

한국의 트위터 오피니언 리더들의 정치적 정보행동에 관한 연구*

- 정보세계이론을 중심으로 -

An Exploratory Study on the Political Information Behaviors of Korean Opinion Leaders on Twitter: Through the Lens of Theory of Information Worlds

이 지 수 (Jisue Lee)**

목 차

- | | |
|-----------|------------|
| 1. 서론 | 4. 분석 |
| 2. 이론적 배경 | 5. 논의 및 결론 |
| 3. 연구 설계 | |

초 록

이 연구는 2014년 제6회 전국동시지방선거(6.4 지방선거) 기간 동안 트위터 정치커뮤니케이션 네트워크에서 큰 영향력을 행사한 오피니언 리더 이용자들의 정치적 정보행동을 탐구하였다. 13명의 오피니언 리더 이용자를 대상으로 반구조화 심층면담을 진행하였으며, 피면담자는 이메일, 스카이프(Skype), 면대면 3가지 양식 중 가장 선호하는 방식을 선택하여 면담에 참여하였다. 면담내용은 정보세계이론의 5가지 개념(사회적 역할, 규범, 정보가치, 정보행동, 경계)을 조작화하여 만든 코드북과 근거이론을 함께 사용하여 질적으로 분석하였다. 분석 결과, 오피니언 리더 이용자들은 그들이 속한 복수의 사회적 세계에서 비롯된 사회적 역할 중 특정한 역할을 선택하여 전시하고, 그에 수반된 규범에 따라 평가한 정보가치를 기준으로 정치적 정보행동(선택적 정보공유, 정보회피, 정보교환)에 참여하였으며, 다른 정보세계와 교차하는 경계에서 다양한 충돌과 협력의 상호작용을 경험하였다.

ABSTRACT

This study investigated South Korean citizens' political communication and deliberation through Twitter during the 2014 General Election, focusing on influential opinion leaders' political information behaviors. Individual semi-structured interviews were administered with 13 opinion leaders using the multiple interview modes of email interviews, Skype interview and face to face interviews. Through the analytical lens of the theory of Information Worlds, the chosen social types and social norms of opinion leaders impacted their political information behaviors, including how they assessed, shared, exchanged, or avoided information, and, in turn, created boundaries between and around their information worlds that allowed for both conflict and synergy.

키워드: 정치적 정보행동, 트위터, 오피니언 리더, 정보세계이론, 심층면담
Political Information Behaviors, Twitter, Opinion Leaders, Theory of Information Worlds, Interviews

* 본 연구는 저자의 플로리다주립대학 정보학과 박사학위논문의 데이터 일부를 활용한 연구임.

** 부산대학교 문헌정보학과 강의교수(jisue.lee@pusan.ac.kr/ISNI-0000000474720115)

논문접수일자: 2019년 1월 16일 최초심사일자: 2019년 1월 16일 게재확정일자: 2019년 2월 11일
한국문헌정보학회지, 53(1): 83-108, 2019. [http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2019.53.1.083]

1. 서론

전 세계적으로 점점 더 많은 시민들이 인터넷과 그를 기반으로 하는 정보통신기술(information communication technologies, ICTs)을 빠르게 수용하면서, 누구나 온라인에서 다양한 방식으로 쉽고 빠르게 정치적인 의사소통에 참여할 수 있게 되었다(Shirky 2011; Dahlgren 2005). 이러한 변화는 시민/유권자, 정치인, 행정가를 포함하는 모든 종류의 정치적 행위자들로 하여금 온라인상에서 더욱 적극적으로 정치적인 정보를 생산하고 소비하도록 만들었다(Grant, Moon and Busby Grant 2010; Chadwick 2006; Sampedro 2011). 트위터(Twitter)나 페이스북(Facebook), 유튜브(YouTube)와 같은 소셜미디어 플랫폼은 시민 개개인이 온라인상에서 자유롭게 만나 정치적·사회적 이슈들에 대해 공개적으로 토론하고 비판하고, 여론을 형성할 수 있는 가상의 공적 영역(virtual public spheres)으로 간주되고 있다(Dahlgren 2005; Papacharissi 2002; Shirky 2011).

다양한 소셜미디어 중에서 특히 트위터¹⁾는 정치적인 의사소통과 사회참여의 목적으로 많이 이용되는 디지털 매체로 꼽힌다. 예컨대, 미국은 전세계 트위터 이용자의 51%를 보유하고 있으며(Parmelee and Bichard 2012; Larsson and Moe 2011), 투표권을 가진 미국 시민의 절반 이상이 인터넷과 소셜미디어를 사용하여 선거기간 동안 정치적 사안과 관련된 정보를 찾고

다른 사람과 그 정보를 공유할 뿐만 아니라, 다양한 공적·사회적 운동에도 적극적으로 참여하고 있다(Smith 2009; Rainie and Smith 2012).

그러나 새로운 정보통신기술을 통해 느슨하게 연결된 개인들(loosely connected individuals via ICTs)의 협력적이고 사회적인 정치적 의사소통과 참여에 대한 연구는, 인터넷과 소셜미디어의 도입 및 활용도가 높고 전통적인 의미의 공적 영역이 공고하게 잘 구축된 미국을 위시한 영국, 독일, 네덜란드, 이탈리아 등 유럽 국가들에 의해 주도되어 왔다(Shirky 2011). 이외의 지역 연구로는 싱가포르(Skoric et al. 2012)와 한국(Lee et al. 2013; 배정환, 손지은, 송민 2013; Park et al. 2015) 사례 등 소수의 연구가 진행되었을 뿐이지만, 근래에 아시아와 남미, 아프리카 등 개발도상국은 대단히 빠른 속도로 소셜미디어 도입을 추진하고 있다. 2014년 5월 기준, 필리핀의 소셜미디어 이용자는 전체 인터넷이용자의 93%이고, 인도네시아와 말레이시아는 86%, 브라질 82%, 페루 84%, 아르헨티나와 멕시코 83%, 케냐 88%, 세네갈 87% 등으로, 소셜미디어의 도입과 확산이 급속히 진행되고 있다(Statista 2014). 그러므로, 독재나 검열 등의 문제로 정치적으로는 덜 안정되어있지만 정보통신 기술이 빠르게 발전하고 있는 아시아, 남미, 아프리카 등의 많은 개발도상국 국민들이 어떻게 인터넷과 소셜미디어를 통해 정치적 의사소통과 참여를 획기적으로 확대하고 발전시키고 있는지에 대한 더 많은 사례 연구가

1) 트위터는 회원가입을 한 이용자가 140자 텍스트와 함께 이미지나 동영상과 같은 다른 정보원으로서의 링크를 첨부하여 트윗(tweet)이라는 짧은 업데이트를 작성하고, 다른 이용자에게 쉽게 배포할 수 있는 마이크로블로깅(micro-blogging) 서비스이다(Marwick and boyd 2010). 트위터는 2006년 7월 공식적으로 서비스를 개시한 이래, 2018년 3/4분기 기준 3억2천6백만 명의 월간 이용자를 보유하고, 2013년 11월 이래 하루 평균 5억개 이상의 트윗 메시지를 처리하고 있다(Twitter 2018; User Growth for Twitter 2014).

필요하다.

이 연구는 이런 필요성에 대한 응답으로서 2014년 제6회 전국동시지방선거(6.4 지방선거) 기간 동안 한국 시민들의 트위터를 통한 다양한 정치적 정보행동을 심층적으로 이해하고 탐구하고자 하였다. 특히 다른 트위터 이용자들에게 영향력을 미치는 유력한 오피니언 리더(opinion leader) 이용자들의 정치적 정보행동(political information behaviors)에 대한 인식과 해석을 파악하기 위해 Jaeger와 Burnett(2010)의 정보세계이론(Theory of Information Worlds)을 활용하였다. 이론의 5가지 핵심개념인 사회적 역할(social types), 사회적 규범(social norms), 정보가치(information value), 정보행동(information behaviors), 그리고 경계(boundaries)를 통해, 오피니언 리더 이용자들이 어떻게 트위터 상에서 자신의 사회적 역할과 규범을 선택하고, 정보 가치를 판단하며, 어떤 특수한 정치적 정보행동에 가담하거나 가담하지 않는지, 그리하여 어떤 식으로 자신의 정보세계(information worlds)를 정의하고 구현하며, 다른 이용자와 상호작용하거나 대립하는지 분석하였다. 이를 통해 궁극적으로는 소셜미디어를 사용하는 한국인 이용자들의 다양한 정치적 정보행동의 의미와 패턴을 파악하고 정보통신기술발달에 따른 이용자 정보행동의 진화를 탐색하고자 하였다. 이를 위해 상정된 연구문제는 다음과 같다.

- RQ 1. 2014년 전국동시지방선거(6.4 지방선거) 기간 동안 트위터를 활용하여 정치 정보행동에 참여한 한국인 오피니언 리더의 정보세계는 어떻게 구축되었나?
- RQ 1-1. 정보세계 안에 어떤 사회적 역할

이 존재하는가?

- RQ 1-2. 정보세계 안에 어떤 사회적 규범이 존재하는가?
- RQ 1-3. 정보세계 안에 어떤 정보 가치가 존재하는가?
- RQ 1-4. 정보세계 안에 어떤 정치 정보행동이 존재하는가?
- RQ 1-5. 정보세계 내외부에 어떤 경계가 존재하는가?

이 연구는 이러한 연구문제를 탐구하기 위해 트위터상의 오피니언 리더 이용자들을 대상으로 개별 반구조화 심층면담(individual semi-structured in-depth interviews)을 진행하였다. 이러한 접근은 기존의 트위터 연구가 이용자 정보행위의 결과물(트윗 속에 포함된 텍스트와 첨부된 사진 및 비디오 자료들)을 대상으로 한 텍스트 분석, 정치적 감정분석, 링크분석, 사회연결망 분석과 같은 정량적인 연구에 집중되면서, 참여자를 대상으로 정치적 정보행위에 가담하게 된 이유나 과정, 그리고 그 행위에 대한 인식과 해석을 알아보기 위한 설문지나 심층면담과 같은 정성적인 방법을 통한 연구가 부족하다는 판단에서 기인하였다. 따라서 이 연구에서는 그동안 선행연구에서 거의 채택되지 않았던 심층면담 방법을 채택하여 현(現) 연구지형도의 갭을 메우고자 했다.

또한 이 연구는 2010년에 만들어진 정보세계 이론이라는 새로운 이론을 경험적인 트위터 데이터 분석에 적용한 첫 번째 연구라는 점에서도 의미가 있다. 트위터의 오피니언 리더 이용자들의 정보세계를 살펴봄으로써, 정보가 존재하는 공간(place of information)으로서 트위터를 제

정의하고, 이용자들의 협력적이고 사회적인 정보행동(collaborative and social information behaviors)의 복잡성(complexity)과 역학(dynamics)을 효과적으로 지원하는 가상의 공적 영역으로서 재조명하고자 하였다.

2. 이론적 배경

2.1 트위터를 통한 정치적 의사소통

트위터는 웹을 기반으로 한 마이크로블로그 서비스로서 계정을 생성한 이용자가 문자, 사진, 비디오, 혹은 다른 정보원으로 연결되는 링크를 포함한 짧은 업데이트를 할 수 있도록 고안되었다(Suh et al. 2010). 이용자는 팔로잉(following) 기능을 통해 트위터 상에서 다양한 이용자와 사회적 접촉/관계를 형성할 수 있으며, 언팔로우(unfollow)를 함으로써 그 사회적 관계를 삭제할 수도 있다. 트위터 상에서 연결된 이용자들은 트위터 아이디를 지정하여 멘션(mention)을 보내고 리플라이(reply)를 사용하여 답하면서 대화를 나누거나 정보를 교환할 수 있다. 이용자들은 뉴스를 공유하고, 정치적인 견해를 공유하거나 선전하고, 마케팅을 하거나, 실시간 이벤트를 트래킹 하는 등 다양한 목적으로 트위터를 사용한다(Kwak et al. 2010; boyd et al. 2010; Honeycutt and Herring 2009; Java et al. 2007).

트위터를 포함한 많은 소셜미디어 플랫폼이 정치적인 의사소통을 위해 점점 더 많이 사용되고 있는데, 정치인과 행정가들은 유권자들과 직접적으로 의사소통하고, 정치적 이벤트를 광

고하거나, 자신의 정책적 입지를 설명하거나 공적을 홍보하기 위해 트위터를 주로 사용한다(Shogan 2010; Lawless 2012). 유권자를 포함한 시민은 사회적 접촉을 확대하고, 자신의 정치적 의견을 표현하고, 이슈에 대한 정보를 찾거나, 의사 결정에 도움이 되는 가이드를 얻을 목적으로 트위터 상에서 정치적 리더를 팔로잉한다(Parmelee and Bichard 2012).

시민들의 정치에 대한 관심은 특히 선거기간에 집중되는데, 투표라는 중요한 의사결정을 준비하는 과정에서 지지하는 정당이나 후보, 그들의 정책과 논쟁이 되는 사안들에 대한 다양한 정보들에 대한 수요가 폭발적으로 증가하기 때문이다(Lazarsfeld et al. 1948; Berelson et al. 1954; Huckfeldt et al. 2004).

인터넷과 소셜미디어와 같은 정보통신기술을 활용하여 정치적인 의사소통과 숙의과정에 참여하는 개인이 증가하면서, 연구자들의 관심은 선거와 트위터의 관련성에 집중되었는데, 선거결과나 여론의 예측도구로서 트위터가 얼마나 효과적으로 기능할 수 있는지, 트윗 메시지에 표현되는 정치적인 감정의 분석, 사회연결망 분석을 통한 정치커뮤니케이션 네트워크의 분석, 그리고 네트워크에 참여하는 이용자 그룹의 정보행동에 대한 연구가 주로 이루어졌다.

2.2 정보세계이론

Jaeger와 Burnett(2010)는 Chatman의 작은 세계(Small Worlds)와 Habermas의 생활세계(Lifeworld)의 기본개념을 토대로 정보세계이론의 5가지 핵심개념을 만들어냈다.

연구 초기에 Chatman은 매우 제한적이고 작

은 특수한 사회적 세계(Small Worlds)에 속해 있는 구성원들의 매일매일의 행동을 관찰하며 그들이 어떻게 정보를 처리하는지에 대해 연구했는데, 주로 비슷한 사회경제적 요인과 지리적 요인을 공유하는 대단히 작은 사회들이 연구의 대상이 되었다. Chatman은 대학의 건물관리인(Chatman 1987), 여자교도소수감자(Chatman 1997), 은퇴한 여성(Chatman 1991; 1992) 집단과 같은 특수한 작은 세계 안에서, 구성원의 매일 매일의 행동과 관심은 그 세계가 공유하는 특정한 사회적 규범과 행동들에 의해 엄격하게 정의되고 규제되며, 외부세계와의 정보 교환이 결핍되어 결국에는 정보의 빈곤(information poverty)이 나타난다는 점을 발견했다(Jaeger and Burnett 2010). 이상의 일련의 연구를 토대로, Chatman은 사회적 규범(social norms), 사회적 역할(social types), 세계관(world views)과 같은 주요개념을 사용하여 작은 세계를 정의하고, 이 세계에 소속된 구성원들이 정보를 접하고 다루는 방식을 설명하고자 했다.

이후에 Chatman과 동료들은 작은 세계가 지리적 구제성을 띠는 물리적인 공간에 국한되지 않고, 풍부한 정보가 생성되고 유통되는 온라인 환경에도 적용될 수 있다는 것을 밝혀냈다(Burnett et al. 2001). 이 연구를 통해, 기술발전과 더불어 빠르게 변화하는 온라인 공동체 안에서, 정보가 존재하는 장소(place of information)와 정보행동의 복잡성(complexities of information behaviors)을 설명할 수 있는 이론적 확장을 이루었다.

그리고 Chatman은 사회적 규범, 사회적 역할, 세계관, 정보 행동이라는 작은 세계를 설명하는 4가지 개념을 체계화시켜서 규범적 행동 이론

(Theory of Normative Information Behaviors)을 만들었다(Burnett et al. 2001). Jaeger와 Burnett(2010)는 정보세계이론을 위해 Chatman의 작은 세계와 규범적 행동이론에서 이 4가지 개념을 빌려왔다.

그러나 Chatman은 개별적인 작은 세계의 경계를 넘어서서 정보가 이동하고 교류될 수 있다는 점을 간과하였고, 개별적인 작은 세계와 그것을 포함하는 더 광범위한 사회의 관련성을 고려하지 않았다. Jaeger와 Burnett(2010)는 더 넓은 생활세계 안에 존재하는 작은 세계들이 완전히 정적인(static) 상태로 존재하는 것이 아니라, 작은 세계들 사이에 얼마든지 정보의 이동이 있을 수 있다는 점에 착안하여, Habermas의 생활세계(Lifeworld) 개념에 기초한 정보세계이론의 5번째 개념인 경계(boundaries)를 만들어냈다. Habermas(1992)는 생활세계가 의사소통에 참여하는 모든 구성원들의 배후에 존재하며, 인간의 인식과 이해의 원천을 제공한다고 정의하였다. 이 정의를 토대로, Jaeger와 Burnett(2010)는 생활세계가 한 사회의 모든 구성원이 공유하는 모든 다양한 정보의 원천, 목소리, 그리고 관점을 포함하는 총체적인 정보이자 사회적 환경이라고 재정의하였다.

이상의 개념적 기초 위에서 정보세계이론의 5가지 핵심개념은 다음과 같이 정의된다.

- 사회적 역할(social types): 개인이 속해있는 사회적 세계 안에서 개인을 정의하기 위해 부여하는 분류
- 사회적 규범(social norms): 개인이 속한 사회적 세계 안에서 다수의 구성원들에 의해 합의되고 인정되는 행동의 규범으로서,

개인이 옳고 그름을 판단하는 기준

- 정보 가치(information value): 정보의 가치는 사회적 세계가 공유하는 정보의 중요성 규모에 대한 이해
- 정보 행동(information behaviors): 정보 행동은 개인이 얻거나 받은 정보에 대해 어떤 행동을 하거나 하지 않는 상태
- 경계(boundaries): 서로 다른 정보세계들이 서로 접촉함으로써 의사소통이나 정보 교환이 일어날 수 있는 장소

3. 연구 설계

3.1 연구 대상

본 연구의 대상은 2014년 제6회 전국동시지방선거(6.4 지방선거) 기간 동안 트위터를 사용하여 정치적 정보행동에 적극적으로 참여한 오피니언 리더 집단이다. 일반적으로 오피니언 리더는 “특정한 이슈들에 대하여 가장 잘 알고 있을 뿐만 아니라 그 사안들을 가장 잘 설명할 수 있는 사람으로써, 특정 커뮤니티의 구성원들이 필요로 하는 정보와 충고를 즉각적으로 제공할 수 있는 사람들”로 정의된다(Lazarsfeld et al. 1948). 트위터 상에서 이용자들은 현실세계에서는 쉽게 연결될 수 없는 유력한 오피니언 리더들을 팔로잉함으로써 손쉽게 그들과 연결되고, 그들이 작성하고 리트윗하는 정보를 즉각적으로 제공받을 수 있다. 즉, 특정인을 팔로잉함으로써 그가 제공하는 정보를 선택적으로 추구하고, 자신을 팔로잉하는 다른 이용자들에게 그 정보를 선택적으로 공유하고 전달하는

네트워크를 생성할 수 있다.

이 연구에서 오피니언 리더는 전국동시지방선거 기간 동안 쟁점이 되는 정치적 사안들에 대해 많은 관심과 지식을 가지고 트위터를 통해 활발하게 자신의 정치적 의견을 개진하고, 이슈와 관련된 다양한 정보를 제공하며, 다른 트위터 이용자들에게 의해 가장 많이 리트윗된 유력한 이용자를 칭한다. 따라서, 학자, 언론인, 논평가 등 현실세계에서 대단히 유명한 오피니언 리더라 할지라도 그가 트위터를 사용하지 않는다면 이 연구의 오피니언 리더 범주에 포함되지 않으며, 마찬가지로 일반인 이용자가 현실세계에서의 직업 및 전문성 등과 상관없이 트위터에서 활발하게 정치적 정보행동에 가담하는 유력한 이용자라면, 그는 이 연구에서 정의하는 트위터상의 오피니언 리더에 해당된다.

이상의 조작적 정의에 부합하는 오피니언 리더 중 이 연구의 심층면담에 참여할 표본은 다음의 세 가지 기준을 충족시키는 트위터 이용자 중에서 추출(criterion sampling) 하였다. 1) 전국동시지방선거의 공식 선거운동 기간(2014년 5월 22일부터 6월 3일까지의 13일)을 포함한 22일 동안(5월 15일부터 6월 5일) 특히 서울시장 선거와 관련하여 작성되고 배포된 리트윗을 크롤링하여 리트윗팅 네트워크(retweeting network)를 생성한 후, 가장 많은 리트윗 숫자와 팔로워 숫자를 가지고 있는 23명의 이용자들, 2) 선행연구에서 유력한 오피니언 리더로 조사된 4명의 이용자(박용수 2013), 그리고 3) 본 연구의 파일럿 스터디(사전조사)에 참여했던 오피니언 리더 이용자 3명을 포함해 총 30명의 이용자를 개별 반구조화 심층면담 대상으로 선정하였다.

3.2 자료 수집 방법

2014년 7월, 연구자는 위에서 선정된 30명의 오피니언 리더 이용자들에게 이메일, 트윗 메시지, 페이스북 메시징 시스템을 통해 심층면담에 참여할지의 의향을 묻는 초대장을 보냈다. 다소 생소하게 느껴질 수도 있는 이 같은 온라인 의사소통은 인터넷과 트위터, 페이스북과 같은 소셜미디어를 일상적으로 사용하는 연구 대상자들에게 “맥락적 자연스러움”(contextual naturalness)을 제공할 뿐만 아니라, 연구자가 위치한 미국과 연구대상자들이 위치한 한국 사이의 시간적, 공간적 괴리를 쉽게 극복할 수 있도록 하였다(Kazmer and Xie 2008, 259). 연구 초대장을 받은 30명 중 최종적으로 참여를 결정한 13명의 이용자를 대상으로, 2014년 7월부터 12월까지 6개월 동안 개별 심층면담을 실시하였다.

반구조화 심층면담은 면담 참여자들이 특정한 주제에 관해 가지고 있는 인식과 의견, 경험들을 탐구하기에 적합한 자료수집 방법(Misher 1986; Murray and Sixsmith 1998)으로서, 특히 이 연구에서는 심층면담 질문지(interview protocol) 작성을 위해, 결정적사건기법(critical incident technique, Flanagan 1954)을 활용하였다. 이를 통해, 트위터를 통해 정치적 정보행동에 가담한 참여자들의 일련의 경험 중에서 가장 중요하고 인상적인 일화들을 집중적으로 수집하고자 하였다. 질문지 초안은 2013년 12월 3명의 오피니언 리더들과의 사전조사에서 테스트되었고, 이때 수집된 피드백을 토대로 수정·보완하여 최종 질문지를 완성하였다. 연구자는 또한 참여자들로 하여금 이메일, 스카

이프(Skype), 면대면 등 세 가지 방식 중에서 자신이 가장 선호하는 면담양식을 선택할 수 있도록 하여 응답률을 높이고자(Sturgers and Hanrahan 2004) 하였다.

총 13명의 참여자 중 7명이 이메일 면담을 선택하였고, 1명이 스카이프를 통해 참여하였으며, 나머지 5명은 연구자가 방학기간 중 한국을 방문하여 면대면 면담을 진행하였다.

이메일 면담의 경우, 연구자는 본문에 연구의 개략적인 설명과 면담 질문을 포함시키고 별도의 워드파일을 함께 첨부하여 참여자가 선호하는 방식으로 답변을 작성하도록 하였다. 대부분의 참여자는 2주 기한 내에 응답을 완료하였고, 몇몇은 추가로 1~2주의 시간을 소요한 후 응답을 완료하였다. 응답 내용에 대한 추가 질문이나 확인이 필요한 경우에는 이메일로 의사소통하였다. 특히, 이메일 면담양식은 참여자가 이메일 본문 혹은 별도의 워드파일에 스스로 응답을 작성하고 확인한 후 연구자에게 메일을 발송하기 때문에, 연구자는 별도로 녹취록을 작성하는 과정 없이, 답변 내용을 확인한 후 워드파일을 내려 받는 형식으로 쉽게 자료를 저장할 수 있는 이점이 있다.

스카이프 면담의 경우, 미국과 한국의 시차를 고려하여, 트윗 메시지로 참여자와 면담 일정을 미리 상의한 후, 정해진 시간에 스카이프 프로그램에 접속하여 면담을 진행하였다. 면담 시작 전에 참여자에게 연구의 목적과 내용에 대해 개략적으로 설명하였고, 참여자의 동의를 얻어 면담내용을 녹음하였다. 반구조화 면담은 연구자로 하여금 미리 준비한 질문뿐만 아니라, 참여자가 제공한 흥미로운 응답 내용에 대해 자유롭게 추가로 질의하고 탐구하게 함으로써

깊이 있는 면담을 가능하게 한다. 90분 동안의 진행된 면담은 연구자의 태블릿 컴퓨터와 노트북 컴퓨터에 동시에 저장되었고, 분석을 위해 연구자가 직접 녹취록을 작성한 후, 참여자로 하여금 녹취록을 검토할 수 있게 하였다.

면대면 면담은 이메일과 전화 등을 통해 참여자와 사전에 면담일정을 논의한 후, 정해진 시간과 장소에서 만나 진행하였다. 각 면담은 서울 시내에서 진행되었고, 60분~90분 내외가 소요되었다. 면담 시작 전에 연구에 대해 간략히 설명하고, 참여자의 동의를 구하여 연구자의 태블릿 컴퓨터와 휴대전화에 면담내용을 녹음하였다. 면대면 면담양식은 참여자와 연구자가 대면하여 자연스러운 분위기에서 라포르(rapport)를 형성하고, 언어로 표현되는 답변자료 뿐만 아니라 표정이나 제스처 등 비언어적인 자료까지 풍부하게 수집할 수 있는 이상적인 면담양식이다. 분석을 위해 연구자가 직접 전사하여 녹취록을 작성하고 참여자로 하여금 검토하도록 하여, 내용 타당성을 높였다.

3.3 심층면담 참여자 정보

총 12명의 남자 참여자와 1명의 여자 참여자가 심층면담에 참여하였다. 직업적으로는 언론인 6명, 법조인 1명, 교수 및 연구자 1명, 정당 스태프 1명, 전직 국회의원 1명, 일반 회사원 3명으로 집계되었고, 연령별로는 20대 1명, 30대

3명, 40대 8명, 60대 1명으로 조사되었다. 참여자 전원 4년제 대학교 학사 이상의 학력을 소지하고 있었고, 8명은 전세계적으로 트위터 이용자가 급격하게 증가하는 시기인 2009년²⁾부터 트위터에 가입해 꾸준히 활동해왔고, 나머지 5명은 2010년부터 2012년 사이에 가입하였다.

3.4 자료 분석

이메일 면담 내용이 저장된 문서와 스카이프와 면대면 면담을 전사한 녹취록을 면밀하게 검토함으로써 질적 연구를 수행하였다. 정보세계이론의 5가지 주요 개념(사회적 역할, 규범, 정보가치, 정보행동, 경계)을 조작화하여 만든 코드북(codebook)을 사용하여 주요 개념과 관련된 테마를 파악하고, 근거이론(grounded theory)을 함께 사용하여 면담자료를 귀납적으로 분석하였다. 근거이론은 면담자료를 지속적으로 비교·분석(constant comparative analysis)하여 코드북으로 분석되지 않는, 자료로부터 새롭게 드러나는 테마(emerging themes)를 도출하는데 효과적으로 사용되었다.

코드북과 코딩 결과의 신뢰성과 타당성을 검증하기 위해서, 정보세계이론을 사용하여 논문 프로젝트를 진행한 두 명의 다른 박사과정 연구자들과 함께 연구자간 신뢰성 테스트(inter-coder reliability testing)를 진행하였다. 면담 녹취록 중에서 일부를 샘플로 선정하여 각자 코딩한 후 그 결과를 비교하는 테스트에서, 3명

2) 2008년 4월에서 2009년 4월 사이 트위터의 이용자수는 160만 명에서 3,210만 명으로 폭발적으로 증가한다 (Vascellaro 2009). 2009년 1월 15일, 뉴욕을 출발하여 시애틀에 도착할 예정이었던 US Airway 항공기가 뉴욕 도심의 허드슨강에 추락할 당시, 사고발생 15분 만에 강에 떠있던 기체에서 탈출하는 승객들의 사진과 함께 사고 소식이 트윗을 통해 생생하게 전달된 것이 트위터가 단기간에 급격하게 인지도를 높일 수 있었던 중요한 계기로 평가받는다.

의 연구자는 5가지 개념 모두 평균 90.14%의 높은 일치도를 보였다.

이상의 질적 연구를 수행하기 위해 NVivo 10(QSR International 2012) 프로그램을 사용하였다.

4. 분석

4.1 사회적 역할(social type)에 대한 인식

Chatman(2000)과 Burnett et al.(2001)은 사회적 역할이란 개인이 속해있는 사회적 세계 안에서 개인을 정의하기 위해 부여하는 분류(classification)라고 정의하였다. 참여자들은 트위터 상에서 자신의 정체성을 정의하고 표현하는 데 있어 자신이 가지는 다양한 맥락의 사회적 역할들을 중요하게 고려하였다. 현실세계의 직업과 같은 명백한 역할, 다른 사람들에 의해 인식되고 추론되는 내재적인 역할, 그리고 정치커뮤니케이션 공동체(community)에서 담당하는 기능으로서의 역할 등이 주된 역할로 지목되었다.

1) 직업으로서의 역할: 일반인 오피니언 리더 2명을 제외한 모든 참여자가 자신의 전문적인 직업(occupation)을 트위터 상에서도 자신의 중요한 역할로 인식했다. 특히 기자나 프로듀서로 재직하는 언론인들은 신뢰성 높은 정보를 전달하고, 허위정보를 바로잡고(filtering), 정보에 대한 의견 및 해석을 작성해서 배포하는 자신의 행동을 결정하는데 언론인이라는 직업이 가장 중요하게 작용한다고 말했다.

“선거 때 트윗을 하는 경우는 언론보도를 통해서 는 제대로 전달되기 어려운 행간의 의미나 신속한 정보 등을 알릴 필요가 있을 때 트윗을 올립니다...직업이 기자라서 진실을 알려야 한다는 사명감도 물론 있고요...” - 참여자 9

“선거가 공정하게 잘 치러질 수 있도록 도움을 줄 수 있는 언론인으로서의 그런 역할이죠. (트위터에서) 누가 터무니없는 얘기를 한다거나 신경 쓰면 안 되는 음해성 정보라고 판단이 들면, 제가 바로 잡아주고...” - 참여자 11

또한 전문적인 법학 지식 혹은 법률 지식을 가지고 있는 교수와 법조인 참여자도 자신의 전문 지식과 경험을 토대로 트위터에서 정확하고 신뢰성 높은 정보를 제공하는 것을 자신의 역할로 인식하고 있었다.

“정확한 사실을 전달해야 한다는 책임감을 느낌. 객관적 정보와 진보적 시각의 제공자로서의 역할을 느끼고 있음” - 참여자 5

“선거 때...제가 팔로우 하는 분들이 리트윗하신 트윗을 보는데, 그중에 이렇게 이렇게 하면 선거법 위반인가요? 라고 묻는 질문이 있었는데 답이 없었어요. 제가 나라도 하지는 생각에 답변 트윗을 하게 되었죠. 그때 저한테 만명 정도 되는 팔로워가 있었으니까 제 (답변) 트윗이 퍼졌고, 그걸 보고는 사람들이 더 추가적인 질문을 하게 되었고, 또 제가 답을 했고...” - 참여자 2

2) 다른 사람들에 의해 인식되고 추론되는 내재적 역할: 현실세계에서의 직업과 전문성과

는 상관없이 트위터 정치커뮤니케이션 네트워크에서 영향력 있는 이용자로 인식되는 2명의 일반인 참여자가 이에 해당한다. 한 참여자는 2012년 대선 당시 국정원의 트위터 여론 조작 사건에 대해 파헤치면서 유명한 네티즌 수사대로 알려지기 시작했다.

“지난 (2012년) 대선 때 국정원 쪽에서 트위터에 개입을 엄청나게 했는데, 그 꼬리를 잡는데 제가 기여를 많이 했어요...그게 사람들에게 알려지면서 팔로우도 많아지고...(그때부터) 네티즌 수사대로 알려지니까...기존에 알려지지 않던 사실을 캐내는 일이 저에게 주어진 소명이랄까...그런 책임감이나 역할은 많이 느껴요”
- 참여자 4

다른 한 명의 일반인 참여자는 전통적인 언론매체에 소속되지 않고, 독자적으로 촬영하고 편집한 리포트와 영상을 자신의 블로그와 트위터에 공유하는 프리랜서 리포터이자 블로거이다. 그는 주류언론과는 다른 시각에서 주류언론이 다루지 않는 주제들에 대한 정보를 18만 명의 팔로어들에게 신속하게 전달하며 대표적인 1인미디어로 인정받았다.

“저는 항상 (주류언론과) 같은 현장에 있지만, 올라오는 게시물이나 사진을 보면 기존 언론과 다르게 올라오거든요. (지난) 오세훈 시장 때... 언론에서 오세훈 시장이 거리에 나갔는데 무상급식 반대하는 (오세훈 시장에 대한) 여론이 너무 좋다고 보도를 하는 거예요...그런데 시민들이 다 (실제로는) 오세훈 시장을 외면하는 거예요...그래서 제가 그 영상을 찍어 올린 게

‘오세훈 외면’ 이렇게 검색어도 걸리고...그렇게 해서 기존 언론에서 다루어지지 않는 이런 것을 많은 분들이 알게 됐죠...” - 참여자 13

3) 공동체에서 담당하는 기능으로서의 역할: 참여자들은 자신들이 트위터 상에서 다른 이용자들이 올리는 질문에 적절하게 답변을 하는 역할(question answerer)이나 특정 정보의 가치를 판단하는 데 있어서 믿을 수 있는 가이드/전문가(trusted guides/experts)의 기능을 담당하고 있다고 인식하였다.

“선거 기간 동안 (트위터에 올라온) 선거법 관련해서 답을 많이 했는데...저만 그런 능력을 가진 것은 아니지만, 현실적으로 저만 그런 (답변) 활동을 하고 있었기 때문에...그리고 제가 아무리 법조인이어도 선거법을 모두 다 알고 있는 건 아니니까...법률, 선관위 규칙, 또 선거법 해설서를 3권 정도를 도서관에서 빌려서 놓고, 봐가면서 했어요” - 참여자 2

“저는 철저한 사실주의거든요...분명히 있었던 사실에만 정확히 근거해서 (정보를) 공개하기 때문에...SNS 상에서는 사실로 확인되지 않은 것들도, 퍼져 나가는 것들이 굉장히 많아요, 저는 이런 경우에는 제가 바로 찾아서, 제 이름으로 ‘이건 사실이 아니다’라고 확실히 공개를 해버려요...그러니까 사람들이 저를 더 믿게 되는 거 같아요...” - 참여자 4

4.2 사회적 규범(social norm)에 대한 인식

사회적 규범이란 개인이 속한 사회적 세계 안

에서 다수의 구성원들에 의해 합의되고 인정되는 행동의 규범으로서, 개인이 옳고 그름을 판단하는 기준으로 작용한다(Burnett et al. 2001). 개인은 사회적 규범에 따라 정보의 가치를 평가하고 규범적이라 판단되는 행동에 가담하고 규범에 위배되는 행위는 기피하게 된다. 참여자들은 트위터에서 활동하는 데 있어, 사회나 조직에서 통용되는 성문화된 법규나 지침 같은 명백한 규범을 중요하게 인식하면서도, 오랜 시간 공동체에 의해 승인되고 강화된 내재적인 규범은 맥락에 따라 해석해서 자신의 행동에 적용하고 있었다.

1) 성문화된 법규나 지침: 다수의 오피니언 리더 참여자들은 트위터를 통해 개인의 정치적인 의견이나 소신을 자유롭게 개진하면서도, 선거와 관련한 실정법들을 준수하기 위해 주의를 기울이며 트위터 활동을 지속하였다. 법조인 참여자는 선거기간 동안 공직선거법상의 공무원의 정치적 중립에 관한 조항을 위반하지 않는 범위 내에서, 일반인 참여자 역시 과거의 선거법 위반 사례에 비추어, 자신의 정치적 정보행동을 스스로 규제하였다.

“예를 들면, 차에다 (지지하는) 후보 포스터를 붙이고 다니면 어떡하나? 내가 음식점을 하는데, 음식점 바깥에 큰 스피커를 달아서 (지지하는) 후보 로고송을 틀어도 되나? 하는 질문들인데… (답변을 하면서) 보수를 받지 않으면 상관없어요, 당연히 무료였고요, 보수를 받게 되면 당연히 변호사법 위반인거고, 어떤 특정 후보를 좋다 나쁘다 해버리면 정치적 중립을 위반하는 것이 되죠. 그걸 피해갔죠…그래서 답을 할 때도 실제

로 정치적 중립을 위반하는 것이 될 수밖에 없는 질문이 오면, 그건 답변할 수 없다 하는 식으로 피해가는 선에서 답을 했죠…” - 참여자 2

“2010년 지방선거 때, (제가) 경기도지사 야권 후보를 묻는 설문 (트위터에) 올린 적이 있습니다. 그런데 이걸 선관위에서 여론조사로 몰고…선관위의 고소/고발이 없었지만… (경찰이) 인지수사라는 이름으로 조사를 한 것입니다. 서울경찰청에서 조사를 받았고 선거법 위반으로 기소유예 처분을 받았습니다. (트위터 활동을 하면서) 선거법 위반으로 두 번 검찰의 조사를 받았기 때문에 ‘어쩔 수 없이 자기 검열을 합니다’…제 개인적인 일상을 담은 글이 아닌 모든 트윗에 이런 부담감 또는 책임감을 가지고…” - 참여자 6

“(정치적 중립 조항은) 공무원은 어쩔 수 없을 거 같다는 생각은 들어요…사실 지금은 규제라기보다는 자체 검열이죠, 이렇게 하면 위반되지 않을까…” - 참여자 2

또한 주류언론매체에 재직하는 오피니언 리더 참여자는 회사에서 소셜미디어의 활용과 관련해 마련한 공식적인 지침에 따라 자신의 트위터 활동을 규제하기도 하였다.

“(제가) T사에서는 오로지 저널리스트의 양심에 따라서 할 말은 하고 그랬는데, 여기 (B사) 돌아와서는, 여기 회사는 규범을 만들고 제약을 만들고…소셜미디어 사용 기준도 만들었더라고요. 보라고 해서 봤고…” - 참여자 1

2) 공동체에 의해 승인되고 강화된 내재적인 규범: 완전히 성문화된 규범이 아니라 오랜 시간 동안 공동체 구성원들에 의해 반복되면서 승인되고 강화된 내재적인 규범을 말한다. 언론인 참여자들은 언론의 중립성(impartiality) 혹은 객관적 저널리즘(objective journalism)이라는 다소 모호한 규범에 대해 스스로 고민하고 해석하면서 자신의 정보행동에 적용하였다.

“(B사가) 공영방송이라고 하는 일종의 제도권이기 때문에, 보이지 않는 어떤 규범들, 제한들이 프로그램을 만드는데 있어서도 그렇고, 어떤 프로그램의 정치적 견해의 문제도 그렇고, 일정 정도의 제한들이 존재하고...여기 T사에서는 오로지 저널리스트의 양심에 따라서 할 말은 하고...” - 참여자 1

“(주류언론에서는) ‘언론인은 이제 정보만 전달해야지, 무엇을 하라고 권유해서는 안 된다’라는 게 있는 거거든요, 근데 저는 생각이 다르거든요, 그것이 도덕적으로 잘못된 것이 아닌 이상, 어떤 행위를 하라고 권유하는 것이 저는 언론인으로서 충분히 할 수 있는 일이라고 생각했고...” - 참여자 11

4.3 정보의 가치(information value)에 대한 인식

정보의 가치는 사회적 세계가 공유하는 정보의 중요성 규모에 대한 이해를 의미하는데(Jaeger and Burnett 2010), 같은 정보라 할지라도 그 정보가 속한 사회적 세계가 상이하면, 정보의 가치나 중요성의 규모가 다르게 측정될 수 있

다(Burnett et al. 2001). 참여자들은 트위터 정치커뮤니케이션 네트워크에서 가장 중요한 정보가치로 사실(truth)로서의 정보, 정치적 성향에서 비롯되는 이념적(ideological) 가치, 정보원천/권위(source/authority)로서의 가치를 꼽았다.

1) 사실로서의 정보: 선거기간 동안에는 특히 정치적 사안이나 후보자에 관한 거짓뉴스나 루머와 같은 허위정보가 빠르고 광범위하게 확산될 수 있기 때문에, 참여자들은 신뢰할 수 있는 사실로서의 가치를 가장 중요하게 여기고, 정확한 정보를 담은 트윗을 작성하고 리트윗하기 위해 주의를 기울였다.

“선거 국면에서 (후보의) 정책에 집중해야 하는데, 허위정보나 상대방을 왜곡된 정보로 음해하고...인신공격이나 이런 것에 집중하는 것은 우리의 선거문화를 해치기 때문에...양질의 정보를 알려주면서 독자들의 판단을 흐리지 않게 만들고 싶은...” - 참여자 11

“(트위터 활동을 하면서) 또 법적인 고소나 명예 훼손 이런 것들은 신경 안 쓸 수가 없어요...무조건 소설이나 추정일 경우에는 확실히 소설이나 추정이라고 밝히고 저는 분명히 있었던 사실에만 정확히 근거해서 공개하기 때문에...글 하나를 올리기 위해서 며칠 밤새서 정보를 찾고 하기도...” - 참여자 4

“(다른 이용자의 트윗을 알티할 때는) 내용에 동의하고, 사회적 이슈 사안에 대한 정확한 정보를 담고 있거나, 중요한 쟁점이나 새로운 시각을

제시하였을 때...” - 참여자 5

“진실을 보도하려고 노력하는 언론사, 기자들, 학자들, 종교인, 현장의 소식을 생생하게 전하는 시민사회단체 활동가들의 트윗을 주로 알티합니다” - 참여자 3

“저와 정치적 성향이 다르지만 옳다고 생각하는 트윗을 알티” - 참여자 6

“트윗 자체가 동의할만하다고 판단되면 리트윗합니다...정보공유차원에서...” - 참여자 10

2) 이념적 가치: 어떤 정보가 특정 이념적인 성향을 지지하거나 반대할 때, 이용자는 그 정보에서 이념적인 가치를 발견할 수 있다. 오피니언 리더 참여자들은 트위터에 특정 정보를 게시하거나 리트윗하는 행동을 결정할 때, 이념적 가치를 중요한 기준으로 삼았다. 특히, 선거기간 동안에는 시민들의 관심이 지지하는 정당과 후보에 관한 언급에 집중되기 때문에, 특히 이념적 가치가 중요하게 부각되었다.

“제가 속해있는 정의당의 입장이나 사회적 약자들의 소식을 전하기 위해 트위터를 활용...” - 참여자 3

“80프로는 저와 정치적인 성향이 비슷하거나 같은 사람들의 트윗을 리트윗하고...” - 참여자 11

“정치적 성향이 유사한 사람의 것만 알티함” - 참여자 5

“지지 후보가 같은 멘션 막연하게 (후보를) 띄우거나 칭찬하는 것 보다는, 그 사람의 경력, 생각, 한 일을 적시하는 멘션을 많이 알티함. 다른 정치적인 성향의 멘션을 알티하는 경우는 별로 많지 않음” - 참여자 8

3) 정보원천/권위로서의 가치: 정보원천이 가지는 신빙성 있는 권위로 인해 특정 정보 가치를 가지는 것을 의미한다. 오피니언 리더에게 요구되는 가장 중요한 속성 중 하나는 신뢰할 수 있는 정보를 제공하는 것인데(Weimann 1994), 오피니언 리더 참여자들은 오랜 기간 신빙성 높은 정보와 의견을 다른 이용자들에게 제공함으로써 권위 있는 정보원천으로 인식되고 있었다.

“저는 법조인이니까, 법 관련된 정보나 의견을 트윗할 때는 정확하게 오해가 일어나지 않게 확실하게...법조인의 윤리가 있으니까 제 얘기를 듣는 트위터 이용자들이 잘못 알아서 판단을 그르치게 하면 안 되니까...제가 아무리 법조인이어도 선거법을 모두 다 알고 있는 건 아니니까...법률, 선관위 규칙, 또 선거법 해설서를 3권 정도를 도서관에서 빌려서 놓고, 봐가면서...” - 참여자 2

“제가 (1인미디어로) 활동한지 9년째인데...현장소식은 트위터를 통해 가장 먼저 전하거든요. (현직) 기자님들조차 제 (현장소식) 트위터는 연합뉴스보다 빠르다고 이렇게 많이들 얘기하세요...” - 참여자 13

“(사실로 확인 되지 않은 것들은) 제가 바로 찾아

서, 제 이름으로 '이건 사실이 아니다, 잘못이다'라고 확인을 해버리면, 제가 의견을 낸 이후에는 바로 잠잠해져요..." - 참여자 4

4.4 정보 행동(information behaviors)에 관한 인식

정보행동은 개인이 얻거나 받은 정보에 대해 어떤 행동을 하거나 하지 않는 상태로 정의된다(Chatman 2000; Burnett et al. 2001). 트위터에서는 팔로잉(following) 기능을 통해 다양한 이용자와 연결될 수 있고, 서로가 작성한 트윗과 리트윗이 즉각적으로 공유된다. 참여자들은 트위터를 통한 정치커뮤니케이션 네트워크에서 정보 공유, 정보 회피, 정보 교환을 가장 중요하고 빈번한 행동으로 파악하였다.

1) 정보 공유(information sharing): 한쪽에서 다른 한쪽으로 정보가 제공되는 것을 말한다. 트위터 이용자들은 팔로우 기능을 통해 다양한 정보의 소스로서의 개인이용자나 기관을 팔로잉하여 그들의 트윗과 리트윗을 통해 정보를 제공받고, 스스로 트윗을 작성하거나 다른 이용자가 작성한 트윗을 리트윗하는 것으로 정보를 공유할 수 있다. 다양한 관점과 종류의 정보가 부족하고 자신의 정치적 견해를 표현하는 것이 쉽지 않은 상황에서 트위터는 이용자들이 원하는 정보를 쉽게 찾고 공유할 수 있는 보완적인 수단이 되었다. 특히, 언론인으로 재직하는 참여자들은 주류언론이 대중에게 신뢰도를 상실한 상황에서, 인터넷과 소셜미디어를 기반으로 한 1인미디어나 대안매체에 대한 대중의 수요가 증가했다고 보았다.

"실제 생활에서 정치적인 견해를 공유하는 것이 쉽지 않기 때문에 트위터를 통한 의견 공유는 어느 정도 필요하고, 실제 생활 주변에서 만나는 사람들보다 더 다양한 사람들과 접촉할 수 있는 장점도..." - 참여자 9

"전통적인 미디어라고 하는 방송이든 신문이든 한국사회에서는 거의 신뢰도를 상실했기 때문에, 특히나 적극적으로 움직이는 사람들, 수동적이지 않은 그런 사람들에게는 아무 의미가 없고 오히려 (주류언론이) 사실을 호도한다고 믿잖아요? 그런 상황이니깐 1인미디어든 대안매체든 대중이 신뢰를 갖는 (새로운) 매체들이 생겨난 거고..." - 참여자 1

"기존 미디어 지형에서 중요하다고 생각하는 정보나 이슈들이 충분히 공유되지 못하기 때문에...트위터는 그런 면에서 중요한 보완재 역할을 하고 있고 제 (트위터) 활동 역시 그런 맥락으로..." - 참여자 10

그리고 주류언론이 다루지 않는 주제에 대한 정보나 기사로 알리지 못한 내용을 트위터를 통해 추가적으로 전달하거나, 자신이 작성한 기사를 더욱 효과적으로 광범위하게 유통시키기 위해 트위터를 활용하였다.

"기사로 알리지 못하는 내용을 트위터를 통해서라도 알릴 수 있게 된 것은 다행스럽다고 생각합니다. (대중의) 알고 싶은 욕구는 점점 높아지는데 언론사들이 그 욕구를 충족시켜주지 못하다 보니...기사 같은 정보를 다루는 직업인들이 트위터 같은 도구를 통해 제대로 된 정보를 알리는

것은 바람직하다고 생각합니다” - 참여자 9

“트위터에서 이런 식으로 사람들이 링크를 걸어 주고 하는 식이라면, 뉴스 유통의 민주화가 가능하겠구나...저는 초반부터 내 (기사의) 유통망을 확장시켜야겠다는 생각에 팔로워 늘리기를 적극적으로 했었어요” - 참여자 12

2) 정보 회피(information avoidance): 정보 회피는 이용자가 어떤 정보를 명백하게 혹은 암묵적으로 피하거나 사용하지 않는(nonuse) 행동을 말한다. 트위터에서 이용자는 연결되고 싶지 않은 이용자는 처음부터 팔로잉하지 않거나, 팔로잉하던 이용자도 언팔로우(unfollow)함으로써 연결을 삭제할 수 있다, 그렇게 연결되지 않은 이용자로부터는 어떤 정보도 받을 수 없게 되므로, 정보가 회피되거나 사용될 수 없어진다. 그러므로, 트위터에서 비슷하거나 같은 정치적 성향을 가진 이용자들만을 선택적으로 팔로잉하고 그들끼리만 서로 리트윗을 하는 행동은 선택적인 정보추구인 동시에 선택적인 정보회피의 행동이 된다. 참여자들이 트위터상의 정보회피에 대한 평가는 다음과 같다.

“제 얘기를 듣고 싶으면 팔로우하고 듣기 싫으면 언팔하면 되는 거니까...” - 참여자 2

“면대면해서 소통하는 것이 아니고, 어떻게 보면 자기와 같은 동질집단끼리, 일종의 자기 확신을 위한 것...” - 참여자 1

“정치적인 정보의 공유는 정치적 입장이 비슷한 사람들끼리만 공유되기 쉽기 때문에...많은 사

람이 공유하는 것처럼 보이지만 그렇게 많이 퍼지지 않는 단점도 있습니다” - 참여자 9

그러나, 트위터 이용자의 입장에서 자기취향에 맞는 정보를 제공하는 개인이나 기관을 선택적으로 팔로잉하는 행위에 대해서는 개인의 기호와 정보요구에 맞춤형(customized) 정보원을 개발하는 과정으로 긍정적으로 평가하기도 하였다.

“자기가 쪽 트위터 팔로우를 하다가, 아, 이 사람 이랑 생각이랑 나랑 같구나하는 자기 채널화가 계속되는 거죠...그래서 예전에는 9시 뉴스나 자기가 잘 보는 신문에서 주로 정보를 얻었다면, 이제 계속 자기랑 궁합이 잘 맞는 퍼스널 미디어로서의 정보원을 계속 가지게 된다는...” - 참여자 12

“트위터의 팔로잉이 독자의 신문구독과 비슷한 행위라고 생각해요” - 참여자 11

“본인에게 유익한 정보를 제공해주는 사람들 위주로 선별적인 팔로잉을 하는 문화가 정착된다면 트위터가 열린 공간으로 더욱 유용한 정보 전달 도구가 될 것이라고 봅니다” - 참여자 9

3) 정보 교환(information exchange): 정보 교환은 둘 이상의 주체가 서로의 정보를 주고 받는 행위에 적극적으로 참여하는 행위를 말하는 것으로서, 한쪽이 다른 한쪽에게 일방적으로 정보를 제공하거나 배포하는 정보 공유와 구분된다. 트위터 정치커뮤니케이션 네트워크에서는 두 가지 중요한 정보교환의 형태가 발

견된다. 첫 번째는 받는 사람을 지정해서 멘션(mention)을 보내고 이에 대답(reply)하는 형태의 대화/토론이고, 두 번째는 양쪽이 상호간에 팔로잉(following) 관계가 맺어져있을 경우에만 이루어지는 직접 메시징(DM, direct messaging)이다.

참여자들은 멘션을 하고 답장을 하면서, 다른 이용자와 대화하고 정보를 교환하기도 하지만, 트위터 매체의 속성상 깊은 수준의 정치적인 대화나 토론을 진행하는 것에는 한계가 있다고 인식하였다.

“그중에 이렇게 이렇게 하면 선거법 위반인가요? 라고 묻는 질문이 있었는데 답이 없었어요. 제가 나라도 하자는 생각에 답변 트윗을 하게 되었죠... 그걸 보고는 사람들이 더 추가적인 질문을 하게 되었고, 또 제가 답을 했고...” - 참여자 2

“(토론은) 해 봤는데 안되더라고요...그 140자라는 공간에서 (내가) 생각하고 있는 부분들을 다 표현하기가 너무 어렵더라고요...뭔가 생각의 공유가 이루어진다고보다는 상대를 꺾기 위해서 뭐, 증거나 억지논리를 찾아내고...제가 설명을 하면 또 반박이 오고 또 저도 설명을 하고...십여 차례 멘션을 주고받았어요, 그러나 하나도 서로에게 소통이 됐다고 생각하지 않아요” - 참여자 11

“저도 (토론을) 해 보고 지켜보기도 했는데, 그냥 양쪽에서 자기 얘기 하는...” - 참여자 12

“트위터는 짧은 글이고 대개의 글들이 쌍방향이라기보다는 일방향으로...상대와 토론하기에는

적절하지 않아 보입니다” - 참여자 7

“대화가 안 되는 사람들이 무의미한 논쟁을 이어가는 경우가 트위터에 상당히 많고...” - 참여자 4

두 번째로 디엠은 트위터의 타임라인에 대화 내용이 공개되지 않은 채 서로 팔로우 된 이용자끼리 정보를 교환할 수 있는 창구가 되었다. 디엠을 통해 더 높은 수준의 친밀한 대화를 나누기도 하고, 언론인 참여자들은 다른 이용자들로부터 디엠을 통해 제보를 받아 취재에 활용하기도 하였다.

“저로 인해서 정치에 관심을 가지게 되었다. 저 때문에 희망을 분다하는 말씀을 쪽지로 전해주는 분들이 의외로 굉장히 많아요...제가 네티즌 수사대로 활동을 하고 있기 때문에 걸로 드러나는 공개 트윗은 몇 개 안되지만...서로 주고받는 비밀메시지만큼은 저를 따라올 수 있는 사람이 없을 정도로...이게 사실 저의 노하우예요...저에게 정말 알짜배기 정보를 전해주시는 분들이 정말 많고...” - 참여자 4

“제보나 이런 것들이 디엠으로 오죠. 진짜 비밀 정보들은 디엠으로...상당히 많이 왔고...” - 참여자 11

4.5 경계(boundaries)에 대한 인식

Jaeger와 Burnett(2010)는 경계란 서로 다른 정보세계들이 서로 접촉함으로써 의사소통이나 정보교환이 일어날 수 있는 장소로서, 현

실세계의 가시적인 경계뿐만 아니라 가상세계의 암묵적인 경계도 포함된다고 규정하였다. 트위터를 통한 정치 커뮤니케이션에 참여하는 이용자들이 구축한 정보세계들이 서로 접촉하거나 교차하는 지점에서는, 행동 차이에서 비롯되는 경계(activities-based boundaries)가 발견되었고, 중요한 상호작용(interactions over boundaries)으로서 충돌(conflicts)과 시너지(synergies)가 함께 포착되었다.

1) 행동 차이에서 비롯되는 경계(activities-based boundaries): 의사소통 및 정보 교환과 관련한 특정한 행동을 하느냐 하지 않느냐에 따라 정보세계의 경계가 나누어 질 수 있다. 언론인 참여자들은 트위터를 업무에 적극적으로 활용하지 않은 그들의 동료 기자들 사이에서의 차이점을 느꼈으며, 법조인인 참여자도 트위터에서 법률 관련 질의에 대한 답변을 하는 다른 동료가 전무하다고 말했다. 그 행동의 차이점이 발견되는 지점에서 정보세계의 경계가 드러난다.

“(언론인의 트위터 활동에 대해) 기자의 중립 의무를 들어 정치적 견해를 공유하는 것을 불편해하는 직장동료들이 있기는 하지만 본인이 하지 못하는 일을 해주고 있다며 지지해주는 동료들도 있어...” - 참여자 9

“회사 내에서도 임직원 500명 중에 (트위터를 적극적으로 활용하는 기자는) 열명도 채 안될 거예요...” - 참여자 11

“저만 그런 능력을 가진 것은 아니지만, 현실적

으로 저만 그런 (트위터의 선거법 관련 답변) 활동을 하고 있었기 때문에...” - 참여자 2

2) 충돌(conflicts)과 시너지(synergies)라는 상호작용: 트위터 정치커뮤니케이션 네트워크에서 가장 쉽게 발견되는 충돌은 정치적 성향을 달리하는 이용자 간의 논쟁이다. 익명성을 악용해 인신공격이나 욕설 등 지나치게 남을 비방하는 경우에는 충돌로 이어지게 된다.

“트위터가 페이스북에 비해 익명 계정이 많더니 막말과 욕설, 혹은 극단적인 표현 등을 종종 접하게 됩니다...” - 참여자 9

“(정치적) 견해의 측면에서는 너무 공격적이고, 편가르기도 많고, 뭐 개인적으로 공격하는 사람들도 있고...” - 참여자 1

언론인 참여자의 경험은 트위터라는 새로운 미디어를 언론인의 직무에 활용하는 것에 대해서 구세대와 신세대 사이 견해 차이에서 비롯된 충돌을 보여준다.

“회사 내에서도...소셜네트워크 이런 것을 사용하는 것을 (앞에서는) 권장하면서도 늘 뒤에서는, 약간은 인제 불편해 하는 그런 것이 많아요. 한진중공업 때도, 제가 ‘여러분 희망버스 타세요’ 이런 얘기를 트위터에 할 때도, 회사 내부에서는 ‘왜 그런 얘기를 하나?’하고, 저는 ‘왜 못하냐?’ 또 저는 이렇게 싸우고...” - 참여자 11

“(기자가 자신의 견해를 표현하는 것에 대해) 과거에도 기사가 신문에 칼럼 써서 의견 개진했

어요...200자 원고지 10매는 되고, 트윗 140자는 안되나? 왜 안 되나? 하는 생각이예요 저는...”
- 참여자 11

반면, 언론인 참여자들은 트위터 활동을 통해 다양한 이용자와 소통하면서 기사의 소재를 발굴하거나, 새로운 취재원을 형성하고, 제보를 받아 취재에 활용하는 등 다양한 방식으로 트위터 활동을 업무에 활용한다고 밝혔는데, 이는 다양한 정보세계가 만나고 교차하는 지점에서 일어나는 긍정적이고 생산적인 시너지로 볼 수 있다.

“트위터를 통해 제가 작성한 기사를 홍보하는데 활용하거나, 기사의 소재를 찾는데 활용하고 있으며...” - 참여자 7

“(제가) 출입처 어디를 가면, 취재원이 자연스럽게 형성되는데, 제가 거기 출입을 하지 않으면 거기 취재원을 만들 수가 없거든요, 트위터로는 그게 가능하니까, 제가 출입하지 않는 부서에 어떤 사람을 만들 수 있고, 연락을 할 수 있고...”
- 참여자 11

“제보나 이런 것들이 디엠으로 오죠, 진짜 비밀 정보들은 디엠으로...상당히 많이 왔고...” - 참여자 11

5. 논의 및 결론

이 연구는 2014년 제6회 전국동시지방선거 기간 동안 트위터를 통해 정치커뮤니케이션에 참여한 유력한 오피니언 리더 이용자들의 정치

적 정보행동을 이해하고 탐구하기 위해, 정보세계이론을 활용하였다. 다음에서는 주요 분석내용을 기존의 선행연구 결과들과 비교분석하여 그 의미를 파악하고자 하였다.

5.1 사회적 역할과 정보세계의 경계

참여자들은 그들이 속한 다양한 사회적 세계에서 비롯되는 다양한 사회적 역할(예를 들면, 직업적으로는 언론인, 교수, 법조인 등으로, 가족구성원 측면에서는 아버지, 아들, 그리고 남편 등으로, 커뮤니티 역할 측면에서는 질문 답변자 등)에 대해 인식하면서, 트위터에서 본인이 드러내고자 하는 사회적 역할을 스스로 선택하였다. 3명을 제외한 모든 오피니언 리더 참여자는 트위터 공간에서도 현실생활에서 자신의 정체성을 가장 잘 드러내는 ‘직업’이라는 사회적 역할을 선택하였다.

면접 참여자 중 가장 많은 수를 차지한 언론인들은 트위터 상에서도 정확하고 믿을 수 있는 정보를 신속하게 전달하고, 허위정보를 걸러내는 것을 자신의 책무로 인식하였다. 법조인 참여자 역시 선거와 관련한 실정법을 위반하지 않는 선에서, 법조인의 윤리를 지키며, 다른 트위터 이용자들의 선거법 관련 질문들을 해결할 수 있는 정확한 정보를 제공하고자 하였다.

반면, 일반인 오피니언 리더 참여자는 직업과 같은 가장 관습적인 사회적 역할로 기능하는 대신, 네티즌수사대나 1인미디어 등과 같은 새로운 역할(다른 사람들에 의해 인식되고 추론되는 내재적 역할)로 기능하였다. 이는 한 개인이 온라인이라는 가상세계에서 복수의 사회

적 역할 중 특정한 하나의 역할을 선택하거나, 동시에 여러 가지의 역할로 활동할 수 있음을 보여준다. 예를 들면, 트위터와 페이스북 2개의 플랫폼에 사용자 계정을 만들어 각기 다른 사회적 역할로서 기능하거나, 하나의 플랫폼에 복수의 계정을 만들어 사용하는 것이다. 이에 대해, Stuzman과 Hartzog(2012)는 직업적인 관계와 사적인 관계를 포함해서 한 개인이 가지고 있는 다양한 종류의 사회적 관계(social contacts)를 온라인상에서 한꺼번에 관리하는 것이 사생활(privacy), 정체성(identity), 그리고 실용성(utility)의 측면에서 여러 가지 어려움을 줄 수 있기 때문인 것으로 설명했다. 실제로 Lenhart(2009)는 2008년 미국 성인 소셜미디어 사용자의 51%가 2개 이상의 소셜미디어 플랫폼에 계정을 가지고 있고, 17%는 하나의 사이트에 복수의 계정을 가지고 있다고 발표하였다.

또한 일반인이 트위터라는 정치커뮤니케이션 커뮤니티에서 네티즌수사대나 1인미디어 같이 새롭게 등장한(emergent) 사회적 역할을 수행하며 오피니언 리더가 되었다는 것은, 이들이 전문가와 비전문가를 나누는 공고한 경계를 무너뜨렸다는 점에서 의미가 크다. 특히, 프리랜서 리포터이자 블로거인 참여자 13은 주류언론이 제공하지 못하는 다양한 주제를 주류언론과는 다른 신선한 관점으로 취재하고, 그 결과물을 즉각적으로 트위터를 통해 전달하는 방식으로 대표적인 1인미디어로 인정받았다. 그는 기자회견에도 가입하지 않은 아마추어 언론인이지만, 유수의 언론상을 다수 수상하며, 신뢰받는 독립언론의 지위를 얻었다(이진순 2016).

이는 정보통신기술의 진화와 더불어 언론인

역할의 범위나 책임이 변화할 수 있고, 전에 없던 사회적 역할이 새롭게 등장할 수 있음을 보여준다. 이와 관련해 Ahmad(2010)의 연구는 전통적으로 전문 언론인과 팩트파인더(fact-finder)가 담당해오던 사실확인 및 취재의 역할이 영상작업과 블로깅에 능한 일반인들에게 의해 성공적으로 수행될 수 있다고 보았고, Rheingold(2008) 역시 일반시민들이 카메라폰으로 지역 커뮤니티 안에서 중요한 사건이나 행사를 촬영하고 이를 토대로 탐사적 블로그(investigative blog)를 쓰는 활동을 통해, 궁극적으로는 더 많은 시민이 시민언론(citizen journalism)에 가담할 수 있게 되었다는 점에서 의미가 크다고 평가하였다.

5.2 사회적 규범과 정보세계의 경계

개인은 자신이 속한 사회적 세계가 요구하는 규범에 따라 적절하게 행동하는 것이 기대된다. 이 연구에서 법조인 참여자는 법조인의 윤리를 기반으로, 정확하게 자신의 법률적 지식과 경험을 활용하여 다른 트위터 이용자들에게 유익한 정보를 제공하려고 노력하였다. 하지만 동시에 선거기간 동안 공무원의 정치적 중립에 관련한 실정법을 위반하지 않기 위해, 자신의 정치적 정보행동의 수위와 범위를 조절하는 모습을 보였다.

한국 시민 누구나에게 적용되는 선거법뿐만 아니라, 개인이 속한 조직에서도 성문화된 규범을 통해 개인의 정보행동에 영향을 미칠 수 있다. 온라인을 기반으로 한 대안매체와 공중과 공영방송에서 근무한 경험이 있는 언론인(참여자 1)은 공영방송에서 요구하는 소셜미

디어 사용기준에 대한 지침으로 인해 자신의 트위터 활동이 대안매체에 비해 상당한 제한을 받을 수밖에 없었다고 말했다.

이상의 사례처럼 명백하게 성문화된 법이나 지침과는 달리, 상대적으로 모호하고 암묵적인 형태의 직업적 규범도 참여자의 정치적 정보행동에 영향을 주었다. 새로운 정보통신기술 수용에 민감한 신세대 언론인(참여자 11)은 공적·사회적 사안에 대한 자신의 개인적 견해를 트위터로 공유하는 행동 역시 언론인으로서의 역할이라고 평가했다. 하지만 그가 속한 조직의 구세대 언론인 동료들은 이를 부적절한 행동으로 평가하며 갈등하는 모습을 보였다. 이는 언론의 중립성 혹은 객관 저널리즘이라는 직업적 규범이 언론인 개인에 의해 주관적으로 상이하게 해석될 수 있고, 그로 인해 그들의 정보세계의 경계에서 충돌이 일어나고 있음을 보여준다.

또한 언론인의 일상적인 업무에 트위터를 활용하는 문제에서도 구세대와 신세대의 견해 차이가 잘 드러났다. 인터넷을 기반으로 하는 독립언론 및 대안언론에 종사하는 젊은 언론인 참여자들은 자신의 기사를 홍보하고 유통시키기 위해 트위터를 사용할 뿐만 아니라, 트위터의 타임라인에서 취재의 아이템을 발굴하거나, 새로운 취재원을 개발하고, 디엠과 같은 쪽지 기능을 활용해 중요한 제보를 수집하기도 하였다. Parmelee(2013)의 연구는 미국의 정치담당 기자들 역시 크라우드소싱(crowdsourcing)의 일환으로 취재 아이템을 찾고 취재원을 모집하는 등의 일상적인 업무에 트위터를 효과적으로 도입하여 사용하고 있음을 보여준다.

다음으로, 정보통신기술 환경의 변화와 더불어

어 새롭게 등장한 네티즌수사대나 1인미디어와 같은 역할은 전통적으로 정보 생산과 전달의 독점적 지위를 가지고 있던 전문 언론인의 역할이, 미디어 경험(유튜브, 블로그, 트위터 활동 등)을 통해 스스로 훈련한 일반인에게 분산되고 공유될 수 있음을 보여주며 언론인과 비언론인 사이의 공고한 경계에 균열이 생기고 있음을 보여준다.

특히 독립언론 및 대안언론의 지위를 가지게 된 1인미디어의 경우, 최근에 새롭게 탄생한 사회적 역할이기 때문에 이 역할에 기대되는 사회적 직업적 규범 역시 새로 만들어지고 있는 과정에 있다. 주류언론에 속한 기자들이 회사가 지향하는 관점을 가지고 데스크가 지정한 주제에 국한해서 취재하고 데스크 혹은 에디터의 승인을 받아 대중에 방송하고 발행하는 반면, 참여자 13은 주류언론과는 다른 시각으로 다양한 주제 분야에 대해 자유롭게 취재하고 거의 즉각적으로 인터넷과 소셜미디어를 통해 정보를 공유하는 방식으로 일한다. 게다가 트위터와 페이스북을 통한 시민들의 후원으로 자본에서 독립하여 활동하고 있다(이진순 2016). 이처럼, 참여자 13이 개발하고 축적해온, 관습에서 탈피한 새로운 일하는 방식(professional practices)은 1인미디어에 요구되는 사회적·직업적 규범을 생성하는데 기여하고 있다고 평가할 수 있겠다.

5.3 정보 가치, 정보 행동, 그리고 정보세계의 경계

대부분의 참여자들은 트위터를 통한 정치커뮤니케이션 네트워크에서 가장 중요한 정보로

사실의 가치를 가지는 정확하고 믿을 수 있는 정보와 개인의 정치적 성향에 부합하는 이념적 정보를 꼽았다. 이 연구에 대안언론이나 독립언론 출신의 언론인이 많은 포함된 이유는, 그들이 선거기간 동안 가장 많이 리트윗된 정보를 작성한 유력한 이용자들이었기 때문이다. 이는 기존의 주류언론이 다양한 관점의 정보와 포괄적인 정보원을 제공하는 데 실패한 상황에서, 이용자들이 독립언론이나 대안매체로부터 기존 언론이 다루지 않는 영역의 다양한 정보를 트위터를 통해 보완적으로 찾고자 했다는 점을 보여준다. 여론집중도조사보고서(2013) 역시 오프라인 이용자의 신문열독점유율이 상위 8개의 주류언론에 지나치게 집중된(80.3%) 반면, 인터넷 이용자들의 상위 8개 주류언론사사이트에 대한 집중도가 상대적으로 낮고(40.7%), 다양한 독립언론 및 대안언론에 대한 관심과 수요가 빠르게 증가하고 있다고 분석했다.

언론인 참여자들은 정확하고 믿을 수 있는 사실의 정보를 트위터를 통해 공유하고 배포하는 것을 자신의 책무로 여기고, 선거기간 동안 유포되는 거짓정보나 흑색선전과 같은 저급한 정보를 걸러내고, 언론보도를 통해서는 전달되기 어려운 행간의 의미를 담은 추가적인 해석을 담은 견해도 함께 공유하였다. 참여자들은 정치커뮤니케이션에서 단순한 사실(fact)로서의 정보뿐만 아니라, 그 사실정보의 신뢰성을 평가(assessment)하고 해석(interpretation)해서 투표라는 독자들의 의사결정과정을 지원하는 것 역시 선거기간 동안 언론인으로서 담당해야 할 역할이라고 인식하였다. Weimann(1994)은 일찍이 오피니언 리더의 중요한 요건으로 정보의 신뢰성을 평가하고 정보에 대한 고찰과 해석을

제공할 수 있는 능력을 꼽았다.

다음으로, 참여자들은 자신의 성향과 같거나 비슷한 이념적 가치를 중요한 정보가치로 보았다. 비슷하거나 같은 정치성향을 가진 이용자의 트윗이나 언론사의 기사 등을 선택적으로 리트윗 함으로써 정보의 확산을 추구하였다. 이렇게 이념적 정보 가치를 기준으로 특정 이용자나 기관을 선택적으로 팔로잉하여 정보를 추구하고 서로 리트윗하는 행동은 동질 집단 내부에서만 정보를 선택적으로 공유하고 이외의 집단이 제공하는 정보에 대해서는 선택적으로 그 정보를 회피하고 사용하지 않게 하는 결과를 가져온다. 이는 같은 정치적 성향을 공유하는 집단은 내부적으로 더 동질화(homogeneity within groups) 되고, 반대되는 성향의 집단과는 점점 더 이질화(polarization between groups)가 강화되는 전통적인 정치커뮤니케이션 양상(Berelson et al. 1954; Huckfeldt et al. 2004; Sunstein 2007)이 온라인 공간에서도 그대로 재현되고 있음을 보여준다.

참여자들은 이 현상이 트위터 상에서 지속되면서 정치적으로 대립하는 이용자 집단 사이에 건전하고 생산적인 대화나 토론은 불가능하다고 평가하였다. Smith et al.(2013) 역시 트위터 이용자들은 정치적 이슈에 대해서 토론하기 보다는 자신과 비슷하거나 같은 성향을 가지는 이용자와 저보를 공유하고 확산하는데 집중하며, Yardi와 boyd(2010)은 결국 의미 있는 토론과 같은 협력적이고 사회적인 정보행동에 가담하는 것은 매우 제한적이라고 분석하였다.

그러나 특정 이용자나 기관을 선택적으로 팔로잉하는 행위에 대해서는 미디어의 소비패턴에 있어 개인의 기호와 정보요구에 부합한 맞

춤형(personalized and customized) 정보원을 개발하고 관리할 수 있다는 측면에서 긍정적으로 평가하기도 하였다. 트위터 이용자들의 팔로잉 행위가 실제적인 사회적 상호작용에 참여하기 위해서라기보다는, 정보의 소스나 매체로서 특정인의 트윗 메시지를 구독하는 행위에 가깝다고 분석한 배정환, 손지은, 송민(2013)의 연구도 같은 결과를 보여주고 있다.

이 연구는 2014년 제6회 전국동시지방선거(6.4지방선거) 기간 동안 한국 시민들의 트위터를 통한 정치적 정보행동을 탐구하기 위해 특히, 유력한 오피니언 리더 이용자들의 정치적 정보행동의 탐구에 집중하였다. 정보세계이론의 5가지 개념인 사회적 역할, 규범, 정보 가치, 정보 행동, 그리고 경계를 중심으로 한국인 오피니언 리더 이용자가 트위터 상에서 구현한 정보세계를 이해하고 해석하고자 하였다. 또한 한국의 특정 선거로부터 수집된 경험적인 데이

터를 토대로 정치경제적으로 덜 안정된 개발도상국들이 어떻게 트위터를 사용하여 정치적 의사소통과 참여를 획기적으로 확대하고 발전시킬 수 있는지에 대한 연구주제에 도움이 되고자 하였다.

13명의 오피니언 리더 이용자와의 심층 면담에서 발견된 내용들은 그들 각자의 다양한 경험과 인식, 견해 등을 깊이있게 잘 보여주었지만, 트위터의 정치커뮤니케이션에서 활동하는 유력한 오피니언 리더 이용자 집단 전체의 인식과 견해를 대표할 수 없다. 따라서, 앞으로 더 다양한 선거들을 지속적으로 연구하고, 표본의 크기를 확대하여 더 많은 오피니언 리더 이용자와의 개별 심층면담 혹은 포커스 그룹 면담과 같은 연구가 계속되어야 할 것이다. 또한, 이 연구의 결과를 토대로 표준화된 설문연구(서베이)를 개발하여 모집단에 대한 계량적 측면의 연구를 수행할 수도 있을 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 박용수. 2012. 『소셜미디어가 선거에 미치는 영향력 연구-서울지역 제 19대 국회의원 선거에서 트위터의 영향력 분석』. 박사학위논문, 경기대학교 정치전문대학원 정치법학과.
- [2] 배정환, 손지은, 송민. 2013. 텍스트 마이닝을 이용한 2012년 한국대선 관련 트위터 분석. 『지능정보 연구』, 19(3): 141-156.
- [3] 대한민국에서 가장 행복한 언론인. 2016. 『한겨레』. 2월 5일. [online] [cited 2018. 12. 15.] <<http://www.hani.co.kr/arti/society/media/729559.html>>
- [4] 여론집중도조사위원회. 2013. 『여론집중도조사 보고서』. 서울: 여론집중도조사위원회.
- [5] Ahmad, A. N. 2010. "Is Twitter a Useful Tool for Journalists?" *Journal of Media Practice*, 11(2): 145-155.
- [6] Berelson, B. R., Lazarsfeld, P. F. and McPhee, W. N. 1954. *Voting: A Study of Opinion*

- Formation in A Presidential Election*. Chicago: University of Chicago Press.
- [7] Burnett, G., Besant, M. and Chatman, E. A. 2001. "Small Worlds: Normative Behavior in Virtual Communities and Feminist Bookselling." *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 52: 536-547.
- [8] Burnett, G. et al. 2010. Virtual Scientific Teams: Life-cycle Formation and Long-term Scientific Collaboration. In *Proceedings of iConference 2010*. [online] [cited 2018. 12. 15.] <<https://www.ideals.illinois.edu/handle/2142/15017>>
- [9] Chadwick, A. 2006. *Internet Politics: States, Citizens, and New Communication Technologies*. New York: Oxford University Press.
- [10] Chatman, E. A. 1987. "The Information World of Low-skilled Workers." *Library & Information Science Research*, 9: 265-283.
- [11] Chatman, E. A. 1991. "Life in a Small World: Applicability of Gratification Theory to Information-seeking Behavior." *Journal of the American Society for Information Science*, 42: 438-449.
- [12] Chatman, E. A. 1992. *The Information World of Retired Women*. Westport, CT: Greenwood Press.
- [13] Chatman, E. A. 2000. "Framing Social Life in Theory and Research." In L. Hoggland and T. Wilson (Eds.), *The New Review of Information Behaviour Research: Studies of Information Seeking in Context* (Vol.1, pp. 3-17). Cambridge, UK: Taylor Graham.
- [14] Dahlgren, P. 2005. "The Internet, Public Spheres and Political Communication: Dispersion and Deliberation." *Political Communication*, 22(2): 147-162.
- [15] Flanagan, J. C. 1954. "The Critical Incident Technique." *Psychological bulletin*, 51(4): 327.
- [16] Grant, W. J., Moon, B. and Busby Grant, J. 2010. "Digital Dialogue? Australian Politicians' Use of the Social Network Tool Twitter." *Australian Journal of Political Science*, 45(4): 579-604.
- [17] Habermas, J. 1992. "Further Reflections on the Public Sphere." In J. Calhoun (Ed.), *Critical Social Theory: Culture, Theory and the Challenge of Difference* (pp. 421-462. Oxford: Blackwell.
- [18] Honeycutt, C. and Herring, S. C. 2009. Beyond Microblogging: Conversation and Collaboration via Twitter. In *Proceedings of the 42nd Hawaii International Conference on System Sciences* (HICSS-42): 1-10.
- [19] Huckfeldt, R. R., Johnson, P. E. and Sprague, J. 2004. *Political Disagreement: The Survival of Diverse Opinions within Communication Networks*. New York: Cambridge University

- Press.
- [20] Jaeger, P. T. and Burnett, G. 2010. *Information Worlds: Social Context, Technology, and Information Behavior in the Age of the Internet*. New York, NY: Routledge.
- [21] Java, A., Song, X., Finin, T. and Tseng, B. 2007. *Why We Twitter: Understanding microblogging Usage and Communities*. Paper presented at the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on web mining and social network analysis, San Jose, California.
- [22] Kazmer, M. M. and Xie, B. 2008. "Qualitative Interviewing in Internet Studies: Playing with the Media, Playing with the Method." *Information, Community and Society*, 11(2): 257-278.
- [23] Kwak, H., Lee, C., Park, H. and Moon, S. 2010. "What is Twitter, A Social Network or a News Media?" In *Proceedings of International World Wide Web Conference Committee (IW3C2)*. April 26-30, Raleigh, North Carolina.
- [24] Larsson, A. O. and Moe, H. 2011. "Studying Political Microblogging: Twitter users in the 2010 Swedish Election Campaign." *New Media & Society*, 15(5): 729-747.
- [25] Lawless, J. L. 2012. "Twitter and Facebook: New Ways for Members of Congress to Send the Same Old Messages?" In R. L. Fox and J. M. Ramos (Eds.), *iPolitics: Citizens, Elections and Governing in the New Media Era*. New York: Cambridge University Press.
- [26] Lazarsfeld, P., Berelson, B. and Gaudet, H. 1948. *The People's Choice*. New York: Columbia University Press.
- [27] Lee, J., Ryu, H., Mon, L. and Park, S. J. 2013. "Citizens' Use of Twitter in Political Information sharing in South Korea." In *Proceedings of iConference 2013*: 351-365.
doi:10.9776/13210
- [28] Lenhart, A. 2009. "Adults and Social Network Websites." [online] [cited 2018. 12. 15.]
<<http://www.pewinternet.org/2009/01/14/adults-and-social-network-websites/>>
- [29] Marwick, A. E. and boyd, d. 2010. "I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitterusers, Context Collapse, and the Imagined Audience." *New Media & Society*, 13(1): 114-133.
doi:10.1177/1461444810365313
- [30] Mishler, E. G. 1986. *Researching Interviewing: Context and Narrative*. Harvard University Press.
- [31] Murray, C. and Sixsmith, J. 1998. "E-mail: a Qualitative Research Medium for Interviewing?" *International Journal of Social Research Methodology*, 1(2): 103-121.
- [32] Papacharissi, Z. 2002. "The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere." *New Media Society*, 4(1), 9-27. doi:10.1177/14614440222226244

- [33] Park, S., Lee, J. Ryu, S. and Hahn, K. S. 2015. "The Network of Celebrity Politics: Political Implications of Celebrity following on Twitter." *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 659: 246-258. doi:10.1177/0002716215569226
- [34] Parmelee, J. H. and Bichard, S. L. 2012. *Politics and the Twitter Revolution: How Tweets Influence the Relationship between Political Leaders and the Public*. Maryland: Lexington Books.
- [35] Rainie, L. and Smith, A. 2012. *Politics on Social Networking Sites*. [online] [cited 2018. 12. 15.] <<http://www.pewinternet.org/2012/09/04/politics-on-social-networking-sites/>>
- [36] Rheingold, H. 2008. "Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement." *Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*, 97-118.
- [37] Sampredo, V. 2011. "Introduction: New Trends and Challenges in Political Communication." *International Journal of Press/Politics*, 16(4): 431-439. doi: 10.1177/1940161211418291
- [38] Shirky, C. 2011. "The Political Power of Social Media: Technology, the Public Sphere, and Political Change." *Foreign Affairs*, 90(1): 28-41.
- [39] Shogan, C. J. 2010. "Blackberries, Tweets, and YouTube: Technology and the Future of Communicating with Congress." *PS: Political Science & Politics*, 43(2): 231-233.
- [40] Skoric M. et al. 2012. Tweets and votes: A study of the 2011 Singapore General Election. In *Proceedings of 2012 45th Hawaii International Conference on System Sciences* (pp:2583-2591).
- [41] Smith, A. 2009. *The Internet's Role in Campaign 2008*. [online] [cited 2018. 12. 15.] <<http://www.pewinternet.org/2009/04/15/the-internets-role-in-campaign-2008/>>
- [42] Smith, L. M. et al. 2013, September. "The Role of Social Media in the Discussion of Controversial Topics." In *Proceedings of 2013 International Conference on Social Computing* (pp. 236-243). IEEE.
- [43] Statista. 2014. *Share of Adult Internet Users in Selected Developing Markets who Access Social Networks as of June 2014*. [online] [cited 2018. 12. 15.] <<https://www.statista.com/statistics/271631/share-of-adult-social-network-users-in-selected-countries/>>
- [44] Sturges, J. E. and Hanrahan, K. J. 2004. "Comparing Telephone and Face-to-face Qualitative Interviewing: A Research Note." *Qualitative Research*, 4(1): 107-118.
- [45] Stutzman, F. and Hartzog, W. 2012. "Boundary Regulation in Social Media." In *Proceedings of the ACM 2012 Conference on Computer Supported Cooperative Work*. p. 769-778.
- [46] Suh, B. et al. 2010. "Want to be retweeted? Large Scale Analytics on Factors Impacting Retweets in Twitter Network." In *Proceedings of IEEE International Conference on Social*

- Computing/ IEEE International Conference on Privacy, Security, Risk and Trust.*
doi:10.1109/SocialCom.2010:33
- [47] Sunstein, C. R. 2007. *Republic.com 2.0*. Princeton: Princeton University Press.
- [48] Twitter. 2018. *About Twitter usage*. [online] [cited 2018. 12. 15.]
<https://s22.q4cdn.com/826641620/files/doc_financials/2018/q4/Q4-2018-Selected-Company-Financials-and-Metrics.pdf>
- [49] "User Growth for Twitter starts to Slow" 2014. *The New York Times*. February 5.
- [50] Weimann, G. 1994. *The Influentials: People who Influence People*. SUNY Press.
- [51] Yardi, S. and Boyd, d. 2010. "Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization over Time on Twitter." *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30: 316-327.

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- [1] Park, Yong-soo. 2013. *A Study on the Influence of Social Media on Election: Analysis on the Influence of Twitter in Seoul for the 19th National Assembly Election*. Ph.D. diss. School of Political Science and Law, Kyungki University, Korea.
- [2] Bae, Jung-hwan, Son, Ji-eun and Song, Min. 2013. "Analysis of the 2012 Presidential Election on Twitter via Text mining." *Journal of Intelligence and Information Systems*, 19(3): 141-156.
- [3] "The Happiest Journalist in Korea" *The Hankyoreh*. 2016, Feb 5. [online] [cited 2018. 12. 15.]
<<http://www.hani.co.kr/arti/society/media/729559.html>>
- [4] The Public Opinion Concentration Research Committee. 2013. *Report of Public Opinion Concentration*.