

## 배틀그라운드 게임의 e스포츠화에 대한 연구

곽연호<sup>o</sup>, 김효남<sup>o</sup>

<sup>o</sup>청강문화산업대학교 게임콘텐츠스쿨

e-mail: sonheungmin1225@gmail.com\*, hnkim@ck.ac.kr<sup>o</sup>

## A Study on e-Sports of BattleGround Game

Yeon-Ho Gwak\*, Hyo-Nam Kim<sup>o</sup>

<sup>o</sup>School of Game, ChungKang College of Cultural Industries

### ● 요약 ●

현재 국내 e스포츠 시장 규모와 사용자들이 지속적으로 증가되고 있는 시점에서 배틀그라운드라는 게임이 e스포츠 시장에 진입하였다. 배틀그라운드가 현재 e스포츠에 끼치고 있는 영향이 크지만, 좋은 반응을 유도하지 못하고 있다. 본 논문에서는 좋지 않은 평을 받고 있는 배틀그라운드의 e스포츠화와 과거의 스타크래프트, LOL(리그오브레전드)과는 달리 배틀그라운드가 흥행하지 못하는 이유와, e스포츠에 적합한지를 연구하고, 차선책을 제안한다.

**키워드:** e-Sports, BattleGround, Online Game

### I. Introduction

1990년대 후반 이후 스타크래프트를 시작으로 게임 산업이 급격히 발전하는 동시에 프로게이머라는 직업이 생겼다. 이를 위주로 사회적 인식이 발달하고, 시장이 커지면서 e스포츠가 생기기 시작했다. 2017년에 한국콘텐츠진흥원에서 조사한 ‘2017년 e스포츠 실태조사 보고서’에 따르면 2016년 기준 전 세계 e스포츠 시장 규모는 국내 e스포츠 시장 규모는 약 830억원으로 2015년 대비 14.9% 증가한 것이며 전 세계 시장의 14.9%를 차지하는 것으로 분석됐다[1]. 이런 가운데 국내 게임회사인 Bluehole에서 현재 4억장이 팔린 대작 게임 배틀그라운드를 내놓았다. 자연스럽게 이 게임은 전 세계의 주목을 받으며 국내 e스포츠의 흥행이 기대되는 중이었다.

처음에는 국내 최대의 게임쇼인 지스타에서 글로벌 오프라인 대회인 ‘아시아 인비테이셔널’ 대회가 개최되었고, 국내 PC방 점유율 30%, 동시 접속자수 300만명을 찍으며 흥행돌풍을 이어 가는가했다. 하지만, 게임 내 불법프로그램 사용자 증가와 80명-100명에 달하는 선수들을 일일이 읍저빙 할 수 없는 환경이라 진입장벽이 너무 컸다. 또한 소규모 인원으로 펼쳐지는 대회보다 경기 준비 시간이 길 수밖에 없으며, 이를 관리하는데도 비용이 많이 들어간다. 이러한 이유로 시청자들이 감소하고, 대회 주춤했다.

이렇듯 배틀그라운드 e스포츠 경기에는 변수가 많으며, 키플레이어가 보여주는 플레이를 일반 시청자가 이해하기란 쉬운 일이 아니다. 아무래도 전문 지식이 많지 않아도 볼 수 있는 타 게임들보다 많은 시청자를 요구한다는 것은 무리일 수 있다. 따라서 전문지식이 많지 않아도 보는 재미가 늘어나야 할 필요성, 더 나아가 국내 e스포츠의 시장에 지대한 영향을 끼칠 수 있는 이 시점에 배틀그라운드 e스포츠는

위급한 상황에 놓여져 있는 것이다. 이러한 문제를 어떻게 풀어 나가야 하고, 어떠한 방안이 있는지 제안한다.

### II. The Main Subject

현재 뽑을 수 있는 배틀그라운드의 e스포츠화의 문제들은 이렇다. 제일 큰 문제로는 팬덤을 가지고 있는 팬들이 좋아하는 팀이 활약하는 것을 볼 수 없다는 문제이다(대부분 중계화면의 우측 상단 킬 로그만 보게 된다). 읍저빙의 역량에 따라 대회의 질이 비편다는 것은 엄청난 문제이다. 또한, 20분여 동안 파밍하고 이동하다가 막판에 거의 동시에 30명이 줄어버리는 게임 특성상 일일이 한 전장 한 전장을 읍저빙 하기에는 한계가 있다 보니, 보는 맛이 떨어진다고 할 수 있겠다.

두 번째 문제는 오래 살아야 하는 게임 특성상 시원시원한 전장을 기대하기 힘들다는 것이다. 초반에 싸우는 것은 그 팀에 자칫하면 엄청난 후 폭풍으로 돌아 올 수 있기 때문이다. 때문에, 초반에는 실리를 취하고, 전력보존을 하다가, 후를 도모 하는 플레이가 대중적이다 보니, 팬들 입장에서는 시원시원한 전투를 보기 보다는 초반 20분 정도는 답답하고 지루한 전투를 볼 확률이 높다는 것이다.

세 번째 문제는 비인가 프로그램 사용자의 증가와 에픽게임즈의 ‘포트나이트’등 다수의 배틀로얄 게임 출시이다. 배틀그라운드 제작 회사인 Bluehole이 실시간으로 비인가 프로그램 사용자를 잡으면서도

사용자는 완전히 잡을 뚜렷한 묘수를 찾지 못하고 있다. 이 때문에 많은 유저들이 배틀그라운드에 등을 돌리고 다른 게임을 즐기게 되는 것이다. 그림은 스팀에서 제공하는 배틀그라운드 평균 이용자 동향으로 2018년 1월부터 줄곧 플레이어가 감소하고 있음을 알 수 있다.

제시 하였다.

## REFERENCES

[1] 2017 e-Sports Survey, KOCCA, 2017.11

[2] <https://steamcharts.com/app/578080>

Month	Avg. Players	Gain	% Gain
Last 30 Days	794,081.2	-82,099.5	-9.37%
May 2018	876,180.6	-231,001.2	-20.86%
April 2018	1,107,181.8	-188,226.8	-14.53%
March 2018	1,295,408.6	-95,606.7	-6.87%
February 2018	1,391,015.3	-193,871.5	-12.23%
January 2018	1,584,886.8	+148,728.3	+10.36%
December 2017	1,436,158.5	+101,988.4	+7.64%

Fig 1. STEAM Chart - Battleground[2]

이러한 문제들을 해결하기 위해, e스포츠가 흥행하기 위해서는 어떠한 방안이 필요할까? 위에서도 제시한 문제들을 해결하기 위하여, 첫째는 새로운 뉴비들을 흥미롭게 만들 수 있는 무언가가 필요하다. 따라서 해결 할 수 있는 방안을 제시해 보겠다.

대중들이 대화를 시청할 때에 팀 스토리텔링을 조금 더 부각시켜야 한다. 만약 이러한 과정을 반복 하게 된다면, 팬덤이 굳건해져 시청률이 나오게 되고, 선수들의 역량에 따라 새로운 스타도 생길 수 있다. 대화를 보는 새로운 뉴비도 생길 것이다. 그렇다면 자연스럽게 사람들은 배틀그라운드 e스포츠에 빠질 수 있게 될 것이다.

두 번째로 e스포츠내에서 게임의 방식을 조금은 바꾸어야 한다. 유저들이 지루해 하는 파밍의 시간을 줄이기 위해, 총기의 드랍율을 1.3배, 총알의 드랍율을 1.5배로 상향하는 조치를 통하여 대처를 하긴 하여서, 초반부터 빠른싸움을 유도하도록 PUBG에서 조치를 하였지만, 아직 한참 모자란다. 조금 더 확 바꾸어야 할 필요가 있다. 대중이 '이 게임이 재미있다'라고 말 할 수 있는 방안이 필요하다. PUBG는 이러한 문제에 단기적인, 장기적인 대책을 내놓고, 유저들에게 알려야 한다. 또한 끝까지 살아남는 목적 말고도 다른 유저들을 많이 죽이면 얻는 킬 포인트제도 처럼 다른 목적성을 부여 할 필요도 있어 보인다.

세 번째로 비인가 프로그램을 근절 할 수 있는 프로그램이 필요하다. 이미 이 문제로 인하여 유저들이 많이 빠져 나간 상황이다. 물론 비인가 프로그램을 잡기 위하여 지속적으로 노력은 하고 있지만, 언제까지나 노력만 할 수는 없는 노릇이다. 유저들이 피부에 닿게 하는 뿌리를 뽑을 수 있는 방안이 필요하다.

### III. Conclusions

본 논문에서는 배틀그라운드의 e스포츠화에 대한 문제들을 제시하고 해결 해 나가야 할 문제들을 한 문제 한 문제 짚어 보았다. 현재 중요한 시기에 있는 국내 e스포츠시장의 상황인 만큼 이것이 얼마나 큰 문제인 것인지 다시 한 번 되짚고, 배틀그라운드 게임과 e스포츠에 등 돌리려는 유저들을 되돌리기 위한 대책과 가능성 있는 방안들을