

스마트기기와 SNS 활용이 사회자본 형성에 미치는 영향 연구*

A Study on the Effect of Smart Device and SNS on Social Capital

이 승 민 (Seungmin Lee)**

목 차

1. 서론	4.1 신뢰도 분석 및 기초통계
2. 이론적 배경	4.2 스마트기기와 사회자본 사이의 상관관계
2.1 사회자본의 개념	4.3 SNS의 활용과 사회자본 사이의 상관관계
2.2 사회자본의 개념 변화와 ICT	4.4 스마트기기와 SNS 활용 사이의 상관관계
2.3 SNS의 활용과 사회자본	
3. 연구방법	5. 결론
3.1 데이터 수집	
3.2 데이터 분석	
4. 데이터 분석 및 결과	

초 록

본 연구에서는 스마트기기 및 SNS의 활용이 사회자본의 형성에 미치는 영향을 설문조사를 통해 실증적으로 분석하였다. 분석 결과, 스마트기기는 다양한 커뮤니케이션 방식을 제공함으로써 교량적 사회자본을 확장할 수 있는 기반을 마련해 주고 있다. SNS는 오프라인에서 형성된 사회적 관계를 온라인으로 확장시킴으로써 결속적 사회자본을 강화하고 있으며, 온라인 커뮤니티 구축을 통한 사회적 관계의 확장을 이끌어내어 교량적 사회자본을 증대시키고 있다. 반면, 스마트기기를 이용한 SNS의 활용은 사회자본의 증대와 관련이 없는 것으로 나타났으나, 사람들의 사회활동의 참여를 활발하게 함으로써 복합적인 사회자본을 형성하는 것으로 나타났다.

ABSTRACT

This research analyzed how smart devices and Social Network Service (SNS) change the construction of social capital. The results show that smart devices provide the foundation of expending 'bridging social capital' by offering various communication tools. SNS reinforces 'bonding social capital' and extends 'bridging social capital' by expanding social relationships from off-line to online and supporting the construction of online communities. In contrast, the use of SNS through smart devices is not related to the generation of social capital. However, it builds a multi-aspect social capital by making people participate in various social activities.

키워드: 사회자본, 결속적 사회자본, 교량적 사회자본, 스마트기기, 소셜 네트워크 서비스
Social Capital, Bonding Social Capital, Bridging Social Capital, Smart Device, Social Network Service

* 이 논문은 2012년도 충남대학교 학술연구비에 의해 지원되었음.

** 충남대학교 사회과학대학 문헌정보학과 조교수(ableman@cnu.ac.kr)

논문접수일자: 2013년 4월 17일 최초심사일자: 2013년 5월 7일 게재확정일자: 2013년 5월 16일
한국문헌정보학회지, 47(2): 161-180, 2013. [http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2013.47.2.161]

1. 서론

사람들은 여러 가지 커뮤니케이션의 방식을 통해 다양한 커뮤니티를 발전시켜 왔으며, 사회구성원들과 사회적 관계를 형성·유지함으로써 사회적 생산성을 높이는 등 많은 유형·무형의 혜택을 누려왔다. 이러한 사회적 관계를 구축하고 유지하는 과정을 통해서 사람들은 사회자본(social capital)을 형성하게 된다. 사회자본은 사람들 사이의 사회적 관계를 통해 얻어지는 무형의 자원을 의미하며, 경제적자본, 물질적자본, 인적자본 등과 함께 사회를 구성하는 주요 자본으로 인식되고 있다. 사회자본의 개념은 오프라인 커뮤니티로부터 시작되었으나, 인터넷의 광범위한 보급 및 활용으로 인해 온라인 상에서도 사회적 관계가 형성되고 있으며, 이는 전통적인 방식과는 다른 형태의 사회자본을 형성하고 있다.

인터넷 사용의 증가는 사람들 사이의 관계 형성이나 사회적 참여에 있어서 전통적인 방식과는 다른 새로운 방식을 제공해 왔으며, 정보통신 기술(Information and Communication Technology: ICT)의 발전 및 확산은 인터넷 기반의 사회자본 형성의 방식을 급속하게 변화시키고 있다. 과거에는 인터넷을 이용한 커뮤니티 형성이나 사회적 참여가 데스크탑 컴퓨터 등과 같은 고정기기를 중심으로 이루어졌지만, 무선 네트워크의 발전과 함께 등장한 스마트기기(smart device)는 고정기기가 갖지 못한 이동성과 휴대성을 통해 사회구성원 사이의 다양한 커뮤니케이션 환경을 구축하고 있다. 특히, 소셜 네트워크 서비스(Social Networking Service: SNS)의 활용은 온라인 커뮤니티의 형성을 가속화함

으로써 사회적 관계의 형성이나 사회활동에의 참여를 확장하는데 큰 영향을 미치고 있으며, 이러한 변화는 전반적인 사회자본의 증대로 이어지고 있다.

반면, 스마트기기의 보급 및 SNS의 활용은 사람들 사이의 관계를 약화시킬 수 있으며, 전반적인 사회자본의 감소를 가져올 수 있다는 상반된 주장 또한 제기되고 있다. SNS는 오프라인에서의 면대면 커뮤니케이션으로 형성할 수 있는 강한 유대관계를 약화시키고, 사회구성원 사이의 호혜(reciprocity)에 기반한 신뢰를 저해함으로써 사회적 관계를 무너뜨릴 수 있다는 것이다.

이와 같이, ICT를 통한 사회자본 형성에 대해 상반된 주장이 제시되고 있지만, 이와 관련한 최근의 연구는 스마트기기, 특히 스마트폰을 이용한 커뮤니케이션 방식에 대한 연구가 주를 이루고 있다. 이와 함께, SNS가 사회자본에 미치는 영향에 대한 연구가 일부 수행되어 왔지만, 고정기기 환경에서 특정 SNS 사용자들의 이용행태에 대한 연구로 그 범위가 제한되어 있다. 이에 본 연구에서는 현재 커뮤니케이션 및 정보활용에 널리 사용되고 있는 스마트기기를 중심으로, 스마트기기를 통한 SNS의 활용이 사회자본 형성에 미치는 영향에 대해 실증적으로 고찰하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 사회자본의 개념

일반적으로 사회자본은 사회적으로 형성된

개인적 관계와 커뮤니티 구축을 통해 개인 혹은 집단이 얻을 수 있는 유형·무형의 실질적 혹은 잠재적 자원의 총합으로 정의되고 있다(Bourdieu 1983, 249). 기능적인 측면에서 보면, 사회자본은 사회구조를 반영하고 있으며, 사회구조 내에 속해 있는 각 개인들의 행동이 효과적으로 이루어지게 하는 기능을 수행하고 있다(Coleman 1990, 302). 이러한 측면에서, 사회자본은 인적·물적·경제적 자본과는 다른 형태의 자본이며, 사회구성원 사이의 관계구조 속에 내재하는 새로운 형태의 사회적 자원으로 인식되고 있다(Coleman 1988, 98).

이와는 다른 관점에서, 사회자본은 하나의 사회적 특성으로 설명되기도 한다. 사회자본은 사람들 사이의 네트워크를 통해서 얻어지는 사회적 특성이며, 이 네트워크를 통해 사람들은 사회적으로 중요한 정보나 자원에 보다 쉽게 접근할 수 있다. 이와 함께, 사회자본은 사회적 네트워크나 규범, 호혜, 신뢰 등과 같이 사회구성원들로 하여금 공동의 목표를 보다 효과적으로 달성하고 상호이익을 얻을 수 있도록 조정과 협력을 가능하게 하는 사회적 특성으로 정의되고 있다(Putnam 2000, 19).

이와 같이, 사회자본은 다양한 측면에서 정의되는 복합적인 개념이기 때문에, 사회자본에 대한 일반화 된 정의를 내리는 것은 상당히 어려운 일이 되고 있다. 하지만, 일반적으로 사회자본은 사회적 신뢰, 규범, 호혜, 사회적 네트워크 등을 통해 형성되는 커뮤니티에 기반을 두고 있으며, 사회자본을 통해 사회구성원들은 유형·무형의 상호이익을 얻게 된다. 따라서, 공동의 커뮤니티에 많은 사람들이 참여할수록 더 많은 사회자본이 생성되며, 적은 사람들이 참여할수

록 사회자본은 감소한다는 특성을 지니고 있다(Cooper et al. 1999).

이러한 사회자본의 특성은 사회자본을 형성하는 측면에 따라 여러 가지로 구분해 볼 수 있다. 우선, 사회자본을 형성하는 사회적 관계의 유형에 따라 배타성(embeddedness)과 자율성(autonomy)으로 구분할 수 있다. 배타성은 커뮤니티 내부의 결속관계를 통해서 형성되는 사회자본을 의미하며, 자율성은 커뮤니티 외부와의 연계에 의해서 형성되는 사회자본의 특성을 지칭한다(Moran 2005, 1133). 이러한 배타성과 자율성은 각각 결속적 사회자본(bonding social capital)과 교량적 사회자본(bridging social capital)의 형태로 나타난다. 결속적 사회자본은 커뮤니티 내부의 구성원들을 연결시켜 주는 것이며, 교량적 사회자본은 커뮤니티의 경계를 넘어서 다른 커뮤니티와의 관계를 형성해 준다(Woolcock 1998).

사회자본을 통한 정보의 교류 측면에서 살펴보면, 사람들 사이의 관계는 강한 연대(strong tie)와 약한 연대(weak tie)로 이루어진다. 강한 연대는 가족이나 친구 등과 같은 감정이 공유되는 밀접한 관계를 통해 형성되는 반면, 약한 연대는 접촉이 자주 일어나지 않는 커뮤니티 외부의 사람들과 맺게 되는 관계를 지칭한다(Granovetter 1973, 1363). 강한 연대는 배타성에 기반하고 있으며 상호간의 호혜나 신뢰 등을 얻을 수 있는 결속적 사회자본을 형성하지만, 약한 연대는 자율성을 통한 교량적 사회자본을 형성하며, 다양한 정보를 교환할 수 있는 커뮤니티의 확장을 가져온다는 특성이 있다.

사회적 측면에서 보면, 과거에는 강한 연대를 통한 결속적 사회자본이 두드러지게 나타났으

나, 사회가 발전할수록 보다 많은 정보의 공유가 필요하게 되어 커뮤니티의 범위가 확장되며, 이로 인해 약한 연대에 기반한 교량적 사회자본이 증가하게 된다. 또한, 약한 연대관계에 있는 사람들은 보다 높은 이동성 및 유동성을 지니고 있기 때문에 새로운 정보를 입수할 수 있는 기회를 보다 많이 갖게 된다는 특성을 보이고 있다(Granovetter 1983, 205).

2.2 사회자본의 개념 변화와 ICT

사회자본은 여러 가지 측면을 지니고 있지만 이들 가운데 공통적인 것은 사회적 네트워크를 통한 커뮤니티 형성에 기반을 두고 있다는 것이다. 이러한 관점에서 Putnam(1995)은 사회자본을 사람들 사이의 사회적 관계와 커뮤니케이션을 통해서 나타나는 사회구조적 특징으로 설명하였으며, 정보의 상호교환이나 사회적 활동에의 참여에 큰 영향을 미친다고 주장하였다.

이러한 전통적인 의미에서의 사회자본은 ICT의 광범위한 보급으로 인해 그 의미가 확장되는 경향을 보여왔다. ICT의 발전은 오프라인 기반의 전통적 사회자본 형성에 영향을 미치던 시간적·공간적 제약을 해소하여 현재는 온라인 커뮤니티의 형성을 이끌고 있다. 전통적인 사회자본에서는 한 개인은 소수의 커뮤니티에 고정적으로 소속되어 배타적 특성을 지닌 사회적 네트워크를 구축해 왔으며, 강한 유대를 통한 결속적 사회자본을 형성하는 경향을 보여왔다. 하지만, 웹을 기반으로 형성된 네트워크에서 개인은 자율성을 기반으로 커뮤니티 외부의 사람들과 자유롭게 교류하며 사회적 관계를 확장하고

있다. 이를 통해 다양한 정보를 넓은 범위에서 상호교환할 수 있으며, 약한 유대관계에 있는 사람들과 자유롭게 사회적 관계를 형성하고 있다. 또한, 전통적 사회자본에서는 불가능했던 개인에게 특화된 사회적 관계를 구축할 수 있게 되었다.

이와 같이, 웹에 기반한 ICT의 활용은 사회적 관계의 형성에 여러 가지 영향을 미치고 있으며, 시간적·공간적 제약을 뛰어넘어 새로운 방식으로 사회자본을 형성할 수 있는 기반을 마련하고 있다. 특히, 스마트폰, 태블릿 PC 등과 같은 스마트기기의 보급은 기존의 고정기기가 지니지 못한 이용의 편리성과 휴대성으로 인해 다양한 커뮤니케이션 환경을 구축하여 사람들의 정보활용능력을 신장시키고 있으며, 언제 어디서나 사람들과 소통할 수 있는 커뮤니티 환경을 조성하고 있다.

이러한 정보환경의 변화와 함께, ICT가 사회자본 형성에 미치는 영향에 관한 연구가 지속적으로 수행되어 왔다. 이 가운데, ICT를 이용함으로써 사람들은 보다 더 사회적으로 변모할 것이며, 웹을 통해 형성된 커뮤니티는 보다 강화된 사회자본을 형성한다는 주장이 제기되고 있다(Hampton 2002, 231). ICT는 다양한 사회적 관계의 형성을 통해 넓은 범위에서의 정보의 교환을 가능하게 하며, 이를 통해 약한 유대관계를 기반으로 한 사회자본의 확장을 가져올 수 있다. 스마트기기와 소셜 미디어의 성장 이후 이러한 변화는 더욱 크게 나타나고 있다. 서문기, 오주현(2010)의 연구에서는 스마트기기를 이용하여 인터넷을 이용하는 사람들은 커뮤니티에 대한 참여가 증가하고, 사람들 사이의 신뢰에 있어서도 긍정적인 영향을 미친다는 결

과를 보여주고 있다. 스마트기기 이용자들은 면대면 커뮤니케이션을 웹 상으로 확대함으로써 결속적 사회자본을 더욱 강화시키거나 온라인 커뮤니티의 형성을 통해 교량적 사회자본을 확장하고 있다. 이를 종합해 보면, ICT, 특히 스마트기기는 개인의 측면에서는 이전까지는 이용할 수 없었던 사회적 자본들과 개인을 연결시켜 줄 수 있으며, 사회적 측면에서는 커뮤니티가 집단적으로 시간적·공간적 한계를 벗어나 보다 폭넓은 사회적 관계의 형성을 촉진하는데 있어서 중요한 역할을 하고 있다(Castells 2004, 228).

반면, ICT를 통한 사회자본의 형성은 '네트워크화 된 개인주의(networked individualism)' 또는 '개인화 된 네트워크(individualized networking)' 등과 같은 부정적인 영향을 가져오기도 한다. ICT의 광범위한 보급은 전통적 면대면 커뮤니케이션을 인스턴트 메시지, SNS, 게임 등의 방식으로 대체하고 있다. 특히, 스마트기기의 휴대성으로 인해 사람들은 다른 사람들과의 직접적인 커뮤니케이션을 중단하거나 실제적으로 같이 있는 사람들을 무시하는 현상을 유발하고 있다(Williams 2006). 이러한 변화는 강한 유대관계를 형성하는 면대면 커뮤니케이션의 단절을 가져오게 되고, 이는 결국 사회 전반에 걸친 사회자본의 감소로 이어지게 된다(Turkle 2008, 122). 이를 종합해 보면, ICT 및 스마트기기의 활용은 전통적 사회자본의 기반이었던 강한 유대관계의 형성을 약화시킴으로써 결속적 사회자본의 감소로 이어지게 된다. 또한, 면대면 커뮤니케이션의 단절로 인한 사람들 사이의 신뢰와 호혜의 감소는 결과적으로 교량적 사회자본의 약화 역시 초래하게 된다.

2.3 SNS의 활용과 사회자본

SNS는 동일한 관심사나 배경을 지닌 사람들 사이의 사회적 관계를 구축하기 위한 웹 기반의 서비스를 의미한다(Boyd and Ellison 2007). SNS를 통해 사람들은 면대면 커뮤니케이션을 온라인 상의 커뮤니케이션으로 확장할 수 있으며, 전통적 커뮤니티 외부의 사람들과 손쉽게 관계를 형성할 수 있다. 또한, SNS는 다양한 커뮤니케이션 방식을 지원함으로써 사람들 사이의 사회적 교류의 범위를 급격하게 확장해 왔으며, 사회적 활동에의 참여를 신장시키고 있다.

이러한 SNS의 특성을 기반으로, SNS의 사용이 사회자본의 형성에 미치는 영향에 대해 다양한 연구가 수행되어 왔지만, 그 영향력의 방향에 대해서는 명확하게 밝혀지지 않고 있다. 일부 연구자들은 SNS가 사회자본을 형성하거나 유지하는데 중요한 역할을 수행하고 있으며, 커뮤니티 외부의 사람들과의 관계를 통해 형성되는 교량적 사회자본의 증대뿐만 아니라 강한 유대관계를 통해 생성되는 결속적 사회자본까지도 강화시키고 있다는 주장을 제기하고 있다(Quan-Haase and Wellman 2004, 121). 특히, 스마트기기의 보급은 휴대성과 이동성으로 인해 SNS의 활용을 증가시키고 있으며, 이는 사회적 관계의 확대뿐만 아니라 기존의 사회적 관계를 강화하는데 큰 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다(Ishii 2006, 360). 또한, Facebook 등과 같은 SNS의 이용은 사람들이 보다 넓은 규모로, 보다 분산된 형태로 사회적 네트워크를 형성하거나 유지할 수 있는 가능성을 제공해 주며, 교량적 사회자본을 증대시키는 결과를 가져오는 것으로 나타났다(Ellison, Steinfield, and

Lampe 2011). 이와는 달리, 일부 연구자들은 결속적 사회자본의 증대를 주장하고 있다. 이들 연구에서는 사람들이 오프라인 네트워크를 온라인 네트워크에 추가하기 때문에 결속적 사회자본이 더욱 강화될 것이라는 주장을 제기하고 있다(Vergeer and Pelzer 2009). 이러한 측면에서 보면, SNS는 온라인 커뮤니티를 통한 사회적 관계의 확장뿐만 아니라 오프라인에서 형성된 강한 유대관계를 강화하는 도구가 되고 있으며, 이로 인해 SNS는 교량적 사회자본과 결속적 사회자본 모두를 증대시키고 있다.

이에 반해서, 금희조, 조재호(2010)는 SNS의 활용이 커뮤니케이션의 격차를 확대시키고, 이 격차는 사회적 활동의 참여에 부정적 영향을 미친다는 연구결과를 제시하고 있다. 사회적 활동은 강한 유대관계를 기반으로 사회구성원의 상호이익을 위해 이루어져 왔으나, SNS를 통해 형성되는 사회적 관계는 사회적 신뢰나 호혜에 기반을 두지 않고 있기 때문에 SNS에 집중하는 사람들에게서는 사회적 활동에의 참여가 낮게 나타나고 있다는 것이다. 이와 유사하게, Rosen(2011)은 SNS로 인해 면대면 커뮤니케이션의 감소가 일어나고 있으며, 오프라인을 통한 사회적 교류 대신 온라인 상에서의 사회적 관계 확대에 집중함으로써 사회 전반에 걸친 사회자본의 감소를 가져오고 있다는 결과를 제시하고 있다. 즉, SNS를 통해서만 개인화 된 커뮤니케이션이 가능하고 커뮤니티 참여에 대한 자율성이 보장되어 있기 때문에 사회적 신뢰나 호혜성이 없이 정보의 공유나 교환에만 집중하고 있다는 것이다. 이는 사회자본 형성의 기반이 되는 신뢰, 호혜, 사회적 교류 등을 약화시킴으로써 사회자본의 전반적인 감소를 가져오게

된다.

이를 종합해 보면, ICT 및 SNS의 활용은 시간적·공간적 제약을 뛰어넘는 새로운 방식의 커뮤니케이션을 지원함으로써 교량적 사회자본의 형성에 긍정적인 영향을 미치고 있기는 하지만, 전통적인 면대면 커뮤니케이션을 축소시킴으로써 사람들 사이의 신뢰와 호혜에 기반한 결속적 사회자본은 감소시킨다고 볼 수 있다. 하지만, 이러한 현상을 실증적으로 분석한 연구는 아직 수행되지 않고 있으며, 스마트기기를 이용한 SNS의 활용과 사회자본 사이의 상관관계에 대해서도 명확한 결과가 확인되지 않고 있다.

3. 연구방법

본 연구에서는 스마트기기 및 SNS의 활용이 전반적인 사회자본 형성에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 이를 위해, 스마트기기의 활용과 사회적 커뮤니케이션 사이의 상관관계 및 SNS가 사회적 네트워크 구축에 가져오는 변화를 살펴보고, 이를 기반으로 스마트기기를 이용한 SNS의 활용이 사회자본 형성에 미치는 영향을 실증적으로 분석해 보고자 한다.

3.1 데이터 수집

본 연구에서는 스마트기기 및 SNS의 활용과 사회자본 사이의 상호연관성을 분석하기 위해 설문조사를 실시하였다. 설문대상은 서울 및 대전 지역에서 스마트기기를 사용하고 있는 4년제 주간대학 학부 재학생으로 한정하였다. 스마

〈표 1〉 설문항목 구성

구 분	설문항목	측정요소	문항 수
일반	일반	성별	2
		설문대상자가 속한 가게의 전체 수입	
	삶의 만족도	설문대상자가 느끼는 삶의 수준	2
		설문대상자가 느끼는 삶에 대한 만족도	
스마트기기	스마트기기	인터넷 접속기기	8
		정보활용기기 선호도	
		정보활용기기 보유	
		스마트기기의(정보활용에서의) 유용성	
		스마트기기 이용기간	
		스마트기기 이용목적	
		스마트기기 이용장소	
		스마트기기의 활용정도	
SNS 및 사회활동	SNS	SNS 사용 유무	5
		SNS 가입 정도	
		SNS 이용목적	
		SNS 활용시 사용기기	
		SNS를 통한 정보접근	
	사회활동 참여	사회활동 참여 방식	4
		SNS와 사회적 관계	
		SNS와 사회활동 참여	
		SNS와 사회적 신뢰	

트기기는 비교적 최신의 ICT 기기이기 때문에 노년층에 비해 젊은 층에서 그 소장비율이 높게 나타나고 있으며, 정보를 많이 다루어야 하는 대학생 집단에서 스마트기기의 사용빈도가 높을 것으로 판단하였기 때문이다. 이와 함께, 사회자본 형성과의 상관관계를 분석하기 위해 SNS를 통한 사회활동 참여행태에 대한 설문을 수행하여 스마트기기의 보유와 SNS를 통한 사회적 참여에서 나타나는 차이를 측정하였다.

본 연구에서 사용한 설문지는 크게 3가지 영역으로 구분되어 있으며, 인구통계적 항목 및 삶의 만족도 관련 4문항, 스마트기기 관련 8문항, SNS 및 사회활동 참여 관련 9문항 등 총

21개 문항으로 구성되어 있다(〈표 1〉 참조).

설문조사는 2012년 12월 14일~12월 28일까지 총 2주에 걸쳐 진행하였으며, 설문대상인 모집단 전체에 대하여 구조화 된 설문지 279부를 직접 배포하여 현장에서 회수하였다. 회수한 설문지 가운데 응답이 제대로 이루어지지 않은 11부를 제외한 총 268부를 수집하였다.

3.2 데이터 분석

수집된 데이터는 SPSS 18.0을 이용하여 분석하였으며, 설문결과의 통계분석 과정은 다음과 같다. 첫째, 측정도구인 설문문항의 내적일

관성 측정을 위해 신뢰도 검정을 실시하였다. 둘째, 인구통계적 특성으로 설문 응답자의 성별 및 소득수준 등의 기초통계를 분석하였다. 셋째, 스마트기기와 사회자본 사이의 관계를 분석하기 위해 상관분석을 실시하여 스마트기기의 보유 및 활용이 사회자본에 미치는 영향을 측정하였다. 넷째, SNS의 활용이 사회자본에 미치는 영향을 상관분석을 통하여 측정하였다. 다섯째, 스마트기기를 통한 SNS의 활용이 사회자본에 미치는 영향을 확인하기 위해 회귀분석을 수행하였다.

4. 데이터 분석 및 결과

4.1 신뢰도 분석 및 기초통계

수집된 데이터의 신뢰도를 검증하기 위해 Cronbach's alpha 계수를 측정하였다. 측정결과, 21개 항목에 대한 Cronbach alpha 계수는 .664로 나타났으며, 0.6~0.7 사이의 범위 내에 있으므로 수집된 데이터의 내적일관성 신뢰도가 확보되었다고 볼 수 있다.

스마트기기 및 SNS의 활용이 사회자본에 미치는 영향을 분석하기 위해, 우선 설문 응답자의 사회·인구학적 특성을 분석하였으며, 분석된 특성은 성별 및 가계소득을 대상으로 하였다. 응답자(N=268)는 남성 166명(61.9%), 여성 102명(38.1%)으로 구성되어 있다. 가계소득에 대한 응답은 미응답 13건을 제외한 총 응답자(N=255) 가운데 6,000만원 이상이 19.8% (53명)로 나타났으며, 6,000만원 미만은 74.8% (202명)로 나타났다(<표 2> 참조).

<표 2> 응답자의 연 가계소득

연 가계소득(단위: 만원)	N	비율(%)
2,000 이하	73	27.2
2,000 이상 ~ 4,000 미만	74	27.6
4,000 이상 ~ 6,000 미만	55	20.5
6,000 이상 ~ 8,000 미만	30	11.2
8,000 이상	23	8.6
결측값	13	4.9
총 계	268	100

4.2 스마트기기와 사회자본 사이의 상관관계

전통적인 사회자본은 면대면 커뮤니케이션 및 오프라인 커뮤니티를 기반으로 형성되었으나, ICT 기기의 보급 및 네트워크의 확산으로 인해 사회자본의 형성에 변화가 발생하였다. 즉, 컴퓨터를 이용한 커뮤니케이션의 증대로 면대면 커뮤니케이션이 감소하고 네트워크화 된 개인주의의 확산으로 인해 결속적 사회자본의 전반적인 감소 현상이 나타났다. 반면, ICT 기반의 커뮤니케이션은 보다 활발한 정보의 교환 및 공유를 가능하게 하였으며, 이를 통해 사회활동의 참여가 증대되는 등 긍정적인 효과를 가져오기도 하였다. 특히, 스마트기기는 커뮤니케이션 방식에 커다란 변화를 가져오고 있으며, 사람들의 정보에 대한 접근성을 전반적으로 높일 수 있는 기반을 마련하고 있다.

ICT 기기가 사회자본 형성에 미치는 영향을 분석하기 위해, 우선 가계소득과 ICT 기기 보유 사이의 상관관계를 분석하였다. 분석 결과, 가계소득과 스마트기기 보유 사이에는 유의미한 상관관계가 나타나지 않았으며, 고정기기인 데스크탑 컴퓨터와의 사이에서도 관계가 없는 것으로 분석되었다(<표 3> 참조). 이는 ICT의 발

〈표 3〉 가계소득과 스마트기기 보유 사이의 상관관계 분석

		가계소득	스마트기기 보유
가계소득	Pearson 상관계수	1	.013
	유의확률(양쪽)		.832
스마트기기 보유	Pearson 상관계수	.013	1
	유의확률(양쪽)	.832	

달 및 보급으로 인해 사회자본 형성의 요인 가운데 하나인 기기의 보유에 경제적 자본이 영향을 미치지 않고 있음을 보여주고 있다.

필요한 정보를 찾거나 활용하는데 있어서 데스크탑 컴퓨터와 스마트기기 가운데 어느 것을 더 선호하는지에 대해서는, 결측값 2명(0.8%) 및 시스템 결측 1.5%를 제외하고 전통적인 기기가 134명(50.0%), 스마트기기가 128명(47.8%)로 나타났다. 이는 실제로 정보를 활용하거나 업무를 수행하는데 있어서 데스크탑 컴퓨터와 스마트기기 사이의 차이가 없는 것을 의미하며, 스마트기기를 통한 정보의 활용이 기존의 데스크탑 컴퓨터와 동일한 정도로 사용되고 있다는 것을 보여주고 있다.

이러한 결과를 기반으로, 기기의 보유 정도와 기기의 활용 사이의 상관관계를 분석하였다. 분석 결과, 고정기기 및 스마트기기 등의 보유 정도와 정보를 활용하는데 있어서 선호하는 기기

사이에는 유의미한 상관관계가 나타났다(〈표 4〉 참조).

이는 경제적 자본이 기기의 보유에는 영향을 미치지 않고 있지만, 정보를 활용할 수 있는 기기를 많이 보유할수록 스마트기기를 통한 정보의 활용이 높게 나타나는 것을 보여주고 있다. 기기를 많이 보유할수록 보다 활발한 정보활동 및 더 많은 사회활동 참여로 이어질 수 있다는 점에서 이러한 결과는 새로운 형태의 정보격차로 이어질 수 있는 가능성을 나타내고 있다.

스마트기기는 고정기기가 지니지 못한 이동성과 휴대성으로 인해 공간적 제약을 벗어나 어느 장소에서나 정보를 활용할 수 있는 기반을 제공하고 있다. 따라서, 데스크탑 컴퓨터 등의 고정기기와 스마트기기를 사용하는 목적에 있어서 차이가 나타날 수 있다. 스마트기기를 사용하는 주된 목적을 분석한 결과, 인터넷 접속을 통한 정보의 입수 목적이 104명(38.8%), 문

〈표 4〉 기기의 보유 정도와 기기 활용 사이의 상관관계 분석

		스마트기기 보유	정보활용기기 선호도
정보활용기기 보유	Pearson 상관계수	1	.153*
	유의확률(양쪽)		.013
정보활용기기 선호도	Pearson 상관계수	.153*	1
	유의확률(양쪽)	.013	

* $p < .05$

자메시지, 인스턴트 메신저 등의 커뮤니케이션 사용이 36명(13.4%), SNS 활용 목적이 46명(17.2%)으로 나타났다. 반면, 문서작업 등 업무를 수행하기 위한 목적은 12명(4.5%)으로 가장 낮은 비율을 보이고 있다. 이상의 모든 항목을 활용하기 위한 목적은 69명(25.7%)으로 나타났다. 분석 결과, 사람들은 대부분 인터넷 접속을 통한 다양한 정보의 입수를 위해 스마트기기를 이용하고 있으며, 메신저 서비스, SNS 등 커뮤니케이션을 위한 용도 또한 상당히 높은 비율을 차지하고 있다. 이를 종합해 보면, 스마트기기는 인터넷 접속, 정보의 입수, 커뮤니케이션 등의 목적으로 가장 많이 활용되고 있다(〈표 5〉 참조).

〈표 5〉 스마트기기의 사용 용도

	빈도	비율(%)
인터넷 접속 및 정보 입수	104	38.8
문자메시지 및 인스턴트 메신저	36	13.4
SNS 활용	46	17.2
문서작업	12	4.5
모든 항목	69	25.7
결측값	1	0.4
합계	268	100.0

〈표 5〉에 나타난 스마트기기 사용 용도는 데스크탑 컴퓨터를 이용해서도 수행할 수 있는 기능들이 대부분을 차지하고 있다. 이러한 기능들이 스마트기기를 사용하는 주된 목적이 되는 이유는 스마트기기가 지닌 휴대성과 이동성이라고 볼 수 있다. 이는 문서작업 등과 같이 이동성이 크게 필요하지 않은 업무에 대한 비율이 낮게 나타나는 것으로도 파악할 수 있다. 이를 실증적으로 확인하기 위해서 스마트기기를 사용

하는 장소를 분석하였다. 스마트기기를 사용하는 장소와 관련해서는, 데스크탑 컴퓨터 등 고정기기를 사용할 수 없는 곳에서만 스마트기기를 사용하는 사람이 91명(34.0%), 고정기기를 사용할 수 있는 곳에서도 스마트기기를 선호하는 사람이 24명(9.0%), 두 가지 장소 모두에서 스마트기기를 선호하는 사람이 152명(56.7%)로 나타났다(결측값 1을 제외한 N=267). 이러한 결과는 스마트기기가 장소에 상관없이 보편적으로 사용되는 것을 나타내고 있으나, 그 주된 용도는 커뮤니케이션이나 인터넷 접속 등으로 한정된다는 것을 보여주고 있다.

하지만, 이러한 분석 결과는 스마트기기의 이용기간을 반영하지 않고 있기 때문에, 스마트기기의 이용기간과 스마트기기를 활용하는 목적 사이의 차이를 반영하지 못하고 있다. 이러한 측면을 반영하기 위해, 스마트기기의 이용기간과 스마트기기 사용 목적 사이의 상관관계를 분석하였다. 분석 결과, 스마트기기의 이용기간이 길수록 데스크탑 컴퓨터보다는 스마트기기를 선호하는 것으로 나타났다. 또한, 스마트기기의 이용 장소와 이용 목적 사이에는 유의미한 상관관계가 나타나, 스마트기기를 여러 장소에서 사용할수록 스마트기기를 이용하는 목적이 다양하게 나타남을 알 수 있다. 하지만, 스마트기기의 이용기간과 스마트기기를 이용하는 장소 사이에는 유의미한 관계가 나타나지 않았다. 이는 스마트기기의 이용기간과는 상관없이 스마트기기의 이용은 고정기기를 사용할 수 있는 장소와 그렇지 않은 장소 모두에서 동일하게 나타나는 것으로 파악할 수 있다(〈표 6〉 참조).

이상의 분석결과를 종합해 보면, 스마트기기

〈표 6〉 스마트기기 이용기간과 이용목적 사이의 상관관계 분석

		이용기간	이용장소	기기선호도	사용용도
이용기간	Pearson 상관계수	1	.096	-.130*	.007
	유의확률(양쪽)		.116	.035	.913
이용장소	Pearson 상관계수	.096	1	-.095	.300**
	유의확률(양쪽)	.116		.123	.000
기기선호도	Pearson 상관계수	-.130*	-.095	1	.062
	유의확률(양쪽)	.035	.123		.314
사용용도	Pearson 상관계수	.007	.300**	.062	1
	유의확률(양쪽)	.913	.000	.314	

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

는 인터넷을 통한 정보의 입수 및 사람들 사이의 커뮤니케이션에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 스마트기기를 많이 활용할수록 고정기기에 비해 스마트기기를 보다 선호하는 경향이 있으며, 스마트기기의 이용 장소 또한 확장되는 경향을 보이고 있다. 하지만, 이는 개인적인 수준에서의 스마트기기 활용이며, 이것이 사람들의 사회적 활동에 미치는 영향을 설명하지는 않고 있다. 따라서, 스마트기기를 사용하는 목적 및 이용장소가 사람들의 사회적 활동에 참여하는 방식에 미치는 영향을 분석하였다. 이와 함께, 스마트기기의 이용을 통해 얻

을 수 있는 사회적 이점과의 상관관계에 대해서도 분석을 수행하였다(〈표 7〉 참조).

분석 결과, 스마트기기를 다양한 목적으로 이용할수록 스마트기기를 통한 정보의 입수가 더 많아지고 있으며, 스마트기기의 활용이 높을수록 커뮤니티에의 참여도 또한 높아지는 것으로 나타났다. 또한, 스마트기기의 활용 목적과 스마트기기 이용 장소 사이에는 유의미한 상관관계가 나타났는데, 스마트기기의 다양한 기능을 사용할수록 스마트기기를 이용하는 장소도 다양하게 나타남을 알 수 있다. 이와 함께, 스마트기기의 활용이 높은 사람일수록 사회활동의 참

〈표 7〉 스마트기기 사용 방식과 사회적 활동 사이의 상관관계 분석

		사용용도	기기 효용성	사회활동 참여방식	이용장소
사용용도	Pearson 상관계수	1	.256**	.284**	.300**
	유의확률(양쪽)		.000	.000	.000
기기 효용성	Pearson 상관계수	.256**	1	.186**	.072
	유의확률(양쪽)	.000		.003	.248
사회활동 참여방식	Pearson 상관계수	.284**	.186**	1	.138*
	유의확률(양쪽)	.000	.003		.025
이용장소	Pearson 상관계수	.300**	.072	.138*	1
	유의확률(양쪽)	.000	.248	.025	

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

〈표 8〉 스마트기기 활용과 사회적 관계 형성 사이의 상관관계 분석

		사회활동 참여방식	사회활동 참여정도	스마트기기 사용용도
사회활동 참여방식	Pearson 상관계수	1	.130*	.284**
	유의확률(양쪽)		.035	.000
사회활동 참여정도	Pearson 상관계수	.130*	1	.132*
	유의확률(양쪽)	.035		.031
스마트기기 사용용도	Pearson 상관계수	.284**	.132*	1
	유의확률(양쪽)	.000	.031	

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

여방식이 오프라인에서 온라인으로 이동하고 있으며, 스마트기기의 이용 장소와 사회활동 참여방식 사이에도 유의미한 관계가 나타났다. 이는 스마트기기의 이용 장소가 다양할수록 사회활동에의 참여도 오프라인에서 온라인으로 이동하는 것을 보여주고 있다. 이를 종합해 보면, 스마트기기의 이용은 사회활동 참여 방식을 전통적인 오프라인 방식에서 온라인을 이용한 참여로 변화시키고 있으며, 다양한 방식의 커뮤니케이션을 활용함으로써 사람들 사이의 관계를 확장하는데 있어서도 긍정적인 영향을 미치고 있다.

이러한 스마트기기의 특성이 사람들과의 관계를 형성하거나 사회활동에 참여하는데 실질적으로 어떤 영향을 미치는지를 확인하기 위해 이들 사이의 상관관계를 분석하였다. 분석 결과, 스마트기기를 다양하게 활용할수록 사회활동에 참여하는 방식이 오프라인에서 온라인으로 변화하는 것으로 나타났으며, 사회활동에 참여하는 정도 또한 높게 나타났다(〈표 8〉 참조).

이상의 결과를 종합해 보면, 스마트기기는 정보에 대한 접근성을 확장함으로써 사람들의 정보활용을 높일 수 있는 환경을 제공해 주고 있다. 또한, 다양한 방식의 커뮤니케이션을 지원

함으로써 사회의 전반적인 커뮤니케이션 격차를 감소시키고, 이를 통해 사람들의 사회적 관계 형성을 확대해 주고 있다. 이러한 정보접근성과 사회적 관계의 확장은 사람들의 사회활동 참여를 높임으로써 교량적 사회자본의 형성을 확장할 수 있는 기반을 제공해 주는 것으로 볼 수 있다.

4.3 SNS의 활용과 사회자본 사이의 상관관계

SNS는 웹 기반의 서비스로서, 온라인 상에서 사람들 사이의 관계를 형성할 수 있는 기반을 제공해 왔다. SNS를 통해 사람들은 온라인 커뮤니티를 구축하여 새로운 사회적 관계를 구축하거나 오프라인에서의 관계를 온라인 상의 커뮤니케이션으로 확장하는 등 SNS는 사람들 사이의 사회적 교류의 범위를 확장시켜 왔다. 특히, 스마트기기를 통한 SNS의 활용은 스마트기기의 이동성과 휴대성으로 인해 여러 가지 방식의 사회적 커뮤니케이션을 가능하게 하고 있으며, 다양한 정보를 교환할 수 있는 커뮤니티의 형성에도 큰 영향을 미치고 있다. 이는 사람들의 사회적 관계를 구축하는데 있어서의 주요한 요인들이며, 이러한 이유로 SNS는 사회자본

의 형성에 여러 가지 측면에서 영향을 미치고 있다.

SNS가 사회자본 형성에 미치는 영향을 확인하기 위해, 우선 SNS를 이용하는 이유를 분석하였다. SNS를 이용하는 주된 이유로는 오프라인에서 구축된 사회적 관계를 강화하기 위한 것이 77명(28.7%), 새로운 사람과의 관계를 형성하기 위한 것이 28명(10.4%)으로 나타났으며, 커뮤니티 활동 등을 통한 새로운 정보의 입수나 공유 등을 위한 것이 54명(20.1%)으로 나타났다. 이러한 모든 활동을 하기 위한 것은 96명(35.8%)으로 나타났다. 이를 종합해 보면, 기존의 사회적 관계 강화는 173명(67.8%), 새로운 사람과의 관계 형성은 124명(48.6%), 커뮤니티 활동 및 정보의 공유는 150명(58.8%)으로 측정되었다(〈표 9〉 참조). 이러한 결과는 SNS의 활용이 오프라인에서의 관계를 온라인으로 확장함으로써 결속적 사회자본을 강화시키는 것을 나타내고 있으며, SNS라는 새로운 커뮤니케이션 도구를 통해서 커뮤니티 활동과 정보의 공유를 확대하여 교량적 사회자본을 증대시키는 것으로 볼 수 있다.

SNS의 활용과 관련해서는, 대부분의 응답자들이 SNS 사이트를 방문한 경험이 있으며(254명, 94.8%), SNS를 통해 형성된 커뮤니티에서

활동하는 것으로 나타났다. 또한, SNS 사이트의 가입 수와 SNS 이용목적 사이에는 유의미한 상관관계가 나타나고 있으며, 이는 SNS 사이트의 가입이 많을수록 SNS를 통해 사회적 관계의 강화 및 확장, 온라인 커뮤니티를 통한 커뮤니케이션, 정보의 공유 등 다양한 활동을 하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 결과는 SNS의 이용을 통해 강한 유대관계를 더욱 강화할 뿐만 아니라 약한 유대관계의 확장 등이 이루어지고 있으며, SNS의 이용이 결속적 사회자본뿐만 아니라 교량적 사회자본의 형성에 긍정적인 영향을 미치는 것을 보여주고 있다(〈표 10〉 참조).

SNS를 활용하는데 사용하는 기기와 관련해서는, 데스크탑 컴퓨터와 스마트기기 모두를 사용하는 집단이 하나의 기기만을 이용하는 집단에 비해 기존의 사회적 관계를 온라인으로 확장하거나 커뮤니티를 구축하는 등 SNS를 통한 보다 많은 활동을 하는 것으로 나타났다. 또한, SNS 사이트의 가입 수와 SNS를 이용한 활동 사이에서도 유의미한 상관관계가 나타났으며, SNS를 많이 활용할수록 보다 많은 정보에 접근하고 공유하는 것으로 분석되었다(〈표 11〉 참조).

이를 종합해 보면, 웹에 접속할 수 있는 기기를 많이 보유할수록 사람들은 SNS를 통해 보다

〈표 9〉 SNS의 이용 목적

	빈도	비율(%)	누적빈도	누적비율(%)
기존의 사회적 관계 유지	77	28.7	173	67.8
새로운 사회적 관계 형성	28	10.4	124	48.6
커뮤니티 참여 및 정보공유	54	20.1	150	58.8
모든 항목	96	35.8	-	-
결측값	13	4.9	-	-
합계	268	100.0	-	-

〈표 10〉 SNS 가입과 SNS 이용목적 사이의 상관관계 분석

		SNS 방문경험	SNS 가입 수	SNS 이용목적
SNS 방문경험	Pearson 상관계수	1	-.170**	-.102
	유의확률(양쪽)		.006	.103
SNS 가입 수	Pearson 상관계수	-.170**	1	.123*
	유의확률(양쪽)	.006		.050
SNS 이용목적	Pearson 상관계수	-.102	.123*	1
	유의확률(양쪽)	.103	.050	

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

〈표 11〉 SNS의 활용과 정보접근 사이의 상관관계 분석

		SNS 이용목적	SNS 활용기기	SNS 가입 수	SNS를 통한 정보접근
SNS 이용목적	Pearson 상관계수	1	.187**	.123*	.172**
	유의확률(양쪽)		.003	.050	.006
SNS 활용 기기	Pearson 상관계수	.187**	1	.020	.077
	유의확률(양쪽)	.003		.757	.224
SNS 가입 수	Pearson 상관계수	.123*	.020	1	.072
	유의확률(양쪽)	.050	.757		.252
SNS를 통한 정보접근	Pearson 상관계수	.172**	.077	.072	1
	유의확률(양쪽)	.006	.224	.252	

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

많은 사회적 활동을 수행하고 있으며, 오프라인에서 형성된 사회적 관계를 온라인 상으로 확장하거나 다양한 커뮤니티의 가입을 통해 사회적 관계를 폭넓게 확장하는 것으로 나타났다. 이러한 사회적 관계의 확장은 폭넓은 정보접근의 기회를 제공함으로써 SNS는 정보의 입수 및 공유의 범위를 확대시키는데 긍정적인 영향을 미치고 있다. 이는 SNS가 사회적 관계의 확장을 통해 결속적 사회자본 및 교량적 사회자본을 증대시키는데 효과적으로 사용될 수 있음을 보여주고 있다.

SNS의 활용과 사회적 관계의 형성에 대해 살펴보면, SNS를 통해 사회활동에 많이 참여

할수록 사람들 사이의 신뢰가 보다 강하게 나타나고 있으며, 이를 통해 온라인 커뮤니티에서의 약한 유대관계를 통한 사회적 관계의 확장에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. SNS를 통한 사회적 관계의 확장은 정보의 공유와 교환에도 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 이는 SNS를 통한 사회활동 참여와 유의미한 상관관계를 보이고 있다. 또한, SNS를 통한 정보의 공유가 높게 나타날수록 사람들 사이의 신뢰도 높게 형성되는 것으로 나타나고 있다(〈표 12〉 참조).

이상의 분석결과를 종합해 보면, SNS의 활용은 정보의 접근과 공유, 교환을 촉진함으로써

〈표 12〉 SNS의 활용과 사회자본 사이의 상관관계

		SNS와 사회활동참여	SNS와 사회적 관계	SNS와 신뢰	SNS와 정보접근
SNS와 사회활동참여	Pearson 상관계수	1	.393**	.252**	.477**
	유의확률(양쪽)		.000	.000	.000
SNS와 사회적 관계	Pearson 상관계수	.393**	1	.542**	.387**
	유의확률(양쪽)	.000		.000	.000
SNS와 신뢰	Pearson 상관계수	.252**	.542**	1	.322**
	유의확률(양쪽)	.000	.000		.000
SNS와 정보접근	Pearson 상관계수	.477**	.387**	.322**	1
	유의확률(양쪽)	.000	.000	.000	

** $p < .01$

웹 상에서의 새로운 커뮤니티 형성을 활발하게 하고, 이를 통해 사람들 사이의 사회적 신뢰를 구축함으로써 약한 유대관계에 기반한 교량적 사회자본의 형성을 증대시킨다고 볼 수 있다. 또한, 오프라인에서 형성된 사회적 관계를 SNS를 통해 구축한 커뮤니티로 확장함으로써 기존의 커뮤니티에서 유지하고 있던 사람들과의 커뮤니케이션을 더욱 강화하는 것으로 나타났다. 이는 SNS의 활용이 교량적 사회자본의 강화뿐만 아니라 결속적 사회자본까지도 증대시키는 것을 보여주고 있다.

4.4 스마트기기와 SNS 활용 사이의 상관관계

앞서 살펴본 바와 같이, 스마트기기의 활용은 다양한 방식의 커뮤니케이션을 지원함으로써 사람들의 정보접근성을 높일 수 있는 환경을 제공해 주고 있다. 이는 사회적 관계 형성의 확장을 가져와 사람들의 사회활동 참여를 높임으로써 교량적 사회자본의 형성을 확장할 수 있는 기반을 제공해 주고 있다. 또한, SNS의 활용은 정보의 활용성을 높여줄 뿐만 아니라 새

로운 커뮤니티의 형성을 촉진함으로써 사람들 사이의 사회적 신뢰를 구축하는데 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 이를 통해 교량적 사회자본의 형성을 증대시키고 있다. 이와 함께, 오프라인에서의 사회적 관계를 온라인으로 확장함으로써 결속적 사회자본 또한 강화하는 것으로 나타났다.

이와 같이, 스마트기기의 활용과 SNS의 활용은 모두 사회자본을 전반적으로 강화하거나 증대시키는 결과를 가져오고 있으나, 이는 스마트기기와 SNS의 활용이 각각 독립적으로 사회자본에 미치는 영향을 분석한 것에 그치고 있다. 이에 스마트기기를 통한 SNS의 활용이 사회자본에 미치는 영향을 분석하였다. 이를 확인하기 위해, 우선 스마트기기의 활용이 SNS를 통한 사회적 관계의 확장이나 사회적 신뢰의 형성에 미치는 영향을 측정하였다. 측정 결과, 스마트기기의 활용과 SNS를 통한 사회적 관계의 확장이나 사회적 신뢰의 형성 사이에서는 유의미한 결과가 나타나지 않고 있다. 다만, SNS를 통한 사회적 관계 형성과 사회적 신뢰 사이에서는 유의미한 결과를 보이고 있다(〈표 13〉 참조).

〈표 13〉 스마트기기와 SNS 활용 사이의 상관관계

		스마트기기 활용목적	SNS와 사회적 관계	SNS와 사회적 신뢰
스마트기기 활용 목적	Pearson 상관계수	1	.040	-.009
	유의확률(양쪽)		.521	.879
SNS와 사회적 관계	Pearson 상관계수	.040	1	.542**
	유의확률(양쪽)	.521		.000
SNS와 사회적 신뢰	Pearson 상관계수	-.009	.542**	1
	유의확률(양쪽)	.879	.000	

** $p < .01$

〈표 10〉의 분석결과에서는 데스크탑 컴퓨터 혹은 스마트기기 등 웹에 접속할 수 있는 기기를 많이 보유할수록 SNS의 활용이 높게 나타났다. 〈표 13〉의 결과에서는 스마트기기의 활용이 SNS를 통한 사회적 관계나 신뢰의 형성에 영향을 미치지 못하고 있는 것으로 나타났다. 스마트기기와 SNS의 활용 각각은 전반적인 사회자본을 증대시키는데 영향을 미치고 있으나, 스마트기기를 이용한 SNS의 활용은 이들과 유의미한 상관관계를 보이지 않고 있다. 이는 SNS의 활용에 있어서는 웹에 접속할 수 있는 기기의 보유가 중요한 요인으로 작용하고 있지만, SNS를 통한 사회자본의 형성에는 어떤 기기를 사용하는지와는 관련이 없는 것으로 볼 수 있다.

이러한 분석 결과는 개인 수준에서의 스마트기기 및 SNS의 활용이 사회자본에 미치는 영향을 보여주고 있지만, 사회자본의 형성은 개인의 수준에서 뿐만 아니라 커뮤니티 등 집단적인 수준에서도 나타나고 있다. 이는 커뮤니티를 통한 사회활동 참여의 형식으로 나타나는데, 사람들이 사회활동에 참여하는 방식은 오프라인을 통한 방식과 온라인을 통한 방식으로 구분할 수 있으며, 온라인을 통한 방식은 고정기기를 이용

하는 방식과 스마트기기를 이용하는 방식으로 구분할 수 있다. 이 가운데, 사용하는 기기에 따라 집단적인 사회자본 형성에 차이가 있는지를 검증하기 위해 고정기기 및 스마트기기를 이용하여 SNS를 활용하는 집단을 대상으로 사회적 관계 및 사회적 신뢰의 형성에서 나타나는 차이를 회귀분석을 수행하여 분석하였다.

우선, SNS를 활용하는데 있어서 고정기기를 사용하는 집단과 스마트기기를 사용하는 집단을 대상으로 사회활동에 참여하는 정도의 차이를 분석하였다(〈표 14〉 참조). 분석결과, SNS를 활용하는데 사용하는 기기는 사회활동 참여 정도에 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다($p = .035$). 이를 〈표 7〉에서 분석된 스마트기기의 이용이 커뮤니티의 형성이나 사회활동의 참여정도를 높여준다는 결과와 연계시켜 보면, 스마트기기를 이용해 SNS를 활용하는 집단은 고정기기를 사용하는 집단에 비해 사회활동에의 참여가 보다 활발하게 일어난다고 볼 수 있다.

동일 집단을 대상으로 SNS를 통한 사회적 관계의 형성에 나타나는 차이를 분석한 결과, SNS를 활용하는데 사용하는 기기는 사회적 관계의 형성에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다($p = .169$)(〈표 15〉 참조).

〈표 14〉 SNS 활용 기기와 사회활동 참여 사이의 관계 분석

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	3.854	.076		50.593	.000
SNS 활용 방식	.043	.020	.130	2.117	.035

a. 종속변수: SNS를 통한 사회활동 참여

〈표 15〉 SNS 활용 기기와 사회적 관계 형성 사이의 관계 분석

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	3.415	.109		31.403	.000
SNS 활용 방식	.040	.029	.085	1.378	.169

a. 종속변수: SNS를 통한 사회적 관계 형성

스마트기기와 SNS의 활용은 각각 교량적 사회자본을 확장하는데 영향을 미치고 있으며, 특히 SNS의 활용은 결속적 사회자본을 강화시켜 주는 것으로 나타났지만, 위의 〈표 15〉에 나타난 결과는 SNS를 활용하는데 있어서 어떤 기기를 사용하는지 여부는 사회적 관계의 형성에 영향을 미치지 않고 있음을 의미한다.

사회적 신뢰의 형성과 관련해서도 스마트기기를 이용한 SNS의 활용이 사람들 사이의 신뢰를 형성하는데 영향을 미치지 않고 있다. 이는 사회적 관계의 형성에서와 마찬가지로 SNS를 활용하는데 사용하는 기기는 사회적 신뢰와 유의미한 관계를 보이지 않는 것으로 볼 수 있

다($p=.494$) (〈표 16〉 참조).

이를 종합해 보면, 스마트기기의 활용과 SNS의 활용 각각은 교량적 사회자본의 확장에 영향을 미치고 있으며 SNS의 활용은 결속적 사회자본을 강화하는 것으로 나타났으나, SNS를 통한 사회적 관계의 형성이나 사회적 신뢰 형성에 있어서는 고정기기를 이용하는 집단과 스마트기기를 이용하는 집단 사이의 차이가 나타나지 않고 있다. 다만, 스마트기기를 이용해서 SNS를 활용하는 집단은 고정기기를 이용하는 집단에 비해 사회활동 참여가 보다 활발하게 이루어지는 것으로 분석되었다.

〈표 16〉 SNS 활용 기기와 사회적 신뢰 형성 사이의 관계 분석

모형	비표준화계수		표준화계수	t	유의확률
	B	표준오차	베타		
(상수)	2.758	.120		22.987	.000
SNS 활용 방식	.022	.032	.042	.685	.494

a. 종속변수: SNS를 통한 사회적 신뢰 형성

5. 결 론

본 연구에서는 ICT 및 SNS의 활용이 전반적인 사회자본에 미치는 영향을 설문조사를 통하여 실증적으로 분석하였다. 분석된 결과를 살펴보면 다음과 같다.

스마트기기와 사회자본 형성 사이의 관계에서, 스마트기기의 이용기간이 길수록 데스크탑 컴퓨터 등과 같은 고정기기에 비해 스마트기기를 선호하는 것으로 나타났다. 스마트기기는 인터넷 접속을 통한 정보의 입수를 위한 목적으로 가장 많이 사용되고 있으며, 이외에 SNS의 활용과 커뮤니케이션에 있어서도 사용빈도가 높게 나타났다. 스마트기기와 사회자본 형성과의 관계에 있어서는, 스마트기기의 이용이 사람들의 사회활동 참여 방식을 오프라인에서 온라인으로 이동시키고 있으며, 스마트기기의 활용이 많을수록 정보의 교환·공유 등이 활발하게 이루어지고 있다. 또한, 스마트기기가 제공하는 다양한 커뮤니케이션 방식을 통해 사람들 사이의 관계 형성이나 커뮤니티 구축이 활발하게 이루어지고 있으며, 이를 통해 사회활동에의 참여가 높게 형성되는 것으로 나타났다. 이는 스마트기기의 이용이 약한 유대관계에 기반하여 교량적 사회자본을 확장하는 기반을 마련하고 있음을 의미한다.

SNS의 활용과 사회자본 사이의 관계를 살펴보면, SNS 사이트의 이용빈도가 높을수록 정보의 공유, 사회적 관계의 강화 및 확장, 커뮤니티의 구축 등 SNS를 활용하는 목적이 다양하게 나타나고 있다. 이 가운데, SNS는 오프라인에서 형성된 사회적 관계를 온라인으로 확장하는데 가장 많이 사용되고 있으며, 이는 SNS가 결

속적 사회자본을 강화하는 것으로 볼 수 있다. 또한, SNS는 온라인 커뮤니티 구축을 통한 커뮤니케이션을 지원함으로써 새로운 사회적 관계를 형성할 수 있도록 해주며, 이를 통해 교량적 사회자본의 확장에도 영향을 미치고 있다. 이와 함께, SNS의 활용은 사회적 관계를 확대함으로써 사람들의 사회활동 참여를 높이고 있으며, 이는 사람들 사이의 사회적 신뢰 구축과도 유의미한 상관관계를 보이고 있다. 결국, SNS의 활용은 커뮤니티의 구축을 활성화하고 다양한 커뮤니케이션 방식을 지원함으로써 사회적 관계의 확장, 사회적 신뢰의 강화 및 사회활동의 참여를 증진시키는 등 전반적인 사회자본을 증대시키고 있다.

스마트기기와 SNS를 통해 형성되는 사회자본은 전통적인 사회자본의 형성과는 다른 방식으로 나타나고 있지만, 온라인을 통한 사회자본의 형성에 있어서 고정기기를 사용하는 방식과 스마트기기를 사용하는 방식 사이의 차이를 입증하지는 못하고 있다. 이를 실증적으로 분석한 결과, SNS를 활용하는데 있어서 고정기기를 사용하는 집단과 스마트기기를 사용하는 집단 사이에는 사회적 관계의 형성이나 사회적 신뢰의 구축 등 사회자본의 형성에 있어서는 차이를 보이지 않고 있다. 반면, 사회활동 참여에 있어서는 차이를 보이고 있으며, 스마트기기를 이용하는 집단이 보다 활발하게 사회활동에 참여하는 것으로 나타났다. 즉, 스마트기기를 이용한 SNS의 활용이 사회자본의 형성과는 관련이 없으나, 사회활동의 참여를 증대시킴으로써 사회 전반적으로는 복합적인 사회자본을 형성하는 것으로 볼 수 있다.

참 고 문 헌

- [1] 김희조, 조재호. 2010. 스마트폰, 커뮤니케이션 격차, 그리고 정치참여. 『한국언론학보』, 54(5): 348-371.
- [2] 서문기, 오주현. 2010. 사회 네트워크 서비스가 사회자본의 형성과 유지에 미친 효과에 관한 연구. 『사회과학논총』, 13: 111-138.
- [3] Bourdieu, P. 1983. Forms of capital. In J. C. Richards (ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press.
- [4] Boyd, D. M., & Ellison, N. B. 2007. "Social network sites: Definition, history and scholarship." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1). [online]. [cited 2013.4.4]. <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>.
- [5] Castells, M. 2004. *The Power of Identity*. 2nd ed. Oxford: Blackwell.
- [6] Coleman, J. 1988. "Social capital in the creation of human capital." *American Journal of Sociology*, 94: 95-121.
- [7] Coleman, J. 1990. *Foundations of Social Theory*. Cambridge: Belknap Press.
- [8] Cooper, H. et al. 1999. *Social Capital and Health*. London: Health Education Authority.
- [9] Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. 2011. "Connection strategies: Social capital implications of Facebook-enabled communication practices." *New Media & Society*, 13(6): 873-892.
- [10] Granovetter, M. S. 1973. "The strength of weak ties." *American Journal of Sociology*, 78(6): 1360-1380.
- [11] Granovetter, M. S. 1983. "The strength of weak ties: A network theory revisited." *Sociological Theory*, 1: 201-233.
- [12] Hamton, K. 2002. "Place-based and IT mediated community." *Planning Theory and Practice*, 3(2): 228-231.
- [13] Ishii, K. 2006. "Implications of mobility: The uses of personal communication media in everyday life." *Journal of Communication*, 56: 346-365.
- [14] Moran, P. 2005. "Structural vs. relational embeddedness: Social capital and managerial performance." *Strategic Management Journal*, 26: 1129-1151.
- [15] Putnam, R. D. 1995. "Bowling alone: America's declining social capital." *Journal of Democracy*, 6: 65-78.
- [16] Putnam, R. D. 2000. *Bowling Alone*. New York: Simon & Schuster.
- [17] Quan-Haase, A., & Wellman, B. 2004. "How does the Internet affect social capital?" In Huysman, M., & Wulfk, V. (Eds.), *Social Capital and Information Technology* (113-135).

Cambridge, MA: MIT Press.

- [18] Rosen, L. D. 2011. "Poke me: How social networks can both help and harm our kids." Presentation in 119th Annual Convention of the American Psychological Association, Washington D.C., August 4-7, 2011.
- [19] Turkle, S. 2008. "Always-on/Always-on-you: The tethered self." In Katz, J. E. (ed.), *Handbook of Mobile Communication Studies*. MA: MIT Press.
- [20] Vergeer, M., & Pelzer, B. 2009. "Consequences of media and Internet use for offline and online network capital and well-being: A causal model approach." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 15: 189-210.
- [21] Williams, D. 2006. "On and off the 'net': Scales for social capital in an online era." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(2). [online]. [cited 2013.3.5]. <<http://jcmc.indiana.edu/vol11/issue2/williams.html>>.
- [22] Woolcock, M. 1998. "Social capital and economic development: Toward a theoretical Synthesis and policy framework." *Theory and Society*, 27(2): 151-208.

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- [1] Keum, Heejo, & Cho, Jaeho. 2010. "Smartphone, communication gap, and political participation." *Korean Society for Journalism and Communication Studies*, 54(5): 348-371.
- [2] Suh, Moon-Gi, & Oh, Joo-Hyun. 2010. "The effect of social network service on social capital." *Journal of Social Science*, 13: 111-138.