

온라인게임의 개인적 수용 요인에 관한 연구※

윤건우⁰, 김원준*, 유승호**

카이스트 문화기술대학원^{0*}, 강원대학교 영상문화학과**

flying2no1@kaist.ac.kr, wonjoon.kim@kaist.ac.kr, shryu@kangwon.ac.kr

A Study on the Factors of Individual Acceptance for Online Game

Gun-Woo Yoon⁰, Won-Joon Kim*, Seoung-Ho Ryu**

Graduate School of Culture Technology KAIST, Kangwon National University

요 약

온라인게임 산업은 게임 콘텐츠라는 문화기술(CT)과 네트워크 통신망이라는 정보기술(IT)이 융합된 기술 기반의 서비스 산업으로, 최근 그 시장규모가 급격하게 증가하고 있다. 그럼에도 불구하고, 온라인게임에 대한 소비자들의 수용 요인에 대한 연구는 아직 미흡하다. 본 연구에서는 온라인게임이라는 엔터테인먼트 기반 기술의 수용이 타 기술의 수용에서 확인된 바와 같이 개인의 신념(Belief)-태도(Attitude)-의도(Intention)라는 연속적인 수용 과정을 밝히고, 동시에 온라인게임의 경우 그 기술적 특성에 따른 쾌락적, 실용적 수용 동기가 이 수용 과정에 작용하고 있음을 고찰하고자 한다. 이를 위해 본 연구에서는 기존 기술 수용 모형(Technology Acceptance Model, TAM) 연구를 바탕으로 도출된 구조화된 설문지를 통해, 온라인게임 수용에 영향을 미치는 잠재변수를 유용성, 용이성, 즐거움, 편익으로 세분화하여 측정하였다. 측정된 변수 간 구조적 연관성을 구조방정식 모형을 이용하여 측정한 결과, 엔터테인먼트 기반의 기술인 온라인게임의 수용에 있어 그 기술적 특성인 쾌락적 측면(즐거움)과 실용적 측면(자기 개발 가능성, 금전적 편익)을 나타내는 잠재변수가 이용자의 태도 및 행위 의도와 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 주요 요인을 규명함으로써 이론적으로 엔터테인먼트 기반 기술의 수용에 영향을 미치는 잠재변수들을 파악함과 동시에 게임 기업으로 하여금 이용자의 채택 및 시장에서의 확산을 유인하는 비즈니스 모델을 설계하는데 전략적 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

ABSTRACT

Online games belong to a technology-oriented service industry that has emerged from the assimilation of game contents and communication networks in the respective realms of culture technology (CT) and information technology (IT). This study examines the individual acceptance of online games as entertainment-oriented technology based on the belief-attitude-intention paradigm and the underlying hedonic and utilitarian motivations. To measure the latent variables influencing the acceptance process, a structured questionnaire was developed based on the existing Technology Acceptance Model. Research model analysis and hypothesis testing were carried out using a structural equation model. Results indicated that latent variables reflecting hedonic and utilitarian characteristics had a significant influence on user behavior in the acceptance of online games. By uncovering the core factors influencing the acceptance of online games and thereby theoretically verifying the latent variables influencing the acceptance of entertainment-oriented technology, this study provides strategic implications for business models by game companies aimed at attracting a large user base and dominating the market.

Keyword : TRA, TAM, online game, technology, diffusion, adoption, acceptance

접수일자 : 2009년 05월 26일

심사완료 : 2009년 06월 15일

* 교신저자(corresponding author)

※ 본 논문은 2009 한국게임학회 춘계학술대회에 발표되어 우수발표논문으로 선정된 것을 바탕으로 함.

1. 서 론

급속한 정보 기술(IT)의 발전에 따라 시장에서 혁신 제품 및 서비스가 무차별적으로 공급, 확산되고 있다. 특히, 온라인게임 산업은 네트워크 기반의 정보 기술(IT)과 콘텐츠 기반의 문화 기술(CT)이 융합된 엔터테인먼트 기반의 기술 산업으로[1], 급격한 기술 환경 및 이용자 수요의 변화가 진행되고 있다. 결국 정보 기술과 문화 기술의 공진화(co-evolution)를 통해 구현되는 온라인게임의 지속적인 성공과 성장을 위해서는 이용자의 행동, 특히 새로운 온라인게임의 수용과 관련된 행동을 파악하는 것이 중요하다. 그러므로 온라인게임의 이용자가 특정 온라인게임을 수용하는 과정, 그리고 온라인게임 수용에 영향을 미치는 잠재변수(latent variable)를 고찰하는 것은 급변하는 시장 환경에서 엔터테인먼트 기반의 신기술 확산을 이해하고 예측하는데 필요하다고 할 수 있다.

새로운 기술의 수용과 확산을 이해하고 예측하기 위한 이론 및 모형으로서 Bass Model[2], Theory of Reasoned Action[3], Technology Acceptance Model[4] 등이 이미 연구된 바 있다. 그 중 Technology Acceptance Model (TAM, 기술수용 모형)은 개인의 정보 시스템 수용을 간단하고, 효과적으로 설명하는 모형으로 널리 이용되고 있다[5]. 그러나 온라인게임의 개인적 수용을 이해함에 있어 과업 기반의 기술의 수용을 다룬 원래의 기술 수용 모형은 적합하지가 않다. 온라인게임은 과업의 효율성과 생산성 향상을 목표로 하는 기술이 아닌 재미와 흥미를 본질적 이용 목적으로 하는 엔터테인먼트 기반의 기술이기 때문이다[6]. 또한 본 연구에서 밝히고자하는 온라인게임의 특성은 즐거움과 같은 쾌락적 가치(hedonic value)를 추구하는 엔터테인먼트 기반의 기술임과 동시에 사회적 교류, 자기 성장과 발전, 금전적 수익 실현이라는 실용적 가치(utilitarian value)를 지닌 기술이라는 것이다. 그러므로 기존의 기술 수용 모형에서 사용된 잠재변수만으로는 온라인게임의 수용 과정

을 정확히 이해하기 어렵다. 이러한 맥락에서 온라인게임과 같은 엔터테인먼트 기반 기술의 수용에 영향을 미치는 요인을 새로운 모형으로 고찰하는 것이 필요하다.

이에 본 논문은 사이버 공간에서 이루어지는 엔터테인먼트의 수용자, 즉 온라인게임 이용자의 수용 및 소비 행동을 이해하기 위해 아래 두 가지 문제를 규명하는 것을 목적으로 한다. 첫째, 가상 공간에서 구현되는 쾌락적 서비스이자, 동시에 실용적 가치를 지니는 엔터테인먼트 기반의 기술인 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 요소가 무엇인지 그 크기와 의미를 알아본다. 둘째, 이용자의 특성(이용 시간에 따른 이용자 구분 및 성별 구분)에 따라 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 요소 및 정도에 차이가 있는지, 있다면 그 차이가 어떻게 나타나는지 규명해 본다. 이를 위해 이용자의 지각에 영향을 미치는 잠재변수를 측정하고, 온라인게임 수용에 대한 지각(Perception)을 통한 이용자의 신념(Belief)과 태도(Attitude), 의도(Intention) 사이의 인과 구조를 고찰한다.

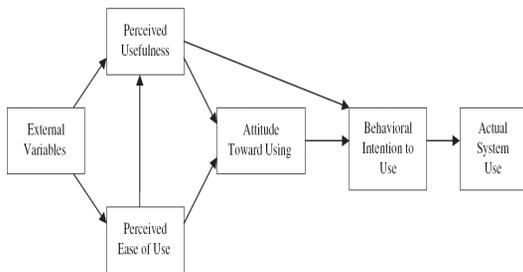
본 연구를 통해 이론적으로는 온라인게임의 수용으로 대표되는 인터넷 기반의 엔터테인먼트 서비스 수용과정을 확장된 기술 수용 모형으로 이해할 수 있을 것이다. 또한 이용자의 수용에 영향을 미치는 핵심 요소를 실증적으로 파악함으로써 게임 기업에게 이용자의 온라인게임 수용 및 확산에 인센티브를 줄 수 있는 새로운 비즈니스 모형을 수립할 수 있도록 준거의 틀(frame of reference)을 제공할 것으로 기대된다.

2. 이론적 배경

2.1 기술 수용 모형

기술 수용 모형(Technology Acceptance Model, TAM)은 이성적 행위의 사회심리학적 모형인 합리적 행위 이론(Theory of Reasoned Action)을 기반으로 하여, 개인이 정보 기술 수용의 인지적 인과 관계를 설명하기 위해 개발된 모형이다[7,8].

즉, 인간의 신념, 태도, 행위간의 관계를 통해 합리적 인간 행위의 결정 요인을 설명한 합리적 행위 이론의 이론적 함의를 차용한 것이다. 합리적 행위 이론에 따르면 인간의 행위 의도는 개인의 태도에 따라 이루어지며, 개인의 태도는 이용 가능한 정보의 활용 및 처리 과정에서 발생하는 신념의 결과로 나타난다[9]. 이에 기술 수용 모형에서는 새로운 정보 기술의 수용과정을 개인의 수용 태도, 행위 의도에 영향을 미치는 잠재변수로 설명하고 있다. 여기서 잠재변수란 인지된 유용성(perceived usefulness)과 인지된 용이성(perceived ease of use) 두 가지로 구분되는데, 인지된 유용성이란 “이용자가 특정 정보 기술 및 시스템을 수용하는 것이 자신의 과업 성과를 향상시킬 것으로 믿는 정도”를 의미하며, 인지된 용이성은 “이용자가 특정 정보 기술 및 시스템을 수용하는 것이 자신의 수고를 덜어줄 것으로 믿는 정도”를 뜻한다[10]. 이를 그림으로 나타내면 아래 [그림 1]과 같이 나타낼 수 있다.



[그림 1] 기술 수용 모형(Davis, F.D. 1989)

기술 수용 모형에서는 이용자의 수용 태도 및 행위 의도가 인지된 유용성과 용이성에 의해 매개되어 결정된다고 규정한다. 즉, 정보 기술 및 시스템이 이용자에게 유용하고, 쉬울수록 기술 수용에 대한 태도 및 행위 의도가 더 긍정적으로 형성되어 새로운 기술의 수용과 확산을 가능하게 하는 것이다. 이와 같이 기술 수용 모형은 신념과 태도, 의도간의 인과 관계를 통해 기술의 채택을 구조적으로 설명하고 있다. 또한 이 과정에서 이용자의

수용에 영향을 미치는 핵심 요인을 규명할 뿐 아니라 동시에 각 잠재변수들 간의 상대적 영향력의 크기를 비교할 수 있어서 새로운 기술의 수용을 더 잘 이해할 수 있다[11]. 이러한 기술 수용 모형은 그 간명성과 직관적 이해의 용이성으로 정보 기술 및 시스템 분야는 물론 이메일이나 컴퓨터, WWW와 같은 새로운 기술의 수용을 설명하고 예측하기 위해 광범위한 목적으로 사용되었다[12,13,14].

그러나 기술 수용 모형을 이용한 다수의 선행연구는 과업 기반의 기술의 채택과 수용을 주로 다루고 있어 본 논문에서 다루고자 하는 엔터테인먼트 기반의 기술의 수용과 확산을 설명하기 힘들다. 최근 인터넷 활용이나 영화, 게임, 디지털 TV 등 엔터테인먼트 기반 기술의 수용에 관한 연구가 활성화 되어 모형의 설명력을 넓히고 있으나 [15,16,17,18], 이 연구들 역시 이용자의 특성이나 엔터테인먼트 기술의 특성의 다양한 측면을 이해하여 반영하지는 못하고 있다. 이에 본 논문에서는 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 요인들을 알아보기 위해 기술의 특성 및 이용자 특성을 종합적으로 고려할 것이다.

2.2. 혁신의 확산이론

혁신의 확산이란 하나의 혁신이 사회체계의 구성원들 사이에서 시간의 경과에 따라 특정 채널을 통해 커뮤니케이션되는 과정이다[19]. 이러한 커뮤니케이션 과정을 통해 개인은 사회 구성원들과 정보를 교환하고, 혁신을 인지하여, 그에 대한 태도를 형성하게 된다. 또한 중국적으로 혁신을 채택 혹은 거부 할 것인지 결정하고, 이행하는 혁신의 결정과정을 거치게 된다. 이 과정에서 중요한 것은 혁신의 속성(상대적 이점, 호환성, 복잡성, 실험가능성, 관찰가능성)에 관한 정보 수집 및 처리 과정에서 혁신의 특성에 대한 개인의 인지가 형성된다는 것이다[20]. 여기서 중요한 것은 로저스가 주장한 혁신의 속성이 기술 수용 모형의 그것과 밀접한 관련이 있다는 것이다. 즉, 인지된 용이성과 유용성은 신기술의 채택으로 이용자가 향유할 수 있

는 상대적 이점, 복잡하지 않은 정도, 호환 가능성 등과 다르지 않은 것이다. 이러한 특징에 대한 지각을 통해 혁신의 수용이라는 의사결정이 내려지면 비로소 개인의 혁신 이용이 가능하게 되는 것이다. 즉, 혁신이 채택되고 확산되기 위해서는 지식-설득-결정-실행-확인 이라는 연속적인 혁신의 결정과정을 거치게 된다. 온라인게임과 같은 기술 기반의 엔터테인먼트 서비스는 경험재(experience goods)적 특징을 지니기 때문에 개인이 직접 체험해보지 않고는 그 재화 및 서비스의 특성을 인지하기 어렵다. 뿐만 아니라 온라인게임은 기술 진화에 따른 서비스의 변화 속도가 빠르기 때문에 수용에 있어 이용자의 직접 체험 및 커뮤니케이션을 통해 확보된 타인의 간접 체험 관련 정보는 매우 중요하다. 결국 이와 같은 온라인게임의 기술적 특성에 따른 원인 때문에 이용자들은 온라인게임 수용에 앞서 다수의 정보를 수집하여 이에 대해 특정 인지를 형성하게 되고, 이것이 최종적으로 혁신 기술의 채택에 대한 태도 및 의도에 영향을 미치는 것이다[21].

2.3 온라인게임 수용에 영향을 미치는 요인

앞에서 언급한 바와 같이 온라인게임은 인터넷 기반의 정보 기술이자, 엔터테인먼트 기반의 기술이다. 온라인게임의 수용은 이러한 기술적 차이에 따라 과업 기반의 기술의 채택 및 수용과는 근본적인 다른 영향 요인들이 존재할 것으로 예상된다.

온라인게임은 그 기술적 특성으로 쾌락적인 측면과 실용적인 측면을 동시에 지니고 있다. 먼저 온라인게임의 본질적 수용 동기는 인간 본연의 욕구인 놀이를 통한 즐거움에서 비롯된 만족감과 호기심 충족이라는 쾌락적 가치(hedonic value)라고 할 수 있다. 호이징가는 생각하는 인간(Homo Sapiens)을 넘어 놀이하는 인간(Homo Ludens)이라고 인간의 행위 특성 및 욕구를 설명한바 있다[22]. 다시 말해 인간이 지닌 놀이 본능이 유희적 요소를 가진 기술의 채택에 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 결국 온라인게임이 쾌락적 가치를 지닌 기술이라는 것은 재미(playfulness)와 즐거움(enjoyment)과 같

은 쾌락적 가치가 온라인게임과 같은 엔터테인먼트 기반 기술의 수용에 영향을 미친다는 것을 의미한다. 기술 활용을 통한 즐거움이 기술의 수용에 긍정적인 영향을 미친다는 것은 일부 영역에서 일부 검증된 바 있다[23,24]. 즉, 엔터테인먼트 기반의 기술은 본질적으로 쾌락적 가치(hedonic value)를 추구하기 때문에 과업 기반 기술의 수용 동기인 과업 효율성 달성이나 생산성 향상과는 근본적으로 다른 즐거움이라는 요인이 존재하는 것이다.

또한 온라인게임은 그 기술적 특성과 관련하여 쾌락적 가치와 함께 실용적 가치(utilitarian value)를 지닌다. 즉, 온라인게임과 같은 엔터테인먼트 기반 기술의 수용함에 있어서 이용자는 사이버스페이스에서의 리더십이나 효능감 같은 자기 발전과 개발의 가능성[25], 사이버스페이스에서의 커뮤니케이션을 통한 사람들과의 관계 형성 및 사회적 친교의 가능성[26], 특정 온라인게임 채택 후 발생하는 게임머니나 아이템 획득 및 현금거래를 통해 발생하는 금전적 편익의 가능성[27,28] 등을 고려하는 것이다. 이는 이용자의 현실적인 수용 행위에 실용적 가치가 영향을 미칠 수 있음을 의미하는 것이다.

결과적으로 본 논문에서는 엔터테인먼트 기반 기술의 수용에 영향을 미치는 요인을 기술적 특성에 따라 구분하였다. 그리고 각 요인별로 관련된 이론에 근거하여 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 잠재변수들을 측정할 것이다. 이를 통해 엔터테인먼트 기반 기술의 수용에 영향을 미치는 요인들이 이용자들의 신념, 태도, 의도에 미치는 영향력과 각 요인의 인과 구조를 파악할 수 있을 것이다.

3. 연구 모형 및 연구 가설

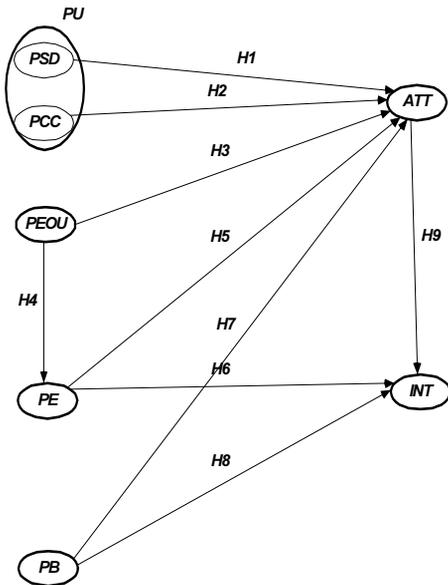
본 논문에서는 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 잠재변수로 인지된 유용성(Perceived Usefulness, PU), 인지된 용이성(Perceived Ease Of Use, PEOU), 인지된 즐거움(Perceived Enjoyment, PE), 인지된 금전적 편익(Perceived Benefit, PB)

을 선정하였다. 이 중 인지된 유용성의 경우 인지된 자기 발전의 가능성(Perceived Self Development, PSD)과 인지된 커뮤니케이션 가능성(Perceived Communication Channel, PCC)으로 세분화하여 고찰하였다. 각 잠재변수의 조작적 정의는 다음 [표 1]과 같다.

[표 1] 잠재변수의 조작적 정의

잠재변수	조작적 정의	
PU	PSD	온라인게임 수용이 이용자의 자기 개발, 커뮤니케이션에 기여하는 정도
	PCC	온라인게임 수용이 이용자에게 쉽게 느껴지는 정도
PEOU	온라인게임 수용이 이용자에게 쉽게 느껴지는 정도	
PE	온라인게임 수용이 주는 즐거움의 정도	
PB	온라인게임 수용이 주는 금전적 편익의 정도	
ATT	온라인게임 수용에 대한 이용자의 호감의 정도	
INT	온라인게임 수용에 대한 이용자 의지의 정도	

본 논문에서 기술 수용 모형과 함께 다수의 선행 연구 조사를 통해 도출된 구성 개념들을 기반으로 구성된 연구 모형은 [그림 2]와 같다.



[그림 2] 연구 모형

이는 기술 수용 모형을 확장하여 인지된 유용성 (자기 개발 가능성 및 커뮤니케이션 가능성)과 인지된 용이성, 인지된 즐거움, 인지된 금전적 편익이 온라인게임의 수용 태도와 직접적으로 인과적 연관성이 있음을 상정한 것이다. 이 중 인지된 용이성의 경우 인지된 즐거움에도 영향을 미치며, 이를 통한 간접적 영향을 미칠 수 있음을 가정하였다. 또한 인지된 즐거움과 인지된 금전적 편익은 각각 온라인게임의 쾌락적 측면과 실용적 측면을 강하게 나타내는 것이라고 인식하여, 이용자의 태도는 물론 행위 의도에도 영향을 미칠 것이라고 가정하였다. 이와 같은 논의에 따라 설정된 가설은 다음과 같다.

H1: 인지된 자기 개발의 가능성은 온라인게임의 수용 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H2: 인지된 커뮤니케이션 채널의 가능성은 온라인 게임의 수용 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H3: 인지된 용이성은 온라인게임의 수용 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H4: 인지된 용이성은 가능성은 인지된 즐거움에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H5: 인지된 즐거움은 온라인게임의 수용 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H6: 인지된 즐거움은 온라인게임의 수용 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H7: 인지된 금전적 편익은 온라인게임의 수용 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H8: 인지된 금전적 편익은 온라인게임의 수용 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H9: 온라인게임에 대한 수용 태도는 온라인게임의 수용 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

즉, 이러한 5가지 변수가 온라인게임의 수용에 대한 태도(Attitude, ATT)와 행동 의도(Intention, INT)에 직, 간접적으로 긍정적인 영향이 있음을 가설 검증(H1~H9)을 통해 고찰해보고자 한다.

4. 연구 방법론

앞서 언급한 산업적 배경 및 이론적 배경을 바탕으로 연구 모형과 연구 가설을 도출하였다. 이에 본 논문에서는 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 요소를 실증 분석하기 위한 측정 도구로 리커트 7점 척도의 구조화된 설문지를 개발하여, 온라인게임 이용자를 대상으로 설문조사를 수행하였다.

본 설문을 수행하기 전 본교 학생 30명을 대상으로 파일럿 테스트를 시행하여 측정도구의 신뢰도와 타당도를 테스트하였다. 연구 모형에 포함된 문항의 신뢰도는 모두 0.8 이상으로 높게 관측되었으나, 그 중 응답자들이 답하기 어려운 설문 항목 및 유의미하지 않은 항목을 제거하여 측정도구를 정제하였다.

최종 설문은 온라인 설문 전문 업체에 의뢰하여 현재 온라인게임 이용자를 수행되었다. 설문에 참가한 응답자는 총 230명이며, 이는 온라인 설문 업체의 패널에 기반하여 비례 할당 추출(proportion quota sampling)을 통해 표본 추출한 것이다. 이를 통해 수집된 자료를 바탕으로 구조방정식(Structural Equation Model, SEM)으로 연구모형의 적합도를 분석하고 연구가설을 검증하였다. 여기서 구조방정식 모형이란 상호 관련된 변수 간 구조적 연관성(structural relation)을 고려하여 여러 변수들이 상호 영향을 주고받는 역동적 구조를 한꺼번에 분석하는 방법이다[23,24]. 이는 측정 모형 분석(측정 변수와 외생, 내생 잠재변수 간 관계 규명)과 구조 모형 분석(외생, 내생 잠재변수의 결합 및 관계 규명)으로 나누어 수행된다. 즉, 측정변수 및 잠재변수들 간의 구조적 관계를 공분산 행렬과 상관관계 행렬로 평가하여 그 과정적 상호관련성을 규명하는 것이다[30]. 이러한 구조방정식 모형 분석을 위해 설문에 응답한 조사 대상자의 인구통계학적 특성은 아래 [표 2]와 같다.

[표 2] 응답자의 특성에 관한 빈도 분석

구분	사례 수	비율(%)
성별		
남자	125	54.3
여자	105	45.7
연령		
만15~19세	75	32.6
만20~24세	38	16.5
만25~29세	47	20.4
만30~34세	25	10.9
만35~39세	25	10.9
만40~44세	12	5.2
만45~49세	8	3.5
직업		
전문직/연구직	20	8.7
사무직/관리직	43	18.7
판매/서비스직	10	4.3
생산직/기술직	11	4.8
공무원	4	1.7
자영업자	8	3.5
학생	106	46.1
주부	17	7.4
무직/기타	11	4.8
이용자 특성		
하루 평균 2시간 미만 이용	148	64.3
하루 평균 2시간 이상 이용	82	35.7

5. 연구 결과

5.1 측정 도구의 분석

본 논문의 연구 모형 분석 및 가설 검증에 앞서 잠재변수를 규명하기 위해 개발한 측정 도구인 설문 문항을 탐색적 요인분석(베리맥스 직각회전 방식)을 통한 타당도 분석과 신뢰도 분석 중심으로 정리하였다. 이 과정에서 요인 적재량을 기준으로 측정 항목의 정제 및 개량되었다.¹⁾

1) 분석에 있어서 통계 소프트웨어는 SPSS와 AMOS를 사용하였음.

[표 3] 측정 도구의 타당도 및 신뢰도 분석

항목	타당도					공통성	신뢰도 크론바흐 알파
	1	2	3	4	5		
PEOU4	.938					.896	.906
PEOU3	.919					.860	
PEOU2	.860					.778	
PE1		.877				.841	.882
PE2		.860				.873	
PE3		.813				.734	
PB2			.908			.863	.851
PB3			.842			.746	
PB1			.806			.725	
PSD2				.950		.927	.918
PSD1				.946		.923	
PCC1					.911	.925	.912
PCC2					.897	.920	
Eigen-value	2.57	2.43	2.36	1.86	1.79		
varianc e (%)	19.8	18.7	18.1	14.3	13.8		

[표 3]에서 각 변수와 요인 간 상관관계 정도를 나타내는 요인 적재량(factor loading)은 모두 0.8를 크게 상회하는 것으로 나타났으며, 추출된 요인들에 의해 설명되는 비율을 의미하는 공통성(commonality) 역시 0.7 이상으로 높게 관측되었다. 또한 신뢰도 분석 결과 각 잠재변수의 Cronbach α 값이 0.8 이상으로 나타나 설문 문항의 신뢰성에도 문제가 없는 것으로 나타났다.

5.2 연구 모형의 적합도 평가

앞 절에서 정제한 잠재변수 별 측정변수를 이용하여 모형의 적합도를 도출하기 전에 확인적 요인 분석(confirmatory factor analysis)을 실시하였다. 이는 모형의 분석 및 가설의 검정을 하기 전에 모형과 실제 공분산 자료사이의 일치성을 검토하는 것이다. 확인적 요인분석의 결과를 통해 각 잠재변수의 적합성을 확인한 결과 PU, PEOU, PE, PB 모두 적합도 지수가 높게 관찰되어 수용 가능하다

는 판단을 할 수 있었다. 이에 연구 모형이 자료를 충분히 설명할 수 있는지 여부를 분석하기 위해 구조방정식을 통해 모형의 적합도를 검증하였다.

[표 4] 구조방정식을 통한 적합도 평가

모형	CMIN/p	GFI	CFI	NFI	IFI	TLI	RMSEA
기준	p>0.05	0.9 이상	0.1 이하				
연구 모형	281.861 / 0.000	0.902	0.970	0.933	0.970	0.961	0.057

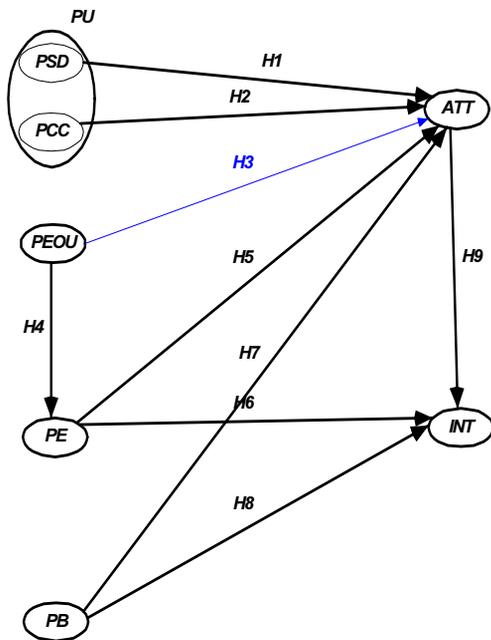
[표 4]에 나타난 적합도 지수 중 CMIN/p로 나타나는 카이 제곱(chi-square) 검정은 기각됨을 알 수 있다. 이는 연구 모형이 모집단 데이터에 적합하지 않음을 의미하는 것이다. 그러나 CMIN/p는 분석한 표본의 크기와 자유도에 영향을 받기 때문에 지수 해석에 문제가 있을 수 있다. 표본의 크기가 커질 경우 제안된 모형이 자료에 적합하다는 귀무가설을 기각할 확률이 높아지기 때문이다. 즉, 카이 제곱 검정은 모형 채택의 충분조건이 아닌 필요조건이기 때문에 반드시 충족되어야 할 필요는 없다. 또한 카이 제곱 검정의 대안으로 제시된 CMIN/df 값이 1.740으로 기준 값인 3보다 작게 관측되어 모형의 유의미함을 때문에 제안된 연구 모형의 적합도 판별을 위해 다른 적합도 지수를 종합적으로 참조하여 모형의 최종 적합성 및 수용 가능성을 판단하는 것이 바람직 할 수 있다[31]. 이에 연구 모형의 적합도 지수를 나타내는 지수를 종합적으로 분석해 보았다. 모형의 전반적인 부합도를 나타내는 GFI(Goodness of Fit Index), RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)를 추가로 분석한 결과 이들 모두 적합성 기준을 충족하는 것으로 나타났다. 또한 모형의 상대적 적합성을 나타내는 NFI(Normed Fix Index), CFI(Comparative Fit Index), TLI(Tucker-Lewis Index), IFI(Incremental Fit Index)값 역시 모두 기준치를 상회하는 것으로 나타났다. 이러한 적합

도 지수를 근거로 본 논문에서 도출한 연구 모형은 수용 가능한 수준이라고 평가된다.

5.3 연구 가설 검정

수용 가능한 수준의 적합성을 가진 것으로 판단된 연구 모형을 통해 본 논문의 연구 가설들을 검정해 보았다. 가설 검정 결과 PEOU를 제외한 PU, PE, PB는 수용에 대한 태도에 대해 유의한 경로 계수가 관측됨으로써, 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 쾌락적 수용 동기인 PE와 함께 실용적 수용 동기인 PB는 이용자의 수용 의도에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구 모형에서의 유의한 경로 및 가설을 도식화 하면 아래 [그림 3]과 같다.

이는 엔터테인먼트 기반 기술인 온라인게임의 수용에 있어 쾌락적 가치인 인지된 즐거움과 실용적 가치인 인지된 유용성(인지된 자기 개발, 인지된 커뮤니케이션 수단) 및 인지된 금전적 편익이 중요한 채택 기준이 된다는 것을 의미한다.



[그림 3] 가설 검정 결과

여기서 중요한 것은 온라인게임이라는 엔터테인먼트 미디어의 수용 행위에서 쾌락적 가치와 함께 본 연구가 상정한 온라인게임의 실용적 가치가 개인의 수용 행위를 유발하는 동기가 된다는 것이다. 즉, 온라인게임의 수용에 즐거움, 호기심이라는 유희적 동기 충족 여부와 함께 온라인게임 플레이를 통한 자기 발전 및 온라인게임에서 파생된 게임 아이템의 현금 거래를 통한 금전적 편익이 온라인 게임 수용 과정에서 중요한 기준(criteria)으로 밝혀진 것이다.

그리고 인지된 용이성도 수용 태도와 의도 사이에서는 유의미한 경로 계수가 관측되지는 않았지만, 인지된 즐거움과의 관계에서 유의미한 경로가 관측되었다. 이는 특정 온라인게임의 수용에 들어가는 노력이 적어, 수월하게 이용할 수 있는 정도가 이용자의 인지된 즐거움에 영향을 미친다는 것을 의미한다. 이와 같은 연구 모형의 분석 결과로 검정된 가설은 아래 [표 5]와 같다. 즉, H3을 제외한 모든 가설은 해당 유의수준 ($p < 0.01$, $p < 0.1$)에서 지지되는 것으로 나타났다.

[표 5] 가설 검정 결과

경로(가설)	계수값	C. R.	p 값
PSD→ATT(H1)	.344	7.189	.000
PCC→ATT(H2)	.087	1.854	.064
PEOU→ATT(H3)	-.115	-1.640	.101
PEOU→PE(H4)	.432	5.415	.000
PE → ATT(H5)	.365	5.581	.000
PE→INT(H6)	.325	5.361	.000
PB→ATT(H7)	.167	3.255	.001
PB→INT(H8)	.132	2.897	.004
ATT→INT(H9)	.518	7.617	.000

5.4 조절 효과 분석

5.4.1 이용자 특성별 조절효과

본 논문에서는 연구 모형의 적합성 분석 및 연

구 가설 검정과 함께 이용자의 특성을 고려한 조절 효과를 규명하였다. 게임이용자의 특성은 현재 게임 이용 정도(이용 시간)에 따라 핵심이용자(hardcore gamer, heavy user), 일반이용자(casual gamer, light user), 휴면이용자, 잠재이용자로 구분된다[32].

이에 설문을 통해 수집된 온라인게임 이용자 특성을 분석하여 하루 평균 이용 시간에 따라 경 이용자(casual user, 하루 2시간 미만 이용, 148명)와 중 이용자(heavy user, 하루 2시간 이상 이용, 82명)로 구분하고 t-test를 실시하였다. [표 6]에서 나타난 바와 같이 두 집단은 PEOU를 제외한 모든 잠재변수의 평균 크기에 차이가 있다는 것을 알 수 있다.

[표 6] 이용자 특성별 t-test 분석 결과

구분	평균		표준편차		t 값	p 값
	경 이용자	중 이용자	경 이용자	중 이용자		
PSD	2.865	3.433	1.342	1.365	-3.056	.003
PCC	4.250	5.092	1.538	1.220	-4.554	.000
PEOU	5.001	5.202	.8920	1.042	-1.474	.143
PE	4.688	5.185	1.030	.9604	-3.584	.000
PB	4.527	5.137	1.441	1.206	-3.253	.001
ATT	3.743	4.325	1.121	1.114	-3.779	.000
INT	4.076	4.651	1.199	1.176	-3.510	.001

이에 이들 두 집단에서 나타나는 잠재변수의 영향력 차이를 조절 효과 분석을 통해 측정해 보았다. 선형 인과 관계로 존재하는 두 변수사이에서 상황적으로 유의한 영향을 미치는 조절변수로 이용자의 특성을 선정하여 그 이용자의 유형 간 경계수의 차이를 비교해보는 것이다.

이는 이용자의 특성을 감안하여 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 잠재변수 및 그 크기를 규명하는 또 다른 접근이라고 할 수 있다.

[표 7] 이용자 특성별 조절 효과 결과

구분	경 이용자		중 이용자	
	계수값	p 값	계수값	p 값
PSD→ATT(H1)	.272	.000	.492	.000
PCC→ATT(H2)	.094	.097	.055	.533
PEOU→ATT(H3)	-.120	.243	-.149	.133
PEOU→PE(H4)	.503	.000	.313	.006
PE→ATT(H5)	.444	.000	.231	.030
PE→INT(H6)	.307	.000	.317	.005
PB→ATT(H7)	.105	.077	.303	.005
PB→INT(H8)	.113	.025	.169	.093
ATT→INT(H9)	.568	.000	.366	.001

[표 7]에서 나타난 것과 같이 몇 가지 변수에서 두 집단 간 차이가 존재한다. 우선 집단간 분석을 통해 도출된 인지된 자기 개발의 가능성이 이용자의 수용 태도에 미치는 영향의 경우, 유의미한 수준에서 중 이용자가 경 이용자보다 높게 관측되었다. 이는 현재 온라인게임을 더 많이 이용할수록 온라인게임의 수용에 자기 개발의 가능성을 염두하는 것을 의미한다. 또한 인지된 즐거움이 수용 태도에 미치는 영향의 경우, 경 이용자가 중 이용자 높게 관측되었다. 이는 온라인게임을 집중적으로 소비하는 집단보다 그렇지 않은 집단이 인지된 즐거움이라는 쾌락적 동기를 온라인게임 수용의 주요 요인으로 삼아 특정 태도를 형성하고 있음을 뜻한다. 그리고 인지된 금전적 편익이 온라인게임 수용 태도에 미치는 영향의 경우, 중 이용자가 경 이용자보다 더 높게 나타남으로써 실용적 동기를 보다 높게 수용의 동기로 삼고 있음을 알 수 있다.

또한 통계적으로 유의한 범위 내에서 집단 내 분석을 통해 경 이용자는 잠재변수 PE, PSD, 중 이용자는 PSD, PB, PE의 순으로 이용자의 수용 태도에 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 이는 두 집단 간 온라인게임 수용에 영향을 미치는 유의미한 잠재변수 및 그 영향력의 크기, 순서에 차이가 있음을 의미한다. 즉, 온라인게임을 적게 이용하는 일반 이용자는 인지된 즐거움과 인지된 자기 발전의 가능성이라는 쾌락적 가치 중심의 기준으로, 온

라인게임을 많이 소비하는 핵심 이용자는 인지된 자기 발전의 가능성과 금전적 편익, 즐거움이라는 실용적 가치 중심의 기준으로 특정 온라인게임에 대한 태도를 형성하고, 이를 토대로 행위 의도를 결정하는 것이다.

5.4.2. 이용자 성별 조절효과

앞 절에서 분석한 이용자 특성에 따른 조절 효과와 함께 본 절에서는 이용자의 성별에 따른 잠재변수 평균의 차이 및 경로계수의 크기를 비교해 봄으로써, 남녀 구분에 따른 수용 태도 및 행위 의도의 조절효과를 규명하였다. 2008 대한민국 게임 백서에 따르면 현재 온라인게임 이용 여부에 관한 조사에서 남자의 78.3%, 여자의 54.6%가 온라인게임을 이용하고 있는 것으로 나타나는데, 이는 온라인게임 수용에 대해 남녀 성별의 차이에 따른 상이한 태도가 반영된 것이라고 판단된다.

이에 본 연구에서는 남녀 간 성별 조절변수에 따라 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 요인이 차이가 나는지 확인하기 위하여 본 설문에 참여한 전체 230명을 대상으로 성별 구분에 따른(남자 125명, 여자 105명) t-test를 실시하였다.

[표 8] 이용자 성별 t-test 분석 결과

구분	평균		표준편차		t 값	p 값
	남자	여자	남자	여자		
PSD	3.184	2.929	1.440	1.285	1.407	.161
PCC	4.584	4.510	1.445	1.540	.378	.706
PEOU	5.122	5.014	0.964	0.936	.863	.389
PE	4.976	4.733	1.054	0.994	1.785	.076
PB	5.072	4.355	1.235	1.469	3.964	.000
ATT	4.081	3.795	1.176	1.104	1.889	.060
INT	4.382	4.160	1.264	1.160	1.380	.169

위 [표 8]에서 남자와 여자, 두 집단 간 잠재변수의 평균값에는 인지된 금전적 편익($p < 0.01$), 인지된 즐거움($p < 0.1$), 수용 태도($p < 0.1$)가 해당 유

의 수준 하에서 통계적으로 유의미하게 차이가 있을 수 있다. 이에 남녀 집단 구분을 통한 연구 모형에서의 경로계수를 조사해보았다.

[표 9] 이용자 성별 조절 효과 결과

구분	남자		여자	
	계수값	p 값	계수값	p 값
PSD→ATT(H1)	.368	.000	.267	.000
PCC→ATT(H2)	.107	.102	.106	.127
PEOU→ATT(H3)	-.115	.234	-.157	.134
PEOU→PE(H4)	.511	.000	.343	.004
PE→ATT(H5)	.399	.000	.347	.000
PE→INT(H6)	.189	.014	.404	.000
PB→ATT(H7)	.177	.010	.077	.350
PB→INT(H8)	.079	.194	.200	.003
ATT→INT(H9)	.723	.000	.318	.000

[표 9]를 살펴보면 인지된 즐거움이 이용자의 수용 태도에 미치는 영향에서 남녀가 차이가 나타남을 알 수 있다. 즉, 남자의 경우 여자보다 즐거움이 수용 태도에 미치는 영향이 약간 높게 나타나는 것이다. 또한 인지된 금전적 편익이 이용자의 수용 태도에 미치는 영향에서 성별 조절 효과에 따른 경로계수의 차이가 나타남을 알 수 있다. 이는 온라인게임을 통해 창출된 게임 아이템, 게임 머니의 현금 거래를 통한 수익 가능성이 남녀 간 게임 수용에 대한 다른 태도를 형성하는데 기여함을 의미한다. 즉, 온라인게임 이용자 중에서 남자의 경우 여자에 비해 금전적 수익에 대한 기대가 온라인게임 수용에 있어 상대적으로 강하게 나타나는 것이다.

6. 논의 및 결론

본 논문은 엔터테인먼트 기반의 기술로 대표되는 온라인게임의 수용과 관련하여 이용자의 수용 태도 및 의도에 영향을 미치는 잠재변수가 무엇인지 고찰하였다. 이를 위해 인지된 유용성, 인지된 용이성, 인지된 즐거움, 인지된 금전적 편익의 외생적 잠재변수와 내생적 잠재변수인 수용 태도, 의도와 구조적 연관성 및 상호 영향을 살펴보았다.

구조화된 설문지를 개발하여 잠재변수의 특성을 측정변수로 규명하고, 이를 구조방정식 분석을 통해 본 논문의 연구 모형 및 가설을 살펴본 결과 인지된 용이성을 제외한 다른 모든 잠재변수는 온라인 게임 수용 태도와 의도에 통계적으로 유의미한 영향을 미친다는 것이 밝혀졌다. 이는 엔터테인먼트 기반의 기술인 온라인게임의 수용에 쾌락적 측면과 실용적 측면이 동시에 존재하는 것을 의미한다.

또한 경 이용자와 중 이용자의 집단 간 구분을 통한 연구 모형 및 연구 가설 분석 결과, 이들 두 집단 간 경로계수의 값이 다르게 관측됨을 알 수 있었다. 이는 일반 이용자와 핵심 이용자가 온라인 게임을 수용할 때 서로 다른 동기에 의해 영향을 받는다는 것을 의미한다. 뿐만 아니라 이용자 집단 내 분석을 통해 도출된 경로계수의 크기를 보면 경 이용자와 중 이용자의 집단 내에서 온라인 게임의 수용 태도 및 행위 의도를 결정하는 요인 및 영향력의 크기 및 순서가 다르게 나타났다. 즉, 경 이용자는 즐거움이라는 쾌락적 가치를 중심으로, 중 이용자는 자기 발전의 가능성과 기대되는 금전적 편익의 가능성이라는 실용적 가치를 중심으로 온라인게임을 채택하는 것이다.

그리고 남자와 여자의 성별 집단 구분을 통한 연구 모형 및 가설 검증 결과로 남녀 간 온라인 게임 수용에 영향을 미치는 잠재변수의 차이를 확인하였다. 즉, 여성 이용자에 비해 남성 이용자는 온라인게임의 수용에 있어 금전적인 수익 실현의 가능성이 그 채택 동기로 강하게 작용하는 것이다. 이는 온라인게임의 아이템 현금 거래를 통한 실용

적 가치가 여성 이용자 보다 남성 이용자에게 유의미한 수용 동기로 작용함을 설명해준다.

본 연구를 통해 온라인게임의 수용에 영향을 미치는 요인들을 실증 분석하고, 그 영향력의 크기를 고찰해 봄으로써 이론적으로 기존의 과업 기반 기술 수용의 범주를 넘어 엔터테인먼트 기반 기술의 수용을 설명할 수 있었다. 또한 본 연구에서 실증 분석을 수행하여 도출된 결과를 통해 국내 게임 기업들이 온라인게임의 수용과 확산에 미치는 요인을 이해하고, 이용자의 수용에 영향을 미치는 잠재변수를 고려하여 새로운 비즈니스 전략을 수립하는데 일정 정보를 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

그러나 본 연구는 응답자의 자기 설문(self reported)과 함께 심층 인터뷰(in-depth interview)를 통한 결과가 병행되지 못한 한계점을 가진다. 심층 인터뷰를 시행하여 본 연구의 자기 설문 방식으로 수집된 개인의 신념(Belief), 태도(Attitude), 의도(Intention)의 결과와 비교, 제시하는 것이 연구의 객관성을 제고시키는 방법이기 때문이다. 또한 특정 시점에서 수집한 횡단면적(cross sectional) 자료로 통시적인(longitudinal) 인과 관계를 분석한다는 태생적인 한계점이 존재한다. 온라인게임의 수용에 대한 개인의 지각, 태도, 의도는 이용자의 사용 시간 흐름에 따라 변화될 가능성이 있기 때문이다.

후속 연구에서는 데이터 수집 및 분석의 방법론적 한계를 고려하여야 할 것이다. 또한 다양한 외부 자극을 고려한 모형이 개발되어야 할 것이다. 예컨대 온라인게임과 같이 네트워크로 연결되어 사회적 미디어로 기능할 수 있는 기술 서비스를 분석함에 있어 그 잠재변수로서 사회 환경적 영향을 고려하는 것이다. 이는 엔터테인먼트 기반 기술의 수용에 영향을 미치는 요인들을 환경적 특성 관련 차원, 기술적 특성 관련 차원, 이용자의 특성 관련 차원으로 연구 모형을 확대 분석하는 것을 의미한다. 즉, 모형의 외연을 확대하여 기술 수용에 대한 통합적 접근을 시도해야 하는 것이다. 이로서 엔터테인먼트 기반 기술의 수용과 관련하여 보다 폭넓은 이해가 가능할 것이다. 뿐만 아니라 다양한 조

절변수를 고려하여 연구 모형을 분석함으로써 더욱 세분화된 연구 결과를 도출하여야 할 것이다. 이러한 개선점을 감안하여 본 연구보다 의미 있는 결과를 도출할 수 있는 후속 연구가 수행되기를 희망한다.

참고 문헌

- [1] 윤건우, 유승호, “비모수 분석모형(DEA)을 활용한 국내 온라인게임 기업의 인적자본 효율성 연구”, 한국게임학회, pp.81-93, 2009
- [2] Bass, F. M., “A New Product Growth Model for Consumer Durables,” *Management Science*, 15 (5), 215 - 7, 1969
- [3] Ajzen, I., & M. Fishbein., *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, 1980
- [4] Davis, F.D., “Technology Acceptance Model for Empirically Testing New End-user Information Systems Theory and Results”, Unpublished Doctoral Dissertation, MIT, 1986
- [5] Davis, F.D., “User Acceptance of Information Technology System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts”, *International Journal of Man-Machine Studies* 38(3), pp.475-487, 1993
- [6] Hsu. C. L. & Lu. H. P., “Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience”, *Information & Management*, pp. 853 - 868, 2004
- [7] Venkatesh, V. & M. G. Morris., & G. B. Davis, and F. D. Davis, “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View”, *MIS Quarterly* 27(3), pp. 425-478, 2003
- [8] Venkatesh, V. & F.D. Davis., “Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies”, *Management Science* 46(2), pp. 186-204, 2000
- [9] Ajzen, I., & Fishbein, M., “The prediction of behavioral intention in a choice situation”, *Journal of Experimental Social Psychology*, 5, pp.400-416, 1969
- [10] Davis, F.D., “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology”, *MIS Quarterly* 13(3), pp. 319-340, 1989
- [11] Davis, F.D., R.P. Bagozzi, & P.R. Warshaw, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Models”, *Management Science*, 35(8), pp.982-1003, 1989
- [12] Straub, D.W., “The Effect of Culture on IT Diffusion E-mail and FAX in Japan and the U.S.”, *Information Systems Research* 5(1), pp.23-47, 1994
- [13] Agarwal, R. & J. Prasad., “Are Individual Differences Germane to The Acceptance of New Information Technologies?”, *Decision Sciences* 30(2), pp. 361-391, 1999
- [14] Gefen, D. & D.W. Straub., “The Relative Importance of Perceived Ease of Use in IS Adoption: A Study of E-commerce Adoption”, *Journal of the Association for Information Systems* 1, 2000
- [15] Hsu.C. L. & Lin. J. C., “Acceptance of blog usage: The roles of technology acceptance, social influence and knowledge sharing motivation”, *Information & Management*, pp. 65-74, 2008
- [16] Ha, I. & Yoon, Y. & Choi, M., “Determinants of adoption of mobile games under mobile broadband wireless access environment”, *Information & Management*, pp. 276-286, 2007
- [17] Dominik, P, Michael. C, “Adoption of new movie distribution services on the internet”, *Journal of Media Economics*, 21(3), pp191-216, 2008
- [18] David, J. A. & Kim. N. & Leo. W. J. & Paul. S., “Predictors of audience interest in adopting digital television”, *Journal of Media Economics*, 16(3), pp159-173, 2003
- [19] Rogers, E.M., *Diffusion of Innovations* New York, NY: The Free Press, 1983
- [20] Rogers, E.M., “New Product Adoption and Diffusion,” *Journal of Consumer Research*, 2 (4), 290 - 02, 1995
- [21] Fishbein, M. & Ajzen, I., *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, reading, MA: Addison-Wesley, 1975
- [22] Huizinga. J, *Homo ludens: a study of the play element in culture*, Boston: Beacon press, 1950
- [23] Teo, T.S.H., V.K.G. Lim, and R.Y.C. Lai, “Intrinsic and Extrinsic Motivation in Internet Usage”*Omega* 27, pp.25-37, 1999

- [24] Moon, J. & Kim. Y., "Extending the TAM for a World-Wide-Web Context", Information and Management 38(4), pp.217-230, 2001
- [25] Bandura., A. "Self-Efficacy mechanism in human agency", American Psychologist, 37(2), 1982
- [26] 이준웅, 김은미, 심미선, "다매체 이용자의 성향적 동기: 다매체 환경에서 이용과 충족 이론의 확장", 한국언론학보, 50(1), pp.252-284, 2006
- [27] 최성락, "온라인게임 아이템거래 이해관계자의 이익관계 분석: MMORPG 사이버공간에서의 이익관계를 중심으로", 한국행정학보, 40(2), pp.219-241, 2006
- [28] 한국게임산업개발원, 온라인게임 아이템 현금거래 심층 실태조사 연구, 한국게임산업개발원, 2006
- [29] 김계수, 인과분석 연구방법론, 청람, 2006
- [30] 성태제, SPSS/AMOS를 이용한 알기 쉬운 통계분석, 학지사, 2007
- [31] 강남준, 김두섭, 회귀분석, 나남출판, 2008
- [32] 2008 대한민국 게임백서, 한국게임산업진흥원, 2008



윤건우(Gun Woo Yoon)

2008~현 KAIST 문화산업경영정책연구소 연구원
2008~현 KAIST 문화기술대학원 석사과정

관심분야 : 엔터테인먼트 산업, 미디어 경제학



김원준(Won Joon Kim)

2005~현 KAIST Business Economics Program 조교수
2005~현 KAIST 문화기술대학원 겸임교수

관심분야 : 계량경제학, 문화산업 정책



유승호(Seung Ho Ryu)

2006~현 한국게임학회 편집위원, 부회장
2006~현 문화콘텐츠기술학회 이사, 한국사회학회 이사
2005~현 KAIST 문화기술대학원 겸직교수
2004~현 강원대학교 영상문화학과 부교수

관심분야 : 문화산업 및 정책, 문화사회학, HCI 등
