

# 소셜미디어 이용정도 및 이용동기가 사회자본에 미치는 영향: 개방형/폐쇄형 소셜미디어 비교\*

이창호\*\* · 정낙원\*\*\*

본 연구는 전국의 고등학생 및 대학생에 대한 대규모 조사를 통하여 소셜미디어 이용정도 및 이용동기가 교량적/결속적 사회자본 및 참여를 증진시키는 데 얼마나 기여하고 있는지 고찰했다. 특히 소셜미디어를 네트워크 성격에 따라 개방형 네트워크와 폐쇄형 네트워크 서비스로 구분해 분석한 결과, 전자는 교량적 사회자본의 강화에, 후자는 결속적 사회자본의 증진에 기여하는 것으로 나타났다. 소셜미디어이용동기는 교량적/결속적 사회자본 모두에 유의한 영향을 미쳤다. 소셜미디어를 통한 정치·사회적 참여에는 소셜미디어 유형별 이용정도와 이용동기가 모두 유의한 영향을 미쳤다. 결론적으로, 소셜미디어가 사회자본에 미치는 효과는 어떤 성격의 매체를 이용하고 그것을 어떠한 목적으로 이용하는가에 따라 결정된다고 볼 수 있다.

주제어: 소셜미디어, 참여, 교량적 사회자본, 결속적 사회자본, 이용동기

## 1. 연구의 필요성 및 목적

대표적 소셜미디어<sup>1)</sup>로 알려진 트위터 및 페이스북의 국내 가입자는 2013년 6월을 전후로 각각 1,000만명을 돌파하면서 빠르게 성장하고 있다(정상혁, 2013). 이러한 배경에는 언제 어디서든지 쉽게 이용이 가능한 스마트폰의 확산이 놓여 있다. 국내 스마트폰 이용자는 2013년 7월 3천 5백만 명을 돌파하면서 빠르게 증가하고 있는 양상이다(미래창조과학부 유무선통계).<sup>2)</sup> 방송통신위원회(2011)의 스마트미디어이용태도조사에 따르면, 스마트미디어를 이용하지 않는 사람 중 SNS를 이용한 사람은 15.3%에 불과했지만, 스마트폰 이용자 중 SNS를 이용한 사람은 44%, 태블릿PC 이용자 중에서는 65.5%가 SNS를 사용하는 것으로 나타났다. 즉 스마트폰과 태블릿PC를 비롯한 스마트미디어를 이용하는 집단이 그렇지 않은 집단보다 SNS를 이용하는 비율이 세 배 이상 높았다. 이러한 조사결과는 스마트폰의 확산으로 트위터나 페이스북을 이용하는 사람들이 급격히 증가하고 있다는 것을 보여주고 있다.

이처럼 소셜미디어 이용이 증가하면서 우리의 일상생활도 많은 변화를 겪고 있다. 소셜미디어

\* 이 논문은 한국청소년정책연구원 데이터를 활용한 것으로 2013학년도 서울여자대학교 교내학술특별연구비의 지원을 받았다.

\*\* 한국청소년정책연구원 연구위원 (ifsc334@nypi.re.kr)

\*\*\* 서울여대 언론영상학부 조교수 (paradise@swu.ac.kr), 교신저자

1) 소셜미디어는 SNS(소셜네트워크서비스)와 동일한 의미로 사용되는 경우가 많다. 따라서, 본 연구에서는 두 가지 용어를 엄격하게 구분하지 않고 상황에 따라 함께 사용하기로 한다.

2) 미래창조과학부 홈페이지(www.msip.go.kr)에서 2013년 9월 6일 인출.

어를 통해 평소 알고 지내던 지인들과 직장이나 학교에서 일어난 일들을 공유하기도 한다. 또한 소셜미디어를 통해 자신과 관심이나 취미가 비슷한 새로운 친구를 만나고 사귀기도 하며 평소 만나기 어려운 유명인들과 스스럼없이 대화를 나눌 수도 있다. 소셜미디어는 우리에게 생활에 필요한 유용한 정보를 제공하기도 하며 주요 사회적 사건이나 이슈에 대한 뉴스도 전달한다. 이같이 소셜미디어는 개인의 의견, 감정, 정보, 지식을 교환하고 공유하는 사회적 연결망이 되고 있다.

일찍이 사회자본의 중요성을 제기한 푸트남(Putnam)은 “사회적 네트워크가 가치를 지닌다”라는 명제가 사회자본의 핵심이라고 주장했다(Helliwell & Putnam, 2004, p. 1436). 즉 사회자본은 가족과 친구, 이웃, 직장, 교회, 시민단체들 사이에 실제로 형성된 관계 뿐 만 아니라 인터넷에 기반을 둔 가상공동체 안에서 조직된 관계를 통해서도 생성될 수 있다는 것이다. 많은 경우 온라인 상에서 형성된 관계 그룹들이 오프라인 모임으로 이어져 활발한 활동을 하게 되는 것을 보면(Ellison, Steinfield & Lampe, 2007), 최근 우리사회를 강타한 트위터와 페이스북 같은 소셜미디어는 사회자본의 한 형태로 볼 수 있다.

실제로 소셜미디어를 이용하는 사람들은 소셜미디어를 통해 사회 문제에 관심을 갖고 문제 해결에 참여하게 되고, 개인적 관심사를 확대하며, 기존에 형성된 관계를 유지하면서 새로운 관계를 형성하여 인맥을 넓히기도 하는 등 소셜미디어의 긍정적인 측면을 많이 경험하고 있는 것으로 나타났다. 중앙일보가 2011년 4월 트위터이용자 689명을 조사한 결과, 응답자의 56%가 SNS를 통해 기부나 서명, 공동구매에 참여한 적이 있다고 응답했다(이나리·김한별, 2011). 인간관계의 변화에 대해서는 응답자의 25%가 온라인 인맥이 늘었다고 이야기했고 14%는 지인과의 교류가 늘었다고 말했다. 단지 응답자의 19%만이 변화가 없다고 답했을 뿐이다. 이처럼 소셜미디어는 이미 알고 있는 사람들과의 관계를 증진시킴과 동시에 모르는 사람들과의 관계도 새롭게 만드는 사회적 관계 유지 및 확장 네트워크로서 기능하고 있다.

소셜미디어의 이러한 정치·사회적 순기능은 뉴미디어 이용이 활발한 청소년들과 대학생들에게 더욱 긍정적으로 작용할 수 있다. 청소년들의 정치 사회화는 매우 중요한 과정이지만, 최근 들어 전 세계적으로 정치·사회 문제에 무관심한 청소년과 청년층의 비율이 지속적으로 증가하는 상황에 대해 우려의 목소리가 높았다(Esser & De Vreese, 2007). 그러나 소셜미디어 이용이 어느 정도 보편화된 2008년 미국 대통령 선거, 2010년 미국 중간 선거, 2011년 우리나라 지방선거부터는 특히 젊은 층 유권자들이 선거 정보를 얻고 토론하며, 지지 그룹을 형성하여 후보자를 직·간접적으로 지원하는 활발한 정치 참여의 채널로서 소셜미디어가 기능하고 있음이 관찰되기 시작했다(이소영, 2012). 실제로 소셜미디어 이용이 가장 활발한 20대의 19대 총선 당시 투표율이 18대 총선과 비교하여 13%이상 증가한 반면 40대의 투표율은 3~4% 증가에 그쳤다. 특히 스마트폰이나 태블릿 컴퓨터 등 모바일 통신 기기를 통한 소셜미디어 이용이 활발한 젊은 연령층에게 소셜미디어의 정치·사회적 순기능이 더욱 크게 작용할 가능성이 있다.

이처럼 소셜미디어가 가지고 있는 잠재력에 주목하여 본 연구는 전국 고등학생과 대학생들을 대상으로 소셜미디어가 사회자본을 형성하고 증진시키는 동력을 갖고 있는지를 분석하였다. 구체적으로 소셜미디어 이용정도 및 이용동기가 교량적/결속적 사회자본을 어느 정도 증진시키며 정치·사회적 참여를 얼마나 활성화시키는지 고찰하고자 한다. 그동안 소셜미디어가 사회자본에 미치는 영향에 대한 연구(고상민·황보환·지용구, 2010; 송경재, 2011; 심홍진·황유선, 2010; 최영·박성현, 2011; Kushin & Yamamoto, 2010; Valenzuela, Park & Kee, 2009; Vitak et al., 2011; Gil de Zuniga, Jung & Valenzuela, 2012)는 많이 진행되었지만 대부분 한 두가지 소셜미디어의 영향력을 다룬 경우가 많았다. 더구나 소셜미디어의 네트워크 특성에 따른 효과를 검증한 연구는 거의 없는 실정이다. 따라서, 본 연구는 소셜미디어의 네트워크 성격에 주목해 소셜미디어를 크게 개방형 소셜미디어와 폐쇄형 소셜미디어로 구분하여 그 영향력을 검증하고자 한다.

## 2. 소셜미디어와 사회자본

소셜미디어란 용어는 가이드와이어 그룹(Guidewire Group)의 창업자인 크리스 쉬플리(Chris Shipley)가 2004년 한 컨퍼런스에서 처음 사용하면서 주목을 끌기 시작했다. 소셜미디어는 이용자들이 자신의 일상경험과 평소 생각, 의견 등을 자유롭게 나누는 참여적이고 개방적인 온라인 플랫폼이다(위키백과 사이트 참조). 즉 참여, 공유, 개방을 바탕으로 한 웹 2.0 환경에 잘 부합하는 소통방식인 셈이다. 또한 소셜미디어는 사용자의 상호작용과 관계에 의해 콘텐츠가 생성되고 확산되는 메커니즘을 가지고 있다(류한석, 2009). 다시말해, 소셜미디어는 개인들 간의 연결망을 통해 일상생활이나 정보가 생성되고 공유되는 네트워크인 셈이다. 이러한 소셜미디어는 아이폰이나 갤럭시와 같은 모바일기기의 보급과 더불어 확산되기 시작했다. 즉 초기의 소셜네트워크서비스는 웹에서 출발했지만 와이브로나 와이파이 등 모바일 네트워크 환경의 개선과 스마트 폰의 확산과 더불어 언제 어디서든지 실시간 소통이 가능하게 된 것이다(김문구·박종현·조영환, 2010).

소셜미디어는 흔히 소셜네트워크서비스(SNS)와 혼재돼 사용되곤 하는데 이보다 포괄적인 개념이라고 할 수 있다. 사실, 소셜미디어는 하나의 개별 미디어서비스를 일컫는 개념이라기보다는 복합적이고 다양한 미디어형태를 포괄하는 개념이다(황유선, 2012). 따라서, 소셜미디어는 학자들에 따라 다양하게 분류되고 있다. 가령, 소셜미디어는 트위터와 같이 단문메시지로 수익을 창출하는 마이크로 블로그, 페이스북과 같이 프로필을 올리고 의견을 교환하거나 관계를 형성하는 소셜네트워크서비스, 위키피디아와 같은 온라인 백과사전, 유튜브와 같은 사진/비디오공유 서비스 등으로 분류된다(황유선·박남기, 2010에서 재인용). 최민재·양승찬(2009)은 소셜미디어의 유형을 크게 네 가지로 분류한다. 가장 대표적인 모델은 커뮤니케이션

모델로 블로그와 소셜네트워크사이트, 싸이월드, 티스토리, 아이러브스쿨, 포털블로그 등이 대표적인 예다. 두 번째는 협업모델로 위키피디아나 네이버지식인 같은 사이트들이 이에 해당된다. 세 번째는 콘텐츠공유모델로 유튜브나 판도라TV 같은 사례가 이에 속한다. 네 번째는 엔터테인먼트모델로 대표적인 예는 세컨드 라이프다. 한편, 최영·박성현(2011)은 사회자본과 관련한 논쟁을 중심으로 트위터를 개방형 SNS로, 싸이월드를 폐쇄형 SNS로 구분한바 있다. 신소연·이상우(2012) 역시 관계맺는 것이 아주 쉽게 이뤄진다는 면에서 트위터를 개방형 SNS로 분류하였고 상대방이 친구신청을 수락해야 네트워크가 형성된다는 구조를 가지고 있다는 면에서 페이스북을 폐쇄형 SNS로 간주하였다.

흔히 사회자본은 사회공동체 구성원 사이의 상호작용과 협력을 가능하게 하는 신뢰, 호혜적 규범, 사회적 네트워크로 알려져 있다(이혜인·배영, 2011; Putnam, 1994). 린(Lin, 2001)에 따르면, 사회적 자본은 사회적 네트워크와 사회적 연결성을 통해 형성되는 관계적 자원이다. 조남익(2011)은 기존의 연구를 바탕으로 사회자본에 대한 관점을 세 가지로 구분하고 있다. 첫 번째 관점은 사회구조의 관계 속에서 존재하며 행위자의 행위를 촉진시키는 생산적 자원으로 사회자본을 바라보는 것이다. 두 번째는 사회적 관계가 제공하는 기회와 이익의 합으로 사회자본을 규정하는 것이다. 세 번째 관점은 공동체 유지를 위한 기제로 사회자본에 접근하는 것이다.

이러한 사회자본을 구성하는 요소는 삶의 만족이나 친한 친구수, 신뢰, 시민참여나 정치적 참여 등 매우 다양하다. 가령, 최영·박성현(2011)은 사회자본을 사적 자원과 공적 차원으로 구분하고 있다. 사적 차원의 사회자본은 다시 표출적 보상<sup>3)</sup>과 도구적 보상<sup>4)</sup>으로, 공적 차원의 사회자본은 대인신뢰, 제도신뢰, 공적활동의사로 구분하였다. 발렌주엘라와 동료들(Valenzuela et al., 2009)은 사회자본을 삶의 만족, 사회적 신뢰, 시민참여활동, 정치적 참여활동을 포괄하는 개념으로 규정하였다.

이러한 사회자본은 또한 교량적/결속적 사회자본으로 구분되기도 한다. 잘 알려져 있듯이, 교량적 사회자본(bridging social capital)은 다양한 사회집단 사이를 넘어서는 연결망인데 비해 결속적 사회자본(bonding social capital)은 인종, 나이, 사회계급 등에서 유사한 사람 간의 연결망이다(Helliwell & Putnam, 2004). 전자가 집단과 집단 사이의 관계를 이어주는 것(약한 유대)을 의미한다면 후자는 집단 내의 결속을 강화하는 네트워크(강한 유대)를 의미한다. 또한 전자는 구성원들에게 다양한 정보를 제공하며 시민적 참여를 장려하는 역할을 하는 반면 후자는 구성원들의 집단적 결속력을 장려해 어려운 상황에 처한 개인이 문제해결을 위한 도움을 쉽게 얻을 수 있다(이재신·이영수, 2012).

본 연구에서는 교량적, 결속적 사회자본 외에도 서명이나 기부, 봉사활동 등 소셜미디어를 매개로 한 정치·사회적 참여활동을 사회자본의 중요한 요소로 간주해 분석하고자 한다.

3) 행위자들이 가지고 있는 자원을 보호하고 유지하기 위한 것으로 행위자들 간의 결속이나 연대, 믿음을 의미한다(김명아, 2007).

4) 행위자들이 정보교류를 통해 얻는 이익을 의미한다(김명아, 2007).

### 1) 소셜미디어와 교량적/결속적 사회자본

개방, 공유, 참여로 대표되는 상호 작용적 웹 2.0 서비스 환경에서, 많은 연구들은 온라인 공간이 다양한 관계적 집합체들을 발생시키고 이 안에서 사회 전체와 구성원들에게 이익이 되는 부산물을 생성해내는 내재적 요소인 사회자본이 생성될 가능성에 주목하고 연구해왔다. 가령, 안명규·류정호(2007)는 온라인 공간에서 호혜성, 온라인 규범, 신뢰를 바탕으로 형성된 네트워크를 통하여 다양한 정치 참여 행위가 이루어짐에 주목하여 인터넷 커뮤니케이션이 사회자본에 있어서 순기능을 가짐을 발견하였고, 섬과 동료들(Sum, Mathews, Pourghasem & Hughes, 2008)은 노인들의 인터넷 이용이 정신적 건강과 전반적 삶의 만족도 측면에 있어서 사회자본 형성에 효과가 있음을 논증하기도 하였다.

사이버공간과 더불어 소셜미디어 역시 관계와 상호작용에 기반한 온라인 네트워크이기 때문에 중요한 사회자본이 될 수 있다. 앞서 언급한 푸트남(Putnam)의 주장대로 사회자본은 가족과 친구, 이웃, 직장, 교회, 시민단체 심지어 인터넷에 기반한 가상공동체 안에 구현되어 있다(Helliwell & Putnam, 2004). 따라서 온라인공간의 대표적인 사회적 네트워크인 트위터와 페이스북 같은 소셜미디어도 사회자본이 될 수 있는 잠재력을 지닌다고 볼 수 있다. 즉 소셜미디어의 확산은 소셜네트워크의 증가를 가져오고 결국 사회자본의 축적으로 이어질 수 있다는 것이다(최영·박성현, 2011). 소셜미디어를 통해 이뤄지는 수평적 소통과 호혜성 역시 사회자본의 형성을 가능케 할 수 있다(조남익, 2011).

소셜네트워크를 통해 소셜미디어 이용자들은 다양한 세계와 문화를 접하며 다양한 분야의 지식과 정보를 얻고 있다. 아울러 그들은 소셜미디어를 통해 지인과의 관계와 새로운 네트워크를 동시에 강화하고 있다. 이러한 의미에서 소셜미디어는 교량적/결속적 사회자본의 강화에 기여할 것으로 예상된다.

실제로, 기존 연구들은 소셜미디어가 교량적/결속적 사회자본을 증진시키는 데 중요한 역할을 하고 있다고 주장한다. 요컨대, 심홍진·황유선(2010)은 트위터 이용자를 대상으로 트위터 상에서 온라인 설문조사를 실시하였다. 그 결과 트위터 이용 강도는 교량적 사회자본(약한 유대)과 결속적 사회자본(강한 유대)에 대해 모두 긍정적인 효과를 미쳤다. 이와 더불어 자아존중감이 높을수록 교량적 사회자본과 결속적 사회자본 역시 강화되었다. 연구자들은 트위터의 이용강도가 높을수록 교량적 사회자본이 커지는 이유에 대해 다음과 같이 주장한다. 우선, 트위터가 제공하는 커뮤니케이션 특성이다. 즉 트윗, 리플, 리트윗, 팔로어 수 등의 소통도구는 이용자들 간의 상호작용을 강화시켜 그들의 관계발전과 유지욕구를 충족시켜 준다는 것이다. 또한 트위터는 이용자들의 활동을 팔로어들에게 편리하게 알릴 수 있어 트위터가 사회문제에 대한 정보와 의견을 교환하고 전문적 지식과 정보를 구하는 도구로 활용되고 있다는 것이다. 또한, 엘리슨과 동료들이 미국의 대학생들을 대상으로 조사한 연구(Ellison et al., 2007)에 따르면, 페이스북 이용정도는 교량적, 결속적 사회자본 모두에 긍정적인 영향을 미쳤다. 특히 페이

스북을 많이 할수록 교량적 사회자본이 결속적 사회자본보다 더 크게 증가하는 것으로 나타났다. 더불어 삶의 만족도와 자기존중이 낮은 학생들은 그들이 페이스북을 보다 많이 이용하면 교량적 사회자본이 더 증대되는 것으로 나타났다. 즉 페이스북은 주관적 행복감이 낮은 대학생들에게 혜택을 주고 있는 것이다.

이처럼 개별 소셜미디어의 사회자본에 대한 영향력을 분석한 연구 뿐 아니라 다양한 소셜미디어의 종합적 이용이 사회자본에 어떤 영향을 미치는지를 규명하려는 연구들도 활발해지고 있다. 주니가와 동료들(Gil de Zuniga et al., 2012)은 미국 내에서 행해진 패널 데이터 분석을 통해 트위터와 페이스북과 같은 소셜미디어가 사회자본의 증가, 사회참여, 정치참여에 긍정적 역할을 하는 것을 발견했다. 노르웨이의 연구결과(Brandtzaeg, 2012)도 SNS가 사회자본<sup>5)</sup>에 미치는 긍정적 효과를 뒷받침해주고 있는데, 이에 따르면 SNS 이용자들은 비이용자들에 비해 교량적 사회자본이 높았고 친한 친구들과 면대면 접촉을 보다 활발히 했으며 이는 사람들이 보다 많았다. 즉 SNS 덕분에 이는 사람들과의 교류도 활발해지고 그들과의 접촉도 활성화되고 있다는 것이다. 하지만 SNS 이용자들은 비이용자들에 비해 외로움을 많이 느끼는 것으로 나타났고 특히 남자들의 경우 여자들보다 그 정도가 심했다. 이 같은 연구결과는 SNS가 사회자본과 연관돼 있고 사회적 유대를 강화시킬지 모른다는 메시지를 던져주고 있다. 이 연구에서 흥미로운 것은 사교목적으로 SNS를 이용하는 사람들(Socializers<sup>6)</sup>)의 사회적 자본이 높게 드러났다는 것이다. 즉 이용자들의 이용행태에 따라 사회자본이 다르게 나타나고 있다는 것이다.

그러나 학자들은 미디어의 사회자본 효과는 이용자들이 어떤 동기를 가지고 매체를 이용하느냐에 따라 그 정도가 달라진다고 지적한다(Katz & Gurevitch, 1974; Shah, Rojas & Cho, 2009). 즉, 환경 감시와 정보 추구 동기로부터의 미디어 이용은 사회자본과 정적 상관관계가 있지만, 오락적 목적을 가진 이용은 부적 상관관계가 있다는 것이다(Norris, 2000; Prior, 2007). 가령, 고상민·황보환·지용구(2010)의 연구에서는 소셜네트워크서비스 기능 중 전문가탐색과 커뮤니케이션 요인이 교량적 사회자본을 강화하는 데 유의미한 영향을 미쳤으며 전문가탐색과 관계유지기능은 결속적 사회자본을 증진하는 데 중요한 역할을 했다. 최영·박성현(2011)은 대학생들을 대상으로 소셜미디어 이용동기가 사회자본에 미치는 영향을 탐구하였다. 먼저, 소셜미디어<sup>7)</sup> 이용동기는 정보추구, 자긍심표출, 추억공유, 사회적 상호작용, 기분전환/여가, 정체성표현, 유행성 등 7가지 요인이었다. 소셜미디어 이용동기가 공적 차원의 사회자본에 미치는 영향을 살펴본 결과, 7가지 요인 중 사회적 상호작용만이 대인신뢰와 공적활동의사에 유의미한 영향을 미쳤다. 반면, 대부분의 소셜미디어 이용동기는 사적 차원의 사회자본에

5) 이 연구에서 사회자본은 친한 친구와의 면대면 접촉정도, 오프라인 지인 수, 교량적 자본 수준, 외로움이 덜한 정도로 측정되었다.

6) 연구자는 SNS 이용행태를 크게 다섯 가지로 구분하였다. 1) Advanced Users : 다양하고 폭넓게 SNS를 이용하는 사람 2) Debaters : 토론과 논쟁에 적극적인 유형 3) Socializers : 친구, 가족 등 사람과의 상호작용에 관심이 많은 유형 4) Lurkers : 수동적인 소비유형 5) Sporadics : 거의 비사용자에 가까운 유형

7) 소셜미디어는 트위터와 싸이월드에 한정되었다.

긍정적인 영향을 미쳤다. 즉 소셜미디어 이용동기는 사적 차원의 사회자본에 많은 영향을 미쳤지만 공적 차원의 사회자본에는 별다른 영향을 미치지 못했다.

이처럼 소셜미디어 이용정도 및 이용동기는 사회자본에 비교적 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만, 앞서 언급한 대로 기존연구들은 소셜미디어의 네트워크 성격에 그다지 주목하지 못했다. 소셜미디어라 할지라도 그 네트워크 성격이 다르기 때문에 사회자본이 다르게 형성될 여지가 있다. 즉 앞서 논의한 개방형 네트워크서비스의 경우 이용자들의 자유로운 참여와 상호교류, 정보공유에 초점을 두고 있어 비교적 약한 유대에 기반을 둘 가능성이 높기 때문에 교량적 사회자본의 형성에 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 반면, 폐쇄형 네트워크서비스의 경우 친한 사람들끼리의 연결망이고 친목도모적인 성격이 강하기 때문에 강한 유대에 기초해 있을 가능성이 높아 결속적 사회자본이 형성될 가능성이 높다.

## 2) 소셜미디어와 참여

소셜미디어는 사회운동과 정치 참여에도 긍정적인 영향을 미치고 있다. 주니가와 동료들(Gil de Zuniga et al., 2012)은 페이스북 및 트위터와 같은 소셜미디어의 단순한 이용이 정치·사회적 정보로의 노출로 이어지고, 이는 사회 이슈에 대한 대인 토론과 숙고의 과정으로 이어져 결국 정치·사회적 참여로 연결된다고 주장한다. 즉, SNS를 이용하는 동안 정치·사회적 정보를 얻을 가능성이 높고, 다양한 온라인 및 오프라인 정치참여활동(기부, 자원봉사, 이메일을 통한 정치적 메시지 보내기, 인터넷을 통해 정치인들에게 편지쓰기, 대선투표참가, 공청회참가, 정치적 집회참가 등)도 활발하다는 것이다. 송경재(2010)가 미국 소셜네트워크서비스 사용자의 특성과 정치참여를 분석한 결과에서도 SNS를 이용하는 집단은 SNS를 사용하지 않는 일반 인터넷 사용자 집단에 비해 온라인 정치참여가 더 활발했다. 즉 SNS 사용자 집단은 일반 인터넷 이용집단보다 온라인뉴스로 정치 및 선거정보를 더 많이 습득하고 웹사이트나 블로그에 정치·사회적 이슈에 대한 글을 더 많이 게재하였다. 또한 SNS 사용자 집단의 경우 이 같은 온라인 활동이 활발할수록 대선투표참여를 위한 유권자등록에도 더 적극적이었다. 특히 트위터는 선거에 많은 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. 선거에서 트위터의 역할은 지난 2010년 실시된 6·2 지방선거와 2011년 치르진 4·27 재보궐 선거에서도 나타났는데 당시 트위터를 통한 투표참여독려활동과 투표인증샷이 활발히 전개되었고 이는 젊은 세대의 투표율을 상승시키는 효과를 가져왔다(이원태, 2012).

금희조(2010) 역시 한국과 미국의 대학생을 대상으로 참여적 사회자본에 미치는 소셜미디어<sup>8)</sup>의 영향을 탐색한 연구에서 한국과 미국 대학생 모두 소셜미디어 이용이 시민참여와 사회운

8) 소셜미디어는 크게 블로그, 마이크로블로그(트위터 등), 사회적 네트워크 사이트(싸이월드, 페이스북 등), 사진·동영상공유사이트(유튜브 등) 등 네 가지 유형으로 구분되었고 평균을 내어 소셜미디어이용량 척도를 구성하였다.

동 모두에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혀냈다. 하지만 소셜미디어 이용은 친교활동에는 별 다른 영향을 미치지 못했다. 한국 대학생의 경우 연결적 네트워크가 소셜미디어 이용과 더불어 시민참여와 사회운동에 긍정적인 영향을 미쳤으며 미국 대학생의 경우 결속적 네트워크가 사회운동에만 긍정적인 영향을 미쳤다. 이 같은 연구결과는 한국 대학생들의 경우 소셜미디어 이용이 연결적 네트워크 형성과 더불어 시민참여와 사회운동을 증진시키는 중요한 변인이라는 것을 보여주고 있다. 즉 소셜미디어를 통해 새로운 정보를 얻고 새로운 사람을 만나 활발히 소통하는 사람일수록 시민참여도 높고 사회운동에도 적극적이라는 것이다. 발렌주엘라와 동료들(Valenzuela et al., 2009)의 연구결과에 의하면, 페이스북 이용<sup>9)</sup>은 사회자본(삶의 만족, 사회적 신뢰, 시민참여)과 긍정적인 관련이 있었다. 하지만 페이스북 이용이 사회적 신뢰에 미치는 영향은 그다지 크지는 않았다. 또한 페이스북 이용정도는 시민참여(자원봉사활동 등)와 유의미한 관련이 있었지만 정치적 참여(서명, 투표참여, 불매운동 등)와는 관련이 없었고 페이스북 그룹 이용정도가 정치적 참여와 관련이 높았다. 즉 페이스북에 있는 그룹에 가입해 활동을 많이 하는 사람일수록 시민참여도 높을 뿐더러 정치적 참여정도도 높은 것으로 나타났다. 이 연구결과를 요약하면, 페이스북을 많이 이용할수록 개인적인 삶의 만족도가 높고, 타인에 대한 높은 신뢰를 갖고 있으며, 시민 참여활동과 정치적 활동에도 적극적이며, 특히 SNS내의 그룹 활동을 활발히 하면 정치 참여 효과도 있다는 것이다. 이 같은 결과는 앞서 언급한 트위터 이용처럼 페이스북 이용정도가 다차원적 사회적 자본 증진에 큰 영향을 미치고 있다는 것을 경험적으로 뒷받침 해주고 있다.

이외에도 소셜미디어가 사회 운동의 촉발제로서 기능한 사례가 세계 여러 곳에서 관찰되고 있다. 예를 들어, 2011년 초 중동지역을 강타한 민주화운동, 이후 발생한 일본 동북부 지방 대지진 사건, 그해 6월 발생한 대학생들의 반값 등록금 촛불시위 등 이슈가 되었던 모든 현장에 소셜미디어가 있었다.

잘 알려진 바와 같이, ‘소셜미디어 혁명’이라고 불리는 중동의 민주화혁명은 소셜미디어가 있었기에 확산될 수 있었다. 중동 지역 대부분의 언론이 정치권력에 의해 장악돼 있어 정부의 이익을 대변할 수밖에 없었지만 개방적인 플랫폼인 트위터를 통해 시위상황과 요구 등이 신속하게 전달되면서 소셜미디어는 독재와 억압에 눌린 중동 시민들의 자유로운 의사소통의 공간이 되었다. 트위터는 아랍권 젊은이들의 메시지를 빠르게 전파하고 이들을 결집해 튀니지, 이집트, 리비아의 독재자를 잇달아 몰러나게 한 ‘아랍의 봄’에 결정적 역할을 했다(이항우, 2011). 일본 동북부 지방에 발생한 대지진 때도 소셜미디어를 통해 서로의 안부를 묻기도 했으며 피해지역을 돕는 모금운동이 트위터를 통해 활발히 전개됐다. 소셜미디어는 또한 대학생들의 반값등록금 시위 확산과정에 중요한 역할을 했다. 전국 대학생들의 모임인 21세기 한국대학생연합은 웹사이트와 함께 반값 촛불 공식트윗(@hdrzzang)을 만들어 반값등록금 실현

9) 페이스북 이용정도는 페이스북 친구 수, 페이스북에 보내는 하루 평균 시간, 페이스북에 대한 감정적 집착 정도를 측정되었다.



을 위한 투쟁을 적극적으로 알렸다. 당시 팔로우 수는 수 천 여명에 불과했지만 트위터를 통해 매일 청계광장에서 벌어지고 있는 촛불시위현장을 알리고 국민들의 지지를 호소했다.

더불어, 팟캐스트인 ‘나는 꿈수다’ 도 제도권 언론이 다루지 않은 우리사회의 주요 이슈를 공중이 쉽게 이해할 수 있도록 제공하면서 젊은이들의 정치사회화에 많은 기여를 한 것으로 나타났다(송인덕, 2012).

이처럼 소셜미디어가 사회운동 및 사회참여에 미치는 영향력이 커지고 있다는 주장이 많은 연구들을 통하여 제기되고, 이와 동시에 세계 각처에서 많은 사례를 통해 관찰되고 있다. 이 같이 사회참여에 영향을 미친 트위터나 팟캐스트 등의 영향을 고려하면 개방형 네트워크를 많이 이용할수록 사회참여가 활발해 질 것으로 기대해 볼 수 있다.

### 3. 연구문제 및 방법

본 연구의 주 목적은 소셜미디어가 교량적/결속적 사회자본과 참여적 사회자본에 미치는 영향을 파악하는 것이다. 이 연구가 정의하고 있는 소셜미디어는 자신의 생각과 의견, 경험, 관점 등을 서로 공유하고 타인과 상호교류 할 수 있는 온라인 네트워크이다. 앞서 언급한 대로 소셜미디어를 분류하는 다양한 방법이 있지만 본 연구에서는 분석에 사용된 8가지 소셜미디어를 멤버십여부에 따라 크게 개방형 네트워크와 폐쇄형 네트워크로 구분하였다.<sup>10)</sup> 즉 블로그, 트위터, 팟캐스트, 유튜브는 누구나 쉽게 접근이 가능하고 누구나 자유롭게 콘텐츠를 생산하고 공유하는 성격이 강한 소셜미디어에 속한다. 따라서, 이들 매체를 ‘개방형 소셜미디어’로 명명하였다. 가령, 트위터의 경우 누구하고도 관계 맺기가 가능해 이용자들은 유명연예인이나 정치인 등 다양한 사람들과의 교류 및 소통이 가능하다. 미니홈피, 미투데이, 페이스북, 카카오톡은 친한 사람들끼리의 관계를 두텁게 하는 친목도모적인 성격이 강하고 멤버십에 기초해 친구요청을 수락해야만 상대방과의 교류가 가능한 네트워크 구조를 가지고 있다. 따라서, 이들 소셜미디어는 평소 알고 지내거나 친한 사람들끼리의 관계형성 및 관계 맺기에 중심을 둔 연결망에 기반을 두고 있기 때문에 ‘폐쇄형 네트워크’라 이름 지었다.

본 연구는 소셜미디어의 영향력 뿐 아니라 성별, 교급별 사회자본의 정도가 어떻게 다르게 나타나는지와 성과 교급 간의 상호작용효과도 살펴보고자 했다. 기존의 연구들(금희조, 2010; 최영·박성현, 2011; Ellison et al., 2007)이 대학생집단에 초점을 맞추고 있는 경우가 많아 고등학생과 대학생을 비교하는 연구가 거의 드문 실정이다. 따라서, 이 연구는 고등학생과 대학생 집단별 소셜미디어를 통한 사회자본의 형성이 어떻게 차이가 있는지를 보고자 했다.

본 연구가 설정한 연구문제는 다음과 같다.

10) 이러한 분류방식은 앞서 언급한 최영·박성현(2011)와 신소연·이상우(2012)의 접근과 동일하다.

- 연구문제 1. 소셜미디어를 통한 교량적/결속적 사회자본의 형성정도는 어떠한가? 성별, 교급별 차이 및 성과 교급의 상호작용효과가 존재하는가?
- 연구문제 2. 소셜미디어 이용정도 및 이용동기는 교량적/결속적 사회자본의 증진에 어느정도 영향을 미치는가?
- 연구문제 3. 소셜미디어 이용정도 및 이용동기는 정치·사회적 참여의 활성화에 얼마나 영향을 미치는가?

이 연구는 한국청소년정책연구원이 2012년에 수행한 『청소년의 소셜미디어 이용실태 연구』 과제의 1차 자료에 바탕을 두고 있다. 이 조사는 청소년의 소셜미디어 이용현황 및 영향을 다룬 것으로 2012년 6월 한 달간 진행되었다. 한국교육개발원의 『2011 교육통계연보』를 표집틀로 활용하여 층화다단계표집방식의 방식으로 표본을 추출하였다. 그 결과, 고등학생의 경우 전국을 16개 시도와 학교계열(일반계, 전문계)로 층화한 뒤 규모 확률 비례표집법을 적용하여 88개 학교를 추출하였다. 대학생의 경우는 전국 16개 시도별로 일반대/전문대 학생수를 고려하여 모두 76개의 대학을 선정하였다.

<표 1>에 나타나 있듯이, 본 연구의 조사대상은 고등학생 2,574명, 대학생 2,302명 등 총 4,876명이다. 이 중 남학생이 2,496명으로 전체의 51.2%를 차지했다. 대학생의 경우 인문·사회전공이 33.1%, 이공·의학 34.0%, 예·체능 32.9% 등 비교적 전공이 고르게 분포되어 있다.

<표 1> 응답자의 인구사회학적 배경

배경		인원수	퍼센트
교급별	고등학생	2,574명	52.8%
	대학생	2,302명	47.2%
성별	남	2,496명	51.2%
	여	2,380명	48.8%
가족유형	양부모	4,276명	88.0%
	한부모	420명	8.6%
	조손가정	41명	.8%
	기타	122명	2.5%
지역 (고등학생의 경우)	대도시	1,115명	43.3%
	중·소도시	647명	25.1%
	읍·면지역	812명	31.5%
전공 (대학생의 경우)	인문·사회	763명	33.1%
	이공·의학	782명	34.0%
	예·체능	757명	32.9%

본 연구의 종속변인인 교량적, 결속적 사회자본 측정문항은 앞서 논의한 기존 연구(금희조, 2010; 심홍진·황유선, 2010)를 토대로 교량적 사회자본은 6문항, 결속적 사회자본은 4문항으

로 구성하였다. 요인분석결과도 동일하게 두 가지 요인으로 나타났다(<표 2> 참고). 즉 교량적 사회자본은 전체변량의 48.0%를 설명했고 결속적 사회자본은 전체변량의 18.6%를 설명했다. 크론바흐 알파값은 각각 .869, .882로 매우 높게 나타났다.

<표 2> 사회자본에 대한 요인분석 결과

요인	사회자본에 대한 인식 문항	요인1	요인2	설명변량
교량적 사회자본 ( $\alpha=.869$ )	1) 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하고 있다.	.530	.420	48.0%
	2) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관한 다양한 해석과 설명을 접할 수 있다.	.807	.155	
	3) 소셜미디어를 통해 우리사회의 중요한 문제가 무엇인지 알 수 있다.	.841	.130	
	4) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관심을 갖게 된다.	.823	.151	
	5) 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다.	.735	.200	
결속적 사회자본 ( $\alpha=.882$ )	6) 소셜미디어를 통해 전문적인 지식과 정보를 얻을 수 있다.	.747	.169	18.6%
	7) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내 문제를 해결하는데 도움을 줄 것이라고 신뢰하는 사람이 있다.	.234	.795	
	8) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 중요한 결정을 할 때 조언을 구할 수 있는 사람이 있다.	.197	.853	
	9) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 외로움을 느낄 때 얘기할 수 있는 사람이 있다.	.142	.864	
	10) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 사적인 문제에 관해 얘기하는 것이 편하게 느껴지는 사람이 있다.	.146	.839	

\* 주성분분석과 베리맥스회전 방법 사용  
 \* 전혀 그렇지 않다(1점)~매우 그렇다(4점)

정치·사회적 참여는 당초 모두 다섯 문항으로 구성하였는데, 이 중 투표 인증샷 여부는 투표권이 있는 대학생들에게만 해당돼 분석에서 제외하였다. 본 연구의 분석에 사용한 참여문항은 최근 1년간 소셜미디어를 통한 기부활동 유무, 서명운동참여 유무, 자원봉사참여 유무, 정치적 이슈에 대한 의견표명 유무이다. 기부나 서명, 자원봉사참여, 정치적 의견표출 등은 정치·사회적 참여를 구성하는 문항으로 자주 이용돼 온 것들이다(모상현·이창호, 2012; 송경재, 2010; Valenzuela et al., 2009). 각 항목에 대해 참여한 적이 있으면 1, 없으면 0점을 부여하고 네 가지 참여 점수를 합쳐 참여변인을 구성하였다(최소 0점~최대 4점). 참여변인의 평균은 .77, 표준편차는 1.01로 나타났다.

독립변인은 크게 배경변인, 소셜미디어 유형별 이용정도, 소셜미디어 이용동기로 구분하였다. 먼저 배경변인으로 성, 교급, 소득수준을 설정하였다. 성별의 경우 여성은 1, 남성은 0, 교급의 경우 대학생은 1, 고등학생은 0으로 코딩하였다. 가정의 소득 수준은 7점 척도로 측정하였다(1=매우 못 산다~7=매우 잘 산다).

앞서 논의한 대로, 소셜미디어 유형별 이용정도는 개방형 소셜미디어 이용정도와 폐쇄형

소셜미디어 이용정도로 구분하였고 각각의 범주에 포함된 소셜미디어 이용시간의 평균값을 소셜미디어 이용시간으로 사용하였다. 각각의 소셜미디어 이용시간은 하루 평균 얼마나 해당 소셜미디어를 이용하는 지로 측정했고 5점 척도로 구성돼 있다(1=30분 미만~5=2시간 이상 이용). 본 연구는 소셜미디어 유형별 이용정도가 사회자본에 미치는 영향을 파악하는데 초점을 뒀기 때문에 각 소셜미디어를 전혀 이용하지 않는다고 응답한 이들은 분석에서 제외했다.

소셜미디어 이용동기와 관련해서는 기존 연구(고상민·황보환·지용구, 2010; 최영·박성현, 2011)를 바탕으로 문항을 선정한 뒤 요인분석을 통해 모두 두 개의 요인을 추출하였다(<표 3> 참고). 첫 번째 요인은 정보/교류의 목적으로 소셜미디어를 이용하는 것으로 모두 6문항이 이에 해당된다. 이 요인은 전체의 33.26%를 설명해주고 있으며 크론바하 알파값은 .738로 높게 나타났다. 두 번째 요인은 즐거움/추억 요인으로 즐겁고 재미있으며 추억을 나누기 위해 소셜미디어를 이용하는 것으로 모두 4문항이 이에 해당된다. 이 요인은 전체의 16.69%를 설명해주고 있다. 크론바하 알파값은 .723으로 나타났다.

<표 3> 소셜미디어 이용동기에 대한 요인분석

요인	소셜미디어 이용동기에 대한 문항	요인1	요인2	설명변량
정보/교류 ( $\alpha=.738$ )	1) 나에게 필요한 정보를 얻을 수 있어 이용한다.	.433	.398	33.26
	2) 새로운 사람을 만나고 사귄다. 수 있어 이용한다.	.656	.215	
	3) 전문적인 지식을 가진 사람을 찾을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.	.809	.026	
	4) 유명인들과 쉽게 교류할 수 있어 이용한다.	.762	-.001	
	5) 학습자료를 공유하기 위해 이용한다.	.540	.298	
	6) 외국에 있는 친구들과 연락을 주고 받기 위해 소셜미디어를 이용한다.	.596	.071	
즐거움/추억 ( $\alpha=.723$ )	7) 아는 사람들과 쉽게 연락을 주고받을 수 있어 소셜미디어를 이용한다.	-.017	.780	16.69
	8) 재미있고 즐거워서 이용한다.	.159	.773	
	9) 친구들과의 추억을 나눌 수 있어 이용한다.	.141	.815	
	10) 주위 사람들이 사용하니까 이용한다.	.127	.514	

\* 주성분분석과 베리맥스회전 방법 사용

\* 전혀 그렇지 않다(1점)~매우 그렇다(4점)

## 4. 연구결과

### 1) 성과 교급에 따른 사회자본 증진 정도

응답자들이 소셜미디어를 통해 사회자본이 어느 정도 증진된다고 인식하는지를 살펴본 결과, 고등학생들과 대학생들이 소셜미디어를 통해 형성하고 있다고 인식하는 교량적, 결속적 사회자본의 점수(전체평균=2.584)는 중간 수준이었다(<표 4> 참고). 이들은 소셜미디어를

통해 다양한 정보와 의견을 교환하고 있다는 데 가장 많이 동의했으며 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다는 데도 긍정적이었다. 또한 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 외로움을 느낄 때 얘기할 수 있는 사람이 있다는 데도 많은 응답자들이 동의했다. 하지만 소셜미디어를 통해 우리사회의 중요한 문제가 무엇인지 알게 되고 사회문제에 관심을 갖게 된다고 인식한 응답자들은 비교적 낮게 나타났다.

각 항목별로 성별, 교급별 차이를 비교한 결과, 거의 모든 항목에서 통계적 유의성이 발견되었다. 즉 대부분의 항목에서 고등학생보다는 대학생의 점수가 높았고 남학생보다는 여학생의 점수가 높은 것으로 나타났다. 성별차이가 통계적으로 유의미하지 않게 나타난 항목은 7번 항목이 유일하다. 즉 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 자신이 중요한 결정을 할 때 조언을 구할 수 있는 사람이 있다는 항목에 대해 남녀별 반응차이는 거의 없는 것으로 나타났다.

<표 4> 소셜미디어를 통해 형성된 사회자본 정도

	합계	성별		t-검증	교급별		t-검증
		남	여		고등학생	대학생	
1) 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하고 있다.	2.78 (.725)	2.71 (.787)	2.86 (.648)	-7.13***	2.75 (.777)	2.81 (.665)	-2.61**
2) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관한 다양한 해석과 설명을 접할 수 있다.	2.45 (.793)	2.38 (.827)	2.53 (.750)	-6.41***	2.35 (.835)	2.56 (.732)	-9.00***
3) 소셜미디어를 통해 우리사회의 중요한 문제가 무엇인지 알 수 있다.	2.49 (.784)	2.41 (.828)	2.58 (.726)	-7.58***	2.43 (.830)	2.56 (.727)	-5.61***
4) 소셜미디어를 통해 사회문제에 관심을 갖게 된다.	2.48 (.793)	2.38 (.836)	2.57 (.733)	-8.37***	2.39 (.824)	2.57 (.746)	-7.93***
5) 소셜미디어를 통해 다른 문화를 접할 수 있다.	2.67 (.782)	2.60 (.826)	2.75 (.726)	-6.68***	2.63 (.826)	2.72 (.728)	-4.25***
6) 소셜미디어를 통해 전문적인 지식과 정보를 얻을 수 있다.	2.52 (.785)	2.49 (.830)	2.56 (.734)	-3.01**	2.48 (.812)	2.57 (.753)	-3.69***
7) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내 문제를 해결하는 데 도움을 줄 것이라고 신뢰하는 사람이 있다.	2.51 (.823)	2.49 (.845)	2.52 (.799)	-1.51 (n.s.)	2.46 (.872)	2.56 (.764)	-4.24***
8) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 중요한 결정을 할 때 조언을 구할 수 있는 사람이 있다.	2.61 (.832)	2.57 (.867)	2.64 (.794)	-2.96**	2.57 (.874)	2.65 (.783)	-3.44***
9) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 내가 외로움을 느낄 때 얘기할 수 있는 사람이 있다.	2.71 (.834)	2.66 (.856)	2.75 (.809)	-3.61***	2.66 (.884)	2.76 (.774)	-4.04***
10) 소셜미디어를 통해 소통하는 사람 중 사회적 문제에 관해 얘기하는 것이 편하게 느껴지는 사람이 있다.	2.62 (.874)	2.59 (.898)	2.65 (.847)	-2.24*	2.58 (.925)	2.66 (.813)	-3.32**

\* ( )은 표준편차임.

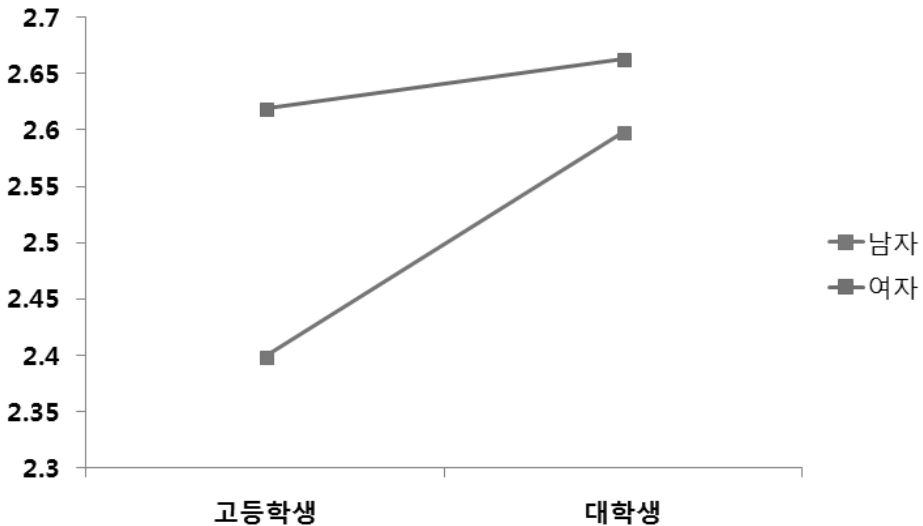
\*\* \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

성과 교급의 상호작용효과를 살펴보기 위해 이원분산분석(Two-Way ANOVA)을 실시하였다. 그 결과 <표 5>에 나타난 바와 같이, 교량적/결속적 사회자본 모두에서 상호작용효과가 통계적으로 유의미하게 나타났다(각각  $F=20.03, p<.001, F=7.24, p<.01$ ). 또한 성과 교급별 차이도 각각 통계적으로 유의미하게 나타났다.

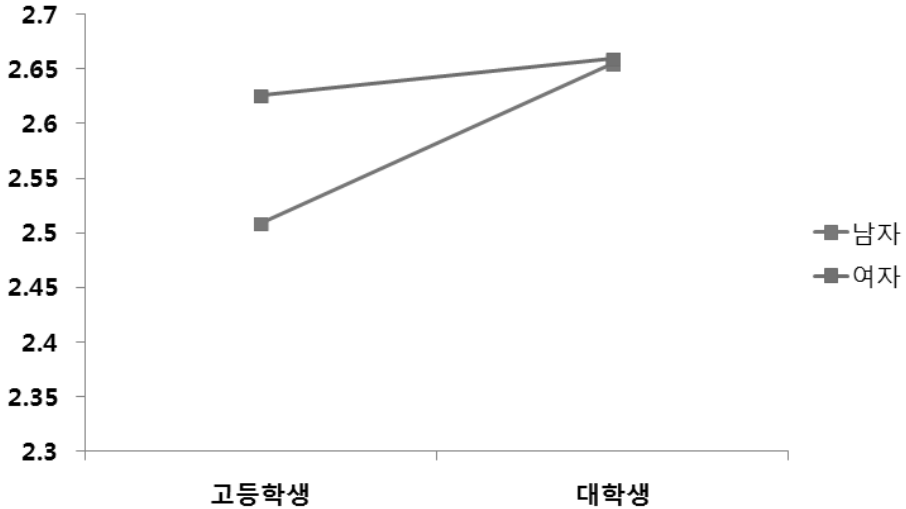
<표 5> 이원분산분석결과

사회자본	소스	자유도	평균제곱	F	유의확률
교량적 사회자본	성	1	23.98	67.58	.000
	교급	1	17.53	49.42	.000
	상호작용	1	7.11	20.03	.000
결속적 사회자본	성	1	4.30	8.31	.004
	교급	1	9.44	18.22	.000
	상호작용	1	3.75	7.24	.007

아래 [그림 1]과 [그림 2]에서 나타나듯이, 여대생인 경우가 교량적 사회자본도 높았고 결속적 사회자본도 높은 것으로 나타났다. 남자의 경우 사회자본의 증가는 고등학교에서 대학교로 올라갈수록 급격히 증가하는 패턴을 보였다.



<그림 1> 교량적 사회자본에 대한 상호작용효과



<그림 2> 연속적 사회자본에 대한 상호작용효과

2) 소셜미디어 유형별 이용정도 및 이용동기가 교량적/결속적 사회자본에 미친 영향

<표 6>은 소셜미디어 유형별 이용정도 및 이용동기가 교량적 사회자본에 미치는 영향을 살펴본 것이다. 그 결과, 배경변인 가운데는 성별만이 유의미한 영향력을 미쳤다. 즉 남자보다는 여자의 교량적 사회자본이 높은 것으로 나타났다. 소셜미디어이용 가운데는 블로그나 트위터 등 개방형 소셜미디어를 많이 이용하는 청소년들의 교량적 사회자본이 높은 것으로 나타났고 이는 통계적으로 유의하였다( $\beta=.086, p<.001$ ). 소셜미디어 이용동기는 교량적 사회자본의

<표 6> 소셜미디어 유형별 이용정도 및 이용동기가 교량적 사회자본에 미친 영향

변수	비표준화 계수	표준오차	표준화 계수	
(상수)	.740	.048		
배경	성	.080	.014	.066***
	교급	-.019	.015	-.016
	소득수준	.000	.006	-.001
	소셜미디어 유형별 이용정도	개방형 소셜미디어	.085	.013
	폐쇄형 소셜미디어	-.011	.010	-.015
소셜미디어 이용동기	정보/교류	.559	.014	.513***
	즐거움/추억	.165	.014	.155***

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

강화에 큰 영향을 미친 것으로 나타났는데, 특히 정보/교류 목적으로 소셜미디어를 이용할수록 교량적 사회자본이 크게 증가하는 것으로 나타났다( $\beta=.513, p<.001$ ). 이 회귀모형은 적합한 것으로 나타났으며 투입된 독립변수들은 전체변량의 37.3%를 설명하는 것으로 나타났다 ( $F=395.393, p<.001, R\text{-square}=.373$ ).

아래 <표 7>은 결속적 사회자본에 미치는 예측변인들을 보여주고 있다. 이 회귀모형은 적합한 것으로 나타났으며 전체변량의 25.5%를 설명하는 것으로 나타났다( $F=227.393, p<.001, R\text{-square}=.255$ ). 배경변인 가운데는 성별과 교급수준이 유의미한 영향을 미쳤는데 여학생보다는 남학생이, 대학생보다는 고등학생의 결속적 사회자본이 높은 것으로 나타났다. 소셜미디어 유형별 이용과 관련해서는 폐쇄형 소셜미디어의 이용정도가 결속적 사회자본에 유의한 영향을 미쳤다( $\beta=.064, p<.001$ ). 즉 페이스북이나 카카오톡 같은 폐쇄형 소셜미디어를 많이 이용할수록 결속적 사회자본도 높아지는 것이다. 교량적 사회자본과 마찬가지로 소셜미디어 이용동기는 모두 결속적 사회자본에 유의미한 영향을 미쳤다.

<표 7> 소셜미디어 유형별 이용정도 및 이용동기가 결속적 사회자본에 미친 영향

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수
(상수)		.511	.063	
배경	성	-.051	.019	-.035**
	교급	-.058	.020	-.040**
	소득수준	.001	.008	.001
	소셜미디어			
유형별 이용정도	개방형 소셜미디어	-.011	.017	-.009
	폐쇄형 소셜미디어	.055	.013	.064***
소셜미디어 이용동기	정보/교류	.333	.018	.256***
	즐거움/추억	.433	.018	.340***

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

### 3) 소셜미디어 유형별 이용정도 및 이용동기가 참여에 미친 영향

<표 8>은 소셜미디어 유형별 이용정도 및 이용동기가 정치·사회적 참여에 미친 영향을 제시하고 있다. 본 연구에 사용된 회귀모형은 적합한 것으로 나타났으며 투입된 독립변인들은 전체변량의 8.1%를 설명하는 것으로 나타나 비교적 낮은 설명력을 보였다( $F=58.887, p<.001, R\text{-square}=.081$ ).

분석결과, 배경변인 가운데는 성별과 교급수준이 유의미한 영향을 미쳤는데 남학생보다는 여학생이, 대학생보다는 고등학생의 참여가 높은 것으로 나타났다. 소셜미디어 유형별 이용정도와 소셜미디어 이용동기는 모두 참여에 유의미한 영향을 미쳤다. 가장 참여에 큰 영향을 미친 변수는 정보/교류목적으로 소셜미디어를 이용하는 것( $\beta=.180, p<.001$ )으로 나타났고 개방형 소셜미디어이용이 그 다음( $\beta=.133, p<.001$ )이었다.



<표 8> 소셜미디어 유형별 이용정도 및 이용동기가 참여에 미친 영향

변수		비표준화 계수	표준오차	표준화 계수
(상수)		-.398	.098	
배경	성	.124	.029	.061***
	교급	-.170	.031	-.084***
	소득수준	.006	.013	.006
소셜미디어 유형별 이용정도	개방형 소셜미디어	.224	.026	.133***
	폐쇄형 소셜미디어	.066	.020	.054**
소셜미디어 이용동기	정보/교류	.330	.029	.180***
	즐거움/추억	.065	.028	.036**

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

## 5. 논의 및 결론

본 연구는 고등학생 및 대학생들을 대상으로 소셜미디어 유형별 이용정도 및 이용동기가 사회자본에 어느 정도 영향을 미쳤는지를 경험적으로 살펴보았다.

먼저, 소셜미디어를 통해 형성되는 사회자본의 정도를 살펴본 결과, 응답자들은 소셜미디어를 통해 다양한 정보와 의견을 교환하거나 다른 문화를 접한다는 문항에 상당히 긍정적으로 응답하였다. 또한 외로움을 느낄 때 소셜미디어를 통해 얘기할 수 있는 사람이 있다는 데 동의한 비율도 높았다. 이처럼 소셜미디어는 청소년의 사회자본을 높이는 데 어느 정도 기여하고 있다고 볼 수 있다. 하지만 전반적으로 소셜미디어를 통해 형성된 교량적/결속적 사회자본의 수준은 중간수준인 것으로 나타났다. 성별, 교급별로 사회자본의 차이를 비교한 결과, 고등학생보다는 대학생의 사회자본이 더 높은 것으로 나타났다. 또한 남학생보다는 여학생의 사회자본이 더 높았다. 성과 교급의 상호작용효과는 통계적으로 유의미한 것으로 나타나 여학생이고 대학생일수록 교량적/결속적 사회자본이 더 큰 것으로 나타났다. 또한 남학생의 경우 고등학교에서 대학교로 올라갈수록 사회자본이 크게 증가하는 패턴을 보였다. 이러한 결과는 여성의 경우 고등학교때부터 소셜미디어를 통해 다양한 정보를 얻거나 친한 사람들끼리의 관계망을 잘 형성해 놓는 반면 남성의 경우 대학생이 돼서야 자신의 네트워크를 본격적으로 관리한다는 것을 암시해 준다. 사실, 남학생의 경우 청소년시기에 게임 등 오락에 열중하는 경우가 많아 사회적 자본의 수준이 여학생에 비해 떨어지기 쉽다.

회귀분석결과, 소셜미디어 이용정도는 소셜미디어의 특성에 따라 교량적/결속적 사회자본에 미치는 영향이 다르게 나타났다. 즉 개방형 소셜미디어이용은 교량적 사회자본의 강화에, 폐쇄형 소셜미디어이용은 결속적 사회자본의 증가에 기여한 것으로 분석됐다. 이 같은 결과는 소셜미디어의 네트워크 특성에 따라서 사회자본의 형성 정도가 달라질 수 있다는 것을 암시해

주고 있다. 즉 어떤 종류의 소셜미디어를 즐겨 이용하느냐에 따라서 사회자본형성이 달라질 수 있다는 것이다. 이러한 연구결과는 신소연·이상우(2012)의 연구결과와 어느 정도 일치하고 있다. 트위터 주 이용집단과 페이스북 주 이용집단을 비교한 이 연구에서는 트위터 주 이용집단이 교량적 사회자본을, 페이스북 주 이용집단은 결속적 사회자본을 상대적으로 높게 형성하고 있는 것으로 나타났다. 사회자본은 개인에 내재된 가치가 아니라 사회적 관계를 통해 획득될 수 있는 자원이기 때문에 네트워크의 성격이 사회자본의 중요한 전제조건인 셈이다(김명아, 2007). 개방형 소셜미디어의 경우 타인과의 교류 및 정보공유가 별 다른 제약 없이 이뤄지기 때문에 트위터나 블로그 등을 많이 이용할수록 다양한 문화나 다양한 사람들과 접촉할 수 있는 기회가 확장될 수 있다. 이는 곧 사회문제에 대한 관심과 다양한 문화에 대한 접촉기회를 늘려 교량적 사회자본의 증진으로 이어지게 된다. 폐쇄형 소셜미디어의 경우 친한 사람들끼리의 유대와 친목을 도모하는 성격이 강하기 때문에 페이스북이나 카카오톡을 많이 이용할수록 집단 내 결속을 강화하는 결속적 사회자본이 형성될 수 있는 것이다. 최근 폐쇄형 소셜미디어를 이용하려는 사람들이 느는 추세여서(정상혁, 2013) 향후 교량적 사회자본보다는 결속적 사회자본이 형성될 가능성이 높을 것으로 기대된다.

소셜미디어 이용동기는 교량적, 결속적 사회자본 모두에 긍정적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉 소셜미디어를 이용하는 동기가 소셜미디어를 통한 사회자본 형성에 중요한 역할을 하고 있다는 것이다. 하지만 소셜미디어이용동기에 따른 효과는 매우 달랐다. 즉 정보를 얻고 교류를 목적으로 소셜미디어를 이용하는 청소년일수록 교량적 사회자본도 비교적 크게 증가하는 것으로 나타났다. 또한 즐거움이나 추억을 만들기 위해 소셜미디어를 이용할수록 결속적 사회자본이 크게 느는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 앞서 언급한 고상민·황보환·지용구(2010)의 연구결과와 비슷하다. 또한 노르웨이의 연구결과(Brandtzaeg, 2012)에서도 드러난 바와 같이, 친구나 가족 등 가까운 사람과의 상호작용에 관심이 많은 사람들의 사회자본이 높게 형성된 것과도 연관이 있다. 즉 소셜미디어를 이용하는 동기에 따라서 교량적, 결속적 사회자본의 정도가 달라질 수 있는 것이다. 하지만, 즐거움을 얻고 추억을 만들기 위한 목적, 또는 정보를 얻고 타인과 교류하고자 이용하는 경우에도 교량적 사회자본과 결속적 사회자본 모두 유의미하게 증진되는 것으로 나타나 소셜미디어 이용동기는 그 동기에 상관없이 사회자본을 강화하는 것으로 드러났다. 이러한 결과는 소셜미디어이용을 이용하려는 동기가 뚜렷한 사람들에게서 사회자본이 형성될 가능성이 있다는 것을 시사해 준다.

한편, 여학생의 경우 남학생에 비해 교량적 사회자본의 형성이 높게 나타났고 남학생의 경우 결속적 사회자본이 높게 나타나 대조를 보였다. 이는 여학생들의 경우 소셜미디어를 통해 전문적인 지식이나 정보를 얻거나 다양한 문화를 접하는 경향이 높다는 것을 의미한다. 반면, 남학생들의 경우에는 소셜미디어를 통해 자신의 고민을 털어놓거나 어려울 때 도움을 요청할 수 있는 친구가 많다는 것을 암시해 주고 있다.

사회자본의 중요한 요소 중 하나인 정치·사회적 참여에는 소셜미디어 유형별 이용정도하

이용동기 모두 유의미한 영향을 미친 것으로 나타났다. 특히 개방형 소셜미디어 이용정도와 정보/교류목적의 소셜미디어 이용동기가 큰 영향을 미친 것으로 나타났다. 즉 트위터나 블로그 같은 소셜미디어를 많이 이용하고 정보추구적 동기가 강할수록 정치적 이슈에 대한 의견표명이나 기부, 서명 등 정치사회적 참여가 높은 것으로 나타났다. 이처럼 정보/교류목적으로 소셜미디어를 이용하거나 개방형 소셜미디어를 이용하는 청소년들의 참여가 증진된 것은 소셜미디어를 어떻게 이용하느냐에 따라 참여의 정도가 달라질 수 있음을 보여주는 연구결과다. 미국대학생들을 대상으로 한 연구결과에서도 드러났듯이, 페이스북 이용강도는 온라인/오프라인 정치참여에는 영향을 미치지 않았지만 페이스북을 통한 정치적 활동은 참여에 유의미한 영향을 미쳤다(Vitak et al., 2011). 다시 말해, 앞서 교량적 사회자본형성처럼 소셜미디어를 정보적 목적으로 활용하는 집단일수록 정치·사회적 참여도 그만큼 활발해진다는 것이다.

남학생보다 여학생의 정치·사회적 참여가 활발한 것은 이미 여러 차례 연구(이창호·모상현, 2012; Odegard & Berglund, 2008; Snyder, 1966)를 통해 검증된 바 있다. 국내의 경우 2002년 미 장갑차에 깔려 숨진 효순, 미선사건, 2004년 노무현 대통령 탄핵사건, 2008년 미국산쇠고기 수입반대운동과 같은 몇 가지 정치적 사건을 통해 여학생들의 사회참여가 활발했다.

고등학생들이 대학생들에 비해 소셜미디어를 매개로 이뤄지는 참여에 더 적극적이라는 사실은 주목할 만하다. 최근 중고등학생들 사이에 스마트폰이 확산되고 소셜미디어 이용이 증가하면서 향후 소셜미디어를 매개로 한 기부나 서명운동 등의 활동이 청소년들 사이에서 활발해 질 것으로 예상된다. 따라서, 소셜미디어는 디지털세대인 청소년들의 사회문제에 대한 관심과 참여를 높이는 중요한 사회적 매체가 될 것으로 보인다.

결론적으로 종합해 볼 때, 소셜미디어의 사회적 효과는 어떤 성격의 매체를 이용하고 그것을 어떠한 목적으로 이용하는가에 따라 결정된다고 볼 수 있다.

본 연구는 최근 확산되고 있는 소셜미디어가 사회자본의 증진에 어느 정도 기여했는지를 대규모 전국조사를 통해 수행했다는 점, 그리고 특별히 정치 사회화 과정에 있는 고등학생들과 대학생들을 대상으로 그들이 친숙하게 사용하고 있는 소셜미디어를 통해 사회자본과 같이 긍정적인 사회적 결과물이 양산될 수 있는 가능성을 제시하고 논의했다는 점에서 그 의의가 있다고 할 수 있다. 특히 여러 종류의 소셜미디어를 그 성격에 따라 개방형/폐쇄형으로 분류해 분석했다는 면에서 기존 연구와 차별성이 있다.

## Ⅰ 참고문헌

- 고상민·황보환·지용구 (2010). 소셜네트워크서비스와 온라인 사회적 자본: 한국과 중국 사례를 중심으로. 『한국전자거래학회지』, 15권 1호, 103~118.
- 금희조 (2010). 온라인 소셜미디어와 참여적 사회자본: 한국과 미국 대학생의 연결적 vs. 결속적 이용을 중심으로. 『한국방송학보』, 24권 5호, 9~46.

- 김명아 (2007). 사이버공간의 사회자본형성과정에 관한 연구: 대학생들과 온라인네트워크를 중심으로 『정보와 사회』, 11권, 25~61.
- 김문구·박종현·조영환 (2010). 『흔히 보이는 IT 소비자행동의 이해』. 서울: 전자신문사.
- 류한석 (2009. 09). 트위터 열풍과 소셜미디어의 진화. 『DIGIECO FOCUS』. 서울: KT 경제경영연구소
- 모상현·이창호 (2012). 청소년의 온/오프라인 정치참여/비참여에 영향을 미치는 예측변인 탐색. 『시민 청소년학연구』, 3권 1호, 41~64.
- 방송통신위원회 (2011). 『스마트미디어이용행태조사』.
- 송경재 (2010). 미국 소셜네트워크 서비스 사용자의 특성과 정치참여. 『한국과 국제정치』, 제26권 제3호, 129~157.
- \_\_\_\_\_ (2011). 소셜네트워크 세대의 정치참여. 『한국과 국제정치』, 제27권 제2호, 57~88.
- 송인덕 (2012). <나는 꼼수다> 이용이 대학생들의 정치지식, 정치효능감, 정치참여에 미치는 영향. 『정치커뮤니케이션연구』, 27, 101~147.
- 신소연·이상우 (2012). 트위터와 페이스북 이용자들이 형성하는 사회자본유형이 정치참여에 미치는 영향. 『사이버커뮤니케이션학보』, 29권 4호, 191~232.
- 심홍진·황유선 (2010). 마이크로블로깅 서비스와 사회자본: 트위터 초기사용자집단을 중심으로 『한국 언론학보』, 54권 5호, 327~347.
- 안명규·류정호 (2007). 인터넷정치참여 요인에 관한 탐색적 연구: 대학생 이용자의 정치 심리변수와 인터넷사회자본을 중심으로. 『사이버커뮤니케이션학보』, 23호, 113~148.
- 이나리·김한별 (2011. 4. 4). 스마트 리더 1000만시대. 『중앙일보』.
- [http://article.joins.com/news/article/article.asp?total\\_id=5293233](http://article.joins.com/news/article/article.asp?total_id=5293233) 에서 2013년 10월 29일 인출.
- 이소영 (2012). 19대 국회의원 선거에서의 SNS 캠페인. 한국언론학회 위음, 『정치적 소통과 SNS』(157~188쪽). 서울: 나남.
- 이원태 (2012). 소셜미디어정치의 빛과 그림자: 소셜미디어연구포럼(편), 『소셜미디어의 이해』(61~86쪽). 서울: 미래인.
- 이재신·이영수 (2012). SNS와 사회자본. 한국언론학회 위음, 『정치적 소통과 SNS』(75~104쪽). 서울: 나남.
- 이창호·모상현 (2012). 청소년의 정치·사회적 참여에 영향을 미치는 요인분석: 탈물질주의 가치와 소셜미디어를 중심으로. 『청소년복지연구』, 14(4), 143~164.
- 이항우 (2011). 튀니지, 이집트의 시민혁명과 소셜미디어. 『시민과 세계』, 19호, 151~165.
- 이혜인·배영 (2011). 스마트폰이용과 사회자본: 스마트폰 이용동기와 이용정도가 사회자본구성요소에 미치는 영향을 중심으로. 『정보와 사회』, 21, 35~71.
- 정상혁 (2013. 9. 24). SNS, 골방에 들어가신다. 『조선일보』, A21.
- 조남익 (2011). 청소년기의 페이스북 활용을 통한 사회적 자본형성에 관한 연구. 『청소년학연구』, 18권 5호, 267~289.
- 최민재·양승찬 (2009). 『인터넷 소셜미디어와 저널리즘』. 서울: 한국언론진흥재단.
- 최영·박성현 (2011). 소셜미디어이용동기가 사회자본에 미치는 영향. 『한국방송학보』, 25권 2호, 241~276.
- 황유선 (2012). 소셜미디어란 무엇인가. 소셜미디어연구포럼(편), 『소셜미디어의 이해』(19~38쪽). 서울: 미래인.
- 황유선·박남기 (2010). 『미디어기업의 소셜미디어 활용』. 서울: 한국언론진흥재단.

- Brandtzaeg, P. B. (2012). Social Networking Sites: Their Users and Social Implications-A Longitudinal Study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17, 467~488.
- 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, 1143~1168.
- Esser, F., & De Vreese, C. H. (2007). Comparing Young Voters’ Political Engagement in the United States and Europe. *American Behavioral Scientist*, 50(9), 1195~1213.
- Gil de Zuniga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). Social Media Use for News and Individuals’ Social Capital, Civic Engagement and Political Participation, *Journal of Computer-Mediated Communication* 17, 319~336.
- Helliwell, J. F. & Putnam, R. D. (2004). The Social Context of Well-Being. *The Royal Society*, 359, 1435~1446.
- Katz, E., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communication* (pp. 19~32). London: Faber.
- Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2010). Did Social Media Really Matter? College Students’ Use of Online Media and Political Decision Making in the 2008 Election. *Mass Communication and Society*, 13(5), 608~630.
- Lin, N. (2001). *Social Capital*. 김동윤 · 오소현 역 (2008). 『사회자본』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Norris, P. (2000). *A virtuous circle: Political communications in postindustrial societies*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Odegard, G., & Berglund, F. (2008). Political participation in late modernity among Norwegian youth: an individual choice or a statement of social class. *Journal of Youth Studies*, 11(6), 593~610.
- Prior, M. (2007). *Post-broadcast democracy: How media choice increases inequality in political involvement and polarizes elections*. New York: Cambridge University Press.
- Putnam, R. D. (1994). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. 안청시 외 역 (2000). 『사회적 자본과 민주주의』. 서울: 박영사.
- Shah, D. V., Rojas, H., & Cho, J. (2009). Media and civic participation: On understanding and misunderstanding communication effects. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (3rd ed., pp. 207~227). New York: Routledge.
- Snyder, E. E. (1966). Socioeconomic Variations, Values, and Social Participation Among High School Students. *Journal of Marriage and The Family*, 174~176.
- Sum, S., Mathews, M. R., Pourghasem, M., & Hughes, I. (2008). Internet Technology and Social Capital: How the Internet Affects Seniors’ Social Capital and Wellbeing, *Journal of Computer Mediated Communication*, 14, 202~220.
- Valenzuela, S., Park, N., & Kee, K. F. (2009). Is There Social Capital in a Social Network Site?: Facebook Use and College Students’ Life Satisfaction, Trust, and Participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 14, 857~901.
- Vitak, J., Zube, P., Smock, A., Carr, C.T., Ellison, N., & Lampe, C. (2011). It’s Complicated: Facebook Users’ Political Participation in the 2008 Election. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(1), 107~114.

ABSTRACT

## The Impact of Social Media Use and Motive on Social Capital: Comparison of Open/Closed Social Media

Chang-Ho Lee\* · Nak-Won Jung\*\*

This research investigated to what extent social media use and motivation contributed to the bridging/bonding social capital and social, political participation by using the national survey on high school and university students. In particular, this research divided social media into two groups: open and closed one. The result of analysis showed that the use of open social media reinforced bridging social capital and that of closed social media did bonding social capital. Motives for social media use affected both bridging social capital and bonding social capital. Social media use and motive all had a positive influence on social, political participation. In conclusion, the effect of social media on social capital may be decided by the characteristics of social media and the purpose of social media use.

Keywords: social media, participation, bridging social capital, bonding social capital, motive of use

---

\* Research Fellow, National Youth Policy Institute

\*\* Assistant Professor, Seoul Women's University