

연구논문

한국과 일본의 온라인 관계망의 특성과 효과에 대한 비교연구*

A Comparative Study on Characters and Effects of the On-Line Social Network in Korea & Japan

배 영**
Bae Young

본 연구는 한국과 일본에서 나타나는 인터넷 이용행태의 기본적인 특성과 전반적인 인식이 온라인에서의 관계망의 형성과 유지에 어떤 영향을 주고 받는지를 구체적으로 살펴보았다. 이를 위해 한국과 일본의 사용자들의 온라인 관계망의 현황과 개인적 성향, 인터넷 이용패턴, 그리고 인터넷에 대한 인식 등을 설문조사를 통해 알아보았다. 연구결과를 요약하면, 온라인 관계망의 크기와 활용에 있어서 한국의 이용자들이 보다 적극적인 것으로 나타났으며, 양국 모두 자주 만나기 어려운 사적인 관계의 대상들과 관계하는 비율이 높은 것을 알 수 있었다. 또한 한국의 이용자들은 개인적 성향이나 인터넷 관련 행태 및 인식이 전반적으로 만남의 방식에 영향을 미치지 않았던 데 비해 일본의 이용자들은 관계지향적인 인터넷 이용 패턴과 인터넷의 유용성에 대한 인식이 온라인에서의 접촉 양상에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 온라인 관계망의 크기와 관련하여 양국 모두에 공통적으로 나타난 것은 인터넷을 정보지향적으로 이용할수록 등록된 대화상대가 증가한다는 점이었다. 이는 인터넷에서의 관계형성에 있어 약한 유대에 기반한 관계가 효율적이고, 이러한 관계를 통해 얻을 수 있는 혜택이 정보적 혜택이라는 기존의 이론과 잘 부합하는 결과라고 할 것이다. 아울러 일본의 경우 온라인에서의 관계형성 전반에 있어 온라인 공간에 대한 위협인식 정도, 즉 신뢰의 여부가 크게 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

주제어: 인터넷, 온라인 관계망, 사회적 관계, 인터넷 이용자

This study is an attempt to provide some answers to question about how characteristics and general recognition regarding internet use in Korea and Japan influence fostering and maintaining on-line social network in each of countries. Survey is used to compare Korean internet users and Japanese internet users in terms of characteristics of on-line

* 이 논문은 2006년도 정부재원(교육인적자원부 학술연구조성사업비)으로 한국학술진흥재단의 지원을 받아 연구되었음(KRF-2006-B00237).

** 송실대 정보사회학과 교수 배영.
E-mail: ybae@ssu.ac.kr

social network, individual's propensity for internet use, including their recognition on internet. The study's main findings go as follows. First, Korean internet users tend to be more active in using internet than Japanese internet users do, thus having larger on-line social network and more intensive internet use than Japanese internet users do. However, there is a commonality that majority of internet users in both countries use internet to connect them to person with whom they have private relationship but they cannot meet frequently. Second, for Korean internet users, individual's propensity, characteristics, and recognition regarding internet use is not related to how to contact others. To the contrary, for Japanese internet users, how to contact others in on-line setting seems to vary according to whether or not they have relation-oriented internet use and how they recognize the availability of internet. Third, a commonality regarding the size of on-line social network is found between Korea and Japan that the total numbers of people enrolled as network increases if people use internet in order to get information. This confirms previous finding that relationship based on weak tie is instrumental in fostering on-line social relations and likely produces advantage in getting information. Finally, for Japanese internet users, the degree of risk recognized in on-line setting, that is the degree of interpersonal trust, appears to greatly influence overall relationship-building in on-line.

Key words : internet, on-line network, social relation, internet user

I . 들어가 는 말

정보기술의 발전은 현대인의 사회적 관계의 양상에도 많은 영향을 미치고 있다. 온라인 공간은 시간과 공간의 제한을 넘어 오프라인에서 알고 지내는 기존의 관계를 유지하는 데 있어 편의를 제공하기도 하고, 나아가 오프라인에서의 인지관계가 없음에도 새로운 관계망을 형성하는 기반이 되기도 한다. 사회적 관계 자체도 많은 변화를 겪고 있다. 과거의 관계망이 주로 개인의 속성적 측면에 기반한 '경험공유형' 관계망이었다면 현재는 각자가 가진 관심이나 추구하는 가치를 통해 자유롭게 상호작용하는 '관심형' 관계망이 두드러지게 나타나고 있다(배영 외 2008). 변화하는 사회의 속도에 조용하여 관계망의 성격과 특성도 달라지고 있는 것이다.

인터넷의 등장 이후 새로운 기술이 사회적 관계에 미치는 영향에 대해 연구해 온 학자들의 관심은 크게 두 가지로 구분될 수 있다. 첫 번째는 과연 인터넷으로 대표되는 새로운 기술

이 관계의 전반적인 양상에 어떤 방향으로 영향을 미칠 것인가에 대한 문제이다. 다시 말해 관계의 존재로 가능해지는 유무형의 혜택이라는 ‘사회자본’이 과연 늘어날 것인가 아니면 줄어들 것인가의 여부에 대한 것이다(Nie 2001; Orleans & Laney 2000; Howard et al. 2001; Wellman 1999, 2000; Wellman et al. 2001; Pruijt 2002). 인터넷 등장 초기에도 인터넷이 미래 사회에 미칠 영향에 대한 전망은 상반된 시각을 보여 주고 있었다. 편리와 편의 및 새로운 가능성에 대한 강조를 중심으로 긍정적인 차원에서 기술과 사회의 결합을 전망하는 입장이 있었던 반면, ‘파놉티콘’이나 ‘빅브라더’로 대변되는 감시사회의 도래에 대한 우려의 목소리도 이에 못지 않게 나타났다. 비슷한 맥락에서 인터넷 이용을 통해 과연 기존의 사회적 관계의 양과 폭은 어떻게 변화될 것인지에 대한 전망도 두 갈래로 나뉘어 전개되어 온 것이다.

두 번째로 제기되는 문제는 동일한 표준에서 비롯된 같은 성격의 기술임에도 불구하고 사회적 관계의 형태 및 특성을 상이하게 만드는 요인은 무엇인가에 대한 부분이다(배영 외 2008; 이원복 2007; 카스텔 2004). 이는 기술 자체는 가치중립적인 특성을 가지지만 그것이 정착되고 활성화되는 데에는 다양한 사회·문화적 요소 및 제도나 정책의 문제가 개입될 수밖에 없다는 사회구성론적 관점에서의 논의라고 할 것이다.

본 연구에서는 위에서 제시하고 있는 사회적 관계에 대한 두 가지 주요 흐름 중 두 번째 문제에 대해 보다 심도 있는 논의를 해보고자 한다. 다시 말해 인터넷의 이용을 통해 가능해진 온라인에서의 관계망이 갖는 특성과 효과를 상이한 문화구조 및 제도를 가진 사회를 대상으로 살펴봄으로써 어떠한 요소가 온라인 관계망의 형성과 유지에 영향을 미치게 되는지를 분석하고자 한다. 이를 위해 ‘가깝지만 먼 나라’라고 통칭되는 한국과 일본의 인터넷 이용자를 대상으로 설문조사를 실시하고, 조사한 결과를 바탕으로 주요 요소에 대한 분석을 실시하고 각각의 분석이 갖는 함의를 정리해 봄으로써 온라인에서의 관계망에 대한 실질적 접근과 앞으로의 전망을 제시해 본다.

II. 이론적 논의

1. 온라인과 오프라인의 사회적 관계

인터넷을 비롯한 새로운 정보통신기술이 개인의 일상과 사회적인 삶에 엄청난 영향을 미치고 있다는 데에는 대부분 동의가 이루어져 있지만, 이러한 영향들이 과연 실제로 어떻게 펼쳐지고 있는가에 대해서는 다양한 의견이 분분한 상황이다. 즉, 객관적 수치를 통해 관찰

가능한 양적인 측면에서의 인프라와 이용에 대한 측면은 명확하게 제시될 수 있지만, 정보통신기술의 도입으로 나타난 영향에 대한 질적인 측면에서의 논의는 아직 매우 미흡한 상황이다. 본 연구의 주제인 사회적 관계에 관한 논의도 기술의 영향에 대한 질적인 차원에서의 고려가 부족하기는 마찬가지이다. 아직 본격적인 논의가 이루어지기에는 시간적으로 부족하고 데이터나 다양한 사례의 축적이 이루어지지 않았다는 점도 고려되어야 하겠지만, ‘관계’라는 추상적 가치가 갖는 측정의 어려움이 근본적으로 존재한 것이 보다 핵심적인 이유가 될 것이다.

하지만 분명한 것은 ‘익명적’이고 ‘비대면적’인 온라인 공간에서의 상호작용이 기존의 사회적 관계에 영향을 미치고 있다는 사실이다. 김문수(2005)는 온라인 상황이 사회적 맥락에서의 단서도 제한되고 실재감도 떨어지며 다양하고 풍부한 메시지를 전달하기에 부족한 환경이지만, 그럼에도 불구하고 사람들은 그런 불확실성을 감소시키고자 능동적인 정보 추구 전략을 사용하고 있다고 말한다. 이러한 과정이 반복되거나 지속적인 과정을 거치게 되면 온라인에서의 상호작용은 면대면 상황 못지않게 대인 관계를 형성하는 데 기여하게 된다는 것이다.

온라인에서의 사회적 관계에 관한 초기의 설명들은 ‘가상(virtual)’ 커뮤니티의 형성에 초점을 맞추었지만(Hampton & Wellman 2001), 온라인과 오프라인의 상호작용의 혼합으로 특징지어지는 새로운 형태의 커뮤니티가 지배적인 경향이 됨에 따라 온라인공간에서 형성된 대부분의 관계는 실제 세계의 물리적인 공간으로 이어져 지속되는 특성으로 나타난다는 주장도 힘을 얻고 있다. 나은경(2007)은 맥키나 등의 연구를 예로 들며, 무작위로 뽑은 뉴스그룹의 회원들 600명을 조사한 결과 상당히 많은 응답자들이 인터넷에서 처음으로 만나 친밀한 관계를 형성한 적이 있고, 참여자들의 50% 이상이 인터넷에서의 관계를 실생활 또는 면대면 영역으로 옮긴 적이 있었다는 사실을 제시하고 있다. 이러한 논의는 나아가 비대면적인 상황에서의 이질적인 구성원들에 의한 온라인 연결망이지만 면대면 만남 등을 통해 지속성이 가능할 때 사회자본으로 대표되는 관계의 혜택은 증대될 것이라는 추론을 가능케 한다.

배영(2003)은 사이버 공간에서 이루어지는 사회적 관계를 사이버 커뮤니티를 통해 살펴보고, 익명적인 사이버 상에서의 관계가 어떠한 조건과 요소 위에 개인과 집단의 삶을 풍요롭게 해줄 수 있는 사회자본으로서 역할을 할 수 있는지를 분석하였다. 온라인에서의 관계가 익명성과 비대면성에 의한 약한 유대에 기반한다 할지라도 자원의 전유나 유무형의 이익을 기대할 수 있는 관계망으로 발전한다면 이는 사회자본으로 간주할 수 있다고 보고, 커뮤니티 운영을 주도하는 시삽의 역할과 오프라인에서 이루어지는 만남의 유무, 포럼 회원들 간의

유대를 강화시켜 주는 제도적 차이 등을 통해 완성적 사회자본과 도구적 사회자본으로 구분하여 온라인 관계망의 혜택과 그 특성에 대해 유형화하였다. 대학생을 대상으로 하여 온라인에서의 관계를 분석한 김명아(2007)도 온라인 공간에서의 관계망으로부터 긍정적인 혜택을 획득하기 위해서는 지속적인 상호작용을 통해 자신들의 문제나 고민을 공유하고 호혜적 정보교류를 기반으로 오프라인 상에서 발생하는 문제에 대한 해결책을 확보하면서 서로 간에 신뢰를 형성하는 것이 무엇보다 중요하다고 주장한다.

이러한 논의들을 살펴볼 때 온라인에서의 관계망은 기존 관계유지의 편의를 위해 도구적인 차원에서 활용되기도 하지만 다양한 기회를 통해 완전히 새로운 관계를 형성하기도 한다는 사실을 알 수 있다. 중요한 점은 어떠한 요소들이 온라인에서의 관계망의 형성에 영향을 미치고, 기존의 관계 여부나 인지 여부에 있어 해당 영향요소들은 또한 어떻게 달라지는가 하는 점이다. 즉, 온라인 공간을 이용하는 개인들의 어떤 속성이 관계망의 확충에 영향을 미치게 되고, 그러한 요소들은 기존의 관계망과 완전히 새로운 관계망의 형성과 유지에 어떻게 작용하고 있는가 하는 점일 것이다.

2. 한국과 일본의 사회적 관계와 온라인 관계망

한국과 일본은 지리적으로 가까운 위치에서 역사적으로 오랜 교류를 통해 상호 이해를 위한 많은 경험을 공유하고 있지만 구체적인 정치제도나 문화적 양상, 그리고 국민들의 개인적 성향은 많은 차이를 나타내고 있다. 본 연구에서의 관심주체인 온라인 공간이나 사회적 관계의 양상에 있어서도 양국 간의 차이는 비교적 뚜렷하다. 먼저 온라인의 활용에 있어서 국가주도의 정보화를 통해 일찍부터 초고속 통신망의 인프라를 구축했던 한국이 PC기반의 인터넷 활용 면에서 세계적으로 앞선 수준에 있다면, 일본은 모바일 중심의 온라인 커뮤니케이션 활용이 두드러졌다(Hashimoto et al. 2000; Ishii 2004, 2006; Funk 2005). 또한 한국이 주민등록번호를 중심으로 회원가입과 본인확인 절차를 거쳐 온라인에서의 게시판 활동이 이루어지고 있다면 일본에서는 그러한 절차 없이 익명적인 상황에서의 게시판 이용이 지배적이다(辻大介 2001).

사회적 관계의 양상에 있어서도 마찬가지이다. 이원복(2007)은 일본의 불교 대학이 실시한 한·일 인간관계 비교연구를 바탕으로 하여 한·일 간의 사회적 관계의 특성을 자세히 설명하고 있다. 예를 들어 사회적 관계의 가장 기초적인 자원이라고 할 수 있는 가족관계나 친구관계에 대한 인식에 있어서 양국의 차이는 뚜렷하다. 즉, 대학생들을 대상으로 사회인이 된 후에 형제자매와 어떻게 관계를 유지하고 싶은가를 물어보았을 때, 일본에서는 전면적

관계(어떤 일이든 서로 상의하고 돕는 관계)를 바라는 사람이 39.6%, 부분적 관계(가볍게 왕래하는 정도의 관계)를 바라는 사람이 46.6%이었던 데 비해, 한국에서는 전면적 관계를 바라는 사람이 83.2%로 나타났다. 다시 말해 일본의 대학생들과 달리 한국의 대학생들은 사회인으로 독립한 다음에도 기존의 가족관계에서 느낄 수 있었던 밀도를 그대로 유지하기를 원하고 있는 것으로 나타났다. 또한 대학 친구와 어떻게 관계를 유지하고 싶은가하는 질문에 대해, 일본에서는 형식적 관계(기본적인 예의를 지키는 정도의 관계)를 바라는 사람이 59.9%, 부분적 관계를 바라는 사람이 17.9%, 전면적 관계를 바라는 사람이 20.1%이었던 데 비해, 한국에서는 형식적 관계를 원하는 사람이 13.0%, 부분적 관계를 원하는 사람이 33.5%, 전면적 관계를 원하는 사람이 52.3%로 나타나 관계에 대한 서로 다른 인식을 뚜렷이 볼 수 있었다(이원복 2007).

한국과 일본에서의 관계에 대한 이러한 인식 차이는 질적인 차원뿐만 아니라 양적인 차원의 관계망의 내용에 있어서도 다른 양상을 나타낸다. 한·일 양국의 결혼식에 참석하는 하객의 연결망을 통해 관계적 특성을 파악한 이사리(2004)의 연구에서, 한국은 결혼식 하객 중 관계의 종류에 있어서 혈연 5%, 학연 53%, 지연 3%, 직장 32%, 동호회 4%, 기타 2% 등으로 나타나고 있으나, 일본은 혈연 50%, 학연 12%, 지연 11%, 직장 18% 등의 순으로 나타나고 있다. 이러한 성격 차이에 대해 이원복(2007)은 한국에서는 혈연, 학연, 지연이 고도성장 이후에도 지속적으로 증시되고 있는 데 비해, 일본에서는 지난 30년 간 친척, 이웃, 직장 등의 모든 인간관계에서 전면적 인간관계를 원하는 경향은 줄어들면서 개인적, 사적 공간의 확보에 대해 보다 적극적인 양상인 것으로 파악하고 있다.

최인재·최상진(2002)는 한국인에게 인간관계에서 일차적이고도 중요한 목적은 ‘우리성’ 집단을 구성하고 확인하며 또한 그것을 유지하는 일이라고 본다. 그 이유는 한국인들은 독립된 개인으로서는 사회적으로 제 기능을 할 수 없다는 불완전 부분자(imperfect partial individual)라는 개인관이 다른 나라에 비교해 크기 때문이라는 것이다. 때문에 한국의 관계망에서의 특징이라고 할 수 있는 이러한 ‘우리’의식은 서양에서 얘기하는 ‘내(內)집단’ 개념과 달리 ‘개인’이 ‘우리’라는 집단 속에서 자타 간의 경계성이 약화되는 ‘자아 고(高) 관여적’이며 ‘탈(脫) 자기적 우위성’을 특징으로 한다. 이러한 차원에서 일본의 ‘우리성’은 집단 안에서 개인의 고유성이 소멸되지 않는 군집으로서의 의미가 한국에 비해 두드러진다고 할 것이다.

온라인의 관계망에 있어서도 이러한 양상은 되풀이되고 있다. 한국 커뮤니티 사이트는 절반 이상이 현실에 존재하는 기존의 관계에 기반한 온라인 커뮤니티로 구성되어 현실사회의 인간관계와 밀접히 연관되어 있으며, SNS(social networking service)에서도 일흔 맺기

와 같이 기본적으로 현실세계에서 이미 아는 사람들과의 관계를 전제로 한 기능이 잘 발달되어 있다. 반면에 일본의 주요 커뮤니티 사이트는 현실관계에 기반한 온라인 커뮤니티가 거의 존재하지 않으며 SNS로의 참가도 기존회원의 초대가 없으면 원칙적으로 불가능하다는 것을 확인할 수 있었다(이원복 2007). 물론 한국의 사이버 커뮤니티도 시간의 경과에 따라 그 성격을 달리하고 있다. 배영 외(2008)은 우리나라에서 대표적인 커뮤니티 서비스를 하고 있는 다음(Daum)의 카페에 대한 조사를 통해 내용적인 측면에서 카페의 성격이 시간의 경과에 따라 얼마나 숫적으로 변화했는지를 보여 주고 있다. 2002년 130만 여개였던 카페의 숫자가 2008년에는 740만 개 이상으로 늘어났는데, 이 때 양적인 성장과 함께 내용에 있어서도 흥미로운 변화가 있었다. 즉, 2002년도의 경우 학교 및 친목관련 카페의 숫자가 가장 많고 전체 카페에 대한 비중이 있어서도 54.7%를 차지했던 데 비해, 2008년에는 그 비중이 40.6%로 줄어들고, 반면 취미와 오락관련 카페의 비중은 31.2%에서 44.9%로 증가하였다. 학교관련 카페나 친목을 위한 카페의 경우 일반적으로 오프라인에서의 인지관계나 같은 학교라는 경험을 공유한 모임이 많다. 반면 취미와 오락을 위한 카페의 경우에는 인지관계는 없지만 각자가 추구하는 관심이 일치한다는 점을 특징으로 한다. 다시 말해 인터넷 출현 이전에는 물론이고 인터넷 도입 초기에는 개인이 가지고 있는 속성적 측면을 공유한 '우리'가 주된 흐름이었다면 현재는 같은 관심과 지향을 가진 '우리'로 변화했다고 보는 것이 적절할 것이다. 즉, 점차 온라인에서의 관계망의 내용과 성격이 공유할 수 있는 상대방의 경험에서 현재의 관심으로 관계형성의 큐(cue)가 변모하고 있는 것을 알 수 있다.

이상의 논의 속에서도 알 수 있듯이, 한·일 양국에 있어서 오프라인에서의 사회적 관계를 둘러싼 차이뿐만 아니라 온라인 공간을 통한 사회관계의 차이도 기본적인 인식의 차이와 행태의 차이가 결합된 결과로 볼 수 있다. 앞으로의 분석을 통해 한국과 일본에서 나타나는 인터넷 이용 행태의 기본적인 특성과 전반적인 인식이 온라인에서의 관계망의 형성과 유지에 어떤 영향을 미치고 있는지를 구체적으로 살펴보기로 한다.

III. 한국과 일본의 온라인 관계망에 대한 분석

본 연구에서는 설문조사를 위해 한국과 일본 모두에서 인터넷 사업과 사이트를 운영하고 있는 'D사'의 협조를 얻어 사이트 이용자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 조사는 2007년 3월 중순부터 4월 초까지 이루어졌고, 같은 내용의 구조화된 설문지를 조사에 이용하였다. 조사 대상 자체가 양국의 모집단에 대한 체계화된 샘플링을 통해서 이루어지지 못했다는

점에서 이론적 일반화는 어려울 것이다. 하지만 데이터 수집에 있어서의 현실적 어려움과 개인 정보와 관련된 사항들을 통해 속성적인 측면에 대한 파악도 필요했다는 점도 본 연구에서는 고려해야 할 중요한 사항이었으므로 동일한 성격의 사이트를 양국에서 운영하고 있는 업체를 통한 조사를 실시하였다. 이는 동일한 인터페이스 기반을 공유하고 있다는 점에서 가치중립적인 기술의 영향을 최소화 할 수 있었다는 의의도 함께 지닌다 할 것이다.

1. 조사대상의 특성

설문조사에 응답한 총 인원은 3,766명이었지만 이 중에서 불완전한 응답을 제외하고 최종적으로 2,560명을 분석에 이용하였다. 이 때 국가별 구성인원은 한국은 829명, 일본은 1,731명이었다. 응답자의 연령 구성에 있어서 가능한 한 전 연령을 대상으로 조사하기 위해 노력하였는데, 이는 기존의 인터넷에 관한 연구들이 그 대상을 인터넷 이용률이 가장 높은 20대의 대학생들을 중심으로 하였기에 불가피했던 일반화의 문제들을 줄이기 위함이었다. 하지만 성별 분포에 있어서 한국의 경우 비교적 균형잡힌 응답이 이루어진 데 반해, 일본의 경우에는 여성들의 응답이 과포집되었다. 이는 분석의 과정에서 가중치를 설정하여 해결하고자 하였다(〈표 1〉 참조).

〈표 1〉 조사대상자 분포

(단위: 명, %)

		전 체	한 국	일 본
성 별	남 성	853(33.3)	410(49.5)	443(25.6)
	여 성	1,707(66.7)	419(50.5)	1,288(74.4)
연 령	10세 미만	107(4.2)	100(12.1)	7(0.4)
	10세 이상~20세 미만	576(22.5)	266(32.1)	310(17.9)
	20세 이상~30세 미만	387(15.1)	207(25.0)	180(10.4)
	30세 이상~40세 미만	295(11.5)	173(20.9)	122(7.0)
	40세 이상~50세 미만	110(4.3)	66(8.0)	44(2.5)
	50세 이상~60세 미만	31(1.2)	16(1.9)	15(0.9)
	60세 이상	3(0.1)	0(0.0)	3(0.2)
	무응답	1,051(41.1)	1(0.1)	1,050(60.7)
전 체		2,560(100.0)	829(100.0)	1,731(100.0)

2. 가설의 설정과 분석 대상 변수

본 연구는 현재 온라인에서의 관계망의 형태와 특성을 알아보고 이러한 특성이 개인의 사회적 관계에 어떤 영향과 효과를 지니고 있는지 분석하는 것을 목표로 한다. 이를 위해 본 연구에서 검증하고자 하는 가설을 정리하면 다음과 같다.

가설 1. 온라인 관계망의 성격은 개인적 성향이나 인터넷 이용 패턴, 그리고 인터넷에 대한 인식에 영향을 받을 것이다.

가설 1에서 검증하고자 하는 것은 온라인에서 맺고 있는 관계가 공적관계인지 아니면 사적관계인지의 여부가 개인적 가치관이나 인터넷 이용 패턴, 그리고 인터넷에 대한 일반적 인식과 어떻게 관계되어 있는지를 파악하는 것이다. 일반적으로 공적인 관계를 도모하는 데 있어 인터넷은 도구적 역할이라고 할 수 있는 편의성의 측면에서 기여하는 바가 컸다. 조사를 통해 온라인 관계망의 구성에 있어서 공적·사적 비율을 살펴 본 후 이러한 온라인 관계의 특성이 어떤 요소와 관계가 있는지 살펴보고자 한다.

가설 2. 온라인에서 관계를 맺고 있는 대상들과의 만남의 빈도와 방식은 개인적 성향이나 인터넷 이용 패턴, 그리고 인터넷에 대한 인식에 영향을 받을 것이다.

가설 2는 온라인 관계를 유지하는 데 필요한 접촉이나 만남을 어떤 식으로 운영하고 있고, 여기에 어떤 요소들이 영향을 주고 받는지를 개인적 가치관과 인터넷 관련 변수를 통해 측정해 보고자 한다. 즉, 온라인 관계망이 현실에서의 관계를 보조해 주는 도구적인 역할을 주로 수행하고 있는지 아니면 새로운 관계의 근원으로서 역할하고 있는지를 살펴볼 것이고, 이러한 관계망 유지방식에 영향을 미치는 요소가 무엇인지를 파악해 볼 수 있을 것이다.

가설 3. 온라인 관계망의 크기는 개인적 성향이나 인터넷 이용 패턴, 그리고 인터넷에 대한 인식에 따라 달라질 것이다.

앞서 살펴 본 가설들에서 관계망의 성격과 같은 질적인 차원에서의 변수와 함께 만남의 빈도와 같은 양적인 측면에 대한 고려가 이루어졌다. 가설 3은 관계망을 측정할 때 가장 기본적인 내용이라고 할 수 있는 관계망의 크기를 개인의 성향 변수와 인터넷 이용 및 인식 관련 변수를 활용하여 검증해 보고자 한다.

가설 검증을 위해 설문조사에서 측정된 내용은 기본적인 속성 변수인 성별과 연령, 온라인 관계망의 크기와 성격, 개인의 성향과 연관된 일반적인 가치관 관련 질문들과 인터넷 이

용과 관련한 이용 목적 및 패턴, 마지막으로 인터넷에 대한 일반적인 인식관련 항목들로 구성되었다. 각 항목들에 대한 구체적인 내용을 요약하면 다음과 같다.

먼저 온라인 관계망의 실제 현황을 알아보기 위해 응답자들의 메신저 이용 현황을 알아보았다. 이 때 메신저를 통해 연결하고 있는 관계망의 크기 및 관계망의 성격 등에 대해서도 질문한 후 분석에 이용하였다. 즉, ‘본인의 메신저 프로그램에 등록되어 있는 인원은 몇 명 정도 됩니까?’의 메신저 등록인맥에 관한 항목, 그리고 메신저에 등록된 인원들의 인맥종류에 대한 항목으로 이루어졌다. 메신저에 등록된 인원들의 인맥종류는 ‘일과 관련된 동료 및 파트너’와 ‘친구’, ‘일주일에 한번 이상 만나는 사이’와 ‘만나기보다 주로 메신저로만 의사소통하는 사이’, ‘이성’과 ‘동성’ 등의 세 개의 분류로 나누어서 측정하였다.

다음으로 응답자들의 기본적인 성향 및 가치관을 알아보기 위해 모두 10개의 질문을 통해 ‘전혀 아니다’에서 ‘매우 그렇다’까지 구분하여 측정하였다. 주요한 질문 내용은 ‘누군가와 처음 만나 어색한 자리가 만들어지면 먼저 말을 거는 편이다’, ‘여러 사람과 있는 것보다 혼자 있는 것을 즐긴다’, ‘형제 중에 외국인과 결혼을 하겠다고 하면 반대할 것이다’, ‘내 생각과 다르더라도 타인의 의견을 쉽게 수용해 주는 편이다’ 등의 10개 항목으로 이루어졌다.

인터넷 이용과 관련한 질문은 크게 두 가지 차원에서 구별된다. 하나는 실제 인터넷 이용에 있어서 주요한 목적과 패턴을 알아보기 위한 것이었고, 다른 한 가지는 인터넷과 연관된 전반적인 인식에 대한 부분이었다. 먼저 인터넷 이용행태와 관련해서는, 인터넷 이용목적은 유형별 인터넷 서비스를 제시하고 각각의 영역을 얼마나 이용하는지에 대하여 ‘전혀 이용안함’에서 ‘자주 이용함’까지 5점 척도를 부여하여 측정하였다. 측정항목의 구성은 매년 인터넷 이용실태 조사를 하고 있는 한국인터넷진흥원(2007)의 설문유형을 참고하여 정보검색, 이메일/메신저, 미니홈피/블로그, 동호회/커뮤니티, 쇼핑/예약, 음악다운로드, 게임, 채팅, 교육/학습, 영화 및 방송보기, 금융거래, TV/Radio 방송청취 등의 12가지로 나누어 조사하였다. 다음으로 인터넷에 대한 전반적인 인식을 알아보기 위해 총 8개의 항목을 중심으로, ‘전혀 아니다’에서 ‘매우 그렇다’까지 5점 척도를 이용하여 측정하였다. 측정항목의 내용은 ‘나의 여가생활에 있어서 인터넷은 매우 유용하다’나 ‘인터넷 이용시간은 앞으로 증가할 것이다’와 같은 추상적 가치와 전망에 대한 질문부터, ‘내 블로그나 미니홈피의 사진이나 동영상은 다른 사람이 스크랩해가면 기분이 좋다.’, ‘커뮤니티나 메신저로 모르는 사람이 말을 걸면 제대로 대응하는 편이다.’, ‘일반상점에서의 구매보다 인터넷 쇼핑을 선호하는 편이다.’ 등 구체적인 사안까지 8가지 항목을 포함하고 있다.

3. 분석대상 변수의 추출

1) 온라인 관계망 관련 변수

온라인에서의 사회적 관계망의 양상을 살펴보기 위해 본 연구에서는 메신저 이용을 중심으로 관계망의 크기 및 성격을 살펴보았다. 메신저는 인터넷에서 실시간으로 메시지와 데이터를 주고받을 수 있는 소프트웨어이다. 즉시 전달한다는 의미로 인스턴트 메신저라고도 하는데, 1996년 미국의 아메리온라인(AOL)이 회원의 접속상태를 보여 주는 버디리스트 서비스를 시작하고, 1997년에 실시간 대화기능을 추가한 것이 시초이다. 우리나라에는 1998년 디지토닷컴이 처음 소개하였다.

본 연구에서 온라인 관계망 측정의 도구로 메신저를 설정한 이유는 다음과 같다. 먼저 다른 인터넷 커뮤니케이션 수단, 예를 들어 게시판이나 메일과 비교했을 때 동시적 접속을 통한 직접 접촉이 필수적이라는 특성을 가지고 있고, 기본적인 문자 소통뿐만 아니라 다자간 채팅과 음성채팅도 지원하여 상황에 맞는 커뮤니케이션 방식을 자유로이 선택할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 또한 대용량의 동영상 파일은 물론, 이동전화에 문자메시지도 보낼 수 있다는 측면에서 관계망 형성과 유지에 매우 유용한 도구로서의 의미를 갖고 있기 때문이다. 뿐만 아니라 관계를 맺고 있는 상대방을 리스트나 ID를 통해 직접 파악할 수 있다는 점에서 관계의 계량화가 상대적으로 용이했다는 점도 고려되었다.

먼저 메신저 이용 여부를 조사한 결과 한국 응답자의 62.6%가 메신저를 이용하고 있는데 비해 일본은 41.0%를 차지하여 상대적으로 한국의 응답자들이 활발하게 메신저를 활용하고 있음을 알 수 있었다(〈표 2〉 참조). 또한 메신저에 등록된 대화상대의 수를 보더라도 한국 이용자들이 일본 이용자에 비해 약 3배 정도 많은 대화상대를 가지고 있음을 알 수 있다(〈표 3〉 참조).

〈표 2〉 메신저 이용 여부

(단위: 명, %)

	전 체	한 국	일 본
이용함	1,228(48.0)	519(62.6)	709(41.0)
이용하지 않음	1,328(51.9)	310(37.4)	1,018(58.8)
무응답	4(0.2)	-	4(0.2)
전 체	2,560(100.0)	829(100.0)	1,731(100.0)

〈표 3〉 메신저에 등록된 대화상대의 수

(단위: 명,%)

	전 체	한 국	일 본
10명 이하	601(49.1)	134(26.1)	467(65.9)
11~20 명	242(19.8)	109(21.2)	133(18.7)
21~30 명	111(9.1)	80(15.5)	31(4.4)
31~40 명	52(4.3)	27(5.3)	25(3.5)
41~50 명	58(4.7)	42(8.2)	16(2.3)
51명~100 명	96(7.8)	69(13.4)	27(3.8)
101 명 이상	63(5.2)	53(10.3)	10(1.4)
평균 대화상대 수	33.5 명	53.6 명	18.8 명

다음으로 메신저에 등록된 대화상대의 종류와 성격을 알아보기 위해 어떤 관계의 사람인지, 그리고 오프라인에서의 접촉 정도는 얼마나 되는지, 성별로 보았을 때 이성인지 동성인지 등을 살펴보았다. 그 결과 양국 모두 메신저에서는 사적인 관계의 대상들이 지배적인 분포를 나타내고 있다는 것을 알 수 있었다. 오프라인에서의 접촉 빈도의 경우에는 주로 메신저로만 의사소통하는 경우가 높았으며, 한국의 이용자들이 일본의 이용자들에 비해 오프라인에서의 접촉 빈도가 훨씬 높다는 것을 알 수 있었다(〈표 4〉 참조).

반면 대화상대의 성별에 있어서는 한국이 동성의 대상에 대한 비율이 상대적으로 높았던 데 비해 일본 이용자들은 이성을 대상으로 한 대화상대의 비율이 더 높게 나타났다. 이러한 양상을 종합적으로 살펴볼 때 한국과 일본의 이용자들은 메신저를 통한 온라인 관계망을 활용함에 있어서 공적인 관계에 있는 대상들과의 대화보다는 자주 만나기 어려운 사적인 관계의 대상들과 관계하는 비율이 높은 것으로 나타났다.

〈표 4〉 메신저 대화상대의 인맥종류

(단위: %)

인맥 종류		전 체	한 국	일 본
공적/사적 관계	일과 관련된 동료 및 파트너	18.1	29.4	7.7
	친 구	83.7	71.0	93.7
면대면 접촉정도	일주일에 한번 이상 만나는 사이	28.8	36.6	22.0
	주로 메신저로만 의사소통하는 사이	72.6	63.8	79.6
대화상대 성별	이 성	48.1	40.4	54.1
	동 성	52.8	59.7	47.5

2) 개인적 성향 및 가치관 관련 변수

가설검증 위해 개인적 성향 및 가치관 요인을 앞서 살펴본 질문들에 대한 응답을 통해 추출하여 분석에 이용하였다. 요인추출은 해당 질문들을 대상으로 요인분석 방법을 이용하였는데, 회전방식을 베리맥스(varimax)로 채택한 주성분분석을 활용하였다. 각 변수의 요인 분석 결과는 다음과 같이 3가지 요인으로 분류되었다.

요인 1에서 ‘내 생각과 다르더라도 타인의 의견을 쉽게 수용하는 편이다’, ‘소유하고 있는 것으로 타인을 판단하지 않는다’, ‘나보다는 우리를 먼저 생각하는 편이다’, ‘직업선택시 보수보다는 일의 보람과 의미를 중요시한다’, ‘고민을 얘기하기는 가족보다는 친구가 편하다’가 포함되었다. 요인 1의 항목들은 대체로 개인보다는 집단을 그리고 물질보다는 삶의 보람을 추구하는 성향에 대한 항목들이므로 요인 1을 ‘가치추구성’으로 정하였다.

요인 2로 분류된 항목은 ‘형제 중 외국인과 결혼하겠다면 반대할 것이다’, ‘가족이 원하지 않는다면 하고 싶은 일이라도 쉽게 포기하는 편이다’, ‘죽은 후 명예보다 현실의 편안함이 더 중요하다’가 포함되어 있다. 이러한 항목들은 개방적인 태도와 가족 중심적인 사고, 그리고 이상과 현실에 있어서의 비중 등을 나타내고 있는 항목들로 요인 2를 ‘가족중심·현실지향

<표 5> 개인의 성향 요인분석 결과

질문 내용	성분		
	1	2	3
내 생각과 다르더라도 타인의 의견을 쉽게 수용하는 편이다.	.639	-3.3E-02	-1.4E-02
소유하고 있는 것으로 타인을 판단하지 않는다.	.617	-.118	.125
나보다는 우리를 먼저 생각하는 편이다.	.579	.443	4.950E-02
직업선택 시 보수보다는 일의 보람과 의미를 중요시한다.	.551	6.159E-02	.121
고민 얘기하기는 가족보다는 친구가 편하다.	.399	-.136	-.335
형제 중 외국인과 결혼하겠다면 반대할 것이다.	-.110	.614	.179
가족이 원하지 않는다면 하고 싶은 일이라도 쉽게 포기하는 편이다.	8.976E-02	.573	.464
죽은 후 명예보다 현실의 편안함이 더 중요하다.	.357	.462	.116
여러 사람과 있는 것보다 혼자 있는 것을 즐긴다.	.119	-.389	.656
누군가 처음 만나 어색한 자리에서 먼저 말을 거는 편이다.	.336	.253	-.509

적 사고'로 정하였다. 다음으로 요인 3에는 '여러 사람과 있는 것보다 혼자 있는 것을 즐긴다.', '누군가 처음 만나 어색한 자리에서 먼저 말을 거는 편이다'의 두 개 항목이 포함되었고, 이 두 항목은 응답자들의 외향성과 내향성을 묻고 있다. 여기에서 먼저 말을 거는 편이라는 질문이 부(-)적 관계를 나타내고 있으므로 요인 3을 '자아우선성'이라고 명명하였다(〈표 5〉 참조).

이상과 같이 요인분석을 통해 이용자 개인의 성향을 '가치추구 성향', '가족중심·현실지향 성향' 그리고 '자아우선 성향'의 3가지 요인으로 나누었다.

3) 인터넷 이용 패턴 및 인식관련 변수

다음으로 각각의 인터넷 서비스를 얼마나 이용하고 있는지를 파악하여 이용자들의 인터넷 이용 패턴을 유형화하기 위해 요인분석을 실시하였다. 요인추출 방법은 주성분분석을 이용하였다. 각 변수의 요인분석 결과는 〈표 6〉과 같다.

인터넷 이용 패턴에 대한 요인분석 결과 3가지 요소로 분류되었는데 요인 1에는 영화 및 방송보기, TV·라디오, 쇼핑·예약, 교육·학습, 금융거래, 음악다운로드, 정보검색이 포함되어 있다. 요인 1은 공통적으로 기존 오프라인의 기능을 대체하는 기능으로서 인터넷을 통한 정보·지식 지향적 이용으로 구분할 수 있다. 음악다운로드의 경우 정보·지식의 추구

〈표 6〉 인터넷 이용패턴 요인분석 결과

이용 서비스	성분		
	1	2	3
영화 및 방송보기	.654	-.333	8.410E-02
TV, 라디오	.557	-.273	.145
쇼핑, 예약	.544	7.315E005	-.500
교육, 학습	.524	-.324	9.550E-02
금융거래	.510	-4.5E-02	-.498
음악다운로드	.501	-.431	8.684E-02
정보검색	.423	.365	-.257
미니홈피, 블로그	.296	.650	.225
동호회, 커뮤니티	.369	.524	5.547E-02
이메일/메신저	.363	.467	-9.4E-02
게임	.234	-2.6E-02	.582
채팅	.420	.178	.514

로 보기에는 다소 무리가 있지만 음악파일을 인터넷에서 ‘검색’하여 활용한다는 점에서 정보 추구를 위한 이용으로 볼 수 있다. 이러한 이유에서 인터넷 이용패턴에 대한 요인 1을 ‘정보 지향적 이용’으로 정하였다.

요인 2에는 미니홈피·블로그, 동호회·커뮤니티, 이메일/메신저 등의 3개 항목이 포함되어 있으며 이는 공통적으로 인터넷을 통한 관계유지를 목적으로 한 활용으로 볼 수 있고 따라서 ‘관계지향적 이용’으로 구분할 수 있다. 이메일은 대표적인 인터넷 커뮤니케이션 수단으로서 관계 유지에 있어 가장 보편적으로 이용되는 서비스이다. 미니홈피와 블로그는 인터넷 1인 미디어로서 개인의 공·사적 인맥을 유지하는 데 큰 도움이 되고 있으며, 동호회와 커뮤니티는 기존의 인맥 유지뿐만 아니라 새로운 인맥의 형성과 유지를 하는 공간으로서 활용되고 있다. 따라서 인터넷 이용 패턴에 대한 요인분석 결과 중 요인 2를 ‘관계지향적 이용’으로 정의하였다.

마지막으로 게임과 채팅이 요인 3에 포함되었는데 이는 오락적 이용으로 구분할 수 있다. 채팅의 경우 관계의 형성과 유지를 위한 수단으로도 구분될 수 있지만, 지속적인 관계로 연결되기보다는 일시적이고 일회적인 관계에 주로 활용되고 있다는 측면에서 위와 같은 결과가 도출된 것으로 보인다. 요인 3을 ‘오락적 이용’으로 정하였다.

이상과 같이 요인분석을 통해 인터넷 이용패턴을 ‘정보지향적 이용’, ‘관계지향적 이용’, ‘오락적 이용’의 3가지 요인으로 나누었다.

다음으로 인터넷을 이용하면서 느끼게 되는 사항들을 중심으로 이용자들의 기본적인 인터넷 인식을 살펴보았다. 앞서 살펴본 질문들에 대해 요인분석을 실시하여 3가지 요인을 추출하였고, 이에 대한 설명은 다음과 같다(〈표 7〉 참조).

요인 1에는 ‘나의 여가생활에 있어서 인터넷은 매우 유용하다’, ‘인터넷 이용시간은 앞으로 증가할 것이다’, ‘사이버 공간에서 만나게 되는 사람들이 현실 공간 사람보다 편안하다’ 등의 3개 항목이 포함되어 있다. 이 3개의 항목들은 인터넷의 활용 정도, 편리성 그리고 앞으로의 이용 의도를 물어보는 것으로 ‘인터넷의 유용성’으로 정의하였다.

요인 2에 포함된 항목들은 ‘내 블로그나 미니홈피는 나만의 공간이기에 타인의 관심을 받는 것이 부담스럽다’, ‘내 블로그나 미니홈피의 사진이나 동영상에 타인이 스크랩해 가면 기분이 좋다’, ‘인터넷 커뮤니티나 메신저로 모르는 사람이 말을 걸면 제대로 대응하는 편이다’ 등의 3개 항목이다. 이 3개의 항목은 공통적으로 커뮤니케이션 수단으로서의 인터넷을 이용할 때 이용자들이 느끼는 감정에 대한 질문으로서 인터넷 사용의 만족도, 인터넷에 대한 신뢰 등을 알 수 있다. 첫 번째 구성질문인 ‘타인의 관심을 받는 것이 부담스럽다’라는 항목이

〈표 7〉 인터넷과 일상 요인분석 결과

인터넷에 대한 인식	성분		
	1	2	3
나의 여가생활에 있어서 인터넷은 매우 유용하다.	.771	5.904E-02	-3.4E-02
인터넷 이용시간은 앞으로 증가할 것이다.	.771	-.109	-1.6E-02
사이버공간에서 만나게 되는 사람들이 현실공간 사람보다 편안하다.	.525	.175	1.503E-02
내 블로그나 미니홈피는 나만의 공간이기에 타인의 관심을 받는 것이 부담스럽다.	.245	-.679	.123
내 블로그나 미니홈피의 사진이나 동영상에 타인이 스크랩해 가면 기분이 좋다.	.177	.676	-.153
인터넷 커뮤니티나 메신저로 모르는 사람이 말을 걸면 제대로 대응하는 편이다.	.350	.589	.269
인터넷 뱅킹이나 사이버 결제 시 불안한 생각이 든다.	.205	-.49E-02	.781
일반상점에서의 구매보다 인터넷 쇼핑을 선호하는 편이다.	.283	8.417E-02	-.743

부(-)적인 관계를 나타내고 있으므로 요인 2는 전반적으로 인터넷에 대한 개방적인 태도를 의미하고 있다는 점에서 ‘개방성’에 대한 긍정적 요인으로 분류하였다.

마지막으로 ‘인터넷 뱅킹이나 사이버 결제 시 불안한 생각이 든다’와 ‘일반상점에서의 구매보다 인터넷 쇼핑을 선호하는 편이다’의 두 개의 항목으로 이루어진 요인 3은 인터넷상의 거래에 대한 태도를 통해 일반적인 위험인식 정도를 공통적으로 포함하고 있다. 마지막 질문인 ‘인터넷 쇼핑을 선호하는 편이다’ 항목의 값이 부(-)적으로 나타났기 때문에 요인 3은 인터넷에 대한 ‘위험성’인식 요인으로 설정하는 것이 무리가 없어 보인다.

4. 분석 결과

먼저 첫 번째 가설인 ‘온라인 관계망의 성격은 개인적 성향이나 인터넷 이용 패턴, 그리고 인터넷에 대한 인식에 영향을 받을 것이다’를 검증하기 위해 온라인 관계망의 성격과 개인적 성향, 그리고 인터넷 관련 변수들과의 관계를 상관분석을 통해 살펴보았다. 즉, 온라인 관계망에서 공적인 인맥과 사적인 인맥의 비율이 개인의 성향과 인터넷 이용 행태 등에 따라 어떠한 관련을 맺고 있는지를 살펴보려고 한 것이다(〈표 8〉 참조).

〈표 8〉 각 변수들과 공적/사적 인맥 간의 상관분석

	공 적		사 적	
	한 국	일 본	한 국	일 본
오프라인 만남	.137**	.090*	.291**	.022
개인성향(가치추구)	-.041	.004	-.025	-.007
개인성향(가족중심·현실지향)	.066	.138**	-.013	-.100*
개인성향(자아우선)	.050	.000	-.043	-.033
인터넷 이용 패턴(정보지향)	-.031	-.038	-.177**	-.094*
인터넷 이용 패턴(관계지향)	.039	-.107**	-.105*	.109**
인터넷 이용 패턴(오락적)	-.034	-.113**	.097*	.026
인터넷 인식(유용성)	.051	-.053	-.054	.115**
인터넷 인식(개방성)	.091*	.093*	.047	.047
인터넷 인식(위험성)	-.051	-.064	.088	.085*

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

분석 결과 한국과 일본 모두 공적인 인맥의 경우에는 온라인 관계망을 구축하고 있는 대 상과의 대면적 만남이 정(+)적인 차원에서 통계적으로 유의미한 관계에 있음이 나타났다. 반면 사적인 인맥의 경우 한국은 공적 인맥과 같은 경향을 나타낸 데 비해 일본은 유의미한 경향이 나타나지 않았다. 정리하면 한국은 공적인 인맥의 비중과 사적인 인맥의 비중 모두 오프라인에서의 만남은 빈도와 관계가 있었던 반면 일본은 공적인 인맥에 대해서만 오프라 인에서의 만남이 유의미한 것으로 나타났다. 그리고 일본의 경우 가족중심·현실지향적인 이용자의 메신저상 공적 인맥의 비중은 높고 사적 인맥의 비율은 낮은 것이 유의미하게 나타 났다. 이는 온라인에 대한 신뢰가 떨어지는 일본 사용자들의 특성이 사적인 프라이버시를 중요하게 여기는 특성과 결합하고 있는 것으로 추측할 수 있고, 가족중심·현실지향적 사람 일수록 온라인 관계망에서 사적 인맥의 비중은 낮아진다는 것을 보여주는 결과이다.

또한 관계지향적인 인터넷 이용을 하는 일본인들은 공적인 인맥의 비율이 낮아지는 것에 반해 사적인 인맥의 비율은 높아지고 있다. 인터넷에서의 관계지향적인 활동이 한국의 경우 사적인 비중에서는 오히려 부(-)적으로 나타난 것과 대조적인 결과라고 할 수 있다. 그리고 인터넷에 대한 인식 중에서 개방적인 성향은 공적 인맥의 비중과 유의미한 관계에 있었고, 위험성에 대한 인식이 높을수록 일본의 경우 공적인 인맥보다는 사적인 인맥의 비율이 높은 것이 유의미하게 나타났다. 이는 앞에서 살펴보았던 사이버 공간에 대한 신뢰와 관련된 것으 로서, 온라인 공간의 위험을 느낄수록 기존의 알고 지낸 관계, 즉 신뢰할 수 있는 관계에 대한

〈표 9〉 온라인 관계망의 만남 방식에 대한 상관분석

	오프라인 만남		온라인 만남	
	한 국	일 본	한 국	일 본
개인성향(가치추구)	.016	-.033	-.036	-.022
개인성향(가족중심·현실지향)	.020	-.062	-.048	-.040
개인성향(자아우선)	-.024	.077	-.036	-.113**
인터넷이용 패턴(정보지향)	-.030	-.072	-.083	-.087*
인터넷이용 패턴(관계지향)	-.058	-.063	.058	.125**
인터넷이용 패턴(오락적)	-.067	.028	.025	-.088*
인터넷인식(유용성)	-.003	-.089*	.034	.126**
인터넷인식(개방성)	-.017	-.030	-.033	.032
인터넷인식(위험성)	-.047	.104*	.094*	-.033

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

도구적인 차원에서 온라인의 활용이 이루어지고 있음을 나타내는 것이다.

다음으로 두 번째 가설에서 살펴보고자 했던 온라인 관계망에 대한 접촉의 방식과 개인적 성향 및 인터넷 관련 변수들과의 관계이다. 이를 알아보기 위해 온라인 관계를 맺고 있는 대상들을 주로 어떻게 만나는지에 대해 조사한 결과와 다른 변수들을 상관분석을 통해 살펴 보았다(〈표 9〉 참조).

먼저 개인성향과 관련된 부분에 있어서는 자아우선적 성향을 가진 일본 이용자들이 온라인에서의 만남에 소극적인 것만 유의미한 결과로 나타났다. 반면 인터넷 이용 패턴의 경우 오프라인에서의 만남 비중은 유의미한 상관관계를 나타내지 않았지만 일본의 경우 온라인에서의 만남에 대한 부분은 모두 유의미한 관련성을 나타내고 있었다. 즉, 관계지향적인 인터넷 이용을 하는 일본 이용자들은 오프라인보다는 온라인에서의 만남과 정(+)적인 상관관계에 있었고, 반면 정보지향적이거나 오락적인 인터넷 이용을 하고 있는 이용자들은 오히려 온라인에서의 만남에 소극적인 것이 유의미한 관련을 보여 주고 있다. 그리고 인터넷에 대해 유용한 점을 인식하고 있는 일본 이용자들의 경우 오프라인에서의 만남보다는 온라인에서의 접촉을 선호하는 것으로 나타났다. 반면 온라인에서의 위험에 대한 인식은 오프라인에서의 만남과 정(+)적인 관계를 나타내고 있다. 정리하면 한국의 이용자들은 개인적 성향이나 인터넷 관련 행태 및 인식이 전반적으로 만남의 방식에 영향을 미치고 있지 않았던데 비해, 일본의 이용자들은 관계지향적인 인터넷 이용 패턴과 인터넷의 유용성에 대한 인식이 온라인에서의 접촉에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

〈표 10〉개인적 특성과 메신저 대화상대 수에 관한 회귀분석

	전 체		한 국		일 본	
	b	β	b	β	b	β
성 별	-3.621	-.013	-5.878	-.019	10.715	.069
연 령	-.105	-.009	-.105	-.008	.321	.046
개인성향(가치추구)	-11.349*	-.084	-19.852*	-.124	2.488	.035
개인성향(가족중심·현실지향)	.722	.005	-4.990	-.031	3.130	.044
개인성향(자아우선)	2.889	.020	9.672	.055	-13.529**	-.180
인터넷 이용 패턴(정보지향)	22.730***	.161	20.355*	.121	16.489**	.196
인터넷 이용 패턴(관계지향)	-5.715	-.038	2.742	.013	-5.976	-.072
인터넷 이용 패턴(오락적)	-4.058	-.030	-3.607	-.022	0.27	.000
인터넷인식(유용성)	2.065	.015	1.950	.012	6.392	.085
인터넷인식(개방성)	6.115	.047	7.377	.048	-1.572	-.022
인터넷인식(위험성)	1.873	.014	7.812	.045	8.117	.100
R-square	0.47		.051		.126	
F검증	2.786**		1.957*		2.844**	

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

마지막 가설인 온라인 관계망의 크기에 영향을 미치는 요소들을 살펴보기 위해 관련변수들을 이용한 회귀분석을 실시하였다. 그 결과 양국 모두에게 이용자의 성별이나 연령은 통계적으로 유의미한 특성을 나타내지 않았고, 인터넷을 정보지향적으로 이용할수록 등록된 대화상대가 증가한다는 공통점이 있었다. 이는 인터넷에서의 관계형성에는 그라노메터가 말하는 약한 유대(weak tie)에 기반한 관계가 효율적이며, 이런 관계를 통해 얻을 수 있는 혜택이 정보적 혜택이라는 설명에 잘 부합되는 결과라 하겠다. 또한, 한국의 경우 가치추구적 이용자가 메신저의 대화상대가 더 적다는 결과가 나왔다. 이는 가치추구적 이용자일수록 관계의 양보다는 질적인 차원의 친밀한 관계를 중요시하여 메신저에 등록된 인원이 상대적으로 적은 것으로 생각된다. 다시 말해 가치추구적 이용자는 현실적인 이해나 관심보다는 가치를 공유하는 측면이 크므로 관계망의 성격도 강한 유대에 기반한 오프라인 관계망을 중요시할 가능성이 큰 것으로 파악된다. 일본 이용자들에게는 가치추구성의 유의미한 관계가 나타나지 않고 있는데, 이론적 부분에서 살펴보았듯이 전면적인 관계보다는 개인을 우선시하는 일본인들의 특성이 작용한 것으로 볼 수 있다. 이는 비사교적 특성을 나타내는 자아우선 요인이 클수록 온라인 관계망의 크기가 작아지는 분석 결과와도 맥락을 같이한다(〈표 10〉 참조).

IV. 결론

본 연구는 새로운 사회적 관계의 형성과 유지에 있어 중요한 의미를 갖는 온라인 관계망의 특성과 효과를 살펴보기 위해 현재 활발한 이용을 보이고 있는 메신저를 매개로 하여 분석에 활용하였다. 이 때 가치중립적인 메신저 자체의 특성이 아니라 그것을 이용하는 사용자들의 성향과 이용자들의 인터넷 이용 행태 및 인식과의 연관성을 파악해 보고자 하였다.

분석 결과와 함의를 요약하면 다음과 같다. 먼저 일본에 비해 한국의 이용자들이 메신저를 이용한 온라인 관계의 형성과 유지에 적극적인 것으로 나타났다. 아울러 관계망의 크기에 있어서도 한국의 이용자들이 일본에 비해 훨씬 많은 대상과 관계를 맺고 있음을 알 수 있었다. 다시 말해 메신저를 활용한 온라인에서의 관계의 형성과 유지에 한국의 이용자들이 보다 적극적인 것으로 나타났다. 그리고 관계 대상의 성격과 빈도에 있어서는 한국과 일본의 이용자들 모두 공적인 관계에 있는 대상들과의 대화보다는 자주 만나기 어려운 사적인 관계의 대상들과 관계하는 비율이 높은 것을 알 수 있었다.

온라인 관계망의 공·사 인맥의 비율에 대한 분석에 있어서, 일본의 경우 개인적인 성향이 가족중심·현실지향적 사람일수록 온라인 관계망에서 사적 인맥의 비중은 낮아지고, 관계지향적인 인터넷 이용을 하는 이용자와 인터넷에 대한 기본적인 인식 중 위험성에 대한 인식이 높은 이용자의 사적 인맥 비중이 큰 것으로 나타났다. 또한 양국 모두에 있어서 인터넷에 대한 인식 중에서 개방적인 성향은 공적 인맥의 비중과 유의미한 관계에 있었다.

다음으로 온라인 관계망의 구성원들과의 만남에 있어서는 인터넷에 대해 유용한 점을 인식하고 있는 일본 사용자들의 경우 오프라인에서의 만남보다는 온라인에서의 접촉을 선호하는 것으로 나타났고, 온라인에서의 위험에 대한 인식은 오프라인에서의 만남과 정(+)적인 관계를 나타내고 있었다. 전반적으로 한국의 이용자들은 개인적 성향이나 인터넷 관련 행태 및 인식이 전반적으로 만남의 방식에 영향을 미치고 있지 않았던 데 비해, 일본의 이용자들은 관계지향적인 인터넷 이용 패턴과 인터넷의 유용성에 대한 인식이 온라인에서의 접촉에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

온라인 관계망의 크기와 관련하여 공통적으로 나타난 것은 인터넷을 정보지향적으로 이용할수록 등록된 대화상대가 증가한다는 점이었다. 이는 인터넷에서의 관계형성에 있어 약한 유대 기반의 관계가 효율적이고, 이러한 관계를 통해 얻을 수 있는 혜택이 정보적 혜택이라는 설명과 잘 부합하는 결과라고 할 것이다. 그리고 한국의 경우 가치추구적 이용자가 메신저에 더 적은 대화상대를 갖고 있다는 결과는 가치추구적 이용자일수록 관계의 양보다

는 질적인 차원에서의 친밀한 관계를 보다 중요시한다는 함의를 갖고 있는 것으로 볼 수 있다. 일본 이용자들에게는 가치추구성의 유의미한 관계가 나타나지 않고 있는데, 이론적 부분에서 살펴보았듯이 전면적인 관계보다는 개인을 우선시하는 일본인들의 특성이 작용한 것으로 볼 수 있다. 이는 비사교적 특성을 나타내는 자아우선 요인이 클수록 온라인 관계망의 크기가 작아지는 분석 결과와도 같은 맥락에서 이해할 수 있다.

이러한 분석 결과를 전반적으로 볼 때 한국과 일본 모두에게 있어 온라인에서의 관계망은 새로운 관계의 형성보다는 기존의 관계를 유지하는 도구적인 차원에서 보다 적극적으로 활용되고 있었고, 정보지향적인 특성과 유의미한 관계가 있는 것을 통해 볼 때 편의성에 기반한 도구적인 혜택을 얻고 있는 것으로 판단된다. 아울러 기존의 오프라인에서의 관계의 특성이 온라인 공간에도 투영되는 점들을 발견할 수 있었다. 특히 일본의 경우 자기희생이나 가족중심의 전면적인 관계보다는 개인이 우선되는 관계의 선호가 나타나고 있었고 온라인 공간에 대한 위험인식 정도, 즉 신뢰의 여부가 온라인에서의 관계형성 전반에 있어 중요하게 작용하는 것으로 나타났다.

참고문헌

- 김명아. 2007. 《사이버공간의 사회자본》. 한국학술정보.
- 김문수. 2005. “CMC를 통한 대인관계 형성에 대한 연구.” 《한국언론학보》 49(4): 191-218.
- 나은경. 2007. “온라인과 오프라인 세계의 상호작용.” 《한국언론학보》 51(4): 385-406.
- 배 영. 2003. “사이버커뮤니티의 경험적 분석을 이용한 사회자본의 유형화.” 《한국사회학》 37(5): 161-186.
- 배 영 · 권현영 · 황성기 · 홍승희. 2008. 《한국의 인터넷을 논하다》. 서울경제경영.
- 이사리. 2004. 《결혼의 사회자본 - 하객 연결망과 부조금에 관한 한일 비교연구》. 연세대학교 석사학위논문.
- 이원복. 2007. “한일정보문화 비교연구.” kado이슈리포트. 한국정보문화진흥원.
- 최인재 · 최상진. 2002. “한국인의 문화 심리적 특성이 문제대응방식, 스트레스, 생활만족도에 미치는 영향.” 《한국심리학회지》 13(1): 55-71.
- 카스텔(Castells, M). 2004. 《인터넷 걸력시》 (박행웅 역). 한울.
- 한국인터넷진흥원. 2007. 《인터넷이용실태조사》. 한국인터넷진흥원.
- 辻大介. 2001. 調査データから探るインターネット利用の動向: インターネットはコミュニケーションを「革命」するか. 平成12年度 情報通信学会年報: 55-70.
- Funk, J. 2005. “The Future of the Mobile Phone Internet: an Analysis of Technological

- Trajectories and Lead Users in the Japanese Market.” *Technology in Society* 27: 69–83.
- Hampton, K. and Wellman. 2001. “Long Distance Community in the Network Society: Contact and Support Beyond Netville.” *American Behavioral Scientist* 45(3): 476–495.
- Hashimoto, Y., Ishii, K., Nakamura, I., Korenaga, R., Tsuji, D. and Mori, Y. 2000. “Survey Research on Use of Cellular Phones and Other Communication Media in 1999.” *The Research Bulletin of the Institute of Socio-Information and Communication Studies* 14: 83–192.
- Howard, P., Raine, L. and Jones, S. 2001. “Days and Nights on the Internet: The Impact of a Diffusing Technology.” *The American Behavioral Scientist* 45(3): 383–404.
- Ishii, K. 2004. “Internet Use via Mobile Phone in Japan.” *Telecommunication Policy* 28: 43–58.
- Ishii, K. 2006. “A Comparative Study of Media Cultures among Taiwanese and Japanese Youth.” *Telematics and Informatics* 23: 95–116.
- Nie, N. H. 2001. “Sociability, Interpersonal Relations, and the Internet: Reconciling Conflicting Findings.” *The American Behavioral Scientist* 45(3): 420–435.
- Orleans, M. and Laney, M.C. 2000. “Children’s Computer Use in the Home: Isolation or Sociation?” *Social Science Computer Review* 18(1): 56–72.
- Pruijt, H. 2002. “Social Capital and the Equalizing Potential of the Internet.” *Social Science Computer Review* 20(2): 109–115.
- Wellman, B. 1999. “The Network Community: An Introduction to Networks in the Global Village.” In B. Wellman(ed.), *Networks in the Gobar Village*: 1–47. Boulder, CO: Westview.
- Wellman, B. 2000. “Physical Place and Cyber Place: the Rise of Networked Individualism.” *International Journal of Urban and Regional Research*(special issue) 1: 227–252.
- Wellman, B., Haase, A.Q. and Hampton, J.W.K. 2001. “Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment.” *The American Behavioral Scientist* 45(3): 436–455.

[접수 2009/10/15, 수정 2009/11/10, 게재확정 2009/11/13]