

기업 CEO의 트윗 메시지에 대한 대학생 트위터들의 반응유형에 관한 연구

한 정 호 · 연세대학교 언론홍보영상학부 교수, 언론학박사

본 연구는 국내 기업들의 중요 CEO 트위터 (twitter)들이 만드는 트윗 메시지에 대한 공중들의 주관적인 반응을 체계적으로 분석하고자 했으며 보다 구체적으로는 그러한 반응들을 유형화하고 그 유형들의 실무적인 의미를 도출하는데 중점을 두었다. William Stephens의 Q방법론을 이용하여 국내 CEO 트위터들이 내보내는 메시지내용들에 대한 트위터 수용자들의 다양한 반응들을 보다 포괄적이면서도 실제적으로 파악해보고자 했다. 특히 CEO 트위터들의 주 타겟인 대학생들 (대학원생 포함)의 반응을 유형화하고자 했다. 1,000여개의 실제 CEO 트윗메시지를 Q-population으로 하고 거기서 최종 63개의 Q-sample 트윗 메시지를 만들었으며 80명을 대상으로 Q 인자분석을 시도했다. 결과 (1) 논증적 사회참여형, (2) 생활 감성형, (3) 갈등회피 나눔형 등 3가지 반응 유형을 얻었다. 본 연구에서 발견된 유형들은 트위터들의 트윗사용과 반응에 대해 미리 가설을 세우고 검증하는 기존의 가설-연역적인 연구들 (hypothetico-deductive research) 에서 밝혀진 결과와는 달리 실제 트위터들의 반응은 매우 종합적이고 비선형적이며 변수들간의 유기적 interaction이 활발한 모습을 보여주었다. 본 연구에서 발견된 3가지 유형은 CEO들의 트윗사용에 있어 중요한 지침을 제시해준다. 이러한 유형들은 트위터들의 생활 속에 실제로 존재하는 모습들이다. 인식과 태도의 전형, 혹은 원형들 (prototypes)이다. 여러 가지 반응의 요인들이 합해지고 어울려져서 구체적이고 생생한 모습을 나타내기 때문에 생활 속에 실존하는 주위 트위터의 모습을 찾아낼 수 있다. 따라서 CEO들은 트윗글 작성에 있어 이러한 유형들을 머리 속에 그리며 대화를 나누듯 글을 쓸 수 있으며 트위터들과의 의사소통이나 관계확장에도 지침을 줄 수 있다. 또 한 앞으로의 트위터 연구에 있어 연구문제와 가설 설정, 방법론의 사용 가능성에 있어서도 좋은 시사점을 던져준다.

1. 연구의 목적과 이론적 논의

SNS(Social Network Service)로 통칭되는 소셜 미디어의 열풍은 스마트폰의 보급과 더불어 가히 폭발적이라 할만하다. 소셜미디어를 이용한 새로운 커뮤니케이션과 소통의 확산에 의문을 가졌던 많은 사람들 역시 이제는 적극적으로 동참하고 있다. 새로운 소셜미디어 환경 속에서 이미 많은 기업

들이자사의 트위터나 페이스북, 미투데이 계정을 개설하여 운영하고 있으며 적극적으로 고객 및 공중들과 소통하고자 노력하고 있다. 주목할만한 사실은 기업뿐 아니라 기업의 CEO들 역시 자신들의 개인 트위터나 페이스북, 미투데이 등 소셜미디어의 개인계정을 개설하고 이를 통해 많은 팔로워, 혹은 친구를 맺은 공중들과 직접적인 커뮤니케이션 활동을 펼쳐나가고 있다는 점이다. 그리고 이와

같은 기업 CEO들의 소셜미디어를 통한 커뮤니케이션 활동과 내용들에 대해 많은 언론들도 보도하고 특이한 글들은 바로 사회적 이슈로 등장하고 있다. 많은 사람들은 CEO들과 소셜미디어를 통한 소통을 경험하게 되면서 기업의 CEO로부터 연상되었던 권위적이고 위엄있는 모습이 아니라 그들을 더 평범하게 보게 되고 더 친밀하게 느끼게 되었다. 더 나아가 지금껏 언론을 통해서만 전해 들었던 CEO들의 일상적 이야기를 직접 들을 수 있고 심지어 그들과 직접 대화를 하고 있다는 사실에 놀라워하고 있다 (김형석, 유현중, 2010). 트위터와 같은 소셜미디어를 이용한 기업 CEO들의 소통 노력은 계속해서 증가하고 있으며 마케팅 커뮤니케이션 차원뿐만 아니라 기업PR 커뮤니케이션 차원에서도 매우 중요한 부분을 차지하게 되었다.

CEO는 자체가 하나의 인격체로서 공중에게 투영된 이미지를 가지고 있으며 이러한 이미지는 기업 이미지와도 연결되어 브랜드 자산의 핵심요소를 이루며 경쟁자와 차별적 이미지를 형성함으로써 기업 경쟁력에 원천이 된다 (이경렬, 2004). CEO의 일거수일투족은 그 자체가 살아 움직이는 기업의 심볼이자 기업 이미지 중요구성요소로서 기업의 명성, 브랜드 연상 이미지에 결정적인 영향을 미친다. CEO 평판과 기업의 평판의 상호 관련성을 확인해주는 연구결과들도 많다 (최숙희, 2004). 기업 CEO나 오너들의 PI (President Identity)는 기업의 CI(Corporate Identity) 형성에도 큰 영향을 미칠 수 있다 (Ackerman, 2000). CI를 구성하는 중요요소인 PI는 기업의 상징이자 구심점으로 매우 조심스런 접근을 필요로 한다. 특히 과거의 현대그룹과 같이 PI가 CI의 큰 비중을 차지하는 기업의 경우 그룹총수의 활동이나 신상변화에 따라 주가가 변할

정도의 영향력을 행사하기도 한다.

CEO의 행동은 언론의 관심대상이면서도 일반 공중들에게는 대부분 은밀히 가려지고 노출이 제한되어 왔다. 일반 공중들은 기업광고나 언론, 공식 활동, 루머 등을 통해 간헐적으로 정보나 소식을 접하는 정도였다. 그러나 이제 CEO가 소셜 미디어를 통해 전면적인 출현은 물론이고 일반공중들과 직접적인 대화를 실시간으로 나누는 현실은 과거와 전혀 다른 PI전략을 필요로 하게 되었다. 대화는 물론 필요하다면 사진이나 영상, 링크 등을 통한 증강된 현실을(augmented reality) 바탕으로 CEO는 기업의 브랜드 강화는 물론 PR 및 마케팅 담당자가 해야 할 역할까지도 맡고 있다. 기업이 맞이하는 위기적 상황에서 CEO가 직접 소셜미디어를 통해 공중들에게 직접 설명, 변명, 사과하기도 한다. 종합적으로 말하면 CEO의 소셜미디어 사용은 기업의 이미지와 브랜드 평판(reputation) 구축에 이어 위기관리 타개, 회사의 공식입장 표명, 사내 커뮤니케이션, 사원 영입, 주가관리 등 많은 면에서 활용 가치가 있고 반면 위험요소도 내포하는 것이다.

기업의 CEO들이 일반공중들과 소통하는데 있어 가장 많이 사용하고 있는 소셜미디어는 트위터(twitter)이다. 트위터는 140자라는 짧은 메시지 입력 공간에도 불구하고 실시간 커뮤니케이션과 참여를 촉진할 수 있는 사회적 미디어로 마케팅은 물론 기업홍보 분야에도 적극적으로 활용되고 있다. 트위터를 이용하는 한국인 관련 정보를 실시간으로 보여주는 Oikolab에 의하면 2011년 5월 현재 362만명의 가입자가 있으며 (<http://tki.oiko.cc/count>) 지속적으로 그 숫자가 늘어나고 있다. Barnes & Mattson (2009)에 의하면 실제 Fortune지 선정 100대 기업의 65%가 트위터를 이

용하여 마케팅은 물론 연구개발 및 임직원 소통의 도구로 적극 활용하고 있으며, 미국의 PR 실무자들도 트위터를 중요한 커뮤니케이션 채널로 이용하고 있는 상황이다. 트위터가 사용자들에게 주는 이점은 첫 번째로 트위터를 이용하는 친구, 가족 등 친한 사람들과 사회적으로 쉽게 네트워킹 할 수 있도록 도와준다는 것이다. 두 번째로 접근 용이성이다. 트위터는 컴퓨터뿐만 아니라 휴대폰, 스마트폰 등 모바일 기기를 통해 인스턴트 메시징(Instant Messaging)이 가능하다. 이전의 소셜 네트워킹 서비스가 한정된 하드웨어로 인해 사용하는 데 있어 제한이 있다면 트위터는 내가 어디에 있든 무엇을 하든 원하는 시간에 실시간으로 메시지를 보내고 볼 수 있다는 이점을 제공한다. 세 번째로 트위터가 기존 소셜 네트워킹 서비스와 다른 점은 급속한 네트워크 확장이다 (김형석, 유현중, 2010). 팔로잉, 리트윗, 맞팔, 메시지보내기(멘션) 등을 통한 순간적인 연결들은 다른 소셜미디어와 비교할 수 없을 만큼 빠른 네트워크 확장을 보장한다. 트위터가 가진 이러한 특징들로 인해 CEO들은 더 많은 사람들과의 직접적인 커뮤니케이션이 가능하고 증대된 커뮤니케이션으로 인해 많은 네트워크화된 커뮤니티가 형성될 것이고 더 많은 사람들의 소비나 구매 행동 등에 영향을 줄 가능성이 커다.

이러한 실무적 중요성과 이론적 적용, 연구문제의 도출 가능성에 비해 CEO의 소셜미디어 사용의 효과와 활용에 대한 체계적인 연구는 별로 없는 실정이다. 소수의 연구도 대부분 현황파악이나 메시지 내용분석에 국한되어 있다. 실무적인 접근도 효과제고를 위한 직감적인 시도가 대부분이다. 즉, 양적인 팽창에 비해 구체적인 가이드라인을 제시할 만한 체계적이거나 과학적인 분석이 극히 저조하다.

이는 최근 CEO의 소셜미디어 사용빈이 너무 빠른 속도로 이루어져 효과나 문제점 등을 논하기에 시간이 부족한 것이 가장 큰 이유일 것이다.

특히 가장 중요한 논점인 CEO 트윗에 대한 사용자들의 반응을 체계적이고 과학적으로 분석한 연구가 거의 부재하다는 점이 지적될 수 있다.

본 연구는 트윗에 대한 공중들의 반응을 체계적으로 분석하는 데 중점을 두었다. 보다 구체적으로는 그러한 반응들을 유형화하고 그 유형들의 실무적인 의미를 도출하는데 중점을 두었다. William Stephens의 Q방법론을 이용하여 CEO 트위터들이 내보내는 메시지에 대한 트위터들의 다양한 반응들을 보다 객관화하여 포괄적이고도 실질적인 유형을 파악해보고자 했다. 특히 CEO트위터들의 주 타겟인 대학생들(대학원생 포함)의 반응을 유형화하고자 했다. 여기서 말하는 트위터 사용자들의 반응분석은 단순히 어떤 트윗 메시지를 좋아하는가, 혹은 싫어하는가와 같은 단편적인 문제를 넘어 종합적이고 포괄적인 반응을 의미한다. 이러한 포괄적인 반응이야말로 매우 현실적인 의미를 지닌다. 왜냐하면 사람들의 반응은 메시지의 주제, 소구형태, 길이, 어법, 대상, source 등 다양한 변수를 종합하여 이루어지기 때문이다. 이러한 종합적 반응 연구는 유형화의 형태를 가질 수밖에 없다.

이러한 반응의 유형화는 실제 CEO가 트윗을 할 때 마치 현실적으로 존재하는 지인이나 친구, 대상자를 머리 속으로 그릴 수 있도록 해준다. 예를 들어 실제로 현 생활에 존재하는 트위터는 “CEO 주변의 일상적인 일을 감성적으로 짧게 나타내주는 트윗 내용을 좋아하고 그러면서도 CEO 회사의 자랑이나 정치적인 언급을 싫어하고 타인에게 멘토링하는 것을 꺼려하는 사람”과 같은 식으로 나타낼 수 있다. 이런 식의 반응유형 종합분석은

매우 현실적이면서 사람들이 그러한 태도와 반응을 나타내는 이유를 밝힐 수 있고 이를 통해 story telling적인 예측과 분석이 가능하다. 예를 들어 만약 4 가지 유형이 나타난다면 CEO는 이러한 4 가지 유형의 사람들을 머릿속에 그리면서 그들과 대화를 나누듯 쉽게 트윗의 메시지 내용을 꾸며나갈 수 있을 것이다.

2. 연구문제와 방법

본 연구는 현재 CEO들이 사용하고 있는 트윗 내용에 대해 대학생 팔로워들이 어떤 평가와 반응을 보일 것인가를 분석하는 것이다. 트윗의 내용은 트윗을 하는 CEO에 따라 달라진다. 따라서 본 연구에서는 가상의 구체적 인물을 내세워 그 사람의 트윗내용에 대한 반응을 조사했다. 그러나 트윗의 실제 메시지내용은 2011년 6월 현재 현재 트윗을 즐기고 있는 국내 유명 CEO 10명 (박용만, 정용진, 이찬진, 김상범, 표현명, 김홍선, 허진호, 오연호, 임정묵, 조원규)의 트윗메시지에서 가져왔다. 다만 그러한 트윗 내용들은 Q 방법론의 절차와 원칙에 따라 다소 수정을 가하였다. Q방법론은 William Stephenson이 고안한 주관적 태도와 인식의 전문 측정 방법론이다. Q방법론은 주관성 측정을 위해 고안된 통계모형이고 동시에 심리학 이론이며 과학 철학이기도 하다(김홍규, 1990). Q 방법론은 사람들의 생각이나 반응의 모든 총상 (concourse)를 다루는데 이 총상은 어떤 대상에 대해 사람들이 주관적으로 느끼는, 혹은 느낄 수 있는 모든 자아 참조적 진술문 (self-referent statements)로 표현된다 (Stephenson, 1953). 사람들은 대상이나

메시지에 대해 자기만의 총상을 형성하는데 Q 방법론의 일반적인 형태는 이러한 총상을 피험자들이 느끼는 대로 분류하는 Q-sort의 과정을 거치며 이 과정을 통해 드러난 진술문들의 관계 속에서 새로운 의미를 찾아내는 방식으로 진행된다. 통계적으로는 인자분석이 사용된다. Q 방법론의 설계는 구체적으로 Q 진술문 (Q-statement) 작성 → 최종 Q 진술문 sample 결정 → P-sample 설정 → Q 분류 (sort) → 유형해석의 순으로 이루어진다.

본 연구에서는 Q 방법론을 CEO 트윗 메시지들에 대한 대학생들의 인식적 반응을 자유로운 분류를 통해 나타나게 하였다. 이 경우 Q 진술문들은 비록 기업의 CEO들에 의해 작성되었지만 응답자들의 일상언어나 개념을 그대로 잘 나타내고 전달할 수 있는 것들을 선정했다. 이러한 진술문들을 바탕으로 대학생들마다 다르게 표현하는 진술문들에 대한 반응의 관계 속에서 그들이 느끼는 것들을 한데 아울러 최종 유형화 (typology) 의 형태로 도출되도록 했다.

① Q 진술문 작성과 최종 진술문 결정 : 실제 1,000여개의 CEO 트윗 내용을 구조화된 샘플링 작업 (structured sampling)을 통해 최종 63개의 Q진술문(Q-statement)으로 줄이는 작업을 했다. 우선 1,000개의 실제 트윗 내용을 Q-모집단 (Q-population)으로 보고 이 내용들에 대한 분류 항목분석을 시도했다. 이 분류는 원래 김형석, 유현중 (김형석, 유현중, 2010)의 연구에서 사용한 6분류를 바탕으로 한 것이나 본 연구에서는 19개의 분류항목 (<표 1>)으로 까지 확장했다. 이 19개 항목은 대부분의 CEO 트윗내용을 망라할 수 있는 분류이다. 그러나 이 모든 항목들의 세부분류를 모두 포함

한 진술문을 만들기는 불가능한 만큼 실제연구에서는 8개 정도의 분류항목 (전달내용, source, 주요화제, 어법, 길이, 어투, 경어사용, 진술의 방향 등)을 주로 사용했다. 그러나 필요에 따라서는 다른 분류항목들도 이용했다.

이 최종 Q 진술문들은 비록 유명 CEO 들이 직접

작성한 트윗메시지 들이지만 Q 방법론의 기본 취지에 맞추기 위해 대학생들의 사고의 총상 (concourse)을 잘 반영하는 자아 참조문적 진술문 (self-referent statements)의 형태로 된 것들을 최대한 많이 선정했으며 문장도 일상적 표현으로 다듬었다. 그리고 Q 진술문의 아이디어들은 기본적으로 소통가능

〈표 1〉 CEO 트윗 내용의 전반적 분류 항목과 세부분류

1. 전달 내용
 - (1) 정보 및 지식 (2) 감정
2. 전달 내용 분야
 - (1) 사회적 이슈 (2) 생활의 단면 (3) 회사/사원/일 관련 (4) 기타
3. 트윗의 source
 - (1) 단순 사실 (2) 직관적 판단 (3) 다른 사람에게서 들은 것 (4) 경험/조우 (5) 유명인/역사적 사실/강의 내용 등 (6) 책이나 매스컴에서 인용 (7) 기타
4. 주요화제
 - (1) 회사/사원관련 내용 (2) 사생활 관련 (3) 가족관련 (4) 지인관련 (5) 기타
5. 감정상태
 - (1) 무미건조 (2)センチ멘털 (3) 행복감 표현 (4) 슬픔/불만 표현
6. 어법
 - (1) 간결 (2) 호소 (3) 한탄 (4) 유머 (5) 약간의 위협 (6) 솔직 강조 (7) 참여유도 (8) 의문제시
7. 진술유형
 - (1) 단순전달/진술 (2) 단순 주장 (3) 참여유도 (4) 멘토링/advice
8. 회사/사원관련 이슈
 - (1) 사장 자신 (2) 회사 계획 및 이벤트 고지/설명 (3) 제품 및 서비스 (4) 회사구성원 (5) 기타
9. 회사/사원관련 일에 관한 대처
 - (1) 사과 (2) 주장 (3) 변명 (4) 사실 언급 및 설명 (5) 기타
10. 문장의 길이
 - (1) 단 (50자 이하) (2) 중 (50-100자) (3) 장 (100자 이상)
11. 진술의 방향
 - (1) 긍정 (2) 부정 (3) 중립
12. 어투
 - (1) 젊은(10대-20대) 어투 (2) 중/노년 어투
13. 등장인물
 - (1) 성인 (2) 어린이 (3) 남 (4) 녀 (5) 없음
14. 감정부호(이모티콘)의 사용 여부
 - (1) 사용 (2) 비사용
15. 지혜와 도움의 동원유형
 - (1) 상식적 생활의 지혜 (2) 철학/역사/명사적 지혜 (3) 경험적 지혜
16. 주 사회적 화제
 - (1) 정치/경제 (2) 사회/문화 (3) 건강/가족 (4) 국제 (5) 스포츠 (6) 종교 (7) 기타
17. 주 전달사항
 - (1) 목격 (2) 문득 떠오르는 생각이나 말 (3) 한동안 하고 싶었던 이야기나 말 (4) 몸/건강/마음상태 (5) 구호/선전/모토 (6) 트윗 사용에 대한 내용
18. 기술
 - (1) 단순 메시지 (2) 사진첨부 (3) link 첨부
19. 경어 사용 여부
 - (1) 경어 사용 (2) 비경어 사용

〈표 2〉 응답자 구성 비율

-성별: (1) 남자 23명 (2) 여자 57명
 -학년: (1) 1학년 27명 (2) 2학년 6명 (3) 3학년 15명 (4) 4학년 21명 (5) 대학원생 11명
 -소셜미디어 계정 소유 여부: (1) 트윗 계정 56명 (2) 페이스북 계정 76명 (중복 응답)
 -트윗 사용 정도: (1) 잘 사용 안함 32명 (2) 하루 1-2회 22명 (3) 3-10번 19명 (4) 10회 이상 11명
 -페이스 북 사용 정도: (1) 거의 사용 안함 7명 (2) 하루 1-5회 43명 (3) 6회-15회 19명 (4) 16회 이상 13명
 -시사관심도: (1) 별로 관심 없다 11명 (2) 보통이다 25명 (3) 관심 많다 44명

한 (communicable) 것들이어야 한다는 Q 방법론의 원칙 (Stephenson, 1967)에 따라 지나치게 특이한 단어나 표현들은 배제시켰다. 또 한 연구자의 의도에 따라 10개 정도의 트윗메시지를 분류에 의해 임의로 만들거나 기존 CEO 트윗을 변형하거나 연구자가 만든 것과 혼합시키기도 했다. 최종 트윗내용에 대해서는 트윗을 많이 하는 2명의 대학원생들로 하여금 리뷰하게 하여 일상트윗의 메시지로 인식될 수 있음을 확인했다. 최종 Q-sample로 사용된 63개 Q-트윗 진술문은 〈표 4〉에서 보는 바와 같다.

② P-sample 설정 (응답대상자): Q 방법론은 개인간의 차이 (inter-individual difference)를 다루는 것이 아니라 개인 내의 차이 (intra-individual difference)를 다루는 것이기 때문에 P-sample의 수에서는 제한을 받지 않으며 연구자의 목적에 따라 중요한 그룹이라고 판단되는 사람들로 정할 수 있다 (김흥규, 1990). 본 연구에서는 전형적인 대학생과 대학원생들로 하였으며 학년별로 골고루 응답자들이 분포되도록 배려했다. 또한 트윗사용정도에 따라 적당히 4분류 되도록 배려했다. 본 연구는 2010년 5월에 이루어졌으며 총 117명의 서울 소재 한 대학의 학부 학생들과 대학원생들이 응답자로 참가했다. 18세-27세까지의 연령층을 대

상으로 했다. 그러나 응답이 부실하거나 트윗이나 페이스북 같은 소셜미디어를 일체 사용하지 않은 경우에 해당하는 37명을 제외하고 총 80명의 응답 데이터를 최종적으로 분석대상으로 했다. Q방법론의 데이터를 처리하는 QUANAL 프로그램에서는 119명이 최대인원수이다. 응답자 구성 비율은 〈표 2〉와 같다.

③ Q-분류 (Q-sort): Q-sort는 원래 강제분포 (forced distribution)로 이루어지는 것이 원칙이다. 모든 Q 진술문에 대해 정해진 스케일 (-4~+4 등)에 강제로 정상분포가 되도록 분류시킨다. 그렇게 하면 Q 진술문에 대한 개인의 평가의 평균값은 언제나 0이 되고 표준편차도 동일하게 된다. 그러나 본 연구에서는 비강제분류 (force free distribution)를 사용했다. 즉, Q진술문에 대해 응답자들이 마음대로 점수를 부여하게 하여 정상분포의 원칙을 적용하지 않게 했다. McKeown (1980) 등은 비강제분류의 타당성을 증명한 바 있으며 실제 많은 경우 비강제분류방법이 사용되고 있다. 그러나 본 연구에서는 비록 비강제분류법을 사용했으나 가능하면 응답의 형태가 가능하면 정상분포에 가깝게 되도록 하기 위해 응답자들에게 Q-진술문에 대한 평가점수를 -4 (아주 마음에 들지 않는다)에서부터

〈표 3〉 3유형의 응답자들과 인자 부하량 (loading score)

loading scores communality pure				
.748	-.031	.009	.560	.998
.654	-.060	.024	.432	.990
.792	-.063	.064	.636	.987
.681	.005	.090	.472	.983
.666	.132	.019	.461	.961
.658	-.142	.020	.453	.955
.572	.048	.133	.348	.942
.608	.148	.041	.393	.940
.706	.130	.127	.531	.938
.558	.069	.137	.335	.930
.588	-.147	.100	.377	.916
.610	.150	-.111	.406	.914
.673	-.015	.213	.498	.909
.667	-.011	.229	.497	.894
.236	.054	-.066	.063	.885
.616	-.076	.224	.436	.872
.579	.115	.225	.398	.840
.308	-.053	.137	.117	.814
.408	.074	.183	.205	.809
.405	-.205	-.083	.213	.771
-.333	.126	.145	.148	.751
.588	-.275	.226	.473	.732
.218	-.029	.129	.065	.730
.458	-.269	.072	.287	.729
.218	.133	-.028	.066	.720
.471	.143	.271	.316	.702
.502	.085	.333	.370	.681
.421	.180	.239	.266	.664
-.329	.229	.092	.169	.639
.610	.143	.449	.593	.626
.534	-.069	.410	.458	.623
.642	-.321	.431	.701	.588
.507	-.116	.457	.479	.536
.276	.232	.168	.158	.481
.344	-.277	.253	.259	.458
-.037	.509	-.075	.266	.974
-.123	.480	.076	.252	.916
.085	.247	.011	.068	.893
.171	.559	-.091	.350	.893
.096	.261	-.023	.078	.876
-.103	.418	.120	.200	.875
.155	.417	.031	.199	.874
-.096	.443	.187	.240	.817
-.113	.222	-.021	.063	.787
.219	.411	-.012	.217	.778
-.018	.342	.216	.164	.714
.138	.409	.236	.242	.692
.219	.337	.055	.164	.690
.188	.413	.209	.250	.683
-.025	.338	.235	.170	.671
-.152	.286	-.132	.122	.668
.006	.229	.179	.084	.620

loading scores communality pure				
.358	-.483	.141	.381	.613
-.252	.330	-.087	.180	.606
.357	-.450	.189	.365	.553
.402	-.439	.155	.379	.509
-.085	.424	.412	.357	.505
.070	-.053	.480	.238	.968
-.023	.084	.354	.133	.943
-.011	-.122	.454	.221	.933
-.201	.010	.607	.409	.901
.234	-.074	.541	.353	.829
.087	.144	.358	.156	.820
.214	.117	.490	.300	.801
.111	.068	.260	.084	.801
-.334	.030	.642	.525	.786
.022	.040	.085	.009	.775
.327	.013	.601	.468	.771
.276	-.030	.492	.319	.759
.364	.106	.529	.423	.660
-.027	.274	.367	.210	.641
.205	-.125	.310	.154	.625
.105	-.174	.246	.102	.595
-.010	.291	-.324	.189	.553
.072	.147	.182	.060	.551
-.054	-.008	-.057	.006	.519
.228	.090	.241	.118	.492
.133	.143	.188	.073	.479
.351	-.164	.365	.283	.469
.288	.216	.306	.223	.420

TOTAL VAR - PER FACTOR .1503 .0577 .0731 .2812
 CUMULATIVE VAR-.1503 .2081 .2812

+인자 부하량에 밀출처진 사람들만 분석의 대상으로 함.

+4 (매우 마음에 든다)까지 9등급으로 끌고루 주도
 록 당부했다.

3. 연구의 결과.

(1) 인자분석

Q 인자분석을 시도한 결과 63개의 CEO 트윗
 내용에 대한 응답자들의 선호도를 바탕으로 3가지
 유형을 얻었는데 이는 〈표 3〉에 나타나있다. 3변인

에 의한 총 설명변량은 28.12%였다. 80명의 응답자 중 인자부하량 (factor loading score)이 너무 작거나 마이너스이거나 다른 유형과 혼합이 (confounding) 나타난 20명은 분석에서 제외했다.

(2) 유형의 해석

본 연구에서는 최종적으로 3가지의 유형을 도출했는데 각 유형에 대한 이름은 다음과 같이 붙였다. 제 1유형: 논증적 사회참여형, 제 2유형: 생활 감성형, 제 3유형: 갈등회피 나눔형. 이 세 가지 유형을 해석하는데 있어 다음 다섯 가지를 참고로 했다. (1) 각 유형의 사람들이 크게 선호한, 혹은 비선호한 트윗 진술문. (2) 각 유형간 사람들이 상대적으로 가장 차이가 나게 선호, 혹은 비선호한 트윗 진술문. (3) 각 유형의 사람들이 다른 유형에 비해 크게 선호한, 혹은 비선호한 트윗 진술문. (4) 각 유형간 상관관계(〈표 8〉 참조). (5) 모든 유형의 사람들이 비슷하게 선호, 혹은 비선호한 동의 진술문(〈표 9〉 참조). (6) 각 유형에 강하게 부화된 사람들 (전형적인 1 타입의 사람들과 같이)에게 개별적으로 어떤 생각을 하며 Q-sort를 했는지를 묻기. 각 유형별 특성에 대한 해석은 다음과 같다.

제 1 유형: 논증적 사회참여형(〈표 4〉, 〈표 5〉, 〈표 8〉 참조)

이 유형은 사회적으로 의식화 되어있고 증거를 중시하는 형이다. 이 형은 우선 트윗에 소스(source)가 링크가 되어있어 트윗 내용의 원천을 명시적으로 밝히는 것을 좋아한다. 가장 좋아하는 6개의 트윗 진술문 중 5개가 링크를 통해 글의 소스를 밝힌 것이다. 또한 이 유형은 농담이나 가벼운 자기표현은 싫어하고 사회적으로 의미 있는 이슈나

문제에 대해 다소 심각한 분위기를 지닌 트윗들을 좋아한다. 안철수 교수의 강의내용이나 베스트셀러지, 노키아 문제, 한국양계기술의 수출, 대학총장의 대학교육 원칙 등 이슈를 다루는 트윗에 가장 좋은 점수를 준다. 반면 “기네스 한잔더! 앗싸!”, “기름은 이런 밤에 맥주 한캔 마시고 싶다. *_* 그래서 바삭바삭 재래 김을 안주삼아 캔을 뺐다...”, “우리 회사 깜찍이 대리 김화정. 득남 축하 합니다. *_* 아이고 애기가 애기 낳았어...”와 같은 글들에 대해 최하점을 주었다. 이들 비선호글들은 대부분 *_*, πππ, ^ ^와 같은 이모티콘을 가진 것들이다. “내일의 또 다른 봄날을 위해 다들 안녕히 주무세요”, “많은 분들의 격려와 위로를 받아 감기양과 빨리 헤어지도록 하겠습니다”와 같이 캐주얼한 글이나 짧은 글들을 싫어하는 경향을 뚜렷이 보인다. 이들은 확실히 논증을 좋아하는, 다소 심각한 사회참여 선호형의 사람들이다.

이들 제 1유형의 사람들은 “안철수교수의 포스텍 특강-기업가 정신은 지금까지 존재하지 않던 새로운 가치나 일자리를 창출해내는 '가치창조활동'이며 리더로서의 자질을 갖고 가치창조활동을 실제행동에 옮기는 것-꼭 함 보세요”, “유럽에서 노키아가 추락하고 있는 것을 실감. 노키아는 몇 년 전에 상상도 못할 유럽의 프라이드였는데. 심비안은 물론 MS와의 관계에 대해서도 시큰둥한 느낌. 비즈니스맨들도 블랙베리에서 아이폰으로의 스위치가 눈에 띈다고”, “최근 창업한 기업들의 일부 면면을 보면 과거와 다른 점을 느낀다. 기술 차별화에 초점을 맞추고 있고, 글로벌한 관점을 가지고 있다”와 같은 글들에 대해 높은 점수를 주는 반면 제 2유형은 마이너스 점수를 줄 정도로 싫어한다는 점에서 이 두 유형은 확실히 분리된다. 반대의 경우 “점심 먹으

〈표 4〉 Q트윗진술문과 유형별 선호 평균점수 (z-score)

진술문 (Q-statement)	1유형	2유형	3유형
1. 밤새 천둥, 번개, 우르르르르르릉 광광!! +_+ 그래도 오라차차차차차차 파이팅!!!	-1.0	-0.6	-0.0
2. 얼마 전 1백억에 가까운 M&A의 마지막 협상을 하는데 외국인 상대가 갑자기 제시한 금액을 물러 달랐다. 어이없었다. "over my body(날 죽이고 가시죠)" 했더니 취소했다. 외국인이지만 넘 한 것 아닌가?	.1	-0.8	-1.0
3. 정말 오랜만에 코피를 흘렸다. 많이 지쳤나보다...	-1.1	-1.5	-0.0
4. 친구생일이라 모였는데 발코니에 나가서 담배들피는....에잇저놈들!! 담배 끊어 이놈들이!	-1.0	-1.4	-0.8
5. "나는 가수다" 보고 있다. http://sim.ly/eouSmL 가수들이란건 알지만 정말 신내린듯 노래 잘 하네! 우와~~~~~!! * _ *	.6	1.3	1.4
6. 우리 회사 창립 기념일 5일 전!!! 꼭 놀러들 오세여~~~ 예쁜 옷 선물 잔뜩.	.8	-1.0	1.9
7. 부산저축은행관련 금감원 간부를 줄줄이 구속. http://sim.ly/eouSmL 고등학교동창 변호사친구 녀석 알. 대한민국 감옥에는 정말 나쁜놈은 없고 머리 나쁜 놈과 성질 급한 놈만 있다던데 이거 다 고급공무원들이 머리 나빠서 감방가는 건가?	.9	.3	-2.0
8. 미시건대학 후배들이 국립암센터에서 환우들을 위한 음악회를 해드렸습니다. 얼른 나오세요.	1.3	.3	1.9
9. 엄마를 부탁해. 아마존35위 랭크돌풍" http://uittn.ly/eouSmL '엄마'의 얘기에는 동양이나 서양의 문화차는 없나봅니다. 저도 한번 사서 봐야겠네요. 뉴욕 타임즈지 베스트셀러에 오르기를 기대합니다.	1.3	.5	1.1
10. 후배 녀미 앉아서 볼 일 보고 허벅지에 아이폰을 올려 놓은채 뒤처리하다 빠뜨렸다고 전화가 왔다. 그 물에 잠수한 폰을 나더러 어쩌라구..... 상상하니 참 난감하긴 하겠다.	-0.9	.2	-1.2
11. 유럽에서 노키아가 추락하고 있는 것을 실감. 노키아는 몇 년 전에는 상상도 못할 유럽의 프라이드였는데, 심비안은 물론 MS와의 관계에 대해서도 시큰둥한 느낌. 비즈니스맨들도 블랙베리에서 아이폰으로의 스위치가 눈에 띈다고. http://sim.ly/eouSmL	1.4	-1.6	-0.7
12. 많은 사람이 누군가를 나쁘게 얘기 할 때는 다 이유가 있구나 하는걸 새삼 느낀다. 완전 오랜 만에 얘기 걸었다가 씩씩했다. 누군진 안밝히겠다. 본인은 알겠지 근데 난 왜 이 새벽에 또 일어 난겨야 된장...	-1.0	-1.0	-3.2
13. 비행기에서 킨들로 책을 보는게 좋기는 한데, 볼 끄고 모두 취침할 때 혼자 불 키려니 미안한 생각. 이럴 때 아이패드나 있었으면 좋겠다는 생각이 들었다. 어쨌든 이제 나의 출장길에 종이책은 더 이상 동반자가 아니다.	.1	-1.6	-0.5
14. 많은 분들의 격려와 위로를 받아 감기와 빨리 헤어지도록 하겠습니다 ^^	-1.4	-0.2	-0.1
15. 아니 보미(봄)는 어디가고 여르미(여름)가 왔네	-1.0	-0.1	-1.1
16. 회의중. 상대방이 발표하는 중인데 눈꺼풀이 너무 무겁다.	-1.1	.8	-0.7
17. 안철수교수의 포스트텍강-"기업가 정신은 지금까지 존재하지 않던 새로운 가치나 일자리를 창출 해내는 '가치창조활동'이며 리더로서의 자질을 갖고 가치창조활동을 실제행동에 옮기는 것" http://bit.ly/hqH2d3 . 꼭 함 보세요.	2.4	-1.4	1.1
18. 부모의 이혼으로 힘들어하는 자녀들 얘기를 들었습니다. 어디서 들은 얘기가 생각나는군요. 문제 자식은 없습니다. 문제 부모만 있을 뿐이지...그렇지 않습니까?	1.0	1.1	-0.3
19. KBS 뉴스라인 생방송 인터뷰 잘 마치는 했는데, 물어보는게 거의다 즉석질문. 답변하기 곤란한 부분 위주로. 생방송이라 편집도 안되고.. 힘드네요. 어쨌든 패션북 전문가에 대한 인식이 좀 좋아지기를 기대합니다.	.9	.4	.7
20. 이번 주 토요일의 첫 트윗 사용자 오프라인 모임은 저희 동네 피자집에서 열립니다. 신청을 하신 분들이 다 오실지 모르기 때문에 따로 예약하거나 하지는 않을거고 아직 자리는 있는 것 같습니다. 링크클릭[모임] http://dw.am/o3	.4	-1.1	1.7
21. 아프리카에 축산한류--한국의 양계기술들이 접목이 되면 분명히 케냐에서는 우리한국인의 힘으로 아프리카 기아에 해결하는데 도움이 될 것이라고 생각합니다' http://bett.ly/hDnpNS . 훌륭합니다.	1.6	.2	1.4
22. 길 지나며 보니 중학교 하고 시간이다. 수백명의 아이들이 쏟아져 나오는데 자전거만 수십대가 나온다. 그런데 헬멧 쓴 아이가 하나도 없다. TTTT 학교에서 헬멧 쓰도록 유도를 해줘야 하는거 아닌가?	1.1	.1	-0.1
23. 영국 뉴캐슬 대학 총장 "교육은 상품(product)이다. 절대 양보하지 말아야 할 것은 교육의 질(Quality)이다. 아시아로 확대하는 것은 시장을 따라가는 당연한 움직임이다" - 비행기에서 본 다큐멘터리에서. 흠... http://bit.ly/americaSmL	1.4	-0.5	.4

24. 전반에 최소한 두골은 넣고 갔어야 하는데 아깝군요. http://sim.ly/eouSml 독일 샬케팀의 골키퍼 노이어가 잘하기도 했지만 맨유 선수들이 골대 근처에서 오늘 유난히 버벅거리는군요. 우리 지성이기 후반 초에 뺄 뚫어 줄듯. 여전히 맨유의 2:0 승 지성 두골 예견합니다.	-2	-3	.2
25. 이번 주가 지나면 벌써 올해도 1/3이 지나는구나 참 화살같이 빨리도 지나간다. 올해 이루고자 했던 게 뭐였는지 이제 가물가물 해진다. 각오를 새롭게 해야겠다. 머무르고 있기엔 남들이 너무 빨리들 가고 있다. 속도전에 합류해야겠다.^^	.0	1.2	1.0
26. 가끔 패션북 제작 노하우에 대한 질문을 받을때가 있는데 저역시 상식적인 수준의 답변에 할 수가 없었습니다. 그런데 김한석님께서 잘정리해 주셨네요. "우리나라 패션북이 맞이한 위기와 기회." http://j.mp/elfWSZ	1.0	-1.1	1.2
27. 콩트는 콩트일 뿐 오해하지 말자. ^^ 오해는 그리고 미움은 습관입니다. 그것도 자신을 황폐화시키고 결국 자신을 사망에 이르게 하는... 잘못하면 누구든지 그리고 비판이든 비난이든 마음껏 하십시오. 하지만 사람을 미워하지는 마십시오.	.8	.2	.8
28. 요즘은 어떤 영화가 제일 재미있나요? 주말에 볼만한 영화 좀 추천해 주세요. 특히 사내애들과 함께 볼만한 영화요.^^	-2	.3	1.3
29. 재보궐선거 야당의 압승. http://sim.ly/eouSml 거 참. 우리나라 정치는 이것다고 방심해서도 결코 안되고 반대로 졌다고 낙담할 필요도 전혀 없고. 아, 다이내믹 코리아!!	.5	-8	-2
30. 최근 창업한 기업들의 일부 면면을 보면 과거와 다른 점을 느낀다. 기술 차별화에 초점을 맞추고 있고, 글로벌한 관점을 가지고 있다. http://sim.ly/eouSml 어느 경우는 아예 한국 사업은 관심이 없기도. 꿈나무로 잘 자라주기를..*^_^	1.1	-1.2	.4
31. 오랜만에, 아주 조심스럽게 트위터를 다시 시작할까 합니다. 전에는 많은 분들이 제가 소속되어있는 조직과 연관을 짓다 보니까, 공인(?)의 입장이 무척 부담스러웠는데, 철저히 개인적인 생각으로만 봐주신다면 더 자주 글을 쓸것 같습니다^^	-4	-0	.5
32. 입사 면접을 보러 오기로 한 사람이 30분이 지나도록 연락이 없어 전화를 하였더니, 무덤덤하게 "다른 일이 생겨서요..." 친구와의 약속도 그리 가볍게 하지는 않을텐데, 젊은 사람 중에 이렇게 기본 상식이 없는 경우를 가끔 본다. 걱정된다.	.8	1.5	.2
33. 내일의 또 다른 봄날을 위해...다들 안녕히 주무세요^^	-1.3	.5	.3
34. 가끔은 이런 밤에 맥주 한잔 마시고 싶다. * _ * 그래서 바삭바삭 재래김 안주삼야 캔을 뚫다...	-1.6	1.6	.4
35. 진달래. 이봄날. http://sim.ly/eouSml 널 그냥 보낼순 없지!!	-8	-3	.2
36. 점심 먹으며 나온 우스개 이야기. 여: "저는 남자 키 별로 안 봐요. 180정도면 되요" 남: "남자키180 비율= 여자 C컵 비율" TT.TT 결혼해서 살아 보면 그런 것 별 의미 없고, 상대방에 대한 공감과 노력만 남게 되는데.	.1	2.2	-0
37. 국회의원의 정치자금법 기습 처리. http://sim.ly/eouSml 노무현대통령때 정치 분야 개혁을 위하여 만들었던 법안의 중대한 후퇴이다. 역겹다. 의원들 자신의 이익을 위해서는 여야 합의로 이리 쉽게 되다니. 정말 역겹다. 쟁쟁~	.6	.6	-1.9
38. 오늘 블랙데이라고 한 고등학교 급식이 짜장면이 나왔대네.	-9	.5	-2
39. 오늘 선거지역 주민여러분. 아직 투표 안하거나 못하신분들, 투표마감은 저녁6시가 아니라 8시입니다. 2시간이나 남았으니 투표하세요^^	1.6	2.0	1.8
40. 웬지 트위터가 조용한 편이었다더니 오늘은 한국의 어린이날. 나도 깜빡 잊고 있었고 .@.@ 미국은지 7일째가 되니 애들도 아직까지 모르고 있음.(지난해는 선물 사달라고 난리쳤는데) 조용히 쉬쉬하면서 지나갈 예정.	-4	.5	-1
41. 내일 새벽같이 필라델피아출장. 킹오브프러시아라는 희한한 이름의 동네로 감. 미국최대규모의 쇼핑몰이 있는 곳.	-5	-1.5	-6
42. 마크스스터의 이야기중 "가능하면 3F에게 투자받지 말라"는 말이 재미 있음. Friends, Family & Fools. 나중에 추수감사절이 괴로워진다고. ☺	1.1	.5	.6
43. 오랜만에 트윗할려니 다시 공부할게 많네요. 여러분은 안드로이드 폰에서 어떤 앱을 쓰시는지요? 저는 twitter 공식앱과 tweetdeck을 테스트하고 있는데, http://sim.ly/eouSml 그사이 좀 더 좋은 앱이 나오지 않았을라나요?	-2	-1.4	-0
44. 요즘은 내 트윗을 RT하시는 분들보다 Favorite으로 저장하시는 분들이 압도적으로 많다는 느낌. 트위터 사용패턴이 변해가고 있는 것인지도. (그리고 내가 멘션에 잘 답변을 못해서 그럴지). http://bit.ly/eouSml .	-7	-1.3	-4
45. 서울은 무채색. 오늘 웬지 더 그런 느낌. TT.TT	-1.1	.9	-1.1
46. 주말에 스키장가니 곳곳에 음주스키 하지말라는 문구들이 붙어있는 것이 좀 우스웠다. 오죽하면... 근데	.4	.8	-6

더 웃긴 것은 슬로프내 식당마다 맥주와 정종을 판다는것.

47. 무엇을 하던 Passion이 중요하다는데 새삼스럽습니다. 회사생활도 그렇고 우리 삶도 그런것 같습니다.	1,2	2,7	1,4
48. 옛 생각보다 길이 잘 뚫려 시간 내에 가겠는데요! 강북강변로 마포에서 성수대교까지 시원... 일루들 오세요!!!	-2	-1	.4
49. 내일 숙명여대 SM-PAIR 강연이 있습니다. http://sim.ly/eouSml 그런데 무슨 내용으로 발표할지 아직 결정을 못하겠네요.	-2	-1,9	.1
50. 요즘은 앱을 깔면 폰트 사이즈부터 키우는 자신을 발견 합니다. 슬프네요 TTTT.	-1,2	.3	-1
51. 차에 앉아서 음성 트윗 하고 있는데 역시 띄어쓰기가 문제다 ~	-1,0	-7	-1
52. 미국의 한국교포분들중 너무 흔한 이름을 쓰는 경우 전화번호부나 링크드인 등에서 찾을 수가 없음. 데이빗킴, 데이비리, 존킴, 존리가 대표적...ㅎㅎ	-5	-7	-1,0
53. 옥션에서 구매 결정을 하려면 꼭 만족도를 선택하고 한줄 상품평을 길게 써야만 한다. 판매자를 위해 빨리 구매 결정을 하려다가, 그게 약간 짜증나 나서 그냥 내버려 두는 경우가 많다. 옥션은 왜이리 구매자를 번거롭게 할까?	.7	.3	-1,1
54. 가끔 'Don't be evil'을 'Be an Angel'로 생각하시는 분들이 있는 것 같아 안타깝다. ++	.3	.7	-4
55. 우리 와이프는 카카오편하게 하려고 갤럭시 탭 산답니다 카카오편 대단하네요! 카카오편 김범수 사장님 축하드립니다^^	-0	.3	.2
56. 아이패드2가 그디어 발표되는군요! http://sim.ly/eouSml 삼성, LG, 모토로라와 흥미로운 한판이 되겠군요. 올해는 그야말로 태블릿의 해! 개발자들한테는 또 하나의 새로운 기회가 열리는 셈.	1,0	-1,0	.6
57. MB 고대동기 송정호 대통령 비서실장 급부상 (한겨레). 너무 한다는 말도 한두번. enough is enough!!	.5	-5	-1,4
58. 우리 회사 짝이 대리 김화정. 득남 축하 합니다. *_* 아이고 얘기가 얘기 넣었어...	-1,4	.3	1,0
59. 무릎이 넘 아파서 병원 왔더니 "살 빼시죠 몸무게1kg 늘면 무릎에는 4kg 입니다" TTTT 재작년보다 8kg 늘었으니 32kg 추가부담이네. TTTT. 근데 맘대로 빼지나구여어어어어 TTTT 먹고픈게 얼마나 많은데...	-1,1	1,2	.3
60. 잠실 야구장 비로 취소됐습니다. 원래대로 봉사활동 하라는 뜻인가봅니다. TTTT. 넘 까불어서 벌 받았습니까?	-5	.6	-8
61. 신라면블랙 꽤 맛있네^^^^. 결국 밥한 공기 투입!!	-1,0	.2	-4
62. 기네스 한잔 더! 앗싸!	-2,0	.0	-1,1
63. 여기는 명동 성당 앞. 하느님 황사 좀 걸어가 주세요 TTTT!!	-1,1	.2	-1,2

며 나온 우스개 이야기. 여: 저는 남자 키 별로 안 봐요. 180정도면 되요 남: 남자키 180 비율=여자 C컵 비율. TTTT결혼해서 살아보면 그런 것 별 의미 없고, 상대방에 대한 공감과 노력만 남게 되는데”, “무릎이 넘 아파서 병원 왔더니 ‘살 빼시죠 몸무게 1kg 늘면 무릎에는 4kg 입니다’ TTTT 재작년보다 8kg 늘었으니 32kg 추가부담이네. TTTT. 근데 맘대로 빼지나구여어어어어어 TTTT 먹고픈게 얼마나 많은데...”, “기름은 이런 밤에 맥주 한잔 마시고 싶다. *_* 그래서 바삭바삭 재래김 안주삼아 캔을 찢다....” 와 같은 글에 대해 제 1유형의 사람들은

큰 부정적 점수를 주는데 비해 2유형의 사람들은 긍정적이거나 중립적인 태도를 보였다.

제 1유형의 사람들이 제 3유형의 사람들과 선호 차이를 크게 보이는 진술문은 “부산저축은행관련 금감원 간부들 줄줄이 구속. <http://sim.ly/eouSm> 고등학교동창 변호사친구 녀석 알. 대한민국 감옥에는 정말 나쁜 놈은 없고 머리 나쁜 놈과 성질 급한 놈만 있다던데 이거 다 고급공무원들이 머리 나빠서 감옥가는건가”, “노무현대통령때 정치 분야 개혁을 위하여 만들었던 법안의 중대한 후퇴이다. 역겹다. 의원들 자신의 이익을 위해서는 여야 합의

〈표 5〉 제 1유형의 사람들이 특히 크게 좋아하거나 싫어하는 트윗 진술문

진술문 (Q-statement)	평균 z-score
17. 안철수교수의 포스텍특강-"기업가 정신은 지금까지 존재하지 않던 새로운 가치나 일자리를 창출 해내는 '가치창조활동'이며 리더로서의 자질을 갖고 가치창조활동을 실제행동에 옮기는 것" http://bit.ly/hqH2d3 , 꼭 함 보세요.	2.37
9. 엄마를 부탁해, 아마존35위 랭크돌풍" http://uitn.ly/eouSml . '엄마'의 얘기에는 동양이나 서양의 문화차는 없나봅니다. 저도 한번 사서 봐야겠네요. 뉴욕 타임즈지 베스트셀러에 오르기를 기대합니다.	1.80
21. 아프리카에 축산한류--한국의 양계기술들이 접목이 되면 분명히 케냐에서는 우리한국인의 힘으로 아프리카 기아에 해결하는데 도움이 될 것이라고 생각합니다' http://bett.ly/hDnpNS , 훌륭합니다.	1.61
39. 오늘 선거지역 주민여러분. 아직 투표 안하거나 못하신분들, 투표마감은 저녁6시가 아니라 8시입니다. 2시간이나 남았으니 투표하세요^^	1.60 *
11. 유럽에서 노키아가 추락하고 있는 것을 실감. 노키아는 몇 년 전에는 상상도 못할 유럽의 프라이드였는데, 심비안은 물론 MS와의 관계에 대해서도 시큰둥한 느낌. 비즈니스맨들도 블랙베리에서 아이폰으로의 스위치가 눈에 띈다고. http://sim.ly/eouSml	1.42
23. 영국 뉴캐슬 대학 총장 "교육은 상품(product)이다. 절대 양보하지 말아야 할 것은 교육의 질(Quality)이다. 아시아로 확대하는 것은 시장을 따라가는 당연한 움직임이다" - 비행기에서 본 다큐멘터리에서. 흠... http://bit.ly/americaSml	1.37
8. 미시건대학 후배들이 국립암센터에서 환우들을 위한 음악회를 해드렸습니다. 얼른 나오세요.	1.29
47. 무엇을 하던 Passion이 중요하다는걸 새삼느낍니다. 회사생활도 그렇고 우리 삶도 그런것 같습니다.	1.16
42. 마크서스터의 이야기중 "가능하면 3F에게 투자받지 말라"는 말이 재미있음. Friends, Family & Fools. 나중에 추수감 사절이 괴로워진다고. ☺	1.11
22. 길 지나며 보니 중학교 하고 시간이다. 수백명의 아이들이 쏟아져 나오는데 자전거만 수십대가 나온다. 그런데 헬멧 쓴 아이가 하나도 없다. TTTT 학교에서 헬멧 쓰도록 유도를 해줘야 하는거 아닌가?	1.07
30. 최근 창업한 기업들의 일부 면면을 보면 과거와 다른 점을 느낀다. 기술 차별화에 초점을 맞추고 있고, 글로벌한 관점을 가지고 있다. http://sim.ly/eouSml 어느 경우는 아예 한국 사업은 관심이 없기도. 꿈나무로 잘 자라주기를.. *^_^	1.05
56. 아이패드2가 드디어 발표되는군요! http://sim.ly/eouSml 삼성, LG, 모토롤라와 흥미로운 한판이 되겠군요. 올해는 그야말로 태블릿의 해! 개발자들한테는 또 하나의 새로운 기회가 열리는 셈.	1.03
26. 가끔 패선복 제작 노하우에 대한 질문을 받을때가 있는데 저역시 상식적인 수준의 답변에 할 수가 없었습니다. 그런데 김한석님께서 잘 정리해 주셨네요. "우리나라 패선복이 맞이한 위기와 기회." http://j.mp/elfWSZ	1.02
18. 부모의 이혼으로 힘들어하는 자녀들 얘기를 들었습니다. 어디서 들은 얘기가 생각나는군요. 문제 자식은 없습니다. 문제 부모만 있을 뿐이지...그렇지 않습니까?	1.00
12. 많은 사람이 누군가를 나쁘게 얘기 할 때는 다 이유가 있구나 하는 걸 새삼 느낀다. 완전 오랜 만에 얘기 걸었다가 씩혔다. 누군진 안봐하겠다. 본인은 알겠지 근데 난 왜 이 새벽에 또 일어 난거야 된장...	-1.00
10. 후배 녀미 앉아서 볼 일 보고 허벅지에 아이폰을 올려 놓은채 뒤처리하다 빠뜨렸다고 전화가 왔다. 그 물에 잠수한 폰을 나더러 어찌라구.....상상하니 참 난감하긴 하겠다.	-1.00
38. 오늘 블랙데이라고 한 고등학교 급식이 짜장면이 나왔다네.	-1.00
1. 밤새 천둥, 번개, 우르르르르르릉 광광!! +_+ 그래도 으라차차차차차차 파이팅!!!	-1.00
61. 신라면블랙 패 맛있네^^^^. 결국 밥한 공기 투입!!	-1.00
15. 아니 보미(봄)는 어디가고 여름미(여름)가 왔네	-1.01
4. 친구생일이라 모였는데 발코니에 나가서 담배들피는...에잇저녁들!! 담배 끊어 이념들아!!	-1.02 *
51. 차에 앉아서 음성 트윗 하고 있는데 역시 띄어쓰기가 문제다 ~	-1.04
16. 회의중. 상대방이 발표하는 중인데 눈꺼풀이 너무 무겁다.	-1.05
45. 서울은 무채색, 오늘 웬지 더 그런 느낌. TTTT	-1.06
63. 여기는 명동 성당 앞. 하느님 황사 좀 걸어가 주세요 TTTT!!	-1.07
3. 정말 오랜만에 코피를 흘렸다. 많이 지쳤나보다...	-1.07
59. 무릎이 넘 아파서 병원 왔더니 "살 빼시죠 몸무게1kg 늘면 무릎에는 4kg 압니다" TTTT 재작년보다 8kg 늘었으니 32kg 추가부담이네. TTTT. 근데 맘대로 빼지나구여여여여여 TTTT 먹고픈게 얼마나 많은데...	-1.11
50. 요즘은 앱을 깔면 폰트 사이즈부터 키우는 자신을 발견 합니다. 슬프네요 TTTT.	-1.17
33. 내일의 또 다른 봄날을 위해...다들 안녕히 주무세요^^	-1.32
14. 많은 분들의 격려와 위로를 받아 감기양과 빨리 헤어지도록 하겠습니다^^	-1.42
58. 우리 회사 깜찍이 대리 김화정. 득남 축하 합니다. *_* 아이고 얘기가 얘기 날았어...	-1.45
34. 가끔은 이런 밤에 맥주 한잔 마시고 싶다. *_* 그래서 바삭바삭 재래김 안주삼아 캔을 뺐다....	-1.62
62. 기네스 한잔 데. 잇새.	-2.02

*: 동의 진술문으로 1,2,3 유형들이 비슷하게 점수를 준 경우임. 해석에서 제외.

도 이리 쉽게 되다니. 정말”, “많은 사람이 누군가를 나쁘게 얘기 할 때는 다 이유가 있구나 하는 것을 새삼 느낀다. 완전 오랜 만에 얘기 걸었다가 씹혔다. 누군진 안밝히겠다. 본인은 알겠지 근데 난 왜 이 새벽에 또 일어 난 거야 되잖...”과 같은 글들이다. 이 글들에 대해 제 3유형은 매우 싫어하나 제1유형은 중립적이거나 크게 싫어하지는 않는 편이다. 따라서 1유형의 사람들은 확실히 비감성적이고 다소 냉정하면서도 사회정서적인 글들을 좋아하는 사람들이다. CEO의 트윗글에서 무어라도 하나 얻는 것이 있어야 좋다는 자세를 견지하고 있으며 CEO들의 감정표출이나 단순한 안부 전하기, 유머러스한 말들에 대해서는 결코 좋은 점수를 주지 않는 성향의 사람들이다.

제 2유형: 생활 감성형, (<표 4>, <표 6>, <표 8> 참조)

제 2유형의 사람들은 제 1유형의 사람들과 가장 크게 다른 유형의 사람들이다. 이들은 “무엇을 하던 passion이 중요하다라는 것을 느낍니다. 회사생활도 그렇고 우리 삶도 그런 것 같습니다”, “점심 먹으며 나온 우스개 이야기. 여: “저는 남자 키 별로 안 봐요. 180정도면 되요” 남: “남자키 180 비율=여자 C컵 비율” ㅠ.ㅠ 결혼해서 살아 보면 그런 것 별 의미 없고, 상대방에 대한 공감과 노력만 남게 되는데.”, “가끔은 이런 밤에 맥주 한캔 마시고 싶다. *_*. 그래서 바삭바삭 재래김 안주삼아 캔을 땀다.”와 같은 감성표출적인 글들을 좋아한다. 또한 CEO의 생활의 단면을 솔직히 드러내는 글들을 선호한다. “입사 면접을 보러 오기로 한 사람이 30분이 지나도록 연락이 없어 전화를 하였더니, 무덤덤하게 ‘다른 일이 생겨서요...’ 친구와의 약속도 그리

가볍게 하지는 않을텐데. 짧은 사람 중에 이렇게 기본 상식이 없는 경우를 가끔 본다. 걱정된다”와 같은 글들에 대해서도 거부감을 느끼지 않고 CEO의 입장을 이해해주는 편이다. 각종 이모티콘이나 감성표출적인 말들 (우와!!! 등)에 대해서도 선호하는 경향을 보인다. 이들이 좋아하는 글들은 거의 다 해학적이거나 생활 공개적이고 과장적 감성표출적인 것들이다. 그러한 면에서 이들은 ‘생활 감성형’의 사람들이라고 명명할 수 있다.

그러나 “비행기에서 킨들로 책을 보는게 좋기는 한데, 불 끄고 모두 취침할 때 혼자 불 키려니 미안한 생각. 이럴 때 아이패드도 있었으면 좋겠다는 생각이 들었다. 어쨌든 이제 나의 출장길에 종이책은 더 이상 동반자가 아니다.”, “내일 숙명여대 SM-PAIR 강연이 있습니다. <http://sim.ly/eouSmL> 그런데 무슨 내용으로 발표할지 아직 결정을 못하겠네요.”와 같은 웬지 지위가 높거나 부자의 느낌을 풍기는 CEO의 트윗에 대해서는 거부반응을 표출한다. CEO의 필라델피아 출장이나 노키아 이야기, 안철수 이야기와 같은 무언가 사회엘리트적인 느낌을 풍기거나 고답적이고 현학적인 글들도 싫어한다. 이들이 제 3유형의 사람들과 가장 차이가 나는 점은 “국회의원의 정치자금법 기습 처리.<http://sim.ly/eouSmL> 노무현대통령때 정치 분야 개혁을 위하여 만들었던 법안의 중대한 후퇴이다. 역겹다. 의원들 자신의 이익을 위해서는 여야 합의도 이리 쉽게 되다니. 정말”, “부산저축은행관련 금감원 간부들 줄줄이 구속. <http://sim.ly/eouSm>. 고등학교동창 변호사친구 녀석 왠. 대한민국 감옥에는 정말 나쁜 놈은 없고 머리 나쁜 놈과 성질 급한 놈만 있다던데 이거 다 고급공무원들이 머리 나빠 감옥간 건가?”와 같은 글들에 대해 제 3유형은 심한 부정적

인 반응을 보이는데 비해 1유형은 중립적이다. 그리고 “점심 먹으며 나온 우스개 이야기. 여: “저는 남자 키 별로 안 봐요. 180정도면 되요” 남: “남자키 80 비율=여자 C컵 비율” π.π 결혼해서 살아 보면 그런 것 별 의미 없고, 상대방에 대한 공감과 노력만 남게 되는데”라는 트윗글에 대해 제 2유형은 누구보다 긍정적인 반응을 보인다.

이는 제 2유형이 비록 CEO로서 자랑하거나 으스스대는 듯한 글들에 대해서는 거부반응을 보이지만 사회적인 문제에 대해서는 CEO의 고답적인 자세만 없으면 그런대로 관용적 태도를 보인다는 것이다. 따라서 제 2유형은 CEO의 인간적인 면을 중요시하는 사람들이다. “오랫만에 코피를 흘렸다. 지쳤나 보다”라는 말에 대해서도 부정적 반응을 나타내는 것도 그 증거가 될 수 있을 것이다. 이 제 2유형의 사람들은 <표 8>에서 보듯이 제 1유형이나 3유형과는 가장 대별된다. 즉, 1,3 유형의 사람들간의 상관관계는 비교적 높으나 1,2, 혹은, 2,3 유형의 상관관계가 매우 낮아 제2유형의 사람들은 다른 유형과 비교해서 가장 차별화가 두드러진다는 해석이 가능하다.

제 3유형: 갈등회피 나눴형 (<표 4>, <표 7>, <표 8> 참조)

이 유형의 사람들은 갈등적인 트윗 내용들을 매우 싫어하는 형이다. 반면 무언가 남을 위해 해주거나 받는 것을 유쾌하게 생각하는 사람들이다. 이들이 가장 싫어하는 진술문들을 보면 그 성격이 명확히 드러난다. “많은 사람이 누군가를 나쁘게 얘기 할 때는 다 이유가 있구나 하는걸 새삼 느낀다. 완전 오랜 만에 얘기 걸었다가 씹혔다. 누군진 안밝히겠다. 본인은 알겠지 근데 난 왜 이 새벽에 또 일어

난겨야 된장...”, “부산저축은행관련 금감원 간부들 줄줄이 구속. <http://sim.ly/eouSmL> 고등학교동창 변호사친구 녀석 왈. 대한민국 감옥에는 정말 나쁜놈은 없고 머리 나쁜 놈과 성질 급한 놈만 있다던데 이거 다 고급공무원들이 머리 나빠서 감방가는 건가?”, “국회의원의 정치자금법 기습 처리.<http://sim.ly/eouSmL> 노무현대통령때 정치 분야 개혁을 위하여 만들었던 법안의 중대한 후퇴이다. 역겹다. 의원들 자신의 이익을 위해서는 여야 합의도 이리 쉽게 되다니. 정말 역겹다. 젠장~”, “MB 고대 동기 송정호 대통령 비서실장 급부상 (한겨레). 너무 한다는 말도 한두번. enough is enough!!”와 같은 글들은 대부분 이슈의 성격에 관계없이 불평, 공격적 감정을 드러내는 말들이다.

반면 이 유형의 사람들이 좋아하는 글들은 대부분 사람과 사람과의 나눔과 정을 나타내는 것들이다. “우리 회사 창립 기념일 5일 전!!! 꼭 놀러들 오세요~~~ 예쁜 옷 선물 잔뜩”, “미시건대학 후배들이 국립암센터에서 환우들을 위한 음악회를 해드렸습니다. 얼른 나오세요”, “이번 주 토요일의 첫 트윗 사용자 오프라인 모임은 저희 동네 피자집에서 열립니다. 신청을 하신 분들이 다 오실지 모르기 때문에 따로 예약하거나 하지는 않을거고 아직 자리는 있는 것 같습니다”, “아프리카에 축산한류--한국의 양계기술들이 접목이 되면 분명히 케냐에서는 우리의 힘으로 아프리카 기아에 해결하는데 도움이 될것이라고 생각합니다”, “요즘은 어떤 영화가 제일 재미있나요? 주말에 볼만한 영화 좀 추천해주세요. 특히 사내애들과 함께 볼만한 영화요”와 같은 글들은 우선 쾌활하고 온정적이며 인간적인 커뮤니케이션의 특성을 지니고 있다. 특히 CEO가 어떤 사람을 비난하는 글에 대해서는 극단적인 부정적 감정을

〈표 6〉 제 3유형의 사람들이 특히 크게 좋아하거나 싫어하는 트윗 진술문

진술문 (Q-statement)	평균 z-score
6. 우리 회사 창립 기념일 5일 전!!! 꼭 놀러들 오세여~~~ 예쁜 옷 선물 잔뜩.	1.94
8. 미시건대학 후배들이 국립암센터에서 환우들을 위한 음악회를 해드렸습니다. 얼른 나오세요.	1.88
39. 오늘 선거지역 주민여러분. 아직 투표 안하거나 못하신분들, 투표마감은 저녁6시가 아니라 8시입니다. 2시간이나 남았으니 투표하세요^^	1.84 *
20. 이번 주 토요일의 첫 트윗 사용자 오프라인 모임은 저희 동네 피자집에서 열립니다. 신청을 하신 분들이 다 오실지 모르기 때문에 따로 예약하거나 하지는 않을거고 아직 자리는 있는 것 같습니다. 링크클릭[모임] http://dw.am/o3	1.69
47. 무엇을 하던 Passion이 중요하다는데 새삼스럽습니다. 회사생활도 그렇고 우리 삶도 그런것 같습니다.	1.41
5. "나는 가수다" 보고 있다. http://sim.ly/eouSmL 가수들이라던 알지만 정말 신내린듯 노래 잘 하네! 우와~~~~!! *_*	1.37 *
21. 아프리카에 축산한류—한국의 양계기술들이 접목이 되면 분명히 케냐에서는 우리나라인의 힘으로 아프리카 기아에 해결하는데 도움이 될 것이라고 생각합니다' http://bett.ly/hDnpNS . 훌륭하십니다.	1.36
28. 요즘은 어떤 영화가 제일 재미있나요? 주말에 볼만한 영화 좀 추천해 주세요. 특히 사내애들과 함께 볼만한 영화요.^_^	1.25
26. 가끔 패션북 제작 노하우에 대한 질문을 받을때가 있는데 저역시 상식적인 수준의 답변에 할 수가 없었습니다. 그런데 김한석님께서 잘 정리해 주셨네요. "우리나라 패션북이 맞이한 위기와 기회." http://j.mp/elfWSZ	1.18
9. 엄마를 부탁해. 아마존35위 랭크돌풍" http://uitn.ly/eouSmL '엄마'의 얘기에는 동양이나 서양의 문화차는 없나봅니다. 저도 한번 사서 봐야겠네요. 뉴욕 타임즈지 베스트셀러에 오르기를 기대합니다.	1.11
17. 안철수교수의 포스트특강-"기업가 정신은 지금까지 존재하지 않던 새로운 가치나 일자리를 창출 해내는 '가치창조활동'이며 리더로서의 자질을 갖고 가치창조활동을 실제행동에 옮기는 것" http://bit.ly/hqH2d3 . 꼭 함 보세요.	1.10
25. 이번 주가 지나면 벌써 올해도 1/3이 지나는구나 참 화살같이 빨리도 지나간다. 올해 이루고자 했던 게 뭐였는지 이제 가물가물 해진다. 각오를 새롭게 해야겠다. 머무르고 있기엔 날들이 너무 빨리들 가고 있다. 속도전에 합류해야겠다.^.^	1.01
58. 우리 회사 깜찍이 대리 김화정. 득남 축하 합니다. *_* 아이고 얘기가 애기 낳았어...	1.00
2. 얼마 전 1백억에 가까운 M&A의 마지막 네고를 하는데 외국인 상대가 갑자기 제시한 금액을 몰러 달됐다. 어이없었다. "over my body(날 죽이고 가시죠)" 했더니 취소했다. 외국인이지만 넘 한 것 아닌가?	-1.00
52. 미국의 한국교포분들중 너무 흔한 이름을 쓰는 경우 전화번호부나 링크드인 등에서 찾을 수가 없음. 데이빗킴, 데이빗리, 존킴, 존리가 대표적... ㅎㅎ	-1.00
15. 아니 보미(봄)는 어디가고 여름미(여름)가 왔네	-1.08
53. 옥션에서 구매 결정을 하려면 꼭 만족도를 선택하고 한줄 상품평을 길게 써야만 한다. 판매자를 위해 빨리 구매 결정을 하려다가, 그게 약간 짜증이 나서 그냥 내버려 두는 경우가 많다. 옥션은 왜이리 구매자를 번거롭게 할까?	-1.12
62. 기네스 한잔 더! ㅅㅍ	-1.12
45. 서울은 무채색. 오늘 왠지 더 그런 느낌. ㅍㅍ	-1.13
63. 여기는 명동 성당 앞. 하느님 황사 좀 걷어가 주세요 ㅍㅍ!!	-1.20
10. 후배 녀미 앉아서 볼 일 보고 허벅지에 아이폰을 올려 놓은채 뒤처리하다 빠뜨렸다고 전화가 왔다. 그 물에 잠수한 폰을 나더러 어쩌라구.....상상하니 참 난감하긴 하겠다.	-1.22
57. MB 고대동기 송성호 대통령 비서실장 급부상 (한겨레). 너무 한다는 말도 한두번. enough is enough!!	-1.39
37. 국회의원의 정치자금법 기습 처리. http://sim.ly/eouSmL 노무현대통령때 정치 분야 개혁을 위하여 만들었던 법안의 중대한 후퇴이다. 억겁다. 의원들 자신의 이익을 위해서는 여야 합의로 이리 쉽게 되다니. 정말 억겁다. 젠장~	-1.90
7. 부산저축은행관련 금감원 간부들 줄줄이 구속. http://sim.ly/eouSmL 고등학교동창 변호사친구 녀석 알. 대한민국 감옥에는 정말 나쁜놈은 없고 머리 나쁜 놈과 성질 급한 놈만 있다던데 이거 다 고급공무원들이 머리 나빠서 감방가는 건가?	-1.98
12. 많은 사람이 누군가를 나쁘게 얘기 할 때는 다 이유가 있구나 하는 걸 새삼 느낀다. 완전 오랜 만에 얘기 걸었다가 씁했다. 누군진 안밝히겠다. 본인은 알겠지 근데 난 왜 이 새벽에 또 일어 난거야 된장...	-3.21

*: 동의 진술문으로 1,2,3 유형들이 비슷하게 점수를 준 경우임. 해석에서 제외.

〈표 7〉 각 유형 간 상관관계

	1유형	2유형	3유형
1유형	1,000	.028	.415
2유형		1,000	.169
3유형			1,000

드러났다. 그렇다고 해서 이 유형의 사람들이 사회참여적이나 의식화된 글들을 싫어하는 것은 아니다. 이는 제 3유형과 제 1유형간의 상관관계가 꽤 높게 나타난 것만 보아도 알 수 있다. 도리어 제 2유형(생활 감성형)과 상관관계가 더 낮게 나타났다.

따라서 감정적인 표현을 한다고 해서 좋아하는 것이 아니고 어떤 인간적인 정과 나눔, 부드러움이 나타나야 좋아하는 사람들이다. “우리 회사 깜찍이 대리 김화정. 득남 축하 합니다. *_* 아이고 애기가 애기 낳았어...”라는 글에 대한 높은 긍정반응은 이를 잘 대변한다. 또한 제3유형 사람들의 특징을 나타내는 중요한 사실은 그들이 높임말로 된 글들을 좋아하며 빈말이나 강한 어조의 말을 대부분 싫어한다는 것이다. 시사적인 내용이라 해도 부드럽고 권유적이며 인간적인 또 품격 있는 어투의 글이면 좋아할 수 있고 반면 생활 속의 글들이라고 해도 표현이 거칠거나 호전적이면 싫어하는 사람들이다. 이들은 갈등회피적 나눔형이라고 명명할 수 있을 것이다.

(3) 동의 진술문 해석 (〈표 9〉 참조)

동의 진술문은 1,2,3 유형의 사람들이 비슷한 점수를 준 글들인데 본 연구의 경우 크게 좋아하거나 싫어하는 글들은 별로 없고 대부분 중립적인 점수를 받은 글들이었다. 그러나 그 중에서도 긍정성과 부정성을 비교적 확실히 보여준 진술문들은 다음과

같다: “오늘 선거지역 주민여러분. 아직 투표 안하거나 못하신분들, 투표마감은 저녁6시가 아니라 8시입니다. 2시간이나 남았으니 투표하세요^^”, “나는 가수다 보고 있다. <http://sim.ly/eouSmL> 가수들이란건 알지만 정말 신내린듯 노래 잘 하네! 우와~~~~~!! *_*”에 대해서는 모두 긍정적인 반응을 보였으며 “친구생일이라 모였는데 발코니에 나가서 담배들피는.... 에잇저넌들! 담배 끊어 이념 들어!”, “요즘은 내 트윗을 RT하시는 분들보다 Favorite으로 저장하시는 분들이 압도적으로 많다는 느낌. 트위터 사용패턴이 변해가고 있는 것인지도. (그리고 내가 멘션에 잘 답변을 못해서 그럴지도). <http://bit.ly/eouSmL>”에 대해서는 다소 부정적인 반응을 나타냈다. 이 네 개의 트윗진술문에 대한 반응으로 결론을 내리기는 힘들지만 공익적인 일에 CEO가 독려하는 봉사의 자세나 많은 사람들에게 공히 인기 있는 프로그램을 CEO가 같이 좋아하고 공감을 나타내는 글에 대해서는 대부분 좋아하며 반대로 무언가 강압적이거나 잘난 척하는 표현을 하는 글에 대해서는 거부적인 반응을 보인다고 할 수 있다.

4) 각 유형에 속한 사람들의 인구통계학적 특성 및 기타 특성

각 유형에 특별히 해석해야 할 만한 인구통계학적

〈표 8〉 동의진술문 (모든 유형이 비슷하게 점수를 준 경우)

진술문 (Q-statement)	평균 z-score
39. 오늘 선거지역 주민여러분. 아직 투표 안하거나 못하신분들, 투표마감은 저녁6시가 아니라 8시입니다. 2시간이나 남았으니 투표하세요^^	1.80
5. "나는 가수다" 보고 있다. http://sim.ly/eouSmL 가수들이란건 알지만 정말 신내린듯 노래 잘 하네 우와~~~~~!! *_*	1.10
42. 마크서스터의 이야기중 "가능하면 3F에게 투자받지 말라"는 말이 재미 있음. Friends, Family & Fools. 나중에 추수 감사절이 괴로워진다고.ㅎ	.74
19. KBS 뉴스라인 생방송 인터뷰 잘 마치고는 했는데. 물어보는게 거의 다 즉석질문. 답변하기 곤란한 부분 위주로. 생방송이라 편집도 안 되고.. 힘드네요. 어쨌든 패션복 전문가에 대한 인식이 좀 좋아지기를 기대합니다.	.65
27. 공트는 공트일 뿐 오해하지 말자. ^^ 오해는 그리고 미움은 습관입니다. 그것도 자신을 황폐화시키고 결국 자신을 사망에 이르게 하는... 잘못하면 누구든지 그리고 비판이든 비난이든 마음껏 하십시오. 하지만 사람을 미워하지는 마십시오.	.58
55. 우리 와이프는 카카오 편하게 하려고 갤럭시 탭 산답니다 카카오 정말 대단하네요! 카카오 김범수 사장님 축하드립니다^^	.15
31. 오랜만에, 아주 조심스럽게 트위터를 다시 시작할까 합니다. 전에는 많은 분들이 제가 소속되어있는 조직과 연관을 짓다 보니까, 공인(?)의 입장이 무척 부담스러웠는데, 철저히 개인적인 생각으로만 봐주신다면 더 자주 글을 쓸것 같습니다^^	.03
48. 엇! 생각보다 길이 잘 툴려 시간 내에 가겠는데요! 강북강변로 마포에서 성수대교까지 시원.. 일루들 오세요!!!	.02
40. 웬지 트위터가 조용한 편이었던데니 오늘은 한국의 어린이날. 나도 깜빡 잊고 있었고, @ @ 미국은지 7일째가 되니 애들도 아직까지 모르고 있음.(지난해는 선물 사달라고 난리쳤는데) 조용히 쉬쉬하면서 지나갈 예정.	.01
24. 전반에 최소한 두골은 넣고 갔어야 하는데 아깝군요. http://sim.ly/eouSmL 독일 샤펜의 골키퍼 노이어가 잘하기도 했지만 맨유 선수들이 골대 근처에서 오늘 유난히 버벅거리는군요. 우리 지성이기 후반 초에 뺨 뚫어 줘. 여전히 맨유의 2:0 승 지성 두골 예견합니다.	-.13
1. 밤새 천둥, 번개. 우르르르르릉 광광!!+_+ 그래도 오라차차차차차차 파이팅!!!	-.51
51. 차에 앉아서 음성 트윗 하고 있는데 역시 띄어쓰기가 문제다 ~	-.59
52. 미국의 한국교포분들중 너무 흔한 이름을 쓰는 경우 전화번호부나 링크드인 등에서 찾을 수가 없음. 데이빗킴, 데이빗리, 존킴, 존리가 대표적...ㅎㅎ	-.73
44. 요즘은 내 트윗을 RT하시는 분들보다 Favorite으로 저장하시는 분들이 압도적으로 많다는 느낌. 트위터 사용패턴이 변해가고 있는 것인지도. (그리고 내가 멘션에 잘 답변을 못해서 그렇지). http://bit.ly/eouSmL .	-.80
4. 친구생일이라 모였는데 발코니에 나가서 담배를피는....에잇저놈들!! 담배 끊어 이념들이!	-1.07

인 특성은 발견되지 않았으며 다만 시사에 대한 관심도에 따른 차이가 크게 나타났다. 즉, 제 1 유형은 시사관심도가 높은 사람이 총 29명 중 21명으로 절대 다수를 차지하고 있어 주목할 만하다. (제 2 유형은 18명 중 6명, 제 3유형은 총 13명 중 9명)

4. 결론 및 시사, 제의.

본 연구에서 발견된 3가지 유형은 CEO들의 트윗사 용에 있어 중요한 지침을 제시해준다. 우선 논증적 사회참여형이나, 생활감성형, 갈등회피 나눔형은 확실히 각기 다른 특징을 보여준다. 이러한 유형들 간의 상관관계를 보면 트위터들의 생각과 태도가 매우 다름을 알 수 있다. 이러한 유형들은 트위터들

의 생활 속에 실제로 존재하는 모습들이다. 인식과 태도의전형, 혹은 원형들 (prototypes)이다. 여러 가지 반응의 요인들이 합해지고 어울려져서 구체적이고 생생한 모습을 나타낸다. 따라서 CEO들은 트윗글 작성에 있어 이러한 유형들을 머리 속에 그리며 대화를 나누듯 글을 쓸 수 있다. 트위터들과의 의사소통이나 관계확장에도 지침을 줄 수 있다. 본 연구에서 도출된 3가지 유형의 대학생 트위터들에 관한 설명을 여러 번 반복해서 살펴보면 생활 속에 실존하는 주위 사람의 모습을 찾아낼 수 있다.

Q 방법론의 장점은 종합적이고도 실제적인 유형을 그려낸다는 데 있다. Q방법론의 반대인 R방법론의 경우 (일반적인 조사/통계분석 방법) 연구자들은 각각의 변수들에 대한 평균적 의미 분석에 주력한다. 즉, R 방법론 연구의 경우 트윗내용 구성에 사용된 여러 가지 분류항목의 평균적 비교가 중요관심사가 된다. 예를 들어, 긴 트윗메시지가 좋은가, 아니면 짧은 메시지가 좋은가, 감성적인 글을 더 선호하는가 아니면 논리적인 글을 더 선호하는가, 혹은 리모티콘을 사용하는 것이 더 유리한가 아니면 불리한가 식의 가설-연역적인 (hypothetico-deductive) 결론만을 얻을 수 있다. 이러한 연구결과들은 각각의 변수들에 대한 확률적인 통계를 보여주지만 사람, 즉 CEO의 트윗을 받고 읽는 트위터에 대한 전체적인 통찰적 분석을 해주지는 않는다. 또 한 각각의 변수들은 상황에 따라 결과가 쉽게 변하고 변수들간의 interaction에 따라 다른 결과를 초래하기 때문에 그때 그때 새로운 조사를 해야만 한다. 반면 Q방법론에 의한 유형분석은 사람들의 실제적인 인식의 모습, 혹은 생각의 schema를 보여주기 때문에 행동이나 선호의 이유까지도 설명할 수 있다. 예를 들면 논증적 사회참여형이 보다 긴

트윗을 좋아하는 성향이 있는데 이는 그들이 사회참여적인 성향이 있기 때문에 (다른 Q 진술문데 대한 분석에서 유추) 너무 간단한 트윗보다는 설명과 의미가 충분히 설명되는 긴 트윗을 좋아한다는 해석이 가능하다.

이 연구결과는 20대 대학생 트위터들의 성향을 보여주는 것이지만 이러한 유형적 접근은 다른 대상자들에게도 적용이 가능하다. 그리고 트윗을 사용하는 CEO의 목적에 따라 특정유형의 사람들에게 트윗쓰기가 가능하다. CEO들이 트윗사용에 있어 자기 나름대로의 개성을 유지하는데도 이 유형적 분석이 사용될 수 있다. 이 연구의 결과에서 보듯이 CEO들의 글을 읽는 트위터들은 확실히 다른 유형들로 구성되어 있는 만큼 모든 사람들에게 대한 어필보다는 CEO 본인에게 유리한 유형의 사람들을 머리 속에 설정하고 트윗쓰기의 개성을 만들어 갈 수 있을 것이다. 만약 생활감성형의 사람들을 염두에 둔다면 CEO의 글은 짧고 감성적이면서도 생활공개 중심의 문장을 만들면 된다. 그러나 으스대는 듯한 느낌을 주는 글들은 가능하면 피하는 것이 좋다. 갈등회피적 나눔형의 사람들을 주 target으로 한다면 가능한 부드럽고 배려와 나눔의 향취가 나는 문장을 구사하면 좋은 것이다. 또 한 특정 CEO는 자기의 트윗글들에 대한 유형별 팔로워들의 반응분석을 해 봄으로써 보다 구체화된 반응유형을 파악해 낼 수도 있다.

이 연구에서는 시사에 대한 관심만이 의미있는 응답자 특성변인으로 나타났는데 이는 20대 젊은 층들이 인구사회학적인 특성에 관계없이 각 유형에 골고루 분포되어 있음을 나타내는 것으로 해석할 수 있다. 다만 시사에 대한 관심이 유형을 나누는 중요변수가 될 수 있을 가능성을 나타내는 것이다.

그리고 동의진술문 분석을 통해 공익적인 일에 CEO가 독려하는 봉사의 자세나 많은 사람들에게 공히 인기 있는 프로그램을 CEO가 같이 좋아하고 공감을 나타내는 트윗글들은 대체적으로 선호되며 반대로 무언가 강압적이거나 잘난 척하는 표현을 하는 트윗글들에 대해서는 거부반응을 자아낼 수 있다는 점도 알 수 있다.

본 연구에서 나타난 3가지 트위터 유형의 특성들은 이 분야 연구에 있어 가설로서 사용할 수도 있다. Q방법론이 가설을 확률적인 논리로 검증하고 일반화하는 가설연역적 (hypothetico-deductuve)인 방법이 아닌 가설 생성적 (abductive) 이라는 유리함을 활용하여 (McKeown, 1988) 3가지 유형의 인물들이 실제 존재하는지, 또 그들의 인구통계학적, 혹은 미디어 사용의 습관 등 여러 가지 변수들과의 관계는 어떤 한지, 적용 가능한 새로운 변수는 무엇인지 등을 알 수 있고 나아가 여러 가지 정교한 가설도출과 후속 연구문제들을 도출해 낼 수도 있을 것이다. 본 연구가 CEO트윗에 대한 반응연구의 새로운 장과 가능성을 제시하고 본격적인 후속연구들의 시작을 유발시킬 수 있을 것으로 기대한다.

참고문헌

- 김형석·유현중. (2010). 소셜미디어 시대 기업 CEO의 기업 커뮤니케이션 전략에 관한 연구, *광고연구*, 한국광고홍보학회, 87호, 2010, 303-335.
- 김홍규 (1990). Q 방법론의 이해와 적용, *한국학 논문*, 통권 7호, 1-59.
- _____ (2010). 소셜 미디어를 이용한 CEO의 커뮤니케이션 유형에 관한 연구. 한국광고학회 추계학술대회 발표집, 203~209.
- 박선주·정원모 (2010). 공공부문의 성공적인 소셜미디어 도입 및 활용전략, *CIO Report*, 서울: 한국정보화 진흥원, No. 24.
- 설진아(2009). 소셜 미디어(Social Media)의 진화양상과 사회적 영향, 2009년 한국언론정보학회 가을철 정기학술대회 특별세션, 35~57.
- 이경렬 (2004). CEO 이미지의 브랜드적 가치에 관한 연구: CEO 이미지의 구성요소 및 기업 가치에 미치는 영향을 중심으로. *홍보학연구*, 8권 1호, 161~191.
- 장덕진·김기훈. (2011). 한국인 트위터 네트워크의 구제와 동학, *언론정보연구*, 서울대학교 언론정보연구소, 48권 1호, 2011, 59~86
- 최숙희 (2004). 한국인의 경제관과 기업관-종합사회조사 결과 분석. 서울: 삼성경제연구소
- Ackerman, L. D (2000). *Identity is Destiny*, Berrett Koehler Publishers, Inc., San Francisco.
- Barnes and Mattson, <http://www.smartplanet.com/blog/>.
- Cha, M., Haddadi. M., Benevenuto, F., & Gummadi, K. P.(2010). Measuring influence in Twitter: The million follower fallacy. Paper presented International AAAI Conference on Weblogs and social media.
- Flynn, L., Goldsmith, R., & Eastman, J.(1996). Opinion leaders and opinion seekers: Two new measurement scales. *Journal of the Academy of Marketing Science Journal*, 24(2), 137~147.
- Gains-Ross, L. (2003). *CEO CAPITAL: A Guide to Building CEO Reputation and Company Success*. John Wiley & Sons, Inc
- George, G. & Sleeth, R. G.(2000). Leadership in computer-mediated communication: Implication and research directions. *Journal of Business and Psychology*, 15 (2), 287~310.
- Israel, S. (2009). *Twitterville: How business can thrive in the new global neighborhoods*, New York: Portfolio Hardcover.
- McKeown, B, and Thomas D. (1988). *Q-methodology*, London: SAGE Publication
- Stephenson, W. (1963). *The Study of Behavior: Q technique and its methodology*, The Chicago University Press.
- _____ . *The Play Theory of Mass Communication (1967)*. The Chicago University Press.

▶투 고 일 : 2012년 2월 12일

▶심 사 일 : 2012년 2월 15일

▶게재확정일 : 2012년 5월 20일

A typological study on the response of students toward CEO twit messages

Jung-Ho Han, Ph.D.

Professor, Graduate School of Communication, Yonsei University

This study attempted to analyze the subjective response of twitter users toward various twit messages produced by CEO. The messages included the text, words, and expression signs. By using Q-methodology contrived by William Stephenson, it yielded three attitudinal typologies; (1) logical social participants (2) happy life-oriented emotionalists (3) conflict evaders. The research design included 1,000 of Q-population that came from CEOs' real twit messages, 63 of Q-sample twit messages, 80 of p-sample which composed of undergraduate and graduate students. The Q-typed factor analysis and related interpretation were conducted based on the differences of responses, the correlation among the typologies, the consensus Q-messages, and individual interview with respondents. Instead of using hypothetico-deductive approach, this study tried an abductive approach through which possible hypotheses are created. The three typologies and consensus items made it possible for CEO twitters to make a useful guide lines in using twit, for they provide a vivid and real picture of how twit receivers perceive and feel toward those twit messages. The outcomes of research also suggests for the future twitter studies in that they give good implications in setting up the future research questions and related methodologies.