

아프리카 TV 보이는 라디오 방송 BJ 속성과 몰입 요인이 별풍선  
제공 의사에 미치는 영향

Influence that the BJ Attributes and Flow factors of Africa TV Visible  
Radio have on the intention to provide Star Balloon

주저자

김 종 무 Kim, Jong-moo

단국대학교 커뮤니케이션학부 교수 | Professor, School of Communications, Dankook University  
isaac55@dankook.ac.kr

투고일	2019.06.14	심사일	2019.07.14	게재확정일	2019.07.26
-----	------------	-----	------------	-------	------------

‘이 연구는 2018학년도 단국대학교 대학연구비 지원으로 연구되었음.’

‘The present research was conducted by the research fund of Dankook University in 2018’

## 목 차

### 1. 서론

1.1. 연구의 배경

1.2. 연구의 구성

### 2. 이론적 배경

2.1. 아프리카 TV 보이는 라디오 방송

2.2. 아프리카 TV 별풍선

2.3. BJ 속성과 연구문제

2.4. 몰입 요인과 연구문제

### 3. 연구 설계

3.1. 연구 모형

3.2. 연구 대상 및 자료 수집 방법

3.3. 자료 처리 방법

3.4. 변인에 대한 조작적 정의 및 측정 항목

### 4. 연구 결과

4.1. 표본의 특성

4.2. 측정변인 타당성 및 신뢰성 분석

4.3. 측정변인의 상관계수 분석

4.4. 연구문제 검증

### 5. 결론

### 참고문헌

### Keyword

아프리카 TV 보이는 라디오, 1인 방송, BJ 속성, 몰입, 별풍선

Africa TV Visible Radio, One Person Broadcasting,

BJ Attributes, Flow, Star Balloon

## Abstract

This study analyzed the influence that BJ Attributes(expertise, attractiveness, familiarity, reliability) and Flow factors(enjoyment, curiosity, time flow) of Africa TV Visible Radio have on the intention to provide Star Balloon. To this end, questionnaire was implemented to the audiences of Africa TV Visible Radio for 2 days from December 7 to 8, 2018 and 126 copies in total were used for final analysis. The outcome of analysis is as follows. First, the BJ Attributes of Africa TV Visible Radio are found to be reliability, playfulness, familiarity, expertise and attractiveness. Second, due to the influence that BJ Attributes(expertise, attractiveness, familiarity, reliability) have on the intention to provide Star Balloon, it is found that only BJ attractiveness have positive(+) influence on the intention to provide Star Balloon. Third, due to the influence that Flow factors(enjoyment, curiosity, time flow) have on the intention to provide Star Balloon, it is found that only the factor of enjoyment has positive(+) influence on the intention to provide Star Balloon. This study is meaningful as data which understands the Attributes of BJ that manages Africa TV Visible Radio and Flow factors are the intention to provide Star Balloon, audiences' voluntary payment.

## 논문요약

본 연구는 아프리카 TV 보이는 라디오 방송 BJ 속성(전문성, 매력성, 친밀성, 신뢰성)과 몰입 요인(즐거움, 호기심, 시간 흐름)이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향을 분석하였다. 이를 위해 아프리카 TV 보이는 라디오 방송 시청자를 대상으로 2018년 12월 7일 부터 8일까지 2일간 실시간으로 설문을 실시하였으며 총 126부를 최종 분석에 사용하였다. 분석 결과 첫째, 아프리카 TV 보이는 라디오 BJ 속성은 신뢰성, 유익성, 친밀성, 전문성, 매력성으로 나타났다. 둘째, BJ 속성(전문성, 매력성, 친밀성, 신뢰성)이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향을 분석한 결과 BJ 매력성만이 별풍선 지불 의사에 정(+)의 영향력을 갖는 것으로 확인되었다. 셋째, 몰입 요인(즐거움, 호기심, 시간 흐름)이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향을 분석한 결과 즐거움 요인만이 별풍선 제공 의사에 정(+)의 영향력을 갖는 것으로

확인되었다. 본 연구는 아프리카 TV 보이는 라디오 방송을 진행하는 BJ 속성과 몰입 요인이 시청자의 자발적 지불인 별풍선 제공 의사에 영향을 주는가를 이해하는 자료로서 의미가 있다.

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경

우리 일상에 이전에 없었던 편리함을 제공한 스마트폰은 통화, 문자 전달뿐만 아니라 음악 청취, TV 시청, 게임, 인터넷 쇼핑, 은행 업무, 배달, 공유 서비스, 내비게이션 등 생활 전반의 서비스를 언제 어디서나 가능하게 하였다. 특히 스마트폰으로 유튜브, 페이스북, 아프리카 TV, 네이버TV 등에서 제공하는 주문형 비디오(Video On Demand : VOD)와 1인 방송 시청이 가능한데, 1인 방송<sup>1)</sup>은 스마트폰, 인터넷 연결 그리고 아프리카 TV와 같은 1인 방송 플랫폼을 통해 누구나 쉽게 영상을 제작 송출이 가능하며 자신이 제작한 영상물에 광고 수수료 또는 시청자들의 자발적 후원(별풍선) 제도를 통해 이윤 창출이 가능하면서 급속도로 발전하고 있다. 이런 발전은 스마트폰을 통한 영상 시청 시간의 증가로 이어졌는데, 2018년 정보통신정책연구원의 KISDI STAT Report에 따르면 2017년 기준 청소년은 하루 2시간 15분 스마트폰을 사용하고 있고 특히 미디어를 통한 행위 시간 중 영화, 동영상, UCC, 음악, 음원, 사진과 같은 디지털 미디어의 경우 2011년 24분에서 2017년 43분으로 이용 시간이 지속적으로 증가하였다고 보고 하였다.<sup>2)</sup> 디지털 미디어 이용 형태 중 온라인 1인 방송의 경우 제일기획이 조사한 '2018년 미디어 이용 행태'에 따르면 1인 방송 시청 경험은 67%로 높게 나타났으며,<sup>3)</sup> 특히 청소년은 1인 방송을 하루 평균 114.88분 시청하며 유튜브(36.4%), 아프리카TV(16.8%) 플랫폼을 많이 선호하는 것으로 나타났다.<sup>4)</sup> 이러한 1인 방송

의 발전은 1인 방송 진행자(이하 BJ: Broadcasting Jockey)<sup>5)</sup>를 양산 시켰는데, 일례로 아프리카 TV 랭킹 사이트에서 집계한 보이는 라디오 토크/캠방 범주에서 방송 활동을 하고 있는 BJ는 약10,000명<sup>6)</sup>으로 그 수는 계속 늘어나고 있다. 이러한 BJ 수의 증가로 BJ 간의 과열 경쟁과 수입 창출에 어려움을 겪고 있다. BJ에게서의 별풍선은 자신이 만든 콘텐츠에 대한 보상과 제작의 이유와 동기를 제공하는 중요한 요소이다. 이러한 이유로 BJ들은 시청자들에게 더 많은 별풍선을 제공받기 위해 노력하고 있다. 아프리카 TV에서의 별풍선은 BJ와 아프리카 TV를 존재하게 하는 이유이기도 하다. 아프리카 TV 1인 방송과 관련한 기존 선행 연구는 아프리카 TV와 사회 현상(김혜진, 2015<sup>7)</sup>, 김수진, 2017<sup>8)</sup>), 아프리카 TV 이용자들에게 대한 태도분석(반옥숙, 박주연, 2016<sup>9)</sup>, 임정엽, 김종무, 2018<sup>10)</sup>, 김민정, 최윤정, 2018<sup>11)</sup>, 김종무, 2018<sup>12)</sup>)과 아프리카 TV의 별풍선 구매 소비자를 대상으로 심층인터뷰를 진행한 박성렬, 송수진(2018)<sup>13)</sup>의 연구가 있으나 BJ 속성, 몰입 요인과 별풍선 제공 의사와 관련한 연구는 아직 부족한 상황이다. 이에 본 연구는 선행연구에 대한 후속 연구로 아프리카 TV 보이는 라디오 방송을 진행

넷 개인방송 이용실태조사. 방송통신심의위원회, p.77.

1) 일반적으로 1인 방송은 온라인 라이브 방송, 온라인 개인방송, 인터넷 개인방송, 1인 미디어 등으로 불리지만, 본 연구에서는 이를 1인 방송이라 하였다.  
2) 하형석. (2018). 청소년의 미디어 이용-7년간의 변화, 그리고 부모의 미디어 이용과의 관계. KISDI STAT Report, 정보통신정책연구원, 18(15), pp.1-16.  
3) 유튜브, 아프리카 TV, 페이스북, 인스타그램에서 제공하는 1인 방송  
4) 방송통신심의위원회 조사분석팀. (2018). 어린이·청소년 인터넷

5) 일반적으로 1인 방송 진행자를 유튜브는 창작자, 유튜버(Youtuber), 아프리카 TV는 BJ(Broadcasting Jockey)라 부른다.  
6) 아프리카 TV 랭킹(2019.04.05.)  
<http://afevent2.afreecatv.com/app/rank/index.php?sZWhich=talkcam>  
7) 김혜진. (2015). 문화학: 하위문화로서의 푸드 포르노 (Food Porn) 연구-아프리카 TV의 인터넷 먹방을 중심으로. 인문학연구, 50, pp.433-455.  
8) 김수진. (2017). '아프리카 TV가 낳은 괴물들. 비교문화연구, 23(1), pp.79-124.  
9) 반옥숙, 박주연. (2016). Afreeca TV 이용과 플로우(flow)의 매개적 역할 연구. 커뮤니케이션학 연구, 24(1), pp.83-109.  
10) 임정엽, 김종무. (2018). 아프리카 TV 전략시뮬레이션 게임 BJ 속성에 따른 시청자 태도 분석-시청만족도, 충성도, 시청의도, 시청태도 중심으로. 커뮤니케이션 디자인학연구, 62, pp.106-117.  
11) 김민정, 최윤정. (2018). 인터넷 개인방송의 상호작용적 특성이 온라인 관계와 시청 행태에 미치는 영향: 아프리카 TV를 중심으로. 방송과 커뮤니케이션, 19(3), pp.83-126.  
12) 김종무. (2018). 아프리카 TV 프로야구 편파 중계방송 시청 동기와 시청만족 관계 분석. 한국디자인문화학회지, 24(4), pp.101-112.  
13) 박성렬, 송수진. (2018). "별풍선을 왜 쓸까?" 인터랙티브 미디어 '아프리카 TV' 사례로 본 사이버 머니 소비 동기에 관한 연구. 소비문화연구, 21, pp.1-20.

하는 BJ 속성과 몰입 요인이 BJ의 주 수입원인 시청자의 자발적 지불(기부)인 별풍선 제공 의사에 영향을 미치는 지를 알아보려고 한다. 이러한 연구는 향후 아프리카 TV 보이는 라디오를 시청하는 시청자들이 어떠한 요인으로 인해 자발적 기부 행위가 이루어지는지를 이해하는 자료가 될 것이다.

## 1.2. 연구의 구성

아프리카 TV 보이는 라디오 방송 BJ 속성과 몰입 요인이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향 연구의 구성은 총 5장으로 1장에서는 연구의 목적과 연구의 구성을 서술하였다. 2장에서는 연구에 필요한 이론적 배경을 서술하고 연구문제를 제시하였다. 3장에서는 연구 설계로 연구 모형, 연구 대상 및 자료 수집 방법, 자료 처리 방법 그리고 변인에 대한 조작적 정의 및 측정 항목에 대해 서술하였다. 4장에서는 연구 결과로 표본의 특성, 측정변인 타당성 및 신뢰성 분석, 측정변인의 상관관계수 분석 그리고 연구문제를 검증 하였다. 5장에서는 연구 결과를 정리 하고 결론을 서술하였다.

## 2. 이론적 배경과 연구문제

### 2.1. 아프리카 TV 보이는 라디오 방송

보이는 라디오 방송은 라디오 방송실의 영상을 보여주는 서비스로 소리에 영상이 접목된 형태로 대부분의 라디오 방송국에서 보이는 라디오를 송출하고 있다. 보이는 라디오는 일반적으로 고정된 카메라에 라디오 진행자와 출연자를 촬영하여 최소한의 효과와 편집으로 보여주고 있다. 이러한 이유로 보이는 라디오의 흥행은 라디오 방송의 콘텐츠(음악, 내용) 자체 보다 라디오 진행자 또는 라디오 출연자 자체의 인지도 또는 능력에 영향을 많이 받는다.

1인 방송에서의 보이는 라디오 또한 라디오 방송국에서 송출하는 영상과 유사한 형식을 취하지만 채팅창을 통해 시청자들과 양방향 소통이 가능하다는 것과 실시간으로 시청자들의 BJ 후원이 가능한 시스템을 가지고 있는 것이 가장 큰 특징이다. 아프리카 TV 보이는 라디오는 토크/캠방, 먹방/쿡방, 펫방, 음악, 생활/정보, 학습, 더빙/라디오, 시사/현장, 주식/금융, 애니, 지상과/케이بل, 음악(스트리밍) 등 다양

한 장르<sup>14)</sup>가 존재한다. 보이는 라디오 방송은 게임 또는 스포츠 방송과 같이 특정 게임 또는 경기를 중계, 해설, 플레이 하면서 방송을 진행하는 것이 아니라 BJ가 시청자들의 요청과 필요를 충족시키면서 방송을 진행하기에 BJ의 역할이 중요하다.

### 2.2. 아프리카 TV 별풍선

아프리카 TV에서 사용되는 별풍선은 일종의 사이버 머니(Cyber Money)로서 시청자는 이를 구매하고 BJ에게 기부금 또는 선물 형식으로 제공하는 일종의 후원이다. 별풍선은 BJ와 아프리카 TV 수입에 직접적인 연관성을 가지고 있는데 시청자들이 얼마나 많은 별풍선을 BJ에게 제공하는가에 따라 아프리카 TV 기업의 가치 상승과 BJ 실제 수입에 도움을 주며, BJ 팬클럽 가입, 열혈팬 FULL방 입장 가능, 방송 다시보기 영구 보관, 라이브 방송 입장 시 VOD 선물자 입장안내, 애니메이션 효과 제공 등 다양한 혜택을 제공 받을 수 있다.<sup>15)</sup> 별풍선 1개를 구입하기 위해서는 아프리카 TV에 110(부가세 10%)원을 지불 하며, BJ는 제공 받은 별풍선 1개당 일반BJ 60원, 베스트 BJ 70원, 파트너BJ 80원으로 환전된다. 이러한 이유로 별풍선이 도입되면서 많은 BJ들이 활동하게 되었으며 이로 인해 1인 방송시장이 지속적으로 발전하였다. 이러한 양적 팽창은 무한 경쟁으로 이어지면서 시청자들로부터 별풍선을 제공받기 위해 BJ 또한 지속적인 노력을 하고 있다.



Fig. 1. 아프리카 TV 별풍선  
(출처: 아프리카 TV 홈페이지 4월4일 캡처)

### 2.3. BJ 속성과 연구문제

아프리카 TV에서 BJ는 방송 내용과 함께 중요한 요소이다. 수많은 BJ가 다양한 장르에서 활동하고 있는 상황에서 많은 시청을 이끌어내는 것은 모든 BJ들의 관심사일 것이다. 이러

14) <http://www.afreecatv.com/?hash=bora>(아프리카 TV 홈페이지)

15) <http://bjguide.afreecatv.com/?page=STARBALLOON> 참고하여 정리함.

한 이유로 BJ는 자신의 장점과 특징을 극대화하여 시청자들에게 깊은 인상을 심어주려고 노력하고 있다.

시청자들이 기대하는 BJ의 속성이 장르별로 다르며 시청자의 태도 또한 다르게 나타나기에 (김종무, 2018) 장르에 맞는 BJ의 속성이 무엇인지를 안다는 것은 매우 중요한 일일 것이다.

이에 본 연구는 아프리카 TV 보이는 라디오 방송의 BJ 속성이 무엇인지를 알아보기 위해 광고 모델의 속성을 연구한 김용만, 이준원 (2006)<sup>16)</sup>, 김춘곤, 유희경(2008)<sup>17)</sup>, 김성섭, 서정모, 김미주(2009)<sup>18)</sup>, Erdogan, B. Z., Baker, M. J., & Tagg, S(2001)<sup>19)</sup>의 연구와 게임 방송 BJ 속성을 연구한 김종무(2018)<sup>20)</sup>, 임정엽, 김종무(2018)<sup>21)</sup>의 분석 결과(Table 1)를 기초하여 다음과 같은 연구 문제를 제시하였다.

연구문제 1. 아프리카 TV 보이는 라디오 방송의 BJ 속성은 무엇인가?

[Table 2] 광고 모델 속성과 게임 방송 BJ 속성

속성	연구자	속성
광고 모델 속성	김용만, 이준원(2006)	전문성, 신뢰성, 애호성, 유사성
	김춘곤, 유희경(2008)	신뢰성, 전문성, 매력성, 친밀성, 유사성, 가시성
	김성섭, 서정모, 김미주(2009)	전문성, 신뢰성, 매력성
	Erdogan, B. Z., Baker, M. J., & Tagg, S(2001)	신뢰성, 전문성, 친밀성, 유사성, 매력성
게임 방송 BJ 속성	김종무(2018)	친밀성, 신뢰성, 유사성
	임정엽, 김종무(2018)	전문성, 신뢰성, 매력성, 친밀성, 유사성

16) 김용만, 이준원. (2006). 제품유형에 따른 스포츠보존인의 속성이 광고효과에 미치는 영향. 광고연구, 73, pp.9-41.  
 17) 김춘곤, 유희경. (2008). 연예인 광고모델 속성이 외식브랜드에 미치는 광고효과분석. 호텔관광연구, 30, pp.18-36.  
 18) 김성섭, 서정모, 김미주. (2009). 한류스타의 광고모델 속성이 기업이미지, 신뢰, 그리고 고객 충성도에 미치는 영향 분석을 통한 한류스타마케팅 필요성에 관한 연구. 호텔경영학연구, 18(4), pp.217-243.  
 19) Erdogan, B. Z., Baker, M. J., Tagg, S. (2001). Selecting celebrity endorsers: The practitioner's perspective. Journal of Advertising Research, 41(3), pp.39-48.  
 20) 김종무. (2018). 인터넷 1인 게임 방송 BJ 속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향-플로우 (FLOW) 경험을 매개변인으로. 디지털융복합연구, 16(7), pp.357-367.  
 21) 임정엽, 김종무. (2018). 전게서, 62, pp.106-117.

또한 BJ의 어떠한 속성이 별풍선 제공 의사에 영향을 주는지를 알아보고자 다음과 같은 연구 문제를 선정하였다.

연구문제 2. 아프리카 TV 보이는 라디오 방송의 BJ 속성이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향은 어떠한가?

## 2.4. 몰입 요인과 연구문제

몰입은 스포츠, 예술 활동, 도박, 게임 등에서 많이 나타나는 현상으로 어떤 행동을 함에 있어 자신이 위치한 환경에 관심이 없을 정도로 지금 하고 있는 행동에 완전히 몰입된 상태를 의미하는데 자신이 하고 있는 행동에 완전히 몰입 되면 특별한 보상 없이 행동 자체가 즐겁고 시간의 흐름을 인식하지 못하는 상태를 말한다.<sup>22)</sup>

최근에는 가상공간에서의 몰입현상이 많이 나타나는데 이는 가상공간이 가지는 특성인 접근의 용이성, 능동적 통제, 즐거움 그리고 익명성<sup>23)</sup>을 제공하기 때문이다. 이러한 이유로 몰입은 온라인 게임의 계속적 이용이나 충성도를 설명하는 데 자주 사용되어 왔다.<sup>24)</sup>

본 연구에서는 Hoffman & Novak(1996)<sup>25)</sup>, Chou & Ting(2003), 장정무, 김종욱, 김태웅(2004)<sup>26)</sup>, 이상만, 이국용<sup>27)</sup>, 김종무(2018)<sup>28)</sup>등의 연구결과에 기초를 두어 1인 방송에 대한 몰입을 호기심, 즐거움, 시간흐름 등의 세 가지 차원으로 구분하고 아프리카 TV 보이는 라디오 방송의 몰입 요인이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향이 어떠한지를 알아보고자, 다음과 같은 연구문제를 제시 하였다.

연구문제 3. 아프리카 TV 보이는 라디오 방송

22) 박귀리, 박재진. (2014). 플로우 경험이 모바일 쇼핑 행동에 미치는 영향 기술수용모델의 확장. 한국광고홍보학보, 16(2), pp.94-95. 김종무. (2018). 전게서, 1 6(7), p.359, 재인용.  
 23) 김양은, 박상호. (2007). 온라인게임이 게이머의 플로우 경험 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 한국방송학보, 21(2), p.183.  
 24) 이상만, 이국용. (2008). 온라인 게임 이용자 충성도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. e-비즈니스연구, 9(3), p.89.  
 25) Hoffman, D. L., Novak, T. P. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations. Journal of marketing, 60(3), pp.50-68.  
 26) 장정무, 김종욱, 김태웅. (2004). 무선인터넷서비스 수용의 영향요인 분석: 플로우이론을 가미한 기술수용모델의 확장. Asia Pacific Journal of Information Systems, 14(3), pp.93-120.  
 27) 이상만, 이국용. (2008). 전게서, 9(3), pp.84-108.  
 28) 김종무. (2018). 전게서, 16(7), pp.357-367.

의 몰입 요인이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향은 어떠한가?

### 3. 연구 설계

#### 3.1. 연구 모형

본 연구는 1인 방송 BJ 속성과 몰입 요인이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향이 어떠한지를 알아보기 위해 아프리카 TV 보이는 라디오를 시청하는 시청자를 대상으로 설문을 진행하였으며, 연구모형은 Fig. 2와 같다.

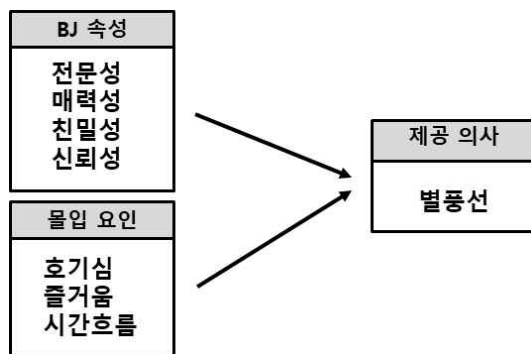


Fig. 2. 연구모형

#### 3.2. 연구 대상 및 자료 수집 방법

본 연구는 아프리카 TV 보이는 라디오 방송 중 여성 BJ인 강\*\*와 이\*\*의 방송 시청자를 대상으로 2018년 12월 7일 부터 8일까지 2일간 실시간으로 설문지를 배포하였고, 회수된 설문지 130부 중, 불성실한 응답을 한 4부를 제외한 총 126부를 분석에 사용하였다. 표본의 특성을 제외한 BJ 속성(전문성, 매력성, 친밀성, 신뢰성)과 몰입요인(즐거움, 호기심, 시간 흐름) 그리고 별풍선 제공 의사에 관한 설문은 리커트(Likert) 5점 척도로 “전혀 아니다”부터 “매우 그렇다”까지 구성하였다.

#### 3.3. 자료 처리 방법

본 연구는 회수한 126부를 SPSS 23.0 프로그램을 사용하여 분석하였다. 대상자의 표본 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였고, 연구도구의 타당도와 신뢰도를 검증하기 위하여 요인분석을 실시하였다.

#### 3.4. 변인에 대한 조작적 정의 및 측정 항목

##### 3.4.1 BJ속성 변인

본 연구에서 사용한 BJ속성 설문은 김용만, 이준원(2006)<sup>29</sup>, 김춘곤, 유희경(2008)<sup>30</sup>, 임정엽, 김종무(2018)<sup>31</sup>선행연구에서 사용한 설문을 수정하여 총 15문항을 Table 2와 같이 구성하였다.

[Table 3] BJ 속성 설문 내용

설문 내용	
a1	BJ가 방송을 잘 안다
a2	BJ가 전문성이 있다
a3	BJ가 방송을 잘 이해하고 있다
a4	BJ가 신뢰감이 간다.
a5	BJ가 믿음이 간다.
a6	BJ가 방송에 진실함이 든다.
a7	BJ가 매력적이다
a8	BJ가 개성이 있다
a9	BJ가 멋있다
a10	BJ가 편안하다
a11	BJ가 부담이 없다
a12	BJ가 친근하다
a13	BJ가 재미있다
a14	BJ가 즐거움을 준다.
a15	BJ가 유쾌함을 준다.

##### 3.4.2 몰입 요인과 별풍선 지불의사 변인

본 연구에 사용한 몰입 요인 변인 중 즐거움 요인은 “아프리카 TV 보이는 라디오 방송 시청을 통해 느끼는 즐거운 정도”로 설문은 김종백, 하제현, 김석주. (2010)<sup>32</sup>, 김종무(2018)<sup>33</sup>가 사용한 설문을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

호기심 요인은 “아프리카 TV 보이는 라디오 방송 시청을 통해 느끼는 관심의 정도”로 설문은 양승용(2017)<sup>34</sup>이 사용한 설문을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

시간의 흐름 요인은 “<아프리카 TV 보이는 라디오> 방송을 시청하는 동안 시간 감각과 주변 상황을 의식하지 못한 상태”로 설문은 박철(2008)<sup>35</sup>, 김종백, 하제현, 김석주. (2010)<sup>36</sup>, 김종무(2018)<sup>37</sup>가 사용한 설문을 본

29) 김용만, 이준원. (2006). 전계서, 73, pp.9-41.

30) 김춘곤, 유희경. (2008). 전계서, 30, pp.18-36.

31) 임정엽, 김종무. (2018). 전계서, 62, pp.106-117.

32) 김종백, 하제현, 김석주. (2010). 프로야구 관람자의 각성, 기술, 도전, 상호작용, 관여도가 플로우경험에 미치는 영향. 한국체육학회지-인문사회과학, 49(6), pp.415-424.

33) 김종무. (2018). 전계서 16(7), pp.357-367.

34) 양승용. (2017). 관람객의 호기심, 편의성, 경제성이 영화 관람 반복행동에 미치는 영향에 관한 연구. 한국엔터테인먼트산업학회논문지, 11(1), pp.47-54.

35) 박철. (2008). 온라인 소비자행동에서 플로우(flow) 연구에 대한 비판적 검토. 소비자학연구, 19(2), pp.65-92.

연구에 맞게 수정하여 사용하였다.

[Table 4] 몰입 요인과 별풍선 제공 의사 변인 설문 내용

변수	설문 내용	
즐거움 요인	f1	방송 시청은 즐겁다
	f2	방송 시청은 흥겹다
	f3	방송 시청은 재미있다
호기심 요인	g1	방송에 관심이 많다
	g2	방송에 호기심이 많다
	g3	방송에서 제공하는 정보에 대해 관심이 있다
시간 흐름 요인	h1	방송을 시청하는 동안 시간이 평소보다 빠르게 지나간 것 같다
	h2	방송을 시청하는 동안 시간 흐름을 잊는 것 같다
	h3	방송을 시청하는 동안 시간이 지나가는 것을 잊는 것 같다
별풍선 제공 의사 요인	i1	방송을 시청하면서 별풍선을 제공할 의사가 있다
	i2	방송을 시청하면서 별풍선을 제공하는 것이 좋다
	i3	방송을 시청하면서 별풍선 제공은 나에게 즐거움을 준다

마지막으로 별풍선 제공 의사 요인은 “아프리카 TV 보이는 라디오 방송을 시청하는 동안 시청자가 별풍선을 제공하고자 하는 정도”로 설문은 조성수, 최성진, 이영주. (2013)<sup>38)</sup>, 채정화, 한창완, 이영주(2015)<sup>39)</sup>이 사용한 설문을 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다. 본 연구에 사용된 변인들의 설문 내용은 Table 3 과 같다.

## 4. 연구 결과

### 4.1. 표본의 특성

표본의 특성은 Table 4와 같이 남성 110명 (87.3%), 여성 16명(12.7%), 연령은 40대 이상 42명(33.3%)으로 가장 많은 분포를 보였다. 아프리카 TV 보이는 라디오 방송 시청 빈도는 매일 65명(51.6%), <아프리카 TV 보이는 라디오> 방송 시청 시간은 하루 2시간 이상 80명(63.5%), 별풍선 구매 금액은 77명 (61.1%)이 한 달 일만 원 이상을 구입하는 것으로 나타났으며, 특히 41명(32.5%)은 한 달

36) 김종백, 하제현, 김석주. (2010). 전계서, 49(6), pp.415-424.  
 37) 김종무. (2018). 전계서 16(7), pp.357-367.  
 38) 조성수, 최성진, 이영주. (2013). 온라인에서의 지상파방송 동영상콘텐츠 지불의사에 영향을 미치는 요인. 한국콘텐츠학회논문지, 13(8), pp.348-359.  
 39) 채정화, 한창완, 이영주. (2015). 웹툰 서비스의 사용편리성과 상호작용적 행위가 서비스 만족과 지불의사에 미치는 영향. 만화애니메이션 연구, 38, pp.259-286.

에 이십만 원 이상의 별풍선을 구매하는 헤비 유저(Heavy User)로 자세한 내용은 Table 3 과 같다.

[Table 5] 표본의 특성

내용	구분	빈도	퍼센트
성별	남자	110	87.3
	여자	16	12.7
	전체	126	100.0
연령	15-19	5	4.0
	20-24	9	7.1
	25-29	21	16.7
	30-34	27	21.4
	35-39	22	17.5
	40이상	42	33.3
	전체	126	100.0
1주일 아프리카TV 시청 빈도	매일	65	51.6
	주 5-6회	38	30.2
	주 3-4회	22	17.5
	주 1-2회	1	.8
	전체	126	100.0
하루 아프리카TV 시청 시간	하루 2시간 이상	80	63.5
	하루 1시간-2시간	33	26.2
	하루 30-1시간	12	9.5
	하루 30분미만	1	.8
	전체	126	100.0
한 달 평균 별풍선 구입 금액	없음	21	16.7
	만 원 이하	28	22.2
	만원~오만 원	21	16.7
	오만 원~십만 원	6	4.8
	십만 원-이십만 원	9	7.1
	이십만 원 -오십만 원	20	15.9
	오십만 원 -백만 원	10	7.9
	백만 원 이상	11	8.7
	전체	126	100.0

### 4.2. 측정변인 타당성 및 신뢰성 분석

#### 4.2.1. 아프리카 TV 보이는 라디오 방송 BJ 속성 요인분석, 타당성 및 신뢰도 분석

아프리카 TV 보이는 라디오 방송 BJ 속성(연구문제 1)을 알아보기 위해 BJ 속성 관련된 설문 문항들을 SPSS 23.0을 통해 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 본 연구에서는 고유값 1.00이상, 공통성 .6이상, 요인 적재량 .600이상을 기준으로 하였으며, 기준에 미달한 변수는 제거하였다. 탐색적 요인분석 결과 Table 5 와 같이 다섯 요인으로 나타났다. 이러한 탐색적 요인분석 결과를 바탕으로 설문 내용 특성에 맞게 아프리카 TV 보이는 라디오 BJ 속성을 신뢰성, 유희성, 친밀성, 전문성, 매력성으로 연구자와 관련 전문가 2인과의 논의를 통해 명명하였다. 요인에 대한 신뢰도 결과 모두 .850 이상의 높은 신뢰도를 보였으며

KMO-Bartlett 검정과 .917로 통계적으로 유의한 타당도를 갖는 것으로 나타났다.

[Table 6] BJ 속성 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

	성분						신뢰도
	신뢰성	유희성	친밀성	전문성	매력성	공통성	
a5	.837	.246	.238	.281	.256	.962	.968
a4	.794	.237	.282	.311	.250	.925	
a6	.760	.247	.280	.323	.314	.920	
a13	.234	.890	.097	.189	.183	.926	.933
a14	.204	.769	.317	.210	.347	.898	
a15	.203	.735	.352	.181	.354	.863	
a11	.303	.220	.820	.284	.158	.918	.906
a10	.378	.362	.713	.243	.186	.875	
a12	.163	.191	.653	.380	.445	.831	
a1	.370	.148	.202	.790	.215	.870	.872
a2	.224	.237	.341	.705	.315	.819	
a3	.378	.328	.352	.633	.068	.779	
a8	.276	.383	.170	.181	.768	.875	.881
a7	.360	.328	.264	.254	.701	.863	
a8	.352	.431	.253	.250	.503	.688	
고유값	2.967	2.942	2.499	2.358	2.247		
%분산	19.77	19.61	16.65	15.72	14.98		
KMO=.917, Bartlett test $\chi^2=2036.026(df=105, p<.000)$							

#### 4.2.2. 몰입 요인, 별풍선 제공 의사 변인의 타당성 및 신뢰도 분석

몰입(즐거움, 호기심, 시간 흐름)요인 그리고 별풍선 제공의사 변인의 타당성과 신뢰도를 검증하기 위해 요인분석과 신뢰도 분석을 실시하였다. 본 연구에서는 고유값 1.00이상, 공통성 .600이상 그리고 요인 적재량 .600이상을 기준으로 하였으며, 분석 결과 Table 6과 같이 모든 요인들의 요인 적재량이 .600을 넘고, 측정변인의 신뢰도가 모두 .850 이상의 양호한 결과를 보이며, KMO-Bartlett 검정과 .870로 통계적으로 유의한 타당도를 갖는 것으로 나타났다.

[Table 7] 변인의 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

	성분				공통성	신뢰도	
	1	2	3	4			
즐거움1	.824	.234	.334	.262	.914	.935	
즐거움2	.796	.347	.174	.249	.847		
즐거움3	.795	.345	.284	.281	.911		
시간흐름2	.311	.856	.305	.185	.957	.941	
시간흐름3	.255	.854	.360	.157	.948		
시간흐름1	.425	.706	.190	.318	.817		
호기심1	.160	.383	.832	.244	.924	.926	
호기심2	.196	.384	.832	.182	.911		
호기심3	.420	.109	.810	.140	.865		
별풍선2	.249	.173	.103	.880	.877	.892	
별풍선3	.175	.237	.099	.878	.868		
별풍선1	.210	.086	.323	.783	.769		
고유값	2.665	2.654	2.646	2.642			
%분산	22.208	22.120	22.051	22.013			
KMO=.870 Bartlett test $\chi^2=1647.719(df=66, p<.000)$							

#### 4.3. 측정변인의 상관계수 분석

본 연구에서 투입한 모든 변인들 간의 상관관계 분석 결과 Table 7과 같이, 모든 변수 간에는 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다 ( $p<.001$ ).

[Table 8] 상관관계 분석 결과

	구성개념 간 상관관계								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
전문성	1								
신뢰성	.765**	1							
매력성	.702**	.749**	1						
친밀성	.771**	.728**	.719**	1					
유희성	.629**	.635**	.776**	.681**	1				
호기심	.581**	.523**	.678**	.588**	.551**	1			
즐거움	.600**	.663**	.825**	.644**	.790**	.642**	1		
몰입감	.484**	.464**	.653**	.503**	.540**	.674**	.712**	1	
별풍선 제공	.404**	.485**	.526**	.458**	.449**	.478**	.573**	.507**	1

\*\* 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의합니다.

#### 4.4. 연구문제 검증

##### 4.4.1. [연구문제 2]에 대한 결과

BJ 속성(전문성, 매력성, 친밀성, 신뢰성)이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향[연구 문제 2]을 분석한 결과는 Table 8과 같다.

독립변수인 BJ 매력성( $B=.326, p<.05$ )은 별풍선 지불의사에 정(+ )의 영향력을 갖는 것으로

로 확인되었으나, 나머지 BJ 속성(전문성, 신뢰성, 친밀성, 유희성)은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 전체 연구 모형에 대한 적합성을 살펴본 결과 R<sup>2</sup>값이 .304로 나타났으며, 모형 적합성에 대한 유의성 검정 결과 F=10.481(p<.001)로 나타나 통계적으로 문제는 없는 모형으로 확인되었다.

[Table 9] 연구문제 2 결과

종속 변수	독립변수	비표준화 계수	표준 오차	표준 회계 수β	t	유의 확률
별풍선 제공 의사	(상수)	1.364	.385		3.547	.001
	BJ전문성	-.116	.151	-.105	-.764	.446
	BJ신뢰성	.184	.123	.203	1.494	.138
	BJ매력성	.326	.153	.309	2.125	.036
	BJ친밀성	.126	.132	.130	.955	.342
	BJ유희성	.063	.139	.058	.457	.649
R=.551, R <sup>2</sup> =.304, 수정된 R <sup>2</sup> =.275 F=10.481, P=.000, Durbin-Watson=1.853						

#### 4.4.2. [연구문제 3]에 대한 결과

몰입(즐거움, 호기심, 시간 흐름)요인이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향[연구 문제 3]을 분석한 결과는 Table 9와 같다. 독립변수인 즐거움(B=.442, p<.001)요인은 별풍선 제공 의사에 정(+)의 영향력을 갖는 것으로 확인되었으나, 나머지 호기심과 시간흐름 요인은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 전체 연구 모형에 대한 적합성을 살펴본 결과 R<sup>2</sup>값이 .257로 나타났으며, 모형 적합성에 대한 유의성 검정 결과 F=22.594(p<.001)로 나타나 통계적으로 문제는 없는 모형으로 확인되었다.

[Table 10] 연구문제 3 결과

종속 변수	독립변수	비표준화 계수	표준 오차	표준 회계 수β	t	유의 확률
별풍선 제공 의사	(상수)	.775	.363		2.136	.035
	호기심	.135	.104	.134	1.299	.196
	즐거움	.442	.125	.385	3.537	.001
	시간흐름	.150	.119	.143	1.264	.209
R=.598, R <sup>2</sup> =.257, 수정된 R <sup>2</sup> =.341 F=22.594, P=.000, Durbin-Watson=1.727						

## 5. 결론

본 연구는 1인 방송 BJ 속성과 몰입 요인이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향이 어떠한지를

알아보기 위해 아프리카 TV 보이는 라디오 방송을 시청하는 시청자를 대상으로 실시간으로 설문지를 배포하였고, 응답한 총 126부를 분석에 사용하였다. 분석 결과 첫째, 아프리카 TV 보이는 라디오 BJ 속성은 신뢰성, 유희성, 친밀성, 전문성, 매력성으로 나타났다. 이는 게임 방송 BJ의 속성을 연구한 임정엽, 김종무(2018)의 연구 결과와 유사한 결과를 보였는데, 이는 BJ 속성이 장르에 따라 다르게 나타나지 않는다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 둘째, BJ 속성(전문성, 매력성, 친밀성, 신뢰성)이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향 결과 BJ 매력성은 별풍선 지불의사에 정(+)의 영향력을 갖는 것으로 확인되었으나, 나머지 BJ 속성(전문성, 신뢰성, 친밀성, 유희성)은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 보이는 라디오가 토크, 먹방, 음악과 같이 BJ의 비중이 높은 장르 특성을 반영한 결과로 판단된다. 셋째, 몰입 요인(즐거움, 호기심, 시간 흐름)이 별풍선 제공 의사에 미치는 영향 결과 즐거움 요인은 별풍선 제공 의사에 정(+)의 영향력을 갖는 것으로 확인되었으나, 나머지 호기심과 시간흐름 요인은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데 몰입이 콘텐츠를 지속 시청하는데 중요한 요인이지만 그 중에서도 즐거움 요인이 BJ의 수입에 영향을 준다는 것을 확인하였다.

본 연구는 아프리카 TV 보이는 라디오 방송을 실제 시청하는 시청자를 대상으로 연구가 진행되었으며, 특히 설문 참여자의 51.6%는 매일 아프리카 TV 보이는 라디오 방송을 시청하며 32.5%는 한 달에 이십만 원 이상의 별풍선을 구매하는 헤비 유저(Heavy User)를 대상으로 하였기에 본 결과가 보다 설득력 있는 자료가 될 것으로 예상된다. 그러나 본 연구는 첫째, 특정 BJ와 이를 시청하는 시청자를 대상으로 연구가 진행된 점과 둘째, 보이는 라디오에서 특정 장르만을 선택하여 설문했기에 모든 보이는 라디오 시청자들의 태도로 확대 해석은 신중해야 할 것이다. 이러한 이유로 후속 연구에서는 이러한 한계점을 반영한 폭넓은 영역으로 연구를 확대하여 진행할 필요가 있다.

## 참고문헌

- 김민정, 최윤정. (2018). 인터넷 개인방송의 상호작용적 특성이 온라인 관계와 시청 행태에 미치는 영향: 아프리카 TV 를 중심으로. 방송과 커뮤니케이션, 19(3)
- 김중무. (2018). 인터넷 1 인 게임 방송 BJ 속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향-플로우 (FLOW) 경험을 매개변인으로. 디지털융복합연구, 16(7)
- 김중무. (2018). 아프리카 TV 프로야구 편파 중계방송 시청동기와 시청만족 관계 분석. 한국디자인문화학회지, 24(4)
- 김중백, 하제현, 김석주. (2010). 프로야구 관람자의 각성, 기술, 도전, 상호작용, 관여도가 플로우경험에 미치는 영향. 한국체육학회지-인문사회과학, 49(6)
- 김성섭, 서정모, 김미주. (2009). 한류스타의 광고모델 속성이 기업이미지, 신뢰, 그리고 고객 충성도에 미치는 영향 분석을 통한 한류스타마케팅 필요성에 관한 연구. 호텔경영학연구, 18(4)
- 김수진. (2017). '아프리카 TV 가 낳은 괴물들. 비교문화연구, 23(1)
- 김양은, 박상호. (2007). 온라인게임이 게이머의 플로우 경험 및 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 한국방송학보, 21(2)
- 김용만, 이준원. (2006). 제품유형에 따른 스포츠보존인의 속성이 광고효과에 미치는 영향. 광고연구, 73
- 김춘곤, 유희경. (2008). 연예인 광고모델 속성이 외식브랜드에 미치는 광고효과분석. 호텔관광연구, 30
- 김혜진. (2015). 문화화: 하위문화로서의 푸드 포르노 (Food Porn) 연구-아프리카 TV 의 인터넷 먹방을 중심으로. 인문학연구, 50
- 박귀리, 박재진 (2014). 플로우 경험이 모바일 쇼핑 행동에 미치는 영향 기술수용모델의 확장. 한국광고홍보학보, 16(2)
- 박성렬, 송수진. (2018). "별풍선을 왜 쏘까?" 인터랙티브 미디어 '아프리카 TV' 사례로 본 사이버 머니 소비 동기에 관한 연구. 소비문화연구, 21
- 박철. (2008). 온라인 소비자행동에서 플로우(flow) 연구에 대한 비판적 검토. 소비자학연구, 19(2)
- 반옥숙, 박주연. (2016). Afreeca TV 이용과 플로우 (flow)의 매개적 역할 연구. 커뮤니케이션학 연구, 24(1)
- 방송통신심의위원회 조사분석팀. (2018). 어린이·청소년 인터넷 개인방송 이용실태조사. 방송통신심의위원회
- 양승용. (2017). 관람객의 호기심, 편의성, 경제성이 영화 관람 반복행동에 미치는 영향에 관한 연구. 한국엔터테인먼트산업학회논문지, 11(1)
- 이상만, 이국용. (2008). 온라인 게임 이용자 충성도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. e-비즈니스연구, 9(3)
- 임정엽, 김중무. (2018). 아프리카 TV 전략시뮬레이션 게임 BJ 속성에 따른 시청자 태도 분석-시청만족도, 충성도, 시청의도, 시청태도 중심으로. 커뮤니케이션 디자인학연구, 62
- 장정무, 김종욱, 김태웅. (2004). 무선인터넷서비스 수용의 영향요인 분석: 플로우이론을 가미한 기술수용모델의 확장. Asia Pacific Journal of Information Systems, 14(3)
- 조성수, 최성진, 이영주. (2013). 온라인에서의 지상파방송 동영상콘텐츠 지불의사에 영향을 미치는 요인. 한국콘텐츠학회논문지, 13(8)
- 채정화, 한창완, 이영주. (2015). 웹툰 서비스의 사용편리성과 상호작용적 행위가 서비스 만족과 지불의사에 미치는 영향. 만화애니메이션 연구, 38
- 하형석. (2018). 청소년의 미디어 이용-7년간의 변화, 그리고 부모의 미디어 이용과의 관계. KISDI STAT Report, 정보통신정책연구원, 18(15)
- Erdogan, B. Z., Baker, M. J., Tagg, S. (2001). Selecting celebrity endorses: The practitioner's perspective. Journal of Advertising Research, 41(3)
- Hoffman, D. L., Novak, T. P. (1996). Marketing in hypermedia computer-mediated environments: Conceptual foundations. Journal of marketing, 60(3)
- <http://www.afreecatv.com>
- <http://bjguide.afreecatv.com>