[UCI]I804:24011-200000241057

2011년 2월
경영학석사학위논문

게임과몰입 예방활동이 게임기업 브랜드 이미지와 품질에 미치는 영향

조선대학교 경영대학원

경영학과

임 정 호

게임과몰입 예방활동이 게임기업 브랜드 이미지와 품질에 미치는 영향

The Effects of Company's Campaign for the Prevention of Game Addict on Brand Image and Service Quality

2011년 2월

조선대학교 경영대학원

경영학과

임 정 호

게임과몰입 예방활동이 게임기업 브랜드 이미지와 품질에 미치는 영향

지도교수 황 윤 용

이 논문을 경영학석사학위 청구논문으로 제출합니다.

2010년 10월

조선대학교 경영대학원

경영학과

임 정 호

임정호의 경영학 석사학위 논문을 인준합니다.

심사위원장 조선대학교 교수 김종호 인

심사위원 조선대학교 교수 황인창 인

심사위원 조선대학교 교수 황윤용 인

2011년 2월

조선대학교 경영대학원

목차

ABSTRACT

Ⅰ. 서 론 ····· 1
1. 문제의 제기 ····· 1

Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구 ····· 2
1. 게임산업에 관한 연구 ····· 2
1) 게임의 정의 ····· 2
2) 게임산업의 분류 ····· 3
3) 국내 게임산업 현황 ····· 6
4) 국내 게임이용자 현황 ····· 9
2. 게임 과몰입에 관한 연구 ····· 13
1) 게임 과몰입의 정의 ····· 13
2) 게임 과몰입의 원인 ····· 18
3) 인터넷 중독의 측정 ····· 22
4) 국내 게임 과몰입 현황 ····· 23
5) 국내 게임 과몰입 예방활동 현황 ····· 26
3. 게임기업 브랜드 연구 ····· 28
1) 국내 게임기업 매출순위 ····· 28
2) 국내 게임기업 브랜드 유형 분류 ····· 29

Ⅲ. 연구모형과 가설 ····· 31
1. 연구모형의 설정 ····· 31
2. 연구가설의 제시 ····· 33

Ⅳ. 연구모형의 검증 ····· 36
1. 자료의 수집 및 표본의 특성 ····· 36
1) 자료의 수집 ····· 36
2) 표본의 특성 ····· 36
2. 타당성 분석 및 신뢰성 분석 ····· 38
1) 타당성 분석 ····· 38
(1) 독립변수에 대한 타당성 분석 ····· 39
(2) 종속변수에 대한 타당성 분석 ····· 41
3. 신뢰성 분석 ····· 42

Ⅴ. 가설의 검증 ····· 44
1. 상관관계 분석 ····· 44
2. 회귀분석 ····· 45

Ⅶ. 결론 ····· 50
1. 연구 결과의 요약 및 의의 ····· 50
2. 연구의 한계점 및 추후 연구 방향 ····· 51

<참고문헌> ····· 52
<부록> ····· 55

표 목차

<표1> 게임플랫폼별 분류 ····· 3
<표2> 인터넷 중독 장애 진단 근거 ····· 22
<표3> 게임중독 수준의 비율1 ····· 23
<표4> 게임중독 수준의 비율2 ····· 24
<표5> 국내 게임기업 사회공헌 활동 현황 ····· 27
<표6> 2009년도 게임기업 매출 순위 ····· 28
<표7> 온라인게임 대형포털사 분류 ····· 30
<표8> 2007 인터넷 중독 실태조사 ····· 33
<표9> 표본특성 ····· 37
<표10> 독립변수(게임성측면) 측정항목의 요인분석 결과 ····· 39
<표11> 독립변수(사회적측면) 측정항목의 요인분석 결과 ····· 40
<표12> 독립변수(환경적측면) 측정항목의 요인분석 결과 ····· 40
<표13> 종속변수 측정항목의 요인분석 결과 ····· 41
<표14> 신뢰도 분석결과 ····· 43
<표15> 상관관계 분석결과 ····· 45
<표16> 회귀분석 결과 ····· 46
<표17> 연구가설의 검증 결과 ····· 47

그림 목차

<그림1> 국내 게임시장 규모 및 성장률 추이 ····· 6
<그림2> 게임경험 및 향후 이용가능성 ····· 9
<그림3> 1일 평균 게임이용시간 ····· 10
<그림4> 연령대별 게임 주 이용시간대 ····· 10
<그림5> 여가시간에 즐겨하는 활동 ····· 11
<그림6> 주로 이용하는 게임분야 ····· 12
<그림7> 게임에 대한 인식 ····· 12
<그림8> 연구모형의 설정 ····· 32
<그림9> 게임과몰입 예방활동 변수와 브랜드이미지 간의 영향 관계 ····· 48
<그림10> 게임과몰입 예방활동 변수와 서비스 품질 간의 영향 관계 ····· 49

ABSTRACT

The Effects of Company's Campaign for the Prevention of Game Addict on Brand Image and Service Quality

Jung Ho, Lim
Advisor : prof. Yoon Yong, Hwang, Ph.D.
Department of Business Administration
Graduate School of Business Administration,
Chosun University

Game industry is a knowledge-based, high-value added industry which needs intensive support for the elevation of national competitiveness. However, overwhelming addiction to games that cause huge social controversies has emerged as the second crisis in the game industry - after the scandal of Ocean Story. Game companies can voluntarily resolve to reverse social repercussions by identifying social agendas on overwhelmingly addictive games that tackle industrial development, analyzing the influence of precautionary measures taken by game companies on brand imagery and service quality - the domestic game industry will then become globally competitive yet be based on sound game culture.

In this study it is estimated that precautionary measures against overwhelming addiction to games can have a significant influence on the brand images and service qualities of game companies, considering that overwhelming addiction to games is detrimental to the development of the game industry. Setting brand images and service qualities of game companies as independent variables, they were examined and analyzed in terms of the game itself, and its social and environmental influences. As a result concepts such as remedies

for system fatigue and educational potential were produced in terms closely related to the contents of the game. In terms of social influences - changing the way people regard campaigning against overwhelming addiction to games is staged, and sound game culture is promoted. In terms of environmental influences such as laws and systems - placing a limited time on games, and a ban on trading game items for cash are proposed. For dependent variables such as brand image and service quality, study models were proposed and a hypothesis test was conducted by using two categories, such as image creation and service quality, in the study of brand image's influence on attitudes to purchasing (Jeong Seo-ran, 2004).

As a result, among precautionary measures taken against the overwhelming addiction to games (addressing system fatigue, educational games, campaigning against addiction, sound game culture, limited times for games, a ban on trading game items for cash) influencing the brand image and service quality of game companies, system fatigue and campaigning against overwhelming addiction to games are proven to be effective, and among the precautionary measures taken against addiction influencing service quality and sound game culture, limited time for games and a ban on trading game items for cash were proven to be effective.

During this study it was found that some of information (e.g. potential models for the overwhelming addiction to games, game image, influences of games, etc.) acquired by analyzing the diversity of the precautionary measures taken against overwhelming addiction to games, and the gathering of information from respondents were not so reliable. If such problems are supplemented later with more data and information, it is expected that they will become valuable, essential data for changing the way people regard the domestic game industry, and thus help promote sound game culture.

Ⅰ. 서론

1. 문제의 제기

게임산업은 지식기반의 고부가가치 산업으로 온라인 게임산업의 경우 수출규모가 영화의 50배에 달할 정도로 성장하여 디지털 코리아의 선두주자로 자리매김하고 있다. 한국콘텐츠진흥원(2009)의 자료를 보면 2008년 국내 게임산업의 수출규모는 10억900만달러로 같은 해 영화 수출규모 2천100만달러의 52배에 달했다. 한류의 대표주자로 인식되고 있는 드라마 등 방송분야 수출규모 1억8천만달러에 비해서는 6배나 많은 수치를 기록했다. 이처럼 게임산업은 미래의 국가성장동력으로 인식되어 가고 있으며 집중적으로 육성해야 할 전략산업 분야가 되어가고 있지만 한편으로는 최근, 게임과몰입이 게임산업의 역기능으로 부각되며 사회적문제의 이슈로 떠오르고 있다.

게임과몰입의 심각성을 보여주는 대표적 사례로 최근에 게임중독 10대 아들이 어머니를 살해한 후 자살한 사건이나 게임에 중독된 젊은 부부들이 신생아를 굶겨 죽인 사건 등을 들 수 있다. 이러한 사건 등은 세계에서 유례없는 산업적 규제를 만드는 계기가 되고 있어 국내 게임산업은 사행성 게임 바다이야기 사태 이후 제2의 위기를 맞이하고 있다.

산업적 도약시기에 발목을 잡고 있는 게임과몰입에 대한 사회적 인식과 게임기업들의 과몰입 예방 활동 등이 게임브랜드에 끼치는 영향 연구를 통해 게임기업들의 자발적인 사회적 책임활동 증가와 건전한 게임문화조성으로 국내게임산업의 비약적인 발전이 이루어졌으면 하는 바램이다.

Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구

1. 게임산업에 관한 연구

1) 게임의 정의

게임이라는 용어는 “흥겹게 뛰다”라는 인도 유러피안 계통의 “ghem”에서 파생된 단어로 ”흥겹다“, ”정신적으로 재미 또는 즐거움을 느낀다“라는 뜻과 ”뛰다“라는 동작을 나타내는 동사적 의미의 단어가 합성된 용어이다.

게임의 사전적 의미를 찾아보면 놀이, 유희, 즐거움, 오락으로 포괄적인 정의를 하고 있다. 게임의 본래 의미는 어떤 목적의식을 가지고 그 목적을 달성하기 위하여 연속적인 행위의 과정이라고 할 수 있다. 네덜란드 역사가 호이징가는 일찍이 인간은 놀이하는 존재로 표현했고, 프랑스의 사외학자 로제카이와는 호이징가의 놀이개념을 더욱 발달시켜 4가지 범주로 구분하였다. 그는 놀이주체자나 게임자의 의지가 있는가(의지), 없는가(탈의지), 놀이의 규칙이 있는가(규칙), 없는가(불규칙)를 기준으로 다음과 같이 놀이를 4영역으로 구분한바 있다. 이와 기타 여러 사전적인 내용을 정리해서 함축하면 게임이란 ‘사용자가 제약된 규칙을 통해 결과를 내기 위한 활동’이라고 정의를 내릴 수 있으며 이 내용에서 게임을 진행하는 사용자(Player), 진행하는 방법을 명시하는 규칙(Role), 게임의 결말을 정의하는 결과(Outcome)라는 3개의 구성요소가 포함되어야 함을 알 수 있다.

현대의 게임은 일반적으로 기계적 장치(컴퓨터)를 통해 나타나는 인간행위의 산물이며, 투사된 영상물을 통해 소비자에게 직·간접으로 전달되어 유희적 반응을 일으키는 예술형태이다. 최근 유무선 인터넷과 네트워크, 정보기술, 디지털콘텐츠의 비약적 발전으로 온라인게임과 모바일게임이 대중의 생활 속에 깊숙이 파급되고 있으며 비디오게임기의 네트워크 기능 탑재, 아케이드 게임의 네트워크화, 이동통신, 디지털방송 등 게임의 유형과 미디어 및 게임동작 형태가 다양하게 변화되어 발전하고 있다.

2) 게임산업의 분류

게임산업은 일반적으로 게임콘텐츠와 콘텐츠를 유통하는 플랫폼에 따라 온라인게임, 비디오게임, 모바일게임, 아케이드게임, PC게임 등으로 구분한다.

[표1] 게임플랫폼별 분류

분류	정의	예시
온라인게임	On-Line상에서 클라이언트가 통신망을 통해 호스트 서버에 접속, 다수의 유저가 실시간으로 진행하는 게임	리니지, 뮤, WOW
비디오게임	패미콤, 게임 보이, 드림캐스트, 플레이스테이션1, 2 등 게임 전용으로 만들어진 기기를 TV 혹은 컴퓨터 모니터에 연결해서 즐기는 게임	헤일로, 진삼국무쌍
모바일게임	이동성과 휴대성을 가진 개인용 기기(핸드폰, PDA, 팜PC, 스마트폰 등)를 통하여 이루어지는 게임	놈, 모바일고스톱
아케이드 게임	컴퓨터게임장 및 게임센터, 테마파크에 설치하는 게임으로 동전(코인)을 넣어 플레이하는 게임	버추어파이터 DDR
PC게임	완결된 스토리로 만들어져 디스켓이나 CD 형태로 출시되는 게임이며, 플레이어들은 시장에서 이러한 CD를 구입하여 자신의 컴퓨터에 설치하는 방식으로 즐기는 게임	에이지오브엠파이어

온라인게임은 혼자서 즐기는 형태가 아닌, 수많은 사람들이 동시에 같은 장소에서 플레이를 즐기는 형태의 게임이다. 온라인게임은 정형화된 컴퓨터를 상대하는 것이 아니라, 자신과 같은 실제 사람과 대결하기 때문에 어느 게임보다 경쟁적인 요소가 강한 특징을 지니고 있다. 이러한 특징 때문에 온라인게임은 동일한 환경 내에서 최고가 되려는 게임 이용자의 욕구와 맞물려서 국내에서 뿐만이 아니라 전 세계적으로 가장 인기가 많은 게임 장르 중 하나로 각광 받고 있다. 온라인게임의 경쟁적 게임 요소는 게임 이용자 사이의 대결 구도에서 가장 극명

하게 드러난다. 그렇기 때문에 온라인 게임 이용자는 게임 상의 각종 아이템에 대해서 과도한 집착을 하게 되며, 이러한 온라인게임성은 사업자로 하여금 사이버 캐릭터에 대한 상업적 판매가 가능하게 만들었다. 온라인게임의 경우 다른 게임과는 달리, 월 사용료 및 아이템 판매 방식으로 서비스를 진행하는 형태를 띠고 있으며, 이러한 온라인게임의 서비스 방식은 게임을 통해서 기업과 게임 이용자들간의 지속적인 관계 유지가 가능하므로, 안정적인 수익기반을 가질 수 있는 장점을 가지고 있다. 온라인게임의 또 하나의 특징은 CD 혹은 DVD 형태로 된 상품을 구매하는 형태가 아닌 인터넷을 통한 접속의 형태를 취하기 때문에 근본적으로 불법 복사가 불가능하다는 점이다.

비디오게임은 게임장에 직접 가는 불편을 해소하기 위해 개발된 게임으로 TV에 연결할 수 있는 전용 게임기와 게임소프트웨어를 이용해 즐기는 게임이다. 전용 단말기에 롬팩이나 CD 혹은 DVD형태로 게임을 제공하므로 선택적으로 즐길 수 있으며, 흔히 콘솔게임이라고 부르기도 한다. 1980년대 중반부터 닌텐도의 '패미콤(Famicom)' 시리즈가 등장하면서 널리 보급되기 시작했으며 게임소프트웨어는 카트리지나 CD-ROM 형태로 보급되고 있다. 비디오게임 시장은 크게 하드웨어와 소프트웨어 시장으로 나뉜다. 비디오게임은 하드웨어가 5년마다 신 기종으로 교체되기 때문에 하드웨어의 보급에 맞춰 소프트웨어 시장이 형성되고, 성장-성숙-쇠퇴를 반복하는 특징이 있다. 즉 하드웨어 견인형으로 성장해 하드웨어 발매시점부터 만 3년이 경과하면 소프트웨어 견인형으로 전환되는 반복 순환 과정을 거친다. 비디오 게임기의 주요 제작업체는 일본의 소니 플레이스테이션2 (Playstation 2), 닌텐도 게임큐브(Gamecube), 미국의 마이크로소프트 엑스박스(X-Box)등이 있다. 비디오게임은 네트워크 기능이 강화되면서 온라인게임을 즐길 수 있도록 구현되고, 디지털 컨버전스의 기능을 통합한 미디어 플랫폼으로 영역을 확장하고 있다.

모바일게임은 이동전화나 PDA등 무선 인터넷 단말기나 휴대용 게임 전용기를 이용해 즐기는 게임이다. 넓은 의미에서는 휴대용 모바일 기기에서 이용하는 게임을 포함하며, 좁은 의미에서는 이동전화 단말기로 즐기는 게임을 말한다. 모바일게임은 게임방식에 따라 크게 내장형게임을 비롯해 스트리밍형, 다운로드형, 1인용게임, 멀티미디어 게임 등으로 구분된다. 또한 사용자의 플랫폼에 따라 휴대폰게임, PDA용 게임, 휴대형 게임기 전용게임 등으로 구분된다. 모바일게임의 플랫폼이 대부분 휴대폰으로 사용되고 있는 만큼 '모바일게임 = 휴대폰게임' 이라고 해도 크게 무리는 없을 듯 싶다. 최근에는 스마트폰의 열풍에 힘입어 모바일게임의 급신장이 예상된다.

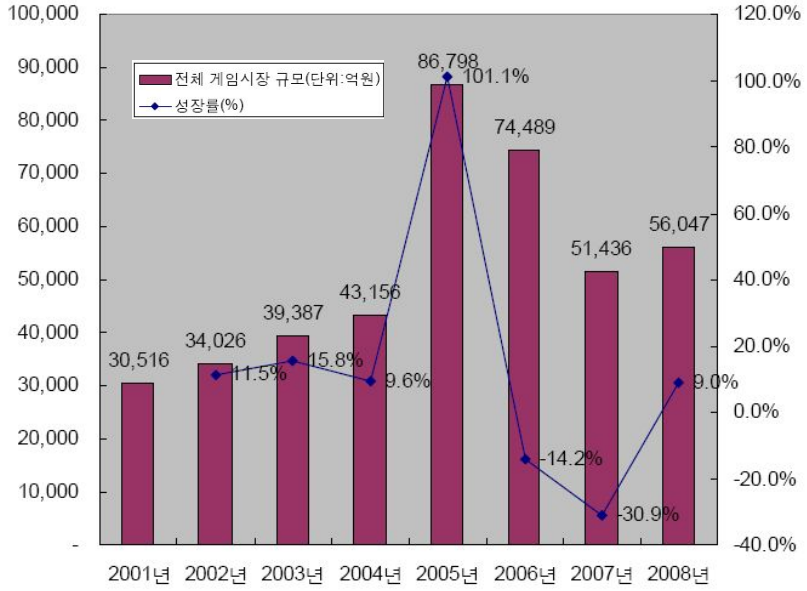
아케이드게임은 오락실이라 불리는 게임장에 설치된 게임으로 일정 금액의 동전을 넣고 능력에 따라 즐기는 게임형태이다. 업소용 게임이라고도 불리우며, 가정용 게임기가 보급되기 전까지 게임시장의 주류를 차지하고 있었다. 속전속결형 게임으로 키의 조작이 단순하고 스테이지별로 단편적인 플롯을 가졌다. 주인공의 역할이 매우 중요하며 한 스테이지를 통과해야만 다음 스테이지로 진행할 수 있는 특성을 가지고 있다. 아케이드게임은 가정용 비디오게임과 경쟁하기 위해 화려한 배경화면, 3차원 그래픽 처리와 실시간 랜더링을 구현하기 위해 전용 그래픽 보드를 사용하고 있으며, 모션캡쳐 장비를 이용한 3차원 가상 캐릭터를 인간 동작과 유사하게 자연스러운 동작으로 표현하는 방법을 많이 쓰기도 한다. 온라인게임 및 모바일게임의 성장과 바다이야기 사건 등의 사행성게임으로의 인식으로 인하여 상대적으로 아케이드 게임산업은 침체에 빠져 있는 상황이다. 최근에는 문화체육관광부에서 주도적으로 아케이드 게임산업 육성을 위한 대책 등이 발표되고 있는 실정이다.

PC게임은 PC를 이용해 컴퓨터와 대전하는 Stand-Alone게임을 말한다. 초창기에는 플로피 디스크 형태로 유통되었으나 CD 및 DVD의 등장으로 PC게임은 CD 및 DVD에 담긴 패키지 형태로 유통되기 시작하였다.

3) 국내 게임산업 현황

국내 게임산업은 90년대 후반부터 온라인게임 시장을 중심으로 초고속 성장을 거듭하고 있으며 글로벌 금융위기 속에서도 2009년 온라인게임 수출 15억 달러를 달성하는 성과를 이루어 내 신성장동력 산업으로서의 가치를 인정받고 있다. 국내 게임산업 규모는 2001년 3조 516억원에서 2005년 8조 5,798억원으로 급신장하였으나 사행성게임인 바다이야기 사태 후유증으로 인해 2006년 7조 4,489억원으로 약 14% 감소하고 2007년에는 5조 1,436억원으로 무려 30% 이상의 감소치를 보였으나 2008년에는 9.0%가 성장하여 5조 6,047억원 규모를 나타내어 지속적인 성장세가 이어질 전망이다. (한국게임산업백서, 2009)

[그림1] 국내 게임시장 규모 및 성장률 추이



온라인게임은 2008년에도 지속적인 성장을 거듭하였으며 수출 지역의 다각화를 통해 수출액 증가에 따른 전체 시장규모(매출액 기준)의 증가로 이어졌다. 그간 주된 수출지역이였던 중국 등 아시아지역 외에도 미국 및 유럽 등지로도 활발한 수출이 이루어지는 계기를 마련하였고 이러한 노력에 따라 대기업을 중

심으로 온라인게임의 성장이 두드러졌고 전체 온라인게임의 수출은 15억(약 1조 7,700억원) 달러을 넘는 세계2위의 쾌거를 낳았다. 이는 2008년 수출액 대비 약 50% 상승하였으며 온라인게임 수출이 국내 전체 콘텐츠 산업 수출규모에서 차지하는 비중이 절반에 이르고 있으며 한국 게임 수출플랫폼 비중에서 96%를 차지하고 있다.

2009년 국내 온라인게임 시장은 3조 4,171억원으로 전년대비 26.9%의 성장률을 보였으며 국내 인터넷 인구 3천 2백만명 중 게임인구는 1천 8백만명으로 게임이용률이 56% 육박하고 있다. 엔씨소프트의 '아이온'과 같은 대작 1)MMORPG 흥행에 힘입어 온라인게임에 대한 소비자들의 관심이 증가하고 있고 기능성게임, 특히 교육용게임에 대한 관심이 커지면서 청소년, 여성 등 새로운 게임이용자층이 확대 될 것으로 예상된다. 그간 온라인게임에 대한 낮은 사회적 인식으로 산업적 성공에 비해 사회문화적 인식이 저조했었으나 2009년 게임업계를 중심으로 진행된 그린게임 캠페인 등은 게임에 대한 사회적 인식을 차츰 변화시켜 갈 수 있을 것으로 보이나 게임과몰입, 사행성 등에 대한 사회구성원들의 이해와 예방활동이 필요한 시점이다.

비디오게임의 시장규모는 2009년 기준 5,172억원으로 2008년 닌텐도 wii의 국내 출시에 따라 소니의 PS3, MS의 XBox360 등 다양한 비디오게임 플랫폼이 본격적인 경쟁체제에 돌입한 상태이다. 콘솔게임기와 함께 그간 큰 호응을 얻었던 소니의 PSP, 닌텐도의 NDSL 등 휴대용게임기 등이 비디오게임의 성장을 견인하는 요인으로 분석된다. 각 비디오게임사들이 차별적인 독점타이틀 발매를 추진하고 있으며 국내업체의 비디오게임 분야 진출이 지속적으로 증가하고 있으며 온라인게임의 플랫폼 변환 등 다양한 시도가 추진되고 있다.

모바일게임 분야는 2008년부터 확산되기 시작한 부분유료화 모델로 인해

1) MMORPG(Massive Multiplayer Online Role Playing Game) 다중접속 역할수행 게임은 몇 명 때로는 수십 명 이상의 플레이어가 인터넷을 통해 모두 같은 가상 공간에서 즐길 수 있는 롤 플레잉 게임(RPG)의 일종이다.

2009년 시장규모 3,477억원으로 전년대비 15% 성장률을 보였다. 모바일게임 개발업체의 신규장르 개발 및 스마트폰을 통한 모바일게임의 새로운 시장 창출을 통해 내수시장의 증가를 기대할 수 있으며, 해외에서의 꾸준한 성장 역시 수출액 증가로 이어질 것으로 예상된다. 또한, 모바일환경 변화에 따른 게임 내 광고, 부분유료화 등의 수익창출 다각화가 이루어질 것으로 예상된다. 더욱이 2009년 아이폰 국내출시와 함께 등장한 앱스토어는 오픈마켓에 대한 관심을 더욱 증폭시켰고 구글, MS, 국내의 삼성, SK, NHN 등에서 구체적인 시도가 나타나고 있다. 이러한 변화는 기존의 이동통신사만을 통한 유통구조에서 벗어나 보다 다양한 경로를 통해 모바일게임을 제작 유통할 수 있게 할것으로 보이며 새로운 시장창출의 돌파구로서 기대를 모으고 있다.

아케이드게임의 시장규모는 2008년 기준 700억원으로 침체 분위기가 지속되는 상황속에서도 청소년 게임을 중심으로 꾸준한 개발과 수출이 진행되었다. 유니아나와 시뮬라인 등은 지속적으로 새로운 게임기 및 서비스시스템을 개발했고 이들을 중심으로 해외수출이 진행되었다. 2009년에는 청소년이용가 게임물 외에 청소년 이용불가 게임물이 처음 등급 분류되었고 체감형게임 장르의 경우 수출을 중심으로 매출확대 전략을 추진하고 있다. 그러나 아케이드게임에 대한 사행성 우려로 인한 성장한계가 남아있어 정부와 업계의 이에 대한 본격적인 대책과 산업 활성화 전략 마련이 필요한 시점이다.

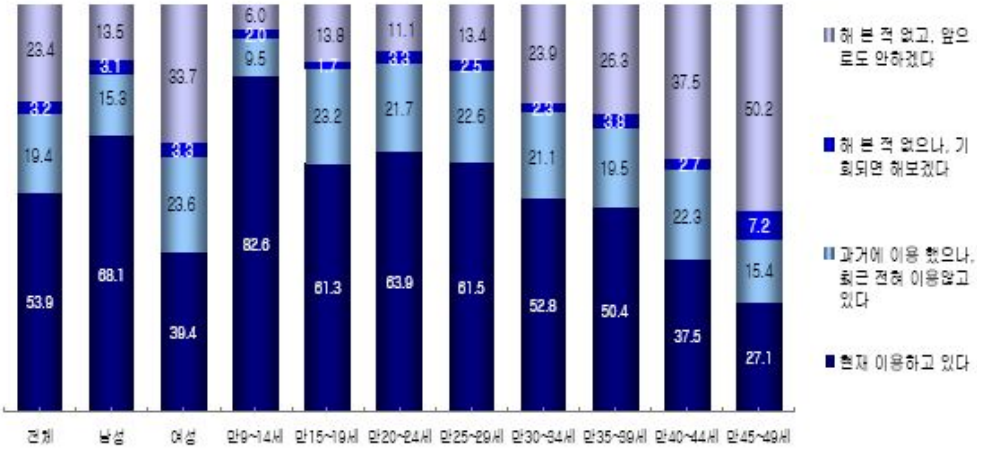
PC게임은 지속적으로 시장규모가 축소되고 있어 시장의 기반이 거의 붕괴되었으며 향후에도 시장 성장의 가능성을 기대하기는 어려운 상황이다. 한편, 플랫폼 간 융합트랜드와 게임 유통의 다양화에 따라 게임플랫폼 간 구분이 모호한 상황이 증가하고 있어 PC게임의 매출액을 구분하는 범위의 문제가 복잡해지고 있는 상황이다.

4) 국내 게임이용자 현황

2010년 4월 문화체육관광부 산하 한국콘텐츠진흥원에서 출간된 “2010 한·일 게임이용자 조사보고서” 내용을 토대로 정리하였다.

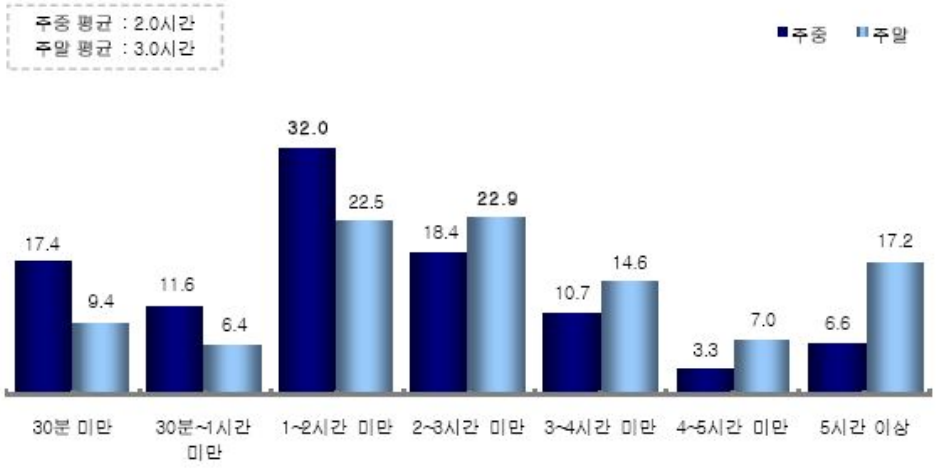
게임이용률은 전체 응답자들 가운데 게임이용 경험이 있거나 향후, 이용가능성에 대해 긍정적으로 응답한 비율이 73.6%로 매우 높게 나타났으며 “현재 게임을 이용하고 있다” 라는 응답이 53.9%로 가장 높았으며 “해 본적이 없고 앞으로도 안할것이다” 라는 응답이 23.4%를 차지했다. “현재 이용하고 있다” 라고 응답한 남성은 68.1%, 여성은 13.5%, “해 본적이 없고 앞으로도 안할것이다” 응답한 남성은 13.5%, 여성은 33.7%로 나타나 상대적으로 남성이 게임이용과 이용가능성에 긍정적으로 응답하였다. 전반적으로 응답자의 연령이 낮을수록 게임경험과 향후 이용가능성을 보다 긍정적으로 평가했으며 특히 현재 이용하고 있다고 응답한 9~14세의 응답비율이 82.6%인데 반해 45~49세의 응답비율은 27.1%로 나타나 연령별 차이가 큰 것으로 나타났다.

[그림2] 게임경험 및 향후 이용가능성 (단위 : %, n=1,700)

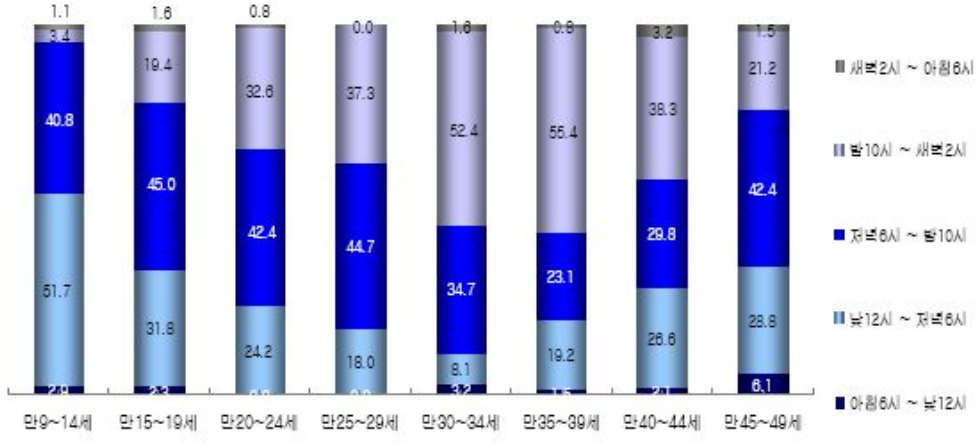


주중 1일 평균게임 이용시간은 2.0시간으로 나타났으며 이용시간의 분포비율 조사결과, “1~2시간 미만”이 32.0%로 가장 많았고 “2~3시간 미만” 18.4%, “30분 미만” 17.4% 등의 순으로 이용 비율이 높게 나타났다. 주말 1일 평균게임 이용시간은 3.0시간으로 나타났으며 이용시간의 분포비율 조사결과, “2~3시간 미만”이 22.9%로 가장 많았고 “1~2시간 미만” 22.5%, “5시간 이상” 17.2% 등의 순으로 이용비율이 높게 나타났다. 주로 게임을 이용하는 시간대를 조사한 결과 “저녁 6시~밤 10시”의 비중이 38.2%로 가장 높게 나타났으며 “밤10시~새벽2시”는 31.8%, “낮12시~저녁6시”는 26.8%로 나타났다.

[그림3] 1일 평균 게임이용시간 (단위 : %, n=1,010)



[그림4] 연령대별 게임 주 이용시간대 (단위 : %, n=1,010)



여가시간에 주로 이용하는 활동 중에서 1순위로 “게임‘(28.3%)을 가장 즐겨 하는 것으로 나타났으며 다음으로 ”TV″(22.1%), ″영화“(19.7%) 등의 순으로 나타났으며 성별에 따른 여가 활동을 살펴보면 남성의 경우 ”게임(39.9%)이 “TV″(19.4%), ″영화”(15.9%)와 큰 차이를 보이며 가장 높은 순위를 차지한 반면 여성은 “TV″(24.9%), ″영화”(23.6%), “게임”(16.3%)의 순위로 나타났다. 특히, 30세 미만의 응답자들이 가장 즐겨 하는 여가활동으로 “게임”을 꼽은 반면에 30세 이상의 응답자들은 여가활동으로 “TV″와 ”영화“를 가장 즐기는 것으로 나타나 세대 간 차이를 드러냈다.

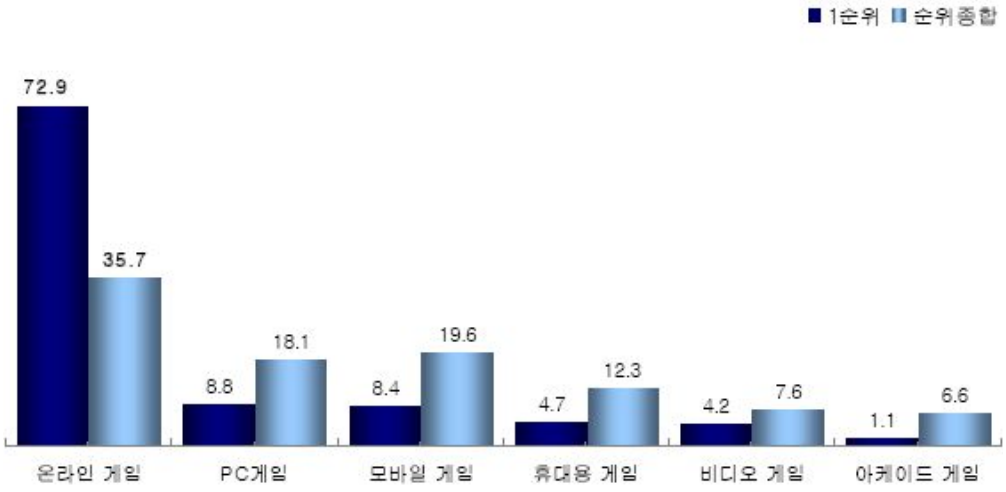
[그림5] 여가시간에 즐겨하는 활동 (단위 : %, n=1,700)

게임이용자들이 주로 이용하는 게임분야를 살펴보면 “온라인게임”이 전체 응답자의 72.9%로 1순위를 차지했으며 다음으로 “PC게임”(8.8%), “모바일게임”(8.4%) 순으로 나타났다. 한편, 1순위와 중복선택을 포함한 종합순위에서는 온라인게임(35.7%), 모바일게임(19.6%), PC게임(18.1%) 순으로 나타나 모바일게임과 PC게임의 순위가 변경되었음을 알수 있다.

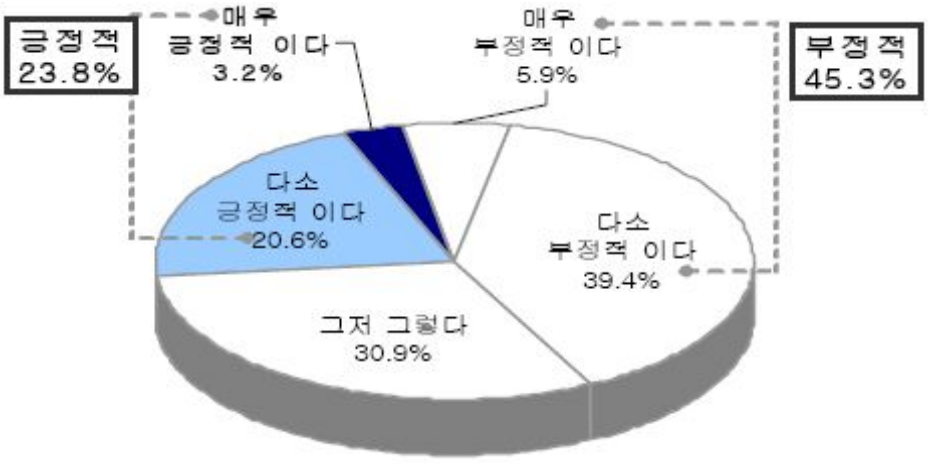
게임에 대한 사회적 인식을 조사한 결과 “부정적” 이미지가 45.3%(매우 부정적 : 5.9% + 다소 부정적 : 39.4%)로 “긍정적” 이미지 23.8% (매우 긍정적 : 3.2% + 다소 긍정적 : 20.6%)보다 2배 가량 높게 나타났다.

전반적으로 게임에 대한 사회적 인식이 “부정적”이라고 응답한 남성(45.4%)과 여성(45.3%)은 비율에서 별다른 차이를 보이지 않았지만 “긍정적”이라고 응답한 비율에서는 남성이 25.2%, 여성이 21.5%로 나타나 남성이 상대적으로 게임에 대해 긍정적으로 인식하고 있음을 확인할 수 있었다.

[그림6] 주로 이용하는 게임분야 (단위 : %, n=1,010)



[그림7] 게임에 대한 인식 (단위 : %, n=1,010)



2. 게임 과몰입에 관한 연구

1) 과몰입의 정의

몰입이란 한 개인이 수행하는 활동이나 과제에 대해 최적의 경험을 하고 있다고 느끼면서 그 일에 온전히 빠져드는 것을 의미한다고 정의했다. 몰입을 위해 선행조건으로, 도전감과 숙련도가 일정수준 이상이고 이들이 서로 균형을 이루어야 한다는 것을 밝혔다. 한편, 몰입상태를 경험하는 사람들은 의식이나 지각을 한 곳에 집중하게 되고, 자의식(Self-Consciousness)을 잊게 되며, 명확하고 명료한 목표와 피드백에만 반응하게 된다. 또한 주위 환경에 대한 통제감을 경험하게 된다. 그 결과 주어진 활동에 깊이 몰입되어 다른 것은 눈에 들어오지 않는 상태에서는, 경험 그 자체가 너무 즐거워서 자신이 집중하고 있는 일이나 활동과 무관한 사고나 지각을 하지 않게 되며, 아울러 다른 것을 희생하더라도 그 일에 주의 집중하고 몰입하게 된다. 사람들이 특정 활동을 수행하는 주된 이유는, 바로 이러한 몰입경험에 기인하게 되는 것이다. Csikzentmihalyi(1988) 가 몰입의 구성개념을 제시한 이래 컴퓨터 이용과정에 몰입을 측정하고자 하는 연구들이 진행되어 왔다. 그 대표적인 연구자로는 Trevino and Webster(1992) 그리고 Trevino, Webster and Ryan(1992) 등을 들 수 있다.

Trevino and Webster(1992)는 몰입현상은 컴퓨터가 매개가 되는 환경(CEM)에서의 테크놀로지와 상호작용을 통해 즐거움이나 새로운 것을 발견한 느낌과 이 환경이 제공해 주는 많은 기회와 새롭게 상호작용을 할 수 있는 가능성을 느끼게 해준다고 하였다. 컴퓨터를 이용하는 사람이 컴퓨터를 사용할 때 몰입상태에 있으면 놀이를 하는 것 처럼 즐겁고, 활동 그 자체가 흥미롭고 즐거운 것이 되므로, 자기동기화(self-motivating) 혹은 내재적으로 동기화 되기 때문에 외부적인 보상이 없더라도 그 활동은 계속된다는 것이다.

한편, Trevino, Webster Ryan(1993)은 몰입의 개념을 더욱 정교화하여 네가지 차원으로 분류하고 실증적인 연구에 적용하였다. 이들의 연구에 의하면 몰입은 최적의 경험을 뜻하는 것으로서, 이를 구성하는 차원을 'intrinsic interest, curiosity, control, attention focus' 로 나누었다. 즉, 사용자가 컴퓨터와의 상호작용에 대해 통제감을 지각하고, 사용자가 스스로 컴퓨터와의 상호작용에 자신의 주의가 집중되어야 한다는 것을 지각하며, 상호작용을 하는 동안 사용자의 호기심이 고양되어 사용자가 컴퓨터와의 상호작용 그 자체를 흥미 있어 하는 특징을 지닌다는 것이다.

몰입 경험은 최근에 Hoffman and Nevak(1996)에 의하여 WWW(World Wide Web)과 같은 온라인 환경에서의 소비자 항해 행동을 이해하는 데 필수적인 개념으로 제안되었다. 이들의 연구에 따르면 웹사이트의 반복적인 방문은 인터넷 이용자의 몰입 경험을 높게 하는데 달려 있으며, 온라인 환경에서 시도되는 성공적인 마케팅 활동은 이러한 몰입경험을 충분히 활용할 수 있어야 함을 강조하였다. 인터넷 환경에 있어 몰입이란 소비자가 네트워크 항해를 하는 동안 주관적인 최적경험을 하게 될 때 얻어질 수 있는 것으로 다음과 같은 특징을 보인다.

첫째, 몰입 상태에 있는 소비자는 인터넷과 상호작용을 하면서 피드백을 경험하고 스스로 결정, 통제한다는 느낌을 갖는다. 둘째, 인터넷 활동자체가 마치 놀이를 하고 있을 때와 같이 즐겁다. 셋째. 인터넷에서 하는 행동들은 소비자의 신분이 노출되지 않기 때문에 사회적인 기대에 미치지 못함을 걱정하거나 겁낼 필요가 없어서, 사회적 불안을 나타내는 자의식을 경험하지 않는다. 넷째, 인터넷 항해과정 그 자체를 흥미롭고 즐거운 것으로 지각하기 때문에 내재적 보상을 느끼게 되고 자기 스스로 강화되어 그 결과, 외부적인 보상이 없더라도 지속적으로 인터넷에 집중하고 머물게 된다. 즉, 몰입이란 소비자를 사이버공간에 머무르게 하는 접착제 역할을 하는 것이다.

몰입이라는 개념은 컴퓨터에 기반한 환경(CME ; Computer Mediated Environment)에 대해 적절한 개념임에도 불구하고 몰입은 정의하기 어려운 개념이다. 그 이유에 대해 일부 연구자는 몰입이 일종의 개인적 성향으로 개념화된 반면, 또 다른 연구자는 개인적 상태로 파악했기 때문이다.

가령, Trevino and Webster(1992)은 통제, 집중, 호기심, 본질적 재미의 4가지 특징이 종합된 선형적인 변인으로 몰입을 조직화 했지만, Csikszentmihalyi and Isabela Csikszentmihalyi(1988)는 개인의 숙련도와 도전감이 일정 수준 이상에서 균형을 이루는 상태를 몰입이라고 정의하였다. 전자는 몰입을 일종의 개인적 성향으로 개념화 한 것이고 후자는 상태로 파악한 것이다. 다른 연구들에서도 나타나는 개념적 정의도 위의 연구들에서의 정의와 유사한데, 대부분의 개념적 정의가 직관적이고 정확히 조작적으로 정의되지 못하고 있다. 하지만 이들의 개념적 정의로부터 추출해 낼 수 있는 공통적인 몰입의 구성요소가 있는데 그것은 재미, 즐거움, 기쁨, 최적의 경험, 몰입, 주의집중, 숙련도와 도전감의 균형, 호기심, 시간의 망각 등이다. 즉, 몰입이라는 것은 어떤 행위가 도전적으로 느껴지고 그것을 할 수 있는 숙련도를 지녔을 때 재미와 즐거움, 기쁨을 느끼는 최적의 경험이라고 정의할 수 있다. (김도윤, 2002)

한편, Hoffman, Novak and Yung(2000) 몰입 정의 및 이론들을 종합하여 몰입의 구성개념을 선행, 결과 변인들로 나누고, 이들 구성개념들의 이론적, 경험적 관계성에 의한 여러 차례의 모형 수반 과정을 통해 인터넷 이용자들이 사이버 공간의 항해과정에서 경험하는 실증적 몰입 경험 모형을 제시하였다. 연구결과 인터넷에 대한 이용자의 숙련도, 관여도, 주의집중의 이용자에 관련된 개인적인 변인과 인터넷이 지닌 속도, 도전감, 원격실재감의 인터넷 환경에 관련된 변인이 인터넷 이용자의 몰입 경험에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

구체적인 내용은 첫째, 인터넷 사용에 대한 이용자의 숙련도와 도전감이 높을 때 인터넷 이용자는 몰입 경험을 하게 된다는 것이다. 둘째, 인터넷이 이용자

에게 원격실재감을 제공해 줄 때, 인터넷 이용자는 몰입경험을 하게 되며, 인터넷의 속도가 빠를수록 인터넷 이용자들은 몰입경험을 하게 되는 것으로 나타났다. 셋째, 인터넷 이용자가 주의를 집중할수록 인터넷 이용자들은 몰입경험을 하게 된다는 것이다. 또한 인터넷에 대한 이용자의 관여도는 주의집중에 유의한 영향을 미침을 밝혔다. 마지막으로, 웹 항해과정에서 몰입경험을 한 이용자는 유사한 인터넷 사이트에 대한 탐색적 행동을 하며 긍정적 감정을 가지려 함을 밝혀내었다. 그러나 인터넷의 속도가 빠를수록 이용자들이 인터넷에 주의를 집중하게 되며 인터넷에 대한 원격실제감도 높아질 것이라는 가설은 유의하지 않은 것으로 나타났다.

국내연구를 살펴보면, 최동성 등(2001) 은 온라인 게임을 계속 이용하려는 게임 사용자들의 고객 충성도에 영향을 미치는 주요 원인을 분석하였다. 연구를 살펴보면, 고객 충성도에 영향을 미치는 주요 요인으로 몰입을 설명하였다. 그리고 최적의 경험, 즉 몰입을 가능하게 하는 상호작용 요인으로 기계적 상호작용(Mechanic Interaction)과 사회적 상호작용(Social Interaction) 두 가지를 들었다. 기계적 상호작용이란 온라인 게임을 이용하는 게임 사용자가 시스템과 상호작용하는 것을 말하며, 사회적 상호작용이란 온라인 게임 상에서 이루어지는 사용자간의 상호작용을 말한다. 기계적 상호작용의 요소로써는 목표, 조작자, 보상을 들었고, 사회적 상호작용의 요소로써는 현실세계와 유사한 가상세계의 구현과 의사소통을 할 수 있는 효과적인 도구를 들었다. 연구의 결과 기계적 상호작용과 사회적 상호작용이 적절히 제공되었을 때, 게임 사용자는 몰입 상태를 경험하고 결과적으로 고객 충성도에 긍정적인 영향을 미친다고 결론지었다.

또한, 유승호 등(2002)은 게임 몰입증의 현황과 전망에서 게임몰입과 게임중독의 관계를 설명하였다. 연구에서 장시간 게임을 사용하는 것이 이전의 연구에서와는 달리 게임중독으로 이어지지 않는다고 보았다. 이 연구에서는 게임이 문화적 산물로써 사회에서 차지하는 비중이 확대되고 네트워크 게임의 보편화로

그 사회적 속성이 증가했기 때문에 더 이상 게임을 부정적으로 볼 수 없다고 하였다. 이 연구에 의하면 온라인게임은 하나의 “문화”로 자리잡았기 때문에 게임사용자들은 여가시간을 이용해 “재미”로 게임을 접하고 있으며, 사용자들의 게임사용은 일상에서 취미 이상의 차원으로 진화하게 되었다. 즉, 게임사용이 증가할수록 공통의 관심사를 갖는 친구들과 어울리게 되고 이들과 함께 가입된 게임동호회 등에서 네트워크를 통해 공동게임을 진행하게 되었다. 온라인 게임은 네트워크를 통해 이전의 오프라인 게임과는 전혀 새로운 차원으로 진화하였으며, 이러한 게임환경의 변화가 새로운 커뮤니케이션 관계를 형성시키고 있다고 하였다. 단순 반복적인 이전의 게임에 비해 상당한 수준의 지적 능력을 요구하는 최근의 게임은 게임의 적극 참여자가 자신의 관여도를 높여 결국, 정체성 형성에 긍정적인 영향을 주고 있다고 하였다.

2) 게임 과몰입의 원인

청소년의 온라인 게임중독 원인으로는 크게 개인의 심리적 특성, 사회·환경적 요인, 게임자체의 특성 등 세가지로 구분된다.

(1) 개인의 심리적 특성

Griffiths(1997)는 사회적으로 고립되고, 위축되어 있는 사람일수록 다른 사람보다 인터넷이 주는 매력에 강하게 빨려들어 이에서 헤어 나오지 못할 가능성이 높다고 지적하였다. Young(1998) 역시 인터넷 중독자가 자기 의존적이고(Self-reliant), 독립된 활동을 선호하며 과도한 경계심과 자기 방어적 성격으로 자신의 사회적 활동을 제한하는 지극히 개인적인 성향을 가지고 있다고 하였다. 컴퓨터 게임중독과 충동성의 관계에 대해, 컴퓨터 게임 몰입을 충동 조절의 장애로 보는 견해(박성혜, 2001 재인용)와 ADHD(주의력 결핍/과잉 행동장애) 아동 및 청소년들이 컴퓨터 게임에 몰입되기 쉽다는 주장이 있었으나, 박성혜(2001)는 컴퓨터 게임 몰입 때문에 충동성이 생기는 것인지, 게임 사용자들의 내재된 충동성이 게임 몰입을 일으키는 것인지에 대한 인과 관계를 아직까지 밝히기 어렵다고 하였다. 윤재희(1998)와 황상민(2001) 등에 의하면, 온라인게임 중독과 유사한 인터넷중독 집단이 우울감, 고독감, 충동성이 일반 집단에 비해 더 높게 나타났다. 인터넷 중독자들의 이러한 현상은 낮은 자아존중감과 관계가 있으며, 실제 문제해결 상황에서도 유능성이 낮은 것으로 확인되었다(이소영, 2000). 자아존중감이 낮다는 것은 일상생활에서 학업, 사회적 관계 등에서 부정적인 평가를 받음으로 인해 스스로 부정적인 평가를 하는 것인데, 자아존중감이 낮은 청소년들은 게임을 통해 이를 회복하려는 경향이 있다.

이송선(2000)은 공격성이 청소년의 컴퓨터중독현상과 상관이 높은 특성을 가지고 있으며, 게임중독 가능성이 높은 청소년들이 자신의 공격성을 게임을 통해 표출하고 만족시키며 일종의 카타르시스를 느낀다고 하였다. 정경아(2001)는 고독감을 중독 관련 변수로 보고, 혼자 아무 때나 손쉽게 할 수 있는 온라인 게임

이 얼굴을 맞대지 않고도 타인과의 교류가 가능하기 때문에 현실생활에서의 대인관계에 어려움을 겪는 사람들이 게임에 중독될 가능성이 높은 것으로 보았다. 이수진(2004)에 의하면 청소년의 경우, 학교에서 교사, 친구와의 관계, 가정에서 부모, 형제와의 관계가 원만하지 않을 경우 온라인 게임에서의 대인관계에 더 많은 의미를 부여하는 것으로 나타났다. 상기한 내용을 종합해볼 때, 청소년의 게임중독의 원인 중 개인의 심리적 특성으로는 높은 충동성, 공격성, 우울, 고독감 등과 낮은 자아존중감, 대인관계의 문제 등이다. 청소년의 게임중독을 예방하려면 이러한 심리적 원인을 차단하는 것이 필요할 것으로 사료된다.

(2) 사회 · 환경적 요인

사회 · 환경적 요인은 크게 가정과 학교로 나눌 수 있다. 우선 가정은 1차적으로 개인의 심리적 특성을 형성하는 환경이며 청소년의 행동과 심리적 특성이 깊이 관여하고 다양한 파급효과를 가져온다(Gardner, 1992). 가정의 환경 중에서 부모 · 자녀 관계는 청소년의 문제행동과 게임중독에 많은 영향을 가져온다. 가족의 기능과 역할이 심리적 가정환경에도 영향을 미친다. 최근 김정은(2008)은 초등학생을 대상으로 한 연구에서 인터넷 중독이 고위험 집단으로 갈수록 가족기능(가족응집력과 가족적응력)이 낮아지는 것으로 보고하였다. 이러한 연구 결과는 과거 이형초(2001)의 연구에서 가족관계가 긍정적일수록 청소년의 게임행동에 긍정적인 영향을 미친다는 결과와 유사한 것이다. 상기 연구 외에도 다양한 연구들에서 청소년과 부모 간 의사소통의 정도가 청소년의 게임중독에 영향을 미치는 것으로 보고하였다. 이인선(2004)은 부모와의 의사소통이 개방형과 역기능형의 유형에 따라 청소년의 게임중독이 유의한 차이를 보인다고 하였다. 최나야와 한유진(2006)은 부모와의 의사소통은 게임중독과 부적 상관관계를 보여 부모와의 의사소통수준이 부정적일 경우 게임중독 가능성이 높아짐을 시사하였다. 이희경(2003)은 부모의 태도에서 부모의 금지통제가 게임몰입에 유의한 영향을 미친 것으로 보고하였으며, 조아미와 방희정(2003)의 연구에서는 부모의 지지가 청소년의 게임중독과 부적인 상관을 보이는 것으로 나타났다.

상기한 연구한 결과들은 가족기능과 자녀·부모 간 의사소통이 청소년의 게임중독을 예방하는데 많은 영향을 미칠 수 있음을 시사한다. 이에 게임중독의 위험에 처해 있는 청소년들에게 가족기능과 의사소통을 긍정적인 방향으로 전환시킬 수 있는 방안을 마련하는 것이 시급한 과제라 하겠다.

사회·환경적 요인 중 두 번째는 학교로, 청소년들이 하루 중 많은 시간을 학교에서 보내고 생활하고 있으며 생활위주의 학교교육에 대한 소외감이나 스트레스, 심리적 압박감과 긴장감의 해소를 위해서 게임에 몰입하거나 집착하게 되는 경우가 많다. 학교 환경에서 교사와의 관계는 청소년들의 적응에 상당한 영향을 미치며, 학교에서의 교사의 태도나 또래집단의 태도는 청소년의 게임중독에 영향을 미친다(김종원, 조옥귀, 2002). 사회적 지지와 청소년의 게임 중독의 관계에 관한 연구는 제한적이지만, 이해경(2002)은 게임중독자들이 교사와 또래로부터 사회적 지지를 적게 받고 있음을 밝혀고, 이계원(2001)과 양돈규(2001)는 교사, 친구로부터 사회적 지지를 받지 못할수록 인터넷중독 경향성이 더 크다고 하였다. 조아미와 방희정(2003)은 사회적 지지와 게임중독(인터넷중독 포함)의 관계에 대한 연구들이 일치하지 않고 있어 이에 대한 후속연구의 필요성을 강조하였다.

(3) 게임 자체의 특성

개인의 심리적 특성과 사회·환경적 요인 외에도 청소년의 게임중독에 영향을 미치는 요인으로는 온라인 게임 자체의 특성이 있다. 청소년들이 게임에 중독될 수 있는 게임 자체의 특성으로는 욕구충족, 도피처, 새롭고 재미있음 등이 지적된다(조아미 외, 2003). Young(1997)은 온라인중독의 원인을 사회적지지, 성적만족, 새로운 인격창출, 숨은 성격의 발현, 인정과 영향력을 들고 있는데 이것으로 현실이 충족시켜주지 못하는 욕구를 인터넷이 충족시켜주기 때문에 사람들이 온라인에 빠진다고 하였다. 또한, 청소년에게 인터넷 게임은 학교생활이나 가정생활과는 무관하게 성취감이나 자신감을 가지게도 하고, 흥미와 쾌감을 얻으며 만족감과 자만감을 가지게 하기 때문에 많은 기대와 호기심, 그리고 충동성을 느

끼게 하기에 충분한 것이다(최명선 외, 2007).

최근 게임산업의 발전으로 인해 청소년들이 흥미를 느낄 수 있는 다양한 게임들이 개발되고 있다. 특히, 청소년들이 쉽게 폭력적이고 선정적인 장면들이 연출되는 게임에 접할 수 있어 그 심각성이 더해 가고 있다. 이러한 현실에서 게임 자체의 특성으로 인한 청소년의 게임중독을 예방하기 위해서는 우선 법적인 장치가 마련되어야 할 것이다. 최근에는 이에 대한 정부의 노력도 다각적으로 이루어지고 있지만, 지속적인 법적 제어장치와 함께 게임업체들의 사회적 책임을 강조하는 정책의 개발과 시행이 요구된다 하겠다.

상기한 내용을 종합해 보면, 청소년의 게임중독을 예방하기 위해서는 게임에 쉽게 흥미를 느끼고 중독될 가능성이 높은 개인의 심리적 특성과 가정과 학교에서의 구성원 간 관계를 개선하는 것이 중요하다. 개인의 심리적 특성은 가정이나 학교에서 또래 집단과의 관계 형성에서 많은 영향을 받을 수 있다. 결국 청소년의 게임중독 예방은 가정과 학교에서 대인관계를 긍정적으로 변화시키는 것이 큰 몫을 할 것이라 판단된다. 특히, 가족과의 긍정적이고 친화적인 관계 유지 및 개선은 청소년의 게임중독 예방을 위해 필수적인 요소라 하겠다.

3) 인터넷 중독의 측정

Goldberg(1996)는 인터넷과 병리적인 개념을 연결, 인터넷중독장애라는 용어를 최초로 사용하여 인터넷 중독 진단기준을 만들었다.

DSM-IV(Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorder)는 인터넷 중독증 공식기준으로 사용되고 있으며 <표2>와 같다.

[표2] 인터넷 중독 장애 진단 근거 (조춘범, 2001)

인터넷 중독 장애 진단 근거

인터넷 사용에 대한 부(不)적응적 양식으로 임상적인 중요한 손실이나 질병을 유발한다. 12개월의 기간 중 언제든지 일어나며, 다음 중 세 개 이상이 충족되면 병으로 간주한다.

1. 내성 - 다음중 하나
 1) 만족을 얻으려는 욕구 때문에 인터넷 사용 시간이 눈에 띄게 증가됨
 2) 계속된 인터넷 사용으로 똑같은 시간을 써도 만족이 크게 줄어듦
2. 금단 - 다음중 하나
 1) 특징적 금단 증상
  (1) 오랫동안 심하게 사용해 오던 인터넷 사용을 중지하거나 감소시킨 경우
  (2) 항목(1) 이후 수일에서 한 달 사이에 다음 중 2항목 이상의 증상이 나타날 경우
   ● 정신적 초조 (agitation)
   ● 불안 (anxiety)
   ● 인터넷에서 무슨 일이 일어나고 있을 것이라는 강박적 사고
   ● 인터넷에 대한 환상이나 꿈
   ● 손가락으로 자판을 두드리는 자발적 비자발적 운동
  (2) 항목(2)의 증상이 사회적, 직업적 또는 다른 중요한 부분에서의 기능에 손상을 일으키거나 병을 일으키는 경우
 2) 금단증상을 피하거나 편안함을 얻기 위해서 인터넷 사용이나 비슷한 온라인 서비스 사용
3. 종종 의도한 것보다 더 오랫동안 또는 더 자주 인터넷을 사용한다.
4. 인터넷 사용을 끊거나 통제하려는 지속적인 바림이 있거나 노력을 했지만 성공하지 못 한 경우
5. 막대한 시간을 인터넷사용과 관련된 활동에 할애함
6. 중요한 사회적, 직업적 또는 여가 활동을 인터넷 사용 때문에 포기하거나 줄임
7. 지속적이고 재발되는 신체적, 직업적 문제, 또는 인터넷 사용으로 야기되거나 악화되는 심리적 문제가 있다는 사실을 알면서도 인터넷 사용을 계속함

4) 국내 게임 과몰입 현황

한국정보문화진흥원(2006년)이 국회 과학기술정보통신위원회에 제출한 '인터넷 중독 상담현황'에 따르면 게임중독 상담이 전체 상담 건수의 78%인 18,706건으로 가장 많았으며 이는 지난 2002년 대비 10배가 증가한 수치로 채팅(1,176건)과 메신저(870건), 검색(557건)순으로 상담 건수가 많은 것으로 보고되었다. 한국정보문화산업진흥원(2006)은 게임중독 척도를 개발하여 모두 20문항 4점 척도로 구성하였으며 0점부터 80점까지 측정될 수 있다. 초등학생의 경우 총점이 35점 이하는 '일반사용자'로, 36~45점은 '잠재적 위험사용자'로. 46점 이상은 '고위험사용자'로 구분되고, 중·고등학생은 37점 이하를 '일반사용자'로, 38~48점은 '잠재적 위험사용자'로, 49점 이상은 '고위험사용자'로 구분했다. 성별, 교급, 권역별 게임중독 수준의 비율을 다음과 같다.

[표3] 게임중독 수준의 비율 (단위:빈도(백분율))

구분		일반군	잠재적위험군	고위험군	무응답	계
전체		8,185(89.2)	594(6.5)	226(2.5)	175(1.9)	9,180
성별	남	4,083(84.2)	470(9.7)	177(3.7)	119(2.5)	4,849
	여	4,102(94.7)	124(2.9)	49(1.1)	56(1.3)	4,331
교급	초등학교	2,427(90.5)	138(5.1)	61(2.3)	55(2.1)	2,681
	중학교	2,823(88.2)	228(7.1)	87(2.7)	63(2.0)	3,201
	고등학교	2,935(89.0)	228(6.9)	78(2.4)	57(1.7)	3,298
권역	특별시	1,381(89.3)	93(6.0)	38(2.5)	34(2.2)	1,546
	광역시	2,656(88.7)	205(6.8)	38(1.3)	62(2.1)	2,995
	시·군	4,148(89.4)	296(6.4)	116(2.5)	79(1.7)	4,639

조사 결과에 의하면, 초등학교 4학년부터 고등학교 3학년까지 게임중독 고위험군으로 구분된 학생은 226명(2.5%), 잠재적위험군은 594명(6.5%), 일반사용자는 8,185명(89.2%)로 나타났다. 성별로는 잠재적위험군이 남자 9.7%, 여자 2.9%, 고위험군이 남자 3.7%, 여자 1.1%로 남자가 여자보다 많았다. 교급별로는 잠재적위험군이 초등학생 5.1%, 중학생 7.1%, 고등학생 6.9%, 고위험군이 초등학생 2.3%, 중학생 2.7%, 고등학생 2.4%로 나타나 중학생이 가장 많았다. 권역별로는

고위험군이 특별시 2.5%, 광역시 1.3%, 시·군 1.7%로 나타나 특별시가 가장 많았고, 잠재적위험군은 특별시 6.0%, 광역시 6.8%, 시·군 6.4%로 나타나 광역시가 가장 많았다. 연구에서 사용한 게임중독 진단 척도 점수의 성별, 교급, 권역별 차이를 분석한 결과 다음과 같다.

[표4] 게임중독 수준의 비율 (단위:빈도(백분율))

전체	성별		교급			권역		
	남	여	a)초	b)중	c)고	a)서울	b)광역	c)시군
25.56 (8.64)	29.04 (9.03)	23.78 (7.22)	25.64 (7.82)	27.33 (8.91)	26.56 (8.92)	26.38 (8.87)	26.93 (9.32)	26.39 (8.07)
	t=30.93**		F=27.97**		b>c>a	F=4.031*		b>c

* p<.05, ** p<.01, ( ) 안은 표준편차

게임중독 진단 총점은 남자의 경우 29.04점으로 여자의 23.78점보다 높게 나타났고, 성별 간 통계적으로 유의미한 차이가 확인되었다. 이러한 결과는 예상되었던 것으로 남자가 여자보다 게임중독의 수준에서 더 심하다는 것이 확인된 것이다. 교급에 따라서 게임중독 진단 총점의 평균은 중학교 27.33점으로 가장 높았고, 초등학교가 25.64점으로 가장 낮았다. 교급에 따른 집단 수준 간 통계적으로 유의미한 차이가 확인되었고, 사후검증 결과 중학교, 고등학교, 초등학교 순으로 그 차이가 확인되었다.

권역에 따라서 게임중독 진단 총점은 26.38 ~ 26.93점으로 거의 비슷하게 나타났다. 권역에 따른 집단 수준 간에는 광역시와 시·군에서 통계적으로 유의미한 차이가 확인되었으나, 실제 평균점수의 차이는 0.54점으로 크지 않았다. 이러한 결과를 종합해 보면, 잠재적 위험군과 고위험군의 경우 남자 중학생, 남자 고등학생, 남자 초등학생 순으로 많게 나타나 남자 청소년들이 게임 이외에 여가를 활용할 수 있는 대책이 시급한 것으로 판단된다.

게임과몰입에 대한 언론사례를 살펴보면 부산일보(2005.9.13)의 기사에서는 인터넷 게임중독 정도가 국내에서 매우 심각한 문제로 대두되고 있다고 하였다. 즉, 인터넷 게임에 과도하게 몰입하면서 잠을 자지 않고 인터넷 게임을 지속적으로 하는 경우가 많아짐으로써 극도의 피로가 축적되고 고도의 긴장감을 느끼며, 장시간의 게임사용으로 사망에까지 이르는 사례를 보도하였다. 또한, 연합뉴스(2010.2.18)는 최근 온라인게임에 빠진 부부가 생후 3개월 된 딸을 굶겨 죽이는가 하면 게임에 중독된 20대 청년은 자신을 꾸중하는 친어머니를 살해하는 패륜을 저지른 뒤 어머니 신용카드를 들고 나와 태연히 다시 게임을 했고 닷새 동안 게임만 하던 30대 남성은 돌연사 했다. 게임중독과 관련해 살인, 사망 사고가 발생한 것은 이번이 처음도 아니다. 가까운 사례를 보면 지난해 7월 익산에서는 게임에 빠져 가정을 소홀히 한 홀어머니를 둔기로 살해한 20대 청년이 있었고 같은 달 부산에서는 식사도 거른채 컴퓨터게임에 몰두하다 영양실조로 숨진 채 발견된 30대 실직자도 있었다. 또 작년 5월 서울에서는 20대 청년이 게임비용을 마련하려고 옆집 할머니 집에 침입해 흉기로 살인을 저지른 뒤 가방을 뒤져 단돈 700원을 훔쳐 나온 사건도 있었다. 게임중독이란 것이 얼마나 인격 파괴적이며 비상식적인 행동을 유발하는지 여실히 보여주는 사례들이다.

5) 게임 과몰입 예방활동 현황

(1) 정부차원 예방활동 현황

2005년 1월 보건복지가족부(당시 국가청소년위원회)는 '사이버상 청소년 보호 종합대책'을 마련하고 사이버 건전 문화 조성을 위한 정부 부처 간 협력 체제를 마련하여, 청소년 사이버 관련 역기능 예방·치료·재활지원·건전 사이버문화 형성 및 보급을 위한 노력을 전개하였다. 지난, 2010년 4월에는 문화체육관광부에서 게임 과몰입 종합대책이 발표되었다. 핵심내용으로는 게임 과몰입 대응을 위한 범사회적 노력 강화, 콘텐츠산업 패러다임 변화에 적극 대응하도록 게임산업 지원 강화, 건강한 게임문화 조성'과 '게임산업 지속성장 기반 강화'를 목표로 5대(안전 게임이용 환경 구축, 체계적인 실태조사 및 진단, 게임 과몰입 상담치료 기반 강화, 게임문화교육 강화, 범사회적 협력 시스템 구축) 중점과제 설정, 게임이용시간 제한을 위한 예방적 기술조치 도입(심야시간 셧다운제), 본인인증 강화를 통한 주민번호 도용 방지, 주민번호별 게임가입 확인 포털, 자녀 게임이용 관리서비스 등 가정에서의 효율적인 자녀 게임이용 지도 및 관리 시스템 마련, 게임아이템 현금거래에 대한 합리적인 규율 추진, 게임업계 자율로 올해 중 100억원 규모 '게임문화기금' 조성, '게임 과몰입 대응 협의회' 운영 및 시민단체의 모니터링 지원, 과몰입 예방 및 해소 대책의 실효성 담보를 위한 법제도적 장치 마련, 게임산업의 지속성장을 위한 지원 확대 추진 등이 주요내용이다.

(2) 민간차원 예방활동 현황

국내 게임대형포털사를 중심으로 건전한 게임문화 조성을 위해 다양한 방식의 이벤트와 교육 등이 진행되고 있다. 또한, 게임기업의 사회적 책임에 대한 관심이 늘어나고 있어 사회봉사활동이나 사회적 약자를 위한 기부활동 등이 증가하고 있는 추세이다.

[표5] 국내 게임기업 사회공헌 활동 현황

게임기업	활동내용
그라비티	그라비티 이웃돕기 애장품 경매이벤트
네오위즈 게임즈	신입사원, 전사 자원봉사 프로그램
	청소년을 위한 게임창작 워크숍
	장애인 기능경기대회 후원
	저소득층 아동돕기
	사회공헌 창의 프로그램
	청소년 소셜벤처 탐험
CJ인터넷	게임대중문화 교육 프로그램
	지방초등학교 지원 프로젝트 즐거운 배움터
	게임여가문화체험관 Happy Space 구축 사업
	도너스캠프 정기 기부금 후원
	인근지역 독거노인 도시락배달 경로식당 배식
	인근지역 지역아동센터 아동과 함께 하는 요리교실
	Co2 줄이기 숲 가꾸기
	게임산업의 미래전망과 진로교육 강연회
엔씨소프트	한국게임학회 학술대회 지원
	경기기능성게임페스티벌 후원
	한국문화산업학회 활동 후원
	유엔세계식량계획 모금 활동 지원
	아동복지 선덕원 인터넷실 후원
	개인정보보호 학술 활동 후원
NHN	고스톱 사랑나눔, 포커1% 나눔
	Give Day
	해피빈 농장
	한게임 사랑나눔 도서관
	화이트데이 마음 나누기
	사랑의 콩나무
엠게임	임직원 매칭펀드
	엠게임 사랑나눔 뉴스레터
	사랑의 루돌프 성금 전달식
	국내 결식 아동 결연
	소아아동과 함께하는 문화체험의 날
	사랑나눔 동전 트리
YD온라인	게임과몰입 치료사업
	사랑의 기금 전달
위메이드 엔터테인먼트	위메이드 사내봉사단 창설
	홍파장애인 복지관
	그린오피스 캠페인

3. 게임브랜드 연구

1) 국내 게임기업 매출순위

2009년 금융감독원 전자공시시스템(DART) 자료를 기초로 작성된 국내 게임기업들의 매출순위를 살펴보면 대형퍼블리셔 중심의 5대 포털이 30위권 전체매출의 74%를 차지하는 것을 볼 수 있다.

[표6] 2009년도 게임기업 매출순위

순위	회사명	2009년 매출액	비고
1	NHN	1조5,979억원	비순수게임기업
2	넥슨	7,037억원	
3	엔씨소프트	6,347억원	
4	네오위즈게임즈	2,772억원	
5	CJ인터넷	2,206억원	
6	KTH	1,795억원	비순수게임기업
7	액토즈소프트	1,382억원	
8	위메이드엔터테인먼트	1,063억원	
9	티쓰리엔터테인먼트	929억원	
10	나우콤	703억원	비순수게임기업
11	와이디온라인	586억원	
12	엠게임	559억원	
13	게임하이	515억원	
14	그라비티	439억원	
15	엔도어즈	403억원	
16	조이맥스	346억원	
17	드래곤플라이	344억원	
18	컴투스	317억원	
19	라이브플렉스	283억원	비순수게임기업
20	웹젠	278억원	
21	YNK코리아	277억원	
22	엔트리브소프트	247억원	
23	게임빌	244억원	
24	이스트소프트	243억원	비순수게임기업
25	JC엔터테인먼트	219억원	
26	윈디소프트	190억원	
27	구름인터렉티브	148억원	
28	알트원	110억원	
29	유니아나	104억원	
30	바른손게임즈	102억원	

※ 매출액 순위는 순수 게임기업 여부와 무방 (매출액은 연결실적 기준)

2) 국내 게임기업 브랜드유형 분류

게임기업의 브랜드는 타 산업분야와 마찬가지로 초기시장에서는 기업이 제공하는 상품이나 서비스 등의 가치가 상승하여 브랜드화 되고 상품의 집중도에 의한 기업의 각인효과에 의해 Name Value가 상승하는 특징을 보이고 있다. 대다수의 게임기업은 게임콘텐츠에 대한 상품 브랜드화 전략을 구사하고 있으며 대형화된 퍼블리셔 사업자들을 중심으로 포털개념의 브랜드화(한게임, 넷마블, 피망 등)를 추진 중에 있다.

국내 게임산업의 특성상 대형퍼블리셔를 중심으로 80%이상의 게임콘텐츠가 서비스되는 실정과 온라인게임을 중심으로 과몰입이 집중되어 있음을 감안하여 온라인게임 대형포털사 10개사에서 서비스되고 있는 게임을 장르별로 캐주얼, MMORPG, FPS, 스포츠, 보드게임으로 분류하였다.

또한, 게임기업의 브랜드 이미지와 서비스 품질 측정을 위하여 브랜드 이미지가 구매태도에 미치는 영향 연구 (정서란, 2004) 논문을 참고하여 브랜드의 특성을 효과적으로 분석하기 위한 5개(제품 차별화, 미학적 이미지 창출, 사회성 수용, 감성만족, 서비스)의 그룹 중 미학적 이미지 창출과 서비스 등을 참고하여 브랜드 이미지와 서비스 품질 측정변수를 구성하였다.

[표7] 온라인게임 대형포털사 분류

회사명	포털명	브랜드유형
넥슨	넥슨닷컴	· 초등생 유저 대상의 캐주얼게임 · 카트라이더, 메이플스토리, 마비노기 등
NHN	한게임	· 성인중심의 보드게임 · 고스톱, 포커, 테트리스 등
엔씨소프트	플레이엔씨	· MMORPG 중심의 액션게임 · 리니지1·2, 아이온 등
네오위즈게임즈	피망	· 보드 및 스포츠형 게임 · 피파, 슬러거, 스페셜포스, 고스톱, 포커 등
CJ인터넷	넷마블	· 보드 및 FPS 게임 · 서든어택, 대항해시대, 고스톱, 포커 등
액토즈소프트	오즈	· 중국계 회사 캐주얼 게임브랜드 · A3, 라테일, 라제스카 등
위메이드 엔터테인먼트	위메이드	· MMORPG 액션 게임 및 e스포츠게임단 · 미르의전설시리즈, 창천, 아발론 등
T3엔터테인먼트	한빛온	· 캐주얼 기능성 교육게임 최초 시도 · 오디션잉글리쉬, 헬게이트런던 등
yd온라인	yd온라인	· 캐주얼 댄스게임 · 오디션시리즈, 프리스톤테일, 패온라인 등
MGame	엠게임	· 보드 및 캐주얼 RPG게임 · 열혈강호, 귀혼, 아르고 등

Ⅲ. 연구모형과 가설

1. 연구모형의 설정

이상의 이론적 선행연구를 통해 본 연구에서는 국내 게임산업의 정의와 현황분석으로 미래시장의 고부가가치성을 확인하였고 게임이용자 형태 분석을 통한 게임과몰입 원인과 현황 및 예방활동 등에 대해 연구하였다.

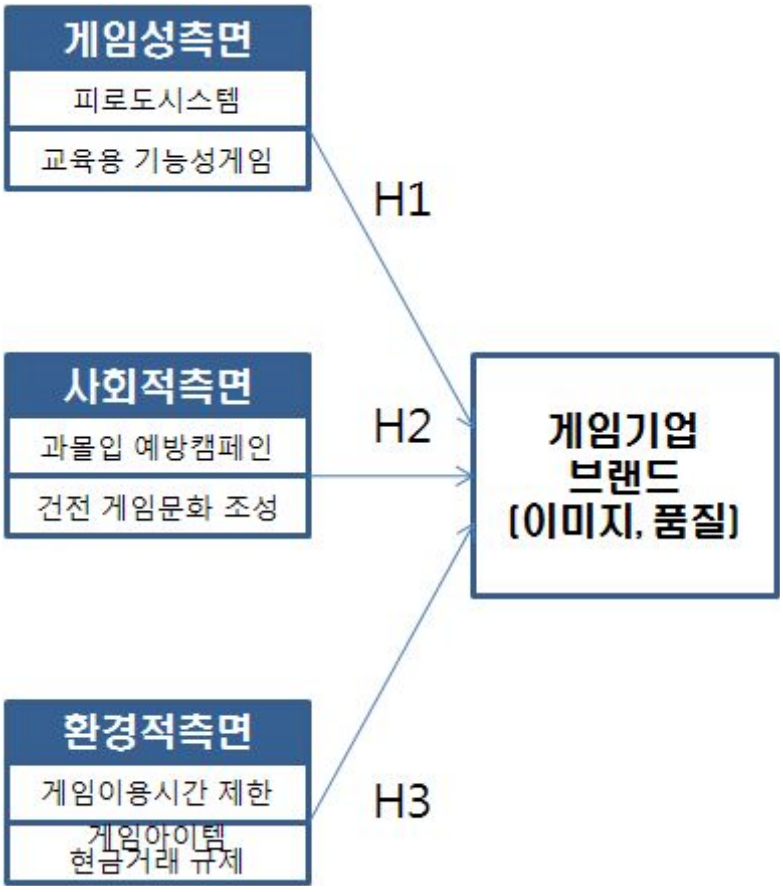
중독이란 어떤 특정한 활동에 지나치게 몰입을 함으로써 자신 스스로 쾌락적 만족감을 얻기 위해 반복하는 행위를 말한다. 그리고 정상적 생활이 제공해주지 못하는 과도한 쾌락의 추구로써 쾌락을 주는 중독 물질 없이는 기능 할 수 없는 어떤 특별한 경험에의 의존이다(Marie, 1977). 그리고 의학적인 측면에서 중독이란 중단하면 심한 감정적, 정신적, 심리적, 반응을 초래할 정도로 어떤 물질이나 습관, 행위에의 통제 불가능한 의존(이우주, 1990)이라는 점에서 게임과몰입이 주는 게임산업에 대한 부정적 인식수준은 심각한 수준이 이르러 있는게 현실이다.

이렇듯, 게임과몰입이 사회적으로 게임산업 발전에 장애 요인임을 감안했을 때 게임과몰입 예방활동들이 게임기업의 브랜드 이미지와 서비스 품질에 중요한 요소로 작용할 변수가 될 수 있다고 판단하였다. 이에 본 연구에서는 게임기업 브랜드 이미지와 서비스 품질에 영향을 미치는 과몰입 예방활동 요인들을 주요 변수로 하여 게임성측면과 사회적측면, 환경적측면으로 분류하여 제시하였다.

그 결과 게임내용과 관련이 깊은 게임성 측면에서는 피로도시스템 도입, 교육용 기능성게임 등의 구성개념을 도출하였다. 게임의 인식제고를 위한 사회적 측면에서는 과몰입 예방캠페인, 건전 게임 문화 조성활동 등으로 구성하였으며 법률 및 제도적인 부분의 환경적 측면에서는 게임이용시간 제한, 게임아이템 현금거래 규제 등으로 구성하였다.

이를 바탕으로 본 연구에서는 <그림8>과 같은 연구모형을 제시하였다.

[그림8] 연구모형의 설정



2. 연구가설의 제시

본 연구에서는 게임성측면의 과몰입 예방활동이 게임기업 브랜드이미지와 서비스 품질에 영향을 미치는 구성개념으로 피로도시스템, 교육용 기능성게임을 채택하였다.

H1. 게임성 측면의 과몰입 예방활동 요인이 게임기업 브랜드에 긍정적인 영향력을 미칠 것이다.
H1-1. 게임내에서 피로도시스템이 높을수록 게임기업 브랜드 이미지는 높아질 것이다. H1-2. 게임내에서 피로도시스템이 높을수록 게임기업 서비스 품질은 높아질 것이다 H1-3. 교육 목적의 기능성 게임서비스 빈도가 높을수록 게임기업 브랜드 이미지는 높아질 것이다. H1-4. 교육 목적의 기능성 게임서비스 빈도가 높을수록 게임기업 서비스 품질은 높아질 것이다.

게임과몰입은 게임이용시간과 밀접한 관련이 있으며 한국정보문화진흥원의 2007 인터넷 중독실태조사에 따른면 다음과 같이 조사되었다.

[표8] 2007 인터넷중독실태조사

구분	고위험 사용군	잠재적 위험사용군	일반 사용자군
주중 평균 이용시간	3.0시간	1.8시간	1.5시간
주말· 휴일 평균 이용시간	4.8시간	2.9시간	2.4시간

또한, Goldberg(1995)에 의한 인터넷 중독장애의 진단준거 요인 7가지 중 5가지가 이용시간과 관련되어 있어 이용자의 자발적 게임 이용시간 제한을 위한

피로도 시스템의 설문측정 근거로 제시하였다.

인터넷 게임중독 척도는 게임중독 여부를 파악하기 위해 김유정(2002)이 총 25문항으로 구성한 검사로 학업문제가 5문항으로 채택되었으며 서울시교육청이 서울교육종단연구의 일환으로 2010년 7월 서울지역 내 초등생 5,000명을 대상으로 학업성취도와 컴퓨터 게임 시간, 가정환경 등을 조사한 결과 하루 평균 컴퓨터게임 몰두 시간이 1시간 늘어날 때 마다 국영수 학업 성취도가 평균 2.384점씩 낮아진 것으로 나타났다. 게임으로 인한 부작용을 해소하기 위해 교육용게임이 부각되고 있으며 Malone과 Lepper가 주장한 게임 학습 환경에서 학습자를 내적으로 동기화 되도록 촉진시키는 7가지 요소인 도전, 호기심, 제어, 환상, 협력, 경쟁, 인지 요소를 토대로, 학습목표와 문제 상황, 문제해결 활동을 통해 몰입을 경험할 수 있는 요소들이 내재되어 있다(박형성, 백영균, 2009).

H2. 사회적 측면의 과몰입 예방활동 요인이 게임기업 브랜드에 긍정적인 영향력을 미칠 것이다.
H2-1. 게임과몰입 예방캠페인 빈도가 높을수록 게임기업 브랜드 이미지는 높아질 것이다. H2-2. 게임과몰입 예방캠페인 빈도가 높을수록 게임기업 서비스 품질은 높아질 것이다. H3-3. 건전 게임문화 조성활동 빈도가 높을수록 게임기업 브랜드 이미지는 높아질 것이다. H3-4. 건전 게임문화 조성활동 빈도가 높을수록 게임기업 서비스 품질은 높아질 것이다.

H.3. 환경적 측면의 과몰입 예방활동 요인이 게임기업 브랜드에 긍정적인 영향력을 미칠 것이다.
H3-1. 게임이용시간 제한시스템이 높을수록 게임기업 브랜드 이미지는 높아질 것이다. H3-2. 게임이용시간 제한시스템이 높을수록 게임기업 서비스 품질은 높아질 것이다. H3-3. 게임아이템 현금거래 규제가 높을수록 게임기업 브랜드 이미지는 높아질 것이다. H3-4. 게임아이템 현금거래 규제가 높을수록 게임기업 서비스 품질은 높아질 것이다.

2010년 4월 12일 발표된 문화체육관광부 게임과몰입 대응 종합대책 발표 자료에 수록된 청소년 심야시간 접속제한 (숏다운제), 게임아이템현금거래 제한, 자녀의 게임이용 관리시스템을 통하여 부모가 자녀의 게임이용내역을 지도 및 관리할 수 있는 모니터링 강화 등의 내용을 담은 종합대책이 발표되었다. 위의 모든 대책은 게임이용 시간 과다에 따른 중독을 예방하고자 하는 조치로 해석되며 위에서 언급한 것처럼 Goldberg(1995)에 의한 인터넷 중독장애의 진단준거 요인 7가지 중 5가지가 이용시간과 관련되어 있다.

종속변수인 브랜드이미지는 브랜드이미지가 구매태도에 미치는 영향 연구(정서란, 2004) 논문에서 브랜드특성을 효과적으로 분석하기 위하여 관련성이 높은 20개 요인들을 제시하고 5개의 그룹핑을 실증분석한 결과 4가지 그룹(제품차별화, 미학적 이미지 창출, 사회성 수용, 감성만족, 서비스품질)이 유의미한 결과가 도출되었다. 본 연구에서는 브랜드이미지와 서비스품질 2가지 항목을 참고하여 브랜드 이미지와 서비스 품질 측정도구로 사용하였다.

Ⅳ. 연구모형의 검증

1. 자료의 수집 및 표본의 특성

본 절에서는 연구모형을 실증하기 위한 자료의 수집 방법과 수집된 표본의 특성에 대하여 논하고자 한다. 먼저, 자료의 수집 방법에 대하여 논하고, 수집된 자료의 표본에 대한 응답자의 특성을 제시하고자 한다.

1) 자료의 수집

본 연구에서는 온라인게임을 이용하는 사용자를 대상으로 설문을 실시하였다. 본 연구에 사용된 설문 항목은 리커트형 5점 척도를 사용하였으며, 설문 응답에 대한 답변이 “전혀 아니다”의 경우에는 1을, “매우 그렇다“의 경우에는 5를 주는 방식으로 처리하였다. 설문은 2010년 10월 10부터 11월 20일까지 배포하여 총 130부를 회수하였다.

2) 표본의 특성

회수된 설문지 중 본 연구에서 채택한 130개의 유효 설문지에 대한 응답자의 특성을 살펴보면 <표 9>과 같다.

설문응답자 중 남자는 78.5%, 여자는 21.5%이고 연령대는 20~30대가 41.5%, 10~20대가 40%로 가장 많은 분포를 보였으며 다음으로 30~40대가 16.2%, 40~50대가 3%를 차지하고 있다. 응답자 중 학생이 54.6%로 가장 많았고 다음으로 회사원(23.8%)와 전문직(10%) 그리고 기타(11.5%) 직업으로 무급가족종사자, 공무원 등이 있었다. 주로 게임을 하는 장소로 집이 73.1%로 가장 높았으며 다음으로 PC방(20%), 학교(2.3%), 회사(1.5%) 그리고 기타(3.1)의 응답분포를 보였다. 응답자들이 주로 이용하는 게임 중 캐주얼 게임이 31.5%로 가장 높은 비율을 보였으며 다음으로 MMORPG(27.7%), 스포츠(18.5%), 보드(11.5) 마지막으로 FPS(10.8%) 순으로 나타났다.

[표9] 표본특성

요인	분류	표본수	비율(%)	요인	분류	표본수	비율(%)
성별	남	102	78.5	주게임 장소	집	95	73.1
	여	28	21.5		PC방	26	20.0
연령	10-20	52	40.0		학교	3	2.3
	20-30	54	41.5		회사	2	1.5
	30-40	21	16.2		기타	4	3.1
	40-50	3	2.3	주이용 게임 종류	캐주얼	41	31.5
직업	학생	71	54.6		MMORPG	36	27.7
	회사원	31	23.8		보드	15	11.5
	전문직	13	10.0		스포츠	24	18.5
	기타	15	11.5		FPS	14	10.8

2. 타당성 분석 및 신뢰성 분석

본 절에서는 연구의 타당성과 신뢰성에 대한 분석을 실시하고자 한다. 본 연구에서 실증모형을 검증하기 위해 여러 가지 측정항목들을 사용하였으며, 자료의 분석에 앞서 측정항목을 선별하고 정교화하는 과정이 필요하다. 이러한 정교화 과정은 측정항목의 선별과 정교화, 측정하고자하는 개념에 대한 일관성을 나타내는 신뢰성 분석과 정확성을 나타내는 타당성 분석으로 이루어지게 된다(Churchill, 1979). 타당성은 측정도구 자체가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 어느 정도로 정확하게 측정하였는가를 나타내며, 신뢰성은 측정자가 대상을 얼마나 정확하게 측정하고 있는가의 정도를 나타낸다.

1) 타당성 분석

타당성은 조사자가 측정하고자 하는 개념이나 속성을 측정하기 위하여 개발한 측정도구가 개념과 속성을 얼마나 정확히 측정하는가를 말한다(채서일, 2004). 이 연구에서는 복수 항목을 이용한 각 차원들에 대한 단일차원성, 수렴타당성, 판별타당성을 검증하기 위하여 탐색적 요인분석을 수행하였다. 탐색적 요인분석에서 얻어지는 여러 수치들은 연구변수들에 대한 각 측정항목의 신뢰성, 집중타당성, 판별타당성의 개괄적인 방향을 보여 줄 수 있기 때문에 많은 연구자들이 탐색적 요인분석을 측정항목의 사전평가에 사용하고 있다(소순후, 2004). 탐색적 요인분석을 통해 각 측정항목들이 하나의 요인으로 묶여져 나오는 가로 수렴타당성을 살펴볼 수 있고, 다른 개념을 측정하는 항목들과 별도의 요인으로 분리되어 도출되는지 여부로 판별타당성을 확인할 수 있으며, 요인적재량 및 공통성 값의 분석을 통해 항목들 간의 공통 변량의 부분을 개략적으로 판단할 수 있게 된다(Carmines and Zeller, 1979).

이 연구에서 탐색적 요인분석의 요인 추출방법으로는 정보의 손실을 최소화할 수 있는 주성분 분석을 이용하였고, 회전방식으로는 요인간의 독립성을 유지한 상태에서 해를 개선하는 직교회전법(Varimax)을 이용하였다.

(1) 독립변수에 대한 타당성 분석

독립변수에 대한 탐색적 요인분석 결과를 <표 10>에 제시하였다. 이 연구의 독립변수 추출을 위해 총 21개의 측정항목이 투입되었고 그 결과 게임성 측면(피로 시스템, 교육기능성 게임), 사회적 측면(과몰입 예방캠페인, 건전 게임문화 조성), 환경적 측면(게임이용시간 제한시스템, 게임아이템 현금거래규제)의 요인 6개가 추출되었다. 요인추출을 위해 환경적 측면의 게임이용시간 제한시스템에 대한 측정항목 6개중 2개 항목이 제거되었다.

타당성 평가를 위하여 해당 변수들에 대해서 직교회전법(Varimax)을 사용하여 요인분석을 실시하였다. <표 10>에 제시된 것과 같이 게임성 측면의 교육기능성게임과 피로도 시스템 각 변수의 고유값(Eigen Value)이 모두 1이상이었으며, 설명되는 누적분산이 65.01%로 연구변수의 타당성이 확보되었다.

[표10] 독립변수(게임성측면) 측정항목의 요인분석 결과

구 분			성 분	
			요인1	요인2
게임성 측면	교육기능성 게임	Gam_edu3	.844	-.011
		Gam_edu1	.829	.053
		Gam_edu2	.784	.031
	피로도 시스템	Gam_tir2	-.007	.830
		Gam_tir1	-.016	.775
		Gam_tir3	.095	.765
고유값(Eigen Value)			2.085	1.816
설명분산(%)			34.745	30.266
누적분산(%)			34.745	65.011

<표 11>은 사회적 측면의 과몰입 예방캠페인과 건전게임 문화조성변수에 대한 요인분석 결과로 과몰입예방 캠페인은 고유값(Eigen Value)이 1이상이었으며, 건전게임 문화조성 변수의 고유값(Eigen Value)은 0.913이다. 설명되는 누적분산은 67.872%로 나타났다.

[표11] 독립변수(사회적측면) 측정항목의 요인분석 결과

구 분			성 분	
			요인1	요인2
사회적 측면	과몰입 예방캠페인	Soci_cam2	.889	.091
		Soci_cam1	.839	.297
		Soci_cam3	.739	.434
	건전 게임문화 조성	Soci_hal2	.096	.863
		Soci_hal3	.378	.726
		Soci_hal1	.183	.538
고유값(Eigen Value)			3.159	.913
설명분산(%)			52.648	15.224
누적분산(%)			52.648	67.872

<표 12>는 환경적 측면의 게임이용시간 제한시스템과 게임아이템 현금거래 규제에 대한 요인분석 결과로 각 변수의 고유값(Eigen Value)이 모두 1이상이었으며, 설명되는 누적분산이 62.64%로 연구변수의 타당성이 확보되었다.

[표12] 독립변수(환경적측면) 측정항목의 요인분석 결과

구 분			성 분	
			요인1	요인2
환경적 측면	이용시간 제한시스템	Env_lim6	.852	.133
		Env_lim4	.758	.157
		Env_lim2	.748	-.047
		Env_lim3	.650	-.048
	아이템 현금거래 규제	Env_dea2	.028	.900
		Env_dea3	.181	.820
		Env_dea1	-.060	.734
고유값(Eigen Value)			2.513	1.872
설명분산(%)			35.895	26.745
누적분산(%)			35.895	62.640

(2) 종속변수에 대한 타당성 분석

종속변수에 대한 탐색적 요인분석 결과를 <표 13>에 제시하였다. 게임기업 브랜드 이미지와 서비스 품질에 대한 요인분석 결과로 각 변수의 고유값(Eigen Value)이 모두 1이상이었으며, 설명되는 누적분산이 62.64%로 연구변수의 타당성이 확보되었다.

타당성 평가를 위하여 해당 변수들에 대해서 직교회전법(Varimax)을 사용하여 요인분석을 실시하였다. <표 13>에 제시된 것과 같이 각 변수의 고유값(Eigen Value)이 모두 1 이상이었으며, 설명되는 누적분산이 77.4%로 연구변수의 타당성이 확보되었다.

[표13] 종속변수 측정항목의 요인분석 결과

구 분		성 분	
		요인1	요인2
서비스 품질	Img_qul1	.897	.079
	Img_qul2	.893	.115
이미지	Img_cre2	-.021	.928
	Img_cre1	.491	.612
고유값(Eigen Value)		2.090	1.007
설명분산(%)		52.257	25.169
누적분산(%)		52.257	77.426

3. 신뢰성 분석

신뢰성(Reliability)이란 유사한 측정도구 혹은 동일한 측정도구를 사용하여 동일한 개념을 측정했을 때 일관성 있는 결과를 얻는 것을 말한다(채서일, 2004). 다항목(Multi-Items)으로 측정된 이론변수는 이를 구성하는 측정항목들이 해당 이론변수를 적절하게 반영하고 있는지와 관련해서 신뢰성을 평가할 필요가 있다(Churchill, 1979). 신뢰성은 동일한 개념에 대하여 측정을 반복했을 때 나타나는 측정값의 분산을 의미한다. 신뢰성 측정방법에는 반복측정에 의한 방법, 항목분할방법, 내적 일관성 측정법 등의 방법이 있다. 일반적으로 다항목으로 구성된 이론변수들의 경우 구성하는 항목들이 해당 이론변수를 반영하는데 있어 내적 일관성을 갖고 있는가를 평가하기 위해 Cronbach's α계수에 의한 신뢰성 평가를 하는데, 본 연구에서도 신뢰성 평가를 위해 Cronbach's α계수를 사용하여 내적 일관성을 측정하였다.

일반적으로 사회과학 연구에서는 Cronbach's α계수가 0.6 이상이면 비교적 신뢰성이 높다고 보고 있다(채서일, 2004). 이 연구에서는 <표 14>에서와 같이 이미지 창출변수를 제외한 변수들의 Cronbach's 계수가 모두 0.6 이상으로 나타나 측정도구의 신뢰성을 보여주고 있다. 이미지 창출변수의 Cronbach's α계수는 0.49로 비교적 낮은 신뢰성을 보여주고 있으나 이 연구에서 사용한 측정도구는 선행연구를 통해 여러 번 검증된 측정도구이므로 이 연구에서도 측정도구로 사용하기로 하였다.

[표14] 신뢰성 분석 결과

항 목		최종항목수	Cronbach's α
독립변수	피로도 시스템	3	.699
	교육기능성 게임	3	.748
	과몰입 예방캠페인	3	.836
	건전 게임문화조성	3	.598
	이용시간 제안시스템	4	.752
	아이템현금거래 규제	3	.758
종속변수	브랜드이미지	2	.490
	서비스 품질	2	.810

Ⅴ. 가설의 검정

본 연구에서 가설의 검정은 상관관계 분석과 회귀분석의 두 가지 방법을 실시하였다. 상관관계 분석을 통하여 기초적인 검증을 수행하고, 회귀분석을 통하여 최종 검증을 수행하였다.

1. 상관관계 분석

상관관계(Correlation) 분석은 측정하고자 하는 변수들 간의 관련성을 알고자 하기 위해서 사용된다. 즉, 측정변수 간의 상호관련성 여부 및 관련성 정도를 알고자 할 때 이용하는 분석방법이다(채서일, 2004). 상관계수의 절대값이 0.2이하이면 상관관계가 없거나 무시해도 좋은 수준이며, 0.4정도이면 약한 상관관계, 0.7이상이면 강한 상관관계로 볼 수 있다(채서일, 2004).

이 연구에서 측정된 7개 변수 간의 상관관계에 대하여 피어슨상관 분석을 실시하였으며, 그 결과를 <표 15>에 제시하였다. 대부분의 변수들 사이의 상관관계는 0.4 수준의 약한 상관관계를 보이고 있으며, 건전게임 문화조성변수와 과몰입예방 캠페인 변수 사이의 상관관계가 0.55로 가장 높은 상관관계를 보이고 있다.

회귀분석은 독립변수와 종속변수 사이에 선형적 관계를 가정하며, 독립변수 사이에 완전하거나 강한 상관관계가 있을 경우 다중공선성(Multicollinearity) 문제를 고려해야 한다(채서일, 2004). 일반적으로 상관계수가 0.9 이상이면 독립변수 사이에 다중공선성의 우려가 있다고 판단한다(Hair et al., 1995). 본 연구에 이용된 변수들 간의 상관관계는 <표 15>에 나타나 있는 것과 같이 상관계수의 절대값들이 0.5 이하를 보이고 있으므로 다중공선성의 위협은 없는 것으로 판단된다.

[표15] 상관관계 분석 결과

연구변수	1	2	3	4	5	6	7
피로도 시스템							
교육기능성 게임	.062						
과몰입 예방캠페인	.089	.064					
건전게임 문화조성	.015	.303**	.550**				
이용시간 제한시스템	-.029	.198*	.102	.426**			
아이템현금거래 규제	.096	-.025	.400**	.224*	.135		
브랜드이미지	.180*	.014	.273**	.082	-.006	.284**	
서비스 품질	-.050	.192*	.278**	.368**	.288**	.315**	.343**

**. p < 0.01, *. p < 0.05

2. 회귀분석

회귀분석을 위해서는 원칙적으로 종속변수와 독립변수 모두 등간척도나 비율척도로 측정된 변수이어야 한다. 회귀분석의 결과를 통해 독립변수와 종속변수 간의 상관관계와 유의수준, 상관관계의 방향성을 파악할 수 있다. 회귀분석에서 가장 기본적인 방법은 OLS(Ordinary Least Square) 분석이며, 이는 관측치와 회귀분석에 의한 예측치와의 오차를 최소화 하는 방향으로 회귀분석 결과를 최적화 하는 방식을 사용한다.

이 연구에서는 게임과몰입 예방활동이 게임기업 브랜드 이미지와 서비스 품질에 미치는 영향관계를 알아보고자 실시한 연구로 게임성 측면에서 피로도 시스템과 교육기능성 게임변수, 사회적 측면에서는 과몰입 예방캠페인과 건전게임

문화조성, 환경적 측면에서 게임이용시간 제한시스템과 게임아이템 현금거래 규제를 독립변수로 두고 게임기업 브랜드 이미지와 서비스 품질을 종속변수로 하여 다중회귀분석을 실시하여 회귀분석의 결과를 <표 16>에 제시하였다.

[표16] 회귀분석 결과

연구변수		비표준화 계수		표준화 계수	t값	VIF	R2 (Sig. F)
독립변수	종속변수	B	표준오차	Beta			
피로도 시스템	이미지	.165	.085	.165	1.947*	1.02	.128 (.009)
교육기능성 게임		-.009	.090	-.009	-.102	1.13	
과몰입 예방캠페인		.179	.092	.179	1.942*	1.21	
건전게임 문화조성		-.076	.098	-.076	-.771	1.37	
이용시간 제한시스템		-.047	.095	-.047	-.492	1.26	
아이템현금거래 규제		.151	.092	.151	1.697	1.20	
피로도 시스템	서비스 품질	-.087	.081	-0.87	-1.08	1.02	.214 (.000)
교육기능성 게임		.114	.085	.114	1.34	1.13	
과몰입 예방캠페인		.097	.088	.097	1.10	1.21	
건전게임 문화조성		.167	.093	.167	1.79*	1.37	
이용시간 제한시스템		.189	.090	.189	2.10**	1.26	
아이템현금거래 규제		.234	.088	.234	2.66**	1.20	

**. $p < 0.05$, *.$p < 0.1$

게임기업 브랜드 이미지와 서비스 품질에 영향을 미치는 게임과몰입 예방활동 요인들(피로도 시스템, 교육기능성 게임, 과몰입 예방캠페인, 건전게임 문화조성, 이용시간 제한시스템, 아이템현금거래 규제) 중에서 피로도 시스템과 과몰입

예방캠페인이 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스 품질에 영향을 미치는 게임과몰입 예방활동 중 건전게임 문화조성, 이용시간 제한시스템, 아이템현금거래 규제 변수들이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이미지 변수에 대한 게임과몰입 예방활동 변수들의 설명력은 12.8%이며, 서비스 품질 변수에 대한 게임과몰입 예방활동 변수들의 설명력은 21.4%로 나타났다.

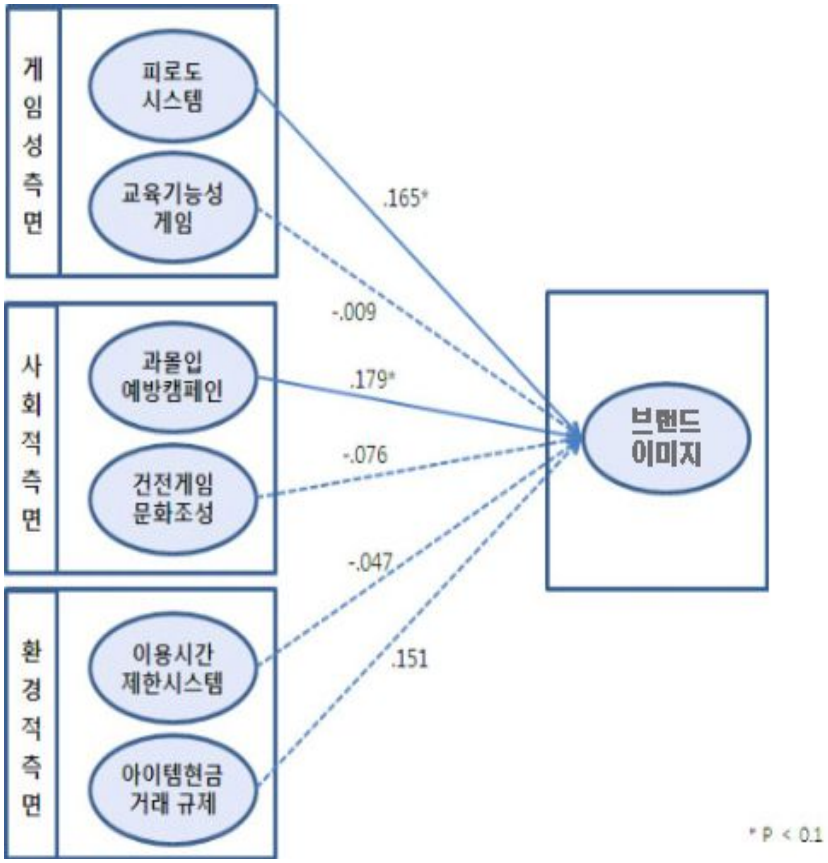
[표17] 연구가설의 검증 결과

연구가설		결과
H1-1	피로도 시스템 → 브랜드 이미지	**채택**
H1-2	피로도 시스템 → 서비스 품질	기각
H1-3	교육기능성 게임 → 브랜드 이미지	기각
H1-4	교육기능성 게임 → 서비스 품질	기각
H2-1	과몰입 예방캠페인 → 브랜드 이미지	**채택**
H2-2	과몰입 예방캠페인 → 서비스 품질	기각
H2-3	건전게임 문화조성 → 브랜드 이미지	기각
H2-4	건전게임 문화조성 → 서비스 품질	**채택**
H3-1	이용시간 제한시스템 → 브랜드 이미지	기각
H3-2	이용시간 제한시스템 → 서비스 품질	**채택**
H3-3	아이템현금거래 규제 → 브랜드 이미지	기각
H3-4	아이템현금거래 규제 → 서비스 품질	**채택**

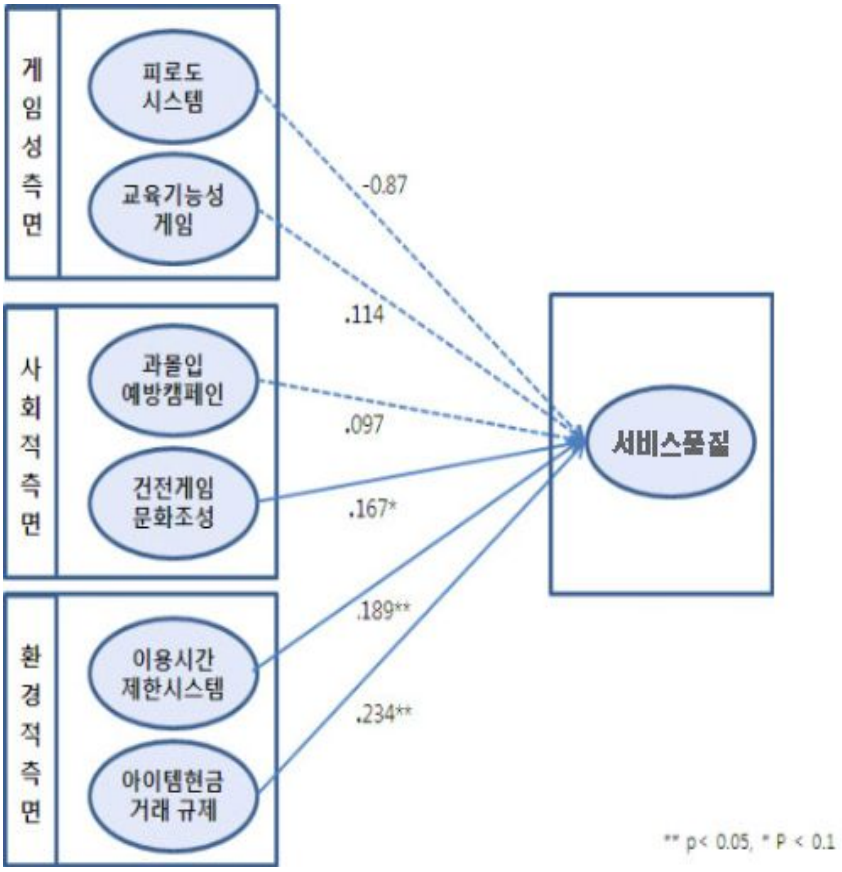
<표 17>의 연구가설의 검증 결과에 제시하였듯이 가설 H1-1, H2-1, H2-4, H3-2, H3-4는 채택되었고, 가설 H1-2, H1-3, H1-4, H2-2, H2-3, H3-1, H3-3은 기각되었다.

<그림 9>과 <그림 10>는 표준화 회귀계수(Beta)를 이용하여 연구변수 간의 영향관계를 보여주고 있다.

[그림 9] 게임과몰입 예방활동 변수와 브랜드 이미지 간의 영향 관계



[그림 10] 게임과몰입 예방활동 변수와 서비스 품질 간의 영향 관계



Ⅵ. 결론

1. 연구결과 요약 및 의의

게임산업은 지식기반의 고부가가치 산업으로 국가경쟁력 제고를 위해 집중적으로 육성해야 할 전략산업이지만 최근, 사회적으로 큰 문제를 가져온 게임 과몰입 사건 등은 국내 게임산업에 바다이야기 이후 제2의 위기로 다가오고 있다. 산업적 도약시기에 발목을 잡은 게임과몰입에 대한 사회적 문제를 인식하고 게임기업들의 예방 활동 요인이 브랜드이미지에 끼치는 영향 연구를 통해 게임기업들이 자발적으로 사회적 역 기능들을 해결해 나가고 건전한 게임문화 조성을 통해 글로벌 경쟁력을 갖춘 국내의 게임산업으로 거듭나길 바란다.

본 연구에서는 게임과몰입이 사회적으로 게임산업 발전에 장애 요인임을 감안했을때 게임과몰입 예방활동들이 게임기업 브랜드 이미지와 서비스 품질에 중요한 요소로 작용할 변수가 될 수 있다고 판단하였다. 이에 게임기업 브랜드 이미지와 서비스 품질에 영향을 미치는 과몰입 예방활동 요인들을 독립변수로 하여 게임성측면과 사회적측면, 환경적측면으로 분류하여 제시하였다. 그 결과 게임내용과 관련이 깊은 게임성 측면에서는 피로도시스템, 교육용 기능성게임 등의 구성개념을 도출하였다. 게임의 인식제고를 위한 사회적 측면에서는 과몰입 예방캠페인, 건전 게임문화 조성활동 등으로 구성하였으며 법률 및 제도적인 부분의 환경적 측면에서는 게임이용시간 제한, 게임아이템 현금거래 규제 등으로 구성하였다. 종속변수인 이미지와 서비스 품질은 브랜드이미지가 구매태도에 미치는 영향 연구 (정서란, 2004) 에서 제시한 브랜드이미지와 서비스품질 2가지 항목을 이용하여 연구모형을 제시하고 가설 검증을 실시하였다.

그 결과 게임기업 브랜드 이미지와 서비스 품질에 영향을 미치는 게임과몰입 예방활동 요인들(피로도 시스템, 교육기능성 게임, 과몰입 예방캠페인, 건전게임 문화조성, 이용시간 제한시스템, 아이템현금거래 규제) 중에서 피로도 시스템

과 과몰입 예방캠페인이 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 서비스 품질에 영향을 미치는 게임과몰입 예방활동 중 건전게임 문화조성, 이용시간 제한시스템, 아이템현금거래 규제 변수들이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이미지 변수에 대한 게임과몰입 예방활동 변수들의 설명력은 12.8%이며, 서비스 품질 변수에 대한 게임과몰입 예방활동 변수들의 설명력은 21.4%로 나타났다.

2. 연구의 한계점 및 추후 연구방향

본 연구의 한계점은 다음과 같다.

첫째, 게임과몰입 예방활동 요인은 본 연구에서 제시된 요인보다 훨씬 다양한 요인들이 존재하며 외부적 환경변화에 따라 새로운 요인들을 분석하고 시기적절하게 연구진행이 고려되어야 할 것이다.

둘째, 응답자 수집과정에서 게임과몰입 잠재 계층에 대한 심층적인 설문이 이루어졌어야 하나 다양한 일반계층을 상대로 한 표본추출은 본 연구의 결과를 일반화하는 데는 무리가 따를 수 있다.

셋째, 본 연구의 주요 개념인 게임이미지 및 게임 영향요인에 대한 일부 문항들의 경우 신뢰도가 낮다는 한계점이 있다. 따라서 향후 연구에서는 게임산업에 대한 전반적인 내용들을 토대로 게임이미지 및 게임관련 요소들을 정확하게 측정할 수 있는 문항들 개발이 추가적으로 보완될 필요가 있다.

향후, 게임과몰입 잠재계층에 대한 집중적인 자료수집으로 위에 대한 사항들이 보완된다면 국내 게임산업의 인식제고와 건전한 게임문화조성을 위한 연구자료로서 의의가 있을 것으로 기대된다.

참고문헌

김도윤(2002), “온라인게임 이용자의 몰입 경험 측정에 관한 연구,“ 한국외국어대학교 대학원 석사학위논문.

금융감독원(2009), 전자공시시스템(DART).

박형성, 백영균(2009), “교육용 게임에서 맥락의 의미 고찰,” 9(4), pp. 12-17.

부산일보(2005.9.13), 게임중독 무엇이 문제인가.

소순후(2004), “공급사슬 파트너십의 구조적 관계 모형에 대한 실증적 연구,” 전남대학 교 경영학과 박사학위논문.

이형록, 강경명, 이승희, 이진무, 최은혜(2008), “게임기획자 바이블,” 진한M&B.

연합뉴스(2010.3.8), 정부 게임과몰입 종합대책 강화한다.

유승호, 신영철, 정의준, 양소연, 김영선(2002), “게임몰입증(게임중독)의 현황과 대처방안,“ 게임종합지원센터.

윤성현(2006), “다사용자 온라인 롤플레잉 게임의 평균체류시간 요인분석,“ 추계예술대학교 문화예술경영대학원 석사학위논문.

조춘범(2001), “청소년의 인터넷 중독과 가정 및 학교환경과의 관계에 관한 연구,” 경희대학교대학원 석사학위논문.

정서란, 이진호(2004), “브랜드이미지가 구매태도에 미치는 영향 연구,“ 동서대학교 디지털 디자인학부 디자인학연구, 59(18), pp. 60-68.

정현성(2006), “인터넷 게임중독의 선행요인과 그 영향에 대한 연구,” 경남대학교 e-Business학과 석사학위논문.

채서일(2004), “사회과학조사방법론,” 학현사.

최동성, 박성준, 김진우(2001), “고객 충성도에 영향을 미치는 온라인 게임의 중요요소에 대한 LISREL 모델 분석,“ 경영정보학연구, 11(3), pp. 60-68.

한국콘텐츠진흥원(2009), 2009 게임산업백서.

한국콘텐츠진흥원(2010), 2010 한일 게임이용자 조사보고서.

한국정보문화진흥원(2007), 2007 인터넷 중독실태조사.

한국청소년정책연구원(2003), 청소년의 게임중독 예방을 위한 가족단위 여가프로그램 활성화 방안.

광주정보문화산업진흥원(2005), 게임마케팅의 이해, 한국게임사관학교.

Churchill Jr, G.A.(1979), "A Paradigm for Developing Better Measures of Marketing Constructs," *Journal of Marketing Research*, 16(1), pp. 64-73.

Carmines, E.G., and Zeller, R.A.(1979), *Reliability and Validity Asessment, Sage Publications,* Beverly Hills, Calif.

Hair, J.F., Anderson, R., Tatham, R., and Black, W.(1995), *Multivariate Data Analysis with Readings*, 4th ed., Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Csikzentmihalyi, Mihaly and Isabela Csikzentmihalyi(1988), *Introduction to Part IV in Optimal Experience : Psychological Studies oh Flow in Consciousness, Mihaly, Csikzentmihalyi and Isabela Csikzentmihalyi, eds.,* Cambridge, Cambridge University Press.

Trevino, Linda Klebe and J. Webster. Trevino and Webster(1992), “Flow in Computer-mediated Communication,” *Communication Research*, 19(5), pp. 539-573.

Hoffman, Donna L. and Thomas P. Novak(1996), "The Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments : Conceptual Foundations," *Journal of Marketing*, 60(July), pp. 50-68.

Hoffman, Donna L, Thomas P. Novak and Y.F Yung(2000), "Measuring the Customer Experience in Online Environments : A Structural Modeling Approach," *Marketing Science*, Winter, 19(1), pp. 22-44.

설문지

안녕하십니까 !

본 설문은 귀하께서 이용하고 계신 게임에 대한 브랜드 이미지와 서비스 품질을 측정하기 위해 만들어졌습니다. 따라서, 문항에 대한 정답은 없으며 평소에 느끼는 감정을 솔직하게 응답하시면 됩니다.

귀하께서 응답해 주신 내용은 게임 과몰입 예방활동 요인이 게임기업 브랜드 이미지와 서비스 품질에 끼치는 영향을 살펴보는데 있어 매우 소중한 연구자료가 될 것입니다.

귀하의 응답내용은 연구 이외의 목적으로는 절대 사용되지 않을것이며 전체 자료로서 통계적으로만 이용될 것임을 약속드립니다.

성실한 답변을 부탁드리며, 혹시 의문사항이나 건의사항이 있을 경우 아래의 전화번호로 연락을 주십시오.

바쁘신 와중에 저의 연구에 도움을 주셔서 대단히 감사합니다.

2010년 10월 20일

조선대학교 경영대학원 경영학과
석사과정 : 임정호
지도교수 : 황윤용

※ 아래에 귀하가 최근 6개월 이내에 이용하셨던 게임을 기재하시고 이에 대한 응답을 해 주시기 바랍니다.

1. 귀하가 최근 6개월 이내에 이용하였던 게임명은 ? (　　)

--- 아래 부터는 위 게임을 상기하며 응답해 주시기 바랍니다 ---

○ 게임성 측면 설문

1. 일정시간의 게임 이용 시 게임 캐릭터가 피곤함을 느껴 움직임을 제약 받는다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

2. 일정시간의 게임 이용 시 더 이상의 경험치를 얻을 수 없다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

3. 일정시간의 게임 이용 시 휴식시간이 있어야만 정상적인 콘텐츠 이용이 가능하다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

4. 게임 내 교육적 내용이 담겨져 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

5. 내가 이용하는 게임은 창의력 개발에 유익하다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

6. 내가 이용하는 게임은 학습 성취도 달성에 도움이 된다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

○ 사회적 측면 설문

10. 내가 이용하는 게임의 게임기업은 게임과몰입 예방캠페인을 실천하고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

11. 게임 내 게임과몰입 예방캠페인 문구를 포함하고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

12. 내가 이용하는 게임은 광고매체를 통한 예방캠페인을 펼치고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

13. 게임 내 청소년에 유해한 요소들을 제거하고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

14. 내가 이용하는 게임은 건전 게임문화 조성을 위한 게임과몰입 상담치료를 진행하고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

15. 내가 이용하는 게임은 건전 게임문화 조성을 위한 교육프로그램에 참여하고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

○ 환경적 측면 설문

16. 게임이용시간 제한을 위한 게임 내 알림시스템이 되어있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

17. 연령층에 맞는 게임이용시간대가 도입되어 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

18. 게임이용시간에 따른 강제적 접속제한을 시행하고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

19. 게임 내 게임아이템 현금거래를 금지하고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

20. 불법 게임아이템 현금거래에 대한 ID계정을 제한하고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

21. 불법 게임아이템 현금거래에 대한 신고시스템이 되어 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

22. 부모가 자녀의 게임 이용시간을 조회할 수 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

23. 게임이용에 대한 본인인증이 잘 갖추어져 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

24. 부모에게 자녀의 게임이용시간을 알려주고 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

○ 브랜드이미지 및 서비스 품질

25. 게임기업이나 게임명이 독특하다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

26. 게임이용 가격이 저렴하다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

27. 게임 캐릭터가 귀엽거나 멋있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

28. 게임을 연상시키는 로고 등이 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

29. 같은 게임을 하고 있는 친구가 있다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

30. 내가 이용하는 게임이 다른 게임에 비해 우월하다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

31. 게임 서비스 품질이 우수하다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

32. 게임 내 불편사항에 대한 처리가 빠르다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

다음은 귀하의 일반적인 사항에 대한 질문입니다.

1, 귀하의 성별은 ? ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은 ?
① 10세미만 ② 10~20세 ③ 20~30세 ④ 30~40세 ⑤ 40~50세 ⑥ 50세 이상

3. 귀하의 직업은 ?
① 학생 ② 회사원 ③ 공무원 ④ 전문직 ⑤ 주부 ⑥ 자영업 ⑦ 기타( )

4. 주중 평균 게임 이용시간은 얼마나 되는가 ?
약 ( ) 시간 이상

5. 주말 평균 게임 이용시간은 얼마나 되는가 ?
약 ( ) 시간 이상

6. 귀하께서 사용하시는 게임을 주로 하는 장소는 ?
① 집 ② 학교 ③ 회사 ④ PC방 ⑤ 기타 ( )

7. 나는 게임을 다른 동료들에 비하여 많이 알고 있다고 생각한다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

8. 나는 게임에 친숙하다고 생각한다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

9. 나는 평소 게임에 관심이 많다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

10. 게임은 나에게 중요하다.

아니다		보통		그렇다
①	②	③	④	⑤

설문에 응답해 주셔서 감사합니다.