현대인의 여가시간 변화에 따른 쇼트클립 소비현상과의 관련성 연구 -비디오편집 플랫폼 TikTok을 중심으로

A Study on the Relationship between the Short Clip Consumption of Contemporary People's Leisure Time - Focused on "TikTok"

정 위, 최 동 혁*
동서대학교 일반대학원 영상콘텐츠학과,
동서대학교 디지털콘텐츠학부*

Zheng yu, Choi dong-hyuk*
Dep. of Visual Contents, Dongseo Univ.,
Graduate School of Dongseo Univ. *

요약

스마트폰이 출현한 이후 사람들은 뉴미디어의 변화에 익숙해있다. 특히 최근 급격히 확장해가는 쇼트클립은 누구나 쉽고 빠르게 제작할 수 있으며, 여유가 없는 현대인들에게 작은 휴식을 주고 있어 인기가 매우 높다. 즉, 현대인의 여가시간 변화에 따른 쇼트클립 이용과 연관성이 높다. 새롭게 출현한 쇼트클립 소비현상에 대한 이해를 바탕으로 현대인의 대중문화의 변화의 특징을 연구할 수 있을 것이다. 본 논문은 뉴미디어의 특징을 정의하고 중국인의 여가시간 변화에 따른 중국의 인기 비디오편집 플랫폼인 'TikTok(틱톡)' 사용량 변화의 연관성을 연구하였다. 이를 통해 쇼트클립 소비문화가 현대인의 삶에 미치는 영향을 이해하는 계기가 되기를 기대한다.

I. 서론

모바일 인터넷의 보급과 사람들의 생활 리듬이 날로 빨라짐에 따라, 사람들은 짧고 흥미로운 정보들을 보는 것을 좋아하기 시작했다. 쇼트클립 사용자들은 매년 증가하기 시작하고, 더 많은 사람들이 쇼트클립에 관심을 기울이기 시작했다. 본 논문의 연구 목적은 뉴미디어 환경에서 인기가 늘어나고 있는 쇼트클립의 사용량 증가와 사람들의 여가시간 감소 사이의 관계의 연관성을 분석하는 것이다. 본 연구를 위해 뉴미디어와 쇼트클립의 정의와 특징을 기술하고, 뉴미디어 환경에서 사람들의 여가시간 변화와 쇼트클립 사용자량의 변화 사이의 비례적 관계 분석이 필요하다. 분석대상으로는 최근 몇 년 동안 크게 유행하고 있는 비디오편집 플랫폼 'TikTok'을 연구대상으로 선정하였다. 본 연구를 통해 현대인의 쇼트클립 소비문화 현상에 대한 이해를 돕는 자료가 되기를 기대한다.

Ⅱ. 뉴미디어와 쇼트클립의 정의와 특징

2.1 뉴미디어의 정의와 특징

뉴미디어는 넓은 개념으로 디지털 기술, 네트워크 기술을 활용하여 인터넷, 광대역 랜, 무선 통신망, 위성 등의 채널, 그리고 컴퓨터, 휴대전화, 디지털 TV 등의 단말기를 통해, 이용자에게 정보와 엔터테인먼트 서비스의 전파 형태를 제공한다. 엄밀히 말하면 뉴미디어를 디지털 뉴미디어라고 해야 한다. 신문, 라디오, 방송, 텔레비전의 4대 전통적인 의미의 매체에 비해 뉴미디어는 이미지적으로 제 5의 미디어로 불린다[1]. 뉴미디어는 새로운 기술적 뒷받침 체계 아래 나타나는 미디어 형태이며, 디지털 저널, 디지털 신문, 디지털 방송, 모바일 문자 메시지, 모바일 TV, 인터넷, 데스크톱 윈도우, 디지털 TV, 디지털 영화, 터치 미디어, 모바일 네트워크 등이 그 예이다.

뉴미디어의 특징으로는 상호작용화(interactivity), 비동시화(asynchronocity), 탈대중화(demassification), 디지털화(digitalization), 종합화(integration), 영상화(visualization), 능동화(activity) 등이 있다. 상호작용화는 구성원들 간의 대화나 정보를 주고받는 것을 의미한다. 비동시화는 동시에 참여해야 하는 기존의 시스템에서 벗어나 개인이 원하는 시간에 참여할 수 있다는 의미이다. 탈대중화는 특정대상에게 특정정보를 보낼 수 있기 때문에 개인화가 가능하다는 것이다. 디지털화는 이전의 상이한 정보체계에서 '0'과 '1'이라는 디지털신호를 통해 다양한 신호방식의 연동이 가능해졌다는 의미이다. 종합화는 뉴미디어에 의해 전화 및 TV, PC 등이 하나로 융합되는 것을 말하며, 영상화는 기존의 활자방식에 음성 등이 영상으로 변화되어 간다는 것이다. 능동화는 이용자의 능동적 참여가 필요해진다는 의미를 말한다.

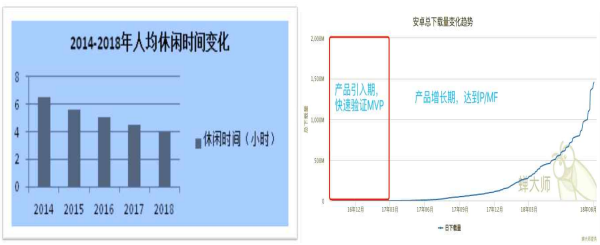
2.2 쇼트클립의 정의와 특징

쇼트클립은 보통 인터넷 콘텐츠로 이해되며, 1분 이내의 쇼트클립을 말한다. 쇼트클립은 다양한 미디어 플랫폼에서 재생되어 이동 중에도 감상이 가능하고 콘텐츠 길이에 따라 10 초에서 1 분 이내로 짧은 시리즈 섹션을 다양하게 제작할 수 있다. 쇼트클립 콘텐츠에는 기능설명, 코믹물, 패션 트랜드 영상, 사회적 이슈, 각종 인터뷰, 공익 광고, 아이디어 소개나 비즈니스 광고 등 주제가 매우 다양하다[2]. 그림 1은 2008년부터 2018년까지의 네트워크 비디오 사용자의 증가수와 쇼트클립의 사용자 비율을 나타낸 것이다.

▶▶ 그림 1. 2008-2018 네트워크 비디오 사용자 증가수와 쇼트 클립의 사용자 비율[3]

Ⅲ. "TikTok(틱톡)" 쇼트클립의 특징 분석

빨라지는 현대의 생활 리듬에 따라, 점점 더 많은 사람들이 쇼트클립을 즐겨 보고 있다. TikTok 경우, 시간의 길이는 일반적으로 15초 이내이다[4]. 제작이 비교적 쉽고, 다양한 콘텐츠로 이용자에게 많은 흥미를 준다. 15초 이내의 동영상은 사용자에게 강렬한 자극을 줄 수 있으며, 콘텐츠가 재미를 보장하는 한 끊임없이 이용자의 지속적인 유입을 이끌고 확대해나갈 수 있다. 제작 측면에서는 15초 쇼트클립은 남녀노소 모두에게 영상콘텐츠 제작의 기회를 주었다. 기존의 긴 동영상에 비해, 15초의 쇼트클립은 제작이 매우 간편해서 더 많은 사용자들을 창작자로 만들었다. TikTok "짧고, 일상의, 빠른" 슬로건을 주로 홍보한다. 그림 2는 2014년부터 2018년까지 중국 거주자의 평균 여가시간 변화와 2016년 12월부터 2018년 8월까지 TikTok 총 다운로드 양을 보여준다.



▶▶ 그림 2. 2014-2018 중국 거주자의 평균 여가시간 증감률과 TikTok 다운로드 증감률

이를 바탕으로 중국 거주자의 평균 여가 시간 증감률과 TikTok 다운로드 양의 증감률을 표 1에 정리하였다. 여가시간의 변화와 TikTok 다운로드 양의 증가수를 비교해보면, 2016년 여가시간이 8% 감소했을 때, TikTok 다운로드 양은 30% 증가했다. 2017년 여가시간이 7% 감소했을 때는 TikTok 다운로드 양이 120% 증가했고, 2018년 9% 감소했을 때 TikTok 다운로드 양은 210% 증가했다. 즉, 여가시간이 년간 8% 감소할 때 TikTok 연평균 120%씩 증가한 것을 확인할 수 있다.

표 1. 평균 여가 시간 증감률과 TikTok 사용자 수 증감률

년도	여가시간 증감률	TikTok 다운로드 증감률
2016	8%↓	30%↑
2017	7%↓	120%↑
2018	9%↓	210%↑

Ⅳ. 결론

본 논문의 목적은 사람들의 여가 시간에 따른 쇼트클립 사용자량의 변화 사이의 연관성을 분석하는 것이다. 본 연구를 위해 뉴미디어와 쇼트클립의 정의와 특징을 기술하고, 뉴미디어 환경에서 사람들의 여가 시간 변화와 쇼트클립 사용자량의 변화 관계를 분석하였다. 연구결과, 현대인의 여가시간이 적어지면서 쇼트클립 사용자가 많아졌고, 뉴미디어 환경에서 사용과 제작이 쉬운 TikTok 같은 쇼트클립을 찾게 되고, 이로 인해 현대인의 여가 생활의 변화를 만들었다. 어디서나 쉽게 이용할 수 있는 쇼트클립을 통해 사람들의 정신과 오락에 대한 욕구를 만족시킨 것으로 보여 진다. 본 논문을 통해 향후 쇼트클립의 소비현상 이해를 바탕으로 현대인의 생활의 변화와 현상을 이해하는 연구로 이어지길 기대한다.

■ 참 고 문 헌 ■

[1] 쉬친, 매체융합론, pp. 45, 중국언론대학교 출판사, 베이징, 2009.
[2] 중상산업연구원, 2018-2023년 중국 쇼트클립 업계 연구 보고서, pp.8, 2018.
[3] 2018년 중국 인터넷 시청각 발전 연구 보고서, 제1부, 2018.
[4] 곽한 "TikTok 발전현황 연구", 현대상무역공업잡지, pp. 25, 2018.