

마이크로 블로그 커뮤니케이션의 특성에 대한 연구  
: '트위터'와 '미투데이'를 중심으로

The Characteristics of Microblog Communication  
: Centering around 'Twitter' and 'Me2day'

주저자 : 전희성

이화여자대학교 일반대학원 디지털미디어학부

**Jeon, Heesung**

Ewha Womans University

공동저자 : 최민수

이화여자대학교 일반대학원 디지털미디어학부

**Choi, Min Soo**

Ewha Womans University

## 1. 서론

## 2. 마이크로 블로그

- 2-1. 마이크로 블로그의 개념 및 특성
- 2-2. 마이크로 블로그 국내 현황

## 3. 마이크로 블로그에서의 커뮤니케이션

- 3-1. 마이크로 블로그의 재매개와 매개 커뮤니케이션
- 3-2. 마이크로 블로그 커뮤니케이션의 특성

## 4. 결론 및 제언

### 참고문헌

### 논문요약

본 논문에서는 새로운 커뮤니케이션 채널로서 마이크로 블로그의 개념과 국내 현황, 그리고 새로운 커뮤니케이션 특성을 연구하여 마이크로 블로그를 탐색적으로 살펴보고자 했다. 문헌연구와 사례분석('트위터', '미투데이')을 통한 연구결과 마이크로 블로그는 무엇보다 기존의 블로그와 같은 1인 미디어에서 파생된 것으로서, 컴퓨터 매개 커뮤니케이션이라는 속성과 다양한 매체의 특성이 융합되어 재매개된 방식으로 형성된 것이었다. 이러한 마이크로 블로그에서 나타는 새로운 커뮤니케이션 방식은 단문구성형 자기표현성, 상호연결적 확장성, 시·공간적 유연성에 의해 특징지어지는 것으로 나타났다. 마이크로 블로그가 사회전반에 걸쳐 영향력을 넓혀가고 있는 현 시점에서 새로운 커뮤니케이션 채널에 대한 탐색적 연구를 실시하고 새로운 방식의 커뮤니케이션 특성을 밝혀 그 사용에 대한 방향성을 밝히는데 본 연구의 의의가 있다.

### 주제어

마이크로 블로그, 트위터, 미투데이

### Abstract

This study examines the concept of microblog as a new communication channel and the present state of the

microblogging services in Korea and investigates the characteristics of microblog. Through the literature review and the case study focused on 'Twitter' and 'Me2day', this study finds out that microblog, the derivation of existing personal media like blog, has the attributes of computer-mediated communication and is formed of remediation of merging the various characteristics of diverse media. New communication style in microblog is characterized by self-expression by short text formation, interconnected extension and spatial-temporal flexibility. At the moment of microblog expanding the society-wide influence, the meaning of this study is to investigate microblog as a new communication channel and clarify the direction of microblog usage through clarifying the characteristics of new communication method.

### Keyword

microblog, twitter, me2day

## 1. 서론

전통적인 커뮤니케이션의 관점<sup>1)</sup>에서 볼 때, 블로그, 미니홈피와 같은 1인 미디어는 한 개인이 커뮤니케이션에 있어 송신자와 수신자의 기능을 수행하는 방식을 채택하고 있다. 매체에 대한 접근성이 용이해지면서 개인이라면 누구나 미디어를 가질 수 있게 되었고 이를 매개로 자신의 생각을 표출하게 된 것이다. 대표적인 1인 미디어인 블로그는 개인적 경험 공유의 장이며, 정보를 전달하고 제공하는 역할을 하는데, 현재 국내 블로그는 주변인들과의 의사소통과 자신의 이미지를 형성하는 개인형 블로그와 정보의 전달과 제공을 목적으로 하는 블로그로 나누어 볼 수 있다(김지수, 2004). 미국의 초기 블로그는 개인 일기와 같은 형식에서 시작되었으나, 사회적 사건을 다루는 정보전달 형태로 전이된 반면, 국내의 초기 블로그는 사회적 이슈를 전달하는 형태에서 개인적 성향이 강한 블로그로 변화하였다. 이와 같이, 1인 미디어 환경은 약 10여년에 불과한 짧은 기간 동안 다량의 생성과 확장을 반복한 진화를 거듭하고 있으며, 그러한 과정에서 마이크로 블로그(microblog)라는 새로운 형태의 커뮤니케이션 채널을 파생시켰다. 대표적인 마이크로 블로그 중 '트위터(Twitter)'의 소통 방법은 '팔로어(follower)'와 '팔로잉(following)' 사이에서 이루어지는데, 나를 '팔로우(follow. 따르는)'하는 사람을 '팔로어', 내가 따르는 사람은 '팔로잉'이 된다. 유저(user)는 한 번의 클릭으로 페리스 힐튼이나 김연아 선수의 '팔로어'가 될 수 있으며, 그들의 새 게시물은 해당 유저의 '트위터'에 게시된다. 그 사이 내가 '팔로잉'한 사람들이 나의 '팔로어'가 되기도 한다. 이와 같이 무한 반복되는 연동 방식은 '트위터'의 핵심적인 특성으로 '팔로우'를 확장해 가면서 폭넓은 인맥 생성과 소통의 장을 경험할 수 있다. 이는 앞서 설명한 것과 같이 개인적 경험 공유의 장으로서 블로그를 재매개한 것으로 볼 수 있다.

최근 마이크로 블로그는 기존의 '싸이월드'나 블로그와는 달리 새로운 방식의 커뮤니케이션으로 큰 인기를 끌고 있다. 2006년 미국에서의 '트위터'가 소개된 이후 서서히 증가하던 유저층은, 2008년 버락 오바마가 미국 대통령 선거에서 승리하는 데 '트위터'를 이용한 홍보효과가 결정적인 도움이 된 것으로 알려지면서 급증했고 그 열기가 확산되면서, 타임지가 선정한 2008년의 화제어 8위에 선정되기도 했다.

1) Lasswell의 송신자(sender)-메시지(message)-채널(channel)-수신자(receiver) 커뮤니케이션 모델을 통해 메시지가 전달되는 방식.

이 같이, 유명인을 선두로 하여 기하급수적으로 증가하고 있는 마이크로 블로그는 일상적인 개인정보를 통해 사적인 공간을 구축하는 동시에, 사회적인 의제(agenda)를 생성하고 비판, 평가하는 커뮤니티(communitiy. 공동체)도 만들어낸다. 인터넷 시대의 공동체는 구체적으로 명명될 수 있는 집단(group)의 형태가 아니라 행위자가 자신을 둘러싸고 있는 사람들과 각각 관계를 맺는 '개인적 네트워크 공동체(personal network community)'를 특징으로 한다(Wellman & Gulina, 1999; 김은미, 2005에서 재인용). 마이크로 블로그의 커뮤니케이션은 콘텐츠와 관계를 통한 생성과 확장으로, 매체 자체의 기능성 즉, 팔로어와 팔로잉의 상호 연결성과 더불어 휴대전화와 같은 이동형 매체를 매개로 한 전달 방식의 특성 즉, 즉시성과 유동성<sup>2)</sup>의 특성은 기존의 소통방식들이 혼재된 것으로 나타난다. 휴대전화의 단문 메시지 서비스(이하 문자) 사용과 모바일 인터넷 서비스에 익숙한 국내 사용자들에게 간결한 텍스트와 빠른 속도의 마이크로 블로그는 분명 매력적인 의사소통 방법임에 틀림없다. 또한, 커뮤니케이션에 있어 정보가 가진 맥락적 특성(contextual nature of information)과 정보가 만들어지는 과정을 공유하는 것이 중요하므로 정보가 가진 사회적 본질에 주목해 볼 필요가 있다(김은미, 2005). 새로운 채널로서의 마이크로 블로그를 이해하기 위해서는 블로그나 휴대전화 등 매개대상이 되는 매체의 속성을 파악하고 이를 기반으로 컴퓨터 매개 커뮤니케이션에 대한 총체적인 이해가 필요하겠

다. 세계적으로 마이크로 블로그의 사용이 증가되고 강하고 빠른 확산을 보이고 있지만, 이에 따른 학술적 조명은 아직 이루어지지 않고 있다. 블로그가 일시적인 문화 현상 이상의 의미를 갖게 되면서 커뮤니케이션 학계를 비롯한 심리학, 사회학, 경영학 등 다학제적 연구 대상으로 블로그를 주목하였으나, 확산 정도에 비해 연구 성과는 미비하다(한선, 2006). 블로그에서 파생된 마이크로 블로그에 대한 국내 연구는 전무한 것으로 나타났다. 한편, 인터넷 유관 연구들을 메타 분석한 강진숙의 연구(2008)<sup>3)</sup>는 인터넷 유관 연구들이 2001년을 기점으로 급증하였음을 보여주지만,

2) 휴대전화의 유동성은 인터넷을 통해 자신의 생각이나 의견을 발표하는 내러티브 공간을 제공한다. 인터넷은 인간과 인간, 인간과 정보 간을 연결하는 정보의 매체이자 상호작용에 시차가 존재하는 비동시적 현존성을 제공하는 유동성의 매체이다(김영기, 한선, 2005).

3) 1997년부터 2007년 사이의 5개 등재지 및 등재 후보지 대상으로 '인터넷', '웹', '온라인', '사이버', '블로그' 등의 다섯 키워드로 검색한 논문들을 대상으로 한 연구.

블로그 관련 연구들은 분석의 대상인 111편 중 6편(5.41%)에 그쳤고, 본 연구가 다루고자 하는 이론적 관점인 매개, 재매개 관련 연구(블로그와의 연계성은 별도로)는 단 2편(1.8%)에 지나지 않았다. 또한 이에 앞선 황상재, 박석철의 연구(2004)에 따르면 국내 인터넷 관련 연구는 경제적 효과에 대한 연구인 도구적 차원의 연구가 주를 이루며, 커뮤니케이션 같은 사회, 문화적 함의를 탐색한 연구는 미미한 것으로 나타났다. 마이크로 블로그에 대한 연구가 전무한 시점에서 신매체에 대한 탐색적 연구와 새로운 커뮤니케이션 방법에 대한 가치를 알아보는 것은 시의적으로 주요하다고 판단되며, 본 연구가 가지는 함의를 클 것으로 기대된다.

본 연구는 최근 1인 미디어로 주목받기 시작한 마이크로 블로그에 대해 살펴보았다. 마이크로 블로그에 대한 개념 및 특성을 먼저 정리하고 그 현황을 알아보았다. 또한, 재매개와 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 관점을 기반으로 마이크로 블로그의 커뮤니케이션 특성을 고찰하기로 한다.

## 2. 마이크로 블로그

### 2-1. 마이크로 블로그의 개념 및 특성

마이크로 블로그는 블로그에서 파생된 새로운 방식의 커뮤니케이션이라고 할 수 있는데, 이에 연구자들은 마이크로 블로그의 특성을 이해하고 마이크로 블로그에서의 커뮤니케이션에 대한 분석을 진행하기에 앞서 블로그에 대한 선행연구를 통해 마이크로 블로그에 대한 개념 및 특성을 살펴보았다.

블로그(blog)는 사용의 편이성과 정보의 제시 및 전달에 대한 인간의 욕구를 충족시켜주는 웹 콘텐츠의 일종으로 보편적인 개인 미디어, 즉 1인 미디어의 형태라고 할 수 있다. 블로그란 신규 게시물이 목록의 맨 위에 보여지는 일지 형식을 띠는 점에서 파생된 웹(web) 로그(log)의 줄임말로, 1997년 미국에서 처음 등장<sup>4)</sup>한 대표적 1인 미디어이다. 블로그는 컴퓨터에 대한 지식과는 무관하게 온라인상에 자신의 공간을 만들고 누구나 텍스트와 그래픽 등을 이용해 자유롭게 운영할 수 있는 장점이 있고, 유저들의 관심사에 따라 신변잡기의 일기에서부터 자신의 의견을 반영하는 칼럼에 이르기까지 그 형식과 주제가 다양하다. 세부 기능은, 일기처럼 날짜 별로 구성되어 있어 일상에서 일어나는 일들을 손쉽게 기록할 수 있다는 것과 완벽하고 독자적인 자료 관리 및 보관, 저장

4) 두산 백과사전; <http://www.EnCyber.com>

된 파일의 이메일 전송이 가능하다는 것, 웹 브라우저 저장에서 실시간으로 콘텐츠의 내용을 볼 수 있다는 점 등을 꼽을 수 있다. 또한 블로그의 커뮤니티 기능을 살펴보면, 일반 커뮤니티의 게시판과 달리 콘텐츠 중심으로 구성되어 있어 더 많은 커뮤니티 기능을 할 수 있고, 자신이 작성한 콘텐츠를 중심으로 한 동조자가 생겨 광범위한 커뮤니티를 형성할 수 있고, 남이 만든 블로그에 가입할 수도 있다. 기술적, 상업적인 제약 없이 누구나 자신의 생각을 사이트에 올려 다른 사람들과 공유할 수 있는 특성 때문에 기존의 언론을 보완할 수 있는 대안언론으로서도 주목 받으며, 이미 일반화 되어있다.

마이크로 블로그는 인터넷에 블로거<sup>5)</sup>가 올린 한 두 문장 정도 분량의 단편적 정보를 해당 마이크로 블로그에 관심이 있는 개인들에게 실시간으로 전달하는 새로운 통신 방식<sup>6)</sup>이자 소셜 네트워크 서비스(SNS)<sup>7)</sup>이다. 언제 어디서나 정보를 실시간으로 교류하는 빠른 소통이 가장 큰 특징으로, 무선단말기의 보급과 병행하여 신속한 정보 유통과 기업들의 효과적 마케팅 수단 등 다양한 방법으로 활용되고 있고, 자유로운 소통을 원하는 일반 사용자들로 급속히 확산되는 추세<sup>8)</sup>이다. 또 다른 특징은 쉽고 간편하다는 점으로, 기존의 블로그가 운영을 위해 지속적인 창조 의 과정을 부담<sup>9)</sup>으로 안는 반면 마이크로 블로그는 여러 가지 방법<sup>10)</sup>으로 짧은 문장을 올리고 또 받아볼 수 있다. 마이크로 블로그는 언제 어디서나 휴대전화 등을 통해 정보를 실시간 교류할 수 있고, 링크를 통해 다른 사이트와의 접속도 원활해 웹 3.0 시대<sup>11)</sup>가 요구하는 특성을 모두 갖추고 있다고 할 수 있다. 웹 2.0 시대의 키워드가 '양방향 소통'과 '공유'라면, 웹 3.0 시대의 특징은 '실시간'과 '모바일'의 결합이기 때문이다(킴, 버지, 2009).

### 2-2. 마이크로 블로그 국내 현황

5) Blogger. 블로그 활동 및 운영을 하는 유저.

6) 네이버용어사전; <http://terms.naver.com/>

7) Social Network Service. 웹 기반의 온라인 인맥구축 서비스로, 전자우편, 인스턴트 메신저 등을 통해 사용자들끼리 서로 커뮤니케이션함으로써 인간관계를 확장하거나 유지하는 1인 미디어, 1인 커뮤니티, 정보 공유를 포괄하는 개념이다.

8) 2009년 5월 현재 단일 마이크로 블로그 서비스 '트위터'의 전 세계 사용자수 약 3200만 명 예상(두산 백과사전; <http://www.EnCyber.com>).

9) 비교적 긴 분량의 일정한 주제를 가진 게시물(글, 사진 등 관련 자료 포함)을 지속적으로 업데이트 해야 하는 것.

10) 휴대전화, 인스턴트 메신저, 홈페이지 접속 등

11) 웹 3.0은 아직 정의된 용어는 아니나, 앞으로의 인터넷 혁명의 파동에 대한 가설을 서술할 때 쓰이는 용어로 바로 앞에 거론한 조엘 킴의 저서에서 사용된 용어를 그대로 차용하였다.

가장 대표적인 마이크로 블로그 서비스인 '트위터'는 블로그의 인터페이스와 인맥 생성<sup>12)</sup> 기능, 인스턴트 메시저의 실시간 연결 기능을 모두 갖춘 SNS로, 미국을 시작으로 점차 전 세계적인 관심의 대상이 되었으나 국내에서의 이용은 최근까지도 극히 드물었다. 그러나 2009년 피겨 스케이팅 선수 김연아의 가입 뉴스를 계기로 주목을 받기 시작해 사용자가 급증했다.

마이크로 블로그에 대한 관심이 증가함에 따라 국내에서도 다양한 마이크로 블로그 서비스가 소개되고 확장되고 있다<sup>13)</sup>. NHN의 '미투데이(www.me2day.net)'를 위시해, 모바일 블로그를 표방하는 SK텔레콤의 '토씨(www.tossi.com)', 웹 기능보다 휴대전화의 문자 메시지 커뮤니케이션이 강화된 데이콤멀티미디어인터넷의 '팅플(www.tingple.com)' 등 대형 인터넷 업체의 서비스 뿐 아니라 중소기업들에 의한 다양한 서비스도 등장하여 그 시장이 확대되고 있다. 중소기업들의 서비스는, 미니블로그 형식의 '플레이톡(www.playtalk.net)', 지역정보 제공 기능으로 커뮤니케이션에 공간적 가치를 부여한 '런파이프(www.runpipe.com)', 국내 유저의 '트위터'와의 연동 및 호환성 및 '트위터' 사용의 불편점 개선에 주안점을 둔 '야그(www.yagg.kr)', 특정 주제를 중심으로 하는 정보 공유를 강화한 '톡픽(www.tocpic.com)', '트위터'의 일방향적 '팔로우'와 차별화된 상호작용 모델을 내세운 '잇글링(www.itgling.com)', 그리고 실제의 별 데이터를 이용하고 자신의 모든 정보를 시간단위로 분류할 수 있는 타임라인의 인터페이스에 정리하는 '스타플(www.starpl.com)' 등이 그것이다.

서비스 명칭	URL	서비스 제공 회사	기능 및 형식의 특징
미투데이	www.me2day.net	NHN	유무선 통합 기능 강화
토씨	www.tossi.com	SK텔레콤	모바일 블로그
팅플	www.tingple.com	데이콤 멀티미디어 인터넷	휴대전화 문자 메시지 커뮤니케이션 기능 강화
플레이톡	www.playtalk.net	엠엔씨 소프트	미니 블로그
런파이프	www.runpipe.com	나우프로필	지역정보 제공
야그	www.yagg.kr	신동호 (개인)	'트위터'와의 연동 및 호환성 강화한 클론서비스
톡픽	www.tocpic.com	ITH	특정 주제 하의 정보 공유
잇글링	www.itgling.com	미디어레	상호작용적 인맥구축 기능 강화
스타플	www.starpl.com	위콘커뮤니케이션즈	정보의 시간단위 분류 정리 기능

표 1) 국내 마이크로 블로그 서비스

국내의 마이크로 블로그는 유명인 및 연예인을 앞세운 공격적인 마케팅에 힘입어 사회 이슈화되면서 급성장한 서비스라 할 수 있는데, 단기간 내에 확보한 방문자 수의 급격한 상승세에 비해 방문자 충성도는 확보하지 못하고 있다는 평을 들어왔다. 즉, 서비스 소개 초기, 서비스에 대한 호기심에 의해 마이크로 블로그 서비스를 이용했던 유저들이 1회성 방문에 그치고 더 이상 서비스를 활발히 사용하지 않게 되리라는 비판이 그것이다. 그러나 2009년 6월 이후 방문자의 가파른 상승세는 어느 정도 진정된 반면 고정층의 증가로 인한 유지율<sup>14)</sup>이 증가하는 추세<sup>15)</sup>다. 이러한 유지율 변화의 추이는 고정 이용 층이 확대되고 있는 것이라 해석할 수 있고, 마이크로 블로그의 초기 방문자의 특성이 서비스를 이용할 의지가 있는 사용자층으로 변화하는 것이라 볼 수 있다.

### 3. 마이크로 블로그에서의 커뮤니케이션

#### 3-1. 마이크로 블로그의 재매개와 매개 커뮤니케이션

인간은 장구한 역사 속에서 끊임없이 커뮤니케이

12) 미니홈피, 싸이월드의 '친구 맺기', '일촌신청' 등

13) 2009년 8월, 업계에 따르면 대형 인터넷 업체 뿐 아니라 중소기업들에 의한 다양한 서비스가 등장, 시장이 확대되고 있다. (아시아 경제(<http://www.asia.co.kr>), 2009.08.10 14:56. 함정선 기자)

14) 랭키닷컴(www.rankey.com)에 따르면, 유지율이란 전 주의 방문자 중 금주에도 재방문한 방문자의 규모를 알려주는 지표로 재방문율이라고도 한다. 유지율은 고정적인 이용자 확보 측정의 기준이 된다. 대표적 SNS '싸이월드(www.cyworld.com)'의 주간 유지율은 약 80%로 충성도가 높음을 알 수 있다.

15) 2009년 9월 2일 웹사이트 분석 랭키닷컴에 따르면, '트위터'와 '미투데이'의 유지율은 각각 32%, 26%를 기록.

선하며 커뮤니케이션을 위한 매체를 발명하여 개인적, 사회적 필요를 소통을 통해 해결하고 재발견해왔다. 그 커뮤니케이션의 과정 속에서 자신, 주변, 그리고 궁극적으로는 전체 사회 조직과 커뮤니케이션하고 관계 맺기를 하게 된다(김경희, 배진아, 2006a; 2006b). 이러한 과정에서 매체는 인간의 삶을 재구성하게 된다(윤석민 외, 2004; 김경희, 배진아, 2006a, 9 쪽에서 재인용). 이런 관점에서 볼 때, 현재의 모든 매체들은 커뮤니케이션 수단으로 인간의 삶을 매개하여 나타났고, 과거의 매체들을 매개하며 새로운 매체들이 생겨났다고 할 수 있다.

맥루한은 '미디어의 이해(Understanding Media)'의 서문에서 새로운 매체는 이전 매체의 흔적을 완전히 제거할 수 없으며 모든 새로운 매체는 독창성(originality) 없이 결국 과거 매체의 양식을 매개한 것이라고 보았으나, 볼터와 그루신은 새로운 매체가 기존 매체의 단순한 답습이나 플랫폼만 변경된 동일한 내용 표현이 아니라 하나의 매체에서 특정 요소를 취해 다른 매체에 재이용하거나 삭제하여 새로운 의미를 창출하는 '리퍼포징(repurposing)'의 개념을 들어 과거 매체의 매개양식을 매개하는 과정을 재매개(remediation)라 설명하였다(볼터 & 그루신, 2006). 재매개의 관점에서 보면, 인터넷은 기존의 모든 매체를 재매개할 수 있는 가능성이 높은 매체라 할 수 있다. 인터넷은 그 속성상 단순한 차원의 기술을 사용하는 것이 아니며, 여러 매체가 하나로 융합된 매체이기 때문이다. 인터넷이 제공하는 커뮤니케이션 채널 중 하나인 마이크로 블로그 역시 기존의 커뮤니케이션 수단과 매체를 재매개하고 있다고 볼 수 있다.

일반적인 홈페이지는 인맥 생성이나 네트워킹을 통한 관계를 제공하지 않는 반면, 블로그는 '친구/일촌맺기' 등의 기능을 이용하여 다른 유저들과 일정하고도 지속적인 소통을 도모하고 있다. 이러한 행위는 직접적인 대면접촉을 통하지 않고 인터넷 공간에서 이루어지는 커뮤니케이션이다. 이렇듯, 사람과 사람이 직접 상호작용하는 면대면 커뮤니케이션과는 달리 '시간적, 공간적으로 분산된 개인들 간의 커뮤니케이션을 수행하기 위해 컴퓨터를 이용하는 것'(Hiltz & Johnson, 1990; 강정애, 최세경, 2001, 100쪽에서 재인용)을 컴퓨터 매개 커뮤니케이션(Computer-mediated Communication. 이하 CMC)이라 한다. 오늘날 인터넷의 급속한 발달과 광범위한 보급에 의해 CMC는 면대면 상호작용과 함께 필수적인 커뮤니케이션의 채널을 담당하고 있다. CMC는 상호 능동적 교류의 가능, 시·공간적 제약의 극복, 텍스트 표식을 기반으로 하는 메시지 전달의 기능이라는 특성(강정애, 최세경,

2001)을 가지며, 개인성과 연결성, 시간과 공간의 탈맥락화의 방향(김경희, 배진아, 2006a; 2006b)으로 매개 커뮤니케이션은 확장되고 변화되고 있다. 또한 채팅 등의 동시성(synchronous) CMC와 이메일, 게시판 등의 비동시성(asynchronous) CMC의 두 종류가 있다(김문수, 2005). 마이크로 블로그는 종류를 초월한 CMC의 모든 특성을 동일 매체 내에 아우르고 있다.

마이크로 블로그는 이상과 같이 인간의 커뮤니케이션과 기존의 매체들을 다양하게 재매개하고, 컴퓨터를 통한 매개 커뮤니케이션이란 속성을 지닌다. 이러한 속성들 중에 기존 매체들은 제공하지 못했던 커뮤니케이션 경험을 제공하고 유저들은 이미 그것을 체험하고 있다. 그러나 아직 이론적 틀이나 경험론적 방법을 통해 연구된 바가 없기에 본 연구는 시론적 연구의 측면에서 마이크로 블로그가 제공하는 커뮤니케이션의 특성을 알아보았다.

### 3-2. 마이크로 블로그 커뮤니케이션의 특성

강정애, 최세경(2001)은 CMC의 특성을, 일방적이지 않은 능동적 상호간의 교류의 가능화, 시간적, 공간적 장애의 극복, 글과 텍스트로 표현되어 신중한 메시지 전달이 가능함 등으로 요약하며 CMC가 커뮤니케이션의 도구로 이용되던 기존 매체들에 비해 상대적으로 다양한 커뮤니케이션을 허용해 준다고 주장했다. 김경희, 배진아(2006a; 2006b)는, 블로그 매개 커뮤니케이션이 기존 커뮤니케이션을 변화시키는 방향 및 본질을, 개인성, 연결성, 시간과 공간의 탈맥락화로 설명했다. 한선의 연구(2006)에서 블로그 커뮤니케이션의 특징은, 이미지화된 구어성의 구현이자 열린 텍스트로 함축되고, 개인 표현의 장이자 동시에 세상과의 접속이 이루어지는 거점으로 그 사회문화적 의미를 조명한다.

본 연구는 지금까지 기술한 선행 연구들이 제시하는 CMC와 블로그 매개 커뮤니케이션의 특징 및 의미 등을 마이크로 블로그 환경에 응용하고 마이크로 블로그의 특징<sup>16)</sup>을 통합적으로 적용하여 마이크로 블로그에서의 커뮤니케이션을 다음의 3가지 특성으로 정리하였다; ①단문구성형 자기표현성, ②상호연결적 확장성, ③시·공간적 유연성. 이 특성들에 근거하여 가장 대표적<sup>17)</sup>인 마이크로 블로그 서비스인 '트위터'와 '미투데이'를 중심으로 마이크로 블로그에서의 커뮤니케이션을 알아보았다.

'트위터'란 유저가 단문 메시지 서비스(SMS)<sup>18)</sup>의

16) 빠른 소통. 쉽고 간편한 점.

17) 2009년 9월 8일 랭키닷컴 마이크로 블로그 카테고리 순위 각 1, 2위.

문자 제한인 140자 내의 간단한 문장을 자신의 공간에 인터넷 접속, 인스턴트 메신저, SMS 등을 이용하여 게시하면, 자신의 '트위터' 공간 및 자신의 '팔로어'들의 휴대전화에 실시간 해당 게시물이 전송되는 구조를 가진다.

'미투데이'는 2007년 개시된 서비스로, 자신의 인터넷 공간에 다양한 방법으로 짧은 문장을 게시하면 실시간으로 다른 사람들에게 보여질 수 있고, 보는 사람들은 댓글 등을 통해 커뮤니케이션을 할 수 있다는 기본적인 구조와, 여타 국내의 기존 블로그 등과는 달리 회원가입에 별다른 제약이 없이 자유롭다는 점에서 '트위터'와 유사하다. 그러나 몇몇 차이점도 존재한다. 게시물의 문자 제한은 150자 이고, 각 게시물에는 개별적으로 태그<sup>19)</sup>를 붙일 수 있다. '트위터'가 게시물의 수정은 허용치 않으나 삭제는 허용하는 반면, '미투데이'는 게시물의 수정이나 삭제가 불가능하다. 특히 인맥 생성의 방법으로 '트위터'가 사용하는 '팔로우'와는 달리 '미투데이'는 상대의 허락을 구해야 한다<sup>20)</sup>. 운영 및 콘텐츠 작성의 단순성과 즉시적인 쉽고 빠른 피드백을 통한 커뮤니케이션에 의존한 밀착성, 자유로운 접근성 등이 '트위터'와 '미투데이'로 대표되는 마이크로 블로그의 매력이라 할 수 있다.

### 3-2-1. 단문구성형 자기표현성

마이크로 블로그 커뮤니케이션에서는 '지금 바로 자신이 하고 있는 생각과 행동'이 가장 중요한 콘텐츠가 된다(그림 1, 2 참조).



그림 1) '트위터'의 접속 후 초기 화면 상단 입력창 문구: "What are you doing?"



그림 2) '미투데이'의 접속 후 초기 화면 상단 입력창 문구: "지금 내 생각을"

마이크로 블로그는 '보잘 것 없으면서, 당연한 이야기로, 하나의 일과표 속에서 서로 연결돼 있는 규칙적으로 반복되어 지는 삶(Lefebvre, 1968; 한선, 2006, 15쪽에서 재인용)인 개인 고유의 소소한 일상과 경험 등이 기록되고 저장되는 공간<sup>21)</sup>으로 기록된 게시물은 내가 아닌 타인에게도 흥미를 불러일으키고 의미 있는 것으로 재탄생 되고, 많은 사람들에게 유통된다. 개인 일상의 표현과 동시에 타인의 일상을 접하는 마이크로 블로그의 콘텐츠는 자기를 드러내고 동시에 상호작용을 통해 존중받고자 하는 노출과 관음의 자기애적 욕망을 충족시키고, 마이크로 블로그를 통한 커뮤니케이션은 긍정과 지원이 이루어지는 공간을 통한 소속감과 정서적 유대감을 고양시킨다(한선, 2006).

'트위터'와 '미투데이'는 모두 다양한 방법, 특히 모바일 장치를 이용한 실시간 게시를 가능하게 하기 위한 방법으로 글자 수에 제약이 있다. 이는 휴대전화를 이용하여 문자를 작성하는 경우의 제한과 유사하다. 휴대전화의 문자 메시지는 개발자들이 휴대전화 통화화 필요한 대역폭의 여분을 활용하는 서비스로 고안하여 글자 수의 제한 때문에 커뮤니케이션의 매체로서의 기능을 수행하지 못할 것이라 예상했으나 (Grinter & Eldridge, 2001), 오늘날 커뮤니케이션의

18) Short Message Service.

19) Tag. 어떤 정보에 메타데이터로 부여된 키워드 또는 분류. 일반적 분류 체계와는 달리, 하나의 특정 정보에 다수의 태그가 붙어 그 정보의 다양한 연관성을 보여 줄 수 있으며 이렇게 제공된 정보나 자료는 접근이 쉬워 정보 검색 및 노출, 분류, 또는 다른 자료와의 네트워크 연계를 용이하게 한다. (위키백과; <http://ko.wikipedia.org>)

20) 기존 블로그나 미니홈피, 싸이월드의 '친구맺기', '일촌신청' 기능과 유사한 '트위터'의 '팔로우' 기능은 상대방의 허용 등을 요구하지 않아 개방적인데 반해, '미투데이'의 '미투데이 친구'는 신청을 통해 이루어지는 것으로 상대방의 허락이 있어야만 인맥이 생성된다.

21) '미투데이' 가입 환영 이메일 내용은 마이크로 블로그 콘텐츠의 일상성의 특성을 단적으로 보여준다.

소소한 일상을 나누어보세요. 자신의 생각이나 느낌 또는 주변에 알리고 싶은 내용을 150자 짧은 글로 쓰세요. 책, 영화, 음악 얘기 등도 친구들과 나누어 보세요. ('미투데이' 가입 시 유저가 수신하는 이메일 내용 중)

방식에 큰 영향을 끼치게 되었다.

문자의 대량 전달을 가능케 한 인쇄매체의 발전과 함께 문자를 기반으로 하는 매체의 커뮤니케이션 기능에 대한 연구는 활발히 이루어져 왔다. 연구자들은 문자 기반의 매체는 사회맥락적 단서의 전달력에 한계가 있기 때문에 관계를 위한 커뮤니케이션 보다는 정보를 전달하는 기능적 커뮤니케이션에 더 적합하다고 주장하였다(Daft & Lengel, 1986). 인쇄된 문자를 통한 교류에서 느끼는 사회적 실재감<sup>22)</sup>은 여타 멀티미디어 매체보다 현저히 낮고, 휴대전화의 작은 디스플레이 창에서 보여지는 문자는 대화를 지속하기에는 어려울 것으로 평가되었던 것이다. 그러나, 이처럼 제한된 문자수가 정보교환과 커뮤니케이션에 기술적 단점으로 작용하는 것만은 아니다. 단문이 가지는 간결성은 이제까지 정보 전달 기능의 측면에서 진행되어 온 커뮤니케이션 연구들이 간과한 관계적 커뮤니케이션에서 큰 의미를 가진다.

단문은 관계적 커뮤니케이션에서 의례적 대화<sup>23)</sup>를 감소시킨다. 또한 관계적 커뮤니케이션의 관점에서 휴대전화 문자 메시지는 인터넷, 휴대전화 등의 정보 통신 기술 도입이 초래한 지리적 거리감의 파괴로 인한 면대면 접촉의 고유한 의미의 감소에 있어 예외적인 사례로 존재한다. 문자 메시지는 가까운 사회적 관계의 사람들 끼리 유대감을 지속적으로 유지하기 위해 가벼운 연락을 위해 사용된다는 점이 특징으로 오히려 고전적 면대면 커뮤니케이션이 부여하는 친밀감과 접촉의 가치를 강조하고 강화한다(김은미, 2006).

마이크로 블로그는 휴대전화 문자 메시지가 가진 단문의 모든 특성을 지녔으며, 그에 추가적으로 다양한 방식으로 멀티미디어의 도움을 받아 맥락적 단서를 제공할 수 있고, 동시에 여러 사용자가 참여함으로써 인한 정보의 전달력도 강화되기 때문에 휴대전화 문자 메시지의 단점인 사회적 실재감의 부재 및 정보 전달의 한계성을 해소한다.

### 3-2-2. 상호연결적 확장성

마이크로 블로그는 단문 구성을 통한 자기표현을 통하여 자신만의 문화와 세계를 창조하고, 궁극적으로는 커뮤니티 내의 소속감을 통해 타인, 사회와의 연결에 대한 욕망을 충족하고, 지속적 상호작용의 장

으로 활용된다. 이러한 상호작용은 마이크로 블로그에서 다음과 같이 생성된다.

유저가 한 두 문장 정도 분량의 단편적 정보나 글을 마이크로 블로그 서비스를 통해 인터넷에 게시하면, 관심 있는 개인들이 그 글에, 또는 해당 게시물의 작성자에게 실시간적 반응, 즉 댓글(답변, 관련 정보 등)을 달아 서로의 관계를 형성하고 정보를 교환할 수 있다. 마이크로 블로그 서비스에서 댓글은, 그림 3에서 보듯 기존의 블로그와 같이 자신이 관심 있는 유저의 블로그나 홈페이지를 방문하여 작성하는 방법으로 생성되는 것이 아니라 그림 4와 5처럼 자신의 마이크로 블로그 공간에서 관심 유저 또는 개별적 타인의 새 게시물을 확인하고 즉시 그곳에서 댓글을 작성할 수 있다. 따라서 한 명의 유저가 게시한 게시물이 동시에 여러 사람에게 전송되므로 정보의 보다 빠른 확산에 기여한다.



그림 3) 블로그의 커뮤니케이션 방향

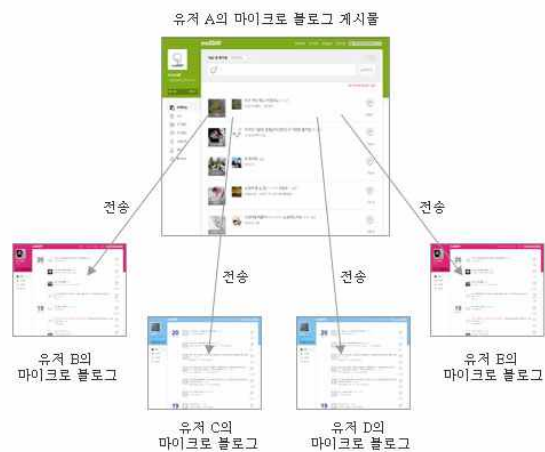


그림 4) 마이크로 블로그의 커뮤니케이션 방향

22) 사람들이 매개된 커뮤니케이션 상황에서 커뮤니케이션 상대가 “사회적으로 존재함”을 느끼는 정도, 즉, 얼마나 현실처럼 느끼는지의 정도로, 커뮤니케이션 상호작용에서 함께 참여하고 있다는 느낌을 말한다(김은미, 2006).

23) 안부 묻기, 날씨 등을 묻는 일반적 대화





그림 5) 마이크로 블로그의 게시물과 댓글 커뮤니케이션 형성

이렇게 댓글을 올린 유저들 간에는 서로 연이어 댓글이 달리는 과정이 반복될 수 있다는 특징이 있어 더 빠르고 넓은 정보 공유와 네트워킹을 가능하게 한다(그림 6. 참조).

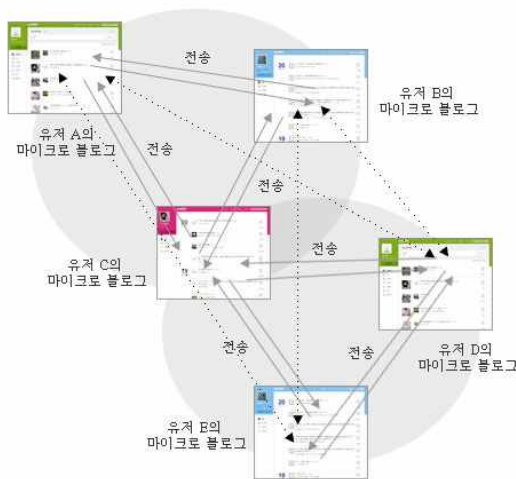


그림 6) 마이크로 블로그의 게시물과 댓글의 커뮤니케이션 구조를 통한 상호연결적 확장성

즉, 유저 A를 중심으로 한 네트워킹을 기반으로 댓글을 주고받고 정보를 공유하는 집단인 회색 원과 유저 C를 중심으로 한 회색 원의 개별적 두 원이 유저들 간의 관계로 형성된 네트워크 환경을 보여주는 것이라 상정한다. 그렇다면, 각 개별의 회색 원이 보여주듯 동일한 회색 원 내에서는 그림 6.의 화살표 실선 표시처럼 서로 연이어 댓글을 주고받는 소통이 이루어지게 된다. 이러한 경우, 그림 6.이 제시한 바와 같이, 두 네트워크 집단에 모두 소속된 유저가 있다면(그림 6.에서의 유저 C), 모든 유저들이 서로의 게시물을 확인하고 댓글을 달 수 있으므로 그림 6.에서 화살표 점선 표시처럼 각 회색원 밖으로 연결은 확장되어 서로의 원은 연결이 가능하고, 이러한 네트워킹은 무한 반복을 거듭할 수 있다.

### 3-2-3. 시·공간적 유연성

전화, 전신 등 전통적 정보 통신 기술의 등장과 함께 물리적 거리의 개념은 소멸되기 시작하여, 인터넷의 보급은 커뮤니케이션에 있어 지리적 의미를 파괴하는데 중요한 역할을 담당했다. 그러나 여전히 송신자와 수신자가 고정된 송수신 장비에 접속하고 있어야 한다는 제한점을 지니고 있다. 이러한 송수신 장비의 물리적 고정성은 휴대전화의 폭발적 증가와 함께 제거되기 시작했다. 그러나 휴대전화는 반드시 송수신자 양자가 휴대전화라고 하는 송수신 장비에 동시에 접속하고 있는 순간에만 커뮤니케이션이 이루어질 수 있으므로 시간적 제약은 완전히 제거했다고 볼 수 없다. 이러한 휴대전화 음성통화의 도달 가능성을 완화시키는 것은 휴대전화의 문자 메시지이다(김은미, 2006). 휴대전화를 통해 이루어지는 커뮤니케이션은, 의사소통의 시공간적 제약을 극복하고 연결의 즉시성과 항상성을 확장한다(윤석민 외, 2004, 373쪽). 휴대전화가 공간적 제약을 극복했다면, 인터넷에서의 커뮤니케이션은 시간적 제약에서 자유롭다. 특히 블로그에 기록되는 정보나 메시지들은 동시적인 상호작용이 없이도 존재하고 시간적 제약과 상관없이 소통된다. 지금까지 기술한 바와 같이 마이크로 블로그는 이러한 휴대전화가 제공하는 공간적 제약의 제거와 블로그의 시간적 제약에서 자유로운 소통을 보장하여, 시간과 공간의 맥락에서 탈피하여 일상을 다양하게 조정할 수 있는 가능성을 획득하게 한다.

## 4. 결론 및 제언

국내 마이크로 블로그는 기존의 블로그와는 다른 새로운 커뮤니케이션 방식으로 사용자들에게 매력적인 매체로 자리매김하고 있다. 이 같은 새로운 매체의 증폭현상과 커뮤니케이션 방식은 학술적인 연구의 가치를 제공하며 시의적으로 그 필요성이 요구된다. 본 논문에서는 이러한 마이크로 블로그의 개념과 현황, 그리고 새로운 커뮤니케이션 특성을 연구하여 마이크로 블로그를 탐색적으로 살펴보고자 했다.

연구자들은 마이크로 블로그의 특성을 이해하고 마이크로 블로그에서의 커뮤니케이션 특성을 밝히기 위해 기존의 블로그에 대한 선행연구를 실시한 결과, 블로그가 광범위한 유저층에 파급되고 여러 가지 형태로 진화되었으며, 이러한 생성과 진화의 과정에서 웹 3.0 시대의 특성인 실시간과 모바일이 결합된 마이크로 블로그를 파생시켰음을 이해할 수 있었다. 여기서 지적한 모바일의 특성은 휴대전화의 사용에 대한 문헌고찰을 통하여 휴대전화의 문자 메시지가 커뮤니케이션의 수단으로 확장되고 있음을 확인하였다.

여러 매체가 하나로 융합된 인터넷 기반의 마이크로 블로그는 CMC의 속성을 지녔으며, 전통적 커뮤니케이션과 기존의 매체들을 재매개하여 새로운 커뮤니케이션 경험을 제공하고 있음을 파악하였다. 이를 토대로 마이크로 블로그에서의 커뮤니케이션 특성을 단문 구성형 자기표현성, 상호연결적 확장성, 시·공간적 유연성으로 추출하였다. 언제 어디서나 제한된 글자 수 내에서 자신을 표현함으로써 자신을 재창조하고 사회적 관계 속에서의 연결성을 확장해 나가는 커뮤니케이션 형태가 마이크로 블로그라 할 수 있다.

마이크로 블로그가 일시적 현상으로 귀결될 지, 새로운 커뮤니케이션 방식으로 거듭나게 될지는 아직 정해지지 않았다. 그러나, 마이크로 블로그와 같은 1인 미디어의 새로운 커뮤니케이션 방식은 디지털 시대를 살고 있는 개인들에게 디지털 캐피털(digital capital)<sup>24</sup>을 제공할 것이 분명하다. 실시간으로 다면적 피드백을 원하는 디지털 개인들과 관계 맺고 소통하는 것은 사회적 매체(social media)를 통한 강한 영향력을 확보하는 것이며, 이를 위해 콘텐츠 생산의 장이 되는 커뮤니티를 확보하는 것은 매우 중요한 사안이 될 것이다(탱스코트, 윌리엄스 2006). 본 연구에서 밝힌 새로운 방식의 커뮤니케이션 특성을 비롯한 마이크로 블로그의 기초적인 연구결과는 향후 마이크로 블로그에 대한 다면적 연구의 개념적 역할과 방향을 제공할 것이다.

## 참고문헌

- 강정애, 최세경.(2001). 컴퓨터 매개 커뮤니케이션 만족에 관한 연구. *경제경영논집* 31(2), 99-118.
- 강진숙.(2008). 국내 인터넷 연구의 주제와 방법에 대한 메타 분석. *한국언론학보*, 52(2), 173-198.
- 김경희, 배진아.(2006a). 30대 블로거들의 블로그 매개 커뮤니케이션 연구. *한국언론학보*, 50(5), 5-29.
- 김경희, 배진아.(2006b). 블로그 매개 커뮤니케이션 연구. *한국언론학회 학술대회 발표논문집*, 2006, 235-257.
- 김문수.(2005). CMC를 통한 대인 관계 형성에 대한 연구. *한국언론학보*, 49(40), 191-217.
- 김영기, 한선. (2005). 모바일 속성평가와 커뮤니케이션 양식차이에 관한 연구: 인터넷과 휴대전화를 중심으로. *언론과학연구* 5(1). 83-123.
- 김은미.(2005). IT와 개인 의사소통 체계의 변화-유선전화, 휴대전화, 이메일을 중심으로. *정보통신정책연구원. IT의 사회, 문화적 영향 연구*, 2005(84). 1-175.
- 김은미.(2006). 휴대전화 문자메시지 이용에 관한 연구. *한국언론학보*, 50(2), 90-115.
- 돈 탱스코트, 앤서니 윌리엄스.(2006). 위키노믹스, 윤미나 역. 21세기북스.
- 윤석민, 송중현, 김유경, 김주형.(2004). 이동전화격차. *한국언론학보*, 48(3), 354-378.
- 제이 데이비드 볼터, 리처드 그루신.(2006). 재매개: 뉴미디어의 계보학. 이재현 역. *커뮤니케이션북스*.
- 조엘 컴, 켄 버지.(2009). 트위터: 140자로 소통하는 신 인터넷 혁명. 신기라 역. 예문.
- 한선.(2006). 블로그 커뮤니케이션의 특성과 함의. *한국언론학회 학술대회 발표논문집*, 2006(봄), 313-339
- 황상재, 박석철.(2004). 국내 인터넷 연구의 메타분석. *한국방송학보*, 18(2), 68-92.
- Daft, R. L. & Lengel, R. H.(1986). Organizational information requirements, media richness and structural design. *Management Science* 32, 554-571.
- Grinter, R. E. & Eldridge, M. A.(2001). y do tngrs luv 2 txt msg? in Computer supported cooperatives work; ECSCW 2001, European conference; 7th, Bonn, Germany. *ECSCW*, Vol.7, 219-238.
- 네이버용어사전, <http://terms.naver.com>
- 두산 백과사전, <http://www.EnCyber.com>
- 랭키닷컴, <http://www.rankey.com>
- 위키백과, <http://ko.wikipedia.org>

24) 디지털 형태의 지식이 가치를 창출하는 원천이 되며, 이 같은 디지털 캐피털은 웹을 통해 대규모 협업으로 확장됨.