

대학생의 여가활동에서 게임이 차지하는 비중에 관한 연구 -대구·경북지역을 중심으로-

이지훈⁰, 조성현*, 윤혁준**

계명대학교 게임모바일콘텐츠학과⁰, 홍익대학교 게임학부*, 계명대학교 게임모바일콘텐츠학과**
spring7777@kmu.ac.kr⁰, scho@hongik.ac.kr*, yhj3620@naver.com**

A Study on the Relative Importance of Games in Leisure Activities of University Students
-Emphasized in DaeGu, KyungBook-

Ji-Hun Lee⁰, Sung-Hyun Cho*, Hyeok-Jun Youn**

Dept. of Game & Mobile Contents, Keimyung Univ.⁰

Dept. of Games, Hongik Univ.*

Dept. of Game & Mobile Contents, Keimyung Univ.**

요 약

여가는 일상에 지친 피로를 풀어주는 데 매우 중요한 요소이다. 특히 주 5일제 근무로 인해 여가를 즐기려는 사람들의 다양한 욕구는 점점 증대되고 있다. 게임은 대학생들에게 하나의 새로운 여가 활동으로 자리 잡고 있다. 과거보다 대학생들은 게임에 대한 욕구가 다양해지고 새로운 것을 추구하지만 개발사들은 비용적인 부분 때문에 대학생들의 욕구를 크게 반영하지 못하고 있다. 이러한 차원에서 본 연구에서는 대학생들의 여가활동 중 게임이용에 대해 어떤 형태를 나타내는지 평가하는데 초점을 맞추었다. 그 결과 하루 평균 3시간미만의 여가활동 중 1~2시간가량 게임을 하고, 재미와 스트레스 해소에 도움이 되기 때문에 많이 이용하는 것으로 나타났다. 온라인 게임과 PC 게임 플랫폼을 좋아하고, 시뮬레이션 게임과 MMORPG를 즐겨하는 것으로 나타났다. 게임 이용시 보통 1~2만원 정도 지불하는 것으로 나타났다. 이와 같은 연구결과를 바탕으로 마케팅 방법을 제안하였다.

ABSTRACT

Leisure is a very essential factor to reduce our stresses in our daily life. As work pattern is changed to a five-day week, personal desire that wants to enjoy leisure has been getting increased. In such a context, game has been put down a root as a new leisure activity to undergraduate students. Desire for game to undergraduate students has been getting more various than it was in the past and they seek for something new. But game companies do not reflect the students' desires greatly more than expected and make only what the companies seek for. In this study, we have focused on the assessment about what types and patterns the students represent for game application during their leisure activities. And we propose marketing strategies based on our study results,

Keyword : Leisure, Game Marketing

1. 서 론

산업의 발달과 함께 경제 성장률은 대폭 증가되었다. 이는 과거 보다 삶의 질이 높아졌고, 일상생활이 여유로워 졌다는 것을 말해준다. 따라서 많은 사람들은 여가에 대한 관심이 증가되고, 주 5일제 근무 환경으로 인해 여가의 의미는 한층 더 높아졌다.

특히 대학생들의 여가 활동은 과거 육체적인 여가활동에서 점차 정신적인 여가 활동으로 변모하고 있다. 이는 IT의 발달과 함께 게임이 여가 활동 중 하나의 요소로 인식되고 있음을 보여주는 것이다. 게임사들은 많은 게임들을 개발하여 시장에 출시한다. 하지만 일반적인 콘텐츠는 게임을 하는 이에게 강한 재미를 주지 못한다. 따라서 게임 개발사들은 재미있고, 모두가 공감할 수 있는 콘텐츠를 개발하여 대학생들 욕구에 맞도록 제공 되어져야 한다. 이는 청소년 시장과 함께 대학생 시장 역시 매력적이고 크기 때문에 자사의 시장경쟁력을 가지는 중요 요인이 된다.

이처럼 대학생의 여가문화 및 여가활동에 관한 연구가 중요함에도 불구하고, 대학생들의 여가와 관련된 세부적인 실태 연구가 부족하다고 할 수 있다. 이러한 취지에서 본 연구는 대학생 여가활동에 따른 게임이용 실태를 파악하고, 게임 서비스 제언을 하는데 중점을 두었다.

2. 이론적 배경

2.1. 여가 정의

여가는 “자유”와 “학습”이라는 뜻을 지니고 있으며, 단순히 한가한 시간을 의미하는 것이 아니라 자유로운 시간에 인간 개개인의 자기 개발을 추구한다는 뜻이 포함된 것으로 볼 수 있다. 여가는 노동과 대비적 관계에 있으며 전혀 구속을 받지 않는 자유로운 시간이라고 할 수 있다. 흔히 쓰는 말로써 “겨울”, “틈”이라고도 한다. 웹스터 사전에 의하면 여가를 “한가로움”, “안일”, “직장 생활로부터 벗어난 자유”, “한가한 시간”, “휴양”, “기분전환”이라는 뜻으로 해석되고 있다¹⁾.

2.2. 여가의 특성

여가 특성은 노동으로부터의 해방, 무보수에서의 자기표현, 이를 통한 자기만족과 개성의 존중으로 볼 수 있으며, 이는 Maslow의 욕구 이론으로 볼 때 사회적 욕구와 자존의 욕구, 자아실현의 욕구와도 상통하고 있는 것이다²⁾.

1) 만족의 추구

여가 활동을 통하여 자신의 간접적이고 직접적인 기쁨과 즐거움, 그리고 만족을 바란다는 성질을 가지고 있다.

2) 의무로부터의 해방

여기는 노동이나 학교에서의 공부와 가족, 교회, 지역사회, 기타 사회단체 조직으로부터 제도적 의무가 부과되지 않으며, 해방되고 자유로운 활동이다.

그러기에 그 욕구에 대응하는 집단이나 조직이 요구하는 의무나 사회적 관점의 영향에 무관하지는 않지만 스스로의 참여 결정으로 인한 부분적인 제약은 이와 뜻을 달리 할 수 있다.

3) 이해 관계와의 무관성

어떤 보수나 금전적인 대가가 동기가 되지 않고, 사회적 필요성과 자발적인 육체적 법칙에 따른다. 참된 여가는 어떤 형태로든 사회적, 물질적 목적에 부합되기 위하여 지적, 육체적, 예술적 또는 사회적 활동의 이용을 배제한다.

4) 개인 욕구의 존중

여가란 사회 기타의 것으로부터 부과되는 제 일차적인 의무와는 달리 개인의 욕구에 대응하는 것이며 그것이 개인의 수락 가능성과 자연스럽지 못한 조직화나 규격화가 진행되고 있다고 하는 사실과 공격으로부터 개성의 존엄성을 자유롭게 지킬 수 있다고 하는 사실과 직접 결합되어 있다.

2.3. 여가의 기능

1) 개인적 기능

Dumazedier는 여가의 3대 기능으로써 기분전환, 자기개발, 휴식기능을 들고 있다[3]. 첫째, 기분전환의 기능으로 보충적 경험이나 일상과 관련된 세계로의 도피를 통해 정신적 스트레스나 권태감과 무력감으로부터 벗어나게 된다. 둘째, 휴식의 기능으로 육체적 피로의 회복, 즉 일상생활이나 노동 활동으로 인한 정신적, 육체적 마멸을 보수시키거나 회복시킨다. 셋째, 자기개발의 기능이 있다. 이는 기계적인 일상적 사고나 행동으로부터 개인을 해방시키고 보다 폭넓은 자유로운 사회적 활동의 참가나 실무적, 기술적인 훈련이상의 순수한 의미를 가진 육체 감정 이성의 도야를 가능케 한다. 또한 여가는 각종 예술과 문화의 사회단체에 자발적으로 가입하여 활동함으로써 자발적 학습의 형태를 낳고 새로운 형태의 형성을 돕는다.

이처럼 의무적 노동으로부터 벗어난 개인은 스스로 선택한 자유로운 훈련을 통하여 사회적, 개인적 생활 태도 가운데 자아실현의 길을 펼쳐 나갈 수 있는 것이다.

2) 사회화 기능

여가는 일과 마찬가지로 한 사회나 집단에 공동가치나 의식을 부여하기 때문에 공감대 형성을 통하여 사회를 통합하고 소속감이나 일체감을 높여주며 민주주의 목표를 달성시키는데 적극적으로 기여한다. 왜냐하면, 여가 활동의 본질은 자유에 있고 각 개인에게 순수한 만족과 창조적 표현, 자기능력의 개발에 의한 기회를 제공하는 개인 활동이기 때문이다. 또한, 여가는 사회적 통합 기능 못지않게 문화적 기능도 발휘한다. 즉 여가에 대한 관심은 음악, 미술, 연극, 체육, 영화 등의 양적, 질적 발전을 가져오게 하며, 여가 활동은 청소년의 사회적 이탈 행위를 예방하는 카타르시스적인 기능도 가진다. 서구 선진국에서 여가 기능을 중요시하는 것도 사회생활 속에서 받게 되는 스트레스나 욕구불만, 좌절감, 갈등, 정서적 불만 등을 해소시켜 줄 수 있는 사회적 긴장완화 기능을 지녔다고 보기 때문이다.

Murphy[4]는 여가의 사회적 기능을 사회 또는 집단의 목표 수행을 돕고, 사회적 역할 수행을 습득시키며 사회적 결속을 유지시킨다고 주장한 바 있다.

이상 내용을 취합해 볼 때, 여가는 사회화 과정으로도 와중으로써 사회에 기여하며, 일의 피로나 생활의 나태함이나 게으름을 해소시켜 개인이나 사회 전체의 생산성을 향상시키고 사회 목표의 달성에 일조하고 결속감의 조성을 통해 집단간의 일체감과 귀속감을 증대시키고 나아가 그 사회 전체의 결속을 증대시킨다.

2.4 여가활동

게임은 문화측면에서 분석할 수도 있고, 산업측면에서 분석할 수도 있으며, e-스포츠라고 해서 체육측면에서 분석할 수도 있다. 하지만 가장 적절히 분석할 수 있는 것은 여가학적인 분석이다. 여가활동은 시간적, 활동적, 심리상태, 사회적 정의로 나눌 수 있다.

인간은 직업이나 생활양식 등에 따라 다소 다르겠지만 일반적으로 일상생활이 반복되는 사이클을 벗어나지 않는다. 그리하여 인간의 생활시간을 크게 생활필수시간, 노동시간 및 자유 시간으로 대변하게 될 때에 여가는 보통 1일 24시간이라는 절대적인 시간의 한계 속에서 생활필수시간과 노동시간 등 구속 시간을 뺀 나머지를 자유 시간으로 볼 수 있다.

Parker는 여가를 일과 생존을 위한 기초적 욕구가 충족되고 남은 잔여시간으로 보고 있으며, 사회학사전에는 여가는 1일 24시간 중에서 노동, 수면, 기타 필수적인 것에 바쳐진 시간을 제외한 잉여시간으로 규정되어 있다[5].

Brightbill[6]은 여가를 개인의 판단과 선택에 의해 갖게 되는 자유 재량적 시간으로 정의하고 있으며, Murphy[7]도 개인이 자기 결정적 상황 하에서 재량껏 이용할 수 있는 시간으로 보고 있다. 또한 Boud-Bovy[8]는 여가를 일과 수면, 기타 기초적 욕구가 충족된 후 각 개인이 이용할 수 있는 시간으로 보고 있다. Brightbill과 Murphy 그리고 Boud-Bovy의 여가에 대한 정의는 자유와 재량의 의미의 시간적 개념을 이용한 정의를 내렸다.

게임의 경우도 자유재량 여가시간을 이용한 활동이란 면에서 여가의 시간적 정의에 충족한다. 프랑스의 여가사회학자인 Dumazedier[9]는 여가를 개인이 노동, 가족 그리고 사회의 의무로부터 벗어난 휴식, 기분전환, 혹은 지식의 확대, 자발적 사회참여, 그리고 자유로운 창의력의 발휘를 위하여 이용되는 임의적 활동의 총체로 정의하고 있다. Wylson[10]은 여가를 활동과 기회라는 두요소의 결합으로

인식하면서, 노동, 가족, 사회 및 기타 의무가 실현되고 난 후에 자신의 의사대로 할 수 있는 활동일 뿐만 아니라 휴식, 회복, 오락, 자기실현, 정신적 재생, 지식의 향상, 기술의 개발, 사회활동의 참여를 제공해주는 기회로 정의하고 있다.

여가에 대하여 심리학적 접근을 시도한 Neulinger[11]는 여가가 인간이 활동을 하든가, 안하든 간에 일상생활의 필요성에 의하여 요구되는 것이 아니며 경험과 마음의 상태를 강조하고 있다. 이러한 점에서 여가는 주어진 시간이나 활동만을 지칭하는 것이 아니고 마음의 상태인 동시에 자유의 지주인 것이다.

여가를 일과 생존을 위한 기초적 욕구가 충족되고 남은 잔여시간으로 보는 시간적 정의, 개인이 노동, 가족, 그리고 사회의 의무로부터 벗어난 임의적 활동의 총체로 정의하는 활동적 정의, 일상생활에 필요성에 의하여 요구되는 것이 아닌 것으로 정의하는 심리 상태적 정의 등 모든 여가의 개념정의에 게임은 여가활동의 한 종류로 볼 수 있다.

2.5 대학생활과 여가

대학생은 심리적 성숙도에 있어서 청년기 말기와 성인기의 도입에 해당하며 부모에서 독립하여 독자적인 생활을 이룩하기 위한 심리적, 경제적으로 독립의 준비시기이다. 또한 자아 정체감의 확립에 노력하는 시기로서 긍정적 자아 정체감이 순조롭게 형성되지 않을 때에는 심한 갈등을 느껴 때로는 비행을 저지르게 되므로 이 시기를 정체감 위기라고 하며 사고 방향은 논리적이고 미래지향적이다[12].

김성룡[13]은 대학생 여가활동에 관한 의식 및 실태조사 연구에서 여가선용을 위한 여가관이 희박한 것으로 나타났으며, 여가활동의 상황을 분석한 결과 여가시간을 적절하게 활용하고 이용할 시간적 개념이 희박한 것으로 나타났다. 이충삼[14]의 보고에 의하면 대학생들의 평일 여가시간은 약 5시간으로 타나났으며, 많이 즐기는 여가 형태는 라디오 청취, TV시청, 음악 감상 등으로 수동적 여가활동을 하는 것으로 조사되었다. 그리고 여가활동에 대한 가치 인식은 하고 있으나 시간과 시설의 부족으로 이를 다양하게 행하지 못하는 것으로 보고 있다.

대부분 여대생들은 여가활동의 필요성을 절대적으로 인식하고 있으며, 가장 많은 여가 형태는 수동적인 라디오 청취, TV감상인 것으로 보고하고 있다. 그리고 가장 희망하는 여가형태로는 여행으로 나타났으며, 여가교육의 의식 전환

과 각자의 적성에 맞는 여가선용방법의 지도 계획이 요청된다고 제언하고 있다[15].

2.6 게임구매 패턴 및 소비자 심리에 대한 선행연구

게임은 최근에 발전한 분야이므로 선행연구가 상당히 제한적이며 다양하지 못하여 이론적 근거가 충분하지 않다. 본 연구에 대한 선행연구를 살펴보면 다음과 같다.

조남재[16]는 이용자의 성향이 충동성이 강할수록, 놀기 좋아할수록, 동기가 부여된 사람일수록, 그리고 게임이용이 용이한 사람일수록 온라인게임에 대한 충성도가 높다는 결과를 얻었다. 또한 나이가 어릴수록, 직업이 자유로울수록, 선호하는 게임이 존재하는 사람일수록, 그리고 게임 이용 장소가 PC방과 같이 폐쇄적인 공간일수록 온라인게임에 대한 충성도가 높다고 밝혔다.

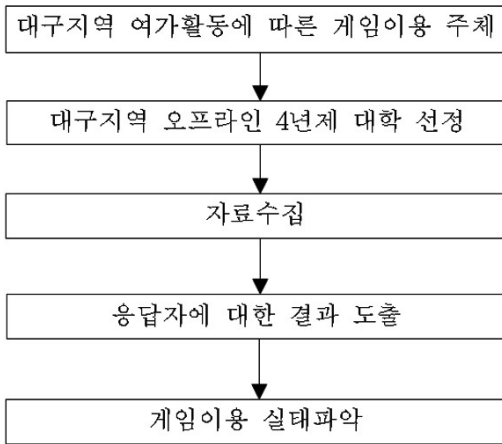
노혁이[17]는 “다중접속 온라인게임에 있어서 고객 로열티에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”에서 게임에 대한 몰입은 고객 로열티와 전환비용에 중요한 영향을 미치지만, 고객이 인지하고 있는 전환비용 자체는 고객 로열티에 중요하지 않은 것으로 나타났다. 또한, 몰입 상태를 결정하는데 있어서 명확한 목표와 즉각적이고 적절한 피드백, 게임에서 주어지는 도전과 게이머 기술의 균형 등으로 나타나는 게임 특성이 매우 중요한 용인으로 타나났으며, 게임 서버의 안정성, 원활한 통신 환경, 게임의 현 상태에 대한 보안 등, 게임 환경 역시 몰입에 중요한 영향을 미치고 있었다. 그러나 게임의 현 상태에 대한 자부심과 이를 통한 긍정적인 기대라는 경쟁동인은 몰입에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

이명호[18]는 시스템 인프라 품질은 고객 만족에 긍정적인 영향을 미치고, 정보 콘텐츠 품질은 고객 만족에 긍정적인 영향을 미치며, 사이버 서비스 품질은 고객 만족에 긍정적인 영향을 미친다는 내용을 밝힌 바 있다.

3. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구에서는 [그림 1]과 같이 현재 대구 지역에서 여가 활동에 따른 게임을 이용하는 주 고객 층을 먼저 찾아내었다. 시장 세분화를 통해 매력적인 시장을 선정하여 이에 필요한 자료를 수집하였다. 그 후 여가활동에 따른 게임이용 실태에 대한 부분을 파악하였다.



[그림 1] 연구모형

3.2. 데이터 수집

본 연구의 자료수집 대상자는 산업 특성상 게임을 즐기는 사람일 경우 게임에 대한 평가가 용이 할 것으로 판단하여 판단표본추출법에 의거하였다. 또한 대상자들은 지난 3개월 동안 게임을 1번 이상 이용해 본 대학생들을 대상으로 선정하였다.

표본집단에 대한 조사는 2006년 9월 7일부터 2006년 10월 15일까지 약38일에 걸쳐 수집하였으며, 총 400부의 설문지 배포하여 357부(89.3%)를 수거하였다. 이 중 67부(16.8%)는 불성실한 응답으로서 제외하고, 최종 290부(72.5%)를 분석 대상으로 삼았다.

설문지를 성별로 나누어 살펴보면 여성이 127명(43.8%), 남성이 163명(56.2%)이고, 연령별로는 18~20세가 83명(28.6%), 21~23세가 128명(44.2%), 24~26세가 66명(22.8%), 27~29세가 10명(3.4%), 30세 이상이 3명(1.0%)이었다. 또한 전공을 살펴보면 인문계열 79명(27.2%), 사회계열 35명(12.1%), 공학계열 78명(26.9%), 예체능계열 18명

(6.2%), 자연계열 67명(23.1%), 기타 13명(4.5%)으로 나타났다.

설문의 내용은 여가 및 PC통신, 게임이용 등에 관한 내용으로 이루어졌으며, 개방형과 폐쇄형을 혼합하여 조사하였다.

3.3 분석방법

본 연구에서 수집된 자료의 분석을 위해 SPSS(Statistical Package for Social Science)프로그램을 이용하여 통계 처리하였다. SPSS 프로그램은 SAS와 함께 사회과학에서는 가장 널리 사용되는 자료처리용 통계프로그램이다.

4년제 대학생들의 여가활동에 따른 게임이용 실태 파악을 위해 필요한 분석은 SPSS에 있는 빈도분석을 이용하였다. 빈도분석을 통해 대학생들의 게임이용 실태를 파악하였다.

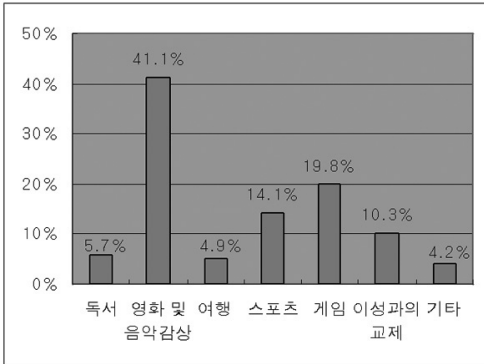
4. 분석결과

본 연구는 대구지역 4년제 대학을 다니는 학생들을 대상으로 분석하였다. 결과제시를 인구통계적 변수에 의해 세부적으로 각각 나누어 제시하고자 하지만 지면관계상 제외시켜 제시한다. 세부변수별 결과는 향후 연구에서 Crosstabulation Analysis 통하여 집단간의 차이점을 파악한 후 Logit Analysis에서 효용 제시를 하고자 한다.

수집된 데이터의 어느 정도의 신뢰도를 가질 수 있는지 신뢰성을 측정하였다. 측정결과 Cronbach 알파 값이 0.652로 나타나 신뢰도가 매우 높다고는 할 수 없지만 분석에 사용할 정도의 신뢰성은 있는 것으로 나타났다.

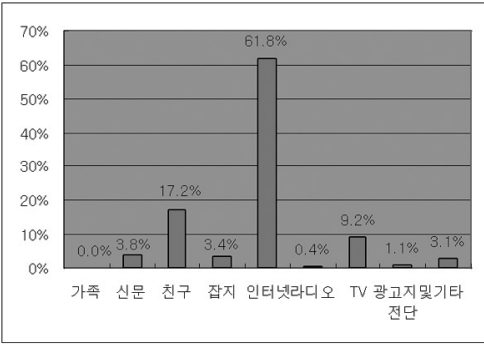
4.1. 게임이용자 결과

[그림 2]와 같이 현재 관심을 가지는 일이나 취미에 대해 물어본 결과 41.1%가 영화 및 음악에 관심이 많은 것을 알 수 있고, 그 뒤로 게임이 19.8%로 높게 나타나고 있음을 알 수 있다. 그리고 취미나 관심사에 관한 정보를 얻는 경로는 [그림 3]처럼 인터넷이 60%이상으로 가장 높게 나타났다. 이는 여가활동에서 문화콘텐츠가 서서히 대중화되어가고 있고, 문화콘텐츠에 대한 기본 정보를 취득하고자 하는 의지에서 나타난 것으로 판단할 수 있다.

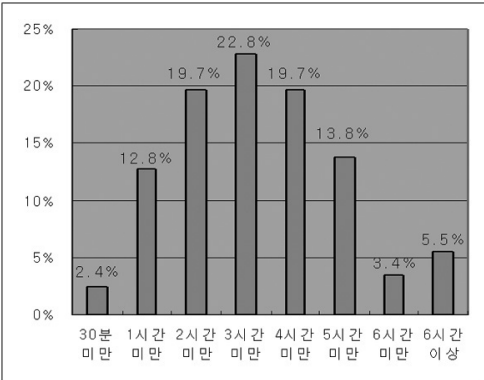


[그림 2] 현재 관심을 가진 일이나 취미

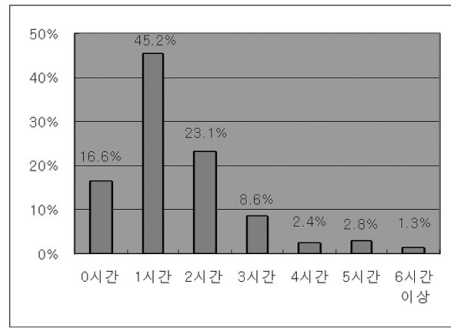
하루 평균 여가시간을 묻는 질문에서 [그림 4]와 같이 적어도 1시간에서 4시간 인 것을 알 수 있다. 그리고 게임 이용 시간을 평일과 휴일로 나누어 각각 살펴본 결과 [그림 5]와 [그림 6]처럼 1시간에서 3시간 정도는 각각 이용하는 것을 볼 수 있다. 이는 놀이문화의 변화에 부합하는 결과이며 친구들과의 여가시간 대부분을 게임이라는 전자 문화생활을 즐긴다는 것을 엿볼 수 있다.



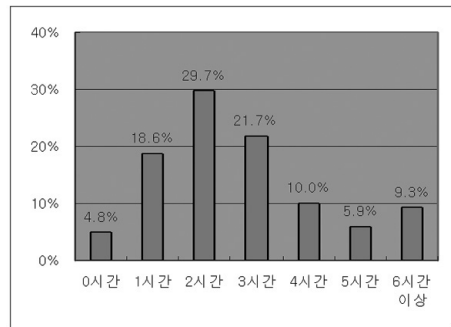
[그림 3] 취미나 관심사에 관한 정보를 얻는 경로



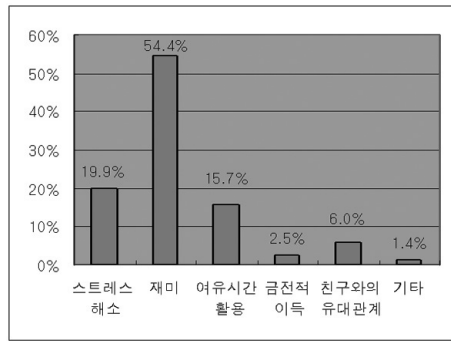
[그림 4] 하루 평균 여가시간



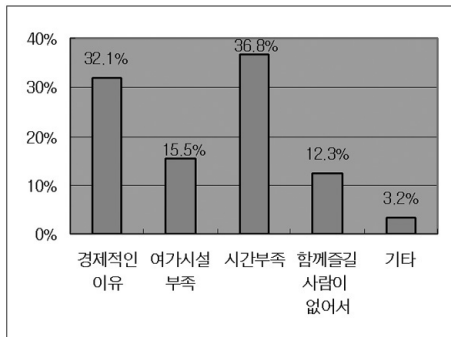
[그림 5] 평일 게임이용 시간



[그림 6] 휴일 게임이용 시간

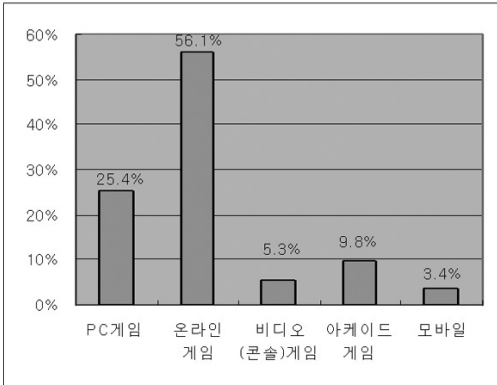


[그림 7] 게임을 이용하는 이유



[그림 8] 여가활동을 하는데 어려운 점

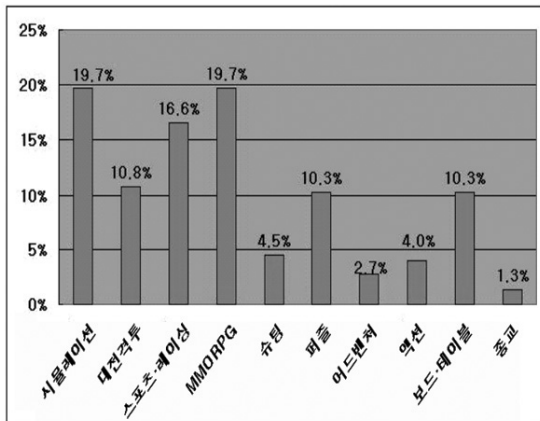
게임을 이용하는 이유에서는 [그림 9]과 같이 재미(54.4%)와 스트레스 해소(19.9%)가 나타났다. 이는 게임을 통해 여가생활을 즐기고 스트레스를 해소한다고 볼 수 있다. 그리고 여가활동에서 어려운 점은 [그림 8]과 같이 시간부족과 경제적 어려움이다. 이는 아직까지 한국사회에 여가문화 정착이 미흡하기 때문이라고 본다.



[그림 9] 좋아하는 게임 플랫폼

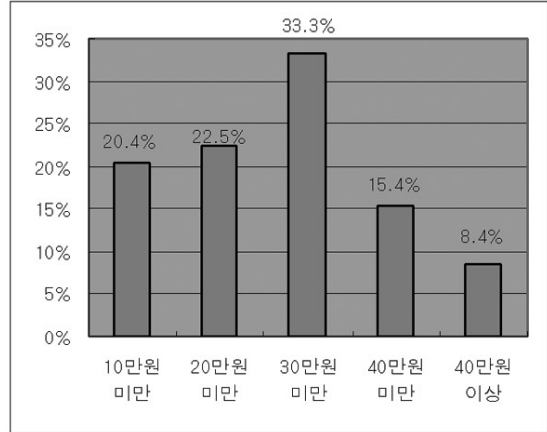
좋아하는 게임플랫폼은 [그림 9]와 같이 온라인을 많이 선호 하고 있다. 전 세계적으로 온라인 강국으로 명성을 떨치고 있는 우리나라인 경우 주력 플랫폼이 온라인 게임이라는 것을 알고 있다면 당연한 결과라고 볼 수 있다.

그리고 좋아하는 게임 장르에서는 [그림 10]처럼 유저들은 MMORPG, 시뮬레이션, 스포츠·레이싱 게임을 이용하고 있다. 과거에는 여성들이 기술 습득에 많은 어려움을 호소하였고, 게임 이용 유저의 성별에 있어도 많은 차이가 있었지만, 현재에는 거의 비슷하게 균형을 이루고 있다.

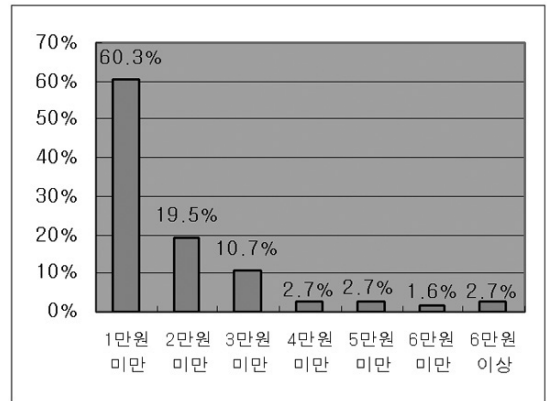


[그림 10] 좋아하는 게임 장르

용돈을 포함한 한 달 소득이 [그림 11]처럼 30만원 미만 (33.3%)이며 그 중 게임 이용 지출 비용은 [그림 12]와 같이 1만원 미만 때가 가장 높게 나타났고, 2만원미만(19.5%), 3만원미만(10.7%)이 2,3위로 나타났다.



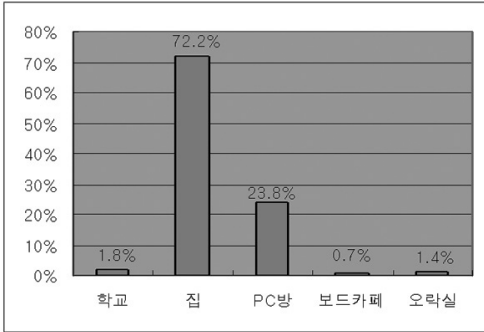
[그림 11] 용돈을 포함한 한달 소득



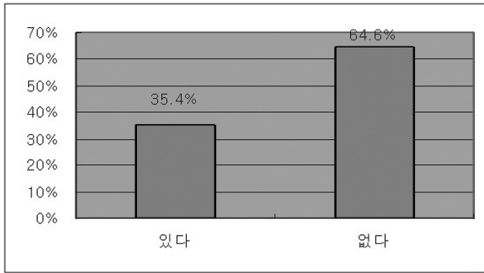
[그림 12] 게임에 지출하는 비용

게임을 주로 이용하는 장소는 [그림 13]과 같이 집 (72.2%), PC방(23.8%), 학교(1.8%) 순으로 각각 나타났다. 학교에서는 컴퓨터를 교육용으로 많이 사용하기 때문에 이와 같은 결과가 나온 것으로 판단되고, PC방과 오락실 등의 장소는 대학생보다는 중·고교생들이 많이 이용하는 장소이기 때문에 대학생들은 조금 꺼려하는 것으로 사료된다.

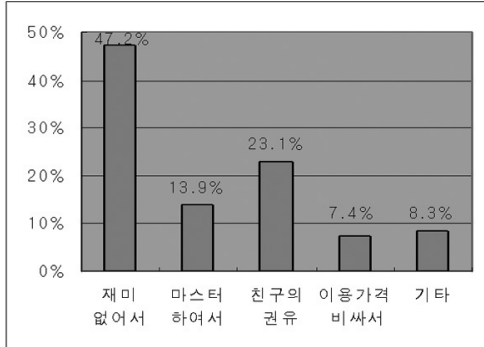
[그림 14]와 같이 자신이 평소 이용하는 게임에서 다른 게임으로 변경하여 이용하는지에 대한 질문에 35.4%의 응답자들이 '있다' 라고 응답하였으며, 이는 [그림 15]와 같이 오랜 게임이용으로 인한 재미 감소와 친구들의 다른 게임 권유 등으로 게임 이용을 바꾸는 것을 볼 수 있다.



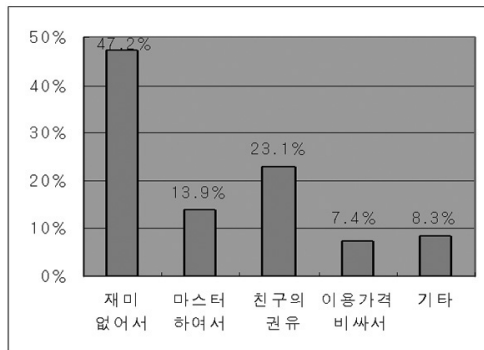
[그림 13] 게임 이용 장소



[그림 14] 주이용 게임 변경 여부(6개월 내)



[그림 15] 주이용 게임 변경 이유



[그림 15] 주이용 게임 변경 이유

향후 개발되기를 희망하는 게임은 [그림 16]과 같이 체감형 게임(46.6%)으로 1위를 나타냈고, 커뮤니티 게임(18.9%), 기능성 게임(17.4%)의 순으로 각각 나타났다. 미래에는 두뇌만으로 한정짓는 현재의 게임에서 벗어나 두뇌와 육체를 동시에 활용할 수 있는 게임이 큰 인기를 누릴 것으로 전망해 본다.

5. 결론

대학생 게임시장은 청소년 게임시장과 함께 게임개발사들에게 매력적인 시장으로 평가되고 있다. 그 이유는 게임 소비 패턴에 영향을 주는 주소비자이기 때문이다. 따라서 대학생 게임시장에 대한 분석은 게임 개발사에게는 시장 경쟁력을 가지는 중요 요인이 된다. 하지만 게임업체들은 자본 및 전문 인력 부족 등으로 인해 심도 있는 시장 분석이 잘 이루어지고 있지 않다. 더 나아가 여가활동에 대한 분석도 부족하다. 게임이용은 여가의 한 부분으로 자리 잡고 있기 때문에 게임 이용자들의 여가활동에 대한 분석은 자사의 매출에 있어 무엇보다도 중요하다.

본 연구에서는 대학생의 여가문화 중 게임이용에 관한 실태분석을 하였다. 연구결과에 제시된 것과 같이 현재 대학생들의 관심이 되고 있는 영화 및 음악 감상, 다양한 선호매체, 게임의 흥미 등을 유발시킬 수 있는 것에 맞추어 게임을 OSMU 형태로 제공되어야 할 것이다. 즉, 게임으로 만들어진 것들을 영화, 애니메이션, 음악 등으로 하나의 새로운 매체 콘텐츠로 제공되어야 한다. 좀 더 세부적으로 살펴보면 게임에 삽입되어 있는 음악들을 하나의 테마별 음악으로 가공되어 음반 및 기타 매체의 OST로 삽입되면 대학생들에게 좋은 반응을 얻을 수 있을 것이고, 피규어, 커뮤니티 동아리 형성 등은 대학생 또래 집단들에게 긍정적인 여가 활동을 창조시킬 것이다. 그리고 대학생들이 선호하는 SF 및 판타지 유형의 영화에 맞도록 게임 콘텐츠 개발을 하여야 하고, 발라드, 힙합, New age 등의 음악에 맞추어 펌프 및 EZ2DJ 등과 같은 음악에 맞추어 이용하는 리듬게임용 유저의 욕구에 맞추어 서비스할 필요가 있다.

많은 대학생들이 게임에 대한 정보를 인터넷을 통해 얻고 있기 때문에 자사의 게임에 대한 홍보를 인터넷 매체를 통해 제공할 필요가 있다. 따라서 네이버, 네이트, 다음 등 인

터넷 포탈사이트들을 통해 자사의 게임에 대한 게임명, 게임특징과 관련되어진 캐릭터, 재미 및 새로움, 지각도를 높일 수 있는 문구 등을 통해 게임에 대한 정보를 소구하여야 한다. 게임에 지출하는 금액이 낮기 때문에 자사의 게임 서비스 가격부분을 원가중심적 가격결정보다는 소비자 즉, 대학생들이 느끼는 가치중심적 가격결정으로 책정하여 게임에 지출되는 금액을 증대시켜야 할 것이다.

대학생들의 일상생활 속에서 행해지는 여가활동 중 게임 이용 실태에 관하여 분석해 보았다. 연구결과에 제시된바와 같이 게임이용 장소, 시간, 장르, 플랫폼 등 다양한 결과가 나타났다. 따라서 대학생들은 게임이용에 있어 시간가치의 중요성을 인식함으로써 보다 알뜰한 여가활동을 보낼 수 있을 것으로 본다.

추후에는 표본설정을 전국 대학생으로 넓혀 조사를 해야 할 것이고, 지역적인 격차와 편차에 대한 이해를 위해 지역간 비교 연구도 필요하다. 마지막으로 대학생들의 여가 문화 및 활동에 관한 세부변수별 연구를 위해 집단간의 차이점과 특정 대안에 대해 느끼는 '효용' 연구도 필하다고 본다.

참고문헌

- [1] 유재환, Webster 's English-korean Dictionary, 한연출판사, 1997.
- [2] 우성구, 산업 레크리에이션의 활성화 방안에 대한 연구, 대구대학교 사회개발원, 석사 학위 논문, pp.9-10, 1989.
- [3] 김진섭, 현대 여가론, 형성출판사, pp.26-27, 1982.
- [4] J. F. Murphy, Concepts of Leisure : Philosophical Implication, Prentice Hall, p.81, 1974.
- [5] 김광득, 여가와 현대사회, 백산출판사, 1997.
- [6] Charles K. Brightbill, The Challenge of Leisure, Prentice Hall, p.4, 1963.
- [7] James Murphy, Recreation and Leisure Services, williamC. Brown, pp.6-15, 1975.
- [8] M. Boud-Bovy, Tourism and Recreation Development, The Architectual Press, p.1, 1977.
- [9] Joffre Dumazedier, Toward a Society of Leisure, The Free Press, pp.16-17, 1967.
- [10] Anthony Wylson, Design for Leisure Entertainment, Butter Worth Inc., p.1, 1980.
- [11] John Neulinger, An Introduction to Leisure, Allyn and Bacon, p.13, 1981.
- [12] 이장호, 심리학개론, 한국방송통신대학 출판부, 1983.
- [13] 김성룡 외, 대학생 여가활동에 관한 의식 및 실태조사 연구, 군산대학교논문집, 제4호, pp.323-337, 1982.
- [14] 이충삼, 대학생의 여가활동에 관한 연구, 경희대학교 석사학위논문, 1982.
- [15] 백양미, 여학생의 여가활동 실태에 관한 조사연구, 경희대학교 석사학위논문, 1988.
- [16] 조남재, 백승인, 류경문, 온라인게임 충성도에 미치는 영향요인에 관한 연구, 한국경영과학회지, pp.93-96, 2001.
- [17] 노혁이, 다중접속 온라인게임에 있어서 고객로열티에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 연세대학교 석사학위 논문, pp.16-26, 2004.
- [18] 이명호, e-Business 환경하에서의 고객 만족 영향 요인에 관한 연구, 고객만족경영연구, p.189, 2001.



이 지 훈 (Ji-Hun Lee)

2004. 10 ~ 2006. 2 : 한국게임산업개발원 연구원
 2006. 03 ~ 현재 : IT CNS 고문
 2006. 10 ~ 현재 : 한국게임마케팅연구소 소장
 2007. 01 ~ 현재 : 게임물등급위원회 자문위원
 2007. 01 ~ 현재 : 삼성 SDS 노동부 문제 출제위원
 2005년 3월 ~ 현재 : 계명대학교 게임모바일콘텐츠학과 교수

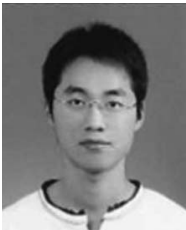
관심분야: 게임마케팅, 게임 모델링, 게임콘텐츠개발, 게임전략,
 M&A, 게임기획, 게임 법, 게임정책, 브랜드, 게임시나리오



조 성 현 (Sung-Hyun Cho)

1978년 2월 : 서울대학교 계산통계학과 (이학사)
 1980년 2월 : 서울대학교 계산통계학과 (이학석사)
 1995년 9월 : UCLA 컴퓨터과학과 (이학박사)
 1996년 ~ 현재 : 홍익대학교 게임학부 게임소프트웨어전공 교수

관심분야: 게임프로그래밍, 게임그래픽스, 게임물리, 게임마케팅



윤 혁 준 (Hyeok-Jun Youn)

2005년 3월 ~ 현재 : 계명대학교 게임모바일콘텐츠학과 재학
 2006년 10월 ~ 현재 : 한국게임마케팅연구소 책임연구원

관심분야: 게임마케팅, 게임기획