

모바일 소셜 네트워크 게임 사용자의 이타주의적 행위가 게임 지속성에 미치는 영향: 사회 관계적 자본의 매개효과를 중심으로

채 성 욱* · 강 윤 정**

< 목 차 >

I. 서론	IV. 실증분석
II. 개념적 배경	4.1. 자료수집 및 응답자의 특성
2.1 사회적 자본	4.2 설문도구 타당성 분석
2.2 이타주의	4.3 가설검증
2.3 지속적 사용의도	V. 연구결과 및 향후 연구과제
III. 연구모델과 가설	5.1. 연구 결과 및 토의
3.1 연구모델과 가설	5.2 연구 결과의 시사점
3.2 변수측정	5.3 연구 결론 및 한계점
	참고문헌
	<Abstract>

I. 서론

최근 소셜 네트워킹 서비스(Social Networking Service, SNS)의 성장을 배경으로 급성장한 소셜 네트워크 게임(Social Networking Game, SNG)은 게임 산업의 새로운 성장 동력이자 게임업체들의 신비즈니스모델로 주목 받고 있다. 모바일 SNG는 현실 인맥과 게임의 특징인 오락성, 재미라는 장점을 갖고 있다. SNG는 쉬운 인터페이스로 플레이가 쉬울 뿐만 아니라, 이동

중에도 게임을 즐길 수 있으며 비동기적 접속 방식의 게임플레이로 게임을 즐기기 위해 항상 네트워크에 연결될 필요가 없다(DMC Media, 2010; Järvinen, 2009; 남현우, 2011). 이러한 장점으로 인해, SNG는 기존의 PC게임 시장뿐만 아니라 온라인게임시장, 모바일 게임시장의 판도가 바뀌어 가고 있다. 세계적인 소셜 네트워크 게임 업체 중의 하나인 미국의 징가(Zynga)는 2011년에 기업가치가 이미 100억 달러를 넘어섰으며, 일일 게임사용자 5천6백만 명, 월 이

* 호서대학교 경영학부 조교수, seongwookchae@gmail.com, 주저자

** 연세대학교 정보대학원 연구교수, elle0821@gmail.com, 교신저자

용자가 약 3억 명에 달한다(전희성·이정수, 2013). 국내의 경우 2013년 주요 게임업체들의 실적을 살펴보면 온라인 게임 실적은 하락하였지만, 모바일 게임관련 업체들의 실적은 ‘몬스터길들이기’, ‘포코팡’, ‘쿠키런’, ‘윈드러너’ 등의 히트작들에 힘입어 큰 폭으로 성장한 것으로 나타났다(배옥진, 2014). 이와 같은 SNG의 성장세와 시장의 중요성으로 인하여 SNG에 대한 연구가 활발하게 진행되고 있다. 기존 연구들은 기술수용 모델(TAM: Technology Acceptance Model)을 중심으로 SNG 수용(Shin et al., 2011), SNG게임 이용 동기(Hou, 2011; 손달호·장경호, 2011), SNG의 지속사용(Choi and Kim, 2004; 김병수 외, 2012)등의 연구에서 SNG의 특성인 사회적 요소가 SNG 사용에 미치는 영향을 살펴보는 연구(Hsiao and Chiou, 2012)로 점차 확대되어 가고 있다. 그러나 사회 관계적 요소를 강화하는 선행요인에 대한 연구는 아직 미흡하다. 본 연구에서는 사회적 관계를 강화하는 SNG의 선행요인을 SNG 플레이어의 특징에서 도출하여 그 관계를 살펴보고자 한다.

SNG 게임 사용자들은 게임을 진행하는 동안 필요한 것들을 사용자 간 관계망 속에서 구하도록 설계되어있다(한혜원·심세라, 2010). 따라서 SNG에서 사회적 관계는 SNG게임 구조의 근본적인 전제일 뿐만 아니라, 게임 플레이 전반에 영향을 미치는 요소로 역할을 한다(권보연, 2011). SNG 게임 사용자들은 자신과 연결된 사회적 관계망 내에서 게임 아이템을 주고받게 된다. SNG에서 게임 아이템이 갖는 의미는 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있다. 첫 번째, 게임 아이템은 게임의 진행 속도와 파워를

강화하여 빠른 성취(승리)를 얻을 수 있게 하는 수단으로 게임의 재미를 증가시킨다. 일반적으로 게임을 더 역동적이고 재미있게 해주는 아이템 획득은 사용자의 게임 능력에 달려있다. 예를 들어 ‘슈퍼마리오’ 게임에서 사용자는 스스로의 게임능력으로 시간과 노력을 투자해서 ‘금젯지’라는 아이템을 획득하여 게임에서 효과적이고 빠르게 승리할 수 있다. 반면에, ‘리니지’라는 게임의 아이템은 금전적인 거래를 통해서 획득이 가능하다.

SNG 사용자는 아이템을 소셜 네트워크에서 획득할 수 있다. 즉, SNG에서는 사용자 자신의 게임 능력이나 재정적 능력이 아니라, 타인의 도움을 통해서 아이템 획득이 가능하다. 타인이 게임에서 빠른 성취(승리)를 하는데 필요한 게임 아이템을 사회적 네트워크에 연결되어 있으면, 아무런 조건 없이 주고받는다.

두 번째, SNG에서 아이템을 주고받기는 사회적 관계의 더욱 효과적이고 재미있게 게임을 지속하기 위한 목적도 있지만, 사회적 관계에서 안부나 관심의 표현으로 아이템 주고받기를 통해 사회적 관계를 유지하게 된다. 즉, 애니팡의 ‘하트’와 같이 아이템 주고받기를 통해서 SNG 게임을 지속적으로 더 많이 즐길 수 있을 뿐만 아니라, 인맥관리의 방법으로 활용되어 인맥이 게임을 하는데 하나의 의미 있는 자본으로써의 역할을 하게 된다. 이처럼 모바일 SNG에서 게임 사용자의 ‘하트’와 같은 게임아이템 주기 행위는 지인 등 기존 네트워크 상의 사용자들과의 관계를 강화시키거나 타 사용자들과의 새로운 관계를 맺을 수 있게 해주는 사회적 자본 확보의 중요한 수단임과 동시에 이타주의적 행위의 표현으로 볼 수 있다. 일반적으로 사람들은

지인 혹은 타인으로부터 도움을 받았을 때, 본인 또한 도움을 되돌려 주는 상호 이타주의 속성을 가지고 있다(Axelrod and Hamilton, 1981; Thaler, 2012). 이러한 상호 이타주의 속성으로 인해 SNG에서의 관계망은 지속적으로 확장되거나 강화되므로, 모바일 SNG에서 사용자의 이타주의 행위는 매우 중요한 역할을 한다.

이에 본 연구에서는 SNG게임 진행에 있어 중요한 요소인 사용자들의 이타주의가 사용자들의 SNG지속적 사용의도에 어떻게 영향을 미치는지에 관한 설명을 사회적 자본(social capital)의 관점에서 제안하고자 한다. 본 연구 결과를 통해서 문제해결의 도움 상황에서의 사회적 자본의 역할에서 나아가 흥미와 재미를 위한 게임의 지속에 있어서 SNG에서의 사회적 자본의 역할과 중요성에 대한 이론적 시사점을 도출하고자 한다. 또한, 모바일 SNG에서 사용자들 간의 사회적 자본을 활성화하고 이끌어 낼 수 있는 요소를 통해 모바일 SNG의 성공을 위한 전략적 방향을 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

II. 개념적 배경

2.1 사회적 자본

사회적 자본이론은 사람들 사이의 관계를 바탕으로 형성되는 가치에 대한 이론이다(Bourdieu, 1986; Coleman, 1988). Bourdieu (1986)는 “상호 인지적 관계로부터 제도화된 지속적 관계망 소유를 통해 현재적이고 잠재적으로 존재하는 자본으로 친근감이나 서로가 알

고 있는 관계의 제도화를 통해, 혹은 지속적인 연결을 바탕으로 개인이나 집단이 실제적으로 또는 가상적으로 얻게 되는 이익이나 기회 그리고 자원의 총합”이라 정의하였다. 또한, Coleman (1988)은 “사회구성원이 가용할 수 있는 특수한 종류의 자원”으로 정의하였다. 또한 Putnam (2000)은 “사회적 자본은 사회적 참여(engagement)에 의해 형성”된다고 정의하고 있다. 이처럼 사회적 자원은 사회적 행동을 위한 의미 있는 관계로 보고 이를 확장하여 Nahapiet and Ghoshal (1998)은 이러한 포괄적 관점에서 사회적 자본을 구조적 자본(structural capital), 인지적 자본(cognitive capital), 관계적 자본(relational capital)의 세 구조로 구분하였다. 구조적 자본은 개인 간의 사회적 연결에 대한 총체적 모형으로, 전체 관계 네트워크의 구성, 밀도(social density), 중심성(centralization)을 통해서 집단행위를 설명한다. 인지적 자본은 관계를 맺고 있는 네트워크 안에서 공동의 언어와 비전으로 인하여 조직에서의 개인 간 상호작용을 촉진하고 정보공유를 활성화하는 것을 의미한다. 관계적 자본은 사람들이 상호적 작용을 통해 개인적 관계를 형성하는 것으로 조직 구성원 간 상호 신뢰를 바탕으로 이루어져, 조직의 공통의 목표가 존재할 때 다른 구성원들에게 더 도움을 주는 것을 말한다.

Nahapiet and Ghoshal (1998)이 제시한 관계적 자본은 개인적인 사회적 관계 속에서 자원을 교환하는 것으로 사회적 자본 중에서 핵심적인 요소로 간주된다(Lew et al., 2013). 개인적 차원에서 사회적 자본은 개인적인 사회적 관계를 통해서 얻을 수 있는 것이라는 관점에서 Putnam (2000)은 사회적 자본을 네트워크의

연결된 특성과 속성으로 보아야 한다고 하였다. 다양한 외부 네트워크를 가지고 있는 개인은 폭넓은 사회적 자원을 획득할 수 있고, 강력한 내부 네트워크를 가지고 있는 개인은 강한 결속력 있는 사회적 자원을 획득할 수 있다고 보았다. 이러한 관점에서 Putnam (2000)은 사회적 결속(bonding)과 연계(bridging)를 사회적 자본으로 다루고 있다. SNS연구에서는 SNS활동을 통해서 형성되는 개인의 사회적 자본을 이 두 가지 차원에서 다루고 있다고 하였다(Ellison et al., 2007; Choi et al. 2011; Chu and Choi, 2010; Ji et al., 2010; 금희조, 2010; 김종기 외, 2012; 이재학·박철, 2013). 따라서 본 연구에서는 소셜 게임에서의 사회적 자본을 사회적 결속(bonding)과 연계(bridging)로 살펴보고자 한다. 결속(bonding) 자본은 가족이나 친구와 같이 강한 유대로 이루어진 관계를 의미한다. 이러한 관계에 있는 개인들의 배경적인 다양성은 약하지만 강한 개인적인 연결성을 갖고 있어 강한 감정적인 본질적인 상호 지원을 제공한다(Ellison et al., 2007; Putnam, 2000; Williams, 2006). 이에 반해, 연계(bridging) 자본은 다양한 배경을 가진 개인들이 감정적 연결 없이 단순히 정보나 새로운 관점을 주고받는 관계이다. 이는 네트워크 연구자들에 의하면 약한 연결(weak tie)의 관계라 할 수 있다. 또한, 연계(bridging) 자본은 사회적 시야 혹은 세계를 보는 관점을 넓혀주거나, 새로운 자원이나 정보에 접할 수 있는 기회를 가질 수 있다는 혜택을 제공한다(Ellison et al., 2007; Putnam, 2000; Williams, 2006). 따라서 본 연구에서는 사회적 자본이론의 결속(bonding)과 연계(bridging) 개념을 적용하여 모바일 SNG를 살펴보고자 한다.

2.2 이타주의

이타주의는 면대면 환경에서 직접적, 의도적인 목적을 가지고 다른 사람을 돕는 행위를 말한다(Smith et al., 1983). 이타주의는 조직의 업무 환경에서 이루어지는 조직시민행동에서 유래된 개념으로, 조직시민행동(Organizational Citizenship Behavior, OCB)은 조직의 발전을 위해 자발적으로 하는 행위를 의미한다(Organ, 1988). Williams and Anderson(1991)은 조직시민행동은 조직 구성원 개인이 조직에서 수행해야 하는 주어진 역할이외에 부가적으로 조직의 발전을 위한 모든 긍정적인 행동을 말하며, 이러한 행동은 조직의 이익에 유익한 영향을 미친다고 하였다. Graham and Van Dyne(2006)은 조직시민행동은 조직 구성원뿐만 아니라 조직 및 사회에도 유익한 결과를 가져온다고 하였다. Organ (1988)은 조직시민행동을 직무기술서 등에 공식적으로 주어진 역할 이외 자발적으로 수행하는 개인의 재량적인 행위로 보고, 조직시민행동의 구성을 이타주의(altruism), 예의(courtesy), 양심성(conscientiousness), 스포츠맨십(sportsmanship), 시민 의식(civic virtue) 등 5가지 형태로 분류하였다. 예를 들면 자발적으로 동료의 일을 도와주는 것을 이타주의(altruism), 자신의 업무나 행동으로 인해 동료가 당혹감을 갖지 않도록 사전에 먼저 조치를 취해주거나 동료나 부서의 입장을 고려해서 행동하는 것을 예의(courtesy)라고 한다. 회사에 대하여 별로 중요하지 않는 사소한 일에는 인내심을 발휘하여 불평불만을 삼가는 스포츠맨십(sportsmanship), 회사의 규칙을 준수하고 회사 비품도 자신의 것처럼 아껴 쓰며 주어진 업

무 그 이상을 수행하고자 하는 양심성 (conscientiousness), 회사 내 다양한 활동에 관심을 갖고 적극적으로 참여하는 행동을 시민 의식(civic virtue)이라고 한다. Podsakoff et al. (2000)은 조직 시민행동에 관한 기존 연구들을 종합하여 크게 돕는 행위(helping behavior), 스포츠맨십(sportsmanship), 조직 충성도 (organizational loyalty), 조직 준수성 (organizational compliance), 개인 주도성 (individual initiative), 시민 의식(civic virtue), 자기 발전(self-development) 등의 7가지 차원으로 제시하였다. 이와 같은 조직시민행동을 구성하는 핵심요소 중에서 이타주의적 행동은 조직 시민행동에 있어 가장 핵심이 되는 요소로 간주되고 있다(Organ, 1988; Podsakoff et al., 2000).

Williams and Anderson(1991)은 조직 내의 구성원들에게 도움이 되는 개인 지향적 조직시민행동(OCBI-behavior)과 조직에 이익이 되는 조직 지향적 조직시민행동(OCBO-behavior)의 두 가지 차원으로 분류하였다. 조직 지향적 조직시민행동(OCBO-behavior)은 조직의 이익과 관련된 행동으로 양심성(conscientiousness), 스포츠맨십(sportsmanship), 시민의식(civic virtue)으로 구분되며, 개인 지향적 조직시민행동(OCBI-behavior)은 조직에서 구성원 개개인에게 직접적으로 영향을 주는 예의(courtesy) 그리고 이타주의(altruism)와 같은 행동을 의미한다. Williams and Anderson(1991)이 제시하고 있는 OCBI 차원은 기존 연구들에서 이타주의로 OCBO 차원은 일반화된 규범 준수의 개념

으로 다루어졌다(Organ and Konovsky, 1989; Smith et al., 1983). 조직 지향적 조직시민행동은 조직의 이익에 직접적인 영향을 주지만, 개인 지향적 조직시민행동은 조직의 이익보다는 조직의 균형을 유지하기 위해 개인에게 도움을 주는 것이다. 따라서 본 연구에서는 SNG게임 환경에서 게임 사용자들에게서 발생하는 개인 수준에서의 이타주의적 행위에 대한 설명을 위해 Williams and Anderson(1991)의 조직시민행동 분류방식 중 OCBI를 기반으로 이타주의를 이용하였다.

2.3 지속사용의도

지속사용의도(continuous use intention)이란 사용자가 해당 제품 혹은 서비스를 지속적으로 사용하려는 계획의 강도를 의미한다 (Bhattacharjee, 2001). 기술수용모형(TAM)에서 출발한 사용의도에 대한 연구를 Bhattacharjee (2001)가 기술수용모델(Davis, 1989)과 기대불일치이론(Oliver, 1980)을 토대로 지속사용의도에 영향을 미치는 변수와 이들 간의 관계를 규명하였다. 그러나 지속사용의도에 영향을 미치는 선행변수가 사용자의 사용경험인 만족과 사용에 따른 지각된 유용성으로 개인에 한정했다는 한계가 존재한다. 본 연구에서는 사회적 환경에서 사용자의 SNG지속사용의도를 알아보기 위해 SNG를 포함한 모바일 SNG의 지속사용의도(사용의도 포함)와 관련하여 연구된 최근 문헌 살펴보았다.

<표1> 지속사용의도 선행연구

연구자	이론	주요변수	결과변수	연구대상
Park et al. (2014)	확장된 기술수용 모델	지각된 통제&기술, 지각된 이동성, 지각된 연결성, 지각된 유용성, 지각된 용이성, 지각된 즐거움, 태도, 만족	사용의도	모바일 SNG
이재학·박철(2013)	이용 충족 이론	즐거움, 시간활용, 관계연결, 관계결속, 만족	지속사용의도, 게임아이템 구매의도	SNG
김지민·장영훈(2013)	합리적 행동이론, 기술수용모델	지각된 용이성, 지각된 유용성, 지각된 즐거움, 경쟁/도전, 사회적 상호작용, 사회적 이미지, 주관적 규범, 사회적 실재감, 태도	사용의도	SNG
Chang (2013)	몰입이론	휴먼컴퓨터상호작용, 사회적 상호작용, 유희적 가치, 실용적 가치, 플로우, 만족	지속사용의도	SNG
Kim et al. (2012)	가치모형	사회적 가치, 유희적 가치, 기능적 가치, 개인적 가치, 만족도	지속사용의도	모바일 SNG
김수연 외 (2011)	확장된 기술수용 모델	사회적 상호작용, 이동성, 지각된 사용용이성, 지각된 유용성, 지각된 유희성, 주관적 규범, 플로우, 태도	행동의도, 실제사용	모바일 SNG

기존연구에서는 기술수용모델(Park et al., 2014; 김수연 외, 2011; 김지민·장영훈, 2013), 이용충족이론(이재학·박철, 2013), 가치모형(Kim et al., 2012) 등을 이용하여 SNG의 사용의도를 설명하는 다양한 선행 변수들을 제시하고 있다. 최근 SNG의 지속사용의도에 대한 연구들에서 제시하고 선행요인들은 제품에 대한 사용자 개인의 경험으로 얻어진 인지된 특성에 국한되어 있을 뿐, 사회적 영향력이 SNG지속 사용의도에 미치는 영향을 다루고 있지 않다. 따라서 본 연구에서는 SNG지속사용의도에 있어 사회적 자본이 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

Ⅲ. 연구모델과 가설

3.1 연구 모델과 가설

조직시민행동에서 이타주의는 동료들 도와주는 행위를 의미한다(Organ and Konovsky, 1989; Williams and Anderson, 1991). 주로 조직 환경에서 언급되어 온 이러한 이타주의는 모바일 SNG상에서는 게임 사용자들이 아이템 선물주기 등과 같은 특정한 행위를 함으로써 다른 사용자들과 관계를 맺고 유지하고자 하는 바람으로 나타날 수 있다(Antin and Churchill, 2011). 예를 들면, 나의 관계 네트워크에 있는 지인들이 지속적으로 게임을 진행할 수 있도록 아이템을 제공하는 행위가 이타주의적 행위로 볼 수 있다. 이타주의자들은 네트워크상의 인맥들을 도와줌으로써 간접적으로 자신들의 게임 진행에 대한 도움을 받는다. 예를 들어, ‘애니팡’을 하면서 ‘하트’가 필요할 때 지인들에게 ‘하트’를 보낸 적이 있는가? 아니면, 누군가에게 ‘하트’를 받았을 때, ‘하트’를 보내준 사람에게 나도 ‘하트’를 보내준 경험이 있는가? 이러한 상황에서 보더라도 개인들은 상대방의 이타

주의적 행위로 인해 도움을 받았을 때, 이를 무시하지 못하고 대개 이타주의적 행위로 보답을 하는 경향을 보이는데 이를 상호 이타주의라 한다(Axelrod and Hamilton, 1981; Thaler, 2012). 상호 이타주의를 통해 게임 사용자들은 게임의 지속성 뿐만 아니라, 스스로의 네트워크를 강화하고 새로운 인맥을 넓히는 등 그들의 사회적 자원을 확보 할 수 있게 된다. 사회적 구조 내에서 개인의 능력은 그들의 관계 네트워크를 개발하는 것에 달려있으며 (Thompson, 2005), 조직시민행동은 사회적 자본의 형성에 기여하므로 (Bolino et al., 2002), 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H1a: 모바일 SNG에서 사용자의 이타주의는 SNG를 통한 관계결속에 정(+)의 영향을 미친다.
- H1b: 모바일 SNG에서 사용자의 이타주의는 SNG를 통한 관계연결에 정(+)의 영향을 미친다.

네트워크 구조에서 외부 네트워크와의 연결과 관련하여 중개자 역할의 중요성을 강조한 구조적 공백(관계연결)의 경우 구조적 공백의 가치가 실현되려면 강한 네트워크 결속(관계결속)이 필수적이다(Burt, 2000). Patulny and Lind Haase Svendsen (2007)는 자녀들의 숙제를 도와주는 미국의 아시아 이민자 부모에 관한 Portes (2000)의 연구를 예로 들어 유익한 관계연결이 관계결속으로부터 나올 수 있음을 설명하였다. 한편, Meng et al. (2015)은 ‘리그오브레전드’라는 대규모 다중사용자 온라인게임(MMOG) 사용자들을 대상으로 한 실증연구를 통해 같이 게임을 하는 사람들의 유형 및 커뮤

니케이션 수단 등이 관계결속 및 관계연결에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보았다. 연구결과 기존 오프라인 친구들(관계결속)과의 게임 빈도가 관계연결에 긍정적인 영향을 미침을 확인하였다. 이러한 결과를 통해 Meng et al. (2015)은 온라인 게임이 기존 친구들과 같이 이미 보유하고 있는 사회적 네트워크를 넘어 새로운 연결을 촉진하는 추가적인 기회를 제공할 수 있다고 주장하였다. 모바일 SNG의 경우 관계적 결속을 갖는 이들로부터 그들이 갖고 있는 개인적인 네트워크의 일부를 소개 받거나 활용함으로써 네트워크의 확장이 가능한데, 특히 소셜네트워크 서비스를 기반으로 하는 소셜 게임 환경에서는 1촌의 네트워크를 이용하여 새로운 관계 형성이 매우 용이하므로 게임을 통해 관계결속이 강화될수록 새로운 관계연결에 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상할 수 있다. 이상의 내용을 토대로 관계결속과 관계연결에 대한 가설을 다음과 같이 설정하였다.

- H2: 모바일 SNG를 통한 관계결속은 사용자의 관계연결에 정(+)의 영향을 미친다.

관계 결속(bonding)은 유사한 배경과 특성을 가진 사람들 간의 배타적 성격을 지니고 있는 네트워크를 의미한다(Putnam, 2000; Williams, 2006). 가까운 관계에서 상호간 강한 유대감을 형성하는 관계로 친구 및 가족 등과 같은 사이에서 나타나며 서로에 대한 감정적인 지지를 얻어낼 수 있다. 모바일 SNG를 통해 이러한 강한 유대감을 가질 수 있으며 필요 시 정서적 지지를 받을 수 있는 가치 있는 관계를 형성해 나갈 수 있다. 이는 게임에 대한 재미 요소 이외에

게임 사용자로 하여금 게임에 대한 만족감을 얻을 수 있도록 하는 중요한 요인이 될 수 있을 뿐만 아니라, 게임을 지속하여 사용하도록 하는 유인이 된다(Chang, 2013; 금희조, 2010; 이재학·박철, 2013). Chang (2013)은 몰입 관점에서의 소셜 네트워크 게임의 지속적 사용에 관한 연구에서 소셜 게임 참여자들 간의 사회적 상호작용이 이들의 게임에 대한 만족도에 영향을 미침을 확인하였다. 이재학·박철(2013)은 소셜 게임의 이용만족모델의 선행요인으로 관계 결속(bonding)과 관계 연결(bridging)을 제시하고 이들이 모두 게임 사용자의 게임에 대한 만족에 영향을 미침을 보였다. 강한 관계 결속(bonding)일수록 서로에게 개인적인 네트워크 일부를 소개하면서 네트워크 확장이 용이하다. 소셜 네트워크 서비스를 기반으로 하는 소셜 게임 환경에서는 1촌의 네트워크를 이용하여 새로운 관계 형성이 매우 용이하게 이루어진다. 따라서 본 연구에서는 SNG에서 관계 결속(bonding)이 강화될수록 새로운 관계 연결에 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대되어, 관계결속과 만족, 그리고 지속사용의도에 관한 가설을 다음과 같이 수립하였다.

- H3a: 모바일 SNG를 통한 관계결속은 사용자의 소셜 게임에 대한 만족에 정(+)의 영향을 미친다.
- H3b: 모바일 SNG를 통한 관계결속은 소셜 게임의 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미친다.

관계 연결(bridging)은 서로 다른 배경을 지닌 개인들 간의 네트워크로 상호간의 관계가 깊지 않은 교량적 관계, 느슨한 관계, 혹은 약한

연결 관계를 의미한다(Granovetter, 1973; Putnam, 2000). 모바일 SNG에서의 관계망은 게임 사용자들에게 가족 친지, 지인 등과 같은 결속적 사회 자본에 집중하기보다 연결적 사회 자본과 같은 새로운 관계를 만들고 더욱 확장된 네트워크를 형성할 수 있게 해준다(Donath and Boyd, 2004; Ellison et al., 2006). 따라서 사용자들은 모바일 SNG를 하는 과정에서 다른 사용자들과의 새로운 관계 형성을 통해 자신의 네트워크가 확장되는 것을 경험할 수 있게 되며, 새로운 정보, 새로운 관점에서의 가치를 얻게 됨에 따라 게임에 대한 만족감을 얻게 된다. 또한, 이러한 관계적 자본 형성은 사용자에게 새로운 관계형성으로 인한 새로운 가치를 제공함으로써 게임을 지속적으로 이용하도록 하는데 영향을 미칠 것이다. 사회적인 상호작용성은 소셜 게임의 몰입(정수연 외, 2011) 및 만족(Chang, 2013)에 영향을 미치는 것으로 알려졌고, Wang and Head(2007)은 관계에 대한 투자 정도와 인지된 상호작용이 사용자 만족에 영향을 미치는 요인임을 확인하였다. 따라서 관계연결과 만족 및 지속사용의도와 관련하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- H4a: 모바일 SNG에서 사용자의 관계연결은 만족에 정(+)의 영향을 미친다.
- H4b: 모바일 SNG에서 사용자의 관계연결은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미친다.

지속사용의도는 어떤 제품이나 서비스를 계속해서 사용하고자 하는 의도를 말하며, 만족은 어떤 상황에 영향을 미치는 다양한 요소에 대한 태도나 느낌의 총합으로 정의된다(Galletta and Lederer, 1989). 일반적으로 만족도가 높을

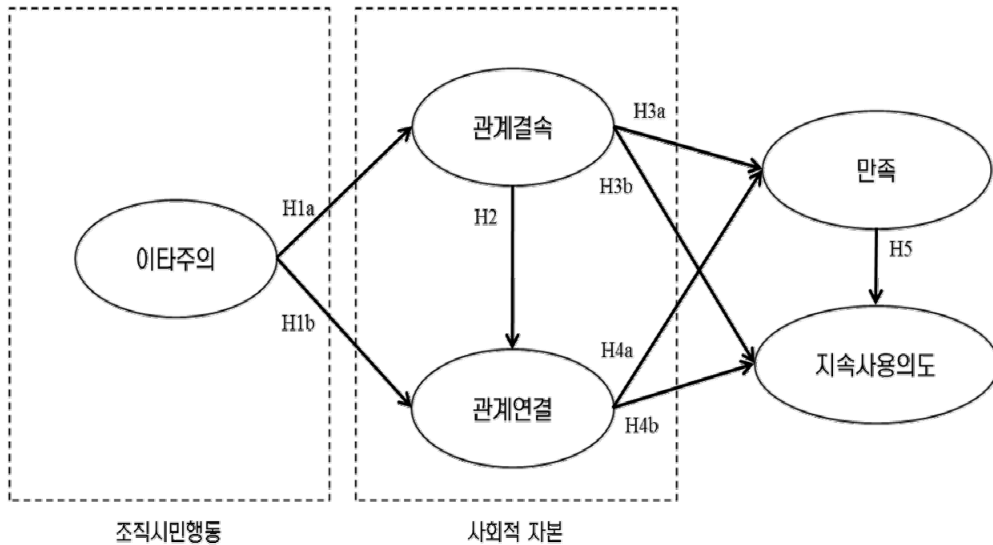
수록 사용자들의 재사용의도 및 지속사용의도 등과 같은 변수에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. Kim et al.(2012)은 스마트폰 소셜 게임의 지속사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구에서 유희적 가치와 기능적 가치는 만족에 영향을 미치고, 만족은 게임의 지속사용의도에 영향을 주는 것을 확인하였으며, 이재학·박철(2013)도 소셜 게임의 이용 만족은 게임의 지속적 이용의도에 긍정적인 영향을 준다고 하였다. 이에 따라 다음과 같이 가설을 설정하였다.

H5: 모바일 SNG에서 사용자의 만족은 소셜 게임의 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미친다.

본 연구의 연구 모델과 가설을 다음 <그림 1>과 같다.

3.2 변수측정

본 연구에서 변수들의 측정항목들은 선행연구들에서 이미 신뢰성과 타당성이 확보된 항목들로 구성하였으며, 본 연구의 상황에 맞게 일부 수정하였다. 이타주의는 Podsakoff et al. (1990)와 Pearce and Gregersen(1991)의 연구에서 제시된 문항을 본 연구에 적합하게 수정하여 사용하였고, 사회적 자본을 구성하는 관계결속 및 관계연결은 Williams(2006)의 연구에서 제시된 문항을, 만족은 Spreng et al.(1996), 마지막으로 지속사용의도는 Bhattacharjee (2001)의 연구를 바탕으로 본 연구에 적합하도록 수정하여 이용하였다. 본 연구에서 사용된 세부적인 연구 변수의 측정 항목은 <표2>와 같다.



<그림 1> 연구모델 및 가설

<표 2> 연구 변수의 측정

변수명	설문문항	
이타주의 (Podsakoff et al.,1990; Pearce and Gregersen,1991)	OCBA1	소셜 게임을 할 때 도움을 필요로 하는 다른 사람들을 도와준다.
	OCBA2	소셜 게임을 할 때 손이 필요한 다른 사람을 돕는다.
	OCBA3	소셜 게임을 할 때 어려움에 처한 다른 사람을 기꺼이 도와준다.
관계결속 (Williams, 2006)	SCBN1	나는 친구들과 함께 이 소셜 게임 즐기면서, 이 친구들과 더욱 친하게 되었다.
	SCBN2	나는 친구들과 함께 이 소셜 게임 즐기면서, 이 친구들과 더욱 가까운 관계가 되었다.
	SCBN3	나는 친구들과 함께 이 소셜 게임 즐기면서, 이 친구들과 더욱 친밀한 관계가 되었다.
관계연결 (Williams, 2006)	SCBR1	나는 이 소셜 게임을 통해 더 많은 사람을 알게 되었다.
	SCBR2	나는 이 소셜 게임을 통해 새로운 사람을 만나게 되었다.
	SCBR3	나는 이 소셜 게임을 통해 다른 사람과 활발하게 교류하게 되었다.*
	SCBR4*	나는 이 소셜 게임을 통해 다양한 사람을 알게 되었다.
만족 (Spreng et al., 1996)	SATS1	나는 전반적으로 이 소셜 게임이 마음에 든다.
	SATS2	소셜 게임은 전반적으로 나의 기대를 충족시킨다.
	SATS3	나는 이 소셜 게임에 만족한다.
지속사용의도 (Bhattacharjee, 2001)	CONT1	나는 이 소셜 게임을 계속 할 것이다.
	CONT2	나는 이 소셜 게임에 친구들을 초대할 것이다.
	CONT3	나는 이 소셜 게임을 계속 이용할 것이다.

*신뢰성과 타당성의 문제로 제거된 문항

IV. 실증분석

4.1 자료수집 및 응답자의 특성

본 연구에서는 모바일 SNG 사용자들의 게임에 대한 만족 및 지속사용의도에 미치는 요인들에 대해 살펴보는 것이 목적이므로, 실제 모바일 SNG를 사용해본 경험이 있는 자들을 대상으로 설문하였다. 설문조사는 서울 소재 대학에 재학 중인 학생을 대상으로 실시하였으며, 응답이 불성실한 설문지를 제외한 223개의 수집된 설문자료를 분석에 이용하였다.

전체응답자 중 남자가 130명(58.3%), 여자가 93명(41.7%)로 남자가 약간 더 많은 수준으로 나타났으며, 응답자의 연령은 20세~23세가 137

명(61.4%), 24세~26세가 79명(35.4%)로 20대 초반이 대부분을 차지하였는데 이는 설문을 학부생들을 대상으로 한 것에 기인하였다. 응답자의 소셜 게임 사용기간은 6개월 이내가 118명(52.9%)로 절반 정도 되는 것으로 나타났고, 1년 이내가 74명(33.2%), 1년 이상 게임을 즐기고 있는 응답자들도 29명(13%)으로 조사되었다. 하루 평균 소셜 게임 이용시간은 10분~30분 이내가 91명(40.8%)으로 가장 많은 응답자들이 선택을 하였고, 10분 이내가 60명(26.9%), 30분 ~ 1시간이내가 52명(23.3%)으로 뒤를 이었다. 이와 같은 응답자의 특성은 <표3>과 같다.

<표 3> 응답자 특성

구 분		빈도	비율(%)
성별	남	130	58.3
	여	93	41.7
연령	20세~23세	137	61.4
	24세~26세	79	35.4
	27세~30세	7	3.1
소셜게임 사용기간	6개월 이내	118	52.9
	1년 이내	74	33.2
	2년 이내	24	10.8
	3년 이내	5	2.2
	3년 이상	2	.9
하루평균 소셜게임 이용시간	10분 이내	60	26.9
	10분~30분 이내	91	40.8
	30분~1시간 이내	52	23.3
	1시간~2시간 이내	18	8.1
	2시간 이상	2	.9
소셜 네트워크 서비스 사용기간	6개월 이내	45	20.2
	1년 이내	24	10.8
	2년 이내	64	28.7
	3년 이내	39	17.5
	3년 이상	51	22.9
하루평균 SNS 이용시간	30분 이내	67	30.0
	1시간 이내	76	34.1
	2시간 이내	45	20.2
	3시간 이내	26	11.7
	3시간 이상	9	4.0
합 계		223	100.0

4.2 설문도구 타당성 분석

연구모형 및 가설 검증에 앞서, 본 연구에서 측정하고자 하는 개념이 측정 도구에 의해 정확하게 측정되었는지를 알아보기 위해 AMOS 18을 이용하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 적절한 수준의 신뢰성 및 타당성을 확보하기 위해 분석과정에서 변수 중 관계연결에서 1문항(SCBR4)을 제거하였다(<표2> 참조). 확인적 요인분석을 통한 모델 적합도의 판단기준은 절대적인 수치는 아니나 일반적으로 카이제곱(χ^2)과 자유도의 비율이 5:1 이내, GFI, AGFI, NFI, CFI 등은 0.8 ~ 0.9 이상, RMSEA는 0.08

~ 0.06이하로 본다(Browne and Cudeck, 1989; Hair et al., 2006; Medsker et al., 1994; Mulaik et al., 1989). 모형 분석결과 적합도 지수는 $\chi^2 = 108.692$, 자유도(d.f.) = 80, ($\chi^2/d.f. = 1.359$), $p = 0.018$, GFI = 0.943, AGFI = 0.915, NFI = 0.968, CFI = 0.991, RMSEA = 0.040로 나타나 측정모형이 적합한 것으로 나타났다.

본 연구는 설문 응답원이 동일하기 때문에 동일방법편의(common method bias)가 발생할 가능성이 있어, Harman의 일요인검증(one factor test) 기법을 이용하여 동일방법편의 여부를 검증하였다 (Podsakoff & Organ, 1986). 검증결과, 전체 분산에 대하여 가장 큰 설명력을 가지는 요인은 38%를 설명하고 있고, 변수 전체는 전체 분산 값의 88%를 설명하는 것으로 나타났다. 이는 한 요인으로 수렴되거나, 독립 변수와 종속변수의 공변량의 대부분을 설명하는 하나의 일반적인 요인이 도출되지 않았음을 보여준다. 또한, 일요인(single factor)에 대한 확인적 요인분석결과 자료의 적합도가 좋지 않은 것으로 나타났다(지수는 $\chi^2 = 2405.777$, 자유도(d.f.) = 90, ($\chi^2/d.f. = 26.731$), $p = 0.000$, GFI = 0.515, AGFI = 0.225, NFI = 0.287, CFI = 0.292, RMSEA = 0.340). 이러한 분석 결과를 보면, 비록 동일방법편의를 배제했다고는 할 수 없으나 연구 결과에 영향을 미칠 만한 큰 우려는 없다고 판단 할 수 있다.

확인적 요인분석 결과를 통해 측정모형의 적합도가 확보된 상태이므로 신뢰성 및 타당성을 살펴보았다. 모형의 신뢰성은 잠재변수의 개념 신뢰도(Construct Reliability)와 크롬바하 a 값이 모두 0.7 이상이고, 평균분산추출(Average Variance Extract, AVE) 값이 0.5 이상인지를

확인하여 검증하는데(Bagozzi and Yi, 1988; Fornell and Bookstein, 1982), 본 연구모형에서는 제시된 기준 값들을 모두 상회하고 있어 신뢰성을 확보한 것으로 나타났다(<표4>, <표5> 참조). 구조방정식 모형에서 집중타당성의 평가는 요인적재량과 표준오차를 검토하여 이루어지는데, 요인적재량이 0.6이상이면서 유의적이라면 집중타당성이 있다고 볼 수 있다(Bagozzi and Yi, 1988). 기준 값들과 본 모형의 값을 비교해본 결과 표준요인적재량은 0.746이

상이고 모두 유의하였으므로 모든 변수가 만족할 만한 타당성을 갖는 것으로 판단하였다.

마지막으로 판별타당성은 잠재변수들 간의 상관계수 행렬에서 변수의 AVE값의 제곱근이 해당 변수와 타 변수들 간 상관계수보다 큰 값을 가지는지를 확인하였다(Fornell and Bookstein, 1982). <표4>에서와 같이 각 잠재변수의 AVE값의 제곱근 값이 다른 변수의 상관계수 보다 크기 때문에 판별타당성도 확보되어, 구조모형 분석에 문제가 없는 것으로 나타났다.

<표4> 집중타당성 테스트

변수명	항목	표준요인적재량	t-값	평균분산추출(AVE)	개념신뢰도	크론바흐알파
이타주의	OCBA1	0.914***		0.755	0.902	0.899
	OCBA2	0.913***	18.809			
	OCBA3	0.772***	14.652			
관계결속	SCBN1	0.951***		0.926	0.974	0.973
	SCBN2	0.988***	39.252			
	SCBN3	0.948***	31.418			
관계연결	SCBR1	0.849***	16.831	0.789	0.918	0.917
	SCBR2	0.938***	19.344			
	SCBR3	0.876***				
만족	SATS1	0.905***		0.813	0.929	0.928
	SATS2	0.927***	21.457			
	SATS3	0.873***	19.081			
지속사용의도	CONT1	0.954***	34.149	0.814	0.928	0.919
	CONT2	0.746***	5.868			
	CONT3	0.987***				

$\chi^2 = 108.692$, d.f. = 80, ($\chi^2/d.f. = 1.359$), $p = 0.018$, GFI = 0.943, AGFI = 0.915, NFI = 0.968, CFI = 0.991, RMSEA = 0.040, a CR = Composite Reliability
 *** $p < 0.001$, 2-tailed test

<표 5> 측정 문항의 신뢰성 및 타성 분석

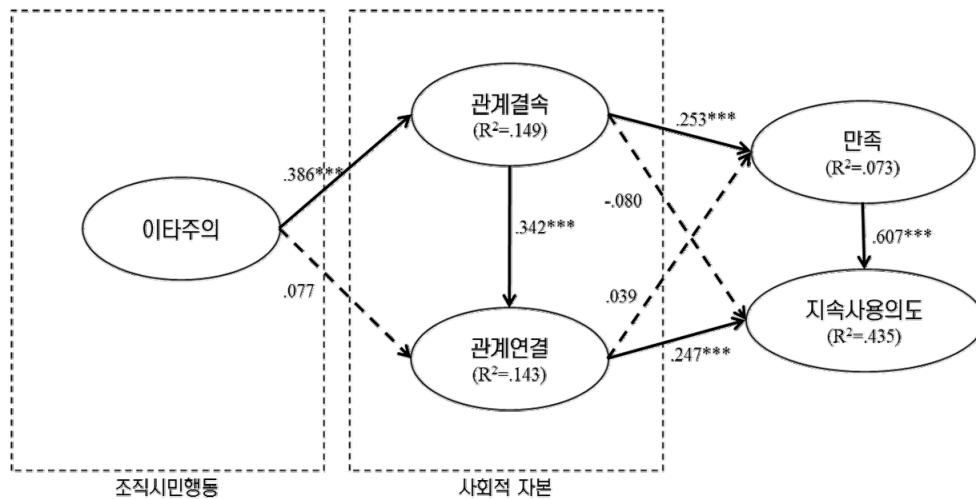
변수명	평균	표준 편차	AVE	상관관계				
				(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
(1) 이타주의	4.259	1.380	0.755	0.869				
(2) 관계결속	3.719	1.560	0.926	0.386	0.963			
(3) 관계연결	2.232	1.225	0.789	0.210	0.371	0.888		
(4) 만족	4.374	1.252	0.813	0.293	0.262	0.132	0.902	
(5)지속사용의도	2.942	1.540	0.814	0.148	0.170	0.296	0.615	0.902

주: 대각선의 값은 각 변수에 대한 AVE의 제곱근의 값을 나타냄

4.3 가설 검증

측정모형 분석결과 구조모형 분석에 무리가 없다고 판단되어 구조모형 검증을 하였다. 검증 결과 적합도를 나타내는 각 지수들의 값은 $\chi^2 = 102.212$, d.f. = 80, ($\chi^2/d.f. = 1.278$), $p = 0.048$, 표준화RMR = 0.058, GFI = 0.947,

AGFI = 0.920, NFI = 0.970, CFI = 0.993, RMSEA = 0.035와 같이 산출되어, 전반적으로 모형의 적합도 평가기준을 충족하였다. 구조모형 분석결과는 <그림 2>와 같으며, 이타주의, 관계결속, 관계연결, 만족 및 지속사용의도 등 연구변수들 간의 관계 가설을 정리한 결과는 <표6>과 같다.



<그림 2> 연구모형 및 가설 (***) p<0.001

<표 6> 구조모형 검증 결과

가설	경로	표준화 경로계수	t-값	가설검증
H1a	이타주의 → 관계결속	0.386	5.754 **	채택
H1b	이타주의 → 관계연결	0.077	1.043	기각
H2	관계결속 → 관계연결	0.342	4.697**	채택
H3a	관계결속 → 만족	0.253	3.418**	채택
H3b	관계결속 → 지속사용의도	- 0.080	- 1.339	기각
H4a	관계연결 → 만족	0.039	0.519	기각
H4b	관계연결 → 지속사용의도	0.247	4.123**	채택
H5	만족 → 지속사용의도	0.607	10.170**	채택

*p< 0.05, ** p<0.01

분석결과를 바탕으로 가설의 유의성을 살펴 보면 다음과 같다. 조직시민행동의 한 속성인 이타주의가 사회적 자본(관계결속 및 관계연결)에 미치는 관계를 파악한 결과 이타주의는 관계결속에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으나(H1a, 경로계수 = 0.386, t값 = 5.754), 관계연결에는 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다(H1b, 경로계수 = 0.077, t값 = 1.043). 또한, 사회적 자본 내에서 관계결속이 관계연결에 미치는 영향은 유의한 것으로 나타났다(H2, 경로계수 = 0.342, t값 = 4.697). 한편, 사회적 자본이 모바일 소셜 게임 사용자의 만족감과 지속사용의도에 미치는 관계를 살펴본 결과 관계결속의 경우 만족(H3a, 경로계수 = 0.253, t값 = 3.418)에는 유의한 정(+)의 영향을 미쳤으나, 지속사용의도(H3b, 경로계수 = -0.080, t값 = -1.339)에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 관계연결의 경우 이와는 반대로 만족(H4a, 경로계수 = 0.039, t값 = 0.519)에는 영향을 미치지 못했으나, 지속사용의도(H4b, 경로계수 = 0.247, t값 = 4.123)에는 유의

한 정(+)의 영향을 미쳤다. 마지막으로 만족이 지속사용의도에 미치는 영향은 유의하게 나타났다(H5, 경로계수 = 0.607, t값 = 10.170).

V. 연구결과 및 향후 연구과제

5.1 연구 결과 및 토의

본 연구는 모바일 SNG 사용자들의 이타주의가 다른 SNG 사용자들과의 관계 형성(사회적 자본)을 매개로 게임사용에 대한 만족, 게임 지속사용의도 등에 어떠한 영향을 미치는 지 알아보는 것이 목적이다. 본 연구의 결과에 의하면, 모바일 SNG를 즐기는 사용자는 게임에 참여하고 있는 다른 사용자들을 도와줌으로써 그들과의 관계를 돈독히 하는 가운데 게임에 대한 만족감을 느끼고(H1, H3a), 이러한 게임의 만족은 이들의 게임 지속 사용에 대한 의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(H5). SNG를 즐기는 이들은 타 사용자들을 돕는 행

위로 인해 형성된 본인들의 사회적 자본을 통해 만족감을 느끼고, 게임을 계속 이용한다고 볼 수 있다. 또한, 타 게임 사용자들과 관계를 강화하며 형성된 사회적 자본은 게임을 통해 새로운 사람을 만나게 되는데 긍정적인 영향을 주었다(H2). 또한, 새로 만난 이들과 활발하게 교류하게 함으로써 게임에 대한 지속사용의도를 강화하는 역할을 하고 있음을 확인할 수 있었다(H4b). 이러한 연구결과와 관련하여 흥미로운 점은 모바일 SNG 사용자들의 이타주의가 기존에 알고 지내던 이들과 관계결속을 하는 것에는 긍정적인 영향을 미쳤으나, 새로운 이들을 더 알게 하고 교류하는 것에는 직접적인 영향을 미치지 못하고 있다는 점이다(H1b). 즉, 게임 사용자의 이타주의가 관계연결에 직접적인 영향을 주지 못하고 관계결속을 통해 관계연결에 간접적인 영향을 주는 것으로 나타난 것인데, 이는 타 SNG 사용자들과 새로운 관계를 형성하는 것이 본인의 직접적인 노력이나 행위 통해 확장되는 것 보다, 기존 친구 및 지인들의 연결된 친구들과의 연결을 통해 관계가 더욱 확장 될 수 있다는 점을 의미한다.

관계 결속(bonding)과 관계 연결(bridging)은 사회적 자본을 구성하는 하위 개념들이지만 성격이 다르다(Ellison et al., 2007; Williams, 2006). 본 연구 결과에 의하면 이들 두 가지 개념은 모바일 SNG 사용자들의 지속사용의도에 미치는 영향에 차이가 있었다. 관계결속은 사용자의 만족에 영향을 주었으나(H3a), 지속사용의도에는 영향을 주지 않았다(H3b). 이와 반대로 관계연결은 게임 지속사용의도에 영향을 주었으나 (H4b), 사용자 만족에는 영향을 주지 않았다(H4a). 이러한 연구결과는 게임이라는 자

체적 특성과 관련지어 생각해 볼 수 있다. 게임은 사용자가 도전과 경쟁을 통해서 획득된 성취감을 통해 재미를 제공한다. 게임을 즐기기 위해서는 사용자의 기술적 능력이 요구되며, 게임 상대방이 있을수록 경쟁을 통해서 더 많은 재미를 얻을 수 있다. 그러나 소셜 네트워크에서는 게임 능력과는 관계없이 이미 형성된 인맥을 통해서 게임을 즐기게 된다. 현재 결속된 인맥과의 게임 자체가 재미있고 그렇지 않다면 게임 자체에 재미를 느낄 수 없어 계속 하지 않게 되는 것이다. 즉, 기존 친구 혹은 지인들과 더욱 가깝고 친밀한 관계를 의미하는 관계 결속(bonding) 자체만으로는 게임지속사용의도를 강화시키지 못한다는 것이다. 다시 말해, 친밀한 관계로 인하여 게임을 계속 하게 하는 것이 아니라, 기존의 친구 혹은 지인들과 관계결속으로 인해 SNG에 만족을 느낄 때 게임을 지속사용하게 된다는 것이다. SNG 게임의 실행은 현재 연결되어있는 사용자와 게임을 시작하게 된다. 게임 사용자들로 하여금 관계결속에 대한 사회적 자본의 형성을 가능하게 해주더라도 이들이 게임에 대한 만족감을 느끼지 못한다면, 지속적인 게임 사용자로 붙잡아 두기 쉽지 않음을 알 수 있었다(H4a). 이에 반해 관계 연결(bridging)은 게임사용자의 지속사용의도에 직접적인 영향을 미쳤다(H4b). 관계가 확장되면, 새로운 게임 상대, 나와 게임 플레이 수준이 비슷한 상대방을 찾아 도전적이고, 경쟁적인 게임을 즐길 수 있어 지속적으로 게임을 실행하게 된다. 게임이라는 것이 경쟁과 도전을 통해서 얻는 성취감이 게임을 하는 즐거움이다. 그러나 SNG에서는 게임 상대방을 내가 선택할 수 없고, 기존의 인맥에서 이루어지는 게임이기

때문에 도전과 경쟁을 통해 성취감을 기대하기 어렵다. 그래서 기존 관계 강화라는 가치보다 새로운 관계 확장이라는 가치가 게임사용자들에게 더 큰 가치로 다가와 게임을 지속적으로 사용하게 하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 결과는 Gossen (1983)과 McAlister (1982)의 연구로 설명할 수 있다. 이들은 새로운 것이라는 것에 가치를 부여하여 이를 얻기 위해서 노력하지만, 막상 얻고 난 후에는 가치에 대한 한계 효용이 낮아진다고 설명하였다. 또한, Cacioppo et al. (2007)에 따르면 새로운 자극에 대하여 민감하게 반응하지만, 그 자극이 반복될 때에는 무뎠어진다는 것이다. 이러한 결과에 비추어 본 연구결과를 살펴보면, 사회적 상호작용 속에서 이미 생성된 관계 결속(bonding)은 현재 상황에 더 만족을 느끼는 것이고, 향후 생성될 것으로 기대되는 관계 연결(bridging)은 향후 확장된 활동과 관련성이 높다는 것을 알 수 있었다. 즉, 새로운 관계 형성을 도와주는 관계 연결(bridging)이라는 가치가 지속적으로 모바일 SNG 사용에 영향을 주고, 기존관계 강화인 관계 결속(bonding)이라는 가치는 사용하고 있는 SNG의 만족과 긍정적인 관계를 갖는다. 본 연구의 결과를 효용과 가치적 측면에서 설명할 수 있었지만, 향후에는 더 나아가 소셜네트워크에서의 사회적 자본을 구성하는 두 차원이 각기 다른 결과적 변인에 영향을 주는 것에 대하여 좀 더 탐색적 연구를 통해서 살펴볼 필요가 있을 것이다.

5.2 연구 결과의 시사점

본 연구 결과의 학문적 시사점과 실무적 시

사점은 다음과 같다.

첫째, 학문적 시사점에서 살펴보면, SNS 연구에서는 관계 결속(bonding)과 관계 연결(bridging)을 SNS에서 사용자들이 추구하는 기본적 가치이며, 이타주의 역시 SNS의 사용자 활동에 있어 주요한 요소로 다루어져왔다. 하지만, 흥미와 재미를 추구하는 SNG 연구에서는 사회적 관계 결속(bonding)과 관계 연결(bridging) 그리고 이타주의는 다소 거리가 있는 주제였다. 이에 본 연구에서는 모바일 SNG의 사용자의 만족과 행동을 이끌어내는 데 있어 사용자들 간과 사회적 관계결속, 관계연결 그리고 이타주의의 중요성을 실증적으로 검증하였다는데 그 의의를 가진다.

둘째, 본 연구에서는 모바일 SNG에서 사용자의 사회적 관계 결속(bonding)과 관계 연결(bridging)의 속성이 다름을 실증하였다. Ellison et al.(2007) 과 Williams(2006)의 연구에 따르면, 사회적 관계 결속과 관계연결의 속성이 다름을 보여주고 있다. 그러나 이들 연구에서는 사회적 관계결속과 관계연결이 SNG에서 사용자의 활동에 어떠한 차이를 보이는지에 대한 연구가 부족하였다. 본 연구결과에 따르면, 관계 결속은 현재에 SNG에 대한 만족을 이끌어내고, 새로운 관계로의 연결은 SNG에 대한 지속적인 사용과 유의미한 관계를 갖는 것을 알 수 있어 SNG에서의 관계결속과 관계연결에 따라 나타는 사용자의 반응을 알 수 있었다. 특히, SNS서비스에서 주요한 특성인 사회적 관계결속과 관계연결에 대한 연구가 확대 적용될 수 있는 기반을 마련했다는 데 학문적 시사점을 갖는다.

실무적 시사점은 본 연구결과가 이타주의적

행동이 SNG에 대한 사용자의 만족과 지속사용에 있어 주요한 요소임을 제시하고 있다는 것이다. 이러한 연구 결과를 바탕으로 기업이 안고 있는 성공적인 SNG운동을 위한 전략적 방안에 대한 고민을 해결해 줄 수 있을 것으로 기대한다. 지속적인 SNG사용을 위해서는 SNG에서도 사용자의 이타주의적 행동을 이끌어내는 방법을 모색하여 활성화하여야 한다. 사용자는 단순하게 흥미와 재미를 위해서 SNG를 사용하는 것이 아니라, 소셜 네트워크에 연결되어 있는 친구나 지인들과의 사회적 관계 결속 및 연결을 위해서 이타주의적인 활동을 한다. 더불어 SNG에서는 게임의 만족에 있어서는 기존 사회적 관계의 결속이 중요하고, SNG를 지속적으로 이용하기 위해서는 새로운 사회적 관계의 연결이 수반되어야 한다는 것을 알 수 있었다. SNG에서 사용자는 지인 및 친구들과 더욱 긴밀한 관계가 이루어져 SNG에 대한 만족을 이끌어내지만, SNG를 지속적으로 사용하기 위해서는 지인 및 친구들을 통해서 새로운 사회적 연결 즉 사회적 관계망의 확장이 이루어져야 SNG를 지속사용하게 된다. 따라서 기업의 전략적 방향 설정과 운영에 있어 SNG사용자의 만족을 위해서는 기존 관계를 결속시킬 수 있는 방안을 모색해야하며, 지속적으로 SNG를 이용하기 위해서는 새로운 사용자의 연결을 도모할 수 있도록 SNG설계시 고려해야할 것이다. 더불어 사회적 관계결속이 사회적 관계연결로 이어져 SNG지속 사용으로 이어지는 만큼 기존 관계에서 새로운 관계로의 확장을 고려해야할 것이다.

5.3 연구 결론 및 한계점

모바일 SNG를 통해 의미 있는 비즈니스 모델을 만들어내기 위해서는 사용자들의 지속적인 사용이 필수적인데, 모바일 SNG를 구성하는 중요 요인인 소셜 게임사용자들의 이타주의적 행위가 SNG의 지속사용의도에 사용자들의 사회적 자본 형성을 통해 의미 있는 영향을 미친다. 형성되는 사회적자본의 성격에 따라 지속사용의도에 미치는 영향은 조금 달라진다. 첫째, 게임 사용자들이 이타주의적 행위를 통해 기존 지인들과의 관계를 강화하는 경우 게임에 대한 만족감을 얻음으로써 게임을 지속적으로 이용한다. 둘째, 사용자들이 게임을 통해 더 많은 사람들, 더 다양한 사람들을 만나는 경우 그 자체만으로도 사회적 관계를 확장해 가는 것을 느낌으로써 게임을 계속해서 사용하게 될 의도를 가질 수 있다.

본 연구는 다양한 이론적 시사점과 실무적 시사점을 제공하고 있지만, 보완되어 발전시킬 부분은 다음과 같다. 첫째, 본 연구의 자료 수집에 있어 다양한 SNG종류를 대상으로 하였으나, 조사결과 응답자들이 가장 많이 사용하는 게임은 SNG종류 중 퍼즐/보드 게임인 ‘애니팡’으로 나타났다. 향후에는 SNG의 시뮬레이션, 액션, RPG(role playing game), 아케이드, 퍼즐/보드 등 게임의 종류 및 특성에 따라 사회적 자본의 종류와 관계적 특성과의 관계에서 나타나는 차이를 살펴볼 필요가 있을 것이다. 둘째, 본 연구는 흥미와 재미를 추구하는 SNG에서도 SNS에서처럼 사회적 자본이 형성되고 사회적 관계에 영향을 미치는 점을 보여주고 있다. 본 연구가 사회적 자본과 사회적 관계에 국한된

연구였다면, 향후에는 게임이 가지고 있는 특성을 추가적으로 살펴보고자 한다. 현재 연구결과를 바탕으로 이론적, 실무적 시사점의 확대 적용을 위해서는 보다 폭 넓은 연구가 필요할 것으로 기대된다.

참고문헌

- 금희조, “온라인 소셜 미디어와 참여적 사회 자본,” 한국방송학보, 제 24권, 제 5호, 2010, pp.9-46.
- 김병수, 한세희, 강영식, “소셜 네트워크 서비스 사용자의 디지털 아이템 구매와 실제 사용에 관한 연구”, 정보시스템연구, 제 21권, 제 2호, 2012, pp.97-114.
- 김수연, 이상훈, 황현석, “스마트 기기 상에서의 소셜 네트워크 게임의 사용자 수용 연구,” 한국산업정보학회논문지, 제 16권, 제 5호, 2011, pp.173-184.
- 김종기, 김진성, 최정철, “소셜 네트워크 서비스가 사회적 자본에 미치는 영향, 정보시스템연구”, 제21권, 제3호, 2012, pp.163-186.
- 김지민, 장영훈, “동기요인, 사회성과 게임 용이성이 소셜 네트워크 게임의 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구,” *Entrue Journal of Information Technology*, 제 12권, 제 3호, 2013, pp.151-166.
- 남현우, “소셜 네트워크 게임의 성공 조건 분석과 경쟁력 강화 방안에 대한 연구,” 한국컴퓨터게임학회논문지, 제 24권, 제 2호, 2011, pp.73-84.
- 배옥진, “20년 게임시장, 모바일게임이 판을 뒤 흔들다”, 전자신문사, 2014/02/13 <http://www.etnews.com/201402130513>
- 손달호, 장경호, “온라인 게임사이트 성공요인에 관한 연구”, 정보시스템연구, 제 20권, 제 4호, 2011, pp.73-101.
- 이재학, 박철, “소셜게임의 이용만족모델: 선행요인과 결과요인을 중심으로,” 마케팅연구, 제 28권, 제 2권, 2013, pp.135-153.
- 전희성, 이정수, “소셜 네트워크 게임의 이용요인,” 한국디자인포럼, 제 39권, 2013, pp.105-114.
- 정수연, 정형원, 성백순, “소셜 네트워크 게임(SNG)의 몰입요인에 관한 연구,” 한국컴퓨터게임학회논문지, 제 24권, 제 3호, 2011, pp.155-165.
- 한혜원, 심세라, “소셜 게임의 사용자 특성 분석,” 한국콘텐츠학회논문지, 제 10권, 제 12호, 2010, pp.137-145.
- DMC Media, “소셜네트워크게임(SNG)시장 현황 및 전망”, DMC Media, 2010, pp. 1-24.
- Antin, J. and Churchill, E.F. “Badges in social media: A social psychological perspective,” in Workshop paper of CHI 2011 Gamification, in Vancouver, BC, Canada, 2011.
- Axelrod, R. and Hamilton, W.D. “The evolution of cooperation,” *Science*, Vol. 211, no. 4489, 1981, pp.1390-1396.
- Bagozzi, R.P. and Yi, Y. “On the evaluation of structural equation models,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16, No.1, 1988, pp.74-94.
- Bhattacharjee, A., “An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce

- service continuance,” *Decision Support Systems*, Vol. 32, 2001, pp.201-214.
- Bolino, M.C., Turnley, W.H., and Bloodgood, J.M., “Citizenship behavior and the creation of social capital in organizations,” *Academy Of Management Review*, Vol. 27, No. 4, 2002, pp.505-522.
- Bourdieu, P., “The forms of capital”, in Alex J.G. Richardson(Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*, Greenwood, New York, 1986.
- Browne, M.W. and Cudeck, R., “Single sample cross-validation indices for covariance structures,” *Multivariate Behavioral Research*, Vol. 24, No. 4, 1989, pp. 445-455.
- Burt, R. S., “The network structure of social capital,” *Research in organizational behavior*, Vol. 22, 2000, pp.345-423.
- Cacioppo, J.T., Tassinary, L.G., and Berntson, G., *Handbook of psychophysiology*. Cambridge University Press, New York, 2007.
- Chang, C.C., “Examining users’ intention to continue using social network games: A flow experience perspective,” *Telematics and Informatics*, Vol. 30, No. 4, 2013, pp.311-321.
- Choi, D. and Kim, J., “Why people continue to play online games: In search of critical design factors to increase customer loyalty to online contents”, *Cyber Psychology & Behavior*, Vol. 7, No. 1, 2004, pp.11-24.
- Coleman, J.S. “Social capital in the creation of human capital,” *American journal of sociology*, Vol. 94, 1988, pp.S95-S120.
- Donath, J. and Boyd, D., “Public displays of connection,” *BT Technology Journal*, Vol. 22, No. 4, 2004, pp.71-82.
- Ellison, N., Heino, R., and Gibbs, J., “Managing impressions online: Self presentation processes in the online dating environment,” *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 11, No. 2, 2006, pp.415-441.
- Ellison, N.B., Steinfield, C., and Lampe, C., “The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites,” *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 12, No. 4, 2007, pp.1143-1168.
- Fornell, C. and Bookstein, F.L., “Two structural equation models: LISREL and PLS applied to consumer exit-voice theory,” *Journal of Marketing Research*, Vol. 19, 1982, pp.440-452.
- Galletta, D.F. and Lederer, A.L. (1989), “Some cautions on the measurement of user information satisfaction”, *Decision Sciences*, Vol. 20, No. 3, 1989, pp. 419-434.
- Gossen, H. H., *The laws of human relations and the rules of human action derived therefrom*. MIT Press, Massachusetts, 1983.
- Granovetter, M.S., “The strength of weak ties,” *American journal of sociology*, Vol. 78,

- No. 6, 1973, pp.1360-1380.
- Hair, J.F., Jr., Black, W.C., Babin, B.J., Anderson, R.E., and Tatham, R.L., *Multivariate Data Analysis*, Prentice Hall, New Jersey, 2006.
- Hsiao, C.C. and Chiou, J. S., "The effect of a player's network centrality on resource accessibility, game enjoyment, and continuance intention: A study on online gaming communities", *Electronic Commerce Research and Applications*, Vol. 11, No. 1. 2012, pp.75-84.
- Hou, J. "Uses and gratification of social games: Blending social networking and gameplay", *First Monday*, Vol. 16, No. 7, 2011, Available: <http://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/3517/3020>
- Järvinen, A., "Game design for social networks: interaction design for playful dispositions," in *Proceedings of the 2009 ACM SIGGRAPH Symposium on Video Games*, in New York, 2009, pp. 95-102.
- Kim, H. C., Huh, S., and Choi, J. H., "Factors affecting the continuous use intention of smartphone social network games: With a Focus on the Value Model," *Journal of Korea Game Society*, Vol. 12, No. 3, 2012, pp.11-24.
- Lew, Y.K, Sinkovics R.R. & Kuivalainen O., "Upstream internationalization process: Roles of social capital in creating exploratory capability and market performance" *International Business Review*, Vol. 22, No. 6, 2013, pp.1101 - 1120.
- McAlister, L., "A dynamic attribute satiation model of variety-seeking behavior," *Journal of Consumer Research*, Vol. 9, No. 2, 1982, pp.141-150.
- Medsker, G.J., Williams, L.J., and Holahan, P.J., "A review of current practices for evaluating causal models in organizational behavior and human resources management research," *Journal of Management*, Vol. 20, No. 2, 1994, pp.439-464.
- Meng, J., Williams, D., and Shen, C., "Channels matter: Multimodal connectedness, types of co-players and social capital for Multiplayer Online Battle Arena gamers," *Computers in Human Behavior*, Vol. 52, 2015, pp.190-199.
- Mulaik, S.A., James, L.R., Van Alstine, J., Bennett, N., Lind, S., and Stilwell, C.D., "Evaluation of goodness-of-fit indices for structural equation models," *Psychological Bulletin*, Vol. 105, No. 3, 1989, pp.430-445.
- Nahapiet, J. and Ghoshal, S., "Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage," *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 1, 1998, pp.242-266.
- Organ, D.W., *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington Books, Massachusetts, 1988.
- Organ, D.W. and Konovsky, M., "Cognitive

- versus affective determinants of organizational citizenship behavior,” *Journal of Applied Psychology*, Vol. 74, No. 1, 1989, pp.157-164.
- Park, E., Baek, S., Ohm, J., and Chang, H.J., “Determinants of player acceptance of mobile social network games: an application of extended technology acceptance model,” *Telematics and Informatics*, Vol. 31, No. 1, 2014, pp. 3-15.
- Patulny, R. V., and Lind Haase Svendsen, G., “Exploring the social capital grid: bonding, bridging, qualitative, quantitative,” *International Journal of Sociology and Social Policy*, Vol. 27, No. 1/2, 2007, pp.32-51.
- Pearce, J.L. and Gregersen, H.B., “Task interdependence and extrarole behavior: A test of the mediating effects of felt responsibility,” *Journal of Applied Psychology*, Vol. 76, No. 6, 1991, pp. 838-844.
- Podsakoff, P.M., and Organ, D.W., “Self-reports in organizational research: Problems and prospects”, *Journal Of Management*, Vol. 12, 1986, pp.69-82.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Moorman, R.H., and Fetter, R., “Transformational leader behaviors and their effects on followers' trust in leader, satisfaction, and organizational citizenship behaviors,” *The Leadership Quarterly*, Vol. 1, No. 2, 1990, pp.107-142.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Paine, J.B., and Bachrach, D.G. (2000), “Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research,” *Journal of Management*, Vol. 26, No. 3, 2000, pp. 513-563.
- Portes, A., “Social capital: Its origins and applications in modern sociology,” in *Knowledge and Social Capital*, Lesser, Eric L(Ed). Butterworth-Heinemann, 2000.
- Putnam, R.D., *Bowling Alone: The collapse and Revival of american community*, Simon & Schuster, New York, 2000.
- Shin, D.H. and Shin, Y.J., “Why do people play social network games?”, *Computer in Human Behavior*, Vol. 27, No. 2, 2011, pp.852-861.
- Smith, C., Organ, D.W., and Near, J.P., “Organizational citizenship behavior: Its nature and antecedents,” *Journal of Applied Psychology*, Vol. 68, No. 4, 1983, pp.653-663.
- Spreng, R.A., MacKenzie, S.B., and Olshavsky, R.W., “A reexamination of the determinants of consumer satisfaction,” *The Journal of Marketing*, Vol. 60, No. 3, 1996, pp.15-32.
- Thaler, R., *The winner's curse: Paradoxes and anomalies of economic life*. Simon and Schuster, New Jersey, 2012.
- Thompson, J.A., “Proactive personality and job performance: a social capital perspective,” *Journal of Applied*

Psychology, Vol. 90, No. 5, 2005, pp.1011-1017.

Wang, F. and Head, M., "How can the web help build customer relationships?: an empirical study on e-tailing," *Information & Management*, Vol. 44, No. 2, 2007, pp.115-129.

Williams, D., "On and off the'Net: Scales for social capital in an online era," *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 11, No. 2, 2006, pp.593-628.

Williams, L.J. and Anderson, S.E., "Job satisfaction and organizational commitment as predictors of organizational citizenship and in-role behaviors," *Journal of Management*, Vol. 17, No. 3, 1991, pp.601-617.

채성욱 (Seong Wook Chae)



현재 호서대학교 경영학부 조교수로 재직 중이다. 한국과학기술원(KAIST)에서 경영학 석사, 성균관대학교에서 경영학 박사학위를 취득하였다. 한국정보화진흥원(NIA)에서 정보화 평가, 감리, 성과관리 등의 업무를 담당하였으며, 삼성SDS에서 정보시스템 분석/설계/개발/운영 실무경험을 갖고 있다. 주요 관심분야는 소셜네트워크, 의사결정, 데이터마이닝, 정보기술의 확산 및 영향 등이다.

강윤정 (Youn Jung Kang)



현재 연세대학교 정보대학원 연구교수로 재직 중이다. 이화여자대학교에서 전자상거래학 석사, 성균관대학교에서 경영학 박사학위를 취득하였다. 주요 연구 관심분야는 소셜 네트워크, 지식경영, 개인화 & 맞춤 서비스, SCM, 모바일 오피스 등이다.

<Abstract>

The Effect of Mobile Network Social Gamers' Altruism on Continuous Usage Intention: The Mediating Effect of Social Relational Capital

Seong Wook Chae · Youn Jung Kang

Purpose

As social network games (SNG) enjoy rapid growth in the market and become a major sector of the gaming industry, it is of great interest to examine the how users continuously use SNG. In SNG, the users' social interaction is the most prominent advantage of the social network, as well as the entertainment afforded by the game. This study explores the relationship between altruism, which is considered the most prominent characteristic of SNS, and the continuance usage intention, as well as the moderating role of social capital. Based on social capital theory and organizational citizenship behavior, this research model considers social bonding and bridging that are divided by social capital.

Design/methodology/approach

An AMOS analysis based on survey data from 223 SNG users indicated that SNG with greater altruism enhance social capital (social bonding, social bridging), which is related to the user's satisfaction and the continuance intention of SNG.

Findings

Social bonding is positively related to the user's satisfaction with SNG. In other words, social bridging positively affects the continuous usage intention of SNG. These findings help managers in developing and implementing altruistic relationships and social capital for continuous usage of SNG.

Keywords: Social network game, Altruism, Social Capital theory, Organizational citizenship behavior, continuous usage intention

* 이 논문은 2016년 1월 5일 접수, 2016년 2월 3일 1차 심사, 2016년 3월 21일 게재 확정되었습니다.