

자기결정성 요인이 온라인 게임 몰입에 미치는 영향

권두순* · 이상철** · †서영호***

The Effects of Determinants of Self-determination on Flow of Online Game

†Do-Soon Kwon* · Sang-Chul Lee** · Yung-Ho Suh***

■ Abstract ■

The purpose of this research is to identify the factors of self-determination theory (e.g., autonomy, competence, and relatedness) affecting flow, satisfaction, and loyalty. This research uses structural equation modeling (SEM) to confirm the validity and analyzes the causal relationship of the suggested model.

The results indicate that competence and relatedness positively influence flow and that autonomy positively influences satisfaction. First, autonomy is significantly shown to influence satisfaction and does not significantly influence flow. Second, that competence significantly influenced flow and indirectly influenced satisfaction. Third, relatedness significantly influenced flow and indirectly influenced satisfaction. Finally, flow influenced satisfaction, and flow and satisfaction directly and indirectly influenced loyalty.

Keywords : Online Game, Self-Determination, Satisfaction, Flow, SEM

1. 서론

정보기술의 혁신과 발전으로 인해 매체가 풍부

해지고 확장됨에 따라 문화적인 요소가 상품으로 다양하게 변화하고 있다(주수현, 유영명[26]). 특히, 우리나라 문화콘텐츠산업은 인터넷 및 멀티미디어

논문접수일 : 2010년 08월 10일 논문수정일 : 2010년 10월 15일 논문게재확정일 : 2010년 11월 08일

* 서강대학교 경영전문대학원

** 그리스도대학교 경영학부

*** 경희대학교 경영대학

† 교신저자

의 발전을 통해 IT기술과 CT기술 등 다른 관련 산업과의 융합(Convergence)이 이루어지고 있으며, 이를 통해 영화, 방송, 음악, 게임, 연예 등 각 산업을 중심으로 지속적으로 성장하고 있다(강명주[1]). 이 중에서 게임은 문화콘텐츠 산업에서 가장 중요하고 핵심적인 분야로 성장하고 있으며, 특히 최근의 인터넷을 통한 네트워크 기술의 발전으로 인해 온라인 게임이 새로운 산업으로 각광받고 있다(이선로, 노웅철[18]).

온라인게임의 규모로 본다면, 세계 게임 시장은 2007년 전년대비 22.3% 성장한 922.7억 달러규모를 형성하고 있으며, 2008년에는 약 1,068억 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다(대한민국 게임백서[29]). 특히, 국내 온라인 게임시장은 세계 게임 시장에서 1위의 국가로 자리매김하고 있다(한국인터넷백서[31]). 온라인 게임은 이제 단순한 오락의 개념을 넘어서 최신 멀티미디어 기술이 총망라된 콘텐츠로 현대사회의 대표적인 엔터테인먼트로서 글로벌 문화코드로 자리잡고 있으며, 문화콘텐츠로서의 역할을 수행하고 있다(한국인터넷백서[31]).

이러한 온라인 게임의 성장을 토대로 지난 십여년 동안 온라인 게임에 대한 많은 연구가 진행되어 왔으나, 온라인게임의 기존의 논문들은 온라인 게임의 사용자 행동을 고려한 충성도에 초점이 맞추어져 왔다(최동성 외[28], 조남재 외[24], 김남희 외[5], 김정구 외[8], 이상철 외[17]). 지금까지의 연구들에 의하면 온라인게임 사용자의 만족과 충성도에 영향을 미치는 중요한 요인으로 몰입(Flow) 또는 즐거움(Playfulness)을 들고 있다. 그러나 지금까지의 연구들은 몰입 또는 즐거움이 만족과 충성도에 중요한 영향을 미치는 요인이라는 것은 밝혔지만, 몰입에 영향을 주는 요인이 무엇인지에 대한 연구는 미비하다(이상철 외[17]).

인터넷게임에서 중요한 변수인 몰입은 최적의 경험을 통해 즐거움을 느끼는 내재적 동기라고 할 수 있다. 이에 본 연구에서는 자기결정성이론을 토대로 몰입에 영향을 주는 요인이 무엇인지를 살펴보고자 한다. 자기결정성이론이란 최근에 연구되고

있는 동기이론으로, 자기결정적인 사람일수록 내재적 동기에 더 영향을 받는다고 하였다(Ryan and Deci[57]). 즉, 온라인 게임 이용자가 자기 결정적이 되면 내재적 동기, 즉 즐거움을 얻게 되지만, 그렇지 못할 경우에는 외재적인 동기에 영향을 받게 되어, 통제받게 된다는 것이다. 그 결과, 온라인 게임 이용자들이 게임을 이용함에 있어 통제를 받게 되면 온라인 게임 서비스에 불만을 갖고 온라인 게임 이용자 이탈할 가능성이 있다.

이처럼 자기결정력이 높은 사람일수록 온라인 게임에서 몰입이 될 수 있다고 할 수 있다. 따라서 내재적 동기를 강화하는 측면에서 자기결정성 이론과 온라인 게임에서의 내재적 동기로 들어갈 수 있는 몰입과의 인과관계가 중요하다고 할 수 있다. 이러한 시점에서 본 연구는 자기결정성 이론에 대한 중요한 변수들이 내재적 동기인 몰입과 만족이 충성도에 영향을 미치는 요인들에 대한 인과관계를 실증 연구하고자 한다. 구체적으로 자기결정성 이론에 대한 중요한 변수인 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족에 인과관계를 설명하고자 하였으며, 또한 몰입과 만족 간에 관계 그리고 마지막으로 몰입과 만족이 충성도에 영향에 대한 인과관계를 설명하고자 하였으며 이를 통해 온라인 게임 충성도에 영향을 주는 공통요인들이 무엇인지 연구하고자 하였다.

2. 이론적 배경

2.1 자기결정성

자기결정성이란 개인이 스스로가 조절할 수 있고 자율적으로 움직이게 할 수 있도록 하는 기술, 지식, 신념으로 통합하여 정의 한다(Field et al.[45], 이숙정, 유지현[19]). 자기결정성 이론은 개인의 성격발달과 행동에 대한 자기 조절을 구분하기 위한 내적 근거의 중요성을 강조한 이론이면서 외재적 동기와 내재적 동기를 연속선상에서 볼 수 있다고 할 수 있다(Ryan and Deci[57]). 기존 동기이론에

서는 외적인 보상이 주어질 때 동기가 나타난다는 외재적 동기와 태어나면서부터 스스로가 자율적이면서 조절하고 통제할 수 있는 동기가 나타난다는 내재적 동기가 서로 대립되어 왔다(Deci and Ryan [41], 광소영[2]). 하지만 Deci and Ryan[41]에서는 외재적 동기와 내재적 동기를 구분하지 않고 외재적 동기가 내재적 동기로 갈수록 자기결정적인 사람이 된다고 할 수 있다. 즉, 내재적 동기와 외재적 동기가 내면화 된다고 할 수 있다.

자기결정성 이론의 중요한 변수들을 살펴보면 개인의 본질적 심리욕구인 자율성(Autonomy), 유능성(Competence), 관계성(Relatedness)이 있으며, 이는 궁극적으로 개인의 행복감(Personal Well-being)과 사회발전(Social Development)에 도움을 준다고 할 수 있다(Ryan and Deci[57]). 자기결정성 이론의 중요한 변수들이 자연적인 성향의 긍정적인 기능을 필수적으로 이용 가능 할 수 있도록 만들어졌다. 따라서 자기결정성 이론의 본질적인 심리욕구에 대한 자율성(Autonomy), 유능성(Competence), 관계성(Relatedness)을 세부적으로 살펴보고 이를 규명한다.

자율성(Autonomy)은 선택의 경험을 가지고 있고 개인의 자유의지와 함께 행동하는 것을 말한다(Gagne and Deci[47]). 자율성은 자기결정성 이론에서의 가장 중요한 높은 차원의 변수라고 할 수 있으며, 사람들이 자유의지에 따라 활동함으로써 사람들의 내면에서의 즐거움을 느끼고 찾을 수 있다고 할 수 있다(Dworkin[44], Gagne and Deci[47]). 이를 온라인 게임 상에서 적용해보면 온라인 게임 이용자들의 자유의지에 따라 미션을 수행하는 것이라고 정의할 수 있다.

유능성(Competence)은 기존 연구들의 자기효능감(Bandura[35]) 이론과 연계해서 연구가 되었다(김아영 외[6], Deci and Ryan[42])는 유능성을 자기자존감, 현실감, 재창조, 성과의 의미와 연관되어 있다. 또한 유능성을 자기효능감으로 보고 있다. 따라서 자기 효능감과 유능성은 같은 개념으로 유능성(Competence)은 동일한 개념의 자기효능감을

통해 자기 자신이 얼마나 유능하다고 느끼고, 특정 행동을 실행하여 성과가 나타났을 때, 자기 스스로가 자신감이 생긴다고 할 수 있다(Bandura[35]). 이를 온라인 게임 상에서 적용해보면 온라인 게임을 진행하면서 온라인 게임의 미션을 수행하고 목표에 대한 성과를 달성했을 때, 자신의 능력에 대한 자신감이라고 정의 할 수 있다.

관계성(relatedness)은 모든 현상 속에서 나 자신과 상대방이 지속적인 관계를 맺고 그룹을 형성하고 발전시키는 것을 말한다(Standage et al.[59]). 이를 온라인 게임 상에서 적용해보면 통해 수많은 사람들이 동일한 공간에서 길드를 형성하면서 지속적인 관계를 맺는 것으로 정의할 수 있다.

2.2 몰입

몰입(Flow)이란 온라인 게임 경험을 가장 긍정적으로 느끼고 내 자신이 게임을 통해 최적의 경험을 하고 있다고 할 수 있으며, 게임의 즐거움을 통해 게임이용을 조절하고 통제할 수 있는 상태를 말한다(이상철 외[17]). 또한 이용자가 인터넷을 사용하면서 주관적인 최적 경험(optimal experience)을 하게 되면 얻어 질 수 있는 것으로 정의 되고 외적 보상이 주어지지 않아도 지속적으로 온라인 게임 이용을 하게 만드는 원인을 제공한다(Hoffman and Novak[49], 이상철 외[17]). 게임을 진행하는 과정에서 몰입은 일상생활 속에서 표현할 수 있는 일종의 상태로써 ‘완전히 푹 빠져드는 경험’, ‘흥미’, ‘호기심’, ‘즐거움’이라고 할 수 있다(Csikszentimihalyi [38]). 이를 통해 온라인게임 관련 게임 몰입과 만족이 충성도에 미치는 영향에 관한 선행연구를 정리하면 다음과 같다.

온라인게임 몰입 수준에 관한 조남재[25]의 연구에서는 ‘사용수준 몰입’에는 ‘충동성’과 ‘활용 편의성’이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘심리적 몰입’에는 ‘이용 동기’, ‘재미’, ‘충동성’이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이희경[20]의 연구에서는 5개의 온라인게임 이용

동기 중에서 ‘도전’, ‘성취동기’, ‘공격동기’와 ‘현실 도피동기’가 온라인 게임 몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, ‘도전’·‘성취동기’, ‘현실도피동기’, ‘오락’, ‘소일거리’와 ‘사회적동기’가 온라인게임 중독에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

안진호 외[11]의 연구에서는 온라인 스포츠게임 참가자의 몰입경험은 스포츠 참여, 스포츠 가치관, 또래관계에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

대체로 부정적인 게임이용 동기가 몰입과 중독에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나는 것으로 검증되었다(이희경[20], 조남재 외[24]). 그리고 선행연구를 통해서 온라인 게임 몰입은 이용 동기와 중독의 매개변인으로 사용되는 것으로 나타났다(노준석, 손용[10]).

2.3 만족과 충성도

만족(Satisfaction)이란 제품이나 서비스 자체가 소비에 대한 일시적인 충족상태 및 감정의 평가라고 할 수 있다(Oliver[54]). 또한 소비자의 충족상태에 대한 반응으로서, 제품/서비스 특성, 또는 제품 서비스 자체가 소비에 대한 충족 상태를 유쾌한 수준에서 제공하거나, 상품과 서비스에 대한 기쁜 경험에 대한 판단으로 정의하고 있다(Bhattacharjee[36]).

온라인 게임은 “시간의 경과에 따라 여러 번의 게임과정을 통하여 경험한 온라인게임의 전반적인 평가”로 정의하고자 한다(엄명용, 김태웅[13]). 따라서 온라인 게임에 있어서의 만족은 게임 과정에 경험을 통해서 즐거움을 느끼면서 온라인 게임 이용자들이 온라인 게임을 하면서 게임에 대한 전체적인 평가를 내릴 수 있다고 할 수 있다.

충성도는 소비자들의 이전의 경험을 통해 제품에 대해서 긍정적으로 생각하게 되면 제품에 있는 인터넷 사이트를 재방문하고 제품을 재구입하는 고객의 의도라고 정의할 수 있다(Assael[34], Harvey[48], 조남재 외[24]). 고객 충성도를 높이는 것은 기업의 이윤과 성과를 동시에 가져다주는 중요한

원천이라고 할 수 있다(김정구[8]).

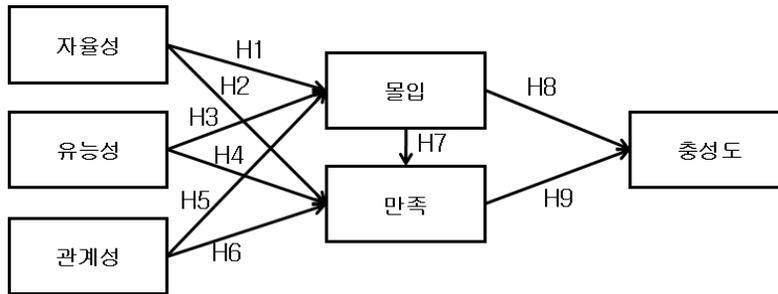
온라인 게임에 있어서 충성도는 온라인 게임을 서비스 하고 있는 기업의 매출과 높은 관련이 있다고 할 수 있으며, 대부분이 온라인 게임 이용자들이 얼마나 많은 시간을 온라인 게임을 이용했는가에 의해 시간당 요금이 결정된다. 따라서 사람들이 자사의 온라인 게임을 지속적으로 이용하게 되는가에 따라 매출에 결정적인 역할을 한다고 할 수 있다(최동성 외[28]). 이를 통해 온라인 게임에 있어서 충성도는 지속적으로 온라인 게임을 이용하고자 하는 의도가 가장 중요하다고 할 수 있겠다(이상철 외[17]).

2.4 연구모형

지금까지의 이론적 배경을 통해 본 연구에서는 <그림 1>과 같은 연구모형을 설계하였다. 또한 <표 1>에서는 연구모형의 조작적 정의를 정리하였다. 내재적 동기를 강화하는 측면에서 자기결정성 이론과 온라인 게임에서의 내재적 동기로 들어갈 수 있는 몰입과의 자기결정성 변수들 간의 인과관계가 있다고 할 수 있다. 이를 통해 자기결정력이 높은 사람일수록 온라인 게임에서 몰입이 될 수 있다. 즉 자기결정성 변수들이 몰입과 만족과 충성도를 높임으로써 건전하게 온라인 게임을 지속적으로 이용하는 것이 큰 의미라고 할 수 있다.

2.4.1 자기결정성에 관련된 가설

본 논문에서는 사용하기 쉽고 얻을 수 있는 이익이 많다면 해당 정보 기술에 대하여 긍정적인 태도를 형성하고 사용의도를 높인다는 TAM의 기본적인 인과관계를 적용하였다(Davis[39], Mathieson[52]). 현실세계에서 일반사람들이 자유의지에 따라 억압과 통제를 많이 받는다고 할 수 있다. 하지만 온라인 게임을 통해서 현실세계에서 이루지 못한 행동들을 온라인 게임에서 자유롭게 행동할 수 있다. 이를 온라인 게임 상에서 적용해보면 온라인 게임 이용자들의 자유의지에 따라 미션을 수행하면서 기존 현실에서 느끼지 못하는 판타지를 느낄



〈그림 1〉 연구모형

〈표 1〉 연구변수의 조작적 정의

연구 변수	조작적 정의	출 처
자율성	온라인 게임 이용자들의 자유의지 따라 미션을 수행하는 것이라고 정의할 수 있다.	DeCharms[40] Ryan and Grolnick[58] Deci and Ryan[41]
유능성	특정행동을 실행하여 온라인 게임의 미션을 수행하고 목표에 대한 성과를 달성했을 때, 자신의 능력에 대한 자신감이라고 정의할 수 있다.	Deci and Ryan[41]
관계성	수많은 사람들이 동일한 공간에서 길드를 형성하면서 지속적인 관계를 맺는 것으로 정의할 수 있다.	Standage et al.[59] Deci and Ryan[41]
몰입	현재 경험을 가장 긍정적으로 해석하여 최적의 경험을 하고 있다고 느끼고, 게임을 통해 즐거움을 느끼며 게임이용에 대한 통제가 가능한 상태를 말한다.	Csikszentimihalyi[38] 이상철 외[17]
만족	시간의 경과에 따라 여러 번의 게임 과정을 통하여 경험한 온라인 게임의 전반적인 평가로 정의하고자 한다.	Oliver[55] Bhattacharjee[35]
충성도	온라인 게임을 서비스 하고 있는 기업의 매출과 높은 관련이 있다고 할 수 있으며, 대부분의 온라인 게임 이용자들이 얼마나 많은 시간을 온라인 게임을 이용했는가에 의해 시간당 요금이 결정되며, 사람들이 자사의 온라인 게임을 지속적으로 이용하게 되는가에 따라 매출에 결정적인 역할을 한다고 할 수 있다.	Assael[34] Harvey[48] 조남재 외[25] 이상철 외[17]

수 있으며, 자유감과 성취감, 즐거움을 느낄 수 있다. 즉, 자율성이 자유의지에 따라 활동함으로써 사람들의 내면의 자유감과 성취감, 즐거움을 느끼고 찾을 수 있기 때문에 이는 몰입과 인과관계가 있다고 할 수 있다. 온라인 게임 상에서 게임 미션을 분명하게 제시하고 온라인 게임 이용자들이 스스로가 자율적으로 가지도록 유도해야 한다(엄명용[10]). 이를 통해 온라인 게임을 적응할 수 있도록 도와주고 또한 시나리오를 바탕으로 이를 자율적으로 실행할 수 있도록 온라인 게임 개발 및 운영에 있어서 신경을 써야 할 부분이다. 즉, 사용자

들에 최적의 경험을 통해 온라인 게임에 몰입이 되고 이를 지속적으로 온라인 게임을 이용할 수 있도록 해야 한다.

H1 : 온라인 게임 자율성은 몰입에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2 : 온라인 게임 자율성은 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

유능성은 현대의 온라인 게임은 과거처럼 단순 반복적으로 오락적인 기능만을 제공하던 이전의

게임에 비해, 네트워크 환경에서 인간과의 교류를 하고 고도의 지적 능력과 사고력을 요구하는 경향으로 바뀌어가고 있다(유승호, 장원상[16]). 이는 게임의 승리나 패배를 통해서 온라인 게임으로부터 얻은 레벨 업 또는 레벨다운과 같은 적절한 보상이 온라인 게임 이용자들에게 자신감을 높일 수 있도록 도와주어야 한다. 또한 온라인 게임 이용자들의 도전감, 호기심을 자극하여 성취 목표를 높여주도록 감정적인 마케팅 전략을 세워야 한다(엄명용[12]).

H3 : 온라인 게임 유능성은 몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H4 : 온라인 게임 유능성은 만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

관계성은 타인들과 연결되어 있다는 인식과 관련이 있으며, 타인과 함께 한다는 인식을 하면 내재적 동기는 높아진다(김주환[9]).

기존 연구에서는 관계성을 사회네트워크 관점에서 나타날 수가 있다. 사회 연결성의 형태나 사회적 연결 규칙이라고 할 수 있는데, 사람들 사이의 연계 및 연결, 사람들 간의 상호작용 할 수 있는 행동이라고 정의할 수 있다(김용학[7]). 예를 들면 온라인 게임 상에서 어느 한 지점이나 장소에 끼리끼리 모여서 서로가 대화를 함으로써 관계가 구축될 수 있다고 할 수 있다. 그리고 끼리끼리 모이게 되면 길드가 형성이 되는데 길드를 통해 아이템을 쉽게 얻을 수 있고, 길드에 속해있는 온라인 게임 이용자들이 온라인 게임 상에서 길드 모임을 가짐으로써 규범과 규칙이 존재하게 된다(White[60], 김용학[7]), 이를 통해 커뮤니티를 형성하게 되고 커뮤니티를 통해 서로가 커뮤니케이션이 할 수 있는 소통 채널이 열리기 때문에 온라인 게임 이용자들이 즐거움을 느끼고 이로 인해 온라인 게임에 몰입이 되고 만족하는 상태로 가게 된다. 즉, 공동체적 형성을 통해 상호간 커뮤니케이션을 장려하고 상호간의 가치를 나누고 공유할 수 있도록 해야 한다.

이를 통해 수많은 사람들이 동일한 공간에 모여 있다는 느낌이 들 수 있는 가상세계(Virtual World)를 만들어 온라인 게임 이용자들이 실재감을 느낄 수 요소들을 효과적으로 제공해야 한다.

H5 : 온라인 게임 관계성은 몰입에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H6 : 온라인 게임 관계성은 만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

2.4.2 몰입에 관련된 가설

몰입은 온라인 게임을 이용하면서 온라인 게임에 몰입이 되면 즐거움을 느껴 유쾌한 수준의 충족 상태인 만족을 느끼며 이는 지속적으로 온라인 게임 이용을 할 수 있다.

H7 : 온라인 게임 몰입은 만족에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H8 : 온라인 게임 몰입은 충성도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

2.4.3 만족과 충성도에 관련된 가설

기업 입장에서는 온라인 게임 이용자들이 게임에 대해서 지속적으로 이용하는 의도가 중요하다고 보고 있지만 기존의 게임 이용자들을 이탈을 방지하고 지속적으로 유지할 수 있을 것인가 아니면 다른 새로운 온라인 게임 때문에 기존 온라인 게임 이용자들을 잃을 수 있다고 있는지를 확인하고, 이를 통해 온라인 게임 이용자들을 이탈을 방지 하려면 어떤 전략을 강구해야하는 것이 필요하다(최동성 외[28]).

온라인게임 충성도는 게임 이용자가 혜택을 받은 서비스에 대해서 만족하는지가 가장 중요한 요소로 보여지고 있으며, 게임에 대해 만족은 직접적으로 기존 온라인 게임 이용자들이 온라인 게임에 충성하게 되어 다른 온라인 게임 서비스가 나타나도 쉽게 이동하기는 쉽지 않다고 설명하고 있다(Ruyter and Wetzels[56], Mittal[53], 김남희 외[5],

이상철 외[17]).

만족과 충성도의 관점에서 온라인 특성을 통해 몰입과 중독이 만족과 충성도에 영향을 미치는 연구에서 몰입은 만족과 충성도에 영향을 주었지만 중독은 만족과 충성도에 영향을 주지 않은 것으로 나타났으며, 하지만 만족은 직접적으로 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타났다(이상철 외[17], 김남희 외[5]).

가설 9: 온라인 게임 만족은 충성도에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

3. 연구방법

3.1 표본추출

본 연구에서는 가설 검증을 위해 온라인 설문과 오프라인 설문의 두 가지 방법을 병행해서 설문을 조사하였다. 첫 번째는 한국사회과학데이터센터 온

라인 설문조사 지원 프로그램 MY-SURVEY를 이용해서 온라인 설문을 만들 후 2010년 4월 12일부터 4월 23일 2주 동안 온라인 게임을 이용하고 있는 청소년과 대학생, 직장인들을 대상으로 설문 조사를 실시하였다. 한국사회과학데이터센터에서 온라인 설문을 만들고 청소년과 대학생, 직장인들에게 설문방법과 설문을 URL로 알려주었으며, 수집된 자료는 모두 135부로 이 중 응답이 불성실한 설문결과를 제외한 130부의 자료가 분석에 사용되었다.

두 번째는 오프라인 설문을 통해 온라인 게임 이용 경험이 있는 K대학교 대학생들과 대학원생들을 대상으로 설문을 직접 배포하고 회수하는 방법을 추가로 실시하였다. 오프라인 설문을 통해 수집된 자료는 대학생은 50부를 회수하여 45부가 분석에 사용되었으며, 대학원생을 대상으로 수집한 자료는 57부를 회수하여 102부가 분석되었다.

결론적으로 총 243부의 설문자료를 온라인 및 오프라인을 통하여 수집하였으며, 이 중 불성실한

〈표 2〉 표본의 인구통계학적 특성

구 분	항목	빈도(명)	비율(%)	구 분	항목	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	133	57.5	평균 소득	100만 원 이하	121	52.2
	여성	99	42.5		100만 원 이상	111	47.8
나이	20세 이하	25	10.8	게임 지불 의향 금액	~1000원	152	65.5
	21~30세	155	66.8		~2000원	2	0.9
	31~40세	41	17.7		~3000원	7	3.0
	41세 이상	11	4.7		10000원~	71	30.6
게임 장르	액션/아케이드	73	31.5	인터넷 사용시간	30분 이하	0	0
	전략시뮬레이션	45	19.4		30분~1시간	38	16.4
	롤플레이	43	18.5		1시간~2시간	59	25.4
	기타	71	30.6		2시간 이상	135	58.2
이용 장소	집	183	78.9	인터넷 게임 사용시간	30분 이하	72	31.0
	PC방	31	13.4		30분~1시간	114	49.1
	학교/사무실	7	3.0		1시간~2시간	30	12.9
	기타	11	4.7		2시간 이상	16	7
					총 계	232	100

응답을 한 10부의 자료는 제외시켰으며 총 232부가 분석에 사용되었다.

3.2 표본특성

온라인 게임 이용자의 인구 통계학적 특성을 분석하면 위의 <표 2>과 같다. 성별은 남자(57.5%)가 여자(99명)보다 약 2배 정도 많았고, 나이는 대부분 20대(155명)가 많았으며, 게임장르는 액션/아케이드(73명), 전략시뮬레이션(45명), 롤플레이(43명), 기타(71명) 순으로 나타났다. 이용장소는 집(183명), PC방(31명), 학교/사무실(7명), 기타(11명)로 나타났으며, 평균소득은 100만원 이하(121명), 100만원 이상(111명)으로 100만원 이하(121명)가 가장 많은 것으로 나타났다. 그 이유는 대부분의 응답자가 학생이기 때문으로 보여진다. 온라인 게임 지불 의향 금액은 1000원 이하(152명), 2000원 이하(2명), 3000원 이하(7명), 10000원 이상(71명)으로 나타났으며, 인터넷 사용시간은 2시간 이상이 135명으로 가장 높게 나타났다. 인터넷 게임 사용시간은 30분~1시간 순으로 가장 본 연구는 온라인 게임에서 자기결정성 이론의 중요한 3가지 변수인 자유성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족, 충성도와 인과관계가 있는지 대해 연구하고자 하였다.

3.3 연구절차

본 연구는 온라인 게임에서 자기결정성 이론의 중요한 3가지 변수인 자유성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족, 충성도와 인과관계가 있는지 대해 연구하고자 하였다. 본 연구에서 수집된 자료를 분석하기 위해 SPSS 18.0과 AMOS 18.0을 이용하였다. 첫째, SPSS 18.0을 이용하여 온라인 게임 이용자들의 인구 통계학적 특성을 분석하였다. 둘째, 자기결정성 이론의 중요한 3가지 변수인 자유성, 유능성, 관계성, 몰입, 만족, 충성도의 모든 요인을 포함한 측정모형을 개발하였다. 측정모형의 개발은 AMOS 18.0을 이용한 확인적 요인분석을 실시하

였다. 이 측정 모형의 개발을 통해 요인들의 집중타당도(convergent validity)와 판별타당도(discriminant validity)를 검증하였다. 마지막으로 연구 모형의 가설을 검증 하기 위해 AMOS 18.0을 이용한 구조방정식모형(SEM : Structural Equation Model) 분석을 실시하였다.

4. 연구 결과

4.1 측정모형개발

본 연구에서는 타당도를 검증하기위해 AMOS 18.0을 이용해 확인적 요인분석을 실시하였으며, 이를 통해 집중타당도와 판별타당도를 검증하였다. 각 항목의 최적 상태를 도출하기 위한 모형의 적합도 평가는 GFI(Goodness-of-fit Index; ≥ 0.9), 영향을 미치는 요인을 분석한 결과는 AGFI(Adjusted Goodness-of-fit Index; ≥ 0.9), RMRS(Root Mean Square Residual; ≤ 0.05), NFI(Normed Fit Index; ≥ 0.9) χ^2 (작을수록), χ^2 에 대한 p값(≥ 0.05)등을 사용하였다.

집중타당성은 서로 같은 개념을 측정하기 위해 서로 다른 두 가지 측정방법을 개발하여 이에 얻어진 측정값들 간에 높은 상관관계가 나타나야 된다고 할 수 있다(채서일[27]).

집중타당도를 검증하기 위한 방법으로, 첫 번째는 집중타당도를 검증하기 위하여 표준요인부하량($FL > 0.7$)이 맞는지를 검증하였다(Bagozzi and Yi [37]). 두 번째로 다중상관계수값($SMC > 0.5$)을 검증하였다. 세 번째로 표준잔차행렬($SRC < \pm 2.58$)이 기준에 맞는지를 검증하였다. 표준잔차행렬은 전체 잔차 개수가 5%를 넘으면 연구모형에 문제가 있다고 할 수 있다(Anderson and Gerbing[32], 구자철 외[3]). 최종결과는 <표 3>과 같다.

다음으로 집중타당도가 검증이 되었으면 판별타당도를 검증한다. 판별타당도는 서로 다른 개념을 측정했을 때, 측정된 결과의 상관관계는 낮아야 한다(채서일[27]).

판별타당성은 각 변수에 대한 AVE의 제곱근 값과, 변수와 변수와의 상관계수를 비교하였다(Fornell and Larcker[46]). <표 4>과 같이 가장 높은 상관계수인 만족과 몰입이 0.685로써 모든 AVE의 제곱근보다 낮으므로 판별 타당성이 존재함을 알 수 있다.

마지막으로 측정변수들의 요인에 대한 신뢰도 분석을 실시하게 되는데, 개념 신뢰도(Construct Reliability : CR > 0.7)와 표준분산추출(Average Vari-

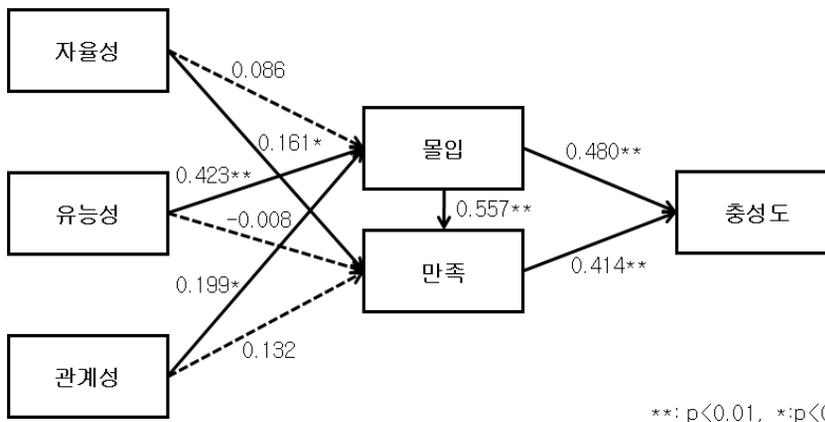
ance Extracted : AVE > 0.5)을 검증하였다(김계수 [4]). 개념 신뢰도와 표준분산추출을 검증한 결과, 모든 요인들의 개념 신뢰도와 표준분산추출은 모두 기준치인 0.7과 0.5이상으로 나타났다(<표 3>). 측정모형을 개발 및 수정하는 과정에서 모델의 적합도의 변화를 측정된 결과는 다음과 같다. 측정변수를 투입한 초기모형의 적합도는 $\chi^2/993.105$, $p = 0.000$, $\chi^2/d.f = 396$, GFI = 0.761, NFI = 0.818, CFI = 0.761, RMRS = 0.275이었으나, 최종모형의 경우

<표 3> 요인분석결과

요인	항목	설문 항목	표준요인 부하량	개념 신뢰도	표준분산 추출
자율성	ques_14	온라인 게임을 할 때, 나는 내가 하고 싶은 대로 할 수 있다고 느낀다.	0.846	0.854	0.661
	ques_15	온라인 게임을 할 때, 나는 내 생각과 의견을 자유롭게 표현할 수 있다고 느낀다.	0.783		
	ques_16	온라인 게임을 할 때, 나는 모든 것을 내 맘대로 결정할 수 있다고 느낀다.	0.819		
유능성	ques_23	온라인 게임 친구들은 내가 온라인 게임을 잘한다고 말한다.	0.857	0.950	0.731
	ques_24	나는 온라인 게임 상에서 내게 주어진 미션을 잘 해결 할 능력이 있다고 생각한다.	0.836		
	ques_26	나는 온라인 게임을 다른 사람 보다 잘한다고 생각한다.	0.894		
관계성	ques_31	나는 온라인 게임 친구(동료)들로부터 사랑과 관심을 받고 있다고 생각한다.	0.884	0.922	0.747
	ques_32	온라인 게임 상에서 정기적으로 만나는 사람들은 나를 좋아한다고 생각한다.	0.919		
	ques_33	나는 온라인 게임 상에서 만나는 사람들과 잘 지낸다.	0.870		
	ques_34	나는 온라인 게임 친구(동료)들을 정말 좋아한다.	0.887		
	ques_35	나는 온라인 게임을 하면서 만나는 사람들로부터 사랑과 관심을 받고 있다고 느낀다.	0.902		
	ques_36	나는 온라인 게임 친구(동료)들과 평소에 감정을 공유할 때가 많다.	0.834		
몰입	ques_41	나는 온라인 게임을 하면서 즐거움과 재미를 느낀다.	0.902	0.848	0.654
	ques_42	나는 온라인 게임을 하면서 호기심을 느낀다.	0.853		
	ques_44	나는 온라인 게임을 할 때 게임에 완전히 몰입하는 경향이 있다.	0.664		
만족	ques_51	나는 온라인 게임에 대해 전반적으로 만족한다.	0.867	0.899	0.748
	ques_52	나는 온라인 게임 진행방식에 만족한다.	0.883		
	ques_53	나는 온라인 게임에서 등장하는 캐릭터, 맵(Map) 등이 마음에 든다.	0.806		
충성도	ques_61	나는 앞으로도 온라인 게임을 계속 사용할 것이다.	0.909	0.907	0.767
	ques_62	나는 온라인 게임을 다른 사람에게 추천할 생각이다.	0.770		
	ques_63	나는 지속적으로 온라인 게임을 이용할 것이다.	0.945		

〈표 4〉 상관계수

	자율성	유능성	관계성	몰입	만족	충성도
자율성	0.813*					
유능성	0.337	0.854*				
관계성	0.355	0.638	0.864*			
몰입	0.328	0.647	0.548	0.808*		
만족	0.393	0.473	0.433	0.685	0.864*	
충성도	0.322	0.560	0.562	0.632	0.625	0.875*



〈그림 2〉 구조모형분석 결과

$\chi^2 = 251.246$, $p = 0.000$, $\chi^2/df = 174$, $GFI = 0.906$, $NFI = 0.936$, $CFI = 0.979$, $RMRS = 0.043$ 으로 처음보다 모형 적합도가 월등히 향상되었다. 최종적으로 외생변수 중에서 자율성 3개, 유능성 3개, 관계성 6개가 분석에 사용되었으며, 매개변수는 몰입 3개, 만족 3개가 분석에 사용되었다. 마지막으로 종속변수인 충성도 3개가 분석에 사용되었다.

4.2 구조 모형 분석

측정모형을 통해서 요인의 타당도가 검증되었으므로 구조 방정식 모형을 통해 요인들간의 인과관계를 실증 검증 하였다. (0.154)순으로 나타났으며, 사용자 통제 는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

전체 요인들의 인과관계를 조사하기 위해 구조모형을 검증한 결과 $\chi^2 271.751$, $p = 0.000$, $\chi^2/df =$

1.535, $GFI = 0.900$, $NFI = 0.931$, $CFI = 0.975$, $RMRS = 0.066$ 로 모형의 적합도는 타당한 것으로 검증되었다. 이는 일반적인 적합도 지수를 모두 충족시키는 것으로, 앞으로의 본 연구의 모형을 해석하는데 무리가 없다는 것을 의미한다. 추가적으로 모델의 설명력(SMC : Squared Multiple Correlation; 회귀분석에서의 R^2)은 몰입 = 0.808, 만족 = 0.864, 충성도 = 0.875이었다. 온라인 게임이 자기결정성 이론의 3가지 변수와 몰입과 만족 그리고 충성도에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과는 <표 5> 및 <그림 2>와 같다.

먼저 자율성에 영향을 주는 요인으로는 몰입과 만족이었으며, 만족에 긍정적인 영향을 주었지만 몰입에는 영향을 주지 못했다. 다음으로 유능성에 영향을 미치는 요인으로는 몰입과 만족이었으며, 유능성은 몰입에 긍정적인 영향을 주었지만 만족에

〈표 5〉 구조모형의 경로계수

경로	경로계수	S.E.	t 값	P
자율성 → 몰입	0.086	0.064	1.348	0.178(n.s)
관계성 → 몰입	0.199	0.070	2.834	0.005*
유능성 → 몰입	0.423	0.072	5.883	0.000**
자율성 → 만족	0.161	0.059	2.726	0.006*
관계성 → 만족	0.032	0.065	0.498	0.619(n.s)
유능성 → 만족	-0.008	0.074	-0.102	0.919(n.s)
몰입 → 만족	0.557	0.088	6.333	0.000**
몰입 → 충성도	0.480	0.098	4.922	0.000**
만족 → 충성도	0.414	0.106	3.894	0.000**

주) ** : $p < 0.01$, * : $p < 0.05$.

는 간접적인 영향을 주었다. 다음으로 관계성에 영향을 주는 요인으로는 몰입과 만족 이었으며, 몰입에 긍정적인 영향을 주었지만 만족에는 간접적인 영향을 주었다. 특히 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족에 영향을 미치는 인과관계에서 유능성(0.423)이 몰입에 영향력이 다른 변수의 영향력 보다 더 높았으며, 또한 몰입(0.557)이 만족에 영향력이 다른 변수의 영향력 보다 더 높았다. 이를 통해 자기결정성 이론의 3가지 중요한 변수들이 자율성이 몰입, 유능성과 관계성이 만족에 미치는 영향력을 뺀 나머지는 통계적으로 유의하게 나타났다.

마지막으로 충성도에 영향을 주는 요인으로는 몰입(0.492), 만족(0.147)이 있으며, 선행연구와 마찬가지로 모두 충성도에 긍정적인 영향을 주었다(최동성 외[28], 조남재 외[24], 김남희 외[5], 김정구 외[8], 이상철 외[17]).

5. 고찰

본 연구는 자기결정성 이론의 변수인 자율성, 유능성, 관계이 몰입과 만족, 충성도와 어떤 관계가 있는지를 검증하고자 하였다. 분석한 결과, 첫째, 자율성이 만족에만 영향을 미치고 몰입에 유의하게 영향을 미치는 않는 것으로 나타났다. 이는 자율적인 사람일수록 몰입에 직접적인 영향을 주기보다

는 만족에 직접적인 영향을 주는 것을 의미한다. 다시 말해서, 온라인 게임에 중독된 사람은 스스로를 통제하지 못하고 밤을 새우면서 게임을 지속하더라도, 게임 중독자는 게임을 통제하지 못했기 때문에 불만족하게 된다. 그러나 자율적인 사람은 스스로 게임을 통제하면서 즐거움을 찾게 되고, 자기 마음대로 온라인게임을 통제했다는 점에서 만족감을 얻게 된다. 이전 논문들에 따르면 몰입은 즐거움을 느끼면서 자신을 통제할 수 있는 상태를 의미하지만, 중독은 즐거움을 느끼지만 지나치게 몰입하게 돼서 자신을 통제하지 못하는 상태라고 한다(Hoffman and Novak[49], Csikszentimihalyi[38], 이상철[17]).

연구 초기에 몰입을 즐거움을 느끼는 동시에 통제가 가능한 상태로 가정하고 연구를 시작하였으나, 요인결과를 분석하는 중에 몰입에서 통제라는 요인을 제거하게 되었다. 이는 사람들이 몰입과 중독을 구분하지 않는다는 것을 의미한다. 따라서 연구 초기에 가정된 몰입은 자율성이 몰입에 영향을 주는 동시에 만족에 영향을 주는 것으로 연구 결과가 나와야 된다.

본 연구에서 통제가 제거된 몰입이기 때문에, 자율성이 몰입에 영향을 주기보다는 바로 만족에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 따라서 온라인 게임 이용자들의 만족을 높이기 위해서는 게임 규칙

에 의한 플레이나 온라인 게임 상에서의 미션 수행 과정과 온라인 게임에 대한 결과를 만들어내는데 있어 사용자의 자율성을 높이는 방향으로 설계되어야 한다.

둘째, 유능성은 몰입에만 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 만족에는 직접적인 영향을 미치지 않고 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 유능성이 몰입에 직접적인 영향을 미치고, 몰입이 만족에 영향을 미치기 때문에 유능성과 만족은 간접적인 관계에 있다. 즉, 사용자가 게임에 몰입하게 되면 온라인 게임이 현실처럼 느껴지기 때문에 즐거움을 느낄 수 있다고 한다(위정현[14]). 따라서 온라인 게임의 미션을 수행하면서 어려움을 겪게 되고, 이를 극복하면서 자신이 유능하다고 생각하기 때문에 온라인 게임에 대한 흥미와 재미를 유발시키면서 최적의 성공경험 및 즐거움을 체험하게 되고, 이는 만족감으로 이어지고, 온라인 게임을 지속적으로 이용할 수 있게 된다. 장예빛 외[23]은 온라인 게임 경험과 사회적 효능감에 관한 연구에서 온라인 게임 고이용자에 대해 설명하고 있는데, 온라인 게임 고이용자에게 성공 경험이 자신감의 근원이라는 연구 결과와 맥락이 닿는다고 할 수 있다. 이를 통해 온라인 게임에서 다양한 경험을 할 수 있으려면 사용자의 능력을 향상시켜야 한다는 생각을 하게하고, 사용자 스스로 의사결정을 하고 행동할 수 있도록 유도해야 한다. 또한 자체 순위 시스템 및 명성 관련 데이터베이스화를 통해 경쟁심과 목적의식을 높일 수 있도록 해야 한다.

셋째, 관계성은 몰입에만 유의하게 영향을 미치는 것을 나타냈으며, 만족에는 직접적인 영향을 미치지 않고 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 관계성이 높은 사람일수록 만족에 간접적인 영향을 받고, 몰입에 직접적인 영향을 받는다는 것을 의미한다. 일상생활 속에서 친구들과 놀이에 빠져드는 것, 친구와 다른 사람들과 대화에 몰두하는 것은 온라인 게임에 있어서 정신적 건강에 이로움을 주고 즐거움을 느낄 수 있다(임소혜, 박노일

[21]). 예컨대, 온라인 게임 상에 마음이 맞는 사람들끼리 친구를 맺고, 친구들끼리 서로 정보를 공유하고, 공동미션을 수행하면서 같등이나 문제들을 해결에 나갈 수 있다. 이를 통해 친구들과의 지속적인 상호작용을 통해 스스로의 즐거움을 느끼고 만족감을 얻을 수 있다. 다른 예를 들어본다면, 사용자들이 미션 수행과 몬스터 제거에서 상호 협력하여 문제를 해결할 수 있다면, 온라인 게임에 대한 즐거움이 배가되는 체험을 하게 된다. 그러나 온라인 게임 상에서 게임 친구들과의 1회적 임시 관계 형성이 가능하지만 지속적 관계 형성은 가능하지 않다. 그러나 길드 같은 커뮤니티를 통해 지속적 관계를 형성할 수 있다. 따라서 온라인 게임에 몰입할 수 있으려면 사용자들의 관계 형성이 가능한 사회연결망(예컨대, 길드 등)이 필수적이다. 이를 통해 향후 온라인 게임 개발 업체에서는 온라인 게임에서의 다양한 채널을 통해 온라인 게임 이용자들이 이용자들 간의 상호작용과 커뮤니케이션을 경험시키는 것이 중요하다고 할 수 있으며, 길드 형성과 적극적인 활동을 지원해야 할 것이다(위정현[14]). 따라서 기존의 채널과 다른 채널 간의 통합을 통해 사회연결망을 형성하여 온라인 게임 이용자들이 통합된 공간에서 활동할 수 있도록 해야 할 것이다. 예컨대, 블리자드에서 스타크래프트 2부터 개별 타이틀을 하나로 묶어 각각의 제품들이 베틀넷을 통해 하나의 커뮤니티를 이룰 수 있는 신형 베틀넷이 적용되며, 스타크래프트 2, 디아블로 3, 월드오브워크크래프트에 me2day, 트위터, 페이스북 북 등 같은 사회연결망 서비스(SNS)가 추가되어 서로 연결될 수 있도록 서비스를 제공한다. 이를 통해 국내 온라인 게임 개발 업체도 MMORPG+SNS+웹과 연동되는 형식의 온라인 게임 서비스를 제공해야 한다. 온라인 게임이 개별 서비스가 아닌 통합 서비스를 제공하여 온라인 게임을 즐겁게 사용하는 고객을 확보할 수 있다. 또한 온라인 게임 상에서 온라인 게임 이용자들의 가치관과 정체성을 공유하고 온라인 게임 상에서 나와 상대방과 고유한 문화와 집단 공동체, 정체성을 형성한다. 그리고

형성된 가치관과 정체성은 다른 집단의 문화와 교류하면서 이를 해결하고 융합한다. 이러한 과정이 연계되면서 게임 자체가 진화한다고 할 수 있다(장근영[22]). 이를 통해 온라인 게임은 단순한 게임을 넘어 가상현실에서 사람과 사람의 만남이 중요해졌고, 미션을 수행하고 재미를 느꼈을 때, 더 몰입하게 되고 더 자율적이 되고 실제로 지금 이 순간 내가 이 공간에 있다는 느낌을 가지는 실재감으로 연결이 된다. 이를 통해 자신 스스로가 정체성을 찾을 수 있다고 볼 수 있다.

6. 결론 및 한계점

본 연구는 온라인 게임을 이용하는 대상자를 중심으로 내재적 동기에 영향을 주는 요인들을 분석하였다. 본 연구는 자기결정성 이론을 바탕으로, 자기결정성의 요인인 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족, 충성도에 미치는 인과관계를 연구하고자 하였다.

첫째, 자율성이 만족에만 영향을 미치고 몰입에 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 유능성은 몰입에만 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 만족에는 직접적인 영향을 미치지 않고 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 관계성은 몰입에만 유의하게 영향을 미치는 것을 나타냈으며, 만족에는 직접적인 영향을 미치지 않고 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 통해 몰입과 만족 간에 자기결정성 이론의 심리적인 변수에 따라 몰입과 만족이 차이가 난다는 것을 확인할 수 있었다.

본 연구의 의의는 다음과 같다. 먼저, 학문적인 기여로는, 기존의 게임 연구에서는 즐거움이 몰입과 만족 및 충성도에 영향을 미치는 연구가 대부분이었으며, 또한 즐거움으로 인해 몰입과 만족이 된다는 논문이 대부분이었다. 하지만 어떻게 하면 즐거움을 줄 수 있는지에 대한 연구는 미비하였다. 이에 본 연구에서는 자기결정성 이론을 토대로 온라인 게임의 즐거움에 영향을 주는 요인이 무엇인

가를 파악하였다는 점에서 의의가 있겠다.

둘째, 실증적인 기여도로는, 본 연구는 게임 개발자들에게 실질적으로 게임을 개발할 때 어떤 부분에 중점을 두어야 되는지를 제시하였다. 게임 개발자들은 온라인 게임 이용자들의 본질적인 심리가 무엇인지 파악하고 게임 이용자들이 긍정적이고 자기 결정적인 사람이 될 수 있도록 심리적인 측면을 고려해 온라인 게임을 개발해야 한다.

이러한 연구에도 불구하고 본 연구는 몇 가지의 한계점을 가지고 있다. 향후에 이러한 한계를 극복하기 위하여 추가로 연구가 진행되어야 하는지에 대해 제언하고자 한다.

첫째, 대학생 및 대학원생들만을 대상으로 표본을 설정해서 자료를 수집했기 때문에 연구결과의 일반화 제약이라는 한계점을 가지고 있다. 둘째, 온라인 게임의 있어서 자기결정성 이론에 관한 선행 연구들이 경영학적인 관점에서 부족한 실정이다. 따라서 추후 연구에서는 본 연구를 기반으로 더 많은 후속연구가 있기를 바란다. 셋째, 온라인 게임의 해외 진출이 지속적으로 이루어지는 시점에서 자기결정성 이론을 통해 온라인 게임의 국가 간 비교 분석 부족한 실정이다. 따라서 다른 국가들 간의 비교분석에 대한 연구가 이루어져야 할 것이다.

이 외에 본 연구를 기반으로 향후 연구방향을 제안하면 다음과 같다. 먼저, 온라인 게임 변수와 자기결정성 이론의 3가지(자율성, 유능성, 관계성) 통합 및 확장에서 연구를 지속적으로 진행해야 된다고 생각하며, 또한 국내/국외 학술지에서 활발하게 연구하고 있는 지속사용의도(PAM), ELM(정교화 가능성 모델), TAM(기술수용모형)을 자기결정성 이론의 3가지(자율성, 유능성, 관계성) 통합 및 확장해서 도메인(정보기술매체)보다 “이론”에 중점을 둔 연구를 통합적인 모델이 지속적으로 개발해야 된다고 생각한다. 또한 이번 연구가 온라인 게임에 초점을 맞췄다면 자기결정성 이론을 통해 온라인 게임+웹+소셜 네트워크 서비스(SNS : Social Network Service)에 도메인의 초점을 맞추어 이론을 통합한 모델, 이론을 통해 다양한 도메인을 적용시켜 지속

적으로 연구 및 개발되기를 원한다.

참 고 문 헌

- [1] 강명주, “문화콘텐츠산업 동향 및 정책 방향 : 경기도 지역을 중심으로”, 『한국콘텐츠학회』, 제6권, 제2호(2008), pp.57-61.
- [2] 박소영, 손은정, “이성 관계에서 심리적 욕구 충족이 관계만족에 미치는 영향 : 내재적 동기와 갈등해결전략의 매개역할”, 『한국심리학회지』, 제13권, 제2호(2008) pp.177-195.
- [3] 구자철, 이상철, 김남희, 서영호, “모바일 뱅킹에서의 사용자 수용요인 : 확장된 TAM과 Trust를 이용한 실증연구”, 『경영정보학연구』, 제16권, 제2호(2006), pp.159-181.
- [4] 김계수, “New Amos 16.0 구조방정식 모형분석”, 한나래, 2008.
- [5] 김남희, 이상철, 서영호, “한국 기업의 일본 인터넷 시장 진출 전략 : 멀티그룹 구조분석(MSEM)을 이용한 한국과 일본의 온라인 게임 충성도 비교를 중심으로”, 『품질경영학회지』, 제31권, 제1호(2003), pp.21-41.
- [6] 김아영, 이명희, 전해원, 이다솜, 임인혜, “청소년이 지각하는 유능감 및 관계성과 비행 간의 중단적 관계 분석”, 제21권, 제4호(2007), pp.945-967.
- [7] 김용학, “사회 연결망 이론(개정판)”, 학연사, 2007.
- [8] 김정구, 박승배, 김규한, “마케팅활동, 사회적 상호작용, 플로우가 온라인 게임의 애호도와 구전에 미치는 영향에 관한 연구 : 온라인 게임의 브랜드매력성과 브랜드일체감의 매개적 영향”, 『마케팅연구』, 제18권, 제3호(2003), pp.93-120.
- [9] 김주환, 이윤미, 김민규, 김은주, “온라인 게임 중독의 유형과 원인에 관한 연구”, 『한국언론학보』, 제50권, 제5호(2006), pp.1229-7526.
- [10] 노준석, 손용, “전자미디어의 몰입경험과 여가 만족의 상관성 분석 : TV와 internet 비교를 중심으로”, 『한국방송학보』, 제18권, 제1호(2004), pp.116-173.
- [11] 안진호, 이근모, 김준, “온라인 스포츠게임 참가 중, 고등학생의 몰입경험이 스포츠 참여, 스포츠가치관 및 또래관계에 미치는 영향”, 『한국체육학회지-인문사회과학』, 제47권, 제6호(2008), pp.197-208.
- [12] 엄명용, “문화콘텐츠 확산에 관한 비교 문화적 연구 : 한국과 영국의 온라인게임 콘텐츠를 중심으로”, 『경영학연구』, 제39권, 제1호(2010), pp.81-106.
- [13] 엄명용, 김태웅, “한국과 일본 온라인 게이머의 게임 만족도, 신뢰도, 온라인 게임커뮤니티 인식에 관한 실증적 비교 연구 : 멀티그룹 공분산 구조분석을 중심으로”, 『경영정보학연구』, 제16권, 제1호(2006), pp.104-125.
- [14] 위정현, “온라인 게임 비즈니스 전략”, 제우미디어, 2006.
- [15] 위정현, 원은석, “효과적인 구성주의 학습도구로써 온라인게임의 활용 : 대학생을 대상으로 온라인게임 ‘군주’를 활용한 경영전략 수업의 구성주의적 고찰”, 『한국게임학회논문지』, 제6권, 제4호(2006), pp.25-37.
- [16] 유승호, 장원상, “게임기획에의 활용을 위한 온라인게임 구성과 이용자성향의 비교연구 : ‘리니지’를 중심으로”, 『게임산업저널』, 제2권(2002), pp.65-88.
- [17] 이상철, 김남희, 서영호, “온라인 게임에 있어서 몰입과 중독이 사용자 만족과 충성도에 미치는 영향”, 『경영학연구』, 제32권, 제5호(2003), pp.1479-1501.
- [18] 이선로, 노웅철, “사용자의 특성이 온라인 게임 충성도에 미치는 영향에 관한 연구 자극추구 성향을 중심으로”, 『경영학연구』, 제25권, 제4호(2006), pp.1105-1130.
- [19] 이숙정, 유지현, “여대생이 인식한 자기결정성이 진로스트레스와 진로장벽 및 진로결정 수준에 미치는 영향”, 『아시아여성연구』, 제48권, 제2호(2009), pp.35-64.

- [20] 이희경, “청소년의 게임 이용요인과 개인·사회적 요인이 게임 몰입과게임 중독에 미치는 영향”, 『청소년학연구』, 제10권, 제4호(2003), pp.355-380.
- [21] 임소혜, 박노일, “다사용자 온라인 롤플레이팅 게임(MMORPG) 이용 동기과 오프라인 리더쉽 영향 연구”, 『한국언론학보』, 제51권, 제5호(2007), pp.322-345.
- [22] 장근영, “온라인 공간과 온라인 게임 속에서의 커뮤니케이션과 인간심리”, 『정보와사회』, 제8권, 단일호, Startpage 1, Endpage 16, Totalpage 16.
- [23] 장예빛, 박수호, 유승호, “온라인게임경험과 사회적 효능감에 관한 연구”, 『한국게임학회』, 제8권, 제2호(2008), pp.97-105.
- [24] 조남재, 류경문, 김석규, “정보통신기술(2); CALLS/EC(2); CRM : 온라인 게임 몰입수준에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 춘계학술대회 논문집, 제1권(2001), pp.453-456.
- [25] 조남재, “온라인 게임 충성도에 미치는 영향요인에 관한 연구”, 『한국경영과학회지』, 제26권, 제2호(2001), pp.85-97.
- [26] 주수현, 유영명, “문화컨텐츠산업의 성장요인 분석”, 『관광학연구』, 제30권, 제2호(2006), pp.181-200.
- [27] 채서일, “사회과학조사방법론(제3판)”, 비엔엠 북스, 2005.
- [28] 최동성, 박성준, 김진우, “고객 충성도(Customer Loyalty)에 영향을 미치는 온라인 게임의 중요 요소에 대한 LISREL 모델 분석”, 『경영정보학연구』, 제11권, 제3호(2001), pp.1-21.
- [29] 한국게임산업개발원, “대한민국 게임백서”, 한국게임산업개발원, 2008.
- [30] 한국인터넷진흥원, “한국인터넷백서”, 한국인터넷진흥원, 2007.
- [31] 한국인터넷진흥원, “한국인터넷백서”, 한국인터넷진흥원, 2009.
- [32] Anderson, J.C. and D.W. Gerbing, “Some Methods for Respecifying Measurement Models to Obtain Unidimensional Construct Measurement,” *Journal of Marketing Research*, Vol.19, No.4(1988), pp.453-460.
- [33] Anol Bhattacharjee, “Understanding Information Systems Continuance : An Expectation-Confirmation Model,” *MIS Quarterly*, Vol.25, No.3(2001), pp.351-370.
- [34] Assael, H., “Consumer Behavior and Marketing Action,” 6ed., Thomson, 2001.
- [35] Bandura, A., “Self-efficacy : The exercise of control,” New York : Freeman, 1997.
- [36] Bhattacharjee, A., “Understanding Information Systems Continuance : An Expectation-Confirmation Model,” Vol.25, No.3(2001), pp.351-370.
- [37] Bogozzi, “Attitudes, intentions and behavior : a test of some key hypotheses,” *Journal of personality and social psychology*, Vol.41, No.4(1981), pp.607-627.
- [38] Csikszentmihalyi, M., “Flow : The Psychology of Optimal Experience,” Harper and Row, 1990.
- [39] Davis, F.D., “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3(1989), pp.319-339.
- [40] deCharms, R., Personal Causation, New York : Academic Press, 1968.
- [41] Deci, E.L. and R.M. Ryan, “Intrinsic motivation and self-determination in human behavior,” New York : Plenum Press, 1985.
- [42] Deci, E.L. and R.M. Ryan, “The ‘What’ and ‘Why’ of goal pursuits : Human needs and the self-determination of behavior,” *Psychological Inquiry*, Vol.11(2000), pp.227-279.
- [43] Dindia, K. and D.J. Canary, “Definitions and Theoretical Perspectives on Maintaining Relationships,” *Journal of Social and Personal Relationships*, Vol.10(1993), pp.163-173.

- [44] Dworkin, G., "The theory and practice of autonomy," New York : Cambridge University Press, 1988.
- [45] Field, S., J. Martin, R. Miller, M. Ward, and M. Wehmeyer, A practical guide to teaching self-determination, Austin, TX : PRO-ED, 1998.
- [46] Fornell and D.F. Larcker, "Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error : Algebra and Statistics," *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, No.3(1981), pp.382-388.
- [47] Gagne, M. and E.L. Deci, "Self-determination theory and work motivation," *Journal of Organizational Behavior, J. Organiz. Behav.*, Vol.26(2005), pp.331-362.
- [48] Harvey, L., "Enabling Customer Loyalty for E-Businesses," White Paper, Patricia Seybold Group, Inc., 1999.
- [49] Hoffman, D.L. and T.P. Novak, "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments : Conceptual Foundations," *The Journal of Marketing*, Vol.60, No.3(1996), pp.50-68.
- [50] Joreskog, K.G. and D. Sorbom, LISREL 8 : Structural equation modeling with SIMPLIS command language, Chicago : Scientific Software International, 1993.
- [51] Marylene, Gagne and E.L. Deci, "Self-determination theory and work motivation," *Journal of Organizational Behavior*, Vol.26(2005), pp.331-362.
- [52] Mathieson, K., "Predicting User Intentions : Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior," *Information Systems Research*, Vol.2, No.3 (1991), pp.173-191.
- [53] Mittal B., "Why do customers switch? The dynamics of satisfaction versus loyalty," *The Journal of Services Marketing*, Vol.12(1998), pp.177-194.
- [54] Oliver, R.L., "Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer," McGraw-Hill, 1997.
- [55] Richard P. Bagozzi and Youjae Yi, "On the evaluation of structural equation models," Vol.16, No.1, pp.74-94.
- [56] Ruyter, K. and M. Wetzels, "On the relationship between perceived service quality, service Loyalty and switching costs," *International Journal of Service Industry Management*, Vol.9(1998), pp.436-445.
- [57] Ryan, R.M. and E.L. Deci, "Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being," *American Psychology*, Vol.52(2000b), pp.141-166.
- [58] Ryan, R.M. and W.S. Grolnick, "Origins and pawns in the classroom : Self-report and projective assessments of individual differences in children's perceptions," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.50 (1986), pp.550-558.
- [59] Standage, Martyn., Duda, Joan L., and Ntoumanis, Nikos, "A model of contextual motivation in physical education : Using constructs from self-determination and achievement goal theories to predict physical activity intentions," *Journal of Educational Psychology*, Vol.95, No.1(2003), pp.97-110.
- [60] White, Harrison, S. Boorman, and R. Breiger, "Social Structure from Multiple Networks. I. : Blockmodels of Roles and Positions," *American Journal of Sociology*, Vol. 81(1976), pp.730-780.