

인터넷 게임 방송에서 이용동기가 만족도와 몰입에 미치는 영향

The Influence of Motivation on Satisfaction and Flow in the Internet Game Broadcasting

저자 (Authors)	성민제, 정형원, 김태규 Min-Je Seong, Hyeong-Won Jung, Tae-Gyu Kim
출처 (Source)	한국엔터테인먼트산업학회 학술대회 논문집 , 2018.11, 139-144(6 pages)
발행처 (Publisher)	한국엔터테인먼트산업학회 The Korean Entertainment Industry Association
URL	http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07559651
APA Style	성민제, 정형원, 김태규 (2018). 인터넷 게임 방송에서 이용동기가 만족도와 몰입에 미치는 영향. 한국엔터테인먼트산업학회 학술대회 논문집, 139-144
이용정보 (Accessed)	한국산업기술대학교 218.37.109.*** 2020/10/16 01:32 (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.

인터넷 게임 방송에서 이용동기가 만족도와 몰입에 미치는 영향

The Influence of Motivation on Satisfaction and Flow in the Internet Game Broadcasting

성민제*, 정형원**, 김태규***

Min-Je Seong*, Hyeong-Won Jung**, Tae-Gyu Kim***

광운대학교 스마트융합대학원 게임학과

요 약

본 연구는 이용과 충족 이론을 바탕으로 인터넷 게임 방송의 이용동기가 만족도와 몰입에 어떤 영향을 미치는지와 지속사용의도에 만족도와 몰입이 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 하였다. 선행연구를 바탕으로 이용동기의 하위차원으로 상호작용, 시청공감, 의견교류, 정보추구, 오락으로 구분하여 연구를 진행하였다. 이 중 상호작용과 오락성의 추구 및 시청공감은 매우 중요한 변수임을 확인 하였다.

Abstract

Based on the theory of use and fulfillment, this study was designed to examine how motivation of Internet game broadcasting affects Satisfaction and Flow, and how Satisfaction and Flow affect the intention of continuing use. Based on prior research, the research was carried out in sub-divided into interaction, audience appreciation, opinion exchange, information pursuit and entertainment. Among these, the pursuit of interaction and entertainment and the public appreciation were very important variables.

I. 서 론

인터넷의 발전으로 전세계 여러 사람들이 인터넷상에 자신의 생각과 이야기를 자유롭게 공유할 수 있게 되었다. ‘블로그’와 ‘미니홈피’, UCC(User Created Contents)를 거쳐서, 최근 실시간 동영상 형태로 제공되는 1인 미디어 시대로 변화하였으며, 스마트폰의 보급으로 인해 동영상을 기반으로 하는 1인 미디어 즉, 인터넷 개인 방송의 확산 속도가 더욱 빨라졌다[1].

한편 최근 많은 사람들이 다른 사람들의 게임 플레이를 보기 위해서 트위치(Twitch), 유튜브(YouTube), 아프리카 TV와 같은 인터넷 개인 게임 방송을 많이 보고 있다. 이러한 현상은 국내뿐만 아니라 여러 나라에서도 나타나는 현상이며, 현재 인터넷 개인 게임 방송은 많은 인기와 함께 전 세계적으로 확산되고 있는 추세이다[2].

한국언론진흥재단의 조사에 따르면 2016년 전국 초·중·고생 2061명을 대상으로 청소년 미디어 이용 형태에 대해 조사를 실시하였으며, 인터넷 개인 방송을 본다는 응답이 26.7%, 주로 보는 장르 중 게임이 77.5%로 1위를 기록한 바 있다[3].

인터넷 게임 방송은 기존의 지상파 방송 혹은 유료방송

과 다르며 개인뿐 아니라 집단도 직접 방송이 가능하다. 그리고 자신의 방송을 보고 있는 시청자들과 채팅창을 통하여 바로바로 의견을 교환을 하며 쌍방향적인 소통을 이루어진다는 장점 때문에 뉴미디어로서 요즘에 큰 관심을 받고 있다.

이처럼 인터넷 개인 방송이 미치는 영향력이 커지고, 특히 게임 분야가 강세를 보이고 있다. 이에 본 연구에서는 인터넷 게임 방송의 이용동기가 만족도와 몰입에 미치는 영향을 검증하고 게임 설계 시 고려해야 할 요소들을 통계를 통해 알아보려고 한다.

II. 이론적 배경 및 선행 연구

2.1 인터넷 게임 방송의 정의

인터넷의 보편화, 인터넷 방송의 스트리밍 기술의 발전과 방송 콘텐츠 제작 도구의 보급 환경에서 개인이 제작한 콘텐츠를 실시간 동영상 스트리밍 플랫폼을 통하여 송출하는 형태를 인터넷 개인방송이라고 한다[4].

인터넷 개인 방송은 영상 위주의 콘텐츠에 해당 영상을 보는 시청자들의 채팅으로 구성이 되어있다. 이는 기존의 텔레비전의 일방향적인 정보 통신이 아닌 쌍방향적인 정

보 통신이라는 점이다. 이러한 특성 때문에 채팅창 안에서의 행위들은 시청자들 서로가 현재를 지속하고 있음을 확인 시켜줌과 동시에 영상이 편집되지 않음을 느낄 수 있어 순간순간 자신이 같이 있다는 감각을 만들어 낸다[5].

인터넷 개인 방송을 진행하는 주체는 스트리머로 실시간 재송을 뜻하는 streaming과 “하는 사람”의 의미를 만드는 -er의 합성어이다. 스트리머는 아프리카 TV는 BJ, 카카오투브는 PD, 트위치와 유튜브에서는 스트리머와 같이 플랫폼마다 다른 말로 불린다[5].

인터넷 개인 방송의 장점으로 쌍방향적인 상호작용으로 인해 게임 방송의 경우 스트리머-시청자, 시청자-시청자 간의 채팅뿐 아니라 게임을 플레이 하는 형태로 실제 상호작용이 가능하다는 특징을 가지고 있다[6].

2.2 인터넷 게임 방송의 이용동기

인터넷 개인 방송 같은 새로운 미디어 이용에 있어 사용자의 적극적으로 능동적인 참여를 요구하기 때문에 사용자들의 동기와 욕구가 더욱 중요한 요인으로 작용한다. 전통적인 미디어와 새로운 미디어의 이용동기는 정보추구와 오락추구 측면에서는 유사하나, 상호작용 동기가 새로운 미디어에서만 나타난다는 점에서 그 차이를 보인다[7].

또한 다른 선행 연구를 살펴보면 심홍진, 황유선의 연구에서 소셜미디어의 이용은 휴식/오락, 관계유지, 미디어 공유, 정보 추구 [8], 서혜수의 연구에서 사회적 상호작용, 정보추구, 공감추구, 휴식 등의 동기를 제시하였다[9].

이용동기와 관련된 선행연구를 표로 정리하면 표 1.과 같다.

앞서의 논의를 바탕으로 본 연구에서는 이용동기로 상호작용, 시청공감, 의견교류, 오락, 정보 추구 동기를 연구하고자 한다.

표 1. 이용동기와 관련한 선행연구

연구자	이용동기
조윤희	정보추구, 오락, 상호작용
심홍진, 황유선	오락, 관계유지, 미디어 공유, 정보 교환
서혜수	상호작용, 정보추구, 공감추구, 휴식

2.3 만족도의 정의

만족이란 제품 또는 서비스 이용 시 소비자의 욕구가 충족되거나 기대가 달성되어 얻을 수 있는 가치에 대한 개인적인 감정적 반응을 의미한다[10].

즉, 만족도란 제품이나 서비스 자체를 소비하고 느끼는 즐거움의 충족 정도라고 정의할 수 있다[11].

따라서 인터넷 게임 방송에서의 만족이란 인터넷 게임 방송 시청으로 인해 충족감과 즐거움을 느끼는 상태라고 정의할 수 있다.

2.4 몰입의 정의

칙센 미하이가 처음 정의한 개념으로 몰입(Flow)이란 한 가지에 집중하고 있는 몰입 상태보다 더 깊이 빠져들어 몰아일체의 최적의 경험 상태에서 인간은 즐거움, 만족감 등의 긍정적 심리 상태의 경험을 의미한다[12].

선행연구에서 다양한 미디어 영역에 플로우 개념을 적용한 연구들 중 인터넷 개인 방송의 대한 연구 중심으로 몰입을 정의하였다.

III. 연구 설계

3.1 연구 모형

본 연구의 목적에 맞게 아래 그림 1.과 같이 연구모형을 설계하였다.

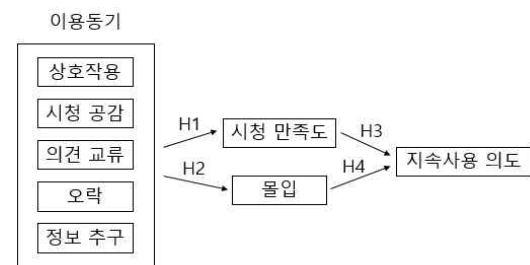


그림 1. 연구 모형

3.2 연구 가설

선행연구의 분석을 통해 이용동기의 하위차원, 즉 상호작용, 시청공감, 의견교류, 오락, 정보추구의 동기가 각각 몰입과 만족에 어떠한 영향을 미치는지와 지속사용의도에 어떠한 영향을 주는지를 확인하고자 다음의 가설을 설정하였다.

가설1. 인터넷 게임 방송의 이용동기는 시청 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2. 인터넷 게임 방송의 이용동기는 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3. 시청 만족도는 지속사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설4. 몰입은 지속사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 연구 방법

본 연구의 대상자들은 인터넷 게임 방송 시청 경험이 있는 대상자들을 표본으로 선정하였다. 표본 집단에 대한 조사는 2018년 10월 10일 수도권 K대학교 학생을 중심으로 수행하였으며, 총 140부의 설문을 회수하여 그 중 부실한 답변을 제외한 132부를 분석대상으로 사용하였다. 본 연구의 통계처리는 SPSS 24를 사용하였다.

3.4 설문지 구성

통계적 변수를 제외한 사용된 문항들은 모두 리커트(Likert) 5점(1 = '매우 그렇지 않다' ~ 5 = '매우 그렇다') 척도로 구성하였으며 측정 문항들은 선행연구를 기반으로 본 연구에 맞게 수정하여 이용하였다.

(1) 독립변수

인터넷 게임 방송 같은 새로운 미디어에서 더욱 중요하게 작용하는 사용자의 이용동기를 확인하기 위해 조윤희(2017), 서혜수(2017), 천위선(2018), 김혁(2018)의 연구에서 이용동기를 측정한 문항들을 본 연구에 맞도록 수정하여 구성하였다 [7,9,13,14].

(2) 종속변수

몰입은 인터넷 게임 방송을 시청하는 과정에서의 즐거움, 만족감 등의 즐거운 심리상태로 개념화 하였으며, 시청 만족도는 시청자들의 시청 체험에 대한 긍정적인 평가를 의미하며, 측정을 위해 천위선(2018)의 연구에서 몰입 및 시청 만족도 항목을 사용하였다.

지속사용 의도는 인터넷 게임 방송을 이탈하지 않고 지속적으로 이용하고자 하는 의지로 개념화하였으며, 고박일(2017)의 연구의 항목을 사용하였다[15].

IV. 연구결과

4.1 표본의 일반적 특성 분석

본 연구 표본의 인구통계학적 특징은 표 2와 같이 확인 되었다.

표 2. 인구통계학적 특징

구 분		빈도	%
성별	남성	83	62.9
	여성	49	37.1
연령	20~21	61	46.2
	22~23	35	26.5
	24~25	30	22.7
	26~27	6	4.5
시청 기기	데스크탑PC	51	38.6
	스마트폰	70	53.0
	태블릿PC	8	6.1
	기타	3	2.3
시청 횟수	1개월 1회	19	14.4
	1주일 1~2회	47	35.6
	1주일 3~4회	34	25.8
	1주일 5~6회	16	12.1
	매일	16	12.1
1회 시청 시간	1시간 이하	21	15.9
	1~2시간	67	50.8
	3~4시간	13	9.8

1달 지불 금액	5~6시간	31	23.5
	없음	45	34.1
	1만원 이하	49	37.1
	1~5만원	20	15.2
	5~10만원	18	13.6
이용 플랫폼	아프리카TV	22	16.7
	Twitch	67	50.8
	Youtube	31	23.5
	카카로TV	10	7.6
	기타	2	1.5

주로 20대 초반 남성이며, 스마트폰을 활용하여 1주일에 1~2회, 한번에 1~2시간정도 시청하며, 한 달에 1만 원 이하 지불하며 Twitch 플랫폼을 활용하는 것으로 확인되었다.

4.2 타당성 및 신뢰성 분석

본 연구에서는 탐색적 요인 분석을 통하여 타당성을 검증하였다. 요인 추출은 eigenvalue값이 1.0 이상인 요인을 추출하였으며, 회전 방법은 varimax 방법을 사용하였다. 또한 신뢰성 검증을 위해서는 내적 일관성을 검증하기 위하여 cronbach's α 를 이용하여 신뢰성을 검증하였다. 요인 적재값이 낮은 변수는 삭제 처리하였다.

표 3. 타당성 및 신뢰도 검증 결과

변수	요인 적재값	고유값	분산 설명력	Cronbach's α
시청공감1	0.864	4.739	21.072	0.739
시청공감2	0.846			
시청공감3	0.744			
상호작용1	0.847	3.916	14.737	0.782
상호작용2	0.794			
상호작용3	0.621			
의견교류1	0.747	3.517	13.672	0.807
의견교류2	0.716			
의견교류3	0.674			
정보추구1	0.846	3.233	11.487	0.781
정보추구2	0.823			
오락1	0.886			
오락2	0.782	2.018	9.823	0.759
만족도1	0.843			
만족도2	0.829			
몰입1	0.895	3.237	20.614	0.712
몰입2	0.866			
지속사용1	0.875			
지속사용2	0.825	2.183	19.721	0.912

또한, 신뢰성(reliability)이란 동일한 개념에 대해 반복 측정하였을 경우 동일한 측정값을 얻을 가능성을 말하는 것으로, 검증방법은 일반적으로 측정항목들의 Cronbach's α 계수가 0.6 이상이면 신뢰성이 높은 것으로 인정 할 수 있으며, 신뢰성 분석 결과 항목이 일반적 허용 기준보다 높은 0.7보다 높은 것으로 확인되어 받아들여질 만한 신

회성 수준을 갖추고 있음이 확인되었다.

4.3 상관관계 분석

가설을 검증하기에 앞서 상관관계 분석을 실시하였다. 독립변수와 종속변수간의 상관관계를 살펴보면 표 4와 같다. 독립변수는 이용동기의 하위차원 5개 변수의 합산 변수를 활용하였다.

상관관계분석은 두 변수의 선행관계에 초점을 두고 두 변수가 선행관계를 갖는지, 선행관계에 있다면 어느 방향인지, 그 관계는 얼마나 큰지를 분석하는 내용이다. 상관계수는 최대 -1부터 +1사이의 값을 가지며, 그 절댓값은 관계의 강도를 말하며, 계수의 부호는 관계의 방향을 나타낸다[16].

상관관계분석에서 사용되는 상관계수 중 가장 일반적인 방법은 Pearson 상관계수 (Pearson product-moment correlation coefficient)를 확인하는 것이다. Pearson 상관계수는 두 변수가 각각 등간척도 또는 비율척도로 측정된 경우에 상관관계의 크기를 나타내는 값으로, 이 경우 변수들이 정규분포를 따른다는 가정 하에 적용된다.

표 4. 상관관계 분석

	이용 동기	만족도	몰입	지속사 용의도
이용 동기	1			
만족도	.514**	1		
몰입	.363**	.577***	1	
지속 사용 의도	.277	.551***	.481***	1

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01 수준

4.4 연구 가설 검증

본 연구에서 독립변수와 종속변수 간의 관계를 분석하고자 다중회귀분석을 실시하였다. 다중회귀분석이란 둘 또는 그 이상의 변수 사이의 관계 특히 변수 사이의 인과관계를 분석하는 통계 방법이다. 회귀분석은 특정 변수값의 변화와 다른 변수값의 변화가 가지는 수학적 선형의 함수식을 파악함으로써 상호관계를 추론하게 되는데 추정된 함수식을 회귀식이라고 하며, 이러한 회귀식을 통하여 특정변수(독립변수)의 변화가 다른 변수(종속변수)의 변화와 어떤 관련성이 있는지, 관련이 있다면 어느 변수의 변화가 원인이 되고 어느 변수의 변화가 결과적인 현상인지 등에 관한 사항을 분석할 수 있다.

가설1. 의 검증 : 인터넷 게임 방송의 이용동기는 시청 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1.을 검증하고자 독립변수인 이용동기의 하위차원인 상호작용, 시청공감, 의견교류, 정보추구, 오락과 종속변수인 만족도 간의 관계에 대하여 분석하고자 다중회귀분석을 실시하였다. 전체 모형의 설명력은 $R^2 = .493$, 조정된 $R^2 = .471$, $F_{값} = 21.977***$ 로 확인되었다. 표 5.는 다중회귀분석 실시 결과이다.

표 5. 가설 1의 검증

독립변수	β 값	t값
(상수)	-.442	-1.085
상호작용	.335	6.796***
시청공감	.204	2.997***
의견교류	.085	.902
오락	.289	3.332***
정보추구	.146	2.298**

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01 수준

표 5.를 확인하면 상호작용, 시청공감, 오락, 정보추구는 만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 시청공감을 유의하지 않음을 확인하여, 가설1.은 부분 채택되었다.

가설2. 의 검증 : 인터넷 게임 방송의 이용동기는 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2.를 검증하고자 독립변수인 이용동기의 하위차원인 상호작용, 시청공감, 의견교류, 정보추구, 오락과 종속변수인 몰입 간의 관계에 대하여 분석하고자 다중회귀분석을 실시하였다. 전체 모형의 설명력은 $R^2 = .333$, 조정된 $R^2 = .304$, $F_{값} = 11.297***$ 로 확인되었다. 표 6.는 다중회귀분석 실시 결과이다.

표 6. 가설 2의 검증

독립변수	β 값	t값
(상수)	-.213	-.416
상호작용	.227	2.080**
시청공감	.211	3.402***
의견교류	.099	1.233
오락	.317	3.704***
정보추구	.084	.705

주) *p<0.1 **p<0.05 ***p<0.01 수준

표 6.을 확인하면 상호작용, 시청공감, 오락은 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치며, 의견교류, 정보추구는 유의하지 않음을 확인하여, 가설2.는 부분 채택되었다.

가설3.과 가설4.의 검증

가설3. 시청 만족도는 지속사용 의도에 정(+)의 영향을

미칠 것이다.

가설4. 몰입은 지속사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설3과 가설4를 검증하고자 독립변수인 만족도와 몰입이 종속변수인 지속사용 의도 간의 관계에 대하여 분석하고자 다중회귀분석을 실시하였다. 전체 모형의 설명력은 $R^2 = .355$, 조정된 $R^2 = .344$, $F_{값} = 31.891***$ 로 확인되었다. 표 7은 다중회귀분석 실시 결과이다.

표 7. 가설 3, 4의 검증

독립변수	β 값	t값
(상수)	.992	3.651***
만족도	.492	5.427***
몰입	.223	2.695***

주) * $p < 0.1$ ** $p < 0.05$ *** $p < 0.01$ 수준

표 7을 확인하면 만족도와 몰입은 지속사용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되어 가설3. 및 가설4는 채택되었다.

V. 결 론

5.1 연구의 요약 및 시사점

본 연구는 인터넷 게임 방송 이용동기가 만족도와 몰입에 어떤 영향을 미치는지와 지속사용의도에 만족도와 몰입이 어떤 영향을 미치는지에 대한 실증 연구이다. 선행연구결과를 바탕으로 이용동기의 하위차원으로 상호작용, 시청공감, 의견교류, 정보추구, 오락으로 구분하여 연구를 진행하였다.

연구결과 다음과 같은 결과를 확인하였다.

첫째, 만족도에 영향을 미치는 변수로는 상호작용, 시청공감, 정보추구, 오락이 유의한 정(+)의 영향을 미침을 확인하였다. 또한 만족도에 영향을 미치는 순서로는 상호작용, 오락, 시청공감, 정보추구의 순으로 나타났다.

둘째, 몰입에 영향을 미치는 변수로는 상호작용, 시청공감, 오락이 유의한 정(+)의 영향을 미침을 확인하였으며, 몰입에 영향을 미치는 순서로는 오락, 상호작용, 시청공감의 순으로 나타났다.

셋째, 만족도와 몰입은 지속적 사용의도에 유의한 정(+)의 영향을 미침을 확인하였으며, 영향을 미치는 순서로는 만족도, 몰입의 순으로 나타났다.

본 연구는 다음과 같은 시사점을 갖는다. 인터넷게임 방송 이용동기의 하위차원 간에 만족도와 몰입에 영향을 주는 요인이 서로 다를 수 있음을 확인하였으며, 그 크기 또한 다를 수 있음을 실증적으로 검증하였다. 이는 게임 개발자의 입장에서

인터넷 게임 방송 콘텐츠 소비자들을 대상으로 게임 제작 시 이용동기 변수들을 고려해봐야 한다는 점을 시사한다. 특히 상호작용과 오락성의 추구 및 시청공감은 매우 중요한 변수임을 확인하였다.

5.2 연구의 한계점 및 향후 연구

본 연구는 중요한 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계점을 지니고 있다.

본 연구는 응답자의 표본이 수도권 대학생에 한정되어 있으며, 전 연령층을 대상으로 설문조사를 실시하지 않고 20대를 대상으로 실시하였기 때문에 연구의 결과를 일반화하기에 다소 무리가 있다 할 것이다.

향후 연구에서는 이번 연구에서의 이용동기들을 활용하여 소비자들이 쉽게 몰입과 만족도를 얻을 수 있는 게임을 설계 및 구현할 때 도움이 될 것으로 보인다.

참 고 문 헌

- [1] 김기윤, “1인 미디어의 산업적 특성과 이용 현황에 대한 탐색적 연구: 기술 활용 진화의 관점에서 MCN사업자에 대한 심층 인터뷰를 중심으로” 스피치와 커뮤니케이션 16권 1호, 213~248, 2017
- [2] 이은진, “인터넷 개인 게임 방송에 대한 게임 이용자의 구조적 시청 동기 모델”, 홍익대학교 영상대학원 게임콘텐츠 석사논문, 2016
- [3] 한국언론진흥재단, “2016 10대 청소년 미디어 이용조사”, 2016
- [4] 김서연, “인터넷 개인 게임 방송 콘텐츠의 스토리텔링 연구”, 이화여자대학교 대학원, 석사논문, 2015
- [5] 안세웅, “스트리밍 방송에서 관계 내 행위 형성: 스트리밍 방송의 채팅과 그 환경에 대한 연구”, 숭실대학교 대학원 미디어학과 석사논문, 2017
- [6] 이준희, 정정현, 유승호, “1인 개인 게임 방송에서의 사회적 현존감 연구: 아프리카 TV BJ 보검 방송의 팬덤 행위를 중심으로”, 한국HCI학회 학술대회 2018.1 pp.661-665, 2018
- [7] 조윤희, “실시간 인터넷 1인 방송의 상호작용성이 의사사회적 상호작용, 사회적 실재감, 몰입감에 미치는 영향: 이용동기의 조절효과와 참여의도의 매개효과를 중심으로”, 이화여자대학교 대학원 커뮤니케이션·미디어학과 석사논문, 2017
- [8] 심홍진, 황유선, “트위터에서의 의견 지도력과 트위터 이용패턴: 이용동기, 트위터 이용패턴, 그리고 유형별 사례분석”, 한국방송학보 Vol.24 No.6, pp.365-404, 2010

- [9] 서혜수, “사회적 시청 의도에 영향을 미치는 선행요인들에 대한 연구 : 실시간 라이브 방송 서비스를 중심으로”, 동국대학교 일반대학원 신문방송학과 석사논문, 2017
- [10] 김효정, 나종연, “기대불일치가 스마트폰 위치기반 어플리케이션만족도, 지속 사용 의도에 미치는 영향에 대한 연구 : 조절된 매개모델을 중심으로.”, *Journal of Digital Convergence* 제14권 6호, pp.119-132, 2016
- [11] Oliver, R. L., “A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions”, *Journal of Marketing Research* Vol.14, No.4, pp. 495-507, 1988
- [12] Csikszentmihalyi, Mihaly, Csikszentmihalyi, Isabella Selega, eds., *Optimal Experience : Psychological studies of flow in consciousness*, Cambridge University Press, 1988
- [13] 천위센, “청소년들의 인터넷 개인 게임방송 시청동기가 몰입과 만족도에 미치는 영향”, 부산대 대학원, 석사논문, 2018
- [14] 김혁, “인터넷 개인방송 이용 분석 연구 : 아프리카 TV를 중심으로”, 중앙대학교 대학원 석사논문, 2018
- [15] 고박일, “인터넷 1인 방송의 지속적 이용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 충북대학교 석사논문, 2017
- [16] 이학식, 임지훈, “SPSS 24 매뉴얼”, 집현재, 2017