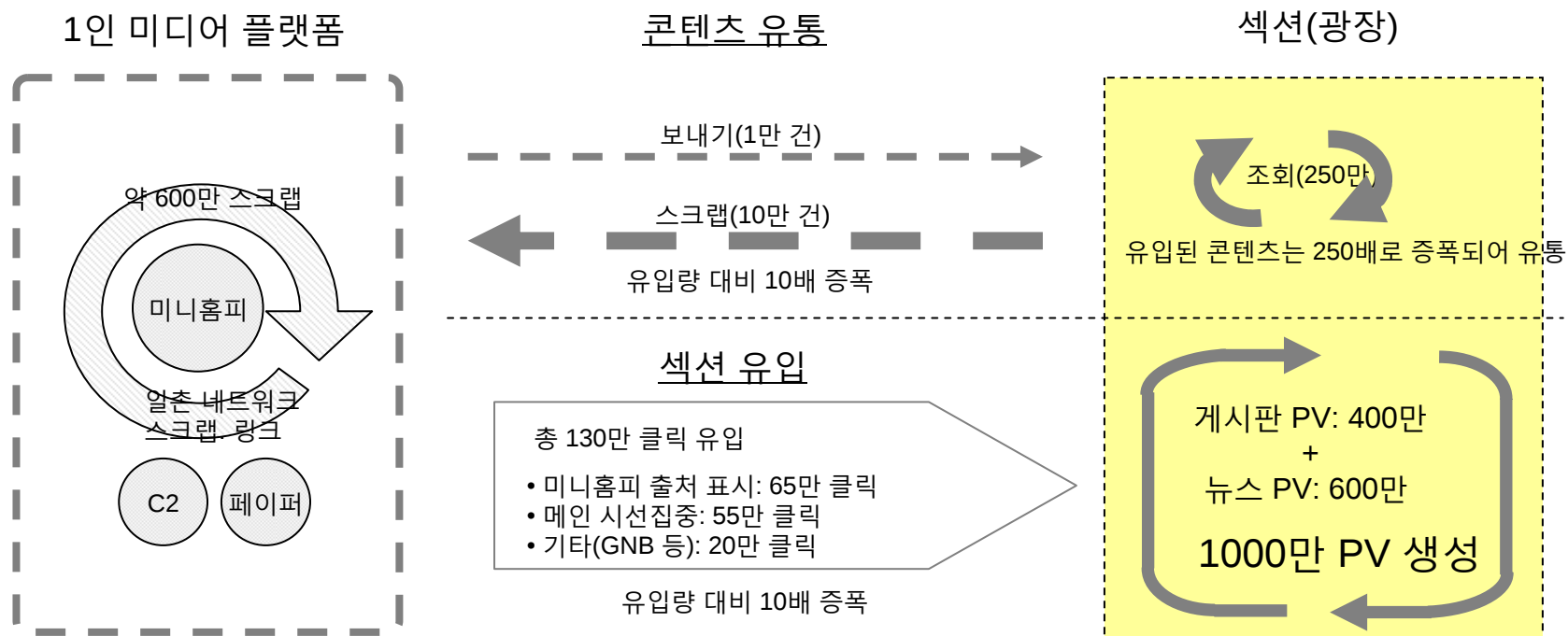
사용자가 기존 콘텐츠를 재활용,
또는 스스로 만들어낸 콘텐츠를
하나의 서비스 도메인 안에 넣어둠

서비스 도메인 응용 / 오픈형



사용자가 구속되지 않은 다양한 콘텐츠를 재활용,
또는 스스로 만들어낸 콘텐츠를 서비스 플랫폼 위에
올려놓고 개인화 또는 응용한 **다양한 서비스 도메인**에
적용하여 노출 시킬 수 있음

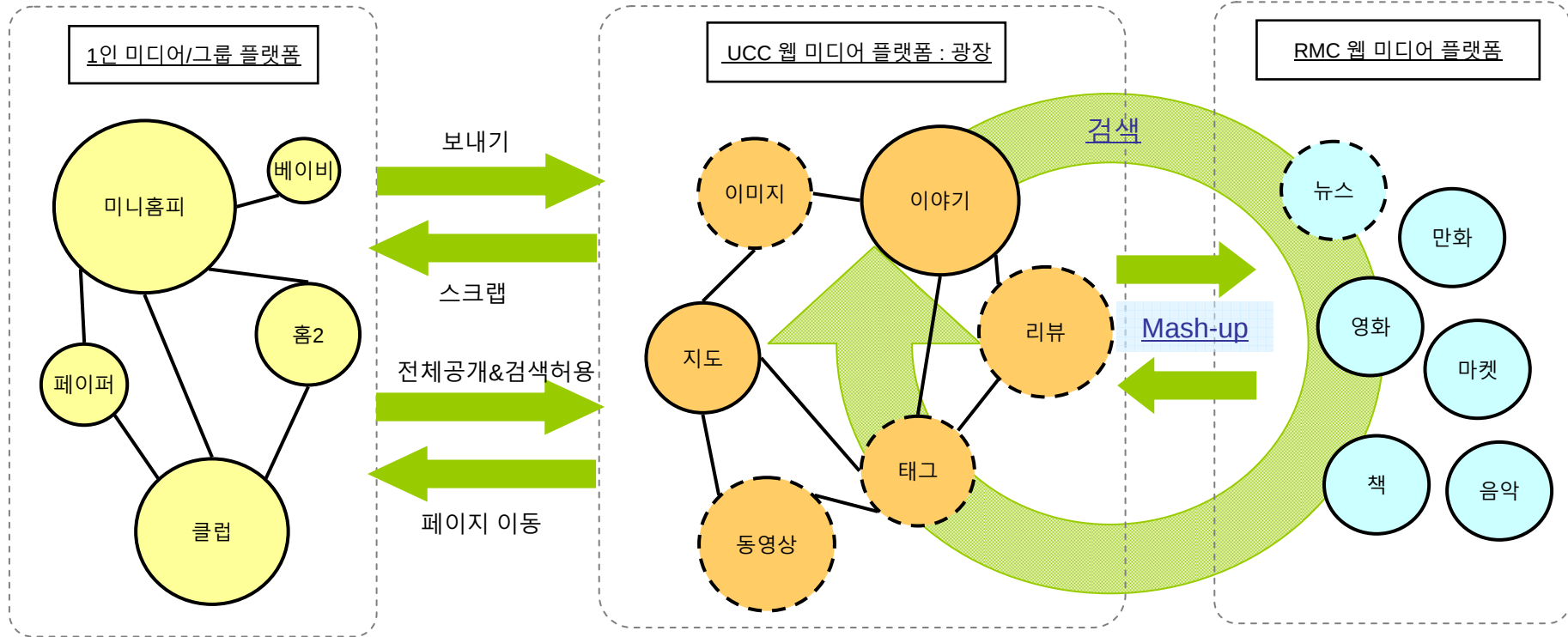
1인 미디어 플랫폼이 콘텐츠 유통의 기반으로 자리잡으면서,
UCC 유통모델의 새로운 이해와 정리가 필요해짐



웹미디어 플랫폼

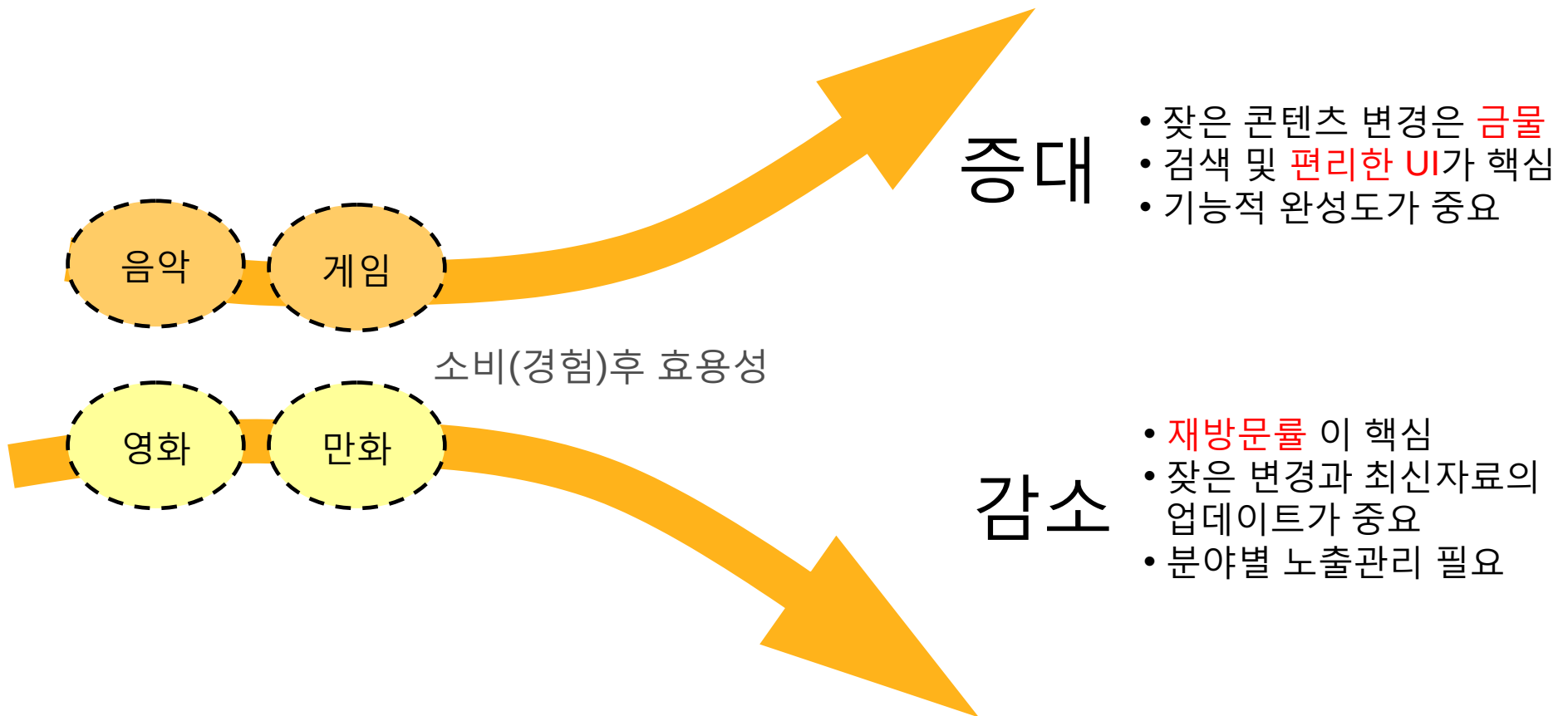
1인 미디어와 연결된 소통구조를 가진 “유통 플랫폼”들의 성장
또는, 검색이 모든 것을 해결

웹 미디어 플랫폼 구조



Experience Goods

서비스라는 것 자체가 경험으로서 판매 되는 상품



Platform Fun Benefit Quality

기획과 기술적 기반의 균형필요

흐르지 않는 정보는 고급화, 객관화 될 수 없다!



싸이월드도
변화를
 수용하고,
준비하고
 있습니다!



Hello! cyWORLD

THANK YOU

SK컴즈 싸이월드서비스팀
팀장 안진혁
ooooo@nate.com

www.cyworld.com