

블로그를 통한 사회 연결망의 구조적 특성과 개인의 관계적 행위간의 상호 작용에 대한 정성적 연구*

김혜진

연세대학교 HCI Lab
(hjin@yonsei.ac.kr)

정승기

연세대학교 HCI Lab
(seungki81@yonsei.ac.kr)

이기호

연세대학교 HCI Lab
(linus@yonsei.ac.kr)

김진우(교신지자)

연세대학교 경영대학, HCI Lab
(jinwoo@yonsei.ac.kr)

.....

블로그의 사용이 일반화되면서 블로그 상에서의 사회적 행위가 급속한 속도로 확대되고 있으며 블로그를 통해서 구축되는 관계망에 대한 관심이 고조되고 있다. 그러나 아직까지 블로그 상에서 구축된 사회 연결망과 이에 속하는 사람들의 관계적 행위간의 상호작용을 조사한 연구는 부족한 실정이다. 본 연구의 목적은 블로그라는 디지털 네트워크 상에서 사람들이 관계를 형성 발전시키기 위해서 수행하는 중요한 관계적 행위를 파악하고, 이러한 행위들과 블로그 상에서 구축되는 사회 연결망의 특성간의 상호 관계를 파악하는 것이다. 이를 위해서 블로그를 운영한지 2년 이상 되는 사용자들을 대상으로 심층 인터뷰와 질문지 조사를 실시하였다. 질문지 자료를 정량적으로 분석하여 사회 연결망의 중요 범주를 파악하였으며, 심층 인터뷰 자료는 근거 이론 방식을 이용하여 정성적으로 분석하였다. 정성적 분석을 통해 사람들이 블로그 상에서 행하는 행위를 파악하고, 이러한 관계적 행위와 연결망 구조간의 관계를 분석하였다. 블로그를 이용한 사회 연결망의 규모와 연결망을 이루고 있는 각 관계들의 친밀도를 기준으로 연결망 구조를 네 가지 유형으로 나눌 수 있었다. 그리고 이 네 가지 유형에 따라 관계를 형성하고, 구축된 관계를 유지 관리하고, 관계를 소멸시키는 행위가 매우 다른 양상을 보이는 것을 발견하였다. 끝으로 본 논문은 이러한 연구 결과의 이론적 및 실용적 시사점을 제시하는 것으로 마무리하고 있다.

주제어: 블로그, 사회연결망, 관계적 행위, 정성적 연구

.....

1. 서론

블로그는 인터넷 기술을 이용한 디지털 네트워크(digital network)의 최근 형태로서 전세계적으로 매 1초마다 하나씩 블로그가 생성되고 있을 만큼 빠른 속도로 확산되어 나가고 있다(Nardi et al.,

2004; Herring et al., 2004; BBC NEWS 2005; 김계수 2005; 신지영 & 양희동 2006). 블로그가 이렇게 빠른 속도로 확산되는 이유는 블로그 사용자(이하 블로거, blogger)들이 상호 연결되어 정보나 지식을 공유하고 인간적인 감정까지도 교류하게 되면서 블로거들로 구성된 사회 연결망(social network)을 구축할 수 있게 되었기 때문이다

논문접수일: 2006. 7 게재확정일: 2006. 10

* 이 논문은 2004년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(과제번호 KRF-2004-005-H00005). 이 논문의 진행 과정에서 도움을 주신 연세대학교 경영대학 오홍석 교수님께 감사 드립니다. 또한 이 논문의 심사를 맡아 주신 익명의 심사자들에게도 감사 드립니다.

(Herring et al., 2004; Huffaker & Calvert, 2005). 사회 연결망은 두 사람의 관계, 더 나아가 친구들 간의 교우 관계나, 조직, 그룹과 같이 행위자 사이의 다양한 관계망(relationship network)을 의미한다 (Garton et al., 1997).

블로그의 출현과 그로 말미암은 사회 연결망의 생성은 개인들의 사회적 관계나 상호 교류 활동에 많은 영향을 미치고 있다. 예를 들어, Schiano et al. (2004)는 블로거들의 블로깅 습관(blogging practices) 분석을 통해 블로그가 사회적 커뮤니케이션의 새로운 형태임을 제시하였다. Nardi et al. (2004)는 블로그의 저자가 콘텐츠를 쓰고 독자가 이를 읽는 행위를 통해 이들이 서로 긴밀하게 관련된다는 점을 들어 블로그를 새로운 사회적 교류 활동(social activity)의 형태로 바라보았다. 국내 블로그 이용자를 대상으로 한 김계수 (2005)의 연구에서도 사용자들이 블로그 공간에서 자신만의 공간을 구축하여 자신을 남에게 보여주는 사회적 역할을 수행하는 것으로 제시하였다.

따라서 블로그를 통한 커뮤니케이션으로 인하여 발생하는 사회적 파급 효과를 정확하게 파악하기 위해서는 한 블로거의 개인적인 차원이 아니라 블로거간의 관계적인 차원에서 행위와 구조를 파악할 필요가 있다. 즉, 블로그를 이용하여 구축된 사회 연결망이 어떤 구조적인 특징을 가지고 있고 이러한 구조적인 특징과 블로거들의 관계적 행위 간에 어떤 상호 관계가 있는지를 이해하여야 한다.

특히 블로거는 자신만의 커뮤니케이션 매체를 하나씩 가진 상태에서 다른 블로거들과 상호 교류하고 (Herring et al., 2004), 그 공유의 결과가 자신의 게시판이나 홈페이지를 통해 지속적으로 다른 사람들에게 보여지기 때문에(박성연 & 유승현, 2003; 김계수 2005) 사회 연결망 및 관계적 행위에 대한

보다 풍부한 자료를 제공할 수 있다. 그러나 정보 기술이 가진 사회적 영향력을 이해하는 데 블로그가 좋은 여건을 가지고 있음에도 불구하고, 아직까지 블로거들 간의 관계 발달 및 유지와 같은 사회적 교류 활동과 이를 통해 구축된 사회 연결망의 구조적 특징을 살펴본 연구는 부족한 편이다. 따라서 본 연구에서는 실제 블로거들을 대상으로 이들과 상호 연결된 블로거들과의 관계적 행위를 살펴보고, 또한 이러한 행위가 사회 연결망의 구조적 특성과는 어떠한 상관관계를 가지는지를 탐색적으로 알아보고자 한다.

이를 위해 본 연구에서는 블로그 이용자를 대상으로 심층 인터뷰 (long interview)와 질문지 조사 (questionnaire survey)를 실시하였다. 질문지 조사 자료는 정량적으로 분석하여 블로거들의 사회 연결망 구조에 대한 유형을 파악하였고, 인터뷰 데이터는 근거이론 방법에 의해 정성적으로 분석하여 관계적 행위와 관련된 중요 범주들을 추출하였다. 또한 이 두 가지 분석 결과를 연결하여 블로그 환경에서 발생하는 사회 연결망 구조와 구성원들의 관계적 행위간의 상호 관계를 파악할 수 있었다.

다음 장에서는 사회 연결망과 관련하여 중요한 이론들을 살펴볼 것이며, 이어지는 장에서는 본 연구의 방법론과 데이터 수집 및 분석 과정에 대해서 설명하였다. 그리고 이어서 본 연구 결과를 제시하고, 마지막으로 연구의 한계와 의의에 대해서 논하겠다.

II. 이론적 배경

사회 연결망 이론 (social network theory)은 사람들간의 관계망 (network)이 가지고 있는 구조

적 특징과 이들의 사회적 행위간의 상호 역동성을 설명하는 이론이다(Wellman & Berkowitz, 1988; 오흥석 & 정명호, 2006). 연결망이라는 것이 바로 구조의 한 표현물이며, 이런 점에서 관계망에 대한 이해가 바로 구조를 파헤치는 작업이기 때문에, 사회 연결망 이론은 구조이론의 한 유형으로 간주된다(Ritzer, 1988; 손동원, 2002). 다만, 사회 연결망 이론이 다른 구조이론들과 구별되는 점은, 구조에 대해 보다 구체적으로 접근한다는 점이다. 일반적으로 사회구조라고 할 때는 규범, 제도, 문화와 같은 비교적 추상적인 대상을 의미한다(Boudon, 1971; 김용학, 2003). 그러나 사회 연결망 이론이 바라보는 관계망 관점에서 보면 구조는 행위자와 별개로 누군가에 의해 주어지는 조건이 아니라 행위자에 의해 만들어지는 실체로 구체화된다. 사회 연결망 이론은 사회과학의 핵심인 구조의 실체를 명확히 할뿐만 아니라, 그 구조의 형성과 변화에 대한 개인의 영향을 구체화시킨다는 점에서 의의를 가진다고 할 수 있다(Ritzer, 1988; 손동원, 2002). 이처럼 사회연결망 분석의 장점은 행위와 구조 사이의 역동성이 잘 표현된다는 점과 이에 따라 구조의 이중성(duality of structure)을 구체적으로 접근한다는 점이다(김용학, 1987). 구조의 이중성은 구조는 행위의 매개체이며 동시에 재생산되는 행위의 산물이라는 개념이다(Giddens, 1984). 이러한 구조의 이중성을 사회 연결망과 접목하여 표현하면, 각 개인간의 상호 연계는 관계적 행위를 통해 생산되거나 유지되며, 각 개인이 맺고 있는 연계의 전체적 형태가 또한 그들의 행위에 영향을 미친다고 할 수 있다(손동원, 2002).

사회 연결망 분석은 사회적 행위자들 사이의 자원 교환과 관계 패턴에 관심을 갖고 있다(Haythornthwaite, 1996; Scotte, 1991; Wasserman & Faust,

1994; Wellman & Berkowitz, 1988). 여기서 자원은 상품, 금전과 같은 유형의 자원과 정보, 사회적 지지, 영향력과 같은 무형의 자원을 포함한다. 특히 블로그 환경에서는 텍스트, 이미지, 오디오, 동영상과 같이 다른 사람에게 전달될 수 있는 자원을 의미하며, 이를 통해 정보 공유, 정서적 지지 제공, 동일감 형성, 토론 작업 등이 가능하다(Garton et al., 1997). 또한 관계 패턴에 중점을 둔다는 것은 예를 들면 누가 누구와 작업을 하고, 누구와 어떠한 자원을 교환하는 지에 대해 관심을 가지는 것으로, 이 때 관계는 행위자들 사이의 특정한 상호작용의 형태라고 볼 수 있다(Haythornthwaite, 1996).

최근, 인터넷과 같은 디지털 네트워크가 여러 가지 사회적, 경제적 목적으로 사용되기 시작함에 따라 네트워크 사용자에게 대한 분석도 사용자 개인의 차원에서 벗어나 사용자들 간의 사회적 구조와 관계적 행위에 초점을 맞추기 시작하였다. 따라서 행위자 간의 관계적 구조와 사회적 행위의 이중성을 주 연구 대상으로 하는 사회 연결망 분석이 디지털 네트워크의 사회적 영향을 파악하는 유용한 방법론으로 대두되고 있다(Garton et al., 1997). 예를 들어, Garton et al.(1997)는 컴퓨터를 매개로 한 통신(Computer Mediated Communication)을 대상으로 한 연구에서 사회 연결망 분석법의 유용성을 언급하였다. 그러나 최근 들어 급속하게 확대되고 있는 블로그를 대상으로 이루어진 사회 연결망 분석 연구는 아직까지 찾아보기 어렵다. 본 연구에서는 블로그를 이용하여, 블로그 이용자들이 어떻게 사회 연결망 구조를 형성하고 다른 블로거들과 상호 교류하는지, 그리고 연결망 구조와 관계적 행위 간의 상호 관계는 어떤 것이 있는지를 파악하기 위해서 사회 연결망 분석을 이용한 접근을 시도하였다.

III. 연구 방법

본 연구에서는 크게 두 가지의 연구 방법을 사용하였다. 첫째, 블로그 사용자의 연결망 구조를 파악하기 위해서 질문지를 통해 자아 중심 연결망(Ego-centric network) 데이터를 수집하였다(Garton et al., 1997). 자아 중심 연결망은 한 개인(ego)을 중심에 위치시키고, 그 개인과 다른 사람들(alterns)과의 연결을 표현한 연결망을 말한다. 이 방식을 통해 관계의 수, 관계의 다양성 그리고 교류 내용을 파악함으로써 특정 환경에서의 한 행위자에 대한 전반적인 연결망 특성을 알 수 있다. 본 연구에서 이 접근법을 선택한 이유는 블로그처럼 규모가 크고, 그 경계를 정의하기 힘들 때 이 방법이 특히 유용하기 때문이다(Laumann et al., 1983; Wellman, 1982). 본 연구에서는 ego와 관계를 가지는 사람들(alterns)을 파악하기 위해 ego에게 직접 사회적 교류를 하는 사람들의 특성을 기입하게 하는 사람중심 전략(person-based)을 이용하였다(손동원, 2002).

둘째, 관계적 행위 파악 및 구조와 행위 간의 상호 관계를 도출을 위해서 블로거들을 대상으로 심층 인터뷰를 실시하고 인터뷰 자료를 근거이론 방법(grounded theory method)을 이용하여 분석하였다. 근거이론은 관련 데이터를 체계적으로 수집하고 분석하는 작업을 통해 현상에 관한 이론을 구축하는 과정에 사용되는 귀납적인 조사방법이다. 본 연구에서 근거이론 방법을 선택한 이유는 블로그 이용자가 다른 블로거들과 평소에 교류하면서 행하는 행동들에 대하여 피험자들의 직접적인 표현을 통해 보다 상세한 수준의 데이터를 얻을 수 있고, 연결망의 구

조적 특성에 따른 관계적 행위 데이터를 반복적으로 비교함으로써 둘 간의 상호작용 패턴을 찾아내는 것이 용이하기 때문이다 (Glaser and Strauss, 1967).

3.1 피험자 선택

본 연구에서는 Glaser & Strauss(1967)의 이론적 샘플링 기법에 따라 이론적 관련성(relevance)과 목적(purpose)에 초점을 맞춰 피험자를 추출하였다. 연결망 구조와 관계적 행위 간의 상호 관계를 보기 위한 본 연구의 목적 (purpose)을 충족시키기 위해, 우선 다양한 연결망 유형을 가진 블로거들을 도출하고자 하였다. 또한 자신의 블로그를 운영한 기간이 충분히 오래된 사람들을 선택하였는데, 이는 일정 기간 이상의 관계적 행위가 누적되어 연결망 구조가 어느 정도 안정화에 접어든 상태에서 (relevance) 구조와 행위 간의 상호관계를 이해하기 위해서였다.

피험자 모집은 주요 온라인 포털에 광고를 내어 후보자들을 모집한 뒤, 응모한 후보자들을 대상으로 연구자들이 응모한 사람들의 블로그를 직접 방문하여 앞서 언급한 이론적 목적성과 관련성을 충족시키고 있는 사람들을 추려내었고, 그 결과 총 38명이 선발되었다. 이들의 평균 나이는 25.6세였으며, 성비는 여자가 53%, 남자가 47%이었다.¹⁾

3.2 데이터 수집

본 인터뷰에 앞서 이메일을 통한 간단한 사전 설문 조사를 실시하였다. 사전 설문 조사에서는 사회 연결망에 대한 질문지 작성을 위한 기초 자료로 활

1) 페이지 제약상 본 논문에서 각 참가자에 대한 자세한 프로파일을 제공하지 못하였다. 본 사전 조사에 관심 있는 독자들은 저자에게 요청하면 응답자에 대한 자세한 프로파일을 제공할 것이다.

용하기 위하여 전체 관계(타이, tie²⁾) 수, 평소 자주 접촉하는 타이의 수 등을 물어보았으며, 블로그 사용 패턴을 확인하기 위해서 블로그 사용 기간, 하루 평균 블로그 사용 빈도 및 사용시간 등을 기입하도록 하였다. 이를 통해 피험자들의 평균 타이 수는 94명, 자주 접촉하는 타이의 수는 21명인 것으로 파악되었다. 또한 평균 블로그 사용 기간은 25.8개월이었으며, 평균적으로 매일 한 시간(63.8분)씩 블로그 관련 활동을 하는 것으로 나타났다.

사전 설문조사 후에 연결망에 대한 질문지 작성과 본 인터뷰는 같은 날 함께 실시되었으며, 질문지 작성, 휴식, 인터뷰 순서로 진행되었다. 총 소요 시간은 중간 휴식 시간을 포함하여 3시간 정도였으며 실험 참가의 대가로 5만원이 지불되었다.

연결망 질문지 작성을 위해 각 응답자 별로 블로그 시스템에서 지원하는 타이 명단 리스트를 다운로드 받아서 이를 명부(roster) 작성을 위한 기초 데이터로 활용하였다. 완성된 타이 명부에 블로그 사용자가 자가 보고(Self-report)하는 방식으로 다음의 사항들을 기입하도록 하였다. 우선 각 타이에 대하여 관계 유형을 표시하도록 하였는데, 관계 유형은 온라인 관계와 오프라인 관계 두 가지로 나눠서 표기할 수 있도록 하였고, 중복체크가 가능하였다. 오프라인 관계의 경우 가족, 친척, 친구, 학교 동창 및 선후배, 회사 동료, 기타 항목이 제시되었고, 온라인 관계의 경우 같은 클럽³⁾ 회원과 기타 항목이 표시되어 있었다. 친밀도 문항의 경우 각 타이에 대해 개인적으로 얼마나 친밀하게 느끼는 지를 7점 척도로 표기하도록 하였다. 이와 더불어 접촉 빈도, 알고 지낸 기간, 나이, 성별 등을 표시하도록 하였고,

접촉 빈도와 알고 지낸 기간은 온라인과 오프라인으로 구분하여 작성하도록 하였다. 질문지 작성에 걸린 시간은 대략 1시간 30분 내외였다.

질문지 작성이 끝난 후 응답자를 대상으로 심층인 인터뷰를 실시하였으며 자신의 개인 연결망에 연결된 타이들과 어떻게 관계를 시작하였고, 관계 유지를 위해 평소 어떻게 행동하는 지 질문하였다. 인터뷰에 걸린 시간도 대략 1시간 30분 내외였다. 인터뷰 전체 과정은 보이스 레코더로 녹음되고 비디오로 녹화 되었고, 이를 이용해서 38개의 전체 인터뷰 내용에 대한 트랜스크립트(full transcript)가 작성되었다.

3.3 데이터 분석

3.3.1 사회 연결망 질문지 데이터

기존 사회 연결망 연구에서 다양한 연결망을 분류하는 데에 있어 빈번하게 사용된 구조적인 기준은 연결망의 규모(size)와 연결망을 이루고 있는 타이들의 친밀도(intimacy)이다(Haythornthwaite 2000; Reagans and McEvily 2003). 어떤 사람들은 친한 친구들 위주로 조밀한 연결망을 구성하는 반면, 또 다른 이들은 상대적으로 약한 유대 관계들로 이루어진 넓은 범위의 연결망을 갖는다.

연결망의 규모란 한 개인이 보유하고 있는 타이의 수를 의미하는데 연결망 내의 개인이 얼마나 넓은 범위의 사람들과 연결되어 있는지의 지표로 사용되어 왔다. 사회 연결망에 대한 기존 연구 중에서 재난 시 이를 대비하는 행위를 사회 연결망과 연관 지어

2) 응답자가 다른 블로거와 맺는 지속적인 관계를 의미하며, 싸이월드의 일촌, 네이버의 이웃 등이 이에 속한다.

3) 싸이월드 클럽이나 네이버 카페와 같은 온라인 커뮤니티로 유사한 관심사, 가치관, 라이프 스타일을 가진 사람들끼리 모여서 교류할 수 있는 장을 뜻한다(박성연 & 유승현, 2003).

분석한 연구에서는 개인의 사회 연결망의 규모가 연결망 내에서 도움을 주거나 받는 데에 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 밝혀냈다(Haines et al., 1996). 또한 회사 내에서 지식의 전파에 있어서 연결망의 연결 정도가 높을수록 그 효과는 더 나은 것으로 나타났다(Reagans and McEvily 2003). 즉, 연결망의 규모는 도움을 주고 받거나 지식과 정보가 전파되는 데에 있어 중요한 요소로 작용함을 알 수 있다(Wellman and Gulia, 1996).

친밀도란 관계의 가까운 정도를 의미하며 사회 연결망 연구에서 구조 파악의 주요 지표로 사용되어 왔다(Herring et al., 2005). 여기서 높은 친밀도는 친한 친구 사이와 같이 자주 접촉하며, 자기 노력을 많이 하는 관계를 말하는 것으로, 자신들이 지닌 자원을 서로 보다 많이 공유하려고 한다. 반면 낮은 친밀도를 가진 유대 관계는 다른 부서의 회사 동료와 같이 상호 교류가 빈번하게 일어나지 않는 관계를 의미하는 것으로, 강한 유대 관계보다 서로 자원을 공유하려는 경향은 적지만 다양한 유형의 자원에 접근할 수 있는 기회를 제공한다(Granovetter, 1973). Wellman & Wortley(1990)는 캐나다 East York 지방 거주민의 사회 연결망 특성을 분석한 연구에서 친밀한 사회적, 또는 감정적 지지와 도움은 친구, 친지 등 강한 타이로부터 비롯되며 이러한 강한 타이가 연결망 속에 얼마나 많은지가 사회 구조를 결정하는 주요 요소라고 분석한 바 있다. Granovetter(1973)은 대학 졸업생들의 직업 찾기에 대한 연구를 통해서 연결망의 친밀도가 정보 전달에 중요한 변수임을 밝혀냈다. 그의 연구에서 약한 연결의 강점(the strength of weak ties)은 약한 연결 관계의 사람들로부터 실질적 직업 정보를 얻을 수 있기 때문이었다.

따라서 기존 사회 연결망 연구들과의 일관성을 높

이고 연결망 구조의 객관적인 분류를 위해서 본 연구에서도 질문지 데이터에서 참가자가 밝힌 연결망의 규모와 연결망을 이루고 있는 타이들의 평균 친밀도를 기초로 하여 38명 참가자들이 구축하고 있는 블로그 상의 사회 연결망을 분류하였다. 따라서 전체 응답자를 평균 연결망 규모인 93.8 명을 기준으로 연결망 규모가 큰 그룹과 작은 그룹으로 나누었으며, 전체 친밀도 평균 4.7을 기준으로 친밀도가 높은 집단과 낮은 집단으로 나누었으며, 이 두 가지 기준을 교차시켜서 총 네 집단으로 구분하였다.

제1집단은 연결망 규모도 전체 평균보다 크고 친밀도도 전체 평균보다 높은 집단으로 38명중 총 4명의 참여자가 이 집단에 속했다. 제2집단은 연결망 규모는 크지만 전반적인 친밀도가 낮은 집단으로 총 10명의 참여자가 이 집단에 속했다. 제3집단은 연결망 규모는 작지만 친밀도가 높은 집단으로 총 15명의 참여자가 이 집단에 속했다. 마지막으로 제4집단은 연결망 규모도 작고 친밀도도 낮은 집단으로 총 9명의 참여자가 이 집단에 속한 것으로 밝혀졌다.

네 가지 유형별 구성원에 대한 나이, 성별 등의 정보는 다음의 <표 1>에 제시되어 있다. 각 유형 별 평균 나이의 차이는 나타나지 않았으나 다만, 유형 IV의 경우 평균 나이가 다른 세 유형에 비하여 다소 높게 나왔다. 이는 30 대 인터뷰 참가자 6명 중 4명이 유형 IV에 포함되었기 때문이다. 성별 비율에서는 유형 III에 여성 참가자가 많이 몰려 있음을 알 수 있다. 따라서 여성들이 주로 적은 규모의 높은 친밀감을 가지는 연결망을 구축하였음을 알 수 있다. 평균 사용 기간은 유형 I, II, III의 경우 대부분 2년 이상 블로그를 사용하고 있었으며 유형 IV의 경우 타 유형에 비하여 사용 기간이 16 개월로 다소 낮게 나타났다. 마지막으로 일별 평균 이용 시간의 경우 유형 III가 81.3분으로 타 유형에 비하여 상대적으로

〈표 1〉 연결망 유형 별 사용자 특성

변수	연결망 유형			
	유형 I 연결망 규모 大 친밀감 高	유형 II 연결망 규모 大 친밀감 低	유형 III 연결망 규모 小 친밀감 高	유형 IV 연결망 규모 小 친밀감 低
평균 나이	25.3	24.6	24.8	28
성별 비율	남 3/ 여 1	남 4/ 여 5	남6/ 여 9	남 5/ 여4
평균 사용기간(개월)	31.8	30.8	26.7	16
평균 하루 이용시간(분)	47.5	55	81.3	51.7

로 높게 나타났으며, 나머지 유형은 하루 한 시간 정도 사용하며 유형 간의 큰 차이는 보이지 않았다.

3.3.2 인터뷰 데이터

네 가지 연결망 유형별로 실제로 블로그 이용자들 간의 교류적 특성이 어떻게 변화되는지를 파악하기 위해서 인터뷰 데이터를 바탕으로 정성적 분석을 실시하였다. 인터뷰 데이터를 분석하기 위해 근거 이론 분석의 세 단계를 거쳤다 (Glaser & Struss, 1967). 우선, 데이터를 의미 있는 단위로 구분한 후 개념화(conceptualization)하였으며, 둘째, 그 개념들을 유사성에 근거하여 범주화(categorization)하였으며, 마지막으로 범주화된 관계적 행위와 연결망의 구조적 특성 간의 상호관계를 분석하였다.

1) 데이터 분해 및 개념화하기

첫 번째는 개방 코딩(Open coding: Strauss and Corbin, 1990) 단계로서, 블로그 이용자들이 평소 자신의 타이틀 대상으로 행하는 행동 중 교류 측면에서 의미 있다고 간주되는 행동들을 중심으로 38명의 인터뷰 데이터를 구분(segmentation)한 뒤 개념화하였다. 아래의 〈표 2〉에서는 1단계 과정의 예를 보여주고 있다. “기념일 챙기기”는 블로그 이용자가 타이의 생일과 같이 당사자에게 의미 있는 기념일을 기억해두었다가 블로그 아이টে임을 선물하는 것을 말한다. “답방 가기”는 자신의 블로그를 방문한 타이들에게 하는 피드백의 일종으로 직접 타이의 블로그에 방문하는 것을 말한다.

〈표 2〉 컨셉의 예

컨셉	스크립트
기념일 챙기기	기념일 같은 거 안 잊어버리고 챙겨주는 거.. 미니홈피를 많이 쓰는 친구들한테는 선물 하구요.. (P1: 남자 22세 학생)
답방 가기	방명록 같은 경우는 웬만해서는.. 조금 늦더라도.. 그 사람 미니홈피에라도 가서 남겨주고 그러거든요. 답방도 가고 그런 식으로 하면 이 사람이 자기의 글을 그냥 넘어가진 않았구나. 나한테 관심이 있겠구나. 이렇게 생각하게 되니까. (P17여자 24세 회사원)

〈표 3〉 범주화에 대한 예

상위 카테고리	컨셉 (하위 카테고리)	스크립트
타인의 블로그에서의 주도적 행위	기념일 챙기기 (방문자 관리) 칭찬하기 (게시물 관리)	기념일 같은 거 안 잊어버리고 챙겨주는 거.. 미니홈피를 많이 쓰는 친구들한테는 선물 하구요. (P1: 남자 22세 학생: 〈표 2〉와 동일함) 남의 사진 보고 예쁘다고 칭찬해주기,.. 저는 이런 자기소개 사진이나 이런 거 볼 때 너무 예쁘다고 해요.. (P10: 여자 21세 학생)

2) 개념의 범주화 및 범주 발전 시키기

두 번째 단계에서는, 앞서 도출된 개념들을 유사성에 근거하여 범주화하였다. 위의 〈표 3〉은 본 과정에 대한 예를 나타내고 있다. 〈표 2〉에서 언급한 “기념일 챙기기”와 “칭찬하기”는 상대방의 블로그를 방문하여 적극적으로 수행하는 행위이므로 “타인의 블로그에서의 주도적 행위”로 범주화되었다.

이렇게 찾아낸 범주들은 다시 범주들간에 서로 어떻게 연결되는지를 피험자의 진술을 통하여 밝혀 하위 범주들과 연결시켜 나갔다. 이는 축코딩 과정 (Axial coding; Strauss and Corbin, 1990)으로, 본 과정을 통해 최종적으로 〈그림 1〉에서 보는 것처럼 관계 발달 과정에 따른 계층적 범주들을 도출할 수 있었다. 전체 범주들의 내용과 속성에 대해 관계 발달 세 단계를 순서대로 설명하면 〈그림 1〉과 같다.

▣ 관계 형성(Buildup)

블로그 서비스를 이용하기 시작하면서 블로거들이 온라인 상에서 다른 블로거들과 어떠한 방법에 의해 타이(예. 일촌, 이웃)를 형성하는가에 대한 내용이다. 크게 오프라인을 통한 방법과 온라인을 통한 방법 두 가지가 있다. 오프라인을 통한 방법은 친구, 학교 선후배, 직장 동료들처럼 오프라인 인맥들과의 대인 관계 유지를 위한 수단으로 블로그 상에서 타

이를 맺고 교류하는 경우이다. 온라인을 통한 방법은 블로그 서비스 시스템과 연동되는 클럽 내 활동을 통해 클럽회원들과 타이를 맺거나 혹은 검색, 랜덤가기, 자신의 타이의 타이와 어울리기를 통해 관계를 형성하는 되는 경우이다.

▣ 관계 유지(Maintenance)

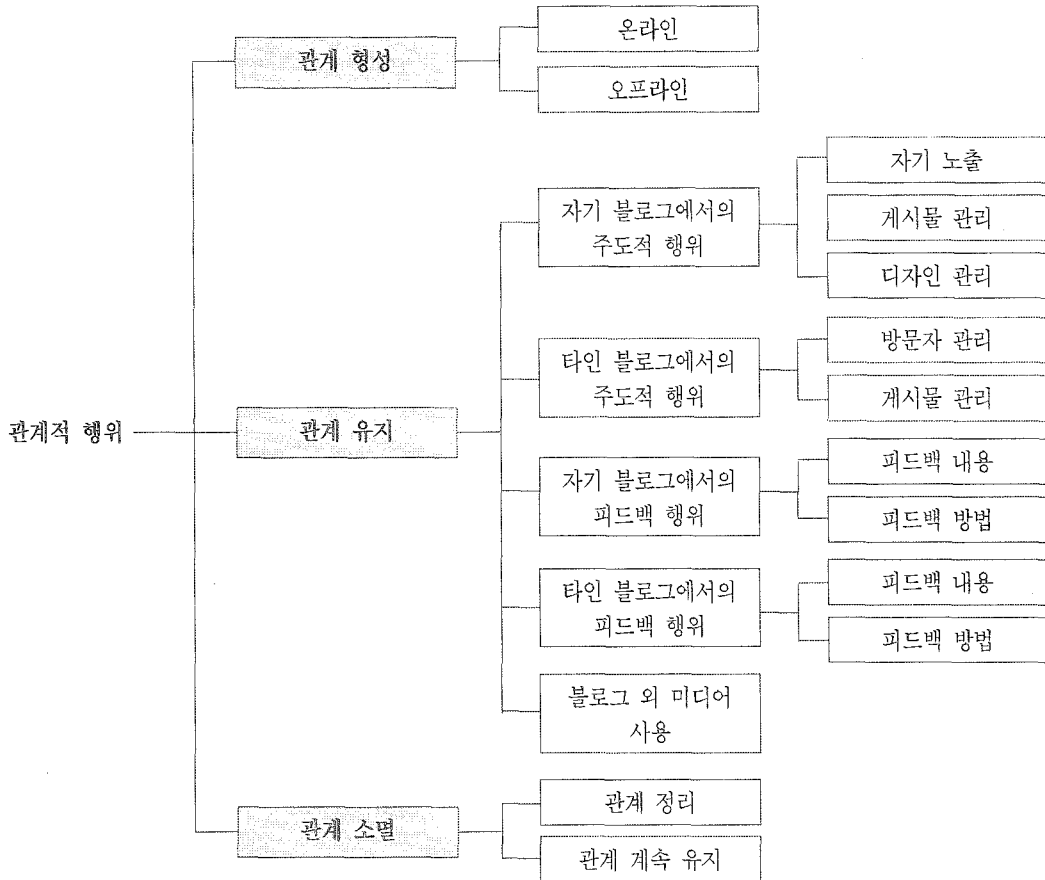
관계 유지라고 하는 것은 일단 타이를 맺은 블로거와 블로거 사이에 일어나는 모든 교류를 의미하는 것으로, 크게 블로그 시스템 내에서의 행위와 블로그 시스템 외의 다른 미디어를 활용하는 행위로 나뉘어 질 수 있다. 블로그 시스템 내의 행위는 다시 자기 블로그에서의 주도적 행위, 타인 블로그에서의 주도적 행위, 자기 블로그에서의 피드백 행위, 타인 블로그에서의 피드백 행위 등 4 가지 관계 유지 행위로 나뉜다.

① 자기 블로그에서의 주도적 행위

(Proactive Behavior in Self Blog)

자기 블로그에서 주도적 행위라는 것은 자신의 블로그를 방문하는 타이들을 염두에 두고 자신의 블로그 상에서 운영자가 자발적으로 하는 행위들을 말한다. 크게 자기 노출, 게시물 관리, 디자인 관리 등이 있다. 자기 노출은 자신의 실제 모습을 보여주는 대상의 범위 (예. 일촌/이웃, 익명의 방문자)를 정하

〈그림 1〉 관계적 행위에 대한 계층적 범주 개요



는 것과, 타인에게 보여지는 자신의 모습을 통제하는지 여부, 자신에 대해 어떤 정보 (예. 외모, 취미, 가족/일상 생활 등)를 제공하고 있는 지에 대한 내용을 포함한다. 이는 블로그 상에서의 개인 정보 관리와 관련된 과거 연구에서도 다루어졌던 중요한 행위이다 (신지영 & 양희동 2006).

게시물 관리라고 하는 것은 방문자들과 콘텐츠를 공유하기 위해서 그림이나 글을 업로드하거나, 업데이트하는 등 콘텐츠를 관리하는 행위들을 말하며, 마지막으로 디자인 관리는 블로그 시스템에서 제공하는 아이템들을 이용하여 자신의 블로그를 장식하

는 것을 말한다. 이러한 아이템들은 주로 블로그 주인 자신의 개성 표현을 위해 이용하기도 하고, 혹은 블로그에 머무르는 방문자의 기분을 고려해서 적절한 분위기를 연출하는 데 이용하기도 한다.

② 타인 블로그에서의 주도적 행위

(Proactive Behavior in Other Blog)

타인 블로그에서의 주도적 행위라고 하는 것은 직접 자신의 타인의 블로그를 방문하여 자발적으로 하는 행위들을 말한다. 크게 방문자 관리와 게시물 관리 행위로 구분할 수 있다. 방문자 관리 경우에는 타

이의 블로그를 주기/비주기적으로 방문하는 행위, 기념일이나 생일날 선물하기나 근황과 관련하여 안부, 위로, 격려의 메시지를 전하는 것과 같이 관심을 표현하는 행위 등이 있다. 게시물 관리 경우에는 상대 블로그에 올라온 콘텐츠를 열람하는 행위, 그리고 댓글, 방명록 작성과 같이 다녀간 흔적을 남기는 행위, 상대 콘텐츠를 스크랩하는 것과 같이 게시물을 공유하는 행위들이 있을 수 있다.

③ 자기 블로그에서의 피드백 행위

(Reactive Behavior in Self Blog)

자기 블로그에서의 피드백 행위라고 하는 것은 방문자들이 자신의 블로그에 머무르는 동안 남긴 여러 가지 커멘트 들 (댓글, 방명록, 일촌평 등)에 대해 자신의 블로그 상에서 적절한 응답을 해주는 행위를 말한다. 이 피드백 행위는 그 초점에 따라서 피드백 내용과 피드백 방법 둘로 나눌 수 있다. 피드백 내용에 초점을 둔 행위는 상대방이 남겨준 커멘트 내용을 고려하여 동조, 감사, 장난치기 등과 같이 그에 적합한 내용의 피드백을 해주는 행위를 말하고, 피드백 방법에 초점을 둔 행위는 커멘트에 대해 답글을 바로 달아주는 지, 답을 길게 달아주는 지 등과 같은 피드백 형식에 치중하는 행위이다.

④ 타인 블로그에서의 피드백 행위

(Reactive Behavior in Other Blog)

타인 블로그에서의 피드백 행위라고 하는 것은 자신의 블로그에 머무르는 동안 방문자들이 남긴 여러 가지 커멘트(댓글, 방명록, 일촌평 등)에 대해 방문자의 블로그에까지 직접 가서 응답을 하는 행위를 말하는 것으로, 보다 적극적인 피드백 방법이라고 할 수 있다. 이 피드백 행위 역시 피드백 내용과 피드백 방법에 따라 둘로 나눌 수 있다. 피드백 내용에

초점을 둔 행위는 상대방이 자신의 블로그에 남기고 간 커멘트 내용을 고려하여 답글을 작성한다. 피드백 방법에 초점을 둔 행위는 답방을 꼬박꼬박 가서 방명록을 작성한다든지 형식적으로나마 글을 남기는 것과 같이 피드백 형식에 치중하는 행위이다.

⑤ 블로그 외의 미디어 사용

(Off-Blog Media Use)

상호 의사소통을 위해서 블로그 외에 다른 미디어를 어떻게 사용하고 있는 지에 대한 내용이다. 블로그에서 자신과 타이 관계를 맺고 있는 사람들과 블로그내의 의사 소통 방법 외에 부가적으로 사람들이 사용하고 있는 미디어로 쪽지(Instant Messages), 메신저, 전화, 문자메시지(Short Message Service), 모바일 데이터 서비스, 면대면 접촉 등이 있었다.

■ 관계 소멸(Termination)

관계를 유지하며 상호 교류를 해오다 상대에 대한 친밀감이 떨어지거나, 교류가 뜸해지게 되는 경우 관계를 정리 또는 비정기적으로 정리하거나 혹은 그와는 반대로 관계를 그대로 유지하기도 한다. 관계 소멸 범주는 이처럼 교류가 더 이상 일어나지 않는 상황에서 타이들을 어떻게 관리하는 지를 표현한다.

3) 연결망의 구조적 특성과 관계적 행위 간의 관계 분석하기

근거이론 분석의 마지막 단계에서는, 연결망 구조와 관계적 행위간의 상호관계를 분석하기 위해서 Effects Matrix (Miles & Huberman, 1994)를 작성하였다. <표 4>는 연결망 구조가 관계적 행위에 미치는 영향이라는 측면에서 Effects Matrix를 정리한 예이고, <표 5>는 반대로 관계적 행위가 연결망 구조에 미치는 영향이라는 측면에서 Effect Matrix

〈표 4〉 관계적 행위의 대한 연결망 구조의 영향- Effects Matrix 예

예	원인		영향관계	결과		
제가 친한 사람들에게는 그렇게 해요. “3일전, 생일 축하한다. 2일전, 생일 축하한다.” 그 사람 생일이라는 거 맞춰가지고 말 걸어주고 방명록에 글 써주고.. (P20:남자 24세 학생)	친밀감	높아서	관계적 행위에 영향	관계유지	타인 블로그에서의 주도적 행위	방문자 관리

〈표 5〉 연결망 구조에 대한 관계적 행위의 영향- Effects Matrix 예

예	원인		영향관계	결과	
일촌인데 얼굴을. 자기 사진을 거의 안 올리면 거리감이 생겨요.. 쉽게 다가갈 수 없게 되고. 얼굴을 보면은 이 사람이 이 사람이구나 하면서 괜히 반가워지거든요.. 되게 유머스럽고 희한하게 나온 사진도 거리낌없이 전체공개로 올리는 편이에요.. (P6: 여자 27세 회사원)	관계유지	자기 블로그에서의 주도적 행위	자기노출	연결망 구조에 영향	친밀감 높게

를 정리한 것이다. 이 연구에서는 Effect matrix 결과를 바탕으로 연결망의 구조적 특성과 관계적 행위 간의 연관성이 이론적 포화점 (theoretical saturation)에 이를 때까지 개념과 카테고리들을 반복적으로 검토하였다 (Glaser & Strauss, 1967).

IV. 결과

본 섹션에서는 블로그 이용자의 연결망 구조 네 가지 유형별로 관계적 행위의 특성을 살펴보고, 관계적 행위가 연결망 구조와 어떻게 상호작용하는 지에 대해 살펴보고자 한다. 우선 각 연결망 구조의 유형별로 관계적 행위의 특성을 나타내는 모델을 제시

하고, 그 모델을 기반으로 연결망 규모와 친밀도라는 구조적 특성과 관계적 행위가 어떻게 연결되는지를 설명하였다. 특히 네 가지 유형 중에서 연결망 규모도 크고 친밀감도 높은 그룹이 제반 관계적 행위도 활발하게 진행하고 있기 때문에 이 그룹을 중점적으로 설명하고 나머지 세 유형은 이 그룹과 다른 점을 중심으로 간단하게 설명하였다.

제시된 모델은 앞서 설명한 관계적 행위에 대한 주요 범주와 개념들을 포함하고 있으며, 이들을 관계 발달 과정에 따라 관계형성-관계유지-관계소멸 순서대로 나열하였다. 모델에서는 각 그룹에 속하는 응답자들 중 50% 이상이 공통적으로 하고 있는 행위들만 나타내었는데, 행위 옆에 쓰여진 숫자는 해당 그룹의 응답자들 중 해당 행위를 실제로 수행한 응답자의 비중을 표시한 것이다. 예를 들어서 (0.75)는 이 그룹의 응답자 중 75%의 사람들이 해

당 행위를 하였음을 의미한다.

또한 평상시 다른 블로거들과 교류하면서 이에 대한 직접적인 활동을 보여주는 관계 유지의 네 가지 범주, 즉 자기 블로그에서의 주도적 행위, 타인 블로그에서의 주도적 행위, 자기 블로그에서의 피드백 행위, 타인 블로그에서의 피드백 행위에 대해서는 각 그룹에 속한 블로거들의 전체 활동량을 선의 굵기로 차별화하여 표시함으로써 (80% 이상이 한 행위는 굵은 선, 50% 이상 80% 미만은 한 행위는 가는 선, 50% 미만은 점선), 네 개 그룹간의 활동량을 한 눈에 비교해 볼 수 있도록 하였다.

4.1 연결망 유형 I: 연결망 규모 대, 친밀감 고

연결망 유형 I은 연결망 규모가 크며, 강한 유대를 가지는 사람들이 많아 전체 타이들과의 친밀감이 높은 집단이다. 이 그룹의 관계적 행위의 특성이 다음 그림 2에 요약되어있다.

4.1.1 관계 형성

유형 I의 경우 온라인과 오프라인 모두를 상호보완적으로 이용하여 새로운 타이틀을 맺어갔다. 오프라인 경우에는 특히 교내 동아리, 교회 등 단체에 함께 소속되어 있는 사람들과 타이틀을 맺어 온라인에서 교류하는 경우가 많았다. 온라인 경우에는 블로그 시스템과 연동되는 클럽 내에서 활동하고 있는 사용자가 100%였으며, 그 중에 클럽장으로 활동하고 있는 사람도 75%나 되었다. 이러한 온라인의 클럽 활동이나 오프라인의 단체 활동이 관계 범위를 확장하여 연결망 규모를 키우는 데 크게 작용한 것으로 보인다.

“옛날에 한창 1촌 늘리고 사이에 빠져 있을 때 한 것

인데 글 같은 걸 올려요. 주로 이런 카페에다가.. 여기는 사람들이 많다 보니까 리플도 진짜 잘 달려요... 여기 글을 한번 올리면 제 미니홈피 방명록이 되게 미어 터지거든요.” [P33: 남자, 23세, 대학생]

관계를 형성하는 과정을 보면, 이 유형에 속하는 운영자들은 처음에는 온라인이나 오프라인 클럽에서의 단체 활동을 통해 새로운 인맥들과 관계를 형성한다. 따라서 교류 초반에는 약한 유대 관계이지만 나중의 관계 유지 단계에서는 블로그 상과 블로그 이외의 다른 미디어를 통해 서로 교류해 나가면서 친밀감을 높여 나간다고 예상할 수 있다. 이에 대한 내용은 다음 “관계유지” 행위에서 설명하고자 한다.

4.1.2 관계 유지

1) 자기 블로그에서의 주도적 행위

자기 노출과 관련해서 이 그룹의 사람들은 블로그를 통해 가족 내 에피소드나, 하루 일과와 같이 일상에서 경험한 내용들을 중심으로 자신을 드러내고 있는 경우가 많았고, 블로그를 통해 자신을 나타내 보이는 행동이 다른 블로거들과 거리를 가깝게 한다고 생각하였다. 또한 이 그룹에서만 나타나는 독특한 특성으로는, 타이 수가 점차 많아짐에 따라 모든 컨텐츠를 모두에게 공개 해두던 상태에서 개인적인 내용을 부분적으로 비공개로 전환하는 경우가 있었다. 아래의 스크립트 내용을 보면 이는 계속해서 유입되는 타이틀을 어느 정도 통제하면서, 이미 관계를 형성한 타이틀과 친밀감을 유지하기 위한 행동으로 보인다.

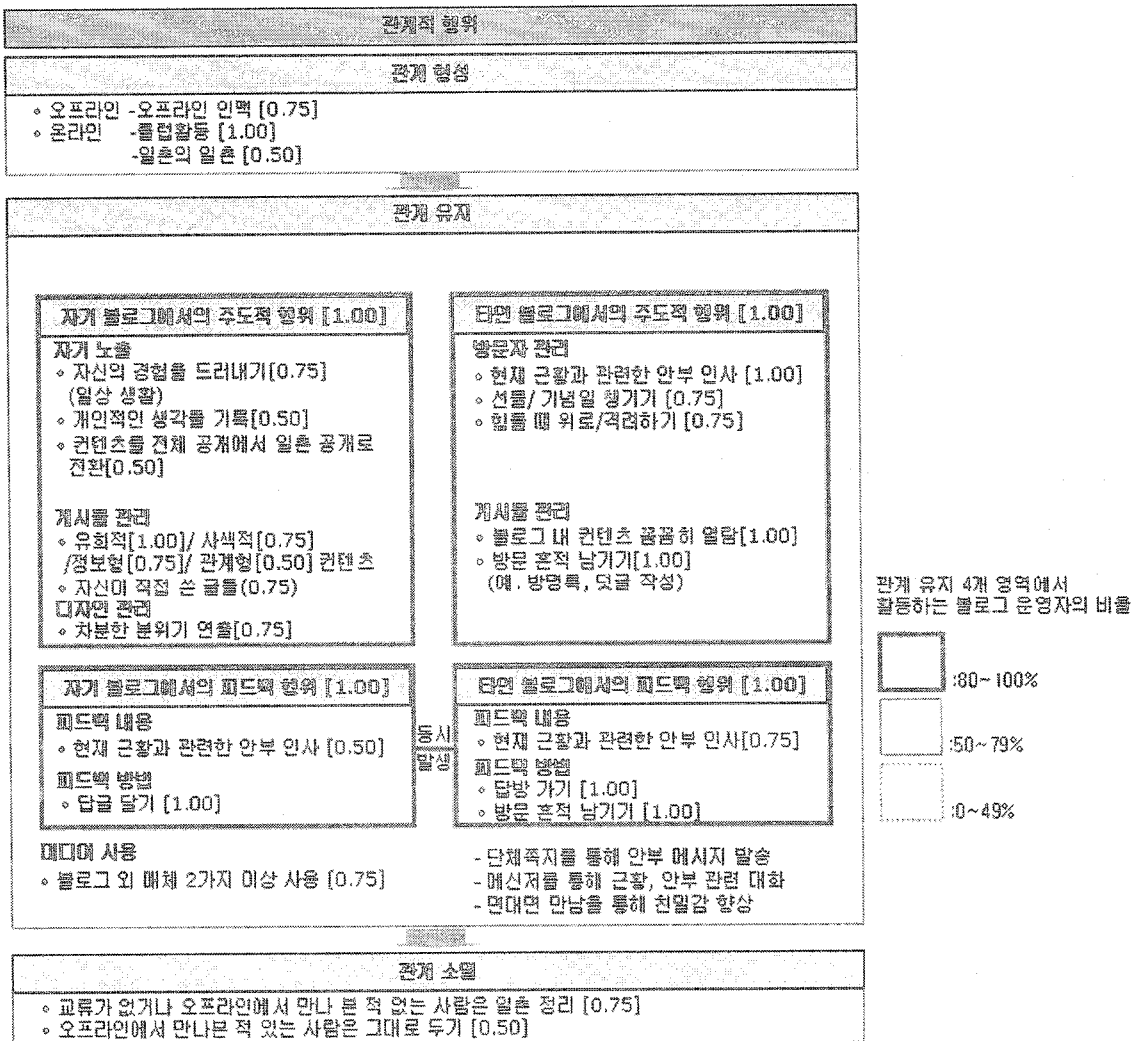
“올렸던 건데 다 숨겨버렸고요. 왜냐면 그때는 어 일촌수가 지금보다 아무래도 좀 적었고 제가 하고 싶은 대로 이렇게 이미지를 만들 수 있었는데, 지금은 방문

객들이 늘어나면서.. 제 글을 진지하게 읽는 사람이 없다고 생각이 되고, 그러구 아주 친하지 않은 사람까지 많이 있으니까.. 그래서 어 지인 정도 되는 관계도 있고 혹은 어쩌다 보니까 일촌이 맺어지기도 하고 이래서 그런 그 좀 제 스스로의 생각 같은 걸 들어내기가 곤란하더라구요. 그래서 다 비공개로 돌리고 로그만 남겨놨는데.. 예 그러니까 정말 친한 사람만 보고 자주 오는 사람만 보고 그 다음에 그냥 지워버리고. 이런 식으로..

[P11:여자 23세, 회사원]

블로그에 포스팅하는 게시물과 관련해서는 인터넷 상에서 유행하는 유퍼, 동영상 같은 유희적 콘텐츠, 문화 비평과 같은 정보형 콘텐츠, 그리고 사랑, 행복과 같이 함께 보고 공감할 수 있는 사색형 콘텐츠를 많이 업로드하고 있었다.

<그림 2> 연결망 유형 I에 대한 모델



또한 블로그 디자인의 경우에는 스킨, 배경음악(BGM)과 같은 블로그 아이টে을 이용하여 차분한 분위기를 연출하고 있는 경우가 많았다.

2) 타인 블로그에서의 주도적 행위

기본적으로 이 그룹의 사람들은 평소 자신의 타이들의 블로그에 올라오는 게시물들을 꼼꼼히 챙겨보고 있었는데, 이를 기반으로 상대에 대한 근황이나, 게시물의 내용에 대해 지속적으로 관심을 표현할 수 있었다.

“친한 일촌들한테는 정말 모든 글을 다 읽고... 그러다 보니까 서로의 근황에 대해서 너무 잘, 그냥 이렇게 만나는 친구보다도 더 잘 아는 경우가 있어요. 온라인에서만 봤는데도.” (P11: 여자 23세, 회사원)

방문자 관리 측면에서는, 자신의 타이들에게 친근감을 표현하기 위해 타이의 블로그에 올라오는 콘텐츠 내용을 기반으로 근황을 파악하여 이에 대한 안부 메시지를 전한다거나, 혹은 상대에게 좋지 못한 일이 있을 경우에는 위로와 격려를 해주고, 생일과 같은 기념일 날 블로그 아이টে을 자주 선물하는 등 각 타이들과 긴밀한 교류를 하고 있었다.

“일단 가서 그분이 가장 관심 있어 하는 거랑 그거에 대해서 얘길 해요. 예를 들어서 ** 남은 신혼이기 때문에 아이에 대한 관심이 상당히 많아요(웃음) 가서 얘기에 대한 안부를 먼저 묻죠. “얘기 너무 예쁜 거 같아요” 이런 식으로 적고”.. (P22: 남자 26세, 회사원)

또한 상대 블로그에 포스트되는 게시물과 관련해서는, 방문하여 업데이트된 내용들을 열람한 뒤 게시물 내용에 대한 커멘트를 댓글이나 방명록을 통해 남김으로써 상대에 대한 관심을 표현하고 있었다.

3) 자기 블로그에서의 피드백 행위

이 그룹에 속한 모든(100%) 응답자들은 타이가 자신의 블로그를 방문하여 방명록을 작성하거나, 커멘트를 남기는 등의 흔적을 발견한 경우, 그것을 확인하는 대로 자신의 블로그에 해당 답글을 남겼다. 이처럼 상대의 행동에 반응하여 피드백을 잘 챙겨주는 것이 상대에 대한 친밀감 표현이라고 생각하며, 또한 친하다고 느끼는 타이들에게 특히 이러한 피드백을 꼬박꼬박 챙기고 있었다.

“사람들이 글 남겨주면 답장도 꼬박꼬박 하고... 예전에는 바쁠 땐 못 할 때도 있었는데, 요즘은 꼭 하고 그렇게 해야 친구들이 서운하게 느끼지 않는 것 같아요.” (P11: 여자 23세, 회사원)

과반수(50%)의 응답자의 경우, 피드백을 해줄 때에도 상대가 남긴 커멘트 내용을 읽고 그에 적절한 답변을 하려고 신경 쓰고 있었다. 예를 들어, 자신의 타이가 방명록에 우울한 기분을 토로하고 간 경우, 상대의 기분을 이해하고자 하는 제스처와 함께 위로와 격려의 메시지를 답글로 달아준다.

4) 타인 블로그에서의 피드백 행위

이 그룹의 사람들은 타이가 자신의 블로그에 왔다 흔적을 남기고 간 경우, 상대의 블로그를 찾아가서 피드백을 하고 있다. 이러한 행위는 상대가 자신의 답글을 확인하러 오는 번거로움을 덜어주거나, 혹은 상대가 자신에게 한 것과 동일한 행동을 똑같이 상대에게 해줌으로써 상대가 서운함을 느끼지 않도록 하기 위해서임을 알 수 있다.

“답글을 남길 때 다른 회원들은 보통 요 칸에다가 이렇게 남기곤 하는데 그러면 이 사람이 또 제 홈피와 가지고 또 그걸 확인해야 되거든요. 그래서 저는 아예 이

회원 홈페이지 방명록에 가서 글을 남겨주고.. 왜냐면 이 회원들이 제 홈페이지에 또 와서 확인을 해야 되니까.”
[P31: 남자 29세, 회사원]

5) 블로그 외의 미디어 사용

이 그룹의 사람들은 평소 다른 블로거들과 교류하면서 블로그 외에 메신저, 쪽지, 면대면 만남과 같이 다양한 매체들을 활용하고 있었으며, 블로그 외 다른 매체를 2가지 이상 사용하고 있는 경우가 75%였다.

큰 규모의 연결망을 가지고 있는 이 그룹의 특성상, 응답자들은 많은 수의 타이틀 효과적으로 관리하고, 친밀감을 동일하게 표현하기 위해서 단체쪽지와 같은 미디어를 통해 안부 메시지를 정기적으로 보내고 있었다. 이와 관련하여 한 참가자는 다음과 같이 언급하였다.

“제가 친구들이랑 싸우고 그런 편이 아닌데, 음.. 모두에게 잘.. 모두와 친해져야한다는 생각이 있는 것 같아요. 근데 수십 명의 미니홈피에 다 방문을 해서 글을 남기기 너무 힘들니까 나는 나 나름대로 이렇게라도 내 정성을 표현해야겠다고.. 전체쪽지라는 편리한 기능이었으니까.” [P11: 여자 23세, 회사원]

이 그룹만의 특징으로, 관계 형성 초기에 클럽 활동을 통한 온라인에서 새롭게 맺어진 인맥들이 많은 관계로 이들과의 친밀감을 증대시키기 위해 정모, 번개 등과 같은 면대면 만남을 계획함으로써, 거의 모든 타이틀을 오프라인에서도 만나보는 것으로 나타났다. 그 밖에 평소 블로그 콘텐츠 내용에 대한 커멘트나 상대에 대한 안부를 메신저 등을 통해 하고 있는 경우도 있었다.

4.1.3 관계 소멸

이 그룹에 속하는 블로거들은 오프라인 만남을 추진한다거나, 상대 블로그를 자주 방문하여 관련 커멘트를 남기는 등 친밀한 관계를 유지하기 위하여 활발히 노력하는 편이기에, 블로그를 통한 교류가 없거나 얼굴 모르는 타이틀의 경우에는 관계를 정리하는 것으로 나타났다. 이러한 행동이 전체 타이틀과의 친밀감 점수가 높게 나타나는 데 영향을 준 듯하다.

“주로 글 보고 일촌 신청해서.. 제가 생각했던 사람들은 거의 다 정리 했어요. 클럽을 통해서 하는 사람들은 대부분 얼굴을 보니까 친해질 기회가 있기 때문에, 친해져서 저 사람 어떤 사람이구나 라는 걸 서로가 상대방에 대해서 알게 돼서 편한데, 글만 보고 있는 사람들 같은 경우에는 일종의 좀 이상한 사람들도 많이 봐서.” [P33: 남자 23세 대학생]

4.2 연결망 유형 II: 연결망 규모 대, 친밀감 저

유형 II는 연결망 규모가 크며, 전체 타이틀과의 친밀감이 낮은 집단이다. 이 그룹의 관계적 행위의 특성이 다음 그림 3에 요약되어있다.

4.2.1 관계 형성

유형 II의 경우 타이틀 형성하는 방법은 유형 I과 유사해서 온라인에서의 클럽활동과 오프라인 지인들과 타이틀 맺는 경우였다.

4.2.2 관계 유지

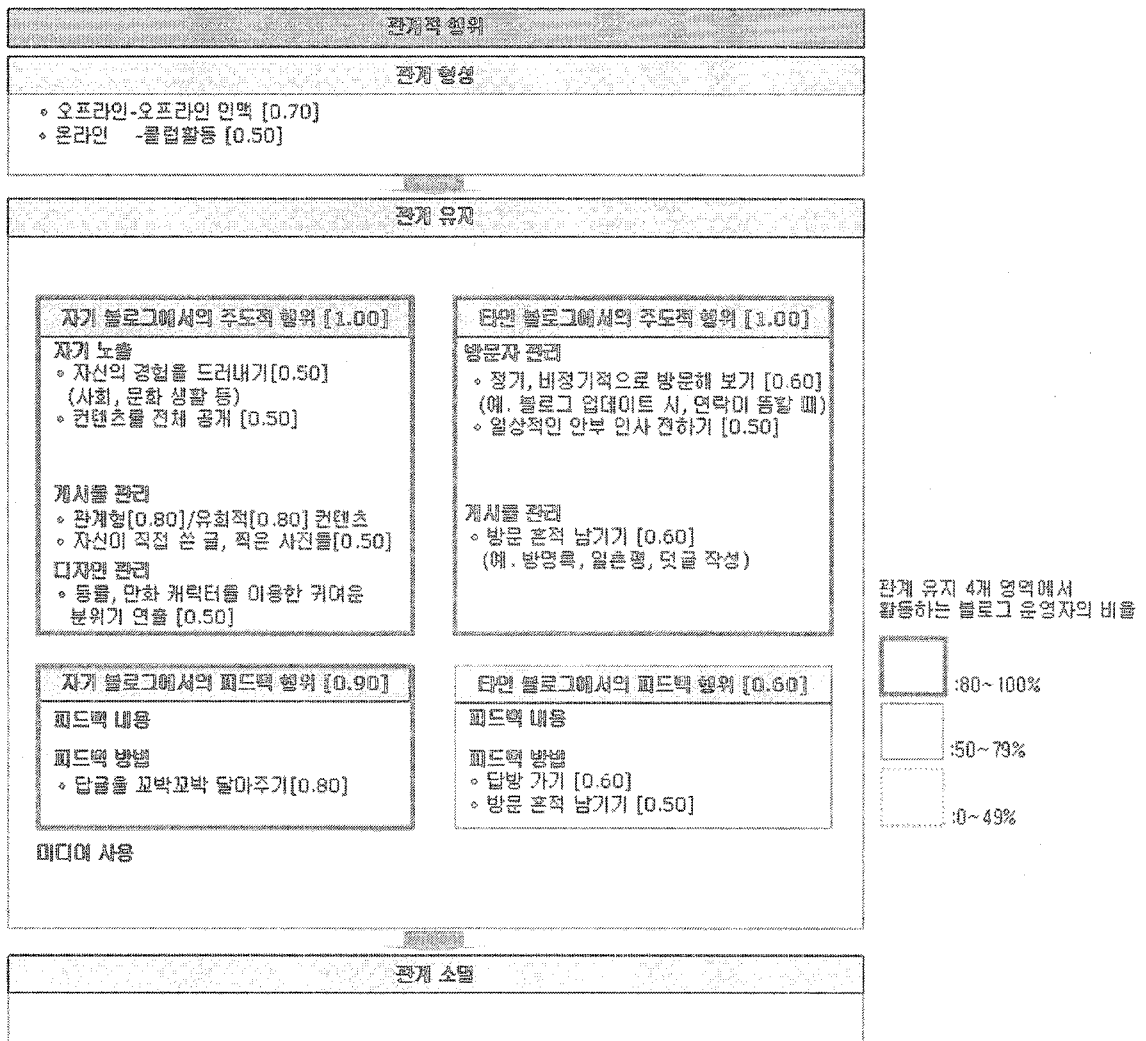
1) 자기 블로그에서의 주도적 행위

자기 노출과 관련해서 그룹II의 블로거들은 오프

라인에서의 사회 생활(예. 교내 동아리, 교회 활동 등)이나, 문화 생활(예. 공연, 전시 관람 등)의 경험을 중심으로 자신에 대한 이야기를 주로 하고 있었으며, 또한 블로그에 게시된 콘텐츠들을 전체 공개를 해줌으로써, 새로운 사람들과도 쉽게 관계를 형성하고 친밀해질 수 있도록 배려하고 있다.

“사진첩에 있는 그런 것들.. 전체 공개로 되어 있는 게 거의 대부분이에요. 제 생각에는 사진을 일촌 공개가 아니 전체 공개가 많다는 건 사실 일촌만을 위해서 홈페이지를 운영하는 건 아니죠. ...근데 사실 사람이라는 게 가서 그 사람이 어떻게 생겼는지도 궁금하고 그렇잖아요. ..그래가지고 저는 그게 답답해가지고 그런 것도 있고 다 공개로 해놨어요. 게시판도 그렇고 거의.”
 [P27: 여자 25세 회사원]

〈그림 3〉 연결망 유형 II에 대한 모델



블로그 방문자 관리와 관련해서는, 위 모델에는 제시되어 있지 않으나 이 그룹에서만 나타나는 독특한 행위가 존재했는데, 이 그룹에 속한 30%의 사람들은 자신의 타이의 수가 많은 관계로 상대 블로그에 일일이 다 방문해 보지 못하기 때문에, 자신의 블로그에서 선물을 걸고 이벤트를 여는 행위를 통해 타이들의 관심을 끌고 방문을 유도하고 있는 경우가 있었다. 블로그 게시물의 경우에는 같은 모임의 사람들과 어울리며 함께 찍은 사진이나, 자신의 타이에 대한 소개글과 같은 관계형 콘텐츠, 유머, 만화와 같이 함께 웃을 수 있는 유희적 콘텐츠 등의 자료들을 많이 가지고 있었다. 한편 블로그 디자인 측면에서는 만화, 동물 캐릭터가 들어간 블로그 아이템을 이용하여 귀여운 분위기를 연출하고 있는 경우가 많았다.

2) 타인 블로그에서의 주도적 행위

방문자 관리 측면에서, 이 그룹에 속한 블로거들은 타이들이 블로그를 업데이트 했거나 한동안 연락하지 못했을 때 방문해보거나, 혹은 정기적으로 타이들의 블로그를 방문해서 안부 메시지를 남기는 편이다. 방문 시에는 꼭 자신이 상대의 블로그에 왔다 갔다는 흔적을 남기려고 하는데, 방명록 작성, 댓글 남기기 행위 등이 이에 속한다. 아래 스크립트에 나타나는 것처럼 남기는 글의 내용보다는 다녀간 흔적을 남긴다는 것 자체에 의미를 두는 경우가 많았다.

“근데 일흔평을 남겨 주는 거 자체가 어떤 내가 관심 갖고 뭔가 남겼다는 그 사람에 대해서, 그 내용도 중요할 수 있겠지만, 일흔평으로 그냥 짧게 짧게 그냥 크게 의미는 없더라도 일흔평 서로 남겨주면서 왔다 갔다 하는 거 자체가 방명록 그 이상의 뭔가 의미교류가 된다고 생각을 하거든요.” [P17: 여자 24세 학생]

그러나 유형 I 과 같이 각 타이의 콘텐츠나 근황에 적합한 형태의 메시지를 남기기보단, 의례 일상적인 인사를 남기거나 방문 흔적을 남기는데 집중함으로써 타이들과 긴밀한 교류는 하지 않는 것으로 나타났다.

3) 자기 블로그에서의 피드백 행위

대부분의 경우(80%) 타이들이 자신의 블로그에 다녀갔을 경우 답글을 꼬박꼬박 챙겨서 달아주고 있었다. 그러나 이러한 행위들은 상대의 글을 그냥 보고 지나치지 않았다는 사실만을 전달해 줄뿐 형식적인 답변에 머무르는 경우가 많았다.

“별로 그니까 할말은 없는데, 할말 없는데 뭐라고 해야 되지 그러다가 그냥 약간 형식적일 그렇게 보일 수도 있는데, 았튼 답 글을 다 달았어요. 그냥 뭐 에 감사합니다, 잘 지내세요, 뭐 이런 거.” [P7: 여자 23세 학생]

4) 타인 블로그에서의 피드백 행위

이 그룹의 60% 응답자들은 타이들이 자신의 블로그에 다녀갔을 경우, 상대의 블로그에 답방 감으로 써 피드백을 하고 있었다. 그러나 유형 I의 경우처럼 현재의 근황과 관련된 자세한 안부를 물어보는 경우는 많지 않았다.

“거의 답방식으로 하는 것이죠. 제가 인사 드리러 가는 경우도 있고 답방이 많기도 하구요. 제가 (제 방명록에) 답글을 남기지 않는 이유라고 할 수도 있는데.” [P2: 남자 31세 회사원]

5) 블로그 외의 미디어 사용

이 유형의 경우 블로그 외에 공통적으로 많이 사용하는 미디어는 따로 나타나지 않았다.

4.2.3 관계 소멸

이 그룹에서는 타이틀 한번 형성하게 된 이후에는 서로 간의 교류가 떨어지거나 친밀감이 낮아지더라도 관계를 정리하는 행위를 따로 취하진 않았다. 따라서 친밀도가 떨어지는 타이틀도 계속 존재하게 되어서 전체 연결망의 규모는 크지만 친밀도는 높지 않은 결과를 초래했다.

4.3 연결망 유형 III: 연결망 규모 小, 친밀감 高

유형 III은 연결망 규모가 작으며, 타이틀과의 전반적인 친밀감이 높은 집단이다. 해당 그룹에 속하는 응답자의 수는 총 15명으로 전체 응답자 중 39%의 사람들이 이 그룹에 해당된다. 이 그룹의 관계적 행위의 특성이 다음 그림 4에 요약되어있다.

4.3.1 관계 형성

유형 III의 경우 타이틀 형성하게 되는 경우가 대부분 친구, 학교 동기 및 선후배 등 오프라인 지인들을 통해서이다. 따라서 관계 형성 단계에서부터 강한 유대 관계에 있다고 볼 수 있다. 한편, 오프라인에서 새롭게 인맥을 형성하지 않는 한, 유형 I, II 처럼 연결망 규모가 크게 확장할 계기가 특별히 없기 때문에 상대적으로 작은 규모의 연결망을 가지고 있다.

“제일 많은 것은 그냥 학교 때 친구들인 거 같고요... 중고등학교나 대학교 동창들.. 학교 때문에 아는 케이스가 많고.. 그 다음에 친구들 동창들끼리 연결돼서 알게 된 경우가 더 많은 거 같아요..” [P28: 여자 25세 회사원]

4.3.2 관계 유지

1) 자기 블로그에서의 주도적 행위

이 유형의 운영자들은 자신의 외모가 직접 나타난 사진을 블로그에 올리거나, 혹은 자신의 전공, 직업, 취미 생활과 같은 개인적인 특성이 드러나는 글과 사진을 보여줌으로써 방문자들에게 자신을 드러내 보이고 있었다. 블로그 디자인에서는 시스템에서 제공하는 다양한 블로그 아이템을 구입하여 자신의 개성을 방문자들에게 표현하고 있었다. 예를 들면, 만화 캐릭터가 그려진 스킨을 이용하여 귀여운 이미지를 연출하거나, 힙합 음악을 배경으로 깔고 흑인 래퍼 그림을 내세워 남성적인 이미지를 표현하는 등 아이템을 적극 이용하여 제 각각의 개성을 표현하고 있었다. 따라서 이 집단에서는 자기노출이나 디자인 관리를 통해서 자신만의 개성을 표현하는데 초점을 맞추고 있음을 알 수 있다.

2) 타인 블로그에서의 주도적 행위

방문자 관리 측면에서, 타이틀에게 친근감을 표현하기 위해 생일과 같은 기념일 날 블로그 아이템을 자주 선물하고, 정기적인 타이틀 순회를 통해서 타인의 블로그를 평소 자주 방문하고 있는 편이었다.

방문 시 블로그에 업데이트된 콘텐츠들을 꼼꼼히 챙겨보고, 이와 관련하여 댓글이나 방명록을 작성하고 있었는데, 이를 통해 상대 블로그에 올라오는 내용들을 그냥 지나치지 않고, 관심 있게 지켜보고 있음을 나타내고자 하였다. 따라서, 콘텐츠 내용에 대해 되도록 많은 커멘트를 남기거나, 재미있게 작성하려고 노력하였고, 이를 본 상대 운영자나 다른 블로거들이 추가적으로 답글을 계속 남김으로써 일종의 ‘대화’가 이루어진다고 생각하였다. 대개의 경우 오프라인 친구들끼리 서로가 찍은 사진이나 공통의

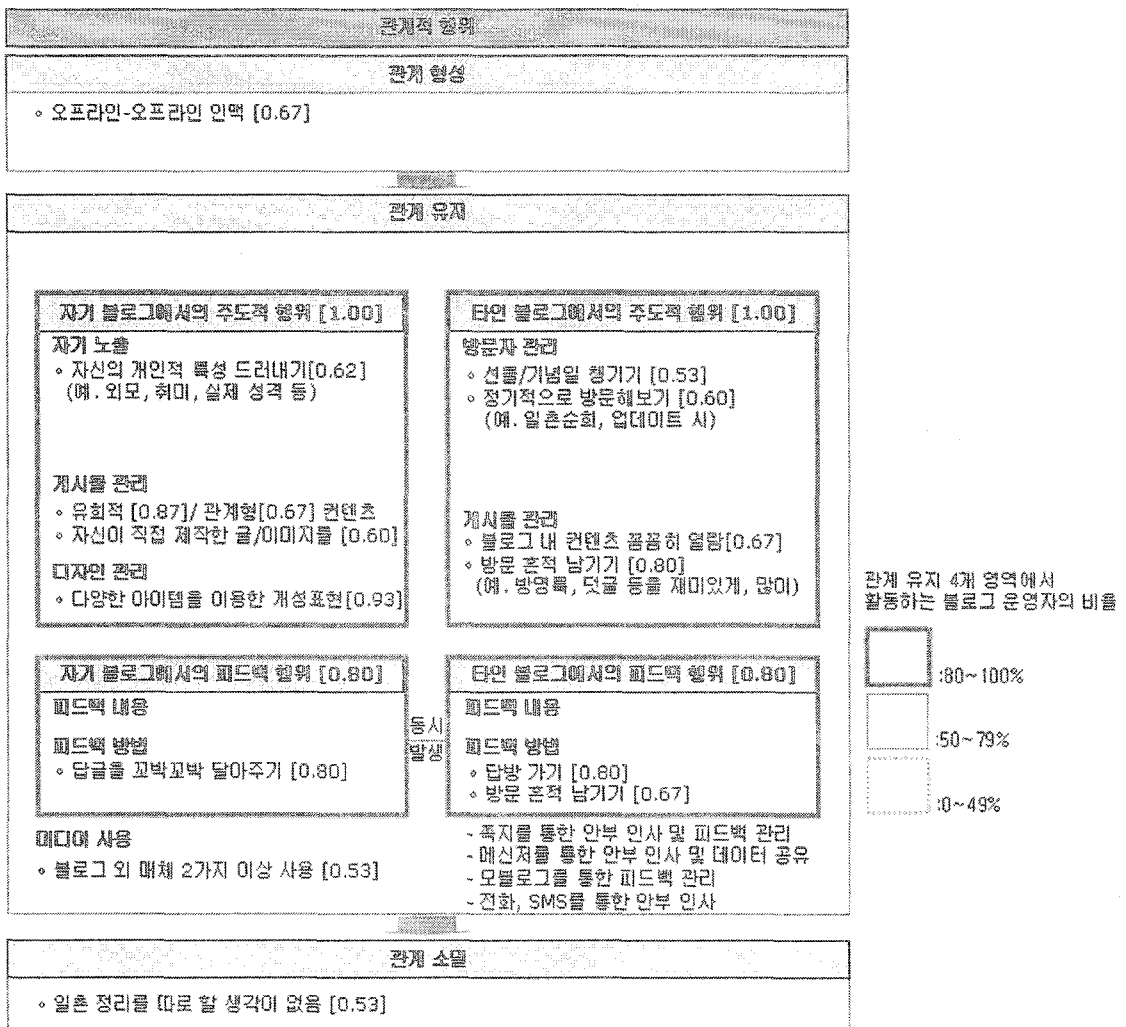
화제 거리를 중심으로 댓글을 통한 대화가 이루어지고 있었다. 이 유형에 속하는 사용자들은 이것이 친밀감을 표현하는 방법이라고 생각하고 있었다.

“리플을 단.. 저도 그렇지만. 아마 제가 단 리플에 친구도 반응이 있으면 또 자기가 다시 한번 그 반응을 보면서 아.. 호응이 있구나 생각해가지고.. 또 기분도 좋고.. 기분을 좋기 위한 목적은 아니지만 또 다시 한번

또 그 사진을 바라보게 되고 음.. 계속 그렇게 교류가 계속 이어지죠.. 확실히 친하고 자주 교류하는 사람일 수록 서로 리플 달아주고 그런 교류.. 그니까.. 예 그런 빈도가 높아지죠”. [P34: 여자 23세 대학생]

그리고 비록 일부(33%)이기는 하지만, 이 그룹에서만 나타나는 특징으로는 자신의 블로그에 상대가 관심을 가질만한 콘텐츠를 올리게 되었을 경우, 상

〈그림 4〉 연결망 유형 III에 대한 모델



대 블로그를 방문하여 알려준다거나 혹은 상대 게시 판에 올려주는 등 콘텐츠를 적극적으로 공유하는 모습이 나타났다. 앞서 언급한 댓글을 통한 대화나 콘텐츠 공유를 통해 서로 간의 친밀감을 표현하면서도, 이러한 행위를 유지함으로써 친밀감을 지속시켜 나갈 수 있다고 생각하고 있었다.

3) 자기 블로그에서의 피드백 행위

이 그룹에 속하는 대다수의 운영자들은 그룹 1과 마찬가지로 타이가 자신의 블로그를 방문하여 방문 기록을 작성하거나 커멘트를 남기는 등의 흔적을 발견한 경우, 그것을 확인하는 대로 자신의 블로그에 해당 답글을 남기었다.

4) 타인 블로그에서의 피드백 행위

대다수(80%)의 사람들은 타이가 자신의 블로그를 둘러보고 간 경우, 상대의 블로그에 답방을 가고 있었다. 자기의 블로그에서의 피드백 행위도 하고 타인 블로그에서 피드백을 같이하는 경우도 60%가 되었다. 이는 상대가 답글을 쉽게 확인할 수 있다는 편의성 측면에서 행하는 행동이기도 하지만, 답방을 가는 것이 상대에 대한 일종의 관심 표현이라고 생각하고 있었기 때문이다. 또한 자신의 관심에 대해 상대가 그냥 지나치지 않는다면 상대 역시 그에 대한 응답을 하기 위해 답방을 올 거라고 생각한다. 그리하여 '답방 간다'는 행위가 상대의 '답방'행위를 또 유도하게 되고, 이를 통해 순환적인(recursive) 답방이 계속해서 이루어지면서 서로 간의 친밀감을 유지하게 된다.

5) 블로그 외의 미디어 사용

유형 III은 4개 구조망 유형 중에 가장 활발하게 블로그 외 다른 매체들을 의사소통에 사용하고 있었다. 메신저, 쪽지, 전화, SMS 뿐만 아니라 모바일 인터넷

까지 사용하는 사람도 있었는데, 이 중 블로그 외 다른 매체를 2가지 이상 사용하고 있는 사람은 54%였다.

이들 매체는 개별적인 안부 메시지를 전한다거나, 자신의 블로그를 다녀간 타이에게 관련 피드백을 해주는데 주로 사용되고 있었다. 또한 메신저의 경우 수시로 이를 통해 대화도 하지만, 자료 공유 목적으로 이용되기도 하였다. 이러한 개인적인 미디어는 이미 어느 정도 친밀감을 형성하고 있는 사이에서 둘 간의 긴밀한 관계 유지를 위해 도구적으로 사용하는 것으로 보인다.

"쪽지 같은 거 보낼 때 좀 안 좋은 일 같은 거 있는 사람들한테는 제가 방문록에 글을 잘 안 쓰거든요. 안 쓰는 이유가 제가 그 사람한테 하고 싶은 말을 딴 사람들이 봐선 안될 것 같은 얘기들도 있으니까 그런 거는 제가 보통 쪽지나 1대일 대화 같은 걸로 많이 하고."
[P20: 남자 24세 대학생]

4.3.3 관계 소멸

이 그룹에 속하는 응답자들은 기존 오프라인 인맥들과 주로 타이를 맺고 있기 때문에 관계 형성 단계에서 이미 어느 정도의 친밀감을 느끼고 있다. 따라서 온라인 상에서 교류가 뜸해지더라도 굳이 관계 정리를 할 필요가 없다고 생각한다.

"처음에 일촌을 맺을 때, 이제 오래 갈 것 같은 사람만 맺었으니까.. 특별한 경우 생길 일이 없죠. 거의 더군다나 오프라인 기반으로 많이 만나기 때문에 굳이 모 정리할 것 까지야. 상처 받잖아요." [P37: 여자 23세 학생]

4.4 연결망 유형 IV: 연결망 규모 小, 친밀감 低

유형 IV는 연결망 규모가 작으며, 전체 타이들과의 친밀감이 낮은 집단이다. 이 그룹의 관계적 행위

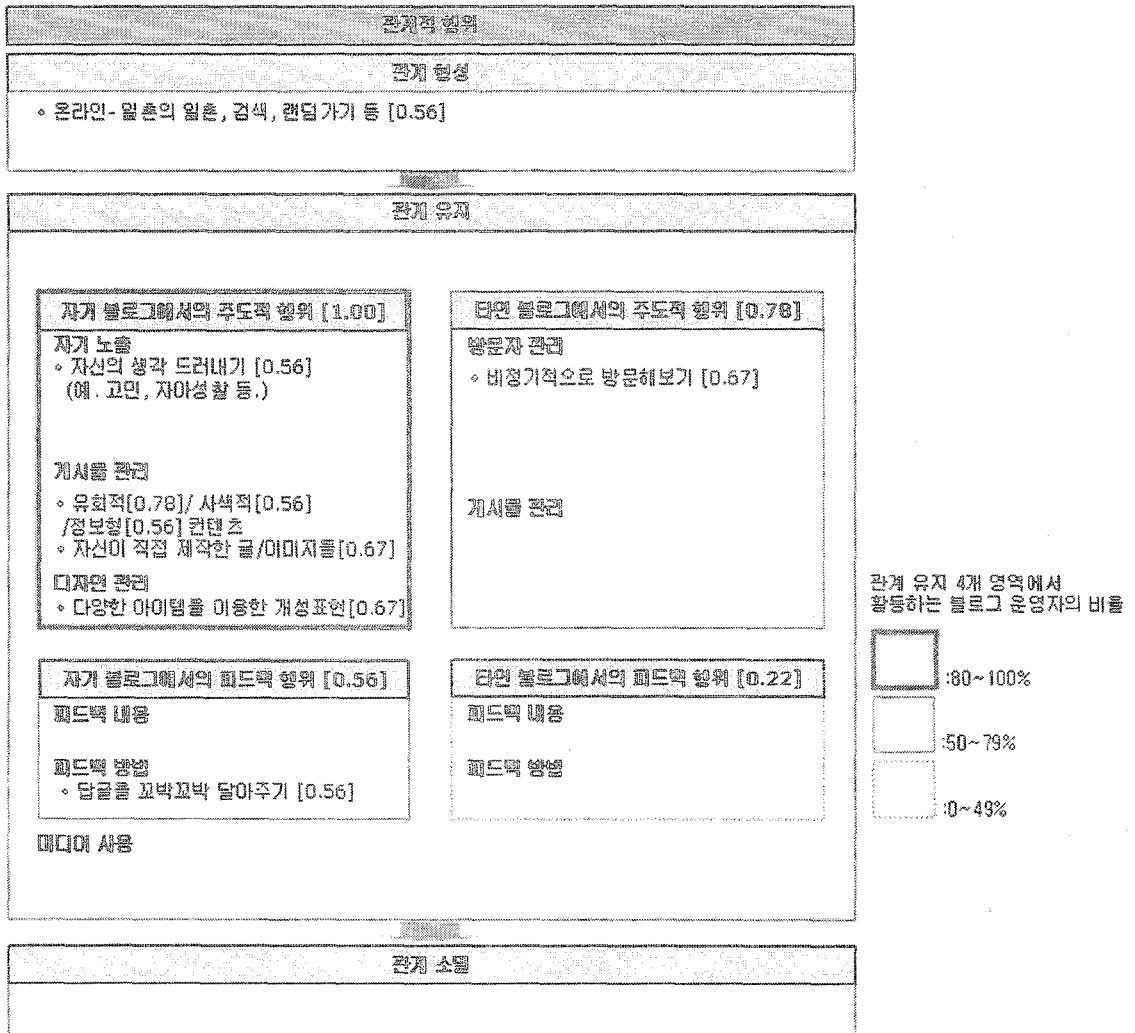
의 특성이 다음 그림 5에 요약되어있다.

4.4.1 관계 형성

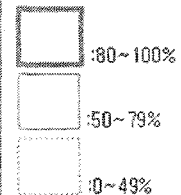
유형 IV의 경우 검색, 랜덤가기, 타이의 타이 블로그 방문하기와 같은 온라인 방법만을 이용하여 새로운 블로그들을 탐색하면서 서로 취미나 관심사가 비

슷하거나 상대가 가지고 있는 정보가 유익하다고 생각될 경우 타이를 형성하는 것으로 나타났다. 온라인 활동만을 통해 새로운 관계를 형성해 나간다는 점에서는 유형II와 유사하나 클럽 활동과 같이 대규모 집단에 대한 접근은 거의 없기 때문에 연결망 규모가 지속적으로 커지는 데에는 한계가 있다.

〈그림 5〉 연결망 유형 IV에 대한 모델



관계 유지 4개 영역에서 활동하는 블로그 운영자의 비율



4.4.2 관계 유지

1) 자기 블로그에서의 주도적 행위

자아 노출의 경우, 다른 연결망 유형들과 다른 점은 친구, 주변 사람들에 관련된 사진이나 이야기와 같은 관계형 콘텐츠가 많지 않다는 점이다.

2) 타인 블로그에서의 주도적 행위

방문자 관리와 관련하여 이 그룹의 블로거들은 자신이 특정 주제에 대한 자료가 필요하거나 상대방이 콘텐츠를 업데이트 하였을 경우 한번씩 방문해 보는 경우를 제외하고는, 타이 블로그 상에서 나타나는 관계적 행위가 없었다. 방문을 하게 되더라도 특별히 다녀간 흔적을 남기기보다는 콘텐츠만 열람하고 나오거나, 혹은 형식적이거나 일상적인 안부 메시지만 전하고 있는 경우가 많았다. 따라서 이러한 행위들을 통해서도 타이 개개인과의 친밀감을 형성하기 어려웠다고 볼 수 있다.

“그니까 일 있을 때만 가죠. 내가 이런 자료가 필요한데 이 분야 사람한테 좀 정보를 찾아봐야겠다.” [P13: 남자 24세 대학생]

3) 자기 블로그에서의 피드백 행위

이 그룹에 속하는 56%의 블로거들은 타이들이 자신의 블로그를 와서 게시물에 대해 문의나 상담을 하였거나 안부를 전하고 갔을 경우 그에 대한 답글을 달아주고 있었다. 그러나 결과적으로 봤을 때 이 집단의 운영자들은 전체적으로 다른 블로거들과의 친밀감이 그다지 높지 못하는데 이는 자신의 블로그 상에서 상대방에게 피드백을 잘 하는 행위만으로는 서로 간에 친밀감을 높이는 데에는 한계가 있음을 보여준다고 할 수 있다.

4) 타인 블로그에서의 피드백 행위

타이들이 자신의 블로그를 다녀 갔을 경우, 상대의 블로그에 와서까지 피드백을 따로 하지는 않는 것으로 나타났다.

5) 블로그 외의 미디어 사용

이 그룹의 사람들 경우 타이들과의 교류를 위해 블로그 외에 공통적으로 많이 사용하는 미디어는 없었다.

4.4.3 관계 소멸

이 그룹의 응답자들은 관계를 형성한 이후 서로 교류가 뜸해지거나, 친밀감이 떨어지게 될 경우, 이에 대한 특별한 대책을 보이지 않았다. 이는 관계 형성 시 상대 블로그가 가진 콘텐츠 내용이 마음에 들어 정보 공유를 목적으로 타이를 맺었기 때문에 굳이 관계 정리를 하지 않는다고 생각할 수 있다.

V. 결론과 토의

5.1 결론

본 연구에서는 사회 연결망의 구조적 특성과 관계적 행위간의 상호관계를 연결망 유형별로 살펴보았다. 이를 관계적 행위 발달 과정에 따라 요약해 보면 다음과 같다.

관계 형성에서 타이를 맺는 방법에 의해서 연결망 규모가 크게 영향을 받는다. 블로그와 연동되는 온라인 클럽 활동을 통해 지속적으로 새로운 사람들을 만나거나(온라인), 오프라인에서의 사회적 활동을

통해 여러 모임과 단체에 소속되어 그 곳 사람들과 (오프라인) 블로그를 통해 교류함으로써 연결망 규모를 크게 확대해 나갈 수 있다. 그러나 친구나, 학교 동창들처럼 오프라인 지인들(오프라인) 만으로나, 블로그를 이용한 정보 교류를 통해 만난 사람들(온라인)만으로 타이틀 형성하는 경우에는 연결망 규모가 커지는 데에는 어느 정도 한계가 존재한다. 따라서 온라인 활동과 오프라인 활동은 연결망 규모를 키우는데 서로 보완적인 역할을 한다고 할 수 있으며 이 둘 중에 어느 하나의 방법만을 이용해서 관계를 형성하면 연결망의 규모를 키우기 어렵다는 것을 알 수 있다. 이는 온라인과 오프라인 활동을 함께 하는 유형 I, II의 연결망 규모가 오프라인 또는 온라인에서의 사람들과의 교류만을 중심으로 하는 유형 III, IV에 비하여 크게 나타난 데서 확인할 수 있다.

관계 유지와 관련된 가장 기본적인 행위는 자기 블로그 내에서 게시물을 올리거나 블로그를 치장하고 자신과 관련된 내용을 올리는 행위이다 (자기 블로그에서의 주도적 행위). 그러나 사실상 자기 블로그에서의 주도적 행위의 경우 네 가지 연결망 유형 간에 큰 차이를 보이는 행동적 특성은 거의 없었다. 각 유형의 모든 참가자는 자기 블로그에서의 주도적 행위를 하고 있는 것으로 나타났다. 즉, 자신의 블로그 내에서의 활동만으로는 친밀도나 규모와 같은 연결망의 구조적 특성을 변화시키기에는 어느 정도 한계가 있다고 볼 수 있다. 이는 자신의 블로그에 콘텐츠나 디자인을 보강하면 연결망의 규모가 커지고 친밀도가 높아질 것이라고 생각하는 일반적인 통념이나 블로그 사업자의 가정에 반대되는 결과이다.

한편, 타이틀과의 친밀감을 높이기 위해서 블로거들은 타이틀의 블로그에서의 활동량이 많아지는데 (타인 블로그에서의 주도적 행위), 평소 자신의 타이틀들의 블로그에 올라오는 게시물들을 꼼꼼히 챙겨보고, 이

에 대한 반응을 댓글이나 방명록을 통해 잘 표현한다. 이는 상대 블로그에 올라오는 내용들을 그냥 지나치지 않고, 관심 있게 지켜보고 있음을 나타낸다고 할 수 있다. 친밀감이 높게 나타나는 유형 I, III의 경우 개개인의 근황에 대한 깊은 관심을 표현하는 행위를 정기적으로 하고 있었으며, 친밀감이 낮게 나타나는 유형 II, IV의 경우 일상적 방문인사나 비정기적인 방문에 그치고 있었다.

또한 타이틀들이 자신의 블로그를 다녀갔을 경우에 대해 피드백을 자신의 블로그에서 뿐만 아니라 (자기 블로그에서의 피드백 행위), 타이틀의 블로그에 답방 가서 (타인 블로그에서의 피드백 행위) 부지런히 남기게 된다. 타인 블로그에서의 피드백 행위의 경우 친밀감이 높게 나타나는 유형 I, III에서 활발하게 일어나고 있음을 확인할 수 있었다. 특히 피드백을 해줄 때에도 상대가 남긴 커멘트 내용에 따라 적절한 답변을 해주고자 하였으며, 상대 블로그에 답방 가는 적극적인 피드백 행위를 통해서 상대에 대한 친밀감을 드러낼 뿐만 아니라 상대가 다시 방문하도록 하는 순환적인 답방을 유도할 수 있었다. 이처럼 순환적인 답방을 일으키는 "타인 블로그에서의 피드백 행위"가 친밀도가 높은 연결망 유형 I과 III에서만 주로 활발하게 이루어지고 있음을 볼 때, 이와 같은 행위가 서로간의 친밀감을 형성하고 유지하는 데 중요한 역할을 하고 있음을 알 수 있다.

또한, 온라인에서 알게 되어 타이틀 형성하게 된 경우에는 오프라인 면대면 만남이나 전화 SMS등(미디어 사용)을 통해 친분을 형성하기도 한다. 미디어 사용 역시 친밀감의 상승과 관련되며 유형 I의 경우 75%가, 유형 III의 경우 53%가 블로그 외의 매체를 두 가지 이상 사용하고 있었다. 유형 II, IV에서 블로그 외의 미디어 사용 행위는 나타나지 않았다.

관계 소멸의 경우, 초기에 타이틀 맺은 이후로 계

속 그대로 두기도 하지만, 서로 블로그를 방문하는 횟수가 줄어들거나, 친밀감이 떨어지는 경우 관계를 정리하기도 한다. 이러한 행위로 인해 연결망 전체의 친밀도가 유형 I과 같이 높아지기도 한다. 유형 I의 경우 교류가 활발하지 않거나 오프라인에서의 만남을 가지지 않은 타이들과의 관계를 정리하고 있는

것으로 나타났다. 유형 III의 경우는 이미 오프라인에서 친분이 있는 사람들만으로 연결망을 구축하였기 때문에 추가적인 관계 소멸이 필요 없음을 명시적으로 밝히고 있다.

이상의 논의를 바탕으로 각 유형 간의 관계적 행위의 특성 및 차이를 다음의 <표 6>에 정리하였다.

<표 6> 연결망 유형별 관계적 행위의 특성

연결망 유형				
	유형 I 연결망 규모 大 친밀감 高	유형 II 연결망 규모 大 친밀감 低	유형 III 연결망 규모 小 친밀감 高	유형 IV 연결망 규모 小 친밀감 低
관계 형성	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 활동(클럽, 블로그)을 통한 새로운 관계 형성 오프라인 지인과의 교류 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 활동(클럽, 블로그)을 통한 새로운 관계 형성 오프라인 지인(교내 동아리, 교회 등)과의 교류 	<ul style="list-style-type: none"> 오프라인 지인과의 교류 	<ul style="list-style-type: none"> 온라인 활동(블로그)을 통한 새로운 관계 형성
관계 유지				
자기 블로그에서의 주도적 행위	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 100% 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 100% 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 100% 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 100%
타인 블로그에서의 주도적 행위	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 100% 정기적 방문 개개인의 콘텐츠 내용, 근황에 대해 관심을 보임 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 100% 일상적인 안부인사 (방문 흔적 남기는데 치중) 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 100% 정기적 방문 개개인의 콘텐츠 내용, 근황에 대해 관심을 보임 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 78% 비정기적으로 방문해보기
자기 블로그에서의 피드백 행위	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 100% 피드백 내용에 주의 피드백 방법에 주의 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 90% 피드백 방법에 주의 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 80% 피드백 방법에 주의 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 56% 피드백 방법에 주의
타인 블로그에서의 피드백 행위	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 100% 피드백 내용에 주의 피드백 방법에 주의 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 60% 피드백 방법에 주의 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 80% 피드백 방법에 주의 	<ul style="list-style-type: none"> 활동 인원: 22% 피드백 거의 없음
미디어 사용	<ul style="list-style-type: none"> 블로그 외 매체 2가지 이상 사용: 75% 	없음	<ul style="list-style-type: none"> 블로그 외 매체 2가지 이상 사용: 53% 	없음
관계 소멸	<ul style="list-style-type: none"> 정기/비정기적으로 교류가 없거나 오프라인에서 만나 본 적 없는 사람들은 관계 정리 오프라인에서 만나본 적 있는 사람은 그대로 두기 	없음	<ul style="list-style-type: none"> 교류가 없더라도 관계 정리를 따로 할 생각이 없음 (거의 대부분이 오프라인 지인이기 때문) 	없음

5.2 연구 결과의 시사점

본 연구의 시사점은 이론적인 측면과 실용적인 측면으로 나누어 살펴볼 수 있다. 일단 이론적인 측면에서 본다면 본 연구는 블로그를 통해서 사람들이 어떻게 사회 연결망을 형성해 가는 지 그 패턴을 이해할 수 있었고, 연결망의 구조와 사람들의 관계적 행동간에 어떤 상관 관계가 있는 지를 살펴볼 수 있었다. 특히 이론적인 면에서 본 연구의 두 가지 의의를 살펴보자면 호혜성이라는 측면과 미디어라는 측면을 들 수 있다.

첫째, 관계 유지 행위와 연결망 구조의 상호 관계에 대한 본 연구의 결과는 호혜성 이론과 일맥상통하는 부분이 많다. 사회 교환 이론에 따르면 사람들은 자원 교환에 있어서 균형 있는 관계를 유지하려고 하는데, 이를 호혜성의 규범(norm of reciprocity)이라고 한다(Gouldner, 1960; 오홍석 & 정명호, 2006). 즉, 한 개인이 다른 사람에게 자원을 주었을 경우, 그것은 받는 이로 하여금 가까운 미래에 유사한 가치의 자원으로 보답해야 한다는 도덕적 의무감을 발생시킨다. 이처럼 호혜성의 규범에서는, 교환의 각 당사자가 상대방으로부터 얻은 것을 되갚아야 할 "의무"와 자신이 베푼 것을 되돌려 받아야 할 "권리"를 모두 가지고 있다. 따라서 주고 받는 교환의 성공 여부는 호혜적인 행위에 달려 있고, 호혜적인 행위가 관계 유지에 중요한 요인으로 간주되어 왔다(Neufeld & Harrison, 1995; Rusbult and Buunk, 1993). 디지털 네트워크 환경에서의 호혜성 관련 연구로 Byman et al.(2005)는 가상적 웹 환경 하의 상호작용에서 reciprocal understanding이라는 것이 무엇인지, 그리고 그것이 어떠한 요소로 구성되어 있는지를 알아보았다. 비록 그들의 연구가 교육 환경 하(education context)에서의 연

구였기 때문에 그 들의 연구 결과를 블로그 사용자들 간의 관계에 적용시키기에는 무리가 있지만, 그들의 연구는 호혜성이 사회적 상호작용뿐만 아니라 가상적 상호작용(virtual interaction)에도 중요한 요소라는 것을 보여주었다. 온라인 상의 호혜성과 관련된 연구로 Gellersen & Schmidt(2002)는 host-visitor 간의 관계를 호혜성 시각에서 바라보면서 host의 website에 들어오는 방문자의 위치에 대한 간략한 정보 제공을 통해 host가 visitor의 웹 페이지에 방문해 볼 수 있는 기회를 제공하는 시스템을 제안하였다. 본 연구가 기존의 호혜성 이론에 제공하는 이론적 시사점은 블로거들 간의 관계적 행위 속에 호혜성이 다단계에 걸쳐 작용한다는 것과, 이러한 점이 연결망 구조와 유기적으로 상호작용을 한다는 점이다. 첫 번째 단계는 자기 자신의 호혜적 행위이다. 블로그 운영자들은 "자기 블로그에서의 피드백 행위"를 통해 자신의 블로그를 방문하여 보여준 방문자들의 관심에 보답하고 있었다. 이는 호혜성 규범에서 말하는 도덕적 의무감을 이행한 것이라고 볼 수 있다 (Gouldner, 1960). 두 번째 단계는 타인의 호혜적 행위를 유도하는 행동이다. "타인 블로그에서의 주도적 행위"가 이에 속하는데, 앞의 결과 섹션에서 자신이 상대의 블로그에서 콘텐츠 읽고, 방문 흔적을 남긴 뒤 상대가 이에 대한 피드백이 없을 경우 자신의 관심 표현을 그냥 지나치는 것 같아 서운함을 느낀다는 피험자의 말에서도 알 수 있듯이, 타인의 피드백에 대한 기대감은 자신이 피드백을 잘 하고자 하는 의무감과 다르지 않다. 이 역시 내가 베푼 것을 되돌려 받아야 하는 "권리"를 상대방이 "의무"로 인식하고, 이를 이행할 것이라는 기대감을 가진다는 호혜성 규범과 관련 있다 (Neufeld & Harrison, 1995). 마지막으로 세 번째 단계는 앞의 두 가지 경우에 모두 해당하는 것으로, "타인 블

로그에서의 피드백 행위"를 통한 순환적인 답방 유도가 이에 속한다. 즉, 자신의 블로그를 방문해 준 데 대해 보답을 함과 동시에 상대 블로그에 답방 가는 적극적인 피드백을 통해 상대에 대한 친밀감을 드러내고, 이러한 제스처는 다시 상대방의 답방을 유도한다. 특히 "타인 블로그에서의 피드백 행위"는 높은 친밀도를 가진 연결망 유형 1과 3에서만 주로 관찰되는 것으로 친밀감 형성 및 유지에 중요한 행위라고 볼 수 있다. 따라서 블로그 사용자들간의 관계에 있어서도 서로 간의 친밀감 정도에 따라 기대하는 호혜성의 정도가 다르며, 그에 따른 관계 유지 행위가 달라진다는 것을 밝혔다는 점에서 본 연구의 의의가 있다고 하겠다.

둘째, 관계 유지 행위 중에서 블로그 이외의 미디어를 활용하는 형태도 연결망 구조에 따라 다른 양상을 보였다. 디지털 네트워크 상황에서는 사용 가능한 사회적 정보가 제한적이다(Sproull & Kiesler, 1986; Walther, 1995). 즉, 사회적 상황이나, 상대의 역할 및 지위를 나타내는 맥락적 단서나, 얼굴 표정, 목소리, 외모, 신체의 움직임과 같은 비언어적 정보가 결여되어 있기 때문에, 디지털 네트워크 상황의 커뮤니케이션은 면대면 커뮤니케이션보다 비인간적이라고 느끼게 되거나, 친밀한 관계를 형성하는데 시간이 오래 걸린다. 따라서 이러한 한계를 극복하기 위해 Email, 전화, 면대면 만남 등과 같이 다른 의사소통 매체를 부가적으로 사용하게 된다(Parks & Floyd, 1996; Organ, 1993; Reid, 1991). 블로그 역시 사회적 활동이 이루어지는 디지털 네트워크 중에 하나이기 때문에 블로그 활동을 하면서 인스턴트 메시지, 이메일과 같이 다른 형태의 커뮤니케이션을 이용하여 사회적 교류를 확장하는 것이 가능하다(Nardi et al., 2004). 본 연구의 결과를 살펴보면 친밀도가 상대적으로 높았던 연결

망 유형 I, III에 속하는 블로그 운영자의 경우 활발하고, 능동적으로 블로그 외 다른 매체들을 의사소통에 사용하고 있었다. 이는 강한 유대(strong tie) 관계를 형성하고 있는 사람들 사이에서 사용 매체 수와 빈도가 많아진다는 기존의 Haythornthwaite & Wellman(1998)와 Haythornthwait(2005)의 연구 결과와 유사하다. 본 연구가 기존의 미디어 사용에 관한 연구에 제공할 수 있는 이론적 시사점은 연결망 규모와 관계 형성 방법에 따라서는 기타 미디어 사용 행태가 달랐다는 점이다. 연결망 유형 I의 경우처럼 온라인 활동을 통해 새롭게 형성하는 인맥들과 점차 긴밀한 교류를 통해 강한 유대 관계를 만들어가는 블로그 운영자들의 경우에는 단체쪽이나 클럽 오프라인 정모처럼 다수의 사람들과 한번에 교류하는 방법들을 효과적으로 활용함으로써 친밀감을 높여나가고 있었다. 반면 연결망 유형 III의 운영자들은 오프라인 친구들 중심으로 처음부터 강한 유대 관계에 있는 사람들과 상대적으로 작은 규모의 연결망을 형성하여 교류하기 때문에, 쪽지, 메신저, SMS, 전화 등을 이용하여 보다 사적이고, 개별적인 교류를 함으로써 서로 간의 친밀감을 유지해나갔다. 예를 들어, 쪽지를 통해 장난치거나, 상대에게 힘들거나, 안 좋은 일이 있을 때 다른 블로거들은 볼 수 없도록 메신저나 쪽지를 통해 안부를 물어보고 있었다.

본 연구의 실용적인 의의로는 블로그와 같은 디지털 네트워크 설계 시 본 연구의 결과가 가이드라인으로 활용될 수 있다는 점을 들 수 있다. 본 연구의 결과를 살펴보면 블로그 이용자들은 각기 다른 사용 목적과 필요(need)를 가지고서 서로 다른 연결망 유형을 형성해 간다. 이러한 결과를 바탕으로 연결망 유형에 따라 시스템 설계를 제안해 본다면 다음과 같다. 연결망 유형 I의 사람들은 클럽활동과 같

은 온라인 활동을 통해 새로운 관계를 만들어가고, 블로그를 통한 긴밀한 교류를 통해 강한 유대 관계를 만들어 가는 특징을 가진다. 이 유형에 속하는 사람들을 위해서는 많은 수의 사람들과 효과적으로, 그러나 긴밀하게 교류할 수 있는 도구가 필요하다. 그런 면에서 기존의 “단체쪽지 보내기” 서비스도 좋은 시스템이기는 하나, 상대에 따라 보다 개인화된 메시지를 다수의 인원에게 효과적으로 전달할 수 있는 서비스가 구현될 필요가 있다. 연결망 유형 II의 사람들은 주로 오프라인에서의 사회활동과 온라인 클럽 활동을 통해 알게 된 약한 유대 관계에 있는 사람들과 관계를 형성하며, 이들과의 원활한 사회적 활동을 유지하기 위해 블로그를 사용한다. 따라서 이 유형에 속하는 사람들에게는 다수의 사람들을 효과적으로 관리하면서도, 서로 간에 연락을 용이하게 할 수 있는 시스템이 필요하다. 예를 들면 단체 쪽지를 SMS로도 보낼 수 있는 것과 같은 유무선 미디어 간의 연동을 생각해 볼 수 있다. 연결망 유형 III의 사람들은 친구나 학교 동창들처럼 처음부터 오프라인의 강한 유대 관계를 가진 사람들과 관계를 형성하여, 이들과의 친목 유지를 위해 블로그를 사용하는 사람들이다. 이들을 위해서는 랜덤방문자들과 차별하여 기존 오프라인 인맥들과 보다 사적으로(private) 교류할 수 있는 시스템이 필요하다. 이를 위해 블로그 운영자가 자신의 블로그를 개방적 혹은 폐쇄적으로 운영할 수 있도록 하거나, 아니면 방문자들을 등급화하여 등급별로 블로그를 이용할 수 있는 메뉴를 달리 설정할 수 있도록 지원할 필요가 있다. 연결망 유형 IV의 사람들은 여러 블로그들을 탐색적으로 돌아다니며 포스트 내용에 기반하여 관계를 형성하는 사람들이다. 즉 상대 블로그의 포스트 내용이 자신의 관심사와 일치하거나, 자신에게 유의한 정보들을 많이 가지고 있는 경우 관계를 맺는다.

이 유형에 속하는 블로그 이용자들을 위해서는 정보의 탐색과 교류가 원활히 이루어질 수 있도록 시스템을 설계할 필요가 있다.

5.3 연구의 한계점 및 향후 연구

첫째, 본 연구에서는 사회 연결망 질문지 작성 시 응답자들로 하여금 회상에 의한 자가 보고(Self-report)를 하도록 하였다. 그러나 이 방법은 응답자의 기억력에만 의존하였기 때문에 데이터의 정확성에 문제가 있을 수 있다. 비록 본 연구에서는 질문지 뿐만 아니라 심층 인터뷰를 통한 정성적 데이터를 함께 사용함으로써 질문지 기법의 문제점을 부분적으로 보완할 수 있었지만(Rogers, 1987; Garton et al., 1997), 향후 연구에서는 응답자가 하는 자가보고의 정확성을 객관적으로 검증할 수 있는 수단이 필요하다고 하겠다.

둘째, 디지털 네트워크 환경에서 친밀한 사회적 관계로 발전하기 위해서는 충분한 시간이 필요하다(Walther, 1995; Parks & Floyd, 1996). 본 연구에서는 블로그 사용 기간이 평균 2년 이상이 되는 이용자들을 대상으로 인터뷰를 진행함으로써, 연구의 시간적 제약에 따른 한계를 극복하려고 노력하였다. 그러나 관계적 행위와 연결망 구조 간의 상호 관계 및 변화의 추이를 정확하게 살펴보기 위해서는 시간차를 두고 반복적인 방법론을 적용하는 연구를 계획해 보는 것이 필요하다. 따라서 향후 연구에서는 특정 응답자 집단을 대상으로 한 종단적(Longitudinal) 연구를 수행할 필요가 있다.

셋째, 블로그 운영자와(ego)와 다른 블로거들(alters) 간의 관계적 행위 패턴을 찾는 데 있어서, 본 연구에서는 심층 인터뷰 시 블로그 운영자만을 대상으로 하였다. 블로그 운영자에게만 다른 타이들

을 상대로 어떻게 행동했는지 물어보았고, 이러한 행동에 대해서 다른 타이들이 어떻게 반응을 했는지에 대해서는 직접적으로 데이터를 수집하지 못했다. 향후에는 운영자 측면뿐만 아니라 방문자 측면의 데이터도 확보함으로써 서로 간의 상호 작용 패턴을 면밀하게 살펴볼 필요가 있다고 하겠다.

결론적으로 본 연구는 개인의 사회 연결망 구조와 타인과의 관계적 행위 간의 연관을 살펴봄으로써 디지털 네트워크 환경 하에서의 각 사회적 구조 유형별로 사회적 교류에 대한 이해를 넓혔다. 이를 통해 본 연구는 사회적 연결망에 대한 사용자들의 다양한 욕구를 충족시키고, 상호 교류를 보다 원활하게 할 수 있는 블로그와 같은 디지털 네트워크 시스템을 개발하는 데 기초 자료를 제공하였다는 점에서 본 연구의 의의가 있다고 사료된다.

참고문헌

- 김계수. (2005). 인터넷 커뮤니티 서비스와 e-가치 창출 전략: 구조방정식 모형 분석. *경영학 연구*, 34 (4), 1101-1123.
- 김용학. (1987). 사회 연결망 분석의 이론틀: 구조와 행위의 연결을 중심으로. *한국 사회학*, 21 (1), 1031-1058.
- 김용학. (2003). *사회 연결망 분석*. 서울: 박영사.
- 박성연 & 유승현. (2003). 온라인 커뮤니티에서의 공동체 의식이 웹사이트 충성도와 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구. *경영학 연구*, 32(6), 1695-1714.
- 손동원. (2002). *사회 네트워크 분석*. 서울: 경문사.
- 신지영 & 양희동. (2006). 온라인 커뮤니티 기반 블로그 활동에 영향을 미치는 프라이버시 정보의 유형과 조절 변수 연구. *경영학 연구*, 35 (1), 81~108.
- 오홍석 & 정명호. (2006) A Social Network Perspective on Work Group Performance. *경영학 연구*, 35(3), 825-850.
- BBC News 인터넷 판 (2005). <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4737671.stm> [2005.08]
- Boudon, R. (1971). *The use of structuralism*, London, Heinemann.
- Byman, A., Järvelä, S., & Häkkinen, P. (2005). What is reciprocal understanding in virtual interaction?. *Instructional Science*, 33(2), 121-136.
- Garton, L., Haythornthwaite, C., & Wellman, B. (1997). Studying online social networks. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3(1).
- Gellersen, H. W. & Schmidt, A. (2002). Look who's visiting: supporting visitor awareness in the web. *International Journal of Human Computer Studies*, 56, 25-46.
- Giddens, A. (1984). *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. CA: University of California Press.
- Glaser, B. G. & Strauss, A. L. (1967). *The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research*. Aldine Publishing Company, New York, NY.
- Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: a preliminary statement. *American Sociological Review*, 25, 161-179.
- Granovetter, M. (1973). The Strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78, 1360-1380
- Haines, V. A., Hurlbert, J. S., & Beggs, J. J. (1996). Exploring the Determinants of Support Provision: Provider Characteristics, Personal Networks, Community Context, and Support Following Life Event,

- Journal of Health & Social Behavior, 37 (3), 252-264.
- Haythornthwaite, C. (1996). Social network analysis: An approach and technique for the study of information exchange. *Library & Information Science Research*, 18, 323-342.
- Haythornthwaite, C. (2005). Social networks and Internet connectivity effects. *Information, Communication & Society*, 8(2), 125-147.
- Haythornthwaite, C. (2000) Online personal networks: Size, composition and media use among distance learners, *New media & Society*, 2, 2, 195-226.
- Haythornthwaite, C. & Wellman, B. (1998). Work, Friendship, and Media Use for Information Exchange in a Networked Organization. *Journal of the American Society for Information Science*, 49(12), 1101-1114.
- Herring, S., Scheidt, L., Bonus, S. & Wright, E. (2004). Bridging the Gap: A Genre Analysis of Weblogs. *Proceedings of HICSS'04*.
- Huffaker, D. A. & Calvert, S. L. (2005). Gender, identity, and language use in teenage blogs. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(2). <http://jcmc.indiana.edu/vol10/issue2/huffaker.html>
- Laumann, E., Marsden, P., & Prensky, D. (1983). The boundary specification problem in network analysis. In R. Burt & M. Minor (Ed.), *Applied network analysis* (pp. 18-34). Beverly Hills, CA: Sage.
- Nardi, B. A., Schiano, D. J., & Gumbrecht, M. (2004). Blogging as social activity, or, would you let 900 million people read your diary? In *Proceedings of CSCW*, 222-231.
- Neufeld, A. & Harrison, M. J. (1995). Reciprocity and social support in caregivers' relationships: variations and consequences. *Qualitative Health Research*, 5, 348-365.
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Ogan, C. (1993). Listserver communication during the Gulf War: What kind of medium is the electronic bulletin board? *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 37, 177-196.
- Parks, M. R. & Floyd, K. (1996). Making Friends in Cyberspace. *Journal of Communication*, 46 (1), 80-97.
- Reagans, Ray and Bill McEvily, (2003). Network structure and knowledge transfer: The effect of cohesion and range, *Administrative Science Quarterly*, 48, 240-267.
- Reid, E. (1991). *Electropolis: Communication and community on Internet Relay Chat*. Unpublished honors thesis, Department of History, University of Melbourne, Melbourne, Australia.
- Ritzer, G. (1988). *Sociological Theory*. NY: Alfred A. Knopf Press.
- Rogers, E. (1987). Progress, problems and prospects for network research: Investigating relationships in the age of electronic communication technologies. Clearwater Beach, FL: Sunbelt Social Networks Conference.
- Rusbult, C. E. & Buunk, A. P. (1993). Commitment processes in close relationships: an interdependence analysis. *Journal of*

- Social and Personal Relationships*, 10, 175-204.
- Schiano, D., Nardi, B., Gumbrecht, M., & Swartz, L. (2004). Blogging by the Rest of Us. Forthcoming in *Proceedings CHI 2004*. Vienna.
- Scott, J. (1991). *Social network analysis: A handbook*. London: Sage.
- Sproull, L. & Kiesler, S. (1991). *Connections: New ways of working in the networked organization*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Strauss, A. & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research: Grounded Theory, 37Procedures, and Techniques*. Sage Publications, Newbury Park, CA.
- Walther, J. B. (1995). Relational aspects of computer-mediated communication: Experimental observations over time. *Organization Science*, 6(2), 186-203.
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43.
- Wasserman, S. & Faust, K. (1994). *Social network analysis: Methods and applications*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Wellman, B. (1982). Studying personal communities. In P. Marsden & N. Lin (Ed.), *Social structure and network analysis* (pp. 61-80). Beverly Hills, CA: Sage.
- Wellman, B. & Wortley, S. (1990). Different strokes from different folks: Community ties and social support. *American Journal of Sociology*, 96, 558-588.
- Wellman, B. & Gulia, M. (1996) The Network Basis of Social Support: A Network is More than the Sum of its Ties, in Wellman, B. (Ed.) *Network in the Global Village*, (pp. 83-118). Boulder, CO: Westview Press.
- Wellman B. & Berkowitz, S. D. (1998) *Social structures: A network approach*. Cambridge: Cambridge University Press.

A Qualitative Study with Blog Users on the Interplay between Social-Network Structure and Relationship-Building Behavior

Hye Jin Kim* · Seung Ki Jung** · Ki Ho Lee*** · Jin Woo Kim****

Abstract

As blog community is growing rapidly, the effect of digital network acquired through blog on users' social interactions has become an important issue. The rapid diffusion of the blog can be attributed to its role in building *social networks* among bloggers through exchange of information and expression of feelings and opinions.

The network acquired through blogging can have a dramatic effect on a person's social activities and interactions. If we are to understand fully the blog's ripple effect in the social activities, we should conduct our analysis at the level of bloggers' relationships, in addition to those at the level of the individual bloggers or at the entire community level. Findings on the process of initiating, maintaining and terminating the relationships among bloggers will provide in depth understanding on the social impacts of blog. Moreover, the relational behavior of individual bloggers should be closely related to their network structure in the blogosphere because structure and behavior were found to interact intimately. Therefore, it is necessary to understand the interplay between the structural properties of the social networks and relational behaviors of bloggers who belong to that network.

Since blogging is a rather recent phenomena, few studies have addressed the relational behaviors by which relationships are established and maintained in the blogosphere, or the interaction of these behaviors with the structure of the blogosphere's social network. Lack of

* HCI Lab, Yonsei University

** HCI Lab, Yonsei University

*** HCI Lab, Yonsei University

**** HCI Lab, School of Business, Yonsei University

these studies would undermine our understanding on the blogging phenomena because social value caused by relational behavior and network structure is an important factor to determine the weblog success.

The primary goals of this research are to identify the relational behaviors of bloggers, and to investigate how these behaviors interrelate with the structures of the social networks formed within the network of the blog. We conducted a social network survey, as well as in-depth interviews, with thirty-eight active bloggers. We performed a quantitative analysis of the survey data to identify major types of social network structure. The interview data was analyzed qualitatively, using a grounded theory approach, to identify critical categories of relational behaviors. Based on the results, we have posited four distinct social network structures, each formed by compositions of four distinct types of relational behaviors.

Key words: Blog, Social Network, Relational Behavior, Qualitative Study