

무엇이 콘텐츠 창작물에 대한 심리적 소유감을 증진 시키는가?

What fosters psychological ownership towards content creation?

전윤신*, 김진우

연세대학교 HCI lab

Key words: 콘텐츠 창작, 심리적 소유감, 온라인 창작활동, 창작물 공유

1. 서론

Dittmar(1992)에 따르면 사람들이 집, 자동차, 아이디어, 사람 등 다양한 소유 대상과의 관계를 심리적으로 경험하게 되는 것은 일반적이라고 말한다. 이러한 소유감은 심리적으로나 행동적 측면에서 중요한 긍정적 행동을 가져올 수 있는 반면, 소유감의 상실은 사람을 위축 시키고, 일부분 자신을 허무하게 만든다고 하였다. Pierce(2004)는 물질적인 소유 없이도 심리적 소유감이 일어나면 사람들의 태도나 행동에 영향을 줄 수 있다고 하였으며, 심리적 소유감(psychological ownership)을 “개인이 소유하는 대상이나 대상의 일부를 자신의 것(theirs)”으로 느끼는 상황이라고 정의 하였다. 이처럼 심리적 소유는 마음의 상태를 나타내는 태도라고 한다.

Dittmar (1992)는 이러한 심리적 소유감의 발생은 주기적으로 자신과 소유감을 느끼는 대상 사이에서 심리적으로 연결성을 경험할 때 발생 된다고 하였으며, 특히 오브젝트를 통해 자신의 에너지, 시간, 노력과 집중을 더할수록 대상에 대한 심리적 소유감은 크게 발전 된다고 하였다(Csikszentmihalyi & Rochenberg-Halton, 1981). 이러한 맥락에서 스스로 창조하는 행위는 가장 강력한 형태의 투자(Investment)라고 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 심리적 소유감과 같은 감정적 요소를 창작 환경을 중심으로 살펴보고 이를 온라인 활동에서 더욱 촉진 시킬 수 있는 방안과 긍정적 행동 요인들을 살펴 보고자 한다.

2. 연구목적

기존 연구에서는 심리적 소유감이 발생하는 경로로 세 가지 중요 개념을 제시하고 있다. 첫째, 대상에 대한 제어, 둘째, 대상에 대한 지식, 셋째, 대상에 대한 투자를 꼽는다. 이처럼 세 가지 경로가 높게 나타날수록 개인이 지각하는 대상의 심리적 소유감은

높아진다고 하였다. 그러나 심리적 소유감을 형성하기 위한 위의 세 가지 요소는 창작이 아닌 지식이나, 조직 업무 등의 분야를 중심으로 살펴보았기 때문에 실제 온라인 창작 환경에서 심리적 소유감을 지각하게 되는 상호작용 요소를 파악할 필요가 있다.

따라서 본 연구를 통해 디지털 창작 콘텐츠에 대한 심리적 소유감을 형성하기 위한 중요 요소들을 실증적으로 파악하고, 이들을 통합할 수 있는 이론적 모형을 최종적으로 제시하고자 한다.

3. 연구 1

연구 1에서는 온라인 공유를 통한 창작 활동을 하는 사용자들을 대상으로 정성적 연구를 진행 하였으며 심층 인터뷰 내용 분석을 바탕으로 콘텐츠의 창작 요소와 심리적 소유감간의 인과관계를 파악 하고자 하였다.

3.1. 인터뷰 참가자 선택

현재 온라인 카페나 커뮤니티에서 창작 활동을 하고 있는 대상자를 중심으로 참가자를 모집하였으며, 온라인에서 활발한 창작활동과 공유가 이루어지는 팬픽이나 스마트폰 테마 관련 창작자들을 대상으로 실시 하였다. 공통적인 참가자 요건으로는 온라인 창작 활동을 최소 3 개월 이상 지속하고 있으며, 자신의 창작물을 카페나 커뮤니티에 꾸준히 업로드하여 일정 수준 이상의 영향력을 미치는 참가자 총 12 명 을 최종 선정하였다. 참가자의 성별은 남성과 여성 모두 포함되었으며 1:1 심층 인터뷰 방식으로 진행되었다.

3.2. 인터뷰 데이터 분석

인터뷰를 통해 수집된 정보들은 근거 이론 방법(grounded theory method)에 의해서 분석하였다. 이에 따라 녹취된 내용을 개방코딩(open coding)하여 정리하고 축코딩(axial coding)으로 범주화하였다. 마지막으로 선택적 코딩(selective coding)을 진행하여

창작자들이 지각하는 공통적인 심리적 소유 경험의 핵심 요소들을 추출 하였다.

3.3. 연구 1 결과

정성 인터뷰를 통해 도출된 주요 개념들은 표 1 과 같다.

표 1. 정성 인터뷰 도출 개념

상위개념	도출개념 1	도출개념 2	도출개념 3
응집성	관계 유지	아이디어교류	구성원 매력
범주화	내 집단 이해	규범 준수	모방
완성도	창작 구상	책임감	창작물 비교
타인인식	평가고려	의견수용	

표 1 과 같이 도출된 정성 인터뷰의 개념은 창작자들 사이에서 공통적으로 자주 언급되는 요소들을 바탕으로 정리 되었으며 그 중 심리적 소유감을 설명할 수 있는 대표성 있는 개념들을 다음과 같이 도출하였다.

첫째, 온라인 창작환경에서는 수용자에서 창작자로의 전환이 비교적 쉽게 이루어짐을 알 수 있는데 이는 창작물의 모방 용이성이 크게 작용하고 있었다. 그러나 실제 자신의 창작물이 온라인에서 공유되면서부터는 누구나 흉내내기 어려운 참신한 소재를 활용하여 자신만의 작품으로 차별화 하고자 하는 특성이 강하게 나타났다.

둘째, 창작자가 창작물을 책임감 있게 완성하는 데에 중요한 요소로 작용하는 것은 타인의 인식으로 이는 공동체 의식과 같은 심리적 요소로 설명될 수 있다. 일반적으로 공동체 의식은 ‘어떤 집단이나 조직, 사회의 구성원으로서 개인들이 소속감과 상호영향, 욕구충족, 정서적 연대를 인식하는 것’으로 정의된다(Mcmillan.Chavis, 1985; Dalton. Elias. Wandersman, 2007).

그림 1 은 정성 인터뷰에 활용된 설문 결과 자료로, 참가자들 사이에서는 창작 활동을 할 수 있는 소속된 공간과 다양한 창작자와 수용자간의 정서적 연대가 창작활동을 뒷받침하는 중요한 요소로 작용하고 있음을 파악 할 수 있었다.

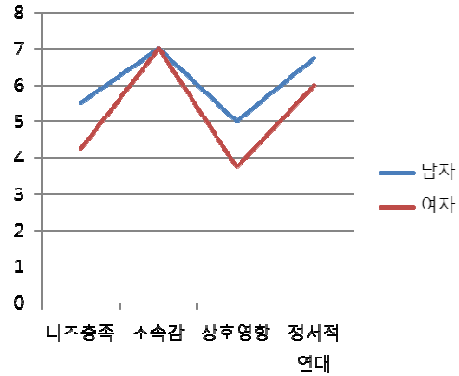


그림 1. 공동체 의식 설문 자료

4. 결론

연구 1 의 정성 인터뷰를 통해 창작물에 대한 심리적 소유감이 형성되기 위해서는 창작자와 창작자, 창작자와 수용자간의 관점에서 창작물의 모방 용이성과 공동체 의식이라는 개념이 중요하게 작용함을 파악 할 수 있었다. 특히 공동체 의식에서는 소속감과 정서적 연대가 창작물에 대해서 내 것이라고 느끼는 감정을 더욱 장려하는 것으로 분석되었다. 연구 1 에서 진행된 정성 인터뷰를 바탕으로 창작 콘텐츠에 대한 심리적 소유감이 형성되는 중요 요소들을 추가적으로 분석할 예정이며, 이를 통해 온라인 서비스에서 콘텐츠 창작물에 대한 감정적 요소를 어떻게 뒷받침 할 수 있는지 실증적 가이드라인으로 제시할 예정이다.

참고문헌

Csikszentmihalyi, M., & Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things: Domestic symbols and the self*, Cambridge: Cambridge University Press.

Dittmar, H. (1992). *The social psychology of material possessions: To have is to be*. New York: St. Martin's Press.

Van Dyne, L., & Pierce, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), 439-459.