

e스포츠 전문화 수준이 플로우(Flow)와 관람민족에 미치는 영향

- LOL을 중심으로 -

김주희

세종대학교 관광대학원

petal512@hanmail.net

Impacts of e-Sports Specialization on Flow Experience and Satisfaction
- The case of League of Legends -

Kim, Joo-Hee

The Graduate School of Tourism Sejong University

요약

본 연구는 아웃도어 레크리에이션 활동에 집중되어 있던 레크리에이션 전문화 이론을 e스포츠에 적용한 점과 e스포츠 흥행을 주도하고 있는 주요 종목인 리그오브레전드를 중심으로 현재의 e스포츠 소비자의 여가 특성에 대한 차이를 통계적으로 유의하게 검증했다는 점에서 의의를 가진다. 향후 연구에서는 다양한 종목에 적용함으로써 연구를 확대하여 일반화시키려는 노력이 필요하며 e스포츠 여가에 대한 양적 연구와 질적 연구 방법의 도입이 필요할 것으로 사료된다.

ABSTRACT

This study has meanings by adapting recreation specialized theory, focusing on outdoor recreation activities, on indoor recreation, e-sports. LoL is leading the e-sports fever now, and this study is targeting its spectators, reflecting and analyzing recent e-sports consumers' leisure feature statistically. For the further research, adapting a theory to various fields to generalize is required. Also, the researches on e-sports leisure need both quantitative and qualitative methods

Keywords : Recreation Specialization(레크리에이션 전문화), Flow(플로우), eSports(이스포츠), Satisfaction(만족), 소비자 특성(Consumer characteristics),

Received: Jan. 10. 2019

Revised: Feb. 08. 2019

Accepted: Feb. 15. 2019

Corresponding Author: Kim, Joo-Hee(Sejong University)

E-mail: petal512@hanmail.net

ISSN: 1598-4540 / eISSN: 2287-8211

© The Korea Game Society. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

높은 수준의 기술능력을 소유한 마니아들의 등장과 동시에 보다 전문화된 여가활동에 대한 관심과 욕구의 증가는 하나의 새로운 여가문화로 자리잡아 보편적 현상으로 발전하였다[1]. 특히, IT 산업의 성장을 발판으로 e스포츠 산업은 전 세계 1억명이 시청하는 세계 최대 규모의 스포츠 이벤트인 '슈퍼볼'과 경쟁하는 수준으로 성장할 것으로 평가받고 있다.¹⁾ 하지만 기존의 관람스포츠에 대한 연구는 4대 프로스포츠인 배구, 농구, 야구, 축구를 중심으로 연구가 진행되었다. 국내 e스포츠가 그만큼 많은 변화를 겪었음에도 이를 반영하지 못했을 뿐만 아니라 e스포츠 관람자의 특성을 살펴본 연구가 미흡하였다. 스포츠 이벤트에 대한 과급효과와 소비자의 미래 소비행동이 스포츠 관람에 대한 결과의 측면임을 감안한다면, 여가활동으로서 관람자의 특성을 이해하는 것이 중요할 것이다[2]. 이에 본 연구는 선행연구의 여가이론을 e스포츠 관람객에게 확장시켜 적용하고 검증함으로써 e스포츠 여가활동을 이해하는데 유용한 자료를 제공할 것으로 기대된다.

2. 이론적 배경

2.1 레크리에이션 전문화 이론

레크리에이션 전문화(recreation specialization)는 미국의 여가 사회학자인 홉스브라이언(Hobson Bryan, 1977)에 의해 처음 제시된 개념으로 263명의 송어 낚시꾼에 대한 심층면접(in-depth interview)과 참여관찰(participant observation)을 통해 고안되었다.

Bryan(1977)은 연구결과를 통해 레크리에이션 전문화를 “스포츠 활동이나 여가활동에 사용되는 장비와 기술에 의하여 일반적인 참여자(The general)에서 특별한 참여자(the particular)로 발전하는 행동의 연속과정”으로 정의하였다. 즉, 초보자에서부터 전문가에 이르기까지 다양한 층의 집단으로 구성되

며 개인이 특정한 단계에 올라감에 따라 전문화된 행동을 보인다는 것이다[3]. 또한 전문화의 다음단계로 진보하게 됨에 따라 참여자들의 동기, 자원선호, 관리실천에 대한 태도, 불만족이나 갈등을 일으키는 요인에 대한 반응이 바뀌게 된다고 주장하였다[4]. 위에서 살펴 본 개념으로 인해 레크리에이션 전문화라는 용어는 보다 적극적인 여가활동의 특성을 규명하는 용어로서 사용되어졌다[5].

Bryan(1977)이 레크리에이션 전문화를 소개한 후, 레크리에이션 전문화의 측정에 있어 다양한 방법들이 시도되어 왔다. 연구초기는 행동 중심의 단일차원으로 연구되던 것이 행동, 심리 두개 차원의 전문화를 주장하던 시기를 거쳐, 현재는 행동적·인지적·정서적 세 개 차원으로 연구되고 있으며[5,6], 많은 연구들이 전문화 개념이 행동적·인지적·정서적 차원으로 구성된 다차원적인 구성개념이라는 점에서 동의하고 있다[3,7,8,9].

다차원적인 구성 개념 중 행동적 차원은 레크리에이션 활동에 대한 경험을 측정하는 것으로 선행 연구들은 경험횟수, 참여빈도, 방문한 장소의 수, 사용한 장비 유형, 구입 및 소유한 장비의 양, 금전적 투자 등의 다양한 행동적 지표들을 적용하였다. 인지적 차원은 개인이 지닌 활동에 대한 지식과 기술 등의 수준을 측정하는 것으로 기술발전 및 지식습득 노력 역시 측정된다[10]. 마지막으로 정서적(심리적) 차원은 인생에 있어서 활동의 중요성과 애착, 몰입을 의미한다.

국내·외 연구에서 레크리에이션의 주제는 아웃도어 레크리에이션 활동에 대한 연구가 대부분이었으나 최근에는 관람활동, 스포츠이벤트, 관광 등으로 다변화 되고 있다[1,11,12]. 이들 연구는 레크리에이션 전문화와 여가학적 변인들과의 인과관계를 분석하여 여가활동 참여자들에 대한 다양한 행동양식과 특성을 분석하였다. 이에 본 연구에서는 e스포츠 참여에 있어 그 활동에 지속적으로 참여하면서 전문화되는 행동을 보이는 것으로 행동적, 인지적, 정서적 차원에서 설명되는 다차원적 개념으로

1) 스포티비뉴스 (2018.12.12.)

정의하고자 한다. 또한, 레크리에이션 측정 방법으로는 Scott, Ditton, Stoll, Eubanks Jr(2005)가 최초로 제시한 측정도구인 자기구분 측정법(self-classification)으로 참가자 본인이 어떠한 전문화 유형에 속하는지 스스로 표기하는 방식을 사용하였다[13]. 탐조객들의 전문화 수준이 동기에 미치는 영향 연구에서 측정도구의 타당성 비교를 위해 기존의 여러 항목을 이용한 ‘다차원 측정방법’과 다차원적 측정에서 사용된 행동적, 인지적, 정서적 차원을 모두 포괄하는 문장을 통해 응답자 본인의 전문화 수준을 평가하는 ‘자기구분 측정법’을 동시에 차용하여 전문화 수준을 측정하였다. 연구 결과 탐조객의 동기를 설명하는데 있어 두 가지 측정방법은 매우 유사한 결과가 나타나 자기구분 측정법의 타당성을 입증하였다. 최근 여러 실증 연구에서 자기구분법의 효용성을 지지하는 결과들이 제시되고 있다[13,15,16].

2.2 플로우(Flow) 이론

플로우(Flow)라는 개념은 “다른 어떤 일에도 관심이 없을 정도로 지금 하고 있는 일에 푹 빠져 있는 상태”로 사회 심리학자인 칙센트미하이(Csikszentmihalyi, 2004)에 의해 처음 제안되었다. 플로우(Flow)는 플로우(Flow)를 일으키는 선행변수와 플로우(Flow) 상태에 나타나는 핵심변수, 플로우(Flow) 경험에 따른 결과 변수들이 다양하게 연결되어 있는 다차원 개념이다[17].

기존 선행연구에 따르면 플로우(Flow)는 13가지 구성요소로 ① 각성(arousal), ② 도전감(challenge), ③ 통제감(control), ④ 탐색적 행동(exploratory behavior), ⑤ 주의집중(focusedattention), ⑥ 관여(involvement), ⑦ 최저 자극수준(Optimal Stimulus Level), ⑧ 즐거움(playfulness), ⑨ 긍정적 감정(positiveaffect), ⑩ 숙련도(skill), ⑪ 시간왜곡(timedistortion), ⑫ 상호작용(interactivity), ⑬ 원거리실재감(telepresence)등으로 이루어져 있다[18]. 이러한 구성 개념들의 일부는 플로우(Flow) 그 자체를 정의하거나 원인변수 또는 경험의 결과로의

플로우(Flow) 상태를 의미하기도 한다[19]. 특히 Csikszentmihalyi는 플로우(Flow)를 발생시키는 생성 요인으로 도전(challenge)과 숙련도(skill)가 균형을 이룰 때, 그 결과로서 플로우(Flow)를 경험한다고 하였다[20].

반면에 플로우(Flow) 선행요인인 도전(challenge)과 숙련도(skill)를 포함하지 않고 플로우(Flow) 상태 요인에 집중한 연구들[21,22,23,24,25,26]은 플로우(Flow)가 향후 만족도 및 충성도와 같은 결과에 긍정적 영향을 미친다는 것을 밝혔다. 따라서 본 연구도 플로우(Flow) 선행 요인인 ‘도전’과 ‘숙련도’에 주목하기보다 e스포츠 경기 관람 ‘플로우(Flow) 상태 요인’에 주목하였다. 위와 같은 선행 연구들을 기초로 본 연구에서는 플로우(Flow) 상태 요인을 즐거움, 주의집중, 시간왜곡 요인에 의해 측정하고자 하였는데 그 이유는 다음과 같다.

첫째, Ghani, Supnick & Rooney(1991)와 Ghani & Deshpande(1994)에 의하면 즐거움과 주의집중은 플로우(Flow) 경험을 대변하는 핵심적인 특징이기 때문이다[27,28]. Csikszentmihalyi(1997)는 한 개인이 주의집중을 할 때 자신의 활동에 대한 플로우(Flow) 경험을 느끼며 이 수준이 높아질수록 즐거움을 경험한다고 하였다. 이에 실제 관람 스포츠와 관련한 플로우(Flow)에 관한 연구[29,30]에서 즐거움과 주의집중을 공통적으로 측정하였다.

둘째, Chen, Wigand, & Nilan(2000)은 웹상에서의 플로우(Flow) 경험에 대한 연구에서 플로우(Flow) 상태에 대한 징후를 즐거움, 시간왜곡 등으로 제시하였는데 게임이라는 콘텐츠를 관람하기 때문에 게임 참여시 빈번히 발생하는 시간 왜곡 변수는 e스포츠 관람의 특성을 잘 대변해주는 변수로 설명할 수 있다[31].

셋째, 플로우(Flow)는 어떤 활동에서도 경험할 수 있는 플로우(Flow)의 특징으로 인해 다양한 분야에 적용이 가능하다[32]. 이에 플로우(Flow)가 반드시 신체적 활동을 통해 능동적 활동을 하는 참여자(행위자)에게만 발생하는 것이 아닌 수동적으로 영화, 미술, 음악, 축제, 스포츠 등을 관람하는

관람자의 차원에서도 플로우를 체험할 수 있다는 다수의 연구[33,34,35,36]를 통해 본 연구는 플로우(Flow) 이론을 e스포츠 관람자에게 적용하였다.

지금까지의 연구들을 보면 국내에서는 플로우(Flow)와 몰입(commitment)을 모두 ‘몰입’으로 번역하여 비슷한 의미로 혼동을 일으키기도 하며 플로우(Flow) 이외에 다른 용어(예:Commitment, involvement, immersion 등) 들을 모두 ‘몰입’으로 해석하여 개념이 혼재되어 사용되고 있다. 이에 본 연구에서는 플로우(Flow)가 가진 의미를 명확하게 전달하고자 한글로 번역하지 않고 ‘플로우(Flow)’라고 표기하여 ‘e스포츠 관람에 빠져들어 다른 것들을 잊고 그 순간을 즐기는 긍정적인 경험’이라고 정의하였다.

2.3 관람 만족

관람 만족은 스포츠 마케팅 개념의 핵심적인 요소로 주목받아왔으며 최근에는 스포츠 관람자의 소비행동을 정확히 이해하고 관련 소비행동을 촉진시키기 위한 연구들이 시도되고 있다[30]. 이에 본 연구에서는 관람만족은 ‘e스포츠 경기 관람을 통하여 얻어지는 주관적인 긍정적 인식 또는 즐거움’로 설명하였다.

3. 연구 모형 및 방법

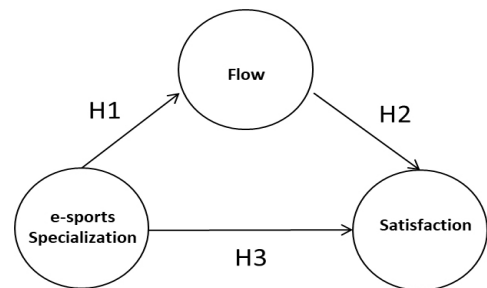
3.1 e스포츠 전문화, 플로우(Flow)와 관람만족의 관계

동일한 여가경험을 가지더라도 여가 참여자는 전문성 수준에 따라 다양한 층의 집단으로 구분할 수 있는데 예를 들어 가끔 참여 하는 초보자 단계, 능력을 입증하고 기술을 개발하는 발전 단계, 높은 수준의 몰입과 지식과 관련된 활동을 갖는 전문화 단계로 나뉠 수 있다[3]. 레크리에이션 전문화 이론을 바탕으로 e스포츠 관람자를 구분하였고 전문화 수준에 따라 참여 동기, 몰입, 만족도 등이 상

이하게 나타난다는 연구결과를 통해 <가설1>를 설정하였다.

플로우(Flow)는 여가활동 참가자의 능력이 활동 수준과 최적 상호작용을 나타낼 경우 주관적인 몰입경험과 함께 활동에 대한 만족감 및 긍정적인 정서를 수반한다[37]. 선행연구를 살펴보면 직접 여가활동에 참여하는 참가자를 대상으로 능동적인 신체활동 외에도 축제[33], 전시[38], 스포츠 이벤트[29,30], 뮤지컬[39] 등의 관람을 통해 느끼는 최적의 경험 상태인 플로우(Flow)가 관람만족에 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 제시하였다. 이에 <가설 2>를 설정하였다.

마지막으로 전문화 수준에 따라 다양한 축제/이벤트 참가자들의 동기와 만족에 차이가 있다는 선행연구[40]를 통해 e스포츠 관람 만족도 역시 전문화 수준에 따라 상이할 것으로 유추할 수 있다. 본 연구의 관람만족이라는 결과 변수는 관람객의 개인의 경험과 감정에 따라 나타나는 주관적인 감정인 점에서 e스포츠 전문화와 플로우(Flow)라는 변수와 밀접한 관련이 있을 것으로 예상 할 수 있다. 이에 본 연구에서는 관람만족은 ‘e스포츠 경기 관람을 통하여 얻어지는 주관적인 긍정적 인식 또는 즐거움’로 설명하였고 <가설3>을 설정하였다. 결론적으로 본 연구에서 조사의 대상인 e스포츠 관람객이 실제 e스포츠를 즐기는 소비자이기 때문에 e스포츠 전문화는 관람하는 경기의 플로우(Flow)와 관람만족 정도에 영향을 미칠 것이라는 가정을 할 수 있다. 본 연구의 연구모형은 [Fig.1]과 같다.



[Fig. 1] Research model

3.2 표본의 설정과 조사방법

연구에 표본에서는 연구의 대상인 모집단을 리그 오브 레전드 챔피언스(이하 롤챔스) 코리아 스프링 2016 결승전 관람자들로 선정하고 2016년 4월 23일 서울 올림픽 체조 경기장에 결승전을 관람하러 방문한 관람자들을 대상으로 표본을 추출하여 본 조사를 실시하였다. 설문 내용에 대한 사전 지식을 가지고 있는 3명의 사람들이 설문을 도와주었으며 응답자가 질문할 경우 충분히 설명할 수 있도록 사전에 교육하였다. 총 400부를 배부하여 불성실하다고 판단되거나 설문지 내용의 일부가 누락된 28부를 제외한 372부의 설문지가 실제분석에 사용되었다. 수집된 자료는 SPSS.18.0을 활용하여 응답자의 일반적 특성은 빈도분석을, 전문화에 따른 특성은 차이분석을, 연구 가설의 검정은 주성분 분석, 신뢰도 분석, 일원변량분석 및 회귀분석을 실시하였다.

3.3 측정도구의 구성

본 연구의 각 변수별 측정항목은 선행연구를 바탕으로 e스포츠 전문화, 플로우(Flow), 관람만족도, 관람자 참여 특성, 인구통계학적 특성 등 5개 부분으로 구성하였다. Part I은 e스포츠 여가에 대한 개인의 특성에 관한 항목이다. 세부적으로는 평소 선호하는 게임장르, e스포츠 참여 빈도, 참여시간, 참여기간, 참여비용, e스포츠 관람 참여기간, e스포츠 중계 관람 시간, 관람 동기, e스포츠 함께 하는 유형, 경기장 방문 빈도, LOL 게임 레벨 등급과 이용경력 등의 내용으로 구성되어 있으며 총 14개의 문항은 선행연구[41]를 참고하여 명목척도를 사용하였다. Part II은 e스포츠 전문화에 대한 3문항으로 응답자 본인이 해당되는 유형에 스스로 체크하는 자기구분 측정법[13,16]을 차용하여 본 연구에 맞게 수정한 후 사용하였다. Part III은 e스포츠 관람객의 플로우(Flow)를 측정하기 위해 선행연구[23,42]로부터 즐거움, 주의집중, 시간왜곡 항목을 선택하여 총 12개 문항으로 리커트 5점 척도로 측

정하였다. Part IV은 e스포츠 경기에 대한 전반적인 만족도 지표[43]를 차용하여 5문항으로 구성하였다. Part V는 e스포츠 관람객의 인구 통계적 특성인 일반특성(예: 성별, 연령, 결혼 여부, 거주지, 최종 학력, 직업, 월 평균 수입, 동반자 유형, 동반자 수 등)에 관한 부분으로 총 12개 문항은 명목척도를 사용하여 측정하였다.

4. 분석 결과

4.1 인구통계학적 특성

본 조사의 응답자는 남성(213명)이 여성(159명)보다 많은 것으로 나타났다. 연령별로는 20대가 291명으로 가장 많은 것으로 나타났다. 관람객 중 108명(29%)은 혼자관람을 하였고 나머지 264명(70.9%)은 친구/연인(59.4%), 가족/친척(6.5%), 동호회/모임(3.8%), 직장동료(1.3%)과 함께 동반하였다. 방문횟수로는 처음이 217명(58.3%), 재방문이 155명(41.7%)으로 나타났다.

4.2. 전문화에 따른 집단 분류 및 특성

참가자 본인이 어떠한 전문화 유형에 속하는지 스스로 표기하는 방식으로 초보 수준에 해당하는 입문자, 중급 수준에 해당하는 매니아, 고급 수준에 해당하는 전문가 집단으로 구분하였다. 응답자의 가장 높은 비율을 차지하고 있는 매니아는 201명(54.0%)이었고, 전문가가 95명(25.5%), 입문자가 76명(20.4%)로 가장 낮은 비율로 나타났다.

입문자 분류 설문내용은 “일반적으로 e스포츠 참여시 계획을 세우지 않고 우발적으로 하며, e스포츠 관련 잡지나 기사를 가끔 찾아본다. e스포츠를 아직 즐기지 못하고, 꾸준히 지속할 계획이 없으며 e스포츠는 나에게 있어 중요하지 않다.”로써 이에 대한 비율은 76명(20.4%)로 가장 낮았다. 매니아 분류 설문내용은 “일반적으로 e스포츠를 자주 참여하는 편이기는 하나, e스포츠 커뮤니티에 속해 있지는 않다. e스포츠 관련 소식에 흥미가 있어 정

[Table 1] Classification and characteristics according to specialization

Division		Average by group			X2 (p)	C
		Beginner n(%)	Intermediate n(%)	Advanced n(%)		
Average Play Time	Less than 1 hour	11.8	17(9.3)	24(28.9)	29.216 (.000)	.284
	Less than 1 hour- 2 hours	15(22.1)	52(28.6)	31(37.3)		
	Less than 2 hour- 3hours	33(48.5)	75(41.2)	18(21.7)		
	More than 3 hours	12(17.6)	38(20.9)	10(12)		
	Vertical Total	68(100)	182(100)	83(100)		
Weekly average viewing time	Less than 1 hour	3(3.9)	26(12.9)	37(38.9)	64.556 (.000)	.385
	Less than 1 hour- 3 hours	21(27.6)	81(40.3)	41(43.2)		
	Less than 3 hour- 5 hours	26(34.2)	41(20.4)	6(6.3)		
	More than 5 hours	26(34.2)	53(26.4)	11(11.6)		
	Vertical Total	76(100)	201(100)	95(100)		
Participation Motivation	Attractiveness of the game	15(19.7)	75(37.3)	40(42.1)	64.914 (.000)	.385
	Acquire game information	5(6.6)	19(9.5)	26(27.4)		
	Have a cheering team	34(44.7)	43(21.4)	7 (7.4)		
	Like a professional gamer	12(15.8)	37(18.4)	3 (3.2)		
	Relieve stress	10(13.2)	27(13.4)	19 (20)		
	Vertical Total	76(100)	201(100)	95(100)		
Tear	bronze	21(29.6)	34(18)	7(10)	19.508 (.034)	.034
	silver	14(19.7)	34(18)	16(22.9)		
	Gold	15(21.1)	47(24.9)	16(22.9)		
	Platinum	11(15.5)	29(15.3)	15(21.4)		
	More than diamond	3(4.2)	21(11.1)	13(18.6)		
	No level	7(9.9)	24(12.7)	3(4.3)		
	Vertical Total	71(100)	189(100)	70(100)		
Average stadium visit frequency per month	Less than 1 time	20 (26.3)	107 (53.2)	90 (94.7)	104.461 (.000)	.468
	1-2 times	18 (23.7)	55 (27.4)	5 (5.3)		
	3-4 times	6 (7.9)	10 (5.0)	0		
	More than 5 times	32 (42.1)	29 (14.4)	0		
	Vertical Total	76(100)	201(100)	95(100)		
Companion type	friend	43(63.2)	146(80.2)	58(69.9)	26.025 (.000)	.269
	Family /Couple/Work colleagues	3(4.4)	10(5.5)	8(9.6)		
	Online community	13(19.1)	6(3.3)	3(3.6)		
	Alone	9(13.2)	20(11)	14(16.9)		
	Vertical Total	68(100)	182(100)	83(100)		

* p<.05

기적으로 잡지나 기사를 찾아본다. 관람 활동을 좋아하는 편은 아니지만, e스포츠 관람은 좋아하는 편이며 관람한 경기에 대해 분석하는 경향이 있다.”로써 201명(54.0%)이 해당되었으며 응답자

의 가장 높은 비율을 차지하였다. 전문가 분류 설문 내용은 “e스포츠에 대해서 뚜렷한 전문화된 지식을 보유하고 있고 e스포츠 관련 커뮤니티에 소속되어 있다. 또한, 거의 매일 게임 뉴스

[Table 2] Validity and reliability

Variable	Question	factor loading	Eigen Value
Flow	playfulness	I had a good time.	.841
		I felt it was fun.	.828
		I felt free.	.749
	focusedattention	I felt a different feeling.	.729
		I fell in love with the game.	.730
		I focused my attention on e-sports(LOL).	.666
		I was immersed in the game itself.	.652
	timedistortion	During the game, I was not concerned about anything without the game.	.601
		I tend to forget the flow of time	.874
I forgot to watch the clock.		.671	
I felt the time flowed very quickly.		-	
	I would forget about my work.	-	
total cumulative: 76.221%			3.442 (34.416)
KMO: 0.922 , Bartlett's Test of Sphericity : X ² = 2455.441 (P=0.000)			
Variable	Question	factor loading	Eigen Value
Satisfaction of viewing	I am generally satisfied with watching esports games.	.841	3.442 (34.416)
	There were many unique and special moments.	.828	
	Watching e-sports games has a special meaning to me.	.749	
	It is worth the money I paid.	.729	
	I was more positive about e-sports with this game		
total cumulative: 77.372%			1.878 (18.780)
KMO: 0.892 ,Bartlett's Test of Sphericity : X ² = 1411.635 (P=0.000)			

를 볼 뿐만 아니라 e스포츠 경기를 관람하기 위해서라면 기꺼이 참여하고, 경기 전략을 잘 이해하는 편이다. e스포츠 활동을 위한 아이템 구입 및 장비(키보드, 마우스 등) 등의 구입이 늘어나고 있으며 e스포츠는 나의 삶에 있어서 매우 중요하다.” 로써 이에 대한 비율은 95명(25.5%)이었다. 또한, 세 집단 간 빈도분포를 비교하기 위한 분석으로 변수들 간의 독립성과 관련성을 검정한 카이제곱 결과는 [Table 1]과 같다. 분석 결과, 여가 특성에는 e스포츠 참여시간, e스포츠 함께 즐기는 유형, 중계 관람 시간, 관람동기, LOL 티어, 경기장 방문 빈도 등에서 통계적 유의도(p<.05)를 만족하여 세 집단의 분포의 차이가 있는 것으로 밝혀졌다.

4.3. 측정도구의 타당도와 신뢰도

본 연구의 대상인 e스포츠 관람객들의 플로우(Flow) 경험을 측정하기 위한 측정 항목의 요인분석과 신뢰도 검증 결과는 [Table 2]와 같다. 12개 항목으로 구성된 플로우(Flow) 측정항목의 요인분석 결과 요인적재량이 낮은 두 개의 항목인 9번, 11번 항목을 제거하고 총 3개의 요인을 도출하였다. 추출된 요인은 3개이며 즐거움, 주의집중, 시간왜곡으로 명명하고 신뢰도 분석을 실시하였다. 추출된 요인은 3개이며 즐거움, 주의집중, 시간왜곡으로 명명하고 신뢰도 분석을 실시하였다.

요인1(즐거움)의 분산설명비율은 34.416%였으며, 구성항목들 간의 신뢰도 계수(Cronbach's Alpha)는 0.894로 높게 나타났다. 요인2(주의집중)의 분산 설명비율은 23.025%였으며, 구성항목들 간의 신뢰

도 계수(Cronbach's Alpha)는 0.861로 높게 나타났다. 요인3(시간왜곡)의 분산설명 비율은 18.780%였으며, 구성항목들 간의 신뢰도 계수(Cronbach's Alpha)는 0.716으로 높게 나타났다.

3개 요인에 의해 설명되는 플로우(Flow)는 총 분산은 76.221%로 분석되었다. 분석결과 본 연구의 KMO값은 1.0에 가까운 0.922로 설명력이 좋게 나타났고, Bartlett의 구형성 검정값은 2455.441 ($P<.000$)로 유의하게 나타나 결론적으로 요인분석에 이용된 표본들과 상관행렬이 적합한 것으로 검증되었다. 본 연구에서 e스포츠 경기 관람만족도를 측정하기 위한 5개 항목에 대해 베리맥스 회전법을 이용해 주성분 분석을 실시하였다. 신뢰도 계수는 일반적으로 요구되어지는 신뢰성 수준인 0.6보다 높은 0.927이었으며 항목간의 내적 일관성을 유지하고 있는 것으로 나타났다. 모형의 적합도인 KMO 값은 0.892, Bartlett의 구형성 검증 값은 1411.635($p<.000$)로 분석에 적합한 것으로 나타나 측정 문항의 타당성과 신뢰성을 검증하였다.

4.4 가설검증

4.4.1 e스포츠 전문화에 따른 플로우(Flow) 차이

본 연구에서는 플로우(Flow)의 하위 요인인 즐거움, 주의집중, 시간왜곡이 e스포츠 전문화 수준에 따라 차이를 검증하기 위하여 일원변량분석(one-way ANOVA)을 실시하였다. 분석결과 즐거움, 주의집중, 시간왜곡의 유의확률은 모두 .000의 수치를 보여 평균차이가 있음을 확인 할 수 있다([Table 3]참고). e스포츠 전문화 수준에 따라 가장 많이 경험한 플로우(Flow) 요인은 즐거움으로 나타났다. 주의집중의 경우, 입문자와 전문가를 비교했을 때 평균차이가 가장 크게 났다. 사후분석결과 세 집단 간 즐거움과 주의집중의 평균값은 차이가 있는 것을 알 수 있다(평균: 전문가>매니아>입문자).반면에 시간왜곡의 경우, 플로우(Flow) 요인 중 평균이 가장 낮은 요인으로써 입문자(3.17)와 매니아(3.21) 간 평균차이가 거의 없었으나 전

문가(3.74)가 입문자와 매니아에 비해 시간 왜곡을 더 크게 느꼈다($p<.001$). 결론적으로 전문가가 입문자와 매니아에 비해 즐거움, 주의집중, 시간왜곡 등을 모두 크게 느끼는 것으로 e스포츠 전문화 수준이 높을수록 플로우(Flow)를 크게 경험하였다. 따라서 가설 1은 채택되었다.

[Table 3] Difference in flow according to specialization level

Variable	N	M	SD	F/ p-value	Scheffe	
1	①	76	3.5230	.80744	22.528 ***	①<②<③
	②	201	3.8993	.85190		
	③	95	4.3500	.71217		
2	①	76	3.3125	.78647	28.893* **	①<②<③
	②	201	3.7301	.84608		
	③	95	4.2474	.74510		
3	①	76	3.1776	.87827	12.919* **	①,②<③
	②	201	3.2139	.88826		
	③	95	3.7421	.91053		

*** $p<.001$

1. playfulness, 2. focused attention, 3. time distortion

4.4.2 플로우(Flow)와 관람만족의 관계

플로우(Flow)의 세 가지 하위요인(즐거움, 주의집중, 시간왜곡)들이 관람만족에 어떠한 영향을 미치고 있는가를 규명하기 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실행하였으며 결과는 [Table 4]와 같다.

플로우(Flow)의 하위 요인 중 즐거움($t=6.057$, $p<.001$)과 주의집중($t=2.945$, $p<.01$) 요인이 관람만족에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며($F=61.684$, $p=.000$), 시간왜곡은 관람만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 회귀식에 대한 $R^2=.335$ 으로 33.5%의 설명력을 보이고 있으며 Durbin-Watson는 1.565로 잔차들 간에 상관관계가 없어 회귀모형이 적합한 것으로 나타나고 있다. 또한 관람만족에 영향을 미치는 하위요인의 중요도를 판단하기 위해 표준화 계수 β 값을 비교한 결과

즐거움($\beta=.417$)이 주의집중 ($\beta=.223$)보다 관람만족에 더 강한 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 즉, 플로우(Flow)는 관람만족에 유의한 정(+)^의 영향을 미친다는 가설2은 부분적으로 채택 되었다.

[Table 4] Relationship between flow and viewing satisfaction

DV	IV	SE	β	t	p-value	Tolerance
4.	(Constant)	.215		3.760	.000	
	playfulness	.082	.417	6.057	.000***	.381
	focused attention	.089	.223	2.945	.003**	.315
	time distortion	.062	-.051	-.903	.367	.573

p<.01, *p<.001

4. Satisfaction of viewing

4.4.3 e스포츠 전문화와 관람만족 차이

가설3을 검증하기 위하여 일원변량분석(one-way ANOVA)과 Scheffe 방법을 이용해 e스포츠 전문화 수준에 따른 관람만족의 차이를 살펴보았다. [Table 5]와 같이 관람만족은 관람객의 e스포츠 전문화 수준에 따라 유의한 차이를 보이는 것으로 나타났다. 높은 전문화 수준을 가진 전문가의 경우에 만족도 평균(4.18)이 가장 높게 나타났고, 중간 전문화 수준인 매니아와 낮은 전문화 수준인 입문자의 경우에는 각각 평균 3.51, 2.97로 낮게 나타났다. 전문화수준에 따른 집단 간 .001 수준에서 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며 (F=36.170, p=.000), 사후분석 결과 전문화 수준에 따른 모든 집단 간 차이가 나타났다(평균: 전문가>매니아>입문자). 결론적으로 전문화 수준이 높은 집단일수록 만족도가 높게 작용되었으며 e스포츠 전문화 수준에 따라 만족도가 다르게 나타날 것이라는 가설3이 채택되었다.

[Table 5] Difference in viewing satisfaction according to specialization level

Variable	N	M	SD	F/p-value	Scheffe	
4.	①	76	2.97	.949	36.170/ 0.000***	①<②<③
	②	201	3.51	.980		
	③	95	4.18	.825		
	Total	372	3.57	1.021		

***p<.001

5. 결론

본 연구는 e스포츠 전문화에 따라 입문자, 매니아, 전문가로 관람객 유형을 세분화하였다. e스포츠 전문화에 따라 플로우(Flow), 관람만족, 인구통계학적 및 여가 특성 차이를 분석한 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, e스포츠 전문화 수준이 높은 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 플로우(Flow)와 관람만족에서 높은 평균을 나타냈다. 둘째, 플로우(Flow)의 하위요인인 즐거움과 주의집중은 관람만족에 정적(+)^의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 플로우(Flow)는 관람만족에 직접적인 영향을 주므로 여가활동에 참여함에 있어 플로우(Flow)를 경험하는 것은 매우 중요하다. 특히, 플로우(Flow)는 지금까지 컴퓨터, 취미 및 스포츠 등 다양한 분야에서 연구되어왔다. 이용균과 양춘호(2009)는 스포츠 웹사이트 방문자의 플로우(Flow)가 웹사이트 만족에 영향을 주었으며[44], 김주영과 지주은(2008)도 뮤지컬 관객이 지각하는 플로우(Flow)가 만족도에 영향을 미친다고 하여 이 연구의 결과를 지지하고 있다[39]. 또한, 스포츠를 관람하는 여가활동에서 플로우(Flow)가 관람만족도에 긍정적인 영향을 미친다는 결과는 다수의 선행연구들[20,30]과 일치하는 것으로 나타났다. 셋째, e스포츠 전문화 단계에 따라 구분되는 각 단계의 참여자들은 인구통계학적 및 e스포츠 여가 참여에 있어 차이가 있었다. e스포츠 특징상 참여 연령이 낮기 때문에 전문화 수준이 높을수록 연령과 월 평균 가계소득이 높다는 기존의 선행연구와 반대의 결과가 나타났다. 또한, e스포츠 전문화 수준이 낮은 입문자가

전문화 수준이 높은 전문가에 비해 평소 e스포츠 참여시간, e스포츠 중계 시청 시간, 경기장 방문 빈도가 많았다.

이에 본 연구는 다음과 같은 이론적, 실무적 의의를 가진다고 볼 수 있다. 첫째, 현재까지 미미하게 이루어지고 있는 e스포츠에 대한 연구라는 점이다. 국내외에서 e스포츠에 대한 수요와 관심이 증가하고 있기 때문에 현재의 e스포츠 소비자를 파악할 수 있는 새로운 연구라는 점에서 의의를 찾을 수 있다. 둘째, 직접 참여하는 능동적인 참여에 초점을 맞춘 것에서 벗어나 간접적인 참여, 즉 스포츠를 관람하는 수동적 참여활동에서도 플로우(Flow)가 발생할 수 있다는 실증적 결과를 얻은 점이다. 기존 관람만족과 관련한 선행 연구들은 대부분 접근 용이성, 관람 비용, 시설 등과 같은 경기 외적 요소에 의한 만족도를 측정하는데 치우쳐 있으나 본 연구에서는 내적 요소에 의한 관람객의 행동 과정을 규명함으로써 관람자의 행동을 이해한다는 면에서 의의가 있다. 셋째, 연구결과 게임 콘텐츠를 e스포츠 리그로 운영하고자 기업은 전문화 수준이 낮은 대상을 타겟으로 마케팅을 펼쳐 인지도 확산 및 리그 활성화에 집중해야 한다는 실무적 시사점을 제시할 수 있다. 또한 실제 게임을 해본 적은 있지만 LOL 티어가 없다는 응답도 입문자(9.9%), 매니아(12.7%), 전문가(4.3%)로 나타났고, 입문자의 관람동기로는 응원하는 팀이 있어서라는 응답이 높았다. 이러한 결과는 보는 재미를 향상시킬 수 있는 방법들을 모색하여 e스포츠를 직접 하지 않던 관객도 해당 게임에 관심을 갖고 직접 할 수 있도록 해야 한다는 것을 알 수 있다. 본 연구를 수행하면서 나타난 한계점은 다음과 같다. 첫째, 특정 종목을 관람한 관객만을 대상으로 조사하여 연구 결과를 일반화 하는데 단점으로 작용할 수 있을 것이다. 둘째, 경기 관람에 대한 결과를 측정해야 되기 때문에 경기종료 이후에 설문을 시행하면서 발생한 문제점이다. 경기 종료 이후에 설문조사가 진행되었기 때문에 시간적 여유가 부족하여 불성실하게 응답한 설문 응답자가 있었다. 따라서

향후 연구에서는 다양한 종목으로 확대된 연구가 시도되어야 할 것이며 프로리그 뿐만 아니라 아마추어, 직장인 대회 등 각종 e스포츠 대회를 대상으로 양적 연구와 심층 인터뷰 등의 질적 연구 방법의 도입이 필요할 것이라 사료된다.

REFERENCES

- [1] Dong Hwan Kim·Bo Hyeon Park · Yeon Ju Lee, "The Effect of sport enjoyment on recreation specialization of advanced Level of snow sport participants", *Journal of Leisure and Recreation Studies*, Vol.34, No.2, pp105-114, 2010.
- [2] Kil, Ki-Yon·Choi, Il-Sun·Kim, Ga-Yoon, "The Influence of Recreation Specialization of F1 Spectators on Leisure Commitment and Satisfaction", *Journal of Tourism & Leisure Research*, Vol.26, No.2, pp 319-336, 2014.
- [3] Bryan, "Leisure value systems and recreational specialization: The case of trout fishermen", *Journal of leisure research*, Vol.9, No.3, pp174-187, 1977.
- [4] Hyun Jung Kim·Kwang Min Yoo · Nam Jo Kim, "The Relationship between Campers' Specialization and Pro-Environmental Behaviour", *Journal of Tourism Sciences*, Vol.38, No.7, pp13-33, 2014.
- [5] Mun-Jin lee·Yeon-ju lee, "Tendency and Future Study of Recreation Specialization Research", *The Korea Contents Society*, Vol.10, No.11, pp403-413, 2010.
- [6] Lee, J.H., & Scott, D, "Measuring birding specialization: confirmatory factor analysis. *Leisure sciences*", Vol.26, No.3, pp245-260, 2004.
- [7] Kuentzel, W.F., & McDonald, C.D. "Differential effects of past experience, commitment, and lifestyle dimensions on river use specialization", *Journal of Leisure Research*, Vol.24, No.3, pp269-286, 1992.
- [8] McFARLANE, B. L, "Recreation specialization and site choice among vehicle-based campers", *Leisure Sciences*, Vol.26, No.3, pp309-322, 2004.
- [9] Song, Young-Min, "The Meanings of Leisure

- Constraints and Facilitators in Recreational Specialization : A Content Analysis of Specialized Anglers' Interviews on F-TV", *Journal of Tourism Sciences*, Vol.34, No.3, pp237-260,2010.
- [10] Scott, D., & Shafer, C. S, "Recreational specialization: A critical look at the construct", *Journal of Leisure Research*, Vol.33, No.3, pp319-343, 2001.
- [11] Ahn, Bum-Yong," Difference in Motivations of Play Audiences Segmented by the Level of Specialization on Play",*Journal of Tourism Studies*,Vol.24, No.4, pp137-157, 2012
- [12] Kerstetter, D. L., Confer, J. J., &Graefe, A. R, "An exploration of the specialization concept within the context of heritage tourism", *Journal of Travel Research*, Vol.39, No.3, pp267-274, 2001.
- [13] Scott,D., Ditton,R. B.,Stoll, J.R.,&Eubanks Jr, T.L,"Measuring specialization among birders: Utility of a self-classification measure", *Human Dimensions of Wldlife*, Vol.10, No.1, pp53-74, 2005.
- [14] Kerins, A. J., Scott, D., & Shafer, C. S, "Evaluating the efficacy of a self-classification measure of recreation specialization in the context of ultimate frisbee", *Journal of Park and Recreation Administration*, Vol.25, No.3, PP1-22, 2007.
- [15] Sorice, M. G., Oh, C. O., & Ditton, R. B, "Exploring level of support for management restrictions using a self-classification measure of recreation specialization", *Leisure sciences*, Vol.31, No.2, pp107-123, 2009.
- [16] Young Ran Lee · Hyoung Gon Kim ·Chi Ok Oh,"Differences of Perceived Constraints and Negotiation Strategies by the Level of Camping Specialization", *Journal of Tourism Sciences*, Vol.37, No.2, pp213-232,2013.
- [17] Cheol Park, "A Critical Review of Flow Researches in Online Consumer Behavior", *Journal of Consumer Studies*, Vol.19, No.2, pp65-92,2008.
- [18] Lee, T. H., & Yoo, J. K, "A study on flow experience structures: Enhancement or death, prospects for the Korean wave", *Journal of Travel &Tourism Marketing*, VoL.28, No.4, pp423-431,2011.
- [19] Yu Li·Shin SeonJin·So Soon Hoo, "Factors that Influence the Flow, User Satisfaction and Continuous Intention to Use in the e-Learning System Context", *The Academy of Customer Satisfaction Management*,Vol.9, No.2, pp81-96, 2007.
- [20] chung K.Kim·Seung Bae Park ·Kyu Han Kim, "The Effect of Marketing Activities, Social Interactivity, Flow on Online Game Loyalty and Word of Mouth: - On the Role of Brand Attractiveness and Brand Identification as a Mediating Variables-", *Korea Marketing Review*, Vol.18, No.3, pp93-120, 2003.
- [21] Trevino, L. K., & Webster, J, "Flow in computer-mediated communication electronic mail and voice mail evaluation and impacts. *Communication research*", Vol.19,No.5, pp 539-573, 1992.
- [22] Webster,J.,Trevino, L.K.,&Ryan,L, "The dimensionality and correlates of flow in human-computer interactions," *Computers in human behavior*, Vol.9, No.4,pp411-426,1993.
- [23] Chou, T. J., &Ting, C. C, "The role of flow experience in cyber-game addiction", *yberPsychology &Behavior*, Vol.6, No.6, pp663-675, 2003.
- [24] Hsu, C. L., & Lu, H. P, "Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience", *Information & management*, Vol.41, No.7, pp853-868, 2004.
- [25] McGinnis, L.P.,Gentry, J. W., & Gao, T, "The impact of flow and communitas on enduring involvement in extended service encounters", *Journal of Service Research*, Vol.11, No.1, pp74-90, 2008.
- [26] SM Yoon, HJ Jung, "Structural relationships among constructs of flow experience, satisfaction, and behavioral intention - Focused on visitors of temple stay", *Korean Journal of Tourism Research*,Vol.25,No.6, pp227-246, 2012.
- [27] Ghani, J.A., Supnick,R.,& Rooney,P, "The Experience Of Flow In Computer-Mediated And In Face-To-Face Groups", In *ICIS*,Vol.91, pp229-237, 1991.
- [28] Ghani, J. A., & Deshpande, S. P, "Task characteristics and the experience of optimal flow in human-computer interaction", *The Journal of psychology*, Vol.128. No.4, pp381-391, 1994.

- [29] Kim Min-cheol, "Analysis of relations among flow, viewing satisfaction and intention to revisit that were perceived by professional baseball spectators.", *The Korean Journal of Physical Education*, Vol.50. No.4, pp213-223, 2011.
- [30] Jong Back Kim · Jae Hyun Ha, "The Influence of Flow Experience of Professional Baseball Spectators on Exploratory Behavior, Spectating Satisfaction, Team Loyalty and Revisit Intention.", *Korean Journal of Sport Science*, Vol.24, No.1, pp116-134, 2013.
- [31] Chen, H., Wigand, R. T., & Nilan, M, "Exploring web users' optimal flow experiences.", *Information Technology & People*, Vol.13, No.4, pp263-281, 2000.
- [32] Hee Jeong Hwang · Il Sun Choi, " What is the reason for participating leisure?: Focused on Flow, Perceived Value, and loyalty", *Journal of Tourism & Leisure Research*, Vol.27, No.1, pp253-270, 2015.
- [33] Kyung Wan Hong · Won In Kim · In Ho Kang, "Flow in Art Festival: Intrinsic Motivation, Flow, Revisit Intention", *International Journal of Tourism Management and Sciences*, Vol.22, No.1, pp115-131, 2007.
- [34] Park, Jiyon · Han, Beom-soo, "The Structural Modeling of Satisfaction and Flow Experiences for Resort Hotel Guests: An Approach based on Psychographics", *Journal of Tourism and Leisure Research*, Vol.20, No. 4, pp7-25, 2008.
- [35] Sang Il Park, "Structural Relationship among Flow Experience, Leisure Satisfaction and Psychological Happiness for Pro Sports Fan", *Korean Journal of Leisure, Recreation & Park*, Vol.28, No.4, pp101-112, 2014.
- [36] Yu An Lee · In Sin Kim, "The Effects of Customers' Consumption Value on the Flow and Convention Loyalty -Focused on G-Star Visitors-" *Journal of Tourism Studies*, Vol.27, No.1, pp23-48, 2015.
- [37] Csikszentmihalyi, M. *Beyond boredom and anxiety*. SF: Jossey-Bass, 1975
- [38] Ik Joon Chung, "study on possible effects of flow experience of museum visitors on their satisfaction", *The Society of Practice Folkloristics*, Vol.12, pp331-352, 2008.
- [39] Kim, So-young · Jee, Ju Eun, "study on the Structural Model of Flow Experience Among Musical Audience, Review f Culture and Economy, Vol.12, No.2, pp 87-114, 2008.
- [40] BURR, S. W., & SCOTT, D, "Application of the recreational specialization framework to understanding visitors to the Great Salt Lake Bird Festival", *Event Management*, Vol.9, No.1-2, pp27-37, 2004.
- [41] Hyun-Uk Park, "Relationship among adolescents' characteristics of e-sports participation, sports attitude and sports participation", *The Korean Journal of Physical Education*, Vol.49, No.2, pp357-367, 2010.
- [42] Novak, T. P., Hoffman, D.L., & Yung, Y. F, "Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach", *Marketing science*, Vol.19, No.1, pp22-42, 2000.
- [43] Arnould, E.J., & Price, L.L., "River magic: Extraordinary experience and the extended service encounter", *Journal of consumer Research*, Vol.20, No.1, pp24-45, 1993.
- [44] Yong Kyun Lee · Chun Ho Yang, "A Study on the Revisitation Intentions Affected by Flow Experience Via the Information Quality and the Service Quality of Sport Websites", *Journal of Sport and Leisure Studies*, Vol.37, No.1, pp177-188, 2009.



김 주 희 (Kim, Joo hee)

약 력 : 2013-2016 세종대학교 관광대학원 석사
2018- 스코넥엔터테인먼트

관심분야 : e스포츠, 마케팅, 엔터테인먼트