

# 디지털 시대의 온라인 공중 집단행동에 대한 집단 효능감의 역할

청와대 국민청원 사이트 참여를 중심으로\*

**박인호** 성균관대학교 미디어커뮤니케이션학과 박사과정\*\*

**장현석** 성균관대학교 미디어커뮤니케이션학과 박사과정\*\*\*

**박현순** 성균관대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수

## 배경 및 목적

본 연구는 새로운 형태의 온라인 미디어 특성이 온라인 공중의 집단 효능감 형성에 어떤 영향을 미쳤는지를 분석하고, 나아가 집단 효능감이 개인의 집단행동 참여 의도를 어떻게 높일 수 있는지 파악하길 시도한다. 디지털 미디어 환경에서 개인의 집단행동을 설명하기 위해 집단 정체성의 구성, 집단 효능감의 형성, 그리고 참여 효능감의 역할을 설명하고 각각의 논리적인 관계를 규명하고자 하였다.

## 방법

이를 위해 20대 이상 인구 중 '청와대 국민청원 및 제안' 사이트를 알고 있는 샘플을 연구 대상으로, '소년법 적용 연령 인하 청원'과 관련한 실증적 연구를 진행했다.

## 결과

연구 결과, 개인의 이슈에 대한 문제 인식과 제약 인식이 집단 정체성에 영향을 주는 것으로 확인되었다. 또한 개인이 온라인 공동체로서 느끼는 집단 정체성이 온라인 집단에 대한 집단 효능감에 유의한 영향력을 보임을 밝혀냈다. 마지막으로 참여 효능감이 집단 효능감과 참여 의도 사이에 부분 매개 효과를 가지는 것을 확인했다.

## 논의 및 결론

이와 같은 연구 결과는, 학문적으로 기존 집단 효능감 연구의 한계와 불확실성을 극복하고, 실무적으로 온라인을 통한 사회 변화 운동이나 캠페인 참여를 유도하는 데 실증적인 도움을 줄 것으로 기대된다.

**KEYWORDS** 온라인 집단, 공중, 집단 효능감, 참여 효능감, 집단 정체성, 참여

\* 본 연구는 마크로밀엠브레인의 조사 지원을 받아 수행되었음.

\*\* First Author: hipinno@gmail.com

\*\*\* Corresponding Author: jangpd2415@naver.com

## 서론

최근 온라인을 중심으로 공중의 참여를 이끌어 내고 있는 ‘청와대 국민청원 사이트’에 대한 관심이 크게 대두되고 있다. 실제로 청와대 청원 사이트는 많은 국민들의 적극적인 참여를 통해 법 개정 및 대통령의 지시와 같은 실질적인 성과를 내면서 사회 변화를 이끌고 있다. 청와대 청원 사이트는 참여자들의 신상정보가 전혀 드러나지 않고, 개별적인 의견을 피력할 수 없으며, 단순히 청원에 동의한다는 메시지만 의사를 표현할 수 있는 특징이 있다. 그럼에도 청원에 참여하는 수십만 명의 사람들은 상호 간 의사소통이 불가능하고 상대방을 인지할 수 없는 상황에서도, 특정 이슈에 대하여 온라인상에서 여론을 형성하고 동일한 목표 달성을 위해 집단적인 활동을 수행하고 있다. 그런데, 이렇게 네트워크화된 디지털 미디어 환경 속 집단행동에 대한 개인의 참여를 이론적으로 설명하려는 노력은 상대적으로 주목받지 못한 실정이다.

특정 이슈를 둘러싸고 청와대 청원 사이트를 통해 집단적으로 의사를 표명하는 것처럼, 온라인을 매개로 형성된 공중이 현실 사회에 미치는 영향력은 기존 미디어를 이용하는 공중과는 비교할 수 없을 정도로 대단하다. 단순히 익명의 개인들이 온라인 공간에서 많은 사람들과 실시간으로 의견을 공유할 수 있다는 기술적 측면만 강조해서 이 같은 현상을 설명하기는 어렵다. 따라서 온라인 공간에서 개인이 어떠한 인지적 과정을 거쳐 공중이라는 집단을 형성하는지에 대한 이론적인 이해가 중요한 문제로 대두된다(Lee, 2008). 본 연구에서는 청와

대 청원 사이트에 참여하는 개인들을 온라인 공중으로 상정하고, 이에 대한 분석을 실시한다.

효능감(efficacy) 개념이 처음 제시된 이후(Bandura, 1977), 효능감은 개인의 행동을 설명하는 주요한 요인으로 자리 잡았다. 많은 연구들이 효능감을 통해 개인적, 집단적 행동을 효과적으로 규명할 수 있다는 사실을 확인하였다(e.g. Campbell & Jovchelovitch, 2000; Smith, Ferrara, & Witte, 2007). 반두라(Bandura, 1997)는 효능감을 통한 개인의 자발적 집단행동 참여가 사회 변화의 주요한 동력으로 작용할 수 있다는 점을 강조하기도 했다.

기존 집단 효능감 연구(e.g. Gaertner, Dovidio, & Bachman, 1996; Stajkovic, Lee, & Nyberg, 2009)에서 연구 대상으로 삼은 집단들은 시간적, 공간적인 한계 안에서 소규모 구성원 간 직접적인 의사소통이 가능하다는 특성을 가진다. 이러한 전통적 커뮤니케이션 환경 안에서 발생한 집단은 상호 간 의사소통을 통해 신뢰를 구축하고, 신뢰를 기반으로 집단 효능감을 형성한다(Lubell, 2002).

그런데, 기존의 집단 효능감 연구 결과들은 디지털 미디어 환경 속에서 새롭게 형성된 집단인 온라인 공중의 개념에 적용하기 어려운 측면이 있다. 온라인 공중은 공중의 범위와 구성원을 명확히 규정하기 힘든 특성을 가지기 때문이다. 온라인 공중 집단은 전통적으로 연구되어 온 소규모 집단의 물리적 제약에서 벗어나, 대규모 참여자가 익명성을 가지고 상대방의 의견과 상관없이 본인의 의견만 주장할 수 있는 매우 제한적인 상호 소통의 형태를 가지고 있다. 이러한 상황에서는 집단 구성원 간 상호

신뢰는 쉽게 만들어지지 않는다.

결국, 집단 효능감 형성의 선행 요인인 집단 신뢰가 보장되지 않은 상황에서, 공중을 구성하는 개인의 집단 효능감 형성은 이론적인 근거를 찾기 어렵다. 온라인상에서 일반인을 대상으로 다양한 방식으로 행해지고 있는 수많은 캠페인들이 당위적이고 긍정적인 목표를 가짐에도 불구하고, 많은 사람들의 참여를 유도하는 데 실패하는 경우가 빈번하게 발생하는 것은 어찌 보면 이러한 이론적 배경의 부재 때문이라고 할 수 있을 것이다.

그럼에도 온라인 미디어 환경 속에서 형성된 공중의 집단행동에 대한 개인적 참여가 사회적으로 많은 함의를 가지고 정치적으로 큰 영향력을 발휘하는 사례를 찾아볼 수 있다. 최근 온라인에서 공중 여론 형성과 집단행동의 중요 수단으로 활용되고 있는 청와대 국민청원 사이트가 그 대표적인 예라고 할 수 있다. 이는 기존 연구에서 간과해 왔던 내용, 즉 집단에 대한 신뢰가 부족한 상황에서도 온라인 집단에 참여하는 개인이 높은 집단 효능감을 가지고 집단행동에 참여하고 있다는 현상을 보여주고 있다.

기존 집단 효능감 연구들이 갖는 또 다른 이론적 한계는 높은 집단 효능감에도 불구하고 집단적 행동에 참여하지 않으려고 하는 무임승차자들을 설명하기 어렵다는 점이다. 올슨(Olson, 1968: Van Zomeren, Saguy, & Schellhaas, 2012 재인용)은 합리적인 개인은 집단행동에 무임승차하려는 경향을 보인다고 설명한다. 효능감이 높은 개인은 이성적인 판단에 의해, 본인의 참여가 있건 없건 자신이 속한 집단 구성원들의 집단행동을 통해 집단

성과를 달성할 수 있을 것으로 믿기 때문이다. 이는 집단 효능감이 높으면 개인들이 적극적으로 집단 행동에 참여할 것이라는 기존 연구와 상반된 주장이다. 기존 집단 효능감 연구에 따르면, 집단 구성원의 높은 집단 효능감은 집단행동에 대한 개인의 참여를 높이고 결과적으로 집단의 성과에 긍정적인 영향을 주는 반면, 낮은 집단 효능감은 성과에 부정적인 영향을 미친다(Stajkovic et al., 2009). 집단 구성원 간 서로에 대한 파악이 가능한 소규모 그룹과는 달리, 온라인을 통한 집단행동 참여와 같이 집단의 규모가 크게 확장된 경우 이러한 무임승차 효과는 더욱 많이 발생한다(Kravitz & Martin, 1986).

따라서 본 연구는 유사한 공간적, 사회적 배경 중심의 전통적 커뮤니케이션 방식과는 전혀 다른, 새로운 형태의 온라인 미디어 특성이 집단 효능감의 형성에 어떻게 영향을 미쳤는지를 분석하고, 나아가 새롭게 형성된 집단 효능감이 개인의 집단행동 참여 의도를 어떻게 높일 수 있는지 파악하고자 한다.

우선, 본 연구는 개인이 가지는 사회적 정체성, 즉 집단 정체성이 기존 소규모 집단의 신뢰를 대체해 집단 효능감 형성에 핵심 요인으로 작용한다는 사실을 설명하는 것을 첫 번째 연구 목적으로 한다. 그루닉의 상황 이론(Grunig, 1997)은 공중을 '이슈를 중심으로 형성되는 대규모 집단'으로 정의한다. 청와대 온라인 청원에 참여하는 사람들도 같은 이슈를 중심으로 형성되는 집단으로 볼 수 있다. 온라인상에서 개인은 하나의 이슈를 중심으로 문제 인식, 관여 인식, 그리고 제약 인식을 형성하면서

온라인 공동체인 공중을 구성한다. 공중의 이슈에 대한 인식이 공중의 집단행동 참여 의도에 영향을 미친다는 결과는 기존 연구(Kim & Cho, 2014; Kim, Park, & Kim, 2014)에 의해 제시되었다. 그럼에도 이슈에 대한 인식과 집단행동 참여 사이에 발생하는 인지적 과정에 대한 설명은 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 이슈에 대한 인식이 집단행동으로 연결되는 과정에서 집단 정체성이라는 개념을 제시하여 온라인 공중의 행동을 이론적으로 규명하길 시도한다.

온라인 환경에서 개인은 온라인의 특성인 익명성으로 인해 다수의 군중 속에서 정체성을 상실하는 탈개인화가 가속되고, 개인적 판단보다는 사회적 규범을 따르게 된다. 이 과정에서 개인의 정체성은 약해지는 반면, 집단의 정체성은 강화된다(Lee, 2008). 그리고 온라인 공동체라는 집단 정체성은 정보의 생산과 소비에 있어 수동적 소비자였던 개인에게 적극적 정보 생산자로서의 집단적 힘을 부여한다(Fiske, 1992). 따라서 온라인 이슈에 대해 집단적 인식을 중심으로 형성된 집단 정체성은 결국, '우리가 할 수 있다'라는 믿음인 집단 효능감에 영향을 미친다고 볼 수 있다.

다음으로, 본 연구의 두 번째 연구 목적은 집단 효능감과 집단행동에 참여하는 개인의 의도 사이에 참여 효능감이 매개 역할을 수행함을 밝히는 것이다. 반 조메렌과 동료들(Van Zomeren et al., 2012)이 제시한 '참여 효능감'은 집단 목표 달성을 위한 집단의 노력에 개인의 기여가 차이를 만들어 낼 수 있다는 개인적 믿음을 의미한다. 개념에 따르면, 자신의 행동이 집단적 성과 달성에 도움이 될

수 있다는 믿음이 커질수록 집단행동에 대한 개인의 참여 의도가 높아진다. 따라서 단순히 집단 효능감 개념으로 충분히 설명할 수 없는 개인의 집단행동 참여를 참여 효능감 개념을 활용하여 효과적으로 설명할 수 있다.

궁극적으로 본 연구는 디지털 미디어 환경에서 개인의 집단행동을 설명하기 위해 집단 정체성, 집단 효능감, 그리고 참여 효능감의 논리적 관계를 규명하길 시도한다. 이를 통해 신뢰가 구축되기 어려운 느슨한 네트워크상의 집단 효능감 형성, 그리고 집단 효능감이 있다고 참여 의도가 높아지지 않는 상황을 설명할 수 있을 것으로 기대한다.

본 연구의 첫 번째 부분에서는 집단 효능감의 이론적인 배경에 대해 제시한다. 다음으로는 집단 정체성을 공유하는 온라인 공중을 설명하고, 온라인 공중의 집단 효능감에 영향을 주는 요인으로써 집단 정체성을 제시한다. 마지막 부분에서는 집단 효능감과 개인의 참여 의도 사이의 관계를 파악하고 매개 변인으로써 참여 효능감 효과를 분석한다.

본 연구를 통해 학문적으로는 기존 집단 효능감 연구의 한계와 불확실성을 극복하고, 연구 대상이 되는 집단의 범위를 확장시킬 것을 기대한다. 또한, 실무적으로는 온라인 청원과 같이 온라인 활동 참여를 통해 사회 변화를 이루려는 개인들의 심리적 요인들을 설명하고 분석해, 사회 변화 운동이나 공공캠페인 성과에 실증적인 도움을 줄 수 있을 것으로 기대한다. 더 나아가 개인의 이슈에 대한 인식을 집중적으로 높이고 평가하는 데 주로 집중하고 있는 현재의 정책 PR 방식보다는, 집단의 정체성이나 개인의 집단행동에 대한 기여도를 높이는 것이 더

욱 효과적인 정책 PR이라는 새로운 방향을 제안할 수 있을 것으로 기대한다.

## 이론적 배경

### 집단 효능감

반두라(Bandura, 1977)가 자기 효능감(self-efficacy) 개념을 제시한 이후, 개인 능력에 대한 믿음은 개인 행동을 설명하는 가장 중요한 요인의 하나로 자리 잡았다. 개인의 효능감이 낮으면 행동이 이루어지지 않는 반면, 높으면 실제 행동을 유도할 뿐 아니라 높은 성과로 이어진다는 결과는 많은 연구들을 통해 밝혀졌다(e.g. Stajkovic & Luthans, 1998). 하지만 개인의 행동을 단순히 자기 효능감이라는 요인만으로 설명하는 것은 무리가 있다. 개인은 사회적 관계를 바탕으로 자신이 속한 집단의 영향을 받아 집단 구성원으로 행동하는 경우가 자주 발생하기 때문이다(Bandura, 2002). 집단에 속한 개인의 집단행동을 설명하기 위하여 반두라가 새롭게 제시한 개념이 바로 ‘집단 효능감(collective efficacy)’이다(Bandura, 1982, 1995, 1997).

집단 효능감은 ‘특정 상황에 대한 집단 구성원들의 상이한 이익을 공통된 의제로 만들어, 집단의 공동 목표를 달성하기 위한 전략을 수립하고, 일련의 행위를 조직화하면서 집단행동을 실행할 수 있는 집단 능력에 대한 구성원들의 믿음’으로 정의할 수 있다(Bandura, 1995, 1997). 집단 효능감은 집단 능력(group potency)과 구분되는데, 집단 능력이 집단이 평상시에 가지고 있는 일반적인 능력이라

고 한다면, 집단 효능감은 특정 행동 영역에 적용되는 구체적인 능력에 대한 개념이라 할 수 있다(Stajkovic et al., 2009). 자기 효능감이 특정 행동과 관련한 개인의 수행 능력에 대한 믿음을 의미한 것처럼, 집단 효능감 역시 특정한 과업에 대한 집단의 수행 능력에 대한 믿음을 의미한다(Bandura, 1982).

반두라는 자기 효능감과 집단 효능감이 형성되는 인지적 배경이 유사하다고 설명했다(Bandura, 2000). 반두라의 ‘사회 인지 이론’에 따르면, 집단 효능감은 개인의 직접적인 경험, 타인의 경험을 통한 대리 학습, 타인의 의견에 영향을 받은 사회적 설득, 마지막으로 개인이 속한 집단이 가지고 있는 정서 등과 같은 요인을 기반으로 형성된다(Bandura, 1997). 집단이 실제 수행한 성공의 경험은 집단 효능감에 대한 강한 믿음을 주는 반면, 실패의 경험은 집단 효능감을 쉽게 떨어뜨린다. 또한, 타 집단의 행동을 통해 간접 경험을 하는 대리 학습의 경우, 타 집단의 성공을 통한 학습은 집단 효능감을 높이는 반면, 타 집단의 실패를 통한 학습은 집단 효능감을 낮추는 작용을 한다(Goddard, Hoy, & Hoy, 2004). 집단 효능감 형성에 있어 흥미로운 점은, 집단 효능감이 집단 외부 사람들의 의견이나 평가 뿐만 아니라 집단 내부 구성원들의 의견 개진에 의해서도 좌우된다는 사실이다. 끝으로, 개인이 속한 집단의 정서는 과거 성공과 실패의 경험을 선택적으로 기억하게끔 하면서 집단 효능감 형성에 크게 영향을 미친다. 한 집단의 정서가 긍정적이면, 집단 효능감과 관련된 긍정적인 정보와 연결되어 집단 효능감을 높게 형성하지만, 어떤 집단의 정서가

부정적으로 각성되어 있으면 집단의 기억은 부정적인 정보와 연결되면서 집단 효능감을 낮게 형성한다(Bandura, 1997).

집단 효능감이 자기 효능감과 가장 크게 구별되는 점은 집단 효능감이 집단 신뢰를 전제로 한다는 사실이다(Koletsou & Mancy, 2011). 루벨(Lubell, 2002)에 따르면, 집단 신뢰는 개인의 집단 효능감 지각에 크게 영향을 미친다. 여기서, 집단 신뢰는 '집단 공동체 구성원들이 공유하는 기대와 믿음'으로 정의되는데, 집단 내부에서 집단 신뢰가 작동하기 위해서는 무엇보다 동일한 집단에 속한 집단 구성원들을 인지해야 한다(Dirks, 1999). 지역 공동체 집단 연구에 따르면, 주민들의 상호 신뢰와 집단 효능감 사이의 직접적인 상관관계는 공동체 안에 함께 속한 주민들을 상호 인지한다는 것을 전제로 가능하다(Sampson, Raudenbush & Earls, 1997).

기존 집단 효능감 연구들은 학교, 스포츠팀, 군대와 같은 소규모 집단, 혹은 같은 회사에 다니는 직원들, 같은 지역에 사는 지역 주민 등 비자발적 요인에 의해 구성되는 상대적으로 작은 그룹을 대상으로 주요 연구가 이루어졌다. 가트너와 동료들의 연구(Gaertner, et al., 1996)에 따르면, 집단 구성원들은 상호작용을 통해 집단에 대한 신뢰를 형성한다. 집단 신뢰는 집단 효능감을 형성하는 선행 요인으로 밝혀졌다(Koletsou & Mancy, 2011). 또한, 집단 구성원의 높은 집단 효능감은 집단적 활동에 대한 개인의 참여를 높이고, 결과적으로 집단 행동의 성과에 긍정적인 영향을 주는 반면, 낮은 집단 효능감은 집단 행동 성과에 부정적인 영향을 미친다(Stajkovic et al., 2009). 즉, 소규모 집단의

경우 상호 간 의사소통에 의해 신뢰가 형성되고, 높은 신뢰는 개인이 높은 집단 효능감을 갖게 하며, 결국 집단행동에 대한 개인의 참여를 유도한다고 할 수 있다. 따라서 만약 집단 구성원이 서로 인지할 수 없는 상황이 발생하면, 집단 구성원 사이에 집단 신뢰가 존재하기 쉽지 않고 더 나아가 집단 효능감은 형성되지 않을 수 있다.

집단 효능감 형성에 있어서 집단 신뢰가 전제되지 않은 집단은 또 다른 문제를 초래한다. 도스(Dawes, 1980)는 소집단(스포츠 팀이나 회사 조직)의 집단 효능감 연구에서, 구성원들에 대한 신뢰가 전제되지 않는 상황에서는 개인들이 사회적 딜레마 상황에 노출될 수 있다는 점을 지적하였다. 집단에서 사회적인 딜레마 상황이란 '상대방을 신뢰하지 않는 집단 구성원들이 집단행동에 가담하지 않고 무임승차를 하려는 경향을 보이는 동시에, 자신은 다른 구성원들의 무임승차로 인하여 피해를 당하지 않으려는 경향을 의미한다. 흥미로운 사실은 합리적인 사람일수록, 실제로 집단행동에 무임승차하면서 집단 목표를 달성하려는 경향을 보인다는 점이다(Van Zomeren et al., 2012). 게다가 집단의 규모가 커지면 커질수록 개인의 무임승차 성향이 커진다는 사실은 주목할 만하다. 집단 구성원의 수가 증가함에 따라 개별 구성원의 집단 과업에 대한 기여도는 감소하게 되고, 개인은 집단 행동에 참여하지 않으려는 경향을 보이기 때문이다(Kravitz & Martin, 1986). 링겔만은 줄다리기 팀이라는 확실한 목표를 가진 집단의 집단 활동 연구를 통해, 집단의 크기가 커질수록 집단의 잠재적 성과(개인적 역량의 총합)와 실제 성과(집단의 역

량) 사이의 차이가 커져, 개별 구성원의 집단행동 참여 성향이 감소한다는 사실을 발견했다(Ingham, Levinger, Graves, & Peckham, 1974).

이상으로 볼 때, 집단 효능감의 형성을 설명하기 위해서는 집단 구성원들 사이의 상호 인지, 집단 신뢰와 같은 선행요인이 요구된다. 또한, 집단 구성원 사이에 신뢰가 전제되지 않은 집단에서는 개인이 집단행동에 대한 사회적 딜레마 상황을 경험할 가능성이 커진다. 결국, 집단의 크기가 커지면서 상호 신뢰를 보장할 수 없는 대규모 집단의 경우, 집단행동을 집단 효능감을 통해 설명하기 위해서는 새로운 이론적 접근이 요구된다.

본 연구에서는 디지털 미디어 환경에서 대규모로 형성되는 집단을 온라인 공중으로 상정한다. 이슈를 중심으로 온라인을 통해 형성된 공중은 집단 구성원 간 익명성을 공유하고 있기 때문에 상호 신뢰가 보장되지 않는다. 집단 효능감이라는 개념을 온라인 상황에 적용하여 개인의 집단행동 참여를 설명하기 위하여, 온라인 공중이 집단 효능감을 형성하는 과정에 대한 구체적인 논의가 요구된다.

### 온라인 공중과 집단 정체성

공중(publics)은 ‘변화하는 이슈나 상황에 따라만 들어졌다가 이슈나 상황이 해결되면 사라지는 집단’으로 정의된다(Grunig, 1997). 그루닉의 ‘공중 상황 이론’에 따르면, 공중은 동기와 행위라는 차원을 기준으로 세분화할 수 있다(Kim et al., 2014). 개인들은 이슈에 대하여 가지는 문제 인식, 관여 인식, 그리고 제약 인식 등에 따라 상이한 방식으로 정보 추구하고 정보 처리를 한다. 여기서, 문제 인식

은 이슈가 초래한 문제 상황에 대한 실제 경험과 기대 사이의 차이 정도로, 관여 인식은 문제 상황에 대하여 주관적으로 인지하는 관계 정도로, 그리고 제약 인식은 문제 상황을 처리하기 위한 행동을 방해하는 장애 요소에 대한 인식 정도로 설명할 수 있다. 그루닉은 세 가지 변인의 강도에 따라 정보를 추구하는 공중을 활동 공중, 인지 공중, 잠재 공중, 비공중 등 네 가지 형태로 세분화한다(Grunig, 1997).

공중 상황 이론이 제시한 개인의 문제 인식, 관여 인식, 제약 인식은 개인이 공중을 형성하는 상황적인 동기 요인으로 유용하게 활용되며 발전해 왔다(Kim et al., 2014). 먼저 문제 인식과 관여 인식 간에는 상관관계가 매우 높아 두 변인을 구분하기 어렵다는 지적이 지속적으로 제기되어, 후속 연구들의 경우 두 요인을 하나의 요인으로 파악하고 있다(Park, 2010). 따라서 본 연구에서도 문제 인식과 관여 인식을 하나의 요인(문제 인식)으로 파악한다.

또한, 개인에 대한 사회적 영향력이 강해짐에 따라 이러한 문제 인식을 개인적 문제 인식과 사회적 문제 인식으로 구분해서 설명해야 한다는 지적(Park & Im, 2005)을 받아들여, 본 연구에서도 문제 인식을 개인적, 사회적 두 가지 형태로 구분해 활용한다. 개인적 문제 인식은 특정 이슈가 개인에게 중요하다고 인식되는 정도를 의미하며, 사회적 문제 인식은 특정 이슈가 사회적으로 중요하고, 해결되어야 하는 정도를 의미한다. 이를테면, 자신이 사는 지역에 핵 처리 발전소를 설치하는 이슈에 대하여 개인은 상반된 입장을 가질 수 있다. 사회적 관점에서 개인은 발전소가 지역에 필요하다고 판

단하여 긍정적인 태도를 보이는 반면, 개인적 관점에서 개인은 핵발전소가 자신에게 위협하다고 판단하여 태도를 바꿔 설치를 적극적으로 반대할 수 있다. 즉, 특정 이슈에 대한 문제 인식은 개인적 차원으로 인식하느냐 아니면 사회적 차원으로 인식하느냐에 따라 태도와 행동이 달라질 수 있다(Park & Im, 2005). 타일러와 쿡(Taylor & Cook, 1984)에 따르면, 이슈에 대한 사람들의 개인적 문제 인식과 사회적 문제 인식은 서로 관련되어 있지 않으며 독립적이다.

다음으로, 이슈에 대한 반응 행동에 제약이 있어 행위를 수행할 수 없다는 그루닉의 설명은 효능감으로 인해 행동을 수행할 수 있다는 반두라(Bandura, 1997)의 효능감에 대한 설명과 일치한다. 그루닉 역시 제약 인식에 대해 자기 효능감과 같은 개념이라고 설명했다(Grunig, 1983). 이를 근거로 박현순과 임지영(Park & Im, 2005)의 연구에서는 행동 수행 여부를 결정하는 측면에서 제약 인식을 인식해야 하며, 이를 위해 제약 인식을 효능감의 측면에서 분석하는 것이 필요함을 주장했다. 따라서 본 연구에서는 자기 효능감을 특정 이슈에 대한 상황적 동기 요인으로 상정한다.

특정 이슈가 개인적이고 사회적인 위협으로 작용할 것이라는 인식이 높고, 이슈를 해결하기 위한 장벽이 낮다고 생각할수록 개인들은 적극적인 커뮤니케이션 행동을 나타낸다(Kim & Cho, 2014). 결국, 문제 인식이 클수록, 제약 인식이 작을수록(자기 효능감이 클수록) 개인들이 능동적으로 집단행동을 수행하는 ‘공중’을 구성할 것이라고 볼 수 있다.

그런데 이러한 공중의 개념은 새로운 미디어 환

경에 맞춰 변신을 요구받았다(Kim & Grunig, 2011). 미디어 환경 변화에 의해 개인의 주요 커뮤니케이션 방식이 면대면 커뮤니케이션에서 컴퓨터를 매개로 한 커뮤니케이션(computer-mediated communication, CMC)으로 바뀌면서, 기존 미디어를 사용하는 공중과 디지털 미디어를 사용하는 공중은 다른 개념으로 이해해야 한다(Lovari, Kim, Vibber, & Kim, 2011).

탈개인화 효과에 대한 사회적 자아 정체성 모델(Social Identity model of Deindividuation Effects: SIDE)에 따르면, CMC의 대표적 특성인 익명성은 온라인 공간에서 개인적 정체성을 상실하게 하는 탈개인화를 가속하여 개인의 정체성보다는 사회적 정체성을 우선시하게 한다(Lee, 2008). 탈개인화 개념은 자의식의 상실이라는 부정적인 차원이 아니라, 개인적 정체성이 사회적 정체성으로 이동하는 자의식의 전환이라는 긍정적인 특성을 일컫는다. 탈개인화 과정을 통해 개인은 자신을 집단 성원으로 인식하고, 집단으로서 사회적 정체성을 강화한다(Lee, 2008). 즉, 전통적 커뮤니케이션으로 형성되는 공중과는 달리, 새로운 온라인 공중은 개인이 아닌, 집단으로서의 정체성을 지속적으로 강화한다고 볼 수 있다.

다시 말하면, 특정 이슈에 대하여 의견을 공유하는 개인들은 익명성으로 인해 상대방에 대한 개인적 정보를 가지기 어렵다. 개인이 부각되지 않는 상황에서 이슈가 중점적으로 강조되고, 이슈에 대한 유사한 의견 공유로 인하여 개인들은 쉽게 이슈 중심의 집단 정체성을 형성한다(Lee, 2008). 이러한 맥락에서 의사 결정자로서 개인의 합리적 선택에

집중하던 기존의 상황 이론이, 디지털 미디어 환경에서는 문제 해결을 위한 개인의 사회적 역할에도 관심을 갖게 된 것은 시사하는 바가 크다(Kim & Grunig, 2011). ‘문제 해결 상황 이론’에 따르면, 디지털 미디어 환경에서 공중을 구성하는 개인은 더 이상 고립된 개별 의사 결정자가 아니라 사회적 연결망 속에서 문제 해결을 추구하는 사회적 행위자로서 기능하며, 개인적 정체성에서 나아가 사회적 정체성을 갖게 된다(Kim et al., 2014). 따라서 온라인 공간에서 개인이 특정 이슈를 인식한다는 것은 문제를 해결하기 위하여 유사한 생각을 가진 사람들과 함께 공유하는 집단 정체성을 쉽게 형성할 수 있다는 것을 의미한다.

따라서 온라인 커뮤니케이션 환경에서 구성되는 공중은, 개인이 가지는 문제 인식이 클수록, 개인이 가지는 제약 인식이 작을수록 더 강한 집단 정체성 갖는다고 가정할 수 있다. 본 연구는 그루닉의 공중 상황 이론에 따라 개인이 공중이라는 집단을 형성하는 인지적 요인으로 문제 인식 요인과 제약 인식 요인을 제시하고, 이러한 인지적 요인과 집단 정체성 사이의 정적인 관련성을 확인하고자 한다. 이를 위해 다음과 같은 가설을 제안한다.

**연구가설 1-1:** 이슈에 대한 개인적 문제 인식이 클수록, 개인은 온라인 공중에 대해 강한 집단 정체성을 가질 것이다.

**연구가설 1-2:** 이슈에 대한 사회적 문제 인식이 클수록, 개인은 온라인 공중에 대해 강한 집단 정체성을 가질 것이다.

**연구가설 1-3:** 이슈에 대한 제약 인식이 작을수록, 즉

자기 효능감이 클수록, 개인은 온라인 공중에 대해 강한 집단 정체성을 가질 것이다.

### 집단 정체성과 집단 효능감

집단 구성원들의 집단행동을 예측하는 데 있어서 두 개념, 즉 집단 정체성과 집단 효능감은 중요한 요인으로 고려된다(Wright, Tylor, & Moghaddam, 1990). 반 조메렌과 그의 동료들(Van Zomeren, Leach, & Spears, 2010)은 2008년 미국 대통령 선거 당시 버락 오바마 전 미국 대통령의 “Yes, we can”이라는 선거 슬로건을 이용하여 집단 정체성과 집단 효능감 개념을 설명했다. 설명에 따르면, 집단 정체성을 의미하는 ‘we’는 사회 변화라는 목표를 함께 공유하는 집단과 자신을 동일시하는 것을 의미하는 한편, ‘can’은 집단이 추구하는 변화를 성취할 수 있는 집단의 능력에 믿음, 집단 효능감을 의미한다.

무멘데이와 그의 동료들(Mummendey, Kessler, Klink, & Mielke, 1999)은 집단 정체성과 집단 효능감의 관계를 설명하기 위하여 20세기 역사적인 사건을 이용하였다. 그들은 독일이 통일된 직후 동독 주민들이 서독 주민들에 대해 가졌던 상대적인 박탈감을 극복하기 위해 동원된 집단행동 전략을 설명하면서, 집단 정체성이 집단 효능감을 매개로 집단행동에 영향을 미친다는 사실을 밝혔다. 이 연구가 흥미로운 점은 사회 정체성 이론과 상대적 박탈 이론의 독립 변인들을 통합하는 모델을 설정하여, 집단행동 전략이라는 종속 변인을 설명하는 과정에서 집단 정체성이 집단 효능감의 선행 요인으로 작용한다는 사실을 규명했다는 점이다. 이 연구

를 통해, 개인이 가지는 집단 정체성이 클수록 집단 효능감이 커지고, 개인의 집단행동 참여 가능성이 커진다는 사실을 확인할 수 있다.

또한, 반 조메렌과 그의 동료들(Van Zomeren, Postmes, & Spears, 2008)도 메타 분석을 통해 집단 정체성과 집단 효능감이 긍정적인 상관관계를 가지고 있다는 사실을 확인하면서, 집단 정체성이 집단 효능감에 영향을 미친다는 점을 밝혀냈다. 집단 정체성이 집단 효능감에 대한 강한 믿음과 연관이 있다는 사실은 질적 방법론을 동원한 현장 연구에서 구체적인 사례를 통해서도 확인되었다(Drury & Reicher, 2005).

본 연구에서는 집단 정체성을 ‘온라인상에서 개인의 탈개인화로 인해 형성되는 사회적 정체성’으로 정의한다. 즉, 자신이 속한 온라인 집단에 대해 동일시하는 상황을 집단 정체성으로 규정한다(Reicher, Spears, & Postmes, 1995). 온라인 공동체에 속하는 개인이 집단과 동일시하면서 집단 정체성을 인식한다는 것은 개인적인 ‘나’가 아닌 사회적인 ‘우리’가 되었다는 것을 의미한다(Lee, 2008). 공동체 속에서 개인이 ‘우리’가 되었을 때, 개인은 개인으로 가질 수 없었던 능력을 갖게 된다(Fiske, 1992). 집단 정체성을 통해 개인의 능력이 집단적인 능력으로 확장되면서, 온라인상에서 개인은 개별적인 개인이 아니라 공동체 구성원으로써 ‘우리’가 되어 집단이 원하는 목표를 달성할 수 있다는 믿음을 갖게 된다. 결론적으로 온라인 공동체 안에서 ‘우리’라는 집단성은 집단이 ‘할 수 있다’라는 효능감에 크게 영향을 미칠 것이다.

**연구가설 2:** 개인이 가지는 온라인 공중에 대한 집단 정체성이 강할수록, 집단 효능감이 높아질 것이다.

집단 효능감 지각 정도는 구성원들이 집단으로 무엇을 할지에 대한 선택을 결정하고, 그 일에 대하여 얼마나 많은 노력을, 그리고 얼마나 오랫동안 지속할지를 결정한다(Bandura, 2000). 사람들이 아무리 개개인으로서 유능하다고 할지라도 하나의 집단으로서 업무를 수행하지 않는다면 집단은 원하는 목표를 성취할 수 없다. 결국, 집단 구성원의 집단 능력에 대한 믿음이 강하고 집단 효능감이 높을수록 집단은 더 많은 것을 성취할 것이다(Bandura, 1997). 집단 효능감에 대한 지각과 집단성과 간 관계는 많은 연구에 의해 입증되었다(Gist, 1987; Katz-Navon & Erez, 2005). 특히 프루씨아와 키니키(Prussia & Kinicki, 1996)는 집단 효능감이 높은 집단이 집단 효능감이 낮은 집단에 비해서 집단의 목표에 집중하여 더 나은 집단 성과를 가져온다는 사실을 확인하였다.

집단 효능감이 집단 성과에 긍정적으로 영향을 미친다는 사실은 많은 연구들에 의해 확인되었음에도 불구하고, 집단 효능감과 집단 활동에 참여하는 개인의 구체적인 행동 간 관계는 명확하게 규명되지 못하고 있다. 몇몇 연구만이 집단 내의 집단 효능감과 개인 참여 사이에 긍정적인 관계를 증명하였다. 예를 들어, 캠프벨과 조브첼로비치(Campbell & Jovchelovitch, 2000)에 따르면, 지역 공동체에서 집단 효능감이 높은 주민은 집단 효능감이 낮은 주민과 비교해 높은 수준의 일상생활 지각 통제 경향을 보이고, 개인의 건강에 대한 더 강한 의지를

보이며 건강증진 행동에 참여했다. 또한, 스미스와 그의 동료들(Smith et al., 2007)은 높은 집단 효능감 지각은 에이즈 환자 가족을 돌보는 것과 같은 공공 수준의 행동에 대한 개인의 참여와 긍정적으로 관련이 있지만, 낮은 집단 효능감 지각은 개인의 공공 수준 행동 참여와 관련이 없는 결과를 가져온다고 지적하였다(Strecher, DeVellis, Becker, & Rosenstock, 1986).

한편, 집단 효능감과 개인의 집단행동 참여 사이의 관계는 집단의 규모에 따라 다른 관점에서 설명할 수 있다. 콜레초우와 맨시(Koletsou & Mancy, 2011)는 두 변인 사이의 관계를 설명하기 위하여, 소규모 그룹은 팀 효능감으로, 대규모 그룹은 집단 효능감이라는 명칭으로 구분하였다. 일반적으로 팀과 같은 소규모 그룹을 구성하는 구성원은 동일한 목표를 공유하며, 다른 구성원들의 목표 성취에 직접적으로 영향을 미치면서, 구성원들끼리 상호 의존적인 관계를 갖는다. 예를 들어, 회사의 프로젝트 팀이나 구기종목인 축구팀이 보이는 높은 효능감은 팀 구성원 개인의 참여에 긍정적인 영향을 미친다. 이에 반해 대규모 그룹인 집단은 모든 구성원이 동일한 목표를 공유하기 힘들고, 구성원들이 밀접하게 상호 관련되어 있다는 것을 보장할 수 없기 때문에, 집단 효능감이 개인의 참여를 통한 집단 행동으로 반드시 연결되지는 않는다(Koletsou & Mancy, 2011). 그들의 설명에 따르면, 대규모 공중을 대상으로 하는 지구 온난화 방지 캠페인 등은 공중의 집단 효능감이 높더라도 개인의 참여가 반드시 보장된다고 할 수는 없다.

이러한 맥락에서, 집단행동의 행동 주체는 개인

이 아닌 집단이기 때문에 집단행동에는 개인행동과는 다른 심리적 요인을 추가로 고려해야 한다는 반두라의 지적(Bandura, 2000)은 중요한 시사점을 제공한다. 집단 효능감에 대한 기존의 연구들이 주로 집단 효능감과 집단 성과 사이의 긍정적인 관계를 입증했지만, 집단행동 기저에 있는 개인의 감정과 동기와 같은 심리적인 기제를 충분히 설명하지 못한 것(Salanova, Llorens, & Schaufeli, 2011)도 사실이다. 특히 디지털 미디어 환경에서 형성되는 온라인 공중처럼 집단의 규모가 커질수록, 집단 효능감은 개인의 집단행동 참여를 설명할 수 없을 뿐만 아니라 집단행동에 참여하지 않는 개인의 심리를 파악하는 데도 한계를 보인다.

집단 효능감이 집단행동에 참여하는 개인의 행동과 동기를 설명하는 데 이론적인 한계를 보이는 상황에서, 어떤 심리적 요인을 활용해 개인의 집단행동 참여와 그 배경을 설명할 수 있느냐는 중요한 문제로 부각된다.

### 참여 효능감

자기 효능감이 개인의 행동 변화에 영향을 미친다는 사실은 기존의 다양한 연구들에 의해 확인되었다(e.g. Bandura, 2002; Luszczynska & Schwarzer, 2005; Stajkovic & Luthans, 1998). 자기 효능감은 더 나아가 개인의 행동뿐만 아니라 집단 성과에도 관련이 있다. 스타코비치와 루탄스(Stajkovic & Luthans, 1998)은 메타 분석을 통해 자기 효능감 지각과 집단성과는 상당한 정적 상관관계가 있다는 사실을 밝혔다.

개인의 참여 의도에 대한 영향력을 충분히 설명

할 수 없는 집단 효능감의 한계를 극복하면서 개인의 집단행동 참여를 효과적으로 설명하기 위한 시도는 자기 효능감의 대상 행위를 집단행동 개념으로 확장하는 데서 출발했다. 집단행동에 참여하는 개인의 자기 효능감을 아찌(Azzi, 1998: Van Zomeren et al., 2012 재인용)는 참여 효능감이라고 명명하면서, ‘개인이 집단의 목표를 달성하기 위하여 집단적 노력에 중요한 기여를 할 수 있다는 믿음, 더 나아가 개인의 기여가 집단 성과에 차이를 만들어 낼 수 있다는 믿음’으로 참여 효능감을 정의했다.

<Table 1>에서 볼 수 있듯이, 참여 효능감은 개인이 주체가 된다는 점에서 자기 효능감과 개념을 공유하지만, 효능감의 대상을 개인의 집단에 대한 기여로 제한해 집단 성과에 기여하는 개인의 행동에 집중한다. 집단 효능감과 비교하면 참여 효능감의 개념은 보다 명확해진다. 집단 효능감이 집단의 특정 행동과 능력에 대한 집단 구성원들의 믿음을 의미한다면, 참여 효능감은 집단을 구성하는 개인

이 집단 성과에 차이를 만들 수 있다고 믿는 정도를 의미한다. 즉, 집단 효능감의 주체와 대상이 집단 구성원들과 집단행동이라는 집단 차원에서 접근한다면, 참여 효능감의 주체와 대상은 개인과 개인의 기여라는 점에서 개인 차원에서 접근한다. 따라서 두 개념은 집단 목표 달성이라는 지향점을 공유하지만 집단 차원과 개인 차원이라는 전혀 다른 관점을 가진 개념이라고 할 수 있다. 집단 효능감이 주로 소규모 집단의 성과를 설명하는 데는 유용하지만 대규모 집단에 참여하는 개인의 행동을 예측하는 데에는 한계를 보이는 반면, 참여 효능감은 대규모 집단의 집단 성과에 기여하는 개인의 참여를 이론적으로 설명하는 데 유용하게 활용될 수 있다.

무엇보다도 참여 효능감은 집단행동에서 개인의 참여를 설명하기 위하여, 자기 효능감과 집단 효능감 개념을 이론적으로 연결한다. 즉, 참여 효능감은 자신의 행동에 가지는 효능감과 집단행동을 통한 집단 목표 달성 사이의 연결 고리를 제공한다

**Table 1.** Self-efficacy, collective efficacy, and participative efficacy

	Self-efficacy	Collective efficacy	Participative efficacy
Definition	A belief in individual's ability that individual can perform a specific behavior of accomplishing personal goal	A belief in group's ability that group members can perform a specific behavior of accomplishing group goal	A belief in individual's behavior that personal behavior can contribute to group performance and make a better result
Subject	Individual	Group members	Individual
Object of belief	Individual's behavioral ability	Group's behavioral ability	Individual's contribution to group performance
Role	Explanation of individual's behaviors and behavioral change	Explanation of group performances and individual's participation	Explanation of individual's participation contributing group performance
	Bandura(1977)	Bandura(1982,1985,1997)	Azzi(1998)

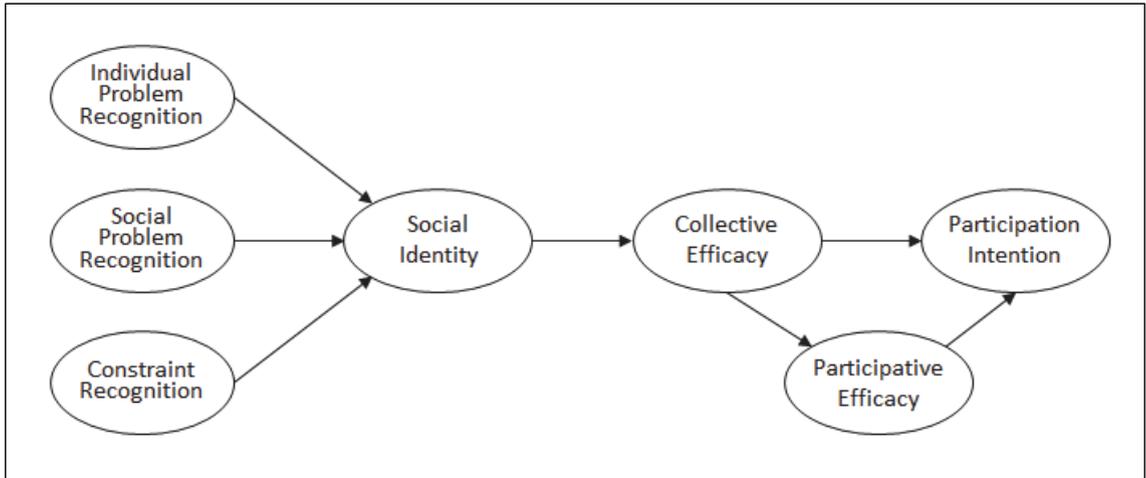


Figure 1. Theoretical model

(Van Zomeren et al., 2012). 예를 들면, 대중들이 참여하는 대규모 집회에서 한 개인의 집회 참가나 국민 투표에서 유권자 한 사람의 투표 행위는 집단 효능감 관점에서는 중요하지 않게 보일 수 있지만, 참여 효능감 관점에서 집단행동에 대한 개인의 참여는 집단노력에 추가적인 가치를 만들기 때문에 중요한 의미를 갖는다(Van Zomeren et al., 2012).

집단행동에 대한 전통적인 설명(Olson, 1968: Van Zomeren et al., 2012 재인용)에 따르면, 합리적으로 행동하는 사람은 집단행동에 대한 자신의 참여 여부에 상관없이, 자신이 속한 집단이 목표를 달성할 것이라고 믿기 때문에 공동 행동에 참여하지 않는다. 이러한 현상은 집단 효능감 믿음이 집단행동에 대한 참여로 이어진다는 보편적인 이론과 정반대의 상황을 초래한다. 이러한 집단행동에 관한 역설은 참여 효능감의 관점에서 쉽게 설명할

수 있다. 집단에 속한 개인은 합리적인 행위자로서 자신의 행동이 집단 성과에 차이를 만들 것이라고 기대하지 않기 때문에 집단행동에 참여하지 않도록 동기 부여되지만, 참여 효능감이 강한 개인들은 자신의 행동이 집단성과에 차이를 만들어 낼 것이라고 기대하기 때문에 집단행동을 하도록 동기부여된다.

연구가설 3: 개인의 참여 효능감을 매개로, 개인의 집단 효능감이 커질수록 개인의 집단행동 참여 의도가 높아질 것이다.

## 연구 방법

### 조사 방법 및 자료 수집

본 연구를 위해 ‘청와대 국민청원 및 제안 사이트’를

알고 있는 참여자들을 대상으로 서베이를 실시하였다. 청와대 청원이라는 특정 사이트에 대해 알고 있는 사람들로 연구 대상을 제한한 이유는 집단 효능감이 특정 행동 영역에 적용되는 개념(Stajkovic et al., 2009)이기 때문이다. 설문 조사는 온라인 서베이 전문 업체인 ‘마크로밀엠브레인’의 패널을 대상으로, 2018년 11월 6일부터 11월 9일까지 진행하였다. 총 응답자는 360명이었으며, 국내 인구 분포를 고려하여 전국의 20대에서 50대 인구 중 성별과 연령별로 비슷한 비율을 할당 표집하였다.

### 설문의 구성

연구 목적 달성을 위해서는 연령별, 성별로 심각하게 편향되지 않는 보편적인 주제를 선택할 필요가 있다. 이러한 기준에 따라, 20대 이상의 연구 대상을 선정하고 ‘10대 소년 범죄에 대한 감형 반대 청원’을 주제로 설문을 실시했다. 응답자들은 가장 먼저 청와대의 ‘국민청원 및 제안’ 사이트에 대한 개인적 방문 경험이나 청원 동의 경험에 답했다. 이후 “소년법 연령을 낮춰 주세요”라는 제목의 메시지를 읽었다. 메시지는 실제 청와대 국민청원 사이트에 올라온 청원들을 바탕으로 새롭게 작성된 내용이며, 처치물을 대상자들이 청와대 국민청원 사이트와 동일하게 인식하도록 청원 사이트 이미지를 차용했다. 청원 메시지에는 ‘최근 17세 소녀가 친구들의 괴롭힘으로 자살했으나 가해자들은 소년범이라는 이유로 감형 받을 것을 기대, 반성조차 하지 않고 있다’는 배경을 먼저 밝히고, ‘따라서 소년법 적용 나이를 현 14세에서 12세 미만으로 낮추고 중학생 이상 청소년에 대해서는 성인과 동일한 처벌

을 시행하자’는 실질적인 목표를 제시했으며, ‘많은 동의가 필요하다’는 구체적인 행동 유도를 포함했다.

한편, 동조 효과가 발생하고 있는지를 확인하기 위하여 설문을 두 가지 형태로 제작하였다. 현재 청원에 참여하는 인원을 4만2255명, 14만1908명으로 다르게 제시하였다. 제작물의 형태와 내용은 현재까지 청원에 참여한 사람 수를 제외하고는 모두 같다. 동조 효과란 온라인상에서 개인은 다수의 사람들이 지지하는 의견에 대해 그 주장의 내용이나 근거를 신중하게 생각하지 않고 쉽게 동조하는 현상을 의미하는데, 온라인상에서는 개인과 이슈의 관련성이나 주장의 논리성은 무시되는 반면에 다수의 익명성이 강조되기 때문에 자주 발생한다(Lee, 2008). 설문 결과, 청문 참여자의 수가 다른 두 가지 유형의 설문은 각 변인의 통계치에 있어 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다. 따라서 청원 참여자의 수에 따른 동조효과는 발생하지 않았기 때문에, 현재 청원 참여 인원이라는 요인에 의해서 본 연구는 영향을 받지 않고 통제되었다는 사실을 확인하였다.

메시지를 읽고 난 후 응답자들은 이슈에 대한 문제 인식과 제약 인식에 대한 질문에 답변했다. 이후 집단 정체성, 집단 효능감과 참여 효능감에 대한 질문에 답한 후, 참여 의도에 대한 질문에 순서대로 응답했다. 응답자들의 인구통계학적 정보에 대해 답변을 마지막으로 설문을 종료했다. 설문 종료 후에는 제시된 메시지가 연구를 위해 제작된 것이며, 실제 청원 사이트에 게재된 내용은 아님을 밝혔다.

## 조작적 정의 및 측정

### 문제 인식

문제 인식의 측정을 위해 방성곤과 신호창(Bang & Shin, 2013), 박현순과 임지영(Park & Im, 2005)의 연구를 참고한 4개 문항을 대상자들에게 물었다. 4개 문항 중 “나는 소년법 적용 연령 인하 청원 이슈가 나와 관련 있는 심각한 문제라고 생각한다”와 “나는 소년법 적용 연령 인하 청원 이슈가 나에게 중요한 문제라고 생각한다”라는 개인적 문제 인식에 대한 측정으로, “나는 소년법 적용 연령 인하 청원 이슈는 우리 사회가 해결해야 할 중요한 문제라고 생각한다”와 “나는 소년법 적용 연령 인하 청원 이슈가 우리 사회에 영향을 줄 것이라고 생각한다”라는 사회적 문제 인식에 대한 측정에 활용했다. 모든 문항은 7점 척도로 측정(전혀 아니다: 1점~ 매우 그렇다: 7점)했다.

### 제약 인식

그루닉은 제약 인식에 대해 자기 효능감과 같은 개념이라고 설명했다(Grunig, 1983). 이를 근거로 박현순과 임지영(Park & Im, 2005)의 연구에서는 행동에 대한 여부를 결정하는 측면에서 제약 인식을 이해해야 하며, 이를 위해 제약 인식을 효능감의 측면에서 분석하는 것이 필요함을 주장했다. 따라서 본 연구에서는 이슈 해결에 대한 자기 효능감의 측정을 통해 제약 인식을 측정했다. 측정을 위해 반 조메렌 외(Van Zomeren et al., 2012)의 연구를 참고해, “나는 나 개인의 힘으로 소년법 적용 연령을 낮출 수 있다고 믿는다”, “나는 내가 소년법 적용

연령을 낮출 수 있다고 믿는다” 등 4개 문항을 활용했다. 모든 문항은 7점 척도로 측정(전혀 아니다: 1점~ 매우 그렇다: 7점)했다.

### 집단 정체성

개인의 온라인 집단에 대한 동일시를 통해 정체성을 측정하기 위해 마엘과 테트릭(Mael & Tetrick, 1992)이 제안한 집단 정체성 측정 항목을 활용했다. “나는 소년법 관련 청원에 참여하는 사람들을 누군가 비난하면, 불쾌감을 느낄 것이다”, “나는 청와대 청원에 참여하는 다른 사람들이 소년법 관련 청원에 대해 나와 비슷한 생각을 가지고 있다고 생각한다”, “나는 소년법 관련 청원에 참여하는 사람들이 나와 비슷한 사람들이라고 생각한다”, “나는 소년법 관련 청원에 참여하는 사람들에 대해, 미디어에서 비난하는 것을 들으면 기분이 나쁘다” 등 총 7개의 항목을 대상자들에게 질문했다. 모든 문항은 대상자 답변의 모호함을 피하기 위해 4점 척도로 측정(전혀 아니다: 1점~ 매우 그렇다: 4점)했다.

### 집단 효능감

집단 효능감의 측정은 개인의 효능감의 합산을 통해 측정하는 방식과 개인이 가진 집단의 특정 행위를 위한 능력을 측정하는 방식으로 구분된다(Bandura, 1997). 본 연구에서는 두 번째 방식을 활용해, 개인들에게 집단의 능력에 대한 질문을 통해 집단 효능감을 측정했다. 특정 행동을 위한 집단의 능력 측정을 위해 반 조메렌 등(Van Zomeren et al., 2012)의 4개 척도를 활용했다. “나는 청와대 청원과 같은 집단적인 행동이 소년법 적용 연령

을 낮추는 법 개정을 이끌어 낼 수 있다고 믿는다”, “나는 청와대 청원에 참여하는 사람들과 함께 소년법 적용 연령인하 청원에 대해 정부의 답변을 이끌어 낼 수 있다고 믿는다”, “나는 청와대 청원에 참여하는 사람들이 단체의 힘으로 소년법 적용 연령을 낮출 수 있다고 믿는다”, “나는 청와대 청원에 참여하는 사람들이 소년법 적용 연령을 낮추는 공동의 목표를 달성할 수 있다고 믿는다”의 4개 문항으로 측정했다. 모든 문항은 7점 척도로 측정(전혀 아니다: 1점~ 매우 그렇다: 7점)했다.

### 참여 효능감

개인의 행위가 집단 목표 달성에 기여할 수 있다고 믿는지를 파악하는 참여 효능감의 측정을 위해, 반 조메렌 외(Van Zomeren et al., 2012)의 연구에서 3개 척도를 활용했다. “나는 소년법 적용 연령을 낮추는 법 개정을 위해, 온라인을 통해 청와대 청원에 동의하는 나의 개인적인 참여가 기여를 할 수 있다고 믿는다”, “나는 소년법 적용 연령을 낮추기 위해서는, 온라인 청원을 통해 보여 주는 나의 동의가 중요하다고 믿는다”, “나는 청와대 청원과 같은 집단적인 행동이 소년법 적용 연령을 낮추기 위해서는, 온라인을 통한 나의 동의가 상당한 역할을 할 수 있다고 믿는다” 등 3개 문항이 대상자들에게 주어졌다. 모든 문항은 7점 척도로 측정(전혀 아니다: 1점~ 매우 그렇다: 7점)했다.

### 참여 의도

개인의 집단행동 참여 의도 측정을 위해, 개인이 온라인 청원에 참여할 의사가 있는지를 묻는 질문과

함께 온라인 청원이 아닌 다른 활동에도 참여할 의사가 있는지를 질문했다. 이는 개인의 참여 의도가 온라인뿐만 아니라 오프라인 활동도 유도하는지에 대한 질문을 통해, 참여의 범위가 확장될 수 있는지를 파악하기 위함이다. 측정을 위해 반 조메렌 외(Van Zomeren et al., 2010)의 연구를 참고해 총 4개 질문을 활용했다. “나는 온라인을 통한 ‘소년법 적용 연령 인하 청원’에 참여할 의사가 있다”, “나는 ‘소년법 적용 연령 인하 청원’을 통해 집단적인 목소리를 높이는 데 동참할 것이다”, “나는 ‘소년법 적용 연령 인하 청원’에 동의한 사람들과 함께 목표 달성을 위해 노력할 것이다”, “나는 소년법 적용 연령 인하를 위해 온라인 청원과 다른 형태의 집단 활동에도 참여할 의사가 있다” 등 4개 질문을 통해 측정이 이루어졌다. 모든 문항은 7점 척도로 측정(전혀 아니다: 1점~ 매우 그렇다: 7점)했다.

### 자료 분석 방법

본 연구에서는 가설의 검증을 위해 구조방정식 모델(Structural Equation Modeling: SEM) 분석을 실시하였다. 이를 위해, 측정 항목에 대한 신뢰도와 타당도를 먼저 확인하고 연구 모형을 검증했다. 각 분석에는 SPSS 21.0과 AMOS 21.0 프로그램을 활용하였다.

### 연구 결과

#### 참가자 특성

총 참가자 수는 360명이었으며, 이 중 남성이 176

명(48.9%), 여성이 184명(51.1%)이었고 평균 연령은 39.30세( $SD = 11.01$ )로 나타났다. 연령대 별 참가자수, 소득 및 교육 수준, 결혼 여부 등 구체적인 참가자들의 인구통계학적인 특성은 <Table 2>에 제시되었다.

### 주요 변인의 측정

개인적 문제 인식, 사회적 문제 인식, 제약 인식, 집단 정체성, 집단 효능감, 참여 효능감, 참여 의도 등 변인의 측정을 위한 문항 간 신뢰도(Cronbach's  $\alpha$ )는 모든 항목에서 0.8 이상으로 나타났다. 따라

**Table 2.** Demographic variables of respondents

Variables		Number of Samples	Ratio (%)
Gender	Male	176	48.9
	Female	184	51.1
Age	20~29	89	24.7
	30~39	90	25.0
	40~49	90	25.0
	50~59	91	25.3
Marriage	Single	152	42.2
	Married	208	57.8
Number of children	0	171	47.5
	1	56	15.6
	2	116	32.2
	3 or more	17	4.7
Education	Highschool Graduates	38	10.6
	University Student	37	10.3
	University Graduation	240	66.7
	Graduate school	45	12.5
Income of household	Under 2 million won	26	7.2
	2~2.9 million won	65	18.1
	3~3.9 million won	54	15.0
	4~4.9 million won	68	18.9
	5~5.9 million won	48	13.3
	6~6.9 million won	29	8.1
	7~7.9 million	32	8.9
	Over 8 million won	38	10.6

**Table 3.** Descriptive statistics for the observed variables

	<i>M</i>	<i>SD</i>	Cronbach's $\alpha$
Individual Problem Recognition	5.20	1.29	.900
Social Problem Recognition	6.03	1.05	.914
Self-efficacy	3.34	1.43	.932
Social Identity	2.82	0.53	.867
Collective Efficacy	5.18	1.06	.939
Participative Efficacy	5.05	1.10	.929
Participation Intention	5.03	1.23	.931

서 모든 문항의 내적 타당도는 신뢰할 수 있음을 증명했다. 변인들의 평균과 신뢰도 등 구체적인 내용은 <Table 3>에 제시되었다.

### 측정 모형의 타당성 평가

먼저, 모형의 타당성을 검증하기 위해 확인적 요인 분석(Confirmatory Factor Analysis, CFA)을 실시하였다. 다양한 SEM 적합도 지수 가운데, 본 연구에서는 홍세희(Hong, 2000)의 추천에 따라 NNFI(=TLI), CFI, RMSEA를 적용했다. 일반적으로 NNFI, CFI의 경우 0.9 이상, RMSEA의 경우 0.08 이하일 경우 양호한 적합도를 갖춘 모델로 판단한다(Lee, 2015). 이러한 기준으로 볼 때, 본 연구의 적합도는 양호한 수준으로 볼 수 있다.

각 변인들의 개념 신뢰도(Construct Reliability) 값은 0.7 이상일 경우 집중 타당성을 충족하는 것으로 판단하는데(Kim & Cho, 2016), 본 연구 모형의 경우 모두 집중 타당성을 충족하는 것으로 판명되었다. 이상 분석 결과는 <Table 4>와 같다.

또한, 측정 항목의 판별 타당도를 판단하기 위해서는 평균 분산 추출(Average Variance Extracted: AVE) 값이 해당 변수와 다른 변수와의 상관계수 제곱보다 커야 하는데(Kang & Rhee, 2018), 이러한 기준으로 볼 때 본 연구의 측정 항목들은 판별 타당도를 충족한 것으로 판명되었다(<Table 5>참고).

### 연구가설의 검증

<연구가설 1>은 온라인 상황에서 이슈에 대한 개인의 문제 인식과 제약 인식이 집단 정체성에 영향을 줄 것인지를 판단해 보고자 하였다. 분석 결과, 개인적 문제 인식( $\beta = 0.160, p < .05$ ), 사회적 문제 인식( $\beta = 0.501, p < .001$ ), 제약 인식( $\beta = 0.222, p < .001$ ) 모두 집단 정체성에 통계적으로 유의미한 정적 영향을 미치는 것으로 나타나 <연구가설 1-1>, <연구가설 1-2>, <연구가설 1-3>은 모두 지지되었다. 이러한 결과를 통해, 이슈에 대한 문제 인식과 제약 인식에 의해 공중이 구성

**Table 4.** Confirmatory factor analysis for variables

Factors	Items	Standardized Coefficients	<i>S.E.</i>	<i>C.R.</i>	Construct Reliability
Individual Problem Recognition	item 1	0.841	–	–	0.836
	item 2	0.975	0.058	19.021	
Social Problem Recognition	item 1	0.932	–	–	0.901
	item 2	0.905	0.040	22.910	
Self-efficacy	item 1	0.926	–	–	0.848
	item 2	0.935	0.033	30.672	
	item 3	0.835	0.037	23.269	
	item 4	0.815	0.039	22.045	
Social Identity	item 1	0.543	–	–	0.928
	item 2	0.630	0.102	9.014	
	item 3	0.731	0.138	9.846	
	item 4	0.765	0.142	10.097	
	item 5	0.692	0.119	9.541	
	item 6	0.715	0.128	9.728	
	item 7	0.779	0.129	10.189	
Collective Efficacy	item 1	0.859	–	–	0.921
	item 2	0.863	0.046	21.888	
	item 3	0.901	0.047	23.764	
	item 4	0.935	0.044	25.628	
Participative Efficacy	item 1	0.891	–	–	0.906
	item 2	0.902	0.041	25.516	
	item 3	0.915	0.042	26.282	
Participation Intention	item 1	0.892	–	–	0.887
	item 2	0.955	0.036	30.465	
	item 3	0.935	0.037	28.905	
	item 4	0.760	0.051	18.601	
Model Fit	$\chi^2 = 968.531(d.f. = 289, p = 0.00)$ TLI = 0.908 CFI = 0.919 RMSEA = 0.081				

**Table 5.** Correlation matrix among constructs and AVE

	1	2	3	4	5	6	7
1. Individual Prob-Recog	1						
2. Social Prob-Recog	0.617***	1					
3. Self-efficacy	0.224***	0.100*	1				
4. Social Identity	0.478***	0.558***	0.254***	1			
5. Collective Efficacy	0.372***	0.462***	0.301***	0.548***	1		
6. Participative Efficacy	0.458***	0.483***	0.322***	0.622***	0.762***	1	
7. Participation Intention	0.526***	0.581***	0.352***	0.666***	0.633***	0.728***	1
AVE	.829	.844	.773	.618	.792	.815	.790

\* $p < 0.1$ . \*\* $p < 0.01$ . \*\*\* $p < 0.000$ .

되고(Grunig, 1983), 온라인 집단 안에서 사회적 인 정체성이 강화된다는 점(Lee, 2008)을 파악할 수 있다. 특히 사회적 문제 인식이 집단 정체성 형성에 가장 큰 영향을 주는 변인이라는 점은 개인에게 해당 이슈가 사회적인 문제로 인식될수록, 개인이 이슈를 중심으로 모이는 집단에 참여할 가능성이 높음을 보여 준다.

〈연구가설 2〉는 개인이 온라인 공동체로서 느끼는 집단 정체성이 온라인 집단에 대한 집단 효능감에 영향을 줄 것인지를 파악해 보고자 하였다. 분석 결과 집단 정체성( $\beta = 0.656, p < .001$ )이 집단 효능감에 상당한 정적 영향을 미치는 것으로 나타나 〈연구가설 2〉는 지지되었다. 따라서 개인이 집단에 대해 가지고 있는 사회적 정체성이 클수록, 온라인 집단의 집단 효능감을 크게 판단한다고 볼 수 있다. 즉, 개인이 속한 집단을 ‘우리’ 집단이라고 느낄수록 ‘우리는 할 수 있다’는 믿음이 커진다.

〈연구가설 3〉을 통해 개인의 집단 효능감이 집단행동 참여 의도에 영향을 미치는 데 개인의 참여 효능감이 매개 변인으로 작용하는지를 검증하고자 하였다. 이를 위해 각 변인 간 직간접 효과를 분석했다. 그 결과 집단 효능감의 참여 의도에 대한 직접 효과( $\beta = 0.160, p < 0.05$ )에 비해, 참여 효능감을 통한 간접 효과( $\beta = 0.528, p < 0.001$ )가 훨씬 크게 나타났다. 즉, 집단 효능감과 참여 의도 사이에 참여 효능감의 부분 매개 효과가 입증되어 〈연구가설 3〉은 지지되었다. 이를 통해 개인의 행동이 집단의 행동에 기여할 수 있다는 믿음이 큰 사람일수록, 높은 집단 효능감이 높은 참여 의도로 나타날 가능성이 높다는 점을 파악할 수 있다. 따라서 개인의 집단행동 참여 의도는 단순히 높은 집단 효능감이 아니라, 참여 효능감이 뒷받침될 때 높아진다는 점을 알 수 있다.

**Table 6.** Results of path coefficients

Path	Unstandardized coefficient	Standardized coefficient	<i>S.E.</i>	<i>C.R.</i>	<i>P</i>
Individual Problem Recognition → Social Identity	0.051	0.160	0.022	2.349	0.019
Social Problem Recognition → Social Identity	0.215	0.501	0.034	6.337	0.000
Self-efficacy → Social Identity	0.072	0.222	0.016	4.393	0.000
Social Identity → Collective Efficacy	1.701	0.656	0.191	8.894	0.000
Collective Efficacy → Participative Efficacy	0.858	0.822	0.046	18.733	0.000
Collective Efficacy → Participative Intention	0.173	0.160	0.080	2.166	0.030
Participative Efficacy → Participative Intention	0.664	0.642	0.080	8.310	0.000

**Table 7.** Direct and indirect effect among constructs

Path	Direct Effect	Indirect Effect	Total Effect
Individual Problem Recognition → Social Identity	0.160*	–	0.160*
Social Problem Recognition → Social Identity	0.501***	–	0.501***
Self-efficacy → Social Identity	0.222***	–	0.222***
Social Identity → Collective Efficacy	0.656***	–	0.656***
Collective Efficacy → Participative Efficacy	0.822***	–	0.822***
Collective Efficacy → Participative Intention	0.160*	0.528***	0.688*
Participative Efficacy → Participative Intention	0.642***	–	0.642***

연구가설의 검증 결과는 <Table 6>, <Table 7>, 그리고 <Figure 2>를 통해 제시되었다.

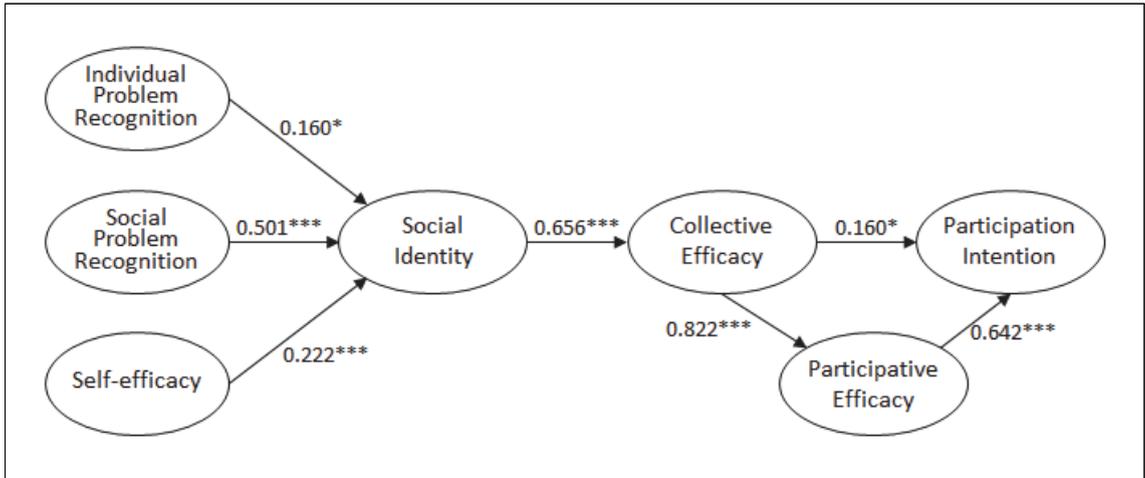


Figure 2. Results of structural equation modeling

### 결론 및 논의

본 연구는 집단행동에 참여하는 개인의 인지적 과정을 설명하기 위해, 온라인 공중이라는 집단이 형성되는 지점에서 출발하였다. 미디어 환경 변화에 따라 개인은 온라인 상황에서 새로운 성격의 집단을 경험한다. 집단의 공간 및 시간적인 경계가 거의 사라지는 상황에서, 집단을 규정하는 사회적 기준도 달라지고 있는 것이다. 기존 인구통계학적 요인을 기반으로 형성된 집단 속 개인들은 구성원들과 직접적인 상호 소통을 통해 신뢰를 쌓고, 신뢰를 통해 집단행동에 참여하였다. 하지만 익명성으로 특징되는 새로운 디지털 미디어 환경 속에서 개인은 특정 이슈 중심으로 온라인을 통해 미지의 타인들과 공동체를 형성하면서 집단행동에 참여하고 있다. 직접 소통과 신뢰로 이루어지는 기존 집단행동과는 다른, 온라인 환경에서의 집단행동에 새로

운 이론적 설명이 필요한 이유가 바로 여기에 있다.

우선 본 연구의 〈연구가설 1〉에 대한 검증 결과, 온라인 환경에서 개인이 특정 이슈에 대하여 느끼는 개인적 문제 인식과 사회적 문제 인식, 그리고 자기 효능감(제약 인식)이 온라인 공동체의 정체성을 형성하는 데 영향을 미친다는 사실이 확인되었다. 소년법 개정이라는 특정 이슈에 대해, 청와대 국민청원에 참여하는 개인들은 개인적 문제 인식과 사회적 문제 인식, 그리고 자기 효능감(제약 인식)에 따라 온라인상에서 집단 목표를 달성하려는 공중을 형성하면서 ‘우리’라는 집단 정체성을 갖게 된다는 것이다.

〈연구가설 1〉의 검증 결과에서, 흥미로운 사실은 이슈에 대하여 개인이 갖는 사회적인 문제 인식이 개인적인 문제 인식, 개인의 효능감(제약 인식)과 비교하여 온라인 공동체의 정체성을 형성하는 데 상대적으로 크게 영향을 미쳤다는 점이다. 이 연

구 결과는, 컴퓨터를 매개로 한 커뮤니케이션(CMC)의 중요한 특성인 익명성이 개인의 정체성을 약화하고 탈개인화를 가속화하면서 사회적 정체성을 강화한다는 ‘탈개인화 효과에 대한 사회적 정체성 모델’(Lee, 2008)의 설명과 일치한다. 소년법 청원이라는 특정 이슈를 중심으로 형성된 공중에 속한 개인은 온라인을 통해 미지의 상대방과 상호 작용하면서 ‘나’라는 개인적 정체성을 벗어나, 이슈에 대한 사회적 규범을 공유하는 ‘우리’라는 집단 정체성을 형성하고 있는 것이다. 온라인 공중 속 개인이 탈개인화하여 사회적 정체성을 형성한다는 사실은, 응답자들의 학력이나 성별, 소득, 연령과 같이 전통적으로 집단을 규정하였던 요인들, 그리고 결혼 여부나 자녀의 수와 같이 연구 주제와 관련 있는 요인들이 집단 정체성과는 유효한 상관관계를 보이지 않았다는 점에서 다시 확인할 수 있다.

다음으로 <연구가설 2>에 대한 연구 결과, 집단 정체성은 집단 효능감의 선행요인으로 작용하면서, 개인이 온라인 공동체에 대하여 갖는 집단 효능감에 크게 영향을 미친다는 사실을 확인하였다. 즉, 소년법 개정 관련 청와대 청원에 대한 개인의 인식이 집단 효능감 형성으로 연결되기 위해서는, 개인들이 온라인상에서 소년법 개정 관련 청와대 청원에 대한 집단 정체성을 공유하는 것이 효과적이라는 사실을 본 연구는 밝혀냈다.

이는, 집단이라는 공동체가 갖는 사회적 정체성이 미디어 수용자로서 개인이 가지고 있던 한계를 극복하도록 유도하기 때문으로 보인다. 온라인 상황에서 집단 공동체를 구성하는 개인은 더 이상 수동적인 미디어의 대상이 아닌, 적극적인 1인 커뮤

니케이터로 특징지어진다. 온라인 공동체 안에서 집단성은 대상에 대한 개인적인 반응을 사회적 상호작용으로 변화시키면서 집단 안에서 방관자로 존재하는 개인을 적극적인 참여자로 전환시킨다(Jenkins, 2000). 따라서 개인이 온라인 공동체 안에서 적극적인 참여자가 되기 위해서는 개인들이 공유하는 온라인 공동체의 집단 정체성이 확보되고 강화되어야 한다.

집단 정체성의 중요성은 본 연구에서는 논의되지 않았지만, 소집단의 집단 효능감 연구에서도 확인된다. 개인이 집단에 갖는 신뢰는 구성원들이 집단 효능감을 형성하는 핵심 요소라는 점(Koletsou & Mancy, 2011)은 이미 지적하였다. 집단을 구성하는 구성원들의 신뢰는 인지 기반 신뢰와 정서 기반 신뢰로 구분할 수 있다. 여기서 정서 기반 신뢰는 집단 구성원에 대한 관심과 애정 정도, 그리고 상호 간의 관계에 대한 믿음과 기대를 의미한다(Lewis & Wiegert, 1985). 집단 구성원들이 집단과 관련된 판단을 할 때는 구성원들에 대한 인지 기반 신뢰뿐만 아니라 신뢰에 대한 감정적인 요소를 개입시키게 된다. 집단 구성원들은 지속적인 상호작용을 통해 집단과 관련된 정보와 공동 관심사를 공유하면서 정서적인 유대감, 즉 정서 기반 신뢰를 만들게 되는데, 이를 바탕으로 자신이 속한 집단을 ‘우리’로 규정하면서 집단 정체성을 확립하게 된다(Gaertner et al., 1996). 결국, 익명성을 특징으로 하는 온라인상의 대규모 집단뿐만 아니라 상호 신뢰를 기반으로 하는 소규모 집단에서도 집단 정체성은 집단 효능감을 형성하기 위한 결정적인 선행요인으로 작용한다는 사실을 알 수 있다.

마지막으로 본 연구의 〈연구가설 3〉을 통한 참여 효능감의 매개 효과 관찰 결과, 집단 효능감은 참여 효능감을 매개로 개인의 집단행동 참여 의도에 영향을 미치고 있다는 사실을 확인했다. 구체적으로, 청와대 청원 같은 온라인 집단행동을 통해 소년법 개정을 이끌어 낼 수 있다는 집단 구성원들의 믿음(집단 효능감)은 개인의 청와대 청원 참여가 실제 성과 달성에 도움이 될 수 있다는 믿음(참여 효능감)을 부분 매개로 하여 청원 참여 의도에 영향을 미친다는 것이다.

본 연구는 디지털 미디어 환경에서 개인이 집단 효능감을 형성하기 위한 선행 요인으로 집단 정체성을 제시하고, 개인이 집단행동에 참여하는 심리적 기제를 참여 효능감이라는 개념을 통해 설명하였다. 소규모 집단이 아닌 대규모의 온라인 공중을 대상으로 개인의 집단행동을 집단 효능감을 통해 규명하려는 시도는 효능감 연구에 새로운 이론적 확장 가능성을 제시한 점에서 학문적 의의가 있다.

더 나아가 본 연구는 실무적인 차원에서, 공중을 대상으로 하는 정책 PR이나 PR 캠페인에 몇 가지 시사점을 제시한다. 특히 공중의 참여를 유도하고 PR 캠페인의 목표를 달성하기 위해 PR 캠페인 기획자 및 수행자들이 어떻게 메시지를 구성해야 효과적인지에 대하여 구체적인 접근 방법을 제시한다.

무엇보다 개인을 대상으로 이슈를 부각하고 관련 인식을 높이는 데 집중하기보다는, 개인이 공중이라는 집단 공동체를 인식하도록 유도하는 것이 중요하다. 따라서 이슈를 중심으로 형성되는 공중의 집단 정체성을 강조하는 메시지를 만드는 데 주력할 필요가 있다. 집단 정체성은 집단의 효능감을

높이고 나아가 개인이 집단행동에 참여하려는 의도를 높이는 데 큰 역할을 수행하기 때문에 PR 메시지를 통해 ‘우리라는 정체성을 어떻게 부각하느냐가 중요한 문제로 대두된다.

아울러 본 연구는 집단 효능감이 개인의 집단행동 참여에 직접적으로 영향을 미치지만, 참여 효능감을 통하여 개인의 집단행동 참여에 미치는 간접적 영향력이 상대적으로 크다는 사실을 확인하였다. 이러한 결과는 집단 효능감을 가진 개인이 집단행동에 참여하지 않는 경우를 설명할 수 있다는 데 의의가 있다. 따라서 개인의 집단행동 참여를 효과적으로 설명하기 위해서는 집단 효능감과 함께 참여 효능감 개념을 활용하는 것이 효과적이라고 할 수 있다.

‘우리가 할 수 있다’는 믿음을 가진 사람이 반드시 집단행동에 참여하지는 않는다. 집단의 능력에 대한 믿음이 크면, 본인의 노력이 없이도 공동의 목적을 달성할 수 있을 것으로 기대하기 때문이다. 도스(Dawes, 1980)에 따르면 개인이 타인과 협력할 때 두 가지 심리적 양상을 보이는데, 자신이 무임승차하려고 하거나, 혹은 다른 사람의 무임승차로 인해 본인이 바보가 되는 상황을 어떻게든 피하려고 한다는 것이다. 공공 캠페인에 있어 참여 효능감의 강조는 이러한 두 심리적 양상을 모두 해결할 수 있을 것으로 기대된다. 즉, 무임승차자들을 행동에 참여하게 하는 효과가 있을 뿐 아니라, 기존부터 참여하고 있는 개인들에게 자신의 행위가 옳다는 심리적인 안정감을 실어 주는 효과도 기대할 수 있다. 따라서 PR 캠페인 기획자들은 집단행동에 참여하는 개인의 역할이 결코 작지 않으며, 다른 사람도

함께 참여하고 있다는 메시지를 통해 참여 효능감을 강조할 필요가 있다. 집단 효능감만을 통해서 설명하는 데 한계를 보인 개인의 집단행동 참여 동기를, 참여 효능감을 통해 쉽게 설명했다는 사실이 본 연구가 갖는 의의라고 할 수 있을 것이다.

본 연구의 첫 번째 단계는 개인의 청원 참여 경험과 집단 정체성 사이에 통계적으로 유의한 관계가 발견되었다는 사실이다. 개인의 참여 경험은 개인의 정체성 형성에 작용하는 변인이라는 점에서, 탈개인화가 일어나 개인의 정체성이 사라지고 그 자리를 사회적 정체성이 대체한다는 연구 가정과는 일부 다른 결과로 보인다. 그러나 개인의 청원 참여 경험이 청와대 청원 사이트라는 뉴미디어에 대한 적응도를 높였고, 따라서 집단 정체성 형성에 영향을 주었다고 추측할 수 있다. 따라서 후속 연구에서는 온라인 경험을 사회 변화 수단의 적응력 차원에서 검증할 필요가 있다고 생각된다.

둘째, 청와대 국민청원에 대한 일반 공중의 신뢰가 다른 기관에 비해 높다는 점도 본 연구가 가지는 한계이다. 여론 조사 전문 기관 리얼미터가 발표한 2018년도 ‘국가사회기관 신뢰도’(Realmeter, 2018) 조사 결과에 따르면, 대통령에 대한 신뢰도는 21.3%로 시민단체(10.9%), 대기업(6.9%), 언론(6.8%), 법원(5.9%), 중앙정부 부처(4.0%), 노동조합(4.0%), 종교단체(3.3%), 군대(3.2%), 경찰(2.7%), 검찰(2.0%), 국회(1.8%) 등에 비해 상당히 높은 결과를 보였다. 이러한 상황에서 청와대 청원에 대한 참여는 다른 온라인 참여에 비해 높은 집단 효능감과 참여 효능감을 보일 것으로 판단된다. 따라서 후속 연구에서는 다른 기관에 대한 온라인

참여와의 비교를 통해 기관 신뢰도라는 변인을 통제해야 할 것으로 생각된다.

본 연구가 가지는 세 번째 단계는 설문 주제로 제시된 ‘10대 소년 범죄에 대한 감형 반대 청원’이 소년법에 대한 지식 정도, 찬반 여부 등에 따라 연구 결과가 영향을 받을 수 있다는 점을 고려하지 못했다는 점이다. 특히 과거 소년 범죄를 직접 경험한 사람들이나 현재 경험을 하고 있는 자식을 둔 부모들의 경우는 다른 설문 참여자들에 비해 관여도가 클 것으로 예상할 수 있어 연구 결과에 더 큰 영향을 줄 것으로 예상된다.

마지막으로, 본 연구에서는 특정 이슈에 대한 이성적인 판단에 집중해 연구를 진행했다. 개인의 정서적인 판단은 상대적으로 배제되었다. 소년법에 대하여 개인이 느끼는 감정적인 반응(분노 등)에 의해서만 청원 또는 집단행동에 참여하는 개인들이 많을 것으로 예상할 수 있기 때문에, 이성적인 인지 판단에 의존한 연구는 집단행동에 참여하는 개인의 동기를 완전히 설명하기에는 충분하지 않을 수 있다. 특정 이슈에 대해서는 감정적인 반응이 이성적인 반응을 압도할 것으로 예측할 수도 있기 때문이다. 따라서 개인의 온라인 공중 구성과 집단행동 참여를 설명하는 데 있어서, 이성적인 요인뿐만 아니라 정서적인 요인 역시 후속 연구에서는 고려되어야 할 것이다.

본 연구에서는 온라인 환경에서 발생할 수 있는 집단 효능감이 높은 개인의 참여 양상에 대하여 이론적인 가능성을 제시했다. 후속 연구에서는 이론적 논의에서 제시한 집단 효능감과 참여 효능감 사이의 개념을 활용하여 개인의 집단행동 참여를 더

욱 효과적으로 설명할 수 있을 것으로 기대된다. 집단 효능감을 높은 집단과 낮은 집단으로, 참여 효능감을 높은 집단과 낮은 집단으로 분류하여 두 변수 집단을 교차 유형화하는 연구 모델을 설정한다면 온라인상에서 집단의 행동에 참여하는 개인의 심리 유형 분류도 가능할 것이다.

우선, ‘합리적인 무임승차자’ 유형으로 집단행동에 참여하지 않고 무임승차하는 유형을 예로 들 수 있다(Van Zomeren et al., 2012). 이들은 집단 효능감은 높지만, 참여 효능감은 낮은 부류로 집단의 목표에 동의하는 동시에, 개인의 이익 역시 소중하게 생각한다. 이 유형에 속하는 사람들은 자신이 굳이 집단행동에 참여하지 않더라도 집단 목표가 달성되리라고 판단하기 때문에 정작 본인은 집단행동에 참여하지 않는 합리적인 선택을 한다. 둘째, 집단의 목표에 동의하여 본인이 참여 의사를 적극

적으로 표현하지만, 집단의 가치보다는 참여를 통한 개인의 만족을 더 중요하게 생각하는 부류이다. 높은 참여 효능감을 가지지만, 집단 효능감은 상대적으로 중요하게 고려하지 않는 사람들로, ‘소극적 참여 주의자’ 혹은 ‘게으른 행동주의자’들로 부를 수 있다. 마지막 유형은 높은 집단 효능감과 함께 높은 참여 효능감을 보이는 ‘적극적 참여 주의자’들로, 이들은 집단의 목표를 달성하기 위한 자신의 역할을 가치 있게 생각하기 때문에 집단행동에 적극적으로 참여한다. 이들에게 집단이 가치는 개인의 이익에 우선하고, 집단의 능력은 집단을 구성하는 개인의 능력들의 총합 이상이 될 것이다. 집단 효능감이 높은 개인들의 집단행동 참여 유형 분류는 온라인 환경에서 개인의 집단행동 참여를 실질적으로 유도하는 데 유용하게 활용될 수 있을 것이다.

## References

- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84, 191-215.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bandura, A. (1995). *Self-efficacy in changing societies*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control*. New York, NY: W. H. Freeman.
- Bandura, A. (2000). Exercise of human agency through collective efficacy. *Current Directions in Psychological Science*, 9, 75-78.
- Bandura, A. (2002). Social cognitive theory in cultural context. *Applied Psychology*, 51, 269-290.
- Bang, S., & Shin, H. (2013). Public relations campaign strategies to overcoming low fertility applying situational theory. *The Journal of Political Science & Communication*, 16(2), 349-375.
- Campbell, C., & Jovchelovitch, S. (2000). Health, community and development: Towards a social psychology of participation. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 10, 255-270.
- Dawes, R. M. (1980). Social dilemmas. *Annual Review of Psychology*, 31, 169-193.
- Dirks, K. T. (1999). The effects of interpersonal trust on work group performance. *Journal of Applied Psychology*, 84, 445-455.
- Drury, J., & Reicher, S. D. (2005). Explaining enduring empowerment: A comparative study of collective action and psychological outcomes. *European Journal of Social Psychology*, 35, 35-58.
- Fiske, S. J. (1992). Sociocultural aspects of establishing marine protected areas. *Ocean & Coastal Management*, 17, 25-46.
- Gaertner, S. L., Dovidio, J. F., & Bachman, B. A. (1996). Revisiting the contact hypothesis: The induction of a common ingroup identity. *International Journal of Intercultural Relations*, 20, 271-290.
- Gist, M. E. (1987). Self-efficacy: Implications for organizational behavior and human resource management. *Academy of Management Review*, 12, 472-485.
- Goddard, R. D., Hoy, W. K., & Hoy, A. W. (2004). Collective efficacy beliefs: Theoretical developments, empirical evidence, and future directions. *Educational Researcher*, 33(3), 3-13.
- Grunig, J. E. (1997). A situational theory of publics: Conceptual history, recent challenges and new research. In D. Moss, T. MacManus, & D. Vercic (Eds.), *Public relations research: An international perspective* (pp. 3-46). London: ITB Press.
- Grunig, J. E. (1983). Communication behaviors and attitudes of environmental publics: Two studies. *Journalism Monographs*, 81, 9-16.
- Hong, S. (2000). The criteria for selecting appropriate fit indices in structural equation modeling and their rationales. *Korean Journal of Clinical Psychology*, 19(1), 161-177.
- Ingham, G. A., Levinger, G., Graves, J., & Peckham, V. (1974). The Ringelmann effect: Studies of group size and group performance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 10, 371-384.
- Jenkins, R. (2000). Categorization: Identity, social process and epistemology. *Current Sociology*, 48(3), 7-25.
- Kang, H., & Rhee, Y. (2018). Effects of national security PR communication on policy support and moderating effects of policy literacy: Case of the THAAD deployment in south Korea. *Journal of Public Relations*, 22(6), 24-52.
- Katz-Navon, T. Y., & Erez, M. (2005). When collective- and self-efficacy affect team performance: The role of task interdependence. *Small Group Research*, 36, 437-465.
- Kim, H., & Cho, K. (2014). The effect of the salience of

- issues and the level of personal involvement on problem recognition. *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, 16(1), 55-83.
- Kim, H., & Cho, J. (2016). A study of influences of the PR history from corporation PR activities on brand attitude and brand royalty. *Journal of Public Relations*, 20(2), 28-60.
- Kim, J., & Grunig, J. E. (2011). Problem solving and communicative action: A situational theory of problem solving. *Journal of Communication*, 61, 120-149.
- Kim, J., Park, N., & Kim, S. (2014). Building further on the situational theory of publics theoretical evolution to situational theory of problem solving and future research. *Journal of Public Relations*, 18(1), 330-366.
- Koletsou, A., & Mancy, R. (2011). Which efficacy constructs for large-scale social dilemma problems? Individual and collective forms of efficacy and outcome expectancies in the context of climate change mitigation. *Risk Management*, 13, 184-208.
- Kravitz, D. A., & Martin, B. (1986). Ringelmann rediscovered: The original article. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 936-941.
- Lee, E. (2008). Social identity model of deindividuation effects: Theoretical implications and future directions. *Communication Theories*, 4(1), 7-31.
- Lee, H. (2015). Understanding university-foreign student relationship from a public diplomacy perspective: An empirical analysis of the organization-public relationship (OPR) effect on foreign students' attitudes and behavioral intentions. *Journal of Public Relations*, 19(4), 1-26.
- Lewis, J. D., & Weigert, A. (1985). Trust as a Social Reality. *Social Forces*, 63, 967-985.
- Lovari, A., Kim, S., Vibber, K., & Kim, J. (2011). Digitisation's impacts on publics: Public knowledge and civic conversation. *PRism*, 8(2), 1-20.
- Lubell, M. (2002). Environmental activism as collective action. *Environment and Behavior*, 34, 431-454.
- Luszczynska, A., & Schwarzer, R. (2005). Multidimensional health locus of control: Comments on the construct and its measurement. *Journal of Health Psychology*, 10, 633-642.
- Mael, F. A., & Tetrick, L. E. (1992). Identifying organizational identification. *Educational and Psychological Measurement*, 52, 813-824.
- Mummendey, A., Kessler, T., Klink, A., & Mielke, R. (1999). Strategies to cope with negative social identity: Predictions by social identity theory and relative deprivation theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), 229-245.
- Park, H., & Im, J. (2005). PR message strategy of promoting childbirth in Korea: Focused on problem recognition and efficacy. *The Korean Journal of Advertising*, 16(5), 345-368.
- Park, N. (2010). The application of Grunig's situational theory for bloggers. *Journal of Public Relations*, 14(3), 69-105.
- Prussia, G. E., & Kinicki, A. J. (1996). A motivational investigation of group effectiveness using social cognitive theory. *Journal of Applied Psychology*, 81, 187-198.
- RealMeter (2018). 2018 Credibility of the governmental agencies. Retrieved from <https://goo.gl/xHRBSA>
- Reicher, S. D., Spears, R., & Postmes, T. (1995). A social identity model of deindividuation phenomena. *European Review of Social Psychology*, 6, 161-198.
- Sampson, R. J., Raudenbush, S. W., Earls, F. (1997). Neighborhoods and violent crime: A multilevel Study of Collective Efficacy. *Science*, 277(5328), 918-924.
- Salanova, M., Llorens, S., & Schaufeli, W. B. (2011). "Yes, I can, I feel good, and I just do it!" On gain cycles and spirals of efficacy beliefs, affect, and

- engagement. *Applied Psychology*, 60, 255-285.
- Smith, R. A., Ferrara, M., & Witte, K. (2007). Social sides of health risks: Stigma and collective efficacy. *Health Communication*, 21, 55-64.
- Strecher, V. J., DeVellis, B. M., Becker, M. H., & Rosenstock, I. M. (1986). The role of self-efficacy in achieving health behavior change. *Health Education & Behavior*, 13, 73-91.
- Stajkovic, A. D., & Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124, 240-261.
- Stajkovic, A. D., Lee, D., & Nyberg, A. J. (2009). Collective efficacy, group potency, and group performance: Meta-analyses of their relationships, and test of a mediation model. *Journal of Applied Psychology*, 94, 814-828.
- Tyler, T. R., & Cook, F. L. (1984). The mass media and judgments of risk: Distinguishing impact on personal and societal level judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(4), 693-708.
- Van Zomeren, M., Leach, C. W., & Spears, R. (2010). Does group efficacy increase group identification? Resolving their paradoxical relationship. *Journal of Experimental Social Psychology*, 46, 1055-1060.
- Van Zomeren, M., Postmes, T., & Spears, R. (2008). Toward an integrative social identity model of collective action: A quantitative research synthesis of three sociopsychological perspectives. *Psychological Bulletin*, 134, 504-535.
- Van Zomeren, M., Saguy, T., & Schellhaas, F. M. H. (2012). Believing in “making a difference” to collective efforts: Participative efficacy beliefs as a unique predictor of collective action. *Group Processes & Intergroup Relations*, 16, 618-634.
- Wright, S. C., Taylor, D. M., & Moghaddam, F. M. (1990). The relationship of perceptions and emotions to behavior in the face of collective inequality. *Social Justice Research*, 4, 299-250.
- 최초 투고일 2019년 01월 31일  
 논문 심사일 2019년 03월 20일  
 논문 수정일 2019년 03월 31일  
 게재 확정일 2019년 04월 08일

# Effects of Collective Efficacy on the Individual's Participation in Online Group Activity\*

## Inho Park

Ph.D Candidate, Dept. of Media & Communication, Sungkyunkwan University\*\*

## Hyunsuk Jang

Ph.D Candidate, Dept. of Media & Communication, Sungkyunkwan University\*\*\*

## Hyun Soon Pak

Professor, Dept. of Media & Communication, Sungkyunkwan University

## Objectives

The purpose of this study was to explain how computer-based communication affects the formation of the individual's collective efficacy, and to identify how collective efficacy increases the individual's participation intention, in an online group.

## Methods

For the purpose, this study conducted a survey, with the 'Blue House online petition' participants.

## Results

As a result, this study reached three theoretical conclusions. First, personal problem cognition, social problem cognition, and constraint cognition have statistically significant effects on social identity of the online public. Second, social identity of the online public has statistically significant effect on collective efficacy. Third, participative efficacy has moderate effect on collective efficacy and the individual's participation intention.

## Conclusions

The result of this study is expected to contribute to understanding formation and application, of collective efficacy. Furthermore, this study can offer practical help for PR campaigners to design online campaigns and social change movements.

**KEYWORDS** participative efficacy, collective efficacy, online public, social identity, participation

---

\* This study was supported by Macromillembrian™.

\*\* First Author: hipinno@gmail.com

\*\*\* Corresponding Author: jangpd2415@naver.com