

온라인 커뮤니티 디자인을 위한 커뮤니티 역학에 관한 연구

- 온라인 커뮤니티 구성체 개발을 중심으로

A Study on Community Dynamics for Online Community Design

- with Emphasis on Developing Online Community Construct

오기태

한국과학기술원 산업디자인학과

이건표

한국과학기술원 산업디자인학과

Oh, Ki-Tae

Dept. of Industrial Design, HKU

Lee, Kun-Pyo

Dept. of Information Design, DHU

• Key words: Online Community, Online Community Construct

1. 서론

디자인의 영역이 비시각적인 문제를 포함하기 시작한 후 물리적 제품에서 가상의 인공물(virtual artifact)로까지 디자인 대상을 확대되고 있다. 인터넷은 본래 목적이었던 '원격지의 컴퓨터를 사용하는' 것을 뛰어 넘어 통신 기반의 고속화와 더불어 전 세계를 실시간으로 연결하는 수준에 이르렀다. 인터넷과 결합한 컴퓨터는 더 이상 계산하는 기계가 아니라 '통신수단(communicator)'으로 보여지는 패러다임의 전환을 맞이하게 된다. 이로 인해 컴퓨터 자체의 존재감은 미약해지는데, 이것이 보이지 않는 컴퓨터(invisible computing), 도처에 존재하는 컴퓨터(ubiquitous computing), 투명한 컴퓨팅(transparent computing) 등의 패러다임의 배경이 된다.

1-1. 연구배경

컴퓨터 매개 의사소통(computer-mediated communication)은 고도의 인터랙션을 유발할 수 있는 능력을 가지고 있다. 컴퓨터라는 커뮤니케이션 수단을 발판으로 여러 사람이 공유하는 공동의 관심사가 만들어진 것이 온라인 커뮤니티이다. 온라인 커뮤니티는 세계적 규모의 유즈넷 뉴스그룹(Usenet)에서 소규모 개인 게시판, 온라인 메신저에 이르기까지 다양한 형태로 존재한다. 국내 온라인 커뮤니티 경우 다음넷 카페(Daum.net Cafe)는 국내에서 가장 인기있는 사이트이자 방문자수 세계 15위의 순위를 보인다. 개인 홈페이지로 인기를 끌고있는 싸이월드(cyworld.nate.com)는 근래에 이동통신사에 합병되어 온라인 커뮤니티의 비즈니스적 가치를 대변하여 말해주고 있다. 이러한 온라인 커뮤니티의 발전은 컴퓨터를 상호작용의 대상으로 보는 종전의 HCI의 관점을 확장하여 컴퓨터를 인간과 인간을 매개하는 미디어로 보는, 인간-컴퓨터-인간 상호작용에 관한 연구의 필요성을 부각시키고 있다.

2. 연구목적

온라인 커뮤니티는 1) 공동 목표를 중심으로 또는 2) 개인의 유대관계를 중심으로 사람들이 모여들어 만들어진 단체이다. 공동 목표를 중심으로 만들어진 온라인 커뮤니티는 커뮤니티에 대한 소속감(membership)을, 개인의 유대관계를 중심으로 만들어진 온라인 커뮤니티는 개인간의 유대감(relationship)을 발전의 지표로 볼 수 있다. 본 연구의 목적은 온라인 커뮤니티 디자인을 위해, 다음의 질문에 대한 답을 얻고자 한다.

2-1. 소속감, 유대감과 정보구조의 관계

커뮤니티 디자이너가 소속감 및 유대감을 고취시킬 수 있는 온라인 커뮤니티의 정보구조 설계하고자 할 때 어떤 점을 고려해야 하는가에 대하여 아직 많은 연구가 이뤄지지 않고 있다. 사람들이 모여들고 이탈이 적은 온라인 커뮤니티의 정보구조는 무엇인가? 실제로 정보구조는 온라인 커뮤니티의 소속감 및 유대감 수준에 관여하는가? 혹은 반대로, 멤버의 소속감 및 유대감의 수준이 커뮤니티의 정보구조에 반영되며 커뮤니티가 진화하고있는가?

2-2. 소속감, 유대감과 인터랙션 수준의 관계

고도의 인터랙티브 환경은 멤버가 느끼는 사회 존재감(social presence), 공동 존재감(co-presence) 및 공간 의식(sense of place)을 향상시킨다(Blanchard, 2004). 온라인 커뮤니티 환경에서 발생하는 인터랙션의 수준을 변별하는 여러 척도 가운데 실시간 인터랙션의 구현수준을 동시성(synchronicity)이라고 한다¹⁾. 동시성은 동시 기술(synchronous technology)의 총체적 가치로서, 동시성이 높아질수록 사회적 현실감(social reality)가 증가한다(Rafaelli, 1997). 커뮤니티 디자이너가 소속감 및 유대감을 고취시킬 수 있는 온라인 커뮤니티의 인터랙션을 설계하고자 할 때 어떤 점을 고려해야 하는가?

이러한 질문에 대한 답을 찾기 위해 온라인 커뮤니티의 속성, 의식 및 난제요인에 대하여 연구하였다.

3. 온라인 커뮤니티

온라인 커뮤니티는 어떤 멤버라도 위계적인 통로를 거치지 않고 정보를 배포할 수 있다²⁾. 온라인 커뮤니티를 보는 두 가지 주요한 관점이 있는데, 한가지는 리더쉽, 오프라인 행위, 비전 등에 중점을 둔 '사회적' 관점과 이다. 다른 하나는 이러한 사회적 관점에 더불어 사용성과 을 고려한 '사회 기술적' 관점이다. 본 연구에서는 온라인 커뮤니티가 갖는 난제요인 및 한계점 까지 포함하기 위해, 두 번째 관점인 '사회 기술적' 관점으로 온라인 커뮤니티를 연구하였다. 두 관점은 [표 1]에 정리하였다.

1) Constance E. P, A Typology of Virtual Communities: A Multi-Disciplinary Foundation for Future Research, Journal of Computer Mediated Communication, Vol10, No1, 2004

2) Larsen and McInerney, 2002

[표 1] 사회적 관점과 사회기술적 관점

관점	내용
사회적 관점	리더쉽, 오프라인 행위, 비전, 역할 등의 사회적 관점
사회기술적 관점	사회적 관점과 커뮤니티의 사용성을 고려한 관점

3-1. 온라인 커뮤니티 속성

온라인 커뮤니티에 관해 Fernback and Thompson(1995), Balasubramanian and Mahajan (2001), Jones (1997), Rheingold(1993), Rothaermel and Sugiyama (2001), Hagel and Armstrong(1997), Bieber (2002), Koh (2003) 등이 정의를 내렸는데, 이들의 정의를 요약하면 다음 [표 2]와 같다.

[표 2] 온라인 커뮤니티의 속성에 대한 정의 요약

학자 \ 크라이테리아	Fernback, Thompson	Balasubramanian, Mahajan	Rheingold	Rothaermel, Sugiyama	Hagel, Armstrong	Bieber	Koh
Cyberspace	O	O			O	O	O
Members	O	O	O	O	O	O	O
Interaction	O	O				O	O
Shared goal	O						O
Relationship	O		O				
Information / contents				O	O	O	
Time span			O				
Communication			O		O	O	
Emotion			O				
Social / Comm. Needs				O			
Collaboration						O	

여러 학자가 내린 온라인 커뮤니티의 속성 중에서 위계상 중속되거나 중복된 속성을 통합하여 Cyberspace(사이버스페이스), Members(멤버), Interaction(인터랙션), Shared Goal(공동목적), Relationship(유대감), Information/Contents(정보/컨텐츠) 여섯가지 속성으로 단순화 했다.

3-2. 온라인 커뮤니티 의식

온라인 커뮤니티의 소속감에 대한 연구는 많이 이뤄지지 않은 편이다. 일부 학자는 소속감의 출발을 '공간'로 보았으며, '공간 의식'으로부터 출발해 '커뮤니티 의식'을 정리하면 다음 [표 3]과 같다.

[표 3] 온라인 커뮤니티 의식

Dimension	Community Attribute	Sense of Place	Sense of Community	Online Community
Cognitive	Members	Place identification	Membership	Members
	Shared goal		Needs fulfillment	Shared goal
	Interaction		Influence	Information / contents
Affective	Relationship	Place attachment	Emotional connection	Relationship
Behavioral	N/A	Place dependence	N/A	Immersive Behavior
Others				Cyberspace

3-3. 온라인 커뮤니티의 난제 요인

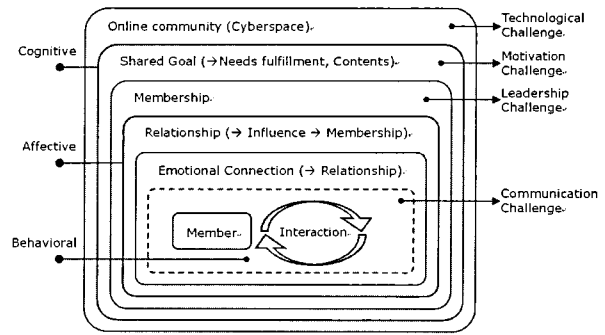
온라인 커뮤니티는 전통적인 지역적 커뮤니티와 유사한 문제들을 갖고 있으며, 컴퓨터 매개 의사소통의 특징으로 인해 발생하는 여러 가지 다른 문제점도 발생한다. 이러한 문제점을 요약하면 다음 [표 4]와 같다.

[표 4] 온라인 커뮤니티의 난제 요인

난제 종류	설명
의사소통	의사소통 방식의 변화 낮은 사회적 존재감 신뢰 구축의 어려움
동기부여	멤버쉽으로부터 얻을 수 있는 다양한 효익에 대한 기대
리더쉽	적정 수준의 커뮤니티 활동과 멤버쉽 성장의 보장
기술	인터넷 커넥션의 고비용 저속 인터넷 라인 컴퓨터를 다루기 위한 광범위한 기술

4. 온라인 커뮤니티 구성체 제안

본 연구는 1) 온라인 커뮤니티 속성, 2) 온라인 커뮤니티 소속감, 3) 세가지 주요 관점으로 온라인 커뮤니티를 보았으며, 이를 바탕으로 다음과 같은 온라인 커뮤니티 구성체를 제시한다.



[그림 1] 온라인 커뮤니티 구성체

5. 결론

온라인 커뮤니티의 디자인을 위한 기본 연구로서, 온라인 커뮤니티의 속성과 의식, 난제 요인의 상호관계를 시각적인 구성체로 구성했다. 추후 연구로서, 본 연구에서 제시한 구성체에 대한 실제적인 검증이 요구된다.

참고문헌

- Koh, J. "Sense of Virtual Community and Virtual Community Dynamics: Linking Community Characteristics, Community Activity, and Community Outcome," *Doctoral Dissertation, Korea Advanced Institute of Science and Technology*, 2003.
- Precece, J. *Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability*, New York: Wiley, 2000.
- Rice, R. E. "Media Appropriateness: Using Social Presence Theory to Compare Traditional and New Organizational Media," *Human Communication Research* (19:4), 1993, pp. 451-484.
- Goldsmith M. "Global Communications and Communities of Choice," in F. Hesselbein, M. Goldsmith, R. Beckhard, and R. F. Schubert (eds.), *The Community of the Future*, San Francisco: Jossey-Bass Publishers, 1998, pp. 101-122.