

미국 및 국내 트위터 이용 현황

■ 안재민*

1. 트위터란?

트위터(twitter)는 2006년 미국의 벤처 기업인 Obvious Corp에서 개발한 무료 소셜 네트워킹 서비스이다. 사용자들은 트위터 홈페이지(www.twitter.com)에 접속해 간단한 자신의 정보를 입력한 후 계정을 만들고 140자 이내의 단문 메시지를 트위터 웹사이트에 전송하며 다른 사용자들과 공유할 수 있는 서비스이다. 또한 메시지 서비스, 이메일, 메신저 등을 통해 작성한 메시지를 트위터 웹사이트로 전송할 수 있다. 이렇게 작성된 메시지들은 사용자의 프로파일 페이지에 업데이트되며, 업데이트된 메시지는 follow, follower관계¹⁾를 형성한 다른 사용자들에게로 전달된다.

2. 미국의 트위터 이용자 분포

Pew Internet에서 발표한 <표 1> 미국의 트위터 이용자 분포를 살펴보면, 전체 온라인 이용자의 19%가 트위터를 이용하고 있다. 트위터 이용률은 남자 보다는 여자가

* 정보통신정책연구원 미래융합연구실 연구원, (02)570-4162, ajm79@kisdi.re.kr

1) 싸이월드의 일촌의 개념처럼 follow-follower관계를 형성하면 상대가 업데이트 한 메시지를 전달 받을 수 있게 된다.

약 4%가량 높았고, 인종에 따라서는 흑인이 다른 인종에 비해 7~8%정도 높게 나타났다. 연령에 따라서는 18~29세가 33%로 가장 높았고, 30~49세가 22%로 다음이었다. 학력에 따라서는 중졸과 고졸이 전문대졸이상의 학력보다 3~4% 낮기는 하였지만 큰 차이를 보이지는 않았다. 수입에 따른 이용률도 1~2%의 미미한 차이를 보였다.

<표 1> 미국의 트위터 이용자 분포

전체 성인 온라인 이용자	19%
성별	
남자	17%
여자	21%
인종	
백인	19%
흑인	26%
라틴계(Hispanic)	18%
연령	
18~29	33%
30~49	22%
50~64	9%
65 이상	4%
학력	
중졸이하	18%
고졸	17%
전문대졸	21%
대졸이상	21%
수입	
\$30,000 이하	22%
\$30,000~\$49,999	21%
\$50,000~\$74,999	20%
\$75,000 이상	20%

출처: Pew Internet(2009a)

3. 미국의 트위터 이용 현황

2009년 10월 21일 미국의 인터넷 이용에 관한 프로젝트를 진행하고 있는 Pew Internet에서 2009년 9월까지의 트위터 이용자 조사 결과를 발표하였다.

[그림 1] 미국의 트위터 이용률



자료: Pew Internet(2009a)

발표에 따르면 전체 미국 온라인 이용자의 19%가 트위터를 이용하고 있다. 이는 1년 전인 2008년 8월의 6%보다 3배 이상 증가한 수치이며, 현재 미국 내 SNS(social network service)의 40%를 점유하고 있다는 것을 의미한다.

오바마 대통령이 대선에서 트위터를 활용하여 대중들에게 메시지를 전달한 것을 시작으로 트위터는 알려지기 시작했으며, 패리스 힐튼이 휴대전화를 이용해 트위터를 하는 장면이 방송에 노출되고, 오프라 윈프리, 브리트니 스피어스 등 유명 인사들의 이용이 알려지면서 트위터에 대한 관심이 더욱 높아졌다.

지난 5월 미국 워싱턴의 한 가족이 휴가를 즐기기 위해 비행기를 예약했다가, 각각 떨어진 좌석이 배정된 것을 알고 고객 서비스 창구에 수차례 전화했지만 해결이 잘 되지 않았다. 이러한 사실을 트위터에 올렸고, 19분 만에 비행사에서 연락이 와서 문

제가 해결되었다. 트위터 홈페이지 블로그(<http://blog.twitter.com/>)에 소개된 이러한 사례는 트위터의 사회적인 영향력도 높아졌다는 것을 보여주는 예이다.

4. 한국의 트위터 이용 현황

[그림 2] 한국의 트위터 인기순위 100(10월 29일 현재)

Face	Rank	Name	Index/BA	Followers	Followings	Tweets
	1	Yuna Kim (@Yunaaaa)	100.0 0.0	44539	7	33
	2	Sora Park (@soranet)	81.5 0.0	38298	0	101
	3	lee min ho (@leeminho)	74.8 0.0	33328	0	8
	4	Yubin Kim (@WGYubin)	63.8 0.1	28301	31	153
	5	JY Park (@followjyp)	62.5 0.1	27816	18	102
	6	Sohee Ahn (@WGsohee)	59.5 0.1	20482	18	88
	7	Nichkhun Horvejkul (@2PMkhun)	58.3 0.0	25862	9	1
	8	Yenny Park (@WGYenny)	56.1 0.2	24861	53	197
	9	Mimi (@WGMimi)	52.1 0.0	23188	6	118
	10	idealpinkrose (@idealpinkrose)	51.6 52.4	22867	28282	222
	11	BoA Kwon (@BoA_USA)	48.3 0.7	21490	154	119
	12	Sun Min (@WGSun)	47.9 0.0	21345	7	81
	13	U-Know Yunho (@TVXQUNow)	46.4 0.0	20641	10	124
	14	Kim Bum (@kimsangbum)	44.3 0.0	19747	1	10
	15	이시우 (@oisoo)	42.3 0.5	18750	85	693

출처: TKI(twitter korean index) 500, <http://tki.oiko.cc/>

한국의 트위터 이용자 통계는 조사 기관에 따라 차이가 있지만 최근 순 방문자 지표²⁾를 활용한 NEWSIS의 2009년 9월의 발표 자료에 따르면 월간 트위터 방문자 수는 2009년 2월 7만 명에서 2009년 8월 101만 명으로 6개월 동안 15배 이상 크게 증가한 것으로 나타났다.

TKI 500의 한국의 트위터 인기순위 상위 100을 살펴보면 대부분이 스포츠 스타, 가수, 정치인 등 유명 인사들의 트위터가 랭크되어 있다. 김연아 선수가 지난 5월 트위터를 시작했고, 그 이후 국내 가입자들이 크게 증가하였으며 경기일정, 경기 후 감정 상태나 일상 등을 업데이트 하고 있다. 이는 4만 4천여 명의 follower에게 전달되고 있으며, 현재 국내에서 가장 인기 있는 트위터이다. 그리고 드라마 ‘꽃보다 남자’의 이민호, 보아, 원더걸스, 동방신기, 슈퍼주니어 등의 연예인들이 자신의 생활을 팬에게 알리고, 팬들의 응원 메시지를 전달 받고 있다. 또한 정치인이나 이외수와 같은 유명 작가가 트위터를 통해 자신들의 이야기를 활발하게 전달하고 있다.

SAMSUNG IMAGING, sktelecom_blog, ollehkt처럼 기업의 이미지 홍보 및 제품 관련 서비스에도 활용되고 있으며, 최근에는 언론인들의 트위터 활용도 두드러지게 나타나고 있다. 2009년 7월 16일 시작된 김주하 앵커의 트위터는 상위 30위에 랭크되어 있으며, 1만 1천여 명의 followers를 확보하고 있다. MBC 뉴스의 변화방향에 대한 의견을 모으기도 하고, ‘아이 찾기 운동’이나 ‘릴레이 칭찬’ 등의 캠페인을 진행하기도 한다.

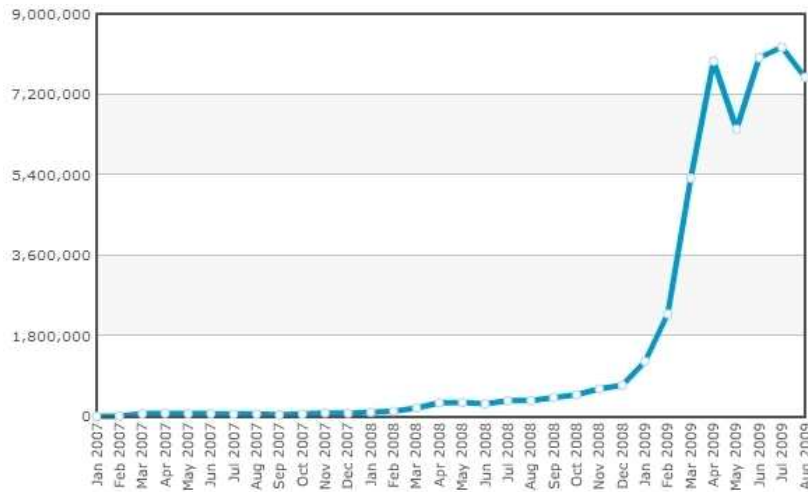
한국기자클럽의 8월 20일 기사 ‘기자들, 트위터 세상으로 뛰어들다’에 따르면 CBS 민경중 국장은 CBS의 단독 보도를 트위터에 단문 형태로 먼저 올리거나 조회 수가 높은 기사를 함께 연동시켜 기사의 노출 빈도를 높이고 있고, 일반 독자들은 시간이 걸려 알 수 있는 정보를 먼저 올려줌으로써 네트워크를 확대하고 있다고 한다. 또한 경남도민일보 김주완 기자나 오마이뉴스 오연호 대표기자, SBS취재파일도 일반 독자나 전문직 종사자들이 관심을 가질 만한 블로그 기사나 홈페이지 기사를 연동시키고, 개인적인 의견을 첨가해 독자들과 소통하는 방식으로 트위터를 사용하고 있다고 한다.

2) 중복 방문자를 제외하고, 특정 기간(월간/주간) 동안에 한 번이라도 사이트를 방문한 사용자의 수치

이처럼 우리나라에서도 트위터는 개인의 일상 공유, 개인 마케팅, 기업의 이미지 홍보, 취재 등 다양한 형태로 그 이용 폭을 넓혀가고 있다.

5. 결 어

[그림 3] 월간 트위터 신규 가입자 수



출처: Robert J. Moore(2009)

최근 트위터에 [그림 3]에서 볼 수 있듯이 월 700만 명 이상의 신규 가입자가 생겨나고 있다. Robert J. Moore(2009)의 발표에 따르면 현재 트위터의 누적 가입자 수는 5천만 명이 넘는다. 이러한 급속한 확산의 원인에는 여러 가지가 있겠지만 이용의 편의성을 우선으로 꼽을 수 있다. <표 1>의 미국의 트위터 이용자 분포를 살펴보면 학력과 수입에 따른 이용률은 큰 차이를 보이지 않는 것을 알 수 있다.

트위터는 무료서비스이며 홈페이지에 배경음악을 삽입하거나, 배경화면을 장식하는 등의 노력을 할 필요가 없다. 또한 사용법 또한 매우 단순하여 전문지식을 요하는 것도 아니며, 이용에 익숙해지기 위해 오랜 시간을 투자할 필요도 없다. 자신이 업데이트한 글은 다른 followers에게 자동으로 전달되며, 그들이 업데이트한 글을 보기 위해

그들의 홈페이지를 찾아가는 수고도 필요 없다. 또한 언제 어디서나 자신의 휴대폰을 통해 메시지를 전송할 수 있고, 업데이트 된 메시지들을 확인할 수 있다. 가입 및 이용은 모두 무료로 이루어지며, 일반적으로 웹서비스 가입 시 필수 항목으로 지정되어 있는 주민등록번호나 주소, 전화번호 등을 입력할 필요도 없다. 가입 및 이용 모두가 매우 쉽고, 간편하다. 이러한 특성으로 인해 트위터 이용은 학력과 수입에 영향을 받지 않으며, 매우 빠른 속도로 확산될 수 있는 것이다.

개인마케팅이 필요한 연예인, 스포츠스타, 정치인에서부터 고객관리와 홍보를 목적으로 하는 기업 그리고 취재와 보도를 하는 언론인까지 사회 전반의 다양한 분야에서 트위터 이용이 확산되고 있다. 정보화 사회가 도래하면서 사람들은 더욱 간편하고, 빠른 서비스를 찾는 경향이 강해졌고, 또한 그러한 서비스로 이동하는 기회비용 또한 크게 줄어들었다. 정부차원에서도 트위터를 활용하여 전자정부시스템의 공지사항이나 민원서비스 처리 결과 등을 실시간으로 전달하여 변화하는 국민들의 매체 이용환경에 빠르게 대응한다면 기존의 전자정부서비스의 이용률도 더욱 높일 수 있을 것으로 기대한다.

참고자료

- 한국기자협회(2009), “기자들, 트위터 세상으로 뛰어들다”, 2009. 8. 20.
- Pew Internet(2009a), “Pew Internet & American Life Project Survey 2008~2009”.
 _____(2009b), “Twitter and Status Updating, Fall 2009”.
- Robert J. Moore(2009), “Twitter Data Analysis: An Investor’s Perspective”.
 (<http://www.techcrunch.com/2009/10/05/twitter-data-analysis-an-investors-perspective>)
- TKI(<http://tki.oiko.cc/>)
- 《NEWSIS》(2009. 9. 9), “순 방문자 지표를 활용한 월간 트위터 방문자 수”