
저자 (Authors)	박성제, 이제욱 Park, Sung-Je, Lee, Jea-Woog
출처 (Source)	한국사회체육학회지 75 , 2019.2, 253-265(13 pages) Journal of Sport and Leisure Studies 75 , 2019.2, 253-265(13 pages)
발행처 (Publisher)	한국사회체육학회 KOREAN SOCIETY OF SPORT AND LEISURE STUDIES
URL	http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07622093
APA Style	박성제, 이제욱 (2019). e스포츠 중계를 통한 프레즌스 경험이 즐거움, 몰입 및 지속사용의도에 미치는 영향. 한국 사회체육학회지, 75, 253-265
이용정보 (Accessed)	한국산업기술대학교 218.101.229.*** 2019/11/18 22:11 (KST)

저작권 안내

DBpia에서 제공되는 모든 저작물의 저작권은 원저작자에게 있으며, 누리미디어는 각 저작물의 내용을 보증하거나 책임을 지지 않습니다. 그리고 DBpia에서 제공되는 저작물은 DBpia와 구독계약을 체결한 기관소속 이용자 혹은 해당 저작물의 개별 구매자가 비영리적으로만 이용할 수 있습니다. 그러므로 이에 위반하여 DBpia에서 제공되는 저작물을 복제, 전송 등의 방법으로 무단 이용하는 경우 관련 법령에 따라 민, 형사상의 책임을 질 수 있습니다.

Copyright Information

Copyright of all literary works provided by DBpia belongs to the copyright holder(s) and Nurimedia does not guarantee contents of the literary work or assume responsibility for the same. In addition, the literary works provided by DBpia may only be used by the users affiliated to the institutions which executed a subscription agreement with DBpia or the individual purchasers of the literary work(s) for non-commercial purposes. Therefore, any person who illegally uses the literary works provided by DBpia by means of reproduction or transmission shall assume civil and criminal responsibility according to applicable laws and regulations.

e스포츠 중계를 통한 프레즌스 경험이 즐거움, 몰입 및 지속사용의도에 미치는 영향

박성제 (중앙대학교, 교수) · *이제욱 (중앙대학교, 연구전담교수)

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

매년 1월 미국 라스베이거스에서 열리는 국제전자제품박람회인 CES(Consumer Electronics Show)는 2019년 주목할 5가지 기술트렌드 중 하나로 e스포츠를 지목하였다(우은정, 2018). 세계 최대의 첨단기술 박람회로 높은 공신력을 갖춘 CES에서의 중점적 언급은 e스포츠가 제2의 부흥기를 맞이하고 있다는 것을 입증하고 있다.

전술한 바 e스포츠는 3차 산업혁명 즉, 정보화 혁명이 발생하기 시작한 1990년대 중반이후 미국 블리자드(Blizzard)사(社)의 스타크래프트(Starcraft) 게임을 중심으로 문화산업의 한 영역이 되었다. 이후 2010년 이전까지 전성기를 이어오다 새로운 게임의 부재, 승부조작 사건, 게임개발사와 e스포츠 대회중계 주체 간 지적재산권 갈등과 같은 내·외적 문제로 인해 위기를 맞는 듯하였다. 그러나 최근 리그 오브 레전드(LOL :League of Legend), Starcraft2, DOTA2와 같은 세계적 인기 게임과 스타 프로게이머의 활약 등으로 인해 e스포츠 본연의 모

습을 다시 되찾아가고 있다.

이러한 e스포츠의 특성은 선수(프로게이머), 팀, 스폰서, 관중, 미디어라는 외연적 특성부터 경쟁, 규칙, 페어플레이 등 내연적 특성까지 스포츠와 상당부분 유사한 모습을 갖추고 있다(최세희, 정한울, 허세웅, 김차용, 2016). 특히, 미디어를 통한 e스포츠 게임의 시청인원은 이미 프로스포츠와 비슷하거나 일부 종목을 넘어서는 수치를 보이고 있다. 2014년 기준 미국에서 열린 리그 오브 레전드 챔피언십 시청자는 7,150만 명으로 그해 메이저리그(MLB) 월드시리즈, 미 프로농구(NBA) 결승전 시청자를 넘어선 수치를 나타내었다(한국방송통신전파진흥원, 2014). 또한, 2017년 9월부터 11월까지 진행된 월드컵(리그 오브 레전드 챔피언십)의 국내 누적 시청자 수는 2개월 간 8천만 명(정문경, 2018)이 넘는 것으로 나타나 6개월 간 국내 프로야구 시청자 수와 맞먹는 수준을 기록하였다(조지원, 2018).

이상인, 신승호(2013)는 프로스포츠를 포함한 스포츠가 전반의 산업적 성장을 위한 요인 중 하나로 미디어 중계 시청률의 중요성을 강조하였다. 즉, 스포츠 중계는 중요 방송콘텐츠로써 방송사의 수익, 송출되는 선수, 팀, 구단, 스폰서의 경쟁력을 좌우한다고 볼 수 있다. e스포

* yyizeuks@cau.ac.kr

츠 또한 핵심 성장배경 중 하나로써 다양한 채널의 미디어를 통한 중계를 꼽는다(한국콘텐츠진흥원, 2015).

이와 같이 e스포츠산업 발전에 있어 미디어의 중요성 즉, 중계서비스의 역할이 매우 비중 있다는 것을 확인할 수 있다. 이에 따라 e스포츠 중계 관련 연구가 다각도로 수행되었다. 이강열(2006)은 e스포츠 중계방송의 구조와 스포츠 중계방송의 구조를 비교분석하였으며 한혜원, 박미리(2014)는 e스포츠 중계를 통해 두드러지는 여성 게이머의 정체성에 대해 탐론하였다. 김정기, 이정기(2010)는 e스포츠 시청경험과정에서의 시청자 정서반응을 도출하였으며, 스타 프로게이머 이미지에 따른 중계방송 시청의 지속의도를 규명한 연구 또한 수행되었다(최세희, 정한울, 허세웅, 김차용, 2016).

전술한 연구사례를 통해서도 e스포츠와 미디어의 중요성한 관계는 간과할 수 없다. 다만, e스포츠 중계 방식은 스포츠 종목과 다른 특징이 있다. 일반적으로 스포츠는 선수들의 경기 중 플레이가 곧 콘텐츠가 되어 송출되지만 e스포츠는 선수의 직접적인 플레이 보다 게임그래픽의 반응이 핵심이라는 것이다(고은지, 최선영, 2015). 때문에 일부 게임사들은 게이머의 직접적 조작에 의한 재미와 더불어 관전의 흥미를 유발하기 위한 그래픽 구현을 목적으로 게임을 개발하는데 주력하고 있다(한국콘텐츠진흥원 산업진흥정책본부, 2018). 이렇듯 e스포츠가 지속적으로 높은 시청률을 유지하기 위해서는 방송중계 시 게임 플레이 장면에 대한 긍정적인 반응을 유도할 필요가 있다.

e스포츠 종목의 게임들은 주로 높은 품질의 그래픽에 따른 사실성에 가까운 움직임 구현하고 있다. 따라서 시청자들의 지속적인 이용행위를 유발할 수 있는 요인 중 게임 중계화면에 대한 프레즌스(Presence)경험여부에 대해 규명할 필요가 있다고 판단되었다. 프레즌스는 영상콘텐츠를 이용하며 이용자들이 느끼는 실재감 여부를 판단하는 요인을 의미한다(Lombard & Ditton, 1997). 새로운 영상매체(DMB, HDTV, 3DTV) 및 새로운 영상콘텐츠 또는 기법을 경험하는 이용자를 대상으

로 프레즌스 연구가 다수 수행되었다(Freeman, Avons, Pearson & Ijsselstein, 1999; 이옥기, 이인희, 2006; 윤용필, 2010; 조은정, 권상희, 조병철, 2010; 박노현, 전태유, 2015; 엄준필, 2017). 따라서 e스포츠 중계 또한 시청자 확보 및 유지를 위한 기반으로써 프레즌스 경험여부의 확인과 시청을 지속할 수 있는 다른 반응요인과의 관계여부가 중요할 것으로 판단하였다. 더불어 프레즌스 경험은 e스포츠를 중계를 지속적 시청으로 이어갈 수 있는 다양한 유형의 요인에 영향을 미치는 것으로 각 연구사례를 통해 확인할 수 있다.

첫째, 다양한 유형의 미디어가 전달하는 영상메시지에 대해 재미와 유쾌한 정도를 측정하는 즐거움 요인은 배재권(2014), 이창훈(2014)의 연구에서 사용되었다. 또한, 미디어의 형태적 변화, 중계서비스 유형변화 등 시청환경 범위에 따른 프레즌스와 즐거움의 관계를 규명한 연구가 있다(김홍규, 윤용필, 2010; 백승진, 정동훈, 2014). 앞선 선행연구를 살펴보았을 때 프레즌스와 즐거움의 원인과 효과를 측정하는 연구는 전통적으로 라디오에서부터 아날로그 TV, HDTV, 3DTV등으로 이어오며 최근에는 VR·AR(가상·증강현실)에 이르기까지 미디어의 변화와 함께하며 두 요인 간 관계를 살펴보고 있다(유홍식, 신동희, 남선숙, 2017). e스포츠 중계서비스는 기존 스포츠, 일반적 미디어 형태와 또 다른 모습을 지닌 게임그래픽 기반의 영상이 송출되는 콘텐츠로써 고유의 특성이 존재한다. 따라서 e스포츠 중계를 시청하며, 얻을 수 있는 즐거움 또한 미디어 콘텐츠 이용자 반응을 살펴보기 위한 요인으로써 프레즌스 경험으로부터 긍정적 유도를 기대할 수 있다고 판단되었다.

둘째, 몰입 요인은 미디어를 이용하는 동안 주위를 지각하기 어려울 정도로 최적의 정신적 경험을 느끼는 상태를 의미한다(권정혜, 2005). 기존 연구를 살펴보았을 때 프레즌스 경험은 몰입감에 영향을 준다는 사례를 다수 확인할 수 있다. 특히, 디지털 매체가 상용화되면서 프레즌스와 몰입에 관련된 연구가 활성화 되었다(Chicchi, Chirico, Cipresso, Serino, Pedrolì, Pallavicini & Riva,

2016). 조영기(2009)의 연구에서는 온라인 게임 참여과정에서 프레즌스를 경험하게 유도하는 게임 설정이 몰입을 촉진한다고 밝혔다. 또한, 황하성, 박성복(2011), 서연준, 박성연(2013)은 현실감 · 생동감 있게 구현하는 콘텐츠는 프레즌스 수준을 높이며, 몰입을 유도한다고 언급하였다. 선행연구를 살펴보았을 때 e스포츠 중계에서 제공하는 플레이어의 수준 높은 게임플레이와 리얼한 그래픽과 같은 양질의 미디어콘텐츠를 경험할 경우 이용자는 프레즌스에 높은 반응을 나타내고 몰입으로 이어질 수 있음을 기대할 수 있다.

셋째, 즐거움과 몰입의 관계는 다양한 영역의 연구에서 활용되고 있다. 스포츠 활동에서의 두 요인 간의 관계는 이정호, 박용범, 김재우(2010)의 연구에서 스킨스쿠버 참가자의 즐거움이 몰입에 긍정적 영향을 미치는 것으로 확인가능하다. 또한, 초등학교의 영상기반 수업에서 느끼는 즐거움이 학습몰입을 높여준다는 보고가 있다(이윤주, 지연정, 2013). 마지막으로 윤승욱(2014)은 스마트폰 게임 사용자들의 즐거움이 게임몰입에 미치는 긍정적인 영향을 규명하였다. 따라서 본 연구는 스포츠 활동뿐만 아니라 디지털 콘텐츠, 영상과 같이 e스포츠 중계에서 송출되는 영상을 통해 이용자들이 느끼는 즐거움과 몰입 또한 관계검증의 필요성이 있다고 판단하였다.

넷째, 지속사용의도는 이용자가 경험한 유 · 무형의 개체를 향후에도 반복적으로 경험하려는 반응을 의미한다(Venkatesh & Davis, 2000). Li, Chau & Lou(2005)와 Thong, Hong & Tam(2006)의 연구에서는 인터넷 검색 및 기술관련 서비스를 이용하는 과정에서 느끼는 즐거움은 지속적인 서비스 이용으로 이어지는 중요 요인임을 입증하였다. 또한, 유철우, 최영찬(2009)은 UCC사이트에서의 동영상 시청 과정에서 얻는 즐거움이 지속적으로 사이트를 방문 · 이용하는데 영향을 미친다는 연구결과를 보고하였다. 또한, 스마트러닝 과정에서 이용자의 지속적인 학습을 위해 필요한 요소 중 하나로 즐거움을 느껴야 한다는 결과를 밝힌 연구가 있다(박동철, 황찬

규, 권두순, 2015). 다양한 유형의 정보제공 및 미디어서비스 환경을 범위로 수행된 선행연구와 같이 e스포츠 중계서비스 또한 즐거움과 지속사용의도 간 긍정적 영향관계가 있을 것으로 기대할 수 있다.

다섯째, 지속사용의도와 몰입의 관계 또한 디지털 미디어분야에서 다수 진행된 사례를 확인할 수 있다.우선 추순진, 김상현(2003)의 연구에서는 인터넷 쇼핑환경의 몰입이 미래의 지속적 이용에 긍정적 영향을 미친다고 보고하였다. 또한 게임을 직접 참여하는데 발생하는 몰입체험은 게임을 지속 이용하는데 중요한 요인임을 강조하고 있다(이동원, 이문용, 최준구, 이호원, 2011; 최훈, 2016). 주영주, 김수미, 박수영, 김은경(2009)은 가상 현실 영상을 통해 즐기는 체험의 몰입감은 지식의 장기 기억으로 연결되어 해당 콘텐츠를 지속적으로 상기시켜 참여를 반복적으로 유도한다는 특성을 밝히기도 하였다. 이와 같이 기존의 디지털 미디어 콘텐츠가 유도하는 몰입과 지속사용의도의 관계는 e스포츠 중계 이용자에게도 적용가능할 것으로 판단된다.

전술한 바 선행연구를 통해 각 요인 간 관계를 통찰할 수 있는 이론적 근거를 제시하고 있다. 직접 수행만큼이나 관람, 시청의 중요성이 커지는 e스포츠 기반의 게임 특성을 고려하였을 때 이용자가 과연 프레즌스를 느끼는지의 여부와 그러할 경우 반응의 유기적 발현 과정을 면밀히 살펴볼 필요가 있을 것이다. 즉, e스포츠 중계서비스를 경험하며 느끼는 프레즌스 요인에 대해 기존 미디어 사례와 마찬가지로 중요한 역할을 하는지 여부를 밝히고자 한다. 이는 다시금 부흥기가 찾아온 e스포츠 시장의 생존과 발전에 있어 게임사와 e스포츠를 중계하는 미디어 제공자에게 e스포츠팬이 원하는 관전 콘텐츠의 기초자료를 제공한다는 측면에서 의의가 있다. 따라서 본 연구는 e스포츠 중계를 통해 경험하는 프레즌스가 즐거움, 몰입, 지속사용의도에 미치는 각 영향관계를 규명하는 데 목적이 있다.

2. 연구가설 및 연구모형

연구목적을 달성하기 위해 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설1. e스포츠 중계를 통한 이용자의 프레즌스 경험은 즐거움에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설2. e스포츠 중계를 통한 이용자의 프레즌스 경험은 몰입에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설3. e스포츠 중계를 통한 이용자의 즐거움은 몰입에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설4. e스포츠 중계를 통한 이용자의 즐거움은 지속사용의도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

가설5. e스포츠 중계를 통한 이용자의 몰입은 지속사용의도에 정(+)적 영향을 미칠 것이다.

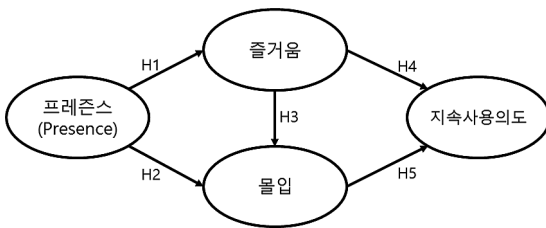


그림 1. 연구모형

II. 연구방법

1. 연구대상

e스포츠 중계서비스 이용자들의 프레즌스 경험, 즐거움, 몰입, 지속사용의도와와의 관계를 파악하기 위해 본 연구는 구글 설문지(Google Survey)를 활용한 온라인 설문을 실시하였다. 2018년 8월 중순부터 9월초까지 약 3주간 진행된 본 설문은 e스포츠 중계를 시청한 경험이 있는 이용자를 연구대상으로 설정하고 설문지의 배포 및 수집이 진행되었다. 응답이 완료된 온라인 설문지의 응답데이터는 연구자의 구글 설문페이지에 자동 축적되

었다. 온라인 설문을 통한 자료수집 절차를 거쳐 총 413부의 설문지를 수집하였다. 이 가운데 불성실한 응답 11부를 제외한 402부의 설문 데이터를 분석에 활용하였으며, 연구대상자의 인구통계학적 특성은 <표 1>과 같다.

표 1. 조사대상자의 일반적 특성

구 분		빈도(N)	비율(%)
성별	남	289	71.9
	여	113	28.1
연령	10대	181	45.0
	20대	150	37.3
	30대	67	16.7
	40대 이상	4	1.0
직업	중/고등학생	165	41.0
	대학(원)생	201	50.0
	사무직	21	5.2
	기타	15	3.7
e스포츠 중계 시청 횟수	1번 이하	89	22.1
	2~3회	156	38.8
	4~5회	98	24.4
	6회 이상	59	14.7
하루 평균 시청 시간	1시간 이하	82	20.4
	1~2시간	154	38.3
	2~3시간	100	24.9
	3시간 이상	66	16.4
즐거보는 게임 (중복선택 가능)	Starcraft2	238	59.2
	League of Legend	354	88.1
	Hearth stone	89	22.1
	FIFA Online	286	71.1

2. 측정도구

본 연구에서 설정한 가설검증을 위해 각 설문지는 리커트 5점 척도로 구성하였다. 척도는 ‘매우 그렇다’ 5점에서 ‘전혀 그렇지 않다’ 1점까지 이루어져있으며, 각 측정변인의 내용은 다음과 같다. 첫째, 프레즌스(Presence) 경험은 특정 기술의 활용 과정에서 겪는 실재감과 같은 착각을 의미한다(Lombard & Ditton, 1997). 본 연구에서는 e스포츠 중계서비스라는 미디어 콘텐츠 시청 과정에서 경험하는 실재감으로 정의하였다. 측정도구는 Kim & Biocca(1997)의 연구를 바탕으로 엄준필, 한진욱(2018),

엄준필(2017)이 활용한 8개의 문항을 본 연구에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 둘째, 즐거움은 특정한 경험을 통해 얻는 심리·정신적인 충족을 뜻한다(Horrocks, 2017). 본 연구에서의 즐거움 척도는 e스포츠 중계 시청을 통해 얻는 즐거움의 정도를 의미하며, McGloin, Farrar & Krcmar(2013)이 개발한 즐거움 척도를 유홍식, 신동희, 남전숙(2017)이 번안한 3개의 문항을 본 연구에 이용하였다. 셋째, 몰입의 개념은 완전히 집중한 상황에서 느끼는 신체적, 정신적 흥분을 의미한다(Csikszentmihalyi, 2007). 본 연구에서는 e스포츠 중계를 시청하는 동안 느끼는 최적의 경험으로써 권정혜(2005)의 연구를 바탕으로 6문항을 본 연구에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 넷째, 지속사용의도는 제품, 콘텐츠 등 특정개체의 사용 경험을 통해 앞으로 그 행동을 지속할지의 여부를 의미한다(Venkatesh & Davis, 2001). 본 연구는 e스포츠 중계서비스를 지속적으로 시청 및 이용할 의도로써 Bhat-

tacherjee(2001)가 개발하고 배재권(2014)이 사용한 3문항을 본 연구에 맞게 수정·보완하여 연구에 활용하였다.

3. 측정도구의 타당도 및 신뢰도

수집된 설문지의 타당도와 신뢰도를 알아보기 위해 확인적 요인분석(CFA: Confirmatory Factor Analysis)과 신뢰도 분석(Reliability Analysis)을 실시하였다. 확인적 요인분석을 통해 도출되는 문항별 적재치를 확인하고 적재치, 표준오차를 대입하여 평균분산추출지수(AVE: Confirmatory Factor Analysis), 개념신뢰도(CR: Construct Validity)를 산출하여 집중타당도(Convergent Validity)와 판별타당도(Discriminant Validity)를 검증하였다. 신뢰도분석은 각 요인의 Cronbach's α 값을 산출하였다.

확인적 요인분석 결과는 <표 2>와 같이 나타났다.

표 2. 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석결과

Factor	Questions	Estimate	S.E	CR	AVE	Cronbach's α
프레즌스	중계가 끝난 후 마치 현실로 돌아온 듯 한 기분을 느꼈다.	0.849	.417	.911	.631	.943
	e스포츠 중계는 나에게 새로운 경험을 제공한다.	0.890	.414			
	e스포츠 중계에 빠져 화면을 보고 있다는 것을 잊었다.	0.861	.427			
	e스포츠 중계를 보며 마치 가상속의 현실에 있다는 느낌을 받았다.	0.845	.398			
	현실보다 더욱 생생한 느낌을 전달 받았다.	0.855	.466			
	e스포츠 중계를 보는 시간이 빨리 지나간 듯 한 느낌을 받았다.	0.827	.442			
	e스포츠 중계를 시청하는 동안 다른 생각이 나지 않았다.	0.881	.468			
	e스포츠 중계가 끝나자 갑작스럽게 현실로 돌아온 듯 한 느낌을 받았다.	0.839	.457			
즐거움	e스포츠 중계를 시청하는 것은 흥미롭다.	0.861	.354	.885	.719	.912
	e스포츠 중계를 볼 때마다 즐거운 기분을 느꼈다.	0.896	.267			
	e스포츠 중계를 볼 때마다 더욱 길게 방송되기를 원한다.	0.914	.307			
몰입	나는 e스포츠 중계에 빠져있다.	0.839	.368	.930	.689	.919
	e스포츠 중계를 시청할 때에는 얼마나 오랜 시간이 소요되는지 모른다.	0.842	.338			
	e스포츠 중계를 시청하는 동안 주변 상황을 신경 쓸 수 없다.	0.823	.298			
	나는 e스포츠 방송에 오로지 집중한다.	0.854	.315			
	e스포츠 중계를 보는 동안 다른 일은 하지 않는다.	0.881	.277			
	e스포츠 중계를 보기 위해 다른 방해요소는 사전에 차단한다.	0.898	.390			
지속사용 의도	앞으로도 e스포츠 중계를 계속 사용할 의향이 있다.	0.836	.251	.922	.747	.932
	앞으로 e스포츠 중계 시청을 늘릴 것이다.	0.893	.190			
	가능하다면 계속 e스포츠 방송을 계속 이용할 것이다.	0.918	.243			

$$\chi^2=247.696, df=113, \chi^2/df=2.192, RMSEA=.034, NFI=.919, TLI=.920, CFI=.934$$

평균분산추출지수와 개념신뢰도는 각각 .631~.747과 .885~.930의 범위로 산출되어 Bagozzi & Yi(1998)가 제시한 기준인 .5와 .7이상으로 나타나 집중타당도에 문제가 없는 것으로 판명되었다.

한편, 확인적 요인분석을 위한 개념모형의 적합도 확인결과 NFI(.919), TLI(.920), CFI(.934), RMSEA(.034) 모두 Hu & Bentler(1999)가 제시한 .90이상, .07이하의 충족기준에 부합되는 것으로 나타났다. 더불어 각 잠재변수의 상관계수 제공 값과 평균분산추출 지수 비교결과 상관계수 제공 값(.285~.389)보다 평균분산추출지수가 높게 나타나 판별타당성이 확보되었다(홍세희, 2000).

신뢰도 분석결과 전체 요인의 Cronbach's α 값은 .882로 도출되었다. 각 요인을 살펴보면 프레즌스 경험 .765, 즐거움 .894, 몰입 .919, 지속사용의도 .832로 모두 .07이상으로 나타나 Nunnally(1978)가 제시한 신뢰도 기준을 충족하였다.

4. 자료처리

본 연구에서 수립한 연구모형의 가설검증을 위해 SPSS 25.0과 AMOS 23.0 프로그램을 이용하여 다음과 같이 자료 분석을 실시하였다. 첫째, 설문 참여자의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석(Frequency Analysis)을 실시하였다. 둘째, 설문데이터의 타당도 및 신뢰도분석을 위해 확인적 요인분석, 신뢰도분석을 통한 Cronbach's 값 도출을 실시하였다. 셋째 요인 간 다중공선성(Multicollinearity) 여부를 확인하고 판별타당성 검증을 위해 피어슨 상관분석(Pearson Correlation)을 실시하였다. 마지막으로 e스포츠 중계서비스 이용자 프레즌스 경험, 즐거움, 몰입 및 지속사용의도 간 관계를 검증하기 위해 설정된 모형에 대한 경로분석(SEM: Structural Equation Model)을 실시하였다.

Ⅲ. 결 과

1. 상관분석

연구모형의 각 요인 간 다중공선성 여부를 확인하기 위해 피어슨 상관분석을 실시하였다. 그 결과 각 상관계수는 .553~.624로 나타나 .70이하의 기준을 모두 충족하는 것으로 나타났다.

표 3. 상관분석 결과

요인	1	2	3	4
프레즌스	1			
몰입	.624***	1		
즐거움	.553***	.607***	1	
지속사용의도	.534***	.612***	.582***	1

*** $p < .001$

2. 연구모형의 적합도 검증

연구모형에 따른 가설검증을 위해 경로분석을 실시하였다. 경로분석 과정에서 최대우도법(Maximum Likelihood: ML)을 통해 모수를 추정하였으며, <표 4>와 같이 도출되어 연구모형의 적합도는 비교적 양호한 것으로 판명되었다.

표 4. 연구모형의 적합도 분석결과

χ^2	df	NFI	TLI	CFI	RMR	RMSEA
593.853	114	.918	.920	.933	.041	.067

3. 가설검증결과

본 연구에서 설정한 연구모형에 따른 가설검증결과는 <표 5>와 같이 나타났다.

가설 1의 검증결과 e스포츠 중계 이용자의 프레즌스 경험은 즐거움에 미치는 경로계수는 .595로 정적 영향을

미치는 것으로 나타났으며, 통계적 유의성이 검증되었다($t=12.556, p<.001$). 가설 2의 검증결과 e스포츠 이용자의 프레즌스 경험은 몰입에 .437로 정적 영향을 미치고 있으며, 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($t=8.793, p<.001$). 가설 3의 검증결과 e스포츠 중계서비스 이용자 즐거움이 몰입에 미치는 영향은 .392의 경로계수를 나타내고 있으며, 통계적 유의성이 검증되었다($t=7.696, p<.001$). 가설4의 결과는 다음과 같다. e스포츠 중계 이용자 몰입은 지속사용의도에 정적(.441)영향을 미치고 있으며, 통계적으로 유의한 결과를 나타내고 있다($t=7.937, p<.001$). 마지막으로 가설 5의 검증결과 e스포츠 이용자 즐거움은 지속사용의도에 .339의 정적영향을 미치고 있다. 또한, 통계적 유의성이 입증되어 가설이 채택되었다($t=6.225, p<.001$).

표 5. 가설검증결과

	경로	β	S.E	t-value	Result
프레즌스 →	즐거움	0.595	0.048	12.556***	Accept
프레즌스 →	몰입	0.437	0.051	8.793***	Accept
즐거움 →	몰입	0.392	0.050	7.969***	Accept
몰입 →	지속사용의도	0.441	0.052	7.937***	Accept
즐거움 →	지속사용의도	0.339	0.052	6.225***	Accept

*** $p<.001$

IV. 논 의

본 연구는 e스포츠 중계를 시청하며 느끼는 프레즌스 경험을 살펴보고 이것이 즐거움과 몰입을 제공하며, 지속적으로 중계서비스를 이용하는 단계로 이어지는지 검증하는데 목적을 두고 진행하였다. 검증을 위해 연구모형과 가설을 설정하였으며, 가설검증 결과에 대한 논의는 다음과 같다.

첫째, e스포츠 중계서비스 이용자의 프레즌스 경험은 즐거움에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 우선, e스포츠 경기중계 시청자들은 경기 즉, 게임이 플레이되고 있는 화면에 대해 실제감을 경험하는 수준의 반

응을 보이고 있음을 의미한다. 이러한 프레즌스 경험은 e스포츠 중계를 시청하며 즐거움을 느끼는데 기인하는 것으로 본 연구 결과에서 입증하고 있다. 과거 Lombard & Ditton(1997)의 연구에서는 아날로그TV와 같은 기존 미디어에서 경험하는 프레즌스로 인해 가장 현저히 나타나는 효과로써 즐거움을 꼽았다. 이후 미디어 유형 또는 콘텐츠 유형에 따라 프레즌스 수준에 따라 재미, 흥미, 즐거움 등 유사한 종류의 정서 또한 영향을 받는다는 연구가 있다(마정미, 2002; 박정향, 2004; 이옥기, 2005; Jin, 2012; Park, Cho & Lee, 2014; Bachen, Hernández-Ramos, Raphael & Waldron, 2016). 최근 연구에서는 IMAX영화, 가상현실 엔터테인먼트를 통해 경험하는 프레즌스와 즐거움과의 정비례적 관계를 입증한 연구가 다수 보고되고 있어 본 연구와 맥을 함께하고 있다(김홍규, 윤용필, 2010; 백승진, 정동훈, 2014). 본 연구의 결과와 다수의 선행연구를 통한 이론적 근거로 볼 때 e스포츠 중계 콘텐츠는 이용 중에는 실제 게임의 진행과 내 자신이 별개가 아닌 아주 높은 수준으로 관여되어 있다고 볼 수 있다. 방송콘텐츠 제작 또는 게임개발사에서는 e스포츠 경기가 미디어로 노출 되는 과정에서 다양한 채널을 통한 중계가 이루어진다는 점을 감안하여 각 특성에 맞게 즐거움을 유도할 수 있는 프레즌스 환경을 극대화해야 할 것으로 판단된다.

둘째, e스포츠 중계서비스 이용자의 프레즌스 경험은 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다. e스포츠 중계 이용자들은 경기 시청 중 지각하는 게임화면의 실재감이 높을수록 더욱 깊게 몰입한다는 것으로 볼 수 있다. 이시훈(2007)은 프레즌스와 몰입은 광고 분야 미디어에서 관련지어야 할 주요 개념임을 밝혔다. 또한, 스마트폰 어플리케이션에서 미디어를 포함한 다양한 콘텐츠에서 경험하는 프레즌스를 더 많이 느낄수록 몰입경험이 더욱 빈번하다는 김정이(2013), 서연준, 박성연(2013)의 결과 또한 본 연구를 지지하고 있으며, 다양한 연구결과에서 맥을 같이 하고 있다(Lin, Duh, Parker, Abi-Rached, & Furness, 2002;

Shen, 2012; Ho, Lwin, Sng, & Yee, 2017). 최근에는 가상·증강현실 환경에서 발생하는 프레즌스와 몰입에 대한 연구가 다수 진행되었다(최수민, 2015; Freeman et al., 2017; Chicchi et al., 2015; Javornik, 2016; Huang et al., 2016). 특히, 가상·증강현실 기술의 방향성은 고도의 몰입감을 제공하는 것인데 이것이 비단 기술에서만 구현되는 것이 아니라 콘텐츠의 비중이 매우 높다는 점을 시사하고 있다. 이는 e스포츠의 환경을 고려하였을 때에도 관통하는 시사점을 도출할 수 있다. TV또는 모바일 등 e스포츠 중계가 서비스되는 환경은 다양한 채널 및 장르에 따른 유형별 미디어 콘텐츠가 항상 준비해 있다. 전술한 미디어 들은 e스포츠 콘텐츠와 직접 또는 잠재적 경쟁자로서 보다 많은 시청자를 점유하기 위한 노력이 지속 수반되어야 한다. 따라서 범람하는 미디어 속 e스포츠가 경쟁우위를 점하기 위해서는 단시간에 몰입을 유도할 수 있는 강력한 프레즌스 기반의 중계서비스가 이루어져야 할 것이다.

셋째, e스포츠 중계서비스 이용자의 즐거움은 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다. 문영주, 이종호(2006)의 연구에서는 지각된 즐거움이 온라인 커뮤니티 몰입에 정적영향을 미친다고 보고하였다. 윤승욱(2014), 조현, 노준현, 홍보석, 이재광(2015)은 모바일 어플리케이션, 게임 이용자들의 즐거움과 몰입의 긍정적 관계를 검증하여 본 연구의 결과를 지지하고 있다. 또한, 한가람(2015)은 스포츠 온라인게임에 대한 사용자의 즐거움과 몰입의 관계를 설명하였다. 각 연구결과를 살펴보았을 때 다양한 유형의 콘텐츠 즉, 온라인 서비스, 어플리케이션, 게임 등은 즐거움을 통해 몰입을 증가시키는 것을 확인할 수 있다. 향후에도 대부분의 콘텐츠는 즐거움, 재미 등을 높은 가치로 여기며 개발될 것으로 판단된다(Bahk, 2008; Weibel, Wissmath & Habegger, Steiner & Groner, 2008). 전술한바 무수한 콘텐츠 경쟁 속 e스포츠 중계를 보다 빨리 몰입시키기 위해서는 프레즌스와 더불어 즐거움이라는 반응이 갖는 중요성을 염두 해야 함을 본 연구결과를 통해 시

사하고 있다.

넷째, e스포츠 중계서비스 이용자의 즐거움은 지속사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. e스포츠 중계를 통해 즐거움을 느낄수록 향후에도 e스포츠 중계를 시청하려는 행동이 높은 의지로 나타날 수 있다는 뜻으로 해석가능하다. 배재권(2014)의 연구에서는 모바일 클라우드 기술을 이용하는 과정에서 인지된 즐거움이 지속사용의도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 설명하고 있다. 영상 미디어 콘텐츠에 대한 즐거움과 지속사용의도에 대해 검증한 유철우, 최영찬(2009)은 UCC동영상의 즐거움은 높은 충성도로 이어져 지속사용의도에 간접 영향을 미친다고 보고하였다. 윤승욱(2014) 그리고 이윤주, 지연정(2013)의 연구를 통해서도 초등학생 학습에 필요한 기능성 게임 및 유희용 게임 모두 기본적으로 즐거움 요소가 높은 비중으로 내제되어야 지속적사용이라는 반응을 유도할 수 있음을 언급하였다. 이와 같이 본 연구결과와 선행연구와의 비교를 통해 즐거움이 지속사용의도에 강한 설명변수임을 알 수 있다. e스포츠의 근본이 되는 게임은 직접 수행하는 데에서 즐거움을 찾을 확률이 높다. 하지만 e스포츠가 발전하게 된 이유는 스타 프로게이머들의 플레이를 관전하는 것 또한 게임을 즐기는 하나의 방식임을 통찰하였기 때문이다(Weiss & Schiele, 2013; Hewitt, 2014; Robeers & Bulck, 2018). 즉, 중계서비스의 몰입뿐만 아니라 장기적이고 충성도 높은 시청자, e스포츠팬을 확보하기 위해서는 중계서비스 자체의 즐거움과 더불어 보는 즐거움이 보장된 게임 인터페이스 개발이 중요함을 시사하고 있다.

다섯째, e스포츠 중계서비스 이용자의 몰입은 지속사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 가설은 채택되었다. e스포츠 중계에 집중하여 완전히 빠져드는 경험이 자주 발생할수록 중계서비스의 지속적 인 이용으로 반응이 나타난다는 것을 알 수 있다. 본 연구의 결과는 다수의 선행연구를 통해서도 확인할 수 있다. 우선 추순진, 김상현(2003)의 연구에서는 인터넷 쇼

평정보를 취득하는 서비스 환경에서의 몰입 시 지속적으로 관심을 유지하는데 긍정적 영향을 미친다고 언급하였다. 모바일 어플리케이션에 대한 사용자의 인지적 몰입과 지속사용의도의 관계를 기대-충족 모형을 기반으로 규명한 연구 또한 본 연구와 맥락을 같이한다(이동원, 이문용, 최준구, 이호원, 2011). 한편, 모바일기기를 활용하여 성인, 또는 학생을 대상으로 영상 및 기타 미디어 유형의 콘텐츠를 제공하는 학습도구의 몰입과 지속사용의도의 관계를 살펴본 다수의 연구에서도 몰입의 중요성을 입증한 바 있다(주영주, 김수미, 박수영, 김은경, 2009; 이정민, 김영주, 2015; 최훈, 2016). Morgan & Hunt(1994)의 연구에서는 몰입의 개념 중 하나로 특정 수행에 대한 집중도에 따라 그 관계를 오래 지속시키고자 하는 정도로 정의하였다. 즉, e스포츠 중계서비스에 몰입하는 반응 자체가 지속적으로 e스포츠 중계를 이어가려는 정서로 내제되어 있으며, 자연스럽게 지속이용의 행동으로 표출된다고 볼 수 있다. 이렇듯 e스포츠 중계서비스의 몰입과 지속사용에 대한 관계는 매우 긴밀함을 확인할 수 있으며, 몰입을 유도할 수 있는 e스포츠 중계서비스의 프레즌스 경험에 대한 중요성을 재차 확인할 수 있다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 e스포츠 중계서비스의 지속사용의도에 영향을 미치는 요인으로써 프레즌스 경험을 근간으로 이론적 근거를 통해 유기적 모형을 형성할 수 있는 즐거움, 몰입요인을 적용하여 가설을 검증하였다. 이를 위해 온라인 설문을 이용하여 데이터를 수집하였다. 더불어 연구모형에 대한 검증은 통계분석을 활용하여 경로분석을 실시하였으며, 도출된 결론 다음과 같다.

첫째, e스포츠의 프레즌스 경험은 즐거움과 몰입에 영향을 미치는 주요 변수임을 확인하였다. 즉, 즐거움과 몰

입은 e스포츠 중계서비스를 지속적으로 이용하려는 의도로 이어지는 특성상 이용자가 프레즌스를 경험할 수 있는 중계 콘텐츠의 마련이 중요하다는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

둘째, e스포츠 중계서비스는 프레즌스 뿐만 아니라 흥미, 재미 등 즐거움을 크게 느낄수록 긍정적으로 몰입 단계에 이르게 되는 것을 본 연구결과를 통해 확인할 수 있었다.

셋째, 즐거움과 몰입은 e스포츠 중계서비스의 지속사용의도에 긍정적 영향을 미치는 것을 나타냈다. 특히, 몰입요인이 자체적으로 내제한 의미 중 몰입대상과의 관계를 이어가고자 하는 의도를 내포하고 있어 주요 변수로서의 역할을 수행하는 것으로 나타났다.

연구수행 과정에서 나타난 한계점을 고려하여 제언을 통해 후속연구의 방향성을 제시하고자 한다.

첫째, 최근에는 TV와 PC, 스마트폰 심지어 가상현실 기기를 통해 e스포츠 중계서비스를 시청할 수 있다. 중계 채널의 다양성이 보장되는 만큼 본 연구에서 설정한 각 요인 간 반응이 상이할 수 있으나 본 연구에서는 전반적으로 포괄하는 미디어 서비스범위를 채택하였다. 향후 연구에서는 미디어 유형에 따른 조절효과 규명을 통해 e스포츠 중계서비스 요인을 비교하는 접근이 필요할 것으로 보인다.

둘째, 아직은 초기단계이지만 가상현실 기반 e스포츠 중계서비스가 시도되고 있다. 가상현실의 기술적 목표는 실재감과 몰입감이다. 본 연구에서 설정한 요인 즉, 이용자 반응을 극대화하고자 하는 기술, 제품 특성이 반영된 만큼 향후 시장의 올바른 진입을 위한 기술수용여부를 규명하는 연구 또한 시의성이 반영된 후속연구의 가치가 있을 것으로 판단된다.

● 참 고 문 헌 ●

고은지, 최선영(2015). e스포츠 웹 시청 연구를 위한 시선 분석 도구 설계 및 개발. 한국게임학회논문지, 15(4), 121-132.

권정혜(2005). 청소년의 인터넷 게임 중독: 시간에 따른 변화와 이에 영향을 미치는 변인들. 한국심리학회지, 24(2), 267-280.

김정기, 이정기(2010). e스포츠의 긍정 및 부정적 효과에 관한 연구. 사이버커뮤니케이션학보, 27(4), 93-124.

김정이(2013). 스마트폰 사용과정에서 플로우(Flow)를 형성하는 사용자 경험 디자인 변인에 관한 탐색적 연구. 한국컴퓨터게임학회, 26(2), 169-178.

김홍규, 윤용필(2010). 3D 입체영상의 프레즌스 유형과 특성에 관한 연구. 방송통신연구, 164-204.

마정미(2002). 인터넷 광고의 효과과정에 관한 연구: 정보통제와 텔레프레즌스를 중심으로. 경희대학교 대학원 박사학위논문.

문영주, 이종호(2006). 온라인 커뮤니티 결정요인이 재방문의도에 미치는 영향 연구. e-비즈니스연구, 7(4), 85-107.

박노현, 전태유(2015). 모바일 AR 어플리케이션 특성에 따른 플로우 시스템에 관한 연구. 한국물류학회지, 25(2), 83-92.

박동철, 황찬규, 권두순(2015). 국가기술자격증을 위한 스마트러닝 ARCS 동기이론이 상호작용성, 학습몰입, 즐거움을 통해 지속적 사용의도에 미치는 영향 연구. Information Systems Review, 17(2), 101-132.

박정향(2004). 텔레프레즌스 경험이 인터넷 광고 효과에 미치는 영향에 관한 연구. 계명대학교 대학원 박사학위논문.

배재권(2014). 모바일 클라우드 이용자의 인지된 프라이버시, 인지된 보안성, 인지된 즐거움이 지속사용의도에 미치는 영향에 관한 연구. e-비즈니스연구, 15(3), 3-27.

백승진, 정동훈(2014). 3D 게임 입체감에 따른 프레즌스와 시각적 피로도 차이. 한국HCI학회 학술대회, 667-670.

서연준, 박성연(2013). 브랜드 애플리케이션 체험과 플로우와의 관계에서 실재감의 매개역할에 관한 연구. 소비문화연구, 16(3), 1-21.

엄준필(2017). 스포츠 광고의 프레즌스, 플로우가 광고효과에 미치는 영향: 2D와 3D 광고의 비교. 경희대학교 대학원 석사학위논문.

엄준필, 한진옥(2018). VR을 통한 스포츠 체험의 프레즌스가 주목태도에 미치는 영향: 뇌파분석 기법을 통한 각성의 매개효과. 한국스포츠산업경영학회지, 23(1), 15-29.

우은정(2018. 11. 07). 미리 보는 CES: 2019년 주목할 5가지 기술 트렌드. Kotra 해외시장뉴스, Retrieved from [http://](http://m.news.kotra.or.kr/user/mobileAllBbs/mkotranews/165/globalBbsDataAllMobileView.do?dataIdx=171101)

m.news.kotra.or.kr/user/mobileAllBbs/mkotranews/165/globalBbsDataAllMobileView.do?dataIdx=171101

유철우, 최영찬(2009). 인터넷쇼핑몰에서 충성도와 동일시, 각각된 즐거움, 신뢰, 상호작용의 구조적 관계에 관한 연구. e-비즈니스연구, 10(3), 3-24.

유홍식, 신동희, 남선숙(2017). VR게임의 이용자 경험: 현존감이 즐거움에 미치는 영향을 중심으로. 정보통신정책연구, 24(3), 85-125.

윤승욱(2014a). 스마트폰 게임몰입에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. 미디어와 공연예술 연구, 9(1), 1-27.

윤승욱(2014). 스마트폰 게임몰입에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 게임 이용동기와 게임특성을 중심으로. 전북대학교 대학원 박사학위논문.

윤용필(2010). 3차원 입체영상의 현실감(프레즌스) 연구: 수용자 인식유형 및 행태를 중심으로. 한국외국어대학교 대학원 박사학위논문.

이강열(2006). 온라인 게임의 이중 서사구조에 관한 연구-e스포츠로 중계 방송되는 캐주얼 온라인 게임을 중심으로. 한국언어문화교육학회 창립 3주년 기념 2006년 추계 전국학술대회, 83-89.

이동원, 이문용, 최준구, 이호원(2011)모바일 애플리케이션 사용자의 인지적 몰입이 지속사용의도에 미치는 영향에 대한 연구. 국제e-비즈니스 학회, 12(4), 227-250.

이상인, 신승호(2013). 한국프로야구 생중계 시청률 결정요인 탐색. 한국체육학회지, 52(4), 249-262.

이시훈(2007). 인터넷 광고 측정기준의 표준화에 관한 연구. 언론과학연구, 7(1), 144-184.

이옥기(2005). HDTV의 사실성이 프레즌스 경험에 미치는 영향. 경희대학교 대학원 박사학위논문.

이옥기, 이인희(2006). HDTV의 사실성이 프레즌스 경험과 각성, 감동에 미치는 영향 실험연구. 한국방송학보, 20(2), 197-236.

이윤주, 지연정(2013). 초등학생의 학습성격유형에 따른 학습몰입의 특성. 아시아교육연구, 14(1), 243-273.

이정민, 김영주(2015). 스마트기기를 활용한 학습에서 자기조절학습능력, 몰입, 만족도, 지속사용의도 간의 구조적 관계 규명. 교육종합연구, 13(2), 127-150.

이정호, 박용범, 김재우(2010). 스킨스쿠버 참가자의 참여 동기, 몰입, 참여 만족의 관계. 한국여가레크리에이션학회지, 34(3), 115-126.

이창훈(2014). 개인성향과 미디어 이용 만족감, 즐거움 간에 세컨스크린 이용의 매개효과에 관한 연구. 한국언론학보, 58(2), 417-446.

정문경(2018. 12. 20). e스포츠 '월드컵 2017', 시청자수 8천만명

- 넘어. 뉴스토마토, Retrieved from <http://www.newstomato.com/ReadNews.aspx?no=795971>
- 조영기(2009). 청소년의 온라인 게임 이용효과에 미치는 영향요인 분석. *사이버커뮤니케이션학보*, 26(4), 151-193.
- 조은정, 권상희, 조병철(2010). 3DTV 영상의 장르별 프레즌스 인식 특성 연구. *한국방송학보*, 24(4), 253-292.
- 조지원(2018. 06. 05). "1억4000만명이 본다"...프로야구에 주목하는 광고업계. *조선비즈*, Retrieved from http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2018/06/04/2018060402658.html
- 조현, 노준현, 홍보석, 이계광(2015). 모바일 소셜 네트워크 게임의 특성이 지속적 이용의도에 미치는 영향. *인터넷전자상거래연구*, 15(4), 159-178.
- 주영주, 김수미, 박수영, 김은경(2009). 기업 사이버교육 학습자들의 내적통제소재, 조직의 지원, 학습몰입, 학업지속의향 간의 구조적관계. *교육과학연구*, 40(3), 239-263.
- 최세희, 정한울, 허세웅, 김차용(2016). e-스포츠 스타플레이어 이미지가 시청만족, 구단이미지, 충성도, 지속의도에 미치는 영향. *한국사회체육학회지*, 64, 307-318.
- 최수민(2015). 증강현실 기반 체험형 전시 디자인 시나리오 연구. *서울과학기술대학교 일반대학원 석사학위논문*.
- 최훈(2016) 교육기능성게임에서 신용이 사용자의 몰입과 사용지속에 미치는 영향에 대한 연구. *한국콘텐츠학회논문지*, 16(10), 403-410.
- 추순진, 김상현(2003)인터넷 쇼핑환경에서의 다차원적 관계몰입이 고객의 미래이용의도에 미치는 영향에 관한 연구. *경제연구*, 21(4), 253-278.
- 한가람(2015). 스포츠 온라인게임의 경험이 사용자의 몰입(Flow)과 즐거움(Enjoyment)에 미치는 영향. *서울대학교 대학원 석사학위논문*.
- 한국방송통신전파진흥원(2014). e스포츠', 경기 시청자 수. 나주: 한국방송통신전파진흥원.
- 한국콘텐츠진흥원(2015). 2015년 e스포츠 실태조사 및 경제효과 분석. 서울: 한국콘텐츠진흥원.
- 한국콘텐츠진흥원 산업진흥정책본부(2018). 대한민국 게임백서. 서울: 한국콘텐츠진흥원.
- 한혜원, 박미리(2014). e스포츠 중계에 나타난 여성 게이머의 정체성. *한국컴퓨터게임학회논문지*, 27(3), 161-168.
- 홍세희(2000). 구조방정식 모형의 적합도 지수 산정기준과 그 근거. *한국 심리학회지: 임상*, 19, 161-177.
- 황하성, 박성복(2011). 온라인 게임 이용자의 심리적 경험이 게임 중독에 미치는 영향: 지각된 현실감(Perceived Reality)과 프레즌스(Presence) 개념을 중심으로. *언론과학연구*, 11(1), 474-510.
- Bachen, C. M., Hernández-Ramos, P., Raphael, C., & Waldron, A. (2016). How do presence, flow, and character identification affect players' empathy and interest in learning from a serious computer game?. *Computers in Human Behavior*, 64, 77-87.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y.(1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94.
- Bahk, C. M. (2008). Reliance, immersion, and enjoyment: an exploratory socio-psychological analysis on internet involvement. *Communications of the IIMA*, 8(1), 7.
- Bhattacharjee, A.(2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation-Confirmation Model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.
- Chicchì G. I. A., Chirico, A., Cipresso, P., Serino, S., Pedroli, E., Pallavicini, F., & Riva, G.(2016). Feeling ghost food as real one: Psychometric assessment of presence engagement exposing to food in augmented reality. *In Communications in Computer and Information Science*, 604, 99-109.
- Chicchì, G. I. A., Pallavicini, F., Pedroli, E., Serino, S., & Riva, G.(2015). Augmented reality: a brand new challenge for the assessment and treatment of psychological disorders. *Computational and Mathematical Methods in Medicine* 2015.
- Csikszentmihalyi, M.(2007). *Finding Flow: The Psychology Of Engagement With Everyday Life*. New York : Basic Books.
- Freeman, D., Reeve, S., Robinson, A., Ehlers, A., Clark, D., Spanlang, B., & Slater, M.(2017). Virtual reality in the assessment, understanding, and treatment of mental health disorders. *Psychological Medicine*, 47(14), 2393-2400.
- Freeman, J., Avons, S. E., Pearson, D. E., & IJsselstein, W. A. (1999). Effects of sensory information and prior experience on direct subjective ratings of presence. *Presence: Teleoperators and Virtual Environments*, 8(1), 1-13.
- Hewitt, E.(2014). Will eSports Ever Become Widely Accepted as Official Sports and How Will They Affect the Way We Entertain Ourselves If They Do?. *Computers For Everyone*, 1, 81-83.
- Ho, S. S., Lwin, M. O., Sng, J. R., & Yee, A. Z. (2017). Escaping through exergames: Presence, enjoyment, and mood experience in predicting children's attitude toward exergames. *Computers in Human Behavior*, 72, 381-389.
- Horrocks(2017). *The Joy of Sets: A Short History of the Television*. London : Reaktion Books.
- Hu, L. T., & Bentler, P. M.(1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.

- Huang, H. M., Liaw, S. S., & Lai, C. M.(2016). Exploring learner acceptance of the use of virtual reality in medical education: a case study of desktop and projectio-based display systems. *Interactive Learning Environments*, 24(1), 3-19.
- Javornik, A.(2016). Augmented reality: Research agenda for studying the impact of its media characteristics on consumer behaviour. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 30, 252-261.
- Jin, S. A. A. (2012). "Toward integrative models of flow": Effects of performance, skill, challenge, playfulness, and presence on flow in video games. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(2), 169-186.
- Kim, T., & Biocca, F. (1997). Telepresence via television: Two dimensions of telepresence may have different connections to memory and persuasion. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(2), 36-42.
- Li, D., Chau, P. Y. K., & Lou, L.(2005). Understanding Individual Adoption of Instant Messaging: An Empirical Investigation. *Journal of the Association for Information Systems*, 6(4), 102-129.
- Lin, J. W., Duh, H. B. L., Parker, D. E., Abi-Rached, H., & Furness, T. A. (2002). Effects of field of view on presence, enjoyment, memory, and simulator sickness in a virtual environment. In *Virtual Reality, 2002. Proceedings. IEEE* (pp. 164-171). IEEE.
- Lombard, M., & Ditton, T.(1997) At the Heart of It All: The Concept of Presence. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(2), 1.
- McGloin, R., Farrar, K., & Krcmar, M.(2013). Video Games, Immersion, and Cognitive Aggression: Does the Controller Matter?. *Media Psychology*, 16, 65-87.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D.(1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Nunnally, J.(1978). *Psychometric Methods*. New York: McGraw.
- Park, S., Cho, K., & Lee, B. G. (2014). What makes smartphone users satisfied with the mobile instant messenger?: Social presence, flow, and self-disclosure. *International Journal of Multimedia and Ubiquitous Engineering*, 9(11), 315-324.
- Robeers, T., & Van Den Bulck, H. (2018). Towards an Understanding of Side-Lining Environmental Sustainability in Formula E: Traditional Values and the Emergence of eSports. *Athens Journal of Sports*, 4, 331-350.
- Shen, J. (2012). Social comparison, social presence, and enjoyment in the acceptance of social shopping websites. *Journal of Electronic Commerce Research*, 13(3), 198.
- Thong, J. Y. L., Hong, S. J., & Tam, K. Y.(2006). The effects of post-adoption beliefs on the expectationconfirmation model for information technology continuance. *International Journal of Human Computer Studies*, 64(9), 799-810.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D.(2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46, 186-204.
- Weibel, D., Wissmath, B., Habegger, S., Steiner, Y., & Groner, R. (2008). Playing online games against computer-vs. human-controlled opponents: Effects on presence, flow, and enjoyment. *Computers in Human Behavior*, 24(5), 2274-2291.
- Weiss, T., & Schiele, S. (2013). Virtual worlds in competitive contexts: Analyzing eSports consumer needs. *Electronic Markets*, 23(4), 307-316.

ABSTRACT

**Effect of 'Presence' Experience through e-sports Broadcasting
on Pleasure, Immersion and Persistent Intention**

Park, Sung-Je · Lee, Jea-Woog

Purpose: The purpose of this research is to investigate each influence relationship on the enjoyment, the sense of 'presence', and the degree of sustainable use of the 'presence' experience through e-sports relay.

Method: To do this, we used online surveys to collect data. In addition, the analysis of the research model was conducted using statistical analysis.

Results: First, enjoyment and flow could be seen as a meaning that it is important for the user to prepare the relay contents to experience the 'presence', because of the nature that leads to the intention of continuous use of the e-sports relay service. Second, it was confirmed by the result of this research that e-sports relay service leads not only to 'presence', but also to fun, interest and pleasure to a level of flow to the extent that it is greatly felt. Third, it was found that the flow factor voluntarily encompassed the intention of continuing the relationship with the flow target meaning my limitation, and it plays a role as a major variable.

Conclusion: The importance of 'presence' experience of e-sports relay service which can induce pleasure, commitment, and intention of continuous use is proved. And this is highly recommended to be reflected in relay contents.

Key Words : eSports Broadcasting, Presence, Enjoyment, Flow, Continuous

접 수 일 : 2018. 11. 30

논문심사일 : 2018. 12. 26

게재확정일 : 2019. 02. 19