

전략적 목표 블로거 공중 식별 연구: 블로거 공중 세분화(Blogger Public Segmentation) 모델

박노일

(연세대학교 커뮤니케이션연구소 전문연구원)

블로그스피어의 사회정치적 영향력 확대는 PR 연구자들에게 조직체의 핵심적인 목표 공중으로서 블로거들을 분류해야 하는 과제를 안겨주었다. 전통적인 공중세분화 연구는 그 루닉의 상황이론을 중심으로 진행되었으나, 공중을 전통적인 미디어의 최종 수용자(end-consumers)로서 전제하는 상황이론은 저널리즘 역량을 가진 블로거들을 진맥하는데 한계를 가진다. 이 연구는 상황이론을 수정을 통해 새로운 블로거 공중을 세분화(BPS: Blogger Public Segmentation) 모델을 제시하고, 실제 사회정치적 쟁점에 BPS모델을 대입하여 895명의 블로거들을 유형별로 분류해 보고자 했다. 분석결과 BPS모델에 따른 활동적 블로거 공중이 다른 유형의 블로거 공중들보다 저널리즘적 활동 수준이 높다는 점을 실증적으로 확인할 수 있었을 뿐만 아니라, BPS모델이 블로거 공중을 활동적, 제약적, 잠재적, 그리고 일상적 블로거 공중으로 적절히 분류하는 간명하고 설명력 높은 모델임을 확인할 수 있었다. 이 연구는 블로그스피어에서 활동하는 소위 파워 블로거나 영향력 있는 블로거를 식별하는 연구가 미비한 실정에도 불구하고, PR관점에서 쟁점을 중심으로 활동하는 전략적 목표 블로거 공중을 식별할 수 있는 모델을 제시하였다는 데 의의를 가진다.

주제어: 블로그, 블로그스피어, 블로거 공중, 상황이론, 공중 세분화 모델

1. 서론

블로그의 저널리즘적 영향력 증대는 PR(Public Relations) 관점에서 핵심적 목표 공중으로서 소위 ‘영향력 있는 블로거(power blogger)’ 집단을 어떻게 식별할 수 있는가에 대한 과제를 부가했다. PR활동은 조직체의 핵심 공중을 찾아내고 다양한 커뮤니케이션 채널을 통해 조직체의 목적을 그들에게 전달하고 수용하게 하는 의미와 관계형성에 주축을 두고 있다(Wilcox & Cameron, 2009). 이 때문에 블로그스피어 상에서 활동하는 목표 블로거 공중을 찾지 않고서는 PR메시지 생산은 물론 전략적인 공중관계성 형성 자체가 불가능하다. 마치 PR이란 어휘가 ‘공중(public)’과 ‘관계(relationships)’로 이루어져 있기 때문에(차동필 2002a, p.2) 블로그스피어에서 활동하는 공중을 세분화하고 핵심적인 목표 공중을 식별해 내는 작업은 핵심적인 PR연구 주제이다.

지금까지 공중분류 연구는 그루닉(James E. Grunig)의 상황이론(situational theory)을 중심으로 진행되었다. 상황이론을 중심으로 한 공중 세분화 연구는 크게 이론에 대한 검증연구와 확장연구로 나눌 수 있다. 검증연구는 다양한 쟁점에 상황이론을 적용하여 이론의 유용성을 검증하는 데 목적을 둔다(권중록, 2000; 김인숙, 1997; 남경태, 2006; 신호창·홍주현, 2000; Atwood & Major, 1991; Grunig, 1978; 1979a; 1979b; 1983; Hamilton, 1992; Major, 1993a; 1993b; 1998). 반면, 확장연구는 상황이론의 기본검증 연구뿐만 아니라 독립변인이나 종속변인을 추가하여 이론에 통합시키거나 확장시키는 연구라고 할 수 있다(차동필, 2002a; 2002b; 2006; 윤희중·차희원, 1997; 1998; Aldoory, 2001; Lundy, 2005; Moghan, Daniel, & Sriramesh, 2005; Grunig & Childers, 1988; Sha & Lundy, 2005). 전반적인 이러한 공중세분화 선행연구들은 공중의 커뮤니케이션 행동을 기준으로 상황이론이 다양한 공중을 분류하는데 유용한 틀이라고 보고하였다.

그럼에도 불구하고, 커뮤니케이션의 최종 수용자(end-consumers)로서 공중의 커뮤니케이션 행동(정보추구 혹은 정보처리 행동)을 살피는 상황이론은 블로그스피어 공간에서 프로슈머(prosumer)로 활동하는 커뮤니케이션 행위자를 탐색해 내는데 한계를 가진다. 공중세분화 연구가 상황이론 틀 내에서 독립변인과 종속변인의 영향력을 검증하거나 기존 변인에 영향을 미치는 선행변인을 찾아내는 식으로 진행되어왔지만, 누구나 1인 미디어로 기능하는 블로거들의 커뮤니케이션 특성을 아우르기 어렵다. 상황이론이 전제하는 대중 매체의 정보를 일방적으로 소비하는 공중과 달리 블로거 공중은 본질적으로 그들 자체가 미디어 수용자이며 동시에 미디어 주체이기 때문이다(Edelman & Intelliseek, 2005). 블로거들이 곧 미디어이며 미디어가 곧 공중인 커뮤니케이션 패러다임의 변화의 시대에서는 미디어주체로서 활동하는 블로거들을 분류할 수 있는 모델이나 이론을 발굴하는 작업이 필요하다.

이러한 배경에서 이 연구는 블로그스피어에서 쟁점을 중심으로 형성된 전략적 목표공중으로서 블로거 공중을 식별할 수 있는 새로운 공중 세분화 모델을 제시하고 검증하고자 한다. 구체적으로 활동적 블로거 공중의 좌표를 식별하기 위해 블로그스피어 속성을 이론적으로 검토하고 상황이론에 새로운 독립변인의 추가와 통합, 또는 종속변인의 대체를 통하여 블로거 공중 세분화 모델을 제시하고 이를 검증하는데 목적을 둔다. 이 작업은 인터넷 미디어 환경을 반영한 온라인 공중세분화 연구가 미비할 뿐만 아니라 블로그스피어에서 활동하는 블로거 공중에 대한 연구 또한 부족한 실정을 고려하여, 전통적인 공중세분화 모델인 상황이론을 기점으로 블로그스피어에 적용 가능한 공중세분화 모델을 구축해내는 작업이라고 할 수 있다.

PR연구가 국내의 역동적인 블로거들의 활동을 제대로 따라잡지 못하는 상황에서 활동적 블로거 공중을 식별할 수 있는 이론적 근거를 제시하고 이를 정면으로 깊이 있게 살펴보는 시도로서 이 연구에 의의가 있다. 특히, 이 연구를 통해 블로거 공중 세분화 모델이 검증되고 실무에서 활용될 수 있다면 PR 실무자들이 블로그스피어에서 목표 공중과 호의적 관계성을 형성하고 효과적으로 PR프로그램을 전개할 수 있는 위치(drivers' backseat)(Palser, 2005)를 제시해 줄 수 있을 것으로 기대한다. 전체적으로 이 연구를 통해 블로그스피어에서 PR의 전략적 프로그램을 설계할 수 있는 기초를 제공할 수 있을 것이며 PR 실무자들이 조직체의 핵심적인 블로거 공중을 식별하는 데 필요한 방법론과 지침을 제공하는 계기가 될 것이다.

2. 이론적 논의

1) 상황이론과 구성변인

PR활동의 기본 중 하나는 조직체에게 실질적인 영향력을 행사할 수 있는 핵심적인 공중을 식별하는 일이다. 이론적인 PR의 공중 세분화의 원리는 상호동질적이면서 집단 간에는 상호 배타적인 집단을 구분해내는 것으로 각 집단은 또한 차별적인 반응을 가질 것이라는 기준을 충족시키는 것이다(Kotler & Andreasen, 1987). 이러한 공중세분화 연구는 그루닉의 상황이론을 중심으로 진행되었다(Grunig, 1978; 1983; Grunig & Childers, 1988; Grunig & Hunt, 1984; Grunig & Repper, 1992). 상황이론은 쟁점을 중심으로 형성된 공중을 세분화하기 위해 공중 구성원들이 처한 상황을 어떻게 느끼는지를 측정하여 공중의 커뮤니케이션 행동별로 공중을 분류한다(권중록, 2000, p.11).

상황이론은 세 개의 독립변인(문제인식, 제약인식, 관여도)과 두 개의 종속

변인(정보추구와 처리)으로 구성된다. 독립변인 중 ‘문제인식’은 개인이 어떤 상황에 있어 무엇인가 빠져있거나 결정이 안 된 상태로 남아있다고 지각하여 하던 일을 멈추고 그 상황에 관하여 생각하게 되는 정도와 개인이 어떤 상황이 문제가 되어 뭔가 조치를 취해야한다고 지각하는 정도로 측정하고 있다 (Grunig, 1983, p.10). ‘제약인식’은 개인이 자신의 행동을 계획하고 실행할 자유가 제한된 상황에서 제약을 지각하는 정도로서 어떤 상황에 대해 조치를 취하는 데 제한하는 장애가 있다고 느끼는 정도를 나타낸다(Grunig, 1983; Grunig & Hunt, 1984). ‘관여도’는 연관성(connection)으로 쟁점이 공중에게 어느 정도 영향을 미치고 있거나 혹은 미칠 수 있다고 생각하는지를 측정하였다 (Grunig, 1978; 1983). 즉, 개인이 쟁점에 대해 어느 정도 자신과 관련되어 있다고 생각하면 적극적인 커뮤니케이션에 나설 가능성이 높다는 것이다.

상황이론의 종속변인은 공중의 정보추구와 정보처리행동이다. ‘정보추구행동’이란 주어진 주제에 대한 정보를 의도적으로 찾는 적극적인 정보검색 행동을 말하며, ‘정보처리행동’은 정보를 찾으려는 의도 없이 공중에게 주어질 수 있는 정보를 주변적으로 처리할 경향을 의미한다. 결국, 이 두 종속변인을 기준으로 문제인식과 제약인식에 따라 구분된 4가지 유형의 공중인 문제직면적 행동(problem-facing behavior), 제약행동(constrained behavior), 일상행동(routine behavior), 숙명행동(fatalistic behavior) 공중유형으로 분류하고, 이에 관여도의 수준(고-저)을 더해 비-공중부터 활동 공중까지 여덟 가지 공중유형을 분류하였다(Grunig & Hunt, 1984). 이러한 공중유형 중에서 활동적 공중(active public: high involvement, problem-facing)이 PR측면에서 가장 주목해야 할 공중으로 간주된다. 특히, 활동적 미디어 공중(active media public)이 PR에서 중요한 영역에 위치하는데, 그 이유는 조직체의 경영진에게 위협이 될 수 있는 가장 막강한 외부적인 영향력 때문이다(Grunig & Hunt, 1984).

2) 상황이론의 변인의 수정과 대체

전술한 바와 같이, 지금까지 공중세분화 연구는 상황이론을 중심으로 진행되었다 해도 과언이 아니다. 하지만 블로그스피어의 등장은 새로운 블로거 공중의 존재를 낳았다. 전통적인 대중 매체의 정보를 처리하거나 추구하는 행동을 토대로 공중을 세분화한 상황이론이 새로운 주체적인 미디어 공중을 세분화할 수 있는지에 대해서는 회의론적인 시각이 제기된다. 인터넷의 보편화에 따른 온라인 공중은 단순히 일반적인 기성 대중 매체의 콘텐츠 최종 수용자가 아니라는 것이다. 특히, 블로그스피어라는 커뮤니케이션 공간에서 활동하는 블로거들은 물론 기성 미디어의 소비자이기도 하지만, 정보생산자 혹은 미디어 운영 주체이기도 하다는 것이다. 블로거들은 단순히 기성 언론이 전달하는 정

보를 수용하거나 처리하는 수동적 수용자라기보다는 블로거들은 정보의 재가공 혹은 재생산과 같은 주체적 커뮤니케이션 패턴을 보인다는 것이다(Scoble & Isreal, 2005). 이러한 커뮤니케이션 환경의 변화는 상황이론이 이론적 설명력이 제한될 수밖에 없는 상황을 제시하는 것으로서, 상황이론의 수정 또는 대안을 통해 새로운 블로거 공중 세분화 모델을 도출해 낼 필요성을 제시한다.

(1) 문제인식과 관여도: 쟁점관여도

먼저 상황이론을 수정하여 블로고스피어에 적용하기 위해서는 기존 상황이론의 문제인식과 관여도 변인을 통합할 필요가 있다. 실제, 상황이론을 검증한 연구들은 반복적으로 관여도 변인의 설명력이 높게 나타나거나 관여도와 문제인식 변인이 상호 높은 다중공선성(multicollinearity) 문제를 갖고 있어 중첩적이라고 보고하고 있다(윤희중·차희원, 1997; 차동필, 2002a; 2002b; 2006; 한정호 외, 2007; Atwood & Major, 1991; Grunig, 1983; Hallahan, 2001; Grunig & Childers, 1988; Kim et al., 2005). 그루닉(Grunig 1983, p.28)도 자신의 이론을 검증하는 과정에서 문제인식 이후에 투입된 관여도 변인의 영향력이 검증되지 않자, 그 이유를 문제인식과 관여도 변인이 상관관계가 높은 다중공선성 문제로 해석하였다. 사실, 단선적으로 어떤 문제에 대해서 자주 생각하는가와 어느 정도 개인적 관련성이 있는가라고 측정하는 항목들은 논리적으로 상호 중첩적이다. 또한 이들 항목들은 광고심리연구(이학식, 1990; Krugman, 1965; Petty & Cacioppo, 1984; Zachkowsky, 1985; 1994)에서 측정하고 있는 관여도 지수의 하부 항목들이기도 해 이러한 중첩성은 어쩌면 자연스럽기까지 하다.

이런 배경에서 몇몇 연구자들은 기존 상황이론의 문제인식과 관여도 변인을 통합하는 시도를 하였다. 실제, 박이정(2003)의 연구에서는 쟁점에 대한 개인적 관련성, 중요성, 그리고 흥미에 대한 6가지 항목으로 구성된 관여도를 제약인식과 함께 상황이론에 투입하여 4가지 공중유형으로 분류하기도 하였다. 또한 박노일 등(Park, Jiyeon, & Han, 2008)도 상황이론에서 제시하고 있는 단선적인 문제인식과 관여도 변인 대신에 이 두 변인을 통합한 쟁점관여도를 중심으로 영향력 있는 파워 블로거 식별 연구를 발표하기도 하였다.

따라서 쟁점에 대한 개인적 관련성, 생각빈도, 중요성을 측정하는 쟁점관여도 변인을 블로고스피어에서 적극적으로 활동하는 블로거들의 커뮤니케이션 행동을 예측하는 모델의 변인으로 반영할 필요가 있다. 실제, 다수의 블로그 유형분류 관련 선행연구들이 쟁점관여도가 블로거들의 활동을 예측하는 중요한 축이 된다는 점을 제시하고 있다. 예를 들어, 바이란(Bar-Ilan, 2005)은 쟁점관여도가 높은 블로거들은 블로고스피어에서 정보 전달의 허브 역할을 한다고 지적했다. 트레메인 등도(Tremayne et al., 2006) 특정 정책이나 사건 등에 대한 관심과 문제의 심각성을 인식하는 쟁점관여를 중심으로 블로거들은 쟁점 공중

(issue public)으로 구분하였다. 또한, 크리쉬나무르티(Krishnamurthy, 2002)는 시사쟁점에 대한 관여도를 중심으로 블로그 유형을 분류하고 쟁점에 관여적인 블로거들이 정치사회적으로 영향력을 행사하는 집단이라고 해석한 바 있다. 스캇(Scott, 2006)도 쟁점에 대해 관여도가 높은 블로거들이 현장 목격자로서 증언, 사실과 논평, 체험담 전달의 기능을 수행하거나 주류 미디어의 오류를 하는 영향력 있는 블로거들임을 지적한 바 있다.

결국, 그루닉이 상황이론에서 별개의 독립변인인 문제인식과 관여도 변인은 쟁점에 대한 공중의 중요성과 관련성을 포괄할 수 있는 쟁점관여도 변인으로 통합할 수 있다. 블로거가 쟁점에 대해 어느 정도 관여 수준을 가지는가를 기준으로 이들의 활성화 정도를 예측할 수 있다는 것이다. 따라서 블로그스피어에서 활동적 블로거 공중을 예측하는 모델에서는 다차원적으로 구성되고 측정 타당도가 높은 쟁점관여도 변인을 반영할 필요가 있다.

(2) 제약인식: 블로그 자아효능감

상황이론에서 제약인식 변인은 공중이 관련된 쟁점에 대해 개인이 어떠한 노력을 경주했을 때 변화를 이뤄낼 수 있는지를 ‘큰 변화를 이뤄낼 것이다’부터 ‘전혀 변화를 이뤄내지 못할 것이다’까지 4점 척도로 측정하고 있다(Grunig & Hunt, 1984, p.150). 그루닉은 제약인식이 높고 문제의식은 저조한 저소득층이나 교육수준이 낮은 공중은 일반적으로 숙명적 행동을 한다고 하며, 숙명적 행동이라는 것은 관련된 쟁점에 대해서 관심도 없고, 어떠한 노력도 경주하지 않는 커뮤니케이션 행동으로서 상황에 대한 선택의 여지가 없고 관련 정보들도 무가치하게 느끼는 정도를 의미한다고 해석했다.

하지만, 블로그스피어에서 블로거들이 쟁점의 확산과 공론화에 대해 느끼는 제약인식의 정도는 큰 의미를 갖지 못한다. 블로그스피어는 누구든지 의지만 있으면 자신의 이야기를 할 수 있는 연단을 제공하는 수평적 공간이기 때문이다(박노일·한정호, 2008). 이로 인해 외부의 제약보다는 블로거 자신의 심리적 수준에 따라 블로깅 패턴과 활동수준이 다르게 나타난다(박노일·남은하, 2008). 즉, 대부분의 블로거들은 자신이 통제할 수 있는 1인 미디어로서 블로그를 간주하고 있기 때문에 자신들의 블로깅에 높은 제약인식을 갖지 않는다. 이러한 맥락에서 대부분의 블로깅은 자의적이고 자유분방하며 블로거마다 이용 패턴이 상이하다(Nardi, Schiano, & Gumbrecht, 2004).

따라서 그루닉이 제시한 상황이론의 제약인식 변인을 대체하거나 보완할 필요성이 제기된다. 공중세분화와 관련한 선행연구를 면밀히 살펴보면, 상황이론의 제약인식 변인을 공중이나 행위자의 개인적 효능감(personal efficacy)으로 해석한 연구들 발견할 수 있다(김인숙, 1997; 차동필, 2002b; Atwood & Major,

1991; Grunig, 1983). 또한, 단순 해석뿐만 아니라 실제 연구변인으로 효능감을 제약인식과 대체하여 홍콩반환문제와 같은 정치적 쟁점에 대한 공중을 세분화하는 연구도 발견할 수 있다(Atwood & Major, 1991). 사실, 그루닉이 초창기 제약인식 변인을 제시하면서 인간의 효능감과 유사한 개념으로 설명한 바 있기 때문에(Grunig, 1983, p.10) 이러한 연구 흐름은 자연스럽다.

이런 배경에서 일차원적으로 측정된 제약인식 변인 대신에 자아효능감 개념을 블로고스피어에 접목하여 살펴볼 수 있다. 자아효능감은 사람들이 다양한 정보를 자신의 능력과 이용 맥락에 비춰 평가하고 통합하여 자기 행동에 대한 선택과 노력을 결정한다는 것이다(Bandura, 1977a). 또한, 이는 인간의 활동공간이나 커뮤니케이션 맥락에 따라 다르게 나타난다는 것이다(Bandura et al., 1996). 자아효능감 개념을 블로고스피어로 가져와 살펴보면 블로거들의 자아효능감 변인이 블로거의 행위를 결정짓는 요소임을 알 수 있다. 동일한 수준의 블로깅을 한다고 하더라도 전반적인 블로거의 자아효능감의 강도에 따라서 블로고스피어에서 위험과 장애를 감수하고 원하는 바를 추구하려는 행동 수준을 예측할 수 있을 것이다.

이 연구는 미디어 발전에 따른 자아효능감 개념의 변화를 주목하여, 컴퓨터 효능감(Computer self-efficacy)(Compeau & Higgins, 1995), 인터넷 효능감(internet self-efficacy)(Eastin & LaRose, 2000), 웹 이용자 효능감(Web users self-efficacy)(Eachus & Cassidy, 2006), 정보검색 효능감(information search efficacy)(Vishwanath, 2007), 그리고 정치적 정보 효능감(political information efficacy)(Kaid, McKinney, & Tedesco, 2007) 등의 선행연구들을 토대로 블로그 자아효능감(blog self-efficacy) 개념을 도출하였다. 축약하여 보면, 블로그 자아효능감은 블로거가 블로그를 통해 쟁점에 대해 사회적 영향력을 행사할 수 있다는 확신, 믿음, 신념을 나타내는 블로거의 개인의 심리적 판단이라고 할 수 있다. 블로그를 통해 쟁점에 대한 문제점을 확신시키고 블로고스피어에 주요 공론주제로 부각시킬 수 있다는 자아효능감을 견지한 블로거들은 자신의 블로그를 저널리즘적 미디어로 활용할 가능성이 높다고 예측된다. 결국 블로거의 블로그 자아효능감이 블로거 공중을 활성화시키고 특정 행위 패턴을 촉발시키는 중요한 심리적 지층을 이룬다고 할 수 있다.

(3) 종속변인: 저널리즘적 활동

상황이론의 종속변인은 정보추구와 처리행동이라는 커뮤니케이션 활동수준으로 측정하고 있다. 커뮤니케이션 연구분야에서 능동적인 존재의 속성은 중재자, 정보추구자, 문제해결자로서 속성을 가진다고 보고되는데(차배근, 리대용, 오두범, 조성겸, 1992) 정보추구자 및 문제해결자로서 미디어 이용자의 개념은

PR 연구에서 중요한 변인으로 간주한다(윤희중·차희원, 1997). 이러한 맥락에서 상황이론에서 종속변인으로 살피고 있는 활동 공중의 정보추구나 처리행동이 활성화된 공중의 커뮤니케이션 수준을 판단하는 기준을 제시하는 데 있어서 지금까지 일면 변별력을 가졌다고 볼 수 있다.

그럼에도 불구하고, 상황이론의 종속변인인 정보추구와 처리행동은 쟁점을 중심으로 활동하는 공중의 구체적인 행동을 진단하기에는 부족한 면이 있다. 정보추구와 처리행동은 대중매체에 노출되는 정보를 얼마나 적극적으로 찾는 지, 그것에 얼마나 자주 노출되는지를 대변하는 개념일 뿐, 공중이 구체적으로 어떠한 행위를 할 가능성이 높은지를 예측하는 데 불충분한 개념이다(박이정, 2003, p.3). 뿐만 아니라, 블로그스피어에서 활동하는 공중은 정보검색과 이용에 있어서 매우 다양한 방식으로 상호작용하는 프로슈머(prosumer)라는 점은 더욱더 상황이론의 종속변인의 내적 타당도를 의심케 한다. 따라서 온라인 공간에서는 활동하는 공중의 담론구성에 대한 참여정도나 구체적인 행위를 살필 필요성이 제기된다.

그렇다면 블로그스피어에서 특정 쟁점을 중심으로 뭉친 전략적 목표 공중으로서 블로거 공중은 어떠한 지표로 측정하고 판단할 수 있는가? 블로그스피어에서 블로거들이 쟁점에 대해 의견을 개진하고 의제와 여론 설정에 영향력을 행사한 블로거의 저널리즘 역할에 대한 선행 연구들을 토대로 활동적 블로거 공중의 커뮤니케이션 행태를 살펴볼 수 있다(Adamic & Glance, 2005; Andrews, 2003; Domingo & Heinonen, 2008; Glaser, 2002; Hewitt, 2005; Kaye, 2007; Kerbel & Bloom, 2005; Marken, 2006; Rosen, 2005; Smolikn, 2004; Thelwall & Stuart, 2007). 이들 선행연구를 토대로, 소위 사회정치적으로 영향력을 행사한 블로거들의 행동을 정리해 보면, 적극적으로 쟁점에 대해 의견을 개진하거나 공유하고, 현장의 상황을 자신의 블로그에 게재하는 행위, 그리고 관련 쟁점에 대한 기성 언론보도의 잘잘못을 지적하고 바로잡는 저널리스트와 유사한 활동 등으로 정리된다(박노일·윤영철, 2008).

사실, 전통적인 저널리스트들이 블로거들에게 놀라고 PR 실무자들이 블로그스피어를 모니터하는 이유는 블로거들이 정보환경을 감시하는 사회적 공기(公器)로서 기능하고 있기 때문이다. 실제, 전통적인 저널리스트들도 블로거들이 미디어로 기능할 뿐만 아니라 조직체를 감시하는 감시견 역할을 할 것이라는 데에 동의하며(Cooper, 2006; Pavlik, 2007) 사회적 조기 경보나 감시 시스템의 일원으로 블로거들이 기여한다고 본다(Drezner & Farrell, 2004).

이런 측면에서 구체적인 블로거 공중의 커뮤니케이션 행동은 그들이 어느 정도 저널리즘과 유사한 활동을 하는지로 판단할 수 있다. 이러한 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준이 높은 블로거들은 조직체가 반드시 관계성을 설정해야 할 핵심 공중으로 간주된다. 한마디로 말해 블로그스피어에서 블로거의 파

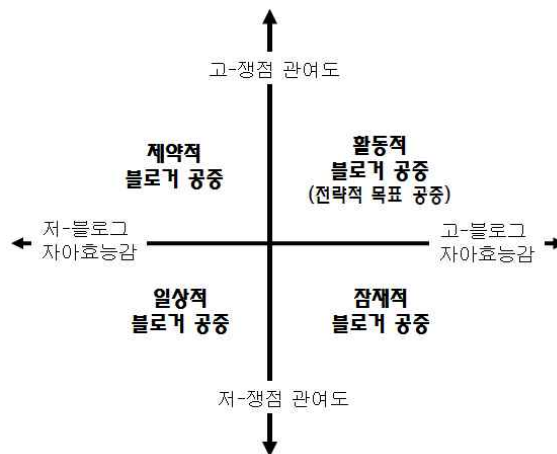
위는 그들의 실질적인 저널리즘적 활동으로부터 나온다고 할 수 있다. 따라서 쟁점에 대해서 블로거들의 저널리즘적 활동 수준에 따라 블로그스피어의 의제가 곧 미디어와 사회적 의제로 설정되고, 이들이 만들어 낸 버즈(buzz)가 의사결정자들의 정책선택에 영향을 미친다는 배경에서(Cornfield et al. 2005), 쟁점에 대해 블로거들의 구체적인 저널리즘적 커뮤니케이션 행동을 종속변인으로 반영한 블로거 공중 세분화 모델을 구축할 수 있다.

3. 연구모델 및 가설

1) 블로거 공중 세분화(BPS: Blogger Public Segmentation) 모델

전술한 바와 같이 PR측면에서 블로거 공중을 세분화하고 활동적인 블로거 공중을 찾기 위해서는 기존 상황이론을 수정할 필요가 있다. 따라서 이 연구는 상황이론의 문제인식과 관여도를 묶어 쟁점관여도 변인으로 제시하고, 제약인식을 블로그 자아효능감 변인으로 대체하였다. 또한 블로거 공중의 정보추구나 처리행동을 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 변인으로 대체하였다. 이에 따른 블로거 공중 세분화(BPS: Blogger Public Segmentation) 모델은 블로그 자아효능감이 높으면 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준이 높고, 쟁점관여도가 높으면 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준도 높게 나타난다고 가정한다.

BPS모델에 투입된 블로그 자아효능감(2)과 쟁점관여도 변인(2)의 고저에 따라 공중은 4가지 유형(2×2)으로 세분화된다. BPS모델에 따른 블로거 공중의 분류를 도식화하면 <그림 1>와 같다.



<그림 1> BPS모델에 따른 블로거 공중 분류

BPS모델에 따른 4가지 공중의 속성을 살펴보면 다음과 같다. 전략적 목표 공중으로서 '활동적 블로거 공중'은 쟁점관여도가 높을 뿐만 아니라 블로그 자아효능감 또한 높은 블로거들이다. 이들은 어떤 쟁점이 자신과 관련되어 있다고 지각하는 정도가 높을 뿐만 아니라 문제의 심각성을 인식하고 해당 문제에 대해서 자주 생각한다. 또한 그 문제를 해결하기 위해 자신의 블로그를 이용하여 보다 많은 사람들에게 무엇이 문제이고 무엇을 어떻게 해야 하는지 알려야 한다고 생각하며 자신의 블로깅으로 문제를 해결할 수 있다고 확신하는 자들이다. 활동적 블로거 공중은 끊임없이 관련된 쟁점에 대한 정보를 찾을 뿐만 아니라 쟁점과 관련한 문제점에 대한 자신의 의견을 개진하고 다른 블로거들에게 문제점을 알리며 관련 현장의 상황을 보도한다. 또한 기성 언론사의 관련 쟁점에 대한 보도내용의 오류를 지적할 뿐만 아니라 보도방향이나 틀을 비판한다. 이들은 감시견의 감시견과 같은 활동가 집단으로서 전통적인 언론사의 저널리즘 프로세스에 영향을 미칠 수 있는 역량을 가진다는 점에서 중요하다.

반면, 제약적 블로거 공중은 관련 쟁점에 대한 쟁점관여도는 높지만 블로그스피어에서 자신의 블로그를 통해 문제를 알리고 해결할 수 있다는 자신감이나 확신, 그리고 의지가 없는 공중이다. 해당 문제의 심각성을 깊이 인식할 뿐만 아니라 쟁점과 관련한 조직체의 활동에 대해 불만족스러워하고 있는 자들이지만 자신의 블로깅으로 뾰족한 대안이나 해결책을 제시할 수 있다고 생각하지 않는다. 하지만 이들은 파워블로거나 동료 블로거들이 해당 쟁점에 대한 문제성을 알리고 여론을 선도하는 과정을 묵도하거나 자신의 블로깅에 대해 많은 블로그 이용자들이 동의나 지지를 보내고 또 사회적으로 중요한 역할을 한다고 인식하게 되면 저널리즘적 커뮤니케이션 행동수준이 높은 활동적 블로거 공중으로 급변할 가능성이 높다.

한편, 블로그 자아효능감은 높지만 쟁점관여도는 낮은 공중은 잠재적 공중으로 분류된다. 이들은 문제가 되는 쟁점에 대해 자신과 관련성이 없다고 생각하고 문제의 심각성도 높지 않다고 생각한다. 일종의 무관심 공중이다. 그렇지만 꾸준히 블로그스피어에서 활동하는 자들로서 블로깅에 대한 자아효능감은 높은 자들이다. 이들은 문제의 심각성과 관련성을 인식하는 순간 활동적 블로거 공중으로 변모할 수 있는 잠재적인 공중으로 분류된다.

마지막으로 일상적 블로거 공중은 쟁점에 대한 쟁점관여도와 블로그 자아효능감이 낮은 집단이다. 블로그를 운영하긴 하되 적극적으로 자신의 의견을 블로그에 표현하거나 트랙백을 거는 행동을 하지 않는다. 주로 타인의 글을 읽거나 개인적으로 관심 있는 내용만 스크랩하여 저장해 놓는다. 또한 블로그를 공적인 미디어나 도구로서 간주하지 않고 자신만의 고유한 일기나 친인척과의 관계망으로서만 이용한다. 대체로 이들은 자신과 사회적 쟁점들은 관련

이 없다고 생각하고 있으며 블로그를 통해 해당 쟁점을 해결할 필요나 자신감 인식 수준도 낮은 단순 블로그 이용자들이다.

2) 연구가설

상황이론을 블로그스피어에 적용하기에 한계가 있다는 이론적 논의를 토대로 상황이론의 수정모델인 BPS모델을 구성하였다. BPS모델은 쟁점관여도와 블로그 자아효능감 변인이 블로거들의 저널리즘적 커뮤니케이션 행동에 미치는 인과적 관계 모델이라고 할 수 있다. 문제의 중요성과 관련성이 높으면 관련된 블로거 공중은 블로그스피어에서 적극적으로 관련된 문제를 해결하기 위해 저널리즘적 블로깅을 전개할 가능성이 높을 것이라고 예측한다. 또한 BPS모델에서 블로그 자아효능감은 블로거들이 쟁점과 관련한 문제를 해결하기 위해 블로그를 이용하여 문제점을 알리고 변화를 이뤄낼 것이라는 믿음, 확신, 그리고 신념을 나타낸 변인이다. 블로그 자아효능감이 높으면 블로거 공중의 구체적인 저널리즘적 블로깅 수준도 높아질 것이라고 예측한다. 또한 블로거가 쟁점에 대한 관여도가 높다는 것과, 블로그를 이용하여 관련 쟁점의 문제를 공론화하고 해결할 수 있다는 믿음이나 확신은 상호 상관관계가 높게 나타날 것으로 예측된다. BPS모델 변인들 간의 인과적 관계 및 구조모델을 기초로 하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

가설 1-1. 쟁점관여도는 저널리즘적 커뮤니케이션 행동에 정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 블로그 자아효능감은 저널리즘적 커뮤니케이션 행동에 정적인 영향을 미칠 것이다.

상황이론을 검증한 선행연구들은 고관여-문제직면적(high-involvement, problem-facing) 공중을 활동적 공중으로 간주하고, 이 공중이 다른 유형의 공중들보다 정보추구와 처리행동 수준이 높다는 점을 들어 이론의 유용성을 검증하였다(권중록 2000; 남경태 2006; 김인숙 1997; 신호창·홍주현 2000; 차동필, 2002a; 2002b; 2006; Atwood & Major, 1991; Grunig, 1978; 1979a; 1979b; 1983; Hamilton, 1992; Hearit, 1999; Major, 1993a; 1993b; 1998; Phillips, 2001). 이러한 맥락에서 BPS모델 변인의 가설 검증뿐만 아니라 최종적으로 BPS모델에 따른 활동적 블로거 공중이 다른 유형의 공중들보다 실질적인 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준이 높은지를 확인할 필요가 있다. 따라서 상황이론의 수정 모델인 BPS모델에 따른 공중유형 중 활동적 블로거 공중은 다른 유형의 공중

들보다 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준이 높을 것이라고 예측하여 아래와 같은 가설을 설정하였다.

가설 2. BPS모델에 따른 활동적 블로거 공중은 다른 공중유형들 보다 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준이 높을 것이다.

4. 연구방법

1) 쟁점의 선정

이 연구의 궁극적인 목적은 블로고스피어에서 활동적인 블로거 공중을 식별하기 위해 상황이론의 수정모델을 제시하고 이를 검증하는 데 있다. 따라서 쟁점을 중심으로 뭉쳐져 있는 블로거들을 공중으로 세분화하기 위해 본 연구의 조사 당시 KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송 3사에 공통적으로 다뤄졌던 시사토론 프로그램의 주제들을 고려하여 연구 쟁점을 선정하였다.

구체적으로 2008년 8월 1일 이후¹⁾ KBS, MBC, SBS 등 지상파 방송 3사의 시사토론 프로그램의 주제를 중심으로 연구쟁점을 선정하였다. 2008년 10월 들어서는 국회의원과 고위공직자의 ‘쌀 소득보전 직접지불사업(이하, 쌀직불금)’ 문제가 사회적 쟁점으로 부각되어 MBC ‘100분토론’ 주제로 다뤄졌고, 부동산세제개편에 따른 ‘종합부동산세완화(이하, 종부세완화)’ 문제가 KBS ‘일요진단’과 SBS ‘시시비비’ 프로그램 등의 주제로 다뤄졌다. 따라서 연구조사 당시 방송3사에서 비중 있게 다뤄진, ‘쌀직불금’과 ‘종부세완화’ 문제를 연구쟁점으로 선정하여, BPS모델의 블로거 공중 세분화 가능성을 검증해 보고자 했다.

2) 표본

이 연구의 표본은 온라인상에 구축된 구조화된 설문 웹사이트를 통해 2008년 10월 29일부터 12월 3일까지 블로그 포털 공간을 이용하는 블로거들을 대상으로 수집되었다. 실제 블로거들을 온라인 설문조사에 참여시키기 위해, 블로그의 포털 메인 홈페이지에 설문에 관한 공지와 배너를 노출시키고 설문 웹사이트(www.expressme.co.kr)와 링크를 설정함으로써 블로거들이 자발적으로 설문에 응하도록 유도하였다. 이 연구를 위해 설문유도 배너를 연동시킨 블로그 포털사이트는 올블로그(www.allblog.net), 블로그코리아(www.blogkorea.net)

1) 이러한 기한을 설정한 이유는 2008년 5월부터 시작한 ‘미국산 광우병 쇠고기 수입 반대 촛불 집회’에 관한 주제가 워낙 국가적 쟁점으로 부각되었기 때문이다. 이와 관련한 주제를 제외시키기 위해 2008년 8월부터 10월까지 다뤄진 쟁점들을 중심으로 살폈다.

등 총 7곳이다. 설문 시간은 약 15분 정도가 소요되었고, 설문 참여자 중 10명에게는 추첨을 통해 보상이 제공됨을 알려 설문 참여를 높이게 하였다. 또한 동일한 사람의 이중 설문을 방지하기 위해서 각 설문자의 인터넷 IP(Internet Protocol) 주소가 자동적으로 입력되게 하여 중복 참여 응답을 통제하고자 하였다. 설문 답변은 1차적으로 945개가 수집되었지만, 답변자의 동일한 IP와 불성실 답변자료, 통계적으로 이상치(outlier)¹⁾ 제거 후 최종적으로 895개의 자료가 분석에 사용되었다.

응답자들은 성별분포에서 남성(74.41%)이 여성(25.58%)보다 많은 것으로 나타났다. 답변자의 연령을 보면 최고령자는 71세이고, 최저령자는 11세로 나타났다. 평균 연령은 29.106(SD=9.077)세로 나타났다. 학력은 대학졸업 이상이 54.86%로 가장 높은 비율을 차지하였다. 다음으로 고졸 이상이 22.79%, 중졸 이상이 13.74%, 그리고 대학원 이상이 8.60% 순으로 나타났다. 직업은 학생과 일반직장인이 가장 많았다. 학생이 41.01%, 일반 직장인이 26.59%, 자유직이 11.73%, 전문직이 5.47%, 그리고 기타가 15.20%를 차지하였다. 소득 수준은 300만원 미만이 85.59%를 차지하였다.

3) 변인 측정

(1) 쟁점관여도

이 연구에서는 온라인 공간, 특히 블로그스피어에서 활동하는 공중을 식별하기 위해 상황이론의 문제인식과 관여도 변인을 쟁점관여도로 묶어 BPS모델에 반영할 필요가 있다고 봤다. 따라서 이미 일부 연구에서 문제인식과 관여도를 또 다른 관여도 변인으로 살핀 연구가 있으므로(박이정, 2003; Park et al., 2008) 본 연구에서도 상황이론의 일차원적인 문제인식과 관여도 변인 대신에 쟁점에 대한 중요성과 빈도, 그리고 관련성을 쟁점관여도 변인으로 제시하였다. 구체적인 쟁점관여도 변인에 대한 설문 문항들은 ① ‘귀하는 아래 문제가 얼마나 중요하다고 생각하십니까?’, ② ‘귀하와 아래 문제는 얼마나 관련이 있다고 보십니까?’, 그리고 ③ ‘귀하는 아래 문제에 대해 얼마나 자주 생각하십니까?’로 하였다. 이에 대한 각 응답별로 ‘전혀 그렇지 않다’에서 ‘매우 그렇다’까지 5점 척도로 측정하였다.

(2) 블로그 자아효능감

자아효능감과 관련한 선행연구와 블로그스피어의 속성을 토대로 제시한 블로그 자아효능감 변인은 기술적 유용성이나 활용성이 아닌 블로거 자신들이

1) 마할라노비스 거리(Mahalanobis Distance)를 이용하여 통계적 이상값(outliers)을 제거하였다.

지각하는 블로깅에 대한 효능감이다. 이런 배경에서 블로거들이 지각하는 자신의 블로깅 역량이나 효과에 대한 믿음, 확신, 그리고 블로깅에 따른 제약이나 장애를 극복할 수 있는 신념을 중심으로 구성되었다. 구체적인 설문 문항들은 ① ‘만일 귀하가 아래 문제의 심각성을 사람들에게 알리기 위해 블로그를 이용한다면, 어느 정도 문제의 심각성이 사람들에게 전파될 수 있을 것이라고 믿으십니까?’, ② ‘만일 귀하가 아래 문제를 해결하기 위해 블로그를 이용한다면, 어느 정도 변화를 이뤄낼 것이라고 확신하십니까?’, 그리고 ③ ‘귀하가 아래 문제를 사람들에게 알리고 해결하고자 블로그를 이용한다면, 특정 단체의 압력이나 방해에도 불구하고 블로그 활동을 계속할 의지는 어느 정도 있으십니까?’로 하였다. 이에 대해 각 응답별로 ‘전혀 그렇지 않다(전혀 없다)’에서 ‘매우 그렇다(매우 높다)’까지 5점 척도로 측정하였다.

(3) 저널리즘적 커뮤니케이션 행동

블로거들의 저널리즘적 커뮤니케이션 행동변인은 이론적 논의에서 제시한 여섯 가지 활동을 중심으로 측정하였다. 첫째 관련 쟁점에 대한 블로거의 의견 개진, 둘째 블로거의 정보 필터링, 셋째와 넷째는 블로거의 쟁점과 관련한 오류 수정과 사실 확인 활동, 다섯째 블로거의 현장보도, 마지막으로 미디어 감시활동 정도를 중심으로 살펴보고자 하였다. 구체적인 설문 문항들은 ① ‘귀하는 아래 문제에 대해 얼마나 자주 블로그에 의견(논평, 주장)을 쓰십니까?’, ② ‘귀하는 아래 문제에 대해 사람들이 알기 쉽도록 정보나 사실을 블로그를 통해 해설(평가, 분석, 비교)하여 주십니까?’, ③ ‘아래 문제에 대해 블로그에 글을 쓸 때, 다른 사람이 사실을 확인할 수 있도록 원자료를 연결(링크)시키십니까?’, ④ ‘귀하가 아래 문제로 블로그에 글을 게시했을 때, 다른 사람이 잘못된 점을 지적하거나 새로운 사실이 나타나면 게시글의 오류를 어느 정도 수정하십니까?’, ⑤ ‘아래 문제와 관련한 사건사고 현장의 상황이나 사실 등을 블로그를 통해 알리십니까?’, 그리고 ⑥ ‘아래 문제에 관한 언론보도(신문과 TV)의 잘못된 내용을 블로그를 통해 어느 정도 문제점을 지적하거나 비판하십니까?’로 하였다. 각 응답별로 ‘전혀 하지 않는다.’에서 ‘매우 자주 한다.’까지 5점 척도로 측정하였다.

5. 분석결과

본 조사를 통해서 얻어진 자료를 토대로 BPS모델의 유용성을 검증하기 위해 구조방정식모델(Structural Equation Modeling)을 활용하였다. 본 연구의 연

구가설 1-1~2은 블로그 자아효능감과 쟁점관여도가 저널리즘적 커뮤니케이션 행동에 미치는 인과적 관계를 구조화한 BPS모형을 검증하기 위한 가설이다. 이를 검증하기 위해 먼저 구조방정식모델의 적합도 검증을 실시한 후 각 가설의 경로계수 유의도 검증을 실시하였다. 연구가설 2는 BPS모형에 따라 나뉜 4가지 블로거 공중 유형 중 실제 활동적 블로거 공중이 다른 유형의 공중들보다 높은 저널리즘적 커뮤니케이션 행동을 보이는지 확인하는 데 있다. 이를 위해 다 집단 간 차이를 살피기 위해 변량분석을 이용하였다.

1) 측정 변인의 타당도 및 신뢰도

연구가설 검증에 앞서 연구쟁점으로 선정된 ‘쌀직불금’과 ‘종부세완화’ 쟁점별 측정모델(measurement model)에 반영된 잠재 변인인 쟁점관여도, 블로그 자아효능감, 저널리즘적 활동에 대한 신뢰도 및 타당도를 확인하는 절차를 밟았다. 신뢰도는 내적 일관성을 확인하는 Cronbach's α 계수를 이용하였고, 타당도는 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis: CFA)을 통하여 요인부하량의 유의미성을 검토하여 집중타당성(convergent validity)을 평가하였다.

<표1>에 제시된 바와 같이, 첫 번째 쟁점인 ‘쌀직불금’에 대한 측정모델의 잠재변인의 신뢰도와 타당도 분석결과, 측정의 신뢰수준(Cronbach's α 값)은 유의미하였다(쟁점관여도=.768; 블로그 자아효능감=.866; 저널리즘적 커뮤니케이션 행동=.885). 또한 집중타당도 검증에서도 각 측정변수들의 요인부하량이 모두 통계적으로 유의미한 결과가 나타나 ‘쌀직불금’ 쟁점에 대한 각 변인별 타당도에는 문제가 없는 것으로 나타났다. ‘종부세완화’ 쟁점에 대한 각 변인의 신뢰도와 타당도 분석결과, 측정의 신뢰수준(Cronbach's α 값) 또한 유의미하였다(쟁점관여도=.781; 블로그 자아효능감=.866; 저널리즘적 커뮤니케이션 행동=.880). 또한 집중타당도 검증에서도 각 측정변수들의 요인부하량이 모두 통계적으로 유의미한 결과가 나타나 ‘종부세완화’에 대한 각 변인별 타당도에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

<표 1> 쟁점 별 상황이론 모델의 잠재변인 신뢰도 및 타당도 검증(N=895)

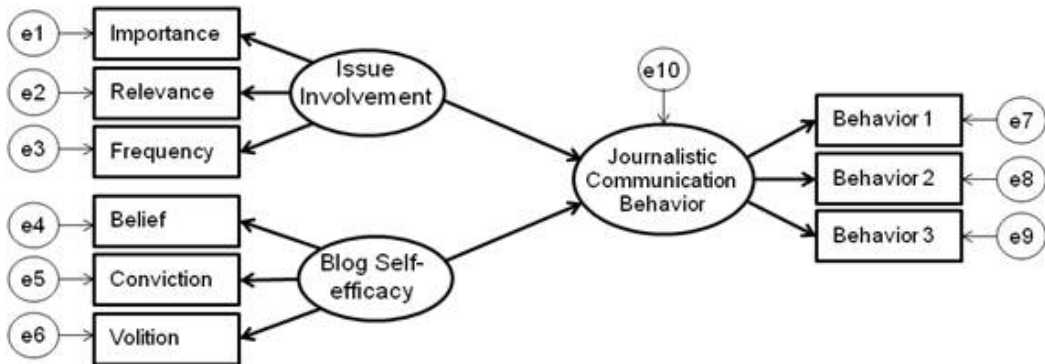
쟁점	변수 (Cronbach's α)	측정문항	비표준화 요인부하량	표준화 요인부하량	t값
쌀직불금	쟁점관여도 (.768)	중요성	1.000	.671	-
		관련성	1.119	.649	16.150***
		생각 빈도	1.394	.870	15.629***
	블로그	믿음	1.000	.816	-
		자아효능감 (.866)	확신	1.134	.920
	저널리즘적 커뮤니케이션 행동 (.885)	극복의지	.944	.749	24.250***
		의견(논평, 주장) 쓰기	1.000	.860	-
		해설(평가, 비교, 분석)	.947	.859	32.788***
		사실확인(원자료 링크)	.968	.644	21.321***
		오류수정	.791	.530	16.688***
현장보도		1.023	.822	30.498***	
언론감시		1.154	.847	32.024***	
중부세완화	쟁점관여도 (.781)	생각 빈도	1.000	.689	-
		관련성	1.121	.707	17.067***
		중요성	1.142	.829	16.906***
	블로그	믿음	1.000	.831	-
		자아효능감 (.866)	확신	1.075	.897
	저널리즘적 커뮤니케이션 행동(.880)	극복의지	.986	.760	24.704***
		의견(논평, 주장) 쓰기	1.000	.864	-
		해설(평가, 비교, 분석)	.980	.857	32.629***
		사실확인(원자료 링크)	.991	.646	21.386***
		오류수정	.761	.506	15.753***
현장보도	1.044	.803	29.376***		
언론감시	1.123	.831	31.064***		

주. ***p<.001.

2) BPS모델의 구조모델 적합도 및 가설 검증

BPS모델에 따른 가설은 구조방정식모델을 통해 검증하는 절차를 밟았다. BPS모델이 쟁점을 중심으로 뭉쳐진 공중을 일상적, 잠재적, 제약적, 활동적 공중 유형으로 유효 적절히 분류할 수 있는지를 확인해보는 데 있으므로 구조방정식모델의 적합도의 유의성을 확인한 후, 모델의 경로별 유의성을 판단하는 단계를 밟았다. 먼저, ‘쌀직불금’과 ‘중부세완화’ 쟁점별로 분석할 BPS모델의 적합도 검증용 구조방정식은 <그림 2>와 같다.¹⁾

1) 적절한 구조모델 적합도와 안정적 잠재변수 추정을 위해, 6개의 저널리즘적 활동 측정 항목을 3개의 측정항목으로 묶어(parceling) 분석에 반영하였다.



<그림 2> 모델 적합도 검증을 위한 BPS모델의 구조방정식모델

<그림 2>의 BPS모델의 구조방정식모델을 ‘쌀직불금’과 ‘종부세완화’ 쟁점 별로 구조방정식모델의 적합도를 살펴보면 <표 2>과 같다.

<표 2> 각 쟁점별 상황이론의 구조모델 적합도

쟁점 \ 적합도	χ^2	df	χ^2/df	CFI	TLI	Standardized RMR	RMSEA
쌀직불금	65.810	25	2.742	.990	.985	.028	.044
종부세완화	81.569	25	3.398	.985	.978	.035	.052

구조방정식모델의 적합도에 대한 해석 기준은 일반적으로, Standardized RMR의 경우는 .05 이하면 우수하고, RMSEA의 경우는 .06이하이면 적절한 적합도로 해석한다(Hu & Bentler, 1999). 또한 TLI와 CFI는 .95이상이면 좋은 적합도로 해석한다. 이러한 적합도 기준으로 해석한 결과, 두 가지 연구쟁점 모두에서 BPS모델의 구조방정식모델은 만족할 만한 적합도를 보이는 것으로 나타났다(최소 TLI, CFI =.978, .985; 최대 Standardized RMR, RMSEA, =.035, .052). 결국 BPS모델의 구조방정식모델은 블로거 공중을 분류하는 모델로서 적절한 모델 적합도를 갖는 것으로 판단된다. 즉, BPS모델은 전체적인 구조모델로서 블로거들의 쟁점에 대한 지각과 그들의 구체적인 커뮤니케이션 행동에 대한 인과적 관계를 적절히 반영해 주는 모델임을 알 수 있었다. 이를 토대로 구체적인 BPS모델의 경로를 분석하는 절차를 밟았다.

BPS모델 검증을 위한 가설 1-1은 ‘쟁점관여도는 저널리즘적 활동에 정적인 영향을 미칠 것이다.’, 가설 1-2는 ‘블로그 자아효능감은 저널리즘 활동에 정적인 영향을 미칠 것이다.’ 이들 가설의 검증은 변인들 간의 경로계수와 유의도

를 토대로 검증하였다, 이에 대한 연구의 쟁점인 ‘쌀직불금’과 ‘종부세완화’ 쟁점 별 BPS모델의 가설 검증결과가 <표 3>에 제시되었다.

먼저, ‘쌀직불금’ 쟁점에 따른 BPS모델의 가설검증 결과를 보면, 쟁점관여도가 저널리즘 활동에 통계적으로 유의미한 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다($B=.357, p<.001$). 블로그 자아효능감도 저널리즘적 활동에 통계적으로 유의미한 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다($B=.326, p<.001$). 다음으로 ‘종부세완화’ 쟁점에 대한 BPS모델의 가설검증 결과를 보면, 쟁점관여도가 저널리즘 활동에 통계적으로 유의미한 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다 ($B=.277, p<.001$). 블로그 자아효능감도 저널리즘적 활동에 통계적으로 유의미한 영향을 미치고 있음을 확인할 수 있었다($B=.375, p<.001$). 따라서 ‘쌀직불금’과 ‘종부세완화’ 쟁점 별 BPS모델의 연구가설 1-1, 1-2는 채택되었다.

<표 3> BPS모델의 가설 검증

쟁점	경로	비표준화 경로계수(표준오차)	표준화 경로계수	채택 여부
쌀직불금	쟁점관여도→저널리즘적 활동	.357(.042)	.369***	채택
	블로그 자아효능감→저널리즘적 활동	.326(.041)	.307***	채택
종부세완화	쟁점관여도→저널리즘적 활동	.277(.043)	.265***	채택
	블로그 자아효능감→저널리즘적 활동	.375(.040)	.377***	채택

주. 1. r = 쟁점관여도와 블로그 자아효능감의 상관관계 값

2. *** $p<.001$

3) BPS모델에 따른 블로거 공중별 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 비교

BPS모델에 따른 마지막 연구가설은 ‘활동적 블로거 공중은 다른 공중유형들 보다 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준이 높을 것이다.’이다. 이는 BPS모델에 따른 활동적 공중이 일상적, 잠재적, 제약적 공중들 보다 높은 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준을 보일 것임을 예측하고 이를 검증하는 데 있다. 이를 위해 BPS모델에 따른 블로거 공중집단 간 차이를 확인할 수 있는 일원변량분석(One-way ANOVA)을 시도하였다. 하지만, ‘쌀직불금’과 ‘종부세완화’ 쟁점 모두에서 블로거 공중유형별 집단 간의 동변량성(homoscedasticity)이 확보되지 않는 것으로 나타났다(쌀직불금: Levene 값=4.472(3, 891), $p=.004$; 종부세완화 Levene 값=3.570(3, 891), $p=.014$). 일원변량분석을 통해 다 집단 간 차이를 분석하기 위해서는 각 집단의 동변량성이 확보되어야 한다(박성현,조신섭,

김성수, 2004). 따라서 각 공중 유형 별 동변량성이 확보되지 않은 집단에 대해서는 일원변량분석의 비모수적(non-parametric) 대체인 크루스칼-왈리스(Kruskal-Wallis) 검증을 이용하였다(Westfall & Young, 1993). 또한 사후분석(Bonferroni test)을 이용하여 다중비교분석을 실시하였다. 이에 대한 분석결과가 <표 4>에 제시되어있다.

<표 4> BPS모델에 따른 블로거 공중유형별 집단 간 차이 분석

블로거 공중유형	쌀직불금 쟁점	종부세완화 쟁점
	저널리즘적 커뮤니케이션 행동 [n, MSD]	저널리즘적 커뮤니케이션 행동 [n, MSD]
활동적(a)	120, 3.381(.946)	105, 3.441(.918)
제약적(b)	276, 2.552(1.030)	345, 2.446(1.006)
잠재적(c)	58, 2.305(.957)	48, 2.462(1.129)
일상적(d)	441, 1.935(.876)	397, 1.989(.900)
χ^2 (df)	178.231(3)***	147.322(3)***
사후분석	a-bc-d	a-bc-d

주. 1. *** $p < .001$

2. a, b, c, d 집단 간 차이는 $p = .05$ 수준에서 모두 유의미

3. χ^2 값은 Kruskal-Wallis의 검증 통계량임.

‘쌀직불금’과 관련한 블로거 공중유형별 차이를 살펴보면, <표 4>에 나타난 바와 같이 활동적 공중을 120명(13.4%), 제약적 공중을 276명(30.8%), 잠재적 공중을 58명(6.5%), 일상적 공중을 441명(49.3%)으로 구분하였다. 마찬가지로 일상적 공중의 비율이 가장 높았고, 다음으로 제약적, 활동적, 그리고 잠재적 공중 순으로 나타났다. ‘종부세완화’ 쟁점과 관련한 블로거 공중유형별 차이를 살펴보면, 활동적 공중을 105명(11.7%), 제약적 공중을 345명(38.5%), 잠재적 공중을 48명(5.4%), 일상적 공중을 397명(44.4%)으로 구분하였다. 마찬가지로 일상적 공중의 비율이 가장 높았고, 다음으로 제약적, 활동적, 그리고 잠재적 공중 순으로 나타났다.

BPS모델에 따른 ‘쌀직불금’ 쟁점의 블로거 공중유형별 집단 간 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준의 차이는 통계적으로 유의한 것으로 나타났다($\chi^2 = 178.231, p < .001$). 또한 ‘종부세완화’ 쟁점에 따른 블로거 공중유형별 집단 간 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준 차이도 통계적으로 유의한 것으로 나타났

다($\chi^2 = 147.322, p < .001$). 이 두 쟁점에서 활동적 공중과 타 공중과의 사후 검증에서도 활동적 공중이 일상, 잠재, 제약적 공중보다 통계적으로 높은 저널리즘적 커뮤니케이션 행동을 보이는 것으로 나타났다. 따라서 최종적으로 ‘쌀직 불금’과 ‘중부세완화’ 쟁점에서 본 연구의 가설 2는 모두 채택되어 BPS모델이 블로거 공중 세분화 모델로서 유용할 수 있음을 확인하였다.

5. 결론 및 논의

이 연구는 1997년 이후 기하급수적으로 팽창할 뿐만 아니라 사회, 정치, 경제, 문화 등 다방면에서 영향력을 확대하고 있는 블로거들을 PR관점에서 유효 적절히 분류하고 세분화하는 모델을 구축하는 작업이 절실하다고 판단된다. 이러한 배경에서 이 연구는 지금까지 활동적 공중을 식별하는데 그 가치와 유용성을 인정받아 온 그루닉의 상황이론을 문제점들을 지적하고 이를 보완할 뿐만 아니라, 블로고스피어 환경을 고려하여 활동적 블로거 공중의 좌표를 식별할 수 있는 모델을 제시하고 검증하는 데 목적을 두었다.

이를 위해 이 연구는 선행연구를 검토하여 그루닉의 공중세분화 모델(상황이론)의 수정모델인 BPS모델을 제시하였다. 이 모델은 기존 상황이론의 변인인 문제인식과 관여도 변인을 통합하여 쟁점관여도 변인을 도출했다. 또한 온라인 공간에서 단선적으로 측정하고 있는 제약인식 변인의 설명력을 높이기 위해 블로그 자아효능감 변인으로 대체하였다. 더불어 블로거들의 수동적인 대중 매체 소비행동이 아닌 실제 그들의 적극적인 블로깅 패턴을 연구모델에 반영하기 위해 블로거들의 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 변인을 종속변인으로 구성하였다. 이렇게 구성된 BPS모델에 따르면 블로거들은 쟁점을 중심으로 활동, 제약, 잠재, 일상적 공중으로 분류 될 것이라고 가정하였다. 실제, ‘쌀직 불금’, ‘중부세완화’ 쟁점을 중심으로 895명의 블로거들이 BPS모델에 따라 어떻게 4개 공중유형으로 유효 적절히 분류가능한지를 분석한 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 상황이론의 수정모델인 BPS모델의 유용성을 다단계로 확인할 수 있었다. BPS모델은 적절한 모델 적합도를 갖는 구조모델로 판명되었다. 또한 BPS모델을 구성하는 각 변인들 간의 인과적 관계 가설들이 모두 유의미하게 검증되어 모델 구성변인들의 구조적 관계성을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는 쟁점관여도와 블로그 자아효능감, 그리고 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 변인을 중심으로 구성된 모델이 블로고스피어 상에서 쟁점을 중심으로 뭉쳐진 블로거들의 블로깅 패턴을 간명하고 적절히 설명해 주고 있음을 제시한다.

둘째, 상황이론의 제약인식 변인이 블로그 자아효능감 변인으로 대체 가능함을 확인할 수 있었다. 이 연구는 개인이 어떠한 노력을 경주하여 변화를 이뤄낼 수 있는가를 지각하는 정도로 측정한 제약인식 변인은 단선적으로 인간의 심리적 상태를 측정하고 있기 때문에 블로그스피어에서 활동하는 블로거들의 행동을 예측하는 변인으로서 한계를 갖는다고 봤다. 블로그 자아효능감 변인이 포괄적으로 블로거들의 제약인식을 설명해줄 것이라고 예측하였는데, 분석을 통해 블로그 자아효능감 변인이 블로거 공중 세분화 연구에 유용한 변인으로 간주될 수 있을 뿐만 아니라 블로거들의 저널리즘적 커뮤니케이션 행동을 예측하는 중요 변인으로 이용될 수 있음을 확인할 수 있었다.

셋째, BPS모델이 통계적으로 유의하게 블로거 공중을 활동적, 제약적, 잠재적, 그리고 일상적 블로거 공중으로 적절히 분류해주고 있음을 집단 간 차이 분석을 통해서도 확인할 수 있었다. 즉, BPS모델에 따른 활동적 블로거 공중이 다른 유형의 블로거 공중들보다 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준이 높다는 점을 실증적으로 제시해 줌으로써 블로거 공중 세분화 모델인 BPS모델의 가치를 확인할 수 있었다.

전체적으로 이러한 연구결과는 다음과 같은 함의를 가진다. 첫째, 상황이론의 수정과 개선이다. BPS모델은 공중 세분화 이론인 상황이론을 모태로 한다. 상황이론에 관한 선행연구를 면밀히 검토하여 상황이론의 블로그스피어 적용한계를 제시하였을 뿐만 아니라 기존의 상황이론을 중심으로 문제인식과 관여도 변인을 통합하여 쟁점관여도를 제시하고, 제약인식 변인과 블로그 자아효능감 변인 대체하였으며, 그리고 종속변인에 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 변인을 반영함으로써 상황이론의 발전을 도모하였다. 또 실증적으로도 BPS 모델은 블로거들의 쟁점에 대한 지각과 그들의 블로깅 행동을 정확히 진단하는 구조방정식모델 적합도를 가졌으며, 블로거 공중을 유효 적절히 분류했을 뿐만 아니라 전략적 목표 공중으로서 블로거 집단의 좌표를 구체적으로 제시해 주었다. 블로그스피어에서 활동하는 소위 파워 블로거나 역량 있는 전략적 목표 공중으로서 블로거들을 식별하는 연구가 미비한 실정에도 불구하고, PR 관점에서 쟁점을 중심으로 핵심적인 목표공중인 블로거 공중을 식별할 수 있는 간명한 모델을 상황이론을 수정하여 제시한 것에 의의를 가진다.

둘째, 이 연구가 상황이론의 수정을 위해 BPS모델을 제시하면서 구성한 블로그 자아효능감과 저널리즘적 활동 변인의 가치를 주목할 필요가 있다. 먼저, 블로그 자아효능감 개념을 전통적인 사회심리연구에서 제시한 자아효능감 연구들로부터 정치효능감, 컴퓨터 효능감, 인터넷 효능감, 그리고 웹 이용자 효능감 연구에 이르는 다양한 연구흐름을 검토하여 구성한 블로그스피어의 자아효능감 개념이다. 블로그 자아효능감 변인은 블로거들의 구체적인 사회정치 및 경제적 활동을 예측하거나 그들의 활동을 설명하는 매개변인으로 유용할

것이다. 더불어 이 연구는 블로거의 사회정치적 파워가 발현되는 근원이 그들의 저널리즘적 커뮤니케이션 행동에서 기인된다는 이론적인 논의를 제시했을 뿐만 아니라, 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 변인을 구성하는 변수들을 구체적으로 제시하였다. 특히 기본적인 저널리즘에 대한 정의뿐만 아니라 블로그 스피어에서 주창하고 있는 저널리즘 가치를 전통적 저널리즘 개념과 면밀히 비교분석하여 세부적인 블로거의 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 변인의 변수들을 구성하고 이 변인의 신뢰도와 타당도를 실증적으로 검증해냈다. 이러한 과정으로 도출된 블로거의 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 변인은 차후 블로그, 블로거, 그리고 블로그스피어의 파워를 논하는 연구에서 핵심적인 구성체로 이용될 수 있을 것이다.

실무적으로는 이 연구가 구성한 활동적인 블로거공중 식별모델이 검증되어, PR현장에서도 활용할 수 있는 기틀을 제공하였다고 본다. BPS모델은 PR 실무자가 전략적 목표 공중으로서 활동적 블로거 공중을 식별할 수 있는 이론적이고 실용적인 지침서가 될 수 있을 것이다. PR실무자들이 BPS모델을 통해 저널리즘적 커뮤니케이션 행동 수준이 높은 블로거 공중을 적절히 식별하고 이들과 호의적 관계성을 형성할 수 있다면, 블로그스피어에서 다양한 PR프로그램을 효과적으로 실행할 수 있을 것이다.

이 연구가 제시한 블로거 공중 세분화 모델 연구는 추가적으로 보강되어야 할 부분이 있다. 첫째, BPS모델 변인의 일부 삭제 또는 추가를 통해 모델을 정교화 하는 작업이 필요하다. 모든 이론과 모델이 그렇듯 지속적인 모델의 수정과 발전이 필요하다. 이러한 작업은 우선 BPS모델의 변인을 새롭게 구성하거나 추가 또는 삭제하는 작업을 통해서 쉽게 시도될 수 있을 것이다. 예를 들면, 쟁점관여도와 블로그 자아효능감 변인 이외에 공중의 조직체에 대한 긍정적 혹은 부정적 태도 또는 입장을 하나의 변인(valence)으로 해서, 공중을 더 세분화할 수 있을 것이다. 차후 연구는 이러한 모델 정교화 작업을 통해 블로거 공중 세분화 모델을 발전시킬 필요가 있다. 둘째, 다양한 쟁점을 중심으로 BPS모델의 유용성을 검증하여 모델의 외적 타당도를 확보할 필요가 있을 것이다. 셋째, BPS모델의 실무적 유용성 제고가 필요하다. 온라인 설문 조사방법으로 인해 쟁점관여도와 블로그 자아효능감 변인을 측정해 낼 수 있지만, PR실무자들에게는 설문조사 보다는 비간섭적(non-intrusive) 조사방법을 더 선호할 것이기 때문이다. 따라서 차후 연구는 내용분석 혹은 사회적 연결망 분석 등을 동원하여 블로거 공중 세분화 연구를 시도할 필요가 있다. 이런 점들을 고려하여 차후 블로거 공중 세분화 연구가 더욱 풍족해지길 바란다.

■ 참고문헌 ■

- 권중록 (2000). 상황이론을 적용한 목표 공중 분석에 관한 연구. 『홍보학연구』, 4권 1호, 5-40.
- 김인숙 (1997). 환경문제에 대한 공중의 커뮤니케이션 행위: 상황적 이론. 『언론과 사회』, 15권, 85-109.
- 남경태 (2006). 외모지상주의 문제에 관한 공중별 커뮤니케이션 행동에 관한 연구. 『한국광고홍보학보』, 8권 3호, 237-270.
- 박노일 · 남은하 (2008). 블로그 이용동기가 저널리즘 역할인식과 활동에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 52권 1호, 334-358.
- 박노일 · 윤영철 (2008). 블로그 인기도가 블로거의 저널리즘 인식 및 활동에 미치는 영향. 『한국언론학보』, 52권 6호, 100~122.
- 박노일 · 한정호 (2008). 블로그 쓰기와 사회정치참여에 관한 연구: 정치효능감의 매개효과를 중심으로. 『한국언론학보』, 52권 2호, 284-304.
- 박성현 · 조신섭 · 김성수 (2004). 『한글 SPSS 12K』. 서울: SPSS 아카데미.
- 박이정 (2003). 『공중의 분류와 이슈 활동성 예측』. 석사학위논문, 경희대학교 대학원 신문방송학과.
- 배미경 (2003). 온라인 공중: 개념, 특성, 공중 세분화에 관한 논의. 『홍보학연구』, 7권 2호, 213-245.
- 신호창 · 홍주현 (2000). 정책에 대한 지식 및 오해와 태도와의 관계를 바탕으로 살펴 본 공중 세분화 캠페인 전략의 필요성에 관한 연구: 국민연금제도에 대한 개인의 정보처리능력을 중심으로. 『한국심리학회지 소비자, 광고』, 1권 2호, 169-185.
- 윤희중 · 차희원 (1997). 위기상황에서의 공중 관여도, 정보추구행동 및 매체선택 행동에 관한 연구. 『홍보학연구』, 1권, 187-209.
- 윤희중 · 차희원 (1998). 서베이 중심의 2차적 공중의 관여도와 정보행동 및 매체선택 행동에 관한 연구. 『홍보학연구』, 2권, 2-31.
- 이학식 (1990). 소비자 정보처리에 대한 관여도와 광고유형의 조정적 역할. 『경영학연구』, 19권 2호, 87-115.
- 차동필 (2002a). 『쟁점 유형에 따른 공중의 문제인식 및 커뮤니케이션 행동에 관한 연구』. 박사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 차동필 (2002b). Grunig과 Hallahan의 공중 분류 모델 비교 연구. 『홍보학연구』, 6권 2호, 96-127.
- 차동필 (2006). 쟁점과 공중, PR전략 수립 지침서』. 경기: 한국학술정보
- 차배근 · 리대용 · 오두범 · 조성겸 (1992). 설득 커뮤니케이션』. 서울: 나남 출판사.

- 한정호 · 박노일 · 정진호 (2007). 온라인과 오프라인 커뮤니케이션 상황이 공중 세분화 변인에 미치는 영향에 관한 연구. 『언론과학연구』, 7권 1호, 319-350.
- 한혜경 (2003). 인터넷 이용자의 여론지각과 의견표현 : 현실공간과 사이버공간의 비교. 『한국언론정보학보』, 23권, 189-229.
- Adamic, L. & Glance, N. (2005). *The Political Blogosphere and the 2004 U.S. Election: Divided They Blog*. Annual Workshop on the Weblogging Ecosystem, Japan.
- Aldoory, L. (2001). Making health connections meaningful for women: Factors that influence involvement. *Journal of Public Relations Research*, 13(2), 163-185.
- Andrews, P. (2003, Fall). Is blogging journalism? *Nieman Reports*, 57(3), 63-64.
- Atwood, L. E. & Major, A. M. (1991). Applying situational communication theory to an international political problem: Two studies. *Journalism Quarterly*, 68(1/2), 200-210.
- Bar-Ilan, J. (2005). Information hub blogs. *Journal of Information Science*, 31(4), 297-307.
- Bandura, A. (1977a). Self-efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change. *Psychological Review*, 84(2), 191-215.
- Bandura, A., Barbaranelli, C., Caprara, G., & Pastorelli, C. (1996). Multifaceted impact of self-efficacy beliefs on academic functioning. *Child Development* 67, 1206-1222.
- Cassidy, S. & Eachus, P. (2002). Developing the computer user self-efficacy (CUSE) scale: Investigating the relationship between computer self-efficacy, gender and experience with computers. *Journal of Educational Computing Research*, 26(2), 169-189.
- Compeau, D. & Higgins, C. A. (1995). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. *MIS Quarterly*, 19, 189-212.
- Cornfield, M., Carson, J., Kalis, A., & Simon, E. (2005). *Buzz, Blogs, and Beyond: The Internet and the National Discourse in the Fall of 2004*. Pew Internet and American Life Project and BuzzMetrics.
- Cooper, S. D. (2006). *Watching the watchdog: Bloggers as the Fifth Estate*. Spokane, WA: Marquette Books.
- Domingo, D. & Heinonen, A. (2008). Weblogs and Journalism. *Nordicom Review*, 29(1), 3-15.
- Drezner, D. & Farrell, H. (2004, September). *The power and politics of blogs*. Paper presented at the annual meeting of the American Political Science Association, Chicago, IL.
- Eachus, P. & Cassidy, S. (2006). Development of the Web Users Self-Efficacy Scale.

- Issues in Informing Science and Information Technology*, 3, 199-209.
- Eastin, M. S. & LaRose, R. (2000). Internet self-efficacy and the psychology of the digital divide. *Journal of Computer Mediated Communication*, 6(1), Retrieved August 8, 2008, from <http://jcmc.indiana.edu/vol6/issue1/eastin.html>
- Edelman & Intelliseek. (2005, Spring). *Trust "MEedia": How real people are finally being heard*. Retrieved August 14, 2008 from: http://www.edelman.com/image/insights/content/ISwp_TrustMEdia_FINAL.pdf
- Glaser, M. (2002, December 17). Trent Lot Gets Bloggered. *Online Journalism Review*, Retrieved January 2, 2008, from <http://www.ojr.org/ojr/glaser/p1040145065.php>
- Grunig, J. E. (1978). Defining publics in public relations: The case of a suburban hospital. *Journalism Quarterly*, 55, 109-118.
- Grunig, J. E. (1979a). A New Measure of Public Opinions on Corporate Social Responsibility. *The Academy of Management Journal*. 22(4), 738-764.
- Grunig, J. E. (1979b, August). *A Simultaneous Equation Model for Intervention in Communication Behavior*. Paper presented to the Communication Theory and Methodology Division, Association for Education in Journalism, Houston.
- Grunig, J. E. (1983). Communication Behaviors and Attitudes of Environmental Publics: Two Studies. *Journalism Monographs*, 81, 9-16.
- Grunig, J. & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Grunig, J. E. & Childers, L. (1988, July). *Reconstruction of a situational theory of communication: Internal and external concepts as identifiers of publics for AIDS*. Paper presented at the meeting of the communication theory and methodology division, Association for Education in journalism and mass communication, Portland, OR.
- Grunig, J. E. & Repper, F. C. (1992). Strategic management, publics, and issues. in Grunig, J. E., Dozier, D. M., Ehling, W. P., Grunig, L.A., Repper, F.C., White, J. (Eds). *Excellence in Public Relations and Communication Management*(pp. 117-157). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Hallahan. K. (2000). Inactive Publics: The Forgotten Publics in Public Relations. *Public Relations Review*, 26(4), 499-515.
- Hamilton, P. K. (1992). Grunig's situational theory: A replication, application, and extension. *Journal of Public Relations Research*, 4, 123-150.
- Hearit, K. M. (1999). Newsgroups, activist publics and corporate apologia: The case of Intel and its pentium chip. *Public Relations Review*, 25(3), 291-308.

- Hewitt, H. (2005). *Blog: Understanding the Information Reformation that's Changing Your World*. Nashville, TN: Nelson.
- Hu, L.-T. & Bentler, P.(1999). Cutoff Criteria for Fit Indexes in Covariance Structure Analysis: Conventional Criteria versus New Alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6, 1-55.
- Kaid, L. L., McKinney, M. S., & Tedesco, J. C. (2007). Political Information Efficacy and Young Voters. *American Behavioral Scientist*, 50, 1093-1117.
- Kaye, B. K. (2007). Blog use motivations: An exploratory study. In M. Tremayne (Ed.). *Blogging, Citizenship, and the Future of Media*(pp. 127-149). New York: Routledge.
- Kerbel, R. M. & Bloom, D. J. (2005). Blog for America and Civic Involvement. *Press/Politics*, 10(4), 3-27.
- Kim, J. N., Downie, M. & Stefano, H. (2005). *Resolving Multicollinearity in Situational Theory of Publics: Conceptual Explication of Problem Recognition*. Proceedings of the 8th International Public Relation Research Conference, Miami, FL.
- Kotler, P. & Andreasen, A. R. (1987). *Strategic marketing for nonprofit organizations* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Krishnamurthy, S. (2002, October). *The multidimensionality of blog conversations: The virtual enactment of September 11*. Paper presented at AOIR Internet Research 3.0: Net/Work/Theory, Maastricht, Netherlands.
- Krugman, H. E. (1965). The Impact of Television Advertising: Learning Without Involvement. *The Public Opinion Quarterly*, 29(3), 349-356.
- Lundy, L. K. (2005). *Identifying and Prioritizing Key Publics for Coastal Conservation Communication Efforts in Louisiana*. Proceedings of the 8th International Public Relation Research Conference, Miami, FL.
- Major, A. M. (1993a). Environmental concern and situational communication theory: Implications for communicating with environmental publics. *Journal of Public Relations Research*, 5, 251-268.
- Major, A. M. (1993b). A test of situational communication theory: Public response to the 1990 Browning earthquake prediction. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 11, 337-349.
- Major, A. M. (1998). The utility of situational theory of publics for assessing public response to a disaster prediction. *Public Relations Review*, 24(4), 489-508.
- Marken, G. A. (2005, Fall). To Blog or Not to Blog. That Is the Question? *Public Relations Quarterly*. 31-33.
- Moghan, S., Daniel, L. K. & Sriramesh, K. (2005). *The Situational Theory of Publics in*

- a Different Cultural Setting: The Case of Singapore*. Proceedings of the 8th International Public Relation Research Conference, Miami, FL.
- Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., & Swartz, L. (2004). Why we blog? *Communications of the ACM*, 47(12), 41-46.
- Palser, B. (2005). Journalism's Backseat Drivers. *American Journalism Review*, August/September, 43-51.
- Park, N., Jiyeon, J. & Han, J. (2008). *Who Are the Power Bloggers as Potential Target Public in PR?: Public Issue Involvement-Production of Messages Model*. Proceedings of the 11th International Public Relation Research Conference, Miami, FL.
- Paine, K. D. & Lark, A. (2005). *How to measure blogs and other consumer generated media and what to do with the data once you have it*. Proceedings of the 8th International Public Relation Research Conference, Miami, FL.
- Pavlik, J. V. (2007, September). *Mapping the Consequences of Technology on Public Relations*. Published by the Institute for Public Relation.
- Petty, R. E. & Cacioppo, J. T. (1984). The effects of involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Journal of personality and Social Psychology*, 46, 69-81.
- Phillips, D. (2001). *Online Public Relation*. London: Kogan Page.
- Rosen, J. (2005). *Bloggers vs. Journalists is Over*. PressThink. Retrieved August 2, 2008, from http://journalism.nyu.edu/pubzone/weblogs/press-think/2005/01/23/berk_essay.html
- Scoble, R., & Israel, S. (2006). *Naked Conversations: How Blogs Are Changing the Way Businesses Talk With Customers*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons.
- Scott, D. T. (2006). 'Pundits in Muckrakers' Clothing: Political Blogs and the 2004 US Presidential Election. in M.Tremayne (ed.) *Blogging, Citizenship and the Future of Media*(pp. 39-57). New York: Routledge.
- Sha, B.-L. & Lundy, L. K.(2005). *The Power of Theoretical Integration: Merging the Situational Theory of Publics with the Elaboration Likelihood Model*. Proceedings of the 8th International Public Relation Research Conference, Miami, FL.
- Smolikn, R. (2004). The Expanding Blogosphere. *American Journalism Review*, June/July, 39-43.
- Thelwall, M., & Stuart, D. (2007). RUOK? Blogging Communication Technologies During Crises. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 189-214.
- Trammell, K. D. & Keshelashvili, A. (2005). 'Examining the New Influencers: A Self-Presentation Study of A-List Blogs. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82(4), 968-82.

- Tremayne, M., Zheng, N, Lee, J. K., & Jeong J. k. (2006). Issue Publics on the Web: Applying Network Theory to the War Blogosphere. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), 290-310.
- Vishwanath, A. (2007). Information Search Efficacy: A New Measure and Its Initial Tests. *Communication Research Reports*, 24(3), 195-203.
- Westfall, P. H. & Young, S. S. (1993). *Resampling-Based Multiple Testing*. Wiley, New York.
- Wilcox, D. L., & Cameron, G. T. (2009). *Public Relations: Strategies and Tactics*. New York: Allyn & Bacon, Inc.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-352.
- Zaichkowsky, J. L. (1994). The personal involvement inventory: Reduction, revision, and application to advertising. *Journal of Advertising*, 23(4), 59-70.

Finding Blogger Publics' Coordinates in the Blogosphere: The Blogger Public Segmentation (BPS) Model

Traditionally, public segmentation research has mainly used the Grunig's Situational Theory. However, the theory lacks in diagnosis of bloggers' journalistic roles or their message production behaviors since it assumes that people, as mere passive recipients, are merely situated at the end of the media' communication process. This study aims to develop a new segmentation model for bloggers, PBS (Blogger Public Segmentation) model, and to prove the model's availability in application to real socio-political issues. It is estimated that the model categorizes bloggers as active, constrained, potential, and routine publics. Results from analyzing 895 samples collected by an online cross-sectional survey indicate that the BPS model has significantly segmented bloggers into four groups. These results imply that the BPS model systematically represents the phenomenon of the blogosphere and typologises blogger publics parsimoniously. Thus, this research provides a milestone to find influential target bloggers for an organization, and guides theoretical directions for future research on blogger public segmentation.

Keyword: blog, public, situational theory, public segmentation model