

SNS의 사회적자본이 건강정보 활용수준에 미치는 구조적 영향력

박재성, 김경나[‡]
고신대학교 의료경영학부

Structural Influence of SNS Social Capital on SNS Health Information Utilization Level

Jaesung Park, Kyeong-Na Kim[‡]
Department of Health Care Administration, Kosin University

<Abstract>

Objectives : The purpose of this study was to test fitness of the structured model of SNS activities for health information. **Methods** : A structured questionnaire were administered to 500 subjects. A structural equation model was applied to collected data. **Results** : The response rate was 73.9%. The respondents mostly used Facebook and KakaoStory. They spent 70 minutes per day and 21~30% of this usage was taken by health information. In the variances, those who has religion more actively exchanged information about diseases and medical institutions. The goodness-of-fit of the model was .81(GFI) and .90(CFI). The main path was bridging capital -> bonding capital -> credibility -> SNS activities for health information. The path from quality of sharing information to SNS activities was not significant. It could be explained by the restriction of digital literacy. **Conclusions** : SNS activities for health information were determined by credibility, currency and bonding social capital. Bridging social capital, indirectly, influenced SNS activities through bonding social capital. Thus building bonding social capital would be a critical success factor for SNS.

Key Words : SNS, Health Information, Social Capital, Bonding Social Capital

‡ Corresponding author : Kyeong-Na Kim (kkn@kosin.ac.kr) Dept of Health Care Administration, Kosin University

* 이 연구는 2015고신대학교 교내 연구비에 의해 연구되었음.(This work was supported by the research grant of Kosin University)

• Received : May 28, 2020

• Revised : Jun 3, 2020

• Accepted : Jun 8, 2020

I. 서론

오늘날 우리에게 있어 사회관계망서비스(Social Network Service, SNS)는 일상적이고 또한 중요한 정보교류의 장을 제공하고 있다. SNS를 통하여 서로 상호간의 공통 관심영역에서의 정보교류를 통하여 다른 사람들의 생각이나 경험 등의 정보를 공유할 수 있게 하고, 지인들과의 유대관계 강화하거나 또는 더 폭넓은 인적 네트워크를 형성할 수도 있게 한다[1]. SNS 이용의 중요한 장점은 이러한 유대관계의 형성이 비교적 최소의 비용과 빠른 시간 내에 이용자 스스로 구축할 수 있게 한다는 것에 있다. 한국정보화진흥원의 조사[2]에 따르면 조사대상자들이 하루 평균 4.6시간 스마트폰을 사용하고 있으며 스마트폰에서 SNS를 사용하는 시간은 평균 2.7시간으로 보고하고 있다. 대학생의 경우에는 하루 SNS 이용시간이 5시간 이상인 집단이 26.5%라고 연구한 결과도 있었다[3].

SNS는 기본적인 역할이라 할 수 있는 사회의 여론 형성 및 개인과 사회적 영향력에 대한 수단을 제공하는 영역을 넘어 정치 및 경제의 영역에서의 SNS의 역할의 중요성도 부각되었으며[4] 사람들의 구매행동과 활동에 있어 SNS를 활용한 기업들의 마케팅 수단으로도 급속하게 적용되어 왔다[5]. 기업들은 SNS마케팅, 고객관리, 홍보활동을 통하여 개별고객과의 유대 관계를 강화하려는 노력을 시도하고 있으며 이는 경영의 필수적 요건으로 자리 잡았다고 할 수 있다[5].

건강정보에 대한 SNS활동 역시 일반 경영의 영역에 못지않게 발전하여 왔고, 이는 프로슈머라는 용어까지 창출해 내고 있다[6]. 특히 보건의료 분야에서와 같이 정보의 비대칭성이 존재해 온 분야에서 기존에 형성된 의사결정의 구조에 균열 또는 파괴를 초래하며, 다양한 의견과 경험의 공유해온 의료소비자들에게는 보다 합리적인 의료서비스나 건강행동을 선택할 수 있는 기회를 제공한다[6].

Son & Kyeung[7]의 연구결과에 의하면, 인터넷을 통하여 획득한 건강정보를 의사의 진료과정의 상담에서 적극적으로 의견을 개진하거나 건강정보를 적극적으로 찾는 사람이 절주나 금연과 같은 건강행위에 대한 이행 수준이 높았다는 것을 알 수 있었고, 이는 사회적 관계망에서 건강정보검색 능력과 정보의 교류의 중요성을 반영한다고 할 수 있다. 소비자의 측면의 SNS활동도 중요하지만 의료 및 건강 서비스 제공의 주체인 의료기관이나 공공 의료서비스 조직에서의 SNS의 활용은 질병치료나 건강증진 영역에서 비용효과적인 커뮤니케이션의 도구로서의 중요성을 가진다고 할 수 있다. 현재 많은 의료기관들이 해당 기관의 마케팅, 커뮤니티의 형성, 임상시험 참가자 모집을 위해 SNS를 활용하고 있으며[8] SNS를 통한 의료상담 및 환자간의 경험 공유, 의료인 네트워킹 및 정부 캠페인 등 다양한 영역에서 이루어지고 있으며 개인적 영역에서 몇몇 의사들의 건강정보 제공을 위한 SNS활동들도 증가 추세에 있다[8].

모든 사회적 영역에서 SNS의 역할의 중요성이 부각되는 것은 상호작용과 교환의 개념에서 출발한다고 할 수 있다. 웹1.0 ICT(information communication technology)환경에서 일방적으로 게시되거나 주어지는 정보를 수용하는 환경이었지만, 보다 발전한 웹2.0 시대에서는 사용자들 간의 상호작용이 가능한 ICT매개도구를 제공함으로써 SNS 참여자 상호간의 작용을 통한 정보의 공유와 생산 및 재생산을 가능하게 하였다[9][10][11]. 하지만 때로는 공유의 목적을 달성하는 과정에서 개인 정보 노출이나 사생활 침해, 그리고 지나친 마케팅 정보에 대한 노출에 따른 심리적 피로감의 부작용이 있는 것도 현실이다[10][11].

SNS에서 교환되는 정보의 특성은 공개성, 연결성, 자발적 참여성을 기반으로 한 커뮤니케이션 지향성을 가진다[1]. 또한 SNS정보의 특성은 정보 개방성, 생생함, 유용성, 신뢰성 그리고 유희성과 같

은 특징을 지니고 있고, 이러한 요인들이 특정 정보와 관련된 행동을 결정하는 주요한 요인으로 파악되고 있다[12][13]. 이 연구에서는 이러한 SNS정보의 특성들이 건강과 관련된 정보의 상호교류에서 어떤 상호 관련성이 있는지를 파악해 보고자 한다. 기본적으로 정보 및 경험의 상호교환을 통하여 이루어지는 광범위한 인간관계와 상호작용 속에서 생성되고 축적되는 정보와 경험의 과정을 사회적 자본(social capital)의 개념으로 이해하고[11] 이러한 사회적 자본에서 특히 건강과 관련된 정보의 공유에 있어 그 정보의 사용수준을 결정하는 요인들의 구조적 관계를 파악하는 것은 SNS의 보건의료적 활용에 있어 중요한 의미를 제시할 수 있을 것이다. 따라서 이 연구의 연구 목적은 SNS에서 이루어지는 건강증진관련 활동의 수준을 각 영역별로 파악하고, 이러한 영역에 따른 인구사회학적 변수에 따른 변이를 파악하고자 하는 것이 첫 번째 목적이며, 두 번째 목적은 건강증진을 위한 SNS 정보 활용수준과 SNS 정보의 특성들 간의 구조적 관련성을 파악해보고자 한다. 이러한 구조적 관계는 의료서비스제공 주체나 공공건강증진 담당부서에서 SNS를 활용한 정보교환 및 커뮤니티의 구성에 도움을 줄 수 있을 것이다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집

본 연구의 대상은 B시 소재한 대학의 재학생과 학부모이었다. 표본 추출대학은 B시에 위치한 대학 중 설문협조가 가능한 보건의로 계열 학과를 대상으로 하였다. 설문조사는 구조화된 설문지를 이용하여 2015년 6월 1일부터 6월 15일까지 실시하였으며, 각 학교별로 협조가 가능한 학과를 파악한 뒤 학과 단위로 우편으로 설문을 발송하였다. 설문지는 학생과 학부모 각각 250부를 배부하여

회수 하였다. 설문지 회수율은 500부 중 344부를 회수하여 68.8%가 응답하였다. 연구대상자에 대한 윤리적 고려를 위해 K대학교 생명윤리위원회(IRB)의 승인을 받은 후(KU IRB 2015-0011-01)연구를 시행하였다.

2. 연구도구 및 변수의 정의

1) SNS의 사회적 자본

사회적 자본의 정의는 개인이나 집단에게 축적된 현실 또는 무형의 자본으로 정의할 수 있다[14][15]. 이는 사회적 상호관계 속에서 정보의 교환을 통하여 형성할 수 있으며 어떤 집단에서의 신뢰와 규범 그리고 네트워크 등의 모든 요인들에서 구성원의 목적달성과 상호이익을 위해 조정과 협력을 가능하게 하는 메커니즘이 작용할 수 있는 것이다[15]. 따라서 사회적 자본의 개념은 SNS의 활동을 통하여 형성될 수 있는 정보와 경험의 공유가 사회적 자본으로 설명 가능하다고 할 수 있다. 또한 사회적 자본의 영역은 중개적 사회자본(bridging social capital)과 유대적 사회자본(bonding social capital)으로 분류할 수 있으며, 중개적 사회자본은 약한 유대관계를 말하며 감정이 배제된 상태에서 유용하거나 새로운 정보를 주고받는 개인 간의 느슨한 연결로 정의할 수 있으며, 이러한 약한 유대관계는 다양성을 설명하고 분류하는데 중요한 역할을 한다고 할 수 있다[15]. 이 연구에서는 이러한 약한 유대관의 형성을 Jang et al.[16]의 사회적 자본과 Lee[17]의 연구에서 제시한 중개적 유대관계를 바탕으로 SNS에서 정보 교환의 능력, 타인과의 공감대 형성정도, 그룹형성능력, 타인과의 관계에 대한 기회의 측면을 제시한 4개의 척도로 중개적 사회자본의 정도를 측정하였다. 유대적 사회자본은 개인 간의 강한 연결과 감정적으로 친밀한 관계인 친구나 가족 같은 강한 유대관계를 나타내는 것이며, 이 개념을 측정하기

위하여 Lee[17]의 연구에서 제시한 세 가지 항목을 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 사용하였다.

2) 공유정보의 질

공유정보의 질(Quality of Sharing Information)의 개념을 Gwak et al.[18]의 연구는 정보제공성으로 정의하였지만 사용한 척도들은 Goodhue & Thompson[19]이 정의한 정보시스템의 질을 구성하는 정보의 유용성(compatibility), 자료의 정확성(right data)과 자료의 다양성(right level of detail), 자료의 권위(authorization)로 정의한 영역에 모두 해당된다고 할 수 있다. 이 연구에서는 SNS상의 다양한 정보, 정보의 유용성 및 가치, 그리고 충분한 정보의 정도를 측정하였고 이를 공보공유의 질로 정의하였다. 공유정보의 질은 4항목으로 구성하였다.

3) 정보의 신뢰성

신뢰성(credibility)의 정의 있어 Erdem & Swait[20]은 특정시점에서 어떠한 실재의 의도를 믿을 수 있는가로 정의하였고, 이는 믿음만함으로 간단히 말할 수 있을 것이다[12]. 그러나 정보원의 신뢰성에서는 보다 구체적인 개념을 포함한다. 즉 정보의 수신자(recipient)의 입장에서는 정보의 신뢰성은 정보원천의 적절한 지식(relevant knowledge)과 기술 및 경험을 제공하며 그리고 공정 및 객관적인 정보를 제공한다고 지각할 때 신뢰성이 발생할 수 있다[12]. 정보원에 대한 신뢰성의 유형은 유추신뢰성(presumed credibility), 평판신뢰성(reputed), 표면신뢰성(surface) 그리고 경험신뢰성(experienced)으로 나누어 생각해 볼 수 있다. 이 4가지 중 가장 의미가 있는 신뢰성은 경험신뢰성으로 정보수신자가 시간에 걸친 일차적인 경험에 기초하여 형성되는 것이기에 가장 믿을 만한 신뢰성으로 간주된다. 유추신뢰성은 수신자의 추측으로 발생하는 신뢰도로 특정집단을 이룰 것

이라 것과 유사한 개념이며, 평판신뢰성은 전문가의 표식에 근거한 신뢰성을 의미하며, 표면신뢰성은 수신자의 관찰에 의해 발생하지만 외적인 표식만을 보고 결정하는 것이다. 쌍방 커뮤니케이션의 영역에서 정보원에 대한 신뢰성은 오프라인과 온라인에서는 다르게 나타날 수 있다[12].

이 연구에서는 Lee et al.[12]의 연구를 바탕으로 신뢰성의 개념을 정보의 영역으로 확장하였다. 정보의 신뢰성(information credibility)은 정보에 대한 믿음, 정보출처, 정보의 전문성 그리고 정보제공자의 정보에 대한 신뢰로 4가지 척도로 측정하였다.

4) 정보의 최신성

정보의 최신성(Information Currency)은 Goodhue & Thompson[19]의 연구에서 제시한 현재성(currency)의 개념을 적용하였다. 이 최신성과 유사한 개념으로 Lee et al.[12]의 연구에서 정의하는 필요시 정보에 대한 접근성과 그리고 빠른 시간 내에 정보를 획득할 수 있는 개념으로 정의하고 이를 정보서비스의 적시성을 제안하였다. 하지만 현재 사용 중인 SNS를 위한 ICT도구의 완전성을 고려할 때 접근성과 빠른 응답속도와 같은 문제는 해결되었으므로, 건강정보를 지속적으로 업데이트하고, 구성된 간에 교류를 통해 생성된 정보가 지속적으로 새로워지며, 내게 필요한 건강정보에 대한 피드백의 속도가 더 의미 있는 개념일 것이므로 이를 정보의 최신성으로 정의하고 4개의 항목으로 측정하였다.

5) SNS 건강정보 활용도

SNS 건강정보 활용도는 제3차 국민건강증진종합계획의 건강형평성 지표를 기준[21]으로 SNS활동에 적용할 수 있는 지표를 도출하여 12개의 영역으로 재분류하여 5점 척도로 그 활동정도를 측정하고자 하였다. 구체적인 영역은 금연, 금주, 운

동, 영양과 식습관, 질병 및 질환, 의료기관 및 의료진 관련 정보, 비만/다이어트, 건강보조식품, 미용 및 뷰티, 민간요법 또한 한방, 유기농 식자재, 도박 및 각성물질에 대한 중독예방과 관련된 정보 영역으로 분류하였다. SNS 건강정보 활용도는 최종적으로 12개 영역의 총 평균값으로 정의하였다.

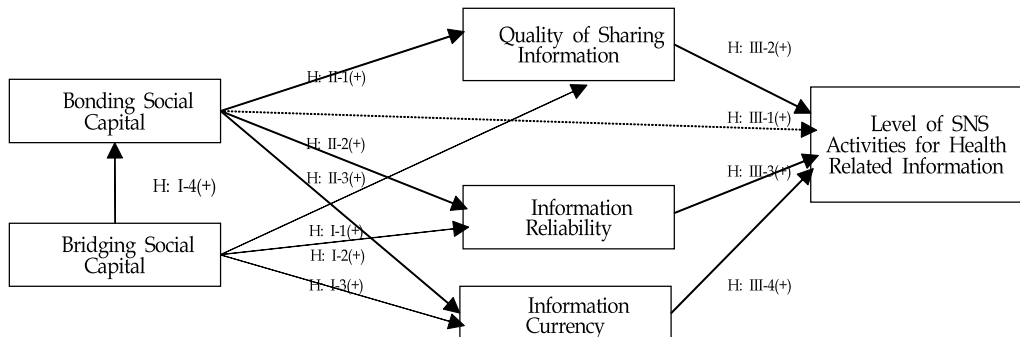
6) 연구모형

이 연구의 연구모형은 SNS가 사람들의 사회적 상호작용을 지원하는 ICT도구로서 사람들 간의 유대관계와 상호작용에 따른 사회적 자본을 형성한다는 것에 기초를 두고 있다. 이러한 사회적 자본이 증가하면 형성된 커뮤니티에 대한 몰입도를 증가시키고 상호작용도 증가하며 이에 따른 긍정적인 효과를 창출할 수 있다[22]. 네트워크의 참여자의 상호작용을 중개적 사회자본(bridging social capital)과 유대적 사회자본(bonding social capital)으로 분류하고 전자를 약한 유대관계(weak tie)로 후자를 강한 유대관계(strong tie)로 정의하고[15] 이 두 내생변수가 SNS 정보특성을 매개하여 최종적인 변수인 SNS 건강정보 활용도를 파악하고자 하였다.

약한 유대관계의 역할은 정보의 광범위한 확산과 알지 못하는 집단들과의 연결성을 위한 개념으로 설명된다. 강한 유대관계에서는 상호간의 정보의 탐색, 상호간의 중복적 정보교환의 과정과 영향

력의 강도가 시간이 지남에 따라 강해질 것이며 사회적 관계의 활성화를 초래하는 역할을 할 것이다[11]. 즉, 약한 유대관계의 확장 속에서 SNS정보의 특성을 통한 경험적 신뢰형성은 강한 유대관계를 형성하는 기초가 되고, 최종적으로는 유대적 사회자본이 중개적 사회자본의 영향을 매개할 것이다.

SNS 정보의 형태는 텍스트, 사진, 동영상, 댓글 등의 형태 제공되기 때문에 제공된 정보의 질적인 측면이 강조될 수 밖에 없다[11]. 이 연구모형에서 제시한 공유정보의 질은 네트워크를 구성한 구성원간의 지속적이고 발전적인 상호교류의 결과물[18]로서 시간이 지남에 따라 공유되는 정보의 질적 수준도 높아질 것으로 가정하였다. 또한 시간이 지남에 따라 축적된 신뢰성과 구성원이 필요한 정보의 최신성을 확보한다면 SNS의 참여자들이 상호 추구하는 목표를 보다 효율적으로 달성할 수 있게 할 것이다. 따라서 이 연구의 연구모형은 사회적 자본을 구성하는 중개적 사회자본과 유대적 사회자본이 SNS정보의 특성인 공유정보의 질, 정보의 신뢰성 그리고 정보의 최신성을 매개 또는 직접적으로 SNS에서 건강관련 정보를 찾기 위한 활동수준과의 구조적 영향관계를 <Figure 1>과 같이 설정하였다. 모형에서 영향경로에 따라 가설번호를 "H:"로 표기하였다.



<Figure 1 > the Study Model for the determinants of the level of SNS activities for health related information

3. 통계분석

1) 통계방법

이 연구에서는 인구사회학적 변수와 SNS이용 특성에 파악하기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 또한 각 요인들의 신뢰도와 타당도를 검증하기 위하여 Cronbach's α 를 이용한 내적신뢰도 확인과

각 요인별 구성타당도를 직교회전(varimax rotations)을 이용한 요인분석(factor analysis)을 실시하였다. 사회적 자본과 SNS정보의 특성이 SNS 건강정보 활용도에 미치는 영향을 분석하기 위하여 구조방정식 모형(Structured Equation Model)을 사용하였다.

<Table 1> Demographic & SNS usage characteristics

n = 344

Variables			Freq(%)	Variables			Freq(%)	
Sex	Male		84(24.6)	Religion	Christian/Catholic		77(22.6)	
	Female		257(75.4)		Budist/Wonbudist		94(27.6)	
Age	<20		83(24.3)		Others		7(2.1)	
	20 - 29		113(33.0)		No faith		163(47.8)	
	30 - 39		2(.6)	Marital status	Unmarried		194(57.2)	
	40 - 49		92(26.9)		Married		126(37.2)	
	50 - 59		49(14.3)		Separation, separation by death, divorce		19(5.6)	
	60+		3(.9)		Job	Student		194(56.4)
Education	Elementary		2(.6)	Management or office worker			23(6.7)	
	Middle		4(1.2)	Srvice job			31(9.0)	
	High		105(31.3)	Tchnical/professional job			16(4.6)	
	College		98(29.3)	Housewife			46(13.4)	
	University		123(36.7)	Self-employeed			19(5.5)	
	Graduate		3(0.9)	No job			4(1.2)	
Household Income	Below 100		14(4.5)	Agrilculture or farming		2(.6)		
	~ 200		40(12.7)	Others		9(2.6)		
	~ 300		63(20.1)	SNS Usages channels ^a	Blog		12(2.7)	
	~ 400		84(26.8)		Twitter		19(4.3)	
	~ 500		111(35.4)		FaceBook		186(4 2.3)	
	above 500		2(.6)		Myspace		5(1.1)	
SNS adoption	Yes		249(73.9)		Cyworld		7(1.6)	
	No		88(26.1)		KakaoStory		92(20.9)	
	SNS Usage Hours ^a	<= 1		173(51.3)	Band		51(11.6)	
		1.01 - <=2		56(16.6)	Others		68(15.5)	
		2.01 - <=3		46(13.6)	% of health information searching ^a	<= 10%		101(41.2)
		3.01 - <=4		14(4.2)		11 - 20		37(15.1)
		4.01 - <=5		14(4.2)		21 - 30		53(21.6)
5.01 - <=6			9(2.7)	31 - 40			24(9.8)	
6.01+			25(7.4)	41 - 50			23(9.4)	
Usage for health information ^a	Very Rarely		19(7.4)	51 - 60			5(2.0)	
	Rarely use		47(18.2)	61+		2(.8)		
	So so		113(43.8)					
	Frequently		75(29.1)					
	Very Freq		4(1.6)					

a = total observation was 249.

2) 신뢰도와 타당도

유대적 사회자본과 중개적 사회자본 그리고 SNS 정보의 특성으로 정의된 공유정보의 질, 정보의 신뢰성, 정보의 최신성에 대한 신뢰도와 타당도를 확인하였다. <Appendix 1>과 같이 5개 요인을 확정하여 요인들의 구성타당도(construct validity)를 확인하였다. 회전방법은 직교회전(varimax rotation)을 사용하였고, 각 측정항목의 해당요인에 대한 구성 타당성은 요인적재값(factor loadings)이 .40이상인 것을 기준으로 하였다. 각 요인들의 Cronbach's α 는 중개적 사회자본이 .90, 정보의 최신성이 .92, 정보의 신뢰성 .89, 공유정보의 질이 .84 그리고 유대적 사회자본이 .87로 모든 요인에서 높은 수준이었다. 5개 요인에 대한 구성 타당도를 위한 요인분석에서는 공유정보의 질에 4번째 항목(UF4) 과 유대적 사회자본의 세 번째 항목(IR3)의 요인적재값(factor loading)이 해당요인에 할당되지 않아 최종 요인분석에서는 제외하고 분석하였다.

III. 연구결과

1. 인구사회학적 변수와 SNS의 사용특성

이 연구의 응답자는 여성이 75.4%로 남성에 비해 다소 많았다. 교육수준은 대부분의 응답자가 전문대 및 대학졸업자가 60.6%로 대 다수를 차지했으며 대학원 졸업자는 .09%이었다. 가구소득은 4백만원에서 5백만원이 35.4%로 가장 많았으며, 종교는 기독교/가톨릭이 22.6%이었다<Table 1>. 응답자의 73.9%는 SNS를 사용하고 있었으며, 대부분의 응답자들은 그들의 SNS에 접근하는 것에 있어 스마트폰을 이용하였으며, SNS의 유형에서는 페이스북이 42.3%로 가장 많이 사용하였으며 하루에 1시

간 정도 사용한다는 응답이 51.3%로 가장 많았다

SNS 사용 특성은 현재 SNS를 사용하고 있는 249명을 대상으로 분석하였다. SNS에서 건강과 관련된 목적으로 사용하는 횟수에 있어 “자주” 또는 “매우 자주 사용한다”로 응답한 사람은 30.7%였으며, 이들이 건강과 관련된 정보를 찾기 위해 사용하는 하루 평균시간은 각각 41분과 82분이었다. 또한 총 SNS 사용 시간에서 건강관련 정보를 찾는 백분율에 대한 질문에서는 10%이하라고 응답한 사람이 101명(41.2%)이었고, 이들이 건강관련 정보를 위해 사용한 하루 평균 시간은 11분이었다. 대부분의 응답자는 하루 총 SNS 이용시간 중 21~30%정도를 건강과 관련 SNS활동을 하였으며, 하루 평균 이용시간은 70분이었다<Table 1>.

2. 건강관련 정보를 위한 SNS활동 특성

SNS 건강정보 활용도는 국민건강증진종합계획의 건강형평성 지표를 기준[21]으로 금연, 금주, 운동, 영양과 식습관, 질병 및 질환, 의료기관 및 의료진 관련 정보, 비만/다이어트, 건강보조식품, 미용 및 뷰티, 민간요법 또한 한방, 유기농 식자재, 도박 및 각성물질에 대한 중독예방과 관련된 정보로 분류하였다. 인구사회학적 변수에 따른 12가지 영역의 변이를 파악하였으며, <Table 2>는 이 결과 중 통계학적으로 유의미한 결과만을 제시하였다.

금연정보의 활동영역에서는 교육수준이 높을수록 또한 학생일 경우 높은 수준의 유의미한 활동을 보였으며, 질병과 질환과 관련된 활동에서는 종교가 없는 경우 보다 불교·원불교일 경우 높은 활동성을 보였으며, 의료기관 및 의료진에 대한 정보를 찾는 경우에는 종교가 없는 경우 보다 불교·원불교 그리고 기독교·천주교의 경우에서 더 높은 수준의 SNS 활동이 있었다.

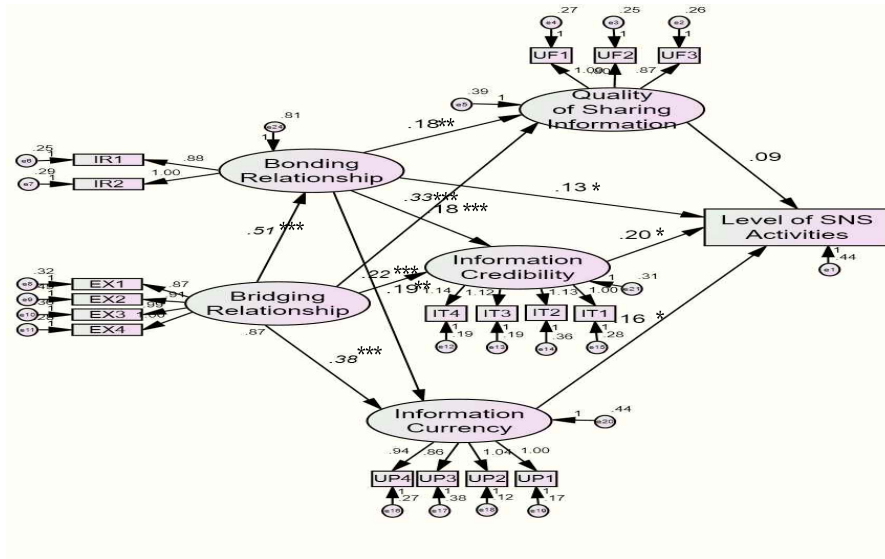
<Table 2> SNS activities for health related issues by demographic variables

n = 249

SNS activities for health Information		Variables	n	Mean(SD)	t/F	MC	
Anti Smoking	Education	Under College	65	3.3(1.07)	-2.14*		
		College and more	178	3.6(1.06)			
	Jobs	Other Jobs	76	3.3(1.18)	-2.02,		
	Students	173	3.6(1.02)				
Disease/illness	Religion	Christian/Catholic (1)	65	3.2(1.06)	3.167*		
		Budist/Wonbudist/others(2)	68	3.5(1.10)			
		Non faith(3)	113	3.0(1.18)			(2)-(3)*
Hospital/physicians information	Religion	Christian/Catholic (1)	64	2.9(1.17)	6.83*		
		Budist/Wonbudist/others(2)	67	3.1(1.07)			(1)-(3)*
		Non faith(3)	113	2.5(1.17)			(2)-(3)**
Obesity/fitness information	Sex	Male	60	2.9(1.24)	-4.36***		
		Female	186	3.7(1.18)			
	Jobs	Other Jobs	76	3.2(1.34)	-2.56,		
		Students	173	3.6(1.17)			
	Marital status	Unmarried	172	3.6(1.15)	3.07**		
		Others(married, divorce, etc)	72	3.1(1.34)			
Age	< 50	222	3.6(1.19)	2.91..			
	50 ~	25	2.8(1.50)				
Dietary[food, health, nutritional] supplement	Education	Under College	64	3.1(1.10)	2.52*		
		College and more	178	2.7(1.13)			
	Jobs	Other Jobs	75	3.0(1.17)	2.06,		
		Students	173	2.7(1.12)			
	Religion	Christian/Catholic (1)	64	2.7(1.15)	3.46*		
		Budist/Wonbudist/others(2)	68	3.1(1.06)			(1)-(2)*
Non faith(3)		113	2.7(1.09)	(2)-(3)*			
Beauty treatment	Sex	Male	60	2.8(1.26)	-5.91***		
		Female	184	3.9(1.10)			
	Education	Under College	63	3.2(1.20)	-2.72..		
		College and more	178	3.7(1.23)			
	Jobs	Other Jobs	74	2.9(1.26)	-6.03***		
		Students	173	3.9(1.10)			
Marital status	Unmarried	172	3.9(1.10)	6.19...			
	Others(married,divorce, etc)	70	2.9(1.26)				
Age	< 50	221	3.7(1.18)	3.85***			
	50 ~	24	2.7(1.37)				
a folk remedy/Alternative medicine	Education	Under College	64	2.8(1.13)	2.17*		
		College and more	177	2.5(1.09)			
	Jobs	Other Jobs	75	2.8(1.20)	2.04,		
		Students	172	2.5(1.05)			
	Marital status	Unmarried	171	2.5(1.05)	-2.27*		
		Others(married,divorce, etc)	71	2.8(1.21)			
Organic food and food safety	Jobs	Other Jobs	75	2.9(1.27)	2.96**		
		Students	172	2.4(1.04)			
	Marital status	Unmarried	171	2.4(1.04)	-3.32..		
	Others(married,divorce, etc)	71	3.0(1.26)				

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

MC: multiple comparison



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

<Figure 2 > Structured Equation model for SNS Activities for health care information

<Table 3> Structured equation model for the level of SNS activities

n = 249

Endogenous Variables	Exogenous Variables	Estimate(S.E.)	C.R.	Study Hypo	Result
Level of SNS Activities	← Bonding Relationship	.13(.06)	2.27*	III-1	Accept
	← Quality of Sharing Info	.09(.07)	1.24	III-2	Reject
	← Information Credibility	.20(.08)	2.46*	III-3	Accept
	← Information Currency	.16(.06)	2.48*	III-4	Accept
Quality of Sharing Info	←	.19(.06)	3.11**	II-1	Accept
Information Credibility	← Bonding Relationship	.18(.06)	3.55***	II-2	Accept
Information Currency	←	.18(.05)	3.28**	II-3	Accept
Bonding Relationship	← Bridging Relationship	.51(.08)	6.52***	I-4	Accept
Quality of Sharing Info	←	.33(.06)	5.13***	I-1	Accept
Information Credibility	← Bridging Relationship	.22(.05)	4.17***	I-2	Accept
Information Currency	←	.38(.06)	5.93***	I-3	Accept
Squared Multiple Correlations	Level of SNS Activities = .21 Quality of Sharing Information = .31 Information Credibility = .26	Bonding Relationship = .22 Information Currency = .33			
Goodness-of-Fit Index	GFI = .83, AGFI = .77, CFI = .90				

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

영양과 식습관에 관련된 정보에서는 성, 직업, 결혼 상태, 그리고 나이에 따라 유의미하였다. 12개의 영역에서 미용 및 뷰티와 관련된 정보가 가장 많이 변이를 보이는 항목이었으며, 여성일 경우, 고

졸이상의 학력일 경우, 미혼일 경우 그리고 연령이 50 이하일 경우에 높은 수준의 활동성을 가지고 있다. 민간요법 및 한방에 대한 SNS 활동은 교육 수준이 낮을수록 그리고 학생일 경우 더 높은 수

준의 SNS 활동을 하였으며, 유기농 식자재 및 식품 안전에서는 기혼/이혼 등의 경우와 직장인일 경우 더 높은 수준의 활동성을 가지고 있다.

3. 요인들의 구조적 연관성

SNS 이용자들의 사회적자본인 참여자의 중개적 사회적자본과 유대적 사회적자본 즉, 약한 유대관계(weak tie)와 강한 유대관계(strong tie)가 SNS 건강정보 활용도에 미치는 영향력에서 SNS정보특성의 매개효과를 검증하기 위한 모형을 제시하였다. 연구모형의 적합도는 GFI(Goodness-of-Fit Index) = .83, AGFI(Adjusted Goodness-of-Fit Index) = .77 그리고 CFI(Comparative Fit Index) = .90이었으며 <Table 3>, 이 결과는 모형의 적합성을 확보할 수 있는 수준이다. 특히 CFI는 표본의 크기에 크게 의존하지 않는 지표로서, 이 연구의 표본이 다소 적었다는 점을 고려한다면 CFI지수로 연구모형을 평가하는 것이 가장 적절할 것이다.

유대적 관계 즉 유대적 사회적자본은 공유정보의 질($\beta=.18$ $p<.01$), 정보의 신뢰성($\beta=.18$ $p<.001$) 그리고 정보의 최신성($\beta=.19$ $p<.001$)에 양의 유의미한 영향력이 있었고, 또한 SNS 건강정보 활용도에 도 유의한 양의 영향력이 있었다($\beta=.13$ $p<.05$). 중개적관계(중개적 사회적자본) 역시 공유정보의 질($\beta=.33$ $p<.001$), 정보의 신뢰성($\beta=.22$ $p<.001$) 그리고 정보의 최신성($\beta=.38$ $p<.001$)에 양의 유의미한 영향력이 있었다. 그러나 중개적 사회적자본이 SNS 건강정보 활용도에 미치는 영향을 분석했을 때는 영향력이 없었고 전체 모형의 적합도도 심각하게 훼손 하였다. 따라서 이 연구에서는 중개적 사회적자본은 유대적 사회적자본에 영향을 미치는 것으로 가정하여 검증하였다. 느슨한 형태의 관계는 친밀한 관계를 형성하기 위한 시작점이라고 할 때 중개적 관계가 유대적 관계의 수준을 결정하는 것으로 설정하였다. 분석결과 중개적 관계가 유대적 관

계에 유의미한 양의 영향력이 있었다($\beta=.51$ $p<.001$)<Figure 2><Table 3>.

SNS 정보의 특성 중 정보의 신뢰도($\beta=.20$ $p<.05$)와 정보의 최신성($\beta=.16$, $p<.05$)은 SNS 건강정보 활용도에 유의미한 양의 영향력이 있었고, 공유정보의 질은 유의미하지 않았다. 따라서 정보의 신뢰도와 최신성은 두 가지 사회적자본이 SNS 건강정보 활용도에 영향을 미치는 경로에서 매개변수(mediating variable)의 역할을 하였고 통계학적으로 유의미하였다<Figure 2><Table 3>.

IV. 고찰

이 연구는 SNS를 통한 정보의 교류가 사회적자본을 형성한다[11][14]는 것에 기초한다. SNS에서 건강과 관련된 정보의 상호작용의 정도를 파악하기 위하여 SNS 정보특성 중에서 공유정보의 질, 정보의 신뢰성 그리고 정보의 최신성이 SNS 건강정보 활용도에 영향을 미치는 구조적 관련성을 파악하고자 하였다. 연구대상자 중 SNS를 현재 사용하고 있는 경우가 73.9%로 대부분의 연구대상자가 SNS를 사용하고 있었다. SNS미사용자(26.1%)의 연령분포는 40~49세의 경우가 50%였으며, 50~59세의 경우 28.4%로 30세 이하의 경우 보다 상대적으로 높은 수준이었다. 이는 연령에 따른 정보획득의 수단이 다를 수 있다는 것을 보여주며, 높은 연령 집단의 경우 SNS 접근성에 대한 방해요소가 다수 존재할 수 있다는 것을 의미한다. 종교에 따른 미사용자는 무교일 경우 53.4%가 많았으며, 인적교류 네트워크 형성과 종교의 상관성에서 교류의 상대적 강도에 차이가 있음을 알 수 있다. SNS사용자의 대부분은 스마트폰(98.1%)을 이용하여 SNS를 하였고, 사용경로는 페이스북(42.3%)과 카카오톡(20.9%)을 이용하였다. 사용시간에 있어서는 하루 평균 1시간 정도가 51.3%로 가장 많았으며 전체 사용시간에서 건강관련 정보를 위한 활동시간은 11

분정도 활동하는 그룹이 41.2%로 가장 많았다.

건강형평성 지표의 기준[21]에 따라 건강정보의 영역을 12가지로 나누어 SNS 건강정보 활용도의 차이를 파악한 결과 50세 이하가 이상의 집단보다 비만/다이어트의 활동이 유의하게 많았다. 교육수준에서는 전문학사이상일 경우 금연과 미용·뷰티에서 높은 활동수준을 보였고 전문학사 이하일 경우 민간요법·한방과 영양·식습관이 높았다. 학생의 경우 일반인 보다 금연, 비만/다이어트, 미용·뷰티에서 높았고, 일반인의 경우 영양·식습관, 민간요법·한방 그리고 유기농 식자재에 대한 활동이 유의하게 많았다. 결혼 상태에 따라서는 미혼의 경우가 비만/다이어트와 미용·뷰티에서 활동이 높았고, 기혼 중인 경우가 민간요법·한방과 유기농 식자재에 대한 활동이 많았다. 종교에 따라서는 무교보다 불교와 원불교의 경우가 질병 및 질환에 대한 활동이 많았고, 의료기관 및 의료진 관련 정보에 관한 활동은 무교보다 불교와 원불교, 기독교와 천주교 응답자들에서 SNS활동이 많았다. 여성이 남성보다 비만/다이어트와 미용·뷰티에서 활동이 많았다. 이상의 SNS 활동수준에서 종교에 따른 의료기관과 질병에 대처하는 행동에 차이가 있었다는 것을 주목할 만하다. 종교가 있는 경우 특히 질병과 의료기관에 대한 활동이 더 활발한 것은 종교성과 사회성의 양의 관계를[23] 고려해 볼 때 SNS관계로 확장된 영역에서까지 질병과 의료기관에 대한 정보를 찾아보는 경향이 더 많은 것으로 생각된다.

SNS 건강정보 활용도를 설명하는 연구모형의 적합도는 GFI가 .83였으며, 표본의 수가 적은 경우가장 적합한 지표인 CFI은 .90로 전체 구조적 모형이 적절한 것으로 파악되었다. SNS 참여자의 상호작용을 중개적 사회자본과 유대적 사회자본으로 정의하고 이 두 요인이 SMS정보 특성인 공유정보의 질과, 정보의 신뢰성과 최신성의 경로를 통하여 SNS 건강정보 활용도에 미치는 영향을 파악하였다. 느슨한 관계로 정의되는 중개적 사회자본과

SNS 건강정보 활용도와 의 직접적인 경로를 추가하였을 때 보다 이 연구모형과 같이 느슨한 관계가 친밀한 관계 즉 유대적 사회자본을 매개로 SNS 건강정보 활용도에 영향을 주었고, 이 경로의 간접적 영향력은 .24으로 유의미하였다. 이 결과를 일반적으로 고려해보면 SNS가 사람들 사이에 손쉽고 적은 경비로 접근이 가능하기 때문에 광범위하게 형성된 네트워크에서 다양한 정보를 제공할 것이라는[11] 내용과는 다른 각도의 해석이 가능하며, 건강정보의 활용에 있어서는 중개적 관계보다는 유대적 관계의 중요성을 제시하고 있다. 즉 건강과 관련된 정보의 경우 개인적으로 상대방의 신분을 확실히 알고 있거나, 지인이나 친구들 간의 네트워크가 강할수록 건강행동과 관련된 정보의 교류가 더 활발하며, 이러한 유대적 사회자본의 형성은 공유된 정보의 질보다는 정보의 신뢰성과 최신성에 의해 결정되어진다는 것이다. 이 결과가 건강관련 공공조직이나 의료기관들에 주는 함의는 분명하다고 할 수 있다. 정보 소비자와의 유대적 네트워크의 강화는 SNS의 도구적 장점을 활용한 비용효과적인 정책 실행수단이 될 수 있다는 것이다. 우리나라 공공조직의 SNS 활용도에서 보건복지부와 국민건강보험공단에서는 생활건강정보, 만성질환관리 그리고 질병정보에 대한 정보공유를 비교적 활발히 운영하고 있지만[8], 대부분의 공공조직에서는 홍보수단일 경우가 많이 있는 것이 현실이다[1]. 유대적 사회자본의 개발을 위한 각 공공조직의 노력은 SNS 활용성에 차원을 높일 수 있을 것이다. 특히 정보의 상호교류에 있어 정보제공자가 전문인임을 인식했을 때 상호간의 신뢰도가 높아진다는[24] 것을 생각할 때 공공조직의 사회적 신뢰성을 바탕으로 접근할 때 느슨한 중개적 관계에서 유대적 관계로의 이행을 가속화 시킬 수 있을 것이다.

이 연구의 결과에서 공유정보의 질과 SNS 건강정보 활용도의 경로가 유의하지 않다는 것은 디지털

텔 리터러시(digital literacy)의 제한적 영역으로 생각해볼 수 있다. 대부분의 사람들이 소셜미디어에서 일반적인 건강정보 탐색에는 어려움이 없었지만 전문적 용어로 기술해야하는 상황에 봉착할 경우 어려움을 경험한다[24]. 즉 SNS에서 제공되는 텍스트, 오디오, 동영상 그리고 이미지 등 다양한 디지털 정보에서 사용자의 디지털리터러시의 한계는 전문적 또는 의과학적 용어에서 난해한 영역이 있을 수 있고 이 경우 그 해석이 제한될 수 있다는 것이다[25]. 건강 과학적으로 정확한 내용의 정보가 SNS에 존재한다 할지라도 정보이용자가 내용을 정확히 이해할 수 없거나 평가할 수 없을 경우에 유대적 사회관계에 있는 타인에게 해당 내용에 대한 조언이나 피드백을 받아 활용하려 할 것이다. 이는 정보수신자가 잘못된 정보로부터 초래될 수 있는 문제에 대한 위험회피행동(risk aversion action)이며 방어적 SNS 활동이라 할 수 있다. 따라서 이 연구의 연구모형에서 제시한 가장 주요한 영향경로인 중개적 사회자본이 유대적 사회자본에 영향($\beta=.51$ $p<.001$)을 미치며, 유대적 사회자본이 정보의 신뢰성($\beta=.18$ $p<.001$), 또한 정보의 신뢰성이 SNS 건강정보 활용도에 미치는 영향($\beta=.20$ $p<.05$)이 가장 주요한 매개의 과정으로 파악할 수 있다. 여기에서 주목할 것은 유대적 사회자본 즉 유대적관계가 잘 형성된 경우 정보의 신뢰도를 매개하지 않고 유대적관계가 직접 SNS건강정보활동에 영향($\beta=.14$ $p<.05$)을 미친다는 것이다. 즉 시간이 지남에 따라 상호간에 구축된 체험적인 경험은 더 이상 정보의 신뢰성에 의존하지 않고 직접적인 행동에 영향을 미칠 수 있다는 것이며, SNS 건강정보 활동의 영역에서 유대적 사회자본의 중요성을 강조하는 결과라 할 수 있다.

V. 결론

이 연구는 SNS 건강정보의 활용에 사회적 자본

으로 정의된 중개적 사회자본 즉 느슨한 형태의 상호관계와 유대적 사회자본인 친밀도가 형성된 상호관계가 SNS정보의 특성을 중간 매개변수로 어떻게 구조적인 영향을 줄 수 있는지, 그리고 이러한 구조적 관계의 함의는 무엇인지를 파악하였다. SNS 건강정보의 활용도에서 12개의 건강관련 분야에서의 인구사회학적 요인에 따른 이용행태는 일반적인 정보시스템의 결과와 유사하였다. 그러나 종교의 경우 종교가 있는 경우가 없는 경우보다 질병정보 및 의료기관 관련 정보의 교류가 유의미하게 높았다.

연구모형에 대한 구조방정식모형의 적합도는 GFI가 .83 그리고 CFI는 .90으로 높은 수준이었고, SNS건강정보활동에 영향을 미치는 모든 내생변수들이 21%를 설명하였다. 중개적 관계는 유대적 관계를 유의하게 결정하였으며, 유대적 관계는 SNS 정보의 특성인 공유정보의 질, 정보의 신뢰도 그리고 정보의 최신성을 유의하게 결정하였다. 중개적 관계는 SNS 정보특성 모두에 유의한 영향력이 있었다. 구조모형에서 매개적 요인의 위치에 있는 SNS 정보특성 중 공유정보의 질은 SNS 건강정보 활용도로 가는 경로가 유의하지 않았고, 정보의 신뢰도와 최신성은 유의미한 영향력이 있었다. 따라서 건강정보의 탐색 및 교류에 있어 관계의 친밀성 즉 유대적 사회관계 및 자본의 중요성을 파악하였으며, 이는 보건의료정보 디지털 리터러시의 문제와 연결되어 이해가 난해한 항목에 있어서는 유대적 관계에 의존한 정보의 교류 및 탐색이 이루어진다는 것을 파악하였다. 이 연구의 한계점은 연구 대상자가 대학생과 학부모로 설정되어 일반화에 문제가 있을 수 있고, 분석 자료가 다소 오래된 자료를 사용하였다는 것에 있지만 사회적 이론 검증을 위한 구조적 모형에 있어서는 그 영향이 미미할 수 있을 것이다.

REFERENCES

1. H.K. Goo(2019), The Effect of Information Characteristics of Corporate SNS on SNS Fatigue and Discontinuance Intention Korean Review of Corporation Management, Vol.10(4):177-197.
2. National Information Society Agency(2015), 2015 Internet and over usages study, Ministry of Science, ICT and Future Planning, pp.62-67.
3. I.S. Lee, S.Y. Cho(2012), Factors Influencing SNS Addiction Tendency among College Students, Journal of The Korean Data Analysis Society, Vol.14(5); 2623-2633.
4. H.J. Soon(2013), a Comparison study of current SNS usage and characteristics of youth, The HRD Review, Vol.16(6);136~151.
5. K. Yoon, M.J. Seo(2013), Persuasive Power of SNS Ad and Publicity and the Synergistic effect of the Two : The Moderating Role of Involvement, The Korean Journal of Advertising, Vol.24(5);227-240.
6. M.H. Lee, H.J. Kim(2011), A Study on the Medical Information Search System Using SNS for Smart-phone, Proceedings of Symposium of the Korean -Institute of communications and Information Sciences, pp.438-439.
7. Y.J. Son, S.E. Kyeung(2012), Impact of Health Literacy on Disease-related Knowledge and Adherence to Self-care in Patients with Hypertension, The Korean journal of fundamentals of nursing, Vol.19(1);6-15.
8. M.G Lee, S.T. Ahn(2016), Intention to Use SNS Public Health Information among the Middle Aged : Application of the Technology Acceptance Model, The Korean Journal of Advertising, Vol,108;87-122.
9. J. Kim, H. Hong(2015), Impacts of message framing and perceived risk of Facebook health-promoting messages on persuasion and eWOM, Journal of Public Relations, Vol.19(1);183-214.
10. H.J. Song(2011), A Study on SNS addiction using smart phones, Korean Association of Addiction Crime Review, Vol.1(2);31-49.
11. H.J. Lee(2013), The Effect of Social Capital and Information Attributes on Interaction and e-WOM in Social Network Services, Korea Marketing Review, Vol.28(2);109-133.
12. C. S. Lee, H.B. Lee, S.M. Lee, J.H Kim(2013), The Effect of WOM's Information Characteristics on WOM Adoption in the Online Shopping Context: Focused on the Mediating Roles of Trust and Usefulness, JDMR, Vol.16(3);59-75.
13. M. Sagong, S.H. Jung, J.S. Park, K.W. Cho(2014), The Effects of SNS Information Characteristics on Hospital Selection and Satisfaction Degree, The Korean journal of health service management, Vol.8(1);15-25.
14. K.S. Jang, E.A. Kim, S.H.Oh(2011), Effects of Social Capital on Organizational Performance in Hospital Organization -Focusing on Effects of Intellectual Capital, Journal of Korean Academy of Nursing Administration, Vol.17(1); 22-32.
15. J.S. Coleman(1988), Social capital in the creation of human capital, The American Journal of Sociology, Vol.94(S1);95-120.
16. Y.C. Lee(2007), Social capital, knowledge management and organizational performance. Journal of information systems, Vol.16(4);223-241.
17. H.J. Lee(2013), The Effect of Social Capital and Information Attributes on Interaction and e-WOM in Social Network Services, J of Korean Marketing Association, Vol.28(2);109-133.
18. D.S. Kwak, J.H. Kwon, K.H. Yim(2014), A Study on the Effect of Shopping Application

- Information Offering on Application Preference and Repurchase Intention : mediating effect of frequency of utilization, Journal of Digital Convergence, Vol.12(11);113-121.
19. D.L. Goodhue, R.L. Thompson(1995), Task-technology fit and individual performance, MIS Quarterly, Vol.19(2);213~236.
 20. T. Erdem, J. Swait(2004), Brand credibility, brand consideration, and choice, Journal of Consumer Research, Vol.31(1);191~198.
 21. Korea Health Promotion Foundation(2018), Health Plan 2020, Evaluative Report of the 3rd health plan, pp.50~51.
 22. J.F. Helliwell, D.Putnam(2004), The social context of wellbeing, Philosophical Transaction of the Royal Society, Vol.359(1449);1435~1446.
 23. S.H. Park(2014), A study on the effect of the spiritual well-being on the sociality of youth PDF icon, Korea Institute of Youth Facility & Environment, Vol.12(4);59-68.
 24. S.J. Kim(2012), An Exploratory Study of Undergraduate Students' Health Information Needs and Seeking Behaviors in Social Media, J of the Korean biblia society for library and information science, Vol.23(4);239-260.
 25. C.R. Pool(1997), A new digital literacy a conversation with Paul Gilster, Educational Leadership, Vol.55;6~11.

<Appendix 1> Factor analysis and internal reliabilities

Factors Names	Variables	Items	Factors					Chronbach's Alpha
			1	2	3	4	5	
Bridging Social Capital	EX1	I can exchange information using SNS.	.80					.90
	EX2	I can make an online group and communicate on SNS	.82					
	EX3	SNS provides an opportunity to engage with other users.	.86					
	EX4	Using SNS, I can make a consensus with others.	.87					
Information Currency	UP1	In the SNS, health care information is continuously updated.		.81				.92
	UP2	SNS continuously updates users generating communication about health care information		.82				
	UP3	SNS provides appropriate health care information promptly according to my needs.		.76				
	UP4	SNS continuously updates information about users' posting and sharing of health care information.		.80				
Information Credibility	IT1	I can trust SNS's health information.			.79			.89
	IT2	I can know the source of SNS health care information.			.77			
	IT3	SNS provides professional health care information.			.78			
	IT4	Information about members of the SNS can be trusted.			.79			
Quality of Sharing information	UF1	To obtain health care information, SNS provides various information about users' communication.				.77		.84
	UF2	Health information obtained from SNS is useful.				.74		
	UF3	SNS provides enough health information I want.				.77		
	UF4*	Health information obtained from SNS is valuable.				-		
Bonding Social Capital	IR1	I have SNS friends who solve my health problems					.90	.87
	IR2	Making health related decisions, I have friends to ask on SNS.					.89	
	IR3*	SNS information can help me for health problems					-	

*: Deleted Items

Factor loadings of Items with less than .40 were erased and replaced with blank.

Chronbach's Alpha only included the none deleted variables