

# 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션에 관한 연구

자아성향(Self-construal)에 따른 관계 중심으로

권상희\*

(성균관대학교 신문방송학과 부교수)

방경화\*\*

(성균관대학교 신문방송학과 대학원)

본 연구는 온라인커뮤니티 상에 나타나는 자아성향(self-construal)과 커뮤니케이션유형 간의 관계를 실증적으로 검증한 논문이다. 본 연구의 목적은 자아성향이 온라인 커뮤니티 내에서 어떻게 드러나는 것은 물론 자아성향이 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션과 어떤 관계에 있는지를 밝혀보고자 하는 것이다. 따라서 자아성향과 온라인 커뮤니티 내의 여러 가지 변인(온라인 커뮤니티 특성, 온라인 커뮤니티 내 커뮤니케이션 방식, 그리고 온라인 커뮤니티 회원 간 관계수준)의 관계를 살펴보았다. 자료 수집은 온라인과 오프라인 설문조사를 통하여 이루어졌으며, 온라인 응답자 79명과 오프라인의 응답자 255명의 응답을 조사하였다. 분석 결과, 온라인 커뮤니티 내에서 자아성향은 오프라인과 유사하지 만 보다 복합적으로 드러나고 있었으며 여러 가지 변인들과 유의미한 관계를 보였다. 특히, 본 연구조사에서 '독특성'으로 명명된 독립적 자아성향은 온라인 커뮤니티 특성, 커뮤니케이션 방식, 그리고 관계수준에 많은 영향을 미치는 중요한 요인으로 분석되었다.

주제어: 커뮤니티, 자아성향, 온라인 커뮤니티 커뮤니케이션 방식, 관계수준, 요인분석

## 1. 문제제기 및 연구목적

인터넷을 기반으로 하는 사이버 공간은 이제 우리의 일상으로 자리 잡고

\* skweon@skku.edu

\*\* pangpd@skku.edu

있다. 인터넷의 대중화는 우리의 생활을 오프라인에서 온라인으로 확장시켰으며 그에 따른 많은 변화를 가져왔다. 특히, 온라인 커뮤니티의 등장으로 주로 오프라인을 통해 이루어지던 인간관계의 범위가 더욱 확대되고 다양해진 것을 살펴볼 수 있다. 얼마 전 웹사이트 분석기관인 랭키닷컴의 조사에 따르면, 지난 6월 이후 동문이나 지역 등 보편적 성격의 온라인 커뮤니티 방문자 수는 줄어든 반면 특정 주제를 중심으로 형성된 전문 온라인 커뮤니티의 방문자 수는 점점 늘어나고 있다고 한다. 이는 오프라인의 연계로 여겨지던 온라인 커뮤니티가 이제는 새로운 인간관계 형성의 장을 마련하고 있다는 것을 반증한다. 온라인 커뮤니티는 기존의 인간관계를 재정립하고 새롭게 확장시키는 것은 물론 타인을 만나 새롭게 관계를 형성해나가는 중요한 공간으로 자리 잡고 있는 것이다.

이처럼 새롭게 형성된 온라인 커뮤니티 내에서의 커뮤니케이션 활동은 매우 다양한 모습으로 드러난다. 전반적으로 커뮤니케이션 활동이 적극적이며 활발하게 나타나는 온라인 커뮤니티도 있지만, 그에 반해 커뮤니케이션 활동이 거의 드러나지 않는 온라인 커뮤니티도 존재한다. 또한 동일한 온라인 커뮤니티 내에서 활동하는 개인의 모습도 다양다색이다. 본 연구자는 다양한 모습을 띠는 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 활동을 개인의 성향을 중심으로 파악하고자 하였다. 그 이유는 사회의 기본단위는 개인이며 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 활동을 결정짓는 요소는 바로 개인의 커뮤니케이션이며, 개인의 성향이 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 활동을 좌우하는 큰 변인이 될 수 있다고 생각했기 때문이다.

온라인 커뮤니티 내의 자아와 커뮤니케이션을 분석하기 위하여 본 연구자는 자아성향이란 개념에 대해 주목하였다. 자아성향은 일반적으로 오프라인에서 개인이 주변 사람들과 사회를 어떻게 이해하는 가하는 개념이라고 할 수 있다. 이러한 자아성향에 따라 개인의 커뮤니케이션 방식도 달라지는데, 본 연구는 이러한 이론적 근거를 바탕으로 자아성향과 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션의 관계를 살펴보고자 한 것이다. 이를 위하여 먼저 온라인 커뮤니티 내에서 드러나는 자아성향이 어떠한 차원으로 재구성되는지를 밝히고

온라인 커뮤니티 내의 자아성향과 온라인 커뮤니티의 특성과의 상관관계, 그리고 마지막으로 자아성향이 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션에 어떠한 영향을 주는지를 조사하였다.

본 연구는 그동안 온라인 커뮤니티에서는 다루어지지 않았던 자아성향이란 개념을 온라인 커뮤니티 내에 적용시켜 커뮤니케이션 연구의 새로운 시도로 그 의미를 찾을 수 있을 것이며 이와 함께 자아를 온라인 커뮤니티 연구의 중심으로 편입시키면서 온라인 커뮤니티의 분류와 그 특성에 지나치게 치우쳤던 온라인 커뮤니티에 대한 연구를 보완할 것으로 기대한다.

## 2. 이론적 논의

### 1) 온라인 커뮤니티 개념과 특성

#### (1) 온라인 커뮤니티의 개념

커뮤니티란 원래 지리적으로 근접된 마을, 도시 등 지역사회나 공동체를 뜻하며, 인터넷이 등장하기 이전에도 사회과학에서 중요한 개념으로 자리잡아왔다. 그러나 인터넷의 발달로 인하여 지리적 근접성을 전제로 하였던 전통적인 커뮤니티와 다른 커뮤니티의 개념이 등장하고 있다. 국내의 경우, 온라인 커뮤니티의 등장은 일반적으로 1990년대 후반이라고 말할 수 있다. 아이러브스쿨과 다음, 그리고 프리첼의 카페 서비스 시작으로 국내 온라인 커뮤니티가 본격적으로 그 모습을 드러냈다. 이와 함께 온라인 커뮤니티에 대한 논의가 본격적으로 시작되었다고 볼 수 있다.

온라인 커뮤니티에 대한 정의는 각 연구자들마다 조금씩 다른 견해를 보이고 있다. 서이중(2002)은 온라인 커뮤니티는 인터넷 기반의 가상커뮤니티로서, 인터넷의 기술기반 위에서 공통적 경험과 관심사, 가치를 공유하는 공동체적 모임이라고 말한다(Preece, 2000; 서이중, 2002: 32 재인용). 다른 연구자들의 온라인 커뮤니티 정의를 살펴보면, 편백과 톰슨(Fernback & Thompson,

1995)은 가상공간에서 관심 있는 주제를 매개로 하여 어떤 영역 속에서 참여자들의 반복되는 접촉으로 인해 만들어지는 공간이라고 하였으며, 하겔과 암스트롱(Hagel & Armstrong, 1997)은 구성원들에 의한 자생적 콘텐츠(member-generated contents)에 중점을 두고 커뮤니케이션과 콘텐츠의 통합이 존재하는, 컴퓨터를 매개로 하여 구축된 공간이라고 정의 내렸다. 존스(Jones, 2000)는 CMC에 의해 형성된 공간에 모인 사람들이 상호작용 하는 집단, 웨인리치(Weinreich, 1997)는 공통된 지리적 영역, 공통된 역사(경험), 공통된 영역에 대한 공유된 가치를 나누는 집합체인 네트워크로 온라인 커뮤니티를 바라보았다. 또한 라인골드(Rheingold, 1998; 정지우·여수미·허지성, 2005 재인용)는 온라인 커뮤니티는 다수의 사람들이 사이버 공간에서 개인적인 친분 관계망을 유지하기에 충분한 인간적인 감정과 충분한 시간을 가지고 공개적인 논의를 수행할 때 인터넷으로부터 출현하는 사회적인 통합체라고 말하였다. 최순화 외(2000)는 가상공간에서 상호작용 하는 사람들의 집단이라고 언급하며 이들은 유사한 관심사, 가치관, 라이프스타일을 가진 구성원들의 모임이라는 특성을 갖는다고 말한다. 도준호 외(2000)의 연구에서는 온라인 커뮤니티의 설립 목적이 특정한 소재에 관심을 갖는 사람들이 서로의 정보를 교환하고 이와 더불어 서로 만나 친목을 도모하는 것이라는 것이 밝혀졌다(김유정·조수선, 2001: 12~13). 이들 연구자의 정의를 정리하면, 온라인 커뮤니티는 ‘관심 있는 정보를 공유하며 인간관계를 도모하는 공간’이라고 할 수 있을 것이다.

## (2) 온라인 커뮤니티의 특성과 유형

일반적으로 온라인 커뮤니티의 특성으로 형성요인과 선택가능성이 있다. 또한 관심도와 선택가능성 외에 많은 연구자들은 온라인 커뮤니티의 상호작용성을 그 특성으로 말하고 있다. 온라인 커뮤니티의 특성을 기준으로 나뉘진 유형을 살펴보면, 먼저 서이종(2002)은 상호작용성을 기준으로 온라인 커뮤니티를 교회형 커뮤니티, 극장형 커뮤니티, 카페형 커뮤니티로 나누었다(서이종, 2002: 105~122).

다음으로 피갈로(Figallo, 1998) 또한 상호작용성에 대해 언급하는데, 그는 현존하는 다양한 온라인 커뮤니티들의 특성으로 집중성(focus), 상호작용성(interactivity), 친밀성(cohesion)의 세 가지를 제시하였다(서건수, 2003). 그리고 각 특성에 따라서 커뮤니티를 분류하였다. 먼저 커뮤니티의 목적이나 방문자들의 관심사가 구체적으로 정의되어지는 정도, 즉 집중성에 따라서 ‘전문형(Speciality)’과 ‘바자형(Bazaar)’로 나누었다. 전자는 집중도가 높으며 후자는 집중도가 넓게 분산되어 있는 커뮤니티를 말한다. 다음으로 상호작용성은 커뮤니티 멤버 상호간의 의견교환이나 대화가 빈번히 이루어지는 정도를 말하며, 그 정도에 따라서 ‘카페형(Cafe)’과 ‘성지형(Shrines)’이 있다. 또한 특정 커뮤니티 사이트에 참여하고 있는 멤버들 상호간에 느끼는 친밀도의 정도인 친밀성에 따라 ‘가족형(Family)’과 ‘고립형(Loners)’로 나누어진다(서건수, 2003: 5~6).

이런 상호성 외에도 김(Kim, 2000)은 지역별, 주제별, 인구통계그룹별, 활동중심별의 4가지 종류의 온라인 커뮤니티를 제시하였고, 앤젤리데스(Angelides, 1997)는 사람들의 욕구에 따라서 거래적 욕구(거래 커뮤니티), 관심사 욕구(관계 커뮤니티), 관계적 욕구(관계 커뮤니티), 오락과 재미를 추구하는 환타지아적 욕구(환타지 커뮤니티)의 4종류를 제시하였다. 서건수(2003)는 참여자들의 동기에 따라 엔터테인먼트형 커뮤니티, 관계추구형 커뮤니티, 정보·의견교환형 커뮤니티로 나누어 분석하였다(서건수, 2003: 9).

앞에서 살펴본 바와 같이 연구자들마다 온라인 커뮤니티의 특성과 유형을 조금씩 다르게 제시하고 있다. 이 중 피갈로(1998)의 온라인 커뮤니티 분류는 커뮤니티 자체의 특성과 커뮤니티 내 구성원들끼리의 교류 정도, 그리고 커뮤니티 내 구성원들의 활동수준까지 전반적인 온라인 커뮤니티의 특성을 잘 반영하고 있다. 따라서 온라인 커뮤니티의 특성에 보다 비중을 두고 있는 이 연구에 적합하다고 판단하여 본 연구에서는 피갈로(1998)의 분류를 따랐다.

(3) 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 방식

온라인 커뮤니티 내에서 이루어지는 다양한 커뮤니케이션 방식을 분석하기 위해서는 우선 온라인 커뮤니티의 홈페이지 구성을 살펴보아야 할 것이다. 일반적으로 온라인 커뮤니티 구성은 <표 1>에서 보는 것처럼, 게시판, 자료실, 소모임, 대화방, 회원관리로 나누어진다. 온라인 커뮤니티의 게시판은 공지사항, 자유게시판, 가입인사, Q&A, 회의실, 참가신청/후기 등으로 이용된다. 이는 모두 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 소통과 관련한 것이라고 볼 수 있다. 게시판과 대화방 이외에 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 방식으로 볼 수 있는 것은 답글(리플)과 오프라인 모임 참가이다.

일반적으로 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션은 이러한 홈페이지를 기본으로 이루어진다. 그러나 최근의 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션은 온라인을 넘어 오프라인으로까지 확장되어 이루어지고 있다.

<표 1> 홈페이지의 주요기능과 역할

주요기능		상세한 분류
게시판	-공지	공지사항(공지&안내), 운영자연락(공지)
	-자유	자유게시판(하고픈 말)
	-회원	가입인사
	-정보	Q&A(질문/건의)
	-회의	회의실
	-모임	참가신청/후기
자료실	카페소개, 관련자료, 회원사진자료	
소모임	소모임 공지사항, 소모임게시판, (어린이게시판)	
대화방	대화방, 초대하기	
회원관리	회원가입, 회원정보, 수정/탈퇴	

출처: 서이중(2002), 『온라인 커뮤니티와 한국사회』, 142쪽.

김진세(2004)는 온라인 커뮤니티 내의 상호작용 유형을 구성원 간 상호작용과 커뮤니티-구성원 간 상호작용으로 구분하고 있다. 이는 호프만과 노박(Hoffman & Novak, 1995)의 상호작용 개념에서 비롯한 것이다. 호프만과

노박(1995)은 인터넷 환경에서 상호작용의 개념을 인적 상호작용(man-interactivity)과 기계적 상호작용(machine-interactivity)으로 구분하고 있다. 인적 상호작용이란 커뮤니티 구성원간의 상호작용을 말하는 것이고, 기계적 상호작용은 매체와의 상호작용을 의미하는 것이다 (송창석·신종철, 1999; 김진세, 2004).

<표 2> 온라인 커뮤니티 상호작용 유형

구분		예
커뮤니티-구성원 간 상호작용	커뮤니티 내	· 게시판 내 질의, 응답 · 공지사항
	커뮤니티 외	· 이메일 · 메신저
구성원 간 상호작용	커뮤니티 내	· 게시판을 이용한 질의, 응답, 토론 · 채팅
	커뮤니티 외	· 커뮤니티 이외의 사이트에서 만남 · 회원 간 이메일, 전화 등 · 실제 공간에서의 직접 만남

출처: 김진세(2004), 『인터넷 비즈니스 연구』, 15(2), 87쪽.

#### (4) 온라인 커뮤니티 관련 국내 연구

국내 온라인 커뮤니티에 대한 연구는 세 가지 정도로 분류할 수 있다. 첫째, 온라인 커뮤니티의 개념과 유형 분류, 즉 온라인 커뮤니티의 개념을 정립하는 하는 연구이다(박주연, 2000; 김유정·조수선, 2002; 이경희, 2002; 서문식·김유경·서용한, 2002; 김유정, 2005; 김종길, 2005). 둘째, 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션을 분석하여 온라인 커뮤니티의 활성화를 분석한 연구이다(서지아, 2001; 배영, 2003a; 배영, 2003b; 고준, 2003; 김진세, 2004). 셋째, 자아의식과 관련하여 인터넷상의 커뮤니케이션을 분석하는 연구이다(이윤복, 1998; 노기영, 2002; 배근정, 2002; 서건수, 2003; 이순형, 2002).

먼저 지리적, 시간적 제약이 사라진 온라인 커뮤니티가 등장하면서 이에

대한 개념 정리와 유형화를 위한 연구가 이루어졌다. 이는 주로 온라인 커뮤니티의 구성원들의 상호작용과 커뮤니케이션과 관련하여 연구가 행해졌다. 온라인 커뮤니티의 활성화와 관련한 연구는 온라인 커뮤니티 연구에서 제외할 수 없는 부분이다. 이러한 연구는 온라인 커뮤니티의 성장과 함께 온라인 커뮤니티의 비즈니스적 가치가 대두되면서 이루어지고 있는데, 어떤 요소들이 온라인 커뮤니티의 활성화와 관련 있는지를 밝히는데 그 주요한 목적을 두고 있다. 이러한 연구들은 온라인 커뮤니티를 대인 커뮤니케이션이 이루어지는 공간인 동시에 하나의 수익을 창출할 수 있는 공간으로 바라본다. 따라서 수익모델로서의 온라인 커뮤니티 구축방법을 논의하고 있다고 볼 수 있다. 온라인 커뮤니티 연구에서 자아와 관련된 부분은 매우 중요한 부분이다. 커뮤니케이션은 일종의 자아표현수단이라고 할 수 있으며 온라인 커뮤니티내의 커뮤니케이션을 분석하기 위해서는 개인의 자아에 초점을 맞추는 작업이 필요하다. 많은 연구들이 온라인 커뮤니티 내의 자아 특성에 주목하여 진행되었다. 그러나 국내 커뮤니케이션 연구에서 자아성향에 대한 연구 논문은 전무한 현실이다. 따라서 본 연구자는 국내에서는 다소 생소한 개념인 자아성향과 온라인 커뮤니티의 관계를 알아보려고 하였다.

## 2) 자아성향의 개념과 논의

### (1) 자아성향의 개념

자아성향은 개인 스스로를 이해하고 그들을 둘러싼 세계에서 다른 사람들과의 관계를 이해하는 데 도움을 주는 개인의 지각이다(Hara, Kazuya & Kim, Min-Sun, 2004; Markus & Kitayama, 1991).

자아성향은 거의 십년 동안 커뮤니케이션 연구의 주제로 자리 잡아 왔다. 그리고 많은 연구들이 마커스(Markus)와 기타야마(Kitayama)의 독립적 자아성향과 상호의존적 자아성향 개념을 기초로 이루어졌다(Gudykunst & Lee, 2003). 마커스와 기타야마(1991)는 두 개의 일반적인 문화적 자아구조를 언급하였는데, 독립성(independence)과 상호의존성(interdependence)이 그것이다.

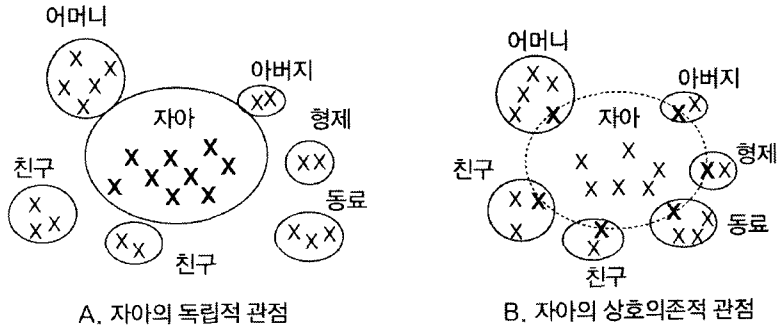


이 두 가지 자아 이미지는 기본적으로 비 서구 문화(상호의존적 자아 interdependent self)에서 종종 발견할 수 있는 연결성과 관계, 그리고 서구에서 강조하는 개인(독립적 자아, independent self)의 개별성과 독특함을 강조하는 것을 반영하는 개념이다(Kim, 2002). 마커스와 기타야마(1991)의 기본적인 개념은 자아 내의 관점들은 다양하지만, 자아에 대한 많은 관점들은 특정한 문화에 대해서는 구체적이라는 것이다. 김(2002)은 두 가지 자아성향의 주된 차이는 자아(self)가 다른 사람들(others)과 어떻게 관계하는지에 관련한 믿음이라고 말한다. 그는 독립적 성향이 크게 발달한 사람들은 그들 자신이 다른 사람들과 분리되어 있다고 여기며 반면, 상호의존적 성향이 크게 발달한 사람들은 자신이 다른 사람들과 연결되어 있다고 바라본다고 언급하였다.

<그림 1>은 독립적 자아성향과 상호의존적 자아성향의 개념을 도식화한 것이다. 그림에서 큰 원은 자아(self)이고 주위의 작은 원들은 타인들(others)이다. 그리고 X는 자아와 타인들의 다양한 관점들을 나타낸 것이다. 때때로 큰 원과 작은 원이 만나는데, 그 때 X는 두 개의 원이 만나는 점점에 놓인다. 이는 타인들 또는 특정한 사회적 관계와 어떤 관계를 맺고 있는 자아를 나타낸다. 외부의 X를 제외한 내부의 X는 다른 사람들에 대해 상대적으로 독립적인 자아인데, 이는 시간이나 맥락과 상관없이 변함없이 유지된다(Markus & Kitayama, 1991).

먼저 1A는 독립적 자아성향을 보여주는데, 그림에서 보는 것처럼 각각의 원들은 서로 만나기는 하지만, 원 안의 X는 각각의 원 안에 그대로 유지된다. 이는 바로 독립적 자아가 타인들과 커뮤니케이션을 할 때, 다른 사람에 맞춰서 자신의 관점을 바꾸거나 타협하기보다는 자신의 관점을 그대로 지닌다는 것을 의미한다. 이는 독립적 자아성향을 가진 개인이 다른 사람과 분리되어 있다고 생각하는 것을 보여준다고 할 수 있다. 반면에 1B는 상호의존적 자아를 보여준다. 그림1B에서 볼 수 있는 것처럼, 큰 원과 작은 원들은 서로 접촉하며 자아의 관점을 가리키는 X들 또한 서로 공유하는 것을 파악할 수 있다. 이는 상호의존적 자아성향의 개인이 자신을 다른 사람들과 연결되어 있는 자아로 판단하는 것을 그대로 보여준다.

<그림 1> 자아의 개념 표현(A: 독립적 성향, B: 상호의존적 성향)



출처: "Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion, and Motivation", by Markus & Kitayama, 1991, *Psychological Review*, 98, p. 226.

레빈 외(Levine et al., 2003a)는 이런 자아성향은 인지, 감정, 동기, 그리고 커뮤니케이션에 있어서 문화적 차이를 설명하고 예측하는 일반적인 방법으로 쓰여 졌다고 말하고 있다. 흔히 독립적 자아성향은 서구 문화로, 상호의존적 자아성향은 비서구 문화를 대변하는 것으로 받아들여져 온 것이 사실이다. 그러나 레빈 외(2003a)의 연구에 의해서, 자아성향에 대한 문화의 영향력이 예상과 다르게 나타난다는 것이 밝혀졌다. 두 가지 자아 성향에 대한 일반적인 예상과는 완전히 다른 결과가 드러난 것이다. 전형적으로 자아성향에 대한 언급을 할 때, 동양권의 국가에서는 독립적 자아성향보다는 상호의존적 자아 성향이 두드러지게 나타난다고 말한다. 그러나 실험 결과는 반대의 결과를 보여주었다. 이 결과는 자아성향이 반드시 국가적인 문화나 인종에 국한하여 영향을 받거나, 나타나는 요소는 아니라는 것을 보여준다. 다시 말해서, 자아 성향에는 국가와 인종 이외의 다양한 문화의 영향력이 존재한다는 것을 의미한다.

## (2) 자아성향과 커뮤니케이션 유형

자아성향은 개인의 사회적 활동과 연관이 있으며 커뮤니케이션 유형에도 차이를 보여준다. 마커스, 물러리, 그리고 기타야마(Markus, Mullally & Kitayama, 1997)는 “자아방법(selfways)”은 단순히 자아를 바라보는 다른 방법만을 뜻하는 것이 아니라, 생각과 느낌 그리고 행동에 까지 연결되는 다른 방법들이라고 말한다(Gudykunst & Lee, 2003: 253). 여기에서 “자아방법”은 앞에서 논의했던 자아성향을 지칭한다. 김(Kim, 2002)은 그의 저서 『인간 커뮤니케이션의 비서구적 관점(Non-western perspectives on human communication)』에서 자아 성향과 관련하여 다양한 커뮤니케이션 형태와 양식에 대해서 연구하였다. 그는 인간 커뮤니케이션에서 논의되는 자기노출(self-disclosure), 자기 표현(self-presentation), 커뮤니케이션 두려움(communication apprehension), 기만 커뮤니케이션(deceptive communication), 갈등 해결 스타일(conflict management style), 태도와 행동 일관성(attitude-behavior consistency), 침묵(silence), 언어적 커뮤니케이션(verbal communication) 등의 커뮤니케이션 형태와 양식을 두 가지 자아성향과 관련해서 논의를 하였다. 그는 다양한 문화 간 연구들을 통해서 자아성향과 커뮤니케이션 유형의 관계를 구체적으로 살펴보았다.

엘리스와 위튼바움(Ellis & Wittenbaum, 2000)은 자아성향과 커뮤니케이션 양식에 관한 또 다른 연구를 하였다. 그들은 자아성향에 따른 언어적 자랑(verbal promotion)의 성향을 조사하였는데, 이 결과를 통해 자아성향이 언어적 자랑을 예측하는데 중요한 역할을 한다는 것을 밝혀내었다. 동시에 이는 자아성향이 커뮤니케이션 양식에 영향을 줄 수 있다는 것을 증명한다.

또한, 옴(Yum, 2004)은 연인 사이에서 상대방이 기분 나쁜 행동이나 문제를 불러일으키는 행동을 취했을 때 개인이 어떤 반응을 보이는지에 대한 융화적 딜레마(accommodative dilemma)를 자아성향과 관련하여 연구하였다. 옴(2004)은 문화의 차이와 자아성향 간의 관계를 분석하여 상호의존적 자아성향이 높은 집단을 집단주의적 문화(collectivistic culture)로, 독립적 자아성향이 높은 집단을 개인주의적 문화(individualistic culture)로 판단하여 조절 딜레마와의 상관관계를 분석하였다. 그 결과, 집단주의적 문화 집단과 개인주의적

문화를 지닌 집단 간의 근소한 행동차이를 밝혀내었다. 또한, 두 가지 문화성향을 지닌 집단(bicultural)의 개인들이 융화적 딜레마를 보다 효과적으로 해결해 나간다는 것을 발견하였다. 이는 자아성향에 따라 커뮤니케이션 방식이 변하는 사례를 보여주는 연구라고 할 수 있을 것이다.

### 3. 연구문제

연구문제 1: 온라인 커뮤니티 내의 자아성향은 어떠한 차원으로 구성되는가?

연구문제 2: 온라인 커뮤니티의 특성은 온라인 커뮤니티 내의 자아성향과 어떠한 관계를 가지는가?

가설 2-1: 온라인 커뮤니티의 특성은 온라인 커뮤니티 내의 자아성향과 상관관계가 있을 것이다.

연구문제 3: 온라인 커뮤니티 내의 자아성향은 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 방식에 영향을 미칠 것인가?

가설 3-1: 온라인 커뮤니티 내의 자아성향은 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 방식에 영향을 미칠 것이다.

연구문제 4: 온라인 커뮤니티 내의 자아성향은 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 관계수준에 영향을 미칠 것인가?

가설 4-1: 온라인 커뮤니티 내의 자아성향은 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 관계수준에 영향을 미칠 것이다.

## 4. 연구 방법

### 1) 자료수집 및 연구대상

이 연구는 온라인 커뮤니티에 가입하고 있는 20대를 중심으로 설문지법을 사용하여 자료를 수집하였다. 온라인 커뮤니티에 가입하고 있지 않은 사람은 설문 조사에서 제외하였으며 온라인 커뮤니티에 가입하고 활동하고 있는 구성원들을 중심으로 설문조사를 통해, 자료를 수집·분석하였다. 설문조사는 2005년 10월 19일부터 11월 12일까지 4주에 걸쳐 온라인 설문조사와 오프라인 설문조사를 동시에 진행하였다. 온라인 설문조사는 온라인 커뮤니티의 게시판에 설문을 올려 이루어졌고, 오프라인 설문조사는 성균관대학교 학생들을 대상으로 실시하였다. 최종적으로 온라인 설문조사에 79명, 오프라인 설문조사에 255명이 응답하였으며 불성실한 응답자 21명을 제외한 313명의 응답자를 조사대상으로 삼았다.

### 2) 연구변수의 조작적 정의 및 측정

#### (1) 자아성향<sup>1)</sup>

김(Kim, 2002)은 self-construal을 ‘자아의식’이라고 번역을 하기도 하였다. 하지만, 자아성향에 대한 최영균(2000)의 연구에서 자아성향이라는 용어를 사용하였고, self-construal을 의식이라기보다는 개인이 집단 내에서 보여주는 성향에 대한 개념이라고 본 연구자는 판단하여 ‘자아성향’으로 용어를 통일하

---

1) 자아성향(自我性向)은 개인의 성향이라고 할 수 있을 것이다. 일반적으로 성향(性向)은 어떤 물건이나 사람이 가지는 성질의 경향을 말한다. 이 논문에서 언급하는 성향은 자아가 다른 사람과의 관계에서 보이는 경향을 의미한다. 예를 들어서 의사 결정시 다른 사람의 의사에 따라 자신의 생각을 바꾸는 경향을 가진 사람과 다른 이의 의사와는 상관없이 자신의 의견을 유지하는 경향을 가진 사람이 있다고 할 때, 이러한 두 가지 경향을 성향이라고 할 수 있을 것이다.

기로 한다. 자아성향을 측정은 령과 김(Leung & Kim, 1997)의 측정도구를 사용하였다. 령과 김(1997)의 스케일(scale)은 독립적 자아성향과 관련한 항목 15개, 상호의존적 자아성향과 관련 항목 14개로 모두 29개 항목으로 구성되어 있다. 또한 자아성향에 대한 연구는 국내에서 거의 이루어지지 않았기 때문에 영문 스케일을 번역하여 사용하였다. 연구자는 먼저 국내에서 이루어진 자아성향에 대한 연구인 최영균(2000)의 번역된 스케일을 참고로 하여 령과 김(1997)의 스케일을 번역하였다. 그리고 본 연구는 온라인 커뮤니티 내의 자아성향을 측정하고자 하기 때문에, 앞의 스케일을 바탕으로 설문문항 이전에 온라인 커뮤니티 내의 자아성향이라는 점을 명시하고, 설문문항에 ‘커뮤니티’라는 용어를 사용하여 현실의 자아성향과 구분하여 측정하였다. 또한 온라인 커뮤니티에 적합하지 않는 5가지 항목<sup>2)</sup>은 전체 문항에서 제외시켰다.

## (2) 온라인 커뮤니티의 특성

온라인 커뮤니티의 특성은 각각의 온라인 커뮤니티가 가지는 고유한 특성과 관련한 것이다. 온라인 커뮤니티의 특성(집중성, 상호작용성, 친밀성)의 측정은 앞에서 피갈로(1998)의 개념을 이용하여 설문항목을 도출한 서건수(2003)의 설문항목을 이용하였다. 집중성은 “사이트의 운영목적이 명확하여 이용자들이 공통의 관심사를 갖고 방문하는 정도”에 따라 4항목으로 구성되어 있으며, 상호작용성은 “커뮤니티 구성원간의 상호의견교환이나 대화가 빈번히 이루어지는 정도”를 기준으로 4항목으로 측정할 것이다. 마지막으로 친밀성은 “커뮤니티 사이트에 참여하고 구성원들 상호간에 느끼는 친밀감과 유대감을 느끼는 정도”에 따라 설정한 3항목을 이용하여 측정하였다. 이들 설문문항은 모두 리커트 7점 척도로 측정하였다.

- 
- 2) ‘의사결정을 내리기 전에 가까운 친구와 상담하고 그들의 의견을 얻는 것은 중요하다’, ‘나는 교육 및 진로를 계획할 때 부모님의 조언을 참조해야 한다고 생각한다’, ‘그룹 내의 일원으로 소속되어 얻는 안정감은 나에게 매우 중요하다’, ‘나의 형제가 어떤 일에 실패한다면 나는 책임감을 느낄 것이다’, ‘나는 어려운 일이 있더라도, 그룹과 함께 할 것이다’.

### (3) 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 방식

온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 방식은 온라인 커뮤니티 내에서 이루어지는 커뮤니케이션 행태와 관련한 변인이다. 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션 방식은 서이종(2002)과 김진세(2004)의 연구에서 제시된 온라인 커뮤니티 내 상호작용방식을 기준으로 문항을 작성하였다. 게시물(게시판, 짧은글, 사진, 자료실), 답글, 채팅, 오프라인 모임을 측정항목으로 설정하여 온라인 커뮤니티 구성원들의 사용빈도를 살펴보았다. 각각의 항목은 모두 리커트 7점 척도를 사용하였다. 각각의 항목은 모두 리커트 7점 척도를 사용하였다.

### (4) 온라인 커뮤니티 내의 관계수준

온라인 커뮤니티 내의 관계수준은 온라인 커뮤니티 내의 구성원 간 인간관계의 깊이와 수준을 파악할 수 있는 변인이다. 파크와 플로이드(Parks & Floyd, 1996)와 배근정(2002)의 연구에서 제시된 척도를 기준으로 설문문항을 구성하였다. 파크와 플로이드(1996)는 온라인상의 구성원 간 관계수준을 ‘상호의존도’, ‘폭’, ‘깊이’, ‘상호교환’, ‘예측성’, ‘중요도’, ‘관계융합’의 수준으로 분류하였으며 배근정(2002)은 ‘상호의존’, ‘대화깊이’, ‘상대방에 대한 이해’, ‘관계의 지속’으로 온라인 커뮤니티 이용자들의 관계수준을 범주화하였다. 본 연구에서는 이 두 가지 척도를 혼합하여 26개의 설문문항을 구성하였다. 또한 모든 설문문항은 리커트 7점 척도를 이용하였다.

## 5. 연구결과

### 1) 온라인 커뮤니티 내의 자아성향 분석

앞의 이론적 논의에서 언급한 것처럼 많은 학자들은 자아성향의 두 가지 성향, 독립적 자아성향과 상호의존적 자아성향에 대하여 연구하였다. 두 가지 자아성향은 현실적(오프라인) 커뮤니티 내에서 드러나는 자아성향이다. 본

연구에서는 현실적 자아성향이 아닌 온라인 커뮤니티 내에서의 자아성향을 살펴보고자 하였다. 온라인 커뮤니티 내에서 자아성향의 차원을 분석하고자 한 것이다. 총 24개의 자아성향 항목에 대한 요인분석(베리맥스 회전)을 실시하였는데, 모두 5가지 요인을 추출하였다.

**요인 1: 상호의존적 자아성향 I (그룹조화성)**

먼저 요인1로 추출된 ‘나는 커뮤니티 내의 나의 행동에 책임을 진다’, ‘커뮤니티 그룹 내에서 나는 그 누구의 기분도 상하지 않도록 말과 글을 조심해서 하고 올린다’, ‘나는 커뮤니티 그룹 사람들과 조화를 이루려고 한다’, ‘나는 종종 커뮤니티 그룹 사람들에게 도움을 주려고 한다’, ‘나는 내가 기분이 좋지 않을 때, 다른 사람들이 나 때문에 기분이 나빠지는 것을 원하지 않기 때문에 커뮤니티 내에서 내 기분을 숨긴다’는 온라인 커뮤니티에 자신이 속해 있다는 것을 인지하고 커뮤니티를 유지하기 위해 노력하고 커뮤니티 구성원들과 조화를 이루려고 하는 측면으로 ‘그룹조화성’이라고 명명하였다.

**요인 2: 독립적 자아성향 I (독자성)**

요인 2는 ‘커뮤니티 내에서 목소리를 높인다는 것은 나에게 문제가 되지 않는다’, ‘커뮤니티 내에서 자유롭게 상상하는 것은 나에게 중요하다’, ‘커뮤니티 내에서 독립적으로 행동하는 것이 중요하다’, ‘커뮤니티 내에서 나는 대부분의 것들에 대한 의견을 갖고 있다. 예를 들어, 내가 무엇을 좋아하고 무엇을 싫어하는지를 안다’, ‘나는 커뮤니티 내에서 다수의 의견에 따라 내 의견을 굽히지는 않는다’의 5가지 항목으로 묶여졌는데 이는 커뮤니티 구성원과의 관계에서 자신을 자유롭게 표현하는 것을 중요하게 여기고 자신의 의견이나 표현방식을 자유롭게 고수하는 것으로 판단하여 ‘독자성’으로 명명하였다.

**요인 3: 상호의존적 자아성향 II (그룹헌신성)**

요인 3은 ‘나는 커뮤니티의 이익을 위해 나 자신의 이익을 희생할 수 있다,’



‘나의 행복은 커뮤니티 내 사람들의 행복에 좌우된다’, ‘나는 내가 원하는 것을 하지 못하더라도, 커뮤니티 그룹의 요구에 맞게 행동하려고 한다’의 3가지 항목으로 변인들이 구성되었는데, 이는 온라인 커뮤니티가 이용자에게 있어서 매우 중요한 부분을 차지하고 있으며 자신을 희생해서라도 온라인 커뮤니티의 존립을 도울 수 있다는 차원으로 ‘그룹헌신성’으로 명명하였다.

요인 4: 독립적 자아성향II(독특성)

요인 4는 ‘커뮤니티 내에서 나는 다른 사람들과 구별되는 독특한 사람처럼 행동한다’, ‘나는 커뮤니티 내에서 내가 독특하고 다른 사람들과 다르다는 것을 즐겁게 생각한다’, ‘나는 커뮤니티 그룹 내에서 나의 의견을 말한다’, ‘나는 커뮤니티 내에서 나의 독특한 특성을 다른 사람이 칭찬하는 것을 좋아한다’로 4가지 변인이 추출되었는데, 이는 온라인 커뮤니티 내에서 자신의 독특함을 내세우고자 하는 이용자의 성향을 드러내는 것으로 파악하여 ‘독특성’으로 명명하였다.

요인 5: 독립적 자아성향III(독립성)

마지막으로 요인5는 ‘나는 커뮤니티 내에서 다른 사람들에게 의존하는 것보다 나 스스로 하는 것을 좋아한다’, ‘커뮤니티 내에서 나는 다른 사람들에게 의존하는 것이 싫다’, ‘나는 커뮤니티 내에서 독립된 나의 정체성이 중요하다’의 항목이 묶여졌는데, 이는 온라인 커뮤니티 내에서 다른 사람의 도움을 받지 않고 이용자가 독립적으로 행동하고자 하는 성향으로 ‘독립성’이라고 명명하였다.

요인분석에서 추출한 5가지 요인을 살펴보면, 앞의 이론적 논의에서 밝혔던 독립적 자아성향과 상호의존적 자아성향의 범주가 그대로 적용된 것이라 말할 수 있다. 그러나 온라인 커뮤니티 내에서는 동일한 독립적 자아성향 차원에서도 독자성, 독특성, 그리고 독립성의 차원이 나누어졌고, 상호의존적 자아성향 차원에서는 그룹조화성과 그룹헌신성으로 그 차원을 달리했다. 이

를 표로 나타내면 <표 3>과 같다. 이 결과를 통해서 온라인 커뮤니티 내에서는 현실적 자아성향보다 보다 복잡한 차원의 자아성향이 드러나고 있다는 것을 예상할 수 있다.

<표 3> 온라인 커뮤니티 내의 자아성향 차원

독립적 자아성향 (independent self-construal)			상호의존적 자아성향 (interdependent self-construal)	
독자성	독특성	독립성	그룹조화성	그룹헌신성

또한, 추출된 5가지 온라인 커뮤니티 내 자아성향 요인들 간의 상관관계를 분석해 보았다.

<표 4> 온라인 커뮤니티 내 자아성향 요인 간 상관관계 분석

	상호의존적 성향 I	독립적 자아성향 I	상호의존적 자아성향 II	독립적 자아성향 II	독립적 자아성향 III
상호의존적 자아성향 I	1				
독립적 자아성향 I	0.109	1			
상호의존적 자아성향 II	0.461***	-0.049	1		
독립적 자아성향 II	0.330***	0.497***	0.270***	1	
독립적 자아성향 III	0.158**	0.459***	-0.013	0.456***	1

\*\*p<.01, \*\*\*p<.001.

이들 상관관계 결과에서 독특성은 다른 4가지 자아성향 모두와 유의미한 상관관계를 나타내고 있다. 이는 독특성이 독립적 자아성향 차원에만 관련이 있는 것이 아니라 상호의존적 자아성향과도 관련성이 있음을 보여준다. 이들 상관관계를 구체적으로 살펴보면, 독립적 자아성향은 독립적 자아성향끼리 매우 높은 상관관계를 보이고 있으며 상호의존적 자아성향 또한 상호의존적 자아성향끼리의 높은 관계수준을 드러냈다. 이는 모든 자아성향 간의 상관관

계는 존재하지만, 독립적 자아성향과 상호의존적 자아성향의 두 가지 차원에 따른 자아성향 간의 상관관계가 더욱 높다는 것을 의미한다고 볼 수 있을 것이다.

## 2) 온라인 커뮤니티 특성과 자아성향 분석

온라인 커뮤니티 특성 문항들에 대한 구성타당성을 검증하고 요인구조를 탐색하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인분석 결과, 온라인 커뮤니티 특성은 ‘친밀성’, ‘집중성’, ‘상호작용성’으로 추출되었다.

온라인 커뮤니티 특성 3가지 요인과 온라인 커뮤니티 내의 자아성향의 상관관계를 알아보기 위해서 두 가지 변인의 상관관계 분석과 t-test를 실시하였다. 우선 온라인 커뮤니티 특성과 자아성향에 대한 상관관계 분석 결과를 제시하면 <표 5>과 같다. 3가지 온라인 커뮤니티 특성 중 친밀성과 상호작용성 2가지 요인이 자아성향과 유의미한 상관관계를 보였다. 반면 집중성은 자아성향과는 유의미한 상관관계를 드러내지 않았다. 이는 자아성향이 구성원과의 관계에서 자신을 어떻게 인식하는지와 관련되는 개념이므로 타인과의 관계와 관련된 친밀성과 상호작용성이 자아성향과 유의미한 상관관계를 보이고 있는 것은 이론적 논의를 뒷받침하는 결과라고 파악할 수 있다.

첫째, 친밀성은 온라인 커뮤니티 내에서 구성원 간에 느끼는 친밀도의 정도를 이야기하는 데, 친밀성과 유의미한 상관관계를 보인 변인들은 앞의 연구문제2에서 관계형성 및 유지의 이용 동기와 유의미한 상관관계를 보인 변인들과 동일하다. 따라서 그룹조화성, 그룹헌신성, 독특성, 3가지 자아성향은 온라인 커뮤니티 내의 관계와 친밀성과 관련성을 가진 변인이라는 것이 밝혀졌다.

둘째, 상호작용성은 문항에서 알 수 있는 것처럼 온라인 커뮤니티 내에서 구성원들의 의견교환이나 대화가 이루어지는 정도를 의미한다. 상호작용성과 관련성을 보이는 변인은 그룹조화성과 독자성으로 밝혀졌는데, 그룹조화성은 친밀성과 상호작용성의 2가지 온라인 커뮤니티 특성에 모두 유의미한 상관관계를 보이고 있다는 것을 알 수 있다. 또한, 독자성이 상호작용성과

<표 5> 온라인 커뮤니티 특성과 자아성향 상관관계 분석

	그룹조화성	독자성	그룹헌신성	독특성	독립성
친밀성	0.402***	0.052	0.400***	0.299***	0.029
집중성	0.100	0.105	-0.061	-0.038	0.007
상호작용성	0.152**	0.203***	-0.021	0.144*	0.022

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001.

<표 6> 친밀성에 따른 자아성향 차이

자아성향	친밀성	N	평균	표준편차	t	유의확률
그룹조화성	저친밀성	143	4.389	0.984	-6.331***	.000
	고친밀성	170	5.021	0.738		
독자성	저친밀성	143	4.407	0.990	-.709	.479
	고친밀성	170	4.480	0.833		
그룹헌신성	저친밀성	143	3.149	1.084	-6.717***	.000
	고친밀성	170	3.978	1.092		
독특성	저친밀성	143	4.009	1.042	-5.092***	.000
	고친밀성	170	4.575	0.924		
독립성	저친밀성	142	4.406	0.978	-1.333	.177
	고친밀성	170	4.549	0.886		

<표 7> 집중성에 따른 자아성향 차이

자아성향	집중성	N	평균	표준편차	t	유의확률
그룹조화성	저집중성	160	4.623	0.856	-2.186*	.030
	고집중성	153	4.847	0.961		
독자성	저집중성	160	4.309	0.831	-2.171**	.006
	고집중성	153	4.591	0.962		
그룹헌신성	저집중성	160	3.683	1.094	1.305	.193
	고집중성	153	3.512	1.228		
독특성	저집중성	160	4.319	0.917	.043	.965
	고집중성	153	4.314	1.117		
독자성	저집중성	159	4.447	0.889	-.724	.470
	고집중성	153	4.523	0.973		

정적 상관관계를 나타내는 것으로 보아 상호작용성이 높은 온라인 커뮤니티 내에서 독자성을 가진 온라인 커뮤니티 이용자들의 성향이 더욱 잘 드러난다는 것을 예측할 수 있다.

<표 8> 상호작용성에 따른 자아성향 차이

자아성향	상호작용성	N	평균	표준편차	t	유의확률
그룹조화성	저상호작용성	139	4.636	0.877	-1.671	.096
	고상호작용성	174	4.809	0.938		
독립성	저상호작용성	139	4.278	0.843	-2.983**	.003
	고상호작용성	174	4.582	0.936		
그룹헌신성	저상호작용성	139	3.662	1.108	.847	.398
	고상호작용성	174	3.550	1.205		
독특성	저상호작용성	139	4.189	0.952	-1.988*	.048
	고상호작용성	174	4.418	1.060		
독자성	저상호작용성	139	4.465	0.909	-.319	.750
	고상호작용성	173	4.499	0.950		

### 3) 온라인 커뮤니티 커뮤니케이션 방식과 자아성향 분석

먼저 요인분석을 통해, 응답자들의 커뮤니케이션 방식을 분류하였다. 그 결과, 오프라인이나 온라인을 통해 구성원과 대화하는 사적인 커뮤니케이션과 자신의 의견을 게시판이나 자료실을 통해 표현하는 공적인 커뮤니케이션으로 나눌 수 있었다. 이를 바탕으로 자아성향이 커뮤니케이션 방식에 미치는 영향을 알아보기 위해서 5가지 차원의 자아성향을 독립변인으로, 사적·공적인 커뮤니케이션 방식을 종속변인으로 상정하여 회귀분석을 실시하였다. 우선, 자아성향과 사적인 커뮤니케이션 방식의 회귀분석을 하였다.

회귀분석 결과, 독립성을 제외한 4가지 자아성향의 회귀계수 모두 유의미한 것으로 나타났다. 독특성, 독자성, 그룹헌신성, 그룹조화성의 순서로 사적인 커뮤니케이션 방식에 영향을 미치는 것으로 드러났는데, 이 중 같은 차원의

독립적 자아성향 중에서도 독특성이 높을수록 사적인 커뮤니케이션 방식을 많이 사용하고, 독자성이 높을수록 사적인 커뮤니케이션 방식을 적게 사용한다는 것은 주목할 만한 결과이다. 특히 독특성이 높은 이용자들이 사적인 커뮤니케이션 방식을 보다 많이 사용한다는 것은 사적인 커뮤니케이션이 개인의 독특함을 다른 구성원들에게 알리는 수단으로 사용되고 있다는 것을 의미한다고 판단할 수 있다.

<표 9> 자아성향이 사적인 커뮤니케이션 방식에 미치는 영향

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	0.755	0.496		1.521	0.129
그룹조화성	0.183	0.085	0.119	2.148	0.032*
독립성	-0.232	0.092	-0.148	-2.536	0.012*
그룹현신성	0.167	0.068	0.138	2.474	0.014*
독특성	0.703	0.086	0.508	8.185	0.000**
독자성	-0.116	0.086	-0.076	-1.351	0.178

a)  $F=27.251$ ,  $df=5.000$ ,  $p=.000$ ,  $R^2=38.045$

b) \* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ .

반면에 독자성은 다른 사람들과의 관계에서 자신을 자유롭게 표출하며 생각하는 것을 중요시여기는 ‘독자성’ 차원의 자아성향이다. ‘독자성’ 자아성향이 강한 이용자가 사적인 커뮤니케이션 방식을 보다 적게 사용하는 것은 ‘독자성’이 높은 이용자들은 이용자 자신이 온라인 커뮤니티 내에서 자유롭게 사고하고 표현하는 것을 중요시하면서도 온라인 커뮤니티 외적인 공간에서는 온라인 커뮤니티 구성원을 만나 커뮤니케이션하는 것을 선호하지 않는다고 볼 수 있다.

<표 10> 자아성향이 공적인 커뮤니케이션에 미치는 영향

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	1.030	0.409		2.518	0.012
그룹조화성	0.218	0.071	0.164	3.092	0.002**
독립성	0.082	0.075	0.061	1.082	0.280
그룹현신성	0.012	0.056	0.011	0.215	0.830
독특성	0.665	0.071	0.559	9.392	0.000***
독자성	-0.217	0.070	-0.166	-3.074	0.002**

a) F=35.642, df=5.000, p=.000, R<sup>2</sup>=33.732

b) \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001.

다음으로, 공적인 커뮤니케이션 방식을 종속변인으로 설정하여 사적인 커뮤니케이션 방식과 동일하게 5가지 자아성향을 독립변인으로 하여 회귀분석을 실시하였다.

구체적으로 그룹조화성, 독특성, 독립성이 공적인 커뮤니케이션 방식에 영향력을 미치는데, 특히 독특성은 다른 독립변인에 비해 상대적으로 공적인 커뮤니케이션 방식에 많은 영향을 미치고 있는 것으로 드러났다. 이는 앞의 결과에서 독특성이 높은 사람이 공적인 커뮤니케이션 방식을 보다 선호하는 것과 관련하여 볼 수 있을 것이다. 다시 말해서, ‘독특성’ 자아성향이 강한 온라인 커뮤니티 이용자는 자신이 다른 구성원들과 구별되는 것을 표현하기 위해 사적인 커뮤니케이션 방식은 물론 공적인 커뮤니케이션 방식 또한 보다 많이 사용한다고 판단할 수 있다. 일반적으로 보았을 때, ‘독특성’ 자아성향이 높은 온라인 커뮤니티 이용자가 낮은 이용자들에 비해 여러 가지 커뮤니케이션 방식을 통해 더욱 많은 커뮤니케이션을 하고 있다는 것이다.

다음으로 그룹조화성과 독립성 또한 공적인 커뮤니케이션 방식에 영향을 미친다. 먼저 독립성은 공적인 커뮤니케이션 방식에 부적인 영향을 주는데, ‘독립성’이 강한 온라인 커뮤니티 이용자들은 공적인 커뮤니케이션 방식을

적은 수준으로 사용하고 있다고 볼 수 있다. 이를 분석해보면, 다른 구성원에게 의지하고 싶어 하지 않는 온라인 커뮤니티 이용자들의 자아성향 차원인 독립성이 높은 이용자들은 다른 구성원에게 도움을 받고 싶지 않으며 다른 구성원들에게 자신을 드러내지 않고 독립성을 유지하기를 원한다고 볼 수 있다. 그룹조화성 또한 공적인 커뮤니케이션 방식에 정적인 영향을 미치는데, 그룹조화성은 독특성과 유사하게 공적인 커뮤니케이션 방식과 사적인 커뮤니케이션 방식에 비슷한 수준으로 영향력을 행사하고 있는 것으로 나타났다. 다시 말해서 ‘그룹조화성’이 높은 온라인 커뮤니티 이용자는 온라인 커뮤니티 내·외에서 다양하게 커뮤니케이션을 하고 있는 것이다. 그러나 그 수준은 독특성에 미치지 못하는 수준이라고 할 수 있다.

#### 4) 온라인 커뮤니티 커뮤니케이션 관계수준과 자아성향 분석

온라인 커뮤니티 커뮤니케이션 관계수준은 배근정(2002)의 연구논문에서 사용된 문항들과 파크와 플로이드(1996)이 사용한 관계수준 척도를 혼합한 것이다. 이후 이 문항들을 요인 분석하여 ‘친밀수준’, ‘상호의존수준’, ‘상호이해수준’으로 3가지 온라인 커뮤니티 커뮤니케이션 관계수준 요인을 추출하였다. 이를 기반으로 하여 온라인 커뮤니티 커뮤니케이션 관계수준과 자아성향의 관계를 분석하였다.

연구문제 4를 살펴보기 이전에 온라인 커뮤니티 커뮤니케이션 관계수준 척도에 대한 요인분석을 통하여 ‘친밀수준’, ‘상호의존수준’, ‘상호이해수준’으로 3가지 요인을 추출하였다.

다음으로 친밀수준과 온라인 커뮤니티 내의 자아성향에 대한 회귀분석 결과는 <표 11>와 같다. 이 결과 그룹헌신성과 독특성, 그리고 그룹조화성이 높을수록 온라인 커뮤니티 내의 구성원 간 관계수준 또한 높다는 것을 예측할 수 있다.



<표 11> 자아성향이 친밀수준에 미치는 영향

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	0.788	0.347		2.272	0.024
그룹조화성	0.190	0.059	0.162	3.199**	0.002
독립성	-0.117	0.064	-0.097	-1.831	0.068
그룹헌신성	0.331	0.047	0.358	6.993***	0.000
독특성	0.395	0.060	0.376	6.614***	0.000
독자성	-0.046	0.060	-0.039	-0.760	0.448

a) F=45.150, df=5.000, p=.000, R<sup>2</sup>=30.337

b) \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001.

다음으로, 온라인 커뮤니티 내의 구성원 간 상호의존수준을 종속변인으로, 온라인 커뮤니티 내 자아성향을 독립변인으로 회귀분석을 실시하였다. 자아성향에 따른 상호의존수준은 <표 12>에서 제시하고 있는데, 그룹조화성, 그룹헌신성, 독특성의 세 가지 독립변인이 유의미한 영향력이 있다는 것이 밝혀졌다.

그룹헌신성과 독특성은 친밀수준에서 영향을 미쳤던 변인으로 이 두 가지

<표 12> 자아성향이 상호의존수준에 미치는 영향

	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	0.666	0.387		1.724	0.086
그룹조화성	0.335	0.066	0.262	5.037***	0.000
독립성	-0.074	0.071	-0.057	-1.035	0.301
그룹헌신성	0.225	0.053	0.224	4.279***	0.000
독특성	0.453	0.067	0.393	6.738***	0.000
독자성	-0.128	0.067	-0.101	-1.913	0.057

a) F=45.150, df=5.000, p=.000, R<sup>2</sup>=30.337

b) \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001.

성향이 높을수록 상호의존수준도 높은 수준으로 나타날 것이라는 것을 예상할 수 있다. 또한 그룹조화성이 높은 온라인 커뮤니티 이용자는 온라인 커뮤니티 내 상호의존수준이 높을 것으로 추측된다.

마지막으로, 온라인 커뮤니티 관계수준 중 상호이해수준에 미치는 자아성향의 영향에 대해 알아보기 위한 회귀분석을 실시하였는데(<표13>참조), 독자성, 그룹현신성, 그리고 독특성이 높을수록 온라인 커뮤니티 내의 구성원 간 상호이해수준 또한 높을 것이라는 것을 알 수 있었다.

<표 13> 자아성향이 상호이해수준에 미치는 영향

	비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	0.014	0.257		0.054	0.957
그룹조화성	-0.029	0.044	-0.025	-0.647	0.518
독립성	0.187	0.048	0.162	3.940***	0.000
그룹현신성	0.180	0.035	0.202	5.149***	0.000
독특성	0.696	0.045	0.683	15.629***	0.000
독자성	-0.060	0.044	-0.054	-1.351	0.178

a) F=118.063, df=5.000, p=.000, R2=44.250

b) \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001.

연구문제 4의 검증결과, 자아성향은 온라인 커뮤니티 관계수준에 영향을 미치는 것으로 드러났으며, 그룹조화성이 높은 사람은 높은 수준의 친밀도를, 그룹현신성과 독특성이 높은 사람은 높은 수준의 친밀도, 상호의존도, 상호이해도를 나타냈다. 그리고 독자성이 높을수록 상호의존수준과 상호이해수준 또한 높다는 것을 파악할 수 있었다. 이를 토대로 그룹현신성과 독특성은 온라인 커뮤니티 내 관계수준과 상당히 밀접한 관련이 있다는 것을 알 수 있다. 또한, 온라인 커뮤니티 내 구성원 간 친밀수준은 그룹조화성과 그룹현신성의 두 가지 상호의존적 자아성향의 영향을 모두 받고 있는 종속변인이라 할 수 있다. 즉, 친밀수준은 온라인 커뮤니티 그룹 전체와 관련된 변인으로

파악할 수 있으며 이런 친밀수준이 자신을 다른 구성원과 연결되어 있는 존재로 파악하는 상호의존적 자아성향의 영향을 받고 있다는 것을 알 수 있다. 반면, 상호의존수준과 상호이해수준은 친밀수준과는 독립적 자아성향 요인 2가지(독자성, 독특성)의 영향을 받고 있는데, 이는 상호의존과 상호이해의 수준은 온라인 커뮤니티 전체와 관련된 수준이라기보다는 한 구성원과의 관계수준이기 때문이라고 예측할 수 있다.

## 6. 논의 및 결론

‘인터넷’이라는 새로운 커뮤니케이션 공간이 등장하면서, 우리의 커뮤니케이션 형태에도 많은 변화를 가져오고 있다. 오프라인에서 형성되고 유지되던 인간관계가 온라인상에서도 이루어지며 서로 연동하는 모습을 보이기도 한다. 이러한 인터넷 공간에 대하여 아미차이-햄버거(2005)는 인터넷에서 제공되는 독특한 방어기제는 사람들이 인터넷을 자신들의 정체성을 탐구할 수 있는 안식처(haven)로 사용할 수 있게 도와준다고 언급하면서 인터넷의 새로운 커뮤니케이션 장으로서의 가능성을 주장한다. 본 연구자 또한 인터넷을 새로운 커뮤니케이션의 장으로 바라보고 이 연구를 시작하였다. 인터넷상의 다양한 커뮤니케이션 장들 중 온라인 커뮤니티를 그 대상으로 하여 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션을 분석하고자 하였다. 또한 집단에서 개인의 성향을 드러내는 자아성향을 중심으로 온라인 커뮤니티 내의 커뮤니케이션을 살펴보았다.

연구결과, 이러한 2가지 자아성향이 온라인 커뮤니티 내에서도 유사한 차원으로 나타나고 있었다. 그러나 온라인 커뮤니티 내의 자아성향은 2가지 차원에서 보다 세분화되어 나타났다. 따라서 자아성향은 온라인 커뮤니티 내에서 보다 복합적으로 드러날 수 있다는 것을 예측할 수 있을 것이다. 또한 <연구문제 1>의 결과는 레빈 외(Levine, Timothy R., et al., 2003b)가 제기하였던 자아성향 척도에 대한 의문점과 연관되어 있다고 볼 수 있다. 레빈 외

(2003b)는 연구에서 자아성향 척도에 2가지 요인만이 추출되는 것에 대해 의문점을 제기하였다. 본 연구는 레빈 외(2003b)가 제기하였던 자아성향 척도에 대한 하나의 모델을 제시할 수 있을 것이라고 판단할 수 있다.

<연구문제 2>는 이론적 논의에서 언급하였던 피갈로(1998)의 온라인 커뮤니티 특성에 따른 온라인 커뮤니티 분류에 적용시켜 볼 수 있다. 본 연구 결과, ‘전문형(speciality)’과 ‘바자형(bazaar)’ 온라인 커뮤니티는 온라인 커뮤니티 자아성향과 관련이 없으며 ‘카페형(cafe)’과 ‘성지형(shrines)’ 온라인 커뮤니티는 그룹조화성과 독자성과 상관관계를 가지고 있다는 것이 밝혀졌다. 또한 ‘가족형(family)’과 ‘고립형(loners)’ 온라인 커뮤니티는 자아성향 중 그룹조화성, 그룹헌신성, 독특성과 유의미한 상관관계를 가지고 있다는 것이 드러났다. 따라서 ‘카페형(cafe)’ 온라인 커뮤니티 내에 독자성을 가진 이용자들이 많은 비율을 차지하며, ‘가족형(family)’ 온라인 커뮤니티에서는 그룹조화성, 그룹헌신성, 독특성이 높은 이용자들이 많이 나타날 것이라고 추정할 수 있다.

온라인 커뮤니티 내 커뮤니케이션 방식과 자아성향의 분석결과, 자아성향에 따라 온라인 커뮤니케이션 방식에 차이를 보인다는 것이 밝혀졌다. 이는 개인적 특성이 커뮤니케이션 태도와 관련 있다는 기존의 여러 연구결과를 뒷받침해주고 있는 결과이다. 특히 커뮤니케이션 방식에 부적인 영향을 주는 요인들이 발견되었는데, 사적인 커뮤니케이션 방식에는 독자성이, 공적인 커뮤니케이션 방식에는 독립성이 부정적인 영향을 미치는 것으로 드러났다. 이는 개인의 생각이나 의견을 고수하는 고정적인 자아성향을 지닌 온라인 커뮤니티 이용자는 사적인 커뮤니케이션 방식을 회피하며, 반면 타인에게 의존하기를 기피하는 온라인 커뮤니티 이용자들은 공적인 커뮤니케이션 방식을 사용하지 않으려 하는 경향이 있다고 말할 수 있다. 그러나 독특성의 성향이 강한 이용자들은 사적인·공적인 커뮤니케이션 방식을 모두 높은 수준으로 이용하고 있다는 것이 증명되었다. 따라서 본 연구의 5가지 자아성향 중 독특성이 높은 이용자들의 커뮤니케이션이 보다 활발하게 이루어지고 있다고 말할 수 있다. 또한, 공적인 커뮤니케이션 방식에 대해 그룹조화성이 영향력을 행사하고 있다는 것은 다소 의외의 결과였는데, 이는 기존의 자아성향

연구에서 독립적 자아성향이 높은 사람들이 자신의 의견을 표현하는데 주저함이 없는 반면 상호의존적 자아성향이 높은 사람들은 자신의 의견을 숨기고 침묵하는 경향이 있다는 것과는 다소 차이를 보이는 결과이다. 이를 판단해 보면, 상호의존적 자아성향 중에서도 그룹조화성에 관한 자아성향은 온라인 커뮤니티의 조화를 이루기 위해서 자신의 의견을 표출한다는 것을 알 수 있다. 그러나 상호의존적 자아성향의 수준이 높은 이용자들은 사적인 커뮤니케이션 방식보다는 게시판을 통한 공적인 커뮤니케이션을 보다 선호한다는 것을 밝혀내었다. 이는 온라인 커뮤니티 내에서 상호의존적 자아성향이 오프라인에서와 또 다른 모습으로 구현된다는 것을 보여준다고 말할 수 있을 것이다.

온라인 커뮤니티 내 관계수준과 자아성향의 관계 분석결과, 자아성향은 온라인 커뮤니티 내 관계수준에 영향을 미치는 것으로 드러났다. 5가지 자아성향 중 그룹헌신성과 독특성이 높은 온라인 커뮤니티 이용자들의 관계수준이 높은 것으로 드러났다. 따라서 그룹헌신성과 독특성은 온라인 커뮤니티 내 관계수준을 결정하는 중요한 요인으로 밝혀졌다. 그룹헌신성은 온라인 커뮤니티를 위해서 자신의 이익을 희생할 수도 있다는 것으로 온라인 커뮤니티를 중요하게 인지하고 있다는 의미이며 이는 구성원과의 관계수준과 밀접한 관련성이 있다고 볼 수 있을 것이다. 또한 독특성은 다른 구성원들과의 관계수준이 형성된 이후에 드러낼 수 있는 성향으로 온라인 커뮤니티 내 관계수준에 큰 영향력을 미치고 있다고 판단된다.

## 7. 연구의 한계 및 제언

본 연구는 인간커뮤니케이션에서 사용하는 자아성향의 개념을 온라인 커뮤니티에 적용하여 연구함으로써 온라인 커뮤니티 내 자아와 커뮤니케이션 연구의 범위를 보다 확대하였다고 할 수 있다. 또한, 자아성향이 개인적 특성의 하나로 온라인 커뮤니티 내 커뮤니케이션에 영향을 미친다는 사실을 밝혀

냈다.

본 연구는 첫째, 온라인 커뮤니티의 특성을 응답자들이 인지하는 정도를 기준으로 하였기 때문에 이에 대한 방향성을 논의하기 어렵다는 한계점을 가지고 있다. 빅스(Biggs, 2000)는 자아성향을 결정하는 문화는 매우 다양하다고 말한다. 그는 어떠한 공통점이 존재하는 커뮤니티, 예를 들어 종교, 지역, 세대, 성격, 병, 정신분열증과 같은 공통점들이 자아성향을 결정한다고 말한다. 이 연구에서는 이러한 다양한 문화가 자아성향에 미치는 영향을 검증해 볼 수 없었다. 따라서 각 온라인 커뮤니티 특성에 따른 분류를 연구자가 실시하여 온라인 커뮤니티에 따른 자아성향의 차이를 통해 온라인 커뮤니티에서 형성되는 특성에 따른 문화와 자아성향의 관계를 검증하는 후속연구를 제안하고자 한다. 둘째, 본 연구는 인터넷상의 커뮤니케이션과 관련하여 온라인 커뮤니티 내의 자아성향에 초점을 맞추었다는 한계점을 드러낸다. 온라인 커뮤니티 내의 자아성향을 중심으로 온라인 커뮤니티의 커뮤니케이션을 분석하는 것이 본 연구의 목적이었지만, 오프라인 커뮤니티와 온라인 커뮤니티 내의 자아성향 간의 차이를 검증하였다면 보다 가치 있는 연구가 될 수 있다.

## Ⅰ 참고문헌

- 고준 (2003). “온라인 커뮤니티 의식과 작동원리: 커뮤니티 특성, 활동, 성과 간의 연계에 관한 연구”. 한국과학기술원 박사학위논문.
- 김관규·이수연 (2005). “CMC의 쌍방향·공개 커뮤니케이션 장에서의 적극적 특성에 관한 연구: 퍼스널리티를 중심으로”. 한국언론학회 2005 가을철 정기학술대회 발표문.
- 김유정 (1996). 사이버스페이스와 인간 커뮤니케이션: 대안적 커뮤니케이션양식으로서의 컴퓨터 매개 커뮤니케이션에 관한 논의. 『언론사회문화』, 제5호, 1~22.
- 김유정·조수선 (2001). “사이버 커뮤니티로서의 인터넷 사이트 연구”. 『한국언론학보』, 45(3), 5~38.

- 김유정 (2005). "사이버 커뮤니티 참여와 이용에 대한 이용과 충족 연구". 『한국언론학보』, 49(3), 291~387.
- 김종길 (2005). "사이버공론장의 분화와 숙의민주주의의 조건". 『한국사회학』, 제 39집 2호(2005년), 34~68.
- 김진세 (2004). "가상 커뮤니티 특성이 구매의도에 미치는 영향". 『인터넷 비즈니스 연구』, 15(2), 77~102.
- 노기영 (2002). "개인 웹페이지 표현양식에 대한 자아의식의 효과". 『한국언론학보』, 제46-2호(2002·봄), 279~309.
- 도준호 외 (2000). "인터넷의 사회·문화적 영향연구". 『정보통신정책 연구원 연구보고』, 00-31.
- 박주연 (2000). 가상공동체의 유형별 특성에 관한 연구: '다음넷'과 '진보넷'의 비교분석을 중심으로 연세대학교 대학원 석사학위 논문.
- 배근정 (2002). "온라인 커뮤니티가 대인관계 발전에 미치는 영향에 관한 연구". 중앙대학교 대학원 석사학위 논문.
- 배 영 (2003a). "사이버 커뮤니티의 내부 동화와 관계구조-28개 전문인 포럼의 비교 분석". 『한국사회학』, 37(3), 109~134.
- \_\_\_\_\_ (2003b). "사이버 커뮤니티의 경험적 분석을 이용한 사회자본의 유형화". 『한국사회학』, 제37집 5호(2003년), 161~186.
- 서건수 (2003). "인터넷 커뮤니티의 특성과 개인 특성이 사용자 충성도에 미치는 영향". 『경영정보학연구』, 13(2), 1~21.
- 서문식·김유경·서용한 (2002). "온라인 커뮤니티에 대한 탐색적 연구". 『경영·경제 연구』, 제1호
- 서이중 (2002). 『인터넷과 사이버사회』. 한울.
- 서지아 (2001). "인터넷 커뮤니티의 성공요인". 순천향대학교 대학원 전자상거래학과 석사학위 논문.
- 송창석·신종칠 (1999). "인터넷상의 상호작용성 제고방안에 관한 연구". 『마케팅 연구』, 14(3), 69~95.
- 오택섭·김대식·강미선 (2000). "컴퓨터 매개 커뮤니케이션 이용자들의 유형과 이용 특성에 관한 연구: 컴퓨터 통신과 인터넷을 중심으로". 『사이버 커뮤니케이션 학보』, 통권 제6호(2000-2), 71~103.
- 이경희 (2002). "사이버 커뮤니티 이용자들의 상호작용에 대한 탐색적 연구: 커뮤니티

- 타내의 교환활동을 중심으로”. 서강대학교 영상대학원 석사학위논문.
- 이순형 (2002). “사이버공간과 실공간에서의 자아 정체성의 불일치”. 『대한가정학회지』, 제40권 4호.
- 최순화 외 (2000. 10). “사이버 커뮤니티의 가치평가”. 삼성경제연구소 주최 디지털 심포지엄 발표문.
- 최영균 (2000). “한국과 미국의 비교광고의 효과연구: 독립적 자아(independent self)와 병립적 자아(interdependent self) 개념을 중심으로”. 『광고연구』, 제 49호, 211 ~ 230.
- 홍기선 (2002). 『인간 커뮤니케이션』. 나남출판.

- Amichai-Hamburger, Y. (2005). *The Social Net: Understanding Human Behavior in Cyberspace*. Oxford University Press.
- Angelides, C. (1997). Implementing the Internet for Business: A Global Marketing Opportunity. *International Journal of Management*, 17(6), 405 ~ 419.
- Barnes, S. (2003). *Computer-Mediated Communication: Human-to-Human Communication across the Internet*. Pearson Education, Inc: New York.
- Bell, D. (2001). *An Introduction to Cybercultures*. Routledge: London and New York.
- Biggs, S. (2000). Global Village or Urban Jungle: Culture, Self-Construal, and the Internet. *Proceedings of the Media Ecology Association*, Vol. 1, 2000.
- Ellis, J. B., Wittenbaum G. M. (2000). The Nature of Verbal Self-Promotion Depends on Self-Construals. *Communication Research*, 27, 704 ~ 722.
- Fernback, J. & Thompson, B. (1995). *Virtual Communities: Abort, Retry, Failure*. <http://www.well.com/user/hlr/texts/VCCivil.html>.
- Figallo, C. (1998). *Hosting Web Communities: Building Relationships, Increasing Customer Royalty, and Maintaining a Competitive Edge*. Wiley Computer Publishing. John Wiley and Sons, Inc. New York.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday & Company.
- Gudykunst, William B. & Lee, Carmen M. (2003). Assessing the Validity of Self Construal Scales a Response to Levine et al. *Human Communication Research*, 29(2), 253 ~ 274.



- Hagel, J. & Armstrong, A. (1997). *Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Hara, K. & Kim, M. S. (2004). The Effect of Self-Construals on Conversational Indirectness. *International Journal of Intercultural Relations*, 28(2004), 1~18.
- Hoffman, Donna L. & Novak, T. P. (1997). *Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environment: Conceptual Foundations*. Working Paper No.1 (1995) in Project 2000: Research Program on Marketing in Computer-Mediated Environment. Owen Graduate School of Management and Interval Research Corporation.
- Kim, A. J. (2000). *Community Building on the Web*. Peachpit Press, Berkeley: CA.
- Kim, M. S. (2002). *Non-Western Perspectives on Human Communication*. Thousand oaks, CA: Sage.
- Leung, T. & Kim, M. S. (1997). *A Revised Self-Construal Scale*. Unpublished Manuscript. University of Hawaii at Monaoa, Honolulu.
- Levine, T. R., et al. (2003a). Self-Construal Scales Lack Validity. *Human Communication Research*, 29(2), 210~252.
- Levine, T. R., et al. (2003b). The (in)Validity of Self-Construal Scales Revised. *Human Communication Research*, 29(2), 291, 293~298.
- Markus, H. R. & Kitayama, S. (1991). Culture and the Self: Implications for Cognition, Emotion and Motivation. *Psychological Review*, 98(2), 224~253.
- Markus, H. R., Mullally, P. & Kitayama, S. (1997). Selfways: Diversity in Modes of Cultural Participation. In U. Neisser & D. Jopling (Eds.). *The Conceptual Self in Context*(pp. 13~59). Cambridge University Press.
- Miller, H. (1995, June). The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet. Paper Presented at the Virtual Knowledge and Virtual Space Conference, Goldsmiths' College, University of London. Retrieved December 16, 1999 from <http://www.ntu.ac.uk/soc/psych/miller/goffman.htm>. Available at <http://ess.ntu.ac.uk/miller/cyberpsch/goffman.htm>
- Parks, M. & Floyd, K. (1996). Making Friends in Cyberspace. *Journal of Communication*, 46(1), 80~95.
- Preece, J. (2000). *Online Communities: Designing Usability, Supporting Sociability*. New York: John Wiley & Sons.

- Yum, Y.-O. (2004). Culture and Self-Construal as Predictors of Responses to Accommodative Dilemmas in Dating Relationships. *Journal of Social and Personal Relationships*, 21(6), 817~835.
- Zimbardo, P. (1969). The Human Choice: Individuation, Reason and Order Versus Deindividuation, impulse and chaos. In W. Arnold & D. Levine (Eds.). *Nebraska Symposium on Motivation* (pp. 237~307). Lincoln: University of Nebraska Press.

(최초 투고 2006.9.1, 최종 원고 제출 2006.10.23)

<부록>

<표 1> 온라인 커뮤니티 내의 자아성향 요인분석

요인항목		성분					
		1	2	3	4	5	6
상호 의존적 자아성향 I (그룹 조화성)	나는 커뮤니티 내의 나의 행동에 책임을 진다	0.773					
	커뮤니티 그룹 내에서 나는 누구의 기분도 상하지 않도록 말과 글을 조심해서 하고 올린다	0.754					
	나는 커뮤니티 그룹 사람들과 조화를 이루려고 한다	0.682					
	나는 종종 커뮤니티 그룹 사람들에게 도움을 주려고 한다	0.613					
	나는 내가 기분이 좋지 않을 때, 다른 사람들이 나 때문에 기분이 나빠지는 것을 원하지 않기 때문에 커뮤니티 내에서 내 기분을 숨긴다	0.401					
독립적 자아 성향 I (독자성)	커뮤니티 내에서 목소리를 높인다는 것은 나에게 문제가 되지 않는다		0.626				
	커뮤니티 내에서 자유롭게 상상하는 것은 나에게 중요하다		0.618				
	커뮤니티 내에서 독립적으로 행동하는 것이 중요하다		0.600				
	커뮤니티 내에서 나는 대부분의 것들에 대한 의견을 갖고 있다. 예를 들어, 내가 무엇을 좋아하고 무엇을 싫어하는지를 안다		0.588				
	나는 커뮤니티 내에서 다수의 의견에 따라 내 의견을 굽히지는 않는다		0.552				

<p>상호 의존적 자아성향II (그룹헌신성)</p>	<p>나는 커뮤니티의 이익을 위해 나 자신의 이익을 희생할 수 있다 나의 행복은 커뮤니티 내 사람 들의 행복에 좌우된다 나는 내가 원하는 것을 하지 못하더라도, 커뮤니티 그룹의 요구에 맞게 행동하려고 한다 *커뮤니티 내에서 나 자신을 이해하는 것이 내 인생의 목표 이다 *나는 커뮤니티 내에서 개인적 인 성과보다는 커뮤니티 내 사 람들과 유대관계가 더욱 중요 하다</p>	<p>0.430</p>	<p>0.504</p>	<p>0.762 0.762 0.590 0.585 0.450</p>			
<p>독립적 자아성향II (독특성)</p>	<p>커뮤니티 내에서 나는 다른 사 람들과 구별되는 독특한 사람 처럼 행동한다 나는 커뮤니티 내에서 내가 독 특하고 다른 사람들과 다르다 는 것을 즐겁게 생각한다 나는 커뮤니티 그룹 내에서 나 의 의견을 말한다 나는 커뮤니티 내에서 나의 독 특한 특성을 다른 사람이 칭찬 하는 것을 좋아한다</p>			<p>0.717 0.676 0.610 0.516</p>			
<p>독립적 자아 성향III (독립성)</p>	<p>나는 커뮤니티 내에서 다른 사 람들에게 의존하는 것보다 나 스스로 하는 것을 좋아한다 커뮤니티 내에서 나는 다른 사 람들에게 의존하는 것이 싫다 나는 커뮤니티 내에서 독립된 나의 정체성이 중요하다</p>				<p>0.766 0.757 0.418</p>		
	<p>*나는 커뮤니티의 의견에 달리 하는 것에 대해서 불편하게 생 각한다</p>						<p>0.758</p>

*나는 커뮤니티 내에서 내가 가진 실력(장점)에 의해서 판단되어야 한다				0.463		0.553
초기 고유값(아이겐>1.0, 베리맥스 회전)	3.395	2.771	2.508	2.448	1.991	1.366
설명변량(%)	14.1	11.5	10.5	10.2	8.3	5.7
누적변량(%)	14.1	25.7	36.1	46.3	54.6	60.3
신뢰도(Cronbach's Alpha)	.751	.736	.739	.735	.630	.309

<표 2> 온라인 커뮤니티 내의 구성원 간 관계수준 요인분석

관계수준 요인항목	성분				
	1	2	3	4	5
나는 커뮤니티의 구성원과 관계를 지속하기 위해 많은 노력을 기울인다	0.748				
나는 커뮤니티 구성원과 관계를 오래 지속될 것이라고 기대한다	0.741				
커뮤니티 구성원과 나는 오프라인 상황에서도 같은 사람들을 많이 알고 있다	0.725				
나는 커뮤니티 구성원이 어떤 사람인지 확실하게 알지 못한다	-0.668				
커뮤니티 구성원을 매우 가깝다고 느낀다	0.666				
커뮤니티의 구성원을 가족과 친구에게 (직접적이든 간접적이든) 서로를 소개해 준 적이 있거나 해주고 싶다	0.664				
커뮤니티 구성원과 나의 관계는 나에게 매우 중요하다	0.642				
나는 커뮤니티의 구성원에게 개인적인 일들에 대해 말한다	0.595				
이메일이나 전화를 통해 커뮤니티 구성원과 대화한다	0.586				
커뮤니티 구성원과 나는 인터넷 상에서 같은 사람들을 많이 알고 있다	0.569				
나는 커뮤니티의 구성원이 말하는 모든 것을 믿을 수 있다	0.562				
필요한 경우 서로를 돕기 위해 일을 소홀히 할 수도 있다	0.534				

	일단, 대화를 시작하면 쉽게 다른 주제로 대화가 옮겨간다	0.453				
상호 의존 수준	우리는 서로의 생각에 영향을 준다		0.841			
	우리는 종종 서로 생각하고 있는 사안에 대 해 영향을 준다		0.821			
	나와 커뮤니티 구성원은 서로에게 큰 영향 을 준다		0.746			
	나와 커뮤니티 구성원간의 대화는 다양한 주제로 이루어져 있으며 대화는 매우 깊은 수준이다		0.654			
	나는 중요한 결정을 내리기 전에 커뮤니티 구성원과 서로의 생각을 반드시 확인한다		0.558			
	*나와 커뮤니티 구성원은 서로 의지하는 편이다	0.517	0.556			
	*우리는 서로 대화하기 위해 시간을 따로 할애하는 편이다	0.522	0.539			
상호 이해 수준	나는 커뮤니티 구성원이 대부분의 상황에 서 어떻게 반응할지 예측할 수 있다			0.831		
	나는 커뮤니티 구성원이 어떻게 느끼는지 예상할 수 있다			0.828		
	나는 상대방이 좋아하는 것을 알고 있다			0.693		
	*나는 구성원이 나와 다르게 생각할 때 내 생각을 고집하는 편이다				0.854	
	*나는 대개 상대방이 어떻게 느끼고 있는 지 정확히 얘기할 수 있다				0.611	
	*대화의 주제는 몇 개로 제한되어 있다					0.947
	초기 고유값(아이겐>1.0, 베리맥스 회전)	6.4	4.7	3.3	1.7	1.1
	설명변량(%)	24.8	17.9	12.5	6.6	4.3
	누적변량(%)	24.8	42.7	55.2	61.8	66.2
	신뢰도(Cronbach's Alpha)	.907	.902	.569	.587	-

<표 3> 온라인 커뮤니티 특성 요인분석

온라인 커뮤니티 특성 요인항목		요인		
		1	2	3
친밀성	이용자들은 서로에 대해 친밀감을 느끼고 있다	.869		
	이용자들은 정보 자체 보다 서로간의 인간관계에 관심을 더 두고 있다	.886		
	이용자들은 서로 깊은 유대감을 느끼고 있다	.929		
	이용자들은 한 가족처럼 느끼고 있다	.884		
집중성	게시물의 내용은 대부분 원래 사이트의 목표와 밀접하게 관련되는 것이다		.816	
	사이트의 운영목적과 목표는 명확하다		.869	
	이용자들 간의 공통관심사는 명확하다		.831	
	대부분 이용자들은 하나의 공통관심사를 갖고 이 사이트를 방문하고 있다		.787	
상호작용성	이용자들 상호간의 의견교환이 활발하다			.796
	게시물에 대한 이용자들의 응답이나 의견개진이 활발하다			.861
	대화가 게시판이나 채팅을 통해 빈번히 이루어지고 있다			.778
초기 고유값(아이겐>1.0, 베리맥스 회전)		3.252	2.958	2.240
설명변량(%)		29.564	26.888	20.363
누적변량(%)		29.564	56.452	76.815
신뢰도(Cronbach's Alpha)		.919	.872	.811

<표 4> 커뮤니케이션 방식 요인분석

커뮤니케이션 방식 요인항목		요인	
		1	2
사적인 커뮤니 케이션	구성원을 (오프라인에서) 개인적으로 만나 대화한다	.852	
	이메일이나 전화를 통해 커뮤니티 구성원과 대화한다	.842	
	오프라인 모임에 나가서 구성원과 소통한다	.822	
	커뮤니티 외 공간(예, MSN)에서 채팅하는 편이다	.652	
	커뮤니티 내 채팅을 통해 구성원과 대화한다	.573	
공적인 커뮤니 케이션	답글(리플)을 통해 내 의견을 표현한다		.866
	짧은 글(예:한줄, 발도장)을 통해 내 의사를 표현한다		.831
	게시판에 글을 올려 내 의견을 이야기한다		.743
	자료실을 이용하여 내 의사를 표현한다		.695
	사진을 올려서 내 의사를 표현한다		.520
초기 고유값(아이겐>1.0, 베리맥스 회전)		3.372	3.029
설명변량(%)		33.719	30.291
누적변량(%)		33.719	64.010
신뢰도(Cronbach's Alpha)		.851	.848



## **A Study of the Communications in On-line Communities: Focused on Self-construals**

Sang-Hee Kweon

Associate Professor

Department of Journalism and Mass Communications / SungKyunKwan University

Kyung-Hwa Bang

Graduate Student

Department of Journalism and Mass Communications / SungKyunKwan University

This thesis explores the relationship between self-construal and online communication pattern. The Internet has changed human-to human communication. This study was to analyze how the self-construal was appeared and what relationship self-construal had with several variables: the motivation of the on-line community member, the on-line community's character, the communication behavior, the level of relationship between on-line community members- in on-line communities.

The data was collected through the on-line survey research(N=79) and off-line survey research(N=255).

The results lead us to conclude that the self-construals in on-line communities reflect two factors, which is similar to the off-line community. Nevertheless, self-construals in on-line communities are more complicated. In addition, uniqueness of self-construals which is the tendency to express the self and think connection with others critical is the important factor in on-line communities' communication. It is also central that the impact of self-construals on communication behavior is significant. I think this study was a small touch to explore cyber communication applying to self-construals. And I hope this small touch would spread out and help to understand human communication as well as cyber communication.

**Key words:** Community, self-construal, online community communications,  
factor analysis