

# 자기결정성 이론을 통한 온라인 게임 몰입과 만족이 충성도에 미치는 영향

권두순<sup>a</sup> , 이상철<sup>b</sup> , 서영호<sup>a</sup>

<sup>a</sup> 경희대학교 경영대학

서울 동대문구 회기동 1

Tel: +82-2-961-0508, Fax: +82-2-961-0508, E-mail: {do20g,suhy}@khu.ac.kr

<sup>b</sup> 그리스도대학교 경영학부

서울 상서구 화곡6동 63

Tel: +82-2-2600-2591, Fax: +82-2-2600-2523, E-mail: leecho@kcu.ac.kr

## Abstract

본 연구는 자기결정성 이론에 대한 중요한 변수들이 내재적 동기인 몰입과 만족이 충성도에 영향을 미치는 요인들에 대한 인과관계를 실증 연구하고자 한다. 지금까지의 온라인 게임 연구들은 내재적 동기인 Flow가 만족과 충성도에 미치는 연구들이 주를 이루어 왔을 뿐, Flow에 미치는 영향변수에 대한 연구는 미비하였다. 이에 본 연구에서는 내재적 동기에 영향을 주는 요인들을 연구한 자기결정성 이론을 바탕으로, 자기결정성의 요인인 자율성, 유능성, 관계성이 몰입과 만족, 충성도에 미치는 인과관계를 연구하고자 한다.

## Keywords:

Online Game , Flow , Satisfaction , Loyalty , Self-Determination Theory

## 1. 서론

온라인 게임은 이제 단순한 오락의 개념을 넘어서 최신 멀티미디어 기술이 총망라된 콘텐츠로 현대사회의 대표적인 엔터테인먼트로서 글로벌 문화코드로 자리잡고 있으며[한국인터넷백서, 2009], 문화콘텐츠로서의 역할을 수행하는 게임산업은 상호작용의 특성을 가진 고도의 심리자극을 제공하는 엔터테인먼트 산업인 동시에 고부가가치 산업이면서, 특히 최근의 인터넷을 통한 네트워크 기술의 발전은 게임에서도 급속히 팽창하여 온라인 게임이 새로운 산업으로 각광받고 있다[이선로 외, 2006].

세계 게임 시장은 2007년 전년대비 22.3% 성장한 922.7억 달러규모를 형성하고 있으며, 2008년에는 약 1,068억 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다[대한민국 게임백서, 2008]. 국내는 세계 게임 시장에서 1위의 국가로 자리매김하고 있다. 국내 게임 시장 규모는 2005년 약 8조 6,000억원까지 성장했으나, 아케이드 게임의 사행성이 사회문제로 확대되면서 2006년과 2007년 연속으로 시장규모가 감소하였다[한국인터넷백서, 2009]. 이러한 국내 게임 산업의 시장규모가 감소함에도 불구하고 국내 온라인 게임 시장은 지속적으로 증가하고 있다. 또한 한게임, 넷마블, 피망, 넥슨, 엠게임 등 상위 5개 업체가 온라인 게임 시장의 90%를 차지하고 있으며[한국인터넷백서, 2007], 새로운 장르의 게임을 지속적으로 개발하고 온라인 게임 업체들이 정액제라는 게임 이용자들에게 매달 일정금액을 지불하고 무제한으로 온라인 게임을 사용할 수 있게 운영함으로써 게임 이용자들이 지속적으로 방문하도록 유도하고 있으며, 이를 통해 수익을 창출할 수 있다.

이러한 온라인 게임의 성장을 토대로 지난 십여년 동안 온라인 게임에 대한 수많은 연구가 진행되어 왔으나, 온라인게임의 기존의 논문들은 온라인 게임의 사용자 행동을 고려한 충성도에 초점이 맞추어져 왔다[최동성 외, 2001; 조남재 외, 2003; 김남희 외, 2003; 김정구 외, 2003; 이상철 외, 2003]. 하지만 기업의 입장에서는 온라인 게임을 긍정적이고 즐길 수 있도록 지속적으로 온라인 게임을 사용할 수 있게 온라인 게임 이용자들을 유도하기 위해서는 온라인 게임 이용자들의 심리적인 요소들을 깊이 있게 고려

해야 한다고 할 수 있다.

게임 개발자들이 온라인 게임 이용자들이 본질적인 심리가 무엇인지 파악하고 게임 이용자들이 스스로 중독이 되지 않게 자신이 게임을 건전하고 즐기면서 사용할 수 있도록 긍정적이고 자기 결정적인 사람이 될 수 있도록 심리적인 측면을 고려해 온라인 게임을 개발하여 온라인 게임 이용자들이 지속적으로 온라인 게임을 사용할 수 있도록 해야 한다. 온라인 게임 기업들의 입장에서는 온라인 게임을 발전시키기 위해서는 반드시 연구되어야 할 것은 온라인 게임 이용자의 심리적인 접근에 대한 통찰을 가지는 것이 필수요소라 할 수 있다. 이를 통해 본 연구에서는 최근 동기이론으로 주목 받고 있는 자기결정성 이론이라는 외재적 동기와 내재적 동기를 구분하는 것이 아닌 연속선상에서 외재적 동기와 내재적 동기로 갈수록 자기결정적인 사람이 된다고 할 수 있다는 이론을 온라인 게임 이용자들이 온라인 게임 특성인 이용 동기를 통해 온라인 게임을 지속적으로 사용하는 것으로 보고 있고, 그렇다면 이용자의 동기를 구체적으로 파악할 필요가 있다고 할 수 있다.

하지만 기존의 온라인 게임 이용 선행연구들은 동기를 외재적 동기와 내재적 동기를 구분해서 보았으며, 온라인 게임에서의 외재적 동기와 내재적 동기 연속선상에 있고 외재적 동기에서 내재적 동기로 갈수록 자기결정적인 사람이 된다는 자기결정성 이론에 관한 온라인 게임연구는 심리학 연구[Deci & Ryan, 2001]에서 이루어졌지만, 경영학적인 관점에서 접근하는 연구는 거의 없는 실정이라고 할 수 있다. 이를 통해 자기결정성 이론을 경영학적인 관점에 접근해야 할 필요성이 있다.

자기결정성이론은 기존의 동기이론에서의 내재적 동기를 강화하는 측면으로 볼 수 있으며, 자신 스스로가 개인의 조절능력을 통해 자율성 혹은 자기 결정적인 기능을 수행할 수 있도록 설명하므로 내재적 동기는 자율적 행위라고 할 수 있다. 즉 온라인 게임 이용자가 내재적 동기로 갈수록 자기 결정적이 되지만 외재적 동기가 되면 통제할 수 있다고 할 수 있다. 온라인 게임 이용자들이 게임을 이용함에 있어 통제를 하게 되면 온라인 게임 서비스에 불만을 갖고 온라인 게임 이용자 이탈할 가능성이 있다고 할 수 있다[이유민 외, 2008]. 또한 온라인 게임상에서 아이템을 통제하거나 미션을 수행시 이용자가 하기 어렵도록 만들어 온라인 게임 이용자들이 짜증을

내고 질리게 함으로써 온라인 게임 이용자가 기존의 게임에 적응하지 못하고 이탈하는 문제점이 발생하게 된다. 이를 통해 온라인 게임 상에서 자기 스스로가 결정적인 사람이 될 수 있도록 온라인 게임을 자율적으로 이용해야만 온라인 게임 이용자들이 즐거움을 느끼고 만족을 얻음으로써 온라인 게임을 지속적으로 이용하게 된다고 볼 수 있다. 또한 외재적 동기에서 내재적 동기로 갈수록 자기결정적인 사람 된다는 것과 내재적 동기는 즐거움을 가지고 있기 때문에 외재적 동기로 온라인 게임을 실증 검증하기 보다는 내재적 동기를 지닌 자기결정성이론을 제시하여 내재적 동기와 관련 있는 몰입과 만족이 인과관계가 측정하는 것이 중요한 의미라고 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 공동요인들이 무엇인지 연구하고자 하였다.

## 2. 이론적 배경 및 연구가설

### 2.1 온라인 게임 선행연구

기존 경영학 분야 연구에서는 자기결정성 이론은 비영리단체[박희화, 2009], 금융서비스[이유민, 2007], M-러닝[김동현, 2005]에서 연구가 되었지만, 자기결정성이론을 이용한 온라인 게임에 대한 연구는 거의 없다고 할 수 있다. 심리학 측면에서 온라인 게임에서의 자기결정성의 행위만 강조했었을 뿐 온라인 게임을 비즈니스 관점에서 접근한 것은 거의 연구가 되어 있지 않은 실정이다. 이를 통해 자기결정성 이론을 이용해 온라인 게임을 비즈니스 관점에서 접근할 필요성이 있다고 할 수 있다.

### 2.2 자기결정성 요인에 대한 이론적 고찰

자기결정성이란 개인이 스스로가 목적지향적, 자기를 통제할 수 있고 조절할 수 있고 자율적으로 움직

이게 할 수 있도록 하는 기술, 지식, 신념으로 통합하여 정의 할 수 있는데 자기결정적인 사람은 왜 해야 하는지, 어떻게 해야 되는지, 원하는 것을 얻기 위해 내 스스로를 조절하고 통제하고 자율적으로 실행할 수 있도록 노력해야 한다고 할 수 있다[Field et al., 1998; 이숙정 외, 2009].

자기결정성 이론은 개인의 성격 발달과 행동에 대한 자기 조절을 구분하기 위한 내적 근거의 중요성을 강조한 이론이면서 외재적 동기와 내재적 동기를 연속선상에서 볼 수 있다고 할 수 있다[Ryan & Deci, 2000]. 기존 동기이론에서의 연구에서는 외적인 보상이 주어질 때 동기가 나타난다는 외재적 동기와 태어나면서부터 스스로가 자율적이면서 조절하고 통제할 수 있는 동기가 나타난다는 내재적 동기간에 서로 대립되어 왔다[Deci & Ryan, 1985; 광소영 외, 2008;]. 하지만 Deci(1985)에서는 외재적 동기와 내재적 동기를 구분하지 않고 외재적 동기가 내재적 동기로 갈수록 자기결정성이 있다고 할 수 있으며, 또한 내재적 동기와 외재적 동기가 내면화 된다고 할 수 있다.

자기결정성 이론의 중요한 변수들을 살펴보면 개인의 본질적인 심리욕구인 자율성(Autonomy), 유능성(Competence), 관계성(Relatedness)에 영향을 주며, 이는 궁극적으로 개인의 행복감(Personal Well-being)과 건설적인 사회발전(Social Development)로부터 통합되고 성장함으로써 자기결정성 이론의 중요한 변수들이 자연적인 성향의 긍정적인 기능을 필수적으로 이용 가능 할 수 있도록 만들어졌다[Ryan & Deci 2000]. 이를 통해 자기결정성의 개인의 본질적인 심리욕구인 자율성(Autonomy), 유능성(Competence), 관계성(Relatedness)을 세부적으로 살펴본다.

**자율성(Autonomy)**은 선택의 경험을 가지고 있고 개인의 자유의지와 함께 행동하는 것을 말한다[Gagne & Deci, 2005]. 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, 1988; Gagne & Deci, 2005]. 이를 온라인 게임 상에서 적용해보면 온라인 게임 이용자가 개인의 캐릭터를 꾸미고, 아이템을 발굴하고 찾고, 서로 팔고 구매하고, 괴물을 죽이고, 미션을 수행하고 길을 찾음으로써 스스로가 자유의지에 따라

활동하면서 온라인 게임 상에서의 즐거움을 느낀다고 할 수 있다.

이를 통해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

**가설 1 : 온라인 게임 자율성은 몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.**

**가설 2 : 온라인 게임 자율성은 만족에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.**

**유능성(Competence)**은 기존 연구들의 자기효능감(Bandura, 1997) 이론과 연계해서 연구가 되었으며 [김아영 외, 2007], Deci(2000)은 유능성을 자기자존감, 현실감, 재창조, 성과의 의미와 연관되어 있으며, 제일 많이 유능성과 같은 수준에 보고 있고 연관이 되는 건 자기효능감이라고 할 수 있다. 이를 통해 사람들의 모든 활동으로부터 자기효능감 혹은 인지된 유능성을 같은 수준으로 보고 있다. 자기 효능감과 유능성은 같은 개념으로 유능성(Competence)은 동일한 개념의 자기효능감을 통해 자기 자신이 얼마나 유능하다고 느끼고, 특정행동을 실행하여 성과를 냈을 때 자신의 능력에 대한 자신감이라고 생각해 볼 수 있다[Bandura, 1997].

이를 통해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

**가설 3 : 온라인 게임 유능성은 몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.**

**가설 4 : 온라인 게임 유능성은 만족에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.**

**관계성(relatedness)**은 모든 현상 속에서 나 자신과 상대방이 지속적인 관계를 맺고 그룹을 형성하고 발전시키는 것을 말한다[Standage, 2003]. 관계성은 타인들과 연결되어 있다는 인식과 관련이 있으며, 타인과 함께 한다는 인식을 하면 내재적 동기는 높아진다[김주환 외, 2005]. 또한 관계성을 사회네트워크 관점에서 나타낼 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, 2007]. 예를 들면 온라인 게임상에서 어느 한 지점이나 장소에 끼리끼리 모여서 서로가 대화를 함으로써 관계가 구축될 수 있다고 할 수 있다.

이를 통해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

**가설 5 : 온라인 게임 관계성은 몰입에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.**

**가설 6 : 온라인 게임 관계성은 만족에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.**

### 2.3 몰입에 대한 이론적 고찰

**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, 2003]. 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 & Novak, 1996; 이상철 외, 2003]. 게임을 진행하는 과정에서 몰입은 일상생활 속에서 표현할 수 있는 일종의 상태로써 ‘완전히 푹 빠져드는 경험’, ‘흥미’, ‘호기심’, ‘즐거움’이라고 할 수 있다 [Csikszentimihalyi, 1990].

이를 통해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

**가설 7 : 온라인 게임 몰입은 만족에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.**

**가설 8 : 온라인 게임 몰입은 충성도에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.**

### 2.4 만족과 충성도에 대한 이론적 고찰

**만족(satisfaction)**은 소비자의 충족상태에 대한 반응으로서, 제품/서비스 특성, 또는 제품 서비스 자체가 소비에 대한 충족 상태를 유쾌한 수준에서 제공하거나, 제공하였는가에 대한 판단으로 정의하

고 있다. 따라서 몰입과 증독의 상태가 만족에 영향을 준다고 할 수 있다[이상철, 2003]. 온라인 게임에서의 만족은 일회적인 게임의 만족의 관점보다는 반복적인 방문을 통해 결과를 축적하고 유지하는 개념으로 보았으며, 사용자의 만족은 “시간의 경과에 따라 여러 번의 게임과정을 통하여 경험한 온라인 게임의 전반적인 평가”로 정의하고자 한다[엄명용, 2006]. 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.

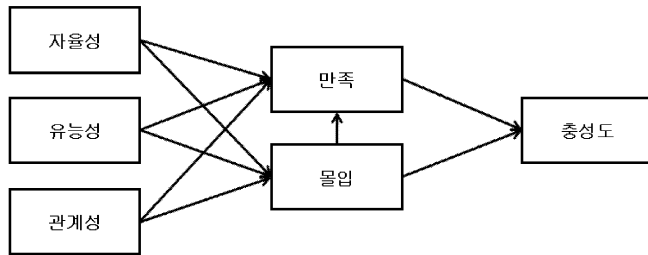
**충성도(Loyalty)**는 소비자들의 이전의 경험을 통해 제품에 대해서 긍정적으로 생각하게 되면 제품에 있는 인터넷 사이트를 재방문하고 제품을 재구입하는 고객의 의도라고 정의할 수 있다[Assael 2001; Harvey, 1999; 조남재 외, 2001]. 고객 충성도를 높이는 것은 기업의 이윤과 성과를 동시에 가져다주는 중요한 원천이라고 할 수 있다[김정구 외, 2003]. 온라인 게임에 있어서 충성도는 온라인 게임을 서비스하고 있는 기업의 매출과 높은 관련이 있다고 할 수 있으며, 대부분이 온라인 게임 이용자들이 얼마나 많은 시간을 온라인 게임을 이용했는가에 의해 시간당 요금이 결정되며, 사람들이 자사의 온라인 게임을 지속적으로 이용하게 되는가에 따라 매출에 결정적인 역할을 한다고 할 수 있다[최동성 외, 2001]. 이를 통해 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 할 수 있다[Ruyter and Wetzels, 1998; Mittal, 1998; 김남희, 2001; 이상철, 2003].

이를 통해 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

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

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 있다고 할 수 있다. 즉 자기결정성 변수들을 통해 몰입과 만족과 충성도를 높임으로써 건전하게 온라인 게임을 지속적으로 이용하는 것이 큰 의미라고 할 수 있겠다.



<그림 1> 연구모형

<표 1> 변수에 대한 조작적 정의

변 수	정 의	선행연구
자율성	자율성은 자기결정성 이론에서의 가장 중요한 높은 차원의 변수라고 할 수 있으며, 사람들이 자유의지에 따라 활동함으로써 사람들의 내면에서의 즐거움을 느끼고 찾을 수 있다고 정의할 수 있다.	Dworkin, 1988 Gagne & Deci, 2005
유능성	개인의 주변의 환경과 상호작용을 효과적으로 하는 것을 의미하며, 자신의 능력을 연마하고 확장시키는 만족을 경험하기 위한 욕구라고 정의할 수 있다.	Deci & Ryan, 1985
관계성	유의미한 타인들과 연결되어 있다는 느낌을 정의할 수 있다.	Standage et al., 2003
몰입	현재 경험을 가장 긍정적으로 해석하여 최적의 경험을 하고 있다고 느끼고, 게임을 통해 즐거움을 느끼며 게임에 사용에 대한 통제가 가능한 상태라고 정의할 수 있다.	이상철 외, 2003
만족	제품이나 서비스 자체가 소비에 대한 충족상태를 즐거운 수준에서 제공하거나, 제공하였는가에 대한 판단으로 정의, 즐거움을 느끼는 상태라고 정의할 수 있다.	Oliver, 1997
충성도	소비자들의 이전 경험과 미래에 대한 기대를 기반으로 인터넷 사이트를 재방문하고자 하는 고객의 의도라고 정의할 수 있다.	Assael 2001; Harvey, 1999; 조남재 외, 2001

**References**

[1] 김용학(2007), 개정판 사회 연결망 이론, 서울, 학연사  
 [2] 박희화(2009), “비영리단체에 대한 자선충동의 동기가 충성도에 미치는 영향에 관한 연구 : 자기결정성 이론을 중심으로,” 석사학위논문, 부산대학교

[3] 한국인터넷진흥원(2009), 2009 한국인터넷백서, 한국인터넷진흥원.  
 [4] 한국인터넷진흥원(2007), 2007 한국인터넷백서, 한국인터넷진흥원.  
 [5] 한국게임산업개발원(2008), 2008 대한민국 게임 백서, 한국게임산업개발원.  
 [6] 이선로, 노웅철(2006), “사용자의 특성이 온라인 게임 충성도에 미치는 영향에 관한 연구 자극추구성향을 중심으로,” 경영학연구, 25, 4, 1105-1130.  
 [7] 최동성, 박성준, 김진우(2001), “고객 충성도(Customer Loyalty)에 영향을 미치는 온라인 게임의 중요 요소에 대한 LISREL 모델 분석,” 경영정보학연구, 11, 3, 1-21.  
 [8] 조남재(2001), “온라인게임 충성도에 미치는 영향요인에 관한 연구,” 한국경영과학회지, 26, 2, 85-97.  
 [9] 김남희, 이상철, 서영호(2003), “한국 기업의 일본 인터넷 시장 진출 전략 :멀티그룹 구조분석(MSEM)을 이용한 한국과 일본의 온라인 게임 충성도 비교를 중심으로,” 품질경영학회지, 31, 1, 21-41  
 [10] 김정구, 박승배, 김규한(2003), "마케팅활동, 사회적 상호작용, 플로우가 온라인 게임의 애호도와 구전에 미치는 영향에 관한 연구 : 온라인 게임의 브랜드매력성과 브랜드일체감의 매개적 영향," 마케팅연구, 18, 3, 93-120  
 [11] 이상철, 김남희, 서영호(2003), “온라인 게임에 있어서 몰입과 중독이 사용자 만족과 충성도에 미치는 영향,” 경영학연구, 32, 5, 1479-1501  
 [12] 황재훈, 김동현(2005) “성공적인 m-Learning 구현을 위한 핵심 요인에 대한 연구” 한국데이터베이스학회·한국정보기술응용학회, 12, 3, 57-80  
 [13] 이종호, 김문태, 옥정원, 이유민(2008), “금융서비스에 대한 소비자의 inertia 동기에 영향을 주는 내재적 욕구에 관한 연구 :자기결정성 이론을 중심으로,” 서비스경영학회지, 9, 1, 3-24  
 [14] 이숙정, 유지현(2009), “여대생이 인식한 자기결정성이 진로스트레스와 진로장벽 및 진로 결정 수준에 미치는 영향,” 아시아여성연구, 48, 2, 35-64  
 [15]곽소영, 손은정(2008), “이성 관계에서 심리적 욕구충족이 관계만족에 미치는 영향 :내재적 동기와 갈등해결전략의 매개역할,” 한국심리

학회지 : 여성, 13, 2, 177-195

- [16] 엄명용(2010), “문화콘텐츠 확산에 관한 비교 문화적 연구: 한국과 영국의 온라인게임 콘텐츠를 중심으로,” 경영학연구, 39, 1, 2010, 81-106.
- [17] 김아영, 이명희, 전혜원, 이다솜, 임인혜(2007), “청소년이 지각하는 유능감 및 관계성과 비행 간의 종단적 관계 분석, 21, 4, 945-967.
- [18] 김주환, 이윤미, 김민규, 김은주(2006), “온라인 게임 중독의 유형과 원인에 관한 연구 : 자기결정성 이론을 중심으로”, 한국언론학보, 50, 5, 79-107
- [19] 유승호, 장원상(2002), “게임기획에의 활용을 위한 온라인게임 구성과 이용자성향의 비교 연구 : <리니지>를 중심으로,” 게임산업저널, 2, 65-88, 1738-2653
- [20] 김주환, 진보래, 최승범(2005), “관계적 자아 형성의 장으로서의 사회적 네트워크 어플리케이션 게임(SNAG),” 정보과학회지, 23, 6, 19-28 1015-9908
- [21] 황윤용, 이국용(2006), "e-biz 기술 : 온라인 게임의 계속적 이용요인에 대한 구조적 분석," e-비즈니스연구, 1229-9836
- [22] 엄명용, 김태웅(2006), “한국과 일본 온라인 게이머의 게임 만족도, 신뢰도, 온라인 게임 커뮤니티 인식에 관한 실증적 비교연구: 멀티그룹 공분산 구조분석을 중심으로”, 경영정보학연구, 16, 1, 104-125
- [23] 김정구, 박승배, 김규환(2003), “마케팅활동, 사회적 상호작용, 플로우가 온라인 게임의 애호도와 구전에 미치는 영향에 관한 연구: 온라인 게임의 브랜드매력성과 브랜드일체감의 매개적 영향,” 마케팅연구, 18, 3, 93-120
- [24] Field, S, Martin, J, Miller, R, Ward, M, & Wehmeyer, M. 1998. A practical guide to teaching self-determination, Austin, TX: PRO-ED.
- [25] Deci, E. L & Ryan, R. M(1985), Intrinsic motivation and self-determination in human behavior. New York: Plenum Press.
- [26] Ryan, R. M, & Deci, E. L.(2000b). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being, American Psychology, 52, 141-166
- [27] Deci, E. L, & Ryan, R. M.(2000). The 'What' and 'Why' of goal pursuits : Human needs and the self-determination of behavior. Psychological Inquiry, 11, 227~279
- [28] Marylene, Gagne, Edward, L. Deci(2005), Self-determination theory and work motivation, Journal of Organizational Behavior, 26, 331-362
- [29] Dworkin, G.(1988). The theory and practice of autonomy, New York: Cambridge University Press.
- [30] Bandura, A.(1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York: Freeman
- [31] Standage, Martyn; Duda, Joan L.; Ntoumanis, Nikos(2003), 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, 95, 1, 97-110.
- [32] White, Harrison, S. Boorman, and R. Breiger(1976), "Social Structure from Multiple Networks. I: Blockmodels of Roles and Positions," American Journal of Sociology, 81:730-780.
- [33] Csikszentmihalyi, M(1990), "Flow: The Psychology of Optimal Experience," Harper and Row.
- [34] Assael, H.(2001), "Consumer Behavior and Marketing Action," 6ed., Thomson.
- [35] Harvey, L.(1999), "Enabling Customer Loyalty for E-Businesses," White Paper, Patricia Seybold Group, Inc.
- [36] Ruyter, K and M. Wetzels(1998), "On the relationship between perceived service quality, service Loyalty and switching costs,' International Journal of Service Industry Management, 9, 436-445.
- [37] Mittal B.(1998), “Why do customers switch? The dynamics of satisfaction versus loyalty,' The Journal of Services Marketing, 12, 177-194.
- [38] Oliver, R.L.(1997), "Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer," McGraw-Hill.