

웹소설 사용자 이해를 위한 데이터 기반 페르소나 분석: 정량적 행동 패턴 데이터 중심으로¹⁾

Data-driven Persona Analysis for Understanding Web Novel Users: Focusing on Quantitative Behavioral Pattern Data

하상집 (Sangjip Ha)

국민대학교 비즈니스IT전문대학원²⁾

박도형 (Do-Hyung Park)

국민대학교 비즈니스IT전문대학원³⁾

〈 국문초록 〉

본 연구는 웹소설 이용자에 대한 이해를 돕고자 웹소설 사용자의 행동 유형을 정량적으로 검증하고자 하였다. 이를 위해 연구의 방향은 다음과 같이 진행되었다. 먼저 웹소설 이용자들이 어떤 주된 이용 동기를 갖고 작품을 읽는지를 다른 디지털 콘텐츠의 이용 동기를 참조하여 조사를 진행하였으며, 추가로 이용자의 구체적인 행동 유형도 수집하였다. 그 결과, 웹소설 이용 동기는 '타인과의 대인관계 및 정보 습득', '여가 활동', '현실도피/긴장 해소' 요인으로 나타났다. 또한 구체적으로 어떤 이용 동기에 따라 차이가 나타나는지 군집분석을 한 결과로 여가 활동 이용 동기가 특히 높은 유형의 집단인 '취미 생활'형, 현실 도피 및 긴장 해소 특성이 매우 높은 집단인 '스트레스 해소'형, 타인과의 대인 관계 및 정보 습득이 높은 집단인 '커뮤니케이션'형, 마지막으로 전반적으로 다른 동기 특성 모두 높게 나오는 '다목적'형으로 분류되었다. 이후에 군집 유형 간 특징을 알아보기 위해 차이가 있는 행동 유형을 페르소나로 정리하였다. 이를 통해 본 연구의 이론적 공헌으로 웹소설 이용자의 이용 동기를 밝혀냈다는 점에서 의의가 있으며, 실무적 공헌으로는 이용자의 이용 동기와 행동 패턴을 결합한 페르소나를 구성하여 실제 대표적인 사용자에게 가깝도록 시각화하여 실제 작가, 플랫폼 담당자, 사용자들에게 실무적으로 유용한 지표를 마련하는 것으로 웹소설 서비스의 고도화에 도움이 될 것으로 기대하고 있다.

주제어: 웹소설, 이용동기, 행동 패턴, 페르소나, 데이터 기반 페르소나

1) 본 논문은 2022년 국민대학교 비즈니스IT전문대학원 하상집의 석사학위논문 "웹소설 이용자 특성과 구성요소, 작품 특징이 몰입과 만족에 미치는 영향에 관한 연구"를 기반으로 작성

이 논문 또는 저서는 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 인문사회분야 중견연구자지원사업의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2020S1A5A2A01040055)

2) 제1저자, tkdwlq11@naver.com

3) 교신저자, dohyungpark@kookmin.ac.kr

1. 서론

웹소설은 디지털 공간에서 창작, 소비, 유통되는 소설을 통칭하는 의미로 디지털 기기를 통해 이용할 수 있는 콘텐츠이다(남유민, 2019; 한혜원, 정은혜, 2015; 김경애, 2015; 이진웅, 위군, 2017). 초기 웹소설은 팬덤(fandom) 문화를 중심으로 팬을 통해 2차 생산된 창작물 중 하나로 인터넷 문학, 인터넷 소설 등 다양한 의미로 혼용되어 쓰여 왔다. 하지만 점차 인터넷을 이용하는 사용자들이 증가하고 전문적인 웹소설을 유통하는 플랫폼이 등장하게 되면서 이전의 웹소설과는 다른 새로운 개념이 정립되기 시작하여 현재에는 웹소설의 의미가 체계적인 과정을 통해 육성된 작가들이 웹소설 플랫폼상에서 연재하고 있는 상품이라는 의미로 자리 잡고 있다(한혜원, 2012; 남유민, 2019). 웹소설의 주요 특징은 전통적인 소설 문학과는 다른 인터넷을 통해 사람들 사이에 발표되고 연재되는 특징을 가지고 있고 디지털 환경에 최적화된 형태로 구현되고 있다. 디지털 상으로 구현된 화면은 소비자들에게 페이지 형태로 제공이 되며, 사용자가 원하는 설정(ex. 줄 간격, 크기, 폰트 등)에 따라 개인화된 서비스를 제공하고 있다. 또한, 작품 이미지와 삽화(일러스트레이션)를 포함한 다양한 서사 기법과 구조를 선보이고 있으며, 새롭고 좋은 작품을 선보이기 위해 플랫폼 내에서 공모전을 개최하여 우수작품을 선발하거나 베스트 랭킹을 통해 작가 간 경쟁 시스템을 도입하여 운영되고 있다.

웹소설의 과거부터 지금까지의 성장 과정을 살펴보면 크게 세 가지 흐름에 따라 변화되었다(이승환, 2017). 첫 번째는 1990년 중반의 PC 통신 시대에는 데이터의 용량의 한계로 인해 텍스트 위주의 콘텐츠에 관한 관심이 증가하는 시기였다. 또한, 해외에서 일본의 라이트노벨과 영미 소설들이 들어오고 큰 인기를

끌게 되면서 기존의 출판업계에서는 이에 영향을 받아 국내 전통적인 판타지 소설이 출판되기 시작하였다. 이렇게 시작된 소설은 퇴마록, 드래곤 라자, 룬의 아이들 등 대표적인 인기작들로 성공하게 되면서 판타지 소설의 집필과 출판이 증가하는 계기를 마련하였다(이진웅, 위군, 2017). 두 번째 1990년 후반에는 초고속 인터넷이 보급되기 시작하면서 가상의 인터넷 공간인 웹(Web)이 생성되었다. 웹 공간을 통해 기업형 웹소설 연재 사이트(ex. 네이버 웹소설, 문피아 등)가 등장하면서 쉽게 이용자들이 작품 활동할 수 있는 여건이 마련하게 되고 웹소설은 현실에서도 DVD, 만화, 웹소설을 주력 상품으로 한 도서 대여점을 통하여 전국적으로 이용자들이 확산하고 있었다. 이때 출판업계에서는 각 대여점으로 도서를 많이 보내야만 많은 이익을 얻는 구조이기 때문에 수많은 작품을 출판하고 있었다. 하지만 출판업계에서는 상업성만을 고려한 나머지 소설의 내용과 품질 검증에 소홀히 하고 작가들은 인기 있는 작품을 모방하여 글을 쓰면서 새로운 시도를 꺼리는 경향이 생겨나면서 새롭고 재미난 웹소설을 읽고자 하는 소비자들에게 점차 웹소설은 외면받기 시작하였다. 그 이후에 대여점의 수익은 이전보다 감소하면서 웹소설 시장의 성장이 정체되는 시기를 맞이하게 되었다(허만욱, 2011). 세 번째 2010년 전후로 웹소설은 온라인 대여와 유료 연재를 지원하는 플랫폼이 등장하면서부터 다시 성장하기 시작하였다. 웹소설이 성장한 주요 성장 동력으로는 웹소설을 대여해서 읽으면 작품 수익 일부를 작가에게 돌려주는 방식을 채택하여 작가가 안정적으로 글을 더 잘 쓸 수 있는 동기를 확보해주었으며, 작품 한 권 내에 에피소드 편당 가격을 100원이라는 값싼 가격으로 설정하여 책 한 권을 구매하는 것이 아닌 읽고 싶은 만큼 구매하는 방식으로 소설을 읽는 사람들이 쉽게 접근할 수 있도록 활로를 열었다. 그리고 베스트 랭킹이

라는 작가들 간의 경쟁 시스템 도입하면서 작품의 품질과 이용자들의 기대치가 높아지면서 기존의 오프라인 전문 소설 작가들도 온라인으로 유입하여 작품 간 경쟁력을 심화시켰다. 이에 웹소설 플랫폼에서는 검증된 작가들뿐만 아니라 이루어진 연재 코너를 별도로 구성하여 차별화된 작품을 선보이려는 노력을 시도하기도 하였다. 또한, 다양한 구매 모델들을 개발하여 소비자들이 작품을 구매하도록 다양한 전략들을 펼치고 있다. 구체적인 예를 들면 대여/소장 가격을 별도로 책정하고 작품 편수를 무료로 이용할 수 있는 전략을 마련(Ex. 일정 시간 기다리면 작품을 무료로 제공, 무료 25편 제공, 웹소설 무료 이용 쿠폰 등)하였으며, 웹소설 이용자들이 꾸준히 이용할 수 있도록 비즈니스 전략을 수립하여 수익을 극대화를 하고자 노력하였다. 또한, 커뮤니티 공간을 마련하여 작품을 이용하는 마니아층들을 결집시켜 작품 이용 촉진과 디지털상 소문을 통해 다른 사람들에게 작품이 알려짐으로써 웹소설의 매출 규모를 늘리기도 하였다(이승환, 2017).

이러한 웹소설 시장 영역이 확장됨에 따라 최근 웹소설에 대한 학문적 접근이 비교적 최근 다양하게 이루어지고 있다. 국내 웹소설 연구를 살펴보면 먼저 웹소설의 특성과 발전 과정에 대한 체계적으로 접근하려는 시도가 진행되고 있다. 특히 웹소설의 장르, 서사 방식을 기반으로 한 해석을 통해 웹소설로써 정체성을 확립하고 사회구조와 이슈, 그리고 이를 반영하는 작가의 작품 세계를 사회 문제로 해석하고자 하였다(안상원, 2019). 두 번째로 현재 웹소설 시장에 대한 현황을 분석하고 향후 발전 가능성에 대한 관심을 보였다. 이는 국내 웹소설 시장이 어떻게 발전되었으며, 웹소설 작품이 성공하기 위해서 어떤 전략들이 필요한지를 성과 분석함으로써 국내 웹소설 플랫폼, 작가들에게 실증적인 성공 전략을 제안하기도 하였다(권용현, 2020). 또한 웹소설이 2,3차 가공된 콘텐츠로 전

환하였을 때 콘텐츠 시장에서 웹소설 IP가 확장할 수 있는 콘텐츠로 유용한 지 증명하고자 하였다(강보라, 장민지, 2020; 신용재, 이동현, 2016). 세 번째로 웹소설의 이용자에 대한 특성을 파악하기 위한 연구가 수행되어 왔다. 그 결과 웹소설 이용자들은 작품을 읽을 때 현실을 배경으로 쉽게 이해할 수 있는 작품을 읽으려는 경향이 높았으며, 선호하는 스토리나 작가를 적극적으로 쫓아가면서 읽는 것으로 보인다(김경애, 2021; 조수연, 오하영, 2020). 즉 웹소설 이용자들은 현실을 배경으로 상상하면서 능동적이고 자발적인 행동을 특성을 가지고 있는 것으로 나타났다. 또한 독자는 개별적으로 작품을 읽지만 팬덤과 같은 비슷한 부류의 집단을 형성하고 작품 내 영향을 끼치고 있기도 하다. 이 때문에 웹소설 이용자들이 가진 동기 요인을 심층적으로 파악하는 일은 작품의 성공에 직간접적으로 영향을 미칠 수 있기에 구체적으로 어떤지 다루어야 할 필요성이 제안되었다.

따라서 꾸준한 성장세를 보이는 웹소설 이용자들의 이용 동기를 살펴보고 이러한 동기요인이 영향이 미치는 요인들을 살펴보는 것은 중요하게 다뤄져야 한다고 본다. 비약적으로 성장한 웹의 대표적인 콘텐츠로 주목 받는 웹소설이 사용자의 이용행태를 살펴보는 것은 웹소설 업계 관계자뿐만 아니라 학계에서도 충분히 이를 규명하는 데 관심을 가질만하다(조성현 등, 2021).

그러나 실제 웹소설에 관한 관심이 늘어남에도 불구하고 이용하는 사람에 관한 정량적 연구는 부족한 상황이다. 즉, 현재 웹소설은 인기와 다양한 비즈니스 전략으로 시장이 성장하는 추세로 보이지만, 웹소설이 콘텐츠로 인식되고 이를 수용하는 이용자 입장에서의 연구가 부족한 상황이다. 예를 들면 현재 웹소설과 관련 있는 연구들은 대표적으로 웹소설 시장 IP 확장 가능성, 웹소설 작품에 대한 문학적 해석, 장르에

대한 해석, 서사 구조 등 정성적 연구 위주로만 진행되고 있는 상황이었다.

이에 본 연구에서는 웹소설 이용자들이 수동적으로 받아들이는 존재가 아닌 적극적으로 작품을 탐색하고 찾아내고 행동하는 활동을 플랫폼에서 다양한 방식을 통해 하고 있고 또 이러한 행동이 실질적으로 작가와 플랫폼에 반영되어 다른 콘텐츠로써 발전되기 때문에 미디어 사용자 관련된 커뮤니케이션 이론 중 이러한 이용자 특성이 반영되어 설명할 수 있는 이용과 충족 이론을 적용하여 웹소설 이용자가 웹소설을 이용하는 동기가 무엇인지 알아보고 어떤 행동 유형으로 나타나는지 보고자 하였다. 이러한 연구를 통해 기대하는 바는 웹소설을 이용할 때 어떤 동기에 따라 사용자들이 접하게 될지를 중점적으로 확인하고자 하였다. 또한, 연구 결과를 바탕으로 향후 웹소설의 이용 동기에 따라 사용자의 어떤 요소에 관심을 두고 좋아하게 만드는지 알아내게 된다면 작품 선정 및 다른 콘텐츠로 제작에 있어 어떤 것을 중점적으로 제작해야 하는지 파악하는 데 도움이 될 것이라 예상한다.

2. 기존 문헌 연구

2.1. 웹소설이란

웹소설(Web novel)은 웹(Web)과 소설(Novel)의 합성어로 디지털 방식에 맞게 제작되어 온라인상에 읽을 수 있도록 가공된 이야기를 뜻한다(김준현, 2019). 웹소설은 실제 일어난 일이 아닌 가상의 이야기를 다루고 있지만 한편으로는 현시대를 대변하는 이념, 욕망, 사상, 정서 등이 반영이 되어 보편적 특성을 갖게 되는 하나의 장르문학의 범주에 해당되기도 한다. 장르문학은 특정 주제에 대한 관습화된 글의 범주로 로

맨스, 판타지, SF, 무협 등으로 웹소설에서 작품 간 유형을 구분지어 사용되고 있다.

이러한 장르문학에서 웹소설로 자리 잡기까지 웹소설은 대표적으로 ‘팬픽(Fanfic) -> 웹소설’, ‘장르 소설 -> 웹소설’ 순으로 두 가지 과정을 통해 웹소설이라는 개념이 자리 잡게 되었다. 먼저 팬픽에서 웹소설로 넘어간 웹소설인 경우 ‘팬픽(Fanfic)은 팬덤의 하위문화로 10대 소녀들 사이에 팬(Fan)이 쓰는 소설(Fiction)이라는 뜻의 합성어를 의미한다. 또한, 팬픽은 2000년대 초 디지털 기술과 인터넷 기술이 보편화됨에 따라 사이버 공간상에 새롭게 형성된 문화이기도 하다. 팬픽이 등장하게 된 배경으로는 TV나 드라마 같은 대중매체를 통해 연예인을 접한 시청자들이 연예인에 관한 관심과 사랑이 증가하면서 온라인 공간상에 자신이 원하는 스타의 모습을 상상하면서 글을 쓰는 것을 계기로 다른 팬들과 공유하는 사이버 문학이라는 새로운 문화로 발전시켰다. 하지만 팬픽은 내용이 선정적이면서 일탈적인 성격과 지나친 묘사로 인해 한때 정부에서는 유해 정보 검열로 팬픽을 규제하면서 팬픽 작품 활동이 주춤하기도 하였다. 하지만 인터넷상에서 이용자들이 많아지고 표현의 자유가 증가함에 따라 팬픽 작품들에 대한 사람들의 인식이 개선되고 수용 정도가 높아짐에 따라 현재 웹소설은 하나의 장르로써 인정받고 자리매김하고 있다(김훈순, 김민정, 2004). 그리고 두 번째 웹소설의 발전 단계로는 웹소설이 장르 소설에서 파생되어 발전되기도 하였다. 이전의 장르 소설이 등장한 배경에는 ‘해리포터 시리즈’, ‘반지의 제왕’, ‘나니아 연대기’ 등 해외에서 유명한 영미 소설이 국내로 정식으로 발매되면서 인기를 얻고 있었다. 그 때문에 국내에서는 판타지를 배경 설정으로 한 영미 소설에서 영감을 받아 글을 쓰게 되면서 ‘퇴마록’, ‘드래곤 라자’, ‘룬의 아이들’ 등 장르 소설이 출판하게 되었다(이승환, 2017). 장르 소설은 주

로 단행본 형태로 구매, 대여하는 방식으로 이용되고 있었다. 그 이후에 장르 소설의 이용방식은 일정 금액 이상을 지불하고 대여해야 하는 방식으로 이용되다가 점차 출판된 소설을 스캔하고 이미지 파일로 저장해서 작품을 감상하는 형태로 변형되어 이용되어왔다. 그 후 웹상에서 텍스트로만 이용하는 형태로 발전하게 되었으며, 현재는 기존의 출판한 소설을 옮기는 것이 아닌 웹상에 직접 제작하고 배포하는 방식으로 자리 잡게 되었다(허만옥, 2011; 김상현, 박현선, 2020).

2.2. 웹소설과 이용 충족 이론

웹소설의 학문적 논의는 웹소설이 등장한 시기부터 꾸준히 진행됐다. 하지만 웹소설은 웹소설 시장에 대한 전반적인 이해와 성장 가능성과 같은 콘텐츠 시장 관점에서 살펴보거나 작품에 대한 서사 구조 및 저자에 대한 해석, 그리고 당시 사회구조를 반영한 작품에 대한 해석 등 문학적이고 질적인 연구들이 대다수를 차지하고 있었다. 그 때문에 웹소설은 사람들이 왜 이용하는지, 무엇 때문에 이용하는지에 대한 근본적인 설명이 부족하다고 판단하여 이를 보완하기 위해 미디어 커뮤니케이션 이론인 이용과 충족 이론을 통해 웹소설을 살펴보고자 하였다.

이용과 충족 이론은 사람들이 미디어를 이용하게 되는 주된 이유가 개인의 특정한 욕구를 충족시키기 위해 행동한다고 보았으며, 개인의 미디어 이용에 있어 사용자들은 수동적인 존재가 아닌 목적을 갖고 적극적으로 행하는 존재로 인식하였으며, 사용자들은 각자 자신이 가진 이용 동기에 따라 미디어를 선택적으로 이용하고 이를 통해 욕구를 충족시킨다고 보았다(Katz et al., 1973).

미디어에 대한 이용 동기는 미디어의 특성과 이용 목적에 따라 달라지는데 기존의 디지털 매체에 대한

이용 동기들을 살펴보면 사람들은 다양한 이유로 미디어를 이용하는 것으로 보인다. 먼저 전통적인 미디어인 텔레비전은 남녀노소 누구나 오래전부터 이용했던 매체이다. 텔레비전을 보는 수용자들은 개인의 내재적 동기에 따라 프로그램을 선택하게 되고 이 같은 선택은 외부적 요인(보유 미디어, 시청 시간, 편성 요인 등)에 따라 제약이 생기게 되면서 주로 이용하는 동기로는 ‘신화적 문제해결’, ‘호기심/간접 체험’, ‘가족/친구 관계의 윤희유’, ‘유익함’ 4가지 요인에 따라 설명된다고 보았다(박신영, 2010). 이와 같은 동기들은 드라마 시청에도 수용자 태도와 의존에 중요한 요소로 밝혀졌으며, 매체를 접한 사람들은 단순히 오락이 아닌 삶에 대한 이해와 소통을 위해서도 이용하기도 하였다(유세경 등, 2004). 그리고 휴대전화에 대한 이용 동기로는 ‘실시간 정보 활용’, ‘사회적 상호작용’, ‘통합 미디어 기능’, ‘업무상 편의 수단’, ‘일상적 소통 습관’, ‘시간적 동반자’ 5개 요인으로 추출되었으며, 서비스 기능의 이용 정도에 따라 이용 동기가 미치는 영향력이 다르게 나타난다고 보았다. 예를 들면 서비스 기능의 접속 기능과 부가 기능 정도가 높을수록 이용 동기의 ‘통합 미디어 기능’과 ‘실시간 정보 활용’ 동기가 높은 것으로 나타났다(박신영, 2013). 그다음으로 커뮤니케이션 성격이 강한 소셜미디어(SNS)의 이용 동기를 살펴보았다. 소셜미디어(SNS)는 사용자 간 관계 시스템으로 블로그, 커뮤니티, Instagram 등 인적 네트워크 서비스를 제공하고 있다. 소셜미디어의 기능은 개인 간의 상호작용을 지원해주고 있으며, 핵심 서비스로는 사용자들끼리 콘텐츠를 생산, 공유하는 방식을 취하고 있다. 다른 매체와 다르게 소셜미디어(SNS)의 이용 동기의 특징은 대표적으로 ‘유희 추구’, ‘자기표현’, ‘정보 추구’, ‘자기 공유’, ‘커뮤니케이션’ 동기가 다섯 요인으로 나타났다. 이러한 요인들은 평판과 몰입을 매개로 사용자들의 활동을 증가시

키는 것으로 나타났다(정연수 등, 2015). 지금까지 살펴본 매체 별 이용 동기에 대한 종합적인 견해로는 사용하는 매체의 물리적 대상에 따라 서비스 제공 목적과 기능이 달라지며, 이에 따라 이용 동기가 또한 상이하게 나타난 것으로 보인다. 이는 점차 개인화된 기능을 제공하는 매체로 갈수록 개인의 미디어 활용 동기는 추상적이고 세분되어 나타나는 것으로 보인다.

그다음으로는 앞서 언급된 매체마다 이용 동기뿐만 아니라 웹소설 콘텐츠와 유사한 성격을 가진 웹툰, 웹드라마, 전자책에 관한 이용 동기를 살펴보았다. 먼저 웹툰은 웹으로 연재되고 있는 만화로 ‘정보 및 사회적 상호작용’, ‘즐거움/편리성’, ‘현실도피/긴장해소’의 4가지의 이용 동기 요인으로 나타났다. 이러한 요인들은 현실도피/긴장해소를 제외한 나머지 요인에서 웹툰 만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 웹툰 이용자들은 다양한 정보들을 접하거나 다른 사람과 소통을 위해 이용하거나 웹툰이 즐겁고 편리하므로 이용하고 있으며, 이러한 동기의 이용자일수록 만족이 높게 나오는 것으로 밝혀졌다(최민음, 전범수, 2014).

두 번째로 웹드라마는 드라마가 인터넷 또는 모바일에서 시청하고 즐길 수 있는 영상 콘텐츠이다. 선행 연구에서 밝혀낸 웹드라마의 이용 동기는 전통적 TV 이용 동기와 웹 이용 동기가 결합하여 나타났다. 주요 이용 동기를 살펴보면 ‘편리성’, ‘공감 추구’, ‘즐거움 추구’, ‘출연자 선호’, ‘시간 보내기’와 같이 5가지의 동기로 추출되었으며, 5가지 동기 모두 만족에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 실제 이용 행위(지속적 의도, 참여, 공유)와 이용 동기와의 관련 정도를 살펴보면 지속적 의도는 ‘편리성’, ‘공감 추구’, ‘즐거움 추구’, ‘출연자 선호’, ‘시간 보내기’ 요인이 영향을 미쳤으며, 참여는 ‘즐거움 추구’를 제외한 나머지 동기 요인에서 나타났으며, 공유는 ‘편리성’을

제외한 나머지 요인이 영향을 주는 것으로 나타났다(박수철 등, 2015).

마지막으로 전자책은 디지털 기기를 통해 읽을 수 있는 전자화된 책으로 이용의 주요 동기는 ‘상호교류’, ‘기분전환’, ‘재미/흥미’로 나타났다. 이러한 동기 중 ‘상호교류’를 제외한 다른 동기 요인들에서는 지속적 이용 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 동기 요인들은 전자책 이용에서 사용자들이 인식하는 지각된 용이성과 지각된 유용성에 따라 다른 영향이 있었던 것으로 보이며, 이용 동기가 전자책 사용자들의 지속적 이용 의도를 예측하는 주요 요인으로 설명되었다(김경일, 2014).

이처럼 이용 충족 이론은 이용자를 중심으로 내면의 욕구를 어떻게 충족 가능한지에 따라 미디어 매체를 선택적으로 이용하고 그 유형에 따라 영향이 다르게 나타났다. 과거에 이용 충족 이론이 TV, 영화, 신문, 라디오 등 미디어가 연구되었다면 요즘에는 웹툰, 웹드라마와 같은 온라인 콘텐츠와 같이 새롭게 만들어지는 미디어에서도 꾸준히 이용 충족 이론을 적용한 연구들이 사용되고 있다(Lin, 1999).

따라서 본 연구에서는 웹소설 또한 미디어로서 매체의 역할을 가지고 있다는 가정하에 사용자들이 어떤 이용 동기를 가졌는지 파악하고 이용 동기에 따라 구체적인 행동 양상이 어떻게 나타나는지 실증적인 분석을 통해 살펴보고자 하였다.

2.3. Data-driven Persona

본 연구에서는 실증적 분석을 통해 사용자에 대한 이해도를 높이고자 데이터 기반 페르소나를 실시하고자 하였다. 먼저 페르소나는 특정 제품이나 서비스를 이용하는 대표적인 사람에 대한 프로필을 의미하며, 이용하려는 사용자들의 행동, 목표, 동기에 따라 나타

나는 패턴을 한 개인으로 설명하기 위해 고안된 방법이다(McGinn & Kotamraju, 2008). 페르소나는 Cooper에 의해 도입되기 시작하였으며, 초기 만든 목적은 디자이너, 개발자, 관리자, 고객 및 기타 이해 관계자들과 소통을 위한 도구로 만들어졌으며, 이용하는 제품이나 서비스에 대한 목표 지향적 디자인을 설계하기 위해 사용이 되고 있다(Matthews et al., 2012).

페르소나는 개인을 중심으로 단순하면서 보편적인 가치를 탐색하여 디자인 설계에 이용하기 때문에 제품을 사용하는 목적에 대한 본질적인 접근을 시도하려 노력한다(Cooper, 1999). 이는 새로운 제품 기획을 하거나 기존 제품을 개선하기 위한 페르소나를 설정할 때 필요한 자원의 양만큼 설계에 이용할 수 있어 일의 효율을 향상할 수 있는 장점이 있다. 그리고 페르소나는 제품이나 서비스의 초기 성과 지표로써 이용할 수 있다. 페르소나를 통해 설정된 목표는 제품 사용의 개인에 대한 초기 목표 달성이 이루어지고 나면 기업이 원하는 비즈니스 또는 조직의 목표 또한 순차적으로 달성할 가능성을 높여주어 제품이나 서비스에 대한 평가 방향성을 제시해 주기도 한다(Pruitt & Grudin, 2003). 또한, 페르소나는 기업이 원하는 목표와 사용하는 개인의 목표 사이의 격차를 해소하는 역할을 한다. 기업은 고객에게 맞는 서비스 제공으로 더 높은 수익을 창출해내고 개인은 원하는 목표를 손쉽게 연계 만들 수 있도록 페르소나는 이를 연결하는 역할을 맡고 있다. 또한, 페르소나는 제품 구매에 대한 실용적인 근거를 마련할 수 있어서 고객을 설득하기에 용이하다는 장점을 지니고 있다(Blomkvist, 2002).

페르소나를 만드는 방법으로는 일반적으로 스케치, 에스노그래피(Ethnography), 인터뷰 등 다양한 방법들을 활용하여 만들어지고 있다. 하지만 페르소나에 대한 구조화된 방법은 없으며, 페르소나 제작자의 도메인 지식을 바탕으로 상황에 맞게 적용을 시키고 있다

(Pruitt & Grudin, 2003). 하지만 제품이나 서비스에 대한 개념을 잡기 위한 페르소나를 제작하기 위해서 개인의 주관이 들어갈 수밖에 없으며, 이러한 페르소나는 고위급 임원들과 소비자들을 설득하기에는 한계점을 지니는 단점이 존재한다(Seidelin et al., 2014). 따라서 이러한 한계를 보완하고자 데이터 기반 페르소나 방법이 대두되고 있다(McGinn & Kotamraju, 2008).

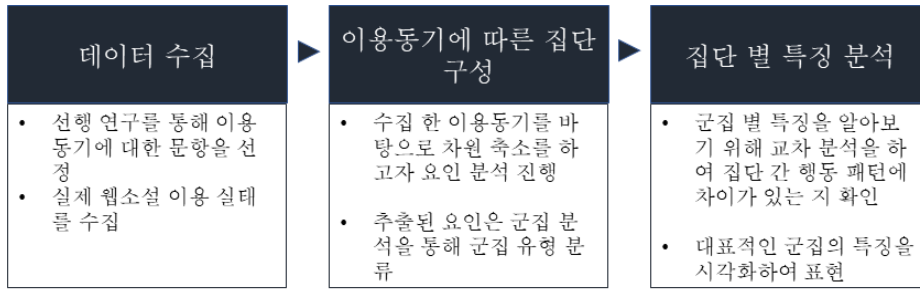
데이터 기반 페르소나는 웹이나 모바일 상에 쌓이는 특정 데이터뿐만 아니라 수집할 수 있는 모든 데이터를 활용하여 사용자에게 대한 인구통계학 정보, 행동 데이터 등을 세부적인 단위로 분류하여 통합하는 방식으로 디자인, 마케팅, 추천 시스템 등에서 많이 사용되고 있다(Goodman-Deane et al., 2018; Konstantakis et al., 2020).

따라서 본 연구에서는 제품 및 서비스에 대한 실용적인 가이드라인을 제공해주고자 단순히 이용 동기에 따른 분류에서 그치지 않고 이들 집단에 대한 고유한 특징을 알아보고자 웹소셜 이용자들에 대한 행동 데이터를 세분화하여 집단 간 차이점 있는 요소들을 통해서 사용자 행동 패턴에 대한 통찰력을 얻고자 하였다.

3. 연구 설계 및 방법

3.1. 연구 프로세스와 대상

본 연구는 웹소셜에 대한 이용 동기를 파악하고 구체적인 행동 패턴과의 관계를 알아보고자 하였다. 이를 위해 먼저 웹소셜을 이용하는 동기는 무엇이 있는지를 조사하고 이용 동기에 따라 실제 사람들의 행동이 어떠한 차이가 있는지를 집단 간 비교를 통해 밝혀내고자 했으며, 주요 특징으로 묶인 집단에 대해 페르소나를 도출하여 설명하고자 하였다. 구체적인 프로



〈그림 1〉 연구 프로세스

세스의 내용은 <그림 1>과 같다.

본 연구의 대상은 웹소설을 이용하는 20-49세를 대상으로 하여 온라인 설문을 통해 진행하였다. 설문에 응한 사람은 총 304명으로 최근 3개월 이내에 읽어본 사람만을 대상으로 자료를 수집 후 분석으로 이용하였다. 설문에 응답한 대상은 남자는 153명(50%), 여자는 151(50%)로 고르게 분포되었으며, 연령대 또한 20대는 102명(33%), 30대 101명(33%), 40대 101(33%)로 균등하게 나타났다. 그리고 웹소설을 마지막으로 읽은 날로는 “최소 1주일 전”은 157명(51%), “최소 2주일 전” 43명(14%), 최소 한 달 전” 63명(20%), 최소 2~3개월 전까지” 41명(13%)으로 나타났으며, 웹소설을 이용한 지 얼마나 됐는지 최소 1개월에서 최대 20년으로 다양하게 나타났다.

3.2. 측정 개념과 분석 방법

웹소설 이용 동기 및 행동에 대한 측정 항목은 <표 1>과 같다. 측정 항목으로는 이용 동기는 중국인 대상으로 웹소설 이용 동기를 측정한 문항과 웹툰의 이용 동기를 참조하여 구성을 하였다(이승주, 정현욱, 2019; 최민음, 전범수, 2014). 웹소설 선행 연구에서는 24개의 항목을 바탕으로 이용 동기를 ‘여가 활동형’, ‘호기심 충족형’, ‘대인관계 유지’형으로 분류하였으며, 웹툰 이용 동기로는 ‘정보 및 사회적 상호작용’, ‘즐거움/

편리성’, ‘현실도피/긴장해소’ 유형의 요소를 세분화하여 이를 본 연구의 웹소설에 맞게 수정하여 이용하였다. 따라서 수정된 웹소설의 이용 동기에 대한 문항으로는 ‘즐거움’은 ‘나는 재미와 즐거움을 위해 웹소설을 본다’로 측정하고 ‘오락’은 ‘나는 기분전환을 위해 웹소설을 본다’, ‘편리성’은 ‘나는 무료 혹은 저렴하게 이용할 수 있어서 웹소설을 본다’와 ‘나는 어플을 통해 쉽게 이용할 수 있으므로 웹소설을 이용한다’, ‘호기심’은 ‘나는 다양한 정보와 지식을 얻기 위해 웹소설을 본다’, ‘대인관계’는 ‘나는 사회 경향을 알기 위해 웹소설을 본다’와 ‘나는 다른 사람들과 대화거리를 얻기 위해 웹소설을 본다’, ‘나는 작가와 소통을 위해 웹소설을 본다’, ‘나는 다른 독자들과 소통을 위해 웹소설을 본다’, ‘현실도피’는 ‘나는 현실을 잠시 잊기 위해 웹소설을 본다’, ‘긴장해소’는 ‘나는 긴장이나 스트레스를 해소하기 위해 웹소설을 본다’로 문항을 구성하였다. 또한, 행동에 대한 측정 항목은 2020년 웹소설 이용자 실태조사에서 전문가 인터뷰를 통해 만들어진 설문 내용을 바탕으로 장르, 읽는 장소, 읽는 시간대, 하루 읽는 시간, 읽는 빈도, 읽는 분량, 작품 진입 시점, 작품 참여 수준, 선독점작/이벤트작 이용 정도를 측정하였다. 장르는 작품에 대한 정형화된 스토리의 틀로 대표적인 장르인 로맨스(현대, 시대 로맨스), 로판(로맨스 판타지), 판타지(정통, 퓨전, 게임, 역사/전쟁 등), 현판(현대 판타지, 스포츠),

무협, 팬픽 및 패러디, 라이트노벨, SF, BL, GL/백합, 성인, 공포 및 미스터리 12가지 항목으로 조사를 진행하였다. 읽는 장소는 웹소설을 읽는 장소에 대한 질문으로 집, 직장, 학교/학원, 교통수단 중 어디서 주로 읽는지를 측정하였으며, 웹소설을 읽는 시간대는 아침 6시부터 3시간 간격으로 다음날 6시까지 구간을 나누어 측정하였으며, 하루 읽는 시간은 ‘10분 미만’, ‘10~30분 미만’, ‘30분~1시간 미만’, ‘1~2시간 미만’, ‘2~3시간 미만’, ‘3시간 이상’으로 측정했으며, 웹소설을 읽는 빈도는 ‘1개월에 한 번’, ‘1개월에 2~3번’, ‘일주일에 1~2번’, ‘일주일에 3~4번’, ‘매일’ 측정했으며, 작품 읽는 분량은 웹소설 완결 기준으로 퍼센트로 계산했을 때 ‘25%’, ‘25%~50%’, ‘50%~75%’, ‘75%~100%까지’를 측정하였다. 연재 진입 시점은 작품마다 읽는 시점이 사용자마다 다르기에 ‘무료 연재 중인 작품’, ‘무료에서 유료 연재로 예정 중인 작품’, ‘유료로 전환된 작품’, ‘무료로 완결된 작품’, ‘기다리면 무료로 연재 중인 작품’으로 문항을 구성했으며, 작품 참여 수준은 작품을 읽는 이용자들이 작품에서 어떤 활동을 하는지 정도를 나타내는 것으로 ‘나는 주로 작품만 읽고 다른 활동은 하지 않는다’, ‘나는 주로 작품에 댓글을 작성하는 편이다’, ‘나는 주로 작품에 대한 추천 글을 작성하는 편이다’, ‘나는 주로 작품을 쓴 작가에게 후원하는 편이다’, ‘나는 주로 작가 커뮤니티에서 활동하는 편이다’로 문항을 구성하였다. 그리고 선독점작/이벤트작 이용 정도는 특정 플랫폼에서만 제공하는 작품이나 이벤트 중인 작품에 대해 이용자들이 얼

마나 이용하는 정도를 물어보는 질문으로 ‘나는 플랫폼에서 먼저 독점적으로 제공하는 작품을 읽는 편이다’, ‘나는 플랫폼에서 이벤트를 하는 작품을 읽는 편이다’ 인지로 측정하고자 하였다.

본 연구의 분석 진행 순서는 웹소설 이용 동기를 먼저 추출하고 동기 요인을 군집화를 하여 군집에 따른 행동 유형을 교차 분석하여 진행하였다. 구체적인 과정으로는 먼저 웹소설의 여러 동기 요인을 간 복잡성을 줄이고 간명하게 설명하기 위해서 요인분석을 실시하였다. 이를 위해서 선행 연구를 통해 수집한 이용 동기를 본 연구에 맞게 변형한 7가지의 요인을 통해 추출하였다. 추출된 7가지의 요인은 즐거움, 오락, 편리성, 호기심, 대인관계, 현실도피, 긴장 해소로 나뉘었으며, 이후 요인 분석을 통한 7가지의 요인에서 차원 축소된 결과 3가지 요인으로 변화하였다. 두 번째로는 축소된 차원 요인의 최적 군집 개수를 찾기 위해서 K-means 군집 분석을 실시하였다. 군집 분석 결과로 총군집은 4가지 유형을 나누어졌다. 세 번째로는 각 군집 별 행동 데이터에 대한 교차 분석을 수행하였다. 구체적으로 교차 분석하기 위해 반영된 데이터로는 인구통계학적 정보(연령, 성별, 이용 경험 정도)와 웹소설 이용자 사용 패턴 정보(장르, 읽는 장소, 읽는 시간대, 하루 읽는 시간, 읽는 빈도, 읽는 분량, 작품 진입 시점, 작품에 참여하는 수준, 선독점작/이벤트작 이용 정도)를 수집하였다. 마지막으로 수집한 웹소설 이용자 데이터 중 군집 분석 한 결과 군집 간 차이가 있는 데이터를 갖고 페르소나를 구체화하였다. 이를

〈표 1〉 변수 측정 항목

주요 변인 측정 문항			
장르	읽는 장소	읽는 시간대	하루 읽는 시간
읽는 빈도	읽는 분량	작품 진입 시점	작품 참여 수준
선독점작/이벤트작 이용 정도	이용동기(즐거움)	이용동기(오락)	이용동기(편리성)
이용동기(호기심)	이용동기(대인관계)	이용동기(현실도피)	이용동기(긴장 해소)

위해 이용된 데이터로는 인구통계학적 정보와 군집 간 유의미한 차이가 보이는 장르, 읽는 시간, 읽는 빈도, 읽는 분량, 작품 진입 시점, 작품 참여 수준, 선독 점작/이벤트작 이용 정도가 있었다. 따라서 페르소나는 이용 동기요인을 통해 추출된 4가지 군집 집단과 군집 간 차이가 있는 교차 분석 데이터를 바탕으로 구성하여 설계하였다.

이상, 상관의 정도가 높고 최소 2개 이상 항목을 가진 경우를 기준으로 베리맥스(Varimax) 회전에 의한 주 성분 요인분석을 통해 추출하였다. 추출된 결과, 웹소설의 이용 동기는 크게 3가지 요인으로 도출되었으며, 전체 변량 72.32%를 설명할 수 있었다. 따라서 최종 도출된 요인으로는 ‘타인과의 대인관계/정보 습득’, ‘여가 활동’, ‘현실도피/긴장해소’로 요인으로 명명하였다.

4. 연구 결과

4.2. 웹소설 행동 이용동기에 따른 군집 분석

4.1. 웹소설 사용자 이용동기 요인분석 결과

웹소설의 이용자 이용 동기를 파악하기 위해 <표 2>와 같은 요인분석을 시행하였다. 측정항목으로 총 11개의 항목에 대한 탐색적 요인분석을 수행하였으며, 요인의 기준이 되는 적재 값으로는 절댓값 0.5

다음으로 3개의 요인에 대한 웹소설 이용 행동을 유형별로 알아보기 위해 군집 분석을 시행하였다. 군집 분석은 집단을 구분하여 집단 간 차이를 알려주는 데 유용한 분석 방법으로 요인분석 결과 점수를 바탕으로 계층적 군집 분석을 시행한 후, 교차 분석을 진행하였다. 군집의 개수 기준은 별도로 정해져 있지는

<표 2> 웹소설 이용동기

Factor	Variables	F1	F2	F3
타인과의 대인관계/ 정보 습득	나는 다른 사람들과 대화거리를 얻기 위해 웹소설을 본다	0.888	-0.020	0.020
	나는 사회 경향을 알기 위해 웹소설을 본다	0.878	0.116	-0.038
	나는 작가와 소통을 위해 웹소설을 본다	0.876	-0.166	0.136
	나는 다른 독자들과 소통을 위해 웹소설을 본다	0.826	-0.159	0.176
	나는 다양한 정보와 지식을 얻기 위해 웹소설을 본다	0.799	0.217	0.060
여가 활동	나는 어플을 통해 쉽게 이용할 수 있으므로 웹소설을 이용한다	0.027	0.801	0.097
	나는 재미와 즐거움을 위해 웹소설을 본다	-0.313	0.716	0.329
	나는 무료 혹은 저렴하게 이용할 수 있어서 웹소설을 본다	0.221	0.706	-0.162
	나는 기분전환을 위해 웹소설을 본다	-0.085	0.695	0.442
현실도피/ 긴장해소	나는 긴장이나 스트레스를 해소하기 위해 웹소설을 본다	0.065	0.159	0.876
	나는 현실을 잠시 잊기 위해 웹소설을 본다	0.194	0.075	0.817
	타인과의 대인관계/정보 습득		여가 활동	현실도피/긴장해소
Eigenvalue	3.900		2.746	1.310
% of Variance	35.450		24.963	11.908
Cronbach' s Alpha	0.912		0.730	0.750

Note: KMO = 0.802, Bartlett' s test of sphericity (Chi-Square = 1777.196, df = 55, $p = 0.001$)

않기에 연구자의 주관에 따라 집단 내 인원이 균등하게 하는 선에서 4개의 군집으로 분류하였다. 그리고 K-means 군집 분석을 통해 결과를 도출된 결과는 3개의 요인 모두 통계적으로 유의하게 나왔으며, 각 요인의 특성이 반영된 군집 4개가 최종적으로 도출이 되었다. 군집1은 여가 활동 이용 동기가 특히 높은 유형의 집단으로 ‘취미 생활’로 명명했으며, 군집2는 현실을 잠시 잊고 일상생활에서 받은 긴장해소 특성이 매우 높은 집단으로 ‘스트레스 해소’로 명명하고, 군집3은 타인과 대인관계 및 정보 습득 경향이 높은 집단으로 ‘커뮤니케이션’으로 명명하였다. 마지막으로 군집4는 요인의 점수가 전반적으로 높은 특성이 있으므로 ‘다목적’으로 명명하였다(<표 3> 참조).

다음으로 군집 별 인구통계학적 특성에 대한 집단 간 차이를 통계적으로 살펴보았다(<표 4> 참조). 군집 별 차이에서는 성별은 가장 높은 비율을 차지하는 집단으로 남자는 다목적 집단, 여성은 취미 생활 집단으로 높게 나타났으며, 집단 내 비중을 살펴보면 취미 생활 집단과 스트레스 해소 집단은 여성, 커뮤니케이션 집단과 다목적 집단은 남성의 비율이 더 높게 나타났다. 또한, 연령대가 가장 높은 비율을 차지하는 집단으로는 20대 스트레스 해소 집단, 30대 커뮤니케이션 집단, 40대 다목적 집단으로 높게 나타났으며, 군집 별 연령 분포는 고르게 나타났다. 그리고 이용 경험의 정도가 가장 많은 집단으로는 1년 미만이면 커뮤니케이션 집단, 1년 이상~3년 미만은 커뮤니케이션

<표 3> 웹소셜 이용동기에 대한 군집 분석 요약표

구분	군집 분류				F-value	P-value
	취미 생활 (n=74)	스트레스 해소 (n=83)	커뮤니케이션 (n=70)	다목적 (n=77)		
타인과 대인관계 및 정보 습득	-0.541	-0.841	0.268	1.183	176.299	0.001
여가 활동	0.773	-0.075	-1.129	0.364	90.759	0.001
현실도피/긴장해소	-0.854	0.861	-0.631	0.466	112.397	0.001

<표 4> 군집 별 인구 통계적 특성

구분		군집 분류				전체 n(%)	P-value
		취미 생활 n(%)	스트레스 해소 n(%)	커뮤니케이션 n(%)	다목적 n(%)		
성별	남성	30 (40.5)	39 (47.0)	39 (55.7)	45 (58.4)	153 (50.3)	0.234
	여성	44 (59.5)	44 (53.0)	31 (44.3)	32 (41.6)		
연령	20대	28 (37.8)	33 (39.8)	19 (27.1)	22 (28.6)	102 (33.6)	0.109
	30대	25 (33.8)	29 (34.9)	25 (35.7)	22 (28.6)	101 (33.2)	
	40대	21 (28.4)	21 (25.3)	26 (37.1)	33 (42.9)	101 (33.2)	
이용 경험	1년 미만	5 (6.8)	2 (2.4)	7 (10.0)	3 (3.9)	17 (5.6)	0.235
	1년~3년 미만	22 (29.7)	23 (27.7)	25 (35.7)	23 (29.9)	93 (30.6)	
	3년~6년 미만	27 (36.5)	30 (36.1)	22 (31.4)	29 (37.7)	108 (35.5)	
	6년~9년 미만	8 (10.8)	4 (4.8)	3 (4.3)	5 (6.5)	20 (6.6)	
	9년~12년 미만	8 (10.8)	10 (12.0)	8 (11.4)	13 (16.9)	39 (12.8)	
	12년 이상	4 (5.4)	14 (16.9)	5 (7.1)	4 (5.2)	27 (8.9)	

집단, 3년 이상 6년 미만은 다목적 집단, 6년 이상 9년 미만은 취미 생활 집단, 9년 이상 12년 미만은 다목적 집단, 12년 이상은 스트레스 해소 집단으로 높은 비율을 차지한 것으로 나타났다.

다음으로 군집 별 행동 특성에 대해 알아보하고자 교차 분석하였다. 집단 간 차이는 수집한 문항 중 카이

제곱 검증을 한 결과로 유의한 차이가 나타난 행동들만 가지고 분석에 이용하였다(<표 5>, <표 6>, <표 7>, <표 8>, <표 9>, <표 10>, <표 11>, <표 12> 참조). 분석한 결과로 군집에 따라 차이가 나타난 행동 항목들은 선호 장르(판타지, 현대 판타지, 팬픽 및 패러디, 라이트노벨, BL), 읽는 시간, 읽는 빈도, 작품 당 읽는 정도(%),

<표 5> 군집 별 행동 특성(선호 장르)

구분		군집 분류				카이 제곱
		취미 생활 n(%)	스트레스 해소 n(%)	커뮤니케이션 n(%)	다목적 n(%)	
선호 장르	판타지 (해당 없음)	34 (45.9%)	21 (25.3%)	35 (50.0%)	27 (35.1%)	12.135*
	판타지 (해당)	40 (54.1%)	62 (74.7%)	35 (50.0%)	50 (64.9%)	
	현대 판타지 (해당 없음)	43 (58.1%)	37 (44.6%)	50 (71.4%)	40 (51.9%)	11.798*
	현대 판타지 (해당)	31 (41.9%)	46 (55.4%)	20 (28.6%)	37 (48.1%)	
	팬픽 및 패러디 (해당 없음)	55 (74.3%)	58 (69.9%)	62 (88.6%)	61 (79.2%)	8.275*
	팬픽 및 패러디 (해당)	19 (25.7%)	25 (30.1%)	8 (11.4%)	16 (20.8%)	
	라이트노벨 (해당 없음)	66 (89.2%)	62 (74.7%)	62 (88.6%)	66 (85.7%)	8.159*
	라이트노벨 (해당)	8 (10.8%)	21 (25.3%)	8 (11.4%)	11 (14.3%)	
	BL (해당 없음)	57 (77.0%)	64 (77.1%)	64 (91.4%)	68 (88.3%)	9.061*
	BL (해당)	17 (23.0%)	19 (22.9%)	6 (8.6%)	9 (11.7%)	

* $p < 0.05$

<표 6> 군집 별 행동 특성(읽는 시간)

구분		군집 분류				카이 제곱
		취미 생활 n(%)	스트레스 해소 n(%)	커뮤니케이션 n(%)	다목적 n(%)	
읽는 시간	10분 미만	2 (2.7%)	2 (2.4%)	3 (4.3%)	0 (0.0%)	25.302*
	10~30분 미만	21 (28.4%)	25 (30.1%)	27 (38.6%)	11 (14.3%)	
	30분~1시간 미만	28 (37.8%)	24 (28.9%)	25 (35.7%)	39 (50.6%)	
	1~2시간 미만	9 (12.2%)	21 (25.3%)	7 (10.0%)	17 (22.1%)	
	2~3시간 미만	8 (10.8%)	7 (8.4%)	5 (7.1%)	6 (7.8%)	
	3시간 이상	6 (8.1%)	4 (4.8%)	3 (4.3%)	4 (5.2%)	

* $p < 0.05$

작품 접하는 시점, 작품 참여 수준, 선독점작/이벤트작 이용 정도가 나타났다.

군집 별 차이에서는 선호 장르에서 장르 별 가장 높

은 비율을 차지하는 집단으로 판타지, 현대판타지, 팬픽 및 패러디, 라이트노벨에서 스트레스 해소 집단, 근소한 차이로 큰 BL은 취미 생활 집단으로 높게 나

<표 7> 군집 별 행동 특성(읽는 빈도)

구분		군집 분류				카이 제곱
		취미 생활 n(%)	스트레스 해소 n(%)	커뮤니케이션 n(%)	다목적 n(%)	
읽는 빈도	1개월에 한 번	10 (13.5%)	2 (2.4%)	9 (12.9%)	6 (7.8%)	25.443*
	1개월에 2~3번	14 (18.9%)	15 (18.1%)	21 (30.0%)	12 (15.6%)	
	일주일에 1~2번	14 (18.9%)	20 (24.1%)	22 (31.4%)	23 (29.9%)	
	일주일에 3~4번	18 (24.3%)	23 (27.7%)	13 (18.6%)	15 (19.5%)	
	매일	18 (24.3%)	23 (27.7%)	5 (7.1%)	21 (27.3%)	

* $p < 0.05$

<표 8> 군집 별 행동 특성(작품 당 읽는 정도(%))

구분		군집 분류				카이 제곱
		취미 생활 n(%)	스트레스 해소 n(%)	커뮤니케이션 n(%)	다목적 n(%)	
작품 당 읽는 정도(%)	25% 미만	1 (1.4%)	2 (2.4%)	3 (4.3%)	4 (5.2%)	19.641*
	25%~50% 미만	8 (10.8%)	8 (9.6%)	17 (24.3%)	10 (13.0%)	
	50%~75% 미만	13 (17.6%)	18 (21.7%)	22 (31.4%)	14 (18.2%)	
	75%~100% 미만	52 (70.3%)	55 (66.3%)	28 (40.0%)	49 (63.6%)	

* $p < 0.05$

<표 9> 군집 별 행동 특성(작품 접하는 시점)

구분		군집 분류				카이 제곱
		취미 생활 n(%)	스트레스 해소 n(%)	커뮤니케이션 n(%)	다목적 n(%)	
작품 접하는 시점	유료 전환 시 (해당 없음)	63 (85.1%)	55 (66.3%)	55 (78.6%)	62 (80.5%)	8.869*
	유료 전환 시 (해당)	11 (14.9%)	28 (33.7%)	15 (21.4%)	15 (19.5%)	
	유료 완결 (해당 없음)	50 (67.6%)	41 (49.4%)	55 (78.6%)	58 (75.3%)	18.323*
	유료 완결 (해당)	24 (32.4%)	42 (50.6%)	15 (21.4%)	19 (24.7%)	
	기다리면 무료 (해당 없음)	37 (50.0%)	34 (41.0%)	43 (61.4%)	46 (59.7%)	8.471*
	기다리면 무료 (해당)	37 (50.0%)	49 (59.0%)	27 (38.6%)	31 (40.3%)	

* $p < 0.05$

〈표 10〉 군집 별 작품 참여 수준 차이 비교(작품만, 댓글 작성, 추천 글)

구분	군집	평균	표준편차	사후분석	N	F	p-value
작품만	취미 생활	6.03	1.227	0.05 유의수준에서 유의한 집단 간 차이: 1-3, 1-4, 2-3, 2-4	74	18.693	0.001
	스트레스 해소	5.73	1.531		83		
	커뮤니케이션	4.81	1.354		70		
	다목적	4.47	1.767		77		
댓글 작성	취미 생활	2.30	1.541	0.05 유의수준에서 유의한 집단 간 차이: 1-3, 1-4, 2-3, 2-4, 3-4	74	20.124	0.001
	스트레스 해소	2.73	1.829		83		
	커뮤니케이션	2.97	1.474		70		
	다목적	4.23	1.580		77		
추천 글	취미 생활	2.34	1.624	0.05 유의수준에서 유의한 집단 간 차이: 1-3, 1-4, 2-3, 2-4	74	17.078	0.001
	스트레스 해소	2.59	1.815		83		
	커뮤니케이션	3.39	1.407		70		
	다목적	4.04	1.658		77		

사후분석 결과 : 취미 생활-1, 스트레스 해소-2, 커뮤니케이션-3, 다목적-4

〈표 11〉 군집 별 작품 참여 수준 차이 비교(작가 후원, 작가 커뮤니티)

구분	군집	평균	표준편차	사후분석	N	F	p-value
작가 후원	취미 생활	2.00	1.216	0.05 유의수준에서 유의한 집단 간 차이: 1-3, 1-4, 2-3, 2-4, 3-4	74	23.734	0.001
	스트레스 해소	2.20	1.544		83		
	커뮤니케이션	2.86	1.376		70		
	다목적	3.79	1.617		77		
작가 커뮤니티	취미 생활	1.53	0.940	0.05 유의수준에서 유의한 집단 간 차이: 1-3, 1-4, 2-3, 2-4, 3-4	74	43.807	0.001
	스트레스 해소	1.65	1.234		83		
	커뮤니케이션	2.73	1.393		70		
	다목적	3.68	1.681		77		

사후분석 결과 : 취미 생활-1, 스트레스 해소-2, 커뮤니케이션-3, 다목적-4

〈표 12〉 군집 별 선독점작/이벤트작 이용 정도 간 차이 비교

구분	군집	평균	표준편차	사후분석	N	F	p-value
선독점작 이용 정도	취미 생활	4.72	2.017	0.05 유의수준에서 유의한 집단 간 차이: 1-4, 2-4, 3-4	74	7.126	0.001
	스트레스 해소	4.88	1.797		83		
	커뮤니케이션	4.31	1.346		70		
	다목적	5.53	1.231		77		
이벤트 작품 이용 정도	취미 생활	3.96	1.933	0.05 유의수준에서 유의한 집단 간 차이: 1-4, 2-4, 3-4	74	13.156	0.001
	스트레스 해소	4.47	1.817		83		
	커뮤니케이션	4.10	1.206		70		
	다목적	5.43	1.208		77		

사후분석 결과 : 취미 생활-1, 스트레스 해소-2, 커뮤니케이션-3, 다목적-4

타났다. 집단 내 비중을 살펴보면 군집 모두 판타지 장르를 많이 보는 것으로 나타났다.

또한, 읽는 시간이 10~30분 미만에서 스트레스 해소 집단과 커뮤니케이션 집단이 높은 비율을 차지했으며, 30~1시간 미만에서 취미 생활 집단과 다목적 집단으로 높게 나타났다.

읽는 빈도가 높은 집단으로는 1개월에 한 번이면 취미생활 집단, 1개월에 2~3번은 커뮤니케이션 집단, 일주일에 1~2번은 다목적 집단, 일주일에 3~4번은 스트레스 집단, 매일은 스트레스 해소 집단으로 높은 비율을 차지한 것으로 나타났다. 또한 집단 별 차이에서 취미 생활 집단, 스트레스 해소 집단은 일주일에 3~4번, 매일 읽고 커뮤니케이션 집단과 다목적 집단은 일주일에 1~2번 주로 읽는 것으로 나타났다.

작품 당 읽는 정도가 높은 집단으로는 25% 미만은 다목적 집단, 25~50% 미만은 커뮤니케이션 집단, 50~75% 미만은 커뮤니케이션 집단, 75~100%는 스트레스 해소 집단으로 읽는 비율은 집단 간 구분 없이 75~100% 구간에 대체로 많이 있는 것으로 나타났다.

작품 접하는 시점이 가장 많은 집단으로는 스트레스 해소 집단이 유료 전환 시, 유료 완결, 기다리면 무료 모두 높은 것으로 나타났다. 또한 집단 모두에서 기다리면 무료가 높은 비율을 차지한 것으로 나타났다.

그리고 군집 별 작품 참여 수준의 차이를 비교한 결과 작품별 참여 수준에서 작품 참여 수준 유형인 작품만 읽는 경우, 댓글 작성, 추천 글 작성, 작가 후원, 작가 커뮤니티 활동 영역에서 모두 집단 간 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 사후 분석 결과로 작품만 읽는 집단에서는 취미 생활 집단과 스트레스 해소 집단, 커뮤니케이션 집단과 다목적 집단 간 차이를 제외한 다른 집단 간 비교에서 모두 유의하게 나타났으며, 취미생활 집단, 스트레스 해소 집단, 커뮤니케이션 집단, 다목적 집단 순으로 높게 나타났다. 댓글 작성

은 취미 생활 집단과 스트레스 해소 집단을 제외한 나머지 집단 간 차이에서 유의미한 차이가 보였으며, 다목적 집단, 커뮤니케이션 집단, 스트레스 해소 집단, 취미 생활 집단 순으로 높게 나타났다. 추천 글은 작품만 읽는 결과와 마찬가지로 취미생활 집단과 스트레스 해소 집단, 커뮤니케이션 집단과 다목적 집단을 제외한 나머지 집단에서 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 다목적 집단, 커뮤니케이션 집단, 스트레스 해소 집단, 취미생활 집단 순으로 높게 나타났다. 작품 후원인 경우에는 취미 생활 집단과 스트레스 해소 집단을 제외한 나머지 집단에서 유의미한 차이가 있는 것으로 보이며, 다목적 집단, 커뮤니케이션 집단, 스트레스 해소 집단, 취미 생활 집단 순으로 높게 나타났다. 작가 커뮤니티 활동인 경우에는 집단 간 차이는 작가 후원과 동일하며, 다목적 집단, 커뮤니케이션 집단, 스트레스 해소 집단, 취미 생활 집단 순으로 높게 나타났다.

마지막으로 군집 별 차이에서 선독점작과 이벤트작 이용 정도 간 차이를 살펴보면 모두 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 구체적으로 선독점작 이용 정도는 취미 생활 집단과 다목적 집단, 스트레스 해소 집단과 다목적 집단, 커뮤니케이션 집단과 다목적 집단이 유의한 차이를 보였다. 또한 다목적 집단, 스트레스 해소 집단, 취미 생활 집단, 커뮤니케이션 집단 순으로 이용 정도가 높게 나타났다. 그리고 이벤트 작품 이용 정도는 선독점작 이용 정도와 동일한 집단 간 차이를 보였으며, 다목적 집단, 스트레스 해소 집단, 커뮤니케이션 집단, 취미 생활 집단 순으로 높게 나타났다.

이후에 집단 간 차이를 더욱 명확히 이해하고 한눈에 알아보기 위해서 군집 유형을 시각화하여 요약하고자 하였다. 군집에 주요 특징적인 내용은 4개의 군집 중 다른 군집에 비해 높은 비율을 차지하는 문항을

반영하였다. 또한, 직업, 출신, 연령대는 『2020년 웹소설 이용자 실태조사』 인터뷰 내용 일부를 참조하여 작성하였다(<그림 2>, <그림 3>, <그림 4>, <그림 5> 참조).

군집에 대한 행동 특성으로 ‘취미 생활’ 집단의 특징은 20대 여성 비율이 높으며, 이용 동기로는 여가 활동을 위한 취미의 용도로 사용하는 비율이 높게 나타났다. 또한, 웹소설을 이용한 지는 3년~6년 미만 정도가 되었으며, 선호하는 장르는 판타지 장르이고 읽는 시간은 30분~1시간 정도, 읽는 빈도는 일주일에 3~4번 또는 매일 읽는 사람이 많으며, 작품 당 읽는 정도는 완결까지 75~100%까지 읽는 사람이 많았다. 또한, 작품을 접하는 시점에서는 두드러진 점은 보이지 않았으며, 선독점작 이용과 이벤트작 이용 정도는 모두 낮게 나타났다. 따라서 본 집단은 웹소설을 이용하는 주요 대상을 주부로 선정하여 주부가 겪을 수 있는 생활과 상황에 대해서 알아보고 주된 목표 및 니즈와 이용 동기의 설문 항목을 재구성하여 나타냈다. 그리고 교차 분석에 나오는 중요한 패턴으로는 이용 패턴, 작품 참여 수준, 이용 동기로서 스파이더 도표를 통해 표현하였다(<그림 2> 참조).

두 번째 집단인 ‘스트레스 해소’ 집단은 20대 여성 비율이 마찬가지로 높게 나타났다. 또한, 이용 동기로는 현실도피 및 긴장해소를 위해서 많이 읽으며, 웹소설을 이용한 지는 3년~6년 미만 정도 되고 선호하는 장르는 판타지, 현대 판타지, 라이트노벨로 다른 집단에 비해 다양하게 읽고 있는 것으로 나타났다. 또한, 읽는 시간은 10분~30분 정도, 읽는 빈도는 일주일 3~4번 또는 매일 읽는 경우가 많았으며, 작품 당 읽는 정도는 완결까지 75%~100%까지 읽으며, 작품을 접하는 주요 시점은 유료 완결작품 또는 기다리면 무료일 때 작품을 주로 이용한다고 볼 수 있다. 작품 참여 수준은 작품만 읽을 때 다소 높게 나타나며, 나머지의 경

우에는 오히려 낮게 나타났다. 그리고 선독점작 이용 정도와 이벤트작 이용 정도는 다소 높은 것으로 보였다(<그림 3> 참조).

세 번째 집단인 ‘커뮤니케이션’ 집단은 30대 남성의 비율이 높으며, 웹소설을 이용 동기로 작가 또는 다른 독자와의 소통을 위해 읽는 것으로 나타났다. 웹소설을 이용한 지는 1년~3년 미만으로 다른 집단보다 짧으며, 선호하는 장르에는 두드러진 장르는 보이지 않았으며, 읽는 시간은 10~30분 정도이고 읽는 빈도는 일주일에 1~2번씩 가끔 읽으며, 작품 당 읽는 정도는 완결까지 다른 집단에 비해 고루 분포하는 것으로 상대적으로 끝까지 읽는 비율은 낮은 것으로 나타났다. 또한, 작품을 접하는 시점은 차이가 없었으며, 작품 참여 수준은 다소 높고 선독점작 이용 정도와 이벤트작 이용 정도는 다소 낮은 것으로 보인다(<그림 4> 참조).

마지막으로 ‘다목적’ 집단의 특징으로는 40대 남성이 많이 읽는 것으로 나타났으며, 주된 이용 목적은 전반적으로 다양한 것으로 보였다. 하지만 집단의 특징을 추출하기 위해 앞서 군집 분석한 결과 수치가 커뮤니케이션형 집단과 비슷한 패턴으로 나타나 이들 간 차이에 대해 다목적형만의 특징을 알아보려고 하였다. 이를 위해서 수집한 타인과의 대인관계 및 정보 습득 이용 동기의 문항 중 다른 사람과의 대화를 위한 대화거리를 찾기 위해 읽는 문항에서 더 높은 것으로 나타나 본 집단의 주요 이용 동기로 다른 사람과의 대화거리를 찾는 이용 동기로 잡았다. 웹소설을 이용한 지는 3년~6년 미만, 읽는 시간은 30분~1시간, 읽는 빈도는 일주일에 1~2번 읽으며, 작품 당 읽는 정도는 완결까지 75%~100%까지 읽는 것으로 나타났다. 또한, 작품 접하는 시점은 두드러진 점이 나타나지 않았으며, 작품을 참여하는 수준과 선독점작 이용 정도와 이벤트작 이용 정도 모두 높은 것으로 나타났다(<그림 5> 참조).

- A.주부
- B.대학생
- C.서비스직
- D.회사원

박OO 결단력 높은 20대 여성 독자

직업	주부
성별	여자
나이	29세
출신	경기
성격	조용하고 내성적인 성격이지만 단호하면서 결단력 있음

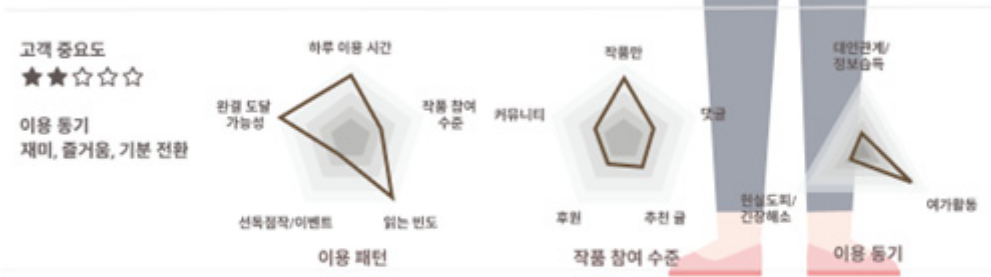
스토리

박OO씨는 결혼 후에 집안일을 하면서 쉬는 시간마다 웹소설을 이용하고 있었다. 웹소설을 이용한 지는 3~6년 정도 경험이 있으며, 이미 읽은 작품이 많아서 새로운 작품을 접하고 싶어 한다.

그런 박OO씨의 일상은 아침에 남편 식사, 집 청소 후 오후에는 친구들과 카페에서 모임을 하고 저녁에 집에 들어가는 길에 장을 보고 저녁 준비 후 드라마 시청을 한다. 평소 부부 사이 관계가 좋아서 즐거운 신혼 생활을 보내고 있어 즐거운 생활을 보내고 있다. 박OO씨는 웹소설을 읽다 그만두는 경우는 이미 익숙한 설정의 내용을 웹소설들이 많아서 새로운 작품을 선택하기 어려울 때, 내가 읽은 소설 속 배경이 공감되지 않을 때 읽는 것을 멈춘다고 한다.

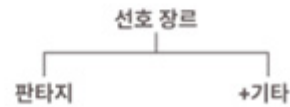


독서 스타일



목표 및 니즈

- 취미 생활을 목표로 남는 시간을 알차고 재미 있게 이용하고 싶음
- 기존에 읽던 소설이 아닌 새로운 소설을 추천 받고 싶음
- 인기 있거나 유명한 작가의 작품을 읽고 싶음



데이터 출처 : <https://www.koepi.com/veclark/00map?Page=책이전&Kcode=24-14300422014>

〈그림 2〉 ‘취미 생활’ 군집 유형

A.주부	B.대학생	C.서비스직	D.회사원
------	-------	--------	-------

이00 호기심 많은 20대 여성 독자

직업	대학생
성별	여자
나이	22세
출신	서울
성격	똑똑하고 새로운 것에 대한 도전 정신이 강함



스토리

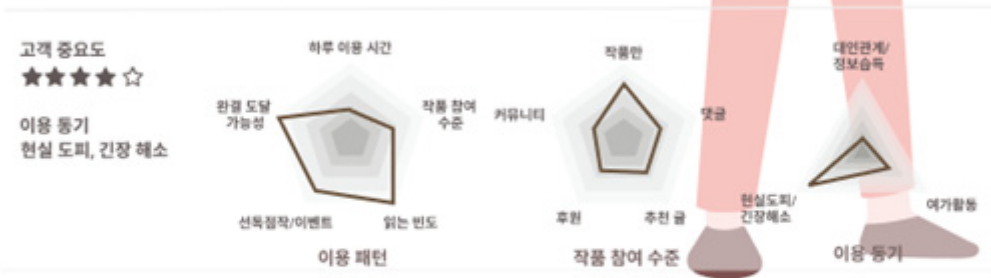
이00씨는 캠퍼스 생활하면서 수업 중간 공간 시간마다 웹소설을 이용하고 있었다. 웹소설을 이용한 지는 3~6년 정도 경험이 있으며, 시험과 취업 준비로 받는 스트레스를 해소하기 작품을 읽고 있다.

그런 이00씨의 일상은 매주 수업 시간표에 따라 다르지만 보통 오전 중으로 학교 갈 준비를 마치고 오후에는 학교 수업을 듣고 나서 친구들과 모임을 하고 저녁에는 종교동아리에서 주말에 있을 행사를 준비하고 술자리를 갖고 저녁 늦게 집에 귀가하여 잠이 든다.

아직 남자 친구가 없어 솔로 생활을 보내고 있지만 나름 즐거운 생활을 보내고 있다.

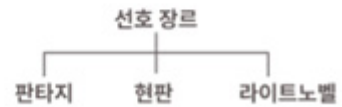
이00씨는 웹소설을 읽을 때 보통 흥미 있으면 여러 소설을 찾아 읽는 편이지만 금방 식고 짧은 시간만 읽는 편. 웹소설의 인물 설정, 스토리 완성도, 재미있는 측면 등 다방면으로 봤을 때 재미가 없으면 읽다가 그만두는 편이다.

독서 스타일



목표 및 니즈

- 드라마 원작인 웹소설과 비슷한 소설을 읽고 싶음
- 웹소설의 스토리적인 면에서 현실성이 높았으면 함
- 스토리 전개의 완성도가 높은 웹소설을 읽기 원함



데이터 출처 : n41ref+https://www.fresko.com/vector/vorwerk+decor+책이란+2019 - w.fresko.com가 제작함²⁰²⁰

〈그림 3〉 ‘스트레스 해소’ 군집 유형

A.주부	B.대학생	C.서비스직	D.회사원
------	-------	--------	-------

박OO 활발한 30대 남성 독자

직업 판매 및 서비스직
성별 남자
나이 34세
출신 부산
성격 창의적이고 다른 사람과 어울리는 것을 좋아함

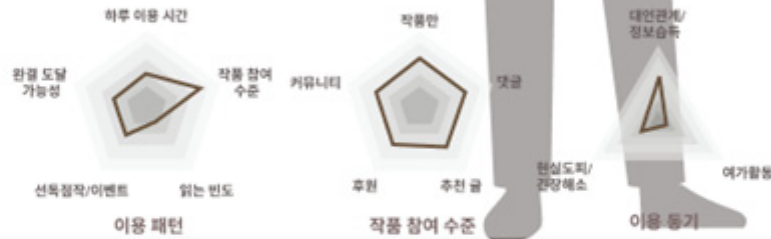


스토리

박OO씨는 현재 자동차 판매 영업직 일을 하면서 잠자기 전 웹소설을 이용하고 있다. 웹소설을 이용한 지는 1~3년 정도 경험이 있으며, 작품을 읽으면서 댓글로 다른 독자와 작품에 관해 이야기 나누는 것을 좋아한다. 그런 박OO씨의 일상은 아침에 자동차 판매장 청소, 회의, 홍보물을 준비하고 오후에는 출근한 차량을 검수하러 외부로 이동하여 차량을 확인 후 점심을 먹고 돌아다니면서 영업합니다. 영업이 끝나고 저녁에 집에 도착하면 배달 음식을 시켜 먹고 유튜브 시청을 한다. 박OO씨는 웹소설 내용의 재미보다 작품을 읽고 나서 다른 사람의 반응에 관심이 있어 사람들이 많이 읽지 않거나 댓글이 별로 없는 작품은 읽지 않는 편이다.

독서 스타일

고객 중요도
 ★☆☆☆☆
이용 동기
 작가, 독자와 소통



목표 및 니즈

- 딱히 재미를 추구하지 않기 때문에 기존에 익숙한 설정의 작품을 읽고 싶어 함
- 사람들이 많이 읽거나 인기 있는 작품이면 언제든 읽을 가능성이 높음
- 스토리는 판타지적인 요소가 강하게 나타나는 소설을 읽기를 원함

선호 장르
 |
 +기타

데이터 출처 : +기타 <https://www.feel.com/visual/chart> Origin: 박OO, 2020.08.20 <https://www.feel.com/visual/chart>

<그림 4> '커뮤니케이션' 군집 유형

A.주부	B.대학생	C.서비스직	D.회사원
------	-------	--------	-------

차OO 끈기 있는 40대 남성 독자

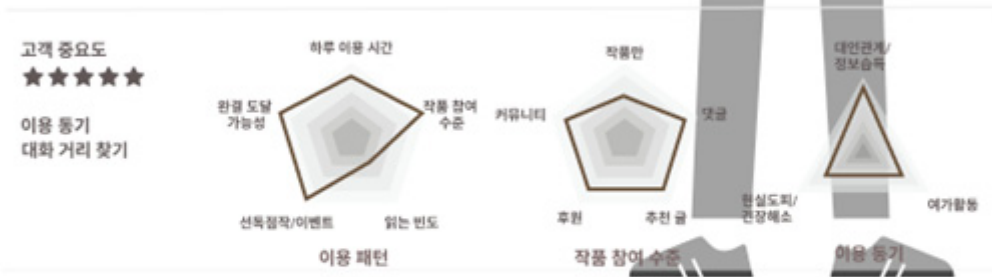
직업	회사원
성별	남자
나이	45세
출신	인천
성격	조용하지만 새로운 아이디어와 이상을 추구하는 경향 높음



스토리

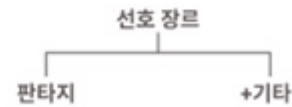
차OO씨는 결혼 후에 회사 일을 하면서 출퇴근 시간마다 웹소설을 이용하고 있었다. 웹소설을 이용한 지는 3~6년 정도 경험이 있으며, 다른 사람과의 대화거리나 좋은 아이디어를 얻기 위해서 웹소설을 보통 읽는 편이다. 그런 차OO씨의 일상은 아침 일찍 일어나 식사 후 출근을 지하철로 이용, 회사에 도착 후 업무 메일을 확인 후 회의를 하고 본격적인 업무를 시작, 점심시간에 회사 동료들과 근처 식당에 밥을 먹고 쉬다가 오후에 프로젝트 구성원들과 업무 분담하여 수행한다. 저녁에 간단한 식사 후 운동하러 헬스장에 간다. 그 후 집에 와서 잘 준비와 아내와 그동안 있던 일에 관해 대화를 나누다 잠이 든다. 차OO씨는 일반적으로 인기 있고 사람들이 많이 읽는 웹소설을 읽지만 스토리 완성도가 낮은 경우에 읽는 것을 멈춘다고 한다.

독서 스타일



목표 및 니즈

- 다른 사람과 대화 거리를 찾기 위해서 읽고 있음
- 예전에 재미있게 읽었던 것과 비슷한 작품을 읽은 것이 편임
- 등장인물이 처해 있는 상황에 몰입되어 읽고 싶어함



대리인 출처 : <https://ocean.com/author/share/111111> 제작인 : <https://ocean.com/author/share/111111>

〈그림 5〉 ‘다목적’ 군집 유형

5. 결론

본 연구는 웹소설의 이용자들이 이용동기에 따라 어떤 행동 패턴의 특징이 나타나는지를 분석했으며, 연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째 웹소설의 이용동기로 묶인 결과로 ‘타인과의 대인관계 및 정보 습득’, ‘여가 활동’, ‘현실도피/긴장 해소’ 요인으로 구분되었다. 그리고 이용 동기에 따라 웹소설 이용자의 행동 패턴을 알아보기 위해서 군집 분석을 한 결과 4가지 군집 유형으로 나타났으며, ‘취미 생활’, ‘스트레스 해소’, ‘커뮤니케이션’, ‘다목적’으로 집단을 명명하였다. 행동 데이터 중 집단 간 차이가 있는 변수들로는 선호 장르(판타지, 현대 판타지, 팬픽 및 패러디, 라이트노벨, BL), 읽는 시간, 읽는 빈도, 작품 당 읽는 정도(%), 작품 접하는 시점, 작품 참여 수준, 선독점작/이벤트작 이용 정도 나타났으며, 이러한 결과를 바탕으로 페르소나를 한 결과 각 집단에 대해 대표적인 행동 유형이 도출되었다.

본 연구의 시사점으로 이론적 공헌은 다음과 같다. 첫 번째 웹소설을 읽는 주된 이용 동기를 이용 충족 이론 관점에서 파악했다는 점이 있다. 이는 3가지의 주된 요인에 따라 사람들은 다양한 웹소설을 탐색하고 선택하여 읽게 되며 구체적으로 타인과의 대인관계 및 정보 습득, 여가 활동, 현실도피/긴장 해소형으로 웹소설을 읽는 이유가 설명할 수 있었다는 점에 있다. 특히 웹소설이 대중적으로 많이 알려져 있음에도 불구하고 이론적 연구가 부족한 상황에서 사용자 관점으로 실증적으로 웹소설을 연구했다는 점에서 의의를 가진다. 두 번째는 단순히 웹소설의 이용 동기에 따른 유형을 구분 짓는 것에 끝나지 않고 이용 동기에 따라 군집을 나누고 행동 패턴과 연관을 지어 군집 별 이용자의 행동 특성에 대한 세분화된 이용 패턴을 반영했다는 점이 있다. 이를 통해 본 연구에

서는 탐색적으로 사용 패턴 데이터를 수집하였지만 추후 웹소설 이용자에 대한 연구가 많이 이어진다면 각 변수에 대한 이론적 근거와 설명으로도 발전될 가능성이 있을 것으로 예상된다. 세 번째는 웹소설을 이용하는 이용자들이 자신의 심리적, 사회적 환경에 따라 이용이 달라질 수 있다는 기존 이용 동기 연구 결과들을 재확인하였다. 그리고 추가로 인구통계학적 정보와 사용자 행동 데이터를 추가하여 발전시켜 이런 이용자에게 대한 구체적인 욕구와 방향성을 제시했다는 점이 있다.

본 연구의 실무적 공헌으로는 첫 번째로 최근 웹소설이 왜 인기를 끌고 있는 지, 추후 웹소설 콘텐츠 이용 전략을 세울 때 어떻게 해야 할지 기초적인 자료로 활용 할 수 있다. 특히 웹소설 이용 동기에 따른 대상을 구체화하였기 때문에 이에 따라 적합한 마케팅 전략을 수립할 수 있다. 이를 통해 웹소설을 이용하는 고객층을 세분화하여 고객별 어떤 서비스와 기능을 우선으로 제공할지에 대한 가이드라인과 실무적 논의의 근거로 제공해 줄 수 있다. 두 번째로는 본 연구는 웹소설을 현재 이용하고 있는 사람을 바탕으로 연구를 진행했기 때문에 실제 운영되고 있는 웹소설 서비스에 대한 평가가 반영이 되어있다. 그 때문에 이용하고 있는 대상별 특징이 웹소설 콘텐츠 개발에 반영이 된다면 현재 어떤 UI 화면을 고려해서 제공해야 할지 판단하는 데 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다. 예를 들면 주로 작품을 장시간 이용하는 사용자들은 기본 배경 화면을 어두운 계열과 폰트 디자인에 신경을 써서 눈의 피로도를 줄이기 위한 노력을 해야 하며, 탐색적으로 작품을 읽고 다른 사람과의 소통에 관심 있는 이용자들은 작품 후기의 댓글 화면에 대한 UI의 사용성에 보다 신경을 써야 한다는 점을 찾을 수 있다. 세 번째로는 각 웹소설 플랫폼별 서비스 고도화에 도움을 줄 수 있다. 웹소설 플랫폼에서는 이용 대상과

전략이 차별화된 특성을 지니고 있는데 각 플랫폼에서 자신에게 맞는 서비스 전략을 구현하는 데 도움을 줄 수 있을 것으로 기대된다. 예를 들면 페르소나별 사용자 행동 패턴과 연관된 자사 플랫폼의 이벤트나 운영 방식에 대한 첨언을 제시하여 취미 생활형 집단인 경우 여가 활동 용도로 주로 이용하고 판타지 장르를 3~6년 미만으로 이용하지만 선독점작이나 이벤트 작품 이용 정도가 낮게 나타나서 이에 해당하는 플랫폼은 이벤트 작품 전략보다 오랫동안 이용할 수 있도록 사용성 개선을 먼저 해야 하는 인사이트를 제공해 줄 수 있다.

본 연구는 이론적 실무적 공헌이 있음에도 불구하고 다음과 같은 한계점이 있다. 먼저 첫 번째로 본 연구의 주된 이용 대상으로 데이터를 20~40대를 기준으로 선정했기 때문에 다른 연령층에 대한 확장이 어렵다. 따라서 향후 다양한 연령층에 대한 연구들이 진행된다면 본 연구를 확장하여 이용할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 두 번째로는 군집 유형은 군집 간 차이가 있는 요소만을 가지고 비교하였기 때문에 공통으로 사람들이 좋아하고 선호하는 행동에 대한 부분은 확인해 보지 못했다. 이는 본 연구에서 집단 간 특징을 알아보기 위한 연구로 진행하였기 때문에 추후 전반적인 이용자에 대한 연구를 위한 자료로 이용할 수 있을 것으로 기대하고 있다. 구체적인 예를 들면 웹소설을 보는 사람과 보지 않는 사람 간 비교를 통해 분석한다면 더욱 확장할 수 있는 연구 모형을 수립할 수 있을 것으로 예상된다. 마지막으로 웹소설을 이용하는 이용 동기에 대해 다른 콘텐츠 이용 동기와 소수의 웹소설 이용 동기와 관련된 연구를 참조하여 수집하였기 때문에 다른 동기 요인들이 존재할 가능성이 있다. 이는 현재 웹소설 사용자에 대한 이론적 논의 부족한 상황과 현재 수집된 대상이 주요 이용자들만을 대상으로 했기에 웹소설 연구가 다른 소비자들이나

웹소설 생산자로 확장된다면 웹소설의 이용 동기가 보다 다양하게 나타날 수 있을 것으로 판단된다. 따라서 향후 웹소설 연구가 보다 집단별 다양하고 심층적으로 진행이 되어야 함을 제시한다.

〈참고문헌〉

[국내 문헌]

1. 강보라, 장민지 (2020). 웹소설 IP의 확장 및 콘텐츠 프랜차이즈 전략-국내 웹소설 IP의 확장 경향 및 사례분석을 중심으로. **문화콘텐츠연구**, (20), 129-152.
2. 권용현 (2020). 연재형 콘텐츠의 성과 결정요인에 관한 연구: 한국의 웹소설 시장을 중심으로. **정보사회와 미디어**, 21(1), 1-32.
3. 김경애 (2015). 로맨스 웹소설의 구조와 이념 연구. **현대문학이론연구**, (62), 63-94.
4. 김경애 (2021). 한국 웹소설 독자의 특성 연구. **한국신학기술학회지**, 22(7), 551-558.
5. 김경일 (2014). 전자책의 수용결정요인에 관한 연구: 전자책 이용동기, 지각된 용이성과 유용성을 중심으로. **한국출판학연구**, 40(3), 5-28.
6. 김상현, 박현선 (2020). 콘텐츠 추천의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 정보시스템 성공모형을 중심으로. **지식경영연구**, 21(4), 175-193.
7. 김준현 (2019). 웹소설 장에서 사용되는 장르 연관 개념 연구. **현대소설연구**, (74), 107-137.
8. 김훈순, 김민정 (2004). 팬픽의 생산과 소비를 통해 본 소녀들의 성 환타지와 정치적 함의. **한국언론학보**, 48(3), 330-353.
9. 남유민 (2019). 한일 웹소설에 관한 일고찰-웹소설 플랫폼을 중심으로. **일본학보**, (118), 107-126.
10. 박수철, 반옥숙, 박주연 (2015). 웹드라마의 이용동기가 만족도와 이용태도에 미치는 영향. **정보사회와 미디어**, 16(2), 47-70.
11. 박신영 (2010). 텔레비전 드라마 시청자의 성향이 이용동기, 장르 선호도 및 드라마 몰입 정도에 미치는 영향: 대학생 시청집단의 현실도피와 판타지 성향을 중심으로. **언론과학연구**, 10(1), 166-201.
12. 박신영 (2013). 스마트폰 사용자의 이용 동기와 이용 정도에 따른 플로우 경험. **방송통신연구**, (81), 97-126.
13. 신용재, 이동현 (2016). 디지털 문화 콘텐츠 산업이 지식경제 사회에 미치는 파급효과 분석. **지식경영연구**, 17(1), 73-88.
14. 안상원 (2019). 한국 웹소설 '로맨스판타지'장르의 서사적 특성 연구. **인문콘텐츠**, (55), 219-234.
15. 유세경, 김명소, 이운진 (2004). 텔레비전 드라마 시청동기와 태도 연구. **한국방송학보**, 18(1), 245-288.
16. 이건웅, 위군 (2017). 한중 웹소설의 발전과정과 특징. **글로벌 문화콘텐츠**, (31), 159-173.
17. 이승주, 정현욱 (2019). 중국인의 웹소설 이용동기에 관한 주관성 연구. **주관성연구**, (47), 145-162.
18. 이승환 (2017). 웹출판의 발전과 과제. **한국출판학연구**, 43(2), 97-130.
19. 정연수, 이승엽, 정대울 (2015). SNS의 이용동기가 활동성에 미치는 영향. **인터넷전자상거래연구**, 15(4), 265-283.
20. 조성현, 이민형, 최한별, 이희석 (2021). 미디어 작품 캐릭터 가치 측정 연구: 네트워크 중심성 척도와 검색 데이터를 활용하여. **지식경영연구**, 22(4), 1-26.
21. 조수연, 오하영 (2020). 웹소설 키워드를 통한 이용 독자 내적 욕구 및 특성 파악. **한국정보통신학회논문지**, 24(2), 158-165.
22. 최민음, 전범수 (2014). 웹툰 이용동기 및 구성 요소가 이용 만족도에 미치는 영향. **방송문화연구**, 26(2), 93-120.
23. 한혜원 (2012). 온라인 팬픽에 나타난 스토리텔링 연구. **인문콘텐츠**, (27), 117-128.
24. 한혜원, 정은혜 (2015). 한국 웹 기반 여성소설에 나타난 서사적 특성 연구. **한국문예창작**, 14(2), 81-105.
25. 허만옥 (2011a). 문화콘텐츠산업에서 판타지 문학의 서사 전략과 발전 방안 연구. **우리문학연구**, (32), 427-456.
26. 허만옥 (2011b). 한국 판타지 장르문학의 흐름과 발전 전략 연구. **우리문학연구**, (34), 485-514.

[국외 문헌]

27. Blomkvist, S. (2002). Persona-an overview. *Theoretical Perspectives in HCI at IPLab*.
28. Cooper, A. (1999). The inmates are running the asylum. *Software-Ergonomie* 99, 53, 17.
29. Goodman-Deane, J., Waller, S., Demin, D., Gonz lez-de-Heredia, A., Bradley, M., & Clarkson, J. P. (2018). Evaluating inclusivity using quantitative personas. *DRS International Conference*, 25-28.
30. Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion*

- Quarterly*, 37(4), 509–523.
31. Konstantakis, M., Alexandridis, G., & Caridakis, G. (2020). A personalized heritage-oriented recommender system based on extended cultural tourist typologies. *Big Data and Cognitive Computing*, 4(2), 12.
 32. Lin, C. A. (1999). Uses and gratifications. In *Clarifying communication theories: A hands-on approach* (pp. 199–208). Wiley.
 33. Matthews, T., Judge, T., & Whittaker, S. (2012). How do designers and user experience professionals actually perceive and use personas? *CHI '12: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1219–1228.
 34. McGinn, J., & Kotamraju, N. (2008). Data-driven persona development. *CHI '08: Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1521–1524.
 35. Pruitt, J., & Grudin, J. (2003). Personas: Practice and theory. *DUX '03: Proceedings of the 2003 Conference on Designing for User Experiences*, 1–15.
 36. Seidelin, C., Jonsson, A., Høgild, M., Rømer, J., & Diekmann, P. (2014). Implementing personas for international markets: A question of UX maturity. *In Proceedings at SIDER'14*, Stockholm, Sweden.

저 자 소 개



하 상 집 (Sangjip Ha)

국민대학교 BIT CX트랙 석사 학위를 취득하였다. 심리학/사회복지학 학사를 취득 후, 사람과 실제 제품 간의 interaction에 관심을 갖게 되었다. 주요 연구분야는 사회심리학 기반 고객행동이론(User/Customer Behavior), 통계 및 인공지능 기법 기반 고객애널리틱스(User/Customer Analytics), 디자인사고 기반 고객경험디자인(Experience Design)이며, 현재 Data-Driven 컨셉 기획 및 개발, 텍스트 분석 및 사용자 감성에 기반한 의사결정 도출 분야에 관심을 갖고 있다.



박 도 형 (Do-Hyung Park)

KAIST 경영대학원에서 MIS 전공으로 석사/박사학위를 취득하였다. 현재 국민대학교 경영대학 경영정보학부/비즈니스 IT 전문대학원 부교수로 재직 중이며, 고객경험연구실(CXLab.)을 책임지고 있다 (www.cxlab.co.kr). 한국 과학 기술 정보 연구원(KISTI)에서 유망아이템 발굴, 기술가치 평가 및 로드맵 수립, 빅데이터 분석 등을 수행하였고, LG전자에서 통계, 시선/뇌파 분석, 데이터 마이닝을 활용한 소비자 평가 모형 개발을 담당했었고, 스마트폰, 스마트TV, 스마트Car 등에 대한 Technology, Business, Market Insight 기반 컨셉 도출 프로젝트를 다수 수행하였다. 현재 주요 관심분야는 사회심리학 기반의 사용자/소비자의 행동 이론(User/Customer Behavior), 통계 및 인공지능 기법 기반의 사용자/소비자 애널리틱스 (User/Customer Analytics), 디자인사고 (Design Thinking) 기반의 사용자/소비자 경험 디자인 (Experience Design)이다.

〈 Abstract 〉

Data-driven Persona Analysis for Understanding Web Novel Users: Focusing on Quantitative Behavioral Pattern Data

Sangjip Ha^{*}, Do-Hyung Park^{**}

In order to help the understanding of web novel users, this study was intended to quantitatively verify the user's behavioral types according to the characteristics of web novels. For this purpose, the direction of the study proceeded as follows. First, the motives of web novel users were investigated by referring to the motives of other digital content users. In addition, specific behavioral types of users were also collected. As a result, the motivation for using web novels was found to be 'interpersonal relationships and information acquisition with others', 'leisure activities', and 'escape from reality/relieve tension'. After that, the groups were classified as to whether there was a difference between groups according to the motives of use. As a result, the 'hobbies' type, a group with a particularly high motivation for using leisure activities, the 'stress relief' type, a group with very high escapism and tension relief characteristics, and a group with high interpersonal relationships and information acquisition with others. The 'communication' type was classified as a 'multipurpose' type with high overall motivation characteristics. Then, in order to find out the specific characteristics between the types, personas were constructed based on the different behavior type data. Through this, the theoretical contribution of this study is meaningful in that it revealed the motives of web novel users. As a practical contribution, the persona was formed by combining the users' motives and behavioral patterns and visualized to be close to the actual representative users. These results are expected to help improve the web novel service by providing useful indicators for actual writers, platform managers, and users.

Key words: Webnovel, Motivation for use, Behavioral Pattern, Persona, Data-driven Persona

* Graduate School of Business IT, Kookmin University

** Graduate School of Business IT, Kookmin University