

소셜 컴퓨팅 연구동향 분석 - 블로그와 소셜 네트워크 서비스를 중심으로 -

우 항 준*, 황 경 태**

요약 본 연구는 소셜 컴퓨팅에 대한 기존의 연구동향을 분석하고, 향후 연구방향을 탐색하는데 목적이 있다. 이를 위해 2006년부터 최근까지 사회분야 학술지에 게재된 51편의 논문을 대상으로 연구주제 및 세부주제, 연구방법, 분석단위, 응용분야 측면에서 분석하였다. 분석결과, 소셜 컴퓨팅 분야에 대한 국내 연구의 몇 가지 경향이 발견되었다. 연구주제 측면에서는 조직 개념을 다룬 연구보다 사회 개념을 다룬 연구가 많았다. 조직 개념 분야의 연구에서는 기술 이전에 대한 연구가 많았으며, 사회 개념 분야의 연구에서는 문화적 이슈에 대한 연구가 많이 수행되었다. 연구방법으로는 현장 연구를, 분석단위로는 개인을 분석단위로 하는 연구가 지배적이었다. 응용분야 측면에서는 블로그에 대한 연구가 주를 이루고 있는 것으로 나타났다. 향후 소셜 컴퓨팅 연구의 발전을 위해서는 연구의 다양화가 요구된다.

주제어: 소셜 컴퓨팅, 블로그, 소셜 네트워크 서비스, 마이크로 블로그

A Review of Research on Social Computing: Focused on Blogs and Social Network Services

Hangjoon Woo, Kyung Tae Hwang

Abstract The purpose of this paper is to review research articles on social computing and to provide the future directions of the study. A total of 51 articles published in social scientific journals from 2006 to 2010 are analysed by research theme, methodology, level of analysis, and application area. It is found that most of the studies are addressing blogs and mainly focusing on societal concepts rather than organizational concepts. The predominant methodology is field study at the individual level of analysis. We suggest that future researches on social computing need to address more various topics and application areas. Also diversity in terms of methodology and level of analysis is required.

Keywords: social computing, blogs, social network services, microblogs

2010년 9월 1일 접수, 2010년 9월 2일 심사, 2010년 9월 24일 게재확정

* 이노베이션인포테크놀로지(주) 팀장(hangjoon@gmail.com)

** 교신저자, 동국대-서울캠퍼스 교수(kthwang@dongguk.edu)

I. 개요

소셜 컴퓨팅(Social Computing)에 대한 개념은 아직까지 명확하게 정리되어 있지 않지만, 인간의 사회적 관계와 행위를 지원하는 컴퓨팅 애플리케이션 또는 서비스를 통칭하여 소셜 컴퓨팅이라고 한다. 소셜 컴퓨팅의 대표적인 애플리케이션으로는 블로그(Blogs), 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service), UCC, 위키(Wikis), 소셜 북마킹(Social Bookmarking) 등이 있다. 웹 기술의 지속적인 발전, 네트워크의 고속화, 스마트폰 등 네트워크를 지원하는 다양한 장비의 보급으로 최근 소셜 컴퓨팅은 개화기를 맞고 있으며, 웹 진화 과정의 다음 단계로 인정되고 있다(Parameswaran, et al., 2007). 이러한 소셜 컴퓨팅은 사람들이 관계를 맺고 협력하는 방식을 변화시키는 것은 물론 정치, 문화, 사회, 산업 등 사회 전반에 많은 영향을 줄 것으로 예상되고 있다.

최근 소셜 컴퓨팅에 대한 세간의 관심이 폭발적으로 증가하고 있다. 대표적인 소셜 네트워크 서비스인 페이스북(Facebook)의 경우 실질 사용자가 5억 명을 상회했으며, 2006년에 서비스를 개시한 트위터(Twitter)는 불과 4년 만에 가입자 수가 1억 명을 넘어서고 있다(Bianchi, 2010a; 2010b; IDG Korea, 2010). 일반 국민들을 대상으로 홍보 활동을 필요로 하는 정치인과 연예인들은 물론이고 주요 행정기관과 기업들도 고객과의 소통, 서비스 제공, 마케팅 등 다양한 목적으로 소셜 컴퓨팅 대열에 합류하고 있다. IT 전문 시장조사 기관 중의 하나인 가트너 그룹은 소셜 컴퓨팅을 향후 3년간 주목해야 하는 10대 전략적 기술 중의 하나로 선정하는 하는 등(Pettey, 2009) 소셜 컴퓨팅은 ICT 산업은 물론 전 사회적으로 뜨거운 이슈가 되고 있다.

소셜 컴퓨팅에 대한 관심은 연구 분야에서도 예외가 아니다. 소셜 컴퓨팅을 컴퓨팅 및 기술 발전의

새로운 패러다임으로 인식하고 각 분야에서 소셜 컴퓨팅과 관련된 여러 가지 연구를 수행하고 있다(Wang, et al., 2007). 국내의 경우에도 소셜 컴퓨팅의 기반기술에 대한 컴퓨터 과학 분야의 연구들을 비롯하여, 소셜 컴퓨팅을 ICT 산업 측면에서 접근한 연구(예, 김가혜 외, 2009; 이동기 외, 2009; 정기호 외, 2009), 새로운 미디어로서 소셜 컴퓨팅을 접근한 연구(예, 김사승, 2006; 김영주, 2006; 박노일, 2008), 사회문화적 측면에서 접근한 연구(예, 윤명희, 2007a; 윤명희, 2008; 이미영 외, 2010), 정치 분야에서의 활용 가능성을 모색한 연구(예, 박노일 외, 2008; 윤성이, 2008; 황성욱 외, 2008), 조직 효율화 및 효과성 차원에서 소셜 컴퓨팅의 활용 가능성을 탐색한 연구(예, 김용진, 2007; 김인재 외, 2008; 박지홍, 2008a) 등 커뮤니케이션학, 사회학, 경영정보학 등 여러 학문 분야에서 소셜 컴퓨팅에 대한 접근을 시도하고 있다.

하지만 최근 소셜 컴퓨팅의 급격한 증가 추세에 비해서 소셜 컴퓨팅에 대한 학계의 연구는 양적으로나 질적으로 다소 미흡하다고 볼 수 있다. 블로그, 소셜 네트워크 서비스, 마이크로 블로그와 같은 소셜 컴퓨팅이 정치, 경제, 사회, 문화 등 사회 전반에 미치는 영향력과 급증하는 사회적 관심도를 고려해 볼 때 연구의 수가 충분치 않다. 또한 소셜 컴퓨팅은 컴퓨터 과학, 경영정보학, 사회학, 인류학 등 학제적 성격의 컴퓨팅 분야로서 다양한 관점에서 다양한 주제에 대해 균형 있는 연구가 필요하나, 현재까지의 연구는 연구주제, 응용분야 등의 측면에서 다소 편향된 현상을 보이고 있다(김봉섭, 2010; 박지홍, 2008b; 신호경 외, 2009; 한상기, 2010; 홍진영 외, 2009).

따라서 본 연구에서는 이러한 문제인식 하에서 최근 5년간의 소셜 컴퓨팅 관련 연구동향을 연구주제, 연구방법, 분석단위, 응용분야 등의 측면에서 살펴보고, 향후 소셜 컴퓨팅에 대한 연구가 나아가야 할 방향에 대한 제안을 하고자 한다. 이를 위해,

먼저 소셜 컴퓨팅의 대표적 애플리케이션인 소셜 네트워크 서비스, 블로그, 마이크로 블로그를 중심으로 소셜 컴퓨팅의 정의, 분류, 현황, 의의 등에 대해 개괄적으로 살펴본다. 다음으로는 선행연구를 바탕으로 소셜 컴퓨팅 연구동향 분석을 위한 분류기준을 마련한 후, 최근 5년간 국내에서 수행된 소셜 컴퓨팅 관련 연구들을 사전에 설정된 기준에 따라 분류한다. 마지막으로, 분류된 결과를 토대로 소셜 컴퓨팅 연구의 주요 동향을 분석하고 향후 소셜 컴퓨팅 연구에 대한 시사점을 제공한다.

II. 소셜 컴퓨팅에 대한 논의

1. 소셜 컴퓨팅 개요

소셜 컴퓨팅의 사회문화적, 경제적, 정치적 가치로 인해 학계 및 업계에서 많은 관심을 보이고 있지만 아직까지 소셜 컴퓨팅에 대한 개념은 명확히 정립되어 있지 않다(한상기, 2010). Schuler(1994)는 소셜 컴퓨팅을 “사회적 관계에 중심을 두거나 중개하는 컴퓨팅 애플리케이션의 일종”이라고 정의하고 있으며, Parameswaran, et al.(2007)은 “집단 행동과 사회적 관계를 용이하게 하는 애플리케이션과 서비스”라고 정의하고 있다. Centeno, et al.(2009)는 “사용자가 네트워크를 구축하고, 자료를 공유하고, 협력하고, 콘텐츠를 함께 생산하도록 하는 개방된, 웹 기반의, 사용자 친화적인 애플리케이션”이라고 정의하고 있는 반면, 위키피디아에서는 “사회적 행위와 컴퓨팅 시스템의 접점을 다루는 컴퓨터 과학의 한 분야”라고 정의하고 있다. Forrester Research는 “기술로 인해 조직이 아니라 개인과 커뮤니티가 권력을 갖는 사회구조”라고 정의하고 있다. 위와 같이 소셜 컴퓨팅은 기술적으로는 사회적 관계와 행위를 지원하는 컴퓨팅 애플리케이션 또는 서비스이며, 이러한 기술로 인해 개인과 커뮤니티가 권력을 가지는 사회구조이면서 동시에 학문의 한

분야를 말한다.

소셜 컴퓨팅은 학제적 연구 및 응용 분야로서 사회심리학, 커뮤니케이션 및 인간/컴퓨터 상호이론, 사회연결망 분석, 인류학, 조직이론, 사회학, 컴퓨팅 이론 등 다양한 학문에 이론에 기초를 두고 있으며, 웹 기술, 데이터베이스 기술, 멀티미디어 기술, 무선 기술, 에이전트 기술, 소프트웨어 엔지니어링 등 다양한 기술을 기반으로 하고 있다(Wang, et al., 2007).

소셜 컴퓨팅의 애플리케이션은 크게 두 가지로 분류될 수 있다. 첫 번째는 인간의 사회적 행위를 지원하는 분야이다. 특히, 사회적 커뮤니티를 위한 온라인 커뮤니케이션을 지원하는 웹 2.0 서비스와 도구들을 말한다. 블로그, 위키, 소셜 네트워크 서비스, 북마킹 등이 이에 해당된다. 두 번째는 사람들의 집단적 협력과 지능을 기반으로 하는 응용 분야이다. 협력 필터링(Collaborative Filtering), 추천(Recommendation), 예측(Forecasting), 평판(Reputation) 기술을 기반으로 하는 응용 분야를 말한다(한상기, 2010).

또한, 소셜 컴퓨팅 애플리케이션은 콘텐츠를 생성하고, 조직화하고, 소비하는 과정에 따라 콘텐츠 생성 영역(예, 블로그, UCC, Potcasts), 연결 영역(예, 소셜 네트워크 서비스, 가상 세계), 협업 영역(예, 위키, 오픈소스), 교감 영역(예, 포럼활동, 평점, 리뷰), 콘텐츠 조직 영역(예, 태그), 콘텐츠 소비 영역(예, RSS, 위젯) 등으로 분류될 수도 있다(Li, et al., 2008). 연구자에 따라서는 게임(Game), 스토리텔링(Storytelling), 에듀테인먼트(Eduainment) 등 사용자와 사회적으로 상호작용할 수 있는 인터랙티브(Interactive) 엔터테인먼트 애플리케이션을 소셜 컴퓨팅의 애플리케이션 영역에 포함시키기도 한다(Wang, et al., 2007).

소셜 컴퓨팅은 오늘날 정보사회의 중요 트렌드이며 ICT 산업을 견인하는 동력이 되고 있다. 최근 소셜 컴퓨팅 애플리케이션의 사용 현황을 살펴보면

소셜 컴퓨팅이 급격히 부상하고 있음을 알 수 있다. 한 통계 조사에 의하면(Centeno, et al., 2009), 2008년 말을 기준으로 유럽연합 전체 인터넷 사용자의 41%가 소셜 컴퓨팅을 사용하고 있으며, 32%가 소셜 네트워크 사이트에 자신의 프로파일을 등록하고 있는 것으로 조사되었다. 또한 매달 평균 1억 6천만 명이 소셜 네트워크 사이트를 방문하고 있으며, OECD 국가 중 몇몇 국가에서는 전통적 커뮤니케이션 수단인 이메일 보다 소셜 네트워크 서비스나 블로그를 커뮤니케이션 수단으로 더 많이 사용하고 있는 것으로 나타났다. 2007년 이후 블로그 수가 이전보다 두 배로 늘어 현재 1억 개 이상의 블로그가 존재하며 매일 10만 개의 블로그가 새로 만들어지고 있다. 또한 유튜브(www.youtube.com)와 같은 사진 및 동영상 공유 사이트에 10억 개 이상의 사진과 사용자가 직접 제작한 동영상이 4천만 개 이상 업로드 되어 있는 것으로 밝혀졌다. 대표적인 소셜 컴퓨팅 애플리케이션인 페이스북의 실질 사용자 수가 5억 명을 상회하고 마이크로 블로그 서비스 중의 하나인 트위터의 가입자 수가 1억 명이 넘는 것으로 알려져 있다(Bianchi, 2010a; 2010b; IDG Korea, 2010). 이렇듯 오늘날 소셜 컴퓨팅은 유사 이래 찾아볼 수 없는 빠른 속도로 급성장하고 있는 컴퓨팅 분야이다.

이러한 소셜 컴퓨팅은 정치, 경제, 사회, 문화 등 사회 전반에 많은 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. 소셜 컴퓨팅이 가져온 직접적인 변화 중의 하나는 소셜 컴퓨팅 관련 산업의 급성장이다. 2007년을 기준으로 소셜 컴퓨팅 애플리케이션을 공급하는 상위 99개 회사의 년 매출이 30억 달러를 넘어선 것으로 추정되고 있으며, 소셜 컴퓨팅 업계에서 지금까지 벤처캐피탈 등으로부터 약 60억 달러에 이르는 투자를 받는 등 소셜 컴퓨팅 업계에 대한 자본 유입이 급격히 늘어나고 있다(Centeno, et al., 2009).

소셜 컴퓨팅은 ICT 산업이 아닌 다른 산업분야에도 많은 영향을 미치고 있다. 가장 직접적으로 영향

을 받은 곳은 미디어 산업 부문이다. 인터넷과 소셜 미디어의 사용은 라디오, TV 등과 같은 전통적인 미디어의 시청 시간을 단축시켜 미디어 업계에 큰 위협을 주고 있다. 때문에 전통적인 미디어 업계에서도 소셜 컴퓨팅 관련 업계와 파트너십을 맺고 온라인으로 콘텐츠를 제공하는 등 소셜 컴퓨팅을 적극적으로 도입하여 시대 흐름에 대응해 나가고 있다. 결과적으로 전통적인 미디어와 소셜 컴퓨팅은 상호보완하고 협력하는 모습으로 발전해 나가고 있다(Centeno, et al., 2009).

소셜 컴퓨팅은 기업의 운영에도 영향을 미치고 있다. 소셜 컴퓨팅의 확산으로 오늘날 기업들은 “사람들이 자신에게 필요한 것들을 기업과 같은 전통적인 조직으로부터 얻지 않고, 정보통신 기술을 이용하여 서로 직접 얻어 내는 사회적 현상”인 그라운드스웰(Groundswell) 현상에 직면하고 있다. 조직이 아닌 개인과 커뮤니티가 브랜드를 소유하도록 만드는 소셜 컴퓨팅은 기업의 성패에까지 영향을 미칠 수 있다. 결과적으로 기업들은 이러한 그라운드스웰 상황에 어떤 식으로든 대응해야 하는 과제를 안게 되었다(Li, et al., 2008).

근무시간 중 소셜 컴퓨팅의 사용으로 인해 직원들의 생산성 저하, 기밀정보 유출 등 소셜 컴퓨팅이 기업에 부정적인 영향을 미칠 가능성도 상존하지만, 최근 들어 많은 기업들이 내부 업무 프로세스를 개선하고 고객 관계를 강화하는 수단으로서 소셜 컴퓨팅을 적극적으로 활용하기 시작했다(Centeno, et al., 2009). 소셜 컴퓨팅을 마케팅 도구로서 활용하기도 하고, 고객으로부터 상품 및 서비스 개발에 관한 아이디어를 얻는 도구로도 활용하고 있다. 2008년도 맥킨지 보고서에 의하면, 조사대상 기업의 34%가 블로그를 사용하고 있으며, 32%가 위키를, 29%가 팟캐스트를, 28%가 소셜 네트워크 서비스를 사용하고 있는 것으로 나타났으며, 이 수치는 2007년의 조사결과에 비해 증가한 것으로 파악되었다. 이들 기업들은 첫째, 채용, 개발, 지식관리, 훈련 등 내부

적인 협동작업, 둘째, 제품개발 참여, 상호작용, 획득, 서비스를 위한 고객과의 소통, 셋째, 경험공유, 참여, 통합강화 등을 위해 공급자 및 파트너와의 소통을 목적으로 소셜 컴퓨팅을 사용하고 있는 것으로 조사되었다(Ali-Hassan, et al., 2009; Burguin, et al., 2008).

또한, 소셜 컴퓨팅의 개방된 사용자 중심의 참여적 특성은 사용자가 직접 콘텐츠를 창조하고 상호 간에 도움을 주고받고 서비스를 제공하는 새로운 협력 모델을 가능하게 하여 아래로부터의 사회 혁신을 가능하게 하며, 국경이나 문화에 관계없이 집단행동을 조직화할 수 있도록 한다. 재난 상황에서 시민들이 참여하여 공공기관을 지원하거나 보완하는 역할을 할 수도 있으며, 조직화하여 정치인이나 정부에 압력을 가할 수도 있다. 의료 측면에서는 공통의 관심사를 갖는 사람들끼리 커뮤니티를 형성하여 상호 도움으로써 환자들 스스로 삶의 질을 높일 수 있으며, 사회적 지원을 유도해 낼 수도 있다. 교육 측면에서 학생들 또는 선생님을 포함한 커뮤니티 구성이 용이하게 되어 협동 학습이 가능하며, 외부에 있는 전문가, 연구자 및 실무자들과 연계하여 지식을 강화할 수 있도록 해 준다. 소셜 컴퓨팅은 정부나 공공행정에도 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. 정책개발 및 집행, 서비스 제공 등에 있어서 소셜 컴퓨팅은 많은 기회를 제공한다(Centeno, et al., 2009).

2. 소셜 네트워크 서비스

소셜 컴퓨팅의 대표적인 애플리케이션으로는 소셜 네트워크 서비스, 소셜 미디어, 소셜 검색, 소셜 게임 등이 있다. 본 논문에서는 소셜 네트워크 서비스와 대표적인 소셜 미디어인 블로그에 대해 살펴보고자 한다.

소셜 네트워크 서비스는 최근에 가장 주목받고 있는 소셜 컴퓨팅 분야이다. 사실 소셜 네트워크라는

개념은 이미 오래 전부터 있었던 개념으로 20세기 초반부터 관련 연구가 진행되어 왔던 분야이다. 한 때 주목을 받았던 아이러브스쿨(www.iloveschool.co.kr) 서비스도 소셜 네트워크 서비스의 하나로 볼 수 있다. 하지만 최근 페이스북의 놀라운 성장으로 학술적으로나 실무적으로 온라인 소셜 네트워크 서비스가 재조명 받고 있다(한상기, 2010).

소셜 네트워크 서비스는 사람들이 특정 웹 사이트에 공개된 또는 제한적으로 공개된 프로파일을 만들고, 온라인으로 친구, 지인 등 다른 사람들과 유기적으로 관계를 맺고 그 사람들을 통해 관계를 넓혀갈 수 있도록 하는 웹 기반의 서비스를 말하다(Boyd, et al., 2007; 방화룡 외, 2009; 이항우, 2009).

소셜 네트워크 서비스는 각 개인을 중심으로 수평적인 관계 속에서 네트워크를 계속 확장한다는 측면에서 운영진과 회원이 수직적 구조를 갖는 과거의 온라인 커뮤니티 서비스와 구별되며, 회원들 간의 약한 유대관계를 형성하는 온라인 커뮤니티와 달리 대체로 강한 유대관계를 형성하는 특징이 있다(이항우, 2009; 조재인, 2008).

세계 최초의 온라인 소셜 네트워크 서비스는 1995년 서비스를 시작한 클래스메이트(www.classmates.com)로서 유치원 친구부터 대학 친구, 군대 친구에 이르기까지 연락이 끊긴 지인을 찾게 해 주는 서비스이다. 1997년에는 보다 확장된 개념의 소셜 네트워크 서비스들이 등장했다. 식스디그리(sixdegrees.com)는 프로필과 인맥 리스트를 등록할 수 있도록 하여 지인들은 물론 서로 모르는 사람들과도 새로운 관계를 맺을 수 있도록 하는 서비스를 제공하고 있다(이동기 외, 2009).

오늘날 가장 인기 있는 소셜 네트워크 서비스로는 페이스북이 있다. 2004년 하버드 대학생들의 커뮤니티로 시작한 페이스북은 서비스 개시 후 4년 만에 그 당시 대표적인 소셜 네트워크 서비스인 마이스페이스를 방문자 수를 기준으로 2배 이상 앞섰으며,

2010년 7월을 기준으로 회원수가 5억 명에 이르는 등 오늘날 가장 대표적인 소셜 네트워크 서비스로 인정받고 있다. 전 세계인구가 약 70억 명이고 인터넷 사용인구가 약 20억 명임을 감안해 볼 때 소셜 네트워크 서비스의 하나인 페이스북의 가입자 5억 명은 실로 대단한 수치라 할 수 있다. 최근 국내에서도 페이스북의 사용자가 급증하고 있다. 조사에 따르면 국내 페이스북 사용자는 125만 명으로 국내 전체 인구의 2.59%, 온라인 인구의 3.36%에 해당된다. 최근 6개월 동안 사용자 수가 약 35% 상승했다는 점도 주목해 볼 부분이다(IDG Korea, 2010).

2005년 이후 급신장한 소셜 네트워크 서비스는 사람들 간의 관계를 강화시킨다는 사회적 측면도 있지만, 조직적 측면에서도 큰 의미가 있다. 소셜 네트워크 서비스는 기업이 안고 있는 문제점을 해결하고, 일하는 방식을 바꾸고, 직원을 개발하고 신속한 커뮤니케이션을 가능하게 한다. 또한 고객, 공급사 및 협력사와의 커뮤니케이션을 강화하고 그들로부터 지식을 얻거나 새로운 관계를 형성할 수 있는 잠재력을 제공한다. 또한 소셜 네트워크 서비스는 정보 유통이 용이하다는 특성 때문에 정부나 정치권에서도 의사소통을 위한 효과적인 수단으로 인식되고 있다. 미국, 영국 등 선진국들을 중심으로 정책홍보 및 대국민 의사소통을 위해 소셜 네트워크를 적극적으로 활용하고 있는 것으로 알려져 있으며, 국내의 경우에도 주요 정부기관과 정치인들이 소셜 네트워크를 활용하기 시작했다(Ali-Hassan, et al., 2009; 한국정보화진흥원, 2010).

3. 블로그

소셜 네트워크 서비스와 함께 주목받고 있는 소셜 컴퓨팅 분야는 소셜 미디어 분야이며, 대표적인 애플리케이션으로는 블로그가 있다. 블로그는 웹(Web)과 로그(Log)의 합성어를 줄여서 부르는 말이며, 보거나 들을 수 있는 콘텐츠를 이용하여 자신의 의견

이나 생각을 표현할 수 있는 새로운 형태의 미디어를 말한다(김재경 외, 2009; 옥정봉 외, 2009). 1998년에 미국에서 처음 등장한 블로그가 국내에 알려진 것은 2003년경이다. 주요 포털 사이트와 블로그 사이트가 서비스를 시작하면서 블로그 열풍이 불기 시작했다(김나민 외, 2007; 신지영 외, 2006).

블로그는 다른 블로그들과 다양한 방식으로 연계되어 있다는 점에서 일반 홈페이지와 구별되며, 운영의 주체가 개인이라는 점에서 온라인 커뮤니티와 구별된다(김경희 외, 2006). 형식적인 측면에서는 일기 또는 일지 형태로 시간 순으로 제목과 본문이 함께 노출되는 특징이 있다. 비교적 짧은, 편집되지 않은 목소리가 올라오며, 콘텐츠가 자주 갱신되는 특징이 있다. 또한 카테고리화 되어 있고 트랙백을 통해 서로 그물망처럼 엮여 있기 때문에 블로그 이용자가 관심 있는 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 한다. 웹 기반으로 HTML을 통해 쉽게 콘텐츠를 게시할 수 있기 때문에 정보 제공자 입장에서는 특별한 기술 없이도 블로그를 쉽게 운영할 수 있다. 블로그는 비록 개인 미디어 성격이 강하지만 다른 블로그들과의 연결을 지원하고 댓글, 트랙백 기능을 지원하기 때문에 쌍방향적 특성을 갖는다(김재경 외, 2009; 김창수 외, 2006; 장준호 외, 2010).

방송통신위원회와 한국인터넷진흥원의 조사에 의하면, 2008년을 기준으로 만 6세 이상의 인터넷 이용자의 59.7%가 타인의 블로그를 이용한 경험이 있는 것으로 조사되었으며, 최근 1개월 이내에 블로그를 이용한 경우도 50.7%나 되는 것으로 나타났다. 또한, 인터넷 이용자의 44.6%가 최근 1년 이내에 본인의 블로그를 방문해서 관리하고 있는 블로그 운영자인 것으로 파악되었으며, 최근 1개월 이내에 블로그를 관리한 경우도 32.1%나 되는 등 블로그 이용이 꾸준히 증가하고 있다(방송통신위원회 외, 2009).

블로그는 개인들 간의 상호 교류의 차원을 넘어서 비즈니스, 정치 등 사회 다방면에 영향을 미치는 것

으로 알려져 있다(김가혜 외, 2009; 김재경 외, 2009; 홍진영 외, 2009). 블로그가 가장 영향을 미치고 있는 분야는 미디어 산업 분야이다. 블로그는 기존 미디어들과 대등할 정도로 트래픽을 발생시키며 기존 미디어를 위협하고 있다. 과거에는 라디오와 텔레비전이 미디어 시장을 재패했다면, 앞으로는 블로그가 미디어 시장에 가장 큰 영향을 미칠 것으로 예상된다. 또한 블로그는 정치 분야에도 큰 영향력을 행사하고 있다. 미국의 경우, 블로거를 기자로 인정하고 선거 취재를 허용한 바 있으며, 연방선거관리위원회에서는 뉴스 블로그를 언론의 범주에 포함시켰다. 국내의 경우에도 18대 총선에서 정치인들이 블로그의 영향력을 인정하고 선거 전략의 일환으로 블로그를 사용한 바 있다. 블로그는 비즈니스 분야에도 많은 영향을 미친다. 블로그는 기존 고객 또는 잠재 고객의 관심이나 욕구, 문제점, 취향 등을 파악할 수 있는 효과적인 수단이다. 일반적으로 고객들은 기업의 광고보다 다른 고객의 평가를 중요하게 생각하기 때문에 블로그는 중요한 마케팅 도구로 활용되고 있다(김봉섭, 2010; 김인재 외, 2008).

4. 마이크로 블로그

블로그와 소셜 네트워크 서비스가 대표적인 소셜 컴퓨팅 애플리케이션이긴 하지만 현재 가장 주목받고 있는 소셜 컴퓨팅 애플리케이션은 마이크로 블로그라 할 수 있다. 2008년 초부터 사용자가 급증하고 있는 마이크로 블로그는 웹이나 휴대폰 등을 통해서 짧은 문장의 메시지를 실시간으로 주고받는 서비스를 말한다. 마이크로 블로그는 사용자들이 자신의 활동, 생각, 상황 등에 대한 정보를 공유할 수 있는 쉽고 가벼운 형태의 커뮤니케이션 방법을 제공하며, 웹에 접속할 수 있는 모든 미디어를 통해 손쉽게 메시지를 교환할 수 있는 다매체 환경과 뛰어난 이동성을 지원한다(신호경 외, et al., 2010; 한국인터넷진흥원, 2009).

블로그의 이용 동인은 일반적으로 정보에 있지만, 마이크로 블로그의 이용 동인은 관계에 있다. 따라서 블로그에서는 얼마나 쉽게 정보를 생성, 관리, 공유할 수 있는가가 중요한 문제로 다루어지는 반면, 마이크로 블로그에서는 관계를 얼마나 쉽게 형성, 유지, 활성화 할 수 있는가가 중요하다. 또한 온라인 커뮤니티나 블로그와 달리 마이크로 블로그는 웹이나 휴대폰으로 실시간으로 쉽게 정보를 주고받는 형태로 운영되는 특징이 있으며, 가입과 승인, 초대와 허락과 같은 합의 하에 관계를 맺는 커뮤니티나 블로그와는 달리 마이크로 블로그에서는 승인과정 없이 관계를 맺는다는 측면에서 차이가 있다(삼성경제연구소, et al., 2010; 한국인터넷진흥원, 2009).

마이크로 블로그의 성장 속도는 대표적인 마이크로 블로그 서비스인 트위터의 사례를 통해 추정해 볼 수 있다. 2006년 8월에 서비스를 시작한 트위터는 미국 대선 유세에 활용되면서 주목을 받기 시작했으며, 서비스 개시 불과 4년 만인 2010년 현재 1억 명 이상의 사람들이 사용하고 있다. 매일 30만 명씩 사용자가 늘어나고 있으며, 매일 30억 건 이상의 트랜잭션이 처리되고 있다(Bianchi, 2010b).

마이크로 블로그는 사람들 간에 정보를 쉽게 공유할 수 있는 커뮤니케이션 도구라는 측면에서 주목을 받고 있으며, 정치인, 연예인을 비롯한 많은 유명인들도 마이크로 블로그 서비스를 활용하고 있다. 또한 마이크로 블로그는 빠른 속성과 광범위한 확산성이라는 특성 때문에 비즈니스 측면에서도 중요하게 다루어지고 있다. 트위터의 팔로우(Follow) 개념은 관계를 맺고자 하는 사용자의 동의를 구하지 않고도 관계를 맺고 게시한 글을 볼 수 있도록 해 주기 때문에 기업이나 유명인에게는 훌륭한 마케팅 도구로 이용되고 있다(심홍진 외, 2010; 한국인터넷진흥원, 2009).

미디어 측면, 비즈니스 측면 등 다방면에서 마이크로 블로그는 많은 가능성을 제공할 것으로 여겨지고 있으나, 일각에서는 마이크로 블로그에 대한 우려의

목소리 또한 적지 않다. 우선 마이크로 블로그는 게시자 본인 확인과 게시물에 대한 신뢰성 검증이 쉽지 않다는 특성이 있다. 이에 따라 유명인을 사칭하는 사례도 종종 보고되고 있으며, 사생활 침해나 명예 훼손성, 스팸성 게시물에 대한 관리가 미흡하다는 우려도 제기되고 있다(한국인터넷진흥원, 2009). 하지만 이러한 우려에도 불구하고 커뮤니케이션의 편리성으로 인해 최근 마이크로 블로그 사용자가 급증하고 있는 추세이다(심홍진 외, 2010).

Ⅲ. 연구방법

1. 분석대상

소셜 컴퓨팅은 사회심리학, 커뮤니케이션, 컴퓨팅 등 다양한 이론과 웹, 데이터베이스, 멀티미디어 기술 등 다양한 기술을 기반으로 하고 있기 때문에 여러 학문 분야에서 다양한 형태의 연구가 진행되고 있다. 하지만 본 연구에서는 소셜 컴퓨팅이 사회적 이슈를 다루는 분야라는 점을 고려하여, 경영정보학을 포함한 사회과학 측면의 연구 동향을 분석한다. 소셜 컴퓨팅의 응용분야 또한 소셜 네트워크 서비스, 블로그, UCC, 위키, 소셜 북마킹, 평판, 추천 등 분야가 매우 광범위하기 때문에 대표적인 응용분야인 소셜 네트워크 서비스, 블로그, 마이크로 블로그로 분석 대상을 한정한다. 또한 대표적인 소셜 네트워크 서비스인 페이스북이 2006년을 기점으로 전자우편 주소를 가진 사람이라면 누구나 가입할 수 있는 서비스로 확대되었으며, 같은 시점에 마이크로 블로그 서비스인 트위터가 서비스를 개시했기 때문에, 소셜 컴퓨팅 분야의 연구동향을 이해하는데 2006년부터의 연구를 살펴보는 것으로 충분하다고 판단하여 2006~2010년 상반기까지 최근 5년 간의 연구를 대상으로 분석한다.

분석 대상 논문은 학술논문 검색 및 원문 서비스를 제공하고 있는 DBPIA(www.dbpia.co.kr)와 NDSL(www.ndsr.kr) 서비스를 활용하여 검색하였

다. 먼저, 논문 제목과 키워드를 대상으로 키워드 검색을 실시하였다. 검색 키워드로는 '소셜 컴퓨팅', '소셜 소프트웨어', '소셜 미디어', '소셜 네트워크 서비스', '블로그', '블로거', '마이크로 블로그', '마이크로 블로그', '페이스북', '트위터', '싸이월드', '미니홈피'를 사용하였으며, 영어 논문까지 고려하여 키워드 검색을 실시하였다. 다음 단계로 검색된 논문이 한국연구재단(구 학술진흥재단)(www.kci.go.kr) 현재 한국연구재단으로 이름이 바뀐) 등재지 중 사회 분야 저널에 실린 논문인지를 확인함으로써 분석 대상을 사회 분야로 한정시켰다. 마지막으로 논문이 게재된 각 저널을 대상으로 2006년 발간 호부터 최근 발간 호까지의 논문 목록을 순차적으로 재확인하여 소셜 컴퓨팅 관련 연구이지만 키워드 검색에서 누락된 논문들이 발견된 경우 해당 논문을 분석대상에 포함시켰다.

2. 분석내용

이와 같은 과정을 통해 추출된 총 51편의 논문을 대상으로 연구주제, 연구방법, 분석단위, 응용분야 차원에서 사전에 마련된 기준으로 코딩하여 통계 처리하고 연구의 동향을 분석하였다.

Vessey, et al.(2002)는 경영정보학 연구의 다양성을 평가하기 위하여 참조학문(Reference Discipline), 분석단위(Level of Analysis), 주제(Topic), 연구접근(Research Approach), 연구방법(Research Method)의 다섯 가지 차원에서 분류기준을 마련하고 1995~1999년까지 MIS Quarterly, Journal of Management Information Systems 등 권위 있는 5개의 경영정보학 저널에 게재된 경영정보학 연구들을 분석한 바 있다. 소셜 컴퓨팅도 경영정보학의 한 응용 분야이므로 본 연구에서도 Vessey, et al.(2002)의 분류기준에 따라 연구주제, 연구방법, 분석단위를 분석하였다.

Vessey, et al.(2002)는 연구주제를 컴퓨터 개념

(Computer Concepts), 시스템/소프트웨어 개념 (Systems/Software Concepts), 데이터/정보 개념 (Data/Information Concepts), 특정 문제영역 개념 (Problem Domain-specific Concepts), 시스템/소프트웨어 관리 개념 (Systems/Software Management Concepts), 조직 개념 (Organizational Concepts), 사회 개념 (Societal Concepts), 학문적 이슈(Disciplinary Issues)의 여덟 가지 분야로 분류하였다. 그러나 본 연구는 사회분야 등재 학술지에 게재된 논문들만을 대상으로 하고 있으므로 기술적인 분류 항목은 제외하고 특정 문제영역 개념, 시스템/소프트웨어 관리 개념, 조직 개념, 사회 개념, 학문적 이슈의 다섯 가지 분류항목만을 사용하였다. 각 카테고리에 대한 설명 및 세부항목은 <표 1>과 같다.

<표 1> 연구주제 분류기준

구 분	설명 및 세부항목
특정 문제영역 개념 (Problem Domain-specific Concepts)	다양한 유형의 시스템의 설계 또는 개발과 관련된 이슈를 다루는 연구 - 생물정보학을 포함한 과학적/공학적(Scientific/Engineering) - 의사결정, 그룹지원시스템, 전문가시스템을 포함한 정보시스템 - 시스템 프로그래밍(Systems Programming) - 로봇틱스를 포함한 리얼타임(Real-time) - 그래픽스를 포함한 에듀테인먼트(Eduainment)
시스템/소프트웨어 관리 개념 (Systems/Software Management Concepts)	프로젝트 또는 시스템 관리와 관련된 이슈를 다루는 연구 - 위험관리를 포함한 프로젝트/프로덕트 관리(Project/Product Management) - 프로세스 관리(Process Management) - 측정/메트릭스(Measurement/Metrics) 개발 및 사용 - 인력 문제(Personnel Issues)
조직 개념 (Organizational Concepts)	조직 내 이슈를 다루는 연구 - 조직구조(Organizational Structure) - 전략(Strategy) - 업무 프로세스 재설계(BPR)를 포함한 조직합치(Organizational Alignment) - 조직학습/지식관리(Organizational Learning/Knowledge Management) - 혁신, 수용, 채택, 확산 등을 포함한 기술이전(Technology Transfer) - 변화관리(Change Management) - IT 이행(IT Implementation) - IT 사용/운영(IT Usage/Operation) - 컴퓨팅 기능 관리(Management of "Computing" Function) - IT 영향(IT Impact) - 비즈니스로서 컴퓨팅/정보(Computing/Information as a Business) - 조직 내 법적/윤리적/문화적/정치적 함의 (Legal/Ethical/Cultural/Political-organizational)
사회 개념 (Societal Concepts)	사회적 측면의 이슈를 다루는 연구 - 문화적 함의(Cultural Implications) - 법적 함의(Legal Implications) - 윤리적 함의(Ethical Implications) - 정치적 함의(Political Implications)
학문적 이슈 (Disciplinary Issues)	학문분야로서의 이슈를 다루는 연구 - 컴퓨팅 연구("Computing" Research) - 컴퓨팅 커리큘럼/교육("Computing" Curriculum/Teaching)

〈표 2〉 연구방법 분류기준

구분	설명
개념적 분석 (Conceptual Analysis)	텍스트 내에 선정된 용어 또는 개념의 발생빈도를 찾는 것과 같은 내용분석(Content Analysis)을 수행한 연구
개념적 분석/수리적 (Conceptual Analysis/ Mathematical)	개념적 분류기준을 마련하고 저널의 검토를 통하여 데이터를 수집하는 연구
사례연구(Case Study)	사례연구(Case Study), 행동연구(Action Research), 문화 기술적 연구(Ethnography) 및 이론 개발을 위해 귀납적 접근법을 사용한 근거이론(Grounded Theory) 연구
데이터 분석 (Data Analysis)	데이터 분석(Data Analysis) 및 문헌연구(Literature Review) 방법을 채택한 연구
현장연구(Field Study)	현장연구(Field Study) 및 기술적/탐험적 서베이(Descriptive/Exploratory Survey) 연구
도구개발 (Instrument Development)	개념에 대한 측정항목 개발과 타당성 검증을 목적으로 하는 연구
실험실 실험-사람 관련 (Laboratory Experiment- human Subjects)	사람 관련 실험실 실험(Laboratory Experiment-human Subjects) 연구, 문제-해결 상황을 관찰하기 위해 싱크 얼라우드(Think Aloud) 방법을 사용하는 프로토콜 분석(Protocol Analysis) 연구 및 현장실험(Field Experiment) 연구
시스템 평가 (Systems Evaluation)	시스템 또는 시스템 요소를 평가하는 것을 목적으로 하는 시스템 평가(Systems Evaluation) 연구, 다양한 차원에서 하나 이상의 시스템을 비교하는 소프트웨어 관련 실험실 실험 연구, 제한한 아이디어의 실행 가능성을 입증하기 위해 시스템을 개발하는 개념구현(Concept Implementation-proof of Concept) 연구 및 시뮬레이션(Simulation) 연구

〈표 3〉 분석단위 분류기준

구분	설명
사회(Society)	조직이 아닌 지역적, 국가적, 국제적 또는 사회적 수준에서 정보시스템의 이슈를 고찰하는 연구
전문가(Profession)	교육과 연구에 기여하는 형태로 정보시스템 연구 커뮤니티에 기여하는 연구
조직간 환경 (Interorganizational Context)	EDI나 e-Business와 같이 조직간 이슈에 초점을 맞추는 연구
조직 환경 (Organizational Context)	조직을 분석단위로 하는 연구
프로젝트(Project)	프로젝트 관리, 소프트웨어 공학 이슈 등 소프트웨어 프로젝트를 고찰하는 연구
그룹/팀(Group/team)	그룹이나 팀을 분석단위로 하는 연구
개인(Individual)	개인을 분석단위로 하는 연구
추상적 개념 (Abstract Concept)	데이터 모델이나 수학적 기능과 같은 컴퓨팅 개념에 초점을 맞추는 연구
컴퓨팅 시스템 (Computing System)	하나 이상의 시스템에 초점을 맞추는 연구
컴퓨팅 요소 (Computing Element)	프로시저나 알고리즘과 같은 컴퓨팅 요소에 초점을 맞추는 연구

또한 Vessey, et al.(2002)는 연구방법을 개념적 분석(Conceptual Analysis), 개념적 분석/수리적(Conceptual Analysis/Mathematical), 사례연구(Case Study), 데이터 분석(Data Analysis), 현장 연구(Field Study), 도구 개발(Instrument Development), 실험실 실험(Laboratory Experiment-human Subjects), 시스템 평가(System Evaluation)의 8가지 분야로 구분하였다. 분석단위로는 사회(Society), 전문가(Profession), 조직간 환경(Interorganizational Context), 조직 환경(Organizational Context), 프로젝트(Project), 그룹/팀(Group/Team), 개인(Individual), 추상적 개념(Abstract Concept), 컴퓨팅 시스템(Computing System), 컴퓨팅 요소(Computing Element)의 10가지 분야로 나누었다. Vessey, et al.(2002)가 사용한 연구방법 및 분석단위 분류기준에 대한 개념적 설명은 <표 2>와 <표 3>과 같으며, 본 연구에서도 동일한 분류기준에 의거하여 연구방법과 분석단위를 분류하였다.

본 연구는 소셜 컴퓨팅의 대표적인 애플리케이션인 소셜 네트워크 서비스, 블로그, 마이크로 블로그만을 대상으로 하고 있다. 따라서 응용 분야는 위의 세 가지로 분류하여 살펴보았으며, 논문들이 게재된 저널별, 연도별로 논문 게재 현황을 살펴 보았다.

IV. 분석결과

1. 논문 게재 현황

2006~2010년 상반기까지 한국연구재단(구 학술진흥재단) 등재지 중 사회분야 학술지에 게재된 소셜 네트워크 서비스, 블로그, 마이크로 블로그 관련 연구는 총 51편으로 조사되었다. <표 4>에서 볼 수 있는 바와 같이 20종의 학술지에 관련 논문이 게재되었으나, 대부분 언론 분야와 경영학 분야 학술지에

집중된 것을 알 수 있다. 특히, '한국언론학보'에 총 15편(29.4%)으로 가장 많은 논문이 게재되었으며, 다음으로는 '사이버커뮤니케이션 학보'에 총 6편(11.8%)의 논문이 게재되어 전체적으로 언론 분야에서 소셜 컴퓨팅에 대한 가장 높은 관심을 보이고 있는 것을 알 수 있다. 이렇게 언론 분야에서 소셜 컴퓨팅에 대한 연구가 많은 이유는 소셜 컴퓨팅의 미디어적 특성 때문인 것으로 판단 된다.

연도별로 논문 게재현황을 살펴보면, 2006년에 7편, 2007년에 9편, 2008년에 14편으로 2006년 이후 소셜 컴퓨팅 관련 논문 게재건수가 꾸준히 증가하고 있는 것을 알 수 있다.

2. 연구주제 측면

소셜 컴퓨팅 관련 연구들을 연구주제 측면에서 분류한 결과, <표 5>와 같이 사회적 개념을 다룬 연구가 29편(52.7%)으로 과반수를 차지하였다. 이는 사회적 행위와 정보기술의 접점을 다루는 소셜 컴퓨팅의 특징이 반영된 결과로 볼 수 있다. 다음으로는 조직 개념을 다룬 연구가 18편(32.7%), 특정 문제영역 개념을 다룬 연구가 8편(14.5%)으로 조사되었다. 반면, 시스템/소프트웨어 관리 개념과 소셜 컴퓨팅의 학문적 이슈를 주제로 다룬 연구는 없는 것으로 나타났다.

세부주제 측면에서 살펴보면 다음과 같다. 사회적 개념을 다룬 연구들 중에서는 소셜 컴퓨팅의 문화적 함의를 다룬 연구들이 24편(75.5%)으로 연구의 대부분을 차지하고 있었으며, 다음으로 정치적 함의를 다룬 연구가 3편(18.8%), 윤리적 함의를 다룬 연구가 2편(6.3%)이었다. 반면, 소셜 컴퓨팅의 법적 이슈를 다룬 연구는 없는 것으로 조사되었다. 조직 개념을 다룬 연구들 중에서는 소셜 컴퓨팅 기술에 대한 수용 등 기술 이전에 대한 연구가 7편(33.3%)으로 가장 많고, 다음으로 IT 영향에 대한 연구가 4편(19.0%)이며, IT 전략 및 IT 사용/운영에 대한

〈표 4〉 학회지별, 연도별 분포

구분	2006	2007	2008	2009	2010	편수(%)
Information Systems Review				3	1	4 (7.8)
Journal of Information Technology Applications		1		2		3 (5.9)
정보시스템연구	1					1 (2.0)
정보관리학회지			2			2 (3.9)
인터넷전자상거래연구		1		1		2 (3.9)
정보교육학회논문지			1	1		2 (3.9)
경영과학				1		1 (2.0)
경영학연구	2					2 (3.9)
대한경영학회지		1	1			2 (3.9)
경영교육연구				1		1 (2.0)
서비스경영학회지		1				1 (2.0)
한국방송학보					1	1 (2.0)
한국언론정보학보		1				1 (2.0)
사이버커뮤니케이션학보		1	2	3		6 (11.8)
한국언론학보	3	2	6	1	3	15 (29.4)
언론과학연구	1				1	2 (3.9)
한국사회학		1				1 (2.0)
한국정치학회보			1			1 (2.0)
관광·레저연구					2	2 (3.9)
한국도서관정보학회지			1			1 (2.0)
편수 (%)	7 (13.7)	9 (17.6)	14 (27.5)	13 (25.5)	8 (15.7)	51 (100)

2010년 통계는 상반기 실적만 반영됨

연구가 각각 3편(14.3%)인 것으로 나타났다. 조직학습/지식관리, IT 이행, 비즈니스로서의 컴퓨팅/정보, 조직 내 사회적 합의에 대한 연구도 각각 1편(4.8%) 있는 것으로 나타난 반면, 조직구조, 조직합치, 변화관리, 컴퓨팅 기능관리에 관한 연구는 없는 것으로 조사되었다. 특정 문제영역 개념을 다룬 연구들 중에서는 정보시스템에 대한 연구가 6편(75.5%), 에듀테인먼트에 대한 연구가 2편(25.5%)인 것으로 나타났다.

3. 연구방법 측면

소셜 컴퓨팅 관련 연구들은 〈표 6〉과 같이 현장연구(22편, 41.5%), 사례연구(10편, 18.9%), 개념적 분석(6편, 11.3%), 데이터 분석(6편, 11.3%), 시스템 평가(5편, 9.4%), 실험실 실험(4편, 7.5%) 등 다양한 연구방법을 사용한 것으로 나타났다. 일반적인 사회과학 연구가 그렇듯이 여러 연구방법 중에서 설문조사 방법을 포함한 현장연구 방법이 가장 많이 사용되고 있는 것을 알 수 있다. 반면, 개념적 분류

〈표 5〉 연구주제 기준 분류(중복코딩)

연구주제 구분	편수 (%)	세부주제 구분	편수 (%)
특정 문제영역 개념	8 (14.5)	과학적/공학적	0 (0.0)
		정보시스템	6 (75.0)
		시스템 프로그래밍	0 (0.0)
		리얼타임	0 (0.0)
		에듀테인먼트	2 (25.0)
시스템/소프트웨어 관리 개념	0 (0.0)	프로젝트/프로덕트 관리	0 (0.0)
		프로세스 관리	0 (0.0)
		측정/메트릭스	0 (0.0)
		인력 문제	0 (0.0)
조직 개념	18 (32.7)	조직구조	0 (0.0)
		전략	3 (14.3)
		조직합치	0 (0.0)
		조직 학습/지식관리	1 (4.8)
		기술이전	7 (33.3)
		변화관리	0 (0.0)
		IT 이행	1 (4.8)
		IT 사용/운영	3 (14.3)
		컴퓨팅 기능 관리	0 (0.0)
		IT 영향	4 (19.0)
		비즈니스로서 컴퓨팅/정보	1 (4.8)
		조직 내 법적/윤리적/문화적/정치적 함의	1 (4.8)
사회 개념	29 (52.7)	문화적 함의	24 (75.5)
		법적 함의	0 (0.0)
		윤리적 함의	2 (6.3)
		정치적 함의	3 (18.8)
학문적 이슈	0 (0.0)	컴퓨팅 연구	0 (0.0)
		컴퓨팅 교육과정/교육	0 (0.0)
편수 (%)	55 (100)	편수	61

기준을 마련하고 저널을 검토하여 데이터를 수집하는 개념적 분석/수리적 방법과 개념에 대한 측정항목 개발과 타당성 검증을 목적으로 하는 도구개발 방법은 사용되지 않은 것으로 나타났다.

4. 분석단위 측면

분석단위 측면에서는 개인단위의 연구가 총 30편으로 전체 연구의 58.8%를 차지하고 있는 것으로 나타났다(〈표 7〉 참조). 다음으로는 컴퓨팅 시스템

〈표 6〉 연구방법 기준 분류(중복코딩)

연구방법 구분	편수 (%)
개념적 분석	6 (11.3)
개념적 분석/수리적	0 (0.0)
사례 연구	10 (18.9)
데이터 분석	6 (11.3)
현장 연구	22 (41.5)
도구 개발	0 (0.0)
실험실 실험: 사람 대상	4 (7.5)
시스템 평가	5 (9.4)
편수 (%)	53 (100)

〈표 7〉 분석단위 기준 분류

분석단위 구분	편수 (%)
사회	5 (9.8)
전문가	0 (0.0)
조직간 환경	0 (0.0)
조직 환경	0 (0.0)
프로젝트	0 (0.0)
그룹/팀	6 (11.8)
개인	30 (58.8)
추상적 개념	0 (0.0)
컴퓨팅 시스템	10 (19.6)
컴퓨팅 요소	0 (0.0)
편수 (%)	51 (100)

단위의 연구가 10편(19.6%), 그룹/팀 단위 연구가 6편(11.8%), 사회 단위 연구가 5편(9.8%)으로 나타났다. 조직 환경을 분석단위로 하는 연구는 찾아볼 수 없는 반면에 사회를 분석단위로 하는 연구가 약 10%에 이른 것은 소셜 컴퓨팅의 사회적 특성 때문인 것으로 판단된다.

5. 응용분야 측면

응용분야 측면에서는 〈표 8〉에서 볼 수 있는 바와

〈표 8〉 응용분야 기준 분류

응용분야 구분	편수 (%)
소셜 네트워크 서비스	8 (15.7)
블로그	41 (80.4)
마이크로 블로그	2 (3.9)
편수 (%)	51 (100)

같이, 블로그에 대한 연구가 41편(80.4%)으로 연구의 대부분을 차지하고 있으며, 다음으로는 소셜 네트워크 서비스에 대한 연구가 8편(15.7%), 마이크로 블로그에 대한 연구가 2편(3.9%)인 것으로 나타났다. 블로그의 경우는 2003년에 국내에 소개된 상대적으로 오래된 소셜 컴퓨팅 응용분야인 반면, 소셜 네트워크 서비스의 대표 격이라고 할 수 있는 페이스북은 2006년에서야 일반인의 가입이 허용되었으며, 최근 붐이 일고 있는 마이크로 블로그 서비스인 트위터 또한 2006년에 개시된 서비스이다. 최근 5년 간의 연구의 대부분이 블로그에 대한 연구라는 점은 이와 같은 각 애플리케이션의 등장 및 활성화 시기와 관련이 있는 것으로 보아야 한다.

V. 결론

본 연구는 소셜 컴퓨팅의 연구 동향을 블로그와 소셜 네트워크 서비스를 중심으로 살펴보고, 향후 연구를 위한 시사점을 제공하기 위해서 2006년부터 최근까지 사회분야 등재지에 게재된 51편의 논문을 대상으로 연구주제, 연구방법, 분석단위, 응용분야 측면에서 분석하였다.

분석 결과를 종합해 보면, 국내의 소셜 컴퓨팅 연구는 다음과 같은 몇 가지 측면에서 지배적인 경향이 있음을 알 수 있다. 첫째, 연구주제 측면에서는 조직 개념을 다룬 연구보다 사회적 개념을 다룬 연구가 많은 것을 알 수 있다. 둘째, 세부주제 측면에서 살펴보면, 조직개념 분야의 연구에서는 기술이전에 대한 연구가 많고, 사회개념 분야의

연구에서는 문화적 이슈에 대한 연구가 지배적인 것으로 나타났다. 셋째, 연구방법 측면에서는 현장연구가 많았으며, 분석단위 측면에서는 개인을 분석단위로 하는 연구가 지배적인 것으로 나타났다. 넷째, 소셜 네트워크 서비스나 마이크로 블로그에 대한 연구보다는 블로그에 대한 연구가 대부분인 것으로 나타났다.

위와 같은 분석 결과를 토대로 앞으로의 연구 방향에 대해 몇 가지 제안을 하고자 한다. 첫째, 조직 이슈에 관한 연구가 확대될 필요가 있다. 일반적으로 정보시스템에 대한 연구는 조직과 관련된 이슈를 다루는 연구가 많다(Vessey, et al., 2002; 김기문 외, 2005). 하지만 본 연구에서 살펴 본 소셜 컴퓨팅의 경우에는 조직 이슈에 대한 연구보다 사회문화적 이슈에 대한 연구가 지배적인 것으로 나타났다. 이는 정보시스템과 사회적 행위의 접점을 다루는 소셜 컴퓨팅의 특성이 반영된 것으로 이해할 수 있다. 또 다른 한편으로는 미국 대선 등을 통해 대안적 미디어로서 소셜 컴퓨팅의 가능성을 인식한 언론 분야의 상대적으로 높은 관심이 반영된 결과로 이해할 수 있다. 하지만 소셜 컴퓨팅이 기업 경영에 미치는 영향을 고려해 볼 때 비즈니스 측면에서도 적극적으로 소셜 컴퓨팅을 바라 볼 필요가 있다. 지식경제부, 행정안전부, 통일부 등 주요 정부기관들과 삼성, LG, 현대, KT, SK텔레콤 등 업계 상위 기업 또는 기업의 대표가 페이스북과 트위터를 운영하는 등 비즈니스 측면에서도 소셜 컴퓨팅에 대한 관심이 매우 높다. 이에 반해 소셜 컴퓨팅에 대한 경영학계의 연구는 상대적으로 부족한 편이다. 언론 분야에서 일찍부터 소셜 컴퓨팅의 미디어로서의 가능성을 인식하고 다양한 연구를 시도하는 것과는 대조된다. 소셜 컴퓨팅의 가능성을 마케팅, 서비스, 조직 학습, 프로세스 개선 등 기업 경영에 효과적으로 활용하기 위한 다양한 연구가 필요하다.

또한, 세부주제 측면에서도 연구의 다양화가 요구된다. 조직 개념을 다룬 연구들 중에서는 소셜 컴퓨

팅 기술의 수용 등 기술 이전 측면의 연구와 IT 영향에 대한 연구, IT 전략 및 IT 사용/운영에 대한 연구가 지배적이다. 반면에 조직 구조, 조직 합치, 변화 관리, 컴퓨팅 기능 관리 등에 관한 연구는 아직까지 없는 것으로 나타났다. 소셜 컴퓨팅은 비즈니스 전반에 많은 변화를 가져올 것으로 예측되고 있다. 소셜 컴퓨팅으로 인해 기업의 일하는 방식이 바뀔 것이다. 마케팅 부서의 홍보 역할은 대고객 직접 접촉 형태로 바뀔 것이며, 개발부서 또한 제품 또는 서비스 개발에 고객을 참여시킬 것이다(Qualman, 2009). 따라서 단순히 수용 요인, 영향 등의 차원에서만 소셜 컴퓨팅을 접근할 것이 아니라, 소셜 컴퓨팅을 비즈니스에 어떻게 접목시켜야 하는지, 조직 구조는 어떻게 가져가야 하는지, 소셜 컴퓨팅으로 인한 변화를 어떻게 관리해야 하는지 등 다양한 측면에서 소셜 컴퓨팅을 연구할 필요가 있다.

둘째, 소셜 컴퓨팅의 역기능에 대한 연구도 고려되어야 한다. 소셜 컴퓨팅은 오늘날 정보사회의 중요 트렌드로서 ICT 산업을 견인하는 동력이 되고 있으며, 정치, 경제, 사회, 문화 등 다양한 분야에서 긍정적인 영향을 미치는 것은 사실이지만 부정적인 측면 또한 존재한다. 대표적으로는 유명인을 사칭하는 사기행위, 프라이버시 침해, 음란물 유통, 광고 홍보물 등 스팸성 게시물 유포와 같은 사회적, 윤리적, 법적 문제를 초래할 수도 있다. 또한 기업 측면에서는 소셜 컴퓨팅 애플리케이션 사용으로 인한 생산성 저하, 기업 비밀 자료 유출 등의 문제도 야기될 수 있다. 따라서 앞서 언급한 긍정적인 측면과 더불어 소셜 컴퓨팅이 미칠 수 있는 부정적인 측면에 대한 연구도 확대될 필요가 있다.

셋째, 다양한 응용분야에 대한 연구가 필요하다. 분석 결과, 소셜 미디어인 블로그에 대한 연구는 많은 반면, 소셜 네트워크 서비스나 마이크로 블로그에 대한 연구는 상대적으로 부족한 상황이다. 소셜 네트워크 서비스나 마이크로 블로그가 대중화된 시점을 고려할 때 관련 연구가 상대적으로 부족할 수

밖에 없다. 하지만 최근 페이스북과 트위터의 급성장과 정치, 행정, 기업 등 사회 각계의 관심을 고려해 볼 때, 소셜 네트워크 서비스와 마이크로 블로그가 사회적으로, 정치적으로, 비즈니스 측면에서 어떠한 의미를 주는지, 어떻게 접근해야 하는지 등의 관련 연구가 시급하게 필요하다고 판단된다.

넷째, 연구의 다양성에 대한 고려가 필요하다. 분석 결과에 의하면, 연구방법 측면에서는 설문조사를 포함한 현장연구 방법이 가장 많이 사용되었으며, 분석단위 측면에서는 개인을 분석단위로 하는 연구가 지배적인 것으로 나타났다. 이와 같은 현상은 연구자들이 무엇보다도 자료 수집의 편리성을 추구하고 있는 것으로 이해할 수 있다. 하지만 소셜 컴퓨팅에 대한 학문적 지식 축적과 실무적으로 의미 있는 시사점을 제공하기 위해서는 보다 다양한 연구방법과 분석단위를 사용할 필요가 있다. 특히, 일반 경영정보학 연구와는 달리 조직을 분석단위로 하는 연구가 매우 부족하다. 따라서 이에 대한 연구자들의 관심이 요구된다.

마지막으로, 경영정보학 관점에서 시사점을 제공하고자 한다. 앞서 살펴본 바와 같이 소셜 컴퓨팅 관련 연구는 언론 분야가 주도한다고 볼 수 있다. 경영정보학 차원에서도 부분적으로 소셜 컴퓨팅을 연구주제로 다루고는 있으나, 소셜 컴퓨팅이 비즈니스에 미치고 있는 영향력에 견주어 볼 때 아직 많이 부족하다고 볼 수 있다. 비록 소셜 컴퓨팅이 사회적 관계나 행위를 다루는 분야이긴 하지만 정보시스템의 한 분야이기 때문에 경영정보학 차원에서 소셜 컴퓨팅에 대한 보다 많은 관심을 가질 필요가 있다. 또한, 교육적 차원에서도 소셜 컴퓨팅에 대한 연구가 필요하다. 최근 미국에서는 소셜 컴퓨팅을 정보시스템 교육 과정에 포함시키고 있는 추세이다. 국내에서도 일부 대학을 중심으로 소셜 컴퓨팅을 교육 과정에 포함시키려는 시도가 이루어지고 있다. 경영정보학 교육 과정의 틀 속에서 소셜 컴퓨팅을 어떻게 다루어야 하는지 심도 있는 연구가 필요하다고 판단된다.

본 연구는 이와 같은 의미 있는 시사점을 제공함에도 불구하고, 몇 가지 측면에서 한계점을 가지고 있다. 첫째, 본 연구에서는 소셜 컴퓨팅에 대한 심도 있는 논의를 위해 연구대상을 사회분야 학술지에 실린 2006년 이후의 논문으로 한정하였다. 하지만 연구의 범위를 공학 분야까지 확대하고 2006년 이전의 논문들까지 분석한다면, 관련된 기술의 변화, 웹 2.0 이전과 이후의 변화 등 폭 넓은 분석이 가능할 것이다.

또한, 본 연구에서는 소셜 컴퓨팅 연구들을 분류하는데 있어서 경영정보학에서 사용하고 있는 기존 분류체계 중의 하나를 사용하고 분석 결과를 토대로 향후 연구를 위한 시사점을 제공하였다. 하지만 사회학, 커뮤니케이션학 등 다른 학문 분야에서 사용하는 분류체계를 사용하여 연구들을 분류한다면 또 다른 각도에서 의미 있는 시사점을 제공할 수 있을 것으로 사료된다.

■ 참고문헌

- 김가해·양희동 (2009). "시스템 다이내믹스 기법을 이용한 네트워크 효과 분석: 싸이월드 사례." 『Information Systems Review』, 11(1): 161-179.
- 김경희·배진아 (2006). "30대 블로거들의 블로그 매개 커뮤니케이션 연구." 『한국언론학보』, 50(5): 5-29.
- 김기문·박충신·김준석·이호근·임건신 (2005). "경영정보학연구의 연구 다양성 평가." 『경영정보학연구』, 15(2): 149-170.
- 김나민·이은영·이문규 (2007). "권슈머 리더의 블로그 이용유형에 관한 탐색적 연구." 『대한경영학회지』, 20(4): 1687-1709.
- 김봉섭 (2010). "블로그 이용에 따른 사회적 연결망 유형과 사회자본 효과 연구." 『언론과학연구』, 10(2): 73-104.
- 김사승 (2006). "뉴스 블로그의 성격에 관한 분석." 『언론과학연구』, 6(2): 113-148.
- 김영주 (2006). "블로그의 미디어적 기능과 한계: 블로그

- 이용자의 블로그 이용행태와 평가를 중심으로.” 「한국언론학보」, 50(2): 59-89.
- 김용진 (2007). “지식전파 및 공유 수단으로서의 블로그에 대한 탐험적 연구.” 「Journal of Information Technology Application & Management」, 14(3): 115-136.
- 김인재 · 양지선 (2008). “한국 조직블로그의 유형과 특성에 관한 탐색적 연구.” 「대한경영학회지」, 21(4): 1421-1441.
- 김재경 · 김혜경 · 박순용 (2009). “블로그 마케팅에 대한 이용자 인식 연구.” 「Information Systems Review」, 11(3): 1-17.
- 김창수 · 한영춘 · 서영석 (2006). “Blog 기반의 Yard-Sale 쇼핑물의 설계 및 개발.” 「정보시스템연구」, 15(2): 31-47.
- 박노일 (2008). “블로그 이용자의 뉴스미디어 신뢰도 연구: 기성 미디어 채널 비교 및 블로그 신뢰도 영향 요인을 중심으로.” 「한국언론학보」, 52(3): 422-439.
- 박노일 · 한정호 (2008). “블로그 쓰기와 사회정치참여에 관한 연구: 정치효능감의 매개효과를 중심으로.” 「한국언론학보」, 52(2): 282-302.
- 박지홍 (2008a). “Identifying the Usefulness of Weblog Genre Analysis in Organizational Knowledge Creation: A Social Construction of Technology Perspective.” 「정보관리학회지」, 25(1): 5-17.
- 박지홍 (2008b). “Exploring Factors Influencing Users’ Continuance Intention in Social Networking Sites.” 「정보관리학회지」, 25(4): 205-226.
- 방송통신위원회 · 한국인터넷진흥원 (2009). 「2009년 인터넷 이용실태조사 요약보고서」. 서울: 방송통신위원회 · 한국인터넷진흥원.
- 방화룡 · 권순동 (2009). “중국의 사회 연결망 서비스 이용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구.” 「Journal of Information Technology Application & Management」, 16(2): 45-63.
- 삼성경제연구소 (2010). 「확산되는 소셜 미디어와 기업의 신소통 전략」. 서울: 삼성경제연구소.
- 신지영 · 양희동 (2006). “온라인 커뮤니티 기반 블로그 활동에 영향을 미치는 프라이버시 정보의 유형과 조절변수 연구.” 「경영학연구」, 35(1): 81-108.
- 신호경 · 하나연 · 이기원 (2009). “마이크로블로그 서비스에서 사용자 행동에 미치는 플로우와 정체성의 영향에 대한 연구.” 「Journal of Information Technology Application & Management」, 16(4): 59-77.
- 심홍진 · 황유선 (2010). “마이크로블로깅(micro-blogging) 이용동기에 관한 연구: 트위터(twitter)를 중심으로.” 「한국방송학보」, 24(2): 192-234.
- 옥정봉 · 광기영 · 김희용 (2009). “블로그의 즐거움이 온라인 구전에 미치는 영향.” 「Information Systems Review」, 11(3): 19-38.
- 윤명희 (2008). “블로그의 사회이론적 탐색: 커뮤니티의 시각에서.” 「사이버커뮤니케이션학보」, 25(4): 121-169.
- 윤명희 (2007a). “미니홈피 커뮤니티의 사회문화적 특징: 대학생 이용자의 사례를 중심으로.” 「사이버커뮤니케이션학보」, 25: 83-121.
- 윤성이 (2008). “17대 대선에 나타난 온라인 선거운동의 특성과 한계.” 「한국정치학회보」, 42(2): 203-230.
- 이동기 · 김지연 (2009). “온라인 소셜네트워크서비스(Online Social Network Service)의 해외진출 전략: SK커뮤니케이션즈 싸이월드.” 「경영교육연구」, 12(3): 135-165.
- 이미영 · 심재철 (2010). “청소년의 갈등해결 방식과 대인 매체 활용에 관한 연구.” 「한국언론학보」 54(3): 276-300.
- 이향우 (2009). “온라인 사회관계: 웹 2.0의 사회연결망 사이트 이전과 이후.” 「사이버커뮤니케이션학보」, 26(3): 243-286.
- 장준호 · 이광호 · 황영현 (2010). “의사실험 접근을 통한 관광목적지 웹사이트와 블로그의 특성 비교.” 「한국관광 · 레저학회」, 22(3): 409-427.
- 정기호 · 윤한성 · 박준철 (2009). “An Empirical Study on Predicting User Acceptance of Blog.” 「인터넷전자상거래연구」, 9(4): 505-521.
- 조재인 (2008). “도서관 정보 수요자를 위한 소셜 네트워크 서비스 도입에 관한 연구.” 「한국도서관 · 정보학회지」, 39(2): 169-186.
- 한국인터넷진흥원 (2009). 「마이크로블로깅 서비스 이용행태 분석 및 이용자 자율규제 연구」. 서울: 한국인터넷진흥원.
- 한국정보화진흥원 (2010). 「공공 부문의 성공적인 소셜미디어 도입 및 활용 전략」. 서울: 한국정보화진흥원.

- 한상기 (2010). "소셜 컴퓨팅: 도전과 기회." 「정보과학회지」, 28(3): 11-15.
- 홍진영 · 박선주 · 정승화 (2009). "파워 블로거들의 충성도를 결정하는 기술수용 및 경제적 요인에 관한 연구." 「경영과학」, 26(3): 185-204.
- 황성욱 · William L. Benoit (2009). "A Functional Analysis of the 2007 South Korean Presidential Campaign Blogs." 「사이버커뮤니케이션학보」, 26(1): 119-157.
- Qualman, Erik 저 · inmD 역 (2009). 「소셜노믹스」. 경기: 에이콘출판주식회사.
- IDG Korea (2010). "SNS Complete Guide 2: facebook." http://www.idg.co.kr/event/whitepaper/whitepaper_list.jsp?input_tag=idg. (검색일: 2010.08.30).
- Li, Charlene & Josh Bernoff 저 · 이주만 역 (2008). 「그라운드스웰, 네티즌을 친구로 만든 기업들」. 서울: 지식노마드.
- Mohan, Subaji & Bipin Upadhyaya & 최은미 (2010). "CRM 애플리케이션의 소셜 네트워크의 서비스 시스템." 「Information Systems Review」, 12(1): 1-22.
- Ali-Hassan & Dorit Nevo (2009). "Identifying Social Computing Dimenstions: A Multidimensional Scaling Study." International Conference on Information Systems. Phoenix, 1-18.
- Bianchi, Laurens (2010a). "Facebook Facts & Figures." <http://www.viralblog.com/research/facebook-facts-figures/>. (검색일: 2010.08.22).
- Bianchi, Laurens (2010b). "Twitter Facts & Figures." <http://www.viralblog.com/research/twitter-facts-figures/>. (검색일: 2010.08.22).
- Boyd, D. Danah & Nicole B. Ellison (2007). "Social network sites: Definition, history, and scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1): 210-230.
- Burguin, Jacques, James Manyika & Andy Miler (2008). "Mckinsey Global Survey Results: Building the Web 2.0 Enterprise." http://www.mckinseyquarterly.com/building_the_web_2_0_enterprise_mckinsey_global_survey_2174 (검색일: 2010.08.23).
- Centeno, Clara, Wainer Wayne, Gianluca Misuraca, Yves Punie & David Broster (2009). "Key Findings, Future Prospects, and Policy Challenges," In Yves Punie, Wainer Lusoli, Clara Centeno, Gianluca Misuraca & David Eroster (eds.), *The Impact of Social Computing on the EU Information Society and Economy*, 15-32. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Commuties.
- Forrester Research (연도불명). "Social Computing: How Networks Erode Institutional Power- And What To Do About It." <http://www.forrester.com/ResearchThemes/SocialComputing?textfield=2010&radiobutton=radiobutton>. (검색일: 2010.08.15).
- Parameswaran, Manoj & Andrew B. Whinston (2007). "Social Computing: An Overview." *Communications of the Association for Information Systems*, 19: 762-780.
- Pettey, Christy (2009). "Gartner Identifies the Top 10 Strategic Technologies for 2010." <http://www.gartner.com/it/page.jsp?id=1210613>. (검색일: 2010.08.20).
- Schuler, Doug (1994). "Social Computing." *Communications of the ACM*, 37(1): 28-29.
- Vessey, Iris, V. Ramesh & Robert L. Glass (2002). "Research in Information Systems: An Empirical Study of Diversity in the Discipline and Its Journals." *Journal of Management Information Systems*, 19(2): 129-174.
- Wang, Fei-Yue, Daniel Zeng, Kathleen M. Carley & Wenji Mao (2007). "Social Computing: From Social Informatics to Social Intelligence." *IEEE Intelligent Systems*, 22(2): 79-83.
- Wikipedia (연도불명). "Social computing." http://en.wikipedia.org/wiki/Social_computing. (검색일: 2010.08.15).