



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

체 육 학 석 사 학 위 논 문

e스포츠 참여동기가 충성도에  
미치는 영향 :  
장르의 조절효과를 중심으로



2023년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

체 육 학 과

김 진 재

체 육 학 석 사 학 위 논 문

e스포츠 참여동기가 충성도에  
미치는 영향 :  
장르의 조절효과를 중심으로

지도교수 김 대 환

이 논문을 체육학석사 학위논문으로 제출함.

2023년 8월

부 경 대 학 교 대 학 원

체 육 학 과

김 진 재

김진재

김진재의 체육학 석사 학위논문을 인준함.

2023년 8월 18일



위원장 법학박사 김대희 (인)

위원 철학박사 서재철 (인)

위원 체육학박사 김대환 (인)

# 목 차

목차 .....	i , ii , iii
표 목차 .....	iv
그림 목차 .....	v
Abstract .....	vi , vii
<b>I. 서 론 .....</b>	<b>1</b>
1. 연구의 필요성 .....	1
2. 연구의 목적 .....	4
3. 연구 가설 .....	5
4. 연구의 제한점 .....	9
5. 용어의 정의 .....	9
<b>II. 이론적 배경 .....</b>	<b>14</b>
1. e스포츠 선행연구 고찰 .....	14
가. e스포츠 .....	14
2. e스포츠 참여동기 선행연구 고찰 .....	15
가. 동기 .....	15
나. e스포츠 참여동기 .....	18

3. 충성도 선행연구 고찰 .....	26
<b>III. 연구방법 .....</b>	<b>29</b>
1. 연구대상 및 표집방법 .....	30
2. 조사도구 .....	31
가. 개념의 측정도구 .....	31
나. 설문지의 구성 .....	33
3. 자료 처리 및 분석 .....	33
<b>IV. 연구결과 .....</b>	<b>35</b>
1. 자료의 일반적 특성 .....	35
가. 기술 통계값과 분포의 정규성 .....	35
2. 개념의 신뢰도와 타당도 검증 .....	37
가. 확인적 요인분석 결과 .....	37
3. 구조방정식모형분석 .....	42
4. 측정 동일성 검증 .....	44
5. 다집단구조방정식모형분석 .....	47
6. 가설 검증 .....	55
<b>V. 논의 .....</b>	<b>58</b>
1. 오락성, 심미성, 사회성, 조작성, 도전성, 일상탈출, 경쟁성, 충성도 의 구조적 관계 .....	58
2. e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향에 대한 장르의 조절효과 .....	60

VI. 결론 및 제언 ..... 63

    1. 결론 ..... 63

    2. 제언 ..... 64

참고문헌 ..... 66

부록 ..... 81



## 표 목차

표 1. 연구 참여자의 인구통계학적 특성 .....	30
표 2. e스포츠 참여동기 측정을 위한 설문문항 .....	32
표 3. 충성도 측정을 위한 설문문항 .....	33
표 4. 기술통계값과 분포의 정규성 .....	36
표 5. 다변량 왜도 검증결과 .....	36
표 6. 다변량 첨도 검증결과 .....	36
표 7. 확인적 요인분석 적합도 검증결과 .....	37
표 8. 확인적 요인분석 수렴타당도 검증결과 .....	40
표 9. 확인적 요인분석 판별타당도 검증결과 .....	41
표 10. 구조방정식 모델 적합도 검증결과 .....	42



## 그림 목차

그림 1. 연구 이론적 모형 .....	13
그림 2. 확인적 요인분석 결과 .....	39
그림 3. 구조방정식모형분석 .....	43
그림 4. 형태 동일성 검증 .....	45
그림 5. 측정단위 동일성 검증 .....	46
그림 6. Model 4 .....	48
그림 7. Model 5 .....	49
그림 8. Model 6 .....	50
그림 9. Model 7 .....	51
그림 10. Model 8 .....	52
그림 11. Model 9 .....	53
그림 12. Model 10 .....	54
그림 13. 연구모델 경로계수 및 결과 요약 .....	57

# The effect of eSports motivation on loyalty : Moderation effect of genre

Jin Jae Kim

Department of Physical Education, The Graduate School  
Pukyong National University

Directed by Professor Kim, Dae Hwan, Ph.D.

## Abstract

The purpose of this study was to investigate the structural relation between seven areas of e-sports consumption motivation(hedonic, aesthetic, competition, control, challenge, social interaction, stress) and loyalty. Additionally, the present study examined the moderating effect of genre in the relationship hedonic, aesthetic, competition, control, challenge, social interaction, stress and consumer loyalty in the context of e-sports.

For these research purposes, the current study conducted a survey targeting 500 e-sports users via online survey platform all around the country. All 500 survey were used for the final data analysis. A confirmatory factor analysis(CFA) was conducted to confirm the reliability and validity of the measurement model. After the result of CFA was ensured, a multi-group structure equation model was performed to test the hypotheses of the study. The results of hypotheses testing are as follow.

First, the effect of hedonic on loyalty was found to be statistically significant and positive(Hypothesis 1).

Second, the effect of control on loyalty was found to be statistically

significant and positive(Hypothesis 4).

Third, the effect of challenge on loyalty was found to be statistically significant and positive(Hypothesis 5).

Fourth, the effect of stress on loyalty was found to be statistically significant and positive(Hypothesis 6).

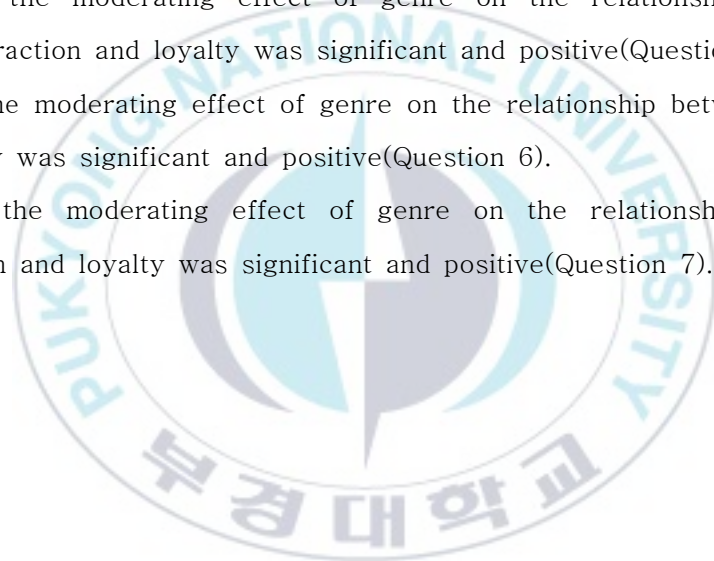
And the results of the research question are as followed

First, the moderating effect of genre on the relationship between aesthetic and loyalty was significant and positive(Question 2).

Second, the moderating effect of genre on the relationship between social interaction and loyalty was significant and positive(Question 3).

Third, the moderating effect of genre on the relationship between stress and loyalty was significant and positive(Question 6).

Fourth, the moderating effect of genre on the relationship between competition and loyalty was significant and positive(Question 7).



# I. 서론

## 1. 연구의 필요성

e스포츠는 1990년대는 사이버에슬리트(Cyber Athlete), 디지털에슬리트(Digital Athlete), 프로그래밍(Progamming)이라는 명칭으로 시작하였으나(채희상 & 강신규, 2011), 2000년대를 기반으로 프로게임협회, 한국 e스포츠협회, 문화관광부에 의해 e스포츠(electronic sports)라는 정식 용어를 사용하기 시작했다(정영수, 2019). e스포츠라는 정식 용어를 사용함에 따라 e스포츠가 스포츠의 범주에 속하는지에 대한 의견이 분분하였으나, 저명한 스포츠 철학자(Suits, 1978, 1988; Guttmann, 1977; Parry, 2006, 2019)가 제시한 스포츠의 철학적 정의에 따라 최근에는 e스포츠도 스포츠로 간주되는 추세이다.

한국콘텐츠진흥원의 2018년 e스포츠 실태조사 보고에 따르면, 세계 e스포츠 시장의 규모는 9억 6백만 달러(약 한화 1조 1000억)에 달하였으며, 국내 e스포츠 시장 또한 약 1000억원에 육박한다(김영선 et al., 2020). 또한 미국 Sports Column에 따르면 2021년 미국 프로스포츠 시청자수와 비교하여 e스포츠는 전통 프로스포츠인 MLB(야구), NBA(농구), NHL(하키) 보다 더 높은 시청자수를 보유함에 따라 e스포츠 시장이 얼마나 큰지 실감할 수 있다.

구체적으로, e스포츠가 Guttmann(1978)이 제시한 스포츠로서 가져야 할 7가지 조건인 세속화, 전문화, 평등, 관료주의, 합리화, 수량화, 기록추구를 e스포츠가 모두 충족한다고 주장하였고(Jenny et al., 2017), 'e스포츠가 진짜 스포츠인가?'(박성주, 2020)의 연구를 통해 e스포츠가 스포츠 영역에 포함될

수 있다는 것을 지지하고 있다. 하지만 아직 e스포츠가 스포츠 영역에 포함될 수 있는지에 대한 논쟁은 지속적으로 이루어지고 있다. 이러한 논쟁을 통하여 e스포츠와 관련된 다양한 연구(Llorens, 2017; Hallmann & Giel, 2018 ; 오세숙, 김대훈, 2012 ; 이학준 & 김영선, 2020)들이 이루어져 왔고 e스포츠의 정의와 속성들을 토대로 e스포츠는 스포츠 범주 안에 포함될 수 있다고 해석했다.

스포츠와 마찬가지로 이스포츠에서도 관중(소비자)은 스폰서십, 라이선싱(Jenny et al., 2017) 등에 영향을 미치는 구단의 핵심자산이라고 할 수 있다(Hill & Green, 2000). 관중을 확보하는 것은 구단의 경쟁력을 강화시킨다고 볼 수 있으며, 소비자가 실질적으로 소비 행동하는 현상을 이해하는 것은 필수적 요소이다(Pizzo et al., 2018). 이에 따라 소비자를 이해하는 것은 마케팅 분야에서 기초적인 연구라고 볼 수 있다.

동기는 실제 행동을 실행시키는 요인으로(한덕웅, 2004) 실질적 소비 행동을 파악하기 위해서는 소비자의 동기를 파악하는 것이 중요하며, 마케팅 분야에서 많이 연구되는 주제이다. 동기는 스포츠 분야에서도 참여의 핵심적인 요인이다(정청희 & 김병준, 1999). 소비자의 동기를 파악하는 것은 스포츠 참여, 지속적 이용, 구전과 같은 소비자 행동을 예측할 수 있으며, 이는 스포츠 마케팅의 기초적인 자료로 활용된다(Berkman & Gilson, 1986). 스포츠와 e스포츠는 많은 속성을 공유한다는 점에 따라 e스포츠에서도 마찬가지로 e스포츠 소비자 동기가 소비 행동을 예측하게 되는 요인이 될 것으로 사료된다.

e스포츠 산업이 지속적으로 성장함에 따라 스포츠산업 및 경영학 분야에서도 e스포츠 관한 연구가 활발히 진행되고 있다. 예를 들어 강태용, (2012)는 온라인게임에 대한 경험적 가치가 환기수준과 재이용의도에 미치는 영향을 검증하였고, 최동오(2019)는 대학생의 e-스포츠 관람동기가 이

용 만족, 애호도 및 재이용의도에 미치는 영향을 검증한 바 있다. 또한, 정영수(2019)는 한국 e스포츠 현황의 특성 연구를 통해 e스포츠 산업의 의미 있는 시사점을 도출하였다. 나아가 최근 연구들은 왜 소비자들이 e스포츠에 참여하는지, 어떤 동기들이 e스포츠 참여에 영향을 미치는지에 초점을 두고 있다.

강태용, 장홍섭, 최진아(2012)는 온라인게임(MMORPG)에서 만족에 긍정적인 태도 형성에 영향을 주는 속성을 확인하고, 이용자의 태도에 긍정적인 속성으로 즐거움, 일상탈출, 심미성, 지적 호기심, 원격실재감으로 설정하였다. 또 배혜진 & 김석태(2007)은 FPS 게임 구성요소의 중요도 분석을 실시한 결과 그래픽, 사운드, 게임의 재미, 인터페이스, 프로그램으로 속성을 나누었으며, 게임의 재미, 사운드, 인터페이스, 그래픽, 프로그램 순서로 중요도가 나타났다.

한편, e스포츠 동기와 관련된 관람동기에 대한 연구(Jang & Byon, 2020; Jang et al., 2021; Ma et al., 2021; Williamson, 2022)들은 많이 진행되어 왔지만 참여동기에 관한 연구들은 미흡한 편이다. 최재원 et al.(2011)의 연구에서는 e스포츠 참여동기를 밝혔지만, 해당 연구는 청소년에 한정된 연구로, 일반화시키기에는 무리가 있다. 따라서 대상을 e스포츠 소비자 전체에 확대하여 참여동기를 알아볼 필요가 있다.

추가로 기존 선행연구들은 e스포츠 참여동기가 소비 후 행동에 미치는 영향(Lee & Schoenstedt, 2011; Sun, 2017; 천통 & 김지숙, 2023)에 대하여 소비 후 행동으로 지속적 이용과, 구전 의도이 가장 많이 나타난다고 밝혔으며 이는 충성도에 대한 대표적인 행동으로 개념화할 수 있다. 해당 연구에서 참여동기에 따라 충성도가 달라진다고 보고하였으며, 참여동기는 충성도를 결정하는 중요한 역할을 한다고 볼 수 있다.

한편, 기존 연구들은 참여동기에 따라 충성도에 미치는 영향을 파악하였

으나 e스포츠 장르를 동질 집단으로 파악하여 장르에 따른 참여동기의 차이점을 파악하지 못하고 있는 실정이다. 스포츠 참여자의 종목에 따른 참여동기 차이가 다르듯이(최홍섭, 2010) 이는 장르에 따른 e스포츠 참여동기를 파악해볼 필요가 있다.

종합하면, 본 연구는 앞서 논의된 기존 연구의 한계점들을 극복하기 위해 전 연령층을 연구대상자로 설정하여 참여동기를 일반화시킬 수 있는 토대를 제공하고, 장르에 따른 e스포츠 참여동기가 해당 e스포츠에 대한 충성도를 규명하여 기존 연구들과 다른 이론적 시사점을 제공하고자 한다.

구체적으로, 본 연구는 e스포츠 참여동기와 충성도의 관계를 탐구하여 e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향에 대한 심리적 기전을 심층적으로 밝힐 수 있을 것이다. 또한, 본 연구는 장르에 따라 e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 조절 효과를 검증함으로써 장르를 동질 집단으로 가정한 기존 연구들과 차이점을 지닌다.

이를 통해 e스포츠 참여자들에게 나은 서비스를 제공하고, 장르에 따라 어떠한 참여동기가 중요함을 파악함에 따라 마케팅 전략 수립에 유용한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 사료된다.

## 2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 e스포츠 참여동기와 충성도의 관계를 검증하는 것이며, 두 가지의 세부적인 목적을 가진다. 첫째, e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향을 탐색하고자 한다. 둘째 장르 집단에 따른 e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향이 어떻게 달라지는지 검증하는데 목적이 있다.

### 3. 연구 가설

e스포츠 참여동기, 충성도, 장르의 이론적 관계를 규명하기 위하여 e스포츠 참여동기의 오락성, 심미성, 경쟁성, 조작성, 도전성, 사회적 교류, 일상 탈출 7가지 요소들을 독립변수, 장르를 조절 변수로 설정하고 검증하였다.

동기는 서비스나 제품에 대한 소비 행동의 원인으로, 스포츠 참여의 핵심적인 요인이다(정청희 & 김병준, 1999). 소비자는 자신의 요구에 맞는 활동을 할 때 즐거움을 느끼며, 이에 따라 스포츠 참여동기도 다양하게 나타난다. 스포츠 참여의 이유를 조사한 연구에 의하면 대개 신체기능의 향상 및 건 증진 관련 동기들을 제시했고(양명환 & Myung Hwan, 1999), 체형유지, 외모 개선, 심리적 행복, 재미 등의 동기(정용민, 2001)들도 확인되고 있다.

스포츠 시청 동기를 분석한 연구결과에 따르면 소비자는 대리만족 동기, 학습동기, 스트레스 해소, 사회적 교류, 일상 탈출(Gantz, 1981) 다섯가지로 요약하였고, 오락성, 경쟁성, 심미성, 사회적 교류, 조작성의 동기들을 e스포츠 참여동기로 제시하였다(김민수 & 한진욱, 2012b; 김정기 & 이정기, 2010). 이와 관련하여 Lucas & Sherry(2004)의 연구에서는 경쟁, 도전, 사회적 상호 작용, 판타지 및 흥분을 e스포츠 참여동기로 제시하였다. 이외에도 e스포츠 참여동기에 대한 다양한 연구들 바탕으로 본 연구에서는 e스포츠 참여동기를 오락성, 심미성, 경쟁성, 조작성, 도전성, 사회적 교류, 일상 탈출 일곱 가지 요소로 개념화하였다.

Gibson(1997)는 스포츠에서 소비자의 참여동기를 파악하고 자극할 수 있는 요소를 반영한 마케팅 전략이 필요하다고 주장하였다. 동기를 파악하는 것은 참여자의 니즈(needs)를 파악하는 것이고 참여자의 니즈를 충족을 하였을 때 비로소 충성도에 긍정적인 영향을 미친다고 보고하고 있다(한성



유, 2011).

이러한 선행연구들을 바탕으로, e스포츠에서 제공하는 다양한 참여동기는 고객의 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 사료된다. 따라서, 본 연구는 다음과 같은 가설들을 설정하였다.

가설1. e스포츠 참여동기의 오락성은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설2. e스포츠 참여동기의 예술성은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설3. e스포츠 참여동기의 경쟁성은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설4. e스포츠 참여동기의 조작성은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설5. e스포츠 참여동기의 도전성은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설6. e스포츠 참여동기의 사회적 교류는 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설7. e스포츠 참여동기의 일상 탈출은 충성도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

추가로, e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향은 이용자의 e스포츠의 장르에 따라 달라질 수 있다.

스포츠에서도 축구, 야구, 농구와 같이 e스포츠의 종목은 장르로 나뉜다. e스포츠의 장르는 내용에 따라 다양하게 나타나며 이에 따른 참여동기도 달라진다. Jang & Byon (2020)는 스포츠 종목의 규칙을 활용하여 플레이

하는 스포츠 시뮬레이션 게임, 가상의 세계에서 캐릭터를 조작하는 판타지 게임, 사용자의 빠른 반응과 컨트롤과 같은 신체적 기능을 요구하며, 전략적으로 상대방과 겨루는 인지적 기능을 요구하는 전략형 게임으로 총 3가지로 그룹화하여 연구를 진행하였다. 해당 연구에서는 오락성과 습관성 요소의 참여동기들은 세 가지 그룹에서 모두 높게 나왔으며, 상상 게임 그룹에서의 참여동기는 보상성이 높게 나왔고, 물리적 게임 그룹에서는 도전성이 높게 나왔다. 그룹마다 참여동기가 차이점이 있다는 것을 시사하였다. 해당 선행연구에서 그룹화한 스포츠 시뮬레이션 게임, 판타지 게임, 전략형 게임 그룹 내에서 또 세부적인 장르로 나뉘는데, 특성이 다른 장르들을 하나의 그룹으로 묶어 각 세부적인 장르의 참여동기에 대해서는 설명하지 못한다는 한계점을 지니고 있다.

따라서, 본 연구는 선행연구에서 밝히지 못한 세부적인 장르에 따른 e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향에 대해서 알아보는 것이다. 그러나 장르를 조절 변수로 두었을 때 처리되는지에 대해 알려진 바가 없어 구체적인 가설의 방향을 확정할 수 없기 때문에 본 연구에서 장르의 조절효과는 연구문제로 설정되었다.

연구문제 1. : e스포츠 이용자들의 장르는 e스포츠 참여동기의 오락성이 고객 만족에 미치는 영향을 조절하는가?

연구문제 2. : e스포츠 이용자들의 장르는 e스포츠 참여동기의 예술성이 고객 만족에 미치는 영향을 조절하는가?

연구문제 3 : e스포츠 이용자들의 장르는 e스포츠 참여동기의 경쟁성이 고객 만족에 미치는 영향을 조절하는가?

연구문제 4. : e스포츠 이용자들의 장르는 e스포츠 참여동기의 조작성이 고객 만족에 미치는 영향을 조절하는가?

연구문제 5. : e스포츠 이용자들의 장르는 e스포츠 참여동기의 도전성이  
고객 만족에 미치는 영향을 조절하는가?

연구문제 6. : e스포츠 이용자들의 장르는 e스포츠 참여동기의 사회적 교  
류가 고객 만족에 미치는 영향을 조절하는가?

연구문제 7. : e스포츠 이용자들의 장르는 e스포츠 참여동기의 일상 탈출  
이 고객 만족에 미치는 영향을 조절하는가?



## 4. 연구의 제한점

본 연구의 제한점은 다음과 같다.

첫째, e스포츠 장르의 다양성이다. 본 연구에서는 많은 소비자가 접하는 e스포츠 장르 다섯 개를 추출하여 측정하였으나, 실제 e스포츠 장르로는 다섯 개 이상의 장르가 존재함에도 모델의 복잡성을 고려하여 다섯 개의 장르로 설정하였다.

둘째, e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향에 대한 심리기전의 다양성이다. 본 연구에서는 참여동기가 충성도에 미치는 직접효과만 검증하였으나 참여동기와 충성도를 매개하는 요소들을 검증한다면 고객의 소비 후 행동에 대한 심층적인 과정을 이해할 수 있을 것이다.

셋째, 성별의 불균형이다. e스포츠 시장의 급격한 성장에 반면 여성의 e스포츠 참여율이 저조한 점은 e스포츠 산업 내에서 눈여겨보아야 할 문제다 (Valentine & Shipherd, 2018). 추후 연구에서 성별 집단에 따른 참여동기를 본다면 심층적인 소비자의 행동을 이해할 수 있을 것이다.

## 5. 용어의 정리

e스포츠 참여동기, 충성도, 장르의 구조적 관계 규명을 위해 사용된 개념들의 조작적 정의는 다음과 같다.

## 가. e스포츠

e스포츠란 electronic sports를 의미하며, 실제 세계와 유사한 가상의 세계에서 정신과 신체의 능력을 활용하여 승부를 겨루는 여가 활동으로 정의된다(이승미, 2016).

## 나. e스포츠 참여동기

동기란 '어떠한 일이나 행동을 일으키게 하는 계기'로 정의 된다(Mannell & Kleiber, 1997). 본 연구의 조작적 정의로서 e스포츠 참여를 하게 되는 계기로 정의하며 e스포츠 소비 모델(ESC Model, The esports consumption model) 선행연구에 따라 오락성, 예술성, 경쟁성, 조작성, 도전성, 사회적 교류, 일상 탈출(Jang & Byon, 2020)로 정의된다.

### 1) 오락성

오락성은 e스포츠를 하면서 얻는 기쁨 또는 즐거움을 의미한다. 본 연구에서, 오락성의 조작적 정의는 e스포츠가 제공하는 콘텐츠의 즐거움에 e스포츠를 참여하고자 하는 동기로 정의된다.

### 2) 심미성

심미성은 e스포츠 플레이 환경 속 얻는 시각적, 청각적 얻는 정보를 의미한다. 본 연구에서, 예술성의 조작적 정의는 e스포츠를 통해 얻는 시각, 청각적 즐거움에 e스포츠를 참여하고자 하는 동기로 정의된다.

### 3) 경쟁성

경쟁은 특정 목적에 대하여 이기거나 앞서기 위해 서로 겨루는 행위를 의미한다. 본 연구에서, 경쟁성의 조작적 정의는 e스포츠 상황 속 상대방과 겨루는 행위의 즐거움에 참여하고자 하는 동기로 정의된다.

### 4) 조작성

조작성은 e스포츠 상황 속 플레이어의 의도대로 동작하는 능력을 의미한다. 본 연구에서, 조작성의 조작적 정의는 e스포츠 상황속에서 나의 캐릭터를 동작하는 행위의 즐거움에 e스포츠를 참여하고자 하는 동기다.

### 5) 도전성

도전은 더 높은 곳으로 나아가기 위해 끊임없이 노력하는 행위를 의미한다. 본 연구에서, 도전성의 조작적 정의는 e스포츠 상황 속 더 높은 단계로 나아가기 위해 e스포츠를 참여하고자 하는 동기다.

### 6) 사회적 교류

사회적 교류는 사회적 관계를 형성하고 발전하는 행위로, 본 연구에서 사회적 교류의 조작적 정의는 e스포츠 상황 속 다른 플레이어와 교류하는 행위의 즐거움에 참여하고자 하는 동기다.

### 7) 일상 탈출

일상 탈출은 일상생활 속 스트레스에서 벗어나는 것으로 정의된다. 본

연구에서 일상 탈출의 조작적 정의는 일상생활 속 스트레스에서 벗어나기 위해 e스포츠를 참여하고자 하는 동기다.

#### 다. 충성도

Kotler와 Armstrong(1996)은 고객 충성도를 지속적 사용 의도와 구전으로 정의하였으며, 지속적 사용 의도(Intention of Continuous Use)는 서비스를 한 번 사용하는 것이 아닌 지속적 사용을 평가 요인으로 보는 것이다 (Al-Ghazali et al., 2015).

구전이란 제품이나 서비스 경험 이후 주관적인 평가를 입에서 입으로 (Word of Mouth) 전하는 것을 의미하며, 긍정적 구전 의도는 구전 정보를 타인에게 긍정적으로 전달하고자 하는 정도로 정의된다 (Harrison-Walker, 2001). 본 연구에서 충성도를 e스포츠 참여 이후 지속적 사용 의도와 타인에 대한 추천 의사로 정의한다.

#### 라. 장르

장르는 genus라는 그리스어에서 유래하였으며, 형태, 유형, 종류를 의미한다 (Rosmarin, 1985). 본 연구에서 장르는 e스포츠 종목의 종류를 의미하며 MMORPG, 스포츠 시뮬레이션, MOBA, FPS, RTS 다섯 가지 집단으로 분류하였다.

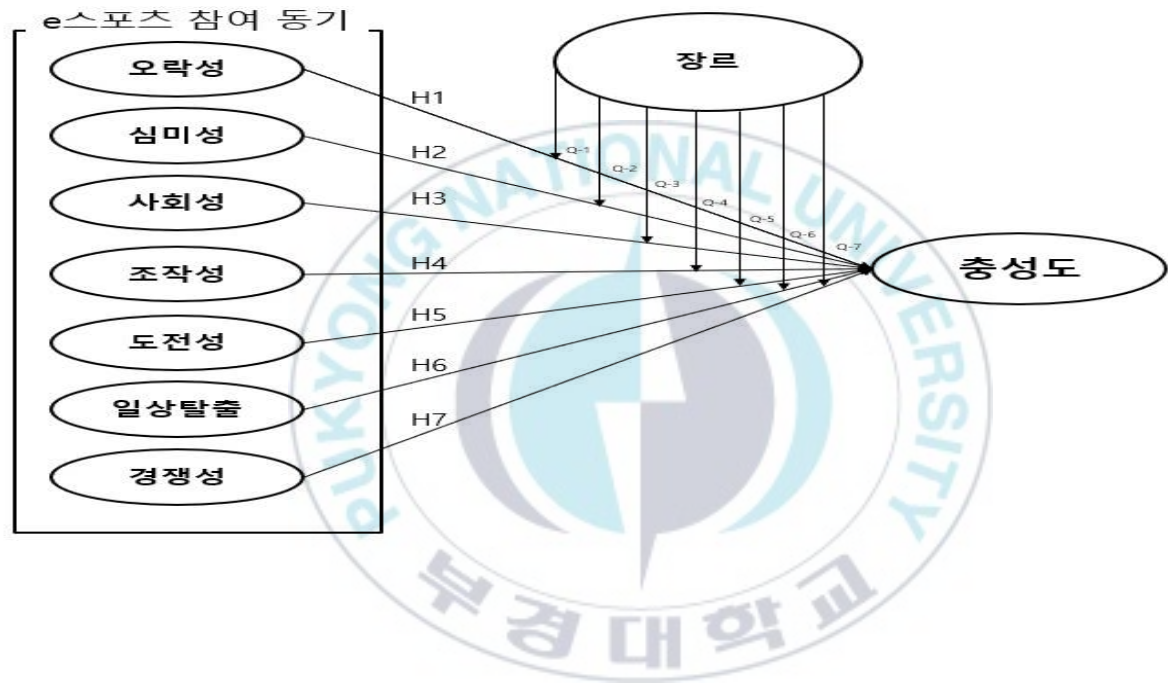


그림 1. 연구 이론적 모형



## Ⅱ. 이론적 배경

### 1. e스포츠 선행연구 고찰

#### 가. e스포츠

일렉트로닉 스포츠란, 간단히 줄여 e스포츠는 불리우며 전자 통신 시스템이나 인터넷을 통해 온라인상 이루어지는 게임을 통틀어 말한다. e스포츠는 사용자가 입력한 조작에 따라 게임 상 아바타를 통해 경쟁을 하는 게임의 형태이다(Sjblom & Hamari, 2017). e스포츠는 1990대에 사이버애슬릿(Cyber Athlete), 디지털애슬릿(Digital Athlete), 프로그래밍(Progamming)이라는 명칭으로 시작했으나(채희상 & 강신규, 2011), 2000년대를 기반으로 21세기프로게임협회 창립행사 이후 e스포츠라는 정식용어를 사용하기 시작했다(정두식 & 정호일, 2010).

e스포츠 시장 조사에 따르면 전세계 e스포츠 소비자는 약 3억 4천만명으로 추정되며, 2018년에는 1조원에 다르는 수입을 얻었다(Esports, 2018). e스포츠 산업 시장의 발전은 RTS 게임의 하나인 스타크래프트가 출시되고 이에 따른 e스포츠 대회가 확산됨에 따라 급격한 발전을 이루었고 이는 다양한 장르의 게임이 탄생하게 되는 배경이 되었다(채희상 & 강신규, 2011).

경쟁 형식의 e스포츠는 대한민국에서 처음 시작되어, FPS(First Person Shooter) 게임, RTS(Real Time Strategy) 게임, MMORPG(Massively Multiplayer Online Role-Playing Game), 스포츠(Sport-Themed) 게임의 장르가 만들어졌고(Seo & Jung, 2016) 이에 따라 다양한 대회가 시작되었

으며 현재는 전세계적으로 1000가지 이상의 게임의 형태가 존재한다.(Bényai et al., 2019). FPS, RTS 게임의 폭발적인 인기에도 불구하고 라이엇 게임(Riot Games)에서 2009년도에 출시한 MOBA(Multiplayer Online Battle Arena)형태의 게임인League of Legends(LOL)이 현재 e스포츠 시장의 50퍼센트 이상을 점유하고 있다(Agha, 2015).

전통 스포츠와 같이 e스포츠는 게임마다 정해져 있는 규칙을 따라 진행된다. 1인칭 형식의 슈팅 게임으로 적을 섬멸하면 이기는 게임인 FPS 게임(김상중, 2008), 플레이어가 가상의 군대를 제어하여 상대를 물리치거나 파괴하는데 초점을 맞춘 RTS 게임(Buchanan Oliver & Seo, 2012), 10명의 플레이어가 5명씩 팀을 이루어 상대방의 진영을 초토화 시키는 MOBA 게임(Mora-Cantalops & Sicilia, 2018), 전통 스포츠 형태의 규칙을 인터넷 상으로 옮겨 경쟁하는 스포츠 게임(오창우, 2014), 가상 세계 안에서 나만의 아바타를 만들어 게임 속 사람들과 상호작용을 하는 MMORPG 게임(Yee, 2006) 등 이처럼 장르별 게임의 규칙을 다르며 이에 따른 특징도 다양하고 이에 따라 장르별 참여동기가 다를 것으로 볼 수 있다.

## 2. e스포츠 참여동기 선행연구 고찰

### 가. 동기

#### 1) 동기의 개념

일반적으로 동기는 서비스나 제품에 대한 소비 행동의 원인이며, 실제 행동으로 이루어지는 계기이다. 스포츠 분야의 동기 또한 스포츠참여의 핵심적인 요인(정청희 & 김병준, 1999)이다. 따라서 동기는 소비자의 소비행

동을 이해하기 위해서 필수적인 개념이다.

동기는 학자들마다 견해가 다르지만 일반적으로 다음과 같은 세 가지를 동기의 기본적인 요소라고 보는 데 동의하고 있다(Cofer & Appley, 1964; Latham & Pinder, 2005). 첫째, 동기는 행동을 활성화하는 기본적인 요소로, 동기가 실질적 행동을 촉발하는 것에 대하여 관련이 있다. 둘째, 동기는 행동에 대한 방향성을 설정한다. 이는 행동에서 특정한 목표를 지향하여 선택이 이루어지는 것을 의미한다. 마지막으로 동기는 행동을 지속적으로 유지시키는 요소이다. 이는 시간이 지나더라도 지속해서 특정 행동을 지속하거나 유지시키는 힘을 의미한다.

한편 동기는 필요(needs)와 욕구(wants)와 구분되어 사용되거나(김덕진 & 양명환, 2006), 구별 없이 사용된다(이혜선, 2012). 필요는 현재 상황에 대하여 부족하거나 결핍인 상태로, 생리적인 결손상태를 의미한다(임희섭, 1979). 즉 필요는 생활 속 반드시 채워져야 하는 것이다. 욕구는 필요를 충족시켜진 이후 발생하는 심리적 상태로 동기는 이 욕구를 만족시키기 위하여 선택하는 과정에서 발생된다. 본 연구에서 동기는 e스포츠 소비를 통해 욕구를 해소하고자 하는 것에 관련시켜 설명하고자 한다.

## 2) 욕구 단계 이론과 참여동기

욕구 단계 이론은 선천적으로 인간은 욕구를 가지고 태어난다는 관점으로 욕구에도 우선순위가 있다는 이론이다(Pardee, 1990). Maslow는 인간의 욕구 단계를 다섯단계로 나누어 설명하였으며, 하위 욕구는 인간의 생존에 관한 욕구로 가장 필요성이 크고 우선시되는 욕구이며, 상위 욕구로 갈수록 필요성은 낮아지나, 성장에 기여되는 욕구로 개념화된다. 상위 욕구는 하위 욕구들이 충족되어야 발생하는 욕구로 다섯단계는 서로 배타적인 단

계가 아닌 상호 의존적인 관계에 있다.

Maslow는 이 다섯가지 단계의 욕구를 1)생리적 욕구(Psychological Needs), 2)안전의 욕구(Safety Needs), 3)애정과 소속의 욕구(Love and Belongingness Needs), 4)자아존경 욕구(Self-Esteems Needs), 5)자아실현 욕구(Self-Actualization Needs)로 설명한다.

첫째, 생리적 욕구는 욕구 단계 중 가장 하위 단계에 위치하고 있으며 기초적이며 인간의 생존과 관련된 음식, 물, 공기, 수면 등 의식주와 관련된 욕구로 채워지지 못하면 다른 욕구 단계로 나아가지 못하는 가장 필수적인 욕구 단계이다.

둘째, 안전의 욕구는 생리적 욕구가 충족되었을 때 발생하는 욕구로 신체적, 심리적, 감정적인 안전을 확보하고자 하는 욕구이다. 신체적 안전, 심리적 안정, 경제적 안정, 감정적 보호 등이 해당 욕구 단계에 포함된다.

셋째, 애정과 소속의 욕구는 사람들과 친밀한 관계를 맺고, 집단에 소속되고자 하는 욕구를 의미하며 사회적 욕구라고도 불리운다. 이는 사랑을 주고받으며, 친구 및 배우자와 같은 가깝고 의미 있는 관계를 유지하게 될 때 충족된다.

넷째, 다른 사람에게 존중을 받는 동시에 스스로 자신을 높게 생각하게 하고자 하는 욕구이다. 명성, 존중, 지위, 평판, 위신과 같은 사회적인 성과를 기초를 두고 있다. 이러한 욕구가 충족되었을 경우 자신에 대한 안정감과 자신감과 같은 긍정적인 자기지각이 생기게 되며 그렇지 못할 경우 열등감, 좌절감, 자기비하와 같은 부정적인 자기지각을 초래하게 된다.

다섯째, 자아실현 욕구는 앞서 언급한 모든 욕구를 충족시킨 이후 나타나게 되며, 자신의 능력과 재능을 최대한 활용하여 자기완성에 대한 갈망하는 욕구이다. 이러한 욕구를 통해 자아발전을 이루게 되며 성취감, 자아만족과 같은 결과로 이루어진다.

Maslow의 욕구 이론은 인간의 욕구를 단계별로 설명하여 동기에 대한 개념적인 틀을 제공했으며, Milne & McDonald(1999)는 욕구 단계 이론을 스포츠에 적용시켜 ‘신체적 건강에 대한 욕구’, ‘정신적 건강에 대한 욕구’, ‘사회적 욕구’, ‘스포츠 자체의 욕구’로 나누어 설명하였다.

‘신체적 건강에 대한 욕구’는 신체단련의 동기, ‘정신적 건강에 대한 욕구’는 스트레스 해소, 가치개발, 자아존중감의 동기, ‘사회적 욕구’는 사회성, 소속감의 동기, ‘스포츠 자체의 욕구’는 경쟁, 도전, 성취와 같은 동기들이 이에 해당된다고 제시했다.

#### 나. e스포츠 참여동기

스포츠에서의 참여동기는 왜 스포츠 활동을 행하는지 설명하는 개념이다. 스포츠 참여동기는 다양한 선행연구가 진행되어 왔으며 흥미(Scanlan et al., 1989), 체력증진(Ashford et al., 1993), 기술향상(Gill et al., 1983), 도전(Klint & Weiss, 1987)등과 같은 요인들이 있다. 또 스포츠의 내적동기를 연구한 McAuley et al., (1989)는 재미(흥미, 노력), 유능감 요인, 외부요인(압력, 긴장) 으로 나누어 스포츠 참여동기를 이해하고자 하였다. 이와 같이 스포츠 참여동기에 대한 연구들은 많이 진행되어 왔으나, e스포츠 참여동기에 대한 연구는 미흡한 실정이다.

e스포츠 동기에 대한 선행연구를 살펴보면 Park & Kim, (2022)은 e스포츠 시청 동기로 현실회피, 흥미, 도전, 경쟁, 대화 Hamari & Sjöblom, (2017)은 e스포츠 시청 동기를 대리성취, 미학, 일상탈출, 지식습득, 선수능력, 참신함, 재미로 나타나는 것을 밝혔다. 또 주방귀, (2018)는 e스포츠 관람 동기를 성취감, 지식 동기, 극적 동기, 일상탈출, 신체적 매력, 신체적

기술, 사회적 상호 작용 7가지로 분류했다.

최재원 (2011)의 연구를 통하여 청소년들의 e스포츠 참여동기를 재미, 스트레스해소, 각성추구, 일상탈출, 상호작용, 경쟁, 중독, 주위환경의 영향, 가상체험 9개의 하위 요인으로 도출하였다. 각 하위 요인에 대한 구성요소를 살펴보면 ‘재미’에 대한 세부요인으로 흥미, 감각반응, 캐릭터의 성장, 비매너적 행동으로 제시하였고, ‘스트레스 해소’의 세부요인으로 머리 식히기, 기분전환을 제시하였다. ‘일상탈출’ 영역으로는 무료함 달래기와 여가 시간 활용, ‘상호작용’은 새로운 친구들과 만들기, 기존 친구들과 어울리기, 모르는 사람과 친해지기로 제시하였다. ‘경쟁’ 영역으로 승부욕과 전략, ‘중독’은 세부영역으로도 중독으로 제시하였다. 마지막으로 ‘주위환경의 영향’은 가족과 친구, ‘가상체험’의 영역은 온라인 운동과 운동에 대한 대리만족으로 제시하였다. 해당 선행연구에서는 청소년의 참여동기를 위와 같이 제시하였고, 재미, 스트레스 해소, 일상탈출, 가상체험, 상호작용, 주위환경의 영향, 경쟁, 중독 요인 순으로 나타났다. 하지만 해당 연구는 청소년 대상으로 진행한 연구로 전 연령 대상에 일반화하기에는 다소 무리가 있다.

이에 김민수 & 권형일(2010)은 Milne & McDonald(1999)이 고안한 스포츠 소비동기지표인 MSC(Motivation of Sport Consumption)을 e스포츠에 맞게 수정 및 보완하여 MSSVG(Motivation Scale for Sport Video Gaming)을 제시하였다. 이는 기존 선행연구에서 청소년에 국한되어 있는 대상을 전 연령층으로 확대하여 e스포츠 참여동기를 적용시킬 수 있는 기초 자료를 제공하였으며, 도전성(Challenge), 사회적 상호작용(Social Interaction), 환상(Fantasy), 경쟁(Competition), 오락성(Entertainment), 심미성(Aesthetic), 공격성(Aggression), 극적상황(Drama) 8개의 하위 요인을 제시하였다. 하지만 본 연구는 e스포츠 장르 중 스포츠 장르로 범위를 제한하여 전체적인 많은 장르가 있는 e스포츠 전체적인 참여동기로 보기는

어렵다고 사료된다.

추가로 Jang & Byon, (2020)은 장르별 e스포츠 참여동기에 대한 이론적 뒷받침을 하고자 ESC(Esports consumption model)을 제시하였으며 이를 통해 참여동기를 오락적 동기, 금전적 동기, 습관, 도전적 동기, 사회적 동기, 몰입으로 밝혔고, 장르를 판타지, 스포츠, 액션게임 3가지로 구분하여 나누어 설명하였다. MSSVG모델과 ESC모델의 참여동기 요소의 공통된 요소가 많다는 점에서 MSSVG모델 또한 장르별 참여동기를 설명하고 있다고 유추할 수 있다.

따라서 장르별 e스포츠 참여동기를 살펴보고자 하는 본 연구에서는 김민수, 권형일이 제시한 MSSGV모델의 참여동기 요인을 연구에 알맞게 수정하여 오락성, 심미성, 경쟁성, 도전성, 조작성, 사회적 교류, 일상탈출 7개의 참여동기를 사용하고자 한다.

## 1) 오락성

오락성(entertainment)이란 일반적으로 다른 사람의 관심을 끌거나 즐겁게 하는 것으로 정의되며(Sloan, 1989), Wann (1995)은 스포츠에 대한 매력은 오락적 가치가 가장 큰 요인이라고 주장한다. 스포츠에서 오락성은 유희성이라고도 불리우며(박주한, 2012) 재미 혹은 즐거움을 위한 자발적이며 본질적으로 동기 부여되는 활동을 포함하며, 스포츠에서 소비자가 자발적으로 하는 놀이로 볼 수 있다(Guttman, 2004).

e스포츠 맥락에서 오락성은 게임 상황 속에서 느끼는 즐거움, 흥미를 의미하며(김대현 et al., 2010) e스포츠 소비자는 자발적으로 즐기기 위해서 게임을 행한다는 점에서 스포츠의 오락성과 같다고 볼 수 있다. e스포츠의 오락성은 주로 게임 자체에서 경험하는 쾌락적 즐거움이나 긍정적인 정서

를 말하는데 전통 스포츠에서도 그렇듯 e스포츠에서도 소비자가 참여에 있어서 가장 크게 중요하게 생각하는 요인으로 볼 수 있다(문지원 & 김영걸, 2000). 이와 같이 오락성은 e스포츠 참여에 근본적인 요인으로 볼 수 있고, 본 연구에서는 e스포츠를 하면서 얻는 기쁨 또는 즐거움을 의미하며, e스포츠가 제공하는 콘텐츠의 즐거움에 참여하고자 하는 동기로 정의하고자 한다.

## 2) 심미성

심미성은 ‘미적 감각을 지닌’의 뜻으로 그 대상을 순수하게 즐기는 감각적 표현을 의미한다(Holbrook, 1985). 서비스나 제품에 대하여 초기 구상단계의 기본 요소 중 하나로 디자인, 외관과 같은 미적 기능을 뜻하며, 심미성은 소비자에게 시각적으로 접근하여 의사결정에 매우 큰 역할을 하게 되고(Celhay & Trinquocoste, 2015) 이를 추구하는 것은 인간 본성의 보편적인 성향 중 하나로 소비 행동에 깊은 영향을 주는 요소다(Lee, 2021).

스포츠 제품 관련 선행연구에 따르면 제품의 심미성은 감정적 가치를 통해 제품에 대한 긍정적인 인식을 주며, 만족도에 긍정적인 영향을 준다고 보고하였다(김재환 & 이재문, 2019). 스포츠 그 자체의 심미성에 관한 선행연구에 따르면 선수가 행하는 기술에 대한 아름다움에서 느끼는 스포츠의 예술성(박숙자, 2008)이라고 제시하였다. 추가로 선행연구에 의하면 시각적인 정보 뿐만이 아닌 청각적 정보가 함께 동반되었을 때 시청자는 해당 스포츠 관람 만족도가 높아진다고 보고하였다(이정학 et al., 2018).

이러한 선행연구들을 바탕으로 본 연구에서 심미성은 e스포츠 상황 속에서 사용자가 시각적, 청각적 기능에 대해 느끼는 감각적 경험으로, 조작적 정의로서 e스포츠를 통해 얻는 e스포츠 환경의 시각적, 청각적 즐거움에



의해 e스포츠를 참여하고자 하는 동기로 정의하고자 한다.

### 3) 경쟁성

스포츠에서의 경쟁의 주 목적은 공동의 목적을 위해서 서로 상호간 협력하고 협동하는 것이다. 경쟁은 스포츠 참여자에게 단기적으로 수행 성취와 승리라는 효과를 주며 재미, 지속적 참여와 같은 장기적인 효과도 지니고 있다(Simon, 2009). 스포츠 경쟁이론(contesting theory)에 따르면 스포츠에서는 경쟁이 두 가지 목적으로 나뉘는데 첫째는 협력적 경쟁(partnership orientation)과 대립적 경쟁(war orientation)으로 구분된다(Shields et al., 2016). 협력적 경쟁은 승리보다는 과정에 중심을 두어 게임 상황 속에서 이루어지는 과정을 통해 상대방에 대한 존중, 개인의 성장을 피하고 모든 참여자의 발전을 도모하는 것이다. 반면에 대립적 경쟁은 과정보다 결과를 중시하여, 결과 중심의 성과를 우선시한다.

협력적 경쟁을 추구하는 소비자의 경우 승패를 떠나 팀원과의 높은 수준의 상호 존중, 또 서로를 격려하며 존중하는 태도를 가지는 경향이 높아 전반적인 참여에 대한 만족도가 높아진다고 보고하였다(Shields et al., 2018). 추가로 이러한 e스포츠 관람에 관한 연구에 의하면 경기의 승부가 예측되지 않을 때 긴장감이 최고조로 달하며, 한쪽 팀의 일방적인 경기보다 예측 불가능한 경기를 관람하였을 때 만족도가 더 높았다고 보고하였다(백승용 et al., 2021). 따라서 본 연구에서 경쟁성은 e스포츠 상황 속 상대방과 겨루는 행위로, 조작적 정의로서 e스포츠 상황속에서 상대방과 겨루는 행위에 의해 e스포츠를 참여하고자 하는 동기로 정의하고자 한다.

#### 4) 도전성

도전은 개인의 성장을 도모하게 하는 요인으로(Nakamura & Csikszentmihalyi, 2009) 성장발달, 과제수행, 기술습득 등을 증가시킨다(Wong & Csikszentmihalyi, 1991). 스포츠에서 도전감은 소비자들이 도전의 가치를 추구하게 되는 활동으로, 개인의 기록 및 신체적 발달 혹은 타인의 기량에 도전을 하는 활동을 의미한다(조홍식, 2021).

도전을 통해 개인의 잠재력을 키우며(정병근 & 조홍식, 2020), 주도적으로 삶을 개척해 나갈 수 있는 능력을 기르는데 기여한다(고문수, 2012). 즉 도전을 통하여 개인이 스스로 발달해 나가는 과정을 배우게 되는데, 이 과정에서 끊임없는 노력(Shim et al., 2015)과 끝까지 포기하지 않는 인내를 통해 성장을 하게 된다(조홍식, 2022).

스포츠에서 도전은 실패를 극복하며 자신의 한계를 넘는 과정과 본인 혹은 타인의 기록을 뛰어넘었을 때 성장을 하게 되는데(조필환, 2020), 이를 성공한 개인의 경우 도전에 대한 흥미를 느끼게 되며 이러한 활동을 지속적으로 하게 된다(Von Culin et al., 2014).

Eglesz et al., (2005)은 e스포츠 맥락에서 도전은 게임을 이기거나 다음 수준(레벨)에 도달하기 위해 자신을 밀어붙이거나 높은 점수에 도달하기 위한 것으로 정의하였다. Morlock et al., (1985)의 연구에 따르면 프로 선수 혹은 e스포츠 소비자들은 이전의 점수를 돌파하고, 게임을 마스터한 것을 느끼고 싶은 욕구에 의해 동기부여가 된다고 밝혔다. 이와 같은 선행연구들을 토대로 본 연구에서 도전은 게임 상황 속 더 높은 곳으로 나아가기 위한 끊임없이 노력하는 행위로 의미하며, 도전성은 e스포츠 상황 속 더 높은 단계로 나아가기 위해 e스포츠를 참여하고자 하는 동기로 정의하고자 한다.

## 5) 조작성

스포츠 상황에서는 조작은 기술을 의미한다. 강성민(2015)에 의하면 스포츠는 단순한 우연이나 운이 아닌 기술적인 수행을 필수로 하며, 수준 높은 신체적 기술, 고도의 신체적 기능을 목적으로 한다. 스포츠에서 승패의 결정은 신체적 기능에 따라서 좌우되며 승부의 결정적인 영향을 미친다(홍윤경, 2009).

e스포츠 맥락에서 기술성은 조작성으로 정의할 수 있다. e스포츠에서는 고도의 신체적 능력을 요구하는 것은 아니나, 신속한 동작과 빠른 판단을 요구하기 때문에 스포츠의 기술성과 같은 맥락을 하고 있다고 볼 수 있다(이학준 & 김영선, 2020). 원활한 조작을 바탕으로 사용자는 기량을 펼칠 수 있고(양신덕, 2010) 이러한 조작을 통해 몰입 경험을 할 수 있도록 지원을 해주며(이정학 et al., 2020), 게임진행 과정 속 정적인 상태가 아닌 동적인 사용자의 행동(정의태, 2008)을 유도한다. 또 e스포츠 소비자는 조작을 통해 게임과 상호작용을 하며 게임 상황을 통제할 수 있다(손영립, 2017). 본 연구에서는 조작을 소비자의 캐릭터를 조작하는 행위로, 나의 캐릭터를 동작하는 행위의 즐거움에 e스포츠를 참여하고자 하는 동기로 정의하고자 한다.

## 6) 사회적 교류

인간은 본질적으로 사회적 욕구가 내제된 사회적 동물로(Baumeister & Leary, 1995), Maslow는 욕구 계층 구조는 인간의 동기 부여 행동을 설명하며 다섯 가지 수준 중 인간의 주요 심리적 욕구는 “소속감과 사랑”으로 보고하였다(Pardee, 1990). 이처럼 사회성은 모든 연구 영역에 걸쳐서 중요

하기 여겨진다.

특히 스포츠는 개인 행동 보다는 집단으로 함께 행동하는 경우가 더 많기 때문에 더 중요하다고 보고하였다. (김남희, 김옥자, 2022)는 스포츠를 참여하는 이유 중 새로운 사람들 만날 수 있으며, 좋은 대인관계를 유지할 수 있다고 제시하였고, 또 사회적 관계를 형성하고자 팀이나 협회에 가입하는 경우가 증가하고 있다고 보고하였다(전성범, 2023).

오프라인에서 즐기는 스포츠에 비해 온라인에서 즐기는 e스포츠는 이러한 경향이 더 강하게 나타난다. 천통, (2022)은 e스포츠는 제약없이 컴퓨터와 인터넷 접속만 있으면 참여할 수 있으며, 네트워크를 기반으로 다중 접속이 가능하여 실시간으로 멀티 플레이 즉 사회적 교류가 이루어진다고 보고하였다. e스포츠에서의 사회적 교류는 전통 스포츠에 비해 활발하게 이루어지고 있으며 이는 지속적 이용에 영향을 미치는 중요한 요소로 인식된다. 본 연구에서 사회적 교류는 e스포츠 상황 속 다른 플레이어와 교류하는 것으로 정의하고자 한다.

## 7) 일상탈출

일상탈출(Escape)은 e스포츠 참여자가 일상생활에서 느끼는 정서적, 심리적, 정신적 스트레스로부터 벗어나기 위해 참여 하는 것이다. 우리는 스트레스 속에서 살고 있으며 연령대에 상관없이 모든 사람들은 스트레스를 해소하는 것을 추구한다(Arthur et al., 2006). 이러한 스트레스 해소를 하기 위해서 여가활동을 즐기기 시작하였다. 김현, 장호성, (2012)의 연구에서는 사람들은 관광을 통해 일상탈출을 하고 이를 통해 느끼는 경험은 만족에 긍정적인 영향을 미친다고 보고하였다. 또 왕회동, (2022)는 일상탈출의 동기가 클수록 만족도가 높아진다고 보고하였다. 이에 최근 스포츠 관람 및

참여에 대한 소비가 증가하는 추세이다.

이한혁(2001)은 런닝, 등산, 축구와 같은 스포츠는 스트레스 경험을 낮춘다고 밝혔으며, 스포츠 활동 참가는 스트레스 해소에 긍정적인 영향을 미친다고 보고하였다(이강우 외, 2007). 김재운 (2003)은 스포츠의 신체적인 활동을 통한 스트레스 해소한다고 밝혔으며, 추가로 임빈장, 서희진, (2000)의 연구를 통해 타인을 존중하고, 협동 및 역할 분담을 하는 스포츠 맨션을 통한 스트레스 해소 또한 같이 이루어진다고 보고하였다.

e스포츠에서의 일상탈출은 인터넷, 게임세계에 몰입하여 현실도피체험을 하는 것으로 참여에 적극적이며 집중을 한다. 최재원 et al., (2011)은 청소년들의 학업 스트레스 해소를 위해 e스포츠를 참여한다는 것을 밝혔으며, 이학준 & 김영선, (2020)의 연구에서는 스포츠처럼 신체적인 활동을 통해 스트레스에서 벗어나지는 못하나, e스포츠를 통해 정신적 건강을 통해 스트레스에서 벗어날 수 있다고 밝혔다. 따라서 본 연구에서 일상탈출은 e스포츠 참여를 통해 일상생활 속 스트레스에서 벗어나는 것으로 정의하고자 한다.

### 3. 충성도 선행연구 고찰

Kotler와Armstrong(1999)의 연구에 따르면 충성도는 제품 혹은 서비스에 대하여 만족한 소비자가 지속적으로 이용하려는 소비자 태도 및 행동으로 정의한다. 즉, 충성도는 제품 혹은 서비스에 대하여 만족하였을 때 나타나는 소비자의 행동으로 해석할 수 있다. 이러한 고객 충성도는 지속적 이용과 긍정적인 구전이라는 소비자 행동으로 이어질 수 있다.

Oliver (1999)에 의하면 고객 충성도는 4단계를 통하여 형성된다. 구체적으로 1) 인지적충성도(cognitive loyalty) 2) 감성적 충성도(affective

loyalty) 3) 능동적 충성도(conative loyalty) 4) 행동적 충성도(action loyalty)로 구분된다. 충성도 형성의 첫 단계인 인지적 충성도는 제품 혹은 서비스의 경험 혹은 정보들을 통해 형성된 인지된 신념을 의미한다. 즉 제품이나 서비스에 대하여 기대했던 것과 비교 판단하여 인지적 충성도를 형성하게 된다. 두번째 단계인 감정적 충성도는 인지적 충성도가 충족된 이후에 제품 혹은 서비스에 대한 감정적 태도 및 고객 만족을 의미한다. 여기서 감정적 태도는 제품에 대한 긍정적 감정과 부정적 감정을 모두 포함한다. 세번째 단계인 능동적 충성도는 행위 의도를 가지게 되는 단계이며, 구매를 위한 단계이다. 하지만 해당 단계에서는 행위 의도를 갖게 되는 것이며 무조건 행동으로 연결되는 것은 아니다. 마지막으로 행동적 충성도는 최종적으로 인지/감정/능동적 단계를 통해 소비자가 행동을 하는 단계를 말한다. 일반적으로 충성도는 Oliver의 4단계 중 능동적 충성도와 행동적 충성도 기반으로 개념화된다.

충성도는 대표적으로 지속적 이용과 긍정적 구전이라는 소비자 행동으로 개념화할 수 있다. Richard, (2003)는 제품 혹은 서비스에 대하여 지속적으로 사용하거나 지속적으로 이용할 의도를 지속적 사용 의도로 정의하였으며, 이는 소비자의 만족에 의한 결과로 만족 이후 긍정적인 소비 행동이라고 볼 수 있다. Fornell, (1992)는 기존 고객을 유지하는 것이 새로운 고객을 유치하는 것 보다 시간, 금전적으로 효과가 있다는 연구결과를 제시했다. 이와 같이 제품 혹은 서비스에 대하여 지속적으로 사용하도록 하는 것은 마케팅에 있어 중요한 개념으로 인식되고 있다.

구전(Word-of-mouth)은 소비자가 경험했던 제품 혹은 서비스에 대하여 타인에게 전달하는 커뮤니케이션을 말한다. 구전활동은 소비자가 자신의 이익에 상관없이 정보를 전달하는 행위로, 자발적 홍보행위로 정의할 수 있다(Anderson, 1998). Langga et al. (2021)의 연구에 의하면 소비자의 소

특 없는 자발적 커뮤니케이션 활동으로 정의하였으며 이는 기업에 있어 최고의 영업사원이라고 제시하였다. 이처럼 소비자의 구전활동은 기업에 있어서 얼마나 중요한지 대변하고 있다.

e스포츠 맥락에서 구전은 e스포츠 참여 이후 느낀 만족에 대하여 다른 사용자의 참여 유도, 홍보가 될 수 있음을 시사하며, 결국 e스포츠 참여동기가 만족감을 통해 구전을 통한 홍보로 해당 e스포츠에 더 많은 유저들을 모집하여 이익 창출에 기여할 수 있음을 의미한다.



### Ⅲ. 연구방법

#### 1. 연구대상 및 표집 방법

본 연구의 목적은 e스포츠 참여동기와 충성도의 관계를 탐색하고 장르의 조절효과를 검증하는 것이다. 본 연구는 대한민국 전국에 거주하고 있는 e스포츠 이용 경험자 만 20~59세 성인을 모집단으로 선정한 다음 비확률 표본추출법 중의 하나인 편의표본추출법(convenient sampling method)으로 온라인 설문지를 배포하였다. 수집한 설문지 500부 중 불성실하게 응답으로 처리된 0부를 제외한 500부의 설문지를 본 연구의 최종 분석에 사용하였다. 연구대상자의 인구통계학적 특성은 <표1>과 같다.

연구대상자의 특성을 보면, 남성이 356명(71.2%), 여성이 244명(48.8%)으로 나타났고, 연령은 30대 147명(29.4%), 20대 138명(27.6%), 40대 116명(23.2%), 50대 이상 99명(19.8%) 순으로 나타났다. 교육수준은 학사 358명(71.6%), 고졸 및 이하 58명(11.6%), 학사 재학 48명(9.6%), 석사 36명(7.2%) 순으로 나타났다. e스포츠 주간 이용횟수는 주 2~3회 224명(44.8%), 주 1회 121명(24.2%), 주 4~5회 79명(15.8%), 매일 58명(11.6%), 6회 18명(3.6%) 순으로 나타났다. e스포츠 이용 경력은 6년 이상 337명(67.4%), 2~3년 68명(13.6%), 4~5년 68명(13.6%), 1년 이하 27명(5.4%) 순으로 나타났다.



표 1. 연구 참여자의 인구통계학적 특성

	구분	빈도(%)	계(%)
남자	남	356(62.2)	500(100)
	여	144(37.8)	
연령	20세 미만	0(0)	500(100)
	20~29세	138(27.6)	
	30~39세	147(29.4)	
	40~49세	116(23.2)	
	50세 이상	99(19.8)	
교육수준	고졸 및 이하	58(11.6)	500(100)
	학사 재학	48(9.6)	
	학사	358(71.6)	
	석사 재학	36(7.2)	
주간 이용횟수	주 1회	121(24.2)	500(100)
	주 2~3회	224(44.8)	
	주 3~4회	79(15.8)	
	주 5~6회	18(3.6)	
	매일	58(11.6)	
이용경력	1년이하	27(5.4)	500(100)
	2~3년	68(13.6)	
	4~5년	68(13.6)	
	6년이상	337(67.4)	
		전체	

## 2. 조사도구

본 연구의 e스포츠 참여동기, 충성도의 관계를 실증적으로 규명하기 위해 국내/외 선행연구에서 이미 신뢰성 및 타당성이 검증된 설문지의 측정 문항들을 본 연구에 맞게 재구성하였다. 설문 문항의 응답 척도는 각 항목마다 1점 '전혀 그렇지 않다'에서 7점 '매우 그렇다'의 7점 리커트(Likert) 척도로 구성되었다.

### 가. 개념의 측정도구

#### (1) e스포츠 참여동기

본 연구의 주요 개념인 e스포츠 참여동기는 소비자가 e스포츠를 참여하는 핵심적인 요인으로 오락성, 심미성, 경쟁성, 조작성, 도전성, 사회적 교류, 일상 탈출 등 7개의 요인으로 구성되어 있다. 해당 참여동기에 대한 설문문항은(Jang et al., 2021)의 연구에서 제시한 e스포츠 관람 동기를 본 연구에 맞게 수정 및 보완하여 사용하였다. 오락성 3문항, 심미성 2문항, 사회성 2문항, 조작성 2문항, 도전성 3문항, 일상탈출 3문항, 경쟁성 2문항 총 18문항으로 구성되었고, 측정도구의 응답형태는 '전혀 그렇지 않다'(1점) 부터 '매우 그렇다'(7점) 까지 7점 리커트(Likert) 척도로 구성됐다(표).

표 2. e스포츠 참여동기 측정을 위한 설문문항

요인	설문문항
오락성	나는 e스포츠를 즐겁기 때문에 한다
	나는 e스포츠를 재미있어서 한다
	나에게 e스포츠 참여는 오락생활 중 하나이다
심미성	나는 e스포츠의 화려한 그래픽을 즐긴다
	나는 e스포츠의 생생한 그래픽을 즐긴다
사회성	나는 새로운 사람을 만날 수 있기 때문에 e스포츠를 한다
	나는 다른 플레이어와 채팅하며 정보 교류를 하기 위해서 e스포츠를 한다
조작성	나는 나의 캐릭터를 조작하는 것이 재미있어서 e스포츠를 한다
	나는 나의 캐릭터를 강하게 만드는 것이 재미있어서 e스포츠를 한다
도전성	나는 더 높은 난이도에 도전하기 위해 e스포츠를 한다
	나는 최고 플레이어라는 명성을 얻기 위해 e스포츠를 한다
	나는 최고 기록을 갱신하기 위해서 e스포츠를 한다
일상탈출	나는 일상의 압박에서 벗어나기 위해서 e스포츠를 한다
	나는 긴장, 짜증 초조함을 해소하기 위해서 e스포츠를 한다
경쟁성	e스포츠를 하고 나면 스트레스가 해소된다
	나는 '경쟁'이 e스포츠 참여에 있어 가장 중요한 부분이라고 생각한다
	나는 e스포츠를 할 때 상대의 실력이 좋을수록 더 즐거움을 느낀다

(2) 충성도

충성도는 소비 후 행동에서 대표적으로 지속사용의도와 긍정적 구전으로 개념화 될 수 있다(Oliver & DeSarbo, 1988). 고객의 소비 이후 충성도에 대한 척도는 Kotler, (1984)의 연구를 기반으로 이동환, (2012)가 제시

한 충성도 설문지를 본 연구의 목적에 맞도록 수정 및 보완하여 사용하였다.

표 3. 충성도 측정을 위한 설문문항

요인	설문문항
충성도	나는 지속적으로 e스포츠에 참여할 것이다
	나는 e스포츠 참여를 그만두지 않을 것이다
	e스포츠를 참여할 기회가 생긴다면 계속 참여할 것이다
	내가 하는 e스포츠를 주변 사람들에게 추천할 것이다
	내가 하는 e스포츠를 타인에게 긍정적으로 이야기할 것이다
	내가 하는 e스포츠를 통해 느꼈던 긍정적인 경험을 주변인에게 이야기할 것이다

### (3) 장르

본 연구의 조절효과인 장르를 측정하기 위하여 다섯 개의 장르 중 가장 즐겨 하는 장르 하나를 고르도록 구성하였다.

#### 나. 설문지의 구성

본 연구에서 사용한 설문지의 개념들은 다음과 같이 구성하였다. 참여동기 18문항, 충성도 6문항, 장르 1문항 구성하였다

## 3. 자료처리 및 분석

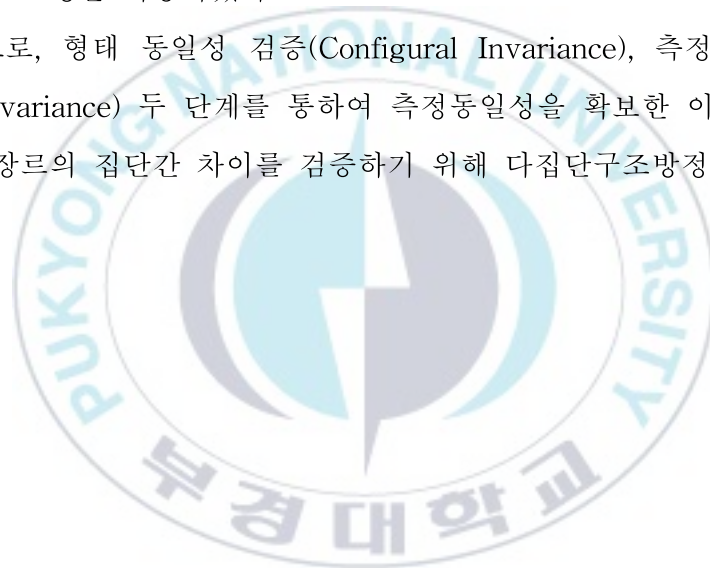
본 연구에서는 설문지의 응답결과를 기입한 자료를 회수한 후 응답 내용이 부실하거나 신뢰성이 없다고 판단되는 자료는 분석대상에서 제외하였다. 또한, 설정된 가설 관계를 검증하기 위하여 오픈 소스 프로그램 R을 활용하여 다음과 같은 분석 방법을 사용하고 절차를 진행하였다.

첫째, 표본의 특성과 측정 문항에 대한 정확도와 정규성 검증을 위해 기술통계분석(descriptive statistics)을 실시하였다.

둘째, 측정도구의 신뢰도 및 타당도를 검증하기 위해 R프로그램을 이용하여 확인적 요인분석(CFA)을 시행하였다. 구체적으로, 각 요인들의 요인 적재량(factor loading), 개념신뢰도(C.R.), 평균 분산 추출값(AVE), 요인 간 상관계수들을 검토하였다.

셋째, 연구모델의 적합도 및 본 연구의 가설 검증을 평가하기 위해 잠재 구조방정식 모형을 사용하였다.

마지막으로, 형태 동일성 검증(Configural Invariance), 측정 단위 검증(Metric Invariance) 두 단계를 통하여 측정동일성을 확보한 이후, 잠재 변인으로서 장르의 집단간 차이를 검증하기 위해 다집단구조방정식분석을 실시하였다.



## IV. 연구결과

### 1. 자료의 일반적 특성

#### 가. 기술 통계값과 분포의 정규성

본 연구의 설문조사는 온라인 설문지를 통해 실시되었다. 수집된 자료의 특성을 파악하기 위해 표준편차, 최대치, 최소치, 평균값과 같은 기초 통계량과 왜도 및 첨도를 검토하여 자료의 정규성 분포를 확인하였다. 본 연구의 분석에 사용된 변인인 오락성, 심미성, 경쟁성, 조작성, 도전성, 사회적 교류, 일상 탈출, 충성도의 변인에 대한 기술적 통계량은 <표4>와 같으며, 관측변인들의 상관관계는 <표>와 같다.

각 문항의 최대, 최소값을 확인한 결과 이상치를 벗어나지 않으며, 평균값 7점 기준으로 하여 사이에 분포하고 있음을 확인할 수 있다. 또한 정규성 확인을 위하여 왜도와 첨도를 활용하여 분석하였다.

표 4. 기술통계값과 분포의 정규성

요인	최소	최대	평균	표준편차	왜도	첨도
오락성1	3	7	5.88	0.86	-0.61	0.13
오락성2	2	7	6.01	0.83	-0.78	1.07
오락성3	1	7	5.89	0.88	-0.8	1.46
심미성1	1	7	5.41	1.12	-0.63	0.36
심미성2	1	7	5.36	1.19	-0.86	0.81
사회성1	1	7	4.03	1.58	-0.14	-0.77
사회성2	1	7	3.72	1.67	0.06	-0.87
조작성1	1	7	5.51	1.03	-0.72	1.08
조작성2	1	7	5.51	1.15	-0.71	0.67
도전성1	1	7	5.03	1.24	-0.55	0.17
도전성2	1	7	4.19	1.59	-0.22	-0.72
도전성3	1	7	4.63	1.59	-0.60	-0.31
일상탈출1	1	7	4.97	1.41	-0.71	0.14
일상탈출2	1	7	4.73	1.5	-0.65	-0.15
일상탈출3	1	7	5.12	1.23	-0.71	0.66
경쟁성1	1	7	5.31	1.32	-0.85	0.64
경쟁성2	1	7	5.50	1.25	-0.9	0.79

표 5. 다변량 왜도 검증결과

Test	Statistic	<i>p</i> -value	result
Skewness	7095.4543	.000	No

표 6. 다변량 첨도 검증결과

Test	Statistic	<i>p</i> -value	result
Kurtosis	59.891	.000	No

## 2. 개념의 신뢰도와 타당도 검증

### 가. 확인적 요인분석 결과

측정모형의 적합성과 측정항목의 상태를 검토하기 위해 <그림 3>과 같이 확인적 요인분석을 실시하였다. 다변량 정규성을 위반하여 안정적인 표준오차를 추정할 수 있는 추정방식을 사용하였다(Satorra & Bentler, 1994). Hair et al.(2006)이 제시한 측정 모형 적합도 지수  $\chi^2(df, p < .001)$ , CFI(Comparative Fit Index), RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation), SRMR(Standardized Root Mean square Residual)를 기준으로 SRMR, RMSEA .80 이하, CFI값이 .90 이상이다. 본 연구의 측정 모형 적합도 지수를 확인한 결과 CFI .910, SRMR .68, RMSEA .70 으로 나타났다. 전반적으로 제시한 적합지수의 기준값을 벗어나지 않는 것으로 나타났다. 따라서 본 모형이 연구 자료를 잘 설명하고 적합하다고 제시하였다.

표 7. 확인적 요인분석 적합도 검증 결과

구분	적합도 판단기준	적합도 지수
Normed $\chi^2$ (CMIN/df)	$\leq 2$ (좋음), $\leq 3$ (양호), $\leq 5$ (보통)	3.4
CFI	$\geq .9$	.91
TLI	$\geq .9$	.91
RMSEA	$\leq .08$	.07
SRMR	$\leq .08$	.068

확인적 요인 분석을 통해 측정변수들에 의한 모형의 타당성을 확보할 수 있으며, 수렴타당도(Convergent Validity)와 판별타당도(Discriminant



Validity)를 바탕으로 모형의 타당도를 검증하였다(Campbell & Fiske, 1959). 판별타당도는 각 개념이 명확하게 구분되는 정도로 검증하였고, 요인적재량(factor loading), 개념신뢰도(CR, Compositive Reliability), 평균분산추출(AVE, Average Variance Extracted)값을 통해 검토하였다. 수렴타당도는 요인 적재량 .50 이상.95이하면, AVE .5, CR .70(Fornell & Larcker, 1981)이면 확보된 것으로 간주하는 것으로 본 연구의 측정 문항의 요인적재량은 .646에서 .920 사이이며 통계적으로 유의한 것으로 나타났으며, CR값은 .616(일상탈출)에서 .917(충성도)사이로 나타났다. 이러한 결과는 해당 측정도구는 수렴타당도를 확보하였다고 해석할 수 있다. 마지막으로 AVE값은.558(조작성)에서 .737(경쟁성)로 나타났으며, 변수들의 상관계수의 제곱값보다 넘어 측정도구의 판별타당도를 확보한 것으로 나타낼 수 있다. 따라서 본 연구모델의 검증을 위한 수집된 자료는 수렴타당도와 판별타당도를 확보할 것으로 결론을 내릴 수 있다.

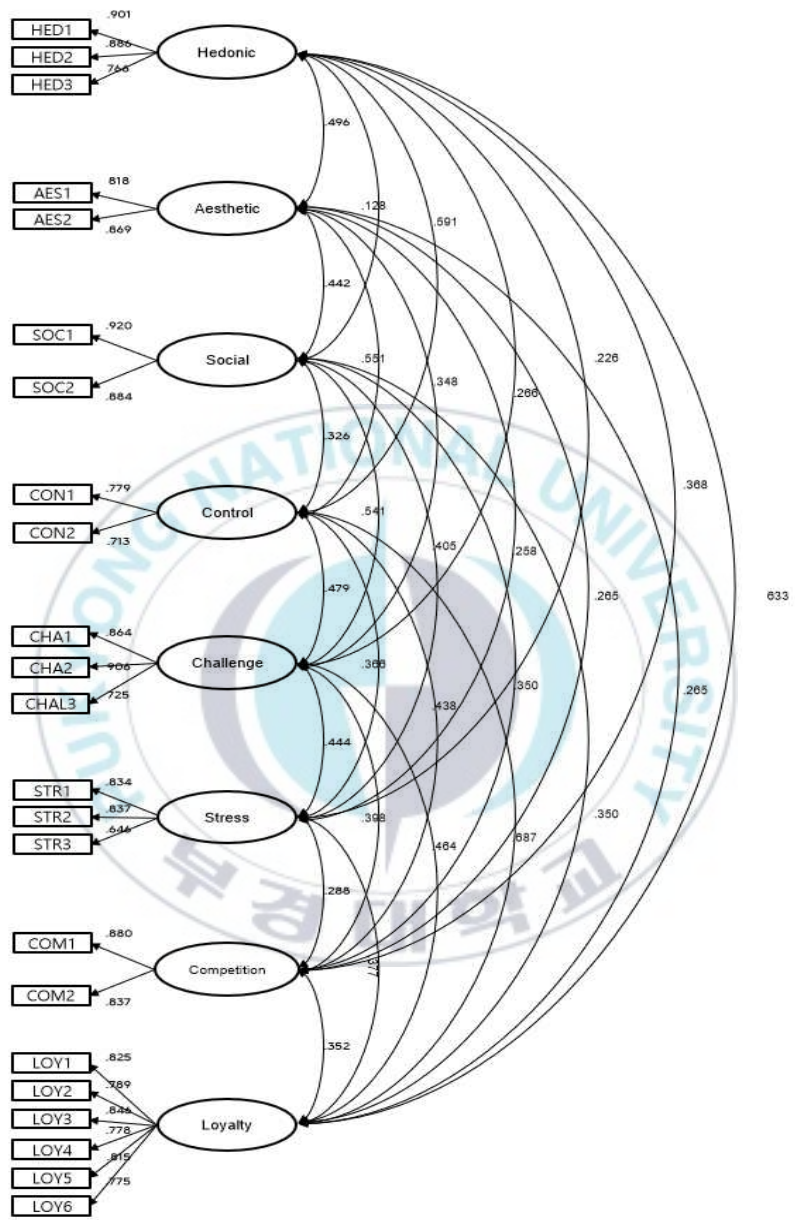


그림2. 확인적 요인분석 결과

표 8. 확인적 요인분석 (CFA) 수렴타당도 검증결과

요인 및 측정항목	요인 적재량	C.R.	AVE
오락성		.889	.728
나는 e스포츠를 즐겁기 때문에 한다	.901		
나는 e스포츠를 재미있어서 한다	.886		
나에게 e스포츠 참여는 오락생활 중 하나이다	.766		
심미성		.832	.712
나는 e스포츠의 화려한 그래픽을 즐긴다	.818		
나는 e스포츠의 생생한 그래픽을 즐긴다	.869		
사회성		.814	.897
나는 새로운 사람을 만날 수 있기 때문에 e스포츠를 한다	.920		
나는 다른 플레이어와 채팅하며 정보 교류를 하기 위해서 e스포츠를 한다	.884		
조작성		.716	.558
나는 나의 캐릭터를 조작하는 것이 재미있어서 e스포츠를 한다	.779		
나는 나의 캐릭터를 강하게 만드는 것이 재미있어서 e스포츠를 한다	.713		
도전성		.873	.698
나는 더 높은 난이도에 도전하기 위해 e스포츠를 한다	.864		
나는 최고 플레이어라는 명성을 얻기 위해 e스포츠를 한다	.906		
나는 최고 기록을 갱신하기 위해서 e스포츠를 한다	.725		
일상탈출		.826	.616
나는 일상의 압박에서 벗어나기 위해서 e스포츠를 한다	.834		
나는 긴장, 짜증 초조함을 해소하기 위해서 e스포츠를 한다	.857		
e스포츠를 하고 나면 스트레스가 해소된다	.646		

경쟁성	.849	.737
나는 '경쟁'이 e스포츠 참여에 있어 가장 중요한 부분이라고 생각한다	.880	
나는 e스포츠를 할 때 상대의 실력이 좋을수록 더 즐거움을 느낀다	.837	
충성도	.917	.649
나는 지속적으로 e스포츠에 참여할 것이다	.825	
나는 e스포츠 참여를 그만두지 않을 것이다	.789	
e스포츠를 참여할 기회가 생긴다면 계속 참여할 것이다	.849	
내가 하는 e스포츠를 주변 사람들에게 추천할 것이다	.778	
내가 하는 e스포츠를 타인에게 긍정적으로 이야기할 것이다	.815	
내가 하는 e스포츠를 통해 느꼈던 긍정적인 경험을 주변인에게 이야기할 것이다	.775	

표 9. 확인적 요인분석 (CFA) 판별타당도 검증결과

변수	1	2	3	4	5	6	7	8
1	.728							
2	.496	.712						
3	.128	.442	.897					
4	.591	.551	.326	.558				
5	.266	.348	.541	.479	.698			
6	.226	.258	.405	.336	.444	.616		
7	.368	.265	.350	.438	.398	.288	.737	
8	.633	.265	.350	.687	.464	.337	.352	.649

대각선 수치는 AVE 수치임

\*수치는 잠재변수 간의 상관관계 계수

1=오락성; 2=심미성; 3=사회성; 4=조작성; 5=도전성; 6=일상탈출; 7=경쟁성; 8=충성도

### 3. 구조방정식모형분석

측정 모델 평가 이후, 본 연구의 가설 검증을 위해 구조방정식모형분석 (SEM, Structure Equation Model)을 실시하였다. 먼저, 본 연구의 구조모형에 대한 적합도를 검증하기 위해 모형적합도 평가를 실시한 결과 만족스러운 모델 적합도를 나타냈다(2/df =3.4, TLI=.88, CFI=.91, RMSEA=.07, SRMR=.06)

표 10. 구조방정식 모델 적합도 검증 결과

구분	적합도 판단기준	적합도 지수
Normed $\chi^2$ (CMIN/df)	≤2(좋음), ≤3(양호), ≤5(보통)	3.4
CFI	≥.9	.91
TLI	≥.9	.88
RMSEA	≤.08	.07
SRMR	≤.08	.06

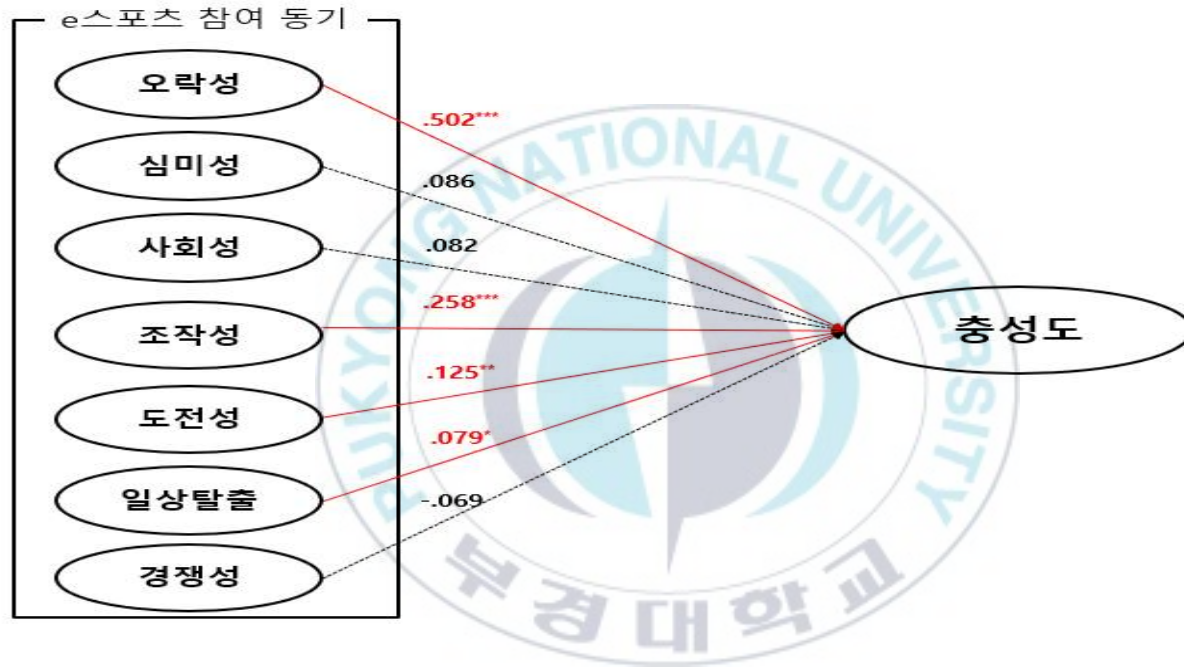


그림3. 구조방정식모형분석 (SEM, Structure Equation Model)

#### 4. 측정 동일성 검증

장르의 조절효과와 관련하여 다집단구조방정식분석(multigroup SEM)을 수행하기 전에, FPS, RPG, SPORT, RTS, MOBA 참가자가 동일한 방식으로 척도 항목을 해석했는지를 확인하기 위해 측정 동일성 검증(measurement invariance test)을 수행하였다. 구체적으로, 여러 모델 적합 지수를 사용하여 형태 동일성(configural invariance)과 측정단위 동일성(metric invariance)이 확보되었는지 검증하였다(Kline, 2015).

형태 동일성 검증(Configural Invariance)은 요인구조를 구성하는 요인의 개수와 구조의 형태가 집단 간에 동일한지를 검증하는 단계이다(신현숙, 2020). 형태 동일성 검증을 하기 위해 요인 동일성 제약이 없는 Model1을 만들어 다집단 분석을 실시한 결과, 만족스러운 모델 적합도를 나타냈다(2/df=1.98, TLI=.95, CFI=.95, RMSEA=.06, SRMR=.04). 따라서, 장르 집단의 형태 동일성이 검증되었다고 결론 내렸다<그림 5>.

다음으로, 요인계수가 집단간에 동일한지를 검증하기 위해 측정 동일성 검증(Metric Invariance)을 실시하였다. 이를 위해 두 그룹간 모든 요인 부하량을 동일하게 제약하여 Model2를 만들어 Model1과의 적합도를 비교하였다(Asada & Ko, 2019). 장르 집단의 측정 동일성이 확보된 것이라 결론 내렸다<그림6>.



그림4. 형태 동일성 검증(Configural Invariance)





그림5. 측정단위 동일성 검증(Metric Invariance)

## 5. 다집단구조방정식모형분석

마지막으로, 참여동기와 충성도 사이의 관계에 대한 장르의 조절 효과를 검증하기 위해 다집단구조방정식분석(Multigroup SEM)을 실시하였다. 먼저, 분석을 위해 기존의 구조방정식모델에 장르 집단을 추가한 Model3을 만들어 분석하였다. 다음으로, Model3에 각각의 제약 조건을 추가하여 7개의 추가 모델을 만들었다. Model4는 오락성과 충성도의 경로를 제약하고, Model5는 심미성과 충성도의 경로를 제약하였으며 Model6은 사회성과 충성도의 경로를 제약하였다. Model7은 조작성과 충성도의 경로를 제약하고, Model8은 도전성과 충성도의 경로를 제약하였으며 Model9는 일상탈출과 충성도의 경로를 제약하였다. 마지막으로 Model10은 경쟁성과 충성도의 경로를 제약하였다. 이후, Satorra-Bentler 척도 카이 제곱 차이 검정(Satorra-Bentler scaled chi-square difference test)을 통해 Model3<그림 7>과 Model4<그림 8>, Model5<그림 9>, Model6<그림 10>, Model7<그림 11>, Model8<그림 12>, Model9<그림 13>, Model10<그림 14>을 각각 비교하였다.

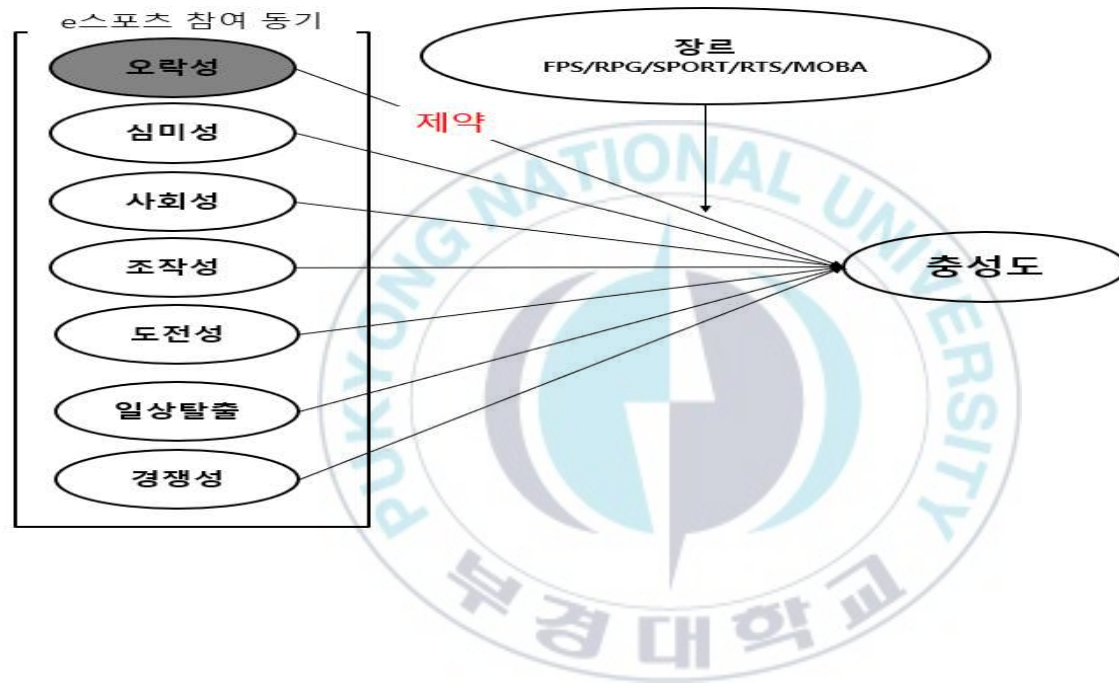


그림6. Model 4

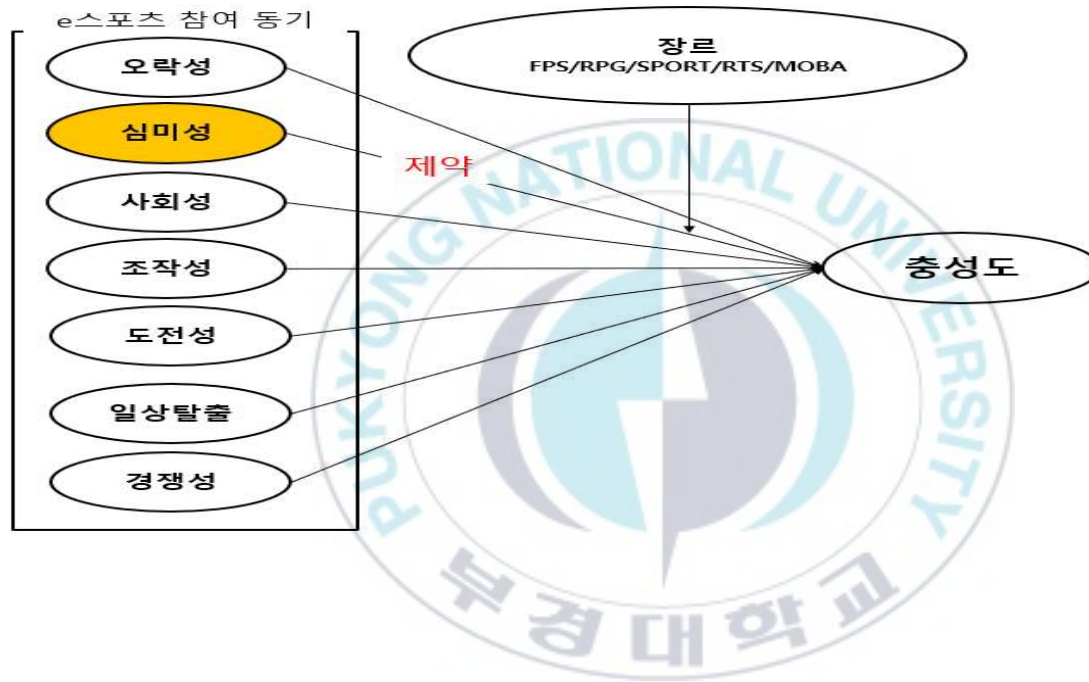


그림7. Model 5

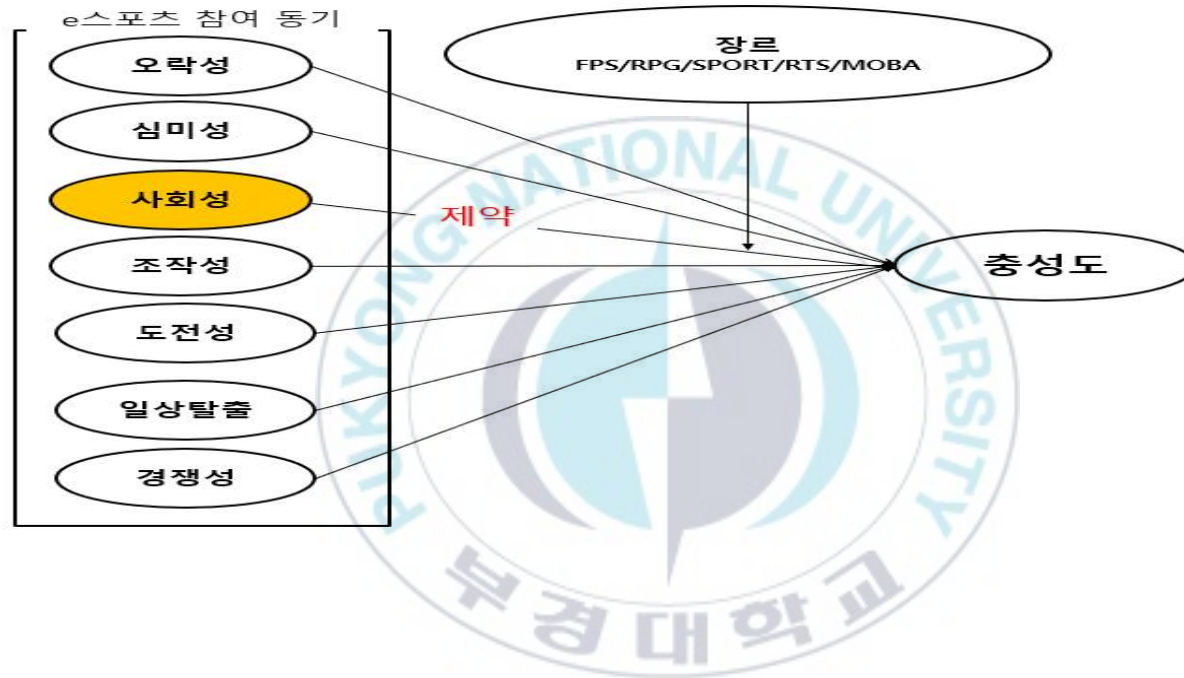


그림8. Model 6

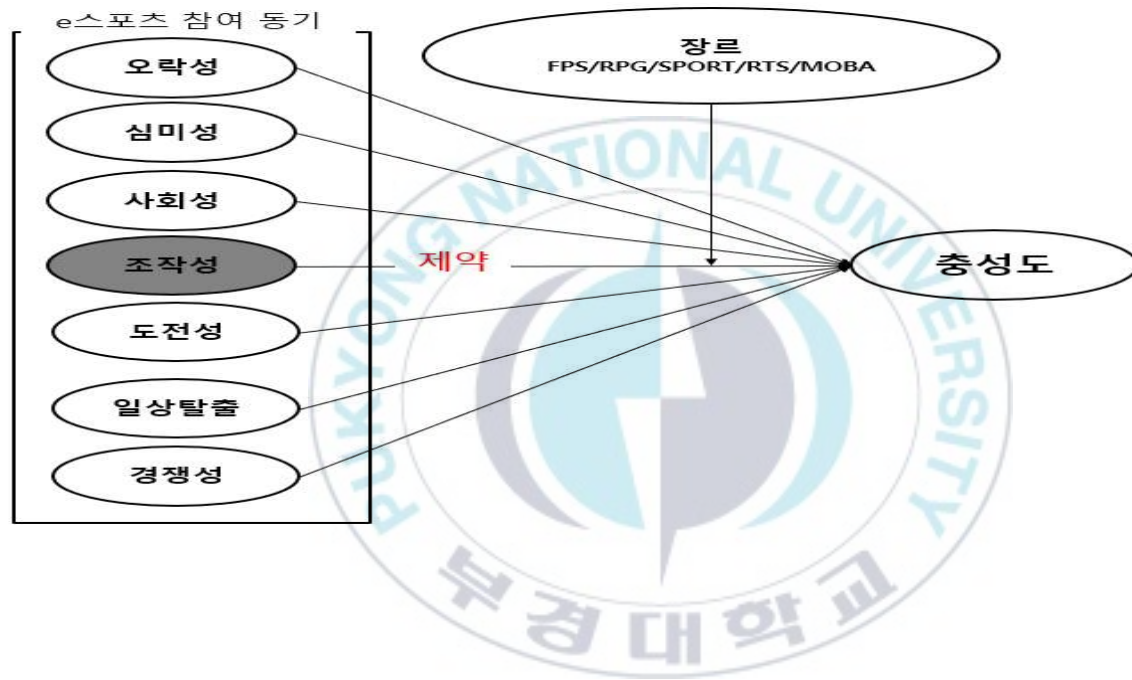


그림9. Model 7

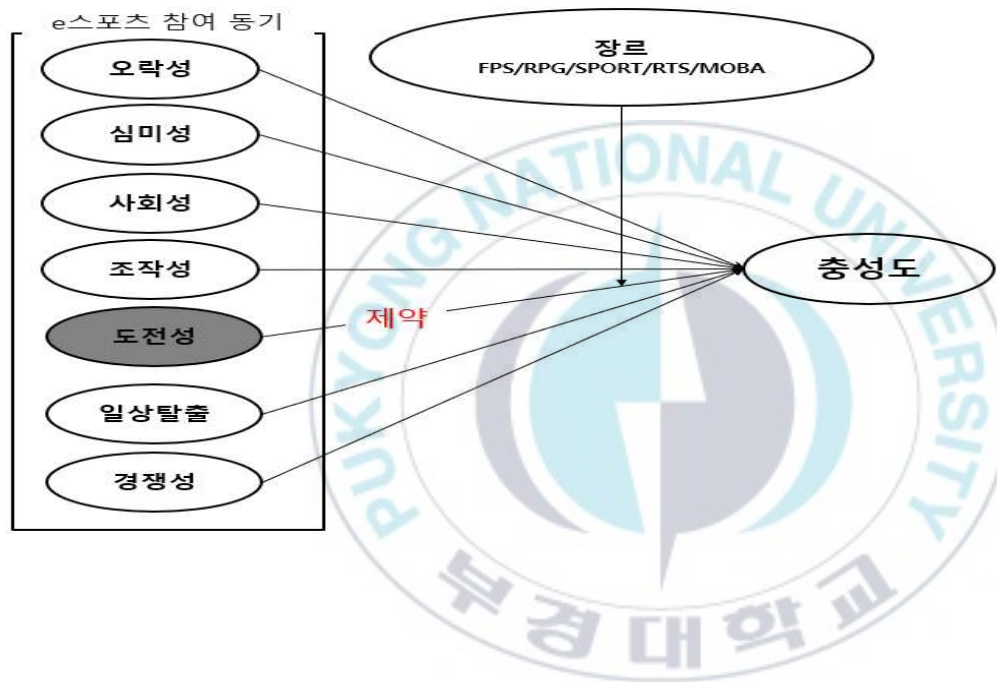


그림10. Model 8

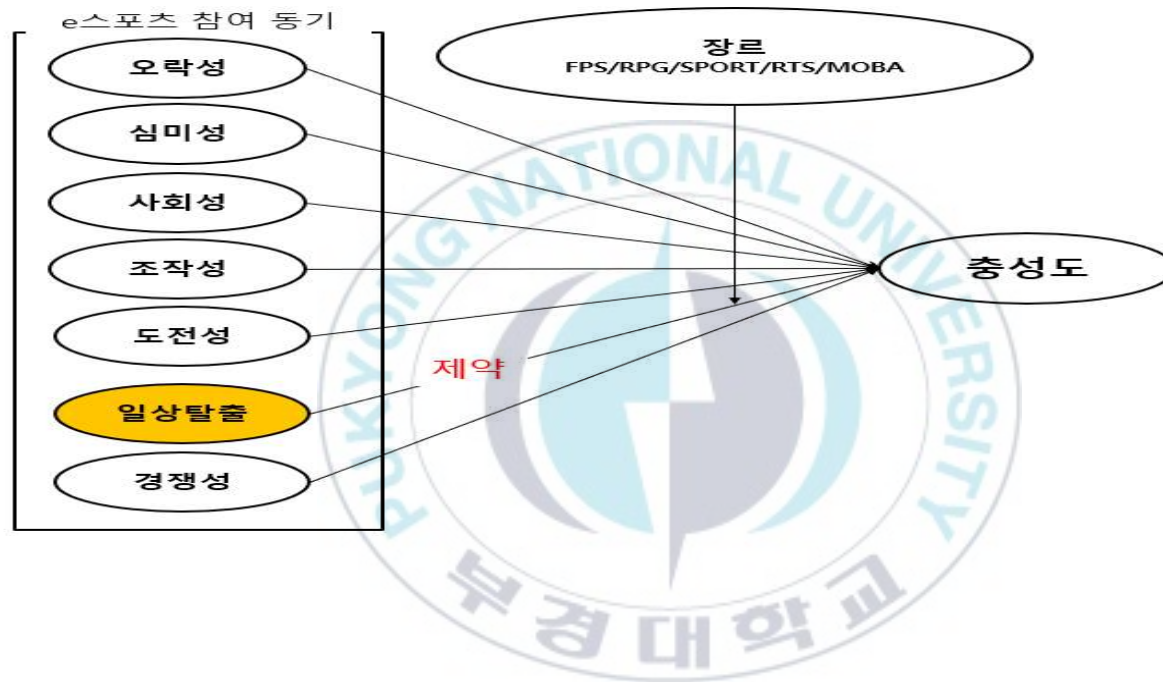


그림11. Model 9



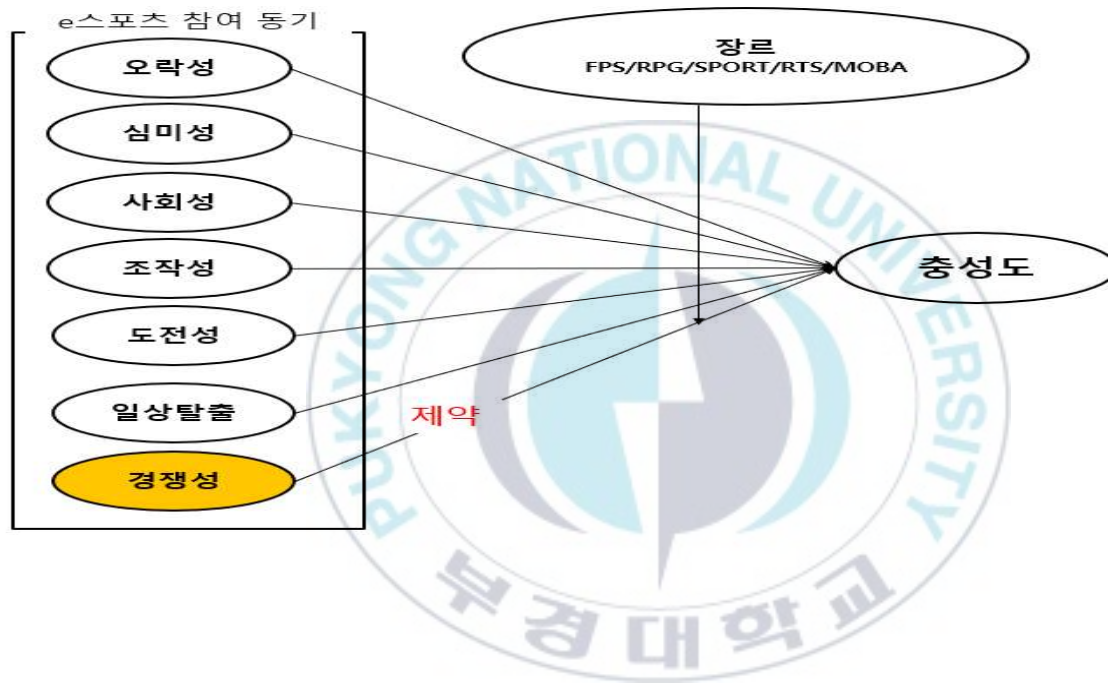


그림12. Model 10

## 6. 가설검증

본 연구의 가설 검증 결과는 그림 13과 같다. 구체적으로 e스포츠 참여 동기가 충성도에 미치는 영향 중 오락성, 조작성, 도전성, 일상탈출과 충성도 간의 관계에는 유의한 영향이 나타났으나 심미성, 사회성, 경쟁성과 충성도 간의 유의한 영향이 나타나지 않았다. 따라서, 본 연구의 H1, H4, H5, H6은 채택되었으며 H2, H3, H7은 기각되었다. 이상의 결과들은 <그림 4>에 요약되었다.

장르의 조절효과와 관련하여 다집단구조방정식 결과, 제약하지 않은 기존 모델 Model3과 오락성을 제약한 Model4의 카이 검증 결과 유의하지 않은 것으로 나타나 ( $\chi^2/df = 1.62, p < .1$ ) 가설 Q1은 기각되었으며, 기존 모델 Model3과 심미성을 제약한 Model5의 경우 유의한 결과가 ( $\chi^2/df = 1.64, p < 0.05$ ) 나타나 가설 Q2는 채택되었다. 기존 모델 Model3과 사회성을 제약한 Model6의 카이 검증 결과 유의한 것으로 나타나 ( $\chi^2/df = 1.65, p < 0.05$ ) 가설 Q3은 채택되었으며, 기존 모델 Model3과 조작성을 제약한 Model7의 경우 유의한 결과가 나타나지 않아 ( $\chi^2/df = 1.65, p < 0.49$ ) 가설 Q4는 기각되었다. 제약하지 않은 기존 모델 Model3과 도전성을 제약한 Model8의 카이 검증 결과 유의하지 않은 것으로 나타나 ( $\chi^2/df = 1.65, p < 0.49$ ) 가설 Q5은 기각되었으며, 기존 모델 Model3과 일상탈출을 제약한 Model9의 경우 유의한 결과가( $\chi^2/df = 1.64, p < 0.05$ ) 나타나 가설 Q6은 채택되었다. 마지막으로 기존 모델 Model3과 경쟁성을 제약한 Model10의 카이 검증 결과 유의한 결과가 나타나 가설 Q7은 채택되었다.

종합하면 장르 집단간 오락성, 조작성, 도전성은 장르 집단간 유의한 차이가 없으며, 심미성, 사회성, 일상탈출, 경쟁성은 장르 집단간 차이가 있다고 볼 수 있다. 구체적으로 참여동기 심미성, 경쟁성은 스포츠 장르에서 충

성도에 미치는 영향을 긍정적인 방향으로 조절하는 것으로 볼 수 있으며, 사회성은 스포츠 장르에서 부정적인 방향으로, RTS 장르에서는 긍정적인 방향으로 조절하는 것으로 해석할 수 있다. 마지막으로 일상탈출은 FPS, MOBA장르에서 긍정적인 방향으로 조절하는 것으로 해석할 수 있다.



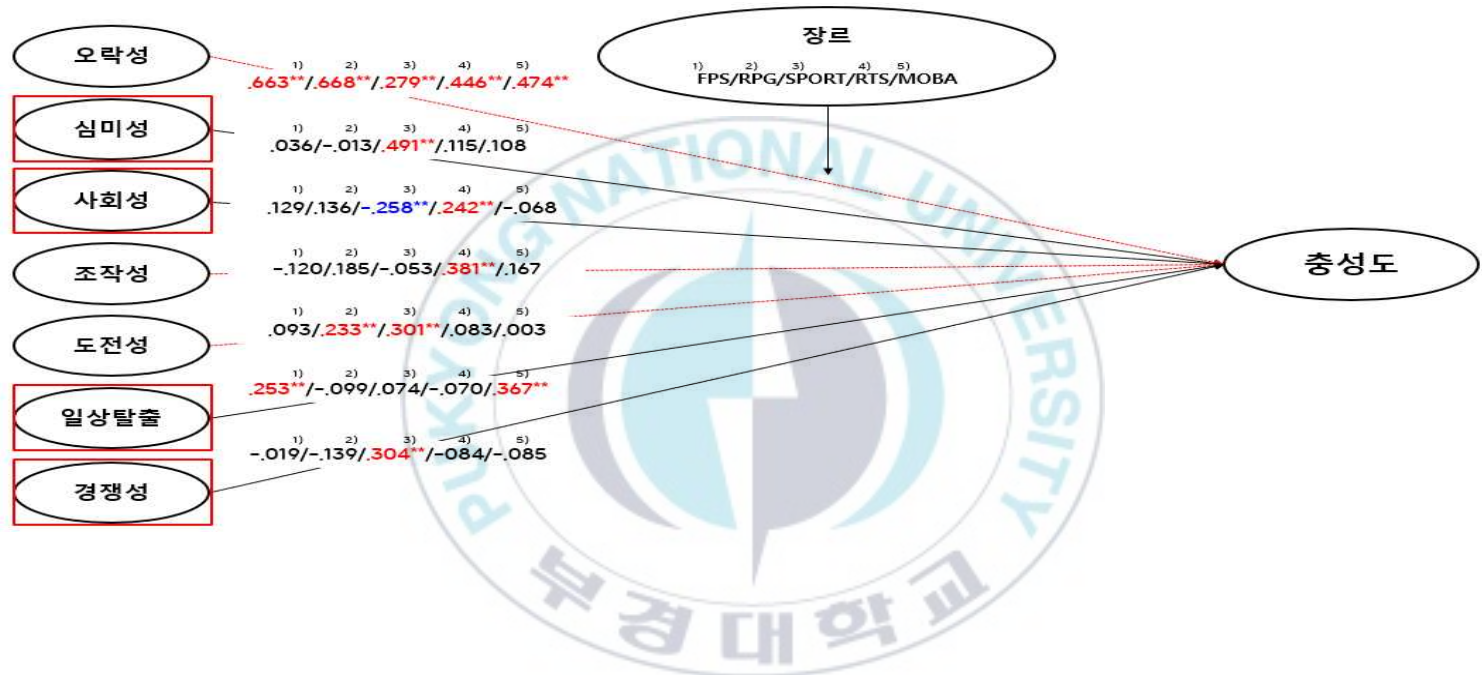


그림13. 연구모델 경로계수 및 결과 요약

## V. 논의

### 1. 오락성, 심미성, 사회성, 조작성, 도전성, 일상탈출, 경쟁성, 충성도의 구조적 관계

본 연구는 e스포츠 사용자들의 참여동기 7개 하위요인(오락성, 심미성, 사회성, 조작성, 도전성, 일상탈출, 경쟁성)이 충성도에 어떠한 영향을 미치는지, 그리고 이러한 영향이 장르별로 어떻게 달라지는지를 탐색하였다. 선행연구들과 관련된 이론들을 바탕으로 7개의 가설과 7개의 연구문제를 제시하였고 이에 따른 연구모형을 설정하였다. 가설검정 결과 설정된 7개 가설 중 4개가 채택되었으며, 7개의 연구문제 중 4개가 채택되었다. 연구결과에 대한 논의와 이론적, 실용적 시사점은 다음과 같다.

본 연구에서 e스포츠 참여동기 중 오락성(가설 1), 조작성(가설 4), 도전성(가설 5), 일상탈출(가설 6)은 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 소비자들이 이용하는 e스포츠의 콘텐츠(오락성), 캐릭터 조작감(조작성), 도전을 할 수 있는 다양한 단계의 제공(도전성)에 대한 재미와 스트레스 해소를 느끼면(일상 탈출) 충성도에 긍정적인 영향을 미친다는 것으로 해석할 수 있다. 이러한 결과는(Lee et al., 2014)의 e스포츠 관람동기 중 오락성이 충성도에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과를 지지한다. 또한 e스포츠 참여 중 조작성의 중요성을 입증한 (손영림, 2017)의 연구에 대하여 뒷받침 할 수 있다. 또 대부분의 선행연구(김정기 & 이정기, 2010)들 중 e스포츠 참여동기 일상 탈출이 충성도에 긍정적인 영향을 미친다는 연구결과들과 맥을 같이 한다고 볼 수 있다.

흥미롭게도 e스포츠의 도전성 영향에 대해 알아보지 못한 기존 선행연구들과는 달리 본 연구에서는 도전성이 충성도에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혔고, 청소년 e스포츠 소비자에 대해 도전성이 긍정적인 영향을 미친다는 영향을 밝힌 (Bányai et al., 2019)의 연구결과에 성인까지 포함시킬 수 있는 연장선이 될 수 있다. 이러한 연구결과는 전통 스포츠에서 참여동기 도전성의 긍정적인 영향을 입증한(Kerr & Mackenzie, 2012)의 연구결과에 대하여 전통 스포츠에서만 아니라 e스포츠에서도 도전성은 중요한 참여동기로 확장 될 수 있다는 것으로 해석할 수 있다. 이상을 종합해 본다면, 기존 선행연구에서 밝힌 e스포츠 참여동기 중 오락성, 조작성, 일상탈출에 대한 긍정적인 연구결과들을 지지하는 동시에 참여동기 도전성에 대하여 청소년 소비자, 전통 스포츠에서만 밝힌 기존 연구결과들을 확장했다는 데 의의가 있다. 이러한 연구결과를 바탕으로, e스포츠 개발자들에게 소비자의 다양한 참여동기 중 어떠한 동기들을 집중적으로 유발하여 해당 e스포츠에 대한 충성도를 높일 수 있는지에 대한 방안을 제시할 수 있다.

결국, e스포츠의 전략적 마케팅의 최종 목표는 소비자의 충성도 제고이다. 소비자의 지속적 이용과 긍정적 구전을 통한 홍보는 더 많은 소비자 참여에 직접적인 영향을 미치기 때문이다. 본 연구에서는 e스포츠 참여동기를 충성도의 예측변인으로 설정하였으며, 참여동기를 7개로 설정하여 구체적으로 어떠한 동기가 충성도에 미치는지 알아보았다. 결국, e스포츠 참여를 극대화하기 위해서는 소비자의 충성도를 높이기 위한 다양한 전략을 수립해야 한다는 것을 의미한다.

## 2. e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향에 대한 장르의 조절효과

본 연구는 e스포츠 소비자의 참여동기가 충성도에 어떠한 영향을 미치는가를 규명하기 위하여, 장르의 조절효과를 검증하였다. 분석결과 장르별로 차이가 나는 변수들이 존재하였으며, 이는 각 장르가 갖고 있는 고유한 속성과 특성에 따라 조절한 것으로 분석되며 심미성, 사회성, 일상탈출, 경쟁성 참여동기가 집단간 차이가 있는 것으로 나타났다.

스포츠 게임 장르에서 심미성은 가장 높게 나타나었다. 이는 스포츠의 예술성과 관련지어 설명할 수 있다. 스포츠의 예술 표현의 미적 욕구는 선수가 표현하는 기술에 대한 아름다움과 화려함에서 채워지며 이러한 선수의 기술은 e스포츠를 통해서 재현하며 직접 체험 수 있기 때문에 심미성이 가장 높게 나왔다고 해석할 수 있다. 추가로 스포츠 상황 속에서는 선수가 재현하는 기술적 아름다움에 대하여 관람밖에 할 수 없었던 것과는 반대로 e스포츠에는 표현해보고 싶던 기술들을 표현할 수 있기 때문에 심미성이 높을 것으로 해석할 수 있다.

사회성의 경우 전략적 요인을 요구하는 RTS 장르가 높게 나왔지만 흥미롭게도 전통 스포츠 연구들과는 달리 e스포츠 참여동기를 다룬 본 연구에서는 스포츠 장르에서 사회성이 가장 낮게 충성도에 미치는 영향이 가장 낮게 나타났다.

RTS 장르의 경우 전략적인 요소로 상대방과 전투를 벌여 상대방과 경쟁 혹은 교류하는 장르로, 해당 장르에 대한 전략을 알아야 승리로 이어질 확률이 높아진다(Hilvert-Bruce et al., 2018). 이처럼 전략을 알기 위해서는 소비자 개인이 스스로 터득하는 방법도 있으나, 제약 없이 인터넷 접속만

있으며 상대방과 교류할 수 있기 때문에 다양한 전략 방법을 교류할 수 있어, 사회적 교류가 가장 크게 나타났다고 해석할 수 있다.

전통 스포츠의 경우 사회적 교류가 중요하게 나타난 반면, 본 연구에서는 스포츠 장르의 사회적 교류는 충성도에 부정적인 영향을 미친다는 결과가 나타났다. 이는 향후 2차 연구를 통하여 밝혀 왜 이러한 결과가 나왔는지 밝히고자 한다.

참여동기 일상탈출의 경우 MOBA, FPS 장르에서 높게 나왔다. MOBA 장르의 경우 다른 장르에 비해서 높은 강도의 상황에서 진행이 되어, 일반적으로 한판의 게임플레이에 비교적 오랜 시간이 걸린다(Ma et al., 2021). 오랜 시간동안 높은 강도로 집중을 하게 되면 몰입경험을 하며(Schmidt et al., 2020), 이를 통해 현실의 긴장속에서 벗어나, 일상탈출을 할 수 있어 이러한 결과가 나왔다고 해석할 수 있다.

FPS 장르의 경우 비교적 MOBA 장르에 비해서 오랜 기간 동안 연구되어 온 장르이다. 기존 선행연구를 통해 FPS 장르의 공격적 성향으로 인한 스트레스 해소 요소가 크다고 (배혜진, 2007)보고하였다. 하지만 이러한 공격적인 요소를 통한 스트레스 해소는 일상의 폭력, 사이버 폭력으로 이어질 수 있다고 밝혀 주의해야할 필요가 있다.

경쟁성의 경우 스포츠 장르에서 가장 높게 나왔고 이는 게임 장르별 재미 요소를 연구한 박찬일, (2010)의 연구결과와 일치하며, 해당 연구에서는 성별의 비율의 차이로 인해 경쟁성이 높은 연구결과 나왔다. 추가로, (김진 & 황재연, 2020)의 연구의 경쟁성에 관한 연구에서는 남성의 경우 여성보다 경쟁에 대한 동기가 크다고 보고하였다. 하지만, 본 연구에서는 성별에 대한 조절효과를 보지 못하였으나 기존 선행연구들을 통해 유추해본다면, 타 장르에 비해 남성의 성별이 많은 스포츠의 장르의 경우 경쟁성이 높다고 해석할 수 있다.



이상의 논의로 바탕으로 본 연구는 다음과 같은 이론적 시사점을 제공할 수 있다. 첫째, 기존 선행연구들에서는 액션, 판타지, 스포츠와 같이 큰 차원으로 e스포츠 장르를 세분화한 반면, 본 연구에서는 구체적인 장르의 구분을 통한 집단간 차이를 확인하였다. 둘째, 세분화한 종목에 따라 어떠한 참여동기가 집단에 따라 충성도에 미치는 영향을 확인하였다. 구체적으로 참여동기 심미성은 스포츠 장르에서 긍정적인 영향, 일상탈출은 FPS, MOBA 장르에서 긍정적으로 나왔으며 경쟁성은 스포츠 장르, 사회성은 RTS 장르에서는 긍정적으로, 스포츠 장르에서는 부정적인 영향을 미친다는 것을 확인하였다.

본 연구는 e스포츠 개발자들에게 다음과 같은 실용적 시사점을 제공할 수 있다. 첫째, 주기적인 e스포츠 업데이트를 통해 오락성, 조작성, 도전성, 일상탈출을 강조한 콘텐츠를 제공한다면 기존 소비자들을 유지할 수 있을 것이며, 더 나아가 기존 소비자의 구전활동으로 새로운 고객을 유치할 수 있을 것이다. 둘째, 스포츠 장르의 경우 실제 경기장과 같은 시각, 청각적 정보를 제공하며, 단순히 일방적인 경기 내용이 아닌 흥미 진진한 콘텐츠를 제공한다면 더 많은 고객을 유치할 수 있을 것이며, 전략적 요소를 활용하는 RTS 장르의 경우 상대방과 전략에 대해 많이 공유 할 수 있는 커뮤니티를 활성화 한다면 더 많은 소비자들을 유치할 수 있을 것으로 보고 있다.

## VI. 결론 및 제언

### 1. 결론

본 연구는 e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향을 탐색하고 장르의 조절효과를 검증하는데 그 목적이 있다. 연구 목적을 달성하기 위해 전국 성인 e스포츠 이용자를 대상으로 비확률표집법을 통해 표본을 추출하였다. 연구 참여자들은 온라인 설문지를 배포하여 자기 평가 기입법 (self-administration)으로 설문을 참여하였으며, 조사된 설문지 중 불성실하게 응답되거나 조사 내용의 일부가 누락된 설문지 0부를 제외한 500명의 유효한 데이터를 추출하여 최종 분석에 사용하였다. 수집된 자료는 오픈소스 프로그램인 R을 활용하여 확인적 요인분석, 다집단구조방정식분석을 실시하여 연구 목적에 맞게 전산처리 하였다. 이와 같은 방법과 절차를 따른 가설 및 연구문제의 검증을 통하여 도출된 본 연구의 결과는 다음과 같다.

- 첫째, e스포츠 참여동기 오락성은 충성도에 긍정적인 영향을 미친다.
- 둘째, e스포츠 참여동기 조작성은 충성도에 긍정적인 영향을 미친다.
- 셋째, e스포츠 참여동기 도전성은 충성도에 긍정적인 영향을 미친다.
- 넷째, e스포츠 참여동기 일상 탈출은 충성도에 긍정적인 영향을 미친다.

또한, 본 연구를 통해 e스포츠 참여동기는 장르 집단간 차이가 있음을 확인하여 장르의 조절효과를 알아보았다. 이와 관련되어 설정된 연구문제의 결과를 살펴보면 다음과 같다.

- 문제1, 오락성이 충성도에 미치는 영향은 장르 집단간 차이가 없다.  
문제2, 심미성이 충성도에 미치는 영향은 장르 집단간 차이가 있다.  
문제3, 사회성이 충성도에 미치는 영향은 장르 집단간 차이가 있다.  
문제4, 조작성이 충성도에 미치는 영향은 장르 집단간 차이가 있다.  
문제5, 도전성이 충성도에 미치는 영향은 장르 집단간 차이가 있다.  
문제6, 일상탈출이 충성도에 미치는 영향은 장르 집단간 차이가 있다.  
문제7, 경쟁성이 충성도에 미치는 영향은 장르 집단간 차이가 있다.

## 2. 제언

본 연구가 몇 가지 의미 있는 이론적, 실용적 시사점을 제공하지만, 본 연구의 제한점을 바탕으로 후속연구를 위한 다음과 같은 제언을 하고자 한다.

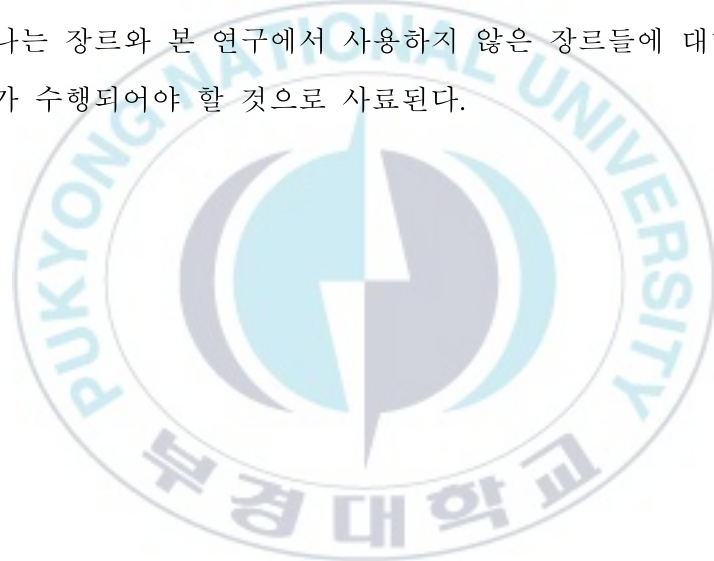
첫째, 본 연구는 e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 직접효과만 검증하였고, 다양한 심리적 기전을 밝히지 못하였다. 몰입, 만족과 같은 매개효과를 후속 연구에서 진행한다면 참여동기가 충성도에 미치는 영향을 더욱 심층적으로 이해할 수 있을 것으로 사료된다.

둘째, 본 연구는 횡단적 연구설계(cross-sectional design) 및 비확률 표집(nonprobability sampling)으로 내적 타당도 확보에 대한 한계점을 지닌다. 따라서, 본 연구의 결과 해석 및 일반화 하는데 있어서 신중해야 할 것이다.

셋째, 본 연구에서 장르 집단간 유의한 차이를 밝혔으나, 성별 집단간 차이를 검증하지 못하였다. 전통 스포츠와 달리 e스포츠는 성별의 불균형이 심한 스포츠 중 하나이다(Valentine & Shipherd, 2018). 추후 연구에서 장르 집단 안에서 성별 집단을 고려한 연구가 진행이 된다면 보다 의미있는

시사점을 제공할 수 있을것으로 사료된다.

넷째, 본 연구는 기존 연구들에서 밝히지 못한 장르별로 참여동기가 어떻게 충성도에 미치는 영향이 달라지는지를 탐색하였다. 비록 다섯 개의 세부적인 장르 집단의 차이를 검증함을 통해 의미 있는 시사점들을 제공하지만 본 연구에서 사용된 다섯 가지 장르 외의 장르에는 적용하기 어렵다. 스포츠에도 매년 새로운 종목이 생겨나듯이 e스포츠에도 매년 새로운 장르가 생기며, 기업의 금전적 이윤을 목적으로 하고 있는 e스포츠의 경우 스포츠에 비해 더 다양하게 생겨나는 것을 볼 수 있다. 이러한 점에서 새롭게 생겨나는 장르와 본 연구에서 사용하지 않은 장르들에 대한 지속적인 후속 연구가 수행되어야 할 것으로 사료된다.



## 참고 문헌

- Agha, B. (2015). *League of Legends: Players and esports*
- Al-Ghazali, B. M., Rasli, A. M., Yusoff, R. M., & Mutahar, A. Y. (2015). Antecedents of continuous usage intention of mobile banking services from the perspective of Delone and Mclean model of information system success. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5(1), 13-21.
- Anderson, E. W. (1998). Customer Satisfaction and Word of Mouth. *Journal of service research*, 1(1), 5-17.
- Arthur, A. R., Jennings, B., Arthur, A. R., & Jennings, B. (2006). *Handbook of Sports and Media* [eBook]
- Ashford, B., Biddle, S., & Goudas, M. (1993). Participation in community sports centres: Motives and predictors of enjoyment. *Journal of sports sciences*, 11(3), 249-256.
- Bányai, F., Griffiths, M. D., Király, O., & Demetrovics, Z. (2019). The psychology of esports: A systematic literature review. *Journal of gambling studies*, 35, 351-365.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological bulletin*, 117(3), 497.
- Bitner, M. J. (1990). Evaluating Service Encounters: The Effects of Physical Surroundings and Employee Responses [Academic Journal]. *Journal of Marketing*, 54(2), 69-82.
- Berkman, H., & Gilson, C. (1986). *Consumer behavior: concept and strategies*, Boston. MA: Kent Pub. Co., Ltd.

- Buchanan Oliver, M., & Seo, Y. (2012). Play as co created narrative in computer game consumption: The hero's journey in Warcraft III. *Journal of Consumer Behaviour*, 11(6), 423-431.
- Celhay, F., & Trinquencoste, J. F. (2015). Package Graphic Design: Investigating the Variables that Moderate Consumer Response to Atypical Designs [Academic Journal]. *Journal of Product Innovation Management*, 32(6), 1014-1032.
- Campbell, D. T., & Fiske, D. W. (1959). Convergent and discriminant validation by the multitrait-multimethod matrix. *Psychological bulletin*, 56(2), 81.
- Csikszentmihalyi, M. (1997). Flow and the psychology of discovery and invention. *HarperPerennial, New York*, 39, 1-16.
- Deci, E. L., & Deci, E. L. (1975). The intrinsic motivation of behavior. *Intrinsic motivation*, 93-125.
- Eglesz\*, D., Fekete, I., Kiss, O. E., & Izsó, L. (2005). Computer games are fun? On professional games and players' motivations. *Educational Media International*, 42(2), 117-124.
- Esports, N. (2018). Global eSports Market Report. *Newzoo eSports*. Available online at:
- Flora Kokkinaki, a., Cary L Cooper, e., & Nick Andrew M. Lee Farrell, e. (2015). Buyer Behavior Theories [Reference]. *Wiley Encyclopedia of Management*, 1-1.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience [Academic Journal]. *Journal of Marketing*, 56(1), 6-21.
- Gantz, W. (1981). An exploration of viewing motives and behaviors associated with television sports [Periodical]. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 25(3), 263-275.
- Gibson, R., Vicaire, R., Lumm, W., Dubois, J., Bush, D., Harrison, D., Caruso, A., Hoang, L., Lynn, D.-S., Lee, H. M., Douglas, S., Keagle, P., Jiwani,

- N., Bashirzadeh, R., Pothier, B., Aldredge, T., Jamey, W., Qiu, D., Deloughery, C., Wang, Y., Blakely, D., Cook, R., Spadafora, R., Gilbert, K., & Reeve, J. N. (1997). Complete genome sequence of *Methanobacterium thermoautotrophicum* deltaH: functional analysis and comparative genomics. *Journal of Bacteriology*, *179*, 7135-7155.
- Gill, D. L., Gross, J. B., & Huddleston, S. (1983). Participation motivation in youth sports. *International Journal of Sport Psychology*, *14*, 1-14.
- Grubb, E. L., & Grathwohl, H. L. (1967). Consumer Self-Concept, Symbolism and Market Behavior: A Theoretical Approach [Academic Journal]. *Journal of Marketing*, *31*(4), 22-27.
- Guttman, A. (2004). From ritual to record: The nature of modern sports. Columbia university press.
- Hallmann, K., & Giel, T. (2018). eSports - Competitive sports or recreational activity? *Sport Management Review*, *21*(1), 14-20.
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, *27*(2), 211-232.
- Hardin, M., & Greer, J. D. (2009). The influence of gender-role socialization, media use and sports participation on perceptions of gender-appropriate sports. *Journal of sport behavior*, *32*(2), 207.
- Hargreaves, J. A. (1990). Gender on the sports agenda. *International review for the sociology of sport*, *25*(4), 287-307.
- Harrison-Walker, L. J. (2001). The measurement of word-of-mouth communication and an investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of service research*, *4*(1), 60-75.
- Hill, B., & Green, B. C. (2000). Repeat attendance as a function of involvement, loyalty, and the sportscape across three football contexts. *Sport Management Review*, *3*(2), 145-162.

- Hilvert-Bruce, Z., Neill, J. T., Sjöblom, M., & Hamari, J. (2018). Social motivations of live-streaming viewer engagement on Twitch. *Computers in Human Behavior, 84*, 58-67.
- Holbrook, M. B. (1985, 1985). WHY BUSINESS IS BAD FOR CONSUMER RESEARCH: THE THREE BEARS REVISITED.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1982). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasies, Feelings, and Fun [Academic Journal]. *Journal of consumer research, 9*(2), 132-140.
- Jae-Young, H., & Eung-Bong, L. (2010). A Study on Service Quality Measurement of Digital Libraries with DL-SQI Model. *Journal of Information Management, 41*, 45-66.
- Jang, W., & Byon, K. K. (2020). Antecedents of esports gameplay intention: Genre as a moderator. *Computers in Human Behavior, 109*.
- Jang, W., & Byon, K. K. (2020). Antecedents and consequence associated with esports gameplay. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship, 21*(1), 1-22.
- Jang, W. W., Byon, K. K., Baker III, T. A., & Tsuji, Y. (2021). Mediating effect of esports content live streaming in the relationship between esports recreational gameplay and esports event broadcast. *Sport, Business and Management: An International Journal, 11*(1), 89-108.
- Jang, W., Byon, K. K., Williams, A., & Pedersen, P. M. (2021). Augmenting the formation of esports gameplay intention: interaction effects of genre and gender. *Sport, Business and Management: An International Journal, 11*(5), 620-646. <https://doi.org/10.1108/sbm-04-2021-0049>
- Jenny, S. E., Manning, R. D., Keiper, M. C., & Olrich, T. W. (2017). Virtual (ly) athletes: where eSports fit within the definition of "Sport". *Quest, 69*(1), 1-18.
- Jun Woo, K., Magnusen, M., & Yu Kyoum, K. (2014). A Critical Review of



- Theoretical and Methodological Issues in Consumer Satisfaction Research and Recommendations for Future Sport Marketing Scholarship [Academic Journal]. *Journal of Sport Management*, 28(3), 338-355.
- Kerr, J. H., & Mackenzie, S. H. (2012). Multiple motives for participating in adventure sports. *Psychology of sport and exercise*, 13(5), 649-657.
- Klint, K. A., & Weiss, M. R. (1987). Perceived Competence and Motives for Participating in Youth Sports: A Test of Harter's Competence Motivation Theory. *Journal of Sport Psychology*, 9(1), 55-65.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a Marketing Tool [Academic Journal]. *Journal of Retailing*, 49(4), 48-64.
- Kotler, P. (1984). *Marketing management, analysis, planning, and control*, Philip Kotler. Prince-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Langga, A., Kusumawati, A., & Alhabsji, T. (2021). Intensive distribution and sales promotion for improving customer-based brand equity (CBBE), re-purchase intention and word-of-mouth (WOM) [Academic Journal]. *Journal of Economic and Administrative Sciences*, 37(4), 577-595.
- Lee, D., & Schoenstedt, L. J. (2011). Comparison of eSports and traditional sports consumption motives. *ICHPER-SD Journal Of Research*, 6(2), 39-44.
- Lee, J.-Y., An, J.-W., & Lee, S.-W. (2014). Factors Affecting eSports Audience Satisfaction - The case of League of Legends. *Journal of Korea Game Society*, 14(3), 35-45. <https://doi.org/10.7583/jkgs.2014.14.3.35>
- Lucas, K., & Sherry, J. L. (2004). Sex Differences in Video Game Play: A Communication-Based Explanation [Academic Journal]. *Communication Research*, 31(5), 499-523.
- Ma, S.-C., Byon, K. K., Jang, W., Ma, S.-M., & Huang, T.-N. (2021). Esports spectating motives and streaming consumption: Moderating effect of game genres and live-streaming types. *Sustainability*, 13(8), 4164.

- Mannell, R. C., & Kleiber, D. A. (1997). *A social psychology of leisure*. Venture Publishing Inc.
- Mano, H., & Oliver, R. L. (1993). Assessing the dimensionality and structure of the consumption experience: evaluation, feeling, and satisfaction. *Journal of consumer research*, 20(3), 451-466.
- McAuley, E., Duncan, T., & Tammen, V. V. (1989). Psychometric Properties of the Intrinsic Motivation Inventory in a Competitive Sport Setting: A Confirmatory Factor Analysis. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 60(1), 48-58.
- Milne, G. R., & McDonald, M. A. (1999). *Sport marketing: Managing the exchange process*. Jones & Bartlett Learning.
- Mora-Cantallops, M., & Sicilia, M.-Á. (2018). MOBA games: A literature review. *Entertainment computing*, 26, 128-138.
- Morlock, H., Yando, T., & Nigolean, K. (1985). Motivation of video game players. *Psychological reports*, 57(1), 247-250.
- Nakamura, J., & Csikszentmihalyi, M. (2009). Flow theory and research. *Handbook of positive psychology*, 195, 206.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions [Academic Journal]. *Journal of Marketing Research (JMR)*, 17(4), 460-469.
- Oliver, R. L., & DeSarbo, W. S. (1988). Response determinants in satisfaction judgments. *Journal of consumer research*, 14(4), 495-507.
- Pardee, R. L. (1990). *Motivation Theories of Maslow, Herzberg, McGregor & McClelland. A Literature Review of Selected Theories Dealing with Job Satisfaction and Motivation*.
- Park, S.-E., & Kim, J.-W. (2022). An exploratory study on factors that influence e-sports viewing preference - Focusing on e-sports genre. *Journal of Korea Game Society*, 22(2), 129-142.

- Parry, J. (2006). Sport and Olympism: Universals and multiculturalism. *Journal of the Philosophy of Sport*, 33(2), 188-204.
- Parry, J. (2019). E-sports are not sports. *Sport, ethics and philosophy*, 13(1), 3-18.
- Pelletier, L. G., Tuson, K. M., Fortier, M. S., Vallerand, R. J., Briere, N. M., & Blais, M. R. (1995). Toward a new measure of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and amotivation in sports: The Sport Motivation Scale (SMS). *Journal of sport and Exercise Psychology*, 17(1), 35-53.
- Pizzo, A., Baker, B., Na, S., Lee, M., Kim, D., & Funk, D. (2018). eSport vs sport: a comparison of spectator motives. Faculty/Researcher Works.
- Richard, J.-P. (2003). Time-delay systems: an overview of some recent advances and open problems [Academic Journal]. *Automatica*, 39(10), 1667-1694.
- Richins, M. L. (1983). Negative Word-of-Mouth by Dissatisfied Consumers: A Pilot Study [Academic Journal]. *Journal of Marketing*, 47(1), 68-78.
- Rosell Llorens, M. (2017). eSport gaming: the rise of a new sports practice. *Sport, ethics and philosophy*, 11(4), 464-476.
- Rosmarin, A. (1985). *The power of genre*. U of Minnesota Press.
- Scanlan, T. K., Ravizza, K., & Stein, G. L. (1989). An in-depth study of former elite figure skaters: I. Introduction to the project. *Journal of sport and Exercise Psychology*, 11(1), 54-64.
- Schmidt, S. C., Gnam, J.-P., Kopf, M., Rathgeber, T., & Woll, A. (2020). The influence of cortisol, flow, and anxiety on performance in E-sports: A field study. *BioMed research international*, 2020.
- Schwab, K. (2017). *The fourth industrial revolution*. Currency.
- Seo, Y., & Jung, S.-U. (2016). Beyond solitary play in computer games: The social practices of eSports. *Journal of Consumer Culture*, 16(3), 635-655.

- Shields, D. L., Funk, C. D., & Bredemeier, B. L. (2016). Testing contesting theory: Conceptual metaphors and prosocial behavior [Academic Journal]. *Psychology of Sport & Exercise*, 27, 213-221.
- Shields, D. L., Funk, C. D., & Bredemeier, B. L. (2018). Relationships among moral and contesting variables and prosocial and antisocial behavior in sport [Academic Journal]. *Journal of Moral Education*, 47(1), 17-33.
- Shim, S. I., Forsythe, S., & Kwon, W.-S. (2015). Impact of online flow on brand experience and loyalty. *Journal of electronic commerce research*, 16(1), 56.
- Simon, J. (2009). Book Review: True Competition: A Guide to Pursuing Excellence in Sport and Society. *International Journal of Sports Science & Coaching*, 4, 299-302.
- Sjöblom, M., & Hamari, J. (2017). Why do people watch others play video games? An empirical study on the motivations of Twitch users. *Computers in Human Behavior*, 75, 985-996.
- Sloan, L. R. (1989). The motives of sports fans. Sports, games, and play: Social and psychological viewpoints, 2, 175-240.
- Suits, B. (1978). The Grasshopper: Games. *Life and Utopia*.
- Suits, B. (1988). Tricky triad: Games, play, and sport. *Journal of the Philosophy of Sport*, 15(1), 1-9.
- Sun, Y. (2017). Motivation to play esports: case of League of Legends University of South Carolina].
- Valentine, S. E., & Shipherd, J. C. (2018). A systematic review of social stress and mental health among transgender and gender non-conforming people in the United States. *Clinical psychology review*, 66, 24-38.
- Von Culin, K. R., Tsukayama, E., & Duckworth, A. L. (2014). Unpacking grit: Motivational correlates of perseverance and passion for long-term goals. *The Journal of Positive Psychology*, 9(4), 306-312.

- Wagner, M. G. (2006). On the Scientific Relevance of eSports. International conference on internet computing,
- Wakefield, K. L., & Blodgett, J. (2016). Retrospective: the importance of servicescapes in leisure servicesettings [Academic Journal]. *Journal of Services Marketing*, 30(7), 686-691.
- Wann, D. L. (1995). Preliminary validation of the sport fan motivation scale. *Journal of Sport and Social issues*, 19(4), 377-396.
- Williamson, M. (2022). Esport co-streaming and spectator motivations.
- Wong, M. M., & Csikszentmihalyi, M. (1991). Motivation and academic achievement: The effects of personality traits and the duality of experience. *Journal of personality*, 59(3), 539-574.
- Yee, N. (2006). The demographics, motivations, and derived experiences of users of massively multi-user online graphical environments. *Presence: Teleoperators and virtual environments*, 15(3), 309-329.
- 강성민. (2015). 스포츠의 내재적 선에 근거한 스포츠의 개념 정의. 움직임의 철학: 한국체육철학회지, 23(1), 121-134.
- 강태용, 장홍섭, & 최진아. (2012). 온라인게임 (MMORPG) 에 대한 경험적 가치가 환기수준과 재이용의도에 미치는 영향. *경영교육연구*, 27(4), 439-460.
- 고문수. (2012). 인문적 체육 관점에서의 민첩성 도전활동 체육수업의 비평. *학습자중심교과교육연구*, 12(1), 1-19.
- 김남희, & 김옥자. (2022). 청소년 태권도 수련생의 재미요인이 참여동기, 스포츠 자신감, 학교생활적응에 미치는 영향The Effect of Fun Factors of Youth Taekwondo Trainees on Participation Motivation, Sports Confidence, and School Life Adaptation [Academic Journal]. *대한스포츠융합학회지 / Journal of Converging Sport and Exercise Sciences*, 20(2), 299-314.
- 김대현, 이순환, & 한준영. (2010). A Confirmatory Factor Analysis for Generation Y's Online Consumptionon Sport Products. *한국사회체육학회지*, 40(4), 207-218.

- 김도우. (2008). 온라인게임 중독의 유형분석. *한국범죄심리연구*, 4(2), 3-24.
- 김민수, & 권형일. (2010). A Development of a Motivation Scale for Sport Video Gaming (MSSVG) [Academic Journal]. *한국사회체육학회지*, 39(1), 49-61.
- 김민수, & 한진욱. (2012a). 스포츠 비디오 게임 이용자들의 동기요인이 팀 동일시에 미치는 영향: 성별의 조절효과. *한국스포츠산업경영학회지*, 17(1), 63-77.
- 김민수, & 한진욱. (2012b). 스포츠 비디오 게임 이용자들의 동기요인이 팀 동일시에 미치는 영향: 성별의 조절효과The Effect of Sport Video Gamers' Motives on Team Identification: Moderating Role of Gender [Academic Journal]. *한국스포츠산업경영학회지*, 17(1), 63-77.
- 김상중. (2008). 온라인 FPS 게임에서 쾌감의 구성 요소와 게임 선호도의 상관관계에 관한 연구. *홍익대학교 영상대학원 석사학위 논문*.
- 김양은, & 박상호. (2007). 온라인게임 이용이 게임 몰입 및 중독에 미치는 영향에 관한 연구: 이용과 충족 접근을 중심으로. *한국언론학보*, 51(1), 355-377.
- 김영선, 이상호, 정영수, & 황옥철. (2020). e스포츠 개념 사용에 대한 비
- 김진, & 황재연. (2020). 대학생들의 e스포츠 참여현황과 관여도에 관한 연구: 경쟁성에 대한 인식, 성별, 운동선수 여부를 중심으로. *한국여성체육학회지*, 34(4), 17-38.
- 김재운. (2003). 청소년의 레저 스포츠 참가와 스트레스 및 학교생활적응의 관계. *한국사회체육학회지*, 20(1), 633-644. 판적 성찰. *움직임의철학: 한국체육철학회지*, 28(3), 31-45.
- 김재환, & 이재문. (2019). 스포츠브랜드 콜라보레이션 제품특성과 지각된 가치 그리고 구매의도 간 병렬다중매개모형 분석 [Academic Journal]. *한국스포츠산업경영학회지*, 24(3), 15-31.
- 김정기, & 이정기. (2010). e스포츠의 긍정 및 부정적 효과에 관한 연구: 시청동기, 시청량, 몰입, 자기개발감, 공격성을 중심으로A Study on Positive and Negative Effects of Using Online Game by e-SportsViewers: Focusing

- on e-Sports Viewing Motivations, Viewing Amount, Flow, Self-development and Aggression [Academic Journal]. *사이버커뮤니케이션학보*, 27(4), 93-124.
- 김현, & 장호성. (2012). 관광지 선택속성과 동기요인이 방문객 행동의도에 미치는 영향태안지역 방문객을 중심으로 [Academic Journal]. *지방정부연구*, 16(1), 7-21.
- 문지원, & 김영걸. (2000). Beyond the Usefulness and Ease of Use : Extending the TAM for a World - Wide - Web Context. *한국경영정보학회 정기 학술대회*, 379-386.
- 박상일, & 정지명. (2007). e-스포츠 타이틀스폰서 기업이미지가 구전의도 및 구매의도에 미치는 영향 [Academic Journal]. *한국사회체육학회지*, 30, 251-259.
- 박성주. (2020). e스포츠는 ‘진짜’스포츠인가? *한국체육학회지*, 59(3), 47-58.
- 박숙자. (2008). *무용교육이 교정시설 청소년의 신체구성, 건강체력 및 심리적 변인에 미치는 영향* 한양대학교].
- 박주환. (2012). 스포츠의 개념 연구. 움직임의 철학: 한국체육철학회지, 20(4), 163-175.
- 배혜진, & 김석태. (2007). FPS 게임 구성요소의 중요도 분석방법에 관한 연구1: 델파이기법을 이용한 독립요소의 계층설계와 검증에 중심으로. *Archives of Design Research*, 61-72.
- 백승용, & 윤철상, & 성열홍. (2021). 감각추구성향과 미디어 인게이지먼트가 1인 미디어 이용 만족도에 미치는 영향The Effect of Sensation Seeking and Media Engagement on Satisfaction with Personal Media Use [Academic Journal]. *한국융합학회논문지*, 12(8), 157-169.
- 손영림. (2017). 버튼 조작의 복잡성과 재미 측면에서의 게임 조작성 연구 (Publication Number 국내석사학위논문) 이화여자대학교 대학원]. 서울. <http://www.riss.kr/link?id=T14390280>

- 양명환. (1999). 논문집 : 운동 지속 결정요인과 증진 방안 Determinants and Promoting Guidelines of Exercise Adherence [Academic Journal]. *체육과학연구*, 5, 67-78.
- 양신덕. (2010). 컴퓨터 게임에서 조작도구의 차이가 플레이어의 몰입에 미치는 영향 연구. *한국게임학회 논문지*, 10(1), 35-45.
- 오세숙, & 김대훈. (2012). e스포츠에 관한 연구동향 분석. *한국웰니스학회지*, 7(2), 113-121.
- 오창우. (2014). PPL 효과 측정을 위한 방법론적 탐색 MCQ 척도에 의한 제품의 재인, 회상, 선택의도의 측정. *한국광고홍보학보*, 16(2), 261-302.
- 왕회동. (2022). 중국 상하이시 대학생의 e스포츠 관람 동기가 관람만족도와 구매 행동에 미치는 영향/ *The Effect of E-Sports Motivation on Audience Satisfaction and Purchasing Behavior of University Students in Shanghai, China* [Dissertation/ Thesis, 명지대학교 대학원, 2022.].
- 이강우, 김종혁, & 김도진. (2007). 트레드밀 운동시 외부환경이 스트레스 호르몬에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 16(4), 727-736.
- 이동환. (2012). 스포츠의류 브랜드이미지가 충성도 및 구매의도에 미치는 영향 (Publication Number 국내석사학위논문) 경희대학교. 용인. <http://www.riss.kr/link?id=T12645614>
- 이영린. (2021). 이미지 기반 스포츠 브랜드 SNS(Social Network Service)의 콘텐츠 특성이 소비비전 및 구매의도에 미치는 영향 : 인스타그램(Instagram)을 중심으로/ *The Influence of Sports Brand SNS(Social Network Service)'s Content Characteristics on Consumption Vision and Purchase Intention : focused on Instagram* [Dissertation/ Thesis, 성균관대학교 일반대학원, 2021.].
- 이재윤. (2012). 상업스포츠센터의 관계마케팅 실행요인이 고객만족과 전환장벽 및 재구매의도에 미치는 영향/ *The Effects of Practice Factors of Relation Marketing of Commercial Sports Centers on Customer Satisfaction, Switching Barrier, and Repurchase Intention* [Dissertation/ Thesis, 단국



- 대학교, 2012.].
- 이정학, & 김재혁, & 이은정. (2020). e-Sports 방송 BJ 속성이 시청 만족, 시청물  
입 및 재시청의도에 미치는 영향. 한국체육과학회지, 29(3), 461-473.
- 이정학, & 이재문, & 김민준. (2018). 스포츠 아트 콜라보레이션 제품의 구매경험  
과 구매의도 결정요인 분석 Analysis of determinants of purchasing  
experience and purchase intention of sports and art collaboration  
products [Academic Journal]. *체육과학연구 / Korean Journal of Sport  
Science*, 29(2), 298-314.
- 이학준, & 김영선. (2020). e스포츠는 스포츠이다. 움직임의 철학: 한국체육철학회  
지, 28(1), 19-30.
- 이한혁. (2001). 여가활동 참여에 따른 자아존중감과 스트레스 대응의 관계. 한국  
스포츠사회학회지, 14(2), 567-579.
- 임변장, & 서희진. (2000). 라이프스타일 특성이 스포츠소비자행동에 미치는 영향.  
한국체육학회지, 39(1), 233-241.
- 전성범. (2023). 스포츠 참여동기 유형에 따른 스포츠 참여 수준의 변화 검증:  
2021 국민생활체육조사를 바탕으로 Testing Sport Participation Level by  
Sport Participation Motivation Types: Based on 2021 National Sport  
Participation Survey in Korea [Academic Journal]. *한국체육학회지/ The  
Korean Journal of Physical Education*, 62(1), 121-131.
- 정두식, & 정호일. (2010). e-스포츠 육성방안에 관한 실증적 연구. *산업경제연구*,  
23(6), 3313-3332.
- 정병근, & 조홍식. (2020). 체육수업의 교과 흥미도와 학생들의 도전감 및 수업참  
여와의 관계. 한국체육과학회지, 29(5), 717-732.
- 정영수. (2019). 한국 e스포츠 현황의 특성 연구. *e스포츠 연구: 한국 e스포츠학회  
지*, 1(1), 47-57.
- 정옥경, & 김인규, & 박철. (2011). 서비스 전문성이 고객만족, 신뢰, 그리고 재구  
매 의도에 미치는 영향 The Effects of Service Expertise on Customer  
Satisfaction, Trust, and Loyalty [Academic Journal]. *고객만족경영연구/*

- The Academy of Customer Satisfaction Management*, 13(1), 57-79.
- 정용민. (2001). 사회체육 : 생활체육 참여동기, 스포츠몰입, 여가만족간의 인과관계A Study on Casual Relationships among Participation Motivation, Sports Commitment and Leisure Satisfaction [Academic Journal]. *한국체육학회지 / The Korean Journal of Physical Education*, 40(1), 749-760.
- 정의태. (2008). 1980년대 아케이드 게임 “Pac-Man”의 재발견, “Geo-Pac-Man”. *Journal of Integrated Design Research*, 7(2), 71-83.
- 정청희, & 김병준. (1999). 스포츠심리학의 이해. 서울: 금광.
- 조필환. (2020). 초등학생의 운동참여가 성장마인드, 끈기와 과제에 대한 도전의식에 미치는 영향. *한국초등체육학회지*, 25(4), 271-283.
- 조홍식. (2021). 체육수업에 대한 학생들의 실수 인식과 도전감 및 학업 노력과의 관계. *한국체육과학회지*, 30(6), 653-666.
- 조홍식. (2022). 체육수업에서 학생을 대하는 교사의 태도가 과제수행에 대한 학생들의 그릿 (grit) 과 도전감에 미치는 영향. *한국체육과학회지*, 31(2), 461-474.
- 주방귀. (2018). *e스포츠 경기관람객의 관람동기가 관람만족도 및 소비행동에 미치는 영향에 관한 연구*(Publication Number 국내석사학위논문) 단국대학교 대학원. 용인.
- 채희상, & 강신규. (2011). e스포츠의 스포츠 범주화에 대한 탐색적 연구. *한국게임학회 논문지*, 11(3), 85-95.
- 천통. (2022). *대학생 e-스포츠 참여동기, 대인관계유능성과 여가만족의 상관관계 연구 : 상하이시 대학생을 중심으로/ A Study on the Correlation between Student E-sports Participation Motivation, Interpersonal Competence and Leisure Satisfaction - Focusing on University Students in Shanghai*[Dissertation/ Thesis, 명지대학교 대학원, 2022.].
- 천통, & 김지숙. (2023). 중국 대학생의 e-스포츠 참여동기와 대인관계유능성 및 여가만족의 상관관계연구. *한국스포츠학회지*, 21(1), 245-255.
- 최동오. (2019). 대학생의 e-스포츠 관람이 이용만족, 애호도 및 재이용의도의 영

- 향 관계 연구: 마케팅믹스요인을 중심으로. *e-비즈니스연구*, 20(2), 133-144.
- 최재원, & 강성구, & 강경두, & 정혜연, & 천명업. (2011). 청소년 e-스포츠 참여 동기에 대한 심층적 분석. *한국사회체육학회지*, 45(1), 621-634.
- 한성유. (2011). 대학생들의 여가경험이 여가만족과 생활만족에 미치는 영향 [Academic Journal]. *여가학연구*, 8(3), 1-18.
- 한덕웅. (2004). 인간의 동기심리. 서울: 박영사.
- 홍윤경. (2009). 교육목적으로서 '아레테'(arete) 의 개념 연구. *교육철학연구*(44), 173-190.



## 부록. 설문지

<설문지>

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 시간을 내주시고 설문 조사를 해주셔서 대단히 감사드립니다. 본 설문지는 'e 스포츠 장르와 성별에 따른 참여 동기'에 관해 알아보기 위하여 제작된 것입니다.

본 조사에 응답하신 개인정보 사항은 통계법 제8조에 의해 통계적 자료 이외의 목적에는 전혀 사용되지 않습니다. 조사 결과 역시 연구 목적 이외에는 다른 용도로 사용되지 않고 오직 본 연구를 위한 자료로만 이용되오니 한 문항도 빠짐없이 진솔하게 답변해 주시면 연구에 많은 도움이 될 것입니다.

다시 한 번 귀하의 도움에 깊이 감사드립니다.

2023년 5월 20일

부경대학교 일반대학원 체육학과

지도교수:김대환

연구자:김진재

E-mail: ginjae@naver.com

연구대상자      성명:                      서명:                      서명일:

## 동 의 서

### 연구제목:

1. 나는 본 연구의 설명문을 읽었으며 담당 연구원과 이에 대하여 의논하였습니다.
2. 나는 위험과 이득에 관하여 들었으며 나의 질문에 만족할 만한 답변을 얻었습니다.
3. 나는 이 연구에 참여하는 것에 대하여 자발적으로 동의합니다.
4. 나는 이 연구에서 얻어진 나에 대한 정보를 현행 법률과 기관생명윤리위원회 규정이 허용하는 범위 내에서 연구자가 수집하고 처리하는데 동의합니다.
5. 나는 담당 연구자나 위임 받은 대리인이 연구를 진행하거나 결과 관리를 하는 경우와 보건 당국 및 국립농업과학원 기관생명윤리위원회가 실태 조사를 하는 경우에는 비밀로 유지되는 나의 개인 신상 정보를 직접적으로 열람하는 것에 동의합니다.
6. 나는 언제라도 이 연구의 참여를 철회할 수 있고 이러한 결정이 나에게 어떠한 해도 되지 않을 것이라는 것을 압니다.
7. 나의 서명은 이 동의서의 사본을 받았다는 것을 뜻하며 연구 참여가 끝날 때까지 사본을 보관하겠습니다.

연구대상자    성명: \_\_\_\_\_  
연구책임자    성명: \_\_\_\_\_

서명: \_\_\_\_\_  
서명: \_\_\_\_\_

서명일: \_\_\_\_\_  
서명일: \_\_\_\_\_

\*아래의 설문지는 귀하가 평소에 즐겨하는 e스포츠 장르(종목)를 알아보기 위한 설문지입니다. 다음 카테고리 별로 제시된 장르(종목) 중 가장 즐겨하는 장르(종목)를 체크해 주십시오

<e스포츠 장르>

장르	체크
1. RFG 게임 (데이즌스토리 등)	
2. 스포츠 게임 (피파 온라인 등)	
3. MOBA 게임 (리그 오브 레전드 등)	
4. FPS 게임 (서든어택, 배틀그라운드 등)	
5. RTS 게임 (스타크래프트 등)	

\* 아래 질문들을 읽은 후 해당 항목에 (✓)를 해주시기를 바랍니다.

1. 다음은 귀하의 e스포츠 참여 이유에 관한 문항입니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 e스포츠를 즐겁기 때문에 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	나는 e스포츠를 재미있어서 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	나는 쾌감을 느끼기 위해서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	나에게 e스포츠 참여는 오락 생활 중 하나이다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. 다음은 귀하의 e스포츠 참여 이유에 관한 문항입니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 e스포츠의 화려한 그래픽을 즐긴다.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	나는 e스포츠의 예술성을 즐긴다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	나는 e스포츠의 생생한 그래픽을 즐긴다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	나는 e스포츠의 배경음악을 즐긴다.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. 다음은 귀하의 e스포츠 참여 이유에 관한 문항입니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 '경쟁'이 e스포츠 참여에 있어 가장 중요한	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	부분이라고 생각한다.							
2	나는 e스포츠를 할 때 상대의 실력이 좋을수록 더 즐거움을 느낀다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	나는 e스포츠를 할 때 일방적 경기보다는 막상막하의 경기를 즐긴다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	나는 e스포츠를 할 때 결과가 끝까지 예측 불가능하면 더 재미있다.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4. 다음은 귀하의 e스포츠 참여 이유에 관한 문항입니다.**

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 새로운 사람들을 만날 수 있기 때문에 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	나는 다른 플레이어와 채팅하며 정보교류를 하기 위해서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	나는 그룹의 일부가 되어 만족감을 얻기 위해서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	나는 다양한 사람들과 관계를 형성하기 위해서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**5. 다음은 귀하의 e스포츠 참여 이유에 관한 문항입니다.**

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 나의 캐릭터를 조작하는 것이 재미있어서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	나는 나의 캐릭터를 강하게 만드는 것이 재미있어서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	나는 나의 캐릭터를 꾸미는 것이 재미있어서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**6. 다음은 귀하의 e스포츠 참여 이유에 관한 문항입니다.**

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
----	----	-----------	--------	-----------	------	--------	-----	--------



		않다		않다				
1	나는 더 높은 난이도에 도전하기 위해서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	나는 최고 플레이어라는 명성을 얻기 위해서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	나는 최고 기록을 갱신하기 위해서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. 다음은 귀하의 e스포츠 참여 이유에 관한 문항입니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 일상의 압박에서 벗어나기 위해서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	나는 긴장, 짜증, 초조함을 해소하기 위해서 e스포츠를 한다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	e스포츠를 하고 나면 스트레스가 해소 된다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. 아래의 설문은 충성도에 관한 설문입니다. 해당 항목에 체크 해주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 지속적으로 e스포츠에 참여할 것이다.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	나는 e스포츠 참여를 그만두지 않을 것이다.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	e스포츠를 참여할 기회가 생긴다면 계속 참여할 것이다.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	내가 하는 e스포츠를 주변 사람들에게 추천할 것이다.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	내가 하는 e스포츠를 타인에게 긍정적으로 이야기할 것이다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6	내가 하는 e스포츠를 통해 느꼈던 긍정적인 경험을 주변인에게 이야기할 것이다.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

9. 아래의 설문은 e스포츠 관여도에 관한 설문입니다. 해당 항목에 체크 해주시기 바랍니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	약간 그렇지 않다	보통이 다	약간 그렇다	그렇다	매우 그렇다
1	나는 e스포츠에 관심이 많다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2	나에게는 e스포츠는 중요하다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3	나는 e스포츠에 흥미가 많다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4	e스포츠는 나에게 가치가 높다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5	e스포츠는 나와 관련이 높다	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

귀하의 성별이 어떻게 되십니까?

① 남자 ② 여자

귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

( 만 세 )

귀하의 학력은 어떻게 되십니까?

① 고졸 이하 ② 대학교 재학 ③ 대학교 졸업 ④ 대학원 재학

귀하의 e스포츠 이용 경력은 어떻게 되십니까?

① 1년 이하 ② 2~3년 ③ 4~5년 ④ 6년 이상

귀하의 e스포츠 이용 횟수는 어떻게 되십니까?(1주일)

① 주 1회 ② 주 2~3회 ③ 주 4~5회 ④ 주 5~6회 ⑤ 매일

귀하가 주로 즐겨하는 e스포츠는 무엇입니까?

①리그 오브 레전드 ②피파온라인 4 ③서든어택 ④발로란트 ⑤메이플스토리  
⑥오버워치 ⑦배틀그라운드 ⑧로스트아크 ⑨스타크레프트 ⑩던전앤파이터

## 부록. 국문초록

### e스포츠 참여동기가 충성도에 미치는 영향 : 장르의 조절효과 중심으로

스포츠마케팅전공 김진재  
지도교수 김대환

본 연구의 목적은 e스포츠 참여동기(오락성, 심미성, 경쟁성, 조작성, 도전성, 사회적 교류, 일상탈출)와 충성도의 구조적 관계를 알아보고, 오락성, 심미성, 경쟁성, 조작성, 도전성, 사회적 교류, 일상탈출이 충성도에 미치는 영향에 대한 장르의 조절효과를 분석하였다.

본 연구 목적을 달성하기 위해 전국의 온라인 설문조사 플랫폼을 통해 500명의 e스포츠 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하였고, 최종 데이터 분석에는 500건의 설문조사가 모두 사용되었다. 측정 도구의 신뢰성과 타당성을 확인하기 위해 확인 요인 분석(CFA)을 실시하였으며, 연구의 가설을 검증할 위해 다집단구조방정식을 수행하였다.

가설 검증 결과는 다음과 같다.

첫째, 오락성이 충성도에 미치는 영향은 통계적으로 유의하고 긍정적인 것으로 나타났다(가설 1).

둘째, 조작성이 충성도에 미치는 영향은 통계적으로 유의하고 긍정적인 것으로 나타났다(가설 4).

셋째, 도전성이 충성도에 미치는 영향은 통계적으로 유의하고 긍정적인 것으로 나타났다(가설 5).

넷째, 일상탈출이 충성도에 미치는 영향은 통계적으로 유의하고 긍정적인 것으로 나타났다(가설 6).

연구문제 검증 결과는 다음과 같다

첫째, 심미성과 충성도의 관계에 대한 장르의 조절효과는 유의한 것으로 나타났다(연구문제 2).

둘째, 사회적 교류와 충성도의 관계에 대한 장르의 조절효과는 유의한 것으로 나타났다(연구문제 3).

셋째, 일상탈출과 충성도의 관계에 대한 장르의 조절효과는 유의한 것으로 나타났다(연구문제 6).

넷째, 경쟁성과 충성도의 관계에 대한 장르의 조절효과는 유의한 것으로 나타났다(연구문제 7).