

VR 영상의 몰입도가 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠에 미치는 영향

The Effect of Virtual Reality Flow on Wellness Entertainment Contents

주 저 자 : 조윤성 (Cho, Yun Sung)

수원여자대학교 시각디자인과

교신저자 : 김세웅 (Kim, Se Woong)

동양미래대학교 시각정보디자인과

himura35@naver.com

Abstract

Virtual Reality (VR), which is attracting attention as a next-generation growth engine for realistic media. Complex societies, emotional problems, and aging are rapidly progressing. Accordingly, convergence with the Willis industry is being attempted. However, development of virtual reality image contents is insufficient compared to device development. Also lack of wellness content is also a problem. Therefore, this study will theoretically examine characteristics of wellness entertainment industry and characteristics of virtual reality image contents. Verification of the utility that occurs as virtual reality images are merged into wellness entertainment. As a result, we found that the augmented reality image has a positive effect on the improvement of emotional wellness and the improvement of content satisfaction. This study suggests possibility of convergence of virtual reality video and wellness entertainment service which has not enough contents in Korea compared to high marketability yet, and it is meaningful to search for a new direction for development of wellness entertainment content based on virtual reality image in the future.

Keyword

Virtual reality, Wellness entertainment, Contents satisfaction

요약

실감미디어 분야의 차세대 성장 동력으로 주목받고 있는 가상현실(Virtual Reality, VR)은 게임이나 엔터테인먼트 산업을 중심으로 그 활용범위가 확대되고 있다. 특히 복잡해지는 사회에 따른 정서적·고령화 문제가 급속히 진행되며 웰니스 산업과의 융합이 시도되고 있으나 디바이스의 발전에 비해 가상현실 영상 콘텐츠의 개발에 대한 연구는 미흡하다. 또한 육체적, 정신적 건강관리인 웰니스 분야의 콘텐츠 부족 또한 문제가 되고 있다. 이에 본 연구는 웰니스 엔터테인먼트 산업의 특성과 가상현실 영상 콘텐츠의 특성을 이론적으로 고찰하고 가상현실 영상이 웰니스 엔터테인먼트에 융합됨에 따라 발생하는 효용의 검증을 위해 각 요인을 도출, 실험 및 설문을 진행하였다. 그 결과 사용자로 하여금 정서적 웰니스에 바탕을 둔 스트레스 해소와 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠에 대한 만족도 향상 이끌어낼 수 있음을 실증적이고 정량적으로 검증하여 요인 사이의 긍정적 영향이 있음을 도출하였다. 본 연구는 가상현실 영상과 아직은 높은 시장성에 비해 국내에서 콘텐츠가 미비한 웰니스 엔터테인먼트 서비스의 융합 가능성을 제시하고 향후 가상현실 영상 기반의 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 개발에 대한 새로운 방향을 모색하는데 의의가 있다.

목차

1. 서론

- 1-1. 연구의 배경 및 목적
- 1-2. 연구 내용 및 방법

2. 이론적 배경

- 2-1. 웰니스 엔터테인먼트
- 2-2. VR 영상 콘텐츠

3. 연구방법

- 3-1. 연구 문제 및 가설
- 3-2. 연구 대상 및 절차
- 3-3. 변수의 조작적 정의

4. 분석결과

- 4-1. 분석방법과 범위
- 4-2. 기초조사 및 분석
- 4-3. 신뢰도 및 타당도 분석

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

최근 기술적 발전과 함께 사회적 경쟁 또한 가속화 되는 가운데 증가되는 과중한 스트레스 환경에 놓인 현대인들은 이러한 삶의 질적 저하에서 벗어나 개인의 정신건강과 삶의 질 향상을 추구하게 되었으며 이에 따라 등장한 개념으로 웰니스 산업이 주목받고 있다. 시장잠재력을 인정받고 있는 웰니스 산업 분야 중 특히 웰니스 엔터테인먼트 분야는 소통과 참여, 체험, 욕구 충족을 위한 다양한 서비스 분야로 발전하고 있으며 휴양과 레저 산업을 넘어 스포테인먼트, 감성 엔터테인먼트의 영역까지 발전하고 있다. 그러나 경제적, 시간적 여유가 부족한 현대인, 특히 2039 세대들의 웰니스 관련 산업에 대한 높은 관심과 잠재력 대비 소비 규모는 점차 낮아지고 있는 추세다. 이에 최근 차세대 시각미디어로 주목받고 있는 가상현실(VR) 기술을 활용한 POV 가상체험 콘텐츠에 대한 연구의 필요성이 증대되고 있다. 이에 본 연구에서는 웰니스 산업 기반의 콘텐츠를 사용하는데 이용자의 심리적인 불안을 해소하여 기존보다 향상된 사용자만족을 제공하기 위한 가상현실 적용과 이에 따른 웰니스 가상현실 콘텐츠의 효용성 입증을 목적으로 한다.

1-2. 연구의 내용 및 방법

본 연구는 웰니스 관련 산업에서 제공되는 서비스에 대한 이용자의 스트레스 감소와 콘텐츠의 만족도 향상을 위한 방안으로써 가상현실 영상 콘텐츠의 적용을 제시하고자 한다. 따라서 본 연구의 연구방법은 다음과 같다.

첫째, 이론적 배경에서는 웰니스 서비스 동향과 서비스 이용자의 특성, 가상현실 기술 동향 및 매체적 특성에 대한 선행연구를 고찰하였다.

둘째, 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠의 가상현실 영상 적용 방안 도출을 위해 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠의 특성과 가상현실 콘텐츠의 특성 간 상관관계를 분석하였다.

셋째, 실증적 연구를 위한 연구문제, 연구모형, 가설을 제시하였다. 또한 가상현실의 시각적 특성이 사용자

5. 결론

의 스트레스 감소 및 만족도에 미치는 영향을 실증적이고 정량적으로 도출하여 가설을 검증하였다.

2. 이론적 배경

2-1. 웰니스 엔터테인먼트

최근 과학기술의 급격한 발전과 소득 수준의 증가로 현대인들은 단순히 질병의 예방이나 치료의 수준이 아닌 심신(心身)의 조화로운 건강을 추구하고 있다. 즉, 건강의 개념이 인간의 삶의 영역으로 확대되었으며, 최고의 건강은 신체적 뿐만 아니라 정신, 정서, 사회 등의 총체적 최적 상태를 의미하는 것으로 바뀌어가고 있다. 이런 개념을 구체화 한 개념이 바로 웰니스(wellness)이다. 웰빙(well-being)과 피트니스(fitness)의 개념이 결합한 웰니스는 육체적으로나 정신적으로 느끼는 개인의 주관적 고양 상태인과 생활환경의 어떤 기능이 인간의 육체적·정신적으로 적합한지 여부를 나타내는 개념이라 할 수 있다. 일반적으로 학자들에 의한 웰니스의 이론적 영역은 [표 1]과 같이 사회적 웰니스(social wellness), 신체적 웰니스(physical wellness), 정신적 웰니스(spiritual wellness), 정서적 웰니스(emotional wellness), 지적 웰니스(intellectual wellness)의 5개 영역으로 나뉜다.

[표 1] 웰니스의 유형

구분	내용
사회적 웰니스	가족, 친구, 동료, 이웃 등 주변의 환경과 원활히 상호 작용 할 수 있는 능력
신체적 웰니스	일과 업무 수행을 가능하도록 하는 몸의 기능적 능력
정신적 웰니스	삶의 기본 목적을 발견하고 명확히 하여 행동을 할 수 있도록 하는 능력
정서적 웰니스	스트레스를 조절하여 감정상태를 적절하고 편안히 표현하도록 하는 능력
지적 웰니스	지식을 다른 사람과 나누고 창조적이고 적극적인 정신적 활동을 가능하게 하는 능력

특히 현대인은 복잡해지는 산업사회의 영향으로 인해 심각한 스트레스를 겪고 있으며 이는 삶의 질 저하에 큰 영향을 미치고 있다. 신체적·정신적 삶의 질 향상을 위해서는 스트레스의 관리가 필수적이며 웰니스는

이러한 현대인의 스트레스 관리에 효과적인 것으로 연구되어지고 있다. 정서적 웰니스는 인간의 스트레스를 조절하여 삶의 질을 향상시키는 요소임으로 본 연구에서는 정서적 웰니스를 중심으로 연구를 수행하고자 한다. 정서적 웰니스 관련 선행연구를 살펴보면 이지화·고재운(2016)은 차문화 활동이 정서적 웰니스 향상시켜 스트레스 완화에 긍정적인 영향 미치는 결과를 도출하였으며, 박성언·윤석준·최윤동(2016)은 정서적 웰니스는 심리적 행복감이 인간의 삶의 질에 유의한 영향을 미치는 연구결과를 도출하였다. 또한 박선영·오울자(2012)는 몰입의 경험이 정서적 웰니스에 영향을 미쳐 인간의 삶 속에서 감정을 편안하게 유지할 수 있음을 연구하였다. 이와 같은 웰니스의 선행연구들의 결과들을 통해 웰니스가 스트레스 완화와 삶의 질에 긍정적인 영향을 미치며, 특히 몰입경험이 웰니스의 효용에 정(+)의 영향을 미치는 것을 알 수 있다.

웰니스 산업이란 적극적인 건강 증진 및 질병의 예방을 통하여 인간이 최적의 심신 건강 상태와 수준 높은 삶의 질을 추구하는데 필요한 제품 혹은 서비스 등을 제공함으로써 부가가치를 창출하는 산업이다.¹⁾ 최근 웰니스 산업은 IT 기술과의 융합을 통하여 급속하게 발전하고 있으며 미래 성장 동력으로 주목받고 있다. 이에 웰니스 산업은 2013년 기준 연평균 성장률은 9.4%로 빠르게 성장하고 있으며 특히 감성 엔터테인먼트의 성장률은 15.1%로 타 분야와 비교하여 가장 빠르게 성장하고 있다.²⁾ 웰니스 산업은 [표 2]와 같이 크게 셀프케어, 리빙케어, 웰니스 엔터테인먼트로 구분할 수 있다.

[표 2] 웰니스 산업 분류

구분	내용
셀프케어	소비자의 신체, 정신, 외모 등에 각 간접적으로 영향을 미치는 요인을 지원하는 콘텐츠
리빙케어	편리하고 쾌적한 삶의 영위를 위해 요구되는 다양한 제품을 제공하거나 공간을 조성, 관리하기 위한 콘텐츠
웰니스 엔터테인먼트	소통, 재미, 참여 등의 욕구 충족을 위해 작간 접적 참여와 체험을 제공하는 콘텐츠

- 1) 최행수, 웰니스 산업의 IT융합 이용성파에 관한 연구 : 非 의료영역의 중소 웰니스 기업을 중심으로, 한성대학교 석사학위논문, 2014, p10
- 2) 백승국 외 4명, 스마트 미디어 기반의 웰니스 콘텐츠전략 방안 연구, 인하대학교 산학협력단, 미래창조과학부, 2013, p.11

특히 가장 높은 성장률을 보이는 웰니스 엔터테인먼트는 육체·정신적 만족감 향상을 위해 환경을 제공하는 콘텐츠인 휴양·레저 분야와 다양한 스포츠 활동의 직·간접적으로 체험을 제공하는 스포테인먼트 콘텐츠, 정신적 건강 및 감성적 만족, 인지능력의 향상 등을 도모하는 감성 엔터테인먼트 분야로 나눌 수 있다. 본 연구는 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠의 가상현실 영상 적용을 통한 사용자 만족 향상에 대한 연구가 목적으로 웰니스 엔터테인먼트 분야의 가상현실 영상 적용과 정서적 건강을 중심으로 연구하고자 한다.

2-2. VR 영상 콘텐츠

2016년 5월, 69회 칸 영화제에서 세계적 영화감독인 스티븐 앨런 스피버그(Steven Allan Spielberg)는 기존의 영상 제작자들을 향해 앞으로 가상현실이 그들의 창작활동에 잠재적인 위험이 될 수 있다고 경고하였다. 그만큼 가상현실 기술에 대한 대중적 관심이 고조되고 우리의 실생활에 가상현실이 가까이 다가왔음을 피력한 것이다.

실감미디어의 한 분야인 가상현실(Virtual Reality: VR)은 양적·질적 면에서 빠르게 발전하고 있다. 가상현실 개념에 대한 정의는 연구자들 사이에 다소 차이가 있지만 일반적으로 컴퓨터 그래픽을 이용하여 가상의 공간을 인공적으로 구현, 실제 환경에서는 얻기 힘든 새로운 경험을 제공하고 인간의 오감을 자극, 실제와 같은 체험을 제공하여 사용자의 몰입감을 증대시키는 기술로 정의할 수 있다.

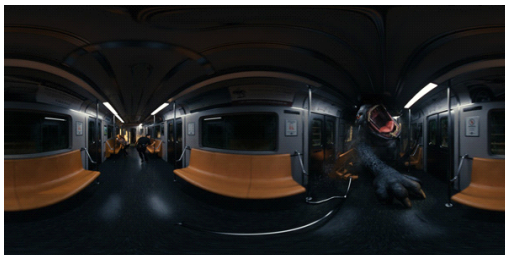
특히 가상현실 환경에서는 스크린과 사용자 시각이 일체되어 마치 스크린이 사라진 것과 같은 확장된 시·지각 감각을 제공하여 높은 몰입감을 제공한다. 즉, 가상공간에서 인간의 오감을 통해 현실감 높은 체험을 제공하는 융합 콘텐츠로서 광학기술과 촬영장비, 영상처리 소프트웨어 등의 발전을 통해 360도 전방위 촬영 영상을 사용자에게 제공할 수 있게 발전하고 있다.

최근 360도 가상현실 영상 콘텐츠는 제작이 쉽고 용이하며 촬영 및 감상 장비의 호환성이 증대되었으며 다양한 콘텐츠가 생산되고 있는 추세이다. 구글사의 카드보드(Cardboard)는 대표적인 손쉬운 가상현실 체험 장비로 유튜브(Youtube)의 360도 영상을 통해 쉽게 가상현실 영상을 접할 수 있게 되었다.



[그림 1] 구글의 가상현실 장비 '카드보드'³)

이러한 가상현실의 기술적 발전과 접근성 향상은 많은 콘텐츠 산업과의 구체적인 융합 시도를 불러오고 있다. 스티븐 스필버그 감독과 리들리 스콧 감독이 함께 VRC(Virtual Reality Company)을 설립하였으며 리 전러디 픽처스는 VR 콘텐츠를 통한 작품 홍보를 결정하였다. 또한 VR을 접목할 계획을 발표한 월트 디즈니 등 세계적 미디어 관련 기업을 중심으로 가상현실 영상 콘텐츠 제작이 활발히 이루어지고 있으며 국내 중소규모의 제작사 또 가상현실 영상 콘텐츠 대중화에 뛰어 들고 있다. 특히 외계 생명체와의 조우와 추격을 원 테이크와 롱 테이크로 효과적으로 풀어낸 가상현실 영상 “HELP”는 영상에 대한 높은 몰입감과 영화적 연출을 구현하여 주목받은 가상현실 영상 콘텐츠의 사례로 많은 연구가 진행되고 있다.

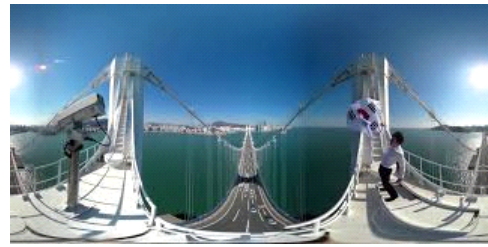


[그림 2] 가상현실 영상 ‘HELP’⁴)

또한 내러티브를 가진 영화적 연출의 가상현실 영상 뿐만 아니라 관광, 레저/스포츠, 자연환경 등의 1인칭 POV 가상현실 영상들이 속속 선보이며 웰니스 관련 산업과 연계된 다양한 콘텐츠들이 등장하고 있다.

3) <https://kbench.com/?q=node/151143>

4) <https://www.digitalmediaworld.tv/vfx/530-the-mill-develops-shotgun-rv-custom-shader-for-360-degree-and-vr-review>



[그림 3] 부산 광한대교 360도 VR 영상⁵)

본 연구에서는 현실감을 통한 높은 몰입감을 제공하는 360도 증강현실 영상 콘텐츠가 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 분야에 적용됨으로서 사용자의 스트레스 감소 및 만족감 향상에 미치는 영향을 실증적으로 조사 분석하여 그 효용성을 입증하고자 한다.

3. 연구방법

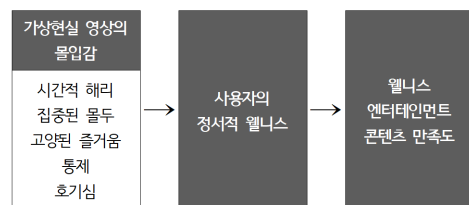
3-1. 연구 문제 및 가설

앞서 이론적 배경에서 살펴본 웰니스의 선행연구 고찰과 가상현실 영상의 몰입감 특성을 바탕으로 본 연구에서 제시하는 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 가상현실 영상의 몰입감은 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스에 영향을 미치는가?

연구문제 2. 가상현실 영상의 몰입감에 의한 정서적 웰니스는 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 만족도에 영향을 미치는가?

제시한 연구문제를 바탕으로 가상현실의 몰입감이 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠의 스트레스 감소와 만족도에 미치는 영향에 대한 연구모형을 아래와 같이 제시하였으며, 연구 모형을 바탕으로 [표 3]과 같이 연구가설을 제시하였다.



[그림 4] 연구모형

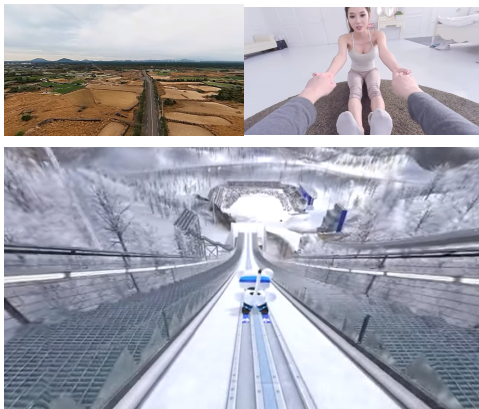
5) <https://www.youtube.com/watch?v=YlPhvINqlog>

[표 3] 연구가설

구분	내용
가설 1	가상현실 영상 콘텐츠의 몰입감은 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스에 영향을 미칠 것이다.
가설 2	웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스는 사용자 만족에 영향을 미칠 것이다.

3-2. 연구 대상 및 절차

본 연구는 가상현실 영상의 몰입감 특성이 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스와 만족도에 미치는 영향을 실증적인 분석을 통해 도출하여 가설을 검증하는 것을 목적으로 한다. 실험의 대상은 2018년 10월 한 달 간 일반인을 대상으로 진행되었으며, 피험자 선정은 가상현실 및 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠에 대해 활용 빈도가 적고 선호에 있어 일반적인 행태를 보이는 집단이다. 실험에 사용될 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠는 관광 분야 콘텐츠인 '제주도 용천동굴 360도 VR영상'과 웰빙 관련 콘텐츠 '핏걸스 호정 1인칭 커플 스트레칭 60도 VR영상', 레저/스포츠 분야 콘텐츠로 '2018평창올림픽 경기종목 스키점프, 알파인 스키 VR영상'으로 유튜브 웰니스 검색시 쉽게 접할 수 있는 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠로 선정하였으며 구글 카드보드를 통해 시청 후 몰입감, 정서적 웰니스, 만족감 정도를 설문에 응답하도록 진행하였다. 따라서 본 연구는 인구통계학적 설문으로 시작하여 가상현실 영상 몰입도와 정서적 웰니스, 만족도에 대한 정도를 차례로 측정하였다.



[그림 4] 실험 VR 영상⁶⁾

6) https://www.youtube.com/results?search_query=%EC%9B%B0%EB%8B%88%EC%8A%A4+vr+%EC%98%81%EC%83%81

3-3. 변수의 조작적 정의

본 연구에서 가상현실 영상의 몰입도 정도를 측정하기 위해 김문석 외 2인(2013)이 '홀로그램의 깊이 맵 생성을 위한 디지털콘텐츠의 시각정보 조형 연구⁷⁾'에서 제시된 몰입도 구성요인 5항목을 바탕으로 3문항을 도출하여 측정하였다.

[표 4] 몰입도 측정 척도

구분	내용
시간적 해리	시간이 가는지 모르고 영상을 시청하였다.
고양된 즐거움	가상현실 영상 경험 그 자체가 즐거웠다.
호기심	감각적이면서도 호기심을 느낄 수 있었다.

사용자의 정서적 웰니스 측정을 위해 이수진(2014)의 '교사효능감이 웰니스에 미치는 영향: 스트레스 대처방식의 매체효과에서 제시된 정서적 웰니스 측정 척도를 고찰하여 3가지 문항으로 재구성하여 제시하였다.

[표 5] 정서적 웰니스 측정 척도

구분	내용
정서적 1	삶에 대해 긍정적인 감정이 고양되었다.
정서적 2	좌절된 일에 대해 극복할 수 있다는 생각이 들었다.
정서적 3	타인의 의견에 대해 관대하게 받아들일 수 있다는 생각이 들었다.
정서적 4	조금 더 긍정적인 사고가 가능하게 되었다.
정서적 5	웃는 것이 보다 쉽게 생각되었다.

웰니스 엔터테인먼트 가상현실 영상 콘텐츠를 통해 사용자가 느끼고 생각하는 콘텐츠의 전체적 만족도 측정을 위해 김종숙(2007)이 '이러닝이 학습만족도와 학습성구에 미치는 영향요인에 관한 연구⁸⁾'에서 제시한 만족도 측정 척도 3문항으로 재구성하여 제시하였다.

%98%81%EC%83%81

- 김문석 외 2인, 홀로그램의 깊이 맵 생성을 위한 디지털콘텐츠의 시각정보 조형 연구, 디지털디자인학연구 제13권 제2호, 통권 제38호, 2013, p.62
- 김종숙, 이러닝의 학습만족도와 학습성구에 미치는 영향요인에 관한 연구, 인제대학교 박사학위논문, 2007, p.90

[표 6] 만족도 측정 척도

구분	내용
전반적 만족	나는 VR 영상을 통한 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 이용에 있어 전반적으로 만족한다.
재이용 의향	나는 VR 영상을 통한 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠를 다시 시청하겠다.
추천 의향	나는 VR 영상을 통한 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠를 다른 사람에게 적극 추천하겠다.

4. 분석결과

4-1. 분석방법

본 연구에서 제시한 연구문제의 분석을 위해 설문결과 데이터 분석은 SPSS가 사용되었고 통계처리인 신뢰도, 빈도, 차이, 상관, 회귀 분석이 진행되었다.

4-2. 기초조사 및 분석

실험참가자의 인구통계학적 빈도분석을 실시하였다. 결과를 살펴보면 전체 151명 중 남성이 73명(48.3%), 여성이 78명(51.7%)이며, 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 경험 빈도는 1-2회가 64명(42.4%), 3-4회가 58명(38.4%), 5-6회가 21명(13.9%), 7회 이상이 8명(5.3%)로 나타났다. 가상현실 영상 경험 빈도는 없음이 38(25.2), 1-2회가 72명(47.7%), 3-4회가 22명(14.6%), 5-6회가 11명(7.3%), 7회 이상이 8명(5.3%)로 나타났다.

[표 7] 실험참가자의 인구통계학적 특성

특성	구분	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	73	48.3
	여성	78	51.7
	합계	151	100
웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 경험 빈도	없음	0	0
	1-2회	64	42.4
	3-4회	58	38.4
	5-6회	21	13.9
	7회 이상	8	5.3
VR 영상 경험 빈도	없음	38	25.2
	1-2회	72	47.7
	3-4회	22	14.6
	5-6회	11	7.3
	7회 이상	8	5.3

4-3. 신뢰도 및 타당도 분석

연구조사에 대한 신뢰도 분석결과 몰입도, 정서적 웰니스, 만족도의 신뢰도 계수가 각각 .83, .80, .86로 나타나 높은 수준의 신뢰도를 보이고 있다.

[표 8] 신뢰도 분석결과

구분	문항 수	Cronbach's α
몰입도	3	.83
정서적 웰니스	5	.80
만족도	3	.86

4-4. 가설검증

본 연구에서는 총 2개의 가설에 대한 검증을 실시하였다. 실증적 통계분석을 각 가설의 특성에 따라 상관분석과 다중회귀분석, t-검증을 실시하였다. 연구가설 1은 가상현실 영상의 몰입도가 e-러닝 학습자의 몰입감에 미치는 영향에 대한 검증으로 주 가설 1인 “홀로그램의 입체감은 사용자의 정서적 웰니스에 영향을 미칠 것이다.”를 검증하기 위해 가상현실 영상의 몰입도의 하위요소인 시간적 해리, 고양된 즐거움, 호기심이 학습자의 몰입감에 미치는 영향을 다중회귀분석을 통해 검증하였다. 분석결과, 몰입도 요인이 정서적 웰니스에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 가상현실 영상의 몰입도의 하위요소인 시간적 해리, 고양된 즐거움, 호기심이 높게 지각될수록 정서적 웰니스가 더욱 증가한다는 결과이다. 본 연구모형의 설명력은 40.3%로 나타났으며 유의수준 98%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 연구가설 1은 채택되었다.

[표 9] 연구가설1 검증을 위한 다중회귀분석 결과

구분		비 표 준	표준	표준화		
종속	독립	화 회귀	오차	회 귀 계	t	유의도
변수	변수	계수		수		
정서적 웰니스	(상수)	1.11	0.15		4.86	0.00**
	시간해리	0.84	0.05	0.80	16.85	0.00**
	양된즐거움	0.76	0.08	0.73	14.41	0.00**
	호기심	0.90	0.06	1.01	18.13	0.00**

주. 사례수=151, R-square=0.417, F=147.093, P=0.000

*p < .05, **p < .01

연구가설 2는 가상현실 영상의 몰입도가 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스에 미치는 영향에 대한 검증으로 “가상현실 영상 콘텐츠의 몰입도에 의한 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스가 콘텐츠 사용자의 만족도에 영향을 미칠 것이다.”를 검증하기 위해 단순회귀분석을 통해 검증하였다. 분석결과, 가상현실 영상 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스가 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 가상현실 영상 기반의 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스가 높을 수록 콘텐츠 사용자의 만족도가 더욱 증가한다는 의미이다. 본 분석의 설명력은 36.6%로 나타났으며 유의수준 97%에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 따라서 연구가설 1은 채택되었다.

[표 10]] 연구가설2 검증을 위한 단순회귀분석 결과

구분		비 표 준	표준	표준화		
종속	독립	화 회귀	오차	회 귀 계 수	t	유의도
변수	변수	계수				
	상수	1.21	0.15		7.88	0.00**
만 족 도	정 서 적 웰 니스	0.66	0.04	0.70	13.81	0.00**

주. 사례수=151, R-square=0.373, F=133.874, P=0.000

*p < .05, **p < .01

5. 결론

본 연구는 웰니스 엔터테인먼트 서비스의 가상현실 영상 적용이 사용자의 정서적 웰니스 및 만족도에 미치는 영향을 살펴보고 그에 따른 효용성을 검증하는데 목적이 있다. 따라서 본 연구는 웰니스 엔터테인먼트 서비스와 가상현실 영상의 기술적·사용자 경험적 특성을 선행연구를 통해 고찰하고 가상현실 영상이 적용된 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 체험의 실험 및 설문을 실시하고 이를 바탕으로 가상현실 영상의 가장 큰 특성인 몰입도를 변수로 도출하여 가상현실 영상의 몰입도가 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스 및 만족도에 미치는 영향을 조사분석하였다. 그 결과, 가상현실 영상의 몰입도 특성이 웰니스 엔터테인먼트 콘텐츠 사용자의 정서적 웰니스와 만족도에 긍정

적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 차후 연구에서는 VR 기반 웰니스 콘텐츠가 사용자의 스트레스 조절 전반에 걸쳐 미치는 영향을 연구하여 실질적인 웰니스 효과 증대 요인에 대한 검증을 실시하고자 한다. 앞으로 다양한 웰니스 엔터테인먼트 서비스의 가상현실 영상 콘텐츠 개발에 있어 그 효용성 검증 방안으로 본 연구가 도움이 될 것을 기대한다.

참고문헌

1. 백승국 외 4명, 스마트 미디어 기반의 웰니스 콘텐츠전략 방안 연구, 인하대학교 산학협력단, 미래창조과학부, 2013
2. 김문석 외 2인, 홀로그램의 깊이 맵 생성을 위한 디지털콘텐츠의 시각정보 조형 연구, 디지털디자인학연구, 2013, Vol.13, No.2
3. 김진철, 편정민, VR 영상콘텐츠 디자인의 사용자 몰입(flow)에 관한 주관성 연구, 상품문화디자인학연구, Vol.47, 2016
4. 신유성, VR 영상콘텐츠 기획 및 스토리텔링에 관한 연구, 창의정보문화연구, 2018, Vol.4, No.1
5. 이익희, 360도 VR(Virtual Reality) 영상의 현실 효과에 대한 연구, 한국과학예술포럼, 2017, Vol.31
6. 최문중, 이동하, 강원석, 하영미, 김상현, 웰니스 구성요소에 대한 융복합적 검증 웰니스 구성요소가 웰니스 상태에 미치는 영향, 디지털융복합연구, 2015, Vol.13, No.7
7. 차윤석, 지각된 웰니스 지수활용을 위한 다차원구성개념의 이해, 한국웰니스학회지, 2012, Vol.7, No.4
8. 하영옥, 박영미, 성인의 지각된 스트레스, 수면의 질, 주관적 행복감이 웰니스 생활양식에 미치는 영향, 한국융합학회논문지, 2017, Vol.8, No.12
9. 김종숙, 이러닝의 학습만족도와 학습성과에 미치는 영향요인에 관한 연구, 인제대학교 박사학위논문, 2007
10. 최행수, 웰니스 산업의 IT융합 이용성과에 관한 연구 : 非 의료영역의 중소 웰니스 기업을 중심으로, 한성대학교 석사학위논문, 2014