

# 누구나 만들 수 있는 '쉬운 영상'의 세계, 틱톡

글 방송언 | 기자 | earny00@gmail.com

## 영상 플랫폼의 숨은 강자

틱톡(tik tok), 솔직한 말로 많이 들 어본 이름은 아니다. 카카오톡이 처음 등장했던 시기에 잠깐 경쟁관계에 있던 동명의 메신저 어플리케이션과 혼동하는 사람도 적지 않다.

하지만 실력 틱톡이라는 이름이 익숙하지 않더라도 유튜브 등 플랫폼을 즐겨 찾는 사용자라면 한 번쯤은 틱톡의 광고를 시청했을 확률이 높다. 세로로 분할된 화면 양쪽에 같은 동작으로 춤을 추는 두 사람의 모습이 담긴 이 광고영상은 한때 광범위하고 지속적으로 이용자들에게 노출되면서 검색포탈 실시간 검색 순위에 오를 정도로 화제를 모으기도 했었다.

중국에서는 '더우인콰푹'이라는 서비스명으로 불리는 틱톡은 중국 IT 기업 바이트댄스에서 만든 동영상 편집 어플리케이션이다. 15초에 불과한 '쉬운 영상' 제작 기능을 전면에 내세우고 있기 때문일까, 틱톡의 주된 고객층은 20~30대가 아닌 10대들이다. 기승전결을 갖춘 긴 호흡의 영상 콘텐츠에 익숙한 20대 이상에 비해, 10대 소비자 층은 미취학 아동 시절부터 스마트폰을 사용해 온 만큼 짧은 길이의 '스낵 컬처'에 폭 빠져있다는 점을 생각하면 수긍하게 되는 지점이다.

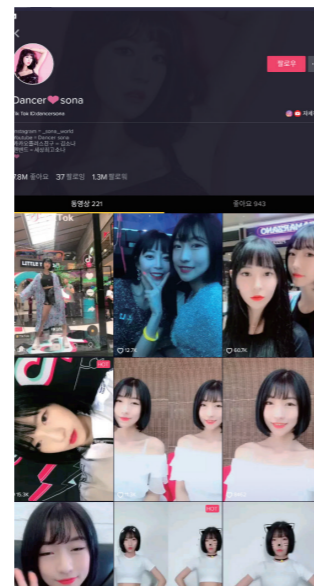
## 간결하고 직관적인 UX의 힘

실제 어플의 모습은 어떨까. 역시 가장 먼저 눈에 들어오는 것은 간결함과 직관성이다. 어플을 켜자마자 즉시 추천 동영상이 재생된다. 동영상의 아랫단에는 업로드한 이용자가 달아놓은 짧은 캡션이 영상과 함께 노출된다. 화면을 위로 스와이프하면 다음 추천 영상으로 넘어가고, 이 영상 또한 별도의 조작이 없어도 즉시 재생된다.



틱톡은 국내보다는 해외에서 더 많은 인기를 누리고 있다. 콘텐츠를 브라 우징하다 보면 일본 등지에서 업로드 한 영상을 쉽게 확인할 수 있다. 영상은 주로 세로 포맷으로 업로드 되고, 영상의 오른쪽에는 각종 SNS 기능을 망라하는 아이콘이, 영상의 하단에는 업로드한 사용자가 달아놓은 설명이 즉시 확인된다.

추천 영상이 마음에 들었다면 왼쪽으로 화면을 넘겨 해당 사용자의 프로필과 다른 콘텐츠를 즉시 확인할 수 있다. 이런 기능은 동영상 플랫폼이자 SNS인 틱톡의 특성을 잘 보여주는 요소다.



인터페이스의 행간에서 드러나는 틱톡의 특징은 SNS 기능이 강조된 영상 어플리케이션이라는 점이다. 영상 오른쪽에 나열된 아이콘 중 가장 위쪽에 위치한 것은 '팔로우' 버튼이고, '좋아요' 버튼과 '댓글', '공유' 버튼이 순서대로 나열돼 있다. 화면을 왼쪽으로 스와이프하면 해당 업로더의 프로필과 함께 개인 페이지가 노출된다. 어느 SNS 어플리케이션과 다름없는 모습이다.

즉각적 인터페이스 덕분에 사용자는 빠르게 영상들을 탐색하고, 특정 영상이 마음에 들 경우 지체 없이 해당 사용자의 다른 영상들을 확인하거나 팔로우할 수 있다. 해시태그를 이용해 원하는 키워드로 영상을 검색할 수도 있다. 이용자들이 만든 짧은 콘텐츠를 이렇듯 다양하게 소비할 수 있다는 점에서 틱톡은 트위터와도 상당 부분 닮아 있다.



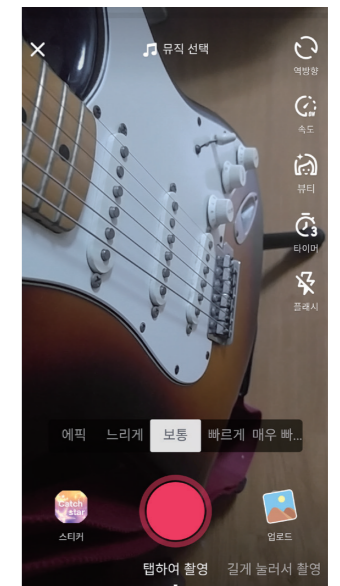
또 하나의 두드러지는 특징은 거의 모든 영상이 스마트폰 화면을 가득 채우는 세로 포맷이라는 점이다. 한 때 유튜브에서 많은 세로영상이 실험적으로 업로드 됐고, 일각에서는 세로 영상이 가로 영상을 대체할 것으로 내다보기도 했었다. 그러나 결국 전통적인 가로 영상에 밀려 세로 영상은 다시 자리를 내줘야 했다. 하지만 유튜브를 제외하고 바인, 스냅챗 등 해외에서 인기를 끌었던 동영상 공유 플랫폼에서는 세로 영상이 주를 차지했다. 그리고 보면 틱톡이 이들 영상 플랫폼을 닮은 부분은 또 있다. 영상의 길이가 짧은 점이나 SNS 기능이 강화되어 있다는 점 또한 틱톡과 두 어플 사이의 공통점이다.

'틱톡 광고'를 검색했을 때 볼 수 있는 연관 검색어들. 공격적인 마케팅 덕분에 틱톡은 좋은 의미에서든 나쁜 의미에서든 소비자들의 대대적인 관심을 끌었던 바 있다.

직접 사용해 본 영상 촬영 기능, 각종 필터와 스티커, 타이머, 속도조절 기능, 플래시 기능 등을 포함하고 있다.

틱톡의 강점으로 꼽히는 동영상 제작 기능도 살펴보았다. 직접 사용해본 틱톡의 촬영 및 편집 기능을 가장 잘 말해주는 키워드는 바로 '올인원'이다. 영상 제작에 필요한 다채로운 기능, 외부 프로그램의 사용 없이 즉각 사용할 수 있도록 마련해뒀기 때문이다.

우선 촬영 단계에서는 여러 종류의 필터와 스티커를 적용한 뒤 적절한 음원을 삽입해 15초의 영상을 찍는다. 영상을 여러 세그먼트로 나눠 촬영하는 것 또한 가능하다. 배경에 깔리는 음원은 30초 이하의 길이로 다양하게 마련돼 있으며 제약 없이 사용 가능하다. 영상 배속을 조절해 촬영하는 기능 역시 제공된다. 이렇게 원본 영상이 준비되고 나면 편집 단계로 넘어간다. 편집 단계에서 사용자는 탭&홀드의 간단한 조작으로 각종 비주얼 이펙트를 적용하고 타임라인을 편집할 수 있다. 편집 완료된 영상은 즉시 자기 계정에 업로드하거나 트위터 등을 통해 공유하면 된다.



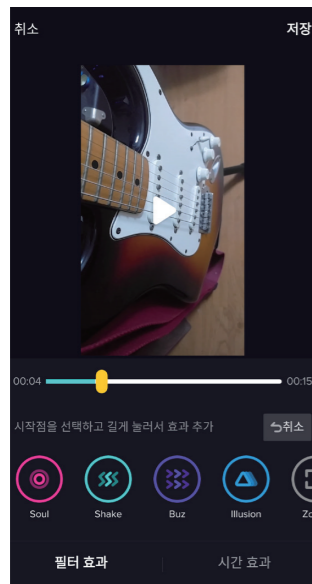
## 콘텐츠 시장의 미래를 공략한 영리한 어플

틱톡에서는 TV나 컴퓨터 등 기타 영상 소비수단보다 스마트폰을 월등히 빨리, 더 많이 소비하고 있는 어린 소비자들의 성향을 집중적으로 공략하려는 시도가 다양하게 포착된다. 실제로 구글 스토어 등에서 틱톡의 소개 페이지를 확인하면 10대로 추정되는 많은 이용자들의 댓글을 읽어볼 수 있다.

트위터가 처음 등장했을 때, 트위터의 짧은 포맷은 많은 이들에게 '한계'로 이해되었다. 실제로 현재 트위터는 꽤 매니악한 SNS로 자리 잡았지만, 확실한 이용자층과 팬덤을 중심으로 독특한 생태계를 조성한 것 또한 사실이다.

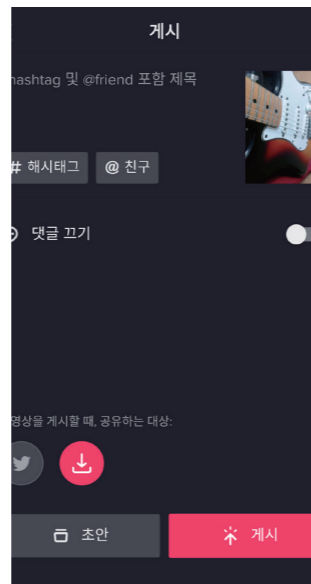
전문가들조차 제대로 된 예측을 내놓기 어려워진 급변하는 오늘날의 미디어 환경 속에서 '보편'은 더 이상 존재하지 않는다. 소비자들이 성향과 관심은 점점 더 파편화, 세분화되고 있다. 대중의 마음을 두루 섭렵하기 힘들어 보이는 독특한 콘텐츠에도 무시할 수 없는 숫자의 팬이 몰리곤 하는 현상 또한 바로 이런 소비패턴의 변화 때문이다.

하물며 전 세계 150개 나라에서 월 평균 1억 명 이상의 사용자를 기록한 바 있는 어플이라면 그 잠재력을 미리 재단하는 것은 어쩌면 시기상조일지도 모른다. 중국 산업 특유의 자본 집중력과 공격적 프로모션까지 더해진다면 틱톡 또한 좋은 실든 차세대 영상 플랫폼으로서 어느새 중심에 설지도 모를 일이다. '10대들의 새로운 유튜브'라는 틱톡에 눈이 가는 이유다. ①



영상 편집 기능. 아이콘을 눌렀다가 떼는 동작만으로 원하는 시간 동안 원하는 비주얼 이펙트를 적용시킬 수 있다. 모든 조작은 직관적이고 단순했다.

촬영 완료된 영상은 해시태그 등을 붙여 자기 계정이나 SNS에 바로 유통시킬 수 있다.



### 기업부설창작연구소 전담부서 인정제도 란?

문화산업진흥기본법 제17조의3에 따라 문화체육관광부가 주관하여 인정하고, 한국콘텐츠진흥원이 담당(신청 접수, 평가, 최종심사)하여 문화콘텐츠 기업의 창작연구개발을 촉진하고 지원하기 위한 제도입니다.

### 지원 대상은요?

문화콘텐츠 산업의 창작개발활동을 수행하는 기업

1 영화·비디오물 관련 산업	2 음악·게임 관련 산업	3 출판·인쇄·정기간행물 산업
4 방송영상물 관련 산업	5 문화재 관련 산업	6 만화·캐릭터·애니메이션·에듀테인먼트·오바일문화 콘텐츠·디지털(상업·디지털) 콘텐츠·광고·공연·미술·공예품 관련 산업
7 디지털문화콘텐츠 사용자제작문화콘텐츠 및 멀티미디어문화콘텐츠와 관련 서비스 산업	8 대중문화예술산업	9 전통적인 소개와 기업 활동 관련 산업
10 문화산업을 대상으로 하는 전시회·박람회·경연대회 및 축제 등과 관련 산업	11 삼기의 문화산업 중 둘 이상이 혼합된 산업	

### 인정 후 혜택은요?

- 혜택 1 문화체육관광부 연구개발사업 시 가산·점
- 혜택 2 조세특례제한법 10조 및 11조에 의한 세·액·공·제



### 기업부설창작연구소 전담부서 인정요건은요?

#### 인정요건 ① 창작개발요건

문화산업분야에서 새로운 문화상품 또는 관련 서비스 방안 등을 만들어내는 창조적 활동 상품이나 서비스로 전환되기 전까지 일어나는 비영리적 연구 및 개발활동



#### 인정요건 ② 인적요건

학사 이상 또는 이와 같은 경력을 소지한 창작전담요원 인력 배치

전담부서	연구소		
창작전담요원 1명 이상 보유	벤처기업 3명 이상	중소기업 5명 이상	그 외 기업 10명 이상

#### 인정요건 ③ 물적요건

타 부서와 구분이 가능한 파티션 등을 활용 창작연구소 및 전담부서의 별도 전용 공간 확보



문의  
한국콘텐츠진흥원 문화기술본부  
1566-1114