

Part 1

Gen Z 콘텐츠 이용 트렌드

드라마, 영화, 예능, 뉴스 중심으로 본
5대 키워드

김인애, PhD

(선임연구원, KOCCA 콘텐츠산업정책연구센터)

치킨세트 다들 받으셨나요?

#중앙그룹 #한국콘텐츠진흥원 #미디어트렌드 #Z세대

loading . . .

Q.다음 중 Z세대 트렌드가 아닌것은?

① 추구미 ② OTL 〰

③ 갓생 ④ 오히려 좋아

 정답을 댓글로 달아주세요! 추천을 통해 **치킨 세트 쿠폰**을 보내드려요!

**Z세대의 콘텐츠 이용은
어떤 특징이 있을까요?**

조사 개요



언제

2024.07.15 ~ 07.25



누구를

**Z세대부터
베이비부머까지
만 15세~69세
1,519명**

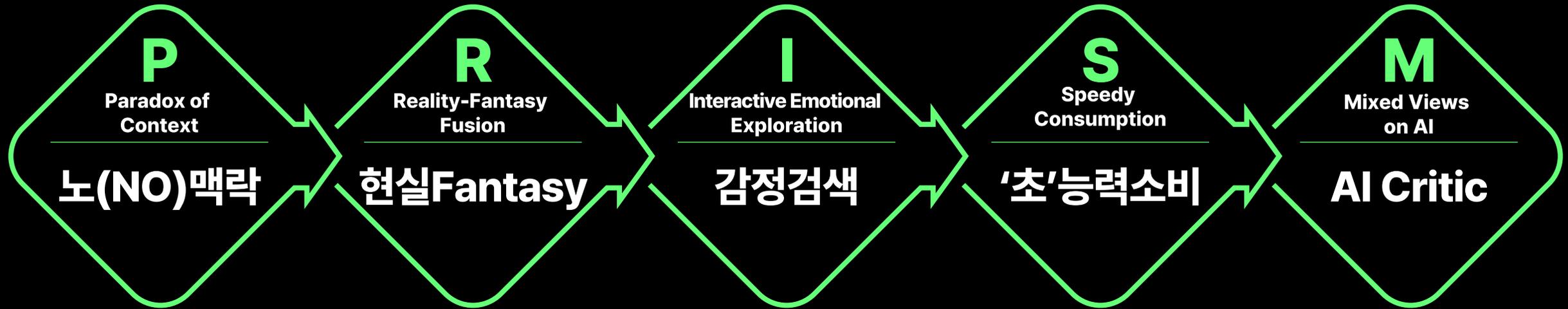


어떻게

**한국리서치
Master Sample을
대상으로 한
Web Survey**

Z세대: 미래 트렌드를 이끌어 갈 15~29세로 디지털에 익숙한 집단

2024 Gen Z 콘텐츠 이용 KEYWORD



Paradox of Context

노 (NO) 맥락

유튜브와 틱톡에서 Z세대 노(NO)맥락 콘텐츠 선호



유튜브나 틱톡에서 어이없거나 생똥 맞은 콘텐츠도 재미있게 본다

<p>선배 마라탕후루 사주세요!! (With. 미우, 주한띠, 이강민) ... 조회수 83만회</p>	<p>공공 얼어붙은 한강 위로 낭사 원이 걸어다닙니다 🐱 #... 조회수 622회</p>	<p>강강 얼어붙은 한강 위로 고양이 이가 걸어다닙니다 🐱 #... 조회수 259만회</p>
--	---	---

43



Z세대

35



밀레니얼

33



X세대

27



베이비부머

[Base: 전체 1,519명, unit: %(항상 그렇다 + 자주 그렇다)]

막장 스토리와 게임 세계관에서도 Z세대의 노(NO)맥락 콘텐츠 경향 확실

영화나 드라마의 막장 전개도
재미있게 본다



47



Z세대

45



밀레니얼

37



X세대

24



베이비부머

게임을 할 때, 현실적인 설정보다
상상력이 풍부한 세계나 신선한 이야기를
포함한 게임을 더 선호한다

50



Z세대

46



밀레니얼

33



X세대

23



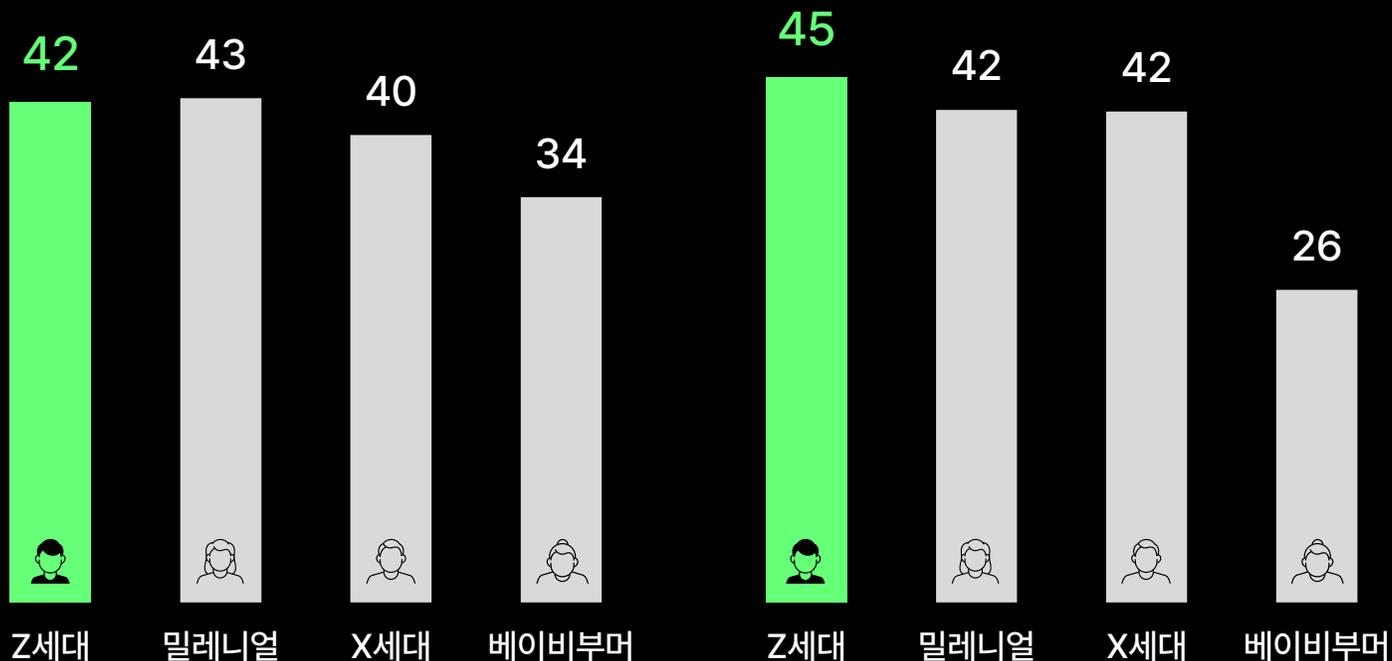
베이비부머



드라마/예능/영화/웹툰의 노(NO)맥락 콘텐츠 Z세대에게 인기

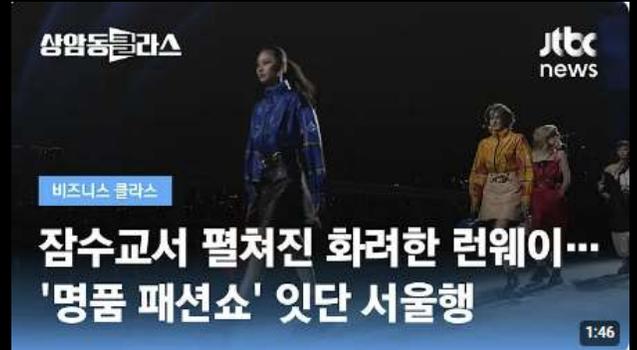
드라마, 예능, 영화를 볼 때
스토리의 논리성이나 타당성보다는
재미와 흥미를 더 중요하게 생각한다

예능이나 웹툰에서 웃기는 장면이 있으면
개연성이나 현실성이 떨어져도
상관없다고 생각한다



[Base: 전체 1,519명, unit: %(항상 그렇다 + 자주 그렇다)]

노(NO)맥락, 콘텐츠를 넘어 공간으로



Reality-Fantasy Fusion

현실Fantasy

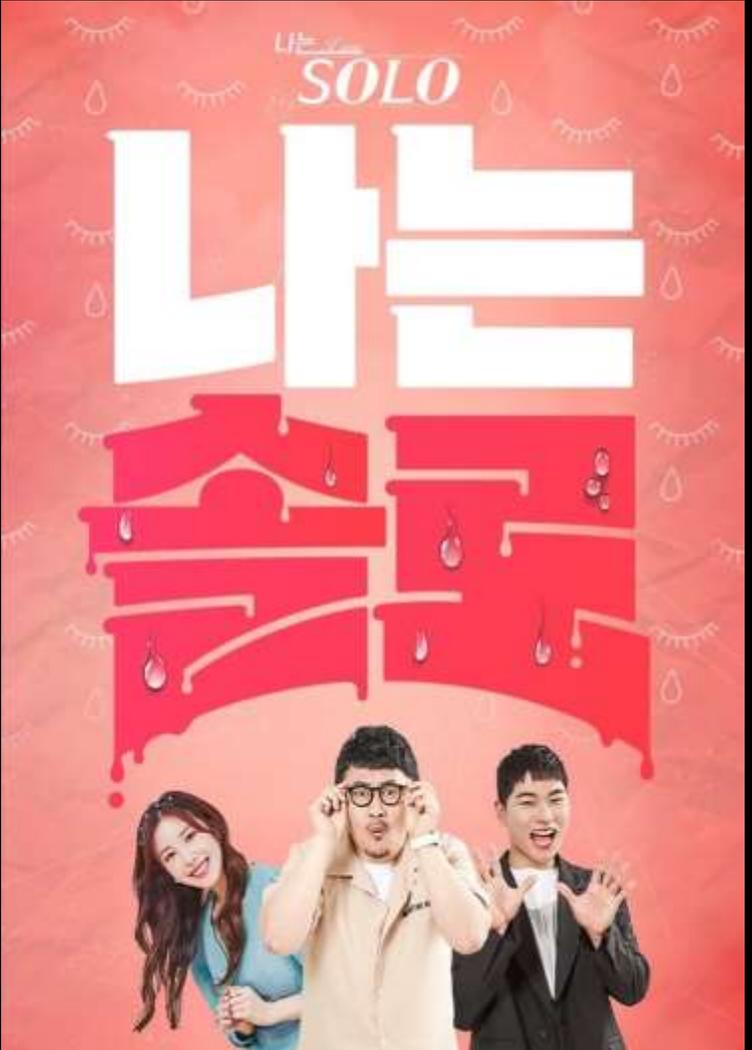
최근 인기 있는 프로그램들, 무엇이 있었을까요?



최근 인기 있는 프로그램들, 무엇이 있었을까요?



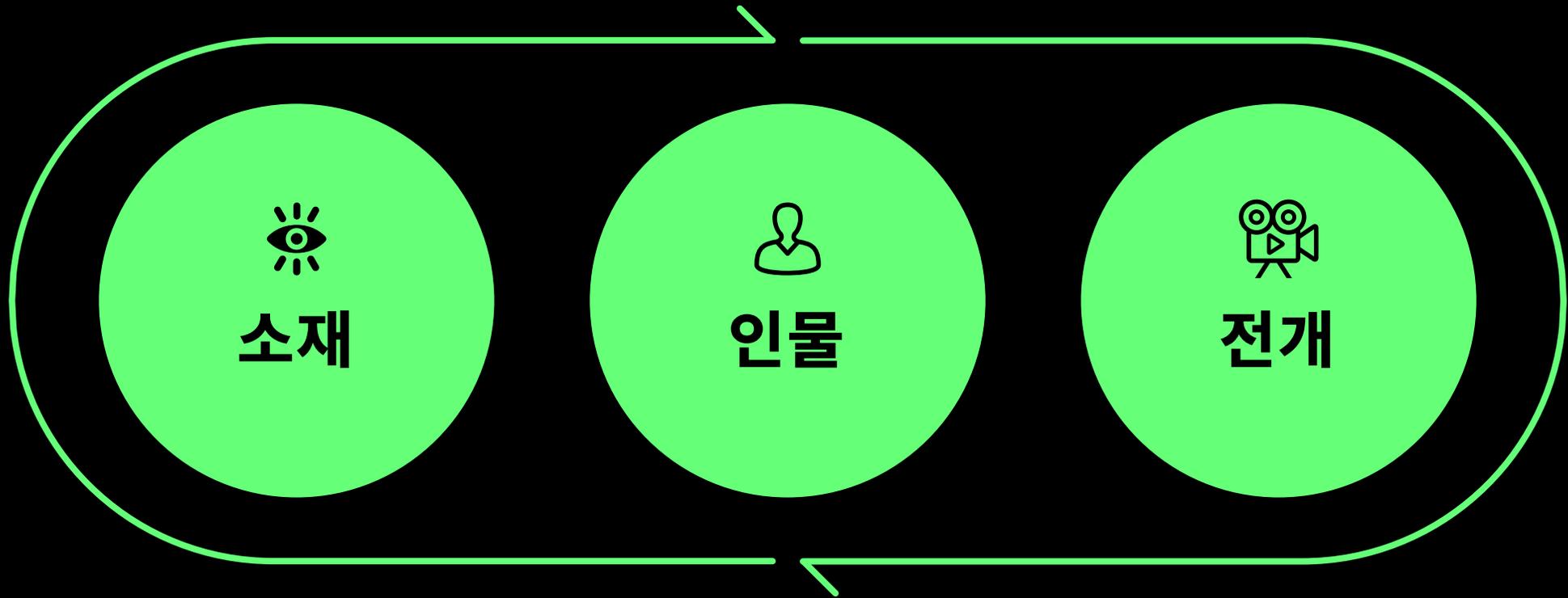
최근 인기 있는 프로그램들, 무엇이 있었을까요?



최근 인기 있는 프로그램들, 무엇이 있었을까요?



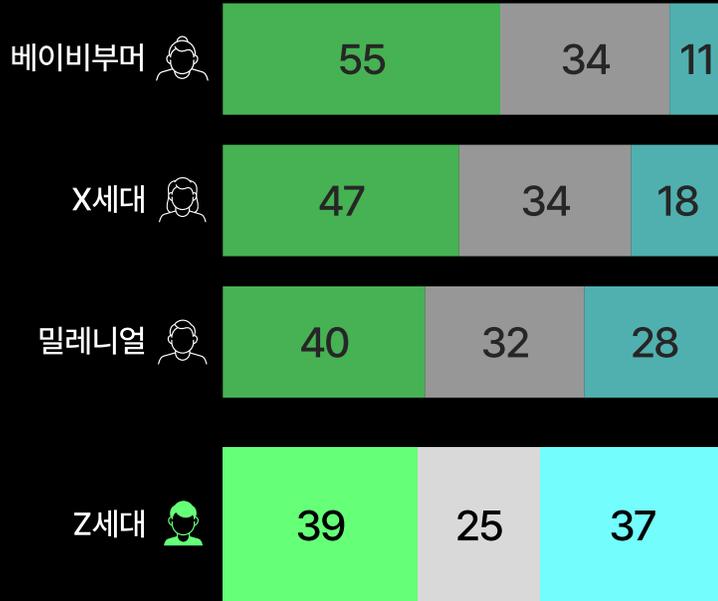
Z세대 인기 콘텐츠의 공통점은?



다음의 3가지 측면에서 살펴보겠습니다

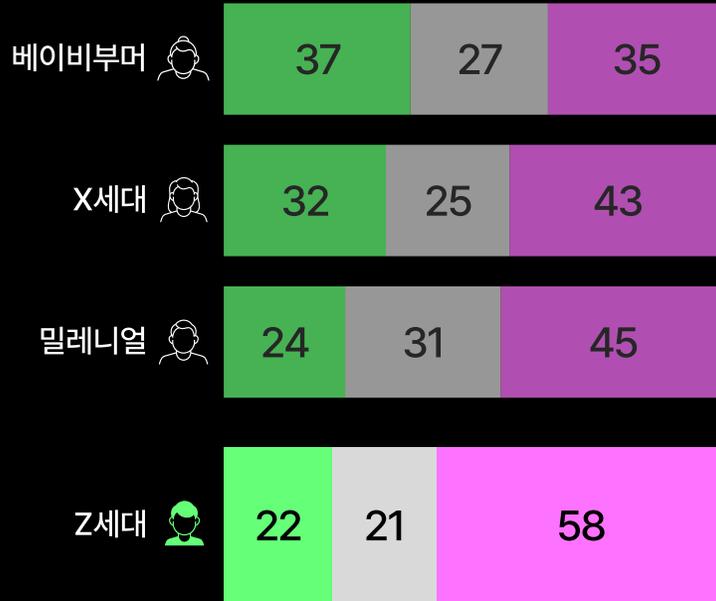
현실 ⇨ “현실에 있을 법한 가상” ⇨ 비현실

현실 vs 비현실



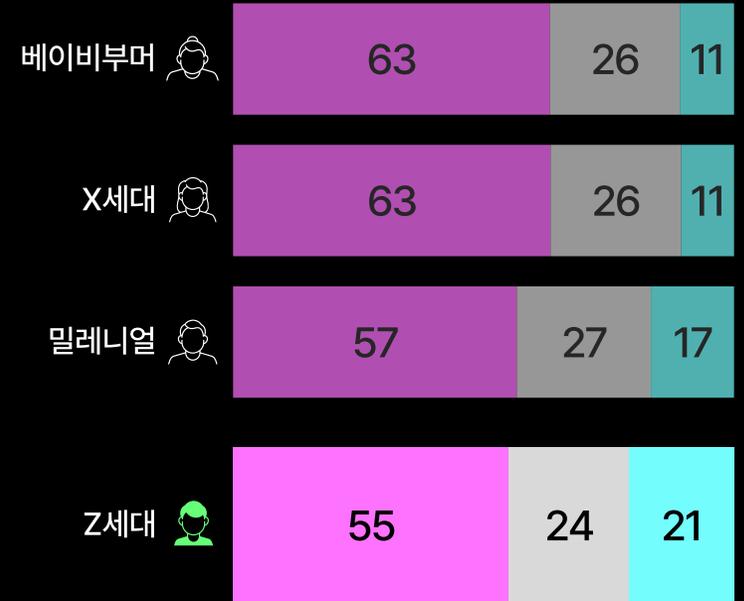
■ 현실 ■ 중간 ■ 비현실

현실 vs 현실에 있을 법한 가상



■ 현실 ■ 중간 ■ 현실에 있을 법한 가상

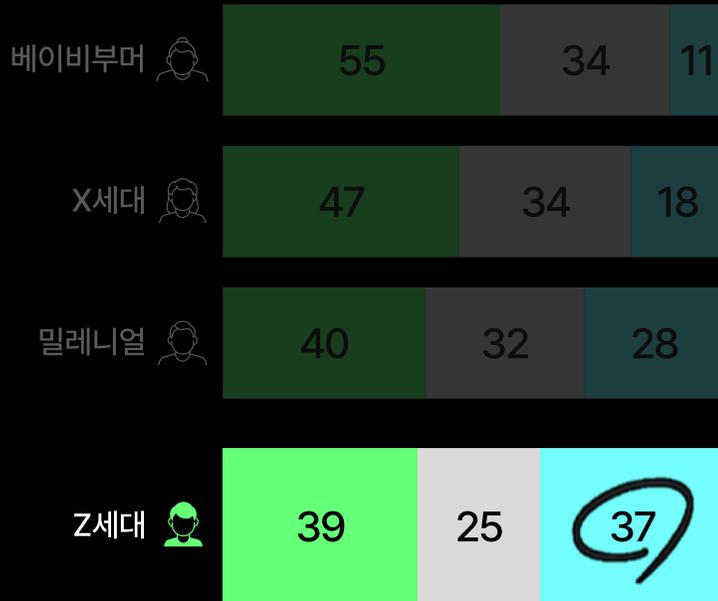
현실에 있을 법한 가상 vs 비현실



■ 현실에 있을 법한 가상 ■ 중간 ■ 비현실

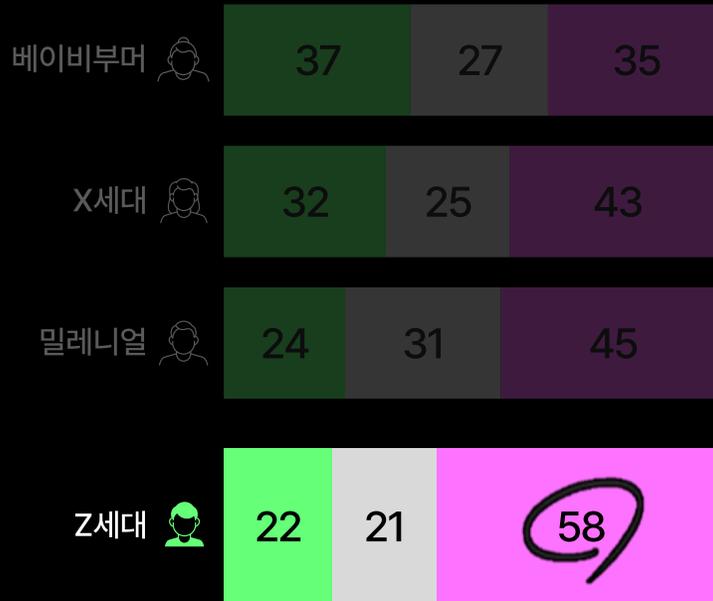
현실 ⇨ “현실에 있을 법한 가상” ⇨ 비현실

현실 vs 비현실



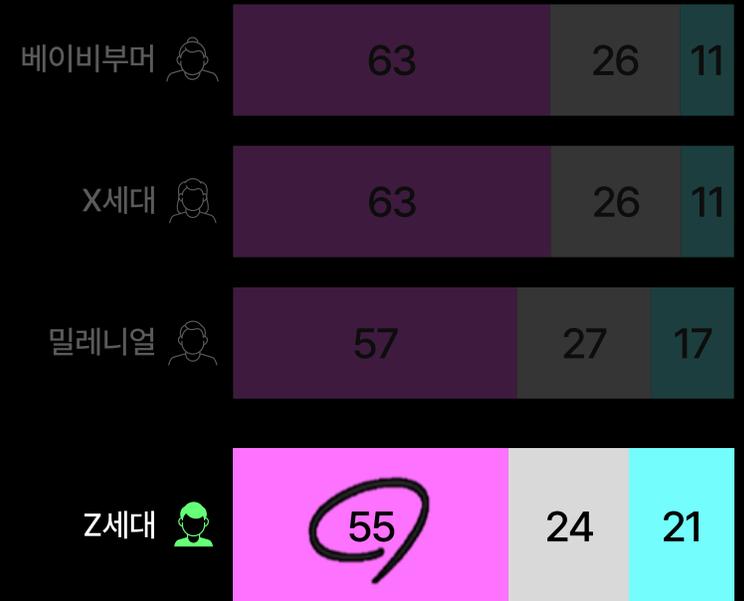
■ 현실 ■ 중간 ■ 비현실

현실 vs 현실에 있을 법한 가상



■ 현실 ■ 중간 ■ 현실에 있을 법한 가상

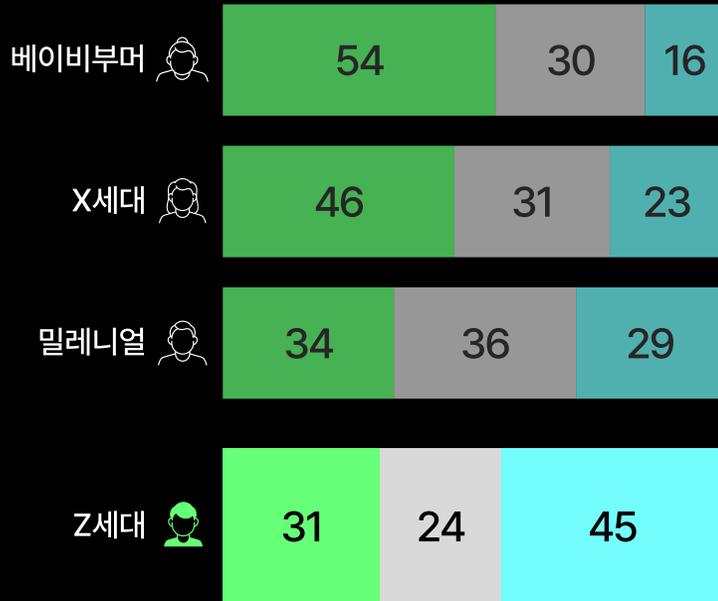
현실에 있을 법한 가상 vs 비현실



■ 현실에 있을 법한 가상 ■ 중간 ■ 비현실

내 주위에 있는 사람 ⇨ “어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람” ⇨ 현실에는 없는 비현실적인 사람

내 주위에 있는 사람 vs
현실에 없는 비현실적인 사람



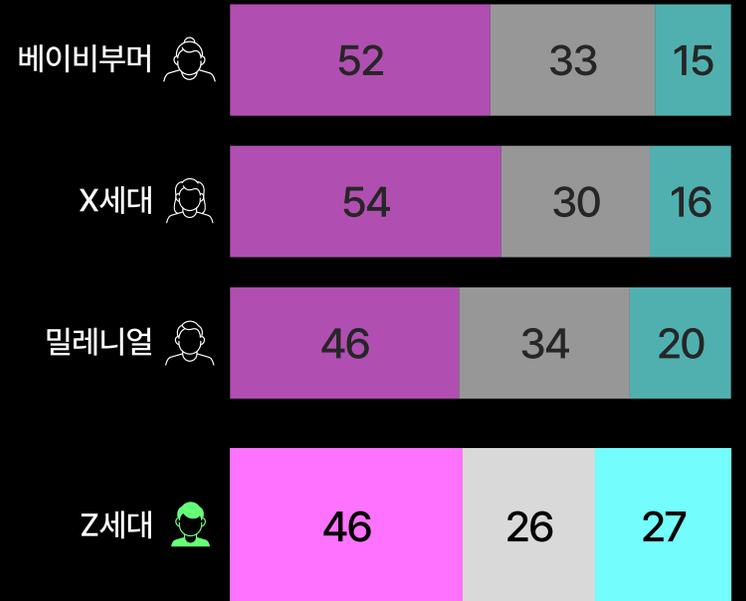
■ 내 주위에 있는 사람 ■ 중간 ■ 현실에 없는 비현실적인 사람

내 주위에 있는 사람
vs 어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람



■ 내 주위에 있는 사람 ■ 중간 ■ 어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람

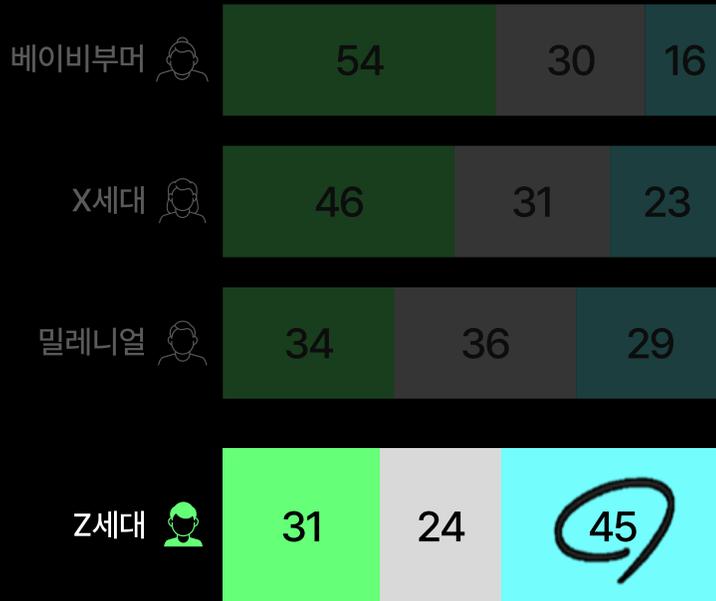
어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람
vs 현실에 없는 비현실적인 사람



■ 어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람 ■ 중간 ■ 현실에 없는 비현실적인 사람

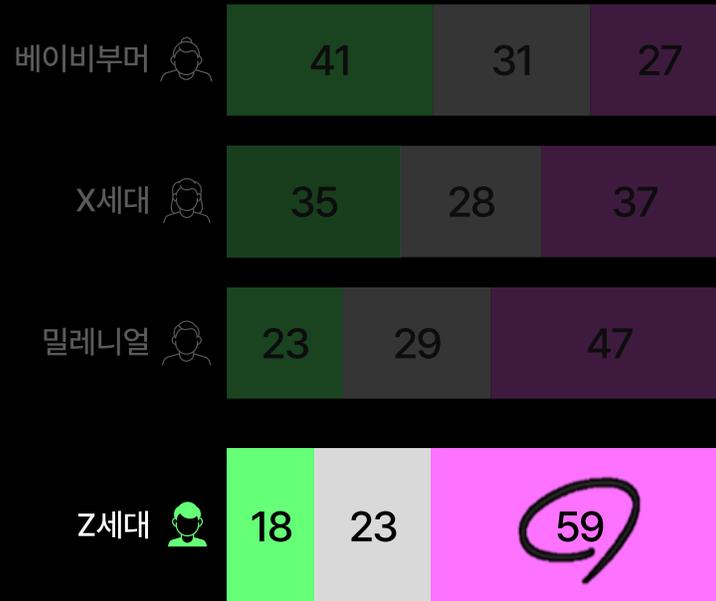
내 주위에 있는 사람 ➡ “어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람” ➡ 현실에는 없는 비현실적인 사람

내 주위에 있는 사람 vs
현실에 없는 비현실적인 사람



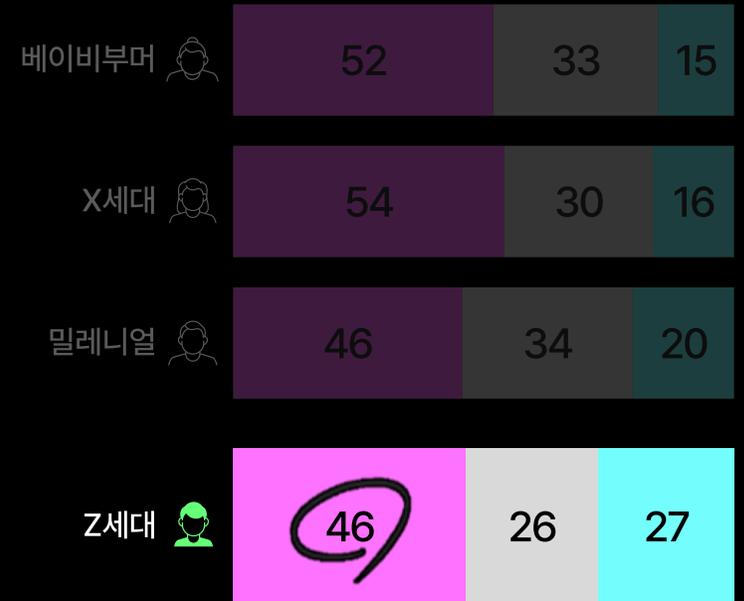
■ 내 주위에 있는 사람 ■ 중간 ■ 현실에 없는 비현실적인 사람

내 주위에 있는 사람
vs 어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람



■ 내 주위에 있는 사람 ■ 중간 ■ 어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람

어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람
vs 현실에 없는 비현실적인 사람



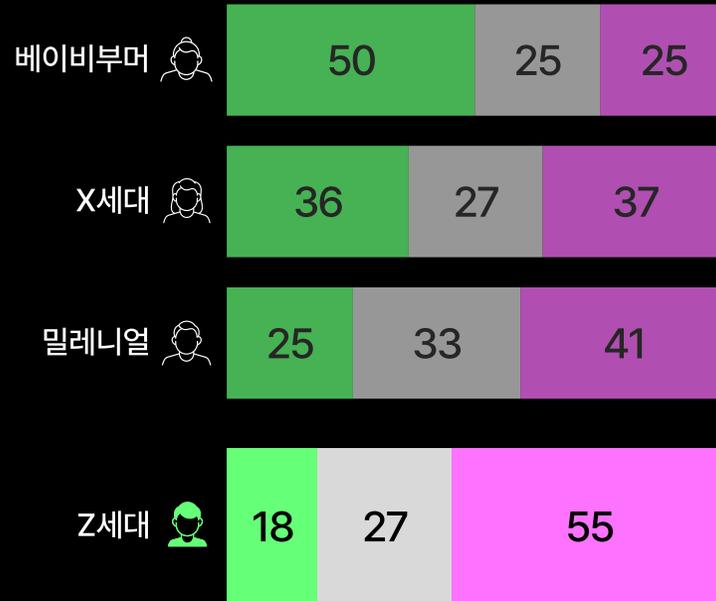
■ 어딘가에 있을 법하지만 내 주위에는 없는 사람 ■ 중간 ■ 현실에 없는 비현실적인 사람

현실을 정확히 반영 ⇨ “판타지 요소 가미” ⇨ 완전한 판타지

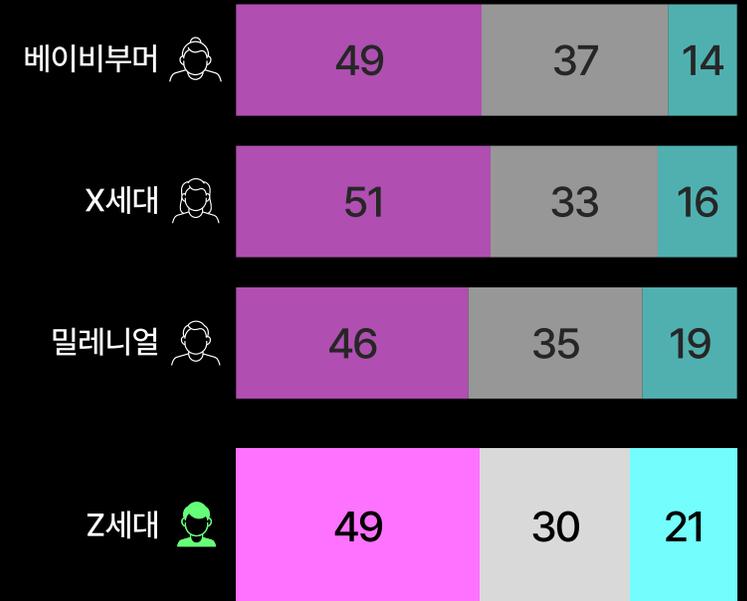
현실을 정확히 반영 vs 완전한 판타지



현실을 정확히 반영 vs 판타지 요소 가미



판타지 요소 가미 vs 완전한 판타지



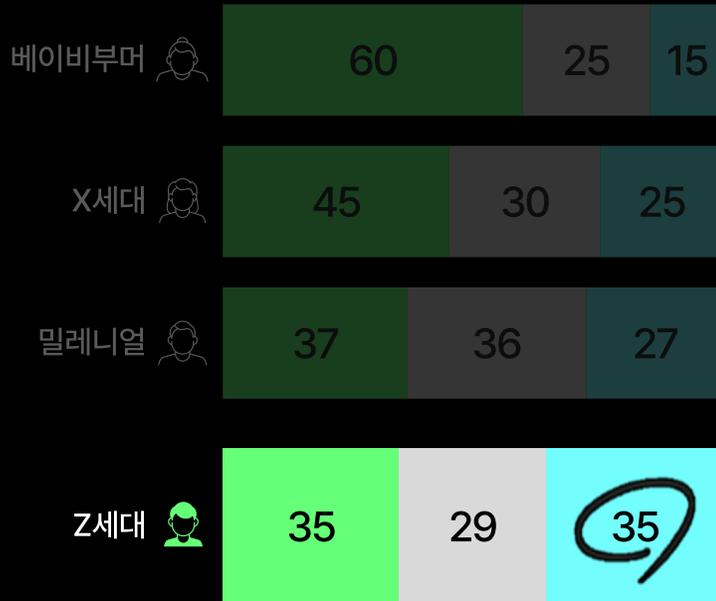
■ 현실을 정확히 반영 ■ 중간 ■ 완전한 판타지

■ 현실을 정확히 반영 ■ 중간 ■ 판타지 요소가 가미

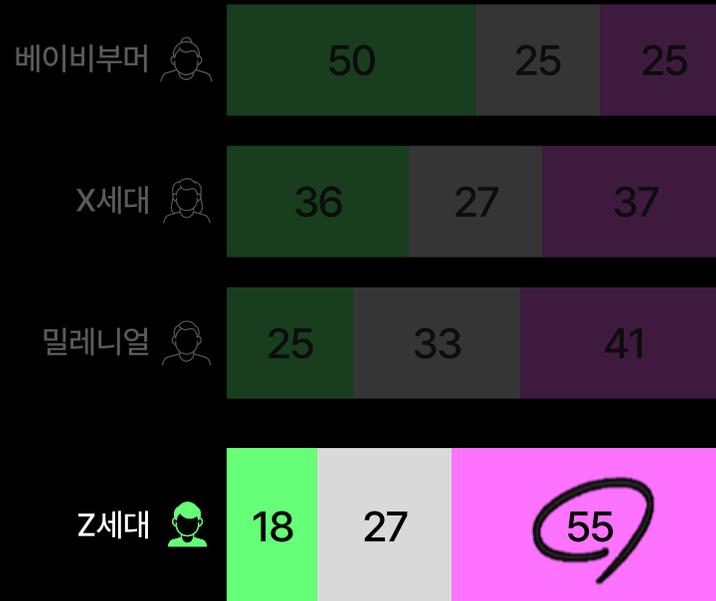
■ 판타지 요소가 가미 ■ 중간 ■ 완전한 판타지

현실을 정확히 반영 ⇨ “판타지 요소 가미” ⇨ 완전한 판타지

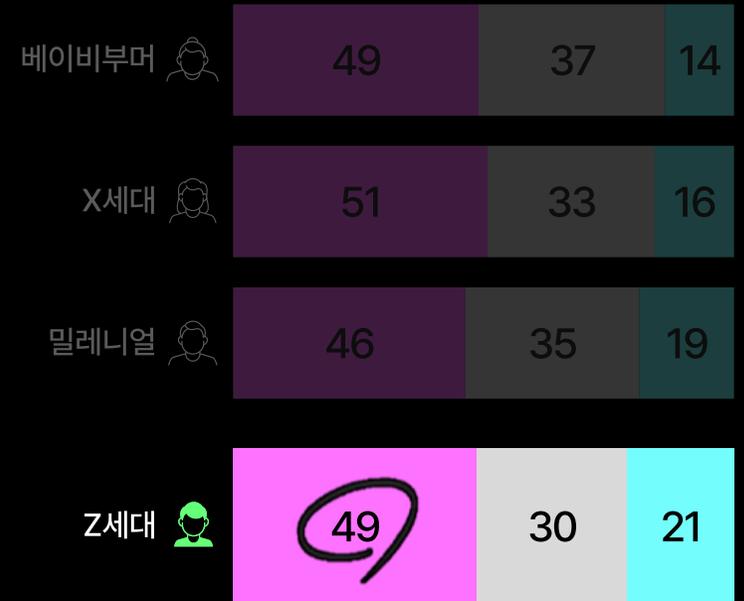
현실을 정확히 반영 vs 완전한 판타지



현실을 정확히 반영 vs 판타지 요소 가미



판타지 요소 가미 vs 완전한 판타지



■ 현실을 정확히 반영 ■ 중간 ■ 완전한 판타지

■ 현실을 정확히 반영 ■ 중간 ■ 판타지 요소가 가미

■ 판타지 요소가 가미 ■ 중간 ■ 완전한 판타지

Interactive Emotional Exploration

감정검색

나비 회로(Butterfly circuit)

explore



consolidate

Z세대는 콘텐츠 시청 모든 과정에서 감정을 검색



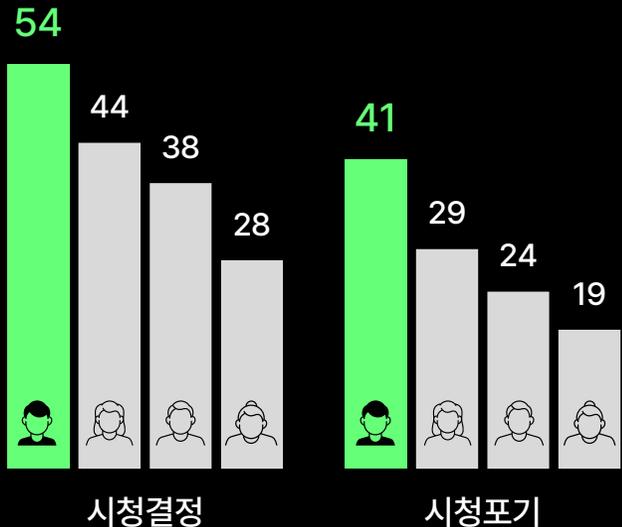
타인 반응 확인 후
시청 결정/포기 경험



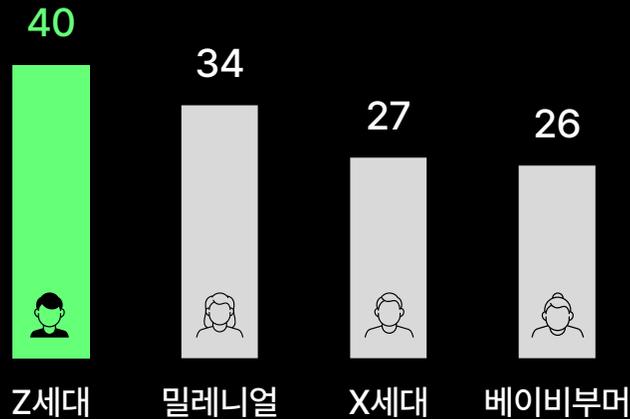
콘텐츠 시청 시
SNS를 통한 실시간 콘텐츠에 대한 소통 경험



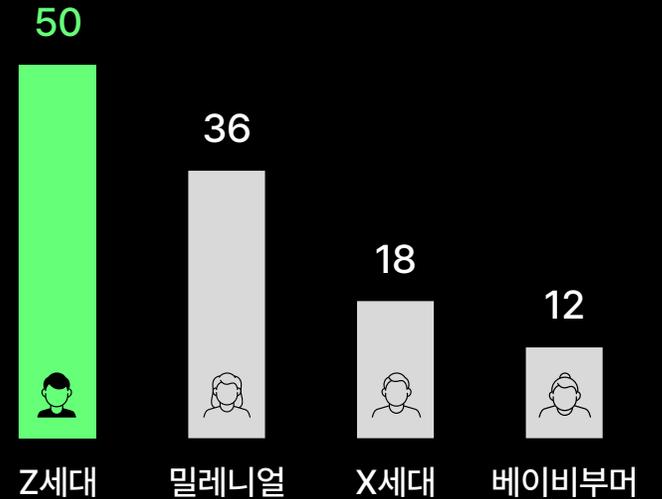
콘텐츠 시청 후
타인의 반응을 검색



[Base: 전체 1,519명, unit: %(항상 그렇다 + 자주 그렇다)]



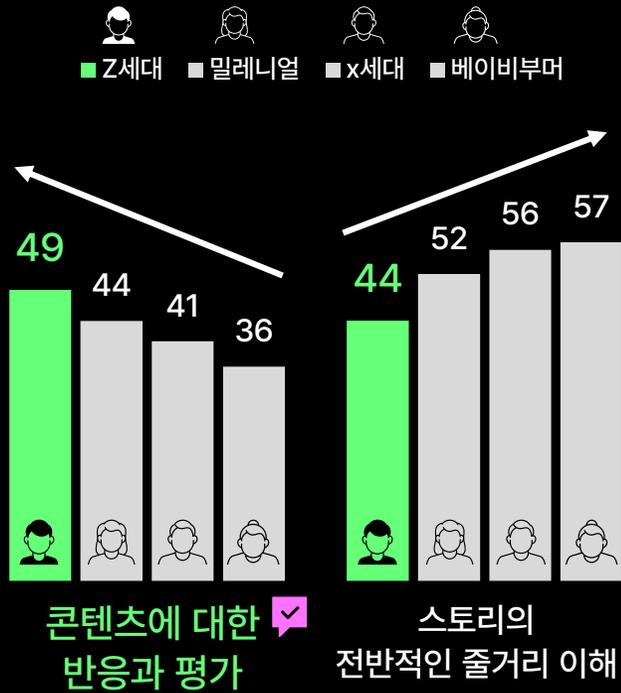
[Base: 전체 1,519명, unit: %]



[Base: 전체 1,519명, unit: %(항상 그렇다 + 자주 그렇다)]

콘텐츠 자체에 대한 이해나 정보 < 타인의 반응과 평가 주로 유튜브를 통해 확인하고, 인스타그램·X 의존도는 타세대 대비 ↑

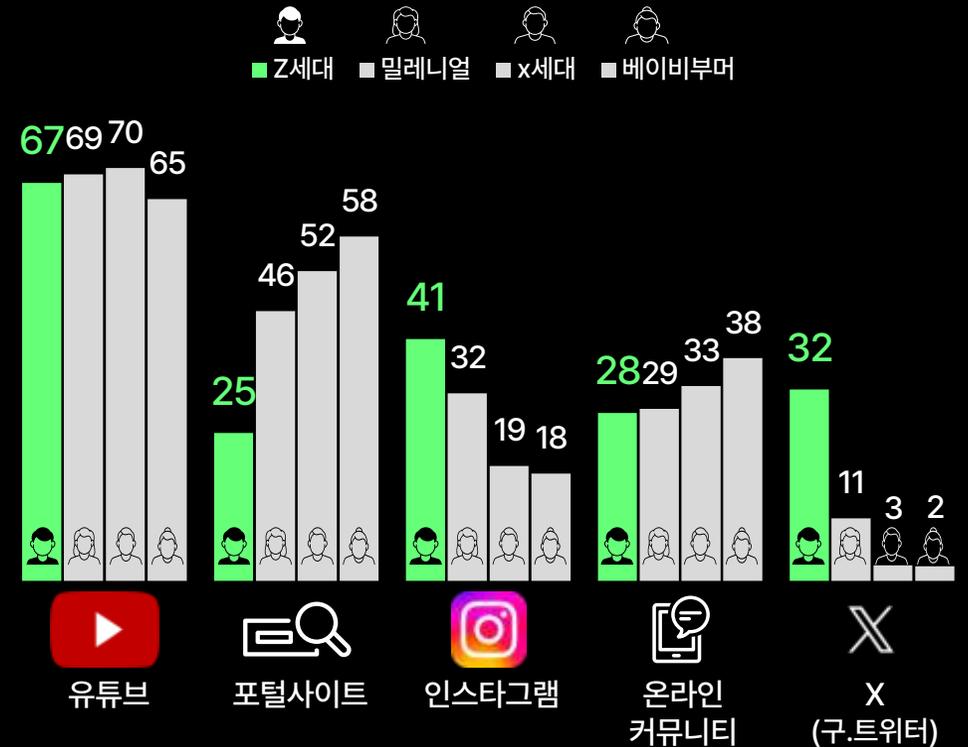
타인 반응 검색 시 기대 정보



[Base: 전체 1,519명, unit: %]



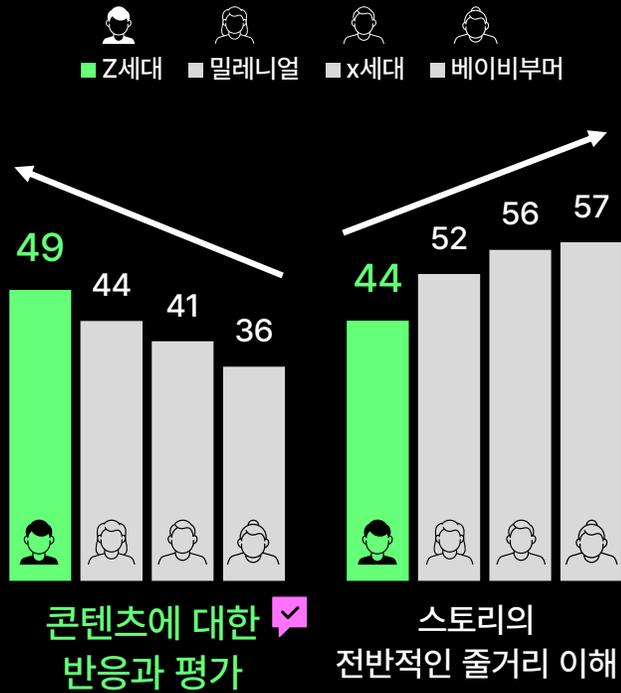
리뷰/반응 확인 플랫폼



[Base: 전체 1,519명, unit: %]

콘텐츠 자체에 대한 이해나 정보 < 타인의 반응과 평가 주로 유튜브를 통해 확인하고, 인스타그램·X 의존도는 타세대 대비 ↑

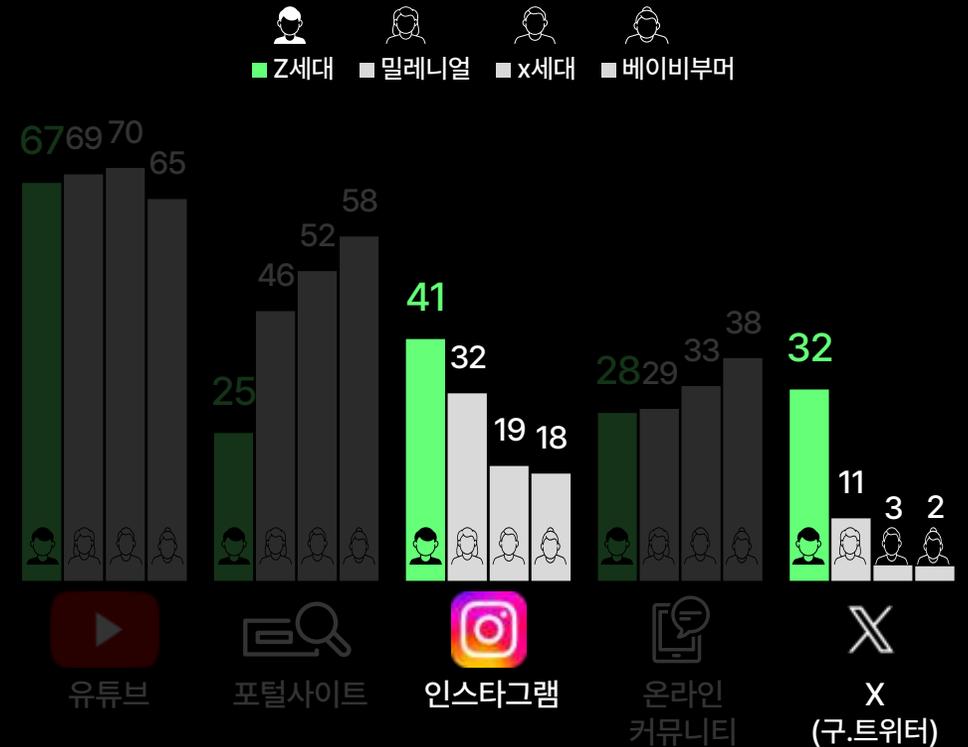
타인 반응 검색 시 기대 정보



[Base: 전체 1,519명,unit: %]



리뷰/반응 확인 플랫폼



[Base: 전체 1,519명,unit: %]

감정을 검색하고 자신의 반응과 비교하고 싶어함

같은 반응을 확인했을 때

만족감
확신
안도감
기쁨
공감
연결감
흥미
자부심



다른 반응을 확인했을 때

혼란스러움
좌절감
무관심
애매
어
의구심
흥미로움
실망감
불안감
짜증

다른 반응을 확인했을 때는 어떤 행동을 취하나요?

 **31%**
다른 리뷰나 반응을 더 찾아보다

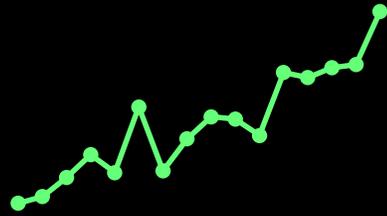
 **18%**
친구나 지인과 토론한다

시청률과 화제성은 입소문을 타고...

JTBC 웰컴투 삼달리



웰컴투 삼달리 시청률 추이



1회 2회 3회 4회 5회 6회 7회 8회 9회 10회 11회 12회 13회 14회 15회 16회



JTBC 놀아주는 여자



개사라기 흥행의 대표작들

서울의 봄

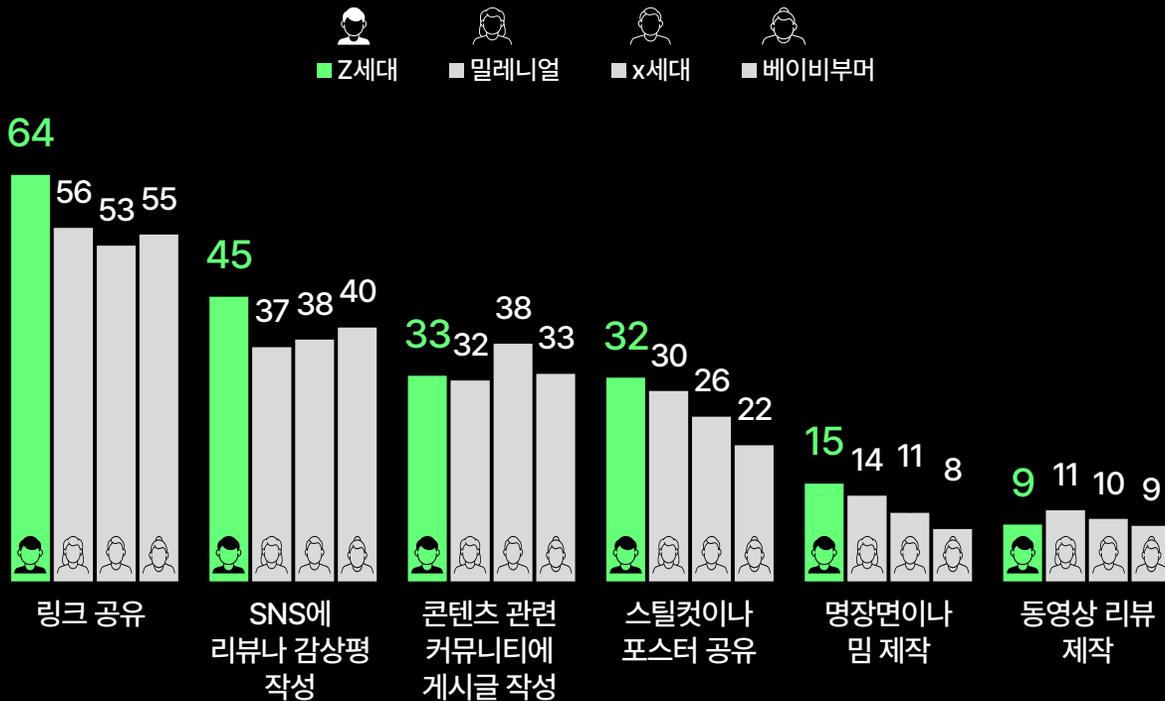


파묘



Z세대는 좋아하는 콘텐츠를 공유하고, 함께 즐기며 소통하고 싶어함

선호 콘텐츠 공유 경험



[Base: 전체 1,519명, unit: %]

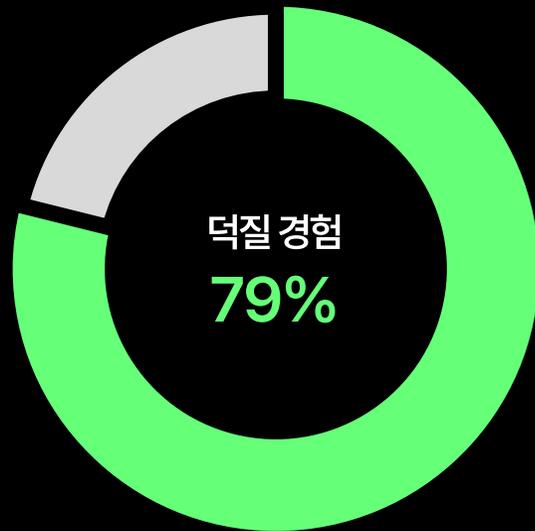
공유 이유



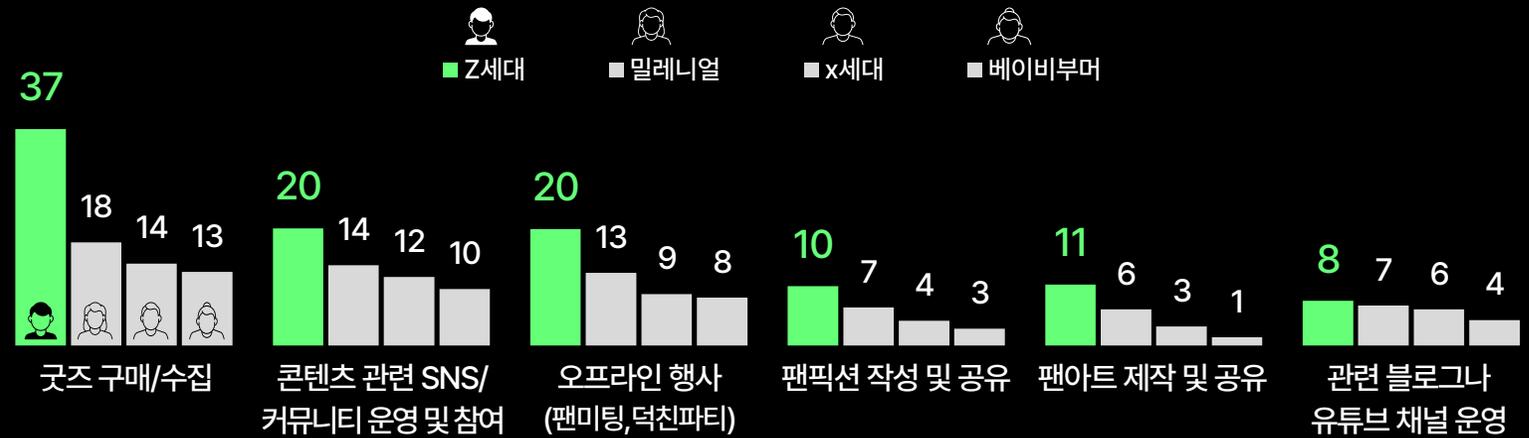
[Base: 선호 콘텐츠 공유 경험 Z세대 554명, unit: %]

덕질로 적극적 공감과 소통

어떤 덕질을 해보셨나요?



[Base: Z세대 710명, unit: %]



[Base: 전체 1,519명, unit: %]



Speedy Consumption

'초'능력 소비

배속 시청, 스킵 시청이 타 세대 대비 높은 편

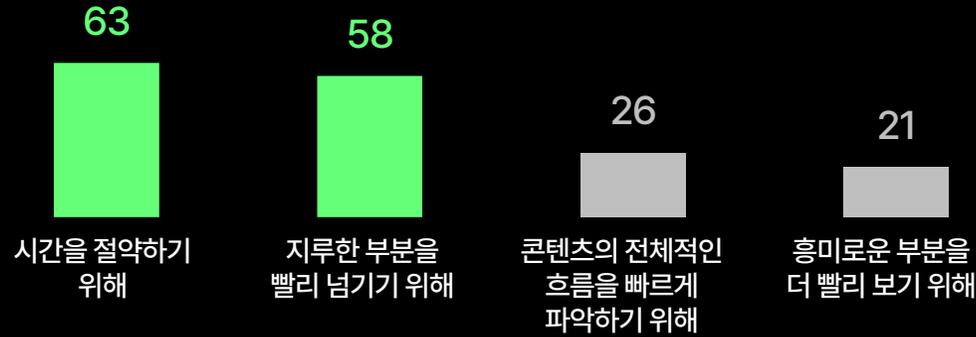
콘텐츠 시청 습관



[Base: 전체 1,519명, unit: %]

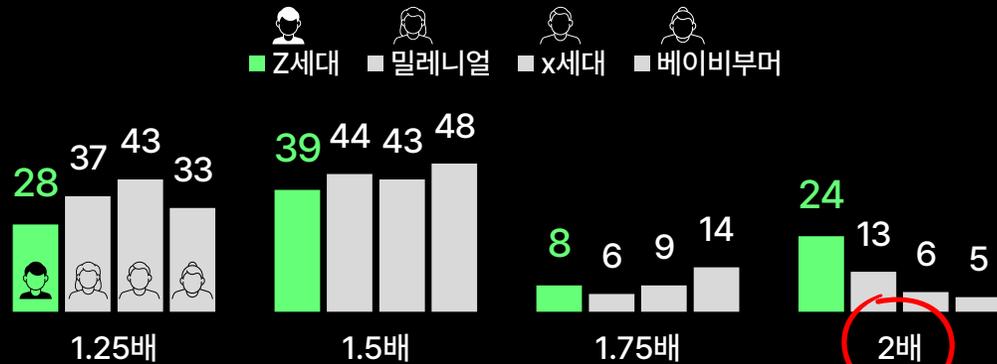
지루한 부분을 넘기기 위해 배속 시청 2배속 시청도 많은 편

배속 시청 이유



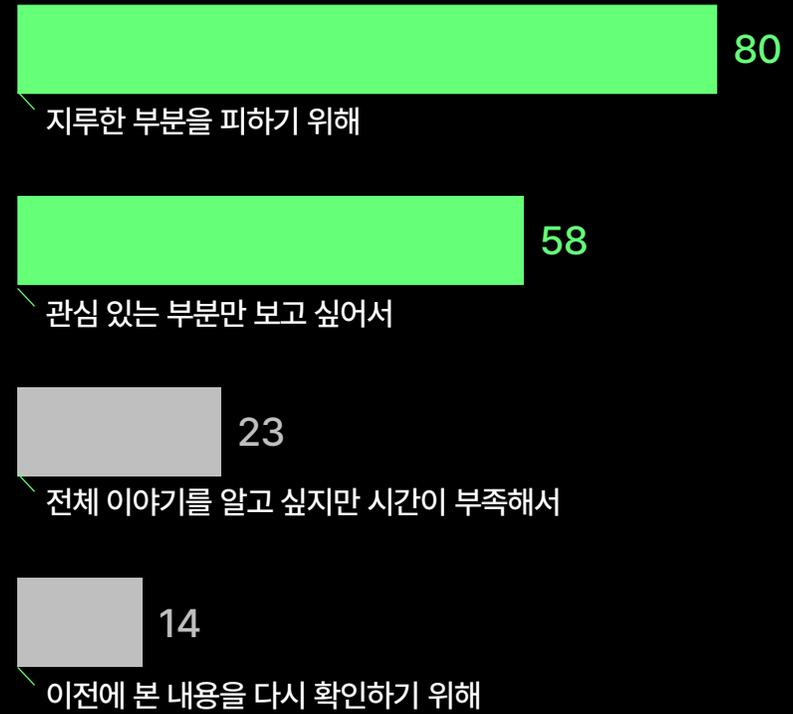
[Base: 배속 시청 Z세대 189명, unit: %]

주 시청 배속



[Base: 배속 시청자 327명, unit: %]

스킵 시청 이유



[Base: 스킵시청 Z세대 168명, unit: %]

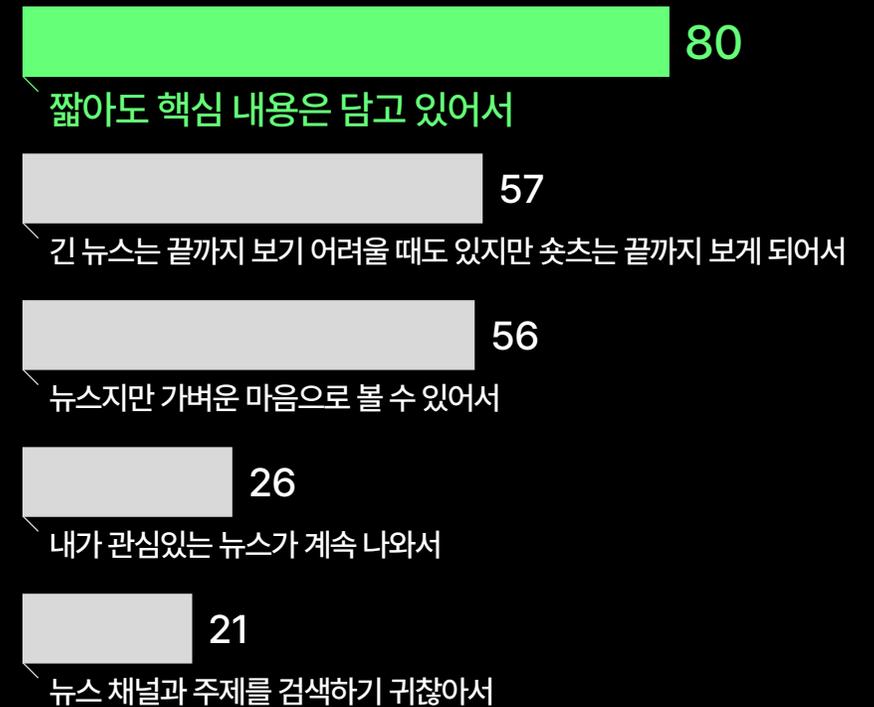
뉴스도 유튜브로 시청, 짧게 핵심만

유튜브 뉴스 시청 이유



[Base: 유튜브 뉴스 이용 Z세대 454명, unit: %]

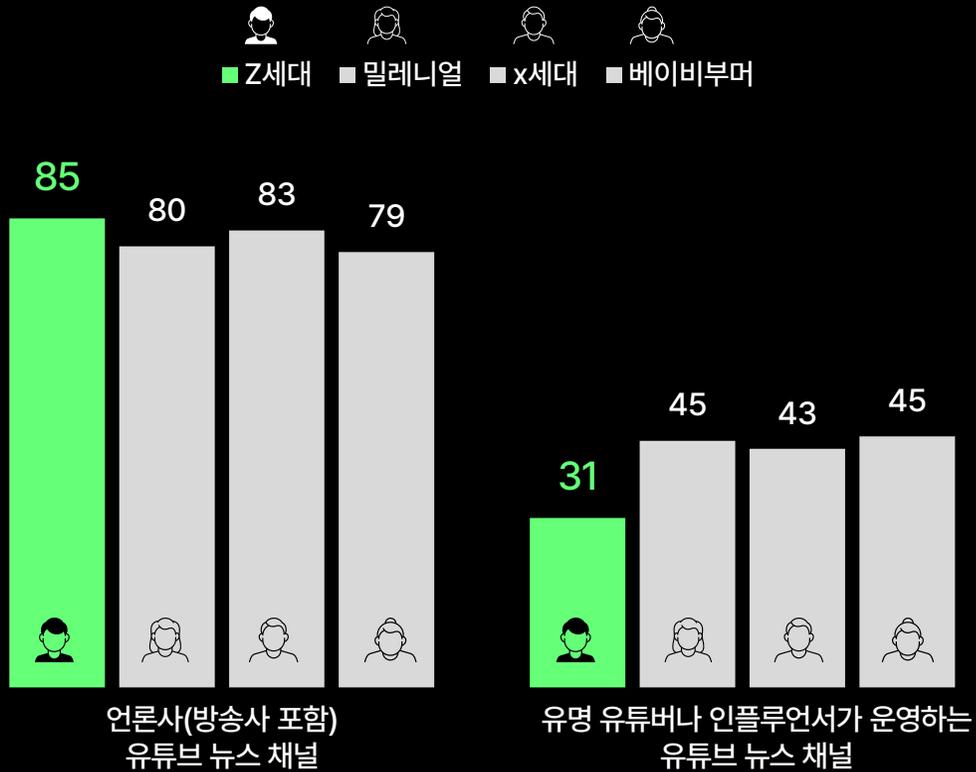
숏츠 뉴스 시청 이유



[Base: 숏츠 뉴스 이용자 384명, unit: %]

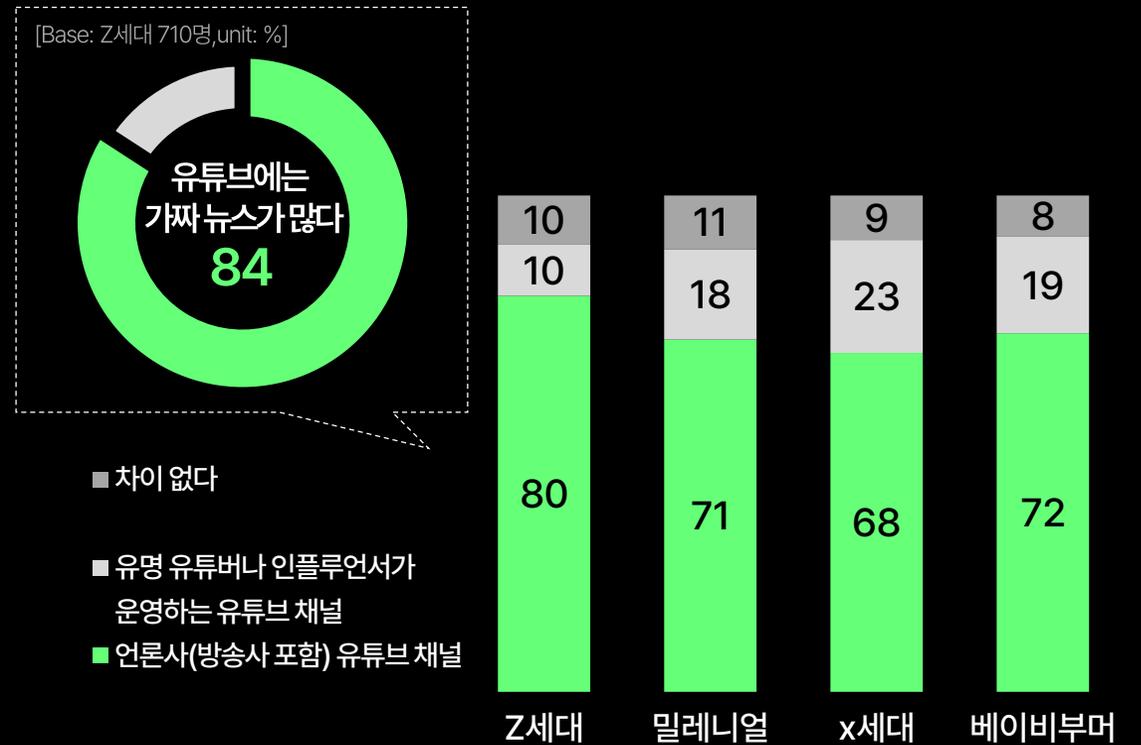
유튜브 뉴스도 언론사 채널을 통해 이용

뉴스 습득 유튜브 채널 종류



[Base: 전체 1,519명, unit: %]

유튜브 채널 신뢰도

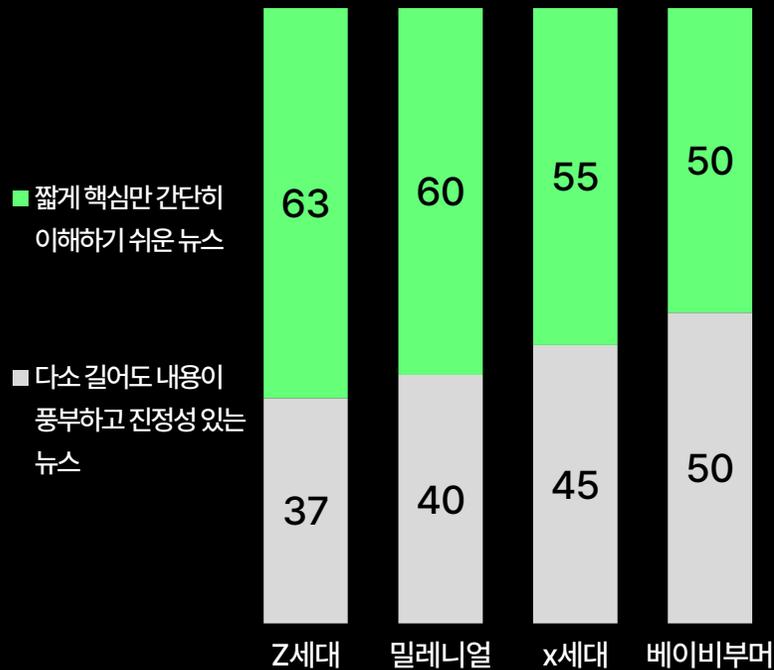


[Base: 전체 1,519명, unit: %]

핵심만 간단히 이해하기 쉬운 뉴스를 선호

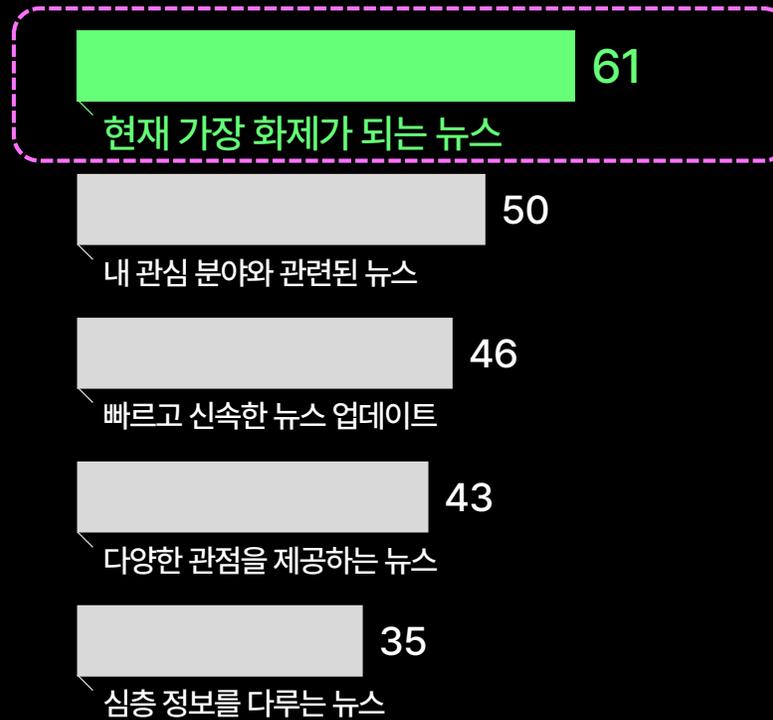
현재 가장 화제가 되는 뉴스를 통해 빠르게 상황 파악하고 민감하게 반응하고 싶어함

선호 뉴스/기사



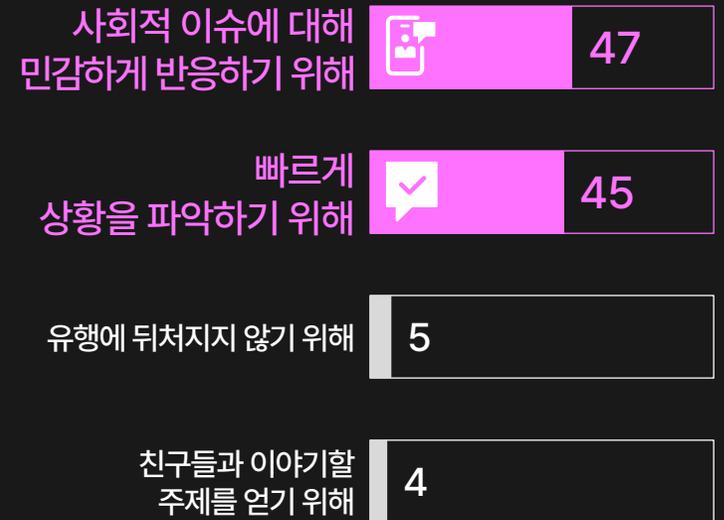
[Base: 전체 1,519명, unit: %]

뉴스/기사 소비 시, 중요 고려 요소



[Base: Z세대 710명, unit: %]

화제성 뉴스 선호 이유



[Base: 화제성 뉴스 중요 고려 Z세대 433명, unit: %]

뉴스뿐만 아니라 드라마, 예능 등 모든 콘텐츠에서 확산세인 "썩개기 콘텐츠"

뉴스 '소셜 Pick'



드라마 '낮과 밤이 다른 그녀'

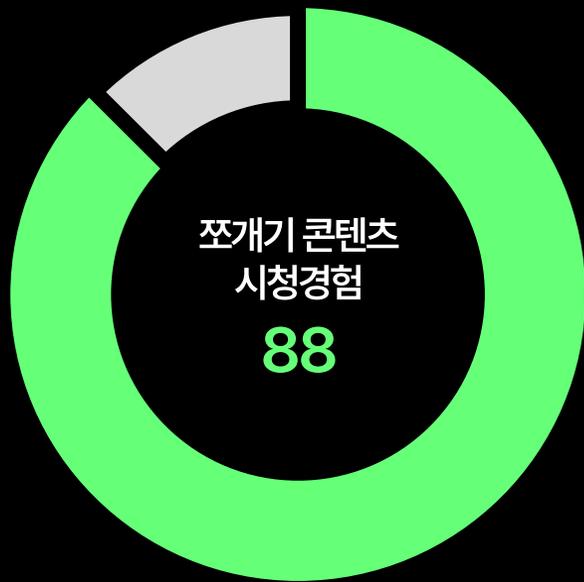


예능 'My name is 가브리엘'



핵심정보만 빠르게, 짧은 시간 내에 많은 정보를 주는 쪼개기 콘텐츠

쪼개기 콘텐츠 시청경험



[Base: 전체 1,519명, unit: %]

쪼개기 콘텐츠 시청의 장점



[Base: 쪼개기 콘텐츠 시청 Z세대 621명, unit: %]

앞으로의 '초'능력 콘텐츠 소비는?

세로형 숏폼 드라마



[Base: Z세대 710명, unit: %]

극장용 스낵 무비



[Base: Z세대 710명, unit: %]

Mixed Views on AI

AI Critic

AI에 대한 많은 관심과 투자

이데일리

'우영우' 제작사 에이스토리, AI 콘텐츠 기획·제작 사업 전개

입력 2024.06.14. 오전 9:41 기사원문

5

🔊 🗣️ 📄



[이데일리 스타in 김가영 기자] 에이스토리가 AI(인공지능) 기술을 기반으로 한 영상 콘텐츠 제작사업을 전개한다.

14일 에이스토리는 "거대 자본 없이도 양질의 콘텐츠를 다양하게 제작할 수 있는 AI 시대에 발맞춰 AI 기술을 활용한 AI기술 기반의 다양한 영상 제작을 진행 중"이라고 밝혔다. 우선 6월부터 매주 금요일에 AI 기술을 활용해 제작한 '모자왈' 예고편을 시작으로, 에이스토리가 보유한 드라마 IP를 활용한 AI 콘텐츠, 제작 예정 드라마의 AI 버전 예고편들이 자사 공식 유튜브에 공개된다.

서울경제 구독중

시나리오·영상제작까지...숏폼, AI로 다 끝낸다

입력 2024.07.15. 오후 5:44 · 수정 2024.07.15. 오후 7:14 기사원문

양지혜 기자 · 김성태 기자

1 댓글

🔊 🗣️ 📄

[K플랫폼 숏폼 승부]
◆ 생성형AI로 날개 단 숏폼시장
카카오엔터, AI 활용 쇼츠 제작
OST·시나리오 기획 작업 활용
51부작 드라마 두달만에 완성도

[서울경제]

날로 커지고 있는 숏폼(짧은 영상) 콘텐츠에 생성형 인공지능(AI)이 날개를 달아주고 있다. AI가 긴 분량의 웹툰 줄거리를 요약해 1분 내외의 쇼츠를 만들어주는가 하면 AI로 만든 시나리오를 활용한 숏폼 드라마가 인기다. AI 기술이 빠르게 발전하고 있는 만큼 숏폼 콘텐츠 제작에 AI를 활용하는 사례는 더욱 늘어날 것으로 전망된다.

15일 정보기술(IT) 업계에 따르면 카카오(035720)엔터테인먼트는 이르면 다음 달 중 AI로 쇼츠를 만들 수 있는 기술인 '헬릭스 쇼츠'를 선보일 예정이다. 이는 AI가 웹툰·웹소설을 짧은 영상으로 제작하는 기술로, 영화의 예고편과 같은 기능을 수행한다. 예컨대 기존 카카오페이지 이용자들이 웹툰을 보기 위해서는 줄거리 된 설명을 읽고 이용권을 구매했으나 헬릭스 쇼츠 기술 도입 이후에는 60초 안팎의 동영상을 보고 해당 웹툰의 즐거움을 한눈에 파악할 수 있다.

PICK 1

매일경제 구독중

"AI로 손쉽게 웹툰 그려 드라마 가능성 테스트"

입력 2024.07.25. 오후 9:08 기사원문

김현주 기자

1 댓글

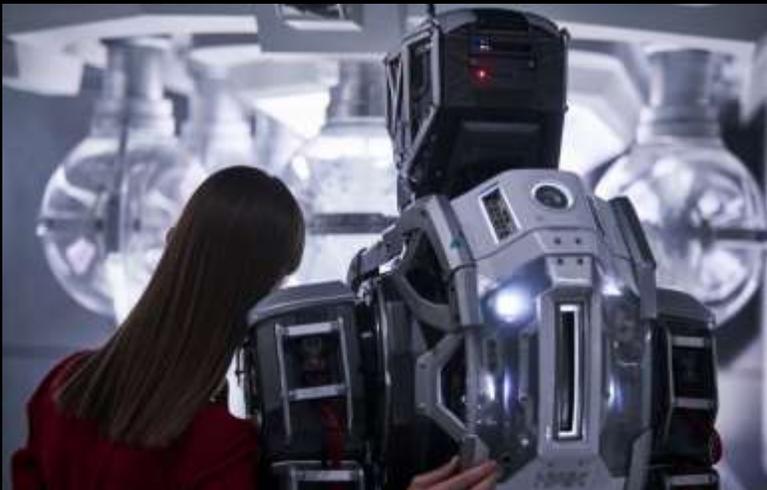
🔊 🗣️ 📄

오상준 드라마머스 대표 인터뷰
AI 웹툰 제작 플랫폼 개발
"콘텐츠 장르 순환 빨라질 것"



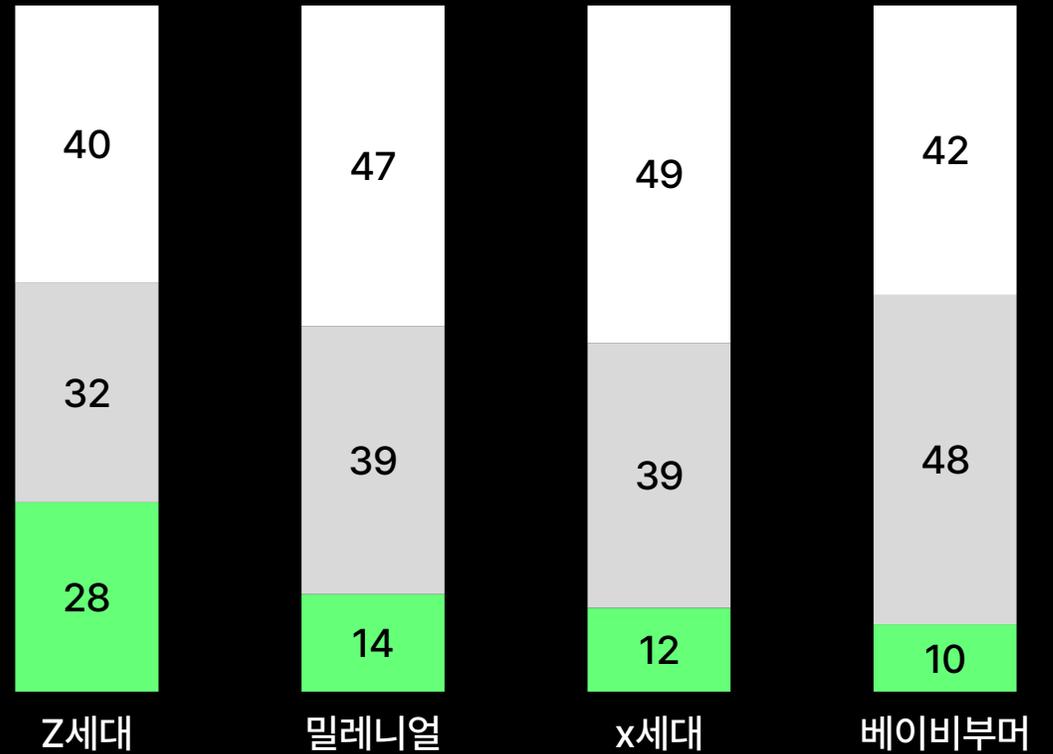
인공지능(AI) 기반 웹툰 제작 플랫폼을 일본의 기자가 직접 '고양이를 쓰다듬는다' '행복한 표정' '별다른' 등을 입력해 생성된 웹툰 이미지. 드라마머스

AI 친숙도가 가장 높은 Z세대



- 매우 낯선+낯선
- 보통
- 매우 친숙+친숙

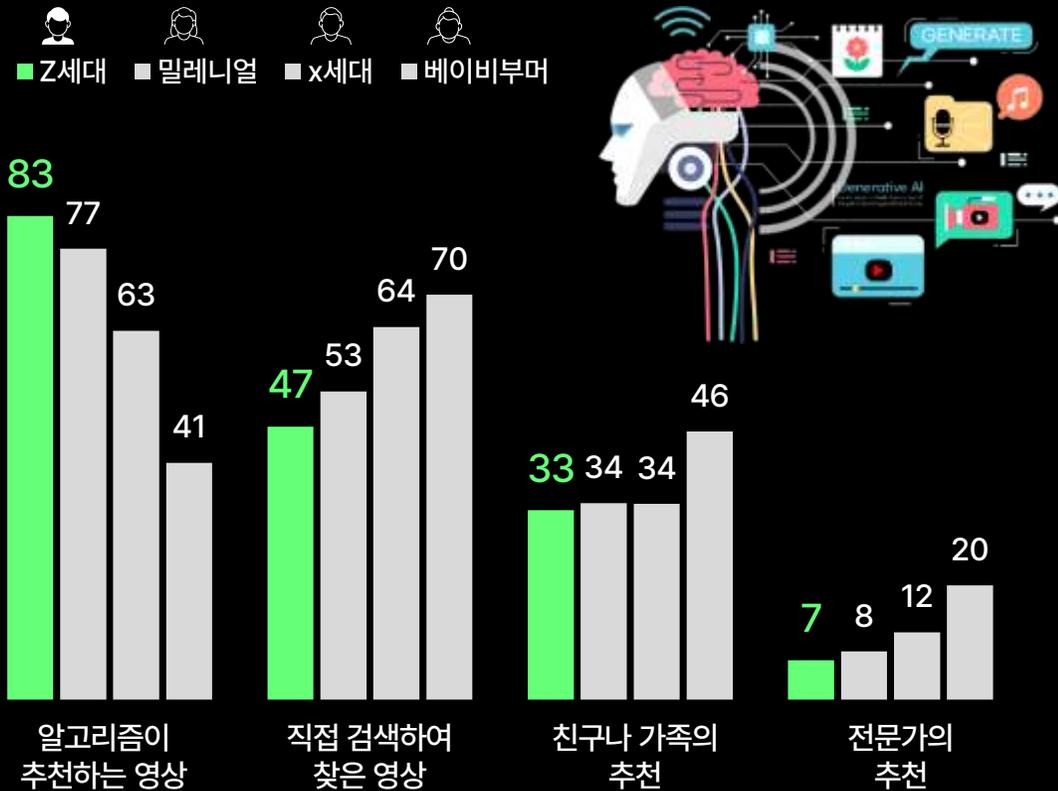
AI 콘텐츠 친숙도



[Base: 전체 1,519명, unit: %]

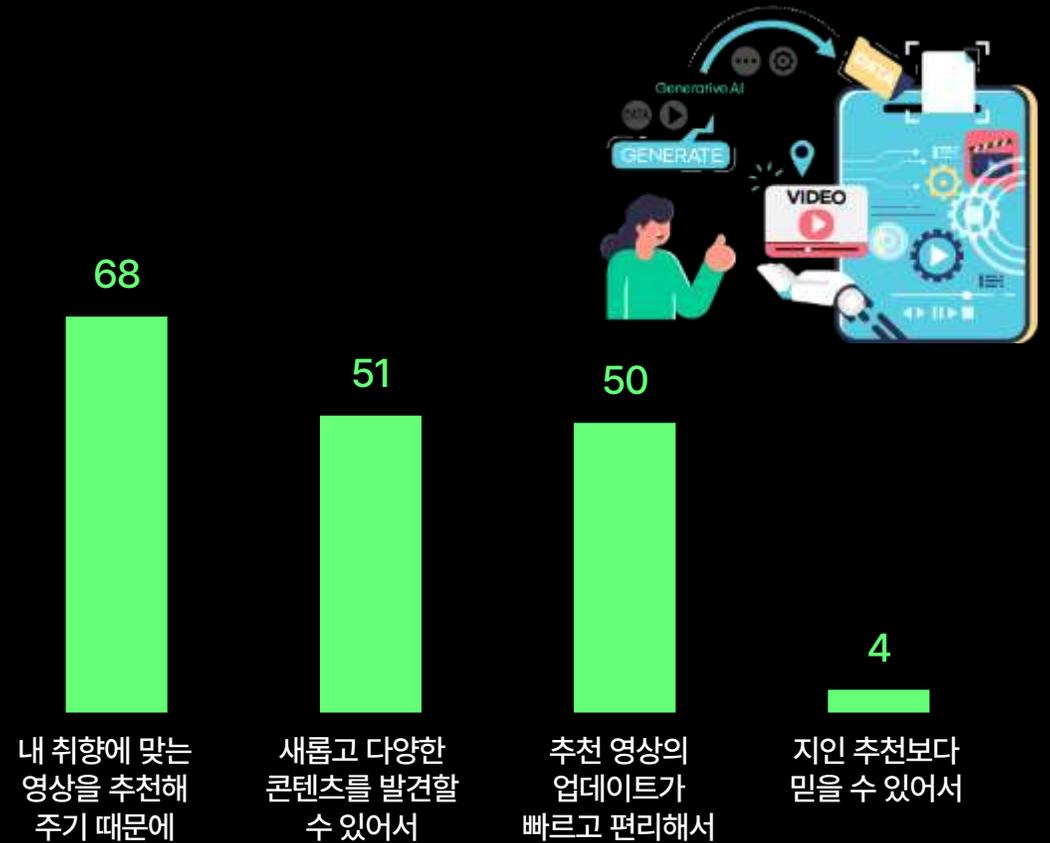
알고리즘을 신뢰하고 적극 이용하는 Z세대

주 시청 영상



[Base: 전체 1,519명, unit: %]

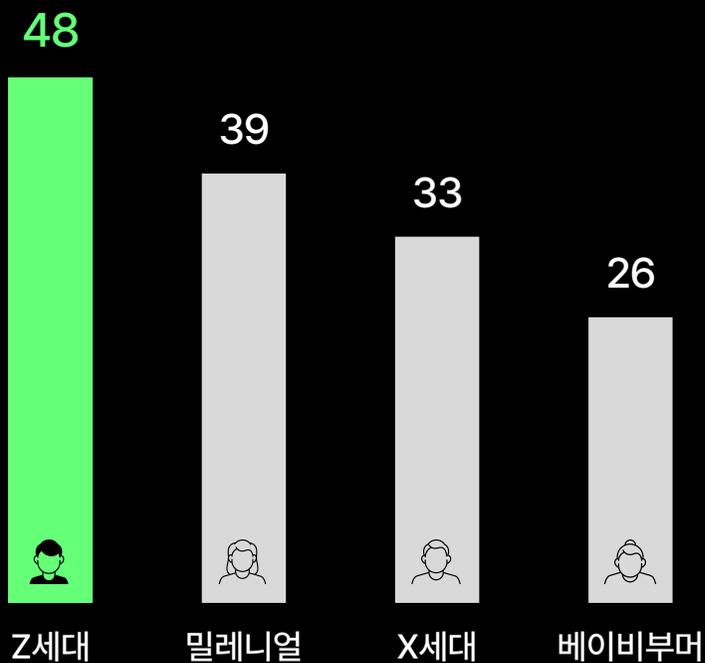
알고리즘 추천영상 선호 이유



[Base: 알고리즘 추천영상 선호 Z세대 482명, unit: %]

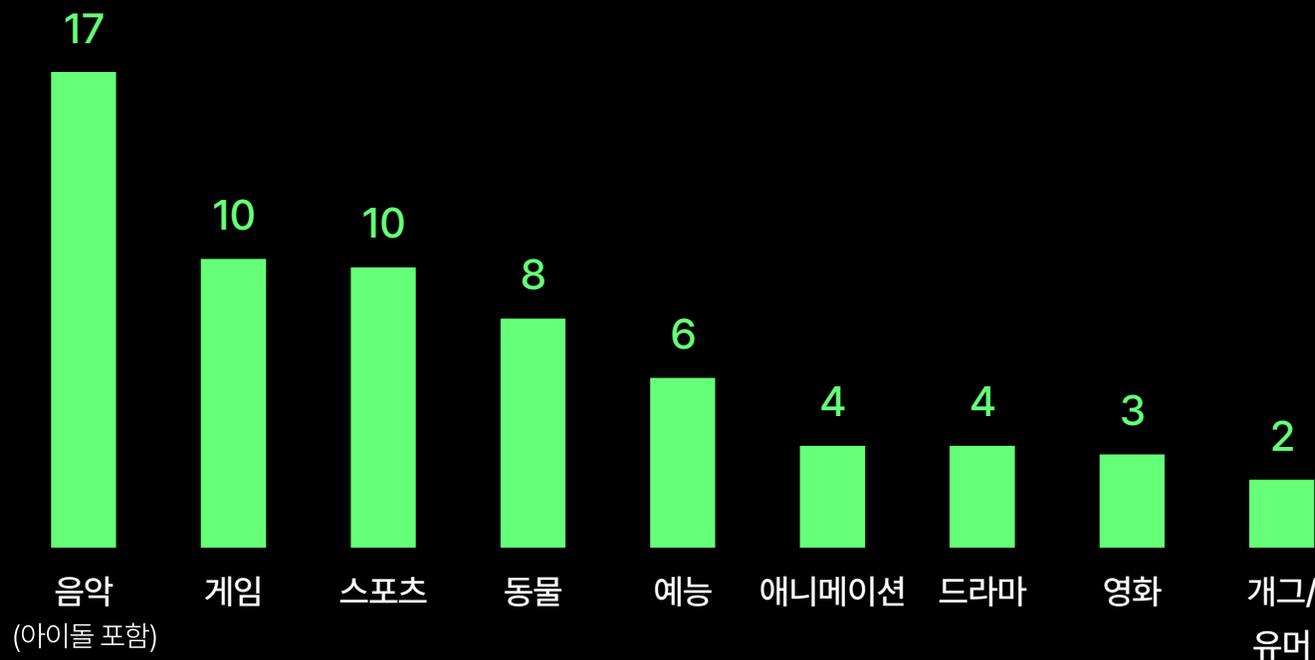
보고 싶은 게 있을 땐?! 알고리즘 정리도 적극적

알고리즘 세탁 경험



[Base: 전체 1,519명, unit: %]

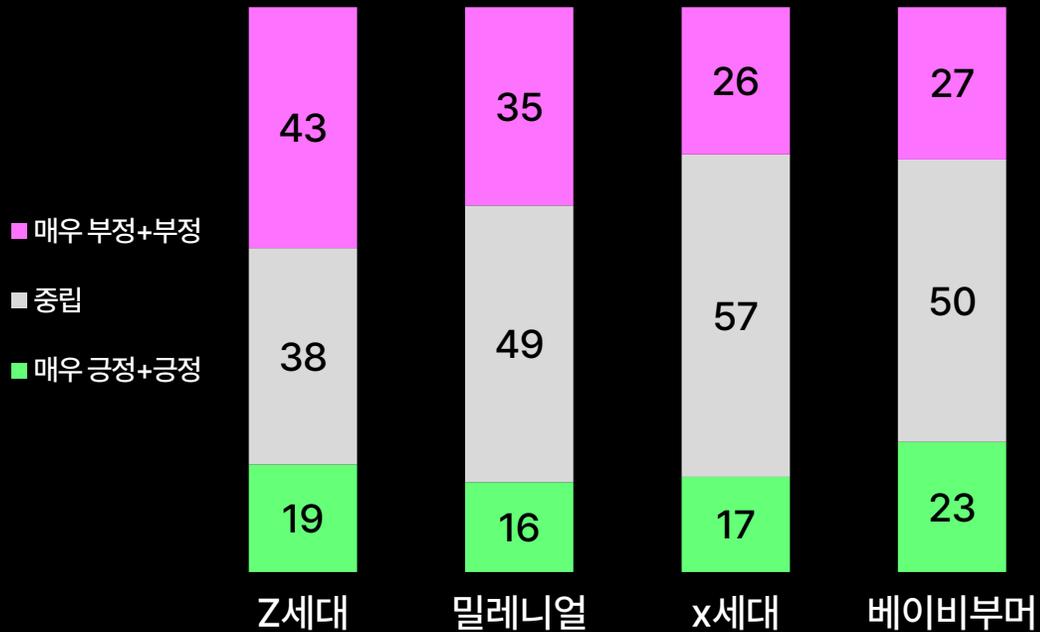
알고리즘 세탁 후 보고 싶은 콘텐츠 주제



[Base: 알고리즘 세탁 경험 Z세대 339명, unit: %]

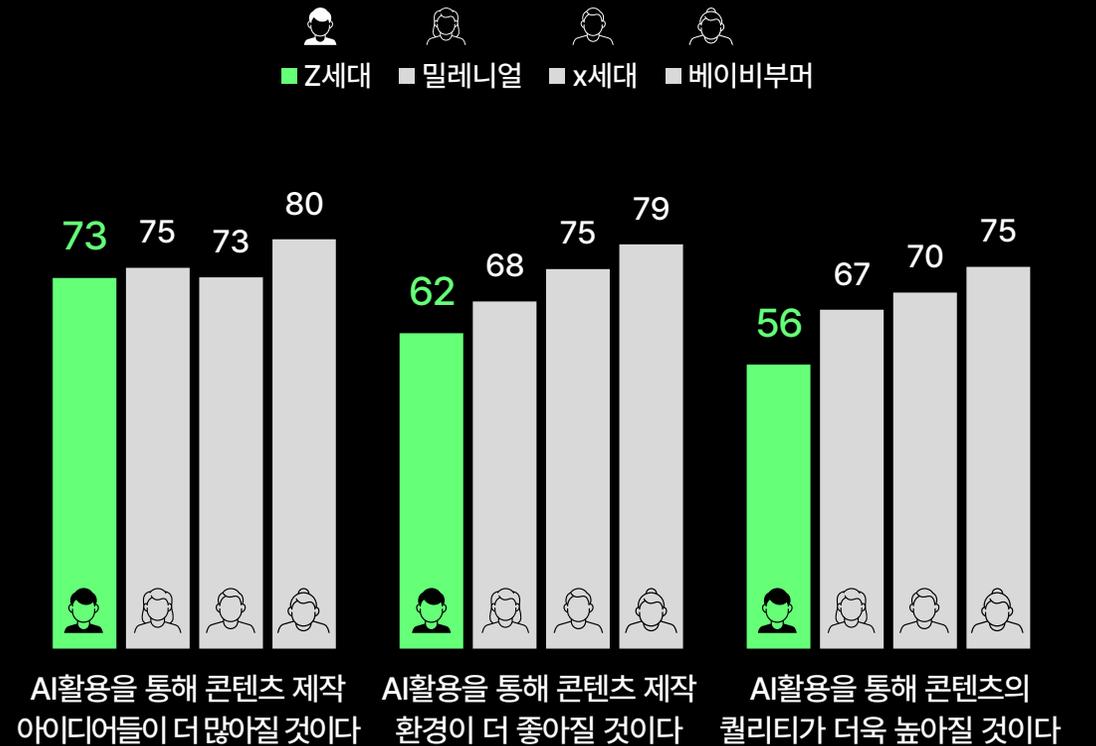
하지만 AI콘텐츠에 대한 전반적 평가는 모든 세대 중 가장 부정적이고 AI활용에 대한 기대도 낮은 편 Why?

AI 콘텐츠에 대한 전반적 인식



[Base: 전체 1,519명, unit: %]

AI 활용에 대한 기대



[Base: 전체 1,519명, unit: (매우 그렇다+그런 편)%]

Z세대가 바라본 AI



"이제는 검색보다 Chat GPT를 먼저 찾는 경우가 많아졌어요"



"공대 친구는 AI가 없으면 과제하기가 힘들다고 AI를 찬양하고, 영어 공부도 AI와 하는 친구들이 많아요"



"ChatGPT를 활용해 노래와 그림을 만들었는데, 꽤 높은 퀄리티의 결과물을 보여서 놀랐어요!

짧은 시간에 작사/작곡을 한다는 점, 키워드만으로 원하는 그림을 그려준다는 점에서 만족도가 높았어요"



"AI가 만든 콘텐츠는 감정, 유머 등 세밀한 부분에 깊이가 없고 복제품의 껍데기 같아요"



"AI 콘텐츠의 퀄리티를 보는 눈은 확실히 갖고 있어요. AI가 만든 것과 디자이너가 만든 것 명확히 구분할 수 있고 표현법과 감각이 달라 아직은 무리가 있어요"



"처음에는 'AI로 이런 것까지 되네'하고 막상 써보면 '아직 이런 것까지만 가능하구나' 하고 퀄리티에 실망해요"



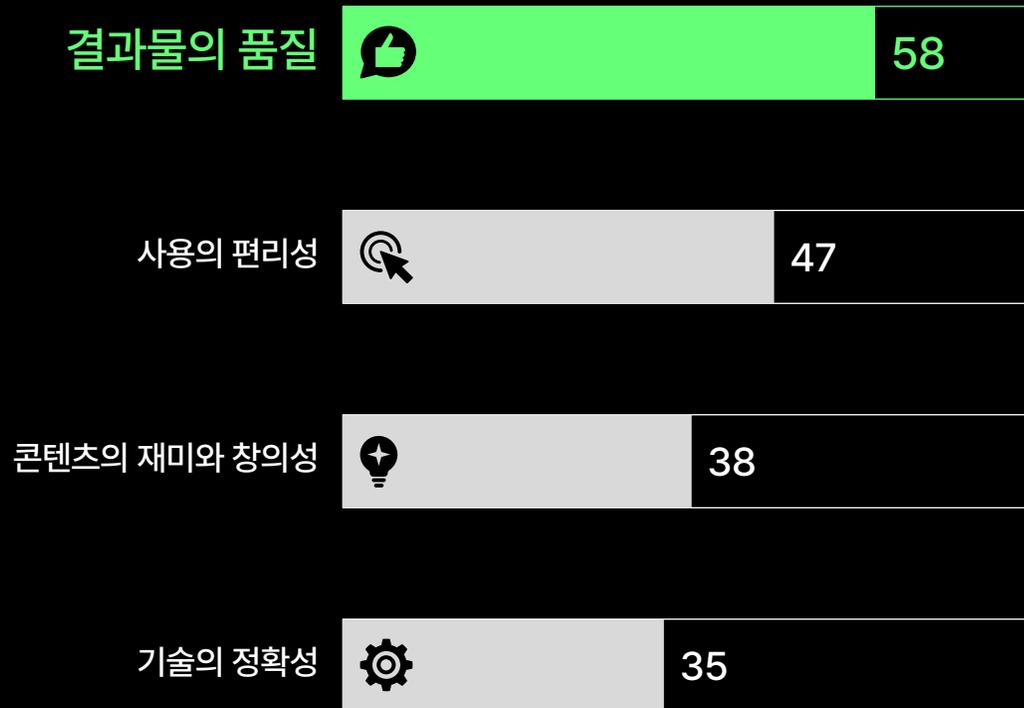
"쇠맛이 나요"



"AI가 만들었어도 디테일이 부족하거나 재미가 없으면 보지 않아요. 콘텐츠 제작의 핵심은 기획의 참신함, 본질적인 재미와 센스죠"

결과물의 퀄리티와 자연스러움에 대한 Needs

AI 활용 시, 중요 고려 요소



[Base: AI 기능 활용 경험 Z세대 364명, unit: %]

향후 AI 콘텐츠에 대한 Needs



[Base: Z세대 710명, unit: %]

'시를 보는 눈'을 가진 Z세대를 고려한 양질의 콘텐츠 개발 필요

The JoongAng 구독

“생성형 AI로 만든 판타지 호러, 실제 촬영만큼 실감나”

입력 2024.07.25, 오전 12:01 | 수정 2024.07.26, 오후 3:42 | 기사원문

황지영 기자

추천 댓글

공유 인쇄 댓글 신고



권한솔 감독은 “실제 촬영과 AI를 섞어 효율적이면서도 풍부한 볼거리가 있는 작품을 만드는 것이 목표”라고 말했다. 권혁재 사진전문기자

권한솔 감독(31)은 한국 AI(인공지능) 영화의 개척자이자 선두 주자다. 생성형 AI로 제작한 판타지 호러 '원 모어 펌킨'으로 지난 2월 두바이 국제AI영화제에서 대상과 관객상을 받았다. 이달 초 부천국제판타스틱영화제(BIFAN)에선 특별연급상을 받았다. '원 모어 펌킨'은 스토리와 메시지를 갖춘 세계 최초의 AI 영화로 꼽힌다. 200년을 산 노인 부부, 해골 얼굴 저승사자, 귀신 들린 호박 등 캐릭터가 기존 AI 기획 영상은 비교가 안 될 만큼 정교하다. 생성형 AI를 이용해 음성을 포함한 모든 장면을 5일 만에 만들었다. 지난 15일 서울 서초구 작업실에서 만난 그는 “AI는 제작비나 촬영 환경의 한계를 뛰어넘게 하는 돌파구”라며 “사람 대신 AI가 CG(컴퓨터그래픽)를 처리하는 날이 곧 올 것”이라고 말했다.

전자신문 구독

이경도·방찬우 에이스토리 PD “AI 콘텐츠, 완성도 위한 새 접근 중 하나...선택은 결국 사람”

입력 2024.08.12, 오후 12:55 | 기사원문

박동선 기자 TALK

4 댓글

공유 인쇄 댓글 신고



사진=에이스토리 제공

“AI를 활용하는 것도 완결성과 완성도를 지닌 작품을 위한 과정, 최종선택은 결국 사람의 몫” 이경도·방찬우 에이스토리 PD가 최근 AI버전 예고편 공개와 함께 제작 소감을 이같이 밝혔다.

최근 서울 상암동 모처에서 이경도·방찬우 에이스토리 PD와 만나 콘텐츠 제작생태계 관련 인터뷰를 가졌다.

에이스토리는 설립 20주년을 맞이하는 콘텐츠 제작사로, K콘텐츠 첫 대표 격인 '킹덤' 시리즈를 비롯, '이상한 변호사 우영우', '모래에도 꽃이 핀다', '크래시' 등 화제의 드라마는 물론, 쿠팡플레이 'SNL코리아' 등을 제작하며 역량을 과시해왔다.

최근에는 '모자왕', '악이 우글거리는 강가에서' 등 자기작의 시놉시스를 녹인 AI 콘텐츠를 공개, 화제를 모으고 있다. AI 플랫폼을 통한 IP 활용도 다각화와 제작기술 다변화를 연구하는 동시에, 작가·PD 등 전문가를 중심의 제작생태계에 대중의 피드백을 능동적으로 반영하려는 시도로 비쳐 주목받고 있다.

P

Paradox of Context

노(NO)맥락

—— 맥락보다 더 중요한 건 재미

R

Reality-Fantasy Fusion

현실Fantasy

—— 현실과 판타지를 묘하게 넘나들며 몰입

I

Interactive Emotional Exploration

감정검색

—— 감정을 확인하고 소통하며 덕질까지 연결

S

Speedy Consumption

'초'능력소비

—— 지루함은 사절, '초'단위 콘텐츠 소비

M

Mixed Views on AI

AI Critic

—— 친숙한 AI 생성 콘텐츠,
그만큼 높은 기준으로 '비평'하고 함께 '발전'하는 세대

감사합니다

JoongAng Group

KOCCA
KOREA CREATIVE CONTENT AGENCY

HankookResearch