



## 1인 게임 방송이 방송 시청자의 게임 실행에 미치는 영향

The Effect of Personal Game Broadcasting on Game Entry of Broadcasting Views

---

저자 (Authors)	구자원, 윤희영, 조영희, 이준호, 정혜욱 Jawon Gu, Heeyoung Yoon, Yeonghee Cho, Junho Lee, HyeUk Chung
출처 (Source)	<a href="#">한국디자인학회 학술발표대회 논문집</a> , 2019.5, 4-5(2 pages) <a href="#">KSDS Conference Proceeding</a> , 2019.5, 4-5(2 pages)
발행처 (Publisher)	<a href="#">한국디자인학회</a> Korean Society of Design Science
URL	<a href="http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE08762796">http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE08762796</a>
APA Style	구자원, 윤희영, 조영희, 이준호, 정혜욱 (2019). 1인 게임 방송이 방송 시청자의 게임 실행에 미치는 영향. 한국디자인학회 학술발표대회 논문집, 4-5
이용정보 (Accessed)	한국산업기술대학교 218.101.229.*** 2019/11/18 22:12 (KST)

---

### 저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

### Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

# 1인 게임 방송이 방송 시청자의 게임 실행에 미치는 영향

## The Effect of Personal Game Broadcasting on Game Entry of Broadcasting Views

구자원\*, 윤희영\*, 조영희\*

홍익대학교 영상대학원 게임콘텐츠전공 석사과정

Jawon Gu, Heeyoung Yoon, Yeonghee Cho

Master's Students, Dept. of Game Contents, HIU

이준호\*

홍익대학교 영상대학원 인터랙션디자인전공 석사과정

Junho Lee

Master's Students, Dept. of Interaction Design, HIU

정혜옥\*\*

홍익대학교 조형대학 커뮤니케이션디자인전공 교수

HyeUk Chung

Professor, College of Design and Arts, HIU

• Key words: Game Broadcasting, Game Entry

### 1. 서 론

1인 방송 콘텐츠는 온라인 미디어 플랫폼으로 인해 대중적인 문화로 자리잡으며, 전 연령에 걸쳐 많은 시청자를 보유하고 있다. DMC미디어에서 조사한 ‘2017년 1인 방송시청행태’ 보고서에 따르면 1인 방송 시청자가 가장 많이 보는 장르는 게임이 35%로 1위를 차지했고 뷰티, 음식이 그 뒤를 이었다. 또한 인터넷 1인 게임 방송을 연구한 김추(2018)<sup>1)</sup>에 따르면 2018년 3월까지 동영상 플랫폼 유튜브의 게임 채널 구독자 수는 7,773만 명을 초과하였고, 인터넷 방송 플랫폼 트위치TV에선 2014년 7월 한 달 동안 100만명 이상의 게임 방송자가 2.5억 시간 이상의 게임 방송을 진행하였으며, 이를 시청하는 시청자 수는 5,000만 명으로 나타났다. 이러한 시장 상황을 이용하여 게임업계에선 게임의 홍보 효과를 노리고 자사 게임을 플레이하는 방송인을 지원하거나, 자사 게임을 플레이해줄 것을 요청하는 경우 또한 늘어났다. 그러나 이런 행위가 실제로 해당 게임의 이용자 증가에 도움이 되는지에 대한 연구는 부족한 상태이다.

본 연구는 1인 게임 방송자의 게임 방송이 시청자의 게임 실행에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 한다. 본 연구에서 ‘1인 게임 방송’은 기성 방송국이 아닌 개인이 인터넷 방송 플랫폼을 이용하여 진행하는 방송을 의미하며, 방송을 진행하는 개인을 방송국의 방송자와 구분하여 ‘1인 게임 방송자’, 이 방송을 시청하는 사람을 ‘시청자’로 정의하였다.

### 2. 1인 게임 방송이 시청자의 게임 실행에 미치는 영향

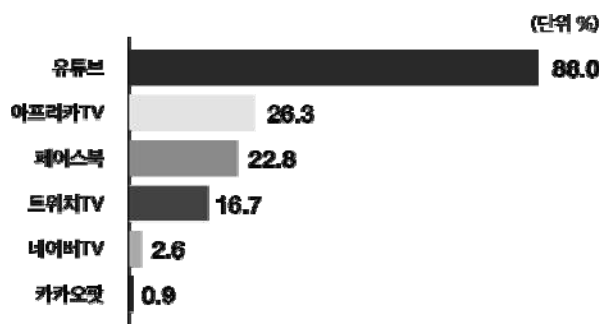
#### 2-1. 가설 및 조사 방법 설정

‘1인 게임 방송은 방송 시청자의 게임 실행에 동기가 될 것이다.’라는 가설을 설정하고 설문을 진행하였다. 설문지에는 연령, 성별, 1인 게임 방송 시청 여부, 이용하는 방송 플랫폼, 시청 빈도 및 시청 시간과 1인 게임 방송을 본 후 게임 실행

경험의 유무, 게임 실행 이유, 실행하지 않은 이유를 조사하였다.

#### 2-2. 설문조사 결과

위의 설문은 2019년 4월 3일부터 5일까지 3일 간 진행하였으며, 연구자 주변인을 중심으로 설문지를 배포하여 총 121명의 응답을 받았다. 설문자의 연령대는 25~27세가 53명(43.8%)으로 대부분을 차지하였고 남성이 66.9%로 여성에 2배로 나타났다. 설문 참여자 중 106명(86%)이 1인 게임 방송을 시청한 경험이 있다고 답했으며, 이들이 1인 게임 방송을 시청하기 위해 가장 많이 선택한 플랫폼은 유튜브(98명)로 나타났다. 아프리카 TV(30명), 페이스북(26명), 트위치TV(19명)가 그 뒤를 이었다. (그림1)



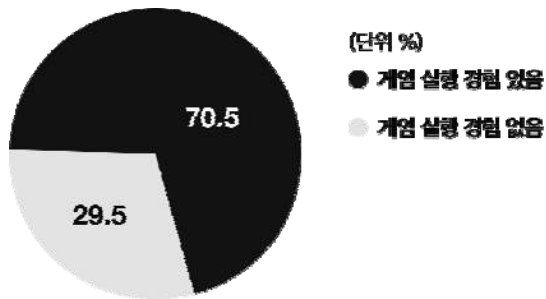
[그림 1] 인터넷 1인 게임 방송 시청 플랫폼 이용도

1인 게임 방송을 얼마나 시청하는지 묻는 항목에선 일주일에 1회 이상으로 시청하는 사람은 75명(65.8%)으로 높게 나타났다. 이 중 일주일에 3회 이상 시청하는 사람은 51명으로 나타났으며, 매일 시청하는 사람은 20명이었다. 시청 시간을 묻는 항목에선 1회 시청 시 30분 미만이라는 응답이 56명(49.6%)으로 가장 높게 나타났고 30분 이상 2시간 미만이라고 응답한 사람은 43명(38.1%)으로 나타났다. 1인 게임 방송을 시청한 후 실제로 게임을 실행해본 경험이 있는지 묻는 항목에선 응답자 105명 중 74명(70.5%)이 경험이 있다고 응답하였다.(그림2) 이들이 실행한 게임의 종류는 리그오브레전드, 오버워치, 배틀그라운드 등 대전형 게임이 62명(77.5%)으로 나타났고, 콘솔 게임 10명(12.5%), 온라인 RPG게임 5명(6%), 캐주얼 게임 4명

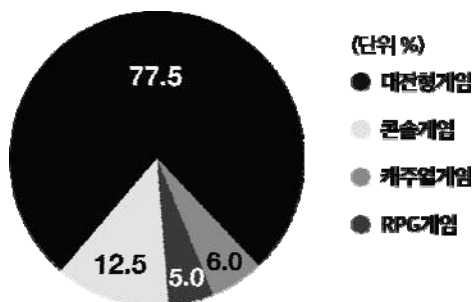
김추. (2018). 인터넷 개인 게임방송 시청자들의 시청만족과 지속시청의도에 관한 한중 비교연구. 동국대학교 석사학위 논문, 서울, 한국.

(5%)으로 나타났다.(그림3) 게임 실행 경험이 없는 응답자는 31명(29.5%)이었으며 실행하지 않은 이유는 대체적으로 다음과 같았다.

- 방송을 통해 이미 대리만족을 느낌
- 시청은 즐거우나 직접 플레이하기 귀찮음
- 게임 플레이 시간 부족
- 방송자와 달리 게임 플레이 숙련도 부족

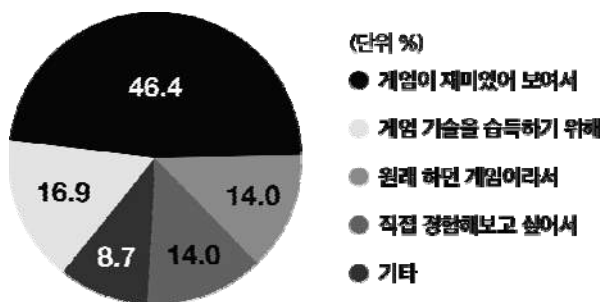


[그림 2] 1인 게임 방송 시청 후 해당 게임 실행 경험률



[그림 3] 게임 실행으로 이어진 게임의 종류

1인 게임 방송을 시청 후 게임을 실행한 이유를 묻는 항목에선 ‘게임이 재미있어 보여서’가 가장 높게 나타났고 ‘게임 기술을 습득하기 위해’, ‘원래 하던 게임이라서’, ‘직접 경험해보고 싶어서’가 뒤를 이었다.(그림4)



[그림 4] 게임 실행으로 이어진 요인

### 3. 결론

본 연구를 통해 1인 게임 방송의 플랫폼 별 이용 현황과 방송 시청 시간, 성별, 연령대 등 시청자의 기초적인 정보를 파악

할 수 있었으며, 게임 방송 시청 후 게임 실행 경험이 70.5%로 나타난 점을 통해 1인 게임 방송이 게임 실행의 동기가 된다는 점을 확인할 수 있었다. 나아가 설문결과 분석을 통해 몇 가지 추론이 가능했다. 게임 실행에 가장 큰 요인으로 ‘게임이 재미있어 보여서’, ‘게임 기술을 습득하기 위해’ (그림4)가 나타난 점으로 보아 게임 방송 진행자의 역할<sup>2)</sup>과 게임 실력이 시청자의 게임 실행 요인으로 크게 작용한다는 점을 추론할 수 있었다. 두번째로, ‘게임 기술을 습득하기 위해’라는 요인(그림4)과 대전형 게임의 높은 게임 실행률(그림3)로 보아, 기존 대전형 게임을 즐겨하는 사람이 게임 기술을 습득하기 위해 게임 방송을 시청한다는 점도 추론할 수 있었다. 세번째로, 게임 실행 요인으로 나타난 ‘원래 하던 게임이라서’, ‘직접 경험해보고 싶어서’가 같은 수치로 나타난 점(그림4)으로 보아, 기존 게임 이용자와 신규 이용자 모두 1인 게임 방송이 게임 실행에 동기가 된다는 점을 추론할 수 있었다.

게임을 새로 접하는 신규 이용자와 게임 플레이 경험이 있는 기존 이용자 모두 1인 게임 방송의 영향을 받아 게임을 실행한다는 점을 확인하였다. 게임업계는 1인 게임 방송을 이용자 수 증가를 위한 하나의 수단으로 사용 가능할 것이다.

### 참고문헌

- 김나현. (2018). 생존 분석을 활용한 모바일 온라인 게임 사용자 이탈 예측. 이화여자대학교 석사학위 논문, 서울, 한국
- 김추. (2018). 인터넷 개인 게임 방송 시청자들의 시청만족과 시청지속의도에 관한 한중 비교연구. 동국대학교 석사학위논문, 서울, 한국.
- 이준희, 전정현, 유승호. (2018). 1인 개인 게임 방송에서의 사회적 현존감 연구. 한국 HCI학회 학술대회, 661-665.
- 한국콘텐츠진흥원. (2019). 2018 대한민국 게임백서. 한국콘텐츠진흥원; 서울, 한국.
- 한혜원, 김서연. (2014). 온라인 개인 게임방송의 스토리텔링 분석. *Journal of Korea Game Society*. 85-96

한혜원, 김서연. (2014). 온라인 개인 게임방송의 스토리텔링 분석. *Journal of Korea Game Society* 2014 Apr; 14(2): 85-96