

The Psychological Appeal of Short-Form Content: How Shorts Platforms Influence User Engagement

Hyeseon KO, Okhue CHO*

Department of Animationaduate, Sangmyung Univ, Korea

(received September 3, 2024; revised September 9 2024; accepted September 21, 2024; published September 30, 2024)

ABSTRACT

This paper explores the psychological and technological factors that drive user engagement on Shorts platforms, which have emerged as a dominant form of digital content. With the rise of platforms such as YouTube Shorts, TikTok, and Instagram Reels, short-form content has reshaped how audiences consume media. The study examines how the brevity of these videos, combined with personalized algorithms and rapid content discovery, keeps users immersed for extended periods despite the short duration of each clip. Through a combination of user surveys and platform analytics, the research investigates how these platforms trigger addictive behavior, foster habitual usage, and satisfy the audience's need for instant gratification. Additionally, it evaluates the impact of visual and auditory stimuli within Shorts content, and how these elements amplify emotional engagement. The findings provide valuable insights into the unique mechanics of Shorts platforms and their implications for content creators, marketers, and social media developers aiming to optimize user experience and increase engagement.

Key words: User Engagement, Short-Form Content, Algorithmic Personalization

1. 서론

디지털 콘텐츠 소비의 트렌드는 최근 몇 년간 급격한 변화를 겪어 왔으며, 그 중심에는 쇼츠 (Shorts) 플랫폼이 있다. 유튜브 쇼츠, 틱톡, 인스타그램 릴스와 같은 플랫폼은 짧고 임팩트 있는 영상 콘텐츠를 통해 수백만 명의 사용자를 끌어들이고 있으며, 전통적인 긴 형식의 콘텐츠

를 대체하는 새로운 미디어 형식으로 자리 잡았다. 이러한 플랫폼의 성공은 단순히 짧은 시간 내에 다양한 콘텐츠를 제공하는 것에서 그치지 않는다. 사용자는 짧은 시간 안에 많은 양의 정보를 소비하면서도 깊은 몰입감을 느끼며, 반복적인 소비 습관을 형성하게 된다.

이 논문은 쇼츠 플랫폼이 사용자 몰입에 미치는 영향을 분석하고, 이러한 몰입이 단순한 오

락적 소비를 넘어 어떻게 플랫폼의 장기적인 성공에 기여하는지를 탐구한다. 쇼츠 콘텐츠는 짧은 길이와 빠른 전환, 그리고 알고리즘에 의해 개인화된 추천 기능을 통해 사용자의 관심을 끌고 유지시키며, 이로 인해 사용자들이 끊임없이 콘텐츠를 소비하게 만드는 메커니즘을 갖추고 있다. 또한, 이 연구는 쇼츠 콘텐츠의 시각적, 청각적 자극이 어떻게 사용자 몰입을 강화하고, 감정적 반응을 유도하는지에 대해 논의한다.

결과적으로 본 연구는 쇼츠 플랫폼이 현대 디지털 환경에서 사용자 몰입을 유도하는 핵심 요인들을 규명하고, 이를 통해 콘텐츠 제작자와 마케터, 그리고 플랫폼 개발자가 효과적인 전략을 수립하는 데 필요한 통찰을 제공하는 것을 목표로 한다.

2. 연구 목적

디지털 콘텐츠 소비 환경이 급변함에 따라, 콘텐츠 소비의 새로운 트렌드로 자리잡은 쇼츠(Shorts) 플랫폼은 짧은 시간 내에 높은 사용자 몰입도를 유도하며 현대인의 미디어 소비 패턴에 강력한 영향을 미치고 있다. 쇼츠는 일반적으로 15초에서 60초 사이의 짧은 동영상으로, 사용자에게 빠르고 즉각적인 만족을 제공하며 짧은 시간 내에 더 많은 콘텐츠를 소비하게 만드는 특성을 가지고 있다. 이러한 쇼츠 플랫폼의 확산은 사용자 몰입도(User Engagement)를 촉진시키는 다양한 심리적, 기술적 요인을 내포하고 있으며, 이에 대한 심도 깊은 분석이 요구된다.

본 연구의 첫 번째 목적은 쇼츠 플랫폼이 어떻게 사용자 몰입을 유도하는지에 대한 심리적 메커니즘을 밝히는 것이다. 쇼츠 콘텐츠는 그 특성상 간결하고 직관적인 형식을 띠고 있으며, 이러한 간결함은 사용자에게 과부하를 일으키지 않으면서도 지속적인 관심을 유지하게 만든다. 짧은 시간 동안 강렬한 시청 경험을 제공하는 쇼츠 콘텐츠는 현대인의 짧아진 집중 시간과 맞물려 적합한 콘텐츠 소비 형식으로 자리잡았다. 따라서 본 연구는 쇼츠가 사용자에게 제공하는 즉각적인 보상과 그로 인한 몰입 강화 과정에

주목하여, 쇼츠의 ‘즉각성’과 ‘보상 시스템’이 사용자 몰입에 미치는 영향을 분석할 것이다. 또한, 쇼츠 소비 과정에서 발생하는 감정적 반응과 인지적 부담 경감이 몰입을 지속시키는 데 어떤 역할을 하는지 심리적 측면에서 규명할 것이다.

두 번째 목적은 쇼츠 플랫폼의 알고리즘이 사용자 몰입을 강화하는 데 어떻게 기여하는지 분석하는 것이다. 대부분의 쇼츠 플랫폼은 강력한 추천 알고리즘을 기반으로 사용자 맞춤형 콘텐츠를 제공한다. 이 알고리즘은 사용자의 관심사, 시청 이력, 반응 등을 분석하여 그에 맞는 콘텐츠를 끊임없이 추천함으로써 사용자가 플랫폼을 떠나지 않도록 만든다. 이러한 맞춤형 추천 시스템은 사용자 몰입을 극대화시키는 핵심 요소 중 하나로 작용하며, 본 연구는 이 알고리즘이 사용자 몰입에 미치는 구체적인 영향과 그 과정에서 발생하는 심리적 반응을 심층적으로 분석할 것이다. 특히, 알고리즘이 사용자에게 어떤 종류의 콘텐츠를 추천하고 그 추천 방식이 사용자 행동에 어떻게 반영되는지, 그리고 이러한 추천 콘텐츠가 사용자의 콘텐츠 소비 지속 시간에 미치는 영향을 집중적으로 탐구할 것이다.

세 번째 목적은 쇼츠 플랫폼에서의 사용자 몰입이 장기적으로 사용자 행동 및 콘텐츠 소비 패턴에 미치는 영향을 분석하는 것이다. 쇼츠 콘텐츠의 특성상 사용자는 짧고 다양한 콘텐츠를 지속적으로 소비하게 되며, 이는 기존의 긴 형식 콘텐츠와는 다른 소비 패턴을 형성하게 만든다. 본 연구는 쇼츠 콘텐츠 소비가 사용자들의 전반적인 미디어 소비 습관에 어떤 변화를 가져오는지, 그리고 이러한 변화가 콘텐츠 제작자나 마케터에게 제공하는 전략적 함의를 분석할 것이다. 특히, 쇼츠 플랫폼에서의 몰입 경험이 사용자의 콘텐츠 선호도, 소비 빈도, 그리고 다른 미디어 플랫폼과의 상호작용에 미치는 영향을 다각도로 살펴보고자 한다.

마지막으로, 본 연구는 쇼츠 플랫폼이 가지는 상업적 및 마케팅적 잠재력에 대해서도 논의할 것이다. 사용자 몰입이 높은 플랫폼일수록 광고 및 브랜드 노출의 효과가 극대화되기 때문에, 쇼츠 플랫폼에서의 사용자 몰입 연구는 마케터와 콘텐츠 제작자들에게 중요한 의미를 가진다.

본 연구는 쇼츠 플랫폼에서의 사용자 몰입을 기반으로 한 마케팅 전략 수립에 필요한 데이터를 제공하고, 광고나 브랜드 콘텐츠가 쇼츠 형식으로 제작될 때 사용자 몰입을 높이는 방법에 대한 실질적인 제안을 하고자 한다. 이를 통해 쇼츠 플랫폼에서 효과적인 마케팅 전략을 수립하는 데 필요한 기초 자료를 제공하고, 더 나아가 쇼츠 플랫폼의 상업적 활용 가능성을 제고하는 데 기여할 것이다.

3. 쇼츠 콘텐츠의 특성과 사용자 몰입의 상관관계

쇼츠 콘텐츠는 그 짧은 길이와 빠른 전개로 현대인의 소비 욕구를 만족시키는 독특한 형식을 띠고 있다. 쇼츠는 일반적으로 15초에서 60초 사이의 짧은 동영상으로, 긴 콘텐츠에 비해 즉각적이고 간결한 정보를 제공하며, 사용자는 짧은 시간 안에 다양한 콘텐츠를 탐색할 수 있다. 이러한 특성은 짧아진 현대인의 집중 시간과 잘 맞아떨어지며, 쇼츠 소비 경험을 극대화시키는 주요 요인으로 작용한다.

특히 쇼츠는 시청 시간이 짧아도 사용자의 감각을 강하게 자극할 수 있는 시각적, 청각적 요소를 포함하고 있어, 감정적 반응을 일으키고 더 많은 콘텐츠 소비를 유도한다. 빠른 속도로 소비되는 이 짧은 형식의 콘텐츠는 사용자로 하여금 반복적이고 지속적으로 더 많은 영상을 시청하게 만들며, 이는 몰입도를 높이는 주요 원인 중 하나로 작용한다. 또한 쇼츠의 간결함은 사용자에게 큰 인지적 부담을 주지 않으면서도 지속적인 관심을 유지하게 만드는 장점을 제공한다.

3.1 알고리즘 기반 추천 시스템

쇼츠 콘텐츠가 사용자 몰입을 유도하는 또 다른 핵심 요소는 알고리즘 기반 추천 시스템이다. 대부분의 쇼츠 플랫폼은 강력한 알고리즘을 통해 사용자에게 최적화된 콘텐츠를 자동으로 제공한다. 이러한 알고리즘은 사용자의 과거 시

청 기록, 상호작용, 선호도를 분석하여 개인화된 추천을 실행함으로써 사용자 몰입을 더욱 강화한다. 예를 들어, 사용자가 좋아하거나 공유한 콘텐츠에 기반해 유사한 콘텐츠를 지속적으로 제공하는 방식은 사용자가 플랫폼을 떠나기 어렵게 만들며, 이로 인해 쇼츠 콘텐츠의 몰입도가 높아진다.

쇼츠 콘텐츠는 시간적 제약이 적다는 점에서도 강력한 몰입을 유도한다. 짧은 동영상은 빠르게 재생되고 끝나는 특성 때문에, 사용자는 다음 동영상을 자연스럽게 시청하게 된다. 이를 통해 연속적인 시청 패턴이 형성되며, 사용자는 시간이 지남에 따라 더 많은 콘텐츠를 소비하게 된다. 이러한 '자동 재생' 기능과 무한 스크롤링의 특성은 사용자가 의식적으로 시간을 할애하지 않더라도 콘텐츠 소비를 이어가게 만들며, 몰입을 지속시키는 핵심적 역할을 한다.

또한, 쇼츠 콘텐츠의 사회적 상호작용 요소도 몰입을 촉진한다. 쇼츠 플랫폼은 댓글, 공유, 좋아요 등의 기능을 통해 사용자가 콘텐츠와 상호작용할 수 있는 환경을 제공하며, 이는 사용자가 단순히 시청하는 것을 넘어 사회적 연결을 통해 더 깊이 몰입하게 만든다. 특히, 친구들과 쇼츠를 공유하거나 댓글을 통해 소통하는 과정에서 사용자들은 더 많은 시간을 쇼츠 콘텐츠에 소비하게 되고, 이러한 상호작용은 플랫폼 내에서의 체류 시간을 늘리는 결과로 이어진다.

쇼츠의 감각적 자극 역시 몰입을 유도하는 중요한 요인이다. 쇼츠는 시각적, 청각적 자극이 강한 짧은 동영상을 통해 사용자에게 빠르고 직관적인 정보를 전달한다. 다채로운 색상, 빠른 화면 전환, 역동적인 배경음악 등은 감각을 자극해 짧은 시간 동안 강렬한 인상을 남긴다. 이러한 감각적 자극은 사용자의 주의를 끌고, 쇼츠 콘텐츠가 끝날 때마다 다음 콘텐츠로 자연스럽게 넘어가게 만드는 역할을 한다. 이처럼 짧은 시간에 높은 감각적 자극을 주는 콘텐츠는 몰입을 강화하고, 사용자가 지속적으로 플랫폼에 머무르도록 유도한다.

3.2 쇼츠 플랫폼과 심리적 메커니즘

3.2.1 즉각적인 보상과 도파민의 분비

쇼츠 콘텐츠가 사용자 몰입을 유도하는 첫 번째 심리적 메커니즘은 즉각적인 보상 시스템이다. 쇼츠 콘텐츠는 짧은 시간 내에 완결된 이야기를 전달하며, 사용자는 콘텐츠 소비 후 즉각적인 만족감을 얻는다. 이는 인간의 뇌에서 보상을 담당하는 도파민 시스템을 자극하여 더 많은 보상을 기대하게 만들고, 결과적으로 사용자가 플랫폼에 더 오래 머물게 한다. 도파민은 즐거움과 관련된 신경전달물질로, 새로운 자극이나 보상을 받을 때 분비된다. 쇼츠의 짧은 영상은 사용자가 새로운 자극을 빠르고 연속적으로 경험할 수 있게 함으로써 도파민 분비를 촉진한다. 이러한 보상 시스템은 사용자가 몰입 상태에 빠져들게 만들고, 지속적으로 더 많은 콘텐츠를 소비하게 하는 원동력이 된다.

틱톡(TikTok)과 같은 쇼츠 플랫폼에서 사용자는 다양한 주제의 짧은 동영상을 시청하며, 매 영상이 끝날 때마다 다음 영상으로 자동 전환된다. 이 과정에서 사용자는 영상이 주는 즉각적인 만족감을 느끼며, 끊임없는 보상을 기대하게 된다. 이처럼 짧은 주기 안에 반복적으로 보상을 제공하는 구조는 사용자로 하여금 플랫폼에서 떠나기 어렵게 만들며, 몰입을 지속시키는 중요한 메커니즘으로 작용한다.

3.2.2 인지 부하의 감소와 몰입 강화

두 번째 심리적 메커니즘은 인지 부하의 감소다. 인간은 복잡한 정보를 처리할 때 인지적 자원을 많이 소모하지만, 쇼츠 콘텐츠는 짧고 간결한 정보를 제공함으로써 이러한 인지적 부담을 최소화한다. 이는 사용자가 긴 형식의 콘텐츠보다 쉽게 쇼츠 콘텐츠에 몰입할 수 있는 이유 중 하나이다. 쇼츠의 짧은 길이는 사용자가 많은 정보를 처리할 필요 없이 간단한 메시지를 빠르게 이해하고 넘어갈 수 있게 해준다. 인지 부하가 줄어들면, 사용자는 피로감 없이 계속해서 새로운 콘텐츠를 소비할 수 있게 되고, 이는 몰입 상태를 유지하는 데 중요한 역할을 한다.

관련 이론: 인지 부하 이론(Cognitive Load Theory)에 따르면, 인간의 인지적 자원은 제한적이며, 이를 효율적으로 사용하지 않으면 피로감과 스트레스를 느낀다. 그러나 쇼츠 콘텐츠는

짧은 시간 안에 정보 전달을 완료함으로써 인지 부하를 최소화하고, 사용자가 오랜 시간 동안 편안하게 몰입할 수 있는 환경을 조성한다.

3.2.3 인지 부하의 감소와 몰입 강화

쇼츠 플랫폼은 매우 짧은 시간 안에 수많은 콘텐츠가 빠르게 업데이트되며, 사용자는 이러한 콘텐츠를 놓치지 않기 위해 플랫폼에 지속적으로 접속하게 된다. FOMO는 특히 소셜 미디어와 같은 환경에서 강하게 작용하며, 친구나 타인이 접한 흥미로운 콘텐츠를 놓치지 않기 위해 사용자는 더욱더 자주 플랫폼을 확인하게 된다. 이는 사용자 몰입을 강화하는 중요한 심리적 요인으로, 쇼츠 콘텐츠의 끊임없는 업데이트와 새로운 정보에 대한 기대감이 사용자로 하여금 더 많은 시간을 할애하게 만든다.

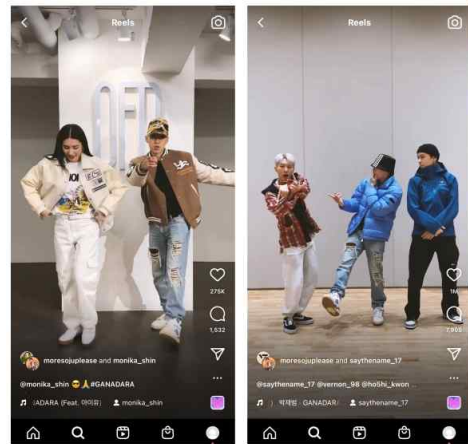


Fig. 1. Instagram dance Reels

(<https://www.sisaprime.co.kr/news/articleView.html?idxno=14921>)

인스타그램 릴스(Instagram Reels)에서 사용자는 끊임없이 새로운 쇼츠가 추천되며, 타인이 좋아하거나 공유한 콘텐츠를 확인할 수 있다. 이는 사용자가 해당 콘텐츠를 놓치지 않기 위해 더욱 몰입하게 만드는 요소로 작용한다. FOMO는 특히 젊은 세대 사이에서 강하게 나타나며, 소셜 미디어에서 자신의 위치를 확인하고자 하는 심리적 동기가 몰입을 촉진하는 중요한 역할

을 한다.

3.2.4 감정적 몰입과 즉각적 반응

쇼츠 콘텐츠는 강력한 감정적 몰입을 유도한다. 쇼츠는 짧은 시간 내에 감정적으로 강한 인상을 남기기 때문에, 사용자들은 더 강렬한 감정적 반응을 경험하게 된다. 이러한 감정적 자극은 사용자가 콘텐츠에 더욱 깊이 몰입하게 만드는 요인이 된다. 특히, 웃음, 감동, 놀라움 등의 감정을 자극하는 쇼츠는 사용자들에게 즉각적인 반응을 이끌어내며, 이는 플랫폼에서의 체류 시간을 늘리는 데 기여한다. 감정적으로 몰입한 사용자는 해당 콘텐츠를 더 많은 사람과 공유하거나, 지속적으로 관련된 콘텐츠를 찾는 경향이 있다. 감정 이론에 따르면, 강렬한 감정적 반응은 기억과 몰입을 촉진하는데 중요한 역할을 한다. 쇼츠 콘텐츠는 짧은 시간 안에 이러한 감정적 반응을 일으킴으로써 사용자로 하여금 몰입하게 만들고, 더 많은 콘텐츠를 소비하게 유도한다.

3.3 쇼츠 플랫폼 알고리즘이 사용자 몰입을 강화하는 방식

3.3.1 인지 부하의 감소와 몰입 강화

쇼츠 플랫폼에서 사용되는 알고리즘 기반 추천 시스템은 사용자 몰입을 극대화하는 중요한 도구로 작용한다. 이러한 알고리즘은 사용자의 관심사, 시청 기록, 상호작용 데이터를 분석하여 개인화된 콘텐츠를 제공함으로써 사용자 경험을 최적화한다. 이 과정에서 알고리즘은 사용자에게 적합한 콘텐츠를 지속적으로 추천하며, 이는 사용자로 하여금 플랫폼에서 더 많은 시간을 소비하게 만든다.

3.3.2 개인 맞춤형 콘텐츠 추천

알고리즘은 각 사용자의 취향과 행동 패턴을 분석해 가장 흥미를 끌만한 콘텐츠를 제공한다. 이를 통해 사용자는 자신이 좋아할 만한 영상을 끊임없이 접하게 되며, 몰입도가 증가한다. 특히, 짧은 콘텐츠의 특성상 사용자는 여러 영상을 짧은 시간 안에 시청할 수 있기 때문에, 맞춤형 추천은 사용자 몰입을 강화하는 중요한 요인이 된다.

3.3.3 즉각적인 피드백 루프

사용자가 특정 콘텐츠에 반응하면(좋아요, 댓글, 공유 등), 알고리즘은 이 데이터를 실시간으로 학습하여 다음에 더 적합한 콘텐츠를 제공한다. 이 즉각적인 피드백 루프는 사용자가 플랫폼에 머무를 동기를 부여하며, 몰입도를 극대화한다. 또한, 사용자는 자신이 좋아하는 콘텐츠를 빠르게 찾아낼 수 있기 때문에, 플랫폼을 떠날 필요를 느끼지 않게 된다.

3.3.4 콘텐츠의 무한 제공

쇼츠 플랫폼의 알고리즘은 사용자가 중단하지 않는 한 콘텐츠를 계속 제공한다. 이는 무한 스크롤 또는 자동 재생 기능과 결합되어 사용자가 플랫폼에서 벗어나기 어렵게 만든다. 사용자는 끝없는 콘텐츠 추천 속에서 더 많은 시간을 소비하게 되고, 몰입 상태를 지속적으로 유지하게

된다. 쇼츠 플랫폼의 알고리즘은 사용자 몰입을 강화하는 중요한 메커니즘으로, 개인화된 콘텐츠 제공과 즉각적인 피드백 루프, 그리고 무한한 콘텐츠 제공을 통해 사용자 경험을 극대화한다. 이러한 알고리즘은 사용자에게 더 나은 경험을 제공할 뿐만 아니라, 쇼츠 플랫폼의 성공적인 운영에 필수적인 역할을 한다.

3.4 쇼츠 플랫폼과 사용자 콘텐츠 소비 패턴

쇼츠 플랫폼에서 발생하는 높은 사용자 몰입은 장기적으로 사용자의 행동과 콘텐츠 소비 패턴에 깊은 영향을 미친다. 짧고 즉각적인 보상을 제공하는 쇼츠는 기존의 긴 형식 콘텐츠와 다른 소비 습관을 형성하며, 이는 다양한 방식으로 사용자 경험과 행동에 영향을 준다.

3.4.1 콘텐츠 선호 변화

쇼츠의 짧은 형식은 사용자의 집중 시간을 점점 더 짧게 만들고, 결과적으로 간결하고 즉각적인 정보를 선호하게 만든다. 사용자들은 긴 시간 동안 하나의 콘텐츠에 몰입하기보다는 다양한 짧은 콘텐츠를 소비하는 경향이 강해지며, 이러한 변화는 다른 미디어나 콘텐츠 플랫폼에서도 반영된다. 즉, 쇼츠 플랫폼에서의 몰입 경험이 다른 형태의 콘텐츠 소비에서도 짧은 형식에 대

한 선호를 강화하는 결과를 가져온다.

3.4.2 콘텐츠 소비패턴의 반복성과 중독성

쇼츠 콘텐츠의 반복적 소비 패턴은 장기적으로 사용자에게 중독성을 유발할 수 있다. 사용자는 짧은 영상이 제공하는 즉각적인 만족감과 끊임 없이 업데이트되는 콘텐츠에 끌려 더 많은 시간을 소비하게 된다. 이러한 중독성은 콘텐츠 소비 시간을 늘리는 결과를 초래하며, 사용자는 다른 활동보다 쇼츠 플랫폼에 더 많은 시간을 할애하는 경향을 보이게 된다.

3.4.3 소셜 미디어 상호작용 증가

쇼츠 플랫폼에서의 몰입은 소셜 미디어 상호작용을 활성화시킨다. 사용자는 콘텐츠를 소비하는 것뿐만 아니라, 해당 콘텐츠를 공유하거나 댓글을 남기며 타인과의 소통을 강화한다. 이는 소셜 미디어 내에서의 활동을 늘리는 결과를 가져오며, 쇼츠 플랫폼의 사용 시간이 증가할수록 다른 플랫폼에서도 더 많은 상호작용을 하게 된다. 따라서 쇼츠 플랫폼에서의 몰입 경험이 전체적인 디지털 소통과 상호작용 빈도를 장기적으로 증가시키는 데 영향을 미친다..

4. 결론

쇼츠 플랫폼은 짧고 즉각적인 콘텐츠 소비를 중심으로 현대 디지털 미디어 환경에서 중요한 역할을 차지하고 있다. 본 연구는 쇼츠 플랫폼이 사용자 몰입에 미치는 영향, 이를 유도하는 심리적 메커니즘, 알고리즘의 역할, 그리고 몰입이 장기적으로 사용자 행동 및 콘텐츠 소비 패턴에 미치는 변화를 심층적으로 분석하였다. 이러한 분석을 통해 쇼츠 플랫폼이 단순한 엔터테인먼트 도구를 넘어, 사용자 경험, 행동 변화, 그리고 상업적 잠재력까지 포괄하는 강력한 미디어 형식임을 확인할 수 있었다. 쇼츠 콘텐츠는 그 짧은 형식과 강렬한 감각적 자극을 통해 사용자의 몰입을 유도한다. 쇼츠는 사용자가 짧은 시간 안에 즉각적인 보상을 경험할 수 있게 하여 도파민 시스템을 자극하며, 이를 통해 사용자들은 끊임없이 더 많은 콘텐츠를 소비하게 된다. 또한, 쇼츠는 인지 부하를 줄임으로써 사

용자에게 과도한 정신적 피로를 주지 않고 몰입 상태를 지속시킨다. 이러한 심리적 메커니즘은 쇼츠 콘텐츠가 높은 몰입도를 유지할 수 있는 중요한 이유이며, 이는 사용자 행동에도 큰 영향을 미친다. 짧고 강렬한 경험을 제공하는 쇼츠 콘텐츠는 사용자로 하여금 더 많은 콘텐츠를 소비하게 하며, 몰입을 강화하는 효과를 가지고 있다. 쇼츠 플랫폼에서의 알고리즘은 개인 맞춤형 콘텐츠를 지속적으로 제공함으로써 사용자 몰입을 더욱 강화한다. 알고리즘은 사용자의 시청 기록, 반응, 상호작용 데이터를 분석해 개인화된 추천을 제공하고, 이를 통해 사용자는 자신에게 적합한 콘텐츠를 끊임없이 접할 수 있다. 이러한 알고리즘은 플랫폼 내에서의 사용자 체류 시간을 늘리고, 쇼츠 콘텐츠 소비의 중독성을 강화하는 중요한 역할을 한다. 사용자는 끊임없이 변화하는 콘텐츠를 탐색하며 새로운 경험을 추구하고, 이는 몰입 상태를 지속적으로 유지하게 만드는 주요 요인 중 하나이다.

쇼츠 플랫폼에서의 높은 몰입은 장기적으로 사용자 행동과 콘텐츠 소비 패턴에 변화를 초래한다. 쇼츠의 짧은 형식은 사용자의 집중 시간을 점점 더 짧게 만들고, 결과적으로 긴 형식의 콘텐츠보다 짧고 간결한 콘텐츠를 선호하는 경향을 형성하게 한다. 이는 현대인의 콘텐츠 소비 습관을 변화시키며, 짧고 자극적인 콘텐츠가 디지털 미디어에서 중심적인 역할을 하게 만든다. 또한, 반복적인 쇼츠 소비는 사용자에게 중독성을 유발할 수 있으며, 이는 사용자가 플랫폼을 떠나기 어렵게 만드는 중요한 요소로 작용한다. 사용자들은 짧고 다양한 콘텐츠를 빠르게 소비함으로써 기존의 미디어 소비 패턴과는 다른 방식으로 미디어를 접하게 되고, 이러한 변화는 디지털 콘텐츠 시장에 새로운 트렌드를 이끌어 내고 있다.

쇼츠 플랫폼의 성공은 단지 사용자 몰입과 행동 변화에 그치지 않고, 상업적 및 마케팅적 잠재력을 통해 디지털 마케팅 환경에 큰 변화를 불러오고 있다. 쇼츠 플랫폼에서 높은 몰입도를 보이는 사용자는 광고나 브랜드 메시지를 더 잘 받아들이는 경향이 있다. 쇼츠 콘텐츠는 광고주에게 짧은 시간 안에 강렬한 메시지를 전달할 수 있는 기회를 제공하며, 사용자는 이러한 광

고를 자연스럽게 쇼츠 콘텐츠 속에서 접하게 된다. 특히 쇼츠 플랫폼의 알고리즘은 사용자의 관심사에 맞는 광고를 제공할 수 있기 때문에, 광고 효율성을 극대화할 수 있다. 브랜드 콘텐츠와의 융합도 쇼츠 플랫폼에서 중요한 마케팅 전략이 되고 있다. 브랜드는 쇼츠 형식의 짧고 임팩트 있는 콘텐츠를 통해 젊은 소비자층과 효과적으로 소통할 수 있으며, 바이럴 콘텐츠로 발전시켜 대중의 관심을 끌 수 있다. 이러한 방식은 기존의 전통적인 광고보다 훨씬 더 자연스럽게 효과적으로 소비자에게 도달할 수 있는 방법이다. 또한, 쇼츠 플랫폼에서의 인플루언서 마케팅은 광고주의 브랜드 인지도를 높이는 데 중요한 역할을 하고 있다. 인플루언서들이 짧고 매력적인 쇼츠 콘텐츠를 통해 브랜드 메시지를 전달함으로써, 사용자의 몰입도를 높이고 제품 또는 서비스에 대한 긍정적인 반응을 이끌어낼 수 있다.

쇼츠 플랫폼은 콘텐츠 제작자에게도 새로운 기회를 제공한다. 제작자들은 짧은 형식의 콘텐츠로도 충분한 수익을 창출할 수 있으며, 더 많은 팔로워를 확보할 수 있는 가능성을 가진다. 특히 쇼츠 콘텐츠는 비교적 적은 제작비로도 높은 조회수를 기록할 수 있기 때문에, 소규모 제작자들에게 매력적인 플랫폼이 된다. 이로 인해 더 많은 콘텐츠 제작자들이 쇼츠 플랫폼에 참여하게 되며, 이는 더 풍부한 콘텐츠 생태계를 형성하는 데 기여한다. 이러한 플랫폼의 성공은 장기적으로 더 많은 광고주와 콘텐츠 제작자를 유입시켜, 쇼츠 플랫폼의 상업적 가치를 높이는 결과로 이어진다.

결론적으로, 쇼츠 플랫폼은 단순한 짧은 형식의 콘텐츠를 넘어 사용자 몰입, 알고리즘을 통한 맞춤형 경험 제공, 사용자 행동 변화, 그리고 상업적 성공에 이르기까지 디지털 미디어 환경에서 중요한 역할을 하고 있다. 쇼츠 플랫폼의 강력한 사용자 몰입 유도 메커니즘과 이를 강화하는 알고리즘은 플랫폼 내에서 사용자가 장기간 머물게 만드는 중요한 요인이다. 또한, 이러한 몰입 경험은 장기적으로 사용자 행동과 콘텐츠 소비 패턴에 변화를 초래하며, 짧고 즉각적인 콘텐츠에 대한 선호를 형성하게 만든다.

더 나아가, 쇼츠 플랫폼의 상업적 잠재력은 광

고주와 브랜드, 콘텐츠 제작자들에게 새로운 기회를 제공하며, 디지털 마케팅 환경을 혁신하고 있다. 쇼츠 플랫폼이 제공하는 짧고 강렬한 콘텐츠는 사용자에게 즉각적인 감정적 반응을 이끌어내며, 이를 기반으로 한 마케팅 전략은 사용자에게 자연스럽게 다가가며 효과적인 메시지 전달이 가능하다. 따라서 쇼츠 플랫폼은 단순한 콘텐츠 소비 공간을 넘어, 상업적 성공과 디지털 미디어의 미래를 주도하는 강력한 플랫폼으로 자리잡을 가능성이 크다.

Journal Articles

1. Kim Seul, et al, "Predicting YouTube Shorts Views - Focusing on Beauty Advertisement Content" *Proceedings of the Korean Society of Computer and Information Conference, Vol. 32, No. 2, pp.131-132, 2024.*
2. Kim Yeeun et al, "The Impact of Promotional YouTube Shorts Content and the Scale of YouTube Influencers on Brand Awareness of Global K-Beauty Top Brands" *Proceedings of KIIT Conference, pp.353-358, 2024.*

Websites

3. <https://www.sisaprime.co.kr/news/articleView.html?idxno=14921>

<Author Biography>

Hyeseon KO(고혜선)
2022-2024; student, SangMyung Univ.
Research interest: Animation



Okhue CHO(조옥희)
2020-present; Professor
Professor, Department of the Animation, Sangmyung University
Research interest: Unreal engine, 3D effect, AI