

논문접수일 : 2013.03.20

심사일 : 2013.04.04

게재확정일 : 2013.04.25

## 소셜 네트워크 게임의 이용 요인

Social Network Games(SNG) Playing Factors

**주저자 : 전희성**

한국과학기술기획평가원 부연구위원

**Jeon Heesung**

KISTEP

**교신저자 : 이정수**

한국과학기술기획평가원 연구원

**Lee Jung Soo**

KISTEP

## 1. 서론

- 1.1. 연구의 배경
- 1.2. 연구목적 및 방법

## 2. 이론적 배경

- 2.1. 소셜네트워크게임의 정의와 특성
- 2.2. 소셜네트워크게임의 이용요인

## 3. 연구방법 및 절차

- 3.1. AHP 모형설계
- 3.2. 연구대상 및 자료수집
- 3.3. 측정도구 및 절차

## 4. 분석결과

- 4.1. AHP 일관성 검증
- 4.2. AHP 분석결과
- 4.3. 논의

## 5. 결론

### 참고문헌

### 논문요약

소셜네트워크플랫폼에 기반을 둔 소셜네트워크서비스와 함께 등장한 소셜네트워크게임은 소셜(social)과 네트워크(network), 게임(game)이 통합된 광의의 개념으로 게임산업에서 급격한 성장을 이루고 있다. 본 연구는 이러한 소셜네트워크게임의 정의 및 특성을 선행 연구들의 고찰을 통해 정리하고, 최근 연구들에서 제안한 모델들에서 주요 이용요인 및 요인별 항목을 도출하여 이를 AHP로 분석하여 소셜네트워크게임의 사용 요인별 중요도를 알아보고 소셜네트워크게임의 사회적 특성이 게임적 특성보다 중요하게 작용함을 주장하였다.

소셜네트워크게임의 사용 요인별 중요도를 알아본 결과, 이용자들은 소셜네트워크게임을 사용하는 요인 중 사회적 결속 - 상호작용성 - 시간활용 - 유희성 순으로 중요시 여기며, 요인별 항목 중 집단소속감 공고화가 가장 중요한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 다른 온라인, 모바일 등 게임과는 다른 소셜네트워크게임만의 사회적 특성이 사용요인으로 중요한 역할을 하고 있음을 의미하여, 소셜네트워크게임의 이용요인으로 사회적 특성이 강하게 작용한다는 본 연

구의 주장을 뒷받침하는 결과를 보여주고 있다.

### 주제어

소셜네트워크게임, 이용요인, 소셜네트워크 특성

### Abstract

The social network games(SNG) are rapidly growing in the game industry since it is introduced with social network services based on social network platform. The concept of SNG is combining the meaning of social, network, and game. This paper reviews the definition and the characteristics of SNG from the previous studies and derives the factors of playing SNG from the analyses of importance order for SNG playing factors using AHP in the models suggested by the recent studies. The social character of SNG is the more critical factor than game character. The result shows the importance of SNG playing factors in the order of social bonding - interactivity - use of time - fun and its most critical factor is the enforcement of social bonding. This study implies that the social character of SNG is acts the most decisive role for playing.

### Keyword

Social Network Games, SNG Playing Factors, Characteristic of Social Network

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경

최근 페이스북(facebook), 트위터(twitter) 등과 같은 소셜네트워크플랫폼(social network platform)<sup>1)</sup>에 기반을 둔 소셜네트워크서비스(social network service: SNS)<sup>2)</sup>가 IT산업의 화두가 되었고, 이러한 소셜네트워크서비스와 함께 등장한 소셜네트워크게임(social network game: SNG, 이하 SNG)은 소셜(social)과 네트워크(network), 그리고 게임(game)이 통합된 광의의 개념으로 게임산업의 본격적 성장모델로 주목받고 있다. 소셜네트워크플랫폼을 기반으로, 소셜네트워크서비스 내 이용자의 프로필 정보, 인맥 등의 자원을 활용하는 애플리케이션을 소셜네트워크서비스 내에서 즐길 수 있도록 만들어진 통합형태를 의미하는 SNG는 온라인 게임과 소셜네트워크서비스가 결합된 애플리케이션 형태로, 사용자 친화적 디자인과 게임수행이 쉽다는 점을 강점으로 급격한 성장을 이루고 있다. 2007년 미국에서 설립된 게임업체인 징가(Zynga)의 경우, SNG의 폭발적인 성장에 따라 2011년에는 기업가치가 이미 100억 달러를 넘어서며(조선비즈, 2012. 10. 27.) 세계 최대 SNG업체로 자리매김 하였고, 일일 게임 사용자 5천600만 명, 월 이용자 2억9천 800만 명으로 전년 대비 24% 증가한 것으로 나타났다(아이뉴스24, 2013. 2. 6.).

국내의 경우, 싸이월드의 앱스토어, 네이버 소셜앱스, 다음 소셜게임, 페이스북 등을 통한 SNG가 2009년 소개된 이후 이용자가 빠른 속도로 증가하면서, 높은 스마트폰 보급률과 함께 지난해 7천800억 원대 모바일 게임 시장에서 SNG의 급속한 시장성장이 이루어졌다. 특히 카카오톡을 기반으로 하는 애니팡은 2012년 7월 30일 출시 이후 하나의 현상으로 자리 잡으며 이러한 성장을 주도했다.

올해 게임계에는 전기가 될 사건이 일어났다. 게임 강국 한국에서 ‘게임맹’으로 살아온 중년·노년층과 여성이 ‘게임의 맛이 무엇인지’ 눈을 뜬 것.

‘애니팡’이 이렇게 만들었다. 올 7월 30일 카카오톡

1) 플랫폼이란 다양한 용도에 공통적으로 활용하기 위해 특정 목적이나 작업 프로세스를 표준화하여 접근성 및 효율성 등을 향상시키는 유무형의 구조물로서, 소셜네트워크플랫폼은 의사소통 등 일상생활에서부터 조직운영과 비즈니스에 이르기까지 인간 행위의 모든 분야에 소셜화를 가능하도록 하는 기반 구조를 의미한다(북경수, 유재수, 2011).

2) 온라인상에서 공통의 관심사를 가진 사용자들 사이에 관계 설정을 지원하고, 축적된 관계를 통해 인맥 관리, 정보 공유 등 다양한 커뮤니티 활동을 할 수 있도록 하는 서비스이다(북경수, 유재수, 2011).

‘게임하기’를 통해 출시된 애니팡은 39일 만에 내려받기 1000만 건, 74일 만에 2000만 건을 돌파했다. 스마트폰 사용자들은 다 해봤다고 해도 과언이 아닐 정도다. 연락이 끊긴 지 10년 된 중·고 동창과 헤어진 전 애인에게서 ‘하트’가 날아오고 지하철 안에는 온통 동물 잡는 소리로 가득했다. 월스트리트저널(WJS)을 비롯한 외신들도 이 ‘애니팡 열풍’에 주목했다. (중앙일보, 2012. 12. 28.)

애니팡은 국민 5명 중 1명이 매일 즐기고, 스마트폰 사용자 3명 중 2명이 하는 게임으로 동시접속자 300만 명, 사용자가 2천만 명에 달하여 게임인구의 저변확대와 건전한 게임문화 확산에 기여한 게임으로(월간 마이더스, 2013. 1. 8.) 게임 업계에 새로운 길을 연 것으로 평가받고 있다.

이와 같이 SNG는 전세계적으로 게임산업에서 매출 규모의 신장과 사용자의 수에서 시장의 크기를 성장시켜가고 있으며 향후 게임산업에 새로운 성장동력으로서의 가능성을 전망하고 있다. 이렇듯 비즈니스적 중요성이 부상하고 있음에도 불구하고 SNG에 대한 연구는 현재까지 부족한 상황으로, SNG 자체의 등장이 불과 몇 년에 지나지 않기 때문에 최근 폭발적 성장에 힘입어 관련 연구들이 진행되고 있음에도 불구하고 국내외 연구를 통틀어 소수에 지나지 않는다. 더욱이 SNG란 무엇인가를 소개하고 현황을 파악하는데 그친다거나 SNG의 특성을 기존 이론을 반영해 조명하고, 이용자 특성과 사회적 관계에 대한 분석을 제한적으로 수행한 연구들이 대부분으로 아직은 초기적 연구단계에 있다고 할 수 있다(김태규 외 2010; 한혜원, 심세라 2010; Wohn et al. 2010; Shin & Shin, 2011; 서성은 2010; 권보연 2011). SNG 관련 선행연구들에서 SNG의 관계성에 주목했음에도 이를 설명할 수 있는 이론과 방법론에 대해서는 한계가 있었기 때문에 SNG 이용에 관한 설명 모델이나 변수 체계가 부재하다(이재학, 2012). 또한, 직접 이용자들을 대상으로 실증한 연구들도 부족한 실정이다(Wohn et al., 2010; Shin & Shin, 2011).

### 1.2. 연구목적 및 방법

먼저 이론적 고찰을 통해 SNG의 정의 및 특성을 정리하고, 관련 선행 연구들에서 제시된 모델들의 주요 개념들을 중심으로 게임특성, 사용의도 및 이용동기 등에 대한 논의들을 살펴 볼 것이다. 그런 다음 최근 국내 논문을 통해 제안된 모델들을 통해 SNG의 특성이 사용자가 해당 게임을 선택하여 사용하는 과정에서 어떠한 역할을 하는가를 고찰하고, 사용요인

및 요인별 항목을 도출하여 이를 AHP를 이용한 분석을 토대로 검증을 통해 SNG의 사용 요인별 중요도를 알아보고 SNG에 있어서의 사회적 특성과 게임적 특성의 중요도를 살펴보고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1. 소셜네트워크게임(SNG)의 정의와 특성

SNG는 일반적으로 소셜네트워크서비스를 기반으로 하는 웹기반 게임 또는 캐주얼 게임을 의미한다(한혜원, 심세라, 2011). 기존의 게임들이 게임의 재미적 요소를 증진시키기 위해 네트워크 기술을 활용한 반면, SNG는 이용자 간의 네트워크를 강화하기 위해 게임을 이용하는 것이다(김영찬, 2011). SNG는 기존 온라인 게임과는 달리 '게임'으로서의 속성보다 '소셜'의 특성을 강조한 개념으로, 게임 자체에 목적이 있다기보다는 인맥을 활용한 네트워크의 생성 및 확장에 목적을 두고 이용자 간 상호작용을 촉진하여 네트워크를 돈독하게 하기 위해 게임을 이용하는 것이다.

서성은의 연구(2010)에 따르면, SNG는 소셜네트워크서비스를 기반으로 하거나 게임 내에 소셜네트워크를 가지고 있는 게임으로서 이용자의 온라인 사회적 인맥기반의 게임이라고 정의하면서, 플레이가 쉽고 단순하며, 대중적이고, 현실 인맥을 기반으로 한다는 점을 SNG의 특징으로 정리하였다.

SNG는 소셜네트워크서비스의 특징을 기반으로 기존 온라인게임의 장르적 특성을 활용한 커뮤니티형 게임으로 정의될 수 있고(김윤경, 2011), 소셜네트워크서비스와 게임이 결합되어 커뮤니티 서비스와 게임을 동시에 즐길 수 있는 형태로 설명되기도 한다(김태규 외, 2010).

SNG는, 상대가 불특정 다수인 온라인 게임과는 달리 인맥을 통해 알고 있는 지인과 함께 즐기는 게임으로 사용자 간 친밀감이나 동질성이 높다. 수행과정에서 초대와 추천 등 인맥을 중심으로 한 활동을 통해 게임을 풍부화 할 수 있다. 또한 SNG는 게임 수행에 있어 비동기성이 가능하다. 즉, 틈틈이 게임에 접속해 게임을 진행할 수 있다는 점에서 실시간으로 게임이 진행되는 온라인 게임과는 차별되며, 온라인 게임이나 기존 게임처럼 오랜 플레이시간이 요구되지 않는다. 소셜네트워크를 기반으로 하는 애플리케이션 형태로 스마트폰 등의 스마트디바이스를 통해 이용자들이 쉽게 설치 및 접속할 수 있다는 특징도 있다.

SNG는 소셜네트워크서비스와 게임이 결합된 서비스로, 커뮤니티 서비스와 게임을 동시에 이용자와 지인들이 함께 즐기는 게임이다. 그 특징은 다음 [표 1]

에서 확인할 수 있듯이, 크로스플랫폼 지원의 용이성, 다운로드 및 인스톨이 필요없는 접근성, 끊임없는 연결성, 부담없는 소셜 매개체, 짧은 플레이 타임과 단순한 룰, 사용자 확보를 위한 시간과 비용 절감, 바이러스 네트워킹을 통한 확대로 분석할 수 있다.

크로스 플랫폼 지원이 용이	플래쉬 기반으로 만들어져 있어 다양한 스마트 디바이스에 적용 용이
다운로드 및 인스톨이 필요없는 접근성	웹브라우저나 플래쉬 정도만 PC에 설치되어 있으면 바로 사용 가능
끊임없는 연결성	플레이 자체를 모듈화 할 수 있어 [게임]+[게임], [게임]+[콘텐츠]+[게임] 등의 다양한 연계성을 만들 수 있음
부담없는 소셜 매개체	소셜 네트워킹 서비스의 단점인 관계를 확장 시키거나 유지시키기 위해 소셜 매개체가 필요한 부분에 대한 해소
짧은 플레이 타임과 단순한 룰	5분~10분 사이의 짧은 플레이 타임으로 단순한 룰을 기반으로 구성되어 있어 사용자 확보에 유리함
사용자 확보를 위한 시간과 비용 절감	소셜 네트워크 서비스(SNS)가 확보하고 있는 회원을 대상으로 유치 작업 진행
바이러스네트워킹을 통한 확대	친구를 초대하여 함께 즐기는 특징을 통해 복잡하게 연결된 관계망을 바탕으로 전염성의 특징이 강화됨

[표 1] 소셜네트워크게임의 특징<sup>3)</sup>

이러한 SNG의 특징들을 정리 및 분류하여 SNG를 정의한 연구들도 있는데, 이재홍(2010)은 SNG의 특성을 공유 공간, 그래픽적인 사용자 인터페이스, 즉시성, 상호작용성, 영속성, 사회화 및 공동체의 여섯 가지로 정리하였다.

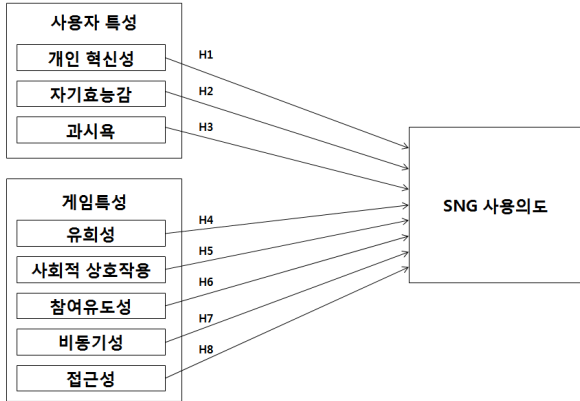
백승국 등(2012)은 아키 자비넨(Aki Jarvinen)의 이론을 수정·보완하여 SNG의 변별적 특징을 지속성(continuity), 상징적 현실성(symbolic physicality), 사교성(sociability), 상호작용적 서사성(interactive narrativity), 비동기성(asynchronism)이라 제안하였다.

이 외에도 소셜 커뮤니티의 사회적 측면을 게임에 접목한 것이 SNG라는 주장을 담은 연구(권보연, 2011) 또는, SNG를 블로그, 페이스북, 트위터 등과 같은 소셜네트워크서비스의 장점과 재미를 융합한 게임이라 정의하고 결합유형에 따라 SNS 결합, 온라인게임 결합 등으로 구분한 연구(홍유진, 2010)도 있다.

3) 출처: DMC Media, 2010

## 2.2. SNG의 이용요인

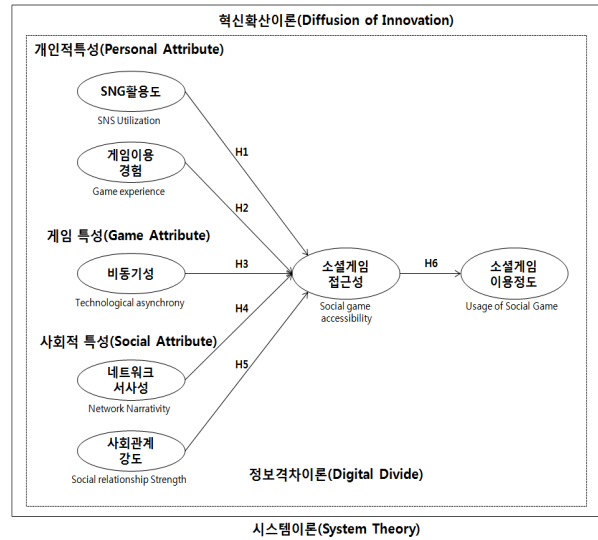
진 상화(Jin Xianghua)의 연구(2012)는 SNG의 어떠한 특성이 SNG의 사용의도에 영향을 주는가에 대한 모델을 제안하고 있다(그림 1).



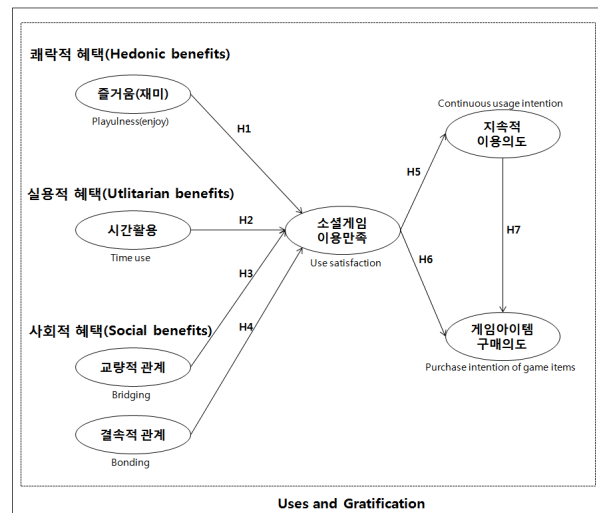
[그림 1] SNG 사용의도 모델<sup>4)</sup>

선행연구들의 종합적 정리를 바탕으로 한 위 모델에서 SNG의 사용의도에 영향을 미치는 중요 요인들을 분석한 결과 유희성, 사회적 상호작용, 참여유도성, 비동기성, 접근성으로 SNG의 특성을 사용요인으로 제시하였다.

이재학의 연구(2012)에서는 SNG 이용자의 이용행동에 영향을 미치는 요인을 두 가지로 나누어 모델을 구성하였다. 이를 위해 시스템이론, 후기 기술수용이론, 이용과 충족이론, 합리적 행동이론, 사회관계자본이론 등 선행연구에서 거론된 이론들을 바탕으로 SNG 이용에 영향을 미치는 수용요인들을 이용특성과 이용혜택으로 구분하여 도출하고, SNG 이용의 핵심 변수로 SNG의 접근성과 이용만족을 제시하였다. 이렇게 도출한 핵심요인을 중심으로 접근성 모델[그림 2]와 이용만족 모델[그림 3]으로 이원적으로 구성하여 SNG 이용에 영향을 미치는 요인들을 규명하고자 하였다.



[그림 2] 소셜게임 접근성 모델<sup>5)</sup>



[그림 3] 소셜게임 이용만족 모델<sup>6)</sup>

위 두 모델에서 제시된 요인들을 분석하여, 게임특성인 비동기성, 네트워크 서사성과 사회관계 강도의 사회적 특성, 쾌락적 혜택인 즐거움, 실용적 혜택으로서의 시간활용과 사회적 혜택인 교량적 관계 및 결속적 관계를 사용요인으로 제시하였다.

진 상화(Jin Xianghua, 2012)와 이재학(2012)의 연구는 현재까지 진행된 SNG에 대한 선행연구들을 종합적으로 정리·분석하여 SNG의 이용에 영향을 미치는 요인들을 도출한 모델을 제시하고 있다. 본 연구는 위 연구들의 모델에서 도출된 요인들 중 개인적 특성을 배제하고 게임 특성과 사회적 특성만을 고려하여 관련 전문가와의 토론<sup>7)</sup>을 거쳐 다음의 특성 및 요인

5) 출처 : 이재학, 2012, p.70

6) 출처 : 상계논문 p.71

7) 10년 이상 게임 및 모바일 해당업계 종사자 2인의 전문가를

4) 출처 : Jin Xianghua, 2012, p.36

들을 추출하였다.

1) 유희성

- ① 재미/즐거움: 게임 수행과정에서 얻어지는 기쁨, 오락성, 흥미와 호기심 충족 등의 심리적 측면
- ② 점수제료화: 일정기간 동안 수행한 게임의 결과 및 기록은 축적되나, 일정기간 및 시점을 기해 초기화되는 것<sup>8)</sup>
- ③ 성취감: 점수가 오르거나 목표를 달성하여 느끼는 뿌듯함
- ④ 몰입: 적절한 도전과 만족을 통해 완전히 빠져드는 경험
- ⑤ 물리적 행동: 게임을 수행하는 육체적·직접적 행위

2) 시간활용

- ① 비동기성: 이용자들이 동시에 네트워크상에 접속하지 않아도 인맥 내의 지인들과 게임을 통한 교류가 가능한 것
- ② 접근용이성: 언제 어디서나 편리한 접속이 가능함
- ③ 시간유용성: 유용한 시간활용의 대상이 되어 시간보내기가 가능함

3) 상호작용성

- ① 관계지속욕구: 정보와 영향력 등이 이용자간 상호이동하여 타인과 의미있는 장기적 관계를 맺고자 함
- ② 공유: 인맥으로 등록함으로써 게임에의 관심 및 결과 등을 공유하게 됨
- ③ 경쟁: 게임의 결과 및 기록을 공유함으로써 경쟁이 발생함
- ④ 관계형성: 기존의 인맥이 아닌 확장되거나 낮은 인맥으로 새로운 관계를 형성함
- ⑤ 소속감 생성: 상호작용의 반복을 통해 집단의 일원이 되는 사회화된 관계성 발생

4) 사회적 결속

- ① 네트워크 서사성: 해당 네트워크서비스를 통해서 게시되는 주제, 이야기 등에 관심이 생기거나 새로운 주제나 이야기를 생산할 수 있음
- ② 참여유도: 소셜네트워크서비스를 통한 인맥을 활용하여 지인에게 해당 게임을 전파하고 끌어들이는 것
- ③ 유대감: 지인들과 인맥이라는 네트워크를 통한 감정적 지지

대상으로 FGI(focus group interview)를 수행하였다.

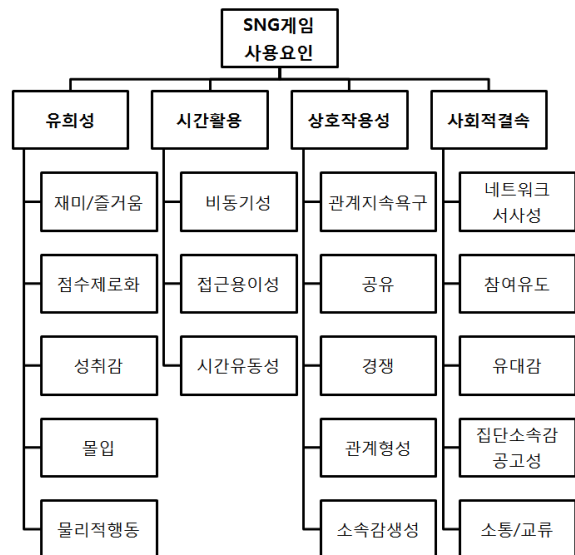
8) 보편적인 SNG의 특성은 아니나 애니팡의 특징적 대표속성이기 때문에 연구결과에서 중요도 순위가 높게 나타날 경우, 향후 SNG의 개발에 활용될 수 있을 것으로 전망하여 포함하였다.

- ④ 집단소속감 공고화: 소속된 집단에 대한 소속감의 견고한 증대 및 이로 인한 배타적 성격
- ⑤ 소통/교류: 게임에서의 플레이가, 참여하고 있는 인맥에 전파되거나 주고받음이 가능함

3. 연구방법 및 절차

3.1. AHP 모형설계

AHP 적용절차의 첫 단계는 평가하고자 하는 요인과 그와 관련된 항목을 설정하고 평가항목에 대한 기준을 확실히 규정해야한다(이창효, 2000). 본 연구에서는 SNG의 사용요인을 점검하기 위하여, 선행연구의 평가항목을 기반으로 관련 전문가와의 토론을 통해 SNG의 사용요인 항목을 도출하였다. SNG의 사용요인은 유희성·시간활용·상호작용성·사회적 결속으로 구분되며, 이에 대한 AHP 모형은 다음 그림과 같다.



[그림 4] SNG 사용요인 중요도 산출을 위한 AHP모형

3.2. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 대상은 SNG를 사용해 본 경험이 있는 사용자를 대상으로 연구를 진행하였다. 조사 대상자는 응답의 신뢰성을 높이기 위하여, SNG를 사용한 적이 있는 표본으로 한정하였다.

설문조사는 2013년 3월 1일부터 3월 14일까지 약 2주간 온라인과 오프라인을 통해 일반인 대상으로 실시하였으며, 내용의 보편성 향상을 위해 4월 8일부터 4월 14일까지 추가 조사하였다. 총 응답자 51명 중 무성의하게 응답한 1명을 제외한 50명의 자료를 활용하였으며, 인구통계학적 특성은 다음 [표 2]와 같다.

구분		명	%
성별	남자	30	60
	여자	20	40
연령	20대	19	38
	30대	28	56
	40대	2	4
	50대	1	2
	평균연령	31.5세	
결혼여부	미혼	40	80
	기혼	10	20
최종학력	고등학교졸업	2	4
	대학졸업	8	16
	대학교졸업	17	34
	대학원이상	23	46
직업	전문직	26	52
	사무직	13	26
	서비스직	3	6
	학생	4	8
	기타	4	8
하루 SNG게임시간	30분 이하	21	42
	30분	18	36
	1시간	8	16
	1시간 30분	3	6
하루 SNG접속횟수	1회 이하	13	26
	1-5회	25	50
	6-10회	4	8
	10회 이상	8	16
가장많은 접속장소	자택	19	38
	대중교통	22	44
	학교/회사	5	10
	야외	1	2
	기타	3	6

[표 2] 조사대상자 집단

### 3.3. 측정도구 및 절차

본 조사의 가중치 설문항목은 SNG 사용요인들의 계층구조에 맞게끔 대분류·중분류로 구분하여 평가항목을 쌍대비교(pairwise)방식으로 구성하였다. 1문항에서는 SNG 사용요인의 대분류인 유희성·시간활용·상호작용성·사회적 결속요인의 쌍대비교 문항을 배열하였으며, 2문항에서는 중분류에 대한 쌍대비교문항을, 3문항에서는 응답자의 신원정보를 배열하였다.

자료 분석은 엑스퍼트 초이스(Expert Choice) 11을 이용한 AHP모형을 분석하였으며, 스타타(Stata) 11.0을 이용한 기초 통계 분석을 실시하였다.

## 4. 분석결과

### 4.1. AHP 일관성 검증

AHP에서 사용되는 데이터는 설문응답자의 무성의와 이해부족 등의 이유로 일관성이 부족한 문제가 발생될 수 있기 때문에 일관성 검증을 수행해야한다. 일관성 검증은 경험적 자료로 얻어진 난수지수(random index)를 일관성 지수(consistency index:CI)에 나누는 일관성 비율(consistency ratio:CR)로 응답에 대한 일관성을 검증한다. 일반적으로 일관성 비율이 0.1 이하일 때에만 신뢰성이 있다고 판단하고 있다(Saaty, 1990; Saaty & Luis, 1998).

본 연구의 SNG 사용요인의 각 계층별 CR값은 [표 3]과 같이 사티(Saaty)가 제시한 0.1보다 낮은 수치로써, 높은 일관성을 가지고 있는 것으로 나타났다.

구분		C.R.값
전체		0.0163
대분류	유희성	0.0052
	시간활용	0.0102
	상호작용성	0.0153
	사회적결속	0.0295

[표 3] 일관성비율

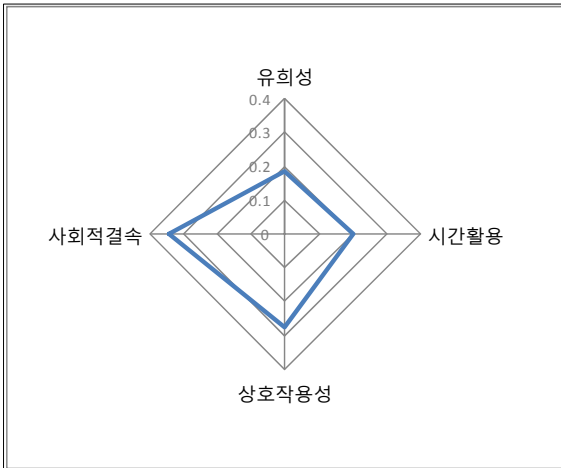
### 4.2. AHP 분석결과

AHP분석을 통해 SNG 사용요인을 살펴본 결과 다음 [표 4]와 같은 결론을 얻을 수 있었다.

요인명	중요도	우선순위	항목	중요도	우선순위
유희성	0.184	4	재미/즐거움	0.169	5
			<b>점수제로화</b>	0.250	1
			성취감	0.205	3
			몰입	0.168	4
			물리적행동	0.207	2
시간활용	0.201	3	비동기성	0.296	3
			접근용이성	0.305	2
			<b>시간유용성</b>	0.398	1
상호작용성	0.274	2	<b>관계지속욕구</b>	0.259	1
			공유	0.169	4
			경쟁	0.153	5
			관계형성	0.196	3
			소속감생성	0.222	2
사회적결속	0.341	1	네트워크서사성	0.155	4
			참여유도	0.142	5
			유대감	0.224	2
			<b>집단소속감공고성</b>	0.297	1
			소통/교류	0.182	3

[표 4] 상대적중요도 분석결과

내용을 살펴보면 요인별 중요도에서는 사회적 결속 - 상호작용성 - 시간활용 - 유희성 순으로 중요성의 순위를 구할 수 있었다. 그중에서도 사회적 결속이 매우 높은 가중치의 값을 나타내고 있어 SNG 사용요인에 있어서 사회적 결속이 가장 중요한 요인이라는 것을 이야기 하고 있다[그림 5].



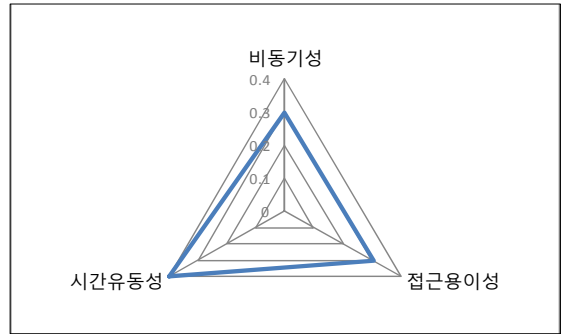
[그림 5] 영역별 중요도

요인별 항목의 중요도를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 유희성 요인에서는 점수제로화 - 물리적 행동 - 성취감 - 몰입 - 재미/즐거움 순으로 나타났다. 이는 점수제로화가 유희성에 있어 가장 중요한 반면, 재미/즐거움이 오히려 상대적으로 중요하지 않은 것으로 판단된다[그림 6].



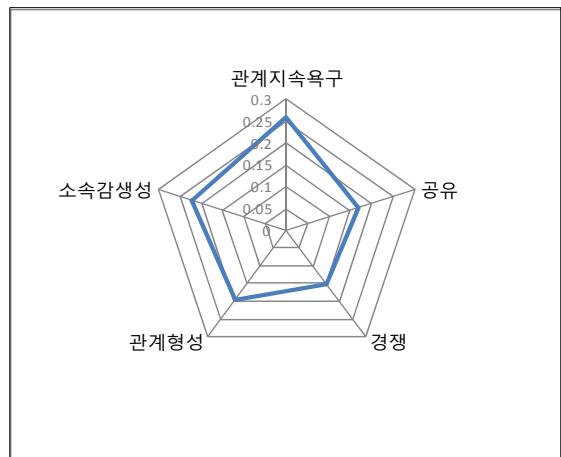
[그림 6] 유희성 요인의 중요도

시간활용 요인에서는 시간유용성 - 접근용이성 - 비동기 순으로 나타났다. 특히 시간유용성이 비동기성과 접근용이성에 비하여 높게 나타났다[그림 7].



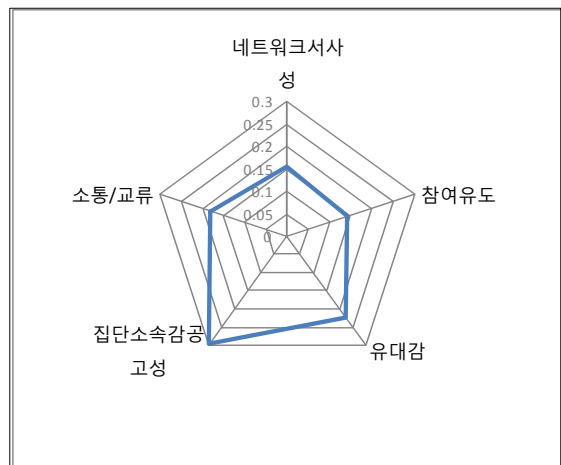
[그림 7] 시간활용 요인의 중요도

상호작용성 요인에서는 관계지속욕구 - 소속감 생성 - 관계형성 - 공유 - 경쟁 순으로 나타났다. 특히 상호작용성에서 관계지속욕구와 소속감생성, 관계형성이 비슷한 수준으로 높게 나타났다[그림 8].



[그림 8] 상호작용성 요인의 중요도

사회적 결속 요인에서는 집단소속감 공고화 - 유대감 - 소통/교류 - 네트워크 서사성 - 참여유도 순으로 나타났다. 특히 집단소속감 공고화가 높게 나타나 중요성을 나타내고 있다[그림 9].



[그림 9] 사회적 결속 요인의 중요도



이와 같은 결과를 전체적으로 보았을 때 사용요인의 중요도는 다음과 같다. 먼저 집단소속감공고화의 경우가 가장 높게 나타났으며, 다른 점수들에 비해서 월등히 높은 것으로 나타나 SNG 사용요인에서 집단소속감공고화의 중요성을 이야기 할 수 있다. 다음으로 유대감 - 시간유용성 - 관계지속욕구 - 소통/교류가 그 뒤를 잇고 있으며 수치상 비슷한 중요도를 갖는 것으로 나타났다. 여기에서 흥미로운 점은 일반적으로 게임에서 가장 중요하다고 판단되는 재미/즐거움이나 몰입이 가장 낮은 것으로 나타나 실제 온라인 게임이나 다른 게임과는 차별된 값을 가지고 있는 것으로 나타났다.

요인명	항목	전체중요도	우선순위
유희성	재미/즐거움	0.031	17
	점수제로화	0.046	13
	성취감	0.038	16
	몰입	0.031	18
	물리적행동	0.038	15
시간활용	비동기성	0.059	8
	접근용이성	0.061	6
	<b>시간유용성</b>	<b>0.080</b>	<b>2</b>
상호작용성	<b>관계지속욕구</b>	<b>0.071</b>	<b>4</b>
	공유	0.046	12
	경쟁	0.042	14
	관계형성	0.054	9
	소속감생성	0.061	7
사회적결속	네트워크서사성	0.053	10
	참여유도	0.048	11
	<b>유대감</b>	<b>0.076</b>	<b>3</b>
	<b>집단소속감공고성</b>	<b>0.101</b>	<b>1</b>
	<b>소통/교류</b>	<b>0.062</b>	<b>5</b>

\* 전체중요도 = 요인중요도 \* 항목중요도

[표 5] 항목의 전체중요도

#### 4.3. 논의

집단소속감공고성이나 유대감, 소통/교류와 같은 항목들이 중요도의 우위에 위치함으로써 사회적 결속이 중요요인으로 나타났다는 의미는, SNG가 본연적으로는 게임임에도 불구하고 게임성보다는 소셜네트워크의 측면이 더 중요시 된다는 것을 시사하는 결과이다. 이는 게임을 함으로써, 개인이 소속된 집단 속에서 집단의 구성원간의 거리를 좁혀 그 관계를 공고히 하는데 그 중요성을 두고 있다고 볼 수 있다.

또한 관계지속욕구 항목은 상호작용성 요인의 의미에 포함되는데, 사회적 결속이 집단 내에서의 자신

과 집단간의 관계라면 관계지속욕구는 개인과 개인 간 관계의 향상을 위해 SNG 사용자들이 중요한 행동으로 여기고 있다고 판단된다.

중요한 요인으로 나타난 시간유동성의 경우, SNG 게임의 특성상 게임을 즐기는 상황과 과정에 있어 개인이 시간적 여유가 없다 하더라도 짧은 순간을 이용하여 게임과 동시에 인적 네트워크에 자유로이 접속할 수 있는 것을 중요시한다고 판단되었다.

이를 종합하면, SNG 개발과 활성화에 있어 중요한 요인들은 사람들 사이의 인적, 사회적 네트워크에 언제라도 접근할 수 있도록 해주는 소셜네트워크 측면을 강화해주는 기능들이라 볼 수 있다. 하지만 아직까지 많은 게임회사들은 SNG 개발의 접근방향을 기존의 그래픽, 스토리텔링, 게임적 재미 등에 치중하고 있어, 급변하고 있는 SNG에 적용하기 위해서는 방향성의 재설정이 필요할 것으로 분석된다.

#### 5. 결론

본 연구는 SNG의 사용 요인별 중요도를 알아보고자 했다. 선행연구를 바탕으로 한 요인도출을 거쳐 자료분석을 실시한 결과, 이용자들은 SNG를 사용하는 요인 중 사회적 결속 - 상호작용성 - 시간활용 - 유희성 순으로 중요시 여기는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 다른 온라인, 모바일 등 게임과는 다른 SNG만의 사회적 특성이 사용요인으로 중요한 역할을 하고 있음을 의미한다. 더욱이 일반적인 온라인, 모바일 게임 등에서 중요시 여겨지는 재미/즐거움이나 몰입의 우선 순위가 가장 낮은 것으로 나타나 소셜네트워크게임의 차별성을 보여주며, 따라서 SNG를 사용하는 요인으로 사회적 특성이 강하게 작용한다는 주장을 뒷받침하는 결과를 보여주고 있다.

그러나 본 연구는 몇 가지 한계점을 노정하고 있다. 첫째, 도출된 요인들의 개념 타당도 문제이다. 기존 연구의 모델에서 사용된 이용자의 SNG 사용 요인 가운데 본 연구에 적합하다고 판단되는 항목들을 연구자 판단과 소수(2인)의 한정된 전문가 그룹에 의해 선별적으로 사용했다. 이러한 과정에서 요인별, 각 항목별 수준 등이 일정하게 유지되었는지에 대한 충분한 검증을 거치지 못하였기 때문에, 차후 실험에서는 사용하는 요인별 항목이 각 요인의 개념을 적절히 구성하고 정확히 보여주는가에 대한 적절한 검증이 사전에 이루어져야 할 것으로 판단된다. 둘째는 표본의 수와 대표성에 의한 일반화의 문제이다. 충분한 표본이 확보되지 못했으며, 또한 피험자가 대부분 일정 학력 이상 특정 직업군의 인구통계학적 속성을 지님

으로써 결과를 일반화하는데 한계를 지니게 되었다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 기존 연구모델을 활용하여 도출한 SNG의 이용요인 중 사회적 특성이 게임적 특성보다 중요하게 나타남을 사용자들을 대상으로 검증했다는 점에서 그 의의를 찾을 수 있을 것이다.

SNG의 사용에 영향을 미치는 요인들은 이밖에도 개인적 특성을 비롯하여 다양하게 도출될 수 있다. 본 연구는 사용요인 중에서도 특히 사회적, 게임적 특성 요인에 초점을 둔 것이다. 이렇듯 본 연구는 SNG의 모든 사용요인을 아우르는 연구라고 할 수는 없다는 한계를 지니기에, 향후 보다 광범위한 요인들을 도출하고 이와의 상호 관련성을 고려하여 함께 연구되어야 할 것으로 판단된다. 이를 바탕으로 향후 개발 및 고객센터 등 게임산업이 나아갈 방향을 제시할 수 있을 것이다.

#### 참고문헌

- 권보연 (2011). 소셜네트워크게임(Social Network Games)의 사회적 플레이에 관한 연구. 『한국컴퓨터게임학회논문지』, 24(1), 21-33.
- 김영찬 (2011). 소셜네트워크게임 시장의 성장트렌드 분석, 『정보과학회지』, 29(11), 73-79.
- 김윤경 (2011). 국내 소셜 게임 시장 전망, 『한국컴퓨터게임학회논문지』, 24(1), 113-123.
- 김태규, 유석호, 정병표, 이완복, 이동열 (2010). SNG에서의 사회적 기능 요소에 관한 연구 -Run away를 중심으로. 『한국컴퓨터게임학회논문지』, 3(21), 185-191.
- 백승국, 이주희, 이혜지 (2012). 소셜 미디어 SNG의 문화기호학적 고찰. 『기호학연구』, 31, 69-91.
- 서성은 (2010). 소셜네트워크게임(SNG)의 사용자 정체성 연구. 『한국컴퓨터게임학회논문지』, 2(23), 69-77.
- 복경수, 유재수 (2011). 소셜 네트워크 플랫폼 기술 동향. 『정보과학회지』, 29(11), 17-26.
- 이재학 (2012). 「소셜게임의 접근성과 이용만족에 관한 연구」, 고려대학교 대학원 박사학위 논문.
- 이재홍 (2010). 소셜 네트워크 게임의 현황과 발전 방향에 대한 연구. 『디지털스토리텔링연구』, 5, 9-37.
- 이창효, (2000). 『집단의사결정론』. 서울 : 세종출판사.
- 한혜원, 심세라 (2010). 소셜게임의 사용자 특성 분석, 『한국콘텐츠학회논문지』, 10(2), 137-145.
- 홍유진 (2010). 소셜 네트워크 게임(SNG)의 현황과 전망, 『한국콘텐츠진흥원포커스』, 18.
- DMC Media (2010). 「소셜네트워크게임(SNG)시장 현황 및 전망」. DMC Media 컨버전스 미디어팀, 1-24.
- Jin Xianghua (2012). 「소셜 네트워크 게임(SNG)의 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 : SNG 사용자 특성과 게임 특성을 중심으로」, 고려대학교 대학원 석사학위 논문.
- Saaty, T. L. (1990). How to make a decision: The analytic hierarchy process. *European Journal of Operation Research*, 48, 9-26.
- Saaty, T. L., & Luis, G. V. (1998). Diagnosis with dependent symptoms: Bayes theorem and the analytic hierarchy process. *Operation Research*, 46(4), 491-502.
- Shin, D. H. & Shin, Y. J. (2011). Why do people play social network games?. *Computers in Human Behavior*, 27, 852-861.
- Wohn, D. Y., Lee, Y. H., Sung, J. & Bjournrud, T. (2010). Building common ground and reciprocity through social network games. *CHI 2010: Student Research Competition*, 4423-4428.
- [새특이 2012 ⑤ 경제] 세 살부터 여든까지 ... 애니팡, 게임맹을 깨우다. (2012. 12. 28). 「중앙일보」, [http://article.joinsmsn.com/news/article/article.asp?total\\_id=10282875&cloc=olink!article!default](http://article.joinsmsn.com/news/article/article.asp?total_id=10282875&cloc=olink!article!default)
- 소셜게임 대명사 징가의 몰락. (2012. 10. 27). 「조선비즈」, [http://biz.chosun.com/site/data/html\\_dir/2012/10/26/2012102602015.html](http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2012/10/26/2012102602015.html)
- 애니팡 덕분에 하나 된 대한민국. 월간 마이더스. 2013.1.8, [http://www.yonhapmidas.com/special\\_plan/coverstory/2013-01/130103135409\\_732947](http://www.yonhapmidas.com/special_plan/coverstory/2013-01/130103135409_732947)
- 징가, 4분기 실적 예상치 상회. (2013. 2. 6). 「아이뉴스24」, [http://news.inews24.com/php/news\\_view.php?g\\_serial=722416&g\\_menu=020310&rrf=nv](http://news.inews24.com/php/news_view.php?g_serial=722416&g_menu=020310&rrf=nv)