

스크린스포츠 참여자의 확장된 자기실재감이 참여의도에 미치는 영향

이원일¹

¹용인대학교

The Influence of Extended Self-Presence on Participation Intention among Screen Sports Participants

Lee, Weon-II¹

¹Yongin University

Abstract

This study aimed to analyze the structural relationships between extended self-presence and the key variables of the Value-Based Adoption Model (VAM) in the context of screen sports participation. Specifically, it examined how extended self-presence influences perceived usefulness, enjoyment, and complexity, and how these factors affect participation intention through perceived value. Data were collected from 320 adults with experience in screen sports participation, and hypotheses were tested using structural equation modeling (SEM). The results revealed that extended self-presence had a significant positive effect on perceived usefulness and enjoyment, but not on perceived complexity. Both perceived usefulness and enjoyment significantly influenced perceived value, while perceived complexity did not. Finally, perceived value had a strong and statistically significant positive effect on participation intention. These findings suggest that immersive psychological factors such as self-presence play a critical role in technology acceptance within digital sports environments. The study provides theoretical insight for extending VAM and offers practical implications for designing user-centered digital sports strategies.

Key words : extended self-presence, screen sports, participation intention, perceived value, value-based adoption model (VAM)

주요어 : 확장된 자기 존재감, 스크린 스포츠, 참여 의도, 인식된 가치, 가치 기반 채택 모델(VAM)

Address reprint requests to : Lee, Weon-II

E-mail: skylove2014@hanmail.net

Received: April, 30, 2025 Revised: May, 28, 2025 Accepted: June, 12, 2025

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

4차 산업혁명과 디지털 기술의 진보는 스포츠 참여 방식에 근본적인 변화를 야기하고 있다. 특히 스크린스포츠는 정보통신기술(ICT) 기반의 인터페이스를 활용하여 실제와 유사한 스포츠 체험을 가능하게 하는 새로운 형태의 디지털 스포츠로 주목받고 있다. 팬데믹 이후 비대면 스포츠 활동의 대안으로 급속히 확산된 스크린스포츠는 물리적 제약 없이 접근 가능할 뿐 아니라 고도의 몰입을 유도할 수 있는 감성적 체험을 제공함으로써 사용자 경험의 중요성이 더욱 부각되고 있다(사혜지, 한지훈, 2023).

이 과정에서 사용자가 디지털 환경 내에서 자신의 정체성과 존재감을 인식하고 몰입하는 '자기실재감(self-presence)'의 개념은 핵심적인 심리적 요인으로 주목받고 있다(Ratan & Hasler, 2010). 자기실재감은 사용자가 가상공간 내 자기 대리물을 자신으로 인식하고 정서적으로 동일시하는 상태를 의미하며 몰입경험의 깊이와 수용 행동 전반에 직결되는 요인으로 기능한다. 기존의 스포츠 참여 연구들이 주로 신체 활동이나 기능적 만족에 초점을 맞추어 온 반면 디지털 스포츠 환경에서는 감성적 몰입과 정체성 기반 경험이 사용자 참여에 중요한 역할을 한다는 점에서 자기실재감은 중요한 확장 개념으로 기능할 수 있다.

Belk(1988)의 확장된 자기(Extended Self)이론은 개인이 소유물이나 기술을 통해 자신의 정체성을 재구성한다는 관점을 제시하며 디지털 환경에서 아바타를 매개로 한 자기 동일시 과정을 설명하는 데 중요한 이론적 토대를 제공한다. 실제로 메타버스 게임이나 VR 피트니스 관련 연구에서는 사용자가 아바타 등을 통해 이상적 자아를 실현하거나 정서적 동일시를 경험할 때 몰입과 즐거움, 그리고 지각된 가치가 유의미하

게 향상되며 이는 궁극적으로 이용 의도로 이어진다는 점이 실증적으로 확인되었다(박상철, 김상훈, 안성숙, 2022; Jeon & Lee, 2024).

반면, 스크린골프와 같은 기능 중심형 디지털 스포츠에서는 스윙 분석이나 거리 측정 등 성과 중심 피드백 시스템이 강조되면서 사용자 의사결정에 있어 자기실재감보다는 기능적 효용성에 대한 인식이 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다(Yang et al., 2025). 이는 스크린스포츠 유형에 따라 인터페이스 특성과 사용자 몰입 양상이 달라질 수 있으며 자기실재감과 참여의도 간의 관계도 콘텐츠 특성에 따라 상이할 수 있음을 시사한다.

이러한 연구들은 디지털 스포츠 유형별 인터페이스 설계 및 경험 구조가 사용자 수용행동에 미치는 영향에서 인지적·정서적 수용 메커니즘의 차별성을 보여주고 있으며 몰입 기반 콘텐츠와 기능 중심 콘텐츠간의 사용자 경험을 비교·분석할 필요성을 제기한다. 나아가 기술수용 연구의 주요 이론인 가치기반수용모델(Value-based Adoption Model, VAM) 또한 이러한 심리적 메커니즘을 체계적으로 반영하지 못하고 있다는 비판이 제기된다. Parasuraman & Grewal(2000)는 기술수용 연구가 기능적 효용 중심의 틀을 넘어서 감성적 동일시(Emotional Identification)와 같은 정서 기반 요인을 통합할 필요가 있다고 지적하였다. 이는 스크린스포츠 이용자가 단순히 기술적 유용성만이 아니라 자기 정체성과 연결된 감성적 가치를 평가하며 의사결정을 내린다는 점에서 기술수용 이론의 다차원적 보완이 요구되는 상황임을 시사한다.

본 연구는 스크린스포츠 참여자가 경험하는 확장된 자기실재감이 기술 수용 과정에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하고자 한다. 이를 위하여 가치기반수용모델(Value-based Adoption Model, VAM)을 이론적 틀로 설정하고 기존 모형에 확장된 자기실재감을 선행요인으로 통합

하는 확장 모형을 제시한다. 보다 구체적으로는 확장된 자기실재감이 지각된 유용성, 즐거움, 복잡성에 어떠한 영향을 미치며 이들 요인이 지각된 가치를 통해 최종적으로 스크린스포츠 참여 의도에 어떤 경로로 영향을 미치는지를 구조적으로 규명하고자 한다. 이를 통해 자기실재감이라는 감성적 요인이 기존 기술 수용 이론에 어떤 방식으로 통합될 수 있는지를 탐색하고 디지털 스포츠 수용행동에 대한 이론적 설명력을 제고하고자 한다. 이를 바탕으로 다음과 같은 연구 가설을 설정하였다.

먼저 확장된 자기실재감은 사용자가 디지털 환경 속 자기 자신과 심리적 동일시를 경험할 때 해당 기술이나 콘텐츠를 보다 유용하게 인식할 수 있도록 한다(Ratan & Hasler, 2010). Chang, Hsu, & Chen(2021)의 연구에서도 스포츠 콘텐츠 이용자의 사회적 현존감이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미친다고 밝혀 자기실재감이 유용성 지각에 긍정적으로 작용함을 뒷받침한다. 이러한 선행연구의 내용을 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1. 확장된 자기실재감은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미친다.

H2. 확장된 자기실재감은 지각된 즐거움에 정(+)의 영향을 미친다.

H3. 확장된 자기실재감은 지각된 복잡성에 부(-)의 영향을 미친다.

또한 VAM은 정보기술 수용을 설명하는 이론으로, 사용자가 기술을 채택할 때 지각된 유용성과 즐거움이라는 혜택 요인과 지각된 복잡성이라는 희생 요인을 종합적으로 평가하여 지각된 가치를 형성하고 이 가치가 최종적으로 수용의도에 영향을 미친다는 구조를 가진다(Kim, Chan, & Gupta, 2007). 이에 VAM의 적용은 사용자 경험의 심리적 요소를 계량화할 수 있는 장점을 가지며 디지털 스포츠나 메타버스와 같은 감성 기반 서비스 환경에서도 활용 가능성이 크다. 그러나 감성적 동일시나 자기정체성과 같

은 몰입 기반 요인을 직접 포함하지 못한다는 한계도 지적되고 있으며(Parasuraman & Grewal, 2000), 이에 따라 본 연구에서는 확장된 자기실재감을 VAM의 선행요인으로 통합한 확장모형을 제안하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4. 지각된 유용성은 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미친다.

H5. 지각된 즐거움은 지각된 가치에 정(+)의 영향을 미친다.

H6. 지각된 복잡성은 지각된 가치에 부(-)의 영향을 미친다.

H7. 지각된 가치는 참여의도에 정(+)의 영향을 미친다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집방법

본 연구에서 정의하는 ‘스크린스포츠’는 ICT 기반 시뮬레이션 기술을 활용하여 사용자가 실제 스포츠와 유사한 신체 활동을 수행할 수 있도록 설계된 체험형 디지털 스포츠 콘텐츠를 의미한다. 스크린골프, 스크린야구 등과 같이 대형 화면, 센서, 실시간 피드백 시스템을 통해 몰입적 경험을 제공하는 스포츠 유형으로, 비대면 환경에서의 신체활동과 감성적 몰입을 동시에 유도하는 인터랙티브 스포츠 플랫폼으로 규정하고자 한다.

이를 바탕으로 본 연구에서는 스크린스포츠에 참여한 경험이 있는 성인을 모집단으로 설정하여 2025년 2월 온라인 설문조사 전문 기관을 통해 무작위로 수집하였다. 설문은 전자우편 방식으로 배포되었으며 최종적으로 총 320부의 응답이 취합되어 분석에 활용되었다. 연구참여자에 대한 인구통계학적요인은 다음 <표 1>과 같다.

표 1. 연구대상의 일반적 특성

| 특성 | | n | % |
|--------------|-----------|-----|------|
| 성별 | 남 | 116 | 36.3 |
| | 여 | 204 | 63.7 |
| 연령 | 20대 | 84 | 26.3 |
| | 30대 | 136 | 42.5 |
| | 40대 | 48 | 15.0 |
| | 50대 | 36 | 11.3 |
| | 60대 이상 | 16 | 5.0 |
| 스크린 | 1-2회 | 34 | 10.6 |
| | 3-5회 | 84 | 26.3 |
| 스포츠 | 6-10회 | 144 | 45 |
| 이용 횟수 | 11-15회 | 14 | 4.4 |
| | 16-20회 이상 | 24 | 13.8 |
| 주 참여 스크린 스포츠 | 골프 | 140 | 43.8 |
| | 야구 | 124 | 38.8 |
| 스포츠 | 테니스 | 42 | 13.1 |
| | 기타 | 14 | 4.4 |
| Total | | 320 | 100 |

2. 연구도구

본 연구에서는 구조화된 설문지를 활용하여 자료를 수집하였다. 설문 문항은 가치기반수용모델의 주요 요인을 중심으로 선행연구의 척도를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 구성하였다.

먼저 확장된 자기실재감은 사용자가 스크린 스포츠 환경 내에서 자기 자신이 시스템과 감정적으로 연결되어 있다고 느끼는 심리적 상태를 측정하는 개념으로 Ratan(2012), Ratan & Hasler(2009), 김승현(2020)의 연구에서 제시된 측정문항을 바탕으로 설계하였다. 유용성은 스크린스포츠를 통해 사용자가 목표를 성취할 수 있다고 인식하는 정도를 의미하며 Venkatesh & Davis(2000), 서효민(2022)의 척도를 근거로 문항을 재구성하였다. 지각된 즐거움은 스크린스포츠 이용 과정에서 느끼는 감성적 만족과 흥미를 의미하며 Wang,& Wang(2010), 성현아, 이애주(2020)의 연구를 참고하였다. 복잡성은 스크린스포츠 시스템을 이해하고 사용하는 데 있어 인지적 부담이나 기술적 어려움을 느끼는 정

도를 측정하며 김윤환, 이재은(2010), 박종구(2011), 서효민(2016)의 연구를 기반으로 재구성하였다. 지각된 가치는 이용자가 경험한 혜택과 감수한 희생 간의 균형에 대한 인식이며 이진희, 김남조(2021)의 선행연구를 토대로 문항을 수정 및 보완하였다. 참여의도는 향후 스크린스포츠를 지속적으로 이용하고자 하는 행동의도를 의미하며 Venkatesh,& Davis(2000), 사혜지, 한지훈(2024)의 연구에서 제시된 문항을 참고하였다. 각 요인(자기실재감, 유용성, 즐거움, 복잡성, 지각된 가치, 참여의도)은 각각 4문항으로 구성되었으며 모든 항목은 5점 Likert 척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 사용하였다. 또한 응답자의 성별, 연령, 서비스 경험 횟수, 주요 참여 스포츠 등 인구통계학적 특성을 파악하기 위한 문항 4개가 추가하였다.

3. 타당도 및 신뢰도 검증

조사도구의 타당성과 신뢰성 검증을 위해 확인적 요인분석(CFA)신뢰도 분석을 수행하였다. 확인적 요인분석 결과 모든 문항의 표준화 요인적재치가 유의하게 도출되었으며 모형 적합도는 $\chi^2 = 546.699(df=224, p<.001)$, TLI=.908, CFI=.925, RMSEA=.067로 나타나 Kline(1998)이 제시한 기준(CFI>.90, TLI>.90, RMSEA<.08)을 충족하였다. 구성 개념별 신뢰도(Cronbach's α)는 자기실재감 .815, 유용성 .782, 즐거움 .870, 복잡성 .864, 지각된 가치 .811, 참여의도 .820로 나타나 일반적으로 요구되는 기준치(.60 이상, 우수명, 2015)를 상회하였다. 또한 집중타당성확보 여부를 검증하기 위해 개념 신뢰도(CR)평균 분산 추출값(AVE)을 산출한 결과, CR 값은 .846~.911, AVE 값은 .581~.720로 나타났다. 이는 각각의 기준치인 CR>.70, AVE>.50을 만족하여 구성개념의 집중타당성이 확보되었음을 의미한다(김계수, 2007).확인적 요인분석 및 신뢰도 검증 결과는 다음 <표 2>와 같다.

표2. 확인적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

| | 문항 | 추정치 | S.E | CR | AVE | α |
|-----------|---|------|------|------|------|----------|
| 자기 실재감 | 화면속의 내가 (통계적 수치, 상태 등) 차분함을 느꼈을 때, 실제 내가 차분함을 느꼈다. | .671 | .049 | .846 | .581 | .815 |
| | 스크린스포츠를 경험하는 동안 '화면속의 내가 실제 나의 성별과 비슷하다고 느꼈다 | .750 | .032 | | | |
| | 스크린스포츠를 경험하는 동안 '화면속의 내가 실제 나의 모습과 비슷하다고 느꼈다 | .829 | .032 | | | |
| | 스크린스포츠를 경험하는 동안 '화면속의 자신'이 되고 싶다고 느꼈다. | .681 | .028 | | | |
| 유용성 | 스포츠 참여에 있어 스크린스포츠는 유용하다. | .808 | .020 | .890 | .673 | .782 |
| | 스크린스포츠는 참여하고 있는 스포츠와 관련된 정보를 효과적으로 확인 할 수 있다. | .759 | .025 | | | |
| | 스크린스포츠는 편의를 제공해준다. | .615 | .022 | | | |
| | 스크린스포츠를 통해 내가 얻고자 하는 정보를 빠르게 알 수 있다. | .604 | .026 | | | |
| 즐거움 | 스크린스포츠를 이용하는 것은 즐겁고 재미를 준다. | .798 | .029 | .893 | .676 | .870 |
| | 스크린스포츠는 흥미롭고 다양하다. | .775 | .031 | | | |
| | 스크린스포츠는 무료함을 해소해 준다. | .696 | .034 | | | |
| | 스크린스포츠는 즐거움을 증진시킨다. | .802 | .029 | | | |
| 복잡성 | 스크린스포츠의 이용과정은 복잡하다. | .756 | .027 | .902 | .699 | .864 |
| | 스크린스포츠의 세부기능을 파악하는 것은 어렵다. | .735 | .031 | | | |
| | 스크린스포츠는 기존 다른 서비스에 비해 복잡하다. | .836 | .027 | | | |
| | 스크린스포츠의 사용방법은 전반적으로 복잡하다. | .816 | .028 | | | |
| 지각된 가치 | 스크린스포츠는 기대를 충족시킨다. | .710 | .016 | .911 | .720 | .814 |
| | 스크린스포츠를 이용할 때 투자한 비용에 비해 얻는 혜택이 더 많다. | .736 | .025 | | | |
| | 스크린스포츠를 이용할 때 투자한 시간과 노력에 비해 얻는 가치가 높다. | .711 | .022 | | | |
| | 스크린스포츠는 이용할 가치가 있다. | .838 | .022 | | | |
| 사용 의도 | 스크린스포츠를 다시 이용할 의향이 있다. | .819 | .051 | .884 | .665 | .820 |
| | 스크린스포츠를 가족이나 친구에게 권유하고 싶다. | .842 | .018 | | | |
| | 스크린스포츠를 긍정적으로 평가한다. | .827 | .020 | | | |
| | | .515 | .018 | | | |

$\chi^2=546.699$, $df=224$, $TLI=908$, $CFI=925$, $RMSEA=.067$

4. 자료분석 방법

자료 분석은 SPSS와 AMOS 소프트웨어를 활용하여 진행되었다. 우선 응답자의 일반적 특성 파악을 위해 기술통계 및 빈도분석을 실시하였고 측정도구의 신뢰도 분석은 Cronbach's α 계수를 활용하여 검증하였다.

확인적 요인분석을 통해 측정도구의 구성타당성을 검토하였으며 변수 간의 관계성과 다중공선성 문제를 확인하기 위해 상관관계 분석도 병행하였다. 마지막으로 설정된 연구가설을 검증하기 위하여 구조방정식모형(SEM)을 적용한 경로분석을 수행하였다. 이를 통해 각 경로의 통계적 유의성과 연구가설의 채택 여부를 판단하였다.

Ⅲ. 결과

1. 상관관계분석

확인적 요인분석을 통해 각 구성 요인의 단일 차원성을 검증하고 이들 요인 간의 관계 방향성과 상호 연관성을 파악하기 위해 Pearson의 상관분석을 실시하였다. 그 결과는 <표 3>에 제시되어 있다. 분석 결과 모든 변수 간 상관계수가 통계적으로 유의한 수준에서 나타났으며 상관계수 값이 모두 .80 미만으로 나타나 Kline(2023)의 기준에 근거할 때 판별타당성이 충족된 것으로 해석할 수 있다. 또한 독립변수 간 상관관계가 다중공선성의 기준치인 .80을 초과하지 않았기 때문에 다중공선성 문제 역시 존재하지 않는 것으로 판단된다.

표 3. 요인 간의 상관관계 분석 결과

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|---|
| 1 | 1 | | | | | |
| 2 | .219** | 1 | | | | |
| 3 | .385** | .598* | 1 | | | |
| 4 | .117** | -.152* | -.104* | 1 | | |
| 5 | .488** | .588** | .620** | -.054* | 1 | |
| 6 | .468** | .219** | .676** | .117* | .753** | 1 |

1.확장된자기실재감, 2.유용성, 3.즐거움, 4.복잡성, 5.지각된자기가치, 6. 참여의도

*p<.5, **p<.01

2. 경로분석 결과

본 연구에서는 스크린스포츠 참여에 있어 확장된 자기실재감이 지각된 가치 및 참여의도에 어떤 방식으로 연결되는지를 가치기반수용모델을 바탕으로 분석함으로써 디지털 스포츠 환경의 수용 과정에서 사용자 경험 중심의 요인을 반영할 수 있는 이론적 토대를 마련하고자 한다. 본 연구에서 설정한 가설을 바탕으로 도출한 경로분석 결과는 다음 <표 4>, <그림 1>과 같다.

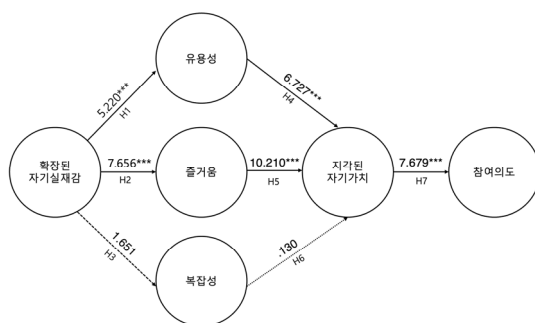


그림 1. 경로분석 결과

표 4. 가설검증표

| H | 경로 | 경로 계수 | S.E. | t | 채택 여부 |
|----|----------------|-------|------|---------------|-------|
| H1 | 확장된자기실재감 → 유용성 | .278 | .053 | 5.220** * | 채택 |
| H2 | 확장된자기실재감 → 즐거움 | .461 | .060 | 7.656** * | 채택 |
| H3 | 확장된자기실재감 → 복잡성 | .088 | .053 | 1.651 | 기각 |
| H4 | 유용성 → 지각된자기가치 | .314 | .047 | 6.727** * | 채택 |
| H5 | 즐거움 → 지각된자기가치 | .538 | .053 | 10.210* ** | 채택 |
| H6 | 복잡성 → 지각된자기가치 | .005 | .038 | .130 | 기각 |
| H7 | 지각된자기가치 → 참여의도 | .751 | .096 | 7.679** * | 채택 |

X² 556.000 df 217, TLI 900 CFI 921, RMSEA .070

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

첫째, 확장된 자기실재감은 유용성에 미치는 영향을 분석한 결과 자기실재감은 유용성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 확장된 자기실재감은 즐거움에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 확장된 자기실재감은 복잡성에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설이 기각되었다. 넷째, 유용성은 지각된 가치에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 다섯째, 즐

거움은 지각된 가치에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 여섯째, 복잡성은 지각된 가치에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설이 기각되었다. 마지막으로 지각된 가치가 스크린스 참여의도에 미치는 영향을 분석한 결과 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설이 채택되었다.

IV. 논의

1. 자기실재감의 역할과 영향

본 연구에서는 스크린스포츠 참여자의 확장된 자기실재감이 유용성과 즐거움에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 스크린스포츠 환경에서 자기실재감이 높을수록 참여자들이 해당 활동을 더 유용하고 즐겁게 인식한다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 가상현실 게임 사용자의 실재감이 스트레스 감소와 스포츠 참여의도에 영향을 미친다는 선행연구와 일치한다(Hwang & Chung, 2023). 특히 가상현실 환경에서의 실재감은 사용자의 감각추구 성향과 함께 스포츠 활동 참여의도에 직접적인 영향을 미친다는 점이 확인되었다.

한편 자기실재감이 복잡성에 유의한 영향을 미치지 않은 결과는 스크린스포츠 참여자들이 기술적 복잡성을 인식하는 데 있어 자기실재감의 직접적인 영향이 제한적임을 시사한다. 이는 UTAUT2 모델을 적용한 골프 참여자들의 SNS 골프레슨 콘텐츠 이용에 관한 연구에서 성과기대가 골프참여자들의 이용의도에 영향을 미치지 않았다는 결과와 유사한 맥락으로 해석할 수 있다(한지훈, 사혜지, 2021). 즉, 복잡성 인식은 개인의 실재감보다는 기술적 요소나 인터페이스 설계와 같은 다른 요인에 의해 더 크게 영향을 받을 가능성이 있다고 볼 수 있다.

2. 지각된 가치의 결정요인

본 연구의 주요 요인인 지각된 가치의 결정요인을 살펴보면 유용성과 즐거움은 지각된 가치에 유의한 정(+)의 영향을 미친 반면, 복잡성은 지각된 가치에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 가치기반수용모델을 스크린골프 이용자에게 적용한 안완식(2023)의 연구 결과와 일치한다. 해당 연구에서도 유용성과 즐거움이 지각된 가치에 유의한 영향을 미쳤으며 기술성은 지각된 가치에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 나타났다.

특히 즐거움(.538)이 유용성(.314)보다 지각된 가치에 더 큰 영향을 미친다는 결과는 스크린스포츠의 특성을 반영한다고 해석할 수 있다. 스크린스포츠는 실용적 가치뿐만 아니라 오락적, 쾌락적 가치가 중요한 서비스이기 때문에 즐거움이 지각된 가치 형성에 더 큰 역할을 한다고 볼 수 있기 때문이다. 이는 가치기반수용모델을 적용한 스크린골프 이용자의 지속이용의도에 관한 연구에서도 확인된 바 있다(허철무, 2023).

복잡성이 지각된 가치에 유의한 영향을 미치지 않은 결과는 스크린스포츠 기술이 이미 대중화되어 사용자들이 복잡성을 크게 인식하지 않거나, 복잡성보다는 다른 요소들이 가치 판단에 더 중요하게 작용함을 시사한다. 이는 VAM을 활용한 프로스포츠 OTT 중계 유료화에 대한 소비자 지불의사 분석 연구에서도 유사하게 나타났다(차재혁, 이정민, 2024). 해당 연구에서는 복잡성이 지각된 가치에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만 그 영향력이 상대적으로 낮음을 확인 할 수 있다.

3. 지각된 가치와 참여의도의 관계

지각된 가치가 참여의도에 강한 유의한 영향(.741)을 미친다는 결과는 지각된 가치가 행동의도에 미치는 중요성을 강조한 여러 선행연구

와 일치한다. 스포츠 관람객의 가치 공동창출에 관한 연구에서도 관람객이 지각한 스포츠 이벤트 가치가 높을수록 관람객의 시청률과 충성도가 증가한다고 보고하였다(Wang, et al., 2021). 마찬가지로 스포츠 시설에서의 고객 충성도에 관한 연구에서도 지각된 가치가 고객 만족도와 시설 이미지를 향상시켜 궁극적으로 고객 충성도에 영향을 미친다고 설명하였다(LE et al., 2025).

특히 스크린골프장의 선택속성이 이용만족과 재이용의도에 미치는 영향에 관한 연구에서도 서비스와 시설 등의 요소가 이용만족과 재이용의도에 유의한 영향을 미친다는 결과와 같은 맥락이라 할 수 있다(하제현, 2016). 이러한 결과들은 스크린스포츠 분야에서 참여자들의 지각된 가치를 높이는 것이 참여의도를 증진시키는 핵심 전략임을 시사한다.

4. 가치기반수용모델의 확장적 적용

자기실재감은 유용성과 즐거움을 통해 간접적으로 지각된 가치와 참여의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기존의 가치기반수용모델을 스포츠 맥락에 맞게 확장함으로써 스크린스포츠 참여자의 행동을 더 포괄적으로 이해할 수 있다.

이러한 접근은 자기표현(self-presentation)이 스포츠와 운동 참여의 중요한 동기 요인이 될 수 있다는 선행연구와도 일치한다(Dimmock, Howle, & Jackson, 2020). 해당 연구에서는 ‘운동하는 사람’ 또는 ‘운동참여자’로 인식되는 것이 대인관계적 이점을 제공할 수 있으며 이것이 스포츠 참여의 중요한 동기가 될 수 있다고 주장한다. 본 연구에서도 자기실재감은 스크린스포츠 참여자들의 자기인식과 표현에 영향을 미쳐 궁극적으로 참여의도를 높이는 데 기여하는 것으로 볼 수 있다.

또한, 브랜드 가치가 스포츠 제품 구매의도에

미치는 영향에 관한 연구에서도 지각된 브랜드 가치가 직접적으로 구매의도에 영향을 미치며 신체활동 즐거움이 이 관계를 매개한다 보고된 바 있다(Ghorbanzadeh, 2024). 이는 본 연구에서 자기실재감이 즐거움을 통해 지각된 가치와 참여의도에 영향을 미치는 결과와 유사한 패턴을 보여준다고 볼 수 있다.

V. 결론

본 연구에서는 가치기반수용모델(VAM)을 확장 적용하여 스크린스포츠 참여자의 자기실재감이 참여의도에 미치는 영향을 분석하였다. 연구결과 자기실재감은 유용성과 즐거움에 유의한 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 유용성과 즐거움은 지각된 가치에 유의한 영향을 미치고 지각된 가치는 최종적으로 참여의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인된다. 하지만 확장된 자기실재감이 복잡성에 미치는 영향과 복잡성이 지각된 가치에 미치는 영향은 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

이러한 결과는 스크린스포츠 맥락에서 참여자의 행동의도를 이해하는 데 있어 자기실재감과 즐거움이 핵심적인 요인임을 시사한다. 특히 즐거움이 유용성보다 지각된 가치에 더 큰 영향을 미친다는 점은 스크린스포츠가 실용적 가치뿐만 아니라 쾌락적 가치가 중요한 서비스임을 보여줍니다. 또한 지각된 가치가 참여의도에 미치는 강한 영향력은 참여자들의 가치인식이 행동의도 형성에 결정적 역할을 함을 확인시켜 주었다.

본 연구 결과를 바탕으로 제안하는 실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 참여자의 자기실재감을 강화할 수 있는 콘텐츠와 기술 개발이 필요하다. 몰입감을 높이는 기술적 요소와 사용자 개인화 옵션을 강화함으로써 자기실재감을 증

진시킬 수 있다. 둘째, 스크린스포츠의 즐거움을 극대화하는 요소에 집중해야 한다. 게임적 요소, 사회적 상호작용, 도전과제 등을 통해 참여자들의 즐거움을 증진시키는 전략이 중요하기 때문이다. 셋째, 복잡성을 최소화하되 유용성과 즐거움을 극대화할 수 있는 균형 잡힌 서비스 설계가 요구된다.

본 연구의 한계점을 바탕으로 다음과 같은 후속연구를 제안하고자 한다. 첫째, 본 연구모형에 추가적인 변수를 포함시키는 확장 연구가 필요하다. 다양한 요인(사회적 영향, 습관, 자기효능감, 혁신성 등)을 모형에 추가하여 스크린스포츠 참여의도에 영향을 미치는 더 포괄적인 요인들을 탐색할 수 있을 것이다. 특히 팬데믹 이후 변화된 스포츠 소비 패턴을 반영한 변수들의 추가가 의미 있을 것이라 판단된다. 둘째, 자기실재감의 다차원적 측면을 더 세분화하여 연구할 필요가 있다. 자기실재감을 인지적, 정서적, 행동적 차원으로 구분하여 각 차원이 스크린스포츠 참여의도에 미치는 차별적 영향을 분석한다면 자기실재감의 역할을 더 깊이 이해할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 김계수(2007). 구조방정식 모형분석. 서울: 한나래.
- 김승현(2020). VR을 활용한 명상 콘텐츠가 분노조절에 미치는 영향 : 탈중심화와 자기실재감을 중심으로. 미간행 박사학위논문. 서강대학교 대학원.
- 김윤환, 이재은(2010). 영상통화에 대한 소비자 심리적 반발요인에 관한 연구-변형된 혁신저항모형을 중심으로. *마케팅관리연구*, 15(2), 23-41.
- 박상철, 김상훈, 안성숙(2022). 아바타 동일시가 메타버스 게임평가에 미치는 영향: 지각된 위험의 조절된 매개효과. *소비문화연구*, 25(4), 211-232.
- 사혜지, 한지훈(2024). 가치기반수용모형을 적용한 여가스포츠 참여자의 AI 서비스 사용의도에 관한 연구. *한국체육학회지*, 63(1), 251-260.
- 서효민(2016). 프로구단의 스포츠-ICT 융합 기술에 대한 소비자 혁신저항에 관한 연구: 위젯(wizzap) 서비스를 중심으로. *한국스포츠산업경영학회지*, 21(4), 59-72.
- 서효민(2022). 가치기반수용모형(VAM)을 활용한 프로스포츠 팬의 메타버스 서비스 이용의도에 관한 연구. *한국체육학회지*, 61(6), 151-166.
- 성현아, 이애주(2020). 커피전문점 스마트 오더 서비스의 지속사용의도에 영향을 미치는 요인가치기반 수용모형을 중심으로. *한국외식산업학회지*, 16(1), 203-218.
- 안완식(2023). 스크린골프 재사용의도 확장모델: 가치기반수용모형을 중심으로. *한국체육과학회지*, 32(4), 399-412.
- 우수명(2015). *마우스로 잡는 SPSS 22*. 인간과복지.
- 이진희, 김남조(2021). 가상현실 관광경험에서 지각된 혜택 및 지각된 희생이 이용의도에 미치는 구조적 영향: 가치기반수용모형의 적용. *관광레저연구*, 33(10), 107-122.
- 차재혁, & 이정민(2024). 가치기반수용모형(VAM-Value-based Adoption)을 통한 프로스포츠 OTT 중계유료화에 대한 소비자 지불의사 분석 연구. *한국엔터테인먼트산업학회논문지*, 18(7), 149-162.
- 하제현(2016). 스크린골프장의 선택속성이 이용만족과 재이용의도에 미치는 영향. *골프연구*, 10(2), 23-32.
- 한지훈, 사혜지(2021). UTAUT2 모형을 적용한 골프 참여자들의 SNS 골프레슨 콘텐츠 이용과 골프연습장 방문행동의도의 관계 분석. *한국여가레크리에이션학회지*, 45(2), 37-50.

- 허철무(2023). 가치기반수용모델의 혜택과 희생을 중심으로 한 스크린 골프 이용자의 지속이용의도 결정요인. *한국체육교육학회지*, 28(3), 211-222.
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477-500.
- Chang, C. J., Hsu, B. C. Y., & Chen, M. Y. (2021). Viewing sports online during the COVID-19 pandemic: The antecedent effects of social presence on the technology acceptance model. *Sustainability*, 14(1), 341.
- Chiu, C.-M., & Wang, E. T. G. (2008). Understanding Web-based learning continuance intention: The role of subjective task value. *Information & Management*, 45(3), 194-201.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Dimmock, J. A., Howle, T. C., & Jackson, B. (2020). Self-presentation in sport and exercise. *Handbook of sport psychology*, 190-205.
- Ghorbanzadeh, B. (2024). Effects of Perceived Brand Value on the Intention to Purchase Sports Goods in Children: Mediating Role of Enjoyment of Physical Activity. *Physical Activity in Children*, 1(2), 29-34.
- Hao, Y., & Kong, M. (2022). Economic effect of the golf simulation industry in Korea: an analysis based on the SVAR model. *Humanities and Social Sciences Communications*, 9(1), 1-11.
- Hwang, G., & Chung, K. S. (2023). Virtual Reality Users' Stress Reduction and Sport Participation Intention: Effects of Sensation Seeking and Sense of Presence. *Journal of Sport Behavior*, 46(1), 56-70.
- Jeon, J., & Lee, E. J. (2024). A study on the impact of fashion brand Metaverse platform characteristics on perceived avatar identity and user purchase intention. *International Journal of Advanced Culture Technology*, 12(3), 406-418.
- Kim, T., & Chiu, W. (2019). Consumer acceptance of sports wearable technology: The role of technology readiness. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 20(1), 109-126.
- Kim, H.-W., Chan, H. C., & Gupta, S. (2007). Value-based adoption of mobile internet: An empirical investigation. *Decision Support Systems*, 43(1), 111-126.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford publications.
- LE, T. P., NGO, S. L., CHAU, V. H., & PHAM, D. K. (2025). Understanding customer loyalty in sports facilities: Insights into service quality, perceived value, satisfaction and facility image. *Journal of Physical Education & Sport*, 25(1), 71-78.
- Ningning, W., & Wenguang, C. (2023). The effect of playing e-sports games on young people's desire to engage in physical activity: Mediating effects of social presence perception and virtual sports experience. *PloS one*, 18(7), e0288608.
- Parasuraman, A., & Grewal, D. (2000). The impact of technology on the quality-value-loyalty chain: a research agenda. *Journal of the*

- academy of marketing science*, 28(1), 168–174.
- Ratan, R. (2013). Self–presence, explicated: Body, emotion, and identity extension into the virtual self. *In Handbook of research on technoself: Identity in a technological society*(pp. 322–336). IGI Global.
- Ratan, R. A., & Hasler, B. (2009, November). Self–presence standardized: Introducing the self–presence questionnaire (SPQ). *In Proceedings of the 12th annual international workshop on presence*(Vol. 81).
- Ratan, R., & Hasler, B. S. (2010). Exploring self–presence in collaborative virtual teams. *PsychNology Journal*, 8(1), 11–31.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204.
- Wang, Z., Cao, R., Liu, X., Zhang, L., & Wang, C. (2021). Influence of multiple interactions in value cocreation on sports spectators' perceived value of sports events. *Complexity*, 2021(1), 9972225.
- Wang, H. Y., & Wang, S. H. (2010). Predicting mobile hotel reservation adoption: Insight from a perceived value standpoint. *International Journal of Hospitality Management*, 29(4), 598–608.
- Yang, H. J., Yang, J. H., Choi, C., & Bum, C. H. (2025). A Study of Differences in Enjoyment, Exercise Commitment, and Intention to Continue Participation Among Age Groups of Adult Amateur Golfers. *Behavioral Sciences*, 15(3), 398.