

# 온라인 커뮤니티에서 몰입이 만족에 미치는 영향에 관한 연구: 사회자본의 매개효과를 중심으로

여민선\*, 배소영\*\*

고려대학교 KU-MAGIC 연구교수\*, 경희대학교 호텔관광대학 학술연구교수\*\*

## A Study on the Influence of Flow on Online Community Satisfaction : Focusing on the Mediating Role of Social Capital

Minsun Yeu\*, So Young Bae\*\*

Korea University-Medical Applied R&D Global Initiative Center, Korea University, Research Professor\*  
College of Hotel and Tourism Management, Kyung Hee University, Research Professor\*\*

요 약 온라인 커뮤니티는 구성원들이 의견을 공유하고 감정을 교류하는 장이다. 이는 기업이나 브랜드의 마케팅 도구로도 적극 활용되고 있다. 이에 따라 마케팅 분야에서 온라인 커뮤니티에 대한 연구가 활발히 진행되고 있으나 비영리 온라인 커뮤니티를 규명한 연구는 드물고 특히 온라인 커뮤니티를 통해 형성되는 사회자본이 구성원의 특성에 따라 달라짐을 본 연구는 거의 없다. 본 연구는 송파지역 육아여성을 대상으로 한 온라인 커뮤니티 상에서의 실험을 통해 온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입이 온라인 커뮤니티의 만족에 영향을 미친다는 것을 검증하였다. 그리고 이러한 현상이 사회자본 형성을 통해 매개됨을 밝혔다. 이 때, 비취업모의 경우 연결적, 결속적 사회자본이 모두 형성되지만, 취업모의 경우 연결적 사회자본만 형성됨을 보였다. 본 연구는 특정 분야에서만 많이 사용되는 육아여성이라는 특징이 온라인 커뮤니티와 융합하여 연구될 수 있음을 제시하였고, 이를 바탕으로 실무적 시사점을 제공하였다.

주제어 : 온라인 커뮤니티, 몰입, 만족, 사회자본, 취업모, 비취업모

**Abstract** An online community serves as a communication hub among members who desire to share their opinions and emotions. Thus, it is often utilized as a corporate or brand marketing tool. While focusing on commercial online communities from the marketing perspective, however, researchers have barely discussed non-commercial online communities despite its popularity. This study examined the influence of flow on satisfaction in the context of the non-commercial online community as well as the role of social capital as a significant mediator between flow and satisfaction. The result also included the differences between employed mothers and non-employed mothers. This study has expanded the research scope of online communities and offered theoretical and practical implications based on the interdisciplinary discussion that involves one of the understudied populations, mothers.

**Key Words** : Online community, Flow, Satisfaction, Social capital, Employed mother, Non-employed mother

Received 23 July 2016, Revised 25 August 2016

Accepted 20 September 2016, Published 28 September 2016

Corresponding Author: So Young Bae (Kyung Hee University)  
Email: alicia\_bae@yahoo.com

© The Society of Digital Policy & Management. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ISSN: 1738-1916

## 1. 서론

온라인 커뮤니티는 온라인상에서 상호작용을 하며 관계를 맺고 있는 사람이나 집단을 의미한다[1]. 사람들은 오프라인 공간에서와 마찬가지로 온라인 커뮤니티를 통해 관계를 맺은 사람들과 정보뿐만 아니라 감정까지 교류한다[2, 3, 4]. 특히 최근 스마트 기기 사용의 증가로 보다 편리한 소셜 네트워킹이 가능해졌다[5, 6, 7].

일반적으로 온라인 커뮤니티는 개인적 관심사 등이 유사한 사람들로 구성된다. 따라서 온라인 커뮤니티 내의 구성원들은 비슷한 관심사를 바탕으로 서로 공감대를 이뤄 유대관계를 형성하게 되며, 그들 사이의 관계가 강화되기 마련이다. 또한 오프라인과 비교할 때 온라인 커뮤니티에서는 더 자주 지속적으로 정보와 의견을 교환하고 공유할 수 있기 때문에 오프라인상에서 전혀 만나지 않아도 서로를 잘 알게 되며, 정서적인 친밀감도 느낄 수 있는 관계로 발전하는 경우가 많다[8]. 이 과정에서 온라인 커뮤니티의 구성원들은 즐거움을 경험하게 되며, 이러한 현상을 몰입(flow)이라 한다. 몰입은 곧 긍정적인 반응으로 이어져 온라인 커뮤니티에 대해 구성원들은 높은 만족감을 갖게 된다[9].

다수의 온라인 커뮤니티는 구성원들의 유사성이나 개인적 관심사 등을 기반으로 자생적으로 형성된 비영리적 온라인 커뮤니티들이지만 기존 온라인 커뮤니티에 관한 연구들은 주로 기업이나 브랜드를 위한 마케팅수단으로써의 온라인 커뮤니티를 배경으로 이루어져 왔다[10, 11]. 즉, 많은 사람들이 참여하여 활성화 되어있는 비영리적 온라인 커뮤니티에서의 행동에 관한 연구들이 필요하다.

현재는 온라인에서의 상호교류가 오프라인에서의 관계를 보완할 뿐만 아니라 대체하는 시대이다[12]. 사람들은 온라인상에서 온라인 커뮤니티 등을 기반으로 정보와 콘텐츠를 공유한다. 이는 사람들 사이의 네트워크를 형성하게 되며, 이러한 사람들 간의 관계가 사회자본(Social Capital)의 근간이 된다[13, 14]. 최근 온라인 커뮤니티와 사회자본과의 관계에 대한 연구가 활발하게 이루어지고 있다[15, 16]. 온라인 커뮤니티 활동이 사회자본 형성에 영향을 미친다고 보는데, 연령에 따라 사회자본 형성이 달라짐을 밝힌 연구도 있다[17]. 이러한 연구 결과들은 개인의 특성에 따라 형성될 수 있는 사회자본의 달라지거나 그 양이 달라질 수 있음을 시사한다. 이에 본

연구는 회원들의 활발한 활동이 이루어지고 있는 온라인 생활육아커뮤니티인 송과맘카페를 대상으로 온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입이 만족에 미치는 영향에서 개인의 특성(취업모 vs. 비취업모)에 따라 사회자본의 형성이 어떻게 달라질 수 있음에 주목하고 이를 검증하고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 온라인 커뮤니티에서의 몰입과 만족

몰입은 1975년 Csikszentmihalyi(1975)에 의해 처음 소개된 개념이다. 몰입은 어떤 활동이나 행동을 하며 깊이 몰두하여 활동 자체에 즐거움을 느끼고 시간이 가는 줄도 모르는 것으로 사람이 느끼는 최적의 심리상태를 이야기한다[18]. 궁극적으로는 활동과 자신이 일체화 되어 행동자체를 몰 흐르듯이 자연스럽게 하는 현상을 비유적으로 일컫는 것이다[18]. 이러한 느낌을 지각한 사람은 몰입한 활동에 대한 성과가 높고 행복감과 만족감을 느낀다[19]. 몰입은 심리학, 사회과학 등 다양한 분야에서 개인이나 집단의 행동 특성을 설명하기 위한 개념으로 사용되어 왔다[20, 21, 22, 23, 24].

온라인 커뮤니티는 하나의 사회적 집단이다. 사회정체성 이론에 의하면, 집단에 대해 몰입은 집단의 영속에 긍정적인 영향을 미친다고 밝히고 있다. 즉, 온라인 커뮤니티에 대한 몰입은 온라인 커뮤니티에 대한 긍정적인 태도를 유발할 수 있으며, 만족과 지속적 이용의도에도 긍정적인 영향을 미친다[25].

### 2.2 사회자본

사회자본은 사회집단 내에서 구성원간의 교류에 의해 형성되는 것이다. Hanifan(1916)에 의해 소개된 사회자본은 관점에 따라 그 개념을 달리하고 있다[26]. 본 연구에서는 사회자본을 연결적 사회자본(bridging social capital)과 결속적 사회자본(bonding social capital)로 구분하는 Putnam(2001)의 분류방법을 따르고자 한다[27]. 연결적 사회자본은 다양한 사회집단을 넘어서는 연결망으로 약한 유대를 의미한다[26]. 반면, 결속적 사회자본은 일반적으로 유사한 사람간의 연결망을 일컫으며, 강한 유대를 의미한다[28].

사회자본은 현재 다양한 분야에서 연구되고 있으며, 특히 최근 많은 연구들에서 온라인을 통해 형성된 사회자본의 중요성에 주목하고 있다. 본 연구에서 다루고자 하는 온라인 커뮤니티의 경우 게임, 구매, 검색 등과 다르게 구성원들 사이에서 상호작용이 이루어지기 때문에 기존 연구들의 결과와 동일하게 사회자본이 형성될 것으로 예측된다. 다수의 연구에서는 온라인 커뮤니티 활동으로 네트워크상에 존재하는 서로 다른 개인들 간의 연결을 통해 얻을 수 있는 연결적 사회자본이 형성됨을 보여주고 있다[29]. 하지만 강한 결속을 지닌 개인들의 관계에서 발생할 수 있는 결속적 사회자본[29, 30]이 온라인 커뮤니티 활동에 의해 형성될 수 있음을 규명한 연구는 부족하다. 본 연구에서는 사회자본 형성에 있어서의 차이가 구성원의 특징에 따라 다르게 나타날 수 있음을 밝히고자 한다. 이환수, 이나리(2014)의 연구에서는 연령에 따라 사회자본 형성이 달라질 수 있음을 가정하였으며[31], 그 결과 나이가 많은 사람들이 온라인 커뮤니티 활동을 통해 사회자본을 더 많이 형성함을 밝혔다. 즉, 몇몇의 연구에서 이미 이용자의 개인 성향에 따라서도 다른 결과를 가져올 수 있음을 보여주고 있다. 마지막으로 기존 연구와 마찬가지로 온라인 커뮤니티를 통해 형성된 연결적 사회자본과 결속적 사회자본이 매개가 되어 온라인 커뮤니티에 대한 만족에도 영향을 미칠 것이다[32].

### 2.3 취업모와 비취업모

현대사회는 여성의 경제 및 사회활동의 증가로 인해 많은 여성들이 어머니, 아내, 주부의 역할과 함께 직장인의 역할을 수행하고 있다[33]. 이로 인해 취업모(employed mother)를 대상으로 하는 연구들이 증가하고 있다. 취업모를 대상으로 한 연구는 취업모의 양육스트레스와 관련된 연구가 주를 이룬다[33]. 특히 취업모와 비취업모(non-employed mother)의 양육스트레스를 비교하고 그 원인 변수를 찾는 연구들도 있다[34, 35]. 하지만 여전히 대부분의 연구들은 취업모를 중심으로 이루어지고 있으며, 그들의 특징이나 성향, 취업모의 아동 기질 등에 대한 연구가 주를 이룬다.

그러나 양육스트레스는 비단 취업모에게만 한정된 것은 아니다. 과거 확대가족의 형태에서는 어머니로부터 직접적인 조언과 도움을 받을 수 있었지만[27], 현재는 그렇지 않은 경우들이 대부분이다. 따라서 많은 육아여

성들은 거주지역을 중심으로 자생적으로 형성되어 있는 육아커뮤니티에 가입하여 아이를 키우는 방법, 육아에 대한 궁금증에 대해 질문을 하고 이야기를 공유한다. 그 뿐만 아니라 해당 커뮤니티 내에서 일상을 공유하기도 한다. Samuel(2001)은 스트레스 상황을 벗어나기 위한 육아여성들에게 온라인 환경은 “생명줄 그 이상, 혁명(more than an lifeline; it is a revolution)”이라고 설명했다[36]. 육아커뮤니티는 육아여성들이 사회적 고립을 벗어날 수 있는 중요한 지지기반의 역할을 하고 있다[37, 38]. 온라인 커뮤니티는 취업모와 비취업모 모두에게 육아라는 주제를 중심으로 관계를 형성하는 장이라 할 수 있다. 다만 직장생활을 병행하고 있는지의 여부에 따라 취업모와 비취업모가 온·오프라인 상에서 맺는 관계의 차이가 발생할 수 있으므로 온라인 커뮤니티 상에서도 취업모와 비취업모는 서로 다른 사회자본을 형성할 수 있다. 결속적 사회자본은 연결적 사회자본과 다르게 유사한 사람간의 연결망 속에서 발생한다[28]. 따라서 취업모의 경우 직장이라는 네트워크를 통해 결속적 사회자본을 형성할 수 있다. 따라서 다양한 사회집단을 넘어서는 사람들로 구성된 온라인 커뮤니티를 통해서도 연결적 사회자본 형성을 할 수 있을 것이라 예측할 수 있다. 반면 이환수, 이나리(2014)의 연구에서 나이가 많은 고령층이 온라인 커뮤니티 활동을 할 경우 형성되는 사회적 자본의 크기가 커짐을 밝혔다. 고령층의 경우 자연스럽게 오프라인을 통한 사회적 교류가 줄어들고 이것이 사회자본 형성 감소에 영향을 미칠 수 있는데 온라인 활동을 통해 오히려 사회자본이 증가할 수 있는 것이다. 즉 비취업모의 경우 연결적 사회자본 뿐만 아니라 결속적 사회자본 온라인 커뮤니티를 통해 형성될 수 있다. 이렇게 형성된 사회자본을 통해 온라인 커뮤니티에서의 만족을 느낄 수 있을 것이라고 예측할 수 있다.

### 3. 가설

기존 이론들과 관련 연구를 기반으로 본 연구는 온라인 커뮤니티를 통한 몰입은 온라인 커뮤니티에 대한 만족으로 이어지며, 이 관계는 사회자본이 매개할 것으로 예측하고 있다. 그리고 이러한 사회자본은 취업모와 비취업모에 따라 다르게 형성될 것으로 보았다. 취업모의

경우 직장이라는 오프라인 관계와 온라인 커뮤니티의 관계가 공존하고 있기 때문에 연결적 사회자본 형성을 통해 온라인 커뮤니티에 만족을 느낄 것이라고 예측하였다. 하지만 비취업모의 경우 온라인 커뮤니티 상에서 연결적 사회자본 뿐 아니라 강한 결속을 기반으로 하는 결속적 사회자본도 형성되어 온라인 커뮤니티 만족으로 이어질 것이라고 보았다. 이를 가설로 정리하면 다음과 같다.

- H1. 비취업모의 온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입은 온라인 커뮤니티의 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2. 비취업모의 경우 온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입이 만족에 미치는 영향을 연결적, 결속적 사회자본 모두가 매개할 것이다.
- H3. 취업모의 온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입은 온라인 커뮤니티의 만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H4. 취업모의 경우 온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입이 만족에 미치는 영향을 연결적 사회자본이 매개할 것이다.

## 4. 실험

### 4.1 피험자 및 실험 절차

실험은 서울특별시 송파구에 거주하고 있는 육아여성들이 정보공유 및 친목도모를 목적으로 활동하는 온라인 커뮤니티 송파맘카페<sup>1)</sup>의 회원들을 대상으로 진행되었다. 본 연구의 가설을 검증하기 위하여 피험자들을 대상으로 송파맘카페에 대한 몰입도가 송파맘카페의 만족에 미치는 영향을 조사하였다. 켈트릭스(qualtrics)를 활용한 온라인 조사를 실시하였으며, 총 227명의 피험자가 실험에 참가하였다. 피험자는 27~48세의 육아여성들이었으며(평균 35.72세), 이 중 육아만 전담하고 있는 비취업모가 132명(58.15%), 일과 육아를 병행하고 있는 취업모가 95명(41.85%)이었다.

본 실험을 위하여 카페 매니저에게 양해를 구하고 송파맘카페 게시판에 온라인 조사의 링크를 게시하였고 실험에 참여할 수 있도록 독려하였다. 먼저 종속변수인 온라인 커뮤니티에 대한 만족(이하 '만족')은 '나는 송파맘

카페에 대해 전반적으로 만족한다(1=전혀 그렇지 않다 vs. 7=매우 그렇다)'의 한 개 문항으로 측정되었다[32]. 송파맘카페 활동에 대한 몰입(이하 '몰입')을 측정하기 위하여 박철호·김성수(2011)에서 사용된 측정도구를 바탕으로 '나는 송파맘 카페 활동을 하면 마음이 즐겁다', '나는 송파맘카페 활동에 집중한다', '나는 송파맘카페 활동에 푹 빠져 있다', '송파맘카페에 접속해 있는 시간 동안에는 모바일(또는 PC) 밖의 상황은 잠시 잊는다', '송파맘카페에 접속해있는 시간 동안에는 시간 가는 줄 모른다'의 5개 문항을 사용하였다( $\alpha = 0.903$ )[39]. 매개변수인 사회자본은 Williams(2006)가 온라인 커뮤니티의 연결적, 결속적 사회자본을 측정하기 위해 개발한 척도 중 본 연구에 적합한 척도를 선택하였다. 연결적 사회자본은 '송파맘카페를 통해 다양한 정보와 의견을 교환한다', '전문적인 지식과 정보를 얻을 수 있다', '최근 사회의 중요한 이슈들을 알 수 있다', '사회문제에 관한 다양한 해석과 시각을 접한다', '다양한 생활 방식을 접할 수 있다' 등 5가지 문항으로 측정하였다( $\alpha = 0.896$ )[29]. 결속적 사회자본은 '송파맘들 중에는 나의 개인적인 문제에 관해 편안하게 이야기할 수 있는 사람들이 있다', '내가 외로움을 느낄 때 이야기할 수 있는 사람들이 있다', '내가 중요한 일을 맡길 수 있을 만큼 충분히 알고 지내는 사람들이 있다', '내 문제를 해결하는데 도움을 줄 수 있는 사람들이 있다', '내가 매우 중요한 결정을 할 때 조언을 구할 수 있는 사람들이 있다' 등 5가지 문항으로 측정하였다( $\alpha = 0.923$ ). 모든 문항은 7점 척도로 측정하였다(1=전혀 그렇지 않다 vs. 7=매우 그렇다).

### 4.2 결과

온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입이 온라인 커뮤니티 만족에 미치는 영향과 연결적, 결속적 사회자본의 매개효과를 검증하기 위하여 Preacher and Hayes(2008)가 보급한 PROCESS model no.4를 사용하였다[40]. 이 방법은 변수들 간의 직접효과와 매개효과를 별도의 추가과정 없이 한 번에 검증할 수 있는 분석방법으로 부스트래핑(bootstrapping)을 사용한다[41]. 이는 기존의 Baron and Kenny(1986)의 방법이나 Sobel Test의 문제점을 보완하고 있으며[42], 여러 절차를 거치지 않아도 되는 것이 장점이다[43].

1) <http://cafe.naver.com/songpamom>

4.2.1 가설 1과 가설 2의 검증

비취업모의 경우 독립변수인 몰입이 만족에 미치는 영향에 대하여 분석한 결과 F값이 31.5057이며 유의한 것으로 나타나 회귀모형의 적합성이 확보되었다. 독립변수인 몰입의 표준화된 베타계수(0.2735)가 유의한 것으로 확인되었다(p<0.001). 그리고 붓스트래핑 추정치로 95% 신뢰구간 내의 최소 계수값(LLCI)은 0.1449, 최대 계수값(ULCI)은 0.4020이므로 신뢰구간 내에 0이 존재하지 않기 때문에 변수 간 관계의 유의성이 다시 한 번 확인되었다<Table 1>. 위와 같은 분석결과에 따라 가설 1은 채택되었다.

<Table 1> Regression Analysis Predicting Satisfaction (Non-Employed Mothers)

Independent Variable	β	SD	t	p	LLCI	ULCI
Constant	2.1687	0.3870	3.6035	0.0000	1.4029	2.9345
Flow	0.2735	0.0650	4.2081	0.0000	0.1449	0.4020
Regression Model Test ; R=0.6517 R <sup>2</sup> =0.4248 F=31.5057(p=0.000)						

몰입이 만족에 미치는 영향에서 사회자본의 매개효과를 검증하기 위한 통계분석을 실시하였다. 분석과정에서 붓스트래핑으로 채추출된 표본수는 1,000개였으며, 95% 신뢰구간에서 구한 간접효과(indirect effect) 계수의 하한값과 상한값을 확인하였다. 분석 결과 몰입과 만족간의 관계에서 연결적 사회자본과 결속적 사회자본을 매개변수로 투입한 경우 결속적 사회자본의 매개효과 계수 LLCI(-0.1068)과 ULCI(-0.0031) 사이에 0이 포함되어 있지 않기 때문에 간접효과의 통계적 유의성이 확보되었다. 또한 비취업모의 경우 연결적 사회자본의 매개효과 역시 LLCI(-0.1036)과 ULCI(0.3085) 사이에 0이 포함되어 있지 않아 연결적 사회자본 역시 비취업모의 온라인 커뮤니티 활동에 있어 몰입이 온라인 커뮤니티 만족에 미치는 영향은 연결적 사회자본에 의한 매개효과도 유의했다. 따라서 가설 2는 지지되었다<Table 2>.

<Table 2> Mediation Analysis Results (Non-Employed Mothers)

Mediating Variable	Indirect Effect	SD	Confidence interval 95%	
			LLCI	ULCI
Bridging Social Capital	0.1794	0.0476	0.1036	0.3085
Bonding Social Capital	-0.0424	0.0254	-0.1068	-0.0031

4.2.2 가설 3과 가설 4의 검증

다음은 취업모의 온라인 커뮤니티 활동이 온라인 커뮤니티 만족에 미치는 영향에 대하여 분석하였다. 그 결과 F값이 35.0792이며 유의한 것으로 나타나 회귀모형의 적합성이 확보되었다. 몰입이 만족에 미치는 영향관계를 분석한 결과 회귀계수는 0.3250으로 유의한 것으로 확인되었다(p<0.0001). 그리고 붓스트래핑 추정치로 신뢰구간 내의 LLCI(0.1820)와 ULCI(0.5989)의 사이에 0이 존재하지 않으므로 변수 간 관계의 유의성이 재차 확인되었다. 이에 가설 3은 채택되었다<Table 3>.

<Table 3> Regression Analysis Predicting Satisfaction (Employed Mothers)

Independent Variable	β	SD	t	p	LLCI	ULCI
Constant	2.4075	0.3920	6.1413	0.0000	1.6288	3.1862
Flow	0.3250	0.0720	4.5140	0.0000	0.1820	0.4680
Regression Model Test ; R=0.7323 R <sup>2</sup> =0.5363 F=35.0792(p=0.000)						

취업모의 온라인 커뮤니티에 대한 몰입과 만족의 관계에서 사회자본의 매개효과를 검증하기 위하여 통계분석을 실시하였다. 분석 결과, 취업모의 온라인 커뮤니티에 대한 몰입과 만족의 관계에서 연결적 사회자본과 결속적 사회자본을 매개변수로 투입한 경우 연결적 사회자본의 매개효과 계수 LLCI는 0.0877이고 ULCI는 0.2924이므로 95% 신뢰구간 내에 0이 포함되어 있지 않기 때문에 연결적 사회자본의 매개효과는 통계적 유의성이 확보되었다. 반면, 결속적 사회자본의 매개효과 계수 LLCI는 -0.0331, ULCI는 0.0618이므로 95% 신뢰구간 내에 0이 포함되어 있어 결속적 사회자본의 매개효과는 없는 것으로 나타났다. 따라서 가설 4는 검증되었다<Table 4>.

<Table 4> Mediation Analysis Results (Employed Mothers)

Mediating Variable	Indirect Effect	SD	Confidence interval 95%	
			LLCI	ULCI
Bridging Social Capital	0.1710	0.0515	0.0877	0.2924
Bonding Social Capital	0.0126	0.0234	-0.0331	0.0618

5. 결론 및 시사점

본 연구에서는 온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입이

온라인 커뮤니티 만족에 영향을 미치며, 육아여성의 취업여부에 따라 몰입과 만족의 관계에 매개효과가 다를 것이라고 가정하고, 온라인 커뮤니티 송파맘카페 회원들을 대상으로 수집한 실증 자료를 분석하였다. 그 결과, 첫째, 취업모와 비취업모 모두 온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입이 온라인 커뮤니티의 만족에 긍정적인 영향을 미치며, 둘째, 연결적 사회자본이 취업모와 비취업모 모두에게서 형성되고, 셋째, 비취업모의 경우 강한 네트워크상에서만 발생하는 결속적 사회자본도 형성됨을 규명하였다.

본 연구는 다음과 같은 이론적 및 실무적 시사점을 제시한다. 이론적 관점에서 첫째, 본 연구는 마케팅 분야의 연구에서 주로 다루어져 왔던 온라인 커뮤니티 개념을 비영리적 목적으로 형성된 온라인 생활육아커뮤니티에 접목시켜 온라인 커뮤니티 상에서의 몰입, 사회자본 형성, 만족을 실증하여 온라인 커뮤니티와 관련된 연구를 확장시켰다는 데 그 의의가 있다. 둘째, 본 연구는 그동안 한 연구에서 동시에 다루어진 적이 드물었던 취업모와 비취업모를 대상으로 사람들 간의 관계 네트워크에서 형성되는 사회자본이라는 개념을 함께 논의하여 융합연구의 새로운 장을 열었다.

실무적 관점에서 본 연구의 시사점은 다음과 같다. 자녀를 양육하는 것은 스트레스를 유발하며, 이러한 스트레스는 일상적이고 다차원적이다[44]. 매일 반복하고 경험하면서 그 강도가 누적되는 스트레스는 부모 자신에게 뿐만 아니라 자녀에게도 영향을 미쳐 아동의 발달에도 부정적인 영향을 미칠 정도로 치명적이다[44, 45]. 실제 많은 육아여성들은 스트레스를 해소하기 위한 방법의 일환으로 온라인 커뮤니티 활동을 한다[46]. 본 연구는 온라인 커뮤니티 활동에 대한 몰입이 온라인 커뮤니티에 대한 만족을 높여줄 뿐만 아니라 온라인 상에서도 사회자본을 형성할 수 있음을 실증했다. 사회자본의 형성은 생활에 긍정적 변화를 줄 수 있음을 시사하고 있다.

본 연구는 여러 시사점을 제시하고 있음에도 다음과 같은 부분에서 연구의 한계점을 지니고 있다. 취업모와 관련된 기존연구들을 보면, 어머니의 특성과 관련된 연구들이 많지만, 취업모의 양육스트레스는 어머니와 자녀의 상호작용효과로 발생하는 것이기 때문에 자녀의 특징에 따라서도 달라질 수 있다. 예를 들어 자녀의 연령이 어릴수록[47], 여아를 둔 취업모일수록 양육스트레스가

높다[48]. 따라서 향후에는 자녀의 연령, 자녀의 수 등을 고려하여 연구해야 할 것이다. 마지막으로 본 연구에서의 조사는 송파맘카페의 협조를 얻어 온라인 커뮤니티 안에서 이루어졌기 때문에 송파맘카페에 대한 참여도가 높은 회원들이 조사에 참여하였을 가능성이 더 많을 것이다. 따라서 이러한 참여자들의 특성으로 인하여 연구 결과의 일반화에 한계가 있을 것으로 생각된다. 향후 지역 육아여성을 대상으로 온라인 조사와 더불어 오프라인 조사를 병행하여, 온라인 커뮤니티 참여 정도에 따른 연구가 추가적으로 수행되어야 할 것이다.

## REFERENCES

- [1] Ruth L. Williams and Joseph Cothrel, "Four Smart Ways to Run Online Communities," MIT Sloan Management Review, Vol. 41, No. 4, pp. 81, 2000.
- [2] E. G. Park and J. H. Kim, "The Effect of Social Support in On-line Community on Community Involvement and Self-esteem," The Korean Psychological Association, Vol. 19, No. 1, pp. 13-25, 2005.
- [3] M. B. Song, H. G., Yoo, E. A. Jo, and S. H. Lee, "Effect of the Strength of Weak Ties & Emotional Perception on the Social Network Games Diffusion," Journal of Digital Convergence, Vol. 12, No. 5, pp. 69-78, 2014.
- [4] J. Y. Lee and P. S. Jang, "Effects of Message Polarity and Type on Word of Mouth through SNS (Social Network Service)," Journal of Digital Convergence, Vol. 11, No. 6, pp. 129-135, 2014.
- [5] Y. J. Park, "Development of a ICT Convergence Business Model based on Smart Phone," Journal of Digital Convergence, Vol. 13, No. 6, pp. 81-89, 2015.
- [6] Y. J. Jo, "A Study on the Influence of Connectivity and Convenience of Smartphones of Word-of-mouth Intentions in the Convergence Era: Focused on the Mediating Effects of Application," Journal of Digital Convergence, Vol. 13, No. 5, pp. 69-78, 2015.
- [7] K. B. Kim, G. C. Kim, and S. B. Choi, "The Upbringing Plan of R&D Special Enterprise in Mobile Convergence," Journal of Digital Convergence,

- Vol. 12, No. 4, pp. 85-92, 2014.
- [8] Amy Bruckman and Mitchel Resnick, "Virtual Professional Community: Results from The MediaMOO Project," Third International Conference on Cyberspace in Austin, 1993.
- [9] Amy B. Wozzyczynski, Philip L. Roth, and Albert H. Segars, "Exploring The Theoretical Foundations of Playfulness in Computer Interactions," *Computers in Human Behavior*, Vol. 18, No. 4, pp. 369-388, 2002.
- [10] S. E. Kim and E. D. Kim, "A Study of the Measurement of Personal Activity on Online Marketing: Focus on SNS," *Knowledge Management Research*, Vol. 16, No. 3, pp. 81-102, 2015.
- [11] J. W. Park and P. S. Song, "A Study of Tourism Industry's SNS Marketing Activity Effect on Brand Awareness, Brand Image, Corporate Image and Purchase Intention," *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 29, pp. 225-239, 2015
- [12] Barry Wellman, Jeffrey Boase, and Wenhong Chen, "The Networked Nature of Community: Online and offline," *It & Society*, Vol. 1, No. 1, pp. 151-165, 2002.
- [13] Nan Lin, Karen S. Cook, and Ronald S. Burt, eds, "Social Capital: Theory and Research," Transaction Publishers. 2001.
- [14] Nicole B. Ellison, Charles Steinfield, and Cliff Lampe, "The Benefits of Facebook "Friends:" Social Capital and College Students' Use of Online Social Network Sites," *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 12, No. 4, pp. 1143-1168, 2007.
- [15] S. M. Ko, B. H. Hwang, and Y. G. Ji, "A Study on Social Network Service and Online Social Capital : Focusing on a Korean and Chinese Case," *The Journal of Society for e-Business Studies*, Vol. 15, No. 1, pp. 103-118, 2010.
- [16] K. A. Shin and M. J. Han, "The Effect of Online Social Capital on Energy-Saving Attitudes and Behavioral Intentions," *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, Vo. 11, No. 3, pp. 126-158, 2009.
- [17] H. Lee and N. Lee, "Effect of Online Community Activities on Social Capital," *The Korea Contents Society*, Vol. 14, No. 9, pp. 153-163, 2014.
- [18] Mihaly Csikszentmihalyi, "Play and Intrinsic Rewards," *Journal of Humanistic Psychology*, 1975.
- [19] Charla Mathwick and Edward Rigdon, "Play, Flow, and The Online Search Experience," *Journal of Consumer Research*, Vol. 31, No. 2, pp. 324-332, 2004.
- [20] Mihaly Csikszentmihalyi and Judith LeFevre, "Optimal Experience in Work and Leisure," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 56, No. 5, pp. 815, 1989.
- [21] Richard G. Mitchell Jr, "Sociological Implications of the Flow Experience," 1988
- [22] Robert M. Mitchell Jr and Shelby D. Hunt, "The Commitment-trust Theory of Relationship Marketing," *The Journal of Marketing*, pp. 20-38, 1994.
- [23] S. Y. Roh, "The Relationship between Instructors Attractiveness Perceived by Pilates Participants, Pilates Flow and Passion," *Journal of Digital Convergence*, Vol. 14, No. 3, pp. 409-418, 2016.
- [24] M. S. Kim and S. Y. Yun, "Factors influencing flow state of cooperative learning among nursing students: in convergence era," *Journal of Digital Convergence*, Vol. 13, No. 10, pp. 397-403, 2015.
- [25] E. G. Park and J. H. Kim, "The Effect of Involvement and Identity in On-line Community on Community Citizenship Behavior, " *Journal of Cybercommunication Academic Society*, Vol. 19, pp. 41-77, 2006.
- [26] Lyda J. Hanifan, "The Rural School Community Center," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 67, pp. 130-138, 1916.
- [27] Robert Putnam, "Social Capital: Measurement and Consequences," *Canadian Journal of Policy Research*, Vol. 2, No. 1, pp. 41-51, 2001.
- [28] John F. Helliwell and Robert D. Putnam, "The Social Context of Well-being," *Philosophical Transactions-royal Society of London Series B Biological Sciences*, pp. 1435-1446, 2004.
- [29] Dmitri Williams, "On and Off the Net: Scales for Social Capital in an Online Era," *Journal of*

- Computer Mediated Communication, Vol 11, No. 2, pp. 593-628, 2006.
- [30] Ichiro Williams, Daniel Kim, Adam Coutts, and SV Subramanian, "Commentary: Reconciling the Three Accounts of Social Capital," *International Journal of Epidemiology*, Vol. 33, No. 4, pp. 682-690, 2004.
- [31] H. S. Lee and N. Lee, "Effect of Online Community Activities on Social Capital," *Journal of The Korea Contents Association*, Vol. 14, No. 9, pp. 153-163, 2014.
- [32] J. E. Choi and D. H. Lee, "The Impact of SNS Network's Features on the Formation of Social Capital," *Korean Management Review*, Vol. 42, No. 3, pp. 719-741, 2013.
- [33] S. K. Yang and H. J. Moon, "The Effects of Social Capital and Ego-Resilience of Children Perceived Parent-Child Relationships, and Sociodemographic Variables on Their School Adjustment," *Family and Environment Research*, Vol. 47, No. 7, pp. 59-71, 2009.
- [34] Y. A. Park, "Exploration of Variables Related to Parenting Stress of Mothers with Infants and Young Children," *Journal of Young Child Studies*, Vol. 8, pp. 97-113, 2005.
- [35] S. M. Sohn, "Parenting Stress and Related Factors of Employed and Non-employed Mothers with Infants," *Journal of Future Early Childhood Education*, Vol. 19, No. 1, pp. 331-357, 2012.
- [36] A. Samuel, "Foreword: The Truth of Motherhood Online," *Motherhood Online*, Newcastle, England: Cambridge Scholars Publishing, 2001.
- [37] M. H. Kim and H. J. Kim, "Participation of Mothers in the Internet Community: Relationship to Their Perceptions of Social Support and Parenting efficacy," *Korean Journal of Child Studies*, Vol. 28, No. 3, pp. 1-17, 2007.
- [38] T. D. Glover and D. C. Parry, "Friendships Developed Subsequent to a Stressful Life Event: The Interplay of Leisure, Social Capital, and Health," *Journal of Leisure Research*, Vol. 40, No. 2, pp. 208-230, 2008.
- [39] C. H. Park and S. S. Kim, "The Effect of Leisure Commitment on Psychological Well-Being and Self-Actualization in University Students," *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research*, Vol. 25, No. 2, pp. 213-231, 2011.
- [40] Kristopher J. Preacher and Andrew F. Hayes, "Asymptotic and Resampling Strategies for Assessing and Comparing Indirect Effects in Multiple Mediator Models," *Behavior Research Methods*, Vol. 40, No. 3, pp. 879-891, 2008.
- [41] H. E. Lee, "Review of Methods for Testing Mediating Effects in Recent HRD Research," *The Korean Journal of Human Resource Development Quarterly*, Vol. 16, No. 3, pp. 225-249, 2014.
- [42] Reuben M. Baron and David A. Kenny, "The Moderator - mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 51, No. 6, pp. 1173, 1986.
- [43] J. K. Kam and M. H. Park, "The Functional Mechanism of Motivations as Predictor of Continuous Volunteering : Focused on Mediation by Empowerment and Moderation by Management Situations," *Journal of Critical Social Policy*, Vol. 45, pp. 7-50, 2014.
- [44] K. J. Kwak and S. C. Kim, "The Differences in the Touch Patterns to Mother's Internal States," Vol. 17, No. 1, pp. 1-18, 2004.
- [45] Carolyn Webster-Stratton, "Preventing Conduct Problems in Head Start Children: Strengthening Parenting Competencies," *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, Vol. 66, No. 5, pp. 715, 1998.
- [46] Bronwen L. Valtchanova, Diana C. Parrya, Troy D. Glovera, and Caitlin M. Mulcahy, "A Whole New World: Mothers' Technologically Mediated Leisure," *Leisure Sciences*, Vol. 38, No. 1, pp. 50-67, 2016.
- [47] Richard R. Abidin, "Introduction to the Special Issue: The Stresses of Parenting," *Journal of Clinical Child Psychology*, Vol. 19, No. 4, pp. 298-301, 1990.
- [48] Mary Beth Mann and Kathy R hornburg, "Guilt of Working Women with Infants and Toddlers in Day Care," *Early Child Development and Care*, Vol. 27, No. 3, pp. 451-565, 1987.

여 민 선(Yeu, Minsun)



- 2008년 2월 : 고려대학교 영어영문학과(문학사)
- 2010년 2월 : 고려대학교 경영학과(경영학 석사)
- 2015년 8월 : 고려대학교 경영학과(경영학 박사)
- 2016년 1월 ~ 7월 : 고려대학교 KU-MAGIC 연구교수

- 관심분야 : SNS, 광고
- E-Mail : minsun\_y@naver.com

배 소 영(Bae, So Young)



- 2007년 2월 : 경희대학교 호텔관광대학 관광학부(경영학사)
- 2011년 5월 : Pennsylvania State University(여가관광학 석사)
- 2013년 12월 : Pennsylvania State University(여가관광학 박사)
- 2016년 7월 ~ 현재 : 경희대학교 호텔관광대학 학술연구교수

- 관심분야 : 온라인 커뮤니티, 여가문화
- E-Mail : alicia\_bae@yahoo.com