

인터넷 1인 게임 방송 BJ 속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향

- 플로우(FLOW)경험을 매개변인으로 -

김종무

단국대학교 사회과학대학 커뮤니케이션학부 부교수

Influence of Internet One-person Game Broadcasting BJ Property on the Viewers' Satisfaction - Flow experience as a Mediator -

Jong-Moo Kim

Professor. School of Communications, College of Social Science, Dankook University

요 약 본 연구는 인터넷 1인 게임 방송 BJ 속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향에 있어 플로우경험이 매개변인으로서 효과를 할 것인지를 알아보고자, 아프리카TV에서 1인 게임방송을 시청하는 총 198명의 사용자를 대상으로 설문을 실시하고 이를 분석 하였다. 분석 결과, 첫째, 즐거움 플로우경험은 친밀성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 하였다. 둘째, 통제감플로우 경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 하지 않았다. 셋째, 주의집중 플로우경험은 친밀성과 신뢰성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 하였다. 넷째, 시간왜곡 플로우경험은 친밀성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 하였다. 다섯째, 자아상실 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 하지 않았다. 이는 게임 BJ의 친밀성 속성이 시청만족도에 미치는 영향에 있어 즐거움, 주의집중 그리고 시간왜곡 플로우경험은 매개 역할을 한다는 것을 확인하였다.

주제어 : 1인 방송, BJ 속성, 플로우 경험, 시청만족도, 아프리카TV

Abstract The purpose of this study is to investigate whether flow experience is effective as a mediator in the effect of BJ attributes on viewer satisfaction. For this study, a survey was conducted on a total of 198 users who watch one - person game broadcasting on African TV. According to analysis, first, the joy flow experience is mediating role in the relationship between intimacy BJ attributes and viewing satisfaction. Second, the Control flow experience did not mediating role in the relationship between all BJ attributes and viewing satisfaction. Third, the attention flow experience is mediating role in the relationship between intimacy and reliability BJ attributes and viewing satisfaction. Fourth, the Time distortion flow experience is mediating role in the relationship between intimacy BJ attributes and viewing satisfaction. Fifth, the Self loss flow experience did not mediating role in the relationship between all BJ attributes and viewing satisfaction. The intimacy of the game BJ was found to affect mediocre satisfaction, attention, attention, and time distorted flow experience.

Key Words : One-person Broadcasting, BJ property, Flow experience, Viewing satisfaction, Afreecatv

*Corresponding Author : Jong-Moo Kim(isaac55@dankook.ac.kr)

Received April 27, 2018
Accepted July 20, 2018

Revised May 25, 2018
Published July 28, 2018

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

디지털 방송과 인터넷 환경 그리고 스마트폰의 보급이 일반화 되면서 이를 이용하는 사용자의 콘텐츠 소비에 변화를 가져왔다. 그 중 대표적인 변화의 하나가 '인터넷 1인 방송'이라는 새로운 영역의 등장이다. 인터넷 1인 방송은 기본적으로 영상을 제작하여 송출한다는 개념에서 전통 TV 방송과 유사하지만 인터넷을 기반으로 일반인 누구나 스마트폰과 인터넷 통신 그리고 유튜브(Youtube)와 아프리카TV, V-LIVE, 카카오투에서 제공하는 방송 플랫폼 서비스를 통해 개인이 제작한 영상을 자유롭게 송출 가능한 양방향성 특성[1]을 가지고 있다. 이러한 인터넷 1인 방송은 일반인 누구나 스타가 되고 미디어의 주체가 될 수 있는 가능성을 열어 주었다. 특히 인터넷에서 1인 방송을 하는 창작자를 뜻하는 아프리카 TV의 BJ(Broadcasting Jockey)는 그들의 일상의 생생한 생활을 바탕으로 사용자들이 요구하는 콘텐츠를 제작하고 사용자의 참여를 이끌어내는 개방된 방송 환경을 구현하면서 많은 인기를 모으고 있다[2]. 많은 BJ 가운데 특히 높은 인기와 영향력을 발휘하는 대표적인 아프리카 TV 게임 BJ로는 '이영호(에스포츠)', 'NG난닝구(모바일게임)', '로이즈(온라인게임)', '액션홍구(인기게임)', '한손에총들고(종합게임)[4]' 등이 있다.

인터넷 1인 방송에서 제작되는 다양한 장르 중 아프리카TV의 경우 게임 관련 방송이 전체 방송의 60%를 차지하는 게임 시장의 대표적인 플랫폼(Platform)으로 2017년 946억원의 매출을 기록해 전년대비 18.4% 증가하였는데, 이러한 아프리카TV의 실적 상승세는 e스포츠(게임) 리그 활성화와 게임 BJ의 영향력의 증가로 인한 것이다[5]. 또한 방송 한국언론진흥재단이 발표한 '2016년 전국 10대 청소년 미디어 이용 조사' 보고서에 따르면 10대의 25%가 유튜브나 아프리카TV를 통해 1인 방송을 시청하며, 1인 방송을 시청한 이용자(n=611)중 게임 방송을 시청한 비율(77.5%)이 가장 높게 나타났다[3]. 이처럼 게임 방송에 대한 이용자들의 시청도가 높아지면서, BJ들의 경쟁 또한 심화 되었다. 아프리카 TV에서 활동 중인 BJ는 '별풍선'이라는 일종의 기부금을 통해 수익을 창출하는데, 시청이 많을수록 그리고 오래 시청할수록 많은 기부금이 모이기에 BJ들은 자신의 방송에 시청자들이 오랜 시간 몰입 하도록 하기 위해 노력 하고 있다.

최적 경험(Optimal Experience)인 플로우(Flow) 경험은 심리적 몰입 상태를 뜻하는 것으로 칙센트미하이(Csikzentmihalyi, 1970)에 의해 개념화되었다. 플로우 경험은 자신이 어떠한 행위에 깊게 몰입하여 시간의 흐름이나 공간, 더 나아가서는 자신에 대한 생각까지도 잊어버리게 될 때를 일컫는 상태로[6] 스포츠 활동(김종백, 하계현, 김석주. (2010)[7], 이미리 (2015)[8]), 온라인 게임(이상만, 이국용 (2007)[9], 김양은, 박성호(2007)[10]), UCC 이용 행태(이수영, 현대원, 좌영녀(2012)[4], 전방지(2008)[11]), 스마트폰 사용(김정이(2013)[12], 박영신(2013)[13], 심명희, 임한나, 한은경 (2011)[14]), TV시청 행위(이재신, 이민영, 연보영, 김기만. (2012)[15]) 그리고 소셜 미디어 이용(양영순, 이회찬 (2015)[16])등 다양한 분야에서 연구가 이루어지고 있다. 선행 연구들에서 보면 플로우경험은 사용자들이 이용하고 있는 서비스에 대한 몰입과 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 특히 중독성이 높은 서비스일수록 플로우경험이 이용자의 태도에 높은 영향력을 보이는 것으로 나타났다.

본 연구는 경쟁이 심화되고 있는 인터넷 게임 1인 방송 환경에서 방송을 진행하는 BJ의 속성이 시청만족도, 충성도 및 시청의도에 영향을 준다는 선행 연구를 바탕으로 플로우경험 중 어떠한 요인이 BJ 속성과 시청만족도의 영향 관계에 있어 매개변인으로서 효과를 할 것인지를 알아보고자 한다. 본 연구 결과는 향후 인터넷 1인 게임 방송 BJ가 콘텐츠를 개발함에 있어 시청자들의 태도를 이해하는데 도움을 제공해줄 수 있을 것으로 기대한다.

1.2 연구의 내용 및 방법

본 연구는 인터넷 1인 게임 방송 BJ 속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향에 있어 플로우경험이 매개변인으로서 효과를 할 것인지를 알아보고자, 아프리카TV에서 1인 게임방송을 시청하는 시청자 총 198명의 결과를 분석 하였다.

연구 내용은 다음과 같다. 첫째, 연구의 배경과 목적 그리고 연구의 내용 및 방법을 서술한다. 둘째, 연구에 필요한 BJ 속성, 플로우경험에 대한 개념과 시청만족도에 대한 이론을 서술한다. 셋째, 연구 설계에서 연구문제와 연구 방법을 제시한다. 넷째, 연구의 연구 가설을 분석한다. 다섯째, 검증 결과를 정리한다.

2. 이론적 배경

2.1 BJ 속성

인터넷 1인 방송 BJ 속성은 광고 모델의 속성과 유사한 점이 있는데, 광고모델의 속성에 대한 이용자의 태도를 연구한 김화룡(2009)[17], 권유진, 홍병숙, 서시원, 조미애(2009)[18], 김춘곤, 유희경(2008)[19]의 연구와 게임에서 BJ 속성에 따른 시청자 태도를 분석한 임정엽, 김종무(2018)[1]의 연구를 종합하면 BJ 속성은 전문성, 신뢰성, 매력성, 친밀성 그리고 유사성 등 총 5개의 BJ 속성으로 나뉘며, 5개의 BJ속성 중 ‘친밀성’, ‘신뢰성’ 그리고 ‘유사성’이 시청자의 태도(시청만족, 충성도, 시청의도)에 영향을 미치는 것(임정엽, 김종무 2018)으로 나타났다.

BJ속성 중 첫째, ‘신뢰성’은 게임 방송을 진행하는 BJ에 대한 시청자의 믿음 정도로 믿음성, 신빙성과 그 의미가 비슷하다. 둘째, ‘친밀성’은 애호와 관계가 있는데, BJ와의 접촉 빈도가 많아질수록 BJ에 대한 애호도가 증가하며 BJ에 대한 긍정적인 평가를 하게 되며, BJ의 메시지가 시청자와 비슷한 성격을 가졌을 경우 설득효과가 크게 나타난다고 하였다. 마지막으로 ‘유사성’은 시청자가 BJ와 유사한 관심사와 생활 방식 그리고 의견 등을 서로 공유하면서 시청자와 비슷한 욕구와 요구 그리고 목표를 가지는 정도를 뜻하며, 이러한 유사성은 게임 방송을 시청하는 시청자와 BJ와의 성격, 생활방식과 사고방식이 비슷하다고 느끼는 정도를 뜻한다[1].

2.2 시청만족도

인터넷 1인 방송에서의 시청만족도는 시청자가 시청한 영상에 대한 평가에 대한 감정적 효과이며, 방송을 시청한 후 시청자들이 시청 동기에서 추구한 욕구들에 대해 방송을 통해 만족이 얼마나 충족되었는지를 나타낸다 [2].

2.3 플로우(Flow)경험과 연구문제

플로우경험은 어떤 행동을 함에 있어 사람들이 주변 환경에 관심이 없을 만큼 지금 하고 있는 행동에 완전히 몰입되어 있는 상태를 의미한다. 이처럼 플로우경험은 자신이 하고 있는 행동에 완전히 몰입 되면 특별히 외부적인 보상 없이도 그 행동 자체가 즐겁고 그 행동으로 인해 시간의 흐름을 인식하지 못하는 것이 특징이다[20]. 이러한 플로우경험은 집중도가 높은 스포츠 경기 또는

쇼핑 그리고 게임 등과 같이 자신이 자발적으로 하는 행위와 관련된 부분에서 많은 연구가 진행되고 있다. 플로우경험은 다차원적인 개념이기 때문에 연구자마다 플로우경험을 다르게 설명하고 구성 요소 또한 다르게 구성하고 있다고 주장한다. 본 연구에서 사용한 플로우경험 요인은 칙센트미하이(Chickent Mihaly)가 정의한 요인을 기본으로 하였다. 칙센트미하이는 “플로우를 본질적으로 즐거운 경험으로 정의 하고, 명확한 목표, 즉각적인 피드백, 도전(행위에 대해 개인이 스스로 지각하는 난이도와 기술)행위를 수행할 수 있는 개인이 스스로 지각한 능력의 수준 일치, 주의집중, 통제, 자의식 상실, 시간의 왜곡 그리고 자기목적적인(Autotelic) 활동” 등 총 8가지 차원으로 특징지어진다고 하였다[21].

본 연구는 총 8가지 차원의 특징을 기초로 이번 연구와 관련이 있다고 판단되는 ‘즐거움’, ‘통제감’, ‘주의집중’, ‘시간왜곡’ 그리고 ‘자아상실’ 플로우경험으로 한정하고, 플로우경험이 1인 게임 방송 BJ 속성과 시청자의 시청만족도에 미치는 영향관계에 있어 매개역할을 할 것인지를 알아보고자, 다음과 같은 연구문제를 제시 하였다.

연구문제 1. 즐거움 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서의 매개역할은 어떠한가?

연구가설 1-1. 즐거움 플로우경험은 친밀성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

연구가설 1-2. 즐거움 플로우경험은 신뢰성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

연구가설 1-3. 즐거움 플로우경험은 유사성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

연구문제 2. 통제감 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서의 매개역할은 어떠한가?

연구가설 2-1. 통제감 플로우경험은 친밀성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

연구가설 2-2. 통제감 플로우경험은 신뢰성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

연구가설 2-3. 통제감 플로우경험은 유사성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

- 연구문제 3. 주의집중 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서의 매개역할은 어떠한가?
 연구가설 3-1. 주의집중 플로우경험은 친밀성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
 연구가설 3-2. 주의집중 플로우경험은 신뢰성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
 연구가설 3-3. 주의집중 플로우경험은 유사성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
- 연구문제 4. 시간왜곡 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서의 매개역할은 어떠한가?
 연구가설 4-1. 시간왜곡 플로우경험은 친밀성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
 연구가설 4-2. 시간왜곡 플로우경험은 신뢰성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
 연구가설 4-3. 시간왜곡 플로우경험은 유사성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
- 연구문제 5. 자아상실 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서의 매개역할은 어떠한가?
 연구가설 5-1. 자아상실 플로우경험은 친밀성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
 연구가설 5-2. 자아상실 플로우경험은 신뢰성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.
 연구가설 5-3. 자아상실 플로우경험은 유사성 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이다.

3. 연구 설계

3.1 연구 모형

본 연구는 인터넷 1인 게임 방송 BJ 속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향관계에 있어 플로우 경험의 매개역할을 할 것인지를 알아보기 위한 연구로 연구모형은 Fig. 1과 같다.

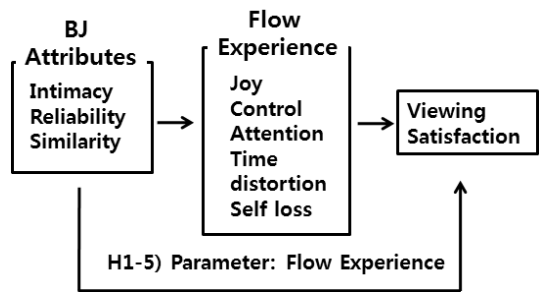


Fig. 1. Research model

3.2 연구 방법

3.2.1 자료 수집 및 대상

설문은 2018년 4월 7일부터 4월 17일까지 실제 아프리카TV에서 1인 게임방송을 시청하는 시청자를 대상으로 총 235부를 배포하고, 불성실한 응답을 제외하고 총 198부 분석에 사용하였다. 설문분석은 SPSS 21.0 통계 패키지를 사용하였고, 인구통계학적 사항은 빈도 분석을 사용하였으며, BJ 속성, 플로우경험과 시청만족도 측정은 5점 척도를 사용하였다.

3.2 변수의 조작적 정의

3.2.1 BJ 속성

게임 방송 BJ속성은 게임 방송을 진행하는 BJ의 특성으로 김용만, 이준원(2006)[21], 김춘곤, 유희경(2008)[19], 임정엽, 김종무(2018)[1]의 선행연구에서 사용한 설문을 연구 목적에 맞게 수정하여 총 20문항(BJ가 방송을 잘 아는 것 같다(BJ1), BJ가 전문성이 있어 보인다(BJ2), BJ가 지식이 있어 보인다(BJ3), BJ가 진지해 보인다(BJ4), BJ에게서 신뢰감을 느낀다(BJ5), BJ가 믿음이 간다(BJ6), BJ가 정직하다(BJ7), BJ가 매력적이다(BJ8), BJ에게서 개성미를 느낀다(BJ9), BJ가 멋지다(BJ10), BJ가 세련되었다(BJ11), BJ가 편안하다(BJ12), BJ가 낯설지 않다(BJ13), BJ가 친밀감이 있다(BJ14), BJ가 친근감이 있다(BJ15), BJ가 나와 유사해 보인다(BJ16), BJ가 나와 사고방식이 비슷해 보인다(BJ17), BJ가 나와 성격이 비슷해 보인다(BJ18), BJ가 나와 생활방식이 비슷해 보인다(BJ19), BJ가 나와 전반적으로 비슷해 보인다(BJ20)으로 구성하였다.

3.3.2 플로우경험

플로우경험은 박철(2008)[22]이 정의한 행동 그 자체

에 흥미를 느껴 외부의 보상이 없더라도 시간과 공간을 의식하지 않고 행동 자체에 몰두하는 현상으로 시청자들이 게임 방송에 몰두하는 요인들로 김양은, 박상호(2007)[10], 이상만, 이국용(2007)[9] 그리고 김종백, 하제현, 김석주(2010)[7], 이수영, 현대원, 좌영녀(2012)[6]의 선행 연구에서 사용된 문항을 수정하여 총 23문항(1인 BJ에 매우 열중 하였다(f1), BJ에 완전히 전념 하였다(f2), BJ에 주의를 집중 하였다(f3), BJ에 깊이 몰두 하였다(f4), BJ로 인해 시간이 평소보다 빠르게 지나간 것 같았다(f5), BJ로 인해 시간 흐름을 잊는 것 같았다(f6), BJ로 인해 시간 감각을 잃어버리는 것 같았다(f7), BJ로 인해 시간이 잠시 멈춘 것 같았다(f8), BJ로 인해 즐거움을 느꼈다(f9), BJ로 인해 자연스러운 기분을 느꼈다(f10), BJ로 인해 색다른 기분을 느꼈다(f11), BJ로 인해 재미있음을 느꼈다(f12), BJ로 인해 편안함을 느꼈다(f13), BJ로 인해 역동적임을 느꼈다(f14), BJ로 인해 열광적임을 느꼈다(f15), BJ로 인해 각성/환기됨을 느꼈다(f16), BJ와 혼연일체가 되는 느낌을 느꼈다(f17), BJ가 나의 행동을 컨트롤 할 수 있을 것 같은 느낌을 느꼈다(f18), BJ가 나의 의견을 컨트롤 할 수 있을 것 같은 느낌을 느꼈다(f19), BJ가 나의 판단을 컨트롤 할 수 있을 것 같은 느낌을 느꼈다(f20), 주변 사람이 나에게 대해 어떻게 생각할지 신경 쓰이지 않는다(f21), 주변 사람이 나에게 대해 어떻게 생각할지 걱정 되지 않는다(f22), 주변 사람에게 내가 어떻게 보여 질지 신경 쓰이지 않는다(f23))으로 구성하였다.

3.2.3 시청만족도

시청만족도는 게임 방송을 시청을 통해 느끼는 만족감으로 설문은 김종무(2017)[23]의 선행연구에 사용된 문항을 수정하여 총4문항(1인 게임 방송 시청은 즐거움을 제공해 준다(w1), 1인 게임 방송 시청은 복잡한 문제로부터 벗어나게 해준다(w2), 1인 게임 방송 시청은 스트레스 해소에 도움이 된다(w3), 1인 게임 방송 시청은 지루한 시간을 해소 시켜준다(w4))으로 구성하였다.

4. 분석 결과

4.1 인구통계학적 분석

인구통계학적 특성은 Table 1에서처럼, 성별은 남자(n=191, 96.5%)와 여자(n=7, 3.5%), 연령은15-19세(n=31, 15.7%), 20-24세(n=60, 30.3%), 25-29세(n=61, 30.8%),

30-34세(n=35, 17.7%), 35-39세(n=10, 5.1%), 40세 이상(n=1, 0.5%), 1인 게임 방송 시청 빈도는 일주일 1-2회(n=25, 12.6%), 일주일 3-4회(n=55, 27.8%), 일주일 5-6회(n=39, 19.7%), 매일(n=79, 39.9%), 하루 1인 게임 방송 시청에 시간은 10분미만(n=5, 2.5%), 10분 - 30분(n=8, 4.0%), 30분-1시간(n=42, 21.2%), 1시간-1시간30분(n=56, 28.3%), 2시간 이상(n=87, 43.9%)로 분포 되었다. 이러한 결과로 볼 때, 본 실험에 참여한 실험자는 20대 남자로 2시간씩 게임 1인 방송을 시청하는 표본으로 나타났는데 이는 설문 참여자들이 단순히 1인 게임 방송을 시청하는 시청자가 아닌 헤비 유저(Heavy User)로 구성되어있음을 보여 준다.

4.2 측정변인의 타당성 및 신뢰도 분석

본 연구의 주요 측정변인인 BJ 속성, 플로우경험 그리고 시청만족도에 대한 타당성 및 신뢰도를 검증하기 위해 요인분석(Varimax)과 신뢰도 분석을 실시하였다. 본 연구에서는 고유값 1.00이상과 요인 적재량 .600이상을

Table 1. Results validity and reliability analysis of the measured variables of BJ factors

Variable name	Factors			
	1.Intimacy	2.Reliability	3.Similarity	Factor loading
BJ14	.862	.274	.220	.867
BJ15	.846	.278	.187	.828
BJ13	.823	.244	.195	.774
BJ12	.821	.284	.207	.797
BJ8	.722	.360	.143	.671
BJ9	.706	.335	.055	.614
BJ1	Delete			
BJ3	.174	.784	.188	.680
BJ7	.351	.770	.245	.777
BJ6	.420	.743	.241	.787
BJ5	.409	.719	.255	.749
BJ4	.258	.644	.105	.492
BJ2	.358	.629	.210	.568
BJ11	Delete			
BJ10	Delete			
BJ20	.105	.196	.905	.868
BJ19	.067	.117	.872	.778
BJ18	.192	.218	.829	.771
BJ16	.159	.214	.807	.723
BJ17	.284	.231	.783	.746
Eigen value	5.151	4.549	4.361	
Variance of%	25.756	22.746	21.803	
Cronbaha' α	.936	.905	.928	

Standard-shaped Kaiser-Meyer-Olkin Gauge=.920, Bartlett test $\chi^2=3403.625(df=190, p<.000)$

기준으로 하였으며, 기준에 미달한 변수는 제거하였다.

4.2.1 BJ 속성 요인 분석, 타당도 및 신뢰도 분석

BJ속성 요인 분석 결과 Table 1과 같이, 총 3개 요인으로 나타났다. BJ속성 요인을 알아보기 위한 문항의 개수는 총 20문항 이었으나, 그 중 “BJ1(.567)”, “BJ10(.487)”, “BJ11(.489)” 설문문항의 경우 적재치가 .600미만으로 기준치에 미달하여 분석에서 제외시켰다. 이러한 요인분석 결과를 바탕으로 BJ 속성 요인을 “친밀성 요인”, “신뢰성 요인”, 그리고 “유사성 요인”으로 하였다.

BJ속성에 대한 신뢰도 결과 모든 속성에서 0.9이상의 신뢰성과 KMO-Bartlett 검정과 0.920로 통계적으로 유의한 타당도를 보이며, 총 분산 설명력은 70.31%로 나타나 해당 BJ속성 설문은 통계적으로 문제가 없음이 확인되었다.

Table 2. Results validity and reliability analysis of the measured variables of Flow Experience

Variable name	Factors					Factor loading
	1.joy	2.Control	3.Attention	4.Time distortion	5.Self loss	
f10	.805	.126	.165	.169	.204	.762
f12	.788	-.007	.275	.058	.179	.732
f14	.757	.225	.078	.270	.116	.716
f9	.754	.040	.236	.192	.232	.716
f13	.742	.188	.329	.152	.111	.730
f15	.725	.297	.150	.209	.121	.695
f11	.713	.235	.231	.201	.061	.662
f19	.138	.879	.181	.124	.163	.866
f20	.140	.867	.186	.102	.204	.858
f18	.115	.848	.219	.193	.167	.846
f17	.262	.715	.313	.221	.116	.740
f16	Delete					
f3	.262	.256	.795	.220	.214	.861
f4	.304	.280	.782	.213	.202	.868
f2	.279	.263	.780	.254	.133	.838
f1	.345	.207	.770	.196	.102	.804
f7	.181	.240	.176	.867	.062	.876
f6	.255	.168	.148	.840	.076	.827
f8	.203	.323	.248	.767	.093	.803
f5	.418	-.030	.299	.648	.129	.702
f22	.223	.184	.153	.081	.904	.931
f21	.222	.208	.119	.071	.895	.914
f23	.194	.204	.192	.120	.878	.901
Eigen value	5.173	3.876	3.289	3.132	2.849	
Variance of%	22.493	16.851	14.300	13.619	12.387	
Cronbach's α	.925	.932	.900	.901	.954	

Standard-shaped Kaiser-Meyer-Olkin Gauge=.921, Bartlett test $\chi^2=4303.065(df=253, p<.000)$

4.2.2 플로우경험 요인 분석, 타당도 및 신뢰도 분석
플로우경험 요인 분석 결과 Table 2와 같이, 총5개 요인으로 나타났다.

플로우경험 요인을 알아보기 위한 문항의 개수는 총 23문항 이었으나, 그 중 “f16(.497)” 설문문항의 경우 적재치가 .600미만으로 기준치에 미달하여 분석에서 제외시켰으며, 플로우경험 요인은 “즐거움 요인”, “통제감 요인”, “주의집중 요인”, “시간왜곡 요인”, 그리고 “자아상실 요인”으로 명명 하였다.

플로우경험에 대한 신뢰도 결과 모든 속성에서 0.9이상의 신뢰성과 KMO-Bartlett 검정과 0.921로 통계적으로 유의한 타당도를 보이며, 총 분산 설명력은 79.65%로 나타나 해당 플로우경험 설문은 통계적으로 문제가 없음이 확인되었다.

4.2.3 시청만족도 타당도 및 신뢰도 분석

시청만족도 요인에 대한 신뢰도 결과 Table 3과 같이, 0.866의 신뢰성과 KMO-Bartlett 검정과 0.821로 통계적으로 유의한 타당도를 보이며, 총 분산 설명력은 73.48%로 나타나 해당 시청만족도 설문은 통계적으로 문제가 없음이 확인되었다.

Table 3. Results validity and reliability analysis of the measured variables of Viewing Satisfaction

Viewing Satisfaction					
Variable name	Factor	Factor loading	Eigen value	Variance of %	Cronbach's α
w2	.866	.789	2.939	73.484	.866
w3	.800	.696			
w4	.709	.719			
w1	.702	.804			
KMO=.821, Bartlett test $\chi^2=408.116 (df=6, p<.000)$					

4.3 측정변인의 상관계수 분석

본 연구의 주요 측정변인인 BJ 속성, 플로우경험 그리고 시청만족도에 대한 측정항목 간의 연관성을 검증하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 분석결과, 모든 변수 간에는 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다 ($p<0.01$).

4.4 연구가설 검증

4.4.1 연구가설 1 결과

즐거움 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 연구가설 1-1, 1-2, 1-3을 검증하기 위해 매개회귀분석을 실시하였다.

분석 결과 Table 4에서 보듯이, 1단계에서는 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 매개변수인 즐거움 플로우경험에 미치는 영향에서 친밀성(B=.610, p<.001)과 신뢰성(B=.232, p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 유사성(B=.038, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다.

2단계에서 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 친밀성(B=.487, p<.001), 신뢰성(B=.234, p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 유사성(B=.053, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다.

Table 4. Research hypothesis 1 result

Model	Step 1 joy Flow Experience	Step 2 Viewing Satisfaction	Step 3 Viewing Satisfaction
Intimacy t(Sig)	.610(.064) 9.524***	.487(.085) 5.744***	.213(.097) 2.197*
Reliability t(Sig)	.232(.054) 4.272***	.234(.072) 3.257***	.130(.071) 1.831
Similarity t(Sig)	.038(.037) 1.034	.053(.049) 1.089	.036(.046) .781
joy Flow Experience t(Sig)			.449(.090) 5.016***
R ²	.811	.460	.522
Adjusted R ²	.658	.451	.512
F	124.343***	54.997***	52.674***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001

3단계에서 매개변수인 즐거움 플로우경험이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 유의하였고(B=.449, p<.001) 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 시청만족도에 미치는 영향에 있어 친밀성(B=.213, p<.05) 속성은 유의한 영향을 보였으나 신뢰성(B=.130, p>.001)과 유사성(B=.036, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다. 또한 친밀성 속성의 경우 2단계의 친밀성(B=.487) 속성 회귀계수 보다 작게 나타나 즐거움 플로우경험은 친밀성 속성과 시청만족도의 관계에서 부

분매개효과가 있는 것으로 확인되었다.

매개효과를 검증하는 Sobel test 결과 즐거움 플로우 경험은 친밀성(Z=4.420, p<.001) 속성과 시청만족도의 관계에서 매개효과가 유의하게 나타나 최종적으로 가설 1-1은 지지되었으며, 가설 1-2와 1-3은 기각되었다.

4.4.2 연구가설 2 결과

통제감 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 연구가설 2-1, 2-2, 2-3을 검증하기 위해 매개회귀분석을 실시하였다.

분석 결과 Table 5에서 보듯이, 1단계에서는 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 매개변수인 통제감 플로우경험에 미치는 영향에서 유사성(B=.675, p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 친밀성(B=.104, p>.001)과 신뢰성(B=.085, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다.

2단계에서 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 친밀성(B=.487, p<.001), 신뢰성(B=.234, p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 유사성(B=.053, p>.001) 속성은 유의미한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다.

3단계에서 매개변수인 통제감 플로우경험이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 유의하였고(B=.126, p<.01) 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 시청만족도에 미치는 영향은 친밀성(B=.474, p<.001)과 신뢰성(B=.223, p<.01) 속성은 유의한 영향을 보였으나 유사성(B=-.032, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다. 또한 친밀성과 신뢰성 속성의 경우 2단계의 친밀성(B=.487)과 신뢰성(B=.234) 속성 회귀계수 보다 작게 나타나 통제감 플로우경험은 친밀성, 신뢰성 속성과 시청만족도의 관계에서 부분매개효과가 있는 것으로 확인되었다.

그러나 매개효과를 검증하는 Sobel test 결과 통제감 플로우경험은 친밀성(Z=0.767, p>.001), 신뢰성(Z=0.743, p>.001) 속성과 시청만족도의 관계에서 매개효과가 유의미하지 않게 나타나 최종적으로 가설 2-1, 가설 2-2, 가설 2-3 모두 기각되었다.

Table 5. Research hypothesis 2 result

Model	Step 1 Control Flow Experience	Step 2 Viewing Satisfaction	Step 3 Viewing Satisfaction
Intimacy t(Sig)	.104(.130) .803	.487(.085) 5.744***	.474(.084) 5.672***
Reliability t(Sig)	.085(.110) .777	.234(.072) 3.257***	.223(.071) 3.154**
Similarity t(Sig)	.675(.075) 9.032***	.053(.049) 1.089	-.032(.057) -.559
Control Flow Experience t(Sig)			.126(.046) 2.736**
R ²	.419	.460	.480
Adjusted R ²	.410	.451	.469
F	46.614***	54.997***	44.497***
*p<.05 **p<.01 ***p<.001			

4.4.3 연구가설 3 결과

주의집중 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 연구가설 3-1, 3-2, 3-3을 검증하기 위해 매개회귀분석을 실시하였다.

분석 결과 Table 6에서 보듯이, 1단계에서는 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 매개변수인 주의집중 플로우경험에 미치는 영향에서 친밀성(B=.356, p<.001) 신뢰성(B=.298, p<.001)과 유사성(B=.261, p<.001) 속성 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

2단계에서 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 친밀성(B=.487, p<.001), 신뢰성(B=.234, p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 유사성(B=.053, p>.001) 속성은 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

3단계에서 매개변수인 주의집중 플로우경험이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 유의하였고(B=.194, p<.001) 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 시청만족도에 미치는 영향에 있어 친밀성(B=.418, p<.001), 신뢰성(B=.176, p<.01) 속성은 유의한 영향을 그러나 유사성(B=.002, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다. 또한 친밀성 속성의 경우 2단계의 친밀성(B=.487), 신뢰성(B=.234) 속성 회귀계수 보다 작게 나타나 주의집중 플로우경험은 친밀성, 신뢰성 속성과 시청만족도의 관계에서 부분매개효과가 있는 것

으로 확인되었다.

매개효과를 검증하는 Sobel test 결과 주의집중 플로우경험은 친밀성(Z=2.408, p<.001), 신뢰성(Z=2.399, p<.001) 속성과 시청만족도의 관계에서 매개효과가 유의하게 나타나 최종적으로 가설 3-1과 가설 3-2는 지지되었으며, 가설 3-3은 기각되었다.

Table 6. Research hypothesis 3 result

Model	Step 1 Attention Flow Experience	Step 2 Viewing Satisfaction	Step 3 Viewing Satisfaction
Intimacy t(Sig)	.356(.108) 3.296***	.487(.085) 5.744***	.418(.085) 4.937***
Reliability t(Sig)	.298(.091) 3.263***	.234(.072) 3.257***	.176(.072) 2.456*
Similarity t(Sig)	.261(.062) 4.202***	.053(.049) 1.089	.002(.050) .050
Attention Flow Experience t(Sig)			.194(.055) 3.544***
R ²	.432	.460	.483
Adjusted R ²	.424	.451	.482
F	49.280***	54.997***	46.847***
*p<.05 **p<.01 ***p<.001			

4.4.4 연구가설 4 결과

시간왜곡 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 연구가설 4-1, 4-2, 4-3을 검증하기 위해 매개회귀분석을 실시하였다.

분석 결과 Table 7에서 보듯이, 1단계에서는 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 매개변수인 시간왜곡 플로우경험에 미치는 영향에서 친밀성(B=.362, p<.01)과 유사성(B=.290, p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 신뢰성(B=.099, p>.001)속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다.

2단계에서 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 친밀성(B=.487, p<.001), 신뢰성(B=.234, p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 유사성(B=.053, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다.

Table 7. Research hypothesis 4 result

Model	Step 1 Time distortion Flow Experience	Step 2 Viewing Satisfaction	Step 3 Viewing Satisfaction
Intimacy t(Sig)	.362(.122) 2.969**	.487(.085) 5.744***	.427(.084) 5.060***
Reliability t(Sig)	.099(.103) .957	.234(.072) 3.257***	.218(.070) 3.104**
Similarity t(Sig)	.290(.070) 4.132***	.053(.049) 1.089	.005(.050) .108
Time distortion Flow Experience t(Sig)			.165(.049) 3.392***
R ²	.284	.460	.490
Adjusted R ²	.273	.451	.479
F	25.602***	54.997***	46.358***
	*p<.05 **p<.01 ***p<.001		

3단계에서 매개변수인 시간왜곡 플로우경험이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 유의하였고(B=.165, p<.001) 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 시청만족도에 미치는 영향은 친밀성(B=.427, p<.001)과 신뢰성(B=.218, p<.01) 속성은 유의한 영향을 보였으나 유사성(B=.005, p>.001) 속성은 유의미한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다. 또한 친밀성과 신뢰성 속성의 경우 2단계의 친밀성(B=.487), 신뢰성(B=.234) 속성 회귀계수 보다 작게 나타나 시간왜곡 플로우경험은 친밀성, 신뢰성 속성과 시청만족도의 관계에서 부분매개효과가 있는 것으로 확인되었다.

매개효과를 검증하는 Sobel test 결과 시간왜곡 플로우경험은 친밀성(Z=2.226, p<.01) 속성과 시청만족도의 관계에서 매개효과가 유의하게 나타났으나 신뢰성(Z=0.9242, p>.001) 속성은 유의미하게 나타나 최종적으로 가설 4-1은 지지 되었으며, 가설 4-2와 가설 4-3은 기각되었다.

4.4.5 연구가설 5 결과

자아상실 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 연구가설 5-1, 5-2, 5-3을 검증하기 위해 매개회귀분석을 실시하였다.

분석 결과 Table 8에서 보듯이, 1단계에서는 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 매개변수인 자아상실 플로우경험에 미치는 영향에서 친밀성(B=.312, p<.01)

과 유사성(B=.431, p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 신뢰성(B=.099, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다.

2단계에서 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 친밀성(B=.487, p<.001), 신뢰성(B=.234, p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 유사성(B=.053, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다.

3단계에서 매개변수인 자아상실 플로우경험이 종속변수인 시청만족도에 미치는 영향은 유의하였고(B=.080, p<.01) 독립변수인 BJ속성(친밀성, 신뢰성, 유사성)이 시청만족도에 미치는 영향은 친밀성(B=.462, p<.001), 신뢰성(B=.227 p<.001) 속성은 유의한 영향을 보였으나 유사성(B=.019, p>.001) 속성은 유의한 영향을 보이지 않는 것으로 나타났다. 또한 친밀성과 신뢰성 속성의 경우 2단계의 친밀성(B=.487), 신뢰성(B=.234) 속성 회귀계수 보다 작게 나타나 자아상실 플로우경험은 친밀성, 신뢰성 속성과 시청만족도의 관계에서 부분매개효과가 있는 것으로 확인되었다. 그러나 매개효과를 검증하는 Sobel test 결과 자아상실 플로우경험은 친밀성(Z=1.4305, p>.001), 신뢰성(Z=0.6475, p>.001) 속성과 시청만족도의 관계에서 매개효과가 유의미하게 나타나 최종적으로 가설 5-1, 가설 5-2, 가설 5-3 모두 기각되었다.

Table 8. Research hypothesis 5 result

Model	Step 1 Self lossFlow Experience	Step 2 Viewing Satisfaction	Step 3 Viewing Satisfaction
Intimacy t(Sig)	.312(.144) 2.172*	.487(.085) 5.744***	.462(.085) 5.420***
Reliability t(Sig)	.084(.083) .691	.234(.072) 3.257***	.227(.071) 3.181***
Similarity t(Sig)	.431(.083) 5.209***	.053(.049) 1.089	.019(.052) .360
Self loss Flow Experience t(Sig)			.080(.042) 1.904*
R ²	.279	.460	.470
Adjusted R ²	.268	.451	.459
F	25.083***	54.997***	42.713***
	*p<.05 **p<.01 ***p<.001		

4.7 가설 채택 결과

가설 검증결과 Table 9와 같이, 가설 1-1, 3-1, 3-2 그리고 4-1은 지지되었으며, 그 외 가설은 기각되었다.

Table 9. Result

H	Parameter	Independent Variable		Adoption of hypothesis
H1	joy Flow Experience	Intimacy	1-1	Adopt
		Reliability	1-2	Reject
		Similarity	1-3	Reject
H2	Control Flow Experience	Intimacy	2-1	Reject
		Reliability	2-2	Reject
		Similarity	2-3	Reject
H3	Attention Flow Experience	Intimacy	3-1	Adopt
		Reliability	3-2	Adopt
		Similarity	3-3	Reject
H4	Time distortion Flow Experience	Intimacy	4-1	Adopt
		Reliability	4-2	Reject
		Similarity	4-3	Reject
H5	Self loss Flow Experience	Intimacy	5-1	Reject
		Reliability	5-2	Reject
		Similarity	5-3	Reject

Dependent variable: Viewing Satisfaction

5. 결론

연구는 인터넷 1인 게임 방송 BJ 속성이 시청자의 시청만족도에 미치는 영향에 있어 플로우경험이 매개변인으로서 효과를 할 것인지를 알아보고자, 아프리카TV에서 1인 게임방송을 시청하는 총 198명의 결과를 분석하였다. 분석 결과, 첫째, 즐거움 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 연구가설 1-1(친밀성)은 지지되었으며, 가설 1-2(신뢰성)와 1-3(유사성)은 기각되었다. 둘째, 통제감 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 연구가설 2-1(친밀성), 가설 2-2(신뢰성), 가설 2-3(유사성) 모두 기각되었다. 셋째, 주의집중 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 연구가설 3-1(친밀성)과 가설 3-2(신뢰성)은 지지되었으며, 가설 3-3(유사성)은 기각되었다. 넷째, 시간왜곡 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관계에서 매개역할을 할 것이라는 연구가설 4-1(친밀성)은 지지 되었으며, 가설 4-2(신뢰성)와 가설 4-3(유사성)은 기각되었다. 다섯째, 자아상실 플로우경험은 BJ 속성과 시청만족도의 관

계에서 매개역할을 할 것이라는 연구 가설 5-1(친밀성), 가설 5-2(신뢰성), 가설 5-3(유사성) 모두 기각되었다. 이러한 결과를 정리하면 BJ의 친밀성 속성이 시청만족도에 미치는 영향에 있어 즐거움, 주의집중 그리고 시간왜곡 플로우경험은 매개 역할을 하는 것이다. 이는 게임 BJ의 여러 속성 중에서 시청자와 BJ의 친밀성이 다른 BJ 속성에 비해 플로우경험을 많이 느끼며 방송 시청에 더 몰입하는 속성인 것이다. 이러한 결과는 선행 연구인 임정엽, 김종무(2017)의 결과에서 게임 BJ 속성 중 전문성, 신뢰성, 친밀성이 시청만족도에 영향을 미치는 것으로 나타난 결과에 플로우경험이 친밀성과 신뢰성 속성에만 매개한다는 새로운 결론을 도출 하였다.

본 연구 결과를 해석 함에 있어서 다음과 같은 몇 가지 한계점을 고려해 볼 필요가 있다. 먼저 본 연구는 플로우경험을 매개효과로 이용하는데 있어서 플로우경험이 본 연구에서 제시한 다섯 종류 이상이기에는 모든 플로우경험에 나타나는 현상으로 일반화하는 것을 경계해야 한다. 또한 인터넷 1인 게임 방송이 그 시대 유행하는 게임의 장르에 따라 BJ의 진행 방식에 차이가 존재하기 때문에 인터넷 1인 게임 방송을 시청하는 시청자의 시청 형태도 달라질 수 있을 것이다. 그리고 본 연구가 게임 BJ에 대한 시청자의 태도를 측정하였기에 타 장르로 확대 해석은 신중해야 하며, 표본이 남성으로 치우친 점은 한계로 남는다. 이러한 이유로 후속 연구에서는 타 장르로 연구를 확대하여 진행 하고자 한다.

REFERENCES

- [1] J. Y. Lim & J. M. Kim. (2018). Analysis of audience attitude according to AfreecaTV Strategy Simulation Game BJ attributes - Focusing on Viewer Satisfaction, Loyalty, Viewing Purpose, Viewing Attitude -. *Journal of Communication Design*, 62, 108.
- [2] G. Y. Bae. (2016). *MCN*. Seoul : Communication Books.
- [3] Korea Press Foundation Research Team. (2016). *2016 Teen Youth Media Usage Survey*. Seoul : Korea Press Foundation.
- [4] Africa TV Home page. (2017). http://2017award.afreecatv.com/?page=winner_2.
- [5] J. M. Woo. (2017). *Seoul Economy*. <http://www.sedaily.com/NewsView/1RVUROQR5H>.
- [6] S. Y. Lee, D. W. Hyun & Y. N. Joa. (2012). Media

- Experience in UCC - Comparative Study on the Effects of Parasocial Interaction in Flow between UCC Producers and UCC Participants. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 26(2), 124.
- [7] J. B. Kim, J. H. Ha & S. J. Kim. (2010). The Influence of Arousal, Skill, Challenge, Interactivity, and Involvement on Flow Experience for Professional Baseball Spectator. *The Korean Journal of Physical Education*, 49(6), 415-424.
- [8] M. R. Lee. (2015). Relationships of Affect and Flow during Daily Sports Activities with Psycho-Social Adjustment in Adolescence This study investigated ad. *Korea Life Science Society*, 5(1), 55-72.
- [9] S. M. Lee & G. Y. Lee. (2008). Study on the Factors Affecting the Online Game Users' Loyalty - the roles of Flow Experiences, Attitude, Satisfaction -. *International Society for e-Business*, 9(3), 85-108.
- [10] Y. E. Kim & S. H. Park. (2007). A study on the effects of on-line game influence gamers' flow experience and loyalty. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 21(2), 179-208.
- [11] B. G. Jeon. (2008). Content Creation and Flow: Why They Click or Create UCC. *International Journal of Contents*, 8(12), 222-235.
- [12] J. Y. Kim. (2013). An Exploratory Study on the User Experience Design Factors Forming Flow with Smartphones. *Journal of The Korean Society for Computer Game*, 26(2), 169-178.
- [13] S. Y. Park. (2013). A Study of Smartphone Users' Flow Experience on Types of Use Motivation and Degree of Usage. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 81, 97-126.
- [14] M. H. Shim, H. N. Im & Y. K. Han. (2011). The Influence of the Congruity between Brand Personality and Self-Image on Brand Loyalty - Moderating Effect of the Smartphone Flow Experience. *The Journal of Public Relations Research*, 88, 305-336.
- [15] J. S. Lee, M. Y. Lee, B. Y. Youn & K. M. Kim. (2012). Mediating role of flow experience in survival audion program viewing. *Korean Journal of Broadcasting & Telecommunication Studies*, 26(2), 167-204, 2012.
- [16] Y. S. Yang & H. C. Lee. (2015). The Interactive Effect of Social Media on Intention to Use Based on Flow Experience : Focusing on Moderating Effect of Different Stage in Decision Process. *Korean Journal of Hospitality & Tourism*, 24(2), 99-119.
- [17] H. R. Kim. (2009). The Suitability of Sports Celebrity Advertisement and Purchase Intention According to Advertisement Attributes. *Journal of the Korean Society of Sports Industry*, 14(3), 177-187.
- [18] Y. J. Kwon, B. S. Hong, S. W. Seo & M. A. Joe. (2009). The Effects of the Attributes of Korean Celebrity Advertising Models on Chinese Consumer's Intention to Purchase Korean Fashion Brands. *Journal of the Korean Society of Clothing and Textiles*, 33(3), 477-488.
- [19] C. K. Kim & H. K. Yoo. (2008). Effects of Entertainment Star Model on the Advertising Effectiveness of the Food Service Bran. *Journal of Hospitality and Tourism Studies*, 30, 18-36.
- [20] G. R. Park & J. J. Park. (2014). The Influence of Flow on the Consumers Mobile Shopping Behaviors Expansion of Technology Acceptance Model. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 16(2), 87-113.
- [21] Y. M. Kim & J. W. Lee. (2004). Effects of Attributes of Celebrity Athlete Endorser on Effectiveness of Advertising According to Information Types. *The Korean Journal of Physical Education*, 43(5), 499-509.
- [22] C. Park. (2008). A Critical Review of Flow Researches in Online Consumer Behavior. *Journal of Consumer Studies*, 19(2), 65-92.
- [23] J. M. Kim. (2017). Analysis of the Influence that the Motive to View Internet Live Broadcast has on the Degree of Satisfaction in Viewing and the Intention to Continue Viewing. *Journal of the Korean Society of Design Culture*, 23(2), 143.

김 종 무(Kim, Jong Moo)

[정회원]



- 2011년 9월 ~ 현재 : 단국대학교 커뮤니케이션학부 부교수
- 관심분야 : 영상제작, 영상미디어, 미디어 융합, 미디어콘텐츠
- E-Mail : isaac55@dankook.ac.kr