

가상 커뮤니티 이용 욕구(needs)와 행위(behavior)에 관한 연구

대학생들의 인터넷 카페 이용을 중심으로

구교태*

(계명대학교 미디어영상학부 전임강사)

본 논문은 가상 커뮤니티 이용과 관련된 이용 욕구(needs) 유형들을 살펴보고 이용 행위에 영향을 미치는 동기적 그리고 비동기적 요인들이 성별에 따라 차이가 있는지 여부를 분석하고 있다. 또한 동기적 요인인 이용 욕구와 비동기적 요인인 '지각된 행위통제(perceived behavior control)'에 따른 가상 커뮤니티 이용 행위 과정을 살펴보고자 하였다. 가상 커뮤니티와 관련된 연구문제들을 위해서 인터넷 카페와 동호회 활동을 하는 230명의 지역 대학생을 대상으로 설문조사가 실시되었다.

연구결과에 의하면 가상 커뮤니티 이용 욕구로 '관계지향성 욕구', '오락 욕구', 그리고 '도구적 욕구' 요인이 추출되었다. 그러나 이용 욕구나 '지각된 행위통제'에 대한 성별 변인의 영향은 거의 없는 것으로 나타났다. 또한 가상 커뮤니티 이용 행위와 관련된 경로분석은 동기적 요인이 비동기적 요인보다 행위에 많은 영향을 미치는 것을 보여주었다. 또한 동기적 요인 가운데 오락적 욕구는 이용 행위에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 정보기술을 통한 공동체 회복이 가능하기에 대해 다소 부정적인 결과를 보여주는 것이다.

주제어: 가상 커뮤니티, 이용 욕구, 이용 행위

1. 서론

일반적으로 오프라인 커뮤니티는 관심과 애정을 가지고 상호간 사회적 관계성을 공유하는 집단을 의미하는 반면, 온라인상의 가상 커뮤니티¹⁾는

* gtk@kmu.ac.kr

1) 기존 연구들에서는 온라인 커뮤니티(online community), 사회적 사이버스페이스

컴퓨터 네트워크로 연결된 다수의 사람들이 실시간으로 상호 작용함으로써 공통된 관심사나 정보를 공유하는 공간으로 정의되고 있다(Kling & Court-right, 2003; William, 2000). 또한, 가상 커뮤니티는 사이버공간에서 대인적 연계성을 넘어 대인적 관계망을 형성할 수 있을 정도의 공적 토론이 이뤄질 때 나타나는 사회적 집합체를 의미하기도 한다(Rheingold, 1993). 따라서 가상 커뮤니티는 네트워크화 된 온라인 참가자들 누구에게나 열려있는 참여공간을 의미하며, 가상 공동체가 구성되고 유지되기 위해서는 상호간 관심 속에서 지속적이고 활발한 상호작용과 피드백이 중요한 요인으로 언급되고 있다. 인터넷 공간을 이용하는 많은 사람들은 이제 가상 커뮤니티 공간을 활용해 새로운 만남, 유희, 정보획득 등을 이루고자 노력하고 있다. 즉, 가상 커뮤니티 공간을 이용하는 참여자들은 시·공간적 제약 없이 대화, 취미활동, 학습 등과 같은 많은 오프라인 활동들을 행할 수 있게 된 것이다.

유럽을 중심으로 한 많은 근대적 사회학자들[퇴니스(Tonnies), 뒤르크하임(Durkheim) 등]은 오프라인 커뮤니티의 상실 현상을 진단해 왔지만, 오늘날 일부 미디어 학자들은 20세기 후반 인터넷의 급속한 확산과 이를 통한 사회적 상호작용 현상들이 커뮤니티 회복의 전조라는 사실을 주장하고 있다(Rheingold, 1993). 그러나 기술을 통한 새로운 커뮤니티 형성 가능성을 반박하는 부정적인 연구결과들도 보고되고 있다. 예를 들어, 가상공간에서는 대화자들이 경험하는 심리적 거리감이 상대적으로 더 크고 서로간의 친화감과 집단 응집력을 형성하기가 쉽지 않으며(Desantic & Gallupe, 1987), 참가자들은 지속적인 관계 유지의 동기를 가지고 있지 않다는 부정적인 주장들도 제기되어 왔다(Walther, 1992). 이처럼, 커뮤니케이션의 질적인 평가에 대한 논쟁이 여전히 존재함에도 불구하고, 새로운 형태의 사회적 관계를 촉진시키는 인터넷의 기능과 역할은 폭넓은 지지를 받고 있다(Katz & Rice,

(social cyberspace), 인터넷 커뮤니티(Internet community)와 같은 다양한 용어가 사용되어 왔다. 본 논문은 사람들이 함께 정보를 교환하고, 교체하고, 휴식하는 가상 사회 공간이라는 의미에서 '가상 커뮤니티'라는 용어를 일관되게 사용하고 자 하였다.

2002; Putnam, 2000).

가상 커뮤니티와 관련된 연구 유형들을 살펴보면, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(CMC) 초기 연구들이 그러하듯 새로운 매체의 특성들에 주로 주목하거나(Newhagen & Rafaeli, 1996), 통신 공간에서 일어나는 다양한 현상들이 기존의 면대면 혹은 매스 커뮤니케이션과 어떻게 차별적인 특성을 살펴보고자 하였다(Parks & Floyd, 1996; Walther, 1996). 또한, 문화나 권력의 문제를 다루는 연구들(윤영철, 1998; 이오현, 2003; 주창윤, 2002)이나, 인터넷의 민주적 효용성과 여론형성에 미칠 수 있는 영향에 대한 연구들이 진행되어 왔다(Ku, Kaid & Pfau, 2003).

그러나 가상 커뮤니티의 급속한 성장에도 불구하고 커뮤니티 현황에 대한 기초 조사나 참여자의 이용 행위에 대한 학문적 논의는 다른 연구 영역들에 비해 상대적으로 관심을 적게 받아왔다. 특히, 가상공간을 이용하는 구체적 원인분석이나 이용 행위 절차에 대한 분석은 많은 부분 결여되어 있거나 제한적 접근 방법을 사용하고 있다. 예를 들어, 박창호(2004)는 가상 공간 탐색 원인을 목적지향적 탐색과 흥미추구형 탐색으로 단순히 구분하여, 참여자간 이뤄지는 일반적 대화나 관계형성 등과 관련된 탐색 동기에 대한 분석은 결여되어 있다.

일반적으로 인간은 자신들의 욕구를 충족시키기 위해 행위 하는 것으로 알려져 있다(Frey & Wilhire, 2005). 따라서 행위의 동기와 원인인 다양한 욕구를 살펴보는 것은 관련된 행위를 이해하기 위해 필요한 과정일 수 있다. 따라서 본 논문은 가상 커뮤니티 참여자들이 성취하고자 하는 이용 욕구(needs)는 무엇이며, 가상 커뮤니티 이용 행위와는 어떤 관련이 있는가를 살펴보고자 하였다. 즉, 다양한 온라인 가상활동과 관련된 욕구(needs)들을 살펴봄으로써, 가상 커뮤니티 공간의 커뮤니케이션적인 의미를 파악하고 이용 행위 결정 과정에 대한 이해를 높이고자 하였다.

한편, 인터넷을 통한 가상공간 활동은 다양한 사회인구학적 속성 특히, 성별 요인에 의해 차별화되는 것으로 알려져 있다(김명소, 김혜원, 1998; Herring, 1993; Jaffe, Lee, Huang & Oshagan, 1995). 예를 들어, 컴퓨터를

사용하면서 느끼는 욕구의 성별 차별성을 지적하는 김명소와 김혜원의 연구(1998)는 여학생들이 대인관계지향적인 욕구를 보인 반면, 남학생들은 정보지향적이고 활동지향적인 성향을 보여주고 있음을 밝히고 있다. 따라서 본 연구는 성별 변인이 가상 커뮤니티 이용 욕구와 행위에 영향을 미칠 수 있는 중요한 선행변인으로 보고 이를 분석에 포함시키고자 하였다.

일반적으로 가상 커뮤니티가 구성되기 위해서는 공통된 가상 장소와 그 공간 내에서 참여자간 일정 수준의 상호작용이 발생할 수 있는 지속적인 멤버십이 요구되고 있다(Jones, 1997). 따라서 본 연구는 다양한 온라인 활동 중 온라인에서 회원 가입을 통해 이뤄지는 인터넷 카페나 홈페이지 동호회 활동 등에 대한 대학생들의 인식을 살펴보고자 하였다.²⁾ 이를 통해 본 연구는 가상공동체 이용과 관련된 이용 욕구들을 점검하고 커뮤니티 이용 행위 과정을 이해하고자 하였다. 본 연구결과들은 다양한 가상 커뮤니티 공간에 대한 개인 참여자들의 심리적(이용욕구), 행태적(이용행위) 분석을 위한 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

1) 가상 커뮤니티 이용 욕구

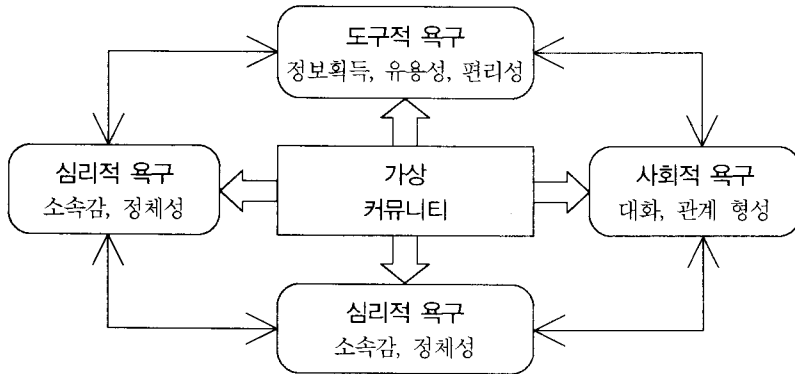
유기체는 어떤 행위를 수행하기 위한 목표, 목적, 혹은 욕구 등을 가지고 있다(Rosenberg, 1985). 매체 이용에 있어서도 사람들은 각자 추구하는 다양한 욕구를 가지며, 이러한 욕구가 지속적인 매체 행위를 할 수 있는 의식적이고 동기적인 시도를 만드는 것으로 알려져 있다. 결국, 인간은 욕구를 충족시키기 위하여 동기화되며, 욕구(needs)에 의해 설정된 목표가 결국 인간

2) 한국인터넷진흥원(2004)의 조사결과에 의하면, 인터넷 카페나 동호회와 같은 가상 커뮤니티 공간은 인터넷 이용자의 절반이상인 50.1%가 가입되어 있는 것으로 보고되고 있다.

행위를 유발시키는 중요한 기제로 작용한다는 것이다(Griffith & Graham, 2005; Schmuck & Sheldon, 2001). 따라서 가상 커뮤니티 이용과 관련된 사람들의 이용 동기와 욕구를 살펴보는 것은 행위를 이해하고 예측하기 위한 선행과제인 것이다.

퍼스널 컴퓨터와 같은 새로운 미디어 시스템 속에서 사람과 테크놀로지와의 관계를 설명하기 위한 연구들은 ‘이용과 충족’의 관점에서 이용자의 동기와 욕구를 지적해왔다(Newhagen & Rafaeli, 1996; Papacharissi & Rubin, 2000). 예를 들어, 파파세리스와 루빈(Papacharissi & Rubin, 2000)은 인터넷 이용자의 이용 동기로서, 대인간 활용, 시간 보내기, 정보 추구, 편리함, 오락 등을 요인으로 지적하고 있다. 그러나 매체이용에 관여되는 욕구는 이용되는 매체 형태에 따라 상이하게 나타나는 것으로 알려져 있다(Dobos, 1992; Vincent & Basil, 1997). 따라서 본 논문은 인터넷 활동 가운데 가상 커뮤니티 이용과 관련된 욕구를 살펴봄으로써 이들 커뮤니티 참여자들의 행위를 이해하고자 하였다. 기존 연구들에서 가상커뮤니티 이용과 관련된 욕구는 다음 <그림 1>과 같이 크게 네 가지로 유형화될 수 있다: 도구적 욕구, 사회적 욕구, 심리적 욕구, 오락 욕구.

<그림 1> 가상 커뮤니티에 대한 이용자 욕구



출처: Wang & Fesenmaier(2004), “Modeling participation in an online travel community” 부분 수정 발췌.

첫째, 도구적 욕구는 인터넷 가상 공동체 참여자들이 특정한 활동을 수행하기 위해 참여할 때 나타나는 욕구를 의미한다. 이러한 욕구들은 참여자들이 상품이나 서비스를 사는 행위(Armstrong & Hagel, 1996) 혹은 목표한 특정 정보를 수집하는 과정들에서 나타날 수 있다. 이러한 욕구의 참여자는 가상 커뮤니티 공간을 개인의 구체적 목적 달성을 위한 도구로서 인식하는 경향이 있다. 정보 교환과 같은 도구적 욕구가 있는 곳에서는 가상 커뮤니티 회원들 간에는 느슨한 관계(weak-tie)가 형성되는 것으로 알려져 있다(Preece, 2001).

둘째, 인터넷 공동체는 온라인상에서 사회적으로 조직되고, 사회적 의미를 전달하고, 사회적 욕구를 충족시키는 과정을 수행하는 것으로 알려져 있다(Wang, Yu, & Fesenmaier, 2002). 온라인 커뮤니티의 사회적 욕구는 참여자가 활동하는 온라인 커뮤니티의 목적에 의해 정의될 수 있다. 예를 들어, 온라인 커뮤니티는 회원들의 관계 형성을 돕거나 의견들을 논의하고 교환할 수 있도록 하거나 지원과 도움을 제공하는 과정에 관여되어 있다. 가상 커뮤니티를 통한 이러한 관계 형성은 유사성을 공유한 일반 회원들에 있어서는 유대(bonding) 관계의 촉진을 불러오며, 이질적 회원들 간에는 연계(bridging)의 작용을 하는 것으로 기대되고 있다(Norris, 2002).

한편, 온라인 이용 동기와 오프라인 활동과의 관련성에 대한 논의도 제기되어 왔다. 인구사회학적 특성을 통제할 때, 인터넷 사용자들은 비사용자들보다 더 높은 커뮤니티 활동과 정치적 관여를 보여주거나(Neustadtl & Robinson, 2002), 사회적 욕구를 충족시키기 위해 온라인 활동을 하는 사람들은 오프라인에서 친구들과 더 많은 시간을 보내는 것으로 나타났다(Matei, 2004). 상반된 연구결과로서 높은 인터넷 이용은 가족 간의 대화 감소와 관련되어 있으며, 우울증상 및 외로움을 증가시키는 것으로도 알려져 있다(Kraus, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukopadhyay, Scherlis, 1998).

셋째, 가상 커뮤니티 이용은 심리적 욕구와 관련되어 있는 것으로 알려져 있다. 온라인 커뮤니티 상호 소속감과 참여자에 대한 개방적 사고가 온라인 커뮤니티를 구성하는 중요한 개념임이 지적되어 왔다(Bays & Mowbray,

2001; Rheingold, 1996). 인터넷 공동체의 참가자들은 기본적인 심리적 욕구를 충족시켜 그 공간을 자신 삶의 한 부분으로 만들고자 노력한다. 이러한 심리적 욕구들은 공동체에 대한 소속감이나 다른 참가자들과의 연계감 등과 관련되어 있는 것으로 알려져 있다(Wang & Fesenmaier, 2004). 예를 들어, 심리적 욕구를 추구하는 참가자들은 활동하는 공동체를 통해 정체성을 형성하거나 표현하기도 하고(Walther, 1996), 소속감과 연계성(Rheingold, 1993)을 표출할 수 있다. 심지어 가상 커뮤니티 회원들 사이에 형성되는 우정(friendship)이 오프라인 경우보다 강하거나 유사함을 보여주는 경우도 있다(Parks & Floyd, 1996).

인터넷 커뮤니티 이용자는 무한한 선택이 가능하고 이동에 대한 제약이 적기 때문에 인지적 불일치를 피하기 위하여 심리적으로 일치된 공간을 선호하여 참여하는 것으로 알려져 있다(Norris, 2002). 이러한 사실로 인해, 온라인 커뮤니티들 사이에는 초다원주의(hyperpluralism)가 가능하지만, 각 공간 내에서는 높은 동질성(homogeneity)이 형성되고 있음을 설명하고 있다.

마지막으로, 가상공간 참여자들은 자신들의 즐거움과 오락적 목적을 위해서 참여하기도 한다. 오락적 관점은 참여자가 즐거움, 오락, 재미 등을 추구하는 욕구로 인해 온라인 커뮤니티에 참여하는 것을 설명하고 있다. 인터넷 공간에서의 오락적 욕구는 정서적인 기분 좋음, 즐거움, 흥분, 행복감, 그리고 열정과 같은 긍정적인 정서와 연결되어 있다(Hoffman & Novak, 1996).

한편, 가상 커뮤니티 이용자의 온라인 활동을 위한 다양한 욕구들은 성별 요인에 의해 영향을 받을 수 있다(김명소·김혜원, 1998; Herring, 1993; Jaffe et al., 1995). 따라서 본 연구에서는 구체적인 인터넷 활동 영역에 영향을 미치는 이용 욕구에서 나타나는 성별 요인의 영향은 살펴보고자 하였다.

성별 차이에 따른 온라인 활동을 분석한 헤링(Herring, 1993)의 연구에 따르면, 온라인 환경에서 남자들은 이슈와 관련된 논의에 참여할 가능성이 높은 반면 개인적인 대화에 참여할 가능성은 적은 것으로 나타났다. 이와

달리, 여자들은 개인적 논의에 참여할 가능성은 높은 반면, 정보추구는 낮은 것으로 나타났다. 성별 차이는 대화의 목적에서도 나타났는데, 여성들은 대인 관계 발전을 위해 대화를 사용하는 것으로 나타났다(Jaffe et al., 1995; Maltz & Borker, 1982). 예를 들어, 몰츠와 보커(Maltz & Borker, 1982)는 여성들이 온라인 대화를 주로 관계를 협상하고 표현하기 위해 사용하는 반면, 남성들은 과시를 위한 수단으로 사용한다고 주장하고 있다. 여성들은 남성들에 비해 합리적이며 긍정적인 상호작용과 협조를 하고 남을 격려하는 경향이 있는 것으로 보고되고 있다(Jaffe et al., 1995).

커뮤니케이션 영역에서의 유의미한 성별 차이에도 불구하고, 컴퓨터 이용 태도에 대한 연구들은 다소 일관되지 않은 결과들을 보여주고 있다. 어떤 연구들은 여성이 남성보다 컴퓨터에 대해 부정적인 태도를 가지는 것을 보여주었지만(Brosan, 1998), 다른 연구들은 성차에 따른 유의미한 차이가 나타나지 않고 있다(Colley, Gale, & Harris, 1994; Jeong, 2001). 예를 들어, 컴퓨터에 대한 자신감(confidence)과 불안(anxiety) 등을 포함한 컴퓨터 태도(computer attitude)를 살펴본 정(Jeong, 2001)의 연구는 성별에 따른 유의미한 차이가 없음을 보여주는 반면, 브론슨(Brosan, 1998)의 연구는 여성들이 남성보다 컴퓨터에 더 불안해하고 부정적인 태도를 가지는 것으로 나타났다.

본 연구는 성별이 태도와 행위에 미치는 영향에 대한 다소 논쟁적인 연구 결과들에도 불구하고, 성별 요인이 가상 커뮤니티 참가자들에게는 어떻게 관여하고 있는지를 살펴보고자 하였다. 그래서 이용 욕구와 같은 심리적 요인과 컴퓨터 이용에 대한 태도와 같은 환경적 요인에 선행하는 변인으로서 성별 요인의 영향을 살펴보고자 하였다.

2) 가상커뮤니티 이용 행위

미디어 이용 행위에 대한 결정은 주로 합리적 과정을 통하여 이뤄진다. 기능적 접근에 따르면 사람들은 구체적 행위(behavior)에 의해 파생되는 해

택(benefits)들을 인지적으로 평가할 때 행위 하고, 그러한 혜택(benefits)들을 얻고자 하는 하나 혹은 그 이상의 개인적 욕구가 충족될 때 자신의 행위를 지속시켜나가는 것으로 알려져 있다(Greenslade & White, 2005). 이러한 사실은 사람들의 다양한 욕구 메커니즘이 행위에 대한 동기화를 일으켜 행위에 영향을 미친다는 것을 의미한다.

복잡한 인간행위를 설명하는 다양한 이론들 가운데, 아젠(Azjen)의 ‘기획 행위 이론(theory of planned behavior)’은 다양한 상황에서 일어나는 인간행위의 설명에 폭넓게 사용되고 있다. 아젠(Azjen)의 기획행위 이론은 아젠(Azjen)과 피쉬바인(Fishbein)의 이성적 행위 이론(theory of reasoned action)이 불완전한 의지적 통제 상황에서 발생하는 사람들의 행위를 명확히 설명하지 못하고 있다는 지적에서 제기되었다(Azjen, 1991).

아젠(Azjen)의 ‘기획행위 이론’에 따르면, 사람의 의도(intention)는 그 사람의 행위를 결정하는 핵심적 요소 중의 하나이다. 즉, 행위를 위한 의도는 비록 충분조건은 아니지만 행위를 유발하기 위한 필요조건으로 인식되고 있다(Liska, 1984). 그러나 리스카(Liska, 1984)는 의도가 태도보다도 사회적 상황들과 조건들에 매우 의존적이기 때문에 실험적인 상황에서 더 효과적으로 행위를 예측할 수 있는 변인임을 지적하고 있다. 한편, 사람들의 의도는 신념과 그에 대한 평가를 통해 형성된 태도와 같은 동기적 요인과 필수적인 기회와 자원들을 가질 가능성을 의미하는 비동기적 요인들에 의해 영향을 받는 것으로 알려져 있다(Azjen, 1985). 그러나 의도와 행위를 예측하는 데 있어서의 동기적 그리고 비동기적 요인의 상대적 중요성은 행위의 종류와 상황에 따라 상이하게 나타나는 것으로 알려져 있다. 따라서 기획행위이론 연구자들은 의도(intention)와 행위(behavior)에 대한 독립된 개별 변인들의 중요성을 행위와 사용 집단에 따라 다양화 할 수 있음을 지적하고, 다양한 문맥에서의 이론 검정의 필요성을 제기하고 있다(Ajzen, 1991; Ajzen & Driver, 1992). 따라서 본 논문은 기획행위 이론에서 주장된 몇 가지 변인들을 가상 커뮤니티 이용 의도와 행위를 이해하는 데 적용해보고자 하였다.

본 연구에서는 동기적 요인으로서 기존 이론에서 사용된 ‘태도’ 변인보다

개인의 이용 욕구(needs)를 통해 가상 커뮤니티 이용 의도와 행위를 분석하고자 하였다. 앞서 언급된 바와 같이 개인의 욕구는 행동을 위한 동기화 요소이기 때문에 커뮤니티 참가자의 의도와 행위를 알 수 있는 중요한 변인으로 간주되고 있기 때문이다(Greenslade & White, 2005; Griffith & Graham, 2005; Schmuck & Sheldon, 2001). 또한, 비동기적 요인으로서 ‘지각된 행위통제(perceived behavior control)’ 변인을 통해 의도와 행위를 살펴보고자 하였다. ‘지각된 행위통제’는 행위 수행이 쉽거나 어렵다고 지각하는 것을 의미하며, 행위 수행 능력에 대해 스스로 가지는 자신감에 의해 사람들은 강력한 영향을 받는 것으로 알려져 있다(Ajzen, 1991; Ajzen & Driver, 1992). 따라서 ‘지각된 행위통제’는 가상 커뮤니티 이용과 관련된 개개인의 상황적 정보를 제공해 주는 변인이다.

그러나 ‘기획행위 이론(theory of planned behavior)’에 포함된 변인인 ‘주관적 규범(subjective norm)’은 본 연구의 분석요인에서 제외되었다. 아젠(Ajzen)과 피쉬바인(Fishbein)이 주장하듯, 이 개념은 이성적 행위 이론에서 설명력이 가장 낮은 부분으로 알려져 있다(1975, p.30). 실제 연구들에서도 행위 의도에 대한 주관적 규범의 설명력은 감소되어 나타나고 있다. 예를 들어, 컴퓨터 기술의 수용 행위에 관한 연구에서, 데이비스(Davis)와 그의 동료들은 행위 의도에 대한 주관적 규범의 영향은 유의미하지 않음을 보여 주었다(Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989). 연구자들은 개인들에게 컴퓨터 관련 기술의 이용은 매우 개인적이며 개별적인 사안으로서 사회적 영향력의 크기는 다른 행위에 비해 상대적으로 미약하다고 주장하고 있다. 이처럼 이론적 불확실성과 컴퓨터 이용에 관련된 심리측정 결과에 입각하여, 주관적 규범은 본 연구에서 제외되었다.

3. 연구문제

기존 문헌 검토를 통해 본 논문은 다음과 같은 사항들을 살펴보고자 하였

다. 먼저, 가상 커뮤니티 이용 욕구 유형을 살펴보고자 하였다. 일반적으로 사람들의 의식적 혹은 무의식적 목표, 바램 등이 욕구 개념이며, 이러한 욕구는 행위를 위한 동기화 기제(motivating force)로 알려져 있다(Griffith & Graham, 2005; Schmuck & Sheldon, 2001). 즉, 욕구 충족에 의한 인간의 동기화가 행위를 유발시킨다는 것이다. 그리고 인간의 욕구는 매체 형태에 따라 상이하게 나타나기 때문에(Dobos, 1992; Vincent & Basil, 1997), 본 논문은 가상 커뮤니티 이용과 관련된 욕구를 살펴봄으로써 이들 커뮤니티 참여자들의 이용 의도와 행위를 이해하고자 하였다.

또한, 본 연구는 기희행위 이론에서 주장된 몇 가지 변인들을 가상 커뮤니티 이용 의도와 행위를 이해하는 데 적용해보고자 하였다. 먼저, 인간의 다양한 욕구들이 행위에 대한 의도를 형성시키며 행위에 영향을 미치는 것으로 인식되고 있다(Greenslade & White, 2005; Snyder & DeBono, 1987). 따라서 동기적 요인으로서 개인의 이용 욕구(needs) 그리고 비동기적 요인으로서 기희행위이론에서 언급된 ‘지각된 행위통제(perceived behavior control)’ 변인을 살펴봄으로써 가상 커뮤니티 이용과 관련된 의도와 행위를 알아보하고자 하였다.

마지막으로, 온라인 활동과 컴퓨터에 대한 태도가 성별로 어떻게 차이가 나는가를 살펴보고자 하였다. 즉, 본 논문은 가상 커뮤니티 이용과 관련된 욕구(needs)와 ‘지각된 행위통제’에 대한 선행변인으로서 성별 요인의 영향을 점검하고자 하였다.

위의 논의를 따라 본 연구는 4개의 연구문제를 다음과 같이 제시하였다.

- 연구문제 1 가상 커뮤니티 이용에 관여되는 욕구(needs) 요인들은 무엇인가?
- 연구문제 2 가상 커뮤니티 이용 욕구는 성별에 따라 차이가 나는가?
- 연구문제 3 지각된 행위통제(perceived behavioral control)는 성별에 따라 차이가 나는가?
- 연구문제 4 가상 커뮤니티 이용 행위(behavior) 과정은 어떠한가?

4. 연구방법

1) 자료수집

2005년 4월 지역 종합대학에서 커뮤니케이션 교양강좌를 수강하는 244명의 학생들을 대상으로 설문조사가 실시되었다. 전체 응답자 가운데 5명의 불성실 응답자와 인터넷 카페를 사용한 경험이 없다고 응답한 9명은 최종 분석에서 제외되었다. 설문 참여자의 약 4%가 인터넷 카페를 사용하지 않는다는 것을 고려하면, 조사대상자들에게 있어 인터넷 카페 사용은 매우 활성화되어 있음을 알 수 있었다.

설문 참여자들의 속성을 살펴보면, 평균 연령은 22세이고 여자가 남자보다 많은 것으로 나타났다(86 대 144명). 또한, 설문 응답은 전체 학년이 참석하였고(1~4학년 각 15, 58, 91, 66명 참여), 이들이 가장 선호하는 매체는 인터넷(122명, 53%), 텔레비전(94명, 40.9%), 그리고 기타(10명, 4.4%)의 순으로 나타났다. 설문 응답자들의 전체 인터넷 이용시간은 하루 평균 110분인 반면, 인터넷 카페를 이용하는 하루 평균 시간은 27분으로 나타났다.

2) 측정

온라인 커뮤니티에 대한 이용 욕구는 기존의 연구들(Wang & Fesenmaier, 2004; Papacharissi & Rubin, 2000)과 20명의 대학생을 대상으로 실시한 사전조사 결과를 토대로 구성된 12개 항목들을 측정하여 요인분석을 통해 알아보았다. 이들 측정 항목들은 도구적, 사회적, 심리적, 그리고 오락적 욕구들과 관련된 항목들이다. 도구적 욕구는 인터넷 카페 이용이 '정보획득', '유용한 기능', '편리함' 때문인가와 관련된 항목들이며, 사회적 욕구는 '참여자간 대화', '참여자간 만남', '참여자간 관계형성' 등과 관련하여 측정된 항목들이다. 또한 심리적 욕구는 '카페 소속감', '회원사이 유대감', '회원사

이 동질감' 등과 같은 정신적·심리적 측면과 관련된 문항들로 구성되었고, 오락적 욕구는 '재미', '오락', '즐거움' 과 관련된 측정 항목들을 통해 분석되었다. 측정에 앞서 연구자는 설문 응답자들에게 가상 커뮤니티의 정의와 범위를 설명하고 이들 인터넷 공간을 이용하는 동기들을 구체적으로 나타내도록 하였다. 이들 욕구와 관련된 변인들은 1(전혀 그렇지 않다)부터 7(매우 그렇다)까지 7점 척도를 통해 측정되었다.

두 번째 의도와 행위를 위한 비동기적 예측변인인 '지각된 행위통제'는 컴퓨터 이용의 능숙함 정도("능숙하게 이용할 수 있다")와 시·공간적으로 자유로운 이용 정도("필요할 때 언제든지 이용할 수 있다", "필요할 때 어디서든 이용할 수 있다")의 관점에서 7점 척도를 통해 측정되었다. 컴퓨터를 능숙하게 다룰 수 있는지 여부에 대한 측정은 기존 연구들에서 폭넓게 사용된 개념이며(Davis et al., 1989), 가상공간의 구조와 복잡성이 커지면서 이용자의 기술적 능력은 더욱 중요하게 되었다(박창호, 2004). 시간과 공간적으로 자유롭게 가상 커뮤니티를 자유롭게 이용할 수 있는 이용자 환경에 대한 문항은 본 연구에서 추가되었다. '지각된 행위통제'와 관련된 세 측정 항목들에 대한 크론바흐 알파(Cronbach's α)의 신뢰도 검정 값은 .772가 나왔다.

중개변인인 인터넷 카페 이용의도를 살펴보기 위해서 "인터넷 카페를 앞으로도 지속적으로 이용할 것이다"에 대해 "전혀 그렇지 않다"로부터 "매우 그렇다"까지 7점 척도를 사용하여 측정하였다. 종속변인인 이용행위 정도는 인터넷 카페를 이용하는 하루 평균 시간(분)을 개방형 질문으로 제시하여 자료를 수집하고 이를 7개의 등간 척도로 유형화하여 분석하였다.

연구문제를 위해서 수집된 자료 분석을 위해 먼저 가상 커뮤니티 공간인 인터넷 카페 이용 욕구들에 대한 요인분석(factor analysis)을 실시하였고, 추출된 요인들에 대해서는 크론바흐 알파(Cronbach's α) 값을 통한 신뢰성 검정이 이뤄졌다. 또한 성별에 따른 이용 욕구들과 '지각된 행위통제'의 차이 여부를 파악하기 위한 t검증이 실시되었다. 추출된 요인들과 '지각된 행위통제' 변인을 사용하여 인터넷 카페 이용 의도와 행위를 위한 다중회귀분

석(Multiple Regression Analysis)이 실시되었다. 나아가 이들 변인들 사이의 관계를 파악하기 위한 경로분석(path analysis)이 이뤄졌다. 이들 통계적 분석을 위해서 SPSS 12.0 영문버전이 사용되었다.

5. 연구결과

1) 가상커뮤니티 이용 욕구(needs) 요인

가상 커뮤니티 이용 욕구를 살펴보기 위해 <연구문제 1>이 제시되었고, 이를 위해 이용 욕구들을 측정된 문항들에 대한 요인분석(factor analysis)이 이뤄졌다. 먼저, 본 연구에서 수집된 자료가 요인분석에 적합한지 여부를 판단하는 기준인 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값은 .646 그리고 Bartlett 검정 값의 유의확률은 .000으로 나타나 수집된 데이터가 요인분석을 수행하는데 적합한 것으로 나타났다. 다음 <표 1>에서 보는 바와 같이, 가상 커뮤니티 이용 욕구와 관련하여 1이상의 아이겐 값을 보여주는 3개 요인들이 추출되었다. 이들 요인들의 전체 설명력은 73.17%인 것으로 나타났다.

첫 번째 요인은 모두 6개의 문항들로 적재되었고, 추출된 3요인들 중 가장 많은 변량(32.039)을 설명해 주고 있다. 첫 번째 요인에 적재된 항목들은 온라인 카페 참여자간 ‘만남’, ‘관계형성’, ‘대화’와 관련된 사회적 욕구 그리고 회원들에 대해 심리적으로 느끼는 ‘유대감’ 이나 ‘동질감’ 및 ‘카페 소속감’과 관련된 심리적 욕구 항목들로 구성되었다. 이러한 결과는 온라인 커뮤니티 활동에 있어 사회적 욕구와 심리적 욕구가 개별적으로 관여한다고 주장한 기존 논의(Wang & Fesenmaier, 2004)와 다소 차별적이지만, 이들 욕구들은 타인에 대한 행위적, 심리적 관계 형성을 포괄하는 개념으로 간주되어 ‘관계지향성 욕구’로 명명되었다. 특히, 사회적 욕구와 심리적 욕구 사이 피어슨 상관관계 계수 또한 통계적으로 매우 유의미한 결과를 보여주고 있어($r=.651, p=.000$), 이들 욕구들은 높은 상호 유사성을 가진 개념으로

<표 1> 인터넷 카페 이용 욕구에 대한 요인 분석

이용 욕구 항목	요인 1	요인 2	요인 3
	관계지향성 욕구	오락 욕구	도구적 욕구
나는 인터넷 카페를			
1) 참여자간 만남을 위해 이용한다.	.788	-.068	-.108
2) 참여자간 관계형성을 위해 이용한다.	.842	.035	-.039
3) 참여자간 대화를 위해 이용한다.	.747	-.085	.041
4) 회원들 사이의 유대감 때문에 이용한다.	.878	.010	-.063
5) 회원들과 공유하는 동질감 때문에 이용한다.	.767	.064	.076
6) 카페에 대한 소속감 때문에 이용한다.	.746	.094	.066
7) 오락을 위해 이용한다.	-.009	.781	-.032
8) 재미를 위해 이용한다.	-.055	.925	.047
9) 즐거움을 위해 이용한다.	.093	.855	.020
10) 정보획득을 위해 이용한다.	-.099	-.049	.724
11) 유용한 기능 때문에 이용한다.	-.014	.062	.881
12) 많은 편리함 때문에 이용한다.	.123	.023	.846
아이겐 값(Eigen value)	3.845	2.263	2.013
변량(%)	32.039	18.856	16.772
신뢰도(Cronbach's α)	.886	.810	.764
총변량(%)	67.667		

판단되어진다.

두 번째 추출된 요인은 인터넷 카페 이용이 ‘오락’, ‘재미’, 그리고 ‘즐거움’ 욕구와 관련되었음을 보여주고 있다. 따라서 두 번째 요인은 ‘오락 욕구’로 명명되었고, 이 요인은 전체변량의 18.856%를 설명하고 있다. 또한, 마지막으로 추출된 요인은 정보획득, 유용한 기능, 편리성을 추구하기 위한 욕구와 관련된 항목들이다. 이 요인은 ‘도구적’ 욕구로 명명되었고, 이 욕구 요인은 전체 변량의 16.772%를 설명해 주고 있다.

추출된 각 요인들의 내적 타당도를 살펴보기 위해 크론바흐 알파(Cronbach's α)의 신뢰도 검정이 실시되었다. 각 요인에 대한 신뢰도 검정 값은 ‘관계지향성 욕구’는 .886, ‘오락 욕구’는 .810, ‘기능성 욕구’는 .764로 나타났다. 추출된 요인의 설명력과 측정항목의 간결성을 높이기 위해 ‘관

계지향성 욕구'에서 “참여자간 대화를 위해'이용한다.”, “소속감 때문에 인터넷 카페를 이용한다.”, 그리고 “회원들과 공유하는 동질감 때문에 이용한다.” 라는 항목들은 최종 분석에서 생략되었다. 이들 항목이 생략된 후의 '관계지향성 욕구'에 대한 크론바흐 알파 계수는 .851을 보여주고 있다.

헤겔과 암스트롱(Hagel & Armstrong, 1996)은 온라인 참가자들의 다양한 이용 욕구로 구성되는 가상 커뮤니티 유형을 제시해 왔다. 이들 유형과 본 연구에서 추출된 세 가지 욕구 요인들을 비교하면, 먼저 '관계지향성' 욕구는 회원 구성원들 사이의 관계 형성을 강조하는 '관계 커뮤니티(communities of relationship)' 형태로 구체화될 수 있으며, '오락' 욕구는 특정 주제에 대한 관심과 오락적 측면을 강조하는 관심 공동체(communities of interest)와 재미 공동체(communities of fantasy)와 관련된 것으로 보여진다. 마지막으로, '도구적' 욕구는 제품과 서비스의 교환이나 정보 전달과 관련된 거래 공동체(communities of transaction)와 밀접한 관련을 맺고 있는 것으로 여겨진다.³⁾

2) 성별에 따른 동기적 및 비동기적 요인 비교

성별에 따라 상이한 온라인 커뮤니케이션 활동 경향이 있을 수 있고 (Herring, 1993; Jaffe et al., 1995), 인간의 욕구는 다양한 온라인 활동들을 동기화하는 기제로서 작용하는 것으로 알려져 있다(Griffith & Graham, 2005; Schmuck & Sheldon, 2001). 따라서 <연구문제 2>를 통해, 성별에 따른 가상 커뮤니티 이용 욕구의 차이 여부를 살펴보고자 하였다.

성별에 따른 가상 커뮤니티 이용 욕구의 차이를 살펴보기 위하여 t검증이 이뤄졌다. 다음 <표 2>에 따르면, 가상 커뮤니티 이용과 관련된 '관계지향

3) 본 연구에서는 경제적, 상업적 측면에서 명명된 거래 공동체(communities of transaction)보다 커뮤니케이션적인 의미에서 가상 커뮤니티의 도구성(instrumental utility)을 강조하는 기능 공동체(communities of function)란 용어가 보다 적절하다고 판단된다.

성' 욕구를 제외한 다른 요인들에는 성별에 따른 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉, 이용하는 가상 커뮤니티를 휴식과 일탈의 오락적 공간으로 인식하거나 신속하고 편리하게 정보획득을 할 수 있는 유용한 공간으로 인식하는 경우에는 유의미한 성별 차이가 없는 것으로 나타났다. 그러나 온라인 커뮤니티 이용 목적이 인간관계 형성이나 대인간의 유대감에 기인하는 경우 성별 요인은 유의미한 변인으로 드러났다. 분석결과에 의하면, 남성은 여성에 비해 가상공간 활동에서 타인과의 관계형성을 더욱 원하는 것으로 나타났다.

<표 2> 성별에 따른 가상 커뮤니티 이용 욕구 및 지각된 행위통제 비교

이용 욕구	성별	N	평균	표준편차	t	유의확률
도구적 욕구	남자	84	4.95	1.11	1.103	.272
	여자	144	5.11	.93		
관계지향 욕구	남자	86	3.25	1.53	3.091	.002
	여자	143	2.64	1.32		
오락 욕구	남자	86	4.26	1.16	.155	.877
	여자	143	4.29	1.44		
지각된 행위통제	남자	86	5.25	1.05	.284	.777
	여자	144	5.29	1.01		

세 번째 제기된 연구문제는 성별에 따라 '지각된 행위통제(perceived behavior control)' 변인의 차이가 있는지에 초점이 맞춰져 있다. 비동기적 요인인 '지각된 행위통제'에 대한 성별 차이 여부를 살펴보기 위해 t검증이 실시되었다. 위 <표 2>의 통계 결과에 의하면, 성별 요인은 상황적 요인인 '지각된 행위통제' 변인에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 가상 커뮤니티 이용과 관련된 상황적 요인들은 컴퓨터 이용의 능숙함과 이용 장소와 시간의 한계와 같은 비동기적 요인에 관련된 문항들이었다. 전체 7점 척도에서 남녀 모두 5점 이상의 평균값을 보여주고 있어, 가상 커뮤니티 이용을 위한 환경적인 한계는 거의 없다고 피조사자들은 인식하는 것을 알 수 있다. 즉, 본 연구조사에 응한 응답자들은 가상 커뮤니티를 이용하기 위해 컴퓨터를 쉽게 다룰 수 있을 뿐만 아니라 언제 어디서나 자신이 원하는 경우 온라인

인 활동을 할 수 있다고 판단하고 있다.

3) 가상 커뮤니티 이용 행위

가상 커뮤니티 이용과 관련하여 최종적으로 추출된 세 요인변수들과 비동기적 요인인 ‘지각된 행위통제’ 변인을 통해 가상 커뮤니티 이용 의도와 행위에 대한 회귀분석을 실시하였다. 먼저, 가상 커뮤니티 이용 의도에 대한 회귀분석 결과인 <표 3>에 의하면, 오락과 도구적 욕구, 그리고 ‘지각된 행위통제’ 욕구가 매우 유의미한 예측 변인이라는 것을 보여주고 있다. 사람들은 즐거움이나 도구적 활용을 위해서 가상 커뮤니티를 이용하고자 의도하며, 컴퓨터 능력과 같은 비동기적 조건 또한 가상 커뮤니티 이용 동기화에 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 따라서 즐거움과 유용성을 위해서 가상 커뮤니티를 이용하고자 하면 할수록 커뮤니티 이용 의도는 높아지는 것을 알 수 있다. 또한, 컴퓨터에 대한 접근성이 용이하고 능숙하면 할수록 가상 커뮤니티 이용 의도가 높아지는 것을 의미한다.

그러나 본 연구에서 관계지향성 욕구는 가상 커뮤니티 이용 의도와 관계가 없는 것으로 나타나고 있다. 이러한 사실은 인터넷의 커뮤니티 공간 이용 의도는 대인간의 관계나 유대감 형성과 다소 관련이 없다는 것을 시사하고 있다.

<표 3> 인터넷 카페 이용 의도에 대한 회귀분석 결과

관찰변인	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	SE	Beta		
상수(constant)	2.771	.345			
관계지향성 욕구	.117	.065	.103	1.892	.060
오락 욕구	.226	.062	.199	3.643	.000
도구적 욕구	.229	.066	.202	3.520	.001
지각된 행위통제	.477	.064	.427	7.410	.000
Adjusted R ²	.336				
F	29.460***				

***p<.001

가상 커뮤니티에 대한 동기적 요인과 비동적 변인들뿐만 아니라 개인의 이용 의도를 예측변인으로 하여 이용 행위에 대한 회귀분석을 실시하였다. 회귀분석 결과인 <표 4>에 따르면, 가상 커뮤니티 이용 행위에 영향을 미치는 주요한 예측 변인은 참가자의 오락 욕구(needs)와 의도(intention)인 것으로 나타났다. 결국 가상 커뮤니티 이용 욕구 가운데 오락적 욕구가 이용 행위와 밀접한 관계에 있다는 것을 보여주고 있다. 즉, 참가자들의 오락적 욕구가 크면 클수록 가상 커뮤니티에 참여할 가능성이 높다는 것을 의미하고 있다.

<표 4> 인터넷 카페 이용 행위에 대한 회귀분석 결과

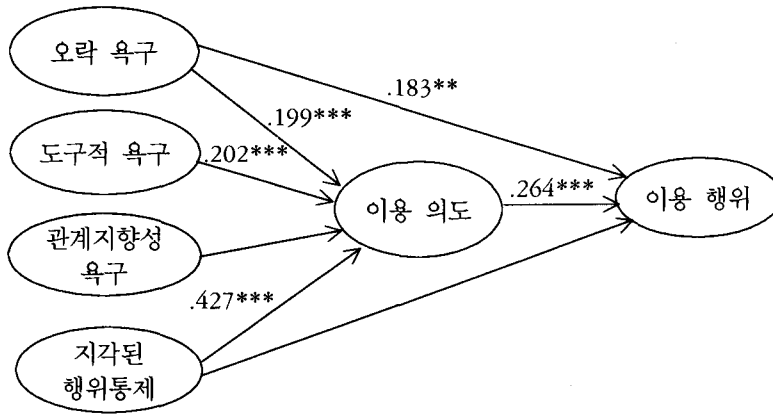
관찰변인	비표준화 계수		표준화 계수		유의확률
	B	SE	Beta	t	
상수(constant)	1.211	.730			
관계지향성 욕구	.014	.116	.007	.117	.907
오락 욕구	.339	.119	.183	2.856	.005
도구적 욕구	.076	.125	.042	.612	.541
지각된 행위통제	-.170	.134	-.095	1.269	.206
이용 의도	.422	.125	.264	3.369	.001
Adjusted R ²	.102				
F	5.763***				

***p<.001

이용행위에 대한 경로분석 결과인 <그림 2>에 의하면, 오락 욕구는 가상 커뮤니티 이용 행위에 대해 직접적인 효과(.183)와 이용 의도를 통한 간접적인 효과(.053)를 가지는 것으로 나타났다. 도구적 욕구와 ‘지각된 행위 통제’ 변인은 이용 의도를 통해서만 이용 행위에 간접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다(각 0.053, 0.113). 이는 행위가 의도에 의해 많은 영향을 받고 있다는 주장을 지지해 주는 것이다.

한편, 위의 두 회계분석에 사용된 예측변인들에 있어 다중공선성(Multicollinearity)의 문제는 없는 것으로 나타났다. 다음 <그림 2>는 앞서의 두 회귀분석 결과에 따른 가상 커뮤니티 이용 행위에 대한 경로분석 모형이다.

<그림 2> 가상 커뮤니티 이용 행위에 대한 경로모형



*p<.05; **p<.01; ***p<.001

위의 경로분석 결과에 따르면, 이용 행위에 대한 오락 욕구는 예측된 커뮤니티 욕구들 가운데 가장 높은 설명력을 가지고 있는 것으로 나타났다. 오락 욕구의 직접 인과적 효과는 .183이며, 간접 인과적 효과는 .053으로 0.236의 전체 인과적 효과를 보여 예측된 변인들 가운데 가장 중요한 변인 것으로 파악되었다. 즉, 가상 커뮤니티를 활동에 있어 오락적인 욕구는 직접적인 이용 행위를 이끌거나 내적인 동기부여를 통해서 온라인 참여로 나아가게 하는 것으로 나타났다.

그러나 이용 욕구들 중 관계지향성 욕구는 가상 커뮤니티 의도나 행위에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이러한 사실은 온라인을 통한 인적 관계망 구축이나 다른 사람과의 유대감 형성은 다른 욕구에 비해 가상 커뮤니티 이용 행위에 매우 적게 반영되고 있다는 것을 시사하고 있다. 이를 통해, 가상 커뮤니티는 오프라인 공동체에 대한 기존 특성들과는 다소 상이한 활동 경향을 보이고 있음을 알 수 있다. 다시 말해, 대인적 네트워크가 중요시되는 공동체 활동은 온라인을 통해서서는 이뤄지지 않을 수 있다는 것이다.

한편, 도구적 욕구와 ‘지각된 행위통제’ 요인은 행위에 대한 직접적인 인

과효과는 존재하지 않고 이용의도를 통한 간접적인 효과만 있는 것으로 나타났다(간접효과크기 각 0.058, 0.113). 연구결과에 따르면, 가상 커뮤니티 이용 의도는 이용 행위를 매개하는 중요한 변인인 것으로 나타났다. 이러한 결과는 사람의 의도가 행위를 결정하는 중요한 요소라는 아젠의 주장(Azjen, 1985, 1988, 1991)을 일정부분 지지해 주는 것을 의미한다.

6. 결론

정보 테크놀로지의 발전이 새로운 커뮤니케이션 가능성을 통해 사람들 상호간에 이뤄지는 사회적 관계성을 증대시킬 수 있다는 낙관적 견해들이 있어 왔다(Rheingold, 1993). 컴퓨터의 급속한 네트워크화에 의해서 가상공간에서 새로운 사람을 만나고 관계를 유지하는 일은 더 이상 새로운 일이 아니게 되었다. 이러한 현상은 근대화에 의해 단절되고 소외된 인간관계를 회복함으로써 커뮤니티를 복원할 수 있다는 낙관론을 심어주기에 이르렀다.

그러나 커뮤니케이션적인 의미에서 실제 온라인 이용자가 어떠한 욕구(needs) 충족의 대상으로 새로운 정보공간인 가상 커뮤니티를 바라보는가에 대한 분석은 다소 결여되어 왔다. 또한 구체적으로 가상 커뮤니티 활동 행위 과정을 설명하려는 관심도 적어왔다. 따라서 본 논문은 가상 커뮤니티의 정체성을 파악하기 위한 단서로서 가상 커뮤니티 참가자들의 이용 욕구 유형을 살펴보고자 하였다. 또한 행위의 동기적 요소인 욕구와 비동기적 요소인 '지각된 행위통제'에 대한 선행변인으로서의 성별의 영향을 살펴보고자 하였다. 나아가, 예측변인인 이용 욕구와 '지각된 행위통제'를 통해 가상 커뮤니티 이용 의도와 행위 과정을 분석하고자 하였다.

연구결과에 의하면, 가상 커뮤니티 이용과 관련된 욕구들은 '관계지향성 욕구', '오락 욕구', 그리고 '도구적 욕구'가 있는 것으로 나타났다. 본 논문은 오락 욕구나 도구적 욕구가 기존 논의들(Rheingold, 1996; Wang & Fesenmaier, 2004)과 같이 가상 커뮤니티 욕구와 관련하여 의미 있는 요인

임을 보여주었다. 그러나 기존 논의들에서 언급된 소속감이나 연대감과 같은 심리적 욕구 그리고 타인과의 대화나 인간관계 형성과 같은 사회적 욕구들은 하나의 요인으로 관련된 것으로 나타났다. 이들 욕구들은 본 논문에서 타인에 대한 심리적이고 구체적인 관계형성을 포괄하는 ‘관계지향성’ 욕구로 명명되었다.

이들 이용 욕구와 ‘지각된 행위통제’ 변인들에 대한 선행변인으로서 성별 요인의 영향을 검토하고자 하였다. 연구결과에 의하면, 관계지향성 욕구를 제외한 다른 욕구들은 성별요인에 의한 차이가 나타나지 않았고, ‘지각된 행위통제’ 변인에 있어서도 성별 차이는 없는 것으로 나타났다. 특히, ‘관계지향성’ 욕구는 가상 커뮤니티 이용 의도와 행위에 영향을 미치지 않고 있다는 사실을 고려하면 이용 욕구에 대한 성별 요인의 영향은 매우 적은 것을 알 수 있다. 따라서 본 연구는 이용 의도와 행위에 영향을 미치는 이용 욕구나 가상 커뮤니티 이용과 관련된 상황적, 비동기적 요인들에 대해서 성별의 영향은 거의 없음을 보여주고 있다. 이러한 사실은 가상 커뮤니티를 이용하는 남성과 여성들 사이에는 이용 동기와 관련된 높은 동일성이 존재하며, 가상 커뮤니티를 이용할 수 있는 컴퓨터 이용 능력이나 접근성에 있어서도 유사한 환경을 가지고 있음을 보여주는 것이다.

마지막으로, 본 논문은 동기적 요인인 참여자의 욕구와 비동기적 요인인 ‘지각된 행위통제’에 의한 커뮤니티 이용 의도와 행위를 살펴보고자 하였다. 연구결과에 따르면, 가상 커뮤니티 이용 행위에 대한 영향은 비동기적 요인보다 동기적 요인이 높은 설명력을 가지며, 동기적 요인 가운데 오락 욕구가 이용 행위에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 사실은, 기술을 통한 새로운 커뮤니티 형성 가능성을 반박하는 부정적인 연구결과들(Desautic & Gallupe, 1987; Walther, 1992) 즉, 상호 친화감과 집단 응집력 형성이 어렵거나 지속적인 관계 유지 동기가 미비하다는 주장들을 다소 지지해 주는 것이다.

본 논문은 몇 가지 연구의의에도 불구하고 다음과 같은 연구의 한계를 가지고 있다. 먼저, 본 연구는 가상 커뮤니티를 지나치게 포괄적으로 분석함

으로써 구체적인 욕구와 이용 행위를 설명하는 데는 한계를 보여주고 있다. 미니홈피, 블로그, 인터넷 카페와 같이 외형적으로 차별화된 가상 커뮤니티 공간이 상이한 이용 욕구와 행위에 영향을 미칠 수 있기 때문에 가상 커뮤니티 유형 변인을 포함한 후속 연구가 필요할 것으로 여겨진다. 또한, 가상 커뮤니티 유형뿐만 아니라 그 커뮤니티의 목적과 성격도 매우 중요한 요인으로 분석될 필요가 있을 것이다. 예를 들어, 카페 유형이 정치적인 커뮤니티인지 혹은 연예인 팬클럽과 같은 커뮤니티인지에 따라 이용 욕구와 행위는 상이하게 나타날 수 있기 때문이다. 이 외에도, 본 연구의 조사대상자들이 대학생 집단에 머물러 있어 온라인 활동에 대한 외적 타당도의 문제가 연구의 제한점으로 제기될 수 있을 것이다. 비록 20대 집단이 타 집단보다 높은 카페나 동호회 이용률을 보여주고는 있지만(한국인터넷진흥원, 2004), 다양한 연령층을 포괄한 후속 연구는 가상 커뮤니티 활동에 대한 설명력을 높여줄 수 있을 것이다.

◆ 참고문헌

- 박성호 (2002). 인터넷 미디어의 이해와 활용. 커뮤니케이션북스.
- 박창호 (2004). 가상공간 탐색의 인지과정. 《한국심리학회지》, 16(4), 403~420.
- 윤영철 (1998). 대안적 매체로서의 PC통신: '한총련'에 관한 토론실 분석을 중심으로. 《한국언론학보》, 43(1), 184~218.
- 이오현 (2003). 가상공간에서의 권력형성과정에 대한 사례연구. 《한국언론정보학보》, 23, 79~226.
- 주창윤 (2002). 인터넷 수요자의 참여방식과 문화적 생산: <여인천하> 게시판 분석. 《한국언론정보학보》, 19, 265~294.
- 한국인터넷진흥원 (2004). 2004년 하반기 정보화 실태조사.
- Ajzen, I. (1985). From Intentions to Actions: A Theory of Planned Behavior. in J. Kuhl & J. Beckmann(eds.). *Action Control: From Cognition to Behavior*. NY: Springer-Verlag, 11~39.

- _____ (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179~211.
- Ajzen, I. & Driver, B. L. (1992). Application of the Theory of Planned Behavior to Leisure Choice. *Journal of Leisure Research*, 24(3), 207~224.
- Ajzen, I. & Fishbein, M. (1975). A Bayesian Analysis of the Attribution Process. *Psychological Bulletin*, 82, 267~277.
- Armstrong, A. & Hagel, J. (1996). The Real Value of On-Line Communities. *Harvard Business Review*, 74(3), 134~141.
- Bays, H. & Mowbray, M. (2001). Cookies, Gift-Giving and Online Communities. in C. Werry & M. Mowbray (eds.). *Online Communities: Commerce, Community Action and the Virtual University*. NJ: Prentice Hall, 47~70.
- Brosan, M. J. (1998). *Technophobia: The Psychological Impact of Information Technology*. NY: Routledge.
- Colley, A. M., Gale, M. T. & Harris, T. A. (1994). Effects of Gender Role Identity and Experience on Computer Attitude Components. *Journal of Educational Computing Research*, 10(2), 129~137.
- Daivs, F. D., Bogazzi, R. P. & warshaw, P. R. (1989). User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical Model, *Management Science*, 35(8), 982~1003.
- Desantics, G. & Gallupe, R. B. (1987). A Foundation for the Study of Group Decision Systems. *Management Science*, 33(5), 589~609.
- Dobos, J. (1992). Gratification Models of Satisfaction and Choice of Communication Channels in Organization. *Communication Research*, 19(1), 29~52.
- Frey, L. M. & Wilhite, K. (2005). Our Five Basic Needs: Application for Understanding the Function of Behavior. *Intervention in School and Clinic*, 40(3), 156~160.
- Griffith, B. A. & Graham, C. C. (2005). Meeting Needs and Making Meaning: The Pursuit of Goals. *Journal of Individual Psychology*, 60(1), 25~41.

- Greenslade, J. H. White, K. M. (2005). The Predication of Above-Average Participation in Volunteerism: A Test of the Theory of Planned Behavior and the Volunteers Functions Inventory in Older Australian Adults. *The Journal of Social Psychology*, 145(2), 155~172.
- Hagel, J. & Armstrong, G. (1997). *Net Gain: Expanding Markets Through Virtual Communities*, Boston: Harvard Business School Press, 1997.
- Herring, S. C. (1993). Gender and Democracy in Computer-Mediated Communication. *Electronic Journal of Communication*, 3 (2). [Online]: <http://ella.slis.indiana.edu/~herring/ejc.txt>
- Hoffman, D. L. & Novak, T. P. (1996). Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments: Conceptual Foundations, *Journal of Marketing*, 60(July), 50~68.
- Jaffe, J. M., Lee, Y., Huang, L. & Oshagan, H. (1995). *Gender, Pseudonyms and CMC: Masking Identities and Baring Souls*. Paper Presented at the 45th Annual Conference of the International Communication Association. in Albuquerque, New Mexico, USA.
- Jeong, C. H. (2001). Gender Differences in Computer Attitudes: New Evidence from Korea. *International Review of Public Administration*, 6(2), 115~123.
- Jones, S. (1997). The Internet and Its Social Landscape. in S. Jones(ed.), *Virtual Culture: Identity and Communication in Cybersociety*, Thousand Oaks, CA: Sage, 7~35.
- Katz, J. E. & Rice, R. E. (2002). *Social Consequences of Internet use: Access, involvement, and Interaction*. MA: MIT Press.
- Kling R. & Courtright, C. (2003). Group Behavior and Learning in Electronic Forums: A Sociotechnical Approach. *The Information Society*, 19, 221~235.
- Kraus, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T. & Scherlis, W. (1998). Internet Paradox: a Social Technology that Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being? *American Psychologist*, 53(9), 1017~1031.
- Ku, G. & Kaid, L. L. & Pfau, M. (2002). The Impact of Website Cam-

- paing on Traditional News Media and Public Information Processing. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 80(3), 528 ~ 547.
- Liska, A. E. (1984). A Critical Examination of the Causal Structure of the Fishbein/Ajzen Attitude-Behavior Model. *Social Psychology Quarterly*, 47(1), 61 ~ 74.
- Maltz, D. N. & Borker, R. A. (1982). A Cultural Approach to Male-Female miscommunication. in J. J. Gumperz(ed.), *Language and Social Identity*, UK: Cambridge University Press.
- Matei, S. (2004). The Internet's 'Magnifying Glass' Effect on Off-Line Ties in the General Social Survey. in M. Consalvo, J. Hunsinger, K. B. Jensen, J. Logie, M. Murero & L. R. Shade (Eds.). *Internet Research Annual*, NY: Peter Lang, 241 ~ 249.
- Neustradtl, A. & Robinson, J. P. (2002). Social Contact Differences Between Internet Users and Nonusers in the General Social Survey. in [Online]: www.stanford.edu/group/siqss/itandsociety/v01i01.html
- Newhagen, J. E. & Rafaeli, S. (1996). Why Communication Researchers Should Study the Internet: A Dialogue. *Journal of Computer Mediated Communication*, 1(4). [Online]: <http://www.ascusc.org/jcmc/vol1/issue4/rafaeli.html>.
- Norris, P. (2002). The Bridging and Bonding Role of Online Communities. *Press/Politics*, 7(3), 3 ~ 13.
- Papacharissi, Z. & Rubin, A. M. (2000). Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175 ~ 196.
- Parks, M. R. & Floyd, K. (1996). Making Friends in Cyberspace. *Journal of Communication*, 46, 80 ~ 97.
- Preece, J. (2001). Sociability and Usability in Online Communities: Determining and Measuring Success. *Behaviour & Information Technology*, 20(5), 347 ~ 356.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. NY: Simon and Schuster.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Reading, MA: Addison-Wesley.

- Rosenberg, A. (1985). *The Structure of Biological Science*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Schmuck, P. & Sheldon, K. M. (2001). *Life Goals and Well-Being: Towards a Positive Psychology of Human Striving*. WA: Hogrefe & Huber.
- Vincent, R. C. & Basil, M. D. (1997). College Students' News Gratifications, Media use and Current Events Knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(3), 380~392.
- Walther, J. B. (1992). Interpersonal Effects in Computer-Mediated Interaction: A Relational Perspective. *Communication Research*, 19, 52~90.
- Walther, J. B. (1996). Computer-Mediated Communication: Impersonal, interpersonal and Hyperpersonal Interaction. *Communication Research*, 23(1), 3~43.
- Wang, Y. & Fesenmaier, D. R. (2004). Modeling Participation in an Online Travel Community. *Journal of Travel Research*, 42, 261~270.
- Wang, Y., Yu, O. & Fesenmaier, D. R. (2002). Defining the Virtual Tourist Community: Implications for Tourism Marketing. *Tourism Management*, 23(4), 407~17.
- Williams, R. L. & Cothrel, J. (2000). Four Smart Ways to Run Online Communities, *Sloan Management Review*, 81~91.

(최초 투고 2005. 6. 1, 최종원고 제출일 2005. 7. 2)

A Study of Needs and Behavior on a Virtual Community

Focused on College Student's Internet Cafe Activities

Gyo-Tae Ku

Assistant professor

(School of media and visual communication, Keimyung University)

This study examined the type of needs involved in the activities of a virtual community and the impact of gender on online participants' needs and 'perceived control behavior'. In addition, the study tried to figure out how people behave on certain factors. The survey was conducted to 230 local students who have experienced online community activities.

The study results showed there were three factors related to a virtual community, 'relational need', 'entertainment need', 'instrumental need'. There was, however, no significant effect between gender and the type of needs, and between gender and 'perceived behavior control'. The results also showed that 'entertainment need' is the most important factor to predict a virtual community participation. This might not imply the improvement of information technologies helps us return to the communities in which individuals have a close and affectionate relationship each other.

Keywords: virtual community, needs, behavior.