



문화와 트렌드

2023년 보고서

디지털 콘텐츠 제작과 소비의 급격한 기술 변화로 크리에이터와 시청자가 새로운 도구를 통해 대중문화를 원하는 대로 구현할 수 있게 되었습니다

크리에이터와 팬

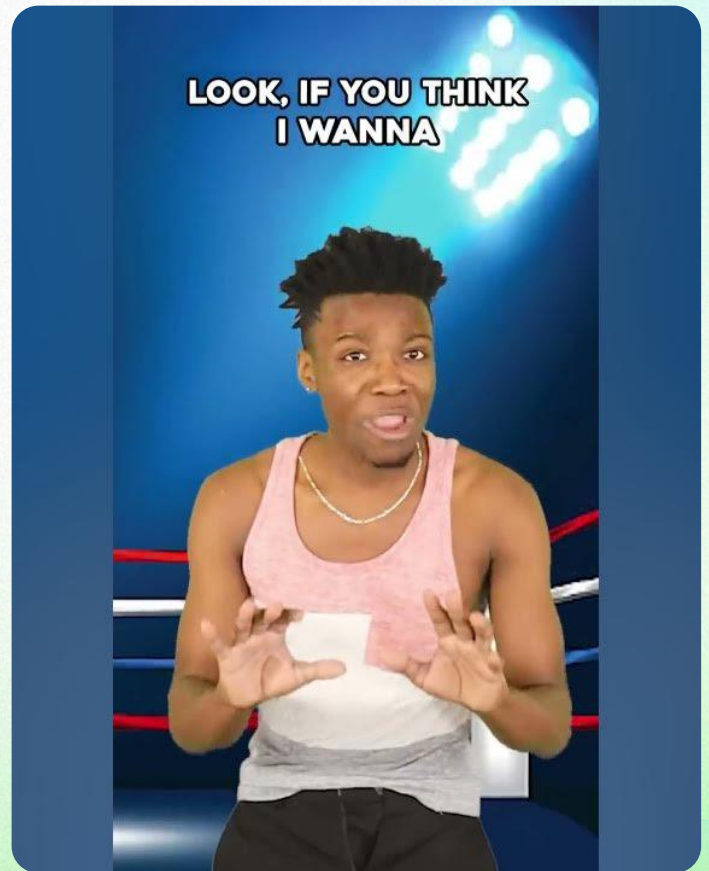
**크리에이터와 팬은 지금껏 대중문화를 함께 만들어 왔지만
2023년에 이르러서는 대중문화를 정의하기 시작했습니다**

미디어와 콘텐츠 제작 기술이 빠르게 발전하면서 시청자는 새로운 것을 기대하고 누구나 자신이 좋아하는 분야에 적극적으로 참여할 수 있게 되었습니다.

다양한 형식과 기기로 소비하는 패턴이 일반화되면서, 새로운 도구와 기술 덕분에 누구나 간편하게 콘텐츠 제작에 참여하고 있으며 더 크고 대담한 아이디어가 현실이 되고 있습니다. 그 결과, 팬이 리믹스한 콘텐츠에서 시로 품질을 향상한 동영상에 이르기까지 온갖 종류의 콘텐츠가 쏟아져 나오며 수백만 회의 조회수를 기록하고 있습니다.

온라인 동영상의 세계에 새로운 차원의 팬덤이 등장하면서 이 변화가 더욱 가속화되고 있으며, 이러한 기술은 보편화되어 더욱 폭넓은 시청자층이 사용하게 되었습니다.

David The Baker는 동영상 편집 기능과 효과를 사용해 Shorts 코미디 콩트의 수준을 한 단계 끌어올렸습니다. 그의 동영상 '빅 파이트(The Big Fight)'는 780만 회 이상의 조회수를 달성했습니다.



 @DavidTheBaker

구독자 370만 명

기술, 콘텐츠 제작, 그리고 문화의 격동기

이러한 변화를 자세히 이해하기 위해 YouTube Culture & Trends팀은 수백 가지 트렌드를 분석하고 Ipsos와 함께 14개국 (한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스)에서 설문조사를 실시했습니다. 이 온라인 설문조사의 대상은 만 18~44세의 성인과 만 18~24세의 Z세대였습니다.*

14개국

설문조사 실시 국가

수백 개

분석한 트렌드

* 이 두 표본은 각각 '사용자'와 'Z세대'로 분류

진화하는 팬들



▶ @schnooleheletteletto

구독자 93,000명

형식의 확장



▶ @Coachella

구독자 320만 명

시의 등장



▶ @PiXimperfect

구독자 460만 명

결과를 살펴볼까요? >

더 이상 소수의 전유물이 아닌 대중의 창작 활동

일반 사용자가 기존 콘텐츠를 리믹스할 수 있도록 앱에 내장된 기본 기능부터 완전히 새로운 유형의 콘텐츠를 만드는 생성형 AI 기능까지, 새로운 콘텐츠 제작 도구가 날마다 새롭게 등장하고 있습니다.

모든 사람이 아마추어 편집자, 특수 효과 아티스트가 되고 단 몇 시간 만에 인기 영화 시리즈의 클립을 만들 수 있는 세상에서, 콘텐츠 제작은 그 자체로 하나의 대중문화 활동으로 자리 잡았습니다.

그 결과, 팬들의 트렌드가 곧 주류 트렌드가 되는 시대가 도래했습니다.

82%

의 응답자(온라인, 만 18~44세)가
지난 12개월 동안 온라인에 동영상
콘텐츠를 게시(Instagram 스토리,
TikTok, YouTube, Snapchat 등)한
적이 있다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube
트렌드 설문조사, 응답자 수=25,892명, 온라인, 성인(만 18~44세), 2023년 5월

마치 웨스 앤더슨 감독이 제작한 것처럼 '스타워즈'를 재해석한 팬 제작 트레일러를 감상해 보세요.



 @curiousrefuge

구독자 77,400명

경계가 사라진 콘텐츠 소비

시청자의 기대도 함께 진화하며 엔터테인먼트의 경계를 허물고 있습니다.

시청자들은 갈수록 개인화된 경험을 기대하고 여러 형식으로 다양한 영역의 욕구를 충족합니다. 이를테면 모바일과 커넥티드 TV를 넘나들며 롱폼과 숏폼, 라이브 콘텐츠와 사전 녹화된 콘텐츠를 감상합니다. 브라질의 CazéTV 같은 채널은 팬들의 기대에 부응하기 위해 여러 형식을 사용합니다. CazéTV에서 제공한 FIFA 월드컵 라이브 스트림은 최대 동시 시청자가 600만 명을 넘으면서 라이브 스트림의 기록을 새로 써 나가고 있습니다.*



 @CazéTV
구독자 820만 명

*출처: YouTube 데이터, 전 세계, 2022년

68%

의 응답자가 특정 주제에 대한 동영상을 다양한 형식(예: 숏폼, 롱폼 팟캐스트, 라이브 스트림)으로 시청한다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube 트렌드 설문조사, 응답자 수=25,892명, 온라인, 성인(만 18~44세), 2023년 5월

44%

의 응답자가 지난 12개월 동안 밈에 참여한 적이 있다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube 트렌드 설문조사, 응답자 수=25,892명, 온라인, 성인(만 18~44세), 2023년 5월

새로운 차원의 디지털 환경

콘텐츠 제작 환경은 더욱 역동적이면서도 저마다의 입맛에 맞출 수 있도록 개인화되었습니다. 콘텐츠 형식이 확장되고 팬덤 생태계가 진화하며 심지어 커넥티드 TV와 같은 새로운 시청 환경까지 등장함에 따라, 시청자가 다양한 유형의 콘텐츠를 즐기고 다양한 방식으로 콘텐츠와 상호작용하는 새로운 트렌드가 생겨나게 되었습니다.



 @LofiGirl
구독자 1,300만 명

인기 채널인 Lofi Girl은 새로운 신스웨이브 스트림을 시작할 때 VOD와 Shorts, 커뮤니티 탭의 이미지 게시물까지 사용하여 인기 급상승 동영상에 올랐습니다.

새로운 차원의 팬덤 등장

디지털 환경이 진화함에 따라 팬덤의 계층은 더욱 세분화되고 있습니다. 새로운 기술과 형식의 확장 덕분에 일반적인 팬과 열성 팬의 틈새에서 새로운 수준의 참여 영역이 생겨난 것입니다.

일반적인 팬이라면 아마도 피드를 통해 자신이 속한 팬덤의 관련 영상이나 비하인드 영상 등 다양한 콘텐츠를 수동적으로 소비하고 있을 것입니다.

적극적인 팬이라면 Shorts로 밈을 만들거나, 콘텐츠를 리믹스하거나 콘텐츠에 대해 열성적으로 이야기하는 방식으로 브랜드 캠페인과 상호작용할 것입니다.

일부 팬들은 한 걸음 더 나아가 다른 팬을 위한 콘텐츠를 만드는가 하면, 자신의 전문성을 발휘하여 일반 시청자를 위한 콘텐츠를 만드는 **전문적인 팬**들도 있습니다.



 @airrack
구독자 1,360만 명

54%

의 응답자(만 18~44세)가 대형 이벤트 자체(예: 아카데미 시상식, 그래미)보다 이벤트를 분석한 콘텐츠를 더 즐겨 시청한다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube 트렌드 설문조사, 응답자 수=25,892명, 온라인, 성인(만 18~44세), 2023년 5월

47%

의 Z세대 응답자(온라인, 만 18~24세)가 지난 12개월 동안 팬이 특정 콘텐츠나 아티스트, 유명인과 관련해 만든 동영상을 시청한 적이 있다고 답했습니다.


Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube 트렌드 설문조사, 응답자 수=6,982명, 온라인, Z세대 성인(만 18~24세), 2023년 5월

형식의 확장과 함께 팬, 스토리, 규모와 영향력도 확장

과거에 동영상은 대개 하나의 콘텐츠 형식으로 정의되었습니다. 그러나 오늘날에는 **롱폼 동영상**과 **Shorts**로 다양화되는 동시에 **라이브 스트림**과 **팟캐스트** 등으로 범위가 확장되고 있습니다.

시청자들이 자신의 필요와 기분에 맞는 콘텐츠를 찾아 여러 형식을 탐색하게 되면서, 크리에이터는 시청자의 기대에 부응하여 여러 형식으로 스토리텔링을 다각화함으로써 새로운 팬들에게 도달하고 더 많은 기회를 찾아내고 있습니다.



 @blogilates
구독자 860만 명

Blogilates 크리에이터 **캐시 호**는 롱폼의 운동 동영상과 함께 애슬레저 사업 진출에 초점을 맞춘 Shorts 콘텐츠를 제공하기 시작했습니다. 이 과정을 통해 2022년 초부터 기록한 총 조회수는 5억 회가 넘습니다. 이는 2009년부터 이미 성공적인 크리에이터였던 캐시 호가 평생 달성한 조회수의 절반 이상에 달합니다.

87%

의 응답자가 지난 12개월 동안 모든 스트리밍 서비스에 걸쳐 YouTube가 제공하는 콘텐츠를 형식을 4가지 이상 시청한 적이 있다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube 트렌드 설문조사, 응답자 수=25,892명, 온라인, 성인(만 18~44세), 2023년 5월. 콘텐츠 형식: 온라인 플랫폼의 라이브 스트림 콘텐츠, TV 스트리밍 동영상, 숏폼 동영상 콘텐츠, 롱폼 콘텐츠, 팟캐스트 등.

67%

의 Z세대 응답자(온라인, 만 18~24세)가 자신이 좋아하는 크리에이터가 여러 형식으로 콘텐츠를 제작하는 것을 좋아한다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube 트렌드 설문조사, 응답자 수=6,982명, 온라인, Z세대 성인(만 18~24세), 2023년 5월

맞춤 시청을 지원하는 도구부터...

자막이나 다국어 오디오 같은 기능을 사용하면 시청자는 원하는 언어로 콘텐츠를 즐기고, 크리에이터는 스토리를 보다 효과적으로 전달하는 동시에 언어적, 지리적, 문화적 장벽을 넘어 새로운 시청자층에게 도달할 수 있습니다.

조용한 브이로그는 자막을 사용해 몰입감을 해치지 않으면서 해설을 추가합니다.



@primitivetechnology9550
구독자 1,080만 명

일부 크리에이터는 화면 속 자막으로 추가 설명을 제공하기도 하고, 채널에서만 통하는 농담을 주고 받거나 열성 시청자들을 위한 이스터 에그를 삽입하기도 합니다.



@HYBELABELS
구독자 7,090만 명

한국 가수 MIDNATT은 인기곡 '**Masquerade**'에서 여섯 개 언어로 노래하여 시청자가 오디오 트랙 선택 도구를 통해 듣고 싶은 언어로 들을 수 있도록 옵션을 제공하는 동시에 새로운 시청자층에게 다가갔습니다. 또한 원어민의 발음처럼 들리도록 AI를 사용해 각 언어의 발음을 보완했습니다.

54%

의 응답자가 외국어로 콘텐츠를 제작하는 크리에이터를 구독한다고 답했습니다.

...크리에이터의 제작 편의 향상까지

사용할 수 있는 동영상 도구 옵션이 대폭 늘어나, 이제 사람들은 동영상과 오디오를 손쉽게 **클립**하거나 **리믹스**할 수 있습니다. **필터**와 효과를 더하고 심지어는 **가상 아바타**로 변할 수도 있습니다.

쉽고 재미있게 콘텐츠를 제작할 수 있어 제작 활동 자체가 일종의 엔터테인먼트가 될 수 있는 시대에, 아이디어가 가진 획기적인 잠재력은 시청자가 그 아이디어를 가지고 자신만의 콘텐츠를 얼마나 효과적으로 만들 수 있는지에 달려 있습니다.

클립 도구는 시청자가 긴 동영상의 일부 장면을 빠르게 클립하고 손쉽게 활용할 수 있는 도구입니다. 많은 팟캐스터와 라이브 스트림 게시자가 적극적으로 본인 콘텐츠의 하이라이트를 클립하여 게시합니다. 클립 기법만 잘 활용해도 특정 동영상으로 열풍을 불러일으킬 수 있습니다.

'하우스 오브 드래곤'의 주연 배우인 **엠마 다시**와 **올리비아 쿡**이 출연하여 **서로를 인터뷰하는** 동영상에서는 네그로니 스발리아토가 언급되자마자 드라마 팬들이 **다른 Shorts 동영상에 리믹스**를 했습니다. 이에 더해 HBO 방송사는 팬들이 간편하게 리믹스할 수 있도록 긴 버전 인터뷰에서 해당 구간을 발췌하기도 했습니다.

1,400만+

2023년 기준 매월 YouTube 클립 기능을 사용해 제작된 동영상 수

YouTube 데이터, 전 세계, 2023년 1월 1일~2023년 4월 30일



 @likeablecocktails

구독자 1,400명



 @TahvoStudio
구독자 38,000명

리믹스란 팬이 여러 동영상의 장면이나 오디오를 서로 뒤섞는 기법으로, 과거에는 전문적인 영역이었으나 이제는 버튼 클릭 한 번으로 구현할 수 있게 되었습니다.

오디오 및 동영상 요소의 리믹스는 사용자가 문화에 쉽게 참여할 수 있는 활동으로, Z세대와 젊은 시청자가 흔히 사용하는 밈도 여기에 속합니다. 사방에서 들리는 버거킹의 인기 CF '와퍼, 와퍼' 리믹스 역시 한 사례입니다.

1억+

2023년 기준 '와퍼, 와퍼' 노래와 관련된 동영상 조회수

YouTube 데이터, 전 세계, 2023년 1월 15일~2023년 4월 12일

필터 및 효과를 사용하면 동영상에 텍스트를 추가하거나 클립의 전체적인 디자인을 변경하는 등 다양한 작업을 하고 수많은 상황과 맥락에 맞춰 활용할 수 있습니다.

65%

의 응답자가 지난 12개월 동안 동영상 앱에서 필터나 기능, 효과를 사용한 적이 있다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube 트렌드 설문조사, 응답자 수=6,982명, 온라인, Z세대 성인(만 18~24세), 2023년 5월

아바타는 모든 시청자가 자신을 새로운 가상 캐릭터로 표현할 수 있는 도구로, 크리에이터가 원하는 대로 자신의 모습을 표현할 수 있습니다.



 @FilmyMoji
구독자 410만 명

시가 여는 새로운 가능성

AI 기반 도구가 폭발적으로 늘어나면서 크리에이터들은 새로운 기술을 활용하여 콘텐츠 제작 역량을 확장해 나가고 있습니다. 복잡하고 도전적인 아이디어도 이전보다 더 빠르게, 더 효과적으로 구현할 수 있게 되었습니다.

생성형 AI이 등장하면서 이제 누구나 자신만의 아이디어를 다양한 형태로 표현할 수 있습니다. 독창적인 아이디어만 있다면 온라인 세계에서 새로운 바람을 일으킬 수 있게 된 것입니다.

프로덕션 스튜디오 **Corridor Crew**는 AI 기술로 애니메이터 없이도 애니메이션 스타일의 Shorts 동영상을 제작합니다. 한편, AI는 크리에이터에게 운동 방법부터 화장 팁까지 모든 방면의 조언을 제공하기도 합니다. 프랑스 크리에이터 Sananas도 그 일례입니다.



 **@Corridor**

구독자 980만 명

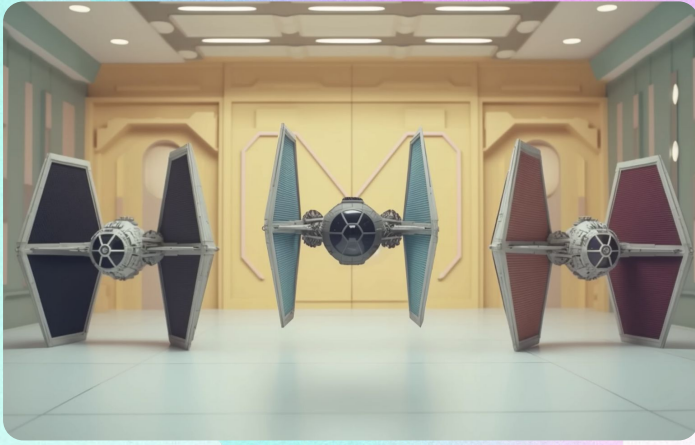
AI 도구의 등장 덕분에 자기 표현과 팬 활동 사이의 경계가 허물어지고 있으며, 시청자들은 자신이 좋아하는 아티스트의 콘텐츠를 새로운 방식으로 즐기고 있습니다.

AI 기반 제작의 속도와 품질은 콘텐츠의 다양성으로 이어지고, 그 다양성은 단일 콘텐츠의 소비보다는 여러 콘텐츠 간의 상호작용을 통해 더욱 발전할 수 있습니다.



 **@Sananas**

구독자 300만 명



▶ @curiousrefuge

구독자 77,400명

AI는 콘텐츠 제작 영역을 확장하고 있습니다. 이를테면 팬들이 인기 영화를 마치 유명 감독이 한 것처럼 새롭게 재구성하는 일도 가능합니다. 지금 크리에이터들이 콘텐츠 제작에 사용하는 방식은 머지않아 일반 사용자 모두가 사용하게 될 방식이기도 합니다. 시청자들은 이러한 혁신에 거부감이 없을 뿐 아니라 이미 AI를 사용해 만들었거나 AI를 주제로 한 수많은 동영상을 시청하고 있습니다.

60%

의 응답자가 AI를 사용해 콘텐츠를 만드는 크리에이터의 콘텐츠를 시청하는 데 거부감이 없다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube 트렌드 설문조사, 응답자 수=25,892명, 온라인, 성인(만 18~44세), 2023년 5월

한국의 미디어 회사를 통해 등장하고 있는 가상 크리에이터와 가상 K팝 그룹은 **브이튜버**의 진화한 형태로서 AI 기반 콘텐츠 제작이 미래에 도달할 수 있는 영역, 즉 '진정성'의 기존 개념을 뛰어넘는 새로운 의미의 창의성에 대한 시청자의 관심을 엿볼 수 있게 해 줍니다.

RuiCovery는 실제 사람이지만 AI로 생성한 얼굴을 사용합니다. 이 콘텐츠는 서울에 본사를 둔 IT 스타트업 Dob Studio의 작품입니다. 이 스튜디오는 롱폼의 동영상과 Shorts 형식 양쪽으로 노래와 안무 커버를 제작합니다.



▶ @RuiCovery

구독자 12만 명

52%

의 응답자가 지난 12개월 동안 브이튜버 (가상 YouTube 크리에이터 또는 인플루언서)의 콘텐츠를 시청한 적이 있다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국, 오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube 트렌드 설문조사, 응답자 수=25,892명, 온라인, 성인(만 18~44세), 2023년 5월

단일성이 해체된 문화

... 하지만 그것이 새로운 기회가 될 수 있습니다

변화의 물살이 빠르고 거대하며 다양한 만큼
당황스러울 수도 있습니다. 따라야 할 형식도
많고, 팬덤과 소통할 방법도 많고, 소비할
콘텐츠와 사용할 기술도 많아 변수는 더욱
증가합니다.

그러나 이 모든 것이 '많다'는 것은 활용할 수
있는 기회 또한 많다는 것을 뜻합니다.
오늘날의 디지털 환경은 다음과 같은 이점이
있습니다.

1. **개인화된 온라인 콘텐츠의
확산**

2. **캐주얼한 콘텐츠 제작의
보편화**

3. **시청자를 위해 설계된 콘텐츠
환경**

4. **AI에 기반한 콘텐츠 제작 기회**

40%

의 응답자가 스스로를 동영상
콘텐츠 크리에이터로 생각한다고
답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국,
오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube
트렌드 설문조사, 응답자 수=25,892명, 온라인, 성인(만 18~44세), 2023년 5월

71%

설문조사에 참여한 71%의 Z세대
응답자가 하나의 플랫폼에서 여러
동영상 형식을 모두 시청할 수 있는
편리함을 선호한다고 답했습니다.

Google/Ipsos, 전 세계(한국, 독일, 멕시코, 미국, 브라질, 사우디아라비아, 영국,
오스트레일리아, 이집트, 인도, 인도네시아, 일본, 캐나다, 프랑스), YouTube
트렌드 설문조사, 응답자 수=6,982명, 온라인, Z세대 성인(만 18~24세), 2023년 5월

17억+

2023년 기준 생성형 AI 도구를
사용했거나 이와 관련된 동영상의
조회수

YouTube 데이터, 전 세계, 2023년 1월 1일~2023년 5월 27일. ChatGPT, GPT-4,
Midjourney, dalle1, dalle2, d-id, ElevenLabs 관련 동영상 또는 제목에 voice.ai, dall-e,
midjourney, gpt-4, elevenLabs, so vits svc, softvc vits, uberduck, musiclm, kaiber,
amper, lensa, runway gen-1, runway gen-2, stanford alpaca, adobe firefly, autogpt,
stable diffusion 키워드가 포함된 동영상.