

숏폼 비디오 유형별 시각 구성 요소 적용에 관한 연구 : MZ세대의 선호도를 중심으로

A Study on the Application of Visual Elements by Type in Short-Form Videos: Focusing on the Preferences of the MZ Generation

유이시¹, 이혜원^{2*}

Yishi Liu¹, Hyewon Lee^{2*}

요약

본 연구는 문헌과 선행 연구를 통하여 숏폼 비디오의 콘텐츠 유형과 영상 디자인의 시각적 구성 요소를 종합적으로 분석하고, 숏폼 비디오 제작에 사용되는 시각적 구성 요소를 비디오 길이, 동영상 화면 비율, 속도, 문자(자막, 타이틀), 디자인 엘리먼트로 도출한다. MZ세대 사용자의 선호도를 높이기 위해, 이들이 선호하는 숏폼 비디오의 시각적 구성 요소의 특징을 파악하고자 한다. 이를 위해 숏폼 비디오에 대한 인지도가 높고 일평균 시청 시간이 1시간 이상인 MZ세대 사용자를 대상으로 설문을 진행하여, 유형별 시각적 구성 요소에 대한 선호를 조사하였다. 분석 결과에 따르면 9:16 비율의 1분 이내 길이, 자연 속도보다 느리지 않은 숏폼 비디오를 선호하는 경향이 나타났다. 자막의 위치는 롱폼 동영상의 시청 습관과 일치하는 경우가 많았으나, 타이틀의 유무는 담론형과 대화형 콘텐츠에 따라 차이가 있다. 시청자 참여를 유도하는 상향식 유형에서는 필터와 아이콘의 추가가 흥미를 높이는 반면, 하향식 유형에서는 디자인 엘리먼트가 없어도 괜찮다는 선호가 있다. 이 연구 결과는 MZ세대를 타겟으로 한 유형별 숏폼 비디오 제작 시 이론적 참고 자료로 작용하는 것을 목표로 한다.

핵심어 : 숏폼비디오, 영상디자인, 시각적 구성요소, MZ세대

Abstract

This study conducts a comprehensive analysis of content types and visual design elements in short-form videos through a review of literature and previous research. It identifies key visual components used in short-form video production, including duration, scale, speed, typography(subtitle, title) and design element. Furthermore, to enhance the appeal of short-form videos to MZ Generation, this study aims to identify the characteristics of visual elements preferred by this demographic. A survey was conducted targeting MZ Generation users with high awareness of short-form videos and a daily viewing time of over one hour, examining their preferences for visual elements across different content types. The analysis revealed a general preference for videos with a 9:16 screen ratio, a duration of less than one minute, and a speed not slower than normal. While the preferred subtitle placement largely aligned with the viewing habits of

1 Department of Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Graduate Student]
e-mail: louiseliu9913@naver.com

2 Department of Design, Chung-Ang University, Seoul, Korea [Professor]
e-mail: hwl@cau.ac.kr (Corresponding author)

Received(September 15, 2024), Review Result(1st: October 6, 2024), Accepted(October 11, 2024), Published(October 31, 2024)



© 2024 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

long-form videos, the presence or absence of titles varied depending on whether the content was discourse or dialogue. In bottom-up content types, adding filters and icons was found to increase engagement, whereas in top-down types, the absence of graphic elements was often preferred. These findings aim to serve as a theoretical reference for producing content-specific short-form videos targeting MZ Generation.

Keyword : Short-form Video, Video Design, Visual Elements, MZ Generation

1. 서론

1.1 연구배경 및 목적

인터넷 기술과 매체의 발전은 정보의 생산, 소비, 공유, 전달에 새로운 방식을 가져왔다. 스마트 기기로 짧은 시간 내 다양한 정보를 얻기 위해 문자 대신 직관적으로 확인할 수 있는 이미지나 동영상 사용이 시작됐다. 현대 사회의 빠른 리듬에 맞춰 짧은 시간 내에 정보를 전달하는 동영상 ‘숏폼 비디오(Short-form Video)’장르가 등장한다.

디지털 환경에서 성장한 MZ세대는 인터넷으로 개인의 취향과 흥미, 가치관 등을 소셜미디어를 통해 공유하고 자유롭게 자신을 표현한다 [1]. 숏폼 비디오와 같은 콘텐츠 형식은 리듬감과 창의적인 내용으로 MZ세대의 생활방식에 부합한다. ‘오픈서베이(Open Survey)’의 ‘소셜미디어 검색포털 트렌드 리포트 2022’에 따르면 10~30대는 숏폼 콘텐츠를 가장 많이 소비하고 있고, 시청 경험이 높게 나타났다 [2]. 숏폼 비디오의 주요 이용자인 MZ세대의 선호도를 높이기 위해서는 그들의 취향과 수요에 맞는 동영상을 제작해야 하며, 시각적 구성이 어떤 특징을 가졌는지 파악해야 한다. 기존의 숏폼 비디오 관련 연구에서는 숏폼 콘텐츠의 유형, 이용 동기와 구조적인 표현 방식 등을 탐구했으나, 유형별 숏폼 비디오의 시각적 표현 방법과 MZ세대의 취향에 맞춘 시각적 구성에 대한 검토는 발전이 필요한 것으로 확인된다. 따라서 시각 디자인의 관점에서 주목 받은 형태의 동영상 구성과 제작 방법론 등 많은 이론적 연구의 필요성이 대두된다.

이에 따라 본 연구는 시각 디자인 관점에서 MZ세대 사용자의 특성을 고려해 유형별 숏폼 비디오에 대한 선호도 높은 시각적 요소의 특징을 심층적으로 분석하고자 한다. 이는 향후 MZ세대를 타겟으로 하는 유형별 숏폼 비디오 콘텐츠 기획 시 MZ세대 사용자들을 만족시킬 수 있는 콘텐츠 제작에 지표로 활용될 수 있을 것이다.

1.2 연구범위 및 방법

국내 20대 전문 연구 기관인 ‘대학 내일 20대 연구소’는 2022년 미디어, 콘텐츠, 플랫폼을 주로 이용하는 MZ세대를 대상으로 숏폼 관련 이용 행태를 조사한다. 조사 결과에 따르면 일평균 시청 시간이 69.4분 이상인 사용자가 숏폼 비디오에 대하여 높은 이해도를 가지고 있는 것으로 나타났다 [3]. 따라서 본 연구는 MZ세대 사용자가 선호하는 숏폼 비디오의 시각적 구성을 탐구하기 위해

숏폼 비디오의 일평균 시청 시간이 1시간 이상인 10대~30대를 연구 대상으로 선정한다. 연구 방법으로는 첫째, 선행연구를 바탕으로 숏폼 비디오와 관련된 이론적 배경을 고찰하고 영상 디자인의 시각적 구성요소를 정리한다. 둘째, 숏폼의 특성을 고려하여 숏폼 비디오의 시각적 구성요소를 선별하고 분석 기준을 도출한다. 셋째, 유형별로 MZ세대 사용자가 선호하는 숏폼 비디오의 시각적 구성요소에 대한 설문조사를 실시한다. 마지막으로, 조사 결과에 대하여 SPSS 데이터 분석을 진행하고, MZ세대 사용자가 각 유형의 숏폼 비디오에서 선호하는 시각적 구성요소 특징을 제시한다.

2. 이론적 배경

2.1 숏폼 비디오의 개념

숏폼 비디오는 ‘짧다’라는 뜻의 영어 ‘숏(Short)’과 형식을 뜻하는 ‘폼(Form)’의 합성어로, TV, 영화, 드라마 등 전통적인 롱폼(Long-form) 비디오 형식과 달리 재생 시간이 짧은 비디오를 의미한다 [4]. 현재 흔한 숏폼 비디오의 듀레이션(Duration)은 15~60초 내외지만 플랫폼과 콘텐츠 형식에 따라 최대 10분까지 가능하며, 현재 온라인상에서 널리 이용되고 있다.

인터넷과 정보통신기술의 발달로 사람들의 동영상 시청 방식은 변화를 거듭했고, 과거 다운로드에 의존하던 방식에서 벗어나 스트리밍이 보편적인 미디어 유통 형태가 된다. 사람들이 출퇴근 이동 시 모바일로 스트리밍 영상을 시청하는 것은 이미 일상생활 속 일부로 자리 잡았다 [5]. 또한, 오랜 시간에 집중해서 봐야 하는 롱폼 비디오에 비해 숏폼 비디오는 짧은 영상, 핵심 요약, 관심 공유의 특성 [6]을 가지며 같은 시간 동안 빠르게 많은 정보를 얻을 수 있다. 숏폼 비디오는 일상 생활의 이동성 사용 시나리오에 더 적합하여, 이동 중에도 모바일로 시간을 자유롭게 활용해 다양한 영상 콘텐츠를 자율적으로 선택 및 조정하여 시청할 수 있다.

숏폼 비디오의 탄생 초기에는 영화나 드라마의 예고편처럼 롱폼 비디오를 편집하고 재구성하는데 자주 사용되었다. 틱톡, 유튜브 쇼츠, 인스타그램 릴스 등 숏폼 플랫폼이 등장하면서 숏폼 비디오는 독립적이고 완전한 제작 프로세스를 갖추기 시작했다. 대표적인 숏폼 플랫폼인 틱톡에서는 편리한 동영상 편집 기능을 제공함으로써 동영상 제작 어려움을 해소했고, 일반 사용자도 동영상을 유통하며, 이로 인해 제작자와 시청자의 역할 구분이 모호해져 시청자도 쉽게 동영상 제작자가 될 수 있게 되었다.

2.2 숏폼 비디오의 유형

이진의 ‘숏폼 동영상 콘텐츠의 유형 연구’를 바탕으로 숏폼 비디오 콘텐츠의 유형은 4가지 담론형-하향식, 담론형-상향식, 대화형-하향식, 대화형-상향식으로 나뉜다 [5].

담론형-하향식은 제작팀의 기획을 거쳐 만들어진 콘텐츠로 시청자에게 일방적으로 전달되는 기존 롱폼 콘텐츠와 가장 유사한 유형이다. 대표적인 종류로는 드라마·예능·다큐멘터리 등 롱폼 형식을 재구성해 숏폼 형식에 맞춰 제작한 콘텐츠와 홍보를 위해 롱폼 콘텐츠를 편집한 것이며, 사용자는 단순히 제작진이 기획한 콘텐츠를 보고 받는 역할이다. 담론형-상향식은 사용자가 자발적인 창작을 통해 자신의 의견을 표현하거나 특성을 살려 제작한 영상이다. 이러한 유형의 동영상이 축적되며 새로운 개념적 분류를 구축하고, 동영상의 생산자와 시청자는 상호작용을 통해 더 많은 사용자를 끌어들이며 콘텐츠 발전을 촉진할 수 있다. 대화형-하향식은 주제와 콘셉트를 먼저 제시하고 사용자들은 이에 맞춰 동영상을 제작하고 소통 및 공유하는 유형이며, 상위 개념과 사용자 간의 교류를 중시한다. 최근 유행하는 댄스 챌린지(Dance Challenge)가 대표적인 예시며, 주로 플랫폼 또는 기획사가 주제를 제시하여 사용자의 참여를 유도하는 과정이다. 대화형-상향식은 개인 사용자가 개성을 드러내고 소통하기 위해 자발적으로 제작하는 콘텐츠를 가리킨다. 이 유형은 주제가 자유롭고 제한이 없으며, SNS 플랫폼에서 일상 공유 영상으로 접할 수 있다. 대표적인 예로는 인스타그램 스토리(Instagram Story)로 60초 이내의 짧은 영상을 업로드하여 일상을 공유할 수 있으며 사용자들에게 높은 자유도와 영상 제작에 대한 부담감을 줄여준다. 다음 [표 1]과 같이 정리한다.

[표 1] 숏폼비디오 콘텐츠의 유형

[Table 1] Types of Short-form Video Contents

유형	대표 종류	설명
담론형-하향식	숏폼드라마	기존 롱폼 콘텐츠를 재구성
담론형-상향식	브이로그	자발적 사례가 축적되어 상위 개념을 이룸
대화형-하향식	댄스챌린지	주제에 따라 구체적 사례를 생성 및 전파
대화형-상향식	인스타그램스토리	공유 및 소통을 목적으로 하는 자유적 콘텐츠

2.3 MZ세대의 숏폼 비디오 사용 현황

디지털 네이티브(Digital Native)로 성장한 MZ세대는 시대의 변화에 민감하고 빠르게 반응하며 개인의 취향을 중시하는 동시에 다양성을 존중한다 [7]. 빠르게 돌아가는 사회에서 MZ세대는 참여와 체험, 챌린지와 같은 활동에 열정을 가지고 자신을 적극적으로 표현한다 [8]. 형식이 자유로운 숏폼 비디오는 이들의 니즈(Needs)에 부합하고, 숏폼 비디오는 모바일로 자신의 일상을 공유함으로써 타인과 소통할 수 있는 콘텐츠 소비문화를 형성한다.

‘오픈서베이(Open Survey)’의 ‘소셜미디어 검색포털 트렌드 리포트 2023’에 따르면 숏폼 비디오 시청 경험이 있는 사용자의 이용률 분포는 10대가 85.0%, 20대가 82.9%, 30대가 73.9%로 집계되었다. 연령이 낮아질수록 시청 경험이 증가했으며, 특히 10대 사용자가 숏폼 비디오에 대하여 91.5%로 가장 높은 인지 수준을 보였다 [9]. 숏폼 비디오 기능을 가진 소셜 플랫폼 스냅챗(Snapchat)이

2020년 발표한 조사 보고서 ‘20/20 Vision for Mobile Video WhitePaper’에 따르면 MZ세대의 82%가 매일 사용자가 직접 제작한 UGC(User Generated Contents) 숏폼 콘텐츠를 시청하고 숏폼 플랫폼을 통해 엔터테인먼트, 소통 및 타인과의 연결을 얻는 것으로 나타났다 [10]. 따라서 10~30대를 아우르는 MZ세대는 숏폼 비디오에 대한 인식, 시청 경험, 콘텐츠에 대한 수요가 뚜렷하며, 주요 소비 연령층이라고 할 수 있다.

2.4 영상 디자인의 시각적 구성요소

영상은 시간과 공간의 움직임을 담고 있으며 촬영과 편집을 통해 눈앞의 사물을 담아낸다. 선행 연구를 기반으로 영상 디자인의 시각적 구성요소를 다음 [표 2]와 같이 정리하였다 [11-13].

[표 2] 영상디자인의 시각적 구성요소

[Table 2] Visual Elements of Video Design

연구자	문헌	내용
최승원	‘광고영상의 시각적 구성 요소 연구’	①공간(Space) ②선과 형태(Line and Shape) ③톤(Tone) ④색상(Color) ⑤움직임(Movement) ⑥리듬(Rhythm) ⑦쇼트(Shot)
이영화	‘영상편집디자인의 시각적 요소에 관한 연구’	①레이아웃(layout) ②자막 ③엘리먼트(element) ④색채
임찬	‘영상디자인: 작품분석 중심으로’	①카메라(camera) ②카메라 워크(camera work) ③샷(shot) ④심도(Depth of field) ⑤색(color) ⑥시간(time) ⑦소리(sound) 등

상술한 영상 디자인의 시각적 구성요소를 세 가지 측면(프레임의 구성, 움직임의 구성, 그래픽의 구성)으로 분류할 수 있다. 프레임은 디지털 영상의 기본 단위로 사진에 가까운 개념이며, 선과 형태, 공간, 톤, 색상으로 시청자에게 가장 먼저 눈에 띄는 구성요소다. 움직임은 피사체와 렌즈의 관계가 변화함으로써 정지된 화면을 서사적인 맥락으로 바뀌게 한다. 영상 속 움직임을 구성하는 시각적 요소는 리듬, 샷, 카메라 워크가 있다. 그래픽은 동영상의 시각적 재미와 정보 전달의 효율을 더해주는 요소이다. 영상 편집 디자인을 통해 자막, 레이아웃, 엘리먼트 등을 추가하여 동영상 내용에 대한 부연 설명과 함께 시청자의 시선을 사로잡고 영상의 시각적 품질을 향상시킨다.

2.5 숏폼 플랫폼 형태의 특징

‘오픈서베이(Open Survey)’의 보고서에 따르면 MZ세대 사용자 중 87.1%가 유튜브 쇼츠, 57.9%가 인스타그램 릴스, 34.5%가 틱톡으로 숏폼 비디오를 시청하는 것으로 나타났다 [9]. 기존 가로형 롱폼 비디오의 가로형 화면과 달리, 숏폼 플랫폼의 대표적 특징은 세로형 화면이다. 또한, 스냅챗의 보고서에 따르면 약 75%의 MZ세대 응답자는 숏폼 비디오가 휴대폰 화면을 가득 채운 경우 콘텐츠를 개인에게 적합(Personal)하고 몰입감(Immersive)있게 느낀다고 답했다 [10]. 그러나 실제 제작

시, 숏폼의 세로형 형식을 맞추기 위해 동영상의 크기를 줄여 가로형로 화면에 배치하고 몰입도가 떨어진 경우도 있다.

3. 연구 설계

3.1 숏폼 비디오의 시각적 구성요소

앞서 제시한 영상 디자인의 시각적 구성요소와 숏폼 비디오의 특성을 결합하여 각 시각적 구성 요소에 따라 숏폼 비디오 분석에 적합한 시각적 구성요소를 다음 [표 3]과 같이 선별한다.

[표 3] 숏폼비디오의 시각적 구성요소

[Table 3] Visual Elements of Short-form Video

프레임의 구성	동영상 화면 비율
움직임의 구성	비디오 시간 길이, 속도
그래픽의 구성	문자, 디자인 엘리먼트

첫째, 프레임의 구성인 선과 형태, 공간, 톤, 색상은 영상 내용에 따라 표현 방식이 다르다. 그러나 숏폼 플랫폼의 특징인 세로형 화면 중 동영상 부분의 비율은 사용자들의 시청 선호도에 영향을 미칠 수도 있다. 둘째, 숏폼 비디오는 짧은 듀레이션 안에 핵심을 요약해서 제시하는 특징을 가지며 움직임의 구성도 다르다. 숏폼 비디오의 기획은 시간을 중심으로 짧은 시간 내에 유효한 정보를 효과적으로 전달하기 위해 속도 조절에 유의해야 한다. 셋째, 그래픽의 구성은 자막 뿐만 아니라 세로형 레이아웃으로 상하단의 여백에 타이틀과 다른 그래픽 디자인 요소를 통해 활용된다. 문자 외에도 필터, 스티커와 같은 디자인 엘리먼트로 시각적 강조 효과와 재미를 더한다.

3.1.1 비디오 시간 길이(Duration)

숏폼 비디오와 롱폼 비디오의 가장 큰 차이점은 시간 길이이다. 영상의 시간이 짧을수록 좋은 것은 아니며, 유형별 가장 적합한 길이를 파악하고 비디오 이탈율을 줄일 필요가 있다.

[표 4] 숏폼 플랫폼의 영상 듀레이션

[Table 4] Duration of Short-form Platforms

숏폼 플랫폼		제한시간	숏폼 플랫폼	제한시간
틱톡	~2021년	15~60초	유튜브 쇼츠	60초
	2021~2022년	3분	인스타그램 릴스	90초
	2022년~	10분	인스타그램 스토리	60초

최근 몇 년간 주요 숏폼 비디오 플랫폼은 위의 [표 4]와 같이 숏폼 비디오의 제한 시간을 조정했으며, 본 연구는 이를 참고하여 설문조사 중 숏폼 비디오 길이의 선호도에 대한 기준을 0~15초, 15~60초, 60~90초, 1분 30초~3분, 3~10분으로 설정했다.

3.1.2 동영상 화면 비율(Scale)

숏폼 플랫폼의 세로형 특징상 화면에 투과되는 동영상 비율을 고려해야 한다. 현재 각종 플랫폼에서 볼 수 있는 동영상 비율로는 정사각형(1:1), 아카데미(4:3), 와이드스크린(16:9)등 이다 [14]. 그 중 아카데미 비율과 와이드스크린 비율을 세로 방향으로 사용한 3:4와 9:16, 그리고 풀스크린(Full Screen)도 찾아 볼 수 있다. 동영상 화면 비율과 기타 요소의 적절한 조합은 숏폼 비디오의 시각적 임팩트를 이루는 열쇠가 될 것이다.

3.1.3 속도(Speed)

동영상의 속도는 실제 피사체가 움직이는 속도, 카메라가 움직이는 속도 등이 있고, 이러한 속도는 촬영 상황에 따라 결정되기 때문에 정량 분석하기 어렵다. 그러나 동영상 사이트의 속도 조절에는 0.5배속, 0.75배속, 1.0배속, 1.25배속, 1.5배속, 2배속 등으로 선택 가능하며, 사용자가 동영상 속도에 대한 선호가 있다는 것으로 볼 수 있다.

3.1.4 문자(Typography)

문자는 시청자가 콘텐츠에 대한 정확한 이해와 효율을 높일 수 있는 방식이다. 숏폼 비디오의 문자 구성은 크게 자막과 타이틀로 나뉜다. 숏폼 플랫폼의 세로형 공간이 길고 시청자 시야 범위를 고려하여 적절한 위치에 동영상과 자막을 동시에 수신할 수 있도록 배치해야 한다. 또한, 숏폼 비디오의 타이틀은 사용자가 비디오를 필터링(Filtering)하는 판단 기준으로 즉시 해당 동영상이 어떤 내용을 담고 있는지 확인할 수 있고, 시청 의도를 신속하게 판단할 수 있다.

3.1.5 디자인 엘리먼트(Design Element)

디자인 엘리먼트는 예능 프로그램에서 많이 활용하는 것으로, 내용과 연관성이 있는 정지 또는 움직임의 기호, 아이콘 등 그래픽 디자인을 통해 시청자의 흥미를 높여준다. 감정을 표현하는 기호, 아이콘 등의 형태로 표시되며 시청자가 영상 내용을 쉽게 이해할 수 있도록 도와주고, 포인트를 강조한다. 또한, 다양한 필터가 사용자들의 사용과 관심을 유도할 수 있다.

3.2 연구가설

본 연구는 다음 네 가지 가설을 설정하였다.

가설 1. MZ세대 사용자는 담론형-하향식 유형의 숏폼 비디오(숏폼 드라마)에서 선호하는 시각적 구성요소 특징이 있다.

가설 2. MZ세대 사용자는 담론형-상향식 유형의 숏폼 비디오(브이로그)에서 선호하는 시각적 구성요소 특징이 있다.

가설 3. MZ세대 사용자는 대화형-하향식 유형의 숏폼 비디오(댄스 챌린지)에서 선호하는 시각적 구성요소 특징이 있다.

가설 4. MZ세대 사용자는 대화형-상향식 유형의 숏폼 비디오(인스타 스토리)에서 선호하는 시각적 구성요소 특징이 있다.

3.3 분석 기준 및 방법

본 연구는 숏폼 콘텐츠를 선호하고 일평균 시청 시간이 평균 시간(1시간) 이상의 10대~30대 시청자를 대상으로 2024년 07월 16일부터 7월 31일까지(총 15일) 설문조사를 실시했으며, 온라인 설문지 구글 폼(Google Form)을 전달하는 방식으로 진행했다.

앞서 언급한 4가지 숏폼 콘텐츠 유형에 따라 표현 방식이 상이한 점을 고려하여 각 숏폼 콘텐츠 유형을 기준으로 설문 문항을 구성했으며, 응답자가 유형을 쉽게 이해할 수 있도록 각 유형의 가장 대표적인 콘텐츠 종류를 활용한다. 즉, 담론형-하향식의 숏폼 드라마, 담론형-상향식의 브이로그, 대화형-하향식의 댄스 챌린지, 대화형-상향식의 인스타그램 스토리로 구성한다. 설문 문항에 사용된 각 유형의 숏폼 비디오의 분석 기준은 다음 [표 5]와 동일하다.

[표 5] 각 유형 숏폼 비디오 시각적 구성 요소 분석 기준

[Table 5] Visual Elements Analysis Framework for Each Type of Short-form Video

숏폼콘텐츠 유형	시각적 구성요소	내용	
담론형-하향식 (숏폼드라마)	동영상 화면 비율	①16:9 ②4:3 ③1:1 ④3:4 ⑤9:16 ⑥풀스크린	
	비디오 길이	①0~15초 ②15~60초 ③60~90초 ④1분30초~3분 ⑤3~10분	
	속도	①0.5배속 ②0.75배속 ③1.0배속 ④1.25배속 ⑤1.5배속 ⑥2배속	
	문자	자막	①없다 ②위 ③아래 ④중간
		타이틀	①없다 ②위 ③아래 ④중간
	디자인 엘리먼트	①없다 ②아이콘 ③필터 ④스티커	
담론형-상향식 (브이로그)	동영상 화면 비율	①16:9 ②4:3 ③1:1 ④3:4 ⑤9:16 ⑥풀스크린	
	비디오 길이	①0~15초 ②15~60초 ③60~90초 ④1분30초~3분 ⑤3~10분	
	속도	①0.5배속 ②0.75배속 ③1.0배속 ④1.25배속 ⑤1.5배속 ⑥2배속	
	문자	자막	①없다 ②위 ③아래 ④중간
		타이틀	①없다 ②위 ③아래 ④중간
	디자인 엘리먼트	①없다 ②아이콘 ③필터 ④스티커	

대화형-하향식 (댄스 챌린지)	동영상 화면 비율	①16:9 ②4:3 ③1:1 ④3:4 ⑤9:16 ⑥풀스크린		
	비디오 길이	①0~15초 ②15~60초 ③60~90초 ④1분30초~3분 ⑤3~10분		
	속도	①0.5배속 ②0.75배속 ③1.0배속 ④1.25배속 ⑤1.5배속 ⑥2배속		
	문자	자막	①없다 ②위 ③아래 ④중간	
		타이틀	①없다 ②위 ③아래 ④중간	
	디자인 엘리먼트	①없다 ②아이콘 ③필터 ④스티커		
대화형-상향식 (인스타그램 스토리)	동영상 화면 비율	①16:9 ②4:3 ③1:1 ④3:4 ⑤9:16		
	비디오 길이	①0~15초 ②15~60초		
	속도	①0.5배속 ②0.75배속 ③1.0배속 ④1.25배속 ⑤1.5배속 ⑥2배속		
	문자	자막	①없다 ②위 ③아래 ④중간	
		타이틀	①없다 ②위 ③아래 ④중간	
	디자인 엘리먼트	①없다 ②아이콘 ③필터 ④스티커		

4. 분석 결과

본 설문조사는 총 193명의 MZ세대 사용자를 대상으로 하며, 조사 결과의 신뢰성 확보를 위해 슷폼 비디오 이용 경험이 없는 응답자, 일평균 시청 시간이 1시간 미만인 응답자, 연령대가 10~30대에 속하지 않은 응답자를 제외한 후 총 151건의 유효 응답지를 확보한다. 유효 응답결과를 SPSS(28.0버전)로 통계분석을 진행하였으며, 응답자의 인구통계학적 특성은 아래의 [표 6]과 같다.

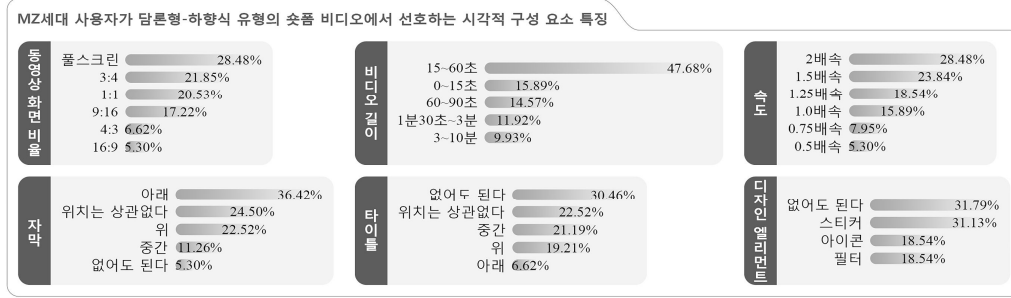
[표 6] 인구통계학적 특성

[Table 6] Demographic Characteristics

구분		빈도	구분	빈도	
슷폼 비디오 이용 경험	예	172	연령	10~19세	33
	아니요	21		20~29세	70
일평균 시청시간	1시간 이하	155		29~39세	48
	1시간 이상	17		기타	22

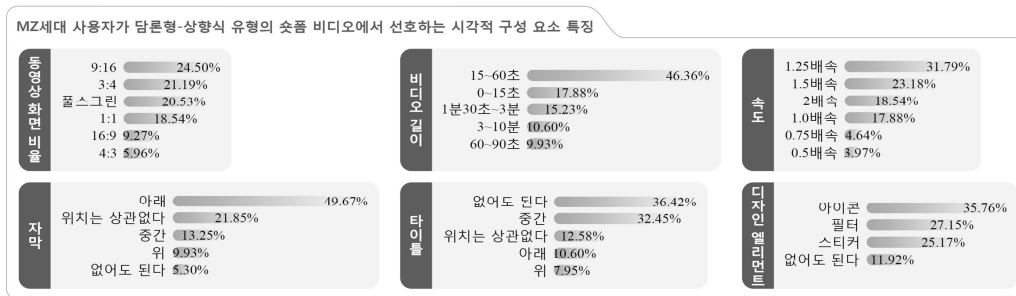
4.1 MZ세대 사용자가 선호하는 유형별 슷폼 비디오 시각적 구성 요소 특징 분석

본 설문조사는 유형별 슷폼 비디오에 대하여 응답자가 선호하는 시각적 요소의 특징과 선호 원인을 묻는 12개의 문항, 총 48개 문항으로 구성한다. 모든 응답에 대하여 빈도 분석을 실시하여 시각적 구성 요소 특징 및 선택 원인을 도출한다.



[그림 1] MZ세대 사용자가 담론형-하향식 유형의 숏폼 비디오에서 선호하는 시각적 구성 요소 특징
[Fig. 1] Features of Visual Elements Preferred by MZ Generation in Discourse-Top-Down Short-form Videos

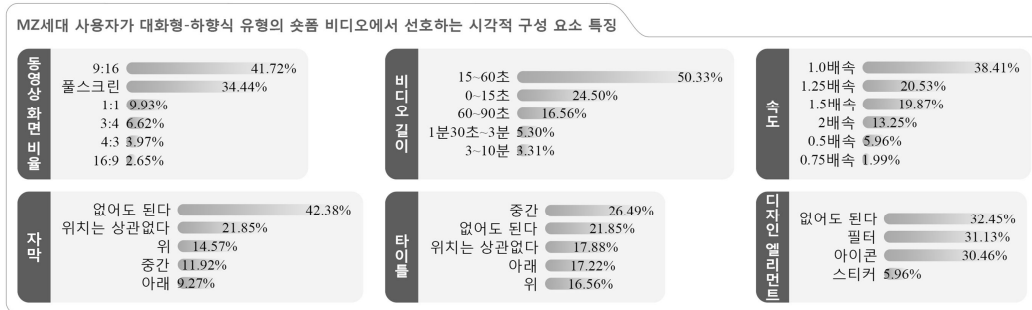
위의 [그림 1]과 같이 담론형-하향식 유형의 숏폼 비디오에서는 28.48%의 응답자가 ‘풀스크린’의 동영상 화면 비율을 선호한다고 답했으며, 이 중에 93.02%가 시각적 임팩트가 있다고 했다. 47.68%의 응답자가 ‘15-60초’의 길이를 선택했으며, 시간 부담 없이 즐길 수 있는 동시에 내용을 온전히 전달할 수 있는 적당한 길이로 선호한다. 속도는 빠를수록 선호도가 높은 것으로 나타났다. 또한, 36.42%의 응답자가 자막을 화면 아래쪽에 배치하는 것을 선호했으며, 자막으로 화면을 풍부하게 하면서도 피사체를 가리지 않기 때문이다. 30.46%의 응답자가 타이틀이 없어도 된다는 의견이 가장 높은 비중을 차지했다. 마지막으로, 31.79%의 응답자가 디자인 엘리먼트를 추가하지 않아도 된다고 답했지만, 추가하는 것을 선호한다고 답한 경우 스티커와 같은 그래픽 요소가 가장 시청 흥미를 높여주는 것으로 나타났다.



[그림 2] MZ세대 사용자가 담론형-상향식 유형의 숏폼 비디오에서 선호하는 시각적 구성 요소 특징
[Fig. 2] Features of Visual Elements Preferred by MZ Generation in Discourse-Buttom-Up Short-form Videos

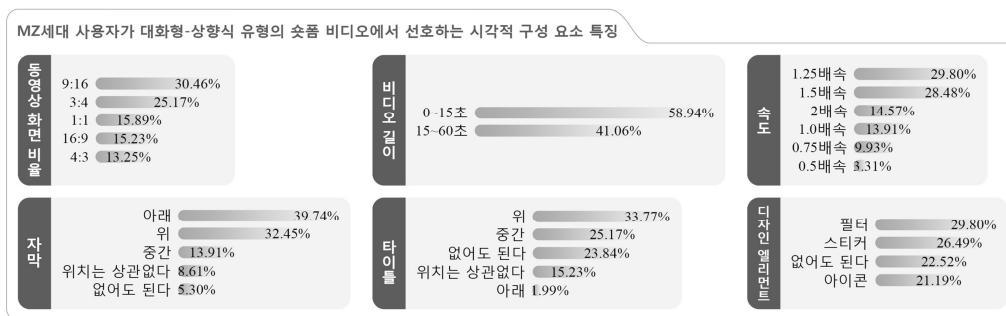
위의 [그림 2]과 같이 담론형-상향식 유형의 숏폼 비디오에 대하여 24.50%의 응답자가 ‘9:16’ 비율이 시각적 임팩트를 가진다고 답했으며, 가장 높은 비중을 차지했다. 동영상 길이의 경우 46.36%의 응답자가 ‘15-60초’를 선택했으며, 이 중 86.11%가 내용을 온전히 전달하기 위해 너무 짧은 길이가 적합하지 않다고 느꼈다. 속도는 31.79%가 ‘1.25배속’을 선호했으며, 신선한 동시에 더 많은

내용을 담을 수 있기 때문이다. 자막은 비디오 퀄리티를 높여주며, 49.67%의 응답자가 아래쪽에 위치하는 것을 선호했다. 가장 많은 응답자(36.42%)가 이 유형에 타이틀이 없어도 된다고 답했으며, 그 외 32.45%는 화면 가운데에 위치하는 것이 가장 적합하다고 느꼈다. 또한, 35.76%의 응답자가 디자인 엘리먼트중에 아이콘을 선택했으며, 아이콘이 시청 흥미를 높여준다고 생각했다.



[그림 3] MZ세대 사용자가 대화형-하향식 유형의 숏폼 비디오에서 선호하는 시각적 구성 요소 특징
[Fig. 3] Features of Visual Elements Preferred by MZ Generation in Dialogue-Top-Down Short-form Videos

위의 [그림 3]와 같이 '9:16'의 화면 비율을 선호하는 응답자는 41.72%로 집계되었으며, '풀스크린'은 34.44%로 나타났다. 이를 통해 대화형-하향식 유형에서 다수의 응답자가 시각적으로 임팩트가 있는 화면 비율을 선호하는 경향이 있음을 확인할 수 있다. 또한, 50.33%의 응답자가 부담 없이 시청할 수 있는 '15~60초'의 영상 길이를 가장 선호한다. 38.41%의 응답자가 속도를 조절하지 않아 정확하게 내용을 이해할 수 있는 '1.0배속'을 선택했다. 42.38%의 응답자가 자막이 없어도 된다고 주장했지만, 타이틀의 경우 가장 많은 응답자(26.49%)가 중간에 위치하는 것을 선호한다고 답했다. 이외에도, 32.45%의 응답자가 디자인 엘리먼트를 추가하지 않아도 된다고 답했지만, 각각 31.13%, 30.46%의 응답자가 필터와 아이콘을 추가하는 것을 선호하고 흥미를 높여줄 수 있다고 답했다.



[그림 4] MZ세대 사용자가 대화형-상향식 유형의 숏폼 비디오에서 선호하는 시각적 구성 요소 특징
[Fig. 4] Features of Visual Elements Preferred by MZ Generation in Dialogue-Button-Up Short-form Videos

위의 [그림 4]과 같이 대화형-상향식 유형의 숏폼 비디오에서 ‘9:16’의 화면 비율을 선호하는 응답자는 30.46%로 나타났으며, 선호 원인은 몰입감(92.31%)이라고 답했다. 영상 길이는 가장 많은 응답자(58.94%)가 ‘0-15초’를 선호했으며, 시간적 부담 없이 동영상을 즐길 수 있기 때문이다. 영상 속도의 경우, 같은 시간 내에 더 많은 정보를 전달할 수 있기 때문에 29.80%의 응답자는 1.25배속, 28.28%의 응답자는 1.5배속을 선택했다. 자막은 가장 많은 응답자(39.74%)가 아래 위치를 선택했으며, 플랫폼의 버튼에 가려지지 않고 잘 볼 수 있다고 답했다. 타이틀은 33.77%의 응답자가 화면 위쪽에 배치하여 호기심을 유발할 수 있다고 했다. 마지막으로, 디자인 엘리먼트에 대한 선택 결과가 타 유형에 비해 평균적인 빈도를 보였으며, 가장 많은 응답자(29.80%)가 필터를 선택했고, 그 중 82.22%가 참여 의도를 높일 수 있다고 답했다.

4.2 분석 소결

숏폼 비디오 유형별 시각적 구성 요소에 대하여 MZ세대 사용자의 선호도 및 특징을 분석함으로써 유형별로 시각적 구성 요소에 대하여 상이한 선호도를 보인다는 본 연구의 가설을 입증했다. 또한, 유형별 응답 빈도가 가장 높은 시각적 구성 요소의 특징을 다음 [표 7]과 같이 정리했다.

[표 7] MZ세대 사용자가 각 유형의 숏폼 비디오에서 선호하는 시각적 구성 요소 특징

[Table 7] Features of Visual Elements Preferred by MZ Generation Users in Each Type of Short-form Video

	동영상 화면 비율	길이	속도	자막 위치	제목 문자 위치	그래픽적 요소
답론형-하향식	풀스크린 (28.48%)	15~60초 (47.68%)	2배속 (28.48%)	아래 (36.42%)	없어도 된다 (30.46%)	없어도 된다 (31.79%)
답론형-상향식	9:16 (24.50%)	15~60초 (46.36%)	1.25배속 (31.79%)	아래 (49.67%)	없어도 된다 (36.42%)	아이콘 추가 (35.76%)
대화형-하향식	9:16 (41.72%)	15~60초 (50.33%)	1.0배속 (38.41%)	없어도 된다 (42.38%)	중간 (26.49%)	없어도 된다 (32.45%)
대화형-상향식	9:16 (30.46%)	0~15초 (58.94%)	1.25배속 (29.80%)	아래 (39.74%)	위 (33.77%)	필터 적용 (29.80%)

첫째, 숏폼 플랫폼의 발달로 인해 사용자가 세로가 낮은 비율의 영상보다 높은 세로 비율을 선호했다. 또한, 1분 이내의 동영상 길이에 자연속도보다 조금 더 빠른 속도의 비디오가 시간적 부담을 줄일 수 있기 때문에 높은 선호도를 보였다. 둘째, 자막은 롱폼 비디오의 시청 습관과 유사하게 화면 아래에 위치하는 것을 선호했으며, 타이틀은 영상에 대한 정보를 제공하지만 답론형 숏폼의 경우 대다수의 MZ세대 사용자가 타이틀이 없어도 된다고 답했다. 셋째, 자발적 참여자가 많은 상향식 숏폼 유형에서는 시청 흥미를 높일 수 있는 아이콘과 필터 등 그래픽적 요소에 대한 선호도를 보였다. 반면, 시청자가 내용을 전달 받는 역할만 수행하는 하향식 숏폼의 경우 그래픽 요소가

없어도 된다는 답변이 다수로 나타났다.

5. 결론 및 제언

숏폼 비디오가 중요한 동영상 유통의 형식으로 자리 잡은 오늘날, 숏폼 비디오의 제작과 표현 방식은 여전히 발전하는 단계로 지속적인 연구의 필요성이 대두되고 있다. 본 연구는 시각디자인의 관점에서 숏폼 비디오의 주요 타겟 사용자인 MZ세대를 연구 대상으로 삼아 설문조사를 통해 4가지 유형의 숏폼 비디오 각각의 시각적 구성 요소 선호도 및 특징을 분석했다. 시각적 구성 요소는 동영상 화면 비율, 길이, 속도, 자막, 타이틀, 디자인 엘리먼트로 선별하고, 일평균 시청시간이 1시간 이상인 MZ세대 사용자를 설문조사 대상으로 선정했다. 분석 결과에 따르면, 숏폼 비디오 유형별로 선호하는 시각적 요소 특징이 상이한 것으로 나타났다. 구체적으로 담론형-하향식 유형은 폴스크린 화면, 15-60초 길이, 2배속 동영상 속도, 화면 하단에 위치한 자막을 가장 선호하고, 타이틀과 디자인 엘리먼트는 불필요한 것으로 분석되었다. 담론형-상향식 유형은 9:16 화면 비율, 15-60초, 1.25배속을 가장 선호했으며, 타이틀은 없어도 되지만 화면 하단에 자막을 배치하고 아이콘 엘리먼트를 추가하는 것을 선호했다. 또한, 대화형-하향식 유형은 9:16 화면 비율, 15-60초의 1배속을 가장 선호하며, 자막이나 그래픽적 요소가 없어도 되지만 타이틀은 화면 중간부에 배치하는 것을 선호했다. 대화형-상향식 유형은 9:16 화면 비율, 0-15초의 1.25배속을 가장 선호하는 것으로 나타났으며, 자막은 화면 하단, 타이틀은 화면 윗부분에 배치하는 것을 선호했다. 추가로 필터가 적용된 경우 사용자들의 호기심과 참여 의도를 향상시킬 수 있다.

전체적으로, MZ세대의 숏폼 비디오 이용자들은 9:16 비율의 1분 이내의 동영상을 가장 선호하며, 동영상 속도는 자연속도보다 느리지 않게 설정하여 더 많은 정보를 담을 수 있어야 한다. 자막과 타이틀의 위치는 기본적으로 롱폼 동영상의 시청 습관과 일치한다. 시청자 참여를 유도해야 하는 숏폼 비디오 유형은 적절히 필터와 아이콘을 추가할 수 있다. 따라서 MZ세대를 타겟으로 한 숏폼 콘텐츠를 제작 시, 숏폼 비디오 유형별로 MZ세대 사용자가 선호하는 화면 비율, 길이, 속도, 문자, 디자인 엘리먼트를 참고하여 디자인하는 것을 권장한다.

본 연구의 한계점은 MZ세대가 선호하는 시각적 요소 특징을 중점으로 한 연구이므로, 향후에는 다른 연령층의 숏폼 비디오 시청 선호도에 영향을 미치는 요소에 대한 연구를 기대한다.

References

- [1] J. B. Kang, "The Difference in Audience Reaction towards Short form Animation in Diverse Age Groups : Focused on the Comparative Analysis of Teenagers and Audiences in Their 30's", The Korean Journal of Animation, vol. 18, no. 1, March 2022, pp. 7-23, doi: 10.51467/ASKO.2022.03.18.1.7.

- [2] C. M. Lee, "Social Media and Search Portal Trend Report 2022", opensurvey.io, <https://blog.opensurvey.co.kr/trendreport/socialmedia-2022/>, (accessed March 2, 2023).
- [3] DAEHAKNAEIL Research Laboratory for the Twenties, "The '20's lab' announced a survey on the behavior of Generation Z using short forms", newswire.co.kr, <https://www.newswire.co.kr/newsRead.php?no=949940>, (accessed August 2, 2023).
- [4] S. M. Lee, "'15 Seconds Magic' short-form video, from the playground of 'Insider' to marketing stage", biz.chosun.com, <https://biz.chosun.com/industry/company/2022/06/13/42KCFGJ7K5AFXPRF7MUOG3RRHQ>, (accessed June 15, 2023).
- [5] J. Lee, "A Study on Types of Short-form Video Contents", Humanities Contents, no. 58, September 2020, pp. 121-139, doi: 10.18658/humancon.2020.09.121.
- [6] Y. S. Cho, "The Effect of Empirical Characteristics of Short-Form Videos on Brand Awareness", Design Research, vol. 5, no. 4, December 2020, pp. 284-293, doi: 10.46248/kidrs.2020.4.284.
- [7] S. H. Park, C. H. Han, "A Study on the Diversity and Permissibility of Generative Design for the MZ Generation", Journal of Communication Design, vol. 77, October 2021, pp. 188-200, doi: 10.25111/jcd.2021.77.13.
- [8] M. S. Choi, S. J. Kim, "The Effect of Usage Motivation of TikTok on Satisfaction and Intention to Participate in Challenge by MZ Generation", Journal of Cultural Product & Design, vol. 62, September 2020, pp. 21-30, doi: 10.18555/kicpd.2020.62.03.
- [9] S. H. Park, "Social Media and Search Portal Trend Report 2023", opensurvey.io, <https://blog.opensurvey.co.kr/trendreport/socialmedia-2023/>, (accessed July 21, 2024).
- [10] National Research Group, "20/20 Vision for Mobile Video WhitePaper", assets.ctfassets.net, https://assets.ctfassets.net/inb32lme5009/2tDmt11niJ7g3LFD3EeOld/311a786bf0a5c538bf8e16608b095c47/2020_Vision_for_Mobile_Video_WhitePaper_US.pdf, (accessed October 10, 2023).
- [11] S. W. Choi, "A Study of Visual Components for Commercial Film", The Korean Journal of Animation, vol. 7, no. 4, December 2011, pp. 139-158.
- [12] Y. H. Lee, "A Study of the Visual Elements of Image Editing Design -Focused on tvN Entertainment Programs-", The Treatise on The Plastic Media, vol. 20, no. 2, May 2017, pp. 138-146.
- [13] C. Lim, Image Design : Focusing on Artwork Analysis, Du Yang Sa, 2010.
- [14] H. Kim, "Image Analysis of Visual Perception Elements by Movie Frames", Journal of Korea Design Forum, no. 57, October 2017, pp. 53-65, doi: 10.21326/ksdt.2017..57.005.