

A Study on Motion Typography Visual Communication Preference Analysis for Video Content CFs

Myoung-Mi Kim*

*Professor, Dept. of Media Contents, Seowon University, Cheongju, Korea

[Abstract]

CF video content refers to various types of advertising content provided through TV media. CF video content includes various types of videos as well as promotion of products and brand companies. CF video content is often produced with relatively small personnel, and in many cases, it is produced without properly reflecting viewer preference factors. Therefore, it is necessary to increase viewers' viewing satisfaction through various studies on the method of directing motion typography suitable for the production of CF video content. To this end, the preference was investigated by classifying the visual components of motion typography, and the limitations of motion typography were found by the object and design analysis. For the specific analysis, based on a review of previous studies on the preference of CF video content, a questionnaire was conducted for viewers or users centering on the CFTV site, and the observation model was also intended to find preference factors focusing on Motion Typography Effect Analysis. This factor analysis is intended to activate various CF image contents in the future and to enhance the wide effect of motion typography.

▶ **Key words:** CF, Video Content, Motion, Visual, Typography

[요 약]

CF 영상콘텐츠는 TV매체를 통해 제공되는 다양한 종류의 광고 콘텐츠를 말한다. CF 영상콘텐츠는 제품, 브랜드 기업 홍보 뿐 아니라 다양한 형식의 영상들이 존재하고 있다. CF 영상콘텐츠는 상대적으로 소규모 인원으로 제작에 임하는 경우가 많고 시청자의 선호도 요인을 제대로 반영하지 못한 채 제작되고 있는 경우가 많다. 따라서 CF 영상콘텐츠 제작에 적합한 모션 타이포그래피 연출 방법에 대한 다각적 연구를 통해 시청자의 시청 만족도를 높일 필요가 있는 것이다. 이를 위해 모션 타이포그래피 시각적 구성요소를 구분하여 선호도를 조사 하였고, 그 대상과 설계 분석으로 모션 타이포그래피 한계점을 찾는다. 구체적 분석내용은 CF 영상콘텐츠 선호도에 대한 선행연구 고찰의 토대로 CFTV 사이트 중심으로 시청자들이나 사용자들 대상으로 설문을 실시하고 관찰 모형도 Motion Typography Effect Analysis 중심으로 선호 요인을 찾고자 했다. 이러한 요인분석은 앞으로 다양한 CF 영상콘텐츠는 활성화를 위함이고 모션 타이포그래피의 폭 넓은 효과 증진을 위함이다.

▶ **주제어:** CF, 영상콘텐츠, 모션, 시각적, 타이포그래피

- First Author: Myoung-Mi Kim, Corresponding Author: Myoung-Mi Kim
- *Myoung-Mi Kim (design125@naver.com), Dept. of Media Contents, Seowon University
- Received: 2024. 11. 08, Revised: 2024. 11. 19, Accepted: 2024. 11. 24.

I. Introduction

최근 디지털 시대에 접어들면서 시각적 커뮤니케이션의 중요성이 더욱 부각되고 있다. 그 중에서도 모션 그래픽과 타이포그래피는 메시지 전달과 브랜드 아이덴티티 구축에 있어 핵심적인 역할을 한다. 모션 그래픽은 정적인 이미지에 동적인 요소를 더해 시청자의 관심을 끌고, 정보를 효율적으로 전달 가능한 반면, 타이포그래피는 글자의 배열과 디자인을 통해 텍스트의 가독성을 높이고, 시각적 아름다움을 제공한다. 타이포그래피란 글자를 만들어 내는 최소 단위인 활자체를 뜻하는 타이프(Type)와 간편하게 볼 수 있게 하는 기술을 뜻하는 그래피(Graphy)의 합성어 즉, 활자를 가지고 디자인하는 기술을 의미한다.[1] 광고가 등장한 이후 타이포그래피는 서체 개발에 있어서 중요한 분야의 하나로 자리 잡았고, 현재 서체들은 크게 두 가지로 나눌 수 있게 되었다. 하나는 본문용 타이포그래피로, 책 본문을 위해 만든 타이포그래피이다. 다른 하나는 광고나 제목에 사용하는 타이포그래피이며, 제목용 타이포그래피라고도 한다. 제목용 타이포그래피는 책 표지 제목이나 광고 문구같이 시선을 끌기 위해 사용된다. CF에 속하는 타이포그래피도 책과 같이 본문용과 제목용으로 구분 지을 수 있다. 보통 영화 타이틀에 해당하는 영화 제목 영상은 제목용 타이포그래피를 사용하고, 영화 타이틀 시퀀스¹⁾에서 등장인물과 제작진을 소개하는 크레딧은 정보를 주어야 하기 때문에 본문용 타이포그래피를 사용하는 것이 그 예이다.

정보를 제공하기 위한 모션 타이포그래피는 정보를 짧은 시간에 효과적으로 전달하는 것이 중요하겠다. 따라서 정보량을 최대한 적게 구성하여 전달하고자 하는 정보만 보여줘야 하고, 모션 타이포그래피 움직임이 있는 영상 정보가 순식간에 지나가기 때문에 시간을 가지고 볼 수 있는 포스터와는 다른 전달 방법이 필요하다. 그래서 영상에는 한 번에 많은 정보를 담지 않으며 한 장면에 한 가지 정보만 전달해도 성공한 소통이라 볼 수 있다 하겠다. 모션 타이포그래피 광고 대부분은 정확한 정보를 주기 위한 핵심 부분이 있다. 일반적으로 CF에서 전달하려는 글과 정보는 광고 중후반부에 등장한다. 모션 타이포그래피 광고에 등장하는 다양한 정보들은 광고 제품을 보여주기도 하고 캠페인 슬로건을 보여주기도 하며 가격과 같은 정확한 정보를 제공하기도 한다.

II. Classification of motion typography

디지털시대 미디어 등장으로 다양한 모션 커뮤니케이션은 현재 생활에 큰 변화를 주고 있다. 컴퓨터와 휴대폰 매체를 통해 미디어는 텍스트, 음향, 영상 들로 하여금 다양하게 전달되고 있는 가운데 모션 타이포그래피는 직접 커뮤니케이션을 위한 중요 요소로 자리 잡고 있다. 또한 시각적 기능으로 빛, 색, 효과 등 구체적인 정보전달 특성을 가지고 있다. 그 중 타이포그래피에 적용된 모션 효과는 시선을 집중시키는데 중요한 요소로 쓰이고 있다. 움직임을 뜻하는 Kinetic Typography 이라고 불리기도 한다.

텍스트를 영상에 사용하기 때문에 영상의 주제가 눈에 잘 띄게 되어 광고 영상이나 뮤직비디오, 영화 오프닝 영상 등에서 자주 쓰이고 있다. 또한 접근하기 쉬운 뮤직에 맞게 Kinetic Typography 유튜브버들도 많다.

1. Big close-up motion

타이포 특정 부분만을 확대해서 보여주는 방식으로 풀 화면 가운데 위치가 많은 시선을 집중시키는 모션이다. 이미지 없이 타이포가 들어가는 경우와 이미지가 들어가더라도 불투명한 이미지가 대부분을 차지하고 있다.



Fig. 1. Big close-up motion typography

2. Close-up motion

타이포 일정 부분을 화면 가득히 표현하는 방식으로 시선은 집중시키는 모션이다. 타이포를 미적으로 화면 구도에 담은 것이며, 예술적 가치를 포함시키는 목적이라고 할 수 있다.[2] 카메라를 당겨 이미지나 텍스트들을 좀더 부각시키고 강조하고 싶은 부분을 알리고자 함이다. 시청자들에게 관심을 불러일으키도록 유도하는데 효과적이며, 약간의 정지된 화면구성으로 가운데 위치 하고 있다.

1) 시퀀스 : 1.학습에서,단원이 발달하여 가는 차례, 영화의 이야기가 시작과 끝, 즉 독립적인 구성단위, 장소, 행동, 시간의 연속성을 가진 장면이 모여 이루어진다.

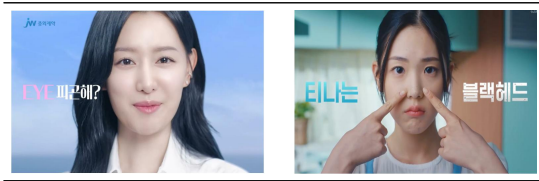


Fig. 2. Close-up motion typography

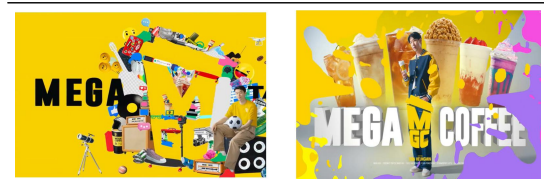


Fig. 6. full-motion typography

3. bust motion

기본 구도 모션 타이포로 CF전반에 많이 쓰이고, 주로 이미지는 오른쪽에 모션 타이포그래피는 왼쪽에 위치한다.

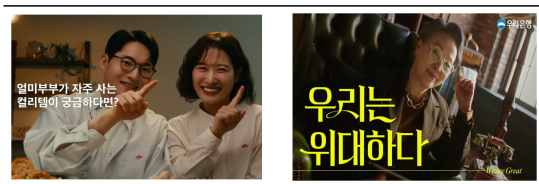


Fig. 3. bust motion typography

7. Long motion

풀 모션과 익스트림 롱 모션 중간크기로 한 프레임에 모두 보여지는 모션이다.

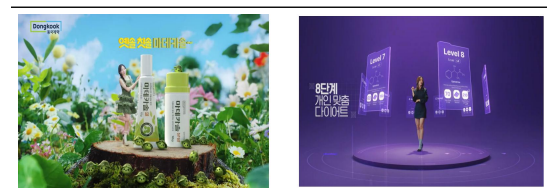


Fig. 7. long-motion typography

4. Waist motion

미디엄 모션 타이포로 구성되어진 안정된 구도로 사용되어지고 있다.



Fig. 4. Waste Motion Typography

8. Extreme Long Motion

아주 먼 거리에서 구성한 모션으로 장소와 시간에 대한 정보를 제공한다. 느리게 표현되는 효과 또는 빠르게 표현되는 효과로 시간의 흐름을 알려주기에 적합한 표현 방식이다.

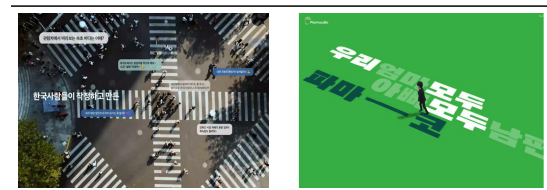


Fig. 8. Extreme Motion Typography

5. Your motion

많은 모션을 주고자 할 때 주로 쓰이는 니 모션은 순식간에 빨리 지나간다.

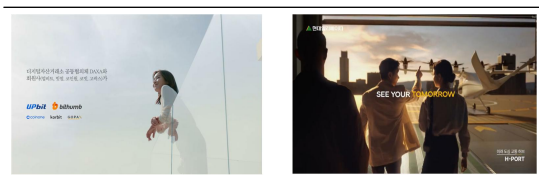


Fig. 5. Your motion typography

9. Over the Shoulder Motion

어깨 너머로 두 장면이 보여지면서 나타나는 모션 타이포그래피 방식으로 주 배경은 선명하게 부 배경은 흐리게 또는 주 사물은 선명하게 부 사물은 흐리게 표현되는 방식이다.

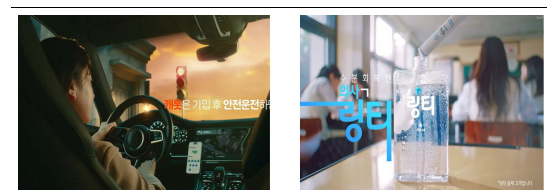


Fig. 9. Over the Shoulder Motion Typography

6. full motion

주위 배경과 함께 타이포를 적용한 사례로 타이포와 이미지 모두 관심을 불러일으키도록 하는데 쓰인다.

10. Motion typography components

10.1 Light

빛은 보여지는 인식에 필요한 주요 요소로 시간, 공간, 색채 등의 정보를 제공하고 빛으로 모든 모션을 만들고 있다.

10.2 color

색은 스펙트럼 색이라고도 하고 따듯하거나 차가운 느낌의 미학적 요소들과 상관관계를 갖고 있다.[3]

10.3 Effect

모션 타이포그래피의 효과들은 여러 가지 다양하게 쓰이고 있다. 그 중 네온이나 전기효과를 주는 SABER, 반사효과를 쉽게 표현해주는 VC Reflect, 글자로만 크기, 속도를 활용하여 효과를 주는 Decompose Text, 움직임은 자연스럽게 표현하는 Charater Rigging, 뿌려주고 흩날리는 Particular, 흐르는 표현이 가능한 Loopflow, 애프터이펙트와 프리셋을 손쉽게 찾고 쓸 수 있는 작업속도가 빠라지는 기능인 FXconsole의 기본 플러그인 효과는 다음과 같다.

Table 1. Default Plug-in Effect

Plug-in Default Effects	Description
SABER	It is a function of expressing high-quality leons and rays
VC Reflect	It is a function that easily expresses the reflection effect
Decompose text	It is a function that applies typography. How to use the size and speed of letters only
Charater Rigging	The ability to express movement naturally
Particular	The function of spraying and scattering
Loopflow	Ability to express flow
FXconsole	A program that makes it easy to find and use effects and presets speeds up work

III. Consideration of previous studies

오늘날 영상 콘텐츠에 대한 연구들은 시청 동기, 태도, 시청 효과, 시청 만족도 조사에 중점을 두어 연구되고 있다.

한예진, 김기성, 문상정, 주혜선, 최영준(2021) 연구자들은[4] 영상 콘텐츠가 개인의 정서 회복에 미치는 영향으로 피실험자의 의도적 조작이 가미된 영상 구성과 배치를 통하여 구성에 따라 변화하는 개인 정서 및 생리적인 반응은

다양한 영상 콘텐츠를 개발하는데 초석이 될 수 있다 라고 하였다.

김관섭(2016) 연구자는[5] 영상문화콘텐츠 문화유산 미디어 연구 현황과 방향성에 대한 연구로 미디어학이나 커뮤니케이션학이 아닌 인문학 속에서 미디어 연구 방향성은 아카이브의 한 형태로 보고 문화콘텐츠 융합의 가치판단과 방송 콘텐츠 제작의 방향을 제시한다.

김세환(2020) 연구자는[6] 영상콘텐츠 제작스태프의 표준계약서 체결과 직업만족도에 관한 연구로 직업 만족도에서 긍정적인 영향과 부정적인 영향에 대한 연구를 했다.

정운경, 전경란, 김종하(2016) 연구자들은[7] 인디 뮤지션의 삶과 직업 만족도에 관한 연구로 인디뮤지션 만족도에 영향을 미치는 요인들과 다양한 영역에서 제공되는 인디뮤지션 제도에 대한 연구를 하였다.

이규정(2007) 연구자는[8] TV다큐멘터리 영상 구성의 변화에 관한 연구로 영상 표현 방법 추이와 다양한 영상 구성요소의 개발을 통한 창의적인 화면구성 및 시각적 기법을 제시하였다.

김현, 이동민, 박우영, 박민지(2013) 연구자들은[9] 모션 그래픽의 이동 및 페이드 패턴에 따른 감성 만족도 연구로 모션그래픽의 움직임 패턴이 사용자 만족도에 미치는 영향과 어떤 감성적 느낌을 주는지에 대한 연구이다.

김영석(2014) 연구자는[10] 소셜커머스 사이트의 디자인 요소와 e-만족도 및 e-충성도와의 관련성 분석으로 소셜커머스 사이트의 디자인 요소를 색상, 모션그래픽, 타이포그래피, 아이콘, 레이아웃, 내비게이션, 홈페이지구조의 7개 항목으로 정하고, 이들 영향요소들이 e-만족도와 e-충성도에 미치는 영향력을 실증적으로 고찰한다.

위 연구에서 본 바와 같이 영상콘텐츠에 대한 선행연구들은 만족도 중심으로 다양하게 연구되고 있지만 시각적 선호도에 대한 연구는 많이 이루어지고 있지 않다는 것을 알 수 있었다. 따라서 본 연구는 다양한 영상 실험을 통해 구성요소의 시각적 선호도를 분석하여 시청자들에게 실질적인 도움을 주고 광고 효과를 극대화 시키고자 하였다.

IV. Research Method and Analysis



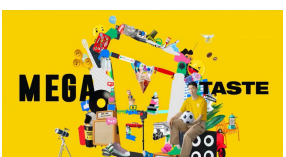

1. Target





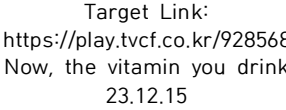
CFTV사이트에서 2022년1월부터 2023년12월까지의 CF를 선택해 TV시청이나 모바일 사용자를 대상으로 100명으로 설문을 실시하였다.

2. Design

설문에 사용된 모션타이포그래피 사례는 다양한 효과 형태 수집을 위해 CFTV사이트 에서 2022년부터 2023년 까지의 CF광고를 조회수 높은 검색 모션타이포그래피 CF 순위 8개의 영상으로 선정하였다. 22년 CF부터 23년 CF 순으로 [Table 2.]는 설문에서 선정한 8개의 CF 모션타이 포그래피 사례를 정리한 표이다.

Table 2. CFTV²⁾

Year	Target CF
22'	 <p>1) Samsung Electronics Co., Ltd Target Link: https://play.tvcf.co.kr/890539 https://play.tvcf.co.kr/890541 https://play.tvcf.co.kr/890540 Environment Day 22.06.05</p>
	 <p>2) LG QNED Target Link: https://play.tvcf.co.kr/875829 LG QNED 8K MiniLED : See Pure Colors Even Richer 22.06.20</p>
	 <p>3) Mega coffee Target Link: https://play.tvcf.co.kr/891920 joy beyond one's taste 22.11.20</p>
	

23'	<p>4) Juvis Diet Target Link: https://play.tvcf.co.kr/903300 If I stop drinking, will I be out? Really? 23.03.20</p> 
	<p>5) Nongshim's rice cake cracker Target Link: https://play.tvcf.co.kr/910818 The savory dried pollack is born as a kkgang! Nongshim dried pollack 23.06.26</p> 
	<p>6) Samsung's newlywed home appliances Target Link: https://play.tvcf.co.kr/918275 BESPOKE Wedding FUNding a close acquaintance 23.09.11</p> 
	<p>7) In the future, chocolate Target Link: https://play.tvcf.co.kr/927296 when one's heart is burning 23.12.01</p> 
	<p>8) Vita Cafe Target Link: https://play.tvcf.co.kr/928568 Now, the vitamin you drink 23.12.15</p> 

3. Organize the survey

설문은 TVCF 관찰 모형에서 주제/기법 분류에서 모션 그래픽 영상을 시청하는 것으로부터 진행되었다. 시각적 선호 요인을 파악하기 위한 형용사 항목에 대한 설문 요인 분석을 수행하였으며, 통계 분석을 위해 SPSS를 사용하여

2) CFTV, <https://play.tvcf.co.kr>

분석하였다. 요인 분석에는 탐색적 요인 분석과 확인적 요인 분석이 있다. 본 연구에서는 영상 구성요소의 시각적 선호 요인을 개발하고자 탐색적 요인 분석 방법을 사용하였다.

4. Survey Analysis Results

<Fig. 10>는 응답자 특성 관찰 모형의 비율을 나타낸 그래프이다. 남성 71.4%, 여성 28.6% 대상으로, CF 시청 경험은 30분 미만은 54.3%, 30~1시간은 31.4%, 시청하지 않는다는 11.4%, 1~2시간은 2.9% 순으로 높게 나타났다. <Fig. 11>

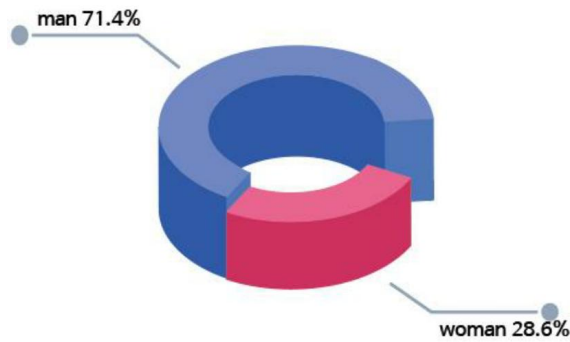


Fig. 10. Gender Characteristics of Respondents

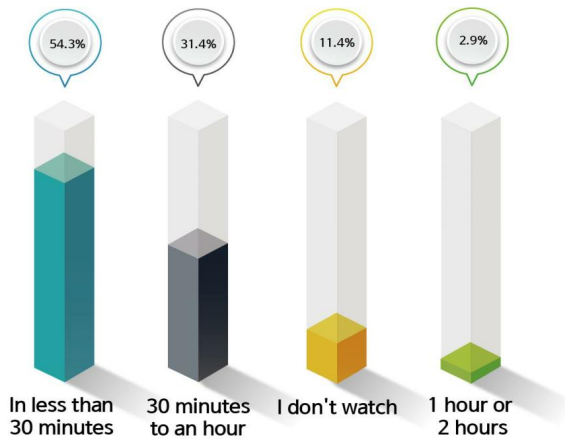


Fig. 11. Experience watching respondents' CFs

4.1 Main Camera Motion Typography Size

카메라 위치, 각도, 스크린 사이즈, 등 원하는 스크린을 시각적으로 이야기를 연출하는 과정에서 매우 중요한 역할을 한다. 상황에 맞는 기법과 움직임, 모션을 주고 있는 타이포그래피 사이즈를 고려해 영상을 제작해야 한다. 영상은 시간과 공간을 분해하고 재구성해 연속적이고 동질적인 공간으로 만든다. 전체 선호도 모션 타이포그래피 사이즈는 바스트 모션이 5.55점으로 선호도가 가장 높게 나

타났으며, 웨스트 모션이 5.18점으로 그 다음으로 높게 나타났다. 남성과 여성 모두 바스트모션의 만족도가 5.76점, 5.10점으로 가장 높게 나타났으며, 남성은 익스트림 롱 모션이 3.24점, 여성은 빅 클로우즈 모션이 4.30점으로 가장 낮게 나타났고, CF 시청경험이 많을수록 바스트 모션의 선호도가 높게 나타났다. <Fig. 12>

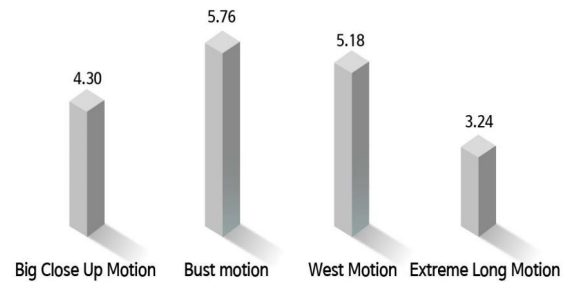


Fig. 12. Analysis of motion typography by size shown by camera

4.2 Motion typography light (light)

주광은 남성이 보기 좋다는 선호도가 5.8점으로 가장 높게 나타났고, 여성의 경우 조화롭다는 선호도가 5.30점으로 가장 높게 나타났다.

주광+보조광은 남성과 여성 모두 풍부해 보인다는 선호도가 5.36점과 5.50점으로 높게 나타났다.

주광+보조광+역광은 남성은 보기 좋다는 선호도가 5.08점으로 가장 높았고, 여성은 풍부해 보인다는 응답이 5.20점으로 높게 나타났다. <Fig. 13>

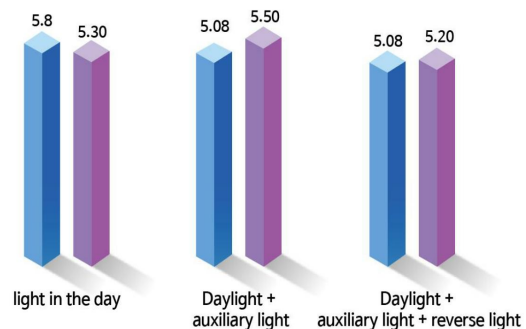


Fig. 13. Analysis of motion typography according to light (light)

4.3 Motion typography color

색은 색을 통해 정보를 얻을 수 있고, 화면 구도를 잡을 수도 있으며, 색의 감정 표현 까지도 가능하다. 그러므로 영상에서의 색은 매우 중요하게 자리잡고 있다.

색 분석 결과를 살펴보면, 밝은 배경의 경우 남성은 풍부해보인다는 선호도가 5.50점으로 가장 높게 나타났고,

여성의 경우 깔끔해 보인다는 선호도가 5.40점으로 높게 나타났다.

약간 어두운 배경의 경우 남성은 좋다는 선호도가 5.04점으로 가장 높게 나타났고, 여성의 경우 깔끔해 보이고 안정적이라는 응답이 5.30점으로 높게 나타났다.

어두운 배경의 경우 남성은 깔끔해 보인다는 선호도가 5.24점으로 가장 높게 나타났고, 여성의 경우 차분해 보인다는 선호도가 5.20점으로 높게 나타났다. <Fig. 14>

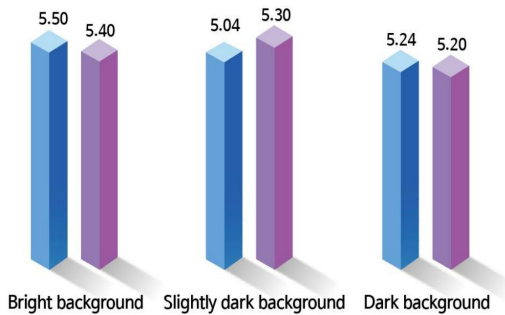


Fig. 14. Motion typography color analysis

4.4 Motion typography effect

모션 타이포그래피 효과의 SABER의 경우 남성은 조화롭다는 선호도가 6.40점으로 가장 높게 나타났고, 여성의 경우 차분해 보인다는 선호도가 5.00점으로 높게 나타났다. VC Reflect의 의 경우 남성은 자연적이라는 선호도가 5.44점으로 가장 높게 나타났고, 여성의 경우 조화롭고 넓은 선호도가 5.00점으로 높게 나타났다.

Decompose text의 의 경우 남성과 여성 모두 좋다는 선호도가 5.08점과 5.10점으로 높게 나타났으며, Charater Rigging의 경우 남성과 여성모두 조화롭다는 선호도가 5.64점과 5.20점으로 높게 나타났다. Particular의 경우 남성은 조화롭다는 선호도가 4.52점으로 가장 높

게 나타났고, 여성의 경우 좋아보인다는 선호도가 5.10점으로 높게 나타났다. Loopflow의 의 경우 남성은 안정적이라는 선호도가 7.00점으로 가장 높게 나타났고, 여성의 경우 조화롭다는 선호도가 5.22점으로 높게 나타났다. FXconsole의 의 경우 남성은 넓은 선호도가 5.80점으로 가장 높게 나타났고, 여성의 경우 안정적이라는 선호도가 5.20점으로 높게 나타났다. <Fig. 15>

V. Conclusion

본 연구의 결과를 요약하자면 첫째, <Fig. 12>에 해당하는 카메라로 보여지는 모션 타이포그래피 사이즈의 경우, 빅 클로즈업 모션, 클로즈업 모션, 바스트 모션, 웨이스트 모션, 니 모션, 풀 모션, 롱 모션, 익스트림 롱 모션, 오버 더 숄더 모션, 순으로 조사 되었으며, 바스트 모션이 5.55점으로 선호도가 가장 높게 나타났으며, 웨스트 모션이 5.18점으로 그 다음으로 높게 나타났다. 남성과 여성 모두 바스트모션의 만족도가 5.76점, 5.10점으로 가장 높게 나타났으며, 남성은 익스트림 롱 모션이 3.24점, 여성은 빅 클로즈 모션이 4.30점으로 가장 낮게 나타났고, CF 시청경험이 많을수록 바스트 모션의 선호도가 높게 나타났다. 둘째, <Fig. 13> 에 해당되는 모션 타이포그래피 구성요소 중에 빛의 대한 분석 결과는 주광이 보기 좋다는 선호도가 5.8점으로 가장 높게 나타났고, 남성 보다 여성이 조화롭다는 선호도가 5.30점으로 가장 높게 나타났다. 셋째, 연구문제 3에 해당되는 모션 타이포그래피 구성요소 중에 색의 대한 분석 결과는 밝은배경에서 남성과 여성 모두 5.40% 이상으로 높은 선호도를 보였다. 넷째, <Fig. 15>에 해당되는 모션 타이포그래피 구성요소 중에 효과의

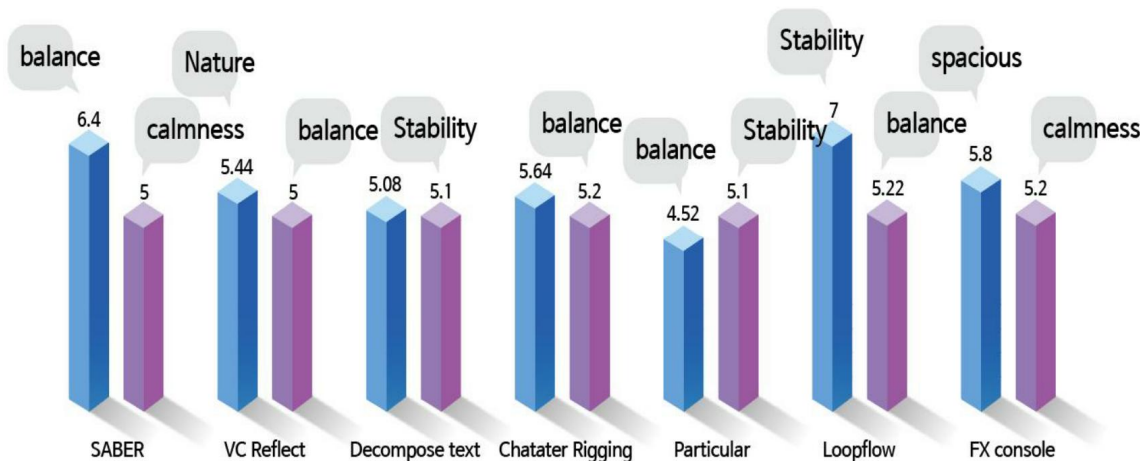


Fig. 15. Motion typography effect analysis

대한 분석 결과는 흐르는 표현이 가능한 모션 Loopflow의 경우 남성은 안정적이라는 선호도가 7.00점으로 가장 높게 나타났고, 여성의 경우 조화롭다는 선호도가 5.22점으로 높게 나타났다. 이러한 심도있는 연구 분석 에도 불구하고 몇가지 한계점을 가지고 있다. 한계점1, 주로 20대~30대 대상으로 집중하여 연구하였기 때문에 전체 연령을 대상으로 연구 하였을 경우에는 그 연구 결과가 다를 수 있다는 점, 한계점2, CFTV사이트와, 지상파 영상콘텐츠 대상으로 하여 연구 하였기 때문에 SNS 영상콘텐츠 대상까지 포함해 연구 하였다면 결과치는 달라질 수 있다는 점, 한계3, 다양한 영상콘텐츠 광고 대상이 아니었다는 점, 등 보다 폭 넓은 연구가 조사되어야 했다.

본 연구에서는 피실험자에게 영상에서 제공되는 환경을 실질적으로 제공할 수 없었기 때문에 피실험자가 영상에서 제공되는 환경에 실질적으로 노출되어 있다는 가정 하에 설문을 진행하였다. 따라서 연구의 8개 CF사례로 얻어진 설문 결과를 일반화, 즉, 증명을 위한 분석 결과를 얻기에는 다소 무리가 있었다. 이러한 관점에서 향후 연구에는 감성마케팅의 유형과 피실험자의 성향을 고려하여 연구해야 할 필요가 있다.

REFERENCES

- [1] W. Sa-pyeong, "Metaphor Expression in Motion Graphics - Centered on Solvas and Kyle Cooper's movie opening title -", Motion Graphics Gilbott, 2021.02.
- [2] S. Jin-ah, "Basics of broadcast planning and production", communication books, p.269, 2007.
- [3] M. Chang-ho, "From the previous book", p.67.
- [4] H. Ye-jin, K. Ki-sung, M. Sang-jeong and two others, "The impact of video content on individual emotional recovery", Dongguk University Institute of Video Culture Contents, 2021.
- [5] K. Kwan-seop, "Video Cultural Contents Cultural Heritage Media Research Status and Direction", Dongguk University Video Cultural Contents Research Institute, 2016.
- [6] K. Se-hwan, "A study on the signing of standard contracts and job satisfaction of video content production staff; total working hours", continuous working hours, 2020.
- [7] J. Yun-kyung, A Study on the Life and Job Satisfaction of Indie Musicians. Focusing on the Differences between Korean Groups, Dongguk University Research Institute of Video Culture Content, Content Society, Vol.16No.4, 2016.
- [8] L. KyuJung, "A Study on the Change of TV Documentary Video Composition - Focusing on the Video Reproduction Method",

Modern Society of Photographic Imaging, Vol.10, 2007.

- [9] K. Heon, L. Dong Min, P. Woo Myung, P. Min Ji, "Emotional satisfaction according to the movement and fade patterns of motion graphics", the Korean Society of Emotional Sciences, 2013.
- [10] K. Young-seok, "Analysis of the relationship between design elements of social commerce sites and e-satisfaction and e-loyalty", Digital Design Studies, Vol.14 No.3, 2014.
- [11] Y. Sung-won, a study on ways to improve the system for revitalizing terrestrial TV advertising, a study on advertising, Vol.25 No.7, 2014.
- [12] C. Min-jae, research on N-screen promotion strategies and advertising platform strategies of terrestrial broadcasters in the era of smart media, the Korean Society for Advertising and Public Relations, Vol.15 No.1, 2013.
- [13] TVCF, <https://www.tvcf.co.kr>
- [14] RISS, <https://www.riss.kr/index.do>
- [15] KOSIS;National Statistical Portal, <https://kosis.kr/index/index.do>
- [16] SPSS, <https://www.ibm.com/kr-ko/spss>

Authors



Myoung-Mi Kim received the B.S., M.S. and Ph.D. Final degree in applied art in 1999, 2002 and 2016. Dr. Kim is currently a visiting professor in the Department of Media Content at Seowon University and teaches

video media design, motion graphics, and video editing and production.