

인터넷 1인 게임 방송 시청요인에 대한 상대적 중요도 분석*

AHP의 적용

김유미 조선대학교 신문방송학과 강사**

김선균 조선대학교 대학원 신문방송학과 박사수료***

갈수록 경쟁이 심화되고 있는 뉴미디어 콘텐츠들은 이용자들의 욕구와 부합하는 방송을 제공하는 데 많은 노력을 기울이고 있다. 때문에 이용자들이 그 콘텐츠를 이용하는 데 어떠한 요인을 중요하게 생각하는지를 알아보는 것은 매우 중요하다. 본 연구에서는 인터넷 1인 게임 방송을 구성하고 있는 다양한 요인들 중 이용자들이 시청 시 중요하게 생각하는 것이 무엇인지 그 상대적 중요도와 우선순위를 AHP기법을 활용하여 분석해보고자 하였다. 1차적 시청 요인 분석결과, 콘텐츠 요인이 42.1%로 가장 중요하다고 생각하고 있었으며 다음으로 방송 커뮤니케이터 요인이 30.0%, 상호작용성 요인이 27.9%로 나타났다. 2차적으로 각 시청 요인의 하위요인의 상대적 중요도를 살펴본 결과, 콘텐츠 요인은 오락성(70.2%)이 가장 중요한 것으로 나타났으며 다음 창의성(15.7%)과 정보성(14.1%)순이었다. 이어 인터넷 1인 게임 방송 커뮤니케이터 요인의 하위요인의 경우 진행자의 매력성(25.4%), 독창성(19.3%), 소통성(19.0%), 신뢰성(18.8%), 전문성(17.5%) 순의 우선순위를 보였다. 다음으로 상호작용의 하위요인 중 반응성(48.1%)이 가장 중요한 요인인 것으로 나타났다. 이어 생방향커뮤니케이션(42%), 통제성(9.9%) 순의 상대적 중요도를 보였다. 마지막으로 복합 중요도를 알아보고자 하였는데 분석 결과, 콘텐츠의 오락성(29.5%, 1위), 상

* 본 연구는 2019년 방송학회 지역중견연구자 지원 사업에 선정되어 지원을 받은 연구임.

** nandee@hanmail.net

*** topksk@hanmail.net, 교신저자

호작용의 반응성(13.4%, 2위), 쌍방향커뮤니케이션(11.7%, 3위), 커뮤니케이터의 매력성(7.6%, 4위), 콘텐츠의 창의성(6.6%, 5위) 등이 높은 상대적 중요도를 보였다.

주제어 인터넷 1인 게임 방송, 시청요인, 계층분석과정(AHP), 상대적 중요도, 우선순위

1. 문제제기

최근 1인 미디어에 대한 이용률과 발전 전망이 높아지면서 인터넷 1인 방송 시장의 규모가 크게 확대되고 있다. 특히 인터넷 1인 방송에서 제작되고 있는 다양한 장르의 콘텐츠 중 게임 방송의 비중은 갈수록 증가 추세이다. 대표적으로 국내 인터넷 방송 사업자 중 하나인 아프리카 TV의 경우 전체 방송 중 게임 방송이 차지하고 있는 비율은 60%이며 게임 콘텐츠를 소비하는 이용자의 증가로 인해 2017년 매출액이 946억원, 당기순이익 146억 6000만 원에 달하였고 전년 대비 각각 18.4%, 45.9% 증가하였다(아프리카 TV 사업보고서, 2017). 최근에는 유튜브와 트위치를 중심으로 게임방송의 시청이 활발해지면서 그 이용자들이 지속적으로 늘고 있다. 특히 이용자들의 연령대가 낮을수록 게임 방송 이용률은 높게 나타나는 추세인데 한국언론진흥재단(2016)이 발표한 ‘10대 청소년 미디어 이용조사’에 따르면, 우리나라의 청소년의 1인 미디어 방송 이용률이 26.7%, 즉 약 4명 중에 1명은 1인 미디어 방송을 시청하는 것으로 나타났으며, 1인 방송을 시청한 이용자 중 게임 방송을 시청한 비율(77.5%)이 가장 높게 나타났다. 뿐만 아니라 KT경제경영 연구소의 ‘2018 1인 방송 시청행태 보고서’에 따르면 주 평균 1인 방송 시청시간이 전년 대비 18분가량 늘어난 78.7분으로 나타났으며 1인 방송 시청 장르의 경우 20-30대 남성의 경우 게임 방송을 주로 시청하는 것으로 나타났다. 이처럼 인터넷 1인 방송의 이용률 증가와 함께 강세를 보이고 있는 게임 방송 산업은 특히 5G시대 ‘방송과 통신의 융합’이라는 시대적 흐름 속에서 앞으로 더욱 주목할 만한 분야라고 할 수 있다.

인터넷 1인 게임방송은 인터넷이라는 연결망을 통해 동영상 콘텐츠를 시청한다는 점에서 OTT(Over the top) 서비스의 일종이자 영상을 시청한다는 점에서 TV 시청 행위와 유사하다. 즉, OTT서비스의 가장 대표적인 특징이라고 할 수 있는 쌍방향적인 상호작용을 기반으로 하고 있으며 전통 미디어와는 달리 개인을 중심으로 하는 서비스라고 할 수 있다. 또한 TV 시청행위와 유사하다는 점에서 이용자들에게는 시청 동기가 존재하는데 선행 연구에 따르면 1인 게임방송의 시청 동기는 오락·재미 추구, 정보추구, 시간 보내기 등 다양한 이용 동기들을 갖고 있다(최민지·박정민·노기영, 2016). 이러한 게임의 재미 및 오락적 요소, 기존의 온라인 동영상 콘텐츠 서비스와 다른 실시간 반응을 유도하는 상호작용성 등과 같은 특징들은 한편으로는 인터넷 1인 게임방송만의 차별성이 될 수 있기 때문에 이 분야에 대한 개별적 연구가 진행되어야 할 필요성이 있다.

특히 본 연구에서는 인터넷 1인 게임방송의 시청요인에 주목해보고자 한다. 지금까지 인터넷 1인 방송의 경우 장르별 시청 동기 및 시청 효과 과정을 검증하고자 하는 시도는 있었지만 게임 방송의 시청요인을 구성하고 있는 구체적 요인들을 밝히고자 하는 연구는 드물었다. 즉, 1인 미디어 방송의 이용 행위에 영향을 미치는 요인에 대해 단순히 검증하는데 그치고 다양한 차원의 변인들을 복합적으로 고려하지 않았다는 한계를 갖고 있다. 인터넷 게임 방송 이용자들의 경우 게임 방송 시청을 결정하는 데 있어 다양한 형식과 소재 및 BJ, 크리에이터 등의 요소들에 의해 영향을 받을 수 있다. 때문에 이용자들의 관점에서 게임방송을 시청하고자 하는 데 중요한 요인은 무엇인지를 규명해 보는 것은 매우 의미 있는 연구라고 생각한다. 이를 위해 논리적으로 구조화된 의사결정기법으로 고안된 계층분석과정(AHP: Analytic Hierarchy Process, 이하 AHP)을 이용하여 인터넷 게임방송을 시청하고자 하는 이용자들의 의사결정 과정에서 상대적으로 중요하게 생각하는 요인들과 우선순위를 밝히고자 하는 것이 본 연구의 목적이다. 이는 향후 1인 게임 방송의 차별화된 시청 요인을 밝히고 1인 방송 제작 시 이용자들의 관점을 반영할 수 있어 실무적인 도움을 제공할 수 있을 것이다.

2. 이론적 논의

1) 인터넷 게임방송에 대한 논의

인터넷의 등장은 개인중심의 다양한 융합 미디어들을 통해 개인의 개성과 욕구, 취향, 생각들을 표현할 수 있는 계기를 마련해 주었다. 초창기 UCC의 경우 이용자들이 직접 경험하고 공유하고자 하는 욕구를 가장 대표적으로 잘 보여주었으며 본격적인 인터넷 방송의 시대가 도래할 수 있는 여건 마련에 큰 역할을 하였다.

기존의 TV 게임방송의 경우 단순한 중계와 다양한 콘텐츠의 결여로 이용자들로 하여금 흥미가 떨어지고 있는 상황에서 인터넷 방송의 실시간성, 상호작용성, 이용에 있어 시간제약의 자유로움 등은 다양한 이용자들의 욕구를 만족 시키기에 충분하였다.

게임 방송이 시작된 이후 아프리카 TV, 곰TV, 노는 대학TV 등 인터넷 방송에서 주도적으로 게임 관련한 콘텐츠들을 다루기 시작했는데 당시 MBC게임이나 온게임넷과 같은 채널의 스타리그가 워낙 강세를 보여 그다지 주목받지는 못하였다. 하지만 젊은 이용자들의 욕구는 갈수록 커지고 인터넷과 동영상 콘텐츠에 익숙한 세대들이 게임의 주된 수요층을 이루면서 인터넷 방송으로의 전환이 불가피하게 되었다. 기존의 게임방송들은 살아남기 위해 인터넷 방송과의 연계를 시작하면서 인터넷 게임 방송 시장은 급격히 성장하게 된다(윤수인, 2012).

윤수인(2012)의 연구에 따르면, 기존 게임방송과 비교했을 때 인터넷 게임 방송의 특징을 세 가지 정도로 정리하고 있다. 첫째, 다양하고 새로운 콘텐츠를 확보할 수 있다는 점이다. 편성과 제작의 어려움, 법률상의 제약 등으로 콘텐츠 확보가 쉽지 않은 기존 케이블 TV 게임방송과는 다르게 인터넷 게임 방송의 경우 1인 방송 형태의 서비스로 훨씬 다양한 콘텐츠 확보가 가능한 것인데, 예를 들어 기존의 게임방송에서 다루던 콘텐츠부터 콘솔게임, 고전게임, 모바일 게임 등 다양한 게임을 선택할 수 있으며 단순히 자신의 플레이를 보여

주는 방식에서 벗어나, 공략, 연습, 이용자들의 댓글을 반영하여 함께 즐기는 형태 등 개성 있는 BJ 뿐만 아니라 다양한 포맷으로 콘텐츠를 풍부하게 제작할 수 있다는 것이다.

둘째, 인터넷 게임 방송의 가장 큰 특징이라고 할 수 있는 실시간 방송과 실시간 의사소통이다. 기존의 게임 방송과는 달리 실시간 채팅이나 전화통화로 BJ와 이용자들 사이에 쌍방향 교류가 활발하게 이루어지면서 단순히 보는 재미를 벗어나 참여하는 재미를 느끼게 해준다는 것이다. 마지막으로 1인 방송이 제공하는 다양성과 자유로운 시청이다. 여기서 다양성은 콘텐츠의 다양성이 아닌 운영과 형식의 다양성이 가능하다는 것이다. 개인 방송의 장점이 될 수 있는 자유로운 제작 여건과 함께 이용자들 역시 시간에 구애받지 않고 자유로운 환경에서 시청 자유도를 제공 받는다.

이러한 장점이 있지만 인터넷 방송의 무분별한 확산과 선택적 수용으로 인해 특별한 규제가 없다보니 선정적, 폭력적 내용이 그대로 노출된다는 문제가 제기되고 있으며 유통이나 제작 시 저작권 문제, 수익 구조 및 수익 모델의 부작용 등의 문제도 사회적으로 인터넷 방송이 풀어야 할 과제로 남아 있다.

2) 인터넷 1인 게임 방송 시청요인에 대한 논의

현재 우리나라의 경우 아프리카 TV, 카카오 TV, 트위치, 유튜브 라이브 등을 통해 게임 콘텐츠 관련 1인 미디어 방송을 시청할 수 있다. 이러한 게임 콘텐츠의 경우 다양한 포맷으로 구성되어 있는데 가장 대표적으로 게임 플레이를 하면서 게임 과정을 이용자와 실시간 채팅이나 댓글을 통해 소통하며 공유하는 1인 방송 제작자의 게임 플레이 방송을 들 수 있다. 그 밖에 새로운 게임 관련 상품이나 새로운 게임 등을 소개하면서 리뷰하는 언박싱 리뷰, 브랜드 스폰서, E스포츠 경기 및 게임 플레이 중계 등이 게임 방송의 주된 포맷이다.

1인 게임 방송의 경우 방송을 구성하는 주된 콘텐츠는 게임이다. 게임이 갖고 있는 재미 요소는 즐거움의 경험이며 이러한 경험이 게임에 몰두하게 한다. 또한 게임이 주는 즐거움은 다른 게임 이용자들과의 관계를 통해 얻게 되는 심

리적 만족감을 유발하고 게임을 지속하게 한다. 즉, 게임은 상호작용적 디지털 미디어이다(황상민·허미연·김지연, 2005). 뿐만 아니라 1인 게임 방송은 실시간 방송 콘텐츠의 시청 경험 공유, 방송과 커뮤니케이션의 결합이라는 특징을 갖고 있다. 그 특징을 정리하면 첫째, 대화형 혹은 양방향성이다. 둘째, 개인화 서비스 및 채널의 다양화이다. 이용자는 자신이 원하는 서비스 요구와 원하는 시간대에 원하는 콘텐츠를 이용할 수 있다. 마지막으로 방송 콘텐츠의 영향력을 실시간으로 측정 및 예측이 가능하다. 때문에 인기 있는 BJ들의 방송을 접속한 이용자들의 수치와 태도 등을 통해 그 영향력 및 광고 효과를 가시적으로 볼 수 있다(김혜영·안보섭, 2018).

아직까지 게임 방송을 비롯한 1인 미디어 방송에 대한 선행 연구들이 다양한 분야에서 다각적으로 연구되고 있지는 않지만 커뮤니케이션 측면에서 이러한 쌍방향적인 특징으로 인한 효과 연구 및 시청 동기 및 시청에 영향을 미치는 요인에 대한 연구들이 주로 진행되었다.

먼저 기존 연구를 통해 알려진 인터넷 1인 방송의 이용 동기들은 미디어적 특성, 상황적 특성, 내용적 특성 등으로 나누어 볼 수 있는데 먼저 미디어적 특성은 ‘방송 진행자의 친근함과 재미’, ‘방송 진행자의 즉각적 반응’, ‘실시간 방송의 참여’ 등이었으며 상황적 특성은 ‘가볍게 볼 수 있어서’, ‘심심해서’, ‘시간 때우기 좋아서’와 같은 요인이 포함되었다. 마지막으로 내용적 특성은 ‘유익한 정보성’, ‘신속한 정보성’ 등이 포함 되었다(이주희·고경아·하대권, 2018).

반옥숙과 박주연(2016)은 아프리카 TV의 이용동기를 상호작용추구동기, 정보추구동기, 새로운 재미추구 동기 등 3개의 범주로 구분하였으며, 김설예·유은·정재민(2016)은 정보, 오락과 휴식, 습관, 시간 때우기, BJ와의 상호작용, 차별성 등으로 구분하기도 하였다. 또한 인터넷 1인 게임 방송 이용 동기와 관련하여 정보추구, 오락, 상호작용/ 오락, 관계유지, 미디어 공유, 정보교환/ 상호작용, 정보추구, 공감추구, 휴식(조윤희, 2017; 심홍진·황유선, 2010; 서혜수, 2017) 등 다양한 이용 동기에 대해 연구한 바 있다. 이러한 결과를 종합하면 정보적 동기, 재미와 오락 동기, 습관적 동기 등이 있으며 무엇보다 1인 방송의

경우 상호작용적 동기가 중요한 동기 중 하나라는 것을 알 수 있다. 때문에 상호작용적 특징은 선행 연구들에서 중요한 변인으로 중 하나으로써 시청 효과와의 관계를 검증하고 있는 연구들이 다수 있었다.

인터넷 1인 방송의 상호작용성이 이용자의 심리적 반응에 미치는 영향에 대해 연구한 조윤희·임소혜(2019)에 따르면 상호작용성 수준이 높을수록 의사사회적 상호작용과 사회적 실재감 그리고 몰입감 수준이 증가하는 것으로 나타났다. 또한 개인의 이용 동기 중 오락 추구 동기와 관계 추구 동기가 부적인 조절 효과를 갖는 것으로 나타났다.

최민지·박정민·노기영(2016)은 이용충족 이론을 바탕으로 1인 게임 방송의 시청에 영향을 미치는 요인에 대해 연구한 결과, BJ에 대한 동일시 갈망, 오락성 추구, 시간 보내기, 정보 추구 등의 요인이 1인 게임방송 시청시간에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 성민제·정형원·김태규(2018)은 인터넷 게임 방송에서 이용 동기가 만족도와 몰입에 미치는 영향에 대해 연구하였는데 상호작용과 오락성 추구 및 시청 공감 등이 중요한 변수임을 밝히기도 하였다.

3) 연구문제

앞에서 살펴본 연구들을 종합하면, 인터넷 1인 게임방송 시청요인은 크게 콘텐츠 요인, 방송 커뮤니케이터 요인, 상호작용성 요인 세 가지 차원에서 살펴볼 수 있다. 먼저 게임방송의 경우 게임이라는 콘텐츠를 주고 다루면서 다양한 포맷으로 방송이 진행된다. 이는 자연스럽게 이용자들의 이용 동기에 반영된 것이라고 할 수 있는데, 오락이나 재미 추구 및 정보추구의 동기들은 결국 콘텐츠의 오락성(재미), 해당 게임에 대한 유익한 정보를 얻을 수 있는 정보성(유익성), 방송 콘텐츠 구성방식(상호작용성) 등을 고려할 수 있다. 또 한 가지 측면은 인터넷 1인 게임 방송의 경우 개인 진행자가 주도하여 제작한다는 특성을 고려할 때 1인 방송 커뮤니케이터(게임 방송 BJ, 유튜버, 크리에이터 등)의 요인은 매우 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다. 기존 매체에서 다루어진 방송

커뮤니케이터들의 속성에는 전문성, 신뢰성, 매력성(최양호, 1999; 최명일·김재범, 2007; 이정교·우린, 2012)등이 공통적으로 제시되고 있는데 이와는 분명 차별화된 요인으로 개성 및 독창성이나 친근감과 같은 인터넷 게임 방송 진행자들만의 시청 요인을 갖는다는 것을 예측해 볼 수 있다. 실제로 김혜영·안보섭(2018)은 온라인 1인 미디어 개인방송 BJ에 대한 매력도와 신뢰성이 이용자들의 몰입 및 시청의 즐거움을 일으키는 요인임을 검증하였으며, 김종무(2018)는 인터넷 1인 게임 방송 BJ 친밀성과 신뢰성, 유사성 등이 즐거움이나 주의 집중, 시간 왜곡 등의 플로우 경험을 매개로 만족도에 영향을 준다는 것을 밝히기도 하였다. 그 밖에 선행 연구들에서 공통적으로 제시하고 있는 전문성, 신뢰성, 매력성, 독창성, 소통성 등은 1인 게임 방송 진행자의 주요 속성 요인들로 나타나고 있다(김혜영·안보섭, 2018; 임정엽·김종무, 2018; 주정민·양승준·채중훈·김건희, 2019; McCracken, 1989; Petty, Ostron & Brock, 1981; Hovland & Kelly, 1953). 마지막으로 인터넷이라는 매체의 특성이자 1인 방송이라는 가장 큰 대표성인 상호작용 차원에서의 요인이다. 많은 선행연구에서 논의되고 있는 상호작용의 측면에서 이용자들의 시청요인을 살펴보는 것은 매우 의미 있는 것이다. 뉴미디어의 상호작용성에 대한 논의는 다양한 학문적 영역에서 논의되고 있지만 상호작용을 구성하고 있는 요인들에 대해서는 크게 쌍방향 커뮤니케이션, 반응성, 통제성을 언급하고 있다(조윤희·임소혜, 2019; 이정란·유동근, 2004; 이상호·고아라, 2013; 정영수·정철호, 2009; Liu & Shrum, 2002). 즉, 1인 게임 방송 상호작용성은 시청 시 이용자들의 시간이나 콘텐츠 등을 선택하고 통제할 수 있는 정도(통제성)와 댓글이나 대화 참여 등 양방향 커뮤니케이션을 할 수 있는 정도(쌍방향커뮤니케이션) 그리고 진행자가 시청자들의 요구나 의견에 즉각적으로 반응하는 정도(반응성)를 포함한다고 말할 수 있다.

위의 논의를 바탕으로 본 연구에서는 인터넷 1인 게임방송의 시청요인의 상대적 중요도를 알아보고자 다음과 같이 다섯 가지의 연구문제를 도출하였다.

〈연구문제1〉 인터넷 1인 게임 방송 구성 (콘텐츠, 커뮤니케이터, 상호작용성)에 대한 상대적 중요도 및 우선순위는 어떠한가?

〈연구문제2〉 인터넷 1인 게임 방송 콘텐츠(오락성, 창의성, 정보성)에 대한 구성요인의 상대적 중요도 및 우선순위는 어떠한가?

〈연구문제3〉 인터넷 1인 게임 방송 커뮤니케이터 속성(전문성, 신뢰성, 매력성, 독창성, 소통성)에 대한 구성요인의 상대적 중요도 및 우선순위는 어떠한가?

〈연구문제4〉 인터넷 1인 게임 방송 상호작용(쌍방향커뮤니케이션, 반응성, 통제성)에 대한 구성요인의 상대적 중요도 및 우선순위는 어떠한가?

〈연구문제5〉 인터넷 1인 게임 방송의 시청 요인들의 복합 중요도 및 우선순위는 어떠한가?

3. 연구 방법

1) 조사대상

인터넷 1인 게임방송의 경우 연령이 낮아질수록 이용률이 높은 것으로 나타났다. 특히 10대 어린이 및 청소년의 경우 게임 콘텐츠 이용이 높지만 본 설문 의 경우 각 요인별 쌍대비교라는 특성상 설문 문항의 이해도와 독이성 및 일관성 등을 감안하여 20대부터 40대로 조사대상을 선정하였다. 20대에서 40대를 대상으로 한 KT경제경영연구소의 ‘2018 1인 방송 시청 행태 보고서’에 따르면 20대는 1주일에 평균 96.6분, 30대는 1주일에 85.9분, 40대는 56.1분을 보는 것으로 나타났으며 특히 20-30대 남성의 경우 게임방송을 시청하는 시간이 가장 높았다. 이를 토대로 본 연구 대상은 최근 1년 이내에 1인 게임 방송을 시청한 경험이 있는 전국의 20대에서 40대 남녀 300명을 대상으로 온라인 서베이 실시하였다. 조사는 온라인 서베이 전문기관 마크로밀엠브레인에 의뢰하여

10월 18일부터 10월 25일까지 일주일간 실시하였다.

2) 응답자의 속성

응답자 총 300명중 불성실한 응답을 제외한 288부가 분석에 사용되었으며 이 중 일관성 검증을 통해 CR값이 0.1이상인 응답지를 제외시켰다. 일관성 검증에서 다소 많은 부수의 응답지가 탈락되어 최종적으로 분석에 사용된 응답은 182부였다. 이는 계층분석과정을 통한 상대적 중요도의 경우 응답자가 각각의 요인을 쌍대비교 하면서 요인이 많을수록 일관성을 유지하면서 응답하기 다소 어려울 수 있기 때문인 것으로 보인다. 응답자의 연령은 20대가 95명(52.2%) 30대가 72명(39.6%) 40대가 15명(8.2%) 20대의 비중이 높았으며 성별의 경우 남성이 134명(73.6%) 여성이 48명(26.4%)로 남성이 여성보다 월등히 높았다. 응답자의 남성 비율이 높은 것은 본 연구가 최근 1년 이내 1인 미디어를 통한 게임 방송 시청 경험이 있는 응답자를 대상으로 한 만큼 1인 방송 주 시청 장르의 경우 남성은 게임 및 스포츠, 여성은 먹방/요리 및 뷰티 등의 콘텐츠를 위주로 방송하는 장르의 시청이 활발한 것으로 조사된 KT경제경영연구소의 '2018 1인 방송 시청 행태 보고서'의 결과와 일맥상통한 것이라고 할 수 있다. 또한 응답자의 게임방송 시청빈도는 주5회 이상이 67명(36.8%), 주 3-4회 이상 55명(30.2%)로 높은 빈도수를 보였고 그밖에 주 1-2회가 46명(25.3%), 월 2-3회 11명(6.1%), 월 1회 이하 3명(1.6%)로 나타났다. 이들 중 37명(20.3%)을 제외하고 대부분은 해당 게임 플레이도 직접 하는 것으로 나타났다. 가장 즐겨보는 게임 방송 채널은 트위치, 유튜브, 아프리카 tv등이 가장 많았으며 주로 모바일(133명, 73%)을 통해 시청하는 것으로 나타났다.

3) 측정 항목의 도출 및 계층구조화 과정

본 연구 방법인 AHP의 경우 1단계 평가요소의 확립하고 2단계 계층 구조를 확립한 후 3단계 응답자가 각 요인별로 쌍대비교를 하면 마지막 4단계 비교행

별의 일관성 검증을 하는 과정을 거쳐야 한다(Saaty, 1990). 이에 따라 본 연구에서는 인터넷 1인 게임 방송 구성 요인을 도출하기 위해 선행 연구들(윤수인, 2012; 임정엽·김중무, 2018; 김혜영·안보섭, 2018; 주정민·양승준·채종훈·김진희, 2019; 조윤희·임소혜, 2019; 이정란·유동근, 2004; 이상호·고아라, 2013; 정영수·정철호, 2009; Liu & Shrum, 2002)을 종합하여 정리한 결과 크게 콘텐츠 요인, 커뮤니케이터 요인, 상호작용 요인 3가지로 나누고 각각에 대한 하위 요인을 다음과 같이 도출하였다.

먼저 '1인 게임 방송 콘텐츠'는 다루고 있는 주제나 소재 및 내용 즉 방송 내용에 대한 항목으로 오락성(재미), 창의성(독창성), 정보성(유익성)등으로 구성되었다. 특히, 오락성은 게임 자체나 게임을 플레이하는 즐거움과는 구별되는 개념으로 '게임방송 시청 시 방송내용에 대해 느끼는 즐거움'이라고 할 수 있겠다. 다음으로 1인 게임방송 커뮤니케이터 요인은 진행자(유튜버, BJ, 크리에이터)의 전문성, 매력성, 독창성, 신뢰성, 소통성 등을 포함하는 개념으로 1인 게임방송을 이끌어가는 주도적 역할을 하고 있는 만큼 중요한 하위요인들로 구성되어 있다. 마지막으로 '1인 게임 방송 상호작용성'은 시청 시 이용자들의 '통제성'(시간이나 콘텐츠 등을 선택하고 통제할 수 있는 정도), '쌍방향커뮤니케이션'(댓글이나 대화 참여 등 양방향 커뮤니케이션을 할 수 있는 정도), '반응성'(진행자가 시청자들의 요구나 의견에 즉각적으로 반응하는 정도) 등을 포함하는 요인이다. 참고로 설문 시 각 요인에 대한 정확한 개념 인지를 위해 문항 서두에 의미하는 바를 제시하여 이를 읽고 다음 문항에 응답할 수 있게 하였다. 본 연구에서 사용된 개념과 요인들을 정리하면 다음과 같다(표 1).

각각의 요인들은 확증적 요인분석 결과 타당도(KMO=.927, Bartlett=.000)와 합성 신뢰도(콘텐츠 요인 0.88, 커뮤니케이터 요인 0.79, 상호작용성 요인 0.91, Cronbach's α >0.8) 모두 확보되었기에 AHP분석을 위한 평가항목으로 도출하였다.

표 1. 인터넷 1인 게임 방송 시청 요인 측정 항목

요인	하위요인	설명	참고문헌
콘텐츠	오락성	게임방송 내용의 재미와 즐거움, 스트레스 해소 등	윤수인(20120)
	창의성	게임방송 내용의 참신함, 새로움, 독창성	
	정보성	게임방송에서 제공된 정보의 유익성 및 도움이 되는 정도	
커뮤니케이터	전문성	게임에 대해 잘 알거나 게임을 잘하는 정도	임정엽·김종무 (2018) 김혜영·안보섭 (2018)
	신뢰성	게임 방송 커뮤니케이터에 대한 믿음과 신뢰	
	매력성	게임 방송 커뮤니케이터의 외모나 외양(신체적 매력)/친근하고 호감가는 정도 및 유머감각 등(심리적 매력)	
	독특성	게임 방송 커뮤니케이터의 창의적 사고방식 및 독특한 개성	
	소통성	게임 방송 커뮤니케이터가 이용자들의 의견에 즉각적 반응을 보이며 참여시키고 커뮤니케이션 하고자 하는 개방적 성향과 성격 등	
상호작용	쌍방향커뮤니케이션	댓글이나 대화 참여 등 양방향 커뮤니케이션을 할 수 있는 정도	주정민·왕승준·채종훈·김건희(2019) 조윤희·임소혜 (2019) 이정란·유동근 (2004) 이상호·고아라 (2013) 정영수·정철호 (2009) Liu & Shrum, (2002)
	반응성	시청자들의 요구나 의견에 즉각적으로 반응하는 정도	
	통제성	시간이나 콘텐츠 등을 선택하고 통제할 수 있는 정도	

이를 바탕으로 AHP계층 구조화 작업을 실시하였다. 먼저 1차적으로 인터넷 1인 게임방송 시청의 구성하고 있는 ‘콘텐츠’, ‘커뮤니케이터’, ‘상호작용’을 선택요인으로 하고 2차적으로 각각의 하위요인, 즉 콘텐츠는 ‘오락성’, ‘창의성’, ‘정보성’등 3가지 요인, 커뮤니케이터는 ‘전문성’, ‘신뢰성’, ‘매력성’, ‘독특성’, ‘소통성’등 5가지 요인, 상호작용은 ‘쌍방향커뮤니케이션’, ‘통제성’, ‘반응성’등 3가지 요인 총 11가지 하위요인으로 구조화 하였다(그림 1). 구조화된 설문지를 바탕으로 응답자들이 쌍대비교를 할 수 있도록 1차 요인, 2차 요인 별로 상대적 중요도를 표시할 수 있도록 하였다. 각 요인별로 9점 리커트 척도를 이용하여 동일한 중요도 1을 기점으로 왼쪽과 오른쪽에 대해 중요도를 표시할 수 있도록 하였는데, 약간 중요3, 꽤 중요 5, 상당히 중요 7, 절대적 중요 9를 의미하며 2,4,6,8 은 근접한 수의 중간정도를 나타낼 때 사용한다(〈표 2〉 참고).

이와 같은 방식으로 얻어진 응답 결과는 신뢰성 검증을 위해 먼저 비교행렬의 일관성 검증을 실시한다. 일관성 검증은 일관성 비율(CR값)을 사용하는데 이는 일관성 지수(CI값)를 평균무작위지수(RI값)로 나눈 값으로 0.1이하일 경우

일관성이 높다고 본다. 일관성 검증을 거친 응답결과를 기하평균(geometric mean)을 내서 다시 각 요인별 상대적 가중치를 구하게 된다(Saaty & Vargas, 2001). 분석을 위해 AHP 전문프로그램인 expert choice 11을 사용하였다.

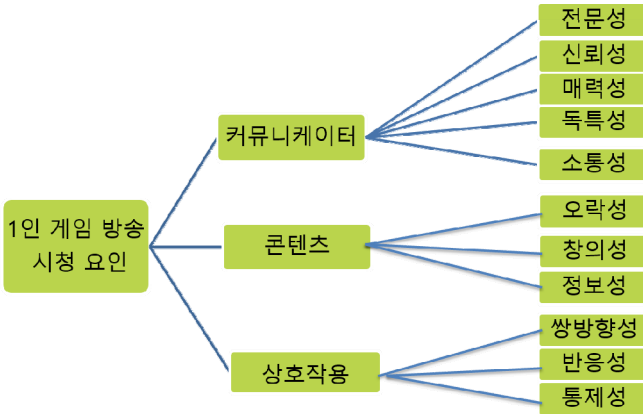


그림 1. 인터넷 1인 게임방송 시청요인 항목의 계층구조도

표 2. AHP 쌍대비교 설문지 예

평가항목	9	8	7	6	5	4	3	2	1	2	3	4	5	6	7	8	9	평가항목
콘텐츠																		커뮤니케이터
콘텐츠																		상호작용
커뮤니케이터																		상호작용

4. 분석 결과

먼저 <연구문제 1>에서는 인터넷 1인 게임 방송을 구성하는 요인 중 1차적으로 콘텐츠요인과 커뮤니케이터 요인, 상호작용 요인 중 상대적 중요도를 우선

비교하게 하였는데 분석 결과, 콘텐츠 요인이 42.1%로 가장 중요하다고 생각하고 있었으며 다음으로 방송 커뮤니케이터 요인이 30.0%, 상호작용성 요인이 27.9%로 나타났다. 1인 게임 방송을 구성하는 요인 중 주제 및 소재의 재미와 내용의 정보성, 독창적이고 창의적인 콘텐츠 요인이 상대적으로 중요하며 다음으로 본 연구의 대상이 1인 게임 방송 커뮤니케이터가 갖고 있는 속성 관련 요인을 중요하게 생각하고 있었다. 그렇다면 2차적으로 세 가지 요인들의 각각 하위요인들의 상대적 중요도는 어떠한지 <연구문제 2,3,4>를 통해 검증해 보았다. 우선 <연구문제 2> 콘텐츠 요인의 하위 요인들의 상대적 중요도의 경우 오락성(70.2%)이 가장 중요한 것으로 나타났으며 다음 창의성(15.7%)과 정보성(14.1%)순이었다. 이어 <연구문제 3>을 검증해 본 결과, 인터넷 1인 게임 방송 커뮤니케이터 요인의 하위요인의 경우 진행자의 매력성(25.4%), 독창성(19.3%), 소통성(19.0%), 신뢰성(18.8%), 전문성(17.5%) 순의 우선순위를 보였다. 즉, 인터넷 1인 게임 방송 진행자의 경우 전문성이나 신뢰성 보다 매력성의 요인이 상대적 중요도가 높은 것으로 나타났다. 다음으로 상호작용과 관련하여 <연구문제 4>에서는 각 하위요인의 상대적 중요도를 살펴본 결과, 반응성(48.1%)이 가장 중요한 요인인 것으로 나타났으며 이어 쌍방향커뮤니케이션(42%), 통제성(9.9%) 순의 상대적 중요도를 보였다. 마지막으로 <연구문제 5>에서는 1차 요인과 2차 하위요인의 상대적 중요도를 곱한 복합 중요도를 알아보고자 하였는데 분석 결과, 콘텐츠의 오락성(29.5%, 1위), 상호작용의 반응성(13.4%, 2위), 쌍방향커뮤니케이션(11.7%, 3위), 커뮤니케이터의 매력성(7.6%, 4위), 콘텐츠의 창의성(6.6%, 5위) 등이 높은 상대적 중요도를 보였으며, 낮은 항목들을 살펴보면 상호작용의 통제성(2.7%, 11위), 커뮤니케이터의 소통성(4.8%, 10위), 전문성(5.2%, 9위), 신뢰성(5.6%, 8위), 독창성(5.7%, 7위), 콘텐츠의 정보성(5.9%, 6위)순으로 나타났다<표 3>.

표 3. 인터넷 1인 게임 방송 시청 요인의 상대적 중요도 및 우선순위

1차 선택 기준			2차 선택 기준			복합 중요도	
요인	중요도	순위	요인	중요도	순위	중요도	순위
콘텐츠	0.421	1	오락성	0.702	1	0.295	1
			창의성	0.157	2	0.066	5
			정보성	0.141	3	0.059	6
커뮤니케이터	0.300	2	전문성	0.175	5	0.052	9
			신뢰성	0.188	4	0.056	8
			매력성	0.254	1	0.076	4
			독창성	0.193	2	0.057	7
			소통성	0.190	3	0.048	10
상호작용	0.279	3	쌍방향커뮤니케이션	0.420	2	0.117	3
			반응성	0.481	1	0.134	2
			통제성	0.099	3	0.027	11

1차 선택 기준 CR값: 콘텐츠= .024 커뮤니케이터=.061 상호작용=.086

2차 선택 기준 CR값: 전문성= .055 신뢰성=.021 매력성=.008 독창성=.089

소통성=.004 쌍방향커뮤니케이션= .003 반응성=.021 통제성=.005

5. 결론 및 논의

본 연구는 최근 들어 활발하게 제작되고 있는 1인 미디어 방송 중 인터넷 게임 방송에 주목하고 이용자들의 관점에서 시청요인을 규명해보고자 하였다. 갈수록 경쟁이 심화되고 있는 뉴미디어 콘텐츠들은 이용자들의 욕구와 부합하는 방송을 제공하는 데 많은 노력을 기울이고 있다. 때문에 이용자들이 그 콘텐츠를 이용하는 데 어떠한 요인을 중요하게 생각하는지를 알아보는 것은 매우 중요하다. 이러한 점을 감안하여 본 연구에서는 인터넷 1인 게임 방송을 구성하고 있는 다양한 요인들 중 이용자들이 시청 시 중요하게 생각하는 것이 무엇인지 그 상대적 중요도와 우선순위를 AHP기법을 활용하여 분석해보고자 하였다.

1차적으로 인터넷 1인 게임방송을 구성하고 있는 세 가지 요인 즉, 콘텐츠요인과 커뮤니케이터 요인, 상호작용 요인에 대한 상대적 중요도를 분석한 결과 이용자들은 콘텐츠 요인의 중요도를 가장 높게 생각하고 있었다. 1인 미디어에서 갈수록 중요성이 부각되고 있는 커뮤니케이터의 경우 방송의 전반을 주도하기 때문에 1인의 캐릭터가 곧 방송 전반을 좌우하는 영향력을 미치게 되는데 이러한 커뮤니케이터의 중요성은 콘텐츠의 중요도 보다 낮은 결과를 보여주었다. 자칫 방송 커뮤니케이터가 방송하는 내용 자체가 재미없거나 유익하지 않다면 이용자들의 구독이나 시청으로 이어지지 않는다는 점에서 이러한 결과가 시사하는 바는 크다. 참고로 상호작용 요인의 중요도가 가장 낮은 것으로 나타났다. 즉 ‘누가’에 해당되는 커뮤니케이터와 ‘어떻게’에 해당되는 상호작용도 중요하지만 가장 기본적으로 ‘무엇’을 다룰 것인지에 해당하는 콘텐츠가 중요하다는 것을 보여준 결과이다. 결과적으로 방송 내용 및 소재에 있어 이용자들은 보다 재미있고 창의적이며 원하는 정보를 얻을 수 있는 콘텐츠에 대한 중요성을 상대적으로 크게 생각하며 여기에 방송 커뮤니케이터 그리고 이용자와의 상호작용 요인들은 서로 복합적으로 작용하여 시청효과를 갖는다는 점에서 향후 1인 방송 제작 시 실무적인 차원의 함의를 제공하고 있다.

다음으로 각각의 하위요인들의 상대적 요인과 우선순위를 살펴본 결과, 먼저 콘텐츠 요인 중에서는 ‘오락성’요인의 상대적 중요도가 가장 높게 나타난 점을 주목해 볼 수 있다. 앞서 콘텐츠의 중요성을 생각한다면 재미있고 즐거운 내용을 보며 스트레스를 풀 수 있고 재미를 느낄 수 있는 방송으로 구성하는 것이 이용자들에게는 상대적으로 중요하게 여겨진다는 의미라고 볼 수 있는데 이는 게임 방송들이 궁극적으로 추구하고 있는 재미와 즐거움이라는 심리적 요인과 게임방송 시청동기에서 오락추구의 동기가 강한 데서 기인한 것으로 해석해 볼 수도 있겠다. ‘창의성’과 ‘정보성’보다도 ‘오락성’은 앞으로도 게임 방송 제작 시 고려할 수 밖에 없는 중요한 요소이며 향후 게임 방송의 포맷은 더욱 다양하게 변화하더라도 ‘오락성’만큼은 가장 기본적으로 추구해야하는 요인이라고 생각해 볼 수 있다.

다음으로 인터넷 1인 게임 방송 커뮤니케이터의 하위요인에 대한 상대적 중요도 중 주목할 만한 연구결과로, ‘매력성’이 가장 중요한 것으로 나타났다는 점이다. 매력성의 경우 커뮤니케이터들의 외모나 인상, 옷차림, 말투 등 신체적 매력부터 유머러스하고 친근하며 호감 있는 심리적 매력 등을 포함하는 요인이다. 1인 게임 방송 커뮤니케이터들은 방송 시 이용자들에게 이러한 매력성을 통해 호소하는 부분이 상당히 큰 것으로 나타났다. 이는 호감이나 매력을 토대로 인기를 얻는 연예인에게서 나타나는 팬덤 현상과 유사하게 1인 미디어 방송 커뮤니케이터들의 경우도 인기를 얻고 팬층을 확보하는 현상이 생기는 경우가 늘고 있는데 이를 설명해 줄 수 있는 근거라고 할 수 있겠다. 다음으로 중요한 속성은 ‘독창성’으로 나타났다. 1인 게임 방송 커뮤니케이터들의 경우 독특한 개성과 창의적인 사고방식 등이 이용자들이 하여금 중요한 속성으로 꼽히고 있는데 아무래도 기존 방식에서 탈피한 1인 미디어 콘텐츠에 대한 창의성이 커뮤니케이터에게도 중요한 속성 중에 하나로 인식되고 있다는 것을 보여주는 결과라고 할 수 있다. 세 번째로 중요한 속성은 방송 커뮤니케이터의 ‘소통성’이었다. 이는 1인 미디어 방송의 가장 큰 특징이 상호작용성만큼 이용자와의 소통 및 공감 능력 등은 커뮤니케이터의 자격 요건으로 매우 중요하다는 것을 예측할 수 있다. 커뮤니케이터가 얼마나 빠르게 반응하고 이용자들의 요구사항을 들어주며 공감하고 참여시키는가의 문제는 커뮤니케이터 자체의 개방적 사고방식과 소통하고자 하는 의지 및 그러한 성향들이 좌우한다는 점을 감안하면 그 중요도를 따졌을 때 다른 속성들에 비해 우선순위로 선정될 수 있었다는 것을 알 수 있다.

본 연구결과에서 흥미로운 점은 방송 커뮤니케이터의 속성 중 기존의 방송 커뮤니케이터들에게 매우 중요하게 여겨지던 ‘전문성’과 ‘신뢰성’ 속성이 비교적 낮은 중요도를 보이고 있다는 것이다. 1인 게임 방송의 경우 게임을 잘하고 게임에 대해 잘 알며 얼마나 믿을 만한가의 문제보다 매력 있고 독특하며 소통을 잘하는 커뮤니케이터의 자질이 더 중요할 수 있다는 의미이기도 하다. 한 사례로 아프리카 TV의 인기 게임 방송 BJ인 보겸이나 켄브링 TV의 진행자의

경우 게임 역량은 매우 낮은 수준이며 게임에 대한 다양한 정보 콘텐츠를 제공하고 있지는 않지만 많은 수의 팬을 보유하고 있다. 이것은 단순히 1인 미디어 방송의 커뮤니케이터들은 해당 콘텐츠에 대한 전문성 보다는 다른 요인에 의해 이용자들의 시청을 유발할 수 있다는 것이다. 물론 이용자들 입장에서 보면 게임을 잘 하는 것에서 대리만족을 느낄 수도 있겠지만 게임을 못하더라도 나와 같은 친근함이나 유사성을 바탕으로 즐거움을 느낄 수 있다는 것이다. 1인 게임방송 시청 효과는 커뮤니케이터에 대한 전문성에서만 비롯되지 않으며 비전문적인 역량을 지닌 방송 커뮤니케이터들의 경우 매력성, 독창성, 소통성 등의 속성을 통한 이용자들과의 지속적인 상호작용 효과가 더욱 중요해지고 있다는 것을 보여주는 결과이기도 하다.

또한 인터넷 1인 게임 방송의 상호작용 하위요인들의 중요도를 분석해 본 결과, ‘반응성’의 요인이 ‘쌍방향커뮤니케이션 요인’과 ‘통제성 요인’보다 상대적으로 중요한 것으로 나타났다. 즉, 이용자들의 참여에 대한 반응, 예를 들어 댓글 읽어주기, 요구사항 들어주기, 공감해주기 등이 즉각적으로 일어나는 것에 대한 욕구가 그만큼 크다는 의미라고 볼 수 있다. 인터넷 1인 게임 방송의 가장 큰 특징 중 하나가 실시간 방송과 실시간 의사소통이라는 점인데 시청자들의 참여를 실시간 방송 중 최대한 유도하기 위해 즉각적인 반응이 무엇보다 중요하다는 것이다. 실제로 유명 BJ들의 생방송이 있는 시간대에는 동시 접속자 수가 수만에 이를 정도로 실시간 방송과 이를 활용한 시청자 유치가 성공을 거두고 있다(윤수인, 2012). 이는 곧 이용자들의 욕구에 대한 반응이 즉각적으로 일어나는 것에서 기인한다고 볼 수 있을 것이다.

마지막으로 전체적인 복합 중요도를 살펴본 결과, 콘텐츠의 오락성(29.5%, 1위), 상호작용의 반응성(13.4%, 2위), 쌍방향커뮤니케이션(11.7%, 3위), 커뮤니케이터의 매력성(7.6%, 4위), 콘텐츠의 창의성(6.6%, 5위) 등이 높은 상대적 중요도를 보였으며, 낮은 항목들을 살펴보면 상호작용의 통제성(2.7%, 11위), 커뮤니케이터의 소통성(4.8%, 10위), 전문성(5.2%, 9위), 신뢰성(5.6%, 8위), 독창성(5.7%, 7위), 콘텐츠의 정보성(5.9%, 6위)순으로 나타났다. 상위권의 중

요도를 보인 요인들을 종합하면 결국 인터넷 1인 게임방송은 콘텐츠의 재미와 이용자와의 소통 그리고 커뮤니케이터의 개성 및 매력 등이 중요한 요인이 될 수 있다는 것인데 이는 곧, 재미있는 게임을 호감가고 매력 있는 게임 방송 진행자가 이용자와 상호작용하면서 방송을 하는 요즘 인터넷 1인 게임 방송의 패턴을 그대로 드러내준 결과라고 할 수 있겠다.

물론 각 요인들의 경우 복합적으로 작용하여 전체적인 방송 시청에 영향을 주겠지만 이러한 결과는 인터넷 1인 게임 방송에 있어 각 시청요인의 상대적인 중요도를 통해 어떤 요인을 좀 더 부각 시켜 제작했을 때 이용자들에게 효과적일 수 있는지 제작에 있어 실무적인 함의를 제공해 준다는 점에서 의의가 있다. 단, 본 연구는 다음 몇 가지 한계점을 갖고 있다.

첫째, 본 연구에서 밝히고 있지만 1인 게임방송의 시청 효과는 각 요인들의 복합적인 상호작용으로 나타날 수 있다는 점에서 일부 요인의 중요도 차이의 의미가 다소 미미할 수 있다는 것이다. 하지만 그럼에도 불구하고 프로그램에 따라서는 한 두가지 요인을 부각시킬 수 있다는 점에서 참고가 될 만한 결과라는데 의의를 두고 있다.

둘째, 게임방송의 경우 포맷에 따라 상대적 중요도도 달라질 수 있다는 것이다. 특히 중계나 프로게임을 방송하는 콘텐츠의 경우 오히려 커뮤니케이터의 전문성이나 신뢰성이 상대적으로 중요하다고 여길 수 있다는 점이다. 본 연구 주제의 대상을 인터넷 1인 게임 방송으로 한정하긴 하였지만 게임 방송 중에서도 포맷에 따라 이용자들의 중요도 인식이 다를 수 있다는 점에서 일반화에 다소 무리가 있다는 점이다.

마지막으로 본 연구에서 다루지는 못했지만 게임 플레이 경험 유무, 시청 수준, 성별 등과 같은 조절 변인으로써 게임 방송 시청 요인과의 집단별 차이를 검증해 보는 것도 흥미로운 연구가 될 수 있을 것이다. 뿐만 아니라 이 연구는 이용자 관점에서의 중요도라는 점에서 실제 게임 방송을 제작하고 있는 1인 방송 커뮤니케이터의 관점에서의 중요도와 차이가 있을 수 있다. 향후 이용자와 제작자의 인식을 비교해 보는 것도 의미 있는 연구가 될 수 있을 것이다.

참고문헌

- 김종무 (2018). 인터넷 1인 게임 방송 BJ속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향: 플로우(FLOW)경험을 매개변인으로. <한국디지털정책학회논문지>, 16권 7호, 357-367.
- 김혜영·안보섭 (2018). 온라인 1인 미디어 개인방송 BJ에 대한 매력도와 신뢰성이 미디어 채널에 대한 시청 몰입, 상호작용성, 인지된 즐거움과 이용자의 반응에 미치는 효과 연구. <광고연구>, 118권, 78-126.
- 반옥숙·박주연 (2016). 인터넷 개인방송 지속 이용의 구조적 관계에 대한 연구. <언론과학연구>, 16권 1호, 59-95.
- 서혜수 (2017). <사회적 시청의도에 영향을 미치는 선행요인들에 대한 연구: 실시간 라이브 방송 서비스를 중심으로>. 동국대학교 대학원 석사학위논문.
- 성민제·정형원·김태규 (2018). 인터넷 게임방송에서 이용동기가 만족도와 몰입에 미치는 영향. <한국엔터테인먼트산업학회 학술대회 논문집>, 139-144.
- 심홍진·황유선 (2010). 트위터에서의 의견 지도력과 트위터 이용패턴: 이용동기, 트윗 이용패턴, 그리고 유형별 사례분석. <한국방송학보>, 24권 6호, 365-404.
- 아프리카 TV (2017). <아프리카 TV 2017 사업보고서>.
- 윤수인 (2012). 영상미디어 환경의 변화에 따른 게임방송의 미래. <영상기술연구>, 16권, 45-67.
- 이상호·고아라 (2013). 소셜미디어 중독의 영향 요인 연구. <한국언론학보>, 57권 6호, 176-210.
- 이정교·우린 (2012). 뉴스 앵커의 카리스마가 수용자의 뉴스 신뢰도, 뉴스 시청의도, 프로그램 충성도에 미치는 영향: 앵커의 동일시와 공신력을 중심으로. <한국방송학보>, 26권 4호, 173-214.
- 이정란·유동근 (2004). 인터넷 상호작용성이 e-브랜드에 있어서 일체감, 관계품질, 충성도에 미치는 영향. <한국경영정보학회 학술대회 자료집>, 917-929.
- 이주화·고경아·하대권 (2018). 1인 미디어 이용자들의 라이브 스트리밍 방송 시청 동기 및 사용자 반응에 관한 연구: 후기 수용모델 (PAM)을 중심으로. <한국광고홍보학보>, 20권 2호, 178-215.

- 임정엽·김종무 (2018). 아프리카TV 전략시물레이션 게임 BJ 속성에 따른 시청자 태도 분석: 시청만족도, 충성도, 시청의도, 시청태도를 중심으로. <커뮤니케이션디자인학연구>, 62집, 106-117.
- 정영수·정철호 (2009). 1인 미디어의 지각된 위험 및 상호작용성이 사용자 만족과 몰입에 미치는 영향. <경영과 정보연구>, 28권 1호, 125-156.
- 조윤희 (2017). <실시간 인터넷 1인 방송의 상호작용성이 의사사회적 상호작용, 사회적 실재감, 몰입감에 미치는 영향: 이용동기의 조절효과와 참여의도의 매개효과를 중심으로>. 이화여자대학교 대학원 석사학위논문.
- 조윤희·임소혜 (2019). 실시간 인터넷 1인 방송의 상호작용성이 의사사회적 상호작용, 사회적 실재감, 몰입감에 미치는 영향: 이용동기의 조절 효과를 중심으로. <방송통신연구>, 105권, 82-117.
- 주정민·양승준·채종훈·김건희 (2019). 개인방송의 진행자와 이용자 속성이 재미지각에 미치는 영향: 뷰티콘텐츠를 중심으로. <커뮤니케이션이론>, 15권 2호, 51-91.
- 최명일·김재범 (2007). 대학생의 스포츠 중계 진행자 특성 인식이 시청의도에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구: 의사인간관계의 매개효과를 중심으로. <한국언론학보>, 51권 6호, 91-110.
- 최민지·박정민·노기영 (2016). 1인 게임방송 시청에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. <한국게임학회논문지>, 16권 6호, 39-48.
- 최양호 (1999). TV뉴스앵커의 준사회적상호작용과 전문성 비교분석. <한국언론학보>, 44권 1호, 468-488.
- 한국언론진흥재단 (2016). <10대 청소년 미디어 이용조사>.
- 황상민·허미영·김지연 (2005). 온라인 게임에서의 '재미경험'의 심리적 분석. <정보와 사회>, 8호, 39-50.
- KT경제연구소 (2018). <1인 방송 시청 행태 보고서>.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelly, H. H. (1953). *Communication and persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Liu, Y., & Shrum, L. J. (2002). What is interactivity and is it always such a good thing? Implications of definition, person, and situation for the influence of interactivity on advertising effectiveness. *Journal of Advertising*, 31(4), 53-64.

- McCracken, L. M. (1989). Learning to live with pain: Acceptance of pain predicts adjustment in persons with chronic pain. *Pain*, 74(1), 21-27.
- Petty, R. E., Ostrom T. M., & Brock, T. (1981). *Cognitive responses in persuasion*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Saaty, T. L. (1990). *The analytic hierarchy process: planning, priority setting, resource allocation*(2nd ed.). Pittsburgh, PA: RWS Publications.
- Saaty, T. L., & Vargas, L. G. (2001). *Model, methods, concepts & applications of the analytic hierarchy process*. Boston: Kluwer Academic Publishers.

최초 투고일 2019년 11월 28일

논문 수정일 2020년 01월 02일

게재 확정일 2020년 02월 07일

Abstract

AHP Analysis on the Relative Significance of the Viewing Factor of a One-man Game Broadcasting on the Internet

Kim Yu Mi

Lecturer, Dept. of Journalism & Communications, Chosun University

Kim Sun Kyun

Ph. D. Candidate, Dept. of Journalism & Communications, Chosun University

The increasingly competitive new media content is making great efforts to provide broadcasting to meet the needs of users. Therefore, it is very important for users to identify important factors in using the content. In this study, we tried to analyze the relative importance and priority of the various factors that constitute one-man game broadcasting of the Internet using AHP technique. According to the analysis of primary viewing factors, 42.1 percent considered content factors the most important, followed by 30.0 percent for broadcasting communicators and 27.9 percent for interaction. Second, looking at the relative importance of the subcomponents of each viewing element, entertainment (70.2%) was the highest among the content factors, followed by creativity (15.7%) and information (14.1%). In addition, among the one-man game broadcasting communicator on the Internet were the host's charm (25.4%), originality (19.3%), communication (19.0%), reliability (18.8%), and professionalism (17.5%). Responsiveness (48.1%) is the next most important subcomponent of interaction, followed by interactive communication (42%) and control (9.9%). Finally, the results of the review of the composite importance showed that entertainment

(29.5%, 1th) in content, responsiveness of interaction (13.4%, 2th), two-way communication (11.7%, 3th), attractiveness of the communicators (7.6%, 4th) and content creativity (6.6%, 5th).

Key words One-man Game Broadcasting on the Internet, Viewing Factor, Analytic Hierarchy Process(AHP), Relative Importance