

## 유튜브 쇼츠 플랫폼 조회수 상위 네일 콘텐츠 분석

김은실 · 김수지<sup>†</sup>

광주대학교 뷰티미용학과

### Analysis of High-View Nail Content on YouTube Shorts Platform

Eun Sil Kim and Soo Zy Kim<sup>†</sup>

Dept. of Beauty Design & Science, Gwangju University; Gwangju, Korea

**Abstract:** This study examines the factors affecting viewer preference of highly viewed nail-related content on YouTube Shorts within the rapidly evolving landscape of short-form video consumption. Specifically, it investigates the relationships between visual composition, information delivery methods, and subscriber responses in nail Shorts content. For this purpose, the top 10 most-viewed nail-related YouTube Shorts videos uploaded between January 2024 and December 2025 were selected for analysis. Based on previous studies, the analytical framework was organized into three categories: formative characteristics, content types, and editing elements. Formative characteristics included shape, color, material, decorative elements, art type, and expression techniques. content types were classified into product information, procedural demonstrations, and knowledge provision, and editing elements comprised subtitles, background music, sound effects, and narration. In addition, a qualitative analysis of user comments was conducted, categorizing responses into emotional and aesthetic reactions, information requests, behavioral intentions, originality, and negative feedback. The findings revealed that viewer preference was influenced less by specific design types than by content strategies that organically integrate visual completeness, technical expression processes, and structured information delivery. Moreover, content combining high visual appeal with clear procedural and product information elicited stronger audience engagement. This study contributes both academically and practically by providing foundational insights for effective planning and marketing strategies in nail Shorts content production.

**Key words:** social network service platform(SNS 플랫폼), nail YouTube(네일 유튜브), nail art(네일아트), YouTube shorts(유튜브 쇼츠), beauty content(뷰티 콘텐츠)

## 1. 서 론

최근 미디어 환경은 OTT(over the top) 서비스의 급성장과 함께 스마트폰, 태블릿 등 모바일 기기를 통한 콘텐츠를 자유롭게 소비하는 시대에 진입했다. 기존 긴 형식 콘텐츠(long-form)로 자리잡고 있는 유튜브의 일반 영상 중심에서 현재는 유튜브 쇼츠(YouTube shorts)와 틱톡(Tiktok), 인스타그램 릴스(Instagram reels)와 같은 숏폼(short-form) 영상이 대중적인 SNS 콘텐츠 형식으로 변화되고 있다(Chang, 2023). 이러한 숏폼 콘텐츠는 2020년경부터 급격히 확산되어 현재 대부분의 플랫폼에서 주요 포맷으로 자리 잡았으며, 오픈서베이 기사에서도 숏폼 이용률이 2022년도 시청 경험 비율 56.5%에서 2023년도 68.9%으

로 1년 사이 12.4%으로 증가하는 것으로 조사되면서 큰 상승세를 보인다(Im, 2023).

예전의 네일 트렌드는 패션쇼나 전문 잡지를 통해 소개되었으나 최근에는 SNS를 통해 빠르게 확산되고 있다. 특히, 유튜브 쇼츠와 같은 플랫폼은 새로운 디자인과 기법을 소개하는 데 효과적인 수단으로 활용되기도 하며, 시술 방법과 과정을 상세하게 소개해주면서 다양한 네일 스킬과 팁을 제공하고 있다. 네일 유튜버 ‘슈니네일’은 체리핑크 얼음네일을 주제로 ASMR 아트 영상을 업로드 하여 조회 수 817만 회를 기록하였고(Shuninail, 2024), 네일 유튜버 ‘주네일’은 고양이 네일 영상을 업로드하여 조회 수 641만 회를 기록하면서 유튜브 영상 못지 않은 인기를 얻고 있다(Jounail, 2025). 이처럼 유튜브 쇼츠에서는 짧은 시간 내 네일 시술 과정과 방법을 제공해주거나 네일 제품 소개와 후기, 네일 시술 브이로그, ASMR과 같은 형태로 아트, 케어, 연장, 네일 국가자격증 등의 키워드로 다양하게 업로드 되고 있다.

최근 연구된 자료를 살펴보면 관광 콘텐츠 숏폼 특성에 따른 공유의도 및 여행의도에 미치는 영향에 관한 연구(Shen, 2023), 숏폼 음악 콘텐츠 영상 시청 실태 및 인식조사에 관한

<sup>†</sup>Corresponding author: Soo Zy Kim

Tel. ■■■■■■

E-mail: soozy6113@naver.com.

©2026 The Korean Fashion and Textile Research Journal(KFTRJ). This is an open access journal. Articles are distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

연구(Eum, 2024), 패션 슛폼 크리에이터의 슛폼 콘텐츠 제작에 관한 연구(Son, 2024)로 관광, 음악, 패션 관련 콘텐츠의 연구들이 주를 이루며, 네일 슛폼 콘텐츠에 관련된 학술적 연구는 매우 제한적이다.

이러한 변화 속에서 유튜브 쇼츠를 중심으로 한 네일 콘텐츠 분석은 뷰티 산업의 마케팅 전략 수립과 구독자들의 니즈(needs)에 맞는 중요한 정보를 제공할 수 있다. 따라서 본 연구는 유튜브 쇼츠에 나타난 네일아트 트렌드를 조형적 특징(모양, 색채, 재질, 장식 요소, 아트 종류, 표현 기법)과 콘텐츠 유형(제품 정보, 시술 과정, 노하우 제공), 편집 요소(자막, 배경음악, 효과음, 내레이션)로 유형화하여 조사하고, 유튜브 쇼츠 콘텐츠에서 어떠한 디자인과 구성 요소가 선호되어 높은 조회 수를 기록하는지를 분석하고자 한다. 더 나아가 댓글 분석을 통해 구독자의 감성적·심미적 반응, 정보 요청, 행동 의도 등 실제 수용 반응을 함께 고찰함으로써 조회 수 상승에 기여하는 성공 요인을 질적으로 도출하고자 한다. 이를 통해 향후 뷰티 유튜브 쇼츠 영상 제작 시 구독자 니즈에 부합하는 효과적인 콘텐츠 구성 방향과 마케팅 전략 수립에 기여할 수 있는 이론적·실무적 시사점을 제시하고자 한다.

본 연구는 네일 유튜브 쇼츠 콘텐츠를 분석하기 위해 국내 SNS 플랫폼 중 이용률이 90% 이상으로 가장 높은 유튜브를 분석 대상으로 선정하였으며, 유튜브 쇼츠 영상 중 조회 수 상위권 콘텐츠를 중심으로 조사하였다.

분석 기준은 기존 선행연구를 바탕으로 조형적 특성, 콘텐츠 유형, 편집 요소의 세 범주로 재구성하였다(Choi, 2024; Ji, 2020; Kim, 2021; Ryu, 2023). 조형적 특성은 셰입의 모양(라운드, 포인트, 오버 스퀘어), 색채(먼셀 색체계 기준), 재질(유광, 매트), 장식 요소(인조 보석, 스티커, 파츠, 메탈, 글리터), 아트 종류(캐릭터, 기하학, 자연문, 3D아트), 표현기법(핸드페인팅, 마블, 그라데이션, 자석 기법)으로 분류하였다. 콘텐츠 유형은 제품 정보 제공, 시술 과정 제시, 노하우 제공으로 구분하였으며, 편집 요소는 자막, 배경음악, 효과음, 내레이션으로 세분화하여 분석하였다.

또한, 구독자의 반응을 파악하기 위해 댓글 분석을 병행하였다. 댓글 분석 기준은 선행연구를 토대로 각 영상의 인기순 댓글 최대 50개까지 수집하였으며, 감성·심미적 반응, 행동 의도 반응, 독창성 반응, 부정적 반응, 정보 요청 반응으로 유형화하였다(B. Kim, 2024; Son, 2023). 슛폼 콘텐츠의 특성상 영상별 댓글 수의 편차가 존재하므로, 댓글 수가 제한적인 경우에는 이용자 참여 반응이 낮은 사례로 분류하여 해석에 반영하였다. 아울러 댓글 수 자체를 이용자 참여도의 보조 지표로 활용함으로써 분석의 타당성을 보완하였다.

분석 대상 영상은 '네일아트', '젤네일', '네일', 'Nail Art', 'Gel Nail', 'Nail'을 검색 키워드로 수집하였다. 유튜브 플랫폼의 빠른 변화 흐름을 고려하여 트렌드를 도출하기에 적합한 기간을 확보하고자 검색 기간을 2024년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지 약 2년으로 설정하였다. 해당 기간 동안 검색된 네일

유튜브 쇼츠 영상 중 조회 수가 가장 높은 상위 10개 콘텐츠를 최종 분석 대상으로 선정하여 앞서 설정한 분석 기준에 따라 분석을 실시하였다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. SNS 플랫폼과 뷰티 콘텐츠 확산

SNS(social network service) 플랫폼은 정보 공유, 전달, 상호작용, 네트워킹을 기반으로한 디지털 서비스로 새로운 인적 네트워크를 연결하는 매개체로 기능하며, 뷰티 산업에서 콘텐츠 확산을 촉진하는 핵심 채널로 자리 잡고 있다. 이용자들은 동영상, 사진, 글 등의 게시물을 통해 서로의 정보를 공유하고, 이를 통해 개인의 취미나 관심사에 관련된 다양한 콘텐츠를 자연스럽게 접하게 된다. 이러한 과정에서 지인뿐만 아니라 새로운 사람들의 정보도 쉽게 접근할 수 있으며, 정보의 지속적 공유는 새로운 관계 형성과 네트워크 확장을 가능하게 한다(Joo, 2020).

최근에는 SNS와 뷰티 산업이 결합되면서 뷰티 콘텐츠라는 새로운 유형의 콘텐츠가 등장하였다. 네일, 메이크업, 피부, 헤어스타일링 등 다양한 주제를 다루는 뷰티 콘텐츠는 시각적 매력과 실용적 정보를 동시에 제공함으로써 높은 확산력을 가지고 있다. 이용자들은 SNS 플랫폼을 통해 다양한 뷰티 관련 영상을 손쉽게 접할 수 있으며, 이를 통해 직접 경험하지 못한 제품이나 시술에 관한 정보, 후기, 시술 방법등을 간접적으로 체험할 수 있다. 이러한 특징은 이용자들에게 신뢰 기반의 정보를 제공함과 동시에 뷰티 마케팅에서 중요한 역할을 수행하고 있다(Hong, 2024). 또한, 알고리즘 추천, 해시태그, 공유 기능을 통해 새로운 콘텐츠들이 빠르게 확산되면서 뷰티 트렌드가 단기간내에 이용자들에게 확산되는 특징을 보이며, 트렌드 형성에 핵심적인 역할을 수행하고 있다.

이로 인해 현대 사회에서 뷰티 콘텐츠는 외모 관리뿐만 아니라 자기표현의 수단으로 주목받으며, 이는 콘텐츠 소비와 공유를 촉진하는 주요 동기로 작용한다. 따라서 뷰티 콘텐츠 확산은 SNS 플랫폼의 특성과 결합하여 개인의 소비 행태와 뷰티 산업 전반에 중요한 영향을 미치는 요인으로 이해할 수 있다.

### 2.2. 유튜브 쇼츠의 특성

유튜브는 2021년 이후 짧은 형식의 동영상인 쇼츠를 도입하면서 쇼츠 플랫폼의 수요 증가와 더불어 관심도가 높아지고 있다. 쇼츠는 짧게는 10~15초의 영상으로 기존 영상을 더 짧게 편집하여 제공하는 방식이며, 새롭고 창의적인 이미지의 영상을 바탕으로 다양하게 제공되면서 급격하게 성장하고 있다(Kim, 2022).

예전에는 영화나 드라마 콘텐츠의 VOD(video on demand)와 OTT 플랫폼 중심의 영상이 모바일 형태로 제작되었다면 최근에는 이용자들의 요구에 맞게 가벼운 내용에 부담 없이 즐길 수 있는 스낵컬처(snack culture)로 변화되면서 또 다른 형태로

발전되었다(Kang, 2022).

유튜브 쇼츠는 다른 영상들과는 다르게 영상 전체 재생 시간이 3분 미만이어야만 업로드 할 수 있으며, 룻폼 영상과 달리 이용자가 원하는 영상을 검색하지 않아도 유튜브 카테고리에 쇼츠 공간이 따로 배정되어 있어 위, 아래 스크롤을 사용해 원하는 영상을 편하고 쉽게 시청할 수 있다(Lee, 2025). 또한, 알고리즘을 기반으로 한 서비스는 이용자들의 미디어 이용 성향을 자동으로 분석하여 관심있어하는 콘텐츠를 노출시켜주기도 하며, 간단한 편집 기능을 활용해서 짧고 강렬하게 제작할 수 있게 되면서 이용자들에게 편리함은 물론 흥미와 몰입감을 주고 있다.

최근 업로드된 네일 쇼츠 콘텐츠에서는 네일샵을 비교하는 영상, 네일 샵 리뷰 영상, 네일 제품 추천 영상, 셀프네일 방법, 다양한 아트 시술 방법, 네일 국가자격증, 네일 ASMR 등의 다양한 콘텐츠들이 공유되고 있으며, 이는 네일 디자인 트렌드의 변화가 맞물리면서 네일 쇼츠 콘텐츠는 단순한 디자인 공유를 넘어 빠른 공유, 시청자 참여, 트렌드 확산 측면에서 트렌디한 미디어 형식으로 부상하고 있다.

### 3. 조회 수 상위 네일 쇼츠 분석

#### 3.1. 조회 수 1위 영상

이 영상은 조회 수 315만 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 1위를 차지하고 있다. 콘텐츠의 주제는 바다를 컨셉으로 한 자연문 기반의 3D아트 네일이며, 시술 과정과 함께 사용 제품 정보, 워터볼 제작 방법 등 구체적인 노하우를 제공하는 정보 중심형 콘텐츠로 분석되었다. 편집 요소에서는 영상 상단에 한글 자막을 배치하고 배경음악과 직접 녹음한 내레이션을 함께 활용함으로써 짧은 영상 길이에도 불구하고 정보 전달의 명확성과 몰입도를 동시에 확보한 것으로 조사되었다.

조형적 특성에서 웨입은 오버 스퀘어 형태로 나타났고, 색채는 PB/V, PB/S, PB/B, P/B, B/B, R/V, Y/P, White, Black 등 다양한 컬러를 사용하여 아쿠아 바다의 이미지를 입체적으로 구현한 것으로 관찰되었다(Fig. 1). 재질은 유광 탑젤을 사용하여 투명감과 광택을 강조하였고, 장식은 물고기, 해마, 조개 등

바다 주제의 스티커와 파츠를 활용하여 시각적 완성도를 높였다. 표현 기법에서는 그라데이션과 자석 기법을 병행하여 자연스럽고 깊이감 있는 바다 표현을 구현한 것으로 조사되었다.

좋아요 수는 4.3만 개로 확인되었으며, 댓글 분석에서는 감성적·심미적 반응이 가장 높은 비중을 차지하였다. “예쁘다”, “대박”과 같은 감성적 댓글은 28개로 나타났고, “예술작품 같아요”와 같이 작품성 및 독창성을 언급한 댓글은 7개로 조사되었다. 또한, “따라 해보고 싶어요”와 같은 행동 의도 반응이 6개로 나타나 실제 시술 재현 욕구를 유발한 것으로 해석된다. 반면, “너무 불편하고 무거울 것 같아요”와 같은 부정적 반응도 일부(5개) 확인되었으나, 이는 고난도 3D아트 특성에 따른 현실적 인식으로 판단된다. 정보 요청 댓글은 4개로 시술 과정과 노하우에 대한 학습적 관심 역시 함께 형성되었음을 보여준다.

#### 3.2. 조회 수 2위 영상

이 영상은 조회 수 62만 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 2위를 차지하고 있다. 네일 콘텐츠의 주제는 여름 시즌과 발레 슈즈 이미지를 결합한 3D아트이며, 시술 전 과정과 함께 사용하는 제품의 이미지와 브랜드를 자연스럽게 노출하는 정보 제공형 콘텐츠로 분석되었다. 특히, 과도한 설명 없이 시술 흐름에 맞춰 제품 정보를 제시함으로써 구독자의 거부감을 줄이면서도 실질적인 정보 전달 효과를 주기 위한 것으로 나타났다.

편집 요소는 배경음악을 사용하지 않는 대신 켈을 바르고 파츠를 부착하는 과정에서 발생하는 실제 제품 소리를 강조하여 ASMR과 유사한 효과음을 연출한 것으로 관찰되었다. 이러한 편집 방식은 시청자의 감각적 몰입도를 높이고, 시술 현장감을 강화함으로써 쇼츠 플랫폼에서 차별화된 시청 경험을 제공한 것으로 해석된다.

조형적 특성에서 웨입은 오버 스퀘어 형태로 나타났으며, 재질은 유광으로 분석되었다. 색채는 White, PB/V, PB/S, PB/B, Silver 계열을 중심으로 구성되어 청량하고 세련된 여름 이미지를 강조한 특징을 보였다(Fig. 2). 장식은 블루, 투명 계열의 인조보석, 나비 스티커, 파츠가 사용되었으며, 표현 기법에서는 핸드페인팅 기법과 자석 기법을 병행하여 입체감과 고급스러움



Fig. 1. The first place video. <https://youtu.be/oiNSxKF9mXY?si=wFktJGles9Rfoat>



Fig. 2. The 2nd place video. <https://www.YouTube.com/watch?v=FYIF6dOF3Mw>

을 동시에 구현한 것으로 나타났다.

좋아요 수는 4만 3천 개로 확인되었으며, 댓글에서는 감성적·심미적 반응이 가장 높은 비중을 차지하였다. “색깔이 너무 아름답네요”, “완전 제 취향이에요”와 같은 감성적 댓글은 총 34개로, 색채와 전체적인 분위기에 대한 긍정적 인식이 강하게 형성되었음을 확인할 수 있다. 또한, “차가운 푸른 얼음 위를 걷는 천사 발레리나 같아요”와 같이 이미지와 스토리를 결합한 독창적 해석 댓글이 5개로 나타나 감성적 상상력을 자극하는 요소로 작용했음을 시사한다. 행동 의도를 나타내는 댓글은 “나도 해봐야지”와 같은 반응을 중심으로 7개가 확인되어 실제 시술 재현 욕구를 유발한 것으로 해석된다. 반면, “셀프네일 하는데 너무 어렵네요”와 같은 부정적 댓글은 1개로 나타났으며, 이는 고난도의 3D아트 및 자석 기법에 따른 현실적 인식으로 판단된다. 정보 요청 댓글은 “자석은 어디서 구매하신 건가요?” 등 3개로 조사되어 학습 및 구매 연계 관심이 함께 형성되었음을 보여주고 있다.

### 3.3. 조회 수 3위 영상

이 영상은 조회 수 7만 5천 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 3위를 차지하고 있다. 네일 콘텐츠의 주제는 꽃 모티브를 활용한 자연문 네일이며, 엠보셀을 사용하여 입체적인 3D 꽃 형태를 구현한 것이 특징이다. 해당 영상은 풀컬러 도포부터 꽃 형태를 완성하는 시술 과정 전반을 보여주며, 사용된 제품의 컬러와 브랜드, 이미지를 함께 제시함으로써 구독자가

실제 시술에 적용할 수 있도록 정보 전달 기능을 강화한 것으로 분석되었다.

편집 요소 측면에서는 시술 과정에 대한 세부 자막 설명은 포함되지 않았으나, ‘Fairycore nails’라는 타이틀 자막을 제시하여 영상의 전체 콘셉트와 분위기를 명확하게 전달하고 있다. 이는 쇼츠 영상 특성상 과도한 정보 제시보다 핵심 주제를 직관적으로 인식하도록 유도하는 전략으로 해석된다. 배경음악은 부드럽고 차분한 톤으로 구성되어 꽃 모티브 디자인의 감성적 이미지를 강화하는 역할을 수행하였다.

조형적 특성에서는 라운드 웨일과 유광 재질이 적용되어 부드럽고 여성스러운 이미지를 강조하였으며, 색채는 R/P, R/VP, White, Silver 계열을 중심으로 구성되어 봄 시즌과 잘 어울리는 화사하면서도 고급스러운 분위기를 연출하였다(Fig. 3). 장식 요소로는 인조보석과 메탈 파츠를 활용하여 단순한 플라워 디자인에 입체감과 장식성을 더하였고, 표현 기법에서는 핸드 페인팅과 그라데이션 기법을 병행하여 섬세한 표현 완성도를 높인 것으로 나타났다.

좋아요 수는 6천 개로 확인되었으며, 댓글에서는 “넘 예뻐서 비명 질렀어요”, “Beautiful”과 같은 감성적·심미적 반응이 12개로 가장 높은 비중을 차지하였다. 이는 해당 영상이 정보 중심 콘텐츠라기보다 디자인의 미적 완성도와 감성적 자극을 통해 시청자의 긍정적 반응을 유도한 콘텐츠임을 시사한다. 또한, “Thank you for the inspiration”과 같은 독창성 인식 반응(3개), “이 디자인으로 제 손가락에 올려도 될까요?”와 같은 행동 의



Fig. 3. The 3rd place video. <https://www.YouTube.com/watch?v=IgwFgDmEANK>

도 반응(2개)이 함께 나타나, 단순 감상에 그치지 않고 실제 적용 가능성에 대한 관심도 일부 형성되었음을 확인할 수 있었다. 반면, 부정적 반응과 정보 요청 댓글은 각각 1개로 비교적 낮은 비중을 보여 전반적으로 긍정적인 수용 양상이 우세한 콘텐츠로 해석된다.

### 3.4. 조회 수 4위 영상

이 영상은 조회 수 7만 3천 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 4위를 차지하고 있다. 네일 콘텐츠의 주제는 체크 패턴을 활용한 기하학 네일이며, 전체적인 시술 과정과 함께 라인을 쉽고 정교하게 그리는 방법, 라인을 정리하는 노하우를 중심으로 구성된 것으로 나타났다. 특히, 복잡해 보일 수 있는 기하학 패턴을 단계적으로 제시함으로써 구독자가 따라 하기 쉽도록 구성한 점이 특징으로 관찰되었다.

제품 정보는 화면 오른쪽 상단에 자막 형태로 제시되어 시술 흐름을 방해하지 않으면서도 사용 제품과 컬러 정보를 직관적으로 인지할 수 있도록 설계되었다. 이는 쇼츠 영상 특성에 맞게 시각적 집중도를 유지하면서 정보 전달 기능을 병행한 편집 전략으로 해석된다. 편집 요소에서는 자막과 배경음악을 함께 활용하여 영상의 리듬감을 유지하였으며, 조형적 특성에서는 라운드 세입과 유광 재질을 적용하여 체크 패턴의 직선적인 이미지에 부드러움을 더하였다.

색채는 White, P/S, P/B, P/P 계열을 중심으로 구성되어 단정하면서도 세련된 이미지를 보여주었으며, 장식 요소로는 단추 모양의 파츠를 사용하여 기하학적 패턴에 포인트를 더한 것으로 나타났다(Fig. 4). 표현 기법에서는 핸드페인팅 기법이 활용되어 전체적으로 모던하고 깔끔한 디자인 완성도를 강조하는 콘텐츠로 분석되었다.

좋아요 수는 6천 개로 확인되었으며, 댓글에서는 “너무 귀여워워”와 같은 감성적·심미적 반응, “이 디자인도 파시는 건가요?”와 같은 행동 의도 반응, “흰색 바르실 때 사용한 제품은 무엇인가요?”와 같은 정보 요청 반응이 각각 1개씩 나타났다. 댓글 수는 많지 않았으나, 디자인 완성도에 대한 긍정적 평가와 함께 실제 구매 또는 적용 가능성, 사용 제품에 대한 관심이 동시에 확인되었다는 점에서 본 영상은 정보 제공형 콘텐츠로서

의 성격이 뚜렷한 사례로 해석된다.

### 3.5. 조회 수 5위 영상

이 영상은 조회 수 약 7만 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 5위를 차지하고 있다. 본 영상은 벚꽃을 모티프로 한 자연문 표현과 3D 아트 기법을 활용한 네일이며, 계절성을 반영한 주제 설정이 특징적으로 나타났다. 네일 시술 과정 전반을 단계별로 보여주고, 사용되는 제품을 직접 노출함으로써 브랜드명, 제품명, 컬러 등 제품 관련 정보를 시각적으로 전달하는 방식이 사용되었다. 이를 통해 구독자는 시술 과정에 대한 이해뿐만 아니라 제품 선택에 필요한 실질적인 정보를 동시에 획득할 수 있도록 구성되었다.

편집 요소 측면에서는 자막, 배경음악, 내레이션이 사용되지 않았으나, 네일 시술 시 발생하는 소리와 도구 사용음을 강조하여 ASMR과 유사한 청각적 효과를 연출하였다. 이러한 편집 방식은 시각적 집중도를 높이는 동시에 감각적 몰입감을 강화하는 역할을 한 것으로 분석된다. 특히, 짧은 숏폼 영상 특성상 과도한 편집 요소를 배제하고 소리에 집중할 점은 콘텐츠의 차별화 요소로 작용하였다.

조형적 특성 분석 결과, 네일 세입은 포인트 형태로 나타났으며, 이는 전체적인 디자인의 화려함과 장식성을 강조하는데 기여하였다. 색채 구성은 R/P, White, Silver 계열을 중심으로 이루어졌으며, 벚꽃 이미지를 연상시키는 부드러우면서도 화사한 색조 조합이 사용되었다(Fig. 5). 재질 표현은 유광으로 나타났다, 나비 모양의 인조보석, 글리터, 다양한 파츠를 활용하여 입체적이고 화려한 시각 효과를 구현하였다.

표현기법 측면에서는 그라데이션 기법을 통해 색상의 자연스러운 전환을 표현하였으며, 핸드페인팅 기법을 활용하여 벚꽃의 형태와 세부 표현을 섬세하게 구현하였다. 또한, 자석기법을 병행하여 깊이감과 광택감을 강화함으로써 3D 아트 특성을 극대화하였다. 이러한 복합적인 표현기법의 활용은 자연문 주제에 부합하는 화려하면서도 완성도 높은 이미지를 연출하는데 기여한 것으로 판단된다.

좋아요 수는 약 3.3천 개로 확인되었으며, 댓글에서는 “너무 아름다워요”, “So beautiful”과 같은 감성적·심미적 반응이 8개



Fig. 4. The 4th place video. [https://www.YouTube.com/watch?v=pnrV1H08u\\_I](https://www.YouTube.com/watch?v=pnrV1H08u_I)



Fig. 5. The 5th place video. <https://www.YouTube.com/watch?v=oiRoutdyLLc>

로 가장 높은 비중을 차지하였다. 이는 영상의 시각적 완성도와 미적 만족도가 시청자의 정서적 반응을 유도했음을 시사한다. 또한, “사용하신 도구 이름은 뭐가요?”, “마요 에로스 몇 번인가요?” 등 구체적인 제품 및 도구에 대한 정보 요청 반응이 4개로 나타나 콘텐츠가 구독자에게 실질적인 정보 탐색 행동을 유발했음을 확인할 수 있었다. 더불어 “사고 싶네요”와 같은 행동 의도 반응이 3개로 분석되어 구매 및 사용 의도까지 확장될 가능성을 지닌 콘텐츠임을 보여준다.

3.6. 조회 수 6위 영상

이 영상은 조회 수 약 6만 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 6위를 차지하고 있다. 본 영상의 네일 콘텐츠 주제는 조개를 모티브로 한 자연문 표현과 3D 입체 아트로 나타났으며, 여름과 바다 이미지를 연상시키는 소재를 활용한 점이 특징적으로 분석되었다. 영상에서는 사용하는 제품의 이미지와 브랜드를 명확히 제시하여 구독자가 제품 정보를 직관적으로 인식할 수 있도록 구성하였으며, 단순 결과를 제시에 그치지 않고 전체적인 그라데이션 표현 방법과 입체적으로 표현하는 기법 등 네일 시술 과정 전반에 대한 노하우를 제공하는 콘텐츠로 관찰되었다.

편집 요소 측면에서는 영상 하단에 자막이 삽입되어 시술 과정에 대한 이해를 돕고, 배경음악은 K-pop이 사용되어 콘텐츠에 리듬감과 대중성을 부여하였다. 이러한 편집 방식은 비교적

화려한 네일 디자인과 어우러져 구독자의 시청각적 몰입도를 높이는 요소로 작용한 것으로 분석된다. 특히, 자막과 배경음악을 병행한 구성은 정보 전달과 감성적 자극을 충족하는 상품의 특성을 반영한 편집 전략으로 보여진다.

조형적 특성 분석 결과, 네일 세입은 라운드 형태로 나타났고, 전체적인 디자인에 부드럽고 안정적인 인상을 주었다. 색채 구성은 PB/B, White, Silver 계열을 중심으로 이루어졌으며, 바다와 조개의 이미지를 연상시키는 색채 조합으로 생동감 있는 분위기를 효과적으로 표현한 것으로 조사되었다(Fig. 6). 재질 표현은 유광으로 나타나 빛에 따라 반짝이는 효과를 강조하였으며, 이를 통해 입체적 아트의 시각적 완성도를 한층 강화한 것으로 분석된다.

장식에서는 파츠, 메탈, 인조보석류가 사용되어 조개의 질감과 광택감을 강조하였으며, 단조롭지 않은 화려한 이미지를 연출하였다. 표현기법 측면에서는 핸드페인팅 기법을 활용하여 조개의 형태와 디테일을 직접적으로 표현하였고, 자연스러운 그라데이션 기법을 병행하여 색상의 깊이감과 입체감을 강화하였다.

좋아요 수는 579개로 확인되었으며, 댓글에서는 “예쁜 듯”, “너무 예쁘다”와 같은 감성적 심미적 반응은 2개로 나타나 영상의 디자인 완성도에 대한 긍정적 인식을 확인할 수 있었다. 또한, “좋아요 늘렸다”와 같은 행동 의도 반응이 1개로 조사되어 비록 댓글 수는 많지 않으나 콘텐츠에 대한 호의적 반응과 참여 의도가 일부 형성되었음을 보여준다.



Fig. 6. The 6th place video. <https://www.YouTube.com/watch?v=UUpqVH1mGh0>

### 3.7. 조회 수 7위 영상

이 영상은 조회 수 약 4만 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 7위를 차지하고 있다. 본 영상의 네일 콘텐츠 주제는 스톤을 활용한 3D 아트 네일이며, 네일 연장의 초기 단계부터 탑셀 마무리 단계까지 전반적인 시술 과정과 함께 사용하는 제품 정보 및 시술 노하우를 종합적으로 제공하는 콘텐츠로 분석되었다. 특히, 연장 팁 내부에 인조 보석과 파츠를 삽입한 후 큐어링하는 방법, 네일 팁을 안정적으로 부착하는 과정 등 비교적 난이도가 높은 기술적 요소를 중심으로 설명하여 전문성을 강조한 것이 특징적으로 관찰되었다.

편집 요소 측면에서는 배경음악과 함께 시술 과정을 설명하는 자막을 영상 상단에 제시하여 짧은 영상 길이 안에서도 정보 전달의 효율성을 높이고자 한 전략이 확인되었다. 이러한 편집 방식은 구독자가 영상 흐름을 따라가며, 시술 단계를 이해하는 데 도움을 주는 요소로 작용한 것으로 분석된다. 조형적 특성 분석 결과, 네일 웨입은 오버 스케어 형태로 조사되었으며, 이는 스톤과 3D 장식이 강조되는 디자인 특성상 구조적 안정감을 부여하는 웨입 선택으로 보여진다.

색채 구성은 PB/V, PB/S, PB/B, Silver 등 블루 계열을 중심으로 차별하면서도 신비로운 분위기를 연출하는 색채 조합을 통해 전체적인 디자인의 통일성을 확보한 것으로 분석되었다 (Fig. 7). 재질은 유광으로 조사되어 빛의 반사 효과를 극대화함으로써 스톤과 파츠의 입체감과 광택을 강조하였다. 장식 요소에서는 블루 계열의 인조 보석, 파츠, 글리터를 활용하여 과도하지 않으면서도 은은하고 영롱한 이미지를 구현한 것으로 나타났다.

좋아요 수는 2만 1천 개로 확인되었으며, 댓글에서는 “So pretty”, “너무 아름다워요”와 같은 감성적·심미적 반응은 12개로 가장 높은 비중을 차지하였다. 이는 디자인 완성도에 대한 긍정적 평가가 주를 이루고 있음을 시사한다. 또한, “더 많이 올려주세요”와 같은 행동 의도 반응은 7개로 나타나 콘텐츠 제작자에 대한 지속적인 콘텐츠 소비 의지가 일부 형성되었음을 보여준다. 이외에도 “사용하신 쉘 종류는 뭐가요?”와 같은 정보 요청 반응이 4개로 조사되어 시술 기법과 제품에 대한 실질적 관심이 함께 나타난 것으로 분석되었다. 반면 “아름답지

만 일상에서 끼기엔 불편할 것 같아요”와 같은 부정적 반응이 1개로, 디자인의 화려함이 실용성 측면에서는 제한적으로 인식될 가능성도 시사한다.

### 3.8. 조회 수 8위 영상

이 영상은 조회 수 약 3만 5천 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 8위를 차지하고 있다. 본 영상의 네일 콘텐츠 주제는 심플한 꽃 네일을 표현한 자연문 디자인이며, 풀컬러를 고르게 바르는 방법부터 꽃 형태를 구현하는 시술 과정, 자연스럽게 꽃을 표현하기 위한 세부 노하우와 제품 정보를 단계적으로 제시하는 콘텐츠로 분석되었다. 이는 비교적 난이도가 낮은 디자인을 중심으로 기본적인 기술 습득을 돕는 교육적 성격의 콘텐츠로 해석된다.

편집 요소 측면에서는 배경음악 위에 내레이션을 녹음하고, 영상 상단에 시술 과정에 대한 자막을 함께 제공함으로써 시청자가 짧은 시간 내에 시술 흐름과 핵심 포인트를 이해할 수 있도록 구성된 것으로 나타났다. 이러한 편집 방식은 정보 전달의 명확성을 높이는 동시에 쇼츠 플랫폼 특성에 부합하는 간결한 전달 전략으로 관찰되었다.

조형적 특성 분석 결과, 네일 웨입은 라운드 형태로 조사되었으며, 이는 꽃 네일의 부드러운 이미지를 강조하는 데 적합한 선택으로 보인다. 색채는 R/P, White, Silver를 중심으로 사용되어 과도한 장식을 배제하고 심플하면서도 정제된 인상을 연출하였다(Fig. 8). 재질은 유광으로 나타나 전체적인 디자인에 깔끔한 광택감을 더하였으며, 장식 요소는 실버 파츠를 포인트로 활용하여 절제된 화려함을 부여한 것으로 분석되었다. 표현 기법으로는 마블 기법이 사용되어 꽃 디자인에 자연스러운 번짐 효과와 고급스러운 질감을 추가하였다.

해당 영상의 좋아요 수는 351개로 확인되었으며, 댓글에서는 “예술크이예요”와 같은 감성적·심미적 반응은 1개로 나타나 디자인 완성도에 대한 긍정적 평가가 일부 확인되었다. 반면, “자석 네일하는 영상도 올려주세요”, “젤 네일로 굵지 않아도 되나요?”와 같은 정보 요청형 댓글이 2개로 조사되어 구독자들이 디자인 감상보다는 시술 방법과 응용 가능성에 보다 높은 관심을 보이고 있음을 시사한다.



Fig. 7. The 7th place video. <https://www.YouTube.com/watch?v=iHC5QGIs33E>



Fig. 8. The 8th place video. <https://www.YouTube.com/shorts/gd3nqBRAIjg>

### 3.9. 조회 수 9위 영상

이 영상은 조회 수 약 3만 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 9위를 차지하고 있다. 본 영상의 네일 콘텐츠 주제는 캐릭터 '라부부'를 활용한 3D 입체 네일이며, 대중적으로 인지도가 높은 캐릭터를 소재로 활용함으로써 시청자의 초기 주목도를 확보한 콘텐츠로 분석된다.

기술 내용 측면에서는 베이스를 바르는 초기 단계부터 엠보젤을 활용해 캐릭터의 형태와 표정을 입체적으로 구현하는 전 과정을 단계적으로 제시하였으며, 사용하는 브러시와 제품 이미지를 함께 노출하여 기술 이해도를 높이고 다양한 실무적 노하우를 제공하는 정보 중심형 콘텐츠로 관찰되었다.

편집 요소에서는 영상 상단에 자막과 내레이션, 배경음악을 동시에 활용하고, 영상 중간에 효과음을 삽입하여 쇼츠 플랫폼

특성에 맞는 리듬감과 몰입도를 강화하였다. 이러한 다중 편집 요소의 활용은 시청자의 이탈을 방지하고 콘텐츠 집중도를 유지하는 전략으로 보인다.

조형적 특성 분석 결과, 네일 웨임은 오버 스퀘어 형태로 조사되었으며, 이는 입체 캐릭터 표현에 안정적인 구조를 제공하는 데 기여한 것으로 판단된다. 재질은 파우더를 활용한 매트한 표현 방식으로 나타나 일반적인 유광 네일과 차별화된 질감을 구현하였다. 색채는 R/DP, RP/P, YR/V, YR/B, R/P, Silver, White 등 다채로운 색상을 사용하여 캐릭터의 생동감과 개성을 강조하였으며, 리본 파츠를 장식 요소로 활용하여 캐릭터의 귀여운 이미지를 더욱 부각시킨 것으로 분석되었다(Fig. 9). 표현 기법은 세필 브러시를 활용한 핸드페인팅 기법으로, 캐릭터의 세부적인 특징을 정교하게 구현하는 데 중점을 둔 것으로



Fig. 9. The 9th place video. <https://www.YouTube.com/shorts/KIdypPPsS4o>



Fig. 10. The 10th place video. <https://www.YouTube.com/watch?v=cl7cZD5tQFs>

나타났다.

좋아요 수는 481개로 확인되었으며, 댓글에서는 “가장 귀여워요”, “예뻐요”와 같은 감성적·심미적 반응이 6개로 가장 많았고, “아이디어가 좋아요”와 같은 독창성에 대한 평가가 3개로 나타났다. 또한, “따라 만들어야지”와 같은 행동 의도 반응도 2개 확인되어 본 콘텐츠가 시청자의 감성적 호응뿐만 아니라 실제 시술 시도 의지를 자극하는 효과를 지닌 것으로 해석된다.

### 3.10. 조회 수 10위 영상

이 영상은 조회 수 약 1만 5천 회를 기록한 콘텐츠로, 2025년 12월 기준 10위를 차지하고 있다. 본 영상의 네일 콘텐츠 주제는 곰돌이 캐릭터를 활용한 캐릭터 네일 아트이며, 친숙한 캐릭터 이미지를 통해 시각적 접근성을 확보하고자 한 콘텐츠로 분석된다.

시술 구성 측면에서는 베이스 단계부터 캐릭터 채색, 음영

**Table 1.** 10th place analysis results

Classification / Ranking		1st	2nd	3rd	4th	5th	6th	7th	8th	9th	10th
Art type	Character									○	○
	Natural motifs	○		○		○	○		○		
	3D	○	○	○		○	○	○		○	
	Geometric patterns				○						
Expression technique	Hand painting		○	○	○	○	○			○	○
	Marble								○		
	Gradation	○		○		○	○				○
	Magnetic	○	○			○					
Content type	Product information	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	Procedure process	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
	Know-how	○		○	○		○	○	○	○	○
Editing elements	Subtitles	○		○	○		○	○	○	○	○
	Background music	○		○	○		○	○	○	○	○
	Sound effects		○			○				○	
	Narration	○							○	○	
Shape	Round			○	○		○		○		○
	Pointed					○					
	Oval square	○	○					○		○	
Color		PB/V									R/V
		PB/S									R/S
		PB/B	White	R/P							R/DP
		P/B	PB/V	R/VP	White	R/P	PB/B	Silver	R/P	RP/P	YR/V
		B/B	PB/S	White	P/S	R/P	PB/B	PB/V	White	YR/V	YR/B
		R/V	PB/B	G/VP	P/B	Silver	Silver	PB/S	White	YR/B	RP/B
		Y/P	Silver	Silver	P/P	White	White	PB/B	Silver	R/P	RP/P
		White								White	R/DK
		Black								Silver	Black
											White
										Silver	
Material	Matte									○	
	Glossy	○	○	○	○	○	○	○	○		○
Decorations	Artificial gemstones		○	○		○	○	○			
	Stickers	○	○								
	Parts	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
	Metal			○			○				
	Glitter					○		○			○
Comments	Emotional Response/Aesthetic Evaluation	28	34	12	1	8	2	12	1	6	
	Behavioral Intention	6	7	2	1	3	1	7		2	
	Perceived Originality	7	5	3				1		3	
	Negative Evaluation	5	1	1				1			
	Information Seeking	4	3	1	1	4		4	2		

표현, 라인 드로잉까지의 전 과정을 순차적으로 제시하며, 사용하는 제품 이미지와 제품명을 함께 제공함으로써 기본적인 정보 전달과 제작 노하우를 동시에 제공하는 구조를 갖추고 있다.

편집 요소에서는 배경음악과 함께 시술 과정에 대한 자막을 영상 상단에 제시하여 정보 인지성을 확보하였으나, 내레이션이나 효과음 등의 추가적인 편집 요소는 사용되지 않아 구독자의 몰입도를 강화하는 데에는 상대적으로 한계가 있는 것으로 나타났다.

조형적 특성 분석 결과, 네일 웨입은 라운드 형태로 조사되었으며, 재질은 유광으로 표현되었다. 색채는 R/V, R/S, YR/V, G/V, YR/B, RP/B, RP/P, R/DK, Black, White, Silver 등 전반적으로 비비드한 컬러를 다수 활용하여 캐릭터의 발랄하고 귀여운 이미지를 강조한 것으로 분석된다(Fig. 10). 장식 요소로는 스팅글 글리터를 베이스에 사용하여 시각적 화려함을 더하였으며, 표현기법은 핸드페인팅 기법과 투톤 그라데이션 기법을 병행하여 캐릭터의 형태와 색감이 섬세하게 관찰되었다.

댓글은 확인되지 않았으나, 좋아요 수는 4개로 조사되어 상위 콘텐츠에 비해 참여도가 현저히 낮은 것으로 나타났다. 이는 캐릭터 표현의 완성도나 정보 제공 측면에서는 일정 수준을 충족하였으나 쇼츠 플랫폼에서 요구되는 강한 시각적 임팩트나 감성적 반응을 즉각적으로 유도하는 요소가 상대적으로 부족했기 때문으로 해석된다.

위 내용을 정리하면 Table 1과 같다.

#### 4. 결 론

본 연구는 유튜브 쇼츠 플랫폼 내 조회수 상위 네일 콘텐츠 10개 사례를 분석하여 구독자의 선호 특성과 함께 조회수 상승에 기여한 요인을 질적으로 도출하고자 하였다.

연구 결과, 첫째, 시각적 완성도 측면에서 자연문과 3D아트 활용 비율이 높게 관찰되었다. 자연문은 시각적으로 조화롭고 안정적인 이미지를 제공하여 대중적 친숙성과 편안함을 형성하는 모티브로 작용한 것으로 해석된다. 이는 네일아트에서 자연문 선호도가 높게 나타났다는 기존 연구 결과(Ahn, 2015; Shin, 2014)와도 일치한다. 반면 3D아트는 입체적 조형성과 개성을 강조하여 시각적 흥미를 유발하는 요소로 작용하였으며, 제작 과정 자체가 콘텐츠적 매력으로 기능한 것으로 판단된다. 특히, 유광 재질과 파츠, 인조 보석, PB·R·White·Silver 계열 컬러 사용은 자신의 개성과 분위기를 표현하는데 적합하고, 단순한 미용이 아니라 패션과 스타일의 일부로 여기면서 최근 트렌드와도 밀접하게 연관된 결과로 보이며, 쇼츠 플랫폼의 짧은 노출 환경에서 강한 시각적 집중 효과를 형성하는 전략적 요소로 해석된다(Jung, 2013; Park, 2024).

둘째, 표현기법 측면에서는 핸드페인팅과 그라데이션 기법이 가장 빈번하게 활용되었다. 핸드페인팅은 정교한 디자인 구현과 맞춤형 표현이 가능하다는 점에서 높은 관심을 유발하는 기법으로 보고된 바 있으며(Jung, 2013; Pyun, 2008), 본 연구에

서도 이러한 특성이 조회수 상위 콘텐츠에서 반복적으로 관찰되었다. 또한, 그라데이션 기법은 자연스럽고 세련된 이미지를 연출하며 손이 길어 보이는 시각적 효과를 제공하는 것으로 보고되었는데(Y. Kim, 2024; Lim, 2010), 이는 계절성과 분위기에 따른 변형 가능성을 높여 선호도를 강화하는 요소로 작용한 것으로 보여진다.

셋째, 콘텐츠 구성 측면에서는 10개 영상 모두 시술 과정과 제품 정보를 제시하고 있었으며, 시술 노하우 또한 대부분 포함되어 있었다. 이는 시청자가 단순히 결과물을 감상하는 것을 넘어 구체적인 시술 과정과 제품 사용법을 학습하고자 하는 경향과 연결된다. 실제로 콘텐츠 신뢰도와 만족도를 높이는 요인으로 정보 제공 기능이 긍정적으로 작용한다는 선행연구(Kim, 2021; Lee, 2021)와도 맥락을 같이한다.

넷째, 편집 요소에서는 자막과 배경음악 활용 비율이 높게 관찰되었다. 자막은 음성과 함께 핵심 정보를 명확히 인지하도록 하여 정보 전달의 효율성을 높이는 요소로 보고되었으며(Oh, 2022), 배경음악은 영상의 분위기를 조성하고 몰입도를 높이는 역할을 수행하는 것으로 나타났다(Lee, 2014). 본 연구에서도 이러한 편집 전략이 쇼츠 플랫폼 특성에 적합하게 활용된 것으로 분석된다.

다섯째, 댓글에서는 감성적·심미적 반응이 가장 높은 비중을 차지하였으며, “따라 해보고 싶다”, “제품이 궁금하다”와 같은 행동 의도 및 정보 요청 반응이 반복적으로 나타났다. 이는 시각적 완성도와 정보 제공 기능이 실제 이용자의 참여 욕구와 학습 의도로 연결되고 있음을 보여준다.

결과적으로 조회수 상위 네일 쇼츠 콘텐츠의 성공 요인은 특정 디자인 유형 자체에 있다기보다 시각적 완성도와 기술적 표현 과정, 그리고 정보 전달 기능을 유기적으로 결합한 콘텐츠 구성 전략에 있는 것으로 특징을 보였다. 특히, 자연문과 3D아트와 같은 조형적 요소를 활용하여 시각적 주목도를 확보하는 동시에 제품 정보와 시술 과정, 핵심 노하우를 구조적으로 제시함으로써 짧은 시간 내에 정보 전달 효과를 극대화한 점이 주요 요인으로 관찰되었다. 더불어 자막과 배경음악을 전략적으로 활용한 편집 방식은 쇼츠 플랫폼의 특성에 부합하는 몰입도와 이해도를 높여 콘텐츠 경쟁력을 강화하는 요소로 작용하였다.

특히, 댓글에서 “예쁘다”, “아름답다”와 같은 감성적·심미적 반응이 높은 비중을 차지하였으며, 제품 정보에 대한 질문이나 “더 보고 싶다”와 같은 행동 의도 반응이 지속적으로 나타났다. 이는 시각적 완성도가 정서적 만족을 유도하는 동시에 정보 제공 중심의 콘텐츠 구성이 실제 구독자의 참여 욕구와 학습 의도로 연결되고 있음을 보여준다. 따라서 시각적 자극과 정보 전달을 병행한 구성 전략은 단순한 노출 효과를 넘어 구독자 반응을 활성화하는 핵심 요인으로 작용한 것으로 해석된다.

이에 본 연구는 네일 아티스트 및 네일 콘텐츠 제작자에게 쇼츠 영상 제작 시 적용 가능한 콘텐츠 구성 방향과 편집 전략에 대한 실질적 기초 자료를 제시한다는 점에서 실무적 의의

를 지닌다. 나아가 구독자의 니즈를 반영한 정보 중심형 쇼츠 콘텐츠는 조회 수 증가로 이어질 가능성이 높으며, 이는 단기적 마케팅을 넘어 지속 가능한 홍보 및 브랜딩 전략 수립에도 활용될 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구는 기존 네일 콘텐츠 분석이 일반 영상 중심으로 이루어져 온 것과 달리, 쇼츠 영상이라는 새로운 미디어 환경을 대상으로 성공 요인을 분석하였다는 점에서 학문적 의의를 갖는다. 이는 숏폼 플랫폼 환경에서의 뷰티 콘텐츠 전략을 체계적으로 고찰하였다는 데 연구적 확장성을 지닌다.

한편, 본 연구는 분석 대상이 조회수 상위 네일 쇼츠 영상 10편에 한정되었다는 점에서 결과의 일반화에 한계가 있다. 향후 연구에서는 분석 표본을 확대하거나 플랫폼 간 비교 연구를 수행함으로써 보다 심층적인 분석이 이루어질 필요가 있다. 또한, 조회 수, 댓글, 구독자 참여도와 같은 정량적 지표를 통합적으로 분석한다면 네일 쇼츠 콘텐츠의 효과를 다각도로 검증할 수 있을 것으로 기대한다.

## 감사의 글

본 연구는 2026년도 광주대학교 대학 연구비를 지원받아 수행되었음.

## References

- Ahn, J. (2015). *A study on preferences of nail-pedi art material and salon design, and consumption behavior* [Master's thesis, Hannam University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T13815400>
- Chang, H. S. (2023). *A study on the motivation, satisfaction, and intention of continuous use of short form platform video by generation: Focusing on YouTube shorts* [Master's thesis, Hongik University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T16628989>
- Choi, S.-I. (2024). *Study on nail art design inspired by k-pop idol stage costumes: Focusing on formative characteristics* [Master's thesis, Asia life University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T17167893>
- Echonail. (2025, August 22). Cuteness dripping with honey, teddy bear's nails appear [Video]. *YouTube*. Retrieved February 28, 2026, from <https://www.YouTube.com/watch?v=c17cZD5tQFs>
- Eum, S. Y. (2024). *Survey on adolescents' viewing patterns and perceptions of short-form music content videos* [Master's thesis, Sungshin Women's University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T17080767>
- Habom. (2025, June 4). Moving fish nails [Video]. *YouTube*. Retrieved February 10, 2026, from <https://youtu.be/oiNSxKF9mXY?si=wFktIJGles9Rfoat>
- Hibabiew. (2025, March 20). It's a self-nail item. La boooo's nail [Video]. *YouTube*. Retrieved February 28, 2026, from <https://www.YouTube.com/shorts/KIdypPPsS4o>
- Hong, J. (2024). *The characteristics of beauty contents on social media and the effects of individual inclination on behavior intention* [Master's thesis, Changshin University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T17021268>
- Im, S. H. (2023, March 1). 10명중 7명은 숏폼 시청...이용률 1년 새 10% 넘게 늘어 [7 out of 10 people watch short-form content... usage has increased by more than 10% over the past year]. *Radiokorea*. Retrieved October 28, 2025, from <https://www.yna.co.kr/view/AKR20230228122600017>
- Ji, H. (2020). *A study on the development of nail tips for teenagers: Based on MANDARA art therapy and youth preference* [Doctoral dissertation, Gwangju University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T15504466>
- Joo, D. H. (2020). *The effect of satisfaction and purchasing intentions of home furnishings with SNS value of consumption and intensity: Focusing on the instagram* [Master's thesis, Hongik University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T15523331>
- Jounail. (2025, September 1). Night sky cat nail [Video]. *YouTube*. <https://www.YouTube.com/watch?v=wePlnxZQmI>
- Jung, H. K. (2013). *A study on 3d nail art and artistic mixed media* [Master's thesis, Asia Life University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T15703072>
- Kang, J. B. (2022). *Effect of components of social media short-form animation on flow and understandability: Focusing on the moderating effect of content and formative elements* [Doctoral dissertation, Hansung University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T16073172>
- Kim, B. K. (2024). *Analysis of YouTube comments according to changes in taekwondo competition rules using text mining* [Master's thesis, Korea National Sport University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T17069954>
- Kim, J. K. (2022). *The effect of short-form tourism content characteristics on tourism attitude, visit intention, and recommendation intention* [Master's thesis, Kyung Hee University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T16078139>
- Kim, S. (2021). *A Study on the personal-media contents in the domestic makeup* [Doctoral dissertation, Gwangju University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T15777981>
- Kim, Y. (2024). *A study on the impact of consumer purchase journey through the analysis of comments on YouTube shopping content* [Master's thesis, Korea Cyber University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T17104049>
- King's nail. (2025a, May 13). Ballet core nails of summer [Video]. *YouTube*. Retrieved February 28, 2026, from <https://www.YouTube.com/watch?v=FYIF6dOF3Mw>
- King's nail. (2025b, March 25). Cherry blossom nails [Video]. *YouTube*. Retrieved February 28, 2026, from <https://www.YouTube.com/watch?v=oiRoutdyILc>
- Lee, H. (2021). *The effects characteristics of beauty YouTube contents and beauty YouTuber have on the satisfaction level of beauty YouTube contents* [Master's thesis, Kyungil University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T15787834>
- Lee, S.-H. (2014). *The effects of tv program's background music on receiver's flow and memory* [Master's thesis, Kookmi University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T13428021>
- Lee, T. (2025). *A study on teenagers' use of YouTube shorts and excessive immersion* [Master's thesis, Korea University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T17185236>
- Lim, Y. M. (2010) *A study on nail service purchase behavior and preference* [Master's thesis, Seokyeong University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T11883173>
- Oh, R. (2022). *The effect of captioning videos: Using information*

- processing perspective* [Doctoral dissertation, Sookmyung Women's University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T16058832>
- Park, M.-H. (2024). *Perceptions of nail art services and treatments and the effects of color, design preferences, and psychological factors on consumer behavior* [Master's thesis, Hannam University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T16905018>
- Pyun, S. (2008). *The study on analysis of propensity and preference for nail care and nail art customer* [Master's thesis, Chosun University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T11685794>
- Ryu, Y.-J. (2023). *Development of nail art designs by applying works of contemporary art: Focused on formative characteristics from fauvism to pop art* [Doctoral dissertation, Asia life University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T16686319>
- Shen, L. (2023) *The effect of tourism content characteristics on sharing intention and travel intention: Short form platform* [Master's thesis, Dongguk University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T16816398>
- Shin, Y. S. (2014). *Study of preference according nail art image* [Master's thesis, Sungkyul University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T13513889>
- Shuninail. (2024, September 1). Cherry pink ice nail that's pretty even in winter [Video]. *YouTube*. <https://www.YouTube.com/watch?v=WhmKILBYnGs>
- Shuninail. (2025, September 24). *The nail is full of jewels...!* [Video]. *YouTube*. Retrieved February 10, 2026, from <https://www.YouTube.com/watch?v=tHC5QGIs33E>
- Sizali. (2024, February 27). Pinterestst self spring nail [Video]. *YouTube*. Retrieved February 10, 2026, from <https://www.YouTube.com/watch?v=1gwFgDmEANK>
- Son, H. (2024). *The analysis of fashion creator's short-form content production process and self-presentation: Focusing on TikTok and Instagram reels* [Master's thesis, Seoul National University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T17000731>
- Son, S. (2023). *Analysis of youth fashion shopping YouTube contents review using text mining* [Master's thesis, Chonnam National University]. RISS. <https://www.RISS.kr/link?id=T16672380>
- Ssumnail. (2024, September 27). If you draw two circles, you can complete the flower nail art [Video]. *YouTube*. Retrieved February 10, 2026, from <https://www.YouTube.com/shorts/gd3nqBRAIJg>
- Thegelnaill. (2023, December 14). How to do a check-nail [Video]. *YouTube*. Retrieved February 28, 2026, from [https://www.YouTube.com/watch?v=pnrV1H08u\\_I](https://www.YouTube.com/watch?v=pnrV1H08u_I)
- Valla. (2025, July 28). By a small margin, #tips that make clam art shine [Video]. *YouTube*. Retrieved February 10, 2026, from <https://www.YouTube.com/watch?v=UUpqVH1mGh0>

(Received January 16, 2026; 1st Revised February 2, 2026;  
2nd Revised March 4, 2026; Accepted March 18, 2026)