

게임 이용이 자기 효능감 및 사회신뢰에 미치는 영향

박상민*, 정완규**, 노기영***

한림대학교 인터랙션디자인*, 한림대학교 ICT정책연구센터**,
한림대학교 미디어커뮤니케이션***

digital_pig@naver.com, wkjung@hallym.ac.kr, gnoh@hallym.ac.kr

Effects of game playing for self-efficacy and social trust

Sang-Min Park*, Wan-Kyu Jung**, Ghee-Young Noh***

Dept. of Interaction Design, Hallym University*, Hallym CPRC**,
Dept. of Media Communication, Hallym University***

요 약

본 논문은 온라인 모바일 게임이용이 자기 효능감(self-efficacy) 및 사회성(sociality), 사회적 신뢰(social trust)에 대해 갖는 효과를 검증하고자 하는 목적에서 쓰여졌다. 본 논문은 모바일 플랫폼의 등장에 따라 게임에 광범위하게 도입되고 있는 SNS적 요소(커뮤니티 운영과 소통기능)에 주목하였고, 이러한 논리에 근거하여 게임플레이는 게임유저의 자기 효능감과 사회성, 사회적 신뢰를 높인다는 가설을 설정하였다. 연구를 위해 전문 여론조사기관에 의뢰해 전국 대표성을 가진 샘플 1500명을 대상으로 온라인 서베이를 시행하였다. 연구 결과 온라인 게임 플레이는 유저들의 자기 효능감을 높일 뿐만 아니라, 사회성 및 사회적 신뢰의 향상에 직·간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

ABSTRACT

The purpose of this paper is to examine the effects of using online mobile games on self-efficacy, sociality, and social trust. This paper focuses on the SNS factor (community management and communication function) that is being introduced to the game in accordance with the emergence of the mobile platform. Based on this logic, It sets hypotheses, that the game play has the effects of self-efficacy, sociality. The results are as follows. We conducted online surveys of 1,500 samples with nationwide representatives commissioned by a professional opinion survey agency. As a result, it was found that online game play not only enhances users' self-efficacy, but also directly or indirectly affects the improvement of sociality and social trust.

Keywords : Self-efficacy, Sociality, Social Trust, Mobile Game

Received: Mar. 13. 2017 Revised: Apr. 14. 2017
Accepted: Apr. 20. 2017
Corresponding Author: Ghee-Young Noh(Hallym University)
E-mail: gnoh@hallym.ac.kr

© The Korea Game Society. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1598-4540 / eISSN: 2287-8211

1. 서론

글로벌 게임시장조사기관 Newzoo에 의하면 2016년 글로벌 게임시장은 매출액 규모 약 996억불(120조원, 전년대비 8.28% 성장), 게임이용자 21억명, 유료게임이용자 10.5억 명을 기록했다[1]. 이중 디지털 게임은 832억불로 게임시장 전체의 83.5%를 차지했다. 한국의 경우 중국, 미국, 일본을 이어 세계 4위 규모로 4.8조를 차지하는 것으로 나타났다. 제시된 시장규모와 성장률이 말해주듯이 디지털 게임 산업은 비중 있는 산업부문으로 성장했고, 미래 전망 역시 매우 낙관적이다. 이러한 추세에 맞춰 정부도 게임 산업을 다양한 정책과 지원을 통해 미래 핵심 산업으로 성장시키기 위해 노력을 기울이고 있다.

하지만, 빠른 성장의 이면에서 게임과 관련된 다양한 사회적 논쟁 역시 증가하고 있는 추세이다. 디지털 게임의 폭력성과 선정성에 대한 관심이 늘고 있으며, 특히 청소년의 게임중독에 대한 우려도 높아지고 있다. 전통적으로 ‘게임은 아이들의 두뇌를 좀 먹는다’라는 편견이 존재해 왔지만, 디지털 게임의 온라인화와 모바일화는 이러한 논쟁을 더욱 촉발시키는 계기로 작용하고 있다. 주로 오락실에 설치되는 아케이드 게임이나 거실에 설치되는 콘솔 게임과 달리 온라인 게임은 몰입의 높은 강도와 유희적인 접속환경에 기인한 상시적인 접촉의 용이성 때문에 게임중독을 유발시킬 가능성이 더 높다고 알려져 있다.

우리사회에는 디지털 게임을 산업의 관점에서 더욱 발전시켜야 한다는 긍정적 관점과 함께 디지털 게임이 낳는 심리적·사회적 부작용을 걱정하는 두 가지 모순된 인식이 자리 잡고 있다. 이러한 모순된 인식이 섯다운제와 같은 규제 정책에 대한 사회적 갈등을 불러오는 토대가 되었다고 할 수 있다.

본 논문은 디지털 게임이 두뇌를 좀먹는 부정적 존재가 아니라 자기 효능감을 높이고, 사회성 및 사회적 신뢰를 높이는 긍정적인 효과를 낳는다는

가정에서 출발하였다.

아케이드와 콘솔 중심이던 게임 플랫폼은 이미 모바일 플랫폼 중심으로 넘어가고 있다. 모바일 게임플랫폼의 등장과 함께 SNG(social network game)가 하나의 게임 장르로 등장했으며, 굳이 SNG가 아니라도 상당수의 게임에는 길드와 클랜과 같은 커뮤니티적 요소가 다양하게 도입되어 있다. 더 이상 디지털 게임은 고립된 공간에서 혼자 즐기는 게임이 아니다. 게임을 제대로 즐기 위해서는 게임속의 커뮤니티에 소속되 다양한 사람과 협력과 소통이 필수적인 조건이 되었다. 게임 속 가상공간은 하나의 질서와 위계를 가진 의제적 커뮤니티이며, 게임을 즐긴다는 것은 게임 속 커뮤니티 활동이 상당한 비중을 차지하게 되었다. 본 논문을 통해 디지털 게임에 대한 부정적 인식을 극복하고, 게임에 대한 긍정적 인식을 가져오는 계기가 되었으면 한다.

2. 이론적 배경

2.1 유희와 인간

디지털 게임의 심리적 효과에 대해서 기존 연구는 산업 육성을 위한 정책 연구와 더불어, ‘게임이 인간에게 어떤 해악을 미치는가?’ 또는 ‘게임은 인간의 인지체계에 어떤 악영향을 미치는가?’와 같은 부정적 측면의 사회심리적인 연구가 많이 진행되었다[2].

정부의 정책이 육성과 규제라는 두 가지 모순된 목적을 두고 갈등하는 양상인 것과 마찬가지로, 디지털 게임을 둘러싼 사회적 인식의 편차도 나타나고 있다. 부모세대와 청소년세대의 게임에 대한 인식의 차이를 연구한 결과를 보면, 청소년세대는 부모세대 보다 온라인 게임을 더 긍정적으로 평가하는 경향이 존재한다. 김지연 등의 연구[3]에 의하면 청소년세대는 온라인 게임을 통해 사회성을 훈련하고, 폭력성을 해소하며, 청소년의 문제행동을 줄일 수 있다고 생각하는 경향이 있다. 부모세대가

온라인 게임이 사회적 저해와 폭력성 조장한다고 생각하는 반면에 청소년들은 반대로 생각하는 것이다. 이러한 부모세대의 디지털 게임을 바라보는 인식의 틀에는 그들 세대가 갖고 있는 경험적 요소가 포함되어 있다. 윤태일 등의 연구[4]에 의하면, 부모세대는 과거 디지털 게임의 초창기에 우리나라에 널리 존재했던 전자오락실이라는 특수한 게임환경에 대한 경험이 그들의 게임에 대한 부정적 인식에 영향을 준 것으로 이해할 수 있다.

인류의 역사에서 게임의 포괄적 범주인 ‘놀이’에 대한 관심은 늘 존재해 왔다. 호이징하(J. Huizinga)의 ‘호모루덴스’(1938)[5]에 따르면, 인간 삶의 많은 제도와 규칙, 의제들은 놀이에 근원한다. 인간에게 놀이는 존재론적 의미를 가지며, 그렇기 때문에 호이징하는 인간을 ‘Homo Ludens’로 정의하였다. 모든 시기 인간사회에서는 놀이가 존재해왔고, 디지털 게임은 특정한 시대의 놀이문화이다. 그렇기 때문에 디지털 게임의 부분적인 문제 때문에 디지털 게임 자체를 총론적으로 유해시하는 것은 적당하지 않다. 최근 들어서는 도리어 디지털 게임을 미술, 음악, 문학 등에 이어 10번째 예술장르의 하나로 인식하는 경향이 나타나고 있다[6]. 게임에 디지털 서사성(digital narrative)이 광범위하게 도입됨으로써 수준 높은 예술 작품으로 인식되는 경향이 나타나고 있으며, SNS를 결합한 소셜게임의 등장, 특수한 목적을 두고 개발된 기능성게임 등이 다수 등장하면서 게임을 바라보는 시각은 점차 긍정적인 방향으로 움직이고 있다.

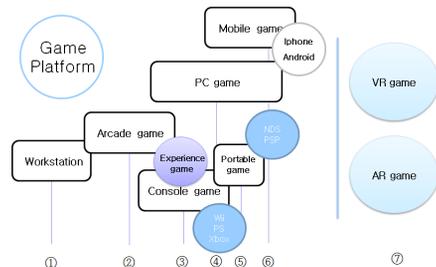
2.2 온라인모바일 플랫폼의 등장

디지털 게임의 실질적 기원은 아케이드 플랫폼이라고 할 수 있다. 아케이드 플랫폼은 주로 공공장소에 설치되며, 많은 대중들이 공용으로 이용했다. 공공장소와 다수 대중의 공용이라는 특징 때문에 아케이드 플랫폼의 게임에는 저장기능이 없는 게 대부분이다. 특히나 공공장소에 설치되어서 주로 동전을 이용해서 구동하는 방식이다 보니, 상업적 목적을 위해서 짧은 시간에 강력한 게임경험을

제공하는 방식이 주를 이루었다. 아케이드 게임이 주를 이루던 시대에는 게임중독과 같은 문제는 나타나지 않았다.

게임중독과 같은 디지털게임의 부작용에 대한 우려는 콘솔게임의 등장과 함께 나타났다. 아케이드 플랫폼과 달리 콘솔 플랫폼은 화려한 그래픽과 오디오, 탄탄한 서사가 뒷받침되었으며, 무엇보다 저장기능이 일반화되었다. 이러한 특징 때문에 게임에 몰입하는 유저들의 등장하기 시작했다. 하지만, 콘솔게임을 통한 중독의 문제가 한국 사회에서는 큰 문제가 되지 않았는데, 그 이유는 콘솔 게임이 우리나라에서 정치경제적 이유로 인해 그다지 활성화되지 않는 이유가 크다.

우리나라에서 게임중독을 비롯한 부작용에 대한 우려가 높아지는 시기는 PC방의 등장과 함께한 PC게임의 전성기가 시작되고 나서이다. [Fig. 1]의 4번 시기인데, 이 시기에 리니지 등의 MMORPG 게임이 대단한 성공을 거두면서, 그 부작용으로 게임 아이템 거래, 게임중독 등의 문제가 본격적으로 사회적 관심을 받게 된다.



[Fig. 1] Game platform

2010년대 들어서면서 게임 플랫폼은 모바일 환경으로 다시 한 번 변화를 겪게 된다. 스마트폰을 중심으로 이루어지는 게임 플랫폼의 변화는 [Fig. 1]의 6번 단계에 해당된다. 모바일 플랫폼의 가장 큰 특징은 소셜게임 장르의 등장이다. 통상 SNG로 불리는 소셜게임의 등장은 게임을 혼자 즐기는 놀이에서 커뮤니티기반의 놀이로, 고립된 공간의 놀이에서 소통의 놀이로 바꾸는 계기가 되었다. 이

러한 현상은 비단 SNG에 해당되는 게임만이 아니라 디지털 게임 전반에 커뮤니티와 소통이라는 게임요소를 부각시킨다.



[Fig. 2] digital game ingredient

전통적인 디지털게임이 게임의 서사(스토리텔링)과 상호작용에 기반한 유저의 게이밍행위에 기반하고 있었다면, 현재 디지털 게임은 소셜미디어적 요소를 포함한 소셜게임으로 변화 하고 있고, 게임업체도 디지털 스토리텔링의 관점에서 우연적 서사(random storytelling)을 무시할 수 없기 때문에 소셜게임의 경향은 더욱 강화되고 있다. 과거의 게임이 게임과 유저의 상호작용이었다면, 이제는 소셜 네트워크적 요소가 강화되었고, 그렇기 때문에 게임을 즐기는 행위는 게임 내 커뮤니티에 참가하고, 유저 간 소통을 능숙하게 하는 것이 필수적인 시대가 되고 있는 것이다.

2.3 자기 효능감과 게임 효능감

Bandura(1977)[7]는 자기 효능감에 대해 사람들이 특정한 목표를 얻기 위해 필요한 행동 혹은 과정을 조직화하거나 실행할 수 있는 자신의 능력에 대한 신념으로 정의하고 있다. 특히 자기 효능감은 사람들이 어떠한 과제를 수행하는데 있어 과제수행 능력이 같거나 조금 비슷할 때, 자기 효능감이 높은 사람들이 자기 효능감이 낮은 사람들에 비해 해당 과제를 더 의미 있고 높은 수준으로 수행하는 것으로 보고되고 있다[8]. 따라서 자기 효능감은 행동의 근원이고 사람들의 행동능력은 자기 효능감에 대한 신념에 의해 발현된다고 볼 수 있다. 이러한 자기 효능감은 다양한 분야에서 개인의

성취감을 높이는 요소로도 알려져 있다.

일반적으로 자기 효능감은 여러 영역에서 그 파급력이 크다. 한 영역에서 자기 효능감의 수준에 의해 자신의 수행능력을 믿게 되면 그 결과가 다른 영역으로도 이어진다. 자신이 그 영역에 대한 자신감을 회복하면 그것에 의해 다른 면도 차츰 나아지게 되는 것이다[9]. 이는 특히 게임과 같은 가상적인 미디어에서 상당히 자주 일어난다.

그러한 이유는 게임은 재미라는 요소와 함께 특수한 과제나 임무를 통해 자신의 능력을 시험하게 하는데, 자신의 레벨을 높이거나, 특정한 아이템의 능력치를 향상시키거나 할 때, 게임에 대한 효능감이 높아지며 자신의 능력에 대해 긍정적인 평가를 하게 되어 심리적인 보상을 받게 하기 때문이다. 그렇기 때문에 게임 효능감이 높은 사람일수록 자신이 즐기는 게임을 주도력 있게 플레이하게 되며 게임을 하는데 있어 불리한 상황에서도 유리하게 자신의 게임 상황을 개척하여 게임에서 얻게 되는 심리적인 보상을 높게 한다. 즉, 게임 효능감이 증가하면 증가할수록 게임에 대한 노력을 더하게 된다고 볼 수 있다.

이렇듯 게임에서 어떠한 보상이나 목표에 도달하여 그로 인해 느끼는 성취감과 만족감 희열로 인해 게임에 대한 효능감이 생성되고, 이렇게 생성된 게임 효능감은 게임을 하는데 있어 동기부여가 될 수 있다. 그러므로 이러한 게임 효능감과 앞서 설명한 일반적인 자기 효능감 간의 관련성도 살펴볼 필요가 있다.

2.4 사회성과 신뢰

사람들은 항상 새로운 관계를 형성하려 하며, 자신이 소속감을 느낄 수 있는 그룹이나 동료로 필요로 한다. 이런 관계들 모두는 자신의 정체성을 찾는 과정에서 중요한 요소를 차지한다[10]. 이는 사회성이라는 개념으로 설명이 가능한데 사회성이란 다양한 사회적인 경험과 사회적인 환경에 따라서 이루어지는 사회화의 과정을 통해 습득되는 인간성을 의미한다. 사회성을 포괄적으로 설명하면 한 개

인이 사회생활과 사람들과의 관계에서 갖는 욕구나 성향을 사회성이라 한다. Cole(1965)[11]에 의하면 사회성을 사회생활에서 발생하는 문제를 효과적으로 이해하고 해결하면서 사회적인 활동의 범위를 확장하고 책임 있는 사회의 한 구성원으로서 자신의 인생관을 확립하는 과정으로 본다. 따라서 사회성은 사회적인 행동이 내면화된 것으로 볼 수 있으며 사회적 행동의 기반을 제공한다고 볼 수 있다. 윤강호(2001)는 이러한 사회성을 조금 더 심리적으로 접근하여 인간관계검사를 통해 신뢰감이 사회성을 구성하는 요인임을 밝혀냈다[12]. 또한 송상홍(2000)의 연구[13]에서도 사회성을 구성하는 요인에 신뢰성이 있음을 밝혀내기도 하였다.

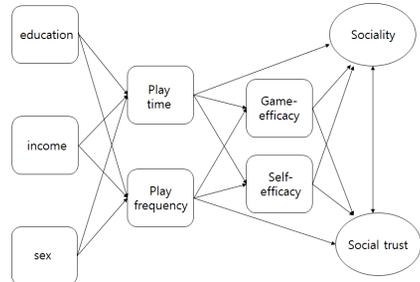
이러한 연구들은 최근에 미디어에서 많이 연구되어지고 있다. 미디어 대부분은 사회적 네트워킹이나 사회적 목적을 지원한다. 미디어를 통해 다양한 정보를 활용하거나 서로의 평가를 확인하고 자신의 정체감을 찾기도 한다. 따라서 미디어는 사회성을 지닌 공간을 유지하려고 한다. 이러한 사실이 부각되는 미디어는 바로 게임 미디어인데, 이는 게임을 통해 새로운 관계를 형성하거나 게임 공간에서 새롭게 만들어지는 사람들과의 관계와 그룹 활동을 통해 새로운 자신의 모습을 만들 수 있기 때문이다. 하지만 게임과 같은 미디어에서의 사회적 관계는 현실세계에서처럼 강한 유대감이나 신뢰를 형성하기 어려울 수 있다. 그 이유는 현실과 다르게 게임 상의 친구들과의 관계를 쉽게 끊어버릴 수 있고 쉽게 맺을 수 있기 때문이다. 그렇기 때문에 미디어 공간에서의 사회성과 신뢰는 미디어를 이용하는 목적이 될 수 있다.

따라서 게임과 같은 미디어에서도 사회성과 신뢰는 중요한 변수로 작용할 수 있기 때문에 사회성과 신뢰 간의 관계를 살펴볼 필요가 있다.

3. 연구모델 및 연구가설

이상의 이론적 논거에 근거해서 다음과 같은 연

구모델과 가설을 설정하였다[Fig. 3].



[Fig. 3] Research model

연구모델에서 게임플레이 시간과 빈도가 게임 효능감, 자기 효능감, 사회성, 사회적 신뢰에 미치는 영향을 주변인으로 설정하였으며, 이러한 변인간 관계를 기초로 다음과 같이 연구가설을 설정하였다.

- [가설1] 디지털 게임 이용은 사회적 게임 효능감 (game efficacy)에 영향을 줄 것이다.
- [가설2] 디지털 게임 이용은 자기 효능감 (self-efficacy)에 영향을 줄 것이다.
- [가설3] 디지털 게임 이용은 사회성(sociality)에 영향을 줄 것이다.
- [가설4] 디지털 게임 이용은 사회적 신뢰(social trust)에 영향을 줄 것이다.

4. 연구방법

4.1 연구 설계

본 연구의 데이터는 2015년 11월 15부터 약 보름 간의 기간에 걸쳐 전문 여론 조사기관을 통한 온라인 서베이를 통해 수집되었다. 본 조사의 표본 구성은 전국단위 대표성을 갖도록 구성하였다. 이를 위해 성별(남녀)·연령(10대~60대)·지역별(전국 시도 인구비례) 할당표집이 이루어졌으며, 최종적으로 조사에는 응답자 1500명의 데이터가 이용되었다.

4.2. 변인측정

연구에 사용된 주요변인의 측정은 직접적인 측정변수로 교육(중졸/고졸/대졸/대학원졸), 수입(200만원이하/200-300/300~400/400~500/500이상), 수입, 성별, 연령, 게임시간(하루 이용시간, 분), 게임빈도(하루 접촉빈도)로 측정하였고, 게임 효능감, 자기 효능감, 사회성, 사회적 신뢰는 여러 문항으로 구성된 측정지표를 이용해 측정하고 주성분 분석으로 요인을 추출하였으며 Kaiser 정규화가 있는 베리맥스 회전방법을 통해 인자분석을 실시하였다.

먼저 자기 효능감은 ‘세상 돌아가는 일을 알 수 있다.(844)’, ‘새로운 아이디어를 얻을 수 있다.(811)’, ‘내게 주어진 학업/업무를 잘 수행할 수 있다.(796)’, ‘정서적으로 안정된 생활을 유지할 수 있다.(792)’, ‘다양하고 새로운 문화를 배울 수 있다.(781)’, ‘사람들과 잘 어울릴 수 있다.(677)’의 성분으로 구성되었으며, 게임 효능감의 경우 ‘나는 디지털 게임을 잘 한다고 생각한다.(858)’, ‘나는 게임에 필요한 디지털 기기들을 잘 다룰 수 있다고 생각한다.(855)’, ‘나는 처음 접하는 게임도 잘 할 수 있다고 생각한다.(853)’, ‘나는 게임을 잘하기 위해 다양한 정보를 검색할 수 있다고 생각한다.(811)’의 성분으로 구성되었다.

그리고 사회성의 경우 ‘나는 우리 단체 사람들이 비슷한 가치를 가지고 있다고 생각한다.(860)’, ‘나는 우리 단체 사람들이 가족처럼 느껴진다.(819)’, ‘나는 우리 단체 사람들이 서로 연결된 것처럼 느낀다고 생각한다.(804)’의 성분으로 구성되었다. 마지막으로 사회신뢰의 경우 ‘우리 단체 사람들은 단체에 문제가 생겼을 때 서로 이야기를 나눈다.(873)’, ‘우리 단체 사람들은 도움이 필요할 때 서로 돕는다.(852)’, ‘우리 단체 사람들은 서로 보살핀다.(714)’의 성분으로 구성되었다.

5. 분석결과

5.1 [연구가설1]

연구가설 1의 검증을 위해 게임 효능감을 종속변수로, 교육/수입/성별/나이/게임시간/게임빈도를 독립변인으로 하여 회귀분석을 시행하였다. 분석결과 [Table 1]과 같이 나이, 게임시간, 게임횟수의 3개 변인이 영향력을 주는 것으로 나타났다.

[Table 1] ‘game efficacy’ regression result

Independent variable	β	t	p
(constant)		10.233	.000
age	-.359	-15.829	.000
game play time	.195	7.938	.000
game access count	.132	5.562	.000

a.:Input variable:education/income/sex/age/game play time/game access count
b.stepwise

5.2 [연구가설2]

연구가설 2의 검증을 위해 자기 효능감을 종속변수로, 교육/수입/성별/나이/게임시간/게임빈도/게임 효능감을 종속변수로 한 회귀분석을 시행하였다. 분석결과 [Table 2]와 같이 게임시간과 게임 효능감이 유의미한 변수로 나타났다.

[Table 2] ‘self-efficacy’ regression result

Independent variable	β	t	p
(constant)		1.818	.069
game play time	.166	5.999	.000
game efficacy	-.123	-4.139	.000

a.:Input variable:education/income/sex/age/game play time/game access count/game efficacy
b.stepwise

5.3 [연구가설3]

연구가설 3의 검증을 위해 사회성을 종속변수로 하여, 교육/수입/성별/나이/게임시간/게임빈도/게임 효능감/자기 효능감/사회신뢰를 독립변수로 회귀분석을 실행하였다. 분석결과 [Table 3]과 같이 사회성에는 자기 효능감이 영향을 미치는 것으로 나타났다.

[Table 3] 'sociality' regression result

Independent variable	β	t	p
(constant)		-4.732	.000
self efficacy	.158	6.205	.000

a. Input variable: education/income/sex/age/game play time/game access count/game efficacy/self efficacy/social trust
 b. stepwise

5.4 [연구가설4]

연구가설 4의 검증을 위해 사회신뢰를 종속변수로, 교육/수입/성별/나이/게임시간/게임빈도/게임 효능감/자기 효능감/사회성을 종속변수로 한 회귀 분석을 실행하였다. 분석결과 [Table 4]와 같이 수입, 게임 효능감, 나이가 유의미한 변수로 나타났다.

[Table 4] 'social trust' regression result

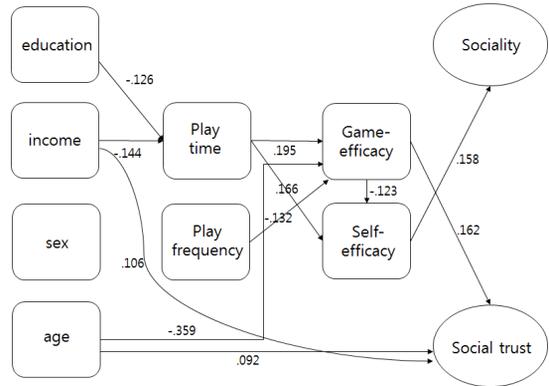
Independent variable	β	t	p
(constant)		-4.126	.000
income	.106	3.859	.000
game efficacy	.161	5.552	.000
age	.092	3.100	.002

a. Input variable: education/income/sex/age/game play time/game access count/game efficacy/self efficacy/sociality
 b. stepwise

5.5 연구모델 검증

마지막으로 연구모델의 검증을 위한 경로분석을 시행하였다. 분석결과는 [Fig. 4]와 같다. 본 연구의 주요한 변인인 게임 시간과 게임빈도의 영향력은 게임 효능감, 자기 효능감, 사회성, 사회적 신뢰에 직간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

먼저, 게임 시간은 선행변인인 교육과 수입에 역상관을 가진다는 것이 나타났으며, 게임 효능감, 자기 효능감, 사회성, 사회적 신뢰에 직간접적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 다음으로 게임 빈도는 직접적으로는 게임 효능감과 역상관을 가지며, 그 외의 변인과 직접적인 관계는 가지지 않는 것으로 나타났다.



[Fig. 4] path-analysis result

6. 결론

본 연구는 온라인게임 이용이 사회성과 사회신뢰에 미치는 영향을 알아보고자 하는 목적에서 시행되었다. 각 변인에 대한 분석에는 회귀분석을 이용하였고, 전체적으로 모델의 적합도를 알아보기 위해 경로분석을 이용하였다.

결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 게임이용시간은 게임 효능감과 자기 효능감에 직접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 게임이용시간은 게임 효능감과 자기 효능감을 통해 사회성과 사회적 신뢰에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 게임빈도는 게임 효능감과 부적 관계를 가지며, 이외에 직접적인 영향을 미치는 변인은 검증되지 않았다. 분석결과를 요약하면, 게임이용에 있어서 이용시간은 사회성과 사회적 신뢰의 증진에 간접적인 효과가 있음이 밝혀졌고, 게임빈도의 경우는 사회성과 사회신뢰에 직접적인 효과는 나타나지 않았다.

게임의 환경은 온라인모바일 플랫폼으로 급격하게 변하고 있다. 이에 따라 게임유저들의 상호작용성이 게임과 형성되는 단계를 넘어 게임을 통한 유저들 간의 상호작용으로 확대되고 있다. 게임 상에서 커뮤니티가 형성되고 있으며, 유저 상호간의 소통이 게임의 중요한 요소로 작용하게 되었다. 길드나 클랜을 통해 지원을 받고, 공동 작업 및 공

격, 방어 등이 이루어지는 과정은 실제 사회의 축소판이라고 해도 무방한 수준으로 보인다. 따라서 게임을 통해 사회성과 사회신뢰가 길러진다는 본 결과는 어쩌면 당연한 결과라고 이해될 수 있다.

REFERENCES

- [1] Uk Joon Kim, "Global Game Market Trends", Journal of Trends. Vol.28. No.2, pp.7-17, 2016.
- [2] Hye Won Han, "Digital game storytelling: new paragigm of game galaxy", Salim, 2005.
- [3] Ji Yeon Kim, Young Im Do, "Generation gap between adolescents group and parents group in the perceptions on online games", Journal of Korean Psychological Association, Vol.20, No.3, pp.263-280, 2016.
- [4] Tae Il Yoon, "Korean digital game history", CommnunicationBooks, 2005.
- [5] J. Huizinga, "Homo Ludens", 1938.
- [6] Hye Won Han, "Digital game storytelling: new paragigm of game galaxy", Salim, 2005.
- [7] Bandura, A. Self-Ifficacy : Toward a unifying theory of behavioral change, Psychological Review, 1977
- [8] J. L. Collins, "Self-Efficacy and Ability in Achievement Behavior", Doctoral Dissertation, Havard University, 1985.
- [9] Suk Bin Lim, "Relationships between self-regulated learning, self-efficacy, and academic achievement", Master's thesis, Gongju University, 2002.
- [10] Sang Min Hwang, "Human psychology and behavior in the world of the Internet", Pakyoungsa Press, 2001.
- [11] J. P. Cole, "The function of choice in human existence", The Journal of Religion, Vol.45, No.3, pp.196-210, 1965.
- [12] Gang Ho Yoon, "The Effects of the Old's Sociality for the Recovery of Man's Relationship Program Based on The Bible", Master's thesis, Donga University, 2001.
- [13] Sang Heong Song, "A Study of the Relationships between the Teachers' sociability and Their Perspectives", Master's thesis, Jeju University, 2000.



박 상 민(Park, Sang Min)

약 력 : 2009 한림대학교 인터넷미디어 학사
현재 한림대학교 인터랙션디자인 석사과정
현재 헬스케어미디어연구소 연구원
관심분야 : 디지털게임, 인터랙션디자인, 가상현실, 드론



정 완 규(Jung, Wan Kyu)

약 력 : 1993 고려대학교 신문방송 학사
1996 고려대학교 신문학 석사
2007 고려대학교 언론학 박사
현재 헬스케어미디어연구소 연구교수
관심분야 : 디지털미디어저널리즘, 사회조사방법론,
디지털스토리텔링



노 기 영(Noh, Ghee Young)

약 력 : 텍사스대학교 방송영상학(석사)
미시간주립대학교 매스미디어(박사)
현재 한림대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수
현재 한림대학교 헬스케어미디어연구소 연구소장
관심분야 : 디지털게임, 인터랙션디자인,
헬스커뮤니케이션, 디지털콘텐츠정책