

고객기반 온라인 커뮤니티에서 개인의 자아 차이 (Self-discrepancy)가 기여 행위에 미치는 영향*

서아영

이화여자 대학교 연구교수
(irenes@ewhain.net)

고객기반 온라인 커뮤니티에서 고객들이 생성하는 정보 자원은 기업의 상품 및 서비스를 개발하는 데에 직접적으로 반영되기도 하며 기업과 고객 사이의 직접적인 상호작용을 촉진하기도 한다. 따라서 최근 고객기반 온라인 커뮤니티의 운영과 지속적인 성장에 대한 기업의 관심이 점차 증가하고 있다. 온라인 커뮤니티의 존속과 성장은 커뮤니티 회원들의 자발적인 기여에 의해 이루어진다. 본 연구는 고객기반 온라인 커뮤니티 사용자들의 기여행위 기저에 존재하는 사회 심리학적 요인들에 대해 초점을 맞추고, 물리적 세계의 실제 자아와 온라인 공간에서 창조되는 가상 자아 사이의 차이가 익명성과 관련된 심리적 반응 요인들(자율권, 회복, 카타르시스)과 기여행위에 어떠한 영향을 미치는지 고찰하였다. 114명의 고객기반 온라인 커뮤니티 사용자로부터 수집된 서베이 자료를 분석한 결과, 실제 자아와 가상 자아의 차이는 개인적 능력을 나타내는 측면과 사회적 능력을 나타내는 부분으로 구별되며, 각각은 지각하는 자율권, 회복에 서로 다른 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 자율권, 회복, 카타르시스 각각의 요인들도 기여의 질적인 측면과 양적인 측면에 서로 다른 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과를 기반으로 이론적, 실무적 함의에 대해 토의하였다.

※ 주제어: 고객관계관리(CRM); 고객기반 온라인 커뮤니티; 익명성, 심리적 반응, 기여 행위

1. 서론

고객기반 온라인 커뮤니티(Customer-based online community)란 기업과의 직접적인 의사소통 및 정보공유를 위하여 소비자들이 중심이 되어 형성한 온라인 커뮤니티를 의미한다. 기업들은 고객기반 온라인 커뮤니티를 통하여 상품 개발 및 개선에 대한 다양한 아이디어를 수렴하고 고객 만족 및 고객

충성도를 높이기 위한 전략적 접근을 시도하고 있다(Figallo, 1998). 이러한 고객기반 온라인 커뮤니티는 기업들에 의해 주도되는 경우도 있고, 고객들이 자발적으로 형성하는 이른바 브랜드 커뮤니티(Brand community)를 통해서 행해지기도 한다. 인터넷 상에 존재하고 있는 특정 브랜드의 자동차 동호회들이나 BrickInside(레고 동호회), 혹은 HOG(Harley Owner's Group) 등이 그 예가 될 수 있다. 고객기반 커뮤니티의 활성화를 통하여 기업

논문접수일: 2011년 1월 21일

논문수정일: 2011년 2월 28일

게재확정일: 2011년 3월 2일

* 이 논문은 2010년도 정부재원(교육과학기술부 인문사회역량강화사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음 (NRF-2010-330-H00003)

은 고객 스스로 콘텐츠를 만들게 하고(Member generated contents), 고객과 기업 간의 활발한 커뮤니케이션 통로를 만들 수 있다. 또한 궁극적으로 우수 고객의 유지율을 높이고 입소문을 통하여 잠재고객을 활성화 하는 계기가 될 수 있다.

온라인 커뮤니티는 회원 간에 공유되는 자원이 존재하고 그 공유되는 자원으로부터 커뮤니티 회원들에게 혜택이 돌아가는 한 지속성이 보장된다(Chiu et al., 2006; Wasko and Faraj, 2005). 커뮤니티의 자원이란 정보적 자원과 감정적 자원을 모두 포함하는 것으로(McMillan and Chavis, 1986), 커뮤니티 회원의 자발적 기여(Contribution)에 의해 이루어지며 회원 모두에 의해 공유되는 공공재(Public goods)에 해당된다. 공공재 생성을 위한 사용자들의 자발적인 기여는 온라인 커뮤니티의 지속성을 보장하는 가장 중요한 요인으로 간주되어 왔다(Rheingold, 1993). 이러한 관점에서 많은 온라인 커뮤니티 연구들은 개인의 기여행위를 촉진하는 다양한 동기적 요인들(Motivators)을 밝히는데 초점을 맞추어 왔다. 여기에는 명성, 이타주의, 상호 호혜성, 개인적 관심, 전문성 개발, 자기표현, 금전적 보상 등이 포함되어 있다(Bock et al., 2005; Roberts et al., 2006; Chui et al., 2006; Ma and Agarwal, 2007). 이러한 선행 연구들은 온라인 커뮤니티에서 개인의 협업과 도움 행위를 촉진시키는 직접적인 동기요인을 밝히는데 기여하였지만, 개인의 심리적 반응기제에 대한 논의는 아직 본격적으로 이루어지지 않았다. 이에, 본 연구에서는 사회 심리학적 관점을 기반으로 온라인 커뮤니티에서 개인의 사회 심리적 요인들이 자발적인 기여행위에 어떠한 영향을 미치는지 고찰하고자 한다.

이를 위하여, 먼저 온라인 커뮤니티의 특성에 대

해 언급할 필요가 있다. 온라인 커뮤니티의 익명성과 사회적 신호(Social cues)의 부족은 사람들로 하여금 물리적 세계의 실제 자아와 다른 새로운 자아를 창조해 내는 것을 가능하게 한다(Marcus et al., 2006). 익명성을 기반으로 온라인 공간에서 실제 자아와 다른 새로운 자아를 창조해 냈으로써, 사람들은 잘못된 루머를 퍼트리거나 근거 없는 비방을 하는 등 반 사회적 행위를 손쉽게 하기도 한다(Suh et al., 2010). 반대로, 일상적인 자신의 페르소나로부터 탈피하고 사회적 규범이나 사회적 평판에 대한 두려움으로부터 벗어나 좀 더 창의적이고 과감한 행동을 하기도 한다(Pedersen, 1997). 실제 자아와 온라인 공간에서 창조된 가상 자아의 차이는 개인의 기여 행위에 어떠한 영향을 미치는가? 최근 온라인 정체성과 기여행위에 대해 관심이 증가하고 있음에도 불구하고(Ma and Agarwal, 2007; Dellarocas, 2003; Rains, 2007) 이에 대한 실증적인 연구는 본격적으로 이루어지지 않아왔다.

본 연구는 다음과 같은 연구 질문에 대한 답으로써, 온라인 정체성과 커뮤니티 기여행위에 대한 이해를 넓히는데 일조하고자 한다.

- (1) 실제 자아와 가상 자아의 차이는 어떠한 심리적 반응을 이끌어 내는가?
- (2) 기여행위의 질적인 측면과 양적인 측면에 영향을 미치는 심리적 요인의 영향은 어떻게 달라지는가?

이후의 논문 구성은 다음과 같다. 2장에서는 실제 자아와 가상 자아의 차이, 심리적 반응요인, 기여 행위에 대해 개념을 소개하고 각각의 이론적 배경을 고찰하였다. 이어 3장에서는 연구모형 및 가설을 소개하였다. 4장에서는 제시된 이론적 연구

모형을 실증하기 위해 어떠한 방법을 사용하였는지 기술하였다. 마지막 5장은 연구의 결론 부분으로 연구의 요약, 의의 및 연구의 한계를 기술하며 향후 연구방향을 제시하였다.

II. 이론적 배경

2.1 자아 정체성 (Self identity)

자아 정체성이란 자신에 대한 믿음의 총합으로서 자아 개념(Self concept)과 직접적으로 연관되어 있으며, 한 개인이 자기 스스로에게 부여하는 모든 특성들의 구조물이다(Markus, 1977, Whitbourne and Connolly, 1999). 여기서 자아 정체성이 구조물이라고 하는 이유는 개인 자신이 하나의 의미 있는 전체로 짜여져 있다는 뜻이다(Franzio, 1996; Kihlstorm, 1984). 즉 자아에는 여러 개의 차원이 있으며, 한 개인의 자기 평가와 관련된 모든 특성들의 구조물을 자아라고 할 수 있는 것이다. 이러한 특성에는 주로 개인의 외모나 능력 등을 나타내는 평가적 특성과 주로 사회적 관계나 역할 등과 관련된 특성이 있다. 따라서 자아 정체성의 개념은 개인적 정체성(Personal identity)과 사회적 정체성(Social identity)을 모두 포함한다. 만약 '나는 누구인가'라는 물음에 대해서 답할 때 '키가 크다, 영리하다, 똑똑하다' 등으로 개인적 특성들을 사용하여 기술된 자기는 개인적 정체성에 해당한다. 반면에 '사교적이다, 도덕적이다, 사회 규범을 준수한다'등 자신이 속해 있는 집단과의 사회적 관계를 사용하여 기술된 자기는 사회적 정체성에 해당한다(한덕웅 외, 2007; 홍성열, 2008).

2.2 자아 차이 (Self-discrepancy)

사회 심리학 이론에 따르면, 자신이 자아를 바라보는 방법 사이에 불일치가 생길 때, 자아에 대한 믿음 사이에 충돌이 생길 때 자아 차이가 발생한다. 자아 차이 이론(Self discrepancy theory)은 실제 자아와 이상 자아 간의 차이에 따라서 각기 다른 정서가 유발됨을 설명 한다(Higgins, 1987; 1999). 구체적으로, 본인 자신의 관점에서 지각된 실제자기와 이상 자기 간의 차이는 낙담정서를 유발하며, 타인들의 관점에서 지각된 실제자기와 이상 자기 간의 차이는 수치정서를 유발한다. 본인 자신의 관점에서 지각된 실제자기와 당위자기 간의 차이는 죄의식이나 모멸감을 유발한다. 아울러 타인의 관점에서 지각된 관점에서 실제자기와 당위자기 간의 차이는 공포나 불안을 유발 한다(Higgins, 1989). 자아 차이 이론이 시사하는 바는 자아의 여러 측면들 간에 지각된 차이에 따라서 각기 다른 심리적 반응이 유발되고, 이 차이는 결과적으로 개인의 행위에 까지도 영향을 미칠 수 있다는 점이다.

이러한 자아 차이 개념을 온라인 환경으로 확장해 본다면, 자신의 관점에서 바라본 실제 자아와 온라인 커뮤니티 상에서 창조된 가상 자아 사이에도 어떠한 차이가 존재할 것이라는 가정할 수 있다. 만약 누군가 '당신은 누구인가' 라는 질문을 던진다고 했을 때, 사람들은 실제 물리적 세계에 존재하는 자아와 온라인 커뮤니티 내에서 자신이 만들어낸 자아 사이에 어떠한 차이가 존재함을 지각할 수 있을 것이다. 본 연구는 자아 차이 이론(Self discrepancy theory)과 앞서 언급한 자기 도식화 개념을 도입하여 자신의 관점에서 바라보는 실제 자아와 가상 자아의 차이를 각각 (1) 개인적 자아 차이(Personal self-discrepancy)와 (2) 사

회적 자아 차이 (Social self-discrepancy)로 구분하였다. 이때 개인적 자아 차이는 실제 자아와 가상 자아의 차이를 개인적 특성 부분에서 고려한 것이고 사회적 자아 차이는 집단이나 사회적 관계 측면에서 파악한 것이다.

2.3 심리적 반응요인

온라인 커뮤니티와 같은 익명성 환경에서 개인은 다양한 심리적 반응을 나타낸다. 익명성이 사회적 지위의 차이, 사회적 억압이나 규제, 그리고 평가에 대한 두려움 등을 완화해 주기 때문이다(Flanagin, 2002; Postmes and Lee, 2000; Rains, 2007). 익명성 환경에서 개인이 경험하는 심리적 반응에는 회복(Recovery), 카타르시스(Catharsis), 자율권(Autonomy) 등이 제시되고 있다(Pedersen, 1997). 회복이란 물리적 세계에서 받았던 상처를 온라인 공간에서 회복하는 것을 의미하며, 카타르시스란 물리적 실제 세계에서 할 수 없었던 자유로운 감정의 표현을 의미한다. 마지막으로 자율권이란 사회적 규범과 규제를 벗어나 창의적인 활동을 하기 위한 새로운 행위의 시도를 의미한다. 이러한 심리적 반응들은 개인이 자신의 정체성을 노출시키는 정도를 스스로 통제 할 수 있을 때 행사할 수 있으며(Rachels, 1975), 각각의 요인에 대해 지각하는 수준이 높을수록 개인들은 익명성 환경에서 자신의 프라이버시 권리가 보장된다고 판단한다(Pedersen, 1997). 만약 온라인 커뮤니티에서 자신의 프라이버시가 보장되지 않는다고 판단된다면 개인들은 자원공유에 대해 부정적인 입장을 취하거나 커뮤니티의 지속적인 활동을 거부할 수도 있다. 본 연구에서는 Pedersen(1997)이 제시한 바와 같이 회복, 카타르시스, 자율권을 온라인 커뮤니티에서 개인이

지각하는 심리적 반응요인으로 설정하였다.

2.4 기여(Contribution)

온라인 커뮤니티에서 기여란 커뮤니티의 공공재 생성을 위하여 개인이 기꺼이 자신의 정보적, 감정적 자원을 커뮤니티 회원들에게 제공하는 정도를 의미한다. 대부분의 온라인 커뮤니티의 자원은 개인 회원들의 자발적인 기여에 의존한다. 즉, 온라인 커뮤니티 사용자들의 정보적, 감정적 자원의 기여는 방문자들을 다시 돌아오게 하고 기존의 회원들이 다른 사람들과 상호작용함으로써 커뮤니티의 인프라를 유지하게 함으로써 커뮤니티를 성장시키고 존속가능하게 만든다(Butler, 2001).

과거 선행연구들은 이러한 자발적 기여 행위를 온라인 커뮤니티의 존속과 성장을 위한 핵심요인으로 파악하였지만, 기여행위의 질적인 측면과 양적인 측면을 구체적으로 구분하지는 않아왔다(예: Wasko and Faraj, 2005). 그러나 최근 온라인 커뮤니티 연구 분야에서 기여의 양적인 측면과 질적인 측면을 구분할 필요가 있음이 제기되었다. 온라인 커뮤니티의 존속과 성장을 예측하기 위하여 기여의 양과 질이 모두 고려되어야 하며 어느 한 면이 다른 한 측면보다 더 중요한 것으로 간주되거나, 한 측면의 중요성이 간과되어서는 안 되기 때문이다(Lou et al., 2011). 이에, 본 연구에서는 기여의 양적 측면과 질적 측면을 개념적으로 구분하였다. 기여의 양적인 측면은 사용자가 얼마나 많은 정보를 제공하는가, 혹은 다른 사람들의 게시물에 반응하는가를 의미한다. 반면, 기여의 질적인 측면은 얼마나 정확하고, 유용하며, 좋은 정보를 커뮤니티 회원들에게 제공하는가를 의미한다.

III. 연구모형

본 연구는 기여 행위의 양과 질을 구분하여 각각 별도의 종속변수로 설정하였으며, 익명성과 관련된 심리적 반응요인(자율권, 회복, 카타르시스)이 기여행위의 질과 양에 어떠한 영향을 미치는지 그 관계를 고찰하였다. 또한 자아 차이 이론을 기반으로 실제 자아와 가상 자아의 차이 정도가 심리적 반응요인에 어떠한 영향을 미치는지 설명하였다. 다음의 <그림 1>은 이렇게 도출된 이론적 연구모형을 나타내고 있다.

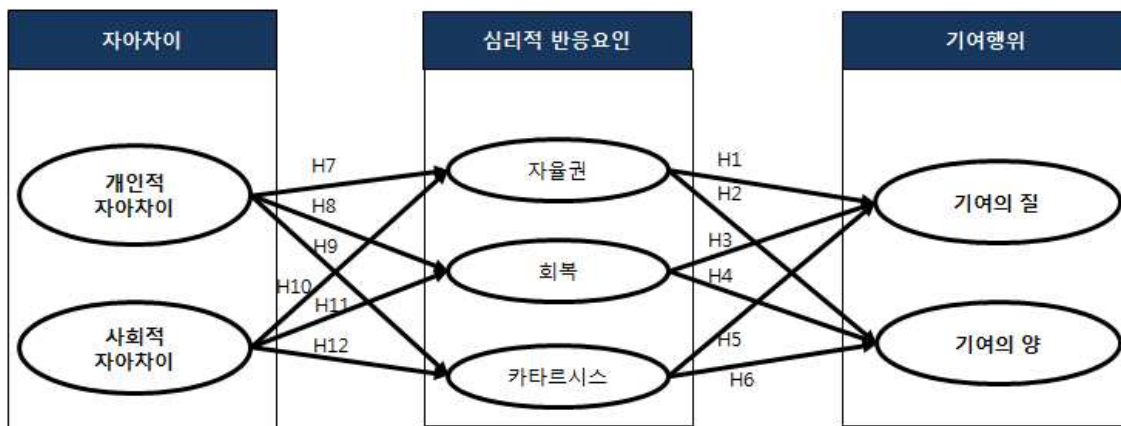
3.1 기여(Contribution)의 선행변인

온라인 커뮤니티에서 기여는 개인 사용자들의 비용-효익 계산을 기반으로 이루어진다(DeSanctis and Gallupe, 1987). 이때 비용은 커뮤니티 공공의 자원 생성을 위해서 개인이 정보를 게시판에 올리거나 혹은 다른 사람들의 글에 댓글을 다는 등의 행위를 할 때 소요되는 시간, 노력 등을 말한

다. 효익은 그러한 정보자원의 제공을 통해서 명성을 얻거나, 즐거움, 발전, 혹은 사회적 관계 등을 획득하는 것을 의미한다. 이때, 자신의 실제 정체성을 감출 수 있다는 점도 온라인 공간이 제공하는 효익 중의 하나로 간주된다(Valacichi et al., 1992). 앞서 토의한 바와 같이, 익명성 환경에서 개인이 지각하는 심리적 반응은 개인의 자원 공유 및 기여 행위에 영향을 미친다. 구체적인 근거는 다음과 같다.

첫째, 자율권(Autonomy)이란 사회적 규범이나 제약으로부터 벗어나 물리적 세계에서 할 수 없었던 새로운 행위를 시도할 수 있다고 지각하는 정도를 의미한다. 사람들은 온라인 공간의 익명성에 기반 하여 오프라인 세계에서 하지 못했던 창조적인 행위를 하거나, 공개하기 어려운 정보를 제공하기도 한다. 따라서 더 높은 수준의 자율권을 지각할수록 기여의 질의 수준도 높아질 것이라는 가설을 도출 할 수 있다. 또한 사회적 평가의 두려움이나 물리적 제약조건으로부터 자유롭다고 지각할수록 개인들은 더 솔직한 의견을 피력하고, 사회적 고정관념이나 틀을 깨는 경향이 있다. 이러한 관점에서, 개인들이 더 높은 수준의 자율권을 지각할수록

<그림 1> 연구모형



기여의 양이 증가할 것이라는 가설을 도출 할 수 있다.

가설 1: 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 자율권(Autonomy)은 기여의 질(Quality)에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가설 2: 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 자율권(Autonomy)은 기여의 양(Quantity)에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

회복(Recovery)은 물리적 실제 세계에서 받았던 나쁜 경험, 상처로부터 심리적 치유를 경험하고 자존감을 회복하는 상태를 의미한다. 이와 유사한 개념으로 온라인 공간에서 심리적 안정감이 개인의 지식 공유 활동에 긍정적인 영향을 미친다는 연구가 보고되었다(Zang et al., 2010). 심리적 회복이 유발하는 효과에 대해서 많은 심리학 문헌들은 개인들이 지각하는 심리적 안위(Psychological well-being)가 타인에 대한 도움행위(즉, 이타적인 행위)로 귀결됨을 보여주고 있다(Daniels and Harris, 2000). 이러한 실증 결과를 기존의 온라인 커뮤니티 정황으로 확장하였을 때, 만약 개인이 물리적 세계에서 받은 상처를 온라인 공간에서 치유하고 심리적 안정감을 지각한다면 공동체를 위한 도움행위에 더욱 적극적인 것이라는 가정을 할 수 있다. 따라서 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 회복의 수준이 높을수록 기여행위의 질과 양은 증가할 것이라는 가설을 도출할 수 있다.

가설 3: 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 회복(Recovery)은 기여의 질(Quality)에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가설 4: 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 회

복(Recovery)은 기여의 양(Quantity)에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

카타르시스(Catharsis)의 사전적 정의는 '마음속에 억압된 감정의 응어리를 언어나 행동을 통하여 외부에 표출함으로써 정신의 안정을 찾는 일'이다(Bushman, 1999). 사회분석 이론에 따르면, 이러한 감정적 정화는 무의식적인 갈등을 해결하고자 하는 욕구와 밀접하게 관련이 있다. Wegman(1985)는 프로이드의 심리분석 결과를 언급하면서 개인의 무의식에 억압되었던 감정들이 히스테리나 분노로 형성될 수 있는데 이때 감정적 카타르시스는 분노를 해소할 수 있는 적절한 대안이 될 수 있다고 주장한다. 가령, 물리적 세계에서 받은 스트레스나 긴장을 해소하기 위하여 온라인 공간에서 자신의 감정을 드러내거나 의견을 자유롭게 표현하는 것도 일종의 카타르시스 행위로 볼 수 있다. 이때, 개인들은 거친 언어, 모욕, 인신공격 등과 같은 반사회적 행위를 통해 카타르시스를 경험하기도 한다. 이와 같이, 온라인과 같이 익명성이 보장되는 환경에서 개인은 자신의 타인의 입장 보다는 자신의 감정에 집중함으로써 카타르시스를 추구하는 경향이 있다. 따라서 카타르시스를 추구하는 경향이 높은 개인일수록 공동체 전체의 공공재에 기여하고자 하는 경향은 낮을 것이라는 추론이 가능하다. 반면, 다른 사람들의 게시글에 답변을 하거나, 자신의 의견을 피력하는 것은 그것이 긍정적이건 부정적이건 커뮤니티의 자원을 양적으로 증가시키는 데에는 기여할 것이다. 따라서 카타르시스는 기여의 질에는 부의 영향을, 기여의 양에는 정의 영향을 미친다고 가정할 수 있다.

가설 5: 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는

카타르시스(Catharsis)는 기여의 질(Quality)에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

가설 6: 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 카타르시스(Catharsis)는 기여의 양(Quantity)에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2 자아 차이 (Self-discrepancy)가 심리적 반응 요인에 미치는 영향

개인적 자아 차이(Personal self-discrepancy)는 자아의 여러 측면 중에서 개인의 외모, 능력 등 개인적 특성이라는 관점에서 파악한 실제 자아와 온라인 커뮤니티에서 창조된 가상 자아의 차이를 말한다. 가령, 어떤 사람들은 실제로 금융 전문가가 아니고 금융관련 교육도 받지 않았지만, 온라인 커뮤니티에서 자신이 마치 금융업계에서 오랫동안 종사한 전문가인 것처럼 행동한다. 반면, 어떤 사람들은 실제로는 매우 학식이 높고 사회적 지위가 높은 사람임에도 불구하고 온라인 공간에서 자신이 마치 학력 및 연령이 낮은 사람처럼 언행을 하기도 한다. 개인의 능력이라는 관점에서 볼 때, 이 두 경우는 모두 가능하다. 그러나 실제 세계에서 자신이 지각하는 자신의 능력보다 온라인 공간에서 창조된 가상 자아의 능력이 우수하다고 지각할수록 사람들은 온라인 커뮤니티에서 더 긍정적인 심리적 상태가 될 것이다. 또한, 실제 세계에서 자신의 학력이나 직업 때문에 인정받지 못하거나 혹은 시도하지 못했던 일들을 온라인 공간에서 창조된 또 다른 자아를 통해서 자유롭게 시도하고자 할 수도 있을 것이다. 이를 통해서 사람들은 더 높은 수준의 통제력, 감정적 정화, 또는 심리적 치유의 경험을 겪게 될 것이다. 즉, 실제 자아의 개인적 능력보다

가상 자아의 개인적 능력이 더 우수할수록 지각하는 자율권, 회복, 카타르시스의 수준이 더 높을 것이라는 예측할 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 도출 하였다.

가설 7: 실제 자아보다 가상 자아의 개인적 능력이 더 우수하다고 지각할수록 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 자율권(Autonomy)의 수준은 높을 것이다.

가설 8: 실제 자아보다 가상 자아의 개인적 능력이 더 우수하다고 지각할수록 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 회복(Recovery)의 수준은 높을 것이다.

가설 9: 실제 자아보다 가상 자아의 개인적 능력이 더 우수하다고 지각할수록 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 카타르시스(Catharsis)의 수준은 높을 것이다.

사회적 자아 차이(Personal self-discrepancy)는 자아의 여러 측면 중에서 자신이 속한 집단이나 사회의 다른 구성원과의 관계라는 관점에서 파악한 실제 자아와 가상 자아의 차이를 말한다. 여기에는 도덕성, 규범성, 사교성 등이 포함된다. 실제 세계보다 온라인 커뮤니티에서는 사회적 규범의 강제성이 약하기 때문에 사람들은 도덕, 규범, 관계에 대해 더 자유롭게 자신을 표현 수 있다. 따라서 도덕적, 사회적으로 금기시 되어 있는 일들을 온라인에서 자유롭게 시도할 수도 있다. 그러나 반대로 온라인 커뮤니티에서 실제 자신보다 더 도덕적이고, 규범을 준수하며, 다른 사람들과의 사회적 관계에 많은 노력을 기울이는 사람으로 새로운 자아를 창조할 수도 있다. 중요한 것은 그러한 사회적 능력을 갖추는 것이 물리적 세계보다 적은 노력과 비용

으로 가능하다는 것이다. 만약 자신의 관점에서 실제 자아보다 온라인 커뮤니티의 가상 자아가 더 높은 수준의 도덕성, 규범성, 사교성 등을 갖추고 다른 회원으로부터 그러한 사회적 능력을 긍정적으로 평가 받는다면 사람들은 자신이 익명성 환경에서 행사할 수 있는 자율권, 회복, 카타르시스의 수준을 더 높게 지각할 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 도출할 수 있다.

- 가설 10: 실제 자아보다 가상 자아의 사회적 능력이 더 우수하다고 지각할수록 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 자율권(Autonomy)의 수준은 높을 것이다.
- 가설 11: 실제 자아보다 가상 자아의 사회적 능력이 더 우수하다고 지각할수록 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 회복(Recovery)의 수준은 높을 것이다.
- 가설 12: 실제 자아보다 가상 자아의 사회적 능력이 더 우수하다고 지각할수록 온라인 커뮤니티에서 개인이 지각하는 카타르시스(Catharsis)의 수준은 높을 것이다.

IV. 연구방법

4.1 변수의 측정

본 연구의 종속변수는 기여의 질과 양이다. 기여의 질은 Chiu et al. (2006)의 연구에서 사용하였던 측정지표를 본 연구의 정황에 맞게 수정하여 사용하였다. 기여의 양은 Wasko and Faraji(2005)의 연구에서 사용한 항목을 그대로 사용하였다. 익

명성과 심리적 반응요인(회복, 카타르시스, 자율권)은 Pedersen(1997)의 연구에서 제시된 각각의 개념을 기반으로 설문항목을 개발하여 사용하였다.

실제 자아와 가상 자아에 대한 차이를 지표로 도출하기 위하여 Marsh et al. (1983; 1985)이 제시한 자아개념 측정문항(Tennessee Self-Concept Scale: TSCS)과 자기 기술(Self-Description Questionnaire: SDQ) 문항을 응용하였다. 이 두 측정 문항은 원래 실제 자아와 이상적 자아를 측정하기 위하여 개발된 것으로서, 자아 개념의 여러 측면에 대해 측정하게 하는 것이므로 본 연구의 목적에 부합한다. 먼저 응답자에게 “실제 세계에서 나는 어떤 사람입니까?”라고 질문한 후, TSCS와 SDQ에 제시되었던 문항을 사용하여 응답자 자신의 건강, 외모, 도덕성, 사회성, 지능, 교육수준, 전문성, 사회규범, 사회적 지위 등을 측정하였다. 그 다음, “온라인 커뮤니티에서 나는 어떤 사람입니까?” 라는 질문을 하고 실제 자아를 측정하였던 동일한 세부항목을 제시하고 각각의 사항에 대해 측정하였다. 모든 문항은 5점 척도로 구성되었다. 실제 자아와 가상 자아의 차이를 수치화하기 위하여 9개 각각의 세부 항목을 대상으로 가상 자아 항목 점수에서 실제 자아의 항목 점수 값을 뺀 값을 자아 차이 값으로 사용하였다. 본 연구에서 사용한 세부적인 설문항목은 <표 1>에 제시되어 있다.

4.2 연구 대상 및 자료수집

본 연구의 목적이 고객기반 온라인 커뮤니티의 기여에 관한 것이기 때문에 고객기반 온라인 커뮤니티의 회원들을 연구 대상으로 설정하였다. 본 연구의 설문조사를 위하여 온라인 설문업체에 의뢰하여 설문을 위한 웹페이지를 제작하고 업체가 보유

〈표 1〉 연구 변수 및 측정항목

| 구성개념 | 측정항목 |
|---|--|
| 실제 자아 (Marsh et al., 1983; 1985). -Self-Concept Scale (TSCS)와 Self-Description Questionnaire (SDQ)의 측정항목 중 일부를 수정하여 사용함. | 현실 세계 (오프라인)에서 나는 어떤 사람입니까? 1. 현실 세계에서 나는 신체적으로 건강하다.(*) 2. 현실 세계에서 나는 외모가 잘생겼다(예쁘다).(*) 3. 현실 세계에서 나는 도덕적으로 올바른 행동을 한다. 4. 현실 세계에서 나는 사교적이다. 5. 현실 세계에서 나는 현명하고 똑똑하다 6. 현실 세계에서 나는 학력수준이 높다. 7. 현실 세계에서 나는 특정분야의 전문적인 지식을 소유하고 있다. 8. 현실 세계에서 나는 사회적 규범에 순응한다. 9. 현실 세계에서 나는 사회적으로 지위가 높다.(*). |
| 가상 자아 | 내 온라인 커뮤니티 내에서 나는 어떤 사람입니까? 1. 내 온라인 커뮤니티에서 나는 신체적으로 건강하다.(*) 2. 내 온라인 커뮤니티에서 나는 외모가 잘생겼다(예쁘다).(*) 3. 내 온라인 커뮤니티에서 나는 도덕적으로 올바른 행동을 한다. 4. 내 온라인 커뮤니티에서 나는 사교적이다. 5. 내 온라인 커뮤니티에서 나는 현명하고 똑똑하다 6. 내 온라인 커뮤니티에서 나는 학력수준이 높다. 7. 내 온라인 커뮤니티에서 나는 특정분야의 전문적인 지식을 소유하고 있다. 8. 내 온라인 커뮤니티에서 나는 사회적 규범에 순응한다. 9. 내 온라인 커뮤니티에서 나는 사회적으로 지위가 높다.(*). |
| 회복 (Pedersen, 1997) | 1. 내 온라인 커뮤니티에 있으면 다른 사람들로부터 나를 보호할 수 있다는 느낌이 든다. 2. 내 온라인 커뮤니티에 있으면 사회에서 겪었던 나쁜 경험을 잊을 수 있다. 3. 내 온라인 커뮤니티에 있으면 세상으로부터 도피한 것처럼 느낀다. 4. 내 온라인 커뮤니티에 있으면 내 자존심을 회복하는 느낌이 든다. |
| 카타르시스 (Pedersen, 1997) | 1. 나는 내 온라인 커뮤니티 내에서 다른 사람들에게 솔직해 진다. 2. 나는 내 온라인 커뮤니티 내에서 내 감정을 자유롭게 표현한다. 3. 나는 내 온라인 커뮤니티에서 나의 나쁜 감정들도 마음대로 표현을 한다.(*). |
| 자율권 (Pedersen, 1997) | 1. 나는 내 온라인 커뮤니티에서 예전에 하지 않았던 새로운 행동을 할 수 있을 것 같다. 2. 나는 이 온라인 커뮤니티 안에 있으며 좀 더 창조적인 일을 할 수 있을 것 같다. 3. 나는 이 온라인 커뮤니티 안에서 있으면 사회적인 고정관념이나 틀을 깰 수 있을 것 같다. 4. 나는 이 온라인 커뮤니티 안에 있으면 금지된 일들로부터 자유롭다고 느낀다. |
| 기여의 질 (Chiu et al., 2007) | 1. 나는 회원들에게 유익한 내용의 글을 게시한다. 2. 내가 회원들에게 제공하는 지식이나 정보는 믿을만하다. 3. 내가 회원들에게 제공하는 지식이나 정보는 정확하다. |
| 기여의 양 (Wasko and Faraj, 2005) | 1. 평균적으로 이 온라인 커뮤니티에서 얼마나 자주 정보(글/그림/동영상 등)를 게시합니까? 대략 한 달에 ()번 2. 평균적으로 다른 회원들의 글에 대한 반응글 (댓글, 간단한 응답) 등을 얼마나 많이 합니까? 대략 한 달에 ()번 |

* 최종 분석에서 삭제된 항목

주) 자아 차이 = 가상 자아 응답 값-실제 자아 응답 값 (5점 척도)

하고 있는 패널을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 본 연구를 위한 설문조사 기간을 2011년 4월 14일부터 28일까지 2주에 걸쳐 실시되었다. 먼저, 설문을 위한 웹사이트 첫 화면에 “귀하는 현재 온라인 커뮤니티에 가입하여 활동하고 계십니까?”라는 필터링 질문이 제시되도록 하였다. 이 질문에 ‘아니오’라고 응답한 사람들에게는 이 단계에서 설문이 종료되도록 웹페이지를 설계하였다. 다음 질문에서는 가입되어 있는 온라인 커뮤니티 중에서 응답자가 가장 활발하게 활동하고 있는 커뮤니티 하나를 선택하게 하고 모든 질문에 대한 대답은 선택한 커뮤니티를 염두에 두고 답변하도록 하였다. 그리고 그 온라인 커뮤니티의 형태를 물어보았다. “귀하가 설문에 응답하기 위하여 선택한 온라인 커뮤니티의 형태는 다음 중 어디에 해당되십니까?”라는 질문에 다음과 같은 항목을 제시하였다. (1) 취미와 관련된 커뮤니티, (2) 게임이나 오락과 관련된 커뮤니티, (3) 친목도모를 위한 커뮤니티, (4) 기업의 상품이나 서비스와 관련된 소비자 중심의 커뮤니티. 처음 설문을 시작하였던 653명의 사람들 중에서 400명의 설문결과를 확보하였다. 본 연구의 목적이 고객기반 커뮤니티에서 개인 회원이 기여하는 지식의 양과 질을 예측하는 모형을 검증하는 것이므로, 이 중 커뮤니티의 형태를 (4)번 고객기반 커뮤니티라고 응답한 114개의 설문지 결과만을 본 연구의 분석을 위하여 사용하였다.

V. 분석 및 결과

가설 검증을 위하여 본 연구에서는 구조방정식 모델링 기법 중의 하나인 Partial Least Squares

(PLS)를 사용하였다.

5.1 측정모델

측정모형 (Measurement model) 검증은 측정도구의 신뢰도, 수렴 타당도, 판별 타당도 등을 확보하기 위함이다. 수렴 타당도를 검증하기 위하여 요인분석이 실시되었다. 요인분석은 주성분분석법을 사용하였고 직교회전(Varimax) 방식에 의한 고유치가 1 이상인 요인만을 선택하였으며, 개별 항목의 요인 적재량이 0.5 이상이면 유의한 것으로 간주하였다(Hair et al., 2006). 분석결과 카타르시스 1항목(CAT3)은 적재값이 0.5 이하로 나타나 최종 분석에서 삭제하였다. 또한 자아 차이에서 외모를 나타내는 항목(DIS1, DIS2)는 적재값이 0.5 이하로 나타나거나 혹은 다른 요인에 적재되어 이들을 제거하였다. 요인분석 결과 자아 차이는 개인적 자아 차이와 사회적 자아 차이로 구분되었다. 개인적 특성을 반영하는 개인적 자아 차이에는(DIS5, DIS6, DIS7)이 같은 요인에 적재되었으며, 개인의 집단 및 사회와의 관계를 반영하는 사회적 자아 차이에는(DIS3, DIS4, DIS8)이 적재되었다. 요인 적재값과 교차요인의 적재값과의 비교를 통해 각 측정항목의 요인 적재값이 교차요인 적재값 보다 높은 것으로 나타나 판별 타당성을 확보하였다. <표 2>는 요인분석 결과를 나타낸다.

PLS 분석 시 판별 타당성 평가는 추출된 평균분산(Average Variance Extracted: AVE) 값으로 다시 확인할 수 있는데, 하나의 구성개념과 다른 구성개념 간에 공유하는 분산보다 커야 하며 그 값이 0.5 이상이어야 한다(Chin, 1998). <표 3>은 모든 잠재변수의 평균분산추출 제공근 값이 그 잠재변수와의 요인상관계수(Factor correlation) 값

〈표 2〉 요인분석 결과

| | 회복 | 자율권 | 기여의 양 | 사회적 자아 차이 | 개인적 자아차이 | 기여의 질 | 카타르시스 |
|------|--------|--------|--------|-----------|----------|--------|--------|
| REC1 | 0.830 | 0.080 | 0.064 | -0.104 | -0.096 | 0.072 | 0.006 |
| REC2 | 0.772 | 0.227 | -0.065 | -0.144 | -0.224 | -0.012 | 0.144 |
| REC3 | 0.750 | 0.287 | 0.090 | -0.117 | -0.028 | 0.161 | 0.096 |
| REC4 | 0.721 | 0.272 | 0.260 | -0.065 | -0.095 | 0.142 | 0.079 |
| AUT3 | 0.142 | 0.837 | 0.213 | -0.043 | -0.019 | 0.137 | -0.016 |
| AUT4 | 0.261 | 0.742 | -0.020 | -0.116 | -0.104 | 0.073 | 0.215 |
| AUT2 | 0.176 | 0.701 | 0.413 | 0.048 | -0.008 | 0.081 | 0.064 |
| AUT1 | 0.356 | 0.623 | -0.108 | -0.215 | -0.128 | 0.128 | 0.076 |
| QUL1 | 0.039 | 0.070 | 0.863 | 0.025 | -0.021 | 0.077 | -0.076 |
| QUL2 | 0.034 | 0.142 | 0.861 | -0.016 | 0.058 | 0.055 | 0.024 |
| QUL3 | 0.441 | 0.088 | 0.779 | -0.162 | 0.163 | 0.193 | -0.014 |
| DIS4 | -0.187 | -0.084 | -0.056 | 0.822 | 0.094 | -0.086 | -0.003 |
| DIS8 | -0.136 | -0.145 | -0.029 | 0.757 | 0.214 | 0.107 | -0.067 |
| DIS3 | -0.032 | 0.001 | 0.017 | 0.730 | 0.224 | -0.107 | -0.013 |
| DIS7 | -0.092 | -0.071 | 0.058 | 0.036 | 0.790 | -0.131 | -0.020 |
| DIS5 | -0.084 | -0.078 | 0.061 | 0.317 | 0.757 | -0.002 | -0.015 |
| DIS6 | -0.148 | -0.029 | -0.017 | 0.363 | 0.641 | -0.025 | -0.085 |
| QUN1 | 0.157 | 0.162 | 0.065 | -0.060 | -0.032 | 0.875 | 0.058 |
| QUN2 | 0.112 | 0.125 | 0.168 | -0.029 | -0.132 | 0.872 | -0.022 |
| CAT1 | 0.023 | -0.040 | 0.026 | 0.001 | 0.064 | 0.042 | 0.897 |
| CAT2 | 0.280 | 0.190 | -0.024 | -0.081 | -0.023 | 0.093 | 0.787 |

〈표 3〉 구성개념간 상관관계 행렬

| Constructs | Composit Reliability | AVE | Correlations | | | | | | |
|------------|----------------------|-------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| 개인적 자아차이 | 0.703 | 0.922 | 0.960 | | | | | | |
| 사회적 자아차이 | 0.942 | 0.784 | 0.511 | 0.874 | | | | | |
| 회복 | 0.825 | 0.767 | 0.287 | 0.398 | 0.876 | | | | |
| 자율권 | 0.878 | 0.800 | 0.217 | 0.242 | -0.5525 | 0.894 | | | |
| 카타르시스 | 0.927 | 0.875 | -0.108 | -0.071 | 0.318 | 0.501 | 0.935 | | |
| 기여의 질 | 0.920 | 0.949 | 0.004 | 0.134 | 0.356 | 0.366 | -0.405 | 0.974 | |
| 기여의 양 | 0.915 | 0.798 | 0.208 | 0.124 | 0.406 | 0.266 | -0.205 | 0.378 | 0.893 |

보다 크게 나타남을 보여준다. 마지막으로 집중 타당성은 확증요인분석을 통해 혼합신뢰성(Composite reliability)과 평균분산추출(AVE) 값을 사용하여 검증하였다. 〈표 3〉에서 알 수 있듯이 측정항목

들의 혼합신뢰성 지수(Composite reliability) 값이 0.7 이상을 보이고 있으며(Fornell and Larker, 1981), 대각선의 AVE 제곱근값 또한 모두 0.7 이상이면서 다른 변수와의 상관관계보다 큰 것

로 나타났다. 이로써 측정도구의 판별 타당성이 확보되었다고 볼 수 있다.

5.2 구조 모형의 검증

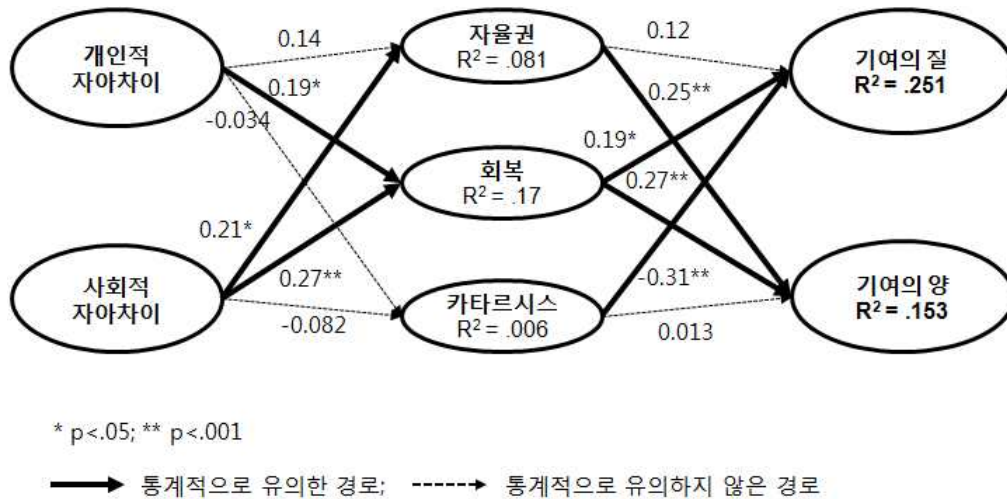
본 연구모형의 측정항목의 적재값과 경로계수의 통계적 유의성을 평가하기 위하여 PLS의 Bootstrapping 기법을 사용하였다(Barclay et al., 1995). 잠재변수들 간의 인과관계를 분석한 구조모형의 결과는 <그림 2>와 같다. PLS 분석결과에 의하면, 회복, 자율권, 카타르시스에 기여의 질과 양에 각각 다른 영향을 미쳤다. 회복은 기여의 질에 정의 영향을 미친 반면, 카타르시스는 기여의 질에 부의 영향을 미쳤다. 또한 자율권과 회복은 기여의 양에 정의 영향을 미치는 반면, 카타르시스는 기여의 양에는 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이로서 가설 2, 3, 4, 5는 채택되었고 가설 1과 가설 6은 기각되었다.

다음으로는 자아 차이와 심리적 반응간의 관계에

대한 검증 결과를 살펴보았다. 먼저, 가설 7, 8, 9는 개인적 자아 차이가 자율권, 회복, 카타르시스에 정의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다. 분석결과는 개인적 자아 차이는 회복에만 정의 영향을 미쳤고, 자율권과 카타르시스에는 유의미한 영향을 미치지 않음을 보여주었다. 이로서 가설 8은 채택되었으며, 가설 7, 9는 기각되었다. 마지막으로, 가설 10, 11, 12는 사회적 자아 차이가 자율권, 회복, 카타르시스에 정의 영향을 미칠 것이라고 예측하였다. 분석 결과는 사회적 자아 차이는 자율권과 회복에 정의 영향을 미쳤으며, 카타르시스에는 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이로서 가설 10, 11은 채택되었으며 가설 12는 기각되었다.

<표 4>는 본 연구에서 매개변인으로 제시한 심리적 반응요인의 매개효과에 관한 검증결과를 나타낸다. 본 연구에서는 매개효과를 검증하기 위하여 SPSS를 사용하여 회귀분석을 실시하였다. 회귀분석기법을 활용한 매개 효과를 검증하는 방법을 아래와 같이 3가지 조건이 만족되어야 한다

<그림 2> 분석결과



〈표 4〉 심리적 반응요인의 매개효과

| 독립변수 | 종속변수 | | | | | | |
|----------------|----------|---------|---------|---------|---------|-----------|----------|
| | 자율권 | 회복 | 카타르시스 | 기여의 질 | 기여의 양 | 기여의 질 | 기여의 양 |
| | 조건 1 | | | 조건 2 | | 조건 3 | |
| 개인적 자아차이 | 0.139* | 0.204** | -0.07 | -0.108 | 0.269* | -0.119 | -0.159 |
| 사회적 자아차이 | 0.184** | 0.252** | 0.03 | 0.140* | 0.108 | -0.77 | 0.024 |
| 자율권 | | | | | | 0.11 | 0.354** |
| 회복 | | | | | | 0.136** | 0.251* |
| 카타르시스 | | | | | | -0.270*** | 0.135 |
| R ² | 0.079 | 0.136 | 0.08 | 0.022 | 0.036 | 0.256 | 0.158 |
| F | 12.767** | 23.24** | 1.157** | 3.361** | 5.591** | 18.098** | 10.189** |

(Baron and Kenny, 1988). 다음과 같은 조건을 만족할 때 부분 매개(Partial mediation)이 발생하였다고 할 수 있다.

- 조건 1: 독립변수가 매개변수에 통계적으로 유의한 영향력이 존재해야 한다.
- 조건 2: 독립변수가 종속변수에 통계적으로 유의한 영향력이 존재해야 한다.
- 조건 3: 독립변수와 매개변수를 동시에 회귀식에 투입하였을 때, 독립변수의 β 값이 유의하지 않거나 혹은 두 번째 회귀식의 β 값보다 작아야 한다.

분석결과 개인적 자아 차이와 사회적 자아 차이는 자율권과 회복에 유의한 정의 영향을 미쳤으나(조건 1 만족), 카타르시스에는 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이로서 카타르시스는 모형에서 매개역할을 하지 않은 것으로 볼 수 있다. 조건 2를 검증하는 회귀식에서 개인적 자아 차이는 기여의 양에 유의미한 영향을 미쳤으나(조건 2 만족), 기여의 질에는 직접적인 영향이 없었다. 반면, 사회

적 자아 차이는 기여의 질에 직접적인 정의 영향을 미쳤으며(조건 2 만족), 기여의 양에는 유의한 영향을 미치지 않았다. 마지막으로 조건 3을 검증하는 회귀식에서는 개인적 자아 차이와 사회적 자아 차이 모두 기여의 질과 양에 유의한 영향을 미치지 않았다(조건 3 만족). 분석된 결과를 종합하면, 회복은 개인적 자아 차이와 기여의 양을 부분 매개하며, 개인적 자아 차이와 기여의 질 사이를 완전 매개 한다는 것을 알 수 있다. 또한 사회적 자아 차이는 회복을 통해서 기여의 양에 완전 매개되며, 자율권을 통해 기여의 질에 부분 매개됨을 알 수 있다.

VI. 결론

6.1 연구결과 요약

본 연구는 고객기반 온라인 커뮤니티 사용자의 기여행위를 예측하기 위하여 사회 심리학적 관점을 기반으로 개인의 자아 차이, 심리적 반응, 기여

행위 사이의 관계를 실증한 연구이다. 특히, 기여 행위를 질적인 측면과 양적인 측면으로 구분하고 어떠한 요인들이 기여의 질과 양에 영향을 미치는지 구조방정식 모형을 통하여 분석하였다. 이를 통하여 고객기반 커뮤니티의 존속과 성장의 메커니즘에 대한 좀 더 폭 넓은 이해를 제공하고자 하였다.

본 연구에서 발견한 주요 내용은 첫째, 개인이 물리적 실제세계에서 지각하는 자아(실제 자아)와 온라인 커뮤니티에서 지각하는 자아(가상 자아)에 유의미한 차이가 존재한다는 것이다. 전통적인 이론에서 제시하였던 바와 같이 본 연구에서도 실제 자아와 가상 자아의 차이는 개인적 능력(지능, 학력, 전문성)을 나타내는 개인적 자아 차이(Personal self-discrepancy)와 사회적 능력(도덕성, 사교성, 규범성)을 나타내는 사회적 자아 차이(Social self-discrepancy)로 구분할 수 있음이 증명되었다. 이러한 결과는 기존의 사회 심리학 분야의 자아 정체성 이론을 온라인 정체성 연구로 확장할 필요가 있음을 시사한다.

둘째, 본 연구의 분석 결과 가상 자아의 개인적 능력을 실제 자아보다 우수한 것으로 지각할수록 더 높은 수준의 회복을 경험한다는 것이 밝혀졌다. 또한 가상 자아의 사회적 관계를 실제 자아보다 우수한 것으로 지각할수록 더 높은 수준의 자율권과 회복을 경험하는 것으로 나타났다. 이 결과는 온라인 커뮤니티에서 창조되는 또 다른 개인의 자아를 좀 더 긍정적인 방향으로 유도할 필요가 있음을 나타낸다. 기존의 선행 연구들은 온라인 커뮤니티의 설계방식이 사용자의 자아 정체성 형성에 영향을 미친다고 주장해 왔다(Ma and Agarwal, 2007; Chang et al., 2010). 그러나 구체적으로 어떠한 방식으로 커뮤니티를 설계해야하는지 논의되지 않아왔다. 본 연구의 결과는 커뮤니티 설

계에 개인의 능력을 표현하는 부분과 사회적 관계를 표현하는 부분을 구분하고, 실제 자신이 지각하는 자아보다 더 긍정적인 자아를 창조하도록 유도할 필요가 있음을 시사한다. 본 연구에서는 가상 자아에 대한 자신의 평가 점수에서 실제 자아에 대한 자신의 평가 점수를 뺀 값을 자아 차이의 값으로 사용하였다. 따라서 가상 자아의 능력이 우수할수록 자아 차이의 값이 크지만, 실제 자아의 능력이 가상 자아의 능력보다 우수 할 경우에는 음수가 나오게 된다. 따라서 만약 실제 자아보다 가상 자아의 개인적 능력이 낮게 표현되는 경우에는 지각하는 회복에 부의 영향을 미치게 된다. 또한 실제 자아의 사회적 능력(도덕성, 규범성, 사교성)보다 가상 자아의 사회적 능력이 낮은 경우에 자율권과 회복에 부의 영향을 미친다. 실제로, 자신의 가상 자아의 사회적 능력부분을 의도적으로 실제 자아보다 낮은 수준으로 표현하며 온라인 공간에서 악성 댓글을 달거나, 커뮤니티의 규범을 깨고, 반사회적인 행동을 하는 경우가 있다. 본 연구의 결과는 가상 자아가 실제 자아보다 부정적인 방향으로 창조될 경우 개인이 익명성 환경에서 지각하는 다양한 심리적 요인에도 부정적인 영향을 미친다는 것을 보여주고 있다. 따라서 본 연구는 현재 이슈가 되고 있는 온라인 커뮤니티의 익명성 통제에 의미 있는 시사점을 제공해 줄 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구의 분석 결과는 자율권, 회복, 카타르시스가 각각 기여의 질과 양에 서로 다른 영향을 미친다는 것을 보여주고 있다. 자율권은 기여의 양에 정의 영향을 미치는 반면 기여의 질에는 유의미한 영향을 미치지 않았다. 회복은 기여의 질과 양 모두에 유의미한 정의 영향을 미쳤다. 또한 카타르시스는 기여의 질에 부의 영향을 미치며 기여의 양에는 유의미한 영향을 미치지 않았다. 이러

한 결과는 온라인 커뮤니티 사용자의 기여행위를 질적인 측면과 양적인 측면을 구분하여 설명하는데 도움을 준다. 지금까지 선행 연구는 커뮤니티 사용자의 기여행위를 설명하기 위하여 많은 시도를 하여왔지만 질적인 측면과 양적인 측면을 각각 구분한 연구는 많지 않았다. 본 연구의 결과를 통해서 기여의 질과 양에 각각 다른 요인들이 영향을 미친다는 것이 증명되었다. 주목할 부분은 카타르시스와 기여의 질에 부적인 관계가 존재한다는 점이다. 본 연구의 결과는 카타르시스는 익명성 환경에서 개인이 심리적으로 반응하는 중요한 요소 중의 하나지만 어떠한 규제 없이 감정적 표출을 자유롭게 하도록 커뮤니티를 설계하는 것은 커뮤니티 자원의 질을 저해 할 수 있다는 것을 나타낸다. 따라서 온라인 커뮤니티 설계에서 개인이 지각하는 자율권, 회복, 카타르시스의 수준에 대해 적절한 균형을 유지하는 것이 중요하게 고려될 필요가 있다.

6.2 연구의 의의 및 한계

본 연구는 고객기반 온라인 커뮤니티의 존속과 성장을 이해하는데 다음과 같은 학문적 기여를 한다.

본 연구가 갖는 첫 번째 의의는 이론적이고 탐색적인 수준에 머물러 있던 온라인 정체성을 고객기반 온라인 커뮤니티 정황에서 실증하였다는 것이다. 최근 온라인 상에서 창조되는 가상 자아에 대한 이론적 실무적 관심이 증가되고 있음에도 불구하고, 아직까지 온라인 정체성을 조작화하고 이를 지표화 함으로써 다른 변수와의 관계를 실증하는 노력은 본격화 되지 않았다. 본 연구는 전통적인 사회 심리학 분야의 자아 정체성 이론을 온라인 정체성으로 확장하여 실제 자아와 가상 자아의 차

이를 개념화함으로써 온라인 정체성 연구에 기여하였다. 향후 온라인 자아, 혹은 온라인 정체성과 관련된 연구에서 본 연구의 자아 차이 개념이 활용될 수 있으리라 기대한다.

본 연구의 두 번째 의의는 온라인 본 연구는 온라인 커뮤니티의 기여 행위를 설명함에 있어 기존의 동기적 요인 이외에 다양한 사회 심리적 요인을 반영하였다는 점에서 이론적 의의가 있다. 그동안 온라인 커뮤니티의 기여 행위에 대한 연구는 대부분 개인 사용자의 내재적, 외재적 동기에 초점이 맞추어져 왔다. 반면, 익명성 환경에서 개인이 지각하는 자아 정체성 및 심리적 반응이 기여행위에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 고찰은 심도 있게 이루어 지지 못해왔다. 본 연구의 결과는 실제 자아와 가상 자아의 차이, 익명성에 대한 심리적 반응요인, 기여행위 사이의 관계를 증명함으로써 온라인 커뮤니티의 공공재 생성 메커니즘에 대한 이해를 넓히는데 기여하였다.

연구의 세 번째 의의는 커뮤니티 기여 행위를 질적인 측면과 양적인 측면으로 구분하고 각각의 측면에 사회 심리적 요인이 서로 다른 영향을 미친다는 것을 증명함으로써 기여 행위에 대한 이론적 기반을 제공하였다는 점에서 의의가 있다. 지금까지 선행 연구 들은 기여행위를 하나의 단일한 구성 개념으로 이해해 왔으며 대부분 얼마나 자주 혹은 많이 정보를 제공하였는가라는 양적인 측면이 강조되어 왔다(Lou et al., 2011). 그러나 기여의 양적인 측면만으로 온라인 커뮤니티의 존속과 성장을 설명하는 것은 충분치 않다. 이러한 관점에서 최근의 연구는 양적 측면과 질적 측면을 구분할 필요가 있음 강조하고 있다(Chiu et al., 2006, Peddibhotla and Subramani, 2009). 본 연구는 기여 행위의 질적인 측면과 양적인 측

면에 심리적 요인들이 어떻게 영향을 미치는지 설명함으로써 온라인 커뮤니티 기여행위의 메커니즘 설명에 이론적으로 기여하였다.

본 연구는 실무적으로도 많은 기여를 한다. 첫째, 제시한 연구모형은 고객기반 온라인 커뮤니티의 공공재 생성을 위해 필수적으로 요구되는 사용자의 기여 행위를 촉진시키는데 어떠한 요인이 고려되어야 하는지 이해하는데 도움을 준다. 커뮤니티 관리자 자신이 자신의 현재 커뮤니티가 제공하는 기능들이 사용자들의 심리적 반응요인(자율권, 회복, 카타르시스) 중 어떠한 요소들이 기여의 질과 양을 향상시키는 데 기여하는지를 이해하고 진단하는 데에 유용하게 사용될 수 있다. 커뮤니티 관리자들은 현재 커뮤니티가 제공하는 기능이나 설계가 사용자의 회복, 자율권, 카타르시스를 얼마나 촉진시키는지 진단하기 위하여 본 연구에서 제시하는 측정 항목을 활용하여 사용자들의 만족도를 평가하고 그 결과를 커뮤니티의 기술적 기능을 추가하거나 삭제하는데 활용할 수도 있을 것이다.

둘째, 본 연구에서는 고객기반 온라인 커뮤니티에서 기여의 질과 양에 미치는 심리적 반응 요인의 영향이 서로 다르다는 점을 제시하였다. 커뮤니티의 성장 주기와 유형을 고려하였을 때, 기여의 질과 양 각각의 측면의 중요도가 다를 수 있다. 가령, 커뮤니티 생성 초기단계에는 먼저 커뮤니티 공공자원의 양적인 측면이 강조될 수 있다. 이 경우 사용자가 지각하는 자율권과 회복의 수준을 높일 수 있도록 커뮤니티 운영 전략을 수립할 필요가 있을 것이다. 반면, 정보적 자원의 양적인 측면보다 질적인 측면이 중요시 되는 단계에서는 사용자가 지각하는 회복의 수준을 높여야 하는 반면, 카타르시스의 수준이 지나치게 높아지지 않도록 주의할 필요가 있을 것이다. 기여의 질적 측면과

양적 측면 사이에 상쇄 관계(Trade-off)가 존재하는지 관찰 할 필요도 있다. 왜냐하면 선행 연구에 따르면 대체로 기여의 질적인 측면이 강조되면 양적인 측면이 저해되고, 반대로 양적인 측면이 강조되면 질적인 측면이 저해되는 경향이 있다 (Peddibhotla an Subramani, 2009). 본 연구에서는 기여의 질적인 측면과 양적인 측면 사이에 직접적인 상쇄관계는 증명하지 못하였다. 그러나 만약 커뮤니티 내에서 이러한 상쇄관계가 발견된다면 기여의 양적, 질적 측면에 미치는 요인들에 더욱 주의 깊은 관심을 기울일 필요가 있을 것이다.

셋째, 본 연구는 물리적 세계의 실제 자아와 온라인 커뮤니티의 가상 자아 사이에 유의미한 자아 차이가 존재하고, 이 자아 차이의 정도에 따라 개인의 심리적 반응 정도가 달라진다는 것을 증명하였다. 이 점이 본 연구의 가장 중요한 실무적 기여라 할 수 있다. 연구 결과에서 나타나듯이 개인적 능력 부분과 사회적 능력부분에서 실제 자아 가상 자아가 긍정적으로 표출될 때 더 긍정적인 심리적 반응을 나타낸다는 점은 온라인 커뮤니티 설계에 중요한 시사점을 제공한다. 온라인 커뮤니티 설계와 운영 전략에 있어서 온라인 커뮤니티에서 창조되는 가상 자아를 실제 자아보다 긍정적으로 형성되도록 유도하는 전략이 필요할 것이다. 현재 많은 온라인 커뮤니티에서 개인의 전문성에 대해 평가하고 보상하는 기제는 마련되어 있다. 그러나 사회적 능력 측면에 대한 평가와 보상은 강조되지 않고 있다. 따라서 온라인 커뮤니티 내에서의 도덕성, 사교성, 규범성을 평가할 수 있는 장치와 보상 기제를 마련하는 것이 필요함을 제언한다. 이러한 장치들을 통하여 가상 자아의 형성에 긍정적인 영향을 미침으로써 궁극적으로는 기여의 질과 양을 향상시킬 수 있음을 제언한다.

이와 같은 학술적, 실무적 기여에도 불구하고, 본 연구가 갖는 몇 가지 한계점에 대해 언급하고자 한다. 첫째, 본 연구는 제안된 연구 모형을 검증하기 위하여 114명의 고객기반 온라인 커뮤니티 사용자들로부터 수집된 자료를 분석에 사용하였다. 114개의 데이터 포인트는 양적인 분석을 수행하는데 필요조건을 충족시키기는 하지만 7개의 변수와 12개의 연결 관계에 대한 가설을 검증하는데 충분한 양의 데이터를 확보하였다고 보기 어려울 수도 있다. 따라서 좀 더 많은 데이터를 분석에 사용한다면 좀 더 공고한 연구결과를 도출 할 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구에서는 자아 차이 이론을 바탕으로 자신의 관점에서 바라본 실제 자아와 가상 자아의 차이를 연구 모형에 사용하였다. 전통적 자아 차이 이론에서는 여러 자아의 측면에서 발생하는 차이가 다양한 정서를 유발한다고 설명하고 있다. 그러나 본 연구에서는 실제 자아와 가상 자아의 차이만을 사용하였고, 전통적인 심리학 분야에서 결과 변수로 사용하였던 자존감(Self-esteem) 등의 변수를 모형에 포함시키지 않았다. 따라서 향후 연구에서는 자아 차이로 인해 유발되는 다양한 변수들이 함께 고려될 필요가 있다.

셋째, 본 연구에서는 기여행위의 질(Quality)과 양(Quantity)을 설문 응답자의 자기보고 형식에 의해 자료를 수집하였다. 사용자들이 기여한 정보의 질과 양을 개인의 주관적 응답으로 평가하는 것은 수집된 자료의 객관성을 충분히 보장하지 않는다. 따라서 향후 연구에서는 기여행위의 질과 양을 객관적으로 측정할 수 있는 방안이 강구될 필요가 있다. 가령, 사용자가 제공한 정보에 대한 객관적인 평가 자료나 일정 기간 동안 실제로 얼마나 많은 글을 게시 하였는지를 정량화 하여 측정하는 것도 좋은 대안이 될 것이다.

참고문헌

- 한덕용 외 7인 공저 (2007), 사회심리학, 학지사.
 홍성열 (2008), 사회심리학, 시그마프레스.
 Bock, G.W., Zmud, R.W., Kim, Y.G., and Lee, J. N. (2005), "Behavioral Intention Forming in Knowledge Sharing: Examining the Roles of Extrinsic Motivators, Social Psychological Forces, and Organizational Climate," *MIS Quarterly*, 29(1), 87-111.
 Barclay, D., Higgins, C., and Thompson, R. (1995), "The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling, Personal Computer Adoption and Use as an Illustration," *Technology Studies*, 2(2), 285-309.
 Baron, R. B., and Kenny, D. A. (1986), "The Moderator-mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations," *Journal of Personality and Social Psychology* 51(6), 1173-1182.
 Bushman, B., Baumeister, R., and Stack, A. (1999), "Catharsis, Aggression, and Persuasive Influence: Self-Fulfilling or Self-Defeating Prophecies?" *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(3), 367-376
 Butler, B.S. (2001), "Membership Size, Communication Activity, and Sustainability: A Resource-based Model of Online Social Structures," *Information Systems Research* 12(4), 346-362.
 Chang, T.T., Tan, B., and Liang, X. (2010) "Electronic Word-of Mouth: An Integration of Social Influence and Identity," *ICIS Proceedings*, Paper 92.

- Chin, W. W. (1998), "Issues and Opinion on Structural Equation Modeling," *MIS Quarterly*, 22(1), 7-15.
- Chiu, C. M., Hsu, M. H., and Wang, T. G. (2006), "Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities: An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories," *Decision Support Systems*, 42(3), 1872-1888.
- Daniels, K., and Harris, C. (2000), "Work, Psychological Well-being and Performance," *Occupational Medicine*, 50(5), 304-309.
- Dellarocas, C. (2003), "The Digitization of Word of Mouth: Premise and Challenges of Online Feedback Mechanisms," *Management Science*, 49(10), 1407-1424.
- DeSanctis, G., and Gallupe, R. B. (1987), "A foundation for the study of group decision support systems," *Management Science*, 33(5), 589-609.
- Flanagin, A. J., Tiyaamoronwong, V., O'connor, J., and Seibold, D. R. (2002), "Computer-mediated Group Work: The Interaction of Member Sex and Anonymity," *Communication Research*, 29(1), 66-93.
- Figallo, C. (1998), *Hosting Web Communities: Building Relationships, Increasing Customer Loyalty, and Maintaining a Competitive Edge*, John Wiley & Sons, Inc.
- Fornell, C., and Larcker, D.F. (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Franzios, S. L. (1996), *Social Psychology*, Madison: Brown & Bench Mark.
- Hagel, J.III., and Armstrong, A. G. (1997), *Net Gain: Expanding Market through Virtual Communities*, Harvard Business School Press, Boston.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin B. J., Anderson, R. E., and Tatham, R. L. (2006), *Multivariate Data Analysis*, 6th, Upper Saddle River, NJ: Pearson.
- Higgins, E. T. (1987), "Self-discrepancy: A Theory Relating Self and Affect," *Psychological Review*, 94(3), 319- 340.
- Higgins, E. T. (1987), *Self-discrepancy Theory: What patterns of Self-Beliefs Cause People to Suffer?* In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, (Vol. 22, pp. 93-136). New York: Academic Press.
- Higgins, E. T. (1999), *Self-Discrepancy: A Theory Relating Self and Affect*, In R. F. Baumeister (Ed.), *The Self in Social Psychology* (pp. 150-181). Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Kihlstorm, J. F., and Cantor, N. (1984), *Mental Representations of the Self*, In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 17, pp. 1-47), New York: Academic Press.
- Lou, J., Lim, K., Fang, and Peng, Z. (2011), "Drivers of Knowledge Contribution Quality and Quantity in Online Question and Answering Communities," *PACIS 2011 Proceedings*, Paper 420.
- Ma, M., and Agarwal, R. (2007), "Through a Glass Darkly: Information Technology Design, Identity Verification, and Knowledge Contribution in Online Communities," *Information Systems Research*, 18(1), 42-67.
- Marcus, B., Machilek, F., and Schutz, A. (2006), "Personality in Cyberspace: Personal Web Sites as Media for Personality Expressions

- and Impressions," *Journal of Personality and Social Psychology*, 90(6), 1014-1031
- Markus, H. (1977), "Self-schemata and Processing Information about the Self," *Journal of Personality and Psychology*, 35(2), 63-78
- Marsh, H. W., Smith, I. D., and Barnes, J. (1983), "Multitrait-multimethod Analyses of the Self-Description Questionnaire: Student-teacher Agreement on Multidimensional Ratings of Student Self-concept," *American Education Research Journal*, 20(3), 333-357.
- Marsh, H. W., Parker, J., and Barnes, J. (1985), "Multidimensional Adolescent Self-concept: Their Relationship to Age, Sex, and Academic Measures," *American Education Research Journal*, 22(3), 422-444.
- McMillan, D. W., and Chavis, D. M. (1986), "Sense of Community: A definition and Theory," *Journal of Community Psychology*, 14(1), 6-23.
- Pedersen, D. M. (1997), "Psychological Functions of Privacy," *Journal of Environmental Psychology*, 17(2), 147-156.
- Peddibhotla, N. B., and Subramani, M. R. (2009), "Contributing to Public Document Repositories: A Critical Mass Theory Perspective," *Organization Studies*, 28(3), 327-346.
- Postmes, T. and Lea, M. (2000), "Social Pressures and Group Decision Making: Anonymity in Group Decision Support Systems," *Ergonomics*, 43(8), 1252-1274.
- Rains, S. A. (2007), "The Impact of Anonymity on Perceptions of Source Credibility and Influence in Computer-Mediated Group Communication," *Communication Research*, 34(1), 100-125.
- Rheingold, H. (1994), *The virtual community: homesteading on the electronic frontier*, New York, NY: Harper Perennial.
- Roberts, J. A., Hann, I. H., and Slaughter, S. A. (2006), "Understanding the Motivation, Participation, and Performance of Open Source Software Developers, A Longitudinal Study of the Apache Projects," *Management Science*, 52(7), 984-999.
- Suh, A., Shin, K., and Lee, J. (2010), "The Effects of Multi-identity on One's Psychological State and the Quality of Contribution in Virtual Communities: A Socio-Psychological Perspective," *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 20(1), 57-79.
- Valacich, J. S., Jessup, L.M., Dennis, A.R., and Nunamaker, J. F. (1992), "A Conceptual Framework of Anonymity in Group Support Systems," *Group Decision and Negotiations*, 1(3), 219-241.
- Wasko, M. M., and Faraj, S. (2005), "Why Should I Share? Examining Social Capital and Knowledge Contribution in Electronic Networks of Practice," *MIS Quarterly*, 29(1), 35-57.
- Wegman, C. (1985). *Psychoanalysis and Cognitive Psychology*. Orlando, FL: Academic Press.
- Whitbourne, S. K., Connolly, A. (1999), *The Developing Self in Middle: Psychological and Social Development in Middle Age*. Academic Press, New York.
- Zang, Y., Fang, Y., Wei, K., and Chen, H. (2010), "Exploring the role of psychological safety in promoting the intention to continue sharing knowledge in virtual communities," *International Journal of Information Management*, 30(5), 425-436.

The Influence of Self-discrepancy on One's Contributive Behaviors in Customer-based Online Communities

Suh, Ayoung*

Abstract

Organizing and maintaining customer-based online communities are becoming increasingly important in current business environment. Companies can utilize the member generated contents in developing their products and services and they can establish close relationships with their customers. This paper investigates how customer-based online communities increase individual members' contributive behaviors. Drawing on the social psychology literature, this study adopts the concept of self-discrepancy rooted in self-identity and derive an index for self-discrepancy by using the differences between actual and virtual self-identities. Furthermore, this study examines the relationship between the self-discrepancy and the anonymity-related psychological factors (autonomy, recovery, and catharsis), which in turn influence quality and quantity of contribution. Analysis of 114 respondents showed that self-discrepancy between actual and virtual selves has two different sub-dimensions (personal self-discrepancy and social self-discrepancy) and each dimension has different effect on the quality and quantity of contribution through the mediation of autonomy and recovery. Notably, catharsis negatively influenced quality of contribution. Theoretical and practical implications are discussed based on the major findings.

※ Key Words: Customer Relationship Management, Customer-based online community, Anonymity, Psychological response, Contribution

* Ewha Womans university