

<https://doi.org/10.7236/JIIBC.2020.20.1.61>
JIIBC 2020-1-8

인터넷 게임 방송 매체의 스토리형 게임 저작권 문제 조정 사례 연구

A Case Study on the Adjustment of Story Copyright Problems in Internet Game Broadcasting Media

최영귀*

Young-Gui Choi*

요 약 게임은 여러 장르가 있다. 액션, RPG, FPS, 시뮬레이션 등 다양하며 그 중 스토리를 중심으로 흘러가는 게임은 마치 한편의 영화를 보는 것과 같은 느낌을 주는 게임 장르다. 인터넷 게임 방송인은 스토리형 게임을 방송할 때 영화관에서 영화를 상영하는 것과 비슷하다고 볼 수 있다. 영화관과 다른 점은 시청자들에게 직접 플레이를 보여줌으로써 스토리에 일정 부분 관여할 수 있다는 점이다. 방송 소재로써 스토리 게임은 좋은 수단이지만 게임 제작사 측면에서 스토리가 인터넷 방송으로 공개되는 점은 게임을 구매하지 않고 스토리를 즐길 수 있어 판매수익에 부정적인 영향을 끼칠 수 있다. 본 연구는 저작권이 문제될 수 있는 스토리형 게임을 제작자와 인터넷 방송인 간의 조정 현황을 분석하고 같이 나아갈 방법을 제시하고자 한다.

Abstract The game has several genres. Actions, RPGs, FPS, and simulations are diverse, and the game that flows around the story is a game genre that feels like watching a movie on the other. Internet game broadcasters can be thought of as playing a movie in a movie theater when they broadcast a story-type game. The difference with the movie theater is that you can get involved in the story by showing your play directly to viewers. As a broadcasting material, story-type games are a good means, but the fact that the story is published on the Internet in terms of game publishers can have a negative impact on sales revenue as viewers can enjoy the story without purchasing the game. The purpose of this study is to analyze the coordination status between producers and internet broadcasters for story-type games that could be copyrighted and suggest ways to move forward.

Key Words : Copyright, Game, Internet Broadcasting, Story, Streamer

I. 서 론

1. 연구문제

인터넷이 보급된 이후로 인터넷은 새로운 문화가 생성

되어 이슈화 되곤 하는 곳이다. 마찬가지로 인터넷 방송 역시 기존의 텔레비전을 통한 일방적인 정보전달 방송에서 양방향 소통 방송으로 새로운 문화의 하나가 되고 있다. 이러한 문화의 등장은 장점들도 많지만 반대로 단점

*정회원, 세종대학교 공연영상애니메이션학과
접수일자: 2019년 9월 27일, 수정완료: 2020년 1월 4일
게재확정일자: 2020년 2월 7일

Received: 27 September, 2019 / Revised: 4 January, 2020 /
Accepted: 7 February, 2020
*Corresponding Author: megarun@naver.com
Dept. of Motion and Animation, Sejong University, Korea

들도 생기기 마련인데 1인이 진행하는 인터넷 게임 방송의 저작권이 새로운 쟁점으로 부상 중에 있다. 최근 유럽 연합에 게임의 저작권문제로 인터넷 게임 방송인과 게임 제작자 사이에서 게임 제작자편의 법률을 통과시킨 바 있다. 통칭 제13조로 불리는 이 안건은 인터넷 게임 방송시 저작권 정보를 제공하고 저작권과 관련하여 어떠한 문제도 없음을 입증해야 하거나 기타 방법들을 통하여 저작권법을 잘 준수하고 있음을 입증해야 하는 법안이다. 게임 방송 플랫폼도 저작권 문제로 방송들을 일일이 필터링 해야 한다. 이에 인터넷 게임 방송인들은 게임 제작자의 수고를 존중하면서도 방송에 대한 제한이 심각해져 방송이 제대로 진행되지 않을까 우려하고 있다. 본 연구는 게임 제작자와 인터넷 게임 방송인들의 공존을 위하여 저작권 문제에 대해 해결 방안을 연구하고자 한다.

2. 연구방법

본 연구는 저작권의 개념이 아직 확실하게 정립되지 않은 인터넷 1인 게임 방송에 대하여 저작권 정의와 이론, 사회적 이슈를 설명하고 현재 인터넷 방송에서 BJ, 스트리머가 게임 저작권에 대해 대처하고 있는 모습을 예시로 해결법을 제시하고자 한다. 제시 모델은 일본에서 제작한 '저지 아이즈'를 예시로 들었다. '저지 아이즈'는 플레이어가 주인공을 직접 조종하여 스토리가 진행되는 방식이다. 이 게임은 스토리가 중요하여 방송으로 스트리밍 시 게임 판매에 악영향을 줄 수 있지만 게임 제작사는 방송을 부분적으로 허용하여 광고 효과로 인한 판매에 도움이 되는 방향으로 게임 방송을 활용하였다. 이 사례를 분석하여 게임 제작자와 게임 방송인간의 협력 모델을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 인터넷 게임 방송의 정의

볼츠를 비롯하여 매체미학을 주장하는 많은 사람들은 미학이라는 이름이 아름다움에 관한 학문 또는 예술작품에 대한 분석 등에 머무를 수 없다고 주장한다. 오히려 중요한 것은 작품 분석이 아니라 각각의 수용자의 체험과 지각 방식이라고 한다. 좀 더 정확히 말해서 중요한 것은 해석과 관조를 기반으로 한 예술 이해 또는 미적 체험이 아니라, 감각과 이미지의 스펙터를 그리고 몰입이다.^[1]

이 관점은 인터넷 방송과 일맥상통하는 부분이 있다고 볼 수 있다. 대중매체의 특징을 갖고 있고 거기에 몰입과 감정을 공유하는 특징을 추가해야 할 것이다. 인터넷 방송은 진행하는 사람의 행동에 따라 방송의 특징이 결정된다. 노래를 하거나 운동, 심지어 공부하는 모습을 보여줌으로써 시청자들은 그 과정에 몰입하고 채팅으로 참여한다.

또한 방송을 진행하는 사람이 방송에서 감정적으로 반응하는 모습을 비취줌으로써 방송하는 사람의 감정을 시청자와 공유한다. 과거 예술은 발터 벤야민이 주장한 종교적인 아우라에서 출발한다고 볼 수 있다. 종교적인 관점에서 같은 종교를 공유하는 대상이 종교적인 예술품에 몰입하고 감정적으로 공유하는 특징과 같으며 인터넷 방송을 새로운 예술 행위로 규정할 수 있다. 다만 예술로 규정하는 폭이 인터넷 방송에서는 무의미하다고 볼 수 있을 정도로 다양하고 하나의 법칙으로 규정하기 애매한 부분이 있다.

현대에 이르러 예술은 과거의 획일화된 형식으로부터 벗어나 다양한 시도들이 있었으며 행위예술이라는 형식까지 예술의 범주에 들어가 있다. 디지털 매체를 통한 예술방식도 등장하여 예술을 하나의 방식으로 정의내리기 어려워졌다. 예술 형식 자체가 많은 변화를 거쳤으며 디지털 매체는 과거 기계기술의 정신을 적극적으로 활용하여 예술에서 다시 변화하여 일시적이고 비물질적 성향을 가지게 되었다고 볼 수 있다.

디지털 매체 예술은 물질적인 종이, 석고 등에서 벗어나 컴퓨터 스크린 환경을 토대로 하고 있다. 인터넷의 등장으로 전 지구적인 연결망이 형성되어 수용자는 감상에서 체험으로 새로운 유희의 장이 되었다. 이 현상은 비물질적 미학의 배경이 되었다. 볼츠는 디지털 매체 예술을 분석하면서 감성학을 바탕으로 매체미학의 필요성을 주장하였는데 앞에 말한 것과 같이 눈으로 보고 머리로 느끼는 것이 아닌 시각적, 청각적 등 다양한 형태의 예술형식들이 순간적으로 받아들여지는 형태의 예술이기 때문이다.

비물질적이고 비상대적이고 계속되는 영상들의 흐름은 결국 작품 자체에 대한 분석보다는 상호작용성에 근거한 작품의 수용 과정을 더 문제 삼게끔 한다. 디지털 매체 상황과 관련해서 새로운 직각방식은 지속적 지각과는 다르게 일시적이고 순간적이다. 그리고 아주 빠른 속도와 관련되어 있다.

일시적이고 순간적 지각방식에서 볼츠는 벤야민의 독특한 개념인 시각적 촉각성을 받아들여면서, 이 촉각성이

야말로 새로운 매체에 의해 생성된 예술을 수용하는 주된 시각방식이라고 주장한다.^[2]

과거 예술에서 벗어난 현대시대에 인터넷 방송을 하나의 예술 행위로 보고 인터넷 방송 진행자를 예술가로 규정한다면 과거 예술과 현재 예술은 수용자의 참여 여부가 결정적인 차이라고 볼 수 있다. 집에서 컴퓨터를 통해 영화, 애니메이션 같은 영상물을 시청하면서 개인적으로 수용한다. 또한 영상 시청은 집중과 몰입을 유발한다. 인터넷 방송은 수용자가 몰입하는 과정에서 참여를 유도하여 더욱 수용자의 몰입을 유도할 수 있다. 4D 영화관은 시각, 청각 뿐 아니라 영상에 맞추어 변화하는 환경까지 체험하게 하는데 인터넷 방송은 형식이 다를 뿐 간접적 체험이라는 부분에서 커뮤니케이션적인 부분을 강조하여 몰입을 유도하고 있다고 볼 수 있다.

수용자는 단지 수동적으로 관찰자의 입장에 머무르는 것이 아니라, '총체적인 주의 집중'을 통해서 적극적으로 영상에 개입한다.^[3]

게임은 영화나 애니메이션과 다르게 수용자가 직접 참여하는 것을 기본 골자로 하고 있다. 게임 자체가 게임에 등장하는 객체를 조종하여 다양한 결과를 도출하는 행위이기 때문이다. 인터넷 방송은 다양한 분야를 시청자들에게 보여주고 참여하게 유도한다.

예를 들면 음악을 주 분야로 방송하는 사람은 시청자에게 실시간으로 노래를 신청 받고 헬스를 방송하는 사람은 시청자들의 다양한 운동 질문에 대답하거나 효과를 설명하여 운동법을 보여준다. 영상의 주인공이 다양한 분야를 보여주는 것은 애니메이션, 영화, TV 강의 등 인터넷 방송과 공통점을 지니고 있지만 인터넷 방송은 시청자들의 채팅으로 인하여 방송의 성향이 바뀔 수 있다.

인터넷 게임 방송을 하는 사람은 게임하는 모습을 시청자에게 보여주는 것이 기본 형태이지만 시청자들이 중간에 채팅으로 의견을 제시하여 게임을 진행하기 때문에 진행 결과가 언제든지 다르게 바뀔 수 있다. 시청자는 비록 채팅이라는 한 가지 행위를 하지만 결과는 다양하게 나올 수 있다.

볼츠는 디지털 매체 예술도 예술로 파악하기 보다는 "컴퓨터에 입각한 그래픽 디자인"으로 파악하며 현재 진행 중인 예술로 본다고 주장하였다. 또한 이제 매체 미학적 관점에서 중요한 것은 예술이 아니라, 미디어 환경 디자인이다 라고도 주장하였다.

인터넷 게임 방송은 게임 제작과는 다르다. 게임을 직접적으로 만들지는 않지만 방송 진행자가 게임이라는 소

스를 가지고 창의적인 활동을 하는 것은 가능하다. 첫 번째 게임과 두 번째 게임을 방송에 배치하여 게임을 진행하여 전체적인 방송 컨셉을 정하기도 하고 게임 내의 오브젝트들을 배치하여 시청자들에게 즐거움을 주기도 한다. 또한 게임 내 캐릭터를 조종하며 스스로 연기하는 모습을 보여주기도 한다. 미디어 환경 디자인은 새로운 유희 공간에서 즐길 거리를 제공하게 되었으며 가상의 세계에서 미학적 체험을 가능하게 하였다.

인터넷 방송은 기술적으로 다수의 이용자가 동시에 접속할 수 있는 회선, 실시간 생방송을 할 수 있는 시스템 그리고 쌍방향 소통이 가능한 기술과 콘텐츠를 지녀야 한다.^[4]

인터넷 방송은 일반 상송과 달리 시청자가 능동적으로 선택을 하는 특징이 있다. 채팅을 통한 참여 뿐 만 아니라 시간대와 원하는 정보, 콘텐츠를 스스로 선택하여 참여하는 것이다.

인터넷 방송국에서 프로그램을 네트워크를 통해 인터넷을 이용하는 네티즌에게 전달하는 측면에서 기존의 방송매체와 매우 흡사한 점을 지니고 있다. 그러나 인터넷 방송은 기존의 방송에 비해 불특정 다수를 대상으로 방송을 하는 것이 아니라 수용자 즉 네티즌을 능동적이고 자발적인 참여를 유도한다는 특징을 지니고 있다.^[5]

방송인이 콘텐츠를 기획하여 방송하고 시청자는 그 방송 콘텐츠가 1차적으로 원하는 콘텐츠인지 아닌지에서 선택된다. 그리고 선정된 콘텐츠를 진행하는 방식으로 다시 시청자는 계속 시청할지 그 방송을 나갈지 선택하게 된다. 남아서 시청하게 되어도 시청자는 그 방송에서 행동을 선택한다. 동조하며 시청할 수 있고 마음에 들지 않거나 거슬리는 부분이 있으면 채팅으로 지적하며 방송 방식에 실시간으로 피드백을 할 수 있다.

인터넷 방송에서 방송하는 사람은 가상의 세계에서 수용자에게 자신의 생각과 창조성을 보여주는 것으로 예술적 가치를 부여받을 수 있다. 따라서 볼츠는 현대 매체예술에서 중요한 것은 "개념적인 예술"이라고 주장한다.

인터넷 게임 방송을 진행하는 진행자는 그 날 게임을 진행함에 있어 게임에 맞추어 옷을 입고 말투를 바꾸고 게임과 관련된 컨셉을 잡고 연기하여 게임에 투영하기도 하는 등 수요에 맞게 예능 쇼 프로그램적 성향을 나타내고 있다. 과거 인터넷 게임 방송에 비하면 게임 실력보다는 때에 맞게 말을 하고 시청자의 채팅을 캐치, 답변하는 능력이 중요하게 되었으며 시청자들도 이런 능력들을 종합적으로 판단하고 여러 방송 중 마음에 드는 방송 진행

자를 스스로 선택하게 되었다. 이제 게임 실력보다 방송 진행자의 진행력을 더 중요하게 본다.

인터넷 게임 방송은 정보 전달 기능은 물론이고 몰입과 시각 이미지가 혼용되어 있는 종합 예술이며 대중문화로서 향유와 즐거움을 가지고 있다고 볼 수 있다.

2. 디지털 저작권

사전에서는 인간의 사상 또는 감정을 표현한 문학, 예술, 학술에 속하는 창작물에 대하여 저작자나 그 권리 승계인이 행사하는 배타적, 독점적 권리라고 정의한다.

저작권법에 의해 보호 되는 저작자의 권리로, 모든 창작물은 저작권법의 보호를 받는다. 저작권법의 보호를 받을 수 있는 것은 자연인이나 법인이기 때문에 자연물이나 AI가 단독으로 만든 창작물은 저작권 보호를 받지 못한다.^[6]

시간이 흘러 한국 사회는 민주화 운동 및 문미정권이 들어섬에 따라 표현의 자유는 점차 인정받고 확대 되어 왔다. 그럼에도 불구하고, 21세기 현재 한국 사회에서도 표현의 자유는 다소 논란이 있다.^[7]

제13조는 유럽의회가 2016년 9월에 마련한 '디지털 시장에서의 저작권 보호 지침'에 포함 된 것이다. 취지는 디지털 환경에 맞추어 저작물을 보호할 방법을 마련해보자는 것이었으며 총 24조로 구성되어 있다. 이 중 구글, 페이스북 등 플랫폼 사업자가 언론사 기사와 같은 콘텐츠를 링크할 때마다 해당 회사에 그 대가를 지불해야 한다는 '링크세'도 포함되어 있다. 논쟁의 대상인 13조는 저작권을 침해한 영상을 걸러내는 '필터'를 설치해야 한다는 것이다. 유튜브, 트위치로 예를 들면 이용자들이 올리는 영상 중 저작권을 침해한 것을 스스로 차단해야 한다. 다시 말해 플랫폼 사업자에게 저작권을 침해한 영상이 유통되지 않도록 관리하라는 책임을 물리는 것이다.^[8]

이 법의 골자는 '타인의 저작권을 침해하는 영상을 올리지는 않는 것'이다. 이를 근본적으로 해결하는 방법은 플랫폼에 올라오는 모든 게임 영상에 대한 라이선스를 확보하는 것이다. 저작권은 사실 계속 변화하고 있기 때문에 법이 따라가지 못하고 있는 실정이다. 그래서 저작권 관련 재판은 변호사가 변론만 잘하면 된다는 말이 나오고 있다. 재판부는 법적으로 하자가 없거나 어떤 판결을 내려야 하는데 처벌의 필요나 사회, 경제적 이유로 기각의 필요가 있는 경우에는 어떤 이론이든 만들어 판결을 내리는 경우가 많다.

최근 저작권 문제가 인터넷 방송계에서도 예민한 주제이다. 게임을 가지고 콘텐츠를 소개하면 시청자는 그 게임 콘텐츠가 스토리 형 게임일 때 저작권에 위배되지는 않는지 인터넷 방송인에게 물어본다. 인터넷 방송인(BJ, 스트리머, 유튜버 등)은 제작사와 협의하여 어느 부분까지 방송한다고 시청자에게 이야기하고 방송을 진행한다. 게임플레이어가 스스로 플레이한 게임물의 영상을 기초로 나름의 창작성을 부가하여 새롭게 제작한 파생작품으로서 재탄생한 영상물이다. 이는 게임물을 바탕으로 만들어진 새로운 영상 콘텐츠라는 점에서 2차적 저작물이라고 볼 수 있다.

이와 유사한 사례의 언급이 있을 때, 외국 언론 매체 등에서 게임과 관련된 콘텐츠(Video game related contents)라는 용어를 사용하고 있다. 이것은 대상 게임과 관계된 모든 콘텐츠를 의미하는 것으로 판단되며, 게임물과 관련된 창작물 중에서 주로 영상형태의 저작물을 의미하는 것으로 파악된다.^[9]

외국에서도 게임을 방송하는 영상물을 2차 창작품으로 인정되고 있다. 이는 이제 게임이 게임을 구매한 플레이어가 게임을 즐기고 일단락되는 형태에서 사람들과 직접적으로 소통하고 공유하는 형태로 발전되었음을 의미한다고 볼 수 있다. 인터넷 게임 방송은 위의 요소들을 포함하고 있다. 트위치라는 인터넷 방송 플랫폼을 예로 들면 게임을 플레이하는 모습을 시청자들에게 보여주고 있다. 영상은 트위치라는 플랫폼에 수록되며 컴퓨터와 주변기기들을 이용해 촬영, 녹화하며 장면을 편집하여 2차 영상물을 제작, 유튜브에 업로드 한다. 또한 조명을 조정하여 자신의 얼굴을 플레이 장면마다 때때로 변화하는 모습을 보여준다. 얼굴이 나오는 장면(캠화면), 게임 화면, 시청자들의 반응을 전달하는 채팅 화면 등을 한 화면에 배치하여 방송한다.

저작권과 저작권법은 단순히 저작자의 권리 보호뿐만 아니라 저작물의 자유롭고 적극적인 유통을 독려한다는 목적을 함께 가지고 있다. 게임을 제작한 제작사는 제작사대로 자신의 권리와 수익이 침해받을 수 있고 게임 방송 종사자는 종사자대로 자신이 하는 일에 제재를 받아 영상 콘텐츠 제작에 난항을 겪을 수 있다. 본 연구는 인터넷 게임 방송이 하나의 방송 장르로 자리매김 되었고 그 과정에서 발생한 저작권 혼란에 도움이 되기 위해 인터넷 게임 방송에서 게임 저작권에 대한 해결방법을 생각하고자 한다.

III. 게임 스트리밍 제한 사례

‘저지아이즈’는 세가게임즈 용과 같이 스튜디오에서 제작하여 2018년 12월 18일 발매된 플레이스테이션4 플랫폼을 기반으로 하는 게임이다. 주인공은 탐정이 되어 사건을 수사하고 밝히는 과정을 게임으로 표현하고 있으며 액션, 추리 등 혼합 장르 게임이다.

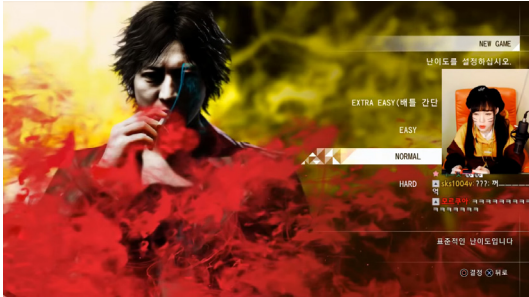


그림 1. '저지아이즈' 메인 화면
Fig. 1. 'Judge Eyes' Main screen

또한 주인공은 변호사 출신으로 사건 피의자나 피해자를 변호하는 입장에서 대사를 선택하여 게임의 스토리에 변화를 주는 역할을 수행한다는 점에서 인터랙티브형 게임이기도 하다. 사건의 범인을 밝혀내는 것이 게임의 주요 콘텐츠인 만큼 인터넷 방송에서 공개될 시 게임 판매에 영향을 미칠 수 있다. 그렇기 때문에 제작사는 스트리밍에 제한을 두었다.

발매 일주일 전인 12월 6일, 게임 스포일러가 빠르게 나오는 걸 막으려는 의도인지 개발사인 용과 같이 스튜디오에서 스트리밍은 챕터 2까지만 가능하다는 공지를 올렸으며 같은 달 18일에는 챕터 3, 21일은 챕터 4, 27일은 챕터 5, 2019년 1월 11일은 챕터 6, 같은 달 23일은 챕터 7, 31일 챕터 8까지 스트리밍을 허용하는 패치를 진행해 스트리밍을 단계적으로 넓히고 2019년 1월 31일 챕터 8을 스트리밍 허용을 끝으로 더 이상의 스트리밍 허용 패치는 없다고 밝혔다.^[10]

이는 제작사가 단계적으로 게임을 보여주어 판매 유도에도 도움이 되는 방향으로 선회한 것으로 보인다. 기존의 스토리형 게임은 스트리밍으로 인해 스토리가 공개되어도 게임제작사의 이미지 때문에 관여를 꺼려하거나 적극적으로 송출 금지를 명시하기도 하였지만 용과 같이 스튜디오처럼 제작사가 부분적으로 허용하면 시청자가 인터넷 방송에서 게임 플레이를 보면서 자신도 구매하여 하고 싶은 욕구를 들게 할 수도 있는 등 광고 효과를 볼

수 있다.

스트리밍 규제가 조금 특이한 편인데 제작사인 용과 같이 스튜디오에서 이 규정을 어길 시 법적 대응을 하겠다고 발언했기 때문에 개인 방송을 보는 사람들은 특정 기간이 지나서야 새로운 챕터의 스트리밍을 볼 수 있었다. 이는 영상을 송출할 수 있는 모든 매체에 적용된다. 트위치의 경우 '저지 아이즈'로 항목을 달아놓으면 게임 시작과 종료 시에 방송 내에서 자체적으로 광고가 송출된다. 이것 또한 제작사의 의도로 보인다. 스토리가 중요한 게임의 스트리밍을 안좋아하는 게임사에서는 이런 식으로 스트리밍 규제가 적극적인 추세이다.

인터넷 게임 방송을 송출하는 게임 스트리머 또한 이런 제작사의 움직임에 불만을 표하지는 않았다. 게임에 앞서 시청자들에게 일정을 설명하는 일명 IRL, 혹은 Just Chatting 시간에 제작자들의 이런 움직임에 동참하였다. 제작사가 판매 수익을 올려 금전적으로 풍족해지면 다시 게임 제작에 더욱 고품질의 게임에 투자할 수 있고 자신이 방송 할 콘텐츠도 늘어날 수 있기 때문이다.

또한 인터넷 게임 방송 스트리머들은 방송 중 정식으로 게임제작사에서 의뢰를 받아 게임을 홍보하는 역할도 수행 하고 있기 때문에 이런 제한에 익숙하다.

IV. 게임 스트리밍의 부수적 광고 효과 사례

2019년 12월 27일 트위치에서 방송을 하고 있는 스트리머 풍월량은 '마운트 앤 블레이드'라는 게임을 하면서 방송을 진행한 바 있다. 2010년에 출시된 이 게임은 게임성이 좋아 지금도 많은 사람들이 플레이하고 있다. 하지만 10년이나 지난 만큼 그래픽이나 UI등 편의성이 10년 전이기 때문에 플레이하는 사람만 플레이하고 새로운 플레이어가 유입되기 어려운 환경이다.



그림 2. '마운트 앤 블레이드' 플레이 화면
Fig. 2. 'Mount and Blade' Playing screen

풍일량은 평균 만 명의 시청자를 동원하는 스트리머로써 풍일량이 '마운트 앤 블레이드' 게임을 하고 새로운 플레이어들이 가입되는 현상이 있었다.



그림 3. '마운트 앤 블레이드' 대표 카페 신규 회원
Fig. 3. 'Mount and Blade' Representative cafe new member

그림 3은 마운트 앤 블레이드의 대표 카페로서 전체글 목록에서 검색한 것이다. 12월 28일 이후부터 1월 초까지 신규회원이 가입된 것을 확인할 수 있었다. 신규회원들은 카페 가입 인사 뿐 만 아니라 설치법이나 구매법 등을 물어보기도 했다. 풍일량 방송을 보고 들어왔다고 하는 회원도 있었다.

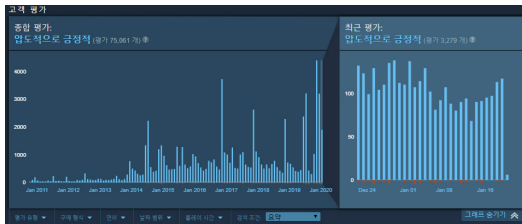


그림 4. '마운트 앤 블레이드' 평가 그래프
Fig. 4. 'Mount and Blade' Evaluation graph

빅데이터는 고객의 행동과 소비패턴을 분석하여 맞춤형 서비스를 제공하고 불만사항을 실시간으로 파악해 사전에 이탈 가능성이 높은 잠재 고객을 예측하는데도 사용될 수 있다.^[11]

그림 4는 스팀 '마운트 앤 블레이드'의 상점 페이지에서 고객들의 평가 그래프이다. 이 그래프는 스팀에서 게임을 구매하고 구매한 고객들이 이 게임에 대해 평가를 내리는 숫자량을 표시한 것이다.

2011년에는 저조한 평가수를 가지고 있지만 2014년부터 점점 늘어났고 특정부분을 제외하면 2019년 중반까지 일정량을 유지하고 있다. 2019년 후반부터 평가수가 늘어났음을 알 수 있다.

위의 카페, 스팀 제공 표를 통해 '마운트 앤 블레이드' 게임에 사용자가 늘어났다고 할 수 있을 것이다. 하지만

한정적인 데이터 세트의 크기로 인해, 고객 분류의 객관성이 떨어지며, 일부 고객의 행동통계 결과를 이용해 모든 고객들을 일반화 하였다는 한계점이 존재했다.^[12] 게임 유저가 늘어난 상황을 인터넷 방송인의 방송으로 모두 설명할 수는 없지만 하나의 이유가 될 수 있다고 볼 수 있다.

스트리머의 게임 플레이를 방송으로 보여주면 시청자들에게 자연스럽게 홍보가 되면서 시청자들이 방송에서 봤던 게임을 구매하여 유저로 변하는 예라고 할 수 있다. 또한 이점이 게임제작사가 게임 스트리밍을 부분적 제한을 걸어 방송을 허락하는 이유이다.

V. 결 론

본 연구는 게임을 1주일에 1챗터만 방송하는 사례를 연구하여 게임회사의 저작권을 보호하며 방송하는 방법에 대하여 연구해 보았다. 인터넷 방송이 점점 양지화 되면서 일어나고 있는 저작권에 대한 갈등이 이번 사례를 제도화 하여 보편화 된다면 어느 정도 해소될 것으로 보고 있다.

기본적으로 게임 제작자들은 자신의 게임이 방송되어 내용들이 공개되는 것에 부정적인 입장을 가지고 있으나 게임사의 이미지나 홍보 가능성이 있어 대부분은 인터넷 게임 방송을 묵인 하고 있다. 이런 상황은 게임제작에 방송을 보고 플레이어들이 대리만족하여 게임을 구매하지 않는 상황이 종종 일어나기도 하고 이에 따른 게임제작의 의욕을 상실할 수 있는 결과가 올 수 있어 법적인 제재는 필요하다고 볼 수 있다.

제도적 장치가 마련되기 전 이미 게임 방송을 하는 BJ, 스트리머들이 게임사에 먼저 양해를 구하고 방송하는 형태가 늘고 있고 게임사에서 '저지 아이즈'처럼 방송 방법을 알려주는 사례처럼 게임사와 인터넷 게임 방송의 공생관계가 정립되었으면 한다.

References

[1] Andrew Darley, Visual Digital Culture: Surface play and spectacle in New Media Genres, London: Routledge, Joohwan kim translation, Real Culture Research, 15p, 2003
[2] Haeryun Shim, "20th century media philosophy", Greenbi, 290p, 2012

- [3] Norbert Bolz, et al "Das Kontrollierte Chaos", Jong-Seok Yoon Translation, Moonye, 328p, 2000
- [4] Wonhye Lee, "Newmedia Journal" Vol.6, 62p, 1998
- [5] Youngkyung Lee, "A Study on the Media Characteristics of Internet Broadcasting as an Alternative Media", Dongguk Univ, 52p, 2002
- [6] NAVER Encyclopedia URL:
<https://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1139063&cid=40942&categoryId=31707>
- [7] Sukhee Han, "Internet Broadcasting As a Place for Conspiracy Theory or Discussion: Focus on BJ Hammer Wife of Afreeca TV", IIBC, Vol.17, No.4, 63p, 2017
DOI: <http://doi.org/10.7236/JIIBC.2017.17.4.61>
- [8] Gamemeca News articles URL:
<https://www.gamemeca.com/view.php?gid=1513298>
- [9] Sungwon Kim, "A Study on Legal Protection of Game Video Contents" Dankook Univ, 6p, 2016
- [10] Namuwiki Information URL:
<http://www.namu.wiki/w/저지%아이즈:%20사신의:20유언>
- [11] HwaMin Jeong, SangYun Lee, "Analysis of Factors Affecting Big Data Use Intention of Korean Companies: Based on public data availability", Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society Vol. 20, No. 10, 480p, 2019
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2019.20.10.478>
- [12] Hanjoo Lee, Hongkyu Park, and Wonsuk Lee, "Implementation of Customer Behavior Evaluation System Using Real-time Web Log Stream Data", Journal of KIIT. Vol. 16, No. 12, Dec. 31, 3p, 2018
DOI: <http://dx.doi.org/10.14801/jkiit.2018.16.12.1>

저 자 소 개

최 영 귀(정회원)



- 2010년 남서울대학교 애니메이션학과 학사
- 2013년 홍익대학교 영상애니메이션학과 석사
- 2016년 세종대학교 공연영상애니메이션학과 박사 수료