

다사용자온라인게임이용과 그에 따른 결과 및 가치와의 위계적  
관계에 관한 연구

A Research about hierarchical connections in experiences of MMORPGs  
usage

## Abstract

### 1. 연구목적과 필요성

### 2. 이론적 배경 및 관련문헌 고찰

- 2-1. 온라인 게임의 분류와 다사용자온라인게임의 특징
- 2-2. 다사용자온라인게임에서의 사용자 경험

### 3. 연구모델 및 연구문제

- 3-1. 연구모델의 선정
- 3-2. 연구문제

### 4. 및 결과

- 4-1. 속성의 도출
- 4-2. 수단-목적 사슬분석: Content Analysis, Implication Matrix, HVM

### 5. 결론 및 제언

## 참고문헌

사람들은 다사용자온라인게임(massively multiple online role playing games: MMORPGs)가 제공하는 다양한 게임속성들을 통해 그들 속성과 밀접하게 연관되어있는 경험을 얻게 된다. 그러한 경험과 사용자의 내면에 자리잡은 개인적인 심리적 가치의 위계적 관계를 밝히기 위해 MEC 모델을 이용하였다. MEC모델은 본래 소비자가 제품을 선택한 결과 얻게되는 가치에 관한 연구를 위한 것인데, 게임의 선택 시 고려하는 속성과 그에 따른 결과 및 가치와의 관계를 파악하기 위하여 채택하였다. MEC 분석을 위한 면접조사 방식으로는 래더링(laddering)을 채택하였고, 게임 사용자들에게 “왜 그것이 당신에게 중요합니까?”라는 질문을 반복적으로 하여 가치수준에 상응하는 응답을 얻어내는 면접조사 방식

이며 MEC에서 자주 사용되는 방법이다. 본 연구에서 시행한 면접조사와 MEC모델을 통한 분석 결과 게임 선택 시 고려되는 속성으로는 시나리오, 그래픽, 캐릭터, 아이템, 사회적 인지도, 친구의 권유가 있었고, 그러한 속성에 따른 결과로 게임의 재미증가, 가상의 다양한 경험, 몰입, 현실감 증가, 인기획득, 빠른성장, 현실에서의 삶의 재미증가를 얻게 되었으며 최종적으로 자아실현, 우월감, 성취감, 심적 안정, 삶의 질 증대의 가치를 얻고 있는 것으로 나타났다.

## Abstract

People getting experience from specific attributes of game when playing MMORPGs(massively multiple online role playing games). Game user's experience produce some consequences, and consequences produce user's value. So I try to figure that out with MEC model. MEC model is originally based on figure out customer's life value when they are make selection from the products. Laddering was interview method that I did, and it's popular in MEC model research. The result is when people selecting game, they consider fine graphic game for the full regarding reason. Besides, scenario, character, item, social name recognition, and friend's suggest are being refer to attributes. With this attributes, people experience's results are more fun game, virtual reality's experience, made laddering with users. Research result that user's values are perfection of self, sense of superiority, sense of achievement, immersion and increasing reality. Finally, people's values when ther are playing MMORPGs are mental stability, and enlargement of life quality.

(keyword)

다사용자온라인게임, MEC, 게임 사용자 경험

## 1. 필요성

컴퓨터 게임이 등장하기 이전의 사람들은 오프라인에서의 놀이를 통한 여가시간을 가졌다. 그러나 매체와 기술의 발달로 인해 기존의 놀이들은 전자기적 성격이 띠는 컴퓨터 게임으로 변해갔고 국내 게임시장 규모는 음반(3,400억 원)이나 애니메이션(3,700억 원), 영화(1조 1천억 원)보다 월등히 높은 규모인 3조 4천억 원에 이르고 있다. 최근 게임 산업은 세계 미디어 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 '21세기형 산업'의 대표적인 고부가가치 산업으로 부상하고 있고, 이미 영화 상영, 비디오 대여 및 판매시장 보다 영상산업에서 가장 큰 매출을 올리는 산업으로 자리매김하였다<sup>1)</sup>. 이러한 게임 산업의 연평균 성장률은 콘텐츠산업 중 가장 높은 33%로 전망하고 있으며, 2002년 세계 게임시장은 618억불(74조 1,600억원)규모에 달하고, 아케이드게임(48%), 비디오게임(35%)이 강세를 이루는 가운데 온라인 게임과 모바일 게임이 급성장 추세에 있다고 한다<sup>2)</sup>.

온라인 게임의 경우 미국의 네트워크가 가능한 PC를 소유한 사람이 개인적 목적을 위해 네트워크를 사용하는 시간이 주당 20시간 이상이고, 그 시간 중에서 48%를 온라인 게임을 즐기기 위해 시간을 할애하고 있다고 한다<sup>3)</sup>. 이처럼 많은 사람들이 게임에 여가시간을 할애하고 있음에도 불구하고 게임과 사용자에 관한 연구는 대부분 몰입과 중독에 관한 것이었다.

사람들은 다사용자온라인게임(massively multiple online role playing games)가 제공하는 다양한 속성들

1) 김민호, "게임", 『정보통신산업동향』, 2001.8. p.130

2) 한국 게임산업 개발원, 2003년, 게임산업 진흥 중장기 계획. 6~7쪽.

3) CyberAtlas: Internet Statistics and Market Research for web marketer, "Half of PC Time Spent Online", 2000.3.22, [http://www.cyberatlas.com/big\\_picture/demographics/article/0,1323,5931\\_211381,00.html](http://www.cyberatlas.com/big_picture/demographics/article/0,1323,5931_211381,00.html)

을 통해 그들 속성과 밀접하게 연관되어있는 가치경험을 얻게 된다. 본 연구에서는 게임 콘텐츠를 구성할 때 고려해야 할 사용자 경험 요소 분석을 MEC(means-end chain)모델을 통해 알아보고자 한다. 이를 통해 게임이라는 특정한 정황(context)하에서 게임 사용자에게 제공해 주어야 게임 구성요소가 무엇인지를 분석하고, 그러한 사용자의 경험으로 인한 결과와 그로 인해 사용자가 얻게 되는 가치의 위계적 관계를 밝히고자 한다.

## 2. 이론적 배경 및 관련문헌 고찰

### 2-1. 게임의 분류와 다사용자온라인게임의 특징

1980년 영국의 바틀, 그룹쇼가 텍스트로 개발한 머드(MUD)가 온라인게임의 효시로 알려졌지만, 국내의 경우 영화로 인기를 끌었던 '쥬라기 공원'이 1993년도에 머드로 출시된 것을 시초로 하여, 1995년에 넥슨에서 '바람의 나라'를 출시하여 머그(MUG) 게임의 시대를 열었다. 최근의 게임들은 거의 모든 장르에서 네트워크를 지원함으로써 대부분 '온라인' 특징을 가지므로, 게임연구소(2002)는 이를 형태별로 웹 기반 온라인게임, 모바일 네트워크게임, PC 네트워크게임 등으로 재분류했다<sup>4)</sup>.

분류	속성
웹 기반 온라인게임 (좁은 의미의 온라인게임)	PC 네트워크 게임과 구별하여 게임 전용의 서버가 있으며, 여러 클라이언트들과 동시에 서버에 접속하여 서버에 종속적으로 게임을 하는 게임물.(Flash 나 JAVA 등으로 구현된 미니 웹게임 포함)
모바일 네트워크	모바일기기(휴대폰, PDA, 휴대용 게임기 등)에서 이용하도록 제작된 게임물로서

4) 게임연구소, 「온라인게임의 현황과 등급분류제도」, 2002.

게임	네트워크 플레이가 가능한 게임물.
PC 네트워크 게임	CD등 매체에 게임 프로그램을 수록하여
	PC에서 이용하도록 제작된 게임물로서 네트워크 플레이가 가능한 게임물.

[표1] 온라인게임의 형태별 분류와 특징

다사용자온라인게임의 모태인 RPG의 장르의 이름이 ‘역할을 수행한다’는 뜻을 지닌 데서 알 수 있듯이 게임사용자가 게임을 진행하기 전에 자신이 맡을 인물을 선택하고 그 역할을 수행함으로써 일정한 목적을 달성해 가는 게임이다<sup>5)</sup>.

인터넷이 널리 보급되면서, RPG와 같은 형식으로 운영되면서 온라인상에서 사용자들이 서로 공유된 가상공간의 다른 사용자와 상호작용할 수 있는 문자 기반의 “multi user dungeons (MUDs)”가 등장했다. 1997년에는 이러한 개념을 발전시켜 그래픽 기반의 온라인 RPG인 <울티마 온라인 Ultima Online > 이 등장했다. 뒤이어 이와 비슷한 이름을 가진 게임들이 속속 등장했으며 “massively-multiplayer online role-playing games: MMORPGs)” 라는 장르로 만들어져 현재에 이르고 있다. 현대의 다사용자온라인게임은 MUD에 더욱 자세히 묘사된 그래픽 기반의 인터페이스를 제공하며 오프라인 RPG와 유사한 정도의 게임플레이를 위한 옵션을 제공하고 있다.

## 2-2. 다사용자온라인게임에서의 사용자 경험

본 연구와 맥락을 같이 하는 게임을 통해 얻는 사용자의 최적의 경험에 관한 연구로는 ‘충만감과 경험이 온라인 게임 사용시간에 미치는 영향(최동성, 김호용, 김진우, 2000)’이 있다. 이들은 온라인 게임이라는 특별한 상황에서 사람들이 어떤 경험을 했는지를 밝힘으로써 온라인 게임에서 사람들로 하여금 최적의 경험을 느끼도록 만드는 원인을

밝히고자 하였다. 그러나 이 연구에서는 사용자의 경험만을 위주로 연구되어 있고 게임 구성요소의 특징과 그것을 이용함에 따른 결과로 인해 사람들이 얻게 되는 가치에 관한 연구는 이루어지지 않았다.

유기영(2002)은 온라인 게임의 이용자 실태와 만족도에 관한 연구를 진행하였는데, 약 10일간 조사한 180부의 설문 자료를 기초로 하여 분석하였다. 결과를 종합해 보면, ‘온라인롤플레이게임’ 이용, ‘오전9시~오후3시’ 사이에 이용, 하루 ‘2시간 이상’ 이용, 한 달 평균 ‘1~2만원 미만’의 이용료 지불, 지속적인 업그레이드와 소비자 센터 운영의 여부가 온라인게임 선택에 있어 ‘그저 그렇다’, 소비자센터의 처리 결과에 대해 ‘만족스러웠다’, 온라인게임 이용으로 인해 생활에 변화가 ‘있다’, 생활에 ‘긍정적인 영향을 미쳤다’, 주변에 이용자 수가 ‘많다’, 주변 이용자에게 대해 ‘여가생활로 좋아 보인다’, 온라인게임이 발생시킨 사회현상에 대해 ‘긍정적이다’, 온라인게임 관련 직업에 대해 ‘긍정적이다’, 온라인게임 산업이 우리나라 전체산업에서 차지하는 비중이 ‘중요하다’, 하루 여가 시간이 ‘6시간 이상’, 성별에서 ‘남자’라 답변한 이용자의 만족도가 가장 높다고 나타났다.

## 3. 및 연구문제

### 3-1. 선정

본 연구에서는 온라인 게임의 사용자들에게 심층 면접을 실시하여 그들이 게임에서 얻는 가치에 관한 연구를 실시하기 위해 MEC(Means-end chain)는 기대가치(expectancy-value)이론을 기반으로 진행하였다.

MEC모델은 본래 소비자가 제품을 선택하고 사용하는 과정에서 겪게되는 경험적 결과가 소비자에게 미치는 영향을 조사하기 위한 것이다. 한 소비자가 제품 혹은 서비스를 소비하거나 사용하는데 선택을 하는 행동은 결과(outcomes)을 낳게 된다. 소비자는 어떤 결과가 바

5) . 2002. 『컴퓨터 게임의 이해』 p.52. 서울: 문학과학사.

랍직하고 어떤 결과를 피해야 하는지를 학습한다. 일단 어떤 행동이 바람직한 결과를 낳거나 혹은 바람직하지 않은 결과를 가져오는 지를 학습하면, 이들의 선택 행동은 이에 따르게 된다 (Gutman, 1982).

이에 따라 본 연구는 다사용자온라인게임 이용자들이 특정 게임을 선택하여 이용하게된 동기를 분석하여 그러한 동기를 부여한 게임의 속성을 찾아내고, 속성을 이용한 경험의 결과를 분석하여, 특정 속성을 이용한 결과 얻게된 내재되어 있는 개인의 가치를 분석하기 위한 방법으로 MEC방식을 채택하였다.

게임 이용자들이 특정 게임을 선택하게 된 동기에서 속성을 찾아내고 분석하기 위한 면접조사 방식은 래더링(Laddering)을 택하였고 이는 MEC를 도출하기 위하여 자주 사용되는 접근이다. 응답자가 어떻게 게임의 특성을 자신에게 의미 있는 관념으로 전환하는가를 이해하기 위해 심층적인 일 대 일 면접 기술을 사용한다. 면접조사 방식은 특성과, 결과, 그리고 가치의 영역을 넘나들며 “왜 그것이 당신에게 중요한가요?”라고 형식화된 질문을 직접적이고 지속적으로 반복함으로써 행해진다. 래더링에서, 응답자는 “왜?”라는 질문에 반복적으로 대답하게 된다. 일반적으로 덜 열망하게 되는 것과 더 열망하게 되는 것의 양자택일로 구별하는 속성에서 시작된다. 그것은 응답자가 특별한 속성을 원하는 이유 또는 결과에 대한 해답의 본성을 나타내게 된다.

### 3-2.

위와 같은 연구방법을 이용하여 다사용자온라인게임 이용자들이 최종적으로 얻게 되는 가치를 분석하기 위한 연구문제를 다음과 같이 정하였다.

연구문제 1. 다사용자온라인게임 이용자들이 게임 이용에 있어 특정 게임을 선택하는 이유는 무엇인가?

연구문제 2. 다사용자온라인게임 이용에 있어 특정한 구성요소가 개인의 가치에 미치는 위계적 단계는 어떠한가?

## 4. 및 결과

### 4-1. 속성의 도출

위의 연구문제에 대한 해답을 위한 본 연구의 목적은 개인이 다사용자온라인게임의 이용을 통해 얻는 가치를 MEC 모델을 기반으로 조사하여 게임 이용자들이 특정 다사용자온라인게임을 선택하게 하는 속성과 그에 따른 결과 및 가치간의 위계적 관계를 분석해 내는데 있다.

본 연구에서는 다사용자온라인게임의 속성을 도출하고자 최근 많은 인기를 얻고 있는 “리니지 2”게임을 경험해 본 적 있는 사람 20명에게 “리니지 2를 하는 중요한 이유가 무엇입니까?” 라는 일차적인 질문을 통해 아바타, 그래픽, 속도, 시나리오, 컨트롤, 음질, 인지도 등의 속성을 도출해 낼 수 있었다. 면접조사는 2004년 3월~ 2004년 5월까지 리니지2 게임 사용자 11명에게 메신저를 통한 심층 면접조사를 실시하였다.

분류	속성
기능적 속성	아바타(캐릭터)
	그래픽
	속도
	시나리오
	컨트롤
	음질
사회적 속성	인지도
	친구의 권유

[표2] 설문조사 결과 도출된 속성

위의 결과 얻어진 속성들을 바탕으로 11명에게 심층

면접을 재 실시하여 다음과 같은 래더를 도출해 낼 수 있었다.

래더	속성(A)-결과(C)-가치(V)
Ladder(1)	V: 즐거운 생활향유 V: 자아실현 V: 우월감성취 C: 스트레스해소 C: 게임 재미증가 C: 수입 A: 사회적 인지도 A: 속도 A: 그래픽 A: 구성, 시나리오
Ladder(2)	V: 자아만족 V: 우월감 C: 인기 C: 빠른 레벨 업 A: 사회적 인지도 A: 친구의 권유
Ladder(3)	V: 자기 만족 C: 우정이 생김 C: 관심사항 공유 C: 즐거움 증가 C: 게임동료 A: 친구의 권유 A: 그래픽
Ladder(4)	V: 성취감 C: 다른 정체성 경험 C: 재미증가 C: 몰입 C: 현실감 증가 A: 그래픽
Ladder(5)	V: 심적 안정 C: 알뜰한 소비지출

	C: 시간 소비 C: 재미증가 A: 그래픽
Ladder(6)	V: 심적 안정 V: 대리만족감 C: 가상의 경험 C: 현실감 A: 그래픽 A: 다양한 캐릭터
Ladder(7)	V: 자아실현 C: 현실의 목표에 몰두 C: 스트레스 해소 C: 가상의 다양한 경험 A: 그래픽 A: 캐릭터
Ladder(8)	V: 행복감(심적 안정) C: 삶의 재미 C: 다양한 경험 C: 인맥형성 A: 사회적 인지도 A: 그래픽 A: 캐릭터
Ladder(9)	V: 삶의 질 증대 C: 자기만족 C: 만족감 A: 레벨 A: 아이템
Ladder(10)	V: 삶의 질 증대 C: 행복하고 즐거운 삶 C: 소득 C: 인기 C: 레벨 업 A: 아이템
Ladder(11)	V: 삶의 질 증대 C: 삶의 재미

C: 흥미
C: 몰입
C: 여가 시간소비
C: 채팅
C: 레벨 업
A: 아이템
A: 인지도
A: 완성도
A: 그래픽
A: 캐릭터

[표3] 래더링 결과

#### 4.2. -목적 사슬 분석: Content Analysis, Implication Matrix, HVM

위에서 조사된 모든 래더링을 기록하고 각각의 응답을 분리한 후, 각각을 언급된 것들을 반영한 요약 코드를 나누었다. 이러한 코드의 완결성을 검사하고 추출된 요소들의 유형의 총괄적인 의미를 발전시키기 위해 모든 응답을 A-C-V 세 단계로 나누고, 모든 응답을 개별 요약 코드로 분석한 후 일관성을 위해서 멀티 코드를 통한 신뢰성 검사를 실시하였다.

Value
22 자아실현
23 우월감
24 성취감
25 심적 안정
26 삶의 질 증대
Consequence
8 스트레스 해소
9 게임의 재미증가
10 수입증대

11 인기획득
12 빠른 성장
13 사회성증대
14 관심사항 공유
15 가상의 다양한 경험
16 몰입
17 현실감증가
18 여가시간소비
19 알뜰한 소비지출
20 현실의 목표에 몰두
21 현실에서의 삶의 재미증가
Attribute
1 구성(시나리오)
2 그래픽
3 속도
4 사회적 인지도
5 친구의 권유
6 캐릭터
7 아이템

[표4] Summary Contents Code

각 요소의 핵심성분을 찾아서 그들간의 관계를 찾고 요소에 대한 빈도수를 조사한 결과는 다음 표와 같다.

응답자	Content codes										
1	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
2	4	5	11	12	22	23	0	0	0	0	0
3	2	5	9	12	13	14	23	0	0	0	0
4	2	9	15	16	17	24	0	0	0	0	0
5	2	9	18	19	25	0	0	0	0	0	0
6	2	6	15	17	24	25	0	0	0	0	0
7	2	6	8	15	20	22	0	0	0	0	0
8	2	4	6	13	15	21	25	0	0	0	0
9	7	12	22	24	25	0	0	0	0	0	0
10	7	10	11	12	21	26	0	0	0	0	0
11	1	2	4	7	9	12	13	16	18	21	26

[표5] Raw Data from 리니지2 Players

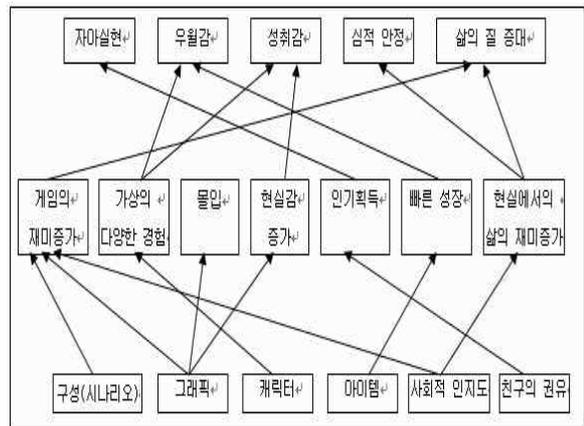
이렇게 조사된 각 요소가 다른 요소를 이끄는 횟수를 보여주는 매트릭스를 만들기 위하여 위의 매트릭스 탭에서 시도하고 있는 요소의 횟수를 반영하여 직접적인 관계와 간접적인 관계 표를 만든 결과는 다음과 같이 나타났다.

	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26
1	0.2	2.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0
2	0.1	5.0	0.1	0.1	0.1	0.2	0.1	0.2	2.0	2.0	0.2	0.1	0.0	0.1	0.2	0.1	0.2	0.2	0.2
3	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
4	0.1	2.0	0.1	1.0	0.2	1.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.2	0.2	0.2	0.0	0.1	0.2	
5	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	0.1	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0	
6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.1	0.0	
7	0.0	0.0	0.1	0.1	0.2	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0	0.1	
8	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.2	0.0	0.1	0.0	
9	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	1.0	2.0	0.0	0.2	0.1	0.0	0.1	0.2	0.0	0.0	0.1	0.2	
10	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.1	0.0	0.0	0.2	
11	0.0	0.1	0.0	0.1	0.2	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	2.0	0.1	0.0	0.0	0.0	
12	0.0	0.1	1.0	2.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.2	0.1	1.0	0.0	0.0	0.2	
13	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	1.0	1.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.2	0.1	0.0	0.0	0.1	1.0	
14	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	
15	0.1	1.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.1	2.0	0.0	0.0	0.1	1.0	0.1	0.0	0.2	0.2	0.0	
16	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	
17	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	0.1	0.0	
18	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	1.0	
19	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.1	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	

20	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
21	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
22	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2
23	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
24	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1
25	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.2	2.0	0.1	0.1	0.1
26	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	2.0	0.0	0.1	0.0

[표6] Summary Implication Matrix

위의 매트릭스를 통한 교차분석 결과를 기준으로 다사용자온라인게임에 대한 HVM을 작성한 결과 6개의 속성에서 5개의 가치로 연결되는 17개 레더가 도출되었다.



[그림1] Hierarchical Value Map(다사용자온라인게임이용)

## 5. 결론 및 제언

다사용자온라인게임 사용자들이 게임 이용에 있어 특정 게임을 선택하는 이유와 이를 통해 얻게 되는 결과 및 가치에 대해 살펴보고, 더 나아가 게임구성 요소가 개인의 가치에 위계적 단계를 분석한 결과 게임 선택 시 고려되는 속성으로는 시나리오, 그래픽, 캐릭터, 아이템, 사회적

인지도, 친구의 권유가 있었고, 그러한 속성에 따른 결과로 게임의 재미증가, 가상의 다양한 경험, 몰입, 현실감 증가, 인기획득, 빠른성장, 현실에서의 삶의 재미증가를 얻게 되었으며, 최종적으로 자아실현, 우월감, 성취감, 심적 안정, 삶의 질 증대의 가치를 얻고 있는 것으로 나타났다.

속성과 가치와의 위계적 관계의 연결은 다음의 여섯 가지로 나타났다. 첫째, 게임의 구성을 좌우하는 시나리오는 게임의 재미를 증가시키는 결과를 가져왔으며 그로 인해 삶의 질이 증대되는 개인적 가치로 연결되었다. 둘째, 응답자들 가운데 가장 많이 언급한 그래픽 속성은 게임의 재미와 몰입, 현실감 증가의 결과를 가져왔으며 그로인한 가치로는 삶의 질 증가와 성취감으로 나타났다. 셋째, 아바타와 같은 역할을 하는 캐릭터는 가상의 다양한 경험을 할 수 있는 결과를 가져왔으며 그로인해 우월감과 성취감을 느낄 수 있게 되는 것으로 나타났다. 넷째, 게임에서 구입하거나 제조 혹은 획득하여 사용하는 아이템의 경우 남들보다 빠른 성장을 할 수 있게 하는 결과를 낳는 것으로 그로 인해 우월감을 느끼는 것으로 나타났다. 다섯째, 게임의 인지도가 좋은 것을 선택한 경우 그것을 이용하는 다른 많은 사람들과 어울릴 수 있게 되어 게임의 재미가 증가하고 현실에서의 삶의 재미 또한 증가하는 결과를 가져와 삶의 질 증대라는 가치를 느끼는 것으로 나타났다. 마지막으로, 이미 게임 내에서 어느 정도 활동하여 인지도가 있는 친구의 권유로 시작한 경우 게임 내에서 인기 획득이 쉬워지는 결과를 낳아 결국 자아실현의 가치를 느끼는 것으로 나타났다.

게임이 가지고 있는 본질적인 특성들이 사용자들로 하여금 게임을 선택하게 하고 몰입하게 할 것이라는 예상과는 달리 본 분석의 분석 대상이 된 '리니지 2'의 사용자들은 게임의 기능적 요소 이외에 사회적 요인을 게임 선택의 큰 요소로 꼽았으며, 속성, 결과, 가치와의 연결고리에서 또한 사회적 요인이 크게 작용하는 것을 알 수 있었다. 예를 들어 친구의 권유를 통해 게임의 기능적 특성은 전혀 알지 못한 채 접한 사용자들도 게임 내에서 친구와 함께

활동하며 인기를 얻게 되고, 결국은 자아실현이라는 가치를 얻게 되는 래더가 도출되었다.

시나리오와 캐릭터 등의 속성들로부터 연결되는 가치를 살펴보면, 단순히 게임이 재미를 추구한다는 것과는 달리 게임에서의 재미는 현실에서의 스트레스 해소와 삶의 즐거움으로 연결되며 또한 이는 현실에서의 중대한 인생의 목표를 달성하기 위해 집중할 수 있는 촉매제 역할을 한다는 것을 알 수 있었다. 이는 기존의 게임이 소비적이고 불필요한 것이라는 견해에 크게 반하는 점이라고 할 수 있다.

본 연구는 다사용자온라인게임 중 가장 인기를 얻고 있는 '리니지 2'를 이용하는 응답자들을 통해 여러 가지 결과를 도출하기 위해 1:1 면접을 통한 래더링 조사방식을 이용하였다. 그러나 질문의 의미가 제대로 전달되지 않는 경우를 포함하여 속성, 결과, 가치의 세 가지 요소에 대한 분리가 명확하게 되지 않는 등, 설문지를 통해 응답자들의 응답을 도출하기에는 한계점이 있었다. 또한 다양한 다사용자온라인게임을 다루지 못하고 하나의 게임 사용자들만을 조사한 것도 한계점이 된다. 따라서 후속 연구에서는 다양한 다사용자온라인게임 사용자들에게 심층적인 응답을 도출해낼 필요성이 대두되었다.

한국 게임산업 개발원, 「게임산업 진흥 중장기 계획, 한국 게임산업 개발원, 2003, 6~7쪽.

이경형, 게임, 정보통신산업동향, 2003, p.130

CyberAtlas: Internet Statistics and Market Research for web marketer, Half of PC Time Spent Online, 2000.3.22, [http://www.cyberatlas.com/big\\_picture/demographics/article/0,1323,5931\\_211381,00.html](http://www.cyberatlas.com/big_picture/demographics/article/0,1323,5931_211381,00.html)

유기영, 온라인게임 이용자 실태 및 만족도에 영향을

미치는 요인 연구, 2002, p.1

시모어 채트먼(Seymore Chatman), 김경수 옮김, 영화와 소설의 서사구조, 2002, 24~37쪽.

한국문화정책개발원, 전자오락게임의 문화정책적 접근 방안. 1996, 6~7쪽.

조남재, 백승익, 류경문, 온라인게임 충성도에 미치는 영향요인에 관한 연구”, 한국경영과학회지, 2001, p.93-96.

한국게임산업협회, 한국 게임 산업의 현황과 전망, 1999, p.23.

김홍석, God of Speed 온라인 스포츠 게임 제작 기획서, 서강대학교 영상대학원 석사학위 논문, 2001, p.3-6

### 부록

#### 설문사례

질문: 리니지 2를 시작하게된 가장 큰 이유는 무엇인가요?

응답: 친구가 해서

질문: 친구랑 하는게 중요한 이유는 무엇인가요?

응답: 같이해야 재미있으니까요

질문: 같이해서 재미를 느끼는게 왜 중요한가요?

응답: 그렇지 않다면 온라인게임이 아닌 패키지(싱글용)을 했을거같아요

응답: 혼자하는거보다 좋아하는 사람하고 같이하면 더 재미있으니까요

질문: 같이 했을때 즐거움이 증가하는 이유는 무엇이라고 생각하시나요?

응답: 무언가에대한 같은 관심이 생기게 되니까요

질문: 같은 관심이 생기는데 왜 중요한가요?

응답: 같은 관심을 가진 무언가를 같이 하게되면 더욱 친할 수 있지 않을까 생각되요

질문: 친해지는게 당신에게 중요한 이유는 무엇일까요?

질문: 좋아하는 사람과 친해지는건 본인에게어떤 결과가 나올까요?

응답: 상대방이 좋아하는 모습을 보면 만족감도 생기고 덩달아 나도 좋아져요

#### 설문사례

질문: 리니지 2를 하는 가장 큰 이유는 무엇일까요?

질문: 그 게임의 어떤점이 좋습니까?

응답: 가장 큰 이유 : 가상세계 모험이 재미 있어서..

응답: 리니지2의 좋은 점 : 미려한 그래픽 로딩 없는 넓은 지도

질문: 아 네

질문: 그래픽이 좋은 것이 가상세계의 모험에서 중요한 영향을 끼치는 점이 있나요?

응답: 현실감을 더욱 높여줌...

질문: 현실감이 높아지는게 왜 중요한가요?

응답: 몰입도를 높여주어 더 큰 재미를 느끼게 함..

질문: 게임을 할 때 몰입도가 높은것이 당신에게 중요한 이유는 무엇입니까?

응답: 몰입도가 낮을 경우 게임이 지겨워지며 짧은 시간 안에 하기 싫어짐...

질문: 지겹지 않고 오래도록 즐기게될 경우 그것이 당신에게 중요한 이유는 무엇일까요?

응답: 게임에 지겨움을 느끼지 않고 플레이 하는 시간이 길어질 수록 게임의 재미를 더욱 느끼게 됨..

질문: 게임에서 재미를 크게 느끼게되면 당신에겐 무엇이 좋을까요?

응답: 음...이건 어려운뎡...---

질문: 상상해보세용..재미를 느껴서 결국 무슨 기분이 드는지

응답: 음...난 보통 그냥 그 재미 자체가 좋은뎡..

응답: 만족감...은 아니고...

응답: 현실에서 벗어나서 다른 세상에서 얻는 그런 즐거움이랄까..

응답: 성취감 같은 것도 약간 있고..

질문: 네...

질문: 알겠습니다. 이상으로 질문을 마치겠습니다!