

<http://dx.doi.org/10.7236/JIIBC.2016.16.4.7>

JIIBC 2016-4-2

# 인터넷 게임 방송에서 나타나는 인기 채널의 특징과 비교: Twitch TV를 중심으로

## Characteristics and Comparison of Popular Channels on Internet Game Broadcasting: Focus on Twitch TV

한석희\*

Sukhee Han\*

**요약** 본 연구는 인터넷 방송 중 게임을 전문적으로 하는 미국의 Twitch TV(트위치 TV)에서 나타나는 인기 채널을 분석한다. 현재 한국에서 인터넷 방송은 아프리카가 실질적 독점을 하고 있으나, Twitch TV는 전 세계적으로 인기가 높으며 현재 한국에서 영향력을 확대하기 위해 노력 중에 있다. 구체적으로 본 연구는 1월부터 6월까지 매주 금요일 9시에 Twitch TV에서 나타나는 국내(한국)와 해외의 인기 채널을 총 20회 조사한 뒤, 채널에서 나타나는 ① 시청자(접속자) 수 ② 게임의 출연수 ③ 게임의 장르 ④ 게임의 개발 국가의 차이점을 입체적으로 조사하였다. 인터넷 방송은 지상과 TV와 달리 시청률의 개념은 없지만, 채널에 연결된 접속자 수를 기반으로 인기 채널이 구별될 수 있다. 이를 통해, Twitch TV의 특징을 연구하고, 더 나아가 인터넷 방송의 미래에 대해서도 토론한다.

**Abstract** This study analyzes popular channels of America's Twitch TV that centers on video game among several Internet broadcasting services. Afreeca TV de facto monopolizes the Internet broadcasting industry in South Korea; however, Twitch TV is popular around the globe and tries to expand business in Korea. Specifically, this study collects data of popular domestic/international channels on every Friday 9:00 p.m. 20 times, and examines differences of between those channels: 1) the number of the audience(users) 2) the frequency of games 3) the genre of games 4) nationality of games. Internet broadcasting streaming service does not have a concept of ratings, but it could be categorized as popular based on users connecting the channels. Thus, this study studies characteristics of Twitch TV, and further discusses the future of the Internet broadcasting.

**Key Words** : Twitch TV, Internet broadcasting, Game broadcasting, New media, Popularity

### 1. 서론

기술의 급격하고 지속된 발달로 인하여 우리들의 일상생활은 큰 변화와 도전을 만들었다. 사람들은 지구 반대편의 친구에게 이메일을 보내거나, 인터넷 유통업체를 통해 쇼핑을 하고, 자신이 궁금해 하는 정보를 찾고 있다.

이러한 기술적 발전에 변화의 큰 중심에는 뉴 미디어가 있다. 뉴 미디어라는 것은 말 그대로 새로운 미디어로, 학자들마다 견해는 다소 다르지만, 팩시밀리부터 시작된다고 정의한다. 최근에는 인터넷 시대에 접어들면서 인터넷과 접목한 미디어 매체와도 큰 관련성을 띄고 있다. SNS(Social Network Service)는 그러한 예시이다. Twitter,

\*준회원, 한양대학교 미디어커뮤니케이션학과 대학원  
접수일자 : 2016년 6월 22일, 수정완료 : 2016년 7월 22일  
게재확정일자 : 2016년 8월 5일

Received: 22 June, 2016 / Revised: 22 July, 2016 /

Accepted: 5 August, 2016

\*Corresponding Author: dosukheert@gmail.com

Department of Media Communication, Hanyang University, Korea

Facebook, Instagram 등 다양한 형태들이 태어나고 우리의 사회에 커다란 영향을 주었다. SNS의 특징으로는 가상에서 이루어진다는 점, 대인 관계를 만든다는 점, (새로운) 커뮤니케이션 네트워크의 형성 등이 존재한다. 이러한 SNS 사용은 일반인뿐만 아니라 기업인이나 정치인들도 폭넓게 행해지고 있다. 예를 들어, 미국의 제 44대 대통령 버락 오바마(Barrack Obama)는 SNS를 활용하여 대통령 선고 공약과 여러 정치 활동을 행사하였고, 우리나라에서도 많은 기업인과 정치인들이 SNS를 통하여 대중들과 소통하고 자신들의 주장을 게시하고 있다. 이러한 뉴 미디어의 발달은 일반인들 사이에서의 의사소통은 물론이고, 일반인들과 유명인들이 보다 쉽게 소통할 수 있는 점이 있다.

뉴 미디어의 또 다른 진화의 장소는 방송 산업이 있다. 국내에서 가장 대표적으로 알려지고 있는 인터넷 방송은 학술적으로는 웹캐스팅이라는 용어로 정리가 된다. 웹캐스팅은 스트리밍(Streaming)형과 주문형(on-demand)으로 나누어지며, 스트리밍 형은 다시 기존의 방송사업자가 온라인으로 자신의 방송을 추가로 하는 시멀캐스팅(Simulcasting)과 오직 인터넷으로 통해 방송되며 일반인들이 주체가 되는 인터넷 웹캐스팅(Internet Webcasting)으로 나누어진다. 우리가 일반적으로 알고 있는 인터넷 방송은 스트리밍 성격을 띠는 인터넷 웹캐스팅이다<sup>[1]</sup>. 인터넷 방송의 가장 큰 특징은 인터넷 BJ(Broadcasting Jockey)들이 특정 콘텐츠를 가지고 자신들의 채널에서 방송을 시행 하는 1인 콘텐츠이다. 인터넷 방송은 누구에게나 열려 있어, 쉬운 접근성과 독립성을 지니고 있다. 또 다른 특징은 그러한 방송들을 보는 시청자들도 쉽게 볼 수 있는 점이 있다. 인터넷 방송은 말 그대로 인터넷을 통해 방송을 시청하는 것을 의미하는데, 스마트폰과 인터넷의 보급으로 인해 컴퓨터뿐만 아니라 시청자들은 길거리에서도 스마트폰을 통해 인터넷 방송을 쉽게 시청할 수 있다. 아프리카 TV의 일평균 방문자 중 300만 명 중 170만 명이 모바일 접속자이었다<sup>[2]</sup>.

본 연구는 이렇게 새롭게 등장한 인터넷 방송의 다양한 특징을 탐구한다. 구체적으로, 미국의 게임 전문 인터넷 방송 Twitch TV에서 한국과 해외 채널들의 차이점을 분석한다. 아프리카 TV가 아니라 Twitch TV를 선정한 이유는 첫째로는 아프리카 TV는 한국에서 대중적이지만 세계적으로는 유명하지 않기 때문에 동일한 뉴 미디어 플랫폼을 선택하여 그곳에서 다르게 나타나는 게임들

을 기반으로 하여 어떠한 국가적, 문화적, 지리적 차이를 지니고 있는지에 대한 비교 연구가 가능하다. 둘째로는 한국에서 인기가 낮은 인터넷 방송 서비스를 제공하는 플랫폼을 선택하여 인터넷 방송 연구의 범위와 깊이를 넓히는 의의가 있다.

## II. 이론적 논의

### 1. 인터넷 방송의 역사와 성장

가장 중요한 점은 인터넷 방송은 꾸준히 성장하고 있다는 점이다. 인터넷 방송은 기본적으로 음악 방송에서 유래 하는데, Winamp의 SHOUTcast라는 인터넷을 통한 음악 방송 프로그램이 인터넷 방송의 최초라고 언급된다<sup>[3]</sup>. 그러나 SHOUTcast는 최초에는 녹화 방송이었으며, 시간이 지나 실시간 방송(live)로 진화하게 된다. 인터넷 방송은 한국에서도 크게 진화하게 발달 되고 성장 하였다. 미국과 마찬가지로, 한국에서의 최초의 인터넷 방송 또한 세이클럽(Sayclub)과 같은 웹사이트에서 시청자들이 듣고 싶어 하는 음악을 신청 받고 틀어주는 형태로 이는 라디오 방송과 매우 흡사하다고 할 수 있다. 그러나 시간이 지나 기술적인 한계가 있었던 과거와는 다르게, 2000년대부터는 본격적으로 비디오와 오디오를 송출할 수 있는 심화적인 기술과 서비스가 태어나기 시작하였다. 인터넷 BJ가 마이크로폰과 화상 카메라와 같은 다양한 기계를 바탕으로 자신의 화면을 직접적으로 보여주고 시청자들과 채팅을 통해 직접적 소통이 가능한 아프리카 TV와 같은 인터넷 방송 플랫폼이 태어났다.

이러한 인터넷 방송이 기존의 방송국과 가장 큰 차이점은 자유롭고 독립적인 것이라고 할 수 있다. 인터넷 방송은 다소 민감하고 다루기 힘든 주제와 사안들을 이야기 하고 있을 뿐만 아니라, 자신의 방송국에 있는 시청자들과 채팅을 통해 직접적으로 의견을 교환을 하며 폭넓은 토론을 한다. 한국 외에도, 전 세계적으로 다양하고 고유의 플랫폼과 서비스 등이 태어나 지속적으로 발전하고 있다. 하지만, 인터넷 방송에서는 자극적이고 선정적인 콘텐츠와 저작권 문제가 발생하기도 한다. 뉴 미디어의 장점인 비대면성, 동시성, 무제한성 등은 아이러니하게도 개인방송 서비스의 역기능이 될 수 있다<sup>[4]</sup>.

## 2. 아프리카 TV의 독주

한국의 경우, 아프리카 TV가 국내의 인터넷 방송 산업을 독점을 하고 있는 실정이다. 아프리카 TV의 유래는 1990년도에 PC 통신 나우누리를 서비스 한 나우콤을 기반으로 하여, 2006년대부터 본격적으로 인터넷 방송 서비스를 시작하였다. 다른 인터넷 방송국들의 실패와는 달리, 아프리카 TV는 꾸준히 성장하여 주식 시장은 물론, 2013년에는 하루 평균 방문자 수가 300만 명을 돌파하는 높은 인기를 보여주고 있다. 아프리카TV는 한국의 SNS 방송 플랫폼 시장을 사실상 독점하고 있는 상황이다<sup>[5]</sup>. 아프리카 TV는 교육, 주식, 먹는 방송(먹방), 취미와 같은 다양한 콘텐츠의 방송을 하고 있으나, 지나친 선정성과 폭력성은 큰 문제점을 지니고 있다. 예를 들어, 아프리카TV의 유명 인터넷 BJ 6명은 방송통신심의위원회에 직접적으로 조사를 받기도 하였으며<sup>[6]</sup>, 아프리카TV는 이러한 독주 상태에 문제가 되지 않기 위해 여러 가지 방법과 규제뿐만 아니라 정부 및 다른 기업들과 협력을 하려는 노력을 하고 있다. 현재의 상황에서 아프리카 TV의 독점 형태는 지속 될 것으로 보이기 때문에, 이에 따른 연구도 다양하게 계속 해서 연구 될 것이다. 특히, 아프리카 TV는 “별풍선”이라는 시청자가 일종의 기부를 하는데, 인터넷 BJ들은 별풍선을 얻기 위해 지나치게 폭력적이고 선동적인 행동을 하는 점을 어떻게 해결하는 것이 가장 중요한 사안으로 평가 받는다..

## 3. Twitch TV의 출연과 성장

한 편, 현재 세계에서 가장 인기 있는 인터넷 방송 서비스 회사는 Twitch TV이다. Twitch TV는 2007년 저스틴(Justin) TV에서 유래 하였는데, 게임 부분만 집중해서 하는 게임 전문 채널로 독립 하였다. 미국 샌프란시스코에 본사를 두고 있는 Twitch TV는 한 달 평균 방문자 수가 약 4,500만 명이며, 미국에서 인터넷 방송 시장 점유율 1위를 차지하고 있다<sup>[7]</sup>. 뿐만 아니라, Twitch TV는 2014년 미국의 유통 업체 Amazon이 인수를 한 뒤, 더 많은 투자 자금과 안정성을 확보하였다<sup>[8]</sup>. Twitch TV에 가장 큰 특징은 게임 전문 채널이다. 인터넷 BJ가 자신의 채널에서 게임을 하는 모습을 보여주는 것이 주된 형태이며, 때로는 게임 대회의 모습을 보여주기도 한다. Twitch TV는 아프리카TV의 독주로 인하여 아직까지는 한국에서는 큰 인기를 얻고 있지는 않다. 그러나 Twitch TV는 유명 게이머들을 섭외 및 고용하여, 주기적으로 방

송을 보내 한국 시장에서 도전장을 내밀고 있다. 예를 들어, Twitch TV는 미국 Blizzard에서 제작한 CCG 장르의 게임 Hearthstone: Heroes of Warcraft을 잘하는 유명 인터넷 BJ를 고용하여, 그 분야의 방송을 독점하겠다는 의지를 드러냈으며<sup>[9]</sup>, 2015년에는 대전액션게임 철권 7을 케이블 방송국 SPO TV와 협력하여 게임 대회를 개최하는 등, 다양한 방법으로 경영 전략을 취하고 있다. Twitch TV는 아프리카 TV와 마찬가지로 스마트폰에서 시청이 가능하지만, 채널 접속 시 (중간) 광고는 거의 없는 차이점이 있다.

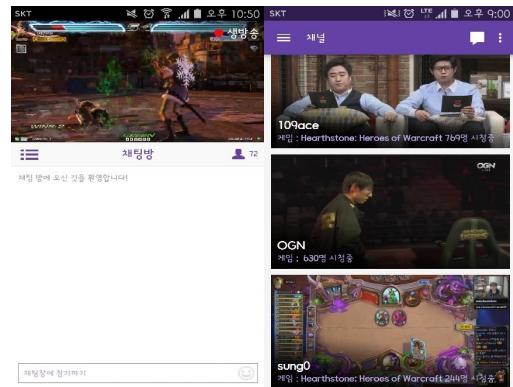


그림 1. Twitch TV의 방송 및 채널 화면 (스마트폰 기준)  
Fig. 1. Scene of Broadcasting and Channel of Twitch TV (Viewed by Smartphone)

사실 게임 방송의 최초는 Twitch TV가 최초는 아니다. 세계 최초로 게임 전문 채널을 한 방송국은 한국의 케이블 방송국 ONGAMENET이며<sup>[10]</sup>, 아프리카 TV의 경우 Twitch TV보다 게임을 포함한 다양한 콘텐츠와 인터넷 방송 서비스를 먼저 제공하였다. 하지만, Twitch TV는 세계 최초로 게임을 “전문”으로 하는 인터넷 방송 서비스이다. 인터넷 방송에서 다양하게 나타나는 여러 콘텐츠들 중에서, 오로지 게임만을 집중하여 전문성과 차별성을 두었으며, 게이머들을 위한 새로운 소통의 장과 인터넷을 통한 콘텐츠 생산소로의 역할을 하고 있다. 이러한 독특한 특징을 지니고 있는 Twitch TV가 Amazon의 인수를 받고 나서 급격하게 성장하고 있으며, 아시아와 남미 지역에도 비즈니스를 확대 하려고 노력하고 있다고 보고 하였다. 이러한 성장세는 계속 될 것이라고 전망한다<sup>[11]</sup>.

### III. 연구 문제 및 연구 결과

본 연구는 Twitch TV에서 인기 있는 채널을 일정 기간을 두어 순차적으로 분석한다. 일반 TV 프로그램과 다르게 인터넷 방송은 시청률이라는 개념이 없으며, 인기를 측정할 때에 동시 접속자가 실질적인 의미를 지니고 있다. Twitch TV에서는 접속자 수를 기반으로 생성되는 인기 채널을 생성 되어 인기 채널이 접속 시 위에 출연한다. 그러므로 한국과 해외의 채널들이 구분이 가능하며, 이것을 나누어 입체적으로 연구한다.

연구문제 1: Twitch TV에서 나타나는 인기 채널의 시청자 수는 어떻게 나타나는가? 또한, 국내와 해외의 차이점은 어떠한가?

연구문제 2: Twitch TV에서 나타나는 인기 채널의 게임들의 출연수는 어떻게 나타나는가? 또한, 국내와 해외의 차이점은 어떠한가?

연구문제 3: Twitch TV에서 나타나는 인기 채널의 게임들의 장르는 어떻게 나타나는가? 또한, 국내와 해외의 차이점은 어떠한가?

연구문제 4: Twitch TV에서 나타나는 인기 채널의 게임들의 개발 국가는 어떻게 나타나는가? 또한, 국내와 해외의 차이점은 어떠한가?

이러한 연구문제를 수행하기 위해서, 저자는 2016년 1월 8일부터 6월 17일까지 매주 금요일 9시에 본인의 스마트폰을 통하여 Twitch TV의 인기 채널을 직접 분석 하였다. 2월 19일, 4월 15일에는 건강이 좋지 않아 분석을 하지 못한 것을 제외 하고, 총 20회의 분석을 실시하였다 (1월 8일, 1월 15일, 1월 22일, 1월 29일, 2월 5일, 2월 12일, 2월 26일, 3월 4일, 3월 11일, 3월 18일, 3월 25일, 4월 1일, 4월 8일, 4월 22일, 4월 29일, 5월 6일, 5월 13일, 5월 20일, 5월 27일, 6월 3일). 조사 시간을 금요일 9시에 작성한 이유는 보편적으로 사람은 금요일에 휴식을 취하기 때문에 보다 기준으로써 타당하다고 생각하기 때문이다. 아울러, Twitch TV에는 한국어 채널(국내)과 일반(세계) 채널로 분류되었기 때문에, 국내 채널에서 인기 있는 게임 채널과 해외에서 인기 있는 게임 채널로의 구분이 가능하였으며, 기록 시에는 게임 방송의 인터넷 BJ의 ID, 게임 이름, 시청자 수를 입력하였다. 인기채널의 개수는 1개는 너무 적다고 생각하여, 보다 의미 있는 데이터 값을 구하기 위하여 1회당 상위 5개의 채널을 기록 하였다.

### IV. 실험 및 결과

연구 문제 1의 경우, 한국과 해외의 시청자수는 어느 정도 차이가 있는 것으로 나타났다. 표1.은 국내와 해외 채널의 최고접속자, 최저접속자, 평균 시청자들의 값을 나타낸다.

표 1. Twitch TV에서 나타나는 국내와 해외 시청자 수 비교  
Table 1. The difference between Domestic Users and International Users on Twitch TV

	국내	해외
최고 접속자	17,234 (3월4일/ League of Legends)	96,765 (1월8일/ Banjo-Kazooie)
최저 접속자	136 (1월22일/Sid Meier's Civilization V)	8,497 (2월12일/Dota 2)
평균	1914.32	27,445.18

추가적으로, 총 20회의 조사 기간 중, 시간을 기준으로 각 횟수의 시청자(접속자)수가 어떻게 변화 하였는지를 도표로 나타내었다. 하나의 횟수에서 포함되는 게임 채널은 국내와 해외의 모두 각각 상위 5개를 합해서 1개의 값으로 나타냈다.

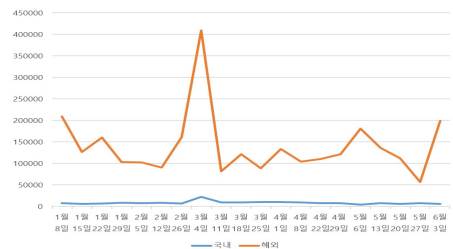


그림 2. 시간 순으로 나타내는 Twitch TV 인기 채널 비교  
Fig. 2. Chronological Order of Popular Channels of Twitch TV

여기서 가장 접속자 수가 많았던 날씨는 국내/해외 모두 3월 4일 이었으며, 가장 접속자 수가 적었던 날씨는 국내의 경우 5월 6일, 해외의 경우 5월 27일로 나타났다. 그렇다면, “어째서 국내/해외에서 3월 4일에 접속자 수가 높았던 이유는 무엇이였을까?” 라는 질문이 생길 수 있다. 일단 국내의 경우, 채널 OGN의 League of Legends 가 시청자 수가 매우 높았는데 (17,234명), 이것은 폴란드

에서 “IEM 시즌10 월드챔피언십”이라는 대회가 3월 4일부터 6일까지 열렸기 때문이고, 그 대회에서 League of Legends가 포함되었기 때문이라고 추측된다. 해외의 경우, 채널 DotaMajor의 Dota 2에 많은 시청자 수가 있었는데 (93,759명), 이것은 중국에서 “The Shanghai Major” 대회의 본선이 3월 2일부터 6일까지 열렸기 때문이라고 생각되며, 그 외의 채널에서도 게임 대회와 같은 이유들로 인해 많은 접속자 수가 존재했을 것이다. 100% 정확한 근거라고는 생각 할 수 없지만, 특정 날짜(3월 4일)에 Twitch TV에서 접속자가 급증한 것은 의미가 깊다.

표 2. Twitch TV 인기 채널 분석(국내)  
 Table 2. Analysis of Popular Channels of Twitch TV(Domestic)

게임	출연수	평균 접속자	개발 국가	장르
Dark Souls III	1	225.00	일본	액션 롤플레이
Diablo III: Reaper of Soul	1	602.00	미국	액션 롤플레이
Dota 2	2	415.50	미국	AOS (MOBA)
Gaming Talk Show	1	904.00	X	토크쇼
Hearthstone: Heroes of the Warcraft	51	1564.37	미국	CCG
Heros of the Storm	4	946.00	미국	AOS (MOBA)
League of Legends	25	2841.36	미국	AOS (MOBA)
None	1	630.00	X	X
Overwatch	3	966.333	미국	FPS
Sid Meier's Civilization V	1	136.00	미국	턴제시물레 이션
Street Fighter 5	1	1671.00	일본	대전액션 (격투)
Tekken 7	2	215.00	일본	대전액션 (격투)
Warcraft III: The Frozen Throne	5	892.80	미국	실시간전략 시물레이션
World of Tanks	1	378.00	벨라루스	MMO 슈팅
XCOM-2	1	321.00	미국	턴제전략시 물레이션

연구 문제 2~4의 경우, Twitch TV에서 나타나는 인기 채널의 특징들을 분석 하였으며, 국내와 해외로 구별 하였다. 국내의 경우 15 종류, 해외의 경우 12 종류의 게

임이 출연 하였다. 직접적인 비디오 게임이 아닌 토크쇼와 포커(카드 게임) 출연하였으며, 시스템적 오류라고 추측되는 None도 존재하였다. 구체적으로, 표2는 국내의 채널에서 나타나는 Twitch TV의 인기 채널을, 표3은 해외의 채널에서 나타나는 Twitch TV의 인기 채널을 조사 하였다. 여기서 나타나는 게임들의 출연수, 평균접속자, 게임의 개발 국가, 게임의 장르를 탐구하였는데, 개발 국가와 장르의 경우 각 게임 회사의 홈페이지나 게임 정보 웹사이트(예: IGN)을 통하여 조사 하였다.

표 3. Twitch TV 인기 채널 분석(해외)  
 Table 3. Analysis of Popular Channels of Twitch TV(International)

게임	출연수	평균 접속자	개발 국가	장르
Banjo-Kazo oie	1	96765.00	영국	액션 어드벤처
Counter-Str ike: Global Offensive	16	37176.50	미국	FPS
Dota 2	26	36642.73	미국	AOS (MOBA)
Faeria	1	9912.00	벨기에	CCG
Hearthstone : Heroes of Warcraft	7	12463.43	미국	CCG
Heroes of the Storm	1	1148.00	미국	AOS (MOBA)
League of Legends	35	24199.63	미국	AOS (MOBA)
Overload II	1	12080.00	네덜란드	액션 어드벤처
Poker (Texas Hold'em)	1	12809.00	미국	카드게임 (Non- Video)
RuneScape	1	12633.00	영국	MMO RPG
Starcraft II	6	12830.17	미국	실시간전략 시물레이션
Super Mario Galaxy	1	12888.00	일본	액션 어드벤처
World of Tanks	3	26214.67	벨라루스	MMO 슈팅

보다 명확한 특징을 구분 짓기 위하여 연구 문제2~4의 결과를 각 항목 당 상위 3개 값을 나타내었다. 이를 통하여 국내의 채널과 해외의 채널에서의 나타났던 인기 있는 게임들뿐만 아니라 나타난 게임들의 특징들을 분석이 가능 하였다.

연구 문제2의 경우, 국내 Twitch TV에서 인기 채널의 출연 빈도는 ① Hearthstone: Heroes of Warcraft(51회) ② League of Legends(25회) ③ Heroes of the Storm/Warcraft III: The Frozen Throne(5회)로 나타났다. 해외 Twitch 채널에서 인기 채널의 출연 빈도는 ① League of Legends(35회) ② Dota 2(26회) ③ Counter-Strike: Global Offensive(16회)로 나타났다.

연구 문제 3의 경우, 해외 Twitch TV에서 인기 채널 게임의 장르는 ① AOS(MOBA)(3회) ② 액션롤플레이/대전액션(2회) ③ 토크쇼/CCG/FPS/턴제시물레이션/실시간전략시물레이션/MMO 슈팅/턴제전략시물레이션(1회)로 나타났다. 해외 Twitch TV에서 인기 채널의 출연 수는 ① AOS(MOBA)/액션어드벤처(3회) ② CCG(2회) ③ FPS/카드게임/MMORPG/실시간전략시물레이션/MMO슈팅(1회)로 나타났다.

연구 문제 4의 경우, 국내 Twitch TV에서 인기 채널의 게임들의 개발 국가는 ① 미국(9회) ② 일본(3회) ③ 벨라루스(1회)로 나타났다. 해외 Twitch TV에서 인기 채널의 게임들의 개발 국가는 ① 미국(7회) ② 영국(2회) ③ 벨기에/네덜란드/일본/벨라루스(1회)로 나타났다.

## V. 시사점

본 연구에서 나타나는 결과와 특징들은 최종적으로 분석하면 다음과 같다. 첫째, 시청자(접속자) 수의 경우 국내와 해외에서 차이가 크게 나타났다. 이는 앞서 언급되었듯이, 한국에서 인터넷 방송은 아프리카TV가 실질적 독점이 된 상태이고 Twitch TV가 아직까지는 큰 인기가 없기 때문이라고 생각 할 수 있다.

둘째, Twitch TV에서 나타나는 인기 게임의 구성을 보면, 한국과 해외의 유저들은 공유되고 있는 것도 있지만, 차이점도 존재하는 것으로 나타났다. 우선, League of Legends의 경우 한국과 해외에서 모두 인기 있는 게임으로 나타났다. 한국과 해외에서 모두 나타나는 게임 내에서도 차이가 있었다. 특히, 한국에서는 Hearthstone: Heroes of Warcraft가 해외와 비교할 때 매우 인기가 높으며, Dota 2의 경우, 해외에서 인기가 높은 편이지만 한국에서는 아주 인기가 높은 편은 아니었다. Hearthstone: Heroes of Warcraft이 인기가 높은 이유는 Twitch TV가 유명 게이머들을 섭외 및 급여를 지불하여, 인기 채널로

만들려는 노력을 하고 있다. 즉, 이는 Twitch TV가 한국에서 인터넷 방송 시장 점유율을 늘리기 위한 비즈니스 전략이 성공적으로 나타나는 것이다. 추가적으로, 해외에서는 Counter-Strike: Global Offensive가 어느 정도 인기가 높은 편으로 나타났지만, 한국에서는 전혀 출연하지 않은 것도 특징이라고 할 수 있다.

셋째, Twitch TV에서 나타나는 인기 게임의 장르를 보면, 국내와 해외에서 가장 인기 있는 장르는 AOS(MOBA)로 나타났다. AOS(MOBA)는 게이머들이 팀을 만들어 다른 팀과 “경쟁”을 하는 것이 주된 시스템인데, 이는 게임 방송 시청자들이 혼자 하는 게임 보다는 타인과 대결을 하는 것을 흥미롭다고 생각하는 것이다. AOS(MOBA) 뿐만 아니라, 전반적으로 개인 혼자 하는 것보다는 다른 사람과 멀티 플레이를 하는 것을 인기가 있는 것으로 나타났다.

넷째, Twitch TV에서 나타나는 인기 게임의 개발 국가를 보면, 미세한 차이는 존재하지만 큰 차이는 없다고 할 수 있다. 국내의 경우 3개의 국가(미국, 일본, 벨라루스)가 나타났고, 해외의 경우 6개의 국가(미국, 영국, 벨기에, 네덜란드, 일본, 벨라루스)가 나타났다. 중요한 것은, 가장 인기 있는 게임을 제작한 것은 한국과 해외 모두 미국이 1등이었으며, 이는 미국이 전반적으로 게임 개발 능력이 뛰어나다고 해석해도 문제가 없을 것으로 보인다. 추가적으로, 한국과 해외의 채널에서 국산 게임은 단 한 번도 나타나지 않았다. 한국의 게이머들은 여러 미디어에서 각 종 세계 게임 대회에서(예: WCG) 다수 입상하여 게임 실력 부분이 뛰어나다고 칭송 받았으며, StarCraft와 같은 게임에서는 게임 실력이 뛰어난 게이머를 의미하는 한국어 단어 “고수”가 Gosu 영어 단어로 사용되기도 하였다. 그러나 본 연구를 보았을 때, 아직까지는 국산 게임이 국내 및 해외에 전파 되고 인터넷 방송에서 출연하는 만큼의 게임 개발 능력은 부족한 점을 드러낸다.

마지막으로, Twitch TV의 다양한 모습을 보여준다. Twitch TV는 비디오 게임을 전문으로 하는 인터넷 방송을 추구하지만, 최근에는 게임 토크쇼나 카드 게임 분야도 조금씩 다루고 있다. 실제로, 본 연구에서 국내의 경우 게임 토크쇼, 해외의 경우 카드 게임(포커)가 인기 채널로 나온 점을 보았을 때, 비디오 게임뿐만 아니라 게임 관련 콘텐츠를 만드는 것도 게임을 잘 모르는 일반대중들을 위한 하나의 경영 전략이 될 수 있을 것이다.

## VI. 결 론

본 연구는 최근의 뉴 미디어 중 하나인 인터넷 방송의 다양한 모습을 탐구 하였다. 한국의 아프리카TV에 대한 연구와 달리, 한국에서는 아직까지 세계적으로 유명한 Twitch TV에 대한 연구는 거의 존재 하지 않는 것이 현실이었다. 인터넷 방송의 보다 새롭고 탐구 되지 않은 부분을 연구하기 위하여, 본 연구는 Twitch TV가 한국에서 어떠한 의미를 지니고 있는지에 대해 인기 채널을 기준으로 분석 하였다. 구체적으로, 인기채널의 시청자 수, 인기 채널에서 나타난 게임의 출연 빈도, 장르, 개발 국가를 분석 하였고, 한국과 해외의 차이점을 비교 분석 하여 입체적으로 접근 하였다.

그 결과, 본 연구의 연구 주제에서는 모두 크고 작은 차이점이 발견 되었다. 시청자의 경우, 해외가 국내보다 많은 시청자를 보유하고 있었으며, 인기 채널의 게임 출연 빈도의 경우 여러 가지 게임들이 공유 되고 있었지만, 차이점으로는 한국은 Hearthstone: Heroes of Warcraft가 압도적인 인기를 지닌 것으로 나타났고 해외에서 어느 정도 인기가 높았던 Counter-Strike: Global Offensive는 전혀 출연 하지 않았다. 인기 채널에서 나타난 게임의 장르에는 국내와 해외 모두 AOS(MOBA)가 인기이며 그 외에는 차이점이 있지만 대부분 경쟁의 요소가 나타나는 멀티 플레이 게임이 나타났으며, 마지막으로 게임 개발 국가는 해외가 보다 다양하게 나타나지만, 국내와 해외 모두 미국이 1위이고 국산 게임은 전혀 존재하지 않는 특징이 발견 되었다. 종합해 보면, 한국의 Twitch 시청자들은 해외의 Twitch 시청자들과 동일하게, 인류 보편적인 측면에서 경쟁의 요소가 있는 게임을 좋아하지만, Twitch TV의 비즈니스 전략과 게임의 접근성에 차이에 따라 어느 정도 차이가 발생한다고 생각 할 수 있다. 우선적으로, 이미 명시 되었듯이, Hearthstone: Heroes of Warcraft는 Twitch TV 한국 지사가 유명 게이머들을 섭외하여 지속적으로 방송을 하는 노력 때문에, 자연스럽게 인기 채널이 된 것이다. Counter-Strike 시리즈의 경우, 조사 결과 과거 여러 차례에 국내 유통에 문제를 지니고 있었다. 한국의 PC방이 Counter-Strike 시리즈의 정품을 구입하더라도 과금을 따로 내라는 배급사 요구에 PC방의 반발이 있었으며<sup>[12]</sup>, 한국에는 Sudden Attack과 Specifal Force와 같은 국산 FPS 게임이 인기가 있어 Counter-Strike: Global Offensive의 Twitch에서

인기가 높지 않았던 것으로 추측된다.

한 편, 본 연구는 Twitch TV와 아프리카 TV의 구조적인 차이점도 보여주고 있다. 아프리카 TV는 매월 어떠한 BJ가 가장 인기 있었는지를 알려주고, 인터넷 BJ들 중 실적이 좋은 사람을 베스트 BJ 또는 파트너 BJ로 선정하여 여러 가지 혜택을 제공하며, 특정 장르와 주제를 보다 쉽게 검색 할 수 있는 편리함을 주고 있다. 그러나 아프리카 TV와는 다르게 Twitch TV는 구체적인 통계적인 정보는 거의 제공하고 있지 않다. 이러한 Twitch TV의 구조적 문제가 아프리카 TV에 비해 무조건 적으로 나쁘다고 주장하는 것은 아니지만, 보다 원활한 소통과 전문적인 연구를 시행하기 위해 보다 다양한 정보를 제공하는 것도 하나의 전략적 방법이 될 수 있다는 것을 시사한다. Twitch TV는 시청자 수에 따라 방송 채널의 순위가 나열되는 시스템인데, 이는 어떠한 게임 채널이 인기가 있는 점이 편리하지만, 정확히 수학적/통계적으로 얼마나 인기가 있는지에 대해서는 현재로서는 명확히 알려주지 않고 있다.

그러나 본 연구는 여러 가지 한계점들이 있다. 첫째, 본 연구는 데이터 조사 당시 기준 시간을 한국으로 설정 하였다. 한국의 금요일 9시는 다른 지역의 세상에서 다양한 시간대로 나타나므로, 이러한 인기 채널에 대한 근본적인 의문점이 태어난다. 이것을 세계라는 "틀"로 일반화 하기에는 부족함이 존재한다. 둘째, 본 연구는 단순히 하나의 시간을 선정 하였다. 인기 채널을 분석 할 때, 그 채널에 몇 명이 있는지 단순히 오후 9시에 조사하였기 때문에 매우 정밀하다고는 할 수 없다. 접속자를 기준으로 인기 채널을 구분 짓는 것은 하나의 기준이 될 수 있지만, 접속자가 수시로 변동하는 점은 고려하지 못하였다. 마지막으로, 본 연구를 통해 한국의 Twitch TV에서의 인기 채널이 일반적인 한국 게이머들에게 선호된다고 일반화하기는 어렵다. 한국의 Twitch TV 인기 채널에서 Hearthstone: Heroes of Warcraft이 많이 나타나는 이유는 Hearthstone: Heroes of Warcraft이 인기가 높은 것도 있지만, Twitch TV가 유명 게이머들을 고용했기 때문이다. Twitch TV에서 나타나는 인기 게임과 현실 세상에서의 실제 인기 게임의 상관관계를 심화적으로 분석하지는 않은 것은 아쉬운 점이었다.

## References

- [1] Sungwoo Shim, "Internet Personal Game Channel and Copyright", Yonsei Journal of Medical and Science Technology Law, Vol.5, No.4, 2014.
- [2] Doojin Yoo, "Do you know Afreeca TV?", The Scoop, 2013.
- [3] M. Matassa, "Internet Radio – Computers Help You Hear What Might be Broadcasts", Seattle Times, 1999.
- [4] Jang-Mook Kang, Woo-Jin Lee, & You-Jin Song, "A Study for Vulnerability Analysis and Guideline about Social Personal Broadcasting Services based on Smart-Phone Environment(focus on SNS or U-Health)", The Journal of IIBC, Vol.10, No.6, 2010.
- [5] Dongkyu Park, "What is the Background of Love Call from Big Investor for Afreeca TV", Itooza, 2013.
- [6] Yoosung, Kim, "Famous Internet BJs of Afreeca TV Appear in Korea Communications Commission, Which Realizes That Social Responsibility Has Increased", eDaily, 2016.
- [7] Ilyong, Kang, "Will Google Dominate the Video UCC Industry too?", IT DongA, 2014.
- [8] B. Gilbert, "Amazon Buying Twitch TV, Expanding Video Empire to Live Streaming", Engadget, 2014.
- [9] Sora Lee, "Shouting Hearthstone in the Center of Twitch TV... Famous BJs will be Hired by Twitch TV soon. DailyGame, 2015.
- [10] Dal Yong Jin, Korea's Online Game Empire. MIT Press, 2010.
- [11] F. Gillette & S. Soper, "How Twitch Turned Video Game Voyeurism into Big Business", Bloomberg Businessweek, 2015.
- [12] Minkyu, Kim, "PC Cafe Owners do Boycott for Purchasing Counter-Strike", OhMyNews, 2004.
- [13] Sayclub. <http://me.sayclub.com>
- [14] Afreeca TV. <http://www.afreeca.com>
- [15] Twitch TV. <http://www.twitch.tv>
- [16] IGN. <http://www.ign.com>

## 저자 소개

### 한 석 희(준회원)



- 2014년 1월 : University of Utah 커뮤니케이션 학사
- 현재 : 한양대학교 미디어 커뮤니케이션 대학원 석박사 통합 과정

<주관심분야 : 뉴 미디어, 이용과 충족 이론, 대전액선게임, 빅 데이터>