

SNS 이용동기가 대학생의 대인관계에 미치는 영향: 온라인 및 오프라인 사회적자본의 매개효과

The Influences from SNS-Usage Motivation on Interpersonal Relationships among University Students:

Mediating Effect of Online and Offline Social Capital

한남식¹(Nam-Sik Han) <https://orcid.org/0000-0002-9981-9571> 어성연^{2*}(Seongyeon Auh) <https://orcid.org/0000-0002-6943-710X>

¹Department of Child and Youth Studies, Chung-Ang University, Ph.D. Candidate

²Department of Early Childhood Education, Chung-Ang University, Professor

<Abstract>

The influences from SNS-usage motivation on interpersonal relationships among university students, and the mediating effect of online and offline social capital were investigated. The survey was conducted from October 29, 2019 to January 10, 2020 by giving a self-reporting questionnaire to university students in Seoul in a random sampling manner. The data set was collected from 76 offline and 312 online survey questionnaires. Of these, 384 cases were used for the final data analysis for this study, excluding 4 cases which were invalid since they did not use SNS. For the analysis of research data, reliability analysis, descriptive statistics, correlation analysis, confirmatory factor analysis, the structural equation model, and path analysis were used and mediating effects were tested by using SPSS 27 and AMOS 27. Among the motivations for SNS usage, the motivation to build interpersonal relationships and the motivation to report self-status directly and indirectly influenced interpersonal relationships but the motivation to gain information and the motivation to watch entertainment did not directly or indirectly influence the interpersonal relationships. Online bonding social capital and offline bridging social capital had a partial mediating effect between the motivation to build interpersonal relationships and interpersonal relationships, and offline bridging social capital had a partial mediating effect between the motivation to report self-status and build interpersonal relationships.

▲주제어(Keywords): SNS 이용동기(SNS usage motivation), 대인관계(interpersonal relationships), 온라인 및 오프라인 사회적 자본(online and offline social capital)

I. 서론

최근 대학가 포털사이트에 ‘인싸가 되는 방법 알려주세요’, ‘아싸에서 벗어나고 싶어요’라는 글이 무수히 올라오

고 인터넷상에 ‘인싸’와 ‘아싸’를 테스트하는 문항이 올려 있을 정도로(이하영, 2020) 대학생들 사이에서 ‘인싸’와 ‘아싸’는 중요한 관심사가 되고 있다. ‘인싸’란 자신이 속하는 무리의 사람들과 두루 잘 지내면서 소속된 집단의

• 본 논문은 가정과삶의질학회 2020 추계학술대회 포스터 논문을 수정·보완한 것입니다.

* Corresponding Author: Seongyeon Auh, Department of Early Childhood Education, Chung-Ang University, 84 Heukseok-ro, Dongjak-gu, Seoul 06974, Rep. of Korea. Tel: +82-2-820-5160, E-mail: sauh@cau.ac.kr

[Received] April 12, 2021; [Revised] August 28, 2021; [Accepted] September 17, 2021

행사나 소모임 등에 적극적으로 참여하며 인맥이 많은 사람을 의미하는데 반하여(나무위키 인싸, 2021) ‘아싸’는 아웃사이드의 줄임말로 무리에 어울리지 못하고 혼자 지내는 사람들을 의미한다(나무위키 아싸, 2021). ‘인싸’ 중 SNS 구독자 수와 회원 수가 많아서 영향력이 커진 유명 인플루언서는 기업 등의 마케팅을 위해 섭외의 대상이 되기도 하지만(생각의 힘, 2021) 이에 비하여 ‘아싸’인 대학생들은 친구가 없기 때문에 대학 생활을 하는 동안 여러 가지 면에서 어려움을 겪기도 한다. ‘아싸’들은 그룹에 끼지 못하기 때문에 ‘팀플(조별과제)’이 있는 과목의 수강신청을 기피하기도 하며, ‘인싸’들이 선배들이 주는 족보(시험의 기출문제)를 통해 쉽게 공부하는데 비하여 ‘아싸’들은 물어볼 친구가 없어서 혼자서 고군분투해야 하는 경우가 많다(공부를 싫어하는 대학생의 일상 블로그, 2019). ‘아싸’들은 같이 밥 먹을 친구가 없어서 혼자서 밥을 먹는 경우가 많고, ‘자발적인 아싸’나 ‘비자발적인 아싸’ 모두 외로움을 느낀다고 한다(공부를 싫어하는 대학생의 일상 블로그, 2019). 대학에서 밥을 같이 먹을 친구가 없어서 화장실 등에서 혼자 밥을 먹는 사진이 SNS에 올려져서 화제가 된 적이 있었는데(이하영, 2020), ‘아싸’들이 화장실에서 혼자 밥을 먹으면서도 이러한 사진을 SNS에 올리는 것은 다른 사람들과 소통하고 관계를 맺고자 하는 욕구가 있다는 것을 의미한다. ‘아싸’들은 오프라인상의 친구가 거의 없기 때문에 자신의 고민이나 감정을 SNS에 올리며 온라인상의 친구들과 소통하며 대인관계를 유지하기도 한다(김경준, 박혜리, 강병조, 현민지, 2014).

대학생이 되면 부모와 가까운 또래 친구들과로 구성되었던 중·고등학교 시절의 좁은 인간관계에서 벗어나 더 넓은 세계를 경험하게 되고 다양한 사람들과 상호작용 하면서 대학 생활에 적응하면서 자신의 진로를 개척하게 된다. 대인관계가 좋은 대학생은 대학 생활에 잘 적응하지만(박효진, 변은경, 양현주, 2019; 송진열, 2017; 심선숙, 방미란, 2016; 윤경희, 박신영, 2018) 대인관계가 힘든 대학생은 대인관계에서 오는 스트레스로 인해 우울이나(이지은, 하은혜, 2020) 불안을 겪기도 하며(이서정, 2018), 대인관계를 힘들어하고 부정적인 대인관계 경험이 많은 대학생일수록 인터넷중독이나(이정숙, 2012; 황혜리, 류수정, 2015) 스마트폰 중독에(백선미, 손귀옥, 박유미, 2019) 빠지기 쉽다. ‘아싸’들 중에는 진로준비를 위해 소신을 갖고 ‘자발적인 아싸’가 되는 사람들도 더러 있기는 하지만(공부를 싫어하는 대학생의 일상 블로그, 2019), 대인관계가 원활하지 못한 대학생은 진로 의사결정에 어려움을 겪

게 되고 이것이 진로 발달에도 부정적인 영향을 주는데 비하여(정솔피, 선혜연, 2017) 대인관계 능력이 좋은 대학생은 진로정체감이 높았고(윤은영, 이지연, 2016) 진로준비를 위한 행동을 더 많이 하였다(이연실, 김한이, 2019). 이처럼 대학생의 대인관계는 학교생활뿐 아니라 진로나 취업 준비에도 많은 영향을 주고 있다(이연실, 김한이, 2019). 문선모(1980)는 Schlein(1971)과 Guerny(1977)의 연구를 바탕으로 대인관계를 이루는 7가지 구성요소로 만족감, 의사소통, 신뢰감, 친근감, 민감성, 개방성, 이해성을 제시하였는데(문선모, 1980; 이준형, 2014 재인용) ‘만족감’이란 대인관계에서의 적절성과 원만함을 의미하며 ‘의사소통’은 자신이 생각하는 것을 능동적으로 전달하고 다른 사람의 의견을 수용하는 능력을, ‘신뢰감’은 타인을 믿는 심리적 경향을 의미한다. ‘친근감’은 타인에 대해 친밀감을 나타내는 것을 의미하며, ‘민감성’은 대인관계에서의 예민함을, ‘개방성’은 자신의 내면이나 행동을 상대방에게 솔직하게 드러내는 것을, ‘이해성’은 대인관계에서 서로가 요구하는 것을 정확히 판단할 수 있는 능력을 의미한다(문선모, 1980; 이준형, 2014 재인용). ‘인싸’와 ‘아싸’는 대인관계 기술이나 능력 면에서도 차이가 있었는데(비주얼다이브, 2021), 대화의 흐름을 잘 포착하고 대화할 때 상대방을 배려하면서 관계유지를 위해 노력하면서 대화를 유쾌하게 잘 이끌어가는 ‘인싸’들에 비하여 ‘아싸’들은 대화의 흐름을 잘 파악하지 못하고 단순히 있는 그대로의 사실에만 집착하고 분위기 파악을 잘 하지 못하며, 대화 중 자신을 과시하려 하거나 다른 사람을 배려하지 못하는 발언을 하여 상대방의 기분을 망치기도 한다(비주얼다이브, 2021).

우리나라 대학생의 95.2%가 SNS를 사용하고 있으며(통계청, 2021) 대학생의 81.4%가 커뮤니티를 위해 SNS를 이용하고 있으므로(통계청, 2012) SNS는 우리나라 대학생의 중요한 대인접촉 매개체라고도 할 수 있을 것이다. SNS는 친구나 동료들과의 인간관계를 더욱 강화시키거나 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수 있도록 하며(홍구표, 전해성, 2017) 다양한 사회적 상황에서 대인관계를 통한 상호작용을 활성화시켜 주는 기능이 있으며(홍신영, 2015) SNS를 통한 자기표현은 대인관계 변화에 긍정적인 영향을 준다(한상연 등, 2013).

SNS는 인맥관리의 목적으로 사용되기도 하는데(남지원, 2017), Park, Kee & Valenzuela(2009)는 SNS 이용동기를 대인관계추구, 정보추구, 자기지위추구, 오락추구이용동기의 4가지로 분류하였다. ‘대인관계추구 이용동기’는

타인과 관계 맺고 관계를 유지하며 공동체에 소속되기 위해서 SNS를 이용하는 것을 의미하며 ‘정보추구 이용동기’는 자신에게 필요한 유용한 정보를 얻기 위해서 SNS를 이용하는 것, ‘자기지위추구 이용동기’는 자신의 이미지를 다른 사람에게 보여주고 자신의 사회적 이미지를 관리하기 위한 목적으로 SNS를 이용하는 것을 의미하며 ‘오락추구 이용동기’는 기분전환이나 즐거움, 흥미를 위해 SNS를 이용하는 것을 의미한다. 그 밖에도 SNS 이용동기는 연구자들에 따라서 다양하게 구분되고 있었는데 자기표현 이용동기(박진우, 김덕중, 2014; 홍인표, 2020)나 현실회피 이용동기(김유정, 2011; 김진욱, 2018) 등이 포함되기도 한다.

SNS 이용동기는 대인관계나(김진욱, 2018; 심현화, 이지연, 양주희, 2016) 학교생활 적응(이병찬, 장영혜, 2017; 함소연, 엄태성, 강원석, 2018), 주관적 안녕감(홍인표, 2020) 등에 영향을 주고 있었다.

SNS를 오락적인 목적으로 이용하는 것은 중학생의 학교생활에 부정적으로 작용한 반면(함소연 등, 2018) 다른 사람과 소통하고 관계를 맺기 위해서 또는 정보를 얻기 위해서 SNS를 이용하는 것은 중학생의 학교생활 적응에 긍정적으로 작용하였고(이병찬, 장영혜, 2017), 다른 사람과 관계를 맺기 위해서 또는 정보를 얻거나 자기 지위를 얻기 위해서 SNS를 이용하는 것은 고등학생의 또래 관계에 긍정적인 영향을 주었다(홍경희, 2019). 김진욱(2018)은 만나기 어려운 사람들과 소통하거나 다양한 사람들과의 만남을 위해 SNS를 이용하는 것, 다른 사람과의 정보교류 또는 자기표현을 위해 SNS를 이용하는 것은 대학생의 실제 대인관계에 긍정적으로 작용하지만 현실을 회피하거나 단순히 정보를 얻기 위해서 또는 유명인을 만나기 위한 목적으로 SNS를 이용하는 것은 대학생의 대인관계에 영향을 주지 못한다고 하였다. SNS 이용동기 중 대학생의 대인관계에 가장 큰 영향을 미치는 것은 대인관계 추구 이용동기라고 하였는데(김진욱, 2018) 이와 같은 결과는 중국인을 대상으로 한 연구결과와도 유사하여(장청우, 2016), 중국인의 온라인 대인관계에 가장 큰 영향을 미치는 것은 관계 맺기 이용동기 이었다. SNS 이용동기는 대학생의 대인관계 만족도에도 영향을 주고 있었는데 오락이나 여가를 위한 목적으로 SNS를 이용하는 것보다는 정보수집을 위해 SNS를 이용하는 경우에 대학생의 대인관계 만족도가 더 높았다(김소연, 박미지, 박부경, 2018). SNS 이용동기는 사회적자본을 매개로 하여 대학생의 주관적 안녕감에도 직접 또는 간접적으로 영향을 주었다(홍인표, 2020).

사회적자본은 사람들과의 상호작용과 같은 사회적 관

계를 통해 다른 사람에게 자원을 제공하는 것을 의미한다(Coleman, 1988; Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007 재인용). Putnam(2000)은 사회적자본을 연결형 사회적자본(bridging social capital)과 결속형 사회적자본(bonding social capital)으로 구분하였는데 연결형 사회적자본은 포괄적인 사회적자본으로서 사회적 배경이 서로 다른 개인이 소셜네트워크로 연결될 때 발생하는 것으로, 세계관이나 사회적 지평을 넓히고 새로운 정보나 자원을 얻을 수 있는 기회를 제공할 수 있지만 관계가 그리 깊지 않고 감정적인 지원을 거의 제공하지 못한다는 단점이 있다. 이에 비하여 결속형 사회적자본은 가족이나 친한 친구와 같이 관계가 서로 강하게 결속되어 있으며, 도움이 필요할 경우 정서적지원과 함께 실질적인 지원을 제공할 수 있지만 연결형 사회적자본과는 달리 구성원의 사회적 배경이 다양하지 않으며 외부집단에 대해 배타적인 경향이 있다(Putnam, 2000; Williams, 2006).

SNS는 사회적자본 형성을 위한 네트워크 형성 및 유지 발전을 위해 매우 효율적인 커뮤니케이션 수단으로서, SNS를 통해서 사회적 유대감이 강화될 수 있고(노미진, 장성희, 2016) SNS를 통해 오프라인에서는 불가능한 다양한 세대와 지역, 계층을 포괄하는 온라인 커뮤니티를 생성할 수 있으므로 SNS는 사회적자본을 강화시킬 수 있다(하승태, 2017). SNS 이용동기가 사회적자본의 형성에 미치는 영향에 관한 연구결과는 연구자들에 따라 다소 차이가 있었지만(박진우, 김덕중, 2014; 오은혜, 이정화, 이정애, 2019; 이창호, 정낙원, 2014) 다른 사람과 소통하고 관계를 맺기 위해 SNS를 이용하는 것, 정보를 얻기 위해서 SNS를 이용하는 것은 연결형 사회적자본 형성 및 결속형 사회적자본 형성에 긍정적인 영향을 주었다. 오락추구 이용동기가 사회적자본에 미치는 영향에 관한 기존연구에서, 오락적인 목적으로 SNS를 이용하는 것이 연결형 및 결속형 사회적자본에 모두 긍정적인 영향을 준다는 연구결과도 있지만(오은혜 등, 2019; 이창호, 정낙원, 2014) 일부 연구에서는(임재원, 2015) 오락추구 이용동기가 연결형 사회적자본 형성에는 긍정적인 영향을 주지만 결속형 사회적자본 형성에는 영향을 미치지 못한다고 하였다. 홍인표(2020)는 사회적자본을 좀 더 세분화하여 SNS 이용동기가 온라인과 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본 형성에 미치는 영향에 대해 연구하였는데, 다른 사람과 소통하고 관계를 맺기 위해 SNS를 이용하는 것이 온라인의 연결형 및 결속형 사회적자본 형성에는 긍정적인 영향을 주지만 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본

형성에는 오히려 부정적인 영향을 준다고 하였다. 그리고 자신을 표현하기 위해 SNS를 이용하는 것은 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본 형성 그리고 온라인 연결 사회적자본 형성에 긍정적인 영향을 준다고 하였으며 정보탐색을 위한 목적으로 SNS를 이용하는 것은 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본 형성에 긍정적인 영향을 준다고 하였다.

SNS 사용의 증가로 인해 정치 사회적 배경이 다른 다양한 사회구성원들이 상호작용하며 새로운 관계를 형성하면서(Ellison, Heino, & Gibbs, 2006; Kavanaugh, Carroll, Rosson, Zin, & Reese, 2005) 형성된 사회적 네트워크는 애정적인 유대를 가져오며, 정서적지지와 같은 긍정적 결과를 갖게 된다(Williams, 2006). 사회적지지는 대인관계에 긍정적인 영향을 주고 있었는데(강현욱, 2013; 한나라, 2013) 사회적지지를 높게 지각하고 있는 대학생일수록 대인관계 유능성이 높았고(김희진, 주은진, 2018; 조영주, 2014) 사회적지지는 대인관계 건강에도 긍정적인 영향을 주었다(백초롱, 2012). 사회적자본은 사람들과의 관계를 통해 형성되는 자원으로(Coleman, 1988; Ellison, Steinfield, & Lampe, 2007 재인용), SNS를 통한 만남으로 친구 수가 많아지고 교류빈도가 증가할수록 대인관계에서의 친밀성이 커지고 관계를 지속하고 싶은 마음이 증가한다고 하였고(박수호, 2012) 동아리 활동과 같은 다양한 사회적 활동 경험을 통해서 대인관계 능력이 향상된다고 하였으므로(임은미, 김은주, 2011) 온라인이나 오프라인의 다양한 사회적 관계를 통해 형성된 사회적자본은 대학생의 대인관계에도 영향을 줄 것으로 생각된다.

지금까지 이루어진 사회적자본과 대인관계에 관한 연구는 주로 가족지나 친구지지와 같은(홍구표, 전해성, 2017) 결속형 사회적자본에 관한 연구가 대부분이었고 온라인과 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본과 같이 사회적자본을 세분하여 실시된 연구는 그리 많지 않았다. 또한 SNS 이용동기와 사회적자본에 관한 연구에서도 대부분의 경우, 사회적자본을 통합하거나 사회적자본을 연결형 또는 결속형으로 구분하여 연구한 것이 대부분이었고 사회적자본을 온라인과 오프라인의 연결형과 결속형 사회적자본으로 세분하여 관계를 살펴본 연구는 그리 많지 않았다. 기존 연구에 의하면 대학생들이 SNS를 많이 사용하고 있음에도 불구하고 대학생의 사회적자본 중 온라인 사회적자본보다는 오프라인 사회적자본이 차지하고 있는 비중이 더 컸다(김구, 2010; 박미석, 장진경, 손서희, 2017). 그리고 SNS를 통해 관계 맺고 있는 대학생의 인맥

중 반 이상은 온라인상에서만 만남을 갖고 오프라인에서는 만남을 갖지 않는다고 하였는데(홍구표, 전해성, 2017), 오프라인에서의 만남 없이 SNS를 통한 온라인상에서만 대인관계를 맺고 인맥을 형성하는 것은 대인관계에 부정적인 영향을 줄 수 있다고 하였다(홍구표, 전해성, 2017). 따라서 SNS 이용동기가 대학생의 대인관계에 미치는 영향을 살펴볼과 동시에 이 과정에서 온라인 및 오프라인의 연결형 사회적자본과 결속형 사회적자본이 어떠한 매개 작용을 하고 있는지 살펴보는 것은 SNS를 많이 사용하고 있는 대학생들의 대인관계 향상을 위한 자료로서 의미가 있으리라 생각한다.

이에 따라 본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

- 연구문제 1: SNS 이용동기는 대학생의 대인관계에 어떠한 영향을 주는가?
- 연구문제 2: 온라인 연결 사회적자본은 SNS 이용동기와 대학생의 대인관계에 사이에서 완전매개 또는 부분매개 작용을 하는가?
- 연구문제 3: 온라인 결속 사회적자본은 SNS 이용동기와 대학생의 대인관계에 사이에서 완전매개 또는 부분매개 작용을 하는가?
- 연구문제 4: 오프라인 연결 사회적자본은 SNS 이용동기와 대학생의 대인관계에 사이에서 완전매개 또는 부분매개 작용을 하는가?
- 연구문제 5: 오프라인 결속 사회적자본은 SNS 이용동기와 대학생의 대인관계에 사이에서 완전매개 또는 부분매개 작용을 하는가?

II. 연구 방법

1. 연구대상 및 연구 절차

본 연구의 대상은 대학생으로, 2019년 10월 24일부터 10월 25일까지 서울지역 30명의 대학생을 대상으로 예비 조사를 실시한 후 2019년 10월 29일부터 2020년 1월 10일까지 서울과 수도권 지역의 대학생을 중심으로 임의표집 방식으로 자료를 수집하였다. 자료수집은 자기보고식 설문조사 형식으로 이루어졌으며 오프라인 76부, 온라인 312부의 설문 자료를 회수하였다. 회수된 설문 자료 중 SNS 이용 종류를 0으로 응답한 4명의 자료를 제외한 384명의 자료를 분석에 사용하였다. 연구대상자들의 일반적인 특징이 <표 1>에 제시되었다. 384명의 응답자 중 남학생은

표 1. 연구대상의 일반적인 특징

(N=384)

| | 성별 | | 학년 | | SNS 이용시간/일 | | 사용하는 SNS 가짓수 | |
|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|------------|----------|--------------|-----------|
| | 빈도 (%) | 남학생 | 147(38.3) | 1학년 | 90(23.4) | 1시간 이하 | 93(24.2) | 1가지 |
| 2학년 | | | | 96(25.0) | 1시간 초과~2시간 | 86(22.4) | 2가지 | 138(35.9) |
| 3학년 | | | | 72(18.8) | 2시간 초과~3시간 | 86(22.4) | 3가지 | 116(30.2) |
| 여학생 | | 237(61.7) | 4학년 | 125(32.6) | 3시간 초과~4시간 | 36(9.4) | 4가지 | 49(12.8) |
| | | | 기타 | 1(0.3) | 4시간 초과~5시간 | 30(7.8) | 5가지 이상 | 20(5.2) |
| | | | | | 5시간 초과 | 53(13.8) | | |
| 평균 | | | | 3.32시간 | | 2.63가지 | | |

147명, 여학생은 237명이었으며 학년별로는 1학년 90명, 2학년 96명, 3학년 72명, 4학년 125명, 기타 1명이었고 연구 참여자들의 일 평균 SNS 이용시간은 3.32시간이었으며 사용하고 있는 SNS 가짓수는 평균 2.63가지이었다.

2. 연구 도구

1) SNS 이용동기

SNS 이용동기는 이정화(2019)가 이용한 척도를 사용했다. SNS를 어떤 목적을 위해 자주 사용하는지 응답하도록 되어있는 5점 Likert 자기보고식 척도로 총 17문항으로 구성되었으며, 점수가 높을수록 SNS 이용동기가 높음을 의미한다. 본 연구에서의 내적합치도(Cronbach's α)는 .84이었고 하위요인별 내적합치도는 대인관계추구 이용동기 .83, 정보추구 이용동기 .85, 자기지위추구 이용동기 .89, 오락추구 이용동기 .74로 나타났다.

대인관계추구 이용동기는 '다른 사람과 어울리기 위해', '내가 관심 있는 사람들과 관계를 맺기 위해' SNS를 사용하는 것 등으로 구성되었으며, 정보추구 이용동기는 '새로운 아이디어, 정보, 콘텐츠를 얻기 위해', '사회문제에 관한 다양한 해석과 설명을 접할 수 있기때문에' SNS를 사용하는 것 등으로 구성되었으며 자기지위추구 이용동기는 'SNS 활동을 통해 나의 존재감을 부각시킬 수 있기때문에', '멋있게 보이니까' 등으로 구성되었고 오락추구 이용동기는 '시간을 보내기 위해서', '오락적 목적으로' SNS를 이용하는 것 등의 문항으로 구성되었다.

2) 사회적자본 척도

사회적자본 척도는 Williams(2006)가 개발한 20문항의 척도를 최지은과 이두희(2013)가 수정한 것을 사용하였다. 결속형 사회적자본 5문항, 연결형 사회적자본 5문항으로 구성된 7점 Likert 척도로 구성되었으며 이것을 온라인

인 사회적자본 10문항과 오프라인 사회적자본 10문항으로 구분하여 사용하였다. 점수가 높을수록 사회적자본이 많은 것을 의미하며 온라인 연결 사회적자본의 내적합치도(Cronbach's α)는 .82, 온라인 결속 사회적자본의 내적합치도(Cronbach's α)는 .95이었고 오프라인 연결 사회적자본의 내적합치도(Cronbach's α)는 .85, 오프라인 결속 사회적자본의 내적합치도(Cronbach's α)는 .97이었으며 총 사회적자본의 내적합치도(Cronbach's α)는 .90이었다. 연결형 사회적자본은 SNS 또는 오프라인을 통해 사람들과 소통하는 것은 '나에게 새로운 것을 시도하고 싶게 만든다', '나와 다르게 생각하는 사람들에 대해 관심을 갖게 만든다', '내가 더 큰 공동체의 일부임을 느끼게 만든다' 등의 문항으로 구성되었으며, 결속형 사회적자본은 SNS 또는 오프라인을 통해 소통하는 사람들 중 '나의 개인적인 문제에 관해 편안하게 이야기할 수 있는 사람들이 있다', '내 문제를 해결하는데 도움을 줄 수 있는 사람들이 있다' 등의 문항으로 구성되어 있다.

3) 대인관계 척도

대인관계 척도는 Guerney(1977)이 개발한 관계 변화 척도를 문선모(1980)가 변안한 것으로(이준형, 2014 재인용) 만족감, 의사소통, 신뢰감, 친근성, 민감성, 개방성, 이해성의 7가지 하부요인으로 구성된 5점 Likert 척도로 총 25문항으로 구성되었다. 신뢰도 향상을 위해 본 연구에서는 25문항을 요인분석한 결과 자신감, 공감력, 만족감, 이해도, 긍정성의 5개의 하부요인으로 구분하였으며 하부요인 각각의 신뢰도는 .91, .82, .79, .80, .60이었고 대인관계 척도 전체의 내적합치도는 .90이었다.

자신감은 대인관계에서의 자신감을 의미하며 '다른 사람과 나의 관계는 원만하다', '나는 다른 사람과 대화를 잘 한다', '나는 개인적인 관심사를 다른 사람과 잘 이야기한다' 등의 문항으로 구성되어 있다. 공감력은 대인관계에

서 친근감과 긍정적인 감정을 느끼는 것을 의미하는데 ‘다른 사람에 대한 나의 감수성은 예민한 편이다’, ‘나는 다른 사람의 느낌을 잘 공감하는 편이다’, ‘나는 다른 사람을 잘 믿는 편이다’ 등으로 구성되어 있다. 만족감은 자신과 타인에 대해 만족감을 느끼는 것을 의미하는데 ‘나는 인간으로서 나 자신에 대하여 만족한다’, ‘사람들은 대체로 자기 자신에 대해 만족할 것이다’, ‘다른 사람은 나를 만족스러운 사람이라고 생각할 것이다’ 등으로 구성되어 있다. 이해도는 대인관계에서 자신이나 타인의 감정이나 욕구를 잘 이해하는 것을 의미하는데 ‘나는 다른 사람의 욕구나 바라는 것을 잘 깨닫는 편이다’, ‘나는 다른 사람의 감정을 잘 이해한다’ 등으로 구성되어 있다. 긍정성은 대인관계에서의 긍정적인 느낌을 의미하는데 ‘다른 사람이나에 대하여 긍정적인 느낌을 표현할 때 그것을 건설적으로 받아들인다’, ‘다른 사람에 대한 부정적인 느낌을 좋은 쪽으로 표현한다’ 등으로 구성되어 있다.

3. 자료분석

연구가설을 입증하기 위해 SPSS 27 및 AMOS 27 통계 프로그램을 사용하였다. 신뢰도분석, 기술통계, 상관관계 분석, 구조방정식모형을 활용한 확인적 요인분석, 경로분석, 매개효과 및 다중매개효과 분석이 사용되었다.

III. 연구 결과

1. 기술통계 및 상관관계

본 연구의 분석을 위해서 SNS 이용동기와 대인관계 척도가 잠재변수로 사용되었으며 주요 측정변수로 온라인 연결 사회적자본, 온라인 결속 사회적자본, 오프라인 연결 사회적자본, 오프라인 결속 사회적자본이 사용되었다. 본 연구를 위한 주요 측정변수들의 평균, 표준편차, 왜도, 첨도 및 상관관계가 <표 2>에 제시되어 있다. 모든 변수들은 왜도가 2보다 작고 첨도도 3보다 작으므로 West, Finch, & Curran(1995)이 제시한 정규분포 기준에 부합하므로(히든 그레이스논문통계팀, 2019 재인용) 연구에 사용된 모든 변수는 정규분포 가정을 충족시킨다고 볼 수 있다.

대인관계(전체)는 대인관계추구 이용동기($r=.324, p<.01$), 정보추구 이용동기($r=.112, p<.05$), 자기지위추구 이용동기($r=.269, p<.01$), 오락추구 이용동기($r=.141, p<.01$), 온라인 연결 사회적자본($r=.293, p<.01$), 온라인 결속 사회적자

본($r=.283, p<.01$), 오프라인 연결 사회적자본($r=.460, p<.01$), 오프라인 결속 사회적자본($r=.370, p<.01$)과 정적으로 유의한 상관관계를 나타냈다.

온라인 연결 사회적자본은 대인관계추구 이용동기($r=.485, p<.01$), 정보추구 이용동기($r=.316, p<.01$), 자기지위추구 이용동기($r=.328, p<.01$) 오락추구 이용동기($r=.341, p<.01$)와 정적으로 유의미한 상관관계를 나타냈다. 온라인 결속 사회적자본은 대인관계추구 이용동기($r=.371, p<.01$), 자기지위추구 이용동기($r=.232, p<.01$), 오락추구 이용동기($r=.195, p<.01$)와 유의한 정적 상관관계를 보였으나 정보추구 이용동기와는 유의미한 상관관계를 나타내지 않았다. 오프라인 연결 사회적자본은 대인관계추구 이용동기($r=.220, p<.01$), 정보추구 이용동기($r=.181, p<.01$), 자기지위추구 이용동기($r=.237, p<.01$), 오락추구 이용동기($r=.105, p<.05$)와 유의미한 정적 상관관계를 나타냈다. 오프라인 결속 사회적자본은 대인관계추구 이용동기($r=.150, p<.01$), 정보추구 이용동기($r=.136, p<.01$), 오락추구 이용동기($r=.172, p<.01$)와 유의미한 정적 상관관계를 나타냈으나 자기지위추구 이용동기와는 유의미한 상관관계를 나타내지 않았다.

연구대상 대학생들의 사회적자본 평균값을 비교해본 결과 1부터 7까지의 리커트 척도 중 오프라인 결속 사회적자본 평균이 5.71, 오프라인 연결 사회적자본 4.85, 온라인 결속 사회적자본 4.04, 온라인 연결 사회적자본 4.20으로 나타나서 온라인 사회적자본보다는 오프라인 사회적자본의 비중이 더 컸다. SNS 이용동기의 평균값을 비교해본 결과, 1부터 5까지의 리커트 척도 중 대인관계추구 이용동기의 평균은 3.51, 정보추구 이용동기의 평균은 3.68, 자기지위추구 이용동기의 평균은 2.41, 오락추구 이용동기의 평균 3.68으로 나타나서 연구대상 대학생들은 정보를 얻거나 즐거움을 얻기 위한 목적으로 SNS를 사용하는 경우가 많았으며 자기지위추구를 위한 이용동기가 가장 낮게 나타났다.

2. 구조모형 분석

SNS 이용동기가 대인관계에 미치는 영향과 이 과정에서 온라인 및 오프라인 사회적자본의 매개효과와 관련된 연구문제를 검증하기 위한 연구모형은 <그림 1>과 같다.

1) 측정모형 검증을 위한 확인적 요인분석

연구를 위한 구조방정식 모형의 분석을 통한 변수 간

표 2. 측정변수들의 상관관계, 평균, 표준편차, 왜도 및 첨도

(N=384)

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
|------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|-------|
| 1 | 1 | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | .925** | 1 | | | | | | | | | | | | |
| 3 | .793** | .610** | 1 | | | | | | | | | | | |
| 4 | .749** | .628** | .462** | 1 | | | | | | | | | | |
| 5 | .758** | .656** | .521** | .495** | 1 | | | | | | | | | |
| 6 | .688** | .567** | .472** | .450** | .457** | 1 | | | | | | | | |
| 7 | .324** | .280** | .306** | .277** | .175** | .218** | 1 | | | | | | | |
| 8 | .112* | .032 | .165** | .102* | .131** | .075 | .159** | 1 | | | | | | |
| 9 | .269** | .248** | .215** | .205** | .163** | .221** | .403** | .013 | 1 | | | | | |
| 10 | .141** | 0.076 | .158** | .166** | .106* | .091 | .304** | .276** | .245** | 1 | | | | |
| 11 | .293** | .241** | .225** | .296** | .185** | .242** | .485** | .316** | .328** | .341** | 1 | | | |
| 12 | .283** | .244** | .277** | .217** | .160** | .198** | .371** | .049 | .232** | .195** | .441** | 1 | | |
| 13 | .460** | .431** | .338** | .347** | .326** | .374** | .220** | .181** | .237** | .105* | .389** | .170** | 1 | |
| 14 | .370** | .365** | .320** | .196** | .271** | .250** | .150** | .136** | .092 | .172** | .178** | .190** | .566** | 1 |
| 평균 | 3.66 | 3.68 | 3.79 | 3.54 | 3.76 | 3.43 | 3.51 | 3.68 | 2.41 | 3.68 | 4.20 | 4.04 | 4.85 | 5.71 |
| 표준편차 | .56 | .70 | .66 | .69 | .73 | .67 | .79 | .80 | 1.02 | .80 | 1.17 | 1.71 | 1.14 | 1.37 |
| 왜도 | -.14 | -.32 | -.48 | -.20 | -.40 | .04 | -.48 | -.55 | .33 | -.63 | -.25 | -.20 | -.45 | -.143 |
| 첨도 | .18 | -.03 | .12 | -.10 | .43 | .09 | .37 | .29 | -.71 | .67 | .10 | -.83 | .56 | 2.07 |

1. 대인관계(전체) 2. 대인관계(자신감) 3. 대인관계(공감력) 4. 대인관계(만족감) 5. 대인관계(이해도) 6. 대인관계(긍정성) 7. 대인관계추구 이용동기 8. 정보추구 이용동기 9. 자가지위추구 이용동기 10. 오락추구 이용동기 11. 온라인 연결 사회적자본 12. 온라인 결속 사회적자본 13. 오프라인 연결 사회적자본 14. 오프라인 결속 사회적 자본

* $p < .05$, ** $p < .01$

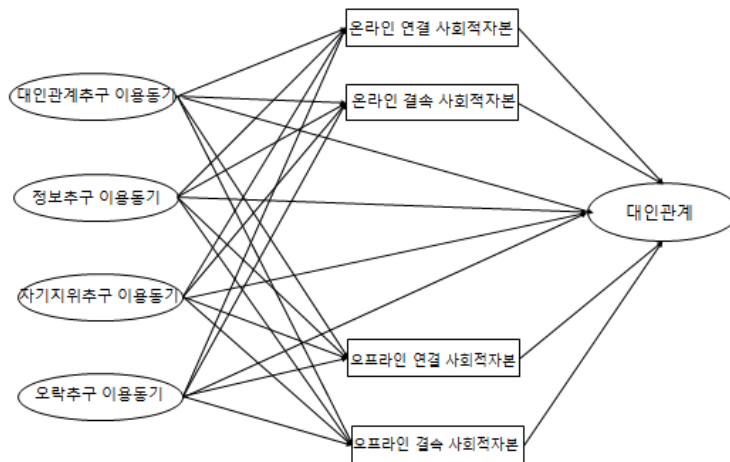


그림 1. 연구모형

의 영향력을 살펴보기 전에 먼저 측정모형이 구조모형을 구성하기에 적합한지 확인하기 위한 확인적 요인분석을 실시하였으며 이를 통해 연구모형에 포함된 개념들이 적절하게 추정되고 있는지 평가하였다. 측정모형의 적합도를 확인한 결과가 <표 3>에 제시되었다. χ^2 은 413.829($p < .001$)이지만 RMSEA는 .053으로 .08보다 낮아 양호하고,

CFI는 .944, GFI는 .910, TLI는 .935로 모두 .9보다 높으므로 확인적 요인분석을 위한 측정모형은 적합한 것으로 확인되었다. 확인적 요인분석 결과가 <표 4>에 제시되었다.

잠재변수인 대인관계추구 이용동기, 정보추구 이용동기, 자가지위추구 이용동기, 오락추구 이용동기, 대인관계에서 각각의 측정변수에 이르는 표준화계수 값이 모두 .5

표 3. 확인적 요인분석 모형적합도

| CMIN(χ^2) | df | CFI | GFI | TLI | RMSEA |
|------------------|-----|------|------|------|-------|
| 413.829 | 199 | .944 | .910 | .935 | .053 |

표 4. 측정모형의 적합도 검증

| 잠재변수 | 측정변수 | Estimate | | S.E. | C.R. | AVE | 개념 신뢰도 |
|----------------|---------|----------|---------|------|-----------|------|--------|
| | | B | β | | | | |
| 대인관계추구 이용동기 | 이용동기 1 | .903 | .649 | .085 | 10.606*** | .500 | .831 |
| | 이용동기 2 | .91 | .632 | .088 | 10.382*** | | |
| | 이용동기 3 | 1.107 | .825 | .088 | 12.598*** | | |
| | 이용동기 4 | 1.178 | .825 | .094 | 12.596*** | | |
| | 이용동기 5 | 1 | .634 | | | | |
| 정보추구 이용동기 | 이용동기 6 | 1 | .818 | | | .519 | .841 |
| | 이용동기 7 | 1.022 | .833 | .059 | 17.315*** | | |
| | 이용동기 8 | .88 | .592 | .075 | 11.656*** | | |
| | 이용동기 9 | .947 | .749 | .061 | 15.412*** | | |
| | 이용동기 10 | .9 | .663 | .068 | 13.319*** | | |
| 자기지위추구 이용동기 | 이용동기 11 | 1 | .725 | | | .613 | .863 |
| | 이용동기 12 | .814 | .882 | .052 | 15.51*** | | |
| | 이용동기 13 | 1.086 | .868 | .054 | 20.12*** | | |
| | 이용동기 14 | 1.037 | .82 | .052 | 19.757*** | | |
| 오락추구 이용동기 | 이용동기 15 | 1 | .671 | | | .504 | .751 |
| | 이용동기 16 | 1.21 | .788 | .118 | 10.286*** | | |
| | 이용동기 17 | 1.053 | .644 | .108 | 9.796*** | | |
| 대인관계 | 자신감 | 1.444 | .887 | .107 | 13.525*** | .714 | .925 |
| | 공감력 | 1.068 | .698 | .092 | 11.557*** | | |
| | 만족감 | 1.122 | .698 | .097 | 11.549*** | | |
| | 이해도 | 1.241 | .728 | .104 | 11.948*** | | |
| | 긍정성 | 1 | .645 | | | | |

*** $p < .001$

표 5. 연구모형의 모형적합도

| CMIN(χ^2) | df | CFI | GFI | TLI | RMSEA |
|------------------|-----|------|------|------|-------|
| 534.836 | 269 | .941 | .906 | .928 | .051 |

이상하므로 개념타당성을 만족하는 것으로 확인되었다. 그리고 분산추출지수가 .5~.714로 .5 이상이며, 개념신뢰도가 .751~.925로 .7 이상이므로 수렴타당성 역시 만족하는 것으로 확인되었다. 또한 잠재변수 간의 상관계수 중 상관계수가 가장 높은 것으로 나타난 대인관계추구 이용동기와 자기지위추구 이용동기의 상관계수 .424를 제외한 .180이 대인관계추구 이용동기의 분산추출지수 .50 및 자기지위추구 이용동기의 분산추출지수 .613보다 더 작으

로 판별타당도 역시 만족시키는 것으로 확인되었다.

2) 구조모형 검증을 위한 경로분석

(1) 직접효과 분석

연구를 위한 구조모형을 분석하기 위해서 먼저 구조모형의 적합도 검사를 실시하였다. 구조모형의 적합도를 검증한 결과가 <표 5>에 제시되었다. χ^2 는 534.836($p < .001$)이지만 RMSEA는 .051로 .08보다 낮아 양호하고 CFI는 .941,

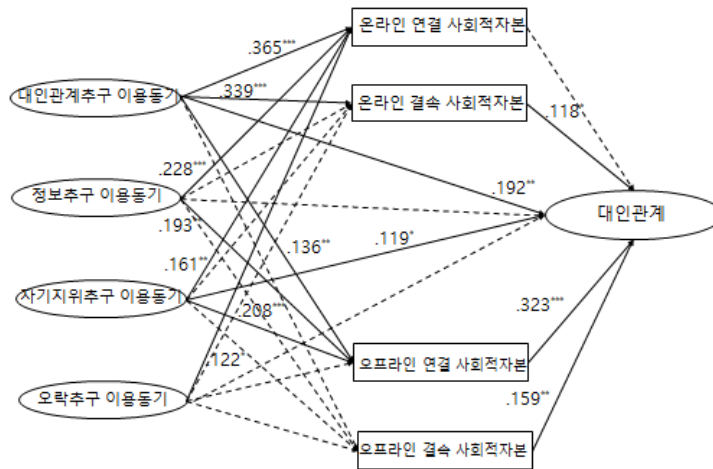


그림 2. 경로분석 결과(표준화 계수)

표 6. 연구모형의 직접효과 분석 결과

| 경로 | Estimate | | S.E. | C.R. |
|-------------------------|----------|---------|------|----------|
| | B | β | | |
| 대인관계추구 이용동기 → 온라인 연결자본 | .587 | .365 | .095 | 6.176*** |
| 대인관계추구 이용동기 → 온라인 결속자본 | .799 | .339 | .153 | 5.232*** |
| 대인관계추구 이용동기 → 오프라인 연결자본 | .215 | .136 | .1 | 2.135** |
| 대인관계추구 이용동기 → 오프라인 결속자본 | .163 | .086 | .123 | 1.326 |
| 정보추구 이용동기 → 온라인 연결자본 | .346 | .228 | .079 | 4.407*** |
| 정보추구 이용동기 → 온라인 결속자본 | -.047 | -.021 | .126 | -.37 |
| 정보추구 이용동기 → 오프라인 연결자본 | .288 | .193 | .088 | 3.253** |
| 정보추구 이용동기 → 오프라인 결속자본 | .199 | .111 | .108 | 1.845 |
| 자가지위추구 이용동기 → 온라인 연결자본 | .19 | .161 | .061 | 3.126** |
| 자가지위추구 이용동기 → 온라인 결속자본 | .156 | .09 | .099 | 1.566 |
| 자가지위추구 이용동기 → 오프라인 연결자본 | .24 | .208 | .069 | 3.472*** |
| 자가지위추구 이용동기 → 오프라인 결속자본 | .044 | .032 | .085 | .515 |
| 오락추구 이용동기 → 온라인 연결자본 | .212 | .122 | .102 | 2.078* |
| 오락추구 이용동기 → 온라인 결속자본 | .213 | .084 | .166 | 1.279 |
| 오락추구 이용동기 → 오프라인 연결자본 | -.122 | -.072 | .115 | -1.06 |
| 오락추구 이용동기 → 오프라인 결속자본 | .22 | .108 | .143 | 1.543 |
| 대인관계추구 이용동기 → 대인관계 | .165 | .192 | .058 | 2.849** |
| 정보추구 이용동기 → 대인관계 | -.008 | -.01 | .047 | -.167 |
| 자가지위추구 이용동기 → 대인관계 | .075 | .119 | .037 | 2.041* |
| 오락추구 이용동기 → 대인관계 | -.035 | -.038 | .061 | -.569 |
| 온라인 연결자본 → 대인관계 | -.013 | -.025 | .035 | -.389 |
| 온라인 결속자본 → 대인관계 | .043 | .118 | .019 | 2.207* |
| 오프라인 연결자본 → 대인관계 | .176 | .323 | .034 | 5.198*** |
| 오프라인 결속자본 → 대인관계 | .072 | .159 | .026 | 2.76** |

* $p < .05$. ** $p < .01$. *** $p < .001$

GFI는 .906, TLI는 .928로 세 가지 모두 .9보다 높으므로 구조모형은 적합한 것으로 확인되었다.

대인관계추구 이용동기, 정보추구 이용동기, 자기지위추구 이용동기, 오락추구 이용동기 그리고 온라인 연결 사회적자본, 온라인 결속 사회적자본, 오프라인 연결 사회적자본, 오프라인 결속 사회적자본 및 대인관계 간의 경로를 분석한 결과가 <그림 2>, <표 6>에 제시되어 있다.

대인관계에 대한 SNS 이용동기의 직접효과를 분석한 결과 대인관계추구 이용동기($\beta=.192, p<.01$)와 자기지위추구 이용동기($\beta=.119, p<.05$)는 통계적으로 유의한 직접효과가 있는 것으로 나타났지만 대인관계에 대한 정보추구 이용동기와 오락추구 이용동기는 통계적으로 유의미한 직접효과를 나타내지 않았다.

대인관계에 대한 사회적자본의 직접효과를 분석한 결과, 온라인 결속 사회적자본($\beta=.118, p<.05$), 오프라인 연결 사회적자본($\beta=.323, p<.001$), 오프라인 결속 사회적자본($\beta=.159, p<.01$)은 대인관계에 대해 통계적으로 유의한 직접효과를 나타내었지만 온라인 연결 사회적자본은 대인관계에 직접적으로 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

사회적자본에 대한 대인관계추구 이용동기의 직접효과를 분석한 결과 온라인 연결 사회적자본($\beta=.365, p<.001$), 온라인 결속 사회적자본($\beta=.339, p<.001$) 및 오프라인 연결 사회적자본($\beta=.136, p<.01$)에 대해서는 직접효과가 있었지만 오프라인 결속 사회적자본에 대해서는 직접효과를 나타나지 않았다. 사회적자본에 대한 정보추구 이용동기의 직접효과를 살펴본 결과, 온라인 연결 사회적자본($\beta=.228, p<.001$) 및 오프라인 연결 사회적자본($\beta=.193, p<.01$)에 대해서는 직접효과가 나타났지만 온라인 결속 사회적자본 및 오프라인 결속 사회적자본에 대해서는 직접효과가 나타나지 않았다. 사회적자본에 대한 자기지위추구 이용동

기의 직접효과를 살펴본 결과 온라인 연결 사회적자본($\beta=.161, p<.01$)과 오프라인 연결 사회적자본($\beta=.208, p<.001$)에 대해서는 직접효과가 나타났지만 온라인 결속 사회적자본 및 오프라인 결속 사회적자본에 대해서는 직접효과가 나타나지 않았다. 사회적자본에 대한 오락추구 이용동기의 직접효과를 살펴본 결과 온라인 연결 사회적자본($\beta=.122, p<.05$)에 대해서는 직접효과가 나타났지만 온라인 결속 사회적자본 및 오프라인 연결 사회적자본, 오프라인 결속 사회적자본에 대해서는 직접효과가 나타나지 않았다.

(2) 간접효과 분석

대인관계에 대한 4가지 SNS 이용동기의 간접효과를 분석한 결과가 <표 7>에 제시되어 있다. 매개변수의 매개효과 유의성 검증을 위해 Bootstrapping을 실시하였고 Bootstrapping 95% 신뢰구간의 상한값과 하한값 사이에 0이 포함되어 있지 않으면 $p<.05$ 수준에서 매개변수는 통계적으로 유의한 매개효과가 있는 것으로 판단했다(허준, 2016; 히든그레이스 논문통계팀, 2019 재인용).

대인관계에 대한 SNS 이용동기의 간접효과를 분석한 결과 대인관계추구 이용동기($\beta=.088, .006 \sim .149$)와 자기지위추구 이용동기($\beta=.079, .009 \sim .089$)가 $p<.05$ 수준에서 통계적으로 유의한 간접효과 있음이 확인되었다. 오프라인 연결 사회적자본은 자기지위추구 이용동기와 대인관계 사이에서 부분 매개효과를 나타내었다. 대인관계추구 이용동기와 대인관계 사이에서 온라인 결속 사회적자본과 오프라인 연결 사회적자본이 매개변수로 작용하는 다중매개 구조를 가지고 있었는데 온라인 결속 사회적자본과 오프라인 연결 사회적자본 각각의 매개효과 검증을 위해 팬텀 변수를 사용한 다중매개효과 분석을 실시하였다(허준, 2016; 히든그레이스 논문통계팀, 2019 재인용). 먼저 다중

표 7. 연구모형의 간접효과 분석 결과

| 경로 | Estimate | | S.E. | 95% 신뢰구간 |
|------------------------------------|----------|---------|------|--------------|
| | B | β | | |
| 대인관계추구 이용동기→온라인 및 오프라인 사회적자본→ 대인관계 | .076 | .088 | .037 | .006 ~ .149* |
| 정보추구 이용동기→온라인 및 오프라인 사회적자본→ 대인관계 | .058 | .072 | .029 | .000 ~ .111 |
| 자기지위추구 이용동기→온라인 및 오프라인 사회적자본→ 대인관계 | .05 | .079 | .022 | .009 ~ .089* |
| 오락추구 이용동기→온라인 및 오프라인 사회적자본→ 대인관계 | .001 | .001 | .037 | -.066 ~ .089 |

표 8. 다중매개 효과 검증을 위한 팬텀모형의 모형적합도

| CMIN(χ^2) | df | CFI | GFI | TLI | RMSEA |
|------------------|----|------|------|------|-------|
| 161.337 | 52 | .936 | .929 | .919 | .074 |

표 9. 다중매개 효과 검증

| 경로 | Estimate (B) | S.E. | 95% 신뢰구간 |
|---------------------------------|--------------|------|--------------|
| 대인관계추구 이용동기→온라인 결속 사회적자본→ 대인관계 | .059 | .017 | .028 ~ .093* |
| 대인관계추구 이용동기→오프라인 연결 사회적자본→ 대인관계 | .109 | .022 | .072 ~ .153* |

매개 효과 검증을 위한 팬텀모형의 적합도를 검증한 결과가 <표 8>에 제시되어 있다. χ^2 은 161.337($p < .001$)이지만 RMSEA는 .074로 .08보다 낮아 양호하고 CFI는 .936, GFI는 .929, TLI는 .919로 세 가지 모두 .9보다 높으므로 구조 모형은 적합한 것으로 확인되었다.

팬텀변수를 활용할 때는 표준화계수가 계산되지 않으므로 비표준화계수를 통해 매개효과 유의성을 검증하였는데, 대인관계추구 이용동기와 대인관계 사이에서 온라인 결속 사회적자본과 오프라인 연결 사회적자본의 다중매개 효과를 검증한 결과가 <표 9>에 제시되었다.

온라인 결속 사회적자본($B=.059, .028 \sim .093$)과 오프라인 연결 사회적자본($B=.109, .072 \sim .153$)은 대인관계추구 이용동기와 대인관계 사이에서 두 가지 모두 통계적으로 유의한 매개효과가 있었으며 부분 매개작용을 하고 있었다.

IV. 결론 및 논의

본 연구의 목적은 SNS 이용동기가 대학생의 대인관계에 미치는 영향과 함께 이 과정에서 온라인 및 오프라인 사회적자본의 매개효과를 살펴보는 것이었다. 대인관계추구 이용동기, 정보추구 이용동기, 자기지위추구 이용동기, 오락추구 이용동기와 대인관계 사이에서 온라인 및 오프라인의 연결형 사회적자본과 결속형 사회적자본이 각각 어떠한 매개작용을 하는지 살펴보기 위해 구조방정식 모형의 경로분석을 통해 직접효과와 간접효과를 확인하였고 그 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 4가지 SNS 이용동기 중 대인관계추구 이용동기와 자기지위추구 이용동기는 대학생의 대인관계에 영향을 주었으나 정보추구 이용동기와 오락추구 이용동기는 대학생의 대인관계에 영향을 주지 않았다. SNS 이용동기 중 대학생의 대인관계에 미치는 영향력이 가장 큰 것은 대인관계추구 이용동기였는데 이와 같은 결과는 김진욱(2018) 및 장청우(2016)의 연구결과와 일치한다. 기존의 연구에서(김진욱, 2018) 자신을 표현하기 위해서 또는 정보나 콘텐츠를 다른 사람과 공유하고 의견을 묻기 위해서 SNS를 이용하는 것은 대학생의 대인관계에 긍정적인 영향을 주지만 단순히 정보를 얻기 위한 목적으로 SNS를

이용하는 것은 대학생의 대인관계에 영향을 주지 않는다고 하였다. 이와 같은 결과들을 종합해 보면 다른 사람과 소통하거나 관계를 맺는 것, 다른 사람에게 자신의 이미지를 표현하는 것과 같이 다른 사람과의 상호작용을 위한 목적으로 SNS를 이용하는 것은 대학생의 대인관계에 긍정적인 영향을 줄 수 있지만 다른 사람과의 상호작용이 없이 단순히 정보를 얻기 위한 목적 또는 오락을 위한 목적으로 SNS를 이용하는 것은 대학생의 대인관계에 도움이 되지 못함을 의미한다.

둘째, SNS 이용동기가 온라인 및 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본에 미치는 영향을 살펴본 결과, 대인관계추구 이용동기는 오프라인 결속 사회적자본을 제외한 온라인 연결 사회적자본, 온라인 결속 사회적자본 그리고 오프라인 연결 사회적자본 형성에 긍정적인 영향을 주고 있었다. SNS 이용동기가 온라인 및 오프라인 사회적자본에 미치는 영향에 관한 결과는 기존연구 결과와(홍인표, 2020) 많은 차이가 있었는데, 기존연구에서는 대인관계추구 이용동기가 온라인의 연결형 또는 결속형 사회적자본의 형성에는 긍정적인 영향을 주지만 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본의 형성에는 오히려 부정적인 영향을 준다고 하였으며 정보탐색 이용동기는 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본 형성에 긍정적인 영향을 주고, 자기표현 이용동기는 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본과 온라인의 연결형 사회적자본 형성에 영향을 준다고 하였다. 그러나 본 연구에서는 이와 다른 결과를 나타내었는데, 정보추구 이용동기와 자기지위추구 이용동기가 온라인 및 오프라인의 연결형 사회적자본 형성에는 긍정적인 영향을 주지만 온라인과 오프라인의 결속형 사회적자본 형성에는 영향을 주지 않았으며 오락추구 이용동기는 온라인 연결 사회적자본 형성에는 긍정적인 영향을 주었지만 그 밖의 사회적자본의 형성에는 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 연구결과에 의하면 4가지 SNS 이용동기는 온라인 연결형 사회적자본의 형성에는 모두 긍정적인 영향을 주고 있었지만 오프라인 결속형 사회적자본 형성에는 모두 영향을 미치지 못했다. 이것은 SNS 사용을 통해 사회적 배경이 서로 다른 다양한 부류의 사람들과 온라인상에서 만날 수 있으며 SNS 사용

으로 온라인상에서의 다양한 경험을 통해 세상을 바라보는 안목을 넓힐 수는 있지만, SNS 사용이 실제 생활에서 도움이 될 수 있는 친밀한 인간관계 형성을 돕지는 못한다는 것을 의미한다. 따라서 오프라인상에서의 친밀한 인간관계 형성을 위해서는 SNS 이용보다는 대면 관계를 통한 직접적인 만남을 갖는 것이 효과적일 수 있을 것이다. SNS 이용동기와 사회적 자본에 관한 결과는 기존연구(홍인표, 2020)와 많은 차이가 있었는데 이것은 SNS 이용동기 분류방식이 기존연구와 달랐기 때문으로 생각된다. 기존연구(홍인표, 2020)에서는 SNS 이용동기를 대인관계, 자기표현, 정보탐색의 3가지로 분류하였지만 본 연구에서는 오락추구 이용동기를 포함하여 SNS 이용동기를 4가지로 분류하여 연구를 진행하였고 이러한 차이가 결과에 반영되었다고 생각한다.

셋째, 사회적자본이 대학생의 대인관계에 미치는 영향을 살펴본 결과, 온라인 연결 사회적자본을 제외한 온라인 결속 사회적자본, 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본이 대학생의 대인관계에 영향을 주었으며 이 중 대인관계에 미치는 영향력이 가장 큰 것은 오프라인 연결 사회적자본 이었다. 기존연구에 의하면 사회적지지는 대인관계 능력 향상에 도움이 되었으며(김희진, 주은진, 2018), 가족지지가 친구지지를 더 가까운 지인들의 사회적 지지를 많이 받은 대학생은 대인관계 문제가 적었다(홍구표, 전해성, 2017). 연구결과에 의하면 가족이나 친구지와 같은 오프라인 결속 사회적자본 그리고 온라인상에서 관심사 같은 사람들과 친밀한 관계를 유지하면서 형성되는 온라인 결속 사회적자본은 대학생의 대인관계 향상에 도움이 되는 것을 알 수 있다. 그러나 대학생의 대인관계 향상에 더욱 큰 영향을 미치고 있는 것은 오프라인 연결 사회적자본 이었으므로, 대학생 시기에는 동아리 활동을 포함한 다양한 사회적 활동을 하면서 자신과 다른 사회적 배경을 가진 여러 부류의 사람들과 만나면서 다양한 사회적 경험을 쌓는 것이 매우 중요하다고 생각한다.

넷째, 온라인 결속 사회적자본과 오프라인 연결 사회적자본은 대인관계추구 이용동기와 대학생의 대인관계 사이에서 부분매개작용을 하고 있었는데 다른 사람과 소통하고 관계를 맺기 위해 SNS를 이용하는 것 자체가 대학생의 대인관계 향상에 직접적인 영향을 주기도 하지만 다른 사람과 소통하고 관계를 맺기 위해 SNS를 사용하는 동안 온라인상에서 심리적 지지를 받을 수 있는 친밀한 관계를 형성하게 되거나, 또는 오프라인상에서 다양한 사회적 경험을 하며 여러 부류의 사람과 만나는 경험을 통

해 대인관계가 향상될 수 있음을 의미한다. 오프라인 연결 사회적자본은 자기지위추구 이용동기와 대인관계 사이에서 부분매개작용을 하고 있었는데, SNS 활동을 하면서 자신을 표현하고 존재감을 나타내는 것 자체가 대학생의 대인관계 향상에 도움이 되기도 하지만 이러한 목적으로 SNS를 사용하는 과정에서 다양한 사람들을 오프라인상에서 만나게 되고 풍부한 사회적 경험을 함으로써 대학생의 대인관계가 향상될 수 있음을 의미한다.

다섯째, 본 연구에 참여한 대학생들의 SNS 이용동기를 비교해본 결과, 자기지위추구 이용동기나 대인관계추구 이용동기에 비해 정보추구 이용동기나 오락추구 이용동기가 높게 나타났다. 연구결과에 의하면 정보추구 이용동기나 오락추구 이용동기는 대학생의 대인관계에 영향을 미치지 못하였고, 기존의 연구에서도 오락을 위한 목적으로 SNS를 이용하는 것은 사회적자본 형성에 오히려 부정적인 영향을 줄 뿐만 아니라(하승태, 2012) SNS 중독의 원인이 될 수 있다고 하였으므로(이귀옥, 박조원, 2018) 오락적인 목적으로 SNS를 사용하는 것은 지양하고, SNS 이용으로 자신이 얻고자 하는 것이 무엇인가를 숙고한 후 적절한 동기를 갖고 사용할 필요가 있을 것이다.

이상과 같은 논의 결과 본 연구는 다음과 같은 의의 및 시사점을 갖는다.

첫째, 대학생은 다양한 목적으로 SNS를 많이 사용하는 집단이며 대학생의 대인관계는 학교생활 적응(박효진 등, 2019; 송진열, 2017; 심선숙, 방미란, 2016; 윤경희, 박신영, 2018)이나 졸업 후의 진로준비를 위해(윤은영, 이지연, 2016; 이연실, 김한이, 2019) 중요할 뿐만 아니라 대인관계 기술이 부족할 경우에는 속해져 있는 집단의 구성원들과 잘 어울리지 못하고(나무위키 아싸, 2021; 비주얼다이브, 2021) 여러 가지 불이익을 당할 수 있으므로(공부를 싫어하는 대학생의 일상 블로그, 2019) 대학생 시기의 대인관계는 매우 중요하다. 본 연구에서는 SNS 이용동기가 대학생의 대인관계에 미치는 영향을 살펴봄으로써 대학생의 대인관계 향상을 위한 자료를 제공했다는 측면에서 의의가 있었다고 생각한다.

둘째, 본 연구에서는 사회적자본을 온라인과 오프라인의 연결형과 결속형으로 세분하여 이러한 사회적자본이 SNS 이용동기와 대학생의 대인관계 사이에서 어떠한 매개작용을 하고 있는지 살펴보았다. 사회적자본과 관련된 기존의 연구들은 사회적자본을 통합적으로 사용하였거나 연결형 사회적자본과 결속형 사회적자본으로 구분하여 실시한 연구가 대부분이었고 사회적자본을 온라인과 오

프라인의 연결형과 결속형으로 세분하여 살펴본 연구는 그리 많지 않았다. 따라서 본 연구에서 SNS 이용동기가 대학생이 대인관계에 미치는 영향에 대해서 온라인과 오프라인의 연결형 및 결속형 사회적자본의 매개효과를 살펴본 것은 의미가 있었다고 생각한다.

그럼에도 불구하고 본 연구가 가지고 있는 제한점과 함께 추후 연구를 위한 제안은 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 임의표집 방식의 자기보고식 설문을 통해 자료를 수집하였고, 연구대상이 우리나라 대학생이지만 대부분의 자료수집은 서울 및 수도권 지역의 대학생을 중심으로 이루어졌기 때문에 연구결과를 일반화시키기에는 제한이 있음을 인정한다.

둘째, SNS 이용동기는 기존연구에서 연구자들에 따라 다양한 방식으로 분류되어 연구가 진행되었는데, 본 연구에서 사용한 SNS 이용동기 척도 이외의 다른 분류방식을 사용할 수도 있으리라 생각하며 SNS 이용동기 분류방식의 차이는 연구결과에도 영향을 미칠 수 있으리라 생각된다. 기존연구에서 SNS 이용동기가 다양하게 분류되어 연구가 진행되었기 때문에 연구결과를 기존연구와 비교할 때 어려움이 있었고, 이로 인한 제한이 있었다고 생각한다.

셋째, 본 연구는 대학생을 대상으로 실시되었는데, 최근 들어 중, 고등학교 학생의 SNS 사용이 급증하였고 SNS 사용의 긍정적인 측면과 함께 SNS 사용으로 인한 사이버폭력에의 노출과 같은(박시영, 2020) 부정적인 측면도 함께 보고되고 있으므로 SNS 이용동기가 중·고등학생의 대인관계에 어떠한 영향을 미치는지 살펴보는 것도 의미가 있으리라 생각되며 이와 관련된 연구가 이루어질 것을 기대한다.

참고문헌

- 강현욱(2013). 대학생의 SNS중독성향과 사회적지지, 외로움, 건강지각, 대인관계의 관계와 신체활동을 통한 치료 레크리에이션 적용. *한국체육과학회지*, 22(1), 121-133.
- 공부를 싫어하는 대학생의 일상 블로그(2019. 12. 22.). *비자발적 아싸가 되는 이유/아싸에 관한 고찰*. <https://hatemath.tistory.com/2>에서 인출.
- 김경준, 박혜리, 강병조, 현민지(2014. 11. 20.). *학과 MT? 나와는 상관없는 얘기로*. <https://www.hankookilbo.com/News/Read/201411200460345645>에서 인출.
- 김구(2010). 온라인 및 오프라인의 사회적 자본 형성에 대한 온라인 활동의 영향성 탐색 대학생들을 중심으로. *사이버커뮤니케이션학보*, 27(4), 5-44.
- 김소연, 박미지, 박부경(2018). 대학생들의 SNS중독경향성과 대인관계 만족도의 상관관계. *한국산학기술학회 논문지*, 19(4), 454-462. <https://doi.org/10.5762/KAIS.2018.19.4.454>
- 김유정(2011). 소셜네트워크서비스에 대한 이용과 충족 연구 페이스북 이용을 중심으로. *미디어, 젠더 & 문화*, 20, 71-105.
- 김진욱(2018). SNS 이용동기와 대인관계 영향. *한국지방행정학보*, 15(1), 147-166.
- 김희진, 주은진(2018). 대학생의 사회적 지지와 감작성향이 대인관계 유능성에 미치는 영향. *인문사회* 21, 9(3), 799-814.
- 나무위키(2021. 5. 23.). *아싸*. <https://namu.wiki/w/%EC%95%84%EC%8B%B8>에서 인출.
- 나무위키(2021. 8. 29.). *인싸*. <https://namu.wiki/w/%EC%9D%B8%EC%8B%B8>에서 인출.
- 남지원(2017. 4. 17.). *대학생 SNS 인맥 절반 '현실 친구' 아니다*. <https://www.khan.co.kr/national/health-welfare/article/201704172159035>에서 인출.
- 노미진, 장성희(2016). SNS 이용동기와 SNS 중독이 주관적 웰빙에 미치는 영향: 사회적 유대감의 조절효과. *경영과 정보연구*, 35(4), 99-122.
- 박미석, 장진경, 손서희(2017). 대학생의 온라인 및 오프라인 사회적자본과 심리적 복지감. *디지털융복합연구*, 15(11), 547-555. <https://doi.org/10.14400/JDC.2017.15.11.547>
- 박수호(2012). 인터넷 열풍과 대인관계의 변화. *사회와이론*, 401-430.
- 박시영(2020). **SNS 사용과 청소년 범죄와의 연관성 연구**. 경북대학교 수사과학대학원 석사학위논문.
- 박진우, 김덕중(2014). 소셜미디어 이용동기와 신뢰성이 사회자본에 미치는 영향. *한국컴퓨터정보학회논문지*, 19(10), 207-219. <http://dx.doi.org/10.9708/jksci.2014.19.10.207>
- 박효진, 변은경, 양현주(2019). 대학생의 자아존중감, 극복력, 대인관계유능성이 대학생활적응에 미치는 영향. *예술인문사회융합멀티미디어논문지*, 9(12), 627-636. <http://dx.doi.org/10.35873/ajmahs.2019.9.12.056>
- 백선미, 손귀옥, 박유미(2019). 융복합시대에 대학생의 스마트폰 의존도가 진로태도성숙에 미치는 영향: 대인관계 문제의 매개효과. *융합정보논문지*, 9(4), 100-108. <https://doi.org/10.22156/CS4SMB.2019.9.4.100>

- 백초롱(2012). **페이스북 사용과 대인관계 건강, 외로움의 관계에서 지각된 유용성 및 지각된 격려의 매개효과**. 이화여자대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 비주얼다이브(2021. 2. 16.). **인싸의 대화법 VS 아싸의 대화법**. <https://post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=30727652>에서 인출.
- 생각의 힘(2021. 7. 11.). **SNS 인플루언서 마케팅 현황 및 주의점**. <https://thinkingpower.co.kr/11699/>에서 인출.
- 송진열(2017). 대학생의 대인관계와 사회적지지가 대학생 활적응에 미치는 영향, *한국산학기술학회논문지*, 18(12), 1975-4701. <https://doi.org/10.5762/KAIS.2017.18.12.335>
- 심선숙, 방미란(2016). 간호대학생의 인성, 대인관계, 대학 생활 적응과의 관계, *한국산학기술학회논문지*, 17(12), 634-642. <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2016.17.12.634>
- 심현화, 이지연, 양주희(2016). SNS 이용동기가 무용전공 대학생들의 관계형성에 미치는 영향, *한국무용과학회지*, 33(1), 23-34.
- 오은혜, 이정화, 이정애(2019). SNS 이용동기가 SNS의 사회적 자본과 지속적 사용의도에 미치는 영향에 관한 실증연구, *한국콘텐츠학회논문지*, 19(4), 138-149. <http://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE08010699>
- 윤경희, 박신영(2018). 애착이론에 근거한 대인관계향상 프로그램이 대학생의 애착수준, 대인관계, 대학생 활적응에 미치는 효과, *학습자중심교과교육연구*, 18(16), 605-629. <http://dx.doi.org/10.22251/jlcci.2018.18.16.605>
- 윤은영, 이지연(2016). 부모의 심리적 통제가 대학생의 진로정체감에 미치는 영향: 심리적 독립과 대인관계 유능성의 매개효과, *사회과학연구*, 42(3), 191-213. <http://dx.doi.org/10.15820/khjss.2016.42.3.008>
- 이귀옥, 박조원(2018). 대학생의 SNS 이용동기가 SNS 중독에 미치는 영향, *한국광고홍보학보*, 20(3), 301-326. <http://dx.doi.org/10.16914/kjapr.2018.20.3.301>
- 이병찬, 장영혜(2017). 여가활동으로서의 청소년 SNS 이용동기와 학교생활적응, 지속사용의사의 관계분석, *한국체육학회지*, 56(1), 533-542. <http://dx.doi.org/10.23949/kjpe.2017.01.56.1.39>
- 이서정(2018). 대학생의 자기분화, 대인관계 및 대학생활 적응과의 관계, *교정상담학연구*, 2(2), 63-81.
- 이연실, 김한이(2019). 지방대학 대학생의 완벽주의 성향이 진로준비행동에 미치는 영향에서 대인관계의 매개효과, *한국자치행정학보*, 33(4), 151-166. <https://doi.org/10.18398/kjlgas.2019.33.4.151>
- 이정숙(2012). 대학생의 대인관계가 인터넷 중독 수준에 미치는 영향: 스트레스 대처 방식을 매개변인으로, *청소년상담연구*, 20(2), 115-134.
- 이정화(2019). **중학생의 대인관계능력 및 대인관계지향성이 SNS 이용동기와 몰입에 미치는 영향**. 한양대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 이준형(2014). **대학생의 갈등관리 유형과 의사소통 유형에 따른 대인관계만족도에 관한 연구**. 한국외국어대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 이지은, 하은혜(2020). 대학생이 지각한 대인관계 스트레스가 우울증상에 미치는 영향에서 반추와 내적 속박감의 이중매개효과, *인지행동치료*, 20(1), 27-46. <https://doi.org/10.33703/cbtk2020.20.1.27>
- 이창호, 정낙원(2014). 소셜미디어 이용정도 및 이용동기가 사회자본에 미치는 영향: 개방형/폐쇄형 소셜미디어 비교, *한국언론정보학보*, 65, 5-26.
- 이하영(2020. 12. 18.). **자발적 아싸의 시대: 무너지는 인싸와 아싸의 경제**. <https://www.ntoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=76129>에서 인출.
- 임은미, 김은주(2011). 한국과 중국 대학생의 대인관계능력 차이, *한국다문화교육연구학회*, 2(2), 43-68.
- 임재원(2015). **SNS 이용 동기에 따른 사회적 연결망 유형 연구: SNS 관계망의 매개효과 분석을 중심으로**, 연세대학교 커뮤니케이션대학원 석사학위논문.
- 장청우(2016). **웨이보 이용과 온라인, 오프라인 대인관계에 대한 연구**, 국민대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 정솔피, 선혜연(2017). 대학생의 정서·성격적 진로문제와 대인관계 유능성에 기초한 군집유형별 차이연구, *학습자중심교과교육연구*, 17(3), 313-332. <http://dx.doi.org/10.22251/jlcci.2017.17.3.313>
- 조영주(2014). **대학생의 애착, 자동적 사고 및 사회적 지지가 대인관계 유능성에 미치는 영향**. 이화여자대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 최지은, 이두희(2013). SNS(Social Network Service)의 네트워크 특성이 사용자의 사회자본(Social Capital)에 미치는 영향, *경영학연구* 42(3), 719-741.
- 통계청(2012. 5. 2). **2012 청소년통계 보도자료**. https://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/1/1/index.board?bmode=read&aSeq=255358에서 인출.
- 통계청(2021. 5. 3.). **정보보호실태조사: SNS 이용여부(2019)**. https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=127&tblId=DT_342005_B044&vw_cd=MT_ZTITLE&list_id

- =342_34205_001_002_002&seqNo=&lang_mode=ko
&language=kor&obj_var_id=&itm_id=&conn_path=MT_ZTITLE에서 인출.
- 하승태(2017). SNS 이용 동기가 사회자본 형성에 미치는 영향에 관한 연구. *지역과 커뮤니케이션*, 21(2), 73-99.
- 한나라(2013). **모바일 페이스북 이용이 대인관계 변화에 미치는 영향: 사회적 지지와 대인관계 스트레스의 매개적 역할을 중심으로**. 중앙대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 한상연, 마은정, 홍대순, 김은영, 박주현, 이인성, 김진우 (2013). SNS를 통한 자기표현이 대인관계 및 삶의 질에 미치는 영향분석 연구: 개인 커뮤니케이션 능력의 조절효과를 중심으로. *정보시스템연구*, 22(1), 29-64. <https://doi.org/10.5859/KAIS.2013.22.1.29>
- 함소연, 엄태성, 강원석(2018). 청소년의 SNS 이용동기가 학교적응행동에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과를 중심으로. *경영논총*, 36(1), 23-44. <http://doi.org/10.30753/emr.2018.36.1.002>
- 홍경희(2019). **고등학생의 SNS 이용동기가 또래관계에 미치는 영향**. 제주대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 홍구표, 전해성(2017). 대학생의 SNS중독경향성과 대인관계문제 간의 관계: 사회적 지지의 조절효과를 중심으로. *보건사회연구원*, 37(1), 34-67.<http://dx.doi.org/10.15709/hswr.2017.37.1.34>
- 홍신영(2015). **대학생의 SNS 이용특성과 자아정체감이 SNS 중독경향성에 미치는 영향**. 명지대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 홍인표(2020). **SNS의 이용 동기와 주관적 안녕감 간의 관계: 온라인과 오프라인 상의 사회적 자본을 중심으로**. 단국대학교 일반대학원 석사학위논문.
- 황혜리, 류수정(2015). 기독교대학생의 스트레스 대처방식과 대인관계가 인터넷중독에 미치는 영향. *한국기독교상담학회지*, 26(4), 305-325.
- 히든그레이스 논문통계팀(2019). **한번에 통과하는 논문: AMOS 구조방정식 활용과 SPSS 고급분석**, 서울: 한빛아카데미, pp. 272-297.
- Ellison, N., Heino, R., & Gibbs, J. (2006). Managing impressions online: Self-presentation processes in the online dating environment. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2), 415-441. <http://lps3.doi.org.proxy.cau.ac.kr/10.1111/j.1083-6101.2006.00020.x>
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C.(2007). The benefits of facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of computer-mediated communication*, 12(4),1143-1168. <http://lps3.doi.org.proxy.cau.ac.kr/10.1111/j.1083-6101.2007.00367.x>
- Kavanaugh, A., Carroll, J. M., Rosson, M. B., Zin, T. T., & Reese, D. D. (2005). Community networks: Where offline communities meet online. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 10(4), 00-00. <http://lps3.doi.org.proxy.cau.ac.kr/10.1111/j.1083-6101.2005.tb00266.x>
- Park, N., Kee, K. F., & Valenzuela, S. (2009). Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes. *Cyberpsychology & behavior*, 12(6), 729-733. <http://lps3.doi.org.proxy.cau.ac.kr/10.1089/cpb.2009.0003>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of american community*. New York: Simon & Schuster.
- Williams, D. (2006). On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11, 593-628. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2006.00029.x>.