

<미디어 통계 Assignment10>

15 조

201221085 미디어학부 정하늬 201521042 소셜미디어 손민정
201621060 소셜미디어 김명수 (**강민재 학생은 휴학입니다.**)

<관심사에 대한 소개>

우선 저희조의 큰 주제는 게임으로 하였습니다. 그리고 “사람들이 게임을 할 때 왜 유료 아이템을 구매하는지” (유료 아이템 구매에 영향을 미치는 요인)를 관심사로 정해보았습니다.

<관심사에 대한 설명과 정리>

“사람들이 게임을 할 때 왜 유료 아이템을 구매하는지” (유료 아이템 구매에 영향을 미치는 요인)에 대해 관심사를 정했는데, 과거부터 게임에 대해 항상 이슈가 되고 있는 주제는 게임 중독과 게임 과금(일명 현질)이라 할 수 있습니다. 그리고 이 두 이슈중 하나인 게임 과금으로 관심사를 정해보았습니다. 게임 과금은 설명을 하자면 사용자가 게임을 이용 시 유료아이템을 구매하는 것을 말하는데, 이 이유에 대해서 한 번 알아보고자 관심사를 정하였습니다. 즉 게임을 할 때 유료 아이템을 구매하는 그 요인에 대해 한 번 알아보고자 정한 것인데, 아래 사진은

학위논문 : 카카오톡 RPG 게임의 유료아이템 구매의도에 관한연구-

김동휘, 설진아, 한국인터넷정보학회 학술발표대회 논문집, 99-100(KST) 의 일부 내용입니다.

Department of Media Arts and Cultural Contents, Korea National Open University

요 약

전 세계 게임 산업에서 가장 큰 비중을 차지하는 온라인게임 가운데 최근 소셜 네트워크 게임(Social Network Game, SNG)이 빠른 속도로 확산되고 있다. 소셜 네트워크 게임은 SNS 플랫폼을 기반으로 사용자 참여 및 관계맺기를 극대화한 새로운 형태의 게임이다. 이 연구는 온라인 게임과는 차별화된 소셜 네트워크 게임의 특성을 분석하고, SNG에 속하는 카카오톡 RPG 게임 이용자들로 하여금 유료 아이템을 구매하는데 어떤 요인들이 영향을 미치는지 소셜 게임 이용자를 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 조사결과, 게임의 재미와 유능성, 자존감, 자기표현 욕구, 사회적 규범 및 인지된 확산정도가 유료아이템 구매의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이 연구 내용에 따르면 게임 유료 아이템 구매에 영향을 미치는 요인에 대해서 어느 정도 알아볼 수 있습니다. 그리고 위 연구 내용은 일부이고 다른 연구 내용, 논문들을 참조하여 아래 가설들을 세워 보았습니다.

<관심사와 관련된 가설 도출 및 설명>

1. t-test

가설 : 자기표현 욕구가 강한 사람과 그렇지 않은 사람 사이에는 유료 아이템 구매수치에 차이가 있을 것이다.

학위논문 : 모바일 소셜 네트워크 게임의 아이템 구매의도에 영향을 주는 요인: Factors on the Intention to Purchase Charged Items in Mobile Social Network Game-

김재민,이영주,이혜원,한국콘텐츠학회논문지,14(1),165-178(KST)

을 보면 모바일 소셜 네트워크 게임에서 자기표현 욕구가 강한 사람들이 그렇지 않은 사람들보다 아이템 구매의도에 더욱 긍정적인 영향을 미칠 수 있습니다. 이를 토대로 위와같은 t-test 가설을 세울 수 있습니다.

2. f-test

가설 : 사용자의 아이템의 이용 동기에 따라 유료 아이템 구매수치에 차이가 있을 것이다.

학위논문 : 청소년의 인터넷 아이템 이용동기가 아이템 소비행동 및 만족에 미치는 영향 : The effect of adolescents internet-item using motivation on cyber-item consumption behavior and satisfaction - 박유진 을 보면 디지털 기술의 발달에 따라 인터넷에서 자기 표현 수단이 다양해지고 있고, 미디어의 확산에 따라 유료 아이템의 소비가 증가하고 있습니다. 이에 소비자들이 유료 아이템을 어떠한 용도로 사용하는지가 구매수치에 영향을 줄 것임을 알 수 있습니다. 이를 토대로 위와같은 f-test 가설을 세울 수 있습니다.

3. Factorial Anova

가설 : 현실적-이상적 자기의 일치도와 자기표현(꾸미기) 또는 둘의 상호작용에 따라 소비자의 유료 아이템 구매 수치에 영향을 미칠 것이다.

학위논문 : 미디어(게임) 이용자들의 자기개념과 꾸미기 아이템 이용 동기에 관한 연구 - 박유진 을 보면 개인의 현실-이상 간의 일치도와 자기표현의 욕구간의 상호작용이 유료 아이템 구매 수치에 영향을 준다는 것을 알 수 있습니다. 이를 토대로 위와같은 Factorial Anova 가설을 세울 수 있습니다.

4. Regression

가설 : 게임의 재미정도(측정 수준 : 수치로 표현 가능하므로)와 유료 아이템 구매수치에 상관관계가 있을 것이다.

학위논문 : 카카오톡 RPG 게임의 유료아이템 구매의도에 관한연구-

김동휘,설진아,한국인터넷정보학회 학술발표대회 논문집,99-100(KST)

을 보면 카카오톡 게임 아이템 구매의도에 영향을 미치는 요인으로 게임의 재미정도가 영향력 있음을 유추할 수 있습니다. 이를 토대로 위와 같은 **Regression** 가설을 세울 수 있습니다.

5. Multiple regression

가설 : 게임 이용 빈도 수치(예를 들면 일주일에 며칠 하는지), 게임 이용기간 수치(예를 들면 게임을 한 달만 이용한 사람, 1년 이상 이용한 사람)와 유료 아이템 구매 수치에 상관관계가 있을 것이다.

학위논문 : 모바일 소셜 네트워크 게임의 아이템 구매의도에 영향을 주는 요인: Factors on the Intention to Purchase Charged Items in Mobile Social Network Game-

김재민,이영주,이혜원,한국콘텐츠학회논문지,14(1),165-178(KST)

을 보면 모바일 소셜 네트워크 게임으로 사용자들의 게임 이용 빈도 수치가 높을수록, 게임을 장기간 이용할 경우 유료 아이템 구매의도에 긍정적인 영향이 있음을 알 수 있습니다. 따라서 위와 같은 **Multiple regression** 가설을 세울 수 있습니다.